

## 2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

### 2.1. ประวัติความเป็นมา การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ” หรือ “อิชิตัน”) เดิมชื่อ บริษัท ไมตัน จำกัด ก่อตั้งเมื่อวันที่ 3 กันยายน 2553 ด้วยทุนจดทะเบียน 500 ล้านบาท เพื่อดำเนินธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นแบบฟิวชั่นสเตคคอร์สและร้านซ็อกโกแลตสดสไตล์ญี่ปุ่น ผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่ม อย่างไรก็ตาม เพื่อให้ทีมงานบริษัทฯ มุ่งเน้นธุรกิจเครื่องดื่มเพียงอย่างเดียวเพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการเป็นผู้นำธุรกิจเครื่องดื่มชาเขียวคุณภาพระดับยอดฝีมือของประเทศไทย บริษัทฯ ได้ขายธุรกิจอาหารออกไปในเดือน มกราคม 2556

สำหรับธุรกิจเครื่องดื่มซึ่งเป็นส่วนงานที่ดำเนินงานต่อเนื่อง บริษัทฯ ได้เริ่มต้นด้วยการเป็นผู้จำหน่ายเครื่องดื่มฟังก์ชันนัล จำนวน 2 รสชาติ ภายใต้ชื่อทางการค้า อิชิตัน ดับเบิ้ลดริงค์ ตั้งแต่เดือนมกราคม ปี 2554 และวางจำหน่ายเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มครั้งแรกจำนวน 3 รสชาติ ภายใต้ชื่อทางการค้า อิชิตัน กรีนที ตั้งแต่เดือนพฤษภาคม ปี 2554 โดยเป็นการว่าจ้างผู้ผลิตภายนอกเป็นผู้ผลิต ต่อมา บริษัทฯ ลงทุนก่อสร้างโรงงานเครื่องดื่มที่มีกำลังการผลิต 1 สายการผลิตขวดและ 1 สายการผลิตกล่อง ที่สวนอุตสาหกรรมโรจนะ จ. พระนครศรีอยุธยา และโรงงานเริ่มดำเนินการทดสอบการผลิตครั้งแรกในเดือนกันยายน 2554 ทั้งนี้ เกิดเหตุการณ์มหาอุทกภัยในเดือนตุลาคม 2554 ส่งผลให้สายการผลิตของบริษัทฯ ได้รับความเสียหาย โดยโรงงานสามารถเริ่มดำเนินการผลิตในช่วงต้นปี 2555 ด้วยกำลังการผลิต 1 สายการผลิตขวดและ 1 สายการผลิตกล่อง นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้เพิ่มกำลังการผลิตอีก 1 สายการผลิตขวดและ 1 สายการผลิตกล่อง ในปี 2555

ระหว่างปี 2556 บริษัทฯ ได้ลงทุนเพิ่มกำลังการผลิตอีก 1 สายการผลิตขวดรวมเป็น 3 สายการผลิตขวดและ 2 สายการผลิตกล่อง เพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภคที่เพิ่มสูงขึ้น ทั้งนี้ ณ ปัจจุบัน บริษัทฯ มีกำลังการผลิตทั้งหมด 600 ล้านขวดและ 200 ล้านกล่องต่อปี โดยผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มทั้งหมดเป็นจำนวน 21 รสชาติซึ่งสามารถแบ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์ออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ (1) เครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มภายใต้ชื่อสินค้า “อิชิตัน กรีนที” (2) เครื่องดื่มฟังก์ชันนัล ภายใต้ชื่อสินค้า “ดับเบิ้ลดริงค์” (3) เครื่องดื่มชาดำ ภายใต้ชื่อสินค้า “อิชิตัน ดราก้อน แบล็คที” (4) เครื่องดื่มชาเขียวผสมสมุนไพรสูตรจับเลี้ยง ภายใต้ชื่อสินค้า “เย็น เย็น โดย อิชิตัน” และ (5) เครื่องดื่มชาสูตรหวานน้อย ภายใต้ชื่อสินค้า “อิชิตัน ซีเล็คเตด”

