



บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

นับแต่เกิดอุบัติเหตุการพิมพ์ ซึ่งเริ่มจากวังซี (Wang Chieh) ชาวจีน ผู้คิดค้น การพิมพ์หนังสือจากเครื่องพิมพ์ชนิดบล็อก เมื่อ 868 ปีก่อนคริสตกาล ซึ่งจัดว่าเป็นหนังสือที่มีความ เก่าแก่ที่สุดในโลก จนกระทั่งในปี ค.ศ.1045 ไปเซ็ง (Pi Sheng) ชาวจีนเช่นกัน ได้คิดประดิษฐ์ เครื่องพิมพ์ชนิดหมุน (Movable Type) ด้วยวิธีการพิมพ์แบบอาศัยตัวพิมพ์ที่นำจากดินเหนียวเผาไฟ นำมาเรียงบรรทัดเป็นหน้าบนแท่นที่หมุนได้ ต่อมาอีกราว 400 ปี คือ ปี ค.ศ.1440 โจฮัน กูเทนเบิร์ก (Johann Gutenberg) จึงนำเครื่องพิมพ์ชนิดหมุน ซึ่งได้รับการปรับปรุงใหม่ไป เผยแพร่ในยุโรป อันส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางด้านวิชาการในเวลาต่อมาอย่างมากมา ยด้วยการกำเนิดสิ่งพิมพ์ในรูปของแผ่นประกาศข่าว จดหมายข่าว หนังสือข่าว และพัฒนาเรื่อยมาใน หน้าที่ของการติดต่อถ่ายทอดและแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความคิดเห็น จากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง จากคนกลุ่มหนึ่งไปยังอีกกลุ่มหนึ่ง พร้อมกันหลาย ๆ คน (สฤณีภา ธีระวนิช, 2520) ซึ่งเรียกว่า สื่อมวลชน

จึงนับได้ว่า สิ่งพิมพ์ เป็นสื่อมวลชนประเภทแรกที่เกิดขึ้น มีหน้าที่สำคัญในการเป็นสื่อ ถ่ายทอดข่าวสารข้อมูล (Information) [หรือในปัจจุบันที่มีการบัญญัติให้ใช้คำว่า "สารสนเทศ"] ให้ความรู้ (education) ให้ความบันเทิงใจ (entertainment) และให้บริการในการ ประกาศและโฆษณาต่างๆ หรือในอีกแง่หนึ่ง สิ่งพิมพ์เป็นสื่อในการบันทึกเรื่องราว เหตุการณ์ ความทรงจำ เป็นเวทีแห่งการแสดงทัศนะ และเป็นประจักษ์พยานเชื่อมโยงจากสังคมเก่าไปยัง สังคมใหม่ เป็นแหล่งค้นคว้า เพื่อทำความรู้จักกับอดีต และความเป็นมาของมนุษย์

การที่สิ่งพิมพ์จะกำเนิดขึ้นในสังคมและถูกกำหนดหน้าที่ให้รับใช้มนุษย์ในสังคมไปใน

สถานใดนั้น ย่อมขึ้นอยู่กับปัจจัยประกอบหลายประการ ได้แก่ เทคโนโลยีการสื่อสารที่มีอยู่ในสังคม นั้น ความต้องการของสมาชิกสังคม ผู้ที่จะลงมือดำเนินกิจการ ตลอดจนถึงการสนับสนุนและควบคุม จากระเบียบกฎเกณฑ์ของสังคม ทั้งในแง่ของปรัชญา นโยบาย และทรัพยากรอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

