

## นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

### วิสัยทัศน์

- อมรินทร์คือองค์กรอันดับหนึ่งของประเทศ ที่มอบสาระ ความรู้ ความรื่นรมย์ ด้วยรูปแบบที่ครบวงจร
- อมรินทร์มุ่งส่งเสริมคุณภาพชีวิตแก่ลูกค้าทุกเพศทุกวัย
- อมรินทร์เป็นองค์กรที่มีความสุข และสามัคคีเป็นหนึ่งเดียว

### พันธกิจ

- เราทำงานเพื่อความสุขและความรุ่งโรจน์ของสังคม

## การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

จากจุดเริ่มต้นของกองบรรณาธิการเล็กๆ ที่คุณชูเกียรติ อุทกะพันธุ์ ได้รวบรวมสมัครพรรคพวกและพนักงานจำนวนเพียงไม่กี่คน ร่วมกันจัดตั้ง ห้างหุ้นส่วนจำกัดวารสารบ้านและสวน เพื่อเริ่มผลิตนิตยสาร “บ้านและสวน” ฉบับแรก ออกวางจำหน่ายในเดือนกันยายน พ.ศ. 2519 โดยในสมัยนั้นยังต้องอาศัยการพิมพ์จากโรงพิมพ์ภายนอก ซึ่งในช่วงต่อมา จึงได้มีการก่อตั้งโรงพิมพ์ขึ้นในรูปของ ห้างหุ้นส่วนจำกัดอมรินทร์การพิมพ์ เพื่อจัดพิมพ์นิตยสารเอง ขณะเดียวกันก็รับจ้างงานพิมพ์อีกด้วย

ถึงแม้จะมีพนักงานจำนวนไม่กี่คน แต่ก็เป็จุดเริ่มต้นที่ยิ่งใหญ่ที่ส่งผลให้กิจการขยายตัวเพิ่มมากขึ้นในระยะต่อมา ทำให้มีความจำเป็นต้องระดมทุน และแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเมื่อปี 2536 พร้อมกับเปลี่ยนชื่อเป็น “บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน)” ในปีเดียวกัน บริษัทฯ ได้ขยายกิจการด้านการจัดจำหน่าย โดยการก่อตั้ง บริษัท อมรินทร์บุ๊ก เซ็นเตอร์ จำกัด เพื่อดูแลการจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ทั้งหมด รวมถึงการจัดตั้งร้านค้าปลีกขึ้นโดยให้ชื่อว่า “ร้านนายอินทร์” อันเป็นชื่อที่ขอพระราชทานนามมาจากพระราชนิพนธ์ในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เรื่อง “นายอินทร์ผู้ปิดทองหลังพระ”

จากปริมาณผู้อ่านที่เริ่มต้นขึ้นจากคนเพียงไม่กี่กลุ่ม กลับขยายตัวเพิ่มและมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น บริษัทฯ จึงเริ่มผลิตนิตยสารอื่นๆ ตามมาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้อ่าน โดยมีนิตยสารแนวผู้หญิงออกตามมา คือ “แพรว” และ “สุดสัปดาห์” และผลิตนิตยสารอื่นๆ อย่างต่อเนื่อง จนปัจจุบันบริษัทมีนิตยสารทั้งสิ้น 11 หัว ผลิตหนังสือเล่มปีละหลายร้อยปก รับจ้างพิมพ์และขยายออกไปสู่ธุรกิจอื่นอีกหลากหลาย ในปัจจุบันบริษัทประกอบธุรกิจหลัก 5 สายงานคือ

### 1. สายงานธุรกิจโรงพิมพ์

ศักยภาพในการผลิตของส่วนโรงพิมพ์ในปี 2544 จากเดิมที่บริษัทได้ก่อสร้างอาคาร 2 ชั้น พื้นที่ใช้สอย 6,200 ตารางเมตร บนที่ดินเนื้อที่ 5 ไร่ 56 ตารางวา ตั้งอยู่บนถนนชัยพฤกษ์ แขวงตลิ่งชัน เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร เพื่อติดตั้งเครื่องจักรที่มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย โดยมีเป้าหมายที่จะให้โรงพิมพ์มีความพร้อมในการรองรับงานได้ครบถ้วนทุกขั้นตอนกระบวนการผลิต เพื่อตอบสนองการผลิตสิ่งพิมพ์ที่มีคุณภาพ และการให้บริการที่ประทับใจตามปรัชญาของโรงพิมพ์ที่ถือปฏิบัติมาตลอดระยะเวลาตั้งแต่เริ่มก่อตั้งโรงพิมพ์ จุดยืนทางการตลาดที่สำคัญของสายงานธุรกิจโรงพิมพ์คือ ตลาดงานพิมพ์คุณภาพสูง (High Definition Color Printing) ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าวข้างต้น สายงานธุรกิจโรงพิมพ์ได้มีการปรับปรุงและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) ให้ความสำคัญเป็นเลิศทางด้านคุณภาพงานพิมพ์และการบริการทุกด้าน อย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่องมาโดยตลอด บริษัทได้ทำการวิจัยในการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ อาทิเช่น ระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ความเร็วสูง ระบบ Storage Area Network (SAN) ระบบ PDF-Work Flow สำหรับการผลิตงานกราฟฟิค (งาน Prepress) ระบบการพิมพ์ไร้แอลกอฮอล์ การทำเล่มโดยใช้กาว Poly Uritane และการใช้หมึก Soy Ink ในขั้นตอนการผลิต เป็นต้น

ตั้งแต่ปี 2544 เป็นต้นมา สายงานธุรกิจโรงพิมพ์ได้ปรับเปลี่ยนเครื่องพิมพ์จากรุ่นเก่าที่มีอายุการใช้งานมานานและล้าสมัย เป็นเครื่องพิมพ์รุ่นใหม่ที่มีเทคโนโลยีทันสมัยที่สุด ประกอบด้วยระบบการจัดการงานพิมพ์ทุกขั้นตอนด้วยโปรแกรมที่ทันสมัย ซึ่งได้ดำเนินการติดตั้งเมื่อกลางปี 2544 แล้วเสร็จทั้งหมดในไตรมาสแรกของปี 2545 และสายงานธุรกิจโรงพิมพ์ได้เพิ่มกำลังการผลิตโดยสั่งซื้อเครื่องพิมพ์ใหม่อย่างต่อเนื่อง และเพื่อรองรับการขยายตัวของบริษัท ทุกสายงาน รวมไปถึงบริษัท ได้จัดซื้อที่ดินติดกับโรงพิมพ์เพิ่มอีก 15 ไร่ ทำให้มีอาณาบริเวณเพิ่มขึ้นรวม 20 ไร่ เพื่อขยายการก่อสร้างอาคารคลังสินค้า 2 คลัง และอาคารสำนักงานของส่วนโรงพิมพ์ และย้ายสายงานธุรกิจสำนักพิมพ์มารวมอยู่ในบริเวณเดียวกัน ภายใต้โครงการ Amarin Corporate Park ทำให้บริษัท มีพื้นที่ทำงานที่เพียบพร้อมทุกสายงานภายใต้บรรยากาศ Corporate Park ที่ดีที่สุดแห่งหนึ่ง

บริษัทได้จัดเตรียมโครงสร้างพื้นฐานเพื่อตอบสนองต่อกระแสการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีดิจิทัลที่จะมีบทบาทต่ออุตสาหกรรมโรงพิมพ์ ต่อเนื่องจากปี 2554 โดยได้ปรับปรุงระบบกระบวนการทำงาน และพัฒนาบุคลากรให้พร้อมรองรับวิถีทางของสื่อดิจิทัลที่จะต้องออกแบบระบบการทำงานเพื่อรับสื่อยุคใหม่ ซึ่งรวมถึงการปรับปรุงเครือข่ายคอมพิวเตอร์, การพัฒนาระบบสารสนเทศของบริษัท (Amarin Content Warehouse – ACW) เพื่อสร้างฐานข้อมูลที่เกิดโดยทุกสำนักพิมพ์ในเครืออมรินทร์ รองรับการสืบค้น และสนับสนุนการนำข้อมูลที่มีคุณภาพ มาพัฒนาต่อยอดเกิดเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าและหลากหลายในเวลาอันรวดเร็ว ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการรับข่าวสารในโลกยุคใหม่ในปัจจุบัน ในส่วนของการผลิตงานพิมพ์แบบออฟเซตสำหรับหนังสือเล่ม ก็ยังคงดำเนินการภายใต้งานพิมพ์ออฟเซตคุณภาพสูง (High-Definition Printing) ซึ่งอาศัยความชำนาญและเทคโนโลยี เครื่องพิมพ์ที่ให้รายละเอียดสูงมากรวมถึงการผลิตปฐพีสีและแม่พิมพ์ที่ให้ความคมชัดสูง เพื่อถ่ายทอดถึงรายละเอียดจากต้นกำเนิด ลงในงานพิมพ์ที่คมชัดเมื่อเทียบเคียงกับต้นฉบับ ดังที่ปรากฏเป็นผลงานของโรงพิมพ์ที่ผ่านมา อาทิ สุจิตต์งานศิลป์ โบราณวัตถุ พระเครื่อง รวมถึงหนังสือภาพถ่ายต่างๆ

นอกจากนี้ สายงานธุรกิจโรงพิมพ์ยังได้เร่งขยายสายการผลิตงานทำเล่มแบบปกแข็งคุณภาพดีเลิศ (High Value Finishing) เพื่อรองรับงานสิ่งพิมพ์คุณภาพสูง ที่เป็น Segment ซึ่งสิ่งพิมพ์แบบดิจิทัลไม่สามารถเข้าถึงได้ โดยทางโรงพิมพ์ได้ลงทุนเพิ่มเครื่องจักรทำเล่ม เพื่อรองรับตลาดงานพิมพ์คุณภาพสูง ซึ่งเป็นงานผลิตที่สร้างสรรค์ด้วยฝีมือช่างที่พิถีพิถัน ประณีต และมากด้วยประสบการณ์ความชำนาญ เพื่อให้เกิดคุณภาพงานที่สวยงามทั้งงานพิมพ์, รูปเล่มปกแข็งที่ทรงคุณค่า และบรรจุภัณฑ์ที่งดงามดึงดูดสายตาของผู้พบเห็น

โรงพิมพ์ประสบความสำเร็จในการปฏิรูปกระบวนการผลิต ให้เกิดประสิทธิภาพสูงขึ้น และเทคนิคทางวิศวกรรมอุตสาหการยังส่งผลให้โรงพิมพ์มีต้นทุนการผลิตที่ต่ำลง ตามที่คาดการณ์ไว้ ทีมงานเทคนิค และทีมงานวิศวกรรมยังคงช่วยให้โรงพิมพ์สามารถปรับใช้วัสดุ และเทคโนโลยีใหม่ๆ ให้สามารถนำมาใช้งานกับเครื่องจักรเดิมที่มีอยู่ และการพัฒนาดังกล่าวยังช่วยให้ทีมขายสามารถกำหนดเวลาผลิต ที่รัดกุม และตอบสนองต่อความคาดหวังของลูกค้าได้เป็นอย่างดี

และในปี 2557 สายธุรกิจโรงพิมพ์ได้สร้างสรรค์กระบวนการผลิตรูปแบบใหม่ๆ เพื่อนำเสนอความแตกต่างให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อรักษาสวนต่างกำไรในกลุ่มเป้าหมายได้สำเร็จ อาทิ Digital Printing ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้างานพิมพ์ในลักษณะ Print on Demand ตามปริมาณที่ลูกค้าต้องการ ซึ่งรองรับกลุ่มลูกค้าที่ต้องการงานพิมพ์ในปริมาณน้อยและในเวลารวดเร็ว นอกจากนี้ยังได้สร้างสรรค์เทคนิคการเข้าเล่มด้วยวัสดุที่แข็งแรงติดยึดสูง ทำให้งานเข้าเล่มมีทั้งความสวยงามและคงคุณภาพเหนียวแน่นทนทาน สิ่งเหล่านี้โรงพิมพ์ได้นำมาประยุกต์เข้ากับกระบวนการทำงานและคิดค้นเป็นสูตรการผลิตเฉพาะของโรงพิมพ์ เพื่อรักษาความเป็นเลิศในคุณภาพของผลิตภัณฑ์

ในปีที่ผ่านมา นับเป็นความท้าทายของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ซึ่งเผชิญกับการเปลี่ยนผ่านของยุคการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัล โดยเฉพาะสิ่งพิมพ์ที่ต้องตอบสนองต่อความฉับไวในการนำเสนอข้อมูลแข่งกับเวลา (Up-to-date content printing)



ซึ่งสื่อดิจิทัลสามารถตอบสนองข่าวสารให้ผู้บริโภคได้อย่างฉับพลันทันที ตลาดสิ่งพิมพ์เชิงปริมาณที่มีมิติการแข่งขันเรื่องเวลาจึงได้รับผลกระทบโดยตรง ดังจะเห็นได้จากการปิดตัวของนิตยสาร และสื่อสิ่งพิมพ์หลายฉบับในปีที่ผ่านมารุนแรงขึ้น

ดังนั้นสายงานธุรกิจโรงพิมพ์จึงมีการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีเข้ามาผสมผสานกับสิ่งพิมพ์ซึ่งเป็นจุดแข็งของบริษัทฯ ที่มีอยู่เดิม เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างครบถ้วนสมบูรณ์ เพื่อรักษาฐานรายได้ในส่วนของธุรกิจ ซึ่งสายงานธุรกิจโรงพิมพ์ได้เน้นการทำการก้าวขึ้นต้นในอัตราสูงมากกว่าการแข่งขันด้านราคาซึ่งทำให้อัตรากำไรขั้นต้นเบาบาง โดยมุ่งเน้น **ตลาดสิ่งพิมพ์ตามอุปสงค์ (Print on Demand)** ซึ่งสามารถพิมพ์จำนวนน้อย ขณะเดียวกันก็เสริมจุดแข็งด้านการพิมพ์คุณภาพ ด้วยการเข้าสู่**ตลาดสิ่งพิมพ์ที่มีมูลค่าสูง (High-Value Printing)** ซึ่งคงคุณค่ายาวนานเหนือกาลเวลา ซึ่งปีที่ผ่านมาพบว่าตลาดของผู้บริโภคที่มีความต้องการอรรถรสในการเสพสื่อสิ่งพิมพ์บนกระดาษก็ยังมีอุปสงค์อยู่เป็นจำนวนมาก และการนำเสนอผลงานศิลปกรรมและความสุนทรีย์บนสื่อสิ่งพิมพ์ก็ไม่อาจทดแทนได้ด้วยสื่อดิจิทัล และ**ตลาดสิ่งพิมพ์แบบผสมผสาน (Digital-Integrated Printing)** โดยผสมผสานรูปแบบของหนังสือเข้ากับเทคนิคการผลิตในเชิงนวัตกรรม อาทิ หนังสือ ที่มีภาพ เสียง กลิ่นหอม ฯลฯ เป็นการเพิ่มอรรถรสในการบริโภคสื่อสิ่งพิมพ์อีกด้วย คุณค่าเหล่านี้ สื่อดิจิทัลไม่อาจตอบสนองได้

ยิ่งไปกว่านั้นสายงานธุรกิจโรงพิมพ์ได้เล็งเห็นช่องทางการสร้างรายได้ โดยการสร้างหน่วยธุรกิจที่ให้บริการและคำปรึกษาสำหรับงานพิมพ์คุณภาพสูง (Privilege Consulting and Service) สำหรับการรับจ้างผลิตสิ่งพิมพ์ในระดับพรีเมียมที่ตอบโจทย์ความต้องการที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะบุคคล หรือหน่วยงานต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการให้คำปรึกษาด้านการจัดทำเนื้อหา สร้างสรรค์การออกแบบ การถ่ายภาพ ตลอดจนให้คำปรึกษาด้านการจัดจำหน่าย ดำเนินการโดยหน่วยงาน Amarin Publishing Services (APS) เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มในการรับจ้างผลิตสื่อสิ่งพิมพ์แบบครบวงจร ในขณะเดียวกัน สายงานธุรกิจโรงพิมพ์ยังมุ่งเน้นการรักษาฐานรายได้ในส่วนของผู้บริโภคที่ต้องการเนื้อหาด้านความเร็วของข้อมูล โดยมีแผน Digital Publishing Service ให้บริการด้านการจัดทำเนื้อหาและออกแบบสำหรับลงสื่อดิจิทัลต่างๆ อีกด้วยจากการปรับกลยุทธ์ดังกล่าว ส่งผลให้ผลประกอบการของสายงานธุรกิจโรงพิมพ์ มีการเติบโตอยู่ในเกณฑ์ที่น่าพอใจ เมื่อเทียบกับเศรษฐกิจที่ตกต่ำยิ่งกว่าในปีที่ผ่านมา ๆ มา

สายงานธุรกิจโรงพิมพ์มีความพร้อมในการก้าวสู่ความท้าทายในอนาคต ด้วยการปรับธุรกิจให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว การพัฒนาศักยภาพเพื่อรองรับตลาดสิ่งพิมพ์ดังกล่าว สายงานธุรกิจโรงพิมพ์ได้มุ่งเน้นอัตราการทำการก้าวขึ้นต้นในระดับสูง พร้อมกับควมมีประสิทธิภาพของตลาด สายการผลิตเพื่อผลิตงานในระดับพรีเมียมมากด้วยคุณค่า เพื่อให้สามารถเติบโตอย่างยั่งยืนในอนาคต

ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา สายงานธุรกิจโรงพิมพ์ได้รับรางวัลคุณภาพทางด้านการพิมพ์จากหลายสถาบัน อาทิ Asian Print Award, Thailand Print Award ซึ่งในรอบสองปีที่ผ่านมาสายงานธุรกิจโรงพิมพ์ได้รับรางวัลมากมาย ในระดับ Gold Award รางวัลสิ่งพิมพ์ยอดเยี่ยม Best of the Best “Best in Sheetfed Offset” SCG Packaging Award และประเภท Best of the Best “Best in Digital Printing” Fuji Xerox Award เป็นต้น เป็นการยืนยันคุณภาพการพิมพ์ระดับประเทศ

## 2. สายงานนิตยสาร

### นิตยสาร

- ปี 2533 บริษัทรับโอนการผลิตและการจำหน่ายนิตยสารมาจากบริษัท บ้านและสวนและแพรว จำกัด และบริษัท จัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ จำกัด ได้แก่ นิตยสารบ้านและสวน นิตยสารแพรว และนิตยสารแพรวสุดสัปดาห์
- ปี 2534 บริษัทได้ออกวางตลาดนิตยสารรายเดือนฉบับใหม่ชื่อ LIFE & DECOR



