



อิฐตัน

ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

คณะกรรมการของบริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) เป็นผู้ให้ความเห็นชอบในการกำหนดวิสัยทัศน์ ภารกิจ การวางแผนกลยุทธ์ เป้าหมาย แผนธุรกิจและงบประมาณของบริษัท โดยกำหนดให้มีการประชุมคณะกรรมการบริษัท อย่างสม่ำเสมอ เพื่อติดตามผลการดำเนินงานของบริษัท และรับทราบเรื่องดำเนินการที่สำคัญของฝ่ายจัดการ รวมถึงได้ จัดให้มีกลไกในการกำกับดูแล ติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารว่าเป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ทั้งใน ระยะสั้น และระยะยาว

1.1 วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ เป้าหมาย

คือธุรกิจเพื่อภารกิจด้วยเป้าหมายสู่ผู้นำทางธุรกิจเครื่องดื่มคุณภาพ และก้าวผ่านวัฏกรรม ที่เติบโตไปพร้อมกับ สังคมที่ดี โดยคุณต้น ภาสกรนที มีความตั้งใจอย่างแรงกล้า ในการสร้างธุรกิจที่มีคุณภาพให้มั่นคง และก้าวไกลจน สามารถช่วยเหลือ และให้อาณาเขตกับผู้คนในสังคมไทยได้อย่างแท้จริง เริ่มจากการเสาะแสวงหาวัตถุดิบที่ดีที่สุด ที่ปลูกโดย เกษตรกรชาวเขา ซึ่งเป็นการสร้างงานสุจริตที่ยั่งยืน ไปจนถึงการตัดสินใจลงทุนกับระบบโรงงานที่ใช้พลังงานหมุนเวียน ด้วยตัวเองมากที่สุด ทำให้ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมรอบข้างน้อยที่สุด

พันธกิจของบริษัท

ในความเป็นบริษัทเพื่อภารกิจ บริษัทฯ จึงอยากต่อยอดมากกว่าแค่การนำเสนอสินค้า แต่เป็นการพัฒนาสังคม และคุณภาพชีวิตไปพร้อมๆ กับการสร้างผลประกอบการที่ดี เพื่อให้ได้ผลกำไรสูงสุดและการตอบแทนสังคมอย่างต่อเนื่อง และมีประสิทธิภาพ

ต่อลูกค้า : อิชิตันจะผลิตและพัฒนาเครื่องดื่มคุณภาพที่ดีต่อสุขภาพของลูกค้า เพื่อให้ผู้บริโภค ได้รับความพึงพอใจสูงสุด

ต่อผู้ถือหุ้น : อิชิตันจะใช้วัฏกรรมสร้างธุรกิจเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการ มองหาโอกาส ในการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่ๆ อยู่เสมอ และต่อยอดสู่การสร้างผลประกอบการสูงสุด

ต่อสังคม : อิชิตันจะเป็นแบบอย่างขององค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม และคืนกำไรสู่สังคม เพื่อ พัฒนาคุณภาพสังคมไทยให้ดีขึ้น

ต่อพนักงาน : อิชิตันจะสนับสนุนให้พนักงานพัฒนาความสามารถจนไปสู่ความเป็นมืออาชีพ สร้างคุณภาพชีวิตที่ดีและเกิดความภาคภูมิใจในการเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร

วิสัยทัศน์ของบริษัท

บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ต้องการมุ่งไปสู่ความเป็นผู้นำธุรกิจเครื่องดื่มคุณภาพและนวัตกรรม ที่เติบโต ไปพร้อมกับสังคมที่ดี

เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ

บริษัทฯ มีเป้าหมายที่จะเป็นผู้นำธุรกิจเครื่องดื่มคุณภาพและนวัตกรรมที่เติบโตไปพร้อมกับสังคมที่ดี ดังนั้น ในระยะเวลา 5 ปีข้างหน้า บริษัทฯ จะมุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ อย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มความหลากหลายและรองรับความต้องการของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้น รวมถึงการพัฒนาโอกาสทางธุรกิจเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) ต่อไป โดยบริษัทฯ คาดว่าจะพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่โดยเฉลี่ยปีละ 3-4 รสชาติ ทั้งจากการวิจัยพัฒนาของบริษัทฯ เองหรือการเข้าซื้อแบรนด์อื่นหากโอกาสทางธุรกิจเอื้ออำนวย นอกจากนี้ บริษัทฯ จะมุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการทำงาน โดยจะนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาสนับสนุนกระบวนการผลิตเพื่อประหยัดเวลาและเพิ่มประสิทธิภาพตลอดจนเพิ่มการตอบสนองให้สังคม

1.2 การเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาที่สำคัญ

พัฒนาการสำคัญของธุรกิจจากอดีตจนถึงปัจจุบันมีดังต่อไปนี้

เดือน / ปี	เหตุการณ์ที่สำคัญ
ปี 2553	
ก.ย. 2553	- ก่อตั้งบริษัท ไม่นัน จำกัด เมื่อวันที่ 3 ก.ย. 2553 ด้วยทุนจดทะเบียน 500.0 ล้านบาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 5.0 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้ 100 บาท/หุ้น
พ.ย. 2553	- เข้าทำสัญญาจะซื้อจะขายที่ดินตั้งอยู่ที่ สวนอุตสาหกรรมโรจนะ จ. พระนครศรีอยุธยา พื้นที่รวม 75-3-80 ไร่ เพื่อก่อสร้างอาคารโรงงาน - ยื่นขอบัตรส่งเสริมการลงทุน และดำเนินขอใบอนุญาตอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ
ธ.ค. 2553	- ว่าจ้างผู้ผลิตภายนอกผลิตเครื่องดื่ม อิชิตัน ดับเบิ้ลดริงค์ และเริ่มทำการตลาดและประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม ดับเบิ้ลดริงค์
ปี 2554	
ม.ค. 2554	- วางจำหน่ายเครื่องดื่มฟักชันทัน อิชิตัน ดับเบิ้ลดริงค์ ขนาดบรรจุ 420 มล.
มี.ค. 2554	- ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 2/2554 มีมติอนุมัติเพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 600.0 ล้านบาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 6.0 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้ 100 บาท/หุ้น โดยเป็นการเพิ่มทุนให้กับผู้ถือหุ้นเดิม
เม.ย. 2554	- ได้รับบัตรส่งเสริมการลงทุนจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนเลขที่ 1496(2)/2554
พ.ค. 2554	- วางจำหน่ายเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่ม อิชิตัน กรีนที แบบขวด ขนาดบรรจุ 420 มล.
ก.ย. 2554	- โรงงานเริ่มทดสอบกระบวนการผลิตครั้งแรกด้วยกำลังการผลิต 1 สายการผลิตขวด และ 1 สายการผลิตกล่อง
ต.ค. 2554	- เกิดเหตุการณ์มหาอุทกภัย ส่งผลให้บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายจากมหาอุทกภัยรวม 1,180.6 ล้านบาท ในขณะที่มีรายได้ที่รับรู้จากเงินสดจากบริษัทประกันภัยส่วนแรก จำนวน 600.0 ล้านบาท ทำให้บริษัทฯ มีผลขาดทุนสุทธิจากมหาอุทกภัยที่รับรู้ในปี 2554 จำนวน 580.6 ล้านบาท ในปีถัดไป บริษัทฯ ได้รับเงินชดเชยทั้งหมดจากบริษัทประกันภัย ทำให้ต้องรับรู้เป็นรายได้ส่วนที่เหลือในปี 2555 เพิ่มอีกจำนวน 518.8 ล้านบาท (สุทธิจากรายการขาดทุนจากการตัดจำหน่ายอาคารและอุปกรณ์ในปี 2555 จำนวน 50.5 ล้านบาท)

เดือน / ปี	เหตุการณ์ที่สำคัญ
พ.ย. 2554	- เปลี่ยนชื่อบริษัทฯ เป็น บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด
ปี 2555	
ม.ค. 2555	- วางจำหน่ายเครื่องต้มอิชิตัน กรีนที แบบกล่อง ขนาดบรรจุ 250 มล.
มี.ค. - เม.ย. 2555	- โรงงานเริ่มดำเนินการผลิตด้วยกำลังการผลิต 1 สายการผลิตขวด (มี.ค.) และ 1 สายการผลิตกล่อง (เม.ย.)
ก.ค. 2555	- เพิ่มกำลังการผลิตอีก 1 สายการผลิตกล่อง รวมเป็น 2 สายการผลิตกล่อง
ก.ย. 2555	- เพิ่มกำลังการผลิตอีก 1 สายการผลิตขวด รวมเป็น 2 สายการผลิตขวด - ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 4/2555 มีมติอนุมัติเพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 1,000.0 ล้านบาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 10.0 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้ 100 บาท/หุ้น โดยเป็นการเพิ่มทุนให้กับผู้ถือหุ้นเดิม - วางจำหน่ายเครื่องต้มชาดำพร้อมดื่ม อิชิตัน ดราگون แบล็คที ขนาดบรรจุ 420 มล. - วางจำหน่ายเครื่องต้มอิชิตัน กรีนที ขนาดบรรจุ 840 มล.
ปี 2556	
ม.ค. 2556	- จำหน่ายธุรกิจอาหาร
ก.พ. 2556	- วางจำหน่ายเครื่องต้มชาเขียวสมุนไพรสูตรจับเลี้ยง เย็นเย็น โดยอิชิตัน ขนาดบรรจุ 400 มล.
มี.ค. 2556	- เพิ่มกำลังการผลิตอีก 1 สายการผลิตขวด รวมเป็น 3 สายการผลิตขวด
มิ.ย. 2556	- วางจำหน่ายเครื่องต้มชาเขียวสมุนไพรสูตรจับเลี้ยง เย็นเย็น โดยอิชิตัน แบบกล่อง ขนาดบรรจุ 250 มล.
ก.ค. 2556	- ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 2/2556 มีมติอนุมัติการแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด และการเปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้จากหุ้นละ 100 บาท เป็นมูลค่าหุ้นละ 1 บาท พร้อมทั้งอนุมัติการเพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 1,300.0 ล้านบาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 1,300 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้ 1 บาท/หุ้น
ก.ย. 2556	- ได้รับบัตรส่งเสริมการลงทุนจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนเลขที่ 5175(2)/2556 ตามมาตรการส่งเสริมการลงทุนเพื่อฟื้นฟูการลงทุนจากวิกฤตอุทกภัย ตามบัตรส่งเสริม (เดิม) เลขที่ 1496(2)/2554
ปี 2557	
มี.ค. 2557	- วางจำหน่ายเครื่องต้มอิชิตัน ซีเล็คเตด เป็นเครื่องต้มชาสูตรหวานน้อย ขนาดบรรจุ 450 มล. - วางจำหน่ายเครื่องต้มชาเขียวสมุนไพรสูตรจับเลี้ยง เย็นเย็น โดยอิชิตัน แบบกระป๋องสลิม ขนาดบรรจุ 240 มล.
เม.ย. 2557	- บริษัทฯ ได้ทำการเข้าจดทะเบียนและทำการซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย - เพิ่มกำลังการผลิตอีก 1 สายการผลิตขวด รวมเป็น 4 สายการผลิตขวด

เดือน / ปี	เหตุการณ์ที่สำคัญ
พ.ค. 2557	- ซื้อสิทธิในเครื่องหมายการค้า “ไบเล่” (หรือ BIRELEY) พร้อมสูตรการผลิตจากบริษัท ชันนี เฮิร์บ อินเตอร์เนชั่นแนล เบฟเวอเรจ
มิ.ย. 2557	- ยกเลิกการวางจำหน่ายเครื่องดื่มฟังก์ชันนัล อิชิตัน ดับเบิ้ลดริงค์
ก.ค. 2557	- วางจำหน่ายเครื่องดื่มชาเขียวสมุนไพรสูตรจับเลี้ยง เย็นเย็น โดยอิชิตัน ขนาดบรรจุ 800 มล. (เย็นเย็น ยักษ์)
ส.ค. 2557	- เข้าร่วมทุนในกิจการร่วมค้าในประเทศอินโดนีเซีย - วางจำหน่ายเครื่องดื่มสมุนไพรเย็นเย็น เก็กฮวยผสมน้ำผึ้ง โดยอิชิตัน ขนาดบรรจุ 400 มล.
ก.ย. 2557	- วางจำหน่ายเครื่องดื่มสมุนไพรเย็นเย็น เก็กฮวยผสมน้ำผึ้ง โดยอิชิตัน แบบกล่อง ขนาดบรรจุ 250 มล. และแบบขวด ขนาดบรรจุ 800 มล. (เย็นเย็น ยักษ์ เก็กฮวยผสมน้ำผึ้ง) - เพิ่มกำลังการผลิตอีก 1 สายการผลิตขวด รวมเป็น 5 สายการผลิตขวด - วางจำหน่ายเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่ม รสน้ำผึ้งผสมมะนาว ขนาดบรรจุ 290 มล. - วางจำหน่ายเครื่องดื่มชาดำพร้อมดื่ม อิชิตัน ดราก้อน แบล็คที รสมัลเบอร์รี่ ขนาดบรรจุ 290 มล.
พ.ย. 2557	- วางจำหน่ายเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่ม รสลิ้นจี่ ขนาดบรรจุ 420 มล.
ปี 2558	
ม.ค. 2558	- เพิ่มกำลังการผลิตอีก 1 สายการผลิตขวด รวมเป็น 5 สายการผลิตขวด
มี.ค. 2558	- วางจำหน่ายเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่ม รสลิ้นจี่ แบบกล่อง ขนาดบรรจุ 250 มล.
เม.ย. 2558	- เพิ่มกำลังการผลิตอีก 1 สายการผลิตขวด รวมเป็น 6 สายการผลิตขวด - บริษัทฯ ได้จัดงานเปิดตัว “ไบเล่” น้ำผลไม้ไม่อัดลมในลูกใหม่ “ความสุขรสผลไม้” - วางจำหน่ายเครื่องดื่มน้ำผลไม้ไม่อัดลม “ไบเล่” จำนวน 2 รสชาติ ได้แก่ ไบเล่ น้ำส้ม และไบเล่ น้ำอุนแดง ขนาดบรรจุ 290 มล.
มิ.ย. 2558	- ยกเลิกการวางจำหน่ายเครื่องดื่มอิชิตัน ซีเล็คเตด
ก.ค. 2558	- ยกเลิกการผลิตเครื่องดื่มชาดำพร้อมดื่ม อิชิตัน ดราก้อน แบล็คที รสสตอเบอร์รี่
ส.ค. 2558	- วางจำหน่ายเครื่องดื่มชาเขียวสมุนไพรสูตรจับเลี้ยง เย็นเย็น โดยอิชิตัน ขนาด 315 มล.

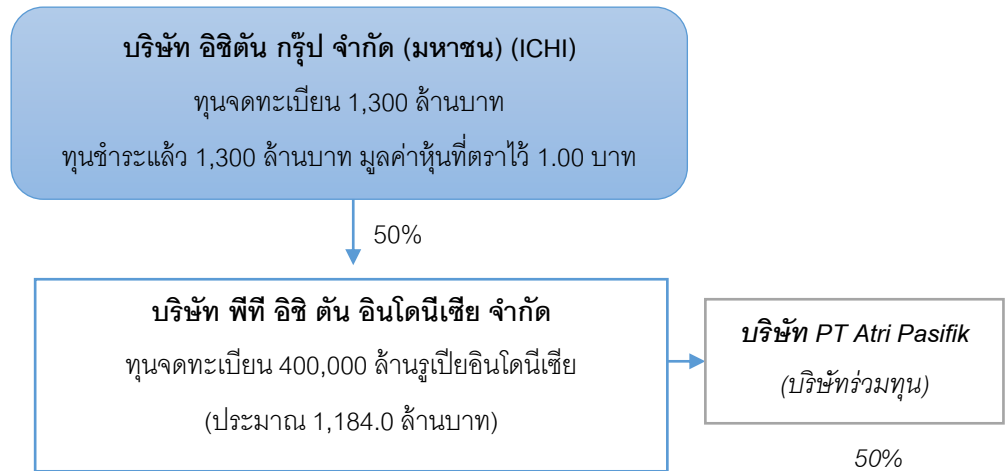
เดือน / ปี	เหตุการณ์ที่สำคัญ
	- วางจำหน่ายเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่ม รสลิ้นจี่ ขนาดบรรจุ 840 มล.
ก.ย. 2558	- วางจำหน่ายเครื่องดื่มน้ำผลไม้ไม่อัดลม “ไบเล่” รสชาติใหม่ จำนวน 1 รสชาติ ไบเล่ รสลิ้นจี่ ขนาดบรรจุ 290 มล.
ต.ค. 2558	- เปิดตัวเครื่องดื่มชาพร้อมดื่ม ที่ประเทศอินโดนีเซีย ภายใต้ บริษัท พีที อิชิ ตัน อินโดนีเซีย จำกัด โดยวางจำหน่ายเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่ม 2 รสชาติ คือ รสน้ำผึ้งผสมมะนาว และ รสลิ้นจี่ - วางจำหน่ายเครื่องดื่มสมุนไพรเย็นเย็น เก๊กฮวยผสมน้ำผึ้ง โดยอิชิตัน ขนาดบรรจุ 315 มล. - วางจำหน่ายเครื่องดื่มน้ำผลไม้ไม่อัดลม “ไบเล่” รสชาติใหม่ จำนวน 1 รสชาติ ไบเล่ รสแอปเปิ้ล ขนาดบรรจุ 290 มล.
พ.ย. 2558	- วางจำหน่าย เครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่ม รสชาติน้ำผึ้งผสมมะนาว และจมูกข้าวญี่ปุ่น ขนาดบรรจุ 600 มล.

