

## 1. นโยบาย และภาพรวมการประกอบธุรกิจ

### วิสัยทัศน์

สินค้าระดับโลก แบรนด์ระดับโลก

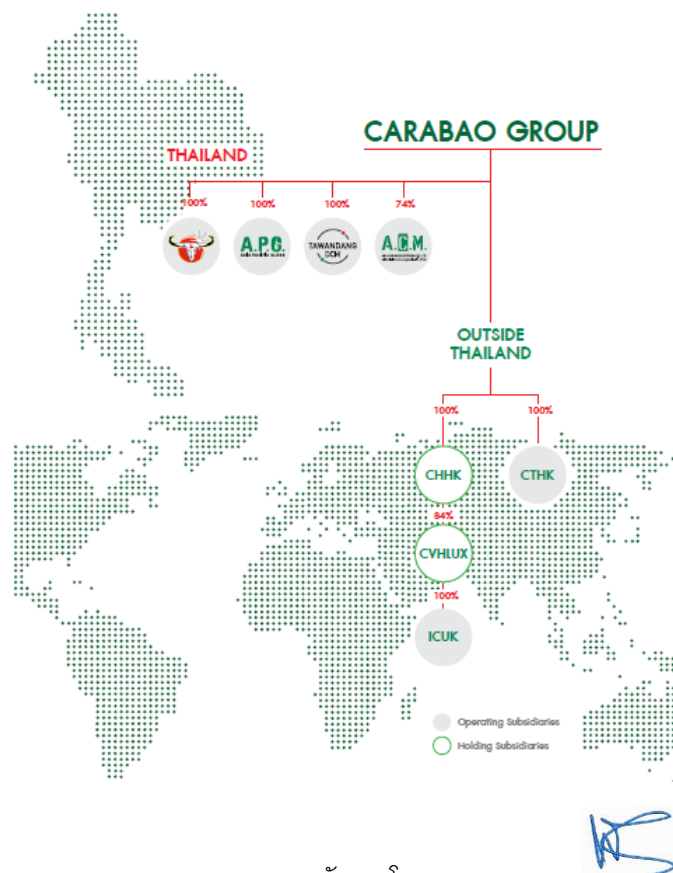
### พันธกิจ

1. พัฒนาบุคลากรให้มีทัศนคติที่ดี พร้อมที่จะเรียนรู้ สร้างสรรค์ และมีความรับผิดชอบ
2. มีระบบงานที่กระชับ รัดกุม มีมาตรฐานสากล
3. มีการบริหารงานที่มีเป้าหมายและหน้าที่ความรับผิดชอบที่ชัดเจน มีโครงสร้างการบริหารที่เหมาะสม มีแนวทางโครงการที่ไปสู่เป้าหมาย
4. ใช้เทคโนโลยีในการผลิต บริหารจัดการ พัฒนาและสร้างธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืน
5. ผลิตสินค้าที่มีมาตรฐาน และได้รับความนิยมทั่วโลก
6. เป็นแบรนด์ที่มีคุณค่า ทนสมัย และประสบความสำเร็จในระดับโลก
7. มีภาพลักษณ์เป็นองค์กรระดับโลกที่ทันสมัย มีธรรมาภิบาล และมีความรับผิดชอบต่อสังคม

### เป้าหมายระยะยาวของบริษัท

เป้าหมายในปีพ.ศ. 2563 บริษัทฯ มีเป้าหมายที่จะเป็นอันดับ 1 ในตลาดในประเทศ ด้วยส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 35 การผลักดันยอดขายให้ติดอันดับ 3 อันดับแรกในตลาดต่างประเทศ (ประเทศที่กำหนดเป็นเป้าหมาย) ขยายตลาดไปยังทุกทวีป และสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งด้วยนวัตกรรมด้านการผลิต การตลาด และการบริหาร

โครงสร้างฯ ดำเนินธุรกิจโดยการลงทุนในบริษัทอื่น (Holding Company) โดยในปัจจุบันลงทุนในบริษัทย่อยภายใต้โครงสร้างการลงทุนดังนี้



1.1 รายละเอียดผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ และบริษัทย่อย



1. เครื่องดื่มบำรุงกำลัง  
บรรจุขนาด 150 มิลลิลิตร  
ภายใต้เครื่องหมายการค้าคาราบาวแดงและคาราบาว



2. เครื่องดื่มบำรุงกำลังชนิดไม่อัดก๊าซ  
บรรจุกระป๋องขนาด 250 มิลลิลิตร  
ภายใต้เครื่องหมายการค้า CARABAO



3. เครื่องดื่มบำรุงกำลังชนิดอัดก๊าซ  
บรรจุกระป๋องขนาด 330 มิลลิลิตร  
ภายใต้เครื่องหมายการค้า CARABAO



4. เครื่องดื่มเกลือแร่ผสมซิงค์  
บรรจุขวดขนาด 250 มิลลิลิตร  
ภายใต้เครื่องหมายการค้าคาราบาว สปอร์ต



5. น้ำดื่ม  
บรรจุขวดขนาด 600 และ 1,500 มิลลิลิตร  
ภายใต้เครื่องหมายการค้าคาราบาว



6. กาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงขนาด 19 กรัมต่อซอง  
ภายใต้เครื่องหมายการค้าคาราบาว



7. กาแฟปรุงสำเร็จพร้อมดื่มขนาด 180 มิลลิลิตร  
ภายใต้เครื่องหมายการค้าคาราบาว



## 1.2 โครงสร้างรายได้ของผลิตภัณฑ์ หรือบริการของกลุ่มบริษัทฯ

ผลิตภัณฑ์แบ่งออกเป็น 2 ประเภทหลัก ประกอบไปด้วยผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้าของกลุ่มบริษัทฯ และผลิตภัณฑ์รับจ้างจัดจำหน่ายให้แก่บุคคลภายนอก ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้าของกลุ่มบริษัทฯ มีทั้งในส่วนที่ดำเนินการผลิตด้วยตนเองและว่าจ้างบุคคลภายนอกให้ดำเนินการผลิต โครงสร้างรายได้จากการขาย จำแนกตามผลิตภัณฑ์สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

โครงสร้างรายได้จากการขาย	2559		2560		2561	
	ล้านบาท	สัดส่วน	ล้านบาท	สัดส่วน	ล้านบาท	สัดส่วน
<b>ธุรกิจในประเทศ</b>						
<b>ผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้าของกลุ่มบริษัทฯ</b>						
<b>ผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มบริษัทฯ ดำเนินการผลิต ภายใต้เครื่องหมายการค้าของตนเอง</b>						
เครื่องดื่มบำรุงกำลัง	5,993	60.3	6,034	46.8	6,083	42.1
เครื่องดื่มเกลือแร่	148	1.5	49	0.4	15	0.1
<b>รวม</b>	<b>6,141</b>	<b>61.8</b>	<b>6,083</b>	<b>47.1</b>	<b>6,098</b>	<b>42.2</b>
<b>ผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้าของกลุ่มบริษัทฯ ที่ว่าจ้างบุคคลภายนอกดำเนินการผลิต</b>						
น้ำดื่มคาราบาว	102	1.0	96	0.7	71	0.5
กาแฟปรุงสำเร็จชนิดผง	56	0.6	123	1.0	95	0.7
กาแฟปรุงสำเร็จพร้อมดื่ม	80	0.8	718	5.6	645	4.5
<b>รวม</b>	<b>238</b>	<b>2.4</b>	<b>936</b>	<b>7.3</b>	<b>811</b>	<b>5.6</b>
<b>รวม ผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้าของกลุ่มบริษัทฯ</b>	<b>6,379</b>	<b>64.1</b>	<b>7,020</b>	<b>54.4</b>	<b>6,908</b>	<b>47.8</b>

โครงสร้างรายได้จากการขาย	2559		2560		2561	
	ล้านบาท	สัดส่วน	ล้านบาท	สัดส่วน	ล้านบาท	สัดส่วน
<b>ธุรกิจรับจ้างจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้แก่บุคคลภายนอก</b>						
กลุ่มอุปโภคบริโภคทั่วไป	197	2.0	529	4.1	420	2.9
กลุ่มเครื่องมือแกลกฮอล์	-	-	274	2.1	599	4.1
<b>รวม ผลิตภัณฑ์รับจ้างจัดจำหน่ายให้แก่บุคคลภายนอก</b>	<b>197</b>	<b>2.0</b>	<b>803</b>	<b>6.2</b>	<b>1,020</b>	<b>7.0</b>
<b>รวม ธุรกิจในประเทศ</b>	<b>6,576</b>	<b>66.1</b>	<b>7,822</b>	<b>60.6</b>	<b>7,928</b>	<b>54.8</b>
<b>ธุรกิจต่างประเทศ</b>						
<b>ภายใต้การดำเนินงานของ CBD</b>						
คาราบาวแบบขวด	123	1.2	188	1.5	178	1.2
คาราบาวแบบกระป๋อง ประเภทไม่อัดก๊าซฯ	3,048	30.7	4,628	35.9	6,163	42.6
อื่นๆ	169	1.7	6	0.0	51	0.4
<b>รวม</b>	<b>3,340</b>	<b>33.6</b>	<b>4,821</b>	<b>37.4</b>	<b>6,392</b>	<b>44.2</b>
<b>ภายใต้การดำเนินงานของ ICUK</b>						
คาราบาวแบบกระป๋อง ประเภทอัดก๊าซฯ	16	0.2	202	1.6	84	0.6
<b>รวม ธุรกิจต่างประเทศ</b>	<b>3,356</b>	<b>33.8</b>	<b>5,024</b>	<b>38.9</b>	<b>6,476</b>	<b>44.8</b>
<b>รายได้จากการขายอื่น</b>						
<b>รวม รายได้จากการขายอื่น</b>	<b>12</b>	<b>0.1</b>	<b>58</b>	<b>0.5</b>	<b>59</b>	<b>0.4</b>
<b>รวม รายได้จากการขายทั้งหมด</b>	<b>9,943</b>	<b>100.0</b>	<b>12,904</b>	<b>100.0</b>	<b>14,463</b>	<b>100.0</b>

## 1.3 การตลาดและการแข่งขัน

## (1) กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายสำหรับผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของบริษัท สามารถสรุปได้ ดังนี้

ผลิตภัณฑ์	ลักษณะกลุ่มลูกค้า
กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องมือบำรุงกำลัง	<ul style="list-style-type: none"> <li>สำหรับตลาดในประเทศ กลุ่มบริษัทฯ มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นผู้บริโภควัยทำงานทุกกลุ่มอาชีพที่ต้องการพลังงานและความสดชื่นระหว่างการทำงาน โดยส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้มีรายได้ระดับขั้นต้นถึงปานกลาง</li> <li>สำหรับตลาดต่างประเทศ กลุ่มบริษัทฯ มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่แตกต่างกันในแต่ละประเทศที่กลุ่มบริษัทฯ ประกอบธุรกิจ</li> </ul>
คาราบาว สปอร์ต	<ul style="list-style-type: none"> <li>คาราบาว สปอร์ต (Carabao Sport) เปิดตัวครั้งแรกในปี 2557 ภายใต้ชื่อตราสินค้า สตาร์ท พลัส ก่อนที่จะเปลี่ยนชื่อในปี 2561 คาราบาว สปอร์ต (Carabao Sport) เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคทั่วไปเช่นเดียวกับเครื่องดื่มคาราบาวแดง และมั่นใจในสินค้าคุณภาพ ภายใต้แบรนด์ คาราบาว</li> <li>กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของคาราบาว สปอร์ต ในปัจจุบันเป็นลูกค้าในประเทศเท่านั้น</li> </ul>

ผลิตภัณฑ์	ลักษณะกลุ่มลูกค้า
น้ำดื่มคาราบาว	<ul style="list-style-type: none"> <li>ตลาดน้ำดื่มภายในประเทศ มีกลุ่มลูกค้าที่กว้างคือกลุ่มบุคคลทั่วไป ที่ให้ความสำคัญกับความ เป็นน้ำดื่มที่มีที่มิแบรนด์ และคุณภาพความสะอาด มีมาตรฐาน</li> <li>กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของน้ำดื่มคาราบาว ในปัจจุบันเป็นลูกค้าในประเทศเท่านั้น</li> </ul>
กลุ่มผลิตภัณฑ์ กาแฟ	<ul style="list-style-type: none"> <li>ทางกลุ่มบริษัท วางกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นกลุ่มเดียวกับเครื่องดื่มบำรุงกำลังตลาด ภายในประเทศ โดยส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มผู้มีรายได้ระดับชั้นต้นถึงปานกลาง</li> <li>กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของกลุ่มผลิตภัณฑ์ “กาแฟ คาราบาว” ในปัจจุบันเป็นลูกค้าในประเทศ เท่านั้น</li> </ul>

## (2) นโยบายการตลาดและการส่งเสริมการขาย

สำหรับตลาดในประเทศ กลุ่มบริษัท จะทำการตลาดกับผู้บริโภคเป้าหมายโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้าง ความต้องการบริโภคผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบริษัท ภายใต้แนวคิด “World Class Product World Class Brand” เพื่อชูภาพ ความทันสมัย นวัตกรรมเครื่องดื่มระดับโลก ผ่านช่องทางสื่อต่างๆ ในรูปแบบของ Above the Line (การตลาดผ่านสื่อที่เข้าถึง กลุ่มผู้บริโภคในวงกว้าง), Below the Line (การตลาดที่เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายแบบเฉพาะเจาะจง) รวมถึง การตลาด แบบ Digital (การตลาดดิจิทัล)

## (ก) การตลาดแบบ Above the Line (การตลาดผ่านสื่อที่เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคในวงกว้าง)

กลุ่มบริษัท ได้กำหนดวิสัยทัศน์ “World Class Product World Class Brand” เพื่อตอกย้ำความ เป็นสินค้าระดับโลก แบนด์ระดับโลก ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ในวงกว้าง เช่น โทรทัศน์ วิทยุ และป้ายโฆษณา เป็นต้น



## (ข) การตลาดแบบ Below the Line (การตลาดที่เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายแบบเฉพาะเจาะจง)

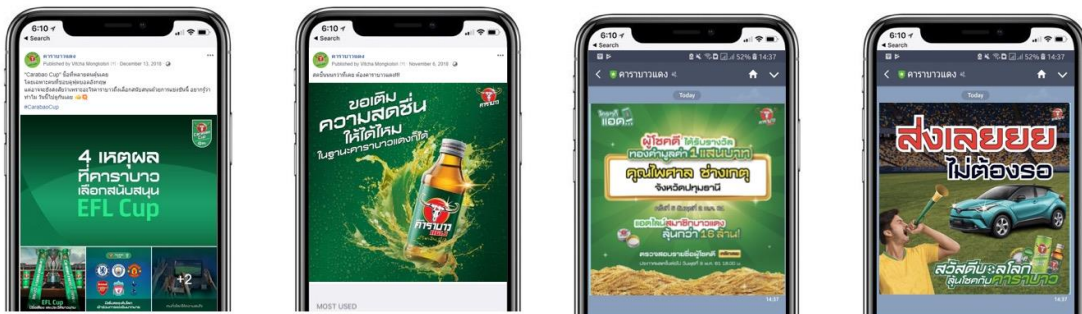
กลุ่มบริษัท มีทีมปฏิบัติการทางการตลาด (ทีมสาวขาวแดง) เป็นกลยุทธ์หลักที่สำคัญ ปฏิบัติงานทั่วภูมิภาคในประเทศไทย เพื่อทำหน้าที่พบปะผู้บริโภค ร้านค้าปลีก ตัวแทนจำหน่าย ไม่ใช่แค่ร่วมกิจกรรม เล่นเกม แจกรางวัล หรือให้ข้อมูลสินค้า แต่เสน่ห์ของสาวขาวแดงที่มีความเป็นกันเองสร้างความผูกพัน เสมือนเป็นคนใกล้ชิดกับ ผู้บริโภค ปัจจุบันมีทั้งสิ้น 87 ทีม และมีพนักงาน 600 คน ทำงานในพื้นที่เป้าหมายที่ทรงประสิทธิภาพ โดยกำหนดกลยุทธ์ และ ยุทธวิธี กำหนดพื้นที่เป้าหมาย แผนการทำงานอย่างถูกต้องแม่นยำ ถือเป็นองค์ความรู้ที่สั่งสมประสบการณ์มากกว่า 16 ปี ตลอดจนการนำเทคโนโลยีมาพัฒนารูปแบบการทำงาน (OA : Operation App) เช่นการบันทึกการเข้าเยี่ยมชมร้านค้าโดยใช้แท็บ เล็ต โดยวิธีสแกน QR Code รวมทั้งการระบุพิกัดการจัดกิจกรรมทางการตลาด การวัดผลสัมฤทธิ์ผลอย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนการตรวจสอบการทำงาน การบริหารจัดการข้อมูลด้วยเทคโนโลยีอย่างถูกต้องแม่นยำ





#### (ค) การตลาดแบบ Digital (การตลาดดิจิทัล)

เพื่อต่อยอดความเป็นสินค้าระดับโลก แบนด์ระดับโลก (World Class Product World Class Brand) ภาพลักษณ์ที่ทันสมัย โดยสื่อสารผ่านช่องทางเข้าถึงบริโภคยุคใหม่ โดยการนำเสนอเนื้อหา การทำโฆษณา และทำกิจกรรมทางการตลาดกับผู้บริโภคบนสื่อดิจิทัลต่างๆ เช่น Website, Facebook, YouTube และ Line Official Account



สำหรับการทำการตลาดในต่างประเทศ กลุ่มบริษัท จะพิจารณาสรรหาบริษัทคู่ค้าที่มีความชำนาญและประสบการณ์ในสินค้าอุปโภคบริโภค อีกทั้งมีความสามารถในการกระจายผลิตภัณฑ์ครอบคลุมพื้นที่ในประเทศนั้นๆ เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบริษัท เป็นสำคัญ ทั้งนี้ กลยุทธ์การตลาดและกิจกรรมการส่งเสริมการขายจะปรับเปลี่ยนตามความเหมาะสมในแต่ละประเทศ

กลุ่มบริษัท และตัวแทนจำหน่ายมุ่งเน้นการทำการตลาดเพื่อสร้างความต้องการบริโภคผลิตภัณฑ์ โดยที่ผ่านมากลุ่มบริษัท ร่วมมือกับตัวแทนจำหน่ายทำการตลาดในประเทศกัมพูชาโดยนำรูปแบบการทำการตลาดในประเทศไทยไปประยุกต์ใช้ เช่น การสนับสนุนการแข่งขันมวย การจัดคอนเสิร์ตสัญจรของวงดนตรีคาราบาวพร้อมกับแจกผลิตภัณฑ์ตัวอย่างของกลุ่มบริษัท ให้ผู้บริโภคได้ทดลองดื่ม นอกจากนี้ยังมีการถ่ายทอดคอนเสิร์ตดังกล่าวทางโทรทัศน์เพื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบริษัท และวงดนตรีคาราบาวในแบบทางฮัมได้อีกด้วย

สำหรับในตลาดประเทศอังกฤษ กลุ่มบริษัท วางกลยุทธ์การสร้างแตกต่างจากเครื่องดื่มบำรุงกำลังอื่นในตลาด อาทิเช่น การสร้างความเชื่อมโยงจากตัวผลิตภัณฑ์ทั้งด้านคุณภาพและภาพลักษณ์ไปสู่กีฬาฟุตบอล มุ่งเน้นการใช้ฟุตบอลเป็นสื่อกลางในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยมีการจัดทำสื่อโฆษณาผ่าน โปสเตอร์และ Social media ในรูปแบบ

ต่างๆ อีกทั้งยังติดโลโก้บนเสื้อนักฟุตบอลและบนผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นการสร้างการรับรู้และต่อยอดเครื่องหมายการค้าของ Carabao

**ปัจจุบันกลุ่มบริษัทฯ ได้ร่วมเป็นคู่สัญญากับสโมสรและการแข่งขันฟุตบอลดังนี้**

(1) **สโมสรฟุตบอลเรดดิ้ง** สำหรับการแข่งขันฟุตบอล 3 ฤดูกาล ตั้งแต่ฤดูกาลแข่งขันปี 2559/2560 – 2561/2562 เครื่องหมายการค้าคาราบาวจะปรากฏบนเสื้อแข่งและเสื้อซ้อมของทีมสโมสรรวมทั้งเสื้อต่างๆ ในสนาม

(2) **สโมสรฟุตบอลเชลซี** สำหรับการแข่งขันฟุตบอล 5 ฤดูกาล ตั้งแต่ 2559/2560 – 2563/2564 แบ่งออกเป็น 3 ฤดูกาลแรกในฐานะ Principal Partner ตั้งแต่ 2559/2560 – 2561/2562 เครื่องหมายการค้าคาราบาวจะปรากฏบนเสื้อซ้อม รวมถึงเสื้อต่างๆ ในสนาม เช่น ตรองพนักที่นั่งของนักเตะหรือป้าย LED รอบสนาม มากกว่านั้นกลุ่มบริษัทฯ สามารถใช้เครื่องหมายและนักเตะสโมสรฟุตบอลเชลซีบนผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบริษัทฯ ทั่วโลกได้ และ 2 ฤดูกาลที่เหลือในฐานะ Global Partner ตั้งแต่ 2562/2563 – 2563/2564 เครื่องหมายการค้าคาราบาวจะปรากฏบนป้าย LED รอบสนามลดลงเหลือเป็นเวลา 5 นาที รวมถึงกลุ่มบริษัทฯ ยังสามารถใช้เครื่องหมายและนักเตะสโมสรฟุตบอลเชลซีบนผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบริษัทฯ ทั่วโลกได้



