

ส่วนที่ 1 – การประกอบธุรกิจ

ข้อ 1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

วิสัยทัศน์

- อมรินทร์ คือ องค์การชั้นนำของประเทศ 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 ขณะเดียวกันก็รับจ้างงานพิมพ์อื่นด้วย

ถึงแม้จะมีพนักงานจำนวนไม่กี่คน แต่ก็เป็จุดเริ่มต้นที่ยิ่งใหญ่ที่ส่งผลให้กิจการขยายตัวเพิ่มมากขึ้นในระยะต่อมา ทำให้มีความจำเป็นต้องระดมทุน และแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเมื่อปี 2536 พร้อมกับเปลี่ยนชื่อเป็น “บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน)” ในปีเดียวกัน บริษัทได้ขยายกิจการด้านการจัดจำหน่าย โดยการก่อตั้ง บริษัท อมรินทร์ บู๊ค เซ็นเตอร์ จำกัด เพื่อดูแลการจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ทั้งหมด รวมถึงการจัดตั้งร้านค้าปลีกขึ้นโดยให้ชื่อว่า “ร้านนายอินทร์”

จากปริมาณผู้อ่านที่เริ่มต้นขึ้นจากคนเพียงไม่กี่กลุ่ม กลับขยายตัวเพิ่มและมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น บริษัทจึงเริ่มผลิตนิตยสารอื่นๆ ตามมาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้อ่าน โดยมีนิตยสารแนวผู้หญิงออกตามมา คือ “แพรว” และ “สุดสัปดาห์” และผลิตนิตยสารอื่นๆ อย่างต่อเนื่อง จนปัจจุบันบริษัทมีนิตยสารทั้งสิ้น 8 หัว ผลิตหนังสือเล่มปีละหลายร้อยปก รับจ้างพิมพ์และขยายออกไปสู่ธุรกิจอื่นอีกหลากหลาย ปัจจุบันอมรินทร์ก้าวสู่การเป็นมีเดียครบวงจร (OMNI media + OMNI Channel) ประกอบด้วย On Print, Online, On Air, On Ground และ On Shop โดยแต่ละแพลตฟอร์มมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการผนึกกำลังของทุกภาคส่วนในเครือ เน้น OMNI Effect จาก OMNI Media และ OMNI Channel เป็นจุดแข็งและเป็นกลยุทธ์สำคัญที่จะใช้ในการเดินทางทำธุรกิจต่อไป เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าสองกลุ่มหลัก คือ ลูกค้าผู้บริโภคและลูกค้าผู้ลงโฆษณา

สายงานโรงพิมพ์และบรรจุภัณฑ์

ศักยภาพในการผลิตของส่วนโรงพิมพ์ในปี 2544 จากเดิมที่บริษัทได้ก่อสร้างอาคาร 2 ชั้น พื้นที่ใช้สอย 6,200 ตารางเมตร บนที่ดินเนื้อที่ 5 ไร่ 56 ตารางวา ตั้งอยู่บนถนนชัยพฤกษ์ แขวงตลิ่งชัน เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร เพื่อติดตั้งเครื่องจักรที่มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย โดยมีเป้าหมายที่จะให้โรงพิมพ์มีความพร้อมในการรองรับงานได้ครบถ้วนทุกขั้นตอนกระบวนการผลิตเพื่อตอบสนองการผลิตสิ่งพิมพ์ที่มีคุณภาพและการให้บริการที่ประทับใจตามปรัชญาของโรงพิมพ์ที่ถือปฏิบัติมาตลอดระยะเวลาตั้งแต่เริ่มก่อตั้งโรงพิมพ์ จุดยืนทางด้านการตลาดที่สำคัญของสายงานโรงพิมพ์

และบรรจุภัณฑ์ คือ ตลาดงานพิมพ์คุณภาพสูง (High Definition Color Printing) ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าวข้างต้น สายงานโรงพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ได้มีการปรับปรุงและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) ให้ความสำคัญทางด้านคุณภาพงานพิมพ์และการบริการทุกด้านอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่องมาโดยตลอด 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 สายงานโรงพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ได้ปรับเปลี่ยนเครื่องพิมพ์จากรุ่นเก่าที่มีอายุการใช้งานมานานและล้าสมัย เป็นเครื่องพิมพ์รุ่นใหม่ที่มีเทคโนโลยีทันสมัยที่สุด ประกอบด้วยระบบการจัดการงานพิมพ์ทุกขั้นตอนด้วยโปรแกรมที่ทันสมัย ซึ่งได้ดำเนินการติดตั้งเมื่อกลางปี 2544 แล้วเสร็จทั้งหมดในไตรมาสแรกของปี 2545 และสายงานโรงพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ได้เพิ่มกำลังการผลิตโดยสั่งซื้อเครื่องพิมพ์ใหม่อย่างต่อเนื่อง และเพื่อรองรับการขยายตัวของบริษัททุกสายงาน รวมไปถึงบริษัทได้จัดซื้อที่ดินติดกับโรงพิมพ์เพิ่มอีก 15 ไร่ ทำให้มีอาณาบริเวณเพิ่มขึ้นรวม 20 ไร่ เพื่อขยายการก่อสร้างอาคารคลังสินค้า 2 คลัง และอาคารสำนักงานของส่วนโรงพิมพ์ และย้ายสายงานธุรกิจสำนักพิมพ์มารวมอยู่ในบริเวณเดียวกัน ภายใต้โครงการ Amarin Corporate Park ทำให้บริษัท มีพื้นที่ทำงานที่เพียงพอพร้อมทุกสายงานภายใต้บรรยากาศ Corporate Park ที่ดีที่สุดแห่งหนึ่ง

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

นอกจากนี้สายงานโรงพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ยังได้เร่งขยายสายการผลิตงานทำเล่มแบบปกแข็งคุณภาพดีเลิศ (High Value Finishing) เพื่อรองรับงานสิ่งพิมพ์คุณภาพสูง ที่เป็น Segment ซึ่งสิ่งพิมพ์แบบดิจิทัลไม่สามารถเข้าถึงได้ โดยทางโรงพิมพ์ได้ลงทุนเพิ่มเครื่องจักรทำเล่ม เพื่อรองรับตลาดงานพิมพ์คุณภาพสูง ซึ่งเป็นงานผลิตที่สร้างสรรค์ด้วยฝีมือช่างที่พิถีพิถัน ประณีต และมากด้วยประสบการณ์ความชำนาญ เพื่อให้เกิดคุณภาพงานที่สวยงามทั้งงานพิมพ์ รูปเล่มปกแข็งที่ ทรงคุณค่า และบรรจุภัณฑ์ที่งดงามดึงดูดสายตาของผู้พบเห็น

โรงพิมพ์ประสบความสำเร็จในการปฏิรูปกระบวนการผลิต ให้เกิดประสิทธิภาพสูงขึ้น และเทคนิคทางวิศวกรรมอุตสาหการยังส่งผลให้โรงพิมพ์มีต้นทุนการผลิตที่ต่ำลงตามที่คาดการณ์ไว้ ทีมงานเทคนิค และทีมงานวิศวกรรมยังคงช่วยให้โรงพิมพ์สามารถปรับใช้วัสดุ และเทคโนโลยีใหม่ๆ ให้สามารถนำมาใช้งานกับเครื่องจักรเดิมที่มีอยู่ และการพัฒนาดังกล่าวยังช่วยให้ทีมขายสามารถกำหนดเวลาผลิตที่รัดกุม และตอบสนองต่อความคาดหวังของลูกค้าได้เป็นอย่างดี

และในปี 2557 สายงานโรงพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ได้สร้างสรรค์กระบวนการผลิตรูปแบบใหม่ๆ เพื่อนำเสนอความแตกต่างให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อรักษาสวนต่างกำไรในกลุ่มเป้าหมายได้สำเร็จ อาทิ Digital Printing ซึ่งสามารถ

ตอบสนองความต้องการของลูกค้างานพิมพ์ในลักษณะ Print on Demand ตามปริมาณที่ลูกค้าต้องการ ซึ่งรองรับกลุ่มลูกค้าที่ต้องการงานพิมพ์ในปริมาณน้อยและในเวลารวดเร็ว นอกจากนี้ยังได้สร้างสรรค์เทคนิคการเข้าเล่มด้วยวัสดุที่ให้แรงตีดียืดสูง ทำให้งานเข้ารูปเล่มมีทั้งความสวยงามและคงคุณภาพเหนียวแน่นทนทาน สิ่งเหล่านี้โรงพิมพ์ได้นำมาประยุกต์เข้ากับกระบวนการทำงานและคิดค้นเป็นสูตรการผลิตเฉพาะของโรงพิมพ์ เพื่อรักษาความเป็นเลิศในคุณภาพของผลิตภัณฑ์

ปี 2560 มีการปรับปรุงสายการผลิต โดยมีการสั่งซื้อเครื่องพิมพ์ใหม่จำนวน 3 เครื่อง เข้ามาทดแทนเครื่องพิมพ์เดิมที่มีอายุการใช้งานมานาน ซึ่งทำให้บริษัทมีความสามารถในการพิมพ์งานที่มีคุณภาพ และสามารถรองรับการพิมพ์งานได้หลากหลายกว่าสายการผลิตเดิม อีกทั้ง ลดการสูญเสียโอกาสในช่วงเวลาที่มีการซ่อมบำรุงลง

ปี 2562 สายงานโรงพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ได้เข้าสู่การผลิตสิ่งพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ โดยมุ่งเน้นการผลิตบรรจุภัณฑ์เกรดพรีเมียม มีการออกแบบให้ตอบโจทย์ในเรื่องการใช้งาน (Functional Design) และความสวยงามที่โดดเด่นตามมาตรฐานการควบคุมสภาวะแวดล้อมในการผลิตบรรจุภัณฑ์ด้านโภชนาการและเวชภัณฑ์

ลักษณะธุรกิจ

โรงพิมพ์อมรินทร์เป็นโรงพิมพ์ชั้นนำของประเทศไทย มีปณิธานอันมุ่งมั่นในการผลิตงานพิมพ์ที่มีคุณภาพสูงได้มาตรฐานในระดับสากล ที่ผ่านมามีการพัฒนาคุณภาพของสินค้า และขยายบริการงานพิมพ์จนครบวงจร ตั้งแต่การจัดทำเนื้อหา ถ่ายภาพ รีทัช ออกแบบศิลปกรรม เข้าสู่กระบวนการพิมพ์ จนถึงบริการส่งมอบถึงมือผู้บริโภค ด้วยความเข้าใจถึงคุณค่าของเนื้อหาตลอดจนสุนทรียศิลป์ในรูปแบบที่ผู้เป็นเจ้าของงานบรรจุภัณฑ์สร้างสรรค์ สายงานโรงพิมพ์และบรรจุภัณฑ์จึงมีกระบวนการผลิตที่ประณีตทุกขั้นตอนด้วยความรู้ความเชี่ยวชาญของบุคลากรที่สั่งสมสืบทอดกันมา ผสมผสานกับเทคโนโลยีการพิมพ์อันทันสมัย จึงทำให้คุณภาพงานพิมพ์ของโรงพิมพ์อมรินทร์เป็นที่ยอมรับจากองค์กรชั้นนำทั้งในประเทศและระดับภูมิภาค จนได้รับรางวัลคุณภาพทางการพิมพ์จากหลายสถาบันตลอดหลายปีที่ผ่านมาเป็นการยืนยันคุณภาพ นอกจากนี้ยังได้การรับรองตามมาตรฐานอุตสาหกรรม ISO 9000 : 2015