- ปี 2535 ได้ผลิตนิตยสารสำหรับสุภาพบุรุษฉบับใหม่ออกวางตลาด ชื่อนิตยสาร “TRENDY MAN” แต่บริษัทได้ยุติการผลิตนิตยสารทั้ง 2 ฉบับได้แก่ LIFE & DECOR และ TRENDY MAN ตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม 2541
- ปี 2541 บริษัทได้ออกนิตยสารรายปักษ์ฉบับใหม่ ชื่อนิตยสาร “ชีวจิต” สำหรับทางเลือกใหม่เพื่อสุขภาพ
- ปี 2544 บริษัท ได้ออกนิตยสารใหม่เป็นการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับอาหารและสุขภาพ ชื่อนิตยสาร “Health & Cuisine” และในเดือนสิงหาคม บริษัทได้ซื้อลิขสิทธิ์ในการจัดทำนิตยสาร National Geographic ซึ่งเป็นนิตยสารระดับโลก มาจัดทำเป็นฉบับภาษาไทย เพื่อให้คนไทยได้มีโอกาสสำรวจและเรียนรู้โลกในหลายแง่มุมเท่าเทียมกับประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก
- ปี 2546 บริษัทได้ออกนิตยสารฉบับใหม่ชื่อนิตยสาร ROOM เป็นนิตยสารการแต่งบ้านแนวใหม่
- ปี 2547 บริษัทได้ออกนิตยสารใหม่ชื่อนิตยสาร WE นิตยสารสำหรับผู้มีความรักและแผนครองชีวิตคู่
- ปี 2548 บริษัทได้ดำเนินการจัดซื้อลิขสิทธิ์นิตยสาร Real Parenting ซึ่งเป็นนิตยสารเกี่ยวกับแม่และเด็กที่มียอดจำหน่ายสูงเป็นอันดับหนึ่งในกลุ่มนิตยสารแม่และเด็กในประเทศสหรัฐอเมริกา มาจัดพิมพ์เป็นฉบับภาษาไทย ด้วยจุดมุ่งหมายเพื่อส่งเสริมคุณค่าและสายสัมพันธ์ของครอบครัว
- ปี 2549 บริษัท ได้ดำเนินการจัดซื้อลิขสิทธิ์นิตยสาร Shape เป็นนิตยสารสำหรับผู้หญิงยุคใหม่ที่ใส่ใจสุขภาพและความงาม เพื่อส่งเสริมรูปแบบชีวิตที่มีแต่ความสดชื่น กระตือรือร้น กระฉับกระเฉง และได้พิมพ์ฉบับสุดท้ายในเดือนธันวาคม 2553
- ปี 2550 บริษัทได้ออกนิตยสารผู้หญิงฉบับใหม่คือ นิตยสาร InStyle ซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับแฟชั่น ความงาม คนดังและไลฟ์สไตล์ โดยได้ซื้อลิขสิทธิ์มาจากบริษัท Time Inc. (USA) และได้พิมพ์ฉบับสุดท้ายในเดือน ธันวาคม 2558
- ปี 2551 บริษัทได้ออกนิตยสารซึ่งเป็นเคล็ดลับสู่ความสุขและความสำเร็จ คือ นิตยสาร Secret ที่จะ เป็นอาหารใจของคนไทยทั่วประเทศ
- ปี 2553 บริษัทได้ออกนิตยสาร my home ซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับการตกแต่งบ้านสวยด้วยตนเองในราคาที่คุณทำได้
- ปี 2554 บริษัทได้ออกนิตยสาร lemonade ซึ่งเป็นนิตยสารสำหรับผู้หญิงยุคใหม่ ที่ต้องการดูแลตนเองแบบ 360 องศา และได้พิมพ์ฉบับสุดท้ายในเดือนกันยายน 2559

### งานแฟร์

บริษัทฯ มีการจัดงานแฟร์ 6 งาน ในปี 2559 โดยมีการจัดงานแสดงที่สำคัญรวม 8 ครั้ง ซึ่งได้แก่ งาน Lemonade Shopping Festa จัด ณ ลานเอนกประสงค์ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ งานบ้านและสวน Midyear Fair ครั้งที่ 4, งาน Amarin Baby&Kids Fair ครั้งที่ 7 และครั้งที่ 8 ซึ่งทั้ง 3 งานได้จัดที่ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค บางนา ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ 2558 และช่วงเดือนกรกฎาคม 2559 ในส่วนงาน “Good Life ” จัดที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ในเดือนกรกฎาคม 2559 และในช่วงเดือนพฤศจิกายน 2559 ได้มีการจัดอีกครั้งหนึ่งโดยจัดขึ้นพร้อมงานบ้านและสวนแฟร์ ที่อาคารชาเลนเจอร์ อิมแพ็ค เมืองทองธานี ซึ่งได้รับการตอบรับจากผู้ประกอบการและผู้เข้าร่วมชมงานเป็นอย่างดี มีผลการดำเนินงานที่เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีที่แล้ว

### 3. สายงานหนังสือเล่ม

สำนักพิมพ์ในเครืออมรินทร์ดำเนินงานจัดพิมพ์หนังสือเล่มมาตั้งแต่ปี 2535 ภายใต้แนวคิดและการดำเนินงานที่ว่า “การอ่านคือรากฐานที่สำคัญ” จนตราปัจจุบันมีสำนักพิมพ์ในเครืออมรินทร์ทั้งหมด 19 สำนักพิมพ์ ประกอบด้วย แพร่สำนักพิมพ์, สำนักพิมพ์อรุณ, สำนักพิมพ์ Spell, สำนักพิมพ์ Rose, สำนักพิมพ์แพรวเพื่อนเด็ก, สำนักพิมพ์อมรินทร์คอมมิกส์, สำนักพิมพ์แพรวเยาวชน, สำนักพิมพ์อมรินทร์ธรรมะ, สำนักพิมพ์อมรินทร์ CUISINE, สำนักพิมพ์ Amarin Health, สำนักพิมพ์อมรินทร์, สำนักพิมพ์อมรินทร์ HOW-TO, สำนักพิมพ์ springbooks, สำนักพิมพ์ Amarin Travel, สำนักพิมพ์บ้านและสวน, สำนักพิมพ์ National Geographic, สำนักพิมพ์นิตยสารแพรว, สำนักพิมพ์ Steps, สำนักพิมพ์ Shortcut โดยสำนักพิมพ์ทั้งหมดนี้จัดพิมพ์หนังสือแยกย่อยแบ่งหมวดหมู่ตอบสนองผู้อ่านทุกเพศทุกวัย ปีละประมาณ 600 ปก ภายใต้ 3 กลุ่มหนังสือหลัก คือ บันเทิงคดีไทย - เทศ (Fiction), สารคดี (Non - Fiction) และหนังสือสำหรับเด็กและเยาวชน

### 4. สายงานนิมิตเดีย

ด้วยประสบการณ์พัฒนาระบบเว็บไซต์ และเนื้อหาออนไลน์ให้กับสื่อในเครืออมรินทร์มากกว่า 10 ปี สายงานนิมิตเดียได้สร้างสรรค์เนื้อหาในหลากหลายรูปแบบทั้งบทความ ภาพประกอบ ผังภาพข้อมูล (Infographic) วิดีโอออนไลน์ ฯลฯ ที่มีความแตกต่างจากเนื้อหาในสื่อสิ่งพิมพ์ ผ่านประเด็นและการนำเสนอที่เหมาะสมกับผู้บริโภคสื่อสมัยใหม่ มีการนำเทคโนโลยีมาช่วยดึงดูดความสนใจผู้อ่าน และตอบสนองความต้องการของผู้ลงโฆษณาได้

ดังเป้าหมายของสายงานนิมิตเดียที่ตั้งไว้ว่า เราจะเป็นผู้นำการสร้างสรรค์เนื้อหาที่มีคุณภาพ และตอบสนองผู้บริโภคในยุคดิจิทัลทำให้ออกจากการดูสื่อและเนื้อหาให้กับบริษัท ในเครืออมรินทร์แล้ว สายงานนิมิตเดียยังประกอบธุรกิจรับพัฒนาสื่อและเนื้อหาในรูปแบบดิจิทัลให้กับลูกค้าองค์กรในหลากหลายกลุ่มเช่น เว็บไซต์ในเครือ SCG และผลิตภัณฑ์ในกลุ่มตราช้าง จัดทำวิดีโอออนไลน์ให้ลูกค้ากลุ่มอสังหาริมทรัพย์ ผู้ให้บริการเทคโนโลยี ผู้ให้บริการโครงข่ายโทรคมนาคม ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง สินค้าและบริการสำหรับผู้หญิง ผลิตภัณฑ์สำหรับเด็ก คุณแม่ และครอบครัว เป็นต้น และในยุคที่การสื่อสารผ่านสังคมออนไลน์เป็นอีกปัจจัยหลักในการประชาสัมพันธ์และโฆษณาสินค้าและบริการ สายงานนิมิตเดียก็มีการจัดทำเนื้อหาในรูปแบบ Short Form Content ที่เหมาะกับสื่อสังคมออนไลน์ทั้ง Facebook, Instagram, Youtube, Twitter พร้อมทั้งดูแลตอบคำถามแทนบริษัท และองค์กรต่างๆ

นอกจากนี้สายงานนิมิตเดียยังมีการพัฒนาและประยุกต์เทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาใช้บริการของบริษัทในเครืออมรินทร์ไม่ว่าจะเป็นการเก็บข้อมูลผู้เข้าชมงานแฟร์ และผู้เข้าชมเว็บไซต์เพื่อนำมาวิเคราะห์ในรูปแบบฐานข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) หรือการพัฒนาระบบจอที่สองเพื่อการสื่อสารและโต้ตอบข้อมูล (Second Screen) เพื่อตอบสนองความต้องการของการทำรายการแบบ Interactive กับ ช่องรายการอมรินทร์ ทีวี เอชดี ในอนาคต

## 5. สายงานอมรินทร์ครีเอทีฟแอนดี้เว็บไซต์

บริหารจัดการมัลติสื่อบริการตลาดในรูปแบบอีเว้นต์และงานแฟร์ให้กับนิตยสารและหนังสือในเครือของบริษัทฯ และลูกค้าภายนอกอย่างครบวงจร อาทิ งานบ้านและสวนแฟร์, บ้านและสวนแฟร์ MIDYEAR, งาน AMARIN BABY & KIDS FAIR และงาน GOOD LIFE FAIR ด้วยความชำนาญทำให้ได้รับความไว้วางใจจากองค์กรภายนอก ทั้งในส่วนภาครัฐและหน่วยงานเอกชนให้เป็นผู้จัดงานต่างๆ

ผลงานในปี 2559 เช่น งาน KKGEN Exclusive Dinner, งาน GENPHATRA Exclusive Dinner และ งาน KKGEN BEST IN CLASS AWARD Half Year 2016 ของ บริษัท เจนเนอราลี่ ประกันชีวิต (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน), งานแถลงข่าว Mass Affluent Segment : KRUNGSRI PRIME ของ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน), งานสัมมนา Allianz Global Investors Investment ของ Allianz Global investors Singapore Limited งานออกแบบและตกแต่ง BOOTH ภายในงาน ASEANbeauty 2016 และ งาน COSMEX 2016 ของ บริษัทเอ็ม ไอ พี (ประเทศไทย) จำกัด, งานออกแบบและตกแต่ง BOOTH ภายในงาน THAIFEX 2016 และงาน Food & Hotel Thailand 2016 ของ บริษัท J&P Jasco Product (Thailand) จำกัด

จากประสบการณ์ความสำเร็จอย่างต่อเนื่อง ในการสร้างสรรค์กิจกรรมสื่อสารการตลาดมากกว่า 17 ปี สายงานอมรินทร์ครีเอทีฟแอนดี้เว็บไซต์ยังคงมุ่งมั่นสร้างสรรค์งานคุณภาพ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างครอบคลุมและมีประสิทธิภาพ ภายใต้วิสัยทัศน์ในการดำเนินธุรกิจอย่างมืออาชีพที่ว่า “เพราะงานคุณภาพคือความชำนาญของเรา”

## 6. บริษัท อมรินทร์ เทเลวิชั่น จำกัด

บริษัท อมรินทร์ เทเลวิชั่น จำกัด ได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ สำหรับให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ (กิจการที่ใช้คลื่นความถี่) ประเภทบริการธุรกิจระดับชาติ หมดหน่วงทั่วไปแบบความคมชัดสูง จากคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) บริษัทฯ เริ่มดำเนินการออกอากาศรายการโทรทัศน์ เมื่อวันที่ 23 พฤษภาคม 2557 ใช้ชื่อช่องรายการว่า “อมรินทร์ทีวี เอชดี” โดยผู้รับชมรายการสามารถรับชมผ่านหมายเลขช่องรายการ 34

ช่องรายการ อมรินทร์ทีวี เอชดี ดำเนินการออกอากาศตลอด 24 ชั่วโมงเนื้อหารายการของช่องรายการของบริษัทฯ ประกอบไปด้วย รายการประเภทข่าว รายการประเภทบันเทิง และรายการประเภทความรู้ทั่วไป เนื้อหารายการข้างต้นมาจากการผลิตเองของบริษัทฯ และการร่วมดำเนินการจากพันธมิตรทางธุรกิจของบริษัทฯ

ในปีที่ผ่านมาช่องรายการของบริษัทฯ ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในช่วงเวลา 18.00 - 24.00 น. ซึ่งถือเป็นช่วงเวลาไพรม์ไทม์ (Prime Time) ของการประกอบธุรกิจโทรทัศน์ นอกจากนี้ ตั้งแต่ช่วงไตรมาสที่ 4 ของปี 2559 ความนิยมในส่วนของผู้ชม ระดับชาติ ในช่วงอายุตั้งแต่ 15 ปี ขึ้นไป ในช่วงเวลา 06.00 - 24.00 น. ช่องรายการได้รับความนิยมติดอันดับ 1 ใน 10 ช่องรายการทั้งหมด

### โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจหลักคือ รับจ้างพิมพ์งานทั่วไป ผลิตสิ่งพิมพ์ของตนเองและรับจ้างโฆษณา จากการที่บริษัทผลิตสิ่งพิมพ์เองและใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านบริษัทที่เกี่ยวข้องกันโดยบริษัทได้เข้าไปถือหุ้นในบริษัท อมรินทร์ บู๊ค เซ็นเตอร์ จำกัด ซึ่งปัจจุบันถือหุ้นในบริษัทดังกล่าวจำนวน 19 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งประกอบธุรกิจจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ทุกชนิด ผ่านระบบสายส่งตัวแทนร้านหนังสือทั่วประเทศหรือระบบเอเยนต์ และขายปลีกผ่านร้านนายอินทร์ นอกจากนี้ ในช่วงไตรมาส 4 ปี 2548 บริษัทฯ ได้ลงทุนในเงินลงทุนของบริษัท



ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด จำนวน 2.50 ล้านบาทคิดเป็น 0.50 เปอร์เซ็นต์ และในปี 2555 บริษัทฯ ได้จัดตั้ง บริษัท อมรินทร์ เทเลวิชั่น จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่บริษัทถือหุ้นในอัตราร้อยละ 99.99 โดยบริษัท อมรินทร์ เทเลวิชั่น จำกัด และในปี 2559 บริษัทฯ ได้เข้าลงทุนในบริษัทที่จัดตั้งใหม่คือ บริษัท คาโดคาวะ อมรินทร์ จำกัด โดยบริษัทฯ จะเข้าไปถือหุ้นในบริษัทร่วมดังกล่าวในสัดส่วนร้อยละ 46 ของทุนจดทะเบียน 30 ล้านบาท โดยมีลักษณะธุรกิจ ผลิตและจำหน่ายสิ่งพิมพ์หนังสือ Light Novel, Comic, Walker Magazine E-Commerce หนังสือที่เป็นรูปเล่มและ E-Book และสินค้าไลเซนส์ Web Streaming, Sublicensing หนังสือ ภาพยนตร์ แอนิเมชัน และสินค้าที่เกี่ยวข้อง

#### โครงสร้างการถือหุ้นในกลุ่มบริษัทฯ ประกอบไปด้วย

| ดำเนินการโดย                          | ประเภทธุรกิจ             | ทุนชำระแล้ว (บาท) | สัดส่วนการถือหุ้น |
|---------------------------------------|--------------------------|-------------------|-------------------|
| บริษัท อมรินทร์ บুক เซ็นเตอร์ จำกัด   | จำหน่ายสิ่งพิมพ์         | 10,000,000.00     | 19.00%            |
| บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด | ระบบมัลติมีเดียสิ่งพิมพ์ | 500,000,000.00    | 0.50%             |
| บริษัท อมรินทร์ เทเลวิชั่น จำกัด      | ประกอบธุรกิจโทรทัศน์     | 1,800,000,000.00  | 99.99%            |
| บริษัท คาโดคาวะ อมรินทร์ จำกัด        | ผลิตและจำหน่ายสิ่งพิมพ์  | 30,000,000.00     | 46.00%            |



## การประกอบธุรกิจของแต่ละสายผลิตภัณฑ์

### ลักษณะของผลิตภัณฑ์และบริการหลัก

บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) เป็นทั้งโรงพิมพ์และสำนักพิมพ์ขนาดใหญ่ ประกอบด้วยธุรกิจ 4 สายงาน คือ

#### 1. รับจ้างพิมพ์งานทั่วไป (สายงานธุรกิจโรงพิมพ์)

สายงานธุรกิจโรงพิมพ์ เป็นโรงพิมพ์ชั้นนำของประเทศไทย ให้บริการงานผลิตสิ่งพิมพ์ครบวงจรระดับคุณภาพ ตั้งแต่การจัดทำเนื้อหา ถ่ายภาพ ออกแบบศิลปกรรม รีทัช และงานพิมพ์ตลอดจนถึงการจัดส่งถึงที่หมาย ให้บริการงานพิมพ์ สายงานนิตยสาร หนังสือเล่มในเครืออมรินทร์ และงานรับจ้างพิมพ์จากภายนอก โดยเน้นคุณภาพงานพิมพ์ที่ประณีตงดงามตามสุนทรียศิลป์ตามความประสงค์ของเจ้าของงาน ด้วยความพิถีพิถันในทุกขั้นตอนผลิตด้วยเครื่องจักรและเทคโนโลยีการพิมพ์อันทันสมัย ประกอบกับความรู้ความสามารถและประสบการณ์ของบุคลากรมืออาชีพ จึงทำให้คุณภาพงานพิมพ์ของโรงพิมพ์อมรินทร์เป็นที่ยอมรับว่าเป็นโรงพิมพ์ชั้นนำทั้งในประเทศและระดับภูมิภาค ดังปรากฏตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาว่า สายงานธุรกิจโรงพิมพ์ได้รับรางวัลคุณภาพทางการพิมพ์จากหลายสถาบัน อาทิ Asian Print Award, Thailand Print Award ซึ่งในรอบสองปีที่ผ่านมาโรงพิมพ์ได้รับรางวัลมากมาย ในระดับ Gold Award รางวัลสิ่งพิมพ์ยอดเยี่ยม Best of the Best “Best in Sheeted Offset” SCG Packaging Award และประเภท Best of the Best “Best in Digital Printing” Fuji Xerox Award เป็นต้น เป็นการยืนยันคุณภาพการพิมพ์ระดับประเทศ

#### ลักษณะลูกค้า

กลุ่มลูกค้าของงานรับจ้างพิมพ์ทั่วไปของบริษัทมีหลากหลายมากมาย โดยสามารถจะแยกเป็นกลุ่มๆ ได้ดังนี้

- 1.1.1 งานพิมพ์ในพระราชสำนัก
- 1.1.2 หน่วยราชการ, รัฐวิสาหกิจ
- 1.1.3 กลุ่มธนาคารและสถาบันการเงินต่างๆ
- 1.1.4 กลุ่มมูลนิธิต่างๆ ศาสนาต่างๆ สมาคมต่างๆ
- 1.1.5 กลุ่มบริษัทเอกชน นิติบุคคล องค์กรชั้นนำ
- 1.1.6 กลุ่มนักวิชาการ อาจารย์ ศิลปิน และบุคคลทั่วไป
- 1.1.7 กลุ่มสถาบันการศึกษา มหาวิทยาลัย โรงเรียน
- 1.1.8 กลุ่มลูกค้าต่างประเทศ

#### 1.2 ลักษณะรายได้

โครงสร้างรายได้งานรับจ้างพิมพ์ เป็นรายได้ที่รวมค่าบริการออกแบบ, ทำรูปเล่ม, จัดพิมพ์และค่าวัสดุในการจัดพิมพ์เหมารวมเป็นยอดเดียวกัน แบ่งเป็นรายได้งานพิมพ์ภายในประเทศร้อยละ 99 ของยอดรวมรายได้รับจ้างพิมพ์ ที่เหลือร้อยละ 1 เป็นงานพิมพ์ต่างประเทศ

#### 2. ผลิตสิ่งพิมพ์สำนักพิมพ์ (สายงานนิตยสารและสายงานหนังสือเล่ม)

จากการที่บริษัทฯ ส่งเสริมประสบการณ์ธุรกิจสำนักพิมพ์เป็นเวลานาน และมุ่งเน้นที่จะพัฒนาการผลิตนิตยสารและหนังสือเล่มในแนวต่าง ๆ เพื่อตอบสนองของกลุ่มผู้อ่านซึ่งมีความต้องการแตกต่างกันออกไป จนเป็นที่ยอมรับจากผู้อ่านอย่างกว้างขวาง มีกองบรรณาธิการขนาดใหญ่ที่ผลิตนิตยสารชั้นนำ และหนังสือเล่ม แบ่งตามประเภทสิ่งพิมพ์แต่ละชนิด ดังนี้



## สิ่งพิมพ์ในรูปแบบนิตยสาร (สายงานนิตยสาร)

ด้วยปณิธานอันแน่วแน่จนย่างเข้าสู่ปีที่ 40 นับตั้งแต่มีการเปิดตัวนิตยสาร “บ้านและสวน” ในปี พ.ศ. 2519 บริษัทฯ ยังคงมุ่งมั่นสร้างสรรค์นิตยสารคุณภาพเรื่อยมาจนเกิดนิตยสารสำหรับผู้หญิงอย่าง “แพรว” และ “สุดสัปดาห์” และได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี ในช่วงปี พ.ศ. 2540 บริษัทฯ เริ่มหันมาผลิตนิตยสารสำหรับเป็นแนวทางในการดูแลสุขภาพ ได้แก่ “ชีวจิต” และ “Health & Cuisine” ต่อมาในปี พ.ศ. 2544 บริษัทฯ ได้รับลิขสิทธิ์ ให้เป็นผู้ดำเนินการจัดพิมพ์นิตยสาร “National Geographic ฉบับภาษาไทย” ปี พ.ศ. 2546 ผลิตนิตยสาร “room” ปี พ.ศ. 2547 ผลิตนิตยสาร “WE” ปี พ.ศ. 2551 บริษัทฯ ได้ผลิตนิตยสาร “Secret” และบริษัทฯ ได้ผลิตนิตยสาร “my home” ขึ้นในปี พ.ศ. 2553

ณ เดือนธันวาคม พ.ศ. 2559 มีนิตยสารออกจำหน่ายจำนวน 11 ฉบับ ทั้งรายปักษ์และรายเดือนเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้อ่านที่มีรสนิยมหลากหลายและกล่าวได้ว่านิตยสารของบริษัทฯ มียอดขายสูงสุดเมื่อเทียบกับนิตยสารประเภทเดียวกันและล้วนเป็นนิตยสารชั้นนำของประเทศทุกฉบับ

## สายบ้านและการตกแต่ง

บ้านและสวน ไม่ได้เป็นแค่นิตยสาร แต่เป็นกลุ่มนิตยสารบ้านและสวน, room, my home, สำนักพิมพ์บ้านและสวน เป็นสื่อกลางระหว่างนักออกแบบ, ผู้ประกอบการ, เจ้าของบ้าน ที่น่าเชื่อถือ มีจรรยาบรรณและรับผิดชอบต่อสังคม

ปัจจุบัน บ้านและสวน, room, my home เป็นนิตยสารเกี่ยวกับการตกแต่งบ้าน ที่มียอดพิมพ์ต่อฉบับสูงสุดในประเทศ และนับได้ว่าเป็นนิตยสารหมวดตกแต่งบ้านที่ขายดีที่สุดของประเทศไทย

นอกจากนี้ ยังเป็นผู้จัดงานแฟร์เกี่ยวกับบ้านที่ใหญ่ที่สุด 2 ครั้งต่อปี เป็นต้นทางของกลุ่มรายการโทรทัศน์ และมีช่องทางสื่อสารกับคนในยุคปัจจุบัน เว็บไซต์ [www.baanlaesuan.com](http://www.baanlaesuan.com), [www.roommag.com](http://www.roommag.com), [www.myhome-mag.com](http://www.myhome-mag.com) ที่เป็นสื่อออนไลน์เกี่ยวกับบ้านมีผู้ชมมากที่สุดในประเทศไทย และผู้ติดตามมากกว่า 2 ล้านคนทางเฟซบุ๊กแฟนเพจ นอกจากนี้ยังมีเว็บไซต์ [www.livingasean.com](http://www.livingasean.com) ซึ่งเป็นสื่อออนไลน์ภาษาอังกฤษ ที่นำเสนอเกี่ยวกับการออกแบบบ้าน การจัดสวน และวัฒนธรรมการใช้ชีวิตของคนในภูมิภาคอาเซียนที่มีหลายอย่างคล้ายๆ กัน และเสน่ห์ของสิ่งที่แตกต่างกันที่น่าสนใจ

## สายอาหาร สุขภาพกายและใจ

ชีวจิต Secret และ Health & Cuisine เป็นแบรนด์กลุ่มอาหาร และสุขภาพกาย-ใจ ที่วันนี้มิใช่เป็นเพียงนิตยสาร แต่เป็นผู้ผลิตคอนเทนต์ที่มีความถูกต้อง ชัดเจน และน่าเชื่อถือ มาตลอดระยะเวลา 20 ปี จึงเป็นที่ยอมรับในกลุ่มผู้อ่านและผู้สนใจเรื่องสุขภาพ จนนำไปสู่นิตยสารที่มียอดพิมพ์สูงสุด และนับเป็นนิตยสารหมวดสุขภาพที่มียอดพิมพ์สูงสุดและขายดีที่สุดในเมืองไทย

วันนี้ ชีวจิต Secret และ Health & Cuisine เรายังเป็นผู้ผลิตคอนเทนต์สุขภาพ ที่มีสื่อครอบคลุมทุกช่องทาง ในทุกช่วงวัย ได้แก่ สื่อออนไลน์ เว็บไซต์ [www.goodlifeupdate.com](http://www.goodlifeupdate.com) ที่ตอบโจทย์เรื่อง สุขภาพ กาย ใจ อาหารเพื่อสุขภาพ และเฟซบุ๊กแฟนเพจ นิตยสารชีวจิต Health & Cuisine Magazine secretthaimag อินสตาแกรม Activcheewajit secretmagazine healthandcuisinemagazine รวมถึงงาน Good Life Fair งานแฟร์สุขภาพอันดับ 1 จำนวน 2 ครั้งต่อปี และช่องอมรินทร์ทีวี เอชดี รายการอยู่เป็นลืมป่วย รายการ Secret ความลับชีวิต รายการสุขทุกวัน 7 วัน 7 ภูมู รายการตามอำเภอจาน ที่มีผู้ติดตามอย่างต่อเนื่อง จึงกล่าวได้ว่าเป็นกลุ่มแบรนด์ที่มีช่องทางสื่อสารสู่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างครบวงจร

## กลุ่มแฟชั่น

ครบถ้วนทุกไลฟ์สไตล์และความสนใจสำหรับผู้หญิง ได้แก่ แพรว สดส์ปาด้า และ WE โดยทั้ง 3 นิตยสารนี้ ถือครองส่วนแบ่งการตลาดสูงที่สุดของกลุ่มด้วยยอดพิมพ์จำหน่ายสูงที่สุดในประเทศและนำเสนอเนื้อหาที่ครองใจผู้อ่านมาเป็นระยะเวลายาวนาน

**แพรว** สร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้หญิงทุกไลฟ์สไตล์ โดยในวันนี้ “แพรว” ก้าวสู่โลกออนไลน์อย่างแข็งแกร่งด้วย [www.praew.com](http://www.praew.com) เฟสบุ๊กแฟนเพจ : นิตยสารแพรว สังคมออนไลน์ที่ตามติดข่าวเรื่องราวของคนดังได้รวดเร็ว ทันกระแส รวมถึงเป็นแหล่งรวมข้อมูลที่สร้างแรงบันดาลใจให้ผู้หญิงด้านแฟชั่น ความงามและการใช้ชีวิตได้เป็นอย่างดี พร้อมมีรายการ “แพรว” ตามติดชีวิตพร้อมเคล็ดลับความสำเร็จของนักธุรกิจหลากหลายสาขาอาชีพ ออกอากาศทางช่องโทรทัศน์ดิจิทัล 34 อมรินทร์ทีวี

**สดส์ปาด้า** เนื้อหาสำหรับผู้หญิงรุ่นใหม่ที่กำลังสมัย อัปเดตเทรนด์แฟชั่น ความงาม แบบทันสมัยเสมอ โดยส่งต่อเนื้อหาที่น่าสนใจ ในทุกด้านสู่โลกออนไลน์ผ่าน [www.sudsapda.com](http://www.sudsapda.com) และเฟสบุ๊กแฟนเพจ “สดส์ปาด้าแฟนคลับ” ที่มีจำนวนผู้ติดตามสูงสุดเป็นอันดับ 1 ของกลุ่ม รวมถึงการจัดโครงการสดส์ปาด้า คนหล่อขอทำดี ที่จัดขึ้นต่อเนื่องเป็นปีที่ 9 ซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากดารานักแสดงชั้นนำของวงการเป็นประจำทุกปี

**WE** แหล่งรวมข้อมูลไอเดียเกี่ยวกับการจัดงานแต่งงาน เพื่อเสริมวันสำคัญของคู่แต่งงานให้สมบูรณ์แบบและนำจดจำผ่าน นิตยสาร WE เว็บไซต์และเฟสบุ๊กแฟนเพจ Weweddingguide รวมถึง WE Bridal Fashion Show งานโชว์ชุดแต่งงานสุดอลังการที่จัดขึ้นอย่างยิ่งใหญ่ในทุก ๆ ปี

## กลุ่ม Family Interest

ในกลุ่มเนื้อหาที่ตอบโจทย์เพื่อครอบครัวประกอบไปด้วย

เครือข่าย Amarin Baby & Kids สื่อครบวงจร (OMNI MEDIA) อันดับ 1 เพื่อพ่อ-แม่-ลูก ซึ่งมีนิตยสาร Amarin Baby & Kids และสำนักพิมพ์ Amarin Baby & Kids ที่ได้ร่วมกันคัดสรรสิ่งที่ดีที่สุดเพื่อเป็นแหล่งรวมข้อมูลสำหรับการเรียนรู้ ทักษะและพัฒนาการให้กับทุกครอบครัว โดยยังมีแหล่งข้อมูลออนไลน์ครบถ้วนทั้งเว็บไซต์ [amarinbabyandkids.com](http://amarinbabyandkids.com) และเฟสบุ๊กแฟนเพจ Amarin baby & kids นอกจากนี้ยังได้จัดงานแฟร์ใหญ่ระดับประเทศ Amarin Baby & Kids Fair 2 ครั้ง/ปี ซึ่งถือเป็นงานแฟร์ที่ดีและใหญ่ที่สุดของประเทศ

**National Geographic ฉบับภาษาไทย** นิตยสารมาตรฐานระดับโลก ครองเนื้อหาเกี่ยวกับสารคดีอันดับหนึ่งของประเทศที่ “เปรียบเสมือนคลังความรู้ของทุกคนในครอบครัว” นิตยสารที่มอบสาระความรู้อย่างไม่หยุดยั้งบนหนทางแห่งการแบ่งปัน อนุรักษ์ และผจญภัย เพื่อค้นหาความแปลกใหม่ และเรื่องราวอันน่าอัศจรรย์จากทั่วทุกมุมโลกอย่างลึกซึ้ง และมีคุณภาพ จนได้รับความนิยมเชื่อถือจากผู้อ่านทั่วโลก ได้เล็งเห็นที่จะเป็นส่วนหนึ่งในการยกระดับสังคมไทย ให้เป็นสังคมแห่งการอ่าน และการเรียนรู้ เพื่อเพิ่มประสบการณ์ และความรู้ให้กับทุกคน

นอกจากนี้ยังมีช่องทางสื่อสารกับสมาชิกทุกคนในครอบครัว และคนในยุคปัจจุบันผ่านสื่อออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็น [www.ngthai.com](http://www.ngthai.com) และเฟสบุ๊กแฟนเพจที่เปรียบเสมือนคลังข้อมูลความรู้ ที่จะเชื่อมโยงเรื่องราวความรู้จากทั่วทุกมุมโลกมาอยู่ในมือคุณ

## **สิ่งพิมพ์ในรูปแบบหนังสือเล่ม (สายงานหนังสือเล่ม)**

สำนักพิมพ์ในเครืออมรินทร์ดำเนินงานจัดพิมพ์หนังสือเล่มมาตั้งแต่ปี 2535 ภายใต้แนวคิดและการดำเนินงานที่ว่า “การอ่านคือรากฐานที่สำคัญ” จนตราปัจจุบันมีสำนักพิมพ์ในเครืออมรินทร์ทั้งหมด 19 สำนักพิมพ์ ประกอบด้วย แพรวสำนักพิมพ์, สำนักพิมพ์อรุณ, สำนักพิมพ์ Spell, สำนักพิมพ์ Rose, สำนักพิมพ์แพรวเพื่อนเด็ก, สำนักพิมพ์อมรินทร์คอมมิกส์, สำนักพิมพ์แพรวเยาวชน, สำนักพิมพ์อมรินทร์ธรรมะ, สำนักพิมพ์อมรินทร์ CUISINE, สำนักพิมพ์ Amarin Health, สำนักพิมพ์อมรินทร์, สำนักพิมพ์อมรินทร์ HOW-TO, สำนักพิมพ์ springbooks, สำนักพิมพ์ Amarin Travel, สำนักพิมพ์บ้านและสวน, สำนักพิมพ์ National Geographic, สำนักพิมพ์นิตยสารแพรว, สำนักพิมพ์ Steps และ สำนักพิมพ์ Shortcut โดยสำนักพิมพ์ทั้งหมดนี้จัดพิมพ์หนังสือแยกย่อยแบ่งหมวดหมู่ตอบสนองผู้อ่านทุกเพศทุกวัย ปีละประมาณ 600 ปก ภายใต้ 3 กลุ่มหนังสือหลัก คือ บันเทิงคดีไทย - เทศ (Fiction), สารคดี (Non - Fiction) และหนังสือสำหรับเด็กและเยาวชน

### **แพรวสำนักพิมพ์**

แพรวสำนักพิมพ์เน้นผลิตวรรณกรรมไทยและงานแปลจากภาษาต่างประเทศ ภายใต้ปรัชญาการทำงาน “การอ่านคือรากฐานที่สำคัญ” มากกว่า 20 ปี โดยงานวรรณกรรมไทยมีทั้งประเภท เรื่องสั้นนวนิยาย บทกวี สารคดี บทความ และสารบันเทิง

### **สำนักพิมพ์อรุณ**

สำนักพิมพ์อรุณ มุ่งคัดสรรและผลิตนวนิยายจากนักเขียนที่มีผลงานครองใจนักอ่าน เช่น กิ่งฉัตร, ปิยะพร ศักดิ์เกษมและจุฑารัตน์ รวมถึงนวนิยายรักโดยนักเขียนรุ่นใหม่ในชุดอุณโอรัก และชุด Love Square

### **สำนักพิมพ์ Spell**

สำนักพิมพ์ Spell จัดพิมพ์วรรณกรรมสำหรับวัยรุ่นจากทั่วทุกมุมโลก เปรียบเสมือนสะพานที่เชื่อมโลกแห่งความเป็นจริงกับโลกเหนือจริงในจินตนาการเข้าไว้ด้วยกัน โดยถ่ายทอดผ่านเรื่องราวที่สนุกส่นานและน่าสนใจ

### **สำนักพิมพ์ Rose**

สำนักพิมพ์ที่ผลิตนิยายโรมานซ์จากต่างประเทศ มุ่งนำเสนอความรักในรูปแบบต่างๆ เพื่อความอิมเมจให้กับผู้อ่าน

### **สำนักพิมพ์แพรวเพื่อนเด็ก**

สำนักพิมพ์แพรวเพื่อนเด็กเน้นผลิตหนังสือสำหรับเด็กวัย 0-8 ปี ทั้งนิทาน หนังสือฝึกทักษะเสริมความรู้ คู่มือผู้ปกครองและคุณครู เพื่อเสริมสร้างจินตนาการ พัฒนาการเรียนรู้ รวมถึงเป็นสื่อสร้างสัมพันธ์ภายในครอบครัว โดยเน้นให้พ่อแม่อ่านหนังสือให้ลูกฟัง เพื่อเสริมศักยภาพรอบด้านของเด็ก อาทิ ร่างกาย อารมณ์ สังคม สติปัญญา และจริยธรรม

### **สำนักพิมพ์อมรินทร์คอมมิกส์**

สำนักพิมพ์อมรินทร์คอมมิกส์มุ่งผลิตหนังสือความรู้สำหรับเด็กวัยประถมศึกษาขึ้นไป ทั้งในรูปแบบการ์ตูน หนังสือภาพความรู้และสารคดี มีความโดดเด่นที่ความสนุก ภาพลายเส้นสวยงามควบคู่กับสาระประโยชน์ พร้อมทั้งกระตุ้นความรู้ที่เหมาะต่อการเรียนรู้ของเด็ก

### **สำนักพิมพ์แพรวเยาวชน**

สำนักพิมพ์แพรวเยาวชนมุ่งคัดสรรและผลิตวรรณกรรมเยาวชนชั้นดีทั้งไทยและงานแปลจากภาษาต่างประเทศ เพื่อเสริมสร้างจินตนาการและปลูกฝังรสนิยมการอ่านที่ดีและมีคุณภาพให้แก่เยาวชนไทย

### **สำนักพิมพ์อมรินทร์ธรรมะ**

สำนักพิมพ์อมรินทร์ธรรมะมุ่งผลิตหนังสือโดยเน้นเนื้อหาที่มีหลักธรรมถูกต้องและเหมาะสมภาคปฏิบัติที่เข้าใจง่ายนำไปใช้ได้จริงในชีวิตประจำวันเพื่อรับมือกับทุกวิกฤตและช่วยเยียวยาจิตใจมีตั้งแต่หนังสือธรรมะสำหรับผู้เริ่มต้นใหม่ไปจนถึงผู้เฒ่าเพื่อเข้าสู่เส้นทางนิพพาน

### **สำนักพิมพ์อมรินทร์ CUISINE**

สำนักพิมพ์อมรินทร์ CUISINE มุ่งผลิตหนังสืออาหารทั้งไทยและงานแปลจากภาษาต่างประเทศโดยเน้นเมนูเพื่อสุขภาพที่ผ่านการทดสอบเรื่องรสชาติอย่างพิถีพิถัน เพื่อยืนยันว่าอาหารอร่อยนั้น นอกจากคุณจะทำเองได้แล้ว ยังสามารถต่อยอดเป็นอาชีพได้อีกด้วย

### **สำนักพิมพ์อมรินทร์ Health**

สำนักพิมพ์อมรินทร์ Health มุ่งผลิตหนังสือทั้งงานไทยและงานแปลที่เน้นสาระความรู้ด้านสุขภาพทั้งกายและใจ โดยแบ่งหนังสือออกเป็น 4 หมวด คือ หมวดโรคภัยใกล้ตัว หมวดชีวิตและสุขภาพ หมวดความงาม โดยแต่ละหมวดจะนำเสนอเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้ผู้อ่านสามารถนำไปประยุกต์ใช้ดูแลสุขภาพตนเองและคนรอบข้างได้จริง

### **สำนักพิมพ์อมรินทร์**

สำนักพิมพ์อมรินทร์มุ่งผลิตหนังสือคุณภาพแนวสาระความรู้เพื่อให้ผู้อ่านเป็นผู้มีความรู้รอบด้านทั้งหนังสือความรู้ที่อ่านสนุก มีสาระ และงานวิชาการที่มีข้อมูลถูกต้อง น่าเชื่อถือและนำไปอ้างอิงได้

### **สำนักพิมพ์อมรินทร์ HOW-TO**

สำนักพิมพ์อมรินทร์ HOW-TO มุ่งผลิตหนังสือทั้งแนวจิตวิทยาและการพัฒนาตนเอง การงาน การเงิน และการบริหาร ที่มีเนื้อหาเข้าใจง่ายและนำไปปฏิบัติได้

### **สำนักพิมพ์ springbooks**

สำนักพิมพ์ Springbooks มุ่งผลิตหนังสือสำหรับคนรุ่นใหม่ วัยรุ่น นักศึกษา และผู้ที่เริ่มทำงาน นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์และแรงบันดาลใจด้วยรูปแบบหนังสือที่หลากหลายทั้งความเรียง การ์ตูน นิยายภาพ วรรณกรรมเดินทาง วรรณกรรมแปล และสมุดบันทึก ฯลฯ โดดเด่นด้วยการออกแบบปกและรูปเล่มที่ทันสมัย ภายใต้แนวคิด “หนังสือที่จะทำให้คุณกระโดดได้สูงขึ้น”

### **สำนักพิมพ์ Amarin Travel**

สำนักพิมพ์อมรินทร์ Travel มุ่งผลิตหนังสือไกด์บุ๊กและสารคดีท่องเที่ยวทั้งงานไทยและงานแปลจากภาษาต่างประเทศ โดยรวบรวมสาระ ความบันเทิงและแรงบันดาลใจในการท่องเที่ยวให้กับผู้อ่าน

### **สำนักพิมพ์ STEPS**

สำนักพิมพ์ STEPS มุ่งผลิตหนังสือคู่มือสำหรับสาวรุ่นใหม่ โดยรวบรวมไอเดีย เทคนิคและเคล็ดลับดีๆ ในทุกขั้นตอนทั้งด้านความสวยความงาม แฟชั่นไลฟ์สไตล์ เพื่อเปลี่ยนคุณให้เป็นสาวสุดชิค ไม่ซ้ำใครภายใต้แนวคิด “ทุกขั้นตอนที่ทำให้คุณแตกต่าง”

### **สำนักพิมพ์ SHORTCUT**

สำนักพิมพ์ SHORTCUT มุ่งผลิตหนังสือเพื่อปลุกพลังชีวิต กระตุกต่อมคิดของคนรุ่นใหม่ไฟแรงที่อยากเป็นตัวจริง และสร้างความสำเร็จในแบบฉบับของตัวเอง ภายใต้แนวคิด “be ORIGINAL” นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับความคิดทัศนคติ วิธีการ อันเป็นทางลัดที่นำไปสู่เส้นชัย พร้อมเสริมสร้างแรงบันดาลใจในการทำงานและการใช้ชีวิต

## สำนักพิมพ์บ้านและสวน

เราเป็นผู้นำหนังสือตกแต่งบ้านและตกแต่งสวน พร้อมทั้งนำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจเกี่ยวกับงานช่าง ประดิษฐ์ของ แต่งบ้านใช้เอง โลฟสไตล์การใช้ชีวิตอย่างสุนทรีย์ของคนรักบ้าน รักการจัดสวนกับความรู้เกี่ยวกับพรรณไม้ทั้งไทยและต่างประเทศ

## สำนักพิมพ์ National Geographic

สำนักพิมพ์ที่นำเสนอความรู้หลากหลายสาขาจากทั่วทุกมุมโลก ตั้งแต่ภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ วิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี ไปจนถึงสิ่งแวดล้อม ธรรมชาติวิทยา และศิลปวัฒนธรรม

## สำนักพิมพ์นิตยสารแพรว

จัดทำหนังสือพ็อกเก็ตบุ๊กที่ให้ทั้งสาระและความบันเทิง ตลอดจนเรื่องราวความงาม จากเนื้อหาและบทความใน นิตยสารแพรวที่ได้รับความนิยมจากผู้อ่าน หรือเรื่องราวชีวิต ข้อคิดจากบุคคลที่มีชื่อเสียงในแวดวงต่างๆ ของสังคม

## กิจกรรมการตลาดและงานแฟร์

งานแฟร์และงานเปิดตัว ในปี 2559 บริษัทมีการจัดกิจกรรมทางการตลาดและงานแฟร์ดังนี้

### Amarin Baby & Kids Fair

ณ อาคาร 106 ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค บางนา

บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) จัดงานแฟร์ที่คุ้มค่าเพื่อครอบครัว โดยจัดติดต่อกันเป็น ครั้งที่ 7 เป็นงานรวบรวมสินค้าเพื่อแม่และลูกที่ดีที่สุดในโลกกว่า 300 บรู๊ต ลดกระหน่ำสูงสุดถึง 80% โดยภายในงานมีกิจกรรมที่น่าสนใจให้คุณพ่อคุณแม่ได้ร่วมสนุก เช่น การเล่นเกมโดยแพรวเพื่อนเด็ก รวมถึงเปิดโอกาสให้หนูน้อยได้แสดงความสามารถ อาทิเช่น การเดินแฟชั่นโชว์จากหนูน้อยทายาทคนดัง และนายแบบ นางแบบตัวน้อยที่ผ่านเข้ารอบคัดเลือก Kids Fashion Show, ค้นหาหนูน้อยวัย 3 เดือน - 3 ปี ขึ้นปกนิตยสาร พร้อมลุ้นเป็นเจ้าของรางวัลหนูน้อย "Smile of the Day", การแข่งคลานตุ๊กตัก แข่งเดินเตาะแตะ รวมถึงกิจกรรมแม่ท้องสุขภาพดี ชวนคุณแม่ที่กำลังตั้งครรภ์ 12 - 28 สัปดาห์ ร่วมประกวดลุ้นถ้วยแฟชั่นนิตยสาร

งาน Amarin Baby & Kids Fair ครั้งที่ 7 จัดขึ้นในวันที่ 24 - 28 กุมภาพันธ์ 2559 โดยภายในงานยังมีพิธีมอบรางวัลหนูน้อยขวัญใจมหาชน ซึ่งปีนี้หนูน้อยขวัญใจมหาชน สาขาเด็กหญิง ได้แก่ น้องมะลิ - ด.ญ.พาขวัญ สหวงศ์ หนูน้อยขวัญใจมหาชน สาขาเด็กชาย ได้แก่ น้องแม็กซ์เวลล์ คาซิงกินี

งาน Amarin Baby & Kids Fair ครั้งที่ 8 จัดขึ้นวันที่ 27 - 31 กรกฎาคม 2559 ในงานมีพิธีมอบรางวัล Parent of the Year 2016 ที่มอบโดยนิตยสาร Amarin Baby & Kids ให้แก่บุคคลที่เป็นพ่อแม่และครอบครัวต้นแบบที่ดีของสังคม และองค์กรที่สนับสนุนกิจกรรมเพื่อเด็กและสถาบันครอบครัว โดยให้ผู้อ่านนิตยสารร่วมโหวตด้วยการส่งคูโปงและทางเว็บไซต์ ซึ่งผู้ที่ได้รับรางวัลในสาขาต่างๆ มีดังนี้

- |                                |   |                         |
|--------------------------------|---|-------------------------|
| ● Father of the Year           | ผู้ที่ได้รับรางวัล  | คุณตึก - เจษฎาภรณ์ ผลดี |
| ● Mother of the Year           | ผู้ที่ได้รับรางวัล  | คุณโบว์ - แวนดา สหวงศ์  |
| ● Parent of the Year           | ผู้ที่ได้รับรางวัล  | ครอบครัวผลดี            |
| ● Best Playground              | องค์กรที่ได้รับรางวัลศูนย์วิทยาศาสตร์เพื่อการศึกษาท่าอากาศยาน<br>จำลอง กรุงเทพฯ |                         |
| ● Best Corporate for Parenting | องค์กรที่ได้รับรางวัลมูลนิธิกระเจา  |                         |

- Best Innovation for Parenting      สุดยอดนวัตกรรมสำหรับครอบครัวที่ได้รับรางวัล แก้วสำหรับ  
เด็กพิการทางสมอง โดยคุณเสาวภา ธีระปรีชากุล

### นิตยสารสุดสัปดาห์ รวมพลังคนหล่อทำภารกิจความดีต่อเนื่องในงาน “สุดสัปดาห์คนหล่อขอทำดีปี 9”

นิตยสารสุดสัปดาห์ เดินหน้าทำประโยชน์ช่วยเหลือสังคมอย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ 9 ด้วยการจัดโครงการ “สุดสัปดาห์ คนหล่อขอทำดี” นำโดย มนทิรา ภูปากน้ำ บรรณาธิการบริหารนิตยสารสุดสัปดาห์ กิจกรรมที่รวมพลังคนหล่อในวงการบันเทิงมาแล้วกว่า 100 คน กับการปฏิบัติภารกิจมากมายเพื่อช่วยเหลือสังคม โดยในปีนี้นำในคอนเซ็ปต์ “คนหล่อรักในหลวง” เพื่อเป็นตัวแทนร่วมแสดงความรักที่มีต่อพ่อของแผ่นดิน กับภารกิจความดีในโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริทั้ง 3 ได้แก่ ดิน น้ำ และป่า เพื่อชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของคนในสังคมและสิ่งแวดล้อม คนหล่อที่เข้าร่วมโครงการในปีนี้ได้แก่ เจมส์ - จิรายุ, ดีเจพุฒ, เกรท - วรินทร์, ฌอห์ณ - จินดาโชติ, ไมค์ - พิรัชต์, ไมค์ - ภัทรเดช, มาร์ช - จุฑาวุฒิ, ต๋อ - ธนภพ, บอย - หน่อง - ภัทร์ ฉัตรบริรักษ์, สน - ยุกต์, กัปตัน และไวท์ Love Sick, สกาย จาก Hormones season 3 และไอซ์ซี่ - ณัฐรัตน์ ยกทัพมาร่วมงานแถลงข่าว ในวันพุธที่ 24 กุมภาพันธ์ 2559 ณ ลานอีเดน เซ็นทรัลเวิลด์ ภายในงาน เหล่าแฟนคลับยังได้ร่วมระดมทุนอุดหนุน เสื้อยืด Limited Edition จำหน่ายโดยคนหล่อขวัญใจสาว ๆ ที่ยกขบวนมาเป็นพ่อค้าเสื้อยืดลวดลายสุดชิค ภายในเวลาครึ่งชั่วโมงสามารถทำรายได้ถึง 178,932 บาท เพื่อนำรายได้มอบให้กับโครงการในพระราชดำริ

### งานนิทรรศการภาพถ่าย “คิดถึงปอ”

นิตยสารแพรว ร่วมกับ เซ็นทรัลเอ็มบาสซี จัดแสดงนิทรรศการภาพถ่าย “คิดถึงปอ” รวบรวมภาพประทับใจแสนอบอุ่นของ ปอ - ฤทธิ์ภูมิ สหวงศ์ ซึ่งจัดแสดง ตั้งแต่วันที่ 26 เม.ย. - 15 พ.ค. 2559 ชั้น G เซ็นทรัลเอ็มบาสซี โดยในวันที่ 26, 30 เมษายน 2559 และ 7 พฤษภาคม 2559 ได้มีการจัดกิจกรรมประมูลของรักจากดารา สามารถทำรายได้ถึง 600,000 บาท และโครงการแพรวแชรส์สมทบทุนอีก 500,000 บาท ซึ่งได้ยอดเงินรวมทั้งสิ้น 1,100,000 บาท เพื่อช่วยเหลือช้างกับองค์กร World Animal Protection

โดยงานนี้มีเหล่าคนในวงการบันเทิงมาร่วมงานอย่างมากมาย พร้อมนำของชิ้นพิเศษมาร่วมประมูล นำโดยครอบครัวสหวงศ์ โบว์ - แวนดาและน้องมะลิ - พาชวิญญ์ และ อาปิล ชวนันท์ พร้อมด้วยเหล่าศิลปินนักแสดงมาร่วมแสดงพลังความคิดถึง อาทิ เจมส์ - จิรายุ, ไตโน้ - ภาคิน, แอนดริว เกร็กสัน, เต๋อ - จรินทร์พร, หนอย - บุษกร, แฮ่มม - ศัลลียา, นก - สันจัย และนก - ฉัตรชัย, จุ๋ย - วรทยา, หมิว - ลลิตา, โดนัส - มนัสนันท์, พริม - พริมา, ตั๊ย - เกียรติกมล, แพนเค้ก - เหมนิจ ,เต๋ว - ณัฐพร, เนย - โชติกา, แยม - มทิรา, โบรท์ - พิชญทัฬห์, โต้ - ศักดิ์สิทธิ์, พันซ์ - วรกาญจน์, ณัฐ - ศักดาพร เป็นต้น

### Good Life Fair ครั้งที่ 2

วันที่ 6 - 10 ก.ค. 2559

### ณ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์

นิตยสาร Health & Cuisine ชีวจิตและ Secret ร่วมกันผนึกกำลังจัดงาน Good Life Fair ครั้งที่ 2 งานแฟร์อาหาร สุขภาพ ที่ดีที่สุด ตอบโจทย์ทุกไลฟ์สไตล์ อยากช้อปปิ้ง อยากเพลิน มาเดินงาน Good Life Fair

เริ่มด้วยการเสริมสุขภาพกายกับนิตยสารชีวจิต มั่นสุดเหวี่ยงกับกิจกรรม WORKOUT ที่คนรักสุขภาพ อยากมีหุ่นเฟิร์มไม่ควรพลาด หลังจากเหนื่อยกันแล้วไปหาของอร่อยๆ เติมพลังกับนิตยสาร Health & Cuisine ทานอาหารในคาเฟ่แบบชิคๆ คัดสรรเมนูพิเศษโดยกองบรรณาธิการ Health & Cuisine อาทิ ลิ่นจี่กุหลาบพลับเปอริโซดา, วาฟเฟิลผลไม้รวมครีมสด, สโคนงาดำกับครีมชিং, ข้าวคลุกพริกเกลือ รวมถึง Workshop ทำอาหารหลากหลายเมนูจากเชฟมืออาชีพ เอาใจ



เหล่าคนชอบทำอาหารอย่างไม่มีที่กั บิดท้ายกับกิจกรรมดีต่อใจโดยนิตยสาร Secret ร่วมฟังเสวนา “ทำอย่างไรให้ชีวิตดี...ดีมีความสุข” โดยคุณพดิน อินทรวงศ์ และคุณขุนเขา สีนุเสณ เขจรบุตร นอกจากนี้ยังมีสินค้าและบริการเพื่อสุขภาพและอาหาร มาให้ช้อป มีให้เลือกสรรกว่า 300 ร้านค้า

### Good Life Fair ครั้งที่ 3 (จัดพร้อมงานบ้านและสวนแฟร์)

วันที่ 29 ต.ค. - 6 พ.ย. 2559

#### ณ ชาเลนเจอร์ อิมแพ็ค เมืองทองธานี

นิตยสาร Health & Cuisine ชีวจิต และ Secret จัดงาน Good Life Fair ครั้งที่ 3 งานแฟร์ที่รวบรวมบูธสินค้าสุขภาพและอาหารกว่า 300 บูธ มาไว้ที่งานนี้งานเดียว พร้อมกิจกรรม Workshop อาหารญี่ปุ่นฟรี! โดยเชฟจาก Health & Cuisine และสาธิตการออกกำลังกายที่คนรักการทำอาหารและสุขภาพห้ามพลาดเด็ดขาด!

นอกจากนี้ยังมีนิทรรศการ “ได้ร่มพระบารมี” เพื่อระลึกถึงพระราชกรณียกิจของในหลวงรัชกาลที่ 9 พร้อมเชิญชวนผู้เข้าชมร่วมเขียนคำแสดงความอาลัยถวายในหลวงรัชกาลที่ 9

#### “บ้านและสวนแฟร์”

งานแฟร์ของคนรักบ้านและสวนระดับประเทศ จัดโดยนิตยสารบ้านและสวนอย่างต่อเนื่องมาเป็นปีที่ 16 ครบวงจร โดดเด่นด้านการออกแบบและแนวคิดที่หลากหลายและการตกแต่ง มีงานดีไซน์เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ สินค้ามากมาย ทั้งของแต่งบ้านและสวน ต้นไม้พันธุ์จากบริษัทชั้นนำของประเทศ “รวมดีไซน์สร้างสรรค์...ครบครันสำหรับคนรักบ้านและสวน”

#### บ้านและสวนแฟร์ Midyear 2016

วันที่ 27 - 31 ก.ค. 2559 ณ อาคาร 101-105, 107 ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค บางนา

บ้านและสวนแฟร์ Midyear 2016 หลากไอเดียที่เสริมสร้างแรงบันดาลใจ ครบครันทุกสิ่งสำหรับคนรักบ้านและสวน ไฮไลท์เด็ดในงาน ห้องตัวอย่างในคอนเซ็ปต์ Cozy Home ซึ่งเป็นการแสดงไอเดียการจัดตกแต่งและการสร้างบรรยากาศให้กับบ้านดูอบอุ่น เรียบง่าย น่าอยู่ และสะดวกสบาย ภายในงานจะพบกับรูปแบบต่างๆ ของไอเดียที่ช่วยสร้างให้บ้านของคุณกรุ่นกลิ่นความเป็นกันเอง ทั้งการใช้สี สัน วอลเปเปอร์ ผ้าปู ลวดลายและสิ่งของหรือเทคนิคต่างๆ ที่ช่วยสร้างความสุขให้กับการอยู่บ้าน room Design Hunting Camp โดย นิตยสาร room แคมป์ปิ้งรูปแบบใหม่ที่คนเมืองต้องหลงรัก เพียววาในเมืองแบบใกล้ๆ เพื่อตามล่าหาของดีไซน์เก๋กลับบ้าน บ้านและสวน Craft Village บรรยากาศในโซนนี้จะอบอุ่นไปด้วยเรื่องสนุกของชีวิตที่รื่นรมย์กับธรรมชาติ พืชผักผลไม้เกษตรอินทรีย์ ผลงานสร้างสรรค์ด้วยมือ ไปจนถึงร้านหนังสือเล็กๆ ที่เหล่านักเขียนพร้อมใจกันมานำหนังสือที่เหมาะสมกับคนอ่านด้วยตัวเอง

#### บ้านและสวนแฟร์ 2016

วันที่ 29 ต.ค. - 6 พ.ย. 59 ณ อาคารชาเลนเจอร์ อิมแพ็ค เมืองทองธานี

บ้านและสวนแฟร์ 2016 ภายใต้คอนเซ็ปต์ “The Making Of Home” มีไฮไลท์ของงาน ได้แก่ บ้านตัวอย่าง ที่นำเสนอแนวคิด ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง “ป่า 3 อย่าง ประโยชน์ 4 อย่าง” พออยู่ พอกิน พอใช้ และมีประโยชน์ต่อระบบนิเวศ สัมผัสบรรยากาศผ่อนคลายในบ้านด้วยการเชื่อมโยงทุกพื้นที่ใช้สอยให้เข้ากับธรรมชาติ ทั้งพื้นที่ส่วนตัว (Private) และพื้นที่ส่วนกลางสำหรับทุกคนในครอบครัว (Social) และรวมภาพพระราชกรณียกิจจัดแสดงในธีม “รูปที่มีทุกบ้าน” โดยช่างภาพกลุ่มบ้านและสวน my home Workshop Fun Space โดยนิตยสาร my home จัดกิจกรรมเวิร์คช็อป “รูปที่มีทุกบ้าน” เทคนิคการวาดภาพพระบรมสาทิสลักษณ์จากศิลปินรับเชิญ เทคนิคการจัดวางองค์ประกอบภาพภายในบ้าน และไอเดียการแต่งบ้านแสนน่ารักและสร้างสรรค์ ทั้งผนังกระดานดำขนาดใหญ่ จัดดีสเพลย์โชว์กองทัพอิมเดลของเล่น



มุมเสริมสร้างจินตนาการของเจ้าตัวน้อย มุมทำครัว และมุมวาดรูป Room Lifestyle Café โดยนิตยสาร room จำลองบรรยากาศหัวหิน ซึ่งได้แรงบันดาลใจจากพระปรีชาสามารถด้านเรือใบของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช และสินค้ามีดีไซน์จากหลากหลายแบรนด์ให้เลือกช้อปปิ้ง

#### **นิตยสาร WE ฉลองครบรอบ 12 ปีจัดงานโชว์ชุดแต่งงานสุดอลังการ Bridal Fashion Show WE 12<sup>th</sup> Anniversary**

นิตยสาร WE ในเครืออมรินทร์ฯ ฉลองครบรอบ 12 ปี จัดงาน Bridal Fashion Show 12<sup>th</sup> Anniversary ในวันศุกร์ที่ 30 กันยายน 2559 ณ แฟชั่นฮอลล์ ชั้น 1 ห้างสรรพสินค้า สยามพารากอน เพื่อโชว์ความเป็นสื่อเบอร์หนึ่งที่ให้ข้อมูลด้านการแต่งงานอย่างมีสไตล์ให้กับคู่รักที่มีแพลนแต่งงาน จัดโชว์ชุดแต่งงานจากแบรนด์ชั้นนำ โดยมีดารานักแสดงและนางแบบชั้นนำแนวหน้า มาเดินแบบโชว์ในงานครั้งนี้ รวม 100 ชุด อาทิ บอย - ปกรณ์, มินต์ - ชาลิดา, เมย์ - พิชญ์นาฏ, มะพร้าว - กัญญ์ณรัณ, แซมมี่ - เคาวเวลล์, แนท อนิพรณ์, มาสุ จรรย์ยงค์กมล, ไนกี้ - นิธิดล, นิว - วงศกร, สนั่น - ยุกต์, อ้วน - รังสิต, เบญจวีญานันท์, โยเกิร์ต - รวิวรรณ, บิ๊ก - ธนกร, แจ็ค - เมธัส โชว์พิเศษครั้งนี้ได้เพลงเพราะจากเจ้าของสตูดิโอพลังเสียง เจนนิเฟอร์ คิม มาบรรเลงสร้างสีสัน

ภายในงานยังมีกิจกรรมสำหรับคู่รัก อาทิ Cinderella Shoes แจกรองเท้าเจ้าสาว SIRENA, มุมถ่ายภาพจาก Social Touch รับรูปเป็นที่ระลึกจากงาน, มุมแนะนำเว็บไซต์ WEweddingguide.com รวมถึงรางวัลถ่ายฟรีเวดดิ้งกับช่างภาพ NARAKORN PHOTOGRAPHY เครื่องประดับ ที่ปัก และเบอร์เลฆมงคล

#### **งานแข่งขันกอล์ฟการกุศล “40<sup>th</sup> Amarin Golf Charity 2016”**

ในฐานะเป็นสื่อที่นอกจากดำเนินงานเพื่อสร้างรายได้แล้ว บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) เล็งเห็นความสำคัญของการทำประโยชน์เพื่อสังคม จัดแข่งขันกอล์ฟการกุศลครั้งใหญ่ “40<sup>th</sup> Amarin Golf Charity 2016” ในโอกาสครบรอบ 40 ปี เมื่อวันที่จันทร์ที่ 10 ตุลาคมที่ผ่านมา ณ สนามกอล์ฟไทยคันทรี่คลับ โดยมีนักกอล์ฟที่สนใจมาร่วมแข่งขันวงสวิงจำนวน 30 ก๊วน พร้อมเหล่าเซเลบริตี้ อาทิ ดร. ประภา ศศิประภา, เทวัญ ลิปะพัฒน์, ปณิดา ศรีไทยเทวา, พรประเสริฐ กาญจนจारी เป็นต้น เพื่อนำรายได้ส่วนหนึ่งมอบสนับสนุนการศึกษาแก่เยาวชนไทยรวม 300,000 บาท ให้กับ 3 โรงเรียน ได้แก่ โรงเรียนบ้านหนองเจริญ จ.กาญจนบุรี, โรงเรียนวัดกุ่มโคก จ.สุพรรณบุรี, โรงเรียนบ้านท่าบ่อบึง จ.นครราชสีมา ที่ล้วนแต่เป็นโรงเรียนที่ยังขาดทุนในการสนับสนุนด้านการศึกษาอยู่อีกมากมาย เพื่อนำเงินจากการระดมทุนครั้งนี้ไปใช้ในการทำประโยชน์แก่การศึกษาให้กับเยาวชนไทยต่อไป

#### **40 ปี Amarin Run for Love #รักใคร่ให้ชนมาวิ่ง**

เนื่องในโอกาสครบรอบ 40 ปี บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) จึงได้จัดงาน “40 ปี Amarin Run for Love #รักใคร่ให้ชนมาวิ่ง” ขึ้นในวันอาทิตย์ที่ 11 ธันวาคม ณ ลานอีชีปาร์ค โดยมี คุณกอบกาญจน์ วัฒนวรางกูร รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา คุณระริน อุทกะพันธุ์ ปัญจรุ่งโรจน์ กรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) พร้อมคุณเจมส์ - จิรายุ ตั้งศรีสุข และคุณพล ตัณฑเสถียร ร่วมวิ่งในครั้งนี้

40 ปี Amarin Run for Love #รักใคร่ให้ชนมาวิ่ง จัดขึ้นเพื่อส่งเสริมและกระตุ้นให้คนไทยหันมาใส่ใจสุขภาพให้มากขึ้น เพราะคนที่มีสุขภาพดีย่อมมีความสุข มีพลังที่จะสร้างสรรค์สิ่งดีๆ ให้แก่ทั้งตนเอง ครอบครัว และสังคม โดยได้รับความสนใจ สมัครเข้าร่วมกิจกรรมวิ่งรวมทั้งสิ้น 2,200 คน โดยแบ่งระยะวิ่งเป็น 2 ระยะ คือ Fun Run 6 กิโลเมตร และ Mini Marathon 8.2 กิโลเมตร ซึ่งผู้ที่มาร่วมกิจกรรมในครั้งนี้ นอกจากจะได้สุขภาพที่แข็งแรงแล้วยังได้บุญกลับบ้านกันถ้วนหน้า เพราะรายได้หลังหักค่าใช้จ่ายมอบให้โครงการบ้านทานตะวัน มูลนิธิเด็ก

## 2.1 ลักษณะลูกค้า

จากลักษณะการประกอบธุรกิจของสายงานนิตยสารและหนังสือเล่ม ในการผลิตนิตยสารและหนังสือเล่มประเภทต่างๆ ลักษณะของลูกค้าจึงแยกตามประเภทของผลิตภัณฑ์ สรุปได้ดังนี้

### 2.1.1 สายงานนิตยสาร แบ่งกลุ่มลูกค้าออกเป็น 2 กลุ่มดังนี้

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

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

2.1.2 สายงานหนังสือเล่ม จากการที่บริษัทฯ ได้ผลิตหนังสือที่ดีมีคุณภาพออกมามากหลายประเภท จึงสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้อ่านได้ครอบคลุม ตั้งแต่กลุ่มเด็ก วัยทำงาน จนถึงวัยผู้ใหญ่

## 2.2 ลักษณะรายได้ ประกอบไปด้วยรายได้แยกตามประเภทของสินค้า ดังนี้

2.2.1 รายได้จากการขายพื้นที่โฆษณาในนิตยสารทุกฉบับ การโฆษณาบนเว็บไซต์ และหนังสือเล่ม

2.2.2 รายได้จากการขายสิ่งพิมพ์ในรูปแบบนิตยสาร และหนังสือเล่ม

2.2.3 รายได้จากการรับจ้างและให้บริการ เช่น การรับจ้างจัดงาน

2.2.4 รายได้จากการขายพื้นที่จัดแสดง เช่น การขายพื้นที่ในงานบ้านและสวน, งาน Good Life Fair และงาน Amarin Baby and Kids Fair เป็นต้น

## 3. สายงานนิวมีเดีย

ด้วยประสบการณ์พัฒนาระบบเว็บไซต์ และเนื้อหาออนไลน์ให้กับสื่อในเครืออมรินทร์มากกว่า 10 ปี สายงานนิวมีเดียได้สร้างสรรค์เนื้อหาในหลากหลายรูปแบบทั้งบทความ ภาพประกอบ ผังภาพข้อมูล (Infographic) วิดีโอออนไลน์ ฯลฯ ที่มีความแตกต่างจากเนื้อหาในสื่อสิ่งพิมพ์ ผ่านประเด็นและการนำเสนอที่เหมาะสมกับผู้บริโภคสื่อสมัยใหม่ มีการนำเทคโนโลยีมาช่วยดึงดูดความสนใจผู้อ่าน และตอบสนองความต้องการของผู้ลงโฆษณาได้

ดังเป้าหมายของสายงานนิวมีเดียที่ตั้งไว้ว่า เราจะเป็นผู้นำการสร้างสรรค์เนื้อหาที่มีคุณภาพ และตอบสนองผู้บริโภคในยุคดิจิทัลทำให้นอกจากการดูและเนื้อหาให้กับบริษัทฯ ในเครืออมรินทร์แล้ว สายงานนิวมีเดียยังประกอบธุรกิจรับพัฒนาสื่อและเนื้อหาในรูปแบบดิจิทัลให้กับลูกค้าองค์กรในหลากหลายกลุ่มเช่น เว็บไซต์ในเครือ SCG และผลิตภัณฑ์ในกลุ่มตราช้าง จัดทำวิดีโอออนไลน์ให้ลูกค้ากลุ่มอสังหาริมทรัพย์ ผู้ให้บริการเทคโนโลยี ผู้ให้บริการโครงข่ายโทรคมนาคม ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง สินค้าและบริการสำหรับผู้หญิง ผลิตภัณฑ์สำหรับเด็ก คุณแม่ และครอบครัว เป็นต้น และในยุคที่การสื่อสารผ่านสังคมออนไลน์เป็นอีกปัจจัยหลักในการประชาสัมพันธ์และโฆษณาสินค้าและบริการ สายงานนิวมีเดียก็มีการจัดทำเนื้อหาในรูปแบบ Short Form Content ที่เหมาะกับสื่อสังคมออนไลน์ทั้ง Facebook, Instagram, Youtube, Twitter พร้อมทั้งดูแลตอบคำถามแทนบริษัทฯ และองค์กรต่างๆ

นอกจากนี้สายงานนิวมีเดียยังมีการพัฒนาและประยุกต์เทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาใช้กับบริการของบริษัทในเครืออมรินทร์ไม่ว่าจะเป็นการเก็บข้อมูลผู้เข้าชมงานแฟร์ และผู้เข้าชมเว็บไซต์เพื่อนำมาวิเคราะห์ในรูปแบบฐานข้อมูลขนาดใหญ่



ใหญ่ (Big Data) หรือการพัฒนาระบบจอที่สองเพื่อการสื่อสารและโต้ตอบข้อมูล (Second Screen) เพื่อตอบสนองความต้องการของการทำรายการแบบ Interactive กับ ช่องรายการอมรินทร์ ทีวี เอชดี ในอนาคต

### 3.1 ลักษณะลูกค้า

จากลักษณะการประกอบธุรกิจของสายงานนี้มีเดีย ลักษณะของลูกค้าจึงแยกตามประเภทของผลิตภัณฑ์ สรุปได้ดังนี้

3.1.1 กลุ่มลูกค้าโฆษณา แบ่งเป็น กลุ่มลูกค้าที่เป็นตัวแทนโฆษณา (Advertising Agency) หรือ กลุ่มลูกค้าบริษัทหรือเจ้าของสินค้า (Client) ที่เลือกลงโฆษณาในเว็บไซต์

3.1.2 กลุ่มลูกค้าสายงานนี้มีเดีย แบ่งกลุ่มเป็นลูกค้าโฆษณา รับจ้างผลิตเว็บไซต์ และ e-magazine ซึ่งส่วนใหญ่ต่อยอดมาจากกลุ่มลูกค้าโฆษณาในนิตยสารของบริษัทฯ

3.2 ลักษณะรายได้ ได้แก่ รายได้จากการรับจ้างและให้บริการ เช่น การรับผลิตและให้คำปรึกษาในรูปแบบของสื่อนี้มีเดียรูปแบบอื่นทุกประเภท อาทิ การจัดทำคอนเทนต์ในรูปแบบหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-magazine และ e-book) เป็นต้น

## 4. สายงานอมรินทร์ทีวีเอนต์ไอเว้นด์

บริหารจัดการมัลติมีเดียการตลาดในรูปแบบอีเว้นต์และงานแฟร์ ให้กับนิตยสารและหนังสือในเครือของบริษัทฯ และลูกค้าภายนอกอย่างครบวงจร อาทิ งานบ้านและสวนแฟร์, บ้านและสวนแฟร์ MIDYEAR, งาน AMARIN BABY & KIDS FAIR และงาน Good Life Fair ด้วยความชำนาญทำให้ได้รับความไว้วางใจจากองค์กรภายนอก ทั้งในส่วนภาครัฐและหน่วยงานเอกชนให้เป็นผู้จัดงานต่างๆ

ผลงานในปี 2559 เช่น งาน KKGEN Exclusive Dinner, งาน GENPHATRA Exclusive Dinner และ งาน KKGEN BEST IN CLASS AWARD Half Year 2016 ของ บริษัท เจนเนอราลี่ ประกันชีวิต (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน), งานแถลงข่าว Mass Affluent Segment : KRUNGSRI PRIME ของ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน), งานสัมมนา Allianz Global Investors Investment ของ Allianz Global investors Singapore Limited งานออกแบบและตกแต่ง BOOTH ภายในงาน ASEANbeauty 2016 และ งาน COSMEX 2016 ของ บริษัทเอ็ม ไอ พี (ประเทศไทย) จำกัด, งานออกแบบและตกแต่ง BOOTH ภายในงาน THAIFEX 2016 และงาน Food & Hotel Thailand 2016 ของ บริษัท J&P Jasco Product (Thailand) จำกัด

จากประสบการณ์ความสำเร็จอย่างต่อเนื่อง ในการสร้างสรรค์กิจกรรมการตลาดมากกว่า 17 ปี สายงานอมรินทร์ทีวีเอนต์ไอเว้นด์ยังคงมุ่งมั่นสร้างสรรค์งานคุณภาพ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างครอบคลุมและมีประสิทธิภาพ ภายใต้วิสัยทัศน์ในการดำเนินธุรกิจอย่างมืออาชีพที่ว่า “เพราะงานคุณภาพคือความชำนาญของเรา”

### 4.1 ลักษณะลูกค้า

จากลักษณะการประกอบธุรกิจของสายงานทีวีเอนต์ไอเว้นด์ ลักษณะของลูกค้าจึงแยกตามประเภทของผลิตภัณฑ์ ได้แก่กลุ่มลูกค้าโฆษณา แบ่งเป็น กลุ่มลูกค้าที่เป็นตัวแทนโฆษณา (Advertising Agency) หรือ กลุ่มลูกค้าบริษัทหรือเจ้าของสินค้า (Client) ที่เลือกจัดงานอีเว้นต์

### 3.2 ลักษณะรายได้ ได้แก่ รายได้จากการจัดงานอีเว้นต์และงานแฟร์

## แนวโน้มธุรกิจและการแข่งขัน

ภาพรวมเศรษฐกิจของประเทศไทยปี พ.ศ. 2559 มีแนวโน้มการเติบโตแบบค่อยเป็นค่อยไป เนื่องจากการค้ากับต่างประเทศในช่วง 10 เดือนแรกของปี 2559 ลดลงจากช่วงเดียวกันของปีก่อน ทั้งจากการลดลงของมูลค่าการนำเข้าและมูลค่าการส่งออก ซึ่งเป็นไปตามสถานการณ์เศรษฐกิจโลก นอกจากนี้ การบริโภคภายในประเทศยังคงชะลอตัว โดยตัวเลขของการนำเข้าตลอดทั้ง 10 เดือนมีมูลค่าลดลงในระดับที่มากกว่ามูลค่าการส่งออกเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน จึงส่งผลให้ดุลการค้าเกินดุล ทั้งนี้ทางภาครัฐได้เน้นใช้นโยบายในการบริหารแบบงบประมาณขาดดุลเข้ามากระตุ้นเศรษฐกิจโดยรวม พร้อมทั้งพยายามผลักดันโครงการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้น ในขณะที่การลงทุนภาคเอกชนของไทยก็ยังไม่ได้แสดงภาพการฟื้นตัวที่ชัดเจนนัก

สำหรับเศรษฐกิจช่วงปลายปี 2559 รัฐบาลพยายามใช้นโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจ อาทิ มาตรการลดหย่อนภาษีเพื่อกระตุ้นภาคท่องเที่ยว มาตรการซื้อช่วยเหลือชาติ มาตรการช่วยเหลือผู้มีรายได้น้อย มาตรการยกระดับศักยภาพหมู่บ้านสำหรับในส่วนของบริษัท มีรายได้หลักจากการดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับทิศทางของ 3 กลุ่มอุตสาหกรรม ได้แก่ อุตสาหกรรมสื่อโฆษณา อุตสาหกรรมสำนักพิมพ์ และอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ ดังนี้

### อุตสาหกรรมสื่อโฆษณา

อุตสาหกรรมสื่อโฆษณาในปี พ.ศ. 2559 คาดการณ์มูลค่าราว 100,000 ล้านบาท จากความผันผวนทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง การไว้อาลัยต่อพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดชและเหตุการณ์ความตึงเครียดในประเทศที่เกิดขึ้น ทำให้การใช้งบโฆษณามีแนวโน้มการใช้จ่ายลดลง ซึ่งสื่อหลักในอุตสาหกรรมโฆษณายังคงเป็นสื่อโทรทัศน์ โดยที่มีช่องโทรทัศน์ดิจิทัลเป็นสื่อโทรทัศน์ที่มีอัตราการเติบโตที่น่าจับตามอง สำหรับสื่อออนไลน์ถือเป็นสื่อที่มีอัตราการเติบโตสูงสุดและยังคงมีมูลค่าการใช้งบโฆษณาต่อเนื่อง

### อุตสาหกรรมสำนักพิมพ์

#### ธุรกิจนิตยสาร

ภาพรวมของธุรกิจนิตยสารของปี พ.ศ. 2559 มีการรุกเข้าสู่รูปแบบออนไลน์อย่างเต็มที่ สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบัน ด้วยการสร้างความสมดุลระหว่างนิตยสารและสื่อออนไลน์ สร้างเนื้อหาที่มีความพิเศษ ทันกระแส และมีความน่าสนใจ แตกต่างตามลักษณะเฉพาะของนิตยสารและสื่อออนไลน์ พร้อมทั้งต่อยอดฐานผู้อ่านนิตยสารเชื่อมเข้าสู่ฐานผู้อ่านออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการเพิ่มจำนวนผู้อ่านใหม่เข้ามาในสื่อออนไลน์ในทุกรูปแบบ ทั้งนี้ ปัจจัยที่เอื้อต่อการเติบโตของธุรกิจนิตยสาร ได้แก่ การที่แบรนด์สินค้าจากต่างประเทศมีการลงทุนเพิ่มเติมและมีแบรนด์สินค้าใหม่ ๆ เข้ามาในประเทศไทย รวมถึงห้างสรรพสินค้ายังมีการขยายสาขาเพิ่มเติม

#### ธุรกิจหนังสือเล่ม

อุตสาหกรรมสำนักพิมพ์ในปี พ.ศ. 2559 จัดอยู่ในเกณฑ์หดตัวเล็กน้อย แม้ว่าจะได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐโดยการผลักดันให้ปี พ.ศ. 2552 – 2561 เป็น “ทศวรรษแห่งการอ่าน” ก็ตาม ซึ่งปัจจัยสำคัญต่อการหดตัวเป็นผลเนื่องมาจากอัตราการใช้จ่ายภายในประเทศลดลง และสื่อออนไลน์เข้ามามีส่วนในธุรกิจมากยิ่งขึ้น ทำให้ผู้บริโภคเปลี่ยนรูปแบบการอ่านจากการอ่านหนังสือเล่มเป็นอ่านทางออนไลน์มากยิ่งขึ้น

## กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจสำนักพิมพ์

กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจสำนักพิมพ์ในปี พ.ศ. 2559 ยังคงมุ่งเน้นจุดแข็งและความเชี่ยวชาญของธุรกิจในการใช้อินเทอร์เน็ต พร้อมใช้กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ โดยเฉพาะการทำกลยุทธ์การตลาดผ่านเนื้อหาที่โดดเด่น (Content Marketing Strategy) ที่บริษัทฯ ยังคงสร้างสรรค์เนื้อหาผ่านไลฟ์สไตล์ที่สอดคล้องตรงใจต่อความต้องการของฐานลูกค้าผู้อ่านทุกกลุ่มได้อย่างแท้จริง พร้อมเสริมจุดเด่นด้วยการเป็น OMNI Channel แก่ลูกค้าผู้อ่านให้สามารถเข้าถึงเนื้อหาทุกประเภทได้ทุกที่ทุกเวลาในทุก ๆ ช่องทาง (Channel) ได้อย่างสะดวก นอกจากนี้ สำหรับฐานลูกค้าผู้ลงโฆษณาบริษัทฯ เน้นจุดแข็งของการเป็นช่องทางการสื่อสารทางการตลาดอย่างตรงจุด ด้วยการเป็น OMNI Media ให้แก่ลูกค้าผู้ลงโฆษณาโดยเชื่อมโยงช่องทางสื่อสารการตลาดต่าง ๆ รวมให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันและให้แต่ละช่องทางสามารถสนับสนุนกันได้อย่างไม่มีรอยต่อเพื่อเอื้อประโยชน์สูงสุดให้กับผู้ลงโฆษณาได้อย่างแท้จริง โดยในปัจจุบันบริษัทฯ มีฐานลูกค้าคุณภาพหลากหลายประเภทและหลากหลายช่องทางการสื่อสารการตลาด ดังนี้ ฐานกลุ่มลูกค้าผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ ฐานกลุ่มลูกค้าผ่านงานแฟร์และกิจกรรม ฐานกลุ่มลูกค้าผ่านสื่อโทรทัศน์ ฐานกลุ่มลูกค้าผ่านสื่อออนไลน์ และฐานลูกค้าผ่านร้านค้าจัดจำหน่าย

ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังมีนโยบายอย่างต่อเนื่องในด้านกาวิจัยและพัฒนาเพื่อศึกษาปัจจัยทั้งภายในและภายนอกที่อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจ ศึกษาภาพรวมของอุตสาหกรรม อีกทั้งยังเจาะลึกพฤติกรรมของผู้อ่านแต่ละกลุ่มทำให้สามารถคาดการณ์ได้ถึงแนวโน้มพฤติกรรมที่จะเปลี่ยนแปลงไปในอนาคต เพื่อตอบสนองความต้องการของทั้งกลุ่มลูกค้าผู้อ่านและกลุ่มลูกค้าโฆษณาได้อย่างแม่นยำ

## อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์

แนวโน้มอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ในปี 2559 นี้จะตอบสนองพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัลมากขึ้น สิ่งพิมพ์เชิงปริมาณ (Mass Printing) ไม่ตอบสนองกับยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ การแข่งขันในเชิงธุรกิจสิ่งพิมพ์ก็มีเปลี่ยนแปลงไป โดยเน้นอัตราการทำการกำไรขั้นต้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น สิ่งพิมพ์จะต้องมีนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ผสมผสานเข้าไปในสิ่งพิมพ์เดิม พร้อมตอบสนองความต้องการและสร้างความประทับใจแก่ผู้บริโภคในยุคดังกล่าวได้อย่างสูงสุด

สายงานธุรกิจโรงพิมพ์จึงได้วางแผนธุรกิจเพื่อรองรับตลาดสิ่งพิมพ์ที่มีแนวโน้มที่จะเติบโตต่อไปอย่างต่อเนื่อง ดังนี้ ตลาดสิ่งพิมพ์ตามอุปสงค์ (Printing-On-Demand [POD]) ที่เน้นรองรับจำนวนพิมพ์ตามอุปสงค์แบบไม่จำกัดและสามารถเริ่มต้นจำนวนการพิมพ์ได้ตั้งแต่ปริมาณน้อย ตอบโจทย์การพิมพ์งานแบบรวดเร็วคล่องตัว (Fast Digital Printing)

**ตลาดสิ่งพิมพ์ที่มีคุณค่าสูง (High-Value Printing) และสิ่งพิมพ์ที่มีคุณค่าเหนือกาลเวลา** ได้แก่ งานพิมพ์เชิงศิลปะ เชิงการออกแบบที่โดดเด่นแตกต่าง และงานพิมพ์เพื่อการเก็บสะสมและส่งมอบต่อเป็นมรดก

**ตลาดสิ่งพิมพ์แบบผสมผสาน (Electronics-Integrated Printing)** ที่นำเทคโนโลยีทั้งภาพ เสียง วิดีโอผสมผสานเข้ากับสิ่งพิมพ์แบบกระดาษ เพื่อสร้างสรรค์สิ่งพิมพ์รูปแบบใหม่ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคยุคดิจิทัล

การรองรับตลาดสิ่งพิมพ์ที่มีศักยภาพข้างต้น ทางสายงานธุรกิจโรงพิมพ์เน้นความมีประสิทธิภาพสูงสุดตลอดสายการผลิต (Maximized Efficiency throughout the Plant) เน้นการผลิตงานคุณภาพระดับพรีเมียม (Premium Quality)

อัตราการกำไรขั้นต้นสูง (High Gross Profit) ความเป็นผู้นำในธุรกิจ (Top Leader) เพื่อให้การเติบโตของธุรกิจยังคงเป็นไปอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

### **การตลาดและสื่อสารแบรนด์และกิจกรรมส่งเสริมการตลาด**

หน่วยงานการตลาดและสื่อสารแบรนด์ทำหน้าที่ในการวางแผนและดำเนินกิจกรรมทางการตลาด รวมทั้งติดตามและศึกษาความเคลื่อนไหวของตลาดอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างศักยภาพทางการแข่งขัน ดังนี้

#### **1. สายงานธุรกิจโรงพิมพ์**

สายงานธุรกิจโรงพิมพ์ เน้นทำการตลาดเชิงรุก เพื่อก้าวสู่ความเป็นเลิศด้านการบริการและสร้างความประทับใจสูงสุดกับลูกค้า อันนำไปสู่ภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร (Corporate image) โดยมีฝ่ายบริการงานพิมพ์ (Account Executive) ซึ่งทำหน้าที่สร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างลูกค้ากับองค์กร ตั้งแต่การติดต่อลูกค้า ตลอดจนการต้อนรับ เยี่ยมเยียน และให้คำปรึกษาด้านการพิมพ์ ตั้งแต่เริ่มต้นจนงานสำเร็จลุล่วงออกมาเป็นรูปเล่ม และจากคุณภาพงานพิมพ์ และงานบริการ บริษัทฯ จึงได้รับความไว้วางใจและเชื่อถือจากลูกค้าจำนวนมาก ด้วยเหตุนี้ลูกค้าบางส่วนของบริษัทฯ จึงมาจากการแนะนำของลูกค้าที่เคยใช้บริการ และจากลูกค้าที่ติดต่อเข้ามา เนื่องจากเห็นผลงานและได้ยินชื่อเสียงของ บริษัทฯ

#### **2. สายงานนิตยสาร**

สายงานนิตยสาร ดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing) ผสมผสานกิจกรรมทางการตลาดหลากหลายรูปแบบ มุ่งเน้นสร้างความแข็งแกร่งให้กับตราสินค้า อันเป็นแรงผลักดันไปสู่การดำเนินธุรกิจแนวใหม่ และตอกย้ำความเป็นผู้นำคอนเทนต์

##### **การตลาดและสื่อสารแบรนด์-นิตยสาร**

การตลาดและสื่อสารแบรนด์นิตยสารมีหน้าที่วางกลยุทธ์การตลาดรวมถึงพิจารณาแผนการประชาสัมพันธ์สำหรับนิตยสารในเครือฯ ผ่านกิจกรรมการตลาด กิจกรรมส่งเสริมการขาย การใช้สื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับนิตยสาร รวมถึงกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจ และติดตามนิตยสารอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ บริษัทฯ มีเป้าหมายในการกระตุ้นยอดขายโดยจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายเพื่อจูงใจให้ผู้อ่านซื้อหรือสมัครสมาชิก รวมทั้งยังมุ่งเน้นสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างนิตยสารกับทุกกลุ่มเป้าหมาย อาทิ ลูกค้าโฆษณา สมาชิกนิตยสาร และผู้อ่านทั่วไป ผ่านกิจกรรมสร้างสรรค์ที่สามารถสร้างความประทับใจและความพึงพอใจให้กับกลุ่มเป้าหมายได้

#### **3. สายงานหนังสือเล่ม**

##### **การตลาดและประชาสัมพันธ์หนังสือเล่ม**

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



#### 4. สายงานนิเวศและสายงานครีเอทีฟแอนดิว์

การดำเนินการทางด้านการตลาดของสายงานนิเวศและครีเอทีฟแอนดิว์มีการดำเนินกลยุทธ์เช่นเดียวกับการดำเนินการของสายงานอื่น ๆ โดยการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของนิตยสารในเครือ และสื่ออื่น ๆ ที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด นอกจากนี้การดำเนินการดังกล่าว เน้นสร้างความสัมพันธ์และสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า เพื่อให้มีการประชาสัมพันธ์โดยกลุ่มลูกค้าอีกทางหนึ่งด้วย

ที่มาของรายได้บริษัท แยกตามลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ ดังนี้

##### 1. งานรับจ้างพิมพ์ (สายงานธุรกิจโรงพิมพ์)

หน่วยงานบริการงานพิมพ์ (Account Executive) ทำหน้าที่ในการติดต่อลูกค้า และให้บริการงานพิมพ์แบบครบวงจร โดยรับผิดชอบดูแลงานตั้งแต่เริ่มต้นจนงานสำเร็จออกมาเป็นรูปเล่มอย่างมีคุณภาพ อันสอดคล้องกับนโยบายบริษัทด้วยรูปแบบบริการให้คำปรึกษากับลูกค้าอย่างใกล้ชิดและเป็นกันเอง ทำให้ลูกค้าได้รับความประทับใจ และมีความเชื่อถือในคุณภาพงาน ด้วยเหตุนี้ลูกค้าบางส่วนของบริษัทจึงมาจากการแนะนำของลูกค้าที่เคยใช้บริการ หรือติดต่อเข้ามาเองจากที่เคยเห็นผลงาน และได้ยินชื่อเสียงของบริษัท

อย่างไรก็ตามการรักษาสัมพันธ์ภาพระหว่างลูกค้าเก่ากับบริษัท เป็นนโยบายสำคัญที่บริษัทต้องดำเนินการพร้อมกับแสวงหาลูกค้าใหม่ ๆ เพื่อขยายฐานลูกค้าให้ครอบคลุมทุกกลุ่ม ทั้งนี้เพื่อบริษัทจะไม่ได้รับผลกระทบหากสูญเสียลูกค้ารายใดรายหนึ่งไป จากสถิติของสิบอันดับยอดลูกค้างานรับจ้างพิมพ์ และลูกค้าโฆษณาจะเห็นว่ามีสัดส่วนเปลี่ยนแปลงไม่มาก และเป็นกลุ่มลูกค้าเก่า

##### 2. สายงานนิตยสาร

นิตยสาร แบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ

การจำหน่ายพื้นที่โฆษณา ฝ่ายขายโฆษณาทำหน้าที่เสนอขายพื้นที่โฆษณาในนิตยสาร พื้นที่จัดกิจกรรมหรืองานแฟร์ต่าง ๆ ให้แก่ ลูกค้าที่เป็นตัวแทนโฆษณา หรือลูกค้าองค์กรที่ไม่ได้ใช้ตัวแทนโฆษณา พร้อมทั้งอำนวยความสะดวกในการผลิตงานโฆษณา (In-House Production) อีกทั้งยังดูแลติดตามความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด

การจำหน่ายนิตยสาร บริษัทจำหน่ายนิตยสารผ่าน บริษัท อมรินทร์บุ๊ค เซ็นเตอร์ จำกัด ซึ่งทำหน้าที่กระจายนิตยสารผ่านตัวแทนหรือสายส่งเครือข่ายทั่วประเทศ จำหน่ายผ่านร้านค้าปลีกระบบเครือข่าย “ร้านนายอินทร์, B2S, SE-ED, Book Smile รวมถึงการขายผ่านระบบสมาชิกผ่านระบบจัดส่งด้วยจักรยานยนต์แทนระบบการจัดส่งทางไปรษณีย์ เพื่อให้นิตยสารถึงมือสมาชิกได้เร็วที่สุด

##### งานแฟร์

บ้านและสวนแฟร์ งานแฟร์ประจำปีจัดต่อเนื่องกันเป็นปีที่ 17 โดยบริษัทฯ ลงทุนด้านการจัดงาน กิจกรรมการตลาด และการประชาสัมพันธ์เชิญชวนบุคคลให้มาร่วมงาน พร้อมกันนี้ได้จำหน่ายพื้นที่แสดงงานให้กับองค์กรและบุคคลทั่วไปที่จำหน่ายสินค้าและบริการเกี่ยวกับการตกแต่งบ้านและสวน ซึ่งอาศัยศักยภาพด้านการจำหน่ายจากฝ่ายขายโฆษณาของนิตยสารที่มีอยู่

บ้านและสวนแฟร์ Midyear งานแฟร์ที่รวบรวมหลากหลายไอเดียที่เสริมสร้างแรงบันดาลใจ ครบครันทุกสิ่งสำหรับคนรักบ้านและสวนได้รับการตอบรับจากผู้ประกอบการและผู้เข้าร่วมชมงาน ซึ่งจัดเพิ่มเติมจากงานบ้านและสวนแฟร์โดยอาศัยศักยภาพด้านการจำหน่ายจากฝ่ายขายโฆษณาของนิตยสาร



Good Life Fair ใน 2559 มีการจัด 2 ครั้ง เป็นงานที่รวบรวมบูธร้านอาหารอร่อยถูกปากและสินค้าเพื่อสุขภาพมาไว้ที่งานนี้งานเดียว โดยอาศัยศักยภาพด้านการจำหน่ายจากฝ่ายโฆษณาของนิตยสาร

Amarin Baby & Kids Fair โดยบริษัททุกตลาดงานแฟร์กลุ่มคุณแม่ตั้งครรภ์และลูกน้อยวัยแรกเกิดถึง 12 ปี ซึ่งในปี 2559 มีการจัด 2 ครั้ง สำหรับสถานที่จัดงานจัดที่ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค บางนา ซึ่งได้รับการตอบรับทั้งจากผู้ประกอบการและผู้เข้าร่วมงาน โดยอาศัยศักยภาพด้านการจำหน่ายจากฝ่ายโฆษณาของบริษัทฯ

### 3. สายงานหนังสือเล่ม

#### การจำหน่ายหนังสือเล่ม

หนังสือเล่มได้มีการจัดจำหน่ายผ่าน บริษัท อมรินทร์ บুক เซ็นเตอร์ จำกัด ซึ่งจะเป็นผู้ดำเนินการกระจายหนังสือผ่านร้านหนังสือทั่วประเทศ โดยมีช่องทางการจัดจำหน่ายได้ ดังนี้

- ช่องทางร้านหนังสือทั่วไป โดยมีระบบจัดจำหน่าย คือ
  - ร้านหนังสือในกรุงเทพฯ ได้มีการใช้ระบบ Standing และ Reorder
  - ร้านหนังสือต่างจังหวัด ใช้ระบบฝากขาย (Point of Sale)
- ระบบร้านหนังสือเครือข่าย (Amarin Network)
- ร้านนายอินทร์ เป็นร้านขายปลีกของบริษัท อมรินทร์ บุก เซ็นเตอร์ จำกัด
- ระบบขายตรงสู่หน่วยงาน โดยพนักงานขายจะทำการเสนอ และแนะนำหนังสือที่บริษัทเป็นผู้จัดจำหน่ายไปยังสถาบันการศึกษา หน่วยงานราชการ และห้องสมุดต่างๆ โดยได้มีการคัดเลือกหนังสือที่เหมาะสม และมีคุณค่าต่อการศึกษา และสังคมไทย เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับใช้ประกอบการเรียน หรือเป็นหนังสืออ่านนอกเวลา อันเป็นการเสริมสร้างภูมิปัญญาและเสริมทักษะในการอ่านให้กับเยาวชน และบุคคลทั่วไป
- ไดเร็กเมล (Direct Mail) ด้วยศักยภาพทางด้านบริหารระบบสมาชิก ซึ่งได้สร้างฐานข้อมูลสมาชิก และได้จัดกิจกรรมทางการตลาด เพื่อสร้างความใกล้ชิด และแนะนำหนังสือใหม่ผ่านกิจกรรมส่งเสริมการขายที่จัดส่งให้
- ขายเคลื่อนที่ในรูปแบบโมบาย ยูนิท 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. สายงานนิมิเดีย

การจำหน่าย e-magazine ซึ่งผู้ใช้งานสามารถเลือกใช้ผ่านระบบปฏิบัติการต่าง ๆ เช่น Apple, IOS, RIM Blackberry และ Android เป็นต้น ตลอดจนให้คำปรึกษาในรูปแบบของสื่อนิมิเดียรูปแบบอื่นทุกประเภท เช่น การจัดทำคอนเทนต์ในรูปแบบหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ อีกด้วย

### การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

1. สายงานธุรกิจโรงพิมพ์ บริษัทมีอัตราการใช้กำลังการผลิตในส่วนของการพิมพ์โดยรวมเฉลี่ยประมาณ 85% - 95% ที่ผ่านมามีบริษัทได้ชะลอการลงทุนสำหรับการขยายกำลังการผลิตมาตั้งแต่กลางปี 2540 ตามภาวะเศรษฐกิจ และเอาใจใส่ต่อการบริหารจัดการเพื่อควบคุมยอดการสูญเสียลงและได้เริ่มขยายการลงทุนในกลางปี 2544 เป็นต้นมาโดยเริ่มจากสายงานธุรกิจโรงพิมพ์ได้ลงทุนเปลี่ยนเครื่องพิมพ์ใหม่ 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 งานเย็บเล่ม งานทำแม่พิมพ์ งานพับ งานทำเล่ม และงานปกแข็ง ส่วนงานพิมพ์ ได้ว่าจ้างผู้ผลิตเหมาช่วงเข้าเสริมในบางกรณี โดยมีการควบคุมคุณภาพงานให้ได้ตามเกณฑ์ของบริษัทโดยมีการวางแผนการผลิตล่วงหน้าให้สอดคล้องกับสายการผลิตหลัก

บริษัทได้จัดเตรียมโครงสร้างพื้นฐานเพื่อตอบสนองต่อกระแสการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีดิจิทัลที่จะมีบทบาทต่ออุตสาหกรรมโรงพิมพ์ ต่อเนื่องจากปี 2554 โดยได้ปรับปรุงระบบกระบวนการทำงาน และพัฒนานวัตกรรมให้พร้อมรองรับวิถีทางของสื่อดิจิทัลที่จะต้องออกแบบระบบการทำงานเพื่อรับสื่อยุคใหม่ ซึ่งรวมถึงการปรับปรุงเครือข่ายคอมพิวเตอร์, การพัฒนาระบบสารสนเทศของบริษัทอมรินทร์ Amarin Content Warehouse – ACW เพื่อสร้างฐานข้อมูลที่เกิดโดยทุกสำนักพิมพ์ในเครืออมรินทร์ รองรับการสืบค้น และสนับสนุนการนำข้อมูลที่มีคุณภาพ มาพัฒนาต่อยอดเกิดเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าและหลากหลายในเวลาอันรวดเร็ว ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการรับข่าวสารในโลกยุคใหม่ในปัจจุบัน ในส่วนของการผลิตงานพิมพ์แบบออฟเซตสำหรับหนังสือเล่ม ก็ยังคงดำเนินการภายใต้งานพิมพ์ออฟเซตคุณภาพสูง (High-Definition Printing) ซึ่งอาศัยความชำนาญและเทคโนโลยี เครื่องพิมพ์ที่ให้รายละเอียดสูงมากรวมถึงการผลิตรูปสี่และแม่พิมพ์ที่ให้ความคมชัดสูง เพื่อถ่ายทอดถึงรายละเอียดจากต้นกำเนิด ลงในงานพิมพ์ที่คมชัดเมื่อเทียบเคียงกับต้นฉบับ ดังที่ปรากฏเป็นผลงานของสายงานธุรกิจโรงพิมพ์ที่ผ่านมา อาทิ สูจิบัตรงานศิลปะ โบราณวัตถุ พระเครื่อง รวมถึงหนังสือภาพถ่ายต่างๆ

นอกจากนี้ สายงานธุรกิจโรงพิมพ์ยังได้เร่งขยายสายการผลิตงานทำเล่มแบบปกแข็งคุณภาพดีเลิศ (High Value Finishing) เพื่อรองรับงานสิ่งพิมพ์คุณภาพสูง ที่เป็น segment ซึ่งสิ่งพิมพ์แบบดิจิทัลไม่สามารถเข้าถึงได้ โดยทางสายงานธุรกิจโรงพิมพ์ได้ลงทุนเพิ่มเครื่องจักรทำเล่ม เพื่อรองรับตลาดงานพิมพ์คุณภาพสูง ซึ่งเป็นงานผลิตที่สร้างสรรค์ด้วยฝีมือช่างที่พิถีพิถัน ประณีต และมากด้วยประสบการณ์ความชำนาญ เพื่อให้เกิดคุณภาพงานที่สวยงามทั้งงานพิมพ์, รูปเล่มปกแข็งที่ทรงคุณค่า และบรรจุภัณฑ์ที่งดงามดึงดูดสายตาของผู้พบเห็น

ในปี 2555 สายงานธุรกิจโรงพิมพ์ประสบความสำเร็จในการปฏิรูปกระบวนการผลิต ให้เกิดประสิทธิภาพสูงขึ้น และเทคนิคทางวิศวกรรมอุตสาหกรรมยังส่งผลให้โรงพิมพ์มีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าตามที่คาดการณ์ไว้ ทีมงานเทคนิคและทีมวิศวกรรมยังคงช่วยให้สายงานธุรกิจโรงพิมพ์สามารถปรับใช้วัสดุ และเทคโนโลยีใหม่ๆ ให้สามารถนำมาใช้งานกับเครื่องจักรเดิมที่มีอยู่ และการพัฒนาดังกล่าวยังช่วยให้ทีมขายสามารถกำหนดเวลาผลิต ที่รัดกุม และตอบสนองต่อความ

คาดหวังของลูกค้าได้เป็นอย่างดี ดังนั้นในปีนี้องค์กรโรงพิมพ์จึงประสบผลสำเร็จในการดำเนินงานอย่างสูง จนมียอดขายสูงสุด

และในปี 2557 สายงานธุรกิจโรงพิมพ์ได้สร้างสรรค์กระบวนการผลิตรูปแบบใหม่ๆ เพื่อนำเสนอความแตกต่างให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อรักษาสวนต่างกำไรในกลุ่มเป้าหมายได้สำเร็จ อาทิ Digital Printing ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้างานพิมพ์ในลักษณะ Print on Demand ตามปริมาณที่ลูกค้าต้องการ ซึ่งรองรับกลุ่มลูกค้าที่ต้องการงานพิมพ์ในปริมาณน้อยและในเวลารวดเร็ว นอกจากนี้ยังได้สร้างสรรค์เทคนิคการเข้าเล่มด้วยวัสดุที่แข็งแรงติดยึดสูง ทำให้งานเข้ารูปเล่มมีทั้งความสวยงามและคงคุณภาพเหนียวแน่นทนทาน สิ่งเหล่านี้โรงพิมพ์ได้นำมาประยุกต์เข้ากับกระบวนการทำงานและคิดค้นเป็นสูตรการผลิตเฉพาะของโรงพิมพ์ เพื่อรักษาความเป็นเลิศในคุณภาพของผลิตภัณฑ์

ในปี 2559 สายงานธุรกิจโรงพิมพ์มีการปรับปรุงสายการผลิต โดยมีการสั่งซื้อเครื่องพิมพ์ใหม่จำนวน 3 เครื่องเข้ามาทดแทนเครื่องพิมพ์เดิมที่มีอายุการใช้งานมานาน ซึ่งนอกเหนือจากเสริมความสามารถในการพิมพ์งานที่มีคุณภาพ ยังสามารถรองรับการพิมพ์งานได้หลากหลายกว่าสายการผลิตเดิม

2. สายงานนิตยสารและสายงานหนังสือเล่ม เนื่องจากบริษัทผลิตนิตยสารและหนังสือเล่ม ซึ่งมีการแข่งขันในทางธุรกิจค่อนข้างสูง ข้อมูลอัตราการกำลังการผลิต หรือหน่วยการผลิต เป็นข้อมูลที่ไม่สามารถเปิดเผยได้ แต่อัตราการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของอัตราการกำลังการผลิตขึ้นอยู่กับภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศเป็นหลักและในปี 2556 สายงานนิตยสารได้มีการขยายลิขสิทธิ์และเนื้อหาของนิตยสารบ้านและสวนให้แก่สำนักพิมพ์ในต่างประเทศ ซึ่งได้ทำการตีพิมพ์ฉบับแรกตั้งแต่เดือนมีนาคม 2556 ในปี 2559 สายงานนิตยสาร ได้ทำการปรับเปลี่ยนจำนวนนิตยสารให้มีความเหมาะสมและสามารถตอบสนองกับกลุ่มลูกค้าให้ดียิ่งขึ้น สำหรับสายงานหนังสือเล่ม มีการจัดทำหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ออกจำหน่ายในช่องทางต่าง ๆ เพื่อตอบสนองกลุ่มผู้อ่านได้อย่างครบถ้วน และในปี 2559 สายงานหนังสือเล่มมีการออกหนังสือปกใหม่ที่เป็นการแปลจากต่างประเทศเพิ่มขึ้น

3. สายงานนิมิตเดียวด้วยความความเชี่ยวชาญด้านการผลิตเนื้อหาในรูปแบบดิจิทัลคอนเทนต์ ให้กับนิตยสารและหนังสือเล่มในเครือของบริษัทและลูกค้าภายนอก

4. สายงานครีเอทีฟแอนดอร์วันต์โดยจัดกิจกรรมให้กับนิตยสารและหนังสือเล่มในเครือของบริษัท และลูกค้าภายนอกเพิ่มมากขึ้น

### **ข้อมูลเกี่ยวกับวัตถุดิบและผู้จัดจำหน่าย**

วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตของบริษัท คือ กระดาษ กระดาษส่วนใหญ่ที่ใช้เป็นกระดาษอาร์ตและกระดาษปอนด์ ซึ่งในปัจจุบันใช้กระดาษอาร์ตที่ผลิตได้ในประเทศประมาณ 85% ที่เหลือเป็นกระดาษนำเข้าจากประเทศญี่ปุ่น โดยผ่านตัวแทนจำหน่ายในประเทศรายใหญ่ จำนวน 12 ราย ส่วนกระดาษปอนด์ทั้ง 100% จะสั่งซื้อจากบริษัทที่ผลิตได้ในประเทศจำนวน 2 ราย การสั่งซื้อจะเป็นลักษณะสั่งเป็น LOT ตามความต้องการงานพิมพ์แต่ละงาน โดยสั่งเตรียมล่วงหน้าประมาณ 15 วันก่อนพิมพ์ เพื่อให้งานออกมาได้มาตรฐานเดียวกัน สีและเนื้อกระดาษไม่แตกต่างกัน นอกจากนี้ในช่วงเวลาที่กระดาษขึ้นราคา เช่น ระหว่างปลายปี 2537-2538 บริษัทจำเป็นต้องสั่งซื้อกระดาษประเภทหลัก ๆ ที่ใช้ในการผลิตนิตยสารและงานรับจ้างพิมพ์ไว้ล่วงหน้า 3-6 เดือน เพื่อลดความเสี่ยงอันเกิดจากการขยับตัวของราคากดาษ

บริษัทได้กำหนดระเบียบปฏิบัติในการจัดซื้อวัตถุดิบอย่างมีหลักเกณฑ์ และโดยเฉพาะสายงานธุรกิจโรงพิมพ์ ได้เลือกใช้นโยบายระบบบริหารคุณภาพ ISO 9002 เป็นแนวนโยบาย และจัดทำบัญชีรายชื่อแหล่งซื้อหรือผู้ขายไว้ชัดเจน โดยมีรายชื่อผู้จำหน่ายวัตถุดิบและบริการประเภทอื่นๆ ที่คัดเลือกแล้วรวมกว่า 100 ราย ส่วนใหญ่เป็นการจัดซื้อภายในประเทศเกือบทั้งหมด วัตถุดิบหลักได้แก่ กระดาษพิมพ์ คิดเป็นมูลค่าประมาณ 60% ของต้นทุน มีสัดส่วน

วัตถุดิบในประเทศต่อการนำเข้า 70:30 ส่วนวัตถุดิบอื่นๆ ได้แก่ ฟิล์ม แม่พิมพ์ หมึกพิมพ์ กาว ฯลฯ มีอัตราส่วนในประเทศต่อการนำเข้า 35:65 บัญชีรายชื่อดังกล่าวจะถูกทบทวนหรือปรับปรุงรายชื่อโดยคณะกรรมการคัดเลือกแหล่งซื้อตามสถานการณ์ และสภาวะตลาด โดยส่วนใหญ่บริษัทจะมีรายชื่อผู้จำหน่ายวัตถุดิบแต่ละรายการสำรองไว้เพื่อป้องกันผลกระทบจากการสูญเสียผู้จำหน่ายหลักไป

### **ขั้นตอนการผลิตและเทคโนโลยี**

ขั้นตอนการผลิตในส่วนของนิตยสารและหนังสือเล่ม จะเริ่มจาก สายงานนิตยสารและสายงานหนังสือเล่มดูแลรับผิดชอบการจัดทำและเตรียมเนื้อหาของนิตยสารและหนังสือเล่มในเครือ รวมแล้วไม่ต่ำกว่าปีละ 400 เรื่อง และ สายงานธุรกิจโรงพิมพ์ รับผิดชอบในการผลิตงานพิมพ์คุณภาพสูงทั้งจากสายงานนิตยสารและสายงานหนังสือเล่ม และงานรับจ้างพิมพ์จากลูกค้าภายนอกทั่วไป ส่วนธุรกิจจัดจำหน่าย บริษัทได้มอบให้ บริษัท อมรินทร์ บู๊ค เซ็นเตอร์ จำกัด ดำเนินการจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ทั้งหมดของบริษัท โดยแบ่งเป็นขายผ่านสายส่ง และช่องทางร้านค้าปลีก สำหรับในส่วน of สายพัฒนาธุรกิจ บริษัทมีขั้นตอนในการดำเนินการและมีมาตรฐานในระดับเดียวกับผู้ประกอบการชั้นนำในธุรกิจนั้น ๆ โดยการใช้บุคลากร และเนื้อหา (Content) ที่บริษัทมีอยู่มาใช้ในการให้บริการ

สำหรับเทคโนโลยีการผลิตของสายงานธุรกิจโรงพิมพ์ของบริษัทเป็นเทคโนโลยีสากลที่ทันสมัยของธุรกิจสิ่งพิมพ์ คัดสรรโดยฝ่ายวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีการพิมพ์ของบริษัท มุ่งเน้นการนำเทคโนโลยีเพื่อการบริหารจัดการกระบวนการพิมพ์ที่มีประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งช่วยให้ต้นทุนการผลิตลดต่ำลง

### **ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม**

บริษัทได้พัฒนามาอย่างต่อเนื่องโดยตลอดจนย่างเข้าปีที่ 36 ในการให้บริการงานพิมพ์คุณภาพครบวงจรเป็นการผสมผสานศาสตร์แห่งเทคโนโลยีการพิมพ์และศิลปะความงามอย่างสมบูรณ์แบบ ด้วยเทคโนโลยีที่ล้ำหน้าและความใส่ใจในทุกขั้นตอน จนเป็นโรงพิมพ์แห่งแรกของประเทศไทยที่ได้รับการรับรองมาตรฐานคุณภาพ ISO 9002:2000 ซึ่งเป็นผลให้การบริการลูกค้าเป็นไปอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ขณะเดียวกันบริษัทยังคำนึงถึงการรักษาสภาพแวดล้อมโดยรวมของพื้นที่ทำงานและพื้นที่ใกล้เคียง โดยสร้างระบบจัดการด้านการรักษาสภาพแวดล้อมในส่วน of สายธุรกิจโรงพิมพ์ไว้เป็นอย่างดีและจากกระบวนการผลิตอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ของบริษัท มีปริมาณของวัตถุดิบที่เหลือจากกระบวนการผลิตและน้ำเสีย จำแนกประเภทได้ดังต่อไปนี้

1. น้ำเสียจากกระบวนการผลิต ในอุตสาหกรรมการพิมพ์น้ำเสียที่เกิดจากกระบวนการผลิต มีปริมาณไม่มากนัก ประมาณ 10 ลูกบาศก์เมตรต่อวัน ซึ่งจะถูกผ่านการบำบัดในบ่อบำบัดน้ำเสียซึ่งบริษัทออกแบบจัดทำขึ้นให้น้ำทิ้งลงสู่บ่อบำบัดสาธารณะมีความใสสะอาดปราศจากสิ่งเจือปน

2. เศษวัตถุดิบที่เหลือจากการผลิต เช่น เศษกระดาษ เศษฟิล์ม และแม่พิมพ์อะลูมิเนียมที่ใช้แล้ว บริษัทได้นำเศษวัตถุดิบที่เหลือจากกระบวนการผลิตเหล่านี้ไปขายเพื่อผู้ซื้อนำไปส่งให้โรงงานผลิตใช้ใหม่

สำหรับมลภาวะอื่นๆ ในอันที่จะส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น มลภาวะอันเกิดจากเสียงเครื่องจักร บริษัทได้ดำเนินการสร้างห้องปรับอากาศขนาดใหญ่สำหรับติดตั้งแท่นพิมพ์ ซึ่งสามารถเก็บเสียงอันเกิดจากกระบวนการพิมพ์ได้เป็นอย่างดี รวมถึงการคัดสรรเคมีภัณฑ์สำหรับการผลิตที่ปลอดภัยต่อพนักงาน ผู้ใช้งานและผู้อ่าน

การควบคุมโดยหน่วยงานของรัฐ อยู่ภายใต้การดูแลและควบคุมของกรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม และหน่วยงานอนามัยเขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร

งานที่ยังไม่ส่งมอบ -ไม่มี-

**ปัจจัยความเสี่ยง**

ผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ขึ้นอยู่กับปัจจัยความเสี่ยงที่สำคัญ ที่อาจทำให้เกิดความเสี่ยงต่อการลงทุนของผู้ลงทุน หรือได้รับผลกระทบต่อผู้ออกหลักทรัพย์ ดังนี้

**1. ความเสี่ยงเกี่ยวกับการขาดแคลนสินค้าและวัตถุดิบในการผลิต** กระดาษเป็นวัตถุดิบที่สำคัญที่ใช้ในการผลิตนิตยสาร หนังสือเล่ม และงานรับจ้างพิมพ์ วัฏจักรราคาของกระดาษจะแปรผันตามภาวะความต้องการของตลาด และตามทิศทางภาวะเศรษฐกิจอยู่ตลอดเวลา บริษัทฯ ใช้วิธีการสั่งซื้อกระดาษที่ใช้ในการผลิตนิตยสารและหนังสือเล่ม ซึ่งสามารถทราบชนิดและปริมาณการใช้ได้ล่วงหน้า โดยสั่งจองล่วงหน้าจากผู้ค้ากระดาษรายใหญ่ซึ่งมีกำลังการผลิตกระดาษสูงสุดในประเทศ และการสั่งซื้อกระดาษจากต่างประเทศจากผู้นำเข้ารายใหญ่มากกว่า 3 ราย ความเสี่ยงด้านการขาดแคลนวัตถุดิบหลัก (กระดาษ) จึงไม่มี สำหรับแหล่งจัดซื้อวัตถุดิบอื่น บริษัทฯ มีคณะกรรมการคัดเลือกแหล่งจัดซื้อจัดหาผู้จำหน่ายวัตถุดิบหลักและวัตถุดิบรองได้เพื่อสำรองการสูญเสียผู้จำหน่ายหลักไป

