

ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) มีชื่อเป็นภาษาอังกฤษว่า Ichitan Group Public Company Limited ชื่อย่อหลักทรัพย์ “ICHI” ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย บริษัทฯจดทะเบียนก่อตั้งเป็นบริษัทจำกัดเมื่อ วันที่ 3 กันยายน 2553 และจดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด วันที่ 11 กรกฎาคม 2556 โดยทำการซื้อขายวันแรก วันที่ 21 เมษายน 2557 รายได้ของบริษัทฯในปี 2561 มีรายได้รวม 5,216.2 ล้านบาทแบ่งเป็นรายได้ในประเทศร้อยละ 67.5 และต่างประเทศร้อยละ 32.5 ทั้งนี้ถูกค่าและพันธมิตรหลักของบริษัทฯที่มีสัดส่วนเกินร้อยละ 30 คือ DKSH โดยมีสัดส่วนยอดรวมอยู่ที่ร้อยละ 58.2 ของรายได้รวมของบริษัทฯ คณะกรรมการบริษัท ของ บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) เป็นผู้ให้ความเห็นชอบในการกำหนดวิสัยทัศน์ การจัดการวางแผนกลยุทธ์ เป้าหมาย แผนธุรกิจและงบประมาณของบริษัทฯที่นำเสนอ โดยคณะกรรมการบริหาร โดยกำหนดให้มีการประชุม คณะกรรมการบริษัทอย่างสม่ำเสมอ เพื่อติดตามผลการดำเนินงานของบริษัทฯ และรับทราบเรื่องดำเนินการที่สำคัญของฝ่ายจัดการ รวมถึงได้จัดให้มีการทบทวนการกำกับดูแล ติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารว่าเป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

1.1 นโยบายในการดำเนินงานของบริษัทในภาพรวม

วัตถุประสงค์ / เป้าหมาย ธุรกิจเพื่อภารกิจด้วยเป้าหมายสู่ผู้นำทางธุรกิจเครื่องดื่มคุณภาพ และก้าวนำนวัตกรรม ที่เติบโตไปพร้อมกับสังคมที่ดี โดยคุณเด่น ภาสกรนที มีความตั้งใจอย่างแรงกล้า ในการสร้างธุรกิจที่มีคุณภาพให้มั่นคง และก้าวไกลอย่างยั่งยืน เริ่มจากการคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพ ตลอดจนลงทุนกับระบบโรงงานที่ใช้พลังงานหมุนเวียนด้วยตัวเองมากที่สุดและส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด

วิสัยทัศน์ เป็นผู้นำธุรกิจเครื่องดื่มคุณภาพ และนวัตกรรมที่เติบโตไปพร้อมกับสังคมที่ดี

พันธกิจ

ต่อลูกค้า: พัฒนาเครื่องดื่มคุณภาพที่ดีต่อสุขภาพนำเสนอผ่านรูปแบบทันสมัยเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค

ต่อผู้ถือหุ้น: ใช้นวัตกรรมสร้างธุรกิจเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการ มองหาโอกาสในการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่ๆ และต่อยอดสู่การสร้างผลประกอบการสูงสุด

ต่อสังคม: สร้างแบบอย่างการเป็นองค์กรที่ดีของสังคม

ต่อพนักงาน: สนับสนุนและพัฒนาความสามารถของพนักงานให้มีความเป็นมืออาชีพสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีและเกิดความภาคภูมิใจในการเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร

ค่านิยมองค์กร



กลยุทธ์หลัก

สำหรับกลยุทธ์หลักทางการตลาดขององค์กร มี 4 แนวทางคือ

- **องค์กรที่เติบโตไปพร้อมกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม**

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ พร้อมมุ่งเน้นการส่งมอบเครื่องดื่มที่มีคุณภาพสูงและดีต่อสุขภาพไปยังกลุ่มลูกค้าเดิมและคนรุ่นใหม่ในตลาดในประเทศ รวมถึงลูกค้าในตลาดต่างประเทศด้วยซึ่งเมื่อผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับก็จะส่งผลให้ผลประกอบการของบริษัทฯ เติบโตได้อย่างมั่นคง โดยเฉพาะกลุ่มประเทศในแถบเอเชีย

- **การส่งเสริมคุณค่าของแบรนด์**

บริษัทฯ มีจุดยืนของแบรนด์ที่ชัดเจน โดดเด่น แข็งแรง เช่น “อิชิตัน กรีนที” หมายถึง ชาที่ใส่ใจคุณเป็นที่ 1 เป็นผู้เชี่ยวชาญในการผลิตชาพร้อมดื่ม หรือ “ร้อนร้อน เผ็ดเผ็ด สู้ด้วยเย็นเย็น จากอิชิตัน” หมายถึง ผู้นำในตลาดชาผสมสมุนไพรพร้อมดื่มโดยถ่ายทอดเพื่อแสดงตัวตนผ่านนวัตกรรมในตัวสินค้าที่จะออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่องในปี 2562 พร้อมทั้ง การสื่อสารผ่านกิจกรรมทางการตลาดให้เข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

- **มุ่งเน้นพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดี**

ทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ จะให้ความสำคัญกับการส่งเสริมสุขภาพผู้บริโภคที่ดี ทั้งทางร่างกายและจิตใจเริ่มจากการคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพ ตลอดจนกรรมวิธี ในการผลิตที่พิถีพิถันและบรรจุภัณฑ์ที่สะอาดปลอดภัยโดยมากทุกผลิตภัณฑ์จะมีการพัฒนาคิดค้นปรับลดปริมาณความหวานให้อยู่ในระดับที่ผ่านมาตรฐานให้ได้รับ “โลโก้ทางเลือกเพื่อสุขภาพ” จากกระทรวงสาธารณสุขแต่ยังคงรสชาติที่เป็นธรรมชาติ เป็นเอกลักษณ์ และ เป็นนวัตกรรม ของ “อิชิตัน” พร้อมทั้งแสดงส่วนประกอบในเครื่องดื่มและคุณค่าทางอาหารที่ชัดเจนบนฉลากบรรจุภัณฑ์

- **สร้างประสบการณ์ร่วมของผู้บริโภค**

ในปี 2562 บริษัทฯ มีแผนที่จะจัดเก็บ และพัฒนาระบบฐานข้อมูลของผู้บริโภคเป็นรายบุคคลเพื่อให้รู้จักถึงความต้องการพฤติกรรมของผู้บริโภคเพื่อที่จะได้จัดสรร โปรแกรมทางการตลาดที่เหมาะสมและโดนใจผู้บริโภคและลูกค้าแต่ละกลุ่มอันจะก่อให้เกิดประสบการณ์ร่วมกับทุกแบรนด์ของบริษัทฯ และ ความจดจำของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายซึ่งจะสร้างความผูกพันระหว่างแบรนด์ของบริษัทฯ และผู้บริโภคได้อย่างยั่งยืน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 กำลังการผลิตรวมของบริษัทฯ เป็นดังนี้

- กำลังสายการผลิตขวดรวม 7 สายการผลิต หรือคิดเป็น 1,500 ล้านขวด/ปี (หรือเทียบเท่า 630 ล้านลิตร/ปี)
- กำลังสายการผลิตกล่องยูเอชทีรวม 2 สายการผลิต หรือคิดเป็น 200 ล้านกล่อง/ปี (หรือเทียบเท่า 60 ล้านลิตร/ปี)

เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ

บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (บริษัทฯ) มีเป้าหมายที่จะเป็นผู้นำธุรกิจเครื่องดื่มคุณภาพและนวัตกรรมที่เติบโตไปพร้อมกับสังคมที่ดี ดังนั้น บริษัทฯ จะมุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ อย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มความหลากหลายและรองรับ ความต้องการของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้น รวมถึงการพัฒนาโอกาสทางธุรกิจเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันภายในประเทศและต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศกลุ่ม CLMV ต่อไป โดยบริษัทฯ คาดว่าจะพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่โดยเฉลี่ยปีละ 2-3 กลุ่มสินค้า นอกจากนี้ บริษัทฯ จะมุ่งเน้น การเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการทำงาน โดยจะนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาสนับสนุนกระบวนการผลิตเพื่อประหยัดเวลาและเพิ่ม ประสิทธิภาพควบคู่ไปกับการดำเนินการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

3 | แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี 2561 (แบบ 56-1)

บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

พัฒนาการสำคัญของธุรกิจจากอดีตจนถึงปัจจุบันมีดังนี้

เดือน / ปี	การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ
ปี 2553	
กันยายน	<ul style="list-style-type: none"> ก่อตั้งบริษัท ไม่ตัน จำกัด เมื่อวันที่ 3 ก.ย. 2553 ด้วยทุนจดทะเบียน 500.0 ล้านบาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 5.0 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้ 100 บาท/หุ้น
พฤศจิกายน	<ul style="list-style-type: none"> เข้าทำสัญญาจะซื้อจะขายที่ดินตั้งอยู่ที่ สวนอุตสาหกรรมโรจนะ จ. พระนครศรีอยุธยา พื้นที่รวม 75-3-80 ไร่ เพื่อก่อสร้างอาคารโรงงาน ยื่นขอบัตรส่งเสริมการลงทุน และดำเนินขออนุญาตอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ
ปี 2554	
มีนาคม	<ul style="list-style-type: none"> ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 2/2554 มีมติอนุมัติเพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 600.0 ล้านบาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 6.0 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้ 100 บาท/หุ้น โดยเป็นการเพิ่มทุนให้กับผู้ถือหุ้นเดิม
เมษายน	<ul style="list-style-type: none"> ได้รับบัตรส่งเสริมการลงทุนจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนเลขที่ 1496(2)/2554
กันยายน	<ul style="list-style-type: none"> โรงงานเริ่มทดสอบกระบวนการผลิตครั้งแรกด้วยกำลังการผลิต 1 สายการผลิตขวดและ 1 สายการผลิตกล่อง
ตุลาคม	<ul style="list-style-type: none"> เกิดเหตุการณ์หาถูกทกภัย ส่งผลให้บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายจากมหาอุทกภัยรวม 1,180.6 ล้านบาทในขณะที่มีรายได้ที่รับรู้จากเงินชดเชยจากบริษัท ประกันภัยส่วนแรก จำนวน 600.0 ล้านบาท ทำให้ บริษัทฯมีผลขาดทุนสุทธิจากมหาอุทกภัยที่รับรู้ในปี 2554 จำนวน 580.6 ล้านบาทในปีถัดไป บริษัทฯ ได้รับเงินชดเชยทั้งหมดจากบริษัทประกันภัย ทำให้ต้องรับรู้เป็นรายได้ส่วนที่เหลือในปี 2555 เพิ่มอีกจำนวน 518.8 ล้านบาท (สุทธิจากรายการขาดทุนจากการตัดจำหน่ายอาคารและอุปกรณ์ในปี 2555 จำนวน 50.5 ล้านบาท)
พฤศจิกายน	<ul style="list-style-type: none"> เปลี่ยนชื่อบริษัท เป็น บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด
ปี 2555	
มีนาคม-เมษายน	<ul style="list-style-type: none"> โรงงานเริ่มดำเนินการผลิตด้วยกำลังการผลิต 1 สายการผลิตขวด (มี.ก.) และ 1 สายการผลิตกล่อง (ม.ย.)
กรกฎาคม	<ul style="list-style-type: none"> เพิ่มกำลังการผลิตอีก 1 สายการผลิตกล่อง รวมเป็น 2 สายการผลิตกล่อง
กันยายน	<ul style="list-style-type: none"> เพิ่มกำลังการผลิตอีก 1 สายการผลิตขวด รวมเป็น 2 สายการผลิตขวด ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 4/2555 มีมติอนุมัติเพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 1,000.0 ล้านบาทแบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 10.0 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้ 100 บาท/หุ้น โดยเป็นการเพิ่มทุนให้กับผู้ถือหุ้นเดิม
ปี 2556	
มกราคม	<ul style="list-style-type: none"> จำหน่ายธุรกิจอาหาร
มีนาคม	<ul style="list-style-type: none"> เพิ่มกำลังการผลิตอีก 1 สายการผลิตขวด รวมเป็น 3 สายการผลิตขวด
กรกฎาคม	<ul style="list-style-type: none"> ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 2/2556 มีมติอนุมัติการแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด และการเปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้จากหุ้นละ 100 บาท เป็นมูลค่าหุ้นละ 1 บาท พร้อมทั้งงอกทุนจดทะเบียนเป็น 1,300 ล้านบาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 1,300 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้ 1 บาท/หุ้น
กันยายน	<ul style="list-style-type: none"> ได้รับบัตรส่งเสริมการลงทุนจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนเลขที่ 5175(2)/2556 ตามมาตรการส่งเสริมการลงทุนเพื่อฟื้นฟูการลงทุนจากวิกฤตอุทกภัย ตามบัตรส่งเสริม (เดิม) เลขที่ 1496(2)/2554
ปี 2557	
เมษายน	<ul style="list-style-type: none"> บริษัทฯ ได้ดำเนินการเข้าจดทะเบียนและทำการซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพิ่มกำลังการผลิตอีก 1 สายการผลิตขวด รวมเป็น 4 สายการผลิตขวด
พฤษภาคม	<ul style="list-style-type: none"> ซื้อสิทธิ์ในเครื่องหมายการค้า “ไบเล่” (หรือ Bireley's) พร้อมสูตรการผลิตจาก บริษัท ชันนี เอิร์ล อินเตอร์เนชั่นแนล เบฟเวอเรจ
สิงหาคม	<ul style="list-style-type: none"> เข้าร่วมทุนในกิจการร่วมค้าในประเทศอินโดนีเซีย (Joint Venture)

4 | แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี 2561 (แบบ 56-1)

บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

เดือน / ปี	การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ
ปี 2558	
มกราคม	<ul style="list-style-type: none">เพิ่มกำลังการผลิตอีก 1 สายการผลิตขวด รวมเป็น 5 สายการผลิตขวด
เมษายน	<ul style="list-style-type: none">เพิ่มกำลังการผลิตอีก 1 สายการผลิตขวด รวมเป็น 6 สายการผลิตขวด
ตุลาคม	<ul style="list-style-type: none">เปิดตัวเครื่องดื่มชาพร้อมดื่ม ที่ประเทศอินโดนีเซีย ภายใต้ บริษัท ทีที อิชิตัน อินโดนีเซีย จำกัด โดยวางจำหน่ายเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่ม 2 รสชาติ คือ รสน้ำผึ้งผสมมะนาว และ รสลิ้นจี่
ปี 2560	
กุมภาพันธ์	<ul style="list-style-type: none">เมื่อวันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2560 จดทะเบียนจัดตั้งบริษัทย่อย ชื่อ "บริษัท อิชิตัน เทาเวอร์ จำกัด" ด้วยทุนจดทะเบียน 1.0 ล้านบาท (ชำระเต็มจำนวน) โดย บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 100 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อดำเนินธุรกิจจำหน่ายสินค้าประเภทเครื่องดื่มทุกชนิดทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ
พฤษภาคม	<ul style="list-style-type: none">บริษัท อิชิตัน เทาเวอร์ จำกัด (บริษัทย่อย) เปิดตัวเครื่องดื่มชูกำลัง "T247" ขนาด 280 มล. (1) สูตรโสมและน้ำผึ้ง (2) สูตรคอลลาเจนและชิงช้า
กรกฎาคม	<ul style="list-style-type: none">"โครงการ ICHITAN EXPERIENCE ACADEMY" อิชิตัน กรุ๊ป เปิดประสบการณ์ความรู้แก่นักศึกษาระดับชั้นปีที่ 3-4 ทั่วประเทศ ที่สนใจเข้าสู่วิชาชีพอุตสาหกรรมเครื่องดื่มโดยอบรมเวิร์คช็อปหลักสูตร
ธันวาคม	<ul style="list-style-type: none">เริ่มเดินสายการผลิตเครื่องที่ 7
ปี 2561	
เมษายน	<ul style="list-style-type: none">เปิดตัวชาเขียวพร้อมดื่มตรา "อิชิตันโอเกะ" 2 รสชาติ คือ ส้มคำรับ (ไม่มีน้ำตาล) และหวานน้อย (Mildly Sweet) มีจุดเด่นที่ใช้ใบชานำเข้าจากเมืองอิชิตัน 100% คัดเลือกเฉพาะใบชาต้นฤดูกลด (First Flush & Second Flush) พัฒนาสูตร โดยมีสเตอร์ชาโตรุ ฟุจิโมโต ที่มาสเตอร์คนสำคัญของเมือง และเป็นเครื่องดื่มชนิดแรกและชนิดเดียวที่ได้รับตราสัญลักษณ์ประจำเมือง (Fujipi) และการรับรองเป็นพันธมิตรอย่างเป็นทางการจากสมาคมเพื่อการส่งออกชา อ.อิชิตัน โอเกะ ประเทศญี่ปุ่น มีขนาดบรรจุ 440 มล.
ตุลาคม	<ul style="list-style-type: none">เปิดตัวเครื่องดื่ม "อิชิตัน แสบปี้" ชาเขียวรสผลไม้ผลิตจากชาเขียวคุณภาพดีที่ให้ทั้งความสดชื่นและมีคุณสมบัติด้านอนุมูลอิสระรตน์ผลไม้ 3 รสชาติ ได้แก่ ชาเขียวผสมน้ำทับทิมซึ่งมีสารต้านอนุมูลอิสระสูง ชาเขียวผสมน้ำส้มคาลาแมนซ์ที่อุดมไปด้วยวิตามินซี และรสทอปปิโอด พันธุ์ที่อุดมด้วยวิตามินซีจากผลไม้หลากหลายชนิดที่ช่วยเสริมสร้างภูมิคุ้มกันสุขภาพดี ขนาดบรรจุ 420 มล.

