

## ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

### 1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท ที.เอ.ซี. คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) เดิมชื่อบริษัท ที.เอ.ซี.เบฟเวอร์เรจ จำกัด ได้จดทะเบียนจัดตั้งบริษัทเมื่อวันที่ 28 มีนาคม 2545 ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 2 ล้านบาท เพื่อดำเนินธุรกิจจำหน่ายเครื่องดื่มเย็นในโถกด (Cold Beverage Dispenser) ในร้านเซเว่นอีเลฟเว่น (7-Eleven) ซึ่งเป็นเครื่องดื่มที่เกิดจากการพัฒนาสินค้าร่วมกันระหว่างบริษัท และบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) สินค้าที่วางจำหน่ายในช่วงแรก ได้แก่ ชาเย็น ชานม กาแฟ และน้ำผลไม้ เช่น น้ำพืชน้ำ น้ำแคนตาลูป เป็นต้น ต่อมาในปี 2548 บริษัท ได้ขยายธุรกิจไปยังตลาดเครื่องดื่มพร้อมดื่ม (Ready to Drink) โดยเริ่มวางจำหน่ายเครื่องดื่มประเภทชาเขียวบรรจุขวดพร้อมดื่มภายใต้ตราสินค้า “เซนย่า” และได้ขยายช่องทางการจำหน่ายไปยังตลาดต่างประเทศ เช่น กัมพูชา สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ และสหรัฐอเมริกา เป็นต้น จนกระทั่งปี 2552 บริษัท ได้ขยายธุรกิจเข้าสู่การแปรรูปอาหารจากเนื้อสัตว์ โดยมีโรงงานแปรรูปอาหารจากเนื้อสัตว์ ตั้งอยู่ที่นิคมอุตสาหกรรมไฮเทคอำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อผลิตและจำหน่ายลูกชิ้นปิ้งและหมูปิ้ง ภายใต้ตราสินค้า “แฮปปี้เชฟ” (Happy Chef) และ “นัมเบอร์วัน” และได้จดทะเบียนเปลี่ยนชื่อบริษัทจาก บริษัท ที.เอ.ซี.เบฟเวอร์เรจ จำกัด เป็นบริษัท ที.เอ.ซี. คอนซูเมอร์ จำกัด เมื่อวันที่ 28 กรกฎาคม 2552 ต่อมาในปี 2554 บริษัท ได้ขยายธุรกิจไปยังตลาดเครื่องดื่มฟังก์ชันนอล (Functional Drink) โดยออกผลิตภัณฑ์กาแฟปรุงสำเร็จพร้อมดื่มเพื่อสุขภาพและควบคุมน้ำหนักภายใต้ตราสินค้า “วีสลิม” (VSlim) เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับเรื่องของสุขภาพและความงาม โดย VSlim ถือเป็นยี่ห้อแรกที่ผลิตกาแฟปรุงสำเร็จพร้อมดื่มเพื่อสุขภาพและควบคุมน้ำหนักในรูปแบบกระป๋อง

ในการจัดหาสินค้าเพื่อจำหน่ายของบริษัทฯ นั้น บริษัทฯ จะว่าจ้างผู้รับจ้างผลิตภายนอก (Original Equipment Manufacturer หรือ OEM) เป็นหลัก ในการผลิตสินค้าทั้งที่บริษัทฯ พัฒนาร่วมกับพันธมิตรหลักทางธุรกิจ (Key Strategic Partner) และสินค้าที่บริษัทฯ พัฒนาขึ้นเอง เพื่อนำมาจัดจำหน่ายให้แก่ลูกค้าภายใต้ตราสินค้าของบริษัทฯ อย่างไรก็ตาม เพื่อให้การประกอบธุรกิจของบริษัทฯ มีความครบวงจรมากยิ่งขึ้น ในปี 2556 บริษัทฯ จึงได้ลงทุนก่อสร้างโรงงานผลิตเครื่องดื่มปรุงสำเร็จชนิดผงของบริษัทฯ เอง ซึ่งตั้งอยู่ที่โครงการพารากอน แฟคตอรี แลนด์ อำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรี บนเนื้อที่รวม 1 ไร่ 1 งาน 53 ตารางวา โดยมีกำลังการผลิตเต็มที่ 2,021.76 ตันต่อปี ในปีนี้บริษัทฯ มีการกระจายความเสี่ยงไปยังโรงงานบ้านบึง โดยมีการเพิ่มไลน์ผลิต และมาตรฐานการผลิตที่สูงขึ้น ทำให้บริษัทมีศักยภาพมากยิ่งขึ้น ถึงแม้ว่าบริษัทฯ จะมีโรงงานผลิตเครื่องดื่มของบริษัทฯ ดังกล่าว บริษัทฯ ยังคงต้องอาศัยการจัดหาสินค้าโดยการว่าจ้างผู้รับจ้างผลิตภายนอกเป็นหลัก เพื่อใช้ศักยภาพและความแข็งแกร่งที่โดดเด่นและแตกต่างกันไปของผู้รับจ้างผลิตแต่ละราย

ด้วยวิสัยทัศน์ของผู้บริหารในการมุ่งมั่นที่จะเป็นบริษัทชั้นนำในด้านเครื่องดื่มประเภทชาและกาแฟซึ่งเป็นธุรกิจหลักของบริษัทฯ บริษัทฯ จึงได้จำหน่ายธุรกิจแปรรูปอาหารจากเนื้อสัตว์ไปเมื่อเดือนสิงหาคม 2556 จากนั้นในปี 2557 บริษัทฯ ได้พัฒนาและออกผลิตภัณฑ์ใหม่ประเภทเครื่องดื่มปรุงสำเร็จชนิดผง ตรา “สวัสดี” (Sawasdee) โดยเน้นจำหน่ายในตลาดต่างประเทศเป็นหลัก ได้แก่ นมทุเรียนผสมเนื้อทุเรียน นมมะม่วงผสมเนื้อมะม่วง และชานมไทย ซึ่งเป็น 3 รสชาติที่สะท้อนถึงนวัตกรรมและความเป็นไทยร่วมสมัย มีรสชาติอันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของไทย และเพื่อรองรับการเติบโตดังกล่าว บริษัทฯ จึงมีการเพิ่มทุนอย่างต่อเนื่อง บริษัทฯ ได้ทำการแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด พร้อมทั้งเปลี่ยนชื่อเป็น “บริษัท ที.เอ.ซี. คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน)” เมื่อวันที่ 26 สิงหาคม 2558 จนปัจจุบันบริษัทฯ มีทุนจดทะเบียนและเรียกชำระแล้วจำนวน 152 ล้านบาท และได้เข้าเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ เมื่อวันที่ 2 ธันวาคม 2558

ในการที่บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจร่วมกับบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) (“CPALL”) ในแบบธุรกิจคู่ธุรกิจ (Business to Business : B2B) นั้น เนื่องจาก CPALL ประกอบธุรกิจหลักคือ ธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านค้าสะดวกซื้อภายใต้เครื่องหมายการค้า 7-Eleven ซึ่งจำหน่ายสินค้าที่หลากหลาย ทั้งของบริโภคและอุปโภคประกอบด้วยสินค้ากลุ่มหลัก ๆ ได้แก่ 1) Stationary 2) Non-Food 3) Cosmetic 4) Beverage และ 5) Processed Food และบริษัทฯ ต้องการเติบโตคู่ไปกับคู่ค้าอย่างยั่งยืน จึงวางกลยุทธ์และขอโอกาสทางคู่ค้าให้เข้าไปร่วมธุรกิจในกลุ่มสินค้านี้ดังกล่าว ทำให้บริษัทฯ ต้องสามารถตอบสนองความต้องการในสินค้าที่หลากหลายได้

ในแต่ละปีบริษัทฯ มีการพัฒนาสินค้าใหม่ร่วมกับลูกค้าเพื่อเจาะกลุ่มผู้บริโภคให้ครอบคลุมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง สำหรับกลุ่มธุรกิจ B2B (Business to Business) ในร้าน 7-Eleven มีการขยายธุรกิจไปสู่กลุ่มสินค้าอื่น ๆ จากเดิมมีเพียงธุรกิจเครื่องดื่มในโกดังเพียงอย่างเดียว โดยปัจจุบันธุรกิจเครื่องดื่มเองก็มีการเติบโตมากขึ้น เช่น เครื่องดื่มชงสดในมุม All Café ของร้าน 7-Eleven เครื่องกวดเครื่องดื่มร้อน เป็นต้น โดยในปีนี้มีมีการเพิ่มเมนูในมุม All Café ที่ร้าน 7-Eleven ได้แก่ ชานมบุก ซึ่งจะเป็น Signature Menu ที่วางขายตลอดทั้งปีทุกสาขาที่มี All Café ทั่วประเทศ และมีการเพิ่มขนาด Size ของเครื่องดื่มจาก 16 oz. เป็น 22 oz. ซึ่งจะเป็นอีกส่วนหนึ่งที่ทำให้รายได้เพิ่มมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังมี ธุรกิจเครื่องเขียน และธุรกิจ Non-Food เข้ามาเสริมความแข็งแกร่ง เพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มประเภทสินค้าหลักของ CPALL และถือว่าการกระจายความเสี่ยงอีกด้วย

สำหรับกลุ่มธุรกิจ B2C (Business to Consumer) ในส่วนธุรกิจคาเฟ่เตอร์มีความแข็งแกร่งมากขึ้น จากที่บริษัทฯ ได้เป็นตัวแทนอนุญาตให้ใช้สิทธิของ บริษัท San-X ประเทศญี่ปุ่น (Licensor) โดยได้มีการจัดทำสินค้าและแคมเปญต่าง ๆ ร่วมกับพันธมิตรแบรนด์ชั้นนำ และมีคาเฟ่เตอร์ลายการ์ตูนชื่อดังทางออนไลน์ของไทย ภายใต้ชื่อ หม่าจ๋า และคาเฟ่เตอร์ Art Story ของกลุ่มเด็กพิเศษที่สร้างผลงานเป็นภาพวาดลายเส้น โดยบริษัทฯ เข้าไปช่วยร่วมสร้างรายได้ให้กับโครงการนี้ทั้งหมด ซึ่งถือว่าการดำเนินการความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทอีกโครงการหนึ่ง

ในส่วนของธุรกิจเครื่องดื่มในกลุ่มธุรกิจ B2C บริษัทฯ ได้ขยายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเข้าสู่ Café Business ได้แก่ ร้านกาแฟพลวชน Arabitia Café Jungle Café CP Fresh Mart Black Canyon และกาแฟพันธุ์ไทยอย่างต่อเนื่อง มีการต่อยอดธุรกิจและพัฒนาเครื่องดื่มหรือสินค้าใหม่ๆ ให้กับกลุ่มลูกค้า Café Business ซึ่งมีสาขากระจายทั่วประเทศ ช่วยเพิ่มช่องทางในการจำหน่ายสินค้ามากยิ่งขึ้น

ในปีนี้อีกได้บริษัทฯ ได้รับการรับรองและรางวัลต่าง ๆ ในระดับสากลมากขึ้น ได้แก่ การได้รับรางวัล Superior Taste Award จาก International Taste Institute ประเทศเบลเยียม โดยเป็นผู้ชนะเลิศในการประเมินผลและรับรองรสชาติอาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งการได้รับใบรับรอง Superior Taste Award ถือว่าเป็นที่ยอมรับในหมู่ผู้ค้าปลีกรายใหญ่ทั่วโลก และสร้างความแตกต่างอย่างเห็นได้ชัดต่อทั้งตลาดในและต่างประเทศ สำหรับ เครื่องดื่มที่ TACC ได้รับรางวัลในครั้งนี้ มีจำหน่ายในร้าน 7-Eleven ประกอบด้วย เครื่องดื่มเย็นในโกดัง ได้แก่ กาแฟลาเต้ และชาไทย รวมถึงเครื่องดื่มในมุม All Café ได้แก่ ชามะนาว โดย Superior Taste Award ถือว่าเป็นรางวัลมาตรฐานระดับโลกอันทรงเกียรติ และเป็นขวัญกำลังใจให้กับผู้บริหารและพนักงานทุกคน ที่ต่างมีความมุ่งมั่น ตั้งใจ แม้ในช่วงที่ผ่านมาบริษัทฯ จะได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ของโรค COVID-19 แต่บริษัทฯ ก็ยังไม่หยุดพัฒนาและคิดค้นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยถือว่าฝ่าย RD เป็นหัวใจสำคัญขององค์กร มีการลงทุนในทีมบุคลากรที่มี

ความรู้ ความสามารถหลากหลายในการพัฒนาสินค้าเครื่องดื่ม และ RD Lab ที่มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่หลากหลายในมาตรฐานระดับสากล เพื่อรองรับการพัฒนาด้านนวัตกรรมสำหรับเครื่องดื่มในอนาคต

นิตยสาร Forbes ได้ประกาศรายชื่อ Asia's 200 Best Under A Billion 2020 ซึ่ง TACC เป็น 1 ใน 19 บริษัทที่เป็นตัวแทนจากประเทศไทยที่มีคุณสมบัติที่ดีที่สุดในภูมิภาคเอเชียในครั้งนี้นี้ด้วย สำหรับเกณฑ์การพิจารณาจากบริษัทมหาชนขนาดกลาง และเล็กในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิกที่มีรายได้สูงกว่า 10 ล้านดอลลาร์ แต่ไม่เกิน 1 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งมีจำนวน 18,000 บริษัท แล้วคัดเลือก 200 บริษัทที่มีคุณสมบัติที่ดีสุดตามเกณฑ์ที่กำหนดได้แก่ มีรายได้และกำไรเติบโตดีอย่างน้อย 3 ปีซ้อนหลัง มีผลตอบแทนเฉลี่ยต่อหุ้นแข็งแกร่งตลอด 5 ปีซ้อนหลัง มีภาระหนี้ต่ำ และมีการกำกับดูแลที่แข็งแกร่ง ซึ่ง TACC เข้าเกณฑ์คุณสมบัติที่ดีตามเกณฑ์ที่กำหนดข้างต้น ทำให้มีชื่อ 1 ใน 19 บริษัท ที่เป็นตัวแทนจากประเทศไทย

ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา บริษัทฯ มุ่งเน้นการบริหารกลยุทธ์ด้านการตลาดและการขายควบคู่ไปกับการวิจัยและพัฒนาเครื่องดื่มที่มีเอกลักษณ์และความแตกต่างอย่างชัดเจน ด้วยความหลากหลายทั้งรูปแบบและรสชาติ ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ สามารถตอบสนองความต้องการและไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคได้อย่างต่อเนื่อง ทำให้ได้รับความไว้วางใจและโอกาสในการพัฒนาสินค้าใหม่จากลูกค้าและคู่ค้าเพิ่มมากขึ้นมาโดยตลอด ด้วยความมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจร่วมกับคู่ค้าที่มีความสัมพันธ์กันมาอย่างยาวนาน ภายใต้หลักคิดของการเติบโตอย่างยั่งยืนและความเป็นพันธมิตรทางธุรกิจต่อกัน

### การทบทวนวิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมายการดำเนินธุรกิจ

บริษัทฯ ได้มีการทบทวนวิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมายการดำเนินธุรกิจประจำปี โดยผ่านการทบทวนและพิจารณาเห็นชอบจากคณะกรรมการบริหาร และนำเสนอให้คณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาอนุมัติ ในการประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 6/2563 เมื่อวันที่ 22 ตุลาคม 2563 โดยคณะกรรมการบริหารได้นำเสนอการเพิ่มเติมวิสัยทัศน์ใหม่ เพื่อให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น และเพื่อให้สอดคล้องคล่องสถานการณ์และสภาพเศรษฐกิจ ณ ปัจจุบัน ในส่วนของพันธกิจยังคงตามเดิม

คณะกรรมการได้ติดตามดูแลให้มีการนำกลยุทธ์ของบริษัทไปปฏิบัติ โดยในการประชุมคณะกรรมการทุกไตรมาส คณะกรรมการได้ติดตามผลของการดำเนินงานของฝ่ายจัดการ โดยกำหนดให้มีการรายงานผลการดำเนินงานและผลประกอบการของบริษัท แนวโน้มธุรกิจและแผนงานต่าง ๆ ให้เป็นไปตามกลยุทธ์ที่วางไว้

### 1.1 วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ และเป้าหมายการประกอบธุรกิจ

#### วิสัยทัศน์ (Vision)

“เราจะเป็นหนึ่งในผู้นำด้านสินค้าไลฟ์สไตล์และสร้างสรรค์เครื่องดื่มให้เป็นที่รู้จักในตลาดอาเซียน พร้อมสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าอย่างทันทั่วถึง โดยสร้างสิ่งที่เป็นประโยชน์ร่วมกัน สร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนกับผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญทุกฝ่าย”

#### พันธกิจ (Mission)

พนักงานชาวทีเอซีจะร่วมกันผลักดันให้องค์กรนี้เป็นบริษัทชั้นนำด้านเครื่องดื่มไร้แอลกอฮอล์ โดยเฉพาะชาและกาแฟ ด้วยการดำเนินกิจการในแบบธุรกิจสู่ธุรกิจ และธุรกิจสู่ผู้บริโภค ทั้งในประเทศและกลุ่มประเทศกัมพูชา ลาว และจีน (CLC) โดยการสร้างความมั่นคงผ่านกำไรทั้ง 4 ดังนี้

1. กำไรสูง “ผู้บริโภค” ด้วยผลิตภัณฑ์ที่ดีมีคุณภาพ สามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคในราคาที่เป็นธรรม
2. กำไรสูง “คู่ค้า” ด้วยนโยบายและการทำงานภายใต้หลักของความเป็นหุ้นส่วนทางธุรกิจแบบยั่งยืน
3. กำไรสูง “สังคม” ด้วยการเป็นองค์กรที่มีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีแก่ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม
4. กำไรสูง “องค์กร” ด้วยการสร้างผลตอบแทนที่ดีทั้งแก่ผู้ถือหุ้นและพนักงาน

### เป้าหมายการดำเนินธุรกิจ

1. เติบโตควบคู่ไปกับคู่ค้าหลัก ด้วยความมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจร่วมกันภายใต้หลักคิดของการเติบโตอย่างยั่งยืนและความเป็นหุ้นส่วนทางธุรกิจต่อกัน
2. มุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างความแตกต่างทางธุรกิจ
3. สร้างช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศให้แข็งแกร่งมากยิ่งขึ้น
4. เพิ่มยอดขายสำหรับตลาดต่างประเทศและในประเทศ โดยการรักษาสถานะลูกค้าปัจจุบันและขยายฐานลูกค้าใหม่เพิ่มมากขึ้น

## 1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

พัฒนาการที่สำคัญของบริษัทฯ ในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

| ปี 2545                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ จัดทะเบียนจัดตั้งบริษัทฯ ในชื่อ “บริษัท ที.เอ.ซี.เบฟเวอร์เรจ จำกัด” ด้วยทุนจดทะเบียน 2 ล้านบาท เมื่อวันที่ 28 มีนาคม 2545</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| ปี 2546                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ บริษัทฯ เริ่มประกอบธุรกิจจำหน่ายเครื่องดื่มในโถกด (Dispenser Drink) ภายใต้ตราสินค้า “เซนยา” ในร้าน 7-Eleven โดยสินค้าประเภทแรกที่วางจำหน่าย ได้แก่ ชาเย็น</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| ปี 2548                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ บริษัทฯ เริ่มจำหน่ายเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มภายใต้ตราสินค้า “เซนยา”</li> <li>▪ บริษัทฯ ย้ายสำนักงานใหญ่จากเลขที่ 99/18 อาคารหลังสวนบัลโคนี ชั้น 4 ห้องเลขที่ 8 ถนนหลังสวน แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ มาอยู่ ณ เลขที่ 1481 หมู่บ้านศรีวรา 3/2 ซอยลาดพร้าว 94 แขวงวังทองหลาง เขตวังทองหลาง กรุงเทพฯ</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| ปี 2550                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ บริษัทฯ เริ่มจำหน่ายเครื่องดื่มชาเขียวนม ชาเขียว และกาแฟ ซึ่งเป็นเครื่องดื่มปรุงสำเร็จชนิดผงภายใต้ตราสินค้า “ชาซ่า”</li> <li>▪ บริษัทฯ เริ่มส่งออกเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มภายใต้ตราสินค้า “เซนยา” ไปยังตลาดต่างประเทศ</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| ปี 2552                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ บริษัทฯ ได้ขยายธุรกิจไปสู่การแปรรูปอาหารจากเนื้อสัตว์ โดยมีโรงงานตั้งอยู่ที่นิคมอุตสาหกรรมไฮเทค อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา</li> <li>▪ เมื่อวันที่ 13 ตุลาคม 2552 บริษัทฯ ได้รับบัตรส่งเสริมการลงทุนสำหรับกิจการผลิตหรือถนอมอาหารหรือสิ่งปรุงแต่งอาหาร โดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย จากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI)</li> <li>▪ บริษัทฯ เริ่มจำหน่ายลูกชิ้นปิ้ง และหมูปิ้งสุตรนมสด ภายใต้ตราสินค้า “แฮปปี้เซฟ” และ “นมเบอร์วัน” ในร้าน 7-Eleven</li> <li>▪ จัดทะเบียนเปลี่ยนชื่อจาก “บริษัท ที.เอ.ซี.เบฟเวอร์เรจ จำกัด” เป็น “บริษัท ที.เอ.ซี. คอนซูเมอร์ จำกัด” เมื่อวันที่ 28 กรกฎาคม 2552</li> </ul> |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>ปี 2553</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>บริษัทฯ เพิ่มทุนจดทะเบียนจำนวน 5 ล้านบาท จากทุนจดทะเบียนเดิม 2 ล้านบาท เป็น 7 ล้านบาท โดยการออกหุ้นสามัญใหม่จำนวน 50,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในกิจการ</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <b>ปี 2554</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>บริษัทฯ เพิ่มทุนจดทะเบียนจำนวน 3 ล้านบาท จากทุนจดทะเบียนเดิม 7 ล้านบาท เป็น 10 ล้านบาท โดยการออกหุ้นสามัญใหม่จำนวน 30,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท เสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิม เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในกิจการ</li> <li>บริษัทฯ เริ่มจำหน่ายเครื่องดื่มกาแฟปรุงสำเร็จพร้อมดื่มเพื่อสุขภาพและควบคุมน้ำหนัก ภายใต้ตราสินค้า “วีส์ลิ้ม”</li> <li>บริษัทฯ ย้ายสำนักงานใหญ่จากเลขที่ 1481 หมู่บ้านศรีวรา 3/2 ซอยลาดพร้าว 94 แขวงวังทองหลาง เขตวังทองหลาง กรุงเทพฯ มาอยู่ ณ เลขที่ 9/231-233 อาคารยูเอ็มทาวเวอร์ ชั้น 23 ถนนรามคำแหง แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพฯ</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>ปี 2556</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>บริษัทฯ เพิ่มทุนจดทะเบียนจำนวน 10 ล้านบาท จากทุนจดทะเบียนเดิม 10 ล้านบาท เป็น 20 ล้านบาท โดยการออกหุ้นสามัญใหม่จำนวน 100,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท เสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิม เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในกิจการ</li> <li>บริษัทฯ ได้รับรางวัล Partnership Award 2013 “Best of Business Growth” จากบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นรางวัลที่ 7-Eleven มอบให้กับคู่ค้าที่มีการทำงานร่วมกันและมีผลการดำเนินงานเติบโตดีเยี่ยม</li> <li>บริษัทฯ ได้จำหน่ายธุรกิจแปรรูปอาหารจากเนื้อสัตว์ ซึ่งประกอบด้วย ส่วนปรับปรุงและตกแต่งอาคาร เครื่องจักรและอุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงานและสินค้าคงเหลือ พร้อมโอนบัตรส่งเสริมการลงทุนให้กับบริษัท แอปเปิ้ลฟาร์ม (ประเทศไทย) จำกัด ในราคา 20.82 ล้านบาท ซึ่งเป็นไปตามมูลค่าตามบัญชี ณ วันที่ 31 กรกฎาคม 2556</li> <li>บริษัทฯ ซื้อที่ดิน 1 ไร่ 1 งาน 53 ตารางวา พร้อมสิ่งปลูกสร้าง ตั้งอยู่ที่โครงการพารากอน เฟ็คคตอรี แลนด์ อำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรี เพื่อใช้เป็นโรงงานผลิตเครื่องดื่มของบริษัทฯ</li> <li>บริษัทฯ ได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโรงงานผลิตกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผง จากกระทรวงอุตสาหกรรม เมื่อวันที่ 15 ตุลาคม 2556 และเริ่มดำเนินการผลิตในเดือนธันวาคม 2556</li> </ul> |
| <b>ปี 2557</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>บริษัทฯ เพิ่มทุนจดทะเบียนจำนวน 10 ล้านบาท จากทุนจดทะเบียนเดิม 20 ล้านบาท เป็น 30 ล้านบาท โดยการออกหุ้นสามัญใหม่จำนวน 100,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท เสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิม เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในกิจการ</li> <li>บริษัทฯ เริ่มจำหน่ายเครื่องดื่มนมทุเรียนผสมเนื้อทุเรียน นมมะม่วงผสมเนื้อมะม่วง และชาสมุนไพร ซึ่งเป็นเครื่องดื่มปรุงสำเร็จชนิดผงภายใต้ตราสินค้า “สวัสดี”</li> <li>บริษัทฯ เริ่มจำหน่ายเครื่องดื่มปรุงสำเร็จชนิดผงประเภทชาสมุนไพร ชาเขียวนม และกาแฟ ภายใต้ตราสินค้า “ณ อรุณ”</li> <li>เมื่อวันที่ 12 พฤศจิกายน 2557 โรงงานผลิตเครื่องดื่มของบริษัทฯ ได้รับการรับรองมาตรฐาน GMP และ HACCP จาก SGS (Thailand)</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>ปี 2558</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>บริษัทฯ เพิ่มทุนจดทะเบียนจำนวน 47 ล้านบาท จากทุนจดทะเบียนเดิม 30 ล้านบาท เป็น 77 ล้านบาท โดยการออกหุ้นสามัญใหม่จำนวน 470,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท เสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิม เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในกิจการ</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |

- ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 2/2558 เมื่อวันที่ 21 สิงหาคม 2558 ได้มีมติอนุมัติให้บริษัทฯ ดำเนินการดังนี้
  - แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด
  - เปลี่ยนแปลงมูลค่าที่ตราไว้จากหุ้นละ 100 บาท เป็น 0.25 บาท
  - เพิ่มทุนจดทะเบียนจำนวน 75 ล้านบาท จากทุนจดทะเบียนเดิม 77 ล้านบาท เป็น 152 ล้านบาท โดยการออกหุ้นสามัญใหม่จำนวน 300 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.25 บาท ซึ่งมีรายละเอียดการจัดสรรดังนี้
    - (1) หุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 132 ล้านหุ้น เสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิม
    - (2) หุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 9 ล้านหุ้น เสนอขายให้แก่กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัทฯ
    - (3) หุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 159 ล้านหุ้น เสนอขายให้แก่ประชาชน
 ในกรณีที่หุ้นที่เหลือจากการเสนอขายให้แก่กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานตามข้อ (2) ให้เสนอขายหุ้นสามัญใหม่ที่เหลือดังกล่าวให้แก่ประชาชนตามข้อ (3)

#### ปี 2558

- เข้าเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ เมื่อวันที่ 2 ธันวาคม 2558 จำนวนหุ้นที่เสนอขาย 608 ล้านหุ้น ราคาที่เสนอขาย 2.88 บาท มูลค่าการเสนอขายทั้งหมด 483.84 ล้านบาท โดยมีทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้วเป็นเงิน 152 ล้านบาท เมื่อวันที่ 30 พฤศจิกายน 2558
- บริษัทฯได้รับรางวัล Thailand Trust Mark จากกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ โดยเป็นตราสัญลักษณ์รับรองคุณภาพสินค้าที่กำหนดขึ้นเพื่อส่งเสริมคุณค่าของสินค้าและบริการของไทยที่ผลิตในประเทศไทยซึ่งเป็นการรับรองว่าบริษัทมีคุณสมบัติครบถ้วนมีมาตรฐานและคุณภาพทางด้านสินค้าและบริการ สามารถเชื่อถือได้ในระดับสากลและทั่วโลก

#### ปี 2559

- เดือนมีนาคม ได้รับรางวัล Asia Pacific Entrepreneurship Awards 2016 Thailand (APEA) ประเภท MOST PROMISING ENTREPRENEURSHIP AWARD หรือนักธุรกิจที่มีแนวโน้มจะเติบโตในอนาคต
- เดือนเมษายน ได้รับพระราชทานเครื่องอิสริยาภรณ์อันเป็นที่สรรเสริญยิ่งดิเรกคุณาภรณ์ชั้นเหรียญเงินดิเรกคุณาภรณ์ ในปี 2559 จากการสนับสนุนทุนทรัพย์เพื่อกิจการสาธารณประโยชน์ของมูลนิธิจุฬาภรณ์ผ่านรายการ Dance Your Fat Off เดินเปลี่ยนชีวิต เมื่อปี 2557 ที่ผ่านมา
- มิถุนายน ได้รับรางวัลโครงการ “หุ้นใหม่ความภาคภูมิใจของจังหวัด” (IPOP AWARD) จากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ เนื่องจากเสนอขายหุ้นภายในเวลาที่กำหนด
- ได้รับคะแนนในระดับดีมาก (97.25 จาก 100 คะแนน) ในโครงการประเมินคุณภาพการจัดประชุม AGM ปี 2559 จากสมาคมส่งเสริมผู้ลงทุนไทยและ จากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์
- เดือนสิงหาคม ได้รับสิทธิในการผลิตและจำหน่ายสินค้าโดยใช้ตัวการ์ตูน 5 คาแรคเตอร์ ประกอบด้วย Hello Kitty, My Melody, Kerokerokeroppi, Pompompurin และ Bad badtzmaru ในประเทศไทย ผ่านร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven ซึ่งสินค้าที่บริษัทฯ ได้รับสิทธิครอบครองสินค้า 5 กลุ่มหลัก ได้แก่ 1) Stationary 2) Non-Food เช่น ถ้วย กระป๋องใส่เหรียญ พวงกุญแจ เป็นต้น 3) Cosmetic 4) Beverage และ 5) Processed Food



|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ เดือนกันยายน ได้มีการขยายเข้าสู่ธุรกิจข้างเคียง (Adjacent Category) ธุรกิจหลัก (ชาและกาแฟ) ซึ่งได้แก่ ธุรกิจเบเกอรี่ในกลุ่มสินค้าประเภทโดนัทสโตลฟ์ญี่ปุ่น รสออริจินอล ยี่ห้อ “อะ สไมล์”</li> <li>▪ เดือนพฤศจิกายน ได้รับการประเมินผลสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนในปี 2559 อยู่ในระดับดีจากสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) โดยการสนับสนุนจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ตลท.)</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <p>ปี 2560</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ เดือนมกราคม เปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ ซึ่งเป็นการต่อยอดจากธุรกิจชาเขียว “เซนย่า” ในประเทศกัมพูชา คือ เครื่องดื่มชูกำลัง ยี่ห้อ “จัมพ์สตาร์ท” (Jump Start) ผสมจินเล้ง ชาเขียว และวิตามินรวม มี 2 รสชาติ ได้แก่ รสผลไม้รวม และรสน้ำทับทิม ในรูปแบบกระป๋องขนาด 245 มล.</li> <li>▪ วางจำหน่ายโดนัทสโตลฟ์ญี่ปุ่น รสชาติใหม่คือ รสช็อกโกแลต ยี่ห้อ “อะ สไมล์” ในราคาขายชิ้นละ 12 บาท</li> <li>▪ เดือนกุมภาพันธ์ ได้รับรางวัล “SME ยิ่งยืน” โดย บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ร่วมกับสำนักส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) และกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (กสอ.) กระทรวงอุตสาหกรรม จัด “โครงการเชว่น อีเลฟเว่น เอสเอ็มอีไทยยั่งยืน 2559” เพื่อมอบรางวัลให้กับคู่ค้าเอสเอ็มอีที่จำหน่ายสินค้าผ่านทางช่องทางของเชว่น อีเลฟเว่น และทเวนตีไฟร์ช้อปปิ้ง ที่มีศักยภาพในแต่ละด้าน โดยแบ่งเป็น 8 ประเภท 13 รางวัล เช่น SME ยิ่งยืน SME ดาวรุ่ง SME สินค้าเกษตร เป็นต้น</li> <li>▪ เดือนมีนาคม วางจำหน่าย Zenya Mocktail” เครื่องดื่มแนวใหม่ที่พร้อมสนุก สดชื่น บรรจุในบรรจุภัณฑ์ใหม่ พกพาสะดวก โดยมี 2 รสชาติ คือ “Magarita Mocktail” และ “Mai Tai Mocktail” ราคาขายถุงละ 30 บาท โดยจำหน่ายที่ร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven บางสาขา เพื่อต้อนรับฤดูร้อน</li> <li>▪ เดือนเมษายน วางจำหน่ายเครื่องดื่มปรุงสำเร็จชนิดผงพร้อมซองรสชาตินใหม่ คือ มะม่วงโยเกิร์ตปั่น ในมุมกาแฟสด All Café ที่ร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven เพื่อต้อนรับฤดูร้อน</li> <li>▪ เดือนมิถุนายน ได้รับคะแนนในระดับดีมาก (98 จาก 100 คะแนน) ในโครงการประเมินคุณภาพการจัดประชุม AGM ปี 2560 จากสมาคมส่งเสริมผู้ลงทุนไทยร่วมกับสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์</li> <li>▪ เดือนกรกฎาคม วางจำหน่ายเครื่องดื่มปรุงสำเร็จชนิดผงพร้อมซองรสชาตินใหม่ คือ แอปเปิ้ล โยเกิร์ตปั่น ในมุมกาแฟสด All Café ที่ร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven เพื่อต้อนรับฤดูฝน</li> <li>▪ ถูกจัดอันดับหลักทรัพย์ใน ESG 100 ปี 2560 โดยสถาบันไทยพัฒน์ประกาศ 100 หลักทรัพย์จดทะเบียนที่โดดเด่นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล ซึ่งเป็นตัวเลือกในการลงทุนที่ให้ผลตอบแทน “มากกว่าเม็ดเงินกำไร”</li> <li>▪ เดือนสิงหาคม วางจำหน่ายโดนัทรูปแบบใหม่ สโตลฟ์ญี่ปุ่นคือ สโนว์ไว้ โดนัททวิสท์ ยี่ห้อ “อะ สไมล์” ในราคาขายชิ้นละ 15 บาท</li> <li>▪ เดือนตุลาคม ได้รับรางวัล Total Innovation Management 2017 จัดโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ร่วมกับสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ</li> <li>▪ ฉลองครบรอบ 10 ปี Zenya ในกัมพูชาโดยจัดแคมเปญลุ้นรางวัลใหญ่ โดยมีแพนเค้ก เขมนิจ จามิกรณ์ เป็นแบรนด์แอมบาสเดอร์</li> <li>▪ เดือนพฤศจิกายน ได้รับการประเมินผลสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนในปี 2560 อยู่ในระดับดี จากสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) โดยปีนี้มีคะแนนดีขึ้นจาก 70% ในปีก่อนเป็น 79%</li> </ul> |