ในปี 2562 สายงานโรงพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ได้รับตัวอย่างมีนัยสำคัญในปีที่ผ่านมา เนื่องจากธุรกิจสิ่งพิมพ์ได้รับผลกระทบโดยตรงจากเทคโนโลยีการสื่อสารและพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปดังจะเห็นได้จากนิตยสารหลายฉบับที่ปิดตัวลง ตลอดจนงานรับจ้างผลิตสิ่งพิมพ์ที่มีปริมาณลดน้อยลงอย่างต่อเนื่องในช่วงปีที่ผ่านมา สายงานโรงพิมพ์และบรรจุภัณฑ์จึงปรับตัวเข้าสู่การผลิตสิ่งพิมพ์และบรรจุภัณฑ์เพื่อให้ธุรกิจสามารถทำกำไรได้ต่อไป โดยมุ่งเน้นการผลิตบรรจุภัณฑ์เกรดพรีเมียมที่มีการออกแบบให้ตอบโจทย์ในเรื่องการใช้งาน (Functional Design) และความสวยงามที่โดดเด่นตามมาตรฐานการควบคุมสภาวะแวดล้อมในการผลิตบรรจุภัณฑ์ด้านโภชนาการและเวชภัณฑ์ ตลอดจนมีคุณสมบัติพิเศษที่เชื่อมโยงเข้ากับเทคโนโลยีการพิมพ์ที่สามารถเล่าเรื่องราวของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ผ่าน QR Code นวัตกรรมเหล่านี้จึงสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้บรรจุภัณฑ์ของเราเป็นมากกว่าบรรจุภัณฑ์ทั่วไปอย่างมีนัยสำคัญ

นอกจากนี้ในยุคที่ผู้บริโภคมีทางเลือกในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากข้อมูลและเรื่องราวซึ่งมีที่ไปที่ไปอันน่าประทับใจของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ จึงทำให้สายงานโรงพิมพ์และบรรจุภัณฑ์เพิ่มศักยภาพในการขายสินค้าให้แก่ลูกค้าด้วยการให้บริการสร้างสรรค์เนื้อหาของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ทั้งในรูปแบบสิ่งพิมพ์และเนื้อหาที่อยู่บนดิจิทัลแพลตฟอร์มต่าง ๆ

สายงานโรงพิมพ์และบรรจุภัณฑ์คาดหวังว่า พัฒนาการของผลิตภัณฑ์และบริการที่เกิดขึ้นตลอดปีที่ผ่านมา จะสามารถทำกำไรและให้ผลตอบแทนที่ดีแก่ผู้ถือหุ้น เพื่อทดแทนมูลค่าที่ปรับตัวลดลงจากการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ทั่วไป

สายงานมีเดีย

ด้วยปณิธานอันแน่วแน่จนย่างเข้าสู่ปีที่ 40 นับตั้งแต่มีการเปิดตัวนิตยสารบ้านและสวนในปี พ.ศ. 2519 บริษัทยังคงมุ่งมั่นสร้างสรรค์นิตยสารคุณภาพเรื่อยมาจนเกิดนิตยสารสำหรับผู้หญิงอย่าง “แพรว” และ “สุดสัปดาห์” และได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีในช่วงปี พ.ศ. 2540 บริษัทเริ่มหันมาผลิตนิตยสารสำหรับเป็นแนวทางในการดูแลสุขภาพ ได้แก่ “ชีวจิต” ต่อมาในปี พ.ศ. 2544 บริษัทได้รับลิขสิทธิ์ให้เป็นผู้ดำเนินการจัดพิมพ์นิตยสาร “National Geographic ฉบับภาษาไทย” ปี พ.ศ. 2546 ผลิตนิตยสาร “room” ปี พ.ศ. 2547 ผลิตนิตยสาร “WE” และมีถุนายน พ.ศ.2560 ได้เปลี่ยนชื่อมาเป็น “แพรว Wedding” และ “Amarin Baby & Kids” มีบุ๊กรากขึ้นที่ตอบใจกลุ่มครอบครัวอีกด้วย

ณ เดือนธันวาคม พ.ศ. 2562 มีนิตยสารออกจำหน่ายจำนวน 8 หัวเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้่านที่มีรสนิยมหลากหลายและกล่าวได้ว่านิตยสารของบริษัทมียอดขายสูงสุดเมื่อเทียบกับนิตยสารประเภทเดียวกัน และล้วนเป็นนิตยสารชั้นนำของประเทศทุกฉบับ เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค ทางบริษัทจึงได้พัฒนาสื่อออนไลน์ควบคู่ไปกับนิตยสาร

ไลฟ์วิ้ง (Living)

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

ปัจจุบัน บ้านและสวน, room เป็นนิตยสารเกี่ยวกับการตกแต่งบ้าน ที่มียอดพิมพ์ต่อฉบับสูงสุดในประเทศ และนับได้ว่าเป็นนิตยสารหมวดตกแต่งบ้านที่ขายดีที่สุดของประเทศไทย

นอกจากนี้ ยังเป็นผู้จัดงานแฟร์เกี่ยวกับบ้านที่ใหญ่ที่สุด 3 ครั้งต่อปี และมีช่องทางสื่อสารกับคนในยุคปัจจุบัน เว็บไซต์ www.baanlaesuan.com และแฟนเพจ บ้านและสวน, room magazine, my home ที่เป็นสื่อออนไลน์เกี่ยวกับบ้าน มีผู้ชมมากที่สุดในประเทศไทย และผู้ติดตามมากกว่า 2.8 ล้านคนทางเฟซบุ๊กแฟนเพจ นอกจากนี้ยังมีเว็บไซต์ www.livingasean.com ซึ่งเป็นสื่อออนไลน์ภาษาอังกฤษ ที่นำเสนอเกี่ยวกับการออกแบบบ้าน การจัดสวน และวัฒนธรรมการใช้ชีวิตของคนในภูมิภาคอาเซียนที่มีหลายอย่างคล้ายๆ กัน และเสน่ห์ของสิ่งที่แตกต่างกันที่น่าสนใจ

National Geographic ฉบับภาษาไทย นิตยสารมาตรฐานระดับโลก ครองเนื้อหาเกี่ยวกับสารคดีอันดับหนึ่งของประเทศที่ “เปรียบเสมือนคลังความรู้ของทุกคนในครอบครัว” นิตยสารที่มอบสาระความรู้อย่างไม่หยุดยั้งบนหนทางแห่งการแบ่งปัน อนุรักษ์ และผจญภัย เพื่อค้นหาความแปลกใหม่ และเรื่องราวอันน่าอัศจรรย์จากทั่วทุกมุมโลกอย่างลึกซึ้ง และมีคุณภาพ จนได้รับความเชื่อถือจากผู้อ่านทั่วโลก ได้เล็งเห็นที่จะเป็นส่วนหนึ่งในการยกระดับสังคมไทยให้เป็นสังคมแห่งการอ่าน และการเรียนรู้ เพื่อเพิ่มประสบการณ์ และความรอบรู้ ให้กับทุก ๆ คน

นอกจากนี้มีช่องทางสื่อสารกับสมาชิกทุกคนในครอบครัว และคนในยุคปัจจุบันผ่านสื่อออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็น www.ngthai.com และเฟซบุ๊กแฟนเพจที่เปรียบเสมือนคลังข้อมูลความรู้ ที่จะเชื่อมโยงเรื่องราวความรู้จากทั่วทุกมุมโลกมาอยู่ในมือคุณ

ไลฟ์สไตล์ (Lifestyle)

ครบถ้วนทุกไลฟ์สไตล์และความสนใจสำหรับผู้หญิง ได้แก่ แพรว สุดสัปดาห์ และ แพรว Wedding โดยทั้ง 3 นิตยสารนี้ถือครองส่วนแบ่งการตลาดสูงที่สุดของกลุ่มด้วยยอดพิมพ์จำหน่ายสูงที่สุดในประเทศและนำเสนอเนื้อหาที่ครองใจผู้อ่านมาเป็นระยะเวลายาวนาน

แพรว สร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้หญิงทุกไลฟ์สไตล์ โดยในวันนี้ “แพรว” ก้าวสู่โลกออนไลน์อย่างแข็งแกร่งด้วย www.praew.com เฟซบุ๊กแฟนเพจ :นิตยสารแพรว สังคมออนไลน์ที่ตามติดข่าวเรื่องราวของคนดังได้รวดเร็วทันกระแส รวมถึงเป็นแหล่งรวมข้อมูลที่สร้างแรงบันดาลใจให้ผู้หญิงด้านแฟชั่น ความงามและการใช้ชีวิตได้เป็นอย่างดี

สุดสัปดาห์ เนื้อหาสำหรับผู้หญิงรุ่นใหม่ที่ยั่งยืน อัปเดตเทรนด์แฟชั่น ความงาม แบบทันกระแสเสมอ โดยส่งต่อเนื้อหาที่น่าสนใจ ในทุกด้านสู่โลกออนไลน์ผ่าน www.sudsapda.com และเฟซบุ๊กแฟนเพจ “สุดสัปดาห์แฟนคลับ” ที่มีจำนวนผู้ติดตามสูงสุดเป็นอันดับ 1 ของกลุ่ม รวมถึงการจัดโครงการสุดสัปดาห์ คนหล่อขอทำดี ที่จัดขึ้นต่อเนื่องเป็นปีที่ 12 ซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากดารานักแสดงชั้นนำของวงการเป็นประจำทุกปี

แพรว Wedding แหล่งรวมข้อมูลไอเดียเกี่ยวกับการจัดงานแต่งงานเพื่อเสริมวันสำคัญของคู่แต่งงานให้สมบูรณ์แบบและน่าจดจำผ่าน นิตยสาร แพรว Wedding เว็บไซต์ praewwedding.com และเฟซบุ๊กแฟนเพจ Praew Wedding

ไลฟ์ (Life)