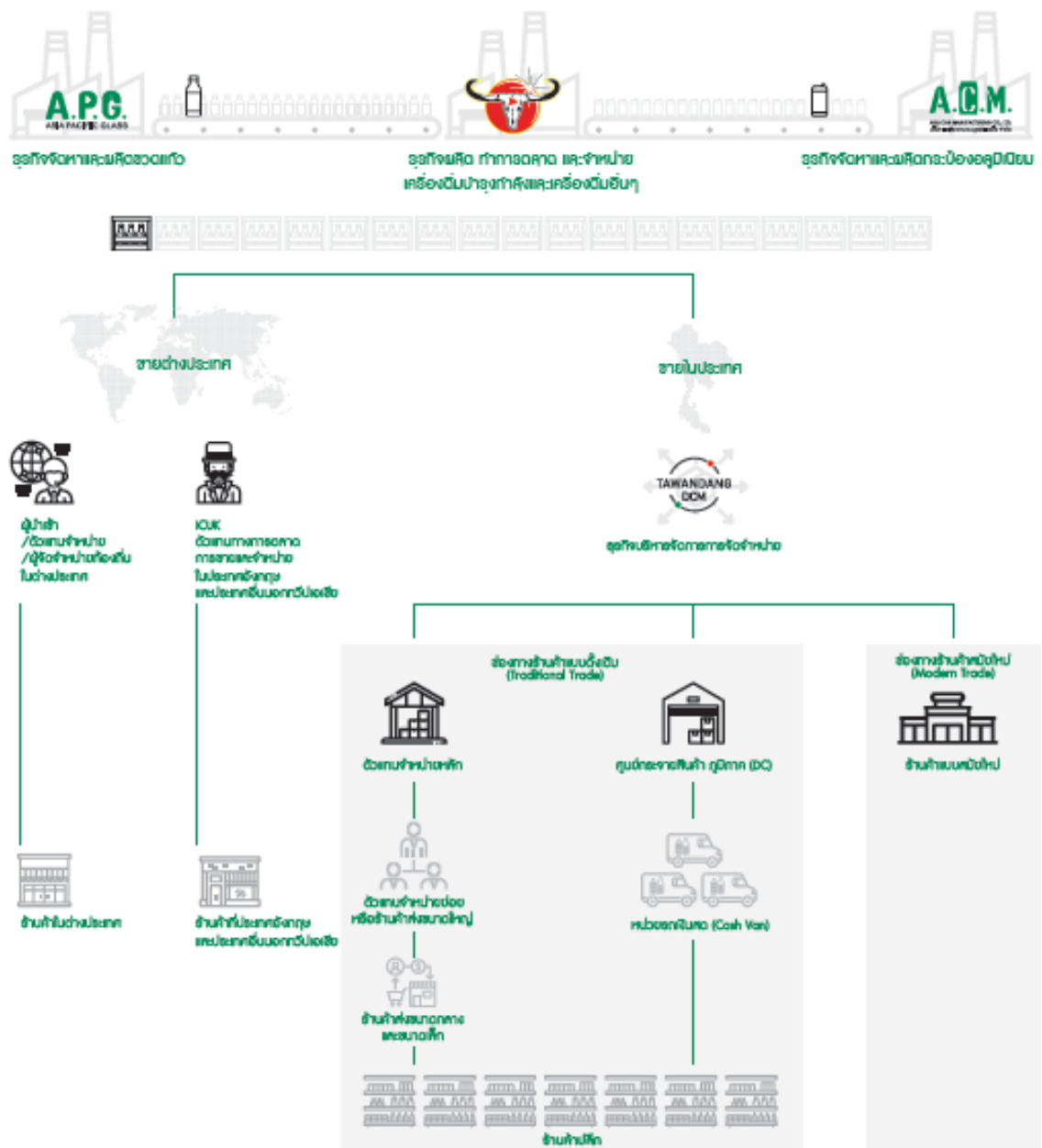
(3) **อิงลิชฟุตบอลลีก (EFL)** สำหรับการแข่งขันฟุตบอล 3 ฤดูกาล ตั้งแต่ฤดูกาลแข่งขันปี 2560/2561 – 2562/2563 เครื่องหมายการค้าคาราบาวเป็นผู้สนับสนุนหลักการแข่งขันอิงลิชฟุตบอลลีกที่เป็นหนึ่งในการแข่งขันฟุตบอลรายการใหญ่ในประเทศอังกฤษและมีสโมสรฟุตบอลเข้าร่วมมากกว่า 90 แห่งจากทั่วประเทศ โดยใช้ชื่อ Carabao Cup และเครื่องหมายการค้าคาราบาวจะปรากฏบนเสื้อนักเตะและเสื้อต่างๆ ในสนามการแข่งขันตลอดอายุสัญญา







กลุ่มบริษัทฯ มีช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบริษัทฯ ในประเทศและต่างประเทศ ดังนี้

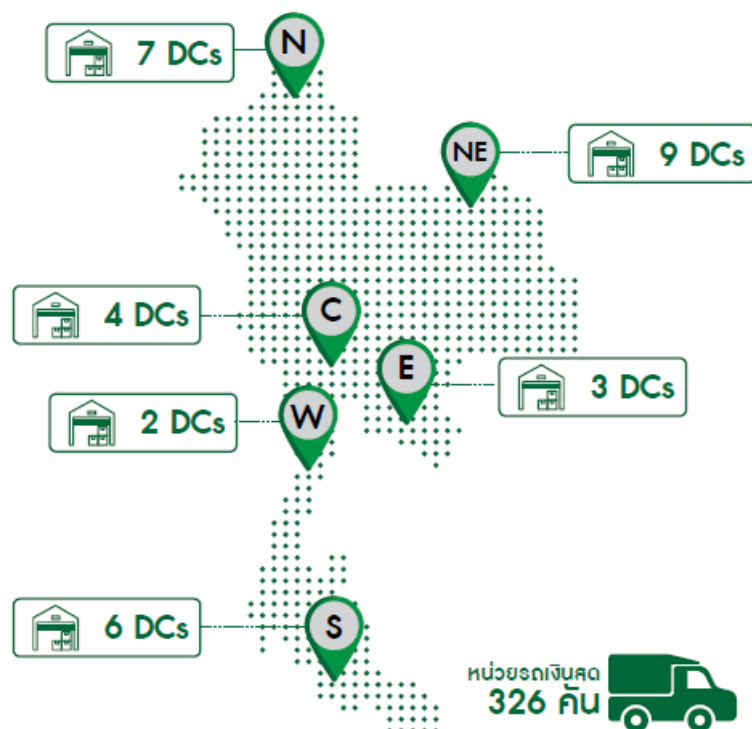




### ตลาดในประเทศ

กลุ่มบริษัทฯ ขายและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางร้านค้าดั้งเดิม (Traditional trade) ทั้งในส่วนการกระจายผ่านตัวแทน (Multi tiered agent) และการกระจายผ่านศูนย์กระจายสินค้าและหน่วยรถเงินสดของตนเอง (Cash van) และร้านค้าสมัยใหม่ (Modern trade)

- ช่องทางร้านค้าดั้งเดิม (Traditional trade) เป็นช่องทางการขายและจัดจำหน่ายหลักผ่านตัวแทนที่ทำงานเชื่อมโยงกันในลักษณะเครือข่าย กล่าวคือ กลุ่มบริษัทฯ ดำเนินการหาและแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายหลัก (Agent) ที่มีศักยภาพในด้านการจัดเก็บและขนส่งทั่วถึงในระดับจังหวัด จากนั้นทำงานร่วมกันอย่างใกล้ชิดเพื่อหาตัวแทนจำหน่ายย่อยหรือร้านค้าส่งขนาดใหญ่ (Sub-Agent หรือ ยี่ปั้ว) ในระดับอำเภอเพื่อให้ผลิตภัณฑ์สามารถกระจายเข้าสู่ร้านค้าส่งขนาดกลางและขนาดเล็กในวงกว้าง และต่อไปยังร้านค้าปลีกตามพื้นที่ชุมชนทั่วประเทศ กลุ่มบริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาเครือข่ายร้านค้าที่เข้มแข็ง สนับสนุนโดยบุคลากรปฏิบัติการภาคสนามและหน่วยรถเงินสดที่มีอยู่รวมกันมากกว่า 1,500 คน ครอบคลุมพื้นที่การค้าสำคัญทั่วประเทศ ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทฯ มีนโยบายให้ตัวแทนชำระเงินล่วงหน้าก่อนมีการจัดส่ง และไม่มีการรับประกันผลิตภัณฑ์เป็นการทั่วไป
- นอกจากการกระจายผ่านระบบตัวแทน กลุ่มบริษัทฯ ยังดำเนินกลยุทธ์หน่วยรถเงินสดเพื่อช่วยกระจายผลิตภัณฑ์เข้าสู่จุดขายตามร้านค้าโดยตรง ด้วยศูนย์กระจายสินค้าและหน่วยรถเงินสดจำนวน 31 ศูนย์และ 326 คัน ปฏิบัติการครอบคลุมร้านค้าจำนวนรวมทั้งสิ้นประมาณ 180,000 แห่ง
- ช่องทางร้านค้าสมัยใหม่ (Modern trade) ได้แก่ ร้านสะดวกซื้อ ซูเปอร์มาร์เก็ตและไฮเปอร์มาร์เก็ต ซึ่งส่งคำสั่งซื้อและรับผลิตภัณฑ์จากกลุ่มบริษัทฯ โดยตรง เพื่อวางจำหน่ายในสาขาที่เปิดให้บริการของตน



### ตลาดต่างประเทศ

CBD ดำเนินการผลิตและส่งออกสินค้าสำเร็จรูปจากประเทศไทยไปยังบริษัทคู่ค้าต่างประเทศที่เป็นตัวแทนจำหน่ายที่นำเข้าและจัดจำหน่ายต่อไปยังกลุ่มผู้บริโภค (Distributorship) ราคาขายและเงื่อนไขการค้าแตกต่างกันไปในแต่ละประเทศขึ้นอยู่กับข้อตกลงระหว่าง CBD และบริษัทคู่ค้าต่างประเทศแต่ละราย โดยคำนึงถึงผลประโยชน์สูงสุดที่พึงมีร่วมกันระหว่างกลุ่มบริษัท ในฐานะเจ้าของผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้าคาราบาวและบริษัทคู่ค้าในฐานะพันธมิตรทางธุรกิจที่สำคัญ ทั้งนี้ กลุ่มบริษัท มีนโยบายให้บริษัทคู่ค้าชำระเงินล่วงหน้าก่อนมีการจัดส่ง และไม่ยินยอมขายสินค้าผลิตภัณฑ์เป็นการทั่วไป

ICUK ทำหน้าที่เป็นตัวแทนจัดจำหน่ายเครื่องดื่มบำรุงกำลังภายใต้เครื่องหมายการค้าของกลุ่มบริษัท ในประเทศอังกฤษและประเทศอื่นนอกทวีปเอเชีย โดยตลาดในประเทศอังกฤษเป็นการขายและจัดส่งผลิตภัณฑ์โดยตรงให้แก่ร้านค้าสมัยใหม่เพื่อวางจำหน่ายในสาขาที่เปิดให้บริการของตน



### 1.4 ภาพรวมของตลาดเครื่องดื่มบำรุงกำลัง

#### ตลาดในประเทศ

จากข้อมูลทางการตลาดของ Nielsen ตลาดเครื่องดื่มบำรุงกำลังในประเทศไทยมีปริมาณขายรวมทอดสุดท้ายสู่ผู้บริโภคที่หดตัวในอัตราเฉลี่ยต่อปีเท่ากับร้อยละ -2.9 ระหว่างปี 2558 ถึงปี 2560 ในขณะที่ในปี 2561 ปริมาณขายรวมกลับมาเติบโต แม้อัตราการเติบโตจะเล็กน้อยเพียงประมาณร้อยละ 0.2 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า ทั้งนี้เครื่องดื่มบำรุงกำลังในประเทศไทยจะมีการกระจายผ่านช่องทางการค้าหลัก 2 ช่องทาง โดยมีช่องทางการจัดจำหน่ายทางร้านค้าแบบดั้งเดิม (Traditional Trade) เป็นช่องทางที่ใหญ่ที่สุด ซึ่งมีสัดส่วนปริมาณการจัดจำหน่ายผ่านช่องทางดังกล่าวเท่ากับร้อยละ 72 ของปริมาณการขายทั้งหมดในปี 2561 โดยสัดส่วนปริมาณการจัดจำหน่ายที่เหลือนั้น มาจากช่องทางร้านค้าแบบสมัยใหม่ (Modern Trade) ร้อยละ 28 โดยในปี 2561 บริษัทฯ มีส่วนแบ่งการตลาดในเชิงปริมาณการขายเป็นอันดับ 2 อยู่ที่ประมาณร้อยละ 23.2

ลักษณะของกลุ่มผู้บริโภคเครื่องดื่มบำรุงกำลังในประเทศไทยมีความโดดเด่นชัดเจนและมีแนวโน้มเป็นผู้มีรายได้ระดับต้นถึงปานกลาง โดยอยู่ในวัยทำงานที่มีช่วงอายุระหว่าง 26-45 ปี ที่นิยมบริโภคเครื่องดื่มบำรุงกำลังชนิดไม่อัดก๊าซ และมีรสหวานเมื่อเทียบกับเครื่องดื่มบำรุงกำลังที่วางขายอยู่ในต่างประเทศ ผลสำรวจพบว่าพฤติกรรมผู้บริโภคเครื่องดื่มบำรุงกำลังในประเทศไทยแบบขวดแก้วได้รับความนิยมจากกลุ่มผู้บริโภคมากกว่าแบบกระป๋อง เพราะฉะนั้นกลุ่มบริษัทจึงมีความเชื่อมั่นว่าด้วยเหตุผลดังกล่าวผู้ประกอบการต่างชาติมีโอกาสน้อยมากที่จะแข่งขันในตลาดเครื่องดื่มบำรุงกำลังในประเทศไทย

เนื่องจากผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มบำรุงกำลังภายใต้เครื่องหมายการค้าจากต่างประเทศล้วนบรรจุในรูปแบบกระป๋องอัดก๊าซ ลักษณะข้างต้นเป็นสิ่งสะท้อนถึงส่วนแบ่งทางการตลาดที่ผู้ประกอบการในประเทศถือครองมากกว่า

หากเปรียบเทียบกับคู่แข่งทางการค้าที่ถือครองส่วนแบ่งทางการตลาดอันดับต้นๆในตลาดเครื่องดื่มบำรุงกำลังในประเทศแล้ว จะเห็นได้ว่ากลุ่มบริษัทเป็นผู้เล่นที่เข้าสู่ตลาดในฐานะผู้ผลิตและทำการตลาดอายุน้อยที่สุด นับตั้งแต่ปี 2545 ทั้งนี้ เครื่องหมายการค้าของกลุ่มบริษัทได้รับการยอมรับจากกลุ่มผู้บริโภคอย่างรวดเร็วและล้นหลาม ทำให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย ในฐานะกลุ่มผู้นำเครื่องดื่มบำรุงกำลัง ในตลาดภายในประเทศไทย ซึ่งต่อยอดด้วยส่วนแบ่งทางการตลาดเป็นอันดับ 2 ในระดับประเทศ และเป็นผู้นำในตลาดเครื่องดื่มบำรุงกำลังในภาคกลาง

### ตลาดต่างประเทศ

ตลาดเครื่องดื่มบำรุงกำลัง (ยกเว้นตลาดของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้) ถูกพิจารณาว่าเป็นผลิตภัณฑ์พรีเมียม เนื่องจากราคาขายโดยเฉลี่ยต่อมิลลิเมตรที่สูงเมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับเครื่องดื่มอื่นในกลุ่ม Soft drink กลุ่มลูกค้าผู้บริโภคเครื่องดื่มบำรุงกำลังส่วนใหญ่คือ วัยรุ่นระดับมัธยมศึกษาและมหาวิทยาลัย และเป็นผู้ชายมากกว่าผู้หญิง

ตลาดเครื่องดื่มบำรุงกำลังที่มีขนาดใหญ่ 5 อันดับแรกของโลก คือประเทศอเมริกา จีน ญี่ปุ่น อังกฤษ และ บราซิล โดยบริษัทผู้ผลิตให้ความสนใจตลาดในประเทศจีน เนื่องจากฐานจำนวนประชากรที่ใหญ่และมีการบริโภคเครื่องดื่มบำรุงกำลังในอัตราเติบโตอย่างรวดเร็วอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังให้ความสนใจในการนำเสนอความหลากหลายทั้งในด้านรสชาติจากกลิ่นและส่วนผสมที่ให้คุณสมบัติเฉพาะและในด้านระดับค่าความหวานจากปริมาณน้ำตาล สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่หันมาใส่ใจด้านสุขภาพมากขึ้น และหน่วยงานภาครัฐหลายประเทศเริ่มประกาศใช้มาตรการภาษีเพื่อลดการบริโภคน้ำตาลและอัตราการเกิดโรคภัยที่เกี่ยวข้องของประชาชน เช่น ไทย อังกฤษ ฝรั่งเศส โปรตุเกส แอฟริกาใต้และหลายพื้นที่ระดับรัฐในประเทศสหรัฐฯ







## 1.5 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

### (1) โรงงานผลิตและกำลังผลิต

กลุ่มบริษัทฯ ดำเนินการตามโครงการลงทุนขยายกำลังผลิตเชิงบูรณาการแนวตั้งตั้งแต่วิศวกรรมต้นน้ำจากโรงผลิตขวดแก้วสีชาและกระป๋องอลูมิเนียมไปจนถึงโรงบรรจุขวดและกระป๋องสินค้าสำเร็จรูป จนบัดนี้โรงงานดังกล่าวที่มีทำเลที่ตั้งเดียวกันในอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา ในลักษณะกลุ่มอุตสาหกรรมต่อเนื่องได้เข้าสู่กระบวนการผลิตเชิงพาณิชย์ทั้งหมดแล้ว ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561

โรงบรรจุขวดและโรงบรรจุกระป๋อง ซึ่งเป็นโรงงานผลิตสินค้าสำเร็จรูปภายใต้การดำเนินงานของ CBD มีกำลังผลิตติดตั้งและปริมาณผลิตจริงสำหรับรอบปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2559 2560 และ 2561 ดังต่อไปนี้

	สำหรับรอบปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม		
	2559	2560	2561
<b>โรงบรรจุขวด</b>			
กำลังผลิตติดตั้งสูงสุด (ล้านขวดต่อปี)	1,080	1,080	1,800
ปริมาณผลิตจริง (ล้านขวดต่อปี)	845	869	864
อัตราการใช้กำลังผลิต (ร้อยละ)	78	80	48
<b>โรงบรรจุกระป๋อง</b>			
กำลังผลิตติดตั้งสูงสุด (ล้านกระป๋องต่อปี)	350	1,250	1,560
ปริมาณผลิตจริง (ล้านกระป๋องต่อปี)	357	555	844
อัตราการใช้กำลังผลิต (ร้อยละ)	102	44	54

**หมายเหตุ** กำลังผลิตสูงสุดคำนวณจากเครื่องจักรในช่วงเวลาทำการประมาณ 21 ชั่วโมงต่อวัน 300 วันต่อปี และปรับปรุงเป็นค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักตามระยะเวลาที่ผลิตเชิงพาณิชย์ของแต่ละสายการผลิต

โรงบรรจุขวดไม่รวมเครื่องจักร 2 สายการผลิตที่ใช้ผลิตเครื่องดื่มเกลือแร่ประมาณ 100 ล้านขวดต่อปี

## (2) การจัดหาวัตถุดิบ

กลุ่มบริษัทฯ มีนโยบายในการจัดหาวัตถุดิบหลักจากผู้จำหน่ายอย่างน้อย 2-3 ราย เนื่องจากกลุ่มบริษัทฯ ไม่ต้องการพึ่งพิงผู้จำหน่ายวัตถุดิบรายใดรายหนึ่งมากเกินไป รวมทั้งเป็นการสร้างอำนาจต่อรองให้แก่กลุ่มบริษัทฯ โดยกลุ่มบริษัทฯ มีการวางแผนการสั่งซื้อวัตถุดิบตามแผนการขายและการผลิตประจำปี ซึ่งฝ่ายจัดซื้อส่วนกลางจะทำหน้าที่ติดต่อกับผู้จำหน่ายวัตถุดิบ เพื่อจัดซื้อวัตถุดิบสำหรับการผลิต โดยส่วนใหญ่กลุ่มบริษัทฯ จะทำสัญญาระยะสั้น โดยมีอายุสัญญาส่วนใหญ่ประมาณ 12 เดือน นอกจากนี้กลุ่มบริษัทฯ จะเข้าไปเยี่ยมชมกระบวนการผลิตวัตถุดิบของผู้จำหน่ายวัตถุดิบหลักเป็นประจำทุกปี เพื่อให้มั่นใจว่ากลุ่มบริษัทฯ ได้รับวัตถุดิบที่มีคุณภาพตรงตามที่กลุ่มบริษัทฯ กำหนดไว้

### วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเครื่องดื่มบำรุงกำลังและเครื่องดื่มเกลือแร่

วัตถุดิบหลักที่ใช้ในกระบวนการผลิต มีดังนี้

#### (1) น้ำตาลทราย

น้ำตาลทรายเป็นวัตถุดิบหลักสำหรับการผลิต โดยกลุ่มบริษัทฯ จะวางแผนการสั่งซื้อน้ำตาลทรายจากผู้จำหน่ายในประเทศเป็นรายปีตามแผนการผลิตประจำปี และเข้าทำสัญญาระยะสั้นที่มีอายุสัญญาประมาณ 1 ปีโดยระบุปริมาณที่สั่งซื้อ และราคาซื้อขายเป็นสกุลเงินบาทเบื้องต้นไว้ในสัญญา ซึ่งราคาซื้อขายสามารถปรับเปลี่ยนได้หากทางราชการปรับราคาน้ำตาลเพิ่มขึ้นหรือลดลง ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทฯ มีความสัมพันธ์ที่ดีและยาวนานกับผู้จำหน่ายน้ำตาลทราย จึงทำให้ที่ผ่านมากลุ่มบริษัทฯ ไม่เคยประสบปัญหาขาดแคลนวัตถุดิบดังกล่าว

#### (2) ขวดแก้ว

ขวดแก้วเป็นบรรจุภัณฑ์หลัก ประกอบไปด้วย ขวดแก้วสีชาขนาด 150 มิลลิลิตรสำหรับเครื่องดื่มบำรุงกำลังแบบบรรจุขวด และขวดแก้วสีใสขนาด 250 มิลลิลิตรสำหรับเครื่องดื่มเกลือแร่ กลุ่มบริษัทฯ วางแผนสั่งซื้อขวดแก้วเป็นรายปี โดยสั่งซื้อจากผู้ผลิตในประเทศจำนวน 3 ราย และจัดทำสัญญาระยะสั้นที่มีอายุสัญญา 1 ปี ซึ่งระบุจำนวนสั่งซื้อและราคาซื้อขายเป็นสกุลเงินบาทที่แน่นอน

