

ส่วนที่ 1 - การประกอบธุรกิจ

ข้อ 1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

วิสัยทัศน์

- อมรินทร์ คือ องค์การชั้นนำของประเทศ ที่มอบสาระ ความรู้ ความรื่นรมย์ ด้วยรูปแบบที่ครบวงจร
- อมรินทร์มุ่งส่งเสริมคุณภาพชีวิตแก่ลูกค้าทุกเพศทุกวัย
- อมรินทร์เป็นองค์กรที่มีความสุข และสามัคคีเป็นหนึ่งเดียว

พันธกิจ

- เราทำงานเพื่อความสุข และความรุ่งโรจน์ของสังคม

การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

จากจุดเริ่มต้นของกองบรรณาธิการเล็ก ๆ ที่คุณชูเกียรติ อุทกะพันธุ์ ได้รวบรวมสมัครพรรคพวกและพนักงานจำนวนเพียงไม่กี่คน ร่วมกันจัดตั้ง ห้างหุ้นส่วนจำกัดวารสารบ้านและสวน เพื่อเริ่มผลิตนิตยสาร “บ้านและสวน” ฉบับแรก ออกวางจำหน่ายในเดือนกันยายน พ.ศ. 2519 โดยในสมัยนั้นยังต้องอาศัยการพิมพ์จากโรงพิมพ์ภายนอก ซึ่งในช่วงต่อมาจึงได้มีการก่อตั้งโรงพิมพ์ขึ้นในรูปของ ห้างหุ้นส่วนจำกัดอมรินทร์การพิมพ์ เพื่อจัดพิมพ์นิตยสารเอง ขณะเดียวกันก็รับจ้างงานพิมพ์อีกด้วย

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

ปัจจุบันอมรินทร์ก้าวสู่การเป็นมีเดียครบวงจร (omni-media, omni-channel) ประกอบด้วย On Print, Online, On Air, On Ground และ On Shop โดยแต่ละแพลตฟอร์มมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยมีเป้าหมายที่จะสร้างสรรค์ประสบการณ์ที่มีคุณค่าทุกช่วงเวลาของชีวิต เพื่อความสุขและความรุ่งโรจน์ของสังคม ดังปณิธานที่ผู้ก่อตั้งได้วางรากฐานไว้

สายงานโรงพิมพ์และบรรจุภัณฑ์

ศักยภาพในการผลิตของส่วนโรงพิมพ์ ในปี 2544 จากเดิมที่บริษัทได้ก่อสร้างอาคาร 2 ชั้น พื้นที่ใช้สอย 6,200 ตารางเมตร บนที่ดินเนื้อที่ 5 ไร่ 56 ตารางวา ตั้งอยู่บนถนนชัยพฤกษ์ แขวงตลิ่งชัน เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร เพื่อติดตั้งเครื่องจักรที่มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย โดยมีเป้าหมายที่จะให้โรงพิมพ์มีความพร้อมในการรองรับงานได้ครบถ้วนทุกขั้นตอนกระบวนการผลิต เพื่อตอบสนองการผลิตสิ่งพิมพ์ที่มีคุณภาพและการให้บริการที่ประทับใจตามปรัชญาของโรงพิมพ์ที่ถือปฏิบัติมาตลอดระยะเวลาตั้งแต่เริ่มก่อตั้งโรงพิมพ์ จุดยืนทางด้านการตลาดที่สำคัญของสายงานโรงพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ คือ ตลาดงานพิมพ์คุณภาพสูง (High Definition Color Printing) ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าวข้างต้น สายงานโรงพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ได้มีการปรับปรุงและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) ให้ความสำคัญทางด้านคุณภาพงานพิมพ์และการบริการทุกด้านอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่องมาโดยตลอด บริษัทได้ทำการวิจัยในการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ อาทิ เช่น ระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ความเร็วสูง ระบบ Storage Area Network (SAN)

ระบบ PDF-Work Flow สำหรับการผลิตงานกราฟฟิค (งาน Prepress) ระบบการพิมพ์ไร้แอลกอฮอล์ การทำเล่มโดยใช้ กาว Poly Uritane และการใช้หมึก Soy Ink ในขั้นตอนการผลิต เป็นต้น

ตั้งแต่ปี 2544 เป็นต้นมา สายงานโรงพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ได้ปรับเปลี่ยนเครื่องพิมพ์จากรุ่นเก่าที่มีอายุการใช้งานมานานและล้าสมัยเป็นเครื่องพิมพ์รุ่นใหม่ที่มีเทคโนโลยีทันสมัยที่สุด ประกอบด้วยระบบการจัดการงานพิมพ์ทุกขั้นตอนด้วยโปรแกรมที่ทันสมัย ซึ่งได้ดำเนินการติดตั้งเมื่อกลางปี 2544 แล้วเสร็จทั้งหมดในไตรมาสแรกของปี 2545 และสายงานโรงพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ได้เพิ่มกำลังการผลิต โดยสั่งซื้อเครื่องพิมพ์ใหม่อย่างต่อเนื่อง และเพื่อรองรับการขยายตัวของบริษัททุกสายงาน รวมไปถึงบริษัทได้จัดซื้อที่ดินติดกับโรงพิมพ์เพิ่มอีก 15 ไร่ ทำให้มีอาณาบริเวณเพิ่มขึ้นรวม 20 ไร่ เพื่อขยายการก่อสร้างอาคารคลังสินค้า 2 คลัง และอาคารสำนักงานของส่วนโรงพิมพ์ และย้ายสายงานธุรกิจสำนักพิมพ์มารวมอยู่ในบริเวณเดียวกันภายใต้โครงการ Amarin Corporate Park ทำให้บริษัทมีพื้นที่ทำงานที่เพียงพอพร้อมทุกสายงานภายใต้บรรยากาศ Corporate Park ที่ดีที่สุดแห่งหนึ่ง

บริษัทได้จัดเตรียมโครงสร้างพื้นฐานเพื่อตอบสนองต่อกระแสการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีดิจิทัลที่จะมีบทบาทต่ออุตสาหกรรมโรงพิมพ์ต่อเนื่องจากปี 2554 โดยได้ปรับปรุงระบบกระบวนการทำงาน และพัฒนาบุคลากรให้พร้อมรองรับวิถีทางของสื่อดิจิทัลที่จะต้องออกแบบระบบการทำงานเพื่อรับสื่อยุคใหม่ ซึ่งรวมถึงการปรับปรุงเครือข่ายคอมพิวเตอร์ การพัฒนาระบบสารสนเทศของบริษัท (Amarin Content Warehouse - ACW) เพื่อสร้างฐานข้อมูลที่เกิดโดยทุกสำนักพิมพ์ในเครืออมรินทร์ รองรับการสืบค้น และสนับสนุนการนำข้อมูลที่มีคุณภาพ มาพัฒนาต่อยอดเกิดเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าและหลากหลายในเวลาอันรวดเร็ว ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการรับข่าวสารในโลกยุคใหม่ในปัจจุบัน ในส่วนของการผลิตงานพิมพ์แบบออฟเซตสำหรับหนังสือเล่ม ก็ยังคงดำเนินการภายใต้งานพิมพ์ออฟเซตคุณภาพสูง (High-Definition Printing) ซึ่งอาศัยความชำนาญและเทคโนโลยี เครื่องพิมพ์ที่ให้รายละเอียดสูงมากรวมถึงการผลิตรูปสี่สี และแม่พิมพ์ที่ให้ความคมชัดสูงเพื่อถ่ายทอดถึงรายละเอียดจากต้นกำเนิดลงในงานพิมพ์ที่คมชัดเมื่อเทียบเคียงกับต้นฉบับ ดังที่ปรากฏเป็นผลงานของโรงพิมพ์ที่ผ่านมา อาทิ สุจิตตรงานศิลปะ โบราณวัตถุ พระเครื่อง รวมถึงหนังสือภาพถ่ายต่าง ๆ

นอกจากนี้ สายงานโรงพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ยังได้เร่งขยายสายการผลิตงานทำเล่มแบบปกแข็งคุณภาพดีเลิศ (High Value Finishing) เพื่อรองรับงานสิ่งพิมพ์คุณภาพสูงที่เป็น Segment ซึ่งสิ่งพิมพ์แบบดิจิทัลไม่สามารถเข้าถึงได้ โดยทางโรงพิมพ์ได้ลงทุนเพิ่มเครื่องจักรทำเล่ม เพื่อรองรับตลาดงานพิมพ์คุณภาพสูง ซึ่งเป็นงานผลิตที่สร้างสรรค์ด้วยฝีมือช่างที่พิถีพิถัน ประณีต และมากด้วยประสบการณ์ความชำนาญ เพื่อให้เกิดคุณภาพงานที่สวยงามทั้งงานพิมพ์ รูปเล่มปกแข็งที่ทรงคุณค่า และบรรจุภัณฑ์ที่งดงามดึงดูดสายตาของผู้พบเห็น

โรงพิมพ์ประสบความสำเร็จในการปฏิรูปกระบวนการผลิต ให้เกิดประสิทธิภาพสูงขึ้น และเทคนิคทางวิศวกรรมอุตสาหการยังส่งผลให้โรงพิมพ์มีต้นทุนการผลิตที่ต่ำลงตามที่คาดการณ์ไว้ ทีมงานเทคนิค และทีมงานวิศวกรรมยังคงช่วยให้โรงพิมพ์สามารถปรับใช้วัสดุ และเทคโนโลยีใหม่ ๆ ให้สามารถนำมาใช้งานกับเครื่องจักรเดิมที่มีอยู่ และการพัฒนาดังกล่าวยังช่วยให้ทีมงานสามารถกำหนดเวลาผลิตที่รัดกุม และตอบสนองต่อความคาดหวังของลูกค้าได้เป็นอย่างดี