เมื่อพิจารณาถึงในปัจจุบัน วงการสิ่งพิมพ์ อันหมายรวมถึง หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร หนังสือต่างๆ ฯลฯ ได้ขยายตัวออกไปมาก มีการเปลี่ยนแปลง ทั้งในการจัดทำ การผลิตและการ กระจายของสิ่งพิมพ์ไปสู่ผู้อ่าน ได้มีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว นับตั้งแต่มีการพัฒนาเทคโนโลยี ทางด้านการพิมพ์ สามารถสร้างเครื่องพิมพ์ที่มีประสิทธิภาพสูง ในด้านจำนวนการพิมพ์และคุณภาพ การพิมพ์ ทำให้ผลิตสิ่งพิมพ์ได้นับพันนับหมื่นฉบับภายในเวลาอันรวดเร็ว ทำให้สิ่งพิมพ์มีลักษณะเป็น "ผลิตภัณฑ์ปริมาณมาก" (Mass Product) มีจำนวนผู้อ่านกว้างขึ้น จึงเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้การ ดำเนินงานในวงการสิ่งพิมพ์ ล้าบากยากเย็นขึ้นทุกที เพราะกลายเป็นการประกอบอุตสาหกรรม ขนาดใหญ่ที่ต้องอาศัยหลักการแห่งการลงทุน การประกอบการ และเป้าหมายของการลงทุนมาเป็น ปัจจัยสำคัญที่จะทำให้อุตสาหกรรมประเภทนี้ดำเนินอยู่ได้ และมีการแข่งขันในระบบอุตสาหกรรม เดียวกันนี้มากขึ้น (อนันต์ สายศิริวิทย์, 2526)

นับตั้งแต่วันที่ 4 กรกฎาคม พ.ศ. 2387 "นิตยสาร" ฉบับแรกของเมืองไทย "บางกอก รีคอร์ดเดอร์" (The Bangkok Recorder) ถือกำเนิดขึ้นโดยหมอบรัดเล (Dan Beach Bradley) เป็นนิตยสารที่ออกเป็นรายปักษ์ (สุกัญญา ติระวนิช, 2520) จวบจนบัดนี้ เป็นเวลานานถึง 150 ปี จึงนับว่านิตยสารเป็นสื่อมวลชนเก่าแก่ที่รับใช้สังคมไทยมานาน ซึ่งในช่วงเวลาที่ผ่านมาได้มีนิตยสาร ประเภทต่างๆ เกิดขึ้นมากมาย และมีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงไปในทุกด้าน

จนถึงทุกวันนี้ สิ่งพิมพ์ประเภทนิตยสารหลายๆ ฉบับในท้องตลาดมีการดำเนินงานในลักษณะ ของธุรกิจ ส่วนใหญ่ดำเนินการโดยเอกชนในรูปแบบของบริษัทจำกัด หรือหุ้นส่วนบุคคล นับเป็นองค์กร ที่มีขนาดใหญ่ขึ้น การผลิตนิตยสารจึงมีลักษณะเป็นอุตสาหกรรม มีการแข่งขันความก้าวหน้าทางด้าน เทคนิคการพิมพ์ วัสดุอุปกรณ์และการดำเนินการสมัยใหม่ การขยายการลงทุนส่วนใหญ่อยู่ที่ค่าใช้จ่าย ทางด้านการพิมพ์ เช่น การซื้อแท่นพิมพ์ที่ทันสมัย การปลูกสร้างอาคาร เป็นต้น (สถาบันพัฒนาการ หนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย, 2529) ดังนั้น ปัญหาต้นทุนการผลิตสูง ปัญหาการแข่งขัน ล้วนแต่เป็น ปัญหาสำคัญทางด้านการตลาด

นอกจากนี้ บรรยากาศทางสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ไม่ว่าจะเป็นคอมพิวเตอร์ ระบบสื่อสารผ่านดาวเทียม เคเบิลใยแก้วนำแสง อีกทั้งระดับการศึกษาของคนในสังคมสูงขึ้น มีความต้องการข้อมูลข่าวสารที่ฉับไว เพื่อประกอบการตัดสินใจมากขึ้น และความต้องการด้านบันเทิงเพื่อการพักผ่อนเพิ่มขึ้น ทั้งหมดนี้เป็นสิ่งที่ผลักดันให้สังคมก้าวเข้าสู่ยุคที่เรียกว่า ยุคข้อมูลข่าวสาร (Information Society) ส่งผลให้วงการสิ่งพิมพ์ โดยเฉพาะนิตยสารต้องเร่งขยายตัวเพื่อตอบรับกับสังคมยุคใหม่นี้ นอกจากนี้ ความกดดันจากการแข่งขันในระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยม ทั้งการแข่งขันระหว่างสื่อ ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ เคเบิลทีวี รวมถึงการสื่อสารข้ามชาติ และการแข่งขันระหว่างนิตยสารด้วยกันเอง ปัจจัยดังกล่าวส่งผลให้ต้องมีการปฏิวัติตัวเองครั้งใหญ่ อาจจะต้องปรับตัวทั้งในระดับโครงสร้างและนโยบาย เพื่อเป็นการเตรียมพร้อมสู่สังคมข้อมูลข่าวสาร ซึ่งองค์กรหรือบริษัทที่ประกอบกิจการอุตสาหกรรมนี้จำต้องมีการวางโครงสร้าง และระบบการบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อเตรียมรับกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น โดยเฉพาะในระยะ 10 ปีมานี้ สภาพการณ์การเมืองและเศรษฐกิจในประเทศไทยมีความเจริญก้าวหน้าในอัตราที่สูง ส่งผลให้ธุรกิจแขนงต่างๆ ขยายตัวอย่างเห็นได้ชัด อันเป็นผลให้ธุรกิจในวงการนิตยสารต้องมีการขยายตัวและแข่งขันกันอย่างสูงตามไปด้วย

