T.A.C. Consumer PCL.
No. 1023 MS Siam Tower Building Rooms No. 250-259 and 262-263,
Floors 25-26 Rama 3 Road, Chong Nonsi, Yan Nawa Bangkok 10120, Thailand

ที่ TACC-013/2569

13 พฤศจิกายน 2569

เรื่อง คำอธิบายและวิเคราะห์ผลการดำเนินงานสำหรับไตรมาส 3 และงวดเก้าเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569

เรียน กรรมการและผู้จัดการ

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

บริษัท ที.เอ.ซี. คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) และบริษัทย่อย (“กลุ่มบริษัท”) ขอรายงานผลการดำเนินงานสำหรับไตรมาส 3 และงวดเก้าเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569 ดังนี้

ภาพรวมเศรษฐกิจและอุตสาหกรรม

ภาพรวมของตลาดชา กาแฟไทยในปี 2569 ยังคงเติบโตสวนกระแสเศรษฐกิจที่ชะลอตัว โดยตลาดกาแฟมีปัจจัยหนุนหลักมาจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่ดื่มกาแฟเป็นกิจวัตรเพิ่มขึ้น ควบคู่ไปกับการขยายตัวของตลาดเครื่องดื่มพรีเมียมและกลุ่มรักสุขภาพ กลุ่มเครื่องดื่มประเภทชาได้รับอานิสงส์ทั้งจากเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพและวัฒนธรรมการดื่มชาที่หลากหลายขึ้นในกลุ่มคนรุ่นใหม่ โดยชาเพื่อสุขภาพและมัทฉะยังคงได้รับความนิยมสูงตามเทรนด์ลดน้ำตาล ขณะที่เมนูเพียวมัทฉะเติบโตได้ดีในกลุ่มคาเฟ่ยุคใหม่ นอกจากนั้น การยกระดับชาไทยด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่มให้ชาไทยแบบดั้งเดิม เช่น การควบคุมความหวาน หรือการจับคู่กับวัตถุดิบหรือผลิตภัณฑ์ชนิดอื่น ยังเป็นอีกแนวโน้มที่ได้รับความสนใจ แม้ความต้องการบริโภคจะยังแข็งแกร่ง แต่ภาวะเศรษฐกิจโดยรวมในปีนี้ยังคงส่งผลกระทบต่อโครงสร้างต้นทุนและการทำกำไรของบริษัท โดยเฉพาะต้นทุนวัตถุดิบพุ่งสูงขึ้น การปรับราคาขายทำได้อย่างจำกัด เป็นต้น

ผลการดำเนินงานสำหรับไตรมาส 3 และงวด 9 เดือนปี 2569

ในงวดเก้าเดือนของปี 2569 กลุ่มบริษัทมีผลการดำเนินงานเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยมีรายได้จากการขายและบริการ 1,959.29 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 232.66 ล้านบาท หรือ 13.48% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน และมี

กำไรสุทธิ 288.27 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 46.12 ล้านบาท หรือ 19.05% ส่งผลให้อัตรากำไรสุทธิปรับตัวดีขึ้นเป็น 14.71% จาก 14.02% ในปีก่อน โดยได้รับแรงสนับสนุนจากการเติบโตของยอดขาย การรักษาระดับอัตรากำไรขั้นต้น และการบริหารค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารอย่างมีประสิทธิภาพ

สำหรับไตรมาส 3 ปี 2569 กลุ่มบริษัทมีรายได้จากการขายและบริการ 637.84 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 3.05% และกำไรสุทธิ 84.30 ล้านบาท ลดลง 5.69 ล้านบาท หรือ 6.32% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ส่งผลให้อัตรากำไรสุทธิลดลงเป็น 13.22% จาก 14.54% ในปีก่อน โดยมีสาเหตุหลักจากค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารที่เพิ่มขึ้นรวม 11.03 ล้านบาท หรือ 12.70% สูงกว่าการเติบโตของรายได้ ทั้งนี้ หากไม่รวมค่าใช้จ่ายครั้งเดียวจากการจำหน่ายหุ้นทุนซื้อคืน 5.89 ล้านบาท กำไรสุทธิไตรมาส 3 ปี 2569 จะอยู่ที่ 90.19 ล้านบาท ใกล้เคียงกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