**2. ความเสี่ยงด้านรายได้โฆษณา** อุตสาหกรรมโฆษณาสามารถสะท้อนถึงสภาวะเศรษฐกิจได้เป็นอย่างดี หากเกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจ ผู้บริโภคจะชะลอการสั่งซื้อ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อผู้ผลิตสินค้าและบริการ ที่ต้องพิจารณาในงบประมาณด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างระมัดระวัง โดยเลือกใช้สื่อที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น แต่อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้ผลิตนิตยสารหัวใหม่ ๆ ออกมาอย่างต่อเนื่องเพื่อรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดและพัฒนาให้เป็นนิตยสารที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคในอันดับต้น ๆ พร้อมกับปรับเปลี่ยนวิธีการโฆษณาที่หลากหลาย นำเสนอเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการให้ลูกค้าได้รับผลตอบแทนที่คุ้มค่ามากที่สุด เมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงทางภาวะเศรษฐกิจ จึงไม่ส่งผลกระทบต่อรายได้โฆษณาของบริษัทฯ มากนัก

**3. ความเสี่ยงด้านลิขสิทธิ์** เนื่องจากบริษัทฯ มีการผลิตนิตยสารและหนังสือเล่ม ที่ต้องแข่งขันด้วยเนื้อหาสาระและการจัดทำรูปเล่มที่น่าสนใจ และมีคุณภาพออกสู่สังคมอย่างต่อเนื่อง จึงได้รับความไว้วางใจจากนักเขียนหลายรายให้เป็นผู้ดำเนินการจัดพิมพ์และจัดจำหน่าย โดยเนื้อหาสาระอันหลากหลายได้มาจากการคิดริเริ่มสร้างสรรค์จากภายในองค์กรของบริษัทฯ และจากการคัดสรรจากภายนอกทั้งในและต่างประเทศ โดยการจัดซื้อลิขสิทธิ์จากเจ้าของลิขสิทธิ์โดยตรง หรือผ่านตัวแทนที่ได้รับลิขสิทธิ์อย่างถูกต้อง ด้วยการทำสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษรอย่างถูกต้องตามกฎหมาย ภายใต้เงื่อนไขและรายละเอียดของสัญญาที่ชัดเจน เป็นธรรมและโปร่งใส บริษัทฯ จึงไม่มีความเสี่ยงด้านลิขสิทธิ์

**4. ความเสี่ยงเกี่ยวกับอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์** บริษัทฯ ได้ลงทุนสร้างโรงพิมพ์เป็นของตนเองขนาดใหญ่ มีการลงทุนและพัฒนาเทคโนโลยีการพิมพ์อย่างต่อเนื่อง สามารถรองรับการผลิตสิ่งพิมพ์ของบริษัทฯ อันได้แก่ นิตยสาร หนังสือเล่ม และงานรับจ้างพิมพ์ทั่วไปได้อย่างเต็มที่ บริษัทฯ สามารถบริหารจัดการต้นทุนการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ และกำหนดระยะเวลาได้อย่างแน่นอน บริษัทฯ จึงไม่มีความเสี่ยงด้านกำลังการผลิต และสถานที่ผลิตงานพิมพ์คุณภาพ

**5. ความเสี่ยงด้านความสามารถในการชำระหนี้ของลูกค้า** บริษัทฯ อาจมีความเสี่ยงด้านความสามารถในการชำระหนี้ของลูกค้าในการค้า แต่บริษัทฯ ได้มีมาตรการรองรับความเสี่ยงดังกล่าวด้วยการคัดเลือกลูกค้าที่มีศักยภาพ และมีหลักประกันสำหรับลูกค้ารายใหม่ กำหนดวงเงิน (Credit Line) และระยะเวลาการให้วงเงิน (Credit Term) ให้ลูกค้าแต่ละรายอย่างเหมาะสมชัดเจน รวมไปถึงการบริหารจัดเก็บหนี้อย่างใกล้ชิดและรักษาสัมพันธภาพกับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

**6. ความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ย** บริษัทฯ อาจมีความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงอัตราดอกเบี้ยของสถาบันการเงินในการบริหารจัดการทางการเงิน ซึ่งบริษัทฯ นโยบายการเงินที่ชัดเจนสอดคล้องต่อการดำเนินธุรกิจ โดยการจัดหาเครื่องมือทางการเงินที่เหมาะสม ภายใต้ต้นทุนการดำเนินงานที่ต่ำที่สุด และไม่มียกเว้นนโยบายที่จะถือหรือออกเครื่องมือทางการเงินเพื่อการเก็งกำไรหรือการค้าที่ขัดกับธุรกิจของบริษัทฯ

7. ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน บริษัทฯ อาจมีความเสี่ยงจากการชำระหนี้ค่าเครื่องจักรที่เป็นเงินตราต่างประเทศ แต่บริษัทฯ มีนโยบายป้องกันความเสี่ยงดังกล่าวด้วยการทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า เพื่อลดความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศทุกครั้ง

8. ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี เนื่องจากปัจจุบัน หนังสือหรือเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ (e-book) ที่ผู้อ่านสามารถอ่านผ่านทางอินเทอร์เน็ต หรือ อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์พกพาอื่น ๆ ได้เข้ามาทดแทนอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ บริษัทฯ ได้ตระหนักและให้ความสำคัญจึงได้ทำการศึกษาผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นเพื่อให้สามารถควบคุมความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม

9. ความเสี่ยงจากการถูกฟ้องร้อง ในส่วนธุรกิจ “ชีวจิตโฮมคลีนิกเวชกรรม” ของบริษัทฯ มีลักษณะเป็นสถานพยาบาลประเภทที่ไม่รับผู้ป่วยไว้ค้างคืน จากการที่ทางภาครัฐได้ออกพระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ. 2551 ซึ่ง พระราชบัญญัตินี้ดังกล่าว อาจมีผลกระทบต่อผู้ประกอบการสถานพยาบาลตลอดจนบุคลากรทางการแพทย์ ซึ่งอาจทำให้บริษัทฯ ในฐานะสถานพยาบาลมีความเสี่ยงจากการถูกฟ้องร้องจากการให้บริการด้านรักษาพยาบาลเพิ่มขึ้น ดังนั้น ฝ่ายบริหารจึงได้ให้ความสำคัญในคุณภาพการรักษาพยาบาล การคัดกรองแพทย์ เรื่องสิทธิของผู้ป่วย ทั้งในด้านการให้ข้อมูล การบริหารความคาดหวังของผู้ใช้บริการ การมีกระบวนการรายงานและการแก้ไขปัญหาเมื่อมีคำร้องเรียนจากผู้ให้บริการ เพื่อเป็นการป้องกันความเสี่ยงในด้านนี้ อย่างไรก็ตามในปัจจุบันบริษัทฯ ไม่ได้มีการถูกฟ้องร้องเรื่องการให้บริการด้านการรักษาพยาบาลจากผู้ใช้บริการอย่างมีสาระสำคัญ นอกจากนี้ ในช่วงไตรมาสที่ 1 บริษัทฯ ได้ยุติการดำเนินการชีวจิตโฮมคลีนิกเวชกรรม

10. ความเสี่ยงในเรื่องของใบอนุญาต บริษัท อมรินทร์ เทเลวิชั่น จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อย ได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ สำหรับให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ (กิจการที่ใช้คลื่นความถี่) ประเภทบริการธุรกิจระดับชาติ หมดหมดทั่วไปแบบความคมชัดสูง การดำเนินการดังกล่าวต้องได้รับใบอนุญาตจากหน่วยงานราชการ โดยใบอนุญาตดังกล่าวมีระยะเวลา 15 ปี ตลอดระยะเวลาการดำเนินการภายใต้ใบอนุญาตข้างต้น จะต้องมีการปฏิบัติตามข้อกำหนดของราชการอย่างเคร่งครัด จากการที่ฝ่ายบริหารมีการกำหนดกรอบการปฏิบัติงานต่าง ๆ ให้แก่ฝ่ายปฏิบัติงาน อีกทั้งที่ผ่านมามีการดำเนินการต่าง ๆ ของฝ่ายปฏิบัติงานมีการดำเนินการอย่างมีแบบแผนตามที่กำหนดไว้ จึงคาดว่าความเสี่ยงในเรื่องใบอนุญาตจะถูกจำกัดไว้ในระดับหนึ่งเท่านั้น

11. ความเสี่ยงจากการใช้เงินลงทุนสูง บริษัท อมรินทร์ เทเลวิชั่น จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัทฯ ลงทุนในธุรกิจโทรทัศน์ระบบดิจิทัล ซึ่งเป็นธุรกิจที่ใช้เงินลงทุนสูงทั้งในส่วนของค่าธรรมเนียมใบอนุญาต ค่าบริการโครงข่าย การลงทุนในสตูดิโอและอุปกรณ์ ตลอดจนเงินทุนหมุนเวียน ซึ่งความสำเร็จนี้มีผลกระทบต่อผลประกอบการของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ แต่เนื่องจาก การดำเนินการในธุรกิจดังกล่าว มุ่งหวังเพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้แก่บริษัทฯ ในระยะยาว และเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่บริษัทฯ อีกทั้งยังได้รับการสนับสนุนทางการเงินจากสถาบันการเงินต่างๆ เพื่อการลงทุนและใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนของธุรกิจ

12. ความเสี่ยงจากกลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่ซึ่งถือหุ้นในสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 51 ปัจจุบัน กลุ่มผู้ถือหุ้นหลักของบริษัทฯ คือ กลุ่มอุทกะพันธุ์ ซึ่งถือหุ้นรวมกันมากกว่าร้อยละ 51 ของจำนวนหุ้นที่มีสิทธิออกเสียงและจำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัทฯ อย่างไรก็ตามในกรณีที่เมื่อใด ๆ เสนอต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้นที่ต้องการเสียงสนับสนุนอย่างน้อยร้อยละ 3 ใน 4 ของผู้มาประชุมและมีสิทธิออกเสียง ผู้ถือหุ้นรายย่อยยังสามารถรวบรวมคะแนนเพื่อทำการถ่วงดุลการบริหารงานได้ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังจัดให้มีคณะกรรมการตรวจสอบ ประกอบด้วยกรรมการจำนวน 3 ท่าน เพื่อทำการถ่วงดุล และตรวจสอบการดำเนินการและการบริหารงาน ดังนั้น ความเสี่ยงดังกล่าวนี้ จึงได้รับการจัดการที่เหมาะสม และไม่มีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อผู้ถือหุ้นส่วนน้อย



**ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ**

มูลค่าทางบัญชีของที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ ของบริษัท ฯ มีดังนี้

| ประเภท/ลักษณะทรัพย์สิน             | ลักษณะกรรมสิทธิ์          | มูลค่าตามบัญชี<br>(ล้านบาท) | ภาระผูกพัน      |
|------------------------------------|---------------------------|-----------------------------|-----------------|
| ที่ดิน                             | บริษัทเป็นเจ้าของ         | 184.70                      | ไม่มีภาระผูกพัน |
| อาคาร                              | บริษัทเป็นเจ้าของ         | 120.70                      | ไม่มีภาระผูกพัน |
| ส่วนปรับปรุงอาคาร                  | บริษัทเป็นเจ้าของ         | 94.56                       | ไม่มีภาระผูกพัน |
| เครื่องจักรและอุปกรณ์              | บริษัทเป็นเจ้าของ         | 175.82                      | ไม่มีภาระผูกพัน |
| เครื่องจักรและอุปกรณ์              | ทำสัญญาเช่าระยะยาว 5 ปี   | 83.44                       |                 |
| อุปกรณ์ผลิตรายการและถ่ายทอดสัญญาณ  | บริษัทเป็นเจ้าของ         | 84.21                       | ไม่มีภาระผูกพัน |
| เครื่องมือเครื่องใช้               | บริษัทเป็นเจ้าของ         | 34.14                       | ไม่มีภาระผูกพัน |
| เครื่องตกแต่งติดตั้ง               | บริษัทเป็นเจ้าของ         | 17.45                       | ไม่มีภาระผูกพัน |
| เครื่องใช้สำนักงาน                 | บริษัทเป็นเจ้าของ         | 33.64                       | ไม่มีภาระผูกพัน |
| เครื่องใช้สำนักงาน                 | ทำสัญญาเช่าระยะยาว 3-5 ปี | 0.58                        |                 |
| ยานพาหนะ                           | บริษัทเป็นเจ้าของ         | 23.78                       | ไม่มีภาระผูกพัน |
| ยานพาหนะ                           | ทำสัญญาเช่าระยะยาว 3-5 ปี | 7.75                        |                 |
| ระบบต่าง ๆ                         | บริษัทเป็นเจ้าของ         | 13.39                       | ไม่มีภาระผูกพัน |
| สินทรัพย์ระหว่างติดตั้งและก่อสร้าง | บริษัทเป็นเจ้าของ         | 5.82                        | ไม่มีภาระผูกพัน |





---

ข้อพิพาททางกฎหมาย

-ไม่มี-

### บริษัทที่ออกหลักทรัพย์

บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจหลัก รับจ้างพิมพ์งานทั่วไป ผลิตสิ่งพิมพ์ของตนเอง และรับจ้างโฆษณา จัดทะเบียนเป็นนิติบุคคลเลขที่ บมจ.122 ต่อมากรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ได้กำหนดแก้ไขเปลี่ยนแปลงเลขทะเบียนหนังสือบริคณห์สนธิ ห้างหุ้นส่วนจำกัด บริษัทจำกัด บริษัทมหาชนจำกัด มีผลบังคับใช้วันที่ 1 มกราคม 2549 ทำให้เลขทะเบียนนิติบุคคลของบริษัทฯ ต้องเปลี่ยนแปลงไปเป็นเลข 13 หลัก เลขทะเบียนนิติบุคคลใหม่คือ 0107536000480 มีทุนจดทะเบียน หุ้นสามัญจำนวน 220,000,000 บาท ทุนที่ออกและชำระแล้ว 219,999,865 บาท มูลค่าหุ้นละ 1 บาท โดยมีสถานที่ตั้งของบริษัทฯ และบริษัทย่อยและบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน ดังต่อไปนี้

#### **บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน)**

1. สำนักงานใหญ่ สายงานนิตยสารและสายงานหนังสือเล่ม ตั้งอยู่เลขที่ 378 ถนนชัยพฤกษ์ แขวงตลิ่งชัน เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร 10170 โทรศัพท์ 0-2422-9999 โทรสาร 0-2433-8792, 0-2434-8699
2. สายงานนิวมีเดียและสายงานครีเอทีฟแอนดิวเวอร์ส ตั้งอยู่เลขที่ 241 ถนนชัยพฤกษ์ แขวงตลิ่งชัน เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร 10170 โทรศัพท์ 0-2422-9999 โทรสาร 0-2433-8792, 0-2434-8699
3. สายงานธุรกิจโรงพิมพ์ ตั้งอยู่เลขที่ 376 ถนนชัยพฤกษ์ แขวงตลิ่งชัน เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร 10170 โทรศัพท์ 0-2422-9000, 0-2882-1010 โทรสาร 0-2433-2742, 0-2434-1385

Home Page : <http://www.amarin.com>

E-mail : [info@amarin.co.th](mailto:info@amarin.co.th)

**บริษัทย่อย - บริษัท อมรินทร์ เทเลวิชั่น จำกัด** ประกอบธุรกิจโทรทัศน์ มีทุนจดทะเบียน หุ้นสามัญจำนวน 1,800,000,000 บาท ทุนที่ออกและชำระแล้ว 1,800,000,000 บาท มูลค่าหุ้นละ 100 บาท มีสถานที่ตั้งดังนี้

1. สำนักงานใหญ่ ตั้งอยู่เลขที่ 7/9 ถนนอรุณอมรินทร์ แขวงอรุณอมรินทร์ เขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร 10170 โทรศัพท์ 0-2422-9191

**บริษัทที่เกี่ยวข้องกัน - บริษัท อมรินทร์ บุ๊ค เซ็นเตอร์ จำกัด** ประกอบธุรกิจค้าส่งและค้าปลีกหนังสือ สิ่งพิมพ์และสื่อสร้างสรรค์ต่างๆ ในรูปสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น วีดีโอ และสื่อการสอนในรูปแบบ มัลติมีเดีย เป็นต้น ในด้านการค้าส่ง และการค้าปลีก มีทุนจดทะเบียน หุ้นสามัญจำนวน 10,000,000 บาท ทุนที่ออกและชำระแล้ว 10,000,000 บาท มูลค่าหุ้นละ 100 บาท มีสถานที่ตั้งดังนี้

1. สำนักงานใหญ่ ตั้งอยู่เลขที่ 108 หมู่ 2 ถนนบางกวย - จงถนนอม ตำบลมหาสวัสดิ์ อำเภอมหาสวัสดิ์ จังหวัดนนทบุรี 11130 โทรศัพท์ 0-2423-9999

**บริษัทที่เกี่ยวข้องกัน - บริษัท คาโดคาเวะ อมรินทร์ จำกัด** ประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายสิ่งพิมพ์หนังสือ Light Novel, Comic, Walker Magazine E-Commerce หนังสือที่เป็นรูปเล่มและ E-Book และสินค้าไลฟ์สไตล์ Web Streaming, Sublicensing หนังสือ ภาพยนตร์ แอนิเมชัน และสินค้าที่เกี่ยวข้อง มีทุนจดทะเบียน หุ้นสามัญจำนวน 30,000,000 บาท ทุนที่ออกและชำระแล้ว 30,000,000 บาท มูลค่าหุ้นละ 1,000 บาท มีสถานที่ตั้งดังนี้



1. สำนักงานใหญ่ ตั้งอยู่เลขที่ 378 ถนนชัยพฤกษ์ แขวงตลิ่งชัน เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร 10170  
โทรศัพท์ 0-2434-0333-4 โทรสาร 0-2422-9905

**บุคคลอ้างอิงอื่น ๆ**

**นายทะเบียนหุ้น**

บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำกัด  
ชั้น 14 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ทาวเวอร์บี  
(ข้างสถานทูตจีน) เลขที่ 93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง  
เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400  
โทรศัพท์ 0-2009-9999 โทรสาร 0-2009-9476

**ผู้สอบบัญชี**

บริษัท สอบบัญชีธรรมนิติ จำกัด  
267/1 ถนนประชากรราษฎร์ สาย 1 แขวงบางซื่อ  
เขตบางซื่อ กรุงเทพฯ 10800  
โทรศัพท์ 0-2587-8080  
โทรสาร 0-2586-0301

**ที่ปรึกษากฎหมาย**

สำนักงาน คุณธรรมทนายความ  
72/2-3 ถนนสุทธิสารวินิจฉัย แขวงสามเสนนอก  
เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310  
โทรศัพท์ 0-2274-7529-30 โทรสาร 0-2274-7638

**ที่ปรึกษาทางธุรกิจ**

บริษัท พัฒนวิชัย จำกัด  
1215/6 หมู่บ้านเอื้อสุข 15 ถนนพัฒนาการ  
เขตพระโขนง กรุงเทพฯ  
โทรศัพท์ 0-2281-5228 โทรสาร 0-2281-5238