โรงผลิตขวดแก้วสีชาภายใต้การดำเนินงานของ APG วางแผนสั่งซื้อวัตถุดิบและใช้กำลังผลิตส่วนใหญ่ในการผลิตขวดแก้วสีชา ซึ่งเพียงพอต่อปริมาณความต้องการใช้และเป็นไปตามแผนผลิตสินค้าสำเร็จรูปประจำปีของ CBD ในปัจจุบัน โดย APG จะสั่งซื้อวัตถุดิบผ่านฝ่ายจัดซื้อส่วนกลางของกลุ่มบริษัทฯ และสำรองวัตถุดิบหลักไว้สำหรับการผลิตประมาณ 7-10 วัน ในขณะที่ขวดแก้วสีใสที่ใช้เป็นบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่มเกลือแร่เป็นการจัดหาจากบริษัทคู่ค้าในประเทศทั้งหมด วัตถุดิบหลักที่ใช้ในกระบวนการผลิตขวดแก้วมีดังนี้

##### ■ เศษแก้ว

เศษแก้วเป็นวัตถุดิบหลักสำหรับการผลิตขวดแก้วสีชา โดยส่วนใหญ่กลุ่มบริษัทฯ สามารถซื้อเศษแก้วจากโรงแยกเศษแก้วในประเทศ ซึ่งเป็นผู้รวบรวมบรรจุภัณฑ์แก้วที่ใช้แล้ว จากนั้นนำมาบดให้เป็นเศษแก้ว คัดแยกสิ่งปนเปื้อนออก และนำมาส่งให้กับผู้ผลิตขวดแก้ว APG สั่งซื้อเศษแก้วจากผู้จัดจำหน่ายเศษแก้ว โดยจัดทำสัญญาระยะสั้นที่มีอายุสัญญา 1 ปี

##### ■ ทรายแก้ว

ทรายแก้วเป็นวัตถุดิบสำคัญ รองจากเศษแก้วในการผลิตขวดแก้วสีชา โดยเมื่อทรายแก้วผ่านกระบวนการหลอมจะกลายเป็นโครงสร้างหลักของเนื้อแก้ว ทั้งนี้ APG สั่งซื้อทรายแก้วส่วนใหญ่จากผู้จำหน่ายทรายแก้วในจังหวัดระยองโดยใช้ใบสั่งซื้อ (Purchase Order) ซึ่งระบุราคาซื้อขายและปริมาณการสั่งซื้อที่แน่นอนล่วงหน้าเป็นระยะเวลาประมาณ 6 เดือน

■ **โซดาแอช**

โซดาแอชเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตขวดแก้วสีชา โดยมีคุณสมบัติช่วยลดอุณหภูมิในกระบวนการหลอมแก้ว โดยโซดาแอชส่วนใหญ่พบมากในประเทศเคนยาและจีน ทั้งนี้ APG สั่งซื้อวัตถุดิบดังกล่าวผ่านผู้นำเข้าหลายราย โดยใช้ใบสั่งซื้อ (Purchase Order) ซึ่งเป็นไปตามหลักปฏิบัติของตลาดโดยทั่วไป

■ **ก๊าซธรรมชาติ**

ก๊าซธรรมชาติเป็นเชื้อเพลิงหลักสำหรับการผลิตขวดแก้วสีชาของ APG โดยจัดทำสัญญาซื้อขายก๊าซธรรมชาติระยะยาวกับบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)

■ **วัตถุดิบอื่น**

วัตถุดิบอื่นที่ใช้สำหรับการผลิตขวดแก้วสีชา ได้แก่ หินปูน หินฟันม้า โซเดียมซัลเฟต ผงถ่าน ซิลิเนียม สนิมเหล็กและอื่นๆ โดยส่วนใหญ่จะสั่งซื้อจากผู้จำหน่ายในประเทศ ซึ่งฝ่ายจัดซื้อของ APG มีนโยบายสั่งซื้อวัตถุดิบจากผู้จำหน่ายวัตถุดิบแต่ละชนิดอย่างน้อย 2-3 ราย เนื่องจากไม่ต้องการพึ่งพิงผู้จำหน่ายรายใดรายหนึ่ง รวมถึงเป็นการเพิ่มอำนาจการต่อรองทั้งในเรื่องของราคาและคุณภาพของวัตถุดิบ

ทั้งนี้ สัดส่วนวัตถุดิบสำหรับการผลิตขวดแก้วสีชาสามารถปรับเปลี่ยนและใช้แทนกันได้ตามความเหมาะสม ขึ้นอยู่กับปริมาณและราคาวัตถุดิบในแต่ละช่วงเวลา

(3) **กระป๋องอลูมิเนียม**

กระป๋องอลูมิเนียมเป็นบรรจุภัณฑ์หลัก ประกอบไปด้วย กระป๋องอลูมิเนียมขนาด 250 มิลลิตร และขนาด 330 มิลลิตรสำหรับเครื่องดื่มบำรุงกำลัง กลุ่มบริษัทฯ วางแผนสั่งซื้อกระป๋องอลูมิเนียมเป็นรายปี โดยสั่งซื้อจากผู้ผลิตในประเทศจำนวน 2-3 ราย โดยใช้ใบสั่งซื้อซึ่งมีการระบุราคาซื้อขายและจำนวนกระป๋องที่แน่นอนล่วงหน้าเป็นระยะเวลา 1 ปี

โรงผลิตกระป๋องอลูมิเนียมภายใต้การดำเนินงานของ ACM วางแผนสั่งซื้อวัตถุดิบและใช้กำลังผลิตทั้งหมดสำหรับกระป๋องอลูมิเนียมขนาด 250 มิลลิตร เป็นไปตามแผนผลิตสินค้าสำเร็จรูปประจำปีของ CBD โดย ACM จะสั่งซื้อวัตถุดิบผ่านฝ่ายจัดซื้อส่วนกลางของกลุ่มบริษัทฯ และสำรองวัตถุดิบหลักไว้สำหรับการผลิตประมาณ 7-10 วัน ทั้งนี้ สำหรับปริมาณความต้องการใช้กระป๋องอลูมิเนียมขนาด 250 มิลลิตรในส่วนที่เกินกำลังผลิตของ ACM และปริมาณความต้องการใช้กระป๋องอลูมิเนียมขนาด 330 มิลลิตรทั้งหมด CBD จะดำเนินการสั่งซื้อโดยตรงจากผู้ผลิตรายอื่นในประเทศ วัตถุดิบหลักที่ใช้ในกระบวนการผลิตกระป๋องอลูมิเนียมมีดังนี้

■ **อลูมิเนียมคอยล์ (อลูมิเนียมแผ่นบาง)**

อลูมิเนียมคอยล์เป็นวัตถุดิบหลักสำหรับการผลิตกระป๋องอลูมิเนียม โดยบริษัท ACM สั่งซื้ออลูมิเนียมคอยล์จากบริษัทผู้ผลิตในประเทศที่ได้มาตรฐาน

■ **ก๊าซธรรมชาติ**

ก๊าซธรรมชาติเป็นเชื้อเพลิงในกระบวนการให้ความร้อนและอบสี ของ ACM โดยจัดทำสัญญาซื้อขายก๊าซธรรมชาติระยะยาวกับบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)

■ **วัตถุดิบอื่น**

วัตถุดิบอื่นที่ใช้สำหรับการผลิตกระป๋องอลูมิเนียม เช่น สารเคลือบภายในกระป๋อง หมึกพิมพ์ลายกระป๋อง กลุ่มบริษัทฯ เลือกใช้สารที่มีคุณสมบัติเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยจะใช้ใบสั่งซื้อซึ่งมีการระบุราคาซื้อขายและจำนวนที่แน่นอนล่วงหน้าเป็นระยะเวลา 1 ปี



#### (4) วัตถุดิบอื่น

วัตถุดิบอื่นสำหรับการผลิตเครื่องดื่มบำรุงกำลังประกอบด้วย ทอรีน แคลเฟอีน อินโนสิทอล นิโคตินาไมด์ เด็กซ์แพนทีนอล วิตามินบี 6 และวิตามินบี 12 เป็นต้น และวัตถุดิบอื่นสำหรับการผลิตเครื่องดื่มเกลือแร่ประกอบด้วย โซเดียมคลอไรด์ โพแทสเซียมคลอไรด์ และซิงค์กลูโคเนท ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะมีวางแผนการสั่งซื้อร่วมกับผู้จำหน่ายวัตถุดิบตามแผนผลิตประจำปีของ CBD เพื่อกำหนดปริมาณความต้องการใช้ในเบื้องต้น จากนั้นเมื่อฝ่ายผลิตจัดทำแผนผลิตรายเดือนแล้วเสร็จ ฝ่ายจัดซื้อจะดำเนินการสั่งซื้อเป็นรายเดือน โดยใช้ใบสั่งซื้อ ซึ่งมีการระบุราคาซื้อขายและจำนวนที่แน่นอน

#### 1.6 กระบวนการผลิต

กระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบริษัทฯ สามารถสรุปได้ ดังนี้

##### กระบวนการผลิตเครื่องดื่ม (ขวด และกระป๋อง)

ขั้นตอนที่ 1 กระบวนการเตรียมวัตถุดิบ การชั่ง ตวง และลำเลียงวัตถุดิบด้วยระบบอัตโนมัติ (Automation Weighing System)

วัตถุดิบหลักประกอบด้วย น้ำตาลทราย ทอรีน แคลเฟอีน อินโนสิทอล นิโคตินาไมด์ เด็กซ์แพนทีนอล วิตามินบี 6 และวิตามินบี 12 ที่ผ่านการตรวจสอบด้านคุณภาพ โดยส่วนประกอบที่ใช้ปริมาณมาก อย่างเช่น น้ำตาลทราย ถูกจัดเก็บในระบบไซโล (Sugar silo) ที่เป็นระบบปิด วัตถุดิบทุกชนิดเข้าสู่ระบบชั่ง ตวง และลำเลียงวัตถุดิบด้วยระบบอัตโนมัติ วัตถุดิบที่เป็นผง ชั่งน้ำหนักการอย่างแม่นยำด้วย Load cell และวัตถุดิบที่เป็นสารละลาย ตวงปริมาตรอย่างแม่นยำด้วย Flow meter ที่ผ่านการทวนสอบ และสอบเทียบก่อนการใช้งานอย่างสม่ำเสมอ โดยปริมาณที่ใช้ในแต่ละสูตร (Recipe) จะกำหนดไว้ในระบบโปรแกรมคอมพิวเตอร์

ขั้นตอนที่ 2 กระบวนการผสมอัตโนมัติ (Automation Mixing System)

น้ำที่ใช้ในการผลิต เป็นน้ำที่ผ่านการกรองด้วยระบบ Reverse Osmosis เป็น น้ำ R.O จากนั้นลำเลียงเข้าสู่ถังผสม ผสมกับน้ำตาลทราย และวัตถุดิบอื่นๆ ที่ถูกลำเลียงจากระบบการชั่งเข้าสู่ถังผสม ทำการปั่นผสมลำดับการผสม (Order of mixing) โดยแต่ละสูตรการผลิต (Recipe) จะกำหนดไว้ในระบบโปรแกรมคอมพิวเตอร์ เพื่อให้ทุกล็อตการผลิตมีคุณภาพมาตรฐานเดียวกัน จากนั้นทำการตรวจสอบคุณภาพ เพื่อตรวจสอบรสชาติ และข้อกำหนดทางด้านคุณภาพ เมื่อเครื่องดื่มผ่านการตรวจสอบคุณภาพตามที่กำหนดแล้ว จึงนำไปผ่านกระบวนการกรอง และลำเลียงไปเครื่องบรรจุในระบบปิด

ขั้นตอนที่ 3 การเตรียมบรรจุภัณฑ์

ขวดหรือกระป๋องสำหรับบรรจุคาราบาวแดง จะถูกลำเลียงเข้าสู่สายพานการผลิตโดยเครื่องป้อนขวดหรือกระป๋อง (De-palletizer) และผ่านเครื่องตรวจสอบขวดหรือกระป๋อง (Empty Bottle/Can Inspection) เพื่อตรวจสอบคุณภาพก่อนลำเลียงด้วยสายพานเข้าเครื่องล้างระบบอัตโนมัติ ด้วยน้ำร้อนที่อุณหภูมิ 80 องศาเซลเซียส จากนั้นขวดหรือกระป๋องลำเลียงด้วยสายพานเข้าเครื่องบรรจุคาราบาวแดงต่อไป

ขั้นตอนที่ 4 การบรรจุขวดหรือกระป๋อง

ขวดหรือกระป๋องที่ผ่านการล้างในขั้นตอนที่ 3 ถูกลำเลียงเข้าเครื่องบรรจุระบบอัตโนมัติ เพื่อบรรจุเครื่องดื่มคาราบาวแดงที่ได้จากการผสมในขั้นตอนที่ 2 และทำการปิดฝาขวดหรือกระป๋องด้วยเครื่องอัตโนมัติ (Capper หรือ Seamer) ขั้นตอนนี้ทำในห้องที่มีการควบคุมความสะอาดและสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม (Clean room class 100,000 ) ตามหลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิต (GMP) เมื่อบรรจุคาราบาวแดงเรียบร้อยแล้ว จะถูกลำเลียงมาตามสายพาน ผ่านเครื่องตรวจสอบคุณภาพ (Full Bottle/Can Inspection) เข้าเครื่องพิมพ์ล๊อตที่ขวดหรือกระป๋อง

ขั้นตอนที่ 5 การบรรจุหีบห่อ

นำคาราบาวแดงแบบขวดหรือกระป๋อง ลำเลียงบนสายพานเข้าเครื่องแพ็คฟิล์ม และแพ็คกล่อง ซึ่งทางโรงงานมีเครื่องจักรที่สามารถบรรจุได้แบบ W rap around และ Half tray เครื่องตีคาราบาวบรรจุในกล่องกระดาษแล้ว เข้าเครื่องพิมพ์ลิโด้ที่กล่อง จากนั้นถูกจัดเรียงบนพาเลทด้วยเครื่องอัตโนมัติ (Palletizer ) เพื่อเข้าคลังสินค้าสำเร็จรูป



**กระบวนการผลิตขวดแก้ว**

ขั้นตอนที่ 1 การเตรียมวัตถุดิบและผสมวัตถุดิบ



วัตถุดิบหลักของการผลิตขวดแก้ว ได้แก่ เศษแก้ว ทราย หินปูน โซดาแอส เฟลด์สปาร์ และมีวัตถุดิบรองที่ทำหน้าที่ช่วยในการหลอมและให้สี เช่น ผงคาร์บอน ผงเหล็ก ซัลฟิเต้ วัตถุดิบเหล่านี้จะถูกตรวจสอบคุณภาพก่อนที่จะนำเข้ามาเก็บในพื้นที่จัดเก็บ และหลังจากนั้นจะถูกชั่งตวงน้ำหนักในสูตรการผลิตแต่ละ Batch โดยเครื่องชั่ง (Load cell) และถูกนำมาผสมกัน โดยเครื่องผสม (Mixer) และถูกลำเลียงไปเก็บยัง Furnace hopper

#### ขั้นตอนที่ 2 การหลอม

วัตถุดิบที่ผสมแล้วจะถูกป้อนอย่างต่อเนื่องเข้าไปยังเตาหลอม ซึ่งความร้อนในเตาหลอมจะได้อาจมาจากก๊าซธรรมชาติและกระแสไฟฟ้า ทำให้อุณหภูมิในการหลอมอยู่ประมาณ 1550-1600 องศาเซลเซียส ปฏิกิริยาจากการหลอมจะทำให้เกิดฟองก๊าซ CO<sub>2</sub> และ SO<sub>2</sub> ขึ้นและจะลอยขึ้นออกไปบนผิวน้ำแก้ว จนกระทั่งฟองก๊าซเหลือน้อยจนได้น้ำแก้วที่คุณภาพและความร้อนที่เหมาะสมกับการขึ้นรูป

#### ขั้นตอนที่ 3 การขึ้นรูป

น้ำแก้วที่ได้จากการหลอมจะถูกส่งไปยังรางลำเลียงน้ำแก้ว และมีการปรับอุณหภูมิให้เหมาะสม น้ำแก้วจะไหลผ่านรูจานน้ำแก้ว (Orifice Ring) และถูกใบกรรไกร (Shear blade) ตัดเป็นก้อนแก้ว (Gob) ที่มีรูปร่าง ขนาดและน้ำหนักตามแต่ละชนิดของขวดที่ผลิต หลังจากนั้นจะถูกลำเลียงผ่านรางลำเลียงก้อนแก้ว ไปยัง แบบหยอด (Blank mold) และทำการขึ้นรูปปากขวดและเป่าขวดครั้งแรกเรียกว่า พาริสัน (Parison) หลังจากนั้นพาริสันจะถูกส่งไปเป่าที่ แบบเป่า (Blow mold) เพื่อเป่าเป็นรูปขวด ขวดที่ได้จะถูกทำให้เย็นด้วยลมเป่า และถูกลำเลียงไปยังเตาอบขวด

#### ขั้นตอนที่ 4 การอบขวด

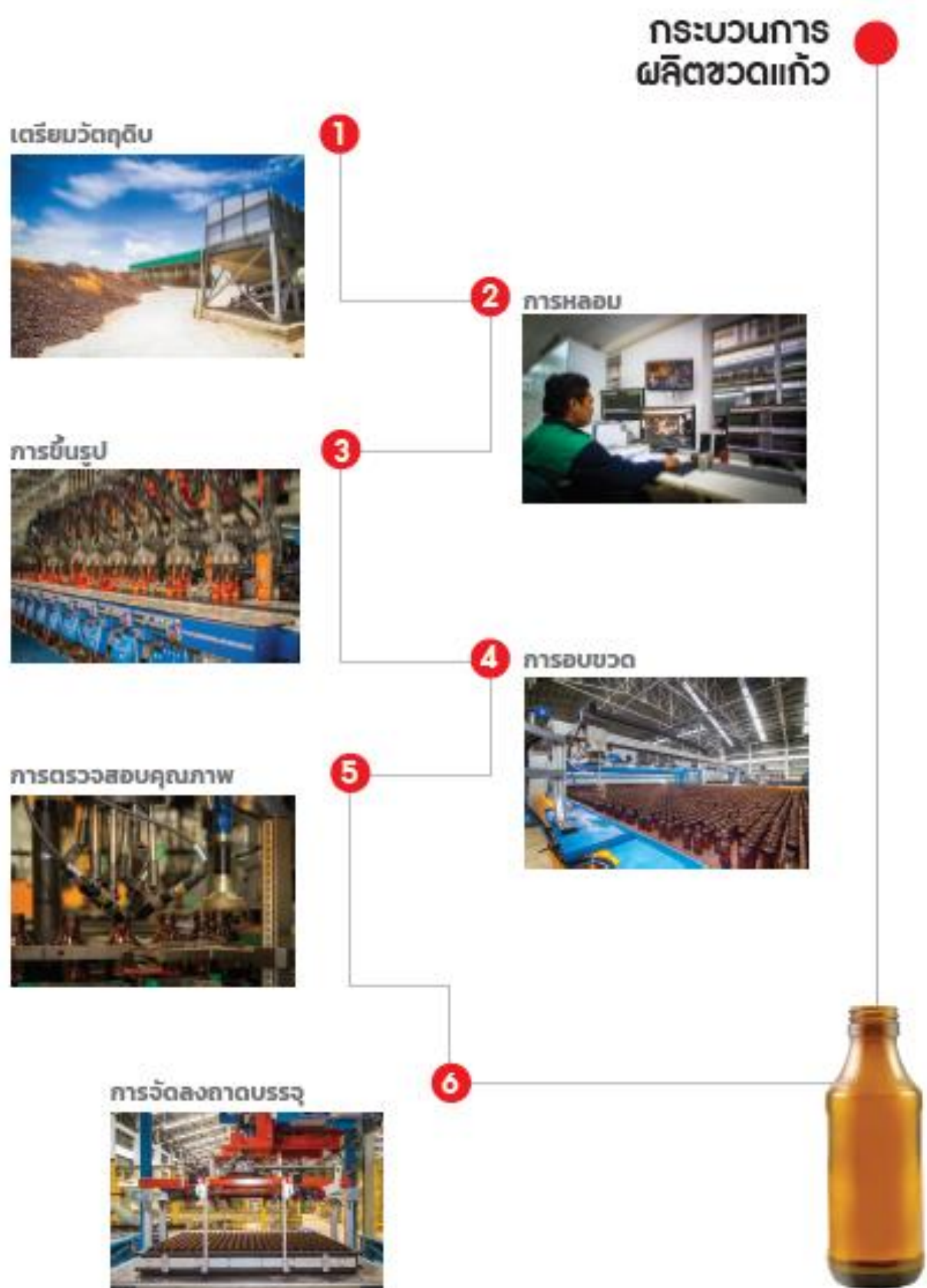
ขวดแก้วที่ผ่านการขึ้นรูปจะถูกลำเลียงไปยังเตาอบ (Annealing Lehr) เพื่อปรับลดอุณหภูมิของขวดลงอย่างช้าเป็นการลดความเครียดภายในขวดซึ่งเป็นสาเหตุให้ขวดแตก โดยลดอุณหภูมิขวดจาก 570 องศาเซลเซียสจนถึงอุณหภูมิประมาณ 200 องศาเซลเซียส ขวดจะถูกเคลือบด้วยน้ำยา Cold end coating เพื่อป้องกันผิวไม่ให้มีรอยเวลาเกิดการเสียดสีกัน

#### ขั้นตอนที่ 5 การตรวจสอบขวด 100%

ขวดทุกใบจะถูกตรวจสอบข้อบกพร่องต่างๆ (Defect) โดยการผ่านเครื่องตรวจสอบขวด (Inspection Machine) ซึ่งแต่ละเครื่องตรวจสอบจะตรวจสอบข้อบกพร่องที่ต่างกัน เช่น ตรวจบริเวณ ปากขวด ลำตัวขวด ก้นขวด ตรวจขนาดขวด ตรวจจั่ว เป็นต้น

