

ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท เจริญสุข จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) เริ่มประกอบธุรกิจเครื่องดื่ม โดยมีคณะผู้ก่อตั้งบริษัทจำนวนทั้งสิ้น 7 คน ได้ยื่นจดทะเบียนโดยมีทุนจดทะเบียนเริ่มต้น 8 ล้านบาท เริ่มเปิดดำเนินการเมื่อวันที่ 18 เมษายน 2495 และได้เริ่มผลิตเครื่องดื่มอัดลม “เป๊ปซี่” ที่โรงงานสีลมและนำออกจำหน่ายครั้งแรกเมื่อ 18 มีนาคม 2496 เป็นต้นมา

เมื่อวันที่ 31 มีนาคม 2554 คณะกรรมการได้มีมติยกเลิกสัญญา EBA ผลิตและจัดจำหน่ายเครื่องดื่มอัดลมภายใต้เครื่องหมายการค้าของเป๊ปซี่แต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย (Exclusive Bottling Appointment (“EBA”)) ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2554 ในวันที่ 29 เมษายน 2554 ได้ให้ความเห็นชอบการดำเนินการของบริษัทที่เกี่ยวข้องกับสัญญาระหว่างบริษัทกับเป๊ปซี่ (รวมถึงการเลิกสัญญา) ต่อมา ในเดือนกรกฎาคม 2554 บริษัทได้รับหนังสือจากบริษัท เป๊ปซี่-โคล่า (ไทย) เทรดิง จำกัด Seven-Up Nederland, B.V. (รวมเรียกว่า “กลุ่มเป๊ปซี่”) และบริษัท เอสเอส เนชั่นแนล โลจิสติกส์ จำกัด (“SSN”) (รวมเรียกกลุ่มเป๊ปซี่และ SSN ว่า “กลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่”) แจ้งว่า กลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่ได้ลงนามในสัญญาจะซื้อขายหุ้นของบริษัทโดยในส่วนของที่เกี่ยวข้องกับสัญญา EBA นั้น หากกลุ่มเป๊ปซี่เป็นฝ่ายขายหุ้นให้กับ SSN และ/หรือผู้ลงทุนฝ่าย SSN กำหนดเป็นเงื่อนไขให้บริษัทและเป๊ปซี่ดำเนินการขายระยะเวลาวันที่เลิกสัญญา EBA มีผลออกไปอีก 7 เดือน นับจากวันที่ 1 เมษายน 2555

ต่อมา บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ โลจิสติก จำกัด ซึ่งเป็นผู้ลงทุนฝ่าย SSN ได้ซื้อหุ้นจากกลุ่มเป๊ปซี่ และได้ทำคำเสนอซื้อหุ้นจากผู้ถือหุ้นของบริษัทบริษัทจึงได้ลงนามในหนังสือขายระยะเวลากการมีผลบังคับของการเลิกสัญญา EBA ออกไป มีกำหนด 7 เดือนนับแต่วันที่ 1 เมษายน 2555 ดังนั้น สัญญา EBA จะเป็นอันสิ้นสุดเมื่อสิ้นวันทำการของวันที่ 1 พฤศจิกายน 2555 ทั้งนี้ สัญญาอื่นที่เกี่ยวข้องกับสัญญา EBA คือ สัญญาความร่วมมือทางการตลาดและการโฆษณา (Agreement for Cooperative Advertising and Marketing Principles (“Coop”)) ก็สิ้นสุดในวันเดียวกัน ทั้งนี้ ภายหลังจากการสิ้นสุดสัญญา EBA บริษัทเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มอัดลมภายใต้เครื่องหมายการค้า “est” (เอส)

เมื่อวันที่ 23 ธันวาคม 2557 Great Brands Limited ซึ่งเป็นบริษัทย่อยทางตรงของบริษัทได้ทำสัญญาขายเครื่องหมายการค้า “เอส” ให้กับ Super Brands Company Pte. Ltd. ซึ่งเป็นบริษัทย่อยทางอ้อมของบริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) บริษัทจะนำเงินทุนที่ได้รับไปใช้ในการพัฒนากิจการด้านอื่นๆ โดยเฉพาะการเพิ่มศักยภาพการผลิตและการจัดจำหน่าย ซึ่งเป็นจุดแข็งของบริษัทอีกทั้งบริษัทในกลุ่มไทยเบฟจะสนับสนุนการพัฒนาเครื่องหมายการค้า “เอส” ให้เป็นที่รู้จักในระดับประเทศ และภูมิภาคต่อไป

ต่อมา เมื่อวันที่ 28 ธันวาคม 2558 บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ โลจิสติก จำกัด ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัท ณ ขณะนั้น ได้มีการจำหน่ายหุ้นสามัญของบริษัทจำนวน 171,923,138 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 64.66 ให้กับบริษัท ไช วอเตอร์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยทางอ้อมที่ถือหุ้นโดยบริษัทในกลุ่มบริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) ในสัดส่วนร้อยละ 100 ของจำนวนหุ้นทั้งหมด โดยการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวเป็นการดำเนินการเพื่อปรับโครงสร้างการถือหุ้นภายในของกลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่เท่านั้น และไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงอำนาจควบคุม รวมถึงนโยบายการบริหารและการดำเนินงานของบริษัทฯ

ปัจจุบัน บริษัทได้ดำเนินการตามแผนธุรกิจในอนาคตโดยอาศัยทรัพยากรต่างๆ ทรัพยากร รวมทั้งศักยภาพของระบบการจัดจำหน่ายและขนส่งสินค้าที่เข้มแข็ง เพื่อดำเนินการตามแผนธุรกิจในอนาคต และเพื่อสร้างการเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน

1.1 วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ เป้าหมายหรือกลยุทธ์ในการดำเนินงานของบริษัท

วิสัยทัศน์

บริษัท เสริมสุข จำกัด (มหาชน) มีวิสัยทัศน์ในการเป็นบริษัทผู้ผลิตและจัดจำหน่ายเครื่องดื่มครบวงจรที่มีคุณภาพและการบริการที่เป็นเลิศของประเทศไทย รวมถึงผลตอบแทนที่ดีกับผู้เกี่ยวข้อง

ภารกิจ

บริษัทมีภารกิจในการ “เติมสุขทุกโอกาส” ด้วยการผลิตเครื่องดื่มคุณภาพสูงให้กับผู้บริโภคและลูกค้าไทย เพื่อสร้างการเติบโตที่มั่นคงและยั่งยืน

วัตถุประสงค์และแผนการดำเนินธุรกิจ

สำหรับธุรกิจเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ เพื่อบรรลุเป้าหมายวิสัยทัศน์ 2020 ของบริษัทไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) บริษัทฯ ได้ปรับกลยุทธ์ในการเสริมโครงสร้างการดำเนินงานให้แข็งแกร่งให้อยู่ภายใต้ หลักการดำเนินงาน 4 ด้าน **แผนการดำเนินการภายใต้ 4 เสาธุรกิจ ได้แก่**

เสาธุรกิจที่ 1: ผลิตภัณฑ์ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย (Portfolio) มีการผลิตและบริหารจัดการแบรนด์ในกลุ่ม เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการให้ผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง

เสาธุรกิจที่ 2: การกระจายสินค้าครอบคลุมทุกพื้นที่ (Route to market) ผ่านการวางระบบการจัดการและการขนส่งให้มีประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อขยายและเจาะช่องทางการขายใหม่ๆ และสามารถตอบสนองความต้องการผู้บริโภคได้อย่างครอบคลุม

เสาธุรกิจที่ 3: เพิ่มประสิทธิภาพและกำลังการผลิต (Production) โดยมีความร่วมมือภายในกลุ่มไทยเบฟ ขยายกำลังการผลิตเพื่อเพิ่มอัตราการเติบโต และรองรับความต้องการของตลาด

เสาธุรกิจที่ 4: ดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน (Sustainability) คำนึงถึงการรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ในเรื่องของน้ำ ก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ และ ชุมชนรอบๆ โรงงาน เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างยั่งยืน

เป้าหมาย

บริษัทได้วางเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจในด้านต่างๆ ไว้ดังนี้

เป้าหมายในการเพิ่มยอดขายและส่วนแบ่งการตลาด

บริษัทมีการวางเป้าหมายในการเพิ่มยอดขายและส่วนแบ่งการตลาดในแต่ละปี โดยการตั้งเป้าหมายดังกล่าวจะคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ เช่น สภาพทั่วไปทางเศรษฐกิจ การเปลี่ยนแปลงรสนิยม และอุปนิสัยในการบริโภคของลูกค้า สภาพการแข่งขัน ข้อได้เปรียบเสียเปรียบของคู่แข่ง กิจกรรมของคู่แข่งในปีที่ผ่านมา เป็นต้น ทั้งนี้ การตั้งเป้าหมายของบริษัทจะคำนึงถึงสถานการณ์แนวโน้มในอดีต ประกอบกับการคาดการณ์ในอนาคต รวมทั้งการประเมินจุดอ่อนและจุดแข็งของบริษัทเพื่อ

วิเคราะห์และพิจารณาสร้างสรรคกิจกรรมต่างๆรวมถึงการเพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อเสริมสร้างให้ผลการดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้

เป้าหมายในการเพิ่มกำไร

นอกจากการเพิ่มยอดขาย บริษัทยังมุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพ และการควบคุมค่าใช้จ่ายในด้านต่างๆ โดยกำหนดดัชนีการวัดประสิทธิภาพ (Key Performance Indicator) ให้หน่วยงานต่างๆ ในองค์กรถือเป็นเป้าหมายในการดำเนินงาน และจะใช้ดัชนีการวัดประสิทธิภาพดังกล่าวเป็นเครื่องมือในการประเมินผลงานของพนักงานในหน่วยงานต่างๆ ด้วย

เป้าหมายในการพัฒนาบุคลากร

บริษัทมีนโยบายในการส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรทุกระดับ ทุกสายงานอย่างต่อเนื่องทั่วถึงและสม่ำเสมอ ทั้งในด้านความรู้ตามสายงาน วิชาการและด้านการจัดการ ตลอดจนเทคนิคต่างๆ ในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานมาอบรมและถ่ายทอดให้พนักงาน เพื่อนำไปใช้ในการปฏิบัติงานประจำวัน นอกจากนี้ ยังเน้นการพัฒนาบุคลากรในสภาพการปฏิบัติงานจริง โดยผ่านการสอนและแนะนำงานโดยผู้บังคับบัญชาในสายงาน การดูงานและการลงมือปฏิบัติจริงในรูปของคณะทำงาน เพื่อเพิ่มพูนความรู้และทักษะในการปฏิบัติงานและการบริหารงานของพนักงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสองปีที่ผ่านมาบริษัทได้เน้นในเรื่องการเพิ่มยอดขายและการกระจายสินค้า บริษัทจึงได้พยายามเน้นการฝึกอบรมและการพัฒนาพนักงานในด้านการขาย เพื่อเพิ่มพูนความรู้ เทคนิคและทักษะของพนักงานทุกระดับในสายงานขายอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ

เป้าหมายในการให้ผลตอบแทนแก่ผู้ถือหุ้น

บริษัทมีนโยบายให้ผลตอบแทนแก่ผู้ถือหุ้นในรูปของการจ่ายเงินปันผลอย่างสม่ำเสมอ ในอัตราที่เหมาะสม แต่ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 40 ของกำไรสุทธิของงบการเงินเฉพาะกิจการในแต่ละงวดบัญชีหลังจากหักสำรองตามกฎหมายและขาดทุนสะสมยกมาแล้ว (ถ้ามี) ตามผลประกอบการในแต่ละปี โดยการสร้างความเจริญและความมั่นคงให้กับบริษัทเพิ่มรายได้และผลกำไรให้กับธุรกิจด้วยกิจกรรมการตลาดที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งช่วยกระตุ้นให้เกิดความต้องการบริโภคเครื่องดื่มของบริษัทรวมทั้งการเพิ่มยอดขายและยอดขายให้มากยิ่งขึ้น เพื่อสร้างผลตอบแทนให้กับนักลงทุนและผู้ถือหุ้น

เป้าหมายในการเพิ่มการตอบสนองต่อสังคม

บริษัทมีนโยบายการดำเนินธุรกิจเคียงคู่กับความรับผิดชอบต่อสังคม โดยมุ่งเติมความสุขให้กับคนไทย ด้วยผลิตภัณฑ์คุณภาพมาตรฐานสากลในทุกโอกาสบนพื้นฐานที่เป็นธรรม เคารพสิทธิและการดำเนินชีวิตขั้นพื้นฐานของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยให้ความสำคัญต่อการดำเนินโครงการเพื่อสิ่งแวดล้อม ตลอดจนกระบวนการผลิต เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งขยายผลสู่สาธารณชนภายนอกผ่านการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมในหลากหลายมิติ โดยมีเป้าหมายในการร่วมเป็นเครือข่ายขับเคลื่อนสังคมไทยให้เกิดการพัฒนาด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืนต่อไป

