

## นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

### วิสัยทัศน์

- อมรินทร์คือองค์กรอันดับหนึ่งของประเทศ ที่มอบสาระ ความรู้ ความรื่นรมย์ ด้วยรูปแบบที่ครบวงจร
- อมรินทร์มุ่งส่งเสริมคุณภาพชีวิตแก่ลูกค้าทุกเพศทุกวัย
- อมรินทร์เป็นองค์กรที่มีความสุข และสามัคคีเป็นหนึ่งเดียว

### พันธกิจ

- เราทำงานเพื่อความสุขและความรุ่งโรจน์ของสังคม

## การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

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

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

จากปริมาณผู้อ่านที่เริ่มต้นขึ้นจากคนเพียงไม่กี่กลุ่ม กลับขยายตัวเพิ่มและมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น บริษัทฯ จึงเริ่มผลิตนิตยสารอื่นๆ ตามมาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้อ่าน โดยมีนิตยสารแนวผู้หญิงออกตามมา คือ “แพรว” และ “สุดสัปดาห์” และผลิตนิตยสารอื่นๆ อย่างต่อเนื่อง จนปัจจุบันบริษัทมีนิตยสารทั้งสิ้น 10 หัว ผลิตหนังสือเล่มปีละหลายร้อยปก รับจ้างพิมพ์และขยายออกไปสู่ธุรกิจอื่นอีกหลากหลาย ในปัจจุบันบริษัทประกอบธุรกิจหลัก 5 สายงานคือ

### 1. สายงานธุรกิจโรงพิมพ์

ศักยภาพในการผลิตของส่วนโรงพิมพ์ในปี 2544 จากเดิมที่บริษัทได้ก่อสร้างอาคาร 2 ชั้น พื้นที่ใช้สอย 6,200 ตารางเมตร บนที่ดินเนื้อที่ 5 ไร่ 56 ตารางวา ตั้งอยู่บนถนนชัยพฤกษ์ แขวงตลิ่งชัน เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร เพื่อติดตั้งเครื่องจักรที่มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย โดยมีเป้าหมายที่จะให้โรงพิมพ์มีความพร้อมในการรองรับงานได้ครบถ้วนทุกขั้นตอนกระบวนการผลิต เพื่อตอบสนองการผลิตสิ่งพิมพ์ที่มีคุณภาพ และการให้บริการที่ประทับใจตามปรัชญาของโรงพิมพ์ที่ถือปฏิบัติมาตลอดระยะเวลาตั้งแต่เริ่มก่อตั้งโรงพิมพ์ จุดยืนทางการตลาดที่สำคัญของสายงานธุรกิจโรงพิมพ์คือ ตลาดงานพิมพ์คุณภาพสูง (High Definition Color Printing) ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าวข้างต้น สายงานธุรกิจโรงพิมพ์ได้มีการปรับปรุงและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) 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 มีพื้นที่ทำงานที่เพียบพร้อมทุกสายงานภายใต้บรรยากาศ Corporate Park ที่ดีที่สุดแห่งหนึ่ง

บริษัทได้จัดเตรียมโครงสร้างพื้นฐานเพื่อตอบสนองต่อกระแสการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีดิจิทัลที่จะมีบทบาทต่ออุตสาหกรรมโรงพิมพ์ต่อเนื่องจากปี 2554 โดยได้ปรับปรุงระบบกระบวนการทำงาน และพัฒนาบุคลากรให้พร้อมรองรับวิถีทางของสื่อดิจิทัลที่จะต้องออกแบบระบบการทำงานเพื่อรับสื่อยุคใหม่ ซึ่งรวมถึงการปรับปรุงเครือข่ายคอมพิวเตอร์, การพัฒนาระบบสารสนเทศของบริษัท (Amarin Content Warehouse – ACW) เพื่อสร้างฐานข้อมูลที่เกิดโดยทุกสำนักพิมพ์ในเครืออมรินทร์ รองรับการสืบค้น และสนับสนุนการนำข้อมูลที่มีคุณภาพ มาพัฒนาต่อยอดเกิดเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าและหลากหลายในเวลาอันรวดเร็ว ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการรับข่าวสารในโลกยุคใหม่ในปัจจุบัน ในส่วนของการผลิตงานพิมพ์แบบออฟเซ็ทสำหรับหนังสือเล่ม ก็ยังคงดำเนินการภายใต้งานพิมพ์ออฟเซ็ทคุณภาพสูง (High-Definition Printing) ซึ่งอาศัยความชำนาญและเทคโนโลยี เครื่องพิมพ์ที่ให้รายละเอียดสูงมากรวมถึงการผลิตรูปสี่สีและแม่พิมพ์ที่ให้ความคมชัดสูง เพื่อถ่ายทอดถึงรายละเอียดจากต้นกำเนิด ลงในงานพิมพ์ที่คมชัดเมื่อเทียบเคียงกับต้นฉบับ ดังที่ปรากฏเป็นผลงานของโรงพิมพ์ที่ผ่านมา อาทิ สุจิตต์งานศิลปะ โบราณวัตถุ พระเครื่อง รวมถึงหนังสือภาพถ่ายต่างๆ

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

โรงพิมพ์ประสบความสำเร็จในการปฏิรูปกระบวนการผลิต ให้เกิดประสิทธิภาพสูงขึ้น และเทคนิคทางวิศวกรรมอุตสาหการยังส่งผลให้โรงพิมพ์มีต้นทุนการผลิตที่ต่ำลงตามที่คาดการณ์ไว้ ทีมงานเทคนิค และทีมงานวิศวกรรมยังคงช่วยให้โรงพิมพ์สามารถปรับใช้วัสดุและเทคโนโลยีใหม่ๆ ให้สามารถนำมาใช้งานกับเครื่องจักรเดิมที่มีอยู่ และการพัฒนาดังกล่าวยังช่วยให้ทีมขายสามารถกำหนดเวลาผลิตที่รัดกุม และตอบสนองต่อความคาดหวังของลูกค้าได้เป็นอย่างดี

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

ในปีที่ผ่านมา นับเป็นความท้าทายของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ซึ่งเผชิญกับการเปลี่ยนผ่านของยุคการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัล โดยเฉพาะสิ่งพิมพ์ที่ต้องตอบสนองต่อความฉับไวในการนำเสนอข้อมูลแข่งกับเวลา (Up-to-date content printing) ซึ่งสื่อดิจิทัลสามารถตอบสนองข้อสงสัยให้ผู้บริโภคได้อย่างฉับพลันทันที ตลาดสิ่งพิมพ์เชิงปริมาณที่มีมิติการแข่งขันเรื่องเวลาจึงได้รับผลกระทบโดยตรง ดังจะเห็นได้จากการปิดตัวของนิตยสาร และสื่อสิ่งพิมพ์หลายฉบับในปีที่ผ่านมารุนแรงขึ้น

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

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

สายงานธุรกิจโรงพิมพ์มีความพร้อมในการก้าวสู่ความท้าทายในอนาคต ด้วยการปรับธุรกิจให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว การพัฒนาศักยภาพเพื่อรองรับตลาดสิ่งพิมพ์ดังกล่าว สายงานธุรกิจโรงพิมพ์ได้มุ่งเน้นอัตราการทำการก้าวขึ้นต้นในระดับสูง พร้อมกับมีความมีประสิทธิภาพของตลาด สายการผลิตเพื่อผลิตงานในระดับพรีเมียมมากด้วยคุณค่า เพื่อให้สามารถเติบโตอย่างยั่งยืนในอนาคต

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

ในปี 2560 มีการปรับปรุงสายการผลิต โดยมีการสั่งซื้อเครื่องพิมพ์ใหม่จำนวน 3 เครื่อง เข้ามาทดแทนเครื่องพิมพ์เดิมที่มีอายุการใช้งานมานาน ซึ่งทำให้บริษัทฯ มีความสามารถในการพิมพ์งานที่มีคุณภาพ และสามารถรองรับการพิมพ์งานได้หลากหลายกว่าสายการผลิตเดิม อีกทั้ง ลดการสูญเสียโอกาสในช่วงเวลาที่มีการซ่อมบำรุงลง

## 2. สายงานนิตยสาร

### นิตยสาร

- ปี 2533 บริษัทรับโอนการผลิตและการจำหน่ายนิตยสารมาจากบริษัท บ้านและสวนและแพรว จำกัด และบริษัท จัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ จำกัด ได้แก่ นิตยสารบ้านและสวน นิตยสารแพรว และนิตยสารแพรวสุดสัปดาห์
- ปี 2534 บริษัทได้ออกวางตลาดนิตยสารรายเดือนฉบับใหม่ชื่อ LIFE & DECOR
- ปี 2535 ได้ผลิตนิตยสารสำหรับสุภาพบุรุษฉบับใหม่ออกวางตลาด ชื่อนิตยสาร “TRENDY MAN” แต่บริษัทได้ยุติการผลิตนิตยสารทั้ง 2 ฉบับได้แก่ LIFE & DECOR และ TRENDY MAN ตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม 2541
- ปี 2541 บริษัทได้ออกนิตยสารรายปักษ์ฉบับใหม่ ชื่อนิตยสาร “ชีวจิต” สำหรับทางเลือกใหม่เพื่อสุขภาพ
- ปี 2544 บริษัทได้ออกนิตยสารใหม่เป็นการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับอาหารและสุขภาพ ชื่อนิตยสาร “Health & Cuisine” และในเดือนสิงหาคม บริษัทได้ซื้อลิขสิทธิ์ในการจัดทำนิตยสาร National Geographic ซึ่งเป็นนิตยสารระดับโลก มาจัดทำเป็นฉบับภาษาไทย เพื่อให้คนไทยได้มีโอกาสสำรวจและเรียนรู้โลกในหลายแง่มุมเท่าเทียมกับประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก และนิตยสาร Health & Cuisine ได้พิมพ์ฉบับสุดท้ายในเดือนสิงหาคม 2560
- ปี 2546 บริษัทได้ออกนิตยสารฉบับใหม่ชื่อนิตยสาร ROOM เป็นนิตยสารการแต่งบ้านแนวใหม่
- ปี 2547 บริษัทได้ออกนิตยสารใหม่ชื่อนิตยสาร WE นิตยสารสำหรับผู้มีความรักและแผนครองชีวิตคู่ และในเดือน มิถุนายน 2560 ได้เปลี่ยนชื่อมาเป็นนิตยสารแพรวเวดดิ้ง
- ปี 2548 บริษัทได้ดำเนินการจัดซื้อลิขสิทธิ์นิตยสาร Real Parenting ซึ่งเป็นนิตยสารเกี่ยวกับแม่และเด็กที่มียอดขายสูงเป็นอันดับหนึ่งในกลุ่มนิตยสารแม่และเด็กในประเทศสหรัฐอเมริกา มาจัดพิมพ์เป็นฉบับภาษาไทย ด้วยจุดมุ่งหมายเพื่อส่งเสริมคุณค่าและสายสัมพันธ์ของครอบครัว และในเดือนมกราคม 2559 ได้เปลี่ยนชื่อมาเป็น Amarin Baby and Kids
- ปี 2549 บริษัทได้ดำเนินการจัดซื้อลิขสิทธิ์นิตยสาร Shape เป็นนิตยสารสำหรับผู้หญิงยุคใหม่ที่ใส่ใจสุขภาพและความงาม เพื่อส่งเสริมรูปแบบชีวิตที่มีแต่ความสดชื่น กระตือรือร้น กระฉับกระเฉง และได้พิมพ์ฉบับสุดท้ายในเดือนธันวาคม 2553
- ปี 2550 บริษัทได้ออกนิตยสารผู้หญิงฉบับใหม่คือ นิตยสาร InStyle ซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับแฟชั่น ความงาม คนดังและไลฟ์สไตล์ โดยได้ซื้อลิขสิทธิ์มาจากบริษัท Time Inc. (USA) และได้พิมพ์ฉบับสุดท้ายในเดือน ธันวาคม 2558
- ปี 2551 บริษัทได้ออกนิตยสารซึ่งเป็นเคล็ดลับสู่ความสุขและความสำเร็จ คือ นิตยสาร Secret ที่จะ เป็นอาหารใจของคนไทยทั่วประเทศ
- ปี 2553 บริษัทได้ออกนิตยสาร my home ซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับการตกแต่งบ้านสวยด้วยตนเองในราคาที่คุณทำได้
- ปี 2554 บริษัทได้ออกนิตยสาร lemonade ซึ่งเป็นนิตยสารสำหรับผู้หญิงยุคใหม่ ที่ต้องการดูแลตนเองแบบ 360 องศา และได้พิมพ์ฉบับสุดท้ายในเดือนกันยายน 2559

### งานแฟร์

บริษัทฯ มีการจัดงานแฟร์ 3 งาน ในปี 2560 โดยมีการจัดงานแสดงที่สำคัญรวม 15 ครั้ง ได้แก่งานบ้านและสวนมิดิเอียร์ จัดขึ้นในช่วงเดือนกรกฎาคม ที่ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค งานบ้านและสวนแฟร์ 2017 ซึ่งจัดขึ้นในช่วงเดือนตุลาคม ที่ชาเลนเจอร์ฮอลล์อิมแพค เมืองทองธานี งานอมรินทร์บีบีแอนด์คิดส์แฟร์จัดขึ้น 2 ครั้ง ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ และช่วงเดือนกรกฎาคม ที่ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค และมีการจัดในต่างจังหวัดอีก 7 ครั้ง ได้แก่ จังหวัดขอนแก่น 2 ครั้ง, จังหวัดอุดรธานี 2 ครั้ง, จังหวัดเชียงใหม่ 2 ครั้ง และอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 1 ครั้ง นอกจากนี้ มีการจัดงานสุดสัปดาห์ Shopping Market อีก 4 ครั้ง ที่พื้นที่ลานหน้าเซ็นทรัลเวิลด์, พิวเจอร์พาร์ครังสิต 2 ครั้ง และในพื้นที่สยามสแควร์

### 3. สายงานหนังสือเล่ม

สำนักพิมพ์ในเครืออมรินทร์ดำเนินงานจัดพิมพ์หนังสือเล่มมาตั้งแต่ปี 2535 ภายใต้แนวคิดและการดำเนินงานที่ว่า “การอ่านคือรากฐานที่สำคัญ” จนตราปัจจุบันมีสำนักพิมพ์ในเครืออมรินทร์ทั้งหมด 15 สำนักพิมพ์ ประกอบด้วย แพร่สำนักพิมพ์, สำนักพิมพ์อรุณ, สำนักพิมพ์แพรเพื่อนเด็ก, สำนักพิมพ์แพรเยาวชน, สำนักพิมพ์อมรินทร์, สำนักพิมพ์ Amarin How-to, สำนักพิมพ์ Amarin Comics, สำนักพิมพ์ Amarin Dhamma, สำนักพิมพ์ Amarin Health, สำนักพิมพ์ Amarin Cuisine, สำนักพิมพ์ Amarin Travel, สำนักพิมพ์ Springbooks, สำนักพิมพ์ Rose, สำนักพิมพ์ Shortcut และสำนักพิมพ์บ้านและสวน โดยจัดพิมพ์หนังสือแยกย่อยแบ่งหมวดหมู่ สำหรับผู้อ่านทุกเพศทุกวัย ปีละประมาณ 405 ปก ภายใต้ 3 กลุ่มหนังสือหลัก คือ บันเทิงคดีไทย – เทศ (Fiction) สารคดี (Non - Fiction) และหนังสือสำหรับเด็กและเยาวชน