- ได้รับสิทธิในการผลิตและจำหน่ายสินค้าโดยใช้ตัวการ์ตูนคาแรคเตอร์ 4 คาแรคเตอร์ ประกอบด้วย Hello Kitty, My Melody, Kerokerokeroppi, Pompompurin และ Bad badtzmaru ในประเทศไทย ผ่านร้าน 7-Eleven ซึ่งสินค้าที่บริษัทฯ ได้รับสิทธิครอบครองสินค้า 2 กลุ่มหลัก คือ 1) Non-Food เช่น ขวดใส่น้ำ กระปุกใส่คอนดอนบัต แม็คเน็ต 2) Cosmetic ได้แก่ แชนด์ครีม แชนด์เจล ลิปปาล์ม
- วางจำหน่ายเครื่องดื่มเย็นในโถกด รสชาติใหม่ คือ เครื่องดื่มช็อกโกแลต Hershey's Freeze โดยบริษัทฯ ได้เป็นผู้จัดจำหน่าย Hershey's Freeze ผ่านความร่วมมือกับ Sunny Sky Products, LLC ผู้ได้รับสิทธิในการผลิตและจัดจำหน่ายเครื่องดื่มช็อกโกแลต Hershey's Freeze ในร้านอิมสะดวก 7-Eleven ทั่วประเทศ เพื่อต้อนรับเทศกาลในช่วงปลายปี
- วางจำหน่ายซอส Easy Dip โดยใช้ทานคู่กับอาหารและขนม มี 3 รสชาติคือ ซอสซาวรี่ชีส ซอสเผ็ดสโตร์เกาหลี และซอสช็อกโกแลต ร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven ทั่วประเทศ
- ลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือทางธุรกิจ (MOU) กับ Quanjain Group Co., Ltd. จากประเทศจีน ซึ่งความร่วมมือในครั้งนี้สืบเนื่องมาจากทั้งสองบริษัทต่างก็มีศักยภาพในการเติบโตทางธุรกิจและเล็งเห็นถึงแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมถึงช่องทางการจัดจำหน่ายให้มีความแข็งแกร่งมากขึ้น
- ได้รับรางวัลดีเด่นประเภทรางวัลบริษัทจดทะเบียนด้านนักลงทุนสัมพันธ์ประจำปี 2560 จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยร่วมกับวารสารการเงินการธนาคารจัดงาน SET Award 2017 เพื่อเป็นการประกาศเกียรติคุณ และเชิดชูบริษัทจดทะเบียน บริษัทหลักทรัพย์ บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน และบริษัทที่ปรึกษาทางการเงิน ที่มีความยอดเยี่ยมและดีเด่นในด้านต่างๆ จากผลการดำเนินงานปี 2559
- เดือนธันวาคม วางจำหน่ายผงชีสโฟมเบส สำหรับใส่เครื่องดื่มปรุงสำเร็จชนิดผงพร้อมซองรสชาติต่าง ๆ ในราคาเพิ่มโฟมชีส 15 บาท เช่น ชามะนาว ชีส, ชานม ชีส และ ชาเขียวนมมัทฉะ ชีส เป็นต้น ในมุกาแฟสด All Café ที่ร้าน 7-Eleven

ปี 2561

- เดือนมกราคม วางจำหน่ายผงชีสโฟมเบส สำหรับใส่เครื่องดื่มปรุงสำเร็จชนิดผงพร้อมซองรสชาติต่าง ๆ ในราคาเพิ่มโฟมชีส 15 บาท เช่น ชามะนาว ชีส, ชานม ชีส และ ชาเขียวนมมัทฉะ ชีส เป็นต้น ในมุกาแฟสด All Café ที่ร้าน 7-Eleven
- วางจำหน่ายเครื่องดื่มเย็นโถกดตามฤดูกาลคือ รสลิ้นจี่ เบอร์รี่วิสท์ ในร้าน 7-Eleven
- ได้เป็นตัวแทนจำหน่ายสิทธิการตูน Rilakkuma โดยบริษัทฯ ได้เซ็นสัญญา Licensing Agreement กับบริษัท Ingram ประเทศญี่ปุ่น ซึ่งเป็นตัวแทนอนุญาตให้ใช้สิทธิของบริษัท San-X ประเทศญี่ปุ่น (Licensor) ระยะเวลาของสัญญา 5 ปี ครอบคลุม 7 ประเทศ ได้แก่ ไทย สิงคโปร์ มาเลเซีย กัมพูชา เมียนมา ลาว และเวียดนาม โดยคาแรคเตอร์ของ San-X ได้แก่ Rilakkuma, Sumikkogurashi, Sentimental Circus, Kamonohashikamo, Mamegoma เป็นต้น
- เดือนกุมภาพันธ์ วางจำหน่ายเครื่องดื่มปรุงสำเร็จชนิดผงพร้อมซองตามฤดูกาล คือ ลิ้นจี่โรยโยเกิร์ตปั่น ในมุกาแฟสด All Café ในร้าน 7-Eleven
- วางจำหน่ายโดนัทรูปแบบใหม่ สโตร์ญี่ปุ่น คือโดนัททวิสท์ รสสตอเบอร์รี่ ยี่ห้อ“อะ สไมล์” ในราคาขายชิ้นละ 15 บาท เพื่อต้อนรับเทศกาลวันวาเลนไทน์
- เดือนเมษายน วางจำหน่ายเครื่องดื่มปรุงสำเร็จชนิดผงพร้อมซองตามฤดูกาล คือ มะม่วงโยเกิร์ตปั่น ในมุกาแฟสด All Café ที่ร้าน 7-Eleven เพื่อต้อนรับฤดูร้อน



- วางจำหน่ายโดนัทสโตร์ญี่ปุ่นรสชาติใหม่ คือโดนัททวิสท์ รสช็อกโกแลต ยี่ห้อ“อะ สไมล์” ในราคาขายชิ้นละ 15 บาท
- เดือนพฤษภาคม บริษัท ได้ทำการปรับสูตรลดความหวานของเครื่องดื่มเย็นในโกด เพื่อเป็นการแก้ปัญหาภาวะน้ำตาลได้เรียบร้อยแล้ว
- เดือนมิถุนายน ถูกจัดอันดับหลักทรัพย์ใน ESG 100 ปี 2561 ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 ติดต่อกัน โดยสถาบันไทยพัฒนาประกาศ 100 หลักทรัพย์จดทะเบียนที่โดดเด่นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล ซึ่งเป็นตัวเลือกในการลงทุนที่ตอบโจทย์การลงทุนที่ยั่งยืน
- ได้รับคะแนนในระดับดีมาก (97 จาก 100 คะแนน) ในโครงการประเมินคุณภาพการจัดประชุม AGM ปี 2561 จากสมาคมส่งเสริมผู้ลงทุนไทยร่วมกับสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์

ปี 2561

- บริษัท ได้เข้าร่วมทุนกับบริษัท เอ็นพีพีจี (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) เพื่อเปิดบริษัทร่วมทุนในนาม บริษัท สยามเกตเวย์ จำกัด โดยมีทุนจดทะเบียน 50 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจให้บริการแบบเบ็ดเสร็จในจุดเดียว (One Stop Service) ซึ่งรวมถึง การบรรจุผลิตภัณฑ์ และจัดจำหน่ายผ่านช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อส่งออกต่างประเทศในภูมิภาคใกล้เคียง เพื่อส่งเสริม และต่อยอดธุรกิจหลักของบริษัทได้ผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายของบริษัทร่วมทุน ซึ่งถือเป็นการเพิ่มยอดขายสินค้า และจะช่วยขยายฐานลูกค้าให้มากขึ้น
- เดือนสิงหาคม บริษัท ได้มีการลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือทางธุรกิจ (MOU) ร่วมกับ A&W เพื่อเป็นพันธมิตรทางการค้าในระยะยาว โดยบริษัทจะร่วมพัฒนาเครื่องดื่มในกลุ่มเครื่องดื่มไม่อัดลม (Non-Carbonated Drink) ทั้งชนิดร้อนและเย็นที่สามารถชงสำเร็จ ไม่ว่าจะเป็นการชงผ่านเครื่องอัตโนมัติ หรือการชงด้วยมือให้กับ A&W โดย A&W จะจัดหาสถานที่หรือจุดจำหน่ายกลุ่มเครื่องดื่มที่ดังกล่าวทุกสาขาในประเทศไทย โดยปัจจุบันติดตั้งแล้ว จำนวน 8 สาขา ส่งผลให้บริษัท มีช่องทางการจำหน่ายสินค้าเพิ่มขึ้น รวมทั้งจะสามารถสร้างรายได้มากขึ้นด้วย
- ธุรกิจแคแตรเตอร์การ์ตูน Sumikkogurashi โดยศูนย์การค้าบิ๊กซีได้จัดทำโปรโมชั่นซื้อบัตรศูนย์อาหารที่บิ๊กซี รับฟรี แก้วน้ำ Sumikko gurashi 1 ใบ
- เดือนกันยายน วางจำหน่ายโดนัทสโตร์ญี่ปุ่น รสชาติใหม่ คือ โดนัททวิสท์ รสดับเบิ้ลช็อกโกแลต ยี่ห้อ “อะ สไมล์” โดยเนื้อแป้งและผงไอซึ่งจะเป็นรสช็อกโกแลต ในราคาขายชิ้นละ 15 บาท
- ธุรกิจแคแตรเตอร์การ์ตูน Sumikkogurashi โดยศูนย์การค้าบิ๊กซีได้จัดทำโปรโมชั่นซื้อบัตรศูนย์อาหารที่บิ๊กซี รับฟรี จาน Sumikko gurashi 1 ชุด
- ธุรกิจแคแตรเตอร์การ์ตูน Rilakkuma โดยเครือเมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ ได้จัดทำ Rilakkuma Bucket ถึงป๊อปคอร์นและแก้วน้ำลาย “รีลักคุมะ”
- เดือนตุลาคมได้รับการประเมินผลสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนในปี 2561 อยู่ในระดับดีมาก (4 ดาว) จากสถาบัน กรรมการบริษัทไทย (IOD) โดยปีนี้เป็นบริษัทมีคะแนน 87% จากปีก่อน 79%
- วางจำหน่ายเครื่องดื่มเย็นโกดตามฤดูกาลคือ รสโอเลี้ยงเง ในร้าน 7-Eleven เพื่อต้อนรับเทศกาลกินเจ
- วางจำหน่ายเครื่องดื่มปรุงสำเร็จชนิดผงพร้อมชงตามฤดูกาลคือ ยูนิคอร์น มิลกี้ หอมกลิ่นคุกกี้ หวานสีพาสเทล ในมุมกาแฟสด All Café ในร้าน 7-Eleven

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ธุรกิจค้าปลีกเครื่องสำอาง Rilakkuma โดยเครือเมเจอร์ซินีเพล็กซ์ได้จัดทำแคมเปญ M GENERATION REWARD โดยเป็นการสะสมคะแนนเพื่อแลกกับของรางวัลต่าง ๆ เช่น แผ่นรองเมาท์ แก้วน้ำ กระเป๋ หมอน เป็นต้น</li> <li>▪ ธุรกิจค้าปลีกเครื่องสำอาง Rilakkuma โดย Tesco Lotus Express ได้จัดทำแคมเปญ E-Stamp สะสมแต้มปีเพื่อแลกกับของพรีเมียมต่าง ๆ เช่น ร่ม กระเป๋า ชุดกล่องใส่ของ ชุดเครื่องนอน ชุดโต๊ะปิกนิก เป็นต้น</li> <li>▪ วางจำหน่ายสินค้ากลุ่มเครื่องเขียน คาแรคเตอร์การ์ตูน Sumikko gurashi เช่น ปากกา ดินสอ สมุด ไม้บรรทัด เป็นต้น ในร้าน 7-Eleven</li> <li>▪ เดือนพฤศจิกายนวางจำหน่ายเครื่องดื่มเย็นในโกกดรสชาติใหม่ คือ เครื่องดื่มช็อกโกแลต Hershey's Freeze โดยบริษัทฯ ได้เป็นผู้จัดจำหน่าย Hershey's Freeze ผ่านความร่วมมือกับ Sunny Sky Products, LLC ผู้ได้รับสิทธิในการผลิตและจัดจำหน่ายเครื่องดื่มช็อกโกแลต Hershey's Freeze ในร้าน 7-Eleven โดยในครั้งนี้เป็นรสชาติที่วางขายตลอดทั้งปี เฉพาะสาขาที่มีจำหน่าย</li> <li>▪ ธุรกิจค้าปลีกเครื่องสำอาง Mamegoma โดยร้าน 7-Eleven ได้จัดทำของพรีเมียมเพื่อแลกซื้อต่าง ๆ เช่น กระเป๋าผ้าลดโลกร้อน กล่องใส่ของ เป็นต้น</li> <li>▪ วางจำหน่ายโดนัทรูปแบบใหม่ คือ โดนัทป๊อป เป็นโดนัทชิ้นพอดีคำ และมีติ่งแป้งนุ่มชุ่มหวานในช่อง ในราคาขาย 25 บาท</li> <li>▪ บริษัทฯ ได้รับรางวัลดีเด่นประเภทรางวัลบริษัทจดทะเบียนด้านนักลงทุนสัมพันธ์ประจำปี 2561 ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยร่วมกับวารสารการเงินการธนาคารจัดงาน SET Award 2018 เพื่อเป็นการประกาศเกียรติคุณ และเชิดชูบริษัทจดทะเบียน บริษัทหลักทรัพย์ บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน และบริษัทที่ปรึกษาทางการเงิน ที่มีความยอดเยี่ยมและดีเด่นในด้านต่างๆ จากผลการดำเนินงานปี 2560</li> <li>▪ เดือนธันวาคมวางจำหน่ายผงชีสโฟมเบส สำหรับใส่เครื่องดื่มปรุงสำเร็จชนิดผงพร้อมซองรสชาติต่าง ๆ ในราคาเพิ่มโฟมชีส 15 บาท เช่น ชามะนาว ชีส, ชานม ชีส และ ชาเขียวนมมัทฉะ ชีส เป็นต้น ในมุมกาแฟสด All Café ที่ร้าน 7-Eleven</li> <li>▪ ธุรกิจค้าปลีกเครื่องสำอาง Mamegoma โดยร้าน 7-Eleven ได้จัดทำของพรีเมียมแก้วน้ำลาย Mamegoma โดยขายคู่กับเครื่องดื่ม Blue Lemonade</li> </ul> | <b>ปี 2562</b> |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ เดือนมกราคมวางจำหน่ายผงชีสโฟมเบส สำหรับใส่เครื่องดื่มปรุงสำเร็จชนิดผงพร้อมซองรสชาติต่าง ๆ ในราคาเพิ่มโฟมชีส 15 บาท เช่น ชามะนาว ชีส, ชานม ชีส และ ชาเขียวนมมัทฉะ ชีส เป็นต้น ในมุม All Café ที่ร้าน 7-Eleven</li> <li>▪ วางจำหน่ายเครื่องดื่มเย็นโกกดตามฤดูกาลคือ รสสตอว์เบอร์รี่ คุกกี้แอนด์ครีม ที่ร้าน 7-Eleven</li> <li>▪ เดือนกุมภาพันธ์ วางจำหน่ายเครื่องดื่มปรุงสำเร็จชนิดผงพร้อมซองตามฤดูกาล คือ ราสป์เบอร์รี่โรส โยเกิร์ตปั่น ในมุม All Café ที่ร้าน 7-Eleven</li> <li>▪ เดือนมีนาคม วางจำหน่ายเครื่องดื่มเย็นโกกดตามฤดูกาลคือ รสอัญชันน้ำผึ้งมะนาว ที่ร้าน 7-Eleven</li> <li>▪ วางจำหน่ายโดนัทรูปแบบใหม่ คือ โดนัทป๊อปและติ่งแป้งสตอว์เบอร์รี่ เป็นโดนัทชิ้นพอดีคำ ในราคาขาย 25 บาท เพื่อต้อนรับเทศกาลวันวาเลนไทน์</li> <li>▪ วางจำหน่ายเครื่องดื่มปรุงสำเร็จชนิดผงพร้อมซองตามฤดูกาล คือ Mango Summer Sensation ในมุม All Café กับ 3 เมนูใหม่ มะม่วงข้าวเหนียวมูนปั่น มะม่วงโยเกิร์ตปั่น และมะม่วงมะนาวโซดาเย็น ที่ร้าน 7-Eleven เพื่อต้อนรับฤดูร้อน</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                |

- เริ่มกลับเข้าไปจำหน่ายชาเขียวพร้อมดื่ม "Zenya" ที่ประเทศกัมพูชาอีกครั้ง โดยทำการปรับสูตรใหม่ใส่ Cooling Agent เพื่อเพิ่มความเย็นสดชื่น
- เดือนเมษายน เปิดตัวซีรีส์เรื่องแรกของรีลักคุมะทาง Netflix เรื่อง "รีลักคุมะกับคาโอริ (Rilakkuma & Kaoru)"
- เดือนพฤษภาคม ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มได้ขยายตัวเข้าสู่ Café Business ได้แก่ ร้านกาแฟมวอลชน ร้านอาราบีเทีย คาเฟ่ ร้านจิ้งเกิ้ลคาเฟ่ และร้าน ซีพี เฟรชมาร์ท
- เดือนมิถุนายน วางจำหน่ายเครื่องดื่มเย็นโลกดตามฤดูกาลคือ รสเมลอนลาเต้ ที่ร้าน 7-Eleven
- วางจำหน่ายเครื่องดื่มปรุงสำเร็จชนิดผงพร้อมชงตามฤดูกาล คือ ชานมบุก Brown Sugar ในมุม All Café ที่ร้าน 7-Eleven
- ได้รับคะแนนในระดับดีมาก (99 จาก 100 คะแนน) ในโครงการประเมินคุณภาพการจัดประชุม AGM ปี 2562 จากสมาคมส่งเสริมผู้ลงทุนไทยร่วมกับสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์
- เดือนกรกฎาคม วางจำหน่ายเครื่องดื่มปรุงสำเร็จชนิดผงพร้อมชงตามฤดูกาล คือ ชานม ชามะนาว คัดสรรสูตรจากใบชาสดจากไร่ชาอินทรีย์ ในมุม All Café ที่ร้าน 7-Eleven เฉพาะสาขาที่มีจำหน่าย กับ 3 เมนูใหม่ ชานมปั่น ชานมเย็น ชามะนาวเย็น
- วางจำหน่ายเครื่องดื่มปรุงสำเร็จชนิดผงพร้อมชงตามฤดูกาล คือ บูลีนี่จี ในมุม All Café ที่ร้าน 7-Eleven กับ 3 เมนูใหม่ บูลีนี่จี โชดาโยเกิร์ต บูลีนี่จี โชดา และ บูลีนี่จี โยเกิร์ต
- เดือนกันยายน บริษัทฯ ได้เป็นตัวแทนจำหน่ายลิขสิทธิ์การ์ตูนชื่อดังทางออนไลน์ของไทย คือ "หมาจ๋า" และยังมีคาแรคเตอร์ Art Story ของกลุ่มเด็กพิเศษที่สร้างผลงานเป็นภาพวาดลายเส้น โดยบริษัทฯ เข้าไปช่วยร่วมในโครงการนี้โดยไม่ได้คิดค่าใช้จ่าย ซึ่งรายได้จากการใช้ลิขสิทธิ์นี้จะนำไปโครงการ Art Story ทั้งหมด ซึ่งถือว่าเป็นโครงการ CSR อีกโครงการหนึ่งของบริษัทฯ
- วางจำหน่ายเครื่องดื่มเย็นโลกดตามฤดูกาลคือ รสน้ำฝรั่งชมพู ในร้าน 7-Eleven
- วางจำหน่ายเครื่องดื่มปรุงสำเร็จชนิดผงพร้อมชงตามฤดูกาล คือ Salted Egg Series ในมุม All Café
- ที่ร้าน 7-Eleven กับ 3 เมนูใหม่ ไข่เค็มนมสมปั่น ไข่เค็มมัทฉะคัสโชโตะเย็น และไข่เค็มนมสดเย็น
- วางจำหน่ายเครื่องดื่มปรุงสำเร็จชนิดผงพร้อมชงตามฤดูกาล คือ Fruit Tea ชาผลไม้ สกัดจากใบชาสด หอมกลิ่นผลไม้ ในมุม All Café ที่ร้าน 7-Eleven เฉพาะสาขาที่มีจำหน่าย กับ 2 เมนูใหม่ ชาพีช และชาราสป์เบอร์รี่
- เดือนตุลาคม ร่วมกับพันธมิตร "สยามพารากอน" เปิดมิติใหม่ครั้งแรกในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ จัดงาน Siam Paragon presents Rilakkuma World Happiness Town ในวันที่ 24 ตุลาคม – 10 พฤศจิกายน ที่พาร์ค พารากอน ชั้น M สยามพารากอน
- วางจำหน่ายเครื่องดื่มปรุงสำเร็จชนิดผงพร้อมชงตามฤดูกาลคือ ยูนิคอร์น มิลก์ หอมกลิ่นคุกกี้ หวานสีพาสเทล ในมุม All Café ในร้าน 7-Eleven
- ได้รับการประเมินผลสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนในปี 2562 อยู่ในระดับดีมาก (4 ดาว) จากสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) โดยการสนับสนุนจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยปีนี้บริษัทฯ มีคะแนน 88% จากปีก่อน 87%
- เดือนพฤศจิกายน วางจำหน่ายเครื่องดื่มเย็นโลกดตามฤดูกาลคือ รสชานมบราวนี่ชูการ์ ที่ร้าน 7-Eleven

- ทางตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยร่วมกับวารสารการเงินธนาคาร ได้มีการจัดพิธีมอบรางวัล SET AWARDS 2019 เพื่อยกย่องเชิดชูบริษัทจดทะเบียนในตลาดทุนที่มีความโดดเด่น และเป็นเลิศในการบริหารจัดการธุรกิจในด้านต่าง ๆ โดยบริษัทฯ ได้รับรางวัล Best Investor Relations Awards ซึ่งรางวัลนี้เป็นรางวัลที่มอบให้แก่บริษัทจดทะเบียนที่มีความโดดเด่นด้านการดำเนินกิจกรรมนักลงทุนสัมพันธ์ ที่ให้ความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมของทั้งองค์กรในการดำเนินกิจกรรม นอกจากนี้ บริษัทฯยังได้รับ รางวัลในกลุ่ม Business Excellence สาขา Outstanding Investor Relations Awards (เป็นปีที่ 3 ติดต่อกัน) รางวัลที่ได้รับนี้เป็นรางวัลที่มีเกียรติเป็นความภาคภูมิใจ เป็นกำลังใจให้กับทีมงานของบริษัทฯ เพื่อมุ่งมั่นทำสิ่งที่ดีให้กับผู้ถือหุ้น นักลงทุน และกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียของบริษัทฯ ต่อไปในอนาคต
- ส่งผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม เข้าร้านแบล็คแคนยอน ได้แก่ ไข่มุกบราวซูการ์บีบเบิ้ล Brown Sugar Bubbles

ปี 2563

- เดือนมกราคมวางจำหน่ายเครื่องดื่มเย็นในโอกดตามฤดูกาลคือ รสมิลค์กีเบอร์รี่ ที่ร้าน 7-Eleven
- เครื่องดื่มปรุงสำเร็จชนิดผงพร้อมชง คือ ชานมบุก Brown Sugar ได้เป็น Signature Menu โดยสามารถวางจำหน่ายที่ร้าน 7-Eleven ที่มีมุม All Café ตลอดทั้งปี ซึ่งถือว่าการรับรู้รายได้จากการขายเต็มปี
- วางจำหน่ายเครื่องดื่มปรุงสำเร็จชนิดผงพร้อมชงตามฤดูกาล คือ Valentine In Love Series กับ 3 เมนูใหม่ ได้แก่ เพอร์ชี่โยเกิร์ตปั่น บัปปี้มิลค์ปั่น และเลิฟเวอร์โอรี่ปั่น ในมุม All Café ที่ร้าน 7-Eleven
- เดือนกุมภาพันธ์ วางจำหน่ายเครื่องดื่มเย็นในโอกด คือ ชาเย็น ซึ่งมีการปรับสูตรใหม่ อร่อยเข้มข้น เต็มรสชาติต้นตำรับที่ร้าน 7-Eleven
- เดือนมีนาคม วางจำหน่ายเครื่องดื่มเย็นในโอกดตามฤดูกาลคือ รสแพชชั่นฟรุ๊ตตี้ ที่ร้าน 7-Eleven
- วางจำหน่ายเครื่องดื่มปรุงสำเร็จชนิดผงพร้อมชงตามฤดูกาล คือ Mango Splash ในมุม All Café กับ 3 เมนูใหม่ ได้แก่ มะม่วงโยเกิร์ตปั่น มะม่วงปั่นสาคูปะเปียก และชามะม่วงโลม ที่ร้าน 7-Eleven เพื่อต้อนรับฤดูร้อน
- ได้รับรางวัล Superior Taste Award จาก International Taste Institute ประเทศเบลเยียม โดยเป็นผู้ชนะเลิศสากลในการประเมินผลและรับรองรสชาติอาหารและเครื่องดื่ม รางวัลในครั้งนี้ ประกอบด้วย เครื่องดื่มเย็นในโอกด ได้แก่ กาแฟลาเต้ และชาไทย และเครื่องดื่มในมุม All Café ได้แก่ ชามะนาว โดยเครื่องดื่มทั้งหมดวางจำหน่ายในร้าน 7-Eleven โดยคณะกรรมการส่วนหนึ่งเป็นหนึ่งในผู้ที่ได้รับการยกย่องในเวทีการแข่งขัน Chef & Sommelier หรือจากสถาบันที่มีชื่อเสียงเช่น Le Guide Michelin, Gault & Millau ซึ่งการได้รับใบรับรอง Superior Taste Award ถือว่าเป็นที่ยอมรับในหมู่ผู้ค้าปลีกรายใหญ่ทั่วโลก และสร้างความความแตกต่างอย่างเห็นได้ชัดต่อทั้งตลาดในและต่างประเทศ โดยมีประเทศที่เข้าร่วมกว่า 72 ประเทศทั่วโลก
- เดือนเมษายน วางจำหน่ายเครื่องดื่มปรุงสำเร็จชนิดผงพร้อมชงตามฤดูกาล คือ Fruit Tea ชาผลไม้ สกัดจากใบชาสดหอมกลิ่นผลไม้กับ 2 เมนูใหม่ ชาพีช และชาราสปีเบอร์รี่ ฝูงชาสามารถย่อยสลายตามชีวภาพ และสามารถเลือกกระป๋องความหวานได้ ที่ร้าน 7-Eleven
- เดือนพฤษภาคมวางจำหน่ายเครื่องดื่มปรุงสำเร็จชนิดผงพร้อมชงตามฤดูกาล คือ ชาดำน้ำผึ้ง มีส่วนผสมของใบชาสดและน้ำผึ้งแท้เป็นเครื่องดื่มทางเลือกใหม่สำหรับผู้รักสุขภาพ ที่ร้าน 7-Eleven
- เดือนมิถุนายนวางจำหน่ายโอเลเวอร์ที่อปปี้ กินคู่กับอะไรก็อร่อยได้ทุกเมนูเครื่องดื่มในมุม All Café ที่ร้าน 7-Eleven

- วางจำหน่ายเครื่องดื่มปรุงสำเร็จชนิดผงพร้อมซองตามฤดูกาล คือ Orange passion fruit เครื่องดื่มส้มเขียวหวาน ผสมสเสาวรธ มีวิตามินซีสูง กับ 3 เมนูใหม่ ได้แก่ ส้มเสาวรธโซดาเย็น ส้มเสาวรธโยเกิร์ตปั่น และชาส้มเสาวรธเย็น
- เดือนกรกฎาคมเปิดตัวสินค้าใหม่ของ Character มาจำ Collection พิเศษ ที่ร้าน Loft Siam Discovery เช่น ตุ๊กตาจี๊สมุดน้ำต พวงกุญแจ แก้วน้ำ เป็นต้น
- เปิดตัวภาพยนตร์การ์ตูน Sumikko - ซุมิกโกะก๊วนเพื่อนติดมมผจญภัยปริศนาโลกนิทาน ในไทย ซึ่งถือว่าการสร้างการรับรู้ตัวการ์ตูน Sumikkogurashi มากยิ่งขึ้น
- เดือนกันยายนวางจำหน่ายเครื่องดื่มเย็นโถกตตามฤดูกาลคือ “มัทฉะ ลาเต้” หอมหวาน กลมกล่อม ได้รสชาติชาเขียวญี่ปุ่น ที่ร้าน 7-Eleven
- เครื่องดื่ม All Café Tea Signature ที่ร้าน 7-Eleven ได้แก่ ชาเขียวมัทฉะ ชานม ชานมไต้หวัน และชามะนาว ได้เพิ่มขนาดใหญ่เป็น 22 ออนซ์ ทุกสาขาที่มีมม All Café ทั่วประเทศ
- เดือนสิงหาคม นิตยสาร Forbes ได้ประกาศรายชื่อ Asia's 200 Best Under A Billion 2020 ซึ่ง TACC เป็น 1 ใน 19 บริษัทที่เป็นตัวแทนจากประเทศไทยที่มีคุณสมบัติที่ดีที่สุดในภูมิภาคเอเชียในครั้งนี้อยู่ สำหรับเกณฑ์การพิจารณาจากบริษัทมหาชนขนาดกลาง และเล็กในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิกที่มีรายได้สูงกว่า 10 ล้านดอลลาร์ แต่ไม่เกิน 1 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งมีจำนวน 18,000 บริษัท แล้วคัดเลือก 200 บริษัทที่มีคุณสมบัติที่ดีตามเกณฑ์ที่กำหนดได้แก่ มีรายได้และกำไรเติบโตอย่างน้อย 3 ปีย้อนหลัง มีผลตอบแทนเฉลี่ยต่อหุ้นแข็งแกร่งตลอด 5 ปีย้อนหลัง มีภาระหนี้ต่ำ และมีการกำกับดูแลที่แข็งแกร่ง ซึ่ง TACC เข้าเกณฑ์คุณสมบัติที่ดีตามเกณฑ์ที่กำหนดข้างต้น ทำให้มีชื่อ 1 ใน 19 บริษัท ที่เป็นตัวแทนจากประเทศไทย
- ได้รับการคัดเลือกให้เข้าอยู่ใน Universe ของกลุ่มหลักทรัพย์ ESG 100 ประจำปี 2563 โดยสถาบันไทยพัฒนาประกาศ 100 หลักทรัพย์จดทะเบียนที่โดดเด่นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล
- เปิดตัว Rilakkuma pop-up cafe ที่แรกในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ในห้าง Orchard central ประเทศสิงคโปร์ โดย Kumoya ได้ร่วมงานกับทาง San-X ประเทศญี่ปุ่น ในการพัฒนาคาเฟ่แห่งนี้กับคาแรคเตอร์ต่างๆ ของ San-X โดยเริ่มต้นที่ Rilakkuma คาแรคเตอร์ที่มีสุดฮิตของค่ายเป็นคาแรคเตอร์แรก ในธีม “Rilakkuma-The Relax Café” ทั้งนี้ ยังได้นักออกแบบอาหารชื่อดังอย่าง Shirley Wong (@littlemissbento) มาเป็นผู้ออกแบบเมนูน่ารักๆ ให้กับคาเฟ่แห่งนี้
- Credi Sport และ มาจำ ร่วมกันจัดงานวิ่ง Virtual Run พันธุ์ใหม่ “พีชีเยวทอง วิ่งช่วยเพื่อน ตะลุย เมืองหมากรอนทั้ง 7” ร่วมผจญภัยไปกับเรื่องราวการเดินทางของ “พีชีเยวทอง” นักวิ่งหมา ไทยใจหล่อ และแก๊งผองเพื่อน ที่มีเป้าหมายในการสร้างวีรกรรม ความดี เพื่อช่วยเพื่อนๆ หมาไทยให้มีชีวิตที่ดีขึ้น
- เดือนตุลาคม วางจำหน่ายเครื่องดื่มปรุงสำเร็จชนิดผงพร้อมซองตามฤดูกาลพบกับ “เครื่องดื่มชาโฮจิมะ” ทางเลือกใหม่สำหรับผู้ชื่นชอบชาเขียวญี่ปุ่นควมมีจุดเด่นที่การเบลนด์สัดส่วนของชา 3 ชนิด คือ Yabukita Tea, ชาอุหลง และ ชาอัสสัมได้อย่างเหมาะสม กับ 3 เมนูใหม่ ได้แก่ โฮจิมะนมสดร้อน โฮจิมะนมสดเย็น และโฮจิมะนมสดเฉาก๊วยปั่น
- ได้รับคะแนนระดับดีมาก (100 คะแนน) ในโครงการประเมินคุณภาพการจัดประชุม AGM ประจำปี 2563 จากส่งเสริมผู้ลงทุนไทยร่วมกับสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์