#### ขั้นตอนที่ 6 การจัดลงกระบะและบรรจุ

ขวดแก้วทั้งหมดจะถูกบรรจุลงกระบะด้วยเครื่อง Palletizer และนำไปเก็บในโกดัง



## กระบวนการผลิตกระป๋องอลูมิเนียม

### ขั้นตอนที่ 1 การจัดเตรียมวัตถุดิบ

กระบวนการทำกระป๋องเริ่มจากวัสดุคอลลอยด์อลูมิเนียมรีดเรียบแผ่นบาง โดยคอลลอยด์อลูมิเนียมจะถูกวางลงบนเครื่องพลิกคอลลอยด์ และหีบห่อและบรรจุภัณฑ์ออก แล้วจึงถูกพลิก 90 องศาเพื่อเข้าในแกนของเครื่องจ่ายคอลลอยด์ในแนวนอน คอลลอยด์อลูมิเนียมแผ่นบางจะถูกป้อนเข้าเครื่องขึ้นรูป ทำการขึ้นรูปเป็นรูปถ้วยด้วยการตัดและพับขอบขึ้นในการขึ้นรูปขั้นตอนเดียว ขนาดของถ้วยได้ถูกออกแบบมาแล้วให้เหมาะสมสำหรับการถูกยึดออกเป็นกระป๋องในขั้นตอนต่อไป

### ขั้นตอนที่ 2 การขึ้นรูปกระป๋อง

ถ้วยอลูมิเนียมจะถูกยึดออกด้วยตัวพันขึ้นรูป ดายที่ประกบรับอยู่อีกฝั่งจะเป็นตัวขึ้นทรงกันกระป๋อง ความสูงของกระป๋องทุกใบจะถูกตัดให้เรียบเสมอกันเท่ากันทุกใบด้วยใบมีดของเครื่องตัดขอบกระป๋อง ล้างสิ่งสกปรก และน้ำมันหล่อลื่นแม่แบบที่ติดมากับตัวกระป๋องให้สะอาด หลังจากล้างสิ่งสกปรกออกแล้ว กระป๋องจะถูกเตรียมผิว และอบให้แห้งเพื่อให้พร้อมที่จะถูกพิมพ์ลายต่อไป

### ขั้นตอนที่ 3 การพิมพ์ลายและเคลือบกระป๋อง

กระป๋องจะถูกพิมพ์ลายด้วยเครื่องพิมพ์ลายกระป๋องความเร็วสูง 8 หัวพิมพ์ ซึ่งจะทำงานอย่างต่อเนื่องเพื่อพิมพ์ลายที่ต้องการลงบนตัวกระป๋อง สำหรับกันกระป๋องอลูมิเนียมจะถูกเคลือบไว้ด้วยฟิล์มบางๆ เพื่อให้สามารถไหลไปบนสายพานการผลิตของโรงบรรจุเครื่องดื่มของลูกค้าปลายทางได้ จากนั้นสารเคลือบจะถูกพ่นเคลือบเป็นฟิล์มบางๆเกาะอยู่ที่ผิวภายในกระป๋อง เพื่อทำหน้าที่ป้องกันไม่ให้เครื่องดื่มทำปฏิกิริยากับผิวอลูมิเนียม และช่วยรักษารสชาติของผลิตภัณฑ์ตลอดอายุของผลิตภัณฑ์

### ขั้นตอนที่ 4 การขึ้นรูปคอกระป๋อง

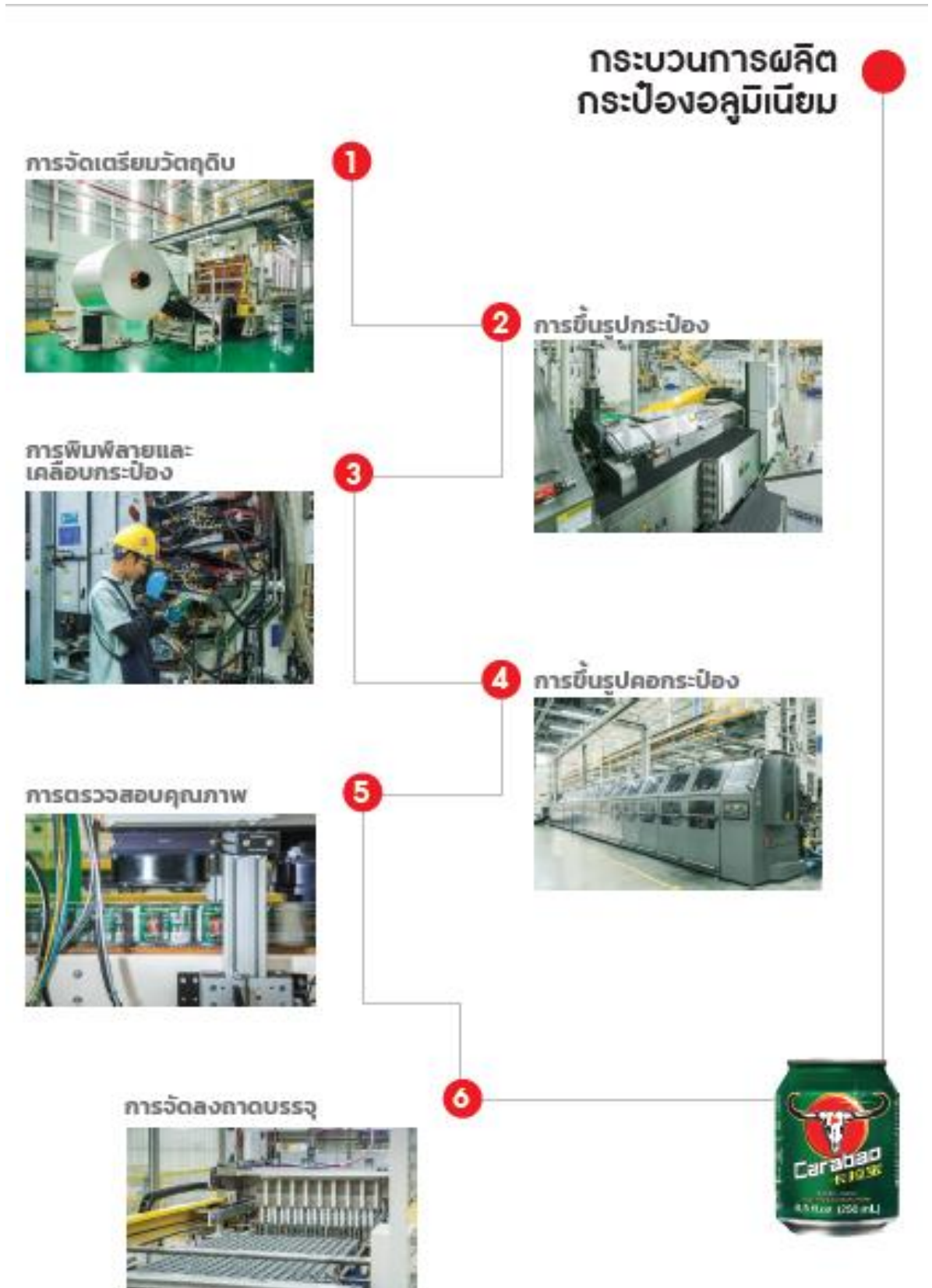
คอกระป๋องจะถูกขึ้นรูปเป็นขั้นตอนท้ายสุด แม่พิมพ์ในแต่ละสเต็ปจะค่อยๆบีบขอบกระป๋องลงแล้วค่อยๆแผ่ออกเป็นหน้าแปลน

### ขั้นตอนที่ 5 การตรวจสอบภายในและฉลาก

เพื่อป้องกันการปนเปื้อนของสิ่งแปลกปลอม และการปนเปื้อนของผลิตภัณฑ์ต่างชนิดกัน ไลน์การผลิตของเราจะตรวจสอบความสะอาดภายในกระป๋อง และความถูกต้องของฉลากในขั้นตอนสุดท้าย กล้องความละเอียดสูงจะจับภาพภายในกระป๋อง และ ฉลากกระป๋อง

### ขั้นตอนที่ 6 การจัดลงถาดบรรจุ

กระป๋องที่สมบูรณ์ และผ่านการตรวจสอบคุณภาพที่ขั้นตอนสุดท้ายแล้วจะถูกจัดเรียงขึ้นบนพาเลทด้วยเครื่องจัดเรียงอัตโนมัติ หลังจากนั้นจะถูกพันทับด้วยพลาสติกใสอีกชั้นเพื่อป้องกันการปนเปื้อน พาเลทที่บรรจุกระป๋องเรียบร้อยแล้วจะถูกลำเลียงไปเก็บที่สต็อกเพื่อรอการจัดส่งต่อไป





### การบริหารจัดการคุณภาพ



#### โรงงานผลิตเครื่องดื่ม

ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มบางกำลังภายใต้เครื่องหมายการค้า คาราบาวแดงทุกขวดได้รับการผลิตตามกระบวนการผลิตที่ได้รับ การยอมรับตามมาตรฐานสากลในระดับสูงสุด นอกจากนี้ โรงงาน ผลิตของกลุ่มบริษัท ที่อำเภอบางปะกง จังหวัด ฉะเชิงเทรา ได้รับการออกแบบและก่อสร้างตามมาตรฐานสากลระดับโลก CBD มีการบริหารจัดการและควบคุมคุณภาพในแต่ละขั้นตอนการผลิต ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานจากทั้ง HACCP ตลอดจน ISO 22000 ทั้งยังเป็นไปตาม หลักเกณฑ์วิธีการที่ดี ในการผลิต (GMP หรือ Good Manufacturing Practice) ที่รับรองโดยสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา และ มาตรฐานสากล CODEX โดย CBD ได้รับการรับรองขั้นตอนการผลิตและการควบคุมคุณภาพ ตามมาตรฐานระบบบริหารงาน คุณภาพต่างๆ โดยสรุป ดังนี้

(1) GMP และ HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Point) เป็นการรับรองจากกระบวนการผลิต เครื่องดื่ม จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา และมาตรฐานสากล CODEX โดย Bureau Veritas Certification (Thailand) Limited ซึ่งเป็นระบบการจัดการคุณภาพด้านการผลิต และความปลอดภัยในอาหาร โดยมีการควบคุมกระบวนการผลิตอาหารที่ปราศจากอันตรายจากเชื้อจุลินทรีย์ สารเคมี และสิ่งแปลกปลอมต่างๆ

(2) ฮาลาล (Halal) เป็นการรับรองจากสำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยว่าได้ดำเนินการ ตามกรรมวิธีอย่างถูกต้องตามหลักศาสนาอิสลาม

(3) ISO 22000:2005 (E) เป็นการรับรองจาก Bureau Veritas Certification (Thailand) Limited ซึ่งเป็นระบบ การจัดการความปลอดภัยของอาหารตามมาตรฐานสากล

(4) ISO 14000 และ ISO 45001:2018 เป็นรับรองระบบการจัดการความสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัย และอาชีว อนามัย

#### โรงงานผลิตขวดแก้ว

โรงงานมีการจัดการคุณภาพโดยนอกจากเครื่องตรวจสอบคุณภาพขวดแล้ว ยังมีพนักงาน QC ดูแลตรวจสอบ คุณภาพในสายการผลิตด้วย นอกจากนี้แผนก QA สุ่มตรวจสินค้าสำเร็จรูปอีกครั้งก่อนส่งไปยังลูกค้า โรงงานมีห้อง Lab และ อุปกรณ์ตรวจสอบขวดทางด้านกายภาพ เช่น เครื่องตรวจสอบการทนแรงกระแทก (Impact Tester) เครื่องตรวจสอบการทำ แรงดันภายในขวด (Internal pressure ramp tester) เป็นต้น เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจในผลิตภัณฑ์

ทั้งนี้ บริษัท ได้ผ่านการรับรองมาตรฐาน ISO9001 version 2015 อีกด้วย

### 1.7 ผลกระทบสิ่งแวดล้อม

การผลิตเครื่องดื่มภายใต้การดำเนินงาน CBD และการผลิตขวดแก้วและกระป๋องอลูมิเนียมภายใต้การดำเนินงานของ APG และ ACM อยู่ภายใต้บังคับของกฎหมาย กฎระเบียบและข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในระดับประเทศ ระดับจังหวัด และระดับท้องถิ่น กฎหมาย กฎระเบียบ และข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อมที่ใช้บังคับกับบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มและบรรจุภัณฑ์ดังกล่าว ประกอบด้วยบทบัญญัติเกี่ยวกับการควบคุมการปล่อยมลพิษทางอากาศ มลพิษทางน้ำ การป้องกัน และการบำบัดน้ำเสีย และไอเสีย รวมทั้งการบริหารจัดการ และการกำจัดสารและของเสียที่เป็นอันตราย อย่างไรก็ตาม ปริมาณไอเสีย น้ำเสีย และของเสียอื่นๆ ที่เกิดจากกระบวนการผลิตเครื่องดื่มและบรรจุภัณฑ์ดังกล่าว อยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน และเป็นไปตามกฎหมาย กฎระเบียบ และข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องทั้งหมด

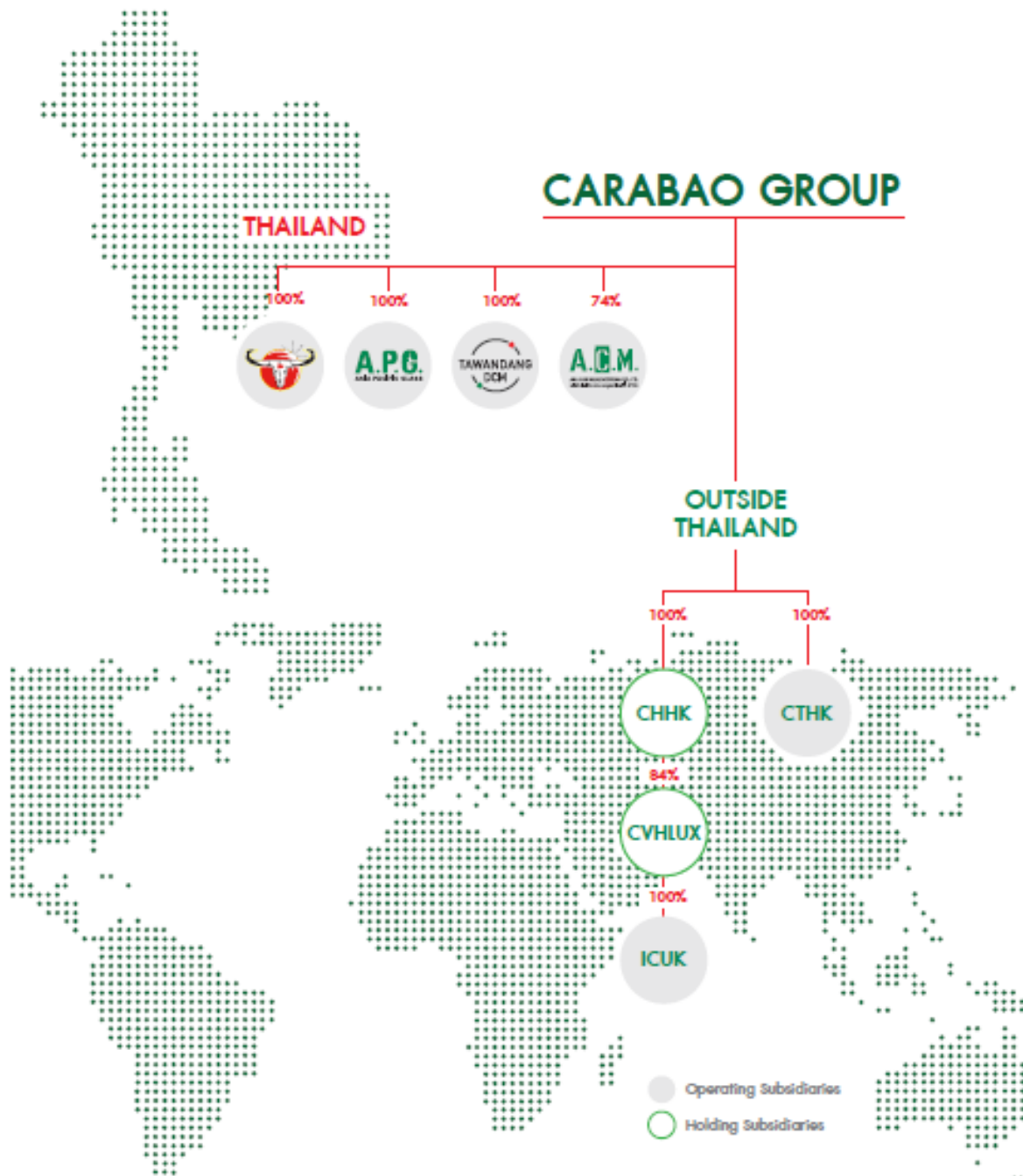
กลุ่มบริษัทฯ เชื่อว่าโรงผลิตทั้งหมดในปัจจุบันได้ปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบ และข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อมที่ใช้บังคับทั้งในระดับประเทศ ระดับจังหวัด และระดับท้องถิ่นในส่วนที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจนถึงปัจจุบันไม่เคยถูกฟ้องร้องดำเนินคดีใดๆ เกี่ยวกับการไม่ปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทฯ ไม่สามารถคาดการณ์ได้ว่าจะได้รับผลกระทบของเหตุการณ์ด้านสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้นโดยไม่อาจคาดการณ์ได้ หรือมีกฎหมาย กฎระเบียบ และข้อกำหนดฉบับใหม่หรือที่แก้ไขเพิ่มเติมใหม่ในอนาคตที่อาจส่งผลกระทบต่อกลุ่มบริษัทฯ และโรงงานผลิตทั้งหมดตามข้างต้นในอนาคตได้

### 1.8 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -

## 2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจโดยการลงทุนในบริษัทอื่น (Holding Company) โดยในปัจจุบันลงทุนในบริษัทย่อยภายใต้โครงสร้างการลงทุนดังนี้



## 1. ลักษณะการประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ

กลุ่มบริษัทฯ ประกอบธุรกิจผลิต การตลาด ขายและจัดจำหน่ายเครื่องดื่มบำรุงกำลังและเครื่องดื่มอื่นๆ อย่างครบวงจรตั้งแต่การผลิตขวดแก้ว และกระป๋องอลูมิเนียมเพื่อใช้เป็นบรรจุภัณฑ์สำหรับโรงบรรจุสินค้าสำเร็จรูป และต่อเนื่องไปจนถึงการบริหารจัดการช่องทางกระจายผ่านเครือข่ายร้านค้าและพันธมิตรทางธุรกิจสำหรับธุรกิจในประเทศและต่างประเทศภายใต้วิสัยทัศน์ สิ้นค้าระดับโลก แปรนตร์ระดับโลก

### 1.1 ธุรกิจผลิตและจัดหาขวดแก้ว

APG ประกอบธุรกิจผลิตและจัดหาขวดแก้วเพื่อใช้เป็นบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่มบำรุงกำลังและเครื่องดื่มอื่นๆ โรงผลิตขวดแก้วภายใต้การดำเนินงานของ APG สามารถรองรับปริมาณน้ำแก้วสูงสุดประมาณ 640 ตันต่อวัน เพิ่มขึ้นจากประมาณ 310 ตันต่อวันจากการลงทุนขยายกำลังผลิต โดยกำลังผลิตส่วนเพิ่มจากการลงทุนดังกล่าวเข้าสู่การผลิตเชิงพาณิชย์ในเดือนธันวาคม 2560

APG ใช้กำลังผลิตส่วนใหญ่ในการผลิตขวดแก้วสีชาที่ใช้เป็นบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่มบำรุงกำลังของกลุ่มบริษัทฯ ในขณะที่ขวดแก้วสีใสที่ใช้เป็นบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่มเกลือแร่เป็นการจัดหาจากบริษัทคู่ค้าในประเทศทั้งหมด โดย APG อาจพิจารณาใช้กำลังผลิตส่วนเกิน (ถ้ามี) ในการผลิตและจำหน่ายขวดแก้วให้แก่บุคคลภายนอก ทั้งนี้ เพื่อประโยชน์ในด้านการบริหารต้นทุนและทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุดในภาพรวมของกลุ่มบริษัทฯ

### 1.2 ธุรกิจผลิตกระป๋องอลูมิเนียม

ACM ซึ่งเป็นบริษัทร่วมทุน ประกอบธุรกิจผลิตกระป๋องอลูมิเนียมเพื่อใช้เป็นบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่มบำรุงกำลังและเครื่องดื่มอื่นๆ โรงผลิตกระป๋องอลูมิเนียมภายใต้การดำเนินงานของ ACM ตั้งอยู่บนพื้นที่ขนาด 31 ไร่ เอื้ออำนวยต่อการติดตั้งเครื่องจักร 2 สายการผลิต โดยในปัจจุบัน ACM ติดตั้งเครื่องจักรจำนวน 1 สายการผลิต รองรับปริมาณผลิตกระป๋องอลูมิเนียมสูงสุดประมาณ 1,000 ล้านกระป๋องต่อปี และได้เข้าสู่การผลิตเชิงพาณิชย์ในเดือนพฤศจิกายน 2561

### 1.3 ธุรกิจผลิต การตลาด ขายและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้าของกลุ่มบริษัทฯ

CBD ประกอบธุรกิจผลิต การตลาด ขายและจัดจำหน่ายเครื่องดื่มบำรุงกำลัง เครื่องดื่มเกลือแร่และเครื่องดื่มอื่นๆ ที่กลุ่มบริษัทฯ จะดำเนินการผลิตเพื่อจัดจำหน่ายในอนาคตทั้งสำหรับธุรกิจในประเทศและต่างประเทศ โรงผลิตภายใต้การดำเนินงานของ CBD สามารถรองรับปริมาณบรรจุสินค้าสำเร็จรูปสูงสุดประมาณ 1,560 ล้านกระป๋องและ 1,800 ล้านขวดต่อปี เพิ่มขึ้นจากประมาณ 1,250 ล้านกระป๋องและ 1,080 ล้านขวดต่อปี ตามลำดับ โดยกำลังผลิตส่วนเพิ่มจากการลงทุนดังกล่าวทยอยเข้าสู่การผลิตเชิงพาณิชย์ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2560 จนถึงเดือนเมษายน 2561 อนึ่ง CBD ดำเนินการย้ายเครื่องจักร อุปกรณ์และกิจกรรมที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการผลิตทั้งหมดจากโรงงานเดิมที่อำเภอบางปะกง จังหวัดสมุทรปราการซึ่งมีข้อจำกัดในด้านขนาดพื้นที่ต่อการปรับปรุงและติดตั้งสายการผลิตเพิ่มเติม มาอยู่โรงงานแห่งใหม่ที่อำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทราซึ่งเป็นสถานที่ตั้งเดียวกับโรงผลิตขวดแก้วและกระป๋องอลูมิเนียมตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2561