### 4. สายงานนิมิเดีย

ด้วยประสบการณ์มากกว่า 10 ปีในการพัฒนาสื่อและเนื้อหาออนไลน์ให้กับอมรินทร์ วันนี้ NEW MEDIA ได้ก้าวไปสู่การพัฒนาแบรนด์ เนื้อหา และรูปแบบการสื่อสารต่างๆ ที่เหมาะสมกับโลกยุค 4.0 ในทุกๆ สื่อดิจิทัลไม่ว่าจะเป็นเว็บไซต์ แอปพลิเคชันบนมือถือ สื่อสังคมออนไลน์ รวมไปถึงการทำ INTEGRATED MARKETING CAMPAIGN ที่ต้องใช้สื่อหลายๆ ด้านมาช่วยสื่อสารกับผู้บริโภค

นอกจากเป็นทีหนึ่งด้านเนื้อหาในสื่อสิ่งพิมพ์มานานกว่า 40 ปี ปัจจุบันอมรินทร์ได้ก้าวขึ้นเป็นอันดับหนึ่งของผู้สร้างสรรค์เนื้อหาไลฟ์สไตล์บนโลกออนไลน์แล้ว ด้วยยอดผู้เข้าใช้เว็บไซต์มากกว่า 7 ล้านคนต่อเดือน อ่านเนื้อหามากกว่า 18 ล้านครั้งต่อเดือน และยอดผู้ติดตามในสื่อสังคมออนไลน์มากกว่า 8 ล้านคน นอกจากนี้ NEW MEDIA ยังได้เริ่มเปิดตลาดการทำเนื้อหาเพิ่มเติม ซึ่งนอกจากสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับ บ้าน ไลฟ์สไตล์ผู้หญิง ครอบครัว หรือด้านอาหารและสุขภาพ เรายังมีการทำเนื้อหาเรื่อง ผู้ชาย และ กีฬา เพิ่มเติมขึ้นอีกเพื่อตอบสนองตลาดผู้บริโภคด้านนี้ที่มีมากขึ้น

ด้วยศักยภาพของทีมงาน และคุณภาพของงานที่ออกมา ทำให้ปีที่ผ่านมา NEW MEDIA ได้รับการติดต่อและให้ผลิตรายการจากหน่วยงานใหม่ๆ เพิ่มขึ้น เช่น การทำออนไลน์วิดีโอให้กับ HOMEPRO การทำรายการถ่ายทอดสดออนไลน์ และการบริหารสื่อออนไลน์โครงการ FOX HUNT - LEICESTER CITY INTERNATIONAL ACADEMY ของ KING POWER การทำภาพยนตร์โฆษณาแอนิเมชันสามมิติของแบรนด์ WASO by Shiseido เป็นต้น

ในด้านเทคโนโลยี NEW MEDIA ได้มีการลงทุนกับระบบ PUBLISHER DATA MANAGEMENT PLATFORM หรือ DMP เพื่อใช้ในการวิเคราะห์เนื้อหาควบคุมไปกับการเก็บข้อมูลของผู้บริโภค และนำเอาข้อมูลมาใช้ในการแนะนำเนื้อหาหรือบริการที่เหมาะสม ซึ่งจะเป็นการช่วยให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูลที่ตนสนใจจริงๆ รวมไปถึงแบรนด์ก็จะได้นำเสนอโปรโมชั่นให้กับกลุ่มเป้าหมายที่ถูกต้อง และตรงไปยังผู้บริโภคคนที่กำลังอยู่ในช่วงตัดสินใจเลือกใช้บริการพอดี

## 5. สายงานอมรินทร์ครีเอทีฟแอนดี้เว็บไซต์

บริหารจัดการกรมสื่อสารการตลาดในรูปแบบอีเว้นต์ และงานแฟร์ ให้กับนิตยสารและหนังสือในเครือของบริษัท และลูกค้าภายนอกอย่างครบวงจร อาทิ งานบ้านและสวนแฟร์ , งาน Amarin Baby & Kids Fair งาน Sudsupda Shopping Market และงานด้านกิจกรรมการตลาดในรูปแบบต่างๆ ด้วยทีมงานที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญ จึงได้รับความไว้วางใจจากองค์กรภายนอก ทั้งในส่วภาครัฐและหน่วยงานเอกชนให้เป็นผู้จัดงานอย่างต่อเนื่อง

จากประสบการณ์ความสำเร็จอย่างต่อเนื่อง ในการสร้างสรรค์กิจกรรมสื่อสารการตลาดมากกว่า 18 ปี อมรินทร์ครีเอทีฟแอนดี้เว็บไซต์ยังคงมุ่งมั่นสร้างสรรค์งานคุณภาพเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างครอบคลุมและมีประสิทธิภาพ ภายใต้วิสัยทัศน์ในการดำเนินธุรกิจอย่างมืออาชีพที่ว่า “เพราะงานคุณภาพคือความชำนาญของเรา”

### บริษัทย่อย - บริษัท อมรินทร์ เทเลวิชั่น จำกัด

บริษัท อมรินทร์ เทเลวิชั่น จำกัด ได้รับใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ และประกอบกิจการโทรทัศน์ ประเภทบริการธุรกิจระดับชาติ หมดอายุทั่วไปแบบความคมชัดสูง จากคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) บริษัทฯ เริ่มดำเนินการออกอากาศรายการโทรทัศน์ เมื่อวันที่ 23 พฤษภาคม 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 นอกจากนี้ ความสำเร็จในส่วนของผู้ชม ระดับชาติ ในช่วงอายุตั้งแต่ 15 ปี ขึ้นไป ในช่วงเวลา 06.00-24.00 น. ช่องรายการได้รับความนิยมติดอันดับ 1 ใน 10 ของช่องรายการทั้งหมด และเมื่อเปรียบเทียบกับความนิยมในปี 2559 พบว่า บริษัทฯ มีอัตราการเพิ่มความนิยมสูงสุด เมื่อเทียบกับช่องรายการอื่น

### บริษัทย่อย - บริษัท อมรินทร์ มีเดีย แอนด์ คอมเมิร์ซ จำกัด

บริษัท อมรินทร์ มีเดีย แอนด์ คอมเมิร์ซ จำกัด จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 2 พฤศจิกายน 2560 โดยมีทุนจดทะเบียน 100,000,000 บาท และทุนเรียกชำระแล้ว 25,000,000 บาท เพื่อประกอบธุรกิจซื้อ จัดหา ให้เช่า เช่า ถิ่นกรรมสิทธิ์ ในทรัพย์สินต่าง ๆ เพื่อแสวงหารายได้จากการถือกรรมสิทธิ์ นั้น ๆ และเช่าเป็นหุ้นส่วนจำกัดความรับผิดชอบในหุ้นส่วนจำกัด เป็นผู้ถือหุ้นในบริษัทจำกัด และบริษัทมหาชนจำกัด ทั้งนี้ ถือเป็นบริษัทย่อยของบริษัทฯ เนื่องจากถือหุ้นในอัตราส่วนร้อยละ 99.99

### โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

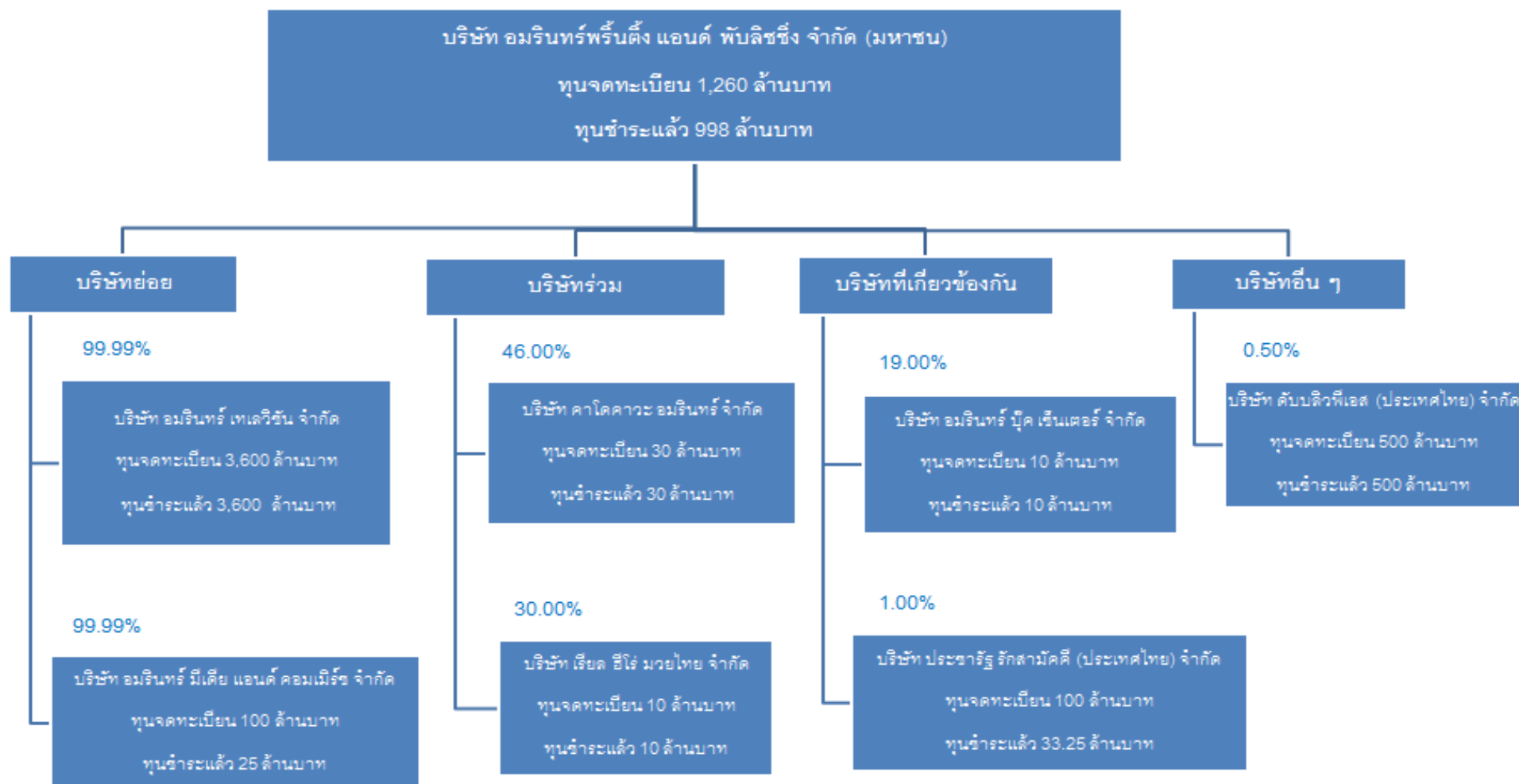
บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจหลักคือ รับจ้างพิมพ์งานทั่วไป ผลิตสิ่งพิมพ์ของตนเองและรับจ้างโฆษณา จากการที่บริษัทผลิตสิ่งพิมพ์เองและใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านบริษัทที่เกี่ยวข้องกันโดยบริษัทได้เข้าไปถือหุ้นในบริษัท อมรินทร์ บุ๊ค เซ็นเตอร์ จำกัด ปัจจุบันถือหุ้นในบริษัทดังกล่าวจำนวน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



ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด จำนวน 2.50 ล้านบาทคิดเป็น 0.50 เปอร์เซ็นต์ ในปี 2555 บริษัทฯ ได้จัดตั้งบริษัท อมรินทร์ เทเลวิชั่น จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่บริษัทถือหุ้นในอัตราร้อยละ 99.99 ในปี 2559 บริษัทฯ ได้เข้าลงทุนในบริษัท ที่จัดตั้งใหม่คือ บริษัท คาโดคาวะ อมรินทร์ จำกัด โดยบริษัทฯ จะเข้าไปถือหุ้นในบริษัทร่วมดังกล่าวในสัดส่วนร้อยละ 46 ของทุนจดทะเบียน 30 ล้านบาท โดยมีลักษณะธุรกิจ ผลิตและจำหน่ายสิ่งพิมพ์หนังสือ Light Novel, Comic, Walker Magazine E-Commerce หนังสือที่เป็นรูปเล่มและ E-Book และสินค้าไลฟ์สไตล์ Web Streaming, Sublicensing หนังสือ ภาพยนตร์ แอนิเมชัน และสินค้าที่เกี่ยวข้อง ในปี 2560 บริษัทฯ ได้จัดตั้งบริษัท อมรินทร์ มีเดีย แอนด์ คอมเมิร์ซ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่บริษัทถือหุ้นในอัตราร้อยละ 99.99 และในเดือนธันวาคม 2560 บริษัทฯ ได้เข้าลงทุนในบริษัทที่จัดตั้งใหม่ คือ บริษัท เรย์ล ฮีโร่ มวยไทย จำกัด โดยบริษัทฯ จะเข้าไปถือหุ้นในบริษัทร่วมดังกล่าวในสัดส่วนร้อยละ 30 ของทุนจดทะเบียน 10 ล้านบาท โดยมีลักษณะธุรกิจผลิตรายการกีฬา เพื่อออกอากาศและจำหน่ายผ่านสื่อต่าง ๆ และบริษัทฯ ได้ลงทุนในบริษัท ประชาธิรัฐวิศวะภัณฑ์ วิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด โดยบริษัทฯ เข้าถือหุ้นในอัตราร้อยละ 1 โดยมีลักษณะธุรกิจเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม-ขายสินค้า บริการให้คำปรึกษาทางธุรกิจและการจัดการ



โครงสร้างการถือหุ้นในกลุ่มบริษัทฯ ประกอบไปด้วย





## การประกอบธุรกิจของแต่ละสายผลิตภัณฑ์

### ลักษณะของผลิตภัณฑ์และบริการหลัก

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

#### 1. รับจ้างพิมพ์งานทั่วไป (สายงานธุรกิจโรงพิมพ์)

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

##### 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. ผลิตสิ่งพิมพ์สำนักพิมพ์ (สายงานนิตยสารและสายงานหนังสือเล่ม)

จากการที่บริษัทฯ ส่งสมประสบการณ์ธุรกิจสำนักพิมพ์เป็นเวลานาน และมุ่งเน้นที่จะพัฒนาการผลิตนิตยสารและหนังสือเล่มในแนวต่าง ๆ เพื่อตอบสนองกลุ่มผู้อ่านซึ่งมีความต้องการแตกต่างกันออกไป จนเป็นที่ยอมรับจากผู้อ่านอย่างกว้างขวาง มีกองบรรณาธิการขนาดใหญ่ที่ผลิตนิตยสารชั้นนำ และหนังสือเล่ม แบ่งตามประเภทสิ่งพิมพ์แต่ละชนิด ดังนี้

## สิ่งพิมพ์ในรูปแบบนิตยสาร (สายงานนิตยสาร)

ด้วยปณิธานอันแน่วแน่อย่างเข้าสู่ปีที่ 41 นับตั้งแต่มีการเปิดตัวนิตยสารบ้านและสวนในปี พ.ศ. 2519 บริษัท ยังคงมุ่งมั่นสร้างสรรค์นิตยสารคุณภาพเรื่อยมาจนเกิดนิตยสารสำหรับผู้หญิงอย่าง “แพรว” และ “สุดสัปดาห์” และได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีมาอย่างต่อเนื่อง ในช่วงปี พ.ศ. 2540 บริษัทเริ่มหันมาผลิตนิตยสารสำหรับเป็นแนวทางในการดูแลสุขภาพ ได้แก่ “ชีวจิต” ต่อมาในปี พ.ศ. 2544 บริษัทได้รับลิขสิทธิ์ ให้เป็นผู้ดำเนินการจัดพิมพ์นิตยสาร “National Geographic ฉบับภาษาไทย” ปี พ.ศ. 2546 ผลิตนิตยสาร “room” ปี พ.ศ. 2547 ผลิตนิตยสาร “WE” และมีถุนายนปี พ.ศ. 2560 ได้เปลี่ยนชื่อมาเป็น แพรวเวดดิ้ง รวมถึงในปี 2551 ที่ได้เริ่มผลิตนิตยสาร “Secret” และนิตยสาร “my home” ในปี พ.ศ. 2553

