

การประกอบธุรกิจของแต่ละสายผลิตภัณฑ์

ลักษณะของผลิตภัณฑ์และบริการหลัก

บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) เป็นทั้งโรงพิมพ์และสำนักพิมพ์ขนาดใหญ่ ประกอบด้วยธุรกิจ 4 สายงาน คือ

1. รับจ้างพิมพ์งานทั่วไป (สายงานธุรกิจโรงพิมพ์)

สายงานธุรกิจโรงพิมพ์ เป็นสายการผลิตหลักที่สำคัญของบริษัท มีระบบการผลิตและบริการงานพิมพ์แบบครบวงจร เพื่อรองรับงานจากสายธุรกิจสำนักพิมพ์ กลุ่มนิตยสาร และหนังสือเล่ม และงานรับจ้างพิมพ์ภายนอก (Commercial Printing) โดยต้นฉบับจากสายงานนิตยสาร และหนังสือเล่ม จะถูกส่งผ่านเข้าโรงพิมพ์ผ่านทางเครือข่ายสื่อสารคอมพิวเตอร์ และจัดทำรูปสื่อดิจิตอลที่ทันสมัย และผลิตแม่พิมพ์ เพื่อผลิตงานพิมพ์ด้วยเครื่องจักรและระบบการผลิตที่มีประสิทธิภาพสูง ไปจนถึงการเข้าเล่มที่ได้ทั้งความสวยงามและคุณภาพ

งานรับจ้างพิมพ์ มีความหลากหลายรูปแบบและครบวงจร โดยมีหน่วยงาน Amarin Publishing Services – APS ที่สร้างสรรค์ตั้งแต่การออกแบบแนวคิด (Conceptual Design) จัดทำเนื้อหา ออกแบบและจัดอาร์ตเวิร์ก ถ่ายภาพ การปรับแต่งรีทัชภาพ การปรับแก้ไขโทนสีของภาพถ่าย (Color Enhancement) เป็นบริการที่เชื่อมต่อกับกระบวนการผลิตสิ่งพิมพ์ ไปจนถึงสื่อดิจิตอลและสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบต่างๆ โดยมีบริการ Digital Publishing Services – DPS ซึ่งควบคุมคุณภาพการผลิตสื่อยุคใหม่ให้สำเร็จตามความประสงค์ภายใต้งบประมาณที่ลูกค้าพึงพอใจ อาทิ e-book หรือ Digital Publishing และ Tablet Publishing ทำให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าโรงพิมพ์ได้ครอบคลุมกว้างขวางยิ่งขึ้น ทั้งหน่วยงานราชการ องค์กรเอกชน และลูกค้ารายย่อยที่ต้องการงานพิมพ์คุณภาพสูง รวมถึงผู้ที่ต้องการสื่อในหลากหลายรูปแบบ

นอกจากนี้ สายงานธุรกิจโรงพิมพ์ สามารถให้บริการงานพิมพ์ครบวงจร ทั้งงานผลิตสิ่งพิมพ์บนกระดาษ ที่สามารถใช้เครื่องพิมพ์ออฟเซตแบบป้อนแผ่น ด้วยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีวิศวกรรมอุตสาหกรรม (Industrial Engineering) ผนวกกับการควบคุมต้นทุนการผลิตได้ดีและการเลือกสรรเทคโนโลยีที่ตอบสนองในด้านคุณภาพ และประสิทธิภาพการผลิตขั้นเลิศ รวมถึงการวิจัยค้นคว้าเพื่อพัฒนาเทคนิค คัดสรรวัตถุดิบเพื่องานพิมพ์ให้มีคุณภาพ ซึ่งสอดคล้องกับสภาวะตลาด และการแข่งขันในระดับภูมิภาคดังจะเห็นได้จากสายงานธุรกิจโรงพิมพ์สามารถคว้ารางวัลคุณภาพทางการพิมพ์ อาทิ Asian Print Awards, Thailand Print Awards. อย่างสม่ำเสมอในช่วงหลายปีที่ผ่านมา นอกจากคุณภาพผลิตภัณฑ์แล้ว สายงานธุรกิจโรงพิมพ์ยังมุ่งมั่นในการบริหารจัดการผลิตและบริการตามแนวทางสากลของ ISO-9001 อีกด้วย

1.1 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 อุตสาหกรรมชั้นนำ
- 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. ผลิตภัณฑ์สำนักพิมพ์ (สายงานนิตยสารและสายงานหนังสือเล่ม)

จากการที่บริษัทส่งสมประสงค์การธุรกิจสำนักพิมพ์เป็นเวลาอันยาวนาน และมุ่งเน้นที่จะพัฒนาการผลิตนิตยสารและหนังสือเล่มในแนวต่าง ๆ เพื่อตอบสนองของกลุ่มผู้อ่านซึ่งมีความต้องการแตกต่างกันออกไป จนเป็นที่ยอมรับจากผู้อ่านอย่างกว้างขวาง มีกองบรรณาธิการขนาดใหญ่ที่ผลิตนิตยสารชั้นนำ และหนังสือเล่ม แบ่งตามประเภทสิ่งพิมพ์แต่ละชนิด ดังนี้

สิ่งพิมพ์ในรูปแบบนิตยสาร (สายงานนิตยสาร)

ด้วยปณิธานอันแน่วแน่มากกว่า 30 ปี นับตั้งแต่มีการเปิดตัวนิตยสารบ้านและสวนในปี 2519 บริษัทยังคงมุ่งมั่นสร้างสรรค์นิตยสารคุณภาพเรื่อยมาจนเกิดนิตยสารสำหรับผู้หญิงอย่าง “แพรว” และ “สุดสัปดาห์” ขึ้นและได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี

ในช่วงปี 2540 บริษัทเริ่มหันมาผลิตนิตยสารสำหรับเป็นแนวทางในการดูแลสุขภาพมากขึ้นได้แก่ “ชีวจิต” และ “Health & Cuisine” ต่อมาในปี 2544 บริษัทได้รับลิขสิทธิ์ให้เป็นผู้ดำเนินการจัดพิมพ์นิตยสาร “National Geographic ฉบับภาษาไทย” ปี 2546 ผลิตนิตยสาร “room” ปี 2547 ผลิตนิตยสาร “WE” และต่อมาในปี 2548 ได้รับลิขสิทธิ์พิมพ์นิตยสาร “Real Parenting” ปี 2550 ได้รับลิขสิทธิ์พิมพ์นิตยสาร “InStyle” ปี 2551 บริษัทได้ผลิตนิตยสาร “Secret” และบริษัทได้ผลิตนิตยสาร “my home” ขึ้นในปี 2553 และล่าสุดนิตยสาร “lemonade” ในปี 2554

ณ เดือนธันวาคม 2556 มีนิตยสารออกจำหน่ายจำนวน 13 ฉบับทั้งรายปักษ์และรายเดือนเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้อ่านที่มีรสนิยมหลากหลาย และกล่าวได้ว่านิตยสารของบริษัทมียอดขายสูงสุดเมื่อเทียบกับนิตยสารประเภทเดียวกัน และล้วนเป็นนิตยสารชั้นนำของประเทศทุกฉบับ

นิตยสารบ้านและสวน

นิตยสารเพื่อคนรักบ้านที่ได้รับความนิยมสูงสุดในประเทศไทย

นิตยสารฉบับแรกของบริษัทที่ ดำเนินงานเข้าสู่ปีที่ 38 โดยมุ่งนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับการตกแต่งบ้านการจัดสวนเกร็ดความรู้เกี่ยวกับบ้านรวมถึงเทรนด์การออกแบบสถาปัตยกรรมงานศิลปะ โลฟิสสไตล์และผลิตภัณฑ์ต่างๆที่เกี่ยวข้องโดยมีกลุ่มผู้อ่านที่ครอบคลุมช่วงวัยทำงานผู้ที่มองหาบ้านเพื่อสร้างครอบครัวใหม่หรือผู้ที่ต้องการต่อเติมและตกแต่งบ้าน วันนี้ “บ้านและสวน” เป็นนิตยสารเกี่ยวกับบ้านและสวนที่มียอดพิมพ์ต่อฉบับสูงสุดในประเทศและนับได้ว่าเป็นนิตยสารหมวดตกแต่งบ้านที่ขายดีที่สุดของประเทศไทย วางตลาดทุกวันที่ 7 ของเดือนราคาหน้าปก 100 บาท

นิตยสารแพรว

Modern & Luxury Style Magazine

นิตยสารรายปักษ์สำหรับสาวยุคใหม่วัยทำงานที่ทันสมัย ใฝ่รู้ และสร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้หญิงในทุกๆ ด้าน มีเนื้อหาสาระและความบันเทิงครบครัน ตั้งแต่เรื่องแฟชั่น ความงาม สุขภาพ โลฟิสสไตล์ ข่าวคราวความเคลื่อนไหวในสังคม บทสัมภาษณ์บุคคลที่น่าสนใจ และเรื่องราวต่างๆ ที่ผู้หญิงควรรู้ วางตลาดทุกวันที่ 10 และ 25 ของเดือน ราคาหน้าปก 90 บาท

นิตยสารInStyle

Fashion, Beauty, Celebrity, Lifestyle

นิตยสารรายเดือนสำหรับผู้หญิงโดดเด่นและแตกต่างในการอัปเดตเรื่องราวพร้อมนำเสนอเนื้อหาด้านแฟชั่น ความงามและไลฟ์สไตล์ของเหล่าคนดังนำเสนอแบบมิกซ์แอนด์แมทช์ที่นำมาปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้เป็นดังสไตล์ที่ ส่วนตัวอันดับ 1 ช่วยให้คุณผู้หญิงดูโดดเด่นอย่างมีสไตล์จนทุกคนต้องเหลียวมองวางตลาดทุกต้นเดือนราคาหน้าปก 90 บาท

นิตยสารสุดสัปดาห์

นิตยสารสำหรับผู้หญิงรุ่นใหม่ที่น่าสนใจในเรื่อง Update: Fashion, Beauty, technology, People

นิตยสารรายปักษ์ที่มุ่งนำเสนอเนื้อหาเพื่อตอบโจทย์ของคนทันสมัย หยิบเรื่องเด่นประเด็นฮอตจากทุกแวดวง สังคม แฟชั่น ความงาม ทั้งในประเทศและนอกประเทศมาอัปเดตให้คุณรู้ก่อนใคร ขณะเดียวกันก็ไม่ทิ้งเรื่องของชีวิตสังคม และชีวิตส่วนตัวทั้งการทำงาน สุขภาพ ความรัก ซึ่งอยู่คู่สาว ๆ มาทุกยุคทุกสมัย ก้าวเข้าสู่ปีที่ 32 พร้อมเพิ่มจำนวนหน้าและ คอลัมน์ใหม่ที่น่าสนใจกว่าเดิม วางตลาดทุกวันที่ 1 และ 16 ของเดือน ราคาหน้าปก 80 บาท

นิตยสารชีวจิต

นิตยสารที่ช่วยให้คุณฉลาด หุ่นดี อ่อนเยาว์ อายุยืน

นิตยสารสุขภาพรายปักษ์ที่มียอดจำหน่ายสูงสุดให้ความรู้เรื่องสุขภาพการดูแลตนเองการออกกำลังกายและการ เลือกรับประทานอาหารที่เป็นประโยชน์เพื่อป้องกันและฟื้นฟูอาการเจ็บป่วยตลอดจนการดูแลตนเองแม้ในยามที่ไม่เจ็บป่วย โดยยึดหลักการแพทย์แบบผสมผสานองค์รวม (Holistic) ผ่านการนำเสนอข้อมูลที่เข้าใจง่ายสามารถนำไปปฏิบัติได้จริงใน ชีวิตประจำวันบุคลิกของหนังสือที่ดูทันสมัยมีชีวิต-ชีวาตั้งอยู่บนพื้นฐานที่เป็นธรรมชาติเพื่อความเป็นเลิศของสุขภาพกาย และใจนิตยสาร “ชีวจิต” เป็นนิตยสารสุขภาพที่มียอดพิมพ์สูงสุดในประเทศไทยวางตลาดทุกวันที่ 1 และ 16 ของเดือนราคา หน้าปก 55 บาท

นิตยสาร Health & Cuisine

เฮลท์แอนด์คิวซีน: แนะนำเมนูอร่อย ร้านอร่อย

นิตยสารรายเดือนที่ให้ความรู้เรื่องอาหารเพื่อสุขภาพ สูตรอาหารและวัตถุดิบที่คัดสรรมาเพื่อผู้อ่านโดยเฉพาะ ตลอดจนเรื่องราวสุขภาพความงามสำหรับผู้หญิงยุคใหม่ภายใต้แนวคิด “Inspiration for Healthy Living” ตอบสนองวิถีชีวิต ทันสมัยที่มุ่งเน้นการดูแลตนเองนับตั้งแต่เรื่องของอาหารการกินไปจนถึงเรื่องของสุขภาพซึ่งสิ่งเหล่านี้สามารถทำได้ง่าย เรียบง่ายเป็นอีกหนึ่งทางเลือกสำหรับผู้ต้องการแสวงหาลิขิตให้กับชีวิตวางตลาดทุกวันที่ 5 ของเดือนราคาหน้าปก 90 บาท

นิตยสาร National Geographic ฉบับภาษาไทย

พาคุณท่องโลกกว้างพร้อมเปิดประสบการณ์น่าอัศจรรย์ผ่านสุดยอดสารคดีและภาพถ่ายจากช่างภาพสารคดีชั้น แนวนาน เพราะเราเชื่อว่า “ชีวิตคือความอยากรู้”

