

## การประกอบธุรกิจของแต่ละสายผลิตภัณฑ์

### ลักษณะของผลิตภัณฑ์และบริการหลัก

บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) เป็นทั้งโรงพิมพ์และสำนักพิมพ์ขนาดใหญ่ ประกอบด้วยธุรกิจหลัก 2 ด้าน คือ

#### 1. รับจ้างพิมพ์งานทั่วไป

โรงพิมพ์อมรินทร์ผลิตงานพิมพ์คุณภาพสูงครบวงจร ตั้งแต่การนำเสนอความคิดสร้างสรรค์ ออกแบบคอนเซ็ปต์ ถ่ายภาพประกอบ แยกสี ทำแม่พิมพ์ พิมพ์งานคุณภาพ เข้าเล่ม ทำปก และแพคเกจจิ้ง อันประณีตสวยงาม เราผลิตสิ่งพิมพ์ทุกชนิดตั้งแต่ นิตยสาร วารสาร หนังสือเล่มทั้งปกแข็ง ปกอ่อน หนังสือโฆษณา รายงานประจำปีของบริษัทต่างๆ ไปจนถึงแผ่นพับ โปสเตอร์ ปฏิทิน โฟลเดอร์ โบว์ชัวร์ ฯลฯ มีความพร้อมในการให้บริการแก่ลูกค้าทุกระดับทุกกลุ่ม สามารถให้บริการที่รวดเร็วประทับใจ ลูกค้าสามารถใช้ห้องรับรองที่สามารถใช้เป็นห้องทำงาน พร้อมอุปกรณ์ทันสมัย สะดวกสบายในบรรยากาศอันรื่นรมย์น่าทำงาน พร้อมทั้งมีเจ้าหน้าที่ ที่จะคอยดูแลให้บริการสนับสนุนการทำงานของลูกค้านานาชาติ

##### 1.1 ลักษณะลูกค้า

เนื่องจากการรับจ้างพิมพ์เป็นงานพิมพ์คุณภาพสูง ประณีต พร้อมการบริการที่รวดเร็วตรงต่อเวลา และความต้องการรูปแบบงานพิมพ์ของลูกค้ามีหลากหลายรูปแบบ กำลังผลิตส่วนหนึ่ง จัดไว้เพื่อผลิตนิตยสารและหนังสือเล่มของสายงานสำนักพิมพ์ ส่วนที่เหลือส่วนใหญ่ จัดสำรองไว้สำหรับให้บริการรับจ้างพิมพ์งานให้ลูกค้าทั่วไปทั้งในและต่างประเทศ กลุ่มลูกค้าสำคัญของเราได้แก่ งานพิมพ์ในพระราชสำนัก หน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ ธนาคารและสถาบันการเงินต่างๆ กลุ่มมูลนิธิต่างๆ กลุ่มบริษัท เอกชน สถาบันการศึกษาต่างๆ นักวิชาการ อาจารย์ ศิลปิน และบุคคลทั่วไป ฯลฯ

##### 1.2 ลักษณะรายได้

โครงสร้างรายได้งานรับจ้างพิมพ์ เป็นรายได้ที่รวมค่าบริการจัดพิมพ์และค่าวัสดุในการจัดพิมพ์เหมารวมเป็นยอดเดียวกัน แบ่งเป็นรายได้งานพิมพ์ภายในประเทศร้อยละ 99 ของยอดรวมรายได้รับจ้างพิมพ์ ที่เหลือร้อยละ 1 เป็นงานพิมพ์ต่างประเทศ

#### 2. ผลิตสิ่งพิมพ์สำนักพิมพ์

จากการที่บริษัทส่งเสริมประสบการณ์ธุรกิจสำนักพิมพ์เป็นเวลานาน และมุ่งเน้นที่จะพัฒนาการผลิตนิตยสารและหนังสือเล่มในแนวต่าง ๆ เพื่อตอบสนองกลุ่มผู้อ่านซึ่งมีความต้องการแตกต่างกันออกไป จนเป็นที่ยอมรับจากผู้อ่านอย่างกว้างขวาง มีกองบรรณาธิการขนาดใหญ่ที่ผลิตนิตยสารชั้นนำ และหนังสือเล่ม แบ่งตามประเภทสิ่งพิมพ์แต่ละชนิด ดังนี้

##### 2.1. สิ่งพิมพ์ในรูปนิตยสาร

ปัจจุบันบริษัทผลิตนิตยสารออกจำหน่ายจำนวน 12 เล่ม ทั้งรายปักษ์ รายเดือน เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้อ่านที่มีรสนิยมหลากหลาย และกล่าวได้ว่านิตยสารของบริษัทมียอดขายสูงสุดเมื่อเทียบกับนิตยสารประเภทเดียวกัน และเป็นนิตยสารชั้นนำของประเทศทุกฉบับ ได้แก่ นิตยสารดังต่อไปนี้

##### นิตยสารบ้านและสวน “นิตยสารเพื่อคนรักบ้าน ที่ได้รับความนิยมสูงสุดในประเทศไทย”

นิตยสารฉบับแรกของบริษัทที่ดำเนินงานเข้าสู่ปีที่ 34 โดยมุ่งเน้นที่จะนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับการตกแต่งบ้าน การจัดสวน เกร็ดความรู้เกี่ยวกับบ้าน รวมถึงเทรนด์การออกแบบ สถาปัตยกรรม งานศิลปะ ไลฟ์สไตล์ และผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยมีกลุ่มผู้อ่านที่ครอบคลุมช่วงวัยทำงาน ผู้ที่มองหาบ้านเพื่อสร้างครอบครัวใหม่ หรือผู้ที่ต้องการต่อเติม และ

ตกแต่งบ้าน วันนี้ "บ้านและสวน" เป็นนิตยสารที่มียอดพิมพ์ต่อฉบับสูงถึง 300,000 เล่มต่อเดือน สำหรับการจำหน่ายทั่วประเทศ ซึ่งนับได้ว่าเป็นนิตยสารหมวดตกแต่งบ้านที่ขายดีที่สุดของประเทศไทย วางตลาดทุกวันที่ 10 ของเดือน ราคาปก 100 บาท

### **นิตยสารแพรว "นิตยสารที่สร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้หญิงทันสมัยไม่รู้"**

นิตยสารรายปักษ์สำหรับสาวยุคใหม่วัยทำงานที่ทันสมัย เป็นนิตยสารที่สร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้หญิงในทุกด้าน มีเนื้อหาสาระและความบันเทิงครบครันตั้งแต่แฟชั่น ความงาม สุขภาพ ไลฟ์สไตล์ ข่าวคราวความเคลื่อนไหวในสังคม บทสัมภาษณ์บุคคลที่น่าสนใจ และเรื่องราวต่างๆที่ผู้หญิงควรรู้ โดยในปีที่ผ่านมา นิตยสารแพรวได้มีการปรับโฉมใหม่ให้ทันสมัยและน่าอ่านยิ่งขึ้น นิตยสาร "แพรว" มียอดพิมพ์ต่อฉบับสูงถึง 290,000 เล่ม ออกวางตลาดทุกวันที่ 10 และ 25 ของเดือน ราคาหน้าปก 90 บาท

### **นิตยสารสุดสัปดาห์ "Young, Smart and Sophisticate"**

นิตยสารรายปักษ์เพื่อคนรุ่นใหม่ที่มีความสร้างสรรค์ ก้าวตามแฟชั่นและทันกระแสโลก แบบ "Not just a guide, but we are friends." เนื้อหาครอบคลุมตั้งแต่บทสัมภาษณ์ แฟชั่น ไลฟ์สไตล์ เรื่องเจาะลึกตั้งแต่อาหารการกิน ท่องเที่ยว ดูหนัง-ฟังเพลง ติดตามภารกิจคนหล่อขอทำดี และสาระบันเทิงต่างๆ สู่การเป็นคนทันสมัย มีสไตล์แบบไม่ไร้สาระ นิตยสาร "สุดสัปดาห์" มียอดพิมพ์ต่อฉบับ 200,000 เล่ม วางตลาดทุกวันที่ 1 และ 16 ของเดือน ราคาหน้าปก 80 บาท

### **นิตยสารชีวจิต "ทางเลือกใหม่เพื่อสุขภาพ ป่วยก็ต้องอ่าน ไม่ป่วยก็ต้องอ่าน"**

นิตยสารสุขภาพรายปักษ์ที่มียอดจำหน่ายสูงสุด ให้ความรู้เรื่องสุขภาพ การดูแลสุขภาพ การออกกำลังกาย และการเลือกรับประทานอาหารที่เป็นประโยชน์ เพื่อป้องกันและฟื้นฟูสุขภาพเจ็บป่วย ตลอดจนการดูแลสุขภาพแม้ในยามที่ไม่เจ็บป่วย โดยยึดหลักการแพทย์แบบผสมผสาน ผ่านการนำเสนอข้อมูลที่เข้าใจง่าย สามารถนำไปปฏิบัติได้จริงในชีวิตประจำวัน บุคลิกของหนังสือที่ดูทันสมัย มีชีวิตชีวา มีอารมณ์ขันและเป็นธรรมชาติ เพื่อความเป็นเลิศของสุขภาพกายและใจ นิตยสาร "ชีวจิต" มียอดพิมพ์ต่อฉบับสูงถึง 360,000 เล่ม วางตลาดทุกวันที่ 1 และ 16 ของเดือน ราคาหน้าปก 55 บาท

### **นิตยสาร Health & Cuisine "นิตยสารที่สร้างแรงบันดาลใจให้คุณรักการทำอาหาร"**

นิตยสารรายเดือนที่ให้ความรู้เรื่องอาหารเพื่อสุขภาพ สูตรทำอาหาร และวัตถุดิบที่คัดสรรมาเพื่อผู้อ่านโดยเฉพาะ ตลอดจนเรื่องราวสุขภาพความงามเพื่อผู้หญิงยุคใหม่ "Inspiration for Healthy Living" ตอบสนองวิถีชีวิตทันสมัย ที่มุ่งเน้นการดูแลสุขภาพ นับตั้งแต่เรื่องของอาหารการกินไปจนถึงเรื่องของสุขภาพซึ่งสิ่งเหล่านี้สามารถทำได้ง่าย เป็นอีกหนึ่งทางเลือกสำหรับผู้ต้องการแสวงหาสิ่งดี ๆ ให้กับชีวิต นิตยสาร "Health & Cuisine" มียอดพิมพ์ต่อฉบับ 260,000 เล่ม วางแผงทุกวันที่ 5 ของเดือน ราคาหน้าปก 90 บาท

### **นิตยสาร National Geographic ฉบับภาษาไทย "พาคุณท่องโลกมหัศจรรย์อย่างอึ้งอัม"**

นิตยสารรายเดือนที่พาผู้อ่านก้าวสู่โลกกว้างกับการเรียนรู้สิ่งต่างๆรอบตัว ด้วยเรื่องราวที่น่าสนใจเกี่ยวกับธรรมชาติและสิ่งมีชีวิตทั่วทุกมุมโลก การนำเสนอเนื้อหาแบบเจาะลึกในวิทยาการด้านต่างๆ อาทิ วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี ภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ ธรรมชาติวิทยา ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี โบราณคดีและอารยธรรมอันทรงคุณค่า จึงเป็น "นิตยสารที่เปรียบเสมือนคลังความรู้ของทุกคนในครอบครัว" ที่มียอดพิมพ์ต่อฉบับสูงถึง 270,000 เล่มต่อเดือน วางตลาดทุกวันที่ 5 ของเดือน ราคาหน้าปก 120 บาท

### **นิตยสาร room "คู่มือเพื่อความสนุกในการตกแต่งทุกพื้นที่การใช้ชีวิตของคุณ"**

นิตยสารรายเดือนที่เปรียบเสมือนดีไซเนอร์ผู้รู้ใจเรื่องการตกแต่ง นำเสนอข้อมูลที่เข้ากับไลฟ์สไตล์ของคนรุ่นใหม่ทันสมัย มีสไตล์โดดเด่นในเรื่องของดีไซน์ที่สร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้อ่านอย่างดียิ่ง นำเสนอสิ่งที่เป็นจริงและสัมผัสได้ พร้อม

ภาพประกอบสวยสดในมุมมองที่แตกต่าง นิตยสาร room จึงทำให้อ่านสนุกกับการใช้ชีวิตในทุกพื้นที่ ภายใต้คอนเซ็ปต์ IDEAS FOR PRACTICAL LIVING นิตยสาร “room” มียอดพิมพ์ต่อฉบับ 220,000 เล่ม วางตลาดทุกวันที่ 2 ของเดือน ราคาหน้าปก 90 บาท

### **นิตยสาร We “นิตยสารสำหรับผู้ที่มีความรักในหัวใจ”**

นิตยสารรายเดือนที่จะช่วยให้วันแต่งงานของคุณสมบูรณ์แบบและน่าจดจำ ด้วยการนำเสนอไอเดียงานแต่งงานเก๋ ๆ พร้อมทั้งวิธีเตรียมตัวสำหรับคุณเจ้าสาว ให้คำแนะนำในเรื่องเกี่ยวกับความรักและการดูแลความสัมพันธ์ให้ดำเนินไปอย่างมีความสุข ภายใต้แนวคิด Love, Wedding and Living Together นิตยสาร “We” มียอดพิมพ์ต่อฉบับ 140,000 เล่ม วางตลาดทุกวันที่ 5 ของเดือน ราคาหน้าปก 120 บาท

### **นิตยสาร Real Parenting “คู่มือแท้จริงเพื่อชีวิตสมดุของพ่อแม่ยุคใหม่ ที่มีลูกวัย 0-12 ปี”**

นิตยสารแม่และเด็กเล่มแรกในเครืออมรินทร์ ที่เป็นเสมือนคู่มือการเลี้ยงลูกของพ่อแม่ยุคใหม่ที่มีลูกวัย 0-12 ปี นำเสนอข้อมูลความรู้ที่ถูกต้องเกี่ยวกับการเลี้ยงลูกในแต่ละช่วงวัย ตั้งแต่ในครรภ์ ถึง 12 ปี ผ่านคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ และจากประสบการณ์จริงของคุณแม่ ช่วยให้ลูกเติบโตได้อย่างสมบูรณ์แบบรอบด้าน ทั้งในเรื่องสุขภาพ ความสำเร็จ พัฒนาการและการเรียนรู้ รวมทั้งเรื่องการดูแลตนเองของคุณแม่ และสัมพันธภาพของครอบครัว เพื่อชีวิตสมดุของพ่อแม่ยุคใหม่ นิตยสาร “Real Parenting” มียอดพิมพ์ต่อฉบับ 160,000 เล่ม วางตลาดทุกวันที่ 25 ของเดือน ราคาหน้าปก 85 บาท