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

การลงทุน

จากเงินทุนขั้นต้นในการก่อตั้งธุรกิจในปี พ.ศ. 2495 จนถึงปัจจุบัน บริษัทได้มีการเพิ่มทุนมาเป็นลำดับ ดังนี้

พ.ศ. 2495	ทุนจดทะเบียน	8,000,000 บาท	มูลค่าหุ้นละ 100 บาท
พ.ศ. 2496	เพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น	15,000,000 บาท	มูลค่าหุ้นละ 100 บาท
พ.ศ. 2509	เพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น	30,000,000 บาท	มูลค่าหุ้นละ 100 บาท
พ.ศ. 2512	เพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น	45,000,000 บาท	มูลค่าหุ้นละ 100 บาท
พ.ศ. 2529	เพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น	105,000,000 บาท	มูลค่าหุ้นละ 100 บาท
พ.ศ. 2534	เปลี่ยนมูลค่าหุ้นสามัญ จากหุ้นละ	100 บาท	เหลือมูลค่าหุ้นละ 10 บาท
พ.ศ. 2537	แปรสภาพจากบริษัทจำกัดเป็นบริษัทมหาชนจำกัดและเพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น	260,000,000 บาท	
พ.ศ. 2540	เพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น	265,000,000 บาท	มูลค่าหุ้นละ 10 บาท
พ.ศ. 2544	ลดทุนจดทะเบียนลง 542,340 บาท (54,234 หุ้น) ทำให้บริษัทมีทุนจดทะเบียนคงเหลือ 264,457,660 บาท (26,445,766 หุ้น) และต่อมาได้มีการเพิ่มทุน 3,500,000 บาท ทำให้บริษัทมีทุนจดทะเบียน 267,957,660 บาท (จำนวนหุ้น 26,795,766 หุ้น)		
พ.ศ. 2546	เปลี่ยนมูลค่าหุ้นสามัญ จากหุ้นละ 10 บาท เหลือมูลค่าหุ้นละ 1 บาท		
พ.ศ. 2552	ลดทุนจดทะเบียนลง 2,057,176 บาท ทำให้บริษัทมีทุนจดทะเบียนคงเหลือ 265,900,484 บาท (จำนวน 265,900,484 หุ้น)		

การขยายธุรกิจ

พ.ศ. 2495	ก่อสร้างและเปิดดำเนินการที่โรงงานสีลม
พ.ศ. 2510	เปิดโรงงานบางเขน บนเนื้อที่ 24 ไร่ 1 งาน 30 5/10 ตารางวา และย้ายเครื่องจักรเก่าจากโรงงานสีลมมาติดตั้ง ณ โรงงานบางเขน
พ.ศ. 2512	เปิดโรงงานนครราชสีมา บนเนื้อที่ 31 ไร่ 1 งาน 69 ตารางวา และขายที่ดินที่ถนนสีลม
พ.ศ. 2516	เปิดโรงงานนครสวรรค์ บนเนื้อที่ 24 ไร่ 1 งาน 89 8/10 ตารางวา
พ.ศ. 2518	เข้าเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
พ.ศ. 2521	เปิดโรงงานปทุมธานี บนเนื้อที่ 164 ไร่ 88 ตารางวา
พ.ศ. 2528	บริษัทได้เป็นผู้จัดจำหน่ายเครื่องบิน “เอ็ม-100” “เอ็ม-150” ให้กับบริษัท โอเอสเอส จำกัด
พ.ศ. 2536	บริษัทได้เป็นผู้จัดจำหน่ายน้ำแร่อลิวิค ให้กับบริษัท บีเอสเอ็นกรุ๊ป จำกัด ฝรั่งเศส เริ่มผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์ โดยใช้ชื่อว่า “คริสตัล” (Crystal)

- พ.ศ. 2538 บริษัทได้เพิ่มการจัดจำหน่ายเครื่องดื่ม “เอ็มสปอร์ต” และ “เอ็มคอฟฟี่” ให้กับบริษัท โอสธสกา จำกัด
- พ.ศ. 2540 บริษัทได้เริ่มผลิตและจัดจำหน่ายเครื่องดื่ม “ซาลิปตัน” ให้กับบริษัท ยูนิลีเวอร์ ไทย โฮลดิ้งส์ จำกัด เปิดโรงงานแปรรูปพลาสติกในบริเวณโรงงานปทุมธานี
- พ.ศ. 2541 เปิดโรงงานสุราษฏร์ธานี บนเนื้อที่ 67 ไร่ 1 งาน 78 ตารางวา
- พ.ศ. 2542 บริษัทได้เป็นผู้จัดจำหน่ายเครื่องดื่ม “โย” ให้กับบริษัท เสริมสุข วาย เอช เอส เบเวอร์เรจ จำกัด (บริษัท เสริมสุข เบเวอร์เรจ จำกัด ในปัจจุบัน)
- พ.ศ. 2545 เปิดโรงงานชลบุรี บนเนื้อที่ 42 ไร่ 3 งาน 72 ตารางวา
บริษัทได้คืนสิทธิการเป็นผู้จัดจำหน่ายเครื่องดื่ม “เอ็ม” ให้กับบริษัท โอสธสกา จำกัด และได้ทำสัญญาเป็นผู้จัดจำหน่ายเครื่องดื่ม “คาราบาวแดง” ให้กับบริษัท คาราบาวตะวันออก จำกัด
- พ.ศ. 2546 บริษัทได้รับสิทธิในการผลิตและจัดจำหน่ายเครื่องดื่มเกลือแร่ ภายใต้เครื่องหมายการค้า “เกเตอร์” ให้กับบริษัท Stokely Van Camp Inc. ประเทศสหรัฐอเมริกา
- พ.ศ. 2547 เลิกจำหน่ายนมถั่วเหลือง “โย”
- พ.ศ. 2548 ได้ทำสัญญาเป็นผู้จัดจำหน่ายเครื่องดื่ม “โออิชิ” ให้กับ บริษัท โออิชิ เทรดิง จำกัด
- พ.ศ. 2549 ได้ทำสัญญาเป็นผู้จัดจำหน่ายน้ำผลไม้บรรจุขวด “ทรอปิคานา” และ “ทวิสเตอร์” ให้กับบริษัท เป๊ปซี่ โคล่า (ไทย) เทรดิง จำกัด
- พ.ศ. 2555 เลิกจำหน่ายเครื่องดื่ม “คาราบาวแดง” และเครื่องดื่มภายใต้บริษัท เป๊ปซี่ โคล่า (ไทย) เทรดิง จำกัด คือ เครื่องดื่มเป๊ปซี่ มินิซ่า เซเวนอัพ ทรอปิคานา ทวิสเตอร์
เริ่มผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่ม “เอส” ในวันที่ 2 พฤศจิกายน 2555
บริษัท เสริมสุข โฮลดิ้งส์ จำกัด ได้เข้าซื้อกิจการบริษัท เครื่องดื่มแรงเยาว์ (2008) จำกัด เพื่อผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่ม “แรงเยาว์” “พาวเวอร์พลัส” และอื่นๆ ให้กับบริษัทฯ
- พ.ศ. 2556 เครื่องดื่ม “เอส” เพิ่มบรรจุภัณฑ์ขนาด 250 มล. และขวดแก้ว 850 มล. นอกจากนั้น ได้เริ่มผลิตและจำหน่าย “เอส” กลิ่นส้ม สตรอเบอร์รี่ ครีมไชดา และเลมอนโลม น้ำดื่ม “คริสตัล” เพิ่มบรรจุภัณฑ์ขวดพีอีที ขนาด 1 ลิตร, จำหน่ายเครื่องดื่มบำรุงกำลัง “แรงเยาว์” และจำหน่ายสาหร่ายทอด “โอโนริ”
- พ.ศ. 2557 เครื่องดื่ม “เอส” เพิ่มบรรจุภัณฑ์ขวดแก้ว 16 ออนซ์ และขวดพีอีที 1.6 ลิตร และปรับโฉม 3 ขนาดใหม่ ได้แก่ “เอส สลิกแคน 325 มล.” “เอส สลิกแคน 250 มล.” และ “เอส คูลแฮนด์” ขวดแก้วชนิดไม่คืนขวด 250 มล. และเริ่มผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มซูการ์ฟรี “เอส ฟรี”
Great Brands Limited ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัทได้ทำสัญญาขายเครื่องหมายการค้า “เอส” ให้กับ Super Brands Company Pte. Ltd. ในวันที่ 23 ธันวาคม 2557

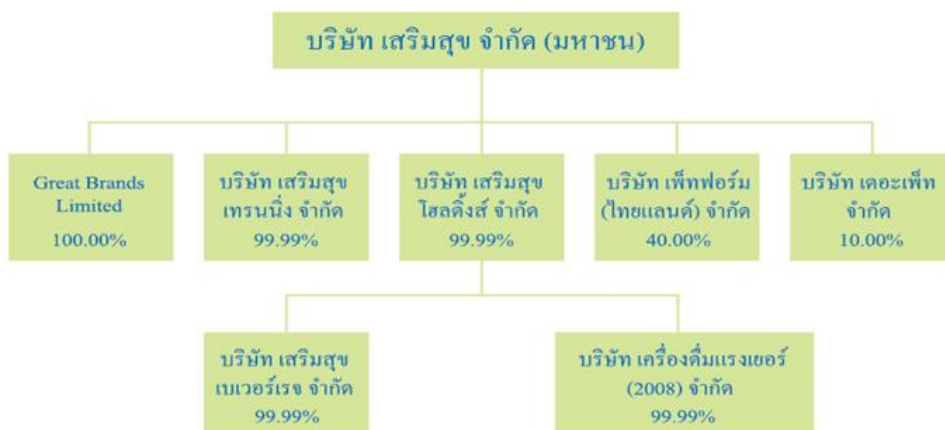
- พ.ศ. 2558 เครื่องดื่ม “เอส” เพิ่มกลิ่น “ลิ้นจี่แพร์” ในบรรจุภัณฑ์แบบสลิกแคนขนาด 325 มล. และขวดพีอีทีขนาด 490 มล. และ 1.6 ลิตร เริ่มจัดจำหน่ายในเดือนมกราคม
- เริ่มจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ใหม่ คือ เครื่องดื่ม “100 พลัส” และเครื่องดื่ม “จับใจ” ในเดือนกุมภาพันธ์ และเดือนมีนาคม ตามลำดับ
- มีการส่งออกเครื่องดื่มชูกำลังแรงเยอร์ไปยังตลาดประเทศมาเลเซีย
- เริ่มจำหน่ายเครื่องดื่มโซดา “ช้าง”
- เครื่องดื่ม “โออิชิ” เพิ่มรสชาติใหม่ ได้แก่ 1) โออิชิ กรีนที รสแตงโม พีอีที ขนาด 380 มล. 2) ชาคูลล์ซ่า รสน้ำผึ้งผสมมะนาว รสชาดำนะนาว สลิกแคน ขนาด 320 มล. 3) โออิชิ ฟรุ๊ตโตะ รสสตรอเบอร์รี่ เมล่อน รสแอปเปิ้ลเขียว องุ่นขาว ขวดพีอีที ขนาด 380 มล. 4) โออิชิ คาปูเชนนะ ขวดพีอีที ขนาด 500 มล. สำหรับบมจ. เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ กรุ๊ป และบริษัทในเครือ
- พ.ศ. 2559 เครื่องดื่ม “เอส” ออกผลิตภัณฑ์รสชาติใหม่ ได้แก่ เอสกลิ่น “เกรปเบอร์รี่” ในบรรจุภัณฑ์แบบแคน ขนาด 250 มล. และขวดพีอีที ขนาด 490 มล., 515 มล., 1 ลิตร, 1.6 ลิตร และ RB ขนาด 12 ออนซ์, 16 ออนซ์ ในเดือนมีนาคม และเครื่องดื่มโคล่าผสมกลิ่นส้ม ในเดือนกรกฎาคม โดยอยู่ในรูปบรรจุภัณฑ์แบบแคน ขนาด 250 มล. และพีอีที ขนาด 490 มล., 515 มล., 1 ลิตร และ 1.6 ลิตร ออกจำหน่ายโออิชิ ชาเขียว กลิ่นองุ่นเขียวไฮพีอีที ขนาด 380 มล. และในเดือนธันวาคม ได้ออกจำหน่ายโออิชิ **กลิ่นชาทุเรียน สตรอเบอร์รี่** บรรจุในพีอีที 380 มล. และ 500 มล.
- เปิดตัวผลิตภัณฑ์โซดาใหม่ภายใต้แบรนด์ **“รีด เม้าเท็น”** ผลิตด้วยเทคโนโลยี **โคลด์ อินฟิวชั่น** ในรูปแบบไม้คั้นขวด ขนาด 325 มล.
- ในเดือนธันวาคม ผลิตภัณฑ์ “100 พลัส” ได้ออกรสชาติใหม่ รสเบอร์รี่ ขนาดบรรจุภัณฑ์ 445 มล. สัญญาผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มเกลือแร่ “เกเตอเรด” และ “ซาลิแพน” ในขวดพีอีที และแคน ของบริษัทในเครือ ได้สิ้นสุดลงในปีนี้อย่างไรก็ตาม บริษัทยังคงเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายในแบบบรรจุภัณฑ์ขวดแก้ว
- พ.ศ. 2560 เครื่องดื่ม “เอส” ออกผลิตภัณฑ์รสชาติใหม่ ได้แก่ เอสกลิ่น “สวាយเอียน พันช์” ในบรรจุภัณฑ์แบบ แคน ขนาด 250 มล. และขวดพีอีทีขนาด 490 มล., 515 มล., 1 ลิตร, 1.6 ลิตร และ ขวดแก้วขนาด 12 ออนซ์ ในเดือนกุมภาพันธ์
- ผลิตภัณฑ์ **รีด เม้าเท็น** โซดา ออกผลิตภัณฑ์รูปแบบคั้นขวดขนาด 400 มล. ในเดือนมกราคม
- เครื่องดื่ม “เอส” ออกผลิตภัณฑ์รสชาติใหม่ ได้แก่ เอสกลิ่นเมล่อนบิงซู ในรูปแบบขวดพีอีที ขนาด 390 มล, 515 มล., 1 ลิตร, 1.6 ลิตร และ ขวดแก้วขนาด 12 ออนซ์ และกลิ่นแมงโกบิงซู ในรูปแบบขวดพีอีที ขนาด 390 มล., 515 มล., 1 ลิตร, 1.6 ลิตร และออกจำหน่ายโออิชิ ชาเขียว กลิ่นส้มยูสุ พีอีที ขนาด 380 มล. ในเดือนพฤศจิกายน

