

นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

วิสัยทัศน์

- อมรินทร์คือองค์กรอันดับหนึ่งของประเทศ ที่มอบสาระ ความรู้ ความรื่นรมย์ ด้วยรูปแบบที่ครบวงจร
- อมรินทร์มุ่งส่งเสริมคุณภาพชีวิตแก่ลูกค้าทุกเพศทุกวัย
- อมรินทร์เป็นองค์กรที่มีความสุข และสามารถเป็นหนึ่งเดียว

พันธกิจ

- เราทำงานเพื่อความสุขและความรุ่งโรจน์ของสังคม

การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

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

ถึงแม้จะมีพนักงานจำนวนไม่กี่คน แต่ก็เป็จุดเริ่มต้นที่ยิ่งใหญ่ที่ส่งผลให้กิจการขยายตัวเพิ่มมากขึ้นในระยะต่อมา ทำให้มีความจำเป็นต้องระดมทุน และแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเมื่อปี 2536 พร้อมกับเปลี่ยนชื่อเป็น “บริษัท อมรินทร์ พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน)”

ในปีเดียวกัน บริษัทฯ ได้ขยายกิจการด้านการจัดจำหน่าย โดยการก่อตั้ง บริษัท อมรินทร์บุ๊ก เซ็นเตอร์ จำกัด เพื่อดูแลการจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ทั้งหมด รวมถึงการจัดตั้งร้านค้าปลีกขึ้นโดยให้ชื่อว่า “ร้านนายอินทร์” อันเป็นชื่อที่ขอพระราชทานนามมาจากพระราชนิพนธ์ในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เรื่อง “นายอินทร์ผู้ปิดทองหลังพระ”

จากปริมาณผู้อ่านที่เริ่มเพิ่มขึ้นจากคนเพียงไม่กี่กลุ่ม กลับขยายตัวเพิ่มและมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น บริษัทฯ จึงเริ่มผลิตนิตยสารอื่นๆ ตามมาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้อ่าน โดยมีนิตยสารแนวผู้หญิงออกตามมา คือ “แพรว” และ “สุดสัปดาห์” และผลิตนิตยสารอื่นๆ อย่างต่อเนื่อง จนปัจจุบันบริษัทมีนิตยสารทั้งสิ้น 13 หัว ผลิตหนังสือเล่มปีละหลายร้อยเล่ม รับจ้างพิมพ์และขยายออกไปสู่ธุรกิจอื่นอีกหลากหลาย ในปัจจุบันบริษัทประกอบธุรกิจหลัก 4 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) ให้ความสำคัญทางด้านคุณภาพงานพิมพ์และการบริการทุกด้าน 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 มีพื้นที่ทำงานที่เพียงพอพร้อมทุกสายงานภายใต้บรรยากาศ Corporate Park ที่ดีที่สุดแห่งหนึ่ง

ด้วยความมุ่งมั่นในการรักษาคุณภาพงานพิมพ์และบริการดังกล่าวข้างต้น ส่งผลให้สายงานธุรกิจโรงพิมพ์ได้รับรางวัลคุณภาพทางการพิมพ์ อาทิ Asian Print Awards, Thailand Print เป็นต้น ซึ่งในปีที่ผ่านมาผลงานของโรงพิมพ์ยังได้รับรางวัลชนะเลิศ GOLD AWARD ประเภทหนังสือ สิ่งพิมพ์ที่ส่งประกวดคือ หนังสือ 12 มุกเด็ดช่างภาพชนะเลิศ, รางวัลชนะเลิศ GOLD AWARD ประเภทหนังสือที่พิมพ์น้อยกว่า 4 สี สิ่งพิมพ์ที่ส่งประกวดคือ หนังสือ ELEGY, รางวัลชนะเลิศ BEST OF THE BEST เป็นการยืนยันคุณภาพการพิมพ์ระดับประเทศ นอกเหนือจากคุณภาพของผลิตภัณฑ์แล้ว สายงานธุรกิจโรงพิมพ์ยังดำเนินการบริหารจัดการการผลิตและบริการตามมาตรฐาน ISO 9001 อีกด้วย

บริษัทได้จัดเตรียมโครงสร้างพื้นฐานเพื่อตอบสนองต่อกระแสการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีดิจิทัลที่จะมีบทบาทต่ออุตสาหกรรมโรงพิมพ์ ต่อเนื่องจากปี 2554 โดยได้ปรับปรุงระบบกระบวนการทำงาน และพัฒนานวัตกรรมให้พร้อมรองรับวิถีทางของสื่อดิจิทัลที่จะต้องออกแบบระบบการทำงานเพื่อรับสื่อยุคใหม่ ซึ่งรวมถึงการปรับปรุงเครือข่ายคอมพิวเตอร์, การพัฒนาระบบสารสนเทศของบริษัท (Amarin Content Warehouse – ACW) เพื่อสร้างฐานข้อมูลผลิตโดยทุกสำนักพิมพ์ในเครืออมรินทร์ รองรับการสืบค้น และสนับสนุนการนำข้อมูลที่มีคุณภาพ มาพัฒนาต่อยอดเกิดเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าและหลากหลายในเวลาอันรวดเร็ว ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการรับข่าวสารในโลกยุคใหม่ในปัจจุบัน ในส่วนของการผลิตงานพิมพ์แบบออฟเซตสำหรับหนังสือเล่ม ก็ยังคงดำเนินการภายใต้งานพิมพ์ออฟเซตคุณภาพสูง (High-Definition Printing) ซึ่งอาศัยความชำนาญและเทคโนโลยี เครื่องพิมพ์ที่ให้รายละเอียดสูงมากรวมถึงการผลิตรูปสี่ และแม่พิมพ์ที่ให้ความคมชัดสูง เพื่อถ่ายทอดถึงรายละเอียดจากต้นกำเนิด ลงในงานพิมพ์ที่คมชัดเมื่อเทียบเคียงกับต้นฉบับดังที่ปรากฏเป็นผลงานของโรงพิมพ์ที่ผ่านมา อาทิ สุจิตร์งานศิลปะ โบราณวัตถุ พระเครื่อง รวมถึงหนังสือภาพถ่ายต่างๆ

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

โรงพิมพ์ประสบความสำเร็จในการปฏิรูปกระบวนการผลิต ให้เกิดประสิทธิภาพสูงขึ้น และเทคนิคทางวิศวกรรมอุตสาหกรรมยังส่งผลให้โรงพิมพ์มีต้นทุนการผลิตที่ต่ำลง ตามที่คาดการณ์ไว้ ทีมงานเทคนิค และทีมงานวิศวกรรมยังคงช่วยให้โรงพิมพ์สามารถปรับใช้วัสดุ และเทคโนโลยีใหม่ๆ ให้สามารถนำมาใช้งานกับเครื่องจักรเดิมที่มีอยู่ และการพัฒนาดังกล่าวยังช่วยให้ทีมขายสามารถกำหนดเวลาผลิต ที่รัดกุม และตอบสนองต่อความคาดหวังของลูกค้าได้เป็นอย่างดี

และในปี 2557 สายงานธุรกิจโรงพิมพ์ได้สร้างสรรค์กระบวนการผลิตรูปแบบใหม่ๆ เพื่อนำเสนอความแตกต่างให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อรักษาส่วนต่างกำไรในกลุ่มเป้าหมายได้สำเร็จ อาทิ Digital Printing ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้างานพิมพ์ในลักษณะ Print on Demand ตามปริมาณที่ลูกค้าต้องการ ซึ่งรองรับกลุ่มลูกค้าที่ต้องการงาน

พิมพ์ในปริมาณน้อยและในเวลารวดเร็ว นอกจากนี้ยังได้สร้างสรรค์เทคนิคการเข้าเล่มด้วยวัสดุที่แข็งแรงดีเยี่ยม ทำให้งานเข้ารูปเล่มมีทั้งความสวยงามและคงคุณภาพเหนียวแน่นทนทาน สิ่งเหล่านี้โรงพิมพ์ได้นำมาประยุกต์เข้ากับกระบวนการทำงานและคิดค้นเป็นสูตรการผลิตเฉพาะของโรงพิมพ์ เพื่อรักษาความเป็นเลิศในคุณภาพของผลิตภัณฑ์

ในปีที่ผ่านมา นับเป็นช่วงเปลี่ยนผ่านของยุคการสื่อสารผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ อุตสาหกรรมสื่อสิ่งพิมพ์ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคที่หันไปใช้เครื่องมือสื่อสารไร้สาย ซึ่งนับวันจะทวีบทบาทมากขึ้น ทำให้สื่อสิ่งพิมพ์บนกระดาษ โดยเฉพาะสื่อที่มีเนื้อหาขึ้นอยู่กับความรวดเร็วของเวลา เช่น หนังสือพิมพ์ ได้รับผลกระทบโดยตรง ดังจะเห็นได้จากการปิดตัวของสื่อสิ่งพิมพ์หลายฉบับในปีที่ผ่านมา

ธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ที่น่าเสนอความรวดเร็วข้อมูล เช่น หนังสือพิมพ์รายวัน ถูกแย่งส่วนแบ่งตลาดจากสื่อเรียลไทม์ (Real time) โดยเฉพาะโซเชียล มีเดีย ต่างๆ ซึ่งสามารถตอบสนองในมิติของความเร็วของข้อมูลได้ในทันที จากยุคเดิมที่เคยตอบสนองวันต่อวัน ก็รวดเร็วขึ้นเป็นนาทีต่อนาที ทำให้ต้องมีการปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจ ดังเห็นได้จากธุรกิจสิ่งพิมพ์หลายรายเข้าสู่สื่อทีวีดิจิทัล ซึ่งตอบโจทย์ในมิติของความเร็ว เพื่อรักษาฐานรายได้ในอนาคตไว้ และเป็นการต่อยอดในการนำข้อมูล (Content) มาใช้ประโยชน์สูงสุด อย่างไรก็ตามการวางโครงสร้างพื้นฐานในเรื่องนี้ยังต้องใช้เวลาและทรัพยากรในช่วงเริ่มต้นดำเนินการอีกระยะหนึ่ง

อย่างไรก็ดี บริษัทฯ มีวิสัยทัศน์เล็งเห็นสถานการณ์ดังกล่าวมาเป็นเวลาพอสมควร จึงได้เตรียมการเคลื่อนตัวเข้าสู่รูปแบบธุรกิจทีวีดิจิทัล เพื่อรักษาฐานรายได้ในส่วนของธุรกิจข้อมูลความเร็วสูง ขณะเดียวกันในสายธุรกิจสิ่งพิมพ์ก็พบว่าตลาดของผู้บริโภคที่มีความต้องการอรรถรสในการเสพสื่อสิ่งพิมพ์บนกระดาษก็ยังมีอุปสงค์อยู่เป็นจำนวนมาก ทั้งนี้เนื่องจากการนำเสนอด้านงานศิลปกรรมและความสุนทรีย์บนสื่อสิ่งพิมพ์ไม่อาจทดแทนได้ด้วยสื่อดิจิทัล ทางโรงพิมพ์จึงมุ่งเน้นคุณภาพในการผลิตงานระดับพรีเมียม ที่มีคุณภาพสูง สวยงาม และคงทน เพื่อผลิตสิ่งพิมพ์ที่ทรงคุณค่าต่อการเก็บรักษา ไม่ว่าจะเป็นหนังสือปกแข็ง หนังสือภาพ และหนังสือต่างๆ ที่สามารถใช้อ้างอิงได้ในอนาคต นอกจากนี้ยังสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มโดยผสมผสานรูปแบบของหนังสือเข้ากับเทคนิคการผลิตในเชิงนวัตกรรม อาทิ หนังสือที่มีเสียง มีกลิ่นหอม ฯลฯ เป็นการเพิ่มอรรถรสในการบริโภคสื่อสิ่งพิมพ์อีกด้วย คุณค่าเหล่านี้ สื่อดิจิทัลไม่อาจตอบสนองได้

ยิ่งไปกว่านั้น สายธุรกิจโรงพิมพ์ได้เล็งเห็นช่องทางในการสร้างรายได้ โดยการสร้างหน่วยธุรกิจที่ให้บริการและคำปรึกษาสำหรับงานพิมพ์คุณภาพสูง (Privilege Consulting and Service) สำหรับการรับจ้างผลิตสิ่งพิมพ์ในระดับพรีเมียมที่ตอบโจทย์ความต้องการที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะบุคคล หรือหน่วยงานต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการให้คำปรึกษาด้านการจัดทำเนื้อหา สร้างสรรค์การออกแบบ การถ่ายภาพ ตลอดจนให้คำปรึกษาด้านการจัดจำหน่าย ดำเนินการโดยหน่วยงาน Amarin Publishing Services (APS) เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มในการรับจ้างผลิตสื่อสิ่งพิมพ์แบบครบวงจร ในขณะเดียวกัน สายธุรกิจโรงพิมพ์ยังมุ่งเน้นการรักษาฐานรายได้ในส่วนของผู้บริโภคที่ต้องการเนื้อหาด้านความเร็วของข้อมูล โดยมีแผน Digital Publishing Service ให้บริการด้านการจัดทำเนื้อหาและออกแบบสำหรับลงสื่อดิจิทัลต่างๆ อีกด้วย

จากการปรับกลยุทธ์ดังกล่าว ส่งผลให้ผลประกอบการของสายธุรกิจโรงพิมพ์ มีการเติบโตอยู่ในเกณฑ์ที่น่าพอใจ เมื่อเทียบกับเศรษฐกิจที่ตกต่ำในปีที่ผ่านมา

2. สายงานนิตยสาร

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

- ปี 2535 ได้ผลิตนิตยสารสำหรับสุภาพบุรุษฉบับใหม่ออกวางตลาด ชื่อ นิตยสาร “TRENDY MAN” แต่บริษัทได้ยุติการผลิตนิตยสารทั้ง 2 ฉบับได้แก่ LIFE & DECOR และ TRENDY MAN ตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม 2541
- ปี 2541 บริษัทได้ออกนิตยสารรายปักษ์ฉบับใหม่ ชื่อ นิตยสาร “ชีวจิต” สำหรับทางเลือกใหม่เพื่อสุขภาพ
- ปี 2544 บริษัท ได้ออกนิตยสารใหม่เป็นการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับอาหารและสุขภาพ ชื่อ นิตยสาร “Health & Cuisine” และในเดือนสิงหาคม บริษัทได้ซื้อลิขสิทธิ์ในการจัดทำนิตยสาร National Geographic ซึ่งเป็นนิตยสารระดับโลก มาจัดทำเป็นฉบับภาษาไทย เพื่อให้คนไทยได้มีโอกาสสำรวจและเรียนรู้โลกในหลายแง่มุมเท่าเทียมกับประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก
- ปี 2546 บริษัทได้ออกนิตยสารฉบับใหม่ชื่อ นิตยสาร ROOM เป็นนิตยสารการแต่งบ้านแนวใหม่
- ปี 2547 บริษัทได้ออกนิตยสารใหม่คือ นิตยสาร 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 เป็นอาหารใจของคนไทยทั้งประเทศ
- ปี 2553 บริษัทได้ออกนิตยสาร my home ซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับการตกแต่งบ้านสวยด้วยตนเองในราคาที่คุณทำได้
- ปี 2554 บริษัทได้ออกนิตยสาร lemonade ซึ่งเป็นนิตยสารสำหรับผู้หญิงยุคใหม่ ที่ต้องการดูแลตนเองแบบ 360 องศา

งานแฟร์

Amarin Baby & Kids Fair ครั้งที่ 5

วันที่ 25 กุมภาพันธ์ – 1 มีนาคม พ.ศ. 2558

ณ อาคาร 106 ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค บางนา

บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) จัดงานแฟร์ที่คุ้มค่าเพื่อครอบครัว โดยจัดติดต่อกันเป็นครั้งที่ 5 โดยรวบรวมสินค้าที่ดีที่สุดเพื่อแม่และลูกที่ดีที่สุดกว่า 300 บูธ ลดกระหน่ำสูงสุดถึง 80% โดยภายในงานมีกิจกรรมที่น่าสนใจให้คุณพ่อคุณแม่ได้ร่วมสนุก เช่น การเล่นเกมโดยแพรวเพื่อนเด็ก รวมถึงเปิดโอกาสให้หนูน้อยได้แสดงความสามารถ อาทิเช่น การเดินแฟชั่นโชว์จากหนูน้อยทายาทคนดัง และนายแบบ นางแบบตัวน้อยที่ผ่านเข้ารอบคัดเลือก Kids Fashion Show การแข่งกลานดึกดึก แข่งเดินเตาะแตะ รวมถึงพิธีมอบรางวัลหนูน้อยขวัญใจมหาชน ซึ่งปีนี้หนูน้อยขวัญใจมหาชน สาขาเด็กหญิง ได้แก่ น้องนาวา ครอบครัวจุฑาทิพนกุล หนูน้อยขวัญใจมหาชน สาขาเด็กชาย ได้แก่ น้องภูติส ครอบครัวสะกิดใจ

Amarin Baby & Kids Fair ครั้งที่ 6

วันที่ 22 - 26 กรกฎาคม พ.ศ. 2558

ณ อาคาร 106 ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค บางนา

บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) ตอกย้ำความสำเร็จอีกครั้งกับงานแฟร์สินค้าที่ดีที่สุดเพื่อแม่และลูกอย่างต่อเนื่อง โดยรวบรวมสินค้าและบริการชั้นนำ คัดสรรคุณภาพเพื่อแม่และลูกน้อย ภายในงานมีกิจกรรมที่สนุกสนานเหมาะสำหรับคุณแม่และครอบครัวยุคใหม่ที่ใส่ใจการดูแลเลี้ยงดูลูกอีกทั้งยังมีกิจกรรมแข่งคลานตุ๊กตัก แข่งเดินเตาะเตาะ รวมถึงเปิดโอกาสให้กับลูกน้อยวัย 3 เดือน – 8 ปี ได้ร่วมแสดงความสามารถ ความกล้าแสดงออก ผ่านเวทีการประกวดภายในงาน อาทิเช่น Cover Kids ค้นหาหนูน้อยขึ้นปกนิตยสาร, Kids Fashion Show โชว์การเดินแบบ ของนางแบบ-นายแบบตัวน้อย 40 คนที่ผ่านการคัดเลือกจากทั่วประเทศ ร่วมกับหนูน้อยดาราและเซเลบ รวมถึงพิธีมอบรางวัล Parent of the Year 2014 ให้แก่บุคคลที่เป็นพ่อแม่และครอบครัวต้นแบบที่ดีของสังคม และองค์กรที่สนับสนุนกิจกรรมเพื่อเด็กและสถาบันครอบครัว โดยให้ผู้อ่านผ่านทางเว็บไซต์ ซึ่งผู้ที่ได้รับรางวัลในสาขาต่างๆ มีดังนี้

- Father of the Year ผู้ที่ได้รับรางวัล คุณเอ็ม - อภินันท์ ประเสริฐวัฒนกุล
- Mother of the Year ผู้ที่ได้รับรางวัล คุณซาร่า คาซิงกินี
- Parent of the Year ผู้ที่ได้รับรางวัล ครอบครัวบุญรัตกลิน
- Best Playground องค์กรที่ได้รับรางวัล มิวเซียมสยาม พิพิธภัณฑ์เด็ก กรุงเทพมหานคร KidsZania
- Best Corporate for Parenting องค์กรที่ได้รับรางวัล โครงการครูบ้านนอก สมาคมไท่สร้างสรรค์ ธนาकरจิตอาสา
- Best Innovation for Parenting สุดยอดนวัตกรรมสำหรับครอบครัว Hollywood HDTV ทางเลือกใหม่ในการดูหนังดีทุกที่ทุกเวลา สำหรับครอบครัว “ปฐุม” อักษรภาษาไทยสำหรับกลุ่มอาการอ่านหนังสือไม่ออก Dialogue in the Dark นิทรรศการ “บทเรียนในความมืด”