CBD ในปัจจุบันดำเนินการผลิตเครื่องดื่มบำรุงกำลังหลายรูปแบบทั้งในด้านบรรจุภัณฑ์และส่วนผสมเพื่อให้ได้รสชาติและคุณสมบัติเฉพาะเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่ต่างกันในแต่ละประเทศ กล่าวคือ เครื่องดื่มบำรุงกำลังสำหรับธุรกิจในประเทศจะอยู่ในรูปแบบขวดชนิดไม่อัดก๊าซเป็นส่วนใหญ่ แต่จะอยู่ในรูปแบบกระป๋องชนิดไม่อัดก๊าซสำหรับธุรกิจต่างประเทศโดยเฉพาะอย่างยิ่งในทวีปเอเชีย นอกเหนือไปจากเครื่องดื่มบำรุงกำลังที่เป็นผลิตภัณฑ์สร้างรายได้



จากการขายหลักให้แก่กลุ่มบริษัท CBD ยังประยุกต์ใช้กำลังผลิตที่มีอยู่ในการผลิตเครื่องดื่มเกลือแร่ ในขณะที่น้ำดื่ม กาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงและกาแฟปรุงสำเร็จพร้อมดื่มดำเนินการผลิตโดยบุคคลภายนอกตามข้อตกลงในสัญญาว่าจ้าง โดยคำนึงถึงแผนธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ ควบคู่ไปกับพฤติกรรมและปริมาณความต้องการสินค้าตามสถานะเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องในแต่ละช่วงเวลา

เครื่องดื่มบำรุงกำลังภายใต้เครื่องหมายการค้าคาราบาวคือผลิตภัณฑ์ที่สร้างรายได้จากการขายหลักสำหรับธุรกิจต่างประเทศ โดย CBD ดำเนินการผลิตและส่งออกสินค้าสำเร็จรูปจากประเทศไทยไปยังบริษัทผู้ค้าต่างประเทศที่เป็นตัวแทนทำหน้าที่นำเข้าและจัดจำหน่ายต่อไปยังกลุ่มผู้บริโภค (Distributorship) ราคาขายและเงื่อนไขการค้าแตกต่างกันไปในแต่ละประเทศขึ้นอยู่กับข้อตกลงระหว่าง CBD และบริษัทผู้ค้าต่างประเทศแต่ละราย โดยคำนึงถึงผลประโยชน์สูงสุดที่พึงมีร่วมกันระหว่างกลุ่มบริษัทฯ ในฐานะเจ้าของผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้าคาราบาวและบริษัทผู้ค้าในฐานะพันธมิตรทางธุรกิจที่สำคัญ

การมีส่วนร่วมในภาคอุตสาหกรรมการผลิตบรรจภัณฑ์ไม่เพียงลดการพึ่งพิงการจัดหาวัตถุดิบและประกอบอูมิเนียมจากบุคคลภายนอก ในขณะที่เครื่องจักร อุปกรณ์และระบบสนับสนุนที่ใช้เทคโนโลยีทันสมัยรวมถึงทำเลที่ตั้งเดียวกันในลักษณะกลุ่มอุตสาหกรรมต่อเนื่องเอื้ออำนวยต่อการบริหารจัดการต้นทุนการผลิตและประโยชน์จากการประหยัดต่อขนาดตั้งแต่กิจกรรมต้นน้ำจากโรงผลิตขวดแก้วสีชาและประกอบอูมิเนียมไปจนถึงโรงบรรจุขวดและประกอบสินค้าสำเร็จรูป

#### 1.4 ธุรกิจบริหารจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายสำหรับธุรกิจในประเทศ

DCM ประกอบธุรกิจบริหารจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายสำหรับธุรกิจในประเทศ ครอบคลุมทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้าที่กลุ่มบริษัทฯ เป็นเจ้าของ ประกอบไปด้วยเครื่องดื่มบำรุงกำลังและเครื่องดื่มเกลือแร่ที่กลุ่มบริษัทฯ ดำเนินการผลิตภายใต้เครื่องหมายการค้าของตนเอง (Branded products by our own manufacturer) และน้ำดื่ม กาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงและกาแฟปรุงสำเร็จพร้อมดื่มที่กลุ่มบริษัทฯ ว่าจ้างบุคคลภายนอกดำเนินการผลิตภายใต้เครื่องหมายการค้าคาราบาว (Branded products by 3<sup>rd</sup> party manufacturer) และเครื่องดื่มอื่นๆ ที่กลุ่มบริษัทฯ ทำการตลาด ขายและจัดจำหน่ายในอนาคต นอกจากนี้ DCM ยังรับจ้างจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทั้งประเภทอาหารและประเภททั่วไปที่ไม่ใช่อาหารให้แก่บุคคลภายนอก (3<sup>rd</sup> party products for distribution) โดยช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายใต้การดำเนินงานของ DCM ประกอบไปด้วย ก.) ร้านค้าดั้งเดิม (Traditional trade) ทั้งในส่วนการกระจายผ่านตัวแทน (Multi tiered agent) และการกระจายผ่านศูนย์กระจายสินค้าและหน่วยรถเงินสดของตนเอง (Cash van) และ ข.) ร้านค้าสมัยใหม่ (Modern trade)

ศูนย์กระจายสินค้าและหน่วยรถเงินสดช่วยยกระดับขีดความสามารถในการกระจายผลิตภัณฑ์เข้าสู่จุดขายตามร้านค้าโดยตรง โดย DCM ในปัจจุบันได้พัฒนาระบบบริหารจัดการความสัมพันธ์ลูกค้า โดยมีวัตถุประสงค์ในการสร้างฐานข้อมูลใช้สำหรับการจัดกลุ่ม ระบุความมีตัวตน อีกทั้งวิเคราะห์ขนาดธุรกิจ รูปแบบการสั่งซื้อและพฤติกรรมทางการเงินเพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้ประโยชน์เชิงกลยุทธ์ต่อการพัฒนาเครือข่ายร้านค้า และการจัดทำแผนการตลาดและส่งเสริมการขายให้มีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ DCM มีศูนย์กระจายสินค้าและหน่วยรถเงินสดจำนวน 31 แห่งและ 326 คัน ปฏิบัติการครอบคลุมร้านค้าจำนวนรวมทั้งสิ้นประมาณ 180,000 ทั่วประเทศ

นโยบายขายและการตลาดสำหรับธุรกิจในประเทศมุ่งเน้นให้เกิดการสอดประสานระหว่างระบบงานส่งเสริมการขาย การใช้สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ทั้งในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ การจัดกิจกรรมการตลาดภาคสนามโดยตรงกับกลุ่มลูกค้าแบบเจาะจง และการพัฒนาเครือข่ายร้านค้าทั้งในระดับค้าส่งและค้าปลีก

ด้วยบุคลากรปฏิบัติการภาคสนามและหน่วยการเงินสดที่มีอยู่รวมกันมากกว่า 1,500 คน ครอบคลุมพื้นที่การค้าสำคัญทั่วประเทศ

1.5 ธุรกิจการตลาด ขายและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้าของกลุ่มบริษัทฯ ในประเทศอังกฤษและประเทศอื่นนอกทวีปเอเชีย

ICUK ซึ่งเป็นบริษัทร่วมทุนโดยการถือหุ้นทางข้ามผ่านบริษัทย่อยต่างประเทศ 2 แห่ง ได้แก่ CHHK และ CVHLUX ประกอบธุรกิจการตลาด ขายและจัดจำหน่ายเครื่องดื่มบำรุงกำลังภายใต้เครื่องหมายการค้าของกลุ่มบริษัทฯ ในประเทศอังกฤษและประเทศอื่นนอกทวีปเอเชีย โดยสินค้าสำเร็จรูปที่ใช้ในการประกอบธุรกิจดำเนินการผลิตโดยบุคคลภายนอกตามข้อตกลงในสัญญาว่าจ้าง ทั้งนี้ ICUK บรรลุข้อตกลงการจัดจำหน่ายเครื่องดื่มบำรุงกำลังภายใต้เครื่องหมายการค้าคาราบาวผ่านร้านค้าสมัยใหม่ในประเทศอังกฤษเป็นจำนวนเพิ่มขึ้นต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2560 จนถึงปัจจุบัน

กลุ่มบริษัทฯ ดำเนินนโยบายการตลาดต่างประเทศเชิงรุกโดยกำหนดแผนธุรกิจร่วมกับบริษัทคู่ค้าและให้การสนับสนุนด้านกิจกรรมการตลาดและส่งเสริมการขายที่จำเป็นต่อการสร้างประสบการณ์และการรับรู้ในตัวผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้าคาราบาวที่มีจุดแข็งจากภาพลักษณ์การเป็นผู้สนับสนุนสโมสรและการแข่งขันฟุตบอลชั้นนำระดับโลก ได้แก่ Chelsea Football Club Limited (CFC) และ English Football League (EFL) เป็นเครื่องมือสื่อสารทางการตลาด เพื่อประโยชน์ในการขยายกลุ่มผู้บริโภคและเพิ่มยอดขายในแต่ละประเทศ ไม่จำกัดเฉพาะตลาดส่งออกหลักเดิมแต่ยังหมายรวมถึงตลาดส่งออกใหม่ที่มีศักยภาพการเติบโตในอนาคตอย่างเป็นระบบ

### 3. ปัจจัยความเสี่ยง

ปัจจัยความเสี่ยงของกลุ่มบริษัทฯ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

#### 3.1 ความเสี่ยงจากการเป็นบริษัทที่ประกอบธุรกิจโดยการถือหุ้นในบริษัทอื่น (Holding Company)

บริษัทฯ มีลักษณะการประกอบธุรกิจในรูปแบบบริษัทโฮลดิ้ง (Holding Company) คือเป็นบริษัทที่มีรายได้จากการถือหุ้นในบริษัทอื่นเป็นหลักและไม่มีการดำเนินธุรกิจของตนเองที่ก่อให้เกิดรายได้อย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้น ผลประกอบการของ บริษัทฯ จึงขึ้นอยู่กับผลการดำเนินงานและความสามารถในการจ่ายเงินปันผลของบริษัทย่อย ด้วยเหตุนี้ความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นจึงเป็นความเสี่ยงจากการประกอบธุรกิจตลอดจนความสามารถในการจ่ายเงินปันผลของบริษัทย่อย โดยปัจจุบันรายได้จากบริษัทย่อยของบริษัทฯ คิดเป็นร้อยละ 100 ของรายได้รวมของบริษัทฯ ดังนั้นผลการดำเนินงานของบริษัทย่อยจึงมีความสำคัญอย่างมากต่อผลกำไรโดยรวม ซึ่งหากบริษัทย่อยประสบปัญหาในการดำเนินงานจะส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานโดยรวมของบริษัทฯ ด้วย ทั้งนี้ บริษัทย่อยมีนโยบายการจ่ายเงินปันผลให้แก่ผู้ถือหุ้นในอัตราไม่น้อยกว่าร้อยละ 40 ของกำไรสุทธิหลังหักภาษีเงินได้ของงบการเงินเฉพาะกิจการของบริษัทย่อย และภายหลังการจัดสรรทุนสำรองตามกฎหมาย โดยอัตราการจ่ายเงินปันผลขึ้นอยู่กับผลการดำเนินงาน สถานะการเงิน สภาพคล่อง ความจำเป็นในการลงทุนหมุนเวียน การลงทุนเพิ่มเติม การขยายธุรกิจ เงื่อนไขและข้อกำหนดที่กำหนดไว้ในสัญญาเงินกู้ยืมและปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในการบริหารงานตามที่คณะกรรมการและ/หรือผู้ถือหุ้นของบริษัทย่อยเห็นสมควร ทั้งนี้ การจ่ายเงินปันผลดังกล่าวจะไม่เกินกำไรสะสมที่ปรากฏอยู่ในงบการเงินเฉพาะกิจการของบริษัทย่อยและเป็นไปตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

นอกจากนี้ การจ่ายเงินปันผลของบริษัทฯ ให้แก่ผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ จะจ่ายจากกำไรสุทธิที่ปรากฏในงบการเงินเฉพาะกิจการของบริษัทฯ ซึ่งขึ้นอยู่กับความสามารถในการจ่ายเงินปันผลของบริษัทย่อย เนื่องจากเงินปันผลดังกล่าวถือเป็น

รายได้เกือบทั้งหมดในงบการเงินเฉพาะกิจการของบริษัทฯ หากบริษัทหยุดไม่สามารถจ่ายเงินปันผลให้กับบริษัทฯ ได้ตามนโยบายการจ่ายเงินปันผลเนื่องมาจากผลประกอบการในระยะเวลาอันไม่มีกำไรหรือเหตุผลทางธุรกิจอื่นใดเช่นการตั้งสำรองเงินทุนเพื่อขยายกิจการหรือเพื่อจ่ายชำระคืนเงินกู้ยืม เป็นต้น จะส่งผลกระทบต่อความสามารถในการจ่ายเงินปันผลของบริษัทฯ ด้วย

ปัจจุบัน บริษัทฯ มีนโยบายการจ่ายเงินปันผลในอัตราไม่น้อยกว่าร้อยละ 40 ของกำไรสุทธิของงบการเงินรวมหลังหักภาษีเงินได้ ทั้งนี้ อัตราการจ่ายเงินปันผลขึ้นอยู่กับแผนการลงทุน เงื่อนไขและข้อจำกัดตามที่กำหนดไว้ในสัญญากู้ยืมเงินหรือสัญญาต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง (ถ้ามี) สถานะการเงินและผลการดำเนินงานและปัจจัยที่เกี่ยวข้องอื่นๆ โดยคณะกรรมการบริษัทอาจจะพิจารณาทบทวนและแก้ไขนโยบายการจ่ายเงินปันผลเป็นครั้งคราว เพื่อให้เป็นไปตามแผนการเติบโตทางธุรกิจของบริษัทฯ ในอนาคต ความต้องการใช้เงินลงทุนและเงินทุนหมุนเวียนรวมถึงปัจจัยด้านอื่นๆ ที่เห็นสมควร ทั้งนี้ การจ่ายเงินปันผลดังกล่าวจะไม่เกินกำไรสะสมที่ปรากฏอยู่ในงบการเงินเฉพาะของบริษัทฯ และเป็นไปตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ พ.ร.บ. บริษัทมหาชน รวมทั้งเงื่อนไขต่างๆ อาทิ กระแสเงินสดจริง กำไร สถานะการเงิน และความต้องการเงินทุนของบริษัทฯ ตลอดจนปัจจัยอื่นๆ ที่คณะกรรมการบริษัทอาจเห็นว่าเกี่ยวข้อง อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ไม่สามารถรับรองได้ว่าบริษัทฯ จะสามารถสร้างผลกำไรในปีใดๆ หรือคณะกรรมการบริษัทจะจ่ายเงินปันผลหรือไม่ ถึงแม้ว่าบริษัทฯ จะมีผลกำไร ทั้งนี้ ตาม พ.ร.บ. บริษัทมหาชน หากบริษัทฯ ยังคงมีผลขาดทุนสะสม บริษัทฯ จะยังไม่สามารถจ่ายเงินปันผลถึงแม้ว่าบริษัทฯ จะมีกำไรสุทธิในปีนั้นก็ตาม

### 3.2 ความเสี่ยงจากการแข่งขันในธุรกิจเครื่องดื่มน้ำแร่และเครื่องดื่มอื่น

เครื่องดื่มน้ำแร่และเครื่องดื่มอื่นๆ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการแข่งขันสูงทั้งจากผู้ประกอบการที่มีอยู่ในปัจจุบันและผู้ประกอบการใหม่ที่อาจเข้ามาแข่งขันในตลาด การแข่งขันระดับสูงในธุรกิจเครื่องดื่มน้ำแร่ในประเทศไทยส่งผลให้ที่ผ่านมาผู้ประกอบการมิได้ปรับราคาขายเครื่องดื่มน้ำแร่อย่างมีนัยสำคัญ ปัจจุบัน เครื่องดื่มน้ำแร่แบบขวดซึ่งมีขนาดบรรจุ 150 มิลลิลิตร มีราคาขายปลีกในประเทศไทยโดยทั่วไปอยู่ที่ขวดละ 10 บาท ดังนั้นเพื่อคงหรือเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มน้ำแร่ ผู้ประกอบการแต่ละรายรวมถึง CBD ต้องทำกิจกรรมทางการตลาด และใช้งบประมาณในการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง ผู้ประกอบการที่เป็นคู่แข่งที่สำคัญเหล่านี้ อาจมีศักยภาพในด้านเงินทุน และมีประสิทธิภาพในการผลิตและดำเนินกิจกรรมทางการตลาดได้เป็นผลสำเร็จมากกว่า CBD การแข่งขันที่รุนแรงดังกล่าว อาจทำให้ CBD ไม่สามารถรักษาหรือเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด ในขณะที่วัตถุดิบและวัสดุหีบห่อรายการที่สำคัญมีราคาซื้อขายเป็นไปตามระดับอุปสงค์และอุปทานในตลาด กระบวนการผลิตมีต้นทุนเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในส่วนของค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่ายจากโครงการขยายกำลังผลิตที่ทยอยเข้าสู่กิจกรรมเชิงพาณิชย์ตั้งแต่ช่วงครึ่งหลังปี 2560 ที่ผ่านมารวมไปถึงการมีค่าใช้จ่ายการตลาดและส่งเสริมการขายที่เปลี่ยนแปลงไปตามกลยุทธ์ในแต่ละช่วงเวลา ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อทางลบต่อธุรกิจ ผลการดำเนินงานและฐานะทางการเงินของกลุ่มบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ

### 3.3 ความเสี่ยงจากการนำผลิตภัณฑ์ใหม่เข้าสู่ตลาด

CBD เล็งเห็นความสำคัญในการนำผลิตภัณฑ์ใหม่เข้าสู่ตลาดโดยในการออกผลิตภัณฑ์ใหม่แต่ละครั้ง ต้องใช้เงินลงทุนค่อนข้างสูง ทั้งในด้านการคิดค้น การออกแบบผลิตภัณฑ์ การผลิต การตลาดซึ่งรวมถึงการทำโฆษณาประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการขายเพื่อให้สินค้าเป็นที่รู้จักได้รับการตอบรับที่ดีจากผู้บริโภคและสามารถสร้างรายได้จากการขายในระดับที่น่าพอใจให้กับผลิตภัณฑ์ใหม่นั้นได้ CBD อาจมีความเสี่ยงจากการลงทุนหากผลิตภัณฑ์ใหม่ไม่ได้รับการตอบรับหรือเป็นที่ชื่นชอบของผู้บริโภค โดยเฉพาะในสภาวะที่มีการแข่งขันสูงในธุรกิจ หาก CBD ไม่ประสบความสำเร็จในการนำผลิตภัณฑ์ใหม่เข้าสู่ตลาด อาจส่งผลกระทบต่อทางลบต่อธุรกิจ ผลการดำเนินงาน และฐานะทางการเงินของกลุ่มบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ

### 3.4 ความเสี่ยงเกี่ยวกับการพึ่งพินายยืนยง โอภากุล (แอ๊ด คาราบาว) ในฐานะผู้แนะนำสินค้า (Presenter) และตัวแทนสินค้า (Brand Ambassador) และการพึ่งพินภาพลักษณ์ของวงดนตรีคาราบาวของกลุ่มบริษัทฯ

ปัจจุบัน CBD ทำสัญญาว่าจ้างนายยืนยง โอภากุล ให้ทำหน้าที่เป็นผู้แนะนำสินค้า (Presenter) และเป็นตัวแทนสินค้า (Brand Ambassador) เพื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมภาพลักษณ์ของเครื่องหมายการค้าหรือผลิตภัณฑ์ “คาราบาวแดง” ที่จัดจำหน่ายในประเทศของ CBD แต่เพียงผู้เดียว โดยสัญญาโฆษณาประชาสัมพันธ์ดังกล่าวมีอายุ 5 ปี และสามารถต่ออายุสัญญาอัตโนมัติต่อไปอีก 5 ปี ซึ่งมีอัตราค่าจ้างสำหรับ 5 ปีแรก จำนวน 10 ล้านบาทและมีอัตราค่าจ้างสำหรับ 5 ปีต่อมา จำนวน 12 ล้านบาท ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทฯ สามารถเสนอปรับค่าตอบแทนดังกล่าวให้เหมาะสมและสอดคล้องกับราคาตลาด

ดังนั้น CBD ต้องอาศัยภาพลักษณ์ที่ดีและชื่อเสียงของนายยืนยง โอภากุล ในการทำการตลาด ด้วยเหตุนี้ หากภาพลักษณ์และชื่อเสียงของนายยืนยง โอภากุล เปลี่ยนแปลงไปอย่างมีนัยสำคัญ อาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของเครื่องหมายการค้าหรือผลิตภัณฑ์ “คาราบาวแดง” ทำให้ CBD สูญเสียกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และอาจส่งผลกระทบทางลบต่อธุรกิจ ผลการดำเนินงาน และฐานะทางการเงินของกลุ่มบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ

นอกจากนี้ คาราบาวแดงเป็นเครื่องหมายการค้าที่เชื่อมโยงกับวงดนตรีเพื่อชีวิตคาราบาว ดังนั้น CBD จึงต้องพึ่งพินภาพลักษณ์ที่ดีและชื่อเสียงของวงดนตรีเพื่อชีวิตคาราบาว หากภาพลักษณ์ของวงดนตรีเพื่อชีวิตคาราบาว เปลี่ยนแปลงไปในแง่ลบอย่างมีนัยสำคัญ อาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของเครื่องหมายการค้าหรือผลิตภัณฑ์ “คาราบาวแดง” ทำให้ CBD สูญเสียกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และอาจส่งผลกระทบทางลบต่อธุรกิจ ผลการดำเนินงาน และฐานะทางการเงินของกลุ่มบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญเช่นกัน

ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทฯ ให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การตลาดและส่งเสริมการขายผ่านการใช้สื่อโฆษณาในวงกว้าง และการจัดกิจกรรมแบบเฉพาะเจาะจง โดยเฉพาะการสร้างทีมงานสาวบาวแดงซึ่งเป็นทีมงานปฏิบัติการทางการตลาดภาคสนามขนาดใหญ่ที่มุ่งเน้นให้เกิดการสร้างความสัมพันธ์กับตัวแทนจำหน่ายไปจนถึงกลุ่มผู้บริโภคในแต่ละพื้นที่ทั่วประเทศตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ กลยุทธ์การตลาดและส่งเสริมการขายเริ่มมีมิติของการสร้างความเชื่อมโยงจากตัวผลิตภัณฑ์ทั้งในด้านคุณภาพและภาพลักษณ์ไปสู่กีฬาฟุตบอลและทีมฟุตบอลชั้นนำของโลก ได้แก่ Chelsea Football Club (CFC) และ English Football League (EFL) ตั้งแต่ช่วงปลายปี 2558 เป็นต้นมา สิ่งต่างๆ เหล่านี้เป็นการสร้างการรับรู้และตำแหน่งทางการตลาดในเชิงสัญลักษณ์ (Symbolic positioning) ที่แตกต่างเฉพาะตัว และมีนัยสำคัญเพิ่มขึ้นต่อการสร้างความรับรู้ในตลาดระดับสากล ดังนั้น กลุ่มบริษัทฯ เชื่อว่านายยืนยง โอภากุล และวงดนตรีคาราบาวยังมีความสำคัญต่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมภาพลักษณ์ในปัจจุบัน แต่ระดับการพึ่งพินมีแนวโน้มลดลง อีกทั้งยังจำกัดอยู่แค่เพียงกลุ่มผู้บริโภคในประเทศ ขณะที่ทั้งการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ใหม่ภายใต้เครื่องหมายการค้าของกลุ่มบริษัทฯ ที่ได้เริ่มทำตลาดและจัดจำหน่ายตั้งแต่ในช่วงปลายปี 2559 และการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มบำรุงกำลังภายใต้เครื่องหมายการค้าของกลุ่มบริษัทฯ ไปยังตลาดต่างประเทศ ต่างก็สร้างการเติบโตที่มีนัยสำคัญให้แก่รายได้ของกลุ่มบริษัทฯ ส่งผลให้สัดส่วนรายได้จากการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ “คาราบาวแดง” ในประเทศและการพึ่งพินภาพลักษณ์ของวงดนตรีคาราบาวที่จำกัดอยู่ในตลาดในประเทศ ลดลงโดยเปรียบเทียบ



### 3.5 ความเสี่ยงจากการที่ CBD อาศัยผู้นำเข้า ตัวแทนจำหน่าย และ/หรือผู้จัดจำหน่ายท้องถิ่นในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของ CBD ในต่างประเทศ

การดำเนินธุรกิจส่งออกในต่างประเทศนั้น CBD ต้องอาศัยผู้นำเข้า ตัวแทนจำหน่าย และ/หรือผู้จัดจำหน่ายท้องถิ่นในแต่ละประเทศที่ CBD ดำเนินธุรกิจ ทั้งนี้ CBD ไม่มีนโยบายที่จะเข้าทำสัญญาระยะยาวกับผู้นำเข้า ตัวแทนจำหน่าย และ/หรือผู้จัดจำหน่ายดังกล่าว แม้ว่า CBD จะมีความสัมพันธ์ทางธุรกิจที่ยาวนานกับผู้นำเข้า ตัวแทนจำหน่าย และ/หรือผู้จัดจำหน่ายท้องถิ่นเหล่านั้นก็ตาม ลักษณะการดำเนินธุรกิจดังกล่าวถือเป็นหลักปกติทั่วไปในอุตสาหกรรมที่ CBD ดำเนินธุรกิจอยู่

ดังนั้น CBD ไม่สามารถรับรองได้ว่า ผู้นำเข้า ตัวแทนจำหน่าย และ/หรือผู้จัดจำหน่ายท้องถิ่นในต่างประเทศทุกรายของ CBD จะยังคงความสัมพันธ์ทางธุรกิจกับ CBD ต่อไปในอนาคต นอกจากนี้ CBD ยังไม่สามารถรับรองได้ว่า ผู้นำเข้า ตัวแทนจำหน่าย และ/หรือผู้จัดจำหน่ายท้องถิ่นของ CBD จะดำเนินการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้ตรงตามเป้าที่ CBD ตั้งไว้ได้หรือไม่ ในกรณีที่ผู้นำเข้า ตัวแทนจำหน่าย และ/หรือผู้จัดจำหน่ายท้องถิ่นตัดสินใจที่จะยุติความสัมพันธ์ทางธุรกิจกับ CBD หรือปฏิบัติงานได้ไม่ตรงตามเป้าหมาย CBD อาจได้รับผลกระทบในทางลบจากความล่าช้าในการที่ CBD ต้องเข้าเจรจาทำข้อตกลงการจัดจำหน่ายสินค้ากับผู้นำเข้า ตัวแทนจำหน่าย และ/หรือผู้จัดจำหน่ายท้องถิ่นรายอื่น ซึ่งอาจมีอุปสรรคในการเข้าไปประกอบธุรกิจหรือจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในต่างประเทศได้ นอกจากนี้ CBD ไม่สามารถรับรองได้ว่า ผู้นำเข้า ตัวแทนจำหน่าย และ/หรือผู้จัดจำหน่ายท้องถิ่นในต่างประเทศของ CBD จะสามารถปฏิบัติตามกฎเกณฑ์และระเบียบของทางราชการที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจในต่างประเทศได้ครบถ้วนและ CBD อาจไม่สามารถทำข้อตกลงกับผู้นำเข้า ตัวแทนจำหน่าย และ/หรือผู้จัดจำหน่ายท้องถิ่นในต่างประเทศรายใหม่ได้ในระยะเวลาที่เหมาะสม หรือไม่สามารถหาผู้นำเข้า ตัวแทนจำหน่าย และ/หรือผู้จัดจำหน่ายท้องถิ่นในต่างประเทศรายใหม่ได้ ซึ่งกรณีดังกล่าวอาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจ โอกาสทางธุรกิจ ผลการดำเนินงาน และฐานะทางการเงินของกลุ่มบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ

### 3.6 ความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาวัตถุดิบและภาวะขาดแคลนวัตถุดิบ

#### (1) น้ำตาลทราย

น้ำตาลทรายเป็นสินค้าโภคภัณฑ์ (Commodity Product) ที่มีราคาขึ้นลงตามอุปสงค์และอุปทานในตลาดและนโยบายของรัฐบาล หากราคาปรับตัวสูงขึ้น CBD ไม่สามารถรับรองว่าจะสามารถผลิตรายได้เพิ่มขึ้นให้แก่ผู้บริโภคนได้ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจ ผลการดำเนินงาน และฐานะทางการเงินของกลุ่มบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ หนึ่งในน้ำตาลทรายที่ใช้สำหรับผลิตภัณฑ์ขายในประเทศอยู่ภายใต้มาตรการควบคุมราคาในอดีต แต่มาตรการดังกล่าวได้ถูกยกเลิกแล้วในช่วงไตรมาสแรกของปี 2561 ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่าราคาน้ำตาลทรายเป็นไปตามกลไกราคาในตลาดโลก ซึ่งเป็นผลของปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงแต่ไม่จำกัดเฉพาะสภาพภูมิอากาศที่เอื้ออำนวยหรือเป็นอุปสรรคต่อการเพาะปลูกในแต่ละประเทศ นโยบายส่งเสริมการนำเข้าและส่งออกของภาครัฐโดยเฉพาะในกลุ่มประเทศพัฒนาแล้ว นอกจากนี้ ราคาน้ำตาลทรายยังมีความสัมพันธ์กับความเคลื่อนไหวของสกุลเงินเรียลบราซิล (BRL) จากการที่บราซิลเป็นประเทศผู้ส่งออกน้ำตาลทรายใหญ่ของโลก นอกจากนี้ ยังมีความสัมพันธ์กับราคาน้ำมันเชื้อเพลิง เนื่องจากน้ำตาลอ้อยรวมถึงกากน้ำตาลสามารถนำไปผลิตเป็นเอทานอล โดยผสมกับน้ำมันเพื่อใช้เป็นเชื้อเพลิงรถยนต์

#### (2) เศษแก้ว

เศษแก้วเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตขวดแก้วสีชาของ APG ซึ่งจัดซื้อโดยการทำสัญญาระยะสั้นอายุประมาณ 1 ปี เพื่อจัดหาเศษแก้วจากบริษัทผู้ค้าและ APG ยังคงมีแผนที่จะออกไปสั่งซื้อเพื่อสั่งซื้อเศษแก้วจากผู้ค้าเศษแก้วจำนวนอย่างน้อย 2-3 ราย ซึ่งการทำสัญญาระยะสั้นเพื่อจัดหาเศษแก้วและการออกไปสั่งซื้อดังกล่าวเป็นไปตามหลักปฏิบัติของตลาดโดยทั่วไป อย่างไรก็ตาม APG ไม่สามารถรับรองได้ว่าผู้ค้าเศษแก้วจะสามารถจัดหาเศษแก้วให้แก่ APG ได้ในปริมาณที่



เพียงพอและในราคาที่เหมาะสม หากมีกรณีดังกล่าว APG อาจมีต้นทุนในการผลิตขวดแก้วสูงขึ้น เนื่องจาก APG ต้องปรับปรุงการผลิตโดยใช้วัตถุดิบอื่นที่มีต้นทุนสูงกว่าเศษแก้วเพิ่มมากขึ้น เช่น เพิ่มปริมาณการใช้ทรายแก้ว และโซดาแอช เป็นต้น ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจ ผลการดำเนินงาน และฐานะทางการเงินของกลุ่มบริษัท อย่างมีนัยสำคัญ

(3) **อลูมิเนียมชนิดแผ่น**

อลูมิเนียมชนิดแผ่นเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตกระป๋องอลูมิเนียมซึ่ง ACM จัดซื้อจากบริษัทโรงหลอมและขึ้นรูปอลูมิเนียมขนาดใหญ่ในประเทศที่มีคุณภาพและมาตรฐานในระดับสากล โดยการทำสัญญาระยะสั้นที่ระบุราคาและจำนวนที่แน่นอน ทั้งนี้ ACM มีแผนที่จะสั่งซื้ออลูมิเนียมชนิดแผ่นจากบริษัทอื่นเพิ่มเติมในอนาคต นอกจากนี้ อลูมิเนียมชนิดแผ่นเป็นสินค้าโภคภัณฑ์ที่มีราคาอ้างอิงกับตลาดซื้อขายล่วงหน้าโลหะในกรุงลอนดอน (London Metal Exchange: LME) ซึ่งมีราคาซื้อขายเป็นไปตามระดับอุปสงค์และอุปทานในตลาด หากมีกรณีดังกล่าว ACM อาจมีต้นทุนในการผลิตกระป๋องอลูมิเนียมสูงขึ้น ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจ ผลการดำเนินงาน และฐานะทางการเงินของกลุ่มบริษัท อย่างมีนัยสำคัญ

(4) **ก๊าซธรรมชาติ**

ก๊าซธรรมชาติเป็นหนึ่งในต้นทุนพลังงานหลักในการผลิต โดยกลุ่มบริษัท เข้าทำสัญญาซื้อขายระยะยาว ก๊าซธรรมชาติกับบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) หรือ “ปตท.” ในฐานะที่กลุ่มบริษัท เป็นผู้ใช้ก๊าซธรรมชาติเพื่อการอุตสาหกรรมในประเทศไทย โดยมีโครงสร้างราคาประกอบไปด้วย (1) ราคาก๊าซซึ่งผันแปรตามราคาน้ำมันเตาในประเทศสิงคโปร์ อัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐ ปริมาณการใช้ก๊าซธรรมชาติเฉลี่ยต่อวันและปัจจัยที่เกี่ยวข้องอื่น และ (2) Demand Charge ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายคงที่ที่กำหนดตามปริมาณการใช้ก๊าซธรรมชาติตามที่ได้ตกลงไว้ในสัญญา จึงมีความเสี่ยงที่ราคาก๊าซตามสัญญาดังกล่าวจะปรับตัวสูงขึ้นตามความผันแปรของราคาและอัตราแลกเปลี่ยนอ้างอิง รวมทั้งปริมาณการใช้ก๊าซธรรมชาติเฉลี่ยต่อวัน และมีผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตเครื่องดื่มน้ำปรุงกำลังและเครื่องดื่มอื่นๆ ในภาพรวมของกลุ่มบริษัท นอกจากนี้ หากมีการจัดส่งก๊าซไม่เพียงพอต่อปริมาณความต้องการใช้งานตามแผนผลิต อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจ ผลการดำเนินงาน และฐานะทางการเงินของกลุ่มบริษัท อย่างมีนัยสำคัญ

**3.7 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงนโยบาย กฎเกณฑ์ และระเบียบทางการที่เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัท**

ธุรกิจการผลิต ทำการตลาด และจำหน่ายคาราบาวแดงของ CBD อยู่ภายใต้การกำกับดูแลตามหลักเกณฑ์ทางกฎหมายและระเบียบของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่สำคัญ ได้แก่ พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 (ตามที่ได้แก้ไขเพิ่มเติม) รวมทั้งประกาศและกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องของกระทรวงสาธารณสุข โดยหลักเกณฑ์ทางกฎหมายดังกล่าวกำหนดข้อจำกัดเกี่ยวกับฉลากการโฆษณาและการทำการตลาดเครื่องดื่มบำรุงกำลัง เช่น ข้อจำกัดในการโฆษณาสรรพคุณของสินค้า ข้อจำกัดในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย ข้อกำหนดให้ผู้ผลิตเครื่องดื่มบำรุงกำลังต้องแสดงคำเตือนบนฉลากถึงปริมาณการบริโภคในแต่ละวัน เป็นต้น นอกจากนี้ธุรกิจการผลิตเครื่องดื่มบำรุงกำลังของ CBD ยังอยู่ภายใต้ข้อกำหนดและหลักเกณฑ์ทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม เช่น พระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535 พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม พ.ศ. 2535 ซึ่งข้อจำกัดและข้อกำหนดทางกฎหมายเหล่านี้เป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ CBD นำมาพิจารณาประกอบในการตัดสินใจเกี่ยวกับนโยบายการผลิต การทำการตลาด และการส่งเสริมการขาย ดังนั้นหากหน่วยงานราชการเปลี่ยนแปลงนโยบาย กฎเกณฑ์ หรือระเบียบที่ใช้ในการกำกับดูแลธุรกิจเครื่องดื่มบำรุงกำลังให้มีความเข้มงวดมากขึ้น อาจส่งผลกระทบต่อนโยบายและกลยุทธ์ในการทำการตลาดของ CBD และหาก CBD ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงนโยบายและกลยุทธ์ทางการตลาด

ให้สอดคล้องกับนโยบาย กฎเกณฑ์ และระเบียบที่เกี่ยวข้อง หรือการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว อาจทำให้ CBD ต้องมีการระเพิ่มมากขึ้นในการปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่เปลี่ยนแปลงไปซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจ ผลการดำเนินงาน และฐานะทางการเงินของกลุ่มบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ

นอกจากนี้ พระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 ทำให้กลุ่มบริษัทฯ มีหน้าที่ชำระภาษีที่เกี่ยวข้องในอัตราที่เปลี่ยนไปจากเดิม มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 16 กันยายน 2560 ผลกระทบภายใต้กฎหมายใหม่ดังกล่าวนอกจากต้องประเมินตามอัตราที่กำหนดบนฐานราคาขายปลีกแนะนำ ยังต้องประเมินภาระภาษีตามค่าความหวานต่อลิตร ภาระภาษีในส่วนของค่าความหวานจะปรับขึ้นเป็นขั้นบันไดทุก 2 ปี จนถึงปี 2566 โดยครั้งแรกในเดือนตุลาคม 2562 การคิดคำนวณบนอัตราใหม่ดังกล่าวอาจทำให้กลุ่มบริษัทฯ มีภาระต้องจ่ายภาษีเพิ่มขึ้นและอาจส่งผลกระทบในทางลบต่อดัชนีทุนผลิตภัณฑ์และผลการดำเนินงานของกลุ่มบริษัทฯ

### 3.8 ความเสี่ยงจากการที่ CBD ไม่สามารถขึ้นทะเบียนหรือต่ออายุทะเบียนผลิตภัณฑ์ในประเทศที่ CBD จำหน่าย

ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทั้งในประเทศและในต่างประเทศ CBD จำเป็นต้องดำเนินการขึ้นทะเบียนผลิตภัณฑ์ต่อหน่วยงานราชการที่กำกับดูแลของประเทศดังกล่าว หาก CBD ไม่สามารถขึ้นทะเบียนหรือต่ออายุทะเบียนผลิตภัณฑ์อาจส่งผลให้ CBD ไม่สามารถจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในประเทศดังกล่าวได้ และอาจส่งผลกระทบในทางลบต่อตำแหน่งการแข่งขันทางธุรกิจ ธุรกิจ ผลการดำเนินงาน ฐานะทางการเงิน และโอกาสทางธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ

### 3.9 ความเสี่ยงเกี่ยวกับความปลอดภัยในการบริโภคและความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบริษัทฯ

#### (1) ความเสี่ยงจากการผลิตผลิตภัณฑ์

CBD มีความเสี่ยงในการผลิต การบรรจุหีบห่อ และการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ความเสี่ยงดังกล่าวอาจเกิดมาจาก (1) ผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีคุณภาพ (2) ผลิตภัณฑ์ที่ชำรุดบกพร่อง (3) ผลิตภัณฑ์ที่มีการปนเปื้อน หรือ (4) การติดฉลากและคำเตือนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ไม่เพียงพอหรือไม่ถูกต้อง เป็นผลให้ผู้บริโภคได้รับความเสียหายและเรียกร้องให้ CBD รับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากผลิตภัณฑ์ของ CBD โดยให้ CBD ชดเชยค่าเสียหาย หรืออาจมีการเรียกคืนผลิตภัณฑ์ของ CBD จากตลาด รวมทั้งหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องอาจสั่งให้ CBD ระงับหรือหยุดการประกอบกิจการได้ และอาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจ โอกาสทางธุรกิจ ผลการดำเนินงาน และฐานะทางการเงินของกลุ่มบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ

#### (2) ความเสี่ยงจากการบริโภคผลิตภัณฑ์

แม้ว่า CBD จะจัดให้มีข้อความคำเตือนถูกต้องตามที่กำหนดในประกาศของกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 194) พ.ศ. 2543 เรื่อง ฉลาก และประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 182) พ.ศ. 2541 เรื่อง ฉลากโภชนาการ เช่น สำหรับคาราบาวแดง CBD ได้ระบุข้อความ "ห้ามดื่มเกินวันละ 2 ขวด เพราะหัวใจจะสั่น นอนไม่หลับ เด็กและสตรีมีครรภ์ไม่ควรดื่ม ผู้ป่วยปรึกษาแพทย์ก่อน" ไว้บนฉลากแล้วก็ตาม แต่ CBD ก็ยังมีความเสี่ยงที่ผลิตภัณฑ์ของ CBD จะก่อให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพของผู้บริโภค หากผู้บริโภคไม่ปฏิบัติตามคำเตือนในฉลาก และอาจเกิดการเรียกร้องให้ CBD รับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากการบริโภคผลิตภัณฑ์ของ CBD โดยให้ CBD ชดเชยค่าดูแลรักษาพยาบาล หรืออาจมีการเรียกคืนผลิตภัณฑ์ของ CBD จากตลาด รวมทั้งหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องอาจสั่งให้ CBD ระงับหรือหยุดการประกอบกิจการได้ หากเกิดกรณีดังกล่าวอาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจ ผลการดำเนินงาน และฐานะทางการเงินของกลุ่มบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ หากมีข้อกล่าวหาว่าผลิตภัณฑ์ของ CBD เป็นอันตราย แม้ข้อกล่าวหาดังกล่าวจะไม่ได้อยู่บนพื้นฐานของความเป็นจริง อาจส่งผลกระทบต่อความต้องการผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้าของ CBD ลดน้อยลง นอกจากนี้ ผลิตภัณฑ์เหล่านี้อาจถูก

เรียกคืนจากตลาด ทั้งนี้การเรียกคืนผลิตภัณฑ์ใดๆ โดยไม่คำนึงถึงความชอบด้วยกฎหมาย อาจส่งผลกระทบต่อความเสี่ยงของกลุ่มบริษัท รวมทั้งธุรกิจ ผลการดำเนินงาน และฐานะทางการเงินของกลุ่มบริษัท อย่างมีนัยสำคัญ

### 3.10 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงบุคลากร โดยเฉพาะอย่างยิ่งเจ้าหน้าที่บริหารระดับสูงที่มีความสำคัญ

การประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัท ต้องอาศัยความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ของบุคลากร โดยเฉพาะอย่างยิ่งเจ้าหน้าที่บริหารระดับสูง หากกลุ่มบริษัท ไม่สามารถรักษามูลค่าบุคลากรที่สำคัญดังกล่าว หรือไม่สามารถสรรหาผู้มีคุณสมบัติเหมาะสมในระดับเดียวกับเจ้าหน้าที่บริหารระดับสูง เพื่อดำรงตำแหน่งแทนบุคลากรที่สำคัญนี้ได้ อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจในทางลบต่อธุรกิจ ผลการดำเนินงาน และฐานะทางการเงินของกลุ่มบริษัท อย่างมีนัยสำคัญ

### 3.11 ความเสี่ยงทางการเงินจากอัตราแลกเปลี่ยน

ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเป็นหนึ่งในปัจจัยเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อฐานะการเงินและผลการดำเนินงาน เนื่องจากบริษัท มีการลงทุนโดยการถือหุ้นในบริษัทย่อยที่ประกอบธุรกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศ และบริษัทย่อยดังกล่าวมีรายรับและรายจ่ายดำเนินงานปกติที่เกี่ยวข้องกับสกุลเงินตราอื่นที่มีใช้สกุลเงินตราหลักในประเทศของตนเอง อีกทั้งการเติบโตอย่างรวดเร็วของขนาดธุรกิจต่างประเทศในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา

สำหรับรอบปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2561 CBD มีรายได้จากการขายต่างประเทศ 6,392 ล้านบาท โดยในจำนวนนี้มีธุรกรรมที่อยู่ในรูปสกุลเงินไทยบาทและสกุลเงินตราอื่นในอัตราส่วนประมาณร้อยละ 80:20 และมีสกุลเงินตราต่างประเทศที่สำคัญ คือ เหรียญสหรัฐ ในขณะที่ ICUK มีรายได้จากการขายในประเทศอังกฤษและการส่งออกขายไปยังประเทศอื่นนอกทวีปเอเชีย 84 ล้านบาท การเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนจึงอาจส่งผลให้รายได้จากการขายต่างประเทศในภาพรวมของกลุ่มบริษัท ได้รับผลกระทบ ดังนั้น กลุ่มบริษัท บริหารความเสี่ยงในจุดนี้ด้วยการเจรจาต่อรองเงื่อนไขการค้าและราคาซื้อขายให้เป็นสกุลเงินตราหลักในประเทศของตนเองและรับชำระค่าสินค้าล่วงหน้าเป็นหลัก รวมถึงมีการประยุกต์ใช้เครื่องมือการเงิน (Derivatives) เป็นรายการหนี้ตามความเหมาะสมในแต่ละช่วงเวลา โดยไม่แสวงหาผลกำไรแต่มุ่งเน้นให้เกิดเสถียรภาพของการเข้าทำธุรกรรมเกี่ยวข้องกับสกุลเงินตราต่างประเทศให้อยู่ในเกณฑ์ที่สามารถบริหารจัดการได้

### 3.12 ความเสี่ยงจากการดำเนินงานของกลุ่มบริษัท ต้องหยุดชะงัก

กลุ่มบริษัท ใช้โรงงานผลิตและคลังสินค้าในการดำเนินธุรกิจผลิต ทำการตลาด และจำหน่ายเครื่องดื่มบำรุงกำลังและเครื่องดื่มอื่น ๆ ดังนั้น หากเกิดภัยธรรมชาติ เช่น พายุ อัคคีภัย และแผ่นดินไหว หรือเหตุการณ์ร้ายแรงที่กลุ่มบริษัท ควบคุมไม่ได้ เช่น การขัดข้องของระบบไฟฟ้า การขาดแคลนน้ำประปา การโจมตีของผู้ก่อการร้ายและสงคราม อาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการผลิตผลิตภัณฑ์และการดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัท ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจในทางลบต่อธุรกิจ ผลการดำเนินงาน และฐานะทางการเงินของกลุ่มบริษัท อย่างมีนัยสำคัญ

### 3.13 ความเสี่ยงจากการถูกผู้ถือหุ้นรายใหญ่ควบคุมเสียงของที่ประชุมผู้ถือหุ้น

ณ 28 ธันวาคม 2561 กลุ่มนายเสถียร เศรษฐสิทธิ์ กลุ่มนางสาวณัฐชไม วัฒนอมบุญเจริญ และกลุ่มนายเย็นยง โอภากุล ถือหุ้นอยู่ในบริษัท ประมาณร้อยละ 34.4 ร้อยละ 22.8 และร้อยละ 14.2 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัท ตามลำดับ

นอกจากนี้ นายเสถียร เศรษฐสิทธิ์ และนางสาวณัฐชไม วัฒนอมบุญเจริญ ยังดำรงตำแหน่งเป็นผู้บริหารและกรรมการผู้มีอำนาจลงนามของบริษัท ด้วย จึงทำให้ผู้ถือหุ้นใหญ่ดังกล่าวมีอำนาจในการควบคุมการบริหารจัดการบริษัท รวมถึงสามารถควบคุมเสียงของที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้เกือบทั้งหมดไม่ว่าจะเป็นเรื่องการแต่งตั้งกรรมการ หรือการขอมติในเรื่องอื่นที่ต้องใช้เสียง



ส่วนใหญ่ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น นอกจากนั้น สัดส่วนการถือหุ้นของกลุ่มนายเสถียร เศรษฐสิทธิ์ หรือของกลุ่มนางสาวณัฐชไม ฤณอมบุญเจริญ ยังสามารถคัดค้านมติที่สำคัญในที่ประชุมผู้ถือหุ้นสำหรับเรื่องที่กฎหมายหรือข้อบังคับบริษัท กำหนดให้ต้องได้รับเสียงไม่น้อยกว่าสามในสี่จากผู้ถือหุ้นที่มาประชุมและมีสิทธิออกเสียง

### 3.14 ความเสี่ยงจากการที่ผลประกอบการและฐานะทางการเงินของกลุ่มบริษัทฯ อาจได้รับผลกระทบจากความผันผวนของอัตราดอกเบี้ย

ตามที่ปรากฏในงบการเงินรวมสิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 กลุ่มบริษัทฯ มีหนี้สินที่ก่อให้เกิดภาระดอกเบี้ยจ่ายจำนวน 4,741 ล้านบาท คิดเป็นอัตราส่วนหนี้สินที่ก่อให้เกิดภาระดอกเบี้ยจ่ายต่อส่วนของผู้ถือหุ้น 0.6 เท่า เพิ่มขึ้นจาก 0.5 เท่า ณ สิ้นสุดวันเดียวกันปีก่อนหน้า การปรับตัวสูงขึ้นของอัตราดอกเบี้ยในอนาคตอาจส่งผลกระทบต่อกลุ่มบริษัทฯ มีต้นทุนทางการเงินเพิ่มสูงขึ้นและอาจส่งผลกระทบต่อผลประกอบการและฐานะทางการเงินอย่างมีนัยสำคัญ กลุ่มบริษัทฯ ตระหนักถึงผลกระทบที่อาจเกิดจากความเสี่ยงทางการเงินดังกล่าว จึงดำเนินการออกและเสนอขายหุ้นกู้รวมจำนวน 2,790 ล้านบาท ประกอบไปด้วยส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายใน 2 ปีจำนวน 1,700 ล้านบาท และถึงกำหนดชำระภายใน 3 ปีจำนวน 1,090 ล้านบาท เพื่อปรับโครงสร้างทุนโดยคำนึงถึงการบริหารสภาพคล่อง ความสมดุลของแหล่งที่มาและใช้ไปของแหล่งเงินทุน ตลอดจนต้นทุนทางการเงินและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง รวมถึงอัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้นของกลุ่มบริษัทฯ ในภาพรวมเป็นสำคัญ

## 4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

### 4.1 สินทรัพย์ถาวรที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ประเภท/ลักษณะทรัพย์สิน	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ ณ 31 ธันวาคม 2561 (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1. ที่ดินและส่วนปรับปรุงที่ดิน	2,919.8	ไม่มีภาระผูกพันใดๆ
2. อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร	2,945.8	ไม่มีภาระผูกพันใดๆ
3. เครื่องจักรและอุปกรณ์	4,987.4	ไม่มีภาระผูกพันใดๆ
4. เครื่องตกแต่ง ติดตั้ง และเครื่องใช้สำนักงาน	74.5	ไม่มีภาระผูกพันใดๆ
5. ยานพาหนะ	62.1	ไม่มีภาระผูกพันใดๆ
6. สินทรัพย์ระหว่างก่อสร้างและติดตั้ง	100.7	ไม่มีภาระผูกพันใดๆ
รวม	11,090.3	

#### 4.1.1 ที่ดิน และส่วนปรับปรุงที่ดิน ณ 31 ธันวาคม 2561

เจ้าของกรรมสิทธิ์	: CBD
ที่ตั้ง และขนาดพื้นที่ (ไร่-งาน-วา)	: ที่ดินย่านสีลม แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ (จำนวน 6 แปลง) พื้นที่ 5-2-33.5
วัตถุประสงค์การถือครอง	: ที่ตั้งอาคารสำนักงานใหญ่ของกลุ่มบริษัทฯ และใช้แสวงหาประโยชน์ในเชิงพาณิชย์
ลักษณะกรรมสิทธิ์	: เป็นเจ้าของ
มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	: 2,154.9
ภาระผูกพัน	: ไม่มีภาระผูกพันใด ๆ

เจ้าของกรรมสิทธิ์	: CBD
ที่ตั้ง และขนาดพื้นที่ (ไร่-งาน-วา)	: ที่ดินย่านบางบ่อ ตำบลบางเปรี้ยว อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ (จำนวน 84 แปลง) พื้นที่ 23-0-63
วัตถุประสงค์การถือครอง	: ที่ตั้งโรงงานผลิตเครื่องดื่มบำรุงกำลัง และเครื่องดื่มอื่น ๆ
ลักษณะกรรมสิทธิ์	: เป็นเจ้าของ
มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	: 116.2
ภาระผูกพัน	: ไม่มีภาระผูกพันใด ๆ
เจ้าของกรรมสิทธิ์	: CBD
ที่ตั้ง และขนาดพื้นที่ (ไร่-งาน-วา)	: ที่ดินย่านชะอำ ตำบลชะอำ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี (จำนวน 1 แปลง) พื้นที่ 0-2-59.4
วัตถุประสงค์การถือครอง	: บ้านรับรอง
ลักษณะกรรมสิทธิ์	: เป็นเจ้าของ
มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	: 16.5
ภาระผูกพัน	: ไม่มีภาระผูกพันใด ๆ
เจ้าของกรรมสิทธิ์	: CBD
ที่ตั้ง และขนาดพื้นที่ (ไร่-งาน-วา)	: ที่ดินย่านบางปะกง ตำบลพิมพา อำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา (จำนวน 3 แปลง) พื้นที่ 50-0-0
วัตถุประสงค์การถือครอง	: ที่ตั้งโรงงานผลิตเครื่องดื่มบำรุงกำลัง และเครื่องดื่มอื่น ๆ
ลักษณะกรรมสิทธิ์	: เป็นเจ้าของ
มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	: 211.5
ภาระผูกพัน	: ไม่มีภาระผูกพันใด ๆ
เจ้าของกรรมสิทธิ์	: APG
ที่ตั้ง และขนาดพื้นที่ (ไร่-งาน-วา)	: ที่ดินย่านบางปะกง ตำบลพิมพา อำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา (จำนวน 15 แปลง) พื้นที่ 119-1-30 (จำนวน 1 แปลง) พื้นที่ 10-1-50
วัตถุประสงค์การถือครอง	: ที่ตั้งโรงงานผลิตขวดแก้วสีชา
ลักษณะกรรมสิทธิ์	: เป็นเจ้าของ
มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	: 389.3
ภาระผูกพัน	: ไม่มีภาระผูกพันใด ๆ
เจ้าของกรรมสิทธิ์	: ACM
ที่ตั้ง และขนาดพื้นที่ (ไร่-งาน-วา)	: ที่ดินย่านบางปะกง ตำบลพิมพา อำเภอบางปะกง จังหวัด

	จะเชิงเทรา พื้นที่ 31-3-85 ตามสัญญาเช่าระยะยาวกับ APG
วัตถุประสงค์การถือครอง	: ที่ตั้งโรงงานผลิตกระป๋องอลูมิเนียม
ลักษณะกรรมสิทธิ์	: เป็นเจ้าของ
มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	: 31.3
ภาระผูกพัน	: ไม่มีภาระผูกพันใด ๆ

รวมมูลค่าทางบัญชี ณ 31 ธันวาคม 2561 สำหรับที่ดิน และส่วนปรับปรุงที่ดิน เท่ากับ 2,919.8 ล้านบาท

#### 4.1.2 อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร ณ 31 ธันวาคม 2561

เจ้าของกรรมสิทธิ์	: CBD
ที่ตั้ง	: อาคารสำนักงาน และอาคารพาณิชย์ แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ
วัตถุประสงค์การถือครอง	: อาคารสำนักงานใหญ่ของกลุ่มบริษัทฯ และใช้เป็นอาคารในเชิงพาณิชย์
ลักษณะกรรมสิทธิ์	: เป็นเจ้าของ
มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	: 66.5
ภาระผูกพัน	: ไม่มีภาระผูกพันใด ๆ

เจ้าของกรรมสิทธิ์	: CBD
ที่ตั้ง	: โรงงาน ตำบลบางเปรี้ยว อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ
วัตถุประสงค์การถือครอง	: โรงงานผลิตเครื่องดื่มน้ำปรุงกำลัง และเครื่องดื่มอื่น ๆ
ลักษณะกรรมสิทธิ์	: เป็นเจ้าของ
มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	: 107.5
ภาระผูกพัน	: ไม่มีภาระผูกพันใด ๆ

เจ้าของกรรมสิทธิ์	: CBD
ที่ตั้ง	: โรงงาน ตำบลพิมพา อำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา
วัตถุประสงค์การถือครอง	: โรงงานผลิตเครื่องดื่มน้ำปรุงกำลัง และเครื่องดื่มอื่น ๆ
ลักษณะกรรมสิทธิ์	: เป็นเจ้าของ
มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	: 1,639.7
ภาระผูกพัน	: ไม่มีภาระผูกพันใด ๆ

เจ้าของกรรมสิทธิ์	: CBD
ที่ตั้ง	: บ้านพักรับรอง ตำบลชะอำ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี
วัตถุประสงค์การถือครอง	: บ้านรับรอง
ลักษณะกรรมสิทธิ์	: เป็นเจ้าของ
มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	: 16.8

ภาระผูกพัน : ไม่มีภาระผูกพันใด ๆ

เจ้าของกรรมสิทธิ์ : APG

ที่ตั้ง : อาคารโรงงาน

วัตถุประสงค์การถือครอง : ที่ตั้งเครื่องจักรและอุปกรณ์ผลิตขวดแก้วสีชา

ลักษณะกรรมสิทธิ์ : เป็นเจ้าของ

มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท) : 757.1

ภาระผูกพัน : ไม่มีภาระผูกพันใด ๆ

เจ้าของกรรมสิทธิ์ : ACM

ที่ตั้ง : อาคารโรงงาน

วัตถุประสงค์การถือครอง : ที่ตั้งเครื่องจักรและอุปกรณ์ผลิตกระป๋องอลูมิเนียม

ลักษณะกรรมสิทธิ์ : เป็นเจ้าของ

มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท) : 358.1

ภาระผูกพัน : ไม่มีภาระผูกพันใด ๆ

รวมมูลค่าทางบัญชี ณ 31 ธันวาคม 2561 สำหรับอาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร เท่ากับ 2,945.8 ล้านบาท

#### 4.1.3 เครื่องจักรและอุปกรณ์ ณ 31 ธันวาคม 2561

เจ้าของกรรมสิทธิ์ : CBD

สินทรัพย์ : เครื่องจักรและอุปกรณ์

วัตถุประสงค์การถือครอง : การผลิตผลิตภัณฑ์

ลักษณะกรรมสิทธิ์ : เป็นเจ้าของ

มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท) : 2,047.8

ภาระผูกพัน : ไม่มีภาระผูกพันใด ๆ

เจ้าของกรรมสิทธิ์ : DCM

สินทรัพย์ : อุปกรณ์

วัตถุประสงค์การถือครอง : สนับสนุนการดำเนินธุรกิจ

ลักษณะกรรมสิทธิ์ : เป็นเจ้าของ

มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท) : 3.6

ภาระผูกพัน : ไม่มีภาระผูกพันใด ๆ

เจ้าของกรรมสิทธิ์ : APG

สินทรัพย์ : เครื่องจักรและอุปกรณ์

วัตถุประสงค์การถือครอง : การผลิตผลิตภัณฑ์  
 ลักษณะกรรมสิทธิ์ : เป็นเจ้าของ  
 มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท) : 1,553.4  
 ภาระผูกพัน : ไม่มีภาระผูกพันใด ๆ

เจ้าของกรรมสิทธิ์ : ACM  
 สินทรัพย์ : เครื่องจักรและอุปกรณ์  
 วัตถุประสงค์การถือครอง : การผลิตผลิตภัณฑ์  
 ลักษณะกรรมสิทธิ์ : เป็นเจ้าของ  
 มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท) : 1,382.5  
 ภาระผูกพัน : ไม่มีภาระผูกพันใด ๆ

รวมมูลค่าทางบัญชี ณ 31 ธันวาคม 2561 สำหรับเครื่องจักรและอุปกรณ์ เท่ากับ 4,987.4 ล้านบาท

#### 4.1.4 เครื่องตกแต่ง ติดตั้ง และเครื่องใช้สำนักงาน ณ 31 ธันวาคม 2561

เจ้าของกรรมสิทธิ์ : CBD  
 สินทรัพย์ : เครื่องตกแต่ง ติดตั้ง และเครื่องใช้สำนักงาน  
 วัตถุประสงค์การถือครอง : สนับสนุนการดำเนินธุรกิจ  
 ลักษณะกรรมสิทธิ์ : เป็นเจ้าของ  
 มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท) : 41.9  
 ภาระผูกพัน : ไม่มีภาระผูกพันใด ๆ

เจ้าของกรรมสิทธิ์ : DCM  
 สินทรัพย์ : เครื่องตกแต่ง ติดตั้ง และเครื่องใช้สำนักงาน  
 วัตถุประสงค์การถือครอง : สนับสนุนการดำเนินธุรกิจ  
 ลักษณะกรรมสิทธิ์ : เป็นเจ้าของ  
 มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท) : 10.6  
 ภาระผูกพัน : ไม่มีภาระผูกพันใด ๆ

เจ้าของกรรมสิทธิ์ : APG  
 สินทรัพย์ : เครื่องตกแต่ง ติดตั้ง และเครื่องใช้สำนักงาน  
 วัตถุประสงค์การถือครอง : สนับสนุนการดำเนินธุรกิจ  
 ลักษณะกรรมสิทธิ์ : เป็นเจ้าของ  
 มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท) : 4.2  
 ภาระผูกพัน : ไม่มีภาระผูกพันใด ๆ



เจ้าของกรรมสิทธิ์ : ACM  
สินทรัพย์ : เครื่องตกแต่ง ติดตั้ง และเครื่องใช้สำนักงาน  
วัตถุประสงค์การถือครอง : สนับสนุนการดำเนินธุรกิจ  
ลักษณะกรรมสิทธิ์ : เป็นเจ้าของ  
มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท) : 11.0  
ภาระผูกพัน : ไม่มีภาระผูกพันใด ๆ

เจ้าของกรรมสิทธิ์ : ICUK  
สินทรัพย์ : เครื่องตกแต่ง ติดตั้ง และเครื่องใช้สำนักงาน  
วัตถุประสงค์การถือครอง : สนับสนุนการดำเนินธุรกิจ  
ลักษณะกรรมสิทธิ์ : เป็นเจ้าของ  
มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท) : 6.7  
ภาระผูกพัน : ไม่มีภาระผูกพันใด ๆ

รวมมูลค่าทางบัญชี ณ 31 ธันวาคม 2561 สำหรับเครื่องตกแต่ง ติดตั้ง และเครื่องใช้สำนักงาน เท่ากับ 74.5 ล้านบาท

#### 4.1.5 ยานพาหนะ ณ 31 ธันวาคม 2561

เจ้าของกรรมสิทธิ์ : CBD  
สินทรัพย์ : รถยนต์  
วัตถุประสงค์การถือครอง : รถยนต์สำหรับทีม operation และผู้บริหาร  
ลักษณะกรรมสิทธิ์ : เป็นเจ้าของ  
มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท) : 20.6  
ภาระผูกพัน : ไม่มีภาระผูกพันใด ๆ

เจ้าของกรรมสิทธิ์ : CBD  
สินทรัพย์ : ยานพาหนะที่ใช้ในโรงงาน  
วัตถุประสงค์การถือครอง : ยานพาหนะโรงงาน  
ลักษณะกรรมสิทธิ์ : เป็นเจ้าของ  
มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท) : 4.6  
ภาระผูกพัน : ไม่มีภาระผูกพันใด ๆ

เจ้าของกรรมสิทธิ์ : DCM  
สินทรัพย์ : รถยนต์  
วัตถุประสงค์การถือครอง : รถยนต์สำหรับพนักงานขาย  
ลักษณะกรรมสิทธิ์ : เป็นเจ้าของ  
มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท) : 28.0

ภาระผูกพัน : ไม่มีภาระผูกพันใด ๆ

เจ้าของกรรมสิทธิ์ : APG

สินทรัพย์ : ยานพาหนะที่ใช้ในโรงงาน

วัตถุประสงค์การถือครอง : ยานพาหนะโรงงาน

ลักษณะกรรมสิทธิ์ : เป็นเจ้าของ

มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท) : 5.1

ภาระผูกพัน : ไม่มีภาระผูกพันใด ๆ

เจ้าของกรรมสิทธิ์ : ACM

สินทรัพย์ : ยานพาหนะที่ใช้ในโรงงาน

วัตถุประสงค์การถือครอง : ยานพาหนะโรงงาน

ลักษณะกรรมสิทธิ์ : เป็นเจ้าของ

มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท) : 3.8

ภาระผูกพัน : ไม่มีภาระผูกพันใด ๆ

รวมมูลค่าทางบัญชี ณ 31 ธันวาคม 2561 สำหรับยานพาหนะ เท่ากับ 62.1 ล้านบาท

#### 4.1.6 สินทรัพย์ระหว่างก่อสร้างและติดตั้ง ณ 31 ธันวาคม 2561

เจ้าของกรรมสิทธิ์ : CBD

สินทรัพย์ : ส่วนปรับปรุงอาคารสำนักงาน

วัตถุประสงค์การถือครอง : อาคารสำนักงานใหญ่ของกลุ่มบริษัทฯ และใช้เป็นอาคารเชิงพาณิชย์

ลักษณะกรรมสิทธิ์ : เป็นเจ้าของ

มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท) : 6.2

ภาระผูกพัน : ไม่มีภาระผูกพันใด ๆ

เจ้าของกรรมสิทธิ์ : CBD

สินทรัพย์ : ส่วนปรับปรุงอาคารโรงงาน

วัตถุประสงค์การถือครอง : ที่ตั้งเครื่องจักรและอุปกรณ์ผลิตเครื่องดื่มบำรุงกำลัง และเครื่องดื่มอื่นๆ

