

## สตาร์บัคส์ เดินหน้ายกระดับการสนับสนุนชาวไร่กาแฟภาคเหนือของไทย ผ่านโครงการพัฒนาระยะเวลา 3 ปี พาผลผลิตไทยสู่ระดับโลก

สตาร์บัคส์เลือกใช้เวที World of Coffee Bangkok 2026 เป็นมากกว่าพื้นที่โปรโมตสินค้า แต่วางเป็นจุดยุทธศาสตร์ในการสื่อสารแบรนด์ระดับโลก โดยมีข้อความหลักเพียงข้อความเดียวที่ส่งออกไปในทุกกิจกรรม นั่นคือ “เราไม่ได้แค่ซื้อกาแฟ เราลงทุนในทุกขั้นตอนของมัน”

เล่าเรื่องให้ครบห่วงโซ่ก่อนที่ใครจะถามถึง สิ่งที่น่าสนใจที่สุดในการปรากฏตัวของสตาร์บัคส์ครั้งนี้ไม่ใช่กาแฟบนโต๊ะชิม แต่คือการประกาศโครงการพัฒนาชาวไร่กาแฟภาคเหนือร่วมกับมูลนิธิพัฒนาชาวเขาแบบผสมผสาน (ITDF) ระยะเวลายาว 3 ปี ซึ่งตั้งใจเลือกประกาศในงานนี้ ต่อหน้าผู้เชี่ยวชาญและผู้รักกาแฟจากทั่วโลก ไม่ใช่ในแถลงข่าวทั่วไป นั่นคือกลยุทธ์แรกที่ถูกวางมาอย่างแม่นยำ เพราะกลุ่มคนในงาน World of Coffee คือกลุ่มที่ “อยากรู้ว่ากาแฟมาจากไหน” มากกว่าใครทั้งนั้น การประกาศความร่วมมือต่อหน้าคนกลุ่มนี้จึงมีน้ำหนักทางการตลาดมากกว่าการซื้อโฆษณาหลายเท่า สตาร์บัคส์ดึงเรื่องราวตลอดห่วงโซ่กาแฟมาเล่าพร้อมกันในคราวเดียว ตั้งแต่ชาวไร่ในเชียงใหม่ เชียงราย และแม่ฮ่องสอนที่จะได้รับการฝึกอบรมจากนักปฐพีวิทยาในสุมาตรา ไปจนถึง Master Roaster จากโตเกียวที่ยืนยันว่าความร้อนและเวลาส่งผลต่อกลิ่นหอมของเมล็ดกาแฟอย่างไร และจบลงที่บาร์ิสต้าไทยที่สาธิต Latte Art ด้วยความแม่นยำ ทุกฉากถูกออกแบบให้เป็นส่วนหนึ่งของเรื่องเล่าเดียวกัน ภายใต้แนวคิด Bean-to-Cup ที่แบรนด์ยึดถือมาตลอด

วาง Product ให้กาแฟไทยยืนเคียงไหล่โลก การจัดวาง Product Portfolio ในงานนี้มีนัยที่ชาญฉลาดซ่อนอยู่ สตาร์บัคส์นำกาแฟมาจัดแสดงทั้งหมด 8 รายการ โดยมีกาแฟไทยเป็นหนึ่งในไฮไลต์หลัก

ทั้ง Starbucks Reserve™ Thailand Mae Hong Son ที่คั่วอ่อน และ Muan Jai™ Blend ที่คั่วระดับกลาง ซึ่งถูกวางเคียงคู่กับกาแฟจากคอสตาริกา โคลอมเบีย และอินโดนีเซีย การจัดวางแบบนี้ไม่ใช่แค่การโชว์ความหลากหลาย แต่คือการ “ยกระดับสถานะ” กาแฟไทยในสายตาผู้ชมต่างชาติ ให้กาแฟจากภาคเหนือได้ยืนในลีกเดียวกับแหล่งปลูกชั้นนำของโลก และในช่วงปลายงาน สตาร์บัคส์ยังใช้โอกาสนี้เปิดตัวเครื่องดื่มกาแฟเย็นรายการใหม่ที่จะวางขายในไทยช่วงเดือนมิถุนายน สร้างกระแสคาดหวังได้อย่างแน่นอนโดยไม่ต้องพึ่งแคมเปญโฆษณาแยกต่างหาก

ออกแบบประสบการณ์ให้คนอยากเล่าต่อ แทนที่จะตั้งบูธแจกกาแฟฟรีแล้วจบ สตาร์บัคส์ออกแบบ Customer Journey ภายในงานให้ดึงดูดประสาทสัมผัสทุกด้านอย่างมีลำดับขั้น เริ่มด้วย Aroma Lab ที่ชวนให้ค้นพบว่ากลิ่นมีอิทธิพลต่อรสชาติอย่างไร ต่อด้วย Cupping Session ที่เปิดโอกาสให้เปรียบเทียบกาแฟจากหลากหลายแหล่งปลูก และปิดท้ายด้วยการสาธิต Latte Art ที่สวยงามพอจะให้นกหยิบโทรศัพท์ที่ขึ้นมาถ่ายเองโดยธรรมชาติ กิจกรรมเหล่านี้ทำงานบน logic เดียวกัน คือยังผู้ชมได้เรียนรู้มาก ก็ยิ่งรู้สึกว่าคุณแบรนด์มีความเชี่ยวชาญ และยิ่งรู้สึกอยากเล่าต่อให้คนอื่นฟัง ซึ่งก็คือ Earned Media ที่ไม่มีต้นทุนสื่อ