ลำดับความเป็นมา การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ สรุปได้ดังนี้

เดือน / ปี	เหตุการณ์ที่สำคัญ
<b>ปี 2553</b>	
ก.ย. 2553	- ก่อตั้งบริษัท ไมตัน จำกัด เมื่อวันที่ 3 ก.ย. 2553 ด้วยทุนจดทะเบียน 500.0 ล้านบาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 5.0 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้ 100 บาท/หุ้น
พ.ย. 2553	- เข้าทำสัญญาจะซื้อจะขายที่ดินตั้งอยู่ที่ สวนอุตสาหกรรมโรจนะ จ. พระนครศรีอยุธยา พื้นที่รวม 75-3-80 ไร่ เพื่อก่อสร้างอาคารโรงงาน - ยื่นขอบัตรส่งเสริมการลงทุน และดำเนินขอใบอนุญาตอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ
ธ.ค. 2553	- ว่าจ้างผู้ผลิตภายนอกผลิตเครื่องดื่ม อิชิตัน ดับเบิ้ลดริงค์ และเริ่มทำการตลาดและประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม ดับเบิ้ล ดริงค์
<b>ปี 2554</b>	
ม.ค. 2554	- วางจำหน่ายเครื่องดื่มฟังก์ชันนัล อิชิตัน ดับเบิ้ลดริงค์ ขนาดบรรจุ 420 มล.
มี.ค. 2554	- ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 2/2554 มีมติอนุมัติเพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 600.0 ล้านบาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 6.0 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้ 100 บาท/หุ้น โดยเป็นการเพิ่มทุนให้กับผู้ถือหุ้นเดิม