- เดือนพฤศจิกายน ได้รับการประเมินผลสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนในปี 2563 อยู่ในระดับดีเลิศ (5 ดาว) และ Top Quartile: 1,000-2,999 MB.ของ Market Cap. ซึ่งเป็นอีกหนึ่งความภูมิใจในด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี และการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน จากสถาบัน กรรมการบริษัทไทย (IOD) โดยการสนับสนุนจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
- ทางตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยร่วมกับวารสารการเงินธนาคาร ได้มีการจัดพิธีมอบรางวัล SET AWARDS 2020 เพื่อยกย่องเชิดชูบริษัทจดทะเบียนในตลาดทุนที่มีความโดดเด่น และเป็นเลิศในการบริหารจัดการธุรกิจในด้านต่าง ๆ โดยบริษัทฯ ได้รับรางวัลในกลุ่ม Business Excellence สาขา Outstanding Investor Relations Awards (เป็นปีที่ 4 ติดต่อกัน) ซึ่งรางวัลนี้เป็นรางวัลที่มอบให้แก่บริษัทจดทะเบียนที่มีความโดดเด่นด้านการดำเนินกิจกรรมนักลงทุนสัมพันธ์ ที่ให้ความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมของทั้งองค์กรในการดำเนินกิจกรรม

### 1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของบริษัทฯ

ในปีน้บริษัทฯไม่มีบริษัทย่อย หรือบริษัทร่วม



## 2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

### โครงสร้างรายได้

| ประเภทของรายได้              | ปี 2561         |               | ปี 2562         |               | ปี 2563         |               |
|------------------------------|-----------------|---------------|-----------------|---------------|-----------------|---------------|
|                              | ล้านบาท         | ร้อยละ        | ล้านบาท         | ร้อยละ        | ล้านบาท         | ร้อยละ        |
| รายได้จากการขาย              |                 |               |                 |               |                 |               |
| - Business to Business : B2B | 1,143.22        | 88.24         | 1,358.67        | 88.81         | 1,248.84        | 94.84         |
| - Business to Customer : B2C | 146.38          | 11.30         | 161.60          | 10.56         | 65.90           | 5.00          |
| <b>รวม</b>                   | <b>1,289.60</b> | <b>99.54</b>  | <b>1,520.27</b> | <b>99.37</b>  | <b>1,314.74</b> | <b>99.85</b>  |
| รายได้อื่น <sup>1)</sup>     | 5.99            | 0.46          | 7.08            | 0.63          | 2.00            | 0.15          |
| <b>รวมรายได้ทั้งหมด</b>      | <b>1,295.58</b> | <b>100.00</b> | <b>1,527.35</b> | <b>100.00</b> | <b>1,316.74</b> | <b>100.00</b> |

หมายเหตุ : 1) รายได้อื่น ประกอบด้วย และรายได้จากการจำหน่ายวัตถุดิบ

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจจัดหา ผลิต และจำหน่ายเครื่องดื่มประเภทชา กาแฟ และสินค้าไลฟ์สไตล์ที่มีเอกลักษณ์และความแตกต่างอย่างชัดเจน และสินค้าไลฟ์สไตล์ โดยมุ่งเน้นการบริหารกลยุทธ์ด้านการตลาดและการขายควบคู่ไปกับการวิจัยและพัฒนาเครื่องดื่มด้วยความหลากหลายทั้งรูปแบบและรสชาติ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคทุกเพศทุกวัย ทั้งกลุ่มวัยรุ่น กลุ่มนักเรียน นักศึกษา และกลุ่มวัยทำงาน โดยลักษณะผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ สามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่มหลัก ประกอบด้วย กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่บริษัทร่วมพัฒนากับพันธมิตรทางธุรกิจ และกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายภายใต้ตราสินค้าของบริษัท โดยมีรายละเอียดดังนี้

### 1. กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่บริษัท ร่วมพัฒนากับพันธมิตรทางธุรกิจ (Business to Business : B2B)

กลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ บริษัทฯ จะทำการวิจัยและพัฒนาร่วมกับลูกค้า ซึ่งบริษัทถือว่าเป็นพันธมิตรหลักทางธุรกิจ (Key Strategic Partner) เพื่อผลิตและวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในร้านค้าของลูกค้า ซึ่งจะครอบคลุมถึงร้านสะดวกซื้อ (Convenience Store) และร้านอาหารที่เป็นเครือข่ายธุรกิจอาหาร (Food Chain Restaurant) โดยจะเป็นการทำงานร่วมกันระหว่างฝ่ายการตลาด ฝ่ายขาย และฝ่ายวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ กับฝ่ายการตลาดและฝ่ายจัดซื้อของลูกค้าในการพัฒนาสูตรเครื่องดื่มเพื่อนำไปวางจำหน่ายในร้านค้าของลูกค้า

ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ร่วมพัฒนากับพันธมิตรทางธุรกิจ มีรายละเอียดดังนี้

#### 1) เครื่องดื่มเย็นในโถกด (Cold Beverage Dispenser) ที่เป็นรสชาติหลัก (Core Flavor)

เครื่องดื่มประเภทนี้เป็นเครื่องดื่มที่สร้างรายได้หลักให้แก่บริษัทฯ ซึ่งบริษัทฯ ได้ร่วมวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในโถกดร่วมกับร้าน 7-Eleven ภายใต้การบริหารงานของบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) มาเป็นเวลานานกว่า 18 ปี โดยผลิตภัณฑ์ดังกล่าวจะจำหน่ายให้แก่ร้าน 7-Eleven ในรูปแบบผงสำเร็จบรรจุในถุงขนาดต่างๆ เช่น 467 กรัม และ 702 กรัม เป็นต้น เพื่อนำไปชงใสในโถกด (Dispenser) และจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคในรูปแบบเครื่องดื่มเย็น

ในการบริหารจัดการเครื่องดื่มในโถกดของร้าน 7-Eleven นั้น จะมีทั้งในส่วนที่เป็น Core Flavor ซึ่งเป็นเครื่องดื่มหลักที่ต้องมีประจำสำหรับเครื่องดื่มในโถกดของร้าน 7-Eleven ทุกร้าน โดยเครื่องดื่มที่เป็น Core Flavor ที่บริษัทฯ ร่วมพัฒนากับร้าน 7-Eleven ได้แก่ กาแฟเย็น ซึ่งเป็นตราสินค้าของ 7-Eleven ชานม ภายใต้ตราสินค้า “เซนย่า” (Zenya) และกาแฟเย็นลาเต้ ภายใต้ตราสินค้า “เซนย่า” (Zenya)

นอกจากเรื่องการพัฒนาสินค้าที่ทางบริษัท ร่วมทำงานกับทีมงาน 7-Eleven แล้วนั้นทางบริษัท มีการทำแผนงานร่วมกันเพื่อทำให้กลุ่มเครื่องดื่มในโลกดของร้าน 7-Eleven โตขึ้น บริษัทมีการพัฒนาปรับปรุงเครื่องดื่มเย็นในโลกดให้เป็นสูตรลดความหวานของเครื่องดื่ม โดยใช้วัตถุดิบที่ให้ความหวานแทนน้ำตาลจากธรรมชาติเพิ่มเติมด้วย โดยทำการปรับปรุงสูตรลดความหวานของเครื่องดื่มกาแฟเอสเพรสโซ กาแฟลาเต้ และชาเย็น ซึ่งปัจจุบันได้การแก้ไขปัญหาระยะนี้ที่ร้านที่รัฐบาลจัดเก็บเป็นที่ยอมรับแล้ว



นอกจากนี้ บริษัท ได้รับความสะดวกใจจากลูกค้าในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มช็อกโกแลต Hershey's ในร้าน 7-Eleven โดยเป็นรสชาติที่วางขายตลอดทั้งปี เฉพาะสาขาที่มีจำหน่าย (Optional Core) ปัจจุบันมีประมาณ 2,500 สาขา จากเดิมเป็นเพียงรสชาติที่มีช่วงฤดูกาลหนึ่งเท่านั้น

## 2) เครื่องดื่มปรุงสำเร็จชนิดผงพร้อมชง

นอกเหนือจากการร่วมพัฒนาเครื่องดื่มในโลกดแล้ว บริษัทฯ ยังได้พัฒนาเครื่องดื่มปรุงสำเร็จชนิดผงพร้อมชงขนาด 35 กรัม เพื่อจัดจำหน่ายให้กับร้าน All Café ซึ่งเป็นร้านจำหน่ายเครื่องดื่มชงสดที่ตั้งอยู่ในร้าน 7-Eleven โดยบริษัทฯ เริ่มจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประเภทนี้เมื่อเดือนมิถุนายน 2557 ปัจจุบันสาขารวมกันประมาณ 8,300 สาขา โดยมี 5 รสชาติ ได้แก่ ชานม ชาเขียวนมมะลิ ชามะนาว โยเกิร์ตผลไม้ปั่น และชาสมุนไพร นอกจากนี้ยังมีผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ร่วมพัฒนาเพื่อจำหน่ายเป็นครั้งคราวหรือตามฤดูกาล (Seasonal) เช่น ฟรุ๊ตตี้ ชาดำน้ำผึ้ง ส้มเขียวหวานผสมเสาวรส และโอจิฉะชาเขียวญี่ปุ่นคั่ว





ในปีนี้ได้มีการเพิ่มขนาดแก้วของกลุ่มเครื่องดื่ม Non-Coffee ใน All Café จาก 16 ออนซ์ เป็น 22 ออนซ์ ครอบคลุมทุกสาขาที่มีมุม All Café ทั่วประเทศ ส่งผลให้มีอัตราการซื้อเพิ่มขึ้นอีกด้วย



### 3) ผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ร่วมพัฒนาเพื่อจำหน่ายเป็นครั้งคราวหรือตามฤดูกาล (Seasonal)

นอกจากนี้ เครื่องดื่มในโถกดจะมีเครื่องดื่มประเภทอื่นๆ ซึ่งจะเป็นทางเลือกให้แต่ละร้านสามารถเลือกได้ตามความเหมาะสมกับพื้นที่ของแต่ละร้าน ซึ่งบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) จะมีการพัฒนาสินค้าร่วมกับผู้จำหน่ายสินค้าแต่ละราย ซึ่งบริษัทฯ ร่วมพัฒนาเพื่อจำหน่ายเป็นครั้งคราวหรือตามฤดูกาล (Seasonal)

- เครื่องดื่มในโถกดประเภทอื่นๆ ซึ่งจะเป็นทางเลือกให้แต่ละร้านสามารถเลือกได้ตามความเหมาะสมกับพื้นที่ของแต่ละร้าน ซึ่งจะมีการสับเปลี่ยนเครื่องดื่มตามระยะเวลาที่กำหนด เครื่องดื่มประเภทนี้ที่บริษัทฯ ร่วมพัฒนากับ บริษัท ซีพีออลล์ จำกัด (มหาชน) เช่น มิลค์shake, แฟลชฟรุตตี้ และมัทฉะลาเต้



#### 4) เครื่องกดเครื่องดื่มร้อนแบบอัตโนมัติ (Hot Beverage Dispenser)

ทางบริษัทฯ ร่วมพัฒนาสินค้ากลุ่มเครื่องดื่มร้อนอัตโนมัติกับทางบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) เพื่อเพิ่มความสะดวกในการบริโภคเครื่องดื่มกับลูกค้ามากขึ้น ณ ร้าน 7-Eleven เริ่มติดตั้ง ปลายปี 2558 ปัจจุบันติดตั้งแล้ว 540 เครื่อง โดยส่วนใหญ่จะอยู่ในร้าน 7-Eleven ในปั้มน้ำมันปตท.

เครื่องดื่มร้อนดังกล่าวราคาจำหน่ายแก้วละ 17 บาท ปัจจุบัน มีทั้งหมด 3 รสชาติหลัก ได้แก่ กาแฟช็อกโกแลต และชาเขียวนม มีทละ โดยเครื่องดื่มถูกกดออกจากเครื่องกดอัตโนมัติ ซึ่งเครื่องดังกล่าวมีนวัตกรรมใหม่ที่มีเทคโนโลยี หัวตีผสมที่หมุนด้วยความเร็วถึง 13,000 รอบ ทำให้ผสมเครื่องดื่มได้รวดเร็ว อีกทั้งมีแรงดันน้ำที่สม่ำเสมอ เพื่อให้ได้เครื่องดื่มร้อนที่มีรสชาติดี และมีกลิ่นैयाวน พร้อมทั้งโฟมที่นุ่ม ละเอียด โดยปัจจุบันทางบริษัทฯ ได้มีส่วนร่วมทำแผนเพื่อพัฒนากลุ่มเครื่องดื่มร้อนอย่างต่อเนื่อง



#### 5) อโลเวร่า ท็อปปิง

บริษัทฯ ได้ออกสินค้าใหม่ คือ อโลเวร่า ท็อปปิง โดยสามารถกินคู่ได้กับเครื่องดื่มทุกเมนู และจะเข้าเป็นพิเศษกับเมนูจำพวกชา เช่น Fruit tea, ชาดำน้ำผึ้ง, ชามะนาว, ชานมไต้หวัน, ชานม และ ชาเขียว เพียงเพิ่มเงินจำนวน 15 บาท





## 2. กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายภายใต้ตราสินค้าของบริษัทฯ (Business to Customer : B2C)

นอกเหนือจากกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ร่วมพัฒนากับพันธมิตรทางธุรกิจแล้ว บริษัทฯ ยังมีผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ เป็นผู้คิดและพัฒนาสูตรการผลิตเพื่อจำหน่ายภายใต้ตราสินค้าของบริษัทฯ เอง โดยผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้สามารถแบ่งได้เป็น 5 ประเภท ดังนี้

### 1) ชาเขียวพร้อมดื่ม (Ready to Drink) ตรา “เซนย่า” (Zenya)

เครื่องดื่มประเภทนี้เป็นเครื่องดื่มชาเขียวที่ผลิตจากใบชาแท้ผสมน้ำผลไม้เข้มข้น แร่ธาตุ และวิตามินต่าง ๆ ที่มีรสชาติเป็นเอกลักษณ์ ให้ความรู้สึกสดชื่นได้รสชาติเต็มๆ ของทั้งชาและน้ำผลไม้ ภายใต้แนวคิดผลิตภัณฑ์ที่ว่า “Zenya Super Power from Super Fruit” ในปีนี้บริษัทฯ ได้กลับเข้าไปจำหน่ายชาเขียวพร้อมดื่ม “เซนย่า” (Zenya) ในประเทศกัมพูชาอีกครั้ง โดยทำการปรับปรุงใหม่เพิ่ม Cooling Agent

ประกอบด้วย 3 รสชาติ ได้แก่ (1) ชาเขียวพร้อมดื่มผสมน้ำทับทิม ที่เพิ่มแอนติออกซิแดนท์เป็นสองเท่าจากชาเขียวและผลทับทิม (2) ชาเขียวพร้อมดื่มผสมองุ่นแดง ที่ช่วยลดโคเลสเตอรอลในร่างกาย และ (3) ชาเขียวพร้อมดื่มผสมฮันนี่เลมอนไอซ์ ซึ่งผลดีต่อระบบภูมิคุ้มกันในร่างกาย บรรจุในขวดพลาสติกที่มีสีสันสดใสเหมาะกับกลุ่มผู้บริโภคทุกเพศทุกวัยโดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่น มีขนาดบรรจุ 500 มิลลิลิตร วางจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยมีมุ่งเน้นตลาดต่างประเทศในแถบอาเซียนเป็นหลัก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ประเทศกัมพูชา ราคาจำหน่ายหน้าร้านค้าปลีกในประเทศขวดละ 20 บาท สำหรับตลาดต่างประเทศบริษัทฯ จะทำการพัฒนาสูตรผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าในแต่ละประเทศรวมถึงข้อกำหนดของแต่ละประเทศ เช่น ชาเขียวพร้อมดื่มสูตรหวานน้อยที่ได้รับเครื่องหมาย Healthier Choice จาก Health Promotion Board ประเทศสิงคโปร์ เพื่อรับรองว่าเป็นเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพและสามารถวางจำหน่ายในโรงเรียนทั่วประเทศสิงคโปร์ได้ เป็นต้น



### 2) เครื่องดื่มปรุงสำเร็จชนิดผง ตรา “ณ อรุณ” (Na-Arun)

เครื่องดื่มประเภทนี้เป็นผลิตภัณฑ์ปรุงสำเร็จชนิดผง บรรจุในซองที่มีขนาดบรรจุ 500 กรัม จำหน่ายในรูปแบบลังบรรจุ 10 ซอง ราคาจำหน่าย 1,000 บาทต่อลัง ภายใต้แนวคิดผลิตภัณฑ์ที่ต้องการให้ผู้บริโภคได้สัมผัสและลิ้มลองกับรสชาติไทยๆ โดยคัดสรรวัตถุดิบคุณภาพ เพื่อให้ได้รสชาติแท้ๆ ในราคาที่คุ้มค่า ให้ความสดชื่นได้ทุกที่ ทุกเวลา และทุกโอกาส ประกอบด้วย 7 รสชาติ ได้แก่ 1) กาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงสูตรเอสเปรสโซ่ ที่มีรสชาติเข้มข้นเต็มรสกาแฟ 2) กาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงสูตรลาเต้ ที่มีรสชาติหอมละมุน กลมกล่อม จากส่วนผสมของนม 3) ชานมไทยปรุงสำเร็จชนิดผงที่มีรสชาตินุ่มและกลมกล่อมตามแบบต้นตำหรับชาไทยแท้อันเป็นเอกลักษณ์ 4) ชาเขียวนมปรุงสำเร็จชนิดผง มีส่วนผสม

ของชาและเพิ่มความหอมของกลิ่นมะลิ 5) ช็อกโกแลตปรุงสำเร็จนำเข้าจากฝรั่งเศส 6) ชาเขียวรสมะนาว ที่มีรสชาติพรีเมียม หอมละมุนกลิ่นมะนาว 7) ชาไทยผสมรสมะนาว เป็นชาดำผสมผสานรสชาติมะนาวไทย รสชาติที่คนไทยคุ้นเคย โดยบริษัทฯ มุ่งเน้นตลาดต่างประเทศ ได้แก่ ออสเตรเลีย เวียดนาม สิงคโปร์ และสหรัฐอเมริกาบริบทเอมิเลตส์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งร้านอาหาร ไทย ร้านขายผลิตภัณฑ์จากเอเชีย (Asian Grocery) และขายในประเทศผ่านช่องทางธุรกิจคาเฟ่ต่าง ๆ



### 3) เครื่องดื่มช็อกโกแลต ตรา “เฮอรัชี” (Hershey’s)

บริษัทฯ ได้เป็นผู้จัดจำหน่ายเครื่องดื่มช็อกโกแลต ตรา Hershey’s ผ่านความร่วมมือกับ Sunny Sky Products, LLC ผู้ได้รับสิทธิในการผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มช็อกโกแลต ตรา Hershey’s ในร้าน 7-Eleven โดยบริษัทฯ เป็นตัวแทนจำหน่ายในกลุ่ม CP กลุ่ม HORECA และกลุ่ม QSR



### 4) ธุรกิจคาแรคเตอร์

บริษัทฯ ได้เซ็นสัญญา Licensing Agreement กับบริษัท Ingram ประเทศญี่ปุ่นเป็นตัวแทนอนุญาตให้ใช้ ลิขสิทธิ์ของบริษัท San-X ประเทศญี่ปุ่น (Licensor) ซึ่งบริษัทฯ จะเป็นตัวแทนที่จะดูแล Licensee ครอบคลุม 7 ประเทศ ได้แก่ ไทย สิงคโปร์ มาเลเซีย กัมพูชา เมียนมาร์ ลาว และเวียดนาม ระยะเวลาของสัญญา 5 ปี คาแรคเตอร์ของ San-X ได้แก่ Rilakkuma, Sumikkogurashi, Sentimental Circus, Kamonohashikamo, Mamegoma เป็นต้น

Licensing คือการที่กิจการหนึ่งให้สิทธิในการผลิตสินค้า โดยใช้เครื่องหมายการค้า ลิขสิทธิ์ และสิทธิทางการตลาดอื่นๆ แก่กิจการหนึ่ง โดยบริษัทผู้รับสิทธิหรือได้รับสัมปทาน ต้อง จ่ายค่าตอบแทนตามที่ได้ตกลงกันไว้เป็นกรณีไป ส่วนใหญ่มักชำระในรูปแบบของค่า ธรรมเนียม (Royalty Fee)

## คาแรคเตอร์กลุ่ม “San-X” จากประเทศญี่ปุ่น



### ริลัคคุมะ (Rilakkuma)

“Rilakkuma” หมายถึง “หมีผ่อนคลาย” ไม่ว่าจะที่ไหนหรือเมื่อไหร่ จะเห็น Rilakkuma อยู่ในอารมณ์ที่เฉยๆ และผ่อนคลายเสมอ Rilakkuma ไม่มีความเครียด และจะทำกิจกรรมตามขีดจำกัดและความสามารถ ของตัวเอง Rilakkuma จึงเป็นที่รักของทุกคน คุณจะถูกดึงดูดเข้าไปในโลกของ Rilakkuma และรู้สึกที่เฉยๆ ผ่อนคลายเมื่อเห็น Rilakkuma ทำกิจกรรมต่างๆ



ชุดหมีตัวนี้เป็นที่รู้จักกันในนาม Rilakkuma ที่มาจากที่ไหนสักแห่ง แล้วอยู่ๆวันหนึ่งก็โผล่ไปที่บ้านของ Kaoru จนกระทั่งตอนนี้ เจ้าชุดหมีอาศัยอยู่ที่บ้านนี้และชอบก่อความ Kaoru โดยการไม่ทำอะไรเลย แต่ก็ยังให้คำปรึกษาเกี่ยวกับชีวิตของเธอบ้างเป็น บางครั้ง สิ่งที่ Rilakkuma ชอบคือ ขนมพิเศษจากร้านขายดังโงะแถวบ้าน และสิ่งที่เค้าไม่ชอบเลยคือช่วงฤดูร้อน



### Korilakkuma

ลูกหมีสีขาวที่ไม่มีใครรู้ว่ามาจากไหน และไม่ได้รู้จักกับ Rilakkuma มาก่อน ที่หน้าอกของ Korilakkuma นั้นมีกระดุมสีแดงติดอยู่ ดูแล้วจึงคิดว่าไม่น่าใช่หมีจริง ชื่อของ Korilakkuma ถูกตั้งโดย Kiiroitori นิสัยของ Korilakkuma นั้นชอบแกล้งคนอื่น เป็นลูกหมีที่ขี้เล่นและมีพลังเยอะ



### Kiiroitori

นกสีเหลืองที่ Kaoru เลี้ยงไว้ก่อนที่ Rilakkuma และตัวอื่นมาอยู่ด้วย Kiiroitori เคยอาศัยอยู่ในกรง แต่ตอนนี้สามารถออกมาจากกรงได้อย่างอิสระ Kiiroitori มักจะต่อว่า Rilakkuma ที่นอนเฉยๆ และทะเลาะกับ Korilakkuma ที่ขี้เล่นไปเป็นประจำ



### Chairoikoguma

อาศัยอยู่ในป่าน้ำผึ้งและเป็นเพื่อนกับ Korilakkuma ลักษณะคือจะมีขนที่หน้าอกและจะเห็นเขี้ยวของเค้าเวลาอ้าปาก และมีรอยเท้าหมีอยู่ที่ เท้าแต่ละข้าง ตัวจะเต็มไปด้วยกลิ่นหอมของน้ำผึ้ง และจะมีน้ำผึ้งติดที่ก้น





## Sumikkogurashi

“ซูมิกโกะกูราชิ” คือคาแรคเตอร์ใช้ชีวิตเรียบง่ายโดยลำพังตามมุมต่างๆ พวกเขาสามารถตั้งถิ่นฐานได้เมื่ออยู่ที่มุม พวกเขาไม่ชอบอยู่ตรงกลาง เมื่อถูกนำไปอยู่ตรงกลางพวกเขาจะรีบกลับไปมุมทันที



**Shirokuma** หมียาวสีขาวที่ชอบพวยพงได้เพื่อหนีความหนาว และจะรู้สึกสงบที่สุดเมื่อ ดื่มชา ร้อนอยู่ที่มุม



**Penguin?** ฉันเป็นเพนกวินหรือเปล่า? Penguin ไม่มีความมั่นใจ ในอดีตบนหัวของ Penguin น่าจะเคยมีจานอยู่บนหัวของเค้ามาก่อน



**Tonkatsu** ทงคัตซึขึ้นสุดท้ายที่ถูกทิ้งไว้ในจาน เพราะตัวเคามีเพียงเนื้อ 1% ที่เหลือ เป็นไขมัน 99%



**Neko** แมวสีขาวและสีขาว Neko มักจะซ่อนตัวอยู่ตามมุม Neko กังวลเรื่อง หุ่นของมัน



**Tokage** จริงๆแล้วเป็นไดโนเสาร์ตัวสุดท้ายของโลก จึงปลอมตัวเป็นกิ้งก่าเพื่อไม่ให้โดนจับ ค่อยๆเปิดใจกับ Nisetsumuri.



**Tapioca** พวกเขาถูกทิ้งไว้ในแก้วเพราะชาถูกดื่มไปหมดแล้ว ฉันผิดหวังมาก (Tapioca พิมพ์)



**Mogura** ตัวตุ่น เคยอาศัยอยู่มุมห้องชั้นดิน เริ่มอยากรู้อยากเห็นสิ่งต่างๆที่เกิดขึ้น ด้านบน หลังจากที่ได้เห็นความปั่นป่วนในครั้งแรก ชอบใส่ชุดสีแดง



**Yama** ภูเขา เป็นภูเขานขนาดเล็กที่เหมือนภูเขาไฟฟูจิ และปรากฏตัวขึ้นที่บ่อน้ำร้อน และทำตัวเหมือนภูเขาไฟฟูจิ



**Furoshiki Shirokuma's** สัมภาระของ Shirokuma เอาไว้ใช้ จองมุมและเวลา Shirokuma หนาว



**Hokori** ฝุ่น ละอองที่มักลอยไปอยู่ตามมุม



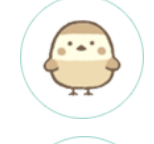
**Ebifurai no Shippo** ยากเกินกว่าที่จะกินจึงถูกทิ้งไว้ Ebifurai no Shippo และ Tonkatsu จึงเป็นเพื่อน ที่เข้าใจกันและกันอย่างดี



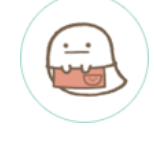
**Nisetsumuri** จริงๆคือหากที่เอาเปลือกหอยมาสวม ขอโทษที่หลอกคุณ...



**Zassou** วัชพืชคิดบวก ขึ้นขอบนักจัดดอกไม้ และฝันว่าจะได้ไปอยู่ในช่อดอกไม้สักวัน



**Suzume** นกกระจอก ชอบจิกกิน Tonkatsu มาก



**Obake** ผี ที่อาศัยอยู่มุมเพดานห้องอย่างเงียบๆ เพื่อไม่ให้คนอื่น ๆ กลัวชอบทำความสะอาด



### มาเมะโกมะ (Mamegoma)

Mamegoma คือแมวน้ำจิ๋วที่ถูกค้นพบไม่นานมานี้ Mamegoma มีขนาดเท่าฝ่ามือ เป็นแมวน้ำที่ขนาดเล็กมาก Mamegoma เป็นมิตรมาก หลังจากที่มีมันคุ้นเคยกับคุณ มันจะว่ายอยู่บนมือคุณหรือตอบ สนองเวลาเรียก มีหลายชนิด



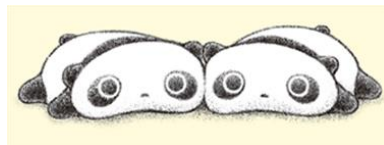
### Sentimental Circus

ตุ๊กตาที่ถูกทิ้งไว้ในหลืบห้องและมุมถนน ต่างแอบหนีมาตั้งคณะละครสัตว์อย่างลับในตอนกลางคืน คืนนี้ เพื่อนๆ แปลกหน้าของเค้าจะมารวมตัวกันก่อนการแสดงจะเริ่มขึ้น



### Kutusita Nyanko

แมวที่สวมถุงเท้าสีดำ Kutusita Nyanko ใส่ของที่หายหรือของมีค่าในถุงเท้าแล้วถือให้คุณ Kutusita Nyanko อาจเจอของมีค่าบางอย่างให้คุณ



### Tarepanda

ทาอะแพนด้า ที่มาของคาแรคเตอร์ผอมคล้ายสไตล์ "Tarepanda" การโพสต์ท่าและการเคลื่อนไหวของ Tarepanda สื่อถึงนิสัยที่ไม่มีวันลืมได้ ตามชื่อของมัน Tarepanda มีความนุ่มนิ่มเมื่อสัมผัสแต่ก็แข็งแรงเช่นเดียวกัน เคลื่อนที่การกลิ้งตัว 2.75 ไมล์/ชม. ชอบกินโมจิเค้กเป็นพิเศษ



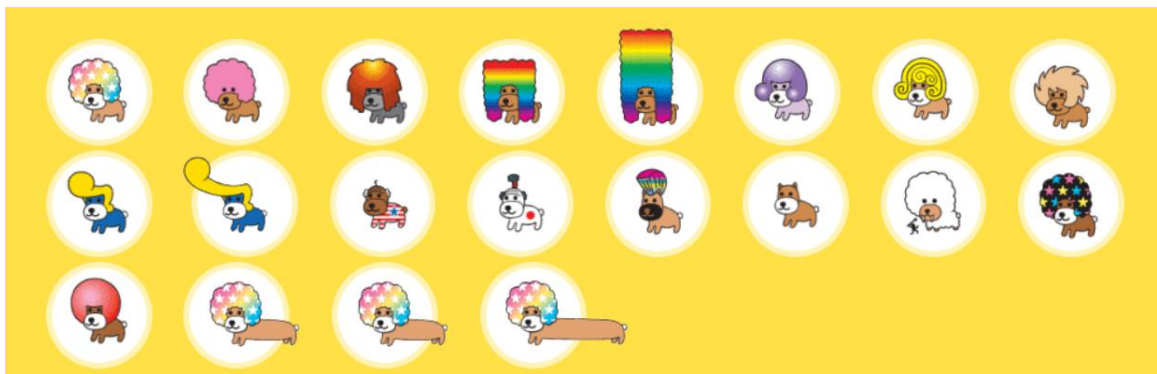
### Monokuro Boo

เจ้าหมูชอบพูดว่า “บู” “ความรัก?” “สนุกไหม?” “ความสุข!” ดูเหมือนกับว่า Monokuro Boo กำลังสื่ออะไรกับเราอยู่ แต่ละวันก็มีความท้าทายที่แตกต่างกันไป แต่บางทีการพักผ่อนสักนิดและคิดอะไรง่ายๆ ก็เป็นเรื่องดีบางอย่างอยู่ หมูน้อยขาวดำถูกสร้างขึ้นมาเพื่อช่วยรักษาคุณทั้งหลายที่กำลังเหน็ดเหนื่อยกับโลกใบนี้ พร้อมคอนเซป “ความเรียบง่ายและสะดวกสบาย”



### Afro Ken

ถูกวาดเป็นทรงเอฟโฟร์ และสามารถแปลงร่างเป็นสิ่งต่างๆ มักจะอารมณ์ดีเสมอและมีเพื่อนทรงผมแปลกๆ และหลายรูปทรงมากมาย



### Jinbesan

มีร่างกายและหัวใจใหญ่เท่ามหาสมุทร Jinbesan มักจะอยู่กับเพื่อนๆ มากมาย Jinbesan เป็นที่ที่ทุกคนมาพักผ่อนและรู้สึกผ่อนคลาย

## คาแรคเตอร์กลุ่ม “หมาจ๋า”

ในปีนี้เป็นตัวแทนจำหน่ายลิขสิทธิ์การ์ตูนชื่อดังทางออนไลน์ของไทย คือ “หมาจ๋า” โดยคุณณัฐวีร์ ลิมปนิลชาติ อดีตนักเขียนงานพ็อกเก็ตบุ๊ก ได้นำเอาเรื่องราวระหว่างคนกับสุนัขถ่ายทอดออกมาในมุมมองน่ารัก ๆ ผ่านลายเส้นที่เป็นเอกลักษณ์ของตัวเองและสร้างเป็นเพจ “หมาจ๋า” โดยมีระยะเวลาของสัญญา 2 ปี ครอบคลุม 7 ประเทศ ได้แก่ ไทย สิงคโปร์ มาเลเซีย กัมพูชา เวียดนาม ลาว และเวียดนาม



Viking puppy & Friend (The Soi dog)



Pudding (The happy dog)



GiGi (The mean dog)