นิตยสารรายเดือนที่พาผู้อ่านโลดแล่นไปในโลกแห่งความรู้ ตื่นตาตื่นใจไปกับภาพถ่ายตระการตา และสารคดี ความรู้จากทั่วทุกมุมโลก ครอบคลุมเนื้อหาหลากหลาย ตั้งแต่ประวัติศาสตร์ โบราณคดี และอารยธรรมไปจนถึง วิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและธรรมชาติวิทยา เราคือนิตยสารสารคดีอันดับหนึ่งของประเทศที่ “เปรียบเสมือนคลังความรู้ของ ทุกคนในครอบครัว” วางตลาดทุกวันที่ 4 ของเดือนราคาหน้าปก 120 บาท

นิตยสาร room

คู่มือแต่งบ้าน ให้คุณสนุกกับทุกพื้นที่อย่างมีรสนิยม

นิตยสารรายเดือนที่เป็นดั่งดีไซเนอร์อันทันสมัยและเป็นเหมือนสไตล์ลิสท์ที่รู้จักคนรักบ้านและงานดีไซเนอร์ให้โอเคและอัปเดตข้อมูลความรู้ทุกเรื่องเกี่ยวกับบ้านและงานออกแบบที่มีประโยชน์สำหรับคนทันสมัยเพื่อให้ผู้อ่านกล้ามั่นใจเกิดแรงบันดาลใจในการแต่งบ้านกับภาพประกอบสวยสดในมุมมองที่แตกต่าง นิตยสาร room จึงทำให้ผู้อ่านสนุกและมีความสุขกับชีวิตในบ้านอย่างมีรสนิยมวางตลาดทุกวันที่ 1 ของเดือน ราคาหน้าปก 90 บาท

นิตยสาร WE

Love, Wedding & Living Together

นิตยสารรายเดือนที่จะช่วยให้วันแต่งงานของคุณสมบูรณ์แบบและน่าจดจำ ด้วยการนำเสนอไอเดียงานแต่งงานเก๋ๆ พร้อมทั้งวิธีเตรียมตัวสำหรับคุณเจ้าสาว ให้คำแนะนำในเรื่องเกี่ยวกับความรักและการดูแลความสัมพันธ์ให้ดำเนินไปอย่างมีความสุข ภายใต้แนวคิด Love, Wedding & Living Together วางตลาดทุกวันที่ 5 ของเดือน ราคาหน้าปก 120 บาท

นิตยสาร Real Parenting

เลี้ยงลูกให้ฉลาดและเป็นคนดี พ่อแม่ต้องอ่าน

นิตยสารแม่และลูกเล่มแรกในเครืออมรินทร์ นำเสนอข้อมูลความรู้ที่ได้คัดสรรมาให้เหมาะกับพ่อแม่ยุคใหม่ ทั้งเรื่องการเลี้ยงลูกในแต่ละช่วงวัย ตั้งแต่ในครรภ์ถึง 12 ปี การันตีโดยผู้เชี่ยวชาญและจากประสบการณ์จริงของคุณแม่ ช่วยให้คุณเติบโตได้อย่างสมบูรณ์แบบรอบด้าน ทั้งในเรื่องสุขภาพ ความสำเร็จ พัฒนาการ และการเรียนรู้ รวมทั้งเรื่องการดูแลตนเองของคุณแม่และสัมพันธภาพของครอบครัว วางตลาดทุกวันที่ 25 ของเดือน ราคาหน้าปก 85 บาท

นิตยสาร Secret

รับประกัน ! อ่านคลายทุกข์ สร้างสุข

นิตยสารรายปักษ์แนวสุขภาพใจที่สร้างแรงบันดาลใจเป็นหลักให้แก่ชีวิตเป็นที่พึ่งทางใจด้วยการนำเสนอแนวคิดดีๆ จากหลากหลายบุคคลผ่านเนื้อหาที่เข้าใจง่ายอ่านสนุกให้แง่คิดเคล็ดลึกลับและแนวทางปฏิบัติเพื่อนำไปสู่ความสุขและความสำเร็จในชีวิตวางตลาดทุกวันที่ 10 และวันที่ 26 ของเดือนราคาหน้าปก 55 บาท

นิตยสาร my home

แต่งบ้านสวยด้วยตัวคุณเองในราคาที่คุณทำได้

นิตยสารที่นำเสนอไอเดียเกี่ยวกับการออกแบบตกแต่งบ้านและสวนโดดเด่นด้วยการนำเสนอเปรียบเทียบวัสดุและสินค้าหลากหลายรูปแบบหลายราคานานาแหล่งซื้อเพื่อให้ได้เลือกสรรสิ่งที่ดีที่สุดในการตกแต่งบ้านให้สวยงาม มีสไตล์และไม่เปลืองสตางค์ในกระเป๋า วางตลาดทุกวันที่ 20 ของเดือนราคาหน้าปก 65 บาท

นิตยสาร lemonade

คู่มือรีวิວความงามอันดับ 1

เพื่อนคู่ใจผู้หญิงวัยทำงานที่ใส่ใจความงาม แฟชั่น และรูปร่าง เราคัดสรร ทดสอบ และพิสูจน์ เพื่อนำเฉพาะสิ่งที่ดีที่สุด คุ่มค่าที่สุด และให้ผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพที่สุด มาให้คุณตัดสินใจเลือกได้อย่างชาญฉลาด ผ่านการนำเสนอที่หลากหลาย น่าสนใจ และน่าเชื่อถือ วางตลาดทุกวันที่ 5 และ 20 ของเดือน ราคาหน้าปก 59 บาท

สิ่งพิมพ์ในรูปแบบหนังสือเล่ม (สายงานหนังสือเล่ม)

ด้วยการใส่ใจและให้ความสำคัญกับกลุ่มผู้อ่าน บริษัทได้จัดตั้งสำนักพิมพ์คุณภาพในเครืออมรินทร์ให้กิจการหนังสือเล่มเติบโตควบคู่ไปกับการทำนิตยสาร เริ่มต้นด้วย “แพรวสำนักพิมพ์” ผลิตหนังสือเล่มประเภทวรรณกรรม เรื่องสั้น และบทกวีในปี 2535

ปัจจุบันบริษัท ได้ขยายกองบรรณาธิการเพื่อผลิตหนังสือให้ครอบคลุมความต้องการของผู้อ่านถึง 17 สำนักพิมพ์ ซึ่งผลิตหนังสือครอบคลุมหลากหลายหมวดหมู่ ตั้งแต่หนังสือสร้างเสริมจินตนาการสำหรับเด็ก ไปจนถึงเรื่องราวเกี่ยวกับสุขภาพ อาหาร การตกแต่งบ้านและสวน และอีกมากมาย เพื่อตอบสนองความต้องการของนักอ่านทุกเพศทุกวัย โดยยึดหลัก “คุณภาพ” เป็นหัวใจสำคัญ

แพรวสำนักพิมพ์

แพรวสำนักพิมพ์เน้นผลิตวรรณกรรมไทยและงานแปลจากภาษาต่างประเทศ ภายใต้ปรัชญาการทำงาน “การอ่านคือรากฐานที่สำคัญ” มากกว่า 20 ปี โดยงานวรรณกรรมไทยมีทั้งประเภท เรื่องสั้น นวนิยาย บทกวี สารคดี บทความ และสารบันเทิง ผลงานเด่นประจำปี ได้แก่ ศิวาราตรี, จูฬตรีศูณ, ปฐพีเพลิง, เพชรพระอุมา (ฉบับe-book), REAL KONG, ชนชั้นกลวง, เมื่อกางปีกแล้ว... ก็ต้องบิน

และเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้อ่านอย่างครอบคลุม แพรวสำนักพิมพ์จึงคัดสรรงานวรรณกรรมแปลที่หลากหลายแนว เช่น Mystery, Romance, Horror และ Epic Fantasy ผลงานเด่นประจำปี ได้แก่ ชุดเกมล่าบัลลังก์ (A Game of Thrones), ซ่อน (Stay Close), สงครามพลิกจักรวาล (Ender's Game), สุทธิพิภพนิรันดร์ (The Age of Miracles)

สำนักพิมพ์อรุณ

สำนักพิมพ์อรุณมุ่งคัดสรรและผลิตนวนิยายจากนักเขียนที่มีผลงานครองใจนักอ่าน เช่น กิ่งฉัตร, ปิยะพร ศักดิ์เกษม และจุฑารัตน์ รวมถึงนวนิยายรักโดยนักเขียนรุ่นใหม่ในชุดอุ่นไอรัก และชุด Love Square ผลงานเด่นประจำปี ได้แก่ ดั่งลมหวน, ลิขิตจากฟากฟ้า, คุณอามาเฟีย, อริร้าย...แสนรัก, แต่งกับผียังดีกว่านายน

สำนักพิมพ์ Spell

สำนักพิมพ์ Spell จัดพิมพ์วรรณกรรมสำหรับวัยรุ่นจากทั่วทุกมุมโลก เปรียบเสมือนสะพานที่เชื่อมโลกแห่งความเป็นจริงกับโลกเหนือจริงในจินตนาการเข้าไว้ด้วยกัน โดยถ่ายทอดผ่านเรื่องราวที่สนุกสนานและน่าสนใจ ผลงานเด่นประจำปี ได้แก่ จันทราโอบอาทิตย (The Moon that Embraces The Sun), ไดเวอร์เจนท์ มายาเร้นโลก (Divergent)

สำนักพิมพ์แพรวเพื่อนเด็ก

สำนักพิมพ์แพรวเพื่อนเด็กเน้นผลิตหนังสือสำหรับเด็กวัย 0-8 ปี ทั้งนิทาน หนังสือฝึกทักษะเสริมความรู้ คู่มือผู้ปกครองและคุณครู เพื่อเสริมสร้างจินตนาการ พัฒนาการเรียนรู้ รวมถึงเป็นสื่อสร้างสัมพันธ์ภายในครอบครัว โดยเน้นให้พ่อแม่อ่านหนังสือให้ลูกฟัง เพื่อเสริมศักยภาพรอบด้านของเด็ก อาทิ ร่างกาย อารมณ์ สังคม สติปัญญา และจริยธรรม ผลงานเด่นประจำปี ได้แก่ นอนจอมหิว, ชุดนิทานเสริมทักษะภาษาไทย 15 เล่ม และบัตรภาพคำศัพท์เกมจับคู่...เรียนรู้ภาษา 5 ชุด

สำนักพิมพ์ Kids ฉลาด

สำนักพิมพ์ Kids ฉลาดมุ่งผลิตหนังสือฝึกทักษะ แบบเรียน และสื่อการเรียนรู้สำหรับเด็กตั้งแต่ปฐมวัยถึงระดับประถมศึกษา โดยเน้นผลิตหนังสือที่มีราคาเหมาะสมเพื่อให้เด็กทุกคนมีโอกาสได้อ่านหนังสือดี ผลงานเด่นประจำปี ได้แก่



สมุดภาพพระบายสี ไฉนเสารักกันเนื้อ, สมุดภาพพระบายสี ไฉนเสารักกันพืช, สมุดภาพพระบายสี สัตว์ทะเล, มารู้จักขนาดกันเถอะ, ก ไก่ สนุกเขียน สนุกระบายสี

สำนักพิมพ์อมรินทร์คอมมิกส์

สำนักพิมพ์อมรินทร์คอมมิกส์มุ่งผลิตหนังสือความรู้สำหรับเด็กวัยประถมศึกษาขึ้นไป ทั้งในรูปแบบการ์ตูน หนังสือภาพความรู้และสารคดี มีความโดดเด่นที่ความสนุก ภาพลายเส้นสวยงามควบคู่กับสาระประโยชน์ พร้อมทั้งเกร็ดความรู้ที่เหมาะสมต่อการเรียนรู้ของเด็ก ผลงานเด่นประจำปี ได้แก่ การ์ตูนพระราหู, หนังสือการ์ตูนชุดวิทยาศาสตร์ฉลาดรู้, อาเซียนเฮฮา ถามมาตอบไป, หนังสือชุดเก่งภาษาอาเซียน และ หนังสือภาพความรู้ชุด 100 เรื่องน่ารู้

สำนักพิมพ์แพรวเยาวชน

สำนักพิมพ์แพรวเยาวชนมุ่งคัดสรรและผลิตวรรณกรรมเยาวชนชั้นดีทั้งไทยและงานแปลจากภาษาต่างประเทศ เพื่อเสริมสร้างจินตนาการและปลูกฝังรสนิยมการอ่านที่ดีและมีคุณภาพให้แก่เยาวชนไทย ผลงานเด่นประจำปี ได้แก่ ทีมมี เฟลเยอร์ ยอดนักสืบจิ๋วจอมเกรียน (Timmy Failure), บ้านหลอนเด็กประหลาด (Miss Peregrine's Home For Peculiar Children), สเมอร์ฟ (Smurf) และสเมอร์ฟ 2 (Smurf 2), เด็กหญิงนางฟ้า, ตำนานแห่งซิลมาริล (The Silmarillion)

สำนักพิมพ์อมรินทร์ธรรมะ

สำนักพิมพ์อมรินทร์ธรรมะมุ่งผลิตหนังสือโดยเน้นเนื้อหาที่มีหลักธรรมถูกต้องและเหมาะสมภาคปฏิบัติที่เข้าใจง่ายนำไปใช้ได้จริงในชีวิตประจำวันเพื่อรับมือกับทุกวิกฤตและช่วยเยียวยาจิตใจ มีตั้งแต่หนังสือธรรมะสำหรับผู้เริ่มต้นใหม่ไปจนถึงผู้เฒ่าธรรมะเพื่อเข้าสู่เส้นทางนิพพาน ผลงานเด่นประจำปี ได้แก่ ตัดเวรหยุดกรรม, เดอะท้อปทาวเวอร์, ตามรอยคุณแม่อสิริ, พระสืบลี, ชีวิตไม่ได้มีด้านเดียว, ๑ พระอาจารย์ปราบ ๑๐ มารในคราบเขียน