การศึกษาสิ่งพิมพ์ที่ผ่านมา มักเป็นการศึกษาสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือพิมพ์ในแง่มุมต่างๆ หรือไม่ก็เป็นการศึกษาหนังสือพิมพ์และนิตยสารในลักษณะรวม ๆ กัน อีกทั้งมีการศึกษาถึงองค์กรที่ประกอบการด้านอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือพิมพ์อยู่หลายแห่ง แต่สำหรับองค์กรที่ดำเนินธุรกิจด้านผลิตนิตยสารเป็นอุตสาหกรรมหลักนั้นมียุทธศาสตร์ ซึ่งพัฒนาการและแนวโน้มขององค์กรผู้ผลิตนิตยสารบางแห่งนั้น ก็มีความน่าสนใจและน่าจะศึกษาเป็นการเฉพาะลงไป

ดังนั้น ในการวิจัยนี้ จึงมีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาพัฒนาการและแนวโน้มของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ประเภทนิตยสาร โดยได้เลือกศึกษาเฉพาะกรณี บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) เนื่องจากเป็นองค์กรหนึ่งที่ประกอบกิจการด้านผลิตนิตยสารเป็นธุรกิจหลัก โดยผลิตนิตยสารประเภทต่างๆ ออกสู่ท้องตลาดถึง 5 ฉบับ มานานกว่า 19 ปีแล้ว ได้แก่ บ้านและสวน, แพรว, แพรวสุดสัปดาห์, LIFE & DECOR และ TRENDY MAN

อนึ่ง บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) ยังเป็นองค์กรที่ประกอบ

ธุรกิจผลิตหนังสือเล่มในนามของสำนักพิมพ์ต่างๆ ภายใต้สังกัดของบริษัท รวมถึงธุรกิจโรงพิมพ์สำหรับพิมพ์งานนิตยสารและหนังสือของตัวเอง และรับจ้างพิมพ์งานทั่วไป ซึ่งจะได้นำมาศึกษาร่วมด้วย

บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งฯ ได้ถือกำเนิดขึ้นในสภาวะสังคมที่กำลังเริ่มต้น มีการเปลี่ยนแปลงในภาวะต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นทางด้านสังคม เทคโนโลยี ฯลฯ อย่างรวดเร็ว ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น และได้พยายามปรับปรุงและพัฒนาโครงสร้าง ระบบการบริหารงานมาตลอด ท่ามกลางกระแสความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นนั้น จากเดิมที่เน้นการประกอบการในด้านโรงพิมพ์และผลิตนิตยสารซึ่งเป็นธุรกิจหลักแล้ว ยังมีนโยบายเข้าไปดำเนินธุรกิจประเภทอื่นๆ ที่ส่งเสริม สนับสนุน และเกี่ยวเนื่องด้านสิ่งพิมพ์ เพื่อเสนอข่าวสารที่เป็นประโยชน์และบันเทิงต่อประชาชนให้มากที่สุด

โดยบริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งฯ ได้เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และแปรรูปเป็นบริษัทมหาชน เพื่อระดมทุนสำหรับการขยายกิจการ นับเป็นบริษัทดำเนินกิจการสิ่งพิมพ์รายที่ 7 เมื่อปี พ.ศ. 2535 หลังจากที่หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์เข้าจดทะเบียนเป็นแห่งแรก เมื่อปี พ.ศ. 2527 หนังสือพิมพ์เดอะเนชั่น ปี พ.ศ. 2531 มติชน ปี พ.ศ. 2532 ผู้จัดการ ปี พ.ศ. 2533 ตงอีว ปี พ.ศ. 2534 และวิญจักร ปี พ.ศ. 2534