พ.ศ. 2561 ผลิตภัณฑ์ “100 พลัส” ได้ออกกรสชาติใหม่ คือ รสเกรปเบอร์ขนาดบรรจุภัณฑ์ 370 มล. ในเดือนมีนาคม
เริ่มผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชาสี บรรจุภัณฑ์ขวดแก้ว (แบบไม่คืนขวด) 250 มล. ในเดือนกรกฎาคม
ยกเลิกการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ลิปตันไอชี่ที่ขวดแก้ว ในเดือนมิถุนายน

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

บริษัท เสริมสุข จำกัด (มหาชน) มีผู้ถือหุ้นหลัก 2 กลุ่ม คือ บริษัท โซ วอเตอร์ จำกัด และบริษัท เอสเอส เนชั่นแนล โลจิสติกส์ จำกัด บริษัทมีบริษัทในเครือ คือ บริษัท เสริมสุข เบเวอร์เรจ จำกัด (บริษัทย่อยทางอ้อม) ดำเนินธุรกิจ เป็นผู้ผลิตและรับจ้างผลิตเครื่องดื่มชาลิปตัน และจำหน่ายให้บริษัทเป็นผู้จัดจำหน่ายโดยตรง หรือจำหน่ายให้บริษัท เป๊ปซี่-โคล่า (ไทย) เทรดิง จำกัด ซึ่งจะจำหน่ายต่อให้บริษัทเป็นผู้จัดจำหน่ายให้อีกต่อหนึ่ง ปัจจุบันหุ้นของบริษัท เสริมสุข เบเวอร์เรจ จำกัด (ร้อยละ 99.99) ถือโดยบริษัท เสริมสุข โฮลดิ้งส์ จำกัด (บริษัทย่อยทางตรง) ซึ่งจัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 23 พฤศจิกายน 2549 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อถือหุ้น และบริหารการลงทุนของบริษัทในเครือของเสริมสุข

บริษัท เสริมสุข จำกัด (มหาชน) ยังถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 40 ในบริษัท เพ็ทฟอรัม (ไทยแลนด์) จำกัด ซึ่งเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายหลอดพลาสติกเพื่อใช้ในการผลิตขวดพีอีทีและฝาพลาสติก นอกจากนี้ บริษัท เสริมสุข โฮลดิ้งส์ จำกัด (บริษัทย่อยทางตรง) ได้เข้าซื้อกิจการบริษัท เครื่องดื่มแรงเยอร์ (2008) จำกัด เพื่อผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่ม “แรงเยอร์” และ “พาวเวอร์พลัส” ให้กับบริษัทเพื่อจัดจำหน่าย



กิจการที่บริษัทลงทุนตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป

บริษัท เสริมสุข โฮลดิ้งส์ จำกัด (บริษัทย่อยทางตรง)

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ เลขที่ 90 อาคารซีดับเบิลยู ทาวเวอร์ ชั้น 31-32 ถนนรัชดาภิเษก แขวงห้วยขวาง
เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร 10310

โทรศัพท์ 0-2783-9000

โทรสาร 0-2783-9092-3

ธุรกิจหลัก ถือหุ้นและบริหารการลงทุนในบริษัทในเครือ

จำนวนและชนิดหุ้นที่ออกจำหน่าย		จำนวนหุ้นที่บริษัทถือ	
หุ้นสามัญ	มูลค่าหุ้นละ	หุ้น	อัตราร้อยละ
60,000,000 หุ้น	10 บาท	59,999,998 หุ้น	99.99

บริษัท เสริมสุข เทรนนิง จำกัด (บริษัทย่อยทางตรง)

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ เลขที่ 90 อาคารซีดับเบิลยู ทาวเวอร์ ชั้น 31-32 ถนนรัชดาภิเษก แขวงห้วยขวาง
เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร 10310

โทรศัพท์ 0-2783-9000

โทรสาร 0-2783-9092-3

ธุรกิจหลัก บริการพัฒนาบุคลากรและองค์กร

จำนวนและชนิดหุ้นที่ออกจำหน่าย		จำนวนหุ้นที่บริษัทถือ	
หุ้นสามัญ	มูลค่าหุ้นละ	หุ้น	อัตราร้อยละ
1,000,000 หุ้น	10 บาท	999,980 หุ้น	99.99

Great Brands Limited (บริษัทย่อยทางตรง)

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ Room 90-12, Silvercord, Tower 1, 30 Canton Road, Tsim Sha Tsui, Kowloon, Hong Kong

โทรศัพท์ 852 2375 6648

โทรสาร 852 2375 6188

ธุรกิจหลัก บริหารตราสินค้า

จำนวนและชนิดหุ้นที่ออกจำหน่าย		จำนวนหุ้นที่บริษัทถือ	
หุ้นสามัญ 1,000,000 หุ้น	มูลค่าหุ้นละ HKD 1	หุ้น 1,000,000 หุ้น	อัตราร้อยละ 100.00

บริษัท เพ็ทฟอร์ม (ไทยแลนด์) จำกัด

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ เลขที่ 85 หมู่ที่ 11 ถนนบางนา-ท่าโสม ต.เขาสมคอน อ.ท่าเรือ จ.ลพบุรี 15180
โทรศัพท์ 0-3648-9116-7
โทรสาร 0-3648-9115
ธุรกิจหลัก ผลิตและจัดจำหน่ายหลอดพลาสติกเพื่อทำขวดพีอีที ขวดพีอีที และฝาพลาสติก

จำนวนและชนิดหุ้นที่ออกจำหน่าย		จำนวนหุ้นที่บริษัทถือ	
หุ้นสามัญ 7,500,000 หุ้น	มูลค่าหุ้นละ 10 บาท	หุ้นสามัญ 3,000,000 หุ้น	อัตราร้อยละ 40.00

บริษัท เดอะเพ็ท จำกัด

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ 23/4 หมู่ที่ 2 ตำบลบ้านฉาง อำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี 12000
โทรศัพท์ 0-2581-7950-2, 0-2581-6386
โทรสาร 0-2581-5618
ธุรกิจหลัก ผลิตและจำหน่ายขวดพลาสติกและขวดพีอีที

จำนวนและชนิดหุ้นที่ออกจำหน่าย		จำนวนหุ้นที่บริษัทถือ	
หุ้นสามัญ 700,000 หุ้น	มูลค่าหุ้นละ 100 บาท	หุ้นสามัญ 70,000 หุ้น	อัตราร้อยละ 10.00

กิจการที่บริษัท เสริมสุข โฮลดิ้งส์ จำกัด ลงทุนตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป

บริษัท เสริมสุข เบเวอร์เรจ จำกัด (บริษัทย่อยทางอ้อม)

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ เลขที่ 90 อาคารซีดับเบิลยู ทาวเวอร์ ชั้น 31-32 ถนนรัชดาภิเษก แขวงห้วยขวาง เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร 10310
โทรศัพท์ 0-2783-9000
โทรสาร 0-2783-9092-3
ธุรกิจหลัก ผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่ม

จำนวนและชนิดหุ้นที่ออกจำหน่าย		จำนวนหุ้นที่ถือโดยบริษัท เสริมสุข โฮลดิ้งส์ จำกัด	
หุ้นสามัญ	มูลค่าหุ้นละ	หุ้นสามัญ	อัตราร้อยละ
68,958,615 หุ้น	10 บาท	68,958,613 หุ้น	99.99

บริษัท เครื่องดื่มแรงเยอร์ (2008) จำกัด (บริษัทย่อยทางอ้อม)

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ เลขที่ 90 อาคารซีดับเบิลยู ทาวเวอร์ ชั้น 31-32 ถนนรัชดาภิเษก แขวงห้วยขวาง เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร 10310

โทรศัพท์ 0-2783-9000

โทรสาร 0-2783-9092-3

ธุรกิจหลัก ผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มบำรุงกำลัง

จำนวนและชนิดหุ้นที่ออกจำหน่าย		จำนวนหุ้นที่ถือโดยบริษัท เสริมสุข โฮลดิ้งส์ จำกัด	
หุ้นสามัญ	มูลค่าหุ้นละ	หุ้นสามัญ	อัตราร้อยละ
20,000,000 หุ้น	10 บาท	19,999,980 หุ้น	99.99

1.4 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

สินค้าที่มีความเกี่ยวข้องกับบริษัทในเครือหลักๆ มีดังต่อไปนี้

1. บริษัท เพ็ทฟอร์ม (ไทยแลนด์) จำกัด : บริษัท เสริมสุข จำกัด (มหาชน) ถือหุ้น 40%

ประกอบธุรกิจ : ผลิต และจำหน่าย Preform และขวด PET

ความสัมพันธ์ : บริษัทมีการสั่งซื้อ Preform และขวด PET กับบริษัท Petform ที่มีสัดส่วนการสั่งซื้อ ดังนี้
 ฝาพลาสติกสัดส่วนร้อยละ 60 ของยอดสั่งซื้อ
 ขวด PET สัดส่วนร้อยละ 35 ของยอดสั่งซื้อ

แนวทางการสั่งซื้อ : บริษัทพิจารณาโครงสร้างราคา และเปรียบเทียบราคากับราคาในท้องตลาด โดยสั่งซื้อเป็น Volume และยื่นราคาในช่วงเวลาที่ตกลงกัน

2. บริษัท ไทย เบเวอร์เรจ แคน จำกัด : บริษัทในกลุ่ม TCC ถือหุ้น

ประกอบธุรกิจ : จำหน่ายกระป๋องอลูมิเนียม

ความสัมพันธ์ : บริษัทมีการใช้กระป๋องอลูมิเนียมเป็นบรรจุภัณฑ์ จึงมีการสั่งซื้อกระป๋อง และฝาอลูมิเนียมในสัดส่วนร้อยละ 100 ของยอดสั่งซื้อทั้งหมด

แนวทางการสั่งซื้อ : บริษัทพิจารณาโครงสร้างราคา และเปรียบเทียบราคากับราคาในท้องตลาด และสั่งซื้อเป็น Volume และคงราคาในช่วงเวลาที่ตกลงกันประมาณ 6 เดือน ถึง 12 เดือน

3. บริษัท อาคเนย์ ประกันภัย จำกัด (มหาชน) : บริษัทในกลุ่ม TCC ถือหุ้น

ประกอบธุรกิจ : ให้บริการด้านการประกันภัย

ความสัมพันธ์ : บริษัทมีการทำประกันภัย ทรัพย์สิน ยานพาหนะ

แนวทางการสั่งซื้อ : บริษัทพิจารณาราคาและเปรียบเทียบราคาของผู้ให้บริการรายอื่น โดยเปรียบเสมือนบริษัท อาคเนย์ เป็นผู้ให้บริการรายหนึ่ง โดยทำการประกวดราคาปีละ 1 ครั้ง