สำนักพิมพ์อมรินทร์ CUISINE

สำนักพิมพ์อมรินทร์ CUISINE มุ่งผลิตหนังสืออาหารทั้งไทยและงานแปลจากภาษาต่างประเทศ โดยเน้นเมนูเพื่อสุขภาพที่ผ่านการทดสอบเรื่องรสชาติอย่างพิถีพิถัน เพื่อยืนยันว่าอาหารอร่อยนั้น นอกจากคุณจะทำเองได้แล้ว ยังสามารถต่อยอดเป็นอาชีพได้อีกด้วย ผลงานเด่นประจำปี ได้แก่ เมนูอร่อยตามสั่ง, เมนูข้าวแกงจานเด็ด, ไอศกรีมและขนมหวาน, 100 ไอศกรีมโฮมเมด, Thai Fusion Cuisine

สำนักพิมพ์อมรินทร์สุขภาพ

สำนักพิมพ์อมรินทร์สุขภาพมุ่งผลิตหนังสือทั้งงานไทยและงานแปลที่เน้นสาระความรู้ด้านสุขภาพทั้งกายและใจ โดยแบ่งหนังสือออกเป็น 4 หมวด คือ หมวดโรคภัยใกล้ตัว หมวดชีวิตและสุขภาพ หมวดความงาม และหมวด For Parenting โดยแต่ละหมวดจะนำเสนอเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้ผู้อ่านสามารถนำไปประยุกต์ใช้ดูแลสุขภาพตนเองและครอบครัวได้จริง ผลงานเด่นประจำปี ได้แก่ ปรับวิถีชีวิต, พิชิตเบาหวาน, ไทยปราบ, โยคะชะลอวัย, นาฬิกาชีวิต, เคล็ดลับหุ่นดี, โยคะหน้าเด็ก ตอนสวยทันใจ, คุณแม่สู้มะเร็ง, กายบริหารคุณหมอบ 100 ปี, เสกสวยอินเทรน celeb style, แต่งสไตล์ที่ใช่ สวยสไตล์ที่ชอบ

สำนักพิมพ์อมรินทร์

สำนักพิมพ์อมรินทร์มุ่งผลิตหนังสือคุณภาพแนวสาระความรู้เพื่อให้ผู้อ่านเป็นผู้มีความรู้รอบด้าน ทั้งหนังสือความรู้ที่อ่านสนุก มีสาระ และงานวิชาการที่มีข้อมูลถูกต้อง น่าเชื่อถือและนำไปอ้างอิงได้ ผลงานเด่นประจำปี ได้แก่ ความสำเร็จไม่มีข้อยกเว้น, Survivor อาเซียน, พระอินทร์

สำนักพิมพ์อมรินทร์ HOW-TO

สำนักพิมพ์อมรินทร์ HOW-TO มุ่งผลิตหนังสือทั้งแนวจิตวิทยาและการพัฒนาตนเอง การงาน การเงิน และการบริหาร ที่มีเนื้อหาเข้าใจง่ายและนำไปปฏิบัติได้จริง ผลงานเด่นประจำปี ได้แก่ จุดตะเกียงดีกว่าค่าความมืด, Samsung's Way วิถีแห่งผู้ชนะ, ไชยสิทธิ์ สลับตัวเลขเปลี่ยนชีวิต, เล่นหุ้นต้องใช้ใจ รวยได้ไม่รู้จบ, เงินไม่ใช่ทุกอย่าง แต่ทุกอย่างเริ่มต้นที่ "เงิน"

นอกจากนี้ยังมีหนังสือชุด Life+Style เพื่อตอบใจชีวิตคนเมืองอีกด้วย งานเด่นประจำปี ได้แก่ สวยแซบเวอร์...ไม่จำกัดยุค Momay's Beauty Secrets ,The Matter of Style by Ploy Chava และคัมภีร์สวยแต่งสูตรเร่งรัด

สำนักพิมพ์ Springbooks

สำนักพิมพ์ Springbooks มุ่งผลิตหนังสือสำหรับคนรุ่นใหม่ วัยรุ่น นักศึกษา และผู้ที่เริ่มทำงาน นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์และแรงบันดาลใจด้วยรูปแบบหนังสือที่หลากหลาย ทั้งความเรียง การ์ตูน นิยายภาพ วรรณกรรมเดินทาง วรรณกรรมแปล และสมุดบันทึก ฯลฯโดดเด่นด้วยการออกแบบปกและรูปเล่มที่ทันสมัย ภายใต้แนวคิด “หนังสือที่จะทำให้คุณกระโดดได้สูงขึ้น” ผลงานเด่นประจำปี ได้แก่ พันครั้งที่หวั่นไหวกว่าจะเป็นผู้ใหญ่, บ๊อบแมวและผีนางถนน (A Street Cat Named Bob), เคมีรักระหว่างเรา, ความหวังสีดำ, ก่อนความฝันจะลมสลายน

สำนักพิมพ์อมรินทร์ท่องเที่ยว

สำนักพิมพ์อมรินทร์ท่องเที่ยวมุ่งผลิตหนังสือไกด์บุ๊กและสารคดีท่องเที่ยวทั้งงานไทยและงานแปลจากภาษาต่างประเทศ โดยรวบรวมสาระ ความบันเทิงและแรงบันดาลใจในการท่องเที่ยวให้กับผู้อ่าน ผลงานเด่นประจำปี ได้แก่ โตเกียวหม่ำๆ, เขียนฮ่องกง (ฉบับปรับปรุง), 100 เมืองสวยในเอเชีย, Amazing ASEAN พม่า, Amazing ASEAN ลาว, Amazing ASEAN เวียดนาม, Amazing ASEAN กัมพูชา

สำนักพิมพ์บ้านและสวน

สำนักพิมพ์ที่เป็นผู้นำเกี่ยวกับหนังสือตกแต่งบ้าน และตกแต่งสวน พร้อมยังนำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจเกี่ยวกับ ทั้งแบบบ้าน เคล็ดลับการก่อสร้าง งานช่างและงานประดิษฐ์ การจัดสวน ความรู้เกี่ยวกับพรรณไม้ทั้งไทยและเทศ หนังสือที่ติดอันดับขายดี ได้แก่ หนังสือชุดคู่มือการจัดและตกแต่งบ้าน ได้แก่ ชุด 12 แบบแต่งบ้าน, หนังสือชุด “บ้าน บ้าน” หนังสือชุดคู่มืองานช่าง ได้แก่ ชุด The Manual เล่ม 1-3 หนังสือชุดการจัดสวนและการดูแลสวน และเกษตรอินทรีย์ ได้แก่ Make me Garden, Outdoor Lighting Design , Organic living & Gardening และชุด Garden & Farm หนังสือกลุ่มพรรณไม้ประดับ ได้แก่ Brom mania, ชุดคู่มือคนรักต้นไม้ และชุดมือใหม่จัดสวนอังกฤษ หนังสือชุดงานประดิษฐ์ ได้แก่ งานควิลต์กระเป๋าเพื่อการใช้งานในชีวิตประจำวัน โยโกะ ไชโตะ, สตอรี่ควิลต์ เล่ม 1-2 และงานปักผ้าแบบญี่ปุ่นในชีวิตประจำวัน

สำนักพิมพ์ National Geographic

สำนักพิมพ์ที่นำเสนอความรู้หลากหลายสาขาจากทั่วทุกมุมโลก ตั้งแต่ภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ไปจนถึงสิ่งแวดล้อม ธรรมชาติวิทยา และศิลปวัฒนธรรม ปกที่ติดอันดับขายดี อาทิ พลิกประวัติศาสตร์โลก, ไชยสิทธิ์กำเนิดมนุษย์ และหนังสือชุด The Great Book of World Heritage ผลงานล่าสุดของสำนักพิมพ์ ได้แก่ Answer Book ตอบทุกคำถามที่คุณอยากรู้ และ 100 Journeys of a Lifetime รวมสุดยอดแผนที่รอบโลก

สำนักพิมพ์นิตยสารแพรว

จัดทำหนังสือพ็อกเก็ตบุ๊กที่ทั้งสาระและความบันเทิง ตลอดจนเรื่องราวความงาม แฟชั่นทันสมัย จากเนื้อหาและบทความในนิตยสารแพรวที่ได้รับความนิยมจากผู้อ่าน หรือเรื่องราวชีวิต ข้อคิดจากบุคคลที่มีชื่อเสียงในแวดวง

ต่างๆ ของสังคม ปกติที่ติดอันดับขายดี ได้แก่ 101 เคล็ดลับ กินอย่างไรให้แข็งแรงและอ่อนเยาว์, ล่องเรือลุยอะแลสกา ซ่า ต่อที่นิวออร์ก, Ireland... I'm in Love ตะลุยไอร์แลนด์... ดินแดนเจ้าเสน่ห์, แหวกส่าหรีส์สวย แบกเป้ตะลุยเดี่ยวเที่ยว อินเดีย, Lonely in Cape Town บุกเดี่ยวตะลุยเคปทาวน์, 101 เคล็ดลับพิต & เฟิร์ม ที่คุณก็ทำได้

กิจกรรมการตลาดและงานแฟร์

งานแฟร์และงานเปิดตัว ในปี 2556 บริษัทมีการจัดกิจกรรมทางการตลาดและงานแฟร์ดังนี้

Health Cuisine & Beauty Festival ครั้งที่ 10

วันที่ 3-7 กรกฎาคม 2556 ณ ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์

งาน Health Cuisine & Beauty Festival ครั้งที่ 10 จัดเต็มยิ่งใหญ่ 3 โซน ทั้ง สุขภาพ, อาหาร และความงาม พร้อมร่วมกิจกรรมสุดพิเศษมากมายทุกวัน อาทิ Health Zone พบกับ สูตรเด็ดเคล็ดลับของ อ.สาทิส อินทรกำแหง ที่ไม่เคยเปิดเผยที่ไหนมาก่อน แก่โรค ออฟฟิศซินโดรม ไฮโปไกลซีเมีย กรดไหลย้อน โดยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญจาก ชีวจิตโฮม พลัดไม่ได้กับเวิร์คชอป “นวดแก้โรคข้อ” สำหรับ อ.สาทิส อินทรกำแหง และเรียนรู้การทำลูกประคบลดปวดประจำเดือนแบบง่ายๆ ทำได้เอง พร้อมพบกับที่สุดของบรมครูแพทย์แผนไทย หมออ่อนโยน บุญยืน ผ่องแผ้ว ที่จะมาบรรยายเรื่อง “สมุนไพรแก้ภูมิแพ้และไซนัส” Cuisine Zone สนุกช้อปปิ้งโซนอาหาร เครื่องดื่ม เครื่องครัว และของใช้ในบ้าน และพลาดไม่ได้กับ Cooking Show สูตรเด็ด อาทิ สูตรเมี่ยงคำหล่อ-เมี่ยงคำสวย โดย Chef Talent คนล่าสุด, สูตร Diet Pie โลว์แคลอรี อร่อยได้ไม่ใช้ทั้งแป้งและครีม, สูตรอร่อย สวยเซ็กซี่ โดยมาตามดวง, สูตรพลาฟรึมเพรา โดย นักร้อง-นักแสดงหุ่นเป๊ะ กับเอ๊ะ-ศศิ กานต์ และ สูตรยำผัสดอง โดยพิธีกรหน้าใส ไก่ มีสุข แจ่มมีสุข คุณดิลกชัยพัฒน์ Beauty Zone / Fashion Zone โซนแฟชั่นและความงาม เครื่องสำอาง, สกินแคร์ อุปกรณ์เพื่อความงาม พบกับเทคนิคเมคอัพแก้ปัญหาหน้า “Make up is magic แต่งตาให้กลมโต เสกตบแต่งให้โด่ง” โดยคุณทรายหมูน้อย บล๊อคเกอร์ความงามสาวสวยชื่อดัง, เทคนิคการแต่งหน้าในเวลาจำกัดก็สวยได้ “แต่งหน้าทำไฟแดง (180 วินาที)” โดยคุณเอ็ก เอ็ก บล๊อคเกอร์ความงามชื่อดัง และ Beauty Solutions by lemonade Guru : หน้าสวยด้วยนิ้ว ตาสวยด้วยช้อน จากนิตยสาร lemonade

นอกจากนี้ยังมีสินค้าและบริการเรื่องสุขภาพ ความสวยงามมาให้ทุกท่านได้เลือกจากผู้ประกอบการมากกว่า 300 ร้านค้า ชุมและช้อปปิ้งอย่างจุใจสมศักดิ์ศรีงานแฟร์ยิ่งใหญ่แห่งปี

Health Cuisine & Beauty Festival ครั้งที่ 11

วันที่ 2-10 พฤศจิกายน 2556 ณ อาคารชาเลนเจอร์ อิมแพ็ค เมืองทองธานี

จัดขึ้นอย่างยิ่งใหญ่ส่งท้ายปีคู่กับงานบ้านและสวนแฟร์ สำหรับ Health Cuisine & Beauty Festival งานแฟร์สุดยิ่งใหญ่ของคนรักสุขภาพและความงามซึ่งจัดบนพื้นที่มหิมาของชาเลนเจอร์ อิมแพ็ค เมืองทองธานี