ชีวจิต เป็นแบรนด์กลุ่มอาหาร และสุขภาพกาย-ใจ ที่วันนี้มีใช้เพียงนิตยสาร แต่เป็นผู้ผลิตคอนเทนต์ที่มีความถูกต้อง ชัดเจน และน่าเชื่อถือ มาตลอดระยะเวลา 20 ปี จึงเป็นที่ยอมรับในกลุ่มผู้อ่าน และผู้สนใจเรื่องสุขภาพ จนนำไปสู่ นิตยสารที่มียอดพิมพ์สูงสุด และนับเป็นนิตยสารหมวดสุขภาพที่มียอดพิมพ์สูงสุดและขายดีที่สุดในเมืองไทย

วันนี้ ชีวจิต ยังเป็นผู้ผลิตคอนเทนต์สุขภาพ ที่มีสื่อครอบคลุมทุกช่องทาง ในทุกช่วงวัย ได้แก่ สื่อออนไลน์ แฟนเพจ นิตยสารชีวจิต, A Cuisine, GoodLifeUpdate และเว็บไซต์ www.goodlifeupdate.com ที่ตอบโจทย์เรื่องสุขภาพ กาย ใจ อาหารเพื่อสุขภาพ รวมถึงงาน กินดี อยู่ดี by ชีวจิต งานแฟร์สุขภาพอันดับ 1 และช่องทาง Amarin TV รายการ อยู่เป็นสิริมปวย รายการตามอำเภอใจ ที่มีผู้ติดตามอย่างต่อเนื่อง จึงกล่าวได้ว่าเป็นกลุ่มแบรนด์ที่มีช่องทางสื่อสารสู่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างครบวงจร

เครือข่าย Amarin Baby & Kids สื่อครบวงจร (OMNI MEDIA) อันดับ 1 เพื่อพ่อ-แม่-ลูก ซึ่งมีทุกภาคส่วน Amarin Baby & Kids และสำนักพิมพ์ Amarin Baby & Kids ที่ได้ร่วมกันคัดสรรสิ่งที่ดีที่สุดเพื่อเป็นแหล่งรวมข้อมูล สำหรับการเรียนรู้ ทักษะและพัฒนาการให้กับทุกครอบครัว โดยยังมีแหล่งข้อมูลออนไลน์ครบถ้วนทั้งเว็บไซต์ amarinbabyandkids.com เฟซบุ๊กแฟนเพจ Amarinbaby&kids และ Line@ : @amarinbabyandkids นอกจากนี้ ยังได้จัดงานแฟร์ใหญ่ระดับประเทศ Amarin Baby & Kids Fair 3 ครั้ง/ปี ซึ่งถือเป็นงานแฟร์ที่ดีและใหญ่ที่สุดของประเทศ

งานแฟร์

1. งานบ้านและสวนซีเล็คท์ จัดขึ้นในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ ที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์
2. งานบ้านและสวนมิดเวิลด์ จัดขึ้นในช่วงเดือนสิงหาคม ที่ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค
3. งานบ้านและสวนแฟร์ 2019 ซึ่งจัดขึ้นในช่วงเดือนตุลาคม ที่ชาเลนเจอร์ฮอลล์ อิมแพค เมืองทองธานี
4. งานอมรินทร์เบบี้แอนด์คิลด์แฟร์ จัดขึ้น 3 ครั้ง ในช่วงเดือนมีนาคม กรกฎาคม และพฤศจิกายน ที่ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค และในต่างจังหวัด 1 ครั้ง ที่จังหวัดเชียงใหม่
5. งานสุดสัปดาห์ Shopping Market จัดขึ้น 2 ครั้ง ในช่วงเดือนพฤษภาคม และกันยายน ที่ฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต
6. งานกินดีอยู่ดี จัดขึ้น 2 ครั้ง ในช่วงเดือนมีนาคม และพฤศจิกายน ที่อิมแพค เมืองทองธานี

สายงานหนังสือเล่ม

สำนักพิมพ์ในเครืออมรินทร์ดำเนินงานจัดพิมพ์หนังสือเล่มมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2535 ภายใต้แนวคิดและการดำเนินงานที่ว่า “การอ่านคือรากฐานที่สำคัญ” และยังคงพัฒนาเนื้อหา (Content) เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างประสบการณ์ให้ลูกค้าอย่างสร้างสรรค์ในทุกรูปแบบอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันมีสำนักพิมพ์ในเครืออมรินทร์ทั้งหมด 14 สำนักพิมพ์ ประกอบด้วย แพรวสำนักพิมพ์, สำนักพิมพ์อมรินทร์, สำนักพิมพ์อมรินทร์ฮาวทู, สำนักพิมพ์อมรินทร์สุขภาพ, สำนักพิมพ์อมรินทร์ธรรมะ, สำนักพิมพ์อรุณ, สำนักพิมพ์แพรวเพื่อนเด็ก, สำนักพิมพ์อมรินทร์คอมมิกส์, สำนักพิมพ์แพรวเยาวชน, สำนักพิมพ์อมรินทร์คูซีน, สำนักพิมพ์สปริงบุ๊กส์, สำนักพิมพ์อมรินทร์แทเวล, สำนักพิมพ์ซอร์ตคัต และสำนักพิมพ์โรส โดยสำนักพิมพ์ทั้งหมดนี้จัดพิมพ์หนังสือแยกย่อยแบ่งหมวดหมู่ตอบสนองผู้อ่านทุกเพศทุกวัย ปีละประมาณ 400 ปก ภายใต้ 3 กลุ่มหนังสือหลัก คือ บันเทิงคดีไทย-เทศ (Fiction) สารคดี (Non-Fiction) และหนังสือสำหรับเด็กและเยาวชน

แพรวสำนักพิมพ์

แพรวสำนักพิมพ์เน้นผลิตวรรณกรรมไทยและงานแปลจากภาษาต่างประเทศ ภายใต้ปรัชญาการทำงาน “การอ่านคือรากฐานที่สำคัญ” มากกว่า 20 ปี โดยงานวรรณกรรมไทยมีทั้งประเภท เรื่องสั้น นวนิยาย บทกวี สารคดี บทความ และสารบันเทิง ผลงานเด่นประจำปี ได้แก่ โคจรกระดูกแม่มด สุขชาติกรรมแห่งความรัก และยุคสมัยแห่งความสิ้นหวัง

และเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้อ่านอย่างครอบคลุม แพรวสำนักพิมพ์จึงคัดสรรงานวรรณกรรมแปลหลากหลายแนว เช่น Mystery, Romance และ Horror ผลงานเด่นประจำปีได้แก่ มีอะไรในสวนหลังบ้าน, อามิตไม่เจียม, ถ้าวันหนึ่งนั้น...ฉันตาย, คนที่หายไป ใครที่กลับมา, คำให้การของ N และคำขอสุดท้ายของผู้ตายถึงผม

สำนักพิมพ์อรุณ

สำนักพิมพ์อรุณ มุ่งคัดสรรและผลิตนวนิยายจากนักเขียนที่มีผลงานครองใจนักอ่าน เช่น กิ่งฉัตร, ปิยะพรศักดิ์เกษม และ ว.วินิจฉัยกุล รวมถึงนวนิยายรักโดยนักเขียนรุ่นใหม่ และนิยายแปลจีน ผลงานเด่นประจำปี ได้แก่ รมไม่ไบบาง, ปฐพีไร้อาลัย, เล่รัก และปิดแผ่นฟ้า ทูปปฐพี

สำนักพิมพ์โรส

สำนักพิมพ์ที่ผลิตนิยายวายไทยและนิยายวายแปลจากต่างประเทศ มุ่งนำเสนอความรักในรูปแบบต่างๆ เพื่อความอึดใจให้กับผู้อ่าน ผลงานเด่นประจำปี ได้แก่ พวกท่านอย่างรักเกียรติของข้านะ, ทะลุมิติหักเหลี่ยมจอมมาร, เล่ห์กลจักรพรรดิ และตัดสินคนจากหน้าตาที่ต้องเจอแบบนี้

สำนักพิมพ์แพรวเพื่อนเด็ก

สำนักพิมพ์แพรวเพื่อนเด็ก มุ่งผลิตหนังสือสำหรับเด็กวัย 0 - 8 ปี ทั้งนิทาน หนังสือฝึกทักษะเสริมความรู้ คู่มือผู้ปกครองและคุณครู เพื่อเสริมสร้างจินตนาการ พัฒนาการเรียนรู้ รวมถึงเป็นสื่อสร้างสัมพันธ์ภายในครอบครัว โดยเน้นให้พ่อแม่อ่านหนังสือให้ลูกฟัง เพื่อเสริมศักยภาพรอบด้านของเด็ก อาทิ ร่างกาย อารมณ์ สังคม สติปัญญา และจริยธรรม ผลงานเด่นประจำปีได้แก่ สร้างเด็กภูมิคุ้มกันด้วย EF, ตอบล็อกไม้กั้นเถอะ, มารารอนสัตว์ 109 ตัว, เด็กไม่ใช่ผ้าขาวอย่าเข้าใจผิด, วันทำความสะอาดครั้งใหญ่, รอคักหนอยนะ และใครกินพายแอปเปิ้ลของฉันไป

สำนักพิมพ์อมรินทร์คอมมิกส์

สำนักพิมพ์อมรินทร์คอมมิกส์ มุ่งผลิตหนังสือความรู้สำหรับเด็กวัยประถมศึกษาขึ้นไป ทั้งในรูปแบบการ์ตูน หนังสือภาพความรู้และสารคดี มีความโดดเด่นที่เทคนิคพิเศษ ความสนุก ภาพลายเส้นสวยงาม ควบคู่กับสาระประโยชน์ พร้อมทั้งเกิดความรู้ที่เหมาะสมต่อการเรียนรู้ของเด็ก ผลงานเด่นประจำปี ได้แก่ สารวจร่างกายมนุษย์, เรื่องนี้...หนูตอบได้ รู้เรื่องการเติบโต และชุดวิทยาศาสตร์ฉลาดรู้

สำนักพิมพ์แพรวเยาวชน

สำนักพิมพ์แพรวเยาวชน มุ่งคัดสรรและผลิตวรรณกรรมเยาวชนชั้นดีทั้งไทยและแปลจากต่างประเทศ เพื่อเสริมสร้างจินตนาการและปลูกฝังนิสัยการอ่านที่ดีและมีคุณภาพให้แก่เยาวชนไทย ผลงานเด่นประจำปี ได้แก่ เด็กชาย นก และช่างต่อใจ และหลุม