ปัจจัยสนับสนุนหลักของงวดเก้าเดือนมาจากยอดขายผ่านช่องทางร้าน 7-Eleven ที่เพิ่มขึ้น 10.04% และยอดขายผ่านช่องทางอื่นที่เพิ่มขึ้น 41.48% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน เปรียบเทียบสัดส่วนการขายผ่านช่องทางดังกล่าวข้างต้นพบว่า สัดส่วนการขายผ่านช่องทางต่างๆ ดังตารางด้านล่างนี้

	7-Eleven	Others
งวด 9 เดือน 2568	89.14%	10.86%
งวด 9 เดือน 2569	86.45%	13.55%

<u>รายได้จากการขายและบริการ</u>

สำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569 กลุ่มบริษัทมีรายได้จากการขายและบริการจำนวน 637.84 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 18.87 ล้านบาท หรือ 3.05% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยยอดขายผ่านช่องทางร้าน 7-Eleven เพิ่มขึ้น 3.91% ขณะที่ยอดขายผ่านช่องทางอื่นลดลง 3.99% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน สาเหตุหลักจากความต้องการมัทฉะในตลาดที่ชะลอตัวลง หลังจากยอดขายผ่านช่องทางอื่นเติบโตสูงในช่วงครึ่งปีแรก

สำหรับงวดเก้าเดือนของปี 2569 กลุ่มบริษัทมีรายได้จากการขายและบริการจำนวน 1,959.29 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 232.66 ล้านบาท หรือ 13.48% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน สะท้อนการเติบโตอย่างต่อเนื่องของธุรกิจหลัก โดยได้รับปัจจัยสนับสนุนจากยอดขายผ่านช่องทางร้าน 7-Eleven ที่ขยายตัวดี และการขยายตัวของยอดขายผ่านช่องทางอื่น

ต้นทุนขายและบริการและกำไรขั้นต้น

สำหรับไตรมาส 3 ปี 2569 กลุ่มบริษัทมีต้นทุนขายและบริการจำนวน 434.25 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 13.54 ล้านบาท หรือ 3.22% สอดคล้องกับการเติบโตของรายได้ ส่งผลให้มีกำไรขั้นต้นจำนวน 203.59 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 5.33 ล้านบาท คิดเป็น 2.69% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีอัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ 31.92% ใกล้เคียงกับ 32.03% ในปีก่อน

สำหรับงวดเก้าเดือนแรกของปี 2569 กลุ่มบริษัทมีต้นทุนขายและบริการจำนวน 1,333.28 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 13.81% และมีกำไรขั้นต้นจำนวน 626.01 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 70.89 ล้านบาท หรือ 12.77% โดยกลุ่มบริษัทยังคงรักษาอัตรากำไรขั้นต้นไว้ที่ 31.95% ใกล้เคียงกับ 32.15% ในช่วงเดียวกันของปีก่อน กลุ่มบริษัทมุ่งบริหารจัดการต้นทุนสินค้าอย่างต่อเนื่อง แม้ภาวะต้นทุนและสภาพการแข่งขันในตลาดยังคงมีความท้าทาย

ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย

สำหรับไตรมาส 3 ปี 2569 กลุ่มบริษัทมีค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายจำนวน 42.67 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 5.24 ล้านบาท หรือ 13.99% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ส่งผลให้สัดส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายต่อรายได้จากการขายและบริการเพิ่มขึ้นเป็น 6.69% จาก 6.05% ในปีก่อน จากค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการขายร่วมกับคู่ค้าที่เพิ่มขึ้นตามจังหวะการทำกิจกรรมส่งเสริมการขายที่เร่งตัวในไตรมาส 3