ครั้งนี้ นิตยสารรายตีในครอบครัวอมรินทร์ต่างทุ่มเทกับการเตรียมงานที่รวบรวมทั้งสินค้าสุขภาพ อาหาร ความงาม ที่ดีที่สุด นำโดย นิตยสารชีวจิต กับ Health Zone สาริตเมนูสมุนไพรบำรุงสมองของคุณผกา เส็งพานิช(ป้ายุ้ง) และ เสวนาเด็ด หัวข้อ วิธีป้องกันความจำเสื่อมวัยทำงานอย่างง่าย โดยนายแพทย์ประมวล จารุตระกูลชัย รวมถึงนิตยสาร Health&Cuisine กับ Cuisine Zone พบ เมนูอร่อย TOMATO NIGIRI โดยคุณเมกมิกิ คิฮาดะ ผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารสุขภาพจากประเทศญี่ปุ่น และพลาดไม่ได้กับการการแข่งขันรอบชิงชนะเลิศเพื่อค้นหาสุดยอด “Health&Cuisine Chef Talent 2013” และพบกับทีมงานนิตยสาร lemonade กับเทคนิคการปรับลุคจากลูกเปิดชีพู่ เป็นลูกเจ้าหญิงแสนหวาน และลูกป่าแฉิมประจำออฟฟิศ เป็นสาวสมาร์ทมาดนักบริหาร

นอกจากนี้ยังมีสินค้าและบริการเรื่องสุขภาพ ความสวยงามมาให้ทุกท่านได้เลือกมากกว่า 300 ร้านค้า ชมและช้อปปิ้งอย่างจุใจสมศักดิ์ศรีงานแฟร์ยิ่งใหญ่แห่งปี

ประกวดเฟ้นหาดาวสาวออฟฟิศ Lemonade Office Star

วันที่ 6 กรกฎาคม 2556 ณ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์

ครั้งแรกกับเวทีที่เปิดโอกาสให้สาว ๆ ออฟฟิศที่ไม่ได้มีดีแค่สวย แต่พกพาความทันสมัยบุคลิกภาพมั่นใจ พร้อมทัศนคติที่ดีเลิศ มาร่วมประกวดในโครงการ lemonade Office Star ครั้งที่ 1 ซึ่งรางวัลมูลค่ารวมกว่า 100,000 บาท กิจกรรมเฟ้นหาสาว ดาวออฟฟิศ ซึ่งไม่ว่าคุณจะทำออฟฟิศไหน ตำแหน่งอะไร ขอแค่มีความกล้า เพื่อคว้ารางวัลมากมาย รวมถึงประสบการณ์ในการร่วมถ่ายแฟชั่นลงในนิตยสาร lemonade การประกวดครั้งนี้ได้รับความสนใจจากบรรดาสาวออฟฟิศเป็นอย่างมาก และหลากหลายอาชีพ อาทิ อาจารย์มหาวิทยาลัย พนักงานบัญชี เลขานุการ เจ้าหน้าที่ธนาคารช่างภาพ หรือแม้แต่อาชีพนางฟ้าอย่างแอร์โฮสเตสก็เข้ามาสมัคร จนสุดท้ายเราคัดสาวสวยโดนใจที่มาจากหลากหลายบุคลิก รวม 60 ท่านมาร่วมเก็บตัวเวิร์คช็อปสัมผัสประสบการณ์ดีๆ ที่หาได้ยาก และมีการประกาศผลมอบรางวัลไปเมื่อวันที่ 6 กรกฎาคม 2556 ในงาน Health, Cuisine & Beauty Festival ครั้งที่ 10 ณ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์

WE Are In Love 2013

วันที่ 27-29 กันยายน 2556 ณ ศูนย์การค้าสยามพารากอน

นิตยสาร WE นิตยสารความรักและการเตรียมความพร้อมสำหรับงานแต่งงานอันดับ 1 ของประเทศ ฉลองก้าวสู่ปีที่ 10 ด้วยการจัดงาน “WE Are In Love 2013” ในคอนเซ็ปต์ “Frame Of Love” รวบรวมแกลเลอรีภาพแต่งงานคู่รักคนดัง พร้อมโชว์ชุดแต่งงานสุดหรูจากห้องเสื้อในตำนาน Kai Boutique พร้อมเปิดตัวบรรณาธิการบริหารนิตยสาร WE คนใหม่ คุณอัญรินทร์ ธีรสมารัตน์ ณ แฟชั่นฮอลล์ ชั้น 1 ศูนย์การค้าสยามพารากอน เมื่อวันศุกร์ที่ 27 – วันอาทิตย์ที่ 29 กันยายน 2556

เติมอิมกับแฟชั่นโชว์เครื่องเพชรและชุดแต่งงานสุดหรูจากนักแสดงชื่อดัง ร่วมรับฟังเพลงรักจากศิลปิน The Star ตลอด 3 วันเต็ม โดยทุกคู่รักที่เข้าร่วมงานยังได้รับสิทธิถ่ายภาพพอร์ทเทรตจากช่างภาพแต่งงานมืออาชีพพร้อมกรอบรูปเป็นของที่ระลึกในงาน พุดคุยเคล็ดลับและคำแนะนำต่างๆ จากมืออาชีพด้านการจัดงานแต่งงานบนเวที พร้อมรับส่วนลดพิเศษจากร้านเพชร เว็ดดิงสตูดิโอ และโรงแรมชื่อดัง ปิดท้ายด้วยการประกาศรางวัลสุดพิเศษ บัตรกำนัลตัดชุดเจ้าสาวจากห้องเสื้อ Kai Boutique มูลค่า 150,000 บาท และของรางวัลอื่นๆ รวมมูลค่ากว่า 300,000 บาท ให้กับคู่รักในงาน ทั้งหมดสร้างความประทับใจให้กับทุกคู่รักและสื่อมวลชนจำนวนมากที่มาร่วมงานกันถ้วนหน้า

บ้านและสวนแฟร์ 2013 สิ่งสามัญที่ไม่ธรรมดา

วันที่ 2 – 10 พฤศจิกายน 2556 ณ อาคารชาเลนเจอร์ อิมแพ็ค เมืองทองธานี

“บ้านและสวนแฟร์” งานแฟร์ของคนรักบ้านและสวนระดับประเทศจัดโดยนิตยสารบ้านและสวนอย่างต่อเนื่องมาเป็นปีที่ 14 ได้รับการตอบรับและประสบความสำเร็จสูงสุดอย่างต่อเนื่องสามารถตอบสนองความต้องการเกี่ยวกับบ้านและสวนอย่างครบวงจร โดดเด่นด้านการออกแบบและแนวคิดที่หลากหลายและแตกต่าง มีงานดีไซน์ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ สินค้ามากมายทั้งของแต่งบ้านและสวน ต้นไม้พันธุ์หายากจากบริษัทชั้นนำของประเทศ “รวมงานดีไซน์หลากหลายทันสมัย สำหรับคนรักบ้านและสวน”

“บ้านและสวนแฟร์ 2013” ภายใต้คอนเซ็ปต์ “สิ่งสามัญที่ไม่ธรรมดา” โดยมีไฮไลท์ของงาน เช่น ชมบ้านตัวอย่างกลางน้ำ ดีไซน์ไม่ธรรมดา พร้อมชมสวนโชว์อย่างเต็มอิมกับ “สวนโชว์ 4 สไตล์” และ “10 สวนสร้างสรรค์พรรณไม้ริมทาง

เป็นสวนสวย และ 16 ผลงานจัดดอกไม้สำหรับโต๊ะน้ำชา รวมทั้งเปิดโซนใหม่เอาไว้ให้ได้ผลงานศิลป์และข้อปของมีสไตล์
ในบ้านและสวน Art&Craft และในโซน Fresh Design ชมผลงานสดใหม่จากดีไซเนอร์ไฟแรง

ประกวดสารคดีภาพ “National Geographic Thailand Photography Contest 2013”

ภายใต้หัวข้อ “10 ภาพเล่าเรื่อง” Season 3

วันที่ 2 – 10 พฤศจิกายน 2556 ณ อาคารชาเลนเจอร์ อิมแพ็ค เมืองทองธานี

จากกระแสตอบรับเป็นอย่างดีเมื่อปีที่แล้ว ทางนิตยสาร National Geographic ฉบับภาษาไทย จึงได้จัดโครงการ
ประกวดสารคดีภาพ “National Geographic Thailand Photography Contest 2013” อย่างต่อเนื่องภายใต้หัวข้อ “10
ภาพเล่าเรื่อง” Season 3 ซึ่งรางวัลมูลค่ารวมกว่า 100,000 บาท มีแนวคิดคือ การใช้ภาพถ่ายร้อยเรียงเป็นสารคดีย่อยๆ
อย่างสร้างสรรค์ตามแนวทางการทำงานของช่างภาพสารคดีมืออาชีพ นิตยสาร National Geographic ฉบับภาษาไทย
มุ่งหวังให้โครงการนี้เป็นเวทีแต่ช่างภาพสารคดีรุ่นใหม่ ตลอดจนผู้มีใจรักและชื่นชอบการถ่ายภาพได้นำเสนอผลงานสู่
สาธารณชน และก้าวเข้าสู่การเป็นช่างภาพสารคดีมืออาชีพต่อไป การประกวดครั้งนี้ได้รับความสนใจอย่างล้นหลามด้วย
จำนวนผลงานส่งเข้าประกวดมากกว่า 695 ผลงาน รวมกว่า 5,560 ภาพที่ส่งผ่านทางเว็บไซต์ www.ngthai.com และเรา
นำไปต่อยอดโดยจัดแสดงนิทรรศการผลงานของผู้เข้ารอบทั้ง 10 ผลงานภายใน National Geographic EXHIBITION
บริเวณหน้าอาคารชาเลนเจอร์ 3 ประตู 2 อิมแพ็ค เมืองทองธานี ในงานบ้านและสวนแฟร์ 2013 ระหว่างวันที่ 2 – 10
พฤศจิกายน 2556

แพรวฉลอง 35th Anniversary กับกิจกรรม “แพรวแซริตี้ ปีที่ 10”

วันที่ 11 ตุลาคม 2556 ณ แฟชั่นฮอลล์ ศูนย์การค้าสยามพารากอน

งานฉลองครบ 35 ปี นิตยสารแพรว จัดมหกรรมช้อปปิ้งมหากุศล “แพรวแซริตี้ ปีที่ 10” เพื่อระดมทุนช่วยเหลือ
องค์กรการกุศล ภายในงานมีการออกบูธจำหน่ายสินค้าแบรนด์ดังของเซเลบริตี้ไทยและเหล่าคนดังจากทุกวงการรวม
กว่า 20 บูธที่มาร่วมด้วยช่วยกัน ซึ่งจากการจัดกิจกรรมเงินบริจาคที่ได้ “แพรวสมทบทุนเพิ่มให้อีก 1 เท่า” เพื่อมอบให้แก่
5 มูลนิธิและรายย่อยอีก 2 รายดังนี้ มูลนิธิช่วยชีวิตสัตว์ป่าแห่งประเทศไทย, คามิลเลียน โซเชียล เซ็นเตอร์ ปราชญ์บุรี,
มูลนิธิบ้านนกขมิ้น เพื่อเด็กเร่ร่อนและกำพร้า, มูลนิธิยุติธรรมเพื่อสันติภาพ, มูลนิธิกองทุนรักษาพยาบาลสัตว์ป่วยอนาถา,
บ้านสงเคราะห์สุนัขจรจัดป่ามณี แสงจันทร์ และสมทบทุนสร้างที่พักพิงสุนัขจรจัดวัดสวนแก้ว ซึ่งพิธีมอบเงินในโครงการ
แพรวแซริตี้ ประจำปี 2556 โดยคุณเมตตา อุทกะพันธุ์ ประธานกรรมการบริหาร บริษัทอมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง
จำกัด (มหาชน) รวมเป็นยอดเงิน 2,500,000 บาท ทั้งนี้กิจกรรมแพรวแซริตี้เป็นกิจกรรมการกุศลที่จัดอย่างต่อเนื่องเพื่อ
ช่วยเหลือมูลนิธิต่างๆ มาแล้วรวมทั้งสิ้นกว่า 28 มูลนิธิ เป็นยอดเงินรวมกว่า 22,580,790 บาท

ความพิเศษที่ถือเป็นไฮไลท์ของงานครั้งนี้ คือ “แฟชั่นโชว์เอกซ์คลูซีฟจากคู่ขวัญคู่วิวา” โดยแขกคนสำคัญของแพรว
นำทีมโดย หมิว-ลลิตา, หน้อย-บุษกร, แหม่ม-ศัทธยา, มาร์กี้-ราศรี, แพนเค้ก-เขมนิจ, ใหม่-ดาวิกา, แดงโม-ภัทรธิดา, จุย์-
วรทยา, ไบรท์-พิชญทัฬห์, ปิ-น้ำทิพย์, สิ-พิชญ์สินี, แอม-สุทธิกานต์, โย-ยศวดี, โยเกิร์ต-รวีวรรณ, บอย-ปกรณ, เจมส์-จิรายุ,
อาเล็ก-ธีรเดช, สน-ยุกต์, ต่อ-ธนาภ, พิช-พชร, ไต่-ศักดิ์สิทธิ์, เป้-อารักษ์, ฮันและตูมตาม เดอะสตาร์, อ้วน-รังสิต, ธันวา-สุริย
จักร, กฤต-อมรชัยฤกษ์, กำปั้น-พีระและสราวุธหมศรี-ศักดิ์สุนทร งานนี้เรียกได้ว่าเป็นงานใหญ่ที่สุดในรอบปีที่ทุกคนตื่นตาตื่น
ใจและคุ้มค่ากับการรอคอยจริงๆ

**รวมพลคน Secret ตอน มหัศจรรย์แห่งสุข อัจฉริยะแห่งทุกข์****วันที่ 17 สิงหาคม 2556 ณ แจ้งวัฒนะฮอลล์ ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า แจ้งวัฒนะ**