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจเครื่องดื่ม เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่ม อิชิตัน กรีนที เครื่องดื่มชาดำพร้อมดื่ม อิชิตัน ดราگونแบล็คที เครื่องดื่มสมุนไพร เย็นเย็น โดยอิชิตัน และเครื่องดื่มน้ำผลไม้ไม่อัดลม “ไบเล่”

เมื่อวันที่ 27 สิงหาคม 2557 บริษัทได้เข้าทำสัญญาร่วมลงทุนกับบริษัท พีที อาทรี แอปิฟิค (“AP”) ซึ่งเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นในประเทศอินโดนีเซีย เพื่อร่วมลงทุนในบริษัท พีที อิชิ ตัน อินโดนีเซีย ซึ่งเป็นกิจการร่วมค้าที่จะจัดตั้งขึ้นใหม่ในประเทศอินโดนีเซีย และมีวัตถุประสงค์เพื่อผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มพร้อมดื่ม แบรินด์ “อิชิตัน” ในประเทศอินโดนีเซีย โดยบริษัทและ AP จะเข้าลงทุนในกิจการร่วมค้าในอัตราส่วนที่เท่ากัน (อัตราร้อยละ 50 ของหุ้นที่ออกและจำหน่ายได้ทั้งหมดของกิจการร่วมค้า) ซึ่งคิดเป็นมูลค่าเงินลงทุนจำนวนรวม 200,000 ล้านบาท (หรือประมาณ 575 ล้านบาท) บริษัทได้จ่ายชำระเงินทุนจัดตั้งบริษัทงวดแรกในอัตราร้อยละ 50 ของ ที่เรียกชำระแล้วเป็นจำนวนเงิน 135.6 ล้านบาทและกิจการร่วมค้าดังกล่าวจัดตั้งเสร็จเมื่อวันที่ 25 พฤศจิกายน 2557 ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 บริษัท พีที อิชิ ตัน อินโดนีเซีย จึงกลายเป็นกิจการที่ควบคุมร่วมกันของบริษัท

ผังโครงสร้างการถือหุ้นของบริษัท



1.4 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นรายใหญ่

-ไม่มี-

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

ประวัติความเป็นมา

บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ” หรือ “อิชิตัน”) เดิมชื่อ บริษัท ไม่ตัน จำกัด ก่อตั้งเมื่อวันที่ 3 กันยายน 2553 ด้วยทุนจดทะเบียน 500 ล้านบาท เพื่อดำเนินธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นแบบฟิวชั่นสเต็คคอร์ด และร้านช็อกโกแลตสดสไตล์ญี่ปุ่น ผลิตภัณฑ์และจำหน่ายเครื่องดื่ม อย่างไรก็ตาม เพื่อให้ทีมงานของบริษัท มุ่งเน้นธุรกิจเครื่องดื่มเพียงอย่างเดียวเพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการเป็นผู้นำธุรกิจเครื่องดื่มชาเขียวคุณภาพระดับยอดเยี่ยมของประเทศไทย บริษัทฯ จึงได้ขายธุรกิจอาหารออกไปในเดือนมกราคม 2556

สำหรับธุรกิจเครื่องดื่มซึ่งเป็นส่วนงานที่ดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง บริษัทฯ ได้เริ่มต้นด้วยการเป็นผู้จำหน่ายเครื่องดื่มฟังก์ชันนัล จำนวน 2 รสชาติ ภายใต้ชื่อทางการค้า อิชิตัน ดับเบิลดริงค์ ตั้งแต่เดือนมกราคม ปี 2554 และวางจำหน่ายเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มครั้งแรก จำนวน 3 รสชาติ ภายใต้ชื่อทางการค้า อิชิตัน กรีนที ตั้งแต่เดือนพฤษภาคม ปี 2554 โดยเป็นการว่าจ้างผู้ผลิตภายนอกเป็นผู้ผลิต ต่อมาบริษัทฯ ลงทุนก่อสร้างโรงงานเครื่องดื่มที่มีกำลังการผลิต 1 สายการผลิตขวด และ 1 สายการผลิตกล่อง ที่สวนอุตสาหกรรมโรจนะ จ.พระนครศรีอยุธยา และโรงงานเริ่มดำเนินการทดสอบการผลิตครั้งแรกในเดือนกันยายน ปี 2554 ทั้งนี้ เกิดเหตุการณ์มหาอุทกภัยในเดือนตุลาคม ปี 2554 ส่งผลให้สายการผลิตของบริษัทฯ ได้รับความเสียหายและได้รับผลกระทบจากมหาอุทกภัย โดยโรงงานสามารถเริ่มดำเนินการผลิตในช่วงต้นปี 2555 ด้วยกำลังการผลิต 1 สายการผลิตขวด และ 1 สายการผลิตกล่อง นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้เพิ่มกำลังการผลิตอีก 1 สายการผลิตขวด และ 1 สายการผลิตกล่อง ในปี 2555 ทำให้บริษัทฯ มีกำลังการผลิต รวมเป็น 2 สายการผลิตขวด และ 2 สายการผลิตกล่อง

ในปี 2556 บริษัทฯ ได้ลงทุนเพิ่มกำลังการผลิตอีก 1 สายการผลิตขวด รวมเป็น 3 สายการผลิตขวดและ 2 สายการผลิตกล่อง เพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภคที่เพิ่มสูงขึ้น

ในปี 2557 บริษัทฯ ได้ลงทุนเพิ่มกำลังการผลิตอีก 1 สายการผลิตขวด รวมเป็น 4 สายการผลิตขวด และ 2 สายการผลิตกล่อง ทำให้ปัจจุบันบริษัทฯ มีกำลังการผลิตทั้งหมด 800 ล้านขวด และ 200 ล้านกล่องต่อปี โดยผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มทั้งหมดเป็นจำนวน 19 รสชาติ ซึ่งสามารถแบ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์ออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ (1) เครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่ม ภายใต้ชื่อสินค้า “อิชิตัน กรีนที” (2) เครื่องดื่มชาดำพร้อมดื่ม ภายใต้ชื่อสินค้า “อิชิตัน ดราگون แบล็คที” (3) เครื่องดื่มสมุนไพร ภายใต้ชื่อสินค้า “เย็นเย็น โดยอิชิตัน” และ (4) เครื่องดื่มชาพร้อมดื่มสูตรหวานน้อย ภายใต้ชื่อสินค้า “อิชิตัน ซีเล็คเตด”

สำหรับปี 2558 บริษัทฯ ได้ลงทุนเพิ่มกำลังการผลิตอีก 2 สายการผลิตขวด รวมเป็น 6 สายการผลิตขวด และ 2 สายการผลิตกล่อง ทำให้ปัจจุบันบริษัทฯ มีกำลังการผลิตทั้งหมด 1,200 ล้านขวด และ 200 ล้านกล่องต่อปี โดยผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มทั้งหมดเป็นจำนวน 17 รสชาติ ซึ่งสามารถแบ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์ออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ (1) เครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่ม ภายใต้ชื่อสินค้า “อิชิตัน กรีนที” (2) เครื่องดื่มชาดำพร้อมดื่ม ภายใต้ชื่อสินค้า “อิชิตัน ดราگون แบล็คที” (3) เครื่องดื่มสมุนไพร ภายใต้ชื่อสินค้า “เย็นเย็น โดยอิชิตัน” และ (4) เครื่องดื่มชาพร้อมดื่มอัดลม ภายใต้ชื่อสินค้า “ไปเล่”

ภาพรวมการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ

บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) จัดทะเบียนจัดตั้งบริษัทเมื่อวันที่ 3 กันยายน 2553 ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทมีทุนจดทะเบียน 1,300 ล้านบาท และมีทุนชำระแล้ว 1,300 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 1,300 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้ หุ้นละ 1.00 บาท บริษัทประกอบธุรกิจเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่ม อิชิตัน กรีนที เครื่องดื่มชาดำพร้อมดื่ม อิชิตัน ดราก่อนแบล็คที เครื่องดื่มสมุนไพร เย็นเย็น โดยอิชิตัน และเครื่องดื่มน้ำผลไม้ไม่อัดลม “ไบเล่”

สำหรับกลยุทธ์ทางการตลาด บริษัทฯ วางตำแหน่งผลิตภัณฑ์เป็นเครื่องดื่มที่มีคุณภาพสูง เริ่มจากการคัดสรรวัตถุดิบตลอดจนกรรมวิธีในการผลิตที่พิถีพิถันและบรรจุผลิตภัณฑ์ที่สะอาดปลอดภัย เพื่อสุขภาพของผู้บริโภคและรสชาติที่ยังคงความเป็นธรรมชาติ โดยผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ มีจุดเด่นหลักๆ คือ

- เป็นเครื่องดื่มคุณภาพที่ดีต่อสุขภาพ ผลิตจากใบชาเขียวออร์แกนิกที่ได้รับใบรับรองจากกรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์
- ผลิตภัณฑ์มีรูปปลั๊กอินทันสมัยและมีขนาดบรรจุภัณฑ์ที่หลากหลาย เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในทุกกลุ่ม
- รสชาติตรงกับความต้องการของผู้บริโภคคนไทย
- เป็นเครื่องดื่มที่รักและเติบโตไปพร้อมกับสังคมที่ดี

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 กำลังการผลิตรวมของบริษัทฯ เป็นดังนี้

- กำลังสายการผลิตขวดรวม 6 สายการผลิต หรือคิดเป็น 1,200 ล้านขวด/ปี (หรือเทียบเท่า 504 ล้านลิตร/ปี)
- กำลังสายการผลิตกล่องยูเอชทีรวม 2 สายการผลิต หรือคิดเป็น 200 ล้านกล่อง/ปี (หรือเทียบเท่า 50 ล้านลิตร/ปี)

ปัจจุบัน ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ มีทั้งหมด 4 สายผลิตภัณฑ์ อยู่ในรูปแบบบรรจุภัณฑ์แบบขวดและกล่องยูเอชที

1. เครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่ม อิชิตัน กรีนที เป็นเครื่องดื่มชาเขียวที่มุ่งเน้นในคุณภาพของวัตถุดิบ มีทั้งหมด 9 รสชาติ ได้แก่ (1) รสต้นตำรับผสมดอกชา (2) รสน้ำผึ้งผสมมะนาว (3) รสคัสชู่ (เก๊กฮวย) (4) รสจมูกข้าวญี่ปุ่น (5) สูตรไม่มีน้ำตาลผสม มัทนะ (6) รสเบอร์รี่เบอร์รี่ (7) รสแอปเปิ้ล กีวี (8) อุ้มหลง สูตรไม่มีน้ำตาล และ (9) รสลิ้นจี่
2. เครื่องดื่มชาดำพร้อมดื่ม อิชิตัน ดราก่อนแบล็คที มีทั้งหมด 2 รสชาติ ได้แก่ (1) รสเลมอน และ (2) รสมัลเบอร์รี่
3. เครื่องดื่มสมุนไพร ภายใต้อิทธิพลการค้า เย็นเย็น โดยอิชิตัน มีทั้งหมด 2 รสชาติ ได้แก่ (1) ชาเขียวสมุนไพรผสมน้ำจับเลี้ยง และ (2) เก๊กฮวยผสมน้ำผึ้ง
4. เครื่องดื่มน้ำผลไม้ไม่อัดลม ภายใต้อิทธิพลการค้า ไบเล่ มีทั้งหมด 4 รสชาติ ได้แก่ (1) น้ำส้ม (2) น้ำองุ่นแดง (3) น้ำลิ้นจี่ และ (4) น้ำแอปเปิ้ล

บริษัทฯ ได้จำหน่ายสินค้าผ่านตัวแทนผู้จัดจำหน่าย 3 ราย ได้แก่ (1) บริษัท ดีเคเอสเอช (ประเทศไทย) จำกัด (2) บริษัท บุญรอดเอเชีย จำกัด และ (3) บริษัท ไอแอมกรีนที จำกัด (IGT) ซึ่งเป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน

เพื่อเป็นการรักษารฐานลูกค้าของช่องทางการจัดจำหน่ายแบบ Traditional Trade ที่เน้นกลุ่มเป้าหมายที่ไม่ทับซ้อนกับกลุ่มเป้าหมายของ DKSH และบุญรอดเอเชีย จึงได้มีการจัดตั้ง บริษัท ไอแอม กรีนที จำกัด (IGT) ขึ้นมาในเดือนมิถุนายน 2554 โดยมี คุณอิง ภาสกรนที (ภรรยาของคุณต้น ภาสกรนที) เป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ด้วยสัดส่วนการถือหุ้น 75% (อีก 25% ถือหุ้นโดยกลุ่มตระกูลไตรพฤกษ์ซึ่งไม่มีความสัมพันธ์ใดๆ กับบริษัทฯ และผู้บริหารของบริษัทฯ) โดยมีจุดประสงค์เพื่อจัดจำหน่ายเครื่องดื่มของอิชิตันในช่องทางประเภทชาเขียว ต่อมาบริษัทฯ มีนโยบายชัดเจนที่จะเน้นการผลิต การตลาด และการสร้างแบรนด์ โดยจะไม่ทำธุรกรรมทางด้านการจัดจำหน่ายเองซึ่งต้องใช้เวลาของผู้บริหารในการจัดการรวมถึงกำลังพลจำนวนมาก บริษัทฯ จึงไม่จัดโครงสร้างให้ IGT อยู่ในกลุ่มของบริษัทฯ เพื่อนำเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และคุณอิง ภาสกรนที จึงได้ขายหุ้น IGT ที่ตนถืออยู่ทั้งจำนวนให้แก่ คุณธัญธิตา ภาสกรนที (พี่สาวของคุณต้น ภาสกรนที) ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ด้วยสัดส่วนการถือหุ้น 99.99% ในบริษัท โอ.จี.ที จำกัด (OGT) ทั้งนี้ OGT เดิมเป็นผู้จัดจำหน่ายเครื่องดื่มชาเขียวในช่องทางประเภทชาเขียวของผู้ประกอบการชาเขียวรายหนึ่ง ต่อมาได้หยุดดำเนินการจำหน่ายเครื่องดื่มชาเขียวให้กับผู้ประกอบการรายดังกล่าว ปัจจุบัน OGT มิได้ประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องหรือแข่งขันกันกับธุรกิจของบริษัทฯ และมีรายได้ค่าเช่าที่ดินจาก IGT ซึ่งผูกพันตามสัญญาเช่าเดิม

โครงสร้างรายได้

โครงสร้างรายได้สำหรับปี 2556 ถึงปี 2558 สามารถสรุปได้ดังนี้

โครงสร้างรายได้	ปี 2556		ปี 2557		ปี 2558	
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
รายได้จากการขายสุทธิ	6,484.4	99.3%	6,179.1	99.5%	6,339.6	99.7%
รายได้อื่น	47.5	0.7%	29.8	0.5%	17.2	0.3%
รายได้รวม	6,531.8	100.0%	6,208.9	100.0%	6,356.8	100.0%
อัตรากำไรสุทธิของยอดขาย	66.0%		(4.7%)		2.6%	
ส่วนแบ่งตลาด*	42.1%		43.8%		43.4%	
จำนวนรสชาติ	17 รสชาติ		19 รสชาติ		17 รสชาติ	

*ที่มา: ดัชนีค่าปลั๊กของ Nielsen ข้อมูลเดือนมกราคม 2559

บริษัทฯ มีรายได้หลักมาจากการขายเครื่องดื่มชาพร้อมดื่ม โดยในปี 2556 ปี 2557 และปี 2558 บริษัทฯ มีรายได้จากการขายเท่ากับ 6,484.4 ล้านบาท , 6,179.1 ล้านบาท และ 6,339.6 ล้านบาท ตามลำดับ โดยคิดเป็นร้อยละ 99.3 ร้อยละ 99.5 และร้อยละ 99.7 ของรายได้รวม ตามลำดับ ซึ่งสัดส่วนการขายชาพร้อมดื่มมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ในปี 2556 บริษัทฯ มีรายได้จากการขาย จำนวน 6,484.4 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 99.3 ของรายได้รวม และมีรายได้อื่น ๆ จำนวน 47.5 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 0.7 ของรายได้รวม

ในปี 2557 รายได้จากการขาย จำนวน 6,179.1 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 99.5 ของรายได้รวม และมีรายได้อื่น ๆ จำนวน 29.8 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 0.5 ของรายได้รวม

สำหรับปี 2558 รายได้จากการขาย จำนวน 6,339.6 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 99.7% ของรายได้รวม และมีรายได้อื่นๆ จำนวน 17.2 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 0.3 ของรายได้รวม

ลักษณะและรูปแบบผลิตภัณฑ์

บริษัทฯ มีผลิตภัณฑ์ทั้งหมด 17 รสชาติ ภายใต้ขนาดบรรจุภัณฑ์ 8 ประเภท โดยมีรายละเอียดปรากฏตามตารางด้านล่าง ดังนี้

บรรจุภัณฑ์	กล่อง 250 ml	ขวด 290 ml	ขวด 315 ml	ขวด 400 ml	ขวด 420 ml	ขวด 600 ml	ขวด 800 ml	ขวด 840 ml
ราคา	10 บาท	10/13 บาท	10 บาท	15 บาท	15-20 บาท	20 บาท	27 บาท	25 บาท
เครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่ม								
1. ต้นตำรับผสมดอกชา	-	-	-	-	✓	-	-	-
2. น้ำผึ้งผสมมะนาว	✓	✓	-	-	✓	✓	-	✓
3. คิคูชะ (เก็กฮวย)	-	-	-	-	✓	-	-	✓
4. จมูกข้าวญี่ปุ่น	✓	✓	-	-	✓	✓	-	✓
5. สูตรไม่มีน้ำตาลผสมมัทฉะ	-	-	-	-	✓	-	-	-
6. เบอร์รี่ เบอร์รี่	✓	-	-	-	-	-	-	-
7. แอปเปิ้ล กีวี	✓	-	-	-	-	-	-	-
8. อุหลง สูตรไม่มีน้ำตาล	-	-	-	-	✓	-	-	-
9. ลิ้นจี่	✓	-	-	-	✓	-	-	✓
เครื่องดื่มชาดำพร้อมดื่ม								
10. รสเลมอน	-	-	-	-	✓	-	-	-
11. รสมัลเบอร์รี่	-	✓	-	-	✓	-	-	-
เครื่องดื่มสมุนไพร								
12. เย็นเย็น ชาเขียวผสมน้ำจับเลี้ยง	✓	-	✓	✓	-	-	✓	-
13. เย็นเย็น เก็กฮวยผสมน้ำผึ้ง	✓	-	✓	✓	-	-	✓	-
เครื่องดื่มน้ำผลไม้ไม่อัดลม								
14. น้ำส้ม	-	✓	-	-	-	-	-	-
15. น้ำอุนแดง	-	✓	-	-	-	-	-	-
16. น้ำลิ้นจี่	-	✓	-	-	-	-	-	-
17. น้ำแอปเปิ้ล	-	✓	-	-	-	-	-	-

บัตรส่งเสริมการลงทุน

ณ วันที่ 3 กันยายน 2556 บริษัท ได้รับบัตรส่งเสริมการลงทุนจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ตามบัตรส่งเสริมการลงทุนเลขที่ 5175(2)/2556 (แก้ไขเพิ่มเติมตามมาตราการส่งเสริมการลงทุนเพื่อฟื้นฟูการลงทุนจากวิกฤตอุทกภัย ตามบัตรส่งเสริมเดิมเลขที่ 1496(2)/2554 ลงวันที่ 27 เมษายน 2554) สำหรับกิจการผลิตน้ำพริก ผลไม้ บรรจุ ภาชนะผนึก ประเภท 1.11 กิจการผลิตหรือถนอมอาหารหรือสิ่งปรุงแต่งอาหารโดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย โดยกิจการผลิต เครื่องดื่มที่มีวัตถุดิบหลักจากใบชาจึงจัดเป็นกิจการที่เข้าข่ายกิจการตามบัตรส่งเสริมการลงทุนดังกล่าว

สรุปสิทธิประโยชน์ที่สำคัญ

- อนุญาตให้นำคนต่างด้าวซึ่งเป็นช่างฝีมือหรือผู้ชำนาญการเข้ามาในราชอาณาจักรได้
- ยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักร
- ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากการประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริมรวมกันไม่เกิน 150% ของเงินลงทุนไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียนและไม่เกิน 6,311.5 ล้านบาท ทั้งนี้ อาจปรับเปลี่ยนตามจำนวนเงินลงทุน โดยไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียนที่แท้จริงในวันเปิดดำเนินการตามโครงการที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน ทั้งนี้ ณ 31 ธันวาคม 2558 บริษัท มีเงินลงทุนในอาคารและอุปกรณ์ประมาณ 4,152.1 ล้านบาท
- การยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากการประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริมมีกำหนดเวลา 8 ปี เริ่มวันที่ 16 มีนาคม 2555 และสิ้นสุดวันที่ 15 มีนาคม 2563
- ยกเว้นไม่ต้องนำเงินปันผลจากกิจการที่ได้รับการส่งเสริมไปรวมคำนวณเพื่อเสียภาษีเงินได้ตลอดระยะเวลาที่ได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลนั้น

สรุปเงื่อนไขที่สำคัญ

- ไม่จําต้อง จํานาย โอน ให้เช่า หรือยินยอมให้บุคคลอื่นใช้เครื่องจักรที่ได้รับยกเว้นหรือลดหย่อนอากรขาเข้า ยกเว้นเครื่องจักรที่ได้รับการอนุญาตให้จําของเครื่องจักร
- คุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ผลิตต้องเป็นไปตามมาตรฐานสากล และได้รับใบรับรองคุณภาพตามมาตรฐาน ISO 9000 หรือ ISO 14000 หรือมาตรฐานสากลเทียบเท่า ภายใน 2 ปี นับแต่วันที่เปิดดำเนินการ
- บุคคลผู้มีสัญชาติไทยจะต้องถือหุ้นรวมทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า 51% ของทุนจดทะเบียน

ช่องทางการจัดจำหน่าย

ณ ปัจจุบัน บริษัท ได้มีการจำหน่ายสินค้าผ่าน 4 ช่องทางหลักๆ คือ

1. ตัวแทนผู้จัดจำหน่ายสินค้าราย บริษัท ดีเคเอสเอช (ประเทศไทย) จำกัด เป็นผู้จัดจำหน่ายหลักของ บริษัท คิดเป็น 79.6% ของยอดขายปี 2558 มุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ร้านค้าส่งและร้านค้าปลีกดั้งเดิม (Traditional Trade) โดยบริษัทฯ ได้ทำสัญญาระยะยาวกับตัวแทนผู้จัดจำหน่ายสินค้า และติดตามสถิติจำนวนร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่ตัวแทนผู้จัดจำหน่ายสามารถเข้าถึง เพื่อบริหารความสามารถการกระจายสินค้าและบริหารส่วนลดการค้า

2. ตัวแทนผู้จำหน่ายสินค้าราย บริษัท ไอแอมกรีนที่ จำกัด คิดเป็น 12.8% ของยอดขายปี 2558 มุ่งเน้นกลุ่มร้านค้าเครือข่ายชาป๊ว ร้านอาหาร ร้านค้าปลีกดั้งเดิม (Traditional Trade) รถเงินสด และคู่ค้าที่ตัวแทนผู้จำหน่ายรายอื่นไม่ครอบคลุม
3. ตัวแทนผู้จำหน่ายสินค้าราย บริษัท บุญรอดเอเชีย จำกัด คิดเป็น 5.1% ของยอดขายปี 2558 มุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าร้านค้าเครือข่ายชาป๊ว ร้านค้าปลีกดั้งเดิม (Traditional Trade) ร้านค้าที่อยู่ในเครือข่ายของบริษัท บุญรอดเอเชีย จำกัด
4. ส่งออกไปประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) เป็นหลัก คิดเป็น 2.5% ของยอดขายปี 2558 เช่น ลาว กัมพูชา พม่า อินโดนีเซีย เป็นต้น

ทั้งนี้ ผู้จำหน่ายในแต่ละรายมีอาณาเขตการจำหน่ายสินค้า และร้านในเครือข่ายหลักที่ไม่ทับซ้อนกัน

การตลาดและการแข่งขัน

กลยุทธ์การแข่งขัน

- 1) กลยุทธ์บริหารแบรนด์ให้แข็งแกร่ง

เนื่องจากผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มที่มีในตลาดปัจจุบันมีความแตกต่างด้านรูปลักษณ์และรสชาติค่อนข้างน้อย ดังนั้น การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่น การสร้างแบรนด์ให้มีความแข็งแกร่ง จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยสร้างความแตกต่างและเอกลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์ของบริษัทได้ อีกทั้งยังช่วยเสริมสร้างและรักษาลูกค้าไว้ได้ โดยบริษัทฯ มีความประสงค์จะสร้างตราสินค้า อิชิตัน ให้สะท้อนจุดยืนถึงการเป็นสินค้าคุณภาพและได้จัดทำแผนการสื่อสารการตลาดที่เน้นย้ำถึงคุณภาพของวัตถุดิบที่นำมาผลิตตลอดจนกระบวนการผลิตที่พิถีพิถัน โดยใช้วิธีการสื่อสารในรูปแบบ 360 องศา ถึงกลุ่มผู้บริโภค

- 2) กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์

เพื่อเป็นการต่อยอดจุดยืนของแบรนด์สินค้าคุณภาพ บริษัทฯ จึงได้ควบคุมคุณภาพสินค้าทุกห่วงโซ่การผลิต ตั้งแต่การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ การคัดสรรวัตถุดิบชั้นดี กระบวนการผลิตที่มีความพิถีพิถัน การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อให้เครื่องดื่มคงคุณค่า ความเป็นธรรมชาติและคุณภาพดีเมื่อผู้บริโภคเปิดดื่ม นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีทีมวิจัยและพัฒนาที่มีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ตรงในอุตสาหกรรมเครื่องดื่มที่มีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าเป็นอย่างดี ซึ่งจะทำหน้าที่ในการคิดค้นสูตรใหม่ๆ ที่เหมาะสมกับความชื่นชอบของคนไทย เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี เช่น เครื่องดื่มสมุนไพร เย็นเย็น โดยอิชิตัน

ในส่วนของบริษัทฯ บริษัทฯ ใส่ใจถึงรายละเอียดของรูปลักษณ์และขนาดบรรจุภัณฑ์ โดยองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์จะต้องทำจากวัสดุที่ปลอดภัยและสามารถตอบสนองความต้องการได้เป็นอย่างดีและสะดวกต่อการบริโภค ในขณะที่รูปลักษณ์ของฉลากได้รับการออกแบบให้มีความทันสมัย เพื่อช่วยกระตุ้นการตัดสินใจซื้อของลูกค้าของผู้บริโภคได้

- 3) การบริหารสินค้าคงคลัง และต้นทุนการผลิตที่มีประสิทธิภาพ

เนื่องจากต้นทุนการผลิตที่ได้แก่ ค่าเสื่อมราคาของเครื่องจักรอุปกรณ์ ค่าเช่าที่ดิน ซึ่งต้นทุนการผลิตต่อหน่วยจะลดลงเมื่อบริษัทฯ มีปริมาณการผลิตที่เพิ่มขึ้น โดยบริษัทฯ ได้นำระบบการผลิตประเภทปลอดเชื้อชนิด

บรรจุเย็น (Cold Aseptic Filling System) เข้ามาใช้ในการกระบวนการผลิตซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่ทันสมัย ที่สามารถช่วยลดต้นทุนในการผลิตได้โดย (1) การใช้วัสดุที่เบากว่า (2) ระยะเวลาการผลิตที่ต่อเนื่องยาว 120 ชั่วโมงต่อการทำความสะอาด 1 ครั้ง ทำให้การผลิตมีประสิทธิภาพเนื่องจากไม่เสียเวลาในการล้างเครื่องจักร (3) ระบบเครื่องจักรเป็นระบบอัตโนมัติทั้งหมด ทำให้ประหยัดต้นทุนด้านแรงงาน และได้ติดตั้งระบบ Automated Storage & Retrieval System ช่วยในการบริหารคลังสินค้า ซึ่งสามารถจัดเก็บสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ และลดต้นทุนด้านแรงงาน ทั้งหมดนี้จะสนับสนุนการบริหารจัดการด้านต้นทุนการผลิตของบริษัทฯ ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างทันท่วงที ส่งผลให้มีอัตราการทำการำไรสูงขึ้น นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้ควบคุมและดูแลต้นทุนการผลิตในปัจจุบันอย่างใกล้ชิด รวมถึงการดูแลการใช้ทรัพยากรให้เป็นไปอย่างเหมาะสมและคุ้มค่าให้มากที่สุด

4) กลยุทธ์การบริหารช่องทางจัดจำหน่าย และการกระจายสินค้า

เพื่อให้สินค้าของบริษัทฯ กระจายและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและไม่เกิดภาวะสินค้าขาดตลาด บริษัทฯ ได้ควบคุมและติดตามสินค้าตั้งแต่การเคลื่อนย้ายสินค้าพร้อมขายออกจากฐานการผลิต และส่งต่อให้ผู้จัดจำหน่ายตลอดจนการกระจายสินค้าให้ร้านค้าปลีก นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีทีมงานทำหน้าที่ติดตามผลการขายและระยะเวลาการหมุนของสินค้าในแต่ละพื้นที่ เพื่อคาดการณ์ปริมาณการขายและปริมาณการเก็บสินค้าที่เหมาะสมในอนาคต รวมถึงกำหนดแผนการขายและการตลาดที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าในแต่ละพื้นที่ นอกจากนี้บริษัทฯ ยังได้มีแผนผลักดันยอดขายในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ให้มากขึ้นกว่าในปัจจุบัน

5) กลยุทธ์การตลาดและการขาย

การพยากรณ์ความต้องการบริโภค : บริษัทฯ คาดการณ์ปริมาณความต้องการบริโภคเครื่องดื่มตามข้อมูลและสถิติในอดีต โดยวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความต้องการซื้อในแต่ละช่วงเวลา อาทิเช่น ฤดูกาล เทศกาล สภาพการแข่งขัน และภาวะทางเศรษฐกิจในขณะนั้นๆ โดยที่ผ่านมาบริษัทฯ พยายามควบคุมระดับความคลาดเคลื่อนของการพยากรณ์ความต้องการบริโภคไว้ให้ไม่เกิน 10% โดยการพยากรณ์ความต้องการบริโภคที่ใกล้เคียงความเป็นจริงจะสนับสนุนให้การวางแผนการผลิตและการวางแผนการตลาดและกิจกรรมส่งเสริมการขายของบริษัทฯ เป็นไปอย่างเหมาะสม

การวางแผนการตลาดและการส่งเสริมการขาย : เนื่องจากธุรกิจเครื่องดื่มเป็นธุรกิจที่มีความผันผวนของความต้องการบริโภคตามฤดูกาล โดยอัตราการบริโภคในช่วงฤดูร้อนจะสูงกว่าในช่วงเดือนอื่นๆ ของปี ดังนั้นเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างทันท่วงที บริษัทฯ ได้ใช้กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดทั้งแบบ Above the line (การตลาดผ่านสื่อที่เข้าถึงกลุ่มผู้ฟังในวงกว้าง) และ Below the line (การตลาดที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายแบบเจาะจง) ในช่วงฤดูร้อน และมุ่งเน้นให้ความสำคัญกับการให้ส่วนลดทางการค้ากับตัวแทนจัดจำหน่ายในช่วงเดือนที่มีอัตราการบริโภคต่ำ โดยบริษัทฯ ได้วางแผนการตลาดเชิงรุกเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งการตลาด ประกอบกับเพิ่มการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของการเป็นแบรนด์ผู้ผลิตสินค้าคุณภาพ เพื่อตอกย้ำจุดยืนของผลิตภัณฑ์ บริษัทฯ มีการจัดทำกิจกรรมส่งเสริมการขายใน 4 รูปแบบหลัก คือ การจัดทำ Sales Promotion กับร้านค้าปลีก, การจัดทำ Sales Promotion กับตัวแทนจำหน่าย, การจัดทำ Sales Promotion แบบทั่วประเทศ

และการจัด Promotion ทางสื่อออนไลน์ ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้กำหนดงบประมาณประจำปีเพื่อให้ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นสอดคล้องกับยอดขาย

การกำหนดราคาและส่วนลดการค้า : เนื่องจากเครื่องดื่มพร้อมดื่มเป็นสินค้าที่มีความผันผวนตามฤดูกาล บริษัทฯ จึงต้องมีการปรับเปลี่ยนและทบทวนนโยบายการให้ส่วนลดการค้าให้สอดคล้องกับปริมาณความต้องการของตลาดอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง ในขณะที่การกำหนดราคาขายไม่อาจเปลี่ยนแปลงได้มากนัก เนื่องจากสภาพการณ์แข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มค่อนข้างรุนแรง

ภาวะอุตสาหกรรม

เนื่องจากบริษัทฯ มีรายได้หลักมาจากการขายเครื่องดื่มชาพร้อมดื่ม โดยคิดเป็นสัดส่วนโดยเฉลี่ย 96.2% ของรายได้รวมสำหรับปี 2558 (เป็นเครื่องดื่มน้ำผลไม้ไม่อัดลม 3.8%) ข้อมูลภาวะอุตสาหกรรมจึงเน้นข้อมูลภาวะตลาดเครื่องดื่มชาพร้อมดื่มเป็นหลัก

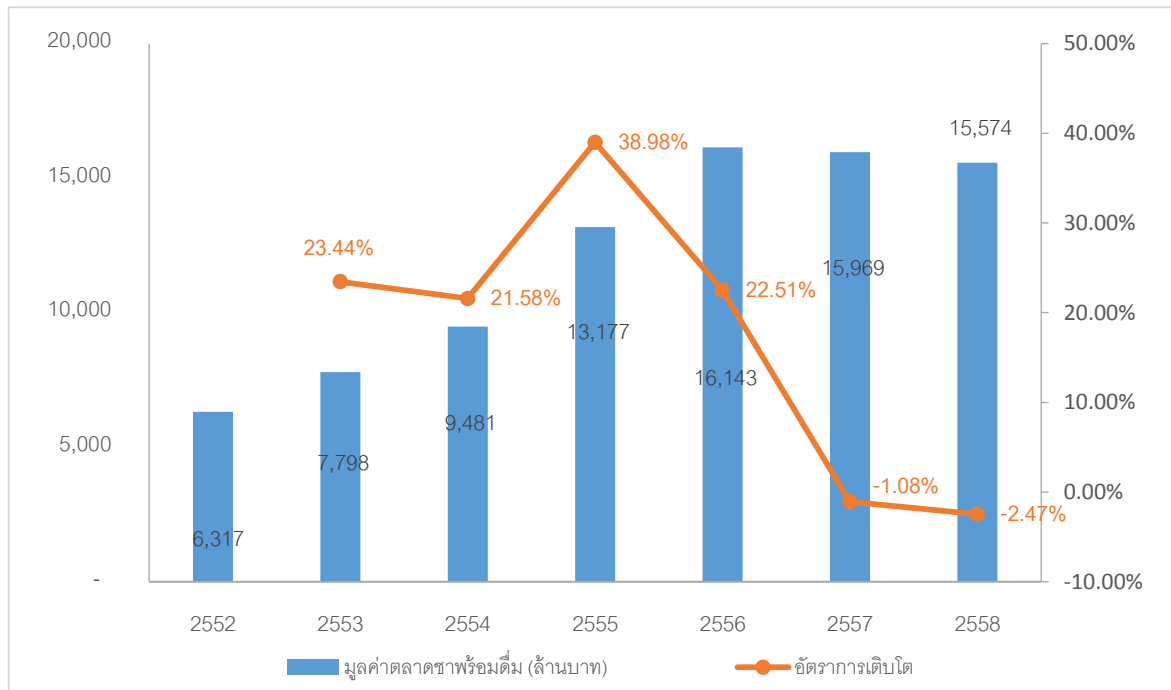
ในปี 2556 ตลาดเครื่องดื่มชาพร้อมดื่ม (Ready to Drink Tea) มีมูลค่ารวม 16,143 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 23% ซึ่งถือเป็นอัตราการเติบโตสูงสุดเป็นอันดับ 1 เมื่อเปรียบเทียบกับเครื่องดื่มประเภทอื่นๆ และยังมีแนวโน้มการเติบโตที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในช่วง 4 ปีที่ผ่านมา (ปี 2553 ถึงปี 2556) มูลค่าตลาดเครื่องดื่มชาพร้อมดื่มมีอัตราเติบโต CAGR ประมาณ 26.75%

ในปี 2557 ตลาดเครื่องดื่มชาพร้อมดื่ม (Ready to Drink Tea) มีมูลค่ารวม 15,969* ล้านบาท (มูลค่าตลาดนี้ ยังไม่นับรวมเครื่องดื่มสมุนไพร เย็นเย็น แก๊สหวานผสมน้ำผึ้ง ซึ่งจะอยู่ในหมวดเครื่องดื่มผักผลไม้และอื่นๆ) (*ปรับตามข้อมูล Nilesen) ลดลงจากปีก่อนอยู่ที่ -1.08% ซึ่งนับได้ว่าเป็นปีแรกที่ตลาดเครื่องดื่มชาพร้อมดื่มชะลอตัวลดลงในรอบ 10 ปี โดยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (ปี 2553 ถึงปี 2557) มูลค่าตลาดเครื่องดื่มชาพร้อมดื่มมีอัตราเติบโต CAGR ประมาณ 20.39%

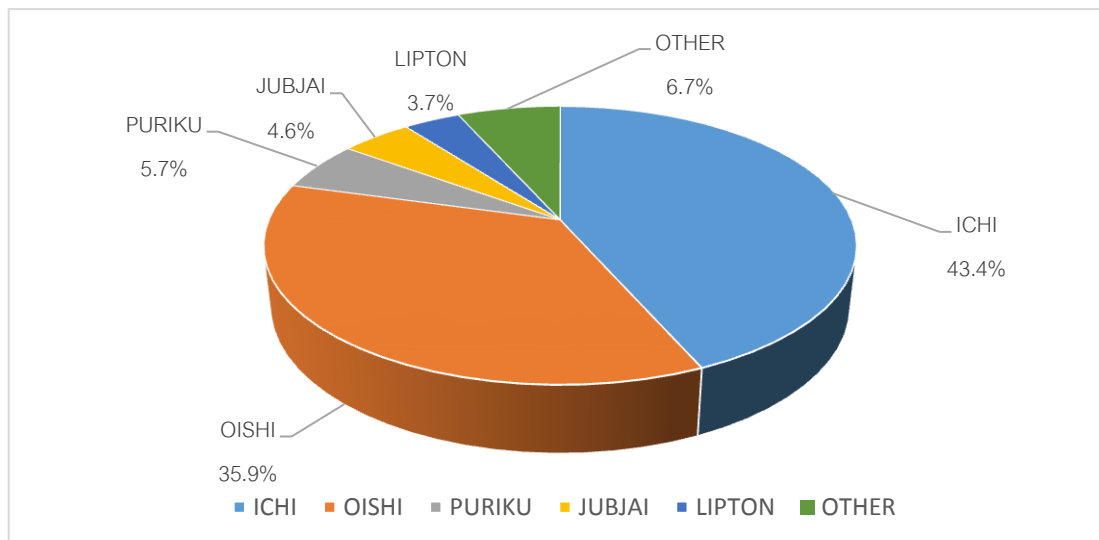
แต่ในปี 2558 ตลาดเครื่องดื่มชาพร้อมดื่ม (Ready to Drink Tea) มีมูลค่ารวม 15,574 ล้านบาท ซึ่งถือว่าตลาดชาพร้อมดื่มนั้นยังคงทรงตัวมาตั้งแต่ปี 2556 – 2558 โดยเป็นผลมาจากสภาพการแข่งขันที่รุนแรงเป็นไปในทิศทางการใช้สงครามราคาเข้าม่านำตลาดตลอดทั้งปีที่ผ่านมา อีกทั้งยังได้รับผลกระทบจากภาวะการชะลอตัวของเศรษฐกิจ แต่จะพบว่าจากข้อมูลตัวเลขการบริโภคชาพร้อมดื่มล่าสุดตลอดปี 2558 นั้นมีปริมาณการบริโภคชาพร้อมดื่ม (Volume) 470.7 ล้านลิตร ซึ่งเป็นการขยายตัวขึ้น 0.7% โดยมูลค่าตลาดเครื่องดื่มชาพร้อมดื่มมีอัตราเติบโต CAGR ประมาณ 13.21%

มูลค่าตลาด (ล้านบาท)

อัตราการเติบโต



ผู้นำตลาดเครื่องดื่มชาพร้อมดื่ม 3 รายแรกของปี 2558 ได้แก่ อิชิตัน, โออิชิ และเพียวริค ด้วยส่วนแบ่งการตลาดอยู่ที่ 43.4% 35.9% และ 5.7% ตามลำดับ (ที่มา: ดัชนีค่าปลั๊กของ Nielsen ข้อมูลเดือนมกราคม 2559)



*หมายเหตุ: ส่วนแบ่งการตลาดไม่นับรวมเครื่องดื่มสมุนไพร เย็นเย็น แก้วผสมน้ำผึ้ง ซึ่งจะอยู่ในหมวดเครื่องดื่มผักผลไม้และอื่นๆ

ในอดีตตลาดชาพร้อมดื่มมีอัตราการเติบโตที่ต่อเนื่อง แต่เนื่องจากในปี 2557 เป็นต้นมา ตลาดชาพร้อมดื่ม นั้นมีการเติบโตที่ชะลอลงอันเนื่องเป็นผลมาจากการผลกระทบทางการเมืองภายในประเทศ และภาวะเศรษฐกิจ ด้วยราคาพืชผลทางการเกษตรที่ไม่ค่อยดีนัก ส่งผลให้กำลังซื้อโดยรวมของผู้บริโภคลดลง นอกจากนี้ยังเกิดการแข่งขันทางด้านการตลาดอย่างรุนแรง โดยเฉพาะในด้านการส่งเสริมการขายทั้งทางด้านราคาและโปรโมชั่นต่างๆ แต่การที่มีคู่แข่งรายใหม่เข้ามาในตลาดเพิ่มมากขึ้น จะส่งผลให้ตลาดชาพร้อมดื่มยังคงมีแนวโน้มเติบโต

แนวโน้มการบริโภคเครื่องดื่มของผู้บริโภคนั้น ในปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์ให้ผู้บริโภคเลือกหลากหลายมากขึ้น และที่เห็นเด่นชัดคือ เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ ที่เน้นเรื่องน้ำตาลน้อย ไม่มีน้ำตาล หรือให้ความหวานจากธรรมชาติ เนื่องจากผู้บริโภคในปัจจุบันเน้นการดูแลสุขภาพ จึงทำให้ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพที่เน้นเรื่องดังกล่าว เริ่มได้รับความนิยมสนใจ แนวโน้มการบริโภคเครื่องดื่มสุขภาพ ที่เน้นเรื่องน้ำตาลน้อย ไม่มีน้ำตาล หรือให้ความหวานจากธรรมชาติ นั้นจะเป็นโอกาสทางการตลาดของบริษัท เพราะอิชิตันนั้นใส่ใจถึงสุขภาพของผู้บริโภคอยู่ตลอดเวลา ทำให้แผนกวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ตรงในอุตสาหกรรมเครื่องดื่มที่มีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าเป็นอย่างดี ได้มีการคิดค้นและพัฒนาออกผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ให้เหมาะสมกับความชื่นชอบของผู้บริโภค เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพมากเป็นพิเศษ อีกทั้งยังเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภคได้เลือกสรรผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับตนเอง แต่ในอีกด้านหนึ่งแนวโน้มการบริโภคเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพดังกล่าวก็ดึงดูดให้มีผู้ผลิตรายใหม่ๆ เข้ามาแข่งขันในตลาดเพิ่มขึ้นทุกปี ซึ่งอาจทำให้มีการแข่งขันทางด้านราคา แต่ตลาดชาพร้อมดื่มก็ยังมีแนวโน้มเติบโตต่อไปได้อีกในอนาคต เพราะการเข้ามาในตลาดของแบรนด์ใหม่ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ก็จะช่วยทำให้การแข่งขันในตลาดชาพร้อมดื่มคึกคักมากขึ้น และมีแนวโน้มขยายตัวสูงขึ้นอีกด้วย

บริษัท เชื่อมั่นว่าตลาดชาพร้อมดื่มเป็นธุรกิจที่ยังสามารถขยายตัวได้อย่างต่อเนื่อง โดยที่บริษัท ยังคงมุ่งเน้นการนำเสนอนวัตกรรมสินค้าใหม่ๆ การจัดกิจกรรมทางการตลาดอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างการเติบโตของยอดขายและส่วนแบ่งทางการตลาดให้เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะการเน้นทำการตลาดในสินค้าใหม่ นำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างจากแบรนด์อื่นๆ เพื่อเป็นการสร้างเอกลักษณ์และจุดเด่นให้กับสินค้าและผลิตภัณฑ์ และยังเป็นผู้นำเทรนด์การสร้างสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่เคยมีใครทำมาก่อนในตลาด เพื่อเพิ่มทางเลือกให้แก่ผู้บริโภค เช่น เครื่องดื่มสมุนไพร เย็นเย็น โดยอิชิตัน ซึ่งมีสัดส่วนยอดขายสูงกว่าร้อยละ 18.40 ของมูลค่าตลาดรวมของเครื่องดื่มชาพร้อมดื่มในปี 2557 (ซึ่งไม่รวมเครื่องดื่มสมุนไพรเย็นเย็น เก็กฮวยผสมน้ำผึ้ง) โดยอิชิตันสามารถครองส่วนแบ่งตลาดชาพร้อมดื่มมากที่สุดถึงร้อยละ 43.80 ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าของอิชิตัน

ในปี 2558 ตลาดชาพร้อมดื่มยังคงมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง แม้ว่าสถานการณ์การเมืองจะคลี่คลายลง แต่ก็ได้รับผลกระทบจากภาวะการชะลอตัวของเศรษฐกิจในประเทศ และต่างประเทศมีผลให้ผู้บริโภคชะลอการใช้จ่าย ลดการใช้จ่ายสินค้าฟุ่มเฟือยที่ไม่จำเป็นลง ซึ่งส่งผลให้ในปี 2558 ตลาดชาพร้อมดื่มและหลายๆ ตลาดไม่เติบโตเท่าที่ควร

รวมทั้งภาครัฐยังมีนโยบายเกี่ยวกับการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตเครื่องดื่มประเภทน้ำฟឹช ผัก ผลไม้ ที่ไม่มีแอลกอฮอล์ โดยเฉพาะเครื่องดื่มที่มีคาเฟอีนที่แต่เดิมไม่มีการจัดเก็บภาษี เช่น ชาเขียวพร้อมดื่ม เครื่องดื่มน้ำผลไม้ ซึ่งได้รับยกเว้นภาษีสรรพสามิต นโยบายดังกล่าวยังคงเป็นเพียงแนวความคิดของภาครัฐในการจัดเก็บภาษีหรือหารายได้เพิ่ม ทำให้ผู้ประกอบการเครื่องดื่มจำเป็นต้องติดตามความความคืบหน้า เพื่อปรับตัวให้ทันตามสถานการณ์

อีกทั้งการใช้งบการตลาด บประชาสัมพันธ์ก็เป็นอีกส่วนหนึ่งที่จะเข้ามากระตุ้นยอดขายตลาด โดยมองว่าตลาดชายังไม่ถึงจุดอิ่มตัวหากผู้เล่นในตลาดทั้งรายเก่าและรายใหม่ยังมีการทำการตลาด และประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง แต่ตลาดชาเขียวนั้นก็มีการพัฒนาเพื่อรับกับเทรนด์สุขภาพอย่างต่อเนื่อง

สำหรับในปี 2558 บริษัท ได้มีการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ในกลุ่มของเครื่องดื่มน้ำผลไม้ไม่อัดลม ภายใต้ชื่อการค้า “ไบเล่” โดยได้วางจำหน่ายน้ำผลไม้เข้มข้น 10% จำนวน 4 รสชาติ คือ น้ำส้ม, น้ำองุ่นแดง น้ำลิ้นจี่ และน้ำแอปเปิ้ล ซึ่ง

บริษัทฯ นำใบเลมาปรับปรุงภาพลักษณ์ใหม่ให้สดใส พรีเมียม เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายใหม่ที่เป็นวัยรุ่นและวัยทำงาน ซึ่งเป็นการขยายกลุ่มเป้าหมายใหม่ให้กับบริษัทฯ อีกด้วย และยังเป็นการเพิ่มทางเลือกในการดื่มให้กับผู้บริโภคได้เลือกสรรตามความชอบ ความต้องการ และได้มีการพัฒนา มีการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ มาให้ผู้บริโภค เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ทั้งกลุ่มตลาดชาพร้อมดื่มและกลุ่มตลาดน้ำผลไม้ และยังได้ดึงดูดเด่นในแต่ผลิตภัณฑ์ออกมาสื่อสารให้กับผู้บริโภคเข้าถึงได้ง่าย

ในอนาคตบริษัทฯ ยังคงไม่หยุดนิ่ง โดยมีแผนในการขยายขอบเขตของสินค้า ให้มีความหลากหลายมากขึ้นให้เข้าถึงกับทุกกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง และยังคงพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อนำออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งการสร้างตลาดในต่างประเทศ

การจัดหาผลิตภัณฑ์

การจัดหาวัตถุดิบ

ผลิตภัณฑ์ของอิชิตันมาจากโรงงานของอิชิตันและการว่าจ้างผู้ผลิตจากภายนอก ซึ่งอิชิตันจะว่าจ้างผู้ผลิตภายนอกเฉพาะในกรณีที่กำลังการผลิตของโรงงานไม่เพียงพอต่อปริมาณการขายที่คาดการณ์ไว้ สำหรับช่วงระยะเวลา 4 ปีที่ผ่านมา (2554 - 2557) สัดส่วนการว่าจ้างผลิตภายนอกลดลงอย่างต่อเนื่องในปี 2554 ปี 2555 ปี 2556 และปี 2557 ที่ 100%, 46%, 25% และ 9% ตามลำดับ เนื่องจากในปี 2557 บริษัทฯ มีการขยายกำลังการผลิตในโรงงานเฟส 2 ซึ่งมีการเพิ่มเครื่องจักรอีก 1 สายการผลิตแบบขวด และในปี 2558 มีการเพิ่มเครื่องจักรอีก 2 สายการผลิตแบบขวด ทำให้สัดส่วนการว่าจ้างผลิตจะลดลงเหลือ 2% แนวโน้มปี 2559 จะไม่มีการว่าจ้างผลิต

ในส่วนของการสรรหาวัตถุดิบหลักที่สำคัญ ซึ่งได้แก่ ใบชา น้ำตาลฟรุกโตส น้ำตาลทราย น้ำ และวัตถุดิบปรุงแต่งกลิ่น เพื่อป้อนเข้าสู่โรงงาน บริษัทฯ มีมาตรการควบคุมคุณภาพทุกขั้นตอนก่อนนำเข้าสู่กระบวนการผลิต ตั้งแต่การเพาะปลูก การคัดเลือกวัตถุดิบ และการจัดเก็บวัตถุดิบ เพื่อให้วัตถุดิบที่นำไปใช้ในกระบวนการผลิตมีคุณภาพตามมาตรฐานระดับสูง นอกจากนี้ สำหรับการว่าจ้างผลิตสินค้านั้น บริษัทฯ จะจัดส่ง Premix ไปให้ผู้รับจ้างผลิตเพื่อปกป้องสูตรการผลิต และมีมาตรการตรวจสอบและควบคุมคุณภาพของวัตถุดิบที่ผู้ผลิตภายนอกใช้ โดยการระบุรายชื่อ Supplier ที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์คู่ค้าของอิชิตันเอง (Approved Vendor List) และชนิดของวัตถุดิบอย่างชัดเจน อีกทั้งยังมีการส่งพนักงานของอิชิตันเข้าไปตรวจสอบรายเดือน เพื่อสอบถามการควบคุมคุณภาพการผลิตของผู้ผลิตภายนอกอีกด้วย

ใบชาออร์แกนิก : บริษัทฯ ได้วางแผนการผลิตและกำหนดปริมาณการเพาะปลูกใบชาในแต่ละปีโดยได้มีการทำสัญญาโดยเฉลี่ยอายุ 1 ปี กับผู้จัดจำหน่ายใบชา ซึ่งเป็นผู้รวบรวมใบชาจากชาไร่เพื่อลดความเสี่ยงจากการมีวัตถุดิบไม่เพียงพอ นอกจากนี้ยังได้ควบคุมคุณภาพของใบชาโดยมีทีมวิจัยพัฒนาร่วมทำหน้าที่กำกับขั้นตอนการเพาะปลูกที่ปลอดยาฆ่าแมลงและสารเคมี หมักใบชา เก็บยอดใบชา อบใบชา เก็บรักษาก่อนส่ง รวมถึงการติดตามและตรวจสอบถึง กลิ่น รสชาติ น้ำหนัก สีสัณ เพื่อควบคุมคุณภาพของใบชาให้ได้ตามมาตรฐานคุณภาพระดับสูงก่อนนำเข้าสู่กระบวนการผลิต ใบชาพร้อมร่อนผลิตจะถูกเก็บในห้องควบคุมอุณหภูมิเพื่อรักษาคุณภาพของใบชาให้คงที่ ทั้งนี้ ใบชาเป็นวัตถุดิบที่ปลูกง่ายในบริเวณทางตอนเหนือของประเทศไทยซึ่งมีอากาศอบอุ่น-เย็น และยังไม่เคยประสบปัญหาการขาดแคลน สำหรับการจัดซื้อใบชานั้น บริษัทฯ ได้ทำสัญญากับคู่ค้าจำนวน 2-3 ราย

เสมอ โดยใบชาที่ผลิต/จัดหาโดยคู่ค้าแต่ละรายเป็นวัตถุดิบที่สามารถใช้ทดแทนกันได้ หากคู่ค้ารายใดไม่สามารถจัดส่งใบชาให้ได้ก็สามารถซื้อจากคู่ค้ารายอื่นได้ เนื่องจากในการผลิตเครื่องดื่มชาแต่ละประเภท อาทิ เครื่องดื่มชาเขียวหรือชาดำ ซึ่งตั้งต้นจากใบชาประเภทเดียวกัน แต่ขึ้นอยู่กับกระบวนการนำใบชาผ่านกระบวนการผลิต หมัก บ่ม และ เติม Flavor ที่แตกต่างกันออกไป

น้ำตาลฟรุกโตส และน้ำตาลทราย : เป็นวัตถุดิบที่จัดหาได้ง่ายในประเทศไทย และไม่มี ความแตกต่างอย่าง เป็นสาระสำคัญด้านคุณภาพในกลุ่มผู้ผลิต ทั้งนี้ ราคาน้ำตาลมีความผันผวนบ้างขึ้นอยู่กับปริมาณผลผลิตในแต่ละปีและสอดคล้องกับราคาตลาดโลก อย่างไรก็ตาม การควบคุมราคาน้ำตาลโดยภาครัฐส่งผลให้มีความผันผวนของ ราคาน้ำตาลไม่มากนัก

น้ำ : จัดหาโดยสวนอุตสาหกรรมโรจนะ ซึ่งผลิตตามคำแนะนำขององค์การอนามัยโลกปี 2536 และนำมา ผ่านกระบวนการ Reverse Osmosis เพื่อนำมาใช้ในการผลิต

วัตถุดิบแต่งกลิ่น : เป็นองค์ประกอบส่วนน้อยของวัตถุดิบทั้งหมดแต่ก็เป็นหนึ่งในวัตถุดิบที่สำคัญ เนื่องจากวัตถุดิบแต่งกลิ่นช่วยให้น้ำชามีกลิ่นหอมติดจมูก สร้างความประทับใจครั้งแรกเมื่อได้บริโภค โดยบริษัทฯ ได้ทำการซื้อจากผู้ขายที่นำเข้าวัตถุดิบแต่งกลิ่นจากหลายแหล่ง

บรรจุภัณฑ์ : ได้แก่ ขวด PET กล่องยูเอชที ฝา กล่อง และฉลาก บริษัทฯ มีกระบวนการคัดเลือกผู้ผลิตบรรจุ ภัณฑ์อย่างระมัดระวัง โดยพิจารณาถึงความน่าเชื่อถือของระบบการทำงานของผู้ผลิตเป็นสำคัญ เพื่อให้มั่นใจว่า ผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์จะสามารถส่งมอบสินค้าได้ตรงตามคุณภาพและเวลาที่กำหนดไว้ และมีการสอบทานและ ติดตามคุณสมบัติของผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์อย่างสม่ำเสมอ

ก๊าซธรรมชาติ : บริษัทฯ ได้ทำสัญญาซื้อขายก๊าซธรรมชาติกับบริษัทในประเทศไทยแห่งหนึ่ง โดยสัญญามี ผลบังคับใช้ถึงวันที่ 31 สิงหาคม 2561 และสามารถต่ออายุได้โดยแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรไม่น้อยกว่า 90 วัน ก่อนวันสิ้นสุดสัญญา

นอกจากนี้ เพื่อลดความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้ผลิตและเพื่อให้ได้มาซึ่งราคาที่สมเหตุผล บริษัทฯ มีนโยบายที่จะ เลือกซื้อวัตถุดิบจากคู่ค้าผู้ผลิตรายใหญ่หลายราย อีกทั้งบริษัทฯ ยังมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้จำหน่ายวัตถุดิบ และที่ผ่านมามีบริษัทฯ ไม่มีการสั่งซื้อวัตถุดิบจากผู้จำหน่ายรายใดเกินร้อยละ 30 ของยอดซื้อรวม

ขั้นตอนการผลิต

กระบวนการผลิตหลักๆ ที่สำคัญ ได้แก่ การสกัดชา การปรุงรสชาดี การบรรจุขวด และการควบคุมคุณภาพ โดยทุกขั้นตอนของกระบวนการผลิตจะปลอดสารเคมีและมีระบบควบคุมที่ทันสมัย

ใบชาออร์แกนิกจะถูกล้างทำความสะอาดก่อนนำมาใช้และทำให้เย็นและทิ้งไว้ให้ตกตะกอน โดยน้ำชาจะ ถูกล้างผ่านการกรองอย่างละเอียดต่อไปยังหม้อปรุงรสชาดีที่ทำหน้าที่ผสมส่วนผสมต่างๆ และน้ำชาที่ปรุงรส แล้วจะถูกล้างเพื่อบรรจุขวดต่อไป ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้ติดตั้งระบบกระบวนการผลิตเครื่องดื่มประเภทปลอดเชื้อ ชนิดบรรจุเย็น (Cold Aseptic Filling System) ซึ่งเป็นเทคโนโลยีการผลิตเครื่องดื่มล่าสุดจากประเทศญี่ปุ่น ทำให้ ได้ผลิตภัณฑ์ที่ทรงคุณค่า ใหม่และสดเสมอ และปลอดภัยสูงสุดสำหรับผู้บริโภค โดยผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มที่ผสม ส่วนผสมต่างๆ แล้วจะผ่านการฆ่าเชื้อจุลินทรีย์ด้วยความร้อนสูงที่อุณหภูมิ 137 องศาเซลเซียส ในระยะเวลาอันสั้น

ที่ 4 วินาที หลังจากนั้นจะทำให้เย็นที่อุณหภูมิ 25 องศาเซลเซียสอย่างรวดเร็ว แล้วนำผลิตภัณฑ์มาบรรจุลงขวดพลาสติก (PET) และปิดผนึกด้วยฝาพลาสติกที่ผ่านการฆ่าเชื้อจุลินทรีย์แล้ว รวมถึงการบรรจุภาชนะกล่องกระดาษที่ปลอดเชื้อเช่นเดียวกันด้วย

ทั้งนี้ ทุกกระบวนการผลิตดังกล่าวจะมีระบบควบคุมและบันทึกข้อมูลในแต่ละขั้นตอนการผลิตตลอดเวลาโดยอัตโนมัติ เมื่อมีสิ่งผิดปกติเกิดขึ้นในระหว่างการผลิต ระบบการผลิตจะหยุดการผลิตทันทีโดยอัตโนมัติ พร้อมทั้งรายงานความผิดปกติที่เกิดขึ้นเพื่อให้ผู้ปฏิบัติหน้าที่ควบคุมการผลิต ณ ขณะนั้นสามารถแก้ไขปัญหาได้ทันทั่วทั้งและลดผลเสียหายต่อสายการผลิตน้อยที่สุด

การตรวจสอบและควบคุมคุณภาพ

บริษัทฯ ควบคุมคุณภาพของสินค้าทุกขั้นตอนตั้งแต่การคัดเลือกผู้ขายวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ การตรวจสอบระบบการทำงานของฝ่าย การประเมินผู้ขาย และการตรวจสอบสินค้าก่อนการรับเข้ากระบวนการผลิต ในส่วนของกระบวนการผลิตมีการตรวจสอบคุณภาพด้วยโดยใช้ Quality plan ซึ่งเป็นเครื่องมืออ้างอิงมาตรฐานการสุ่มตัวอย่างตาม MIL-STD_105E และมีการตรวจคุณภาพสินค้าสำเร็จรูป ทางด้านกายภาพ เคมี ชีวภาพ ประสาทสัมผัสตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ก่อนการปล่อยสินค้าออกจากโรงงาน นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมุ่งเน้นการรักษาคุณภาพและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยจัดทำระบบการจัดการเชิงบูรณาการคุณภาพ-สุขลักษณะ-ความปลอดภัยอาหาร ได้แก่ การจัดทำระบบ GMP, HACCP, ISO9001:2008, HALAL, ISO14001, ISO17025, ISO50001 และมาตรฐานสากลอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

-ไม่มี-

3. ปัจจัยความเสี่ยง

- ความเสี่ยงจากการที่แบรนด์ของอิชิตันผูกติดกับคุณตัน

การผูกติดแบรนด์ของอิชิตันเข้ากับคุณตันเป็นหนึ่งในกลยุทธ์ของการสร้างแบรนด์ให้เป็นที่จดจำและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคที่ได้ผลและมีประสิทธิภาพ กรณีคุณตันมิได้เป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ของบริษัทฯ นั้นอาจส่งผลกระทบในทางลบต่อแบรนด์ของอิชิตัน ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงความเสี่ยงนี้เป็นอย่างดีและได้มีการวางแผนดำเนินการเพื่อส่งเสริมให้แบรนด์ของอิชิตันมีความเข้มแข็ง โดยไม่ผูกติดกับบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ทางฝ่ายการตลาดของบริษัทฯ ได้กำหนดแผนการตลาดของแบรนด์ต่อผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ โดยพยายามทยอยลดการใช้คุณตันในการแสดงโฆษณาใหม่ๆ ของบริษัทฯ ให้ลดน้อยลง ยกเว้นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ต้องการสื่อสารต่อสาธารณะ ผู้บริโภค ลูกค้า ให้รับรู้ว่าเป็นสินค้าของคุณตัน