5 | แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี 2561 (แบบ 56-1)

บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัทฯ

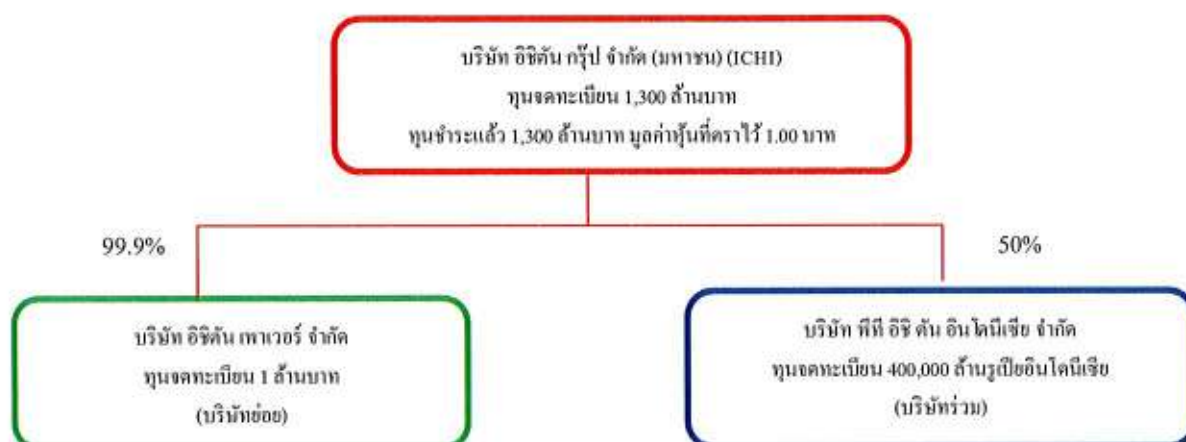
บริษัทย่อย

เมื่อวันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2560 บริษัทฯ ได้จดทะเบียนจัดตั้งบริษัทย่อย ชื่อ “ บริษัท อิชิตัน เพาเวอร์ จำกัด ” ด้วยทุนจดทะเบียน 1,000,000 บาท (หนึ่งล้านบาทถ้วน) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อดำเนินธุรกิจจำหน่ายสินค้า ประเภทเครื่องดื่มทุกชนิดทั้งภายในประเทศและต่างประเทศโดยบริษัทฯ ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 99.9

บริษัทร่วมค้า

เมื่อวันที่ 27 สิงหาคม 2557 บริษัทฯ ได้เข้าทำสัญญาร่วมลงทุนกับบริษัท พีที อาร์ที แอปซิฟิค (“AP”) ซึ่งเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นในประเทศอินโดนีเซีย เพื่อร่วมลงทุนในบริษัท พีที อิชิตัน อินโดนีเซีย (“PTI”) ซึ่งเป็นกิจการร่วมค้าที่จะจัดตั้งขึ้นใหม่ในประเทศอินโดนีเซีย และมีวัตถุประสงค์เพื่อผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มพร้อมดื่มภายใต้แบรนด์ “อิชิตัน” ในประเทศอินโดนีเซีย โดยบริษัทฯ และ AP จะเข้าลงทุนในกิจการร่วมค้าในอัตราส่วนที่เท่ากัน (อัตราร้อยละ 50 ของหุ้นที่ออกและจำหน่ายได้ทั้งหมดของกิจการร่วมค้า) ซึ่งคิดเป็นมูลค่าเงินลงทุนจำนวนรวม 200,000 ล้านดอลลาร์อินโดนีเซีย หรือประมาณ 575 ล้านบาท บริษัทฯ ได้จ่ายชำระเงินทุนจัดตั้งบริษัทงวดแรกในอัตราร้อยละ 50 ของ ทุนที่เรียกชำระแล้วเป็นจำนวนเงิน 50,000 ล้านดอลลาร์อินโดนีเซีย หรือเทียบเท่า 135.6 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 “PTI” จึงกลายเป็นกิจการที่ควบคุมร่วมกันของบริษัทฯ

ณ วันที่ 5 มกราคม 2561 บริษัทฯ ได้รับจดหมายจากการร่วมค้าเรียกให้ชำระเงินทุนจัดตั้งบริษัทเพิ่มอีกเป็นจำนวนเงิน 60,000 ล้านดอลลาร์อินโดนีเซีย หรือเทียบเท่า 158.7 ล้านบาท โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นเงินทุนหมุนเวียน บริษัทฯ ได้จ่ายชำระเงินทุนดังกล่าวแล้วเมื่อวันที่ 17 มกราคม 2561 และการร่วมค้าได้จดทะเบียนเพิ่มทุนกับ Indonesia Investment Coordinating Board แล้วเมื่อวันที่ 24 มกราคม 2561 (รายละเอียดเพิ่มเติม “หมายเหตุประกอบงบการเงิน” ในรายงานประจำปี 2561)



1.4 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

- ไม่มี -

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (“บริษัท” หรือ “อิชิตัน”) เดิมชื่อ บริษัท ไม่ดัน จำกัด ก่อตั้งเมื่อวันที่ 3 กันยายน 2553 ด้วยทุนจดทะเบียน 500 ล้านบาท เพื่อดำเนินธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นแบบฟิวชั่นสเต็กคอร์ส และร้านซ็อกโกแลตสดสไลด์ญี่ปุ่นผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่ม อย่างไรก็ตาม เพื่อให้ทีมงานของบริษัทฯ มุ่งเน้นธุรกิจเครื่องดื่มเพียงอย่างเดียวเพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการเป็นผู้นำธุรกิจเครื่องดื่มชาเขียวคุณภาพของประเทศไทย บริษัทฯ จึงได้ขายธุรกิจอาหารออกไปในเดือนมกราคม 2556 สำหรับธุรกิจเครื่องดื่มซึ่งเป็นส่วนงานที่ดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง บริษัทฯ ได้เริ่มต้นด้วยการเป็นผู้จำหน่ายเครื่องดื่มฟังก์ชันนัลจำนวน 2 รสชาติ ภายใต้ชื่อทางการค้า อิชิตัน ดับเบิ้ลครั้งแรก ตั้งแต่เดือนมกราคม ปี 2554 และวางจำหน่ายเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มครั้งแรก จำนวน 3 รสชาติ ภายใต้ชื่อทางการค้า อิชิตัน กรีนที ตั้งแต่เดือนพฤษภาคม ปี 2554 โดยเป็นการว่าจ้างผู้ผลิตภายนอกเป็นผู้ผลิต ต่อมาบริษัทฯ ลงทุนก่อสร้างโรงงานเครื่องดื่มที่มีกำลังการผลิต 1 สายการผลิตขวด และ 1 สายการผลิตกล่อง ที่สวนอุตสาหกรรมโรจนะ จ.พระนครศรีอยุธยา และโรงงานเริ่มดำเนินการทดสอบการผลิตครั้งแรกในเดือนกันยายนปี 2554 ทั้งนี้เกิดเหตุการณ์มหาอุทกภัยในเดือนตุลาคม ปี 2554 ส่งผลให้สายการผลิตของบริษัทฯ ได้รับความเสียหายและได้รับผลกระทบจากมหาอุทกภัย โดยโรงงานสามารถเริ่มดำเนินการผลิตในช่วงต้นปี 2555 ด้วยกำลังการผลิต 1 สายการผลิตขวด และ 1 สายการผลิตกล่อง และได้เพิ่มกำลังการผลิตอีก 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 สายการผลิตกล่องเพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภคที่เพิ่มสูงขึ้น

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 คราฟท์ แบล็คที” (3) เครื่องดื่มสมุนไพร ภายใต้ชื่อสินค้า “เย็นเย็น โดยอิชิตัน” และ (4) เครื่องดื่มชาพร้อมดื่มสูตรหวานน้อย ภายใต้ชื่อสินค้า “อิชิตัน ชิลลิกเก็ต”

ในปี 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 คราฟท์ แบล็คที” (3) เครื่องดื่มสมุนไพร ภายใต้ชื่อสินค้า “เย็นเย็น โดยอิชิตัน” และ (4) เครื่องดื่มชาพร้อมดื่มสูตรหวานน้อย ภายใต้ชื่อสินค้า “อิชิตัน ชิลลิกเก็ต”

ในปี 2559 บริษัทฯ มีกำลังการผลิต 6 สายการผลิตขวด และ 2 สายการผลิตกล่อง มีกำลังการผลิตทั้งหมด 1,200 ล้านขวด และ 200 ล้านกล่องต่อปี โดยผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มทั้งหมดเป็นจำนวน 24 รสชาติ 5 สายผลิตภัณฑ์และมีเครื่องจักรเพื่อบรรจุแบบซอง (Pouch Packaging Machine) โดยมีกำลังการผลิตประมาณ 70 ล้านแพ็คต่อปี

7 | แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี 2561 (แบบ 56-1)

บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

ในปี 2560 บริษัทฯ มีกำลังการผลิต 7 สายการผลิตขวด และ 2 สายการผลิตกล่อง มีกำลังการผลิตทั้งหมด 1,500 ล้านขวด และ 200 ล้านกล่องต่อปี โดยผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มทั้งหมดเป็นจำนวน 21 รสชาติ 6 สายผลิตภัณฑ์และเครื่องจักรเพื่อบรรจุแบบซอง (Pouch Packaging Machine) โดยมีกำลังการผลิตประมาณ 70 ล้านแพ็คเกจต่อปี

ในปี 2561 บริษัทฯ มีกำลังการผลิต 7 สายการผลิตขวด และ 2 สายการผลิตกล่อง มีกำลังการผลิตทั้งหมด 1,500 ล้านขวด และ 200 ล้านกล่องต่อปี โดยผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มทั้งหมดเป็นจำนวน 22 รสชาติ 7 สายผลิตภัณฑ์

ภาพรวมการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ

บริษัทฯ จัดทะเบียนจัดตั้งบริษัทเมื่อวันที่ 3 กันยายน 2553

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทฯ มีทุนจดทะเบียน 1,300 ล้านบาท และมีทุนชำระแล้ว 1,300 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 1,300 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้ หุ้นละ 1.00 บาท บริษัทฯ ประกอบธุรกิจเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่ม “อิชิตัน กรีนที” เครื่องดื่มสมุนไพร “เย็นเย็น โดยอิชิตัน” เครื่องดื่มชาเขียวผสมวุ้นมะพร้าว “อิชิตัน ชิวชิว” และเครื่องดื่มน้ำผลไม้ และ เอลลี “ไบเล่” เครื่องดื่มชูกำลัง “T247”

สำหรับปี 2561 ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบริษัท มีทั้งหมด 6 สายผลิตภัณฑ์ อยู่ในรูปแบบบรรจุภัณฑ์

แบบขวด แบบกล่องยูเอชที และ ถุงเอลลี

1. เครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่ม อิชิตัน กรีนที เป็นเครื่องดื่มชาเขียวที่มุ่งเน้นในคุณภาพของวัตถุดิบ มีทั้งหมด 7 รสชาติ ได้แก่ (1) รสต้นตำรับผสมดอกชา (2) รสน้ำผึ้งผสมมะนาว (3) รสสมุนไพรญี่ปุ่น (4) สูตรไม่มีน้ำตาลผสมมะนาว (5) รสเบอร์รี่เบอร์รี่ (6) อู๋หลง สูตรไม่มีน้ำตาล และ (7) รสลิ้นจี่
2. เครื่องดื่มสมุนไพร ภายใต้ชื่อการค้า เย็นเย็น โดยอิชิตัน มีทั้งหมด 2 รสชาติ ได้แก่ (1) ชาเขียวสมุนไพรผสมน้ำจืดเลียง (2) แก้วผสมน้ำผึ้ง และ (3) เย็นเย็นโกลด์
3. เครื่องดื่มชาผลไม้ และ เอลลี ภายใต้ชื่อการค้า ไบเล่ มีทั้งหมด 2 รสชาติ ได้แก่ (1) น้ำส้ม (2) น้ำอุนเง
4. เครื่องดื่มชาเขียววุ้นมะพร้าว พร้อมดื่ม อิชิตัน ชิวชิว เป็นเครื่องดื่มชาเขียวที่มุ่งเน้นความอร่อยและเคี้ยวสนุก มีทั้งหมด 2 รสชาติ ได้แก่ (1) อุ่น (2) สตรอว์เบอร์รี่
5. เครื่องดื่มชาดำพร้อมดื่มมีทั้งหมด 3 รสชาติ ได้แก่ (1) รสเลมอน (2) รสบลูเบอร์รี่ (3) รสแอปเปิ้ล
6. เครื่องดื่มชูกำลัง “T247” 2 รสชาติ ได้แก่ (1) สูตรโสมและน้ำผึ้ง (2) สูตรคอลลาเจนและซิงค์
7. เครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่ม ชีชีโอเกะ กรีนที เป็นผลิตภัณฑ์แรกในประเทศไทยที่ได้รับการสนับสนุนโดยสมาคมผู้ส่งออกชาจังหวัด ชีชีโอเกะ ประเทศญี่ปุ่น อย่างเป็นทางการ มีทั้งหมด 2 รสชาติ ได้แก่ (1) สูตรไม่มีน้ำตาล (2) สูตรหวานน้อย

บริษัทฯ ได้จำหน่ายสินค้าผ่านตัวแทนผู้จัดจำหน่าย 3 ราย ได้แก่ (1) บริษัท ดีเคเอสเอช (ประเทศไทย) จำกัด (DKSH)

(2) บริษัท บุญรอดเอเชีย จำกัด และ (3) บริษัท โอแอมกรีนที จำกัด (IGT) ซึ่งมีบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน และเพื่อเป็นการรักษาลูกค้าของช่องทางการจัดจำหน่ายร้านค้าแบบดั้งเดิม (Traditional Trade) ที่เน้นกลุ่มเป้าหมายที่ไม่ทับซ้อนกับกลุ่มเป้าหมายของ DKSH และ บุญรอดเอเชีย โดย บริษัท โอแอม กรีนที จำกัด (IGT) มี คุณธัญธิดา ภาสกรนที (พี่สาวของคุณดนัย ภาสกรนที) เป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ด้วยสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 75 (อีก ร้อยละ 25 ถือหุ้นโดยกลุ่มตระกูลไตรพฤกษ์ซึ่งไม่มีความสัมพันธ์ใดๆ กับบริษัทฯ และผู้บริหารของบริษัทฯ) โดยมีจุดประสงค์เพื่อจัดจำหน่ายเครื่องดื่มของอิชิตันในช่องทางประเภทร้านค้าแบบดั้งเดิม

8 | แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี 2561 (แบบ 56-1)
บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

โครงสร้างรายได้ของบริษัทฯ

โครงสร้างรายได้	ปี 2561		ปี 2560		ปี 2559	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
รายได้จากการขายสุทธิ	5,204.0	99.8	5,687.5	99.4	5,338.3	99.6
รายได้อื่น	12.2	0.2	31.5	0.6	23.5	0.4
รายได้รวม	5,216.2	100.0	5,719.0	100.0	5,361.8	100.0
ส่วนแบ่งตลาด*	29.8%		ร้อยละ 32.8		ร้อยละ 40.4	
จำนวนรสชาติ	22 รสชาติ		21 รสชาติ		24 รสชาติ	

*ที่มา: ดัชนีค่าปลั๊กของ Nielsen ข้อมูลเดือน มกราคม 2562

โครงสร้างรายได้แยกตามสายผลิตภัณฑ์ธุรกิจหลัก

โครงสร้างรายได้	ปี 2561		ปี 2560		ปี 2559	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
กลุ่มเครื่องดื่มชาพร้อมดื่ม	5,052.2	97.1	5,458.9	96.0	5,122.7	96.0
กลุ่มเครื่องดื่มน้ำผลไม้และอื่นๆ	151.8	2.9	228.6	4.0	215.6	4.0
รวม	5,204.0	100.0	5,687.5	100.0	5,338.3	100.0

ในปี 2561 บริษัทฯ มีรายได้จากการขาย 5,204.0 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 8.5 จากปีก่อน ที่มีรายได้ 5,687.5 ล้านบาท โดยมีรายได้จากการส่งออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.4 จากปีก่อน ส่วนรายได้ภายในประเทศลดลง ร้อยละ 15.5 ในขณะที่ EBITDA เท่ากับ 590.7 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 32.7 จากปีก่อนซึ่งเท่ากับ 877.3 ล้านบาท มีกำไรสุทธิเท่ากับ 43.8 ล้านบาทลดลง ร้อยละ 86.1 จากปีก่อนซึ่งกำไรสุทธิเท่ากับ 315.1 ล้านบาท สาเหตุหลักมาจากภาวะตลาดชาพร้อมดื่มภายในประเทศที่ยังคงชะลอตัวและการปรับราคาขายปลีกที่ได้รับผลกระทบจากการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตและภาษีน้ำตาลของภาครัฐ

ลักษณะและรูปแบบผลิตภัณฑ์

กลุ่มบริษัท มีผลิตภัณฑ์ทั้งหมด 22 รสชาติ ภายใต้ขนาดบรรจุภัณฑ์ 10 ประเภท โดยมีรายละเอียดปรากฏตามตาราง

บรรจุภัณฑ์	ถุง 150 g	กล่อง 300 ml	ขวด 280 ml	ขวด 280 ml	ขวด 290 ml	ขวด 315 ml	ขวด 400 ml	ขวด 410-420 ml	ขวด 440 ml	ขวด 555 ml	ขวด 600 ml
ราคา (หน่วย : บาท)	12	10-12	10	15	12/13	10	15	20	30	20	25
เครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่ม		✓	✓					✓	✓		✓
เครื่องดื่มชาเขียววันมะนาว								✓			
เครื่องดื่มชาดำพร้อมดื่ม					✓						
เครื่องดื่มสมุนไพร		✓				✓	✓			✓	
เครื่องดื่มน้ำผลไม้					✓						
เยลลี่ผลไม้	✓										
เครื่องดื่มชูกำลัง				✓							

บัตรส่งเสริมการลงทุน

ณ วันที่ 3 กันยายน 2556 บริษัทฯ ได้รับบัตรส่งเสริมการลงทุนจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนตามบัตรส่งเสริมการลงทุนเลขที่ 5175(2)/2556 (แก้ไขเพิ่มเติมตามมาตรการส่งเสริมการลงทุนเพื่อฟื้นฟูการลงทุนจากวิกฤตอุทกภัย ตามบัตรส่งเสริมเดิมเลขที่ 1496(2)/2554 ลงวันที่ 27 เมษายน 2554) สำหรับกิจการผลิตน้ำพริก ผลไม้ บรรจุภาชนะผนึก ประเภท 1.11 กิจการผลิตหรือถนอมอาหารหรือสิ่งปรุงแต่งอาหาร โดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยโดยกิจการผลิตเครื่องดื่มที่มีวัตถุดิบหลักจากใบชาจึงจัดเป็นกิจการที่เข้าข่ายกิจการตามบัตรส่งเสริมการลงทุนดังกล่าว

สรุปสิทธิประโยชน์ที่สำคัญ

- อนุญาตให้นำคนต่างด้าวซึ่งเป็นช่างฝีมือหรือผู้ชำนาญการเข้ามาในราชอาณาจักร ได้
- ยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักร
- ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากการประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริมรวมกันไม่เกินร้อยละ 150 ของเงินลงทุนไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียนและไม่เกิน 7,015.2 ล้านบาท
- การยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากการประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริมมีกำหนดเวลา 8 ปี เริ่มวันที่ 16 มีนาคม 2555 และสิ้นสุดวันที่ 15 มีนาคม 2563
- ยกเว้นไม่ต้องนำเงินปันผลจากกิจการที่ได้รับการส่งเสริมไปรวมคำนวณเพื่อเสียภาษีเงินได้ตลอดระยะเวลาที่ได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลนั้น

สรุปเงื่อนไขที่สำคัญ

- ไม่จำหน่าย จำหน่าย โอน ให้เช่า หรือยินยอมให้บุคคลอื่นใช้เครื่องจักรที่ได้รับยกเว้นหรือลดหย่อนอากรขาเข้ายกเว้นเครื่องจักรได้รับการอนุญาตให้จำหน่ายเครื่องจักร
- คุณภาพของผลิตภัณฑ์ผลิตต้องเป็นไปตามมาตรฐานสากล และได้รับใบรับรองคุณภาพตามมาตรฐาน ISO 9000 หรือ ISO 14000 หรือมาตรฐานสากลเทียบเท่า ภายใน 2 ปีนับแต่วันที่เปิดดำเนินการ
- บุคคลผู้มีสัญชาติไทยจะต้องถือหุ้นรวมทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า ร้อยละ 51 ของทุนจดทะเบียน

ช่องทางการจัดจำหน่าย

ณ ปัจจุบัน กลุ่มบริษัทฯ ได้มีการจำหน่ายสินค้าผ่าน 4 ช่องทางหลักคือ

1. ตัวแทนผู้จัดจำหน่ายสินค้า บริษัท ดีเคเอสเอช (ประเทศไทย) จำกัด เป็นผู้จัดจำหน่ายรายหลักของบริษัทฯคิดเป็น 58.2 % ของยอดขายปี 2561 มุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ร้านค้าส่งและร้านค้าปลีกดั้งเดิม (Traditional Trade) โดยบริษัทฯ ได้ทำสัญญาระยะยาวกับตัวแทนผู้จัดจำหน่ายสินค้า และติดตามสถิติจำนวนร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่ตัวแทนผู้จัดจำหน่ายสามารถเข้าถึง เพื่อบริหารความสามารถการกระจายสินค้าและบริหารส่วนลดการค้า