ในโอกาสที่นิตยสาร Secret นิตยสารที่สร้างแรงบันดาลใจ เป็นหลักให้แก่ชีวิต เป็นที่พึ่งทางใจ ดังสโลแกน “รับประกัน! อ่านคลายทุกข์ สร้างสุข” ครบรอบปีที่ 5 จึงได้จัดงาน “รวมพลคน Secretตอน มหัศจรรย์แห่งสุข อัจฉริยะแห่งทุกข์” ขึ้นเป็นครั้งที่ 3 อย่างยิ่งใหญ่ โดยทำการรวมพลคนรัก Secret จากกลุ่มสมาชิก และผู้อ่านนิตยสาร Secret เป็นจำนวนกว่า 1,200 คน

โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้เข้าร่วมงานได้รวมพลังค้นหาความหมายของความสุขและความทุกข์ ในรูปแบบกิจกรรมต่างๆ โดยเริ่มต้นจากการเป็นผู้ให้ด้วยกิจกรรม “ตักบาตรหนังสือ” แต่พระภิกษุสงฆ์ 99 รูป พร้อมเปิดตัว “ณเดชน์ คูกิมิยะ” กับสุดยอดรางวัล Secret Idol 2013 จากการโหวตของผู้่านนิตยสาร Secret ในการเป็นแบบอย่างที่ดีแก่คนรุ่นใหม่ ต่อด้วยการบรรยายธรรมจากท่าน ว.วชิรเมธี ในหัวข้อ “อัจฉริยะแห่งทุกข์” ผ่อนคลายกับมินิคอนเสิร์ตโดยคุณเสาวลักษณ์ ลีละบุตร และร่วมรับฟังจุดเปลี่ยนชีวิตจากคนดังในหัวข้อ “สุขที่ใจ ได้จากทุกข์” โดยคุณทงศักดิ์ ศุภการ คุณอภิชาติ นรเศรษฐาภรณ์ คุณมณฑาณี ตันติสุข และคุณวรรณนา วีระวรรณ ปิดท้ายด้วยกิจกรรมภาวนา “มหัศจรรย์หัวใจแม่...หัวใจโพธิสัตว์” โดยแม่ชีคันสนีย์ เสถียรสุต

นิตยสาร Secret มุ่งหวังอย่างยิ่งว่าการจัดกิจกรรมครั้งนี้จะเป็นสะพานสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้ที่มีส่วนร่วมได้พบความสุขจากการทำบุญ การแบ่งปันสิ่งดีแก่เพื่อนมนุษย์ และปฏิบัติตนดำเนินชีวิตตามแนวทางพระพุทธศาสนา สมดังปณิธานของนิตยสารที่จะ “คลายทุกข์ สร้างสุข” ให้กับทุกคน

สุดสัปดาห์ Shopping Market ครั้งที่ 10**วันที่ 2 พฤศจิกายน 2556 ณ ลานพาร์ค พารากอน ศูนย์การค้าสยามพารากอน**

นิตยสารสุดสัปดาห์ ชวนผู้อ่านมาช้อปปิ้งแบบไม่ยั้ง ทั้งเสื้อผ้า กระเป๋า รองเท้า และแอดเซสเซอร์ี่ขึ้นดีดี ในงาน “สุดสัปดาห์ Shopping Market” ครั้งที่ 10 ที่จัดขึ้นภายใต้คอนเซ็ปต์ Hug For Charity เมื่อวันที่ 2 พฤศจิกายน 2556 เวลา 12.00 – 20.30 น. ณ ลาน พาร์ค พารากอน ศูนย์การค้าสยามพารากอน เป็นงานออกบูธจำหน่ายสินค้าแบรนด์เนมจากกองทัพเซเลบริตี้ ดารา และ พิธีกรชื่อดัง จำนวนรวม 62 บูธ โดยจะนำรายได้รวมกับการจำหน่ายบัตรคอนเสิร์ต การประมูลหมอนหนุนหล่อชกอด(แก้หนาว) ที่ประมูลล่วงหน้าทาง www.sudsapda.com มอบให้โครงการด้านภัยหนาว โรงเรียนบ้านทับเบิกร่วมใจ จังหวัดเพชรบูรณ์

นิตยสารสุดสัปดาห์ได้รับการร่วมแรงร่วมใจจากบุคคลในแวดวงสังคมและวงการบันเทิง นำของแบรนด์เนมขึ้นดีดีมาออกบูธจำหน่าย อาทิ ปิยะจิต ใสสถานนท์, สมกมล เวชชาชีวะ, นาขวัญ รายนานนท์, พิมพิศา จิราธิวัฒน์, ณัฏฐ์ ปรภา ชูณะวัฒน์, ปาลาวี บุณนาค อิศระ, อนิตา พงษ์เกตตรา, พัชรมน เตชะณรงค์, ปณิดา ศรีไทย เทวา, ม.ล. สิมชาติปภาศสุวรรณ, สมกมล เวชชาชีวะ, ปจิตตา ทิพย์รัตน์, พอลลีน ลำข้า, แนนซี่ นันทพร, แนน ชลิตา, ปุกฉีก ฝนทิพย์, ไอ้ดำ, ลูล่า กันยารัตน์, ดีเจอ๋อง, ดีเจดาต้า ฯลฯ

เปิดบรรยากาศช่วงบ่ายด้วยมินิคอนเสิร์ตจากลูล่า , Season Five และ 5 ศิลปินจากบ้าน AF ที่มามอบชกอดอุ่นคลายหนาวด้วยกิจกรรม Hug for Charity ที่บูธวาสนา ในราคาชกอดละ 100 บาท พร้อมถ่ายภาพคู่ด้วยเทคโนโลยีมัลติมีเดียจาก iPen เพื่อระดมทุนร่วมสมทบอีกแรง ก่อนขึ้นร้องเพลงเปิดเวที คอนเสิร์ตหมอนหนุนหล่อชกอด (แก้หนาว) ตามด้วยไฮไลท์จาก ศิลปิน วง Mild แม็กซ์ The Voice, Getsunova อัน - ดิว เดอะสตาร์, AB Normal และ อัน เดอะสตาร์

Amarin Baby & Kids Fair ครั้งที่ 1

วันที่ 28 กุมภาพันธ์ – 3 มีนาคม 2556 ณ อาคาร 106 ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค บางนา

บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด(มหาชน) ผู้นำคอนเทนต์สื่ออินตียสาร์ และงานแฟร์ระดับประเทศ รุกตลาดงานแฟร์กลุ่มคุณแม่ตั้งครรภ์และลูกน้อยวัยแรกเกิดถึง 12 ปี จัดงานแฟร์คุณภาพเพิ่มอีก 1 งาน ภายใต้ชื่อ “Amarin Baby & Kids Fair” ระหว่างวันที่ 28 กุมภาพันธ์ – 3 มีนาคม 2556 นี้ ด้วยงบการจัดงานและงบประมาณประชาสัมพันธ์กว่า 20 ล้านบาท มีผู้เข้าชมงานกว่า 70,000 คน โดยวัตถุประสงค์ของงานแฟร์ดังกล่าว คือ เพื่อเป็นงานแฟร์สำหรับสมาชิกทุกคนในครอบครัวที่พร้อมด้วยกิจกรรมคุณภาพเสริมสร้างการเรียนรู้ ทั้งทางด้านพัฒนาการและการเสริมสร้างอัจฉริยะผ่านคอนเซ็ปต์ “Big Dream Big Sale สานฝันลูกรัก สานฝันพ่อแม่” รวมทั้งได้เลือกสรรผลิตภัณฑ์และบริการ คุณภาพที่เลือกสรรแล้ว มาลดราคากระหน่ำ 50 – 80% จำนวนกว่า 300 บูธ โดยมีกิจกรรมที่น่าสนใจ ได้แก่ การเดินแฟชั่นโชว์ของหนูน้อยทายาทคนดัง และนายแบบนางแบบตัวน้อยที่ผ่านเข้ารอบคัดเลือก Real Parenting Fashion Show การแสดงความสามารถจากหนูน้อยที่เข้าประกวด Real Parenting Kids Talent รวมถึงพิธีมอบรางวัล Parent of the Year 2013 ที่มอบโดย นิตยสาร Real Parenting ให้แก่บุคคลที่เป็นพ่อแม่และครอบครัวต้นแบบที่ดีของสังคม หรือองค์กรที่สนับสนุนกิจกรรมเพื่อเด็กและสถาบันครอบครัว โดยให้อ่านนิตยสารร่วมไหวต์ด้วยการส่งคูโปงและทางเว็บไซต์ ซึ่งผู้ที่ได้รับรางวัลในสาขาต่างๆ มีดังนี้

- Mother of the Year ผู้ที่ได้รับรางวัล คุณตุ๊ก - ชนกวนัน รักชีพ
- Father of the Year ผู้ที่ได้รับรางวัล คุณเคน - ชีรเดช วงศ์พัทพันธุ์
- Parent of the Year ผู้ที่ได้รับรางวัล ครอบครัวปณณกันต์
- Best Playground องค์กรที่ได้รับรางวัล ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จ.ลำปาง
- Best Corporate for Parenting องค์กรที่ได้รับรางวัล มูลนิธิโรนัลด์ แมคโดนัลด์ แฮร์ส ประเทศไทย
- Best Innovation for Parenting องค์กรที่ได้รับรางวัล พลังแห่งโยคะนิทราเพื่อลูก โดยคุณวราภรณ์ สุโนทอง

Amarin Baby & Kids Fair ครั้งที่ 2

วันที่ 27 - 30 มิถุนายน 2556 ณ อาคาร 106 ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค บางนา

บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด(มหาชน) ได้ต่อยอดความสำเร็จ จัดต่อเนื่องงานแฟร์แม่ลูก ที่รวมสินค้าและบริการที่สร้างสรรค์เพื่อแม่ ลูก และครอบครัว โดยกิจกรรมต่างๆ ตลอดการจัดงานนี้ได้เน้นความสำคัญเรื่องความสัมพันธ์ภายในครอบครัวและพัฒนาการของลูกน้อยเป็นอย่างดีมาโดยตลอด ซึ่งภายในงานได้มีกิจกรรม และสาระที่สนุกสนาน เหมาะอย่างยิ่งกับทุกคนในครอบครัวยุคใหม่ที่ใส่ใจการดูแลเลี้ยงดูลูก มีกิจกรรมที่ให้น้องๆ ได้ผ่านเวทีประกวด ซึ่งถือได้ว่าเป็นเวทีที่เปิดโอกาสและส่งเสริมให้เด็กมีความกล้าแสดงออก เป็นเวทีสานฝันสำหรับลูกน้อยวัย 3 เดือน - 8 ปี ซึ่งสามารถร่วมลุ้น และชมการประกาศรางวัลต่าง ๆ ได้ภายในงาน อาทิ Real Parenting Cover Kids การค้นหาหนูน้อยขึ้นปกนิตยสาร, Real Parenting Kids Talent รอบชิงชนะเลิศ การโชว์ความสามารถเฉพาะทางของหนูน้อย, Real Parenting Fashion Show โชว์การเดินของนางแบบ-นายแบบตัวน้อย 40 คนที่ผ่านการคัดเลือกจากทั่วประเทศ ร่วมกับหนูน้อยดาราและพิธีเซนต์เตอร์ตัวน้อย

บ้านและสวนแฟร์ Mid year

วันที่ 27 – 30 มิถุนายน 2556 ณ ไบเทค บางนา

“บ้านและสวนแฟร์ Mid year” เพราะ “บ้าน” จึงหยุดสวยไม่ได้ 1 ปี จึงมี 2 หน เน้นสินค้าครบทุกหมวด กว่า 700 บูธ เน้นๆกับของแต่งบ้านดีไซน์เก๋ห้องตัวอย่าง ในคอนเซ็ปส์ my home show มีดีต้อง show อดห่วงสวยที่คุณเห็นแล้ว

ต้องอยากทำตาม จากนิตยสาร my home, ไอเดียล้ำสมัยกับห้องสร้างจริง แต่งด้วยเทรนด์ที่ใหม่มาแรง จากนิตยสาร room, พบไอเดียเด็ดจากบ้านและสวน Craft Village ไอเดียจากหนังสือยอดฮิตมาทำของแต่งบ้านและสวน และสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยกลุ่มนักออกแบบจาก ECO DESIGN THAI นำทีมโดย ท็อป – พิพัฒน์ อภิรักษ์ธนากร พร้อมพบกับกิจกรรมคุณภาพในงานอีกมากมาย

2.1 ลักษณะลูกค้า

จากลักษณะการประกอบธุรกิจของสายธุรกิจสำนักพิมพ์ 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 จากการที่บริษัทได้ผลิตหนังสือที่มีคุณภาพออกมาหลากหลายประเภท 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 รายได้จากการขายพื้นที่จัดการแสดง เช่น การขายพื้นที่ในงานบ้านและสวน และงาน Health Cuisine & Beauty Festival

3. สายงานเอ็กทิฟอเมรินท์

เดิมชื่อสายงานพัฒนาธุรกิจได้เริ่มก่อตั้งเมื่อ พ.ศ. 2539 วัตถุประสงค์เพื่อเป็นการส่งเสริมอาชีพและส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ให้กับสมาชิกนิตยสารในเครือข่ายและสมาชิกของสังคมโดยรวม ปัจจุบันมีธุรกิจที่สำคัญได้แก่