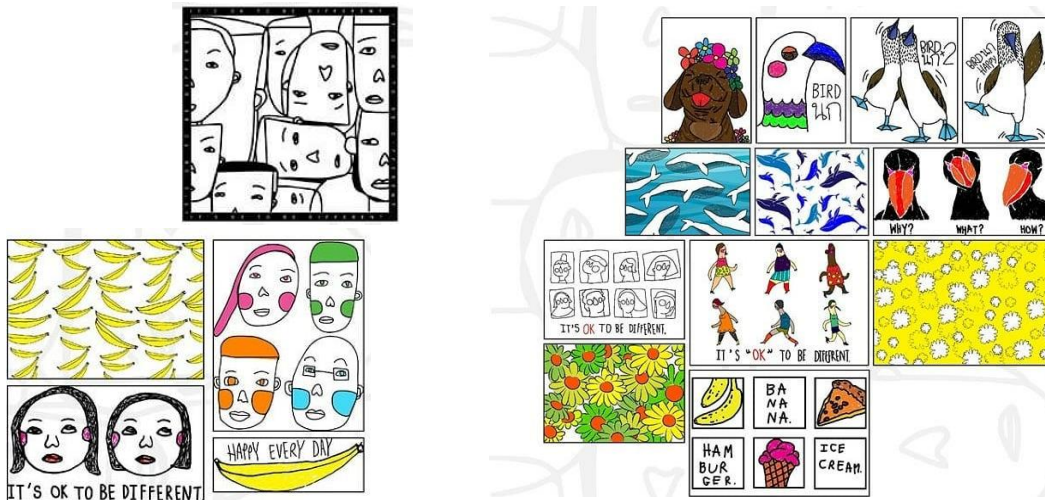
Cat please (The dog that disguise to be cat)





## คาแรคเตอร์ “ART STORY”

ART STORY คือธุรกิจเพื่อสังคมของกลุ่มเด็กพิเศษ และบุคคลออทิสติกที่ร่วมกันรังสรรค์พระสุวรรค์ และจินตนาการผ่านภาพวาดลายเส้น ผลงานศิลปะที่มีขึ้นเดียวในโลก สู่ผลิตภัณฑ์หลากหลายรูปแบบ โดยการสนับสนุนของศูนย์ฝึกอาชีพออทิสติกไทย ภายใต้มูลนิธิออทิสติกไทย ที่มุ่งมั่นส่งเสริมคุณค่า และพัฒนาคุณภาพชีวิตของเด็กพิเศษอย่างเท่าเทียมและยั่งยืน โดยบริษัทฯ เข้าไปช่วยร่วมในโครงการนี้โดยไม่ได้คิดค่าใช้จ่าย ซึ่งรายได้จากการใช้ลิขสิทธิ์นี้จะนำไปโครงการ Art Story ทั้งหมด ซึ่งถือว่าเป็นโครงการ CSR อีกโครงการหนึ่งของบริษัทฯ



## 5) ธุรกิจคาเฟ่

บริษัทฯ ได้ขยายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มภายใต้ตราสินค้าของบริษัทฯ เข้าสู่ธุรกิจคาเฟ่ (Café Business) เช่น ร้านกาแฟมวอลชน Jungle Café Arabitia Café CP Fresh Mart Black Canyon และกาแฟพันธุ์ไทย โดยมีสาขากระจายทั้งในประเทศ และต่างประเทศ โดยปัจจุบันธุรกิจคาเฟ่ที่บริษัทฯ ได้ทำการส่งเครื่องดื่มมีจำนวนร้านค้ารวมประมาณ 1,086 สาขา ซึ่งถือว่าเป็นการช่วยเพิ่มช่องทางในการจำหน่ายสินค้าของบริษัทฯ อีกช่องทางหนึ่ง





นอกจากนี้ในกลุ่มธุรกิจกาแฟ ได้มีการพัฒนาต่อยอดสินค้าไปในหลายกลุ่มสินค้า เช่น ร้าน Black Canyon ได้เพิ่มเมนูไอศกรีม และเมนูขนมหวาน และในส่วนของสินค้าในกลุ่ม B2C อื่น ๆ ที่บริษัทฯ ขยายวัตถุดิบเข้าไป เช่น พุดดิ้งชานม ได้หวั่น Topping บนเครื่องดื่ม คัพเค้กบราวนี่ซูการ์ครีมสด และการเป็นผู้รับจ้างผลิต (OEM) ชาไทย



## การตลาดและการแข่งขัน

### กลยุทธ์ในการแข่งขัน

#### 1. การสร้างความเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ (Business Partnership) กับคู่ค้า

หัวใจสำคัญในการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ คือ การสร้างความสัมพันธ์ในลักษณะความเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ (Business Partnership) กับคู่ค้า ไม่ว่าจะเป็นลูกค้า ผู้รับจ้างผลิตสินค้า (Original Equipment Manufacturer หรือ OEM) ผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ ทั้งนี้ บริษัทฯ มีนโยบายสร้างความสัมพันธ์ในระยะยาวกับคู่ค้า โดยดำเนินงานร่วมกัน ภายใต้แนวคิดของความเป็นพันธมิตรทางธุรกิจต่อกัน ซึ่งนอกเหนือจากการซื้อขายสินค้าระหว่างกันแล้ว บริษัทฯ จะทำงานกับคู่ค้าอย่างใกล้ชิด มีการแลกเปลี่ยนแนวคิด รวมถึงร่วมกับคู่ค้าในการกำหนดแผนธุรกิจร่วมกัน พัฒนาสินค้าและออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ตอบสนองต่อโจทย์ของลูกค้าและสถานการณ์ทางการตลาดได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ บริษัทฯ และคู่ค้าจะมีการนำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ และ Update แนวโน้มของตลาดเครื่องดื่มทั้งในประเทศและต่างประเทศกันเป็นประจำ การสร้างความสัมพันธ์ในลักษณะดังกล่าวจะเป็นการสร้างประโยชน์ให้เกิดขึ้นทั้งสองฝ่ายจึงส่งผลทำให้การทำธุรกิจกับคู่ค้าเป็นไปอย่างมั่นคงและยั่งยืนในระยะยาว จะเห็นได้จากการที่บริษัทฯ เป็นหนึ่งในผู้จัดจำหน่ายที่ดำเนินงานร่วมกับ 7-Eleven ภายใต้ความเป็นพันธมิตรทางธุรกิจต่อกัน (Key Strategic Partner) ส่งผลทำให้บริษัทฯ ได้รับโอกาสในการพัฒนาสินค้าใหม่ๆ จากลูกค้า รวมไปถึงการนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ให้ลูกค้าพิจารณาอย่างต่อเนื่อง

บริษัทฯ ได้รับรางวัล Partnership Award 2013 “Best of Business Growth” จากบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นรางวัลที่มอบให้แก่คู่ค้าที่สนับสนุนการทำงานเป็นอย่างดีและมีผลการดำเนินงานเติบโตดีเยี่ยม โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่ที่ได้รับรางวัลดังกล่าวล้วนแต่เป็นบริษัทขนาดใหญ่ จึงแสดงให้เห็นว่าบริษัทฯ ได้รับการยอมรับจากลูกค้าเทียบเท่ากับองค์กรชั้นนำของประเทศ



บริษัทฯ ได้รับรางวัล “SME ยั่งยืน” โดย CPALL ร่วมกับสำนักส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) และกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (กสอ.) กระทรวงอุตสาหกรรม จัด “โครงการเซเว่น อีเลฟเว่น เอสเอ็มอีไทยยั่งยืน 2559” เพื่อมอบรางวัลให้กับคู่ค้าเอสเอ็มอีที่จำหน่ายสินค้าผ่านทางช่องทางของเซเว่น อีเลฟเว่น และทเวนตีโฟร์ฮอปป์ ที่มีศักยภาพในแต่ละด้าน โดยแบ่งเป็น 8 ประเภท 13 รางวัล เช่น SME ยั่งยืน SME ดาวรุ่ง SME สินค้าเกษตร SME สินค้าชุมชน เป็นต้น

จากการที่บริษัทฯ ได้รับ Exclusive Contract โดยมีระยะเวลาของสัญญา 3 ปี นั้น และได้ทำการต่อสัญญาตามปกติอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น ผู้บริหารจึงเชื่อมั่นว่าบริษัทฯ จะสามารถรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้ารายดังกล่าวได้อย่างมั่นคงและยั่งยืนต่อไป

## 2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความเป็นเอกลักษณ์และความแตกต่างอย่างชัดเจน

ปัจจัยหลักอีกประการหนึ่งที่ทำให้บริษัทฯ เติบโตอย่างต่อเนื่องมาจากการที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์และความแตกต่างอย่างชัดเจนทั้งรูปแบบและรสชาติ เช่น การสร้างคาแรกเตอร์ให้ชาเขียวไม่จำเป็นต้องมีสีเขียว ภายใต้คอนเซ็ปต์ “The Colorful Green Tea” จนกระทั่งปัจจุบันได้ต่อยอดแนวคิดเป็น “Super Power from Super Fruit” การพัฒนาเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของขึ้นเนื้อผลไม้ภายใต้ตราสินค้า “สวีสวี” เป็นต้น ทำให้สามารถตอบสนองต่อโอกาส ช่องว่างทางธุรกิจ และการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลาได้อย่างเหมาะสมและรวดเร็ว อีกทั้งสามารถมุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการและไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคได้หลากหลายและทั่วถึง โดยจะเป็นการทำงานร่วมกันระหว่างฝ่ายการตลาด และฝ่ายวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยฝ่ายการตลาดจะศึกษาและติดตามแนวโน้มตลาดเครื่องดื่มทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคอย่างใกล้ชิด และฝ่ายพัฒนาธุรกิจใหม่จะศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ (Project Feasibility) จากนั้นฝ่ายวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์จะทำหน้าที่ในการคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์รวมถึงการออกแบบตัวผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองต่อโจทย์ที่ได้รับ ทั้งนี้ ทีมงานฝ่ายวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ มีความรู้ความชำนาญและประสบการณ์ในอุตสาหกรรมเครื่องดื่มมาเป็นเวลานาน ทำให้สามารถคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีเอกลักษณ์

และความแตกต่างออกสู่ตลาดได้อย่างต่อเนื่อง การสร้างความเป็นเอกลักษณ์และความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ดังกล่าวยังทำให้ลดความเสี่ยงในแง่ของการทดแทนกันของเครื่องดื่มประเภทเดียวกัน เนื่องจากถึงแม้จะเป็นสินค้าประเภทเดียวกัน แต่สินค้าของบริษัทฯ ก็มีความแตกต่างในด้านของรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ลอกเลียนแบบได้ยาก จึงทำให้ผู้บริโภคมีความชื่นชอบในผลิตภัณฑ์ และต้องกลับมาซื้อสินค้าของบริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง ทำให้อำนาจการต่อรองกับตัวแทนจำหน่าย/ผู้นำเข้าสินค้าของบริษัทฯ เพิ่มขึ้นตามไปด้วย

### 3. การรักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐาน

นอกเหนือจากการคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่มีความเป็นเอกลักษณ์แล้ว บริษัทฯ ยังคงมุ่งเน้นการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยบริษัทฯ ได้วางนโยบายในการควบคุมดูแลคุณภาพของผลิตภัณฑ์ในทุกขั้นตอน เริ่มตั้งแต่การคัดเลือกและจัดหาวัตถุดิบจากแหล่งและผู้ผลิต/ผู้จำหน่ายที่มีคุณภาพ สำหรับวัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตสินค้าแต่ละประเภท ถึงแม้ว่าผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ของบริษัทฯ ผลิตโดยผู้รับจ้างผลิตซึ่งจะเป็นผู้จัดหาวัตถุดิบเอง แต่บริษัทฯ จะเป็นผู้กำหนดรายชื่อผู้ผลิต/ผู้จำหน่ายวัตถุดิบหลักที่สามารถนำมาใช้ในการผลิต และผู้รับจ้างผลิต/โรงงานของบริษัทฯ จะต้องตรวจสอบคุณภาพของวัตถุดิบที่ส่งชื่อในแต่ละครั้งให้เป็นไปตามคุณสมบัติ (Specification) ที่บริษัทฯ กำหนด รวมถึงต้องส่งตัวอย่างวัตถุดิบมาให้ฝ่ายประกันคุณภาพตรวจสอบเป็นประจำทุกยอดส่งชื่อ ทั้งนี้ เพื่อให้มั่นใจว่าสินค้าที่ผลิตได้มีรสชาติตามที่กำหนด นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการตรวจสอบและควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ในระหว่างกระบวนการผลิตจนถึงขั้นตอนสุดท้ายก่อนที่จะส่งมอบให้ลูกค้า การดำเนินการทั้งหมดของบริษัทฯ ดังกล่าวข้างต้นมีวัตถุประสงค์เพื่อให้มั่นใจได้ว่าผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ จัดหาและผลิตมีคุณภาพตรงตามมาตรฐานที่กำหนด

จากการที่ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ของบริษัทฯ ผลิตโดยผู้รับจ้างผลิตจากภายนอก บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญในการคัดเลือกผู้รับจ้างผลิตเป็นอย่างมาก เริ่มตั้งแต่การตรวจสอบคุณภาพมาตรฐานของโรงงานผู้รับจ้างผลิต โดยโรงงานผู้รับจ้างผลิตทุกรายต้องผ่านเกณฑ์การรับรองมาตรฐานการผลิตต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นมาตรฐาน GMP และมาตรฐาน HACCP นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังตรวจสอบขั้นตอนและกระบวนการผลิต การทดลองผลิตสินค้าตัวอย่าง และการผลิตสินค้าครั้งแรก (First Batch Production) และในระหว่างกระบวนการผลิต ฝ่ายประกันคุณภาพของผู้รับจ้างผลิตเองจะมีการตรวจสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์อย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งผู้รับจ้างผลิตต้องจัดส่งตัวอย่างสินค้าให้ฝ่ายประกันคุณภาพตรวจสอบทุก Batch เพื่อให้มั่นใจได้ว่าสินค้าที่ผลิตได้มีคุณภาพตรงตามที่กำหนดก่อนจัดส่งสินค้าให้แก่ลูกค้า ตลอดจนการสุ่มตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่จุดจำหน่ายในร้านค้า

ในปีนี้เป็นบริษัทได้รับการรับรองด้านคุณภาพมาตรฐานในระดับสากล ดังนี้

- รางวัล Superior Taste Award จาก International Taste Institute ประเทศเบลเยียม โดยเป็นผู้ในระดับสากลในการประเมินผลและรับรองรสชาติอาหารและเครื่องดื่ม คณะกรรมการส่วนหนึ่งเป็นหนึ่งในผู้ที่ได้รับการยกย่องในเวทีการแข่งขัน Chef & Sommelier หรือจากสถาบันที่มีชื่อเสียงเช่น Le Guide Michelin, Gault & Millau ซึ่งการได้รับใบรับรอง Superior Taste Award ถือว่าเป็นที่ยอมรับในหมู่ผู้ค้าปลีกรายใหญ่ทั่วโลก และสร้างความแตกต่างอย่างเห็นได้ชัดต่อทั้งตลาดในและต่างประเทศ สำหรับ เครื่องดื่มที่ TACC ได้รับรางวัลในครั้งนี้ มีจำหน่ายในร้าน 7-Eleven ประกอบด้วย เครื่องดื่มเย็นในโถกด ได้แก่ กาแฟลาเต้ และชาไทย รวมถึงเครื่องดื่มในมุม All Café ได้แก่ ชามะนาว



#### 4. การประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง

บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมการขายและประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์อย่างมาก โดยมีกิจกรรมทางการตลาดอย่างสม่ำเสมอเพื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ให้เป็นที่รู้จักผ่านช่องทางหลัก แต่เนื่องด้วยในปีที่ผ่านมาจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ทำให้บริษัทฯ ได้มีการพิจารณาบทบาทในการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายมากยิ่งขึ้น โดยเน้นผ่านทางช่องทางออนไลน์ อย่างไรก็ตาม หากสถานการณ์กลับมาในสภาวะปกติ บริษัทฯ ก็จะวางแผนในการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่องตามเดิม เช่น การออกงานแสดงสินค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่มทั้งในประเทศและต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง ซึ่งช่วยทำให้มีโอกาสได้พบปะแลกเปลี่ยนข้อมูลกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายต่างๆ ทั้งที่เป็นลูกค้าโดยตรง หรือกลุ่มที่เป็นผู้จัดจำหน่าย ผู้นำเข้า หรือผู้ค้าส่งต่างๆ จากทั่วโลก อันจะส่งผลทำให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้นและช่วยทำให้สามารถขยายตลาดให้ครอบคลุมฐานลูกค้าได้กว้างขึ้น อีกทั้งยังได้รับข้อคิดเห็นต่างๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ช่วยให้สามารถนำมาปรับปรุงและพัฒนาสินค้าได้ตรงตามความต้องการของลูกค้าในแต่ละกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น นอกเหนือจากนี้แล้ว การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าต่างๆ ยังช่วยให้บริษัทฯ ได้รับข้อมูลข่าวสารความเคลื่อนไหวรวมถึงนวัตกรรมใหม่ๆ ของอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งจะทำให้สามารถประเมินแนวโน้มการพัฒนาสินค้าให้ตอบสนองต่อความต้องการหรือไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วได้อย่างทันการณ์

#### ลักษณะลูกค้าและลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

ลูกค้าเป้าหมายของบริษัทฯ ครอบคลุมกลุ่มผู้บริโภคทุกเพศทุกวัย โดยมีความแตกต่างกันตามแต่ละประเภทผลิตภัณฑ์ ดังนี้

| ผลิตภัณฑ์                               | กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย                                               |
|-----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|
| 1. เครื่องดื่มเย็นในโถกด                | กลุ่มผู้บริโภคในวัยทำงานตั้งแต่อายุ 20-49 ปี รายได้น้อยถึงปานกลาง |
| 2. เครื่องดื่มปรุงสำเร็จชนิดผงพร้อมชง   | กลุ่มผู้บริโภคในวัยทำงานตั้งแต่อายุ 20-49 ปี รายได้น้อยถึงปานกลาง |
| 3. เครื่องกดเครื่องดื่มร้อนแบบอัตโนมัติ | กลุ่มผู้บริโภคในวัยทำงานตั้งแต่อายุ 20-49 ปี รายได้น้อยถึงปานกลาง |

| ผลิตภัณฑ์                                   | กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย                                                           |
|---------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|
| 4.อโลเวร่า ท็อปปิ้ง                         | กลุ่มผู้บริโภคในวัยทำงานตั้งแต่อายุ 20-49 ปี รายได้น้อยถึงปานกลาง             |
| 5.ชาเขียวพร้อมดื่ม ตรา “Zeny”               | กลุ่มผู้บริโภควัยรุ่นจนถึงวัยเริ่มต้นทำงาน อายุ 15-30 ปี รายได้น้อยถึงปานกลาง |
| 6.เครื่องดื่มปรุงสำเร็จชนิดผง ตรา “Na Arun” | กลุ่มผู้บริโภควัยทำงานตั้งแต่อายุ 20-49 ปี รายได้น้อยถึงปานกลาง               |
| 7. เครื่องดื่มช็อกโกแลต ตรา “Hershey’s”     | กลุ่มวัยรุ่นจนถึงวัยเริ่มต้นทำงาน อายุ 15-39 ปี รายได้น้อยถึงปานกลาง          |
| 8. ธุรกิจแคแอนด์และสินค้าแคแอนด์            | กลุ่มวัยรุ่นจนถึงวัยเริ่มต้นทำงาน อายุ 15-49 ปี รายได้ปานกลางถึงสูง           |
| 9. ธุรกิจกาแฟ                               | กลุ่มผู้บริโภคในวัยทำงานตั้งแต่อายุ 20-49 ปี รายได้ปานกลางถึงสูง              |

### ตารางแสดงสัดส่วนรายได้จากการขายแยกตามประเภทลูกค้าในปี 2561-2563

| ประเภท                    | ปี 2561  |             |                    | ปี 2562  |             |                    | ปี 2563  |             |                    |
|---------------------------|----------|-------------|--------------------|----------|-------------|--------------------|----------|-------------|--------------------|
|                           | ล้านบาท  | สัดส่วน (%) | อัตราการเติบโต (%) | ล้านบาท  | สัดส่วน (%) | อัตราการเติบโต (%) | ล้านบาท  | สัดส่วน (%) | อัตราการเติบโต (%) |
| รายได้จากการขายในประเทศ   | 1,277.84 | 99.09       | 8.03               | 1,515.92 | 99.71       | 18.63              | 1,313.18 | 99.88       | (13.37)            |
| รายได้จากการขายต่างประเทศ | 11.85    | 0.91        | (88.11)            | 4.35     | 0.29        | (62.99)            | 1.56     | 0.12        | (64.14)            |
| รวมรายได้จากการขาย        | 1,289.69 | 100.00      | 0.62               | 1,520.27 | 100.00      | 17.89              | 1,314.74 | 100.00      | (13.52)            |

หมายเหตุ : รายได้จากการขายต่างประเทศดังกล่าวรวมตัวเลขในส่วนที่เป็น Indirect Export ด้วย

### นโยบายราคา

บริษัทมีนโยบายในการกำหนดราคาขายจากต้นทุนบวกอัตรากำไรขั้นต้นที่เหมาะสม (Cost Plus Margin) ซึ่งจะแตกต่างกันตามราคาตลาดของสินค้าแต่ละประเภทรวมถึงช่องทางการจัดจำหน่าย โดยจะคำนึงถึงภาวะการแข่งขันของแต่ละตลาดรวมถึงการยอมรับในตัวผลิตภัณฑ์ของลูกค้าแต่ละกลุ่มนอกจากนี้อาจมีการจัดโปรโมชั่นในแต่ละช่วงขึ้นอยู่กับสภาวะตลาดและกลยุทธ์การตลาดของบริษัท ซึ่งอาจเป็นการให้ส่วนลด ของแถม หรือรายการส่งเสริมการขายอื่นๆ โดยเป็นการจัดร่วมกับพันธมิตรทางการค้าต่าง ๆ

### นโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการปฏิบัติต่อลูกค้า คู่ค้า และคู่แข่ง

บริษัทมีนโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการปฏิบัติต่อลูกค้า คู่ค้า และคู่แข่ง โดยกำหนดนโยบายหลัก ดังนี้

- 1) ปฏิบัติต่อลูกค้า คู่ค้าหรือคู่แข่ง ด้วยความเข้าใจและความร่วมมือที่ดีระหว่างกัน
- 2) เสนอบริการที่มีคุณภาพให้แก่ลูกค้าด้วยมิตรภาพอันอบอุ่น และความโอบเอื้อเกื้อกูล
- 3) ใช้ความระมัดระวังอย่างสมเหตุผล ในการให้คำแนะนำหรือตัดสินใจดำเนินการใด ๆ แทนลูกค้า โดยคำนึงถึงความเหมาะสมในกรณีของลูกค้า



- 4) ดูแลและรักษาผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้น
- 5) สนับสนุนการปฏิบัติการทางสังคมตามโอกาสอันควร ตลอดจนการมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อการบำเพ็ญสาธารณประโยชน์ การศึกษา และการสร้างความเจริญก้าวหน้าให้แก่ประเทศชาติ

### แนวปฏิบัติเกี่ยวกับลูกค้า

บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อลูกค้า โดยในทุกๆ ธุรกิจจะต้องมีการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน และการเลือกลูกค้าทางธุรกิจที่ดี สามารถสร้างความได้เปรียบทางธุรกิจในระยะยาวให้แก่บริษัทได้ โดยต้องการสร้างความเข้าใจซึ่งกันและกัน มีความคิดเป็นไปในทางเดียวกัน โดยดูแลเสมือนหนึ่งพันธมิตรทางการค้าที่เติบโตไปพร้อมกัน พร้อมทั้งสนับสนุนและเปิดโอกาสให้ธุรกิจของลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน โดยยึดประโยชน์ร่วมกัน ซึ่งจะทำให้องค์กรเติบโตอย่างยั่งยืนได้ในอนาคต

### เกณฑ์ในการคัดเลือกลูกค้า

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการคัดเลือกลูกค้าที่เหมาะสม โดยจะต้องมั่นใจว่ากระบวนการคัดเลือกและการปฏิบัติต่อลูกค้าเป็นไปอย่างเท่าเทียมกันและเป็นธรรม โดยบริษัทฯ จะพิจารณาคัดเลือกลูกค้าที่มีชื่อเสียงที่ดี มีความเป็นมืออาชีพ มีการรับรองคุณภาพหรือมาตรฐานต่าง ๆ ที่สำคัญ ไม่มีการละเมิดกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อมและแรงงาน สำหรับเกณฑ์ในการคัดเลือกลูกค้า มีดังนี้

1. พิจารณาเอกสารหลักฐานการจดทะเบียนที่ถูกต้อง เช่น หนังสือรับรองการจดทะเบียน ทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม เป็นต้น
2. ประวัติการค้าขายกับลูกค้าที่สำคัญ
3. ใบรับรองระบบคุณภาพต่าง ๆ หรือใบรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (ถ้ามี)
4. การเยี่ยมชมสถานประกอบการเพื่อประเมินขีดความสามารถต่าง ๆ
5. สำหรับการคัดเลือกผู้รับจ้างผลิตในแต่ละรายจะมีการประเมินการคัดเลือกผู้รับจ้างผลิตรายใหม่

### ระดับความพึงพอใจของลูกค้า

- ฝ่าย 7-Eleven ของบริษัทฯ ได้มีการจัดทำแบบสำรวจความพึงพอใจของลูกค้ารายหลัก 7-Eleven ซึ่งเป็นการสำรวจรายปี โดยลูกค้าตอบแบบสำรวจความพึงพอใจดังกล่าว เพื่อให้สามารถนำข้อมูลไปปรับปรุงและเพิ่มเติมประสิทธิภาพในการดำเนินการ 5 ด้าน โดยสรุป ดังนี้

1) ด้านการพัฒนาสินค้า ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจมาก โดยมีการนำเสนอคอนเซ็ปต์ของสินค้าที่น่าสนใจ สามารถพัฒนาสินค้าได้ตรงตามที่ต้องการ และนำเสนอสินค้าในต้นทุนที่สมเหตุสมผล 2) ด้านคุณภาพสินค้า ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจมาก โดยมีการควบคุมคุณภาพของสินค้าได้ตามมาตรฐานที่ตกลงกันไว้ และมีการปรับปรุงคุณภาพสินค้าและบริการให้ดียิ่งอย่างต่อเนื่อง 3) ด้านความรับผิดชอบด้านกระบวนการทั้งหมดของ Supply Chain ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจมาก โดยมีการจัดเตรียมสต็อกของสินค้าได้ตามต้องการ 4) ด้านการจัดส่ง ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจมาก โดยจัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลาที่กำหนด ครบตามจำนวน คุณภาพสินค้าระหว่างขนส่งอยู่ในสภาพดี 5) ด้านการบริหารหลังการขาย ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจมาก โดยมีการดูแลเอาใจใส่ ซื่อสัตย์ เข้าใจความต้องการของลูกค้า และมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ได้ดี

- ฝ่ายธุรกิจต่างประเทศ และฝ่ายขายในประเทศได้มีการจัดทำแบบฟอร์มสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction Survey) ซึ่งเป็นการสำรวจรายปีโดยให้ลูกค้าของธุรกิจต่างประเทศ และฝ่ายขายในประเทศตอบแบบฟอร์มสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า เพื่อให้สามารถนำข้อมูลไปปรับปรุงและเพิ่มเติมประสิทธิภาพในการดำเนินการด้านต่าง ๆ โดยสรุป ดังนี้

ผลสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจต่างประเทศมีคะแนนเฉลี่ยในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับดี ซึ่งมีการสำรวจความพึงพอใจทั้งหมด 5 ด้าน ได้แก่ ด้านคุณภาพสินค้า ด้านการขาย ด้านการจัดส่ง ด้านบริการข้อมูลและเอกสาร และด้านบริการลูกค้า โดยหัวข้อที่ได้รับคะแนนมากที่สุดคือ ด้านคุณภาพสินค้า คือ มีคุณภาพสินค้าตรงตามที่กำหนด สภาพบรรจุภัณฑ์สมบูรณ์ ความสม่ำเสมอของสินค้า และการแก้ไขและป้องกันเมื่อเกิดข้อร้องเรียน มีประสิทธิภาพและรวดเร็ว

ผลสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าขายในประเทศมีคะแนนเฉลี่ยในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับดี ซึ่งมีการสำรวจความพึงพอใจทั้งหมด 5 ด้าน ได้แก่ ด้านคุณภาพสินค้า ด้านการขาย ด้านการจัดส่ง ด้านบริการข้อมูลและเอกสาร และด้านบริการลูกค้า โดยหัวข้อที่ได้รับคะแนนมากที่สุดคือ ด้านบริการลูกค้า คือ ความรวดเร็วในการตอบกลับ มารยาทของการให้บริการของพนักงานบริการลูกค้า การแจ้งล่วงหน้าเกี่ยวกับปัญหาของสินค้า และความสะดวกในการติดต่อ

## การจำหน่ายและช่องทางการจัดจำหน่าย

บริษัทฯ จำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยบริษัทฯ มีทีมงานขายที่รับผิดชอบติดต่อและประสานงานการขายในช่องทางการจำหน่ายต่างๆ เพื่อให้การกระจายสินค้าเป็นไปอย่างทั่วถึงและมีประสิทธิภาพ สำหรับการขายในประเทศจะเป็นการจำหน่ายสินค้าให้แก่ร้านค้าส่งขนาดใหญ่และร้านค้าปลีก ส่วนการขายในต่างประเทศนั้น จะเป็นการขายผ่านผู้นำเข้า (Importer) และ/หรือตัวแทนจำหน่าย (Distributor) โดยรายละเอียดช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของบริษัทฯ มีดังนี้

### 1. ช่องทางการจำหน่ายสินค้าในประเทศ

บริษัทฯ มีทีมงานขายในประเทศทำหน้าที่ดูแลติดต่อและประสานงานการขายสินค้าผ่านช่องทางการจำหน่ายในประเทศ โดยการจำหน่ายสินค้าในประเทศจะมีทั้งการขายเป็นเงินสด และการขายแบบให้เครดิตทางการค้ากับลูกค้า ซึ่งส่วนใหญ่จะมีระยะเวลาการให้เครดิตประมาณ 30-60 วัน สำหรับช่องทางการจำหน่ายในประเทศสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

#### ก) ช่องทางการค้าปลีกแบบดั้งเดิม (Traditional Trade)

บริษัทฯ จำหน่ายสินค้าให้กับร้านค้าปลีก ร้านค้าส่ง และช่องทางจำหน่ายที่เป็นร้านค้าแบบเฉพาะเจาะจงที่กระจายอยู่ทุกภูมิภาคทั่วประเทศ โดยเป็นการขายผ่านหน่วยรถ (Van Sales) และการขายผ่านตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่เป็นร้านค้าส่งขนาดใหญ่

- การขายผ่านหน่วยรถ (Van Sales) เป็นการขายโดยพนักงานขายของบริษัทฯ ที่อยู่ประจำรถซึ่งจะทำหน้าที่เยี่ยมเยียนลูกค้าเพื่อตรวจสอบตลาดและขายสินค้าให้แก่ลูกค้า รวมทั้งการนำเสนอสินค้าให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเพื่อเป็นการสร้างฐานลูกค้าใหม่ โดยแบ่งเขตการกระจายสินค้าครอบคลุมภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตะวันออก ตะวันตก กรุงเทพฯ

และปริมาณที่ ทั้งนี้ การขายผ่านหน่วยรถจะมุ่งเน้นการกระจายสินค้าผ่านช่องทางการจำหน่ายแบบเฉพาะเจาะจงเป็นหลัก เช่น โรงพยาบาล โรงงาน สถานศึกษา และสนามกอล์ฟ เป็นต้น ปัจจุบัน บริษัทฯ มีรถ Van Sale จำนวน 2 คัน

- การขายผ่านร้านค้าส่งขนาดใหญ่ โดยบริษัทฯ มีการแต่งตั้งร้านค้าส่งขนาดใหญ่จำนวน 1 ราย ต่อ 1 เขตพื้นที่รับผิดชอบ ซึ่งในปัจจุบันมี 2 เขต ได้แก่ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง และภาคกลาง เพื่อกระจายสินค้าของ บริษัทฯ ให้กับเครือข่ายร้านค้าปลีก และร้านค้าส่งขนาดเล็ก

#### ข) ช่องทางการค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade)

บริษัทฯ จัดจำหน่ายสินค้าโดยตรงให้กับ Modern Trade โดยมุ่งเน้นการจำหน่ายให้กับร้านค้าสะดวกซื้อ (Convenience Store) เป็นหลัก เช่น เซเว่นอีเลฟเว่น เป็นต้น สำหรับสินค้าที่จัดจำหน่ายผ่าน Modern Trade ส่วนใหญ่จะเป็นเครื่องดื่มในโกกอด ซึ่งจำหน่ายผ่าน 7-Eleven

### 2. ช่องทางการจำหน่ายสินค้าในต่างประเทศ

บริษัทฯ มีทีมงานฝ่ายขายทำหน้าที่ดูแลติดต่อและบริหารจัดการช่องทางการจำหน่ายสินค้าในตลาดต่างประเทศ โดยบริษัทฯ จำหน่ายสินค้าผ่านผู้นำเข้า (Importer) และ/หรือตัวแทนจำหน่าย (Distributor) ในต่างประเทศเพื่อกระจายสินค้าต่อไปยังผู้บริโภคในประเทศนั้นๆ โดยบริษัทฯ จะพิจารณาคัดเลือกตัวแทนจำหน่ายจากความสัมพันธ์ทางธุรกิจ ศักยภาพทางการตลาด ประสบการณ์ในพื้นที่ ฐานะทางการเงิน และความพร้อมของตัวแทนจำหน่าย ปัจจุบันบริษัทฯ มีตัวแทนจำหน่ายสินค้าในต่างประเทศจำนวน 5 ราย สำหรับการจำหน่ายสินค้าในต่างประเทศบริษัทฯ มีนโยบายการขายหลักเป็นเงินสด โดยลูกค้าจะต้องโอนเงินชำระค่าสินค้าให้แก่บริษัทฯ ทั้งจำนวนก่อนการส่งสินค้าสำหรับการขายของทางการจำหน่ายไปยังตลาดต่างประเทศ บริษัทฯ จะพิจารณาจากสภาพตลาด สภาพการแข่งขัน โอกาสและปัญหาในแต่ละตลาด รวมถึงพิจารณาจากกำลังและจุดแข็งของบริษัทฯ โดยปัจจุบันบริษัทฯ มุ่งเน้นการจัดจำหน่ายสินค้าไปยังประเทศกัมพูชาเป็นหลัก เนื่องจากมีขนาดพื้นที่ของประเทศและจำนวนประชากรที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์

| ผลิตภัณฑ์                                    | ช่องทางการจำหน่าย |            |
|----------------------------------------------|-------------------|------------|
|                                              | ในประเทศ          | ต่างประเทศ |
| 1. เครื่องดื่มเย็นในโกกอด                    | ✓                 | -          |
| 2. เครื่องดื่มปรุงสำเร็จชนิดผงพร้อมชง        | ✓                 | -          |
| 3. เครื่องกวดเครื่องดื่มร้อนแบบอัตโนมัติ     | ✓                 | -          |
| 4. โอเลเวร่า ท็อปปีง                         | ✓                 | -          |
| 5. ชาเขียวพร้อมดื่ม ตรา “Zenya”              | ✓                 | ✓          |
| 6. เครื่องดื่มปรุงสำเร็จชนิดผง ตรา “Na Arun” | ✓                 | ✓          |
| 7. เครื่องดื่มช็อกโกแลต ตรา “Hershey’s”      | ✓                 | -          |
| 8. ธุรกิจคาเฟ่และสินค้าคาเฟ่                 | ✓                 | ✓          |
| 9. ธุรกิจกาแฟ                                | ✓                 | ✓          |

