

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

2.1 ประวัติความเป็นมา

บริษัท เซ็ปเป้ จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) จัดทะเบียนจัดตั้งเมื่อวันที่ 10 พฤษภาคม 2531 ในนามบริษัท ทรัพย์อนันต์ เชนเนอรัล ฟู้ด จำกัด ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 500,000 บาท โดยนายอนันต์ รักษาริยะพงศ์ และนางสมนึก ใสสุริยพิศาลศิริ ซึ่งเป็นผู้เริ่มก่อตั้งบริษัท ได้เริ่มต้นธุรกิจตั้งแต่ปี 2516 จากธุรกิจครอบครัวด้วยการผลิตและจำหน่ายขนมไทยหลากหลายชนิดภายใต้แบรนด์ “ป๊อจิด” และด้วยความใส่ใจในเรื่องคุณภาพและรสชาติ ทำให้กิจการเติบโตอย่างต่อเนื่องจนในปี 2531 จึงได้ก่อตั้งและดำเนินธุรกิจในนามบริษัท และได้ย้ายฐานการผลิตไปยังโรงงานในนิคมอุตสาหกรรมบางชัน

ในปี 2544 บริษัทได้เข้าสู่อุตสาหกรรมเครื่องดื่ม โดยมีเจตนารมณ์ที่ต้องการผลิตน้ำผลไม้ที่มีความแปลกแตกต่างรสชาติอร่อย มีคุณภาพ และเป็นทางเลือกใหม่ให้แก่ผู้บริโภค จึงเริ่มต้นจากการออกผลิตภัณฑ์ “โมกู โมกู” (Mogu Mogu) ซึ่งเป็นภาษาญี่ปุ่น แปลว่า เคี้ยวๆ โดยเป็นน้ำผลไม้ผสมวุ้นมะพร้าวรายแรกในตลาด ซึ่งในขณะนั้นตลาดเครื่องดื่มในประเทศไทยยังมีความหลากหลายน้อยมากเมื่อเทียบกับตลาดในต่างประเทศ ทำให้ โมกู โมกู ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากผู้บริโภค โดยในระยะแรกจำหน่ายในร้านค้าย่อย ต่อจากนั้นในปี 2549 บริษัทได้เริ่มทำการตลาดกับบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) เพื่อวางขายสินค้าในร้าน 7- Eleven ทั่วประเทศ ซึ่งประสบความสำเร็จอย่างมาก

ในปี 2547 บริษัทได้ออกผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยแตกไลน์สินค้าเป็นน้ำว่านหางจระเข้ “อโล เวิร์ มิกซ์ ดริงค์” (Aloe Vera Mix Drink) โดยเริ่มแรกจำหน่ายในประเทศ ต่อมาเป็นสินค้าขายดีในต่างประเทศ และในปัจจุบันเป็นหนึ่งในสินค้าหลักที่จำหน่ายในต่างประเทศ ในปี 2549 บริษัทได้ออกผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพแนวใหม่ ภายใต้แบรนด์ “เซ็ปเป้ บิวตี ดริงค์” (Sappe Beauti Drink) ที่ชูแนวคิดในเรื่องของสุขภาพความงาม ซึ่งตรงกับความต้องการของผู้บริโภคคนไทย ที่ให้ความสำคัญกับสุขภาพเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง นับเป็นการสร้างหมวดผลิตภัณฑ์ใหม่ให้กับฟังก์ชันนัลดริงค์อย่างชัดเจน โดยเป็นรายแรกที่ปลุกกระแสผู้บริโภคเกี่ยวกับอาหารและเครื่องดื่มที่เน้นดื่มแล้วให้คุณประโยชน์ที่ชัดเจน อาทิเช่น สุขภาพผิว ระบบย่อยอาหาร ระบบขับถ่าย ระบบสายตา เป็นต้น เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับเครื่องดื่ม และในปี 2551 บริษัทได้ออกผลิตภัณฑ์ใหม่ ซึ่งเป็นเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ มีขนาดเล็กกว่าเครื่องดื่มทั่วไป เน้นส่วนผสมเข้มข้น สามารถเห็นผลได้จากการดื่มในเวลาอันรวดเร็ว หรือเรียกผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้ว่า เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพและความงามแบบเข้มข้น ภายใต้แบรนด์ “บิวตี้ชอต” และ “เซนต์ แอนนา” (St. Anna)

พัฒนาการที่สำคัญของบริษัทในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา สรุปได้ดังนี้

- ปี 2552** - ออกผลิตภัณฑ์ใหม่ภายใต้แบรนด์ “เซ็ปเป้ ฟอร์ วัน เดย์” (Sappe For One Day) เครื่องดื่มน้ำผักผลไม้รวม 100% ที่ให้คุณค่าจากผัก โดย 1 ขวด เท่ากับปริมาณผักที่ร่างกายต้องการใน 1 วัน มีรสชาติเข้มข้น เหมาะสำหรับผู้ที่รักสุขภาพและรับประทานผักน้อย
- ผลิตภัณฑ์ของบริษัท คือ “เซ็ปเป้ บิวตี ดริงค์” ได้รับรางวัล “taste09” INNOVATIVE AWARD ในด้าน Innovative Product ในงาน ANUGA ที่ประเทศเยอรมนี ซึ่งเป็นงานเทศกาลอาหารครบวงจรที่ใหญ่และสำคัญของโลก โดยรางวัลที่ได้รับแสดงถึงความโดดเด่นและมีความแตกต่างกับผู้ผลิตรายอื่นๆ
- ปี 2553** - ไตรมาส 3 ปี 2553 ลงทุนก่อสร้างโรงงานบนที่ดินที่เช่าจากกลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่ เนื้อที่รวมประมาณ 97 ไร่ ตั้งอยู่เลขที่ 8 หมู่ 7 ตำบลพิซุคม อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี เพื่อเป็นโรงงานผลิตเครื่องดื่มของบริษัท โรงงานดังกล่าวก่อสร้างแล้วเสร็จและเริ่มดำเนินการผลิตเมื่อเดือนเมษายน 2555

- ปี 2554** - ต้นปี 2554 โมกู โมกู ได้มีการ Re-Packaging ให้มีสีสันสดใส วันมะพร้าวชั้นโต มี 3 รสชาติ ได้แก่ ส้ม สตรอเบอร์รี่ และลิ้นจี่ และได้ทำการตลาดโดยนำตุ๊กตาสัญญลักษณ์ (Mascot) นื่องวันมะพร้าว โมกู โมกู ไปเป็นคาแร็คเตอร์ในการสื่อสารกับผู้บริโภคเพื่อสื่อถึงความสุข สนุก อร่อย ไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ชัดเจนยิ่งขึ้น
- ไตรมาส 1 ปี 2554 บริษัทมีแนวคิดการขยายตลาดไปในต่างประเทศเพื่อรองรับการเติบโตของสินค้าที่มีอย่างต่อเนื่อง โดยได้จัดตั้ง PT.Sappe Indonesia (“Sappe Indo”) ในประเทศอินโดนีเซีย โดยเริ่มต้นจากการที่กรรมการของบริษัท 2 ท่าน ได้แก่ นายอดิศักดิ์ รักอริยะพงศ์ และนายอานูภาพ รักอริยะพงศ์ ถือหุ้นร่วมกับนักธุรกิจชาวอินโดนีเซีย ในสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 60 และ 40 ตามลำดับ เพื่อดำเนินธุรกิจนำเข้า จัดจำหน่าย และทำการตลาดให้กับเครื่องดื่มเซ็ปเป้อย่างครบวงจรในประเทศอินโดนีเซีย
- ลงทุนจัดตั้ง Sappe Europe s.r.o (“Sappe Europe”) ในประเทศสโลวาเกีย โดยการถือหุ้นของกรรมการของบริษัท 2 ท่าน ได้แก่ นายอดิศักดิ์ รักอริยะพงศ์ และนายอานูภาพ รักอริยะพงศ์ ร่วมกับนักธุรกิจชาวสโลวาเกีย ซึ่งมีความเชี่ยวชาญการจัดจำหน่ายเครื่องดื่มในกลุ่มประเทศยุโรปตะวันออก ในสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 60 และ 40 ตามลำดับ เพื่อดำเนินการผลิตในประเทศสโลวาเกีย และจำหน่ายเครื่องดื่มเซ็ปเป้ในประเทศแถบยุโรป โดยเน้นการผลิตเซ็ปเป้ อโล เวิร์ เป็นหลัก เพื่อรองรับการเติบโตของสินค้าในกลุ่มประเทศยุโรปที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ เซ็ปเป้ อโล เวิร์ เป็นแบรนด์ผลิตภัณฑ์ที่ชาวยุโรปชื่นชอบและคุ้นเคยอยู่แล้ว จากการร่วมทุน ทำให้การกระจายสินค้าและกิจกรรมทางการตลาดในกลุ่มประเทศยุโรปทำได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น เป็นการเตรียมความพร้อมเพื่อมุ่งสู่ Global Brand ต่อไป
- ออกผลิตภัณฑ์ใหม่ภายใต้แบรนด์ “เพรียว” ได้แก่ “เพรียว คอฟฟี่” (Prew Coffee) กาแฟผงสำเร็จรูป สูตรไม่มีน้ำตาล มีให้เลือกหลากหลายสูตรตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ได้แก่ สูตรผสมโครเมียมอะมิโนแอซิดคีเลต ช่วยลดความอยากอาหารทำให้ทานอาหารได้น้อยลง หรือดื่มช่วงบ่าย หรือระหว่างมื้อเพื่อลดการทานจุกจิกระหว่างมื้อ และ “เพรียว คลอโรฟิลล์” (Prew Chlorophyll) ในรูปแบบผง (powder) โดยนำมาชงกับน้ำดื่ม ช่วยล้างสารพิษจัดของเสียสะสมในร่างกาย กระตุ้นการสร้างเม็ดเลือดแดง ฟันฟูกการทำงานของตับ และช่วยเรื่องระบบขับถ่าย
- ปี 2555** - วันที่ 24 เมษายน 2555 บริษัทได้เพิ่มทุนชำระแล้วจาก 5 ล้านบาท เป็น 225 ล้านบาท
- ออกสูตรใหม่ของผลิตภัณฑ์เพรียว คอฟฟี่ สูตรสารสกัดจากถั่วขาว และกลูตาไธโอน ซึ่งเป็นสูตรที่มีคุณภาพระดับสูงของแบรนด์เพรียว สูตรผสมสารสกัดจากถั่วขาว ช่วยยับยั้งกระบวนการในการดูดซึมแป้งเข้าสู่ร่างกาย และ สูตรผสมแอล-กลูตาไธโอน ช่วยทำให้ผิวขาวและรูปร่างเพรียว
- วันที่ 31 ธันวาคม 2555 บริษัทได้ปรับโครงสร้างกลุ่มบริษัท โดยการถือหุ้นของ PT.Sappe Indonesia จากกรรมการของบริษัท ได้แก่ นายอดิศักดิ์ รักอริยะพงศ์ และนายอานูภาพ รักอริยะพงศ์ จำนวนรวม 360 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 60 ของทุนชำระแล้วทั้งหมดของ PT.Sappe Indonesia ในราคาเท่ากับมูลค่าที่ตราไว้เท่ากับหุ้นละ 1,000 เหรียญสหรัฐ รวมมูลค่าประมาณ 0.36 ล้านดอลลาร์ คิดเป็นมูลค่าเทียบเท่าเงินบาทประมาณ 11.113 ล้านบาท ทำให้ภายหลังการซื้อหุ้นดังกล่าว PT.Sappe Indonesia มีสถานะเป็นบริษัทย่อยของบริษัท
- ปี 2556** - ไตรมาส 3 ปี 2556 ออกสูตรใหม่ของผลิตภัณฑ์เพรียว คอฟฟี่ สูตรเพรียวพลัส ซึ่งมีส่วนผสมของ โครเมียมอะมิโนแอซิดคีเลต และแอลคานิทิน ที่ช่วยทั้งการลดความอยากอาหาร และการเผาผลาญไขมันในร่างกาย

- 1 กรกฎาคม 2556 บริษัทซื้อหุ้นของ Sappe Europe s.r.o. จากกรรมการของบริษัท ได้แก่ นายอดิศักดิ์ รักริยะพงศ์ และนายอนุภาพ รักริยะพงศ์ ในสัดส่วนรวมร้อยละ 60 ของทุนชำระแล้วทั้งหมดของ Sappe Europe s.r.o. ในราคาเท่ากับมูลค่าตามบัญชีสุทธิ ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2556 หรือในราคาเท่ากับมูลค่าที่ตราไว้แล้วแต่จำนวนใดจะสูงกว่า โดยราคาซื้อขายสุดท้ายมีมูลค่ารวม 3,983 ยูโร คิดเป็นมูลค่าเทียบเท่าเงินบาทประมาณ 0.16 ล้านบาท ทำให้ภายหลังการซื้อหุ้นดังกล่าว Sappe Europe s.r.o. มีสถานะเป็นบริษัทย่อยของบริษัท
- วันที่ 5 กันยายน 2556 บริษัทได้แปรสภาพจากบริษัทจำกัดเป็นบริษัทมหาชนจำกัด โดยใช้ชื่อว่า “บริษัท เซ็ปเป่ จำกัด (มหาชน)”
- วันที่ 25 กันยายน 2556 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นของบริษัท ครั้งที่ 3/2556 ได้มีมติให้เปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้ของบริษัทจากมูลค่าหุ้นละ 1,000 บาท เป็นมูลค่าหุ้นละ 1 บาท รวมทั้งเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 225,000,000 บาท เป็น 304,620,000 บาท โดยการออกหุ้นสามัญใหม่จำนวน 79,620,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท รวมมูลค่า 79,620,000 บาท เพื่อเสนอขายประชาชนเป็นครั้งแรก จำนวน 75,000,000 หุ้น และเพื่อรองรับการใช้สิทธิของใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทที่จะจัดสรรให้แก่ผู้บริหารและพนักงานของบริษัทจำนวน 4,620,000 หุ้น
- วันที่ 28 ตุลาคม 2556 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นของบริษัท ครั้งที่ 4/2556 ได้มีมติอนุมัติการออกและจัดสรรใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นของบริษัทต่อผู้บริหาร (รวมถึงผู้บริหารที่ดำรงตำแหน่งกรรมการ) และพนักงานของบริษัท (โครงการ ESOP Warrant)
- วันที่ 13 พฤศจิกายน 2556 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 10/2556 ได้อนุมัติการลงทุนเพิ่มใน Sappe Indo โดยให้บริษัทเข้าซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุน และเปลี่ยนแปลงสัดส่วนการถือหุ้นเป็นร้อยละ 51: 49 โดยบริษัทถือหุ้นร้อยละ 51 และผู้ถือหุ้นชาวอินโดนีเซียถือหุ้นร้อยละ 49 ของทุนชำระแล้วของ Sappe Indo ภายหลังการเพิ่มทุน

2.2 ภาพรวมการประกอบธุรกิจของบริษัท

บริษัทประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ และเครื่องดื่มที่มุ่งเน้นนวัตกรรม เพื่อตอบโจทย์เรื่องสุขภาพและความงามให้แก่ผู้บริโภค โดยแบ่งเป็น 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์หลัก ภายใต้ 13 ตราสินค้าทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งประกอบด้วย 1) **ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพและความงาม (Functional Beverage Category)** ได้แก่ *เซ็ปเป่ บิวตี้ ครีจค์* เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพและความงาม ที่ “แค่ดื่ม...ก็สวย”, *เซ็ปเป่ บิวตี้ ซอท* เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพและความงามแบบเข้มข้น เห็นผลลัพธ์ที่ชัดเจนในเวลาอันรวดเร็ว เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพแบบเข้มข้น สำหรับคนเมืองและคนทำงาน เน้นเรื่องการบำรุงสมองและการพักผ่อน เห็นผลลัพธ์ที่ชัดเจนอันรวดเร็ว และ *เซนต์ แอนนา* เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพและความงามแบบเข้มข้น ในคอนเซ็ปต์ “สวยง่ายๆ ...สบายกระป๋อง” 2) **ผลิตภัณฑ์ประเภทน้ำผลไม้ (Fruit Juice Category)** ได้แก่ *เซ็ปเป่ เบ้ ฟอร์ วัน เดย์* น้ำผักผลไม้เข้มข้น 100% เหมาะกับคนที่รักสุขภาพแต่ไม่มีโอกาสหรือเวลาได้กินผัก, *โมกุ โมกุ* น้ำผลไม้ผสมวุ้นมะพร้าวแรกของตลาด มีจุดขายที่ขึ้นฉ่ำขนาดใหญ่, *ชีวี* และ *โค โคะ แครช* น้ำผลไม้แต่งกลิ่นผสมวุ้นมะพร้าว และ *เซ็ปเป่ โอลิเวอว์ ครีจค์* น้ำผลไม้แต่งกลิ่นผสมขึ้นฉ่ำหวานหางจะเข้ 3) **ผลิตภัณฑ์ประเภทผงพร้อมชง เพื่อสุขภาพและความงาม (Functional Powder Category)** ได้แก่ *เพรียว คอฟฟี่*, *สวีตส์ การ์เดน คอฟฟี่* และ *สริมฟิต คอฟฟี่* ซึ่งเป็นกาแฟควบคุมน้ำหนัก เพื่อสุขภาพและความงาม และ *เพรียว คอลโรฟิลล์* ซึ่งเป็นคอลโรฟิลล์ผงที่นำวัตถุดิบเข้ามาจากประเทศ

ญี่ปุ่น มีคุณสมบัติในการช่วยดีท็อกซ์ขับล้างสารพิษ 4) **ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่มปรุงสำเร็จพร้อมดื่ม เพื่อสุขภาพ และความงาม (RTD Category)** ได้แก่ *เพรียว คอฟฟี่ แบบกระป๋อง*

ผลิตภัณฑ์ของบริษัทจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยในปี 2555 และ 9 เดือนแรกของปี 2556 มีสัดส่วนการขายในประเทศประมาณร้อยละ 67.72 และร้อยละ 49.38 ของรายได้จากการขายรวม และสัดส่วนการขายต่างประเทศประมาณร้อยละ 32.28 และร้อยละ 50.62 ของรายได้จากการขายรวม ตามลำดับ โดยการขายในประเทศผ่านช่องทางจำหน่ายหลัก 2 ช่องทาง ได้แก่ *ช่องทางการค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade)* ได้แก่ ร้านสะดวกซื้อ (Convenience store) ซูเปอร์มาร์เก็ต และไฮเปอร์มาร์เก็ต เป็นต้น และ *ช่องทางการจำหน่ายแบบดั้งเดิม (Traditional Trade)* ได้แก่ การขายผ่านตัวแทนจำหน่าย (Distributor) 3 ราย สำหรับการขายในต่างประเทศเป็นการขายผ่านตัวแทนนำเข้าสินค้า (Importer) ของแต่ละประเทศนั้นๆ และการขายผ่านตัวแทนจำหน่ายสินค้า โดยการส่งออกสินค้าของบริษัทได้รับการยอมรับกว่า 50 ประเทศทั่วโลก ทั้งในทวีปเอเชีย เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ตะวันออกกลาง ยุโรป แอฟริกา อเมริกาเหนือ และอเมริกาใต้

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักของบริษัทที่เป็นผู้บริโภคสุดท้าย มีหลากหลายขึ้นอยู่กับผลิตภัณฑ์ในแต่ละประเภท โดยกลุ่มลูกค้าเป้าหมายครอบคลุมทั้งผู้หญิงและผู้ชาย วัยเด็ก วัยรุ่น นักเรียน นักศึกษา กลุ่มคนทำงาน โดยบริษัทมุ่งเน้นในเรื่องการสร้างความปลอดภัยใหม่ หรือ ความเป็น Innovative และมักเป็นรายแรกในตลาดเสมอ เช่น การเป็นผู้ผลิตรายแรกในผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้ผสมวุ้นมะพร้าว “โมกุ โมกุ”, น้ำผลไม้ผสมวานิลลาจระเข้ “เซ็ปเป้ อโล เวย์”, น้ำผักและผลไม้ 100% “เซ็ปเป้ ฟอว์วันเคย์” ซึ่งเป็นน้ำผักผลไม้ที่บรรจุในขวด PET รายแรก นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญกับการสร้างความเข้าใจแก่ผู้บริโภค โดยการสื่อสารผ่าน Packaging ของผลิตภัณฑ์ในรูปแบบต่างๆ ตั้งแต่ชื่อแบรนด์ รูปทรงและลวดลายของบรรจุภัณฑ์ และเป็นรายแรกในตลาดที่เริ่มใช้ Bottle Neck Tag ในการอธิบายคุณสมบัติเฉพาะตัวของผลิตภัณฑ์ ด้วยข้อมูลที่กระชับ เชิญชวน และสร้างความเข้าใจ ทำให้ผู้บริโภคเลือกที่จะทดลองสินค้าโดยง่าย

บริษัทมีโรงงาน 2 แห่ง ตั้งอยู่บนที่ดินเช่าจากกลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่ของบริษัท โดยโรงงานแห่งแรก (โรงงานบางชัน) ตั้งอยู่ที่นิคมอุตสาหกรรมบางชัน ถนนเสรีไทย เขตคันนายาว กรุงเทพฯ ขนาดเนื้อที่ 2 ไร่ 1 งาน 88.2 ตารางวา อายุสัญญาเช่าที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง 3 ปี เริ่มตั้งแต่ 1 ตุลาคม 2556 จนถึง 30 กันยายน 2559 และโรงงานที่ 2 (โรงงานคลอง 13) ตั้งอยู่ที่ถนนทางหลวงชนบท ปท.3012 (เลียบคลอง 13 ฝั่งตะวันตก) อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี ขนาดเนื้อที่ 97 ไร่ 3 งาน 49 ตารางวา อายุสัญญาเช่าที่ดิน 20 ปี เริ่มตั้งแต่ 1 ตุลาคม 2556 จนถึง 30 กันยายน 2576 โรงงานทั้งสองแห่งมีกำลังการผลิตรวม 100,000 ตัน/ปี ทำการผลิตทั้งสินค้าและบรรจุภัณฑ์ขวด PET โดยบริษัทได้ให้ความสำคัญการจัดการระบบบริหารคุณภาพ ตั้งแต่การจัดการและการตรวจรับวัตถุดิบ การควบคุมคุณภาพระหว่างผลิต ภายใต้ระบบบริหารงานคุณภาพ ISO 9001 : 2000, GMP Codex, HACCP และโดยคำนึงถึงคุณประโยชน์ของผู้บริโภคจะได้รับเป็นสำคัญ

ปัจจุบันบริษัทมีบริษัทย่อยในต่างประเทศ 2 บริษัท ได้แก่

1) **PT. Sappe Indonesia** จัดทะเบียนจัดตั้งในประเทศอินโดนีเซีย ดำเนินธุรกิจนำเข้า จัดจำหน่าย และทำการตลาดให้กับเครื่องดื่มเซ็ปเป้อย่างครบวงจรในประเทศอินโดนีเซีย ณ วันที่ 30 กันยายน 2556 มีทุนจดทะเบียนจำนวน 1,000,000 เหรียญสหรัฐ และเรียกชำระแล้วจำนวน 600,000 เหรียญสหรัฐ หรือเทียบเท่าเงินบาทประมาณ 17.03 ล้านบาท โดยบริษัทถือหุ้นร่วมกับนักธุรกิจชาวอินโดนีเซียในสัดส่วนร้อยละ 60 และ 40 ตามลำดับ (ภายหลังการเพิ่มทุนของ Sappe Indo ภายในปี 2557 สัดส่วนการถือหุ้นจะเปลี่ยนเป็นร้อยละ 51 และ 49 ตามลำดับ เนื่องจากบริษัทจะสละสิทธิของถือหุ้นเพิ่มทุนดังกล่าวบางส่วน)

2) *Sappe Europe s.r.o* จัดทะเบียนจัดตั้งในประเทศสโลวาเกีย ดำเนินธุรกิจจัดจ้าง ผลิต จำหน่ายและทำการตลาด เครื่องดื่มเซ็ปเป้ในแถบประเทศยุโรป ณ วันที่ 30 กันยายน 2556 Sappe Europe มีทุนจดทะเบียนและเรียกชำระแล้วจำนวน 6,639 ยูโร หรือเทียบเท่าเงินบาทประมาณ 0.27 ล้านบาท โดยบริษัทถือหุ้นร่วมกับนักธุรกิจชาวสโลวาเกียในสัดส่วนร้อยละ 60 และ 40 ตามลำดับ

2.3 โครงสร้างรายได้

โครงสร้างรายได้ของบริษัทและบริษัทย่อยสำหรับปี 2553 - 2555 และงวด 9 เดือนแรกของปี 2556 เป็นดังนี้

	ปี 2553		ปี 2554		ปี 2555		ม.ค. - ก.ย. 2555		ม.ค. - ก.ย. 2556	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
รายได้จากการขาย										
ในประเทศ	1,391.90	89.23	1,134.84	78.96	1,220.46	66.69	868.61	65.32	914.04	48.80
ต่างประเทศ ^{1/}	163.50	10.48	289.24	20.13	581.80	31.79	445.45	33.50	937.05	50.02
รวมรายได้จากการขาย	1,555.39	99.71	1,424.08	99.09	1,802.26	98.48	1,314.06	98.82	1,851.09	98.82
รายได้อื่น ^{2/}	4.53	0.29	13.06	0.91	27.85	1.52	15.67	1.18	22.09	1.18
รายได้รวม	1,559.92	100.00	1,437.14	100.00	1,830.11	100.00	1,329.73	100.00	1,873.18	100.00

หมายเหตุ: ^{1/}รายได้จากการขายในต่างประเทศ ดำเนินการโดยบริษัทและบริษัทย่อย โดยได้รวมส่วนที่ดำเนินการโดย Sappe Indo เริ่มตั้งแต่ไตรมาสที่ 1 ปี 2556 เป็นต้นไป และส่วนที่ดำเนินการโดย Sappe Europe เริ่มตั้งแต่ไตรมาสที่ 3 ปี 2556 เป็นต้นไป

^{2/}รายได้อื่น ประกอบด้วย รายได้ค่าขนส่ง รายได้ค่าปรับจากการจ้างผลิตสินค้า รายได้จากการขายเศษวัสดุ และอื่นๆ

2.4 เป้าหมายการดำเนินธุรกิจ

บริษัทมุ่งเน้นการเป็นผู้นำในธุรกิจผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพแก่ผู้บริโภค เน้นพัฒนาสินค้าใหม่ๆ และบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย มีความโดดเด่นออกสู่ตลาด เน้นสินค้าเพื่อคุณภาพ โดยมีผลิตภัณฑ์ที่เป็นตัวเลือกใหม่ๆ ให้แก่ผู้บริโภค