Health, Cuisine & Beauty Festival ครั้งที่ 14

วันที่ 1 – 5 กรกฎาคม 2558

ณ ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์

งานมหกรรมสินค้า “Health Cuisine & Beauty Festival ครั้งที่ 14” ช้อปกระจายกับสินค้า บริการ สุขภาพ อาหาร แฟชั่น และความงามกว่า 300 บูธ ยกขบวนกันมาลดราคาสูงสุด 80% พร้อมกิจกรรมสุดพิเศษมากมายภายในงาน

ครั้งแรกที่นิทรรศการชีวิตให้นวัตกรรมและเทคโนโลยีสุขภาพที่ทันสมัยที่สุดมาให้บริการตรวจโรคภัยไข้เจ็บ พร้อมให้คำปรึกษา ฟรี ! วัคซีนไข้หวัดใหญ่-คอตีบ ตรวจมะเร็งเต้านมฟรี Voucher ตรวจสุขภาพราคาพิเศษ และกิจกรรมเพื่อสุขภาพ

พบสุดยอดน้ำพริกอร่อยและดีต่อสุขภาพ มหกรรมน้ำพริกต้านโรค ทั้งน้ำพริกหาากินยาก น้ำพริกคนดัง ร้านดัง และอีกกว่า 10 ชนิด อาทิ น้ำพริกแม่ลูกอ่อนของคุณเอ-พรทิพย์ น้ำพริกกอบสุข น้ำพริกบ้านกลมกิ๊ก น้ำพริกบ้านย่า ตระกูลอมตยกุล และอีกกว่า 10 ชนิดให้ลิ้มลอง

กิจกรรมจากนิตยสาร Lemonade ช้อปมัน ชยันแม่ตซ์ ไปกับร้านเสื้อผ้าและแอคเซสเซอรี่ส์ออนไลน์ที่แฟชั่นกูรูจาก Lemonade แนะนำเทคนิคขั้นเซียนที่ช่วยยกระดับให้สาว ๆ ทุกคนเจิดจรัสในทุกสถานการณ์ กระเป๋าไหลล้นลือกเกอร์ชื่อดัง ที่มาเผยเทคนิคโดดเด่นด้วยบิวตี้ไอเท็มคู่กาย พร้อมแถมมิลลิวาล์วล้ำให้ดูกันแบบสดๆ ไม่มีกั๊ก รวมถึงกิจกรรม

Karmarts Blogger Battle by lemonade คีคประชันวันเมคอัพ โดย 10 ผู้เข้ารอบสุดท้าย จากเวทีเฟ้นหาบล็อกเกอร์หน้าใหม่ครั้งใหญ่แห่งปี

Good Life Fair

วันที่ 31 ตุลาคม – 8 พฤศจิกายน 2558

ณ อาคารชาเลนเจอร์ อิมแพ็ค เมืองทองธานี

นิตยสาร Health&Cuisine จัดงาน Good Life Fair 2015 งานที่รวบรวมร้านอาหารอร่อยถูกปากและสินค้าเพื่อสุขภาพมาไว้ที่งานนี้งานเดียว รวมถึงกิจกรรมกินฟรี 9 วัน 9 ร้านอร่อยคายนาน ร้านอร่อยเด็ดอันดับต้นๆของเมืองไทย ที่พร้อมใจกันมาอบสิทธิกินฟรี ให้ผู้ร่วมงานได้อิ่มท้องกันถ้วนหน้า

บ้านและสวนแฟร์ Midyear

วันที่ 22-26 กรกฎาคม 2558

ณ อาคาร 101 – 105 ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค บางนา

บ้านและสวนแฟร์ Midyear หลากไอเดียที่เสริมสร้างแรงบันดาลใจ ครบครันทุกสิ่งสำหรับคนรักบ้านและสวน ไฮไลท์เด็ดในงาน ห้องตัวอย่างในคอนเซ็ปต์ my show color party บ้านนี้มีสี สันหยิบยกการตกแต่งแบบมีชีวิตชีวา ไม่ซ้ำใครในแบบของ my home พร้อมไอเดียสนุกๆที่ใครๆสามารถทำตามได้ไม่ยาก ROOM Life Studio โซนขายของแต่งบ้าน ดีไซน์สวย จาก Little Brand คัดสรรอย่างดี ในบรรยากาศสุดหรูกับคอนเซ็ปต์ Luxury Street Café บ้านและสวน Craft Village นำไอเดียเก๋จากสำนักพิมพ์บ้านและสวนได้แนวคิด Paper Marche' ศิลปะที่ทำจากกระดาษในรูปแบบต่างๆ และสินค้าออกแบบเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยกลุ่มนักออกแบบ ECO DESIGN THAI ๆ นำทีมโดย ท็อป พิพัฒน์ อภิรักษ์ธนากร พร้อมกิจกรรมคุณภาพในงานอีกมากมาย

บ้านและสวนแฟร์ 2015 เมื่อโลกหลอมรวม

วันที่ 31 ตุลาคม – 8 พฤศจิกายน พ.ศ.2558

ณ อาคารชาเลนเจอร์ อิมแพ็ค เมืองทองธานี

“บ้านและสวนแฟร์” งานแฟร์ของคนรักบ้านและสวนระดับประเทศ จัดโดยนิตยสารบ้านและสวนอย่างต่อเนื่องมาเป็นปีที่ 16 ครบวงจรโดดเด่นด้านการออกแบบและแนวคิดที่หลากหลายและการตกแต่ง มีงานดีไซเนอร์เป็นเอกลักษณ์เฉพาะสินค้ามากมายทั้งของแต่งบ้านและสวน ต้นไม้พันธุ์จากบริษัทชั้นนำของประเทศ “รวมดีไซเนอร์สร้างสรรค์...ครบครันสำหรับคนรักบ้านและสวน”

บ้านและสวนแฟร์ 2015 ภายใต้คอนเซ็ปต์ “เมื่อโลกหลอมรวม” มีไฮไลท์ของงาน ได้แก่ บ้านตัวอย่าง นำเสนอวิธีการออกแบบด้วยความแตกต่างแบบสุดขั้วในโลกปัจจุบัน มาหลอมรวมเข้าไว้ด้วยกันบนพื้นที่เดียวโดยได้นำ เทคโนโลยีอุตสาหกรรมการก่อสร้างแบบดิจิทัล (Digital fabrication) ซึ่งเป็นนวัตกรรมการผลิตชิ้นงานแบบจำนวนมาก (Mass product) มาผสมผสานกับ แนวคิด อยู่อาศัยกับธรรมชาติอย่างยั่งยืน โดยเน้นการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติซึ่งแสดงออกถึงจิตวิญญาณ และความปราณีตละเอียดละไม เมื่อผสมผสานหลอมรวมกันแล้ว ทำให้บ้านที่ออกแบบจะมีลักษณะรูปทรงธรรมชาติ (Organic form) ที่ถูกสอดแทรกด้วยนวัตกรรมสมัยใหม่อย่างกลมกลืนแสดงออกถึงการออกแบบที่คำนึงถึง “ความเป็นสามัญอย่างยั่งยืนในอนาคต (Back to basic future)” รวมถึงไอเดียการตกแต่งบ้านสไตล์ my home แนวคิด Room outside the house ที่ผสานการตกแต่งบ้านและนอกบ้านไว้เป็นหนึ่งเดียว Room Life Studio โซนขายของแต่งบ้านดีไซเนอร์ คัดสรรมาอย่างดี ในบรรยากาศสุดหรู สัมผัสสวนโชว์ในรูปแบบของการร้อยเรียงฟังก์ชันสวนที่ตอบสนองผู้ใช้และกิจกรรมต่าง ๆ เข้าด้วยกัน และ 8 ศาลาหลบร้อน ในมุมสวน ที่ใช้ได้ทั้งพื้นที่ทำงานและนั่งเล่น Garden

Of Ideas โดยสำนักพิมพ์บ้านและสวน ที่จำลองบรรยากาศจากหนังสือ อาทิ ห้องน้ำ ห้องครัว การจัดสวนขนาดเล็ก นำไปใช้ได้จริง รวมทั้งผลงานศิลปะและข้อปณิธานทำมือ ในโซนบ้านและสวน Art & Craft Market

3. สายงานหนังสือเล่ม

สำนักพิมพ์ในเครืออมรินทร์ดำเนินงานจัดพิมพ์หนังสือเล่มมาตั้งแต่ปี 2535 ภายใต้แนวคิดและการดำเนินงานที่ว่า “การอ่านคือรากฐานที่สำคัญ” และยังคงพัฒนา Content เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างประสบการณ์ให้ลูกค้าอย่างสร้างสรรค์ในทุกรูปแบบอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันมีสำนักพิมพ์ในเครืออมรินทร์ทั้งหมด 20 สำนักพิมพ์ ประกอบด้วย แพรวสำนักพิมพ์, สำนักพิมพ์อรุณ, สำนักพิมพ์ Spell, สำนักพิมพ์ Rose, สำนักพิมพ์แพรวเพื่อนเด็ก, สำนักพิมพ์ Kids ฉลาด, สำนักพิมพ์อมรินทร์คอมมิกส์, สำนักพิมพ์แพรวเยาวชน, สำนักพิมพ์อมรินทร์ธรรมะ, สำนักพิมพ์อมรินทร์ CUISINE, สำนักพิมพ์อมรินทร์สุขภาพ, สำนักพิมพ์อมรินทร์, สำนักพิมพ์อมรินทร์ HOW-TO, สำนักพิมพ์ springbooks, สำนักพิมพ์ Amarin Travel, สำนักพิมพ์ STEPS, สำนักพิมพ์ Shortcut, สำนักพิมพ์บ้านและสวน, สำนักพิมพ์ National Geographic และสำนักพิมพ์นิตยสารแพรว โดยสำนักพิมพ์ทั้งหมดนี้จัดพิมพ์หนังสือแยกย่อยแบ่งหมวดหมู่ตอบสนองผู้อ่านทุกเพศทุกวัย ปีละประมาณ 600 ปก ภายใต้ 3 กลุ่มหนังสือหลัก คือ บันเทิงคดีไทย – เทต (Fiction) สารคดี (Non - Fiction), หนังสือสำหรับเด็กและเยาวชน และกลุ่มบ้านและสวน

แพรวสำนักพิมพ์

แพรวสำนักพิมพ์เน้นผลิตรายการไทยและงานแปลจากภาษาต่างประเทศ ภายใต้ปรัชญาการทำงาน“การอ่านคือรากฐานที่สำคัญ” มากกว่า 20 ปี โดยงานวรรณกรรมไทยมีทั้งประเภท เรื่องสั้นนวนิยาย บทกวี สารคดี บทความ และสารบันเทิง ผลงานเด่นประจำปี ได้แก่ ไม่มีข้าหลวงไม่มีลมหายใจ เซตสุฝัน นิราศมหรณพ ทั้งโลกนี้มีคนแบบเธอ เพียงคนเดียวและเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้อ่านอย่างครอบคลุม แพรวสำนักพิมพ์จึงคัดสรรงานวรรณกรรมแปลที่หลากหลายแนว เช่น Mystery, Romance, Horror และ Epic Fantasy ผลงานเด่นประจำปีได้แก่ ดวง Resident Evil คินวีวาทิโกลาหล สาวนักช้อป ปีนบันได ตะกายดาว กระสุนเลือด

สำนักพิมพ์อรุณ

สำนักพิมพ์อรุณมุ่งคัดสรรและผลิตนวนิยายจากนักเขียนที่มีผลงานครองใจนักอ่าน เช่น กิ่งฉัตร, ปิยะพร ศักดิ์เกษมและจุฑารัตน์ รวมถึงนวนิยายรักโดยนักเขียนรุ่นใหม่ในชุดอุ่นไอรัก และชุด Love Square ผลงานเด่นประจำปี ได้แก่ ชุดราชบุตรเขยเจ้าสำราญ รักษ์ มนต์ลวงรัก มนต์ธาวา

สำนักพิมพ์ Spell

สำนักพิมพ์ Spell จัดพิมพ์วรรณกรรมสำหรับวัยรุ่นจากทั่วทุกมุมโลก เปรียบเสมือนสะพานที่เชื่อมโลกแห่งความเป็นจริงกับโลกเหนือจริงในจินตนาการเข้าไว้ด้วยกัน โดยถ่ายทอดผ่านเรื่องราวที่สนุกสนานและน่าสนใจผลงานเด่นประจำปี ได้แก่ หนังสือชุดไดเวอร์เจนท์ อันได้แก่ ไฟร์ The Book of Hormones Season 2 วันที่สี่สิบเอ็ด อุบัติการณ์ล้างโลก กลรัก เกมมังกู

สำนักพิมพ์ Rose

สำนักพิมพ์ที่ผลิตนิยายโรมานซ์จากต่างประเทศ มุ่งนำเสนอความรักในรูปแบบต่างๆ เพื่อความอิ่มเอมใจให้กับผู้อ่าน ผลงานเด่นประจำปี ได้แก่ ฟิฟตี้เชดส์ทริลโลจี (Fifty Shades Trilogy) ทุกลมหายใจคือรัก เดิมพันรักนักแข่ง สุดห้ามใจรัก แข่งร้อนซ่อนรัก เงามใจในควันปืน

สำนักพิมพ์แพรวเพื่อนเด็ก

สำนักพิมพ์แพรวเพื่อนเด็กเน้นผลิตหนังสือสำหรับเด็กวัย 0-8 ปี ทั้งนิทาน หนังสือฝึกทักษะเสริมความรู้ คู่มือผู้ปกครองและคุณครู เพื่อเสริมสร้างจินตนาการ พัฒนาการเรียนรู้ รวมถึงเป็นสื่อสร้างสัมพันธ์ภายในครอบครัว โดยเน้นให้

พ่อแม่อ่านหนังสือให้ลูกฟัง เพื่อเสริมศักยภาพรอบด้านของเด็ก อาทิ ร่างกาย อารมณ์ สังคม สติปัญญา และจริยธรรม ผลงานเด่นประจำปีได้แก่ สติ๊กเกอร์หรรษาพัฒนา IQ นิทานพญานาค มาเตรียมสอบเข้าป.1 กันเถอะ นิทานเด็กดีกับว.วรวิธ เมธี ชุดอบายมุข 6

สำนักพิมพ์ Kids ฉลาด

สำนักพิมพ์ Kids ฉลาด มุ่งผลิตหนังสือฝึกทักษะ แบบเรียน และสื่อการเรียนรู้สำหรับเด็กตั้งแต่ปฐมวัยถึงระดับประถมศึกษา โดยเน้นผลิตหนังสือที่มีราคาเหมาะสมเพื่อให้เด็กทุกคนมีโอกาสได้อ่านหนังสือดี ผลงานเด่นประจำปี ได้แก่ สมุดภาพระบายสีไดโนเสาร์เจ้าพิภพ ผจญภัยในมหาสมุทร

สำนักพิมพ์อมรินทร์คอมมิกส์

สำนักพิมพ์อมรินทร์คอมมิกส์มุ่งผลิตหนังสือความรู้สำหรับเด็กวัยประถมศึกษาขึ้นไป ทั้งในรูปแบบการ์ตูน หนังสือภาพความรู้และสารคดี มีความโดดเด่นที่ความสนุก ภาพลายเส้นสวยงามควบคู่กับสาระประโยชน์ พร้อมทั้งเกร็ดความรู้ที่เหมาะสมต่อการเรียนรู้ของเด็ก ผลงานเด่นประจำปี ได้แก่ จูราสสิค เวิลด์ ไดโนเสาร์คินซีฟ iStorm พายุทะเล จอ ไดโนเสาร์เจ้าสถิติ ชุดวิทยาศาสตร์ฉลาดรู้ ชุดโลกยุคก่อนประวัติศาสตร์

สำนักพิมพ์แพรวเยาวชน

สำนักพิมพ์แพรวเยาวชนมุ่งคัดสรรและผลิตวรรณกรรมเยาวชนชั้นดีทั้งไทยและงานแปลจากภาษาต่างประเทศ เพื่อเสริมสร้างจินตนาการและปลูกฝังนิสัยการอ่านที่ดีและมีคุณภาพให้แก่เยาวชนไทย ผลงานเด่นประจำปี ได้แก่ ลอร์ดออฟเดอะริงส์ ฉบับ 60 ปี ดาวหางในเมืองมูมิน ปีเตอร์ แพน เรื่องรักขนาดใหญ่ของเด็กชายตัวเล็ก

สำนักพิมพ์อมรินทร์ธรรมะ

สำนักพิมพ์อมรินทร์ธรรมะมุ่งผลิตหนังสือโดยเน้นเนื้อหาที่มีหลักธรรมถูกต้องและเหมาะสมภาคปฏิบัติที่เข้าใจง่ายนำไปใช้ได้จริงในชีวิตประจำวันเพื่อรับมือกับทุกวิกฤตและช่วยเยียวยาจิตใจมีตั้งแต่หนังสือธรรมะสำหรับผู้เริ่มต้นใหม่ไปจนถึงผู้เฒ่าเพื่อเข้าสู่เส้นทางนิพพาน ผลงานเด่นประจำปี ได้แก่ มรดกโอบสโตน ฮวงจุ้ยญาณ เรื่องลึกลับที่ยากเล่า ตอนความรัก พระพุทธเจ้าไม่ได้มีแค่หนึ่ง เปลี่ยนเจ้ากรรมนายเวรให้เป็นมิตร

สำนักพิมพ์อมรินทร์ CUISINE

สำนักพิมพ์อมรินทร์ CUISINE มุ่งผลิตหนังสืออาหารทั้งไทยและงานแปลจากภาษาต่างประเทศโดยเน้นเมนูเพื่อสุขภาพที่ผ่านการทดสอบเรื่องรสชาติอย่างพิถีพิถัน เพื่อยืนยันว่าอาหารอร่อยนั้น นอกจากคุณจะทำเองได้แล้ว ยังสามารถต่อยอดเป็นอาชีพได้อีกด้วยผลงานเด่นประจำปี ได้แก่ สมูทตี้หลากสีเคล็ดลับหุ่นสวยใน 2 สัปดาห์

สำนักพิมพ์อมรินทร์สุขภาพ

สำนักพิมพ์อมรินทร์สุขภาพมุ่งผลิตหนังสือทั้งงานไทยและงานแปลที่เน้นสาระความรู้ด้านสุขภาพทั้งกายและใจ โดยแบ่งหนังสือออกเป็น 4 หมวด คือ หมวดโรคภัยใกล้ตัว หมวดชีวิตและสุขภาพ หมวดความงาม โดยแต่ละหมวดจะนำเสนอเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้ผู้อ่านสามารถนำไปประยุกต์ใช้ดูแลสุขภาพตนเองและคนรอบข้างได้จริง ผลงานเด่นประจำปี ได้แก่ 6 ท่าพิชิตทุกโรค โยมพิตเนส 10 นาที โปรแกรมสลายไขมันสำหรับผู้หญิง กฎแห่งอายุยืน 100 ปี ไม่อ้วนไม่แก่ไม่หลง 2 สัปดาห์ปรับรูปร่าง สร้างสมดุล เปลี่ยนตัวเองเป็นคนใหม่ให้สวยแซ่บ กับมด CinnamonGal