## ภาพรวมเศรษฐกิจไทย ปี 2563

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ รายงานว่า เศรษฐกิจไทยปี 2563 ลดลงร้อยละ 6.1 เทียบกับการขยายตัวร้อยละ 2.3 ในปี 2562 ด้านการใช้จ่ายมูลค่าการส่งออกสินค้า การบริโภคภาคเอกชน และการลงทุนรวม ลดลงร้อยละ 6.6 ร้อยละ 1.0 และร้อยละ 4.8 ตามลำดับ ส่วนการใช้จ่ายของรัฐบาล และการลงทุนภาครัฐ ขยายตัวร้อยละ 0.8 และร้อยละ 5.7 ตามลำดับ ด้านการผลิต การผลิตสาขาเกษตรกรรม การป่าไม้ และการประมง สาขาอุตสาหกรรม สาขาที่พักแรมและบริการด้านอาหาร และสาขาการขนส่งและสถานที่เก็บสินค้าลดลงร้อยละ 3.4 ร้อยละ 5.7 ร้อยละ 36.6 และร้อยละ 21.0 ตามลำดับ รวมทั้งปี 2563 ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) อยู่ที่ 15.7 ล้านล้านบาท ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศต่อหัวเฉลี่ยของคนไทยอยู่ที่ 225,913.8 บาทต่อคนต่อปี เสถียรภาพทางเศรษฐกิจ อัตราเงินเฟ้อทั่วไปเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ -0.8 และดุลบัญชีเดินสะพัดเกินดุลร้อยละ 3.3 ของ GDP

โดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย รายงานว่า นอกจากนี้ การฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกยังส่งผลให้การส่งออกของไทยในไตรมาสที่ 4 หดตัวน้อยกว่าที่ประเมินที่ร้อยละ -2.0 อย่างไรก็ตาม แรงส่งจากการทยอยฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยในไตรมาสที่ 4 ปี 2563 จะขาดความต่อเนื่องจากการแพร่ระบาดของโควิดระลอกใหม่ที่มีจุดเริ่มต้นในช่วงกลางเดือนธันวาคม 2563 จนถึงปัจจุบัน ทั้งนี้ หากไม่มีสถานการณ์การแพร่ระบาดอย่างรุนแรงในประเทศอีกครั้ง นอกเหนือจากแผนการทยอยเปิดรับนักท่องเที่ยวต่างชาติสามารถดำเนินการได้ในไตรมาสสุดท้ายของปี ศูนย์วิจัยกสิกรไทยยังมองการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยในปี 2564 จะขยายตัวได้ที่ร้อยละ 2.6 (กรอบประมาณการที่ร้อยละ 0.0-4.5)

โดยปัจจัยเรื่องวัคซีนเป็นตัวแปรสำคัญต่อการกำหนดแนวทางการเปิดรับนักท่องเที่ยวของไทยในช่วงครึ่งปีหลัง ซึ่งยังมีประเด็นความไม่แน่นอนจากการจัดหา การกระจายวัคซีนให้ครอบคลุมประชากรส่วนใหญ่ รวมถึงประสิทธิผลของวัคซีนที่ยังต้องติดตาม หากประเมินสถานการณ์ในปัจจุบันแล้ว ยังมีความเป็นไปได้ที่วัคซีนที่ไทยได้รับอาจจะไม่พอที่จะทำให้มีการเปิดรับนักท่องเที่ยวต่างชาติในปี 2564 ได้ในจำนวนที่ประมาณการไว้ (2.0-4.5 ล้านคน) ซึ่งก็จะทำให้ตัวเลข GDP มีแนวโน้มลงไปที่กรอบล่าง (กรอบประมาณการร้อยละ 0.0-4.5) โดยภายใต้สถานการณ์ดังกล่าว จะมีผลกระทบต่อเนื่องมายังภาระของรัฐบาลที่มากขึ้นในการช่วยเหลือผู้ได้รับผลกระทบทางเศรษฐกิจ

## ผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19

ข้อมูลจาก บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน กรุงไทย จำกัด (มหาชน) รายงาน วิกฤติโควิด-19 ที่เกิดขึ้นในปีที่ผ่านมาได้ส่งผลกระทบไปยังทุกประเทศทั่วโลก เราเผชิญกับการหยุดชะงักของกิจกรรมอย่างไม่เคยเห็นมาก่อน อัตราการเติบโตติดลบเป็นส่วนใหญ่ แต่อย่างน้อยเราก็พอที่จะเห็นแสงสว่างที่ปลายอุโมงค์จากความสำเร็จในการพัฒนาวัคซีน มีวิถีชีวิตแบบใหม่ที่ต่างไปจากเดิม (New Normal) แต่ก็ใกล้เคียงเดิมกว่าในปัจจุบัน อย่างไรก็ตาม น่าจะสร้างผลกระทบระยะยาวต่อระบบเศรษฐกิจ แม้ว่าการแพร่ระบาดของโควิดจะหายไปในวันใดก็ตาม

ผลกระทบระยะถัดไปที่พูดกันถึงบ่อยๆ คือ หนี้ที่เพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นในทุกภาคส่วนของเศรษฐกิจ ไม่ว่าจะเป็นหนี้สาธารณะ (หนี้ของรัฐบาล) หนี้ของบริษัทเอกชน หรือหนี้ครัวเรือน โดย IMF ประเมินหนี้สาธารณะของกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้วเพิ่มขึ้นจาก 104% ของ GDP ณ สิ้นปี 2019 ก่อนเกิดวิกฤติโควิด-19 เป็น 124% ภายในสิ้นปีนี้ อันยังไม่นับรวมมาตรการกระตุ้นที่ออกมาปลายปีก่อนและต้นปีนี้ ส่วนหนี้ครัวเรือนในไทยเพิ่มขึ้นจาก 79.5% ของ GDP ก่อนวิกฤติโควิด เป็น 86.7% ณ สิ้นไตรมาส 3 ปีก่อน หนี้ที่เพิ่มขึ้นย่อมทำให้ฐานะทางการเงินอ่อนแอลง เมื่อสถานการณ์ดีขึ้นแล้วก็จำเป็นต้องมีการปรับฐานะทางการเงินนั้นให้แข็งแกร่งขึ้น ซึ่งจะไปจำกัดความสามารถในการใช้จ่ายใช้สอยหรือการลงทุนในอนาคต นอกจากนี้ ระดับหนี้ที่สูงนี้ยังอาจจะส่งผลไปถึงแนวโน้มของดอกเบี้ยและประสิทธิภาพของเศรษฐกิจในอนาคตด้วย

การเติบโตทางเศรษฐกิจที่ไม่ได้แข็งแกร่งทำให้ดอกเบี้ยคงปรับขึ้นได้ไม่สูงนัก หากภาระการจ่ายดอกเบี้ยที่สูงขึ้นมากเกินไป ก็จะไปกระทบความสามารถในการชำระหนี้เข้าไปอีก

## แนวโน้มเศรษฐกิจไทยปี 2564

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ รายงาน แนวโน้มเศรษฐกิจไทยปี 2564 คาดว่าจะขยายตัวร้อยละ 2.5 – 3.5 โดยมีปัจจัยสนับสนุนสำคัญ ประกอบด้วย (1) แนวโน้มการฟื้นตัวของเศรษฐกิจและปริมาณการค้าโลก (2) แรงขับเคลื่อนจากการใช้จ่ายภาครัฐ (3) การกลับมาขยายตัวของอุปสงค์ภาคเอกชนในประเทศ และ (4) การปรับตัวตามฐานการขยายตัวที่ต่ำผิดปกติในปี 2563 ทั้งนี้คาดว่ามูลค่าการส่งออกสินค้าในรูปเงินดอลลาร์ สหรัฐ.จะขยายตัวร้อยละ 5.8 การอุปโภคบริโภคภาคเอกชน และการลงทุนรวมขยายตัวร้อยละ 2.0 และร้อยละ 5.7 ตามลำดับ อัตราเงินเฟ้อทั่วไปเฉลี่ยอยู่ในช่วงร้อยละ 1.0 – 2.0 และบัญชีเดินสะพัดเกินดุลร้อยละ 2.3 ของ GDP รายละเอียดของการประมาณการเศรษฐกิจในปี 2564 ในด้านต่าง ๆ มีดังนี้

1. การใช้จ่ายเพื่ออุปโภคบริโภค (1) การใช้จ่ายเพื่อการอุปโภคบริโภคภาคเอกชน คาดว่าจะขยายตัวร้อยละ 2.0 ปรับตัวดีขึ้นจากการลดลงร้อยละ 1.0 ในปี 2563 ซึ่งเป็นการปรับลดจากการขยายตัวร้อยละ 2.4 ในการประมาณการครั้งก่อน เนื่องจากผลกระทบของการแพร่ระบาดระลอกใหม่ที่เกิดขึ้นตั้งแต่ช่วงเดือนธันวาคม 2563 ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคและทำให้ต้องมีการดำเนินมาตรการควบคุมในบางพื้นที่ อย่างไรก็ตาม ในกรณีฐานคาดว่าจะสามารถควบคุมการระบาดให้อยู่ในวงจำกัดได้ภายในไตรมาสแรก และการอุปโภคบริโภค ภาคเอกชนในช่วงที่เหลือของปีจะได้รับปัจจัยสนับสนุนจากแนวโน้มการฟื้นตัวของฐานรายได้จากภาคการส่งออก รายได้เกษตรกร และมาตรการเยียวยาผลกระทบและกระตุ้นอุปสงค์ภายในประเทศของภาครัฐ และ (2) การใช้จ่ายเพื่อการอุปโภคบริโภคภาครัฐบาล คาดว่าจะขยายตัวร้อยละ 5.1 เติบโตขึ้นจากการขยายตัวร้อยละ 0.8 ในปี 2563 ซึ่งเป็นการปรับเพิ่มจากการขยายตัวร้อยละ 4.7 ในการประมาณการครั้งที่ผ่านมา ตามการปรับเพิ่มสมมติฐานการเบิกจ่ายสะสมภายใต้พระราชกำหนดเงินกู้ฯ 1 ล้านล้านบาท ณ สิ้นปีงบประมาณ 2564 จากร้อยละ 70 ของวงเงินกู้ในการประมาณการครั้งก่อนเป็นร้อยละ 80 ในการประมาณการครั้งนี้และสอดคล้องกับสมมติฐานอัตราการเบิกจ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ 2564 ร้อยละ 98.0 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 97.4 ในปี 2563

2. การลงทุนรวม คาดว่าจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.7 เทียบกับการลดลงร้อยละ 4.8 ในปี 2563 การลงทุนภาครัฐ คาดว่าจะขยายตัวร้อยละ 10.7 เติบโตขึ้นจากร้อยละ 5.7 ในปี 2563 ส่วนการลงทุนภาคเอกชน คาดว่าจะขยายตัวร้อยละ 3.8 เทียบกับการลดลงร้อยละ 8.4 ในปี 2563 เนื่องจากผลกระทบจากการระบาดระลอกใหม่ภายในประเทศ อย่างไรก็ตาม การลงทุนภาคเอกชนมีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นจากปีก่อน สอดคล้องกับแนวโน้มการปรับตัวขึ้นของการผลิตภาคอุตสาหกรรมและการส่งออกในช่วงการฟื้นตัวของเศรษฐกิจและการค้าโลก

3. มูลค่าการส่งออกสินค้าในรูปเงินดอลลาร์ สหรัฐ. คาดว่าจะขยายตัวร้อยละ 5.8 เทียบกับการลดลงร้อยละ 6.6 ในปี 2563 และเป็นการปรับเพิ่มจากการขยายตัวร้อยละ 4.2 ในการประมาณการครั้งที่ผ่านมา โดยคาดว่าปริมาณการส่งออกสินค้าจะขยายตัวร้อยละ 3.8 สูงกว่าการขยายตัวร้อยละ 3.2 ในการประมาณการครั้งก่อน สอดคล้องกับการปรับเพิ่มสมมติฐานการขยายตัวของเศรษฐกิจและการค้าโลกจากร้อยละ 4.9 และร้อยละ 5.0 อย่างไรก็ตาม การปรับลดสมมติฐานรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติให้สอดคล้องกับแนวโน้มการฟื้นตัวของนักท่องเที่ยวที่ยังมีความล่าช้า ทำให้การส่งออกบริการอยู่ในระดับต่ำกว่าประมาณการครั้งที่ผ่านมา เมื่อรวมกับการส่งออกสินค้าทำให้ปริมาณการส่งออกสินค้าและบริการรวมลดลงร้อยละ 0.2 เทียบกับการขยายตัวร้อยละ 0.1 ในการประมาณการครั้งก่อนและการลดลงร้อยละ 19.4 ในปี 2563

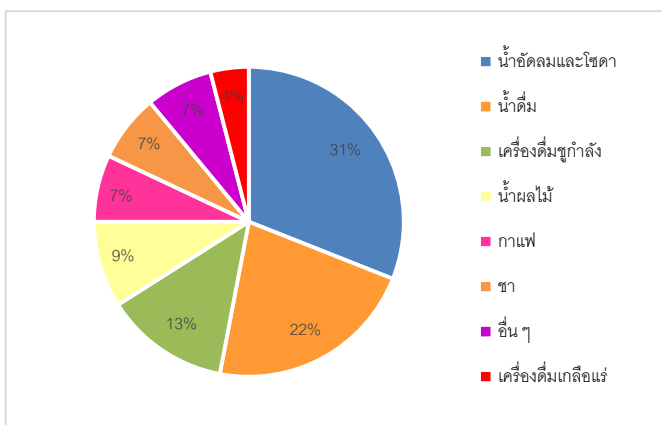


## อุตสาหกรรมเครื่องดื่ม

ศูนย์วิจัย กลยุทธ์ไทย รายงานว่า จากสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 ทั้งในและต่างประเทศที่ยังมีความไม่แน่นอนสูง ซึ่งกดดันกำลังซื้อของผู้บริโภค และต้องระมัดระวังการใช้จ่าย อีกทั้งมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดในประเทศที่มีข้อกำหนดการทานอาหารที่ร้านอาหารในบางพื้นที่ ส่งผลให้ภาพรวมตลาดเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ (Non-alcoholic Beverages) ในประเทศ ปี 2564 น่าจะยังไม่สามารถกลับไปเติบโตได้ในระดับเดียวกับช่วงปี 2561-2562 (ก่อนเกิดการระบาดของโควิด-19) เนื่องจากยังมีความไม่แน่นอนเรื่องโควิด-19 รวมถึงกำลังซื้อโดยรวมที่ยังเปราะบางและยังไม่ดีขึ้นมากนัก จากความเสี่ยงเรื่องการเมืองงานและความกังวลต่อความมั่นคงของรายได้ แต่อาจปรับตัวดีขึ้นสอดคล้องกับการทยอยฟื้นตัวของเศรษฐกิจ ในกรณีที่สามารถควบคุมการระบาดของโควิด-19 ระลอกใหม่ได้ภายใน 1-2 เดือนนี้

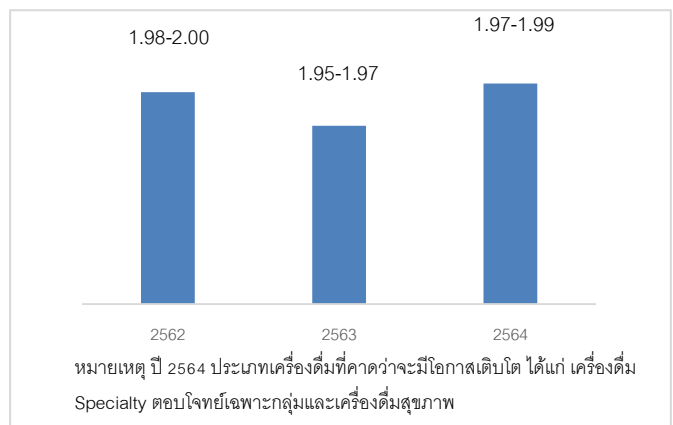
โดยประเมินว่า มูลค่าตลาดเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์แบบพร้อมดื่ม ปี 2564 รวมน่าจะอยู่ที่ 1.97 - 1.99 แสนล้านบาท ปรับตัวขึ้นในกรอบ 0.5 % - 1.5% จากฐานต่ำในปี 2563 ที่อัตราการเติบโตของเครื่องดื่มรายประเภทส่วนใหญ่หดตัว นอกจากนี้ ผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเริ่มปรับกลยุทธ์การขายให้เข้ากับวิถีชีวิต New Normal การแข่งขันในตลาดจะยังมีความเข้มข้นเพิ่มขึ้นต่อเนื่องในระยะข้างหน้า เพื่อชิงส่วนแบ่งตลาดและดึงดูดกำลังซื้อของผู้บริโภค โดยแนวโน้มตลาดเครื่องดื่มแบบดั้งเดิมและทำตลาด Mass น่าจะแปรผันตามกำลังซื้อและสภาวะเศรษฐกิจเป็นหลัก และจะยังรักษาส่วนแบ่งตลาดส่วนใหญ่ไว้ได้ ในขณะที่เครื่องดื่มรูปแบบใหม่ซึ่งเน้นตอบโจทย์ตลาด Niche ที่มีความต้องการเฉพาะ คาดว่าจะเติบโตได้ดีกว่าอัตราการเติบโตเฉลี่ยของตลาด เนื่องจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ตอบโจทย์ลูกค้าได้มากขึ้น อย่างไรก็ตาม ยังคงมีส่วนแบ่งตลาดน้อยกว่าโดยเปรียบเทียบในระยะสั้น แต่มีโอกาสที่จะเพิ่มส่วนแบ่งได้ในระยะยาว โดยมีปัจจัยด้านความต้องการของผู้บริโภคเป็นตัวขับเคลื่อนทิศทางของตลาด

สัดส่วนมูลค่าตลาดเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ ปี 2564



ที่มา: คาดการณ์โดยศูนย์วิจัยกลยุทธ์ไทย

มูลค่าตลาดเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ ปี 2564  
(แสนล้านบาท)



นอกจากการแข่งขันในตลาดที่เข้มข้นขึ้นอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับภาวะกำลังซื้อที่ยังเปราะบางในปี 2564 นี้แล้ว ยังมีปัจจัยท้าทายที่อาจกระทบการปรับตัวของธุรกิจ ได้แก่ การจัดเก็บภาษีสรรพสามิตเครื่องดื่มตามปริมาณน้ำตาลครั้งที่ 3 และแนวโน้มการใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม ที่อาจส่งผลต่อต้นทุนของธุรกิจภายใต้ทิศทางของตลาดที่ต้องเปลี่ยนแปลงตามกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องและความต้องการของผู้บริโภค

## อุตสาหกรรมเครื่องดื่มประเภทกาแฟ

ข้อมูลจาก [www.thaismecenter.com](http://www.thaismecenter.com) รายงานแนวโน้มธุรกิจกาแฟเมืองไทย ปี 2563 ว่า ตลาดกาแฟ โดยเฉพาะกาแฟสดยังมีแนวโน้มการเติบโตต่อเนื่อง โดยปัจจัยหลัก ๆ มาจากขณะนี้อัตราการบริโภคกาแฟสดของคนไทยที่ยังต่ำเมื่อเทียบกับหลายประเทศ คือ มีอัตราการบริโภคโดยเฉลี่ยประมาณ 1.2 กิโลกรัมต่อคนต่อปี ต่ำกว่าคนในยุโรปที่ตัวเลขอัตราการบริโภคอยู่ที่ประมาณ 4-5 กิโลกรัมต่อคนต่อปี ขณะที่คนในประเทศญี่ปุ่นมีการบริโภคกาแฟอยู่ที่ประมาณ 3 กิโลกรัมต่อคนต่อปี จากตัวเลขนี้สะท้อนว่าตลาดกาแฟสดยังมีโอกาสที่จะเติบโตได้มาก และอาจจะมีตัวเลขถึงปีละ 10%แน่นอนว่าการแข่งขันยังดุเดือดขึ้นอย่างต่อเนื่องด้วยเช่นกัน เพราะมีคู่แข่งจำนวนมาก สำหรับโอกาสของการเติบโตในตลาดกาแฟในปี 2563 มีสูงมาก โดยมีปัจจัยมาจากอัตราการบริโภคกาแฟของคนไทยประมาณการค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 300 แก้วต่อคนต่อปี แต่ยังต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่น ญี่ปุ่น บริโภคประมาณ 400 แก้วต่อคนต่อปี หรือฝั่งยุโรปที่บริโภคประมาณ 600 แก้วต่อคนต่อปี นั่นจึงเป็นโอกาสให้ภาพรวมของอุตสาหกรรมกาแฟไทยยังมีศักยภาพที่จะเติบโตต่อไปได้ ที่สำคัญภาครัฐและเอกชนร่วมมือพัฒนาอุตสาหกรรมกาแฟไทย ทั้งด้านคุณภาพและปริมาณตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ พร้อมผลักดันขึ้นเป็นพืชเศรษฐกิจตัวใหม่ หลังการเติบโตของตลาดกาแฟไทยแตะ 30,000 ล้านบาท

ในขณะเดียวกัน การรายงานสถานการณ์ตลาดกาแฟไทย ปี 2563 จาก บริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด เผยว่ายังคงที่ แม้เกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ด้านเทรนด์การบริโภค พบว่าคนไทยหันมาดื่มกาแฟในบ้านมากขึ้น ยุคนิวนอร์มัล ภาพรวมตลาดกาแฟ ปี 2563 อยู่ที่ 60,000 ล้านบาท เริ่มจากภาพรวมทั้งหมดของตลาดกาแฟในประเทศไทย ปี 2563 อยู่ที่ 60,000 ล้านบาท แบ่งเป็น ตลาดกาแฟในบ้าน มูลค่า 33,000 ล้านบาท และตลาดกาแฟนอกบ้าน มูลค่า 27,000 ล้านบาท

ตลาดกาแฟในบ้าน ปี 2563 เติบโตขึ้นร้อยละ 10.7 โดยพบว่าการปรับตัวของผู้ผลิตและผู้บริโภคกาแฟจากวิกฤตโควิด-19 ส่งผลให้ตลาดกาแฟในบ้าน ปี 2563 เติบโตขึ้นร้อยละ 10.7 ซึ่งปัจจัยหลัก ๆ มาจากการเกิดขึ้นของโควิด-19 ทั้งภาคเศรษฐกิจที่ถดถอยลง กอปรกับการปรับตัวรับเทรนด์ใหม่ ๆ ของผู้ผลิตกาแฟ ทำให้ผู้บริโภคลดการซื้อกาแฟนอกบ้าน และนิยมชงกาแฟดื่มเองมากขึ้น ส่วนตลาดกาแฟนอกบ้านมีการเติบโตลงร้อยละ 30-40 และพุ่งถึงร้อยละ 50 ในช่วงล็อกดาวน์ ส่งผลให้ทิศทางการบริโภคกาแฟของคนไทยหลังจากนี้ เป็นที่น่าจับตามองอย่างยิ่ง

## แนวโน้มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ปี 2564

ศูนย์วิจัยธนาคารออมสิน รายงาน แนวโน้มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ปี 2564 กรณีการระบาดของไวรัส COVID-19 รอบใหม่ สามารถควบคุมได้ภายในไตรมาสที่ 1 ปี 2564 คาดว่าจะเริ่มฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป ซึ่งได้รับแรงหนุนจากแนวโน้มการฟื้นตัวของเศรษฐกิจภายในประเทศและเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าหลัก และมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจภายในประเทศของภาครัฐ ส่งผลให้แนวโน้มการบริโภคและการส่งออกอาหารและเครื่องดื่มค่อย ๆ ปรับตัวดีขึ้น อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มอาจมีความเสี่ยงที่ทำให้ฟื้นตัวได้ช้ากว่าที่คาดการณ์ไว้ หากการระบาดของไวรัส COVID-19 รอบใหม่และสถานการณ์ภัยแล้งในปี 2564 มีระดับความรุนแรงสูง

### ปัจจัยสนับสนุนที่เป็นแรงหนุนให้อุตสาหกรรมฯ เริ่มฟื้นตัว

- การฟื้นตัวของเศรษฐกิจภายในประเทศและเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าหลัก (จีน สหรัฐฯ และญี่ปุ่น) โดย IMF ได้คาดการณ์การเติบโตของเศรษฐกิจไทย จีน ญี่ปุ่น และสหรัฐฯ ในปี 2564 อยู่ที่ 4.0%, 8.2%, 2.3% และ 3.1% ตามลำดับ (ปี 2563 เติบโต -7.1%, 1.9%, -5.3% และ -4.3% ตามลำดับ) ทำให้กิจกรรมทาง เศรษฐกิจ ภาคการผลิต และการบริโภคของครัวเรือนเริ่มฟื้นตัว ส่งผลให้ความต้องการ ผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มจะมีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้น

- มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจภายในประเทศของภาครัฐ อาทิ โครงการเพิ่มกำลังซื้อให้แก่ผู้มีบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ โครงการคนละครึ่ง เฟส 2 มาตรการเราเที่ยวด้วยกัน จะช่วยกระตุ้นการใช้จ่าย/การบริโภคภายในประเทศ และส่งแรงขับเคลื่อนต่อเนื่องให้การบริโภคอาหารและเครื่องดื่มในปี 2564 มีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้น ปัจจัยเสี่ยงที่อาจส่งผลให้อุตสาหกรรมฯ พ้นตัวช้า
- ความรุนแรงของสถานการณ์การแพร่ระบาดไวรัส COVID-19 รอบใหม่ ซึ่งหากเกิดคำสั่งเคอร์ฟิว/มาตรการ Lockdown/ภาครัฐสั่งปิดสถานที่ต่างๆ จะทำให้ผู้คนบริโภคอาหารและเครื่องดื่มนอกสถานที่ลดลง และส่งผลกระทบต่อสินค้าอาหารและเครื่องดื่มในบางประเภท เช่น แยม เบคอน น้ำดื่ม น้ำอัดลม ชาพร้อมดื่ม กาแฟพร้อมดื่ม โซดา เป็นต้น
- ความเสี่ยงจากภัยแล้งและสภาพอากาศที่แปรปรวน โดยหากในปี 2564 ยังคงประสบปัญหาภัยแล้งที่มีระดับความรุนแรงสูงทั้งสภาพอากาศที่มีอุณหภูมิความร้อนสูง ซึ่งจะทำให้ปริมาณน้ำฝนและระดับน้ำในเขื่อนมีไม่เพียงพอใช้ทำการเกษตร และส่งผลกระทบต่อปริมาณผลผลิตพืชผลเกษตร ซึ่งเป็นวัตถุดิบสำคัญในการผลิต
- สหรัฐฯ ประกาศตัดสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร (GSP) กับสินค้าไทยเพิ่มเติมอีก 231 รายการ (เดิมสินค้าไทยถูกตัดสิทธิ 573 รายการ) มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 30 ธันวาคม 2563 โดยมีความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อการส่งออกผลิตภัณฑ์อาหาร

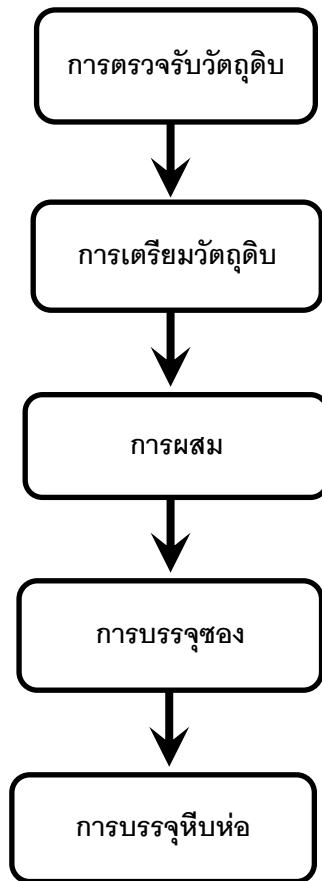
Tip 1 : เทรนด์อาหารและเครื่องดื่มที่ผู้บริโภคมีแนวโน้มเติบโตและน่าจับตามองในอนาคต

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <div style="text-align: center; margin-bottom: 10px;">  <p><b>อาหารเพื่อสุขภาพ</b></p> </div> <ul style="list-style-type: none"> <li>อาหารออร์แกนิก/คลีน</li> <li>อาหารที่ปราศจากสารปรุงแต่ง</li> <li>อาหารที่ลดน้ำตาลและไขมัน</li> </ul>                                                                                                                                                                                          | <div style="text-align: center; margin-bottom: 10px;">  <p><b>Super Food</b></p> </div> <p>(อาหารที่เน้นความเข้มข้นของวัตถุดิบที่มีโภชนาการสูง)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Super Grain เช่น คีนัว</li> <li>เมล็ดเจีย เมล็ดธัญพืช เคล</li> <li>Super Fruit เช่น โกจิเบอร์รี่</li> <li>ชีสคottage แอปเปิ้ลอบแห้ง</li> </ul> | <div style="text-align: center; margin-bottom: 10px;">  <p><b>เนื้อสัตว์ทดแทน (Alternative Meats)</b></p> </div> <ul style="list-style-type: none"> <li>Plant-based Food (อาหารที่ใช้โปรตีนจากพืชหรือเนื้อสัตว์ทางเลือกอื่นๆ) เช่น เนื้อเบอร์เกอร์กะหล่ำดอก</li> <li>ไส้กรอกเห็ด บาร์บีคิวเนื้อขุ่น</li> <li>Plant-based Milk (นมที่สกัดจากพืช) เช่น นมข้าวโอ๊ต นมอัลมอนด์</li> </ul> | <div style="text-align: center; margin-bottom: 10px;">  <p><b>อาหารสำหรับผู้สูงอายุ</b></p> </div> <ul style="list-style-type: none"> <li>อาหารที่ลดเค็ม หวาน มัน</li> <li>ย่อยง่าย เสริมแคลเซียมและโปรตีน</li> <li>อาหารเสริมบำรุงสายตาหรือต้านอนุมูลอิสระ</li> <li>อาหารเสริมบำรุงโกรทฮอร์โมน</li> </ul> |
| <div style="text-align: center; margin-bottom: 10px;">  <p><b>อาหารเสริมและเครื่องดื่มเสริมที่ได้มาตรฐาน ออย และ GMP*</b></p> </div> <ul style="list-style-type: none"> <li>อาหารเสริม เช่น อาหารเสริมบำรุงสมอง อาหารดีที่ออกซ์ไลด์สารพิษ</li> <li>อาหารทางการแพทย์ เช่น สมุนไพรสำหรับผู้ป่วยโรคไตในเลือดสูง</li> <li>เครื่องดื่มฟังก์ชันนัล เช่น เครื่องดื่มผสมวิตามิน เครื่องดื่มผสมเวย์โปรตีน เครื่องดื่มผสมคอลลาเจน</li> </ul> | <div style="text-align: center; margin-bottom: 10px;">  <p><b>เครื่องดื่มออร์แกนิก</b></p> </div> <ul style="list-style-type: none"> <li>กาแฟ/โกโก้/ช็อคโกแลตออร์แกนิก</li> <li>ชาสมุนไพรออร์แกนิก</li> <li>น้ำผักผลไม้สดออร์แกนิก</li> </ul>                                                                                             | <div style="text-align: center; margin-bottom: 10px;">  <p><b>เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ</b></p> </div> <ul style="list-style-type: none"> <li>เครื่องดื่มสมุนไพรพร้อมซอง/พร้อมดื่ม</li> <li>เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของธัญพืชต่างๆ</li> <li>เครื่องดื่มสมุนไพร Water Plus ที่ผสมวิตามินและแร่ธาตุ</li> <li>เครื่องดื่มที่ลดหรือปราศจากน้ำตาล</li> </ul>                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |

หมายเหตุ : \* อาหารและเครื่องดื่มเสริมที่มีระบบการตรวจสอบมาตรฐานที่รัดกุม เนื่องจากมีกลุ่มผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพหรือต้องการดูแลสุขภาพเป็นพิเศษ

## กระบวนการผลิตของโรงงานของบริษัท

โรงงานของบริษัทฯ เป็นโรงงานผลิตเครื่องดื่มปรุงสำเร็จชนิดผง โดยกระบวนการผลิตที่ใช้เป็นแบบ “Dry Mix” ซึ่งเป็นกระบวนการที่จะนำวัตถุดิบที่ผ่านการเตรียมมาผ่านเครื่องผสมแบบ High Speed Mixer เพื่อให้วัตถุดิบผสมกันจนเป็นเนื้อเดียวกัน ทั้งนี้ กระบวนการผลิตเครื่องดื่มปรุงสำเร็จชนิดผงของบริษัทฯ สามารถสรุปได้ดังนี้