ข้อสังเกตที่เห็นได้ชัด หลังจากบริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งฯ เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ รายได้ของบริษัทก็เพิ่มขึ้นในอัตราที่ค่อนข้างสูง (รายงานประจำปีบริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งฯ, 2535) ก่อนที่บริษัทจะเข้าตลาดหลักทรัพย์ฯ (พ.ศ. 2534) มีกำไรสุทธิ 48,314,000 บาท และในปี พ.ศ. 2535 มีกำไรสุทธิ 61,927,000 บาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.10 รายได้และกำไรที่เพิ่มสูงขึ้นเป็นผลให้ บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งฯ สามารถขยายกิจการทั้งในส่วนโรงพิมพ์และการผลิตสิ่งพิมพ์ให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้นทั้งในด้านบุคลากรและเครื่องจักร และยังเข้าไปดำเนินกิจการด้านอื่นที่เกี่ยวข้องกับสิ่งพิมพ์และข่าวสารด้วย

จนถึงบัดนี้ ซึ่งเป็นยุคที่สังคมกำลังเปลี่ยนจากสังคมอุตสาหกรรมเข้าสู่ยุคข้อมูลข่าวสารและเทคโนโลยีที่เจริญก้าวหน้าอย่างไม่หยุดยั้ง เป็นปัจจัยหนึ่งที่เร่งให้อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์โดยเฉพาะนิตยสาร ต้องเร่งปรับตัวว่าจะเดินไปในทิศทางใด และบริษัทอมรินทร์พริ้นติ้งฯ ในฐานะที่เป็นองค์กรแห่งหนึ่งมีการปรับตัวให้เข้ากับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างไร และมีโครงการที่จะขยายเข้าสู่ธุรกิจข่าวสารในสื่อแขนงอื่นๆ ตามอย่างบางองค์กร เช่น เดอะเนชั่นกรุ๊ป ที่นอกจากทำหนังสือพิมพ์

แล้วยังเข้าไปทำทางด้านสื่อวิทยุและโทรทัศน์ด้วย หรือไม่

การศึกษาถึงพัฒนาการและแนวโน้มของอุตสาหกรรมนิตยสาร : ศึกษาเฉพาะกรณีบริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) นี้ อาจจะใช้เป็นแนวทางหนึ่งที่สามารถศึกษาถึงพัฒนาการที่ผ่านมานของนิตยสาร ตลอดจนใช้คาดการณ์ถึงทิศทางต่อไปในอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ประเภทนิตยสารไทยได้



ศูนย์วิทยุทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

หอสมุดกลาง สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาให้เห็นถึงภาพรวมของลักษณะการเติบโตของธุรกิจในบริษัท อมรินทร์พรีนติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน)
2. เพื่อวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่ผลักดันให้บริษัท อมรินทร์พรีนติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) ต้องดำเนินการขยายการผลิตนิตยสารและหนังสือ รวมถึงการจัดการด้านโรงพิมพ์ และธุรกิจร่วมอื่นๆ ภายใต้บรรยากาศของสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป
3. เพื่อวิเคราะห์ถึงโครงสร้างการบริหาร นโยบาย รูปแบบของธุรกิจแต่ละประเภทในบริษัท อมรินทร์พรีนติ้งฯ ตั้งแต่จุดเริ่มต้นพัฒนาการ จนถึงแนวโน้มในการดำเนินการในอนาคต
4. เพื่อวิเคราะห์ถึงลักษณะโครงสร้างการบริหารงานและนโยบายโดยรวม รวมทั้งการจัดรูปองค์กรของบริษัท อมรินทร์พรีนติ้งฯ
5. เพื่อทราบถึงประโยชน์ที่บริษัท อมรินทร์พรีนติ้งฯ ได้รับจากการเข้าไปดำเนินธุรกิจอื่นๆ ในแต่ละประเภทเพิ่มขึ้น
6. เพื่อศึกษาถึงการดำเนินงานผลิตเนื้อหาและรูปแบบนิตยสารทั้ง 5 ชื่อฉบับในสังกัดบริษัท อมรินทร์พรีนติ้งฯ ตั้งแต่แรกเริ่มจนถึงปัจจุบัน สำหรับใช้ประกอบในการคาดการณ์ถึงแนวโน้มการพัฒนาอุตสาหกรรมนิตยสารในอนาคต