และในปี 2557 สายงานโรงพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ได้สร้างสรรค์กระบวนการผลิตรูปแบบใหม่ ๆ เพื่อนำเสนอความแตกต่างให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อรักษาสวนต่างกำไรในกลุ่มเป้าหมายได้สำเร็จ อาทิ Digital Printing ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้างานพิมพ์ในลักษณะ Print on Demand ตามปริมาณที่ลูกค้าต้องการ ซึ่งรองรับกลุ่มลูกค้าที่ต้องการงานพิมพ์ในปริมาณน้อยและในเวลารวดเร็ว นอกจากนี้ยังได้สร้างสรรค์เทคนิคการเข้าเล่มด้วยวัสดุที่แข็งแรง ดียึดสูง ทำให้งานเข้ารูปเล่มมีทั้งความสวยงามและคงคุณภาพเหนียวแน่นทนทาน สิ่งเหล่านี้โรงพิมพ์ได้นำมาประยุกต์

เข้ากับกระบวนการทำงานและคิดค้นเป็นสูตรการผลิตเฉพาะของโรงพิมพ์ เพื่อรักษาความเป็นเลิศในคุณภาพของผลิตภัณฑ์

ปี 2560 มีการปรับปรุงสายการผลิต โดยมีการสั่งซื้อเครื่องพิมพ์ใหม่จำนวน 3 เครื่อง เข้ามาทดแทนเครื่องพิมพ์เดิมที่มีอายุการใช้งานมานาน ซึ่งทำให้บริษัทมีความสามารถในการพิมพ์งานที่มีคุณภาพ และสามารถรองรับการพิมพ์งานได้หลากหลายกว่าสายการผลิตเดิม อีกทั้ง ลดการสูญเสียโอกาสในช่วงเวลาที่มีการซ่อมบำรุงลง

ปี 2562 สายงานโรงพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ได้เข้าสู่การผลิตสิ่งพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ โดยมุ่งเน้นการผลิตบรรจุภัณฑ์เกรดพรีเมียม มีการออกแบบให้ตอบโจทย์ในเรื่องการใช้งาน (Functional Design) และความสวยงามที่โดดเด่นตามมาตรฐานการควบคุมสภาวะแวดล้อมในการผลิตบรรจุภัณฑ์ ด้านโภชนาการและเวชภัณฑ์

ปี 2563 สายงานโรงพิมพ์และบรรจุภัณฑ์มีการปรับเปลี่ยนเครื่องพิมพ์เป็นเครื่องพิมพ์ 7 สี เครื่องปะขาว เครื่องเคลือบ และได้รับการรับรอง GMP และ HACCP เพื่อรองรับการผลิตของสายผลิตบรรจุภัณฑ์

ลักษณะธุรกิจ

โรงพิมพ์อมรินทร์เป็นโรงพิมพ์ชั้นนำของประเทศไทย มีปณิธานอันมุ่งมั่นในการผลิตงานพิมพ์ที่มีคุณภาพสูงได้มาตรฐานในระดับสากล ที่ผ่านมามีการพัฒนาคุณภาพของสินค้า และขยายบริการงานพิมพ์จนครบวงจร ตั้งแต่การจัดทำเนื้อหา ถ่ายภาพ รีทัช ออกแบบศิลปกรรม เข้าสู่กระบวนการพิมพ์ จนถึงบริการส่งมอบถึงมือผู้บริโภค ด้วยความเข้าใจถึงคุณค่าของเนื้อหา ตลอดจนสุนทรียศิลป์ในรูปแบบเล่มที่ผู้เป็นเจ้าของงานบรรจุสร้างสรรค์ สายงานโรงพิมพ์และบรรจุภัณฑ์จึงมีกระบวนการผลิตที่ประณีตทุกขั้นตอนด้วยความรู้ความเชี่ยวชาญของบุคลากรที่สั่งสมสืบทอดกันมา ผสมผสานกับเทคโนโลยีการพิมพ์ทันสมัย จึงทำให้คุณภาพงานพิมพ์ของโรงพิมพ์อมรินทร์เป็นที่ยอมรับจากองค์กรชั้นนำทั้งในประเทศและระดับภูมิภาค จนได้รับรางวัลคุณภาพทางการพิมพ์จากหลายสถาบันตลอดหลายปีที่ผ่านมาเป็นการยืนยันคุณภาพ นอกจากนี้ยังได้รับการรับรองตามมาตรฐานอุตสาหกรรม ISO 9000 : 2015

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

นอกจากนี้ในยุคที่ผู้บริโภคมีทางเลือกในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากข้อมูลและเรื่องราวซึ่งมีที่ไปที่ไปอันน่าประทับใจของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ จึงทำให้สายงานโรงพิมพ์และบรรจุภัณฑ์เพิ่มศักยภาพในการขายสินค้าให้แก่ลูกค้าด้วยการให้บริการสร้างสรรค์เนื้อหาของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ทั้งในรูปแบบสิ่งพิมพ์และเนื้อหาที่อยู่บนดิจิทัลแพลตฟอร์มต่าง ๆ

สายงานโรงพิมพ์และบรรจุภัณฑ์คาดหวังว่า พัฒนาการของผลิตภัณฑ์และบริการที่เกิดขึ้นตลอดปีที่ผ่านมาจะสามารถทำกำไรและให้ผลตอบแทนที่ดีแก่ผู้ถือหุ้น 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” มีบุ๊กกาซีนที่ตอบโจทย์กลุ่มครอบครัวอีกด้วย

ณ เดือนธันวาคม พ.ศ. 2563 มีนิตยสารออกจำหน่ายจำนวน 7 หัวเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้อ่านที่มีรสนิยมหลากหลายและกล่าวได้ว่านิตยสารของบริษัทมียอดขายสูงสุดเมื่อเทียบกับนิตยสารประเภทเดียวกัน และล้วนเป็นนิตยสารชั้นนำของประเทศทุกฉบับ เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค ทางบริษัทจึงได้พัฒนาสื่อออนไลน์ควบคู่ไปกับนิตยสาร

ลิฟวิ่ง (Living)

แบรนด์บ้านและสวน, room, myhome, Living A SEAN, National Geographic

ไลฟ์สไตล์ (LifeStyle)

แบรนด์แพรว, แพรว Wedding, สุดสัปดาห์ ทำให้สื่อโฆษณาของอมรินทร์มีประสิทธิภาพมากขึ้นผ่านช่องทางเว็บไซต์ 100 ล้าน Inventory / เดือน เข้าถึงกลุ่มลูกค้า 450 ล้าน Reach / เดือน วิดีโอกว่า 150,000 คลิปและจำนวนผู้ติดตามบนโซเชียลมีเดียรวมทั้งสิ้น 21 ล้าน Followers

ไลฟ์ (Life)

แบรนด์ชีวจิต, ACuisine, Good Life Update, Secret, Amarin Baby & Kids

งานแฟร์และกิจกรรมที่สำคัญ

สุดสัปดาห์ Beauty Awards 2020

27 ตุลาคม 2563

The Botanical House Bangkok

สุดสัปดาห์ นำทีมโดยคุณมนทิรา ภูปากน้ำ บรรณาธิการบริหารสุดสัปดาห์ จัดงานมอบรางวัล “สุดสัปดาห์ Beauty Awards 2020” ต่อเนื่องเป็นปีที่ 6 ให้กับแบรนด์ความงามซึ่งเป็นที่สุดของ Beauty of New Generation แห่งปีจากการร่วมโหวตของสาวกบิวตี้ตัวจริงผ่านเว็บไซต์ Sudsapda.com และคัดเลือกอย่างเข้มข้นเป็นเวลากว่า 2 เดือนโดยเหล่าบิวตี้กูรูผู้เชี่ยวชาญได้แก่ ณิชารีย์หวาน ชะเอม สุดสัปดาห์ Beauty Editor, ไบเตย-ปิยะมาลา นรินทร์ สรศักดิ์ พิธีกรรายการสุดสัปดาห์วีวพลีชีพ และเฟิร์น – นพจิรา ฤกษ์ขจรนามกุล นักแสดงสาวตัวแทนคนรุ่นใหม่ซึ่งมอบรางวัลให้กับบิวตี้แบรนด์ทั้งสิ้น 81 รางวัล โดยมีเหล่านักแสดงชื่อดัง อาทิ นิโน่ – เมทนี บุรณศิริ, คาร่า พลสิทธิ์ และแซนด์-ศุภพงษ์ อุดมแก้วกาญจนา

AmarinBaby & KidsAwards 2020**31 ตุลาคม 2563****เซ็นทรัลพลาซาเวสต์เกต**

Amarin Baby & Kids ตอกย้ำความเป็นผู้นำด้านเครือข่ายแม่ลูกอันดับหนึ่งของประเทศที่เข้าใจคุณแม่ไทยมากที่สุด จัดงานมอบรางวัลสุดยอดแบรนด์ในดวงใจพ่อแม่ Amarin Baby & Kids Awards 2020 ให้กับแบรนด์สินค้าและไลฟ์สไตล์แม่และลูกในดวงใจรวมมากถึง 75 สาขาใน 9 หมวดรางวัล นำโดยคุณ ระริน อุทกะพันธุ์ ปัญจุโรงจน์ กรรมการผู้อำนวยการใหญ่ บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) เป็นผู้อบรมรางวัลแบ่งเป็นรางวัล Mommy's Choice โดยมีคุณแม่ทั่วประเทศเป็นผู้ตัดสินและ Editor's Choice ซึ่งมอบให้กับสินค้าใช้ดีและมีประโยชน์จริง ในปีนี้ได้เพิ่มรางวัลพิเศษขึ้นเป็นปีแรกให้กับ ลิเดีย-ศรีณีย์รัตน์, เปิ้ล - ภรณ์ดี, น้องพริ้ม จากยูทูบแชแนล Dek Jew Chill Out, แม่ฟอนจากเพจ Family Journey โตไปด้วยกัน และแม่ปาล์มจากเพจคุณแม่เลอค่า ภายในงานยังมีกิจกรรม Amarin Baby & Kids Presents Mom Expert's Day พลังแม่สร้างลูกฉลาดรอบด้านซึ่งมาในธีม Happy Family: ความสุขของครอบครัวไม่ได้จำกัดอยู่แค่ในบ้านเท่านั้นที่ยกขบวนหนังสือนิทานคุณธรรมกิจกรรมเสริมทักษะสร้างจินตนาการและความคิดสร้างสรรค์ Power BQ ให้สำหรับลูกน้อยพร้อมกิจกรรมเสริมความรู้กับงานเสวนาสำหรับคุณแม่ตั้งครรภ์และคุณแม่ที่มีลูกวัย 0 - 6 ปี ในหัวข้อ "Mom Expert's Talk: สร้างลูกฉลาดรอบด้านด้วย Power BQ" จากผู้เชี่ยวชาญและหมอเด็กชื่อดัง อาทิ พญ.สุธีรา เอื้อไพโรจน์กิจ, ผศ.ดร. ปณิดา ธนเศรษฐกร และผศ.พญ. จิราภรณ์ อรุณากูร เต็มอิ่มกับการเลือกซื้อสินค้าแม่ลูกแบรนด์ชั้นนำที่คัดสรรมาพิเศษ เมื่อวันเสาร์ ที่ 31 ตุลาคม 2563 ณ เซ็นทรัลพลาซาเวสต์เกต.