### **นิตยสาร Shape “The no.1 women’s guide to beauty & health”**

นิตยสารรายเดือนประเภท Active Lifestyle สำหรับผู้หญิงยุคใหม่ นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพและความงามครอบคลุมในทุกๆ ด้าน เช่น การดูแลรูปร่าง ความงาม การออกกำลังกาย และการเลือกรับประทานอาหารที่ทำให้คุณผู้หญิงดูดีได้ และสร้างสรรค์แรงบันดาลใจให้ผู้หญิงยุคใหม่ลุกขึ้นมาเปลี่ยนแปลงตนเองเพื่อเปิดโอกาสดีๆ ในชีวิตที่กำลังเข้ามา นิตยสาร “Shape” มียอดพิมพ์ต่อฉบับ 180,000 เล่ม วางตลาดทุกวันที่ 25 ของเดือน ราคาหน้าปก 90 บาท

### **นิตยสาร InStyle “Fashion, Beauty, Celebrity, Lifestyle”**

นิตยสารรายเดือนสำหรับผู้หญิงที่นำเสนอความมีสไตล์ของชีวิตรอบด้าน อัปเดตเรื่องราวพร้อมนำเสนอเนื้อหาที่โดดเด่นและแตกต่าง ทั้งแฟชั่น ความงาม และไลฟ์สไตล์ของเหล่าคนดัง ก้าวเป็น 1 ในนิตยสารที่ประสบความสำเร็จสูงสุดในปัจจุบัน โดดเด่นในการนำเสนอเนื้อหาด้านแฟชั่นที่ทันสมัย นำเสนอแบบ Mix & Match ที่นำมาปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้ ช่วยให้คุณเป็นผู้หญิงที่ดูโดดเด่นอย่างมีสไตล์จนทุกคนต้องเหลียวมอง นิตยสาร “InStyle” มียอดพิมพ์ต่อฉบับ 180,000 เล่ม วางตลาดทุกต้นเดือน ราคาหน้าปก 90 บาท

### **นิตยสาร Secret “เคล็ดลับสู่ความสุขและความสำเร็จ”**

นิตยสารรายปักษ์แนวสุขภาพใจที่สร้างแรงบันดาลใจในการดำเนินชีวิต เป็นหลักให้แก่ชีวิต เป็นที่พึ่งทางใจ ด้วยการนำเสนอแง่มุมดีๆ จากหลากหลายบุคคล ผ่านเนื้อหาที่เข้าใจง่าย อ่านสนุก ให้แง่คิด เคล็ดลับ และแนวทางปฏิบัติเพื่อนำไปสู่ความสุขและความสำเร็จในชีวิต นิตยสาร “Secret” มียอดพิมพ์ต่อฉบับ 250,000 เล่ม วางตลาดทุกวันที่ 10 และวันที่ 26 ของเดือน ราคาหน้าปก 55 บาท

## **2.2 สิ่งพิมพ์ในรูปแบบหนังสือเล่ม**

ด้วยการใส่ใจและให้ความสำคัญกับกลุ่มผู้อ่าน บริษัทฯ ได้จัดตั้งสำนักพิมพ์คุณภาพในเครืออมรินทร์ให้กิจการหนังสือเล่มเติบโตควบคู่ไปกับการทำนิตยสาร เริ่มต้นด้วย “แพรวสำนักพิมพ์” ผลิตหนังสือเล่มประเภทวรรณกรรม เรื่องสั้น และบทกวีในปี 2535

ปัจจุบันบริษัทฯ ได้ขยายกองบรรณาธิการเพื่อผลิตหนังสือให้ครอบคลุมความต้องการของผู้อ่านถึง 15 สำนักพิมพ์ ซึ่งผลิตหนังสือครอบคลุมหลากหลายหมวดหมู่ ตั้งแต่หนังสือสร้างเสริมจินตนาการสำหรับเด็ก ไปจนถึงเรื่องราวเกี่ยวกับสุขภาพ อาหาร การตกแต่งบ้านและสวน และอีกมากมาย เพื่อตอบสนองความต้องการของนักอ่านทุกเพศทุกวัย โดยยึดหลัก "คุณภาพ" เป็นหัวใจสำคัญ

### **แพรวสำนักพิมพ์**

สำนักพิมพ์นำเสนอหนังสือที่มีเนื้อหาครอบคลุมทั้งวรรณกรรมไทย วรรณกรรมแปล เรื่องสั้น บทกวี นวนิยาย สารคดี บทความ และสารบันเทิง โดยมุ่งหวังให้เกิดการคิด การเขียน และการอ่านอันเปรียบเสมือนรากฐานที่สำคัญที่จะสร้างจิตสำนึกให้กับสังคม เศรษฐกิจ การเมือง วัฒนธรรม โดยปกที่ติดอันดับขายดี ได้แก่ ความสุขของกะทิ, ความฝันอันสูงสุด ผู้กองแคนๆ, ลับแล, แก่งคอย, ม้าก้านกล้วย, ใบไม้ที่หายไป, ต้นธาววิถีมอญ, โตเกียวทาวเวอร์ แม่กับผมและพ่อ และรหัสลับดาวินชี

### **สำนักพิมพ์แพรวเพื่อนเด็ก**

สำนักพิมพ์ที่เน้นผลิตหนังสือคุณภาพสำหรับเด็ก เพื่อเสริมสร้างการจินตนาการ ตอบสนองต่อพัฒนาการ การเรียนรู้ รวมถึงกิจกรรมเพื่อรณรงค์สร้างสัมพันธภาพภายในครอบครัว เน้นให้พ่อแม่อ่านหนังสือให้ลูกฟัง เพื่อพัฒนาศักยภาพด้านสมอง อารมณ์ และศีลธรรม โดยปกที่ติดอันดับขายดี ได้แก่ อีเล้งเค้งโค้ง, กระดุกกระดิกกระต๊อกระดัก และน้องหมีเล่นกับพ่อ

### **สำนักพิมพ์แพรวเยาวชน**

สำนักพิมพ์ที่เลือกเฟ้นวรรณกรรมเยาวชนโดยนักเขียนชั้นนำ เพื่อเสริมสร้างรากฐานการอ่านที่มั่นคงและมีคุณภาพให้แก่เยาวชนไทย โดยปกที่ติดอันดับขายดี ได้แก่ เซ็นจูรี, 100 เรื่องน่ารู้ ตอน ร่างกายของเรา, 100 เรื่องน่ารู้ ตอน สิ่งประดิษฐ์ และชาร์ลิต แมงมุมเพื่อนรัก

### **สำนักพิมพ์บ้านและสวน**

สำนักพิมพ์ที่เป็นผู้นำตลาดด้านหนังสือเกี่ยวกับบ้าน สวน และการตกแต่ง โดยนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการจัดสวน ตกแต่งบ้าน แบบบ้านและห้อง ความรู้เกี่ยวกับพรรณไม้ไทยและเทศ และเคล็ดลับเกี่ยวกับการก่อสร้าง โดยปกที่ติดอันดับขายดี ได้แก่ สวนหลากหลายสไตล์, ห้องน้ำ 4, Bangkok small and chic homes 2 และ 30 มุมสวน 2

### **สำนักพิมพ์อมรินทร์ธรรมะ**

สำนักพิมพ์มุ่งเน้นในการนำเสนอหนังสือธรรมะที่เข้าใจง่าย จรรโลงคุณธรรมอันดีงามแก่สังคม รวมถึงหนังสือธรรมะเชิงปฏิบัติสำหรับคนรุ่นใหม่ โดยนักเขียนคุณภาพ ปกที่ติดอันดับขายดี ได้แก่ เดอะ ท็อป ซีเคร็ต, ไอน์สไตน์พบพระพุทธเจ้าเห็น, เกิดเพราะกรรมหรือความช่วย และคนสำราญงานสำเร็จ, ถ้ารู้ก็ทำไปนานแล้ว, หัววันที่ยั่งยืน, ดูจิตหนึ่งพรรษา

### **สำนักพิมพ์อมรินทร์คอมมิกส์**

สำนักพิมพ์ที่ผลิตหนังสือการ์ตูนความรู้ที่อ่านสนุกทุกเพศทุกวัย โดดเด่นด้วยภาพลายเส้นอันสวยงามควบคู่ไปกับการมอบสาระประโยชน์ เกร็ดความรู้ เหมาะอย่างยิ่งสำหรับการอ่านและการเรียนรู้ของเยาวชนไทย โดยปกที่ติดอันดับขายดี ได้แก่ การ์ตูนพระมหากษัตริย์, การ์ตูนพระสังกัจจายน์ และการ์ตูนชุดวิทยาศาสตร์ฉลาดรู้

### **สำนักพิมพ์อมรินทร์ How to**

สำนักพิมพ์ผลิตหนังสือครอบคลุมหมวดต่างๆ ทั้งจิตวิทยาการพัฒนาตนเอง การงาน การเงิน และบริหารธุรกิจ ผ่านการกลั่นกรองเนื้อหา เพื่อความเข้าใจง่าย และนำไปปฏิบัติได้จริง โดยปกที่ติดอันดับขายดี ได้แก่ เดอะซีเคร็ต, 30 วิธีเอาชนะโชคชะตา และกฎแห่งกระจก

### **สำนักพิมพ์แพรวท่องเที่ยวโลก จากเดิมคือ สดส์ปาด้าสำนักพิมพ์**

สำนักพิมพ์ผลิตหนังสือคู่มือท่องเที่ยวที่มีทั้งสาระและความบันเทิง เพื่อเพิ่มประสบการณ์ในการเรียนรู้ เป็นแรงบันดาลใจในการท่องเที่ยว รวมถึงนำเสนอเรื่องราวที่น่าสนใจระหว่างการเดินทาง โดยปกที่ติดอันดับขายดี ได้แก่ เบิ่งลาว, จีนจ้าวเวียดนาม, หลงรักอิหร่าน และเจแปนส-เปค-ตีป, 142 วัน 1,800 กม. นิเวศน์ศิลป์ริมโขง

### **สำนักพิมพ์อมรินทร์สุขภาพ**

สำนักพิมพ์มุ่งเน้นสาระความรู้ด้านสุขภาพทั้งกายและใจ เพื่อให้ผู้อ่านสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับตัวเองได้ โดยปกที่ติดอันดับขายดี ได้แก่ รูปร่างสวยด้วยโยคะภายใน 30 วัน, กินอย่างที่ชอบก็ผอมได้ ฉันทัด...ตัวเอง, หนังสือชุดโรคต่างๆ

### **สำนักพิมพ์อมรินทร์ Cuisine**

สำนักพิมพ์มุ่งผลิตและนำเสนอหนังสืออาหารเพื่อสุขภาพ ครอบคลุมหลากหลายประเภท ทั้งอาหารไทย อาหารนานาชาติ ขนม และเครื่องดื่ม โดยทุกสูตรอาหารได้ผ่านการทดสอบเรื่องรสชาติอย่างพิถีพิถัน เพื่อยืนยันความอร่อยและการนำไปปรุงได้จริงและง่าย โดยปกที่ติดอันดับขายดี ได้แก่ กินดีมีสุขด้านมะเร็ง, เมนูอาหารสุขภาพ 30 วัน และ Easy Chinese Cooking, อาหารเช้าบำรุงสมองและร่างกาย, พื้นฐานการทำกาแฟ

### **สำนักพิมพ์อรุณ**

สำนักพิมพ์ผู้นำในการผลิตนวนิยายคุณภาพโดยนักเขียนระดับแนวหน้า โดยปกที่ติดอันดับขายดี ได้แก่ สูตรเสน่ห์หา สายพระเพลิง คลื่นหลง, เพียงใจที่ผูกพัน, เสราดาร์ล, บ่วงหงส์, ลานมยุเรศ

### **สำนักพิมพ์อรุณอุไรรัก**

สำนักพิมพ์ล่าสุดซึ่งได้ขยายฐานกลุ่มเป้าหมายภายใต้คอนเซ็ปต์ “เรื่องรักอบอุ่นที่จะเติมความหวานละมุนให้หัวใจ” พร้อมวางตลาดหนังสือนวนิยายซีรีส์แรกที่ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากวัยรุ่น โดยปกที่ติดอันดับขายดี ได้แก่ กามเทพเจ้าเล่ห์ และพยัคฆ์ร้ายหวานใจ

### **สำนักพิมพ์ National Geographic**

สำนักพิมพ์ที่เป็นผู้นำที่นำเสนอความรู้ที่หลากหลายสำหรับทุกคนในครอบครัว ครอบคลุมทั้งด้านภูมิศาสตร์ วิทยาศาสตร์ ประวัติศาสตร์ อารยธรรม ฯลฯ โดยปกที่ติดอันดับขายดี ได้แก่ บุคคลสำคัญของโลก เล่ม 2, ชีพจรโลก ท่ามกลางวิกฤตโลกร้อน, ปริศนาพิธีกรรมของอารยธรรมโบราณ และทฤษฎีลับเผยทุกสรรพสิ่ง

### **สำนักพิมพ์นิตยสารแพรว**

จัดทำหนังสือซึ่งให้ทั้งสาระและความบันเทิง ตลอดจนเรื่องราวความงาม แฟชั่นทันสมัย จากเนื้อหาและบทความในนิตยสารแพรวที่ได้รับความนิยมจากผู้อ่าน หรือเรื่องราวชีวิต ข้อคิดจากบุคคลที่มีชื่อเสียงในแวดวงต่างๆ ของสังคม

### **สำนักพิมพ์อมรินทร์**

สำนักพิมพ์เน้นการผลิตหนังสือแนวสาระความรู้ด้านประวัติศาสตร์ สังคมและวัฒนธรรม ที่ให้ข้อมูลถูกต้อง น่าเชื่อถือ สามารถนำไปอ้างอิงได้ โดยปกที่ติดอันดับขายดี ได้แก่ ให้เงินทำงาน, พิสิกส์นิวตัน และพจนานุกรมเกาหลี – ไทย และพจนานุกรม ไทย – เกาหลี

## 2.3 New Media

จากความสำเร็จอย่างต่อเนื่องในธุรกิจสิ่งพิมพ์สู่รูปแบบในการนำเสนอคอนเทนต์ผ่านสื่อรูปแบบออนไลน์ เพื่อการเผยแพร่สาระบันเทิงที่เต็มอิ่มด้วยการสร้างสรรค์ดิจิทัลมีเดีย เพื่อสอดคล้องกับกระแสความต้องการและแนวโน้มของตลาดที่เติบโตมากขึ้น บริษัทฯ พร้อมตอบสนองและขยายการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายด้วยการเพิ่มมูลค่าของเนื้อหาทั้งจาก 12 นิตยสารชั้นนำและ 15 สำนักพิมพ์คุณภาพผ่านเว็บไซต์คุณภาพในเครืออมรินทร์ 18 เว็บไซต์ ซึ่งครบถ้วนด้วยการเป็นสื่อออนไลน์แอดเวอร์ไทซิง (On-line Advertising) ที่ครอบคลุมสื่อโฆษณาออนไลน์ ครีเอทีฟ และเอนเตอร์เทนเมนต์

บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน)	<a href="http://www.amarin.co.th">www.amarin.co.th</a>
นิตยสารในเครืออมรินทร์	
นิตยสารบ้านและสวน	<a href="http://www.baanlaesuan.com">www.baanlaesuan.com</a>
นิตยสารแพรว	<a href="http://www.praew.com">www.praew.com</a>
นิตยสารสุดสัปดาห์	<a href="http://www.SudSapDa.com">www.SudSapDa.com</a>
นิตยสารชีวิต	<a href="http://www.cheewajit.com">www.cheewajit.com</a>
นิตยสาร Health & Cuisine	<a href="http://www.HEALTHandCUISINE.com">www.HEALTHandCUISINE.com</a>
นิตยสาร National Geographic ฉบับภาษาไทย	<a href="http://www.nationalgeographicthai.com">www.nationalgeographicthai.com</a>
นิตยสาร Room	<a href="http://www.roommag.com">www.roommag.com</a>
นิตยสาร We	<a href="http://www.WE-MAG.com">www.WE-MAG.com</a>
นิตยสาร Real Parenting	<a href="http://www.real-parenting.com">www.real-parenting.com</a>
นิตยสาร Shape	<a href="http://www.shape-thai.com">www.shape-thai.com</a>
นิตยสาร InStyle	<a href="http://www.instyle.co.th">www.instyle.co.th</a>
นิตยสาร Secret	<a href="http://www.secret-thai.com">www.secret-thai.com</a>
สำนักพิมพ์ในเครืออมรินทร์	
อมรินทร์เทรนนิ่ง (กิจกรรมอบรม)	<a href="http://www.amarintraining.com">www.amarintraining.com</a>
อมรินทร์ทัวร์ (บริการนำเที่ยว)	<a href="http://www.amarintour.com">www.amarintour.com</a>
ศูนย์รวมภาพอมรินทร์	<a href="http://www.amarinphotobank.com">www.amarinphotobank.com</a>
Amarin Publishing Services	<a href="http://www.amarinpublishingservices.com">www.amarinpublishingservices.com</a>

## 2.4 ลักษณะลูกค้า

จากลักษณะการประกอบธุรกิจของสายงานสำนักพิมพ์ ในการผลิตนิตยสารและหนังสือเล่มประเภทต่างๆ ลักษณะของลูกค้าจึงแยกตามประเภทของผลิตภัณฑ์ สรุปได้ดังนี้

### 2.4.1 สายงานการผลิตนิตยสาร แบ่งกลุ่มลูกค้าออกเป็น 2 กลุ่มดังนี้

2.4.1.1 กลุ่มลูกค้าโฆษณา แบ่งเป็น กลุ่มลูกค้าที่เป็นตัวแทนโฆษณา (Advertising Agency) หรือ กลุ่มลูกค้าบริษัทหรือเจ้าของสินค้า (Client) ที่เลือกลงโฆษณาในนิตยสารที่มีผู้อ่านตรงกับกลุ่มเป้าหมายของสินค้า เช่น กลุ่มลูกค้าโฆษณาของนิตยสารบ้านและสวน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ตกแต่งและวัสดุก่อสร้าง กลุ่มลูกค้าโฆษณาของนิตยสารแพรว ได้แก่ เครื่องสำอาง เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย เป็นต้น

2.4.1.2 **กลุ่มลูกค้าผู้อ่านนิตยสาร** คือ ผู้อ่านที่ซื้อนิตยสาร โดยแบ่งกลุ่มแตกต่างออกไปตามประเภทของนิตยสาร เช่น กลุ่มผู้อ่านนิตยสารแพรว ได้แก่ ผู้หญิงยุคใหม่วัยทำงาน ทันสมัย ทันโลก กลุ่มผู้อ่านนิตยสารสุดสัปดาห์ ได้แก่ คนรุ่นใหม่ วัยรุ่น ก้าวตามแฟชั่น เป็นต้น

2.4.2 **สายงานการผลิตหนังสือเล่ม** จากการที่บริษัทได้ผลิตหนังสือที่มีคุณภาพออกมาหลากหลายประเภท จึงสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้อ่านได้ครอบคลุม ตั้งแต่กลุ่มเด็ก วัยทำงาน จนถึงวัยผู้ใหญ่

2.5 **ลักษณะรายได้สายงานสำนักพิมพ์** ประกอบไปด้วยรายได้แยกตามประเภทของสินค้า ดังนี้

2.5.1 รายได้จากการขายพื้นที่โฆษณาในนิตยสารทุกฉบับ

2.5.2 รายได้จากการขายสิ่งพิมพ์ในรูปแบบนิตยสาร และหนังสือเล่ม

## **ภาวะอุตสาหกรรมการพิมพ์**

### **ผลการดำเนินงานในปี 2552**

ปี 2552 ที่ผ่านมานี้ นับเป็นอีก 1 ปีที่ การดำเนินธุรกิจมีความยากลำบากไม่แพ้ปีก่อน การแข่งขันของธุรกิจสิ่งพิมพ์ที่มีความรุนแรง ปัญหาผลกระทบที่เกิดจากวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจทั้งในประเทศและทั่วโลก ปัญหาการเมืองในประเทศ ล้วนแล้วแต่เป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการบริโภคสิ่งพิมพ์โดยภาพรวมทั้งสิ้น แต่ด้วยผลงานและชื่อเสียงที่สายธุรกิจโรงพิมพ์ได้สร้างสมมาเป็นเวลายาวนาน ทำให้เรายังคงอยู่ในใจ และยังเป็นทางเลือกในความต้องการของลูกค้าเสมอ กอปรกับการที่บริษัทฯ วางนโยบายและแผนยุทธศาสตร์รองรับการดำเนินธุรกิจในช่วงวิกฤตอย่างระมัดระวัง ส่งผลให้บริษัทฯ รักษาผลประโยชน์การไว้ได้ค่อนข้างน่าพอใจ ยอดขายในบาง Segment ยังคงเติบโตและมีผลกำไรที่ดีขึ้น การบริหารจัดการที่มีวินัยเข้มงวดในการใช้ทรัพยากร โดยให้ทุกส่วนงานมีส่วนร่วมทำให้ผลประโยชน์มีประสิทธิภาพ และควบคุมค่าใช้จ่ายต้นทุนได้อยู่ในเกณฑ์ที่น่าพอใจ

บริษัทฯ ยังคงให้ความสำคัญอย่างยิ่งยวดในเรื่องการรักษาฐานลูกค้าเดิม ขณะที่พยายามจะขยายตลาดออกไปสู่ฐานลูกค้าใหม่ๆ ตลาดใหม่ๆ การสร้างความพึงพอใจ ความประทับใจให้แก่ลูกค้า เป็นสิ่งสำคัญที่เราทำอย่างสม่ำเสมอ ปลาย เรายังคงเน้นเรื่อง Focus Strategy แยกเจาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้ชัดเจน ด้วยกลยุทธ์การตลาดที่ออกแบบให้ตรงหรือ เหมาะสม กับผลิตภัณฑ์และกลุ่มเป้าหมายนั้นๆ การนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่มีความแปลกแตกต่าง (Differentiated) การทำให้ผลิตภัณฑ์มีคุณค่า มีราคา (Value Added) ทำให้บริษัทฯ อยู่ในความสนใจและความต้องการของลูกค้าเสมอ

บริษัทฯ ได้ปรับปรุงประสิทธิภาพของ Operation Management ด้วยการพัฒนาซอฟต์แวร์และฮาร์ดแวร์คอมพิวเตอร์ ให้เกิดการเชื่อมโยงข้อมูลของระบบรายงานทั้งองค์กรร้อยเรียงเข้าด้วยกันเป็นข้อมูลที่แม่นยำ ทำให้ลดความผิดพลาด ลดเวลาทำงาน เพิ่มประสิทธิภาพการทำงานอย่างชัดเจน

### **แนวโน้มสภาวะอุตสาหกรรมและแนวทางการแข่งขันของธุรกิจ**

การที่ธุรกิจสิ่งพิมพ์จะต้องเผชิญกับเทคโนโลยีล้ำยุคในปัจจุบันที่ไม่อาจชี้ชัดว่าเป็นภัยคุกคามหรือส่งเสริมธุรกิจสิ่งพิมพ์อย่างอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เครื่องอ่านอิเล็กทรอนิกส์ (E-Reader) หรือการรับพิมพ์ตามจำนวนสั่ง (Print on Demand) การแบ่งส่วนการตลาดดังกล่าว อาจเกิดขึ้นเฉพาะบาง Segment เล็กๆ ของตลาดเท่านั้น ที่อาจมีความเหมาะสมกับความเป็น E-Book ขณะที่หนังสือและงานพิมพ์ส่วนใหญ่หลายประเภทก็ไม่เหมาะสมที่จะเป็น E-Book ถึงอย่างไรบริษัทฯ ได้ทำการศึกษา เพื่อจะเปลี่ยนวิกฤตช่องว่างนี้ ให้เป็นโอกาสทางธุรกิจ





สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือได้ประมาณการกันว่า มูลค่าตลาดหนังสือโดยรวมในปี 2553 นี้ จะมีมูลค่าเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 4 เนื่องจากมีปัจจัยบวกสำคัญอย่างการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจโลกและของไทย นโยบายส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีพ และวาระการอ่านแห่งชาติของรัฐบาล นโยบายส่งเสริมการอ่านของสมาคมฯ และเครือข่ายรักการอ่าน การสนับสนุนของภาครัฐที่ต้องการสร้างวัฒนธรรมการอ่านและเรียนรู้ตลอดชีพ ที่จะผลักดันให้คนไทยอ่านหนังสือเพิ่มเป็น 2 เท่า จาก 5 เล่มต่อคนต่อปี เป็น 10 เล่มต่อคนต่อปี การเสนอมาตรการให้เครดิตทางภาษี การผลักดันเรื่องการอ่านเป็นวาระแห่งชาติและมีการตั้งคณะทำงานผลักดันยุทธศาสตร์ต่างๆ เหล่านี้ล้วนเป็นตัวกระตุ้นสำคัญที่จะช่วยส่งเสริมให้ธุรกิจการพิมพ์ในบ้านเราเติบโตทั้งสิ้น คาดว่าแนวโน้มการแข่งขันทางการตลาดในปีนี้จะมีความรุนแรงมากขึ้นกว่าปีที่ผ่านมา เพราะผู้ผลิตหนังสือทุกรายยังเร่งผลิตหนังสือใหม่ออกสู่ตลาด เพื่อเอาใจนักอ่านกลุ่มเป้าหมายที่มีการแบ่งแยกกลุ่มเฉพาะออกมามากขึ้น บริษัทฯ ได้วางแผนที่จะเติบโตให้ตรงกับ Segment ตลาดที่มีศักยภาพและช่องว่าง

ส่วนตลาดงานพิมพ์ที่ต้องการคุณภาพสูง (High Definition Printing) ยังคงอยู่ในความต้องการของลูกค้าอยู่เสมอ ไม่สามารถบริโภคด้วยสื่ออื่นๆ ได้ เช่น แม็กกาซีน, หนังสือเล่ม, Text Book, รายงานประจำปี, แคตตาล็อก, โบว์ชัวร์, Reference Book ปกแข็ง, สารคดี, ปฏิทินสวยงาม ฯลฯ กลุ่มงานพิมพ์ที่ต้องการคุณภาพสูงนี้ ยังอยู่ในความต้องการของตลาด และยังมีแนวโน้มของการเติบโตอย่างต่อเนื่อง

การที่สภาวะเศรษฐกิจและการเมืองในประเทศอยู่ในภาวะไม่เป็นปกติ ย่อมส่งผลกระทบต่อตลาดและการบริโภคโดยรวม ทำให้ความต้องการของลูกค้ามีความอ่อนไหวตามไปด้วย เพื่อเตรียมการรองรับความไม่แน่นอนที่อาจเกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจให้มีความพร้อมเสมอในการแข่งขันอย่างรุนแรง บริษัทฯ ยังคงตอกย้ำในด้านรักษาความเป็นที่หนึ่งในด้านคุณภาพงานพิมพ์และการให้บริการ การควบคุมค่าใช้จ่ายต้นทุนผลิตให้อยู่ในระดับต่ำที่สุด เพื่อพร้อมจะแข่งขันด้านราคา เน้นเรื่องการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตใช้ ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ใช้ Management Tools ทุกอย่างให้เกิดประสิทธิผล เน้นการสื่อสารภายในองค์กรให้มีประสิทธิภาพเพื่อการประสานงานที่แม่นยำรวดเร็ว รักษาฐานลูกค้าเดิมให้แน่นหนามั่นคง ขยายตลาดใหม่ในลักษณะแยกเจาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้ชัดเจนด้วยแผนการตลาดที่เหมาะสมกับแต่ละกลุ่มตลาด ลูกค้าแต่ละ Segment เรายังคงนำเสนอสินค้าใหม่ๆ ที่มีความแปลกแตกต่างมีคุณค่าในลักษณะ Innovated / Created Design Products สร้างความโดดเด่นไปจากคู่แข่ง เพื่อให้เราอยู่ในความสนใจ และตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าอยู่เสมอ เพื่อขยายธุรกิจด้าน Printing Service ซึ่งมีกลุ่มลูกค้าชัดเจนอยู่หลาย Segment ให้เติบโตไปได้อีกมากมาย

### สายธุรกิจสำนักพิมพ์

ธุรกิจสิ่งพิมพ์และบรรณภัณฑ์ในประเทศปี 2552 มีมูลค่ารวมใกล้เคียงกับปีที่ผ่านมา โดยยอดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือมีมูลค่าประมาณ 19,000 ล้านบาท มีอัตราการขยายตัวอยู่ที่ 1-2% จากปี 2551

จากสภาพเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นทั้งในและนอกประเทศทำให้ภาพรวมของตลาดสิ่งพิมพ์ในปี 2552 ยังคงทรงตัว แม้ว่าธุรกิจสิ่งพิมพ์จะได้รับผลดีจากราคากระดาษและราคาน้ำมันที่ปรับลดลงในช่วงต้นปีทำให้ผู้ประกอบการสามารถลดต้นทุนการดำเนินงานลงได้บ้าง อย่างไรก็ตาม ธุรกิจสิ่งพิมพ์ยังต้องเผชิญกับปัจจัยเสี่ยงทางด้านกำลังซื้อของประชาชน เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัวทำให้ประชาชนมีความระมัดระวังการใช้จ่ายมากขึ้น ขณะเดียวกันกลุ่มธุรกิจต่างๆ ก็มีการปรับลดงบประมาณด้านสิ่งพิมพ์ลง อาทิ วารสาร แคตตาล็อก ปฏิทิน ไดอารี่ เนื่องจากสภาพตลาดสินค้าและบริการโดยรวมมีการชะลอตัวอีกด้วย

อย่างไรก็ดี แนวโน้มธุรกิจสิ่งพิมพ์ในปี 2553 มีโอกาสเติบโตเพิ่มขึ้น เนื่องจากภาพรวมของเศรษฐกิจทั่วโลกมีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ดีขึ้น ทำให้สินค้าประเภทสิ่งพิมพ์ยังคงเป็นที่ต้องการทั้งในภาคธุรกิจและประชาชน อีกทั้งการที่



รัฐบาลไทยมีนโยบายส่งเสริมการเรียนรู้โดยหลักต้นการอ่านให้เป็นวาระของชาติ โดยตั้งเป้าการอ่านของคนไทยเฉลี่ยต่อปีจาก 5 เล่ม เป็น 10 เล่ม ซึ่งคาดว่าจะทำให้ตลาดสิ่งพิมพ์สามารถขยายตัวได้ถึง 4-5% ในปี 2553 และแม้ว่าในปัจจุบันสื่อใหม่หรือเว็บไซต์จะมีบทบาทมากขึ้น แต่การเติบโตของหนังสือรูปเล่มก็ยังคงขยายตัวเนื่องจากสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทุกช่วงวัย มีลักษณะทางกายภาพที่เอื้อต่อการอ่านและการเก็บรักษาในระยะยาว

### **ธุรกิจโฆษณา**

อุตสาหกรรมโฆษณาสามารถสะท้อนให้เห็นถึงสภาวะเศรษฐกิจได้เป็นอย่างดี จากวิกฤตเศรษฐกิจที่ผ่านมาผู้บริโภคชะลอการซื้อ ส่งผลกระทบโดยตรงต่อผู้ผลิตสินค้าและบริการ ขณะที่ภาคธุรกิจจะพิจารณาการใช้งบประมาณด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างระมัดระวัง โดยหันไปเลือกใช้สื่อที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น ส่งผลกระทบต่อรายได้ค่าโฆษณาของสิ่งพิมพ์ประเภทนิตยสาร หนังสือพิมพ์ และวารสาร โดยสื่อโฆษณาในครึ่งแรกของปี 2552 มีอัตราลดลง 3-5% และเริ่มขยายตัวเพิ่มขึ้นในช่วงครึ่งปีหลังจากสัญญาณการฟื้นตัวของเศรษฐกิจที่ดีขึ้น ทำให้เมื่อสิ้นปี 2552 งบโฆษณาโดยรวมจึงกลับมาใกล้เคียงกับปีที่ผ่านมา

ภาพรวมธุรกิจโฆษณาในปี 2552 มีมูลค่ารวม 90,217 ล้านบาท ขยายตัวเพิ่มขึ้น 0.1% จากปี 2551 โดยสื่อหลักยังคงเป็น สื่อโทรทัศน์ 52,935 ล้านบาท สื่อหนังสือพิมพ์ 14,149 ล้านบาท สื่อวิทยุ 6,165 ล้านบาท สื่อนิตยสาร 5,227 ล้านบาท และโรงภาพยนตร์ 4,947 ล้านบาท โดยสื่อโฆษณาส่วนใหญ่มีอัตราลดลงจากปีที่ผ่านมา สำหรับสื่อที่มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้น คือ สื่อโทรทัศน์ โรงภาพยนตร์ สื่อเคลื่อนที่ และสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีการเติบโตเพิ่มขึ้นสูงสุด

แนวโน้มธุรกิจโฆษณาในปี 2553 คาดว่าจะมีอัตราขยายตัวสูงขึ้นถึง 5% จากปัจจัยการฟื้นตัวของเศรษฐกิจทำให้ผู้บริโภคเริ่มจับจ่ายใช้สอยเพิ่มขึ้น การรุกทำตลาดของธุรกิจประเภทต่างๆ เช่น อสังหาริมทรัพย์ สินค้าอุปโภคและบริโภค ส่งผลให้มีการใช้งบโฆษณาประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้น โดยสื่อที่มีแนวโน้มขยายตัวสูงขึ้น คือ สื่อใหม่ (New Media) สื่อเคเบิลทีวี และทีวีดาวเทียม แต่ก็มีแนวโน้มที่จะขยับราคาค่าโฆษณาให้สูงขึ้นตามไปด้วย ขณะที่สื่อหลักในปัจจุบันแม้จะมีอัตราการเติบโตที่ลดลง แต่จะปรับเปลี่ยนวิธีการนำเสนอเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าและให้ลูกค้าได้รับผลตอบแทนที่คุ้มค่ามากที่สุด

### **ธุรกิจนิตยสาร**

ภาพรวมธุรกิจนิตยสารในปี 2552 มีอัตราลดลงจากปี 2551 โดยเฉพาะในไตรมาสแรกจากปัญหาเศรษฐกิจตกต่ำที่ทำให้ตลาดนิตยสารหดตัวไปกว่า 20% สอดคล้องกับสถานการณ์ตลาดนิตยสารโลกและส่งผลกระทบต่อนิตยสารที่พึ่งพารายได้โฆษณาเป็นหลัก

ในปี 2553 แนวโน้มของธุรกิจนิตยสารยังคงเป็นไปตามสภาวะเศรษฐกิจ โดยเริ่มขยายตัวดีขึ้นหลังจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจในปี 2552 นิตยสารที่เป็นผู้นำในตลาดก็ยังคงครองส่วนแบ่งการตลาดเช่นเดิมและจะมุ่งเน้นการปรับปรุงเนื้อหาคอนเทนต์ให้ตรงความต้องการของผู้อ่านร่วมกับการทำ Branding ที่ชัดเจนมากขึ้น

สำหรับการเปิดตัวนิตยสารใหม่ในปี 2553 คาดว่าผู้นำตลาดรายใหญ่ที่มีศักยภาพและความมั่นคงสูงบางรายจะใช้กลยุทธ์เพิ่มส่วนแบ่งการตลาดโดยการเปิดตัวนิตยสารใหม่เพื่อทดแทนช่องว่างในตลาด หรือเลือกเปิดตัวนิตยสารเฉพาะกลุ่มแบบ Segmentation โดยเลือกกลุ่มลูกค้าที่มีกำลังซื้อหรือมีความสนใจเฉพาะด้านเป็นหลัก ขณะที่นิตยสารรายเล็กบางฉบับมีแนวโน้มที่จะปิดตัวลงไปตามสภาพเศรษฐกิจ

### **ธุรกิจหนังสือเล่ม**

ภาพรวมธุรกิจหนังสือในปี 2552 มีมูลค่าตลาดประมาณ 18,800 ล้านบาท หรือเติบโตประมาณ 1% หนังสือที่มียอดขายเติบโตสูงสุด คือ หนังสือประเภทนวนิยาย เด็กเล็ก ธรรมะประยุกต์ สุขภาพ และจิตวิทยาพัฒนาตนเอง

แนวโน้มธุรกิจหนังสือเล่มในปี 2553 ดูสดใส ด้วยปัจจัยการฟื้นตัวของเศรษฐกิจ จำนวนหนังสือออกใหม่ยังคงอยู่ในระดับคงเดิมหรือลดลง สำนักพิมพ์ขนาดเล็กจะประสบปัญหาทางการเงิน และอยู่รอดได้ยากส่วนทางสำนักพิมพ์ขนาดใหญ่

กลางและใหญ่จะมีต้นทุนด้านการตลาดที่สูงขึ้น เพื่อเป็นการรักษาส่วนแบ่งการตลาด พร้อมกับการรุกรานทำกิจกรรมส่งเสริมด้านการตลาดที่เจาะกลุ่มเป้าหมายแบบเฉพาะเจาะจงมากขึ้น

### กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจสำนักพิมพ์

บริษัทฯ ยังคงมีแนวทางการดำเนินงานเพื่อรับมือกับสถานการณ์ด้านเศรษฐกิจที่ชะลอตัวในปี 2552 ด้วยการใช้กลยุทธ์อินทิเกรตเต็ด โซลูชัน โพรไวเดอร์ (Integrated Solution Provider) โดยการมุ่งเน้นจุดแข็ง และความเชี่ยวชาญของธุรกิจในเรื่องมรินทร์ทั้งด้านคอนเทนต์ และฐานลูกค้ากลุ่มใหญ่ต่างๆ ที่มีศักยภาพสูงจากหลากหลายช่องทาง ได้แก่ ฐานลูกค้าผู้อ่านและสมาชิกนิตยสาร ฐานลูกค้าผู้อ่านหนังสือ ฐานลูกค้างานแฟร์-งานมาร์เก็ตติ้งอีเว้นท์ ฐานลูกค้าทัวร์-เทรนนิ่ง ฐานลูกค้ารายการโทรทัศน์ และฐานลูกค้านิเวศเดียว ซึ่งเป็นการเพิ่มมูลค่าและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอย่างครบวงจร

นอกจากนี้บริษัทฯ ยังมีนโยบายอย่างต่อเนื่องในด้านการวิจัยและพัฒนา เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมผู้อ่านและสามารถคาดการณ์ได้ถึงแนวโน้มพฤติกรรมของผู้อ่านที่จะเปลี่ยนแปลงไปในอนาคต เพื่อตอบสนองความต้องการของทั้งกลุ่มลูกค้าผู้อ่านและกลุ่มลูกค้าโฆษณาได้อย่างแม่นยำ

### นิตยสารในเครือมรินทร์

บริษัทฯ ยังคงมุ่งมอบความครบถ้วนทั้งด้านสาระและบันเทิงให้แก่กลุ่มผู้อ่านและสมาชิกด้วยนิตยสารที่เปี่ยมด้วยคุณภาพที่สามารถสนองความต้องการที่หลากหลายของทุกกลุ่มลูกค้า โดยแบ่งตามประเภทของนิตยสาร

1. **นิตยสารหมวดผู้หญิงและแฟชั่น** ครองส่วนแบ่งการตลาดสูงสุด โดยนิตยสาร **แพรว** ครองความเป็นอันดับ 1 เสมอมา ด้วยส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 14.93 และนิตยสารหัวนอก **อินสไต์ (InStyle)** ก็ยังมีอัตราการเติบโตที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องด้วยส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 8.70 โดยได้รับการตอบรับในการเป็นสไตลิสต์ส่วนตัวอันดับ 1 ของผู้หญิงทุกคน

2. **นิตยสารหมวดสาระบันเทิงวัยรุ่น-ทำงานตอนต้น** นิตยสาร **สุดสัปดาห์** ยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่องโดยการเพิ่มเนื้อหาและการอัปเดตเทรนด์ต่างๆ ทั้งในเรื่องสาระบันเทิงให้ตรงใจกลุ่มผู้อ่าน Young Women ด้วยส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 14.54

3. **นิตยสารหมวดบ้าน สวน และการตกแต่ง** นิตยสาร **บ้านและสวน** และนิตยสาร **รูม (room)** เป็นผู้นำของหมวดนิตยสารนี้ ด้วยส่วนแบ่งการตลาดที่รวมกันมากกว่าครึ่ง โดยนิตยสารบ้านและสวนครองอันดับ 1 และนิตยสาร room ครองอันดับ 2 ด้วยสัดส่วนร้อยละ 54.14 และ 22.23 ตามลำดับ

4. **นิตยสารหมวดสุขภาพ** นิตยสาร **ชีวจิต** นิตยสารสุขภาพที่มียอดจำหน่ายสูงสุด และยังคงครองอันดับ 1 อย่างต่อเนื่อง ด้วยส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 77.32

5. **นิตยสารหมวดอาหารและสุขภาพ** นิตยสาร **เฮลท์แอนด์คิวซีน (Health & Cuisine)** ครองความเป็นอันดับ 1 ของผู้ที่ชื่นชอบการรักษาสุขภาพและทำอาหารเพื่อสุขภาพ ด้วยส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 46.89

6. **นิตยสารหมวดความรู้และสารคดี** นิตยสาร **เนชั่นแนลจีโอกราฟฟิก (National Geographic)** ฉบับภาษาไทย มียอดขายสูงสุดเป็นอันดับ 1 ด้วยส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 28.76 โดยมีเนื้อหาสาระอันน่าสนใจในกระแสนิยมและสารคดีต่างประเทศที่หลากหลายชวนติดตาม

7. **นิตยสารหมวดความรักและแต่งงาน** นิตยสาร **วี (WE)** ครองอันดับ 1 ในหมวด ด้วยส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 47.41 โดดเด่นและแตกต่างด้วยเนื้อหาที่ครอบคลุมตั้งแต่ช่วงรัก ช่วงแต่งงาน จนถึงช่วงการครองคู่หลังแต่งงาน

8. **นิตยสารหมวดครอบครัวและเด็ก** นิตยสาร**เรียลพาเรนติ้ง** (Real Parenting) ครองส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 11.90 ด้วยเนื้อหาที่เป็นคู่มือแท้จริงเพื่อชีวิตสมดุของพ่อแม่ยุคใหม่ที่มีลูกวัย 0-12 ปี

9. **นิตยสารหมวดสุขภาพและความงาม** นิตยสาร**เชป** (Shape) ครองอันดับ 1 ในหมวดด้วยส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 47.44 โดยได้รับการยอมรับว่าเป็นคู่มืออันดับ 1 ด้านสุขภาพและความงามสำหรับผู้หญิงทุกคน