4. **บริษัท ไทยดรีมส์ จำกัด : บริษัทย่อยทางตรงของบริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน)**
 ประกอบธุรกิจ: ซื้อมาขายไป รวมถึงเป็นตัวแทนในการนำเข้าหัวน้ำเชื้อในการผลิตน้ำอัดลมจากต่างประเทศ
 ความสัมพันธ์: บริษัทจ้างผลิตสินค้าประเภทน้ำดื่ม บริษัทมีการสั่งซื้อหัวน้ำเชื้อในการผลิตน้ำอัดลมในสัดส่วนร้อยละ 100 ของยอดสั่งซื้อทั้งหมด
 แนวทางการสั่งซื้อ: บริษัทพิจารณาโครงสร้างราคา และเปรียบเทียบราคากับราคาสั่งซื้อในอดีต โดยสั่งซื้อเป็น Volume และคงราคาในช่วงเวลาที่ตกลงกันประมาณ 1 ปี
5. **บริษัท โออิชิ เทรดดิ้ง จำกัด : บริษัทย่อยทางตรงของบริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน)**
 ประกอบธุรกิจ: ประกอบธุรกิจอาหารญี่ปุ่น และเครื่องดื่มชาเขียว "โออิชิ" "ชาคูลล์ชา" "ฟรุ๊ตโตะ" "คาปูเชโน่" และเครื่องดื่ม "โอเอิร์บ"
 ความสัมพันธ์: บริษัทจ้างผลิตสินค้าประเภทน้ำดื่ม จัดจำหน่ายเครื่องดื่มชาเขียว "โออิชิ" แบบคั้นขวด และแบบไม่คั้นขวด
 แนวทางการสั่งซื้อ: บริษัทพิจารณาโครงสร้างราคา และเปรียบเทียบราคากับราคาสั่งซื้อในอดีต โดยสั่งซื้อเป็น Volume และคงราคาในช่วงเวลาที่ตกลงกันประมาณ 1 ปี
6. **บริษัท โมเดอร์นเทรด แมนเนจเม้นท์ จำกัด : บริษัทย่อยทางตรงของบริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน)**
 ประกอบธุรกิจ: ซื้อมาขายไป การขายส่ง-ปลีก เหล้า เบียร์ ไชดา เครื่องดื่ม
 ความสัมพันธ์: บริษัทขายสินค้าสำเร็จรูปเพื่อจัดจำหน่ายผ่านช่องทางโมเดอร์นเทรด
 แนวทางการสั่งซื้อ: บริษัทพิจารณาโครงสร้างราคา และเปรียบเทียบราคากับราคาสั่งซื้อในอดีต โดยสั่งซื้อเป็น Volume และคงราคาในช่วงเวลาที่ตกลงกันประมาณ 1 ปี
7. **บริษัท ภิรมย์สุรางค์ จำกัด : บริษัทย่อยทางตรงของบริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน)**
 ประกอบธุรกิจ: ตัวแทนจำหน่ายเบียร์ สุราและเครื่องดื่มไม่ผสมแอลกอฮอล์
 ความสัมพันธ์: บริษัทแต่งตั้งเป็นผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทุกประเภทของบริษัทฯ
 แนวทางการสั่งซื้อ: บริษัทพิจารณาโครงสร้างราคา และเปรียบเทียบราคากับราคาสั่งซื้อในอดีต โดยสั่งซื้อเป็น Volume และคงราคาในช่วงเวลาที่ตกลงกันประมาณ 1 ปี
8. **บริษัท เบียร์ทิพย์ บิวเวอร์รี่ (1991) จำกัด : บริษัทย่อยทางตรงของบริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน)**
 ประกอบธุรกิจ: ผลิตเบียร์ น้ำดื่ม และน้ำชา
 ความสัมพันธ์: บริษัทจ้างผลิตสินค้าประเภทน้ำดื่ม
 แนวทางการสั่งซื้อ: บริษัทพิจารณาโครงสร้างราคา และเปรียบเทียบราคากับราคาสั่งซื้อในอดีต โดยสั่งซื้อเป็น Volume และคงราคาในช่วงเวลาที่ตกลงกันประมาณ 1 ปี
9. **บริษัท เบียร์ไทย (1991) จำกัด (มหาชน) : บริษัทย่อยทางตรงของบริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน)**
 ประกอบธุรกิจ: ผลิตเบียร์ น้ำดื่ม และน้ำชา
 ความสัมพันธ์: บริษัทจ้างผลิตสินค้าประเภทน้ำดื่ม
 แนวทางการสั่งซื้อ: บริษัทพิจารณาโครงสร้างราคา และเปรียบเทียบราคากับราคาสั่งซื้อในอดีต โดยสั่งซื้อเป็น Volume และคงราคาในช่วงเวลาที่ตกลงกันประมาณ 1 ปี

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

โครงสร้างรายได้

หน่วย : ล้านบาท

ประเภทรายได้	2561 (12 เดือน)		2560 (12 เดือน)		2559 (9 เดือน)	
	รายได้	%	รายได้	%	รายได้	%
รายได้จากการขายเครื่องดื่มประเภทอัดลม	4,548	42.03%	4,379	41.22%	3,388	41.84%
รายได้จากการขายเครื่องดื่มประเภทไม่อัดลม	6,272	57.97%	6,244	58.78%	4,709	58.16%
รวม	10,820	100.00%	10,623	100.00%	8,097	100.00%

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

สินค้าและบริการของบริษัทสามารถแบ่งตามการดำเนินงานภายใต้ 4 เสาธุรกิจหลัก ดังนี้

1. การผลิตและจัดจำหน่ายน้ำดื่ม

น้ำดื่มภายใต้เครื่องหมายการค้า “คริสตัล”

2. การผลิตและจัดจำหน่ายเครื่องดื่มไม่อัดลม

ชาเขียวพร้อมดื่มชนิดคั้นสด รสน้ำผึ้งผสมมะนาวและรสลิ้นจี่ ภายใต้เครื่องหมายการค้า “โออิชิ”
เครื่องดื่มบำรุงกำลัง ภายใต้เครื่องหมายการค้า “แรงเยอร์”
เครื่องดื่มเกลือแร่ ภายใต้เครื่องหมายการค้า “พาวเวอร์พลัส”

3. ผู้จัดจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม

ชาเขียวพร้อมดื่มชนิดกระป๋องและขวดพีอีที ภายใต้เครื่องหมายการค้า “โออิชิ”
น้ำชาดำ ภายใต้เครื่องหมายการค้า “Rock Mountain”
เครื่องดื่มสมุนไพรสูตรจับเลี้ยงพร้อมดื่ม ภายใต้เครื่องหมายการค้า “จับใจ”

4. การผลิตและจัดจำหน่ายเครื่องดื่มอัดลม

เครื่องดื่มอัดลม ภายใต้เครื่องหมายการค้า “เอส”
เครื่องดื่มอัดลมเพื่อสุขภาพ ภายใต้เครื่องหมายการค้า “100 พลัส”
เครื่องดื่มอัดลม ภายใต้เครื่องหมายการค้า “ซาสี”

2.2 การตลาดและการแข่งขัน

(ก) นโยบายการแข่งขันและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

บริษัทเน้นการแข่งขันในตลาดเครื่องดื่มสำหรับผู้บริโภคทั่วไป โดยมีกลุ่มลูกค้าเป็นกลุ่มร้านค้าและร้านอาหาร ตั้งแต่ระดับเล็กจนถึงขนาดใหญ่ รวมกว่า 200,000 แห่งทั่วประเทศ ทั้งนี้ บริษัทมุ่งดำเนินงานภายใต้ 4 เสาธุรกิจหลัก ได้แก่

เสาธุรกิจที่ 1: ผลิตภัณฑ์ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย (Portfolio) มีการผลิตและบริหารจัดการแบรนด์ในกลุ่ม เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการให้ผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง

เสาธุรกิจที่ 2: การกระจายสินค้าครอบคลุมทุกพื้นที่ (Route to market) ผ่านการวางระบบการจัดการและการขนส่ง ให้มีประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อขยายและเจาะช่องทางการขายใหม่ๆ และสามารถตอบสนองความต้องการผู้บริโภคได้อย่างครอบคลุม

เสาธุรกิจที่ 3: เพิ่มประสิทธิภาพและกำลังการผลิต (Production) โดยมีความร่วมมือภายในกลุ่มไทยเบฟ ขยายกำลังการผลิตเพื่อเพิ่มอัตราการเติบโต และรองรับความต้องการของตลาด

เสาธุรกิจที่ 4: ดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน (Sustainability) คำนึงถึงการรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ในเรื่องของน้ำก๊าศคาร์บอนไดออกไซด์ และ ชุมชนรอบๆโรงงาน เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างยั่งยืน

ผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์

บริษัทดำเนินการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ต่างๆ เพื่อให้กระจายสินค้าไปยังร้านค้า ร้านอาหาร ผู้บริโภคทั่วประเทศ ด้วยศักยภาพของบริษัทผ่านรถขายมากกว่า 1,000 คัน

(ข) ภาวะการตลาดและการแข่งขัน

เครื่องดื่มอัดลม “เอส”

ภาวะการณ์แข่งขันตลาดเครื่องดื่มอัดลมของประเทศไทยในปีที่ผ่านมา มีการแข่งขันที่สูง ส่งผลให้แบรนด์ต่างๆในตลาดเครื่องดื่มอัดลมต่างก็ดกกลยุทธ์เพื่อหวังช่วงชิงส่วนแบ่งการตลาดที่มีมูลค่ารวมกว่าห้าหมื่นล้านบาท เครื่องดื่มอัดลม “เอส” นั้น ยังคงตอกย้ำกระแสความแรงของแบรนด์แอมบาสเดอร์ GOT7 (ก็อตเซเวน) เป็นตัวแทนต่อ ยอดความสำเร็จ โดยในปี 2561 ได้ปล่อยแคมเปญโฆษณา “เอส โคล่า ซ้ำซัดสุดซ่า ม่วนอีหลี กับ GOT 7” นำไฮดอลเกาหลี GOT 7 บอยแบนด์ยอดนิยมอันดับ 1 ในไทย มาเปลี่ยนลุคพร้อมสัมผัสความเป็นไทย และผสานสองวัฒนธรรมความซ่า ซัดสุดซ่าเป็นครั้งแรก ทั้งการเดินสได์เกาหลีและการละเล่นลาวกระทบไม้ของไทยได้อย่างลงตัว นอกจากนี้ยังนำเอสโคล่าขวดแก้ว มาเป็นไฮไลท์ในฉากโฆษณาและสื่อสนับสนุนต่างๆ ในแคมเปญดังกล่าว

นอกจากนี้ยังเพิ่มกลยุทธ์รับหน้าร้อนกับโปรโมชัน “ซ่าซัดรับซัมเมอร์” กับ “เอส ซ้ำซัดเลือกได้” การต่อยอด ความสำเร็จของนวัตกรรมโปรโมชันเลือกได้ กับกองทัพของรางวัลสุดซ่าซัดโดนใจทั้งวัยทีนและคนทั้งประเทศ ที่มีของรางวัลให้ได้เลือกมากขึ้น

นอกจากนี้ยังเพิ่มกลยุทธ์การผลักดัน “เอส เพลย์” ให้เป็นเครื่องดื่มสุดซ่าโดนใจกลุ่มเป้าหมายวัยรุ่นทั่วประเทศ ด้วยการฉีกกฎนวัตกรรม “บิงซูดื่มได้” ที่จับกระแสเมนูของหวานน้ำแข็งใสสไตล์เกาหลียอดฮิต มาเป็นเครื่องดื่มซ่า 2 รสชาติใหม่ “เอส เพลย์ เมลอน บิงซู” และ “เอส เพลย์ แมงโก้ บิงซู”

น้ำดื่ม “คริสตัล”

ในปี 2561 คริสตัลยังคงมุ่งมั่นสร้างคุณค่าให้กับแบรนด์มากยิ่งขึ้น ด้วยการนำเสนอกิจกรรมการตลาดและกิจกรรมส่งเสริมการขายที่ให้ความสำคัญด้านคุณภาพของสินค้า การจัดจำหน่ายที่ครอบคลุมทั่วทุกพื้นที่ของประเทศ การดำเนินงานและสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างรอบด้านและเต็มที่ เพื่อขับเคลื่อนการเติบโตของแบรนด์และตลาดน้ำดื่มของไทย รวมทั้งการตอกหมุดผู้นำตลาดน้ำดื่มอย่างยั่งยืนของคริสตัล สำหรับแคมเปญการสื่อสารในปี 2561 ภายใต้แนวคิด “สิ่งน้ำดื่ม เจาะจงคริสตัล” เพื่อตอกย้ำความแตกต่างของคริสตัลที่มีคุณภาพสูงจากแบรนด์น้ำดื่มอื่นๆ ทั่วไป ด้วยการจัดเต็มทั้งกิจกรรมที่ส่งเสริมให้ผู้บริโภครักและดูแลสุขภาพมากขึ้น สร้างสรรค์กิจกรรมนำเทรนด์ “Community Workout” ชวนคนไทยแข็งแรงสุขภาพดีด้วยการออกกำลังกาย และเดินทางขยายผลความมุ่งมั่นในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมรอบด้านจากภายในสู่ภายนอก

นอกจากความนิยมในฐานะแบรนด์น้ำดื่มคุณภาพอันดับหนึ่งในใจของคนไทย คริสตัลยังได้รับรางวัลรับรองมาตรฐานด้านคุณภาพการผลิตที่ควบคู่กับการรักษาสิ่งแวดล้อม จากสถาบันที่ได้รับการยอมรับทั้งในและต่างประเทศ เป็นน้ำดื่มรายแรกของประเทศไทยที่ได้รับ “มาตรฐาน NSF International” จากสหรัฐอเมริกา และเป็นผู้ดำเนินการผลิตน้ำดื่มคุณภาพ “มาตรฐาน ISO 22000 Food Safety” การบริหารจัดการความปลอดภัยด้านอาหาร “มาตรฐานฮาลาล” เครื่องหมายตรารับรองสำหรับพี่น้องชาวมุสลิม และการรับรอง “คาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร” ในการเป็นตัวอย่างองค์กรที่มีการบริหารจัดการและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของประเทศไทย การรับรอง “ฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์” บนฉลากผลิตภัณฑ์ “น้ำดื่มคริสตัล” จากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก รวมทั้งการ “รางวัล ออย. ควอลิตี้ อวอร์ด” ถึง 5 ครั้ง และล่าสุดกับรางวัล “วอเตอร์ฟุตพริ้นท์” ซึ่งแสดงว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการใช้น้ำอย่างคุ้มค่าและลดผลกระทบต่อทรัพยากรน้ำ

ไม่เพียงแต่สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์คุณภาพเท่านั้น คริสตัล ยังขับเคลื่อนการเติบโตอย่างยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจเพื่อคุณภาพที่ดีของสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง พิสูจน์ได้จากการเป็นแบรนด์น้ำดื่มรายแรกของประเทศไทยที่ได้รับรอง “ฉลากลดโลกร้อน” ให้ใช้เป็นเครื่องหมายรับรองการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และในฐานะผู้นำตลาดน้ำดื่มยังได้ขานรับและให้ความร่วมมืออย่างดียิ่งกับกรมควบคุมมลพิษ ขับเคลื่อน “โครงการเลิกใช้พลาสติกหุ้มฝาขวดน้ำดื่ม” (No Plastic Bottle Cap Seal) ภายในเดือนกุมภาพันธ์ 2561 เพื่อลดปริมาณขยะพลาสติกที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

เครื่องดื่มชาเขียว “โออิชิ”

นอกเหนือจากที่บริษัทได้เป็นผู้จำหน่ายชาเขียวพร้อมดื่ม ภายใต้เครื่องหมายการค้า “โออิชิ” ให้กับบริษัท โออิชิ เทรตติ้ง จำกัด บริษัทยังได้สิทธิในการผลิตและจำหน่ายชาเขียว “โออิชิ” ชนิดคั้นขวด ในช่องทางร้านค้าและร้านอาหารทั่วไปเพิ่มเติม ขณะที่เผชิญกับการแข่งขันที่สูงขึ้น ยอดขายโออิชิยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่องในทุกปี

ในปี 2561 โออิชิกรีนที ผู้นำตลาดชาเขียวพร้อมดื่มยังมุ่งมั่นสร้างนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง นั่นคือโออิชิ รสส้มยูสุ ผสมวันมะพร้าว นอกจากนี้ยังจัดแคมเปญโปรโมชันที่โดนใจ ผลักดันให้โออิชิครองแชมป์ชาเขียวได้อย่างแข็งแกร่ง ด้วยโปรโมชันหน้าร้อน “โออิชิ โอ้ทั้งคู่ ยูเลือกได้” ครั้งแรกของชาเขียวพร้อมดื่ม ที่ให้ผู้บริโภคเลือกของรางวัลได้ตามความต้องการ พร้อมกันนี้ โออิชิ ยังเตรียมแผนสื่อสารการตลาดเพื่อสร้างการรับรู้แคมเปญฯ ผ่านภาพยนตร์โฆษณาชุด “

ไอทังค์ ยูเลือกได้” นำแสดงโดยฟรีเซนเตอร์สุดฮอตของประเทศ “เป็ก-ผลิตโชค อายนบุตร” พร้อมสื่อสนับสนุนต่างๆ ตลอดแคมเปญ เพื่อสร้างยอดขายในช่วงซัมเมอร์ และเสริมความแข็งแกร่งของแบรนด์ให้มากขึ้น

เครื่องดื่ม “100 พลัส”

จากกระแสผู้บริโภคในประเทศไทยที่หันมาใส่ใจสุขภาพมากยิ่งขึ้น และเครื่องดื่ม 100 พลัส สามารถตอบสนองความต้องการนี้ได้เป็นอย่างดี เพราะให้ทั้งความสดชื่น พร้อมคืนคุณประโยชน์ให้กับร่างกายที่สูญเสียไประหว่างการทำกิจกรรมต่างๆ โดยในปี 2561 ได้ออกผลิตภัณฑ์รสชาติใหม่ 100 พลัส กลิ่นเกรปเบอร์รี่ เพื่อเป็นทางเลือกใหม่ให้ผู้บริโภค อีกทั้ง ได้ปล่อยแคมเปญ 100 พลัส “เปิดโลกซ่าล่าแสงเหนือที่ไอซ์แลนด์กับตุนบอดี้ส์แลม”

เครื่องดื่ม “แรงเยอร์”

หลังจากในปี 2555 บริษัทฯได้เข้าซื้อกิจการบริษัท เครื่องดื่มแรงเยอร์ (2008) จำกัด บริษัทได้แนะนำ “แรงเยอร์” โฉมใหม่ ในขนาด 150 มล. ออกสู่ตลาดในช่วงไตรมาสแรกของปี 2556 แม้เป็นผลิตภัณฑ์อยู่ในเซกเมนต์ที่มีการแข่งขันสูง และมีผู้เล่นที่แข็งแกร่งจำนวนหนึ่ง แต่ “แรงเยอร์” ก็ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และการบริการ

วัตถุดิบสำคัญในการผลิตจัดหาจากแหล่งต่างๆ ดังนี้

- หัวน้ำเชื้อเอสโคล่า เอสเพลย์และเอสซูการ์ฟรี จัดซื้อจากบริษัท ไทยดริงค์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทที่เกี่ยวข้องกันและเป็นตัวแทนในการนำเข้าหัวน้ำเชื้อจากต่างประเทศ
- หัวน้ำเชื้อ 100 Plus จัดซื้อจากบริษัท ไทยดริงค์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทที่เกี่ยวข้องกันและเป็นตัวแทนในการนำเข้าหัวน้ำเชื้อจากต่างประเทศ
- หัวน้ำเชื้อเครื่องดื่มบำรุงกำลังแรงเยอร์ จัดซื้อจากตัวแทนจำหน่ายในประเทศ ซึ่งเป็นผู้นำเข้าหัวน้ำเชื้อจากต่างประเทศ
- หัวน้ำเชื้อชาเขียวโออิชิชนิดคั้นขวด จัดซื้อจากบริษัท โออิชิ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นผู้ผลิตในประเทศ
- สินค้าที่บริษัทเป็นผู้จัดจำหน่าย ได้แก่ ชาเขียวโออิชิ เครื่องดื่มสมุนไพรจับใจ และน้ำโซดา Rock Mountain จัดซื้อโดยตรงจากบริษัทผู้ผลิต และเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์
- วัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์อื่นๆ ที่ใช้ในกระบวนการผลิตเป็นการจัดซื้อจากผู้จัดจำหน่ายในประเทศ เช่น น้ำตาลเหลว (Liquid Sugar) High Fructose ขวดแก้ว ขวด PET กระป๋องอลูมิเนียม ฝาจุกจีบ ฝาจุกเกลียว ก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ เคมีภัณฑ์ ลังพลาสติก และภาชนะกระดาษ เป็นต้น

นอกจากหัวน้ำเชื้อที่ใช้ในการผลิตเครื่องดื่มที่จัดซื้อจากเจ้าของผลิตภัณฑ์และผู้ผลิตโดยตรงแล้ว การซื้อวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์อื่น บริษัทจัดหาจากผู้จำหน่ายประมาณ 3-4 ราย เพื่อให้มีวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ที่เพียงพอกับความต้องการในราคาที่เหมาะสม

บริษัท เสริมสุข จำกัด (มหาชน) มีโรงงานผลิตสินค้าเพื่อจำหน่าย 5 แห่ง ดังนี้

- 1) โรงงานปทุมธานี ตั้งอยู่เลขที่ 63 หมู่ที่ 3 ต.บางแขยง อ.เมือง จ.ปทุมธานี
- 2) โรงงานนครราชสีมา ตั้งอยู่เลขที่ 211 หมู่ที่ 4 ต.ปรุใหญ่ อ.เมือง จ.นครราชสีมา
- 3) โรงงานนครสวรรค์ ตั้งอยู่เลขที่ 72 ซ.วัดจอมคีรีนาคพรต ต.นครสวรรค์ออก อ.เมือง จ.นครสวรรค์
- 4) โรงงานสุราษฎร์ธานี ตั้งอยู่เลขที่ 111 หมู่ที่ 5 ต.ท่าโรงช้าง อ.พุนพิน จ.สุราษฎร์ธานี
- 5) โรงงานชลบุรี ตั้งอยู่เลขที่ 700/369 หมู่ที่ 6 ต.หนองไม้แดง อ.เมือง จ.ชลบุรี

นอกเหนือจากโรงงานทั้ง 5 แห่ง ข้างต้น บริษัทยังมีบริษัทในเครือ ซึ่งดำเนินธุรกิจโดยการผลิตสินค้าเพื่อจำหน่ายอีก 2 แห่ง คือ

1. บริษัท เสริมสุข เบเวอร์เรจ จำกัด ซึ่งตั้งอยู่ในนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร เลขที่ 700/368 หมู่ที่ 6 ต.หนองไม้แดง อ.เมือง จ.ชลบุรี
2. บริษัท เครื่องดื่มแรงเยอร์ (2008) จำกัด ซึ่งตั้งอยู่เลขที่ 63 หมู่ที่ 3 ถ.พระประโทน-บ้านแพ้ว ต.ถนนขาด อ.เมือง จ.นครปฐม

3. ปัจจัยความเสี่ยง

การดำเนินธุรกิจของบริษัทที่มีปัจจัยความเสี่ยงทั้งปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายใน ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงาน ฐานะการเงิน และการบรรลุเป้าหมายของบริษัทสรุปได้ ดังนี้

3.1 ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ

มีปัจจัยความเสี่ยงหลายด้านที่ส่งผลต่อการเติบโตของธุรกิจและการสร้างกำไรอย่างต่อเนื่อง

3.1.1 ราคาและความพอเพียงของปริมาณวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์

น้ำตาลเหลว	ในช่วงต้นปีที่ผ่านมาภาครัฐมีการปล่อยให้น้ำตาลลอยตัว ส่งผลให้ในเรื่องของราคาน้ำตาลเหลวที่บริษัทซื้ออยู่ได้ราคาที่ถูกลง เนื่องจากการยกเลิกในเรื่องเงินอุดหนุนที่ส่งเข้ากองทุน ส่วนอีกปัจจัยเสี่ยงจากสภาพอากาศที่แปรปรวนส่งผลกระทบต่อความเพียงพอของปริมาณน้ำตาลเหลวที่ใช้ในการผลิต อย่างไรก็ตาม บริษัทได้ยืนยันปริมาณความต้องการน้ำตาลเหลวกับผู้ขายเพื่อให้เพียงพอกับเป้าหมายยอดขายที่บริษัทกำหนดไว้ในแต่ละปี
ขวดพื๊อ	ผลของการเติบโตของผลิตภัณฑ์แบบไม่คืนขวด (Non-Returnable) โดยเฉพาะเครื่องดื่มในขวดพื๊อ ทำให้ราคาขวดพื๊อที่กลายเป็นต้นทุนหลักอีกประเภทหนึ่งของบริษัทโดยราคาขวดมีราคาตามราคาน้ำมันดิบในตลาดโลก ซึ่งปีที่ผ่านมาปรับตัวสูงขึ้น ทำให้ Resin ที่เป็นวัตถุดิบหลักปรับตัวสูง แต่ผู้ขายร่วมกับบริษัทได้พัฒนาขวดให้มีน้ำหนักที่เบาขึ้น ทำให้ต้นทุนขวดไม่ได้ปรับตัวสูงขึ้นมากนัก
กระป๋องอลูมิเนียม	เป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีการเจรจาลดราคา และปริมาณซื้อขายกับผู้ขายล่วงหน้าตลอดทั้งปี โดยปีที่ผ่านมาอลูมิเนียม มีราคาขึ้น-ลงในกรอบแคบๆ โดยบริษัทสามารถยืนยันราคาซื้อขายตลอดทั้งปีได้ในราคาที่ต่ำกว่าปีก่อนหน้า สามารถลดต้นทุนบรรจุภัณฑ์ได้จากการซื้อกระป๋องอลูมิเนียม