Praew Ionic Beauty 2020**12 พฤศจิกายน 2563****AUBE ราชพฤกษ์**

นิตยสารแพรวจัดงานมอบรางวัล Praew Ionic Beauty 2020 ภายใต้คอนเซ็ปต์ The Beauty Sensation ความงามในรูปแบบเปิดกว้างหลากหลายไม่ว่าจะเป็นรูป กลิ่น สี และเนื้อสัมผัสอันเจียบคม พร้อมประกาศตัวเป็นผู้นำทางด้านความงามปีที่ 6 โดยเชิญเหล่าคนดังด้านความงาม และแฟชั่นร่วมเป็นกรรมการคัดเลือกค้นหาสุดยอดผลิตภัณฑ์ที่ถือเป็นที่สุดของปีนี้ บรรยากาศภายในงานเต็มไปด้วยความยินดีของเหล่าบิวตี้แบรนด์ชั้นนำ รวมถึงเซเลบริตี้ที่ตอบคำถามว่าแบรนด์ใดบ้างจะได้รางวัล Praew Ionic Beauty 2020 ไปครอง โดยมีบรรณาธิการบริหารนิตยสารแพรว คุณศิริเพ็ญ ผลัญชัย มอบรางวัลสุดพิเศษในปีนี้อันรวม 107 รางวัล จาก 11 กลุ่มผลิตภัณฑ์ การค้นหาสุดยอดผลิตภัณฑ์ทั้งหมดในครั้งนี้ผ่านการทุ่มเทสุดพลังจากคณะกรรมการที่ทรงอิทธิพลด้านความงามและแฟชั่นทั้ง 5 ท่าน นำโดย Padcha Praewnista (พัชชา ศุภนิมิตร - บิวตี้เอดิเตอร์นิตยสารแพรว) ผู้อยู่เบื้องหลังโปรเจกต์ Praew Ionic Beauty มาตลอดระยะเวลา 6 ปี, Always fluke ฟลุค - รพี ชูสุวรรณ บิวตี้อินฟลูเอนเซอร์ ที่ว่าที่เจ้าสาวหลายคนอยากให้นิยามถึงในฝัน, นท พนายางกูร นักร้อง / ไลฟ์สไตล์ อินฟลูเอนเซอร์ มาดเก๋, พราว - อรณิชา กรินชัย แฟชั่นอินฟลูเอนเซอร์เบอร์ต้น ๆ ที่โดดเด่นทั้งงานมิชชั่นแอนด์แมตซ์แฟชั่นและบิวตี้, แคท - ชอนญา สิงหะ เซเลบริตี้สาวสวยที่ให้ความสำคัญกับการดูแลตัวเองแบบสุด ๆ

ชีวจิต Awards 2020

19 พฤศจิกายน 2563

เดอะ กลาสเฮ้าส์ปาร์ค นายเลิศ

ชีวจิตกรุ๊ปผู้นำเทรนด์ด้านสุขภาพทดลองก้าวสู่ปีที่ 23 ของนิตยสารชีวจิต ซึ่งก่อตั้งโดย คุณชูเกียรติ อุทกะพันธุ์ และ อาจารย์สาทิศ อินทรกำแหง ด้วยปณิธานที่ต้องการเผยแพร่การแพทย์แบบผสมผสานและการรักษาสุขภาพตามหลักธรรมชาติ ในโอกาสนี้จึงได้จัดงานมอบรางวัล “ชีวจิต Awards 2020” นำโดย คุณเมตตา อุทกะพันธุ์ ประธานกรรมการ บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) พร้อมด้วย คุณวาสนา พลายเล็ก บรรณธิการบริหารนิตยสารชีวจิต จัดงานมอบรางวัลชีวจิต Awards 2020 ให้กับบุคคล องค์กร ผลิตภัณฑ์คุณภาพ โดยมีคุณมณเฑียร ศิริพงศ์ปริดา กรรมการผู้จัดการ สายงานมีเดีย (ไลฟ์) บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) คุณนวลจันทร์ สุกนิมิตร ที่ปรึกษาสายงานนิตยสาร คุณณภา เส็งพานิช ผู้อำนวยการชีวจิตของเมืองไทย ร.อ.นพ. สุรชา ลีลายุทธการ แพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านเวชศาสตร์ชะลอวัย คุณณนภ พรธานี ศิลปินนักร้องชื่อดังร่วมงาน

บ้านและสวนแฟร์

จากประสบการณ์กว่า 20 ปีของการจัดงานแฟร์ที่ดีที่สุดในประเทศและอาเซียน โดยงานบ้านและสวนแฟร์จัดขึ้นปีละ 3 ครั้ง งานแฟร์ต้นปีเน้นการเปิดตัวเทรนด์ใหม่ กลางปีจะเน้นไปที่งานคราฟต์ ต้นไม้ สวน ส่วนปลายปีจะเป็นเรื่องของนวัตกรรมใหม่

บ้านและสวนแฟร์ Select 2020:

“Betterism: Good design for a better world”

19 - 23 กุมภาพันธ์ 2563

ฮอลล์ 9 - 12 ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมอิมแพ็ค เมืองทองธานี

งานดีไซน์ แฟร์งานแรกของปีที่รวบรวมเทรนด์การออกแบบเฟอร์นิเจอร์ และ Outdoor Lifestyle รวบรวมงานของนักออกแบบไทยที่สะท้อนแนวคิดดังกล่าวนำมาจัดแสดงในรูปแบบที่คนทั่วไปสามารถเข้าใจสัมผัสได้ และนำไปประยุกต์ใช้ได้จริง เพื่อเป็นการส่งเสริมแนวคิดและเผยแพร่ผลงานออกแบบที่ดีสำหรับโลก ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างและเปิดโอกาสให้ผู้เข้าชมงานทุกคนมีส่วนร่วมในการเปลี่ยนแปลงโลกใบนี้ให้ดีขึ้นด้วยมือของตนเอง ในงานบ้านและสวนแฟร์ Select 2020 ครั้งนี้เรากำลังถึงการออกแบบที่ตั้งใจให้เกิดการใช้ซ้ำแต่ยังสามารถยืดหยุ่นปรับเปลี่ยนไปตามการใช้สอยและเกิดรูปแบบที่แตกต่างไปจากเดิมได้อีกด้วย

บ้านและสวนแฟร์ Midyear 2020: “ECO - CHIC”

7 - 16 สิงหาคม 2563

ฮอลล์ 98 - 104 ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทคบางนา

งานบ้านและสวนแฟร์ Midyear 2020 ภายใต้ธีม “ECO-CHIC” ในโลกที่ชีวิตต้องการความสะดวกสบายทำให้เราคำนึงถึงเรื่องการใช้-ทิ้งน้อยลง เราผลิตสิ่งต่าง ๆ ได้ง่ายขึ้นจนเกินความต้องการช่วงอายุที่ใช้งานสั้นมาก ทำให้เกิดขยะที่ขาดการจัดการเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว สุดท้ายสิ่งเหล่านั้นก็กลับมาทำลายสิ่งแวดล้อมและทำร้ายเราเอง เราจึงอยากเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ทุกคนได้เห็นว่า ECO ไม่ใช่เรื่องไกลตัวและเราสามารถนำสิ่งนี้มาอยู่ในชีวิตประจำวันของเราได้โดยที่ยังตอบ

โจทย์วิถีชีวิตในปัจจุบันของเราด้วยพร้อมสอดแทรกไอเดียเกี่ยวกับการใช้ชีวิตในยุค New Normal ที่ทำให้เรามีเวลาอยู่บ้าน และอยู่กับตัวเองมากขึ้นผ่านไฮไลต์ต่าง ๆ ภายในงาน

บ้านและสวนแฟร์2020: “Origin”

30 ตุลาคม - 8 พฤศจิกายน 2563

อาคารชาเลนเจอร์ 1 - 3

ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมอิมแพ็คเมืองทองธานี

งานแสดงและขายสินค้าครบวงจรเกี่ยวกับบ้านและสวนบนพื้นที่ต่อเนื่องและยิ่งใหญ่ที่สุดของปี ครบครันเพื่อคนรักบ้านทั้งในเชิง Design Living และ Outdoor Living รวมทั้งนิทรรศการและกิจกรรมให้ความรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับที่อยู่อาศัยให้ความเพลิดเพลินแก่คนรักบ้านประจวบเหมาะเข้าไปในนิทรรศการ “บ้านและสวน”

“Origin: ธรรมชาติรังสรรค์” เราหยิบเอาธรรมชาติไม่ว่าจะเป็นเรื่องวัสดุโครงสร้างรูปแบบของการอยู่อาศัย การใช้งานและการฟังก์ชันของสิ่งมีชีวิต และไม่มีชีวิตมาถอดรหัสให้เป็นวัตถุดิบที่เข้ากับวิถีชีวิตในปัจจุบันให้งดงามอย่างเป็นธรรมชาติ งานนี้จึงแฝงด้วยไอเดียการตกแต่งในแง่มุมต่าง ๆ ตั้งแต่การวางบ้านเป็นกลุ่มเพื่อเปรียบเสมือนการแทรกอยู่กับป่าแทนที่จะถ่างทิ้งการแยกส่วนเรือนต่าง ๆ ให้เหมือนบ้านไทยการออกแบบผังให้บ้านเย็นการออกแบบห้องน้ำให้เหมือนการอาบน้ำใกล้ธรรมชาติ การใช้วัสดุที่หาง่ายในพื้นที่ไทยเช่นไม้ไผ่ผนังบ้านดิน การออกแบบโครงสร้างที่เน้นความลื่นไหลเป็นธรรมชาติแต่แข็งแรง โดยได้ศึกษาจากลักษณะโครงสร้างของต้นไม้และแรงโน้มถ่วงจนทุกอย่างออกมาเป็นความงามแบบธรรมชาติที่คุ้นเคยและคุ้นตา เพื่อให้เราไม่ลืมว่าที่มาของความงามนั้นคืออะไร