บริษัท อิซตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

- 2.ตัวแทนผู้จัดจำหน่ายสินค้า บริษัท ไอแอมกรีนที จำกัด คิดเป็น 7.4% ของยอดขายปี 2561 มุ่งเน้นกลุ่มร้านค้าเครือข่ายชาป๊ว
ร้านอาหาร ร้านค้าปลีกดั้งเดิม (Traditional Trade) รอดเงินสด และลูกค้าที่ตัวแทนผู้จัดจำหน่ายรายอื่นไม่ครอบคลุม
- 3.ตัวแทนผู้จัดจำหน่ายสินค้า บริษัท บุญรอดเอเชีย จำกัด คิดเป็น 1.9 % ของยอดขายปี 2561 มุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าร้านค้าเครือข่ายชาป๊ว
ร้านค้าปลีกดั้งเดิม (Traditional Trade) ร้านค้าที่อยู่ในเครือข่ายของ บริษัท บุญรอดเอเชีย จำกัด
- 4.ส่งออกไปประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเป็นหลัก คิดเป็น 10.4% ของยอดขายปี 2561 เช่น ลาว กัมพูชา พม่า เป็นต้น

ทั้งนี้ ผู้จัดจำหน่ายในแต่ละรายมีอาณาเขตการจัดจำหน่ายสินค้าและร้านในเครือข่ายหลักที่ไม่ทับซ้อนกัน

การจัดจำหน่าย (หน่วย:ร้อยละ)	งบรวม	งบรวม	งบรวม
	ปี 2561	ปี 2560	ปี 2559
ในประเทศ	67.5%	73.0%	98.0%
ต่างประเทศ	32.5%	27.0%	2.0%
รวม	100%	100%	100%

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจส่วนใหญ่มากกว่าร้อยละ 67.5 ในประเทศไทยโดยแสดงรายละเอียดรายการธุรกิจกับกิจการที่เกี่ยวข้องกัน
ในหมายเหตุประกอบงบการเงิน

2.2 การตลาดและการแข่งขัน

กลยุทธ์การแข่งขัน / กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย / การจัดจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

ในปี 2561 เป็นปีที่ตลาดชาพร้อมดื่มได้รับผลกระทบจากปัจจัยภายนอกอย่างสูงไม่ว่าจะเป็น การปรับราคาขายจากนโยบายภาครัฐ
เกี่ยวกับการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตเครื่องดื่มประเภทน้ำพืชมัก ผลไม้ ที่ไม่มีแอลกอฮอล์ โดยเฉพาะเครื่องดื่มที่มีคาเฟอีนที่แต่เดิม
ได้รับการยกเว้นการจัดเก็บภาษี เช่น ชาเขียวพร้อมดื่ม กาแฟสำเร็จรูป รวมถึงการจัดเก็บภาษีความหวานตามปริมาณน้ำตาล ที่ใช้
ในผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ยังคงมีการแข่งขันอย่างรุนแรง รวมถึงและยังได้รับผลกระทบจากภาวะการชะลอตัวของเศรษฐกิจใน
ประเทศ และต่างประเทศมีผลให้ผู้บริโภคระมัดระวังการใช้จ่าย ลดการใช้จ่ายสินค้าฟุ่มเฟือยที่ไม่จำเป็นลง ซึ่งส่งผลให้ในปี 2561
ตลาดชาพร้อมดื่มและหลายๆ ตลาดไม่เติบโตเท่าที่ควร อย่างไรก็ตามปัจจัยที่มีผลกระทบในปี 2561 คาดว่าจะไม่ส่งผลกระทบต่อตลาด
ในปีต่อไปเนื่องจากตลาดและผู้บริโภคได้ปรับตัวกับราคาขายที่ปรับขึ้นหากวิเคราะห์รอบด้านจะพบว่าในกลุ่มตลาดชาพร้อมดื่มที่
ดูเหมือนไม่เติบโต ยังมีกลุ่มสินค้าที่มีแนวโน้มเติบโตที่ดี คือตลาดชาพร้อมดื่มพรีเมียม เช่น “ชาเขียวชีสโอเกะ” ที่เน้นกลุ่ม
ผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพ และตลาดชาพร้อมดื่มผสมสมุนไพรเช่น “ชาเขียว” ที่เน้นกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่น ซึ่งบริษัทฯ คาดการณ์ว่า
ตลาดชาพร้อมดื่มจะยังคงมีศักยภาพการเติบโตในปีต่อไป

บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

1. กลยุทธ์การบริหารแบรนด์ให้แข็งแกร่ง

เนื่องจากผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มที่มีในตลาดปัจจุบันมีความแตกต่างด้านรูปลักษณ์และรสชาติค่อนข้างน้อย ดังนั้นการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่น การสร้างแบรนด์ให้มีความแข็งแกร่ง จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยสร้างความแตกต่างและเอกลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ได้ อีกทั้งยังช่วยเสริมสร้างและรักษาฐานลูกค้าไว้ได้ โดยบริษัทฯ มีความประสงค์จะสร้างตราสินค้า “อิชิตัน” ให้สะท้อนจุดยืนถึง การเป็นผู้นำ ผู้เชี่ยวชาญในผลิตภัณฑ์ชาพร้อมดื่ม และได้จัดทำแผนการสื่อสารการตลาด โดยใช้วิธีการสื่อสารในรูปแบบ 360 องศาถึงกลุ่มผู้บริโภค

2. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์

เพื่อเป็นการตอบข้อจำกัดของแบรนด์สินค้าคุณภาพ บริษัทฯ จึงได้ควบคุมคุณภาพสินค้าทุกห่วงโซ่การผลิต ตั้งแต่การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ การคัดสรรวัตถุดิบคุณภาพ กระบวนการผลิตที่มีความพิถีพิถัน การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อให้เครื่องดื่มคงคุณค่าความเป็นธรรมชาติและคุณภาพดีเมื่อผู้บริโภคเปิดดื่ม นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีทีมวิจัยและพัฒนาที่มีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ตรงในอุตสาหกรรมเครื่องดื่มที่มีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าเป็นอย่างดี ซึ่งจะทำหน้าที่ในการคิดค้นสูตรใหม่ๆ ที่เหมาะสมกับความชื่นชอบของคนไทยและหลายประเทศในเอเชีย โดยเฉพาะผู้บริโภคที่เน้นการดูแลสุขภาพ บริษัทฯ จึงผลิตสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี เช่น เครื่องดื่มสมุนไพรสูตรเข้มข้น “เย็นเย็น โกลด์” และกลุ่มชาพร้อมดื่มน้ำตาลน้อย และน้ำตาล 0% ในส่วนของบรรจุภัณฑ์ บริษัทฯ ใส่ใจถึงรายละเอียดของรูปลักษณ์และขนาดบรรจุภัณฑ์ โดยองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์จะต้องทำจากวัสดุที่ปลอดภัย และสามารถสร้างความจดจำในผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดีและสะดวกต่อการบริโภค ในขณะที่รูปลักษณ์ของฉลากได้รับการออกแบบให้มีความทันสมัย ในปี 2561 บริษัทฯ มีนโยบาย เรื่องการให้ข้อมูลกับผู้บริโภคอย่างโปร่งใส โดยมีการบอกถึงคุณค่าทางโภชนาการและแคลลอรี่อย่างชัดเจนบนฉลากบรรจุภัณฑ์เพื่อการตัดสินใจซื้อที่ง่ายมากขึ้น

3. การบริหารสินค้าคงคลัง และต้นทุนการผลิตที่มีประสิทธิภาพ

เนื่องจากต้นทุนส่วนใหญ่ในการผลิตคือต้นทุนคงที่ ได้แก่ ค่าเสื่อมราคาของเครื่องจักรอุปกรณ์ ค่าเช่าที่ดิน ซึ่งต้นทุนการผลิตต่อหน่วยจะลดลงเมื่อบริษัทฯ มีปริมาณการผลิตที่เพิ่มขึ้น ดังนั้น บริษัทฯ จึงได้นำระบบการผลิตประเภทปลอดเชื้อชนิดบรรจุเย็น (Cold Aseptic Filling System) เข้ามาใช้ในกระบวนการผลิตซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่ทันสมัย ที่สามารถช่วยลดต้นทุนในการผลิตได้ โดย (1) การใช้วัสดุที่เบากว่า (2) ระยะเวลาการผลิตที่ต่อเนื่องยาว 120 ชั่วโมงต่อการทำความสะอาด 1 ครั้ง ทำให้การผลิตมีประสิทธิภาพเนื่องจากไม่เสียเวลา ในการล้างเครื่องจักร (3) ระบบเครื่องจักรเป็นระบบอัตโนมัติทั้งหมด ทำให้ประหยัดต้นทุนด้านแรงงาน และได้ติดตั้งระบบ Automated Storage & Retrieval System ช่วยในการบริหารคลังสินค้า ซึ่งสามารถจัดเก็บสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและลดต้นทุนด้านแรงงาน ทั้งหมดนี้จะสนับสนุนให้การบริหารจัดการด้านต้นทุนการผลิตของบริษัทฯ ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างทันทั่วถึง

4. กลยุทธ์การบริหารช่องทางจัดจำหน่าย และการกระจายสินค้า

เพื่อให้สินค้าของบริษัทฯ กระจายและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและไม่เกิดภาวะสินค้าขาดตลาด บริษัทฯ ได้ควบคุมและติดตามสินค้าตั้งแต่การเคลื่อนย้ายสินค้าพร้อมขายออกจากรูการผลิต และส่งต่อให้ผู้จัดจำหน่ายตลอดจนการกระจายสินค้าให้ร้านค้าปลีก นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีทีมงานทำหน้าที่ติดตามผลการขายและระยะเวลาการหมุนของสินค้าในแต่ละพื้นที่เพื่อคาดการณ์ปริมาณ การขายและปริมาณการเก็บสินค้าที่เหมาะสมในอนาคต รวมถึงกำหนดแผนการขายและการตลาดที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าในแต่ละพื้นที่ นอกจากนี้บริษัทฯ ยังได้มีแผนผลักดันยอดขายในประเทศกลุ่ม CLMV ให้มากขึ้นกว่าในปัจจุบัน

5. กลยุทธ์การตลาดและการขาย

การพยากรณ์ความต้องการบริโภค : บริษัทฯ คาดการณ์ปริมาณความต้องการบริโภคเครื่องดื่มตามข้อมูลและสถิติ ในอดีต โดยวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความต้องการซื้อในแต่ละช่วงเวลา อาทิเช่น ฤดูกาล เทศกาล สภาพการแข่งขัน และภาวะทางเศรษฐกิจในขณะนั้นๆ โดยที่ผ่านมามีบริษัทฯ พยายามควบคุมระดับความคลาดเคลื่อนของการพยากรณ์ความต้องการบริโภคไว้ให้ไม่เกิน 10% โดยการพยากรณ์ความต้องการบริโภคที่ใกล้เคียงความเป็นจริง

การวางแผนการตลาดและการส่งเสริมการขาย : เนื่องจากธุรกิจเครื่องดื่มเป็นธุรกิจที่มีความผันผวนของความต้องการบริโภค ตามฤดูกาล โดยอัตราการบริโภคในช่วงฤดูร้อนจะสูงกว่าในช่วงเดือนอื่นๆ ของปี ดังนั้น เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างทันทั่วถึง บริษัทฯ ได้ใช้กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดทั้งแบบ Above the line (การตลาดผ่านสื่อที่เข้าถึงกลุ่มผู้ฟังในวงกว้าง) และ Below the line (การตลาดที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายแบบเฉพาะเจาะจง) ในช่วงฤดูร้อน และมุ่งเน้นให้ความสำคัญกับการให้ส่วนลดทางการค้ากับตัวแทนจำหน่ายในช่วงเดือนที่มีอัตราการบริโภคต่ำ โดยบริษัทฯ ได้วางแผนการตลาดเชิงรุกเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งการตลาด ประกอบกับเพิ่มการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของการเป็นแบรนด์ผู้ผลิตสินค้าคุณภาพ เพื่อตอกย้ำจุดยืนของผลิตภัณฑ์ บริษัทฯ มีการจัดทำ การส่งเสริมการขายใน 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 เนื่องจากสภาวะการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มค่อนข้างรุนแรง

6. กลยุทธ์ด้านความยั่งยืน ด้วยการดำเนินธุรกิจอย่างมีธรรมาภิบาล

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการเป็นองค์กรคุณภาพ ในการสร้างความเชื่อมั่นและความมั่นใจให้กับ สังคม ชุมชน และผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย ด้วยการดำเนินธุรกิจที่เน้นการพัฒนาอย่างยั่งยืนในทุกกระบวนการระบบห่วงโซ่อุปทาน(Supply Chain) จนถึงระดับกระบวนการห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ให้ครอบคลุม ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ภายใต้หลักธรรมาภิบาลที่ดี และส่งเสริมการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน พร้อมปลูกจิตสำนึกให้ กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน ทำงานด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต มีคุณธรรม และ จริยธรรม

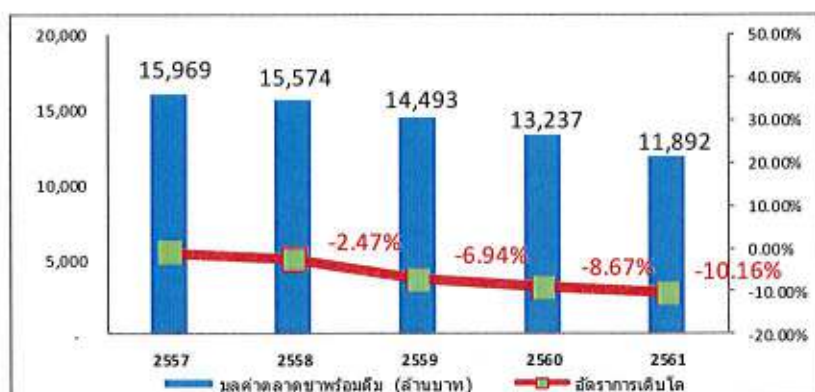
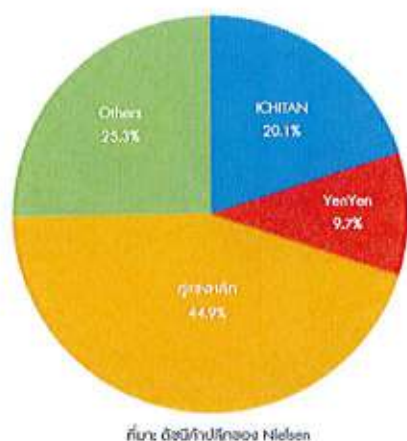
7. สร้างประสบการณ์ร่วมของผู้บริโภค

บริษัทฯ มีแนวทางและนโยบาย ในการจัดเก็บ และพัฒนาระบบฐานข้อมูลของผู้บริโภคเป็นรายบุคคลเพื่อให้รู้สึกถึงความต้องการพฤติกรรมของผู้บริโภคเพื่อที่จะได้นำมาวิเคราะห์จัดสรร โปรแกรมทางการตลาดที่เหมาะสมและโดนใจผู้บริโภค และลูกค้าแต่ละกลุ่ม อันจะก่อให้เกิดประสบการณ์ร่วมกับทุกแบรนด์ของบริษัทฯ และ ความจดจำของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายซึ่งจะสร้างความผูกพันระหว่างแบรนด์ของบริษัทฯและผู้บริโภคได้อย่างยั่งยืน

ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

เนื่องจากบริษัทฯ มีรายได้หลักมาจากการขายเครื่องดื่มชาพร้อมดื่มโดยคิดเป็นสัดส่วนโดยเฉลี่ยร้อยละ 97.1 ของรายได้รวมสำหรับปี 2561 (เป็นเครื่องดื่มน้ำผลไม้ไม่อัดลมร้อยละ 1.2 และเครื่องดื่มชูกำลังร้อยละ 1.7) ข้อมูลภาวะอุตสาหกรรมจึงเน้นข้อมูลตลาดเครื่องดื่มชาพร้อมดื่มเป็นหลัก

ในปี 2561 ตลาดเครื่องดื่มชาพร้อมดื่ม (Ready to Drink Tea) มีมูลค่ารวม 11,892 ล้านบาท หดตัวลงร้อยละ 10.2 ทั้งนี้ เป็นผลจากการแข่งขันด้านราคาที่รุนแรง สภาพเศรษฐกิจ และการปรับขึ้นราคาสินค้าบางกลุ่มของบริษัทฯเนื่องจากมีต้นทุนภาษีศรรพสามิต ในส่วนของชาเขียวในช่วงปลายปี ส่วนแบ่งตลาดกลุ่มธุรกิจเครื่องดื่มภายในประเทศของปี 2561 ได้แก่ อิชิตัน ร้อยละ 20.1 เ็น เ็น ร้อยละ 9.7 คู่แข่งหลักร้อยละ 44.9 และ อื่นๆ ร้อยละ 25.3



แนวโน้มการบริโภคเครื่องดื่มของผู้บริโภคนั้น ในปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์ให้ผู้บริโภคเลือกหลากหลายมากขึ้น เช่น เครื่องดื่มผสมวันมะพร้าวและที่เห็นเด่นชัดคือ เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ ที่เน้นเรื่องไม่มีน้ำตาล น้ำตาลน้อย หรือการให้ความหวานจากธรรมชาติ เนื่องจากผู้บริโภคในปัจจุบันเน้นการดูแลสุขภาพ จึงทำให้ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพที่เน้นเรื่องดังกล่าว เริ่มได้รับความนิยม แนวโน้มการบริโภคเครื่องดื่มสุขภาพ ที่เน้นเรื่องน้ำตาลน้อย ไม่มีน้ำตาล หรือให้ความหวานจากธรรมชาติ นั้นจะเป็นโอกาสทางการตลาดของบริษัทฯ ทำให้แผนกวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของ อิชิตัน กรุ๊ป ที่มีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ตรงในอุตสาหกรรมเครื่องดื่มที่มีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าเป็นอย่างดี ได้มีการคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพมากเป็นพิเศษตลาดชาพร้อมดื่มก็ยังมีแนวโน้มเติบโตไปได้อีกในอนาคต และสินค้ากลุ่มใหม่ที่ได้รับการตอบรับอย่างดีจากผู้บริโภค เช่น ชาเขียวผสมวันมะพร้าว ชาเขียว เพื่อสุขภาพ เป็นต้น

ในปี 2561 บริษัทฯได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาช่องทางการจำหน่ายในประเทศทั้ง ช่องทาง MT (Modern Trade) และ TT (Traditional Trade) ผ่านคู่ค้าผู้จัดจำหน่ายหลักทั้ง 3 ราย โดยมีการตั้งเป้าหมายการเติบโตร่วมกัน กำหนดแนวทาง และพัฒนาโปรแกรมการส่งเสริมการขายเฉพาะในแต่ละช่องทาง แต่ละห้าง เพื่อให้ตรงกับกลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกันสำหรับตลาดต่างประเทศ บริษัทฯได้มีการจับมือกับพันธมิตรที่แข็งแกร่งในประเทศที่เข้าไปทำตลาด เช่น ประเทศกัมพูชา ที่ สปป.ลาว โดยมีการร่วมพัฒนาสินค้าและกิจกรรมการตลาดที่โดนใจ ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคและพันธมิตรทางการค้าที่มีศักยภาพส่งผลให้สัดส่วนยอดขายส่วนการส่งออก คิดเป็นสัดส่วนยอดขายของบริษัทฯปี 2561 เพิ่มขึ้นร้อยละ 32.5 (ปี 2560 : สัดส่วนร้อยละ 27) บริษัทฯได้มีแผนการร่วมมือกับพันธมิตรในหลายประเทศเพื่อให้ยอดขายเติบโตอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

การจัดหาวัตถุดิบ

ผลิตภัณฑ์ของอิชิตัน กรุ๊ป มาจากโรงงานอิชิตันและการว่าจ้างผู้ผลิตจากภายนอก ซึ่งอิชิตันจะว่าจ้างผู้ผลิตภายนอกเฉพาะในกรณีที่กำลังการผลิตของโรงงานไม่เพียงพอต่อปริมาณการขายที่คาดการณ์ไว้ หรือกรณีผลิตสินค้าใหม่ที่บริษัทฯ ต้องการทดลองตลาด สำหรับช่วงระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา (2559 – 2561) สัดส่วนการว่าจ้างผู้ผลิตภายนอก ในปี 2559 ปี 2560 และ ปี 2561 อยู่ที่ 3% 8% และ 3 % ตามลำดับสำหรับปี 2561 มีการว่าจ้างการผลิตเฉพาะในส่วนของผู้ผลิตสินค้าใหม่บางสินค้า