ลักษณะกรรมสิทธิ์ : เป็นเจ้าของ

มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท) : 2.2

ภาระผูกพัน : ไม่มีภาระผูกพันใด ๆ

เจ้าของกรรมสิทธิ์ : CBD

สินทรัพย์ : เครื่องจักรและอุปกรณ์

วัตถุประสงค์การถือครอง	: ผลิตเครื่องดื่ม คาราบาวแดง
ลักษณะกรรมสิทธิ์	: เป็นเจ้าของ
มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	: 55.9
ภาระผูกพัน	: ไม่มีภาระผูกพันใด ๆ
เจ้าของกรรมสิทธิ์	: APG
สินทรัพย์	: ส่วนปรับปรุงอาคารโรงงาน
วัตถุประสงค์การถือครอง	: ที่ตั้งเครื่องจักรและอุปกรณ์ผลิตขวดแก้วสีชา
ลักษณะกรรมสิทธิ์	: เป็นเจ้าของ
มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	: 17.3
ภาระผูกพัน	: ไม่มีภาระผูกพันใด ๆ
เจ้าของกรรมสิทธิ์	: APG
สินทรัพย์	: เครื่องจักรและอุปกรณ์
วัตถุประสงค์การถือครอง	: ผลิตขวดแก้วสีชา
ลักษณะกรรมสิทธิ์	: เป็นเจ้าของ
มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	: 18.1
ภาระผูกพัน	: ไม่มีภาระผูกพันใด ๆ
เจ้าของกรรมสิทธิ์	: ACM
สินทรัพย์	: ส่วนปรับปรุงอาคารโรงงาน
วัตถุประสงค์การถือครอง	: ที่ตั้งเครื่องจักรและอุปกรณ์ผลิตกระป๋อง
ลักษณะกรรมสิทธิ์	: เป็นเจ้าของ
มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	: 0.9
ภาระผูกพัน	: ไม่มีภาระผูกพันใด ๆ

รวมมูลค่าทางบัญชี ณ 31 ธันวาคม 2561 สำหรับสินทรัพย์ระหว่างก่อสร้างและติดตั้ง เท่ากับ 100.7 ล้านบาท

รวมสินทรัพย์ถาวรที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ เท่ากับ 9,608.9 ล้านบาท

#### 4.2 สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

สินทรัพย์	วัตถุประสงค์การถือครอง
1. เครื่องหมายการค้า	จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าเพื่อใช้ในการประกอบธุรกิจผลิต ทำการตลาด และจำหน่าย เครื่องดื่มบำรุงกำลังและเครื่องดื่มอื่น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 กลุ่มบริษัทฯ มีการจดทะเบียนกับกระทรวงพาณิชย์ในประเทศไทยจำนวน 68 เครื่องหมายการค้า นอกจากนี้ ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในต่างประเทศ กลุ่มบริษัทฯ มีนโยบายที่จะจัดให้มีการจดทะเบียนและรักษาไว้ซึ่งเครื่องหมายการค้าในประเทศเหล่านั้นด้วย

สินทรัพย์	วัตถุประสงค์การถือครอง
2. โปรแกรมคอมพิวเตอร์	สิทธิการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อใช้ในการดำเนินธุรกิจทั่วไปของกลุ่มบริษัทฯ เช่น โปรแกรมระบบการทำงานบัญชี โปรแกรมรายงานผู้บริหาร โปรแกรมบัญชีบริหารคลังสินค้า และโปรแกรมการดำเนินงานทั่วไป
3. ค่าสิทธิความรู้และทักษะในการผลิต	ค่าสิทธิตามสัญญาที่เกี่ยวข้องกับการร่วมทุนระหว่างบริษัทฯ และ SHOWA DENKO Group เพื่อนำองค์ความรู้และทักษะในการผลิตมาประยุกต์ใช้ในกระบวนการผลิตกระป๋องอลูมิเนียมภายใต้การดำเนินงานของบริษัท เอเซียแคน แมนูแฟคเจอริ่ง จำกัด ("ACM")

## รายละเอียดเครื่องหมายการค้าภายในประเทศ

ลำดับ	คำขอเลขที่	จำพวก	วันครบกำหนด
1	421820	32	4 มิถุนายน 2563
2	462577	32	14 สิงหาคม 2564
3	462579	18	14 สิงหาคม 2564
4	464815	32	4 กันยายน 2564
5	472503	32	18 พฤศจิกายน 2564
6	472504	32	18 พฤศจิกายน 2564
7	472505	32	18 พฤศจิกายน 2564
8	472506	32	18 พฤศจิกายน 2564
9	472507	32	18 พฤศจิกายน 2564
10	474659	32	11 ธันวาคม 2564
11	474660	32	11 ธันวาคม 2564
12	474661	32	11 ธันวาคม 2564
13	488740	32	30 พฤษภาคม 2565
14	506374	22	15 ธันวาคม 2565
15	506375	27	15 ธันวาคม 2565
16	506376	32	15 ธันวาคม 2565
17	509815	32	29 มกราคม 2566
18	509902	29	30 มกราคม 2566
19	509903	32	30 มกราคม 2566
20	511801	32	23 กุมภาพันธ์ 2566
21	511802	33	23 กุมภาพันธ์ 2566
22	515679	43	8 เมษายน 2566
23	515680	41	8 เมษายน 2566
24	515681	41	8 เมษายน 2566

ลำดับ	คำขอเลขที่	จำพวก	วันครบกำหนด
25	515682	43	8 เมษายน 2566
26	538383	34	3 ธันวาคม 2567
27	542637	32	26 มกราคม 2567
28	543051	32	29 มกราคม 2567
29	543052	32	29 มกราคม 2567
30	548287	32	22 มีนาคม 2567
31	552628	30	13 พฤษภาคม 2567
32	555887	34	14 มิถุนายน 2567
33	967465	32	22 ธันวาคม 2567
34	584839	32	17 มีนาคม 2568
35	587168	32	11 เมษายน 2568
36	587169	25	11 เมษายน 2568
37	642972	32	25 ตุลาคม 2569
38	724128	32	9 มีนาคม 2562
39	732099	32	8 มิถุนายน 2562
40	732100	32	8 มิถุนายน 2562
41	732101	32	8 มิถุนายน 2562
42	732102	32	8 มิถุนายน 2562
43	732103	32	8 มิถุนายน 2562
44	732104	32	8 มิถุนายน 2562
45	732105	32	8 มิถุนายน 2562
46	732106	32	8 มิถุนายน 2562
47	732107	32	8 มิถุนายน 2562
48	732108	32	8 มิถุนายน 2562
49	732109	32	8 มิถุนายน 2562
50	732110	32	8 มิถุนายน 2562
51	732111	32	8 มิถุนายน 2562
52	732112	32	8 มิถุนายน 2562
53	732951	32	16 มิถุนายน 2562
54	732953	32	16 มิถุนายน 2562
55	732954	32	16 มิถุนายน 2562
56	732955	32	16 มิถุนายน 2562
57	748726	32	2 พฤศจิกายน 2562



ลำดับ	คำขอเลขที่	จำพวก	วันครบกำหนด
58	748727	33	2 พฤศจิกายน 2562
59	748728	32	2 พฤศจิกายน 2562
60	748729	33	2 พฤศจิกายน 2562
61	749646	32	10 พฤศจิกายน 2562
62	928472	32	3 มีนาคม 2567
63	928473	32	3 มีนาคม 2567
64	928474	32	3 มีนาคม 2567
65	1040117	30	9 พฤษภาคม 2569
66	1040118	30	9 พฤษภาคม 2569
67	1040119	32	9 พฤษภาคม 2569
68	1040120	32	9 พฤษภาคม 2569

#### 4.3 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทฯ ได้ลงทุนในบริษัทย่อย โดยมีรายละเอียด ดังนี้

บริษัท	สัดส่วนการลงทุน ทั้งทางตรงและทางอ้อม (ร้อยละ)	ลักษณะการประกอบธุรกิจ
CBD	100	ประกอบธุรกิจผลิต การตลาด ขายและจัดจำหน่ายเครื่องดื่มบำรุงกำลังและเครื่องดื่มอื่นๆ
DCM	100	ประกอบธุรกิจบริหารจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายในประเทศ
APG	100	ประกอบธุรกิจผลิตและจัดหาขวดแก้วเพื่อใช้เป็นบรรจุภัณฑ์สำหรับเครื่องดื่มบำรุงกำลังและเครื่องดื่มอื่นๆ
CTHK	100	ประกอบธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ
CHHK	100	ประกอบธุรกิจลงทุน (Holding Company)
ACM	74	ประกอบธุรกิจผลิตกระป๋องอลูมิเนียมเพื่อใช้เป็นบรรจุภัณฑ์สำหรับเครื่องดื่มบำรุงกำลังและเครื่องดื่มอื่นๆ
CVHLUX	84	ประกอบธุรกิจลงทุน (Holding Company)
ICUK	84	ประกอบธุรกิจการตลาด ขายและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มบำรุงกำลัง ภายใต้เครื่องหมายการค้าคาราบาวในประเทศไทยและประเทศอื่นนอกทวีปเอเชีย

บริษัทฯ มีนโยบายลงทุนในบริษัทย่อยหรือบริษัทร่วมที่สนับสนุนการดำเนินธุรกิจ ซึ่งบริษัทฯ เห็นว่าก่อให้เกิดประโยชน์ร่วมเพื่อเพิ่มช่องทางในการหารายได้และเพิ่มความสามารถในการทำกำไรของบริษัทฯ ทั้งนี้ บริษัทฯ จะพิจารณาสัดส่วนการลงทุน กำไรที่คาดว่าจะได้รับ ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น และสถานะทางการเงินของบริษัทฯ ก่อนการตัดสินใจลงทุนในโครงการต่างๆ โดยการตัดสินใจในการลงทุนจะต้องได้รับการพิจารณาเห็นชอบจากที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทหรือที่ประชุมผู้ถือหุ้น (แล้วแต่กรณี) และบริษัทฯ จะแต่งตั้งตัวแทนของบริษัทฯ ที่มีคุณสมบัติและประสบการณ์เพื่อเข้าร่วมเป็นคณะกรรมการในบริษัทนั้นๆ เพื่อกำหนดนโยบายที่สำคัญและกำกับดูแลการดำเนินงานของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมดังกล่าว

## 5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

- ไม่มี -

## 6. ข้อมูลทั่วไป และข้อมูลสำคัญอื่น

### บริษัทที่ออกหลักทรัพย์

ชื่อบริษัท	:	บริษัท คาราบาวกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (“กลุ่มบริษัท” หรือ “CBG”)
ประกอบธุรกิจ	:	ประกอบธุรกิจโดยการถือหุ้นในบริษัทอื่น (Holding Company) ที่จัดตั้งอยู่ในประเทศและต่างประเทศ โดยดำเนินธุรกิจเกี่ยวเนื่องกับ (1) การผลิต การตลาด ขาย และจัดจำหน่ายเครื่องดื่มบำรุงกำลังภายใต้เครื่องหมายการค้าคาราบาวแดงและคาราบาว เครื่องดื่มเกลือแร่ภายใต้เครื่องหมายการค้าคาราบาว สปอร์ต และเครื่องดื่มอื่นภายใต้เครื่องหมายการค้าคาราบาว ได้แก่ น้ำดื่ม กาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงตรีอินวัน และกาแฟปรุงสำเร็จพร้อมดื่ม ทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึง (2) การรับจ้างจัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคในกลุ่มอาหาร ไม่ใช่อาหารและอื่นๆ
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	393 อาคาร 393 สีส้ม ชั้นที่ 7-10 ถนนสีลม แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร 10500
เลขทะเบียนบริษัท	:	0107557000268
โฮมเพจบริษัท	:	www.carabaogroup.com
โทรศัพท์	:	02 636 6111
โทรสาร	:	02 636 7951
ชนิดของหุ้น	:	หุ้นสามัญ
ทุนจดทะเบียน	:	1,000,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท ณ สิ้นปี 2561

รายละเอียดบริษัทย่อยที่กลุ่มบริษัทฯ ลงทุนโดยการถือหุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561

1. ชื่อบริษัท	:	บริษัท คาราบาวตะวันออก จำกัด (“CBD”)
ประกอบธุรกิจ	:	ประกอบธุรกิจผลิต การตลาด ขาย และจัดจำหน่ายเครื่องดื่มบำรุงกำลังภายใต้เครื่องหมายการค้าคาราบาวแดง และคาราบาว รวมถึงเครื่องดื่มเกลือแร่ภายใต้

เครื่องหมายการค้าคาราบาว สปอร์ต และเครื่องหมายอื่นที่กลุ่มบริษัทฯ จะดำเนินการผลิตเพื่อจัดจำหน่ายในอนาคต

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : 393 อาคาร 393 สีส้ม ชั้นที่ 7-10 ถนนสีลม แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร 10500

เลขทะเบียนบริษัท : 0105544081165

ชนิดของหุ้น : หุ้นสามัญ

ทุนจดทะเบียน : 300,000,000 บาท ณ สิ้นปี 2561

จำนวนหุ้น : 3,000,000 หุ้น

จำนวนหุ้นที่ถือโดย CBG : 2,999,990 หุ้น

สัดส่วนการถือหุ้น : ร้อยละ 99.99

**2. ชื่อบริษัท :** บริษัท ตะวันแดง ดีซีเอ็ม จำกัด ("DCM")

**ประกอบธุรกิจ :** ประกอบธุรกิจบริหารจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายในประเทศสำหรับผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มบริษัทฯ ดำเนินการผลิตภายใต้เครื่องหมายการค้าของตนเอง (Branded products by our own manufacture) ผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มบริษัทฯ ว่าจ้างบุคคลภายนอกดำเนินการผลิตภายใต้เครื่องหมายการค้าคาราบาว (Branded products by 3<sup>rd</sup> party manufacture) และผลิตภัณฑ์รับจ้างจัดจำหน่ายให้แก่บุคคลภายนอก (3<sup>rd</sup> party products for distribution) โดยช่องทางการจัดจำหน่ายที่สำคัญประกอบไปด้วยร้านค้าดั้งเดิมทั้งในส่วนของการกระจายผ่านตัวแทน (Multi-tiered agent) และการกระจายผ่านศูนย์กระจายสินค้าและหน่วยรถเงินสดของตนเอง (Cash van) ตลอดจนร้านค้าสมัยใหม่ (Modern trade)

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : 393 อาคาร 393 สีส้ม ชั้นที่ 7-10 ถนนสีลม แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร 10500

เลขทะเบียนบริษัท : 0105555092457

ชนิดของหุ้น : หุ้นสามัญ

ทุนจดทะเบียน : 100,000,000 บาท ณ สิ้นปี 2561

จำนวนหุ้น : 1,000,000 หุ้น

จำนวนหุ้นที่ถือโดย CBG : 999,980 หุ้น

สัดส่วนการถือหุ้น : ร้อยละ 99.99

**3. ชื่อบริษัท :** บริษัท เอเชียแปซิฟิกกลาส จำกัด ("APG")

**ประกอบธุรกิจ :** ประกอบธุรกิจผลิตและจัดหาขวดแก้วเพื่อใช้เป็นบรรจุภัณฑ์สำหรับเครื่องดื่มบำรุงกำลังและเครื่องดื่มอื่นๆ

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : 393 อาคาร 393 สีส้ม ชั้นที่ 7-10 ถนนสีลม แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร 10500

เลขทะเบียนบริษัท : 0105548125787  
ชนิดของหุ้น : หุ้นสามัญ  
ทุนจดทะเบียน : 1,300,000,000 บาท ณ สิ้นปี 2561  
จำนวนหุ้น : 13,000,000 หุ้น  
จำนวนหุ้นที่ถือโดย CBG : 12,999,980 หุ้น  
สัดส่วนการถือหุ้น : ร้อยละ 99.99

**4. ชื่อบริษัท :** บริษัท เอเชีย แคน แมนูแฟคเจอริ่ง จำกัด (“ACM”)  
ประกอบธุรกิจ : ประกอบธุรกิจผลิตกระป๋องอลูมิเนียมเพื่อใช้เป็นบรรจุภัณฑ์สำหรับเครื่องดื่มบำรุงกำลัง และเครื่องดื่มอื่นๆ  
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : 393 อาคาร 393 สีส้ม ชั้นที่ 7-10 ถนนสีลม แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร 10500  
เลขทะเบียนบริษัท : 0105560097232  
ชนิดของหุ้น : หุ้นสามัญ  
ทุนจดทะเบียน : 700,000,000 บาท ณ สิ้นปี 2561  
จำนวนหุ้น : 7,000,000 หุ้น  
จำนวนหุ้นที่ถือโดย CBG : 5,180,000 หุ้น  
สัดส่วนการถือหุ้น : ร้อยละ 74.00  
ข้อมูลอื่นที่สำคัญ : เปลี่ยนชื่อจากบริษัท เอเชียแปซิฟิกแคน จำกัด ในเดือนธันวาคม 2560

**5. ชื่อบริษัท :** INTERCARABAO LIMITED (“ICUK”)  
ประกอบธุรกิจ : ประกอบธุรกิจการตลาด ขายและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มบำรุงกำลัง ภายใต้เครื่องหมายการค้าคาราบาวในประเทศอังกฤษ และประเทศอื่นนอกทวีปเอเชีย  
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : Aquis House, Level 1, 49-51 Blagrove Street, Reading, Berkshire, RG1 1PL, United Kingdom  
เลขทะเบียนบริษัท : 09557445  
ชนิดของหุ้น : หุ้นสามัญ  
ทุนจดทะเบียน : 54,600,000 ปอนด์ ณ สิ้นปี 2561  
สัดส่วนการถือหุ้น : CVHLUX ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 100.00  
ข้อมูลอื่นที่สำคัญ : เพิ่มทุนจดทะเบียนมาอยู่ที่ 74,600,000 ปอนด์ในเดือนมกราคม 2562 ตามที่ได้รับมติอนุมัติจากที่ประชุมคณะกรรมการของกลุ่มบริษัทฯ ครั้งที่ 5/2561 เมื่อวันที่ 20 ธันวาคม 2561

**6. ชื่อบริษัท :** Carabao Holdings (Hong Kong) Limited (“CHHK”)

ประกอบธุรกิจ : ประกอบธุรกิจโดยการลงทุนถือหุ้นในบริษัทอื่นต่างประเทศ (Overseas Holding Company)

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : LEVEL 54, HOPEWELL CENTRE, 183 QUEEN'S ROAD EAST, HONG KONG

เลขทะเบียนบริษัท : 2423613

ชนิดของหุ้น : หุ้นสามัญ

ทุนจดทะเบียน : 60,486,643 เหรียญสหรัฐ ณ สิ้นปี 2561

สัดส่วนการถือหุ้น : ร้อยละ 100.00

ข้อมูลอื่นที่สำคัญ : เพิ่มทุนจดทะเบียนมาอยู่ที่ 78,374,443 เหรียญสหรัฐในเดือนมกราคม 2562 ตามที่ได้รับอนุมัติจากที่ประชุมคณะกรรมการของกลุ่มบริษัท ครั้งที่ 5/2561 เมื่อวันที่ 20 ธันวาคม 2561

**7. ชื่อบริษัท** : CARABAO VENTURE HOLDINGS (LUXEMBOURG) LIMITED S.À R.L. ("CVHLUX")

ประกอบธุรกิจ : ประกอบธุรกิจโดยการลงทุนถือหุ้นในบริษัทอื่นต่างประเทศ (Overseas Holding Company) ซึ่งเป็นบริษัทร่วมทุนระหว่าง CHHK, InterCarabao Private Limited ("ICSG") พันธมิตรทางธุรกิจสัญชาติสิงคโปร์ที่ไม่มีความเกี่ยวข้องกับบริษัทฯ และ Northend Investment Limited ("NIHK") ซึ่งเป็นบริษัทประกอบธุรกิจโดยการถือหุ้นในบริษัทอื่น (Holding Company) โดยมีผู้ได้รับประโยชน์ทอดสุดท้าย (Beneficial Owner) คือ นายเสถียร เศรษฐสิทธิ์ โดยมีสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 84.31 ร้อยละ 6.05 และร้อยละ 9.64 ของทุนจดทะเบียนที่ออกและชำระแล้ว ตามลำดับ ณ สิ้นปี 2561

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : 68-70 Boulevard de la Petrusse, L-2320 Luxembourg, Grand Duchy of Luxembourg

เลขทะเบียนบริษัท : B20952

ชนิดของหุ้น : หุ้นสามัญ

ทุนจดทะเบียน : 62,308,565 ยูโร ณ สิ้นปี 2561

สัดส่วนการถือหุ้น : CHHK ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 84.31

ข้อมูลอื่นที่สำคัญ : CHHK มีสัดส่วนการถือหุ้นเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 51.0 มาอยู่ที่ร้อยละ 84.3 ผ่านการเข้าทำรายการปรับโครงสร้างเงินทุนของบริษัทย่อยต่างประเทศในเดือนมกราคม 2561

**8. ชื่อบริษัท** : CARABAO TRADING (HONG KONG) LIMITED ("CTHK")

ประกอบธุรกิจ : ประกอบธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : LEVEL 54, HOPEWELL CENTRE, 183 QUEEN'S ROAD EAST, HONG KONG

เลขทะเบียนบริษัท : 2448031



ชนิดของหุ้น : หุ้นสามัญ  
ทุนจดทะเบียน : 50,000 เหรียญสหรัฐ  
สัดส่วนการถือหุ้น : ร้อยละ 100.00

## ข้อมูลอ้างอิง

### นายทะเบียนหุ้นของกลุ่มบริษัท

บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด  
เลขที่ 62 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย  
ชั้น 4, 6, 7 ถนนรัชดาภิเษก แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110  
โทรศัพท์ 02 009 9999

### ผู้ตรวจสอบบัญชี

บริษัท สำนักงานอวยาย จำกัด  
193/136-137 อาคารเลอริชดา ชั้น 33 ถนนรัชดาภิเษก แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110  
โทรศัพท์ 02 264 9090

### ที่ปรึกษากฎหมาย

บริษัท เบเคอร์ แอนด์ แม็คเค็นซี จำกัด  
990 อาคารอับดุลราฮิม ชั้นที่ 5 และชั้น 21-25 ถนนพระราม 4 แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร 10500  
โทรศัพท์ 02 636 2000

### นายทะเบียนหุ้นกู้และผู้แทนผู้ถือหุ้นกู้ของกลุ่มบริษัท

ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)  
สำนักงานใหญ่ เลขที่ 333 ถนนสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร 10500  
โทรศัพท์ 02 230 1478 (นายทะเบียนหุ้นกู้)  
โทรศัพท์ 02 230 1894 (ผู้แทนผู้ถือหุ้นกู้)

### นักลงทุนสัมพันธ์

นางสาวเมนิสา อร่ามรุ่งโรจน์  
393 อาคาร 393 สีลม ชั้นที่ 7-10 ถนนสีลม แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร 10500  
โทรศัพท์ 02 636 6111 ต่อ 882  
E-mail: IR@carabagroup.com