Amarin Baby & Kids Fair

กุมภาพันธ์ กรกฎาคม สิงหาคม ธันวาคม

ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทคบางนา

ที่สุดของงานแฟร์สำหรับครอบครัวตอบโจทย์ทุกความต้องการไว้อย่างครบครันกับสินค้าคุณภาพ สำหรับแม่ลูก และทุกคนในครอบครัวพร้อมเดินทางสร้างसरคงานแฟร์แม่ลูกคุณภาพที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทยอย่างต่อเนื่องได้ผลตอบรับที่ดีเยี่ยมจากผู้ประกอบการร้านค้ากว่า 1,000 บูธ ให้ข้อปอย่างจุใจและมีผู้เข้าชมงานเป็นจำนวนมาก รวมแล้วมีผู้เข้าร่วมงานมากกว่า 1,000,000 คนต่อปี ในปี 2563 ได้ดำเนินการจัดงานจำนวน 4 ครั้งได้แก่ช่วงต้นปี วันที่ 27 กุมภาพันธ์ - 1 มีนาคม 2563 ฮอลล์ 98 - 99 ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทคบางนา กลางปีวันที่ 9 - 12 กรกฎาคม 2563 และ 13 - 16 สิงหาคม 2563 ฮอลล์ 106 ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทคบางนา และข้อปสินค้าแม่ลูกส่งท้ายปี วันที่ 10 - 13 ธันวาคม 2563 ฮอลล์ 98 - 99 ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทคบางนา ภายในงานนอกจากร้านค้าคุณภาพที่มากออกบูธแล้วยังมีกิจกรรมดี ๆ ตลอดงาน อาทิ กิจกรรมเสวนาให้ความรู้จากคุณหมอผู้เชี่ยวชาญ เติมนานเดียวตอบโจทย์ทุกความต้องการเพื่อครอบครัวที่ครบครันที่สุด

กินดีอยู่ดี by ชีวจิต

7 - 16 สิงหาคม 2563

ฮอลล์ 105 ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทคบางนา

งานแฟร์ “ข้อปสนุก สุขภาพดี” ตอบโจทย์ทุกไลฟ์สไตล์คนรักสุขภาพกว่า 400 บูธ รวมสินค้าสุขภาพ อาหาร สินค้าออร์แกนิก ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ผลิตภัณฑ์ความงาม ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ผลิตภัณฑ์สำหรับผู้สูงอายุ นวัตกรรมเพื่อสุขภาพสินค้าไฮแมคร์

- **โซนตลาดอินทรีย์ชุมชน by กรมการค้าภายใน** นำสินค้าเกษตรอินทรีย์ธรรมชาติ อาทิ ผัก ผลไม้ ข้าว ส่งตรงสู่คนเมือง ชมพาวีเลียนจากหมู่บ้านอินทรีย์แต่ละหมู่บ้านนำสินค้าเกษตรอินทรีย์ประจำหมู่บ้านมาจำหน่าย
- **โซน "กินช่วยเกษตรกร ช่วยสุขภาพ ช่วยเศรษฐกิจไทย"** รวมเกษตรกรคนเมืองและรอบเมืองที่คัดสรรข้าว ผักสด ผลไม้สด ปลอดภัยปลอดสารพิษส่งจากท้ายสวนถึงมือคุณ และยังมีผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตรเอาใจคนรักสุขภาพมาให้ช้อปปิ้งอย่างจุใจเป็นทางเลือกสำหรับคนรักสุขภาพที่อยากช่วยเกษตรกรและเศรษฐกิจไทย
- **เชิญหยิบผัก และบริจาคเงินตามกำลังศรัทธา** เพื่อสนับสนุนทุนการศึกษาและทุนอาหารให้กับน้อง ๆ ผู้ด้อยโอกาสโรงเรียนบ้านเด็ก รามอินทราบ้านเด็กตาบอด ผู้พิการซ้ำซ้อน (รามอินทรา 34)
- **รับสิทธิพิเศษ! Exclusive Privilege Coupon** เพื่อใช้ช้อปปิ้งในงานเพียงลงทะเบียนผ่าน amarinfair.com
- **ชมสวนผักต้านโรค** ปลูกสวยและกินได้ Edible Garden...สวนผักต้านโรค

เทศกาลงานกิน

9 - 13 ธันวาคม 2563

ฮอลล์ 7 - 8

ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมอิมแพ็คเมืองทองธานี

งานอาหารการกินดินแดนที่ทุกเรื่องราวจึงเชื่อมต่อกันด้วยเรื่องกินไม่ว่าคุณจะเป็นกินจุ กินคลีน กินเล่น หรือทำกินเอง # เพราะเรื่องกินต้องมาก่อนภายในงานจัดเต็มเอาใจสายกินกว่า 400 บูธ รวมไฮไลต์เด็ดแห่งปี ได้แก่

- **A Cuisine x Bangkok Air Catering Chef's Table** ยกกระดับประสบการณ์การกินกับอาหารนานาชาติระดับพรีเมียมที่ส่งตรงแบบตัวต่อตัวคัดสรรเชฟผู้มากประสบการณ์โดย A Cuisine ให้นักชิมได้สัมผัส Chef's Table
- **Sustainable Living by ซีวจิต** โซนกิจกรรมเพื่อคนรักสุขภาพชวนมากินอยู่อย่างยั่งยืนกับกิจกรรมปลูก ปรุง ปรับเปลี่ยน เพื่อโลกยั่งยืนสุขภาพยั่งยืน
- **โซน "ตามอำเภอจาน"** คัด 10 ร้านเด็ดหาทานยากจาก 4 ภาค 10 ชุมชน
- **20 ร้านดังรอบกรุง** จัดเต็มอาหารคาวอาหารหวาน
- **ตลาดนางฟ้าของเหล่าแอร์โฮสเตส** อาทิ ปาฟองโก้การบินไทย
- **โซนตลาดอินทรีย์ชุมชน** สินค้าเกษตรอินทรีย์ธรรมชาติ อาทิ ผัก ผลไม้ ข้าว ส่งตรงสู่คนเมือง
- **เสวนาจากกูรูด้านความยั่งยืนระดับประเทศ** และเวิร์คช็อปสนุก ๆ

สายงานหนังสือเล่ม

สำนักพิมพ์ในเครืออมรินทร์ดำเนินงานจัดพิมพ์หนังสือเล่มมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2535 ภายใต้แนวคิดและการดำเนินงานที่ว่า "การอ่านคือรากฐานที่สำคัญ" และยังคงพัฒนาเนื้อหา (Content) เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างประสบการณ์ให้ลูกค้าอย่างสร้างสรรค์ในทุกรูปแบบอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันมีสำนักพิมพ์ในเครืออมรินทร์ทั้งหมด 11 สำนักพิมพ์ ประกอบด้วย

- **แพรวสำนักพิมพ์** ผลิตวรรณกรรมไทย และวรรณกรรมแปลจากภาษาต่างประเทศ
- **สำนักพิมพ์แพรวเยาวชน** ผลิตวรรณกรรมเยาวชนชั้นดีทั้งไทย และแปลจากต่างประเทศ
- **สำนักพิมพ์อรุณ** ผลิตนวนิยายรักโรแมนติกทั้งจีนและไทย
- **สำนักพิมพ์โรส** ผลิตนิยายวายทั้งไทยและแปลจากต่างประเทศ
- **สำนักพิมพ์สปริงบุ๊กส์** ผลิตหนังสือสำหรับคนรุ่นใหม่ วัยรุ่นนักศึกษานำเสนอเนื้อหาด้านความคิดสร้างสรรค์

และแรงบันดาลใจด้วยรูปแบบหนังสือที่หลากหลาย

- **สำนักพิมพ์อมรินทร์** ผลิตหนังสือสาระความรู้วิชาการ
- **สำนักพิมพ์อมรินทร์ฮาวทู** ผลิตหนังสือแนวจิตวิทยาพัฒนาตนเองการเงินการตลาดและการบริหาร
- **สำนักพิมพ์ซีอาร์คัต** ผลิตหนังสือจิตวิทยาพัฒนาตนเอง สำหรับผู้เริ่มต้นทำงานพร้อมเสริมสร้างแรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต
- **สำนักพิมพ์อมรินทร์สุขภาพ** ผลิตหนังสือทั้งงานไทยและงานแปลที่เน้นสาระความรู้ด้านสุขภาพทั้งกายและใจ
- **สำนักพิมพ์อมรินทร์ธรรมะ** ผลิตหนังสือธรรมะโดยเน้นเนื้อหาที่มีหลักธรรมถูกต้องและธรรมะภาคปฏิบัติที่เข้าใจง่าย
- **สำนักพิมพ์อมรินทร์คิดส์** ผลิตหนังสือสำหรับเด็กวัย 0 – 8 ปี ทั้งนี้หนังสือเสริมความรู้คู่มือพ่อแม่ โดยสำนักพิมพ์ทั้งหมดนี้จัดพิมพ์หนังสือแยกย่อยแบ่งหมวดหมู่อย่างครอบคลุมความสนใจผู้อ่านทุกเพศทุกวัย ปีละประมาณ 400 ปก ภายใต้ 3 กลุ่มหนังสือหลัก คือ บันเทิงคดีไทย - เทศ (Fiction) สารคดี (Non - Fiction) และหนังสือสำหรับเด็กและเยาวชน