ปัญหาคำถามวิจัย

1. ลักษณะการเติบโตของธุรกิจในบริษัท อมรินทร์พรีนติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) เป็นอย่างไร ทั้งในธุรกิจหลักและธุรกิจร่วม
2. ปัจจัยใดบ้างที่ผลักดันให้บริษัท อมรินทร์พรีนติ้งฯ ต้องดำเนินการขยายธุรกิจสาขาอื่นๆ เพิ่มขึ้น
3. ธุรกิจหลักและธุรกิจร่วมของบริษัท อมรินทร์พรีนติ้งฯ มีความคล้ายคลึง แตกต่าง หรือส่งเสริม สนับสนุนกันอย่างไรบ้าง ในลักษณะโครงสร้าง รูปแบบ เนื้อหา ของแต่ละธุรกิจนั้น

4. บริษัท อมรินทร์พรีนติ้งฯ มีลักษณะโครงสร้างการบริหารงานและนโยบายโดยรวม รวมถึงการจัดรูปองค์กรบริหารอย่างไร
5. บริษัท อมรินทร์พรีนติ้งฯ ได้รับผลประโยชน์จากการขยายตัวไปสู่ธุรกิจอื่นๆ เพิ่มขึ้นหรือไม่ อย่างไร
6. ในอนาคตอุตสาหกรรมนิตยสาร และบริษัท อมรินทร์พรีนติ้งฯ มีแนวโน้มจะพัฒนาไปในทิศทางใด

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยนี้จะศึกษาเฉพาะการดำเนินงานธุรกิจในเครือของบริษัท อมรินทร์พรีนติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) ในช่วงตั้งแต่บริษัทเปิดดำเนินการใน พ.ศ. 2519 จนถึงเดือนตุลาคม พ.ศ. 2538

ข้อตกลงเบื้องต้น

บริษัท อมรินทร์พรีนติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) จะเป็นตัวแทนที่ใช้ในการวิเคราะห์ เพื่ออธิบายถึงพัฒนาการและแนวโน้มของอุตสาหกรรมนิตยสารในประเทศไทย

ข้อสันนิษฐานในการวิจัย

1. การขยายตัวและการปรับเปลี่ยนโครงสร้าง นโยบาย และรูปแบบทางธุรกิจของบริษัท อมรินทร์พรีนติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) เป็นผลมาจากความกดดันด้านการแข่งขันในตลาดที่มีแนวโน้มว่าจะกลายเป็นตลาดที่ไม่มีขอบเขต (Borderless) และสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงในแง่ของระดับการศึกษา และความต้องการข่าวสารและความบันเทิงสูงขึ้น ตลอดจนเทคโนโลยีด้านการสื่อสารที่เจริญก้าวหน้า
2. การขยายตัวทางธุรกิจที่บริษัท อมรินทร์พรีนติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) ดำเนินการนั้น มีการปรับเปลี่ยนโครงสร้าง นโยบาย รูปแบบของธุรกิจอยู่เสมอ เพื่ออำนวยความสะดวก

ในเรื่องของการเพิ่มรายได้และกำไรให้กับบริษัท

3. สาเหตุหนึ่งของการเข้าไปดำเนินกิจการอื่นของบริษัท อมรินทร์พรีนติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) เป็นผลมาจากการเข้าระดมทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งต้นทุนเป็นตัวกำหนด ให้อัตราขยายตัว

4. การที่สภาพสังคมมีความเปลี่ยนแปลง เป็นผลให้การดำเนินงานผลิตเนื้อหาและรูปแบบ นิตยสารของบริษัท อมรินทร์พรีนติ้งฯ ต้องมีการปรับตัวให้สอดคล้องกับสภาพที่เกิดขึ้นด้วย