ปัจจุบัน บริษัท ฯ มีนิตยสารรวมถึงบุ๊คกาซีน ออกจำหน่ายจำนวน 10 ฉบับ ทั้งรายปักษ์ รายเดือน ราย 2 เดือน และ 3 เดือน เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้อ่านที่มีรสนิยมหลากหลาย โดยกล่าวได้ว่านิตยสารของบริษัทมี ยอดขายสูงสุดเมื่อเทียบกับนิตยสารประเภทเดียวกัน และล้วนเป็นนิตยสารชั้นนำของประเทศทุกฉบับ

### สายบ้านและการตกแต่ง

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

ปัจจุบัน บ้านและสวน, room, my home เป็นนิตยสารเกี่ยวกับการตกแต่งบ้าน ที่มียอดพิมพ์ต่อฉบับสูงสุดในประเทศ และนับได้ว่าเป็นนิตยสารหมวดตกแต่งบ้านที่ขายดีที่สุดของประเทศไทย

นอกจากนี้ ยังเป็นผู้จัดงานแฟร์เกี่ยวกับบ้านที่ใหญ่ที่สุด 2 ครั้งต่อปี เป็นต้นทางของกลุ่มรายการโทรทัศน์ และมีช่องทางสื่อสารกับคนในยุคปัจจุบัน เว็บไซต์ [www.baanlaesuan.com](http://www.baanlaesuan.com), [www.roommag.com](http://www.roommag.com), [www.myhome-mag.com](http://www.myhome-mag.com) ที่เป็นสื่อออนไลน์เกี่ยวกับบ้าน มีผู้ชมมากที่สุดในประเทศไทย และผู้ติดตามมากกว่า 2.5 ล้านคนทางเฟซบุ๊กแฟนเพจ นอกจากนี้ยังมีเว็บไซต์ [www.livingasean.com](http://www.livingasean.com) ซึ่งเป็นสื่อออนไลน์ภาษาอังกฤษ ที่นำเสนอเกี่ยวกับการออกแบบบ้าน การจัดสวน และวัฒนธรรมการใช้ชีวิตของคนในภูมิภาคอาเซียนที่มีหลายอย่างคล้ายๆ กัน และเสน่ห์ของสิ่งที่แตกต่างกันที่น่าสนใจ

### สายสุขภาพกายและสุขภาพใจ

ชีวจิต และ Secret เป็นแบรนด์กลุ่มสุขภาพกาย-ใจ ที่วันนี้มิใช่เป็นเพียงนิตยสาร แต่เป็นผู้ผลิตคอนเทนต์ที่มีความถูกต้อง ชัดเจน เน้นความน่าเชื่อถือ มาตลอดระยะเวลา 20 ปี จึงเป็นที่ยอมรับในกลุ่มผู้อ่าน และผู้สนใจเรื่องสุขภาพ จนนำไปสู่นิตยสารที่มียอดพิมพ์สูงสุด และนับเป็นนิตยสารหมวดสุขภาพที่มียอดพิมพ์สูงสุดและขายดีที่สุดในเมืองไทย

วันนี้ ชีวจิต และ Secret เรายังเป็นผู้ผลิตคอนเทนต์สุขภาพ ที่มีสื่อครอบคลุมทุกช่องทาง ในทุกช่วงวัย ได้แก่ สื่อออนไลน์ เว็บไซต์ [www.goodlifeupdate.com](http://www.goodlifeupdate.com) ที่ตอบโจทย์เรื่องสุขภาพกาย ใจ อาหารเพื่อสุขภาพ และเฟซบุ๊กแฟนเพจ นิตยสารชีวจิต Secret Magazine Thailand และช่องอมรินทร์ทีวี เอชดี รายการอยู่เป็นลืมป่วย รายการ Secret ความลับชีวิต รายการสุขทุกวัน 7 วัน 7 ภูฏ รายการตามอำเภอจัน ที่มีผู้ติดตามอย่างต่อเนื่อง จึงกล่าวได้ว่าเป็นกลุ่มแบรนด์ที่มีช่องทางสื่อสารสู่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างครบวงจร

### กลุ่มแฟนและความงาม

ครบถ้วนทุกไลฟ์สไตล์และความสนใจสำหรับผู้หญิง ได้แก่ แพรว สุดสัปดาห์ และ แพรวเวดดิ้ง โดยทั้ง 3 นิตยสารนี้ ถือครองส่วนแบ่งการตลาดสูงที่สุดของกลุ่มด้วยยอดพิมพ์จำหน่ายสูงที่สุดในประเทศและนำเสนอเนื้อหาที่ครองใจผู้อ่านมาเป็นระยะเวลายาวนาน

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

สุดสัปดาห์ เนื้อหาสำหรับผู้หญิงรุ่นใหม่ที่ทันสมัย อัปเดตเทรนด์แฟชั่น ความงาม แบบทันสมัยเสมอ โดยส่งต่อเนื้อหาที่น่าสนใจ ในทุกด้านสู่โลกออนไลน์ผ่าน [www.sudsapda.com](http://www.sudsapda.com) และเฟสบุ๊กแฟนเพจ “สุดสัปดาห์แฟนคลับ” ที่มีจำนวนผู้ติดตามสูงสุดเป็นอันดับ 1 ของกลุ่ม รวมถึงการจัดโครงการสุดสัปดาห์ คนหล่อขอทำดี ที่จัดขึ้นต่อเนื่องเป็นปีที่ 10 ซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากดารานักแสดงชั้นนำของวงการเป็นประจำทุกปี

WE หรือ แพรวเวดดิ้ง แหล่งรวมข้อมูลไอเดียเกี่ยวกับการจัดงานแต่งงาน เพื่อเสริมวันสำคัญของคู่แต่งงานให้สมบูรณ์แบบและน่าจดจำ ผ่านนิตยสาร บุกกาชืน เว็บไซต์ [praewwedding.com](http://praewwedding.com) เฟสบุ๊กแฟนเพจ Praew Wedding

### กลุ่ม Family Interest

ในกลุ่มเนื้อหาที่ตอบโจทย์เพื่อครอบครัวประกอบไปด้วย

เครือข่าย Amarin Baby & Kids สื่อครบวงจร (OMNI MEDIA) อันดับ 1 เพื่อพ่อ-แม่-ลูก ซึ่งมีนิตยสาร Amarin Baby & Kids และสำนักพิมพ์ Amarin Baby & Kids ที่ได้ร่วมกันคัดสรรสิ่งที่ดีที่สุดเพื่อเป็นแหล่งรวมข้อมูลสำหรับการเรียนรู้ ทักทายและพัฒนาการให้กับทุกครอบครัว โดยยังมีแหล่งข้อมูลออนไลน์ครบถ้วนทั้งเว็บไซต์ [amarinbabyandkids.com](http://amarinbabyandkids.com) และเฟสบุ๊กแฟนเพจ Amarinbaby&kids นอกจากนี้ ยังได้จัดงานแฟร์ใหญ่ระดับประเทศ Amarin Baby & Kids Fair 2 ครั้ง/ปี และขยายไปยังหัวเมืองใหญ่ ได้แก่ เชียงใหม่, ขอนแก่น, อุดรธานี และสงขลา รวมทั้งหมด 7 ครั้ง/ปี ซึ่งถือเป็นงานแฟร์ที่ดีและใหญ่ที่สุดของประเทศ

National Geographic ฉบับภาษาไทยนิตยสารมาตรฐานระดับโลก ครองเนื้อหาเกี่ยวกับสารคดีอันดับหนึ่งของประเทศที่ “เปรียบเสมือนคลังความรู้ของทุกคนในครอบครัว” นิตยสารที่มอบสาระความรู้อย่างไม่หยุดยั้งบนหนทางแห่งการแบ่งปัน อนุรักษ์ และผจญภัย เพื่อค้นหาความแปลกใหม่ และเรื่องราวอันน่าอัศจรรย์จากทั่วทุกมุมโลกอย่างลึกซึ้งและมีคุณภาพ จนได้รับความเชื่อถือจากผู้อ่านทั่วโลก ได้เล็งเห็นที่จะเป็นส่วนหนึ่งในการยกระดับสังคมไทย ให้เป็นสังคมแห่งการอ่าน และการเรียนรู้ เพื่อเพิ่มประสบการณ์ และความรู้ให้กับทุกๆ คน

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

### สิ่งพิมพ์ในรูปแบบหนังสือเล่ม (สายงานหนังสือเล่ม)

สำนักพิมพ์ในเครืออมรินทร์ดำเนินงานจัดพิมพ์หนังสือเล่มมาตั้งแต่ปี 2535 ภายใต้แนวคิดและการดำเนินงานที่ว่า “การอ่านคือรากฐานที่สำคัญ” จนตราปัจจุบันมีสำนักพิมพ์ในเครืออมรินทร์ทั้งหมด 15 สำนักพิมพ์ ประกอบด้วย แพรวสำนักพิมพ์, สำนักพิมพ์อรุณ, สำนักพิมพ์แพรวเพื่อนเด็ก, สำนักพิมพ์แพรวเยาวชน, สำนักพิมพ์อมรินทร์, สำนักพิมพ์

Amarin How-to, สำนักพิมพ์ Amarin Comics, สำนักพิมพ์ Amarin Dhamma, สำนักพิมพ์ Amarin Health, สำนักพิมพ์ Amarin Cuisine, สำนักพิมพ์ Amarin Travel, สำนักพิมพ์ springbooks, สำนักพิมพ์ Rose, สำนักพิมพ์ Shortcut, สำนักพิมพ์บ้านและสวน โดยจัดพิมพ์หนังสือแยกย่อยแบ่งหมวดหมู่ สำหรับผู้อ่านทุกเพศทุกวัย ปีละประมาณ 405 ปก ภายใต้ 3 กลุ่มหนังสือหลัก คือ บันเทิงคดีไทย – เทศ (Fiction) สารคดี (Non - Fiction) และหนังสือสำหรับเด็กและเยาวชน **แพรวสำนักพิมพ์**

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

### **สำนักพิมพ์อรุณ**

สำนักพิมพ์อรุณ มุ่งสร้างสรรค์และผลิตนวนิยายจากนักเขียนที่มีผลงานครองใจนักอ่าน เช่น กิ่งฉัตร, ปิยะพร ศักดิ์เกษมและจุฑารัตน์ รวมถึงนวนิยายรักโดยนักเขียนรุ่นใหม่ในชุดอุณโอรัก และชุด Love Square

### **สำนักพิมพ์ Rose**

สำนักพิมพ์ที่ผลิตนิยายโรมานซ์จากต่างประเทศ มุ่งนำเสนอความรักในรูปแบบต่างๆ เพื่อความอึดอึ้งใจให้กับผู้อ่าน

### **สำนักพิมพ์แพรวเพื่อนเด็ก**

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

### **สำนักพิมพ์อมรินทร์คอมมิกส์**

สำนักพิมพ์อมรินทร์คอมมิกส์มุ่งผลิตหนังสือความรู้สำหรับเด็กวัยประถมศึกษาขึ้นไปทั้งในรูปแบบการ์ตูน หนังสือภาพความรู้และสารคดี มีความโดดเด่นที่ความสนุก ภาพลายเส้นสวยงามควบคู่กับสาระประโยชน์ พร้อมทั้งเกร็ดความรู้ที่เหมาะสมต่อการเรียนรู้ของเด็ก

### **สำนักพิมพ์แพรวเยาวชน**

สำนักพิมพ์แพรวเยาวชนมุ่งสร้างสรรค์และผลิตรายการเยาวชนชั้นดีทั้งไทยและงานแปลจากภาษาต่างประเทศ เพื่อเสริมสร้างจินตนาการและปลูกฝังรสนิยมการอ่านที่ดีและมีคุณภาพให้แก่เยาวชนไทย

### **สำนักพิมพ์อมรินทร์ธรรมะ**

สำนักพิมพ์อมรินทร์ธรรมะมุ่งผลิตหนังสือโดยเน้นเนื้อหาที่มีหลักธรรมถูกต้องและธรรมะภาคปฏิบัติที่เข้าใจง่าย นำไปใช้ได้จริงในชีวิตประจำวันเพื่อรับมือกับทุกวิกฤตและช่วยเยียวยาจิตใจมีตั้งแต่หนังสือธรรมะสำหรับผู้เริ่มต้นใหม่ไปจนถึงผู้เฒ่าเพื่อเข้าสู่เส้นทางนิพพาน

### **สำนักพิมพ์อมรินทร์ CUISINE**

สำนักพิมพ์อมรินทร์ CUISINE มุ่งผลิตหนังสืออาหารทั้งไทยและงานแปลจากภาษาต่างประเทศโดยเน้นเมนูเพื่อสุขภาพที่ผ่านการทดสอบเรื่องรสชาติอย่างพิถีพิถัน เพื่อยืนยันว่าอาหารอร่อยนั้น นอกจากคุณจะทำเองได้แล้ว ยังสามารถต่อยอดเป็นอาชีพได้อีกด้วย

## สำนักพิมพ์อมรินทร์ Health

สำนักพิมพ์อมรินทร์ Health มุ่งผลิตหนังสือทั้งงานไทยและงานแปลที่เน้นสาระความรู้ด้านสุขภาพทั้งกายและใจ โดยแบ่งหนังสือออกเป็น 4 หมวด คือ หมวดโรคภัยใกล้ตัว หมวดชีวิตและสุขภาพ หมวดความงาม และหมวดครอบครัว โดยแต่ละหมวดจะนำเสนอเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้ผู้อ่านสามารถนำไปประยุกต์ใช้ดูแลสุขภาพตนเองและคนรอบข้างได้จริง

## สำนักพิมพ์อมรินทร์

สำนักพิมพ์อมรินทร์มุ่งผลิตหนังสือคุณภาพแนวสาระความรู้เพื่อให้ผู้อ่านเป็นผู้มีความรู้รอบด้านทั้งหนังสือความรู้ที่อ่านสนุก มีสาระ และงานวิชาการที่มีข้อมูลถูกต้อง น่าเชื่อถือและนำไปอ้างอิงได้

## สำนักพิมพ์อมรินทร์ HOW-TO

สำนักพิมพ์อมรินทร์ HOW-TO มุ่งผลิตหนังสือทั้งแนวจิตวิทยาและการพัฒนาตนเอง การงาน การเงิน และการบริหาร ที่มีเนื้อหาเข้าใจง่ายและนำไปปฏิบัติได้

## สำนักพิมพ์ springbooks

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

## สำนักพิมพ์ Amarin Travel

สำนักพิมพ์อมรินทร์ Travel มุ่งผลิตหนังสือไกด์บุ๊กและสารคดีท่องเที่ยวทั้งงานไทยและงานแปลจากภาษาต่างประเทศ โดยรวบรวมสาระ ความบันเทิงและแรงบันดาลใจในการท่องเที่ยวให้กับผู้อ่าน

## สำนักพิมพ์ SHORTCUT

สำนักพิมพ์ SHORTCUT มุ่งผลิตหนังสือเพื่อปลูกพลังชีวิต กระตุกต่อมคิดของคนรุ่นใหม่ไฟแรงที่อยากเป็นตัวเอง และสร้างความสำเร็จในแบบฉบับของตัวเอง ภายใต้แนวคิด “be ORIGINAL” นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับความคิด ทักษะดี วิธีการ อันเป็นทางลัดที่นำไปสู่เส้นชัย พร้อมเสริมสร้างแรงบันดาลใจในการทำงานและการใช้ชีวิต