บริษัท อมรินทร์ เทเลวิชั่น จำกัด

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

บริษัท อมรินทร์ บุ๊ค เซ็นเตอร์ จำกัด

บริษัท อมรินทร์ บุ๊ค เซ็นเตอร์ จำกัด ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 2536 เพื่อดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งที่จัดพิมพ์โดยบริษัท อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) สำนักพิมพ์จ้างจำหน่าย รวมไปถึงนักเขียนอิสระ ต่อมาบริษัทได้ขยายธุรกิจค้าปลีกโดยการเปิดร้านหนังสือชื่อ “ร้านนายอินทร์” โดยมีวัตถุประสงค์ในการสร้างความใกล้ชิดกับผู้อ่าน และการกระจายความรู้สู่ชุมชน ตลอดเวลา 26 ปี บริษัท อมรินทร์ บุ๊ค เซ็นเตอร์ จำกัด ได้พัฒนาการดำเนินงานทางธุรกิจเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด รวมถึงการพัฒนากระบวนการของหน่วยงานสนับสนุน ระบบสารสนเทศ และระบบคลังสินค้าและจัดส่ง เพื่อความพร้อมในการให้บริการจนทำให้เป็นผู้นำในธุรกิจจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ของประเทศไทย

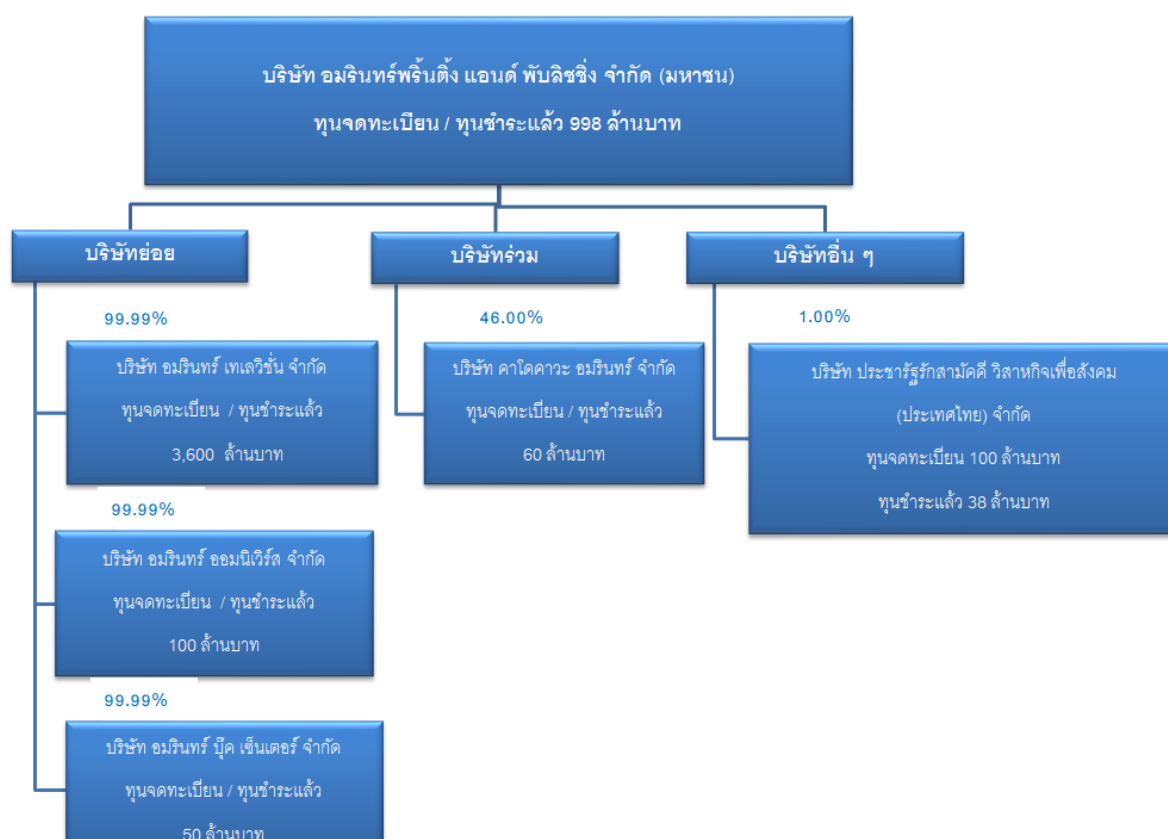
บริษัท อมรินทร์ ออมนิเวิร์ส จำกัด

บริษัท อมรินทร์ ออมนิเวิร์ส จำกัด จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 2 พฤศจิกายน 2560 โดยมีทุนจดทะเบียน 100,000,000 บาท และทุนเรียกชำระแล้ว 100,000,000 บาท เพื่อประกอบธุรกิจซื้อ จัดหา ให้เช่า เช่า ถูกรรมสิทธิ์ 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 60 ล้านบาท โดยมีลักษณะธุรกิจผลิตและจำหน่ายสิ่งพิมพ์หนังสือ Light Novel, Comic, Walker Magazine e-Commerce หนังสือที่เป็นรูปเล่มและ e-book และสินค้าไลฟ์สไตล์ Web Streaming, Sublicensing หนังสือ ภาพยนตร์ แอนิเมชัน และสินค้าที่เกี่ยวข้อง ในปี 2560 บริษัทได้จัดตั้งบริษัท อมรินทร์ ออมนิเวิร์ส จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่บริษัทถือหุ้นในอัตราร้อยละ 99.99 และบริษัทได้ลงทุนในบริษัท ประชาธิรัฐ ภัคสมาคมคี วิชาหนักเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด โดยบริษัทเข้าถือหุ้นในอัตราร้อยละ 1 โดยมีลักษณะธุรกิจเป็นวิชาหนักเพื่อสังคม - ขายสินค้า บริการให้คำปรึกษาทางธุรกิจและการจัดการ และในไตรมาสที่ 3 ปี 2561 บริษัทได้ซื้อหุ้นสามัญ บริษัท อมรินทร์ บู้ค เซ็นเตอร์ จำกัด จาก 19 เปอร์เซ็นต์เป็น 99.99 เปอร์เซ็นต์ ส่งผลให้บริษัท อมรินทร์ บู้ค เซ็นเตอร์ จำกัด เป็นบริษัทย่อยของบริษัท โดยบริษัท อมรินทร์ บู้ค เซ็นเตอร์ จำกัด ประกอบธุรกิจจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ในรูปแบบต่างๆ ที่จัดพิมพ์โดยบริษัทและสำนักพิมพ์จ้างจำหน่าย รวมไปถึงนักเขียนอิสระผ่านร้านนายอินทร์

โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563



ข้อ 2 ลักษณะการประกอบธุรกิจ

แนวโน้มธุรกิจและการแข่งขัน

ภาพรวมเศรษฐกิจไทยปี 2563 จัดว่าเป็นปีแห่งความท้าทายของธุรกิจรอบด้านทั้งภาวะเศรษฐกิจทั่วโลกที่ชะลอตัวจากการแพร่ระบาดของ COVID - 19 ส่งผลกระทบต่อกระบวนการผลิตของภาคอุตสาหกรรมการนำเข้าสินค้าและภาวะการลงทุนของภาคเอกชนที่ชะลอตัว นอกจากนี้ความท้าทายที่สำคัญคือการเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคอีกทั้งจากสถานการณ์ในภาพรวมส่งผลให้การใช้จ่ายของภาครัฐมีการหดตัวทั้งรายจ่ายประจำ และรายจ่ายด้านการลงทุน เช่นเดียวกับการบริโภคของภาคเอกชนที่ยังคงอยู่ในทิศทางชะลอตัวเช่นกัน

สำหรับบริษัทมีรายได้หลักจากการดำเนิน 3 กลุ่มธุรกิจ ได้แก่ ธุรกิจมีเดีย ธุรกิจสำนักพิมพ์ ธุรกิจโรงพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ดังนี้

ธุรกิจมีเดีย

ภาวะเศรษฐกิจถดถอยและหดตัวลงต่ำที่สุดในรอบ 90 ปี ส่งผลให้เม็ดเงินสื่อใน 7 เดือนแรกลดลง แม้จะมีสัญญาณการฟื้นตัวขึ้นมาบ้างในช่วงครึ่งปีหลัง แต่ยังคงมีปัจจัยเสี่ยงหลายประการไม่ว่าจะเป็นสถานการณ์เศรษฐกิจ การชุมนุมทางการเมือง การระบาดของ COVID - 19 ระลอกใหม่ การปิดเมืองที่เข้มงวด ซึ่งสร้างผลกระทบในวงกว้างและรุนแรง สื่อ OMNI Media ของอมรินทร์กรุ๊ปเองได้มีการปรับตัวให้เท่าทันสถานการณ์ ด้วยการขยายตัวในกลุ่มสื่อออนไลน์ ทั้งกลุ่มโซเชียลมีเดีย และช่องทางอีคอมเมิร์ซเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและลูกค้าผู้ลงโฆษณาให้ครอบคลุมกระบวนการตัดสินใจของลูกค้าทั้งยังผสานช่องทาง OMNIM edia Solutions ด้วยคอนเทนต์มากคุณค่า เพื่อกระตุ้นให้เกิดการเสฟสื่อเพิ่มขึ้นตามกลุ่มความสนใจ ได้แก่ กลุ่มไลฟ์วิ่ง แบรินด์บ้านและสวน, room, myhome, Living A SEAN, National Geographic กลุ่มไลฟ์ ได้แก่ แบรินด์ชีวิต, ACuisine, Good Life Update, Secret, Amarin Baby & Kids กลุ่มไลฟ์สไตล์ ได้แก่ แบรินด์แพรว, แพรว Wedding, สุดสัปดาห์ ทำให้สื่อโฆษณาของอมรินทร์มีประสิทธิภาพมากขึ้น ผ่านช่องทางเว็บไซต์ 100 ล้าน Inventory / เดือน เข้าถึงกลุ่มลูกค้า 450 ล้าน Reach / เดือน วิดีโอกว่า 150,000 คลิปและจำนวนผู้ติดตามบนโซเชียลมีเดียรวมทั้งสิ้น 21 ล้าน Followers