ในส่วนของการสรรหาวัตถุดิบหลักที่สำคัญ ซึ่งได้แก่ ใบชา น้ำตาลฟรุกโตส น้ำตาลทราย และ น้ำ เพื่อป้อนเข้าสู่โรงงาน บริษัทฯ มีมาตรการควบคุมคุณภาพทุกขั้นตอนก่อนนำเข้าสู่กระบวนการผลิต ตั้งแต่การเพาะปลูก การคัดเลือกวัตถุดิบ และการจัดเก็บวัตถุดิบ เพื่อให้วัตถุดิบที่นำไปใช้ในกระบวนการผลิตมีคุณภาพตามมาตรฐานระดับสูง นอกจากนี้ สำหรับการว่าจ้างผลิตสินค้านั้น บริษัทฯ จะจัดส่ง Premix ไปให้ผู้รับจ้างผลิตเพื่อป้องกันสูตรการผลิต และมีมาตรการตรวจสอบและควบคุมคุณภาพของวัตถุดิบที่ผู้ผลิตภายนอกใช้ โดยการระบุรายชื่อ Supplier ที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์คู่ค้าของอิชิตันเอง (Approved Vendor List) และชนิดของวัตถุดิบอย่างชัดเจน อีกทั้งยังมีการส่งพนักงานของ อิชิตัน กรุ๊ป เข้าไปตรวจสอบรายเดือน เพื่อสอบทานการควบคุมคุณภาพการผลิตของผู้ผลิตภายนอกอีกด้วย

ใบชาออร์แกนิก : บริษัทฯ ได้วางแผนการผลิตและกำหนดปริมาณการเพาะปลูกใบชาในแต่ละปีโดยได้มีการทำสัญญาโดยเฉลี่ยอายุ 1 ปี กับ ผู้จัดจำหน่ายใบชา ซึ่งเป็นผู้รวบรวมใบชาจากชาไร่เพื่อลดความเสี่ยงจากการมีวัตถุดิบไม่เพียงพอ นอกจากนี้ยังได้ควบคุมคุณภาพของใบชาโดยมีทีมวิจัยพัฒนาทำหน้าที่กำกับขั้นตอนการเพาะปลูกที่ปลอดยาฆ่าแมลงและสารเคมี หมักใบชาเก็บยอดใบชา อบใบชา เก็บรักษาก่อนส่ง รวมถึงการติดตามและตรวจสอบถึง กลิ่น รสชาติ น้ำหนัก สีต้น เพื่อควบคุมคุณภาพของใบชาให้ได้ตามมาตรฐานคุณภาพระดับสูงก่อนนำเข้าสู่กระบวนการผลิต ใบชาพร้อมผลิตจะถูกเก็บในห้องควบคุมอุณหภูมิเพื่อรักษาคุณภาพของใบชาให้คงที่ ทั้งนี้ ใบชาเป็นวัตถุดิบที่ปลูกง่ายในบริเวณทางตอนเหนือของประเทศไทยซึ่งมีอากาศอบอุ่น-เย็น และยังไม่เคยประสบปัญหาการขาดแคลน สำหรับการจัดซื้อใบชานั้น บริษัทฯ ได้ทำสัญญากับคู่ค้าจำนวน 2-3 รายเสมอ โดยใบชาที่ผลิต/จัดหาโดยคู่ค้าแต่ละรายเป็นวัตถุดิบที่สามารถใช้ทดแทนกันได้ หากคู่ค้ารายใด ไม่สามารถจัดส่งใบชาให้ได้ก็สามารถซื้อจากคู่ค้ารายอื่นได้ เนื่องจากในการผลิตเครื่องดื่มชาแต่ละประเภท อาทิ เครื่องดื่มชาเขียวหรือชาดำ ซึ่งตั้งต้นจากใบชาประเภทเดียวกัน แต่ขึ้นอยู่กับกระบวนการนำใบชาผ่านกระบวนการผลิต

น้ำตาลฟรุกโตส และน้ำตาลทราย : เป็นวัตถุดิบที่จัดหาได้ง่ายในประเทศไทย และไม่มี ความแตกต่างอย่างเป็นสาระสำคัญด้านคุณภาพใน กลุ่มผู้ผลิต ทั้งนี้ ราคาน้ำตาลมีความผันผวนบ้างขึ้นอยู่กับปริมาณผลผลิตในแต่ละปีและสอดคล้องกับราคาตลาดโลก อย่างไรก็ตาม ตามแนวทางเน้นสินค้าเพื่อสุขภาพในปี2562 ทำให้มีแนวโน้มที่จะใช้ปริมาณน้ำตาลลดลง

น้ำ : จัดหาโดยสวนอุตสาหกรรมโรจนะ ซึ่งผลิตตามคำแนะนำขององค์การอนามัยโลกปี 2536 และนำมาผ่านกระบวนการReverse Osmosis เพื่อนำมาใช้ในการผลิต

บรรจุภัณฑ์ : ได้แก่ ขวด PET กล่องยูเอชที ฝา กล่อง และฉลาก บริษัทฯ มีกระบวนการคัดเลือกผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์อย่างระมัดระวัง โดยพิจารณาถึงความน่าเชื่อถือของระบบการทำงานของผู้ผลิตเป็นสำคัญ เพื่อให้มั่นใจว่าผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์จะสามารถส่งมอบสินค้าได้ตรงตามคุณภาพและเวลาที่กำหนดไว้ และมีการสอบทานและติดตามคุณสมบัติของผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์อย่างสม่ำเสมอ

ก๊าซธรรมชาติ : บริษัทฯ ได้ทำสัญญาซื้อขายก๊าซธรรมชาติกับบริษัทในประเทศไทยแห่งหนึ่ง โดยสัญญามีผลบังคับใช้ถึงวันที่ 31 สิงหาคม 2561 และสามารถต่ออายุได้โดยแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรไม่น้อยกว่า 90 วัน ก่อนวันสิ้นสุดสัญญา

นอกจากนี้ เพื่อลดความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้ผลิตและเพื่อให้ได้มาซึ่งราคาที่สมเหตุสมผล บริษัทฯ มีนโยบายที่จะเลือกซื้อวัตถุดิบจากคู่ค้าผู้ผลิตรายใหญ่หลายราย อีกทั้งบริษัทฯ ยังมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบ และที่ผ่านมามีบริษัทฯ ไม่มีการสั่งซื้อวัตถุดิบจากผู้จัดจำหน่ายรายใดเกินร้อยละ 30 ของยอดซื้อรวม

ขั้นตอนการผลิต

กระบวนการผลิตหลักที่สำคัญ ได้แก่ การสกัดชา การปรุงรสชาติ การบรรจุขวด และการควบคุมคุณภาพ โดยทุกขั้นตอนของกระบวนการผลิตจะปลอดสารเคมีและมีระบบควบคุมที่ทันสมัยใบชาจะถูกล้างเสียเชื้อโรคที่ควบคุมอุณหภูมิแล้วทำให้เย็นและทิ้งไว้ให้ตกตะกอน โดยน้ำชาจะถูกส่งผ่านเครื่องกรองอย่างละเอียดต่อไปยังหม้อปรุงรสชาติที่ทำหน้าที่ผสมส่วนผสมต่างๆ และน้ำชาที่ปรุงรสแล้วจะถูกส่งผ่านเพื่อบรรจุขวดต่อไป ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้ติดตั้งระบบกระบวนการผลิตเครื่องดื่มประเภทปลอดเชื้อชนิดบรรจุเย็น (Cold Aseptic Filling System) ซึ่งเป็นเทคโนโลยีการผลิตเครื่องดื่มล้ำสุดจากประเทศญี่ปุ่น ทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่ทรงคุณค่า ใหม่และสดเสมอ และปลอดภัยสูงสุดสำหรับผู้บริโภค โดยผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มที่ผสมส่วนผสมต่างๆ แล้วจะผ่านการฆ่าเชื้อจุลินทรีย์ด้วยความร้อนสูงที่อุณหภูมิ 137 องศาเซลเซียส ในระยะเวลาอันสั้นที่ 4 วินาที หลังจากนั้นจะทำให้เย็นที่อุณหภูมิ 25 องศาเซลเซียสอย่างรวดเร็ว แล้วนำผลิตภัณฑ์มาบรรจุลงขวดพลาสติก (PET) และปิดผนึกด้วยฝาพลาสติกที่ผ่านการฆ่าเชื้อจุลินทรีย์แล้ว รวมถึงการบรรจุภาชนะกล่องกระดาษที่ปลอดเชื้อเช่นเดียวกันด้วยทั้งนี้ทุกกระบวนการผลิตดังกล่าวจะมีระบบควบคุมและบันทึกข้อมูลในแต่ละขั้นตอนการผลิตตลอดเวลาโดยอัตโนมัติ เมื่อมีสิ่งผิดปกติเกิดขึ้นในระหว่างการผลิต ระบบการผลิตจะหยุดการผลิตทันทีโดยอัตโนมัติ พร้อมทั้งรายงานความผิดปกติที่เกิดขึ้นเพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานที่ควบคุมการผลิต ณ ขณะนั้นสามารถแก้ไขปัญหาได้ทันที และลดผลเสียหายต่อสายการผลิตน้อยที่สุด

การตรวจสอบและควบคุมคุณภาพ (Quality Assurance)

บริษัทฯ ควบคุมคุณภาพของสินค้าทุกขั้นตอนตั้งแต่การคัดเลือกผู้ขายวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ การตรวจสอบระบบการทำงานของผู้ขาย 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, FSF22000 และมาตรฐานสากลอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องเป็นต้น และได้เปิดเผยโดยละเอียดใน “รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน” ของบริษัทฯ

16 | แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี 2561 (แบบ 56-1)

บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

ต้นทุนหลักที่บริษัทฯ ใช้ในระยะ 3 ปีที่ผ่านมาเป็นดังนี้

ในช่วง ปี 2559 ถึงปี 2561 ต้นทุนขายโดยหลักของบริษัทฯ คือ วัตถุดิบและวัสดุสิ้นเปลืองคิดเป็นประมาณ 70% -80% ของต้นทุนขายรวม รายละเอียดต้นทุนขายปรากฏดังตารางด้านล่าง

ต้นทุนขาย	ปี 2561		ปี 2560		ปี 2559	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
วัตถุดิบ วัสดุสิ้นเปลือง และการเปลี่ยนแปลงในสินค้าสำเร็จรูป	2,785.7	62.9	3,069.4	70.8	2,881.5	73.1
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	560.6	12.7	511.8	11.8	499.2	12.7
ค่าสาธารณูปโภค (เชื้อเพลิงแก๊ส, ไฟฟ้า, ประปา)	239.7	5.4	230.5	5.3	182.9	4.6
ค่าใช้จ่ายในการขนส่ง	22.8	0.5	33.0	0.8	36.3	0.9
ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงาน	138.3	3.1	132.7	3.1	124.1	3.1
อื่นๆ	684.1	15.4	357.2	8.2	219.9	5.6
รวมทั้งหมด	4,431.2	100.0	4,334.6	100	3,943.9	100
รายได้จากการขาย	5,204.0		5,687.5		5,338.3	
อัตรากำไรขั้นต้น (ร้อยละ)	14.8		23.8		26.1	

2.3.2 กำลังการผลิตรวม

การผลิต : โรงงานอิชิตัน กรุ๊ป จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ในปี 2561 มีกำลังการผลิตรวมเป็น 1,500 ล้านขวด/ปี (หรือเทียบเท่า 630 ล้านลิตร/ปี)

และ 200 ล้านกล่อง/ปี (หรือเทียบเท่า 60 ล้านลิตร/ปี)

ในปี2561 ที่ผ่านมามีบริษัทฯ ไม่มีข้อพิพาทด้านสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สุขภาพของพนักงาน และบุคคลอื่นๆ ที่พักอาศัยในบริเวณใกล้เคียง โรงงานและให้ความสำคัญในการพัฒนาธุรกิจให้มั่นคงก้าวหน้าควบคู่กับความมุ่งมั่นที่จะตอบสนองสังคมและชุมชนอย่างต่อเนื่อง โดยยึดมั่นต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและมีความรับผิดชอบต่อสังคม บริษัทฯ ตระหนักดีว่า จุดเริ่มต้นของสังคมที่ดีเริ่มจากการ “ให้” และในความเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนหรือสังคมซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบต่อสังคมในการช่วยเหลือสนับสนุนกิจกรรมสาธารณะประโยชน์แก่ชุมชน ตลอดจนการพัฒนาสภาพแวดล้อมของชุมชนและสังคมเพื่อความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นด้วยการสร้างการจ้างงานและสร้างความหลากหลายในกิจกรรมเชิงเศรษฐกิจ การทำให้เกิดความเข้มแข็งของหน่วยงานต่างๆ ของชุมชน การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคมคือการร่วมมือและมีส่วนร่วมระหว่างบริษัทฯ กับชุมชนและสังคมที่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานหรือกิจกรรมของบริษัทฯ เพื่อพัฒนาและส่งเสริมความเข้มแข็งตลอดจนฟื้นฟูสังคมวัฒนธรรม ธรรมชาติ ให้กลับมาอุดมสมบูรณ์ทั้งที่เป็นชุมชนและสังคมที่ตั้งอยู่ติดกันหรือใกล้เคียงบริษัทฯ หรือหน่วยงานของบริษัทฯ เสมือนเป็นชุมชนเดียวกัน รวมถึงชุมชนและสังคมที่ตั้งอยู่ห่างไกลออกไป

หมายเหตุ: บริษัทฯมีกระบวนการผลิตหรือการกำจัดวัตถุดิบเหลือใช้ตามกฎหมายที่ไม่กระทบต่อสิ่งแวดล้อมและเปิดเผยไว้ใน“รายงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนปี 2561”

2.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561

-ไม่มี-

2.5 การวิจัยและพัฒนา

บริษัทฯ และ บริษัทย่อย ควบคุมคุณภาพของสินค้าทุกชิ้นตั้งแต่การคัดเลือกผู้ขายวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ การตรวจสอบระบบการทำงานของผู้ขาย 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 และได้เปิดเผยโดยละเอียดใน “รายงานการพัฒนายั่งยืน” ของบริษัทฯ

บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ได้พัฒนาความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์การดำเนินงานและนำมาเผยแพร่ให้แก่บริษัทฯ และหน่วยงานที่สนใจ โดยมีบริษัทฯ และหน่วยงานที่สนใจขอเข้าเยี่ยมชมศูนย์การเรียนรู้ “ดินแดนด” โดยมีแนวคิดปลูกจิตสำนึกให้แก่คนในสังคมให้เรียนรู้ถึงการใช้ทรัพยากรอย่างพอเพียงและเคารพธรรมชาติ ภายใต้แนวคิด กรีน โนวชั่น นวัตกรรมจากความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทฯ คือผลลัพธ์จากการประกอบกิจการด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมที่เกิดผลสำเร็จอย่างจริงจังและเกิดการเปลี่ยนแปลงทางความคิดการผลิต และกระบวนการทำงาน ไม่ว่าการเปลี่ยนแปลงนั้นจะเกิดขึ้นจากการปฏิบัติการเปลี่ยนแปลงใหม่ทั้งหมด หรือการพัฒนาต่อยอดเป้าหมายของนวัตกรรมคือการสร้างสรรค์เชิงบวก เพื่อสร้างประสิทธิภาพและประสิทธิผลทั้งในระยะสั้นและระยะยาวที่สร้างมูลค่าเพิ่มแก่กิจการและผู้เกี่ยวข้องในระยะยาว

นวัตกรรมที่มุ่งเน้นการใช้ประโยชน์จากความคิดใหม่ๆ ด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมย่อมนำไปสู่ความเจริญเติบโตที่ก้าวหน้าและความสามารถในการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและความยั่งยืนของกิจการเศรษฐกิจสังคมและคุณภาพชีวิตรวมทั้งการฟื้นฟูและพัฒนาสิ่งแวดล้อมผ่านการปรับปรุงผลิตภาพในการผลิตที่เกิดมูลค่าเพิ่มความสามารถรับผิดชอบต่อสังคมในมิติของนวัตกรรมนั้นคือการที่นวัตกรรมของบริษัทฯ ที่นอกจากจะเป็นผลลัพธ์อันเกิดจากการ ประกอบกิจการด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างจริงจังแล้ว ยังสามารถสร้างความก้าวหน้าเชิงเศรษฐกิจสร้างสุขภาวะอย่างเป็นระบบแก่สังคม มีการคำนึงถึงการสร้างคุณค่าและมูลค่าที่สมดุล รวมถึงพิจารณาความต้องการของบริษัทฯ ควบคู่กับสังคมที่กลายเป็นการสร้างกระบวนการประกอบกิจการด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมที่เป็นนวัตกรรมอีกด้วย เช่น นวัตกรรมการผลิตเครื่องดื่มที่ดีต่อสุขภาพผู้บริโภค โดยลดสัดส่วนความหวานแต่ยังคงรสชาติและคุณภาพที่ดีต่อผู้บริโภค เช่น กลุ่มเครื่องดื่มชาสมุนไพร “เย็น เย็น” ทุกรสชาติ

3. ปัจจัยความเสี่ยง

คณะกรรมการบริษัทและฝ่ายบริหาร ของ บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (บริษัทฯ) ได้ตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจในทุกกระบวนการระบบห่วงโซ่อุปทานของบริษัทฯ ที่อาจจะได้รับผลกระทบจากปัจจัยที่มีการเปลี่ยนแปลงทั้งภายในและภายนอกองค์กร โดยการบริหารความเสี่ยงเป็นสิ่งสำคัญในการดำเนินธุรกิจเพื่อให้องค์กรบรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล รวมทั้งเป็นการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน ป้องกัน และ ลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น โดยใช้ความเสี่ยงที่ยอมรับได้เป็นโอกาส (Risk Appetite) เพื่อการพัฒนาและการเติบโตอย่างยั่งยืนของบริษัทฯ บนหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Corporate Governance Code) และประยุกต์ใช้ 5 องค์ประกอบ 20 หลักการของกรอบแนวทาง COSO - ERM 2017 : Enterprise Risk Management (Integrating with Strategy and Performance) นำไปปฏิบัติทั่วทั้งองค์กร โดยจัดให้มีโครงสร้างการบริหารความเสี่ยง มี 3 ระดับ ดังนี้

บริษัท อิซิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

- ระดับคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัทให้ความเห็นชอบ ติดตาม และปรับปรุงแผนบริหารความเสี่ยงอย่างต่อเนื่องเพื่อให้สอดคล้องกับสภาพธุรกิจในปัจจุบันและอนาคต รวมถึงการให้ความเห็นเสนอแนะให้สอดคล้องกับเป้าหมายและกลยุทธ์ของธุรกิจ (Top Down)
- ระดับผู้บริหารระดับสูง ให้คำแนะนำ กำกับดูแล และติดตามการบริหารความเสี่ยงอย่างต่อเนื่อง และรายงาน เสนอผลต่อคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงเป็นประจำทุกไตรมาส
- ระดับหน่วยงาน เป็นตัวแทนผู้รับผิดชอบด้านความเสี่ยงในระดับฝ่าย บัณฑิต ประเมิน ทำแผน ดำเนินการ รายงานเสนอผลต่อผู้บริหารระดับสูงเป็นประจำทุกเดือน

คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงทำหน้าที่พิจารณาและติดตามนโยบายการบริหารความเสี่ยงให้สอดคล้องกับเป้าหมายและกลยุทธ์ขององค์กร โดยมอบหมายให้ฝ่ายบริหารนำกระบวนการบริหารความเสี่ยงขององค์กรที่ได้รับความเห็นชอบ/อนุมัติไปปฏิบัติ เช่นการจัดทำคู่มือ การบริหารความเสี่ยง การจัดทำแผนบริหารความเสี่ยงเชื่อมโยงกับกลยุทธ์และเป้าหมายการดำเนินงาน การติดตามผลการบริหารความเสี่ยงประจำปี เป็นต้น เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงาน และมีการติดตาม ประเมินผล ทบทวน ประเมินความเสี่ยงสำคัญและแผนรองรับที่เหมาะสมเพียงพอให้สอดคล้องกับทุกสถานการณ์ โดยปัจจัยความเสี่ยงที่อาจมีผลต่อการบรรลุเป้าหมายอย่างมีนัยสำคัญแบ่งเป็น 4 ด้านสรุปได้ดังนี้

1. ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ (Strategic Risk)

- ความเสี่ยงจากการที่แบรนด์ของอิซิตันผูกติดกับคุณฉันทน์ ภาสกรนที

การผูกติดแบรนด์อิซิตันเข้ากับ คุณฉันทน์ ภาสกรนที ซึ่งเป็นบุคคลมีชื่อเสียงในประเทศไทย เป็นหนึ่งในกลยุทธ์ของการสร้างแบรนด์ให้เป็นที่จดจำและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคที่ได้ผลและมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงความเสี่ยงนี้เป็นอย่างดีและได้มีการวางแผนดำเนินการเพื่อส่งเสริมให้แบรนด์ของอิซิตันให้มีความเข้มแข็งอย่างยั่งยืนผ่านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการส่งเสริมการตลาดที่แสดงถึงการมุ่งมั่นให้ความสำคัญกับการผลิตสินค้าที่คำนึงถึงสุขภาพผู้บริโภค ความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และการออกสินค้าตอบสนองไลฟ์สไตล์ของกลุ่มลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย โดยไม่เน้นผูกติดแบรนด์กับบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งทางฝ่ายการตลาดของบริษัทฯ ได้ดำเนินการลดการเชื่อมโยงภาพคุณฉันทน์ต่อผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ โดยพยายามลดการให้คุณฉันทน์แสดงในโฆษณาใหม่ๆของบริษัทฯ ยกเว้นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ต้องการสื่อสารให้รับรู้ว่าเป็นสินค้าจากบริษัทฯ ของคุณฉันทน์

- ความเสี่ยงจากภาวะการแข่งขัน

เนื่องจากธุรกิจเครื่องดื่มน้ำเป็นธุรกิจที่เหมาะสมกับสภาพภูมิอากาศของประเทศไทยและมีผู้ประกอบการธุรกิจผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มจำนวนมากในอุตสาหกรรมนี้ซึ่งอาจก่อให้เกิดภาวะการแข่งขันที่ค่อนข้างรุนแรงและส่งผลกระทบต่อรายได้และยอดขายอย่างไรก็ตามบริษัทฯ มีนโยบายในการกำหนดราคาที่เหมาะสมและไม่เน้นการการตัดราคา โดยจะเน้นการเป็นผู้นำในด้านนวัตกรรมคุณภาพผลิตภัณฑ์ และการตลาดรูปแบบใหม่ๆ รวมถึงการจัดกิจกรรมการตลาด การโฆษณา และประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องสำหรับสินค้าในกลุ่มชาเขียวพร้อมดื่มการสร้างความแตกต่างในผลิตภัณฑ์ในด้านรสชาติคุณภาพ และ บรรจุภัณฑ์เป็นสิ่งที่สำคัญซึ่งบริษัทฯ ก็มีแผนกลยุทธ์ในการสรรหาแหล่งวัตถุดิบคุณภาพ และระบบการผลิตระดับโลกในราคาที่เหมาะสมต่อผู้บริโภคและแข่งขันได้ในธุรกิจเครื่องดื่ม เช่น ชาเขียวพร้อมดื่มพรีเมียมภายใต้ตราสินค้า “ซิซี่โอเค” เครื่องดื่มชาผลไม้ผสมวันมะพร้าวภายใต้ตราสินค้า “ชีว ชิว” เครื่องดื่มสมุนไพรภายใต้ตราสินค้า “เย็นเย็น” และเครื่องดื่มกลุ่มสุขภาพที่ได้สัญลักษณ์ “โลโก้ทางเลือกเพื่อสุขภาพเป็น” เป็นต้น

บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

- ความเสี่ยงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ต้องทำอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาบริษัทฯ จึงอาจมีความเสี่ยงจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ต้องแข่งขันกับเวลาและการบริหารต้นทุนให้สามารถตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภค และสามารถแข่งขันได้ในตลาด โดยได้แต่งตั้งคณะทำงาน(Stage Gate) เพื่อพิจารณากลับกรอง ทบทวน ผลิตภัณฑ์ใหม่ และให้ความเห็นที่ทีมงานพัฒนาสินค้าใหม่ (New Product Development) ตั้งแต่ขั้นแนวคิด จนถึงการพัฒนา ทดสอบและนำออกสู่ตลาดรวมทั้งกำหนดเป็นแนวทางปฏิบัติว่า ทุกครั้งก่อนการเปิดตัวหรือคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ บริษัทฯ จะทำการสำรวจพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคโดยสถาบันวิจัยด้านการตลาดรวมถึงทำการทดสอบคุณภาพ การผลิต การออกแบบบรรจุภัณฑ์ การทดสอบรสชาติพร้อมวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนจากการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ใหม่ในเชิงพาณิชย์ในระดับที่ควบคุมได้ โดยบริษัทฯ มีการจัดตั้งฝ่ายวิจัยและพัฒนา (Research and Development) ที่มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าอย่างสม่ำเสมอภายใต้การบริหารงบประมาณที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเพื่อให้ ผู้บริโภค และ ลูกค้านั้นใจได้ว่าการออกผลิตภัณฑ์ใหม่จะประสบความสำเร็จในตลาดผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

- การพึ่งพิงผู้จัดจำหน่ายสินค้าหลัก

บริษัทฯ กระจายสินค้าไปสู่กลุ่มลูกค้าร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ร้านค้าส่งและร้านค้าปลีกดั้งเดิม (Traditional Trade) ผ่านตัวแทนผู้จัดจำหน่ายสินค้าหลัก 3 ราย โดยสัญญาจัดจำหน่ายมีอายุ 3-5 ปี ได้แก่ บริษัท คีเคเอสเอช (ประเทศไทย) บริษัท ไอแอมกรีนที จำกัด และ บริษัท บุญรอดเอเชีย จำกัด ด้วยสัดส่วนการกระจายสินค้าคิดเป็นร้อยละ 58.2 ร้อยละ 7.4 และร้อยละ 1.9 (ของยอดขายสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2561 ตามลำดับ) และมียอดส่งออกคิดเป็นร้อยละ 10.4 (ของยอดขายสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2561) ซึ่งบริษัทฯ จึงอาจมีความเสี่ยงในการพึ่งพิงผู้จัดจำหน่ายสินค้าหลักดังกล่าว โดยการมีผู้จัดจำหน่าย สินค้าหลัก 3 ราย ถือเป็นแนวทางการกระจายความเสี่ยงของบริษัทฯ ตามข้อตกลงที่ได้กำหนดไว้ในสัญญาการจัดจำหน่ายกับ ทางผู้จัดจำหน่ายสินค้าหลักคือ บริษัท คีเคเอสเอช (ประเทศไทย) จำกัด ที่ให้บริษัทฯ สามารถเพิ่มผู้จัดจำหน่ายได้อีก 2 รายดังกล่าวข้างต้นเพื่อเป็นการบริหารความเสี่ยง อย่างไรก็ตามจากความสัมพันธ์อันดีที่ผ่านมากับผู้จัดจำหน่ายสินค้าหลัก 3 รายข้างต้น และการปฏิบัติตามเงื่อนไขในสัญญาอย่างเคร่งครัดบริษัทฯ มั่นใจได้ว่าผู้จัดจำหน่ายหลักดังกล่าวจะต่ออายุสัญญาจัดจำหน่ายสินค้าให้บริษัทฯ ต่อไป

2. ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติงาน (Operational Risk)

- ความเสี่ยงทางด้านแรงงานและกระบวนการผลิต

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 พนักงานของบริษัทฯ มีจำนวน 364 คนเพื่อป้องกันความเสี่ยงที่เกิดในระบบการผลิตและคุณภาพของสินค้าบริษัทฯ จึงได้ลงทุนในเครื่องจักรระบบอัตโนมัติ "Auto Warehouse" ที่ "โรงงานอิชิตัน กรุ๊ป" ซึ่งเป็นโรงงานแห่งแรกในประเทศไทยที่มีการดำเนินการผลิตแบบอัตโนมัติตั้งแต่ต้นสายการผลิตไปจนถึงสต็อกเก็บสินค้าโดยสามารถเดินเครื่องติดต่อกันได้ถึง 120 ชั่วโมงลดปัญหาการผิดพลาดในการผลิตลดปัญหาการขาดแคลนแรงงานและเพิ่มประสิทธิภาพให้กับตัวสินค้าได้ครอบคลุมทุกด้าน ปัจจุบันบริษัทฯ มีกำลังการผลิต 1,500 ล้านขวด และ 200 ล้านกล่องต่อปี ด้วยนวัตกรรมบรรจุเย็นแบบปลอดเชื้อ (Cold Aseptic Filling Technology) เป็นเทคโนโลยีระดับมาตรฐานสากลในอุตสาหกรรมเครื่องดื่ม พร้อมทั้งการนำระบบการบำรุงรักษาแบบทวิผล (TPM) มาใช้เพื่อให้สามารถเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลโดยรวมของเครื่องจักรให้อยู่ในระดับที่สูงขึ้น สร้างขีดความสามารถในระดับที่มั่นใจว่าสามารถรองรับความต้องการผลิตสินค้าได้อย่างต่อเนื่อง

บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

โดยข้อมูลข้างต้นทำให้บริษัทฯ สามารถควบคุมและจัดการความเสี่ยง ด้านแรงงานและความพร้อมใช้งานของเครื่องจักรระบบอัตโนมัติ “Auto Warehouse” ได้ในระดับที่ไม่เป็นสาระสำคัญ

- ความเสี่ยงในด้านความปลอดภัยในการบริโภค

เนื่องจากความปลอดภัยในการบริโภคเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญ ความผิดพลาดเพียงเล็กน้อยอาจส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์ทั้งหมด ดังนั้น บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญในการคัดเลือกวัตถุดิบและพิธีพืชน์ในทุกขั้นตอนการผลิตเพื่อให้ผู้บริโภคมั่นใจได้ว่าผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ มีคุณภาพสูงและได้มาตรฐานสากล เช่น GMP, HACCP, ISO9001:2008, HALAL, ISO14001, ISO17025, ISO50001, FSFC22000 เป็นต้น ในกระบวนการผลิตทุกชุดจะมีการเก็บตัวอย่างตามมาตรฐานไว้เพื่อตรวจสอบเชื้ออย่างน้อย 7 วัน ก่อนที่จะจำหน่ายออกไปและเก็บป้องกันไว้สำหรับการอ้างอิง โดยในสินค้า 1 ชุดจะผลิตออกมาเป็นจำนวนมากถ้าหากมีการติดเชื้อจะต้องติดเชื้อทั้งชุด ดังนั้น ก่อนที่จะส่งออกไปจำหน่ายทางแผนกประกันคุณภาพ(QA)จะนำผลิตภัณฑ์ตรวจสอบในห้องแล็บ (Laboratory) ซึ่งเป็นการป้องกันความเสี่ยงด้านความปลอดภัยในตัวผลิตภัณฑ์ และในทางปฏิบัติเครื่องจักรของบริษัทฯใช้เทคโนโลยีระดับมาตรฐานสากล และเป็นระบบปิดทั้งกระบวนการที่ผ่านมายังไม่เคยปรากฏเรื่องความไม่ปลอดภัยในตัวผลิตภัณฑ์

3. ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk)

- ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน

บริษัทฯ มีความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศซึ่งเกิดจากแผนธุรกิจที่มีการขยายตลาดส่งออกไปต่างประเทศมากขึ้นในรูปแบบการซื้อสินค้าและการขายสินค้าเป็นสกุลเงินตราต่างประเทศ อย่างไรก็ตามบริษัทฯ ได้บริหารความเสี่ยงโดยการเจรจากับคู่ค้ารับชำระเป็นเงินสกุลเงินบาทเป็นส่วนใหญ่ พร้อมนำเครื่องมือทางการเงิน(Financial Instrument)ต่าง ๆ มารองรับไว้ เช่น Fx Forward อย่างไรก็ตาม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทฯ ไม่มีความเสี่ยงจากเงินตราต่างประเทศที่เป็นสาระสำคัญ

- ความผันผวนของราคาวัตถุดิบหลัก

วัตถุดิบหลักที่สำคัญ ได้แก่ ใบชาออร์แกนิกซึ่งคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 30 ของต้นทุนการผลิต สภาพภูมิอากาศอันไม่แน่นอนในปัจจุบันอาจส่งผลกระทบต่อปริมาณผลผลิตชาและอาจก่อให้เกิดภาวะการขาดแคลน ซึ่งอาจส่งผลให้ราคาวัตถุดิบมีความผันผวน บริษัทฯ จึงได้มีการวางแผนการจัดการล่วงหน้า โดยฝ่ายจัดซื้อได้มีการทำสัญญาสั่งซื้อสินค้ากับผู้จำหน่ายวัตถุดิบหลักไว้ล่วงหน้าเป็นระยะเวลา 1 ปี หรือมากกว่า เพื่อให้ได้มาซึ่งวัตถุดิบที่มีคุณภาพตรงตามข้อกำหนดของบริษัทฯ ในปริมาณที่เพียงพอกับแผนการผลิตใน ราคาที่เหมาะสม และได้มีการวางแผนจัดหาวัตถุดิบจากหลายแหล่งเพื่อลดความเสี่ยงจากการพึ่งพิงคู่ค้ารายใดรายหนึ่งโดยบริษัทฯ ได้ทำสัญญากับผู้จำหน่ายจำนวน 2-3 รายเสมอ โดยใบชาที่จัดหาโดยคู่ค้าแต่ละรายเป็นวัตถุดิบที่สามารถใช้ทดแทนกันได้หากคู่ค้ารายใดไม่สามารถจัดส่งใบชาให้ได้ก็สามารถซื้อจากคู่ค้ารายอื่นได้ เนื่องจากในการผลิตเครื่องดื่มชาแต่ละประเภท อาทิ เครื่องดื่มชาเขียวหรือชาดำ ซึ่งตั้งต้นจากใบชาประเภทเดียวกัน แต่ขึ้นอยู่กับกรรมวิธีใบชาผ่านกระบวนการผลิต หมัก บ่ม และ เติมรสชาติ ที่แตกต่างกันออกไปดังนั้นจึงสามารถมั่นใจได้ว่าบริษัทฯ มีการบริหารจัดการที่ดีและเพียงพอ

4. ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับ (Compliance Risks)

• ความเสี่ยงกรณีมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่มากกว่าร้อยละ 50

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 กลุ่มภาสกรณที่ ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นกลุ่มใหญ่ในบริษัทฯ คิดเป็นร้อยละ 57.4 ของทุนชำระแล้ว จึงทำให้กลุ่มภาสกรณที่ สามารถควบคุมมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้เกือบทั้งหมด เช่น เรื่องการแต่งตั้งกรรมการ หรือการขอมติในเรื่องที่ต้องใช้เสียงส่วนใหญ่ของที่ประชุมผู้ถือหุ้นอนุมัติ ยกเว้นเรื่องที่กฎหมายหรือข้อบังคับบริษัทที่ต้องได้รับมติเสียงสามในสี่ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ดังนั้นผู้ถือหุ้นรายอื่นจึงอาจไม่สามารถรวมคะแนนเสียงเพื่อตรวจสอบถ่วงดุลเรื่องที่เสนอได้ อย่างไรก็ตาม กลุ่มภาสกรณที่ ไม่มีสิทธิออกเสียงในการพิจารณาการเข้าทำรายการที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มภาสกรณที่แต่ในทางกลับกันการถือหุ้นใหญ่โดยกลุ่มครอบครัวคุณตัน ภาสกรณที่ เป็นการการันตีว่าคุณตัน และภรรยา จะยังคงทำหน้าที่เป็นผู้บริหารถ่ายทอดประสิทธิภาพธุรกิจและกำหนดทิศทางของบริษัทต่อไปทั้งนี้โครงสร้างองค์กรของบริษัทฯ ประกอบด้วยคณะกรรมการบริษัทและคณะกรรมการชุดย่อย 5 ชุด ได้แก่ คณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน คณะกรรมการธรรมาภิบาล และ คณะกรรมการบริหารโดยมีการกำหนดขอบเขตอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการแต่ละคณะอย่างชัดเจน เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างโปร่งใสและเป็นไปตามหลักธรรมาภิบาลที่ดีพร้อมกันนี้คณะกรรมการตรวจสอบที่ประกอบด้วยกรรมการอิสระทั้งคณะจะทำหน้าที่ติดตามรายการที่เกี่ยวข้องกันโดยให้ผู้จัดการฝ่ายตรวจสอบภายในนำเสนอรายไตรมาส

• ความเสี่ยงจากภาษีสรรพสามิตและภาษีน้ำตาล

กรมสรรพสามิตแก้ไขกฎหมายและประกาศบังคับใช้ตั้งแต่ปี 2560 โดยเพิ่มการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตจากเครื่องดื่มกลุ่มชาและกาแฟในอัตรา ร้อยละ 10 จากราคาขายปลีกแนะนำ พร้อมจัดเก็บภาษีน้ำตาลจากเครื่องดื่มที่มีความหวานหรือน้ำตาลตั้งแต่ 6 มิลลิกรัมต่อปริมาตรสุทธิหนึ่งลิตรขึ้นไปในอัตรา 0.10 – 1.00 บาท ในปีแรก และเพิ่มอัตราการจัดเก็บขึ้นทุก 2 ปี โดยมีอัตราการจัดเก็บสูงสุดที่จะบังคับใช้ในปี 2564 ที่เท่ากับ 1.00 – 5.00 บาท บริษัทฯจึงมุ่งเน้นการพัฒนาสินค้าใหม่ในกลุ่มที่ไม่ใช่ชาและกาแฟเพิ่มขึ้นรวมทั้งปรับสูตรสินค้าเดิมให้มีความหวานลดลงสอดคล้องกับแนวทางการลดการบริโภคหวานที่รณรงค์โดยภาครัฐ ในปี 2561 สินค้าหลายกลุ่มของบริษัทฯที่จำหน่ายภายในประเทศได้ปรับสูตรและได้รับ “โลโก้ทางเลือกเพื่อสุขภาพ” จากมูลนิธิส่งเสริมสุขภาพแล้ว เช่น สินค้ากลุ่มชาสมุนไพร “เย็น เย็น” เป็นต้น รวมถึงบริษัทฯยังมุ่งเน้นขยายสินค้าไปยังตลาดต่างประเทศซึ่งสินค้าที่ผลิตเพื่อการส่งออกปดตลาดต่างประเทศนี้ยังคงได้รับยกเว้นทั้งภาษีสรรพสามิต และภาษีน้ำตาล โดยในปี 2561 บริษัทฯ มีสัดส่วนยอดจำหน่ายจากสินค้าส่งออกร้อยละ 32.5 จากยอดขายรวม

อย่างไรก็ตามคณะกรรมการบริษัทและฝ่ายบริหารก็มีการติดตามความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นใหม่ทั่วโลก(Global Emerging Risk) อย่างสม่ำเสมอเช่น การเปลี่ยนแปลงนวัตกรรมอย่างพลิกผัน (Disruptive Innovation) ภัยจากโลกไซเบอร์ (Cyber Crime) เป็นต้น