10. **นิตยสารหมวดสุขภาพใจ** นิตยสาร**ซีเคร็ต** (Secret) มียอดขายที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งขยายกลุ่มผู้อ่านและสมาชิกอย่างรวดเร็ว

### **สำนักพิมพ์ (หนังสือเล่ม) ในเครืออมรินทร์**

เพราะการอ่านคือรากฐานที่สำคัญ และเพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการยกระดับคุณภาพของสังคมไทย บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นที่จะผลิตหนังสือคุณภาพที่ไม่เพียงเปี่ยมด้วยคุณค่า ความสวยงามด้านวรรณศิลป์ แต่ยังมอบความสุขความรู้ได้อย่างสม่ำเสมอต่อเนื่องตลอดทั้งปี โดยผ่านกระบวนการศึกษาค้นคว้าและวิจัยเพื่อผลิตหนังสือให้ตรงกับความต้องการของแต่ละกลุ่มเป้าหมาย

### **แพรวสำนักพิมพ์**

สำนักพิมพ์นำเสนอหนังสือที่มีเนื้อหาครอบคลุมทั้งวรรณกรรมไทย วรรณกรรมแปล เรื่องสั้น บทกวี นวนิยาย บทความ และสารบันเทิง โดยมุ่งหวังให้เกิดการคิด การเขียน และการอ่านอันเปรียบเสมือนรากฐานที่สำคัญที่จะสร้างจิตสำนึกให้กับสังคม เศรษฐกิจ การเมือง วัฒนธรรม โดยปกที่ติดอันดับขายดี ได้แก่ ความสุขของกะทิ, ความฝันอันสูงสุดผู้กองแคนะ, โตเกียวทาวเวอร์ แม่กับผมและพ่อ และเดอะฮิสตอรีน ล่าตำนานเลือด

### **สำนักพิมพ์แพรวเพื่อนเด็ก**

สำนักพิมพ์เน้นผลิตหนังสือคุณภาพสำหรับเด็ก เพื่อเสริมสร้างการจินตนาการ ตอบสนองต่อพัฒนาการการเรียนรู้ รวมถึงกิจกรรมเพื่อรณรงค์สร้างสัมพันธภาพภายในครอบครัว เน้นให้พ่อแม่อ่านหนังสือให้ลูกฟัง เพื่อพัฒนาศักยภาพด้านสมอง อารมณ์ และศีลธรรม โดยปกที่ติดอันดับขายดี ได้แก่ อีเล้งเค้งโค้ง, กระจุกกระจิก, กระจุกกระจิก และน้องหมีเล่นกับพ่อ

### **สำนักพิมพ์แพรวเยาวชน**

สำนักพิมพ์เลือกเฟ้นวรรณกรรมเยาวชนโดยนักเขียนชั้นนำ เพื่อเสริมสร้างรากฐานการอ่านที่มั่นคงและมีคุณภาพให้แก่เยาวชนไทย โดยปกที่ติดอันดับขายดี ได้แก่ เซ็นจูรี 1, 100 เรื่องน่ารู้ ตอน ร่างกายของเรา, 100 เรื่องน่ารู้ ตอน สิ่งประดิษฐ์ และชาร์ลิต แมงมุมเพื่อนรัก

### **สำนักพิมพ์บ้านและสวน**

สำนักพิมพ์ที่เป็นผู้นำตลาดด้านหนังสือเกี่ยวกับบ้าน สวน และการตกแต่ง โดยนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการจัดสวน ตกแต่งบ้าน แบบบ้านและห้อง ความรู้เกี่ยวกับพรรณไม้ไทยและเทศ และเคล็ดลับเกี่ยวกับการก่อสร้าง โดยปกที่ติดอันดับขายดี ได้แก่ สวนหลากหลายสไตล์, ห้องน้ำ 4, Bangkok small and chic homes 2 และ 30 มุมสวน 2

### **สำนักพิมพ์อมรินทร์ธรรมะ**

สำนักพิมพ์มุ่งเน้นในการนำเสนอหนังสือธรรมะที่เข้าใจง่าย จรรโลงคุณธรรมอันดีงามแก่สังคม รวมถึงหนังสือธรรมะเชิงปฏิบัติสำหรับคนรุ่นใหม่ โดยนักเขียนคุณภาพ ปกที่ติดอันดับขายดี ได้แก่ เดอะ ท็อป ซีเคร็ต, โอนส์ไต้พบพระพุทธเจ้าเห็น, เกิดเพราะกรรมหรือความช่วย และคนสำราญงานสำเร็จ

### **สำนักพิมพ์อมรินทร์คอมมิกส์**

สำนักพิมพ์ผลิตหนังสือการ์ตูนความรู้ที่อ่านสนุกทุกเพศทุกวัย โดดเด่นด้วยภาพลายเส้นอันสวยงาม ควบคู่ไปกับการมอบสาระประโยชน์ เกร็ดความรู้ และเหมาะสมอย่างยิ่งสำหรับการอ่าน และการเรียนรู้ของเยาวชนไทย โดยปกที่ติดอันดับขายดี ได้แก่ การ์ตูนพระมหากษัตริย์, การ์ตูนพระสังกัจจายน์ และการ์ตูนชุดวิทยาศาสตร์ฉลาดรู้

### **สำนักพิมพ์อมรินทร์ How to**

สำนักพิมพ์ผลิตหนังสือครอบคลุมหมวดต่างๆ ทั้งการพัฒนาตนเอง การงาน การเงิน และบริหารธุรกิจ ผ่านการกลั่นกรองเนื้อหา เพื่อความเข้าใจง่าย และนำไปปฏิบัติได้จริง โดยปกที่ติดอันดับขายดี ได้แก่ เดอะซีเคร็ต, 30 วิธีเอาชนะโชคชะตา และกฎแห่งกระจก

### **สำนักพิมพ์แพรวท่องโลก จากเดิมคือ สุดสัปดาห์สำนักพิมพ์**

สำนักพิมพ์ผลิตหนังสือคู่มือท่องเที่ยวที่มีทั้งสาระและความบันเทิง เพื่อเพิ่มประสบการณ์ในการเรียนรู้ เป็นแรงบันดาลใจในการท่องเที่ยว รวมถึงนำเสนอเรื่องราวที่น่าสนใจระหว่างการเดินทาง โดยปกที่ติดอันดับขายดี ได้แก่ เบิ่งลาว, ชินจ่าวเวียดนาม, หลงรักอิหร่าน และเจแปนส-เปค-ตีบ

### **สำนักพิมพ์อมรินทร์สุขภาพ**

สำนักพิมพ์มุ่งเน้นสาระความรู้ด้านสุขภาพทั้งกายและใจ เพื่อให้ผู้อ่านสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับตัวเองได้ โดยปกที่ติดอันดับขายดี ได้แก่ รูปร่างสวยด้วยโยคะภายใน 30 วัน, กินอย่างไรก็อร่อยได้ และฉันทัด...ตัวเอง

### **สำนักพิมพ์อมรินทร์ Cuisine**

สำนักพิมพ์มุ่งผลิตและนำเสนอหนังสืออาหารเพื่อสุขภาพ ครอบคลุมหลากหลายประเภท ทั้งอาหารไทย อาหารนานาชาติ ขนม และเครื่องดื่ม โดยทุกสูตรอาหารได้ผ่านการทดสอบเรื่องรสชาติอย่างพิถีพิถัน เพื่อยืนยันความอร่อยและการนำไปปรุงได้จริงและง่าย โดยปกที่ติดอันดับขายดี ได้แก่ กินดีมีดีด้านมะเร็ง, เมนูอาหารสุขภาพ 30 วัน และ Easy Chinese Cooking

### **สำนักพิมพ์อรุณ**

สำนักพิมพ์ผู้นำในการผลิตนวนิยายคุณภาพโดยนักเขียนระดับแนวหน้า โดยปกที่ติดอันดับขายดี ได้แก่ สัปพระเพ็ง และคลื่นลวง

### **สำนักพิมพ์ National Geographic**

สำนักพิมพ์ที่เป็นผู้นำที่นำเสนอความรู้ที่หลากหลายสำหรับทุกคนในครอบครัว ครอบคลุมทั้งด้านภูมิศาสตร์ วิทยาศาสตร์ ประวัติศาสตร์ อารยธรรม ฯลฯ โดยปกที่ติดอันดับขายดี ได้แก่ บุคคลสำคัญของโลก เล่ม 2, ชีพจรโลก ท่ามกลางวิกฤตโลกร้อน, ปริศนาพิธีกรรมของอารยธรรมโบราณ และทฤษฎีลับเผยทุกสรรพสิ่ง

### **สำนักพิมพ์นิตยสารแพรว**

จัดทำหนังสือซึ่งให้ทั้งสาระและความบันเทิง ตลอดจนเรื่องราวความงาม แฟชั่นทันสมัย จากเนื้อหาและบทความในนิตยสารแพรวที่ได้รับความนิยมจากผู้อ่าน หรือเรื่องราวชีวิต ข้อคิดจากบุคคลที่มีชื่อเสียงในแวดวงต่างๆ ของสังคม

### **สำนักพิมพ์อมรินทร์**

สำนักพิมพ์เน้นการผลิตหนังสือแนวสาระความรู้ด้านสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ ที่ให้ข้อมูลถูกต้อง น่าเชื่อถือ สามารถนำไปอ้างอิงได้ โดยปกที่ติดอันดับขายดี ได้แก่ ให้เงินทำงาน, พิสิกส์นิวตัน และพจนานุกรมเกาหลี – ไทย และพจนานุกรมไทย – เกาหลี

### **สำนักพิมพ์อรุณอุไรรัก**

สำนักพิมพ์ล่าสุดซึ่งได้ขยายฐานกลุ่มเป้าหมาย ภายใต้คอนเซ็ปต์ “เรื่องรักอบอุ่นที่จะเติมความหวานละมุนให้หัวใจ” พร้อมวางตลาดหนังสือนวนิยายซีรีย์แรกที่ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากวัยรุ่น โดยปกที่ติดอันดับขายดี ได้แก่ เกมเทพเจ้าเล่ห์ และพยัคฆ์ร้ายหวานใจ

### กิจกรรมการตลาดและงานแฟร์

ด้วยกลยุทธ์อินทิเกรตเต็ด โซลูชัน โปรไวเดอร์ (Integrated Solution Provider) ของบริษัทฯ ที่มุ่งเน้นจุดแข็ง และความเชี่ยวชาญของธุรกิจในการเชื่อมระบบในด้านคอนเทนต์ พร้อมเพิ่มมูลค่าและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอย่างครบวงจร บริษัทฯ จึงมุ่งมั่นที่จะพัฒนาคอนเทนต์ให้กลายเป็นรูปธรรมที่ชัดเจนด้วยการจัดงานแฟร์คุณภาพอย่างต่อเนื่อง เพื่อมอบประสบการณ์ตรงแก่ผู้เข้าชมงานที่สนใจ และมีจำนวนมากขึ้นทุกปี

### บ้านและสวนแฟร์ 2009

ก้าวขึ้นสู่ปีที่ 10 สำหรับงานมหกรรมของคนรักบ้านและสวนที่ยิ่งใหญ่ที่สุดของประเทศไทยโดยนิคมสวนบ้านและสวนและนิคมสวน (room) ภายใต้แนวคิด “Conscious Design” จัดขึ้นเมื่อวันที่ 27 ตุลาคม – 1 พฤศจิกายน 2552 ณ ชาเลนเจอร์ อิมแพ็ค เมืองทองธานี เวลา 9.30 น. – 21.00 น. โดยในครั้งนี้ทีมงานมุ่งสรรสร้างสาระความรู้เกี่ยวกับที่อยู่อาศัย ทั้งในส่วนสถาปัตยกรรม บ้านดินสไตล์โมเดิร์น การเลือกต้นไม้จัดสวน และการตกแต่งบ้านตามแนวคิดการออกแบบอย่างมีจิตสำนึก เพื่อมอบสาระประโยชน์สูงสุด พร้อมเป็นแนวทางในการตกแต่งบ้าน และการจัดสวนได้อย่างมืออาชีพแก่ผู้เข้าชมตลอดงาน

### Amarin Book Fair ครั้งที่ 8

งานแฟร์สำหรับคนรักหนังสือที่บริษัทฯ มุ่งมั่นและภาคภูมิใจในการจัดอย่างต่อเนื่องมาเป็นปีที่ 8 ซึ่งภายในงานครบครันด้วยหนังสือดีมีคุณภาพ และกิจกรรมต่างๆ ที่ให้ทั้งสาระและบันเทิงในบรรยากาศงานแฟร์หนังสือในสวนภายใต้คอนเซ็ปต์ Read more อ่านเพิ่ม คิดเพิ่ม ได้เพิ่ม จัดขึ้นเมื่อวันที่ 29 กรกฎาคม – 2 สิงหาคม 2552 ณ ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ บริเวณ ไชน่ Hall A และ ห้อง Grand ballroom

ครบครันด้วยกองทัพอ่านหนังสือจาก 13 สำนักพิมพ์คุณภาพในเครืออมรินทร์ฯ และสำนักพิมพ์พันธมิตร พร้อมงานมอบรางวัล “Reader Icon - คนดังนักอ่าน” แก่คนดังในสาขาต่างๆ ที่เป็นนักอ่านที่เป็นแบบอย่างที่ดีแก่สังคม นอกจากนี้ยังมีการมอบรางวัลผู้ชนะเลิศการประกวด โครงการอมรินทร์ยอดอัจฉริยะ แก่นักเรียนในระดับประถมปลายและระดับมัธยมศึกษาต้นจากโรงเรียนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

### Health Cuisine & Beauty Festival ครั้งที่ 5

งานแฟร์เพื่อคนรักสุขภาพ อาหารและความงามประจำปีครั้งที่ 5 จาก 3 นิคมสาขาสภาพชั้นนำของเมืองไทย นิคมสาขาสภาพ Health&Cuisine นิคมสาขาสภาพชีวิต และนิคมสาขาสภาพ Shape ที่ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากกลุ่มผู้รักสุขภาพ ทุกเพศ ทุกวัยที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องมาตลอดทุกปี และเป็นการต่อยอดจากผู้นำธุรกิจด้านงานแฟร์เพื่อคนรักสุขภาพและความงาม ด้วยงบการลงทุน และงบการตลาดสัมพันธร่วม 20 ล้านบาท โดยมีพันธมิตรที่มาร่วมออกบูธร่วม 300 ร้านค้า และมียอดผู้เข้าชมงานทั้งสิ้นกว่า 150,000 ราย ภายใต้คอนเซ็ปต์ “ข้อปสนุ่ก เพื่อสุขภาพ อาหาร และความงามที่ดีที่สุดในประเทศไทย” ระหว่างวันที่ 2-6 กันยายน 2552 ณ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์