## สำนักพิมพ์บ้านและสวน

เราเป็นผู้นำหนังสือตกแต่งบ้านและตกแต่งสวน พร้อมทั้งนำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจเกี่ยวกับงานช่าง ประดิษฐ์ของ แต่งบ้านใช้เอง ไลฟ์สไตล์การใช้ชีวิตอย่างสุนทรีย์ของคนรักบ้าน รักการจัดสวนกับความรู้เกี่ยวกับพรรณไม้ทั้งไทยและต่างประเทศ

## กิจกรรมการตลาดและงานแฟร์

งานแฟร์และงานเปิดตัว ในปี 2560 บริษัทมีการจัดกิจกรรมทางการตลาดและงานแฟร์ดังนี้

### บ้านและสวนแฟร์

ในปี 2560 มีการจัดงานแฟร์บ้านและสวน 2 ครั้ง คือ บ้านและสวนแฟร์ Midyear 2017 จัดขึ้นในวันที่ 22-30 กรกฎาคม 2560 ณ อาคาร 100 – 106 ณ ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค บางนา และบ้านและสวนแฟร์ 2017 วันที่ 27 ตุลาคม - 5 พฤศจิกายน 2560 ณ อาคารชาเลนเจอร์ 1-3 อิมแพ็ค เมืองทองธานี

“บ้านและสวนแฟร์” งานแฟร์ของคนรักบ้านและสวนระดับประเทศ จัดโดยนิตยสารบ้านและสวนจัดอย่างต่อเนื่องมาเป็นปีที่ 18 ครอบคลุมโดดเด่นด้านการออกแบบและแนวคิดที่หลากหลายและการตกแต่ง มีงานดีไซเนอร์เป็นเอกลักษณ์



เฉพาะ สินค้ามากมายทั้งของแต่งบ้านและสวน ต้นไม้ขนาดใหญ่จากบริษัทชั้นนำของประเทศ “รวมดีไซน์สร้างสรรค์...ครบครันสำหรับคนรักบ้านและสวน”

### Amarin Baby & Kids Fair

บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) จัดงานแฟร์ที่คุ้มค่าเพื่อครอบครัว โดยในปี 2560 ได้จัดต่อเนื่องเป็นครั้งที่ 9 (วันที่ 23-26 กุมภาพันธ์ 2560) และครั้งที่ 10 (วันที่ 27-30 กรกฎาคม 2560) ณ อาคาร 98-99 ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค บางนา

ซึ่งในปีนี้ได้ขยายอาคารการจัดแสดงจากเดิมรวบรวมสินค้าแม่-ลูกกว่า 300 บูธ เป็น กว่า 1,000 บูธ และนับได้ว่าเป็นการจัดแสดงสินค้าแม่-ลูกที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย นอกจากนี้ภายในงานยังมีกิจกรรมที่น่าสนใจให้ได้ร่วมสนุก เช่น การเล่นเกมโดยแพรวเพื่อนเด็ก การแข่งคลานตุ๊กตัก แข่งเดินเตาะแตะ ฟังเสนาเรื่องลูกจากคุณหมอผู้เชี่ยวชาญ กิจกรรมแม่ท้องสุขภาพดี

รวมถึงมอบรางวัลให้น้อยขวัญใจมหาชน และ Parent of the Year 2017 ที่มอบโดย นิตยสาร Amarin Baby & Kids ให้แก่บุคคลที่เป็นพ่อแม่และครอบครัวต้นแบบที่ดีของสังคม และองค์กรที่สนับสนุนกิจกรรมเพื่อเด็กและสถาบันครอบครัว โดยให้ผู้อ่านนิตยสารร่วมโหวตด้วยการส่งคูโปนและทางเว็บไซต์ ซึ่งผู้ที่ได้รับรางวัลในสาขาต่างๆ มีดังนี้

- |                                |   |                                     |
|--------------------------------|---|-------------------------------------|
| • น้อยขวัญใจมหาชน สาขาเด็กหญิง | ผู้ที่ได้รับรางวัล                      | น้องมะลิ – ด.ญ.พาขวัญ สหวงศ์        |
| • น้อยขวัญใจมหาชน สาขาเด็กชาย  | ผู้ที่ได้รับรางวัล                      | น้องแม็กซ์เวลล์ คาซิงกินี           |
| • Father of the Year           | ผู้ที่ได้รับรางวัล                      | ผู้พันเบิร์ด – พันเอกวันชนะ สุวัณดี |
| • Mother of the Year           | ผู้ที่ได้รับรางวัล                      | คุณโอบอลล์ – ปาณิสรา อารยะสกุล      |
| • Parent of the Year           | ผู้ที่ได้รับรางวัล                      | ครอบครัวอารยะสกุล                   |
| • Best Playground              | องค์กรที่ได้รับรางวัล                   | KidZania Bangkok                    |
| • Best Corporate for Family    | องค์กรที่ได้รับรางวัล                   | มูลนิธิกระจกเงา                     |
| • Best Innovation for Family   | อุปกรณ์ฝึกทักษะสำหรับเด็กสมองพิการ C.P. |                                     |

และยังต่อยอดความสำเร็จด้วยการขยายการจัดงานไปจังหวัดต่างๆ จำนวน 7 ครั้ง ดังต่อไปนี้

- Amarin Baby & Kids Fair @ อุดรธานี ณ อุดรธานีฮอลล์ เซ็นทรัลพลาซา จำนวน อุดรธานี 2 ครั้ง
- Amarin Baby & Kids Fair @ เชียงใหม่ ณ เชียงใหม่ฮอลล์ เซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่ แอร์พอร์ต จำนวน 2 ครั้ง
- Amarin Baby & Kids Fair @ ขอนแก่น ณ ขอนแก่นฮอลล์ เซ็นทรัลพลาซา ขอนแก่น จำนวน 2 ครั้ง
- Amarin Baby & Kids Fair @ หาดใหญ่ ณ หาดใหญ่ฮอลล์ เซ็นทรัลเฟสติวัล สงขลา จำนวน 1 ครั้ง

### สุดสัปดาห์ Shopping Market จัดโดยนิตยสารสุดสัปดาห์

นิตยสารสุดสัปดาห์ นิตยสารแฟชั่น ความงาม และไลฟ์สไตล์ชั้นนำในเครืออมรินทร์ฯ ได้จัดงาน Shopping Market สำหรับทุกเพศ ทุกวัย ขายสินค้าแฟชั่นและไอเท็มบิวตี้จากร้านค้าออนไลน์กว่า 200 บูธ พร้อมทั้งบูชเชเลบริตี้ชื่อดังมาร่วมออกบูธ และมีความพิเศษที่แตกต่างจากงานอื่นคือ ภายในงาน สุดสัปดาห์ Shopping Market มีมินิคอนเสิร์ตจากศิลปินชั้นนำ พร้อมด้วยกิจกรรมอีกมากมายที่จะมาทำให้การช้อปปิ้งของคุณสนุกสนานโดยในปี 2560 จัดขึ้นทั้งหมด 4 ครั้ง โดยจัดที่ เซ็นทรัลเวิลด์ วันที่ 10 – 12 มีนาคม 2560 ฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต วันที่ 18 – 21 พฤษภาคม 2560 และวันที่ 31 สิงหาคม – 3 กันยายน 2560 และงานครั้งล่าสุดจัดที่ สยามสแควร์ ซอย 7 วันที่ 15 – 17 ธันวาคม 2560

## นิตยสารสุดสัปดาห์ รวมพลังคนหล่อทำภารกิจสานต่อความพอเพียง ตามรอยพระราชดำริฯ

### ในงาน “สุดสัปดาห์คนหล่อขอทำดีปี 10”

นิตยสารสุดสัปดาห์ รวบรวมพลังคนหล่อ จัดโครงการทำประโยชน์เพื่อช่วยเหลือสังคมอย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ 10 ด้วยการจัดโครงการ “สุดสัปดาห์ คนหล่อฯ พอเพียง” นำโดย มนทิรา ภูปากน้ำ บรรณาธิการบริหารนิตยสารสุดสัปดาห์ โครงการที่ร่วมนักแสดงหนุ่มในวงการบันเทิงกว่า 100 คน กับการปฏิบัติภารกิจมากมายเพื่อช่วยเหลือสังคม โดยในปีนี้นำในคอนเซ็ปต์ “คนหล่อฯ พอเพียง” เพื่อดำเนินภารกิจตามรอยพระราชดำริ ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของในหลวงรัชกาลที่ 9 ด้วยการร่วมทำกิจกรรมกับชาวบ้านโดยยึดความพอเพียงเป็นหลักในการดำเนินชีวิต คนหล่อที่เข้าร่วมโครงการในปีนี้ได้แก่ บอย-หนอง-ภัทร์ จากครอบครัวฉัตรบริรักษ์ , โตโน่ ภาคิน , ต๋อ ธนภพ , ณพรัตน์ จินดาโชติ , ไมค์ ภัทรเดช , มิกค์ ทองระย้า , สกาย - วงศ์วี , แบงค์ - ธิตี , กัปตัน - ชลธร , ทอย - ปฐมพงษ์ , เพชร-เต๋อ-เจเจ จากไดอารี่ตุ๊ดซี่ ร่วมด้วยคริสและสิงโต จาก Sotus The Series ยกทัพมาร่วมงานแถลงข่าว ในวันพุธที่ 22 กุมภาพันธ์ 2560 ณ ลานอีเดน เซ็นทรัลเวิลด์ ภายในงาน เหล่าแฟนคลับยังได้ร่วมระดมทุนด้วยการซื้อบัตรเข้าร่วมฐานกิจกรรมกับคนหล่อในดวงใจ พร้อมร่วมลุ้นรางวัลสุดเซอร์ไพรส์ที่จะได้รับกลับบ้านไป ภายในเวลาครึ่งชั่วโมงสามารถทำรายได้กว่า 300,000 บาท เพื่อนำรายได้สมทบทุนช่วยเหลือผู้ประสบอุทกภัยทางภาคใต้ ผ่านมูลนิธิอาสาเพื่อนพึ่ง (ภาฯ) ยามยาก สภากาชาดไทย

## Amarin Baby & Kids จัดแถลงผลวิจัย “ที่สุดของแม่ไทย”

### ตอกย้ำความเป็นที่ 1 เครื่องช่วยแม่ลูกที่ใหญ่ที่สุดในโลกในประเทศ

บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) นำทีมผู้บริหาร Amarin Baby & Kids ร่วมแถลงผลวิจัย #ThaiMomsTopOfMind “ที่สุดของแม่ไทย” เจาะลึกทุกช่วงวัยลูก หุ่นทุนทำผลวิจัยแบบเจาะลึกครอบคลุมทุกประเด็นที่เป็นที่ที่สุดของคุณแม่และการเลี้ยงลูก จากคุณแม่ที่มีศักยภาพและกำลังการซื้อสูงทั่วประเทศกว่า 3,100 คน เพื่อแสดงศักยภาพของแบรนด์ในการเป็นสื่อกลางความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องแก่ครอบครัวยุคใหม่ พร้อมเผยวิสัยทัศน์และกลยุทธ์การรุกคืบพัฒนาสื่อทุกช่องทางในเครือช่วยตอกย้ำความเป็นที่ 1 ในตลาด และการเป็นผู้รู้จักแม่ รู้ใจแม่ เพื่อเป็นสุดยอด “ตัวช่วยตัวจริงของคุณแม่” ในการเลี้ยงลูกให้ ฉลาด ดี และมีสุข โดยมี เหล่าพันธมิตร เอเจนซี่ และลูกค้าแบรนด์ชั้นนำกลุ่มผลิตภัณฑ์และบริการแม่และลูกมากมายมาร่วมงาน ณ โรงแรมบันยันทรี กรุงเทพฯ เมื่อวันพฤหัสบดีที่ 1 มิถุนายน 2560

## นิตยสารแพรวจัดงานมอบรางวัลใหญ่ให้ผู้อ่าน

### “แพรว Pin it to win it”

นิตยสารแพรว จัดงานแถลงแคมเปญใหญ่คืนกำไรให้ผู้อ่าน “แพรว Pin it to win it” โดยได้มอบรางวัลรถฟอร์ด เอคโคสปอร์ต มูลค่า 944,970 บาท ให้กับผู้อ่านนิตยสารแพรว ซึ่งผู้โชคดี ได้แก่ คุณยุพิน ฉันทรัตนโยธิน พร้อมเปิดตัวแคมเปญแจกใหญ่ต่อเนื่องตลอดปี 2560 กับแหวนเพชรสุดหรูมูลค่ารวมกว่า 1,500,000 บาท จากแบรนด์ Premiera, Jubilee และ Beauty Gems โดยมีผู้บริหารของทั้ง 3 แบรนด์มาร่วมงานได้แก่ อธิษฐา วรวงศ์สุ, อัญรัตน์ พรประกฤต และ สุริยน ศรีอรทัยกุล อีกทั้ง 3 ศิลปินคนดังที่ร่วมแคมเปญนี้ ยังมาพูดคุยเผยความเซอร์ไพรส์ในงาน ได้แก่ ป้อง-ณวัฒน์ กุลรัตนรักษ์, บี-สุกฤษฎี วิเศษแก้ว และ บอม-ธนิส มนูญศิลป์ นอกจากนี้ ยังถือโอกาสดีในการคืนกำไรให้กับสังคมด้วยการมอบเงินจากโครงการแพรวแชร์ดี ให้กับมูลนิธิเซฟ ประเทศไทย จำนวน 300,000 บาท เพื่อเป็นทุนในการช่วยเหลือเด็กไทยต่อไป โดยมีเหล่า เซเลบริตี้คนดังมาร่วมเป็นสักขีพยาน เมื่อวันพฤหัสบดีที่ 11 พฤษภาคม 2560



## นิตยสารแพรว ฉลองก้าวสู่ 39 ปี จัดงาน

### ช้อปมหากุศล “แพรว Charity 2017” และงานมอบรางวัลสุดยอดผลิตภัณฑ์ความงาม “แพรว Iconic Beauty 2017”

นิตยสารแพรว ฉลองก้าวสู่ปีที่ 39 ขวนเหล่าเซเลบคนดังทำบุญใหญ่ด้วยการชนแพชั่นแบรนด์เนมดังคุณภาพดี มาจำหน่ายในราคาพิเศษกับ งานช้อปปิ้งมหากุศล “แพรว Charity 2017” ณ แฟชั่นฮอลล์ ชั้น 1 ศูนย์การค้าสยามพารากอน รวมรายได้จากการจัดจำหน่ายทั้งสิ้น 938,371 บาท โดยไม่หักค่าใช้จ่าย นำสมทบเข้ากองทุนแพรวแชริตี้ เพื่อช่วยเหลือเด็ก สตรี ผู้ยากไร้ และสัตว์ทุกชีวิต นอกจากนี้ ยังได้บริจาคเงิน จำนวน 3,000,000 บาท ที่รวบรวมเงินบริจาคของผู้อ่านผ่านคอลัมน์แพรวแชริตี้ และเงินที่นิตยสารแพรวสมทบเพิ่มเติมในจำนวนที่เท่ากัน รวมกับเงินจากการจัดจำหน่ายสินค้าในงานแพรวแชริตี้ 2558 และกิจกรรมการกุศลต่างๆ ที่นิตยสารแพรวจัดขึ้น มอบให้แก่ 11 มูลนิธิ ได้แก่ มูลนิธิสงเคราะห์เด็กอ่อนพิการทางสมองและปัญญา (บ้านเฟื่องฟ้า), มูลนิธิอาสาสมัครช่วยคนตาบอดในพระบรมราชูปถัมภ์, มูลนิธิสวนแก้ว, บ้านสงเคราะห์สัตว์ ป่าตองรัตน์, บ้านเด็กธรรมาพร อำเภอมะนัง จังหวัดยะลา, สถานสงเคราะห์คนชราคามิลเลียน ปราจีนบุรี, มูลนิธิอนุรักษ์โคกระบือไทยและให้ชีวิตใหม่แก่สัตว์ถูกทอดทิ้ง จังหวัดนครราชสีมา, มูลนิธิกระจกเงา, มูลนิธิบ้านสงเคราะห์สัตว์พิการ ในความอุปถัมภ์ของหลวงตาบัว ญาณสัมปันโน, สถานพักพิงบ้านทศนีย์ที่แม่สอด และออโรสคาล วัดคำประมง รักษาผู้ป่วยมะเร็ง ระยะสุดท้ายโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย

นอกจากนี้ ยังมีการมอบรางวัลสุดยอดผลิตภัณฑ์ความงามแห่งปี “แพรว Iconic Beauty 2017” พร้อมชม PRAEW ICONIC BEAUTY FASHION SHOW ชุดพิเศษในคอนเซ็ปต์ “THE BACK STAGE” นำความสวยจากเบื้องหลังสู่เบื้องหน้า ตอกย้ำความเป็นผู้นำด้านบิวตี้และแฟชั่นชั้นนำของนิตยสารแพรว

## นิตยสารเนชั่นแนล จีโอกราฟฟิก ฉบับภาษาไทย จัดงานมอบรางวัล

### สารคดีภาพแห่งปี “PHOTOGRAPHY CONTEST 2017”

นิตยสาร เนชั่นแนล จีโอกราฟฟิก ฉบับภาษาไทย จัดงานมอบรางวัล สำหรับโครงการประกวดสารคดีภาพแห่งปี ที่ช่างภาพทุกคนรอคอย “PHOTOGRAPHY CONTEST 2017” โดยจัดขึ้นต่อเนื่องเป็นปีที่ 7 เปิดโอกาสให้ช่างภาพทั่วไปที่มีใจรักในการบอกเล่าเรื่องราวผ่านภาพถ่าย ได้แสดงศักยภาพอย่างเต็มที่ ด้วยการรวมทีมส่งภาพเข้าประกวด 7-10 ภาพ ที่สามารถร้อยเรียงเป็นสารคดีภาพ 1 เรื่องได้อย่างสมบูรณ์ ซึ่งมีเหล่าช่างภาพมากฝีมือเข้าร่วมกิจกรรมกว่า 200 ทีม ผ่านการคัดเลือกอย่างเข้มข้นจากคณะกรรมการผู้เชี่ยวชาญ จนได้ผู้ชนะเลิศ ได้แก่ อธิวัฒน์ ศิลปะเมธานนท์ โดยได้จัดพิธีมอบรางวัลในวันเสาร์ที่ 4 พฤศจิกายน 2560 ในงานบ้านและสวนแฟร์ 2017 ณ อิมแพ็ค ชาเลนเจอร์ เมืองทองธานี

## Amarin Run for Kids แบ่งปันด้วยการให้ ส่งน้ำใจด้วยการวิ่ง

บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) เป็นผู้ผลิตคอนเทนต์เกี่ยวกับสุขภาพ ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการมีสุขภาพดีของคนในสังคม จึงได้จัดงานวิ่งการกุศล “Amarin Run for Kids แบ่งปันด้วยการให้ ส่งน้ำใจด้วยการวิ่ง” เมื่อวันอาทิตย์ที่ 10 กันยายน 2560 ณ สะพานพระราม 8 ซึ่งในครั้งนี้เป็นการจัดงานวิ่งขึ้นเป็นครั้งที่ 2 โดยได้รับเกียรติจาก คุณกอบกาญจน์ วัฒนวรางกูร รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา มาเป็นประธานเปิดงานและร่วมวิ่ง งาน Amarin Run For Kids เปิดรับสมัครตั้งแต่เดือนพฤษภาคมที่ผ่านมา ได้รับความสนใจจากนักวิ่งและประชาชนทั่วไปที่รักสุขภาพ อายุตั้งแต่ 15 ปี ไปจนถึงอายุ 50 ปีขึ้นไป รวมทั้งสิ้น 3,600 คน โดยแบ่งระยะวิ่งเป็น 3 ระยะ

คือ Fun Run 5 กม., Mini Marathon 10 กม. และ Half Marathon 21 กม. โดยรายได้หลังหักค่าใช้จ่ายมอบให้บ้านทานตะวัน มูลนิธิเด็ก

## นิตยสาร Secret จัดงานมอบรางวัล “Secret Inspiration Awards 2017”

### รวมตัวคนดังต้นแบบแรงบันดาลใจแห่งปี

นิตยสาร Secret แหล่งรวมเรื่องราวของบุคคลมากมายซึ่งล้วนแล้วแต่ให้ข้อคิดและแรงบันดาลใจแก่ผู้อ่านมายาวนานจนก้าวสู่ปีที่ 10 จัดงานมอบรางวัล “Secret Inspiration Awards 2017” ซึ่งมีผู้ได้รับรางวัล ได้แก่ คุณเจมส์ มาร์ รางวัลสาขานักแสดงสร้างแรงบันดาลใจแห่งปี, คุณชน-ธนา ลิ้มปายระยะ และคุณพรพนสิริ คุณากรไพบุลย์ศิริ ผู้จัดการมูลนิธิรามาริบัติในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เป็นตัวแทนมูลนิธิฯ ขึ้นรับรางวัลสาขาองค์กรสร้างความเปลี่ยนแปลงในสังคมแห่งปี โดย คุณเมตตา อุทกะพันธุ์ ประธานกรรมการ บริษัทอมรินทร์ พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) ให้เกียรติขึ้นเป็นผู้มอบรางวัล เมื่อวันที่ 25 กรกฎาคม 2560 ณ เวทีกลาง โซน Good Life ในงานบ้านและสวน midyear 2017 Hall 106 ไบเทค บางนา

### 2.1 ลักษณะลูกค้า

จากลักษณะการประกอบธุรกิจของสายงานนิตยสารและหนังสือเล่ม ในการผลิตนิตยสารและหนังสือเล่มประเภทต่างๆ ลักษณะของลูกค้าจึงแยกตามประเภทของผลิตภัณฑ์ สรุปได้ดังนี้

#### 2.1.1 สายงานนิตยสาร แบ่งกลุ่มลูกค้าออกเป็น 2 กลุ่มดังนี้

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

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

2.1.2 สายงานหนังสือเล่ม จากการที่บริษัทฯ ได้ผลิตหนังสือที่ดีมีคุณภาพออกมาหลากหลายประเภท จึงสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้อ่านได้ครอบคลุม ตั้งแต่กลุ่มเด็ก วัยทำงาน จนถึงวัยผู้ใหญ่

### 2.2 ลักษณะรายได้ ประกอบไปด้วยรายได้แยกตามประเภทของสินค้า ดังนี้

2.2.1 รายได้จากการขายพื้นที่โฆษณาในนิตยสารทุกฉบับ การโฆษณาบนเว็บไซต์ และหนังสือเล่ม

2.2.2 รายได้จากการขายสิ่งพิมพ์ในรูปแบบนิตยสาร และหนังสือเล่ม

2.2.3 รายได้จากการรับจ้างและให้บริการ เช่น การรับจ้างจัดงาน

2.2.4 รายได้จากการขายพื้นที่จัดการแสดง เช่น การขายพื้นที่ในงานบ้านและสวน และงาน Amarin Baby and Kids Fair เป็นต้น

### 3. สายงานนิวมีเดีย

ด้วยประสบการณ์มากกว่า 10 ปีในการพัฒนาสื่อและเนื้อหาออนไลน์ให้กับอมรินทร์ วันนี้ NEW MEDIA ได้ก้าวไปสู่การพัฒนาแบรนด์ เนื้อหา และรูปแบบการสื่อสารต่างๆ ที่เหมาะสมกับโลกยุค 4.0 ในทุกๆ สื่อดิจิทัลไม่ว่าจะเป็นเว็บไซต์ แอปพลิเคชันบนมือถือ สื่อสังคมออนไลน์ รวมไปถึงการทำ INTEGRATED MARKETING CAMPAIGN ที่ต้องใช้สื่อหลายๆ ด้านมาช่วยสื่อสารกับผู้บริโภค

นอกจากเป็นหนึ่งในด้านเนื้อหาในสื่อสิ่งพิมพ์มานานกว่า 40 ปี ปัจจุบันอมรินทร์ได้ก้าวขึ้นเป็นอันดับหนึ่งของผู้สร้างสรรค์เนื้อหาไลฟ์สไตล์บนโลกออนไลน์แล้ว ด้วยยอดผู้เข้าใช้เว็บไซต์มากกว่า 7 ล้านคนต่อเดือน อ่านเนื้อหามากกว่า 18 ล้านครั้งต่อเดือน และยอดผู้ติดตามในสื่อสังคมออนไลน์มากกว่า 8 ล้านคน นอกจากนี้ NEW MEDIA ยังได้เริ่มเปิดตลาดการทำเนื้อหาเพิ่มเติม ซึ่งนอกจากสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับ บ้าน ไลฟ์สไตล์ผู้หญิง ครอบครัว หรือด้านอาหาร และสุขภาพ เรายังมีการทำเนื้อหาเรื่อง ผู้ชาย และ กีฬา เพิ่มเติมขึ้นอีกเพื่อตอบสนองตลาดผู้บริโภคด้านนี้ที่มีมากขึ้น

ด้วยศักยภาพของทีมงาน และคุณภาพของงานที่ออกมา ทำให้ที่ผ่านมา NEW MEDIA ได้รับการติดต่อและให้ผลิตรายการจากหน่วยงานใหม่ๆ เพิ่มขึ้น เช่น การทำออนไลน์วิดีโอให้กับ HOMEPRO การทำรายการถ่ายทอดสดออนไลน์ และการบริหารสื่อออนไลน์โครงการ FOX HUNT - LEICESTER CITY INTERNATIONAL ACADEMY ของ KING POWER การทำภาพยนตร์โฆษณาแอนิเมชันสามมิติของแบรนด์ WASO by Shisedo เป็นต้น

ในด้านเทคโนโลยี NEW MEDIA ได้มีการลงทุนกับระบบ PUBLISHER DATA MANAGEMENT PLATFORM หรือ DMP เพื่อใช้ในการวิเคราะห์เนื้อหาควบคู่ไปกับการเก็บข้อมูลของผู้บริโภค และนำเอาข้อมูลมาใช้ในการแนะนำเนื้อหาหรือบริการที่เหมาะสม ซึ่งจะเป็นการช่วยให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูลที่ตนสนใจจริงๆ รวมไปถึงแบรนด์ก็จะได้นำเสนอโปรโมชันให้กับกลุ่มเป้าหมายที่ถูกต้อง และตรงไปยังผู้บริโภคคนที่กำลังอยู่ในช่วงตัดสินใจเลือกใช้บริการพอดี

#### 3.1 ลักษณะลูกค้า

จากลักษณะการประกอบธุรกิจของสายงานนิวมีเดีย ลักษณะของลูกค้าจึงแยกตามประเภทของผลิตภัณฑ์ สรุปได้ดังนี้

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

3.1.2 กลุ่มลูกค้าสายงานนิวมีเดีย แบ่งกลุ่มเป็นลูกค้าโฆษณา รับจ้างผลิตเว็บไซต์ และ e-magazine ซึ่งส่วนใหญ่ต่อยอดมาจากกลุ่มลูกค้าโฆษณาในนิตยสารของบริษัทฯ

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

### 4. สายงานอมรินทร์ครีเอทีฟแอนดอ์อีเว้นต์

บริหารจัดการกิจกรรมสื่อสารการตลาดในรูปแบบอีเว้นต์ และงานแฟร์ ให้กับนิตยสารและหนังสือในเครือของบริษัท และลูกค้าภายนอกอย่างครบวงจร อาทิ งานบ้านและสวนแฟร์ , งาน Amarin Baby & Kids Fair งาน Sudsapda Shopping

Market และงานด้านกิจกรรมการตลาดในรูปแบบต่างๆ ด้วยทีมงานที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญ จึงได้รับความไว้วางใจจากองค์กรภายนอก ทั้งในส่วนภาครัฐและหน่วยงานเอกชนให้เป็นผู้จัดงานอย่างต่อเนื่อง

จากประสบการณ์ความสำเร็จอย่างต่อเนื่อง ในการสร้างสรรค์กิจกรรมสื่อสารการตลาดมากกว่า 18 ปี อมรินทร์ครีเอทีฟแอนดี้เวิลด์ยังคงมุ่งมั่นสร้างสรรค์งานคุณภาพ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างครอบคลุมและมีประสิทธิภาพ ภายใต้วิสัยทัศน์ในการดำเนินธุรกิจอย่างมืออาชีพที่ว่า “เพราะงานคุณภาพคือความชำนาญของเรา”

#### 4.1 ลักษณะลูกค้า

จากลักษณะการประกอบธุรกิจของสายงานครีเอทีฟแอนดี้เวิลด์ ลักษณะของลูกค้าจึงแยกตามประเภทของผลิตภัณฑ์ ได้แก่กลุ่มลูกค้าโฆษณา แบ่งเป็น กลุ่มลูกค้าที่เป็นตัวแทนโฆษณา (Advertising Agency) หรือ กลุ่มลูกค้าบริษัทหรือเจ้าของสินค้า (Client) ที่เลือกจัดงานอีเวนต์

#### 4.2 ลักษณะรายได้

ได้แก่ รายได้จากการรับจัดงานอีเวนต์และงานแฟร์

### แนวโน้มธุรกิจและการแข่งขัน

ภาพรวมเศรษฐกิจของประเทศไทยในปี 2560 มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2559 ซึ่งมีปัจจัยสนับสนุนหลักจากอุปสงค์ภายนอกประเทศ โดยเฉพาะจากการส่งออกสินค้าที่มีแนวโน้มขยายตัวดีและกระจายในหลายหมวดสินค้ามากขึ้น นอกจากนี้ การใช้จ่ายภาครัฐยังคงเป็นแรงขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่สำคัญ มีการจัดทำงบประมาณรายจ่ายเพิ่มเติมประจำปีงบประมาณ 2560 และการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมขนาดใหญ่ อาทิ โครงการรถไฟฟ้าทางคู่และรถไฟฟ้าในเขตเมือง โครงการมอเตอร์เวย์ และโครงการพัฒนาท่าอากาศยาน การลงทุนภาครัฐที่เพิ่มขึ้น จะช่วยสร้างความเชื่อมั่นของภาคธุรกิจและช่วยกระตุ้นการลงทุนภาคเอกชนในประเทศได้มากขึ้น อย่างไรก็ตาม การลงทุนภาคเอกชนในหมวดก่อสร้างมีการชะลอตัวตามสภาวะอสังหาริมทรัพย์ที่ซบเซา ขณะที่รายได้เกษตรกรที่ปรับตัวดีขึ้นตามราคาสินค้าโภคภัณฑ์ในตลาดโลก และผลผลิตที่เพิ่มขึ้นจะเป็นแรงสนับสนุนให้การบริโภคภาคเอกชนขยายตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป

สำหรับเศรษฐกิจช่วงปลายปี 2560 รัฐบาลพยายามใช้นโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจ อาทิ มาตรการลดหย่อนภาษีเพื่อกระตุ้นภาคท่องเที่ยว มาตรการซื้อช่วยเหลือชาติ มาตรการช่วยเหลือผู้มีรายได้น้อย สำหรับในส่วนของบริษัทที่มีรายได้หลักจากการดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับทิศทางของ 3 กลุ่มอุตสาหกรรม ได้แก่ อุตสาหกรรมสื่อโฆษณา อุตสาหกรรมสำนักพิมพ์ และอุตสาหกรรมงานพิมพ์ ดังนี้

### อุตสาหกรรมสื่อโฆษณา

ธุรกิจมีเดียในปี 2560 มีการพัฒนาปรับเปลี่ยนรูปแบบ เพื่อสอดคล้องพฤติกรรมผู้บริโภคที่ก้าวสู่ดิจิทัล มีการแสวงหาช่องทางเพิ่มมากขึ้น ฉะนั้นบทบาทของธุรกิจมีเดียจำเป็นต้องปรับรูปแบบ Platform ของมีเดียเป็น Integrated Media ประกอบด้วย On Print, Online, On ground ในปี 2560 ภาพรวมของธุรกิจมีเดีย มีการรุกเข้าสู่รูปแบบออนไลน์อย่างเต็มที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบัน ด้วยการสร้างความสมดุลระหว่างสื่อวิทยุและสื่อออนไลน์ สร้างเนื้อหาที่มีความพิเศษ ทันกระแส และมีความน่าสนใจ แตกต่างตามลักษณะเฉพาะของสื่อวิทยุและสื่อออนไลน์ พร้อมทั้งต่อขยายฐานผู้อ่านวิทยุและสื่อวิทยุเข้าสู่ฐานผู้อ่านออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการเพิ่มจำนวนผู้อ่านใหม่

เข้ามาในสื่อออนไลน์ทุกรูปแบบ ทั้งนี้ ได้มอบประสบการณ์พิเศษระหว่างแบรนด์กับผู้อ่านผ่านรูปแบบกิจกรรมงานแฟร์ อาทิ บ้านและสวนแฟร์, Amarin Baby & Kids Fair และรูปแบบกิจกรรมทางการตลาด อาทิ สุดสัปดาห์ shopping Market, Amarin Run For Kids และแพรว Charity เป็นต้น

### อุตสาหกรรมงานพิมพ์

แนวโน้มธุรกิจงานพิมพ์ในปี 2560 นี้จะตอบสนองพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัลมากขึ้น งานพิมพ์เชิงปริมาณ (Mass Printing) ไม่ตอบสนองกับยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ การแข่งขันในเชิงธุรกิจงานพิมพ์ ก็มีเปลี่ยนแปลงไป โดยเน้นอัตราการทำการกำไรขั้นต้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น งานพิมพ์จะต้องมีนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ผสมผสานเข้าไปในงานพิมพ์เดิม พร้อมตอบสนองความต้องการและสร้างความประทับใจแก่ผู้บริโภคในยุคดังกล่าวได้อย่างสูงสุด

สายงานธุรกิจโรงพิมพ์จึงได้วางแผนธุรกิจเพื่อรองรับตลาดงานพิมพ์ที่มีแนวโน้มที่จะเติบโตต่อไปอย่างต่อเนื่อง ดังนี้ ตลาดงานพิมพ์ตามอุปสงค์ (Printing-On-Demand [POD]) ที่เน้นรองรับจำนวนพิมพ์ตามอุปสงค์แบบไม่จำกัดและสามารถเริ่มต้นจำนวนการพิมพ์ได้ตั้งแต่ปริมาณน้อย ตอบโจทย์การพิมพ์งานแบบรวดเร็วคล่องตัว (Fast Digital Printing) ตลาดงานพิมพ์ที่มีคุณค่าสูง (High-Value Printing) และงานพิมพ์ที่มีคุณค่าเหนือกาลเวลา ได้แก่ งานพิมพ์เชิงศิลปะ เชิงการออกแบบที่โดดเด่นแตกต่าง และงานพิมพ์เพื่อการเก็บสะสมและส่งมอบต่อเป็นมรดก ตลาดงานพิมพ์แบบผสมผสาน (Electronics-Integrated Printing) ที่นำเทคโนโลยีทั้งภาพ เสียง วิดีโอ ผสมผสานเข้ากับงานพิมพ์แบบกระดาษ เพื่อสร้างสรรค์งานพิมพ์รูปแบบใหม่ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคยุคดิจิทัล การรองรับตลาดงานพิมพ์ที่มีศักยภาพข้างต้น ทางสายงานธุรกิจโรงพิมพ์เน้นความมีประสิทธิภาพสูงสุดตลอดสายการผลิต (Maximized Efficiency throughout the Plant) เน้นการผลิตงานคุณภาพระดับพรีเมียม (Premium Quality) อัตราการทำการกำไรขั้นต้นสูง (High Gross Profit) ความเป็นผู้นำในธุรกิจ (Top Leader) เพื่อให้การเติบโตของธุรกิจยังคงเป็นไปอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

### อุตสาหกรรมสำนักพิมพ์

แม้ว่าอุตสาหกรรมหนังสือจะได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐโดยการผลักดันให้ปี พ.ศ. 2552 - 2561 “ทศวรรษแห่งการอ่าน” แต่อุตสาหกรรมสำนักพิมพ์ในปี พ.ศ. 2560 จัดอยู่ในเกณฑ์หดตัวเล็กน้อย โดยเฉพาะในบางหมวด อาทิ หมวดอาหารและท่องเที่ยวที่สื่อออนไลน์เข้ามามีส่วนในธุรกิจมากขึ้น ทำให้ผู้บริโภคเปลี่ยนพฤติกรรมจากการอ่านหนังสือแบบรูปเล่มเป็นการอ่านผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์แทน อย่างไรก็ตาม หนังสือในหมวดนวนิยาย เด็ก และสาวพวยังคงเติบโตดี

กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจสำนักพิมพ์ปี พ.ศ. 2560 ยังคงมีแนวทางการดำเนินงานเพื่อรองรับกับสถานการณ์เศรษฐกิจโดยใช้กลยุทธ์สื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Solution Provider) มุ่งเน้นจุดแข็งและความเชี่ยวชาญของธุรกิจในการเชื่อมมรินทร์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านเนื้อหา (Content) ที่บริษัทได้ผลิตหนังสือที่มีคุณภาพมีเนื้อหาหลากหลาย สอดคล้องกับความต้องการของผู้อ่านทุกกลุ่มได้อย่างครบถ้วน

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมุ่งเน้นพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่มได้อย่างเฉพาะเจาะจง และสร้างความสัมพันธ์อันดีให้สามารถเข้าถึงลูกค้าเป้าหมายได้อย่างครบวงจร ทั้งด้านเนื้อหา (Content) และฐานลูกค้ากลุ่มใหญ่ที่มีศักยภาพสูงผ่านช่องทางออนไลน์โดยก่อตั้งเว็บไซต์ [www.amarinbooks.com](http://www.amarinbooks.com) ขึ้น และอีกหลากหลายช่องทาง ได้แก่ ฐานลูกค้านิตยสาร ฐานลูกค้าหนังสือ ฐานลูกค้างานแฟร์ ฐานลูกค้ารายการโทรทัศน์ และฐานลูกค้าวีมีเดีย

ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังมีนโยบายอย่างต่อเนื่องในการศึกษาปัจจัยทั้งภายในและภายนอกที่อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจและภาพรวมของอุตสาหกรรม อีกทั้งยังเจาะลึกพฤติกรรมของผู้อ่านแต่ละกลุ่มทำให้สามารถคาดการณ์ได้ถึงแนวโน้มพฤติกรรมที่จะเปลี่ยนแปลงไปในอนาคต และเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของทั้งกลุ่มลูกค้าผู้อ่าน กลุ่มลูกค้าโฆษณา พร้อมรับมือกับโลกยุคดิจิทัลที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วได้อย่างแม่นยำ ในปีพ.ศ. 2560 นี้ ทางสำนักพิมพ์จึงได้เพิ่มระดับการใช้โซเชียลมีเดียให้มากขึ้น อาทิ เฟสบุ๊ก ทวิตเตอร์ และไลน์แอพซึ่งเป็นสื่อออนไลน์ที่ได้รับความนิยมอย่างมากในปัจจุบันเป็นช่องทางในการทำการตลาด และเป็นช่องทางในการสื่อสารเชื่อมโยงกับผู้บริโภค รวมถึงใช้เป็นช่องทางในการสร้างความร่วมมือ และประสานกับพันธมิตรในอีกทางหนึ่งด้วย

### **การตลาดและสื่อสารแบรนด์และกิจกรรมส่งเสริมการตลาด**

หน่วยงานการตลาดและสื่อสารแบรนด์ทำหน้าที่ในการวางแผนและดำเนินกิจกรรมทางการตลาด รวมทั้งติดตามและศึกษาความเคลื่อนไหวของตลาดอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างศักยภาพทางการแข่งขัน ดังนี้

#### **1. สายงานธุรกิจโรงพิมพ์**

สายงานธุรกิจโรงพิมพ์ เน้นทำการตลาดเชิงรุก เพื่อก้าวสู่ความเป็นเลิศด้านการบริการและสร้างความประทับใจสูงสุดกับลูกค้า อันนำไปสู่ภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร (Corporate image) โดยมีฝ่ายบริการงานพิมพ์ (Account Executive) ซึ่งทำหน้าที่สร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างลูกค้ากับองค์กร ตั้งแต่การติดต่อลูกค้า ตลอดจนการต้อนรับ เยี่ยมเยียน และให้คำปรึกษาด้านการพิมพ์ ตั้งแต่เริ่มต้นจนงานสำเร็จลุล่วงออกมาเป็นรูปเล่ม และจากคุณภาพงานพิมพ์และงานบริการ บริษัทฯ จึงได้รับความนิยมไว้วางใจและเชื่อถือจากลูกค้าจำนวนมาก ด้วยเหตุนี้ลูกค้าบางส่วนของบริษัทฯ จึงมาจากการแนะนำของลูกค้าที่เคยใช้บริการ และจากลูกค้าที่ติดต่อเข้ามา เนื่องจากเห็นผลงานและได้ยินชื่อเสียงของบริษัทฯ

#### **2. สายงานนิตยสาร**

สายงานนิตยสาร ดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing) ผสมผสานกิจกรรมทางการตลาดหลากหลายรูปแบบ มุ่งเน้นสร้างความแข็งแกร่งให้กับตราสินค้า อันเป็นแรงผลักดันไปสู่การดำเนินธุรกิจแนวใหม่ และตอกย้ำความเป็นผู้นำคอนเทนต์

#### **การตลาดและสื่อสารแบรนด์-นิตยสาร**

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

#### **3. สายงานหนังสือเล่ม**

#### **การตลาดและประชาสัมพันธ์หนังสือเล่ม**

การตลาดและประชาสัมพันธ์หนังสือเล่มทำหน้าที่ในการติดตาม และศึกษาช่องว่างทางการตลาดเพื่อพัฒนาและนำเสนอหนังสือใหม่ๆ รองรับความต้องการของผู้อ่านได้ทันกระแสความนิยมของตลาด และทำการประชาสัมพันธ์หนังสือใหม่ ให้เป็นที่รู้จักและเกิดกระแสการตอบรับ รวมทั้งวางแผนกิจกรรมส่งเสริมการขายผ่านช่องทางต่างๆ อาทิ หน้าร้าน



หนังสือ ใต้เรคเมล อินเทอร์เน็ต และระบบสมาชิก นอกจากนี้ยังนำเสนอกิจกรรมทางการตลาดเพื่อกระตุ้นและสร้างนักเขียนหน้าใหม่ และเพิ่มปริมาณนักอ่านผ่านกิจกรรมทางการตลาดต่างๆ ร่วมกับสถาบันการศึกษา การประกวดต่างๆ พร้อมทั้งมอบรางวัลต่างๆ แก่นักเขียน อันเป็นการยกย่องผลงาน และสร้างสรรค์หนังสือไทยให้มีคุณภาพ

#### 4. สายงานนิเวศและสายงานครีเอทีฟแอนดี้ไวนด์

การดำเนินการทางด้านการตลาดของสายงานนิเวศและครีเอทีฟแอนดี้ไวนด์มีการดำเนินกลยุทธ์เช่นเดียวกับการดำเนินการของสายงานอื่น 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 ผ่านระบบเอนด์ หรือสายส่งทั่วประเทศ สายส่งเหล่านี้จะทำหน้าที่กระจายนิตยสารให้กับแผงหนังสือในเขตของตนอีกทอดหนึ่ง นอกจากนี้บริษัท อมรินทร์ บুক เซ็นเตอร์ จำกัด ยังรับสมัครสมาชิกนิตยสารรายปี ซึ่งจะบริการส่งนิตยสารถึงบ้านเมื่อนิตยสารออกวางตลาด ทำให้บริษัทมีฐานข้อมูลสมาชิกนิตยสารในการเข้าถึงลูกค้าที่มีความสนใจแตกต่างกัน และได้แนะนำหนังสือเล่ม สีนํ้าอื่น ๆ และกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับนิตยสารตาม lifestyle ของลูกค้าอีกช่องทางหนึ่ง

##### งานแฟร์

บ้านและสวนแฟร์ งานแฟร์ประจำปีจัดต่อเนื่องกันเป็นปีที่ 18 โดยบริษัทฯ ลงทุนด้านการจัดงาน กิจกรรมการตลาด และการประชาสัมพันธ์เชิญชวนบุคคลให้มาร่วมงาน พร้อมกันนี้ได้จำหน่ายพื้นที่แสดงงานให้กับองค์กรและ



บุคคลทั่วไปที่จำหน่ายสินค้าและบริการเกี่ยวกับการตกแต่งบ้านและสวน ซึ่งอาศัยศักยภาพด้านการจำหน่ายจากฝ่ายขายโฆษณาของนิตยสารที่มีอยู่

**บ้านและสวนแฟร์ Midyear** งานแฟร์ที่รวบรวมหลากหลายไอเดียที่เสริมสร้างแรงบันดาลใจ ครบครันทุกสิ่งสำหรับคนรักบ้านและสวนได้รับการตอบรับจากผู้ประกอบการและผู้เข้าร่วมชมงาน ซึ่งจัดเพิ่มเติมจากงานบ้านและสวนแฟร์โดยอาศัยศักยภาพด้านการจำหน่ายจากฝ่ายขายโฆษณาของนิตยสาร

**Amarin Baby & Kids Fair** โดยบริษัททุกตลาดงานแฟร์กลุ่มคุณแม่ตั้งครรภ์และลูกน้อยวัยแรกเกิดถึง 12 ปี ซึ่งในปี 2560 มีการจัด 2 ครั้ง สำหรับสถานที่จัดงานจัดที่ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค บางนาและมีการขยายการจัดงานแฟร์ไปยังต่างจังหวัดอีก 7 ครั้ง ได้แก่ จังหวัดขอนแก่น 2 ครั้ง, จังหวัดอุดรธานี 2 ครั้ง, จังหวัดเชียงใหม่ 2 ครั้ง และจังหวัดสงขลา 1 ครั้ง ซึ่งได้รับการตอบรับทั้งจากผู้ประกอบการและผู้เข้าร่วมงาน โดยอาศัยศักยภาพด้านการจำหน่ายจากฝ่ายโฆษณาของบริษัทฯ