( ที่มา : MarketingOops! )

บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด

วันที่ 22 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2569

เรื่อง ขอเชิญประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2569

เรียน ท่านผู้ถือหุ้นของบริษัท

ตามที่คณะกรรมการของบริษัทมีมติให้เรียกประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2569 ในวันที่ 1 เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2569 เวลา 10.00 น. ณ สำนักงานของบริษัท เลขที่ 21 ซอยประชาชื่น นนทบุรี 5 แยก 4 ต.บางเขน อ.เมืองนนทบุรี จ.นนทบุรี เพื่อพิจารณาเรื่องต่าง ๆ ตามระเบียบวาระ ดังต่อไปนี้

- วาระที่ 1 พิจารณาการขอออกของกรรมการ
- วาระที่ 2 พิจารณาแต่งตั้งกรรมการใหม่แทนตำแหน่งที่ว่าง
- วาระที่ 3 พิจารณาเปลี่ยนแปลงกรรมการเก่า - ออก
- วาระที่ 3 พิจารณาเรื่องอื่น ๆ (ถ้ามี)

ดังนั้น จึงขอเรียนเชิญท่านผู้ถือหุ้นไปประชุมตามวัน เวลา และสถานที่ดังกล่าวข้างต้นโดยพร้อมเพรียงกันด้วย จากขอออกอย่างนี้

ขอแสดงความนับถือ  
มนตรีฯ ทศ จิตดีประสงค์  
กรรมการผู้ถือหุ้นของชัมเมอร์บี



แบบ พ.๒

หนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียน  
ตามพระราชบัญญัติจดทะเบียนพิมพ์ พุทธศักราช ๒๕๕๐

เลขทะเบียน ๙๙๙ ๕๕๕ ๒๘๖๐

หนังสือสำคัญนี้ออกให้ไว้เพื่อแสดงว่า บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด โดย นางสาวพรพรรณ เตชานุกัตรี  
เลขประจำตัวประชาชน ๓ ๑๐๐๘ ๐๐๖๖๕ ๙๓ ๖ เชื้อชาติ ไทย สัญชาติ ไทย อายุ ๓๕ ปี อาชีพ นักธุรกิจ  
ถิ่นที่อยู่บ้านเลขที่ ๔๖๗/๔ หมู่ที่ - ซอย - ถนน บางแวก  
แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานคร  
เป็น เจ้าของ หนังสือพิมพ์ชื่อ Prakard365 ประกาศ365

มีวัตถุประสงค์ เพื่อเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับ ด้านเศรษฐกิจ ธุรกิจ บัญชี สังคม และลงประกาศ

ภาษาที่หนังสือพิมพ์จะออก ภาษาไทยชนิดของหนังสือพิมพ์ที่ออก เป็นแผ่นระยะเวลาที่ออกหนังสือพิมพ์ รายวันชื่อสำนักงานของหนังสือพิมพ์ บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัดตั้งอยู่ ณ ที่ - เลขที่ ๔๖๗/๑ หมู่ที่ - ซอย -  
ถนน บางแวก แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานครชื่อสำนักงานของผู้โฆษณา บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัดตั้งอยู่ ณ ที่ - เลขที่ ๔๖๗/๑ หมู่ที่ - ซอย -  
ถนน บางแวก แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานครชื่อโรงพิมพ์ที่พิมพ์ บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัดตั้งอยู่ ณ ที่ - เลขที่ ๔๖๗/๑ หมู่ที่ - ซอย -  
ถนน บางแวก แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานคร

หนังสือพิมพ์ฉบับนี้ นางสาวพรพรรณ เตชานุกัตรี เป็นผู้พิมพ์  
นางสาวพรพรรณ เตชานุกัตรี เป็นผู้โฆษณา  
นางสาวพรพรรณ เตชานุกัตรี เป็นบรรณาธิการ  
บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด เป็นเจ้าของกิจการหนังสือพิมพ์

ออกให้ตั้งแต่วันที่ ๑๗ เดือน พฤษภาคม พุทธศักราช ๒๕๖๐

(ลงชื่อ)

นางสาวกนกอร ศักดาเดช

ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดแห่งชาติ

พนักงานเจ้าหน้าที่จดทะเบียนพิมพ์สำหรับจังหวัด กรุงเทพมหานคร