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทมีสินทรัพย์ถาวรหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ โดยมีมูลค่าสุทธิตามบัญชีทั้งสิ้น 6,264.0 ล้านบาท มีรายละเอียดดังนี้

ที่ตั้ง	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าสุทธิตามบัญชี (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1. ที่ดินและส่วนปรับปรุงที่ดิน			
- ที่ดินเนื้อที่รวม 75-3-80 ไร่ตามโฉนดเลขที่ 13425 และ 33355 ซึ่งเป็นที่ตั้งของโรงงานผลิตสินค้าของบริษัทฯ ที่ตั้งในโครงการสวนอุตสาหกรรมโรจนะ โซน 8 ตำบลอุทัย อำเภอบางบาล จ.พระนครศรีอยุธยา	เจ้าของ	250.9	จำนองกับธนาคาร
- ที่ดินเนื้อที่รวม 72-0-14 ไร่ตามโฉนดเลขที่ 3172 ที่ตั้งในโครงการสวนอุตสาหกรรมโรจนะ ตำบลอุทัย อำเภอบางบาล จ.พระนครศรีอยุธยา	เจ้าของ	231.2	-
2. อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร (รวมส่วนตกแต่งและระบบภายใน)			
- อาคาร โรงงานผลิต สำนักงาน และอาคารสนับสนุนที่ตั้งในโครงการสวนอุตสาหกรรมโรจนะ ตามโฉนดเลขที่ 13425 และ 33355 โซน 8 ตำบลอุทัย อำเภอบางบาล จ.พระนครศรีอยุธยา	เจ้าของ	1,911.6	จำนองกับธนาคาร
3. เครื่องจักรและอุปกรณ์โรงงาน			
- เครื่องจักรในสายการผลิตของโรงงานผลิตสินค้าของบริษัทฯที่ตั้งในโครงการสวนอุตสาหกรรมโรจนะ	เจ้าของ	3,756.3	จำนองกับธนาคาร
4. เครื่องตกแต่งติดตั้งและเครื่องใช้สำนักงาน	เจ้าของ	26.2	ไม่มี
5. เครื่องมือและเครื่องใช้	เจ้าของ	51.5	ไม่มี
6. ยานพาหนะ	เจ้าของ	4.7	ไม่มี
7. สินทรัพย์ระหว่างการก่อสร้างและติดตั้ง	เจ้าของ	31.6	ไม่มี
รวม		6,264.0	

หมายเหตุ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 ทรัพย์สินรายการที่ 1-3 บางส่วน บริษัทได้นำไปจดจำนอง/จำนำ เป็นหลักประกันเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน 3 แห่ง ด้วยมูลค่าตามบัญชีสุทธิประมาณ 2,982.9 ล้านบาท


บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทฯและบริษัทย่อย มี สินทรัพย์ไม่มีตัวตนหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจดังนี้บริษัทมีสินทรัพย์ไม่มีตัวตนสุทธิซึ่งได้แก่ ซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ จำนวน 11.3 ล้านบาท และสิทธิในการใช้เครื่องหมายการค้า จำนวน 10.0 ล้านบาท รวมเป็น 21.3 ล้านบาท

เครื่องหมายบริการ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทฯและบริษัทย่อย เป็นเจ้าของเครื่องหมายบริการจำนวนทั้งสิ้น 3 รายการ ดังนี้

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

เครื่องหมายการค้า

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทฯและบริษัทย่อย เป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้า ดังนี้

ภายในประเทศ

บริษัทฯ เป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้าจำนวนทั้งสิ้น 18 รายการ ดังนี้

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

บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)





เครื่องหมายการค้า	เลขทะเบียน	วันที่จดทะเบียน	สำหรับสินค้า	ระยะเวลาคุ้มครอง
Youngi Drink	ก346374 (ประเทศไทย)	5 มี.ค. 55	เบียร์ เหล้าเอล เบียร์ดำ น้ำแร่และน้ำอัดลม และ เครื่องดื่มไม่ผสม แอลกอฮอล์อื่นๆ น้ำเชื่อม และส่วนผสมเครื่องดื่ม	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และต่ออายุได้ทุก 10 ปี
ปันน้ำใจ	ก371265 (ประเทศไทย)	30 พ.ย. 54	กาแฟ, ชา, โกโก้, กาแฟ เทียม,ชาเขียวพร้อมดื่ม	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และต่ออายุได้ทุก 10 ปี
ปันน้ำใจ	ก386674 (ประเทศไทย)	30 พ.ย. 54	น้ำผลไม้, น้ำเชื่อมใช้ทำ เครื่องดื่ม, น้ำดื่ม, น้ำแร่ใช้ ทำเครื่องดื่ม	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และต่ออายุได้ทุก 10 ปี
อิชิปัน	ก 371264 (ประเทศไทย)	30 พ.ย. 54	น้ำผลไม้, น้ำเชื่อมใช้ทำ เครื่องดื่ม, น้ำดื่ม, น้ำแร่ใช้ ทำเครื่องดื่ม	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และต่ออายุได้ทุก 10 ปี
อิชิปัน	ก371263 (ประเทศไทย)	30 พ.ย. 54	กาแฟ, ชา, โกโก้, กาแฟ เทียม,ชาเขียวพร้อมดื่ม	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และต่ออายุได้ทุก 10 ปี
 อิชิปัน ซีเล็คเตด	ก408953 (ประเทศไทย)	4 มี.ค. 57	กาแฟ, ชา, โกโก้, กาแฟ เทียม,ชาเขียวพร้อมดื่ม	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และต่ออายุได้ทุก 10 ปี
 ICHITAN Selected	ก408946 (ประเทศไทย)	4 มี.ค. 57	กาแฟ, ชา, โกโก้, กาแฟ เทียม,ชาเขียวพร้อมดื่ม	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และต่ออายุได้ทุก 10 ปี
 ICHITAN Selected	ก408882 (ประเทศไทย)	4 มี.ค. 57	น้ำผลไม้, น้ำเชื่อมใช้ทำ เครื่องดื่ม, น้ำดื่ม, น้ำแร่ใช้ ทำเครื่องดื่ม	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และต่ออายุได้ทุก 10 ปี
 ICHITAN Selected	ก408938 (ประเทศไทย)	4 มี.ค. 57	น้ำผลไม้, น้ำเชื่อมใช้ทำ เครื่องดื่ม, น้ำดื่ม, น้ำแร่ใช้ ทำเครื่องดื่ม	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และต่ออายุได้ทุก 10 ปี
 อิชิปัน ซีเล็คเตด	ก408878 (ประเทศไทย)	4 มี.ค. 57	กาแฟ, ชา, โกโก้, กาแฟ เทียม,ชาเขียวพร้อมดื่ม	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และต่ออายุได้ทุก 10 ปี

บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

เครื่องหมายการค้า	เลขทะเบียน	วันที่จดทะเบียน	สำหรับสินค้า	ระยะเวลาคุ้มครอง
	ท408939 (ประเทศไทย)	4 มี.ค. 57	น้ำผลไม้, น้ำเชื่อมใช้ทำ เครื่องดื่ม, น้ำดื่ม, น้ำแร่ใช้ ทำเครื่องดื่ม	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และต่ออายุได้ทุก 10 ปี
	ท408936 (ประเทศไทย)	4 มี.ค. 57	กาแฟ, ชา, โกโก้, กาแฟ เทียม, ชาเขียวพร้อมดื่ม	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และต่ออายุได้ทุก 10 ปี
T247	TM 180140033 (ประเทศไทย)	26 พ.ย. 61	เครื่องดื่มชูกำลัง	เริ่มต้นใหม่เนื่องจากมีการปรับโลโก้
ที 247	TM 180140033 (ประเทศไทย)	26 พ.ย. 61	เครื่องดื่มชูกำลัง	เริ่มต้นใหม่เนื่องจากมีการปรับโลโก้

ต่างประเทศ

บริษัทฯและบริษัทย่อย เป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้าจำนวนทั้งสิ้น 27 รายการ ดังนี้

เครื่องหมายการค้า	เลขทะเบียน	วันที่จดทะเบียน	สำหรับสินค้า	ระยะเวลาคุ้มครอง
	11432/2012 (ประเทศพม่า)	16 ก.ย. 58	ชา, ชาเขียว, เครื่องดื่มที่มี ส่วนผสมของชา	16 ก.ย. 58 – 16 ก.ย. 61 ▪ คู่สัญญาพิจารณาต่ออายุสัญญาเป็น ครั้งแรกเมื่อสิ้นสุดอายุสัญญา
	11433/2012 (ประเทศพม่า)	16 ก.ย. 58	เครื่องดื่มไม่มี แอลกอฮอล์	16 ก.ย. 58 – 16 ก.ย. 61 ▪ คู่สัญญาพิจารณาต่ออายุสัญญาเป็น ครั้งแรกเมื่อสิ้นสุดอายุสัญญา
	T12130491 (ประเทศสิงคโปร์)	5 ก.ย. 55	เครื่องดื่มไม่มี แอลกอฮอล์	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียนและ ต่ออายุได้ทุก 10 ปี
	T1213048J (ประเทศสิงคโปร์)	5 ก.ย. 55	ชา, ชาเขียว, เครื่องดื่มที่มี ส่วนผสมของชา	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียนและ ต่ออายุได้ทุก 10 ปี
	011159068 (ประเทศกลุ่มสมาคม เศรษฐกิจยูโร 27 ประเทศ)	14 มี.ค. 56	ชา, ชาเขียว, เครื่องดื่มที่มี ส่วนผสมของชา	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน

บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

เครื่องหมายการค้า	เลขทะเบียน	วันที่จดทะเบียน	สำหรับสินค้า	ระยะเวลาคุ้มครอง
 ICHITAN	971686 (ประเทศนิวซีแลนด์)	22 ม.ค. 56	ชา, ชาเขียว, เครื่องดื่มที่มี ส่วนผสมของชา	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน
 ICHITAN	27068 (ประเทศไทย)	10 พ.ค. 56	ชา, ชาเขียว, เครื่องดื่มที่มี ส่วนผสมของชา	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน
 ICHITAN	27069 (ประเทศไทย)	10 พ.ค. 56	เครื่องดื่มไม่มี แอลกอฮอล์	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน
 ICHITAN	302787788 (ประเทศฮ่องกง)	1 พ.ย. 56	ชา, ชาเขียว, เครื่องดื่มที่มี ส่วนผสมของชา	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน
 ICHITAN	302787779 (ประเทศฮ่องกง)	1 พ.ย. 56	เครื่องดื่มไม่มี แอลกอฮอล์	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน
 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 มี.ย. 57	ชา, ชาเขียว, เครื่องดื่มที่มี ส่วนผสมของชา	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน
 ICHITAN	01650792 (ประเทศไต้หวัน)	16 มี.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, เครื่องดื่มที่ มีส่วนผสมของชา	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน


27 | แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี 2561 (แบบ 56-1)

บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)









เครื่องหมายการค้า	เลขทะเบียน	วันที่จดทะเบียน	สำหรับสินค้า	ระยะเวลาคุ้มครอง
	1512052 (ประเทอสเตรเลีย)	10 ก.ย. 56	เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน
	IDM000405922 (ประเทศอินโดนีเซีย)	23 ม.ค. 57	ชา, ชาเขียว, เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของชา	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน
	IDM000405923 (ประเทศอินโดนีเซีย)	23 ม.ค. 57	เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน
	TMA908 (ประเทศแคนาดา)	20 ก.ค. 58	ชา, ชาเขียว, เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของชา	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน
	TMA903 (ประเทศแคนาดา)	20 ก.ค. 58	เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน
YEN YEN	TM : 16170488 (ประเทศจีน)	--	เครื่องดื่มสมุนไพร	20 มีนาคม 2026
YEN YEN	TM : 16170487 (ประเทศจีน)	--	เครื่องดื่มสมุนไพร	20 มีนาคม 2026

ไบเล่

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทฯ เป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้าจำนวนทั้งสิ้น 30 รายการ ดังนี้

เครื่องหมายการค้า	เลขทะเบียน	วันที่จดทะเบียนรับโอน	สำหรับสินค้า	ระยะเวลาคุ้มครอง
	351117 (ประเทศไทย)	16 พ.ค. 57	กาแฟ ชา โกโก้ เครื่องดื่มที่มีช็อคโกแลตผสม ลูกกวาด ไอศกรีม น้ำแข็งปรงรส หวาน เนื้อไข่ปรุงอาหาร ขกเว้นแก้วน้ำมันหอมระเหย	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และต่ออายุได้ทุกๆ 10 ปี ไม่มีกำหนด
-	369430 (ประเทศไทย)	16 พ.ค. 57	ขวด	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และต่ออายุได้ทุกๆ 10 ปี ไม่มีกำหนด

บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

เครื่องหมายการค้า	เลขทะเบียน	วันที่จดทะเบียนรับโอน	สำหรับสินค้า	ระยะเวลาคุ้มครอง
	425983 (ประเทศไทย)	16 พ.ค. 57	เครื่องดื่มที่ส่วนผสมของ น้ำผลไม้ ไซดาชนิด ไม่อัดลม ไซดาอัดลม น้ำผลไม้	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และ ต่ออายุได้ทุกๆ 10 ปีไม่มีกำหนด
	351116 (ประเทศไทย)	16 พ.ค. 57	เครื่องดื่มปรุงรส นมเปรี้ยว เอมเปรี้ยว แซ่ซึ้ง แยมผิวส้ม	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และ ต่ออายุได้ทุกๆ 10 ปีไม่มีกำหนด
	425984 (ประเทศไทย)	16 พ.ค. 57	เครื่องดื่มที่ส่วนผสมของ น้ำผลไม้ ไซดาชนิด ไม่อัดลม ไซดาอัดลม น้ำผลไม้	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และ ต่ออายุได้ทุกๆ 10 ปีไม่มีกำหนด
	434390 (ประเทศไทย)	16 พ.ค. 57	น้ำไซดา น้ำแร่ น้ำอัดลม	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และ ต่ออายุได้ทุกๆ 10 ปีไม่มีกำหนด
	434389 (ประเทศไทย)	16 พ.ค. 57	น้ำไซดา น้ำแร่ น้ำอัดลม	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และ ต่ออายุได้ทุกๆ 10 ปีไม่มีกำหนด
	369670 (ประเทศไทย)	16 พ.ค. 57	ขวด	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และ ต่ออายุได้ทุกๆ 10 ปีไม่มีกำหนด
	348221 (ประเทศไทย)	16 พ.ค. 57	น้ำไซดา น้ำแร่ น้ำอัดลม	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และ ต่ออายุได้ทุกๆ 10 ปีไม่มีกำหนด
	17134 (ประเทศเวียดนาม)	30 ก.ย. 57	เบียร์, น้ำแร่, น้ำอัดลมและ เครื่องดื่มที่มีเนื้อมะกอกช็อค เครื่องดื่มน้ำผลไม้และน้ำ ผลไม้เข้มข้นและ ส่วนผสมอื่นๆ	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และ ต่ออายุได้ทุกๆ 10 ปีไม่มีกำหนด

บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

เครื่องหมายการค้า	เลขทะเบียน	วันที่จดทะเบียนรับโอน	สำหรับสินค้า	ระยะเวลาคุ้มครอง
	KH/3279/93 (ประเทศกัมพูชา)	21 ก.ค. 57	เบียร์, น้ำแร่, น้ำอัดลมและ เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ เครื่องดื่มรสผลไม้และน้ำ ผลไม้เข้มข้นหรือสิ่งที่ทำขึ้น เพื่อใช้ทำเครื่องดื่ม	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และ ต่ออายุได้ทุกๆ 10 ปีไม่มีกำหนด
BIRELEY'S 바알리즈	40-319639 (ประเทศเกาหลี)	30 พ.ค. 57	น้ำอัดลม	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และ ต่ออายุได้ทุกๆ 10 ปีไม่มีกำหนด
BIRELEY'S	40-43998 (ประเทศเกาหลี)	30 พ.ค. 57	น้ำแข็ง	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และ ต่ออายุได้ทุกๆ 10 ปีไม่มีกำหนด
BIRELEY'S	8051/2014 (ประเทศพม่า)	27 มี.ย. 57	เบียร์, น้ำแร่, น้ำอัดลมและ เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ เครื่องดื่มรสผลไม้และน้ำ ผลไม้เข้มข้นและ ส่วนผสมอื่นๆ	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และ ต่ออายุได้ทุกๆ 10 ปีไม่มีกำหนด
	T5316335I (ประเทศสิงคโปร์)	16 มี.ย. 57	กาแฟ, ชา, โกโก้, กาแฟเทียม ,ชาเขียวพร้อมดื่ม	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และ ต่ออายุได้ทุกๆ 10 ปีไม่มีกำหนด
	T5316336G (ประเทศสิงคโปร์)	16 มี.ย. 57	กาแฟ, ชา, โกโก้, กาแฟเทียม ,ชาเขียวพร้อมดื่ม	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และ ต่ออายุได้ทุกๆ 10 ปีไม่มีกำหนด
BIRELEY'S	T7460498B (ประเทศสิงคโปร์)	16 มี.ย. 57	เบียร์, น้ำแร่, น้ำอัดลมและ เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ เครื่องดื่มรสผลไม้และน้ำ ผลไม้เข้มข้นและ ส่วนผสมอื่นๆ	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และ ต่ออายุได้ทุกๆ 10 ปีไม่มีกำหนด
	778887 (ประเทศอินเดีย)	30 พ.ค. 57	กาแฟ, ชา, โกโก้, กาแฟเทียม ,ชาเขียวพร้อมดื่ม	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และ ต่ออายุได้ทุกๆ 10 ปีไม่มีกำหนด

บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

เครื่องหมายการค้า	เลขทะเบียน	วันที่จดทะเบียนรับโอน	สำหรับสินค้า	ระยะเวลาคุ้มครอง
	778888 (ประเทศอินเดีย)	30 พ.ค. 57	เบียร์, น้ำแร่, น้ำอัดลมและ เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ เครื่องสับน้ำผลไม้และ น้ำผลไม้เข้มข้นและ ส่วนผสมอื่นๆ	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และ ต่ออายุได้ทุกๆ 10 ปี ไม่มีกำหนด
BIRELEY'S	4-2001-00259 (ประเทศฟิลิปปินส์)	30 พ.ค. 57	เครื่องดื่มปราศจาก คาร์บอนไดออกไซด์	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และ ต่ออายุได้ทุกๆ 10 ปี ไม่มีกำหนด
BIRELEY'S	19741340 (ประเทศฮ่องกง)	30 ธ.ค. 57	เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์, น้ำผลไม้, น้ำอัดลม	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และ ต่ออายุได้ทุกๆ 10 ปี ไม่มีกำหนด
	19500327AB (ประเทศฮ่องกง)	30 ธ.ค. 57	น้ำเชื่อม, เครื่องดื่มปราศจาก คาร์บอนไดออกไซด์	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และ ต่ออายุได้ทุกๆ 10 ปี ไม่มีกำหนด
	19520606AA (ประเทศฮ่องกง)	30 ธ.ค. 57	ส่วนผสมอาหาร, น้ำแร่, รูปเบียร์	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และ ต่ออายุได้ทุกๆ 10 ปี ไม่มีกำหนด
	S/007869 (ประเทศมาเลเซีย)	29 พ.ค. 58	เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และ ต่ออายุได้ทุกๆ 10 ปี ไม่มีกำหนด
	147690 (ประเทศจีน)	14 ส.ค. 58	เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และ ต่ออายุได้ทุกๆ 10 ปี ไม่มีกำหนด
	86030345 (ประเทศ สหรัฐอเมริกา)	4 พ.ย. 58	น้ำส้ม และ น้ำอุน	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และ ต่ออายุได้ทุกๆ 10 ปี ไม่มีกำหนด
	0392325 (ประเทศ สหรัฐอเมริกา)	4 พ.ย. 58	น้ำอุน น้ำอุนเข้มข้น น้ำมะเขือเทศ และ น้ำมะเขือเทศเข้มข้น	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และ ต่ออายุได้ทุกๆ 10 ปี ไม่มีกำหนด
	0370634 (ประเทศ สหรัฐอเมริกา)	10 พ.ย. 58	เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ เครื่องดื่มน้ำผลไม้	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และ ต่ออายุได้ทุกๆ 10 ปี ไม่มีกำหนด

บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

เครื่องหมายการค้า	เลขทะเบียน	วันที่จดทะเบียนรับโอน	สำหรับสินค้า	ระยะเวลาคุ้มครอง
	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 และบริษัทย่อย อยู่ระหว่างยื่นขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า

สิทธิบัตร

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 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

สรุปสาระสำคัญของสัญญา

สัญญาซื้อขายวัตถุดิบสำหรับผลิตบรรจุภัณฑ์

บริษัทมีสัญญาซื้อขายวัตถุดิบสำหรับผลิตบรรจุภัณฑ์กับบริษัทในประเทศหลายแห่ง ภายใต้เงื่อนไขของสัญญา บริษัทตกลงที่จะซื้อวัตถุดิบสำหรับผลิตบรรจุภัณฑ์ตามปริมาณที่บริษัทกำหนดในแต่ละครั้งและตามราคาที่ระบุไว้ในสัญญา สัญญาดังกล่าวนี้นี้มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 31 ธันวาคม 2561 และสามารถต่ออายุสัญญาได้เมื่อสิ้นสุดสัญญา

สัญญาแต่งตั้งผู้จัดจำหน่ายสินค้า

บริษัทมีสัญญาแต่งตั้งผู้จัดจำหน่ายสินค้าห้าฉบับกับบริษัทในประเทศสองแห่งและบริษัทในต่างประเทศอีกสามแห่ง ภายใต้เงื่อนไขของสัญญา บริษัทตกลงที่จะชำระค่าจัดจำหน่ายสินค้าตามอัตราที่กำหนดในสัญญา สัญญาดังกล่าวนี้นี้มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2559 ถึงวันที่ 31 มกราคม 2562 และสามารถต่ออายุสัญญาได้โดยอัตโนมัติครั้งละ 3 ปี จนกว่าฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งจะบอกเลิกสัญญาล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 6 เดือนก่อนวันสิ้นสุดสัญญา สัญญาดังกล่าวนี้นี้มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2560 ถึงวันที่ 31 ตุลาคม 2563 สัญญาดังกล่าวนี้นี้มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2560 ถึงวันที่ 30 มิถุนายน 2563 และสามารถต่ออายุสัญญาได้โดยอัตโนมัติครั้งละ 5 ปี จนกว่าฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งจะบอกเลิกสัญญาล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 1 ปีก่อนวันสิ้นสุดสัญญา สัญญาดังกล่าวนี้นี้มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน 2560 ถึงวันที่ 30 มิถุนายน 2565 สัญญาดังกล่าวนี้นี้มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 9 มีนาคม 2561 ถึงวันที่ 8 มีนาคม 2562 จนกว่าฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งจะบอกเลิกสัญญาล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 3 เดือนก่อนวันสิ้นสุดสัญญา

บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

คู่สัญญา	เงื่อนไข	ระยะเวลา
สัญญาแต่งตั้งผู้จัดจำหน่ายสินค้า ผู้ผลิต: บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ผู้จัดจำหน่าย: บริษัท คีเคเอสเอส (ประเทศไทย) จำกัด วันที่สัญญา: 1 ก.ย. 58	<ul style="list-style-type: none"> แต่งตั้งผู้จัดจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียวสำหรับผลิตภัณฑ์พร้อมเครื่องดื่มที่ระบุในสัญญา รวมถึงผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติมและขยายออกไปด้วยโดยมีเงื่อนไขการกำหนดราคาขายตามที่ได้ตกลงกัน ช่องทางการค้าทั้งหมดในประเทศไทย ทั้งช่องทาง Modern Trade และ Traditional Trade 	<ul style="list-style-type: none"> 1 ก.พ. 2559 – 31 ม.ค. 2562 การต่ออายุสัญญาเป็นไปโดยอัตโนมัติโดยมีกำหนดครั้งละ 3 ปี เว้นแต่คู่สัญญาฝ่ายใดได้บอกความประสงค์ไม่ต่ออายุสัญญาให้อีกฝ่ายหนึ่งทราบไม่น้อยกว่า 6 เดือนก่อนวันครบกำหนด คู่สัญญาฝ่ายที่มีได้ปฏิบัติผิดสัญญามีสิทธิบอกเลิกสัญญานี้ได้ กรณีคู่สัญญาอีกฝ่ายปฏิบัติผิดเงื่อนไขในสัญญาฯ
สัญญาแต่งตั้งผู้จัดจำหน่ายสินค้า ผู้ผลิต: บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ผู้จัดจำหน่าย: บริษัท บุญรอดเอสซี จำกัด วันที่สัญญา: 9 ต.ค. 57	<ul style="list-style-type: none"> แต่งตั้งผู้จัดจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียวสำหรับผลิตภัณฑ์พร้อมเครื่องดื่มที่ระบุในสัญญา รวมถึงผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติมและขยายออกไปด้วยโดยมีเงื่อนไขการกำหนดราคาขายตามที่ได้ตกลงกัน ช่องทางการค้าทั้งหมดในประเทศไทย ยกเว้นช่องทาง Modern Trade 	<ul style="list-style-type: none"> 1 พ.ย. 60 – 31 ต.ค. 63 คู่สัญญาพิจารณาต่ออายุสัญญาเป็นครั้งไปเมื่อสิ้นสุดอายุสัญญา คู่สัญญาฝ่ายที่มีได้ปฏิบัติผิดสัญญามีสิทธิบอกเลิกสัญญานี้ได้ กรณีคู่สัญญาอีกฝ่ายปฏิบัติผิดเงื่อนไขในสัญญาฯ
สัญญาแต่งตั้งผู้จัดจำหน่ายสินค้า ผู้ผลิต: บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ผู้จัดจำหน่าย: บริษัท โอเอมกรุ๊ป จำกัด วันที่สัญญา: 1 ต.ค. 60	<ul style="list-style-type: none"> แต่งตั้งผู้จัดจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียวสำหรับผลิตภัณฑ์พร้อมเครื่องดื่มที่ระบุในสัญญา รวมถึงผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติมและขยายออกไปด้วยโดยมีเงื่อนไขการกำหนดราคาขายตามที่ได้ตกลงกัน ช่องทางการค้าทั้งหมดในประเทศไทย ยกเว้นช่องทาง Modern Trade 	<ul style="list-style-type: none"> 1 ต.ค. 60 – 30 มิ.ย. 63 คู่สัญญาพิจารณาต่ออายุสัญญาเป็นครั้งไปเมื่อสิ้นสุดอายุสัญญา คู่สัญญาฝ่ายที่มีได้ปฏิบัติผิดสัญญามีสิทธิบอกเลิกสัญญานี้ได้กรณีคู่สัญญาอีกฝ่ายปฏิบัติผิดเงื่อนไขในสัญญาฯ
สัญญาแต่งตั้งผู้จัดจำหน่ายสินค้า ผู้ผลิต: บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ผู้จัดจำหน่าย: Tang Seng Hout International Co., Ltd. วันที่สัญญา: 1 ต.ค. 60	<ul style="list-style-type: none"> แต่งตั้งผู้จัดจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียวสำหรับผลิตภัณฑ์พร้อมเครื่องดื่มที่ระบุในสัญญา รวมถึงผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติมและขยายออกไปด้วยโดยมีเงื่อนไขการกำหนดราคาขายตามที่ได้ตกลงกัน ช่องทางการค้าทั้งหมดในประเทศไทย 	<ul style="list-style-type: none"> 1 มิ.ย. 60 – 30 มิ.ย. 65 คู่สัญญาพิจารณาต่ออายุสัญญาเป็นครั้งไปเมื่อสิ้นสุดอายุสัญญา คู่สัญญาฝ่ายที่มีได้ปฏิบัติผิดสัญญามีสิทธิบอกเลิกสัญญานี้ได้กรณีคู่สัญญาอีกฝ่ายปฏิบัติผิดเงื่อนไขในสัญญาฯ
สัญญาแต่งตั้งผู้จัดจำหน่ายสินค้า ผู้ผลิต: บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ผู้จัดจำหน่าย: Duc Tin Gia Lai Import-Export Joint Stock Company, Vietnam วันที่สัญญา: 9 มี.ค. 61	<ul style="list-style-type: none"> แต่งตั้งผู้จัดจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียวสำหรับผลิตภัณฑ์พร้อมเครื่องดื่มที่ระบุในสัญญา รวมถึงผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติมและขยายออกไปด้วยโดยมีเงื่อนไขการกำหนดราคาขายตามที่ได้ตกลงกัน ช่องทางการค้าทั้งหมดในเวียดนาม 	<ul style="list-style-type: none"> 9 มี.ค. 61 – 8 มี.ค. 62 คู่สัญญาพิจารณาต่ออายุสัญญาเป็นครั้งไปเมื่อสิ้นสุดอายุสัญญา คู่สัญญาฝ่ายที่มีได้ปฏิบัติผิดสัญญามีสิทธิบอกเลิกสัญญานี้ได้กรณีคู่สัญญาอีกฝ่ายปฏิบัติผิดเงื่อนไขในสัญญาฯ

บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

บริษัทย่อยแห่งหนึ่ง (บริษัท อิชิตัน พาวเวอร์ จำกัด) มีสัญญาแต่งตั้งผู้จัดจำหน่ายสินค้ากับบริษัทในประเทศแห่งหนึ่งภายใต้เงื่อนไขของสัญญา บริษัทย่อยตกลงที่จะชำระค่าจัดจำหน่ายสินค้าตามอัตราที่กำหนดในสัญญา สัญญาฉบับนี้มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2560 ถึงวันที่ 31 มกราคม 2562 และสามารถต่ออายุสัญญาได้โดยอัตโนมัติครั้งละ 3 ปี จนกว่าฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งจะบอกเลิกสัญญาล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 6 เดือน

สัญญาแต่งตั้งผู้จัดจำหน่ายสินค้า

คู่สัญญา	เงื่อนไข	ระยะเวลา
สัญญาแต่งตั้งผู้จัดจำหน่ายสินค้า ผู้ผลิต: บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ผู้จัดจำหน่าย: บริษัท ดีเคเอสเอช (ประเทศไทย) จำกัด วันที่สัญญา: 1 ก.พ. 60	<ul style="list-style-type: none">แต่งตั้งผู้จัดจำหน่ายและผู้เดียวสำหรับผลิตภัณฑ์หรือผลิตภัณฑ์ระบุในสัญญา รวมถึงผลิตภัณฑ์แก้ไขเพิ่มเติมและขายออกไปด้วยโดยมีเงื่อนไขการกำหนดราคาขายตามที่ตกลงกันช่องทางการค้าทั้งหมดในประเทศไทย ทั้งช่องทาง Modern Trade และ Traditional Trade	<ul style="list-style-type: none">1 ก.พ. 2560 – 31 ม.ค. 2562การต่ออายุสัญญาเป็นไปโดยอัตโนมัติโดยมีกำหนดครั้งละ 3 ปี เว้นแต่คู่สัญญาฝ่ายใดได้บอกความประสงค์ไม่ต่ออายุสัญญาให้อีกฝ่ายหนึ่งทราบไม่น้อยกว่า 6 เดือนก่อนวันครบกำหนดคู่สัญญาฝ่ายที่มีได้ปฏิบัติผิดสัญญามีสิทธิบอกเลิกสัญญานี้ได้ กรณีคู่สัญญาอีกฝ่ายปฏิบัติผิดเงื่อนไขในสัญญา

สัญญาซื้อขายก๊าซธรรมชาติ

บริษัทมีสัญญาซื้อขายก๊าซธรรมชาติกับบริษัทในประเทศแห่งหนึ่ง ภายใต้เงื่อนไขของสัญญา บริษัทตกลงที่จะจ่ายค่าใช้จ่ายต่างๆ และปฏิบัติตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในสัญญา สัญญาฉบับนี้มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน 2561 ถึงวันที่ 31 สิงหาคม 2563 และสามารถต่ออายุสัญญาได้โดยแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรไม่น้อยกว่า 90 วันก่อนวันสิ้นสุดสัญญา

สัญญาขนส่งภายในประเทศ

บริษัทมีสัญญาขนส่งภายในประเทศกับบริษัทในประเทศแห่งหนึ่ง ภายใต้เงื่อนไขของสัญญา บริษัทตกลงที่จะจ่ายค่าใช้จ่ายต่างๆ และปฏิบัติตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในสัญญา สัญญาฉบับนี้มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2557 ถึงวันที่ 31 มีนาคม 2562 และสามารถต่ออายุสัญญาได้โดยอัตโนมัติครั้งละ 5 ปี จนกว่าฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งจะบอกเลิกสัญญาล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 6 เดือนก่อนวันสิ้นสุดสัญญา

สัญญาเช่าอาคารสำนักงาน

คู่สัญญา	พื้นที่เช่า	เงื่อนไข/อัตราค่าเช่า	ระยะเวลา
สัญญาเช่าพื้นที่ในอาคารเพื่อใช้เป็นสำนักงานที่ทำการ <ul style="list-style-type: none">ผู้เช่า: บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)ผู้ให้เช่า: บริษัท ซาฮูอิสสระ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) วันที่สัญญา: 1 ต.ค. 61	<ul style="list-style-type: none">พื้นที่ 28 อาคารซาฮูอิสสระ พาวเวอร์ II บริเวณ 28/Corridor รวมเนื้อที่ 13.56 ตร.ม.	<ul style="list-style-type: none">อัตราค่าเช่าและบริการ 5,966.4 บาท/เดือน	<ul style="list-style-type: none">1 ต.ค. 61 – 31 ต.ค. 62คู่สัญญาพิจารณาต่ออายุสัญญาเป็นครั้งไปเมื่อสิ้นสุดอายุสัญญา
สัญญาเช่าพื้นที่ในอาคารเพื่อใช้เป็นสำนักงานที่ทำการ <ul style="list-style-type: none">ผู้เช่า: บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)ผู้ให้เช่า: กองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์บางกอก วันที่สัญญา: 1 ต.ค. 61	<ul style="list-style-type: none">พื้นที่ 28 อาคารซาฮูอิสสระ พาวเวอร์ II ยูนิตเลขที่ F28/A บางส่วน, B,C,D เลขที่ 2922/300 (บางส่วน), 2922/301-303 รวมเนื้อที่ 1,151.50 ตร.ม.	<ul style="list-style-type: none">อัตราค่าเช่าและบริการ 492,734.4 บาท/เดือนอัตราค่าเช่าและบริการ 552,720.0 บาท/เดือน	<ul style="list-style-type: none">1 ต.ค. 61 – 31 มี.ค. 621 เม.ย. 62 – 31 ต.ค. 62คู่สัญญาพิจารณาต่ออายุสัญญาเป็นครั้งไปเมื่อสิ้นสุดอายุสัญญา

สัญญากู้ยืมเงิน

สถาบันการเงินแห่งที่หนึ่ง

สัญญา เงินกู้ยืม	วงเงินสินเชื่อ ที่ได้รับอนุมัติ	มูลค่าคงเหลือ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561	อัตราดอกเบี้ย ร้อยละต่อปี	กำหนดการ ชำระค่าเงิน
ฉบับที่ 1 ลงวันที่ 4 เมษายน 2555 และบันทึก ข้อตกลงซื้อขาย สัญญากู้ยืมเงิน ลงวันที่ 1 สิงหาคม 2557	972.0 ล้านบาท	290.5 ล้านบาท	อัตราดอกเบี้ยตั้งแต่เริ่ม เบิกเงินกู้ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2555 เท่ากับ ร้อยละ 4 ต่อปี และ อัตราดอกเบี้ยตั้งแต่ วันที่ 1 มกราคม 2556 ถึง วันที่ 31 มีนาคม 2558 เท่ากับ MLR ลบ ร้อยละ 2.37 ต่อปี หลังจากนั้น MLR ลบร้อยละ 2.12 ต่อปี	ทุกเดือน เป็นระยะเวลา 3 ปี เริ่มชำระงวดแรก เดือนพฤษภาคม 2561
ฉบับที่ 2 ลงวันที่ 14 ตุลาคม 2557	600.0 ล้านบาท	53.3 ล้านบาท	อัตราดอกเบี้ยเท่ากับ BIBOR ประเภท 6 เดือนบวก ร้อยละ 1.25 ต่อปี	ทุกเดือน เป็นระยะเวลา 7 ปี เริ่มชำระงวดแรก เดือนกรกฎาคม 2559

เพื่อเป็นหลักประกันการกู้ยืมดังกล่าวบริษัทฯต้องจำนอง/จำนำที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างและเครื่องจักรและอุปกรณ์ของโรงงาน โดยบริษัทฯได้นำสินทรัพย์ของบริษัทฯไปจดจำนองตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในสัญญาเพื่อเป็นหลักประกันหนี้สินและภาระผูกพันของบริษัทฯภายใต้สัญญาเงินกู้ยืมดังกล่าว บริษัทฯต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขบางประการเกี่ยวกับการรักษาอัตราส่วนทางการเงินและเงื่อนไขอื่นตามที่ระบุไว้ในสัญญา เช่น นายต้น ภาสกรนทีและครอบครัวต้องรักษาสัดส่วนการถือหุ้นในบริษัทไม่น้อยกว่าร้อยละ 30 ของทุนจดทะเบียนและผู้ถือหุ้นไม่ให้เงินกู้ยืมแก่กรรมการหรือบริษัทที่เกี่ยวข้องหรือผู้ถือหุ้นเป็นต้น

บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

สถาบันการเงินแห่งที่สอง

สัญญาเงินกู้ยืม	วงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติ	มูลค่าคงเหลือ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561	อัตราดอกเบี้ยร้อยละต่อปี	กำหนดการจ่ายชำระคืน
ฉบับที่ 1 ลงวันที่ 12 กรกฎาคม 2556 และบันทึกข้อตกลงต่อท้ายสัญญากู้ยืมเงิน ลงวันที่ 26 สิงหาคม 2557	1,000.0 ล้านบาท	100.0 ล้านบาท	อัตราดอกเบี้ยปีที่ 1 ถึงปีที่ 2 เท่ากับ MLR ลบร้อยละ 2.625 ต่อปี หลังจากนั้นจะเป็น MLR ลบร้อยละ 2 ต่อปี	ทุกเดือน เป็นระยะเวลา 7 ปี เริ่มชำระงวดแรก เดือนมกราคม 2559

เพื่อเป็นหลักประกันการกู้ยืมดังกล่าว บริษัทต้องจำนอง/จำนำที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง และเครื่องจักรและอุปกรณ์ของโรงงาน โดยบริษัทฯ ได้นำสินทรัพย์ของบริษัทฯ ไปจดจำนองตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในสัญญาเพื่อเป็นหลักประกันหนี้สินและภาระผูกพันของบริษัทฯ ภายใต้สัญญาเงินกู้ยืมระยะยาวดังกล่าว บริษัทต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขบางประการเกี่ยวกับการรักษาอัตราส่วนทางการเงินและเงื่อนไขอื่นตามที่ระบุไว้ในสัญญาเช่น นายต้น ภาสกรนทีและครอบครัวต้องรักษาสัดส่วนการถือหุ้นในบริษัทไม่น้อยกว่าร้อยละ 30 ของทุนจดทะเบียน และผู้กู้ตกลงไม่ขายจำนองจ่ายโอนสินทรัพย์ของผู้กู้เกินกว่าร้อยละ 5 ของสินทรัพย์สุทธิ เป็นต้น