**สุดสัปดาห์ Shopping Market** เป็นงานแฟร์สำหรับทุกเพศ ทุกวัย ขายสินค้าแฟชั่นและไอเท็มบิวตี้จากร้านค้าออนไลน์พร้อมทั้งบุชเชลเลบริตี้ชื่อดังมาร่วมออกบูธ โดยในปี 2560 มีการจัดขึ้นทั้งหมด 4 ครั้ง โดยจัดที่ฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต 2 ครั้ง สยามสแควร์ 1 ครั้ง และเซ็นทรัลเวิลด์ 1 ครั้ง

### 3.สายงานหนังสือเล่ม

#### การจำหน่ายหนังสือเล่ม

หนังสือเล่มได้มีการจัดจำหน่ายผ่าน บริษัท อมรินทร์ บুক เซ็นเตอร์ จำกัด ซึ่งจะเป็นผู้ดำเนินการกระจายหนังสือผ่านร้านหนังสือทั่วประเทศ โดยมีช่องทางการจัดจำหน่ายได้ ดังนี้

- ช่องทางร้านหนังสือทั่วไป โดยมีระบบจัดจำหน่าย คือ
  - ร้านหนังสือในกรุงเทพฯ ได้มีการใช้ระบบ Standing และ Reorder
  - ร้านหนังสือต่างจังหวัด ใช้ระบบฝากขาย (Point of Sale)
- ระบบร้านหนังสือเครือข่าย (Amarin Network)
- ร้านนายอินทร์ เป็นร้านขายปลีกของบริษัท อมรินทร์ บุก เซ็นเตอร์ จำกัด
- ระบบขายตรงสู่หน่วยงาน โดยพนักงานขายจะทำการเสนอ และแนะนำหนังสือที่บริษัทเป็นผู้จัดจำหน่ายไปยังสถาบันการศึกษา หน่วยงานราชการ และห้องสมุดต่างๆ โดยได้มีการคัดเลือกหนังสือที่เหมาะสม และมีคุณค่าต่อการศึกษา และสังคมไทย เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับใช้ประกอบการเรียน หรือเป็นหนังสืออ่านนอกเวลา อันเป็นการเสริมสร้างภูมิปัญญาและเสริมทักษะในการอ่านให้กับเยาวชน และบุคคลทั่วไป
- ไดเร็กเมล (Direct Mail) ด้วยศักยภาพทางด้านบริหารระบบสมาชิก ซึ่งได้สร้างฐานข้อมูลสมาชิก และได้จัดกิจกรรมทางการตลาด เพื่อสร้างความใกล้ชิด และแนะนำหนังสือใหม่ผ่านกิจกรรมส่งเสริมการขายที่จัดส่งให้
- ขายเคลื่อนที่ในรูปแบบโมบาย ยูนิต ทีมพนักงานขายเคลื่อนที่เพื่อเข้าร่วมงานแสดงสินค้า และงานนิทรรศการต่างๆ อาทิ งานสัปดาห์หนังสือแห่งชาติ นิทรรศการหนังสือ และงานออกร้านอื่น ๆ ฯลฯ
- ระบบ e-commerce ผ่าน [www.naiin.com](http://www.naiin.com) ที่อำนวยความสะดวกต่อผู้อ่านในการค้นหาหนังสือที่ต้องการตามหมวดหมู่ หรือสำนักพิมพ์ผ่านระบบ Search engine ได้ทันที ทั้งนี้ได้มีการนำเสนอขายแก่ผู้อ่านทั้งในรูปแบบ B2B และ B2C ด้วยเช่นกัน

#### 4. สายงานนิวมิตเดีย

**การจำหน่าย e-magazine** ซึ่งผู้ใช้งานสามารถเลือกใช้งานผ่านระบบปฏิบัติการต่าง ๆ เช่น Apple, IOS, RIM Blackberry และ Android เป็นต้น ตลอดจนให้คำปรึกษาในรูปแบบของสื่อนิวมิตเดียรูปแบบอื่นทุกประเภท เช่น การจัดทำคอนเทนต์ในรูปแบบหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ อีกด้วย

#### การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

1. สายงานธุรกิจโรงพิมพ์ บริษัทมีอัตราการใช้กำลังการผลิตในส่วนของการพิมพ์โดยรวมเฉลี่ยประมาณ 85% - 95% ที่ผ่านมามีบริษัทได้ชะลอการลงทุนสำหรับการขยายกำลังการผลิตมาตั้งแต่กลางปี 2540 ตามภาวะเศรษฐกิจ และเอาใจใส่ต่อการบริหารจัดการเพื่อควบคุมยอดการสูญเสียลงและได้เริ่มขยายการลงทุนในกลางปี 2544 เป็นต้นมาโดยเริ่มจากสายงานธุรกิจโรงพิมพ์ ได้ลงทุนเปลี่ยนเครื่องพิมพ์ใหม่ 5 เครื่อง และในปี 2546 ได้ลงทุนซื้อเครื่องพิมพ์หลักเพิ่มอีก 2 เครื่อง และเครื่องเข้าเล่มอัตโนมัติความเร็วสูงอีก 1 ชุด ซึ่งสามารถลดขั้นตอนในการผลิตแม่พิมพ์เป็นระบบ Digital Work Flow และมีการสร้างแม่พิมพ์ด้วยระบบ Computer to plate ความเร็วสูง ต่อมาในปี 2547 และปี 2548 ได้ลงทุนซื้อเครื่องพิมพ์เพิ่ม 3 เครื่องเพื่อขยายกำลังการผลิต และลงทุนก่อสร้างขยายโรงพิมพ์เพิ่มพื้นที่รองรับการขยายตัวทางเศรษฐกิจ

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

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

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

ในปี 2555 สายงานธุรกิจโรงพิมพ์ประสบความสำเร็จในการปฏิรูปกระบวนการผลิต ให้เกิดประสิทธิภาพสูงขึ้น และเทคนิคทางวิศวกรรมอุตสาหกรรมยังส่งผลให้โรงพิมพ์มีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าตามที่คาดการณ์ไว้ ทีมงานเทคนิค และทีมวิศวกรรมยังคงช่วยให้สายงานธุรกิจโรงพิมพ์สามารถปรับใช้วัสดุ และเทคโนโลยีใหม่ๆ ให้สามารถนำมาใช้งานกับ เครื่องจักรเดิมที่มีอยู่ และการพัฒนาดังกล่าวยังช่วยให้ทีมขายสามารถกำหนดเวลาผลิต ที่รัดกุม และตอบสนองต่อความ คาดหวังของลูกค้าได้เป็นอย่างดี ดังนั้นในปีนี้ทางโรงพิมพ์จึงประสบผลสำเร็จในการดำเนินงานอย่างสูง จนมียอดขาย สูงสุด

และในปี 2557 สายงานธุรกิจโรงพิมพ์ได้สร้างสรรค์กระบวนการผลิตรูปแบบใหม่ๆ เพื่อนำเสนอความแตกต่าง ให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อรักษาสวนต่างกำไรในกลุ่มเป้าหมายได้สำเร็จ อาทิ Digital Printing ซึ่งสามารถตอบสนอง ความต้องการของลูกค้างานพิมพ์ในลักษณะ Print on Demand ตามปริมาณที่ลูกค้าต้องการ ซึ่งรองรับกลุ่มลูกค้าที่ ต้องการงานพิมพ์ในปริมาณน้อยและในเวลารวดเร็ว นอกจากนี้ยังได้สร้างสรรค์เทคนิคการเข้าเล่มด้วยวัสดุที่แข็งแรงดัดยัด สูง ทำให้งานเข้ารูปเล่มมีทั้งความสวยงามและคงคุณภาพเหนียวแน่นทนทาน สิ่งเหล่านี้โรงพิมพ์ได้นำมาประยุกต์เข้ากับ กระบวนการทำงานและคิดค้นเป็นสูตรการผลิตเฉพาะของโรงพิมพ์ เพื่อรักษาความเป็นเลิศในคุณภาพของผลิตภัณฑ์

ในปี 2559 สายงานธุรกิจโรงพิมพ์มีการปรับปรุงสายการผลิต โดยมีการสั่งซื้อเครื่องพิมพ์ใหม่จำนวน 3 เครื่อง เข้ามาทดแทนเครื่องพิมพ์เดิมที่มีอายุการใช้งานมานาน ซึ่งนอกเหนือจากเสริมความสามารถในการพิมพ์งานที่มีคุณภาพ ยัง สามารถรองรับการพิมพ์งานได้หลากหลายกว่าสายการผลิตเดิม และในปี 2560 สายงานธุรกิจโรงพิมพ์มีการปรับปรุง สายการผลิต โดยมีการสั่งซื้อเครื่องพิมพ์ใหม่จำนวน 3 เครื่อง เข้ามาทดแทนเครื่องพิมพ์เดิมที่มีอายุการใช้งานมานาน ซึ่ง ทำให้บริษัทมีความสามารถในการพิมพ์งานที่มีคุณภาพ และสามารถรองรับการพิมพ์งานได้หลากหลายกว่าสายการผลิต เดิม อีกทั้งลดการสูญเสียโอกาสในช่วงเวลาที่มีการซ่อมบำรุงลง

2. สายงานนิตยสารและสายงานหนังสือเล่ม เนื่องจากบริษัทผลิตนิตยสารและหนังสือเล่ม ซึ่งมีการแข่งขันในทาง ธุรกิจค่อนข้างสูง ข้อมูลอัตราการกำลัการผลิต หรือหน่วยการผลิต เป็นข้อมูลที่ไม่สามารถเปิดเผยได้ แต่อัตราการเพิ่มขึ้น หรือลดลงของอัตราการผลิตขึ้นอยู่กับภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศเป็นหลักและในปี 2556 สายงานนิตยสาร ได้มีการขายลิขสิทธิ์และเนื้อหาของนิตยสารบ้านและสวนให้แก่สำนักพิมพ์ในต่างประเทศ ซึ่งได้ทำการตีพิมพ์ฉบับแรก ตั้งแต่เดือนมีนาคม 2556 ในปี 2560 สายงานนิตยสาร ได้ทำการปรับเปลี่ยนจำนวนนิตยสารให้มีความเหมาะสมและ สามารถตอบสนองกับกลุ่มลูกค้าให้ดียิ่งขึ้น สำหรับสายงานหนังสือเล่ม มีการจัดทำหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ออกจำหน่ายในช่องทางต่าง ๆ เพื่อตอบสนองกลุ่มผู้อ่านได้อย่างครบถ้วน และในปี 2560 สายงานหนังสือเล่มมีการออก หนังสือปกใหม่ที่เป็นการแปลจากต่างประเทศเพิ่มขึ้น

3. สายงานนิเวศน์ด้วยมีความความเชี่ยวชาญด้านการผลิตเนื้อหาในรูปแบบดิจิทัลคอนเทนต์ ให้กับนิตยสารและ หนังสือเล่มในเครือของบริษัทและลูกค้าภายนอก

4. สายงานครีเอทีฟแอนดี้เว็บไซต์โดยจัดกิจกรรมให้กับนิตยสารและหนังสือเล่มในเครือของบริษัท และลูกค้า ภายนอกเพิ่มมากขึ้น

### ข้อมูลเกี่ยวกับวัตถุดิบและผู้จัดจำหน่าย

วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตของบริษัท คือ กระดาษ ส่วนใหญ่ที่ใช้เป็นกระดาษอาร์ตและกระดาษปอนด์ ซึ่งใน ปัจจุบันใช้กระดาษอาร์ตที่ผลิตได้ในประเทศประมาณ 85% ที่เหลือเป็นกระดาษนำเข้าจากประเทศญี่ปุ่น โดยผ่านตัวแทน จำหน่ายในประเทศรายใหญ่ จำนวน 12 ราย ส่วนกระดาษปอนด์ทั้ง 100% จะสั่งซื้อจากบริษัทที่ผลิตได้ในประเทศ



จำนวน 2 ราย การสั่งซื้อจะเป็นลักษณะสั่งเป็น LOT ตามความต้องการงานพิมพ์แต่ละงาน โดยสั่งเตรียมล่วงหน้าประมาณ 15 วันก่อนพิมพ์ เพื่อให้งานออกมาได้มาตรฐานเดียวกัน สีและเนื้อกระดาษไม่แตกต่างกัน นอกจากนี้ในช่วงเวลาที่กระดาษขึ้นราคา เช่น ระหว่างปลายปี 2537 - 2538 บริษัทจำเป็นต้องสั่งซื้อกระดาษประเภทหลัก ๆ ที่ใช้ในการผลิตนิตยสารและงานรับจ้างพิมพ์ไว้ล่วงหน้า 3 - 6 เดือน เพื่อลดความเสี่ยงอันเกิดจากการขยับตัวของราคากระดาษ

บริษัทได้กำหนดระเบียบปฏิบัติในการจัดซื้อวัตถุดิบอย่างมีหลักเกณฑ์ และโดยเฉพาะสายงานธุรกิจโรงพิมพ์ ได้เลือกใช้แนวทางระบบบริหารคุณภาพ ISO 9002 เป็นแนวนโยบาย และจัดทำบัญชีรายชื่อแหล่งซื้อหรือผู้ขายไว้ชัดเจน โดยมีรายชื่อผู้จำหน่ายวัตถุดิบและบริการประเภทอื่นๆ ที่คัดเลือกแล้วรวมกว่า 100 ราย ส่วนใหญ่เป็นการจัดซื้อภายในประเทศเกือบทั้งหมด วัตถุดิบหลักได้แก่ กระดาษพิมพ์ คิดเป็นมูลค่าประมาณ 60% ของต้นทุน 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 บู๊ค เซ็นเตอร์ จำกัด ดำเนินการจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ทั้งหมดของบริษัท โดยแบ่งเป็นขายผ่านสายส่ง และช่องทางร้านค้าปลีก สำหรับในส่วนของการพัฒนาธุรกิจ บริษัทมีขั้นตอนในการดำเนินการและมีมาตรฐานในระดับเดียวกับผู้ประกอบการชั้นนำในธุรกิจนั้น ๆ โดยการใช้บุคลากร และเนื้อหา (Content) ที่บริษัทมีอยู่มาใช้ในการให้บริการ

สำหรับเทคโนโลยีการผลิตของสายงานธุรกิจโรงพิมพ์ของบริษัทเป็นเทคโนโลยีสากลที่ทันสมัยของธุรกิจสิ่งพิมพ์ คัดสรรโดยฝ่ายวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีการพิมพ์ของบริษัท มุ่งเน้นการนำเทคโนโลยีเพื่อการบริหารจัดการกระบวนการพิมพ์ที่มีประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งช่วยทำให้ต้นทุนการผลิตลดต่ำลง

### ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัทได้พัฒนาอย่างต่อเนื่องโดยตลอดจนย่างเข้าปีที่ 42 ในการให้บริการงานพิมพ์คุณภาพครบวงจรเป็นการผสมผสานศาสตร์แห่งเทคโนโลยีการพิมพ์และศิลปะความงามอย่างสมบูรณ์แบบ ด้วยเทคโนโลยีที่ล้ำหน้าและความใส่ใจในทุกขั้นตอน จนเป็นโรงพิมพ์แห่งแรกของประเทศไทยที่ได้รับการรับรองมาตรฐานคุณภาพ ISO 9002:2000 ซึ่งเป็นผลให้การบริการลูกค้าเป็นไปอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ขณะเดียวกันบริษัทยังคำนึงถึงการรักษาสภาพแวดล้อมโดยรวมของพื้นที่ทำงานและพื้นที่ใกล้เคียง โดยสร้างระบบจัดการด้านการรักษาสภาพแวดล้อมในส่วนของสายงานธุรกิจโรงพิมพ์ไว้เป็นอย่างดีและจากกระบวนการผลิตอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ของบริษัท มีปริมาณของวัตถุดิบที่เหลือจากกระบวนการผลิตและน้ำเสีย จำแนกประเภทได้ดังต่อไปนี้