สำหรับงวดเก้าเดือนแรกของปี 2569 กลุ่มบริษัทมีค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายจำนวน 114.53 ล้านบาท ลดลง 3.60 ล้านบาท หรือ 3.05% ส่งผลให้สัดส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายต่อรายได้ลดลงจาก 6.84% เป็น 5.85% สะท้อนการเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้จ่ายด้านการตลาดและการบริหารช่องทางจำหน่ายในช่วงครึ่งปีแรก และเป็นปัจจัยสำคัญที่สนับสนุนการขยายตัวของอัตรากำไรจากการดำเนินงานในงวดนี้

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร

ค่าใช้จ่ายในการบริหารของกลุ่มบริษัทส่วนใหญ่ประกอบด้วยค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงาน ค่าเสื่อมราคา และค่าที่ปรึกษา สำหรับไตรมาส 3 ปี 2569 กลุ่มบริษัทมีค่าใช้จ่ายในการบริหารจำนวน 55.13 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 5.79 ล้านบาท หรือ 11.73% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน คิดเป็นสัดส่วนต่อรายได้ 8.64% เทียบกับ

7.97% ในปีก่อน ในระหว่างไตรมาสที่ 3 มีรายการที่เกิดขึ้นครั้งเดียว (One-time Expense) เป็นค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการจำหน่ายหุ้นทุนซื้อคืนจำนวน 5.89 ล้านบาทและไม่กระทบกระแสเงินสด ดังนั้น หากไม่รวมรายการดังกล่าว ค่าใช้จ่ายในการบริหารจะอยู่ที่ 49.24 ล้านบาท ใกล้เคียงกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

สำหรับงวดเก้าเดือนแรกของปี 2569 กลุ่มบริษัทมีค่าใช้จ่ายในการบริหารจำนวน 152.78 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 13.36 ล้านบาท หรือ 9.58% ส่วนหนึ่งเป็นผลจากค่าใช้จ่ายการปรับภาพลักษณ์บริษัทและค่าที่ปรึกษาที่เกี่ยวข้องกับโครงการ Corporate Branding และค่าใช้จ่ายลักษณะครั้งคราว (One-time Expenses) ที่เกิดขึ้นจากการจำหน่ายหุ้นทุนซื้อคืน 5.89 ล้านบาทในไตรมาส 3 อย่างไรก็ดี สัดส่วนค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้ปรับตัวลดลงจาก 8.07% เป็น 7.80% จากการที่รายได้เติบโตในอัตราที่สูงกว่าการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่าย

<u>ฐานะการเงิน</u>

ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 กลุ่มบริษัทมีสินทรัพย์รวมจำนวน 1,505.48 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 183.69 ล้านบาท หรือ 13.90% จากสิ้นปี 2568 โดยหลักจากสินทรัพย์ทางการเงินหมุนเวียนอื่นที่เพิ่มขึ้น 116.41 ล้านบาท จากการนำสภาพคล่องส่วนเกินไปลงทุน และที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ สินทรัพย์สิทธิการใช้ และสินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่เพิ่มขึ้นรวม 85.20 ล้านบาท ขณะที่ลูกหนี้การค้าและสินค้าคงเหลือลดลง สะท้อนการเก็บเงินจากลูกหนี้และการบริหารสินค้าคงคลังที่มีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทมีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดจำนวน 141.27 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 4.23 ล้านบาท

ด้านหนี้สิน กลุ่มบริษัทมีหนี้สินรวมจำนวน 516.80 ล้านบาท ลดลง 24.63 ล้านบาท ส่วนใหญ่เป็นผลจากการลดลงของเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น และภาษีเงินได้ค้างจ่าย