สำนักพิมพ์อมรินทร์ธรรมะ

สำนักพิมพ์อมรินทร์ธรรมะ มุ่งผลิตหนังสือธรรมะโดยเน้นเนื้อหาที่มีหลักธรรมถูกต้องและธรรมะภาคปฏิบัติที่เข้าใจง่าย นำไปใช้ได้จริงในชีวิตประจำวันเพื่อรับมือกับทุกวิกฤตและช่วยเยียวยาจิตใจ สำหรับผู้เริ่มต้นใหม่ไปจนถึงผู้เฒ่าเพื่อเข้าสู่เส้นทางนิพพาน ผลงานเด่นประจำปี ได้แก่ ปฏิบัติธรรม “ง่าย” กว่าที่คิด, ฝึกสติ 10 วินาทีดีขึ้นแน่, ตาสว่าง ก่อนตาย, รู้ทันสันดานคน, แค่ว่าใจเราก็เข้าใจคนทั้งโลก และฝึกให้สงบ

สำนักพิมพ์อมรินทร์สุขภาพ

สำนักพิมพ์อมรินทร์สุขภาพมุ่งผลิตหนังสือทั้งงานไทยและงานแปลที่เน้นสาระความรู้ด้านสุขภาพทั้งกายและใจ หลากหลายหมวด คือ หมวดโรคภัยใกล้ตัว หมวดชีวิตและสุขภาพ หมวดความงาม โดยแต่ละหมวดจะนำเสนอเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้ผู้อ่านสามารถนำไปประยุกต์ใช้ดูแลสุขภาพตนเองและคนรอบข้างได้จริง ผลงานเด่นประจำปี ได้แก่ การลดน้ำหนักครั้งสุดท้ายสไตลส์คนขี้เกียจ, หลับดีมีคุณภาพ ด้วยเคล็ดลับฉบับสแตนฟอร์ด, สูดยอวิธี กินดี ไม่มีป่วย, โยคะนิ้ว และกินยังงี้ให้ดูเด็กกว่าอายุจริง

สำนักพิมพ์อมรินทร์

สำนักพิมพ์อมรินทร์มุ่งผลิตหนังสือคุณภาพแนวสาระความรู้เพื่อให้ผู้อ่านเป็นผู้มีความรู้รอบด้านทั้งหนังสือความรู้ที่อ่านสนุก มีสาระ และงานวิชาการที่มีข้อมูลถูกต้อง น่าเชื่อถือและนำไปอ้างอิงได้ ผลงานเด่นประจำปี ได้แก่ เก่งเงิน เล่มเดียวจบ, ศาสตร์แห่งการพยากรณ์ ปี 2563 และภัยพิบัติ เล่มเดียวรู้เรื่อง

สำนักพิมพ์อมรินทร์ฮาวทู

สำนักพิมพ์อมรินทร์ฮาวทู มุ่งผลิตหนังสือทั้งแนวจิตวิทยาและการพัฒนาตนเอง การงาน การเงิน และการบริหาร ที่มีเนื้อหาเข้าใจง่ายและนำไปปฏิบัติได้จริง ผลงานเด่นประจำปี ได้แก่ เราทุกคนล้วนมีร้านเวทมนตร์อยู่ในใจ, โคนะ เก็นโตะ ราชาสมองเพชร, Inbound Marketing การตลาดแบบแรงดึงดูด, จริงๆ แล้วโลกดีขึ้นทุกวัน, ทุกอย่างในชีวิตเริ่มจากความคิดที่เป็นระบบ และทำไม NETFLIX ถึงมีแต่คนโคตรเก่ง

สำนักพิมพ์สปริงบุ๊กส์

สำนักพิมพ์สปริงบุ๊กส์ มุ่งผลิตหนังสือสำหรับคนรุ่นใหม่ วัยรุ่น นักศึกษา และผู้ที่เริ่มทำงาน นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์และแรงบันดาลใจด้วยรูปแบบหนังสือที่หลากหลายโดดเด่นด้วยการออกแบบปกและรูปเล่มที่ทันสมัย ภายใต้แนวคิด “หนังสือที่จะทำให้คุณกระโดดได้สูงขึ้น” ผลงานเด่นประจำปี ได้แก่ อย่าให้ใจเราเจ็บ, วันนี้เป็นวันที่ดี, ฟ้าของเราไม่เคยเหมือนกันสักวัน, แล้วเราจะกลับมาพบกัน ในวันที่คิดถึงกันมากพอ และเดี๋ยวมันก็ผ่านไปเหมือนทุกวันที่ผ่านมา

สำนักพิมพ์อมรินทร์แทรเวล

สำนักพิมพ์อมรินทร์แทรเวล มุ่งผลิตหนังสือไกด์บุ๊กและสารคดีท่องเที่ยวทั้งงานไทยและงานแปลจากภาษาต่างประเทศ โดยรวบรวมสาระ ความบันเทิงและแรงบันดาลใจในการท่องเที่ยวให้กับผู้อ่าน ผลงานเด่นประจำปี ได้แก่ Japan's small towns เที่ยวญี่ปุ่นเมืองเล็กรอบเมืองใหญ่

สำนักพิมพ์ชอร์ตคัต

สำนักพิมพ์ชอร์ตคัต มุ่งผลิตหนังสือเพื่อปลูกพลังชีวิต กระตุกต่อมคิดของคนรุ่นใหม่ไฟแรงที่อยากเป็นตัวเอง และสร้างความสำเร็จในแบบฉบับของตัวเอง ภายใต้แนวคิด “be ORIGINAL” นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับความคิด ทักษะคิด วิธีการอันเป็นทางลัดที่นำไปสู่เส้นชัย พร้อมเสริมสร้างแรงบันดาลใจในการทำงานและการใช้ชีวิต ผลงานเด่นประจำปี ได้แก่ Work Life Balance ด้วยการหยุดพักจริงๆ, ความลับของคนที่ไม่เคยเอางานกลับไปทำที่บ้าน, สำเร็จได้ไม่ต้องรอให้สมบูรณ์แบบ และ 13 สิ่งที่คุณเข้มแข็งเขาไม่ทำกัน

สายงานอมรินทร์ครีเอทีฟแอนด์อีเว้นต์

บริหารจัดการรวมสื่อสารการตลาดในรูปแบบอีเว้นต์ และงานแฟร์ ให้กับนิตยสารและหนังสือในเครือของบริษัท และลูกค้าภายนอกอย่างครบวงจร อาทิ งานบ้านและสวนแฟร์ งาน Amarin Baby & Kids Fair งาน Sudsupda Shopping Market และงานด้านกิจกรรมการตลาดในรูปแบบต่างๆ ด้วยทีมงานที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญ จึงได้รับความไว้วางใจจากองค์กรภายนอก ทั้งในส่วนภาครัฐและหน่วยงานเอกชนให้เป็นผู้จัดงานอย่างต่อเนื่อง

จากประสบการณ์ความสำเร็จอย่างต่อเนื่องในการสร้างธุรกิจรวมสื่อสารการตลาดมากกว่า 20 ปี อมรินทร์ครีเอทีฟแอนด์อีเว้นต์ยังคงมุ่งมั่นสร้างสรรคงานคุณภาพ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างครอบคลุมและมีประสิทธิภาพ ภายใต้วิสัยทัศน์ในการดำเนินธุรกิจอย่างมืออาชีพที่ว่า “เพราะงานคุณภาพคือความชำนาญของเรา”

บริษัท อมรินทร์ เทเลวิชั่น จำกัด

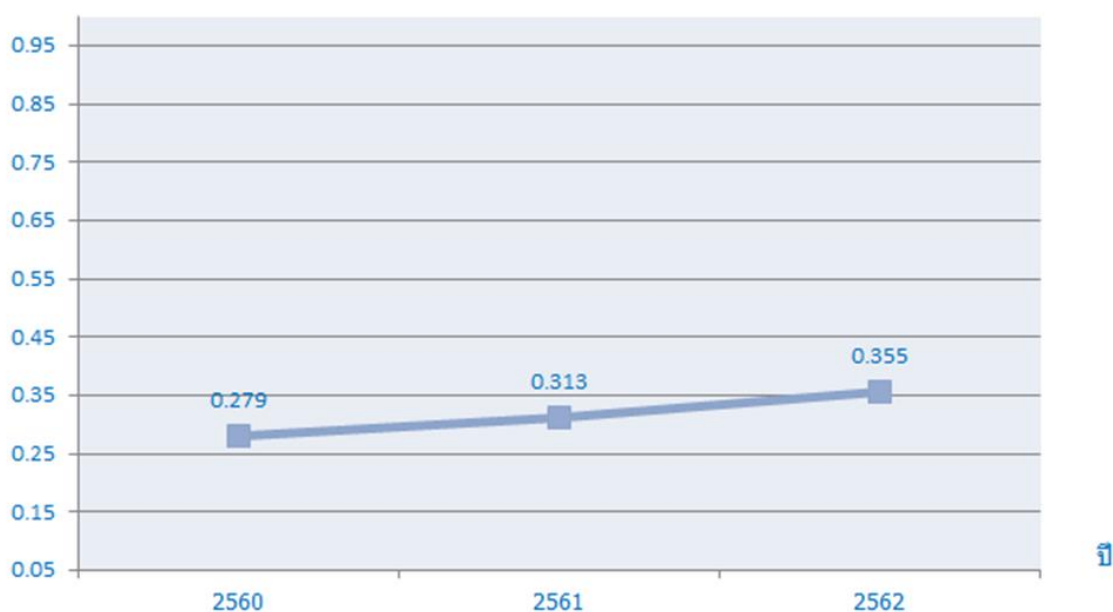
บริษัท อมรินทร์ เทเลวิชั่น จำกัด ได้รับใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ และประกอบกิจการโทรทัศน์ ประเภทบริการธุรกิจระดับชาติ หมดหนั้ทั่วไปแบบความคมชัดสูง จากคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) บริษัทฯเริ่มดำเนินการออกอากาศรายการโทรทัศน์ เมื่อวันที่ 23 พฤษภาคม 2557 ใช้ชื่อช่องรายการว่า “อมรินทร์ทีวี เอชดี” โดยผู้รับชมรายการสามารถรับชมรายการผ่านหมายเลขช่องรายการ 34 และสามารถรับชมรายการผ่านแพลตฟอร์มอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็น เว็บไซต์ของบริษัท ช่องทาง Youtube และ Facebook และมีการพัฒนาช่องทางออกอากาศ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ชมอย่างต่อเนื่อง