กระบวนการผลิตสินค้าของบริษัทฯ สามารถแบ่งเป็น 5 ขั้นตอนหลัก ดังนี้

### 1. การตรวจรับวัตถุดิบ

พนักงานควบคุมคุณภาพจะทำการตรวจสอบวัตถุดิบที่รับเข้าคลังสินค้า โดยตรวจสอบจากใบควบคุมคุณภาพ (Certificate of Analysis : COA) ที่ได้รับจากผู้ขาย และตรวจวิเคราะห์ค่าทางเคมีต่างๆ ตามคุณสมบัติของวัตถุดิบแต่ละประเภท รวมถึงตรวจสอบบรรจุภัณฑ์ให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด จากนั้นพนักงานคลังสินค้าจะทำการตรวจนับจำนวนวัตถุดิบตามใบสั่งซื้อ (Purchase Order) และจัดเก็บวัตถุดิบในคลังสินค้าตามหลักการ First In First Out (FIFO) และ First Expire First Out (FEFO) เพื่อความสะดวกในการนำวัตถุดิบไปใช้ต่อไป

### 2. การเตรียมวัตถุดิบ

วัตถุดิบที่ผ่านการตรวจรับแล้วจะถูกนำมาเตรียมก่อนการนำไปผสม โดยเริ่มจากการร่อนกรองสิ่งเจือปนด้วยเครื่องร่อนวัตถุดิบแบบ Vibration Screen จากนั้นวัตถุดิบจะถูกนำไปชั่งน้ำหนักตามสูตรที่กำหนดไว้ และเก็บใส่ถุงปิดสนิท ซึ่งวัตถุดิบแต่ละชนิดจะถูกกำหนดรหัสแล้วจัดเป็นชุด (Batch) เตรียมพร้อมสำหรับการผสมในขั้นตอนต่อไป จากนั้น

พนักงานควบคุมคุณภาพจะทำการตรวจสอบน้ำหนักของวัตถุดิบทุกชุด รวมทั้งตรวจสอบส่วนผสมตามสูตรให้ครบถ้วนก่อนเข้าสู่กระบวนการผสมในขั้นตอนต่อไป

### 3. การผสม

วัตถุดิบที่ผ่านการตรวจสอบจะถูกส่งเข้าสู่กระบวนการผสมด้วยเครื่องผสมแบบ High Speed Mixer โดยใช้เวลาในการผสมทั้งสิ้นประมาณ 3 นาที โดยจะต้องควบคุมห้องผสมให้มีความชื้นสัมพัทธ์ไม่เกินร้อยละ 55 และอุณหภูมิไม่เกิน 25 องศาเซลเซียส หลังจากนั้นวัตถุดิบที่ผสมเสร็จแล้วจะถูกเทลงถังปิดสนิทเพื่อรอทำการบรรจุต่อไป

ในกระบวนการนี้ พนักงานควบคุมคุณภาพจะทำการสุ่มเก็บตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่ผสมเสร็จแล้วเพื่อนำมาตรวจสอบคุณภาพ โดยการตรวจสอบลักษณะทางด้านกายภาพ เช่น ลักษณะปรากฏของผลิตภัณฑ์ สิ่งเจือปนหรือสิ่งแปลกปลอม การเข้ากันของส่วนผสม เป็นต้น และการตรวจสอบค่าทางเคมีต่างๆ เช่น ปริมาณความหวาน (% Brix), ค่าความเป็นกรด-ด่าง (pH), ปริมาณความชื้น (% Moisture), ค่าความหนาแน่นรวม (Bulk Density) และการประเมินคุณภาพทางด้านประสาทสัมผัส (Sensory Test) เพื่อตรวจสอบรสชาติ เป็นต้น

### 4. การบรรจุซอง

ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการผสมจะถูกนำไปกรองผ่านตะแกรงร่อนเพื่อกรองสิ่งแปลกปลอมอีกครั้ง แล้วทำการตรวจสอบเศษโลหะผ่านแท่งแม่เหล็กตรวจจับเศษโลหะ (Magnetic Trap) จากนั้นจึงบรรจุผลิตภัณฑ์ลงในซองบรรจุภัณฑ์ด้วยเครื่อง Auto Packing พร้อมประทับตราวันที่ผลิต วันหมดอายุ และเวลาในการผลิตไว้บนซองบรรจุภัณฑ์

ในกระบวนการนี้ พนักงานควบคุมคุณภาพจะทำการสุ่มตรวจสอบน้ำหนักของสินค้าหลังจากบรรจุลงซอง และชั่งน้ำหนักสินค้าให้ได้ตามมาตรฐานที่กำหนด จากนั้นจะทำการสุ่มตรวจสอบรอยขีดข่วนของซองบรรจุภัณฑ์เพื่อป้องกันการรั่วซึมของสินค้า และสุ่มเก็บตัวอย่างผลิตภัณฑ์เพื่อนำไปตรวจสอบทางด้านกายภาพและตรวจวิเคราะห์ค่าทางเคมีต่างๆ ตามมาตรฐานที่กำหนด

### 5. การบรรจุหีบห่อ

ผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพแล้วจะถูกบรรจุลงกล่อง พร้อมระบุหมายเลขชุดที่ผลิตและวันหมดอายุลงที่กล่อง จากนั้นกล่องจะถูกจัดเรียงลงบนพาเลทและนำไปเก็บในคลังสินค้าเพื่อรอการจำหน่ายต่อไป

ในกระบวนการนี้ พนักงานควบคุมคุณภาพจะสุ่มตรวจจำนวนซองที่บรรจุลงกล่อง ตรวจสอบน้ำหนัก การจัดวางกล่องสินค้าลงบนพาเลท และสุ่มเก็บตัวอย่างสินค้าไปตรวจเพาะเชื้อเพื่อนำไปวิเคราะห์ค่าทางจุลชีววิทยา จากนั้นพนักงานจะรวบรวมผลการตรวจสอบคุณภาพทั้งหมดในแต่ละรอบของการผลิตเพื่อนำไปเปรียบเทียบกับข้อกำหนดสินค้าสำเร็จรูป (Finished Product) เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ตามมาตรฐานที่กำหนด

## 2.3 การจัดหาวัตถุดิบ

จากการที่บริษัทฯ มีการว่าจ้างผู้ผลิตภายนอกเป็นหลักในการผลิตสินค้า คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 79 และร้อยละ 83 ของยอดซื้อสินค้าสำเร็จรูปทั้งหมดของบริษัทฯ ในปี 2562 และปี 2563 ตามลำดับ โดยมีทั้งกรณีที่ได้รับจ้างผลิตสั่งซื้อวัตถุดิบเอง และกรณีที่บริษัทฯ เป็นผู้จัดซื้อวัตถุดิบส่งให้แก่ผู้รับจ้างผลิต อย่างไรก็ตาม จากการที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ บริษัทฯ จึงจำเป็นต้องเป็นผู้คัดเลือกผู้ผลิต/ผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบหลัก ได้แก่ ชา กาแฟ นม ซึ่งในขั้นตอนเริ่มแรกในการวิจัยและพัฒนาสินค้าใหม่ ฝ่ายวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์จะเป็นผู้คัดเลือกวัตถุดิบจากผู้ผลิต/ผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบที่มีคุณภาพจากแหล่งต่างๆ ในการพัฒนาสูตรการผลิตเพื่อให้ได้เครื่องดื่มที่มีรสชาติและคุณสมบัติต่างๆ



เป็นไปตามที่ต้องการ โดยบริษัทฯ จะมีกระบวนการในการตรวจสอบคุณภาพของวัตถุดิบ และหากเป็นวัตถุดิบหลักบริษัทฯ จะมีการเยี่ยมชมและตรวจสอบโรงงานของผู้ผลิตรายใหม่ก่อนที่จะอนุมัติให้เป็นผู้ผลิต/ผู้จัดจำหน่าย รวมถึงการตรวจสอบประจำปี ซึ่งบริษัทฯ จะทำการทบทวนผลการประเมินทุก 6 เดือน โดยพิจารณาจากคุณภาพและประวัติการส่งมอบวัตถุดิบเป็นหลัก

ในกรณีที่ผู้รับจ้างผลิตสั่งซื้อวัตถุดิบเอง หากเป็นวัตถุดิบหลักผู้รับจ้างผลิตจะต้องสั่งซื้อวัตถุดิบจากผู้ผลิต/ผู้จัดจำหน่ายรายที่บริษัทฯ กำหนดเท่านั้น เนื่องจากการใช้วัตถุดิบจากแหล่งหรือจากผู้ผลิต/ผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบที่แตกต่างกัน สูตรการผลิตก็ต้องแตกต่างกันเพื่อให้ได้รสชาติและคุณสมบัติต่างๆ เป็นไปตามที่กำหนด ดังนั้น ฝ่ายวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์จะมีการพัฒนาสูตรการผลิตสำรองสำหรับแหล่งวัตถุดิบที่แตกต่างกันประมาณ 2-3 แหล่ง เพื่อลดการพึ่งพิงผู้ผลิต/ผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบรายใดรายหนึ่ง

วัตถุดิบหลักที่บริษัทฯ ต้องจัดหาให้กับผู้รับจ้างผลิตและโรงงานผลิตเครื่องดื่มปรุงสำเร็จชนิดผงของบริษัทฯ เอง ประกอบด้วย กาแฟ ชา น้ำตาล นม ซึ่งบริษัทฯ จัดหาจากผู้ผลิตและ/หรือผู้จัดจำหน่ายในประเทศทั้งหมด โดยผู้ผลิตและ/หรือผู้จัดจำหน่ายจะต้องส่งตัวอย่างวัตถุดิบให้ฝ่ายวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ทำการตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบและทดสอบรสชาติและคุณสมบัติต่างๆ เพื่อให้มีความมั่นใจว่าวัตถุดิบดังกล่าวที่จะส่งชื่อนั้นมีคุณภาพตรงตามมาตรฐานที่ได้กำหนดไว้ก่อนที่จะตัดสินใจสั่งซื้อวัตถุดิบจากผู้ผลิตและ/หรือผู้จัดจำหน่ายแต่ละราย นอกจากนี้ หลังจากที่มีการตกลงสั่งซื้อแล้ว บริษัทฯ รวมถึงผู้รับจ้างผลิตจะทำการสุ่มตรวจสอบคุณภาพของวัตถุดิบทุกครั้งจากผู้ผลิตและ/หรือผู้จัดจำหน่ายนำวัตถุดิบมาส่งเพื่อให้แน่ใจว่าวัตถุดิบที่นำมาเป็นส่วนผสมในการผลิตเครื่องดื่มจะมีมาตรฐานตามที่บริษัทฯ กำหนด

สำหรับวัตถุดิบที่เป็นผลผลิตทางการเกษตร เช่น กาแฟ น้ำตาล เป็นต้น บริษัทฯ จะเริ่มเจรจาซื้อขายล่วงหน้ากับผู้ผลิตและ/หรือผู้จัดจำหน่ายโดยพิจารณาจากแผนการขายและแผนการผลิตประจำปี ในส่วนของน้ำตาลจะมีการจัดทำสัญญาซื้อขายเป็นรายปี ซึ่งจะกำหนดปริมาณและราคาซื้อขายไว้ โดยราคาซื้อขายดังกล่าวจะเป็นราคาที่รวมค่าขนส่ง ดังนั้น หากราคาน้ำมันดีเซลมีการเปลี่ยนแปลงถึงช่วงราคาที่กำหนด ก็จะมีการปรับราคาซื้อขายน้ำตาลที่รวมค่าขนส่งให้เป็นไปตามราคาที่ระบุไว้ในสัญญา และในส่วนของกาแฟจะเป็นการเจรจาและแจ้งปริมาณวัตถุดิบที่ต้องการให้กับผู้ผลิตและ/หรือผู้จัดจำหน่ายไว้ล่วงหน้าทั้งปี โดยจะกำหนดราคาซื้อขายไว้เป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงจากการที่บริษัทฯ อาจมีปริมาณวัตถุดิบซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักไม่เพียงพอต่อการผลิตสินค้าตามแผนที่วางไว้

### ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

กระบวนการผลิตของบริษัทฯ ไม่มีมลภาวะที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้ถือปฏิบัติตามระเบียบของกรมโรงงานอุตสาหกรรม อุตสาหกรรมจังหวัด และข้อกำหนดของหน่วยงานต่างๆ อย่างเคร่งครัด

### การวิจัยและพัฒนา

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ซึ่งถือเป็นกลยุทธ์หลักในการสร้างความแตกต่างของสินค้าด้วยความหลากหลายทั้งรูปแบบและรสชาติ เพื่อตอบสนองความต้องการและไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยบริษัทฯ มีห้องแล็บที่ใช้ในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ เอง ประกอบกับมีทีมงานฝ่ายวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์จำนวน 19 คน ที่มีความรู้ความชำนาญและมีประสบการณ์ในอุตสาหกรรมเครื่องดื่มมาเป็นเวลานาน ทำให้สามารถคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีเอกลักษณ์และความแตกต่างออกสู่ตลาดได้อย่างต่อเนื่อง เช่น การสร้างคาแรกเตอร์ให้ชาเขียวไม่จำเป็นต้องมีสีเขียว ภายใต้คอนเซ็ปต์ “Super Power from Super Fruit การพัฒนาเครื่องดื่มที่มี

ส่วนผสมของชิ้นเนื้อผลไม้ภายใต้ตราสินค้า “สวัสดี” เป็นต้น ทั้งนี้ การวิจัยและพัฒนาของบริษัทฯ สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกับลูกค้าในการพัฒนาสูตรเครื่องดื่มเพื่อนำไปวางจำหน่ายในร้านค้าของลูกค้า
2. การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ เป็นผู้คิดและพัฒนาสูตรการผลิตเพื่อจำหน่ายภายใต้ตราสินค้าของบริษัทฯ

กระบวนการในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ จะเป็นการทำงานร่วมกันระหว่างฝ่ายการตลาด ฝ่ายขาย และฝ่ายวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยฝ่ายการตลาดจะศึกษาและติดตามแนวโน้มตลาดเครื่องดื่มทั้งในประเทศและต่างประเทศเพื่อศึกษาโอกาสทางธุรกิจ สำรวจความต้องการของผู้บริโภค รวมถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคอย่างใกล้ชิด และฝ่ายวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ จะดำเนินการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ (Project Feasibility) หลังจากนั้นฝ่ายวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์จะทำหน้าที่ในการคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์รวมถึงการออกแบบตัวผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองต่อโจทย์ที่ได้รับเพื่อให้ทีมงานฝ่ายขายนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ให้ลูกค้าพิจารณา

สำหรับในปีนี้บริษัทฯ มีการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ในกลุ่มของอาหารและเครื่องดื่ม ดังนี้

- บริษัทฯ มีการพัฒนาปรับปรุงเครื่องดื่มเย็นในภาคให้เป็นที่สะดุดตาความหวานของเครื่องดื่ม โดยใช้วัตถุดิบที่ให้ความหวานแทนน้ำตาลจากธรรมชาติเพิ่มเติมด้วย โดยทำการปรับปรุงลดความหวานของเครื่องดื่มกาแฟ เอสเพรสโซ กาแฟลาเต้ และชาเย็น ซึ่งปัจจุบันได้การแก้ไขปัญหาระงืดรสชาติที่รัฐบาลจัดเก็บเป็นที่ยอมรับแล้ว

ในส่วนของการใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนาของบริษัทฯ ประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ค่าใช้จ่ายในการทดลองผลิตสินค้า (Test Run) ค่าใช้จ่ายในตรวจวิเคราะห์ทางชีววิทยาสำหรับสินค้าที่ผลิตที่โรงงานของบริษัทฯ ค่าใช้จ่ายในการ ทดสอบตลาด (Consumer Test) และค่าใช้จ่ายสำหรับสินค้าตัวอย่าง ทั้งนี้ ค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนาในระยะ 3 ปีที่ผ่านมาของบริษัทฯ สรุปได้ดังนี้

หน่วย : ล้านบาท

| ปี   | ค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนา |
|------|------------------------------|
| 2561 | 3.13                         |
| 2562 | 3.88                         |
| 2563 | 5.81                         |

## 2.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

-ไม่มี-

### 3. ปัจจัยความเสี่ยง

#### 3.1 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงลูกค้ารายใหญ่

บริษัทฯ มีรายได้จากการขายสินค้าให้กับบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 95 และร้อยละ 95 ของรายได้จากการขายรวมในปี 2562 และปี 2563 ตามลำดับ ดังนั้น หากบริษัทฯ สูญเสียลูกค้ารายดังกล่าว หรือลูกค้ารายดังกล่าวลดปริมาณการซื้อสินค้าจากบริษัทฯ อาจส่งผลกระทบต่อรายได้และผลประกอบการของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ โดยปัจจุบันบริษัทฯ ได้พิจารณาลดระดับความเสี่ยงนี้จากระดับสูงเป็นระดับปานกลาง

จากการที่บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) (“CPALL”) ประกอบธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านสะดวกซื้อภายใต้เครื่องหมายการค้า “7-Eleven” ในประเทศไทยที่มีช่องทางการจัดจำหน่ายกระจายอยู่ทั่วทุกภูมิภาคในประเทศและมีการขยายสาขาอย่างต่อเนื่องทุกปี ในปี 2563 มีร้าน 7-Eleven ทั่วประเทศรวมประมาณ 12,000 สาขา (ข้อมูลจาก [www.cpall.co.th](http://www.cpall.co.th)) ทำให้ปริมาณความต้องการซื้อสินค้าจากบริษัทฯ เพื่อนำไปจำหน่ายมีปริมาณที่สูงและเติบโตอย่างต่อเนื่องเช่นเดียวกัน โดย CPALL ถือว่าเป็นบริษัทที่มีฐานะทางการเงินที่มั่นคงและแข็งแกร่ง

การที่บริษัทฯ เป็นหนึ่งในผู้จัดจำหน่ายที่ดำเนินงานร่วมกับลูกค้าภายใต้ความเป็นพันธมิตรทางธุรกิจต่อกัน (Key Strategic Partner) ทำให้บริษัทฯ ได้รับโอกาสในการพัฒนาสินค้าใหม่ ๆ จากลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ยิ่งไปกว่านั้น การที่สินค้าของบริษัทฯ อยู่กับผู้บริโภคของ 7-Eleven มาเป็นเวลานานกว่า 18 ปี โดยผู้บริโภคติดและคุ้นชินกับรสชาติในเครื่องดื่มของบริษัทฯ แล้วทำให้โอกาสที่จะเปลี่ยนสินค้าเป็นไปได้ยากมาก ซึ่งถือว่าเป็นข้อได้เปรียบในการแข่งขันของบริษัทฯ โดยเป็นการดำเนินงานในลักษณะที่ก่อให้เกิดประโยชน์ให้แก่ทั้งสองฝ่าย โดยนอกเหนือจากการซื้อขายสินค้าระหว่างกันแล้ว บริษัทฯ จะทำงานร่วมกับลูกค้าอย่างใกล้ชิด มีการแลกเปลี่ยนแนวคิด รวมถึงร่วมกับลูกค้าในการกำหนดแผนธุรกิจร่วมกัน พัฒนาสินค้าและออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ตอบสนองต่อโจทย์ของลูกค้าและสถานการณ์ทางการตลาดได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ จึงจะเห็นได้ว่าจากยอดขายทั้งหมดที่บริษัทฯ จำหน่ายสินค้าให้แก่ CPALL นั้นไม่ได้มาจากสินค้าเดิมเท่านั้นในแต่ละปีบริษัทฯ มีการพัฒนาสินค้าใหม่ร่วมกับลูกค้าเพื่อเจาะกลุ่มผู้บริโภคให้ครอบคลุมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีการขยายธุรกิจไปสู่กลุ่มสินค้าอื่น ๆ จากเดิมมีเพียงธุรกิจเครื่องดื่มเพียงอย่างเดียว โดยปัจจุบันธุรกิจเครื่องดื่มเองก็มีการเติบโตมากขึ้น เช่น เครื่องดื่มชงสดในมุม All Café ของร้าน 7-Eleven เครื่องกีดเครื่องดื่มร้อน เป็นต้น อีกทั้งยังมีธุรกิจเครื่องเขียนและธุรกิจ Non-Food เข้ามาเสริมความแข็งแกร่ง เพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มประเภทสินค้าหลักของ CPALL และถือว่าการกระจายความเสี่ยงอีกด้วย

### พัฒนาการกลุ่มสินค้าในร้าน 7-Eleven ของบริษัทตั้งแต่ปี 2558-2563

| 2558                                                                                                                                                                                                                       | 2559-2560                                                                                                                                                | 2561                                                                                                                                                                        | 2562                                                                                                                                                                                            | 2563                                                                                                                                                                                                           |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  <div> <b>Cold Beverage Dispenser</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Milk Tea</li> <li>Espresso</li> <li>#4 Bowl</li> </ul> </div> | <div> <b>Cold Beverage Dispenser</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Milk Tea</li> <li>Espresso</li> <li>#4 Bowl</li> <li>Latte</li> </ul> </div> | <div> <b>Cold Beverage Dispenser</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Milk Tea</li> <li>Espresso</li> <li>#4 Bowl</li> <li>Latte</li> <li>Hershey's</li> </ul> </div> | <div> <b>Cold Beverage Dispenser</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Milk Tea</li> <li>Espresso</li> <li>#4 Bowl</li> <li>Latte</li> <li>Hershey's</li> </ul> </div>                     | <div> <b>Cold Beverage Dispenser</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Milk Tea</li> <li>Espresso</li> <li>#4 Bowl</li> <li>Latte</li> <li>Hershey's</li> </ul> </div>                                    |
|                                                                                                                                           | <div> <b>All Café</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Green Tea</li> <li>Milk Tea</li> <li>Lemon Tea</li> </ul> </div>                            | <div> <b>All Café</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Green Tea</li> <li>Milk Tea</li> <li>Lemon Tea</li> <li>Yogurt Menu</li> <li>Supply use</li> </ul> </div>      | <div> <b>All Café</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Green Tea</li> <li>Milk Tea</li> <li>Lemon Tea</li> <li>Yogurt Menu</li> <li>Supply use</li> <li>Taiwan Milk Tea</li> </ul> </div> | <div> <b>All Café</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Green Tea</li> <li>Milk Tea</li> <li>Lemon Tea</li> <li>Supply use</li> <li>Taiwan Milk Tea</li> <li>Topping and Upsizing 22 Oz</li> </ul> </div> |
|                                                                                                                                           | <div> <b>Hot Beverage Dispenser</b> </div>                                                                                                               | <div> <b>Hot Beverage Dispenser</b> </div>                                                                                                                                  | <div> <b>Hot Beverage Dispenser</b> </div>                                                                                                                                                      | <div> <b>Hot Beverage Dispenser</b> </div>                                                                                                                                                                     |
|                                                                                                                                           | <div> <b>Bakery</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>A Smile</li> </ul> </div>                                                                     | <div> <b>Bakery</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>A Smile</li> </ul> </div>                                                                                        | <div> <b>Bakery</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>A Smile</li> </ul> </div>                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                |
|                                                                                                                                          | <div> <b>Stationary</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>TACC Stationary</li> </ul> </div>                                                         | <div> <b>Stationary</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>TACC Stationary</li> </ul> </div>                                                                            | <div> <b>Stationary</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>TACC Stationary</li> </ul> </div>                                                                                                | <div> <b>Stationary</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>TACC Stationary</li> </ul> </div>                                                                                                               |

การที่บริษัท มีความสัมพันธ์ทางการค้ากับ CPALL มาเป็นเวลานานกว่า 18 ปี ถือเป็นเครื่องพิสูจน์ได้ถึง ความเชื่อมั่นและความไว้วางใจที่ลูกค้ามีให้กับบริษัท ประกอบกับในปี 2556 บริษัท ได้รับรางวัล Partnership Award 2013 "Best of Business Growth" จาก CPALL ซึ่งเป็นรางวัลที่มอบให้แก่คู่ค้าที่สนับสนุนการทำงานเป็นอย่างดีและมีผลการดำเนินงานเติบโตดีเยี่ยม โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่ที่ได้รับรางวัลดังกล่าวล้วนแต่เป็นบริษัทขนาดใหญ่ จึงแสดงให้เห็นว่า บริษัท ได้รับการยอมรับจากลูกค้าเทียบเท่ากับองค์กรชั้นนำของประเทศ และบริษัทได้รับ Exclusive Contract 3 ปี และได้มีการต่อสัญญาตามปกติ ดังนั้น ผู้บริหารจึงเชื่อมั่นว่าบริษัท จะสามารถรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้ารายดังกล่าวได้อย่าง มั่นคงและยั่งยืนต่อไป

จากเดิมที่บริษัทตั้งเป้าหมายสัดส่วนรายได้จากการขายในปี 2563 คือ มีแผนจะเพิ่มสัดส่วนของรายได้จากการขายในส่วน ของ B2B และ B2C เป็น 70:30 นั้น โดยในส่วน ของ B2B บริษัทได้รับโอกาสในการสร้างการเติบโตไปพร้อมกับพันธมิตรหลักทางธุรกิจมาโดยตลอด ในส่วน ของ B2C ธุรกิจมีการเติบโตมากขึ้นแต่สัดส่วนอาจจะเติบโตไม่ทันตาม B2B เนื่องจากมีขนาดตลาดที่ใหญ่มาก รายละเอียด ดังนี้

- B2B มีการขยายตัวในส่วนที่นอกเหนือจากกลุ่มผลิตภัณฑ์เดิม และการขยายเข้าสู่ Café Business (Muanchon, Arabitia, Jungle, CP Fresh mart, Black Canyon)
- B2C ในส่วน ของธุรกิจค้าปลีกมีการเจริญเติบโตขึ้นทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศอย่างมีนัยสำคัญ มีการเพิ่มคาแรคเตอร์ใหม่ คือ หมาจ๋า และ Art Story ซึ่งจะเป็นส่วนหนึ่งในการเพิ่มความแข็งแกร่งของธุรกิจ

บริษัทฯ ตระหนักถึงความเสี่ยงดังกล่าว จึงมีนโยบายที่จะลดความเสี่ยงจากการพึ่งพิงลูกค้ารายดังกล่าว โดยได้ร่วมพัฒนาเครื่องต้มในโกดังเพื่อจำหน่ายให้กับร้านอาหารที่เป็นธุรกิจเครือข่ายอาหาร (Food Chain) ต่าง ๆ นอกจากนี้ ยังมุ่งเน้นการจำหน่ายสินค้าผ่านตราสินค้าของบริษัทให้มากขึ้น และมีการออกงานแสดงสินค้าต่าง ๆ ทั้งในและต่างประเทศเป็นประจำทุกปี เพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าของบริษัทให้เป็นที่รู้จัก และช่วยทำให้สามารถขยายตลาดให้ครอบคลุมฐานลูกค้าได้กว้างขึ้น

### 3.2 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้รับจ้างผลิตภายนอก (Original Equipment Manufacturer หรือ OEM)

จากการที่บริษัทฯ ว่าจ้างบริษัทผู้รับจ้างผลิตภายนอกเป็นหลักในการผลิตสินค้า โดยปัจจุบัน บริษัทฯ มีการว่าจ้างผู้รับจ้างผลิตหลักจำนวน 6-10 ราย โดยการว่าจ้างผู้รับจ้างผลิตคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 79 และร้อยละ 83 ของยอดซื้อสินค้าสำเร็จรูปทั้งหมดของบริษัทฯ ในปี 2562 และปี 2563 ตามลำดับ และบริษัทฯ มีสินค้าใหม่ที่จะออกจำหน่ายโดยซื้อสินค้าสำเร็จรูปจากผู้รับจ้างผลิต ส่งผลทำให้สัดส่วนการซื้อสินค้าสำเร็จรูปจากผู้รับจ้างผลิตจึงเพิ่มขึ้นในปี 2563 ดังนั้น บริษัทฯ จึงอาจมีความเสี่ยงหากผู้รับจ้างผลิตไม่สามารถผลิตสินค้าให้ได้คุณภาพและมาตรฐานที่กำหนด หรือไม่ส่งมอบสินค้าในปริมาณและเวลาตามที่กำหนด รวมถึงหากผู้รับจ้างผลิตไม่ผลิตสินค้าให้แก่บริษัทฯ ต่อไป ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อประกอบการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ ได้

บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการคัดเลือกผู้รับจ้างผลิตอย่างมาก และมีการกำหนดระเบียบปฏิบัติเรื่องการคัดเลือกและประเมินผู้รับจ้างผลิตไว้อย่างชัดเจน โดยพิจารณาเบื้องต้นจากความเชี่ยวชาญในการผลิต กำลังการผลิตที่สามารถรองรับคำสั่งซื้อของบริษัทฯ ความน่าเชื่อถือและฐานะทางการเงิน หากผ่านคุณสมบัติเบื้องต้นดังกล่าวแล้ว ฝ่ายงานที่เกี่ยวข้องของบริษัทฯ จะทำการตรวจสอบคุณภาพมาตรฐานของโรงงานผู้รับจ้างผลิต ตรวจสอบขั้นตอนและกระบวนการผลิต การทดลองผลิตสินค้าตัวอย่าง และการผลิตสินค้าครั้งแรก (First Batch Production) โดยบริษัทฯ มีข้อกำหนดว่าโรงงานของผู้รับจ้างผลิตทุกรายต้องได้รับการรับรองมาตรฐานการผลิตสินค้า เช่น มาตรฐาน GMP และมาตรฐาน HACCP จากหน่วยงานที่รับรอง (Certified Body) โดยที่ผ่านมาผู้รับจ้างผลิตทุกรายต่างก็สามารถผลิตสินค้าได้ตามคุณภาพและมาตรฐาน และสามารถส่งมอบสินค้าได้ตรงตามที่บริษัทฯ กำหนด ประกอบกับการที่บริษัทฯ มีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้รับจ้างผลิตส่วนใหญ่มาเป็นเวลานานกว่า 3-10 ปี ทำให้ผู้บริหารมั่นใจว่าบริษัทฯ จะสามารถรักษาความสัมพันธ์กับผู้รับจ้างผลิตได้อย่างมั่นคงและต่อเนื่องต่อไปในระยะยาว

นอกจากนี้ บริษัทฯ มีการกำหนดผู้รับจ้างผลิตภายนอกที่สำคัญ โดยจัดทำเป็นหนังสือความร่วมมือระหว่างกัน เพื่อตอกย้ำความเป็นพันธมิตรหลักทางธุรกิจ แสดงถึงความมุ่งมั่นระหว่างสองบริษัทที่จะดำเนินธุรกิจร่วมกันต่อไปในอนาคตอย่างมั่นคง อย่างไรก็ตาม นอกเหนือจากผู้รับจ้างผลิตหลักดังกล่าวแล้ว บริษัทฯ ก็มีการว่าจ้างผู้รับจ้างผลิตรายอื่นๆ เป็นครั้งคราวเพื่อรักษาความสัมพันธ์ที่ดี และลดความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้รับจ้างผลิตน้อยราย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เครื่องต้มปรุงสำเร็จชนิดผง ไม่ได้มีกระบวนการผลิตที่ซับซ้อนหรืออาศัยเทคโนโลยีที่ทันสมัย จึงทำให้สามารถหาโรงงานที่ได้มาตรฐานที่บริษัทฯ สามารถเลือกใช้บริการได้ไม่ยาก ยิ่งไปกว่านั้น ในปี 2556 บริษัทฯ ยังได้ลงทุนสร้างโรงงานผลิตเครื่องต้มปรุงสำเร็จชนิดผงของบริษัทฯ เอง ซึ่งจะช่วยให้อุตสาหกรรมมีความเข้าใจในกระบวนการและขั้นตอนในการผลิตสินค้า การควบคุมต้นทุนการผลิต และอัตราการสูญเสียจากการผลิต (Yield Loss) และสามารถต่อรองเงื่อนไขทางการค้าต่าง ๆ กับบริษัทผู้รับจ้างผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยในปีนั้นบริษัทฯ มีการตั้งโรงงาน Pilot Plant ที่จ.ชลบุรี เพื่อรองรับกำลังการผลิตสำหรับธุรกิจในกลุ่ม B2B อีกด้วยจะเห็นได้ว่า บริษัทฯ มีการกระจายความเสี่ยงไปยังโรงงานบ้านเบ้ง โดยมีการเพิ่มไลน์ผลิตและมาตรฐานการผลิตที่สูงขึ้น ทำให้บริษัทมีศักยภาพมากยิ่งขึ้น

หากพิจารณาในทางกลับกัน ผู้บริหารของบริษัทฯ พิจารณาว่าการที่นโยบายว่าจ้างผู้รับจ้างผลิตในการผลิตสินค้าให้แก่บริษัทฯ เป็นหลักนั้น จะเป็นการช่วยลดความเสี่ยงในแง่ของการมีฐานการผลิตที่กระจายอยู่ในพื้นที่จังหวัดต่าง ๆ

เมื่อเปรียบเทียบกับกรณีโรงงานผลิตสินค้าเอง ซึ่งผู้รับจ้างผลิตหลักของบริษัทฯ มีโรงงานตั้งอยู่ที่ราชบุรี อยุธยา ระยอง และสมุทรปราการ ดังนั้น หากเกิดภัยทางธรรมชาติขึ้นที่บริเวณใดบริเวณหนึ่ง เช่น น้ำท่วม แผ่นดินไหว เป็นต้น บริษัทฯ ยังมีโอกาสที่จะเปลี่ยนไปใช้โรงงานของผู้รับจ้างผลิตรายอื่นที่สามารถผลิตสินค้าให้บริษัทฯ เพื่อส่งมอบให้แก่ลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ ยังเป็นการใช้ศักยภาพและความแข็งแกร่งที่โดดเด่นและแตกต่างกันไปของผู้รับจ้างผลิตแต่ละรายเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดแก่บริษัทฯ