สำนักพิมพ์อมรินทร์

สำนักพิมพ์อมรินทร์มุ่งผลิตหนังสือคุณภาพแนวสาระความรู้เพื่อให้ผู้อ่านเป็นผู้มีความรู้รอบด้านทั้งหนังสือความรู้ที่อ่านสนุก มีสาระ และงานวิชาการที่มีข้อมูลถูกต้อง น่าเชื่อถือและนำไปอ้างอิงได้ ผลงานเด่นประจำปี ได้แก่ ชุดอัจฉริยะ 100 หน้า แล้ว หลังตำหนัก เจ้าจอมก๊กอ

สำนักพิมพ์อมรินทร์ HOW-TO

สำนักพิมพ์อมรินทร์ HOW-TO มุ่งผลิตหนังสือทั้งแนวจิตวิทยาและการพัฒนาตนเอง การงาน การเงิน และการบริหาร ที่มีเนื้อหาเข้าใจง่ายและนำไปปฏิบัติได้จริง ผลงานเด่นประจำปี ได้แก่ คนแพ้มองแต่ปัญหา คนชนะมองหาทางออก เจ็บให้ถูกจังหวะ คนชนะไม่พูดมาก วิธีอยู่ร่วมกับ KPI อย่างสันติ Samsung Man คนเก่งอยู่ที่ไหนทำอะไรก็สำเร็จ เกมทายใจเราเป็นคนแบบไหนกันนะ

สำนักพิมพ์ springbooks

สำนักพิมพ์ Springbooks มุ่งผลิตหนังสือสำหรับคนรุ่นใหม่ วัยรุ่น นักศึกษา และผู้ที่เริ่มทำงาน นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์และแรงบันดาลใจด้วยรูปแบบหนังสือที่หลากหลายทั้งความเรียง การ์ตูน นิยายภาพ วรรณกรรมเดินทาง วรรณกรรมแปล และสมุดบันทึก ฯลฯโดดเด่นด้วยการออกแบบปกและรูปเล่มที่ทันสมัย ภายใต้แนวคิด “หนังสือที่จะทำให้คุณกระโดดได้สูงขึ้น” ผลงานเด่นประจำปี ได้แก่ ไม่เอานะ อย่าคิดมาก บ้านหลังใหญ่ by ทุนหัว ของบ่าว ไร่ใจหมา ไร่ใจแมว ความรักคือการตกหลุมรักหลายๆครั้ง

สำนักพิมพ์อมรินทร์ท่องเที่ยวโลก

สำนักพิมพ์อมรินทร์ท่องเที่ยวโลกมุ่งผลิตหนังสือไกด์บุ๊กและสารคดีท่องเที่ยวทั้งงานไทยและงานแปลจากภาษาต่างประเทศ โดยรวบรวมสาระ ความบันเทิงและแรงบันดาลใจในการท่องเที่ยวให้กับผู้อ่าน ผลงานเด่นประจำปี ได้แก่ Japan Best Destination สุดยอดจุดหมายที่คนรักญี่ปุ่นต้องไป ถูกและฟรีมีที่โตเกียว All About Japan เที่ยวญี่ปุ่นง่ายมาก เขียนได้วัน เขียนโอซาก้า

สำนักพิมพ์ STEPS

สำนักพิมพ์ STEPS มุ่งผลิตหนังสือคู่มือสำหรับสาวรุ่นใหม่ โดยรวบรวมไอเดีย เทคนิคและเคล็ดลับดีๆ ในทุกขั้นตอนทั้งด้านความสวยความงาม แฟชั่น ไลฟ์สไตล์ เพื่อเปลี่ยนคุณให้เป็นสาวสุดชิค ไม่ซ้ำใครภายใต้แนวคิด “ทุกขั้นตอนที่ทำให้คุณแตกต่าง” ผลงานเด่นประจำปี ได้แก่ Cactus Lover แด่เธอผู้ตกหลุมรักแคคตัส สวยပြီး Travel happy Memo จดโน้ตให้น่ารัก อยากสวยต้องกล้าแต่ง Last time in japan คิดถึงญี่ปุ่นจัง

สำนักพิมพ์ SHORTCUT

สำนักพิมพ์ SHORTCUT มุ่งผลิตหนังสือเพื่อปลุกพลังชีวิต กระตุกต่อมคิดของคนรุ่นใหม่ไฟแรงที่อยากเป็นตัวจริง และสร้างความสำเร็จในแบบฉบับของตัวเอง ภายใต้แนวคิด “be ORIGINAL” นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับความคิด ทักษะการ วิจารณ์เป็นทางลัดที่นำไปสู่เส้นชัย พร้อมเสริมสร้างแรงบันดาลใจในการทำงานและการใช้ชีวิต ผลงานเด่นประจำปี ได้แก่ รู้แล้วเหยียบไว้ มหาเศรษฐีคนต่อไปคือคุณ! สมอหายล้ำ ชีวิตก็หายเหนื่อย ความสำเร็จที่แถมมาด้วยความสุข

สำนักพิมพ์บ้านและสวน

เราเป็นผู้นำหนังสือตกแต่งบ้านและตกแต่งสวน พร้อมทั้งนำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจเกี่ยวกับงานช่าง ประดิษฐ์ของแต่งบ้านใช้เอง ไลฟ์สไตล์การใช้ชีวิตอย่างสุนทรีย์ของคนรักบ้าน รักการจัดสวนกับความรู้เกี่ยวกับพรรณไม้ทั้งไทยและต่างประเทศ หนังสือที่ติดอันดับขายดี ได้แก่ หนังสือตกแต่งบ้านต่างประเทศ จัดพิมพ์ 2 ภาษา ได้แก่ หนังสือ Home and location, หนังสือห้องน้ำ, ห้องครัว หนังสือคู่มืองานช่าง ได้แก่ ชุด The manual เล่ม 1 - 7 หนังสือชุดการจัดสวนและการดูแลสวน ได้แก่ Pocket Garden 1-4 ,หนังสือสวนขนาดเล็ก สไตล์ชนบทฝรั่งเศส หนังสือชุดเกษตรอินทรีย์ ได้แก่ Garden & Farm 1-4, My little farm 1-3 หนังสือกลุ่มพรรณไม้ประดับขายดีได้แก่ หนังสือกุหลาบ ,Cactus & Succulence หนังสือชุดงานประดิษฐ์ ได้แก่ ตัดเย็บเสื้อผ้าแบบง่ายๆ ด้วยการเย็บเส้นตรง, BOOKBINDING วิธีเย็บสมุด&หนังสือแบบง่ายๆ

สำนักพิมพ์ National Geographic

สำนักพิมพ์ที่นำเสนอความรู้หลากหลายสาขาจากทั่วทุกมุมโลก ตั้งแต่ภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ วิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี ไปจนถึงสิ่งแวดล้อม ธรรมชาติวิทยา และศิลปวัฒนธรรม ในรอบปีที่ผ่านมา สำนักพิมพ์ได้จัดพิมพ์หนังสือพ็อกเก็ตบุ๊กรูปแบบใหม่ที่เรียกว่า “Bookazine” ซึ่งมีขนาดใหญ่กว่าพ็อกเก็ตบุ๊กทั่วไป แต่มีความคล่องตัว สามารถพกพาไปอ่านได้ทุกที่ ภายในอัดแน่นไปด้วยความรู้และเนื้อหาสาระเต็มเปี่ยม แต่ขายในราคาที่ย่อมเยา ผู้อ่านสามารถซื้อหาได้ง่าย ไม่เป็นภาระมากนักในภาวะเศรษฐกิจปัจจุบัน โดยปีที่ผ่านมาได้นำเสนอผลงานสองเล่ม ได้แก่ รู้โลกทางลัด (Fast World Facts) เล่ม 1 ว่าด้วยกำเนิดและประวัติศาสตร์มวลมนุษยชาติ และรู้โลกทางลัด เล่ม 2 ว่าด้วยโลกธรรมชาติและวิทยาศาสตร์ล้ำยุค

สำนักพิมพ์นิตยสารแพรว

จัดทำหนังสือพ็อกเก็ตบุ๊กที่ให้อรรถรสและความบันเทิง ตลอดจนเรื่องราวความงาม จากเนื้อหาและบทความในนิตยสารแพรวที่ได้รับความนิยมจากผู้อ่าน หรือเรื่องราวชีวิต ข้อคิดจากบุคคลที่มีชื่อเสียงในแวดวงต่างๆ ของสังคม ปกที่ติดอันดับขายดี เช่น สวยประหยัดจากกันครัว เบลล์ - มณัญญา ลิมเสถียร ฯลฯ

4. สายงานเอ็กซีคิวทีฟ

ฝ่ายอำนวยการบริหาร

หน่วยงานโฆษณาโทรทัศน์จะทำหน้าที่เสนอขายช่วงเวลาโฆษณา ทั้งในรูปแบบของหนังสือโฆษณา สกู๊ปพิเศษในรายการ รวมไปถึงการติดต่อหาผู้สนับสนุนรายการ (Sponsor) ต่างๆ โดยจัดสรรตารางเวลาการออกอากาศให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า รวมทั้งให้คำแนะนำปรึกษาในรูปแบบการนำเสนอสินค้าและบริการ ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี ในปี 2557 ได้โอนธุรกิจรายการโทรทัศน์ให้บริษัท อมรินทร์ เทเลวิชั่น จำกัด (บริษัทย่อย) เพื่อดำเนินธุรกิจต่อไป

ฝ่ายอำนวยการบริหาร

ด้วยประสบการณ์พัฒนาระบบเว็บไซต์ และเนื้อหาออนไลน์ให้กับสื่อในเครืออมรินทร์มากกว่า 10 ปี ฝ่ายอำนวยการบริหารได้สร้างสรรค์เนื้อหาในหลากหลายรูปแบบทั้งบทความ ภาพประกอบ อินโฟกราฟิก วิดีโอออนไลน์ ฯลฯ ที่มีความแตกต่างจากเนื้อหาในสื่อสิ่งพิมพ์ ผ่านประเด็นและการนำเสนอที่เหมาะสมกับผู้บริโภคสื่อสมัยใหม่ มีการนำเทคโนโลยีมาช่วยดึงดูดความสนใจผู้อ่าน และตอบสนองความต้องการของผู้ลงโฆษณาได้

ดังเป้าหมายของฝ่ายอำนวยการบริหารที่ตั้งไว้ว่า เราจะเป็นผู้นำการสร้างสรรค์เนื้อหาที่มีคุณภาพ และตอบสนองผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ทำให้ออกจากการดูสื่อและเนื้อหาให้กับบริษัทในเครืออมรินทร์แล้ว ฝ่ายอำนวยการบริหารยังประกอบธุรกิจรับพัฒนาสื่อ และเนื้อหาในรูปแบบดิจิทัลให้กับลูกค้าองค์กรในหลากหลายกลุ่มเช่น เว็บไซต์ในเครือ SCG และผลิตภัณฑ์ในกลุ่มตราช้าง จัดทำวิดีโอออนไลน์ให้ลูกค้ากลุ่มองค์กร ห้างสรรพสินค้า ผู้ให้บริการเทคโนโลยี ผู้ให้บริการโครงข่ายโทรคมนาคม ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง สินค้าและบริการสำหรับผู้หญิง ผลิตภัณฑ์สำหรับเด็ก คุณแม่ และครอบครัว เป็นต้น และในยุคที่การสื่อสารผ่านสังคมออนไลน์เป็นอีกปัจจัยหลักในการประชาสัมพันธ์และโฆษณาสินค้าและบริการ ฝ่ายอำนวยการบริหารก็มีการจัดทำเนื้อหาในรูปแบบ Short Form Content ที่เหมาะกับสื่อสังคมออนไลน์ทั้ง Facebook, Instagram, Youtube, Twitter พร้อมทั้งดูแล ตอบคำถามแทนบริษัทและองค์กรต่างๆ เช่น COTTO ปูนตราเสือ ผลิตภัณฑ์สำหรับเด็กในกลุ่มบริษัทไบเออร์ไทย เป็นต้น

นอกจากนี้ฝ่ายอำนวยการบริหารยังมีการพัฒนา และประยุกต์เทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาใช้บริการของบริษัทในเครืออมรินทร์ ไม่ว่าจะเป็นการเก็บข้อมูลผู้เข้าชมงานแฟร์ และผู้เข้าชมเว็บไซต์เพื่อนำมาวิเคราะห์ในรูปแบบบิ๊กดาต้า หรือ



การพัฒนาระบบเซคันด์กรีนเพื่อการสื่อสารและโต้ตอบข้อมูล เพื่อตอบสนองความต้องการของการทำรายการแบบ Interactive กับช่องอมรินทร์ ทีวี เอชดี ในอนาคต

ฝ่ายอมรินทร์ทีวีเอ็นดีโอเอ็นดี

บริหารจัดการกรมสื่อสารการตลาดในรูปแบบอีเว้นต์และงานแฟร์ให้กับนิตยสารและหนังสือในเครือของบริษัท และลูกค้าภายนอกอย่างครบวงจร อาทิ งานบ้านและสวนแฟร์ งาน AMARIN BABY & KIDS FAIR และงาน GOOD LIFE FAIR ด้วยความชำนาญทำให้ได้รับความไว้วางใจจากองค์กรภายนอกทั้งในส่วนภาครัฐและหน่วยงานเอกชนให้เป็นผู้จัดงานต่างๆ

ผลงานในปี พ.ศ. 2558 เช่น งานนิทรรศการและเปิดตัวหนังสือ “พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวกับคณะองคมนตรี” ฉบับรวมภาษาไทย - จีน - อังกฤษ โดย สภานายความในพระบรมราชูปถัมภ์, กิจกรรมสัมมนา TMB Wealth Banking: Open Architecture 2015 และงานสัมมนา TMB Superior Banking : THE FIGHT NANCIAL เรื่องการเงินการลงทุนที่ต้อง “สู้” เพื่อตัวเองสักตั้งของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน), นิทรรศการภาพวาดการ์ตูน “สุขเล็ก” และ “ขบวนการแก๊ง” เนื่องในโอกาส 100 ปี ชาตกาล ประยูร จรรย์วรางษ์ ของมูลนิธิประยูร จรรย์วรางษ์, งาน LANNA Grand Opening ของบริษัท สุขสวัสดิ์ไม้อัดไทย จำกัด ,งานแถลงข่าวเปิดตัวโครงข่ายโทรศัพท์มือถือ ของบริษัท 168 คอมมูนิเคชั่น จำกัด และงาน Grand Opening Celebration เปิดตัวธุรกิจ บริษัท ไอรา แอนด์ โฮฟูล จำกัด (มหาชน) จากประสบการณ์ความสำเร็จอย่างต่อเนื่องในการสร้างสรรค์กิจกรรมสื่อสารการตลาดมากกว่า 16 ปี อมรินทร์ทีวีเอ็นดีโอเอ็นดียังคงมุ่งมั่นสร้างสรรค์งานคุณภาพเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างครอบคลุมและมีประสิทธิภาพภายใต้วิสัยทัศน์ในการดำเนินธุรกิจอย่างมืออาชีพที่ว่า “เพราะงานคุณภาพคือความชำนาญของเรา”

ชีวจิตโฮม

คลินิกแนวชีวจิตควบคู่กับการแพทย์แผนปัจจุบันที่เน้นการรักษาโดยการ “จ่ายยาน้อยที่สุด”

เปิดดำเนินการในวันศุกร์ ถึงอาทิตย์ ตั้งแต่เวลา 10.00 น. - 18.00 น.

ชีวจิตโฮมคลินิกเวชกรรม

ให้บริการทางการแพทย์เพื่อรักษา บำบัด ฟื้นฟูผู้ป่วยโรคต่างๆ ด้วยการผสมผสานความรู้ทาง

ชีวจิตเข้ากับการแพทย์แผนปัจจุบันและการแพทย์ทางเลือกอื่นๆ ได้แก่ การให้ยา วิตามิน สารอาหาร ดิทีออกซ์ ฟังซีเม ครอบแก้ว การนวดบำบัด ร่วมกับการปรับเปลี่ยนอาหาร (อาหารชีวจิต) และการออกกำลังกาย (รำกระบอง) ซึ่งเน้นการเสริมสร้างภูมิคุ้มกันเพื่อต่อสู้โรค ซึ่งได้รับการตอบรับที่ดีมากจากผู้รักษาสุขภาพ ทั้งนี้ตั้งแต่ พ.ศ. 2557 ชีวจิตโฮมคลินิกได้เปิดให้บริการบริหารจัดการสุขภาพสำหรับองค์กรและบุคคลทั่วไป

5. บริษัท อมรินทร์ เทเลวิชั่น จำกัด

บริษัท อมรินทร์ เทเลวิชั่น จำกัด ได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ สำหรับให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ (กิจการที่ใช้คลื่นความถี่) ประเภทบริการธุรกิจระดับชาติ หมดหมดทั่วไปแบบความคมชัดสูงจากคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) บริษัทฯ เริ่มดำเนินการออกอากาศรายการโทรทัศน์เมื่อวันที่ 23 พฤษภาคม พ.ศ.2557 ใช้ชื่อช่องรายการว่า “อมรินทร์ทีวี เอชดี” โดยผู้รับชมรายการสามารถรับชมผ่านหมายเลขช่องรายการ 34

ช่องรายการ อมรินทร์ทีวี เอชดี ดำเนินการออกอากาศตลอด 24 ชั่วโมง เนื้อหารายการของช่องรายการของบริษัท ประกอบไปด้วย รายการประเภทข่าว รายการประเภทบันเทิง และรายการประเภทความรู้ทั่วไป เนื้อหารายการข้างต้นมาจากการผลิตเองของบริษัท และการร่วมดำเนินการจากพันธมิตรทางธุรกิจของบริษัท

ในปีที่ผ่านมา ช่องรายการของบริษัทฯ ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในช่วงเวลา 18.00-24.00 น. ซึ่งถือเป็นช่วงเวลาไพรม์ไทม์ (Prime Time) ของการประกอบธุรกิจโทรทัศน์ ซึ่งติดอันดับ 1 ใน 10 ช่องรายการที่ดำเนินการทางธุรกิจ

โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจหลักคือ รับจ้างพิมพ์งานทั่วไป ผลิตสิ่งพิมพ์ของตนเองและรับจ้างโฆษณา จากการที่บริษัทผลิตสิ่งพิมพ์เอง และใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านบริษัทที่เกี่ยวข้องกันโดยบริษัทได้เข้าไปถือหุ้นในบริษัท อมรินทร์ บู้ค เซ็นเตอร์ จำกัด ซึ่งปัจจุบันถือหุ้นในบริษัทดังกล่าวจำนวน 19 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งประกอบธุรกิจจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ทุกชนิด ผ่านระบบสายส่งตัวแทนร้านหนังสือทั่วประเทศหรือระบบเอเยนต์ และขายปลีกผ่านร้านนายอินทร์ นอกจากนี้ ในช่วงไตรมาส 4 ปี 2548 บริษัท ได้ลงทุนในเงินลงทุนของบริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด จำนวน 2.50 ล้านบาทคิดเป็น 0.50 เปอร์เซ็นต์ และในปี 2555 บริษัทได้จัดตั้งบริษัท บริษัท อมรินทร์ เทเลวิชั่น จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่บริษัทถือหุ้นในอัตราร้อยละ 99.99 โดยบริษัท อมรินทร์ เทเลวิชั่น จำกัด

โครงสร้างการถือหุ้นในกลุ่มบริษัทประกอบไปด้วย

ดำเนินการโดย	ประเภทธุรกิจ	ทุนชำระแล้ว (บาท)	สัดส่วนการถือหุ้น
บริษัท อมรินทร์ บู้ค 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	500,000,000.00	99.99%