ช่องรายการ อมรินทร์ทีวี เอชดี ดำเนินการออกอากาศตลอด 24 ชั่วโมง เนื้อหารายการของช่องรายการของบริษัท ประกอบไปด้วย รายการประเภทข่าว รายการกีฬา รายการบันเทิง และรายการประเภทความรู้ทั่วไป เนื้อหารายการข้างต้น มาจากการผลิตเองของบริษัท และการร่วมดำเนินการจากพันธมิตรทางธุรกิจของบริษัท ที่ผ่านมามีการเพิ่มเนื้อหารายการอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2562 ประสบความสำเร็จอย่างดีจากการสร้างช่วงเวลาละครในช่วงเวลา 22.00.- 23.00 น. ในช่วงวันเสาร์และอาทิตย์ ใช้ชื่อช่วงว่า “สุดสัปดาห์ช่อง 34 ละครดีสี่ทุ่ม” ละครเรื่องแรกที่ออกอากาศ คือ “สามสีทอง” ในช่วงเดือนกรกฎาคม - ตุลาคม 2562 สามารถสร้างระดับความนิยม (Rating) เฉลี่ยเท่ากับ 1.13 และส่งผลต่อละครเรื่องที่สอง คือ “รองเท้านารี” ที่ออกอากาศในช่วงเดือนตุลาคม 2562 - มกราคม 2563 นอกจากนี้ ได้เริ่มทำการถ่ายทอดการประกาศผลการออกรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาล ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2562

ในปีที่ผ่านมา ช่องรายการของบริษัทได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในช่วงเวลา 18.00 - 24.00 น. ซึ่งถือเป็นช่วงเวลาไพรม์ไทม์ (Prime Time) ของการประกอบธุรกิจโทรทัศน์ โดยในช่วงเวลาดังกล่าว จะประกอบไปด้วยรายการประเภทข่าว ละคร และรายการบันเทิง

ความนิยมเฉลี่ยของผู้ชมอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ปี 2560 - ปี 2562

ความนิยมเฉลี่ยของปี



บริษัท อมรินทร์ บัค เซ็นเตอร์ จำกัด

บริษัท อมรินทร์ บัค เซ็นเตอร์ จำกัด ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 2536 เพื่อดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งที่จัดพิมพ์โดยบริษัท อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) สำนักพิมพ์จ้างจำหน่าย รวมไปถึงนักเขียนอิสระ ต่อมาบริษัทได้ขยายธุรกิจค้าปลีกโดยการเปิดร้านหนังสือชื่อ “ร้านนายอินทร์” โดยมีวัตถุประสงค์ในการสร้างความใกล้ชิดกับผู้อ่าน และการกระจายความรู้สู่ชุมชน ตลอดเวลา 26 ปี บริษัท อมรินทร์ บัค เซ็นเตอร์ จำกัด ได้พัฒนาการดำเนินงานทางธุรกิจเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด รวมถึงการพัฒนาระบบงานของหน่วยงานสนับสนุน ระบบสารสนเทศ และระบบคลังสินค้าและจัดส่ง เพื่อความพร้อมในการให้บริการจนทำให้เป็นผู้นำในธุรกิจผู้จัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ของประเทศไทย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 มีร้านนายอินทร์ที่เปิดดำเนินการอยู่จำนวน 142 ร้าน

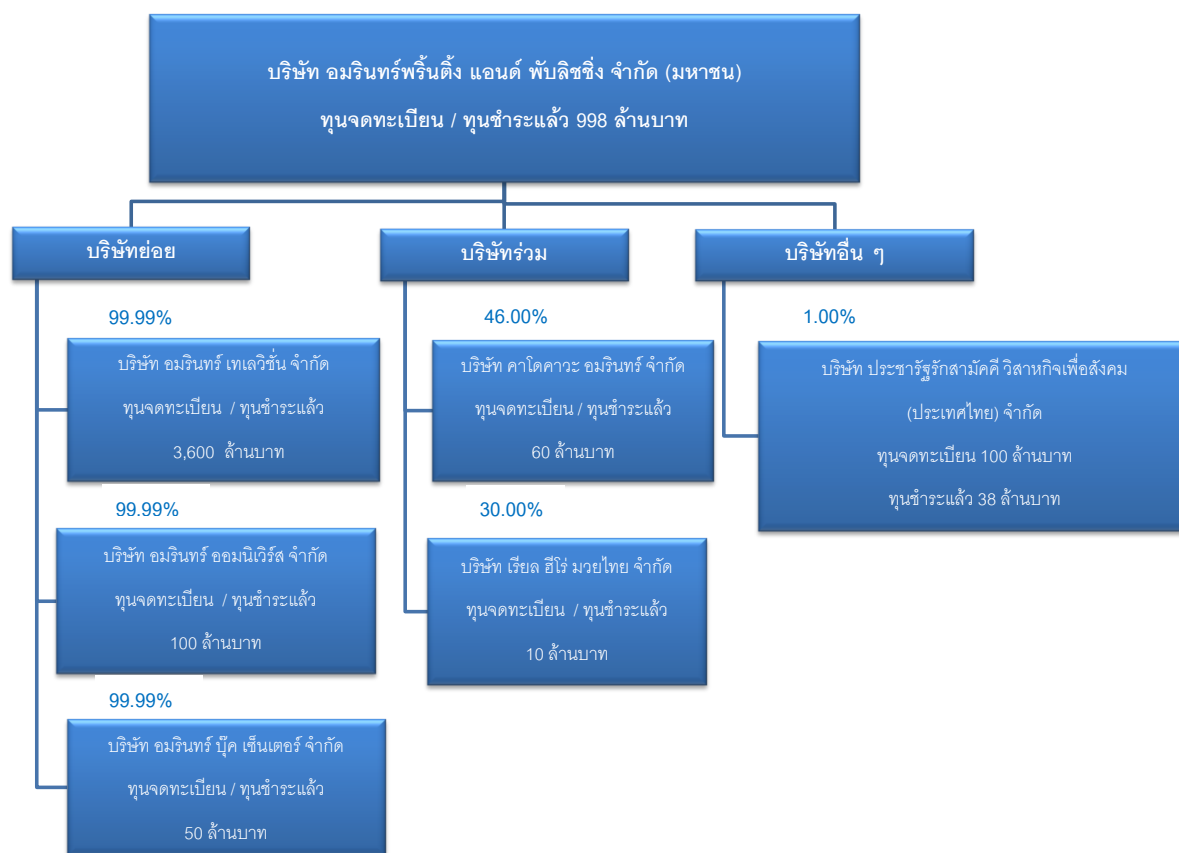
บริษัท อมรินทร์ ออมนิเวิร์ส จำกัด

บริษัท อมรินทร์ ออมนิเวิร์ส จำกัด จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 2 พฤศจิกายน 2560 โดยมีทุนจดทะเบียน 100,000,000 บาท และทุนเรียกชำระแล้ว 100,000,000 บาท เพื่อประกอบธุรกิจซื้อ จัดหา ให้เช่า เช่า ถือกรรมสิทธิ์ ในทรัพย์สินต่าง ๆ เพื่อแสวงหารายได้จากการถือกรรมสิทธิ์นั้น ๆ และเช่าเป็นหุ้นส่วนจำกัดความรับผิดชอบในหุ้นส่วนจำกัด เป็นผู้ถือหุ้นในบริษัทจำกัด และบริษัทมหาชนจำกัด ทั้งนี้ ถือเป็นบริษัทย่อยของบริษัท เนื่องจากถือหุ้นในอัตราส่วนร้อยละ 99.99

โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจหลักคือ รับจ้างพิมพ์งานทั่วไป ผลิตสิ่งพิมพ์ของตนเองและรับจ้างโฆษณา ในปี 2555 บริษัทได้จัดตั้งบริษัท อมรินทร์ เทเลวิชั่น จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่บริษัทถือหุ้นในอัตราร้อยละ 99.99 ในปี 2559 บริษัทได้เข้าลงทุนในบริษัทที่จัดตั้งใหม่คือ บริษัท คาโดคาวะ อมรินทร์ จำกัด โดยบริษัทจะเข้าไปถือหุ้นในบริษัทร่วมดังกล่าวในสัดส่วนร้อยละ 46 ของทุนจดทะเบียน 30 ล้านบาท โดยมีลักษณะธุรกิจ ผลิตและจำหน่ายสิ่งพิมพ์หนังสือ Light Novel, Comic, Walker Magazine e-Commerce หนังสือที่เป็นรูปเล่ม และ e-book และสินค้าไลฟ์สไตล์ Web Streaming, Sublicensing หนังสือ ภาพยนตร์ แอนิเมชั่น และสินค้าที่เกี่ยวข้อง ในปี 2560 บริษัทได้จัดตั้งบริษัท อมรินทร์ ออมนิเวิร์ส จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่บริษัทถือหุ้นในอัตราร้อยละ 99.99 และในเดือนธันวาคม 2560 บริษัทได้เข้าลงทุนในบริษัทที่จัดตั้งใหม่คือ บริษัท เรียว ฮีโร่ มวยไทย จำกัด โดยบริษัทจะเข้าไปถือหุ้นในบริษัทร่วมดังกล่าวในสัดส่วนร้อยละ 30 ของทุนจดทะเบียน 10 ล้านบาท โดยมีลักษณะธุรกิจผลิตรายการกีฬา เพื่อออกอากาศและจำหน่ายผ่านสื่อต่างๆ และบริษัทได้ลงทุนในบริษัท ประชาธิรัฐ รักสามัคคี วิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด โดยบริษัทเข้าไปถือหุ้นในอัตราร้อยละ 1 โดยมีลักษณะธุรกิจเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม-ขายสินค้า บริการให้คำปรึกษาทางธุรกิจและการจัดการ และในไตรมาสที่ 3 ปี 2561 บริษัทได้ซื้อหุ้นสามัญบริษัท อมรินทร์ บุ๊ค เซ็นเตอร์ จำกัด จาก 19 เปอร์เซ็นต์เป็น 99.99 เปอร์เซ็นต์ ส่งผลให้บริษัท อมรินทร์ บุ๊ค เซ็นเตอร์ จำกัด เป็นบริษัทย่อยของบริษัท โดยบริษัท อมรินทร์ บุ๊ค เซ็นเตอร์ จำกัด ประกอบธุรกิจจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ในรูปแบบต่างๆ ที่จัดพิมพ์โดยบริษัทและสำนักพิมพ์จ้างจำหน่าย รวมไปถึงนักเขียนอิสระผ่านร้านนายอินทร์

โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท





ข้อ 2 ลักษณะการประกอบธุรกิจ

แนวโน้มธุรกิจและการแข่งขัน

ภาพรวมเศรษฐกิจไทย ปี 2562 เมื่อเทียบกับปี 2561 อยู่ในภาวะชะลอตัว มีปัจจัยหลักมาจากภาคการส่งออกที่หดตัวต่อเนื่องตามการชะลอตัวของเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าของไทย ส่งผลให้การนำเข้าสินค้า การผลิตของภาคอุตสาหกรรม และภาวะการลงทุนของภาคเอกชน หดตัวสอดคล้องชะลอตัวไปด้วย ขณะเดียวกันการใช้จ่ายภาครัฐได้มีการหดตัวจากทั้งรายจ่ายประจำและรายจ่ายลงทุน สำหรับการบริโภคภาคเอกชนยังคงอยู่ในทิศทางชะลอตัวเช่นกัน โดยมีมาตรการภาครัฐช่วยพยุงกำลังซื้อบางส่วน ได้แก่ มาตรการลดค่าครองชีพผู้มีรายได้น้อยผ่านบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ มาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ “ชิมช้อปใช้” มาตรการ “ช้อปช่วยชาติ” มาตรการช่วยเหลือเกษตรกรรายย่อยและเกษตรกรประสมปลั่ง มาตรการภาษีเพื่อส่งเสริมการลงทุนภายในประเทศ หักค่าใช้จ่ายเพื่อการลงทุนซื้อเครื่องจักร 1.5 เท่า และการสนับสนุนการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของ SMEs ขณะที่ภาคการท่องเที่ยวยังคงขยายตัวต่อเนื่อง