สถาบันการเงินแห่งที่สาม

สัญญาเงินกู้ยืม	วงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติ	มูลค่าคงเหลือ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561	อัตราดอกเบี้ยร้อยละต่อปี	กำหนดการจ่ายชำระคืน
ฉบับที่ 1 ลงวันที่ 20 ธันวาคม 2559	750.0 ล้านบาท	541.1 ล้านบาท	อัตราดอกเบี้ยเท่ากับ BIBOR ประเภท 6 เดือนบวกร้อยละ 1.25 ต่อปี	ทุกไตรมาส เป็นระยะเวลา 6 ปี เริ่มชำระงวดแรก เดือนมิถุนายน 2561

เพื่อเป็นหลักประกันการกู้ยืมดังกล่าว บริษัทต้องจำนอง/จำนำที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง และเครื่องจักรและอุปกรณ์ของโรงงาน โดยบริษัทฯ ได้นำที่ดินของบริษัทฯ เข้าทำสัญญาจำนองที่ดินเป็นประกันลำดับสอง เพื่อเป็นหลักประกันหนี้สินบางส่วนในวงเงิน 20 ล้านบาท ภายใต้สัญญาเงินกู้ยืมดังกล่าว บริษัทต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขบางประการเกี่ยวกับการปฏิบัติตามเงื่อนไขอื่นตามที่ระบุไว้ในสัญญา เช่น การชำระไว้ซึ่งการดำรงอยู่ของกิจการของผู้กู้ ตลอดจนสิทธิ เอกสิทธิ์ และสิทธิทาง การตลาด เป็นต้น

บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

กรมธรรม์ประกันภัย

อาคาร โรงงานผลิตที่ จ. พระนครศรีอยุธยา

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

ที่ตั้งโรงงาน	เฟสที่ 1	เฟสที่ 2
วันที่ทำสัญญา	31 ธันวาคม 2561	
ประเภทกรมธรรม์	ประกันความเสี่ยงภัยทรัพย์สิน	
ระยะเวลาคุ้มครอง	31 ธันวาคม 2561 – 31 ธันวาคม 2562	
จำนวนเงินเอาประกันภัย	10,000 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 (ไม่รวมรากฐาน) รวมตัวอาคารอื่นๆ ส่วนต่อเติมทั้งหมดเครื่องจักร แบบพิมพ์และแม่พิมพ์ เครื่องมือเครื่องใช้ในห้องแล็บ เครื่องจักรในการผลิตและอะไหล่ต่างๆ อุปกรณ์ส่วนควบ ระบบลิฟต์ขนส่งของ ระบบเครน และถังความดัน สถานีสูบน้ำ สถานีจ่ายไฟฟ้า แท็งก์น้ำมัน สายพานลำเลียง หม้อแปลงไฟฟ้า เครื่องกำเนิดไอน้ำ ฯลฯเฟอร์นิเจอร์ เครื่องตกแต่งติดครีงตรา อุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องปรับอากาศ เครื่องคอมพิวเตอร์ (ไม่รวมข้อมูล) Laptop เครื่องใช้สำนักงาน ระบบดับเพลิงทั้งภายในและภายนอก ระบบสาธารณูปโภคต่างๆ ระบบสื่อสาร ระบบสุขาภิบาล และงานระบบอื่นๆสต็อกสินค้า และวัสดุทั้งหลาย รวมถึงสต็อกสินค้า วัตถุดิบ สินค้าระหว่างผลิต สินค้าสำเร็จรูป สินค้าตัวอย่าง สินค้ารอการส่งมอบ สินค้าคงคลัง ภาชนะที่บรรจุ และวัสดุหีบห่อ รวมถึงสต็อกสินค้าในที่โล่งแจ้ง และทรัพย์สินที่อยู่ในการดูแลของผู้เอาประกันภัย	
ความคุ้มครอง	<p>ส่วนที่ 1) ประกันความเสี่ยงภัยทรัพย์สินทุนประกันภัย 8,000 ล้านบาท</p> <p>ส่วนที่ 2) ประกันภัยธุรกิจหยุดชะงัก</p> <p>คุ้มครองการหยุดชะงักหรือการกระทบกระเทือนต่อธุรกิจของผู้เอาประกันภัย ซึ่งมีผลต่อเนื่องจากการสูญเสียหรือเสียหายต่อทรัพย์สินที่ได้เอาประกันไว้จากภัยที่ได้รับการคุ้มครองภายใต้กรมธรรม์ประกันความเสี่ยงภัยทรัพย์สิน รวมถึงภัยจากการขยายความคุ้มครองต่างๆ อันส่งผลให้เกิดการสูญเสียกำไรขั้นต้น เนื่องจากการลดลงของยอดขายและการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ และความสูญเสียหรือเสียหาย อันมีสาเหตุมาจากการชำรุดเสียหายหรือขัดข้องของระบบกลไก ระบบไฟฟ้าของเครื่องจักร หรือ อุปกรณ์ ระยะเวลาชดใช้ 12 เดือน</p> <p>ทุนประกันภัย 2,000 ล้านบาท</p>	

บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

เงื่อนไขอื่น	<p>ความเสียหายส่วนแรก</p> <p>ส่วนที่ 1-ประกันความเสี่ยงภัยทรัพย์สิน</p> <p>1) 3,000.- บาท สำหรับความเสียหายในแต่ละครั้งและทุกครั้ง ยกเว้น ไฟไหม้ ฟ้าผ่า ภัยระเบิด ภัยจากการเนื้อมะพร้าวหรือการชนของยานพาหนะ ภัยจากอากาศยาน ภัยจากควัน ภัยจากการโจรกรรมที่ปรากฏร่องรอย ภัยกระชก ภัยเนื่องจากน้ำ ภัยจากลูกเห็บ ภัยลมพายุ ภัยจากแผ่นดินไหว ภัยน้ำหลากดินถล่ม การจลาจล หรือการกระทำอันมีเจตนาร้าย</p> <p>2) 10% ของความเสียหาย หรือขั้นต่ำ 50,000.- แล้วแต่จำนวนใดจะสูงกว่าสำหรับ ความสูญเสียหรือความเสียหายต่ออุปกรณ์เครื่องจักร และหม้อกำเนิดไอน้ำ และถังอัดความดันอื่นเนื่องมาจากความบกพร่องของเครื่องจักร การเกินกำลัง การรั่วซึม ภัยต่อเครื่องใช้ไฟฟ้า</p> <p>3) 10% ของความเสียหาย หรือขั้นต่ำ 50,000.- บาทแล้วแต่จำนวนใดจะสูงกว่าสำหรับ Ammonia Leakage</p> <p>4) 10% ของความเสียหาย หรือขั้นต่ำ 30,000.- บาทแล้วแต่จำนวนใดจะสูงกว่าของความเสียหายต่อทรัพย์สินต่อแต่ละอุบัติเหตุและทุกครั้ง จากภัยจากน้ำท่วม</p> <p>5) 3,000.- บาท ต่อครั้ง และทุกครั้ง ต่อความสูญเสียหรือความเสียหายต่อทรัพย์สินของบุคคลภายนอก</p> <p>ส่วนที่ 2 –ประกันภัยธุรกิจหยุดชะงัก</p> <p>5) 3 วัน สำหรับความเสียหายแต่ละครั้ง และทุกครั้ง</p>
--------------	---

อาคารสำนักงาน

บริษัทฯ ได้เข้าทำสัญญากับ บริษัท สยามคิปปะกันภัย จำกัด (มหาชน) ครอบคลุมทรัพย์สินบางส่วนของอาคารสำนักงานใหญ่ที่อาคาร ชาญอิสสระทาวเวอร์ 2 ดังรายละเอียดต่อไปนี้

วันที่ทำสัญญา	1 มกราคม 2560
ประเภทกรมธรรม์	ประกันความเสี่ยงภัยทรัพย์สิน
ระยะเวลาคุ้มครอง	1 มกราคม 2560 – 1 มกราคม 2561
จำนวนเงินเอาประกันภัย	5 ล้านบาท
ผู้เอาประกันภัย	บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)
สถานที่เอาประกันภัย	2922/301-303 ชั้น 28 อาคารชาญอิสสระทาวเวอร์ 2 ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร 10310
ทรัพย์สินที่เอาประกันภัย	สิ่งต่อเติมปรับปรุง เฟอร์นิเจอร์ เครื่องตกแต่งติดตั้งเครื่องใช้สำนักงาน กระดาษ อาคาร กระดาษอื่นๆ และวัสดุประเภทต่างๆ เครื่องคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์ต่างๆ รวมถึงระบบสาธารณูปโภคต่างๆ ทรัพย์สินต่างๆ ซึ่งเป็นของผู้เอาประกันภัยรวมทั้งทรัพย์สินที่อยู่ในความดูแลรักษาทรัพย์สินของผู้เอาประกันภัยในฐานะผู้รักษาทรัพย์สิน และรวมถึงทรัพย์สินส่วนกลางทุกชนิดและทรัพย์สินอื่นๆ

บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

ความคุ้มครอง	<p>คุ้มครองความสูญเสียหรือเสียหายของทรัพย์สินที่เอาประกันภัยอันมีสาเหตุมาจากการไฟไหม้ ฟ้าผ่า ภัยระเบิด ภัยจากอากาศยาน ภัยเนื่องจากน้ำ ภัยจากการเฉี่ยวและหรือการชนของยานพาหนะ ภัยจากคว้น ภัยจากลมพายุ ภัยไฟฟ้า ภัยจากน้ำท่วม ภัยจากลูกเห็บ ภัยจากแผ่นดินไหวหรือภูเขาไฟระเบิด หรือ คลื่นใต้น้ำ หรือ สึนามิ ภัยน้ำคุดงาน การจลาจล หรือการกระทำอันมีเจตนาร้าย ภัยจากการถูกไหม้ หรือ การระอุหรือการระเบิดตามธรรมชาติ และอุบัติเหตุต่างๆที่มีอาจคาดถึงจากปัจจัยภายนอก หรือภัยอื่นๆ ที่มีได้ระบุไว้ใน ข้อยกเว้นภายใต้กรมธรรม์ประกันความเสี่ยงภัยทรัพย์สิน (GIA Form)</p> <p>จำกัดความคุ้มครอง: คุ้มครองความสูญเสียหรือเสียหายจากภัยน้ำท่วมในวงเงินไม่เกิน 1,000,000 บาท ต่อครั้ง และ ตลอดระยะเวลาเอาประกัน</p>
เงื่อนไขอื่น	<p>ความรับผิดชอบแรกของผู้เอาประกันภัย</p> <p>ส่วนที่ 1-ประกันความเสี่ยงภัยทรัพย์สิน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) ไม่มี สำหรับความเสียหายอันเนื่องมาจากไฟไหม้ ฟ้าผ่า ภัยระเบิด ภัยจากอากาศยาน ภัยจากการเฉี่ยว และ/หรือการชนของยานพาหนะ ภัยจากคว้น ภัยจากไฟฟ้า ภัยจากการถูกไหม้หรือการระอุหรือการระเบิดตามธรรมชาติภัยกระเจก ภัยเครื่องใช้ไฟฟ้า ภัยโจรกรรมที่ปรากฏร่องรอยการโจรกรรม 2) 10% ของความเสียหาย หรือขั้นต่ำ 20,000.- บาทแล้วแต่จำนวนใดจะสูงกว่า ของความเสียหายต่อทรัพย์สินแต่ละอุบัติเหตุและทุกครั้ง จากภัยน้ำท่วม 3) 3,000.- บาท สำหรับความเสียหายในแต่ละครั้งและทุกครั้งสำหรับความเสียหายอื่นๆ ที่นอกเหนือจากที่ระบุใน ข้อ 1),2) ข้างต้น <p>ส่วนที่ 2 –ประกันภัยความรับผิดชอบตามกฎหมายต่อบุคคลภายนอก</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) ไม่มี สำหรับความรับผิดชอบต่อชีวิต และร่างกายบุคคลภายนอก 2) 3,000.- บาทต่อครั้ง และทุกครั้ง ต่อความสูญเสียหรือความเสียหายต่อทรัพย์สินของบุคคลภายนอกและความสูญเสียต่อทรัพย์สินของบุคคลภายนอกเนื่องจากน้ำ

4.2 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อย บริษัทร่วม และกิจการร่วมค้า รวมทั้งบริษัทอื่น

บริษัทมีนโยบายมุ่งเน้นการลงทุนเฉพาะในธุรกิจเครื่องดื่มทุกประเภทยกเว้นเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์โดยเป็นการลงทุนในสัดส่วนที่มากพอให้บริษัทฯ เข้าร่วมบริหารจัดการและกำหนดแนวทางของธุรกิจดังกล่าวได้ในกรณีที่บริษัทจะทำการลงทุนในโครงการต่างๆบริษัทอาจพิจารณาการลงทุนดังกล่าวโดยบริษัทเองหรือจัดตั้งบริษัทย่อย บริษัทร่วมหรือกิจการร่วมค้าโดยจะจำกัดเฉพาะธุรกิจที่มีความเกี่ยวเนื่องหรือต่อเนื่องกับธุรกิจของบริษัทฯสำหรับกิจการร่วมค่านั้นบริษัทจะพิจารณาจัดตั้งร่วมกับพันธมิตรรายอื่นเป็นแต่ละกรณีไปทั้งนี้โครงการลงทุนต่างๆจะต้องผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการบริษัทและ/หรือที่ประชุมผู้ถือหุ้นตามขอบเขตอำนาจการอนุมัติตามที่กำหนด

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทฯมีเงินลงทุนใน บริษัทย่อย และ บริษัทร่วม ตามรายละเอียดการลงทุน ดังนี้

บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

การลงทุนในบริษัทย่อย

ในการประชุมคณะกรรมการของบริษัทเมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2559 คณะกรรมการของบริษัทได้อนุมัติการจัดตั้งบริษัทย่อย
แห่งหนึ่ง (บริษัท อิชิตัน เพาเวอร์ จำกัด) โดยมีทุนจดทะเบียนเริ่มต้นเป็นจำนวนเงิน 1,000,000 บาท และให้เรียกชำระเงินทุน
จัดตั้งบริษัทเต็มมูลค่า ทั้งนี้บริษัทย่อยดังกล่าวดำเนินการจดทะเบียนจัดตั้งเสร็จแล้วเมื่อวันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2560

บริษัทย่อย	สัดส่วนการลงทุน (ร้อยละ)	ทุนจดทะเบียน (บาท)	ทุนชำระแล้ว (บาท)	มูลค่าเงินลงทุน (บาท)
บริษัท อิชิตัน เพาเวอร์ จำกัด	99.9	1,000,000	1,000,000	1,000,000

การลงทุนในบริษัทร่วม

บริษัทร่วม	สัดส่วนการลงทุน (ร้อยละ)	ทุนจดทะเบียน (ล้านบาท)	ทุนชำระแล้ว (ล้านบาท)	มูลค่าเงินลงทุน (ล้านบาท)
บริษัท พีที อิชิตันอินโดนีเซีย	50	400,000	270,000	372.3

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และ บริษัทย่อย ไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายที่ยังไม่สิ้นสุด
ซึ่งอาจมีผลกระทบต่อสินทรัพย์ของบริษัทที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น และไม่มีข้อพิพาทที่มีผลกระทบต่อ
การดำเนินธุรกิจ ของบริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) อย่างมีนัยสำคัญ

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

ข้อมูลทั่วไปของบริษัทฯ

ชื่อบริษัท

บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (“บริษัท” หรือ “อิชิตัน”)

ตลาดหลักทรัพย์ฯ

SET/SET CLMV

ชื่อย่อหลักทรัพย์

ICHI

เลขทะเบียนบริษัท

0107556000485

กลุ่มอุตสาหกรรม

เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร

หมวดธุรกิจ

อาหารและเครื่องดื่ม

ประเภทธุรกิจ

เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่ม อิชิตัน กรีนที เครื่องดื่มสมุนไพร เย็นเย็น โดย อิชิตัน และ เครื่องดื่มน้ำผลไม้ไม่อัดลม “ไบเล่”

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่

2922/301-303 ชั้น 28 อาคารชาบูอิสสระทาวเวอร์ 2
ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร 10310
โทรศัพท์ 02-716-5555 โทรสาร 02-716-7000

ที่ตั้งโรงงาน

โรงงานอิชิตัน กรุ๊ป สวนอุตสาหกรรมโรจนะ โซน 3 เลขที่ 111/1
หมู่ 4 ตำบลอุทัย อำเภอบางบาล จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 13210
โทรศัพท์ 035-276-1111 โทรสาร 035-276123

ทุนจดทะเบียน

1,300,000,000 บาท (หนึ่งพันสามร้อยล้านบาท)

(๗ วันที่ 31 ธันวาคม 2561)

แบ่งเป็นหุ้นสามัญ 1,300,000,000 หุ้น (หนึ่งพันสามร้อยล้านหุ้น)

มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1.00 บาท

ทุนที่ออกและชำระเต็มมูลค่า

1,300,000,000 บาท (หนึ่งพันสามร้อยล้านบาท)

แบ่งเป็นหุ้นสามัญ 1,300,000,000 หุ้น (หนึ่งพันสามร้อยล้านหุ้น)

มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1.00 บาท

เว็บไซต์

www.ichitangroup.com

เลขานุการบริษัท

นางสาว จินดา สงรอด

Email:

ir@ichitangroup.com

บริษัท อิซิดัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

บริษัทย่อย

ชื่อบริษัท	บริษัท อิซิดัน เพาเวอร์ จำกัด
ประกอบธุรกิจ	ดำเนินธุรกิจจำหน่ายสินค้า ประเภทเครื่องเค็มทุกชนิดทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ
ที่ตั้งสำนักงาน	เลขที่ 2922/301-303 ชั้น 28 อาคารชาวยุโรปสระทาวเวอร์ 2 ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร 10310
โทรศัพท์	(02) 716 5555
ทุนจดทะเบียน	1,000,000 บาท
ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว	1,000,000 บาท
โครงสร้างการถือหุ้น	บริษัท อิซิดัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ถือในสัดส่วน ร้อยละ 99.99 (โดยมีกรรมการร่วมกัน)

ข้อมูลทั่วไปของบริษัทร่วม

ชื่อบริษัท	บริษัท พีที อิซิดัน อินโดนีเซีย
เลขทะเบียนบริษัท	4014112536103886
ประเภทธุรกิจ	เป็นผู้ดำเนินธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายเครื่องเค็มพร้อมเค็ม ภายใต้แบรนด์ อิซิดัน เฉพาะในประเทศอินโดนีเซีย
ที่ตั้งสำนักงาน	Jl. MH. Thamrin No.9, Kel. Cikokol, Kec. Tangerang, Tangerang 15117, Banten
เบอร์โทรศัพท์	021-55755951
ทุนจดทะเบียน	400,000 ล้านรูเปียอินโดนีเซีย (ประมาณ 1,184 ล้านบาท): ณ 31 ธันวาคม 2561
ทุนที่ออกและชำระเต็มมูลค่า	270,000 ล้านรูเปียอินโดนีเซีย (ประมาณ 375 ล้านบาท) : ณ 31 ธันวาคม 2561

รายละเอียดข้อมูลอ้างอิง

นายทะเบียนหลักทรัพย์	บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 93 ถนนรัชดาภิเษก เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร 10400 โทรศัพท์ 02-009-9000 โทรสาร 02-009-9991
ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต	บริษัท เคพีเอ็มจี ภูมิไชย์ สอบบัญชี จำกัด เลขที่ 1 อาคารเอ็มไพร์ทาวเวอร์ ชั้นที่ 50-51 ถนนสาทรใต้ แขวงยานนาวา เขตสาทร กรุงเทพมหานคร 10120 โทรศัพท์ 02-677-2000
ชื่อผู้สอบบัญชี (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561)	<div> 1. นางสาวสุจิตรา มะเสนา 2. นางสาวนวิวรรณ ชัยบัณฑิต 3. นายยุทธพงศ์ สุนทรินกะ </div> <div> ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 8645 ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 9219 ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 10604 </div>