เดือน / ปี	เหตุการณ์ที่สำคัญ
เม.ย. 2554	- ได้รับบัตรส่งเสริมการลงทุนจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนเลขที่ 1496(2)/2554 (สิทธิและประโยชน์ เงื่อนไขที่สำคัญโดยสรุป ปรากฏตามหัวข้อ 3 “การประกอบธุรกิจของแต่ละสายผลิตภัณฑ์”)
พ.ค. 2554	- วางจำหน่ายเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่ม อิชิตัน กรีนที แบบขวด ขนาดบรรจุ 420 มล.
ก.ย. 2554	- โรงงานเริ่มทดสอบกระบวนการผลิตครั้งแรกด้วยกำลังการผลิต 1 สายการผลิตขวด และ 1 สายการผลิตกล่อง
ต.ค. 2554	- เกิดเหตุการณ์มหาอุทกภัย ส่งผลให้บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายจากมหาอุทกภัยรวม 1,180.6 ล้านบาท ในขณะที่มีรายได้ที่รับรู้จากเงินสดขายจากบริษัทประกันภัยส่วนแรก จำนวน 600.0 ล้านบาท ทำให้บริษัทฯ มีผลขาดทุนสุทธิจากมหาอุทกภัยที่รับรู้ในปี 2554 จำนวน 580.6 ล้านบาท ในปีถัดไป บริษัทฯ ได้รับเงินสดชดเชยทั้งหมดจากบริษัทประกันภัย ทำให้ต้องรับรู้เป็นรายได้ส่วนที่เหลือในปี 2555 เพิ่มอีก จำนวน 518.8 ล้านบาท (สุทธิจากรายการขาดทุนจากการตัดจำหน่ายอาคารและอุปกรณ์ในปี 2555 จำนวน 50.5 ล้านบาท)
พ.ย. 2554	- เปลี่ยนชื่อบริษัทฯ เป็น บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด
<b>ปี 2555</b>	
ม.ค. 2555	- วางจำหน่ายเครื่องดื่มอิชิตัน กรีนที แบบกล่อง ขนาดบรรจุ 250 มล.
มี.ค.-เม.ย. 2555	- โรงงานเริ่มดำเนินการผลิตด้วยกำลังการผลิต 1 สายการผลิตขวด (มี.ค.) และ 1 สายการผลิตกล่อง (เม.ย.)
ก.ค. 2555	- เพิ่มกำลังการผลิตอีก 1 สายการผลิตกล่อง รวมเป็น 2 สายการผลิตกล่อง
ก.ย. 2555	- เพิ่มกำลังการผลิตอีก 1 สายการผลิตขวด รวมเป็น 2 สายการผลิตขวด - ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 4/2555 มีมติอนุมัติเพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 1,000.0 ล้านบาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 10.0 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้ 100 บาท/หุ้น โดยเป็นการเพิ่มทุนให้กับผู้ถือหุ้นเดิม - วางจำหน่ายเครื่องดื่มชาดำพร้อมดื่ม อิชิตัน ดราก้อน แบล็คที ขนาดบรรจุ 420 มล. - วางจำหน่ายเครื่องดื่มอิชิตัน กรีนที ขนาดบรรจุ 840 มล.
<b>ปี 2556</b>	
ม.ค. 2556	- จำหน่ายธุรกิจอาหาร
ก.พ. 2556	- วางจำหน่ายเครื่องดื่มชาเขียวสมุนไพรสูตรจับเลี้ยง เย็น เย็น โดย อิชิตัน ขนาดบรรจุ 400 มล.
มี.ค. 2556	- เพิ่มกำลังการผลิตอีก 1 สายการผลิตขวด รวมเป็น 3 สายการผลิตขวด
มิ.ย. 2556	- วางจำหน่ายเครื่องดื่มชาเขียวสมุนไพรสูตรจับเลี้ยง เย็น เย็น โดย อิชิตัน แบบกล่อง ขนาดบรรจุ 250 มล.
ก.ค. 2556	- ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 2/2556 มีมติอนุมัติการแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด และการเปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้จากหุ้นละ 100 บาท เป็นมูลค่าหุ้นละ 1 บาท พร้อมทั้งอนุมัติการเพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 1,300.0 ล้านบาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 1,300 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้ 1 บาท/หุ้น
<b>ปี 2557</b>	
มี.ค. 2557	- วางจำหน่ายเครื่องดื่มอิชิตัน ซีเล็คเตด เป็นเครื่องดื่มชาสูตรหวานน้อย ขนาดบรรจุ 450 มล. - วางจำหน่ายเครื่องดื่มเย็น เย็น โดยอิชิตัน แบบกระป๋องสลิม ขนาดบรรจุ 240 มล.

## ภาพรวมการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ

บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มภายใต้ชื่อการค้า อิชิตัน กรีนที, อิชิตัน ดับเบิลดริงค์, อิชิตัน ดราก้อน แบล็คที, เย็น เย็น โดย อิชิตัน, และ อิชิตัน ซีล็คเต็ด

สำหรับกลยุทธ์การตลาด บริษัทฯ วางตำแหน่งผลิตภัณฑ์เป็นเครื่องดื่มที่มีคุณภาพสูง เริ่มจากการคัดสรรวัตถุดิบตลอดจนกรรมวิธีการผลิตที่พิถีพิถันและบรรจุผลิตภัณฑ์ที่สะอาดปลอดภัย เพื่อสุขภาพของผู้บริโภคและรสชาติที่ยังคงความเป็นธรรมชาติ โดยผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ มีจุดเด่นหลักๆ คือ

- เป็นเครื่องดื่มคุณภาพที่ดีต่อสุขภาพ ผลิตจากใบชาเขียวออร์แกนิกที่ได้รับใบรับรองจากกรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์
- ผลิตภัณฑ์มีรูปลักษณะทันสมัย และมีขนาดบรรจุภัณฑ์ที่หลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในทุกกลุ่ม
- รสชาติตรงกับความชื่นชอบของคนไทย
- เป็นเครื่องดื่มที่รักและเติบโตไปพร้อมกับสังคมที่ดี