นอกจากน้ำตาลเหลวขวดพีอีทีที และกระป๋องอูมิเนียมกล่วข้างต้น ยังมีบรรจุภัณฑ์อื่น ได้แก่ ฝาจุกจีบ และฝาพลาสติก ที่ บริษัทมีการเจรจาโดยการรวมปริมาณการใช้ กับบริษัทในกลุ่ม ที่ใช้สินค้าประเภทเดียวกัน เพื่อเพิ่มอำนาจการต่อรอง ทำให้ได้ราคาที่ถูกลงเช่นกัน

3.1.2 ค่าแรง

ค่าใช้จ่ายด้านพนักงานยังคงเป็นปัจจัยสำคัญที่บริษัทพยายามควบคุมติดตาม โดยเฉพาะที่สถานการณ์ทางด้านการตลาด การขายที่มีการแข่งขันและการแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดอย่างรุนแรง การขาดแคลนแรงงาน โดยเฉพาะพื้นที่ในเขตนิคมอุตสาหกรรม หรือพื้นที่ใกล้เคียงยังคงเป็นปัญหาสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท บริษัทพยายามควบคุมการใช้แรงงานอย่างมีประสิทธิภาพและใช้แรงงานเท่าที่จำเป็นเพื่อช่วยในการควบคุมค่าใช้จ่าย ขณะเดียวกัน ก็ได้มีการปรับเปลี่ยนวิธีการทำงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน การนำเอาเครื่องจักรมาใช้เพื่อทดแทนแรงงานและการจ้างแรงงานเสริมในจุดที่จำเป็น ตลอดจนพยายามในทุกวิถีทางที่จะควบคุมและลดค่าใช้จ่ายในด้านต่างๆ ทางด้านแรงงานในขณะเดียวกัน

3.1.3 อัตราภาษีสรรพสามิต

ภาษีสรรพสามิตเป็นอีกหนึ่งต้นทุนหลัก โดยเป็นปัจจัยภายนอกซึ่งกำกับดูแลโดยภาครัฐ การปรับอัตราหรือฐานภาษีเป็นปัจจัยเสี่ยงอย่างหนึ่ง และในช่วงปลายปีที่ผ่านมาภาครัฐมีการปรับเปลี่ยนการจัดเครื่องดื่มจากฐานราคาขาย ณ โรงอุตสาหกรรมมาเป็นฐานราคาขายปลีกแนะนำ และมีการเก็บภาษีความหวานเพิ่มจากปริมาณส่วนผสมน้ำตาลในสินค้านั้น แต่ยังไม่มีความกระทบในมูลค่าภาษี เนื่องจากการเก็บในสัดส่วนเท่าเดิม

3.1.4 ราคาน้ำมันเชื้อเพลิง

ราคาน้ำมันเชื้อเพลิงเป็นต้นทุนหลักสำหรับการกระจายสินค้า ซึ่งจากความต้องการน้ำมันดิบในตลาดโลกมีความต้องการอย่างต่อเนื่องและมาตรการควบคุมการผลิตทำให้ราคาน้ำมันปรับตัวสูงขึ้นร้อยละ 20 เทียบกับปีที่ผ่านมาแต่บริษัทได้ดำเนินการลดผลกระทบจากราคาที่ปรับเพิ่มขึ้น ดังต่อไปนี้

1. บริษัทเปลี่ยนมาใช้สัญญาซื้อขายน้ำมันในกลุ่มบริษัทไทยเบปฯ หลังจากจากสัญญากับผู้ขายรายเดิมสิ้นสุดลงซึ่งทำให้ราคาส่วนลดเพิ่มขึ้น
2. บริษัทนำมาตรการควบคุมการใช้ น้ำมันดีเซลโดยการติดตั้งระบบ GPS เพื่อควบคุมความเร็วรถลำเลียงทุกคัน และ ประเมินผลการขับรถให้เกิดการประหยัดน้ำมันสูงสุด
3. บริษัทปรับเปลี่ยนเป้าหมายการใช้ น้ำมันต่อกิโลเมตรให้ลดลงต่อเนื่อง
4. บริษัทปรับเปลี่ยนรูปแบบรถลำเลียงให้สามารถขนส่งสินค้าได้มากขึ้น
5. บริษัทบริหารจัดการเส้นทางการลำเลียงสินค้าให้ประหยัดระยะทางสูงสุดและมีสินค้าขนส่งได้ทั้งเที่ยวไปและเที่ยวกลับ

จากมาตรการดังกล่าวข้างต้น ทำให้ต้นทุนในการกระจายสินค้าปรับเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา

3.1.5 พฤติกรรมของผู้บริโภค

ผู้บริโภคมีความใส่ใจด้านสุขภาพมากขึ้น ทำให้ความต้องการหันไปนิยมเครื่องดื่มไม่อัดลม น้ำผลไม้ และ Functional Drinks เพิ่มมากขึ้น บริษัทจึงมีแนวทางในการดำเนินธุรกิจใหม่กับบทบาทการเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่ม และอาหารครบวงจรชั้นนำของประเทศไทย ด้วยภารกิจหลัก คือ การผลักดันบริษัทให้มีการเติบโตที่ยั่งยืน ซึ่งเกิดจากการเพิ่มการกระจายสินค้าให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ทั่วประเทศ การเพิ่มยอดขายให้เติบโต และการเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด ผลักดันให้แบรนด์หลักก้าวขึ้นเป็นแบรนด์ชั้นนำครองใจผู้บริโภคในประเทศไทย และในขณะเดียวกันเรามุ่งสร้างความแข็งแกร่งให้บริษัทด้วยกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ ซึ่งเราให้ความสำคัญในการสร้างการเติบโตให้กับกลุ่มผลิตภัณฑ์นี้ และพร้อมที่จะเปิดกลุ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ โดยเราตั้งเป้าจะเพิ่มสัดส่วนการขายในกลุ่มนี้จากเดิม 56% ให้เป็น 70% ภายในปี 2564

3.1.6 การเปลี่ยนแปลงนโยบายของรัฐบาล

การเปลี่ยนแปลงนโยบายของรัฐบาล เช่น การปรับฐานการจัดเก็บภาษี การควบคุมราคา รวมถึงการออกกฎข้อบังคับในการทำธุรกิจและอุตสาหกรรมต่างๆ เป็นต้น

เพื่อเป็นการบรรเทาผลกระทบจากปัจจัยข้างต้น บริษัทฯ ได้ดำเนินมาตรการในการควบคุมค่าใช้จ่าย ปรับเปลี่ยนและพัฒนากระบวนการทำงานเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำงานที่ดียิ่งขึ้น

3.2 ความเสี่ยงเกี่ยวกับการผลิต

อุตสาหกรรมผลิตเครื่องดื่มเป็นธุรกิจที่ต้องลงทุนสูงในการก่อสร้างโรงงาน รวมทั้งเครื่องจักรอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการผลิต บริษัทมีการเติบโตอย่างรวดเร็วของยอดการจำหน่ายน้ำดื่มคริสตัล ทำให้บริษัทเพิ่มการลงทุนในเครื่องจักรการผลิตเพื่อให้เพียงพอกับความต้องการในปี 2561 และได้มีความร่วมมือกับบริษัท โออิชิ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และบริษัทในเครือไทยเบฟเวอเรจ ในการว่าจ้างผลิตน้ำดื่มคริสตัลในโรงงานต่างๆ ทั่วประเทศ เพื่อลดภาระการลงทุนของบริษัทและลดต้นทุนการส่งสินค้าบริษัท

สายการผลิตทุกสายการผลิตของบริษัทได้รับการรับรองระบบคุณภาพและความปลอดภัย เช่น ระบบการจัดการสุขาภิบาลอาหารและความปลอดภัยด้านอาหารต่อผู้บริโภค หรือ GMP & HACCP ระบบการจัดการความปลอดภัยอาหาร (ISO22000) ระบบ NSF ซึ่งรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์น้ำดื่มตามมาตรฐาน US. FDA เพื่อให้เกิดความมั่นใจในประสิทธิภาพของการบริหารจัดการด้านคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้า โดยในปี 2561 ทางบริษัทได้ดำเนินการจัดทำระบบ FSSC22000 ครอบคลุมโรงงาน ซึ่งเป็นระบบจัดการความปลอดภัยอาหารขั้นสูงสุด เพื่อสร้างสรรคคุณภาพของสินค้าและความมั่นใจของผู้บริโภค

ในปี 2561 มีการนำระบบ Pallet Barcode ในกระบวนการผลิตเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการระบุตำแหน่งของการวางสินค้า และสามารถทวนสอบย้อนกลับได้อย่างแม่นยำมากขึ้น อีกทั้งช่วยในการจัดส่งได้อย่างมีประสิทธิภาพและลดการผิดพลาดในการจัดส่งได้เป็นอย่างดี และทางบริษัทยังนำระบบ TOMS (Transport Order Management System) ในกระบวนการจัดส่งสินค้า ทำให้การจัดส่งสินค้าได้ตามความต้องการของลูกค้า ทำให้สามารถรับประกันได้ว่าลูกค้าจะได้รับสินค้าจากทางบริษัทตรงตามความต้องการและตามเวลาที่กำหนด

3.2.1 ความเสี่ยงจากการออกผลิตภัณฑ์ใหม่

บริษัทได้เล็งเห็นความเสี่ยงในการผลิตสินค้าโดยได้พิจารณาแนวทางป้องกันความเสี่ยงใน 4 มิติ คือ พนักงาน เครื่องจักร วัตถุดิบ และระบบควบคุมการผลิต โดยได้เตรียมความพร้อมก่อนการออกสินค้าใหม่ในตลาดไว้อย่างครบถ้วน สินค้าที่มีการออกใหม่ในปีที่ผ่านมาสามารถสร้างยอดขายและการตอบรับจากผู้บริโภคได้อย่างน่าพอใจ

3.3 ความเสี่ยงด้านการบริหารและการจัดการ

เนื่องจากการจัดจำหน่ายเครื่องดื่มและน้ำอัดลมโดยรวมยังเป็นการขายตรงให้กับลูกค้า และผู้บริโภคเป็นส่วนใหญ่จึงต้องอาศัยความรวดเร็ว ความสม่ำเสมอในการให้บริการ รวมทั้งการเสนอรายการสมนาคุณและผลตอบแทนสูงสุดกับลูกค้า บริษัทจึงติดตามความเคลื่อนไหวของตลาดอย่างใกล้ชิด เพื่อปรับตัวและตอบสนองต่อความต้องการของตลาด บริษัทยังคงรักษาเครือข่ายการจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้าที่มีประสิทธิภาพ และอบรมและพัฒนาบุคลากรของบริษัทอย่างสม่ำเสมอ

นอกจากนี้ บริษัทได้ริเริ่มระบบการจัดการเพื่อพัฒนาขั้นตอนการทำงานและช่วยการบริหารติดตามด้านที่สำคัญของธุรกิจ ได้ดียิ่งขึ้น รวมถึงการชี้วัดประสิทธิภาพของการขายในตลาด ฝ่ายผลิตในโรงงานและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในชุมชน ในการประกอบธุรกิจ

3.4 ความเสี่ยงทางการเงิน

3.4.1 การให้สินเชื่อและการเรียกชำระหนี้

บริษัทมีการดำเนินนโยบายการให้สินเชื่อที่รัดกุม มีการติดตามเร่งรัดการชำระหนี้จากลูกหนี้อย่างสม่ำเสมอ และหาสาเหตุของลูกหนี้ที่ค้างชำระทุกๆ เดือน และการตรวจสอบดูแลอย่างใกล้ชิดจากฝ่ายบริหาร มีการทบทวนวงเงินลูกค้าอย่างต่อเนื่อง และในช่วงภาวะเศรษฐกิจซบเซา หรือมีแนวโน้มว่าจะเกิดวิกฤตการณ์ทางการเงินที่อาจส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ บริษัทจะเพิ่มความระมัดระวังในการให้สินเชื่อเป็นพิเศษ และติดตามการชำระเงินของลูกหนี้อย่างใกล้ชิด

3.4.2 เสถียรภาพของเงินบาทและความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน

มีผลต่อต้นทุนของบริษัทถึงแม้จะอยู่ในขอบเขตจำกัด บริษัทยังคงมีรายการการค้าที่เป็นสกุลเงินตราต่างประเทศ ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนส่วนใหญ่มักมีขอบเขตเฉพาะการซื้อเครื่องจักร อะไหล่ และอุปกรณ์จากต่างประเทศ ซึ่งได้มีการป้องกันความเสี่ยงไว้ นอกจากนี้ การซื้อวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ส่วนใหญ่ยังเป็นการซื้อจากแหล่งภายในประเทศ

3.4.3 ความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ย

ในระหว่างปี 2561 บริษัทไม่มีเงินกู้ยืมระยะสั้นใดๆ อย่างไรก็ตาม อัตราดอกเบี้ยเป็นปัจจัยเสี่ยงประการหนึ่งซึ่งบริษัทต้องพิจารณาและคำนึงถึงทุกครั้งก่อนการตัดสินใจหาแหล่งเงินทุนเพื่อให้เกิดต้นทุนที่ต่ำที่สุด