ฝ่ายอเมรินท์แอนด์แวล

ฝ่ายงานอเมรินท์แอนด์แวล เป็นหน่วยงานที่ให้บริการจัดโปรแกรมท่องเที่ยวแก่ผู้อ่านนิตยสารในเครือของบริษัทฯ และบุคคลทั่วไป โดยดำเนินการในนามของ “อเมรินท์ทัวร์” ซึ่งเป็นการบริการที่เน้นคุณภาพของการบริการและความแปลกใหม่ของสถานที่ท่องเที่ยวอย่างเต็มรูปแบบทั้งในและนอกประเทศ และ “เฟสทีฟทัวร์” (Festive Tour) ซึ่งเป็นการจัดท่องเที่ยวในรูปแบบที่สนุกสนาน เพื่อตอบสนองต่อกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวอันเป็นเอกลักษณ์

นอกเหนือจากการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อให้บริการแล้ว อเมรินท์ทัวร์ มีการให้บริการบริหารจัดการโปรแกรมการท่องเที่ยวให้แก่หน่วยงานทั้งภาครัฐ และเอกชนที่ต้องการเดินทางเป็นหมู่คณะอีกด้วย

ฝ่ายอมรินทร์เทรนนิ่ง

ฝ่ายงาน “อมรินทร์เทรนนิ่ง” เป็นหน่วยงานที่เกี่ยวกับการจัดอบรมสัมมนา ภายใต้แนวความคิด “Learning for Better Living” ภายใต้หมวดความรู้ต่างๆ เช่น หมวดการทำอาหาร หมวดการฝึกอาชีพและงานฝีมือ หมวดการพัฒนาทักษะ หมวดสุขภาพกายและใจ หมวดเด็กและเยาวชน และหมวดบ้านและสวน ซึ่งเป็นที่ยอมรับและไว้วางใจจากผู้เข้าอบรมถึงคุณภาพของการอบรมสัมมนา

นอกจากนี้ “อมรินทร์เทรนนิ่ง” ยังได้เป็นผู้จัดอบรมและสัมมนาในหัวข้อต่างๆ ทั้งในและนอกสถานที่แก่หน่วยงานทั้งภาครัฐ และเอกชนอีกด้วย

ฝ่ายอมรินทร์ เทเลวิชั่น

ฝ่ายงาน “อมรินทร์เทเลวิชั่น” เป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบดูแลการดำเนินธุรกิจการผลิตรายการโทรทัศน์ โดยในปี 2556 นี้ จะได้มีการผลิตรายการเพื่อออกอากาศทั้งสิ้น 2 รายการ ได้แก่

รายการเรื่องเด็ก ๆ

รายการที่มุ่งส่งเสริมให้เยาวชนได้ทำกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ สนุกสนานอย่างสร้างสรรค์และเสริมสร้างจริยธรรม ออกอากาศทุกวันพุธ เวลา 16:30 – 17:00 น. ทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ทั้งนี้ รายการเรื่องเด็ก ๆ ยังได้รับรางวัลเกียรติคุณเชิดชูเกียรติสื่อมวลชน รายการโทรทัศน์ดีเด่นด้านนันทนาการระดับประเทศประจำปี 2553 ด้วย

รายการบ้านและสวน FineDay

รายการวาไรตี้เกี่ยวกับบ้าน โดยการสนับสนุนข้อมูลจากนิตยสารบ้านและสวน ROOM และ my home ออกอากาศทุกวันศุกร์ เวลา 10.00 – 10.30 น. ทางสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวี

ฝ่ายอมรินทร์ครีเอทีฟแอนดีเวิร์นด์

รับผิดชอบกิจกรรมสื่อสารการตลาดในรูปแบบอีเว้นต์ และงานแฟร์ ให้กับนิตยสารและหนังสือในเครือของบริษัท และลูกค้าภายนอกอย่างครบวงจร อาทิ งานบ้านและสวนแฟร์ และ งาน Health Cuisine and Beauty Festival ด้วยความชำนาญทำให้ได้รับความไว้วางใจจากองค์กรภายนอก ทั้งในส่วนภาครัฐและหน่วยงานเอกชนให้เป็นผู้จัดงานต่างๆ ผลงานในปี 2556 เช่น งานเปิดตัวนิทรรศการและแนะนำหนังสือ “พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว กับ คณะองคมนตรี” จัดทำโดยคุณศักดิ์ กอแสงเรือง นายกสภานายความ ในพระบรมราชูปถัมภ์, งานนิทรรศการภาพถ่ายฉลอง 180 ปีความสัมพันธ์ไทย-สหรัฐ ของสถานเอกอัครราชทูตสหรัฐอเมริกาประจำประเทศไทย, งานสัมมนา “ธุรกิจไทยจัดทัพสร้างฮับ AEC” วิทยากร ดร.สุรินทร์ พิศสุวรรณ และ งานสัมมนา “AEC ปรับทัพธุรกิจ เตรียมพร้อมรับอาเซียน” วิทยากร คุณกรณ์ จาติกวณิช งานสัมมนา TMB Wealth Banking : บริหารการเงินอย่างบูรณาการ...สู่วิถีแห่งความมั่งคั่ง วิทยากร คุณกอบชัย จิราธิวัฒน์ ของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) งานพิธีเปิดวันวิชาการและงานวันวิชาการและเพิ่มผลผลิตคุณภาพฟน. ครั้งที่ 8 ประจำปี 2556 ของการไฟฟ้านครหลวง, งาน OUTING “ระดมพลคนล่าสูง” และงาน Lamsoon New Year Party 2014 “ล่าสูงครองเมือง” ของบริษัท ล่าสูง (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) และงาน Create the Future : Press Tour : Aspire Condo : BKK-UDONTANI-LAO ของ บริษัท เอพี (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) เป็นต้น

จากประสบการณ์ความสำเร็จอย่างต่อเนื่อง ในการสร้างธุรกิจสื่อสารการตลาดมากกว่า 14 ปี อมรินทร์ครีเอทีฟแอนดีเวิร์นด์ยังคงมุ่งมั่นสร้างสรรค์งานคุณภาพ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างครอบคลุมและมีประสิทธิภาพ ภายใต้วิสัยทัศน์ในการดำเนินธุรกิจอย่างมืออาชีพที่ว่า “เพราะงานคุณภาพคือความชำนาญของเรา”

ฝ่ายอมรินทร์นิวมีเดีย

ฝ่ายงานที่มีความเชี่ยวชาญด้านการผลิตเนื้อหาในรูปแบบดิจิทัลคอนเทนต์ เช่น การผลิตเว็บไซต์ และการผลิตคอนเทนต์ในรูปแบบของระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Content) รวมทั้งหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-Magazine และ e-Book) ซึ่งผู้ใช้งานสามารถเลือกใช้ผ่านระบบปฏิบัติการต่างๆ เช่น Apple IOS, RIM Blackberry และ Android เป็นต้น

ที่ผ่านมา นอกเหนือจากการผลิตให้แก่หน่วยงานภายในแล้ว ยังมีการให้บริการแก่บุคคลภายนอก เช่น การรับจ้างผลิตเว็บไซต์ www.trachang.co.th และ www.colourclub.dulux.co.th แล้วอมรินทร์นิวมีเดีย ยังให้บริการครอบคลุมอย่างครบวงจร ทั้งในด้านการออกแบบ ผลิต พัฒนา ตลอดจนให้คำปรึกษาในรูปแบบของสื่อนิวมีเดียรูปแบบอื่นทุกประเภท อาทิ การจัดทำคอนเทนต์ในรูปแบบหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-Magazine และ e-Book) อีกด้วย

ชีวจิตโฮม

คลินิกแนวชีวจิตควบคู่กับการแพทย์แผนปัจจุบัน ที่เน้นการรักษาโดยการ “จ่ายยาน้อยที่สุด” เปิดดำเนินการทุกวันไม่มีวันหยุด ตั้งแต่เวลา 10:00 – 19:00 น. โดยชีวจิตโฮมนี้ แบ่งการดำเนินงานออกเป็น 2 ส่วน คือ

ชีวจิตโฮม คลินิกเวชกรรม

ให้บริการทางการแพทย์ เพื่อรักษา บำบัด ฟื้นฟู ผู้ป่วยโรคต่าง ๆ ด้วยการผสมผสานความรู้ทางชีวจิตเข้ากับการแพทย์แผนปัจจุบันและการแพทย์ทางเลือกอื่น ๆ โดยเริ่มให้มีการบริการทางด้านการฝังเข็ม ตั้งแต่ปี 2554 ที่ผ่านมารวมถึงการนวดบำบัดต่าง ๆ ซึ่งได้รับการตอบรับที่ดีมากจากผู้ที่รักสุขภาพ

ชีวจิตโฮม ชี้อป

ร้านค้าที่คัดสรรสินค้าและวัตถุดิบส่วนใหญ่ที่มาจากธรรมชาติ หรือโดยวิถีเกษตรอินทรีย์ (Organic) ที่เอื้อต่อการดำรงชีวิตในแนวทางชีวจิต นอกจากนี้ยังประกอบด้วยสินค้าอุปโภคและบริโภคอื่น ๆ ภายใต้แบรนด์ “Cheewajithome”

3.1 ลักษณะลูกค้า

จากลักษณะการประกอบธุรกิจของสายงานอีกทีฟอมรินทร์ ลักษณะของลูกค้าจึงแยกตามประเภทของผลิตภัณฑ์ สรุปได้ดังนี้

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

3.1.2 กลุ่มลูกค้าทั่วไป คือ ผู้อ่านที่ซื้อนิตยสารของบริษัท บุคคลทั่วไป รวมถึงนิติบุคคลต่าง ๆ ที่มีความประสงค์จะซื้อสินค้า หรือการใช้บริการอื่น ๆ เช่น การซื้อทัวร์ หรือ การรับบริการฝึกอบรม เป็นต้น

3.1.3 กลุ่มลูกค้าอมรินทร์นิวมีเดีย แบ่งกลุ่มเป็นลูกค้าโฆษณา รับจ้างผลิตเว็บไซต์ และ e-magazine ซึ่งส่วนใหญ่ต่อ ยอดมาจากกลุ่มลูกค้าโฆษณาในนิตยสารของบริษัท

3.2 ลักษณะรายได้ ประกอบไปด้วยรายได้แยกตามประเภทของสินค้า ดังนี้

3.2.1 รายได้จากการขายเวลาในการโฆษณาในรายการโทรทัศน์จำนวน 2 รายการ

3.2.2 รายได้จากการรับจ้างผลิตรายการหรือสารคดีจากการดำเนินการ Amarin Television

3.2.3 รายได้จากการให้บริการ ซึ่งจะมาจากการดำเนินการ Amarin Tour, Amarin Training และชีวจิตคลินิกเวชกรรม

3.2.4 รายได้จากการขายสินค้า ซึ่งจะมาจากการจำหน่ายสินค้าของชีวจิตชี้อป

3.2.5 รายได้จากการรับจัดงานอีเว้นต์และงานแฟร์ ซึ่งดำเนินการโดย Amarin Creative and Event

3.2.6 รายได้จากการรับจ้างและให้บริการ เช่น การรับผลิตและให้คำปรึกษาในรูปแบบของสื่อที่มีเดีย รูปแบบอื่นทุกประเภท อาทิ การจัดทำคอนเทนต์ในรูปแบบหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-magazine และ e-book) เป็นต้น

แนวโน้มธุรกิจและการแข่งขัน

ภาพรวมเศรษฐกิจของประเทศไทยปี 2556 ยังคงเติบโตได้ดีโดยเฉพาะในช่วงครึ่งปีแรก จากมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของปี 2555 ได้แก่ รถคันแรก บ้านหลังแรก การปรับค่าแรงขั้นต่ำ และลดภาษีเงินได้นิติบุคคลโดยในครึ่งปีหลัง การขยายตัวชะลอลงเนื่องจากไม่มีมาตรการกระตุ้นการบริโภคเพิ่มเติม อีกทั้ง ปัจจัยค่าครองชีพและหนี้ครัวเรือนที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้ความสามารถในการใช้จ่ายของผู้บริโภคลดลง และผู้บริโภคจะมีความระมัดระวังด้านการใช้จ่ายมากขึ้น

ปี 2557 อัตราการขยายตัวของการบริโภคคาดว่าจะเพิ่มขึ้นจากปี 2556 เนื่องจากสถานการณ์เศรษฐกิจของประเทศไทยที่มีโครงการลงทุนขนาดใหญ่ มีเม็ดเงินเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจ และนโยบายกระตุ้นกำลังซื้อภายในประเทศ ซึ่งส่งผลต่อการบริโภคโดยรวม อีกทั้ง ปัจจัยภายนอกจากเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจในเอเชียที่มีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้น

ในส่วนของบริษัทมีรายได้หลักจากการดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับทิศทางของ 3 กลุ่มอุตสาหกรรม ได้แก่ อุตสาหกรรมสื่อโฆษณา อุตสาหกรรมสำนักพิมพ์ และอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ ดังนี้

อุตสาหกรรมสื่อโฆษณา

ภาพรวมอุตสาหกรรมสื่อโฆษณาในปี 2556 มีมูลค่าราว 120,000 ล้านบาทโดยรวมคาดว่าจะเติบโตราว 3% โดยมีผลมาจากภาวะเศรษฐกิจและกำลังซื้อผู้บริโภคที่ชะลอตัว อีกทั้งสถานการณ์ชุมนุมทางการเมือง ส่งผลให้สินค้าชะลอการใช้งบโฆษณาในช่วงปลายปี 2556