การประกอบธุรกิจของแต่ละสายผลิตภัณฑ์

ลักษณะของผลิตภัณฑ์และบริการหลัก

บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) เป็นทั้งโรงพิมพ์และสำนักพิมพ์ขนาดใหญ่ ประกอบด้วยธุรกิจ 4 สายงาน คือ

1. รับจ้างพิมพ์งานทั่วไป (สายงานธุรกิจโรงพิมพ์)

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

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

นอกจากนี้ สายงานธุรกิจโรงพิมพ์ สามารถให้บริการงานพิมพ์ครบวงจร ทั้งงานผลิตสิ่งพิมพ์บนกระดาษที่สามารถใช้เครื่องพิมพ์ออฟเซตแบบป้อนแผ่น ด้วยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีวิศวกรรมอุตสาหกรรม (Industrial Engineering) ผนวกกับการควบคุมต้นทุนการผลิตได้และการเลือกสรรเทคโนโลยีที่ตอบสนองในด้านคุณภาพ และประสิทธิภาพการผลิตขั้นเลิศ รวมถึงการวิจัยค้นคว้าเพื่อพัฒนาเทคนิค คัดสรรวัตถุดิบเพื่องานพิมพ์ให้มีคุณภาพ ซึ่งสอดคล้องกับสภาวะตลาด และการแข่งขันในระดับภูมิภาคดังจะเห็นได้จากสายงานธุรกิจโรงพิมพ์สามารถคว้ารางวัลคุณภาพทางการพิมพ์ อาทิ Asian Print Awards, Thailand Print Awards เป็นต้น ซึ่งในปีที่ผ่านมาผลงานของโรงพิมพ์ยังได้รับรางวัลชนะเลิศ GOLD AWARD ประเภทหนังสือ สิ่งพิมพ์ที่ส่งประกวดคือ หนังสือ 12 มุกเด็ดช่างภาพชนะเลิศ, รางวัลชนะเลิศ GOLD AWARD ประเภทหนังสือที่พิมพ์น้อยกว่า 4 สี สิ่งพิมพ์ที่ส่งประกวดคือ หนังสือ ELEGY, รางวัลชนะเลิศ BEST OF THE BEST เป็นการยืนยันคุณภาพการพิมพ์ระดับประเทศ นอกเหนือจากคุณภาพของผลิตภัณฑ์แล้วสายงานโรงพิมพ์ยังมุ่งมั่นในการบริหารจัดการผลิตและบริการตามแนวทางสากลของ 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 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. ผลิตภัณฑ์สำนักพิมพ์ (สายงานนิตยสารและสายงานหนังสือเล่ม)

จากการที่บริษัทสังสมประสพการณ์ธุรกิจสำนักพิมพ์เป็นเวลาอันยาวนาน และมุ่งเน้นที่จะพัฒนาการผลิต นิตยสารและหนังสือเล่มในแนวต่าง ๆ เพื่อตอบสนองกลุ่มผู้อ่านซึ่งมีความต้องการแตกต่างกันออกไป จนเป็นที่ยอมรับจากผู้อ่านอย่างกว้างขวาง มีกองบรรณาธิการขนาดใหญ่ที่ผลิตนิตยสารชั้นนำ และหนังสือเล่ม แบ่งตามประเภทสิ่งพิมพ์แต่ละชนิด ดังนี้

สิ่งพิมพ์ในรูปนิตยสาร (สายงานนิตยสาร)

ด้วยปณิธานอันแน่วแน่อย่างเข้าสู่ปีที่ 40 นับตั้งแต่มีการเปิดตัวนิตยสารบ้านและสวนในปี พ.ศ. 2519 บริษัทยังคงมุ่งมั่นสร้างสรรค์นิตยสารคุณภาพเรื่อยมาจนเกิดนิตยสารสำหรับผู้หญิงอย่าง “แพรว” และ “สุดสัปดาห์” และได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี

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

ณ เดือนธันวาคม พ.ศ. 2558 มีนิตยสารออกจำหน่ายจำนวน 13 ฉบับ ทั้งรายปักษ์และรายเดือนเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้อ่านที่มีรสนิยมหลากหลายและกล่าวได้ว่า นิตยสารของบริษัทมียอดขายสูงสุดเมื่อเทียบกับนิตยสารประเภทเดียวกัน และล้วนเป็นนิตยสารชั้นนำของประเทศทุกฉบับ

นิตยสารบ้านและสวน

นิตยสารเพื่อคนรักบ้านที่ได้รับการยอมรับสูงสุดในประเทศไทย

นิตยสารฉบับแรกของบริษัทที่ดำเนินงานเข้าสู่ปีที่ 40 โดยมุ่งนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับการตกแต่งบ้าน การจัดสวน เกร็ดความรู้เกี่ยวกับบ้าน รวมถึงเทรนด์การออกแบบ สถาปัตยกรรม งานศิลปะ โลฟิสสไตล์ และผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยมีกลุ่มผู้อ่านที่ครอบคลุมช่วงวัยทำงาน ผู้ที่มองหาบ้านเพื่อสร้างครอบครัวใหม่ หรือผู้ที่ต้องการต่อเติมและตกแต่งบ้าน วันนี้ “บ้านและสวน” เป็นนิตยสารเกี่ยวกับบ้านและสวนที่มียอดพิมพ์ต่อฉบับสูงสุดในประเทศ และนับได้ว่าเป็นนิตยสารหมวดตกแต่งบ้านที่ขายดีที่สุดของประเทศไทย วางตลาดทุกวันี่ 7 ของเดือน ราคาหน้าปก 100 บาท

นิตยสารแพรว

Modern & Luxury Style Magazine

นิตยสารรายปักษ์สำหรับสาวยุคใหม่วัยทำงานที่ทันสมัย ใฝ่รู้ และสร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้หญิง

โดยมุ่งเน้นให้ความบันเทิงครบทุกด้าน ทั้งเรื่องความงาม แฟชั่น เรื่องราวของเซเลบริตี้ และคนดังจากทุกแวดวง รวมถึงทุกไลฟ์สไตล์รอบตัว เพื่อสร้างความสุข ให้แก่ชีวิต ต่อผู้อ่านและสังคม วางตลาดทุกวันที่ 10 และ 25 ของเดือน ราคาหน้าปก 90 บาท

นิตยสารสุดสัปดาห์

Variety Magazine

นิตยสารรายปักษ์สำหรับผู้หญิงรุ่นใหม่วัยทำงานที่สนุกกับการใช้ชีวิตอย่างทันสมัย หยิบเรื่องประเด็นฮอตจากการอัพเดทเทรนด์แฟชั่นและบิวตี้ให้ทันกระแสก่อนใคร ผู้อ่านสุดสัปดาห์จะเป็นกลุ่มแรกๆที่จะรู้ว่าเทรนด์ไหนกำลังอิน ผลิตภัณฑ์ไหนกำลังเป็นที่นิยม บุคคลไหนกำลังฮอตในวงสังคม ทุกเรื่องทุกประเด็นผ่านการคัดสรรแล้วว่าคุ้มค่า น่าลองวางตลาดทุกวันที่ 1 และ 16 ของเดือน ราคาหน้าปก 80 บาท

นิตยสารชีวจิต

ชีวจิตช่วยให้ฉลาด หนึ่ดี อ่อนเยาว์ อายุยืน

นิตยสารแนวไลฟ์สไตล์สุขภาพ ผู้เป็นคู่มือการดูแลสุขภาพอย่างง่าย ให้คนทุกเพศวัยที่รักสุขภาพ ต้องการเลือกสรรสิ่งที่ดีที่สุด น่าเชื่อถือที่สุด ทันกระแสที่สุด เพื่อสุขภาพของตนและคนรัก มีประวัติการเป็นผู้ที่มีความรู้ด้านสุขภาพแนวผสมผสานมายาวนานกว่า 18 ปี วางตลาดทุกวันที่ 1 และ 16 ของเดือน ราคาหน้าปก 55 บาท

นิตยสาร Health & Cuisine

Enjoy Eating & Healthy Living

นิตยสารอาหารและไลฟ์สไตล์ที่ครองใจผู้อ่านชาวไทยอันดับหนึ่ง สำหรับผู้รักและสนุกในการปรุงอาหาร รักการลิ้มรสอาหารอร่อย ใส่ใจสุขภาพ ทุกเพศ ทุกวัย และผู้ชอบเที่ยว ชิล เช็กอิน กินของอร่อย ภายใต้แนวคิด “Enjoy Eating & Healthy Living” วางตลาดทุกวันที่ 1 ของเดือน ราคาหน้าปก 90 บาท

นิตยสาร National Geographic ฉบับภาษาไทย

พาคุณท่องโลกกว้างพร้อมเปิดประสบการณ์น่าอัศจรรย์ผ่านสุดยอดสารคดีและภาพถ่ายจากช่างภาพสารคดีชั้นแนวหน้า เพราะเราเชื่อว่า “ชีวิตคือความอยากรู้”

นิตยสารรายเดือนที่พาผู้อ่านโลดแล่นไปในโลกแห่งความรู้ ตื่นตาตื่นใจไปกับภาพถ่ายตระการตา และสารคดีความรู้จากทั่วทุกมุมโลก ครอบคลุมเนื้อหาหลากหลาย ตั้งแต่ประวัติศาสตร์ โบราณคดี และอารยธรรม ไปจนถึงวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และธรรมชาติวิทยา เราคือนิตยสารสารคดีอันดับหนึ่งของประเทศที่ “เปรียบเสมือนคลังความรู้ของทุกคนในครอบครัว” วางตลาดทุกวันที่ 4 ของเดือน ราคาหน้าปก 120 บาท

นิตยสาร room

Design for Modern Living

นิตยสารแต่งบ้านรายเดือน ที่จะช่วยให้การแต่งบ้านอย่างมีสไตล์เป็นเรื่องง่าย เราเป็นเหมือนเพื่อน และสไตล์ลิสต์ที่ทันและทันสมัย ที่จะมาให้คำแนะนำ ให้ไอเดียและแรงบันดาลใจในการตกแต่งที่มีประโยชน์สำหรับคนรักบ้านยุคใหม่ พร้อมอัพเดทข้อมูลงานออกแบบ งานดีไซน์ และไลฟ์สไตล์ของการใช้ชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้ผู้อ่านสนุก มีความสุข และมีความกล้าในการแต่งบ้านให้สวยงาม ทันสมัยอย่างมีรสนิยม วางตลาดทุกวันที่ 1 ของเดือน ราคาหน้าปก 90 บาท

นิตยสาร WE

Love, Wedding & Living Together

นิตยสารรายเดือนที่จะช่วยให้วันแต่งงานของคุณสมบูรณ์แบบและน่าจดจำ ด้วยการนำเสนอไอเดียงานแต่งงานแบบเก๋ๆ พร้อมทั้งวิธีเตรียมตัวสำหรับคุณเจ้าสาว ให้คำแนะนำในเรื่องเกี่ยวกับความรักและการดูแลความสัมพันธ์ให้ดำเนินไปอย่างมีความสุข ภายใต้แนวคิด Love, Wedding & Living Together วางตลาดทุกวันที่ 4 ของเดือน ราคาหน้าปก 120 บาท

นิตยสาร Real Parenting

เลี้ยงลูกให้ฉลาดและเป็นคนดีพ่อแม่ต้องอ่าน

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

นิตยสาร InStyle

Fashion, Beauty, Celebrity, Lifestyle

นิตยสารรายเดือนสำหรับผู้หญิง โดดเด่นและแตกต่างในการอัพเดทเรื่องราว พร้อมนำเสนอเนื้อหาด้านแฟชั่น ความงาม และไลฟ์สไตล์ของเหล่าคนดัง นำเสนอแบบมีกซ์แอนด์แมทช์ที่นำมาปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้ เป็นดั่งสไตล์ลิสต์ส่วนตัวอันดับ 1 ช่วยให้คุณผู้หญิงดูโดดเด่นอย่างมีสไตล์จนทุกคนต้องเหลียวมอง วางตลาดทุกต้นเดือนราคาหน้าปก 90 บาท

สิ่งพิมพ์ในรูปแบบหนังสือเล่ม (สายงานหนังสือเล่ม)

สำนักพิมพ์ในเครืออมรินทร์ดำเนินงานจัดพิมพ์หนังสือเล่มมาตั้งแต่ปี 2535 ภายใต้แนวคิดและการดำเนินงานที่ว่า “การอ่านคือรากฐานที่สำคัญ” และยังคงพัฒนา Content เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างประสบการณ์ให้ลูกค้าอย่างสร้างสรรค์ในทุกรูปแบบอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันมีสำนักพิมพ์ในเครืออมรินทร์ทั้งหมด 20 สำนักพิมพ์ ประกอบด้วย แพรวสำนักพิมพ์, สำนักพิมพ์อรุณ, สำนักพิมพ์ Spell, สำนักพิมพ์ Rose, สำนักพิมพ์แพรวเพื่อนเด็ก, สำนักพิมพ์ Kids ฉลาด, สำนักพิมพ์อมรินทร์คอมมิกส์, สำนักพิมพ์แพรวเยาวชน, สำนักพิมพ์อมรินทร์ธรรมะ, สำนักพิมพ์อมรินทร์ CUISINE, สำนักพิมพ์อมรินทร์สุขภาพ, สำนักพิมพ์อมรินทร์, สำนักพิมพ์อมรินทร์ HOW-TO, สำนักพิมพ์ springbooks, สำนักพิมพ์ Amarin Travel, สำนักพิมพ์ STEPS, สำนักพิมพ์ Shortcut, สำนักพิมพ์บ้านและสวน, สำนักพิมพ์ National Geographic และสำนักพิมพ์นิตยสารแพรว โดยสำนักพิมพ์ทั้งหมดนี้จัดพิมพ์หนังสือแยกย่อยแบ่งหมวดหมู่ตอบสนองผู้อ่านทุกเพศทุกวัย ปีละประมาณ 600 ปก ภายใต้ 3 กลุ่มหนังสือหลัก คือ บันเทิงคดีไทย – เทต (Fiction) สารคดี (Non - Fiction), หนังสือสำหรับเด็กและเยาวชน และหนังสือกลุ่มบ้านและสวน

แพรวสำนักพิมพ์

แพรวสำนักพิมพ์เน้นผลิตวรรณกรรมไทยและงานแปลจากภาษาต่างประเทศ ภายใต้ปรัชญาการทำงาน “การอ่านคือรากฐานที่สำคัญ” มากกว่า 20 ปี โดยงานวรรณกรรมไทยมีทั้งประเภท เรื่องสั้นนวนิยาย บทกวี สารคดี บทความ และสารบันเทิง ผลงานเด่นประจำปี ได้แก่ ไม่มีซาไซว่าไม่มีลมหายใจ เซตสุฝัน นิราศมหรณพ ทั้งโลกนี้มีคนแบบเธอ เพียงคนเดียว

และเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้อ่านอย่างครอบคลุม แพรวสำนักพิมพ์จึงคัดสรรงานวรรณกรรมแปลที่หลากหลาย แนว เช่น Mystery, Romance, Horror และ Epic Fantasy ผลงานเด่นประจำปีได้แก่ ลวง Resident Evil คืบวิภาห์ โกลาหล สาวนักซ้อป ปีนบันได ตะกายดาว กระสุนเลือด

สำนักพิมพ์อรุณ

สำนักพิมพ์อรุณมุ่งคัดสรรและผลิตนวนิยายจากนักเขียนที่มีผลงานครองใจนักอ่าน เช่น กิ่งจัตรา, ปิยะพร ศักดิ์เกษม และ จุฑาทิพย์ รวมถึงนวนิยายรักโดยนักเขียนรุ่นใหม่ในชุดอุ่นไอรัก และชุด Love Square ผลงานเด่นประจำปี ได้แก่ ชุดราชบุตรเขยเจ้าสำราญ รัช มนต์รักวงรัก มนต์ธำรา

สำนักพิมพ์ Spell

สำนักพิมพ์ Spell จัดพิมพ์วรรณกรรมสำหรับวัยรุ่นจากทั่วทุกมุมโลก เปรียบเสมือนสะพานที่เชื่อมโลกแห่งความเป็นจริงกับโลกเหนือจริงในจินตนาการเข้าไว้ด้วยกัน โดยถ่ายทอดผ่านเรื่องราวที่สนุกสนานและน่าสนใจผลงานเด่นประจำปี ได้แก่ หนังสือชุดไดเวอร์เจนท์ อันได้แก่ ไฟร์ The Book of Hormones Season 2 วันที่สี่สิบเอ็ด อุบัติการณ์ล้างโลก กลรัก เกมมังกู

สำนักพิมพ์ Rose

สำนักพิมพ์ที่ผลิตนวนิยายโรมานซ์จากต่างประเทศ มุ่งนำเสนอความรักในรูปแบบต่างๆ เพื่อความอึดอ้อมใจให้กับผู้อ่าน ผลงานเด่นประจำปี ได้แก่ ฟิฟตี้เชดส์ทริโลจี (Fifty Shades Trilogy) ทุกเล่มหายใจคือรัก เดิมพันรักนักแข่ง สุดห้ามใจรัก แข่งร้อนซ่อนรัก เงามใจในควันปืน

สำนักพิมพ์แพรวเพื่อนเด็ก

สำนักพิมพ์แพรวเพื่อนเด็กเน้นผลิตหนังสือสำหรับเด็กวัย 0-8 ปี ทั้งนิทาน หนังสือฝึกทักษะเสริมความรู้คู่มือผู้ปกครองและคุณครู เพื่อเสริมสร้างจินตนาการ พัฒนาการเรียนรู้ รวมถึงเป็นสื่อสร้างสัมพันธ์ภายในครอบครัว โดยเน้นให้พ่อแม่อ่านหนังสือให้ลูกฟัง เพื่อเสริมศักยภาพรอบด้านของเด็ก อาทิ ร่างกาย อารมณ์ สังคม สติปัญญา และจริยธรรม ผลงานเด่นประจำปีได้แก่ สติ๊กเกอร์หรรษาพัฒนา IQ นิทานพญานาค มาเตรียมสอบเข้าป.1 กันเถอะ นิทานเด็กดีกับว.วชิรเมธี ชุดอบายมุข 6

สำนักพิมพ์ Kids ฉลาด

สำนักพิมพ์ Kids ฉลาดมุ่งผลิตหนังสือฝึกทักษะ แบบเรียน และสื่อการเรียนรู้สำหรับเด็กตั้งแต่ปฐมวัยถึงระดับประถมศึกษา โดยเน้นผลิตหนังสือที่มีราคาพอเหมาะเพื่อให้เด็กทุกคนมีโอกาสได้อ่านหนังสือดี ผลงานเด่นประจำปี ได้แก่ สมุดภาพระบายสีไดโนเสาร์เจ้าพิภพ ผจญภัยในมหาสมุทร

สำนักพิมพ์อมรินทร์คอมมิกส์

สำนักพิมพ์อมรินทร์คอมมิกส์มุ่งผลิตหนังสือความรู้สำหรับเด็กวัยประถมศึกษาขึ้นไป ทั้งในรูปแบบการ์ตูน หนังสือภาพความรู้และสารคดี มีความโดดเด่นที่ความสนุก ภาพลายเส้นสวยงามควบคู่กับสาระประโยชน์ พร้อมทั้งเกร็ดความรู้ที่เหมาะสมต่อการเรียนรู้ของเด็ก ผลงานเด่นประจำปี ได้แก่ จูราสสิค เวิลด์ ไดโนเสาร์คินซีฟ iStorm พายุทะเล ๑๐ ไดโนเสาร์เจ้าสถิติ ชุดวิทยาศาสตร์ฉลาดรู้ ชุดโลกยุคก่อนประวัติศาสตร์