3.5 ความเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อสิทธิหรือการลงทุนของผู้ถือหุ้นหลักทรัพย์

3.5.1 ความเสี่ยงจากผู้ถือหุ้นรายใหญ่ถือหุ้นมากกว่า 50%

ณ วันที่ 30 กันยายน 2561 บริษัท โซ วอเตอร์ จำกัด ถือหุ้นในบริษัทจำนวน 171,954,804 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 64.67 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัทจึงทำให้กลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่เป็นผู้มีอำนาจในการบริหารจัดการ และควบคุมคะแนนเสียงในการลงมติที่สำคัญได้เกือบทั้งหมด จึงทำให้บริษัท โซ วอเตอร์ จำกัด สามารถควบคุมมติที่ประชุมได้เกือบทั้งหมด

3.5.2 ความเสี่ยงต่อการลงทุนของผู้ถือหุ้นหลักทรัพย์

-ไม่มี-

3.6 ความเสี่ยงอื่นๆ

นอกจากปัจจัยที่ได้กล่าวข้างต้น อาจมีปัจจัยอื่น เช่น การเมืองภายในประเทศ กฎ ระเบียบเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งอาจจะมีผลกระทบต่อธุรกิจของบริษัทฯ

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ที่ดิน อาคาร และเครื่องจักร

4.1.1 ที่ดินราคาตามบัญชีสุทธิ สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2561 จำนวนเงิน 4,230.43 ล้านบาท โดยมีที่ตั้งและเนื้อที่ดังนี้

โรงงานปทุมธานี และสาขา

● โรงงานปทุมธานี	ที่ดิน 164 ไร่ 88 ตารางวา ที่ตั้ง เลขที่ 63 หมู่ที่ 3 ต.บางชะแยง อ.เมือง จ.ปทุมธานี
● สำนักงาน สาขาลองตัน	ที่ดิน 8 ไร่ 1 งาน 3 ตารางวา ที่ตั้ง เลขที่ 74 ซ.พัฒนาการ 20 แยก 4 ถ.พัฒนาการ แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพฯ
● สำนักงาน สาขาศรีราชา	ที่ดิน 5 ไร่ 2 งาน 49 ตารางวา ที่ตั้ง เลขที่ 30 ถ.สุขุมวิท ต.ศรีราชา อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี
● สำนักงาน สาขาปราจีนบุรี	ที่ดิน 4 ไร่ 19 ตารางวา ที่ตั้ง เลขที่ 3/1 ต.บ้านพระ อ.เมือง จ.ปราจีนบุรี
● สำนักงาน สาขาบางเขน	ที่ดิน 24 ไร่ 1 งาน 30 5/10 ตารางวา ที่ตั้ง เลขที่ 15/1 ถ.วิภาวดีรังสิต แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพฯ
● สำนักงาน สาขาอุททอง	ที่ดิน 4 ไร่ 98 ตารางวา ที่ตั้ง เลขที่ 229 ต.จรเข้สามพัน อ.อุททอง จ.สุพรรณบุรี
● สำนักงาน สาขาจันทบุรี	ที่ดิน 3 ไร่ 3 งาน 14 ตารางวา ที่ตั้ง เลขที่ 76/10 ต.ท่าช้าง อ.เมือง จ.จันทบุรี

● สำนักงาน สาขาระยอง	ที่ดิน 9 ไร่ 1 งาน 40 ตารางวา ที่ตั้ง เลขที่ 59/29 ต.น้ำคอก อ.เมือง จ.ระยอง
● สำนักงาน สาขาปราณบุรี	ที่ดิน 10 ไร่ 3 งาน 93 9/10 ตารางวา ที่ตั้ง เลขที่ 344 ต.หนองตาแต้ม อ.ปราณบุรี จ.ประจวบคีรีขันธ์
● สำนักงาน สาขาราชบุรี	ที่ดิน 18 ไร่ 53 ตารางวา ที่ตั้ง เลขที่ 109 ต.เกาะพลับพลา อ.เมือง จ.ราชบุรี
● สำนักงาน สาขาตรวด	ที่ดิน 2 ไร่ 2 งาน 81 ตารางวา ที่ตั้ง เลขที่ 149 หมู่ที่ 2 ต.เนินทราย อ.เมือง จ.ตรวด

- ที่ดินมีมูลค่าตามบัญชีสุทธิ 2,658.75 ล้านบาท และไม่มีภาระผูกพัน

โรงงานนครราชสีมา และสาขา

● โรงงานนครราชสีมา	ที่ดิน 31 ไร่ 1 งาน 69 ตารางวา ที่ตั้ง เลขที่ 211 หมู่ที่ 4 ต.ปรุใหญ่ อ.เมือง จ.นครราชสีมา
● สำนักงาน สาขาขอนแก่น	ที่ดิน 3 ไร่ 30 3/10 ตารางวา ที่ตั้ง เลขที่ 193 หมู่ที่ 5 ต.เมืองเก่า อ.เมือง จ.ขอนแก่น
● สำนักงาน สาขาเลย	ที่ดิน 3 ไร่ 1 งาน 91 4/10 ตารางวา ที่ตั้ง เลขที่ 219 หมู่ที่ 5 ต.เมือง อ.เมือง จ.เลย
● สำนักงาน สาขาปากช่อง	ที่ดิน 4 ไร่ 2 งาน 24 ตารางวา ที่ตั้ง เลขที่ 57 ถ.มิตรภาพ ต.ปากช่อง อ.ปากช่อง จ.นครราชสีมา
● สำนักงาน สาขาสุรินทร์	ที่ดิน 8 ไร่ 1 งาน 25 7/10 ตารางวา ที่ตั้ง เลขที่ 84 หมู่ที่ 17 ต.เจียง อ.เมือง จ.สุรินทร์
● สำนักงาน สาขามุกดาหาร	ที่ดิน 6 ไร่ 2 งาน 64 ตารางวา ที่ดิน เลขที่ 130 ถ.ชยางกูร ข. ต.มุกดาหาร อ.เมือง จ.มุกดาหาร

- ที่ดินมีมูลค่าตามบัญชีสุทธิ 349.03 ล้านบาท และไม่มีภาระผูกพัน

โรงงานนครสวรรค์ และสาขา

● โรงงานนครสวรรค์	ที่ดิน 24 ไร่ 1 งาน 89 8/10 ตารางวา ที่ตั้ง เลขที่ 72 ซ.วัดจอมคีรีนาคพรต ต.นครสวรรค์ออก อ.เมือง จ.นครสวรรค์
● สำนักงาน สาขากำแพงเพชร	ที่ดิน 3 ไร่ 3 งาน 21 1/10 ตารางวา ที่ตั้ง เลขที่ 2 หมู่ที่ 13 ต.นครชุม อ.เมือง จ.กำแพงเพชร
● สำนักงาน สาขาเชียงใหม่	ที่ดิน 9 ไร่ 2 งาน 26 ตารางวา ที่ตั้ง เลขที่ 70 หมู่ที่ 3 ต.ช้างเผือก อ.เมือง จ.เชียงใหม่
● สำนักงาน สาขาลำปาง	ที่ดิน 2 ไร่ 2 งาน 87 5/10 ตารางวา ที่ตั้ง เลขที่ 380 หมู่ที่ 1 ต.ชมพู อ.เมือง จ.ลำปาง
● สำนักงาน สาขาพิษณุโลก	ที่ดิน 2 ไร่ 98 ตารางวา ที่ตั้ง เลขที่ 815 ต.ในเมือง อ.เมือง จ.พิษณุโลก
● สำนักงาน สาขาเชียงราย	ที่ดิน 6 ไร่ 6 1/10 ตารางวา ที่ตั้ง เลขที่ 85 หมู่ที่ 13 ต.นางแล อ.เมือง จ.เชียงราย
● สำนักงาน สาขาอุตรดิตถ์	ที่ดิน 3 ไร่ 1 งาน 3 4/10 ตารางวา ที่ตั้ง เลขที่ 279 หมู่ที่ 3 ต.คังตะเภา อ.เมือง จ.อุตรดิตถ์

- ที่ดินมีมูลค่าตามบัญชีสุทธิ 375.64 ล้านบาท และไม่มีภาระผูกพัน

โรงงานสุราษฎร์ธานี และสาขา

● โรงงานสุราษฎร์ธานี	ที่ดิน 67 ไร่ 1 งาน 78 ตารางวา ที่ตั้ง เลขที่ 111 หมู่ที่ 5 ต.ท่าโรงช้าง อ.พุนพิน จ.สุราษฎร์ธานี
● สำนักงาน สาขาชุมพร	ที่ดิน 2 ไร่ 32 8/10 ตารางวา ที่ตั้ง เลขที่ 309/1 ต.ตากแดด อ.เมือง จ.ชุมพร
● สำนักงานสาขานครศรีธรรมราช	ที่ดิน 15 ไร่ 3 งาน 27 5/10 ตารางวา ที่ตั้ง เลขที่ 383 หมู่ที่ 10 ต.ท่าเรือ อ.เมือง จ.นครศรีธรรมราช

- ที่ดินมีมูลค่าตามบัญชีสุทธิ 143.57 ล้านบาท และไม่มีภาระผูกพัน

โรงงานชลบุรี

● โรงงานชลบุรี	ที่ดิน 42 ไร่ 3 งาน 72 ตารางวา ที่ตั้ง เลขที่ 700/369 หมู่ที่ 6 ต.หนองไม้แดง อ.เมืองชลบุรี จ.ชลบุรี
----------------	--

- ที่ดินมีมูลค่าตามบัญชีสุทธิ 395.37 ล้านบาท และไม่มีภาระผูกพัน

บริษัทย่อย

บริษัท เครื่องดื่มแรงเยอร์(2008) จำกัด	ที่ดิน 34 ไร่ 2 งาน 18 ตารางวา ที่ตั้ง เลขที่ 63 หมู่ที่ 3 ถนนพระประโทน-บ้านแพ้ว ต.ถนนขาด อ.เมือง จ.นครปฐม
--	--

- ที่ดินมีมูลค่าตามบัญชีสุทธิ 76.00 ล้านบาท และไม่มีภาระผูกพัน

บริษัท เสริมสุข เบเวอร์เรจ จำกัด	ที่ดิน 25 ไร่ 3 งาน 14 ตารางวา ที่ตั้ง เลขที่ 700/368 หมู่ที่ 6 ต.หนองไม้แดง อ.เมืองชลบุรี จ.ชลบุรี
--	---

- ที่ดินมีมูลค่าตามบัญชีสุทธิ 232.07 ล้านบาท และไม่มีภาระผูกพัน

4.1.2 อาคารและคลังสินค้า (รวมสิทธิการเช่า) ราคาตามบัญชีสุทธิ สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2561 จำนวนเงิน 1,108.57 ล้านบาท โดยมีรายละเอียดดังนี้

- โรงงานปทุมธานี และสาขา
ปทุมธานี, คลองตัน, บางเขน, เทพารักษ์, ราชบุรี, ศรีราชา, ระยอง, ปราจีนบุรี, สระแก้ว, อุทง, จันทบุรี, ปราณบุรี, นครปฐม กาญจนบุรี, อโยธยา, สระบุรี, นนทบุรี, ตราด, เพชรบุรี, พระราม 2
- อาคารมีมูลค่าตามบัญชีสุทธิ 425.94 ล้านบาท
- โรงงานนครราชสีมา และสาขา
นครราชสีมา, ขอนแก่น, อุตรธานี, อุบลราชธานี, สุรินทร์, ร้อยเอ็ด, สกลนคร, บุรีรัมย์, เลย, ปากช่อง, ศรีสะเกษ, มุกดาหาร, ชัยภูมิ
- อาคารมีมูลค่าตามบัญชีสุทธิ 150.11 ล้านบาท
- โรงงานนครสวรรค์ และสาขา
นครสวรรค์, ลพบุรี, เชียงใหม่, ลำปาง, พิษณุโลก, เพชรบูรณ์, เชียงราย, กำแพงเพชร, อุตรดิตถ์, สิงห์บุรี, วิเชียรบุรี
- อาคารมีมูลค่าตามบัญชีสุทธิ 99.23 ล้านบาท
- โรงงานสุราษฎร์ธานี และสาขา
สุราษฎร์ธานี, ชุมพร, ภูเก็ต, นครศรีธรรมราช, เกาะสมุย, ระนอง, กระบี่, หาดใหญ่
- อาคารมีมูลค่าตามบัญชีสุทธิ 150.99 ล้านบาท
- โรงงานชลบุรี
- อาคารมีมูลค่าตามบัญชีสุทธิ 143.79 ล้านบาท
- โรงงานนครปฐม
- อาคารมีมูลค่าตามบัญชีสุทธิ 50.98 ล้านบาท

- บริษัทย่อย

บริษัท เครื่องดื่มแรงเยอร์(2008) จำกัด

- อาคารมีมูลค่าตามบัญชีสุทธิ 65.29 ล้านบาท

บริษัท เสริมสุข เบเวอร์เรจ จำกัด

- อาคารมีมูลค่าตามบัญชีสุทธิ 22.24 ล้านบาท

4.1.3 เครื่องจักรและอุปกรณ์ ราคาตามบัญชีสุทธิ สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2561 จำนวนเงิน 1,497.35 ล้านบาท มีดังนี้

โรงงานปทุมธานี	มีสายการผลิต	11	สาย	เครื่องจักรมีมูลค่าตามบัญชีสุทธิ 503.26 ล้านบาท
โรงงานนครราชสีมา	มีสายการผลิต	4	สาย	เครื่องจักรมีมูลค่าตามบัญชีสุทธิ 128.73 ล้านบาท
โรงงานนครสวรรค์	มีสายการผลิต	5	สาย	เครื่องจักรมีมูลค่าตามบัญชีสุทธิ 187.78 ล้านบาท
โรงงานสุราษฎร์ธานี	มีสายการผลิต	2	สาย	เครื่องจักรมีมูลค่าตามบัญชีสุทธิ 99.76 ล้านบาท
โรงงานชลบุรี	มีสายการผลิต	4	สาย	เครื่องจักรมีมูลค่าตามบัญชีสุทธิ 368.19 ล้านบาท
โรงงานนครปฐม	มีสายการผลิต	1	สาย	เครื่องจักรมีมูลค่าตามบัญชีสุทธิ 125.72 ล้านบาท

บริษัทย่อย

บริษัท เสริมสุข เบเวอร์เรจ จำกัด มีสายการผลิต 2 สาย เครื่องจักรมีมูลค่าตามบัญชีสุทธิ 65.40 ล้านบาท

บริษัท เครื่องดื่มแรงเยอร์(2008) จำกัด มีสายการผลิต 5 สาย เครื่องจักรมีมูลค่าตามบัญชีสุทธิ 18.51 ล้านบาท

หมายเหตุ: บริษัทประมาณอายุการใช้งานของเครื่องจักรไว้ที่ประมาณ 10-20 ปี โดยปัจจุบันเครื่องจักรบางชุดมีอายุการใช้งานมากกว่า 10 ปีแล้ว แต่ได้รับการซ่อมบำรุงให้อยู่ในสภาพใช้งานต่อไปได้

4.1.4 ทรัพย์สินถาวรอื่นๆ ประกอบด้วย

ทรัพย์สินถาวร	จำนวนเงิน
ยานพาหนะ	117.9 ล้านบาท
เครื่องตกแต่งและเครื่องใช้สำนักงาน	29.57 ล้านบาท
กระบะพลาสติก	13.12 ล้านบาท
ขวดแก้วชนิดรับคืนและถังพลาสติก	1,053.27 ล้านบาท
อุปกรณ์ส่งเสริมการตลาด	154.42 ล้านบาท
สินทรัพย์ระหว่างก่อสร้าง	63.70 ล้านบาท

4.2 เครื่องหมายการค้าสำคัญ

บริษัทและบริษัทย่อยเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้า ดังนี้

- “คริสตัล” และ “Crystal” ประเภทสินค้า น้ำดื่ม และโซดา
- “แรงเยอร์” และ “Wrangyer” และ “Ranger” ประเภทสินค้า เครื่องดื่มชูกำลัง
- “พาวเวอร์พลัส” และ “Powerplus” ประเภทสินค้า เครื่องดื่มเกลือแร่

4.3 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อย และบริษัทร่วม

เงินลงทุนของบริษัท

ชื่อบริษัท	ประเภทกิจการ	ทุนชำระแล้ว (ล้านบาท)	สัดส่วนเงินลงทุน (%)	เงินลงทุน (ล้านบาท)	มูลค่า (ล้านบาท)	ผู้ถือหุ้นรายใหญ่อื่น
บริษัท เสริมสุข โฮลดิ้งส์ จำกัด	ด้านการลงทุนและถือหุ้นในบริษัทอื่น	600.0	99.99%	600.0	599.9	(ไม่มี)
บริษัท เสริมสุข เบเวอร์เรจ จำกัด	อุตสาหกรรมผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่ม	689.6	99.99%*	337.9	337.9	(ไม่มี)
บริษัท เครื่องดื่มแรงเยอร์(2008) จำกัด	อุตสาหกรรมผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มบำรุงกำลัง	200.0	99.99%*	248.0	248.0	(ไม่มี)
บริษัท เสริมสุข เทรนนิง จำกัด	บริการพัฒนาศักยภาพและองค์กร	2.5	99.99%	2.5	2.5	(ไม่มี)
Great Brands Limited	บริหารตราสินค้า	4.13	100.00%	4.13	4.13	(ไม่มี)
บริษัท เพ็ทฟอร์ม (ไทยแลนด์)	อุตสาหกรรมผลิตและจำหน่ายหลอดพลาสติกเพื่อทำขวดฟิอิตีและฝาพลาสติก	75.0	40.00%	30.0	536.5	บริษัท อินโดรามา โพลีเอสเตอร์ จำกัด (มหาชน)
บริษัท เดอะเพ็ท จำกัด	อุตสาหกรรมผลิตขวดพลาสติกและขวดฟิอิตี	70.0	10.00%	7.0	7.0	บริษัท อุตสาหกรรมถังโลหะไทย จำกัด
บริษัท บางกอกกล๊าส จำกัด (มหาชน)	อุตสาหกรรมผลิตขวดแก้ว	3,620.0	0.96%	35.9	74.8	บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด
บริษัท ฝาจีบ จำกัด (มหาชน)	อุตสาหกรรมผลิตและจำหน่ายฝาล้างขวด	528.0	2.03%	10.6	47.9	บริษัท นิปปอนคอลลิสเชอร์ จำกัด

*ถือหุ้นโดยบริษัท เสริมสุข โฮลดิ้งส์ จำกัด ซึ่งบริษัท เสริมสุข จำกัด (มหาชน) เป็นผู้ถือหุ้นร้อยละ 99.99

นโยบายในการลงทุนในบริษัทย่อย, บริษัทร่วม, และบริษัทที่เกี่ยวข้องอื่นๆ บริษัทเน้นการลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องกัน เช่น เป็นผู้ผลิต หรือจัดหาวัตถุดิบ บรรจุภัณฑ์ หรือวัสดุที่ใช้ในการผลิต ทั้งนี้ เพื่อให้บริษัทมั่นใจได้ในเรื่องคุณภาพ และมีวัตถุดิบ

บรรจุกุณธ์ และวัสดุที่ใช้ในการผลิตเพียงพอในการรองรับการผลิต เพื่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทจะได้ดำเนินต่อไปได้อย่างต่อเนื่องหากเกิดปัญหาหรือวิกฤตใดๆขึ้น

- บริษัทย่อยทางตรงบริษัท เสริมสุข โฮลดิ้งส์ จำกัด บริษัทส่งผู้บริหารเข้าร่วมเป็นกรรมการในคณะกรรมการ 1 ท่าน
 - บริษัทย่อยทางอ้อมบริษัท เสริมสุข เบเวอร์เรจ จำกัด บริษัทส่งผู้บริหารเข้าร่วมเป็นกรรมการในคณะกรรมการ 1 ท่าน
 - บริษัทย่อยทางอ้อมบริษัท เครื่องดื่มแรงเยาว์(2008) จำกัด บริษัทส่งผู้บริหารเข้าร่วมเป็นกรรมการในคณะกรรมการ 1 ท่าน
 - บริษัทย่อยทางตรง บริษัท เสริมสุข เทรนนิง จำกัด บริษัทส่งผู้บริหารเข้าร่วมเป็นกรรมการในคณะกรรมการ 3 ท่าน
 - บริษัทย่อยทางตรง Great Brands Limited บริษัทส่งผู้บริหารเข้าร่วมเป็นกรรมการในคณะกรรมการ 1 ท่าน
 - บริษัทร่วม บริษัท เพ็ทฟอรัม (ไทยแลนด์) จำกัด บริษัทส่งผู้บริหารเข้าร่วมเป็นกรรมการในคณะกรรมการ - ท่าน
- กรรมการที่เข้าร่วมบริหารงานในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมจะมีส่วนในการควบคุมและกำหนดยุทธศาสตร์ของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมดังกล่าว จากการเข้าร่วมประชุมคณะกรรมการ และการประชุมคณะทำงานอย่างสม่ำเสมอ ตลอดจนการใช้สิทธิออกเสียงตามสัดส่วนการถือหุ้น

4.4 สัดส่วนเงินลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมทั้งหมดต่อสินทรัพย์รวม

มูลค่ารวมของเงินลงทุน ตามวิธีส่วนได้เสีย

- บริษัทย่อย: บริษัท เสริมสุข โฮลดิ้งส์ จำกัด ร้อยละ 5.15
- บริษัทย่อย: บริษัท เสริมสุข เทรนนิง จำกัด ร้อยละ 0.02
- บริษัทย่อย: Great Brands Limited ร้อยละ 0.04
- บริษัทร่วม: บริษัท เพ็ทฟอรัม (ไทยแลนด์) จำกัด ร้อยละ 4.60

4.5 รายการประเมินราคาอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน

รายการ	ราคาประเมิน ณ วันที่ 30 กันยายน 2561 (ล้านบาท)	ราคาประเมิน ณ วันที่ 30 กันยายน 2560 (ล้านบาท)	กำไรจากการตีราคาที่มีการ รับรู้ในปี 2561 (ล้านบาท)
อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน	316.48	313.58	2.90

4.6 สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนที่ถือไว้เพื่อขาย

-ไม่มี-

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2561 บริษัทและบริษัทย่อยไม่มีข้อพิพาทกฎหมายหรือคดีใดๆที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น ซึ่งต้องด้วยกรณีดังต่อไปนี้

1. คดีที่อาจมีผลกระทบด้านลบต่อสินทรัพย์ของบริษัทหรือบริษัทย่อย ที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น
2. คดีที่กระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญแต่ไม่สามารถประเมินผลกระทบเป็นตัวเลขได้
3. คดีที่มีได้เกิดจากการประกอบธุรกิจโดยปกติของบริษัท

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ เลขที่ 90 อาคารซีดับเบิลยู ทาวเวอร์ ชั้น 31-32 ถนนรัชดาภิเษก แขวงห้วยขวาง เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร 10310

เลขทะเบียนบริษัท 0107537001650 (เลขทะเบียนเดิม บมจ. 412)

โทรศัพท์ 0-2783-9000

โทรสาร 0-2783-9092-3

จำนวนหุ้นที่ออกแล้ว หุ้นสามัญ

หุ้นที่ออก และจำหน่ายแล้วรวม 265,900,484 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1.00 บาท

เว็บไซต์ www.sermasukplc.com

ข้อมูลบุคคลอ้างอิง

ก) นายทะเบียนหลักทรัพย์: บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด
เลขที่ 93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง
กรุงเทพมหานคร 10400

โทรศัพท์ 0-2009-9000

โทรสาร 0-2009-9991

ข) ผู้แทนถือหุ้นกู้: -ไม่มี-

ค) ผู้สอบบัญชี:

นางสาวนิตยา เชษฐโชติรส ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขทะเบียน 4439

นางสาวสุริย์รัตน์ ทองอรุณแสง ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขทะเบียน 4409

นายเอกสิทธิ์ ชูธรรมสถิตย์ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขทะเบียน 4195

นางสาวนภาพร สาทิตธรรมพร ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขทะเบียน 7494

บริษัท เคพีเอ็มจี ภูมิไชย สอบบัญชี จำกัด

อาคาร เอ็มไพร์ทาวเวอร์ ชั้น 48 1 ถนนสาทรใต้ แขวงยานนาวา กรุงเทพมหานคร 10120

โทรศัพท์ 0-2677-2000

โทรสาร 0-2677-2222

ง) ที่ปรึกษากฎหมาย: บริษัท วีระวงศ์, ชินวัฒน์ และพาร์ทเนอร์ส จำกัด

ชั้น 22 อาคาร เมอร์คิวีทาวเวอร์ เลขที่ 540 ถนนเพลินจิต แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน

กรุงเทพมหานคร 10330

โทรศัพท์ 0-2264-8000

โทรสาร 0-2657-2222

จ) ที่ปรึกษาหรือผู้จัดการภายใต้สัญญาจัดการ : -ไม่มี-

ฉ) นักลงทุนสัมพันธ์: ติดต่อคุณนันทกา วัตรศรีวานิช

เลขที่ 90 อาคารซีดับเบิลยู ทาวเวอร์ ชั้น 31-32 ถนนรัชดาภิเษก แขวงห้วยขวาง

เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร 10310

โทรศัพท์ 0-2783-9000

E-mail : SSC-comsec@sermsukplc.com