### 3.3 ความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาวัตถุดิบหรือการขาดแคลนวัตถุดิบที่สำคัญ

บริษัทฯ ตระหนักถึงความเสี่ยงดังกล่าว จึงมีนโยบายในการเจรจาราคาวัตถุดิบต่าง ๆ ตามความต้องการใช้ในการผลิตทั้งที่บริษัทฯ ผลิตเองและว่าจ้างผู้รับจ้างผลิตภายนอกกับคู่ค้าในประเทศล่วงหน้าเป็นรายปี โดยพิจารณาจากแผนการขายและแผนการผลิตที่ได้ประมาณการไว้ และมีการจัดทำสัญญาซื้อขายกับคู่ค้าเป็นลายลักษณ์อักษร และมีการให้ทาง Key supplier ทำแผนงานบริหารความเสี่ยงควบคู่กันสำหรับวัตถุดิบหลักที่สำคัญ ทางฝ่ายพัฒนาและวิจัยผลิตภัณฑ์ร่วมกับ ฝ่ายจัดซื้อในการวางแผนหาและทดสอบ second source ของวัตถุดิบที่ใช้ในปริมาณมากอีกด้วย

อย่างไรก็ตาม ฝ่ายจัดซื้อจะมีการติดตามความเคลื่อนไหวและแนวโน้มของปริมาณและราคาของวัตถุดิบที่สำคัญอย่างใกล้ชิด เพื่อให้สามารถจัดหาวัตถุดิบได้อย่างเพียงพอในราคาที่ทำให้บริษัทฯ มีต้นทุนการผลิตที่สามารถแข่งขันได้ นอกจากนี้ ฝ่ายจัดซื้อจะทำหน้าที่ในการคัดสรรแหล่งวัตถุดิบที่มีคุณภาพอื่น ๆ เพื่อนำมาให้อยู่ในวิสัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทำการวิเคราะห์และประเมินคุณภาพของวัตถุดิบทดแทนให้อยู่ในเกณฑ์เทียบเท่ากับวัตถุดิบที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน และมีการจัดหาแหล่งวัตถุดิบเพิ่มเติมในภูมิภาคที่แตกต่างกัน เพื่อให้ได้วัตถุดิบจากแหล่งใหม่ที่มีคุณภาพเทียบเท่า และสามารถใช้ทดแทนกันได้ในการผลิต ซึ่งจะช่วยให้บริษัทฯ มีทางเลือกในการจัดหาวัตถุดิบที่จะใช้ในการผลิตสินค้าเพิ่มมากขึ้น ตลอดจนพัฒนาสูตรสำรองกรณีวัตถุดิบที่สำคัญขาดแคลน ทั้งนี้ เพื่อเป็นการช่วยลดผลกระทบจากการขาดแคลนวัตถุดิบ และเพื่อให้มั่นใจในรสชาติและคุณภาพของผลิตภัณฑ์

### 3.4 ความเสี่ยงจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และการพึ่งพิงบุคลากรด้านการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ซึ่งถือเป็นกลยุทธ์หลักในการสร้างความแตกต่างของสินค้าด้วยความหลากหลายทั้งรูปแบบและรสชาติ สามารถตอบสนองไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา อีกทั้งจะช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันให้กับบริษัทฯ ในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่นั้นต้องผ่านกระบวนการทำงานหลายขั้นตอน ซึ่งต้องใช้เวลาและเงินลงทุนค่อนข้างสูง บริษัทฯ จึงได้เพิ่มความเข้มงวดในการเตรียมความพร้อมของการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยเริ่มตั้งแต่การศึกษาหาข้อมูลในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสำรวจความต้องการของผู้บริโภค ทั้งในส่วนของคุณภาพสินค้า การจัดหาวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ การผลิต และมีการปรึกษาหน่วยงานหรือผู้ที่มีประสบการณ์เพื่อช่วยออกแบบพัฒนาสินค้าและกระบวนการผลิต บริษัทฯ มีการวางแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ โดยมีการ Rotate Project หลากหลายกลุ่มในแต่ละบุคคล เพื่อเพิ่มขีดความสามารถของบุคลากรรายบุคคล และมีการทดลองสูตรโดยใช้แลปที่มีอุปกรณ์และเครื่องจักรที่ใกล้เคียงกับกระบวนการผลิตจริง เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นตัวแทนในด้านคุณภาพใกล้เคียงกับกระบวนการผลิตที่จริงตลอดจนการจัดกิจกรรมทางการตลาดโดยการโฆษณาประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการขาย เพื่อให้มั่นใจว่าการออกผลิตภัณฑ์ใหม่จะเป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค จากเหตุผลดังกล่าวบริษัทฯ จึงอาจมีความเสี่ยงจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ไม่ประสบความสำเร็จเมื่อออกสู่ตลาด ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อภาพประกอบการประกอบธุรกิจและผลการดำเนินงานของบริษัทฯ



อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีทีมวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความรู้ ความชำนาญ และมีประสบการณ์ในอุตสาหกรรมเครื่องดื่มมาเป็นเวลานาน ตลอดจนมีความเข้าใจในพฤติกรรมผู้บริโภค สามารถคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างต่อเนื่อง โดยกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ของบริษัทฯ นั้น จะเป็นการทำงานร่วมกันระหว่างฝ่ายการตลาด ฝ่ายขาย และฝ่ายวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะเริ่มต้นจากการศึกษาตลาดและโอกาสทางธุรกิจ การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ (Project Feasibility) การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ การทดสอบตลาด ตลอดจนการสำรวจความต้องการของผู้บริโภค เพื่อให้มั่นใจว่าผลิตภัณฑ์ใหม่ของบริษัทฯ จะได้รับการตอบรับที่ดีจากผู้บริโภค ในปี 2559 บริษัทฯ มีการเข้าร่วมกับภาครัฐบาล โดยภาครัฐบาลได้มีการจัดทำโครงการเมืองนวัตกรรมอาหาร (Food Innopolis) ซึ่งเป็นโครงการที่จะนำวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรมไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของไทย จึงทำให้บริษัทฯ มีองค์ความรู้ต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีนโยบายในการรักษาบุคลากรด้านการวิจัยและพัฒนาซึ่งถือเป็นบุคลากรหลักให้ทำงานกับบริษัทฯ อย่างต่อเนื่องในระยะยาว เช่น การสนับสนุนทุนการศึกษา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มทักษะ และความรู้ความสามารถของพนักงาน ซึ่งบุคลากรทางด้านวิจัยและพัฒนาส่วนใหญ่ต่างก็ร่วมงานกับบริษัทฯ มาเป็นเวลานานตั้งแต่เริ่มก่อตั้ง โดยบริษัทฯ มีระบบการประเมินผลการปฏิบัติงานและโปรแกรมบุคลากรตามศักยภาพและผลงาน ดังนั้น ผู้บริหารจึงเชื่อมั่นว่านโยบายดังกล่าวข้างต้นจะสามารถรักษาบุคลากรที่สำคัญของบริษัทฯ ไว้ได้ในระยะยาว และจะสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ให้เป็นที่ต้องการของผู้บริโภค และประสบความสำเร็จในตลาดได้เป็นอย่างดี

### 3.5 ความเสี่ยงเกี่ยวกับการรักษาความลับของสูตรการผลิต

สูตรการผลิตสินค้าถือเป็นสิ่งสำคัญที่บริษัทฯ ต้องรักษาไว้เป็นความลับ หากสูตรการผลิตดังกล่าวมีการรั่วไหลอาจส่งผลกระทบต่อภาพการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ ได้ ดังนั้น บริษัทฯ ได้มีนโยบายและระเบียบปฏิบัติงานในส่วนของการจัดทำข้อกำหนดวัตถุดิบ บรรจุภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป และมีการจำกัดบุคคลที่สามารถล่วงรู้สูตรการผลิตไว้อย่างชัดเจน และจากการที่บริษัทฯ มีการจ้างผู้รับจ้างผลิตภายนอกในการผลิตสินค้า มีการกำหนดรหัสของวัตถุดิบและ Flavor ตัวที่เป็นคีย์หลัก ที่ใช้ในการผลิต เพื่อปกปิดความลับของสูตรการผลิต และในบางสินค้าจะจัดส่งส่วนผสมที่เป็นวัตถุดิบกึ่งสำเร็จรูป (Pre-mix) ให้กับผู้รับจ้างผลิตหลักของบริษัทฯ เพื่อนำไปผลิตเป็นสินค้าสำเร็จรูป นอกจากนี้ ในสัญญาจ้างผลิตกับผู้ผลิตทุกรายจะมีการกำหนดในเรื่องของการเก็บรักษาความลับต่าง ๆ อย่างชัดเจนอีกด้วย สำหรับพนักงานในฝ่ายวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการคิดค้นและพัฒนาสูตรการผลิตสินค้าต่าง ๆ บริษัทฯ ก็ได้จัดให้มีการลงนามในบันทึกข้อตกลงการรักษาความลับทุกคน เพื่อป้องกันการนำข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับสูตรการผลิต ข้อมูลด้านวัตถุดิบ ข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์ และข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ไปเปิดเผยให้แก่บุคคลภายนอก

### 3.6 ความเสี่ยงจากการแข่งขันในอุตสาหกรรมเครื่องดื่ม

จากการที่อุตสาหกรรมเครื่องดื่มยังมีแนวโน้มการเติบโตที่ดี ทำให้ผู้ประกอบการต่าง ๆ หันมาให้ความสนใจและเข้าสู่ตลาดเครื่องดื่มเพิ่มมากขึ้น จึงส่งผลทำให้ภาวะการแข่งขันในธุรกิจเครื่องดื่มค่อนข้างสูงทั้งจากผู้ประกอบการเดิมและการเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่ โดยผู้ประกอบการรายใหญ่ในอุตสาหกรรมจะมีข้อได้เปรียบในด้านการเข้าถึงแหล่งเงินทุนหรือการได้รับเงินสนับสนุนจากบริษัทฯ ร่วมทุนในต่างประเทศ อีกทั้งยังมีข้อได้เปรียบทางด้านต้นทุนการผลิตจากการมีปริมาณการผลิตจำนวนมากก่อให้เกิดการประหยัดต่อขนาด (Economy of Scale) และการผลิตโดยใช้เครื่องจักรที่ทันสมัย ประกอบกับความสามารถทางด้านการวิจัยและพัฒนาโดยใช้เทคโนโลยีขั้นสูง ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อความสามารถในการ

แข่งขัน ยิ่งไปกว่านั้น ผู้ประกอบการรายใหญ่ต่างหันมาใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อกระตุ้นยอดขายและเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดของตนเอง จึงทำให้การแข่งขันในอุตสาหกรรมนี้ทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น ในปีนี้ บริษัทฯ มีการพิจารณาความเสี่ยงด้านคู่แข่งทางอ้อม (Indirect Competitors) คือ การมีสินค้าที่มีลักษณะคล้ายกับเราหรือการที่ผู้บริโภคสามารถใช้ทดแทนสินค้าของเราได้

โดยผู้บริหารของบริษัทฯ มีประสบการณ์ในธุรกิจเครื่องสำอางมานานกว่า 20 ปี จึงทำให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจและสภาพตลาดเครื่องสำอางโดยเฉพาะอย่างยิ่งเครื่องสำอางไร้แอลกอฮอล์อย่างลึกซึ้ง รวมถึงมีความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าของบริษัทฯ อย่างถ่องแท้ ทำให้สามารถกำหนดกลยุทธ์การตลาดและแนวทางการบริหารงานด้านต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับสถานการณ์ในแต่ละขณะ โดยกลยุทธ์หลักที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญ คือ การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์และความแตกต่าง และมีการพัฒนาสินค้าให้มีความหลากหลายสำหรับกลุ่มผู้บริโภคต่างๆ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค รวมถึงการให้ความสำคัญกับการทำงานร่วมกับคู่ค้าในลักษณะพันธมิตรทางธุรกิจ (Business Partnership) อย่างใกล้ชิดและจริงใจ เพื่อสร้างความแข็งแกร่งและเติบโตไปพร้อม ๆ กัน นอกจากนี้แล้ว การที่บริษัทฯ ถือเป็นธุรกิจ SME ที่มีข้อจำกัดด้านแหล่งเงินทุน ทำให้ผู้บริหารของบริษัทฯ ต้องทำการวิเคราะห์สถานการณ์การแข่งขันรอบด้านอย่างรอบคอบเพื่อมองหาโอกาส ช่องว่างทางธุรกิจ และตลาดที่มีขนาดที่บริษัทฯ สามารถแข่งขันได้อย่างเต็มที่ จากเหตุผลดังกล่าวจึงทำให้บริษัทฯ สามารถขยายธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง และผู้บริหารเชื่อมั่นว่าบริษัทฯ จะไม่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญจากภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมเครื่องสำอางตามที่กล่าวข้างต้น

### 3.7 ความเสี่ยงจากการละเมิดลิขสิทธิ์ของธุรกิจคาแรคเตอร์

สำหรับธุรกิจคาแรคเตอร์ คือการที่กิจการหนึ่งให้สิทธิในการผลิตสินค้า โดยใช้เครื่องหมายการค้า ลิขสิทธิ์ และสิทธิทางการตลาดอื่นๆ แก่กิจการหนึ่ง โดยบริษัทผู้รับสิทธิหรือได้รับสัมปทาน ต้องจ่ายค่าตอบแทนตามที่ได้ตกลงกันไว้เป็นกรณีไป ส่วนใหญ่มักชำระในรูปแบบของค่าธรรมเนียม (Royalty Fee)

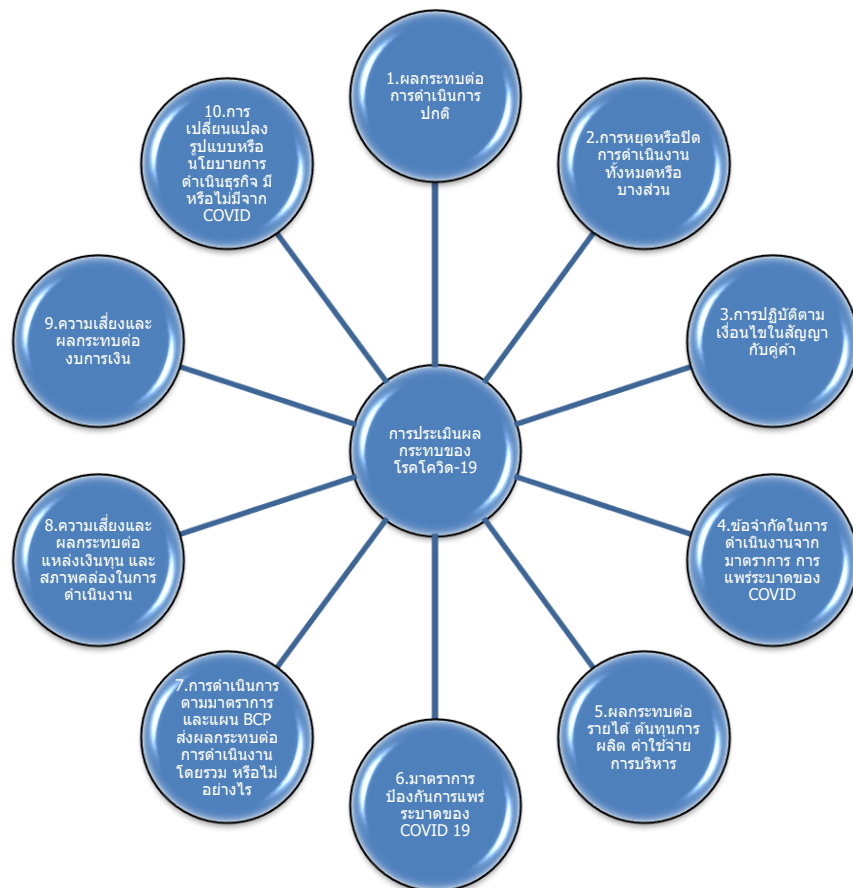
ปัจจุบันบริษัทฯ ได้ เป็นตัวแทนอนุญาตให้ใช้ลิขสิทธิ์การ์ตูนของบริษัท San-X ประเทศญี่ปุ่น ตัวแทนจำหน่ายลิขสิทธิ์การ์ตูนชื่อดังทางออนไลน์ของไทย คือ “หมาจ๋า” และเข้าไปช่วยโครงการ ART STORY คือธุรกิจเพื่อสังคมของกลุ่มเด็กพิเศษและบุคคลออทิสติกที่ร่วมกันรังสรรค์พัสพอร์ค และจินตนาการผ่านภาพวาดลายเส้น สำหรับการบริหารความเสี่ยงจากการละเมิดลิขสิทธิ์ของธุรกิจคาแรคเตอร์นั้น บริษัทฯ มีทีมที่ปรึกษากฎหมายที่มีความรู้ และความเชี่ยวชาญในเรื่องลิขสิทธิ์ ดูแลเรื่องของละเมิดลิขสิทธิ์ครอบคลุมธุรกิจคาแรคเตอร์ทั้งหมด และยังมีระเบียบขั้นตอนการดำเนินการเรื่องละเมิดลิขสิทธิ์อย่างชัดเจน

### 3.8 ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19

จากกรณีการเกิดวิกฤติการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ตั้งแต่ต้นปี 2563 นั้น ก่อให้เกิดความเสียหายที่รุนแรงไปทั่วโลก ไม่เฉพาะแต่เรื่องการเจ็บป่วยและเสียชีวิตของผู้คนเท่านั้น การใช้มาตรการล็อกดาวน์ในหลายประเทศเพื่อยับยั้งการระบาดทำให้ผู้คนไม่สามารถดำเนินชีวิตได้ตามปกติก่อให้เกิดการปรับเปลี่ยนวิถีความเป็นอยู่อย่างที่ไม่เคยเป็นมาก่อน การป้องกันโดยใช้มาตรการสร้างระยะห่างทางสังคม หรือ Social Distancing ทำให้ส่งผลกระทบต่อภาระผูกพันด้านกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคมครั้งใหญ่ โดยผู้เชี่ยวชาญและนักวิเคราะห์จำนวนมากเชื่อว่า โลกหลังวิกฤติโควิด-19 จะเปลี่ยนไปจากเดิมอย่างแน่นอน เพราะในระหว่างวิกฤติโควิด-19 ที่ผ่านมานี้ มีหลายอย่างที่ทำให้ชีวิตผู้คนเปลี่ยนไป โดยหลายธุรกิจได้รับผลกระทบค่อนข้างมาก เช่น ธุรกิจร้านอาหารที่ต้องเผชิญกับความท้าทายครั้งใหม่ จึงต้องมีการปรับตัวเพื่อสนองตอบความต้องการของลูกค้า การชะลอตัวในภาคการท่องเที่ยวจากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติและไทยที่ลดลงอย่างหนัก

ตลอดจนปัจจัยด้านเศรษฐกิจที่ชะลอตัว อันเป็นผลจากการที่ภาคธุรกิจต่าง ๆ ต้องปิดตัวลงชั่วคราว ซึ่งส่งผลกระทบต่อเนื่องในด้านกำลังซื้อของผู้บริโภคลดลง ทำให้ภาคธุรกิจและผู้บริโภคจะมีความระมัดระวังในการใช้จ่าย

สำหรับบริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญในการด้านการบริหารความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 โดยเริ่มต้นจากภายในองค์กรเอง มีคณะกรรมการจัดการกับสถานการณ์ฉุกเฉิน (Incident Management and Crisis Resolution: IMCR) ที่คอยติดตามสถานการณ์ความเคลื่อนไหวอย่างต่อเนื่อง มีการออกประกาศมาตรการป้องกันการควบคุมของโรคโควิด-19 แนวปฏิบัติสำหรับพื้นที่สำนักงาน สำหรับพนักงาน แนวทางการทำงานจากบ้าน (Work From Home) อย่างทันทั่วทั้งที่ โดยบริษัทฯ ให้ความสำคัญในการเตรียมความพร้อม เพื่อรองรับในกรณีที่มีการเกิดการแพร่ระบาดของโรคติดต่ออันตราย และส่งผลกระทบต่อความต่อเนื่องในการทำงาน จึงมีการจัดทำแผนรองรับเหตุฉุกเฉิน (Business Continuity Plan) ขึ้น นอกจากนี้ทางคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง และคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงได้มีการพิจารณาถึงการบริหารจัดการความเสี่ยงดังกล่าว โดยได้มีการให้ทุกฝ่ายในองค์กรร่วมกันจัดทำแบบประเมินผลกระทบของโรคโควิด-19 ว่าส่งผลกระทบต่อฝ่ายตนเองด้านใดบ้าง และมีการนำมาพิจารณาาร่วมกันถึงภาพรวมขององค์กร และเพื่อให้ทราบถึงการประเมินทิศทางธุรกิจในอนาคต ตัวอย่างแบบประเมินผลกระทบของโรคโควิด-19 ดังนี้



อย่างไรก็ตาม การดำเนินธุรกิจในปี 2563 บริษัทฯ ยังคงเน้นการควบคุมต้นทุนค่าใช้จ่าย กลยุทธ์การบริหารต้นทุนให้เกิดประโยชน์สูงสุด และเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจให้ได้มากที่สุด เพื่อที่จะรักษาความสามารถในการทำกำไรไว้ เมื่อสถานการณ์กลับมาสู่ภาวะปกติ โดยเน้นกลยุทธ์สร้างยอดขายในร้านเซเว่นฯ อย่างต่อเนื่อง เพราะเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ เข้าถึงลูกค้าได้ง่ายและมีจำนวนสาขาที่ครอบคลุมทุกพื้นที่ โดยปัจจุบันร้านเซเว่นฯ มีการให้บริการด้าน Delivery เข้ามาที่สามารถตอบโจทย์ผู้บริโภคให้ทันกับสถานการณ์ปัจจุบันอีกด้วย

#### 4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

##### 4.1 รายละเอียดของทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทฯ มีทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจดังต่อไปนี้

| ประเภท/ลักษณะทรัพย์สิน                                                                                                                               | ลักษณะกรรมสิทธิ์ | ภาระผูกพัน                           | มูลค่าตามบัญชีสุทธิ<br>(ล้านบาท) |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|--------------------------------------|----------------------------------|
| ที่ดิน : อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดชลบุรี<br>- โฉนดเลขที่ 36129 รวมพื้นที่ 1 ไร่ 1 งาน 55 ตารางวา<br>- โฉนดเลขที่ 36130 รวมพื้นที่ 1 ไร่ 1 งาน 53 ตารางวา | เป็นเจ้าของ      | จดจำนองที่ดินไว้กับ<br>ธนาคารพาณิชย์ | 10.70                            |
|                                                                                                                                                      |                  | -                                    | 14.88                            |
| อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร                                                                                                                            | เป็นเจ้าของ      | -                                    | 26.16                            |
|                                                                                                                                                      |                  | จดจำนองที่ดินไว้กับ<br>ธนาคารพาณิชย์ | 5.28                             |
| เครื่องจักรและอุปกรณ์โรงงาน                                                                                                                          | เป็นเจ้าของ      | -                                    | 8.14                             |
| อุปกรณ์และเครื่องใช้สำนักงาน                                                                                                                         | เป็นเจ้าของ      | -                                    | 5.05                             |
| เครื่องมือและอุปกรณ์ในการขาย                                                                                                                         | เป็นเจ้าของ      | -                                    | 10.13                            |
| ยานพาหนะ                                                                                                                                             | เป็นเจ้าของ      | -                                    | 4.23                             |
| สินทรัพย์ระหว่างติดตั้ง                                                                                                                              | เป็นเจ้าของ      | -                                    | 13.78                            |
| รวม                                                                                                                                                  |                  |                                      | 98.35                            |

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทฯ มีสินทรัพย์สิทธิการใช้ที่ใช้ในการประกอบธุรกิจดังต่อไปนี้

| ประเภท/ลักษณะทรัพย์สิน       | ลักษณะกรรมสิทธิ์     | ภาระผูกพัน          | มูลค่าตามบัญชีสุทธิ<br>(ล้านบาท) |
|------------------------------|----------------------|---------------------|----------------------------------|
| อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร    | เช่าดำเนินการ x 3 ปี | สัญญาเช่าดำเนินการ  | 16.20                            |
| อุปกรณ์และเครื่องใช้สำนักงาน | เช่าดำเนินการ x 3 ปี | สัญญาเช่าดำเนินการ  | 0.23                             |
|                              | เช่าซื้อ             | สัญญาเช่าทางการเงิน | 1.19                             |
| ยานพาหนะ                     | เช่าดำเนินการ x 5 ปี | สัญญาเช่าดำเนินการ  | 1.40                             |
|                              | เช่าซื้อ             | สัญญาเช่าทางการเงิน | 1.82                             |
| รวม                          |                      |                     | 20.84                            |

## 4.2 สรุปสัญญาที่สำคัญในการประกอบธุรกิจ

### 4.2.1 สัญญาว่าจ้างให้ผลิตสินค้า

#### ผู้รับจ้างผลิตรายที่ 1

|                         |   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|-------------------------|---|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| วันที่ในสัญญา           | : | วันที่ 16 ธันวาคม 2557                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| ความสัมพันธ์กับบริษัทฯ  | : | -ไม่มี-                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| ลักษณะสัญญา             | : | บริษัทฯ ว่าจ้างให้ผู้รับจ้างเป็นผู้ผลิตสินค้าตามสูตรที่บริษัทฯ กำหนด                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| เงื่อนไขการบอกเลิกสัญญา | : | บริษัทฯ อาจใช้สิทธิบอกเลิกสัญญา เมื่อเกิดเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่งดังต่อไปนี้ <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้รับจ้างปฏิบัติผิดสัญญาข้อใดข้อหนึ่ง บริษัทฯ จะบอกกล่าวให้ผู้รับจ้างแก้ไขภายใน 45 วัน หากผู้รับจ้างไม่ดำเนินการแก้ไขเหตุการณ์ดังกล่าวภายในเวลาที่กำหนด บริษัทฯ มีสิทธิบอกเลิกสัญญาว่าจ้างได้ทันที</li> <li>- ผู้รับจ้างไม่สามารถส่งมอบสินค้าได้ทันภายใน 30 วัน นับจากวันกำหนดส่งมอบสินค้า</li> <li>- ผู้รับจ้างถูกยึดทรัพย์ พินาศทรัพย์ หรือตกเป็นบุคคลล้มละลายตามคำสั่งศาล</li> <li>- ผู้รับจ้างปฏิบัติผิดเงื่อนไขตามที่กำหนดไว้ในสัญญาตั้งแต่ 2 ครั้งขึ้นไป ภายในระยะเวลา 6 เดือน</li> <li>- คู่สัญญาฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดสามารถแจ้งบอกเลิกสัญญาล่วงหน้า 6 เดือน ก่อนวันที่จะยกเลิกสัญญา</li> </ul> |
| เงื่อนไขการเก็บรักษา    | : | คู่สัญญาทั้งสองฝ่ายรวมถึงบุคคลที่เกี่ยวข้องตกลงจะไม่เปิดเผยข้อมูลที่เป็น                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| ความลับ                 | : | ความลับแก่บุคคลภายนอก หรือนำข้อมูลที่เป็นความลับดังกล่าวไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์อื่นนอกเหนือจากวัตถุประสงค์ตามที่ระบุไว้ในสัญญา เว้นแต่จะได้รับการอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรจากคู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่ง                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| เงื่อนไขอื่นๆ           | : | <ul style="list-style-type: none"> <li>- หากผู้รับจ้างไม่สามารถส่งมอบสินค้าได้ทันภายในกำหนด ผู้รับจ้างจะต้องชดเชยค่าเสียหายให้แก่บริษัทฯ ในอัตราร้อยละ 0.5 ของราคาสินค้า</li> <li>- ผู้รับจ้างจะไม่เข้าทำสัญญากับบุคคลอื่นใดในการรับจ้างผลิตสินค้าที่เหมือนกับสินค้าที่ผู้รับจ้างจัดส่งให้กับลูกค้าของบริษัทฯ เว้นแต่จะได้รับความยินยอมเป็นลายลักษณ์อักษรจากบริษัทฯ</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |

#### ผู้รับจ้างผลิตรายที่ 2

|                        |   |                                                                                                                                                                              |
|------------------------|---|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| วันที่ในสัญญา          | : | วันที่ 1 ธันวาคม 2557                                                                                                                                                        |
| ความสัมพันธ์กับบริษัทฯ | : | -ไม่มี-                                                                                                                                                                      |
| ลักษณะสัญญา            | : | บริษัทฯ ว่าจ้างให้ผู้รับจ้างเป็นผู้ผลิตสินค้าตามสูตรที่บริษัทฯ กำหนด                                                                                                         |
| อายุของสัญญา           | : | 1 ปี นับจากวันที่ในสัญญา โดยหากไม่มีคู่สัญญาฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดแจ้งบอกเลิกสัญญาภายในเวลา 3 เดือน ก่อนวันสิ้นสุดอายุของสัญญา ให้ถือว่าสัญญานี้มีผลต่อไปโดยอัตโนมัติอีกคราวละ 1 ปี |

|                         |                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| เงื่อนไขการบอกเลิกสัญญา | : บริษัทฯ อาจใช้สิทธิบอกเลิกสัญญา เมื่อเกิดเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่งดังต่อไปนี้                                                                                                                                                                                      |
|                         | - คู่สัญญาฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดปฏิบัติผิดเงื่อนไขในสัญญา และไม่ดำเนินการแก้ไขเหตุการณ์ดังกล่าวภายใน 30 วัน คู่สัญญามีสิทธิบอกเลิกสัญญาได้ทันที                                                                                                                             |
|                         | - ผู้รับจ้างไม่สามารถส่งมอบสินค้าได้ทันภายใน 30 วันนับจากวันกำหนดส่งมอบ                                                                                                                                                                                              |
|                         | - คู่สัญญาฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดถูกยึดทรัพย์ พินาศทรัพย์ หรือล้มละลายตามคำสั่งศาล                                                                                                                                                                                           |
| เงื่อนไขการรักษาความลับ | คู่สัญญาทั้งสองฝ่ายรวมถึงบุคคลที่เกี่ยวข้องตกลงจะไม่เปิดเผยข้อมูลที่เป็นความลับแก่บุคคลภายนอก หรือนำข้อมูลที่เป็นความลับดังกล่าวไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์อื่นนอกเหนือจากวัตถุประสงค์ตามที่ระบุไว้ในสัญญา เว้นแต่จะได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรจากคู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่ง |
|                         | ทั้งนี้ การรักษาข้อมูลที่เป็นความลับตามข้อกำหนดในสัญญานี้จะยังคงมีผลต่อไปอีก 3 ปี นับจากวันที่สัญญานี้สิ้นสุดลง                                                                                                                                                      |

ผู้รับจ้างผลิตรายที่ 3

|                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| วันที่ในสัญญา           | : วันที่ 20 ตุลาคม 2557                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| ความสัมพันธ์กับบริษัทฯ  | : -ไม่มี-                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| ลักษณะสัญญา             | : บริษัทฯ ว่าจ้างให้ผู้รับจ้างเป็นผู้ผลิตสินค้าตามสูตรที่บริษัทฯ กำหนด                                                                                                                                                                                                                  |
| เงื่อนไขการบอกเลิกสัญญา | : บริษัทฯ อาจใช้สิทธิบอกเลิกสัญญา เมื่อเกิดเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่งดังต่อไปนี้                                                                                                                                                                                                         |
|                         | - ผู้รับจ้างปฏิบัติผิดสัญญาข้อใดข้อหนึ่ง บริษัทฯ จะบอกกล่าวให้ผู้รับจ้างแก้ไขภายใน 30 วัน หากผู้รับจ้างไม่ดำเนินการแก้ไขเหตุการณ์ดังกล่าวภายในเวลาที่กำหนด บริษัทฯ มีสิทธิบอกเลิกสัญญาว่าจ้างได้ทันที                                                                                   |
|                         | - ผู้รับจ้างไม่สามารถส่งมอบสินค้าได้ทันภายใน 30 วัน นับจากวันกำหนดส่งมอบสินค้า                                                                                                                                                                                                          |
|                         | - ผู้รับจ้างถูกยึดทรัพย์ พินาศทรัพย์ หรือล้มละลายตามคำสั่งศาล                                                                                                                                                                                                                           |
|                         | - ผู้รับจ้างปฏิบัติผิดเงื่อนไขตามที่กำหนดไว้ในสัญญาตั้งแต่ 2 ครั้งขึ้นไป ภายในระยะเวลา 6 เดือน                                                                                                                                                                                          |
| เงื่อนไขอื่นๆ           | : - หากผู้รับจ้างไม่สามารถส่งมอบสินค้าได้ทันภายในกำหนด ผู้รับจ้างจะต้องชดเชยค่าเสียหายให้แก่บริษัทฯ ในอัตราร้อยละ 2 ของราคาสินค้า                                                                                                                                                       |
|                         | - ผู้รับจ้างจะไม่เข้าทำสัญญากับบุคคลอื่นใดในการรับจ้างผลิต สินค้าที่เหมือนกับสินค้าที่ผู้รับจ้างจัดส่งให้กับลูกค้าของบริษัทฯ และ/หรือผู้ซื้อรายอื่น ทั้งนี้ ให้รวมถึงกรณีที่ผู้รับจ้างผลิตสินค้านี้แล้วแต่ลูกค้าของบริษัทฯ โดยตรง เว้นแต่จะได้รับความยินยอมเป็นลายลักษณ์อักษรจากบริษัทฯ |



เงื่อนไขการเก็บรักษา : คู่สัญญาทั้งสองฝ่ายรวมถึงบุคคลที่เกี่ยวข้องตกลงจะไม่เปิดเผยข้อมูลที่เป็นความลับ  
ความลับ : แก่บุคคลภายนอก หรือนำข้อมูลที่เป็นความลับดังกล่าวไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์อื่นนอกเหนือจากวัตถุประสงค์ตามที่ระบุไว้ในสัญญา เว้นแต่จะได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรจากคู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้รับจ้างผลิตรายที่ 4