สำนักพิมพ์แพรวเยาวชน

สำนักพิมพ์แพรวเยาวชนมุ่งคัดสรรและผลิตวรรณกรรมเยาวชนชั้นดีทั้งไทยและงานแปลจากภาษาต่างประเทศ เพื่อเสริมสร้างจินตนาการและปลูกฝังนิสัยรักการอ่านที่ดีและมีคุณภาพให้แก่เยาวชนไทย ผลงานเด่นประจำปี ได้แก่ ลอร์ดออฟเดอะริงส์ ฉบับ 60 ปี ดาวหางในเมืองมูมิน ปีเตอร์ แพน เรื่องรักขนาดใหญ่ของเด็กชายตัวเล็ก

สำนักพิมพ์อมรินทร์ธรรมะ

สำนักพิมพ์อมรินทร์ธรรมะมุ่งผลิตหนังสือโดยเน้นเนื้อหาที่มีหลักการถูกต้องและธรรมาภิบาลปฏิบัติที่เข้าใจง่ายนำไปใช้ได้จริงในชีวิตประจำวันเพื่อรับมือกับทุกวิกฤตและช่วยเยียวยาจิตใจมีตั้งแต่หนังสือธรรมะสำหรับผู้เริ่มต้นใหม่ไปจนถึงผู้เฒ่าอริยะเพื่อเข้าสู่เส้นทางนิพพาน ผลงานเด่นประจำปี ได้แก่ มรดกโชนส์ไดน์ ฮวงจุ้ยญาณ เรื่องลึกลับที่อยากเล่า ตอนความรัก พระพุทธเจ้าไม่ได้มีแค่หนึ่ง เปลี่ยนเจ้ากรรมนายเวรให้เป็นมิตร

สำนักพิมพ์อมรินทร์ CUISINE

สำนักพิมพ์อมรินทร์ CUISINE มุ่งผลิตหนังสืออาหารทั้งไทยและงานแปลจากภาษาต่างประเทศโดยเน้นเมนูเพื่อสุขภาพที่ผ่านการทดสอบเรื่องรสชาติอย่างพิถีพิถัน เพื่อยืนยันว่าอาหารอร่อยนั้น นอกจากคุณจะทำเองได้แล้ว ยังสามารถต่อยอดเป็นอาชีพได้อีกด้วยผลงานเด่นประจำปี ได้แก่ สมูทตี้หลากสีเคล็ดลับหุ่นสวยใน 2 สัปดาห์

สำนักพิมพ์อมรินทร์สุขภาพ

สำนักพิมพ์อมรินทร์สุขภาพมุ่งผลิตหนังสือทั้งงานไทยและงานแปลที่เน้นสาระความรู้ด้านสุขภาพทั้งกายและใจ โดยแบ่งหนังสือออกเป็น 4 หมวด คือ หมวดโรคภัยใกล้ตัว หมวดชีวิตและสุขภาพ หมวดความงาม โดยแต่ละหมวดจะนำเสนอเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้ผู้อ่านสามารถนำไปประยุกต์ใช้ดูแลสุขภาพตนเองและคนรอบข้างได้จริง ผลงานเด่นประจำปี ได้แก่ 6 ท่าพิชิตทุกโรค โยมพิตเนส 10 นาที โปรแกรมสลายไขมันสำหรับผู้หญิง กฎแห่งอายุยืน 100 ปี ไม่อ้วนไม่แก่ไม่หลง 2 สัปดาห์ปรับรูปร่าง สร้างสมดุล เปลี่ยนตัวเองเป็นคนใหม่ให้สวยแซ่บ กับมด CinnamonGal

สำนักพิมพ์อมรินทร์

สำนักพิมพ์อมรินทร์มุ่งผลิตหนังสือคุณภาพแนวสาระความรู้เพื่อให้ผู้อ่านเป็นผู้มีความรู้รอบด้านทั้งหนังสือความรู้ที่อ่านสนุก มีสาระ และงานวิชาการที่มีข้อมูลถูกต้อง น่าเชื่อถือและนำไปอ้างอิงได้ ผลงานเด่นประจำปี ได้แก่ ชุดอัจฉริยะ 100 หน้า แลวัง หลังตำหนัก เจ้าจอมก๊กอ้อ

สำนักพิมพ์อมรินทร์ HOW-TO

สำนักพิมพ์อมรินทร์ HOW-TO มุ่งผลิตหนังสือทั้งแนวจิตวิทยาและการพัฒนาตนเอง การงาน การเงิน และการบริหาร ที่มีเนื้อหาเข้าใจง่ายและนำไปปฏิบัติได้จริง ผลงานเด่นประจำปี ได้แก่ คนแพ้มองแต่ปัญหา คนชนะมองหาทางออก เจ็บให้ถูกจังหวะ คนชนะไม่พูดมาก วิธีอยู่ร่วมกับ KPI อย่างสันติ Samsung Man คนเก่งอยู่ที่ไหนทำอะไรก็สำเร็จ เกมทายใจเราเป็นคนแบบไหนกันนะ

สำนักพิมพ์ springbooks

สำนักพิมพ์ Springbooks มุ่งผลิตหนังสือสำหรับคนรุ่นใหม่ วัยรุ่น นักศึกษา และผู้ที่เริ่มทำงาน นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์และแรงบันดาลใจด้วยรูปแบบหนังสือที่หลากหลายทั้งความเรียง การ์ตูน นิยายภาพ วรรณกรรมเดินทาง วรรณกรรมแปล และสมุดบันทึก ฯลฯ โดดเด่นด้วยการออกแบบปกและรูปเล่มที่ทันสมัย ภายใต้แนวคิด “หนังสือที่จะทำให้คุณกระโดดได้สูงขึ้น” ผลงานเด่นประจำปี ได้แก่ ไม่เอานะ อย่าคิดมาก บ้านหลังใหญ่ by ทุนหัวของบ่าว รู้ใจหมา รู้ใจแมว ความรักคือการตกหลุมรักหลายๆครั้ง

สำนักพิมพ์อมรินทร์ท่องเที่ยว

สำนักพิมพ์อมรินทร์ท่องเที่ยวมุ่งผลิตหนังสือไกด์บุ๊กและสารคดีท่องเที่ยวทั้งงานไทยและงานแปลจากภาษาต่างประเทศ โดยรวบรวมสาระ ความบันเทิงและแรงบันดาลใจในการท่องเที่ยวให้กับผู้อ่าน ผลงานเด่นประจำปี ได้แก่ Japan Best Destination สุดยอดเยี่ยมจุดหมายที่คนรักญี่ปุ่นต้องไป ถูกและฟรีมีที่โตเกียว All About Japan เที่ยวญี่ปุ่นง่ายมาก เขียนได้วัน เขียนไอซาก้า

สำนักพิมพ์ STEPS

สำนักพิมพ์ STEPS มุ่งผลิตหนังสือคู่มือสำหรับสาวรุ่นใหม่ โดยรวบรวมไอเดีย เทคนิคและเคล็ดลับดีๆ ในทุกขั้นตอนทั้งด้านความสวยความงาม แฟชั่น โลฟิสสไตล์ เพื่อเปลี่ยนคุณให้เป็นสาวสุดชิค ไม่ซ้ำใครภายใต้แนวคิด “ทุกขั้นตอนที่ทำให้คุณแตกต่าง” ผลงานเด่นประจำปี ได้แก่ Cactus Lover แต่เธอผู้ตกหลุมรักแคคตัส สวยเป๊ะ Travel happy Memo จุดโน้ตให้น่ารัก อยากสวยต้องกล้าแต่ง Last time in japan คิดถึงญี่ปุ่นจัง

สำนักพิมพ์ SHORTCUT

สำนักพิมพ์ SHORTCUT มุ่งผลิตหนังสือเพื่อปลุกพลังชีวิต กระตุกต่อมคิดของคนรุ่นใหม่ไฟแรงที่อยากเป็นตัวจริง และสร้างความสำเร็จในแบบฉบับของตัวเอง ภายใต้แนวคิด “be ORIGINAL” นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับความคิด ทักษะคิด วิธีการ อันเป็นทางลัดที่นำไปสู่เส้นชัย พร้อมเสริมสร้างแรงบันดาลใจในการทำงานและการใช้ชีวิต ผลงานเด่นประจำปี ได้แก่ รู้แล้วเหยียบไว้ มหาเศรษฐีคนต่อไปคือคุณ! สมอหายล้ำ ชีวิตก็หายเหนื่อย ความสำเร็จที่ถล่มมาด้วยความสุข

สำนักพิมพ์บ้านและสวน

เราเป็นผู้นำหนังสือตกแต่งบ้านและตกแต่งสวน พร้อมทั้งนำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจเกี่ยวกับงานช่าง ประดิษฐ์ของแต่งบ้านใช้เอง โลฟิสสไตล์การใช้ชีวิตอย่างสุนทรีย์ของคนรักบ้าน รักการจัดสวนกับความรู้เกี่ยวกับพรรณไม้ทั้งไทยและต่างประเทศ หนังสือที่ติดอันดับขายดี ได้แก่ หนังสือตกแต่งบ้านต่างประเทศ จัดพิมพ์ 2 ภาษา ได้แก่ หนังสือ Home and location, หนังสือห้องน้ำ, ห้องครัว หนังสือคู่มืองานช่าง ได้แก่ ชุด The manual เล่ม 1 - 7 หนังสือชุดการจัดสวนและการดูแลสวน ได้แก่ Pocket Garden 1-4, หนังสือสวนขนาดเล็ก สไตล์ชนบทฝรั่งเศส หนังสือชุดเกษตรอินทรีย์ ได้แก่ Garden & Farm 1-4, My little farm 1-3 หนังสือกลุ่มพรรณไม้ประดับขายดีได้แก่ หนังสือกุหลาบ, Cactus & Succulence หนังสือชุดงานประดิษฐ์ ได้แก่ ตัดเย็บเสื้อผ้าแบบง่ายๆ ด้วยการเย็บเส้นตรง, BOOKBINDING วิธีเย็บสมุดและหนังสือแบบง่ายๆ

สำนักพิมพ์ National Geographic

สำนักพิมพ์ที่นำเสนอความรู้หลากหลายสาขาจากทั่วทุกมุมโลก ตั้งแต่ภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ วิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี ไปจนถึงสิ่งแวดล้อม ธรรมชาติวิทยา และศิลปวัฒนธรรม ในรอบปีที่ผ่านมา สำนักพิมพ์ได้จัดพิมพ์หนังสือพ็อกเก็ตบุ๊กรูปแบบใหม่ที่เรียกว่า “Bookazine” ซึ่งมีขนาดใหญ่กว่าพ็อกเก็ตบุ๊กทั่วไป แต่มีความคล่องตัว สามารถพกพาไปอ่านได้ทุกที่ ภายในอัดแน่นไปด้วยความรู้และเนื้อหาสาระเต็มเปี่ยม แต่ขายในราคาย่อมเยา ผู้อ่านสามารถซื้อหาได้ง่าย ไม่เป็นภาระมากนักในภาวะเศรษฐกิจปัจจุบัน โดยปีที่ผ่านมาแนะนำผลงานสองเล่ม ได้แก่ รู้โลกทางลัด (Fast World Facts) เล่ม 1 ว่าด้วยกำเนิดและประวัติศาสตร์มวลมนุษยชาติ และรู้โลกทางลัด เล่ม 2 ว่าด้วยโลกธรรมชาติและวิทยาศาสตร์ล้ำยุค

สำนักพิมพ์นิตยสารแพรว

จัดทำหนังสือพ็อกเก็ตบุ๊กที่ให้ทั้งสาระและความบันเทิง ตลอดจนเรื่องราวความงาม จากเนื้อหาและบทความในนิตยสารแพรวที่ได้รับความนิยมจากผู้อ่าน หรือเรื่องราวชีวิต ข้อคิดจากบุคคลที่มีชื่อเสียงในแวดวงต่างๆ ของสังคมปกที่ติดอันดับขายดี เช่น สวยประหยัดจากกันครัว เบลล์ - มณีญญา ลิมเสถียร ฯลฯ

กิจกรรมการตลาดและงานแฟร์

งานแฟร์และงานเปิดตัว ในปี 2558 บริษัทมีการจัดกิจกรรมทางการตลาดและงานแฟร์ดังนี้

งานแฟร์

Amarin Baby & Kids Fair ครั้งที่ 5

วันที่ 25 กุมภาพันธ์ – 1 มีนาคม พ.ศ. 2558

ณ อาคาร 106 ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค บางนา

บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) จัดงานแฟร์ที่คุ้มค่าเพื่อครอบครัว โดยจัดติดต่อกันเป็นครั้งที่ 5 โดยรวบรวมสินค้าที่ดีที่สุดเพื่อแม่และลูกที่ดีที่สุดกว่า 300 บูธ ลดกระหน่ำสูงสุดถึง 80% โดยภายในงานมีกิจกรรมที่น่าสนใจให้คุณพ่อคุณแม่ได้ร่วมสนุก เช่น การเล่นเกมโดยแพรพเพื่อนเด็ก รวมถึงเปิดโอกาสให้หนูน้อยได้แสดงความสามารถ อาทิเช่น การเดินแฟชั่นโชว์จากหนูน้อยทายาทคนดัง และนายแบบ นางแบบตัวน้อยที่ผ่านเข้ารอบคัดเลือก Kids Fashion Show การแข่งคลานตุ๊กตัก แข่งเดินเตาะแตะ รวมถึงพิธีมอบรางวัลหนูน้อยขวัญใจมหาชน ซึ่งปีนี้หนูน้อยขวัญใจมหาชน สาขาเด็กหญิง ได้แก่ น้องนาวา ครอบครัวจุฑาทันกุล หนูน้อยขวัญใจมหาชน สาขาเด็กชาย ได้แก่ น้องภูติส ครอบครัวสะกิดใจ

Amarin Baby & Kids Fair ครั้งที่ 6

วันที่ 22 - 26 กรกฎาคม พ.ศ. 2558

ณ อาคาร 106 ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค บางนา

บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) ตอกย้ำความสำเร็จอีกครั้งกับงานแฟร์สินค้าที่ดีที่สุดเพื่อแม่และลูกอย่างต่อเนื่อง โดยรวบรวมสินค้าและบริการชั้นนำ คัดสรรคุณภาพเพื่อแม่และลูกน้อย ภายในงานมีกิจกรรมที่สนุกสนานเหมาะสำหรับคุณแม่และครอบครัวยุคใหม่ที่ได้ใจการดูแลเลี้ยงดูลูกอีกทั้งยังมีกิจกรรมแข่งคลานตุ๊กตัก แข่งเดินเตาะแตะ รวมถึงเปิดโอกาสให้กับลูกน้อยวัย 3 เดือน – 8 ปี ได้ร่วมแสดงความสามารถ ความกล้าแสดงออก ผ่านเวทีการประกวดภายในงาน อาทิเช่น Cover Kids ค้นหาหนูน้อยขึ้นปกนิตยสาร, Kids Fashion Show โชว์การเดินแบบ ของนางแบบ-นายแบบตัวน้อย 40 คนที่ผ่านการคัดเลือกจากทั่วประเทศ ร่วมกับหนูน้อยดาราและเซเลบ รวมถึงพิธีมอบรางวัล Parent of the Year 2014 ให้แก่บุคคลที่เป็นพ่อแม่และครอบครัวต้นแบบที่ดีของสังคม และองค์กรที่สนับสนุนกิจกรรมเพื่อเด็กและสถาบันครอบครัว โดยให้อ่านผ่านทางเว็บไซต์ ซึ่งผู้ที่ได้รับรางวัลในสาขาต่างๆ มีดังนี้

- Father of the Year ผู้ที่ได้รับรางวัล คุณเอ็ม - อภินันท์ ประเสริฐวัฒนกุล
- Mother of the Year ผู้ที่ได้รับรางวัล คุณซาร่า คาซิงกินี
- Parent of the Year ผู้ที่ได้รับรางวัล ครอบครัวบุญรัตน์
- Best Playground องค์กรที่ได้รับรางวัล มิวเซียมสยาม พิพิธภัณฑ์เด็ก กรุงเทพมหานคร KidsZania
- Best Corporate for Parenting องค์กรที่ได้รับรางวัล โครงการครูบ้านนอก สมาคมไทส์สร้างสรรค์ ธนาคารจิตอาสา
- Best Innovation for Parenting สุดยอดนวัตกรรมสำหรับครอบครัว Hollywood HDTV ทางเลือกใหม่ในการดูหนังดีทุกที่ทุกเวลา สำหรับครอบครัว “ปฐุม” อักษรภาษาไทยสำหรับกลุ่มอาการอ่านหนังสือไม่ออก Dialogue in the Dark นิทรรศการ “บทเรียนในความมืด”

**Health, Cuisine & Beauty Festival ครั้งที่ 14**

วันที่ 1 – 5 กรกฎาคม พ.ศ.2558

ณ ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์

งานมหกรรมสินค้า “Health Cuisine & Beauty Festival ครั้งที่ 14” ช้อปกระจายกับสินค้า บริการ สุขภาพ อาหาร แฟชั่น และความงามกว่า 300 บูธ ยกขบวนกันมาลดราคาสูงสุด 80% พร้อมกิจกรรมสุดพิเศษมากมายภายในงาน ครั้งแรกที่นิตยสารชีวจิตนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีสุขภาพที่ทันสมัยที่สุดมาให้บริการตรวจโรคยอดฮิต พร้อมให้คำปรึกษา ฟรี ! วัคซีนไข้หวัดใหญ่-คอตีบ ตรวจมะเร็งเต้านมฟรี Voucher ตรวจสุขภาพ ราคาพิเศษ และกิจกรรมเพื่อสุขภาพพบสุดยอดน้ำพริกอร่อยและดีต่อสุขภาพ มหกรรมน้ำพริกต้านโรค ทั้งน้ำพริกหาากินยาก น้ำพริกคนดัง ร้านดัง และอีกกว่า 10 ชนิด อาทิ น้ำพริกแม่ลูกอ่อนของคุณเอ-พรทิพย์ น้ำพริกกอบสุข น้ำพริกบ้านกลมก๊ก น้ำพริกบ้านยาตระกูล มาตยกุล และอีกกว่า 10 ชนิดให้ลิ้มลอง กิจกรรมจากนิตยสาร lemonade ช้อปมัน ชัยนัมเมตซ์ ไปกับร้านเสื้อผ้าและแอคเซสเซอร์รี่ออนไลน์ที่แฟชั่นจูกจาก lemonade แนะนำเทคนิคชั้นเซียนที่ช่วยยกระดับให้สาว ๆ ทุกคนเจิดจรัสในทุกสถานการณ์ กระบะไหลบล๊อคเกอร์ชื่อดัง ที่มาเผยเทคนิคโดดเด่นด้วยบิวตี้โอ้เต็มคู่กาย พร้อมเนรมิตลุคสวยล้ำให้ดูกันแบบสดๆ ไม่มีกั๊ก รวมถึงกิจกรรมKarmarts Blogger Battle by lemonade คีปกระชันทันแมคอัพ โดย 10 ผู้เข้ารอบสุดท้ายจากเวทีเฟ้นหาบล๊อคเกอร์หน้าใหม่ครั้งใหญ่แห่งปี