สำหรับรายได้ของบริษัทมีรายได้หลักจากการดำเนิน 3 กลุ่มธุรกิจ ได้แก่ ธุรกิจสื่อโฆษณา ธุรกิจสำนักพิมพ์ ธุรกิจโรงพิมพ์ ดังนี้

ธุรกิจสื่อโฆษณา

สื่อโฆษณาของอมรินทร์ยังคงเน้นความได้เปรียบของ Double Effects จากการเป็น OMNI Media และ OMNI Channel โดยเป็น OMNI Media Solution เพื่อตอบสนองทั้งความต้องการของผู้บริโภคและความต้องการของลูกค้าผู้ลงโฆษณา ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายคือ กลุ่มไลฟ์วิง (Living) ได้แก่แบรนด์ บ้านและสวน, room, My Home, LivingASEAN, National Geographic-Thai กลุ่มไลฟ์สไตล์ (Lifestyle) ได้แก่แบรนด์ แพรว, แพรวเวดดิ้ง, สุดสัปดาห์, FavForward กลุ่มไลฟ์ (Life) ได้แก่แบรนด์ ชีวจิต, A Cuisine, Secret, Good Life Update, Amarin Baby & Kids นอกจากนี้ยังเป็น OMNI Channel ครอบคลุมทั้ง 5 ON ได้แก่ (1) On Print ครองส่วนแบ่งในตลาดถึง 78% (2) Online มียอดผู้เข้าชมกว่า 100 ล้านต่อเดือน (3) On Air ติดอันดับ Top 7 ของโทรทัศน์ดิจิทัล (4) On Ground เข้าถึงผู้เข้าชมงาน 5.5 ล้านคนต่อปี (5) On Shop เข้าถึงลูกค้า 10.5 ล้านคนต่อปี

กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ

กลยุทธ์การธุรกิจ “5 ON” เน้นการปรับตัวเท่าทันสถานการณ์และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง กลุ่ม On Print ในฐานะผู้นำที่แข็งแกร่งในอุตสาหกรรมซึ่งครองส่วนแบ่งในตลาดถึง 78% ได้ต่อยอดคอนเทนต์แบบ Seamless ไปยังกลุ่ม Online มุ่งทำคอนเทนต์ที่กระชับควบคู่คอนเทนต์แบบ Evergreen ที่ทรงคุณค่าอยู่ตลอด กลุ่ม On Air มีการเติมคอนเทนต์ในช่องอมรินทร์ทีวี เอชดี 34 ให้หลากหลายมากขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มบันเทิง (Entertainment) ทั้งกีฬา ละคร และเกมโชว์ต่าง ๆ นอกจากนี้ยังได้พัฒนาแอปพลิเคชัน “34 HD” อีกหนึ่งแพลตฟอร์มใหม่เพื่อให้ผู้ชมสามารถเข้าถึงรายการต่าง ๆ ได้สะดวกยิ่งขึ้น พร้อมเพิ่มฐานคนดูและระยะเวลาในการดูคอนเทนต์ต่าง ๆ ให้มากขึ้น ขณะที่กลุ่ม On Ground ในปี 2562 ไม่ได้มีการเพิ่มงานแฟร์ใหม่ แต่จัดงานแฟร์เดิมทั้งหมดในที่ขนาดใหญ่และเพิ่มความถี่เพื่อรองรับกลุ่มผู้เข้าชมงานได้มากขึ้น ในกลุ่ม On Shop ปรับโมเดลธุรกิจร้านนายอินทร์ให้กลายเป็น Smart Store เพื่อรองรับการสั่งซื้อได้ทั้งออนไลน์และหน้าร้าน ทั้งยังเน้นการเพิ่มสิทธิประโยชน์ของสมาชิกให้มากขึ้น ซึ่งนอกจากจะทำให้เป็นจุดหมายปลายทางที่ดีที่สุดของนักอ่าน ยังเป็นการเติมเต็มให้ทั้งกับ On Shop ทั้งในแง่ของธุรกิจจัดจำหน่ายและในส่วนของการ Retail อีกด้วย

จากการพัฒนาทุก ON อย่างต่อเนื่องรวมถึงการผนึกกำลังของทุกภาคส่วนในเครือ เน้น OMNI Effect จาก OMNI Media และ OMNI Channel เป็นจุดแข็งและเป็นกลยุทธ์สำคัญที่จะใช้ในการเดินทางทำธุรกิจต่อไป เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าสองกลุ่มหลัก คือลูกค้าผู้บริโภคและลูกค้าผู้ลงโฆษณา

AMARIN GROUP OMNI Media + OMNI Channel



ON PRINT

นิตยสารมีส่วนแบ่ง
ทางการตลาด

78%



ONLINE

มีผู้เข้าชมกว่า

100

ล้านต่อเดือน



ON AIR

ติดอันดับ

7

โทรทัศน์ดิจิทัล



ON GROUND

เข้าถึงผู้เข้าชมงาน

5.5

ล้านคนต่อปี



ON SHOP

เข้าถึงลูกค้า

10.5

ล้านคนต่อปี

ธุรกิจสำนักพิมพ์

ผู้บริโภคยังคงนิยมอ่านหนังสือ แต่ได้เปลี่ยนพฤติกรรมการซื้อหนังสือโดยหันมาสั่งออนไลน์แทนการซื้อที่หน้าร้าน นอกจากนี้บางส่วนได้เปลี่ยนจากการอ่านหนังสือแบบรูปเล่มมาเป็นการอ่านผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ โดยเฉพาะในหมวดนิยายที่มีการเติบโตของยอดขายหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) อย่างมีนัยสำคัญ จึงทำให้ภาพรวมของอุตสาหกรรมสื่อสิ่งพิมพ์ในปี 2562 จัดอยู่ในเกณฑ์ทรงตัว ซึ่งหนังสือหมวดฮาวทูและนิยาย ยังคงเติบโตได้ดีอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามผลกระทบจากสังคมยุคดิจิทัลในปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาแพลตฟอร์มใหม่ ๆ อยู่เสมอ ทำให้หนังสือหมวดอาหารและท่องเที่ยวมียอดขายที่ลดลง

กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ

เนื่องจากบริษัทดำเนินงานเพื่อรองรับสถานการณ์เศรษฐกิจโดยใช้กลยุทธ์สื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Solution Provider) มุ่งเน้นจุดแข็งและความเชี่ยวชาญของธุรกิจในการเชื่อมรวมในเครืออมรินทร์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านเนื้อหา (Content) ที่บริษัทได้ผลิตหนังสือที่มีคุณภาพและมีเนื้อหาหลากหลาย สอดคล้องกับความต้องการของผู้่านทุกกลุ่มได้อย่างครบถ้วน ทำให้ภาพรวมการดำเนินธุรกิจส่วนของสำนักพิมพ์ปี 2562 มีการเติบโตซึ่งต่างจากอุตสาหกรรมภาพรวมที่ทรงตัว หมวดที่มีการเติบโตอย่างมากคือกลุ่มจิตวิทยา พัฒนาตนเอง ความเรียงสำหรับวัยรุ่น และนิยาย

นอกจากนี้ บริษัทยังมุ่งเน้นพัฒนาช่องทางสื่อสารออนไลน์ต่าง ๆ โดยใช้เว็บไซต์ของสำนักพิมพ์คือ www.amarinbooks.com เฟซบุ๊กแฟนเพจของสำนักพิมพ์ และเครื่องมือทางออนไลน์อื่น ๆ ประกอบกัน ทั้งยังได้สร้าง “น้องนาก” แมสคอตประจำสำนักพิมพ์ทำให้เกิดปรากฏการณ์ใหม่ในวงการสิ่งพิมพ์ สร้างความสัมพันธ์อันดีให้สามารถสื่อสารได้อย่างเข้าถึง ตอบสนองความต้องการของทั้งลูกค้ากลุ่มใหญ่ที่มีศักยภาพสูงและลูกค้ากลุ่มย่อยที่มีลักษณะเฉพาะได้อย่างใกล้ชิดและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นด้านเนื้อหาและความสัมพันธ์กับลูกค้า

อย่างไรก็ตาม บริษัทยังคงมีนโยบายต่อเนื่องในการศึกษาปัจจัยทั้งภายในและภายนอกที่อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจและภาพรวมของอุตสาหกรรม เจาะลึกพฤติกรรมของผู้อ่านแต่ละกลุ่ม ทำให้สามารถคาดการณ์ได้ถึงแนวโน้มพฤติกรรมที่จะเปลี่ยนแปลงไปในอนาคต และสามารถตอบสนองความต้องการของทั้งกลุ่มลูกค้าผู้อ่าน กลุ่มลูกค้าโฆษณา พร้อมรับมือกับโลกยุคดิจิทัลที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วได้อย่างแม่นยำ โดยในปี 2562 สำนักพิมพ์ได้เพิ่มระดับการใช้โซเชียลมีเดียให้มากขึ้น ทั้งยูทูบ พอดแคสต์ ทวิตเตอร์ และไลน์แอด ซึ่งเป็นสื่อออนไลน์ที่ได้รับความนิยมอย่างมากในปัจจุบัน เป็นช่องทางในการทำตลาดและการสื่อสารเชื่อมโยงกับผู้บริโภค รวมถึงเป็นช่องทางสร้างความร่วมมือและประสานกับพันธมิตรในอีกทางหนึ่งด้วย