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 กำลังการผลิตรวมของบริษัทฯ เป็นดังนี้

- กำลังสายการผลิตขวดรวม 3 สายการผลิต หรือคิดเป็น 600 ล้านขวด/ปี (หรือเทียบเท่า 252 ล้านลิตร/ปี)
- กำลังสายการผลิตกล่องยูเอชทีรวม 2 สายการผลิต หรือคิดเป็น 200 ล้านกล่อง/ปี (หรือเทียบเท่า 50 ล้านลิตร/ปี)

ปัจจุบัน ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ มีทั้งหมด 5 สายผลิตภัณฑ์อยู่ในรูปแบบบรรจุภัณฑ์แบบขวดและกล่องยูเอชที

1. เครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่ม อิชิตัน กรีนที เป็นเครื่องดื่มชาเขียวที่มุ่งเน้นในคุณภาพของวัตถุดิบ มีทั้งหมด 11 รสชาติ ได้แก่ (1) รสต้นตำรับผสมดอกชา (2) รสน้ำผึ้งผสมมะนาว (3) รสคิคุชะ (เก๊กฮวย) (4) รสจุกข้าวญี่ปุ่น (5) สูตรไม่มีน้ำตาลผสม มีทังอะ (6) รสมิโตรีพันธ์ (7) รสเบอร์รี่เบอร์รี่ (8) รสแอปเปิ้ล กีวี (9) รสข้าวโพด (10) รสบัวญี่ปุ่น และ (11) อุหลง สูตรไม่มีน้ำตาล
2. เครื่องดื่มฟังก์ชันนัล อิชิตัน ดับเบิลดริงค์ เกิดจากการผสมผสานสมุนไพรไทยและผลไม้ที่มากคุณค่า มีทั้งหมด 4 รสชาติ ได้แก่ (1) ดับเบิลดริงค์ อัญชันและเบอร์รี่ (2) ดับเบิลดริงค์ มัลเบอร์รี่และแอปเปิ้ลแดง (3) ดับเบิลดริงค์ ไบเตยและยอดอ่อนข้าวสาลี และ (4) ดับเบิลดริงค์ กระเจี๊ยบและเชอร์รี่
3. เครื่องดื่มชาดำพร้อมดื่ม อิชิตัน ดราก้อนแบล็คที มีทั้งหมด 3 รสชาติ ได้แก่ (1) รสเลมอน (2) รสสตอเบอร์รี่ และ (3) รสมัลเบอร์รี่ซึ่งจะวางจำหน่ายในเดือนมีนาคม 2557
4. เครื่องดื่มชาเขียวผสมสมุนไพรสูตรจับเลี้ยง ภายใต้ชื่อการค้า เย็น เย็น โดย อิชิตัน
5. เครื่องดื่มชาพร้อมดื่มสูตรหวานน้อย อิชิตัน ซีล็คเต็ด มีทั้งหมด 2 รสชาติ ได้แก่ (1) รสมัทฉะ และ (2) รสอุหลง ซึ่งเครื่องดื่ม อิชิตัน ซีล็คเต็ด จะเริ่มวางจำหน่ายในเดือน มีนาคม 2557

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

เพื่อเป็นการรักษารฐานลูกค้าของช่องทางการจัดจำหน่ายแบบ Traditional Trade ที่เน้นกลุ่มเป้าหมายที่ไม่ทับซ้อนกับกลุ่มเป้าหมายของ DKSH และบุญรอดเอเชีย จึงได้มีการจัดตั้ง บริษัท ไอแอม กรีนที จำกัด (IGT) ขึ้นมาในเดือนมิถุนายน 2554 โดยมี คุณอิง ภาสกรนที (ภรรยาของคุณตัน ภาสกรนที) เป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ด้วยสัดส่วนการถือหุ้น 75% (อีก 25% ถือหุ้นโดยกลุ่มตระกูลไตร