Good Life Fair

วันที่ 31 ตุลาคม – 8 พฤศจิกายน พ.ศ.2558

ณ อาคารชาเลนเจอร์ อิมแพ็ค เมืองทองธานี

นิตยสาร Health&Cuisine จัดงาน Good Life Fair 2015 งานที่รวบรวมบูธร้านอาหารอร่อยถูกปากและสินค้าเพื่อสุขภาพมาไว้ที่งานนี้งานเดียว รวมถึงกิจกรรมกินฟรี 9 วัน 9 ร้านอร่อยคอยนาน ร้านอร่อยเด็ดอันดับต้นๆของเมืองไทย ที่พร้อมใจกันมาอบสิทธิกินฟรี ให้ผู้เข้าร่วมงานได้อิ่มท้องกันถ้วนหน้า

บ้านและสวนแฟร์ Midyear

วันที่ 22-26 กรกฎาคม 2558

ณ อาคาร 101 – 105 ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค บางนา

บ้านและสวนแฟร์ Midyear หลากไอเดียที่เสริมสร้างแรงบันดาลใจ ครบครันทุกสิ่งสำหรับคนรักบ้านและสวน ไฮไลท์เด็ดในงาน ห้องตัวอย่างในคอนเซ็ปต์ my show color party บ้านนี้มีสีสัน หยิบยกการตกแต่งแบบมีชีวิตชีวา ไม่ซ้ำใครในแบบของ my home พร้อมไอเดียสนุกๆที่ใครๆสามารถทำตามได้ไม่ยาก ROOM Life Studio โซนขายของแต่งบ้าน ดีไซน์สวย จาก Little Brand คัดสรรอย่างดี ในบรรยากาศสุดหรูกับคอนเซ็ปต์ Luxury Street Café บ้านและสวน Craft Village นำไอเดียเก๋จากสำนักพิมพ์บ้านและสวนได้แนวคิด Paper Marche' ศิลปะที่ทำจากกระดาษในรูปแบบต่างๆ และสินค้าออกแบบเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยกลุ่มนักออกแบบ ECO DESIGN THAI นำทีมโดย ท็อป พิพัฒน์ อภิรักษ์ธนากร พร้อมกิจกรรมคุณภาพในงานอีกมากมาย

บ้านและสวนแฟร์ 2015 เมื่อโลกหลอมรวม

วันที่ 31 ตุลาคม – 8 พฤศจิกายน พ.ศ.2558

ณ อาคารชาเลนเจอร์ อิมแพ็ค เมืองทองธานี

“บ้านและสวนแฟร์” งานแฟร์ของคนรักบ้านและสวนระดับประเทศ จัดโดยนิตยสารบ้านและสวนอย่างต่อเนื่องมาเป็นปีที่ 16 ครบวงจรโดดเด่นด้านการออกแบบและแนวคิดที่หลากหลายและการตกแต่ง มีงานดีไซ์เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ

สินค้ามากมายทั้งของแต่งบ้านและสวน ต้นไม้นานาพันธุ์จากบริษัทชั้นนำของประเทศ “รวมดีไซน์สร้างสรรค์...ครบครันสำหรับคนรักบ้านและสวน”

บ้านและสวนแฟร์ 2015 ภายใต้คอนเซ็ปต์ “เมื่อโลกหลอมรวม” มีไฮไลต์ของงาน ได้แก่ บ้านตัวอย่าง นำเสนอวิธีการออกแบบด้วยความแตกต่างแบบสุดขีดในโลกปัจจุบัน มาหลอมรวมเข้าไว้ด้วยกันบนพื้นที่เดียวโดยได้นำ เทคโนโลยีอุตสาหกรรมการก่อสร้างแบบดิจิทัล (Digital fabrication) ซึ่งเป็นนวัตกรรมการผลิตชิ้นงานแบบจำนวนมาก (Mass product) มาผสมผสานกับ แนวคิด อยู่อาศัยกับธรรมชาติอย่างยั่งยืน โดยเน้นการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติซึ่งแสดงออกถึงจิตวิญญาณ และความปราณีตละเอียดละไม เมื่อผสมผสานหลอมรวมกันแล้ว ทำให้บ้านที่ออกแบบจะมีลักษณะรูปทรงธรรมชาติ (Organic form) ที่ถูกสอดแทรกด้วยนวัตกรรมสมัยใหม่อย่างกลมกลืนแสดงออกถึงการออกแบบที่คำนึงถึง “ความเป็นสามัญอย่างยั่งยืนในอนาคต (Back to basic future)” รวมถึงไอเดียการตกแต่งบ้านสไตล์ my home แนวคิด Room outside the house ที่ผสานการตกแต่งบ้านและนอกบ้านไว้เป็นหนึ่งเดียว Room Life Studio โซนขายของแต่งบ้านดีไซน์สวย คัดสรรมาอย่างดี ในบรรยากาศสุดหรู สัมผัสสวนโชว์ในรูปแบบของการร้อยเรียงฟังก์ชันสวนที่ตอบสนองผู้ใช้และกิจกรรมต่างๆ เข้าด้วยกัน และ 8 ศาลาหลบร้อน ในมุมสวน ที่ใช้ได้ทั้งพื้นที่ทำงานและนั่งเล่น Garden Of Ideas โดยสำนักพิมพ์บ้านและสวน ที่จำลองบรรยากาศจากหนังสือ อาทิ ห้องน้ำ ห้องครัว การจัดสวนขนาดเล็ก นำไอเดียไปใช้ได้จริง รวมทั้งผลงานศิลปะและของป็นค่าทำมือ ในโซนบ้านและสวน Art & Craft Market

สุดสัปดาห์คนหล่อขอทำดีปี 8

วันที่ 24 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2558

ณ ลานอีเดน ชั้น 1 เซ็นทรัลเวิลด์

นิตยสารสุดสัปดาห์ รวมพลคนหล่อขอทำดีช่วยเหลือสังคมอย่างต่อเนื่องกับโครงการ “คนหล่อขอทำดีปี 8” ซึ่งปีนี้มาในคอนเซ็ปต์ “หล่อ ดี อินฟินิตี้” หล่อดีไม่มีที่สิ้นสุด จัดขึ้นเพื่อรวมคนหล่อจากทุกวงการมาร่วมปฏิบัติภารกิจทำดี เพื่อนำรายได้จากการจัดกิจกรรมมอบให้กับมูลนิธิต่างๆ รวมทั้งสิ้น 5,779,866.25 บาท

แพรวแชรตีปีที่ 11

วันที่ 11 กันยายน พ.ศ. 2558

ณ ศูนย์การค้าสยามพารากอน

“นิตยสารแพรว”ฉลองวาระก้าวสู่ปีที่ 37 จัดมหกรรมช้อปปิ้งมหาจุลครั้งยิ่งใหญ่ “แพรวแชรตีปีที่ 11” งานออกบูธจำหน่ายสินค้าแบรนด์ดังของเซเลบริตี้ชั้นนำของเมืองไทย ที่พร้อมใจมาร่วมสร้างกุศลกันอีกวาระ เพื่อระดมทุนมอบเงินช่วยเหลือมูลนิธิและองค์กรสาธารณกุศลต่างๆ รวมทั้งสิ้น 28,080,790 บาท

Big life Big Style By InStyle x Central Westgate

วันที่ 13 - 19 ตุลาคม พ.ศ. 2558

ณ ลานโปรโมชั่นชั้น 1 ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา เวสต์เกต

นิตยสาร InStyle นิตยสารแฟชั่นความงามคนดังและไลฟ์สไตล์ในเครืออมรินทร์ฯ ร่วมกับศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา เวสต์เกต จัดกิจกรรม “Big Life Big Style By InStyle x Central Westgate” งานโชว์ไอเดียแฟชั่นที่นิตยสาร InStyle ถ่ายทอดผ่านไลฟ์สไตล์การแต่งตัวของนักแสดง ดีไซน์เนอร์ และเซเลบริตี้ชื่อดัง ในคอนเซ็ปต์ “Big Life Big Style” เพื่อเป็นคู่มือช้อปปิ้งสำหรับผู้หญิงทันสมัยของนิตยสาร InStyle เพื่อตอบสนองกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่กำลังแฟชั่น รักการแต่งตัว พร้อมโชว์ไอเดียห้องแต่งตัวสุดเอ็กซ์คลูซีฟในรูปแบบบิกสไตล์ของ 2 ดาราชื่อดัง มิว-นิษฐา จิรยั่งยืน และ นิว-วงศกร ปรมัตถากร รวมไปถึงการโชว์ชุดสุดหวงจากสไตล์การแต่งตัวในแบบบิกไลฟ์ของ 8 เซเลบริตี้

InStyle Shopping Rally 2015

วันที่ 30 ตุลาคม 2558

ณ ลาน Work & Play ชั้น 1 ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา แกรนด์ พระราม 9

นิตยสาร InStyle นิตยสารแฟชั่น ความงาม และไลฟ์สไตล์ชั้นนำในเครืออมรินทร์ฯ ร่วมกับ ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา แกรนด์ พระราม 9 จัดกิจกรรมทำประชันทนาการเป็นแฟชั่นนิสต้าตัวจริงโดยนักแสดงชื่อดัง เพื่อตอกย้ำการเป็นคู่มือช้อปปิ้งสำหรับผู้หญิงยุคใหม่โดยมีดาราชื่อดังเข้าร่วมแข่งขันเพื่อน-คณิน ชอบประดิศ และบันบัน – สุทัตตา อุดมศิลป์, แกรนด์-พรรณวาท ด้วยเศียรเกล้า และ ตั้ม-วรารุณ โพธิ์ยิ้ม, เจิน-อนุภาส เหลืองสดี และบีม-ปภักร ฤกษ์เฉลิมพจน์ที่จะมาร่วมปฏิบัติการบุกตะลุยช้อปปิ้งเสื้อผ้าและ สินค้าแบรนด์ดัง เพื่อมาฝึกแออนด์แมทซ์ ภายใต้โจทย์แฟชั่นจาก 3 คอมเม้นเตอร์ พร้อมชมแฟชั่นโชว์ผลงานฝึกแออนด์แมทซ์จาก 3 ทีมผู้เข้าร่วมแข่งขันและสนุกไปกับมินิคอนเสิร์ตจาก เซอริน – ณัฐจารี หรเวชกุล

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, งาน Health Cuisine & Beauty Festival, งาน Good Life Fair และงาน Amarin Baby and Kids Fair

3. สายงานเอ็กทิฟอเมรินทร์

เดิมชื่อสายงานพัฒนาธุรกิจได้เริ่มก่อตั้งเมื่อ พ.ศ. 2539 วัตถุประสงค์เพื่อเป็นการส่งเสริมอาชีพและส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ให้กับสมาชิกนิตยสารในเครือบริษัทและสมาชิกของสังคมโดยรวม ปัจจุบันมีธุรกิจที่สำคัญได้แก่

ฝ่ายอมรินทร์นิวมีเดีย

ด้วยประสบการณ์พัฒนาระบบเว็บไซต์ และเนื้อหาออนไลน์ให้กับสื่อในเครืออมรินทร์มากกว่า 10 ปี ฝ่ายอมรินทร์นิวมีเดียได้สร้างสรรค์เนื้อหาในหลากหลายรูปแบบทั้งบทความ ภาพประกอบ อินโฟกราฟิก วิดีโอออนไลน์ ฯลฯ ที่มีความแตกต่างจากเนื้อหาในสื่อสิ่งพิมพ์ ผ่านประเด็นและการนำเสนอที่เหมาะสมกับผู้บริโภคสื่อสมัยใหม่ มีการนำเทคโนโลยีมาช่วยดึงดูดความสนใจผู้อ่าน และตอบสนองความต้องการของผู้ลงโฆษณาได้ ดังเป้าหมายของฝ่ายอมรินทร์นิวมีเดียที่ตั้งไว้ว่า เราจะเป็นผู้นำการสร้างสรรค์เนื้อหาที่มีคุณภาพ และตอบสนองผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ทำให้นอกจากการดูแลสื่อและเนื้อหาให้กับบริษัทในเครืออมรินทร์แล้ว ฝ่ายนิวมีเดียยังประกอบธุรกิจรับพัฒนาสื่อ และเนื้อหาในรูปแบบดิจิทัลให้กับลูกค้าองค์กรในหลากหลายกลุ่มเช่น เว็บไซต์ในเครือ SCG และผลิตภัณฑ์ในกลุ่มตราช้าง จัดทำวิดีโอออนไลน์ให้ลูกค้ากลุ่มอสังหาริมทรัพย์ ผู้ให้บริการเทคโนโลยี ผู้ให้บริการโครงข่ายโทรคมนาคม ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง สินค้าและบริการสำหรับผู้หญิง ผลิตภัณฑ์สำหรับเด็ก คุณแม่ และครอบครัว เป็นต้น และในยุคที่การสื่อสารผ่านสังคมออนไลน์เป็นอีกปัจจัยหลักในการประชาสัมพันธ์และโฆษณาสินค้าและบริการ ฝ่ายนิวมีเดียก็มีการจัดทำเนื้อหาในรูปแบบ Short Form Content ที่เหมาะสมกับสื่อสังคมออนไลน์ทั้ง Facebook, Instagram, Youtube, Twitter พร้อมทั้งดูแล ตอบคำถามแทนบริษัทและองค์กรต่างๆ เช่น COTTO ปูนตราเสือ ผลิตภัณฑ์สำหรับแม่และเด็กในกลุ่มบริษัทไบเออร์ไทย เป็นต้นนอกจากนี้ฝ่ายอมรินทร์นิวมีเดียยังมีการพัฒนา และประยุกต์เทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาใช้บริการของบริษัทในเครืออมรินทร์ ไม่ว่าจะเป็นการเก็บข้อมูลผู้เข้าชมงานแฟร์ และผู้เข้าชมเว็บไซต์เพื่อนำมาวิเคราะห์ในรูปแบบบิ๊กดาต้า หรือการพัฒนาแบบแชตบอตเพื่อการสื่อสารและโต้ตอบข้อมูล เพื่อตอบสนองความต้องการของการทำรายการแบบ Interactive กับช่องอมรินทร์ทีวี เอชดี ในอนาคต

ฝ่ายอมรินทร์ครีเอทีฟแอนดี้เว้นด์

รับจัดกิจกรรมสื่อสารการตลาดในรูปแบบอีเว้นด์และงานแฟร์ให้กับนิตยสารและหนังสือในเครือของบริษัท และลูกค้าภายนอกอย่างครบวงจร อาทิ งานบ้านและสวนแฟร์ งาน AMARIN BABY & KIDS FAIR และงาน GOOD LIFE FAIR ด้วยความชำนาญทำให้ได้รับความไว้วางใจจากองค์กรภายนอกทั้งในส่วนภาครัฐและหน่วยงานเอกชนให้เป็นผู้จัดงานต่างๆ ผลงานในปี พ.ศ. 2558 เช่น งานนิทรรศการและเปิดตัวหนังสือ “พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวกับคณะองคมนตรี” ฉบับรวมภาษาไทย - จีน - อังกฤษ โดย สมภพนายความในพระบรมราชูปถัมภ์, กิจกรรมสัมมนา TMB Wealth Banking: Open Architecture 2015 และงานสัมมนา TMB Superior Banking : THE FIGHT NANCIAL เรื่องการเงินการลงทุนที่ต้อง “สู้” เพื่อตัวเองสักตั้งของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน), นิทรรศการภาพวาดการ์ตูน “สุขเล็ก” และ “ขบวนการแก้จน” เนื่องในโอกาส 100 ปี ชาตกาล ประยูร จรรย์วณิช ของมูลนิธิประยูร จรรย์วณิช, งาน LANNA Grand Opening ของบริษัท สุขสวัสดิ์ไม้อัดไทย จำกัด ,งานแถลงข่าวเปิดตัวโครงข่ายโทรศัพท์มือถือ ของบริษัท 168 คอมมูนิเคชั่น จำกัด และงาน Grand Opening Celebration เปิดตัวธุรกิจ บริษัท ไอร่า แอนด์ ไลฟ์ จำกัด (มหาชน)

จากประสบการณ์ความสำเร็จอย่างต่อเนื่องในการสร้างสรรค์กิจกรรมสื่อสารการตลาดมากกว่า 16 ปี อมรินทร์ครีเอทีฟแอนดี้เว้นด์ยังคงมุ่งมั่นสร้างสรรค์งานคุณภาพ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างครอบคลุมและมีประสิทธิภาพ ภายใต้วิสัยทัศน์ในการดำเนินธุรกิจอย่างมืออาชีพที่ว่า “เพราะงานคุณภาพคือความชำนาญของเรา”

ชีวจิตโฮม

คลินิกแนวชีวจิตควบคู่กับการแพทย์แผนปัจจุบันที่เน้นการรักษาโดยการ “จ่ายยาน้อยที่สุด”
เปิดดำเนินการในวันศุกร์ ถึงอาทิตย์ ตั้งแต่เวลา 10.00 น. - 18.00 น.