ธุรกิจโรงพิมพ์และบรรจุภัณฑ์

โรงพิมพ์อมรินทร์เป็นโรงพิมพ์ชั้นนำของประเทศไทย มีปณิธานอันมุ่งมั่นในการผลิตงานพิมพ์ที่มีคุณภาพสูงได้มาตรฐานในระดับสากล ที่ผ่านมามีการพัฒนาคุณภาพของสินค้า และขยายบริการงานพิมพ์จนครบวงจร ตั้งแต่การจัดทำเนื้อหา ถ่ายภาพ รีทัช ออกแบบศิลปกรรม เข้าสู่กระบวนการพิมพ์ จนถึงบริการส่งมอบถึงมือผู้บริโภค ด้วยความเข้าใจถึงคุณค่าของเนื้อหาตลอดจนสุนทรียศิลป์ในรูปแบบที่ผู้เป็นเจ้าของงานบรรจงสร้างสรรค์ สายโรงพิมพ์และบรรจุภัณฑ์จึงมีกระบวนการผลิตที่ประณีตทุกขั้นตอนด้วยความรู้ความเชี่ยวชาญของบุคลากรที่สั่งสมสืบทอดกันมา ผสมผสานกับเทคโนโลยีการพิมพ์อันทันสมัย จึงทำให้คุณภาพงานพิมพ์ของโรงพิมพ์อมรินทร์เป็นที่ยอมรับในจากองค์กรชั้นนำทั้งในประเทศและระดับภูมิภาค จนได้รับรางวัลคุณภาพทางการพิมพ์จากหลายสถาบันตลอดหลายปีที่ผ่านมาเป็นการยืนยันคุณภาพ นอกจากนี้ยังได้รับการรับรองตามมาตรฐานอุตสาหกรรม ISO 9000: 2015

กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ

แม้ว่าอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์โดยรวมจะได้รับผลกระทบจากสื่อดิจิทัล โดยเฉพาะสิ่งพิมพ์ที่ต้องแข่งขันกับความเร็วของข้อมูลและเนื้อหาได้ถูกแทนที่ด้วยความรวดเร็วบนโลกออนไลน์ ทว่าความต้องการงานพิมพ์คุณภาพก็ยังคงเป็นที่ต้องการของผู้บริโภค โดยเฉพาะงานพิมพ์ในระดับพรีเมียมที่มีคุณค่าเหนือกาลเวลา อาทิ งานสิ่งพิมพ์ที่มีความเป็นศิลปะในการนำเสนอ หนังสือที่ใช้อ้างอิงต่าง ๆ ตลอดจนหนังสือที่บันทึกเรื่องราวอันทรงคุณค่าส่งมอบเป็นมรดกจากรุ่นสู่รุ่น เป็นต้น ซึ่งงานพิมพ์สามารถตอบโจทย์ทั้งในเรื่องความสุนทรีย์ในผิวสัมผัสและความงดงามของศิลปกรรมอย่างที่ไม่อาจทดแทนได้ด้วยสื่อดิจิทัล โรงพิมพ์อมรินทร์จึงคงมุ่งมั่นผลิตงานพิมพ์คุณภาพพรีเมียม (Premium Printing) นอกจากนี้ยังเพิ่มมูลค่างานพิมพ์ให้สูงขึ้นด้วยการพัฒนาเทคนิคงานพิมพ์พิเศษ ไม่ว่าจะเป็นการพิมพ์มีกยูวี ฟอยล์ เมทัลไลซ์ เป็นต้น ซึ่งสามารถเติมเต็มความคิดสร้างสรรค์บนพื้นผิววัสดุอื่นนอกเหนือจากกระดาษ และยังเป็นการเพิ่มศักยภาพในการรองรับงานพิมพ์ในสายผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ (Packaging Product) ได้เป็นอย่างดีอีกด้วย

ด้วยตระหนักถึงความสำคัญของสื่อดิจิทัลที่เข้าถึงผู้บริโภคในหลากหลายรูปแบบ โรงพิมพ์อมรินทร์ได้ผสมผสานดิจิทัลคอนเทนต์เข้าไปในงานพิมพ์ (Digital Hybrid Printing) เพื่อให้ผู้อ่านได้รับประสบการณ์มากกว่ารูปแบบเดิมที่ผ่านมา ซึ่งโรงพิมพ์มีหน่วยงาน Amarin Publishing Services (APS) พร้อมให้บริการและคำปรึกษาในรูปแบบ Privilege Consulting and Service สำหรับการรับจ้างผลิตสิ่งพิมพ์ที่ตอบโจทย์ความต้องการอันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะหน่วยงานหรือบุคคลต่าง ๆ นับเป็นการสร้างมูลค่าในการรับจ้างผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ครบวงจรอีกด้วย

ข้อ 3. ปัจจัยความเสี่ยง

ความเสี่ยงต่อการดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัทอมรินทร์ที่เปิดเผยนี้เป็นกรณีที่มีผลกระทบต่อการประกอบธุรกิจการดำเนินงาน ฐานะการเงิน ต่อการลงทุนของผู้ถือหุ้นอย่างมีนัยสำคัญ ไม่ใช่ความเสี่ยงในลักษณะที่เป็นข้อเท็จจริงทั่วไปสำหรับการประกอบธุรกิจนั้น ๆ

ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ

ความเสี่ยงธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ และธุรกิจจัดจำหน่าย

1. ความเสี่ยงเกี่ยวกับการขาดแคลนสินค้าและวัตถุดิบในการผลิต กระดาษเป็นวัตถุดิบที่สำคัญที่ใช้ในการผลิตนิตยสาร หนังสือเล่ม และงานรับจ้างพิมพ์ วัฏจักรราคาของกระดาษจะแปรผันตามภาวะความต้องการของตลาดและตามทิศทางภาวะเศรษฐกิจอยู่ตลอดเวลา บริษัทใช้วิธีการสั่งซื้อกระดาษที่ใช้ในการผลิตนิตยสารและหนังสือเล่มซึ่งสามารถทราบชนิดและปริมาณการใช้ได้ล่วงหน้า โดยสั่งจองล่วงหน้าจากผู้ค้ากระดาษรายใหญ่ซึ่งมีกำลังการผลิตกระดาษสูงสุดในประเทศ และการสั่งซื้อกระดาษจากต่างประเทศจากผู้นำเข้ารายใหญ่มากกว่า 3 ราย จึงไม่มีความเสี่ยงด้านการขาดแคลนวัตถุดิบหลัก (กระดาษ) สำหรับแหล่งจัดซื้อวัตถุดิบอื่น บริษัทมีคณะกรรมการคัดเลือกแหล่งจัดซื้อจัดหาผู้จำหน่ายวัตถุดิบหลักและวัตถุดิบรองได้เพื่อสำรองการสูญเสียผู้จำหน่ายหลักไป

2. ความเสี่ยงด้านรายได้โฆษณา อุตสาหกรรมโฆษณาสามารถสะท้อนถึงสภาวะเศรษฐกิจได้เป็นอย่างดี หากเกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจ ผู้บริโภคจะชะลอการสั่งซื้อ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อผู้ผลิตสินค้าและบริการ ที่ต้องพิจารณาในงบประมาณด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างระมัดระวัง โดยเลือกใช้สื่อที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น ที่ผ่านมามีบริษัทได้ทำการรักษาสวนแบ่งการตลาดและพัฒนาให้เป็นนิตยสารที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคในอันดับต้น ๆ พร้อมกับปรับเปลี่ยนวิธีการโฆษณาที่หลากหลาย รวมถึงการนำเสนอสื่อดิจิทัล ซึ่งเป็นสื่อโฆษณานบนเว็บไซต์ และสื่อทางโซเชียล

ต่าง ๆ อีกทั้งเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการให้ลูกค้าได้รับผลตอบแทนที่คุ้มค่ามากที่สุด เมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงทางภาวะเศรษฐกิจ จึงไม่ส่งผลกระทบต่อรายได้โฆษณาของบริษัทมากนัก

3. ความเสี่ยงด้านลิขสิทธิ์ เนื่องจากบริษัทมีการผลิตนิตยสารและหนังสือเล่ม ที่ต้องแข่งขันด้วยเนื้อหาสาระและการจัดทำรูปเล่มที่ทันสมัย และมีคุณภาพออกสู่สังคมอย่างต่อเนื่องจึงได้รับความไว้วางใจจากนักเขียนหลายรายให้เป็นผู้ดำเนินการจัดพิมพ์และจัดจำหน่าย โดยเนื้อหาสาระอันหลากหลายได้มาจากการคิดริเริ่มสร้างสรรค์จากภายในองค์กรของบริษัท และจากการคัดสรรจากภายนอกทั้งในและต่างประเทศ โดยการจัดซื้อลิขสิทธิ์จากเจ้าของลิขสิทธิ์โดยตรง หรือผ่านตัวแทนที่ได้รับลิขสิทธิ์อย่างถูกต้อง ด้วยการทำสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษรอย่างถูกต้องตามกฎหมาย ภายใต้เงื่อนไขและรายละเอียดของสัญญาที่ชัดเจน เป็นธรรมและโปร่งใส จึงไม่มีความเสี่ยงด้านลิขสิทธิ์

4. ความเสี่ยงเกี่ยวกับอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ บริษัทได้ลงทุนสร้างโรงพิมพ์เป็นของตนเอง มีการลงทุนและพัฒนาเทคโนโลยีการพิมพ์อย่างต่อเนื่อง สามารถรองรับการผลิตสิ่งพิมพ์ของบริษัทอื่นได้แก่ นิตยสาร หนังสือเล่ม และงานรับจ้างพิมพ์ทั่วไปได้อย่างเต็มที่ บริษัทสามารถบริหารจัดการต้นทุนการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ และกำหนดระยะเวลาได้อย่างแน่นอน จึงไม่มีความเสี่ยงด้านกำลังการผลิต และสถานที่ผลิตงานพิมพ์คุณภาพ

5. ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี เนื่องจากปัจจุบัน หนังสือหรือเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ (e-book) ที่ผู้อ่านสามารถอ่านผ่านทางอินเทอร์เน็ต หรือ อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์พกพาอื่น ๆ ได้ เข้ามาทดแทนอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ บริษัทได้ตระหนักและให้ความสำคัญจึงได้ทำการศึกษาผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น เพื่อให้สามารถควบคุมความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม

6. ความเสี่ยงในเรื่องช่องทางการจัดจำหน่าย เนื่องจากปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว มีการแข่งขันในธุรกิจค้าปลีก มีการแข่งขันในการสร้างทางเลือกให้กับผู้บริโภค ทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา บริษัทจึงต้องทำให้แน่ใจได้ว่า ช่องทางการจำหน่ายของบริษัทที่มีอยู่ยังคงเหมาะสมที่จะรองรับพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้าได้ตลอดเวลา และมากเพียงพอ รวมถึงมีการพัฒนาช่องทางการจำหน่ายรองรับการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ได้ทันเวลา