แนวโน้มของปี 2557 อุตสาหกรรมสื่อโฆษณามีแนวโน้มเติบโตราว 5% โดยมีปัจจัยบวกจากการเลือกตั้งในช่วงต้นปี การเริ่มออกอากาศทีวีดิจิทัลในช่วงไตรมาสแรก และการแข่งขันฟุตบอลโลก 2014 ที่ประเทศบราซิล จะเป็นปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมการเติบโตของอุตสาหกรรมโฆษณาให้ขยายตัว โดยกลุ่มสื่อที่มีการใช้งบโฆษณาเติบโตของปี 2556 ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ สื่อเคลื่อนที่ และสื่ออินเทอร์เน็ต

อุตสาหกรรมสำนักพิมพ์

ธุรกิจนิตยสาร

ภาพรวมของธุรกิจนิตยสารของปี 2556 จัดอยู่ในเกณฑ์ดี สาเหตุสำคัญเนื่องมาจากสภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทยมีการฟื้นตัวจากมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจจากปีก่อนการขยายตัวของอุตสาหกรรมแฟชั่นความงามและมีการลงทุนจากต่างประเทศมากขึ้น โดยกล่าวได้ว่าสภาวะเศรษฐกิจมีผลต่อการดำเนินธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญเนื่องมาจากรายได้ของการดำเนินธุรกิจมาจากการจำหน่ายนิตยสารและรายได้จากการโฆษณาและการดำเนินธุรกิจนิตยสารจะต้องสร้างความนิยมในกลุ่มลูกค้าและการยอมรับจากผู้เลือกซื้อสื่อโฆษณา

ปัจจัยสำคัญอีกประการสำหรับธุรกิจนิตยสาร คือ การปรับตัวอย่างต่อเนื่องให้เข้ากับนวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อตอบสนองรูปแบบการใช้ชีวิต และขยายโอกาสในการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภค โดยการนำเสนอเนื้อหาแบบดิจิทัลคอนเทนต์ผ่านเว็บไซต์ นิตยสารอิเล็กทรอนิกส์ (e-Magazine) หรือนิตยสารเฉพาะกลุ่ม (Segmentation) และเพิ่มช่องทางการสื่อสารผ่านโซเชียลเน็ตเวิร์กต่างๆ อาทิ facebook และ Instagram ซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากกลุ่มผู้บริโภค

ในช่วงปี 2556 มีการเปิดตัวนิตยสารใหม่หลายฉบับ ทั้งนิตยสารหัวไทยและลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ ทั้งที่ดำเนินการโดยผู้นำตลาดในธุรกิจนิตยสาร และผู้ประกอบการหน้าใหม่ อีกทั้งยังมีข่าวคราวความเคลื่อนไหวของนิตยสารที่จะเปิดตัวใหม่ซึ่งจะทำให้ตลาดนิตยสารมีความหลากหลายมากขึ้น

ธุรกิจหนังสือเล่ม

อุตสาหกรรมสำนักพิมพ์ในปี 2556 คาดว่าจะมีมูลค่าราว 22,000 ล้านบาท มีอัตราการเติบโตไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 จากปีที่ผ่านมา ปัจจัยที่สำคัญต่อการขยายตัวดังกล่าวมาจากภาวะเศรษฐกิจของประเทศที่ดีขึ้น การกำหนดให้เป็น “ทศวรรษแห่งการอ่านแห่งชาติ” ในปี 2552 - 2561 รวมถึงโครงการของกรุงเทพมหานครที่ตั้งเป้าส่งเสริมการอ่านเพิ่มขึ้นจาก 2-5 เล่ม เป็น 15 เล่มต่อคนต่อปี และการที่กรุงเทพมหานครได้รับเลือกจาก UNESCO ให้เป็นเมืองหนังสือโลกในปี 2556 และการก้าวสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน: AEC ถือเป็นโอกาสที่ดีของอุตสาหกรรมหนังสือที่จะใช้เป็นเครื่องมือในการเรียนรู้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของผู้คนในภูมิภาค

กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจสำนักพิมพ์

การดำเนินธุรกิจบริษัทในส่วนของธุรกิจสำนักพิมพ์ในปี 2556 ยังคงมีแนวทางการดำเนินงานเพื่อรองรับสถานการณ์เศรษฐกิจ โดยการใช้กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Solution Provider) มุ่งเน้นจุดแข็งและความเชี่ยวชาญของธุรกิจในการเชื่อมอินเทอร์โดยเฉพาะด้านเนื้อหา (Content) ที่บริษัทได้ผลิตหนังสือที่มีคุณภาพ มีเนื้อหาหลากหลายสอดคล้องกับความต้องการของผู้อ่านทุกกลุ่มได้อย่างครบถ้วน

นอกจากนี้ บริษัทมุ่งเน้นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่มได้อย่างเฉพาะเจาะจง รวมถึงการสร้างความสัมพันธ์อันดีและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอย่างครบวงจรทั้งด้านคอนเทนต์และฐานลูกค้ากลุ่มใหญ่ต่างๆ ที่มีศักยภาพสูงจากหลากหลายช่องทาง ได้แก่ ฐานลูกค้านิตยสาร ฐานลูกค้าหนังสือ ฐานลูกค้างานแฟร์ - งานมาร์เก็ตติ้งอีเวนต์ ฐานลูกค้าทัวร์ - เทรนนิ่ง ฐานลูกค้ารายการโทรทัศน์ และฐานลูกค้านิเวศเดียว

นอกจากนี้บริษัทยังมีนโยบายอย่างต่อเนื่องในด้านการวิจัยและพัฒนา เพื่อศึกษาปัจจัยทั้งภายในและภายนอกที่อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจ การศึกษาภาพรวมของอุตสาหกรรม อีกทั้งยังเจาะลึกถึงพฤติกรรมของผู้อ่านแต่ละกลุ่มที่จะสามารถคาดการณ์ได้ถึงแนวโน้มพฤติกรรมที่จะเปลี่ยนแปลงไปในอนาคต เพื่อตอบสนองความต้องการของทั้งกลุ่มลูกค้าผู้อ่านและกลุ่มลูกค้าโฆษณาได้อย่างแม่นยำ

อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์

ภาพรวมของเศรษฐกิจที่ดีขึ้น ทิศทางอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์คาดว่าจะมีแนวโน้มไปในทิศทางที่ดี ปัจจัยที่สำคัญได้แก่ นโยบายของภาครัฐที่ส่งเสริมในเรื่องของมาตรการภาษี การผลักดันให้ “การอ่านเป็นวัฒนธรรมของชาติ” การที่กรุงเทพมหานครได้รับเลือกจาก UNESCO ให้เป็นเมืองหนังสือโลกในปี 2556 และการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน: AEC ในปี 2558 เป็นปัจจัยที่ช่วยให้ตลาดสิ่งพิมพ์ขยายตัว แม้จะมีปัจจัยลบในเรื่องของต้นทุนการผลิตทั้งด้านวัตถุดิบพลังงานและค่าแรงที่เพิ่มสูงขึ้น

ตลาดงานพิมพ์ที่ต้องการคุณภาพสูง (High Definition Printing) ยังคงมีความต้องการอยู่เสมอ และยังคงมีแนวโน้มที่จะเติบโตต่อไปอย่างต่อเนื่อง สายงานธุรกิจโรงพิมพ์ได้วางแผนธุรกิจเพื่อเตรียมรองรับการขยายตัว การเตรียมตัวให้มีความพร้อมในการแข่งขัน (Competitive Edge) ตอกย้ำเรื่องการผลิตงานคุณภาพระดับสูง (Top Quality) เน้นความเป็นผู้นำด้านลดต้นทุน (Cost Leadership) เน้นความมีประสิทธิภาพสูงสุดตลอดสายการผลิต (Maximized Efficiency throughout the Plant) ความเป็นผู้นำในธุรกิจด้วยการนำเสนอสิ่งที่มีดีไซน์แปลกใหม่ มีความแตกต่าง มีคุณค่า มีความ

โดดเด่นทำให้สินค้าของเราได้รับความสนใจและอยู่ในความต้องการของลูกค้าอยู่เสมอในทุกๆ Segment ของตลาด ซึ่งจะทำให้การเติบโตของธุรกิจยังคงเป็นไปได้อย่างต่อเนื่อง

การตลาดและสื่อสารแบรนด์และกิจกรรมส่งเสริมการตลาด

หน่วยงานการตลาดและสื่อสารแบรนด์ทำหน้าที่ในการวางแผนและดำเนินกิจกรรมทางการตลาด รวมทั้งติดตามและศึกษาความเคลื่อนไหวของตลาดอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างศักยภาพทางการแข่งขัน ดังนี้

1. สายงานธุรกิจโรงพิมพ์

สายงานธุรกิจโรงพิมพ์ เน้นทำการตลาดเชิงรุก เพื่อก้าวสู่ความเป็นเลิศด้านการบริการและสร้างความประทับใจสูงสุดกับลูกค้า อันนำไปสู่ภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร (Corporate image) โดยมีฝ่ายบริการงานพิมพ์ (Account Executive) ซึ่งทำหน้าที่สร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างลูกค้ากับองค์กร ตั้งแต่การติดต่อลูกค้า ตลอดจนการต้อนรับ เยี่ยมเยียน และให้คำปรึกษาด้านการพิมพ์ ตั้งแต่เริ่มต้นจนงานสำเร็จลุล่วงออกมาเป็นรูปเล่ม และจากคุณภาพงานพิมพ์ และงานบริการ บริษัทจึงได้รับความไว้วางใจและเชื่อถือจากลูกค้าจำนวนมาก ด้วยเหตุนี้ลูกค้าบางส่วนของบริษัท จึงมาจากการแนะนำของลูกค้าที่เคยใช้บริการ และจากลูกค้าที่ติดต่อเข้ามา เนื่องจากเห็นผลงาน และได้ยินชื่อเสียงของบริษัท

2. สายงานนิตยสาร

สายงานนิตยสาร ดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing) ผสมผสานกิจกรรมทางการตลาดหลากหลายรูปแบบ มุ่งเน้นสร้างความแข็งแกร่งให้กับตราสินค้า อันเป็นแรงผลักดันไปสู่การดำเนินธุรกิจแนวใหม่ และตอกย้ำความเป็นผู้นำคอนเทนต์ ผ่านการทำกิจกรรมส่งเสริมการขาย การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ไปจนถึงกิจกรรมต่างๆ คือ

การตลาดและสื่อสารแบรนด์-นิตยสาร

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

3. สายงานหนังสือเล่ม

การตลาดและประชาสัมพันธ์หนังสือเล่ม

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

4. สายงานเอ็กทิฟอเมรินทร์ (เดิมชื่อสายงานพัฒนาธุรกิจ)

การดำเนินการทางด้านการตลาดของสายงานเอ็กทิฟอเมรินทร์มีการดำเนินกลยุทธ์เช่นเดียวกับการดำเนินการของสายงานอื่น ๆ โดยการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของนิตยสารในเครือ และสื่ออื่น ๆ ที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด นอกจากนี้

การดำเนินการดังกล่าว เน้นสร้างความสัมพันธ์และสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า เพื่อให้มีการประชาสัมพันธ์โดยกลุ่มลูกค้าอีกทางหนึ่งด้วย

ที่มาของรายได้บริษัท แยกตามลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ ดังนี้

1. งานรับจ้างพิมพ์ (สายงานธุรกิจโรงพิมพ์)

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

อย่างไรก็ตามการรักษาสัมพันธ์ภาพระหว่างลูกค้าเก่ากับบริษัท เป็นนโยบายสำคัญที่บริษัทต้องดำเนินการพร้อมกับแสวงหาลูกค้าใหม่ ๆ เพื่อขยายฐานลูกค้าให้ครอบคลุมทุกกลุ่ม ทั้งนี้เพื่อบริษัทจะไม่ได้รับผลกระทบหากสูญเสียลูกค้ารายใดรายหนึ่งไป จากสถิติของสิบอันดับยอดลูกค้างานรับจ้างพิมพ์ และลูกค้าโฆษณาจะเห็นว่ามีสัดส่วนเปลี่ยนแปลงไม่มาก และเป็นกลุ่มลูกค้าเก่า

2. สายงานนิตยสาร

นิตยสาร แบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ

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

การจำหน่ายนิตยสาร บริษัทจำหน่ายนิตยสารผ่าน บริษัทอมรินทร์ บิ๊ค เซ็นเตอร์ จำกัด ซึ่งทำหน้าที่กระจายนิตยสารผ่านตัวแทนหรือสายส่งเครือข่ายทั่วประเทศ จำหน่ายผ่านร้านค้าปลีกระบบเครือข่าย “ร้านนายอินทร์, B2S, SE-ED, Book Smile, ดอกหญ้าและแพร่พิทยา” รวมถึงการขายผ่านระบบสมาชิกผ่านระบบจัดส่งด้วยจักรยานยนต์แทนระบบการจัดส่งทางไปรษณีย์ เพื่อให้นิตยสารถึงมือสมาชิกได้เร็วที่สุด

งานแฟร์

บ้านและสวนแฟร์ งานแฟร์ประจำปีจัดต่อเนื่องกันเป็นปีที่ 13 โดยบริษัทลงทุนด้านการจัดงาน กิจกรรมการตลาด และการประชาสัมพันธ์เชิญชวนบุคคลให้มาร่วมงาน พร้อมกันนี้ได้จำหน่ายพื้นที่แสดงงานให้กับองค์กรและบุคคลทั่วไปที่จำหน่ายสินค้าและบริการเกี่ยวกับการตกแต่งบ้านและสวน ซึ่งอาศัยศักยภาพด้านการจำหน่ายจากฝ่ายขายโฆษณาของนิตยสารที่มีอยู่

Health Cuisine & Beauty Festival จัดขึ้นที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ โดยงานแฟร์ทั้งสอง ได้รับการตอบรับจากผู้ประกอบการและผู้เข้าร่วมชมงานเป็นอย่างดี ทั้งนี้ ได้นำศักยภาพด้านการจำหน่ายจากฝ่ายขายโฆษณาของนิตยสารมาใช้เช่นกัน