ชีวิตโฮมคลินิกเวชกรรม

ให้บริการทางการแพทย์เพื่อรักษา บำบัด พื้นฟูผู้ป่วยโรคต่างๆ ด้วยการผสมผสานความรู้ทางชีวิตเข้ากับการแพทย์แผนปัจจุบันและการแพทย์ทางเลือกอื่นๆ ได้แก่ การให้ยา วิตามิน สารอาหาร ดีทีออกซ์ ผังเข็ม ครอบแก้ว การนวดบำบัด ร่วมกับการปรับเปลี่ยนอาหาร (อาหารชีวิต) และการออกกำลังกาย (รำกระบอง) ซึ่งเน้นการเสริมสร้างภูมิคุ้มกันเพื่อต่อสู้โรค ซึ่งได้รับการตอบรับที่ดีมากจากผู้รักสุขภาพ ทั้งนี้ ในปี พ.ศ. 2557 ชีวิตโฮมคลินิก ได้เปิดให้บริการจัดคอร์สสุขภาพสำหรับองค์กรและบุคคลทั่วไป

3.1 ลักษณะลูกค้า

จากลักษณะการประกอบธุรกิจของสายงานแอ็กทีฟมรินทร์ ลักษณะของลูกค้าจึงแยกตามประเภทของผลิตภัณฑ์ สรุปได้ดังนี้

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

3.1.2 กลุ่มลูกค้าทั่วไป คือ ผู้อ่านที่ซื้อนิตยสารของบริษัท บุคคลทั่วไป รวมถึงนิติบุคคลต่าง ๆ ที่มีความประสงค์จะซื้อสินค้า หรือการใช้บริการอื่น ๆ

3.1.3 กลุ่มลูกค้าอมรินทร์นิวมีเดีย แบ่งกลุ่มเป็นลูกค้าโฆษณา รับจ้างผลิตเว็บไซต์ และ e-magazine ซึ่งส่วนใหญ่ต่อ ยอดมาจากกลุ่มลูกค้าโฆษณาในนิตยสารของบริษัท

3.2 ลักษณะรายได้ ประกอบไปด้วยรายได้แยกตามประเภทของสินค้า ดังนี้

3.2.1 รายได้จากการให้บริการ ซึ่งจะมาจากการดำเนินการชีวิตคลีนิกเวชกรรม

3.2.2 รายได้จากการขายสินค้า ซึ่งจะมาจากการจำหน่ายสินค้าของชีวิตซื้อ

3.2.3 รายได้จากการรับจัดงานอีเวนต์และงานแฟร์ ซึ่งดำเนินการโดย Amarin Creative and Event

3.2.4 รายได้จากการรับจ้างและให้บริการ เช่น การรับผลิตและให้คำปรึกษาในรูปแบบของสื่อนิวมีเดียรูปแบบอื่นทุกประเภท อาทิ การจัดทำคอนเทนต์ในรูปแบบหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-magazine และ e-book) เป็นต้น

แนวโน้มธุรกิจและการแข่งขัน

ภาพรวมเศรษฐกิจของประเทศไทยปี พ.ศ. 2558 มีแนวโน้มเติบโตขยายตัวมากกว่าร้อยละ 3 มีการฟื้นตัวของเศรษฐกิจในประเทศจากมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐและการใช้จ่ายภาคครัวเรือน การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และการท่องเที่ยวที่มีสัญญาณที่ดีแต่ก็ยังคงได้รับผลกระทบจากปัญหานี้ครัวเรือนและค่าครองชีพที่เพิ่มสูงขึ้น ขณะที่ปัจจัยภายนอกได้แก่ การชะลอตัวของเศรษฐกิจจีนและในกลุ่มประเทศเศรษฐกิจต่างๆ ทำให้ภาพรวมของธุรกิจมีการเติบโตอย่างค่อยเป็นค่อยไป

ในปี 2559 เศรษฐกิจไทยน่าจะมีความดีขึ้นจากการสนับสนุนของภาครัฐและเอกชนอย่างต่อเนื่องและในส่วนของบริษัทมีรายได้หลักจากการดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับทิศทางของ 3 กลุ่มอุตสาหกรรมได้แก่อุตสาหกรรมสื่อโฆษณา อุตสาหกรรมสำนักพิมพ์ และอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ ดังนี้

อุตสาหกรรมสื่อโฆษณา

อุตสาหกรรมสื่อโฆษณาในปี พ.ศ. 2558 มีมูลค่าราว 103,000 ล้านบาท อัตราการเติบโตที่ชะลอตัวเป็นผลมาจากเศรษฐกิจในประเทศ กำลังซื้อของผู้บริโภคที่ลดลง ผู้ประกอบการจึงต้องมีการปรับลดการใช้งบประมาณลง การขยายตัวของสื่อดิจิทัลที่ทำให้มีการกระจายตัวของงบโฆษณาไปยังสื่อต่างๆ มากขึ้น สื่อดิจิทัลที่มีบทบาทเพิ่มขึ้นและเติบโตอย่างรวดเร็วทำให้แนวโน้มอุตสาหกรรมสื่อโฆษณาในปี 2559 ยังคงเติบโต โดยสื่อหลักที่จะผลักดันให้อุตสาหกรรมโฆษณายาวตัวได้แก่ สื่อโทรทัศน์ และสื่อออนไลน์ซึ่งได้รับแรงบวกจากการประมูล 4G ที่ผ่านมา ภาพรวมเศรษฐกิจที่ฟื้นตัว ผู้บริโภคกลับมาจับจ่ายใช้สอยเพิ่มขึ้นในช่วงปลายปีทำให้สินค้ายังคงมีการใช้งบโฆษณาต่อเนื่อง

อุตสาหกรรมสำนักพิมพ์

ธุรกิจนิตยสาร

ภาพรวมของธุรกิจนิตยสารของปี พ.ศ. 2558 แม้จะไม่มี การขยายตัวเพิ่มเติมแต่จะรุกเข้าสู่รูปแบบออนไลน์เต็มรูปแบบมากขึ้น สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบัน ปัจจัยที่เอื้อต่อการเติบโตของธุรกิจนิตยสารได้แก่ การขยายตัวของอุตสาหกรรมแฟชั่นและความงาม มีแบรนด์สินค้าใหม่ๆ มีการลงทุนจากต่างประเทศ รวมถึงตลาดค้าปลีกและห้างสรรพสินค้าใหม่ๆ เกิดขึ้น โดยกล่าวได้ว่า สภาวะเศรษฐกิจมีผลต่อการดำเนินธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญ และการดำเนินธุรกิจนิตยสารจะต้องสร้างความนิยมในกลุ่มลูกค้าและการยอมรับจากผู้เลือกซื้อสื่อโฆษณาปัจจัยสำคัญอีกประการสำหรับธุรกิจคือเนื้อหา ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของนิตยสาร การเป็น Content Provider และการปรับตัวให้เข้ากับนวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ๆ ทั้งการนำเสนอเนื้อหาแบบดิจิทัลคอนเทนต์ผ่านเว็บไซต์ e-magazine และเพิ่มช่องทางการสื่อสารผ่านโซเชียลเน็ตเวิร์กต่างๆ อาทิ Facebook และ Instagram ทำให้นิตยสารยังคงได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากกลุ่มผู้บริโภค

ธุรกิจหนังสือเล่ม

อุตสาหกรรมสำนักพิมพ์ในปี พ.ศ. 2558 จัดอยู่ในเกณฑ์ที่ดี ปัจจัยที่สำคัญต่อการขยายตัวมาจากการสนับสนุนของภาครัฐ การผลักดันให้ “การอ่านเป็นวัฒนธรรมของชาติ” และการก้าวสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ซึ่งจะเห็นได้ชัดเจนขึ้นในปี 2559 ถือเป็นโอกาสที่ดีของอุตสาหกรรมหนังสือที่จะใช้เป็นเครื่องมือในการเรียนรู้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของผู้คนในภูมิภาค

กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจสำนักพิมพ์

การดำเนินธุรกิจในส่วนของธุรกิจสำนักพิมพ์ในปี พ.ศ. 2558 ยังคงมีแนวทางการดำเนินงานเพื่อรองรับกับสถานการณ์เศรษฐกิจโดยการใช้กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Solution Provider) มุ่งเน้นจุดแข็งและความเชี่ยวชาญของธุรกิจในเรื่องเครื่องมือหรือโดยเฉพาะด้านเนื้อหา (Content) ที่บริษัทได้ผลิตหนังสือที่มีคุณภาพ มีเนื้อหาหลากหลาย สอดคล้องกับความต้องการของผู้อ่านทุกกลุ่มได้อย่างครบถ้วน นอกจากนี้บริษัทมุ่งเน้นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่มได้อย่างเฉพาะเจาะจง รวมถึงการสร้างความสัมพันธ์อันดีและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอย่างครบวงจร ทั้งด้านคอนเทนต์และฐานลูกค้ากลุ่มใหญ่ต่างๆ ที่มีศักยภาพสูงจากหลากหลายช่องทาง ได้แก่ ฐานลูกค้านิตยสาร ฐานลูกค้าหนังสือ ฐานลูกค้างานแฟร์ ฐานลูกค้ารายการโทรทัศน์ และฐานลูกค้านิมิต

นอกจากนี้บริษัทยังมีนโยบายอย่างต่อเนื่องในด้านการวิจัยและพัฒนา เพื่อศึกษาปัจจัยทั้งภายในและภายนอกที่อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจ การศึกษาภาพรวมของอุตสาหกรรม อีกทั้งยังเจาะลึกถึงพฤติกรรมของผู้อ่านแต่ละกลุ่มที่จะสามารถคาดการณ์ได้ถึงแนวโน้มพฤติกรรมที่จะเปลี่ยนแปลงไปในอนาคต เพื่อตอบสนองความต้องการของทั้งกลุ่มลูกค้าผู้อ่านและกลุ่มลูกค้าโฆษณาได้อย่างแม่นยำ

อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์

ทิศทางอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์คาดว่าจะมีแนวโน้มไปในทิศทางที่ดี แนวโน้มการพิมพ์แบบกระดาษจะเปลี่ยนเป็นรูปแบบดิจิทัลมากขึ้น ปัจจัยที่สำคัญ ได้แก่ นโยบายของภาครัฐที่ส่งเสริมอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์การผลักดันให้ “การอ่านเป็นวัฒนธรรมของชาติ” และการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) เป็นปัจจัยที่ช่วยให้ตลาดสิ่งพิมพ์ขยายตัวตลาดงานพิมพ์ที่ต้องการคุณภาพสูง (High Definition Printing) ยังคงมีความต้องการอยู่เสมอ และยังคงมีแนวโน้มที่จะเติบโตต่อไปอย่างต่อเนื่อง สายงานธุรกิจโรงพิมพ์ได้วางแผนธุรกิจเพื่อเตรียมรองรับการขยายตัวการเตรียมตัวและเทคโนโลยีต่างๆ ให้มีความพร้อมในการแข่งขัน (Competitive Edge) ตอกย้ำเรื่องการผลิตงานคุณภาพระดับสูง (Top Quality) เน้นความเป็นผู้นำด้านลดต้นทุน (Cost Leadership) เน้นความมีประสิทธิภาพสูงสุดตลอดสายการผลิต (Maximized Efficiency throughout the Plant) ความเป็นผู้นำในธุรกิจ ด้วยการนำเสนอสิ่งที่มีดีไซน์แปลกใหม่ มีความแตกต่าง มีคุณค่า มีความโดดเด่น ทำให้สินค้าของเราได้รับความสนใจและอยู่ในความต้องการของลูกค้าอยู่เสมอในทุกๆ segment ของตลาด ซึ่งจะทำให้การเติบโตของธุรกิจยังคงเป็นไปได้อย่างต่อเนื่อง

การตลาดและสื่อสารแบรนด์และกิจกรรมส่งเสริมการตลาด

หน่วยงานการตลาดและสื่อสารแบรนด์ทำหน้าที่ในการวางแผนและดำเนินกิจกรรมทางการตลาด รวมทั้งติดตามและศึกษาความเคลื่อนไหวของตลาดอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างศักยภาพทางการแข่งขัน ดังนี้

1. สายงานธุรกิจโรงพิมพ์

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

2. สายงานนิตยสาร

สายงานนิตยสาร ดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing) ผสมผสานกิจกรรมทางการตลาดหลากหลายรูปแบบ มุ่งเน้นสร้างความแข็งแกร่งให้กับตราสินค้า อันเป็นแรงผลักดันไปสู่การดำเนินธุรกิจแนวใหม่ และตอกย้ำความเป็นผู้นำคอนเทนต์

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 ใต้เรลเมล อินเทอร์เน็ต และระบบสมาชิก นอกจากนี้ยังนำเสนอกิจกรรมทางการตลาดเพื่อกระตุ้นและสร้างนักเขียนหน้าใหม่ และเพิ่มปริมาณนักอ่านผ่านกิจกรรมทางการตลาดต่างๆ ร่วมกับสถาบันการศึกษา การประกวดต่างๆ พร้อมทั้งมอบรางวัลต่างๆ แก่นักเขียน อันเป็นการยกย่องผลงาน และสร้างสรรค์หนังสือไทยให้มีคุณภาพ

4. สายงานแอ็กทิฟอมรินทร์ (เดิมชื่อสายงานพัฒนาธุรกิจ)

การดำเนินการทางด้านการตลาดของสายงานแอ็กทิฟอมรินทร์มีการดำเนินกลยุทธ์เช่นเดียวกับการดำเนินการของสายงานอื่น ๆ โดยการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของนิตยสารในเครือ และสื่ออื่น ๆ ที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด นอกจากนี้การดำเนินการดังกล่าว เน้นสร้างความสัมพันธ์และสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า เพื่อให้มีการประชาสัมพันธ์โดยกลุ่มลูกค้าอีกทางหนึ่งด้วย

ที่มาของรายได้บริษัท แยกตามลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ ดังนี้

1. งานรับจ้างพิมพ์ (สายงานธุรกิจโรงพิมพ์)

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

อย่างไรก็ตามการรักษาสัมพันธ์ภาพระหว่างลูกค้าเก่ากับบริษัท เป็นนโยบายสำคัญที่บริษัทต้องดำเนินการพร้อมกับแสวงหากลูกค้าใหม่ 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 บริษัท อมรินทร์บุ๊ก เซ็นเตอร์ จำกัด ซึ่งทำหน้าที่กระจายนิตยสารผ่านตัวแทนหรือสายส่งเครือข่ายทั่วประเทศ จำหน่ายผ่านร้านค้าปลีกระบบเครือข่าย “ร้านนายอินทร์, B2S, SE-ED, Book Smile รวมถึงการขายผ่านระบบสมาชิกผ่านระบบจัดส่งด้วยจักรยานยนต์แทนระบบการจัดส่งทางไปรษณีย์ เพื่อให้นิตยสารถึงมือสมาชิกได้เร็วที่สุด

งานแฟร์

บ้านและสวนแฟร์ งานแฟร์ประจำปีจัดต่อเนื่องกันเป็นปีที่ 16 โดยบริษัทลงทุนด้านการจัดงาน กิจกรรมการตลาด และการประชาสัมพันธ์เชิญชวนบุคคลให้มาร่วมงาน พร้อมกันนี้ได้จำหน่ายพื้นที่แสดงงานให้กับองค์กรและบุคคลทั่วไปที่จำหน่ายสินค้าและบริการเกี่ยวกับการตกแต่งบ้านและสวน ซึ่งอาศัยศักยภาพด้านการจำหน่ายจากฝ่ายขายโฆษณาของนิตยสารที่มีอยู่

บ้านและสวนแฟร์ Midyear งานแฟร์ที่รวบรวมหลากหลายไอเดียที่เสริมสร้างแรงบันดาลใจ ครบครันทุกสิ่งสำหรับคนรักบ้านและสวนได้รับการตอบรับจากผู้ประกอบการและผู้เข้าร่วมชมงาน ซึ่งจัดเพิ่มเติมจากงานบ้านและสวนแฟร์โดยอาศัยศักยภาพด้านการจำหน่ายจากฝ่ายขายโฆษณาของนิตยสาร

Health Cuisine & Beauty Festival จัดขึ้นที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ได้รับการตอบรับจากผู้ประกอบการและผู้เข้าร่วมชมงานเป็นอย่างดี ทั้งนี้ได้นำศักยภาพด้านการจำหน่ายจากฝ่ายขายโฆษณาของนิตยสารมาใช้เช่นกัน

Good Life Fair จัดขึ้นเป็นครั้งแรกในปีนี้เป็นงานที่รวบรวมร้านอาหารอร่อยถูกปากและสินค้าเพื่อสุขภาพมาไว้ที่งานนี้งานเดียว โดยอาศัยศักยภาพด้านการจำหน่ายจากฝ่ายโฆษณาของนิตยสาร

Amarin Baby & Kids Fair โดยบริษัททุกตลาดงานแฟร์กลุ่มคุณแม่ตั้งครรภ์และลูกน้อยวัยแรกเกิดถึง 12 ปี ซึ่งในปี 2558 มีการจัด 2 ครั้ง สำหรับสถานที่จัดงานจัดที่ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค บางนา ซึ่งได้รับการตอบรับทั้งจากผู้ประกอบการและผู้เข้าร่วมงาน โดยอาศัยศักยภาพด้านการจำหน่ายจากฝ่ายโฆษณาของบริษัท

3.สายงานหนังสือเล่ม

การจำหน่ายหนังสือเล่ม

หนังสือเล่มได้มีการจัดจำหน่ายผ่าน บริษัท อมรินทร์ บิ๊ค เซ็นเตอร์ จำกัด ซึ่งจะเป็นผู้ดำเนินการกระจายหนังสือผ่านร้านหนังสือทั่วประเทศ โดยมีช่องทางการจัดจำหน่ายได้ ดังนี้

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

ฝ่ายอมรินทร์เทเลวิชั่น หน่วยงานโฆษณาโทรทัศน์จะทำหน้าที่เสนอขายช่วงเวลาโฆษณา ทั้งในรูปแบบของหนังสือโฆษณา สกู๊ปพิเศษในรายการ รวมไปถึงการติดต่อหาผู้สนับสนุนรายการ (Sponsor) ต่างๆ โดยจัดสรรตารางเวลาการออกอากาศให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า รวมทั้งให้คำแนะนำปรึกษาในรูปแบบการนำเสนอสินค้าและบริการ ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี ในปี 2557 ได้โอนธุรกิจรายการโทรทัศน์ให้บริษัท อมรินทร์ เทเลวิชั่น จำกัด (บริษัทย่อย) เพื่อดำเนินธุรกิจต่อไป

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

ชีวิตโฮมและชีวิตช้อปปิ้ง เป็นการให้บริการทางการแพทย์แก่ลูกค้าทั่วไปโดยแพทย์แผนปัจจุบัน และมีการจำหน่ายสินค้า ตลอดจนอาหารเพื่อสุขภาพแก่ผู้ที่ให้ความใส่ใจในสุขภาพ ลักษณะรายได้จึงมาจากการค่าบริการรักษา, ค่าสินค้า และค่าอาหาร

การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

1. สายงานธุรกิจโรงพิมพ์ บริษัทมีอัตราการใช้กำลังการผลิตในส่วนของงานพิมพ์โดยรวมเฉลี่ยประมาณ 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 ส่วนงานพิมพ์ได้ว่าจ้างผู้ผลิตเหมาช่วงเข้าเสริมในบางกรณี โดยมีการควบคุมคุณภาพงานให้ได้ตามเกณฑ์ของบริษัทโดยมีการวางแผนการผลิตล่วงหน้าให้สอดคล้องกับสายการผลิตหลัก

บริษัทได้เตรียมโครงสร้างพื้นฐานเพื่อตอบสนองต่อกระแสการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีดิจิทัลที่จะมีบทบาทต่ออุตสาหกรรมโรงพิมพ์ 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 สูจิบัตรงานศิลปะ โบราณวัตถุ พระเครื่อง รวมถึงหนังสือภาพถ่ายต่างๆ

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

ในปี 2555 สายงานธุรกิจโรงพิมพ์ประสบความสำเร็จในการปฏิรูปกระบวนการผลิต ให้เกิดประสิทธิภาพสูงขึ้น และเทคนิคทางวิศวกรรมอุตสาหกรรมยังส่งผลให้โรงพิมพ์มีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าตามที่คาดการณ์ไว้ ทีมงานเทคนิคและทีมวิศวกรรมยังคงช่วยให้สายงานธุรกิจโรงพิมพ์สามารถปรับใช้วัสดุ และเทคโนโลยีใหม่ๆ ให้สามารถนำมาใช้งานกับเครื่องจักรเดิมที่มีอยู่ และการพัฒนาดังกล่าวยังช่วยให้ทีมขายสามารถกำหนดเวลาผลิต ที่รัดกุม และตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี ดังนั้นในปีที่ทางโรงพิมพ์จึงประสบผลสำเร็จในการดำเนินงานอย่างสูง จนมียอดขายสูงสุด

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

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

3. สายงานแก็กที่ฟอมรินทร์ (เดิมชื่อสายงานพัฒนาธุรกิจ)

- 3.1 ชีวจิตโฮมและชีวจิตช็อป เน้นการรักษาแนวทางชีวจิตควบคู่กับการแพทย์แผนปัจจุบันและคัดสรรสินค้าวัตถุดิบที่มาจากธรรมชาติหรือโดยวิธีการเกษตรอินทรีย์
- 3.2 ฝ่ายอมรินทร์ครีเอทีฟแอนดี้เอนเตอร์เทนเมนต์โดยจัดกิจกรรมให้กับนิตยสารและหนังสือเล่มในเครือของบริษัท และลูกค้าภายนอกเพิ่มมากขึ้น
- 3.3 ฝ่ายอมรินทร์นิวมีเดียด้วยความความเชี่ยวชาญด้านการผลิตเนื้อหาในรูปแบบดิจิทัลคอนเทนต์ 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 เพื่อลดความเสี่ยงอันเกิดจากการขยับตัวขึ้นของราคากดาษ