พฤษภาคมซึ่งไม่มีความสัมพันธ์ใดๆ กับบริษัทและผู้บริหารของบริษัท) โดยมีจุดประสงค์เพื่อจัดจำหน่ายเครื่องต้มของอิชิตันในช่องทางประเภทชาป๊ว ต่อมาบริษัทฯ มีนโยบายชัดเจนที่จะเน้นการผลิต การตลาด และการสร้างแบรนด์ โดยจะไม่ทำธุรกรรมทางด้านการจัดจำหน่ายเองซึ่งต้องใช้เวลาของผู้บริหารในการจัดการรวมถึงกำลังพลจำนวนมาก บริษัทฯ จึงไม่จัดโครงสร้างให้ IGT อยู่ในกลุ่มของบริษัทฯ เพื่อนำเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และคุณเองจึงได้ขายหุ้น IGT ที่ตนถืออยู่ทั้งจำนวนให้แก่คุณธัญธิตา ภาสกรนที (พี่สาวของคุณต้น ภาสกรนที) ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ด้วยสัดส่วนการถือหุ้น 99.99% ในบริษัท โอ.จี.ที จำกัด (OGT) ทั้งนี้ OGT เดิมเป็นผู้จัดจำหน่ายเครื่องต้มชาเขียวในช่องทางประเภทชาป๊วของผู้ประกอบการชาเขียวรายหนึ่ง ต่อมาได้หยุดดำเนินการจำหน่ายเครื่องต้มชาเขียวให้กับผู้ประกอบการรายดังกล่าว ปัจจุบัน OGT มิได้ประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องหรือแข่งขันกันกับธุรกิจของบริษัทฯ และมีรายได้ค่าเช่าที่ดินจาก IGT ซึ่งผูกพันตามสัญญาเช่าเดิม ทั้งนี้ รายการระหว่างกันระหว่างบริษัทฯ กับ IGT ได้เปิดเผยในส่วนที่ 2-11 รายการระหว่างกัน โดยคณะกรรมการตรวจสอบได้มีการพิจารณาความสมเหตุสมผลของรายการและราคาของรายการระหว่างกันดังกล่าวแล้ว

## 2.2. โครงสร้างรายได้

สำหรับช่วงปี 2554 ถึงปี 2556 อิชิตันมีรายได้หลักมาจากการขายเครื่องต้มชาเขียว คิดเป็นสัดส่วนโดยเฉลี่ย 87.3% ของรายได้จากการขายรวม (สุทธิจากส่วนลดจ่าย) ซึ่งสัดส่วนการขายชาเขียวมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง สำหรับปี 2556 คิดเป็น 97.2% ของรายได้จากการขายรวม (สุทธิจากส่วนลดจ่าย)

โครงสร้างรายได้สำหรับปี 2554 ถึงปี 2556 สามารถสรุปได้ดังนี้

โครงสร้างรายได้	ปี 2554		ปี 2555		ปี 2556	
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
รายได้จากการขาย สุทธิ	1,056.8	100.0%	3,906.8	87.1%	6,484.4	99.3%
รายได้สุทธิจากมหาอุทกภัย	-	-	518.8	11.6%	-	-
รายได้อื่น	0.3	0.0%	57.3	1.3%	47.5	0.7%
รายได้รวม	1,057.1	100.0%	4,482.9	100.0%	6,531.8	100.0%
อัตราการเติบโตของยอดขาย	n/a		269.7%		66.0%	
ส่วนแบ่งตลาด*	7.7%		27.1%		42.1%	
จำนวนรสชาติ	9 รสชาติ		16 รสชาติ		17 รสชาติ	

ที่มา: \* ดัชนีค่าปลีกจาก Nielsen ข้อมูลไตรมาส 2557

## 2.3. เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ

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