ส่วนของผู้ถือหุ้นจำนวน 988.68 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 208.32 ล้านบาท จากกำไรสุทธิของงวด 288.27 ล้านบาท การจำหน่ายหุ้นทุนซื้อคืน 45.05 ล้านบาท และส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมที่เพิ่มขึ้น 1.00 ล้านบาท หักด้วยเงินปันผลจ่าย 126.00 ล้านบาท

<u>กระแสเงินสด</u>

สำหรับงวดเก้าเดือนแรกของปี 2569 กลุ่มบริษัทมีเงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงาน 285.28 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก 132.17 ล้านบาทในปีก่อน เงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมลงทุน 186.16 ล้านบาท ส่วนใหญ่จากการลงทุนในสินทรัพย์ทางการเงินหมุนเวียนอื่นสุทธิและการซื้ออาคาร อุปกรณ์ สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

และสินทรัพย์สิทธิการใช้ และเงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมจัดหาเงิน 94.89 ล้านบาท ส่วนใหญ่จากการจ่ายเงินปันผล 126.00 ล้านบาท หักด้วยเงินสดรับจากการจำหน่ายหุ้นทุนซื้อคืน 39.16 ล้านบาท

กลุ่มบริษัทมีอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E) 0.52 เท่า ลดลงจาก 0.69 เท่า ณ สิ้นปี 2568 อัตราส่วนสภาพคล่อง (Current Ratio) 2.78 เท่า และอัตราส่วนสภาพคล่องหมุนเร็ว (Quick Ratio) 2.53 เท่า สะท้อนโครงสร้างทางการเงินที่แข็งแกร่งและความสามารถในการชำระหนี้ระยะสั้นที่อยู่ในเกณฑ์ดี

<u>เหตุการณ์สำคัญ</u>

ในระหว่างวันที่ 17-21 สิงหาคม 2569 ซึ่งเป็นช่วงระยะเวลาการจำหน่ายหุ้นทุนซื้อคืนครั้งที่ 1 บริษัทฯ ได้จำหน่ายหุ้นทุนซื้อคืนจำนวน 6.93 ล้านหุ้น ในราคาหุ้นละ 5.65 บาท รวมเป็นเงินสดรับ 39.16 ล้านบาท เทียบกับราคาทุนรวม 31.04 ล้านบาท โดยบริษัทฯ รับรู้ส่วนเกินจากการจำหน่ายหุ้นทุนซื้อคืนในส่วนของผู้ถือหุ้นจำนวน 14.01 ล้านบาท และรับรู้ค่าใช้จ่ายจากการจำหน่ายหุ้นทุนซื้อคืนจำนวน 5.89 ล้านบาทในค่าใช้จ่ายในการบริหารของไตรมาส 3 ซึ่งค่าใช้จ่ายดังกล่าวเกิดจากส่วนต่างระหว่างมูลค่ายุติธรรมของหุ้น ณ วันจำหน่ายกับราคาจำหน่าย เป็นรายการที่เกิดขึ้นครั้งเดียวและไม่กระทบกระแสเงินสด ทั้งนี้ การจำหน่ายหุ้นทุนซื้อคืนดังกล่าวทำให้ส่วนของผู้ถือหุ้นเพิ่มขึ้นรวม 45.05 ล้านบาท

ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 บริษัทฯ มีหุ้นทุนซื้อคืนคงเหลือจำนวน 1.07 ล้านหุ้น คิดเป็น 0.18% ของหุ้นสามัญที่ออกและชำระแล้วทั้งหมด มีราคาทุน 4.79 ล้านบาท (ณ สิ้นปี 2568: 8.00 ล้านหุ้น ราคาทุน 35.83 ล้านบาท) โดยบริษัทฯ มีกำหนดเสนอขายหุ้นทุนซื้อคืนคงเหลือในช่วงระยะเวลาการจำหน่ายครั้งที่ 2 ระหว่างวันที่ 4-8 มกราคม 2570