กลยุทธ์การรุกธุรกิจใน 5 ON กลุ่ม Online เน้นการมีส่วนร่วมของลูกค้าเพราะถือเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างปฏิสัมพันธ์และพัฒนาช่องทางการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย ด้วยการทำคอนเทนต์ให้มีรูปแบบทันสมัยและควบคู่คอนเทนต์ที่ทรงคุณค่าเพื่อสร้างอัตราการเข้าชมและการคลิกสั่งซื้อสินค้า กลุ่ม On Ground เน้นสร้างความน่าสนใจด้วยการปรับกลยุทธ์เป็น Hybrid Fair พร้อมกับนำ On Ground ควบคู่ Online Fair ผสานเข้ากับคอนเทนต์ของ กลุ่ม On Air อมรินทร์ทีวี เอชดี 34 ในรายการที่ได้รับความนิยมสูงมาปรับรูปแบบการนำเสนอเป็นแบบออนกราวนด์ กลุ่ม On Shop ปรับโมเดลธุรกิจร้านนายอินทร์ที่นอกจากเป็น Smart Store ซึ่งสามารถสั่งซื้อได้ทั้งออนไลน์ และหน้าร้านพร้อมกับเชิญชวนและมอบโปรโมชั่นที่ปรับตามมาตรการของภาครัฐช่วยลดหย่อนภาษีผ่านโครงการช้อปดีมีคืนเพื่อเอื้อต่อการซื้อสินค้า นอกจากนี้ยังคงไว้ซึ่งส่วนแบ่งทางการตลาด On Print ถึง 78% ในฐานะผู้นำที่แข็งแกร่งในอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์

จากการพัฒนาทุก ON อย่างต่อเนื่อง รวมถึงการผนึกกำลังของทุกภาคส่วนในเครือ ด้วยการเน้น OMNI Effect จาก OMNI Media และ OMNI Channel เพื่อเป็นจุดแข็งในการสร้างกลยุทธ์เพื่อการเดินหน้าธุรกิจต่อไป และเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า 2 กลุ่มหลักคือ ลูกค้าผู้บริโภค และลูกค้าผู้ลงโฆษณา

ธุรกิจสำนักพิมพ์

สำนักพิมพ์ในเครืออมรินทร์ดำเนินงานจัดพิมพ์หนังสือเล่มมาตั้งแต่ปี 2535 ภายใต้แนวคิดและการดำเนินงานที่ว่า “การอ่านคือรากฐานที่สำคัญ” ทั้งยังคงพัฒนาเนื้อหาเพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างประสบการณ์ที่สร้างสรรค์ให้ลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันมีสำนักพิมพ์ในเครืออมรินทร์ทั้งหมด 11 สำนักพิมพ์ ประกอบด้วย

- **แพรวสำนักพิมพ์** ผลิตวรรณกรรมไทย และวรรณกรรมแปลจากภาษาต่างประเทศ
- **สำนักพิมพ์แพรวเยาวชน** ผลิตวรรณกรรมเยาวชนชั้นดีทั้งไทย และแปลจากต่างประเทศ
- **สำนักพิมพ์อรุณ** ผลิตนวนิยายรักโรแมนติกทั้งจีน และไทย
- **สำนักพิมพ์โรส** ผลิตนิยายวายทั้งไทย และแปลจากต่างประเทศ
- **สำนักพิมพ์สปริงบุ๊กส์** ผลิตหนังสือสำหรับคนรุ่นใหม่ วัยรุ่นนักศึกษานำเสนอเนื้อหาด้านความคิดสร้างสรรค์

และแรงบันดาลใจด้วยรูปแบบหนังสือที่หลากหลาย

- **สำนักพิมพ์อมรินทร์** ผลิตหนังสือสาระความรู้วิชาการ
- **สำนักพิมพ์อมรินทร์ฮาวทู** ผลิตหนังสือแนวจิตวิทยาพัฒนาตนเอง การเงิน การตลาด และการบริหาร
- **สำนักพิมพ์ซีอาร์ตี** ผลิตหนังสือจิตวิทยาพัฒนาตนเอง สำหรับผู้เริ่มต้นทำงานพร้อมเสริมสร้างแรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต

• **สำนักพิมพ์อมรินทร์สุขภาพ** ผลิตหนังสือทั้งงานไทย และงานแปลที่เน้นสาระความรู้ด้านสุขภาพทั้งกายและใจ

• **สำนักพิมพ์อมรินทร์ธรรมะ** ผลิตหนังสือธรรมะ โดยเน้นเนื้อหาที่มีหลักธรรมถูกต้อง และธรรมะภาคปฏิบัติที่เข้าใจง่าย

- **สำนักพิมพ์อมรินทร์คิดส์** ผลิตหนังสือสำหรับเด็กวัย 0-8 ปี ทั้งนี้หนังสือเสริมความรู้คู่มือพ่อแม่

โดยสำนักพิมพ์ทั้งหมดนี้จัดพิมพ์หนังสือแยกย่อยแบ่งหมวดหมู่อย่างครอบคลุมความสนใจผู้อ่านทุกเพศทุกวัย ปีละประมาณ 400 ปก ภายใต้ 3 กลุ่มหนังสือหลักคือบันเทิงคดีไทย - เทศ (Fiction) สารคดี (Non - Fiction) และหนังสือสำหรับเด็กและเยาวชน

ผลงานที่โดดเด่นในปี 2563

ภาพรวมที่ชัดเจนในปี 2563 คือผู้อ่านปรับเปลี่ยนพฤติกรรมจากการซื้อหนังสือที่หน้าร้านมาเป็นการสั่งซื้อช่องทางออนไลน์มากขึ้น และเพิ่มรูปแบบการอ่านจากหนังสือที่มีการตีพิมพ์เป็นรูปเล่มมาเป็นการอ่านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E - book) โดยเฉพาะในหมวดนิยาย (Fiction) ส่งผลให้ยอดขายหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ในหมวดนี้เติบโตขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ภาพกว้างของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ในปีเดียวกันนี้ จัดอยู่ในเกณฑ์ทรงตัวโดยหนังสือหมวดจิตวิทยาพัฒนาตนเองหมวดนิยายและหมวดความเรียงวัยรุ่นยังคงเติบโตได้ดีต่อเนื่องจากปีก่อน ๆ นอกจากนี้ยังมีหมวดหนังสือกลุ่มเด็กและสินค้าในกลุ่มเดียวกันที่น่าจับตามอง สืบเนื่องจากการได้ใช้เวลาอยู่ที่บ้านร่วมกันและการที่พ่อแม่ให้ความสำคัญกับการเลี้ยงลูกด้วยหนังสือมากขึ้น

สำนักพิมพ์ในเครืออมรินทร์รับมือกับสถานการณ์เศรษฐกิจในยุคปัจจุบันที่มีความผันผวนสูงโดยใช้กลยุทธ์หลักสามแนวทาง ได้แก่ การยืนหยัดด้านคุณภาพการตลาดแบบบูรณาการ และการใช้เครื่องมือทางการตลาดที่ครอบคลุมดังรายละเอียดต่อไปนี้

- Top Content Quality

คอนเทนต์ คือ หัวใจหลักของธุรกิจเสมอมาบริษัทจึงรักษาจุดแข็งนี้ไว้อย่างต่อเนื่อง ด้วยการผลิตหนังสือที่มีคุณภาพและหลากหลายทั้งยังปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้อ่านทุกกลุ่มอย่างครบถ้วน สิ่งนี้เองที่ทำให้ภาพรวมการดำเนินธุรกิจส่วนสำนักพิมพ์ตลอดปี 2563 เติบโตสวนทางกับภาพรวมของอุตสาหกรรมสื่อสิ่งพิมพ์ และสำนักพิมพ์ผลิตหนังสือเล่ม (Pocket Book)

- Integrated Solution Provider

บริษัทใช้กลยุทธ์สื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เน้นจุดแข็งของธุรกิจในเครือที่ครบวงจร ในส่วนสำนักพิมพ์ได้พัฒนาการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายในทุกช่องทาง ได้แก่ www.amarinbooks.com ซึ่งเป็นเว็บไซต์สื่อสารหลักของสำนักพิมพ์ร่วมด้วยโซเชียลมีเดียทุกแพลตฟอร์มทั้งเฟซบุ๊กเพจ (Facebook Page) อินสตาแกรม (Instagram) ทวิตเตอร์ (Twitter) ยูทูบ (YouTube) พอดแคสต์ (Podcast) และเครื่องมือออนไลน์อื่น ๆ ทำให้ทุกแบรนด์ของสำนักพิมพ์เติบโตในโลกออนไลน์อย่างต่อเนื่อง และยังเพิ่มการสื่อสารแบบเจาะจง สำหรับหนังสือทุกเล่ม ทุกหมวด เพื่อให้ผู้อ่านสัมผัสประสบการณ์ที่ละเอียดละไมยิ่งขึ้น

- Inclusive Digital Tools

สำนักพิมพ์ยังคงดำเนินการด้วยความมุ่งมั่นเต็มศักยภาพด้วยการศึกษาปัจจัยทั้งภายใน และภายนอกที่อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจ และภาพรวมของอุตสาหกรรมโดยศึกษาอย่างเจาะลึกถึงพฤติกรรมของผู้อ่านแต่ละกลุ่มเพื่อพัฒนาขีดความสามารถการคาดการณ์แนวโน้มพฤติกรรมผู้อ่านที่อาจเปลี่ยนแปลงไปในอนาคตในโลกยุคดิจิทัลที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว สำนักพิมพ์ยังคงไม่หยุดนิ่งในการปรับตัวเพื่อตอบสนองพฤติกรรมกลุ่มผู้อ่านโดยเพิ่มระดับการใช้โซเชียลมีเดียอย่างหลากหลายรูปแบบยิ่งขึ้น อาทิ การออกอากาศสด (Live Streaming) ไลน์ออฟฟิเชียลแอดเดส (Line OA) และไลน์โอเพนแชต (Line Open Chat) ฯลฯ นอกเหนือจากโซเชียลมีเดียเดิมที่ยังคงดูแลอย่างต่อเนื่องด้วย