- ความเสี่ยงจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ต้องทำอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา บริษัทฯ จึงอาจมีความเสี่ยงจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ซึ่งต้องใช้เงินทุนสูง ทั้งในด้านการคิดค้นผลิตภัณฑ์และการทำการตลาด ซึ่งรวมถึงการโฆษณาและประชาสัมพันธ์เพื่อให้เป็นที่รู้จักของกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้น ก่อนการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ บริษัทฯ จึงเน้นการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค การสำรวจความชื่นชอบของผลิตภัณฑ์ใหม่ และการศึกษาถึงความเหมาะสมของอัตราผลตอบแทนจากการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ใหม่เชิงพาณิชย์ บริษัทฯ ยังได้มีการลงทุนสร้างห้องทดลองของบริษัทฯ โดยใช้เงินทุนไม่เกิน 10 ล้านบาท เพื่อใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ของบริษัทฯ และค่าใช้จ่ายในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่แต่ละครั้งจะใช้งบประมาณจำนวนไม่มาก ในส่วนของงบประมาณในการออกผลิตภัณฑ์อาจจะสูง แต่บริษัทฯ ยังสามารถควบคุมได้ โดยมีแผนว่าถ้าใช้งบประมาณประชาสัมพันธ์เกิน 50 ล้านบาท แล้วหากสินค้ายังไม่ติดตลาดก็จะมีพิจารณาหยุดการโฆษณาสินค้านั้นๆ และเลิกผลิตสินค้านั้นหรือเก็บสินค้านั้นออกจากตลาด แต่โดยภาพรวมงบประมาณประชาสัมพันธ์จะอยู่ในวงเงินงบประมาณที่กำหนดไว้ ซึ่งปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสม

- ความเสี่ยงในด้านการขาดแคลนวัตถุดิบและความผันผวนของราคาวัตถุดิบหลัก

วัตถุดิบหลักที่สำคัญ ได้แก่ ใบชา น้ำตาลฟรุกโตส น้ำตาลทราย และวัตถุดิบปรุงแต่งกลิ่น ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนประมาณ 30% ของต้นทุนการผลิต สภาพภูมิอากาศอันไม่แน่นอนในปัจจุบันอาจส่งผลกระทบต่อปริมาณผลผลิตและอาจก่อให้เกิดภาวะการขาดแคลน ซึ่งส่งผลให้ราคาวัตถุดิบมีความผันผวน บริษัทฯ จึงได้มีการวางแผนการจัดการล่วงหน้า โดยฝ่ายจัดซื้อได้มีการทำสัญญาสั่งซื้อสินค้ากับผู้จำหน่ายวัตถุดิบหลักไว้ล่วงหน้าเป็นระยะเวลา 1 ปี หรือมากกว่า เพื่อให้ได้มาซึ่งวัตถุดิบในปริมาณที่เพียงพอกับแผนการผลิตในราคาที่เหมาะสม นอกจากนี้ ยังได้มีการจัดหาวัตถุดิบจากหลายแหล่งเพื่อลดความเสี่ยงจากการพึ่งพิงคู่ค้ารายใดรายหนึ่ง บริษัทฯ ได้ทำสัญญากับคู่ค้าจำนวนอย่างน้อย 3 ราย เพื่อป้องกันความเสี่ยงกรณีที่ผู้ขายรายหนึ่งไม่สามารถจัดหาวัตถุดิบมาจำหน่ายได้เพียงพอต่อความต้องการของบริษัทฯ

สำหรับการจัดซื้อใบชา นั้น ทำสัญญากับคู่ค้า 2-3 รายเสมอ โดยใบชาที่ผลิต/จัดหาโดยคู่ค้าแต่ละรายเป็นวัตถุดิบที่สามารถใช้ทดแทนกันได้ หากคู่ค้ารายใดไม่สามารถจัดส่งใบชาให้ได้ก็สามารถซื้อจากคู่ค้ารายอื่นได้ เนื่องจากในการผลิตเครื่องดื่มชาแต่ละประเภท อาทิ เครื่องดื่มชาเขียวหรือชาดำ ซึ่งตั้งต้นจากใบชาประเภทเดียวกัน แต่ขึ้นอยู่กับการนำใบชาผ่านกระบวนการผลิต หมัก บ่ม และ เติม Flavor ที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้น จึงสามารถมั่นใจได้ว่าบริษัทฯ ไม่ได้มีการพึ่งพิงคู่ค้ารายใดรายหนึ่งมากเกินไป

- **ความเสี่ยงในด้านความปลอดภัยในการบริโภค**

เนื่องจากความปลอดภัยในการบริโภคเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญ ความผิดพลาดเพียงเล็กน้อยอาจส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์ทั้งหมดของบริษัทฯ ดังนั้น บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญในการคัดเลือกวัตถุดิบและพื้ที่ผลิตในทุกขั้นตอนการผลิต เพื่อให้ผู้บริโภคมั่นใจได้ว่าผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ มีคุณภาพสูงและได้มาตรฐานสากล เช่น GMP, HACCP, ISO9001:2008, HALAL, ISO14001, ISO17025, ISO50001 เป็นต้น ในการผลิตผลิตภัณฑ์ทุก Lot มีการเก็บตัวอย่างตามมาตรฐานไว้เพื่อตรวจสอบเชื้ออย่างน้อย 7 วัน ก่อนที่จะนำออกไปจำหน่ายในท้องตลาด และเก็บป้องกันไว้สำหรับการอ้างอิง โดยในสินค้า 1 Lot จะผลิตออกมาเป็นจำนวนมาก ถ้าหากมีการติดเชื้อจะต้องติดเชื้อทั้ง Lot ดังนั้น ก่อนที่จะส่งออกไปจำหน่ายทางแผนกประกันคุณภาพจะนำผลิตภัณฑ์เข้าตรวจสอบในห้อง Lab ก่อนที่จะมีการปล่อยให้นำผลิตภัณฑ์ออกไปจำหน่าย ซึ่งเป็นการป้องกันความเสี่ยงด้านความปลอดภัยในตัวผลิตภัณฑ์ ในทางปฏิบัติเครื่องจักรของบริษัทฯ เป็นไฮเทคโมเดล ซึ่งเป็นระบบปิดยังไม่เคยปรากฏเรื่องการติดเชื้อ

- **ความเสี่ยงจากการเพิ่มขึ้นของอัตราดอกเบี้ย**

ณ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทฯ มีเงินกู้ยืมจำนวน 2,068 ล้านบาท ที่มีอัตราดอกเบี้ยผันแปรตามอัตราดอกเบี้ยในตลาด (Floating Rate) อัตราดอกเบี้ยที่เพิ่มขึ้นอาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ได้ โดยในเดือนเมษายน 2557 บริษัทฯ ได้ทำการจดทะเบียนเสนอขายหุ้นเพิ่มทุนในตลาดหลักทรัพย์ (IPO) ได้เงินเพิ่มทุน 3,900 ล้านบาท และได้ทำการจ่ายเงินกู้ยืมจากกรรมการ และเงินกู้สถาบันการเงินประมาณ 3,000 ล้านบาท ทำให้ลดผลกระทบเรื่องอัตราดอกเบี้ยอย่างมีสาระสำคัญ

- **ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้จัดจำหน่ายสินค้าหลัก**

บริษัทฯ กระจายสินค้าไปสู่กลุ่มลูกค้าร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) (สัดส่วน 56.0% ของยอดขายสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2558) ร้านค้าส่งและร้านค้าปลีกดั้งเดิม (Traditional Trade) (สัดส่วน 41.5% ของยอดขายสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2558) ผ่านตัวแทนผู้จัดจำหน่ายสินค้าหลัก 3 ราย โดยสัญญาจัดจำหน่ายมีอายุ 3-5 ปี ได้แก่ บริษัท ดีเคเอสเอช (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท ไอแอมกรีนที่ จำกัด และ บริษัท บุญรอดเอเชีย จำกัด ด้วยสัดส่วนการกระจายสินค้าคิดเป็น 79.6%, 12.8% และ 5.1% ของยอดขายสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2558 ตามลำดับ (ส่งออก 2.5%) บริษัทฯ จึงอาจมีความเสี่ยงในการพึ่งพิงผู้จัดจำหน่ายสินค้าหลักดังกล่าว โดยการมีผู้จัดจำหน่ายสินค้าหลัก 3 ราย ถือเป็นแนวทางการกระจายความเสี่ยง

ของบริษัทฯ ตามข้อตกลงโดยข้อกำหนดไว้ในสัญญาการจัดจำหน่ายกับทางผู้จัดจำหน่ายสินค้าหลัก คือ บริษัท ดีเคเอสเอช (ประเทศไทย) จำกัด ให้บริษัทฯ สามารถเพิ่มผู้จัดจำหน่ายได้อีก 2 ราย เพื่อเป็นการกระจายความเสี่ยง อย่างไรก็ตาม จากความสัมพันธ์อันดีที่ผ่านมากับผู้จัดจำหน่ายสินค้าหลักทั้ง 3 ราย และการปฏิบัติตามเงื่อนไขในสัญญาอย่างเคร่งครัด บริษัทฯ เชื่อว่าผู้จัดจำหน่ายสินค้าหลักดังกล่าวจะต่ออายุสัญญาจัดจำหน่ายสินค้าให้บริษัทฯ ต่อไป

- **ความเสี่ยงจากภาวะการแข่งขันที่ค่อนข้างรุนแรง**

เนื่องจากธุรกิจเครื่องดื่ม เป็นธุรกิจที่เหมาะสมกับสภาพภูมิอากาศของประเทศไทย และมีการเจริญเติบโตสูงอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ในปัจจุบันมีผู้ประกอบการธุรกิจผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มมีจำนวนมากมายก่องให้เกิดภาวะการแข่งขันที่ค่อนข้างรุนแรง และส่งผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไรของผู้ประกอบการที่ไม่มีความสามารถในการบริหารจัดการที่ดีพอ บริษัทฯ มีนโยบายในการกำหนดราคาที่เหมาะสมและไม่สนับสนุนการตัดราคา โดยจะเน้นการเป็นผู้นำในด้านนวัตกรรมการตลาดในรูปแบบใหม่ๆ รวมถึงการจัดกิจกรรมการตลาด การโฆษณา และประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง สำหรับผลิตภัณฑ์ในกลุ่มชาเขียว ซึ่งการสร้างความแตกต่างในผลิตภัณฑ์ทำได้ลำบาก ทางบริษัทฯ จะเน้นในเรื่องการบริหารจัดการในการผลิตและการขนส่ง เพื่อสร้างกำไรจากการขาย นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังเน้นการพัฒนาและออกผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่าง คือ เครื่องดื่มสมุนไพรภายใต้ตราสินค้า เย็นเย็น โดยอิชิตัน ซึ่งยังไม่มีคู่แข่งใดที่สามารถพัฒนารสชาติและแบรนด์สินค้าได้ดีเท่าบริษัทฯ รวมถึงในปี 2558 บริษัทฯ จะมีการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ในกลุ่มของน้ำผลไม้ภายใต้ตราสินค้า “ไบเล่” เพื่อเพิ่มโอกาสในการเติบโตของบริษัทฯ อีกทั้งยังเป็นการกระจายความเสี่ยงอีกทางหนึ่ง

- **ความเสี่ยงเกี่ยวกับการถูกเรียกเก็บภาษีสรรพสามิตเครื่องดื่มชาเขียว**

ในปัจจุบันเครื่องดื่มชาเขียวของบริษัทฯ มีอัตราส่วนผสมของน้ำผลไม้และน้ำพืชผักต่อปริมาณสุทธิของเครื่องดื่มเป็นไปตามที่กำหนดจึงได้รับยกเว้นภาษีสรรพสามิตตามประกาศกรมสรรพสามิต เรื่อง หลักเกณฑ์และเงื่อนไขการยกเว้นภาษีเครื่องดื่มน้ำผลไม้และน้ำพืชผัก ทั้งนี้ เนื่องจากกรมสรรพสามิตอยู่ระหว่างการสรุปแนวทางการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตเครื่องดื่มชาเขียวใหม่ ดังนั้น หากมีการเปลี่ยนแปลงการเรียกเก็บภาษีสรรพสามิตเครื่องดื่มชาเขียวที่เป็นผลให้ผู้ประกอบการชาเขียวไม่ได้รับสิทธิยกเว้นภาษี ผลประกอบการของผู้ประกอบการดังกล่าวทุกรายซึ่งรวมถึงบริษัทฯ อาจได้รับผลกระทบในเชิงลบ โดยบริษัทฯ จะมีภาระค่าใช้จ่ายภาษีเพิ่มขึ้นส่งผลให้ผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ลดลง อย่างไรก็ตาม ทางบริษัทฯ ได้มีการประชุมวางแผนในการวางแผนแนวทางการจัดการเพื่อเตรียมรับมือกับเหตุการณ์ดังกล่าวนี้แล้ว โดยบริษัทฯ จะยังคงมุ่งเน้นเรื่องการบริหารจัดการต้นทุนและค่าใช้จ่ายให้มีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง การใช้เครื่องจักรที่มีเทคโนโลยีทันสมัยพร้อมกับการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพนั้น มีส่วนช่วยในการลดต้นทุนการผลิตอย่างมีนัยสำคัญ และเป็นรูปแบบเพื่อชดเชยกับต้นทุนค่าภาษีสรรพสามิตที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต

- ความเสี่ยงจากภัยธรรมชาติอันเกิดจากอุทกภัย

วิกฤตน้ำท่วมในปี 2554 ส่งผลให้แผนการผลิตและจำหน่ายของได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ ทางสวนอุตสาหกรรมโรจนะได้มีการสร้างกำแพงคอนกรีตล้อมรอบนิคมฯ เพิ่มอีก 6 เมตร โดยฝังลงไปใต้ดิน 3 เมตร และไผ่พันดินอีก 3 เมตร เพื่อป้องกันน้ำท่วม และเพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าจะสามารถป้องกันอุทกภัยได้ในอนาคต บริษัทฯ ได้มีการซื้อประกันความเสี่ยงให้ครอบคลุมความเสียหายทั้งหมด และมีแผนการลงทุนในอนาคต ร่วมลงทุนและสร้างโรงงานในต่างประเทศอีกด้วย

- ความเสี่ยงจากการที่กลุ่มภาสกรณที่เป็นกลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่เพียงกลุ่มเดียว

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 กลุ่มภาสกรณที่ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นกลุ่มใหญ่ในบริษัทฯ คิดเป็น 59.0% ของทุนชำระแล้ว จึงทำให้กลุ่มภาสกรณที่สามารถควบคุมมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้เกือบทั้งหมด ดังนั้น ผู้ถือหุ้นรายอื่นจึงอาจไม่สามารถรวมคะแนนเสียงเพื่อตรวจสอบถ่วงดุลเรื่องที่ผู้ถือหุ้นเสนอได้ อย่างไรก็ตาม ผู้ถือหุ้นรายอื่นสามารถตรวจสอบถ่วงดุลมติพิเศษซึ่งต้องใช้คะแนนเสียงสามในสี่ นอกจากนี้ กลุ่มภาสกรณที่ไม่มีสิทธิออกเสียงในการพิจารณาการเข้าทำรายการที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มภาสกรณที่ ซึ่งความเสี่ยงในข้อนี้อาจจะขัดแย้งกับเรื่องธรรมาภิบาล แต่ในทางกลับกันการถือหุ้นใหญ่ของกลุ่มครอบครัวคุณตัน ภาสกรณที่ เป็นการการันตีว่าคุณตัน ภาสกรณที่ และภรรยา จะยังคงทำหน้าที่เป็นผู้บริหารเพื่อบริหารและกำหนดทิศทางของบริษัทฯ ที่ถูกสร้างขึ้นมาอย่างยากลำบากโดยคุณตัน ภาสกรณที่และภรรยาเอง ทั้งนี้ โครงสร้างการจัดการของบริษัทฯ ประกอบด้วย คณะกรรมการและคณะกรรมการชุดย่อยรวม 3 ชุด ได้แก่ คณะกรรมการบริษัท คณะกรรมการตรวจสอบ และคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน โดยมีการกำหนดขอบเขตอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการแต่ละคณะอย่างชัดเจน อีกทั้งในองค์ประกอบของคณะกรรมการตรวจสอบ ยังประกอบด้วยกรรมการอิสระ 3 ท่าน ที่เป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการธุรกิจและความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับงบการเงินและรายงานต่าง ๆ จึงมีส่วนช่วยให้การดำเนินงานของคณะกรรมการและคณะกรรมการชุดย่อยเป็นไปอย่างมีระบบ โปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ นอกจากนี้บริษัทฯ ยังมีนโยบายเกี่ยวกับการทำรายการที่เกี่ยวข้องกับ กรรมการ ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้มีอำนาจควบคุมในกิจการ รวมทั้งบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ โดยจะทำการพิจารณาเปรียบเทียบเงื่อนไขกับบุคคลภายนอกอื่นก่อนและนำรายการต่างๆ เข้าสู่การพิจารณาอนุมัติของคณะกรรมการตรวจสอบทุกกรณีก่อนที่จะนำเสนอต่อที่ประชุมคณะกรรมการพิจารณาอนุมัติขั้นตอนต่อไป โดยที่บุคคลที่มีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ดังกล่าวจะไม่มีอำนาจอนุมัติในการเข้าทำรายการนั้นๆ อีกทั้งคณะกรรมการตรวจสอบจะทำหน้าที่ติดตามรายการที่เกี่ยวข้องกันทุกๆ ไตรมาส โดยให้ผู้ตรวจสอบภายในทำการตรวจสอบ

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทฯ มีทรัพย์สินหลักๆ ที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ ดังนี้

4.1 ที่ดิน อาคาร อุปกรณ์

ที่ตั้ง	ผู้ถือกรรมสิทธิ์	มูลค่าสุทธิตามบัญชี (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1. ที่ดินและส่วนปรับปรุงที่ดิน - ที่ดินเนื้อที่รวม 75-3-80 ไร่ตามโฉนดเลขที่ 13425 และ 33355 ซึ่งเป็นที่ตั้งของโรงงานผลิตสินค้าของบริษัทฯ ที่ตั้งในโครงการสวนอุตสาหกรรมโรจนะ โซน 8 ตำบลอุทัย อำเภอกุทัย จ.พระนครศรีอยุธยา - ที่ดินเนื้อที่รวม 72-0-14 ไร่ตามโฉนดเลขที่ 3172 ที่ตั้งในโครงการสวนอุตสาหกรรมโรจนะ ตำบลอุทัย อำเภอกุทัย จ.พระนครศรีอยุธยา	บริษัทฯ บริษัทฯ	265.7 231.2	จำนองกับธนาคาร -
2. อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร (รวมส่วนตกแต่งและระบบภายใน) - อาคารโรงงานผลิต สำนักงาน และอาคารสนับสนุนที่ตั้งในโครงการสวนอุตสาหกรรมโรจนะ ตามโฉนดเลขที่ 13425 และ 33355 โซน 8 ตำบลอุทัย อำเภอกุทัย จ.พระนครศรีอยุธยา	บริษัทฯ	1,736.7	จำนองกับธนาคาร
3. เครื่องจักรและอุปกรณ์โรงงาน - เครื่องจักรในสายการผลิตของโรงงานผลิตสินค้าของบริษัทฯที่ตั้งในโครงการสวนอุตสาหกรรมโรจนะ	บริษัทฯ	3,400.9	จำนองกับธนาคาร
4. เครื่องตกแต่งติดตั้งและเครื่องใช้สำนักงาน	บริษัทฯ	35.9	ไม่มี
5. เครื่องมือและเครื่องใช้	บริษัทฯ	54.6	ไม่มี
6. ยานพาหนะ	บริษัทฯ	1.6	ไม่มี
7. สินทรัพย์ระหว่างการก่อสร้างและติดตั้ง	บริษัทฯ	1,068.6	ไม่มี
รวม		6,795.2	

หมายเหตุ ทรัพย์สินรายการที่ 1-3 นำไปจดจำนองไว้กับธนาคารพาณิชย์ 3 แห่ง ตามข้อ 4.6.7 วงเงินจำนองรวมเท่ากับ 6,112.50 ล้านบาท

4.2 เครื่องหมายบริการ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทฯ เป็นเจ้าของเครื่องหมายบริการจำนวนทั้งสิ้น 3 รายการ ดังนี้

เครื่องหมายบริการ	เลขทะเบียน	วันที่จดทะเบียน	สำหรับบริการ	ระยะเวลาคุ้มครอง
	บ54348	12 เม.ย. 54	การจัดหาอาหารและเครื่องดื่ม	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียนและต่ออายุได้ทุก 10 ปี
	บ54349	12 เม.ย. 54	การจัดหาอาหารและเครื่องดื่ม	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียนและต่ออายุได้ทุก 10 ปี
	บ55390	6 ต.ค. 54	การจัดหาอาหารและเครื่องดื่ม	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียนและต่ออายุได้ทุก 10 ปี

4.3 เครื่องหมายการค้า

บริษัทฯ เป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้า ดังนี้

ภายในประเทศ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทฯ เป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้าจำนวนทั้งสิ้น 16 รายการ ดังนี้

เครื่องหมายการค้า	เลขทะเบียน	วันที่จดทะเบียน	สำหรับสินค้า	ระยะเวลาคุ้มครอง
อิชิตัน คิคุชะ	ค372021 (ประเทศไทย)	30 พ.ย. 54	น้ำผลไม้, น้ำเชื่อมใช้ทำเครื่องดื่ม, น้ำดื่ม, น้ำแร่ ใช้ทำเครื่องดื่ม	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียนและต่ออายุได้ทุก 10 ปี
อิชิตัน คิคุชะ	ค372022 (ประเทศไทย)	30 พ.ย. 54	กาแฟ, ชา, โกโก้, กาแฟเทียม, ชาเขียวพร้อมดื่ม	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียนและต่ออายุได้ทุก 10 ปี
ICHITAN KIKUCHA	ค383448 (ประเทศไทย)	30 พ.ย. 54	น้ำผลไม้, น้ำเชื่อมใช้ทำเครื่องดื่ม, น้ำดื่ม, น้ำแร่ ใช้ทำเครื่องดื่ม	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียนและต่ออายุได้ทุก 10 ปี
ICHITAN KIKUCHA	ค383458 (ประเทศไทย)	30 พ.ย. 54	กาแฟ, ชา, โกโก้, กาแฟเทียม, ชาเขียวพร้อมดื่ม	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียนและต่ออายุได้ทุก 10 ปี

เครื่องหมายการค้า	เลขทะเบียน	วันที่จดทะเบียน	สำหรับสินค้า	ระยะเวลาคุ้มครอง
Youngi Drink	ค346374 (ประเทศไทย)	5 มี.ค. 55	เบียร์ เหล้าเอล เบียร์ดำ น้ำแร่และน้ำอัดลม และ เครื่องดื่มไม่ผสม แอลกอฮอล์อื่นๆ น้ำเชื่อมและส่วนผสม เครื่องดื่ม	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และต่ออายุได้ทุก 10 ปี
ปั่นน้ำใจ	ค371265 (ประเทศไทย)	30 พ.ย. 54	กาแฟ, ชา, โกโก้, กาแฟ เทียม,ชาเขียวพร้อมดื่ม	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และต่ออายุได้ทุก 10 ปี
ปั่นน้ำใจ	ค386674 (ประเทศไทย)	30 พ.ย. 54	น้ำผลไม้, น้ำเชื่อมใช้ทำ เครื่องดื่ม, น้ำดื่ม, น้ำแร่ ใช้ทำเครื่องดื่ม	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และต่ออายุได้ทุก 10 ปี
อิชิปัน	ค 371264 (ประเทศไทย)	30 พ.ย. 54	น้ำผลไม้, น้ำเชื่อมใช้ทำ เครื่องดื่ม, น้ำดื่ม, น้ำแร่ ใช้ทำเครื่องดื่ม	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และต่ออายุได้ทุก 10 ปี
อิชิปัน	ค371263 (ประเทศไทย)	30 พ.ย. 54	กาแฟ, ชา, โกโก้, กาแฟ เทียม,ชาเขียวพร้อมดื่ม	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และต่ออายุได้ทุก 10 ปี
	ค408953 (ประเทศไทย)	4 มี.ค. 57	กาแฟ, ชา, โกโก้, กาแฟ เทียม,ชาเขียวพร้อมดื่ม	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และต่ออายุได้ทุก 10 ปี
	ค408946 (ประเทศไทย)	4 มี.ค. 57	กาแฟ, ชา, โกโก้, กาแฟ เทียม,ชาเขียวพร้อมดื่ม	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และต่ออายุได้ทุก 10 ปี

เครื่องหมายการค้า	เลขทะเบียน	วันที่จดทะเบียน	สำหรับสินค้า	ระยะเวลาคุ้มครอง
	ค408882 (ประเทศไทย)	4 มี.ค. 57	น้ำผลไม้, น้ำเชื่อมใช้ทำเครื่องดื่ม, น้ำดื่ม, น้ำแร่ ใช้ทำเครื่องดื่ม	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และต่ออายุได้ทุก 10 ปี
	ค408938 (ประเทศไทย)	4 มี.ค. 57	น้ำผลไม้, น้ำเชื่อมใช้ทำเครื่องดื่ม, น้ำดื่ม, น้ำแร่ ใช้ทำเครื่องดื่ม	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และต่ออายุได้ทุก 10 ปี
	ค408878 (ประเทศไทย)	4 มี.ค. 57	กาแฟ, ชา, โกโก้, กาแฟเทียม, ชาเขียวพร้อมดื่ม	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และต่ออายุได้ทุก 10 ปี
	ค408939 (ประเทศไทย)	4 มี.ค. 57	น้ำผลไม้, น้ำเชื่อมใช้ทำเครื่องดื่ม, น้ำดื่ม, น้ำแร่ ใช้ทำเครื่องดื่ม	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และต่ออายุได้ทุก 10 ปี
	ค408936 (ประเทศไทย)	4 มี.ค. 57	กาแฟ, ชา, โกโก้, กาแฟเทียม, ชาเขียวพร้อมดื่ม	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และต่ออายุได้ทุก 10 ปี

ต่างประเทศ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทฯ เป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้าจำนวนทั้งสิ้น 24 รายการ ดังนี้

เครื่องหมายการค้า	เลขทะเบียน	วันที่จดทะเบียน	สำหรับสินค้า	ระยะเวลาคุ้มครอง
	11432/2012 (ประเทศพม่า)	16 ก.ย. 58	ชา, ชาเขียว, เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของชา	16 ก.ย. 58 – 16 ก.ย. 61 ■ คู่สัญญาพิจารณาต่ออายุสัญญาเป็นครั้งไปเมื่อสิ้นสุดอายุสัญญา

เครื่องหมายการค้า	เลขทะเบียน	วันที่จดทะเบียน	สำหรับสินค้า	ระยะเวลาคุ้มครอง
 ICHITAN	11433/2012 (ประเทศพม่า)	16 ก.ย. 58	เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์	16 ก.ย. 58 – 16 ก.ย. 61 ■ คู่สัญญาพิจารณาต่ออายุสัญญาเป็นครั้งไปเมื่อสิ้นสุดอายุสัญญา
 ICHITAN	T1213049I (ประเทศสิงคโปร์)	5 ก.ย. 55	เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียนและต่ออายุได้ทุก 10 ปี
 ICHITAN	T1213048J (ประเทศสิงคโปร์)	5 ก.ย. 55	ชา, ชาเขียว, เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของชา	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียนและต่ออายุได้ทุก 10 ปี
 ICHITAN	011159068 (ประเทศกลุ่มสมาคมเศรษฐกิจยุโรป 27 ประเทศ)	14 ม.ค. 56	ชา, ชาเขียว, เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของชา	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน
 ICHITAN	971686 (ประเทศนิวซีแลนด์)	22 ม.ค. 56	ชา, ชาเขียว, เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของชา	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน
 ICHITAN	27068 (ประเทศลาว)	10 พ.ค. 56	ชา, ชาเขียว, เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของชา	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน
 ICHITAN	27069 (ประเทศลาว)	10 พ.ค. 56	เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน
 ICHITAN	302787788 (ประเทศฮ่องกง)	1 พ.ย. 56	ชา, ชาเขียว, เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของชา	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน
 ICHITAN	302787779 (ประเทศฮ่องกง)	1 พ.ย. 56	เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน

เครื่องหมายการค้า	เลขทะเบียน	วันที่จดทะเบียน	สำหรับสินค้า	ระยะเวลาคุ้มครอง
 ICHITAN	49533/14 (ประเทศกัมพูชา)	1 ม.ค. 56	ชา, ชาเขียว, เครื่องดื่มที่มี ส่วนผสมของชา	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน
 ICHITAN	49534/14 (ประเทศกัมพูชา)	1 ม.ค. 56	เครื่องดื่มไม่มี แอลกอฮอล์	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน
 ICHITAN	2012056944 (ประเทศมาเลเซีย)	5 ก.ย. 55	ชา, ชาเขียว, เครื่องดื่มที่มี ส่วนผสมของชา	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน
 ICHITAN	2012056945 (ประเทศมาเลเซีย)	5 ก.ย. 55	เครื่องดื่มไม่มี แอลกอฮอล์	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน
 ICHITAN	01650792 (ประเทศไต้หวัน)	16 มิ.ย. 57	ชา, ชาเขียว, เครื่องดื่มที่มี ส่วนผสมของชา	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน
 ICHITAN	01650792 (ประเทศไต้หวัน)	16 มิ.ย. 57	เครื่องดื่มไม่มี แอลกอฮอล์	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน
 ICHITAN	48,220 (ประเทศบรูไน)	10 ก.ค. 55	ชา, ชาเขียว, เครื่องดื่มที่มี ส่วนผสมของชา	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน
 ICHITAN	48,220 (ประเทศบรูไน)	10 ก.ค. 55	เครื่องดื่มไม่มี แอลกอฮอล์	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน
 ICHITAN	1512052 (ประเทศออสเตรเลีย)	10 ก.ย. 56	ชา, ชาเขียว, เครื่องดื่มที่มี ส่วนผสมของชา	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน
 ICHITAN	1512052 (ประเทศออสเตรเลีย)	10 ก.ย. 56	เครื่องดื่มไม่มี แอลกอฮอล์	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน

เครื่องหมายการค้า	เลขทะเบียน	วันที่จดทะเบียน	สำหรับสินค้า	ระยะเวลาคุ้มครอง
 ICHITAN	IDM000405922 (ประเทศอินโดนีเซีย)	23 ม.ค. 57	ชา, ชาเขียว, เครื่องดื่มที่มี ส่วนผสมของชา	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน
 ICHITAN	IDM000405923 (ประเทศอินโดนีเซีย)	23 ม.ค. 57	เครื่องดื่มไม่มี แอลกอฮอล์	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน
 ICHITAN	TMA908 (ประเทศแคนาดา)	20 ก.ค. 58	ชา, ชาเขียว, เครื่องดื่มที่มี ส่วนผสมของชา	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน
 ICHITAN	TMA903 (ประเทศแคนาดา)	20 ก.ค. 58	เครื่องดื่มไม่มี แอลกอฮอล์	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน

ใบเล

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทฯ เป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้าจำนวนทั้งสิ้น 30 รายการ ดังนี้

เครื่องหมายการค้า	เลขทะเบียน	วันที่จดทะเบียนรับโอน	สำหรับสินค้า	ระยะเวลาคุ้มครอง
	351117 (ประเทศไทย)	16 พ.ค. 57	กาแฟ ชา โกโก้ เครื่องดื่มที่มีช็อคโกแลต ผสม ลูกกวาด ไอศกรีม น้ำแข็งปรงรส หวานเข้มข้น ใช้ปรุงอาหาร ยกเว้นหัว น้ำมันหอมระเหย	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และต่ออายุได้ ทุกๆ 10 ปีไม่มีกำหนด
-	369430 (ประเทศไทย)	16 พ.ค. 57	ขวด	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และต่ออายุได้ ทุกๆ 10 ปีไม่มีกำหนด

เครื่องหมายการค้า	เลขทะเบียน	วันที่จดทะเบียนรับโอน	สำหรับสินค้า	ระยะเวลาคุ้มครอง
	425983 (ประเทศไทย)	16 พ.ค. 57	เครื่องดื่มที่ส่วนผสมของน้ำผลไม้ โซดาชนิดไม่อัดลม โซดาอัดลม น้ำผลไม้	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และต่ออายุได้ทุกๆ 10 ปีไม่มีกำหนด
	351116 (ประเทศไทย)	16 พ.ค. 57	เครื่องดื่มนมปรุงรส นมเปรี้ยว นมเปรี้ยวแช่แข็ง แยมผิวส้ม	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และต่ออายุได้ทุกๆ 10 ปีไม่มีกำหนด
	425984 (ประเทศไทย)	16 พ.ค. 57	เครื่องดื่มที่ส่วนผสมของน้ำผลไม้ โซดาชนิดไม่อัดลม โซดาอัดลม น้ำผลไม้	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และต่ออายุได้ทุกๆ 10 ปีไม่มีกำหนด
	434390 (ประเทศไทย)	16 พ.ค. 57	น้ำโซดา น้ำแร่ น้ำอัดลม	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และต่ออายุได้ทุกๆ 10 ปีไม่มีกำหนด
	434389 (ประเทศไทย)	16 พ.ค. 57	น้ำโซดา น้ำแร่ น้ำอัดลม	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และต่ออายุได้ทุกๆ 10 ปีไม่มีกำหนด
	369670 (ประเทศไทย)	16 พ.ค. 57	ขวด	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และต่ออายุได้ทุกๆ 10 ปีไม่มีกำหนด
	348221 (ประเทศไทย)	16 พ.ค. 57	น้ำโซดา น้ำแร่ น้ำอัดลม	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และต่ออายุได้ทุกๆ 10 ปีไม่มีกำหนด

เครื่องหมายการค้า	เลขทะเบียน	วันที่จดทะเบียนรับโอน	สำหรับสินค้า	ระยะเวลาคุ้มครอง
	17134 (ประเทศเวียดนาม)	30 ก.ย. 57	เบียร์, น้ำแร่, น้ำอัดลม และเครื่องดื่มที่ไม่มี แอลกอฮอล์ เครื่องดื่ม น้ำผลไม้และน้ำผลไม้ น้ำเชื่อมและส่วนผสม อื่นๆ	10 ปี นับแต่วันที่จด ทะเบียน และต่ออายุได้ ทุกๆ 10 ปีไม่มีกำหนด
	KH/3279/93 (ประเทศกัมพูชา)	21 ก.ค. 57	เบียร์, น้ำแร่, น้ำอัดลม และเครื่องดื่มที่ไม่มี แอลกอฮอล์ เครื่องดื่ม รสผลไม้และน้ำผลไม้ น้ำเชื่อมหรือสิ่งที่ทำขึ้น เพื่อใช้ทำเครื่องดื่ม	10 ปี นับแต่วันที่จด ทะเบียน และต่ออายุได้ ทุกๆ 10 ปีไม่มีกำหนด
BIRELEY'S 바알리즈	40-319639 (ประเทศเกาหลี)	30 พ.ค. 57	น้ำอัดลม	10 ปี นับแต่วันที่จด ทะเบียน และต่ออายุได้ ทุกๆ 10 ปีไม่มีกำหนด
BIRELEY'S	40-43998 (ประเทศเกาหลี)	30 พ.ค. 57	น้ำแข็ง	10 ปี นับแต่วันที่จด ทะเบียน และต่ออายุได้ ทุกๆ 10 ปีไม่มีกำหนด
BIRELEY'S	8051/2014 (ประเทศพม่า)	27 มิ.ย. 57	เบียร์, น้ำแร่, น้ำอัดลม และเครื่องดื่มที่ไม่มี แอลกอฮอล์ เครื่องดื่ม น้ำผลไม้และน้ำผลไม้ น้ำเชื่อมและส่วนผสม อื่นๆ	10 ปี นับแต่วันที่จด ทะเบียน และต่ออายุได้ ทุกๆ 10 ปีไม่มีกำหนด

เครื่องหมายการค้า	เลขทะเบียน	วันที่จดทะเบียนรับโอน	สำหรับสินค้า	ระยะเวลาคุ้มครอง
	T5316335I (ประเทศสิงคโปร์)	16 มิ.ย. 57	กาแฟ, ชา, โกโก้, กาแฟเทียม,ชาเขียวพร้อมดื่ม	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และต่ออายุได้ ทุกๆ 10 ปีไม่มีกำหนด
	T5316336G (ประเทศสิงคโปร์)	16 มิ.ย. 57	กาแฟ, ชา, โกโก้, กาแฟเทียม,ชาเขียวพร้อมดื่ม	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และต่ออายุได้ ทุกๆ 10 ปีไม่มีกำหนด
BIRELEY'S	T7460498B (ประเทศสิงคโปร์)	16 มิ.ย. 57	เบียร์, น้ำแร่, น้ำอัดลม และเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ เครื่องดื่ม น้ำผลไม้และน้ำผลไม้ น้ำเชื่อมและส่วนผสมอื่นๆ	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และต่ออายุได้ ทุกๆ 10 ปีไม่มีกำหนด
	778887 (ประเทศอินเดีย)	30 พ.ค. 57	กาแฟ, ชา, โกโก้, กาแฟเทียม,ชาเขียวพร้อมดื่ม	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และต่ออายุได้ ทุกๆ 10 ปีไม่มีกำหนด
	778888 (ประเทศอินเดีย)	30 พ.ค. 57	เบียร์, น้ำแร่, น้ำอัดลม และเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ เครื่องดื่ม น้ำผลไม้และน้ำผลไม้ น้ำเชื่อมและส่วนผสมอื่นๆ	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และต่ออายุได้ ทุกๆ 10 ปีไม่มีกำหนด
BIRELEY'S	4-2001-00259 (ประเทศฟิลิปปินส์)	30 พ.ค. 57	เครื่องดื่มปราศจากคาร์บอนไดออกไซด์	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และต่ออายุได้ ทุกๆ 10 ปีไม่มีกำหนด

เครื่องหมายการค้า	เลขทะเบียน	วันที่จดทะเบียนรับโอน	สำหรับสินค้า	ระยะเวลาคุ้มครอง
BIRELEY'S	19741340 (ประเทศฮ่องกง)	30 ธ.ค. 57	เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์, น้ำผลไม้, น้ำอัดลม	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และต่ออายุได้ ทุกๆ 10 ปีไม่มีกำหนด
	19500327AB (ประเทศฮ่องกง)	30 ธ.ค. 57	น้ำเชื่อม, เครื่องดื่มปราศจากคาร์บอนไดออกไซด์	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และต่ออายุได้ ทุกๆ 10 ปีไม่มีกำหนด
	19520606AA (ประเทศฮ่องกง)	30 ธ.ค. 57	ส่วนผสมอาหาร, น้ำแร่, รุทเบียร์	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และต่ออายุได้ ทุกๆ 10 ปีไม่มีกำหนด
	S/007869 (ประเทศมาเลเซีย)	29 พ.ค. 58	เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และต่ออายุได้ ทุกๆ 10 ปีไม่มีกำหนด
	147690 (ประเทศจีน)	14 ส.ค. 58	เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และต่ออายุได้ ทุกๆ 10 ปีไม่มีกำหนด
	86030345 (ประเทศสหรัฐอเมริกา)	10 พ.ย. 58	น้ำดื่ม และ น้ำอุน	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และต่ออายุได้ ทุกๆ 10 ปีไม่มีกำหนด
	0392325 (ประเทศสหรัฐอเมริกา)	10 พ.ย. 58	น้ำอุน น้ำอุนเข้มข้น น้ำมะเขือเทศ และน้ำมะเขือเทศเข้มข้น	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และต่ออายุได้ ทุกๆ 10 ปีไม่มีกำหนด

เครื่องหมายการค้า	เลขทะเบียน	วันที่จดทะเบียนรับโอน	สำหรับสินค้า	ระยะเวลาคุ้มครอง
	0370634 (ประเทศสหรัฐอเมริกา)	10 พ.ย.58	เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ เครื่องดื่มน้ำผลไม้	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และต่ออายุได้ทุกๆ 10 ปีไม่มีกำหนด
	16628 (ประเทศแคนาดา)	20 พ.ย.58	เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์	15 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และต่ออายุได้ทุกๆ 15 ปีไม่มีกำหนด
BIRELEY'S	166629 (ประเทศแคนาดา)	20 พ.ย.58	เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์	15 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และต่ออายุได้ทุกๆ 15 ปีไม่มีกำหนด

ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่เหลือทั้งหมด บริษัทฯ อยู่ระหว่างยื่นขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า

4.4 สิทธิบัตร

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทฯ เป็นเจ้าของสิทธิบัตรจำนวนทั้งสิ้น 4 รายการ ดังนี้

สิทธิบัตร	เลขทะเบียน	วันที่จดทะเบียน	สำหรับสินค้า	ระยะเวลาคุ้มครอง
ขวด	1102001146	12 เม.ย. 54	ขวด	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน
ขวด	1102001147	12 เม.ย. 54	ขวด	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน
ขวด	1102001148	12 เม.ย. 54	ขวด	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน
ขวด	1102001237	26 เม.ย. 54	ขวด	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน

4.5 สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทฯ มีสินทรัพย์ไม่มีตัวตน ซึ่งได้แก่ ซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ จำนวน 4.6 ล้านบาท และสิทธิในการใช้เครื่องหมายการค้า จำนวน 81.8 ล้านบาท รวมเป็น 86.4 ล้านบาท

4.6 สรุปสาระสำคัญของสัญญา

4.6.1 สัญญาจ้างผลิต

บริษัทฯ ได้เข้าทำสัญญาจ้างผลิตสินค้ากับผู้ผลิตจากภายนอกหลายรายเพื่อเป็นผู้รับจ้างผลิตผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มของบริษัทฯ โดยสัญญาได้มีการระบุถึงการผลิตและจัดส่งผลิตภัณฑ์ ข้อกำหนดเกี่ยวกับสูตรที่ใช้ในการผลิต สิทธิในสูตรของผลิตภัณฑ์ (กรณีนำสูตรของผลิตภัณฑ์ไปใช้ จะต้องได้รับความยินยอมเป็นหนังสือจากบริษัทฯ ก่อน) การรักษาความลับของข้อมูลที่เกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจ ราคาและเงื่อนไขการชำระเงิน โดยสัญญามีอายุส่วนใหญ่ประมาณ 1 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ลงนามในสัญญา ทั้งนี้ คู่สัญญาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งมีสิทธิที่จะบอกเลิกสัญญาได้กรณีกระทำผิดสัญญา และคู่สัญญาพิจารณาต่ออายุสัญญาเป็นครั้งไปเมื่อสิ้นสุดอายุสัญญา

4.6.2 สัญญาซื้อขายวัตถุดิบ

บริษัทฯ ได้เข้าทำสัญญาซื้อขายวัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มของบริษัทฯ คือ ใบชา กับบริษัทผู้ขายใบชาหลายราย โดยสัญญาได้มีการระบุถึงชนิดผลิตภัณฑ์ ราคาและเงื่อนไขการชำระเงิน นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้เข้าทำสัญญาซื้อขายวัตถุดิบที่สำคัญอื่นๆ ที่ใช้ในกระบวนการผลิต อาทิ น้ำเชื่อม น้ำตาลทรายขาว กลิ่นเลียนแบบธรรมชาติ กับบริษัทผู้ขายหลายราย โดยสัญญามีอายุส่วนใหญ่ประมาณ 1 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ลงนามในสัญญา ทั้งนี้ คู่สัญญาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งมีสิทธิที่จะบอกเลิกสัญญาได้กรณีกระทำผิดสัญญา และคู่สัญญาพิจารณาต่ออายุสัญญาเป็นครั้งไปเมื่อสิ้นสุดอายุสัญญา

4.6.3 สัญญาซื้อขายกล่องและบรรจุภัณฑ์

บริษัทฯ ได้เข้าทำสัญญาซื้อขายกล่องและบรรจุภัณฑ์ประเภท Preform และ กล่อง UHT รวมถึงฉลากบรรจุภัณฑ์กับบริษัทผู้ขายหลายราย โดยสัญญาได้มีการระบุถึงชนิดผลิตภัณฑ์ ราคาและเงื่อนไขการชำระเงิน และการส่งมอบสินค้า โดยสัญญามีอายุส่วนใหญ่ประมาณ 1-3 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ลงนามในสัญญา ทั้งนี้ คู่สัญญาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งมีสิทธิที่จะบอกเลิกสัญญาได้กรณีกระทำผิดสัญญา และการต่ออายุสัญญานั้นมีทั้งแบบ ก) คู่สัญญาพิจารณาต่ออายุสัญญาเป็นครั้งไปเมื่อสิ้นสุดอายุสัญญา ข) ระยะเวลาสิ้นสุดสัญญาจนกว่าจะบอกเลิกสัญญา

4.6.4 สัญญาซื้อขายก๊าซธรรมชาติ

บริษัทฯ ได้เข้าทำสัญญาซื้อขายก๊าซธรรมชาติกับ บริษัท ปตท. จำกัด ก๊าซธรรมชาติ จำกัด โดยสัญญามีอายุ 7 ปี และได้กำหนดจำนวนและราคาขายตลอดระยะเวลาของสัญญา ทั้งนี้ คู่สัญญาตกลงเจรจารายละเอียดและเงื่อนไขการซื้อขายร่วมกันแล้วเสร็จภายใน 30 วันปฏิทินก่อนวันสิ้นสุดของสัญญา มิฉะนั้นให้ถือว่าสัญญานี้สิ้นสุดลง ณ วันสิ้นสุดของระยะเวลาของสัญญา

4.6.5 สัญญาเช่าที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง

คู่สัญญา	พื้นที่เช่า	เงื่อนไข/อัตราค่าเช่า	ระยะเวลา
สัญญาเช่าพื้นที่ในอาคารเพื่อใช้เป็นสำนักงานที่ทำการ <ul style="list-style-type: none"> ผู้เช่า: บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ผู้ให้เช่า: บริษัท ชาญอิสสระ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) <p>วันที่สัญญา: 11 ส.ค. 56</p>	<ul style="list-style-type: none"> ชั้นที่ 28 อาคารชาญอิสสระ ทาวเวอร์ II บริเวณ 28/Corridor รวมเนื้อที่ 13.56 ตร.ม. 	<ul style="list-style-type: none"> อัตราค่าเช่า 2,712 บาท/เดือน 	<ul style="list-style-type: none"> 11 ส.ค. 56 – 10 ส.ค. 59 คู่สัญญาพิจารณาต่ออายุสัญญาเป็นครั้งไปเมื่อสิ้นสุดอายุสัญญา
สัญญาเช่าพื้นที่ในอาคารเพื่อใช้เป็นสำนักงานที่ทำการ <ul style="list-style-type: none"> ผู้เช่า: บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ผู้ให้เช่า: กองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์ บางกอก <p>วันที่สัญญา: 11 ส.ค. 56</p>	<ul style="list-style-type: none"> ชั้นที่ 28 อาคารชาญอิสสระ ทาวเวอร์ II ยูนิตเลขที่ F28/A บางส่วน, B,C,D เลขที่ 2922/300 (บางส่วน), 2922/301-303 รวมเนื้อที่ 901.55 ตร.ม. 	<ul style="list-style-type: none"> อัตราค่าเช่า 180,310 บาท/เดือน 	<ul style="list-style-type: none"> 11 ส.ค. 56 – 10 ส.ค. 59 คู่สัญญาพิจารณาต่ออายุสัญญาเป็นครั้งไปเมื่อสิ้นสุดอายุสัญญา

4.6.6 สัญญาแต่งตั้งผู้จัดจำหน่ายสินค้า

คู่สัญญา	เงื่อนไข	ระยะเวลา
สัญญาแต่งตั้งผู้จัดจำหน่ายสินค้า ผู้ผลิต: บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ผู้จัดจำหน่าย: บริษัท บุญรอดเอเซีย จำกัด วันที่สัญญา: 9 ต.ค. 57	<ul style="list-style-type: none"> ■ แต่งตั้งผู้จัดจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียวสำหรับผลิตภัณฑ์พร้อมดื่มตามที่ระบุในสัญญา รวมถึงผลิตภัณฑ์ที่แก้ไขเพิ่มเติมและขยายออกไปด้วยโดยมีเงื่อนไขการกำหนดราคาขายตามที่ได้ตกลงกัน ■ ช่องทางการค้าทั้งหมดในประเทศไทย ยกเว้นช่องทาง Modern Trade 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 1 พ.ย. 57 – 30 ต.ค. 60 ■ คู่สัญญาพิจารณาต่ออายุสัญญาเป็นครั้งไปเมื่อสิ้นสุดอายุสัญญา ■ คู่สัญญาฝ่ายที่มีได้ปฏิบัติผิดสัญญา มีสิทธิบอกเลิกสัญญานี้ได้ กรณี คู่สัญญาอีกฝ่ายปฏิบัติผิดเงื่อนไขในสัญญาฯ
สัญญาแต่งตั้งผู้จัดจำหน่ายสินค้า ผู้ผลิต: บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ผู้จัดจำหน่าย: บริษัท ดีเคเอสเอช (ประเทศไทย) จำกัด วันที่สัญญา: 14 ม.ค. 54	<ul style="list-style-type: none"> ■ แต่งตั้งผู้จัดจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียวสำหรับผลิตภัณฑ์พร้อมดื่มตามที่ระบุในสัญญา รวมถึงผลิตภัณฑ์ที่แก้ไขเพิ่มเติมและขยายออกไปด้วยโดยมีเงื่อนไขการกำหนดราคาขายตามที่ได้ตกลงกัน ■ ช่องทางการค้าทั้งหมดในประเทศไทย ทั้งช่องทาง Modern Trade และ Traditional Trade 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 1 ก.พ. 54 – 31 ม.ค. 59 ■ การต่ออายุสัญญาเป็นไปโดยอัตโนมัติโดยมีกำหนดครั้งละ 3 ปี เว้นแต่คู่สัญญาฝ่ายใดได้บอกความประสงค์ไม่ต่ออายุสัญญาให้อีกฝ่ายหนึ่งทราบไม่น้อยกว่า 6 เดือนก่อนวันครบกำหนด ■ คู่สัญญาฝ่ายที่มีได้ปฏิบัติผิดสัญญา มีสิทธิบอกเลิกสัญญานี้ได้ กรณี คู่สัญญาอีกฝ่ายปฏิบัติผิดเงื่อนไขในสัญญาฯ

คู่สัญญา	เงื่อนไข	ระยะเวลา
<p>สัญญาแต่งตั้งผู้จัดจำหน่ายสินค้า</p> <p>ผู้ผลิต: บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)</p> <p>ผู้จัดจำหน่าย: บริษัท อิชิตัน เทรดิง จำกัด (ปัจจุบันคือ บริษัท ไอแอมกรีนที่ จำกัด)</p> <p>วันที่สัญญา: 20 มิ.ย. 57</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ แต่งตั้งผู้จัดจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียวสำหรับผลิตภัณฑ์พร้อมดื่มตามที่ระบุในสัญญา รวมถึงผลิตภัณฑ์ที่แก้ไขเพิ่มเติมและขยายออกไปด้วยโดยมีเงื่อนไขการกำหนดราคาขายตามที่ได้ตกลงกัน ■ ช่องทางการค้าทั้งหมดในประเทศไทย ยกเว้นช่องทาง Modern Trade 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 1 ก.ค. 57 – 30 มิ.ย. 60 ■ คู่สัญญาพิจารณาต่ออายุสัญญาเป็นครั้งไปเมื่อสิ้นสุดอายุสัญญา ■ คู่สัญญาฝ่ายที่มีได้ปฏิบัติผิดสัญญา มีสิทธิบอกเลิกสัญญานี้ได้ กรณีคู่สัญญาอีกฝ่ายปฏิบัติผิดเงื่อนไขในสัญญา

4.6.7 สัญญากู้ยืมเงิน

➤ สัญญาเงินกู้กับธนาคารพาณิชย์แห่งที่ 1 วงเงินกู้จำนวน 972.0 ล้านบาท

วันที่ทำสัญญา	4 เมษายน 2555		
สัญญา	สัญญากู้ยืมเงิน และ บันทึกข้อตกลงต่อท้ายสัญญากู้ยืมเงินลว. 4 เมษายน 2555		
ผู้กู้	บริษัทฯ		
วัตถุประสงค์	เพื่อชำระค่าที่ดินและพัฒนาที่ดิน เครื่องจักรอุปกรณ์		
วงเงินสินเชื่อ	วงเงินกู้ระยะยาวครบกำหนดชำระวันที่ 31 มีนาคม 2564 จำนวน 972.0 ล้านบาท		
อัตราดอกเบี้ย (%)	วันที่เริ่มเบิก – 31 ธ.ค. 55	4.0%	
	1 ม.ค. 56 – 31 มี.ค. 58	MLR - 2.3%	
	หลังจาก 31 มี.ค. 58	MLR – 2.1%	
การชำระคืนหนี้	<ul style="list-style-type: none">ชำระทุกเดือนโดยเริ่มชำระงวดแรกเดือนเม.ย. 57 ดังนี้<ul style="list-style-type: none">a. เดือนเม.ย. 57 – มี.ค. 58 จำนวน 1.7 ล้านบาท/เดือนb. เดือนเม.ย. 58 – มี.ค. 59 จำนวน 8.7 ล้านบาท/เดือนc. เดือนเม.ย. 59 – มี.ค. 60 จำนวน 10.8 ล้านบาท/เดือนd. เดือนเม.ย. 60 – มี.ค. 61 จำนวน 13.1 ล้านบาท/เดือนe. เดือนเม.ย. 61 – มี.ค. 62 จำนวน 14.7 ล้านบาท/เดือนf. เดือนเม.ย. 62 – มี.ค. 63 จำนวน 15.4 ล้านบาท/เดือนg. เดือนเม.ย. 63 – ก.พ. 64 จำนวน 15.9 ล้านบาท/เดือนh. เดือนมี.ค. 64 จำนวน 24.3 ล้านบาทชำระดอกเบี้ยวันทำการสุดท้ายของทุกเดือน โดยเริ่มชำระตั้งแต่เดือนที่เปิดรับเงินกู้		
หลักประกัน	<ul style="list-style-type: none">จำนองเครื่องจักรพร้อมอุปกรณ์จำนองที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างตามเลขที่โฉนดดังนี้ <p><u>หลักประกันเดิมตามสัญญา ลว 29 มี.ค. 2554 วงเงินกู้ 1,663.0 ลบ.</u></p> <ul style="list-style-type: none">- โฉนดเลขที่ 13425, 33355 จ.พระนครศรีอยุธยา มูลค่าจำนอง 3,765.5 ล้านบาท <p>กรรมสิทธิ์ บมจ. อิชิตัน กรุ๊ป</p>		
เงื่อนไขอื่นๆ ที่สำคัญ	<ul style="list-style-type: none">อัตราส่วนความสามารถชำระดอกเบี้ย (DSCR*): 1.25Xอัตราส่วนหนี้สินต่อทุน (D/E**): 2.8Xนายต้น ภาสกรนทีและครอบครัวคงการถือหุ้นในสัดส่วนไม่ต่ำกว่า 30% ของทุนจดทะเบียน		

➤ สัญญาเงินกู้กับธนาคารพาณิชย์แห่งที่ 1 วงเงินกู้จำนวน 600.0 ล้านบาท

วันที่ทำสัญญา	14 ตุลาคม 2557
สัญญา	สัญญากู้ยืมเงิน
ผู้กู้	บริษัทฯ
วัตถุประสงค์	เพื่อลงทุนเครื่องจักรสำหรับการผลิตผลิตภัณฑ์ PET
วงเงินสินเชื่อ	วงเงินกู้ระยะยาว จำนวน 600 ล้านบาท
อัตราดอกเบี้ย (%)	วันที่เริ่มเบิก – งวดสุดท้าย BIBOR (6เดือน) บวกร้อยละ 1.25 ต่อปี
การชำระคืนหนี้	<ul style="list-style-type: none"> ชำระทุกเดือนโดยเริ่มชำระงวดแรกเดือน ต.ค. 58 ดังนี้ <ul style="list-style-type: none"> a. งวดที่ 1-83 ชำระคืนงวดละ 7.14 ล้านบาท b. งวดสุดท้าย ชำระหนี้คงเหลือทั้งหมด ชำระดอกเบี้ยเป็นรายเดือนทุกสิ้นเดือน เริ่มตั้งแต่เดือนที่เบิกรับเงินกู้งวดแรก
หลักประกัน	<ul style="list-style-type: none"> จำนองเครื่องจักรพร้อมอุปกรณ์ จำนองที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างตามเลขที่โฉนดดังนี้ หลักประกันเดิมตามสัญญา ลว 29 มี.ค. 2554 วงเงินกู้ 1,663.0 ลบ. - โฉนดเลขที่ 13425, 33355 จ.อยุธยา มูลค่าจำนอง 3,765.5 ล้านบาท กรรมสิทธิ์ บมจ. อิชิตัน กรุ๊ป
เงื่อนไขอื่นๆ ที่สำคัญ	<ul style="list-style-type: none"> อัตราส่วนความสามารถชำระดอกเบี้ย (DSCR*): 1.25X อัตราส่วนหนี้สินต่อทุน (D/E**): 2.8X
	<ul style="list-style-type: none"> นายตัน ภาสกรนทีและครอบครัวคงการถือหุ้นในสัดส่วนไม่ต่ำกว่า 30% ของทุนจดทะเบียน

➤ สัญญาเงินกู้กับธนาคารพาณิชย์แห่งที่ 2 วงเงินกู้จำนวน 1,860.0 ล้านบาท

วันที่ทำสัญญา	20 สิงหาคม 2555
สัญญา	Bridge Loan Credit Facility Agreement and Guarantee Agreement Medium-Term Loan Credit Facility Agreement and Guarantee Agreement Revolving Credit Facility Agreement and Guarantee Agreement
ผู้กู้	บริษัทฯ

วัตถุประสงค์	<ul style="list-style-type: none"> Bridge Loan Credit Facility Agreement and Guarantee Agreement เพื่อซื้อเครื่องจักรและอุปกรณ์ (Non commit credit) Medium-Term Loan Credit Facility Agreement and Guarantee Agreement เพื่อชำระคืนเงินต้นคงค้างของวงเงินกู้ระยะสั้น (Bridge Loan) ซึ่งลงทุนเครื่องจักรและอุปกรณ์ สำหรับสายการผลิตใหม่และระบบการจัดเก็บอัตโนมัติ (Non commit credit) Revolving Credit Facility Agreement and Guarantee Agreement เพื่อเป็นเงินทุนหมุนเวียน, จัดหาวัสดุอุปกรณ์, หนังสือค้ำประกันค่าไฟฟ้าและค่าภาษีอากรนำเข้า (Non commit credit) 		
วงเงินสินเชื่อ	Bridge Loan	Medium-Term Loan	Revolving Credit
	990.0 ล้านบาท	770.0 ล้านบาท	100.0 ล้านบาท
อัตราดอกเบี้ย (%)	สำหรับการกู้เงินตรา USD: 6 เดือน SIBOR + 1.5% สำหรับการกู้เงินบาท THB: 6 เดือน BIBOR + 1.25% สำหรับการกู้เงินสกุลอื่น: ต้นทุนทางการเงิน + 1.50%	6 เดือน BIBOR + 1.25%	L/T: BIBOR Rate + 1.0% O/D: MOR-2.5% LG: 1.0%
การชำระคืนหนี้	360 วัน ทั้งนี้ ยอดคงค้างของ Bridge Loan จะโอนไปเป็น Term Loan ในจำนวนไม่เกินมูลค่าบังคับขายของหลักประกัน	5 ปี นับแต่วันที่เบิกถอนเงินกู้เป็นครั้งแรก (กำหนดให้เบิกภายในวันที่ 22 ก.พ. 2557) แบ่งชำระเป็นงวดละ 3 เดือน รวมทั้งหมด 19 งวด โดยเริ่มชำระใน 6 เดือนนับแต่วันที่เบิกถอนเงินกู้เป็นครั้งแรก	-
หลักประกัน		- จำนวนเครื่องจักรและอุปกรณ์ มูลค่าจำนวน 924 ล้านบาท กรรมสิทธิ์ในม.จ. อิชิตัน กรุ๊ป - จำนวนเป็นลำดับสองของที่ดินตามเลขที่โฉนด 13425, 33355 จ.พระนครศรีอยุธยา มูลค่าจำนวน 20 ล้านบาท กรรมสิทธิ์ในม.จ. อิชิตัน กรุ๊ป	
เงื่อนไขอื่นๆ ที่สำคัญ	<ul style="list-style-type: none"> สงวนและดำรงอยู่ของกิจการของผู้กู้ ตลอดจนสิทธิ เอกสิทธิ์ และสิทธิทางการตลาด (แฟรนไชส์) ทั้งปวง 		