บริษัทฯ ได้ย้ายหลักทรัพย์จากตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (mai) ไปซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) ในกลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร หมวดธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม โดยเริ่มซื้อขายใน SET เป็นวันแรกเมื่อวันที่ 29 กันยายน 2569 ทั้งนี้ การย้ายไปซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยสะท้อนถึงการเติบโตของขนาดธุรกิจและความแข็งแกร่งของฐานะการเงินของบริษัทฯ ซึ่งคาดว่าจะช่วยเพิ่มสภาพคล่องในการซื้อขายหลักทรัพย์ ขยายฐานนักลงทุน รวมถึงนักลงทุนสถาบัน และเสริมสร้างภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของบริษัทฯ ในระยะยาว

เมื่อวันที่ 13 พฤศจิกายน 2569 ที่ประชุมคณะกรรมการของบริษัทมีมติอนุมัติให้จ่ายเงินปันผลระหว่างกาล ให้แก่ผู้ถือหุ้นในอัตราหุ้นละ 0.20 บาท รวมเป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น 121 ล้านบาท โดยบริษัทฯจะจ่ายเงินปันผลให้แก่ผู้ถือหุ้นภายในวันที่ 9 ธันวาคม 2569

แผนการดำเนินสำหรับปี 2569

กลุ่มบริษัทคาดว่ารายได้สำหรับปี 2569 จะเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งเสริมความแข็งแกร่งให้กับธุรกิจหลักของกลุ่มบริษัท และให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการต้นทุนทั้งทางตรงและทางอ้อมอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน ทั้งนี้ ผลการดำเนินงานงวดเก้าเดือนแรกของปี 2569 สะท้อนการเติบโตของกลุ่มบริษัทเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยกำไรสุทธิงวดเก้าเดือนคิดเป็น 96.46% ของกำไรสุทธิทั้งปี 2568

นอกจากนั้น ในระหว่างไตรมาส 2 คณะกรรมการมีมติอนุมัติให้บริษัทเข้าลงทุนในบริษัทย่อยแห่งใหม่ และรวมถึงการร่วมลงทุนในธุรกิจเครื่องดื่มแห่งหนึ่งเพื่อการขยายและเติบโตของธุรกิจ

การรายงานด้านความยั่งยืน

บริษัทฯ มีการขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืนตามปรัชญาองค์กร คือ “การสร้างคุณค่าด้านความเป็นอยู่ที่ดีให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อความยั่งยืนสู่ทุกด้าน” ปัจจุบันบริษัทฯ มีการแต่งตั้งคณะกรรมการความยั่งยืน คณะทำงานความยั่งยืน และคณะทำงานด้านคาร์บอนฟุตพริ้นท์องค์กร (CFO) ซึ่งมีการกำหนดกรอบและกลยุทธ์ความยั่งยืนองค์กร รวมถึงองค์ประกอบความยั่งยืนที่ครอบคลุมด้านมิติสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล โดยบริษัทฯ ได้ดำเนินกิจกรรมด้านความยั่งยืน ดังนี้

การจัดการด้านความยั่งยืนในมิติสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ ได้ใช้บรรจุภัณฑ์นวัตกรรม “Forest Stewardship Council” By FSC ซึ่งเป็นบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่ผลิตจากเศษกระดาษที่ใช้แล้ว ผ่านกระบวนการจัดเก็บ และนำมากลับมารีไซเคิล บรรจุภัณฑ์ที่ใช้ ได้แก่ กลุ่มเครื่องดื่มเย็นในโถกด เช่น กาแฟเย็น และชานม และกลุ่มเครื่องดื่ม Non-Coffee Menu ใน All Café เช่น ชาเขียว ชานม ชามะนาว และชาไต้หวัน แสดงให้เห็นถึงความสำคัญกับการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมที่คำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม นอกจากนี้ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับการจัดการก๊าซเรือนกระจกและการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ โดยได้ผ่านการตรวจรับรองและขึ้นทะเบียน

เครื่องหมายคาร์บอนฟุตพริ้นท์องค์กร (Carbon Footprint for Organization: CFO) อย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งส่งเสริมการใช้พลังงานสะอาดผ่านการติดตั้ง ระบบผลิตไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ (Solar Rooftop) ภายในโรงงาน เพื่อลดการพึ่งพาพลังงานจากเชื้อเพลิงฟอสซิล ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานในกระบวนการผลิต นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังใช้พาเลทไม้ (Wood Pallet) ที่ได้รับการรับรองจาก FSC เช่นเดียวกัน

<u>การจัดการด้านความยั่งยืนในมิติสังคม</u>

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจโดยยึดมั่นและให้ความสำคัญกับหน้าที่และความรับผิดชอบต่อสังคมและผู้มีส่วนได้เสีย ได้แก่ ผู้ถือหุ้น ลูกค้า คู่ค้า พนักงาน ชุมชน และสังคมรอบด้าน เพื่อสร้างความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจ และสามารถบริหารกิจการให้เติบโตได้อย่างมั่นคงและเป็นที่ยอมรับในสังคม รวมทั้งได้ปลูกฝังแนวความคิดดังกล่าวให้กับพนักงานทุกระดับชั้น โดยมีแนวทางการปฏิบัติ เช่น

- การให้ความสำคัญและเคารพสิทธิมนุษยชน ปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเสมอภาค เท่าเทียมและเป็นธรรม ไม่ว่าจะมีความแตกต่างด้านเชื้อชาติ ศาสนา เพศ หรือด้านสภาพร่างกาย
- โรงงานของบริษัทฯ ได้รับการรับรองมาตรฐานความปลอดภัยอาหาร (FSSC 22000) ในการรับรองระบบการจัดการความปลอดภัยทางอาหารสำหรับอุตสาหกรรมการผลิตอาหารและเครื่องดื่มให้มีคุณภาพ ถูกสุขอนามัยและความปลอดภัยต่อผู้บริโภค ซึ่งเป็นมาตรฐานระดับสากล
- บริษัทฯ ได้จัดกิจกรรมเพื่อสังคม ในการดูแลพื้นที่ของชุมชนบริเวณโดยรอบโรงงานและสำนักงานใหญ่ของบริษัทฯ โดยมุ่งส่งเสริมคุณภาพชีวิต และความเป็นอยู่ที่ดี เช่น การสนับสนุนเครื่องดื่มแก่ผู้แสวงบุญฮัจญ์ สนับสนุนเครื่องดื่มในช่วงกิจกรรมทางศาสนา อุปกรณ์เครื่องกรองน้ำ และทุนการศึกษา เป็นต้น

<u>การจัดการด้านความยั่งยืนในมิติการดำเนินธุรกิจด้วยหลักธรรมาภิบาล</u>

บริษัทฯ มุ่งมั่นดำเนินธุรกิจภายใต้หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ควบคู่กับการสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืน โดยได้รับการประเมินผลสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนไทย (CGR) ประจำปี 2569 ในระดับ 5 ดาว หรือ “ดีเลิศ” สะท้อนถึงการกำกับดูแลกิจการที่โปร่งใสและมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังผ่านการรับรองเป็นสมาชิกแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (CAC) อย่างเป็นทางการ

T.A.C. Consumer PCL.
No. 1023 MS Siam Tower Building Rooms No. 250-259 and 262-263,
Floors 25-26 Rama 3 Road, Chong Nonsi, Yan Nawa Bangkok 10120, Thailand

ประจำปี 2569 และติดอันดับ ESG100 ประจำปี 2569 ในฐานะบริษัทที่มีความโดดเด่นด้านการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ชัชชวี วัฒนสุข

(นายชัชชวี วัฒนสุข)

ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

บริษัท ที.เอ.ซี. คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน)