

## ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

### 1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท เสริมสุข 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) ต่อมาในเดือนกรกฎาคม 2554 บริษัทได้รับหนังสือจากบริษัท เป๊ปซี่-โคล่า (ไทย) เทรดิง จำกัด Seven-Up Nederland, B.V. (รวมเรียกว่า “กลุ่มเป๊ปซี่”) และบริษัท เอสเอส เนชั่นแนล โลจิสติกส์ จำกัด (“SSN”) (รวมเรียกกลุ่มเป๊ปซี่และ SSN ว่า “กลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่”) แจ้งว่ากลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่ได้ลงนามในสัญญาจะซื้อขายหุ้นของบริษัทโดยในส่วนที่เกี่ยวข้องกับสัญญา EBA นั้น หากกลุ่มเป๊ปซี่เป็นฝ่ายขายหุ้นให้กับ SSN และ/หรือผู้ลงทุนฝ่าย SSN กำหนดเป็นเงื่อนไขให้บริษัทและเป๊ปซี่ดำเนินการขยายระยะเวลาวันที่เลิกสัญญา EBA มีผลออกไปอีก 7 เดือน นับจากวันที่ 1 เมษายน 2555

ต่อมาบริษัท ไทยเบฟเวอเรจ โลจิสติก จำกัด ซึ่งเป็นผู้ลงทุนฝ่าย SSN ได้ซื้อหุ้นจากกลุ่มเป๊ปซี่ และได้ทำคำเสนอซื้อหุ้นจากผู้ถือหุ้นของบริษัทบริษัทจึงได้ลงนามในหนังสือขยายระยะเวลาการมีผลบังคับของการเลิกสัญญา 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 “es” (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 รวมถึงนโยบายการบริหารและการดำเนินงานของบริษัท

ปัจจุบัน บริษัทได้ดำเนินการตามแผนธุรกิจในอนาคตโดยอาศัยทรัพยากรต่างๆ ทรัพยากรสิน 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) บริษัทได้ปรับกลยุทธ์ในการเสริมโครงสร้างการดำเนินงานให้แข็งแกร่งให้อยู่ภายใต้ 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 รวมทั้งการประเมินจุดอ่อนและจุดแข็งของบริษัทเพื่อวิเคราะห์และพิจารณาสร้างสรรคกิจกรรมต่างๆ รวมถึงการเพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ 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 ของกำไรสุทธิของงบการเงินเฉพาะกิจการในแต่ละงวดบัญชีหลังจากหักสำรองตามกฎหมายและ

ขาดทุนสะสมยกมาแล้ว (ถ้ามี) ทั้งนี้ การจ่ายเงินปันผลดังกล่าว จะขึ้นอยู่กับกระแสเงินสด แผนการลงทุน เงื่อนไข และข้อกำหนดในสัญญาต่างๆ ที่บริษัทผูกพันอยู่ รวมถึงความจำเป็นและความเหมาะสมอื่นๆ ในอนาคตตามผลประกอบการในแต่ละปีโดยการสร้างความเจริญและความมั่นคงให้กับบริษัทเพิ่มรายได้และผลกำไรให้กับธุรกิจด้วยกิจกรรมการตลาดที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งช่วยกระตุ้นให้เกิดความต้องการบริโภคเครื่องดื่มของบริษัทรวมทั้งการเพิ่มยอดขายและยอดขายให้มากยิ่งขึ้น เพื่อสร้างผลตอบแทนให้กับนักลงทุนและผู้ถือหุ้น

### **เป้าหมายในการเพิ่มการตอบสนองต่อสังคม**

บริษัทมีนโยบายการดำเนินธุรกิจเคียงคู่กับความรับผิดชอบต่อสังคม โดยมุ่งเพิ่มความสุขให้กับคนไทย ด้วยผลิตภัณฑ์คุณภาพมาตรฐานสากลในทุกโอกาสบนพื้นฐานที่เป็นธรรม เคารพสิทธิและการดำเนินชีวิตขั้นพื้นฐานของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยให้ความสำคัญต่อการดำเนินโครงการเพื่อสิ่งแวดล้อม ตลอดจนกระบวนการผลิต เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งขยายผลสู่สาธารณชนภายนอกผ่านการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมในหลากหลายมิติ โดยมีเป้าหมายในการร่วมเป็นเครือข่ายขับเคลื่อนสังคมไทยให้เกิดการพัฒนาด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืนต่อไป

## **1.2 การเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาที่สำคัญ**

### **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 บริษัทได้เป็นผู้จัดจำหน่ายเครื่องดื่ม “เอ็ม-100” “เอ็ม-150” ให้กับบริษัท โอสธสกา จำกัด
- พ.ศ. 2536 บริษัทได้เป็นผู้จัดจำหน่ายน้ำแร่วอลวิค 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 เปิดโรงงานสุราษฎร์ธานี บนเนื้อที่ 67 ไร่ 1 งาน 78 ตารางวา
- พ.ศ. 2542 บริษัทได้เป็นผู้จัดจำหน่ายเครื่องดื่ม “โย” ให้กับบริษัท เสริมสุข วาย เอส เบเวอร์เรจ จำกัด  
(บริษัท เสริมสุข เบเวอร์เรจ จำกัด ในปัจจุบัน)
- พ.ศ. 2545 เปิดโรงงานชลบุรี บนเนื้อที่ 42 ไร่ 3 งาน 72 ตารางวา  
บริษัทได้คืนสิทธิการเป็นผู้จัดจำหน่ายเครื่องดื่ม “เอ็ม” ให้กับบริษัท โอสธสกา จำกัด และได้ทำ  
สัญญาเป็นผู้จัดจำหน่ายเครื่องดื่ม “คาราบาวแดง” ให้กับบริษัท คาราบาวตะวันออก จำกัด
- พ.ศ. 2546 บริษัทได้รับสิทธิในการผลิตและจัดจำหน่ายเครื่องดื่มเกลือแร่ ภายใต้เครื่องหมายการค้า  
“เกเตอเรด” ให้กับบริษัท Strokely 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 มรินด้า เซเวนอัพ ทรอปิคานา ทวิสเตอร์
- เริ่มผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่ม “เอส” ในวันที่ 2 พฤศจิกายน 2555
- บริษัท เสริมสุข โฮลดิ้งส์ จำกัด ได้เข้าซื้อกิจการบริษัท เครื่องดื่มแรงเยอร์ (2008) จำกัด เพื่อผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่ม “แรงเยอร์” “พาวเวอร์พลัส” และอื่นๆ ให้กับบริษัท
- พ.ศ. 2556 เครื่องดื่ม “เอส” เพิ่มบรรจุภัณฑ์ขนาด 250 มล. และขวดแก้ว 850 มล. นอกจากนั้น ได้เริ่มผลิตและจำหน่าย “เอส” กลิ่นส้ม สตรอเบอร์รี่ ครีมชีดา และเลมอนโลม์ น้ำดื่ม “คริสตัล” เพิ่มบรรจุภัณฑ์ขวดพีอีที ขนาด 1 ลิตร, จำหน่ายเครื่องดื่มบำรุงกำลัง “แรงเยอร์” 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” ขวดแก้วชนิดไมคีนขวด 250 มล. และเริ่มผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มซูการ์ฟรี “เอส ซูการ์ 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
- มีการส่งออกเครื่องดื่มซูกำลังแรงเยอร์ไปยังตลาดประเทศมาเลเซีย
- เริ่มจำหน่ายเครื่องดื่มชีดา “ช้าง”
- เครื่องดื่ม “โออิชิ” เพิ่มรสชาติใหม่ ได้แก่ 1) โออิชิ กรีนที รสแตงโม พีอีที ขนาด 380 มล. 2) ชาคุลล์ ช่า รสน้ำผึ้งผสมมะนาว รสชาดามะนาว สลิกแคน ขนาด 320 มล. 3) โออิชิ ฟรุ๊ตโตะ รสสตรอเบอร์รี่เมลอน รสแอปเปิ้ลเขียว องุ่นขาว ขวดพีอีที ขนาด 380 มล. 4) โออิชิ คาบูกิเชน ขวดพีอีที ขนาด 500 มล. สำหรับ บมจ. เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ กรุ๊ป และบริษัทในเครือ
- พ.ศ. 2559 เครื่องดื่ม “เอส” ออกผลิตภัณฑ์รสชาติใหม่ ได้แก่ เอสกลิ่น “เกรปเบอร์รี่” ในบรรจุภัณฑ์แบบแคนขนาด 250 มล. และขวดพีอีที ขนาด 490 มล., 515 มล., 1 ลิตร, 1.6 ลิตร และ ขวดแก้วขนาด 12 ออนซ์ , 16 ออนซ์ ในเดือนมีนาคม และเครื่องดื่มโคล่าผสมกลิ่นส้ม ในเดือนกรกฎาคม โดยอยู่ในรูปบรรจุ

ภัณฑ์แบบแคน ขนาด 250 มล. และพีอีที ขนาด 490 มล., 515 มล., 1 ลิตร และ 1.6 ลิตร  
ออกจำหน่ายโออิชิ ชาเขียว กลิ่นองุ่นเคียวโฮ พีอีที ขนาด 380 มล. และในเดือนธันวาคม ได้  
ออกจำหน่ายโออิชิ **กลิ่นชากระ สตรอเบอร์รี่** บรรจุในพีอีที 380 มล. และ 500 มล.

เปิดตัวผลิตภัณฑ์โซดาใหม่ภายใต้แบรนด์ **“รีอค เมาเท็น”** ผลิตด้วยเทคโนโลยี **โคลด์ อินฟิวชั่น**  
ในรูปแบบไม้คั้นขวด ขนาด 325 มล.

ในเดือนธันวาคม ผลิตภัณฑ์ “100 พลัส” ได้ออกรสชาติใหม่ รสเบอร์รี่ ขนาดบรรจุภัณฑ์ 445 มล.  
สัญญาผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มเกลือแร่ “เกเดอเรด” และ “ซาลิปตัน” ในขวดพีอีที และแคน ของ  
บริษัทในเครือได้สิ้นสุดลงในปีนี อย่างไรก็ตาม บริษัทยังคงเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายในแบบบรรจุ  
ภัณฑ์ขวดแก้ว

พ.ศ. 2560

เครื่องดื่ม “เอส” ออกผลิตภัณฑ์รสชาติใหม่ ได้แก่ เอสกลิ่น “ฮาวายเอี้ยน พันช์” ในบรรจุภัณฑ์แบบ  
แคน ขนาด 250 มล. และขวดพีอีทีขนาด 490 มล., 515 มล., 1 ลิตร, 1.6 ลิตร และ ขวดแก้วขนาด  
12 ออนซ์ ในเดือนกุมภาพันธ์

ผลิตภัณฑ์ **รีอค เมาเท็น** โซดา ออกผลิตภัณฑ์รูปแบบคั้นขวดขนาด 400 มล. ในเดือนมกราคม  
เครื่องดื่ม “เอส” ออกผลิตภัณฑ์รสชาติใหม่ ได้แก่ เอสกลิ่นเมลอนบิงซู ในรูปแบบขวดพีอีที ขนาด 390  
มล, 515 มล., 1 ลิตร, 1.6 ลิตร และ ขวดแก้วขนาด 12 ออนซ์ และกลิ่นแมงโกบิงซู ในรูปแบบขวดพีอี  
ที ขนาด 390 มล., 515 มล., 1 ลิตร, 1.6 ลิตร และออกจำหน่ายโออิชิ ชาเขียว กลิ่นส้มยูสุ พีอีที ขนาด  
380 มล. ในเดือนพฤศจิกายน

พ.ศ. 2561

ผลิตภัณฑ์ “100 พลัส” ได้ออกรสชาติใหม่ คือ รสเกรปเบอร์รี่ขนาดบรรจุภัณฑ์ 370 มล. ในเดือนมีนาคม  
ยกเลิกผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ซาลิปตัน ไอซ์ที ขวดแก้ว ในเดือนมิถุนายน  
ผลิตภัณฑ์ “ซาสี” โฟมนุ่ม หอมซ่า รสชาติที่คุ้นเคยในวันวาน ในรูปแบบขวดแก้ว 250 มล.(แบบไม้  
คั้นขวด) เริ่มผลิตและจัดจำหน่ายออกสู่ตลาดในเดือนสิงหาคม

เครื่องดื่ม “เอส เพลย์” ออกผลิตภัณฑ์รสชาติใหม่ ได้แก่ เอสเพลย์ กามิกาเซ่ และ เอสเพลย์ ฟิงค์คอมบี้  
ในเดือนพฤศจิกายน มีการออกบรรจุภัณฑ์ใหม่ ขนาด 360 มล. และยกเลิกบรรจุภัณฑ์ ขนาด 380 มล.

ชาเขียว “โออิชิ” ออกสินค้าในกลุ่มชาพรีเมียม โออิชิโกลด์ 3 รสชาติ ได้แก่ โออิชิโกลด์เก็นไมฉะ สูตรไม่มี  
น้ำตาล โออิชิโกลด์เก็นไมฉะ สูตรดีไลท์ หวานน้อย และโออิชิโกลด์คาปูเชอส์ สูตรไม่มีน้ำตาล ในเดือน  
พฤศจิกายน และมีการออกบรรจุภัณฑ์ใหม่ ขนาด 350 มล. และยกเลิกบรรจุภัณฑ์ ขนาด 380 มล.

พ.ศ.2562

ออกสินค้าใหม่ โออิชิแบบกล่อง ขนาด 180 มล. ในเดือนมกราคม และเพิ่มเติมรสชาติ “องุ่นเคียวโฮ”  
ในเดือนมีนาคม และยกเลิกบรรจุภัณฑ์แบบกล่อง ขนาด 250 มล.

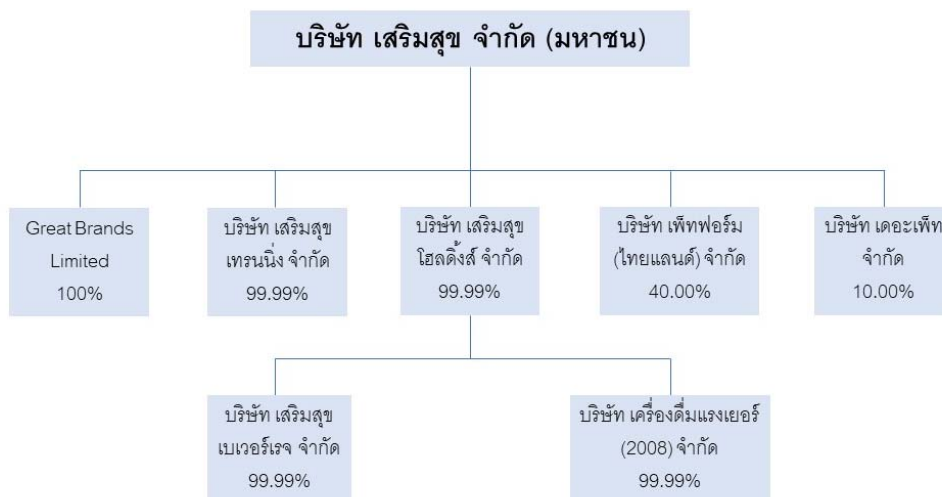


### 1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

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) เทวดิ่ง จำกัด ซึ่งจะจำหน่ายต่อให้บริษัทเป็นผู้จัดจำหน่ายให้อีกต่อหนึ่งทั้งนี้ บริษัทได้ยกเลิกผลิตและจัดจำหน่ายเครื่องดื่มชาลิปตันในเดือนมิถุนายน 2561 ปัจจุบัน บริษัท เสริมสุข เบเวอร์เรจ จำกัด ดำเนินธุรกิจเป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายน้ำดื่มคริสตัล ชาเขียวพร้อมดื่มชนิดขวดแก้ว “โออิชิ” ทุนของบริษัท 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 “แรงเจอร์” 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 901-2, 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	มูลค่าหุ้นละ	หุ้น	อัตราร้อยละ
1,000,000 หุ้น	HKD 1	1,000,000 หุ้น	100.00

**บริษัท เพ็ทฟอร์ม (ไทยแลนด์) จำกัด**

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ เลขที่ 85 หมู่ที่ 11 ถนนบางนา-ท่าโสม ต.เขาสมอคอน อ.ท่าม่วง จ.ลพบุรี 15180

โทรศัพท์ 036-489-164-5

โทรสาร 036-489-115

ธุรกิจหลัก ผลิตและจัดจำหน่ายหลอดพลาสติกเพื่อทำขวดพีอีที และฝาพลาสติก

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

**บริษัท เดอะเพ็ท จำกัด**

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ 23/4 หมู่ที่ 2 ตำบลบ้านฉาง อำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี 12000

โทรศัพท์ 0-2581-7950-3

โทรสาร 0-2581-5618

ธุรกิจหลัก ผลิตและจำหน่ายขวดพลาสติกและขวดพีอีที

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

## กิจการที่บริษัท เสริมสุข โฮลดิ้งส์ จำกัด ลงทุนตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป

### บริษัท เสริมสุข เบเวอร์เรจ จำกัด (บริษัทย่อยทางอ้อม)

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ เลขที่ 90 อาคารซีดับเบิลยู ทาวเวอร์ ชั้น 31-32 ถนนรัชดาภิเษก แขวงห้วยขวาง เขต  
ห้วยขวาง 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 และจำหน่ายขวด PET และฝาพลาสติก

ความสัมพันธ์ : บริษัทมีการสั่งซื้อขวด PET และฝาพลาสติก โดยมีสัดส่วนการสั่งซื้อ ดังนี้  
ฝาพลาสติกสัดส่วนร้อยละ 31 ของยอดสั่งซื้อ  
ขวด PET สัดส่วนร้อยละ 45 ของยอดสั่งซื้อ

แนวทางการสั่งซื้อ : บริษัทพิจารณาโครงสร้างราคา และเปรียบเทียบราคากับราคาในท้องตลาด โดยสั่งซื้อ  
เป็น Volume และคงราคาในช่วงเวลาที่ตกลงกันประมาณ 3 เดือน ถึง 6 เดือน

**2. บริษัท ไทย เบเวอร์เรจ แคน จำกัด : บริษัทในกลุ่ม TCC ถือหุ้น**

ประกอบธุรกิจ: ผลิตและจำหน่ายกระป๋องออลูมิเนียม

ความสัมพันธ์: บริษัทมีการใช้กระป๋องออลูมิเนียมเป็นบรรจุภัณฑ์ จึงมีการสั่งซื้อกระป๋อง และฟอลูมิเนียมในสัดส่วนร้อยละ 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 โดยเปรียบเทียบบริษัท อาคเนย์ฯ เป็นผู้ให้บริการรายหนึ่ง โดยทำการประกวดราคาปีละ 1 ครั้ง

**4. บริษัท ไทยดริงค์ จำกัด : บริษัทย่อยทางตรงของบริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน)**

ประกอบธุรกิจ: ซื้อมาขายไปสินค้าสำเร็จรูป รับจ้างผลิตสินค้าประเภทน้ำดื่ม รวมถึงเป็นตัวแทนในการนำเข้าหัวน้ำเชื้อในการผลิตน้ำอัดลมจากต่างประเทศ

ความสัมพันธ์: บริษัทจ้างผลิตสินค้าประเภทน้ำดื่ม บริษัทมีการสั่งซื้อหัวน้ำเชื้อในการผลิตน้ำอัดลมในสัดส่วนร้อยละ 14 และร้อยละ 100 ของยอดสั่งซื้อทั้งหมด นอกจากนี้บริษัทซื้อสินค้าสำเร็จรูปเพื่อจัดจำหน่ายในช่องการค้าปลีก และบริษัทเป็นตัวกลางในการจัดการด้านการตลาดระหว่างบริษัท ไทยดริงค์ จำกัด และลูกค้า

แนวทางการสั่งซื้อ: บริษัทพิจารณาโครงสร้างราคา และเปรียบเทียบราคากับราคาสั่งซื้อในอดีต โดยสั่งซื้อเป็น Volume และคงราคาในช่วงเวลาที่ตกลงกันประมาณ 1 ปี

**5. บริษัท โออิชิ เทรดดิ้ง จำกัด : บริษัทย่อยทางตรงของบริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน)**

ประกอบธุรกิจ: ประกอบธุรกิจอาหารญี่ปุ่น และเครื่องดื่มชาเขียว "โออิชิ"

ความสัมพันธ์: บริษัทจ้างผลิตสินค้าประเภทน้ำดื่มในสัดส่วนร้อยละ 5 และจัดจำหน่ายเครื่องดื่มชาเขียว "โออิชิ" แบบคั้นสด และแบบไม่คั้นสด

แนวทางการสั่งซื้อ: บริษัทพิจารณาโครงสร้างราคา และเปรียบเทียบราคากับราคาสั่งซื้อในอดีต โดยสั่งซื้อเป็น Volume และคงราคาในช่วงเวลาที่ตกลงกันประมาณ 1 ปี

6. บริษัท โมเดิร์นเทรด แมเนจเม้นท์ จำกัด : บริษัทย่อยทางตรงของบริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน)

ประกอบธุรกิจ: ซื้อมาขายไป การขายส่ง-ปลีก เหล้า เบียร์ ไซดา เครื่องดื่ม  
 ความสัมพันธ์: บริษัทขายสินค้าสำเร็จรูปเพื่อจัดจำหน่ายผ่านช่องทางโมเดิร์นเทรด  
 แนวทางการสั่งซื้อ: บริษัทพิจารณาโครงสร้างราคา และเปรียบเทียบราคากับราคาสั่งซื้อในอดีต โดยสั่งซื้อเป็น Volume และคงราคาในช่วงเวลาที่ตกลงกันประมาณ 1 ปี

7. บริษัท ภิรมย์สุรางค์ จำกัด : บริษัทย่อยทางตรงของบริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน)

ประกอบธุรกิจ: ตัวแทนจำหน่ายเบียร์ สุราและเครื่องดื่มไม่ผสมแอลกอฮอล์  
 ความสัมพันธ์: บริษัทแต่งตั้งเป็นผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทุกประเภทของบริษัท  
 แนวทางการสั่งซื้อ: บริษัทพิจารณาโครงสร้างราคา และเปรียบเทียบราคากับราคาสั่งซื้อในอดีต โดยสั่งซื้อเป็น Volume และคงราคาในช่วงเวลาที่ตกลงกันประมาณ 1 ปี

8. บริษัท เบียร์ทิพย์ บริวเวอรี่ (1991) จำกัด : บริษัทย่อยทางตรงของบริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน)

ประกอบธุรกิจ: ผลิตเบียร์ น้ำดื่ม และน้ำไซดา  
 ความสัมพันธ์: บริษัทจ้างผลิตสินค้าประเภทน้ำดื่มในสัดส่วนร้อยละ 2  
 แนวทางการสั่งซื้อ: บริษัทพิจารณาโครงสร้างราคา และเปรียบเทียบราคากับราคาสั่งซื้อในอดีต โดยสั่งซื้อเป็น Volume และคงราคาในช่วงเวลาที่ตกลงกันประมาณ 1 ปี

9. บริษัท เบียร์ไทย (1991) จำกัด (มหาชน) : บริษัทย่อยทางตรงของบริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน)

ประกอบธุรกิจ: ผลิตเบียร์ น้ำดื่ม และน้ำไซดา  
 ความสัมพันธ์: บริษัทจ้างผลิตสินค้าประเภทน้ำดื่มในสัดส่วนร้อยละ 15  
 แนวทางการสั่งซื้อ: บริษัทพิจารณาโครงสร้างราคา และเปรียบเทียบราคากับราคาสั่งซื้อในอดีต โดยสั่งซื้อเป็น Volume และคงราคาในช่วงเวลาที่ตกลงกันประมาณ 1 ปี

**10. บริษัท แคชเวน แมนเนจเม้นท์ จำกัด : บริษัทย่อยทางตรงของบริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน)**

ประกอบธุรกิจ: ผู้จัดจำหน่ายเบียร์ สุรา และเครื่องดื่มไม่ผสมแอลกอฮอล์  
 ความสัมพันธ์: บริษัทขายสินค้าสำเร็จรูปเพื่อจัดจำหน่ายผ่านช่องทางค้าปลีก  
 แนวทางการสั่งซื้อ: บริษัทพิจารณาโครงสร้างราคา และเปรียบเทียบราคากับราคาสั่งซื้อในอดีต โดยสั่งซื้อเป็น Volume และคงราคาในช่วงเวลาที่ตกลงกันประมาณ 1 ปี

**11. บริษัท กฤตยบุญ จำกัด : บริษัทย่อยทางตรงของบริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน)**

ประกอบธุรกิจ: ตัวแทนจำหน่ายเบียร์ สุรา และเครื่องดื่มไม่ผสมแอลกอฮอล์  
 ความสัมพันธ์: บริษัทซื้อสินค้าสำเร็จรูปเพื่อจัดจำหน่ายผ่านช่องทางค้าปลีก  
 แนวทางการสั่งซื้อ: บริษัทพิจารณาโครงสร้างราคา และเปรียบเทียบราคากับราคาสั่งซื้อในอดีต โดยสั่งซื้อเป็น Volume และคงราคาในช่วงเวลาที่ตกลงกันประมาณ 1 ปี

**12. บริษัท ไทย มาลาया กลาส จำกัด : บริษัทในกลุ่ม TCC ถือหุ้น**

ประกอบธุรกิจ: ผลิตและจำหน่ายขวดแก้ว  
 ความสัมพันธ์: บริษัทมีการสั่งซื้อขวดแก้วเป็นบรรจุภัณฑ์ในสัดส่วนร้อยละ 100  
 แนวทางการสั่งซื้อ: บริษัทพิจารณาโครงสร้างราคา และเปรียบเทียบราคากับราคาสั่งซื้อในอดีต โดยสั่งซื้อเป็น Volume และคงราคาในช่วงเวลาที่ตกลงกันประมาณ 1 ปี

## 2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

### โครงสร้างรายได้

(หน่วย: ล้านบาท)

ประเภทรายได้	2562		2561		2560	
	รายได้	%	รายได้	%	รายได้	%
รายได้จากการขายเครื่องดื่มประเภทอัดลม	5,208	44.27	4,548	42.03	4,379	41.22
รายได้จากการขายเครื่องดื่มประเภทไม่อัดลม	6,555	55.73	6,272	57.97	6,244	58.78
รวม	11,763	100.00	10,820	100.00	10,623	100.00

### 2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

สินค้าและบริการของบริษัทสามารถแบ่งตามการดำเนินการ ดังนี้

#### 1. การผลิตและจัดจำหน่ายน้ำดื่ม

น้ำดื่มภายใต้เครื่องหมายการค้า “คริสตัล”

#### 2. การผลิตและจัดจำหน่ายเครื่องดื่มไม่อัดลม

ชาเขียวพร้อมดื่มชนิดคั้นสด รสน้ำผึ้งผสมมะนาวและรสลิ้นจี่ ภายใต้เครื่องหมายการค้า “โออิชิ”

เครื่องดื่มบำรุงกำลัง ภายใต้เครื่องหมายการค้า “แรงเจอร์”

เครื่องดื่มเกลือแร่ ภายใต้เครื่องหมายการค้า “พาวเวอร์พลัส”

#### 3. การผลิตและจัดจำหน่ายเครื่องดื่มอัดลม

เครื่องดื่มอัดลม ภายใต้เครื่องหมายการค้า “เอส”

เครื่องดื่มอัดลมเพื่อสุขภาพ ภายใต้เครื่องหมายการค้า “100 พลัส”

เครื่องดื่มอัดลม ภายใต้เครื่องหมายการค้า “ซาส์”

#### 4. ผู้จัดจำหน่ายเครื่องดื่ม

ชาเขียวพร้อมดื่มชนิดกระป๋องและขวดฟลูตี ภายใต้เครื่องหมายการค้า “โออิชิ”

น้ำโซดา ภายใต้เครื่องหมายการค้า “Rock Mountain”

เครื่องดื่มสมุนไพรสูตรจับเลี้ยงพร้อมดื่ม ภายใต้เครื่องหมายการค้า “จับใจ”



## 2.2 การตลาดและการแข่งขัน

### (ก) นโยบายการแข่งขันและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท

#### กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

บริษัทเน้นการแข่งขันในตลาดเครื่องดื่มสำหรับผู้บริโภคทั่วไป โดยมีกลุ่มลูกค้าเป็นกลุ่มร้านค้าและร้านอาหาร ตั้งแต่ระดับเล็กจนถึงขนาดใหญ่ รวมกว่า 240,000 แห่ง ทั่วประเทศ ทั้งนี้ บริษัทมุ่งดำเนินงานภายใต้ 4 เสาธุรกิจหลัก ได้แก่

- เสาธุรกิจที่ 1:** ผลิตภัณฑ์ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย (Portfolio) มีการผลิตและบริหารจัดการแบรนด์ในกลุ่มเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการให้ผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง
- เสาธุรกิจที่ 2:** การกระจายสินค้าครอบคลุมทุกพื้นที่ (Route to market) ผ่านการวางระบบการจัดการ และการขนส่งให้มีประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อขยายและเจาะช่องทางการขายใหม่ๆ และสามารถตอบสนองความต้องการผู้บริโภคได้อย่างครอบคลุม
- เสาธุรกิจที่ 3:** เพิ่มประสิทธิภาพและกำลังการผลิต (Production) โดยมีความร่วมมือภายในกลุ่มไทยเบฟ ขยายกำลัง การผลิตเพื่อเพิ่มอัตราการเติบโต และรองรับความต้องการของตลาด
- เสาธุรกิจที่ 4:** ดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน (Sustainability) คำนึงถึงการรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในเรื่องของน้ำ ก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ และ ชุมชนรอบๆ โรงงาน เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างยั่งยืน

#### ผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์

บริษัทดำเนินการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ต่างๆ เพื่อให้กระจายสินค้าไปยังร้านค้า ร้านอาหาร สูผู้บริโภคทั่วประเทศ ด้วยศักยภาพของบริษัทผ่านรถขายมากกว่า 900 คัน

### (ข) ภาวะการตลาดและการแข่งขัน

#### เครื่องดื่มอัดลม “เอส”

ในปี 2562 เครื่องดื่มอัดลม “เอส โคล่า” มีกลยุทธ์หลักดันยอดขาย ผ่านแคมเปญ “เอสโคล่าเท่านั้น คู่อาหารสุดซี้ด” ที่เน้นกระตุ้นให้เกิดการเลือกดื่ม “เอส โคล่า” ประเภทขวดแก้ว (non-returnable glass bottle) และเลือกใช้ฟรีเซ็นเตอร์ 3 ชูเปอร์สตาร์ พระเอกแถวหน้าของไทย คือ บอย – ปกรณ์ ฉัตรบริรักษ์, เกท – วรินทร์ ปัญญาญจน์ และ อาเล็ก – ชีวเดช เมธาวรายุทธ นอกจากนี้ ยังมีกิจกรรมทริปเอสโคล่า ที่นำฟรีเซ็นเตอร์บุกร้านอาหารทั่วประเทศ เพื่อสร้างกระแสการพูดถึงตราสินค้าและเพิ่มการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคในทุกพื้นที่

ต่อเนื่องในช่วงซัมเมอร์ กับแคมเปญโปรโมชัน “เอสโคล่า เสิร์ฟโชคทุกมือ ให้ทุกวันสุดขีด” ที่ช่วยกระตุ้นการเติบโตของยอดขาย ด้วยกองทัพอัศวินรางวัลกว่า 513 รางวัล นำทัพรางวัลใหญ่ คือ รถยนต์เมอร์เซเดส-เบนซ์ GLA

“เอส เพลย์” ยังคงเดินหน้าตอกย้ำความเป็นผู้นำด้านนวัตกรรมของตลาดน้ำอัดลมสี ด้วยการออกรสชาติใหม่ ภายใต้คอนเซ็ปต์ ม็อคเทล หอมซ่า ปาร์ตี้ได้ทุกที่ได้แก่ เอสเพลย์ กามิกาเซ่ และ เอสเพลย์ ฟิงค์บอมบ์ อีกทั้งยังดึงนักแสดงวัยรุ่นมาแรงที่สุดแห่งปีมาเป็นพรีเซนเตอร์ คือ ไชย – พาริส อินทรโกมาลย์สุต และ น้องเจน – รมิดา จีรนรภัทร

### น้ำดื่ม “คริสตัล”

ในปี 2562 คริสตัลเดินหน้าตอกย้ำผู้นำตลาดน้ำดื่มคุณภาพพร้อมขับเคลื่อนการเติบโตอย่างยั่งยืน พร้อมเปิดแคมเปญการสื่อสารใหม่ สะท้อนความมุ่งมั่นและการ “พิถีพิถันทุกขั้นตอน ก่อนถึงมือคุณ” เพิ่มดีกรีด้านคุณภาพในการผลิตน้ำดื่มคริสตัล ผลักดันให้เป็นแบรนด์น้ำดื่มคุณภาพที่คนไทยทั่วประเทศไว้วางใจ พิสูจน์ได้จากการได้รางวัลรับรองจากสถาบันที่ได้รับการยอมรับทั้งในและต่างประเทศ จาก 6 รางวัลรับรองมาตรฐานการผลิตและคุณภาพสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย

- มาตรฐาน NSF International จากสหรัฐอเมริกา เป็นน้ำดื่มรายแรกของประเทศที่ได้รับการรับรองมาตรฐานฯ ผ่านข้อกำหนดในการตรวจสอบกระบวนการผลิตและคุณภาพน้ำดื่มที่เข้มงวดถึง 575 ข้อ ซึ่งสูงกว่ามาตรฐานการผลิตน้ำดื่มในประเทศไทยที่มีขั้นตอนการตรวจสอบ 458 ข้อเท่านั้น
- มาตรฐาน ISO 22000:2005 Food Safety ที่ครอบคลุมระบบการจัดการความปลอดภัยอาหารทั้งกระบวนการผลิต
- มาตรฐาน FSSC 22000 Food Safety System Certificate Version 4.1 ระบบการจัดการความปลอดภัยด้านอาหารสำหรับกระบวนการผลิตอาหารขั้นสูงที่ครอบคลุมห่วงโซ่อาหารทั้งหมด ซึ่งกระบวนการผลิตน้ำดื่มคริสตัลได้รับมาตรฐานนี้เป็นบริษัทแรกของโลกในธุรกิจเครื่องดื่ม
- ฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์ บนฉลากผลิตภัณฑ์น้ำดื่มคริสตัล ที่แสดงถึงความใส่ใจต่อการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเพื่อช่วยลดภาวะโลกร้อน และเสริมสุขยังเป็นหนึ่งในกลุ่มบริษัทเครื่องดื่มรายแรกของไทย ที่ได้รับประกาศนียบัตร “คาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร” ครบทั้ง 7 โรงงานผลิต
- มาตรฐาน Water Footprint Certificate เป็นแบรนด์น้ำดื่มรายแรกที่ได้รับการรับรองการประเมินการใช้น้ำตลอดวัฏจักรชีวิต สะท้อนการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพ
- รางวัล “ออย. คอวลิตี อวอร์ด” รวมถึง 6 ครั้ง ในฐานะสถานประกอบการผลิตผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างปลอดภัยที่มีคุณธรรม จริยธรรม และมีความรับผิดชอบต่อสังคม

### เครื่องดื่มชาเขียว “โออิชิ”

นอกเหนือจากที่บริษัทได้เป็นผู้จัดจำหน่ายชาเขียวพร้อมดื่ม ภายใต้เครื่องหมายการค้า “โออิชิ” ให้กับบริษัท โออิชิ เทรดิง จำกัด บริษัทยังได้สิทธิในการผลิตชาเขียว “โออิชิ” ชนิดคั้นขวด และจัดจำหน่ายชาเขียว “โออิชิ” ในช่องทางร้านค้า, โรงภาพยนตร์ และร้านอาหารทั่วไป ขณะที่มีการแข่งขันในตลาดที่สูงขึ้น ยอดขายโออิชิยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง

ในปี 2562 โออิชิกรีนที่ ผู้นำตลาดชาเขียวพร้อมดื่ม สร้างการเติบโตให้กับกลุ่มผลิตภัณฑ์ ด้วยการออกแคมเปญ โออิชิ อันนี้เลมอน ที่จุดขายคือใช้น้ำผึ้งเสียบขะมิทส์จากฮอกไกโด รวมทั้งออกผลิตภัณฑ์ใหม่ โออิชิ อันนี้ดับเบิลเลมอน โดยมีทั้งบรรจุภัณฑ์แบบขวดพลาสติกและขวดแก้วแบบคั้นขวด โดยใช้ศิลปินขวัญใจวัยรุ่น BNK48 จำนวน 16 คน เป็นพรีเซนเตอร์ของแคมเปญ รวมทั้งออกสินค้าในกลุ่มชาพรีเมียม โออิชิโกลด์ 3 รสชาติ ได้แก่ โออิชิโกลด์เก็นไมอะ สุตรไม่มีน้ำตาล, โออิชิโกลด์เก็นไมอะ สุตรดีไลท์ หวานน้อย, และ โออิชิโกลด์คาบูกิอะ สุตรไม่มีน้ำตาล โดยใช้ศิลปินชื่อดัง เป็ก ผลิตโชค อายนบุตร เป็นพรีเซนเตอร์ของแคมเปญ

นอกจากนี้ยังจัดแคมเปญซัมเมอร์โปรโมชัน “โออิชิ รดสดธิพ ทริปส์โอ” ที่ผลักดันให้โออิชิครองแชมป์ชาเขียวได้อย่างแข็งแกร่ง โดยมีความพิเศษตรงที่ ลูกค้านีโอชิทั้งในและต่างประเทศ สามารถส่งรหัสเลือกลุ้นรางวัลได้ตามความต้องการผ่านช่องทางออนไลน์ ทั้งนี้ โออิชิได้สร้างการรับรู้แคมเปญผ่านพรีเซนเตอร์กลุ่ม GMM Teen Idol จำนวน 10 คน ที่มีฐานแฟนคลับจำนวนมากทั้งในและต่างประเทศ พร้อมสนับสนุนต่างๆ ตลอดแคมเปญ เพื่อสร้างยอดขายในช่วงซัมเมอร์ และเสริมความแข็งแกร่งของแบรนด์ให้มากขึ้น อีกทั้งยังมีแคมเปญเพื่อช่วยผลักดันสินค้าขนาดใหม่ คือ โออิชิแบบขวด 350 มล. และ โออิชิแบบกล่อง ขนาด 180 มล. ในแคมเปญ โออิชิ 350 มล.ใหม่ แจกใหญ่ ให้โชคทองฉลองรณรงค์ โดยให้ลูกค้าสามารถตัดฉลากบรรจุภัณฑ์ และส่งเข้าร่วมชิงรางวัลได้มากมาย

### เครื่องดื่ม “100 พลัส”

เครื่องดื่ม 100 พลัส ยังคงเดินทางตอบรับกระแสการใส่ใจในสุขภาพของผู้บริโภค ผ่านภาพยนตร์โฆษณาชุดใหม่ ที่ยังคงใช้ ตูม – อาทิวราห์ คงมาลัย เป็นพรีเซนเตอร์ ตอกย้ำภาพลักษณ์การเป็น “เครื่องดื่มอัดลม ทางเลือกสุขภาพ” ให้ผู้บริโภคฉีกกรอบความซ่าแบบเดิมๆ และหันมาเลือกดื่ม 100 พลัส ความซ่าที่มีประโยชน์

นอกจากนี้ 100 พลัส ได้ให้การสนับสนุนกิจกรรมทางด้านกีฬา อาทิ การแข่งขันวิ่ง ชีวจักรยาน เป็นต้น เพื่อสร้างการรับรู้และการทดลองดื่มกับกลุ่มเป้าหมายผู้รักสุขภาพ

### เครื่องดื่ม “แรงเจอร์”

แม้เครื่องดื่ม “แรงเจอร์” จะเป็นผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในเซกเมนต์ที่มีการแข่งขันสูง และมีผู้เล่นที่แข็งแกร่ง แต่ “แรงเจอร์” ก็มีลูกค้าตัวจริงในหลายพื้นที่ ที่ยังคงให้การสนับสนุน ทำให้เครื่องดื่ม “แรงเจอร์” ยังคงมียอดขายและได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคกลุ่มดังกล่าวมาตลอด

ดังนั้น เพื่อตอบสนองลูกค้าตัวจริงของ “แรงเจอร์” ทุกคน ทางบริษัท จึงไม่หยุดที่จะพัฒนาคุณภาพของกระบวนการผลิต และคำนึงถึงการดูแลสิ่งแวดล้อมร่วมด้วย ทำให้ได้รับการรับรองมาตรฐานต่าง ๆ ดังนี้

- มาตรฐาน ISO 22000:2005 Food Safety ที่ครอบคลุมระบบการจัดการความปลอดภัยอาหารตลอดทั้งกระบวนการผลิต
- มาตรฐาน GMP ที่รับรองโดยกระทรวงสาธารณสุข
- มาตรฐานการรับรองกระบวนการผลิตจากสำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย อนุญาตให้ใช้เครื่องหมาย “ฮาลาล” เพื่อยืนยันว่าเป็นสินค้าที่มีกระบวนการผลิตถูกต้องตามหลักศาสนาอิสลามและชาวมุสลิมบริโภคได้
- ได้รับการรับรองการจัดทำคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร (CFO) และฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์ (CFP) ที่แสดงถึงความใส่ใจต่อการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเพื่อช่วยลดภาวะโลกร้อน

และในปี 2562 นี้ บริษัทเล็งเห็นความสำคัญและต้องการมีส่วนร่วมในการดูแลสิ่งแวดล้อม จึงได้จัดทำระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ซึ่งขณะนี้อยู่ในระหว่างการขอการรับรองมาตรฐาน ISO 14001 : 2015

## 2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และการบริการ

วัตถุดิบสำคัญในการผลิตจัดหาจากแหล่งต่างๆ ดังนี้

- หวาน้ำเชื่อมเอสโคล่า เอสเพลย์และเอสซูการ์ฟรี จัดซื้อจากบริษัท ไทยดริงค์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทที่เกี่ยวข้องกันและเป็นตัวแทนในการนำเข้าหวาน้ำเชื่อมจากต่างประเทศ
- หวาน้ำเชื่อม 100 Plus จัดซื้อจากบริษัท ไทยดริงค์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทที่เกี่ยวข้องกันและเป็นตัวแทนในการนำเข้าหวาน้ำเชื่อมจากต่างประเทศ
- หวาน้ำเชื่อมเครื่องดื่มบำรุงกำลังแรงเจอร์และเพาเวอร์พลัส จัดซื้อจากตัวแทนจำหน่ายในประเทศ ซึ่งเป็นผู้นำเข้าหวาน้ำเชื่อมจากต่างประเทศ
- หวาน้ำเชื่อมชาเขียวโออิชิชนิดคั้นขวด จัดซื้อจากบริษัท โออิชิ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นผู้ผลิตในประเทศ
- สินค้าที่บริษัทเป็นผู้จัดจำหน่าย ได้แก่ ชาเขียวโออิชิ เครื่องดื่มสมุนไพรจับใจ และน้ำชา Rock Mountain
- วัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์อื่นๆ ที่ใช้ในกระบวนการผลิตเป็นการจัดซื้อจากผู้จัดจำหน่ายในประเทศ เช่น น้ำตาลเหลว (Liquid Sugar) ฟรุคโตสไซรัป (Fructose Syrup) ขวดแก้ว ขวด PET กระป๋องอลูมิเนียม ฟาจุกจีบ ฟาจุกเกลียว ก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ เคมีภัณฑ์ ลังพลาสติก และถาดกระดาษ เป็นต้น

นอกจากหัวน้ำเชื้อที่ใช้ในการผลิตเครื่องมือที่จัดซื้อจากเจ้าของผลิตภัณฑ์ ตัวแทนผู้นำเข้า และผู้ผลิตโดยตรงแล้ว 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 เครื่องดื่มแรงเฮอร์ (2008) จำกัด**  
ซึ่งตั้งอยู่เลขที่ 63 หมู่ที่ 3 ถ.พระประโทน-บ้านแพ้ว ต.ถนนขาด อ.เมือง จ.นครปฐม

### 3. ปัจจัยความเสี่ยง

การดำเนินธุรกิจของบริษัทมีปัจจัยความเสี่ยงทั้งปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายใน ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานฐานะการเงิน และการบรรลุเป้าหมายของบริษัทสรุปได้ ดังนี้

#### 3.1 ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ

มีปัจจัยความเสี่ยงหลายด้านที่ส่งต่อการเติบโตของธุรกิจและการสร้างกำไรอย่างต่อเนื่อง

##### 3.1.1 ราคาและความพอเพียงของปริมาณวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์

###### น้ำตาลเหลว (Liquid Sugar)

ในปีนี้น้ำตาลยังคงเป็นแบบลอยตัว ส่งผลให้ราคาของบริษัทซื้ออยู่ยังคงเป็นราคาที่ถูกลง เมื่อเปรียบเทียบกับในช่วงที่น้ำตาลที่มีการซื้อขายแบบไม่ลอยตัว (รัฐกำหนดราคา) ปัจจัยเสี่ยงจากสภาพอากาศที่แปรปรวนส่งผลกระทบต่อความเพียงพอของปริมาณน้ำตาลเหลวที่ใช้ในการผลิต อย่างไรก็ตามบริษัทได้ยืนยันปริมาณความต้องการน้ำตาลเหลวกับผู้ขายเพื่อให้เพียงพอกับเป้าหมายยอดขายที่บริษัทกำหนดไว้ในแต่ละปี

###### ฟรุคโตสไซรัป (Fructose Syrup)

ช่วงต้นปีที่ผ่านมาราคาฟรุคโตสไซรัปเทียบราคากับปีที่แล้วราคาอยู่ในช่วงที่ลดลงเล็กน้อยปัจจัยเสี่ยงเช่นเดียวกับน้ำตาลเหลว โดยสภาพอากาศที่แปรปรวนส่งผลกระทบต่อความเพียงพอของปริมาณที่ใช้ในการผลิต

###### ขวดพีอีที

ผลจากการเติบโตอย่างต่อเนื่องของผลิตภัณฑ์แบบไม่คืนขวด (Non-Returnable Bottle) ทำให้ราคาขวด กลายเป็นต้นทุนหลักอีกประเภทหนึ่งของบริษัท โดยวัตถุดิบหลักในการผลิตขวดคือ PET Resin ที่มักมีความผันผวนขึ้นลง ตามราคาน้ำมันดิบและสถานการณ์ตลาดโลก แต่ช่วงกลางปีที่ผ่านมา ราคา PET Resin ได้มีการปรับตัวลดลง พร้อมกับค่าเงินบาทที่แข็งขึ้น ทางบริษัทได้มีการติดตามสถานการณ์ของราคา Resin เพื่อวางแผนและสำรองวัตถุดิบล่วงหน้าเพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการ ในช่วงเวลาที่เหมาะสม และทางบริษัทยังได้มีการพัฒนาร่วมกับผู้ผลิตขวด ทำให้ขวดมีน้ำหนักลดลง เพื่อลดการใช้ Resin แต่ยังคงใช้งานได้ดี ทำให้ราคาขวดถูกลงในช่วงกลางปีที่ผ่านมา

## กระป๋องอูมิเนียม

เป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีการเจรจา และปริมาณซื้อขายกับผู้ขายล่วงหน้าตลอดทั้งปี โดยปีที่ผ่านมาอูมิเนียม มีราคาขึ้น-ลงในกรอบแคบๆ โดยบริษัทสามารถยืนราคาซื้อขายตลอดทั้งปีได้ในราคาที่ต่ำกว่าปีก่อนหน้า สามารถลดต้นทุนบรรจุภัณฑ์ได้

นอกจากน้ำตาลเหลว ฟรุคโตสไซรัป ขวดพีอีที และกระป๋องอูมิเนียมกล่าวข้างต้น ยังมีบรรจุภัณฑ์อื่น ได้แก่ ฝาจุจิบ และฝาพลาสติก ที่ บริษัทมีการเจรจาโดยการรวมปริมาณการใช้ กับบริษัทในกลุ่ม ที่ใช้สินค้าประเภทเดียวกัน เพื่อเพิ่มอำนาจการต่อรอง ทำให้ได้ราคาที่ถูกลงเช่นกัน

### 3.1.2 ค่าแรง

ค่าใช้จ่ายด้านพนักงานยังคงเป็นปัจจัยสำคัญที่บริษัทพยายามควบคุมติดตาม โดยเฉพาะที่สถานการณ์ทางด้านการตลาด การขายที่มีการแข่งขันและการแย่งชิงส่วนแบ่งทางด้านการตลาดอย่างรุนแรง การขาดแคลนแรงงาน โดยเฉพาะพื้นที่ในเขตนิคมอุตสาหกรรม หรือพื้นที่ใกล้เคียงยังคงเป็นปัญหาสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท บริษัทพยายามควบคุมการใช้แรงงานอย่างมีประสิทธิภาพและใช้แรงงานเท่าที่จำเป็นเพื่อช่วยในการควบคุมค่าใช้จ่าย ขณะเดียวกัน ก็ได้มีการปรับเปลี่ยนวิธีการทำงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน การนำเอาเครื่องจักรมาใช้เพื่อทดแทนแรงงานและการจ้างแรงงานเสริมในจุดที่จำเป็น ตลอดจนพยายามในทุกวิถีทางที่จะควบคุมและลดค่าใช้จ่ายในด้านต่างๆ ทางด้านแรงงานในขณะเดียวกัน ทั้งนี้ สืบเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงานซึ่งได้กำหนดอัตราค่าชดเชยเพิ่มเติม กรณีนายจ้างเลิกจ้างลูกจ้างซึ่งทำงานติดต่อกันครบ 20 ปีขึ้นไป ให้มีสิทธิได้รับค่าชดเชยไม่น้อยกว่าค่าจ้างอัตราสุดท้าย 400 วัน การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้ ทำให้บริษัทต้องมีการรับรู้ค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายครั้งเดียว ทั้งสิ้นรวม 172 ล้านบาท สำหรับงบการเงินในปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2562

### 3.1.3 อัตราภาษีสรรพสามิต

ภาษีสรรพสามิตเป็นอีกหนึ่งต้นทุนหลัก โดยเป็นปัจจัยภายนอกซึ่งกำกับดูแลโดยภาครัฐ การปรับอัตราหรือฐานภาษีเป็นปัจจัยเสี่ยงอย่างหนึ่ง ในปีนี้ภาครัฐยังคงจัดเก็บภาษีจากฐานราคาขายปลีกแนะนำ แต่จะมีการปรับเปลี่ยนภาษีความหวานเพิ่มขึ้นจากเดิมในปีพ.ศ. 2562 นี้ โดยคิดจากปริมาณส่วนผสมน้ำตาลในสินค้านั้นซึ่งจะส่งผลกระทบต่อมูลค่าภาษีสรรพสามิตเพิ่มขึ้น แต่เนื่องจากบริษัทได้มีการปรับลดปริมาณน้ำตาลในน้ำอัดลมทุกผลิตภัณฑ์ จึงทำให้บริษัทไม่ได้รับผลกระทบจากการปรับภาษีความหวานในปี 2562 นี้

### 3.1.4 ราคาน้ำมันเชื้อเพลิง

ราคาน้ำมันเชื้อเพลิงเป็นต้นทุนหลักสำหรับการกระจายสินค้า ซึ่งราคาน้ำมันดีเซล มีราคาเฉลี่ยใกล้เคียงกับปีที่ผ่านมา แต่บริษัทมีการลดการใช้น้ำมันอย่างต่อเนื่อง ดังต่อไปนี้



1. ในปีที่ผ่านมา บริษัทได้ทำการศึกษาความเป็นไปได้ในการนำพลังงานน้ำมันทางเลือกมาใช้สำหรับรถลำเลียง นั่นคือน้ำมันดีเซล B20 โดยจะทำการทดสอบและเริ่มการใช้งานแทนน้ำมันดีเซลปกติเดิมในช่วงไตรมาสสุดท้ายของปีนี้ ซึ่งจากราคาที่ต่ำกว่าเมื่อเทียบกับ ดีเซลปกติ ทำให้บริษัท สามารถลดต้นทุนน้ำมันเชื้อเพลิงในส่วนนี้ได้ และในอนาคตการใช้ น้ำมัน ดีเซล B20 นี้จะขยายผล ในการนำไปใช้กับรถบรรทุกขายสินค้าของทางสาขาต่อไป
2. ปรับเปลี่ยนรูปแบบรถขายสินค้าใหม่ ให้เหมาะสมกับสภาพการขายในแต่ละภูมิภาค ทั้งกำลังของรถที่จะนำมาประกอบกับตู้ช่วงท้าย รวมถึงการเปลี่ยนแปลงวัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ประกอบตู้ ให้มีน้ำหนักน้อยลง ในขณะที่ความแข็งแรงและความปลอดภัยในขณะรถเคลื่อนที่ ยังคงอยู่ในมาตรฐานของบริษัท และกรรมการขนส่งทางบก เพื่อให้อัตราการบริโภคน้ำมันลดต่ำลง
3. จากการปรับเปลี่ยนรูปแบบรถลำเลียงให้สามารถขนสินค้าได้มากขึ้นในปีที่ผ่านมา พบว่าประสิทธิภาพการจัดการ ทางด้านการขนส่งของบริษัท มีศักยภาพที่เพิ่มสูงขึ้น ในขณะที่อัตราการการใช้พลังงานน้ำมันเชื้อเพลิง ลดน้อยลง บริษัทจึงมีนโยบายต่อยอดในการเพิ่มเติม จำนวนรถลำเลียงแบบเดียวกันนี้กับโรงงานเสริมสุข ในภูมิภาคอื่น ๆ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการจัดส่ง และลดต้นทุนการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงให้น้อยลงยิ่งขึ้นไปอีกในปีถัดไป
4. สร้างเครือข่ายพันธมิตร ทางด้านการจัดส่งให้เพิ่มมากขึ้น เพื่อกระจายสัดส่วนการวิ่งงาน ในเส้นทางที่ประเมินแล้วว่าไม่คุ้มค่ากับการบริหารจัดการด้วยรถลำเลียงของบริษัท รวมถึงอัตราการบริโภคน้ำมันที่สูงเกินกว่ามาตรฐานในระยะทางที่เท่ากัน เส้นทางผ่านหุบเขา ที่ค่อนข้างชันสลับขึ้นลง เป็นต้น

จากมาตรการดังกล่าวข้างต้น ทำให้ต้นทุนในการกระจายสินค้าปรับลดลงเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา

### 3.1.5 พฤติกรรมของผู้บริโภค

ในปัจจุบันผู้บริโภคมีพฤติกรรมที่หลากหลายและมีความใส่ใจด้านสุขภาพมากขึ้น บริษัทจึงมีแนวทางในการดำเนินธุรกิจกับบทบาทการเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มและอาหารครบวงจรชั้นนำของประเทศไทย ด้วยภารกิจหลัก คือ การผลักดันบริษัทให้มีการเติบโตที่ยั่งยืน ซึ่งเกิดจากการเพิ่มการกระจายสินค้าให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ทั่วประเทศ การเพิ่มยอดขายให้เติบโต การเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด และผลักดันแบรนด์หลักให้ก้าวขึ้นเป็นแบรนด์ชั้นนำครองใจผู้บริโภคในประเทศไทย พร้อมมุ่งสร้างความแข็งแกร่งให้บริษัทด้วยกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค บริษัทจึงได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไปอีกระดับหนึ่ง เพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภคที่ใส่ใจในสุขภาพและการออกกำลังกาย ซึ่งในปัจจุบันลูกค้ามีความต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีน้ำตาลน้อยและมีสารอาหารที่ให้ประโยชน์มากขึ้น บริษัทจึงได้ตอบโจทย์ความต้องการตลาดด้วยผลิตภัณฑ์สูตรที่มีน้ำตาลน้อย รวมถึงลดปริมาณน้ำตาลในผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิม และในระยะยาวบริษัทยังคงมุ่งมั่นทุ่มเทให้กับลูกค้า และพร้อมเป็นส่วนหนึ่งของการดูแลสุขภาพ และเป็นส่วนหนึ่งของการดูแลด้านโภชนาการของลูกค้าด้วย

### 3.1.6 การเปลี่ยนแปลงนโยบายของรัฐบาล

การเปลี่ยนแปลงนโยบายของรัฐบาล เช่น การปรับอัตราหรือฐานการจัดเก็บภาษี การเก็บภาษีเพื่อสุขภาพ เช่น ภาษีความหวาน การควบคุมราคา รวมถึงการออกกฎข้อบังคับในการทำธุรกิจและอุตสาหกรรมต่างๆ เป็นต้น

เพื่อเป็นการบรรเทาผลกระทบจากปัจจัยข้างต้น บริษัทได้ดำเนินการปรับเปลี่ยนและพัฒนากระบวนการทำงานเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำงานที่ยั่งยืน

### 3.2 ความเสี่ยงเกี่ยวกับการผลิต

การผลิตเครื่องดื่มมีปัจจัยหลักในทางด้านการลงทุนในเครื่องจักรการผลิต และวัตถุดิบที่สำคัญคือ แห้งน้ำซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักในอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่ม โดยในปี 2562 ทางบริษัทได้ร่วมมือกับทางบริษัท โออิชิ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และบริษัทในเครือไทยเบฟเวอเรจ อย่างต่อเนื่องในการว่าจ้างผลิตน้ำดื่มคริสตัลในโรงงานต่าง ๆ ทั่วประเทศ เพื่อลดภาระในการลงทุนของบริษัท และเป็นการกระจายความเสี่ยงของการจัดหาแหล่งน้ำเพื่อใช้ในการผลิต โดยทางบริษัทได้สร้างระบบการควบคุมคุณภาพ เพื่อให้ น้ำดื่มคริสตัลมีมาตรฐานเดียวกันทั่วประเทศ

สายการผลิตทุกสายการผลิตของบริษัทได้รับการรับรองระบบคุณภาพและความปลอดภัย เช่น ระบบการจัดการสุขาภิบาลอาหารและความปลอดภัยด้านอาหารต่อผู้บริโภค หรือ GMP & HACCP , ระบบการจัดการความปลอดภัยอาหาร (ISO22000), ระบบ FSSC22000 และระบบ NSF ซึ่งรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์น้ำดื่มตามมาตรฐาน US. FDA เพื่อให้เกิดความมั่นใจในประสิทธิภาพของการบริหารจัดการด้านคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้า โดยในปี 2562 ทางบริษัทได้ดำเนินการจัดทำระบบ ISO14001:2015 ครอบคลุมทุกโรงงาน ซึ่งเป็นระบบจัดการสิ่งแวดล้อมเพื่อสร้างสรรค์และเสริมสร้างการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืนของธุรกิจ

ทั้งนี้จากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าน้ำอัดลมประเภทขวด PET เพิ่มขึ้น ทำให้กำลังการผลิตของสินค้าน้ำอัดลมประเภทขวด PET ของบริษัท อาจไม่สามารถรองรับความต้องการน้ำอัดลมประเภทขวด PET ที่เพิ่มขึ้นได้

#### ความเสี่ยงจากการออกผลิตภัณฑ์ใหม่

บริษัทได้เล็งเห็นความเสี่ยงในการผลิตสินค้าโดยได้พิจารณาแนวทางป้องกันความเสี่ยงใน 4 มิติ คือ พนักงาน เครื่องจักร วัตถุดิบ และระบบควบคุมการผลิต โดยได้เตรียมความพร้อมก่อนการออกสินค้าใหม่ในตลาดไว้อย่างครบถ้วน สินค้าที่มีการออกใหม่ในปีที่ผ่านมาสามารถสร้างยอดขายและการตอบรับจากผู้บริโภคได้อย่างน่าพอใจ

### 3.3 ความเสี่ยงด้านการบริหารและการจัดการ

เนื่องจากการจัดจำหน่ายเครื่องดื่มและน้ำอัดลมโดยรวมยังเป็นการขายตรงให้กับลูกค้า และผู้บริโภคเป็นส่วนใหญ่จึงต้องอาศัยความรวดเร็ว ความสม่ำเสมอในการให้บริการ รวมทั้งการเสนอรายการสมนาคุณและผลตอบแทนสูงสุดกับลูกค้า บริษัทจึงติดตามความเคลื่อนไหวของตลาดอย่างใกล้ชิด เพื่อปรับตัวและตอบสนองต่อความต้องการของตลาด บริษัทยังคงรักษาเครือข่ายการจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้าที่มีประสิทธิภาพ และอบรมและพัฒนาบุคลากรของบริษัทอย่างสม่ำเสมอ

นอกจากนี้ บริษัทได้ริเริ่มระบบการจัดการเพื่อพัฒนาขั้นตอนการทำงานและช่วยการบริหารติดตามด้านที่สำคัญของธุรกิจได้ดียิ่งขึ้น 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 ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนส่วนใหญ่จึงมีขอบเขตเฉพาะการซื้อเครื่องจักร อะไหล่ และอุปกรณ์จากต่างประเทศ ซึ่งได้มีการป้องกันความเสี่ยงไว้ นอกจากนี้ การซื้อวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ส่วนใหญ่ยังเป็นการซื้อจากแหล่งภายในประเทศ

#### 3.4.3 ความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ย

ในระหว่างปี 2562 บริษัทไม่มีเงินกู้ยืมระยะสั้นใดๆ อย่างไรก็ตาม อัตราดอกเบี้ยเป็นปัจจัยเสี่ยงประการหนึ่งซึ่งบริษัทต้องพิจารณาและคำนึงถึงทุกครั้งก่อนการตัดสินใจหาแหล่งเงินทุนเพื่อให้เกิดต้นทุนที่ต่ำที่สุด

### 3.5 ความเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อสิทธิหรือการลงทุนของผู้ถือหุ้นหลักทรัพย์

#### 3.5.1 ความเสี่ยงจากผู้ถือหุ้นรายใหญ่ถือหุ้นมากกว่า 50%

ณ วันที่ 30 กันยายน 2562 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 การเมืองภายในและระหว่างประเทศ กฎ ระเบียบเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งอาจจะมีผลกระทบต่อธุรกิจของบริษัท

#### 4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

##### 4.1 ที่ดิน อาคาร และเครื่องจักร

4.1.1 **ที่ดิน** ราคาตามบัญชีสุทธิ สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2562 จำนวนเงิน 5,100.89 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 สาขาตราด	ที่ดิน 2 ไร่ 2 งาน 81 ตารางวา ที่ตั้ง เลขที่ 149 หมู่ที่ 2 ต.เนินทราย อ.เมือง จ.ตราด

- ที่ดินมีมูลค่าตามบัญชีสุทธิ 3,260.32 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.เจ็ญียง อ.เมือง จ.สุรินทร์
• สำนักงาน สาขามุกดาหาร	ที่ดิน 6 ไร่ 2 งาน 64 ตารางวา ที่ตั้ง เลขที่ 130 ถ.ชยางกูร ต.มุกดาหาร อ.เมือง จ.มุกดาหาร

- ที่ดินมีมูลค่าตามบัญชีสุทธิ 510.01 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 สาขาอุดรดิตถ์	ที่ดิน 3 ไร่ 1 งาน 3 4/10 ตารางวา ที่ตั้ง เลขที่ 279 หมู่ที่ 3 ต.คิ่งตะเกา อ.เมือง จ.อุดรดิตถ์

- ที่ดินมีมูลค่าตามบัญชีสุทธิ 438.95 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 152.46 ล้านบาท และไม่มีภาระผูกพัน

**โรงงานชลบุรี**

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

- ที่ดินมีมูลค่าตามบัญชีสุทธิ 407.83 ล้านบาท และไม่มีภาระผูกพัน

**บริษัทย่อย**

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

- ที่ดินมีมูลค่าตามบัญชีสุทธิ 86.36 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 244.96 ล้านบาท และไม่มีภาระผูกพัน

**4.1.2 อาคารและคลังสินค้า (รวมสิทธิการเช่า) ราคาตามบัญชีสุทธิ ณ สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2562**  
จำนวนเงิน 1,071.83 ล้านบาท โดยมีรายละเอียดดังนี้

• โรงงานปทุมธานี และสาขา

ปทุมธานี, คลองตัน, บางเขน, เทพารักษ์, ราชบุรี, ศรีราชา, ระยอง, ปราจีนบุรี, สระแก้ว, อุทอง, จันทบุรี, ปราณบุรี, นครปฐม กาญจนบุรี, อโยธยา, สระบุรี, นนทบุรี, ตราด, เพชรบุรี, พระราม 2, ธนบุรี, ชลบุรี

- อาคารมีมูลค่าตามบัญชีสุทธิ 414.82 ล้านบาท



- โรงงานนครราชสีมา และสาขา  
นครราชสีมา, ขอนแก่น, อุดรธานี, อุบลราชธานี, สุรินทร์, ร้อยเอ็ด, สกลนคร, บุรีรัมย์, เลย, ปากช่อง, ศรีสะเกษ, มุกดาหาร, ชัยภูมิ  
- อาคารมีมูลค่าตามบัญชีสุทธิ 144.44 ล้านบาท
- โรงงานนครสวรรค์ และสาขา  
นครสวรรค์, ลพบุรี, เชียงใหม่, ลำปาง, พิษณุโลก, เพชรบูรณ์, เชียงราย, กำแพงเพชร, อุดรดิตถ์, สิงห์บุรี, วิเชียรบุรี  
- อาคารมีมูลค่าตามบัญชีสุทธิ 98.54 ล้านบาท
- โรงงานสุราษฎร์ธานี และสาขา  
สุราษฎร์ธานี, ชุมพร, ภูเก็ต, นครศรีธรรมราช, เกาะสมุย, กระบี่, หาดใหญ่  
- อาคารมีมูลค่าตามบัญชีสุทธิ 143.13 ล้านบาท
- โรงงานชลบุรี  
- อาคารมีมูลค่าตามบัญชีสุทธิ 140.47 ล้านบาท
- โรงงานนครปฐม  
- อาคารมีมูลค่าตามบัญชีสุทธิ 51.42 ล้านบาท
- บริษัทย่อย  
บริษัท เครื่องดื่มแรงเฮอร์ (2008) จำกัด  
- อาคารมีมูลค่าตามบัญชีสุทธิ 59.77 ล้านบาท  
บริษัท เสริมสุข เบเวอร์เรจ จำกัด  
- อาคารมีมูลค่าตามบัญชีสุทธิ 19.24 ล้านบาท

**4.1.3 เครื่องจักรและอุปกรณ์** ราคาตามบัญชีสุทธิ ณ สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2562 จำนวนเงิน 1,320.09 ล้านบาท มีดังนี้

โรงงานปทุมธานี	มีสายการผลิต 11 สาย	เครื่องจักรมีมูลค่าตามบัญชีสุทธิ 448.81 ล้านบาท
โรงงานนครราชสีมา	มีสายการผลิต 4 สาย	เครื่องจักรมีมูลค่าตามบัญชีสุทธิ 111.80 ล้านบาท
โรงงานนครสวรรค์	มีสายการผลิต 5 สาย	เครื่องจักรมีมูลค่าตามบัญชีสุทธิ 166.83 ล้านบาท
โรงงานสุราษฎร์ธานี	มีสายการผลิต 2 สาย	เครื่องจักรมีมูลค่าตามบัญชีสุทธิ 91.69 ล้านบาท
โรงงานชลบุรี	มีสายการผลิต 4 สาย	เครื่องจักรมีมูลค่าตามบัญชีสุทธิ 307.77 ล้านบาท
โรงงานนครปฐม	มีสายการผลิต 1 สาย	เครื่องจักรมีมูลค่าตามบัญชีสุทธิ 107.78 ล้านบาท

## บริษัทย่อย

บริษัท เสริมสุข เบเวอร์เรจ จำกัด มีสายการผลิต 2 สาย เครื่องจักรมีมูลค่าตามบัญชีสุทธิ 66.52 ล้านบาท

บริษัท เครื่องดื่มแรงเยอร์ (2008) จำกัด มีสายการผลิต 6 สาย เครื่องจักรมีมูลค่าตามบัญชีสุทธิ 18.89 ล้านบาท

หมายเหตุ: บริษัทประมาณอายุการใช้งานของเครื่องจักรไว้ที่ประมาณ 10-20 ปี โดยปัจจุบันเครื่องจักรบางชุดมีอายุการใช้งานมากกว่า 10 ปีแล้ว แต่ได้รับการซ่อมบำรุงให้อยู่ในสภาพใช้งานต่อไปได้

### 4.1.4 ทรัพย์สินถาวรอื่นๆ ประกอบด้วย

ทรัพย์สินถาวร	จำนวนเงิน
ยานพาหนะ	89.21 ล้านบาท
เครื่องตกแต่งและเครื่องใช้สำนักงาน	27.62 ล้านบาท
กระบะพลาสติก	13.57 ล้านบาท
ขวดแก้วชนิดรับคืนและถังพลาสติก	934.64 ล้านบาท
อุปกรณ์ส่งเสริมการตลาด	84.40 ล้านบาท
สินทรัพย์ระหว่างก่อสร้าง	100.85 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	ทุนชำระ แล้ว (ล้านบาท)	สัดส่วน เงินลงทุน (%)	เงิน ลงทุน (ล้านบาท)	มูลค่า (ล้านบาท)	ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ อื่น
บริษัท เสริมสุข โฮลดิ้งส์ จำกัด	ด้านการลงทุนและถือหุ้นใน บริษัทอื่น	600.0	99.99%	600.0	599.9	(ไม่มี)
บริษัท เสริมสุข เบเวอร์เรจ จำกัด	อุตสาหกรรมผลิตและจำหน่าย เครื่องดื่ม	689.6	99.99%*	337.9	337.9	(ไม่มี)
บริษัท เครื่องดื่ม แรงเยอร์ (2008) จำกัด	อุตสาหกรรมผลิตและจำหน่าย เครื่องดื่มบำรุงกำลัง	200.0	99.99%*	248.0	248.0	(ไม่มี)
บริษัท เสริมสุข เทรนนิ่ง จำกัด	บริการพัฒนาบุคลากร	2.5	99.99%	2.5	2.5	(ไม่มี)
Great Brands Limited	บริหารตราสินค้า	4.1	100.00%	4.1	4.1	(ไม่มี)
บริษัท เพ็ทฟอร์ม (ไทย แลนด์) จำกัด	อุตสาหกรรมผลิตพลาสติก และขวดพีอีที	75.0	40.00%	30.0	638.3	บริษัท อินโดรามา โพลิเมอร์ส จำกัด (มหาชน)
บริษัท เดอะเพ็ท จำกัด	อุตสาหกรรมผลิตขวด พลาสติกและขวดพีอีที	70.0	10.00%	7.0	7.0	บริษัท อุตสาหกรรมถัง โลหะไทย จำกัด
บริษัท บางกอกกล๊าส จำกัด (มหาชน)	อุตสาหกรรมผลิตขวดแก้ว	3,620.0	0.96%	74.8	74.8	บริษัท บุญรอด บริวเวอรี่ จำกัด
บริษัท ฝาจีบ จำกัด (มหาชน)	อุตสาหกรรมผลิตและจำหน่าย ฝาสำหรับขวด	528.0	2.03%	10.6	50.8	บริษัท นิปปอน โคลสเซอร์ส จำกัด

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

นโยบายในการลงทุนในบริษัทย่อย, บริษัทร่วม, และบริษัทที่เกี่ยวข้องอื่นๆ บริษัทเน้นการลงทุนในธุรกิจที่  
เกี่ยวเนื่องกัน เช่น เป็นผู้ผลิต หรือจัดหาวัตถุดิบ บรรจุภัณฑ์ หรือวัสดุที่ใช้ในการผลิต ทั้งนี้ เพื่อให้บริษัทมั่นใจได้ใน

เรื่องคุณภาพ และมีวัตถุดิบ บรรจุภัณฑ์ และวัสดุที่ใช้ในการผลิตเพียงพอในการรองรับการผลิต เพื่อดำเนินธุรกิจของบริษัทจะได้ดำเนินต่อไปได้อย่างต่อเนื่องหากเกิดปัญหาหรือวิกฤตใดๆ ขึ้น

- บริษัทย่อยทางตรงบริษัท เสริมสุข โฮลดิ้งส์ จำกัด บริษัทส่งผู้บริหารเข้าร่วมเป็นกรรมการในคณะกรรมการ 1 ท่าน
- บริษัทย่อยทางอ้อมบริษัท เสริมสุข เบเวอร์เรจ จำกัด บริษัทส่งผู้บริหารเข้าร่วมเป็นกรรมการในคณะกรรมการ 1 ท่าน
- บริษัทย่อยทางอ้อมบริษัท เครื่องดื่มแรงเยอร์ (2008) จำกัด บริษัทส่งผู้บริหารเข้าร่วมเป็นกรรมการในคณะกรรมการ 1 ท่าน
- บริษัทย่อยทางตรง บริษัท เสริมสุข เทรนนิง จำกัด บริษัทส่งผู้บริหารเข้าร่วมเป็นกรรมการในคณะกรรมการ 3 ท่าน
- บริษัทย่อยทางตรง Great Brands Limited บริษัทส่งผู้บริหารเข้าร่วมเป็นกรรมการในคณะกรรมการ 1 ท่าน
- บริษัทร่วม บริษัท เพ็ทฟอรั่ม (ไทยแลนด์) จำกัด บริษัทส่งผู้บริหารเข้าร่วมเป็นกรรมการในคณะกรรมการ - ท่าน

กรรมการที่เข้าร่วมบริหารงานในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมจะมีส่วนในการควบคุมและกำหนดนโยบายของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมดังกล่าว จากการเข้าร่วมประชุมคณะกรรมการ และการประชุมคณะทำงานอย่างสม่ำเสมอ ตลอดจนถึงการใช้สิทธิออกเสียงตามสัดส่วนการถือหุ้น

#### 4.4 สัดส่วนเงินลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมทั้งหมดต่อสินทรัพย์รวม

มูลค่ารวมของเงินลงทุน ตามวิธีส่วนได้เสีย

- บริษัทย่อย: บริษัท เสริมสุข โฮลดิ้งส์ จำกัด ร้อยละ 4.84
- บริษัทย่อย: บริษัท เสริมสุข เทรนนิง จำกัด ร้อยละ 0.02
- บริษัทย่อย: Great Brands Limited ร้อยละ 0.03
- บริษัทร่วม: บริษัท เพ็ทฟอรั่ม (ไทยแลนด์) จำกัด ร้อยละ 5.15

#### 4.5 รายการประเมินราคาอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน

รายการ	ราคาประเมิน ณ วันที่ 30 กันยายน 2562	ราคาประเมิน ณ วันที่ 30 กันยายน 2561	กำไรจากการตีราคาที่มีการ รับรู้ในปี 2562
	(ล้านบาท)	(ล้านบาท)	(ล้านบาท)
อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน	322.98	316.48	6.50

#### 4.6 สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนที่ถือไว้เพื่อขาย

-ไม่มี-

## 5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2562 บริษัทและบริษัทย่อยไม่มีข้อพิพาทกฎหมายหรือคดีใดๆที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น ซึ่งต้องด้วยกรณีดังต่อไปนี้

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

## 6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่นๆ

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	<a href="http://www.sermsukplc.com">www.sermsukplc.com</a>

### 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  
นางสาวกนกอร ภูมิปัญญวานิช      ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขทะเบียน 10512  
บริษัท เคพีเอ็มจี ภูมิไชย สอบบัญชี จำกัด

อาคาร เอ็มไพร์ทาวเวอร์ ชั้น 48 1 ถนนสาทรใต้ แขวงยานนาวากรุงเทพมหานคร  
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](mailto:SSC-comsec@sermsukplc.com)