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

นิยามศัพท์เฉพาะ

พัฒนาการ	หมายถึง	การเปลี่ยนแปลงที่ดำเนินมาอย่างต่อเนื่อง หรือความเคลื่อนไหวไปตามสภาพของสังคม โดยผ่านช่วงเวลาใดไปสู่ช่วงเวลาหนึ่ง ซึ่งกล่าวโดยรวมแล้วจะเป็นการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงไปสู่ทิศทางที่ดีขึ้น
แนวโน้ม	หมายถึง	สิ่งที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคต ตามความคาดการณ์ของผู้เชี่ยวชาญ หรือผู้มีประสบการณ์ของวงการนั้นๆ ในการศึกษาี้ หมายถึง คณะผู้บริหารของบ.อมรินทร์ ฟรันทิ่งฯและผู้ดำเนินงานในวงการนิเทศสาร เป็นสำคัญ
อุตสาหกรรม	หมายถึง	การผลิตสิ่งของเพื่อให้เป็นสินค้า อีกทั้งเป็นการประกอบธุรกิจขนาดใหญ่ที่ใช้แรงงานและทุนในการดำเนินงานมาก โดยหวังผลประโยชน์เป็นกำไรตอบแทน
นิเทศสาร	หมายถึง	สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทหนึ่ง而出ตามเวลาที่กำหนดเป็นรายคาบ ซึ่งลงพิมพ์บทความ นวนิยาย คำประพันธ์ ข่าวสาร ความบันเทิง และภาพต่าง ๆ เพื่อผู้อ่านซึ่งเป็นสาธารณชนทั่วไป ทั้งนี้ อาจจะมีกลุ่มผู้อ่านที่มีความสนใจเป็นพิเศษ เฉพาะด้านใดด้านหนึ่ง หรือมุ่งเฉพาะกลุ่มผู้อ่านวัยใดวัยหนึ่ง เพศใดเพศหนึ่งก็ได้
บริษัท	หมายถึง	การรวมตัวของกลุ่มบุคคลเพื่อประกอบการผลิตสินค้าและบริการในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง เพื่อวัตถุประสงค์ในทางการตลาด โดยการได้มาซึ่งผลกำไรสูงสุดจากการประกอบกิจกรรมนั้นๆ
ปัจจัย	หมายถึง	สิ่งต่างๆ หรือองค์ประกอบที่เข้ามามีบทบาท อิทธิพล และผลกระทบต่อพัฒนาการ และความเปลี่ยนแปลง

บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งฯ หมายถึง บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) ของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ ได้แก่ ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และเทคโนโลยี ซึ่งเป็นผู้ประกอบธุรกิจทั้งการรับจ้างพิมพ์ และเป็นผู้พิมพ์ และผู้จัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ประเภทนิตยสาร อันได้แก่ บ้านและสวน แพรว แพรวสุดสัปดาห์ LIFE & DECOR และ TRENDY MAN รวมถึงหนังสือเล่มในนามของ แพรวสำนักพิมพ์ แพรวเพื่อนเด็ก แพรวเยาวชน สำนักพิมพ์บ้านและสวน มุลนิธิภูมิปัญญา อีกทั้งขยายสู่ ธุรกิจด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ โดยการร่วมทุนจัดตั้ง บริษัทขึ้น เพื่อรับผิดชอบการบริหารงาน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อเข้าใจแนวคิด และหลักการในการดำเนินธุรกิจสิ่งพิมพ์ประเภทนิตยสาร รวมถึงหนังสือเล่มและโรงพิมพ์ของบริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งฯ ที่พยายามดำเนินกิจการให้อยู่รอดได้ในตลาดที่เต็มไปด้วยคู่แข่ง
2. เพื่อเข้าใจถึงปัจจัยสนับสนุน และปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจสิ่งพิมพ์ประเภทนิตยสาร ซึ่งอาจจะเป็นข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจจะเข้ามาประกอบการทางด้านนี้
3. เพื่อทราบถึงแนวโน้มการดำเนินงานของบริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งฯ ที่อาจจะมีการเปลี่ยนแปลงต่อไปในอนาคต รวมทั้งอาจใช้เป็นข้อมูลส่วนหนึ่งในการคาดการณ์ถึงทิศทางการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในอุตสาหกรรมนิตยสาร หนังสือเล่ม และโรงพิมพ์ได้