### ธุรกิจอื่นๆ

จากความสำเร็จอย่างต่อเนื่องในธุรกิจสิ่งพิมพ์สู่รูปแบบในการนำเสนอคอนเทนต์ผ่านธุรกิจด้านอื่นๆ ที่สามารถสัมผัส และมีประสบการณ์ร่วมไปกับบริษัทฯ ได้แก่

### Amarin Tour

ด้วยความเชี่ยวชาญ ประสบการณ์ และบริการที่มีคุณภาพ ภายใต้แนวคิด “The Service you can trust” มาเป็นบริการนำเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ ที่เน้นคุณภาพระดับพรีเมียมและความประทับใจโดยทีมผู้เชี่ยวชาญในการจัดทัวร์จากผู้นำทัวร์มืออาชีพ ผ่านโปรแกรมทัวร์ยอดนิยมที่ได้รับการพัฒนาโปรแกรมทัวร์มาอย่างลงตัว พร้อมมีทีมงานที่ให้คำปรึกษาและคำแนะนำในการจัดทำโปรแกรมทัวร์ใหม่เฉพาะรายกลุ่มได้อย่างเหมาะสม พร้อมตอบสนองทุกความต้องการ

แม้ในปี 2552 นี้ ธุรกิจท่องเที่ยวจะประสบกับวิกฤตอย่างหนักตั้งแต่ต้นไตรมาสแรกของปีจากพิษเศรษฐกิจ และราคาน้ำมันที่พุ่งสูงขึ้น ต่อมาในไตรมาส 2 ประเทศไทยและกัมพูชามีปัญหากรณีพิพาทพรมแดนเขาพระวิหาร และไตรมาส 3 ประสบกับปัญหาค่าสกุลเงินต่างๆ ทั่วโลกผันผวน ส่งผลปลายปีด้วยการปิดสนามบินของกลุ่มพันธมิตรซึ่งมีผลให้นักท่องเที่ยวยกเลิกบริการทัวร์ทั้งหมด แต่กระนั้นอภินิหารทัวร์ยังสามารถเติบโตจากการจัดโปรแกรมทัวร์พิเศษเฉพาะรายกลุ่ม ส่งผลให้อภินิหารทัวร์เติบโตถึง 12% จากปี 2550

### Amarin Training

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจอบรมสัมมนาภายใต้คอนเซ็ปต์ “Learning for Better Living” โดยวิทยากรผู้เชี่ยวชาญ ครอบคลุมหลักสูตรเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตในทุกด้าน ได้แก่ ด้านสุขภาพและความงาม , ด้านการออกแบบตกแต่งบ้านและสวน ด้านการทำอาหาร กิจกรรมพัฒนาการเด็กและเยาวชน พัฒนากิจกรรมการพูด เขียนบุคลิกภาพ และการพัฒนาศักยภาพมนุษย์ในทุกมิติ นอกจากนี้ยังเป็นผู้จัดหาวิทยากรและบริการจัดอบรมสัมมนาให้แก่องค์กรต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน

### Amarin Television

บริษัทฯ เน้นการนำเสนอคอนเทนต์เพื่อเสริมสร้างสุขภาพกาย สุขภาพใจ ภายใต้คอนเซ็ปต์ “รวมทุกคำตอบสุขภาพ ส่งตรงถึงบ้านคุณ” ผ่านรายการ “คลับสุขภาพ” รายการวาไรตี้ที่เสนอเรื่องราวน่าสนใจเพื่อการดูแลสุขภาพหลากหลายแนวทาง ให้คุณสนุกสนานเพลิดเพลินไปกับแหล่งของกิน ที่เที่ยว ที่ช้อปปิ้ง และ กิจกรรมสนุกเสริมสุขภาพ ในช่วง HEALTH TALK เสริมด้วยเคล็ดลับคู่บ้านคู่ครัว ในช่วง ONE MINUTE YOU CAN DO ปิดท้ายด้วยเมนูเด็ดที่คัดสรรมาเพื่อคนรักสุขภาพโดยเฉพาะ ในช่วง CLUB RECOMMEND ร่วมสนับสนุนข้อมูลดีๆ โดยนิตยสาร ชีวจิต , HEALTH & CUISINE และ SHAPE ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์สีช่องที่พบกช่อง 7 ทุกวันอังคาร เวลา 16.15 - 16.30 น. โดยพิธีกรสาวสวยมากความสามารถ คุณจิรนนท์ มะโนแจ่ม และ คุณผกา เส็งพานิช ผู้ช่วยบรรณาธิการฝ่ายอาหาร นิตยสาร HEALTH & CUISINE และนักเขียนประจำนิตยสารชีวจิต

“รายการเรื่องเด็กๆ” รายการโทรทัศน์ที่มุ่งส่งเสริมให้เยาวชนได้ทำกิจกรรมที่มีประโยชน์ สนุกสนานอย่างสร้างสรรค์ ให้พวกเขาได้เรียนรู้โลกกว้าง มีความรู้รอบตัว มีจริยธรรม สามารถช่วยเหลือตัวเองและแบ่งเบาภาระหน้าที่จากคุณพ่อคุณแม่ได้ เป็นการเสริมทักษะพัฒนาการด้านความคิด (IQ) และพัฒนาการด้านอารมณ์ (EQ) ควบคู่กันไป ภายใต้แนวคิด “จริยธรรม ความรู้ คู่สังคม” ถ่ายทอดผ่านช่วงต่างๆที่น่าสนใจ

ช่วงชวนเพื่อนเที่ยวที่เด็กๆจะได้เพลิดเพลินกับการท่องเที่ยวอันสนุกสนานน่าสนใจ และได้ความรู้ที่เป็นประโยชน์ เปิดโลกกว้างนอกห้องเรียน

ช่วงเด็กก็ทำได้ นำเสนอไอเดียสร้างสรรค์ในการประดิษฐ์สิ่งต่างๆจากของเหลือใช้ให้เกิดประโยชน์มากขึ้น หรือคิดค้นสิ่งประดิษฐ์ใหม่ๆไว้ให้เพื่อนๆทำตามได้อย่างง่ายและปลอดภัย

ช่วงชวนกันเก่ง ทริคง่ายๆในการแก้ปัญหาโจทย์ยากๆจากห้องเรียน ไม่ว่าจะเป็นวิชา เลขคณิต ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ วิทยาศาสตร์ หรือ สังคมศึกษาให้เด็กๆได้มีวิถีคิดในการฝึกคิด ฟัง พูด อ่าน เขียน และจดจำบทเรียนต่างๆ



อย่างเข้าใจง่าย ช่วยทำให้เรื่องยากในห้องเรียนกลายเป็นเรื่องสนุกและง่าย ไม่น่าเบื่ออีกต่อไปเสนอด้วยวิธีง่ายๆ นำมาจากการใช้ชีวิตประจำวัน

และ ช่วงหนึ่งเป็นอีโว์ ที่มุ่งส่งเสริมให้เด็กทำความดี นำเสนอเป็น candid camera โดยทีมงานจะสร้างสถานการณ์ให้เด็กๆ ได้แสดงความเป็นอีโว์ในตัวเขาออกมา ถ่ายทำจะเป็นโรงเรียนประถมทั่วประเทศ

ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ทุกวันพุธ เวลา 16.30 – 17.00 น. ตอบสนองผู้ชมหลักที่เป็นเยาวชน และ สมาชิกทุกคนในครอบครัว โดยพิธีกรหนุ่มน้อยหน้าใส น้องพลุท ด.ช.รจนกร อยู่หน้า และ น้องโอม ด.ช.ธนา ภัค จงใจพระ

### Amarin Publishing Services

บริษัทฯ ยังได้จัดให้มีหน่วยงานธุรกิจรับจ้างผลิตงาน ตั้งแต่เขียนเรื่องและสร้างเนื้อหาสาระให้กับลูกค้าโดยเฉพาะ (Amarin Publishing Service) โดยใช้ฐานข้อมูลจากธุรกิจสำนักพิมพ์อันแข็งแกร่งของบริษัทฯ อันได้แก่ นักเขียน Content warehouse และ Photo Stock ทีมงานได้รับการมอบหมายให้ทำงานสร้างสรรค์ สิ่งพิมพ์คุณภาพสูงที่มีคอนเซ็ปต์พิเศษ แตกต่างไปจากงานพิมพ์ทั่วไป (Customized) ที่เป็นทั้งบุคคลและหน่วยงานต่างๆ เพื่อเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) และความแปลกแตกต่าง ให้กับงานพิมพ์และเป็นการต่อยอดทางธุรกิจซึ่งมีศักยภาพในการขยายตลาดใหม่ๆ ออกไปได้อีกอย่างกว้างขวาง ด้วยประสบการณ์ความชำนาญสูง

### Creative & Event

ด้วยความเป็นผู้นำและประสบความสำเร็จในการจัดงานแฟร์คุณภาพขนาดใหญ่อย่างต่อเนื่องเป็นเวลาเกือบ 10 ปี รวมถึงประสบการณ์การจัด Event ต่างๆ มากมายให้กลุ่มลูกค้าในเครือนิยสาร ทำให้ทีมงานเกิดความเชี่ยวชาญในการสร้างสรรค์ Event ที่มีคุณภาพออกสู่สังคม บริษัทจึงได้ขยายตลาด โดยการเพิ่มธุรกิจใหม่ จัดตั้งฝ่าย Creative & Event ขึ้นอย่างเต็มตัวในปี 2551 เพื่อให้บริการงานด้าน organizer แบบครบวงจร สมบูรณ์ในระดับเดียวกับ Agency ซึ่งประสบความสำเร็จเป็นอย่างดีจากการดำเนินการจัดงาน “นิทรรศการต่อต้านความรุนแรง” และ “นิทรรศการกำลังใจเพื่อผู้หญิง” โครงการในพระเจ้าหลานเธอ พระองค์เจ้าพัชรกิติยาภา และผลงานงาน Event คุณภาพดีมีสาระของ Consumer Product อีกมากมาย เพื่อตอบรับตลาดงานด้าน Event ที่กำลังบูมอย่างต่อเนื่องในปัจจุบัน

### New Media

จากความสำเร็จอย่างต่อเนื่องในธุรกิจสิ่งพิมพ์สู่รูปแบบในการนำเสนอคอนเทนต์ผ่านสื่อรูปแบบออนไลน์ เพื่อการเผยแพร่สาระบันเทิงที่เต็มอิ่มด้วยการสร้างสรรค์ดิจิทัลมีเดีย เพื่อสอดคล้องกับกระแสความต้องการและแนวโน้มของตลาดที่เติบโตมากขึ้น บริษัทฯ พร้อมตอบสนองและขยายการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายด้วยการเพิ่มมูลค่าของเนื้อหาทั้งจาก 12 นิตยสารชั้นนำและ 15 สำนักพิมพ์คุณภาพผ่านเว็บไซต์คุณภาพในเครืออมรินทร์ 18 เว็บไซต์ ซึ่งครบถ้วนด้วยการเป็นสื่อออนไลน์แอดเวอร์ไทซิง (On-line Advertising) ที่ครอบคลุมสื่อโฆษณาออนไลน์ ครีเอทีฟ และเอนเตอร์เทนเมนท์

### การตลาดและสื่อสารแบรนด์และกิจกรรมส่งเสริมการตลาด

หน่วยงานการตลาดและสื่อสารแบรนด์ทำหน้าที่ในการวางแผนและดำเนินกิจกรรมทางการตลาด รวมทั้งติดตามและศึกษาความเคลื่อนไหวของตลาดอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างศักยภาพทางการแข่งขัน โดยแบ่งออกได้เป็น 2 สายงาน คือ

## **สายงานโรงพิมพ์**

สายงานโรงพิมพ์ เน้นทำการตลาดเชิงรุก เพื่อก้าวสู่ความเป็นเลิศด้านการบริการและสร้างความประทับใจสูงสุดกับลูกค้า อันนำไปสู่ภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร (Corporate image) โดยมีฝ่ายบริการงานพิมพ์ (Account Executive) ซึ่งทำหน้าที่สร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างลูกค้ากับองค์กร ตั้งแต่การติดต่อลูกค้า ตลอดจนการต้อนรับ เยี่ยมเยือน และให้คำปรึกษาด้านการพิมพ์ ตั้งแต่เริ่มต้นจนงานสำเร็จลุล่วงออกมาเป็นรูปเล่ม และจากคุณภาพงานพิมพ์ และงานบริการบริษัท จึงได้รับความไว้วางใจและเชื่อถือจากลูกค้าจำนวนมาก ด้วยเหตุนี้ลูกค้าบางส่วนของบริษัท จึงมาจากการแนะนำของลูกค้าที่เคยใช้บริการ และจากลูกค้าที่ติดต่อเข้ามา เนื่องจากเห็นผลงาน และได้ยินชื่อเสียงของบริษัทฯ

## **สายงานสำนักพิมพ์**

สายงานสำนักพิมพ์ ดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing) ผสมผสานกิจกรรมทางการตลาดหลากหลายรูปแบบ มุ่งเน้นสร้างความแข็งแกร่งให้กับตราสินค้า อันเป็นแรงผลักดันไปสู่การดำเนินธุรกิจแนวใหม่ และตอกย้ำความเป็นผู้นำคอนเทนต์ ผ่านการทำกิจกรรมส่งเสริมการขาย การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ไปจนถึงกิจกรรมต่างๆ โดยแบ่งเป็น 2 หน่วยงาน คือ

### **1. การตลาดและสื่อสารแบรนด์-นิตยสาร**

การตลาดและสื่อสารแบรนด์นิตยสารมีหน้าที่วางกลยุทธ์การตลาดรวมถึงพิจารณาแผนการประชาสัมพันธ์สำหรับนิตยสารในเครือฯ ผ่านกิจกรรมการตลาด กิจกรรมส่งเสริมการขาย การใช้สื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับนิตยสาร รวมถึงกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจ และติดตามนิตยสารอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้บริษัทยังมีเป้าหมายในการกระตุ้นยอดขายโดยจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายเพื่อจูงใจให้ผู้อ่านซื้อหรือสมัครสมาชิก รวมทั้งยังมุ่งเน้นสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างนิตยสารกับทุกกลุ่มเป้าหมาย อาทิ ลูกค้าโฆษณา สมาชิกนิตยสาร และผู้อ่านทั่วไป ผ่านกิจกรรมสร้างสรรค์ที่สามารถสร้างความประทับใจและความพึงพอใจให้กับกลุ่มเป้าหมายได้