➤ สัญญาเงินกู้กับธนาคารพาณิชย์แห่งที่ 3 วงเงินกู้จำนวน 1,000.0 ล้านบาท

วันที่ทำสัญญา	12 กรกฎาคม 2556		
สัญญา	สัญญากู้ยืมเงิน		
ผู้กู้	บริษัทฯ		
วัตถุประสงค์	เพื่อซื้อเครื่องจักรสำหรับการผลิตในโรงงานเฟส 2		
วงเงินสินเชื่อ	วงเงินกู้ระยะยาวระยะเวลา 7 ปี จำนวน 1,000.0 ล้านบาท		
อัตราดอกเบี้ย (%)	ปีที่ 1-2	CIMB T's MLR - 2.625%	
	ปีที่ 3 เป็นต้นไป	CIMB T's MLR - 2.0%	
การชำระคืนหนี้	<ul style="list-style-type: none"> ปลอดชำระหนี้เงินต้นเป็นระยะเวลา 12 เดือน นับตั้งแต่วันที่เบิกเงินกู้งวดแรก ชำระหนี้เงินต้นเป็นรายงวดๆ ละ ไม่น้อยกว่า 25.0 ล้านบาท ห่างกันงวดละ 1 เดือน โดยชำระหนี้ส่วนที่เหลือทั้งหมดในงวดสุดท้าย ชำระดอกเบี้ยทุกวันที่ 1 ของทุกเดือน โดยเริ่มชำระตั้งแต่วันที่เบิกเงินกู้ 		
หลักประกัน	<ul style="list-style-type: none"> จำนองเครื่องจักรพร้อมอุปกรณ์ จำนองที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างตามเลขที่โฉนดดังนี้ <ul style="list-style-type: none"> จำนองลำดับสามโฉนดเลขที่ 13425, 33355 จ.อยุธยา มูลค่าจำนองไม่เกิน 1,403 ล้านบาท กรมสิทธิ บจ. อิชิตัน กรุ๊ป 		
เงื่อนไขอื่นๆ ที่สำคัญ	<ul style="list-style-type: none"> อัตราส่วนความสามารถชำระดอกเบี้ย (DSCR*): 1.25X ห้ามจ่ายปันผลกรณี DSCR ต่ำกว่า 1.25X กรณี DSCR สูงกว่า 1.25X สามารถจ่ายปันผลได้(สามารถจ่ายปันผลได้โดยไม่มีเงื่อนไขบังคับ ภายหลังเป็นบริษัทจดทะเบียน ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับนโยบายการจ่ายปันผล ภาวะเศรษฐกิจและผลการดำเนินงานของบริษัท) อัตราส่วนหนี้สินต่อทุน (D/E*): 2.5X นายต้น ภาสกรนทีและครอบครัวคงการถือหุ้นในสัดส่วนไม่ต่ำกว่า 30% ของทุนจดทะเบียน ผู้ดูแลไม่เปลี่ยนแปลงโครงสร้างผู้ถือหุ้นใหญ่หรือโครงสร้างผู้บริหารอย่างมีนัยสำคัญ โดยนายต้น ภาสกรนทีและครอบครัวต้องคงการถือหุ้นในสัดส่วนไม่ต่ำกว่า 30% และนายต้น และนางอิง ภาสกรนทีจะต้องดำรงตำแหน่งประธานกรรมการและกรรมการบริหารของบริษัทฯ ตลอดระยะเวลาที่เงิน เว้นแต่ผู้กู้จะแจ้งให้ผู้ให้กู้ทราบล่วงหน้าและได้รับความยินยอมจากผู้ให้กู้เป็นลายลักษณ์อักษร (บริษัทฯ ได้แจ้งและได้รับความยินยอมจากผู้ให้กู้เกี่ยวกับการยื่นคำขออนุญาตเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนต่อประชาชนทั่วไปเป็นครั้งแรกแล้ว) 		

4.6.8 กรรมธรรม์ประกันภัย

➤ อาคาร โรงงานผลิตที่ จ. พระนครศรีอยุธยา

บริษัทฯ ได้เข้าทำสัญญากับ บริษัท ไทยพาณิชย์ สามัคคี ประกันภัย จำกัด (มหาชน) ครอบคลุมทรัพย์สินทั้งหมดของโรงงานผลิตที่ จ. พระนครศรีอยุธยา ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ที่ตั้งโรงงาน	เฟสที่ 1	เฟสที่ 2
วันที่ทำสัญญา	31 ธันวาคม 2558	
ประเภทกรรมธรรม์	ประกันความเสี่ยงภัยทรัพย์สิน	
ระยะเวลาคุ้มครอง	31 ธันวาคม 2558 – 31 ธันวาคม 2559	
จำนวนเงินเอาประกันภัย	9,064 ล้านบาท	
ผู้เอาประกันภัย	บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)	
สถานที่เอาประกันภัย	111/1 หมู่ 4 นิคมอุตสาหกรรมโรจนะ โครงการ 3 ต.อุทัย อ.อุทัย จ.พระนครศรีอยุธยา	
ทรัพย์สินที่เอาประกันภัย	<ol style="list-style-type: none"> สิ่งปลูกสร้างตัวอาคารทั้งหมด กำแพง รั้ว และระบบสาธารณูปโภค เครื่องจักรและส่วนควบของเครื่องจักร อุปกรณ์เครื่องมือชิ้นส่วนและอะไหล่ เฟอร์นิเจอร์ เครื่องตกแต่งติดตั้งโต๊ะเก้าอี้ อุปกรณ์สำนักงาน เครื่องใช้สำนักงาน สต็อกวัตถุดิบ สต็อกสินค้ารวมถึงบรรจุภัณฑ์ทุกชนิด ทรัพย์สินอื่นๆ ของผู้เอาประกันภัย 	

<p>ความคุ้มครอง</p>	<p>ส่วนที่ 1) ประกันความเสี่ยงภัยทรัพย์สิน</p> <p>คุ้มครองความสูญเสียหรือเสียหายของทรัพย์สินที่เอาประกันภัยอันมีสาเหตุมาจากไฟไหม้ ฟ้าผ่า ภัยระเบิด ภัยจากอากาศยาน ภัยเนื่องจากน้ำ ภัยจากการเฉี่ยวหรือการชนของยานพาหนะ ภัยจากควัน ภัยจากลมพายุ ภัยไฟฟ้า ภัยจากน้ำท่วม ภัยจากลูกเห็บ ภัยแผ่นดินไหวหรือภูเขาไฟระเบิดหรือคลื่นใต้น้ำหรือสึนามิ ภัยน้ำท่วมขัง การจลาจล หรือการกระทำอันมีเจตนาร้าย ภัยจากการลุกไหม้หรือการระอุหรือการระเบิดตามธรรมชาติ และอุบัติเหตุต่างๆ ที่มีอาจคาดถึงจากปัจจัยภายนอก หรือภัยอื่นๆ ที่มีได้ระบุไว้ในข้อยกเว้นภายใต้กรมธรรม์ประกันความเสี่ยงภัยทรัพย์สิน (GIA Form) ทุนประกันภัย 7,063.9 ล้านบาท</p> <p>ส่วนที่ 1) ประกันภัยธุรกิจหยุดชะงัก</p> <p>คุ้มครองการหยุดชะงักหรือการกระทบกระเทือนต่อธุรกิจของผู้เอาประกันภัย ซึ่งมีผลต่อเนื่องจากการสูญเสียหรือเสียหายต่อทรัพย์สินที่ได้เอาประกันไว้จากภัยที่ได้รับการคุ้มครองภายใต้กรมธรรม์ประกันความเสี่ยงภัยทรัพย์สิน รวมถึงภัยจากการขยายความคุ้มครองต่างๆ อันส่งผลให้เกิดการสูญเสียกำไรขั้นต้น เนื่องจากการลดลงของยอดขายและการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ และความสูญเสียหรือเสียหาย อันมีสาเหตุมาจากการชำรุดเสียหายหรือขัดข้องของระบบกลไก ระบบไฟฟ้าของเครื่องจักร หรือ อุปกรณ์ ระยะเวลาชดใช้ 12 เดือน ทุนประกันภัย 2,000 ล้านบาท</p>
---------------------	--

เงื่อนไขอื่น	<p>ความเสียหายส่วนแรก</p> <p>ส่วนที่ 1-ประกันความเสี่ยงภัยทรัพย์สิน</p> <p>1) 3,000.- บาท สำหรับความเสียหายในแต่ละครั้งและทุกครั้ง ยกเว้น ไฟไหม้ ฟ้าผ่า ภัยระเบิด ภัยจากการเฉี่ยวและหรือการชนของยานพาหนะ ภัยจากอากาศยาน ภัยจากควีน ภัยจากการโจรกรรมที่ปรากฏร่องรอย ภัยกระเจก ภัยเนื่องจากน้ำ</p> <p>2) 10% ของความเสียหาย หรือขั้นต่ำ 100,000.- แล้วแต่จำนวนใดจะสูงกว่าสำหรับ ความสูญเสียหรือความเสียหายต่ออุปกรณ์เครื่องจักร และหม้อกำเนิดไอน้ำ และถึงขีดความดันอันเนื่องมาจากความบกพร่องของเครื่องจักร การเดินกำลัง การรั่ววงจร ภัยต่อเครื่องใช้ไฟฟ้า</p> <p>3) 10% ของความเสียหาย หรือขั้นต่ำ 30,000.- บาทแล้วแต่จำนวนใดจะสูงกว่าของความเสียหายต่อทรัพย์สินต่อแต่ละอุบัติเหตุและทุกครั้ง จากภัยจากน้ำท่วม</p> <p>4) 3,000.- บาท ต่อครั้ง และทุกครั้ง ต่อความสูญเสียหรือความเสียหายต่อทรัพย์สินของบุคคลภายนอก</p> <p>ส่วนที่ 2 -ประกันภัยธุรกิจหยุดชะงัก</p> <p>1) 5 วัน สำหรับความเสียหายแต่ละครั้ง และทุกครั้ง</p>
--------------	---

➤ อาคารสำนักงาน

บริษัทฯ ได้เข้าทำสัญญากับ บริษัท แอลเอ็มจี ประกันภัย จำกัด (มหาชน) ครอบคลุมทรัพย์สินบางส่วนของอาคารสำนักงานใหญ่ที่อาคาร ชาญอิสสระทาวเวอร์ 2 ดังรายละเอียดต่อไปนี้

วันที่ทำสัญญา	1 มกราคม 2558
ประเภทกรมธรรม์	ประกันความเสี่ยงภัยทรัพย์สิน
ระยะเวลาคุ้มครอง	1 มกราคม 2558 – 31 ธันวาคม 2558
จำนวนเงินเอาประกันภัย	5 ล้านบาท
ผู้เอาประกันภัย	บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)
สถานที่เอาประกันภัย	2922/301-303 ชั้น 28 อาคารชาญอิสสระทาวเวอร์ 2 ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร 10310

ทรัพย์สินที่เอาประกันภัย	เฟอร์นิเจอร์ เครื่องตกแต่งติดตั้งตึ๊งตึงตรา ฝ้าเพดาน เครื่องใช้สำนักงาน กระจกอาคาร กระจกอื่นๆ และวัสดุประเภทต่างๆ ชนิด เครื่องคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์ต่างๆ รวมถึงระบบสาธารณูปโภคต่างๆ ทรัพย์สินต่างๆ ซึ่งเป็นของผู้เอาประกันภัยรวมทั้งทรัพย์สินที่อยู่ในความดูแลรักษาทรัพย์สินของผู้เอาประกันภัยในฐานะผู้รักษาทรัพย์สิน และรวมถึงทรัพย์สินส่วนกลางทุกชนิดและทรัพย์สินอื่นๆ
ความคุ้มครอง	คุ้มครองความสูญเสียหรือเสียหายของทรัพย์สินที่เอาประกันภัยอันมีสาเหตุมาจากการไฟไหม้ ฟ้าผ่า ภัยระเบิด ภัยจากอากาศยาน ภัยเนื่องจากน้ำ ภัยจากการเฉี่ยวและหรือการชนของ ยวดยานพาหนะ ภัยจากควัน ภัยจากลมพายุ ภัยไฟป่า ภัยจากน้ำท่วม ภัยจากลูกเห็บ ภัยจาก แผ่นดินไหวหรือภูเขาไฟระเบิด หรือ คลื่นใต้น้ำ หรือสึนามิ ภัยนัดหยุดงาน การจลาจล หรือการ กระทำอันมีเจตนาร้าย ภัยจากการลุดไหม้ หรือ การระอุหรือการระเบิดตามธรรมชาติ และ อุบัติเหตุต่างๆที่มีอาจคาดถึงจากปัจจัยภายนอก หรือภัยอื่นๆ ที่มีได้ระบุไว้ใน ข้อยกเว้นภายใต้ กรมธรรม์ประกันความเสี่ยงภัยทรัพย์สิน (GIA Form) จำกัดความรับผิด: คุ้มครองความสูญเสียหรือเสียหายจากภัยน้ำท่วมในวงเงินไม่เกิน 500,000 บาท ต่อครั้ง และตลอดระยะเวลาเอาประกัน
เงื่อนไขอื่น	ความรับผิดชอบแรกของผู้เอาประกันภัย 1) ไม่มี สำหรับความเสียหายอันเนื่องมาจากไฟไหม้ ฟ้าผ่า ภัยระเบิด ภัยจากอากาศยาน ภัยจากการเฉี่ยว และ/หรือการชนของยวดยานพาหนะ ภัยจากควัน ภัยจากไฟป่า ภัยจากการลุดไหม้หรือการระอุหรือการระเบิดตามธรรมชาติ 2) 10% ของความเสียหาย หรือขั้นต่ำ 20,000.- บาทแล้วแต่จำนวนใดจะสูงกว่า ของความเสียหายต่อทรัพย์สินต่อแต่ละอุบัติเหตุและทุกครั้ง จากภัยน้ำท่วม ภัยลมพายุ ภัยจากลูกเห็บ ภัยจากแผ่นดินไหว หรือภูเขาไฟระเบิดหรือคลื่นใต้น้ำหรือสึนามิ ภัยนัดหยุดงาน การจลาจล หรือการกระทำอันมีเจตนาร้าย 3) 3,300.- บาท สำหรับความเสียหายในแต่ละครั้งและทุกครั้งสำหรับความเสียหายอื่นๆ ที่นอกเหนือจากที่ระบุในข้อ 1),2) ข้างต้น

4.7 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัทฯ มีนโยบายมุ่งเน้นการลงทุนเฉพาะในธุรกิจเครื่องดื่มทุกประเภทยกเว้นเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของ แอลกอฮอล์ เนื่องจากผู้บริหารของบริษัทมีประสบการณ์และความชำนาญในธุรกิจเครื่องดื่ม โดยเป็นการลงทุนใน สัดส่วนที่มากพอให้บริษัทเข้าร่วมบริหารจัดการและกำหนดแนวทางของธุรกิจดังกล่าวได้ นอกจากบริษัทที่ร่วม ที่มีอยู่ใน ปัจจุบันแล้ว บริษัทฯ ไม่มีนโยบายที่จะลงทุนเพิ่มเติมในอนาคตอันใกล้

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายที่ยังไม่สิ้นสุด ซึ่งอาจมีผลกระทบต่อสินทรัพย์ของบริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5.0 ของส่วนของผู้ถือหุ้น และไม่มีข้อพิพาทที่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ ของบริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) อย่างมีนัยสำคัญ

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น**ข้อมูลทั่วไปของบริษัท**

ชื่อบริษัท	:	บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (“บริษัท” หรือ “อิชิตัน”)
ชื่อย่อหลักทรัพย์	:	ICHI
เลขทะเบียนบริษัท	:	0107556000485
กลุ่มอุตสาหกรรม	:	เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร
หมวดธุรกิจ	:	อาหารและเครื่องดื่ม
ประเภทธุรกิจ	:	เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่ม อิชิตัน กรีนที เครื่องดื่มชาดำพร้อมดื่ม อิชิตัน ดราก่อนแบล็คที เครื่องดื่มสมุนไพร เย็น เย็น โดยอิชิตัน และเครื่องดื่มน้ำผลไม้ไม่อัดลม “ไปเล่”
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	2922/301-303 ชั้น 2 อาคารชาญอิสสระทาวเวอร์ 2 ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร 10310 โทรศัพท์ 0-2716-5555 โทรสาร 0-2716-7000
ที่ตั้งโรงงาน	:	โรงงานอิชิตัน กรีน แพคทอรี สวนอุตสาหกรรมโรจนะโซน 3 เลขที่ 111/1 หมู่ 4 ตำบลอุทัย อำเภอบางบาล จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 13210 โทรศัพท์ 035-276-1111 โทรสาร 035-276123
ทุนจดทะเบียน	:	1,300,000,000 บาท (หนึ่งพันสามร้อยล้านบาท) แบ่งเป็นหุ้นสามัญ 1,300,000,000 หุ้น (หนึ่งพันสามร้อยล้านบาท) มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1.00 บาท (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557)
ทุนที่ออกและชำระเต็มมูลค่า	:	1,300,000,000 บาท (หนึ่งพันสามร้อยล้านบาท) แบ่งเป็นหุ้นสามัญ 1,300,000,000 หุ้น (หนึ่งพันสามร้อยล้านบาท) มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1.00 บาท (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557)
เว็บไซต์	:	www.ichitangroup.com
เลขานุการบริษัท	:	นายอภิชาติ สุขจิรวัดณ์ โทรศัพท์ 02-716-5555 ต่อ 701 อีเมล luke@ichitangroup.com
ฝ่ายนักลงทุนสัมพันธ์	:	นางสาวกุลิสรา ธัญญวิทย์ โทรศัพท์ 02-716-5555 ต่อ 912 อีเมล ir@ichitangroup.com

ข้อมูลทั่วไปของบริษัทรวม

ชื่อบริษัท	:	บริษัท พีที อิชิตัน อินโดนีเซีย จำกัด
เลขทะเบียนบริษัท	:	4014112536103886
ประเภทธุรกิจ	:	เป็นผู้ดำเนินธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายเครื่องดื่มพร้อมดื่มภายใต้แบรนด์ อิชิตัน
ที่ตั้งสำนักงาน	:	Jl. MH. Thamrin No.9, Kel. Cikokol, Kec. Tangerang, Tangerang 15117, Banten
เบอร์โทรศัพท์	:	021-55755951
ทุนจดทะเบียน	:	400,000 ล้านบาทอินโดนีเซีย (ประมาณ 1,184.0 ล้านบาท)
ทุนที่ออกและชำระเต็มมูลค่า	:	100,000 ล้านบาทอินโดนีเซีย

ข้อมูลอ้างอิง

นายทะเบียนหลักทรัพย์	:	บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 93 ถนนรัชดาภิเษก เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400 โทรศัพท์ 02-009-9000
ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต	:	บริษัท เคพีเอ็มจี ภูมิไชย สอบบัญชี จำกัด เลขที่ 1 อาคารเอ็มไพร์ทาวเวอร์ ชั้นที่ 50-51 ถนนสาทรใต้ แขวงยานนาวา เขตสาทร กรุงเทพมหานคร 10120 โทรศัพท์ 02-677-2000
ชื่อผู้สอบบัญชี	:	1. นางมัญญา สิงห์สุขสวัสดิ์ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 6112 2. นายวีระชัย รัตนจรสกุล ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 4323 3. น.ส.วรรณพร จงพิรเดชานนท์ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 4098