Amarin Baby & Kids Fair โดยบริษัททุกตลาดงานแฟร์กลุ่มคุณแม่ตั้งครรภ์และลูกน้อยวัยแรกเกิดถึง 12 ปี ซึ่งในปี 2556 มีการจัด 2 ครั้ง สำหรับสถานที่จัดงานจัดที่ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค บางนา ซึ่งได้รับการตอบรับทั้งจากผู้ประกอบการและผู้เข้าร่วมงาน โดยอาศัยศักยภาพด้านการจำหน่ายจากฝ่ายโฆษณาของบริษัท

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 และมีคุณค่าต่อการศึกษาศึกษา และสังคมไทย เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับใช้ประกอบการเรียน หรือเป็นหนังสืออ่านนอกเวลา อันเป็นการเสริมสร้างภูมิปัญญาและเสริมทักษะในการอ่านให้กับเยาวชน และบุคคลทั่วไป
- โดเร็คเมล (Direct Mail) ด้วยศักยภาพทางด้านบริหารระบบสมาชิก ซึ่งได้สร้างฐานข้อมูลสมาชิก และได้จัดกิจกรรมทางการตลาด เพื่อสร้างความใกล้ชิด และแนะนำหนังสือใหม่ผ่านกิจกรรมส่งเสริมการขายที่จัดส่งให้
- ขายเคลื่อนที่ในรูปแบบโมบาย ยูนิค ทีมพนักงานขายเคลื่อนที่เพื่อเข้าร่วมงานแสดงสินค้า และงานนิทรรศการต่างๆ อาทิ งานสัปดาห์หนังสือแห่งชาติ นิทรรศการหนังสือ และงานออกร้านอื่น ๆ ฯลฯ
- ระบบ e-commerce ผ่าน www.naiin.com ที่อำนวยความสะดวกต่อผู้อ่านในการค้นหาหนังสือที่ต้องการตามหมวดหมู่ หรือสำนักพิมพ์ผ่านระบบ Search engine ได้ทันที ทั้งนี้ได้มีการนำเสนอขายแก่ผู้อ่านทั้งในรูปแบบ B2B และ B2C ด้วยเช่นกัน

4. สายงานอิเล็กทรอนิกส์ (เดิมชื่อสายงานพัฒนาธุรกิจ)

ฝ่ายอมรินทร์แตรเวล ให้บริการทัวร์นำเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศผ่านวิทยากรมืออาชีพให้กับบุคคลทั่วไปและองค์กรต่างๆ ภายนอก โดยมีหน่วยงานขายเป็นผู้ติดต่อ และนำเสนอรูปแบบบริการ พร้อมทั้งให้คำปรึกษาอันเป็นประโยชน์ในการจัดทัวร์ต่างๆ ให้กับลูกค้า

ฝ่ายอมรินทร์เทรนนิง นำเสนอบริการให้การอบรมความรู้ ฝึกทักษะ และงานฝีมือต่างๆ ให้กับบุคคลทั่วไปและหน่วยงานภายนอก โดยเป็นผู้จัดวิทยากร และจัดการอบรมสัมมนา พร้อมทั้งให้คำปรึกษาและคำแนะนำแก่ลูกค้าเพื่อให้คอร์สฝึกอบรมที่จัดขึ้นสามารถเพิ่มศักยภาพ และตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างดี

ฝ่ายอมรินทร์เทเลวิชั่น หน่วยงานโฆษณาโทรทัศน์จะทำหน้าที่เสนอขายช่วงเวลาโฆษณา ทั้งในรูปแบบของหนังสือโฆษณาสปีดพิเศษในรายการ รวมไปถึงการติดต่อหาผู้สนับสนุนรายการ (Sponsor) ต่างๆ โดยจัดสรรตารางเวลาการออกอากาศให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า รวมทั้งให้คำแนะนำปรึกษาในรูปแบบการนำเสนอสินค้าและบริการให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี

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

ชีวจิตโฮมและชีวจิตซ็อบ เป็นการให้บริการทางการแพทย์แก่ลูกค้าทั่วไปโดยแพทย์แผนปัจจุบัน และมีการจำหน่ายสินค้าตลอดจนอาหารเพื่อสุขภาพแก่ผู้ที่ให้ความใส่ใจในสุขภาพ ลักษณะรายได้จึงมาจากการค่าบริการรักษา, ค่าสินค้า และค่าอาหาร

การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

1. สายงานธุรกิจโรงพิมพ์ บริษัทมีอัตราการใช้กำลังการผลิตในส่วนของการพิมพ์โดยรวมเฉลี่ยประมาณ 85% - 95% ที่ผ่านมามีบริษัทได้ชะลอการลงทุนสำหรับการขยายกำลังการผลิตมาตั้งแต่กลางปี 2540 ตามภาวะเศรษฐกิจ และเอาใจใส่ต่อการบริหารจัดการเพื่อควบคุมยอดการสูญเสียลงและได้เริ่มขยายการลงทุนในกลางปี 2544 เป็นต้นมาโดยเริ่มจากสายงานธุรกิจโรงพิมพ์ 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 ได้ว่าจ้างผู้ผลิตเหมาช่วงเข้าเสริมในบางกรณี โดยมีการควบคุมคุณภาพงานให้ได้ตามเกณฑ์ของบริษัทโดยมีการวางแผนการผลิตล่วงหน้าให้สอดคล้องกับสายการผลิตหลัก

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

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

ในปี 2555 สายงานธุรกิจโรงพิมพ์ประสบความสำเร็จในการปฏิรูปกระบวนการผลิต ให้เกิดประสิทธิภาพสูงขึ้น และเทคนิคทางวิศวกรรมอุตสาหกรรมยังส่งผลให้โรงพิมพ์มีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าตามที่คาดการณ์ไว้ ทีมงานเทคนิคและทีมวิศวกรรมยังคงช่วยให้สายงานธุรกิจโรงพิมพ์สามารถปรับใช้วัสดุ และเทคโนโลยีใหม่ๆ ให้สามารถนำมาใช้งานกับ

เครื่องจักรเดิมที่มีอยู่ และการพัฒนาดังกล่าวยังช่วยให้ทีมงานสามารถกำหนดเวลาผลิต ที่รัดกุม และตอบสนองต่อความคาดหวังของลูกค้าได้เป็นอย่างดี ยิ่ง ดังนั้นในปีนี้ทางโรงพิมพ์จึงประสบผลสำเร็จในการดำเนินงานอย่างสูง จนมียอดขายสูงสุด

ปี 2556 สายงานธุรกิจโรงพิมพ์มีการสั่งซื้อเครื่องพิมพ์ดิจิทัล เพื่อผลิตงานพิมพ์ที่มีจำนวนหน่วยพิมพ์ไม่มากนัก แต่ยังคงผลิตภัณฑ์ที่เกิดขึ้นอย่างมีคุณภาพ ซึ่งหากใช้เครื่องพิมพ์เดิมจะทำให้มีต้นทุนต่อหน่วยสูงมาก

2. สายงานนิตยสารและสายงานหนังสือเล่ม เนื่องจากบริษัทผลิตนิตยสารและหนังสือเล่ม ซึ่งมีการแข่งขันในทางธุรกิจค่อนข้างสูง ข้อมูลอัตราการกำลัการผลิต หรือหน่วยการผลิต เป็นข้อมูลที่ไม่สามารถเปิดเผยได้ แต่อัตราการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของอัตราการผลิตขึ้นอยู่กับภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศเป็นหลักและในปี 2556 สายงานนิตยสารได้มีการขายลิขสิทธิ์และเนื้อหาของนิตยสารบ้านและสวนให้แก่สำนักพิมพ์ในต่างประเทศ ซึ่งได้ทำการตีพิมพ์ฉบับแรกตั้งแต่เดือนมีนาคม 2556 สำหรับสายงานหนังสือเล่ม มีการจัดทำหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ออกจำหน่ายในช่องทางต่าง ๆ เพื่อตอบสนองกลุ่มผู้อ่านได้อย่างครบถ้วน

3. สายงานเอ็กทีฟอิมปรินทร์ (เดิมชื่อสายงานพัฒนาธุรกิจ)

3.1 ฝ่ายอิมปรินทร์แตรเวล ได้ขยายการท่องเที่ยวในรูปแบบการผจญภัยที่สนุกสนานในนามของ Festive Tour เพื่อตอบสนองกลุ่มลูกค้าได้ครอบคลุมมากขึ้น

3.2 ฝ่ายอิมปรินทร์เทรนนิ่ง มีการปรับปรุงเนื้อหาในคอร์สต่าง ๆ รวมถึงบุคลากรและวิทยากรที่มีคุณภาพมากขึ้น

3.3 ฝ่ายอิมปรินทร์เทเลวิชั่น มีการรับจ้างผลิตรายการเพิ่มขึ้นนอกเหนือจากการผลิตรายการของบริษัทและในปี 2556 ได้มีการผลิตรายการ “บ้านและสวน Fine Day” เพื่อออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวี

3.4 ชีวจิตโฮมและชีวจิตช็อป เน้นการรักษาแนวทางชีวจิตควบคู่กับการแพทย์แผนปัจจุบันและคัดสรรสินค้าวัตถุดิบที่มาจากธรรมชาติหรือโดยวิธีการเกษตรอินทรีย์

3.5 ฝ่ายอิมปรินทร์ครีเอทีฟแอนด์อีเว้นต์โดยจัดกิจกรรมให้กับนิตยสารและหนังสือเล่มในเครือของบริษัท และลูกค้าภายนอกเพิ่มมากขึ้น

3.6 ฝ่ายอิมปรินทร์นิเวศมีเดียด้วยความความเชี่ยวชาญด้านการผลิตเนื้อหาในรูปแบบดิจิทัลคอนเทนต์ ให้กับนิตยสารและหนังสือเล่มในเครือของบริษัทและลูกค้าภายนอก

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 เพื่อลดความเสี่ยงอันเกิดจากการขยับตัวของราคากระดาษ

บริษัทได้กำหนดระเบียบปฏิบัติในการจัดซื้อวัตถุดิบอย่างมีหลักเกณฑ์ และโดยเฉพาะสายงานธุรกิจโรงพิมพ์ ได้เลือกใช้แนวทางระบบบริหารคุณภาพ 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 และสายงานธุรกิจโรงพิมพ์ รับผิดชอบในการผลิตงานพิมพ์คุณภาพสูงทั้งจากสายงานนิตยสารและสายงานหนังสือเล่ม และงานรับจ้างพิมพ์จากลูกค้าภายนอกทั่วไป ส่วนธุรกิจจัดจำหน่าย บริษัทได้มอบให้ บริษัท อมรินทร์ บูค เซ็นเตอร์ จำกัด ดำเนินการจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ทั้งหมดของบริษัท โดยแบ่งเป็นขายผ่านสายส่ง และช่องทางร้านค้าปลีก สำหรับในส่วน of สายพัฒนาธุรกิจ บริษัทมีขั้นตอนในการดำเนินการและมีมาตรฐานในระดับเดียวกับผู้ประกอบการชั้นนำในธุรกิจนั้น ๆ โดยการใช้บุคลากร และเนื้อหา (Content) ที่บริษัทมีอยู่มาใช้ในการให้บริการ

สำหรับเทคโนโลยีการผลิตของสายงานธุรกิจโรงพิมพ์ของบริษัทเป็นเทคโนโลยีสากลที่ทันสมัยของธุรกิจสิ่งพิมพ์ คัดสรรโดยฝ่ายวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีการพิมพ์ของบริษัท มุ่งเน้นการนำเทคโนโลยีเพื่อการบริหารจัดการกระบวนการพิมพ์ที่มีประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งช่วยให้ต้นทุนการผลิตลดลง

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

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

1. น้ำเสียจากกระบวนการผลิต ในอุตสาหกรรมการพิมพ์น้ำเสียที่เกิดจากกระบวนการผลิต มีปริมาณไม่มากนัก ประมาณ 10 ลูกบาศก์เมตรต่อวัน ซึ่งจะถูกผ่านการบำบัดในบ่อบำบัดน้ำเสียซึ่งบริษัทออกแบบจัดทำขึ้นให้น้ำทิ้งลงสู่บ่อพักสาธารณะมีความใสสะอาดปราศจากสิ่งเจือปน

2. เศษวัตถุดิบที่เหลือจากการผลิต เช่น เศษกระดาษ เศษฟิล์ม และแม่พิมพ์อะลูมิเนียมที่ใช้แล้ว บริษัทได้นำเศษวัตถุดิบที่เหลือจากกระบวนการผลิตเหล่านี้ไปขายเพื่อให้นำไปส่งให้โรงงานผลิตใช้ใหม่

สำหรับมลภาวะอื่นๆ ในอันที่จะส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น มลภาวะอันเกิดจากเสียงเครื่องจักร บริษัทได้ดำเนินการสร้างห้องปรับอากาศขนาดใหญ่สำหรับติดตั้งแท่นพิมพ์ ซึ่งสามารถเก็บเสียงอันเกิดจากกระบวนการพิมพ์ได้เป็นอย่างดี รวมถึงการคัดสรรเคมีภัณฑ์สำหรับการผลิตที่ปลอดภัยต่อพนักงาน ผู้ใช้งานและผู้อ่าน

การควบคุมโดยหน่วยงานของรัฐ อยู่ภายใต้การดูแลและควบคุมของกรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม และหน่วยงานอนามัยเขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร



งานที่ยังไม่ส่งมอบ -ไม่มี-