### **2. การตลาดและประชาสัมพันธ์หนังสือเล่ม**

การตลาดและประชาสัมพันธ์หนังสือเล่มทำหน้าที่ในการติดตาม และศึกษาช่องว่างทางการตลาดเพื่อพัฒนาและนำเสนอหนังสือใหม่ๆ รองรับความต้องการของผู้อ่านได้ทันกระแสความนิยมของตลาด และทำการประชาสัมพันธ์หนังสือใหม่ ให้เป็นที่รู้จักและเกิดกระแสการตอบรับ รวมทั้งวางแผนกิจกรรมส่งเสริมการขายผ่านช่องทางต่างๆ อาทิ หน้าร้านหนังสือ ไลน์เรคเคิล อินเทอร์เน็ต และระบบสมาชิก นอกจากนี้ยังนำเสนอกิจกรรมทางการตลาดเพื่อกระตุ้นและสร้างนักเขียนหน้าใหม่ และเพิ่มปริมาณนักอ่านผ่านกิจกรรมทางการตลาดต่างๆ ร่วมกับสถาบันการศึกษา การประกวดต่างๆ พร้อมทั้งมอบรางวัลต่างๆ แก่นักเขียน อันเป็นการยกย่องผลงาน และสร้างสรรค์หนังสือไทยให้มีคุณภาพ

## **ที่มาของรายได้บริษัทฯ แยกตามลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการดังนี้**

### **1. งานรับจ้างพิมพ์**

หน่วยงานบริการงานพิมพ์ (Account Executive) ทำหน้าที่ในการติดต่อหาลูกค้า และให้บริการงานพิมพ์แบบครบวงจร โดยรับผิดชอบดูแลงานตั้งแต่เริ่มต้นจนงานสำเร็จออกมาเป็นรูปเล่มอย่างมีคุณภาพ อันสอดคล้องกับนโยบายบริษัท ด้วยรูปแบบบริการให้คำปรึกษากับลูกค้าอย่างใกล้ชิดและเป็นกันเอง ทำให้ลูกค้าได้รับความประทับใจ และมีความเชื่อถือในคุณภาพงาน ด้วยเหตุนี้ลูกค้าบางส่วนของบริษัท จึงมาจากการแนะนำของลูกค้าที่เคยใช้บริการ หรือติดต่อเข้ามาเองจากที่เคยเห็นผลงาน และได้ยินชื่อเสียงของบริษัทฯ

### **2. นิตยสาร แบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ**

2.1 การจำหน่ายพื้นที่โฆษณา ฝ่ายขายโฆษณาทำหน้าที่เสนอขายพื้นที่โฆษณาในนิตยสาร พื้นที่จัดกิจกรรม

หรืองานแฟร์ต่างๆ ให้แก่ ลูกค้าที่เป็นตัวแทนโฆษณา หรือลูกค้าองค์กรที่ไม่ได้ใช้ตัวแทนโฆษณา พร้อมทั้งอำนวยความสะดวกในการผลิตงานโฆษณา (In-House Production) อีกทั้งยังดูแลติดตามความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด

**2.2 การจำหน่ายนิตยสาร** บริษัทฯ จำหน่ายนิตยสารผ่าน บริษัทอมรินทร์ บู๊ค เซ็นเตอร์ จำกัด ซึ่งทำหน้าที่กระจายนิตยสารผ่านตัวแทนหรือสายส่งเครือข่ายทั่วประเทศ คือ กรุงเทพฯ 33 ราย และตัวแทนต่างจังหวัด 191 ราย จำหน่ายผ่านร้านค้าปลีกระบบเครือข่าย “ร้านนายอินทร์, B2S, SE-ED, Book Smile, ดอกหญ้าและแพรวพิทยา” รวมถึงการขายผ่านระบบสมาชิกผ่านระบบจัดส่งด้วยจักรยานยนต์แทนระบบการจัดส่งทางไปรษณีย์ เพื่อให้นิตยสารถึงมือสมาชิกได้เร็วที่สุด

### 3. การจำหน่ายหนังสือเล่ม

หนังสือเล่มได้มีการจัดจำหน่ายผ่าน บริษัทอมรินทร์ บู๊ค เซ็นเตอร์ จำกัด โดยทำการกระจายหนังสือผ่านร้านหนังสือทั่วประเทศ โดยแบ่งช่องทางการจัดจำหน่ายได้ ดังนี้

- ช่องทางร้านหนังสือทั่วไป โดยมีระบบจัดจำหน่าย คือ
  - ร้านหนังสือในกรุงเทพฯ ได้มีการใช้ระบบ Standing และ Reorder
  - ร้านหนังสือต่างจังหวัด ใช้ระบบฝากขาย (Point of Sale)
- ระบบร้านหนังสือเครือข่าย (Amarin Network) เป็นการสร้างเครือข่ายการทำงานร่วมกันระหว่างผู้จัดจำหน่ายกับร้านหนังสือทั่วไป โดยบริษัทฯ ได้เข้าไปมีส่วนร่วมในการพัฒนาร้านค้า และคัดสรรหนังสือให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้อ่านในแต่ละพื้นที่ อันเป็นการเอื้อประโยชน์โดยตรงต่อผู้อ่าน ร้านค้า และสำนักพิมพ์ ปัจจุบันบริษัทฯ มีร้านหนังสือที่เข้าร่วมโครงการแล้วกว่า 92 สาขา
- ร้านนายอินทร์ เป็นร้านขายปลีกในเครือของบริษัทฯ ดำเนินงานภายใต้สโลแกนว่า “ศูนย์หนังสือและสื่อสร้างสรรค์” ณ 31 ธันวาคม 2552 มีจำนวนทั้งสิ้น 150 สาขา ได้แก่ ร้านสาขาของบริษัทฯ และในห้างสรรพสินค้าจำนวน 121 สาขา, FRANCHISE เครือข่าย 29 สาขา และในปี 2553 จะทำการขยายเพิ่มอีก 40 สาขา
- ระบบขายตรงสู่หน่วยงาน โดยพนักงานขายจะทำการเสนอ และแนะนำหนังสือที่บริษัทเป็นผู้จัดจำหน่ายไปยังสถาบันการศึกษา หน่วยงานราชการ และห้องสมุดต่างๆ โดยได้มีการคัดเลือกหนังสือที่เหมาะสม และมีคุณค่าต่อการศึกษา และสังคมไทย เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับใช้ประกอบการเรียน หรือเป็นหนังสืออ่านนอกเวลา อันเป็นการเสริมสร้างภูมิปัญญาและเสริมทักษะในการอ่านให้กับเยาวชน และบุคคลทั่วไป
- ไดเร็กเมล (Direct Mail) ด้วยศักยภาพทางด้านบริหารระบบสมาชิก บริษัทฯ ได้สร้างฐานข้อมูลสมาชิก และได้จัดกิจกรรมทางการตลาด เพื่อสร้างความใกล้ชิด และแนะนำหนังสือใหม่ผ่านกิจกรรมส่งเสริมการขายที่จัดส่งให้
- ขายเคลื่อนที่ในรูปแบบโมบาย ยูนิด ทีมพนักงานขายเคลื่อนที่เพื่อเข้าร่วมงานแสดงสินค้า และงานนิทรรศการต่างๆ อาทิ งานสัปดาห์หนังสือแห่งชาติ นิทรรศการหนังสือ และงานออกร้านอื่น ๆ ฯลฯ
- ระบบ E-Commerce ผ่าน [www.naiin.com](http://www.naiin.com) ที่อำนวยความสะดวกต่อผู้อ่านในการค้นหาหนังสือที่ต้องการตามหมวดหมู่ หรือสำนักพิมพ์ผ่านระบบ Search engine ได้ทันที ทั้งนี้ได้มีการนำเสนอขายแก่ผู้อ่านทั้งในรูปแบบ B2B และ B2C ด้วยเช่นกัน

### 4. หน่วยงาน Amarin Publishing Services

บริษัทฯ ยังได้จัดให้มีหน่วยงานธุรกิจรับจ้างผลิตงาน ตั้งแต่เขียนเรื่องและสร้างเนื้อหาสาระให้กับลูกค้าโดยเฉพาะ (Amarin Publishing Service) โดยใช้ฐานข้อมูลจากธุรกิจสำนักพิมพ์อันแข็งแกร่งของบริษัทฯ อันได้แก่ นักเขียน Content



warehouse และ Photo Stock ทีมงานได้รับการมอบหมายให้ทำงานสร้างสรรค์ สิ่งพิมพ์คุณภาพสูงที่มีคอนเซ็ปต์พิเศษ แตกต่างไปจากงานพิมพ์ทั่วไป (Customized) ที่เป็นทั้งบุคคลและหน่วยงานต่างๆ เพื่อเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) และความแปลกแตกต่าง ให้กับงานพิมพ์และเป็นการต่อยอดทางธุรกิจซึ่งมีศักยภาพในการขยายตลาดใหม่ๆ ออกไปได้อีกอย่างกว้างขวาง ด้วยประสบการณ์ความชำนาญสูง

## 5. หน่วยงานพัฒนาธุรกิจ

5.1 Amarin Tour ให้บริการทัวร์นำเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศผ่านวิทยากรมืออาชีพให้กับบุคคลทั่วไป และองค์กรต่างๆ ภายนอก โดยมีหน่วยงานขายเป็นผู้ติดต่อ และนำเสนอรูปแบบบริการ พร้อมทั้งให้คำปรึกษาอันเป็นประโยชน์ในการจัดทัวร์ต่างๆ ให้กับลูกค้า

5.2 Amarin Training นำเสนอบริการให้การอบรมความรู้ ฝึกทักษะ และงานฝีมือต่างๆ ให้กับบุคคลทั่วไปและหน่วยงานภายนอก โดยเป็นผู้จัดหาวิทยากร และจัดการอบรมสัมมนา พร้อมทั้งให้คำปรึกษาและคำแนะนำแก่ลูกค้าเพื่อให้คอร์สอบรมที่จัดขึ้นสามารถเพิ่มศักยภาพ และตอบสนองความต้องการของ ลูกค้าได้อย่างดี

5.3 รายการโทรทัศน์ "คลับสุขภาพ" ฝ่ายงานโฆษณาโทรทัศน์ทำหน้าที่เสนอขายช่วงเวลาโฆษณา ทั้งในรูปแบบของหนังสือโฆษณา สกู๊ปพิเศษในรายการ รวมไปถึงการติดต่อหาผู้สนับสนุนรายการ (Sponsor) ต่างๆ โดยจัดสรรตาราง เวลาการออกอากาศให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า รวมทั้งให้คำแนะนำปรึกษาในรูปแบบการนำเสนอสินค้าและบริการ ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี

## 6. งานแฟร์

6.1 บ้านและสวนแฟร์ งานแฟร์ประจำปีจัดต่อเนื่องกันเป็นปีที่ 10 โดยบริษัทฯ ลงทุนด้านการจัดงาน กิจกรรมการตลาด และการประชาสัมพันธ์เชิญชวนบุคคลให้มาร่วมงาน พร้อมกันนี้ได้จำหน่ายพื้นที่แสดงงานให้กับองค์กรและบุคคลทั่วไปที่จำหน่ายสินค้าและบริการเกี่ยวกับการตกแต่งบ้านและสวน ซึ่งอาศัยศักยภาพด้านการจำหน่ายจากฝ่ายขายโฆษณาของนิตยสารที่มีอยู่

6.2 Amarin Book Fair งานแฟร์ที่นำเสนอธุรกิจเครื่องอุมรินทร์ รวมทั้งประกาศความเป็น "ผู้นำธุรกิจสิ่งพิมพ์ครบวงจร" ทั้งสำนักพิมพ์ โรงพิมพ์ การจัดจำหน่าย ร้านหนังสือ รวมถึงการเป็นผู้ผลิตนิตยสารชั้นนำของ ประเทศ นับได้ว่าเป็นงานใหญ่ประจำปีที่น่าเสนอหนังสือใหม่ออกสู่ตลาด อีกทั้งเปิดโอกาสให้ผู้อ่านสามารถซื้อหนังสือคุณภาพในราคาพิเศษ

6.3 Health Cuisine & Beauty Festival งานประจำปีจัดขึ้นครั้งแรกในปี 2548 โดยมีเป้าหมายในการขยายงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อส่งเสริมความรู้ด้านสุขภาพ ความงาม และอาหาร ผ่านกิจกรรมที่หลากหลาย อันเป็นการยกระดับคุณภาพชีวิตให้กับคนไทย ทั้งนี้บริษัทฯ ได้ลงทุนด้านการประชาสัมพันธ์ และมีการจำหน่ายพื้นที่แสดงงานให้กับหน่วยงานภายนอกผ่านฝ่ายขายโฆษณาระดับมืออาชีพ

## ลักษณะของลูกค้าและความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าและบริษัท

ธุรกิจงานรับจ้างพิมพ์ของบริษัทฯ สามารถจัดกลุ่มลูกค้าออกเป็น 4 กลุ่มใหญ่ ดังนี้

1. กลุ่มหน่วยงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ ลูกค้าที่สำคัญได้แก่ สำนักพระราชวัง กรมศิลปากร มหาวิทยาลัยต่าง ๆ สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี, ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, กระทรวง ทบวง กรม ต่าง ๆ ทั้งจากการเข้าร่วมประกวดราคา และงานที่กำหนดให้บริษัทเป็นผู้จัดพิมพ์โดยเฉพาะเจาะจง เป็นกรณีสั่งจ้างพิมพ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับงานที่ต้องการคุณภาพสูง ประณีต รวดเร็วให้ทันต่อเวลา

2. กลุ่มมูลนิธิต่าง ๆ ลูกค้าที่สำคัญได้แก่ มูลนิธิสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี มูลนิธิสายใจไทย มูลนิธิการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม มูลนิธิเหล่านี้เป็นลูกค้าประจำของบริษัทที่มีความสัมพันธ์อันดีมานานแล้ว โดยเฉพาะมูลนิธิสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ นอกจากบริษัทได้รับความไว้วางใจให้เป็นผู้จัดพิมพ์แล้วยังให้เป็นผู้จัดจำหน่ายพระราชนิพนธ์ชุดเสด็จเยือนต่างประเทศของสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี มากกว่า 40 ปก โดยผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายของบริษัทในเครืออีกด้วย

3. กลุ่มธนาคารต่าง ๆ ลูกค้าที่สำคัญได้แก่ ธนาคารแห่งประเทศไทย และธนาคารพาณิชย์อื่น ๆ อีกหลายแห่งซึ่ง ธนาคารเหล่านี้เป็นลูกค้าประจำของบริษัทที่ไว้วางใจให้บริษัทเป็นผู้จัดพิมพ์งานต่าง ๆ เสมอมา

4. กลุ่มบริษัทเอกชน นิติบุคคล และรายบุคคล ลูกค้าที่สำคัญได้แก่ บริษัท การบินไทย จำกัด บริษัท ริดเดอร์ส ไคเจสท์ (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท ไมเนอร์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด และกลุ่มลูกค้าเอกชนผู้มีชื่อเสียงจำนวนมาก

อย่างไรก็ตามการรักษาสัมพันธภาพระหว่างลูกค้าเก่ากับบริษัท เป็นนโยบายสำคัญที่บริษัทต้องดำเนินการพร้อมกับแสวงหาลูกค้าใหม่ ๆ เพื่อขยายฐานลูกค้าให้ครอบคลุมทุกกลุ่ม ทั้งนี้เพื่อบริษัทจะไม่ได้ประสบผลกระทบหากสูญเสียลูกค้ารายใดรายหนึ่งไป จากสถิติของสิบอันดับยอดลูกค้างานรับจ้างพิมพ์ และลูกค้านี้จะเห็นว่ามีส่วนเปลี่ยนแปลงไม่มาก และเป็นกลุ่มลูกค้าเก่า

#### การจัดหาวัตถุดิบหรือบริการ

บริษัทมีอัตราการใช้กำลังการผลิตโดยรวมเฉลี่ย 85% - 95% และบริษัทได้ชะลอการลงทุนสำหรับการขยายกำลังการผลิตมาตั้งแต่กลางปี 2540 ตามภาวะเศรษฐกิจ และเอาใจใส่ต่อการบริหารจัดการเพื่อควบคุมยอดการสูญเสียและได้เริ่มขยายการลงทุนในกลางปี 2544 เป็นต้นมาโดยเริ่มจากสายธุรกิจโรงพิมพ์ ได้ลงทุนเปลี่ยนเครื่องพิมพ์ใหม่ 5 เครื่อง และในปี 2546 ได้ลงทุนซื้อเครื่องพิมพ์หลักเพิ่มอีก 2 เครื่อง และเครื่องเข้าเล่มอัตโนมัติความเร็วสูงอีก 1 ชุด ซึ่งสามารถลดขั้นตอนในการผลิตแม่พิมพ์เป็นระบบ Digital Work Flow และมีการสร้างแม่พิมพ์ด้วยระบบ Computer to plate ความเร็วสูง ต่อมาในปี 2547 และปี 2548 ได้ลงทุนซื้อเครื่องพิมพ์เพิ่ม 3 เครื่องเพื่อขยายกำลังการผลิต และลงทุนก่อสร้างขยายโรงพิมพ์เพิ่มพื้นที่รองรับการขยายตัวทางเศรษฐกิจ

สายการผลิตหลักที่สำคัญจะแบ่งการทำงาน 2 กะและ 3 กะ ในบางแผนก ซึ่งทำงานการผลิต ตลอด 24 ชั่วโมง ได้แก่ งานเยกสี งานทำแม่พิมพ์ งานพับ งานทำเล่ม และงานปกแข็ง ส่วนงานพิมพ์ ได้ว่าจ้างผู้ผลิตเหมาช่วงเข้าเสริมโดยมีการควบคุมคุณภาพงานให้ได้ตามเกณฑ์ของบริษัทโดยมีการวางแผนการผลิตล่วงหน้าให้สอดคล้องกับสายการผลิตหลัก

สายงานธุรกิจสำนักพิมพ์ เนื่องจากบริษัทผลิตนิตยสารและหนังสือเล่ม ซึ่งมีการแข่งขันในทางธุรกิจค่อนข้างสูง ข้อมูลอัตราค่าจ้างการผลิต หรือหน่วยการผลิต เป็นข้อมูลที่ไม่สามารถเปิดเผยได้ แต่อัตราการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของอัตราค่าจ้างการผลิตขึ้นอยู่กับภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศเป็นหลัก

#### ข้อมูลเกี่ยวกับวัตถุดิบและผู้จัดจำหน่าย

วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิต คือ กระดาษ กระดาษส่วนใหญ่ที่ใช้เป็นกระดาษอาร์ตและกระดาษปอนด์ ซึ่งในปัจจุบันใช้กระดาษอาร์ตที่ผลิตได้ในประเทศประมาณ 85% ที่เหลือเป็นกระดาษนำเข้าจากประเทศญี่ปุ่น โดยผ่านตัวแทนจำหน่ายในประเทศรายใหญ่ จำนวน 12 ราย ส่วนกระดาษปอนด์ทั้ง 100% จะสั่งซื้อจากบริษัทที่ผลิตได้ในประเทศ จำนวน 2 ราย การสั่งซื้อจะเป็นลักษณะสั่งเป็น LOT ตามความต้องการงานพิมพ์แต่ละงาน โดยสั่งเตรียมล่วงหน้า

ประมาณ 15 วันก่อนพิมพ์ เพื่อให้งานออกมาได้มาตรฐานเดียวกัน สีและเนื้อกระดาษไม่แตกต่างกัน นอกจากในช่วงเวลาที่กระดาษขึ้นราคา เช่น ระหว่างปลายปี 2537-2538 บริษัทจำเป็นต้องสั่งซื้อกระดาษประเภทหลัก ๆ ที่ใช้ในการผลิตนิตยสารและงานรับจ้างพิมพ์ไว้ล่วงหน้า 3-6 เดือน เพื่อลดความเสี่ยงอันเกิดจากการขยับตัวของราคากระดาษ

บริษัทได้กำหนดระเบียบปฏิบัติในการจัดซื้อวัตถุดิบอย่างมีหลักเกณฑ์ และโดยเฉพาะสายธุรกิจโรงพิมพ์ ได้เลือกใช้แนวทางระบบบริหารคุณภาพ ISO 9002 เป็นนโยบาย และจัดทำบัญชีรายชื่อแหล่งซื้อหรือผู้ขายไว้ชัดเจน โดยมีรายชื่อผู้จำหน่ายวัตถุดิบและบริการประเภทอื่นๆ ที่คัดเลือกแล้วรวมกว่า 100 ราย ส่วนใหญ่เป็นการจัดซื้อภายในประเทศเกือบทั้งหมด วัตถุดิบหลักได้แก่ กระดาษพิมพ์ คิดเป็นมูลค่าประมาณ 60% ของต้นทุน มีสัดส่วนวัตถุดิบในประเทศต่อการนำเข้า 70:30 ส่วนวัตถุดิบอื่นๆ ได้แก่ ฟิล์ม แม่พิมพ์ หมึกพิมพ์ กาว ฯลฯ มีอัตราส่วนในประเทศต่อการนำเข้า 35:65 บัญชีรายชื่อดังกล่าวจะถูกทบทวนหรือปรับปรุงรายชื่อโดยคณะกรรมการคัดเลือกแหล่งซื้อตามสถานการณ์ และสภาวะตลาด โดยส่วนใหญ่บริษัทจะมีรายชื่อผู้จำหน่ายวัตถุดิบแต่ละรายสำรองไว้เพื่อป้องกันผลกระทบจากการสูญเสียผู้จำหน่ายหลักไป

### ขั้นตอนการผลิตและเทคโนโลยี

บริษัทจัดแบ่งโครงสร้างธุรกิจออกเป็น 2 สายธุรกิจสำคัญ คือ สายธุรกิจสำนักพิมพ์ ดูแลรับผิดชอบการจัดทำและเตรียมเนื้อหาของนิตยสารและหนังสือเล่มในเครือ รวมแล้วไม่ต่ำกว่าปีละ 400 เรื่อง อีกสายธุรกิจได้แก่ สายธุรกิจโรงพิมพ์ รับผิดชอบในการผลิตงานพิมพ์คุณภาพสูงทั้งจากสายงานธุรกิจสำนักพิมพ์ และงานรับจ้างพิมพ์จากลูกค้าภายนอกทั่วไป ส่วนธุรกิจจัดจำหน่าย บริษัทได้มอบให้ บริษัท อมรินทร์ บัค เซ็นเตอร์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทในเครือ ดำเนินการจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ทั้งหมดของบริษัท และจากสำนักพิมพ์อื่นๆ อีกกว่า 30 ราย โดยแบ่งเป็นขายผ่านสายส่งและช่องทางร้านค้าปลีก

เทคโนโลยีการผลิตของบริษัทฯ เป็นเทคโนโลยีสากลที่ทันสมัยที่สุดในโลกของธุรกิจสิ่งพิมพ์ คัดสรรโดยฝ่ายวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีการพิมพ์ของบริษัท มุ่งเน้นการนำเทคโนโลยีเพื่อการบริหารจัดการกระบวนการพิมพ์ที่มีประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งช่วยให้ต้นทุนการผลิตลดต่ำลง

### สายธุรกิจโรงพิมพ์

บริษัทฯ ได้ดำเนินการพัฒนาปรับปรุงการผลิตให้มีประสิทธิภาพเต็มที่ โดยมีแผนการปรับเปลี่ยนเครื่องจักรและเทคโนโลยีการผลิตใหม่ ๆ เข้าทดแทนตามสมควรอย่างสม่ำเสมอ อาทิ กำหนดการซ่อมบำรุงเครื่องจักรใหญ่ (Major Maintenance) ให้มีประสิทธิภาพและคุณภาพสูงอยู่ตลอดเวลา การปรับปรุงระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ ระบบ Digital Media Server และระบบ Digital Color Proof พร้อมการพัฒนาเทคโนโลยีทางด้านงานก่อนพิมพ์ให้ทันสมัยรับกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีสารสนเทศในปัจจุบัน เป็นต้น

บริษัทฯ ได้พัฒนากำลังการผลิตในส่วนงานผลิตฟิล์มและแม่พิมพ์ให้สูงขึ้นตั้งแต่ปี 2542 โดยลงทุนในด้านเทคโนโลยีการจัดยักฟิล์มด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ และในปี 2544 ได้ปรับเปลี่ยนเครื่องจักรในการเย็บเล่มให้ทันสมัยรวดเร็วขึ้น ตลอดจนอุปกรณ์อื่น ๆ ให้สอดคล้องกับระบบพิมพ์ชุดใหม่ เพื่อรองรับงานปกแข็งคุณภาพสูง

ต่อมาในปี 2545 ได้ปรับปรุงพัฒนาระบบงานหลังพิมพ์ในด้านอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องจักรที่มีเทคโนโลยีระดับสูง เพื่อเป็นการเชื่อมโยงต่อจากระบบงานพิมพ์ให้มีความสมบูรณ์ครบถ้วนกระบวนการผลิต ซึ่งในช่วงกลางปีนั้น ได้ติดตั้งเครื่องไสกาวเข้าเล่มปกอ่อนและปกแข็งที่ทันสมัยที่สุด เพื่อเพิ่มศักยภาพในกระบวนการหลังพิมพ์ และรองรับงานเข้าเล่มไสกาวปกอ่อนและปกแข็งคุณภาพสูง



**ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม**

บริษัทฯ ได้พัฒนาอย่างต่อเนื่องโดยตลอดจนย่างเข้าปีที่ 32 ในการให้บริการงานพิมพ์คุณภาพครบวงจรเป็น การผสมผสานศาสตร์แห่งเทคโนโลยีการพิมพ์และศิลปะความงามอย่างสมบูรณ์แบบ ด้วยเทคโนโลยีที่ล้ำหน้าและความ ใส่ใจในทุกขั้นตอน จนเป็นโรงพิมพ์แห่งแรกของประเทศไทยที่ได้รับการรับรองมาตรฐานคุณภาพ ISO 9002:2000 ซึ่งเป็น ผลให้บริการลูกค้าเป็นไปอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ขณะเดียวกันบริษัทฯ ยังคำนึงถึงการรักษาสภาพแวดล้อม โดยรวมของพื้นที่ทำงานและพื้นที่ใกล้เคียง โดยสร้างระบบจัดการด้านการรักษาสภาพแวดล้อมในส่วนของสายธุรกิจโรง พิมพ์ไว้เป็นอย่างดีและจากกระบวนการผลิตอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ของบริษัท มีปริมาณของวัตถุดิบที่เหลือจาก กระบวนการผลิตและน้ำเสีย จำแนกประเภทได้ดังต่อไปนี้

1. น้ำเสียจากกระบวนการผลิต ในอุตสาหกรรมการพิมพ์น้ำเสียที่เกิดจากกระบวนการผลิต มีปริมาณไม่มากนัก ประมาณ 10 ลูกบาศก์เมตรต่อวัน ซึ่งจะถูกผ่านการบำบัดในบ่อบำบัดน้ำเสียซึ่งบริษัทออกแบบจัดทำขึ้นให้น้ำทิ้งลงสู่บ่อ พักสาธารณะมีความใสสะอาดปราศจากสิ่งเจือปน

2. เศษวัตถุดิบที่เหลือจากการผลิต เช่น เศษกระดาษ เศษฟิล์ม และแม่พิมพ์อะลูมิเนียมที่ใช้แล้ว บริษัทได้นำ เศษวัตถุดิบที่เหลือจากกระบวนการผลิตเหล่านี้ไปขายเพื่อผู้ซื้อนำไปส่งให้โรงงานผลิตใช้ใหม่

สำหรับมลภาวะอื่นๆ ในอันที่จะส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น มลภาวะอันเกิดจากเสียงเครื่องจักร บริษัทได้ ดำเนินการสร้างห้องปรับอากาศขนาดใหญ่สำหรับติดตั้งแท่นพิมพ์ ซึ่งสามารถเก็บเสียงอันเกิดจากกระบวนการพิมพ์ได้เป็น อย่างดี รวมถึงการคัดสรรเคมีภัณฑ์สำหรับการผลิตที่ปลอดภัยต่อพนักงาน ผู้ใช้งานและผู้อ่าน

การควบคุมโดยหน่วยงานของรัฐ อยู่ภายใต้การดูแลและควบคุมของกรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวง อุตสาหกรรม และหน่วยงานอนามัยเขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร

งานที่ยังไม่ส่งมอบ -ไม่มี-