ความเสี่ยงธุรกิจทีวีดิจิทัล

1. ความเสี่ยงในเรื่องของใบอนุญาต บริษัท อมรินทร์ เทเลวิชั่น จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อย ได้รับใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ และประกอบกิจการโทรทัศน์ ประเภทบริการธุรกิจระดับชาติ หมดหมดทั่วไปแบบความคมชัดสูง การดำเนินการดังกล่าวต้องได้รับใบอนุญาตจากหน่วยงานราชการ โดยใบอนุญาตดังกล่าวมีระยะเวลา 15 ปี ตลอดระยะเวลาการดำเนินการภายใต้ใบอนุญาตข้างต้น จะต้องมีการปฏิบัติตามข้อกำหนดของราชการอย่างเคร่งครัด จากการที่ฝ่ายบริหารมีการกำหนดกรอบการปฏิบัติงานต่าง ๆ ให้แก่ฝ่ายปฏิบัติงาน อีกทั้งที่ผ่านมามีการดำเนินการต่าง ๆ ของฝ่ายปฏิบัติงานมีการดำเนินการอย่างมีแบบแผนตามที่กำหนดไว้ จึงคาดว่าความเสี่ยงในเรื่องใบอนุญาตจะถูกจำกัดไว้ในระดับหนึ่งเท่านั้น

2. ความเสี่ยงจากการใช้เงินลงทุนสูง บริษัท อมรินทร์ เทเลวิชั่น จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท ลงทุนในธุรกิจโทรทัศน์ระบบดิจิทัล ซึ่งเป็นธุรกิจที่ใช้เงินลงทุนสูงทั้งในส่วนของการเตรียมใบอนุญาต ค่าบริการโครงข่าย การลงทุนในสตูดิโอและอุปกรณ์ ตลอดจนเงินทุนหมุนเวียน ซึ่งความสำเร็จนี้มีผลกระทบต่อผลประโยชน์ของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ แต่เนื่องจากการดำเนินการในธุรกิจดังกล่าวมุ่งหวังเพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้แก่บริษัทในระยะยาว และเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่บริษัท อีกทั้งยังได้รับการสนับสนุนทางการเงินจากสถาบันการเงินต่าง ๆ เพื่อการลงทุนและใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนของธุรกิจ

ความเสี่ยงทางการเงิน

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

2. ความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ย บริษัทอาจมีความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงอัตราดอกเบี้ยของสถาบันการเงิน ในการบริหารจัดการทางการเงิน ซึ่งบริษัทมีนโยบายการเงินที่ชัดเจนสอดคล้องต่อการดำเนินธุรกิจ โดยการจัดหาเครื่องมือทางการเงินที่เหมาะสม ภายใต้ต้นทุนการดำเนินงานที่ต่ำที่สุด และไม่มียกเว้นนโยบายที่จะถือหรือออกเครื่องมือทางการเงินเพื่อการเก็งกำไรหรือเพื่อการค้าที่ขัดกับธุรกิจของบริษัท

3. ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน บริษัทอาจมีความเสี่ยงจากการชำระหนี้ค่าเครื่องจักรที่เป็นเงินตราต่างประเทศ แต่บริษัทมีนโยบายป้องกันความเสี่ยงดังกล่าวด้วยการทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า เพื่อลดความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศทุกครั้ง

ข้อ 4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

มูลค่าทางบัญชีของที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ ของบริษัทมีดังนี้

| ประเภท/ลักษณะทรัพย์สิน | ลักษณะกรรมสิทธิ์ | มูลค่าตามบัญชี (ล้านบาท) | ภาระผูกพัน |
|---|----------------------------------|--------------------------|-----------------|
| ที่ดิน | บริษัทเป็นเจ้าของ | 503.03 | ไม่มีภาระผูกพัน |
| อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร | บริษัทเป็นเจ้าของ | 318.55 | ไม่มีภาระผูกพัน |
| อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร | ภายใต้สัญญาเช่าทางการเงิน 5 ปี | 1.76 | |
| เครื่องจักรและอุปกรณ์ | บริษัทเป็นเจ้าของ | 200.33 | ไม่มีภาระผูกพัน |
| เครื่องจักรและอุปกรณ์ | ภายใต้สัญญาเช่าทางการเงิน 5 ปี | 59.25 | |
| อุปกรณ์ผลิตรายการและถ่ายทอดสัญญาณ | บริษัทเป็นเจ้าของ | 45.27 | ไม่มีภาระผูกพัน |
| เครื่องมือเครื่องใช้ | บริษัทเป็นเจ้าของ | 25.08 | ไม่มีภาระผูกพัน |
| เครื่องตกแต่งติดตั้งและเครื่องใช้สำนักงาน | บริษัทเป็นเจ้าของ | 44.41 | ไม่มีภาระผูกพัน |
| เครื่องตกแต่งติดตั้งและเครื่องใช้สำนักงาน | ภายใต้สัญญาเช่าทางการเงิน 4 ปี | 0.28 | |
| ยานพาหนะ | บริษัทเป็นเจ้าของ | 20.12 | ไม่มีภาระผูกพัน |
| ยานพาหนะ | ภายใต้สัญญาเช่าทางการเงิน 3-4 ปี | 5.02 | |
| ระบบต่างๆ | บริษัทเป็นเจ้าของ | 9.55 | ไม่มีภาระผูกพัน |
| สินทรัพย์ระหว่างติดตั้งและก่อสร้าง | บริษัทเป็นเจ้าของ | 19.70 | ไม่มีภาระผูกพัน |

ข้อ 5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

-ไม่มี-

ข้อ 6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

บริษัทที่ออกหลักทรัพย์

บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจหลัก รับจ้างพิมพ์งานทั่วไป ผลิตสิ่งพิมพ์ของตนเอง และรับจ้างโฆษณา จัดทะเบียนเป็นนิติบุคคลเลขที่ 0107536000480 มีทุนจดทะเบียน ห้าแสนล้านบาท จำนวน 998,281,590 บาท ทุนที่ออกและชำระแล้ว 998,281,590 บาท มูลค่าหุ้นละ 1 บาทโดยมีสถานที่ตั้งของบริษัทและบริษัทย่อยและบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน ดังต่อไปนี้

บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน)

1. สำนักงานใหญ่, สายงานมีเดีย, สายงานหนังสือเล่ม ตั้งอยู่เลขที่ 378 ถนนชัยพฤกษ์ แขวงตลิ่งชัน เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร 10170 โทรศัพท์ 0-2422-9999 โทรสาร 0-2433-8792, 0-2434-8699
2. สายงานโรงพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ ตั้งอยู่เลขที่ 376 ถนนชัยพฤกษ์ แขวงตลิ่งชัน เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร 10170 โทรศัพท์ 0-2422-9000, 0-2882-1010 โทรสาร 0-2433-2742, 0-2434-1385

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

E-mail : info@amarin.co.th

บริษัทย่อย - บริษัท อมรินทร์ เทเลวิชั่น จำกัด ประกอบธุรกิจโทรทัศน์ มีทุนจดทะเบียน ห้าแสนล้านบาท จำนวน 3,600,000,000 บาท ทุนที่ออกและชำระแล้ว 3,600,000,000 บาท มูลค่าหุ้นละ 100 บาท มีสถานที่ตั้งดังนี้

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

บริษัทย่อย - บริษัท อมรินทร์ ออมนิเวิร์ส จำกัด ประกอบธุรกิจซื้อ จัดหา ให้เช่า เช่า ถิ่นกรรมสิทธิ์ ในทรัพย์สินต่าง ๆ เพื่อแสวงหารายได้จากการถือกรรมสิทธิ์นั้น ๆ และเช่าเป็นหุ้นส่วนจำกัดความรับผิดชอบในหุ้นส่วนจำกัด เป็นผู้ถือหุ้นในบริษัทจำกัดและบริษัทมหาชนจำกัด ทุนจดทะเบียน ห้าแสนล้านบาท จำนวน 100,000,000 บาท ทุนที่ออกและชำระแล้ว 100,000,000 ล้านบาท มูลค่าหุ้นละ 10 บาท มีสถานที่ตั้งดังนี้

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

บริษัทย่อย - บริษัท อมรินทร์ บุ๊ค เซ็นเตอร์ จำกัด ประกอบธุรกิจค้าส่งและค้าปลีกหนังสือ สิ่งพิมพ์และสื่อสร้างสรรค์ต่าง ๆ ในรูปสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น วีดีโอ และสื่อการสอนในรูปแบบมัลติมีเดีย เป็นต้น ในด้านการค้าส่ง และการค้าปลีก มีทุนจดทะเบียน ห้าแสนล้านบาท จำนวน 50,000,000 บาท ทุนที่ออกและชำระแล้ว 50,000,000 บาท มูลค่าหุ้นละ 100 บาท มีสถานที่ตั้งดังนี้

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

บริษัทร่วม - บริษัท คาโตคาเวะ อมรินทร์ จำกัด ประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายสิ่งพิมพ์หนังสือ Light Novel, Comic, Walker Magazine e-Commerce หนังสือที่เป็นรูปเล่มและ e-book และสินค้าไลฟ์สไตล์ Web Streaming, Sublicensing

หนังสือ ภาพยนตร์ แอนิเมชัน และสินค้าที่เกี่ยวข้อง มีทุนจดทะเบียน หุ้นสามัญจำนวน 60,000,000 บาท ทุนที่ออกและชำระแล้ว 60,000,000 บาท มูลค่าหุ้นละ 1,000 บาท มีสถานที่ตั้งดังนี้

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

บริษัทรวม - บริษัท เรือล ฮีโร่ มวยไทย จำกัด ประกอบธุรกิจผลิตรายการกีฬา เพื่อออกอากาศ และจำหน่ายผ่านสื่อต่าง ๆ มีทุนจดทะเบียน หุ้นสามัญจำนวน 10,000,000 บาท ทุนที่ออกและชำระแล้ว 10,000,000 บาท มูลค่าหุ้นละ 10 บาท มีสถานที่ตั้งดังนี้

1. สำนักงานใหญ่ ตั้งอยู่เลขที่ 364/1 ซอยพลโยธิน 35 แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900 โทรศัพท์ 08-1619-9051

บริษัทอื่น ๆ - บริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคี วิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด ประกอบธุรกิจวิสาหกิจเพื่อสังคม-ขายสินค้า บริการให้คำปรึกษาทางธุรกิจและการจัดการ มีทุนจดทะเบียนจำนวน 100,000,000 บาท ทุนที่ออกและชำระแล้ว 38,000,000 บาท มูลค่าหุ้นละ 1,000 บาท มีสถานที่ตั้งดังนี้

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

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 <https://www.set.or.th/tsd/th/tsd.html>

ผู้สอบบัญชี

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

สถาบันการเงินที่ติดต่อประจำ

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

เลขานุการบริษัท

นายฉันทชาติ ธเนศนิตย
โทรศัพท์ 0-2422-9999 ต่อ 4602
โทรสาร 0-2422-9890
E-mail secretary@amarin.co.th

นักลงทุนสัมพันธ์

นางสาวศิริพร สิทธิชัยณรงค์
โทรศัพท์ 0-2422-9999 ต่อ 4634, 4635
โทรสาร 0-2422-9890
E-mail ir@amarin.co.th