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

ขั้นตอนการผลิตและเทคโนโลยี

ขั้นตอนการผลิตในส่วนของนิตยสารและหนังสือเล่ม จะเริ่มจาก สายงานนิตยสารและสายงานหนังสือเล่มดูแลรับผิดชอบการจัดทำและเตรียมเนื้อหาของนิตยสารและหนังสือเล่มในเครือ รวมแล้วไม่ต่ำกว่าปีละ 400 เรื่อง และสายงานธุรกิจโรงพิมพ์ รับผิดชอบในการผลิตงานพิมพ์คุณภาพสูงทั้งจากสายงานนิตยสารและสายงานหนังสือเล่ม และงานรับจ้างพิมพ์จากลูกค้าภายนอกทั่วไป ส่วนธุรกิจจัดจำหน่าย บริษัทได้มอบให้ บริษัท อมรินทร์ บูค เซ็นเตอร์ จำกัด ดำเนินการจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ทั้งหมดของบริษัท โดยแบ่งเป็นขายผ่านสายส่ง และช่องทางร้านค้าปลีก สำหรับในส่วน of สายพัฒนาธุรกิจ บริษัทมีขั้นตอนในการดำเนินการและมีมาตรฐานในระดับเดียวกับผู้ประกอบการชั้นนำในธุรกิจนั้น ๆ โดยการให้บริการ และเนื้อหา (Content) ที่บริษัทมีอยู่มาใช้ในการให้บริการ

สำหรับเทคโนโลยีการผลิตของสายงานธุรกิจโรงพิมพ์ของบริษัทเป็นเทคโนโลยีสากลที่ทันสมัยของธุรกิจสิ่งพิมพ์ คัดสรรโดยฝ่ายวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีการพิมพ์ของบริษัท มุ่งเน้นการนำเทคโนโลยีเพื่อการบริหารจัดการกระบวนการพิมพ์ที่มีประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งช่วยให้ต้นทุนการผลิตลดต่ำลง

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

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



1. น้ำเสียจากกระบวนการผลิต ในอุตสาหกรรมการพิมพ์น้ำเสียที่เกิดจากกระบวนการผลิต มีปริมาณไม่มากนัก ประมาณ 10 ลูกบาศก์เมตรต่อวัน ซึ่งจะถูกผ่านการบำบัดในบ่อบำบัดน้ำเสียซึ่งบริษัทออกแบบจัดทำขึ้นให้น้ำทิ้งลงสู่บ่อบำบัดสาธารณะมีความใสสะอาดปราศจากสิ่งเจือปน

2. เศษวัสดุที่เหลือจากการผลิต เช่น เศษกระดาษ เศษฟิล์ม และแม่พิมพ์อะลูมิเนียมที่ใช้แล้ว บริษัทได้นำเศษวัสดุที่เหลือจากการผลิตเหล่านี้ไปขายเพื่อให้นำไปส่งให้โรงงานผลิตใช้ใหม่

สำหรับมลภาวะอื่นๆ ในอันที่จะส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น มลภาวะอันเกิดจากเสียงเครื่องจักร บริษัทได้ดำเนินการสร้างห้องปรับอากาศขนาดใหญ่สำหรับติดตั้งแท่นพิมพ์ซึ่งสามารถเก็บเสียงอันเกิดจากกระบวนการพิมพ์ได้เป็นอย่างดี รวมถึงการคัดสรรเคมีภัณฑ์สำหรับการผลิตที่ปลอดภัยต่อพนักงาน ผู้ใช้งานและผู้อ่าน

การควบคุมโดยหน่วยงานของรัฐ อยู่ภายใต้การดูแลและควบคุมของกรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม และหน่วยงานอนามัยเขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร

งานที่ยังไม่ส่งมอบ -ไม่มี-

ปัจจัยความเสี่ยง

ผลการดำเนินงานของบริษัทขึ้นอยู่กับปัจจัยความเสี่ยงที่สำคัญ ที่อาจทำให้เกิดความเสี่ยงต่อการลงทุนของผู้ลงทุน หรือได้รับผลกระทบต่อผู้ออกหลักทรัพย์ ดังนี้

1. **ความเสี่ยงเกี่ยวกับการขาดแคลนสินค้าและวัตถุดิบในการผลิต** กระดาษเป็นวัตถุดิบที่สำคัญที่ใช้ในการผลิตนิตยสาร หนังสือเล่ม และงานรับจ้างพิมพ์ วัฏจักรราคาของกระดาษจะแปรผันตามภาวะความต้องการของตลาด และตามทิศทางภาวะเศรษฐกิจอยู่ตลอดเวลา บริษัทใช้วิธีการสั่งซื้อกระดาษที่ใช้ในการผลิตนิตยสารและหนังสือเล่ม ซึ่งสามารถทราบชนิดและปริมาณการใช้ได้ล่วงหน้า โดยส่งจองล่วงหน้าจากผู้ค้ากระดาษรายใหญ่ซึ่งมีกำลังการผลิตกระดาษสูงสุดในประเทศ และการสั่งซื้อกระดาษจากต่างประเทศจากผู้นำเข้ารายใหญ่มากกว่า 3 ราย ความเสี่ยงด้านการขาดแคลนวัตถุดิบหลัก (กระดาษ) จึงไม่มี สำหรับแหล่งจัดซื้อวัตถุดิบอื่น บริษัทมีคณะกรรมการคัดเลือกแหล่งจัดซื้อจัดหาผู้จำหน่ายวัตถุดิบหลักและวัตถุดิบรองได้เพื่อสำรองการสูญเสียผู้จำหน่ายหลักไป

2. **ความเสี่ยงด้านรายได้โฆษณา** อุตสาหกรรมโฆษณาสามารถสะท้อนถึงสภาวะเศรษฐกิจได้เป็นอย่างดี หากเกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจ ผู้บริโภคจะชะลอการสั่งซื้อ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อผู้ผลิตสินค้าและบริการ ที่ต้องพิจารณาในงบประมาณด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างระมัดระวัง โดยเลือกใช้สื่อที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น แต่อย่างไรก็ตามบริษัทได้ผลิตนิตยสารหัวใหม่ ๆ ออกมาอย่างต่อเนื่องเพื่อรักษาสัดส่วนทางการตลาดและพัฒนาให้เป็นนิตยสารที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคในอันดับต้น ๆ พร้อมกับปรับเปลี่ยนวิธีการโฆษณาที่หลากหลาย นำเสนอเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการให้ลูกค้าได้รับผลตอบแทนที่คุ้มค่ามากที่สุด เมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงทางภาวะเศรษฐกิจ จึงไม่ส่งผลกระทบต่อรายได้โฆษณาของบริษัทมากนัก

3. **ความเสี่ยงด้านลิขสิทธิ์** เนื่องจากบริษัทมีการผลิตนิตยสารและหนังสือเล่ม ที่ต้องแข่งขันด้วยเนื้อหาสาระและการจัดทำรูปเล่มที่น่าสนใจ และมีคุณภาพออกสู่สังคมอย่างต่อเนื่อง จึงได้รับความไว้วางใจจากนักเขียนหลายรายให้เป็นผู้ดำเนินการจัดพิมพ์และจัดจำหน่าย โดยเนื้อหาสาระอันหลากหลายได้มาจากการคิดริเริ่มสร้างสรรค์จากภายในองค์กรของบริษัท และจากการคัดสรรจากภายนอกทั้งในและต่างประเทศ โดยการซื้อลิขสิทธิ์จากเจ้าของลิขสิทธิ์โดยตรง หรือผ่านตัวแทนที่ได้รับลิขสิทธิ์อย่างถูกต้อง ด้วยการทำสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษรอย่างถูกต้องตามกฎหมาย ภายใต้เงื่อนไขและรายละเอียดของสัญญาที่ชัดเจน เป็นธรรมและโปร่งใส บริษัทจึงไม่มีความเสี่ยงด้านลิขสิทธิ์

4. **ความเสี่ยงเกี่ยวกับอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์** บริษัทได้ลงทุนสร้างโรงพิมพ์เป็นของตนเองขนาดใหญ่ มีการลงทุนและพัฒนาเทคโนโลยีการพิมพ์อย่างต่อเนื่อง สามารถรองรับการผลิตสิ่งพิมพ์ของบริษัทอันได้แก่ นิตยสาร หนังสือเล่ม และงานรับจ้างพิมพ์ทั่วไปได้อย่างเต็มที่ บริษัทสามารถบริหารจัดการต้นทุนการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ และกำหนดระยะเวลาได้อย่างแน่นอน บริษัทจึงไม่มีความเสี่ยงด้านกำลังการผลิต และสถานที่ผลิตงานพิมพ์คุณภาพ

5. **ความเสี่ยงด้านความสามารถในการชำระหนี้ของลูกค้า** บริษัทอาจมีความเสี่ยงด้านความสามารถในการชำระหนี้ของลูกค้าในการค้า แต่บริษัทได้มีมาตรการรองรับความเสี่ยงดังกล่าวด้วยการคัดเลือกลูกค้าที่มีศักยภาพ และมีหลักประกันสำหรับลูกค้ารายใหม่ กำหนดวงเงิน (Credit Line) และระยะเวลาการให้วงเงิน (Credit Term) ให้ลูกค้าแต่ละรายอย่างเหมาะสมชัดเจน รวมไปถึงการบริหารจัดเก็บหนี้อย่างใกล้ชิดและรักษาสัมพันธภาพกับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

6. **ความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ย** บริษัทอาจมีความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงอัตราดอกเบี้ยของสถาบันการเงิน ในการบริหารจัดการทางการเงิน ซึ่งบริษัทมีนโยบายการเงินที่ชัดเจนสอดคล้องต่อการดำเนินธุรกิจ โดยการจัดหาเครื่องมือทางการเงินที่เหมาะสม ภายใต้ต้นทุนการดำเนินงานที่ต่ำที่สุด และไม่มียุทธศาสตร์ที่จะถือหรือออกเครื่องมือทางการเงินเพื่อการเก็งกำไรหรือเพื่อการค้าที่ขัดกับธุรกิจของบริษัท

7. **ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน** บริษัทอาจมีความเสี่ยงจากการชำระหนี้ค่าเครื่องจักรที่เป็นเงินตราต่างประเทศ แต่บริษัทมีนโยบายป้องกันความเสี่ยงดังกล่าวด้วยการทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า เพื่อลดความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศทุกครั้ง

8. **ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี** เนื่องจากปัจจุบัน หนังสือหรือเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ (e-book) ที่ผู้อ่านสามารถอ่านผ่านทางอินเทอร์เน็ต หรือ อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์พกพาอื่นๆ ได้ เข้ามาทดแทนอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ บริษัทฯ ได้ตระหนักและให้ความสำคัญจึงได้ทำการศึกษาผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้น เพื่อให้สามารถควบคุมความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม

9. **ความเสี่ยงจากการถูกฟ้องร้อง** ในส่วนธุรกิจ “ชีวิตจิตใจคลินิกเวชกรรม” ของบริษัทมีลักษณะเป็นสถานพยาบาลประเภทที่ไม่รับผู้ป่วยไว้ค้างคืน จากการที่ทางภาครัฐได้ออกพระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ.2551 ซึ่งพระราชบัญญัติดังกล่าว อาจมีผลกระทบต่อผู้ประกอบการสถานพยาบาลตลอดจนบุคลากรทางการแพทย์ ซึ่งอาจทำให้บริษัทในฐานะสถานพยาบาลมีความเสี่ยงจากการถูกฟ้องร้องจากการให้บริการด้านรักษาพยาบาลเพิ่มขึ้น ดังนั้น ฝ่ายบริหารจึงได้ให้ความสำคัญในคุณภาพการรักษาพยาบาล การคัดกรองแพทย์ เรื่องสิทธิของผู้ป่วย ทั้งในด้านการให้ข้อมูล การบริหารความคาดหวังของผู้ใช้บริการ การมีกระบวนการรายงานและการแก้ไขปัญหาเมื่อมีคำร้องเรียนจากผู้ใช้บริการ เพื่อเป็นการป้องกันความเสี่ยงในด้านนี้ อย่างไรก็ตามในปัจจุบันบริษัทไม่ได้มีการถูกฟ้องร้องเรื่องการให้บริการด้านการรักษาพยาบาลจากผู้ใช้บริการอย่างมีสาระสำคัญ

10. **ความเสี่ยงในเรื่องของใบอนุญาต** บริษัท อมรินทร์ เทเลวิชั่น จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท ได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ สำหรับให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ (กิจการที่ใช้คลื่นความถี่) ประเภทบริการธุรกิจระดับชาติ หมดอายุทั่วไปแบบความคมชัดสูง การดำเนินการดังกล่าวต้องได้รับใบอนุญาตจากหน่วยงานราชการ โดยใบอนุญาตดังกล่าวมีระยะเวลา 15 ปี ตลอดระยะเวลาการดำเนินการภายใต้ใบอนุญาตข้างต้น จะต้องมีการปฏิบัติตามข้อกำหนดของราชการอย่างเคร่งครัด จากการที่ฝ่ายบริหารมีการกำหนดกรอบการปฏิบัติงานต่าง ๆ ให้แก่ฝ่ายปฏิบัติงาน อีกทั้งที่ผ่านมาการดำเนินการต่าง ๆ ของฝ่ายปฏิบัติงานมีการดำเนินการอย่างมีแบบแผนตามที่กำหนดไว้ จึงคาดว่าความเสี่ยงในเรื่องใบอนุญาตจะถูกจำกัดไว้ในระดับหนึ่งเท่านั้น

11. **ความเสี่ยงจากการใช้เงินลงทุนสูง** บริษัท อมรินทร์ เทเลวิชั่น จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท ลงทุนในธุรกิจโทรทัศน์ระบบดิจิทัล ซึ่งเป็นธุรกิจที่ใช้เงินลงทุนสูงทั้งในส่วนของค่าธรรมเนียมใบอนุญาต ค่าบริการโครงข่าย การลงทุนในสตูดิโอและอุปกรณ์ ตลอดจนเงินทุนหมุนเวียน ซึ่งความสำเร็จนี้มีผลกระทบต่อผลประโยชน์ของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ แต่เนื่องจาก การดำเนินการในธุรกิจดังกล่าว มุ่งหวังเพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้แก่บริษัทในระยะยาว และเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่บริษัท อีกทั้ง ได้รับการสนับสนุนทางการเงินจากสถาบันการเงินต่างๆ เพื่อการลงทุนและใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนของธุรกิจ

12. **ความเสี่ยงจากกลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่ซึ่งถือหุ้นในสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 51** ปัจจุบัน กลุ่มผู้ถือหุ้นหลักของบริษัท คือ กลุ่มอุทกะพันธุ์ ซึ่งถือหุ้นรวมกันมากกว่าร้อยละ 51 ของจำนวนหุ้นที่มีสิทธิออกเสียงและจำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัท อย่างไรก็ตามในกรณีที่มีเรื่องใด ๆ เสนอต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้นที่ต้องการเสียงสนับสนุนอย่างน้อยร้อยละ 3 ใน 4 ของผู้มาประชุมและมีสิทธิออกเสียง ผู้ถือหุ้นรายย่อยยังสามารถรวบรวมคะแนนเพื่อทำการถ่วงดุลการบริหารงานได้นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังจัดให้มีคณะกรรมการตรวจสอบ ประกอบด้วยกรรมการจำนวน 3 ท่าน เพื่อทำการถ่วงดุล และตรวจสอบการดำเนินการและการบริหารงาน ดังนั้น ความเสี่ยงดังกล่าวนี้ จึงได้รับการจัดการที่เหมาะสม และไม่มีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อผู้ถือหุ้นส่วนน้อย

ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

มูลค่าทางบัญชีสุทธิของที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ ของบริษัท ฯ มีดังนี้

ประเภท/ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่า (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
ที่ดิน	บริษัทเป็นเจ้าของ	184.70	ไม่มีภาระผูกพัน
อาคาร	บริษัทเป็นเจ้าของ	375.14	ไม่มีภาระผูกพัน
ส่วนปรับปรุงอาคาร	บริษัทเป็นเจ้าของ	231.91	ไม่มีภาระผูกพัน
เครื่องจักรและอุปกรณ์	บริษัทเป็นเจ้าของ	1,068.67	ไม่มีภาระผูกพัน
อุปกรณ์ผลิตรายการและถ่ายทอดสัญญาณ	บริษัทเป็นเจ้าของ	130.17	ไม่มีภาระผูกพัน
เครื่องมือเครื่องใช้	บริษัทเป็นเจ้าของ	231.20	ไม่มีภาระผูกพัน
เครื่องตกแต่งติดตั้ง	บริษัทเป็นเจ้าของ	105.62	ไม่มีภาระผูกพัน
เครื่องใช้สำนักงาน	บริษัทเป็นเจ้าของ	225.08	ไม่มีภาระผูกพัน
เครื่องใช้สำนักงาน	ทำสัญญาเช่าระยะยาว 3-5 ปี	0.47	
ยานพาหนะ	บริษัทเป็นเจ้าของ	62.17	ไม่มีภาระผูกพัน
ยานพาหนะ	ทำสัญญาเช่าระยะยาว 3-5 ปี	20.16	
ระบบต่าง ๆ	บริษัทเป็นเจ้าของ	70.02	ไม่มีภาระผูกพัน
สินทรัพย์ระหว่างติดตั้งและก่อสร้าง	บริษัทเป็นเจ้าของ	1.21	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 ทำให้เลขทะเบียนนิติบุคคลของบริษัทต้องเปลี่ยนแปลงไปเป็นเลข 13 หลัก เลขทะเบียนนิติบุคคลใหม่คือ 0107536000480 มีทุนจดทะเบียน หุ้นสามัญจำนวน 220,000,000 บาท ทุนที่ออกและชำระแล้ว 219,999,865 บาท มูลค่าหุ้นละ 1 บาท โดยมีสถานที่ตั้งของบริษัท และบริษัทย่อยและบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน ดังต่อไปนี้

บริษัท อมรินทร์ พริ้นติ้ง 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. สายงานอิเล็กทรอนิกส์ ฝ่ายอมรินทร์นิวมีเดียและฝ่ายอมรินทร์ครีเอทีฟแอนดิวไรด์ ตั้งอยู่เลขที่ 241 ถนนชัยพฤกษ์ แขวงตลิ่งชัน เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร 10170 โทรศัพท์ 0-2422-9999 โทรสาร 0-2433-8792, 0-2434-8699 สำหรับซีดีดีเอ็ม ตั้งอยู่เลขที่ 7/9-18 ถนนอรุณอมรินทร์ แขวงอรุณอมรินทร์ เขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร 10170 โทรศัพท์ 0-2422-9111 โทรสาร 0-2422-9122
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

บริษัทย่อย - บริษัท อมรินทร์ เทเลวิชั่น จำกัด ประกอบธุรกิจโทรทัศน์ มีทุนจดทะเบียน หุ้นสามัญจำนวน 1,200,000,000 บาท ทุนที่ออกและชำระแล้ว 1,200,000,000 บาท มูลค่าหุ้นละ 100 บาท มีสถานที่ตั้งดังนี้

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

บริษัทที่เกี่ยวข้องกัน - บริษัท อมรินทร์ บู้ค 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 ถนนบางกรวย - จงถนนอม ตำบลมหาสวัสดิ์ อำเภอมหาสวัสดิ์ จังหวัดนนทบุรี 11130 โทรศัพท์ 0-2423-9999

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 ถนนประชาราษฎร์ สาย 1 แขวงบางซื่อ
เขตบางซื่อ กรุงเทพฯ 10800
โทรศัพท์ 0-2587-8080
โทรสาร 0-2586-0301

ที่ปรึกษากฎหมาย

สำนักงาน คุณธรรมทนายความ
72/2-3 ถนนสุทธิสารวิจิตร 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