ธุรกิจโรงพิมพ์และบรรจุภัณฑ์

ในปีที่ผ่านมาสายงานโรงพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ได้รับผลกระทบจากวิกฤติการณ์แพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ในช่วง 2 ไตรมาสแรก ซึ่งรัฐบาลได้ออกมาตรการล็อกดาวน์เพื่อหยุดยั้งการแพร่ระบาดดังกล่าว ทำให้เกิดผลกระทบต่อภาคเศรษฐกิจในหลายอุตสาหกรรม รวมทั้งธุรกิจสิ่งพิมพ์และบรรจุภัณฑ์และยังมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคไปสู่วิถีการใช้ชีวิตรูปแบบใหม่ (New Normal) เข้าสู่การใช้เทคโนโลยีในการทำธุรกรรมผ่านระบบออนไลน์

อย่างไรก็ตามสายงานโรงพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ได้ดำเนินการพัฒนามาตรฐานในกระบวนการผลิตอย่างเต็มประสิทธิภาพโดยได้ใบรับรองคุณภาพตามมาตรฐาน GMP (Good Manufacturing Practice) และ HACCP (Hazard Analysis Critical Control Point) อันแสดงถึงมาตรฐานและคุณภาพในกระบวนการผลิตบรรจุภัณฑ์สำหรับอาหารทำให้ธุรกิจบรรจุภัณฑ์มีความพร้อมเพื่อรองรับการเติบโตของตลาดบรรจุภัณฑ์อาหารซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคในวิถีการใช้ชีวิตรูปแบบใหม่โดยเฉพาะการสั่งซื้ออาหารและเครื่องดื่มบริโภคต่าง ๆ ผ่านธุรกรรมออนไลน์ซึ่งมีการเติบโตขึ้นอย่างชัดเจน ทำให้ความต้องการของตลาดบรรจุภัณฑ์ที่ได้มาตรฐานและปลอดภัยมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นด้วย

อย่างไรก็ตามแม้ว่าในช่วงที่ผ่านมาธุรกิจสิ่งพิมพ์ประเภทที่ออกตามระยะเวลาเช่น นิตยสารได้รับผลกระทบจากเทคโนโลยีที่นำเสนอข่าวสารและเนื้อหาได้รวดเร็วกว่า ทว่าสิ่งพิมพ์ที่เป็นงานพรีเมียมยังคงมีความต้องการของตลาด เช่น หนังสือในวาระพิเศษต่าง ๆ ซึ่งต้องการความประณีต และความสวยงามทรงคุณค่า สายงานโรงพิมพ์จึงยังรักษา

มาตรฐานคุณภาพการผลิตในงานพิมพ์ตามมาตรฐาน ISO 9001 : 2015 ตลอดจนการพัฒนาเทคนิคการพิมพ์ที่ตอบโจทย์ด้านสุนทรียศาสตร์เพื่อเพิ่มคุณค่าในงานพิมพ์ตามเจตนารมณ์ของลูกค้า นอกจากนี้ กลุ่มงานพิมพ์ดิจิทัล Printon Demand ซึ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ต้องการพิมพ์งานจำนวนน้อยล้วนได้รับการตอบรับอย่างดีในปีที่ผ่านมาและมีแนวโน้มที่จะเติบโตอย่างต่อเนื่อง

สายงานโรงพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ยังตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยการสร้างสรรค์งานคอนเทนต์ครบวงจรโดยฝ่าย The Creatia ให้บริการผลิตและออกแบบเนื้อหาของลูกค้าเพื่อใช้ในสื่อหลากหลายแพลตฟอร์มตั้งแต่สิ่งพิมพ์ไปจนถึงเนื้อหาบนโลกออนไลน์ ซึ่งมีความแตกต่างในรูปแบบการนำเสนอไม่ว่าจะเป็นอินโฟกราฟิก คลิปวิดีโอพอดแคสต์ ฯลฯ ด้วยทีมงานมืออาชีพที่มากประสบการณ์ซึ่งที่ผ่านมาได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคและมีแนวโน้มที่เติบโตขึ้น

บริษัท อมรินทร์ บู้ค เซ็นเตอร์ จำกัด

บริษัท อมรินทร์ บู้ค เซ็นเตอร์ จำกัด ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 2536 เพื่อดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งที่จัดพิมพ์โดยบริษัท อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) สำนักพิมพ์จ้างจำหน่ายรวมไปถึงนักเขียนอิสระ ต่อมาบริษัทได้ขยายธุรกิจค้าปลีกโดยการเปิดร้านหนังสือชื่อ “ร้านนายอินทร์” โดยมีวัตถุประสงค์ในการสร้างความใกล้ชิดกับผู้อ่าน และกระจายความรู้สู่ชุมชนตลอดเวลา 27 ปี บริษัท อมรินทร์ บู้ค เซ็นเตอร์ จำกัด ได้พัฒนาการดำเนินงานทางธุรกิจเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด รวมถึงพัฒนาระบบงานของหน่วยงานสนับสนุนระบบสารสนเทศระบบคลังสินค้า และจัดส่งเพื่อความพร้อมในการให้บริการจนทำให้เป็นผู้นำในธุรกิจผู้จัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ของประเทศไทย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 มีร้านนายอินทร์ที่เปิดดำเนินการอยู่จำนวน 139 ร้าน

บริษัท อมรินทร์ ออมนิเวิร์ส จำกัด

บริษัท อมรินทร์ ออมนิเวิร์ส จำกัด จัดตั้งขึ้นเมื่อ วันที่ 2 พฤศจิกายน 2560 โดยมีทุนจดทะเบียน 100,000,000 บาท และทุนเรียกชำระแล้ว 100,000,000 บาท เพื่อประกอบธุรกิจซื้อจัดหาให้เช่า เช่าถือกรรมสิทธิ์ ในทรัพย์สินต่าง ๆ เพื่อแสวงหารายได้จากการถือกรรมสิทธิ์นั้น ๆ และเข้าเป็นหุ้นส่วนจำกัดความรับผิดชอบในหุ้นส่วนจำกัด เป็นผู้ถือหุ้นในบริษัท จำกัดและบริษัทมหาชนจำกัดทั้งนี้ถือเป็นบริษัทย่อยของบริษัท เนื่องจากถือหุ้นในอัตราส่วนร้อยละ 99.99

บริษัท อมรินทร์ เทเลวิชั่น จำกัด

บริษัท อมรินทร์ เทเลวิชั่น จำกัด ได้รับใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่และประกอบกิจการโทรทัศน์ประเภทบริการธุรกิจระดับชาติหมวดหมู่ทั่วไป แบบความคมชัดสูงจากคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) บริษัทเริ่มดำเนินการออกอากาศรายการครั้งแรก เมื่อวันที่ 23 พฤษภาคม 2557 โดยผู้ชมสามารถรับชมรายการผ่านช่องรายการที่หมายเลข 34 ในชื่อช่องรายการ “อมรินทร์ทีวี 34 เอชดี” และสามารถรับชมรายการผ่านแพลตฟอร์มอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นเว็บไซต์ของบริษัท ช่องทาง You Tube และ Facebook และมีการพัฒนาช่องทางออกอากาศอื่น ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ชมอย่างต่อเนื่อง

ช่องอมรินทร์ทีวี 34 เอชดี ดำเนินการออกอากาศตลอด 24 ชั่วโมง โดยมีเนื้อหารายการประกอบด้วยรายการข่าว รายการสาระ และความบันเทิง รายการกีฬา รวมทั้งรายการสารคดี และความบันเทิงทั่วไป เนื้อหารายการข้างต้นมาจากการผลิตของบริษัทและความร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจที่จะเพิ่มเนื้อหารายการใหม่ ๆ ให้ช่องอย่างต่อเนื่อง ทำให้ในปี 2563 ถือว่าเป็นปีที่บริษัทประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก ส่งผลให้อันดับความนิยมเพิ่มขึ้นจากอันดับที่ 7 ในปี 2562 เป็นอันดับที่ 6 ในปี 2563 และค่าความนิยมเฉลี่ยมีอัตราเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 64.8

| | 2561 | 2562 | 2563 |
|----------------------------|-------|-------|-------|
| ความนิยมเฉลี่ย | 0.313 | 0.355 | 0.585 |
| อัตราการเพิ่มขึ้น (ร้อยละ) | 12.2 | 13.4 | 64.8 |

หมายเหตุ: ข้อมูลความนิยมของผู้ชมทั่วประเทศ อายุตั้งแต่ 4 ปีขึ้นไป จาก AGB NeilSen

ข้อ 3. ปัจจัยความเสี่ยง

ความเสี่ยงต่อการดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัทอมรินทร์ที่ได้เปิดเผยนี้เป็นกรณีที่มีผลกระทบต่อการประกอบธุรกิจ การดำเนินงาน ฐานะการเงิน ต่อการลงทุนของผู้ถือหุ้นอย่างมีนัยสำคัญ ไม่ใช่ความเสี่ยงในลักษณะที่เป็นข้อเท็จจริงทั่วไป สำหรับการประกอบธุรกิจนั้น ๆ

ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ

ความเสี่ยงธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ และธุรกิจจัดจำหน่าย

1. ความเสี่ยงเกี่ยวกับการขาดแคลนสินค้าและวัตถุดิบในการผลิต กระดาษเป็นวัตถุดิบที่สำคัญที่ใช้ในการผลิต นิตยสาร หนังสือเล่ม และงานรับจ้างพิมพ์ วัฏจักรราคาของกระดาษจะแปรผันตามภาวะความต้องการของตลาดและตามทิศทางภาวะเศรษฐกิจอยู่ตลอดเวลา บริษัทใช้วิธีการสั่งซื้อกระดาษที่ใช้ในการผลิตนิตยสารและหนังสือเล่ม ซึ่งสามารถทราบชนิดและปริมาณการใช้ได้ล่วงหน้า โดยสั่งจองล่วงหน้าจากผู้ค้ากระดาษรายใหญ่ซึ่งมีกำลังการผลิต กระดาษสูงสุดในประเทศ และการสั่งซื้อกระดาษจากต่างประเทศจากผู้นำเข้ารายใหญ่มากกว่า 3 ราย จึงไม่มีความเสี่ยงด้านการขาดแคลนวัตถุดิบหลัก (กระดาษ) สำหรับแหล่งจัดซื้อวัตถุดิบอื่น บริษัทมีคณะกรรมการคัดเลือกแหล่งจัดซื้อ จัดหาผู้จำหน่ายวัตถุดิบหลักและวัตถุดิบรองได้เพื่อสำรองการสูญเสียผู้จำหน่ายหลักไป

2. ความเสี่ยงด้านรายได้โฆษณา อุตสาหกรรมโฆษณาสามารถสะท้อนถึงสภาวะเศรษฐกิจได้เป็นอย่างดี หากเกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจ ผู้บริโภคจะชะลอการสั่งซื้อ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อผู้ผลิตสินค้าและบริการ ที่ต้องพิจารณาในงบประมาณด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างระมัดระวัง โดยเลือกใช้สื่อที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น ที่ผ่านมา บริษัทได้ทำการรักษาส่วนแบ่งการตลาดและพัฒนาให้เป็นนิตยสารที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคในอันดับต้น ๆ พร้อมกับปรับเปลี่ยนวิธีการโฆษณาที่หลากหลาย รวมถึงการนำเสนอสื่อดิจิทัล ซึ่งเป็นสื่อโฆษณาบนเว็บไซต์ และสื่อทางโซเชียล ต่าง ๆ อีกทั้งเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการให้ลูกค้าได้รับผลตอบแทนที่คุ้มค่ามากที่สุด เมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงทางสภาวะเศรษฐกิจ จึงไม่ส่งผลกระทบต่อรายได้โฆษณาของบริษัทมากนัก

3. ความเสี่ยงด้านลิขสิทธิ์ เนื่องจากบริษัทมีการผลิตนิตยสารและหนังสือเล่ม ที่ต้องแข่งขันด้วยเนื้อหาสาระและการจัดทำรูปเล่มที่ทันสมัย และมีคุณภาพออกสู่สังคมอย่างต่อเนื่องจึงได้รับความไว้วางใจจากนักเขียนหลายรายให้เป็น ผู้ดำเนินการจัดพิมพ์และจัดจำหน่าย โดยเนื้อหาสาระอันหลากหลายได้มาจากการคิดริเริ่มสร้างสรรค์จากภายในองค์กร ของบริษัท และจากการคัดสรรจากภายนอกทั้งในและต่างประเทศ โดยการซื้อลิขสิทธิ์จากเจ้าของลิขสิทธิ์โดยตรง หรือผ่านตัวแทนที่ได้รับลิขสิทธิ์อย่างถูกต้อง ด้วยการทำสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษรอย่างถูกต้องตามกฎหมาย ภายใต้เงื่อนไขและรายละเอียดของสัญญาที่ชัดเจน เป็นธรรมและโปร่งใส จึงไม่มีความเสี่ยงด้านลิขสิทธิ์

4. ความเสี่ยงเกี่ยวกับอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ บริษัทได้ลงทุนสร้างโรงพิมพ์เป็นของตัวเอง มีการลงทุนและพัฒนา เทคโนโลยีการพิมพ์อย่างต่อเนื่องสามารถรองรับการผลิตสิ่งพิมพ์ของบริษัทอันได้แก่ นิตยสาร หนังสือเล่ม และงานรับจ้าง

พิมพ์ทั่วไปได้อย่างเต็มที่ บริษัทสามารถบริหารจัดการต้นทุนการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ และกำหนดระยะเวลาได้อย่างแน่นอน จึงไม่มีความเสี่ยงด้านกำลังการผลิต และสถานที่ผลิตงานพิมพ์คุณภาพ

5. ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี เนื่องจากปัจจุบัน หนังสือหรือเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ (e-book) ที่ผู้อ่านสามารถอ่านผ่านทางอินเทอร์เน็ต หรือ อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์พกพาอื่น ๆ ได้เข้ามาทดแทนอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ บริษัทได้ตระหนักและให้ความสำคัญจึงได้ทำการศึกษาผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้น เพื่อให้สามารถควบคุมความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม

6. ความเสี่ยงในเรื่องช่องทางการจัดจำหน่าย เนื่องจากปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว มีการแข่งขันในธุรกิจค้าปลีก มีการแข่งขันในการสร้างทางเลือกให้กับผู้บริโภค ทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา บริษัทจึงต้องทำให้แน่ใจได้ว่า ช่องทางการจำหน่ายของบริษัทที่มีอยู่จะยังคงเหมาะสมที่จะรองรับพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้าได้ตลอดเวลา และมากเพียงพอ รวมถึงมีการพัฒนาช่องทางการจำหน่ายรองรับการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ได้ทันเวลา

ความเสี่ยงธุรกิจที่วัดจกั

1. ความเสี่ยงในเรื่องของใบอนุญาต บริษัท อมรินทร์ เทเลวิชั่น จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อย ได้รับ ใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ 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 และเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่บริษัทอีกทั้งได้รับการสนับสนุนทางการเงินจากสถาบันการเงินต่าง ๆ เพื่อการลงทุนและใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนของธุรกิจ

ความเสี่ยงทางการเงิน

1. ความเสี่ยงด้านความสามารถในการชำระหนี้ของลูกหนี้ บริษัทอาจมีความเสี่ยงด้านความสามารถในการชำระหนี้ของลูกหนี้การค้า แต่บริษัทได้มีมาตรการรองรับความเสี่ยงดังกล่าวด้วยการคัดเลือกลูกค้าที่มีศักยภาพ และมีหลักประกันสำหรับลูกค้ายรายใหม่ กำหนดวงเงิน (Credit Line) และระยะเวลาการให้วงเงิน (Credit Term) ให้ลูกค้าแต่ละรายอย่างเหมาะสมชัดเจน รวมไปถึงการบริหารจัดเก็บหนี้อย่างใกล้ชิดและรักษาสัมพันธภาพกับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

2. ความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ย บริษัทอาจมีความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงอัตราดอกเบี้ยของสถาบันการเงิน ในการบริหารจัดการทางการเงินซึ่งบริษัทมีนโยบายการเงินที่ชัดเจนสอดคล้องต่อการดำเนินธุรกิจโดยการจัดหาเครื่องมือทางการเงินที่เหมาะสมภายใต้ต้นทุนการดำเนินงานที่ต่ำที่สุด และไม่มียกเว้นนโยบายที่จะถือหรือออกเครื่องมือทางการเงินเพื่อการเก็งกำไรหรือเพื่อการค้าที่ขัดกับธุรกิจของบริษัท

3. ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน บริษัทอาจมีความเสี่ยงจากการชำระหนี้ค่าเครื่องจักรที่เป็นเงินตราต่างประเทศ แต่บริษัทมีนโยบายป้องกันความเสี่ยงดังกล่าวด้วยการทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า เพื่อลดความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศทุกครั้ง

ข้อ 4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

มูลค่าสุทธิทางบัญชีของที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 ภายใต้กรรมสิทธิ์ของกลุ่มบริษัทมีดังนี้

| ประเภท/ลักษณะทรัพย์สิน | มูลค่าสุทธิตามบัญชี (ล้านบาท) |
|---|-------------------------------|
| ที่ดิน | 503.03 |
| อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร | 289.31 |
| เครื่องจักรและอุปกรณ์ | 249.24 |
| อุปกรณ์ผลิตรายการและถ่ายทอดสัญญาณ | 38.92 |
| เครื่องมือเครื่องใช้ | 22.96 |
| เครื่องตกแต่งติดตั้งและเครื่องใช้สำนักงาน | 37.32 |
| ยานพาหนะ | 15.68 |
| ระบบต่างๆ | 8.23 |
| สินทรัพย์ระหว่างติดตั้งและก่อสร้าง | 14.12 |

ข้อ 5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

-ไม่มี-

ข้อ 6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น**บริษัทที่ออกหลักทรัพย์**

บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจหลัก รับจ้างพิมพ์งานทั่วไป ผลิตสิ่งพิมพ์ของตนเอง และรับจ้างโฆษณา จัดทะเบียนเป็นนิติบุคคลเลขที่ 0107536000480 มีทุนจดทะเบียน ห้าล้านบาท จำนวน 998,281,590 บาท ทุนที่ออกและชำระแล้ว 998,281,590 บาท มูลค่าหุ้นละ 1 บาท โดยมีสถานที่ตั้งของบริษัท และบริษัทย่อยและบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน 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.co.th>E-mail : info@amarin.co.th

บริษัทย่อย - บริษัท อมรินทร์ เทเลวิชั่น จำกัด ประกอบธุรกิจโทรทัศน์ มีทุนจดทะเบียน ห้าล้านบาทจำนวน 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 ถือกรรมสิทธิ์ ในทรัพย์สินต่าง ๆ เพื่อแสวงหารายได้จากการถือกรรมสิทธิ์นั้น ๆ และเช่าเป็นหุ้นส่วนจำกัดความรับผิดชอบในห้างหุ้นส่วนจำกัด เป็นผู้ถือหุ้นในบริษัทจำกัดและบริษัทมหาชนจำกัด ทุนจดทะเบียน ห้าล้านบาทจำนวน 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 และสื่อการสอนในรูปแบบดิมีเดีย เป็นต้น ในด้านการค้าส่ง และการค้าปลีก มีทุนจดทะเบียน ห้าล้านบาทจำนวน 50,000,000 บาท ทุนที่ออกและชำระแล้ว 50,000,000 บาท มูลค่าหุ้นละ 100 บาท มีสถานที่ตั้งดังนี้

1. สำนักงานใหญ่ ตั้งอยู่เลขที่ 108 หมู่ 2 ถนนบางกรวย - จังหนุม ตำบลมหาสวัสดิ์ อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี 11130 โทรศัพท์ 0-2423-9999

บริษัทร่วม - บริษัท คาโตคาเวะ อมรินทร์ จำกัด ประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายสิ่งพิมพ์หนังสือ Light Novel, Comic, Walker Magazine e-Commerce หนังสือที่เป็นรูปเล่มและ e-book และสินค้าไลเซนส์ 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

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