วันที่ในสัญญา : วันที่ 1 พฤศจิกายน 2557

ความสัมพันธ์กับบริษัทฯ : -ไม่มี-

ลักษณะสัญญา : บริษัทฯ ว่าจ้างให้ผู้รับจ้างเป็นผู้ผลิตสินค้าตามสูตรที่บริษัทฯ กำหนด

เงื่อนไขการบอกเลิกสัญญา : - คู่สัญญาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งอาจบอกเลิกสัญญา โดยบอกกล่าวเป็นหนังสือให้แก่คู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 30 วัน  
- หากคู่สัญญาฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดผิดสัญญาข้อหนึ่งข้อใดตามสัญญา คู่สัญญาฝ่ายที่มีได้ปฏิบัติผิดสัญญามีสิทธิบอกเลิกสัญญาได้ทันที

เงื่อนไขการเก็บรักษา : ผู้รับจ้างต้องรักษาสูตรและวิธีการผลิตที่ใช้ในผลิตภัณฑ์ตามสูตรที่บริษัทฯ ส่งมอบ  
ความลับ : ให้เป็นความลับเฉพาะผู้ควบคุมการผลิต และแน่ใจว่าผู้มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการผลิตต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขการรักษาความลับอย่างเคร่งครัด

ผู้รับจ้างผลิตรายที่ 5

วันที่ในสัญญา : วันที่ 6 พฤศจิกายน 2560

ความสัมพันธ์กับบริษัทฯ : -ไม่มี-

ลักษณะสัญญา : บริษัทฯ ว่าจ้างให้ผู้รับจ้างเป็นผู้ผลิตสินค้าตามสูตรที่บริษัทฯ กำหนด

เงื่อนไขการบอกเลิกสัญญา : - คู่สัญญาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งอาจบอกเลิกสัญญา โดยบอกกล่าวเป็นหนังสือให้แก่คู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 30 วัน  
- หากคู่สัญญาฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดผิดสัญญาข้อหนึ่งข้อใดตามสัญญา คู่สัญญาฝ่ายที่มีได้ปฏิบัติผิดสัญญามีสิทธิบอกเลิกสัญญาได้ทันที

เงื่อนไขการเก็บรักษา : ผู้รับจ้างต้องรักษาสูตรและวิธีการผลิตที่ใช้ในผลิตภัณฑ์ตามสูตรที่บริษัทฯ ส่งมอบ  
ความลับ : ให้เป็นความลับเฉพาะผู้ควบคุมการผลิต และแน่ใจว่าผู้มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการผลิตต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขการรักษาความลับอย่างเคร่งครัด

ผู้รับจ้างผลิตรายที่ 6

วันที่ในสัญญา : วันที่ 15 สิงหาคม 2562

ความสัมพันธ์กับบริษัทฯ : -ไม่มี-

ลักษณะสัญญา : บริษัทฯ ว่าจ้างให้ผู้รับจ้างเป็นผู้ผลิตสินค้าตามสูตรที่บริษัทฯ กำหนด

|                         |   |                                                                                                                             |
|-------------------------|---|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| เงื่อนไขการบอกเลิกสัญญา | : | - คู่สัญญาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งอาจบอกเลิกสัญญา โดยบอกกล่าวเป็นหนังสือให้แก่คู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 180 วัน    |
|                         | : | - หากคู่สัญญาฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดผิดสัญญาข้อหนึ่งข้อใดตามสัญญา คู่สัญญาฝ่ายที่มีได้ปฏิบัติผิดสัญญามีสิทธิบอกเลิกสัญญาได้ทันที    |
| เงื่อนไขการเก็บรักษา    | : | ผู้ขายต้องรักษาสูตรและวิธีการผลิตที่ใช้ในผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ส่งมอบให้เป็น                                                  |
| ความลับ                 | : | ความลับเฉพาะผู้ควบคุมการผลิต และแน่ใจว่าผู้มีส่วนที่เกี่ยวข้องกับการผลิตต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขการรักษาความลับอย่างเคร่งครัด |

#### ผู้รับจ้างผลิตรายที่ 7

|                         |   |                                                                                                                             |
|-------------------------|---|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| วันที่ในสัญญา           | : | วันที่ 17 กรกฎาคม 2563                                                                                                      |
| ความสัมพันธ์กับบริษัทฯ  | : | -ไม่มี-                                                                                                                     |
| ลักษณะสัญญา             | : | บริษัทฯ ว่าจ้างให้ผู้รับจ้างเป็นผู้ผลิตสินค้าตามสูตรที่บริษัทฯ กำหนด                                                        |
| เงื่อนไขการบอกเลิกสัญญา | : | - คู่สัญญาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งอาจบอกเลิกสัญญา โดยบอกกล่าวเป็นหนังสือให้แก่คู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 60 วัน     |
|                         | : | - หากคู่สัญญาฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดผิดสัญญาข้อหนึ่งข้อใดตามสัญญา คู่สัญญาฝ่ายที่มีได้ปฏิบัติผิดสัญญามีสิทธิบอกเลิกสัญญาได้ทันที    |
| เงื่อนไขการเก็บรักษา    | : | ผู้ขายต้องรักษาสูตรและวิธีการผลิตที่ใช้ในผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ส่งมอบให้เป็น                                                  |
| ความลับ                 | : | ความลับเฉพาะผู้ควบคุมการผลิต และแน่ใจว่าผู้มีส่วนที่เกี่ยวข้องกับการผลิตต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขการรักษาความลับอย่างเคร่งครัด |

#### 4.2.2 สัญญาว่าจ้างขนส่ง

|                        |   |                                                                                                                                                                                                                                              |
|------------------------|---|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| คู่สัญญา               | : | บริษัท บลู แอนด์ ไวท์ 1989 จำกัด                                                                                                                                                                                                             |
| วันที่ในสัญญา          | : | 1 มีนาคม 2557                                                                                                                                                                                                                                |
| ความสัมพันธ์กับบริษัทฯ | : | -ไม่มี-                                                                                                                                                                                                                                      |
| ลักษณะสัญญา            | : | บริษัทฯ ว่าจ้างผู้รับจ้างในการขนส่งสินค้า โดยนับตั้งแต่วันรับสินค้าจากที่ทำการหรือโรงงานของบริษัทฯ ไปยังสถานที่ปลายทางที่บริษัทฯ กำหนด สินค้าทั้งหมดอยู่ในความรับผิดชอบของผู้รับจ้างจนกระทั่งผู้รับสินค้าได้รับสินค้าโดยถูกต้องเรียบร้อยแล้ว |
| อายุของสัญญา           | : | 1 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม 2557 ถึงวันที่ 29 กุมภาพันธ์ 2558 โดยหากผู้ว่าจ้างไม่ได้แจ้งบอกเลิกสัญญาภายใน 30 วัน ก่อนวันสิ้นสุดอายุของสัญญา ให้ถือว่าสัญญานี้มีผลต่อไปโดยอัตโนมัติอีกคราวละ 1 ปี                                        |
| เงื่อนไขอื่นๆ          | : | กรณีสินค้าสูญหายหรือเสียหายจากการขนส่งรวมทั้งรถเกิดอุบัติเหตุหรือพลิกคว่ำ ผู้รับจ้างยินยอมชดเชยค่าเสียหายเต็มมูลค่าของสินค้าตามราคาที่แสดงในใบกำกับภาษีฉบับนั้นๆ                                                                             |

|                        |   |                                                                                                                                                                                                                                              |
|------------------------|---|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| คู่สัญญา               | : | ห้างหุ้นส่วนจำกัด ทองนพคุณ                                                                                                                                                                                                                   |
| วันที่ในสัญญา          | : | 1 กรกฎาคม 2559                                                                                                                                                                                                                               |
| ความสัมพันธ์กับบริษัทฯ | : | -ไม่มี-                                                                                                                                                                                                                                      |
| ลักษณะสัญญา            | : | บริษัทฯ ว่าจ้างผู้รับจ้างในการขนส่งสินค้า โดยนับตั้งแต่วันรับสินค้าจากที่ทำการหรือโรงงานของบริษัทฯ ไปยังสถานที่ปลายทางที่บริษัทฯ กำหนด สินค้าทั้งหมดอยู่ในความรับผิดชอบของผู้รับจ้างจนกระทั่งผู้รับสินค้าได้รับสินค้าโดยถูกต้องเรียบร้อยแล้ว |
| อายุของสัญญา           | : | 1 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2559 ถึงวันที่ 30 มิถุนายน 2560 โดยหากผู้ว่าจ้างไม่ได้แจ้งบอกเลิกสัญญาภายใน 30 วัน ก่อนวันสิ้นสุดอายุของสัญญา ให้ถือว่าสัญญานี้มีผลต่อไปโดยอัตโนมัติอีกคราวละ 1 ปี                                         |
| เงื่อนไขอื่นๆ          | : | กรณีสินค้าสูญหายหรือเสียหายจากการขนส่งรวมทั้งรถเกิดอุบัติเหตุหรือพลิกคว่ำ ผู้รับจ้างยินยอมชดเชยค่าเสียหายเต็มมูลค่าของสินค้าตามราคาที่แสดงในใบกำกับภาษีฉบับนั้นๆ                                                                             |

|                        |   |                                                                                                                                                                                                                                              |
|------------------------|---|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| คู่สัญญา               | : | บริษัท ัญญุทิพย์ เอ็กซ์เพรส จำกัด                                                                                                                                                                                                            |
| วันที่ในสัญญา          | : | 1 ธันวาคม 2563                                                                                                                                                                                                                               |
| ความสัมพันธ์กับบริษัทฯ | : | -ไม่มี-                                                                                                                                                                                                                                      |
| ลักษณะสัญญา            | : | บริษัทฯ ว่าจ้างผู้รับจ้างในการขนส่งสินค้า โดยนับตั้งแต่วันรับสินค้าจากที่ทำการหรือโรงงานของบริษัทฯ ไปยังสถานที่ปลายทางที่บริษัทฯ กำหนด สินค้าทั้งหมดอยู่ในความรับผิดชอบของผู้รับจ้างจนกระทั่งผู้รับสินค้าได้รับสินค้าโดยถูกต้องเรียบร้อยแล้ว |
| อายุของสัญญา           | : | 1 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม 2563 ถึงวันที่ 30 พฤศจิกายน 2564 โดยหากผู้ว่าจ้างพิจารณาต่อสัญญากับผู้รับจ้าง ให้สัญญานี้มีผลบังคับไปอีกคราวละ 1 ปี                                                                                        |
| เงื่อนไขอื่นๆ          | : | กรณีสินค้าสูญหายหรือเสียหายจากการขนส่งรวมทั้งรถเกิดอุบัติเหตุหรือพลิกคว่ำ ผู้รับจ้างยินยอมชดเชยค่าเสียหายเต็มมูลค่าของสินค้าตามราคาที่แสดงในใบกำกับภาษีฉบับนั้นๆ                                                                             |

### 4.2.3 สัญญาเช่าพื้นที่

บริษัทฯ มีการตกลงทำสัญญาเช่าพื้นที่ สัญญาบริการ และสัญญาบริการส่วนกลาง ห้องชุดเลขที่ 9/231-234 ชั้น 23 อาคารยูเอ็ม ทาวเวอร์ ถนนรามคำแหง แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพฯ เพื่อใช้เป็นสำนักงานของบริษัทฯ โดยมีรายละเอียดดังนี้

|            |   |                                          |
|------------|---|------------------------------------------|
| ผู้ให้เช่า | : | บริษัท เอช - ฟินิกซ์ พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด |
|------------|---|------------------------------------------|

วันที่ในสัญญา : 22 พฤศจิกายน 2562

ความสัมพันธ์กับบริษัทฯ : -ไม่มี-

พื้นที่ : ห้องชุด A2 เลขที่ 9/234 ชั้น 23 อาคารยูเอ็ม ทาวเวอร์ จำนวน 1 ห้อง ขนาดเนื้อที่ 221.61 ตารางเมตร

อายุของสัญญา : 3 ปี ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2562 ถึงวันที่ 31 ตุลาคม 2565

เงื่อนไขการบอกเลิกสัญญา : ผู้เช่าผิดนัดผิดสัญญาข้อใดข้อหนึ่ง ผู้ให้เช่ามีสิทธิบอกเลิกสัญญาเช่าได้ทันที

|            |   |                                          |
|------------|---|------------------------------------------|
| ผู้ให้เช่า | : | บริษัท เอช - ฟินิกซ์ พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด |
|------------|---|------------------------------------------|

วันที่ในสัญญา : 4 พฤศจิกายน 2563

ความสัมพันธ์กับบริษัทฯ : -ไม่มี-

พื้นที่ : ห้องชุด A1, B1, B2 เลขที่ 9/231-233 ชั้น 23 อาคารยูเอ็ม ทาวเวอร์ จำนวน 3 ห้อง ขนาดเนื้อที่ 221.61, 185.16 และ 172.16 ตารางเมตร รวมทั้งสิ้น 578.93 ตารางเมตร

อายุของสัญญา : 3 ปี ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2563 ถึงวันที่ 31 ตุลาคม 2566

เงื่อนไขการบอกเลิกสัญญา : ผู้เช่าผิดนัดผิดสัญญาข้อใดข้อหนึ่ง ผู้ให้เช่ามีสิทธิบอกเลิกสัญญาเช่าได้ทันที

|            |   |                                          |
|------------|---|------------------------------------------|
| ผู้ให้เช่า | : | บริษัท เอช - ฟินิกซ์ พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด |
|------------|---|------------------------------------------|

วันที่ในสัญญา : 13 สิงหาคม 2563

ความสัมพันธ์กับบริษัทฯ : -ไม่มี-

พื้นที่ : Storage ชั้น 22 อาคารยูเอ็ม ทาวเวอร์ ตั้งอยู่เลขที่ 9 ถนนรามคำแหง แขวงสวนหลวง กรุงเทพมหานคร จำนวน 1 ห้อง ขนาดเนื้อที่ 13.50 ตารางเมตร

อายุของสัญญา : 3 ปี ตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม 2563 ถึงวันที่ 31 กรกฎาคม 2566

เงื่อนไขการบอกเลิกสัญญา : ผู้เช่าผิดนัดผิดสัญญาข้อใดข้อหนึ่ง ผู้ให้เช่ามีสิทธิบอกเลิกสัญญาเช่าได้ทันที

## 5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทฯ ไม่เป็นคู่ความหรือคู่กรณี ในคดีดังต่อไปนี้

1. คดีที่อาจมีผลกระทบด้านลบต่อสินทรัพย์ของบริษัทฯ ที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563
2. คดีที่กระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ แต่ไม่สามารถประเมินผลกระทบเป็นตัวเลขได้
3. คดีที่มีได้เกิดจากการประกอบธุรกิจโดยปกติของบริษัทฯ

### เครื่องหมายการค้าที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

บริษัทฯ ได้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทฯ ได้รับอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายการค้า ดังนี้

| เครื่องหมายการค้า                                                                   | เลขทะเบียน         | ประเทศ | ระยะเวลา                    |
|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|--------|-----------------------------|
|    | ค176490            | ไทย    | 5 ก.ค. 2545 - 4 ก.ค. 2559   |
|    | ค273096            | ไทย    | 4 ก.ย. 2549 - 3 ก.ย. 2559   |
|    | ค273097            | ไทย    | 4 ก.ย. 2549 - 3 ก.ย. 2559   |
|    | ค280874            | ไทย    | 4 ก.ย. 2549 - 3 ก.ย. 2559   |
|   | ค280875            | ไทย    | 4 ก.ย. 2549 - 3 ก.ย. 2559   |
|  | ค280876            | ไทย    | 4 ก.ย. 2549 - 3 ก.ย. 2559   |
|  | ค338500<br>ค338501 | ไทย    | 22 ก.ค. 2553 - 21 ก.ค. 2563 |
|  | ค338502<br>ค338503 | ไทย    | 22 ก.ค. 2553 - 21 ก.ค. 2563 |
|  | ค393012<br>ค393013 | ไทย    | 19 ก.ค. 2553 - 18 ก.ค. 2563 |
|  | ค393014<br>ค393015 | ไทย    | 19 ก.ค. 2553 - 18 ก.ค. 2563 |



| เครื่องหมายการค้า                                                                   | เลขทะเบียน                                | ประเทศ   | ระยะเวลา                                           |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|----------|----------------------------------------------------|
|    | KH/36089/10/D                             | กัมพูชา  | 31 ส.ค. 2553 - 31 ส.ค. 2563                        |
|    | KH/38851/11                               | กัมพูชา  | 8 มิ.ย. 2554 - 8 มิ.ย. 2564                        |
|    | KH/38848/11<br>KH/38849/11<br>KH/38850/11 | กัมพูชา  | 8 มิ.ย. 2554 - 8 มิ.ย. 2564                        |
|    | ค176490                                   | ไทย      | 5 ก.ค. 2555 - 4 ก.ค. 2565<br>(ออกให้ 14 ส.ค. 2555) |
|    | 23808                                     | ลาว      | 23 ส.ค. 2554 - 23 ส.ค. 2564                        |
|   | 23809                                     | ลาว      | 23 ส.ค. 2554 - 23 ส.ค. 2564                        |
|  | 23810                                     | ลาว      | 23 ส.ค. 2554 - 23 ส.ค. 2564                        |
|  | 192574                                    | เวียดนาม | 1 ต.ค. 2555 - 17 ส.ค. 2564                         |
|  | 192575                                    | เวียดนาม | 1 ต.ค. 2555 - 17 ส.ค. 2564                         |
|  | 214360                                    | เวียดนาม | 17 ต.ค. 2556 - 17 ส.ค. 2564                        |
|  | 7103/2013                                 | พม่า     | 8 ก.ค. 2556 - 7 ก.ค. 2559                          |
|  | 7104/2013                                 | พม่า     | 8 ก.ค. 2556 - 7 ก.ค. 2559                          |
|  | 4/14077/2014                              | พม่า     | 30 ก.ย. 2557 - 29 ก.ย. 2560                        |

| เครื่องหมายการค้า                                                                   | เลขทะเบียน       | ประเทศ                    | ระยะเวลา                      |
|-------------------------------------------------------------------------------------|------------------|---------------------------|-------------------------------|
|    | 4/14078/2014     | พม่า                      | 30 ก.ย. 2557 - 29 ก.ย. 2560   |
|    | 4/14079/2014     | พม่า                      | 30 ก.ย. 2557 - 29 ก.ย. 2560   |
|    | 4/14080/2014     | พม่า                      | 30 ก.ย. 2557 - 29 ก.ย. 2560   |
|    | T1308059B        | สิงคโปร์                  | 21 พ.ค. 2556 - 21 พ.ค. 2566   |
|   | T1308061D        | สิงคโปร์                  | 21 พ.ค. 2556 - 21 พ.ค. 2566   |
|  | 40201510578W     | สิงคโปร์                  | 19 มิ.ย. 2558 - 19 มิ.ย. 2568 |
|  | 40201510577Y     | สิงคโปร์                  | 19 มิ.ย. 2558 - 19 มิ.ย. 2568 |
|  | 40201510575T     | สิงคโปร์                  | 19 มิ.ย. 2558 - 19 มิ.ย. 2568 |
|  | 214352           | สหรัฐอเมริกา<br>เอมิเรตส์ | 13 ก.ค. 2557 - 13 ก.ค. 2567   |
|  | 214353<br>214354 | สหรัฐอเมริกา<br>เอมิเรตส์ | 13 ก.ค. 2557 - 13 ก.ค. 2567   |

| เครื่องหมายการค้า                                                                   | เลขทะเบียน            | ประเทศ                    | ระยะเวลา                    |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|---------------------------|-----------------------------|
|    | 214355<br>214356      | สหรัฐอเมริกา<br>เอมิเรตส์ | 13 ก.ค. 2557 - 13 ก.ค. 2567 |
|    | 214258<br>214359      | สหรัฐอเมริกา<br>เอมิเรตส์ | 13 ก.ค. 2557 - 13 ก.ค. 2567 |
|    | 214360                | สหรัฐอเมริกา<br>เอมิเรตส์ | 13 ก.ค. 2557 - 13 ก.ค. 2567 |
|    | 214362<br>214363      | สหรัฐอเมริกา<br>เอมิเรตส์ | 13 ก.ค. 2557 - 13 ก.ค. 2567 |
|    | 2013054635            | มาเลเซีย                  | 16 พ.ค. 2556 - 16 พ.ค. 2566 |
|  | 2013054637/2013054639 | มาเลเซีย                  | 16 พ.ค. 2556 - 16 พ.ค. 2566 |
|  | 1674660               | ออสเตรเลีย                | 13 ก.พ. 2558 - 13 ก.พ. 2568 |
|  | 1674661               | ออสเตรเลีย                | 13 ก.พ. 2558 - 13 ก.พ. 2568 |
|  | 1674667               | ออสเตรเลีย                | 13 ก.พ. 2558 - 13 ก.พ. 2568 |
|  | 1674664               | ออสเตรเลีย                | 13 ก.พ. 2558 - 13 ก.พ. 2568 |
|  | 1674665               | ออสเตรเลีย                | 13 ก.พ. 2558 - 13 ก.พ. 2568 |

| เครื่องหมายการค้า                                                                   | เลขทะเบียน | ประเทศ     | ระยะเวลา                    |
|-------------------------------------------------------------------------------------|------------|------------|-----------------------------|
|    | 1674666    | ออสเตรเลีย | 13 ก.พ. 2558 – 13 ก.พ. 2568 |
|    | 303116367  | ฮ่องกง     | 27 ส.ค. 2557 – 26 ส.ค. 2567 |
|    | 303116376  | ฮ่องกง     | 27 ส.ค. 2557 – 26 ส.ค. 2567 |
|    | 303116420  | ฮ่องกง     | 27 ส.ค. 2557 – 26 ส.ค. 2567 |
|    | 303116394  | ฮ่องกง     | 27 ส.ค. 2557 – 26 ส.ค. 2567 |
|   | 303116402  | ฮ่องกง     | 27 ส.ค. 2557 – 26 ส.ค. 2567 |
|  | 303116411  | ฮ่องกง     | 27 ส.ค. 2557 – 26 ส.ค. 2567 |
|  | 16436066   | จีน        | 28 ส.ค. 2559 – 28 ส.ค. 2569 |
|  | ค393012    | ไทย        | 19 ก.ค. 2553 - 18 ก.ค. 2563 |
|  | ค393014    | ไทย        | 19 ก.ค. 2553 - 18 ก.ค. 2563 |
|  | ค402902    | ไทย        | 8 ก.พ. 2556 – 7 ก.พ. 2566   |

| เครื่องหมายการค้า                                                                   | เลขทะเบียน | ประเทศ | ระยะเวลา                     |
|-------------------------------------------------------------------------------------|------------|--------|------------------------------|
|    | ค420185    | ไทย    | 25 ก.พ. 2557- 24 ก.พ. 2567   |
|    | ค419895    | ไทย    | 25 ก.พ. 2557- 24 ก.พ. 2567   |
|    | ค419896    | ไทย    | 25 ก.พ. 2557- 24 ก.พ. 2567   |
|    | ค418175    | ไทย    | 25 ก.พ. 2557- 24 ก.พ. 2567   |
|    | ค419897    | ไทย    | 25 ก.พ. 2557- 24 ก.พ. 2567   |
|   | ค417273    | ไทย    | 19 มิ.ย. 2557- 18 มิ.ย. 2567 |
|  | ค420187    | ไทย    | 19 มิ.ย. 2557- 18 มิ.ย. 2567 |
|  | ค420188    | ไทย    | 19 มิ.ย. 2557- 18 มิ.ย. 2567 |
|  | ค420189    | ไทย    | 19 มิ.ย. 2557- 18 มิ.ย. 2567 |
|  | ค420422    | ไทย    | 19 มิ.ย. 2557- 18 มิ.ย. 2567 |
|  | 161112703  | ไทย    | 19 มิ.ย. 2557- 18 มิ.ย. 2567 |
|  | 171102722  | ไทย    | 25 ก.พ. 2557- 24 ก.พ. 2567   |

| เครื่องหมายการค้า                                                                   | เลขทะเบียน | ประเทศ | ระยะเวลา                     |
|-------------------------------------------------------------------------------------|------------|--------|------------------------------|
|    | 161107624  | ไทย    | 30 ส.ค. 2556 – 29 ส.ค. 2566  |
|    | ค420190    | ไทย    | 19 มิ.ย. 2557- 18 มิ.ย. 2567 |
|    | 171106991  | ไทย    | 31 ส.ค. 2558 – 30 ส.ค. 2568  |
|    | 171106992  | ไทย    | 31 ส.ค. 2558 – 30 ส.ค. 2568  |
|    | 171114244  | ไทย    | 6 พ.ย. 2558- 5 พ.ย. 2568     |
|    | 171132689  | ไทย    | 17 พ.ค. 2559 - 16 พ.ค. 2569  |
|   | 171132690  | ไทย    | 17 พ.ค. 2559 - 16 พ.ค. 2569  |
|  | 171132691  | ไทย    | 17 พ.ค. 2559 - 16 พ.ค. 2569  |
|  | 22932811   | จีน    | 24 ก.พ. 2560- 23 ก.พ. 2570   |
|  | 22932899   | จีน    | 24 ก.พ. 2560 - 23 ก.พ. 2570  |
|  | 22933071   | จีน    | 24 ก.พ. 2560 - 23 ก.พ. 2570  |
|  | 22933448   | จีน    | 24 ก.พ. 2560 - 23 ก.พ. 2570  |
|  | 18941317   | จีน    | 21 พ.ค. 2560 - 20 พ.ค. 2570  |



| เครื่องหมายการค้า                                                                   | เลขทะเบียน | ประเทศ   | ระยะเวลา                                          |
|-------------------------------------------------------------------------------------|------------|----------|---------------------------------------------------|
|    | ค273096    | ไทย      | 4 ก.ย. 2559 - 3 ก.ย. 2569<br>(ออกให้ 13 ต.ค 2559) |
|    | ค273097    | ไทย      | 4 ก.ย. 2559 - 3 ก.ย. 2569<br>(ออกให้ 13 ต.ค 2559) |
|    | ค280874    | ไทย      | 4 ก.ย. 2559 - 3 ก.ย. 2569<br>(ออกให้ 13 ต.ค 2559) |
|    | ค280875    | ไทย      | 4 ก.ย. 2559 - 3 ก.ย. 2569<br>(ออกให้ 13 ต.ค 2559) |
|    | ค280876    | ไทย      | 4 ก.ย. 2559 - 3 ก.ย. 2569<br>(ออกให้ 13 ต.ค 2559) |
|  | 45265      | บรูไน    | 2 พ.ค. 2557 – 2 พ.ค. 2567                         |
|  | 45266      | บรูไน    | 2 พ.ค. 2557 – 2 พ.ค. 2567                         |
|  | 2014061382 | มาเลเซีย | 5 ส.ค. 2557 – 5 ส.ค. 2567                         |
|  | 2014062603 | มาเลเซีย | 27 ส.ค. 2557 – 27 ส.ค. 2567                       |
|  | 46074      | บรูไน    | 21 พ.ย. 2557 – 21 พ.ย. 2567                       |
|  | 46075      | บรูไน    | 21 พ.ย. 2557 – 21 พ.ย. 2567                       |
|  | 46076      | บรูไน    | 21 พ.ย. 2557 – 21 พ.ย. 2567                       |

| เครื่องหมายการค้า                                                                   | เลขทะเบียน | ประเทศ     | ระยะเวลา                     |
|-------------------------------------------------------------------------------------|------------|------------|------------------------------|
|    | 2015/01502 | แอฟริกาใต้ | 21 ม.ค. 2558 – 21 ม.ค. 2568  |
|    | 2015/01503 | แอฟริกาใต้ | 21 ม.ค. 2558 – 21 ม.ค. 2568  |
|    | 2015/01509 | แอฟริกาใต้ | 21 ม.ค. 2558 – 21 ม.ค. 2568  |
|    | 273946     | เวียดนาม   | 21 ธ.ค. 2559 – 27 ส.ค. 2567  |
|    | 273947     | เวียดนาม   | 21 ธ.ค. 2559 – 27 ส.ค. 2567  |
|   | 261249     | เวียดนาม   | 20 เม.ย. 2559 – 27 ส.ค. 2567 |
|  | 2014061380 | มาเลเซีย   | 5 ส.ค. 2557 – 5 ส.ค. 2567    |
|  | 2015/01504 | แอฟริกาใต้ | 21 ม.ค. 2558 – 11 มี.ค. 2562 |
|  | 2015/01505 | แอฟริกาใต้ | 21 ม.ค. 2558 – 26 เม.ย. 2562 |
|  | 2015/01506 | แอฟริกาใต้ | 21 ม.ค. 2558 – 23 มี.ย. 2562 |
|  | 2015/01507 | แอฟริกาใต้ | 21 ม.ค. 2558 – 23 มี.ย. 2562 |
|  | 2015/01508 | แอฟริกาใต้ | 21 ม.ค. 2558 – 23 มี.ย. 2562 |
|  | ค401408    | ไทย        | 30 ส.ค.2556 – 29 ส.ค.2566    |

| เครื่องหมายการค้า                                                                   | เลขทะเบียน | ประเทศ | ระยะเวลา                    |
|-------------------------------------------------------------------------------------|------------|--------|-----------------------------|
|    | ค401409    | ไทย    | 27 มิ.ย.2556 – 26 มิ.ย.2566 |
|    | ค279623    | ไทย    | 31 ส.ค.2550 – 30 ส.ค.2570   |
|    | ค279624    | ไทย    | 31 ส.ค.2550 – 30 ส.ค.2570   |
|   | 181107197  | ไทย    | 11 พ.ย. 2558 – 10 พ.ย. 2568 |
|  | ค308056    | ไทย    | 28 ส.ค.2551 – 27 ส.ค.2571   |
|  | ค308058    | ไทย    | 8 ก.ย. 2551 – 7 ก.ย. 2571   |
|  | 181124727  | ไทย    | 23 ก.พ. 2559 – 22 ก.พ. 2569 |
|  | 181124728  | ไทย    | 23 ก.พ. 2559 – 22 ก.พ. 2569 |
|  | 191106341  | ไทย    | 29 ส.ค.2560 – 28 ส.ค. 2570  |

## 6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

### ธุรกิจหลัก

ประกอบธุรกิจจัดหา ผลิต และจำหน่ายเครื่องดื่มประเภทชา กาแฟ และสินค้าไลฟ์สไตล์ ซึ่งมุ่งเน้นการบริหารกลยุทธ์ด้านการตลาดและการขายควบคู่ไปกับการวิจัยและพัฒนาเครื่องดื่มที่มีเอกลักษณ์และความแตกต่างอย่างชัดเจน และธุรกิจค้าปลีก

### ที่ตั้งสำนักงานใหญ่

9/231-233 อาคารยูเอ็มทาวเวอร์ ชั้น 23 ถนนรามคำแหง

แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพฯ 10250

โทรศัพท์: 0-2717-2898

โทรสาร: 0-2717-2899

Website: [www.tacconsumer.com](http://www.tacconsumer.com)

E-mail: [contact\\_info@tacconsumer.com](mailto:contact_info@tacconsumer.com)

เลขทะเบียนบริษัท 0107558000369

### ที่ตั้งโรงงาน

99/112 หมู่ที่ 1 ตำบลหนองบอนแดง อำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรี 20170

โทรศัพท์: 038-110812-4

### ทุนจดทะเบียน

หุ้นสามัญ 152,000,000 บาท (608,000,000 หุ้น)

### ทุนชำระแล้ว

หุ้นสามัญ 152,000,000 บาท (608,000,000 หุ้น)

### เลขานุการบริษัท

โทรศัพท์: 0-2717-2898 ต่อ 77

โทรสาร: 0-2717-2899

E-mail: [panjaporn@tacconsumer.com](mailto:panjaporn@tacconsumer.com)

### นักลงทุนสัมพันธ์

โทรศัพท์: 0-2717-2898 ต่อ 77

โทรสาร: 0-2717-2899

E-mail: [ir@tacconsumer.com](mailto:ir@tacconsumer.com)

**ฝ่ายสื่อสารองค์กร**

โทรศัพท์: 0-2717-2898 ต่อ 77

โทรสาร: 0-2717-2899

E-mail: [Contact\\_info@tacconsumer.com](mailto:Contact_info@tacconsumer.com)**บุคคลอ้างอิงอื่น ๆ****นายทะเบียนหลักทรัพย์**

บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด

93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400

โทรศัพท์ : 0-2009-9000

โทรสาร : 0-2009-9991

SET Contact center: 0-2009-9999

Website: <http://www.set.or.th/tsd>E-mail: [SETContactCenter@set.or.th](mailto:SETContactCenter@set.or.th)**ผู้สอบบัญชี**

1. นางสาวสาธิตา รัตนานุรักษ์ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 4753 หรือ
2. นายวิชาติ โลกศกระวี ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 4451 หรือ
3. นางสาวศิริวรรณ สุรเทพินทร์ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 4604

**บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด**

อาคารเลดรัชดา ชั้น 33 เลขที่ 193/136-137 ถ.รัชดาภิเษกตัดใหม่ เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110

โทรศัพท์: 0-2264-0777, 0-2261-9190

โทรสาร: 0-2264-0789-90, 0-2661-9192

**ที่ปรึกษากฎหมาย**

บริษัท เภา แอนด์ แอสโซซิเอทส์ ลอว์ ออฟฟิศ จำกัด

140/4 เอ อาคารไอทีเอฟทาวเวอร์ ชั้นที่ 19 ถนนสีลม แขวงสุริยวงศ์ เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500

โทรศัพท์: 0-2632-6795

โทรสาร: 0-238-2574, 0-2634-4998

บริษัท ชิโกล์อว์ (ประเทศไทย) จำกัด

1 อาคารคิวเฮาส์ ลุมพินี ญินต 1702 ชั้น 17

ถนนสารสิน แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120

โทรศัพท์ : 0-2677-7588 ต่อ 4411

โทรสาร : 0-2677-7589