1. น้ำเสียจากกระบวนการผลิต ในอุตสาหกรรมการพิมพ์น้ำเสียที่เกิดจากกระบวนการผลิต มีปริมาณไม่มากนัก ประมาณ 10 ลูกบาศก์เมตรต่อวัน ซึ่งจะผ่านการบำบัดในบ่อบำบัดน้ำเสียซึ่งบริษัทออกแบบจัดทำขึ้นให้น้ำทิ้งลงสู่บ่อบำบัดสาธารณะมีความใสสะอาดปราศจากสิ่งเจือปน

2. เศษวัสดุที่เหลือจากการผลิต เช่น เศษกระดาษ เศษฟิล์ม และแม่พิมพ์อะลูมิเนียมที่ใช้แล้ว บริษัทได้นำเศษวัสดุที่เหลือจากการผลิตเหล่านี้ไปขายเพื่อให้นำไปส่งให้โรงงานผลิตใช้ใหม่

สำหรับมลภาวะอื่นๆ ในอันที่จะส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น มลภาวะอันเกิดจากเสียงเครื่องจักร บริษัทได้ดำเนินการสร้างห้องปรับอากาศขนาดใหญ่สำหรับติดตั้งแท่นพิมพ์ ซึ่งสามารถเก็บเสียงอันเกิดจากกระบวนการพิมพ์ได้เป็นอย่างดี รวมถึงการคัดสรรเคมีภัณฑ์สำหรับการผลิตที่ปลอดภัยต่อพนักงาน ผู้ใช้งานและผู้อ่าน

การควบคุมโดยหน่วยงานของรัฐ อยู่ภายใต้การดูแลและควบคุมของกรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม และหน่วยงานอนามัยเขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร

งานที่ยังไม่ส่งมอบ -ไม่มี-

## **ปัจจัยความเสี่ยง**

ผลการดำเนินงานของบริษัทขึ้นอยู่กับปัจจัยความเสี่ยงที่สำคัญ ที่อาจทำให้เกิดความเสี่ยงต่อการลงทุนของผู้ลงทุน หรือได้รับผลกระทบต่อผู้ออกหลักทรัพย์ ดังนี้

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

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

3. **ความเสี่ยงด้านลิขสิทธิ์** เนื่องจากบริษัทมีการผลิตนิตยสารและหนังสือเล่ม ที่ต้องแข่งขันด้วยเนื้อหาสาระและการจัดทำรูปเล่มที่ทันสมัย และมีคุณภาพออกสู่สังคมอย่างต่อเนื่อง จึงได้รับความไว้วางใจจากนักเขียนหลายรายให้เป็นผู้ดำเนินการจัดพิมพ์และจัดจำหน่าย โดยเนื้อหาสาระอันหลากหลายได้มาจากการคิดริเริ่มสร้างสรรค์จากภายในองค์กรของบริษัท และจากการคัดสรรจากภายนอกทั้งในและต่างประเทศ โดยการจัดซื้อลิขสิทธิ์จากเจ้าของลิขสิทธิ์โดยตรง หรือผ่านตัวแทนที่ได้รับลิขสิทธิ์อย่างถูกต้อง ด้วยการทำสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษรอย่างถูกต้องตามกฎหมาย ภายใต้เงื่อนไขและรายละเอียดของสัญญาที่ชัดเจน เป็นธรรมและโปร่งใส บริษัทจึงไม่มีความเสี่ยงด้านลิขสิทธิ์

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

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

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

7. **ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน** บริษัทอาจมีความเสี่ยงจากการชำระหนี้ค่าเครื่องจักรที่เป็นเงินตราต่างประเทศ แต่บริษัทมีนโยบายป้องกันความเสี่ยงดังกล่าวด้วยการทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า เพื่อลดความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศทุกครั้ง

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

9. **ความเสี่ยงในเรื่องของใบอนุญาต** บริษัท อมรินทร์ เทเลวิชั่น จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อย ได้รับใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ และประกอบกิจการโทรทัศน์ ประเภทบริการธุรกิจระดับชาติ ครอบคลุมทั่วประเทศแบบความคมชัดสูง การดำเนินการดังกล่าวต้องได้รับใบอนุญาตจากหน่วยงานราชการ โดยใบอนุญาตดังกล่าวมีระยะเวลา 15 ปี ตลอดระยะเวลาการดำเนินการภายใต้ใบอนุญาตข้างต้น จะต้องมีการปฏิบัติตามข้อกำหนดของราชการอย่างเคร่งครัด จากกรณีที่ฝ่ายบริหารมีการกำหนดกรอบการปฏิบัติงานต่าง ๆ ให้แก่ฝ่ายปฏิบัติงาน อีกทั้งที่ผ่านมามีการดำเนินการต่าง ๆ ของฝ่ายปฏิบัติงานมีการดำเนินการอย่างมีแบบแผนตามที่กำหนดไว้ จึงคาดว่าความเสี่ยงในเรื่องใบอนุญาตจะถูกจำกัดไว้ในระดับหนึ่งเท่านั้น

10. **ความเสี่ยงจากการใช้เงินลงทุนสูง** บริษัท อมรินทร์ เทเลวิชั่น จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท ลงทุนในธุรกิจโทรทัศน์ระบบดิจิทัล ซึ่งเป็นธุรกิจที่ใช้เงินลงทุนสูงทั้งในส่วนของค่าธรรมเนียมใบอนุญาต ค่าบริการโครงข่าย การลงทุนในสตูดิโอและอุปกรณ์ ตลอดจนเงินทุนหมุนเวียน ซึ่งความสำเร็จนี้มีผลกระทบต่อผลประโยชน์ของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ แต่เนื่องจากการดำเนินการในธุรกิจดังกล่าวมุ่งหวังเพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้แก่บริษัทในระยะยาว และเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่บริษัท อีกทั้ง ได้รับการสนับสนุนทางการเงินจากสถาบันการเงินต่างๆ เพื่อการลงทุนและใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนของธุรกิจ

11. **ความเสี่ยงจากกลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่ซึ่งถือหุ้นในสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 51** ปัจจุบัน ผู้ถือหุ้นหลักของบริษัท คือ บริษัท วัฒนภักดี จำกัด ซึ่งถือหุ้นมากกว่าร้อยละ 51 ของจำนวนหุ้นที่มีสิทธิออกเสียงและจำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัท อย่างไรก็ตามในกรณีที่มีเรื่องใด ๆ เสนอต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้นที่ต้องการเสียงสนับสนุนอย่างน้อยร้อยละ 3 ใน 4 ของผู้มาประชุมและมีสิทธิออกเสียง ผู้ถือหุ้นรายย่อยยังสามารถรวบรวมคะแนนเพื่อทำการถ่วงดุลการบริหารงานได้ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังจัดให้มีคณะกรรมการตรวจสอบ ประกอบด้วยกรรมการอิสระจำนวน 3 ท่าน เพื่อทำการถ่วงดุล และตรวจสอบการดำเนินการ และการบริหารงาน ดังนั้น ความเสี่ยงดังกล่าวนี้ จึงได้รับการจัดการที่เหมาะสม และไม่มีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อผู้ถือหุ้นส่วนน้อย



**ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ**

มูลค่าทางบัญชีของที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ ของบริษัท ฯ มีดังนี้

ประเภท/ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชี (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
ที่ดิน	บริษัทเป็นเจ้าของ	184.70	ไม่มีภาระผูกพัน
อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร	บริษัทเป็นเจ้าของ	188.50	ไม่มีภาระผูกพัน
เครื่องจักรและอุปกรณ์	บริษัทเป็นเจ้าของ	229.65	ไม่มีภาระผูกพัน
เครื่องจักรและอุปกรณ์	ภายใต้สัญญาเช่าทางการเงิน 5 ปี	75.38	
อุปกรณ์ผลิตรายการและถ่ายทอดสัญญาณ	บริษัทเป็นเจ้าของ	70.32	ไม่มีภาระผูกพัน
เครื่องมือเครื่องใช้	บริษัทเป็นเจ้าของ	29.80	ไม่มีภาระผูกพัน
เครื่องตกแต่งติดตั้งและเครื่องใช้สำนักงาน	บริษัทเป็นเจ้าของ	39.05	ไม่มีภาระผูกพัน
เครื่องตกแต่งติดตั้งและเครื่องใช้สำนักงาน	ภายใต้สัญญาเช่าทางการเงิน 4 ปี	0.40	
ยานพาหนะ	บริษัทเป็นเจ้าของ	22.89	ไม่มีภาระผูกพัน
ยานพาหนะ	ภายใต้สัญญาเช่าทางการเงิน 3-4 ปี	6.08	
ระบบต่าง ๆ	บริษัทเป็นเจ้าของ	11.05	ไม่มีภาระผูกพัน
สินทรัพย์ระหว่างติดตั้งและก่อสร้าง	บริษัทเป็นเจ้าของ	5.67	ไม่มีภาระผูกพัน



---

ข้อพิพาททางกฎหมาย

-ไม่มี-

### บริษัทที่ออกหลักทรัพย์

บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจหลัก รับจ้างพิมพ์งานทั่วไป ผลิตสิ่งพิมพ์ของตนเอง และรับจ้างโฆษณา จัดทะเบียนเป็นนิติบุคคลเลขที่ 0107536000480 มีทุนจดทะเบียน ห้าหมื่นล้านบาท จำนวน 1,259,999,595 บาท ทุนที่ออกและชำระแล้ว 998,281,590 บาท มูลค่าหุ้นละ 1 บาท โดยมีสถานที่ตั้งของบริษัทฯ และบริษัทย่อยและบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน ดังต่อไปนี้

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

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

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

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

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

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

**บริษัทย่อย - บริษัท อมรินทร์ มีเดีย แอนด์ คอมเมิร์ซ จำกัด** ประกอบธุรกิจซื้อ จัดหา ให้เช่า เช่า ถิ่นกรรมสิทธิ์ ในทรัพย์สินต่าง ๆ เพื่อแสวงหารายได้จากการถือกรรมสิทธิ์ นั้น ๆ และเข้าเป็นหุ้นส่วนจำกัดความรับผิดชอบในห้างหุ้นส่วนจำกัด เป็นผู้ถือหุ้นในบริษัทจำกัด และบริษัทมหาชนจำกัด ทุนจดทะเบียน ห้าหมื่นล้านบาท จำนวน 100,000,000 บาท ทุนที่ออกและชำระแล้ว 25,000,000 ล้านบาท มูลค่าหุ้นละ 10 บาท มีสถานที่ตั้งดังนี้

1. สำนักงานใหญ่ ตั้งอยู่เลขที่ 378 ถนนชัยพฤกษ์ แขวงตลิ่งชัน เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร 10170 โทรศัพท์ 0-2422-9999

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

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



**บริษัทร่วม – บริษัท เรียวล ฮีโร่ มวยไทย จำกัด** ประกอบธุรกิจผลิตรายการกีฬา เพื่อออกอากาศและจำหน่ายผ่านสื่อต่าง ๆ มีทุนจดทะเบียน หักสามัญจำนวน 10,000,000 บาท ทุนที่ออกและชำระแล้ว 10,000,000 บาท มูลค่าหุ้นละ 10 บาท มีสถานที่ตั้งดังนี้

1. สำนักงานใหญ่ ตั้งอยู่เลขที่ 364/1 ซอยพหลโยธิน 35 แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900 โทรศัพท์ 081-619-9051

**บริษัทที่เกี่ยวข้องกัน – บริษัท อมรินทร์ บัค เซ็นเตอร์ จำกัด** ประกอบธุรกิจค้าส่งและค้าปลีกหนังสือ สิ่งพิมพ์และสื่อสร้างสรรค์ต่างๆ ในรูปแบบสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น วีดีโอ และสื่อการสอนในรูปแบบ มัลติมีเดีย เป็นต้น ในด้านการค้าส่ง และการค้าปลีก มีทุนจดทะเบียน หักสามัญจำนวน 10,000,000 บาท ทุนที่ออกและชำระแล้ว 10,000,000 บาท มูลค่าหุ้นละ 100 บาท มีสถานที่ตั้งดังนี้

1. สำนักงานใหญ่ ตั้งอยู่เลขที่ 108 หมู่ 2 ถนนบางกรวย – จงถนนม ต่าบลมหาสวัสดิ์ อำเภอมหาสวัสดิ์จังหวัดนนทบุรี 11130 โทรศัพท์ 0-2423-9999

**บริษัทที่เกี่ยวข้องกัน – บริษัท ประชาธิปไตย รักสามัคคี (ประเทศไทย) จำกัด** ประกอบธุรกิจวิสาหกิจเพื่อสังคม-ขายสินค้า บริการให้คำปรึกษาทางธุรกิจและการจัดการ มีทุนจดทะเบียนจำนวน 100,000,000 บาท ทุนที่ออกและชำระแล้ว 33,250,000 บาท มูลค่าหุ้นละ 1,000 บาท มีสถานที่ตั้งดังนี้

1. สำนักงานใหญ่ ตั้งอยู่เลขที่ 90 อาคารซีดับเบิลยู ทาวเวอร์ ถนนรัชดาภิเษก แขวงห้วยขวาง เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร โทรศัพท์ 0-2785-5421

**บริษัทอื่น ๆ – บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด** ประกอบธุรกิจการพิมพ์หนังสือพิมพ์ การ์ตูน พ็อกเก็ตบุ๊กส์ นิตยสาร มีทุนจดทะเบียน หักสามัญจำนวน 500,000,000 บาท ทุนที่ออกและชำระแล้ว 500,000,000 บาท มูลค่าหุ้นละ 10 บาท มีสถานที่ตั้งดังนี้

1. สำนักงานใหญ่ ตั้งอยู่เลขที่ 167/5 หมู่ที่ 4 ถนนบางนา-ตราด ตำบลบางป่อ อำเภอบางป่อ จังหวัดสมุทรปราการ 10560 โทรศัพท์ 0-2313-4404

**บุคคลอ้างอิงอื่น ๆ****นายทะเบียน**

บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำกัด  
ที่อยู่ ชั้น 14 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ทาวเวอร์ บี  
เลขที่ 93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400  
โทรศัพท์ 0-2009-9999 โทรสาร 0-2009-9476  
หรือ Call Center 0-2009-9999 <http://www.tsd.co.th>

**ผู้สอบบัญชี**

บริษัท เคพีเอ็มจี ภูมิไทย สอบบัญชี จำกัด  
ที่อยู่ ชั้น 48 เอ็มไพร์ทาวเวอร์  
เลขที่ 1 ถนนสาทรใต้ แขวงยานนาวา  
เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120  
โทรศัพท์ 0-2677-2000  
โทรสาร 0-2677-2222

**ที่ปรึกษาทางกฎหมาย**

สำนักงานคุณธรรมนายความ  
ที่อยู่ เลขที่ 72/2-3 ถนนสุทธิสารวินิจฉัย แขวงสามเสนนอก  
เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ โทรศัพท์ 0-2274-7529-30  
โทรสาร 0-2274-7638

**ที่ปรึกษาทางธุรกิจ**

บริษัท พัฒนวิชัย จำกัด  
ที่อยู่ เลขที่ 1215/6 หมู่บ้านเอื้อสุข 15 ถนนพัฒนาการ  
เขตพระโขนง กรุงเทพฯ โทรศัพท์ 0-2322-4188

**สถาบันการเงินที่ติดต่อประจำ**

ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาบางลำพู  
ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาบางยี่ขัน  
ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาบางลำพู