

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท เบอริลียูคเกอร์ จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) ก่อตั้งขึ้นในประเทศไทยเมื่อปี 2425 โดยนายอัลเบิร์ต ยูคเกอร์ และนายเฮนรี่ ชิกก์ โดยใช้ชื่อว่า “ห้างยูคเกอร์ แอนด์ ชิกก์ แอนด์ โก” ประกอบกิจการค้าในด้านเป็นตัวแทนบริษัทเรือฝรั่งเศส อังกฤษ และอิตาลี พร้อมกับเป็นตัวแทนบริษัทประกันภัยของต่างประเทศ และยังเป็นตัวแทนธนาคารต่าง ๆ ด้วย เช่น ธนาคารอินโดจีน ระหว่างปี 2421 - 2433 ธนาคารฮ่องกงและเซี่ยงไฮ้ ระหว่างปี 2428 - 2431 นอกจากนั้นยังทำการค้าโรงสีข้าวและเป็นผู้แทนจำหน่ายสินค้าทั้งนำเข้าและส่งออกด้วย

เมื่อนายอัลเบิร์ต เบอริลียูคเกอร์ ผู้เป็นบุตรชายของนายยูคเกอร์ ได้เข้ามารับช่วงงานต่อจึงเปลี่ยนชื่อห้างเป็น “เอ. เบอริลียูคเกอร์ แอนด์ โก” เมื่อปี 2439 ดำเนินธุรกิจต่าง ๆ ทั้งการเป็นพ่อค้าเบ็ดเตล็ด ธุรกิจโรงสีข้าว การส่งออกสินค้า เช่น ข้าว ไม้ ยางสน ครั่ง และหนังสือต่าง ๆ นอกจากนั้น นายอัลเบิร์ต เบอริลียูคเกอร์ ยังเป็นผู้ริเริ่มธุรกิจการส่งสินค้าเข้ามาจำหน่าย โดยส่งนมกระป๋องจากสวิสเซอร์แลนด์เข้ามาขายในเมืองไทยเป็นเจ้าแรก ต่อมาได้สั่งสิ่งทอจากสวิสเซอร์แลนด์ อังกฤษ และเยอรมนี โกโก้จากเดนมาร์กและกระดาษเช็ดมือจากสหรัฐอเมริกาเข้ามาจำหน่าย

ต่อมาในปี 2456 ห้าง เอ. เบอริลียูคเกอร์ แอนด์ โก ได้หันมาสนใจในกิจการเหมืองแร่ โดยเฉพาะดีบุกและพลูม จึงได้เปิดสาขาแห่งใหม่ที่จังหวัดนครราชสีมา และในปี 2467 ได้เปลี่ยนชื่อห้างเป็น “ห้างเบอริลียูคเกอร์ แอนด์ โก” ขึ้นอีกครั้งเมื่อ

ภายหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ยุติลง นายอัลเบิร์ต เบอริลียูคเกอร์ มีสุขภาพไม่สมบูรณ์ ไม่สามารถบริหารงานต่อไปได้ จึงได้แต่งตั้งนายเอ็ดวาร์ด ยูคเกอร์ ให้ดำรงตำแหน่งหุ้นส่วนผู้จัดการ และเปิดกิจการ “ห้างเบอริลียูคเกอร์ แอนด์ โก” ขึ้นอีกครั้งเมื่อเดือนกันยายน 2489 โดยมีที่ทำการอยู่ที่ถนนเจริญกรุง

ในปี 2508 นายวอลเตอร์ ไมเยอร์ ได้พิจารณาว่าการดำเนินธุรกิจแบบหุ้นส่วนภายในครอบครัวเป็นอุปสรรคต่อความก้าวหน้าและการเจริญเติบโต จึงได้มีการชี้แจงและชักชวนหุ้นส่วนอื่น ๆ ให้เห็นชอบต่อการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของบริษัทไปสู่การเป็นบริษัทมหาชนที่เปิดโอกาสให้ประชาชนทั่วไปเข้ามาถือหุ้น และเมื่อมีการจัดตั้งตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยขึ้นในปี 2517 บริษัท เบอริลียูคเกอร์ จำกัด ก็ได้เป็น 1 ใน 7 บริษัทแรกที่เข้าเป็นสมาชิกในตลาดหลักทรัพย์เมื่อเดือนเมษายน 2518

ในปี 2510 นับเป็นปีมหามงคลของบริษัท เนื่องจากได้รับพระมหากรุณาธิคุณจากพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงพระกรุณาโปรดเกล้าโปรดกระหม่อมพระราชทานตราตั้งแก่บริษัท เบอริลียูคเกอร์ จำกัด

ในปี 2544 มีการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญเกิดขึ้นกับบริษัท เมื่อบริษัทในเครือบริษัทไทยเจริญ คอร์ปอเรชั่น หรือ ทีซีซี กรุ๊ป ได้เข้าถือครองหุ้นทั้งหมดของบริษัทที่ถือโดยเฟิร์สแปซิฟิค ทำให้เป็นผู้ถือหุ้นใหญ่แต่ผู้เดียวในบริษัท ซึ่งหลังจากกระบวนการทำค่าเสนอซื้อหลักทรัพย์เสร็จสิ้นลง บริษัท นครขึ้น จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทในเครือของบริษัทไทยเจริญ คอร์ปอเรชั่น หรือ ทีซีซี กรุ๊ป ได้ถือหุ้นทั้งสิ้นร้อยละ 83.50 ของหุ้นที่ออกจำหน่ายแล้วทั้งหมดของบริษัท ปัจจุบันบริษัทมีผู้ถือหุ้นหลัก คือ บริษัท ทีซีซี โฮลดิ้ง จำกัด ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 73.689 (ณ วันที่ 19 ธันวาคม 2557)

1.1 วิสัยทัศน์และพันธกิจในการดำเนินงานของบริษัท

วิสัยทัศน์

บริษัทมุ่งมั่นที่จะเป็นผู้ให้บริการด้านซัพพลายเชนอย่างครบวงจรในภูมิภาค ในการนำสินค้าและบริการที่มีคุณภาพสู่ชีวิตประจำวันของผู้บริโภค

พันธกิจ

สร้าง เครือข่ายประสิทธิภาพทางด้านการตลาด ที่ครอบคลุมทั่วทั้งภูมิภาค

เป็น คู่ค้าที่ดีและไว้วางใจได้ในภูมิภาค

มอบ ผลตอบแทนสูงสุดให้แก่ผู้มีส่วนร่วมในธุรกิจ

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญในปี 2557

ปี 2557 บริษัทได้มีการขยายธุรกิจการดำเนินงานในลักษณะต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการขยายกำลังการผลิตในธุรกิจเดิม การเข้าร่วมทุนเพื่อต่อยอดไปสู่ธุรกิจปลายน้ำของบริษัท โดยเฉพาะธุรกิจค้าปลีกที่บริษัทได้ให้ความสำคัญเข้าไปลงทุน ทั้งนี้ เพื่อให้บริษัทสามารถบรรลุวิสัยทัศน์ ที่จะเป็นผู้ดำเนินการจัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่ใช้ในชีวิตประจำวันให้แก่ลูกค้าในภูมิภาคอาเซียน ตลอดจนเพื่อรักษาไว้ซึ่งผลประโยชน์สูงสุดของผู้มีส่วนได้เสียในบริษัท ได้แก่ ผู้ถือหุ้น พันธมิตรคู่ค้า เจ้าหนี้ พนักงาน ตลอดจนสังคมโดยรวม โดยเหตุการณ์สำคัญที่เกิดขึ้น ในปี 2557 สามารถสรุปได้ดังนี้

กันยายน 2557 บริษัทได้ทำการปิดโรงงานราษฎร์บูรณะในวันที่ 8 กันยายน 2557 และได้จัดพิธีอุ่นเตาหลอมแก้ว โรงผลิตที่ 3 (TM3) ณ บริษัท ไทย มาลามา กลาส จำกัด ในวันที่ 11 กันยายน 2557 การเปิดเตาหลอมแก้วโรงผลิตขึ้นมาใหม่นี้มีจุดประสงค์เพื่อแสดงถึงความพร้อมและความสำเร็จของโครงการขยายกำลังการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีมากยิ่งขึ้น รวมถึงแสดงถึงความมุ่งมั่นในการขยายกิจการของบริษัทที่กำลังเจริญเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน นอกจากนี้ บริษัทยังได้รับรางวัลเชิดชูเกียรติระดับประเทศ เป็นปีที่ 7 ติดต่อกัน ในด้านสถานประกอบการดีเด่นด้านแรงงานสัมพันธ์ และสวัสดิการแรงงานประจำปี 2557

พฤศจิกายน 2557 บริษัทได้รับรางวัล บริษัทจดทะเบียนด้านนักลงทุนสัมพันธ์ดีเด่น (Outstanding Investor Relations Awards) งาน SET Awards 2014 สำหรับบริษัทที่มีมูลค่าหลักทรัพย์ 20,000 – 50,000 ล้านบาท

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

บริษัทมุ่งมั่นความเป็นเลิศในการพัฒนาการผลิตสินค้าและบริการที่เปี่ยมด้วยคุณภาพตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ และเป็นผู้ดำเนินการจัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่ใช้ในชีวิตประจำวัน เพื่อตอบสนองความต้องการในทุกวันของผู้บริโภค และบริษัทได้ขยายธุรกิจมาอย่างต่อเนื่อง จนปัจจุบันบริษัทมีการประกอบธุรกิจใน 4 กลุ่มธุรกิจ ดังนี้

1. กลุ่มสินค้าและบริการทางบรรจภัณฑ์

ดำเนินกิจการด้านการผลิต ทำการตลาด และจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ด้านบรรจภัณฑ์ ได้แก่ บรรจภัณฑ์แก้ว บรรจภัณฑ์กระป๋องอลูมิเนียม และบรรจภัณฑ์พลาสติกแข็ง

2. กลุ่มสินค้าและบริการทางอุปโภคบริโภค

ดำเนินกิจการด้านการผลิต ทำการตลาด และจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ด้านอุปโภคบริโภค ได้แก่ ขนมอบเคี้ยว เครื่องดื่มลูกอม ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากนม เต้าหู้ สินค้าเครื่องใช้ส่วนตัว (สบู่ แชมพู และเครื่องสำอาง) สินค้าเครื่องใช้ในครัวเรือน (กระดาดพลาสติกและผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด) รวมถึงการทำการตลาดและจัดจำหน่ายสินค้าทั้งที่เป็นตราสินค้าของบริษัท และสินค้าภายใต้สัญญาบัตรกับบริษัทอื่น นอกจากนี้ยังให้บริการด้านพิธีการออกสินค้า คลังสินค้า ขนส่งและจัดส่งสินค้า (โลจิสติกส์) ให้แก่กลุ่มบริษัทเดียวกันและบริษัทอื่น

3. กลุ่มสินค้าและบริการทางเวชภัณฑ์และทางเทคนิค

3.1 สินค้าและบริการทางเวชภัณฑ์

ดำเนินกิจการด้านการนำเข้าและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ด้านเวชภัณฑ์ ได้แก่ เภสัชภัณฑ์ เวชภัณฑ์ เครื่องมือและวัสดุทางการแพทย์ โดยให้บริการครอบคลุมทั่วประเทศทั้งในโรงพยาบาลรัฐ โรงพยาบาลเอกชนและคลินิก

3.2 สินค้าและบริการทางเทคนิค

ดำเนินกิจการด้านการนำเข้าและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ด้านเทคนิค ได้แก่ เคมีภัณฑ์อุตสาหกรรม ผลิตภัณฑ์เทคโนโลยีทางภาพ รวมถึงออกแบบ จัดหา และจัดจำหน่ายเครื่องมือและอุปกรณ์ ระบบควบคุมอัตโนมัติ เครื่องมือเพื่อการอุตสาหกรรม อุปกรณ์คลังสินค้า และขนส่งสินค้า และโครงเหล็กเสาไฟฟ้าแรงสูงขั้วส่งกระแส

4. กลุ่มธุรกิจอื่นๆ

4.1 ฝ่ายธุรกิจต่างประเทศ

ฝ่ายธุรกิจต่างประเทศ เป็นหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนในการขยายธุรกิจของบริษัทสู่ตลาดต่างประเทศ ทั้งด้านการค้า และการลงทุน โดยมุ่งเน้นให้ความสำคัญกับกลุ่มประเทศประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) โดยเฉพาะกลุ่มประเทศในลุ่มแม่น้ำโขง ได้แก่ กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ และ เวียดนาม เป็นลำดับแรก ซึ่งมุ่งเน้นในการสร้างเครือข่าย และฐานธุรกิจในระยะยาว ภายใต้ความท้าทายและข้อจำกัดทั้งด้านการค้าและการเมืองในภูมิภาคนี้

4.2 กลุ่มธุรกิจค้าปลีก

ดำเนินกิจการด้านการนำเข้า ทำการตลาด และจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ด้านหนังสือและนิตยสาร เครื่องเขียนและเครื่องใช้สำนักงาน และผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงดำเนินกิจการร้านค้าปลีกเพื่อสุขภาพและความงาม

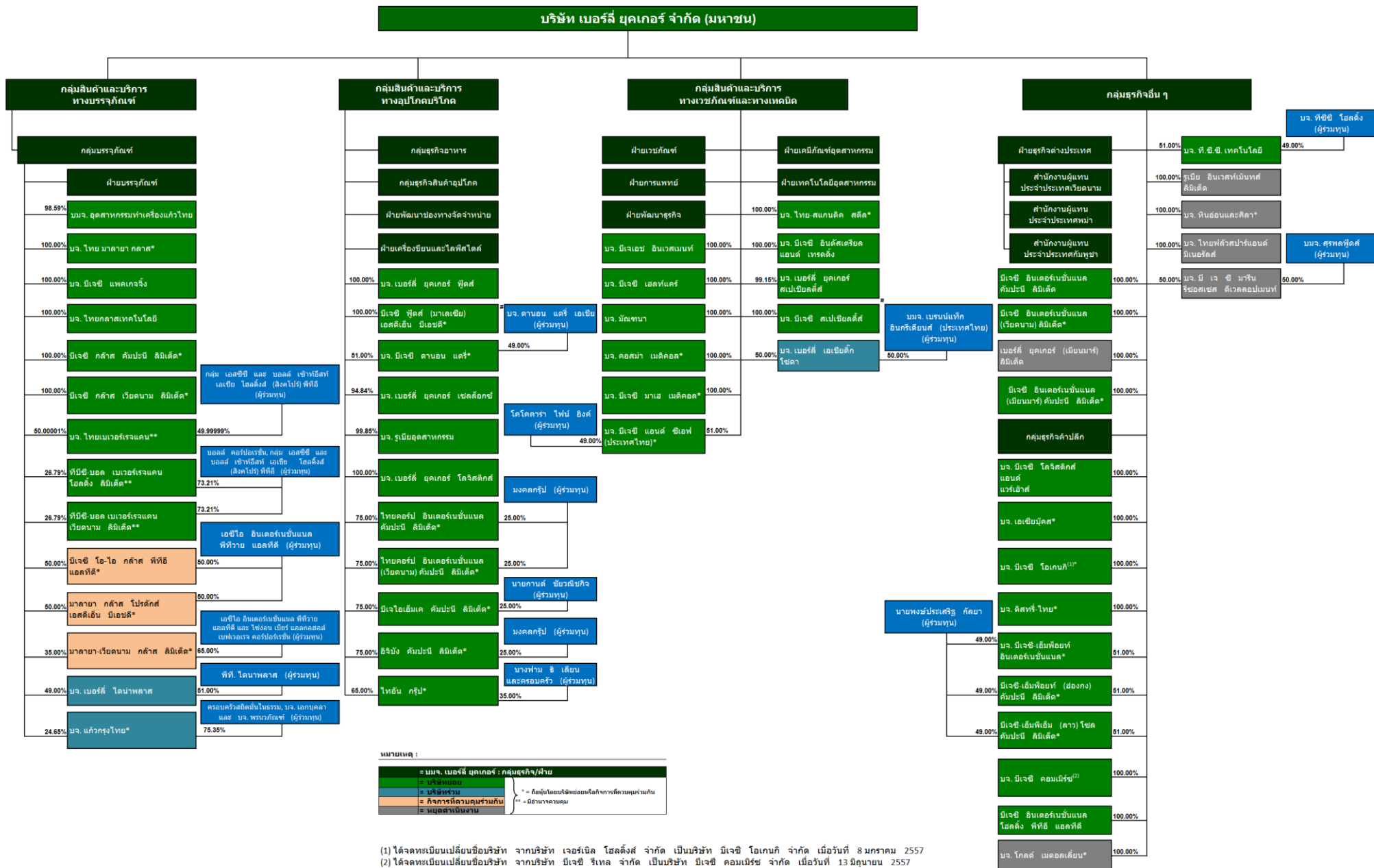
4.3 ธุรกิจอื่น ๆ

ดำเนินธุรกิจด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยให้บริการศูนย์ข้อมูลคอมพิวเตอร์เชิงพาณิชย์ (Commercial Data Center) ศูนย์จัดการดูแลระบบ และศูนย์สำรองข้อมูลแก่กลุ่มบริษัทและลูกค้าภายนอก

นอกจากนี้ บริษัทยังมีธุรกิจอื่น ๆ อีก เช่น ดำเนินการผลิตแคลเซียมคาร์บอเนต เพื่อใช้ในอุตสาหกรรมกระดาษ อุตสาหกรรมพลาสติก และอุตสาหกรรมสี ผลิตและจำหน่ายหินอ่อน การให้เช่าบ่อเลี้ยงกุ้งและอุปกรณ์ ซึ่งเคยดำเนินธุรกิจมาในอดีต แต่ในปัจจุบันธุรกิจดังกล่าวได้หยุดดำเนินการแล้ว

ทั้งนี้ บริษัทมีการแบ่งการดำเนินงานของบริษัทในกลุ่ม ดังนี้

โครงสร้างการถือหุ้นกลุ่มบริษัท เบอร์ลี ยุคเกอร์ จำกัด (มหาชน)



1.4 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

ผู้ถือหุ้นใหญ่ของบริษัท คือ บริษัท ทีซีซี โฮลดิ้ง จำกัด ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 73.689 ของหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัท (ณ วันปิดสมุดทะเบียนผู้ถือหุ้นวันที่ 19 ธันวาคม 2557) แต่การดำเนินธุรกิจหลักของบริษัทไม่ได้มีความสัมพันธ์พึ่งพิง หรือแข่งขันกับธุรกิจอื่นในกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่อ่างมีนัยสำคัญ

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

2.1 โครงสร้างรายได้

กลุ่มบริษัท เบอรัล ยูคเกอร์ สามารถจำแนกโครงสร้างรายได้ ดังนี้

| กลุ่มธุรกิจ | ปี 2557 | | ปี 2556 | | ปี 2555 ปรับปรุง | |
|---|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| | รายได้ (ล้านบาท) | สัดส่วน (ร้อยละ) | รายได้ (ล้านบาท) | สัดส่วน (ร้อยละ) | รายได้ (ล้านบาท) | สัดส่วน (ร้อยละ) |
| กลุ่มสินค้าและบริการทางบรรจภัณฑ์ | 18,074 | 41.62 | 17,748 | 42.03 | 16,865 | 45.06 |
| กลุ่มสินค้าและบริการทางอุปโภคบริโภค | 16,285 | 37.50 | 15,742 | 37.28 | 11,934 | 31.88 |
| กลุ่มสินค้าและบริการทางเวชภัณฑ์และทางเทคนิค | 7,750 | 17.85 | 7,315 | 17.32 | 7,153 | 19.11 |
| กลุ่มธุรกิจอื่น ๆ | 1,996 | 4.60 | 1,773 | 4.20 | 1,637 | 4.38 |
| | 44,105 | 101.57 | 42,578 | 100.83 | 37,589 | 100.43 |
| หัก รายการขายระหว่างกัน | (682) | (1.57) | (352) | (0.83) | (160) | (0.43) |
| รวม | 43,423 | 100.00 | 42,226 | 100.00 | 37,429 | 100.00 |

| กลุ่มธุรกิจ / ดำเนินการโดย | % การถือหุ้น | ปี 2557 | | % การถือหุ้น | ปี 2556 | | % การถือหุ้น | ปี 2555 ปรับปรุง | |
|---------------------------------------|-----------------|---------------------|---------------------|-----------------|---------------------|---------------------|-----------------|---------------------|---------------------|
| | | รายได้ (ล้านบาท) | สัดส่วน (ร้อยละ) | | รายได้ (ล้านบาท) | สัดส่วน (ร้อยละ) | | รายได้ (ล้านบาท) | สัดส่วน (ร้อยละ) |
| กลุ่มสินค้าและบริการทางบรรจภัณฑ์ | | | | | | | | | |
| บมจ. เบอรัล ยูคเกอร์ | บริษัทแม่ | 4,744 | 10.93 | บริษัทแม่ | 6,019 | 14.24 | บริษัทแม่ | 6,228 | 16.64 |
| บมจ. อุตสาหกรรมทำเครื่องแก้วไทย | 98.59% | 6,358 | 14.64 | 98.59% | 7,060 | 16.72 | 98.59% | 7,516 | 20.08 |
| บจ. ไทย มาลาया กลาส | 100.00% | 5,123 | 11.80 | 100.00% | 3,987 | 9.44 | 100.00% | 3,611 | 9.65 |
| บจ. ไทยเบเวอร์เรจแคน | 50.00% | 5,552 | 12.79 | 50.00% | 5,167 | 12.24 | 50.00% | 5,182 | 13.84 |
| TBC-Ball Beverage Can Holding Limited | 26.79% | 873 | 2.01 | 26.79% | 738 | 1.75 | 26.79% | 639 | 1.71 |
| TBC-Ball Beverage Can Vietnam Limited | 26.79% | 1,914 | 4.41 | 26.79% | 1,654 | 3.92 | 26.79% | 729 | 1.95 |
| Malaya-Vietnam Glass Limited | 35.00% | 537 | 1.24 | 35.00% | 569 | 1.35 | 35.00% | 389 | 1.04 |
| Malaya Glass Products Sdn Bhd | 50.00% | 1,110 | 2.55 | 50.00% | 1,014 | 2.40 | 50.00% | 1,062 | 2.84 |
| BJC International (Vietnam) Limited | 100.00% | 54 | 0.12 | 100.00% | 28 | 0.07 | 100.00% | 352 | 0.94 |
| BJC International Company Limited | 100.00% | 28 | 0.06 | 100.00% | 9 | 0.02 | 100.00% | 8 | 0.02 |
| บจ. ไทยกลาสเทคโนโลยี | 100.00% | 19 | 0.04 | - | - | - | - | - | - |
| | | 26,312 | 60.59 | | 26,245 | 62.15 | | 25,716 | 68.71 |
| หัก รายการขายระหว่างกัน | | (8,238) | (18.97) | | (8,497) | (20.12) | | (8,851) | (23.65) |
| | | 18,074 | 41.62 | | 17,748 | 42.03 | | 16,865 | 45.06 |

| กลุ่มธุรกิจ / ดำเนินการโดย | % การถือหุ้น | ปี 2557 | | % การถือหุ้น | ปี 2556 | | % การถือหุ้น | ปี 2555 ปรับปรุง | |
|---|-----------------|---------------------|---------------------|-----------------|---------------------|---------------------|-----------------|---------------------|---------------------|
| | | รายได้ (ล้านบาท) | สัดส่วน (ร้อยละ) | | รายได้ (ล้านบาท) | สัดส่วน (ร้อยละ) | | รายได้ (ล้านบาท) | สัดส่วน (ร้อยละ) |
| กลุ่มสินค้าและบริการทางอุปโภคบริโภค | | | | | | | | | |
| บมจ. เบอรัล ยูคเกอร์ | บริษัทแม่ | 9,777 | 22.52 | บริษัทแม่ | 10,074 | 23.86 | บริษัทแม่ | 9,408 | 25.13 |
| บจ. เบอรัล ยูคเกอร์ ฟู้ดส์ | 100.00% | 2,365 | 5.44 | 100.00% | 2,620 | 6.20 | 100.00% | 2,501 | 6.68 |
| BJC Foods (Malaysia) Sdn. Bhd. | 100.00% | 344 | 0.79 | 100.00% | 384 | 0.91 | 100.00% | 345 | 0.92 |
| บจ. เบอรัล ยูคเกอร์ เซลล์ลอคซ์ | 94.84% | 2,506 | 5.77 | 94.84% | 2,591 | 6.14 | 94.84% | 2,375 | 6.35 |
| บจ. รุเบียอุตสาหกรรม | 99.85% | 1,999 | 4.60 | 99.85% | 1,841 | 4.35 | 99.85% | 1,899 | 5.08 |
| บจ. เบอรัล ยูคเกอร์ โลจิสติกส์ | 100.00% | 750 | 1.73 | 100.00% | 708 | 1.68 | 100.00% | 641 | 1.71 |
| Thai Corp International (Vietnam) Company Limited | 75.00% | 1,264 | 2.91 | 75.00% | 1,114 | 2.64 | 75.00% | 822 | 2.20 |
| บจ. บีเจซี ดานอน แดรี่ | 51.00% | 508 | 1.17 | 51.00% | 651 | 1.54 | 51.00% | 273 | 0.73 |
| BJC International (Vietnam) Limited | 100.00% | 29 | 0.07 | 100.00% | 32 | 0.08 | 100.00% | 39 | 0.10 |
| Ichiban Company Limited | 75.00% | 92 | 0.21 | 75.00% | 80 | 0.19 | 0.00% | - | - |
| Thai An Group | 65.00% | 3,313 | 7.63 | 65.00% | 2,609 | 6.18 | 0.00% | - | - |
| | | 22,947 | 52.84 | | 22,704 | 53.77 | | 18,303 | 48.90 |
| หัก รายการขายระหว่างกัน | | (6,662) | (15.34) | | (6,962) | (16.49) | | (6,369) | (17.02) |
| | | 16,285 | 37.50 | | 15,742 | 37.28 | | 11,934 | 31.88 |

| กลุ่มธุรกิจ / ดำเนินการโดย | % การถือหุ้น | ปี 2557 | | % การถือหุ้น | ปี 2556 | | % การถือหุ้น | ปี 2555 ปรับปรุง | |
|---|--------------|------------------|------------------|--------------|------------------|------------------|--------------|------------------|------------------|
| | | รายได้ (ล้านบาท) | สัดส่วน (ร้อยละ) | | รายได้ (ล้านบาท) | สัดส่วน (ร้อยละ) | | รายได้ (ล้านบาท) | สัดส่วน (ร้อยละ) |
| กลุ่มสินค้าและบริการทางเวชภัณฑ์และทางเทคนิค | | | | | | | | | |
| บมจ. เบอรัล ยูเคอร์ | บริษัทแม่ | 4,744 | 10.93 | บริษัทแม่ | 5,857 | 13.87 | บริษัทแม่ | 5,842 | 15.61 |
| บจ. บีเจซี เฮลท์แคร์ | 100.00% | 1,572 | 3.62 | 100.00% | 677 | 1.60 | 100.00% | 25 | 0.07 |
| บจ. มั่นหนา | 100.00% | 61 | 0.14 | 100.00% | 48 | 0.11 | 100.00% | 20 | 0.05 |
| บจ. คอสม่า เมดิคอล | 100.00% | 1,044 | 2.41 | 100.00% | 646 | 1.53 | 100.00% | 668 | 1.78 |
| บจ. ไทย-สแกนดิค สติล | 100.00% | 1,456 | 3.35 | 100.00% | 509 | 1.21 | 100.00% | 515 | 1.38 |
| บจ. บีเจซี อินดัสเตรียล แอนด์ เทคดิง | 100.00% | 1 | - | 100.00% | 10 | 0.02 | 100.00% | 4 | 0.01 |
| บจ. เบอรัล ยูเคอร์ สเปเชียลตี้ส์ | 99.15% | 176 | 0.41 | 99.15% | 135 | 0.32 | 99.15% | 229 | 0.61 |
| BJC International Company Limited | 100.00% | 88 | 0.20 | 100.00% | 80 | 0.19 | 100.00% | 102 | 0.27 |
| BJC International (Vietnam) Limited | 100.00% | 48 | 0.11 | 100.00% | 41 | 0.10 | 100.00% | 40 | 0.11 |
| | | 9,190 | 21.17 | | 8,003 | 18.95 | | 7,445 | 19.89 |
| หัก รายการขายระหว่างกัน | | (1,440) | (3.32) | | (688) | (1.63) | | (292) | (0.78) |
| | | 7,750 | 17.85 | | 7,315 | 17.32 | | 7,153 | 19.11 |

| กลุ่มธุรกิจ / ดำเนินการโดย | % การถือหุ้น | ปี 2557 | | % การถือหุ้น | ปี 2556 | | % การถือหุ้น | ปี 2554 ปรับปรุง | |
|--|-----------------|---------------------|---------------------|-----------------|---------------------|---------------------|-----------------|---------------------|---------------------|
| | | รายได้ (ล้านบาท) | สัดส่วน (ร้อยละ) | | รายได้ (ล้านบาท) | สัดส่วน (ร้อยละ) | | รายได้ (ล้านบาท) | สัดส่วน (ร้อยละ) |
| กลุ่มธุรกิจอื่น ๆ | | | | | | | | | |
| บมจ. เบอรัล ยูคเกอร์ | บริษัทแม่ | 71 | 0.17 | บริษัทแม่ | 51 | 0.12 | บริษัทแม่ | 83 | 0.23 |
| BJC International Company Limited | 100.00% | - | - | 100.00% | - | - | 100.00% | - | - |
| BJC International (Vietnam) Limited | 100.00% | - | - | 100.00% | - | - | 100.00% | - | - |
| บจ. เอเชียบูคิส | 100.00% | 914 | 2.11 | 100.00% | 994 | 2.35 | 100.00% | 1,041 | 2.78 |
| บจ. ดิสทรี-ไทย | 100.00% | 1 | - | 100.00% | 7 | 0.02 | 100.00% | 4 | 0.01 |
| บจ. บีเจซี โอแกนิก | 100.00% | 55 | 0.13 | 100.00% | 8 | 0.02 | 100.00% | - | - |
| บจ. บีเจซี-เอ็มพีเอส อินเทอร์เน็ตในชนแดน | 51.00% | - | - | 51.00% | 28 | 0.07 | - | - | - |
| BJC-MPM (Lao) Sole Company Limited | 51.00% | 60 | 0.14 | 51.00% | 13 | 0.03 | - | - | - |
| บจ. ที.ซี.ซี. เทคโนโลยี | 51.00% | 579 | 1.33 | 51.00% | 667 | 1.58 | 51.00% | 633 | 1.69 |
| Thai An Vietnam Trading Company Limited | 64.55% | 358 | 0.82 | 64.55% | 34 | 0.08 | - | - | - |
| | | 2,038 | 4.70 | | 1,802 | 4.27 | | 1,761 | 4.71 |
| หัก รายการขายระหว่างกัน | | (42) | (1.10) | | (29) | (0.07) | | (124) | (0.33) |
| | | 1,996 | 4.60 | | 1,773 | 4.20 | | 1,637 | 4.38 |
| | | | | | | | | | |
| รวม | | 44,105 | 101.57 | | 42,578 | 100.83 | | 37,589 | 100.43 |
| หัก รายการขายระหว่างกัน | | (682) | (1.57) | | (352) | (0.83) | | (160) | (0.43) |
| รวมกลุ่มธุรกิจ | | 43,423 | 100.00 | | 42,226 | 100.00 | | 37,429 | 100.00 |

2.2 ลักษณะการประกอบธุรกิจจำแนกตามกลุ่มธุรกิจ

1. กลุ่มสินค้าและบริการทางบรรจุภัณฑ์

(1) ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

(1.1) บรรจุภัณฑ์แก้ว

ดำเนินธุรกิจผลิตบรรจุภัณฑ์แก้วรูปแบบต่าง ๆ ได้แก่ ขวดปากแคบ ขวดปากกว้าง ทั้งประเภทที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ และประเภทน้ำหนักรูปแบบใช้ครั้งเดียว ดำเนินการโดยบริษัท อุตสาหกรรมทำเครื่องแก้วไทย จำกัด (มหาชน) ("TGI") และบริษัท ไทย มาลาया กลาส จำกัด ("TMG") และมีฝ่ายบรรจุภัณฑ์แก้วของบริษัทเป็นผู้ทำการตลาดและจัดจำหน่ายบรรจุภัณฑ์แก้วทั้งหมดที่ผลิตจาก TGI และ TMG นอกจากนี้ยังให้บริการสินค้าฝาเขียว (Lug Cap หรือ Twist-Off) สำหรับทั้งขวดปากแคบและขวดปากกว้าง โดยนำเข้าจากต่างประเทศ

นอกจากนี้ บริษัทยังได้ร่วมทุนกับพันธมิตร บริษัท โอเวน อิลลินอยส์ อิงค์ ผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์แก้วที่ใหญ่ที่สุดในโลกจากสหรัฐอเมริกา จัดตั้งบริษัทร่วมทุน บีเจซี โอ-ไอ กลาส พีทีอี แอลทีดี ("BJC O-I") เพื่อลงทุนใน มาลาया กลาส โปรดักส์ เอสดีเอ็น บีเอชดี ("MGP") และ มาลาया เวียดนาม กลาส ลิมิเต็ด ("MVG") ผู้ผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์แก้วรูปแบบต่าง ๆ ให้แก่กลุ่มอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ภายในประเทศและต่างประเทศ เช่น เบียร์ สุรา เครื่องดื่ม และอาหาร เป็นต้น

(1.2) บรรจุภัณฑ์กระป๋องอลูมิเนียม

ดำเนินธุรกิจผลิตบรรจุภัณฑ์ทำจากอะลูมิเนียมสำหรับบรรจุเครื่องดื่ม ประกอบด้วย กระป๋องและฝา โดยมีการพิมพ์ตามคำสั่งของลูกค้า ดำเนินการโดยบริษัท ไทย เบเวอร์เรจ แคน จำกัด ("TBC")

นอกจากนี้ TBC ยังได้ร่วมลงทุนกับบริษัท บอลล์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด ผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์ชั้นนำจากสหรัฐอเมริกา สร้างโรงงานผลิตกระป๋องอลูมิเนียมในประเทศเวียดนาม ภายใต้ บริษัท-บอล เบเวอร์เรจ แคน เวียดนาม ลิมิเต็ด ("TBC-BALL VN") ดำเนินการผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์กระป๋องอลูมิเนียมสำหรับบรรจุเครื่องดื่ม และเป็นผู้นำเข้าและจำหน่ายฝาอะลูมิเนียมสำหรับบรรจุเครื่องดื่ม

(1.3) บรรจุภัณฑ์พลาสติก

ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์พลาสติกในรูปแบบขวด ก่อง และฝา พร้อมทั้งพิมพ์หรือติดสติ๊กเกอร์ หรือหุ้ม ฉลากพลาสติก โดยควบคู่กับการพัฒนาทางวิศวกรรม การปรับปรุงต้นทุน และเพิ่มคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ดำเนินการโดยบริษัท เบอริลี ไดนาพลาสติก จำกัด

(2) การตลาดและการแข่งขัน

(2.1) บรรจุภัณฑ์แก้ว

นโยบายการตลาด

ในด้านการผลิตบรรจุภัณฑ์แก้ว นโยบายหลักยังคงเน้นการดูแลลูกค้าเดิมทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ การตรงต่อเวลา และการหาตลาดเพิ่มจากต่างประเทศ รวมถึงการรักษามาตรฐานคุณภาพของผลิตภัณฑ์ การขยายคุณภาพด้านการให้บริการ การริเริ่มเทคโนโลยีใหม่ ๆ การยกระดับความพึงพอใจของลูกค้าและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้สูงขึ้นตามมาตรฐานคุณภาพระดับโลก การมีกระบวนการผลิตที่ดี เช่น ระบบ ISO ทั้งนี้ มีเป้าหมายสำคัญ คือ เพื่อมุ่งสร้างความเชื่อมั่นและความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้าในทุกด้าน ตอบสนองต่อข้อกำหนดและความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์ รวมทั้งการบริการและการส่งมอบ ดำเนินการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพและมีความตระหนักด้านต้นทุนเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด มุ่งมั่นพัฒนาระบบบริหารคุณภาพอย่างต่อเนื่อง ทั้งด้านผลิตภัณฑ์ การส่งมอบ และกระบวนการทำงาน

ในด้านการทำการตลาดและการจัดจำหน่ายมีนโยบายขยายตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ โดยดำเนินการกลยุทธ์ทางธุรกิจในการสร้างความแตกต่างด้วยการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพสูงและผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาด เพื่อสร้างความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ พัฒนาปรับปรุงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ ขยายคุณภาพทางด้านบริการ รวมถึงริเริ่มเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อสามารถผลิตขวดที่ใช้ทรัพยากรน้อยลงและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ตลอดจนพัฒนาระบบมาตรฐานการดำเนินงาน ทั้งนี้ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีที่สุด

สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

ในด้านการผลิต เนื่องจากอุตสาหกรรมผลิตบรรจุภัณฑ์แก้วเป็นธุรกิจที่ต้องใช้เงินลงทุนและเทคโนโลยีสูง และที่สำคัญคือต้องมีคำสั่งซื้อจากลูกค้าอย่างต่อเนื่องและมากเพียงพอที่จะทำการผลิตตลอด 24 ชั่วโมง ตลอดทั้งปี ทำให้เป็นการยากที่จะมีผู้ผลิตรายใหม่เข้ามาในอุตสาหกรรมนี้ โดยปัจจุบันมีผู้ผลิตรายใหญ่ในอุตสาหกรรมผลิตบรรจุภัณฑ์แก้วในประเทศไทยจำนวน 4 ราย ซึ่งผู้ผลิตแต่ละรายต่างมีลูกค้าหลักของตนเอง

สำหรับคู่แข่งจากต่างประเทศ บริษัทยังคงความได้เปรียบคู่แข่งจากต่างประเทศ เพราะการนำเข้าขวดแก้วจากต่างประเทศมีต้นทุนค่าขนส่งระหว่างประเทศและภาษีนำเข้าสูง เนื่องจากขวดแก้วมีขนาดใหญ่และน้ำหนักมาก และใช้วัสดุหีบห่อขนส่งแบบใช้เที่ยวเดียว ทำให้มีการแข่งขันจากต่างประเทศน้อย

ส่วนการแข่งขันจากบรรจุภัณฑ์ชนิดอื่น เช่น กระป๋องอลูมิเนียม ขวดพลาสติก และกล่องกระดาษนั้น บรรจุภัณฑ์แก้วจะมีความได้เปรียบบรรจุภัณฑ์อื่น ๆ กล่าวคือ ขวดแก้วไม่ทำปฏิกิริยากับผลิตภัณฑ์ที่บรรจุจึงมีความปลอดภัยสูง ขวดแก้วสามารถนำกลับมาบรรจุใหม่ได้หลายครั้งจึงสามารถช่วยลดต้นทุนของสินค้าสำเร็จรูปได้ นอกจากนี้ ขวดแก้วที่ไม่ใช้แล้วหรือเศษแก้วยังนำมาเป็นวัตถุดิบในการผลิตขวดใหม่ โดยยังคงคุณภาพเดิมได้ไม่สิ้นสุด และบรรจุภัณฑ์แก้วยังเสริมสร้างภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์อีกด้วย

ในด้านการทำการตลาดและการจัดจำหน่าย ในปี 2557 ที่ผ่านมา ภาวะเศรษฐกิจทั่วโลกเติบโตในอัตราที่ชะลอตัวลง บางประเทศอยู่ในช่วงกำลังฟื้นฟูเศรษฐกิจ กำลังการซื้อของผู้บริโภคที่ต่ำ ซึ่งส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจภายในประเทศไทยซึ่งพึ่งพาการส่งออก รวมทั้งปัจจัยภายในประเทศเอง ทำให้เศรษฐกิจไทยในปี 2557 เติบโตในอัตราที่ชะลอตัวลง ส่งผลกระทบต่อสินค้าที่ใช้บรรจุภัณฑ์แก้ว ทำให้เกิดการแข่งขันสูงขึ้น มีการแข่งขันทางด้านราคามากขึ้น นอกจากนี้ ในปีนี้ยังมีผู้ผลิตรายใหม่เข้ามา ทำให้ในประเทศไทยซึ่งเดิมมีผู้ผลิตรายใหญ่ในอุตสาหกรรมผลิตบรรจุภัณฑ์แก้ว จำนวน 3 ราย เพิ่มขึ้นเป็น 4 ราย จึงทำให้การแข่งขันเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้มีบางบริษัทต้องลดปริมาณการผลิตลง แต่เนื่องจากบริษัทมีการบริหารจัดการที่ดี มีฐานลูกค้าบริษัทในเครือ การผลิตและการขนส่งมีคุณภาพ จึงทำให้บริษัทไม่ได้รับผลกระทบมากนัก

(2.2) บรรจุภัณฑ์กระป๋องอะลูมิเนียม

นโยบายการตลาด

ในปี 2557 TBC มียอดขายเพิ่มขึ้นจากปี 2556 ประมาณร้อยละ 7.5 โดยมีสัดส่วนการขายในประเทศและต่างประเทศอยู่ที่ประมาณร้อยละ 78 และ 22 ตามลำดับ มีลูกค้าหลักภายในประเทศ ได้แก่ บริษัท เบียร์ไทย (1991) จำกัด (มหาชน) บริษัท ซีทีฟาร์มาซูติคอล จำกัด บริษัท ไทยเอเชีย แปซิฟิคบริวเวอรี่ จำกัด บริษัท คาราบาว ตะวันแดง จำกัด บริษัท เสริมสุข จำกัด (มหาชน) บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด เป็นต้น ส่วนลูกค้าหลักต่างประเทศ ได้แก่ F&N Beverages Manufacturing SDN.BHD. Malaysia, Cambrew Limited (Cambodia), Lao Brewery Co. Ltd., Coca-Cola Pinya Beverages Myanmar Ltd. เป็นต้น

ในปี 2557 TBC-BALL VN มียอดขายเพิ่มขึ้นจากปี 2556 ประมาณร้อยละ 15.7 เนื่องจากประเทศเวียดนามมีประชากรประมาณ 90 ล้านคน โดยมีประชากรที่มีวัยระหว่าง 15-54 ปี อยู่ประมาณกว่าร้อยละ 60 ทำให้ความต้องการในการใช้กระป๋องค่อนข้างสูง นอกจากนี้ยังได้มีการส่งออกให้กับลูกค้าในต่างประเทศด้วย โดยมีสัดส่วนการขายในประเทศและต่างประเทศอยู่ที่ประมาณร้อยละ 75 และ 25 ตามลำดับ ทั้งนี้ ลูกค้าหลักภายในประเทศ ได้แก่ บริษัท VBL (Heineken) , HVB (Carlsberg), Pepsi Vietnam, Coca-Cola Vietnam ลูกค้าหลักต่างประเทศ ได้แก่ บริษัท Coca-Cola Cambodia บริษัท Coca-Cola Pinya Beverages Myanmar Ltd

สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

เนื่องจากการผลิตกระป๋องอะลูมิเนียมจำเป็นต้องใช้เทคโนโลยีขั้นสูงเพื่อให้มีต้นทุนด้านการผลิตโดยเฉลี่ยต่ำเมื่อเทียบกับปริมาณการขายจำนวนมาก จึงทำให้มีคู่แข่งน้อย โดยในปี 2557 ประเทศไทย มีผู้ผลิตกระป๋องอะลูมิเนียมทั้งหมด 4 ราย และ TBC เป็นผู้ผลิตรายใหญ่ที่สุดรายหนึ่ง

(2.3) บรรจุภัณฑ์พลาสติก

นโยบายการตลาด

ลูกค้าหลักเป็นผู้ผลิตสินค้าชั้นนำระดับโลกซึ่งมีมาตรฐานคุณภาพสูงสุด โดยลูกค้ารายใหญ่ ได้แก่ บริษัท จอห์นสัน แอนด์ จอห์นสัน (ไทย) จำกัด บริษัท ยูนิลีเวอร์ ไทย เทรคดิง จำกัด บริษัท ไบเออร์สตอร์ฟ (ประเทศไทย)

จำกัด บริษัท ลอริอัล (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท ฟร็อสแลนด์คัมพินา(ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) และ บริษัท เป๊ปซี่-โคล่า (ไทย) เทรดดิง จำกัด

สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

BDP เป็นผู้ผลิตสินค้าบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงในตลาดสินค้าอุปโภคและบริโภค โดยมีผู้ผลิตสินค้าบรรจุภัณฑ์รายใหญ่ประมาณ 5 รายในอุตสาหกรรมเดียวกัน ทั้งนี้ ผู้ผลิตรายใหญ่จะมีการขยายการผลิตตามความต้องการของตลาดตลอดเวลา โดยการลงทุนในด้านกำลัง การผลิต และเทคโนโลยี ซึ่งต้องใช้เงินลงทุนสูง ทำให้ผู้ผลิตรายใหม่ยากที่จะเข้ามาแข่งขันในตลาด

(3) การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

(3.1) บรรจุภัณฑ์แก้ว

กำลังและปริมาณการผลิต

TGI มีโรงงานผลิตบรรจุภัณฑ์แก้ว 2 โรงงาน ได้แก่

โรงงานที่ 1 หรือ โรงงานราชบุรีบุรณะ ตั้งอยู่ที่เลขที่ 15 ถนนราชบุรีบุรณะ แขวงราชบุรีบุรณะ เขตราชบุรีบุรณะ กรุงเทพมหานคร 10140 มีกำลังการผลิต 700 ตันหลอมต่อวัน ในระหว่างปี 2556 TGI ได้ปิดเตาหลอมที่ 2 และ 3 และในปี 2557 ได้ปิดเตาหลอมที่เหลือทั้งหมด ทำให้อัตราปริมาณการผลิตลดลง เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา

โรงงานที่ 2 หรือ โรงงานบางพลี ตั้งอยู่ที่เลขที่ 78 หมู่ 3 ซอยวัดศรีวารีน้อย ถนนบางนา – ตราด กม.18 ตำบลหนองปรือ อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ 10540 มีกำลังการผลิต 1,745 ตันหลอมต่อวัน

โดยมีรายละเอียดกำลังและปริมาณการผลิต ดังนี้

| กำลังและปริมาณการผลิต | 2557 | 2556 | 2555 |
|-------------------------------------|---------|---------|---------|
| กำลังการผลิตเต็มที่ (หน่วย : ตัน) | 737,325 | 862,665 | 894,870 |
| ปริมาณการผลิตจริง (หน่วย : ตัน) | 635,819 | 751,424 | 813,129 |
| การใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ) | 86.2 | 97.1 | 90.9 |
| อัตราเพิ่มของปริมาณการผลิต (ร้อยละ) | -15.38 | -7.6 | 4.4 |

TMG ตั้งอยู่ที่เลขที่ 28 หมู่ 1 เขตประกอบการอุตสาหกรรม เอส ไอ แอล ตำบลบัวลอย อำเภอนองแคะ จังหวัดสระบุรี เตาหลอมแก้วที่ 1 มีกำลังการผลิต 290 ตันหลอมต่อวัน และเตาหลอมแก้วที่ 2 มีกำลังการผลิต 300 ตันหลอมต่อวัน (เตาหลอมแก้ว 2 เริ่มผลิตเมื่อ กลางเดือน เมษายน 2556)

ในเดือนตุลาคมปี 2557 TMG ก็ได้เปิดดำเนินการเตาหลอมแก้วที่ 3 ซึ่งมีกำลังการผลิต 400 ตันหลอมต่อวัน โดยเตาหลอมแก้วที่ 3 ตั้งอยู่ที่เลขที่ 49 หมู่ 1 เขตประกอบการอุตสาหกรรม เอส ไอ แอล ตำบลบัวลอย อำเภอนองแคะ จังหวัดสระบุรี ซึ่งทำให้ TMG มีกำลังการผลิตรวม 990 ตันหลอม ต่อวัน

โดยมีรายละเอียดกำลังและปริมาณการผลิต ดังนี้

| กำลังและปริมาณการผลิต | 2557 | 2556 | 2555 |
|-------------------------------------|---------|---------|---------|
| กำลังการผลิตเต็มที่ (หน่วย : ตัน) | 248,950 | 187,150 | 106,140 |
| ปริมาณการผลิตจริง (หน่วย : ตัน) | 230,268 | 180,469 | 105,816 |
| การใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ) | 92.5 | 96.4 | 99.7 |
| อัตราเพิ่มของปริมาณการผลิต (ร้อยละ) | 27.6 | 70.1 | 9.0 |

MGP มีโรงงานผลิตบรรจุภัณฑ์แก้ว 1 โรง ตั้งอยู่ที่เลขที่ 72A, Jalan Tampoi, 81200 Johor Bharu, Johor ประเทศมาเลเซีย มีกำลังการผลิต 510 ตันหลอมต่อวัน โดยในปี 2557 MGP ทำการติดตั้งอุปกรณ์ช่วยสนับสนุนในการหลอมน้ำแก้วด้วยพลังงานไฟฟ้า ส่งผลให้มีกำลังการผลิตเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อน โดยมีรายละเอียดกำลังและปริมาณการผลิต ดังนี้

| กำลังและปริมาณการผลิต | 2557 | 2556 | 2555 |
|-------------------------------------|---------|---------|---------|
| กำลังการผลิตเต็มที่ (หน่วย : ตัน) | 182,500 | 162,425 | 163,315 |
| ปริมาณการผลิตจริง (หน่วย : ตัน) | 171,422 | 164,965 | 159,813 |
| การใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ) | 93.9 | 101.6 | 97.5 |
| อัตราเพิ่มของปริมาณการผลิต (ร้อยละ) | 3.9 | 3.2 | 2.0 |

MVG มีโรงงานผลิตบรรจุภัณฑ์แก้ว 1 โรง ประกอบด้วย ตั้งอยู่ที่นิคมอุตสาหกรรม My Xuan A, Tan Thanh district, Ba Ria Vung Tau province ประเทศเวียดนาม มีกำลังการผลิต 280 ตันหลอมต่อวัน โดยมีรายละเอียดกำลังและปริมาณการผลิต ดังนี้

| กำลังและปริมาณการผลิต | 2557 | 2556 | 2555 |
|-------------------------------------|---------|---------|---------|
| กำลังการผลิตเต็มที่ (หน่วย : ตัน) | 102,200 | 102,200 | 102,480 |
| ปริมาณการผลิตจริง (หน่วย : ตัน) | 79,214 | 72,061 | 69,507 |
| การใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ) | 78 | 71 | 68 |
| อัตราเพิ่มของปริมาณการผลิต (ร้อยละ) | 9.93 | 3.67 | -6.00 |

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

วัตถุดิบในการผลิตแบ่งออกเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตแก้ว วัตถุดิบเสริมในการผลิตแก้วและสีพิมพ์ขวดหรือสลากติดขวด โดย

วัตถุดิบหลัก ได้แก่ ททรายแก้ว หินปูน โซดาแอช เฟลด์สปาร์ เศษแก้ว โดโลไมท์

วัตถุดิบเสริม ซึ่งเป็นวัตถุดิบที่ช่วยเร่งปฏิกิริยาทางเคมีและทำให้แก้วเป็นสีต่าง ๆ ตามความต้องการ ได้แก่ สนิมเหล็ก (ไอออนออกไซด์) ไอออนโครไมท์ ซิลเนียม ไอออนโพแทสเซียม (ไค้กัตส)

นอกจากนี้ ยังได้นำเศษแก้วจากขวดใช้แล้วนำมาใช้ใหม่เพื่อทดแทนวัตถุดิบธรรมชาติ

สำหรับการจัดหาวัตถุดิบนั้น สามารถต่อรองกับผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบ เนื่องจากวัตถุดิบมีลักษณะเป็น Commodity products ที่มีบริษัทผู้จำหน่ายวัตถุดิบหลายราย จึงสามารถเลือกซื้อจากผู้จำหน่ายที่เสนอเงื่อนไขและ บริการที่ดีที่สุดได้ โดยในปี 2557 มีผู้จำหน่ายวัตถุดิบให้แก่ TGI และ TMG ได้แก่ บริษัท แก้วกรุงไทย จำกัด บริษัท เบอริลี เอเซียติก โซดา จำกัด บริษัท พีเอส วิสเคิล จำกัด บริษัท สยามเซ็นทรัลกลาส จำกัด บริษัท ซิลิก้า แชนด์ เทคโนโลยี จำกัด และห้างหุ้นส่วนจำกัด แก้วบางปะอิน นอกจากนี้ ยังสามารถจัดหาวัตถุดิบจากแหล่งจำหน่าย รายอื่น ๆ ซึ่งมีอีกหลายรายในตลาดมาทดแทนได้หากประสบปัญหาวัตถุดิบไม่เพียงพอ ทั้งนี้ TGI ใช้วัตถุดิบจาก แหล่งกำเนิดภายในประเทศร้อยละ 90 โดยปริมาณ และร้อยละ 71 โดยมูลค่า ส่วน TMG ใช้วัตถุดิบจากแหล่งกำเนิด ภายในประเทศร้อยละ 80 โดยปริมาณ และร้อยละ 70 โดยมูลค่า

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ในปัจจุบัน ผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อมก่อให้เกิดปัญหาขึ้นทั่วทุกมุมโลก จากสาเหตุนี้ บริษัทจึงควบคุมและ ตรวจสอบกรรมวิธีการบำบัดน้ำเสีย อากาศเสีย และขยะจากโรงงานอุตสาหกรรมตามมาตรฐานที่กฎหมายกำหนด และให้ความใส่ใจเรื่องการประหยัดพลังงาน รวมถึงมุ่งมั่นที่จะควบคุมและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกโดยอาศัย หลักการ Cradle-to-Cradle LCA (Life Cycle Analysis) อย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวัดการปล่อยก๊าซ เรือนกระจกในทุก ๆ ขั้นตอนของวงจรชีวิตของขวดแก้ว เพื่อเป็นการยืนยันว่าขวดแก้วเป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีการ ปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกน้อยที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับบรรจุภัณฑ์ประเภทอื่น ๆ

นอกจากนี้ ในการผลิตบรรจุภัณฑ์แก้วสามารถนำภาชนะแก้วกลับมาแปรรูปใหม่ได้ตลอดเวลา โดยปราศจาก อันตรายต่อสุขภาพของผู้บริโภค โดยที่คุณสมบัติและคุณภาพไม่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม โดย TGI และ TMG เป็น ผู้นำในการหมุนเวียนนำเศษแก้วกลับมาแปรรูปเป็นบรรจุภัณฑ์แก้วได้ปีละกว่า 400,000 ตันต่อปี ซึ่งสามารถช่วยลด ปริมาณขยะและรักษาทรัพยากรธรรมชาติ

(3.2) บรรจุภัณฑ์กระป๋องอลูมิเนียม

กำลังและปริมาณการผลิต

TBC มีสำนักงานและโรงงานผลิต ตั้งอยู่ที่นิคมอุตสาหกรรมเหมราชสระบุรี อำเภอหนองแค จังหวัดสระบุรี บนพื้นที่ 56-2-75 ไร่ และมีสายการผลิต ดังนี้

1. สายการผลิตกระป๋อง 3 สายการผลิต ผลิตกระป๋องขนาด 330 มิลลิลิตร และขนาด 250 มิลลิลิตร และ กระป๋อง Sleek ขนาด 330 มิลลิลิตร และขนาด 250 มิลลิลิตร
2. สายการผลิตฝา 4 สายการผลิต ผลิตฝา Stay-on-tab, Large Opening End
3. สายการตัดและการเคลือบพิมพ์แผ่นอะลูมิเนียมสำหรับการผลิตฝา 1 สายการผลิต

โดยมีรายละเอียดกำลังและปริมาณการผลิตตาม ดังนี้

| กำลังและปริมาณการผลิต | 2557 | | 2556 | | 2555 | |
|--|---------|-----------|---------|-----------|---------|-----------|
| สายการผลิต | กระป๋อง | ฝากระป๋อง | กระป๋อง | ฝากระป๋อง | กระป๋อง | ฝากระป๋อง |
| กำลังการผลิตเต็มที่ (หน่วย : ล้านกระป๋อง) | 2,200 | 2,700 | 2,200 | 2,700 | 1,850 | 1,970 |
| ปริมาณการผลิตจริง (หน่วย : ล้านกระป๋อง) | 1,872 | 2,563 | 1,741 | 2,343 | 1,796 | 1,760 |
| การใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ) | 85 | 95 | 79 | 87 | 97 | 89 |
| อัตราเพิ่มของปริมาณการผลิต (ร้อยละ) | 8 | 9 | -3 | 33 | 13 | 2 |

TBC BALL – VN มีสายการผลิตกระป๋อง 1 สาย ผลิต ผลิตภัณฑ์กระป๋องขนาด 330 มิลลิลิตร และ 250 มิลลิลิตร โดยมีรายละเอียดกำลังและปริมาณการผลิต ดังนี้

| กำลังและปริมาณการผลิต | 2557 | 2556 | 2555 |
|---|------|------|------|
| สายการผลิตกระป๋อง | | | |
| กำลังการผลิตเต็มที่ (หน่วย : ล้านกระป๋อง) | 850 | 850 | 850 |
| ปริมาณการผลิตจริง (หน่วย : ล้านกระป๋อง) | 743 | 731 | 300 |
| การใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ) | 87 | 86 | 37 |
| อัตราเพิ่มของปริมาณการผลิต (ร้อยละ) | 1.7 | 145 | - |

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

TBC และ TBC-BALL VN นำเข้าอะลูมิเนียมจากโรงงานผู้ผลิตในประเทศออสเตรเลีย ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ ซึ่งเป็นผู้ผลิตอะลูมิเนียมที่มีคุณภาพ โดย TBC และ TBC-BALL VN มีการร่วมมือกับบริษัทในกลุ่มของบอลล์ คอร์ปอเรชั่น (สหรัฐอเมริกา) รวมทั้งบริษัทที่ใช้เทคโนโลยีของบริษัท บอลล์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด ทั่วโลก ในการเจรจา และการทำสัญญาจัดซื้อวัตถุดิบจากผู้จำหน่าย ทำให้บริษัทมีความได้เปรียบและมีอำนาจในการต่อรองด้านราคา

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

TBC และ TBC-BALL VN ได้ให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อมในด้านต่าง ๆ โดยได้มีการประเมินการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกระบวนการผลิต โดยใช้แนวทางของ Carbon Footprint เพื่อควบคุมการปล่อยก๊าซดังกล่าวให้อยู่มาตรฐาน และเนื่องจากในการผลิตกระป๋องและฝา มีการใช้น้ำเป็นปริมาณมาก จึงได้มีการนำน้ำจากกระบวนการผลิตกลับมาใช้ใหม่โดยผ่านกระบวนการ Reverse Osmosis นอกจากนี้ยังได้เข้าร่วมกิจกรรมการเรียกคืนวัสดุอะลูมิเนียมเพื่อจัดทำขาเทียมพระราชทานกับ กรมควบคุมมลพิษ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และมูลนิธิขาเทียม ในสมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี

(3.3) บรรจุภัณฑ์พลาสติก

กำลังและปริมาณการผลิต

BDP มีอาคารโรงงาน คลังสินค้า เครื่องจักร และอุปกรณ์ต่าง ๆ ตั้งอยู่เลขที่ 166 หมู่ 3 ตำบลนิคมสร้างตนเอง อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี 15000 โดยมีรายละเอียดกำลังและปริมาณการผลิต ดังนี้

| กำลังและปริมาณการผลิต | 2557 | 2556 | 2555 |
|-------------------------------------|--------|--------|--------|
| กำลังการผลิตเต็มที่ (หน่วย : ตัน) | 33,412 | 32,514 | 30,707 |
| ปริมาณการผลิตจริง (หน่วย : ตัน) | 16,412 | 16,332 | 16,100 |
| การใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ) | 49.12 | 50.23 | 52.43 |
| อัตราเพิ่มของปริมาณการผลิต (ร้อยละ) | 0.48 | 1.44 | 7.36 |

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตส่วนใหญ่เป็นวัตถุดิบในประเทศและบางส่วนจากต่างประเทศ โดยวัตถุดิบในประเทศ คิดเป็นร้อยละ 86.08 ได้แก่ เม็ดพลาสติก สี หมึกพิมพ์ สติกเกอร์ ฉลากพลาสติก และกล่องกระดาษ และวัตถุดิบจากต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 13.92 ได้แก่ เม็ดพลาสติกเกรดพิเศษ และลูกบอลโรลออน ทั้งนี้ ผู้ผลิตวัตถุดิบหลัก มีจำนวน 3 - 4 ราย แต่บริษัทมีการสั่งซื้อในปริมาณสูง ดังนั้นทำให้มีอำนาจในการต่อรองการซื้อ

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

การผลิตของ BDP ไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เนื่องจากพลาสติกเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำมาใช้หมุนเวียนได้ในการผลิตครั้งต่อไป นอกจากนี้ ในการผลิตไม่มีน้ำหรืออากาศเสียออกจากระบบการผลิต

(4) งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -

2. กลุ่มสินค้าและบริการทางอุปโภคบริโภค

(1) ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

(1.1) ผลิตภัณฑ์อาหาร

- ดำเนินธุรกิจผลิตสินค้าประเภทขนมขบเคี้ยวและเครื่องดื่มช็อคโกแลต ภายใต้ตราสินค้า (1) มันผสมทอดกรอบ เคลือบเนยคาราเมลและข้าวโพดเคลือบเนยคาราเมล ตรา บาร์ตี้ (2) มันฝรั่งทอดกรอบ ตรา เทสโต (3) ขนมอบกรอบเคลือบรสช็อคโกแลตและเครื่องดื่มช็อคโกแลตมอลต์ ตรา แคมป์ส (4) ข้าวอบกรอบปรุงรสและสาหร่ายทอดกรอบ ตรา โดโซะ และ (5) มันฝรั่งทอดกรอบสไตล์ญี่ปุ่น ตรา คารามูโร่ ดำเนินการโดยบริษัท เบอร์ลี่ ยุคเกอร์ ฟู้ดส์ จำกัด ("BJF")

- ดำเนินธุรกิจผลิต รับจ้างผลิต และจัดจำหน่ายสินค้าประเภทขนมขบเคี้ยว ภายใต้ตราสินค้า มั่นฝรังทอดกรอบ ตรา ไวส์ เทสโต คาลบี้ และเทสโก้ ดำเนินการโดย บีเจซี ฟู้ดส์ (มาเลเซีย) เอสดีเอ็น บีเอชดี (“BJFM”)
- ดำเนินธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมเปรี้ยวและโยเกิร์ต ภายใต้ตราสินค้า แอคทีเวีย ดำเนินการโดย บริษัท บีเจซี ดานอน แดรี่ จำกัด (“BDD”)
- ดำเนินธุรกิจด้านการตลาดและจัดจำหน่ายสินค้าในกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารที่ผลิตภายในกลุ่มบริษัททั้งในและต่างประเทศ รวมถึงวางแผนการตลาดและโฆษณาอย่างครบวงจร ทั้งการโฆษณาทางสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ นิตยสาร วิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ อีกทั้งการจัดกิจกรรม เพื่อสร้างการรับรู้และการยอมรับในหมู่ผู้บริโภคอย่างทั่วถึง รวมถึงการจัดจำหน่ายให้กับผู้ผลิตรายอื่น ๆ ดำเนินการโดยฝ่ายผลิตภัณฑ์อาหารของบริษัท โดยมีรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ ดังนี้

| สินค้าที่เป็นตราของบริษัท | สินค้าที่รับจัดจำหน่าย |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> - มั่นฝรังทอดกรอบ เทสโต - มั่นผสมทอดกรอบเคลือบเนย คาราเมล ปาร์ตี้ - ขนมอบกรอบเคลือบช็อคโกแลต แคมป์ส - ข้าวอบกรอบ โคโตะ - ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มยูเอชทีรสช็อคโกแลตมอลต์ แคมป์ส ช็อคโกแลตริง | <ul style="list-style-type: none"> - มั่นฝรังทอดกรอบ คาราบูจี้ - ผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้พร้อมดื่ม กาโตะ - เครื่องดื่มชาพร้อมดื่ม ที-เบรค - ผลิตภัณฑ์นมยูเอชที จิตรลดา - เครื่องดื่มรสโกโก้ โกโก้ดัทช์ - ผลิตภัณฑ์ผลไม้ในบรรจุภัณฑ์ โดล - น้ำผลไม้พร้อมดื่มตรา ชัมเมอร์ |

(1.2) สินค้าอุปโภค

- ดำเนินธุรกิจผลิตผลิตภัณฑ์กระดาษทิชชู ทั้งที่เป็นตราสินค้าของบริษัทเอง ได้แก่ เซลล์ล็อกซ์ ซิลค์ เบลล์ แม็กซ์โม และบีเจซี ไฮจินิสท์ และตราสินค้าของห้างค้าปลีก ดำเนินการโดยบริษัท เบอร์ลี ยูคเกอร์ เซลล์ล็อกซ์ จำกัด (“CPC”)
- ดำเนินธุรกิจผลิตและรับจ้างผลิตสินค้าจำพวก สบู่ แชมพู เครื่องสำอาง ลูกอม และช็อคโกแลต ดำเนินการโดย บริษัท รูเบียอุตสาหกรรม จำกัด โดยมีรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ ดังนี้

| รายละเอียดของ ผลิตภัณฑ์ | สบู | เครื่องสำอาง | ขนม |
|--|--|---|--|
| ภายใต้ตราสินค้าของ กลุ่มเบอร์ลี่ ยุคเกอร์ | <ul style="list-style-type: none"> - สบู่ฟูกษานกแก้ว - สบู่แพรอต โกลด์ - สบู่สุขภาพผิวแพรอต - แนนทเซอร์ลการ์ด - สบู่สมุนไพรแพรอต - เซอร์เบิล - สบู่เดอร์มาพอน | <ul style="list-style-type: none"> - ครีมอาบน้ำฟูกษานกแก้ว - ครีมอาบน้ำแพรอต โกลด์ - ครีมอาบน้ำสุขภาพผิวแพรอต - แนนทเซอร์ลการ์ด - ครีมอาบน้ำสำหรับเด็กเดอร์มาพอน - ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวเบอร์ลี่ป๊อป - ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรีเมดีก้า | <ul style="list-style-type: none"> - ช็อคโกแลต - Thailand Deluxe |
| รับจ้างผลิต | <ul style="list-style-type: none"> - เบบี๋มายด์ - เอว่อน - ดอกเตอร์สมชาย - แอคเน่เอด - เดอร์มัส | <ul style="list-style-type: none"> - เดทตอล - เอว่อน - นีเวีย - นาทรีย - ตาบุญ - ยาสีฟัน Sparkle , Dentrion | <ul style="list-style-type: none"> - ลูกอมชูกัส - ลูกอมคลอริฟินซี - ช็อคโกแลตสวีท - เพอร์เฟค - ช็อคโกแลตบิกบี |

- ดำเนินธุรกิจด้านการตลาดและการจัดจำหน่าย รวมถึงวางแผนการตลาด โฆษณา และจัดกิจกรรม ณ จุดขาย เพื่อสร้างการรับรู้และการยอมรับของผู้บริโภคอย่างทั่วถึง ให้กับสินค้าที่ผลิตภายในกลุ่มบริษัททั้งในและต่างประเทศ และจัดจำหน่ายสินค้าให้กับคู่ค้ารายอื่น ๆ ดำเนินการโดยฝ่ายผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ส่วนตัวและเครื่องใช้ในครัวเรือนของบริษัท โดยมีผลิตภัณฑ์ 3 กลุ่ม ได้แก่
 1. กลุ่มเครื่องใช้ส่วนตัว ได้แก่ สบู่ ตราฟูกษานกแก้ว เครื่องสำอาง ตราเบอร์ลี่ป๊อป ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า ตราพรีเมดีก้า ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ส่วนตัว ตราหิมาลายา ผลิตภัณฑ์เด็ก ตราเดอร์มาพอน และยากันยุง ตราเบลล์
 2. กลุ่มเครื่องใช้ในครัวเรือน ได้แก่ กระดาษทิชชูและผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด ตราเซลลูล็อกซ์ ซิลค์ เบลล์ แมกซ์โม และบีเจซี ไฮจีนิสท์
 3. กลุ่มสินค้านำเข้าจัดจำหน่าย ทั้งเครื่องใช้ส่วนตัวและในครัวเรือน ได้แก่ แปรงสีฟัน ตราวิคตอรี ผ้าอ้อมเด็ก ตราดรายเพอร์ส ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด ตราเปิด มิสเตอร์มัสเซลล์ สปากลิ้น เพนกวิน ผลิตภัณฑ์ปรับอากาศ ตราซาواة เกล็ด ผลิตภัณฑ์ป้องกันและกำจัดแมลง ตราไบคอน และผลิตภัณฑ์กันยุง ตราออฟ และผลิตภัณฑ์ถุงพลาสติก ตราอีโร่

(1.3) บริการด้านการจัดเก็บและจัดส่งสินค้า

ดำเนินธุรกิจด้านโลจิสติกส์ ได้แก่ 1) บริการรับฝากและบริหารสินค้าคงคลัง 2) บริการขนส่งเพื่อกระจายสินค้าทั่วประเทศ 3) บริการตัวแทนพิธีการศุลกากร ใบอนุญาตเลขที่ 208 สำหรับสินค้านำเข้าและส่งออก 4) ให้คำปรึกษาด้านซัพพลายเชนและโลจิสติกส์ ทั้งนี้ ให้บริการทั้งลูกค้าในกลุ่มบริษัทและลูกค้าภายนอก ดำเนินการโดยบริษัท เบอร์ลี่ ยูคเกอร์ โลจิสติกส์ จำกัด (“BJL”)

(1.4) ธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายในประเทศเวียดนาม

- ดำเนินธุรกิจนำเข้า ส่งออก จัดจำหน่าย และกระจายสินค้าประเภทอุปโภคบริโภค และสินค้าอื่น ๆ ในประเทศเวียดนาม โดยได้รับใบอนุญาตลงทุน (Investment License) หมายเลข 411043001315 ลงวันที่ 17 พฤษภาคม 2553 จากรัฐบาลเวียดนาม ดำเนินการโดย ไทยคอร์ป อินเตอร์เนชันแนล (เวียดนาม) ลิมิเต็ด (“TCI-VN”)
- ดำเนินธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าประเภทเต้าหู้ ภายใต้ตราสินค้า Ichiban ได้รับใบอนุญาตลงทุน (Investment Certificate) หมายเลข 412023000408 โดยมีสินค้านี้ 1) เต้าหู้ขาว Tafu และ Fuji San 2) เต้าหู้ไข่ Tafu และ Fuji San 3) เต้าหู้ต้ม Tau Hu Non และ Tau Hu OME 4) เต้าหู้แข็ง Tau Hu Momen Chien ทั้งนี้ ดำเนินการโดย อิจิบัง คัมปะนี ลิมิเต็ด (“Ichiban”)
- ดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายและกระจายสินค้าอุปโภคบริโภคในประเทศเวียดนาม ดังนี้ 1) สินค้าอุปโภค ได้แก่ เครื่องใช้ไฟฟ้า เช่น หม้อหุงข้าว เต้าไฟฟ้า เป็นต้น ผลิตภัณฑ์ซีเมนต์ ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดในครัวเรือน และผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนตัว 2) สินค้าบริโภค ได้แก่ ผลิตภัณฑ์นม อาหาร และขนมขบเคี้ยว ดำเนินการโดย ไทอัน กรุ๊ป (“TAG”)

(1.5) ผลิตภัณฑ์เครื่องเขียนและไลฟ์สไตล์

- ดำเนินธุรกิจนำเข้าและจัดจำหน่ายสินค้าเครื่องเขียนและเครื่องใช้สำนักงานต่าง ๆ สำหรับใช้ในหน่วยงานราชการ สำนักงาน สถาบันการศึกษา นักเรียน นักศึกษาและบุคคลทั่วไป โดยมีทั้งผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในประเทศ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เครื่องเขียนและเครื่องใช้สำนักงาน 3M ภายใต้ยี่ห้อ Scotch® และ Post-it® และผลิตภัณฑ์กลุ่มสมุดและกระดาษภายใต้ยี่ห้อดับเบิลเอ (Double A) และผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าจากต่างประเทศ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เครื่องเขียนสติบิโล (STABILO) ผลิตภัณฑ์กาวยางประเภทเครื่องเขียนและซ่อมแซมของใช้ในครัวเรือนยูฮู (UHU) จากประเทศเยอรมัน และผลิตภัณฑ์เครื่องเขียนและเครื่องใช้สำนักงานจากประเทศจีน ดำเนินการโดยฝ่ายเครื่องเขียนและเครื่องใช้สำนักงานของบริษัท
- ดำเนินธุรกิจเป็นตัวแทนจำหน่าย และทำการตลาด โดยเป็นตัวกลางในการจัดกระจายสินค้ากลุ่มสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ อันได้แก่ โทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก เครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านและสำนักงาน ภายใต้เครื่องหมายการค้าของผู้อื่น เช่น ผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์ ภายใต้ยี่ห้อซัมซุง (Samsung) แอปเปิ้ล (Apple) อิเลคโทรลักซ์ (Electrolux) แอลจี (LG) โซนี่ (Sony) เดล (Dell) โตชิบา (Toshiba) พานาโซนิค

(Panasonic) และอื่น ๆ โดยมีการรับจากผู้ผลิตโดยตรง หรือผู้จำหน่ายอื่น โดยมีหน่วยธุรกิจเสริม 3 ธุรกิจ คือ 1) ศูนย์บริการ 2) ธุรกิจบริการถ่ายภาพ 3) ธุรกิจนวัตกรรมเพื่อการศึกษา ดำเนินการโดยฝ่ายผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์ของบริษัท

(2) การตลาดและการแข่งขัน

(2.1) ผลิตภัณฑ์อาหาร

นโยบายการตลาด

BJF มุ่งเน้นสร้างความแตกต่างของตราสินค้ามันฝรั่งตรา “เทสโต” ให้มีตำแหน่งของผลิตภัณฑ์เป็นที่ชื่นชอบของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย รวมถึงการออกแบบและรสชาติใหม่เพื่อสร้างความตื่นเต้นกระตุ้นการบริโภค เช่น เทสโต วาฟเฟิล การสร้างตลาดข้าวอบกรอบผ่านกิจกรรมทางการตลาดที่เน้นตอกย้ำตราสินค้าและเพิ่มความถี่ของการบริโภค ส่วนขนมขึ้นรูป “ปาร์ตี้” และ “แคมป์ส” ยังคงเน้นการสร้างและขยายตลาด โดยได้นำเสนอสินค้าใหม่และโปรแกรมส่งเสริมการขายและการตลาดใหม่ ๆ ในด้านเครื่องดื่มช็อคโกแลตมอลต์ “แคมป์สช็อคโกแลตริงค์” จัดทำกิจกรรมทางการตลาดและโปรโมชั่นอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างความจดจำและชื่นชอบตราสินค้าของผู้บริโภค ทั้งนี้ โดยผ่านฝ่ายผลิตภัณฑ์อาหารของบริษัท

BJFM มุ่งเน้นการรักษามาตรฐานคุณภาพสินค้าให้มีความสดใหม่ รสชาติดีและถูกสุขลักษณะอนามัย เพื่อรักษาความพึงพอใจของผู้บริโภค และมีการตรวจเยี่ยมลูกค้าอย่างสม่ำเสมอในทุก ๆ กลุ่มลูกค้าเพื่อศึกษาข้อมูลความต้องการ ตลอดจนศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดของคู่แข่งอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายให้แตกต่าง อยู่ในความสนใจของลูกค้าและให้มีประสิทธิภาพในการกระตุ้นการขายสินค้าอย่างต่อเนื่องเพื่อรักษาเสถียรภาพตำแหน่งของสินค้าในตลาด สร้างความเชื่อมั่นและบำรุงขวัญให้ผู้แทนจำหน่ายสินค้าในรูปแบบต่าง ๆ ยกกระดับประสิทธิภาพการผลิตและเทคโนโลยี เพื่อเพิ่มศักยภาพ การควบคุมต้นทุน และการรักษาสีเงาผิว และลงทุนเพิ่มเติมเพื่อขยายฐานกลุ่มสินค้าที่มีศักยภาพทั้งในปัจจุบันและอนาคต

BDD มุ่งเน้นการสร้างแตกต่างของตราสินค้าผลิตภัณฑ์นมเปรี้ยวและโยเกิร์ต “แอคทีเวีย” ให้มีตำแหน่งของผลิตภัณฑ์เป็นที่ชื่นชอบของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย โดยใช้ส่วนผสมสำคัญที่เป็นลิขสิทธิ์เฉพาะของบริษัท ดานอน ฝรั่งเศส คือ จุลินทรีย์แอคทีเวียลาร์ส ซึ่งมีส่วนช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการขับถ่ายให้ดีขึ้น รวมทั้งมีการออกแบบและรสชาติใหม่ เพื่อสร้างความตื่นเต้นและกระตุ้นการบริโภค เช่น โยเกิร์ตพุดดิ้ง โยเกิร์ตตุ๋นได้ ป๊อปแอนด์โก นมเปรี้ยวรสสตรอเบอร์รี่ นมเปรี้ยวรสลิ้นจี่ เป็นต้น โดย BDD ดำเนินกิจกรรมด้านการผลิต การตลาด และการขายเฉพาะห้างเทสโก้ โลตัส และบิ๊กซี และมีฝ่ายขายของบริษัทเป็นผู้จำหน่ายในช่องทางที่เหลือ ได้แก่ ช่องทางร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ช่องทางขายตรง (สาวแอคทีเวีย) และช่องทางร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (Traditional Trade)

ฝ่ายผลิตภัณฑ์อาหารของบริษัท ทำการตลาดและจัดจำหน่ายสินค้าในกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารผ่าน 5 ช่องทางใหญ่ ๆ ได้แก่ 1) ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ได้แก่ ไฮเปอร์มาร์เก็ต ซูเปอร์มาร์เก็ต

และร้านสะดวกซื้อแคช แอนด์ แครี่ 2) ร้านสะดวกซื้อ/ร้านค้าในสถานบริการน้ำมัน (Convenience Store/Gas Station) 3) ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (Traditional Trade) 4) ขายตรงให้ผู้บริโภค (Direct to Home) โดยปัจจุบันยังเน้นจำหน่ายเฉพาะผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตแอคทีเวียเป็นหลัก และ 5) ขายส่งออกไปยังประเทศเพื่อนบ้าน เช่น กัมพูชา พม่า และลาว โดยแต่งตั้งตัวแทนในแต่ละประเทศ

สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

การแข่งขันในตลาดขนมขบเคี้ยวในปัจจุบันมีผู้ประกอบการจำนวนมาก ทำให้เกิดการแข่งขันสูง ทั้งในตลาดขนมขบเคี้ยวเองและตลาดสินค้าทดแทนอื่น ๆ รูปแบบการแข่งขันมีลักษณะการแข่งขันด้านราคา ด้านการบริหารด้านเทคโนโลยี การพัฒนารูปแบบสินค้าในรูปแบบต่าง ๆ เป็นเหตุให้ผู้ผลิตส่วนใหญ่ต้องใช้วิธีการโฆษณาและส่งเสริมการขาย เพื่อสร้างความรับรู้ในตราสินค้าของตนเองในกลุ่มผู้บริโภค รวมถึงเตรียมความพร้อมและความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยมุ่งเน้นเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตเพื่อให้สินค้ามีความหลากหลาย มีคุณภาพดี ต้นทุนต่ำและมีความโดดเด่นในการตลาด รวมทั้งต้องมีการกำหนดนโยบาย และกลยุทธ์ทางการตลาดให้ผู้มีส่วนร่วมทางธุรกิจมีความพึงพอใจในการทำธุรกิจกับบริษัทอย่างยั่งยืน และสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคอย่างแท้จริง โดยสามารถที่จะตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม การดำเนินกิจกรรมโดยรวมอย่างต่อเนื่องดังกล่าว ทำให้บริษัทมั่นใจว่าจะสามารถเผชิญกับการแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

การแข่งขันในตลาดนมเปรี้ยวและโยเกิร์ตในปัจจุบันมีแข่งขันสูง ผู้ประกอบการหลายราย มีการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ และโปรโมชันอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ตลาดเปลี่ยนแปลงง่าย จากการทดลองใช้ และการสลับซื้อของผู้บริโภคจากผลิตภัณฑ์หนึ่งสู่อีกผลิตภัณฑ์หนึ่ง การโฆษณาและส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่องเป็นกลยุทธ์ที่แต่ละตราสินค้านำมาใช้เพื่อดึงดูดผู้บริโภค

ในด้านการตลาดและจัดจำหน่ายที่ดำเนินการโดยฝ่ายผลิตภัณฑ์อาหารนั้น ส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวและเครื่องดื่ม ซึ่งมูลค่าการตลาดสูงมากกว่า 60,000 ล้านบาทต่อปี และมีอัตราการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับเป็นสินค้าที่มีวงจรการบริโภคเร็วและถี่ เพราะกลุ่มเป้าหมายจะเป็นเด็ก วัยรุ่นและคนหนุ่มสาว จึงมีการแข่งขันเต็มรูปแบบและรุนแรง ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในทุกสื่อ เช่น โทรทัศน์ นิตยสาร วิทยุ และสื่อบน Social Media ยังรวมไปถึงการจัดโปรโมชันอย่างหนักให้กับผู้บริโภคโดยตรง จุดขาย ทั้งไฮเปอร์มาร์เก็ต ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านค้าสมัยใหม่ และร้านค้าปลีกดั้งเดิม ดังนั้น จึงต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์เดิมให้หลากหลายและถูกใจผู้บริโภคมากขึ้นจากสินค้านำเข้าของบริษัทเอง รวมไปถึงพัฒนาสินค้าใหม่ เพื่อนำเสนอแก่ผู้บริโภคในการสร้างการเจริญเติบโต นอกจากนี้ยังต้องขยายธุรกิจการเป็นตัวแทนจำหน่ายในประเทศไทยสำหรับสินค้าอาหารและเครื่องดื่มของคู่ค้าธุรกิจที่มีศักยภาพสร้างความแข็งแกร่งในช่องทางการขายเดิม รวมถึงการพัฒนาช่องทางการขายใหม่ ๆ ในอนาคต

(2.2) สินค้าอุปโภค

นโยบายการตลาด

ในปี 2557 กระดาษทิชชูเชลลิ่งก์และแม็กซ์โม มีอัตราการเติบโตมากที่สุด โดยเชลลิ่งก์เติบโตจากการเพิ่มการกระจายสินค้าของสินค้าหลักให้ทั่วถึงยิ่งขึ้นในทุก ๆ ช่องทาง พร้อมกับออกแคมเปญโฆษณาใหม่ผ่านสื่อต่าง ๆ ควบคู่ไปกับกิจกรรมส่งเสริมการขายทั้งในและนอกร้านค้า ส่วนแม็กซ์โมยังคงเน้นการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในฐานะกระดาษสำหรับใช้เช็ดทำความสะอาดเนกประสงค์ด้วยพลังซึมซับที่ดีเยี่ยม ผ่านสื่อรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้ผู้บริโภครู้จักใช้งานผลิตภัณฑ์ได้ในหลายวัตถุประสงค์ ในขณะที่ก๊วนตลาดกระดาษชำระระดับดีดถอยลงอย่างมาก แต่เชลลิ่งก์ยังมีอัตราการเติบโตได้ อันเนื่องจากการผลักดันสินค้ากระดาษชำระระดับดีเยี่ยมหนา 3 ชั้น กระดาษเช็ดหน้า และกระดาษเช็ดปากเข้ามาแทน และการจัดกิจกรรมชิงโชคเพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย สำหรับกลุ่มลูกค้าสถาบัน ในปี 2557 นี้แม้ว่าจะได้รับผลกระทบจากเศรษฐกิจที่ซบเซา รวมทั้งการแข่งขันจากคู่แข่งที่รุนแรงขึ้นเพื่อแย่งชิงฐานลูกค้า โดยเฉพาะลูกค้าสถาบันที่มีการสั่งซื้อสินค้าต่อเนื่องในระยะยาว แต่บริษัทยังคงรักษาระดับฐานลูกค้าเดิม และยอดขายของกลุ่มสินค้ากระดาษไว้ได้ ด้วยการเน้นการให้บริการที่ดีอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งได้เน้นเข้าทำตลาดในกลุ่มโรงแรม ร้านอาหาร รวมทั้งสถานบันเทิงเพิ่มขึ้น ขณะเดียวกันตลอดปี 2557 ได้ผลักดันการส่งออกผลิตภัณฑ์กระดาษทิชชูไปจำหน่ายยังประเทศในกลุ่มอาเซียนอย่างต่อเนื่องจนทำให้ภาพรวมธุรกิจต่างประเทศเติบโตร้อยละ 12 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 8 ของยอดขายกลุ่มกระดาษทิชชู โดยเฉพาะประเทศพม่าเติบโตถึงร้อยละ 53

ในด้านสินค้าจำพวก สบู่ แชมพู เครื่องสำอาง ลูกอม และช็อคโกแลต RIL ทำการผลิตโดยยึดหลักคุณภาพและการบริการจะต้องตรงตามที่ต้องการไว้กับลูกค้า โดยให้ความสำคัญในด้านความสะอาด สุขอนามัย ตลอดจนเคร่งครัดตามกฎหมาย GMP, HACCP, HALAL, ISO 9001:2008 และ FSSC 22000 สำหรับตลาดของสินค้าสบู่ทุกแก้วจะให้ความสำคัญในเรื่องคุณภาพดี ภาพลักษณ์ดี ราคาแข่งขันได้ ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายจะอยู่ระดับรายได้ปานกลางและทั่วไป ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับชนิดของสินค้า โดยใช้ช่องทางการจำหน่ายสินค้าภายใต้ตราสินค้าของบริษัทผ่านฝ่ายผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ส่วนตัวและเครื่องใช้ในครัวเรือนของบริษัท ทั้งตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศ

ในด้านการตลาดและการจัดจำหน่ายโดยฝ่ายผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ส่วนตัวและเครื่องใช้ในครัวเรือนของบริษัท ได้ทำการตลาดและจัดจำหน่ายสินค้าในกลุ่มธุรกิจสินค้าอุปโภคผ่าน 6 ช่องทางใหญ่ ๆ ได้แก่ 1) ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ได้แก่ ไฮเปอร์มาร์เก็ต ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อแคช แอนด์ แครี่ 2) ร้านสะดวกซื้อ/ร้านค้าในสถานีบริการน้ำมัน (Convenience Store/Gas Station) 3) ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (Traditional Trade) 4) กลุ่มลูกค้าสถาบัน (Institutional Channel) คือ ลูกค้าที่ซื้อสินค้าของบริษัทเพื่อนำไปใช้หรือให้บริการแก่ผู้บริโภคโดยไม่ได้มีการขายต่อ เช่น กลุ่มลูกค้าโรงแรม โรงงานอุตสาหกรรม ร้านอาหารและ สำนักงาน เป็นต้น โดยมีตัวแทนจำหน่ายของบริษัทเป็นผู้แทนในการขาย 5) ร้านค้าในต่างประเทศ ปัจจุบันมีจำหน่ายสินค้าไปยังประเทศเวียดนาม ลาว กัมพูชา พม่า สิงคโปร์ และมาเลเซีย และ 6) ช่องทางในตลาดออนไลน์

สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

การแข่งขันในตลาดกระดาษทิชชูในปี 2557 มีความรุนแรงขึ้นด้วยสภาวะตลาดที่เติบโตเพียงเล็กน้อย โดยมูลค่าเติบโต 3.9% ทำให้ผู้ผลิตทุกรายต่างทุ่มทำโปรโมชั่นเพื่อกระตุ้นยอดขาย อีกทั้งคู่แข่งได้ขยายกำลังการผลิตและบางรายได้ขยายช่องทางการจำหน่ายเข้าไปในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ด้วย ทำให้การแข่งขันด้านราคาส่งขึ้น อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตลาดกระดาษทิชชูโดยรวมเติบโตไม่มากแต่กลุ่มกระดาษชำระคุณภาพดีเยี่ยม กระดาษเช็ดหน้า และกระดาษอเนกประสงค์ยังมีแนวโน้มการเติบโตสูง ซึ่งเป็นตลาดที่บริษัท เน้นทำตลาดอย่างต่อเนื่อง

สำหรับการแข่งขันในตลาดสินค้าอุปโภคบริโภค ปัจจุบันมีอัตราการขยายตัวของความต้องการต่ำ แต่การแข่งขันทางการตลาดมีสูง ซึ่งขณะนี้ บริษัทได้ขยายตลาดจากในประเทศออกสู่ตลาดต่างประเทศมากขึ้น โดยเฉพาะกับประเทศเพื่อนบ้านผ่านฝ่ายขายและฝ่ายการตลาดของบริษัท เช่น ลาว กัมพูชา พม่า มาเลเซีย และสิงคโปร์ จากผลการวิจัย ส่วนแบ่งการตลาดของบริษัท ในปี 2557 สบู่ตรานกแก้วยังคงครองส่วนแบ่งตลาดสูงเป็นอันดับหนึ่งของตลาดสบู่ก้อน และเป็นอันดับสามของตลาดสบู่รวมในประเทศไทย นอกจากนี้ ยังได้ขยายสินค้าสู่กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภคอื่น ๆ เช่น ยาสีฟัน แปรงสีฟัน และกระดาษชำระ RIL ยังคงเป็นผู้รับจ้างผลิตสบู่ก้อนและลูกอมรายใหญ่ที่สุดรายหนึ่งในประเทศ โดยได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าให้ผลิตเพื่อจำหน่ายทั้งในประเทศและส่งออกไปยังต่างประเทศ ได้แก่ ประเทศในกลุ่มอาเซียน ประเทศไต้หวัน ฮองกง เป็นต้น

ในด้านการตลาดและการจัดจำหน่าย การแข่งขันของกลุ่มธุรกิจเครื่องใช้ส่วนตัวและในครัวเรือนจัดอยู่ในกลุ่มที่มีการแข่งขันสูง เนื่องจากกำลังซื้อของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายลดลงตั้งแต่ต้นปี จากอากาศหนาวเย็นและปัญหาการเมืองที่ไม่เสถียรภาพในช่วงครึ่งปีแรก ทำให้คู่แข่งทุกรายจำเป็นต้องเพิ่มความถี่ในการจัดกิจกรรมสำหรับการขายอย่างรุนแรงตลอดทั้งปี เป็นผลให้อัตราการเติบโตของยอดขายโดยรวมในปีเพิ่มขึ้นร้อยละ 3 เมื่อเปรียบเทียบกับปีที่แล้ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งการแข่งขันของกลุ่มผลิตภัณฑ์สบู่ เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์บำรุงผิวในปี 2557 ที่มีอากาศหนาวเย็นในช่วงต้นปี และมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง ตราสินค้าผู้นำต่าง ๆ ในตลาดได้มีการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่มีจุดขายที่มีความแตกต่างเข้ามาแข่งขันมากขึ้น รวมถึงกิจกรรมการตลาดและกิจกรรม ณ จุดขาย ไม่ว่าจะเป็น ลด แลก แจก แถม กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์บำรุงผิวได้มุ่งเน้นในการทำการตลาดออนไลน์ และร้านค้าเครื่องสำอางโดยเฉพาะ อีกทั้งการตลาดออฟไลน์ก็เน้นทั้งในส่วนโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการขายที่รุนแรง แม้กระทั่งผลิตภัณฑ์เด็กในปีนี้ก็เพิ่มการแข่งขันมากขึ้น มีการขยายกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อขยายลูกค้าในตราสินค้านั้นเพิ่มขึ้น เช่น ดีนี่ จากเพียงแค่ผลิตภัณฑ์ในครัวเรือนประเภทน้ำยาซักผ้า น้ำยาปรับผ้านุ่ม น้ำยาล้างจาน เข้าสู่กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ส่วนตัว เป็นต้น

(2.3) บริการด้านการจัดเก็บและจัดส่งสินค้า

ด้านการตลาด ในปี 2557 BJC ได้มุ่งเน้นการทำงานอย่างใกล้ชิดกับลูกค้าทั้งในกลุ่มบริษัทและลูกค้าภายนอก เพื่อปรับปรุงความพึงพอใจของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้บริษัทยังได้มุ่งเน้นขยายการให้บริการแก่ลูกค้าภายนอกกลุ่มบริษัท โดยใช้ทีมงานพัฒนาธุรกิจที่มีความรู้และประสบการณ์ทางด้านโลจิสติกส์เพื่อนำเสนอบริการของบริษัทไปในอุตสาหกรรมที่หลากหลาย เช่น สินค้าวัตถุดิบอาหาร ไอศกรีม ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากนม และ

E-commerce โดยใช้กลยุทธ์ที่เน้นการให้บริการที่มีคุณภาพ ด้วยลักษณะการให้บริการที่แตกต่างตามความต้องการของลูกค้าแต่ละราย ด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย และมีราคาที่เหมาะสม ปัจจุบันนี้ ลูกค้าหลักของ BJC อยู่ในกลุ่มบริษัทประมาณร้อยละ 80 โดยมาจากสินค้ากลุ่มอุปโภคและบริโภค เวชภัณฑ์และอุปกรณ์การแพทย์ กลุ่มเทคนิคและอุตสาหกรรม สินค้าไอทีและอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ และมีเป้าหมายที่จะขยายการบริการไปสู่ลูกค้าภายนอกมากขึ้นในแต่ละปี เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดโลจิสติกส์

สภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรม

การเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจของประเทศไทยในปี 2557 อยู่ในระดับไม่สูงนัก เนื่องจากปัญหาความวุ่นวายทางการเมือง ทำให้ผู้ประกอบการในทุกธุรกิจต่างมุ่งเน้นด้านการควบคุมและลดต้นทุน การผลิตและโลจิสติกส์ ส่งผลให้ผู้ประกอบการด้านโลจิสติกส์ทั้งของไทยและต่างชาติ จำเป็นต้องมีการปรับกลยุทธ์การขายและการทำงานเพื่อให้สอดคล้องกับทิศทางใหม่ของธุรกิจ โดยให้บริการครบวงจรด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัยและประสบการณ์ในหลากหลาย อุตสาหกรรม ซึ่งจะช่วยให้บริษัทสามารถแข่งขันได้ด้วยการให้บริการที่มีประสิทธิภาพและด้วยต้นทุนที่เหมาะสม

อย่างไรก็ตาม ในปี 2558 ประเทศไทยเริ่มมีความชัดเจนทางด้านการเมืองมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้การเจริญเติบโตของเศรษฐกิจเป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งการมุ่งไปสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) ในปี 2558 ทำให้ปริมาณความต้องการการใช้บริการทางด้านโลจิสติกส์มีอัตราการขยายตัวเพิ่มอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเปิดโอกาสให้บริษัทแสวงหาลูกค้าเพิ่มและให้การบริการเพิ่มในด้านอื่น ๆ ทั้งนี้การแข่งขันก็จะทวีความรุนแรงเพิ่มขึ้นจากผู้ประกอบการทั้งของไทยและต่างชาติที่มีเครือข่ายในหลายประเทศด้วยเช่นกัน

(2.4) ธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายในประเทศเวียดนาม

นโยบายการตลาด

TCI – VN ใช้นโยบาย “การตลาดนำหน้าการขาย” มาตั้งแต่เริ่มก่อตั้งบริษัทจึงทำให้สามารถพัฒนายอดการจัดจำหน่ายของสินค้าที่มีอยู่ให้เติบโตยิ่งขึ้น พร้อมกับการนำเสนอผลิตภัณฑ์สินค้าใหม่ ๆ เข้าสู่ตลาดได้อย่างต่อเนื่องจนประสบความสำเร็จ และสินค้าเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคในประเทศเวียดนาม โดยจัดจำหน่ายและกระจายสินค้าไปสู่ระบบการค้าผ่านตัวแทนจัดจำหน่าย (Dealer) ผู้ค้าส่ง (Wholesalers) และผู้ค้าปลีก (Retailers) ซึ่งครอบคลุมช่องทางการกระจายสินค้าแบบสมัยใหม่ (Modern Trade) แบบดั้งเดิม (Traditional Trade) และร้านค้าเฉพาะกลุ่ม นอกจากนี้ TCI – VN ยังให้ความสำคัญในการสร้างตราสินค้าให้เป็นที่รู้จักในหมู่ผู้บริโภค โดยผ่านการจัดทำกิจกรรมทางสังคม (Corporate Social Responsibility) เช่น การบริจาคสินค้าที่บริษัทจัดจำหน่ายช่วยเหลือผู้ประสบอุทกภัย สถานรับเลี้ยงเด็กกำพร้า เด็กพิการ และบ้านพักคนชรา เป็นต้น

Ichiban ได้กำหนดกลยุทธ์หลัก ๆ เพื่อส่งเสริมขีดความสามารถของธุรกิจ โดยมุ่งเน้นการสร้างภาพลักษณ์ตราสินค้าที่แตกต่างจากสินค้าเวียดนาม โดยวางตำแหน่งของตราสินค้าเป็นเจ้าหูญี่ปุ่นแบรนด์ Fujisan และมีบรรจุภัณฑ์ที่มีดีไซน์โดดเด่น ทันสมัย ได้มาตรฐานออกสู่ตลาดผู้บริโภคชาวเวียดนาม รวมถึงสร้างความหลากหลาย

ของประเภทผลิตภัณฑ์ได้แก่ เต้าหู้ขาว เต้าหู้ไข่ เต้าหู้แบบกระดาน เต้าหู้แบบหลอด เต้าหู้ทอด น้ำเต้าหู้ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยสินค้าของ Ichiban ได้จัดจำหน่ายผ่านช่องทางการขาย ได้แก่ 1) ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modren Trade) ผ่านทีมงานฝ่ายขายของ TCI-VN และ 2) ร้านค้าปลีกในตลาดสด (Traditional Trade) และการขายตรงเข้าภัตตาคาร ร้านอาหาร ผ่านทีมงานฝ่ายขายของ Ichiban

TAG เป็นบริษัท 1 ใน 5 ของบริษัทจัดจำหน่ายและกระจายสินค้าอุปโภคบริโภครายใหญ่ในเวียดนาม เนื่องจากทีมงานขายที่มีประสิทธิภาพและศักยภาพในการกระจายสินค้าทั่วประเทศผ่านบริษัทย่อย และสาขาในแต่ละจังหวัด โดย TAG มีหน้าที่หลักในการจำหน่ายและกระจายสินค้าไปยังช่องทางจำหน่ายทั่วประเทศ ซึ่งได้แก่ ร้านค้าส่ง ร้านค้าปลีก ร้านค้าโมเดิร์นเทรด และร้านค้ากลุ่มสถาบัน รวมทั้งผ่านตัวแทนกระจายสินค้าตามต่างจังหวัด การทำตลาดขึ้นอยู่กับกิจกรรมและการสนับสนุนจากเจ้าของสินค้าแต่ละราย

สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

เนื่องจาก TCI – VN เป็นตัวแทนจัดจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียวของสินค้าแบรนด์ต่าง ๆ ดังกล่าว จึงไม่มีคู่แข่งทางการค้า ที่มีศักยภาพเทียบเคียงในด้านการเป็นผู้ให้บริการทางด้านตัวแทนจัดจำหน่ายและกระจายสินค้าไทยในประเทศเวียดนามแต่อย่างใด

ส่วนผลิตภัณฑ์เต้าหู้ ในระยะ 10 ปีแรกของการดำเนินธุรกิจ การแข่งขันในตลาดผลิตภัณฑ์เต้าหู้ของประเทศเวียดนามยังไม่มีคู่แข่งที่สามารถผลิตสินค้าที่ได้มาตรฐาน และไม่มีการบรรจุในลักษณะเต้าหู้หลอด ส่วนใหญ่จะเป็นการผลิตแบบชาวบ้าน และขายในตลาดสดทั่วไป ไม่มีบรรจุภัณฑ์และแบรนด์สินค้า (No Brand) แม้ว่าในปัจจุบันจะมีผู้ผลิตสินค้าเต้าหู้หลอดและเต้าหู้ชนิดต่าง ๆ เพิ่มขึ้นอีกสองราย ทำให้เกิดการแข่งขันสูงขึ้นในผลิตภัณฑ์เต้าหู้ทุกประเภท แต่เนื่องจาก Ichiban เป็นบริษัทแรกที่เริ่มทำผลิตภัณฑ์เต้าหู้หลอดแบบมาตรฐาน และด้วยคุณภาพที่ดี ราคาที่สมเหตุสมผลควบคู่ไปกับการสร้างแบรนด์สินค้ามาโดยตลอด ทำให้ผลิตภัณฑ์เต้าหู้ของ Ichiban ยังคงเป็นสินค้าขายดีเป็นอันดับหนึ่ง (Leading Brand) และเป็นแบรนด์สินค้าที่จดจำ (Top of the mind) ของผู้บริโภคชาวเวียดนามมาโดยตลอด ทั้งนี้สัดส่วนของการถือครองตลาดนั้น สินค้าต่าง ๆ ของ Ichiban สามารถครองสัดส่วนตลาด (Market Share) ได้ร้อยละ 70 ของตลาดโดยรวม

ในด้านการจัดจำหน่ายและกระจายสินค้าของ TAG ท่ามกลางสภาพเศรษฐกิจและ กำลังซื้อผู้บริโภคในประเทศที่ยังชะลออยู่ ทำให้บริษัทมียอดขายรวม 3,350 ล้านบาท หรือเติบโตร้อยละ 3 แต่มีกำไรเติบโตถึงร้อยละ 170 เมื่อเทียบกับปีที่แล้ว เนื่องจากการปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงานและการเพิ่มสินค้าใหม่ที่มีกำไรสูงขึ้น โดยสินค้าที่มีการเติบโตที่โดดเด่น ทั้งยอดขายและกำไร ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องใช้ส่วนตัวและในครัวเรือน และผลิตภัณฑ์นม โดยในปี 2557 TAG มุ่งเน้นในการพัฒนาบุคลากรทั้งองค์กรโดยเฉพาะทีมขาย ปรับปรุงระบบคลังสินค้าทั้งที่ฮานอย ย้ายคลังสินค้าใหม่ในโฮจิมินห์เพื่อเพิ่มพื้นที่ในการจัดเก็บและรองรับสินค้าใหม่ ปรับโครงสร้างกลุ่มบริษัทย่อยเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการจัดการ ประหยัดต้นทุนในการกระจายสินค้าและการดำเนินการ รวมทั้งการเพิ่มผลิตภัณฑ์ผ่านคู่ค้ารายใหม่ อาทิเช่น เต้าไฟฟ้าตรา Paloma จากประเทศญี่ปุ่น ลูกอมตรา

Inbisco จากประเทศ อินโดนีเซีย มั่งกันยงตรา Cham Cham จากประเทศเวียดนาม มันฝรั่งทอดตรา Tasto จากประเทศมาเลเซีย

(2.5) ผลิตภัณฑ์เครื่องเขียนและไลฟ์สไตล์

นโยบายการตลาด

สินค้าเครื่องเขียนและเครื่องใช้สำนักงานมีวางจำหน่ายตามร้านค้าเครื่องเขียน ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) และห้างสรรพสินค้าชั้นนำทั่วไปทั้งกรุงเทพฯและต่างจังหวัด โดยมีพนักงานขายให้บริการทั่วประเทศ กลยุทธ์การแข่งขันที่ใช้ คือ คุณภาพของสินค้า การมีสินค้าที่หลากหลาย ตรงใจผู้บริโภค การแข่งขันด้านราคา และการบริการหลังการขาย ซึ่งสินค้าของฝ่ายถือว่ามีความได้เปรียบเชิงการค้าต่อคู่แข่ง เนื่องจากได้รับสิทธิในการจัดจำหน่ายอย่างเป็นทางการจากเจ้าของผลิตภัณฑ์ที่ได้ดำเนินธุรกิจนี้มาอย่างยาวนาน มีชื่อเสียงที่ดีและได้รับความไว้วางใจจากผู้บริโภคในเรื่องของคุณภาพสินค้าและบริการ

สินค้าประเภทผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์ มีวางขายจำหน่ายตามร้านค้า ห้างสรรพสินค้าทั่วไป ทั้งตัวแทนจำหน่ายหลักของทางแบรนด์ และผู้จัดจำหน่าย โดยมีพนักงานขายให้บริการทั่วประเทศ โดยในปี 2557 บริษัทมุ่งเน้นมีการจัด Event และ Roadshow คาราวานสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ราคาพิเศษ ไปยังตึกสำนักงานต่าง ๆ ตลอดทั้งปี ซึ่งมีหลากหลายแบรนด์ให้ความร่วมมือในการออกงานด้วยสินค้าราคาพิเศษ และ การให้บริการด้านการชำระเงิน การบริการผ่อนชำระผ่านบัตรเครดิตของธนาคาร มีการให้บริการหลังการขาย ทั้งการส่ง การติดตั้ง ศูนย์เทรนนิ่ง และ ศูนย์ซ่อมที่รวดเร็ว ทั้งชื่อเสียงที่ดีทำให้ลูกค้าได้รับความไว้วางใจในสินค้าและบริการ และแผนสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ได้ร่วมกับบริษัท บีเจซี คอมเมิร์ซ จำกัด เพื่อเป็นผู้จัดหาสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ และสินค้าไอที ลูกเล่นและนวัตกรรมใหม่ ๆ ตามความนิยมของตลาด เข้าไปขายยังช่องทางออนไลน์ คือ เว็บไซต์ www.voltzstore.com

สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

ธุรกิจสินค้าเครื่องเขียนและเครื่องใช้สำนักงานมีคู่แข่งทั้งขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก ทำตลาดตั้งแต่ระดับบนจนถึงระดับล่าง มีภาวะการแข่งขันที่รุนแรง เนื่องจากผู้บริโภคมีสินค้าให้เลือกหลากหลายรูปแบบและเป็นสินค้าที่สามารถทดแทนกันได้ คู่แข่งมีการใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ ในการแข่งขัน ทั้งทางด้านราคา คุณภาพ และการบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ตามวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันไป แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมนี้ในอนาคตน่าจะมีการแข่งขันที่สูงขึ้น เนื่องจากการปรับตัวของผู้ประกอบการในด้านตัวผลิตภัณฑ์และรูปแบบการให้บริการ รวมทั้งการเข้ามาแข่งขันของเครื่องเขียนนำเข้าที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น รวมถึงการมีตลาดที่ใหญ่ขึ้น อันเนื่องมาจากการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558 ส่งผลให้ผู้ประกอบการหลายรายต้องเร่งปรับตัว

สินค้าประเภทผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์ มีหลากหลายตราสินค้า หลากหลายความการใช้งาน และ หลากหลายกลุ่มเป้าหมายตั้งแต่เล็ก กลาง ใหญ่ ทั้งสินค้าที่เป็นอินเตอร์แบรนด์ และ สินค้า House-Brand ธุรกิจนี้จึงมีภาวะการแข่งขันที่รุนแรง โดยเฉพาะการแข่งขันด้านราคา และมีการเปลี่ยนแปลงสินค้ารวดเร็ว โดยเฉพาะในช่วงต้นปีที่มีปัญหาเรื่องการเมืองศูนย์การค้ามาบุญครองซึ่งเป็นตลาดใหญ่ของโทรศัพท์มือถือ ถูกปิดทำให้ผู้ประกอบการหลายราย ยอมขายสินค้าในราคาที่ขาดทุน หรือโปรโมชันรุนแรง ทำราคาตลาดมีการผันผวน อย่างไรก็ตาม

บริษัทยังคงแข่งขันได้ โดยกลยุทธ์การเข้ากลุ่มเป้าหมาย ณ ตลาด Business to Business กลุ่มธุรกิจต่าง ๆ ทั้งบริษัทในเครือ บริษัทพันธมิตร และการขายลูกค้าสถาบัน เช่น ขายบริษัท สถาบันการศึกษา องค์กรที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ทั้งการซื้อใช้ภายในองค์กรเอง หรือการซื้อใช้ส่วนตัว ซึ่งบริษัทมีความได้เปรียบในเรื่องความแข็งแกร่งด้านการเงินที่ทำให้สามารถได้สินค้าเข้ามาขายได้เร็วกว่าคู่แข่ง และจัดจำหน่าย โดยการบริหารให้หมุนเวียนสินค้าเร็ว ไม่มีการเก็บสินค้าไว้สำรองจำนวนมาก

(3) การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

(3.1) ผลิตภัณฑ์อาหาร

กำลังและปริมาณการผลิต

BJF มีโรงงานผลิต ตั้งอยู่เลขที่ 225/10 หมู่ 1 นิคมอุตสาหกรรมเทพารักษ์ ตำบลบางเสาธง อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ 10540 ประกอบด้วยที่ดินประมาณ 15.2 ไร่ และอาคารสำนักงานโรงงานและคลังสินค้าประมาณ 23,510 ตารางเมตร โดยมีรายละเอียดกำลังและปริมาณการผลิต ดังนี้

| กำลังและปริมาณการผลิต | 2557 | 2556 | 2555 |
|-------------------------------------|--------|--------|--------|
| กำลังการผลิตเต็มที่ (หน่วย : ตัน) | 20,131 | 20,131 | 17,702 |
| ปริมาณการผลิตจริง (หน่วย : ตัน) | 8,952 | 10,584 | 11,245 |
| การใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ) | 44.46 | 52.6 | 63.52 |
| อัตราเพิ่มของปริมาณการผลิต (ร้อยละ) | -13.99 | -5.9 | 8.3 |

ทั้งนี้ เพื่อเป็นการขยายกลุ่มลูกค้าและฐานธุรกิจของ BJF ได้ว่าจ้าง 1) บริษัท Want Want ในฐานะหุ้นส่วนทางธุรกิจระยะยาวให้ผลิตข้าวอบกรอบ “โดโตะ” 2) บริษัท แมรี่ แอน แดรี่ โปรดักส์ จำกัด ผลิตสินค้าแคมป์ส ช็อคโกแลต 3) สหกรณ์โคนมหนองโพราชบุรี จำกัด (ในพระบรมราชูปถัมภ์) ผลิตสินค้าแคมป์ส ช็อคโกแลต ในด้านการรับจ้างผลิต BJF รับเป็นผู้ผลิตสินค้าให้กับ 1) บริษัท Leslie Corporation ผลิตมันฝรั่งทอดภายใต้ตราสินค้า “Farmer John” เพื่อนำไปบรรจุและจำหน่ายในตลาดฟิลิปปินส์ 2) บริษัท Frente Co.Ltd ผลิตมันฝรั่งทอดภายใต้ตราสินค้า “Karamucho” เพื่อจำหน่ายในประเทศไทย

BJFM ตั้งอยู่ที่ ล็อต 1 ถนนเพชรราโช 23/1 เข็กชั้น ซาอารัม เซอลังงอ ประเทศมาเลเซีย ประกอบด้วยที่ดินประมาณ 10 ไร่ และอาคารสำนักงาน โรงงานและคลังสินค้าประมาณ 3,235 ตารางเมตร โดยมีรายละเอียดกำลังและปริมาณการผลิต ดังนี้

| กำลังและปริมาณการผลิต | 2557 | 2556 | 2555 |
|-----------------------------------|-------|-------|-------|
| กำลังการผลิตเต็มที่ (หน่วย : ตัน) | 2,823 | 2,823 | 2,823 |
| ปริมาณการผลิตจริง (หน่วย : ตัน) | 1,695 | 1,695 | 1,501 |

| กำลังและปริมาณการผลิต | 2557 | 2556 | 2555 |
|-------------------------------------|------|------|------|
| การใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ) | 60.8 | 60.8 | 54.9 |
| อัตราเพิ่มของปริมาณการผลิต (ร้อยละ) | 0.0 | 17.4 | 35.7 |

ทั้งนี้ BJFM ได้รับจ้างผลิตสินค้าให้กับ 1) บริษัท MOH SENG MARKETING PTE LTD ผลิตมันฝรั่งทอดกรอบ ภายใต้ตราสินค้า Calbee 2) บริษัท Big Care Co.,Ltd ผลิตมันฝรั่งทอดกรอบภายใต้ตราสินค้า Tesco เพื่อจำหน่ายในประเทศไทยและมีแผนขยายธุรกิจไปสู่ภูมิภาคเอเชีย

BDD มีโรงงานผลิต ตั้งอยู่เลขที่ 42/3 หมู่ 4 นิคมอุตสาหกรรมโรจนะ ตำบลบ้านช้าง อำเภอดุสิต จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 13210 ประกอบด้วยที่ดินประมาณ 6.48 ไร่ และอาคารสำนักงาน โรงงานและคลังสินค้าประมาณ 5,000 ตารางเมตร โดยมีรายละเอียดกำลังและปริมาณการผลิต ดังนี้

| กำลังและปริมาณการผลิต | 2557 | 2556 | 2555 |
|-------------------------------------|--------|--------|--------|
| กำลังการผลิตเต็มที่ (หน่วย : ตัน) | 28,000 | 28,000 | 12,000 |
| ปริมาณการผลิตจริง (หน่วย : ตัน) | 12,127 | 14,455 | 5,600 |
| การใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ) | 32 | 38 | 47 |
| อัตราเพิ่มของปริมาณการผลิต (ร้อยละ) | -16.1 | 158.1 | 12.0 |

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

วัตถุดิบที่ BJF ใช้ในการผลิตส่วนใหญ่เป็นผลผลิตทางการเกษตร ซึ่งเป็นการนำผลผลิตทางการเกษตรมาแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าและเป็นการส่งเสริมอาชีพให้เกษตรกร โดยบริษัทมีการส่งเสริมการปลูกมันฝรั่งแบบครบวงจร โดยจัดหาหัวพันธุ์ ปุ๋ย และเคมีให้เกษตรกรยืมและประกันราคาซื้อคืน โดยวัตถุดิบภายในประเทศ ได้แก่ มันฝรั่งมันเทศ แป้งมันสำปะหลัง น้ำมันปาล์ม น้ำตาลทราย นมสด นมข้นหวาน บรรจุภัณฑ์ต่าง ๆ ภายในประเทศ ได้แก่ ฟิล์ม ซีพีพี โอพีพี ถึงพลาสติก และ ล่องกระดาศลูกฟูก ส่วนวัตถุดิบจากต่างประเทศ ได้แก่ แป้งสาลี ไขมันเนย เครื่องปรุงรส ผงโกโก้ เป็นต้น ในปัจจุบัน BJF จัดซื้อวัตถุดิบหลักในการผลิตจากผู้จำหน่ายมากกว่า 50 ราย โดยมีสัดส่วนการซื้อวัตถุดิบในประเทศและต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 80 และ 20 ตามลำดับ

ส่วนวัตถุดิบที่ BJFM ใช้ในการผลิตส่วนใหญ่เป็นมันฝรั่งสดนำเข้าจากต่างประเทศ ได้แก่ จีน สหรัฐอเมริกา เยอรมัน ออสเตรเลีย และอียิปต์ เป็นต้น วัตถุดิบอื่น ๆ จากต่างประเทศ ได้แก่ เครื่องปรุงรส เป็นต้น บรรจุภัณฑ์ต่าง ๆ ภายในประเทศ ได้แก่ ฟิล์ม โอพีพี ถุงพลาสติก และกล่องกระดาศลูกฟูก ในปัจจุบัน BJFM จัดซื้อวัตถุดิบหลักในการผลิตจากผู้จำหน่ายมากกว่า 14 ราย โดยมีสัดส่วนการซื้อวัตถุดิบในประเทศและต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 71 และ 29 ตามลำดับ

วัตถุดิบที่ BDD ใช้ในการผลิตส่วนใหญ่เป็นผลผลิตจากนมสดซึ่งเป็นการนำผลผลิตจากเกษตรกรมาแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าและเป็นการส่งเสริมอาชีพให้เกษตรกร โดย BDD มีนโยบายใช้วัตถุดิบภายในประเทศ ได้แก่ น้านมดิบ ผลไม้สด น้ำตาลทราย บรรจุภัณฑ์ต่าง ๆ ภายในประเทศ ได้แก่ ถุงพลาสติก และกล่องกระดาศลูกฟูก วัตถุดิบจาก

ต่างประเทศ ได้แก่ นมผงพร่องมันเนย และหัวเชื้อจุลินทรีย์ เป็นต้น ในปัจจุบัน BDD จัดซื้อวัตถุดิบหลักในการผลิตจากผู้จำหน่ายมากกว่า 30 ราย โดยมีสัดส่วนการซื้อวัตถุดิบในประเทศและต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 70 และ 30 ตามลำดับ

ผลกระทบสิ่งแวดล้อม

น้ำเสียจากกระบวนการผลิตจะผ่านระบบบำบัดน้ำเสีย เพื่อให้ได้มาตรฐานก่อนปล่อยไปสู่ระบบบำบัดน้ำเสียส่วนกลางของนิคมอุตสาหกรรมหรือออกสู่สาธารณะ และได้ใช้เชื้อเพลิงจากก๊าซธรรมชาติ (Natural Gas Vehicle-NGV) ทั้งหมด ซึ่งเป็นการใช้พลังงานที่สะอาดในกระบวนการผลิต นอกจากนี้ยังได้ศึกษาระบบการแปรรูปขยะของเสียให้เป็นสินค้ามูลค่าเพิ่ม โดยมุ่งลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชนเป็นสำคัญ

(3.2) สินค้าอุปโภค

กำลังและปริมาณการผลิต

CPC มีโรงงานผลิตและจัดเก็บสินค้าในประเทศไทย 2 แห่ง โรงงานแห่งแรกตั้งอยู่เลขที่ 330 หมู่ 9 ซอยร่วมใจ ถนนบางนา-ตราด กม.19 ตำบลบางโหลง อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ 10540 และโรงงานแห่งที่สองตั้งอยู่เลขที่ 598 หมู่ 10 ตำบลท่าตูม อำเภอศรีมหาโพธิ์ จังหวัดปราจีนบุรี 25140 โดยมีรายละเอียดกำลังและปริมาณการผลิต ดังนี้

| กำลังและปริมาณการผลิต | 2557 | 2556 | 2555 |
|-------------------------------------|--------|--------|--------|
| กำลังการผลิตเต็มที่ (หน่วย : ตัน) | 45,000 | 45,000 | 45,000 |
| ปริมาณการผลิตจริง (หน่วย : ตัน) | 42,684 | 44,219 | 44,461 |
| การใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ) | 94.85 | 98.26 | 98.80 |
| อัตราเพิ่มของปริมาณการผลิต (ร้อยละ) | -3.59 | -0.54 | -1.20 |

RIL มีโรงงานผลิต 3 โรงงาน คือ โรงงานผลิตสบู โรงงานผลิตเครื่องสำอาง และโรงงานผลิตลูกอมและช็อคโกแลต ตั้งอยู่เลขที่ 70 หมู่ 13 ถนนปู่เจ้าสมิงพราย ตำบลบางหญ้าแพรก อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ 10130 โดยมีรายละเอียดกำลังและปริมาณการผลิต ดังนี้

| กำลังและปริมาณการผลิต | 2557 | 2556 | 2555 |
|-------------------------------------|--------|--------|--------|
| ผลิตภัณฑ์สบู่ | | | |
| กำลังการผลิตเต็มที่ (หน่วย : ตัน) | 22,410 | 22,410 | 22,410 |
| ปริมาณผลิตจริง (หน่วย : ตัน) | 12,009 | 13,530 | 13,224 |
| การใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ) | 53.6 | 60.4 | 59.0 |
| อัตราเพิ่มของปริมาณการผลิต (ร้อยละ) | -11.2 | 2.3 | -3.4 |

| กำลังและปริมาณการผลิต | 2557 | 2556 | 2555 |
|--|-------|-------|-------|
| ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง | | | |
| กำลังการผลิตเต็มที่ (หน่วย : ตัน) | 8,877 | 7,600 | 7,600 |
| ปริมาณผลิตจริง (หน่วย : ตัน) | 7,050 | 5,760 | 5,991 |
| การใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ) | 79.4 | 75.8 | 78.8 |
| อัตราเพิ่มของปริมาณการผลิต (ร้อยละ) | 22.4 | -3.9 | 52.4 |
| ผลิตภัณฑ์ลูกอม | | | |
| กำลังการผลิตเต็มที่ (หน่วย : ตัน) | 8,804 | 8,804 | 8,804 |
| ปริมาณการผลิตจริง (หน่วย : ตัน) | 5,321 | 5,126 | 6,087 |
| การใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ) | 60.4 | 58.2 | 69.1 |
| อัตราเพิ่มของปริมาณการผลิต (ร้อยละ) | 3.8 | -15.7 | 7.6 |
| ผลิตภัณฑ์กลีเซอริน (ผลิตภัณฑ์พลอยได้) | | | |
| กำลังการผลิตเต็มที่ (หน่วย : ตัน) | 850 | 850 | 850 |
| ปริมาณผลิตจริง (หน่วย : ตัน) | 449 | 482 | 521 |
| การใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ) | 52.8 | 57.4 | 61.3 |
| อัตราเพิ่มของปริมาณการผลิต (ร้อยละ) | -6.8 | -7.5 | -1.7 |

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

ผลิตภัณฑ์กระดาษทิชชู วัตถุดิบที่สำคัญ คือ เยื่อรีไซเคิลที่ผลิตขึ้นเองที่โรงงานปราจีนบุรี และเยื่อใยสั้น ยูคาลิปตัส/เยื่อใยยาวจากต่างประเทศ โดยใช้เยื่อรีไซเคิลประมาณร้อยละ 40 โดยใช้เยื่อใยสั้นร้อยละ 47 ในขณะที่ วัตถุดิบต่างประเทศใช้เยื่อใยยาวร้อยละ 13 และมีสัดส่วนการซื้อวัตถุดิบจากในประเทศต่อวัตถุดิบต่างประเทศเป็น 63 ต่อ 37 โดยมูลค่า

สำหรับการผลิตสินค้าจำพวก สบู่ แชมพู เครื่องสำอาง ลูกอม และช็อคโกแลต เน้นนโยบายจัดหาวัตถุดิบจาก ภายในประเทศเป็นหลัก โดยปี 2557 มีสัดส่วนการจัดซื้อในประเทศประมาณร้อยละ 90 - 95 และต่างประเทศ ประมาณร้อยละ 5-10 วัตถุดิบที่จัดซื้อจากต่างประเทศ ได้แก่ วัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์บางชนิดที่ไม่สามารถจัดหาได้ ภายในประเทศ หรือที่มีอยู่ภายในประเทศแต่มีคุณภาพไม่ได้มาตรฐาน เช่น หัวน้ำมันหอม หัวเชื้อ เคมีภัณฑ์ หัวปั๊ม กระดาษห่อลูกอม เป็นต้น ทั้งนี้ วัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ข้างต้น บริษัทฯ จัดซื้อจากประเทศฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ อินโดนีเซีย มาเลเซีย และจีน ส่วนวัตถุดิบที่จัดซื้อได้ในประเทศ ได้แก่ น้ำมันปาล์ม น้ำมันมะพร้าว น้ำตาลทราย และกลูโคส เป็นต้น

ผลกระทบสิ่งแวดล้อม

บริษัทให้ความสำคัญกับการดูแลสิ่งแวดล้อมทุกด้านอย่างต่อเนื่อง อาทิเช่น น้ำเสียจากกระบวนการผลิต บริษัทสร้างระบบบำบัดน้ำเสียและเปิดเดินระบบอย่างต่อเนื่อง เพื่อนำน้ำทั้งหมดกลับมาใช้ในกระบวนการใหม่โดยไม่ปล่อยสู่ภายนอก ทั้งยังตรวจสอบคุณภาพน้ำเสียอย่างต่อเนื่อง ผลการทดสอบจากห้องปฏิบัติการภายนอกที่ได้รับการรับรองพบว่าในระยะ 3 ปีที่ผ่านมา ค่าต่าง ๆ อยู่ในมาตรฐานที่กรมโรงงาน กระทรวงอุตสาหกรรมกำหนด

นอกจากนี้ยังมีกากตะกอนที่เกิดจากกระบวนการผลิต ซึ่งเป็นกากตะกอนประเภทไม่เป็นพิษ บริษัทได้ว่าจ้างหน่วยงานภายนอกที่ได้รับอนุญาตถูกต้องในการบำบัด/กำจัดกากตะกอนดังกล่าว และกำหนดให้มีการตรวจติดตามการกำจัดทุกขั้นตอน เพื่อให้มั่นใจว่า กากตะกอนดังกล่าวได้รับการกำจัดอย่างถูกต้อง

(3.3) บริการด้านการจัดเก็บและจัดส่งสินค้า

BJL มีคลังสินค้า 8 แห่ง เพื่อให้บริการแก่ลูกค้า ได้แก่

1. เลขที่ 91 หมู่ที่ 15 ตำบลบางพลีใหญ่ อำเภอบางพลี สมุทรปราการ
2. เลขที่ 48 ซอยสมานฉันท์ - บาโบส ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร
3. เลขที่ 228 หมู่ที่ 1 ถนนราษฎร์บูรณะ แขวงราษฎร์บูรณะ เขตราษฎร์บูรณะ กรุงเทพมหานคร
4. เลขที่ 9/14 และ 9/16-18 หมู่ที่ 3 ตำบลบางเสาธง อำเภอบางเสาธง สมุทรปราการ
5. เลขที่ 1/11 ถนนพัฒนาชนบท 3 แขวงคลองตันนุ่น เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร
6. เลขที่ 111/3, 111/7 และ 111/8 หมู่ที่ 11 ตำบลบางโหลง อำเภอบางพลี สมุทรปราการ
7. เลขที่ 111/10 หมู่ 11 ตำบลบางโหลง อำเภอบางพลี สมุทรปราการ
8. เลขที่ 111/12 หมู่ที่ 7 ตำบลบางปลา อำเภอบางพลี สมุทรปราการ

ซึ่งในปี 2558 บริษัทจะเปิดให้บริการคลังสินค้าเพิ่มอีก 2 แห่ง ได้แก่ คลังสินค้าวัตถุดิบทราย 1 และคลังสินค้าอาหาร นอกจากนี้ยังมีแผนที่จะเปิดให้บริการคลังสินค้าวัตถุดิบทราย 2 ในช่วงปลายปี 2558 อีกด้วย

ผลกระทบสิ่งแวดล้อม

การให้บริการด้านคลังสินค้า และการขนส่ง มิได้ก่อให้เกิดของเสียที่จะมีปัญหต่อสิ่งแวดล้อมอย่างมีนัย หรือเกินกว่าที่กฎหมายกำหนด อย่างไรก็ตาม เพื่อเป็นการลดการใช้พลังงาน บริษัทพยายามลดการใช้ไฟฟ้าในคลังสินค้า และเพิ่มประสิทธิภาพของรถส่งสินค้า เพื่อลดจำนวนเที่ยวในการขนส่ง อีกทั้งได้มีการปรับปรุง รถขนส่งให้สามารถใช้ก๊าซธรรมชาติเป็นเชื้อเพลิงอีกด้วย

(3.4) ธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายในประเทศเวียดนาม

TCI-VN ได้ลงนามในสัญญาเป็นตัวแทนและจัดจำหน่ายในประเทศเวียดนามแต่เพียงผู้เดียว (Sole Agency) กับเจ้าของผลิตภัณฑ์ด้านอุปโภคบริโภค ดังนี้

- เครื่องดื่มชูกำลัง ตรากระทิงแดง จากโรงงาน Red Bull (Vietnam) Co., Ltd.
- ปลากระป๋อง ตราสามแม่ครัว จากโรงงาน Royal Foods (Vietnam) Co., Ltd.
- เต้าหู้ ตรา Ichiban จากโรงงาน Ichiban Co., Ltd.

- กระดาษชำระ ตราเซลล็อกซ์ จากบริษัท เบอริลี ยูคเกอร์ เซลล็อกซ์ จำกัด
- นม ตราหมีและคาร์เนชั่น จาก F&N Dairy (Thailand) Ltd.
- เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตรา Crown 99 และ Meridian จากบริษัท ไทย เบฟเวอร์เรจ จำกัด (มหาชน)
- ขนม ตรา Dozo, Want Want, Yappy จากบริษัท เบอริลี ยูคเกอร์ จำกัด (มหาชน) และ Want Want Group
- สเปรย์ปรับอากาศ และผ้าแมลง ตรา Ars จากบริษัท อาท เคมิคัล (ประเทศไทย) จำกัด

TAG บริษัทรับซื้อสินค้าจากเจ้าของสินค้าภายใต้ข้อตกลงทางการค้าที่ให้บริการทำหน้าที่จัดจำหน่ายและกระจายสินค้าในประเทศเวียดนาม โดยเจ้าของสินค้าหรือคู่ค้า หลัก ได้แก่ บริษัท P&G, SC Johnson, Rohto, Dumex, Frieslandcampina, 3M, Cuckoo, Paloma เป็นต้น

Ichiban ตั้งอยู่ที่ อาคารอิชิบัง เลขที่ 5-4 ถนน M14 โซนนิคมอุตสาหกรรม Tan Binh อำเภอ Binh Tan โฮจิมินห์ ประเทศเวียดนาม โดยในปี 2557 Ichiban ได้ลงทุนซื้อเครื่องจักรใหม่ที่ทันสมัยจากต่างประเทศ เพื่อขยายกำลังการผลิต และขยายประเภทสินค้าที่ผลิตที่อยู่ในไลน์เดียวกันให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น ซึ่งดำเนินการติดตั้งแล้วเสร็จในเดือนพฤศจิกายน 2557 โดยมีกำลังและปริมาณการผลิต ดังนี้

| กำลังและปริมาณการผลิต | 2557 | 2556 | 2555 |
|--|--------|--------|--------|
| กำลังการผลิต (คิดจากวัตถุดิบถั่วเหลือง:วัน) (หน่วย : กิโลกรัม) | 1,200 | 1,500 | 1,200 |
| ปริมาณของสินค้าที่ผลิตได้ (เต้าหู้:ชิ้น:วัน) (หน่วย : ชิ้น) | 35,000 | 30,000 | 24,000 |
| อัตราการเติบโตของยอดขาย (ล้านบาท) | 97 | 85 | 74 |

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

ในการผลิตเต้าหู้วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตส่วนใหญ่เป็นผลผลิตทางการเกษตรซึ่งเป็นการนำผลผลิตทางเกษตรมาแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าและเป็นการส่งเสริมอาชีพให้เกษตรกร โดยบริษัทวัตถุดิบหลัก ๆ ได้แก่ ถั่วเหลือง ซึ่งได้มีการซื้อจากแหล่งวัตถุดิบในท้องถิ่นและนำเข้ามาจากประเทศไทย

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

นอกจากจะเป็นผู้ผลิตสินค้าอาหารที่ได้คุณภาพตามมาตรฐานของกฎหมายกำหนด Ichiban ยังคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทุก ๆ ด้าน และให้ความสำคัญต่อระบบการบำบัดน้ำเสียที่เกิดจากกระบวนการผลิตให้เป็นไปตามมาตรฐาน

(3.5) ผลิตภัณฑ์เครื่องเขียนและไลฟ์สไตล์

ผลิตภัณฑ์เครื่องเขียนและเครื่องใช้สำนักงานที่จัดจำหน่ายซึ่งผลิตในประเทศและนำเข้าจากต่างประเทศ เช่น ประเทศเยอรมันและประเทศจีน เป็นต้น

ผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์ที่จัดจำหน่ายซึ่งสั่งตรงมาจากเจ้าของแบรนด์ภายในประเทศ

(4) งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -

3. กลุ่มสินค้าและบริการทางเวชภัณฑ์และทางเทคนิค

3.1 สินค้าและบริการทางเวชภัณฑ์

(1) ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ดำเนินธุรกิจนำเข้า ทำการตลาด และจัดจำหน่ายเวชภัณฑ์และเครื่องมือแพทย์ ดำเนินการโดยฝ่ายเวชภัณฑ์และฝ่ายการแพทย์ของบริษัท โดยมีผลิตภัณฑ์ ดังนี้

- สินค้าด้านเวชภัณฑ์ ได้แก่ (1) เวชภัณฑ์ยา เช่น เภสัชภัณฑ์จาก Biosidus S.A. ยา Hemax, ยา Neutromax และ Bioferon, Daito Corporation ยา Mecobalamin - Daito, Bio products Laboratory ยา Zenalb, Astellas ยา Cefspan, SciGen ยา Gensulin และ Scitropin A, Pierre Fabre ยา Permixon, Ossopan และ Ixel, Teijin ยา Bon-One, Schwabe, ยา Tebonin, Hugel ยา Botulax, Eurodrug (2) เวชภัณฑ์ร้านยา เช่น เภสัชภัณฑ์จาก Taiko Pharmaceutical ประเทศญี่ปุ่น ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพของ 3M สหรัฐอเมริกา และถุงยางอนามัยแวนเซลส์ ออสเตรเลีย ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ จาก Cocokara ประเทศญี่ปุ่น ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และเครื่องสำอางบำรุงผิว ดำเนินการโดยฝ่ายเวชภัณฑ์ของบริษัท
- สินค้าด้านเครื่องมือแพทย์ ได้แก่ (1) สินค้าด้านนวัตกรรมทางการแพทย์และเวชสารสนเทศ (Medical Innovation Technology) (2) สินค้าด้านการผ่าตัด (Surgery) (3) สินค้าด้านฟื้นฟูสุขภาพและช่วยชีวิตครบวงจร (Life Care Solutions) ดำเนินการโดยฝ่ายการแพทย์ของบริษัท

(2) การตลาดและการแข่งขัน

นโยบายการตลาด

สินค้าด้านเวชภัณฑ์ของบริษัทจำหน่ายเฉพาะในประเทศ กลุ่มลูกค้า คือ โรงพยาบาลในสังกัดรัฐบาล โรงพยาบาลเอกชน โรงเรียนแพทย์และคลินิกทั่วประเทศ โดยบางชนิดใช้รักษาโรคต้องอาศัยทีมแพทย์ผู้ชำนาญและอุปกรณ์เฉพาะทาง ในขณะที่บางชนิดเป็นยาที่ไม่มีคู่แข่งโดยตรงแต่ราคาสูง และรัฐบาลไม่รับผิดชอบค่าใช้จ่ายโดยผู้ป่วยต้องจ่ายเอง นอกจากนี้ นโยบายการเบิกจ่ายที่เข้มงวดขึ้น มีผลกระทบต่อยาที่ไม่อยู่ในบัญชียาหลักแห่งชาติ ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มวิตามินและแร่ธาตุ และสมุนไพร แต่ทำให้ตลาดยาสามัญที่อยู่ในบัญชียาหลักแห่งชาติมีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้น โรงพยาบาลรัฐมีการจัดซื้อยาโดยวิธีการประมูลราคาเพิ่มมากขึ้น

ส่วนธุรกิจทางด้านร้านขายยา ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายส่วนมากจำหน่ายเฉพาะในประเทศ มีลูกค้ากระจายเป็นจำนวนมากตามกลุ่มของผู้ค้าสินค้าทางเวชภัณฑ์ เช่น ร้านขายยาทั่วไป ร้านขายยาเซนสตรี เช่น บุก วัดสัน กลุ่มคอนวินเนียนสตรี กลุ่มดิเคาท์สตรี รวมถึงโรงแรมและสถานบริการทั่วประเทศ

สินค้าด้านเครื่องมือแพทย์ ฝ่ายการแพทย์มุ่งเน้นการเป็นผู้นำในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์ที่เป็นนวัตกรรมสมัยใหม่ ซึ่งมีคุณภาพสูงและเป็นที่ยอมรับในระดับสากลมาจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดังกล่าวได้นำเข้าจากนานาทวีป อาทิ อเมริกา ยุโรป (ฝรั่งเศส อังกฤษ อิตาลี เยอรมัน เบลเยียม สวิตเซอร์แลนด์) และเอเชีย (ญี่ปุ่น เกาหลี ไต้หวัน)

สำหรับการทำการตลาดสินค้าด้านเครื่องมือแพทย์นั้น เนื่องด้วยเครื่องมือแพทย์เป็นสินค้าอยู่ในกลุ่มเฉพาะ (Niche Market) ดังนั้น การทำการตลาดจึงแตกต่างกับสินค้าอุปโภคบริโภคทั่วไป คือมีกฎหมายมาควบคุมการโฆษณา และส่งเสริมการขายทุกประเภท ดังนั้นการทำการตลาดจึงมุ่งเน้นถึงการฝึกอบรมและการสอนใช้งานเครื่องมือแพทย์ (educations & workshops) เพื่อให้กลุ่มลูกค้าได้มีประสบการณ์จริง ใ้การใช้เครื่องมือได้อย่างถูกต้องและแม่นยำ ทั้งนี้ การฝึกอบรมดังกล่าวจึงมีประโยชน์ต่อแพทย์ และบุคลากรทางการแพทย์ในด้านการใช้งานและ ขณะเดียวกันคนไข้ก็ได้รับประโยชน์ด้านการตรวจวินิจฉัยอย่าง แม่นยำจากแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ นอกจากการทำการตลาดในด้านต่าง ๆ แล้วทางแผนกยังตระหนักถึงการทำประโยชน์ให้กับสังคม หรือเรียกว่า Coporate Social Responsibility (CSR) นั่นคือ การบริจาคเครื่องมือแพทย์ให้กับโรงเรียนแพทย์และ สถาบันทางการแพทย์เพื่อเป็นประโยชน์ให้กับประชาชนทั่วไปต่อไป อีกทั้งยังมีการนำเครื่องมือของแผนกไปออกหน่วย กับแพทย์และบุคลากรทางการแพทย์ทั่วประเทศเพื่อช่วยเหลือประชาชนในพื้นที่ต่าง ๆ อีกด้วย

ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายหลักของสินค้าด้านการแพทย์ คือ บุคลากรทางการแพทย์ในโรงพยาบาลรัฐบาล และเอกชน สถานพยาบาลและคลินิก การจัดจำหน่ายส่วนใหญ่ขายในประเทศ แต่ในปี 2558 ฝ่ายการแพทย์มีแผนขยายกลุ่มลูกค้าไปยังประเทศในกลุ่ม CLMV คือ กัมพูชา ลาว พม่า และเวียดนาม

สภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรม

ผลิตภัณฑ์ด้านเวชภัณฑ์การแข่งขันมีค่อนข้างมาก เนื่องจากเป็นสินค้าที่มีแหล่งผลิตทั้งในและต่างประเทศจำนวนมาก อีกทั้งความแตกต่างหลากหลายของสินค้านี้น้อยทำให้มีการแข่งขันอย่างเข้มข้นในด้านราคา รวมกับการส่งเสริมการขายและบริการหลังการขาย

ส่วนสินค้าด้านเครื่องมือแพทย์ ในปี 2557 ที่ผ่านมามีการแข่งขันในตลาดเครื่องมือแพทย์ นับว่าจะมีความรุนแรงเพิ่มขึ้น สามารถเห็น ได้จากการมีคู่แข่งใหม่ ๆ เพิ่มขึ้นทุกปี ทั้งจากในประเทศเองก็ดีหรือจากประเทศเกาหลีและจีนก็ดี เนื่องจากประเทศไทยมีความต้องการ วัสดุอุปกรณ์ทางการแพทย์เพิ่มสูงขึ้นทุกปีประมาณร้อยละ 9.1 อีกปัจจัยหนึ่งที่สำคัญคือ ประเทศไทยนำเข้าวัสดุอุปกรณ์ทางการแพทย์มากกว่าส่งออก ขาดดุลปีละ 5,000 ล้านบาท และมีแนวโน้มที่จะขาดดุลเพิ่มสูงขึ้น จึงเกิดความร่วมมือด้านการกำหนดแนวทาง การสนับสนุนงานวิจัย และพัฒนาและบริหารผลงานวิจัยด้านการแพทย์สู่การใช้ประโยชน์ ระหว่าง สปสช. และ สวทช. เพื่อต่อยอดผลงานวิจัยนวัตกรรมและเทคโนโลยีทางการแพทย์ ภายใต้บทบาทภารกิจ สปสช. ในฐานะผู้ให้บริการและมีข้อมูลสุขภาพและบริการสาธารณสุขของประเทศ ปัญหาหลักอีกด้านหนึ่งคือต้นทุนด้านธุรกิจของเครื่องมือแพทย์ปัจจุบันเพิ่มขึ้นสูงมากขึ้นทั้งจากต้นทุนด้านการผลิตของคู่ค้าที่เพิ่มขึ้นสูงขึ้นและอัตราค่าแลกเปลี่ยนที่ผันผวน รวมทั้งปัญหาการเมืองในประเทศที่ยัง ไม่มีความแน่นอน ทำให้โครงการพัฒนาขยายโรงพยาบาลและสถาบันทางการแพทย์ทั้งด้านภาครัฐ และเอกชนใหม่ ๆ ชะลอตัวเป็นอย่างมาก ในต้นปี 2557 จนถึงไตรมาสสุดท้ายของปี

ถึงแม้ว่าในปี 2557 เสี่ยงภาพของการเมืองไทยจะส่งผลกระทบต่ออย่างมาก ในการดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายเครื่องมือแพทย์ ทั้งในภาครัฐและเอกชน อย่างไรก็ตาม จากผลการดำเนินงานในปีที่ผ่านมาจะพบว่า ทางฝ่ายยังมีอัตราการเติบโตอยู่ร้อยละ 10 ในขณะที่คู่แข่งบางรายประสบการดำเนินงานขาดทุน ปัจจุบันในตลาดเครื่องมือแพทย์ บริษัทยังเป็นบริษัทที่มีประวัติการดำเนินการในตลาดมายาวนานมากกว่า 40 ปี ทั้งด้านการจัดจำหน่ายและการบริการหลังการขายจากทีมผู้เชี่ยวชาญ จึงถือว่ามีความได้เปรียบมากกว่าคู่แข่ง อีกสิ่งหนึ่งที่เป็นกลยุทธ์หลักคือการมีสินค้าและการบริการด้านเครื่องมือแพทย์ที่ครบวงจรมากที่สุด

(3) การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายส่วนใหญ่นำเข้าจากหลากหลายประเทศ ผลิตภัณฑ์บางรายการว่าจ้างโรงงานผลิตในประเทศ

(4) งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -

3.2 สินค้าและบริการทางเทคนิค

(1) ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

- เคมีภัณฑ์อุตสาหกรรม โดยมีฝ่ายเคมีภัณฑ์อุตสาหกรรมเป็นผู้นำเข้าหลักในกลุ่มวัตถุดิบและสารปรุงแต่งในอาหาร เครื่องดื่มและเครื่องสำอาง รวมถึงเคมีในอุตสาหกรรม โดยเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพจากผู้ผลิตชั้นนำทั่วโลก ซึ่งล้วนเป็นพันธมิตรทางธุรกิจกับฝ่ายมาเป็นเวลานาน ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่จะจัดจำหน่ายภายใต้ตราสินค้าเดิมของผู้ขาย โดยบางผลิตภัณฑ์มีการปรับเปลี่ยนการบรรจุ หรือการบดผสม เพื่อเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้าในห่วงโซ่อุปทาน
- บริการออกแบบและติดตั้งผลิตภัณฑ์วิศวกรรมให้กับลูกค้าภาคอุตสาหกรรมทั้งในประเทศ บริษัทข้ามชาติ และหน่วยงานของรัฐ ตลอดจนให้คำปรึกษาและให้บริการหลังการขายสำหรับผลิตภัณฑ์อุปกรณ์และระบบวิศวกรรมประเภทต่าง ๆ โดยนำเข้าจากต่างประเทศ แบ่งออกเป็น 3 กลุ่มผลิตภัณฑ์ ได้แก่ (1) ระบบขนถ่ายและลำเลียงสินค้า (Material Handling) (2) ระบบและอุปกรณ์จัดเก็บสินค้า (Logistics and Warehouse Equipment) (3) เครื่องผลิตก๊าซ (Gas Generator) ดำเนินการโดยแผนกวิศวกรรมของบริษัท
- ทำการตลาดและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ใช้เทคโนโลยีด้านการพิมพ์ที่ต้องการคุณภาพสูงให้กับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมการพิมพ์ ดำเนินการโดยแผนกอุตสาหกรรมการพิมพ์ของบริษัท
- ออกแบบ ผลิต และซัพพลายเคส โครงสร้างเหล็กเพื่อใช้กับเสาสายส่งไฟฟ้าแรงสูง เสาสื่อสารโทรคมนาคม และอุตสาหกรรมทั่วไปทั้งในประเทศและต่างประเทศ ดำเนินการโดยบริษัท ไทย-สแกนดิค สตีล จำกัด ("TSS")

- ตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เคมีภัณฑ์อุตสาหกรรม สินค้าหลักคือ โซดาแอช ซึ่งเป็นวัตถุดิบที่นำไปใช้ในหลายอุตสาหกรรม เช่น อุตสาหกรรมผลิตขวดแก้ว อุตสาหกรรมเซรามิกส์ อุตสาหกรรมกระจก อุตสาหกรรมเหมืองแร่ และอุตสาหกรรมผงซักฟอก ดำเนินการโดยบริษัท เบอรัล เอเซียติก โซดา จำกัด ("BAS") โดยนำเข้าสินค้าจากผู้ผลิตในต่างประเทศ

(2) การตลาดและการแข่งขัน

นโยบายการตลาด

ผลิตภัณฑ์เคมีภัณฑ์อุตสาหกรรม แม้จะต้องเผชิญกับปัญหาทางเศรษฐกิจ ภาพรวมของธุรกิจฝ่ายเคมีภัณฑ์อุตสาหกรรมในปี 2557 ที่ผ่านมามีอัตราการเติบโตเล็กน้อยเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า โดย (1) วัตถุดิบส่วนผสมเบเกอรี่ ยังคงมียอดขายและฐานลูกค้าที่เพิ่มขึ้นกว่าปีที่ผ่านมาอย่างต่อเนื่อง เช่นเดียวกับ สินค้า "โกโก้ดัทช์" ยังคงมีการเติบโตของยอดขายเป็นอย่างดีต่อเนื่อง เครื่องดื่มโกโก้ผงชนิดปรุงสำเร็จ "โกโก้ดัทช์ 3in1" มีการปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ให้มีความสวยงามทันสมัยยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังออกผลิตภัณฑ์ใหม่ 2 รายการ โกโก้ผงตรา "โกโก้ดัทช์ ช้อยส์" สำหรับผู้ประกอบการร้านเครื่องดื่ม และโกโก้ผงชนิดปรุงสำเร็จ "โกโก้ดัทช์ 3in1 ซีเล็คเตด" เพื่อสอดคล้องความต้องการของผู้บริโภคที่ใส่ใจในสุขภาพเป็นพิเศษ (2) วัตถุดิบส่วนผสมในอาหาร และกลุ่มสารเติมแต่งกลิ่นและรสในอาหาร โดยรวมยังคงรักษาตลาดไว้ได้และมีการเติบโตต่อเนื่องของสินค้าทางเทคนิค ในขณะที่กลุ่มสินค้าส่วนผสมในอาหารทั่วไปต้องเผชิญการแข่งขันด้านราคาและมีคู่แข่งเพิ่มขึ้นในตลาด ส่วนสินค้ากลุ่มนิเวศวิทยาภัณฑ์ ยังคงมุ่งเน้นการพัฒนาธุรกิจใหม่อย่างต่อเนื่องด้วยการสรรหาส่วนผสมใหม่ที่อยู่ในเทรนด์และเป็นนวัตกรรมมากขึ้น (3) เคมีสำหรับอุตสาหกรรมกลับมียอดขายที่ลดลงจากปีที่แล้ว ธุรกิจในกลุ่มสารเติมแต่งในโพรเคมี ได้รับผลกระทบโดยตรงจากตลาดน้ำมันหล่อลื่นในประเทศที่ลดลง ส่วนธุรกิจสารทำความสะอาด, สารกลุ่มฟอสเฟตและ น้ำยาทำความสะอาดในอุตสาหกรรมเฉพาะด้าน ยังคงมีการขยายตัวเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา (4) วัตถุดิบส่วนผสมในเครื่องสำอางมียอดขายโดยรวมเติบโตเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมาซึ่งเป็นผลมาจากการส่งออกไปยังประเทศแถบเอเชียเป็นไปในทิศทางบวกแม้ว่าภาวะเศรษฐกิจโลกโดยเฉพาะในยุโรปและอเมริกาหดตัวและส่งผลกระทบต่อลูกค้าที่ผลิตเพื่อการส่งออกก็ตาม

บริการออกแบบและติดตั้งผลิตภัณฑ์วิศวกรรม ในปี 2557 เนื่องจากสถานการณ์ทางการเมืองในประเทศ และการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก ทำให้การค้าขายในประเทศชะลอตัวลง และในปี 2558 นี้สถานการณ์ต่าง ๆ ได้คลี่คลายลงเข้าสู่สภาวะปกติ แผนวิศวกรรมจึงได้ปรับแผนการตลาดที่เน้นเข้าถึงกลุ่มอุตสาหกรรมโดยในนิคมอุตสาหกรรมด้วยกิจกรรม Roadshow โดยเฉพาะในเขตภาคกลางและภาคตะวันออก ด้วยวิธีการจัดสัมมนากลุ่มย่อย ให้ความรู้และให้คำปรึกษาเรื่องการออกแบบหรือปรับมาตรฐานการจัดการคลังสินค้าสินค้าเพื่อให้ได้ประสิทธิภาพและได้ประโยชน์สูงสุดให้กับโรงงานที่มีแผนการการปรับปรุง หรือขยายโรงงาน โดยนำเสนอผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่ทันสมัยและมีอย่างครบวงจรของบริษัท ด้วยการออกแบบพัฒนาลังสินค้าให้ลูกค้า ด้วยอุปกรณ์แทนปรับระดับ สายพานลำเลียง ประตู เครื่องขึ้นวางสินค้าและ Forklift เป็นต้น ทำให้ลูกค้าสามารถบริหารการลำเลียง การจัดเก็บสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด พร้อมกับการขยายตัวของธุรกิจในอนาคตด้วยระบบการจัดการคลังสินค้าที่มีประสิทธิภาพ และต่อยอดด้วยระบบการจัดการคลังสินค้าแบบอัตโนมัติ (Automation System) เพื่อรองรับการแข่งขันที่ต้องการลดต้นทุนการจัดเก็บสินค้ามี

ปริมาณมาก และต้องการความแม่นยำและความปลอดภัยสูงได้อีกด้วย และการที่ประเทศไทยได้เข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) จะทำให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจภูมิภาคนี้รวมถึงประเทศไทย ซึ่งจะส่งผลต่อปริมาณสินค้าที่มากขึ้น จึงจำเป็นต้องมีการบริหารจัดการจัดเก็บและการส่งสินค้าที่มีประสิทธิภาพและรวดเร็วยิ่งขึ้น เป็นโอกาสที่จะแผนกจะเติบโตได้อีกมากในตลาดนี้

ผลิตภัณฑ์ด้านการพิมพ์ ในปี 2557 เนื่องจากเศรษฐกิจในประเทศและ เศรษฐกิจโลกชะลอตัวลง ทำให้การแข่งขันทางการตลาดของแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรมการพิมพ์ของประเทศไทยได้ลดลง กลุ่มธุรกิจเตรียมงานพิมพ์ด้านสินค้าเพลทแม่พิมพ์ ตลาดยังคงทรงตัวและมีแนวโน้มลดลง แต่ในกลุ่มอุตสาหกรรมการพิมพ์ก็ได้เตรียมพร้อมที่จะปรับตัว เพื่อตอบสนองความท้าทายรูปแบบใหม่อันเป็นผลมาจากความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปตามคำเรียกร้องในตลาดสากล โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่ครอบคลุมเรื่องวัตถุดิบ ระบบจัดการ และระบบการผลิต และสินค้าใหม่ ๆ ที่จำหน่ายเป็นเครื่องพิมพ์ระบบดิจิทัลที่สามารถส่งพิมพ์จำนวนชิ้นต่ำตามที่ต้องการได้โดยส่งผลไม่ให้เกิดของเสียวัสดุสิ้นเปลืองและลดการเกิด Carbon Footprint ทำให้มีส่วนช่วยลดปัญหาสิ่งแวดล้อม

ผลิตภัณฑ์โครงสร้างเหล็กชุบสังกะสี ในปี 2557 TSS ได้ทำการผลิตและส่งออกเสาสาวยส่งไฟฟ้าแรงสูงของการไฟฟ้าการผลิตแห่งประเทศไทย ซึ่งส่วนใหญ่เป็นคำสั่งซื้อที่ได้รับในปี 2555 และเสาโทรคมนาคมในพม่า รวมทั้งงานโครงสร้างเหล็กทั่วไปซึ่งเป็นคำสั่งซื้อในปี 2557 ทั้งหมด โดยคิดเป็นร้อยละ 56 ของยอดขายโดยรวมทั้งปี ส่วนตลาดอีกร้อยละ 44 นั้น เป็นงานรับเหมาก่อสร้างที่บริษัทได้เริ่มประกอบธุรกิจด้านนี้ในปี 2557 เป็นปีแรก ทั้งนี้ TSS ได้ทำการปรับปรุงกระบวนการผลิตเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของโรงงานชุบสังกะสี ในกรณีที่จอร์จรับลูกค้าที่มาใช้บริการงานด้านการชุบสังกะสีแบบจุ่มร้อนที่มีมากขึ้น

ผลิตภัณฑ์โซดาแอซ นำเข้าจากผู้ผลิตในประเทศเคนยา โดยลูกค้าส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตบรรจภัณฑ์แก้วซึ่งดำเนินการอยู่ในประเทศไทย ลูกค้าหลักมีประมาณ 10 ราย และในอนาคต BAS มีนโยบายจะขยายฐานลูกค้าไปยังอุตสาหกรรมอื่น ๆ แต่ทั้งนี้การขยายฐานลูกค้าจำเป็นต้องขึ้นอยู่กับคุณภาพสินค้าของผู้ผลิตที่ BAS ทำการนำเข้าด้วยการจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย BAS ได้ทำการจัดเก็บดูแลสินค้าที่นำเข้าจากผู้ผลิตในประเทศเคนยา และดูแลจัดการการกระจายสินค้าไปให้แก่ลูกค้าในประเทศตามแผนการจัดส่งสินค้าตามที่ลูกค้าต้องการ

สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

ผลิตภัณฑ์เคมีภัณฑ์อุตสาหกรรม สภาพการแข่งขันในตลาดโดยรวมยังคงมีสูงในทุกกลุ่มธุรกิจและยังคงมีอยู่อย่างต่อเนื่อง โดยมีผู้นำเข้ารายย่อยและรายใหญ่ใหม่ ๆ เพิ่มมากขึ้น อีกทั้งมีการแข่งขันในเรื่องของราคาที่รุนแรงขึ้น โดยเฉพาะสินค้ากลุ่ม Commodity แต่กลุ่มสินค้าเฉพาะที่ได้อาศัยข้อมูลทางเทคนิค ยังคงสามารถแข่งขันได้นอกจากนี้ยังคงเผชิญกับการลดต้นทุนการผลิตของกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้ารายหลัก ซึ่งส่งผลกระทบต่อยอดขายและกำไร อย่างไรก็ตาม ฝ่ายเคมีภัณฑ์อุตสาหกรรมก็ยังคงรักษาสถานะลูกค้าหลักไว้ได้และมีการขยายตัวในธุรกิจสภาพแวดล้อมเล็กน้อย อันเป็นผลมาจากการนำเสนอผลิตภัณฑ์หลากหลายที่มีคุณภาพและมุ่งเน้นการให้บริการและสร้างมูลค่าเพิ่มจาก มีเจ้าหน้าที่ผู้เชี่ยวชาญให้ข้อมูลทั้งทางด้านเทคนิคและการตลาด รวมถึงบริการจากห้องปฏิบัติการสำหรับอาหารและเครื่องสำอาง ประเภทต่าง ๆ

ผลิตภัณฑ์ด้านการพิมพ์ มีแนวโน้มจะสร้างการเปลี่ยนแปลงใหม่ ๆ ของความร่วมมือกันระหว่างธุรกิจอุตสาหกรรมการพิมพ์ในประเทศไทยเพื่อพัฒนาศักยภาพเพื่อรองรับโอกาสและอุปสรรคในการประกอบกิจการ ประเทศไทยเป็นจุดศูนย์กลางการผลิตสิ่งพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ของอาเซียนเนื่องจาก มีนักออกแบบที่มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับระดับนานาชาติ มีคุณภาพงานพิมพ์ที่ดีเยี่ยม และมีทรัพยากรป่าไม้ซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักของกระดาษ ทำให้ส่งผลดีและช่วยสนับสนุนการขยายตัวของธุรกิจการพิมพ์เพิ่มขึ้นด้วย แนวโน้มในอนาคต ธุรกิจสิ่งพิมพ์ของไทยคาดว่าจะขยายตัวต่อไป เนื่องจากสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ จะต้องสัมพันธ์กับงานพิมพ์ ไม่ว่าจะเป็นงานพิมพ์บนฉลากและผลิตภัณฑ์ งานพิมพ์เคลือบบนยานพาหนะ งานพิมพ์ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ เพื่อรองรับการขยายตัวของเศรษฐกิจในประเทศและภูมิภาค บริษัทมีศักยภาพในการแข่งขันกับคู่แข่งเนื่องจากเราเป็นผู้ให้บริการทางด้านงานพิมพ์แบบเบ็ดเสร็จ (Solution provider) มีเครื่องพิมพ์ที่สามารถรองรับความต้องการทางด้านงานพิมพ์ที่หลากหลายประเภทและตราสินค้า ไม่ว่าจะเป็นงานก่อนพิมพ์ งานหลังพิมพ์ งานพิมพ์ดิจิทัล งานพิมพ์ฉลากและบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น รวมทั้งการให้บริการหลังการขายด้วยทีมช่างที่มีประสบการณ์

อุตสาหกรรมผลิตโครงสร้างเหล็กชุบสังกะสีในประเทศไทยมีผู้ประกอบการทั้งหมด 5 ราย โดยเป็นผู้ประกอบการขนาดใหญ่ 2 ราย และขนาดกลางอีก 3 ราย สภาพการแข่งขันในช่วงปี 2557 น้อยลง สืบเนื่องจากปริมาณงานในประเทศที่ TSS ได้รับ เช่นโครงการขยายสายส่งไฟฟ้าขนาด 500 กิโลโวลต์ จากสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวไปถึงจังหวัดนครสวรรค์ให้กับการไฟฟ้าการผลิตแห่งประเทศไทย โดยในปี 2557 TSS ได้ทำการผลิตและส่งออกเสาสายส่งไฟฟ้าแรงสูงของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย และเสาโทรคมนาคมส่งออกยังประเทศพม่า นอกจากนี้ยังได้ทำการปรับเปลี่ยนแนวทางธุรกิจเพื่อให้ธุรกิจมีความมั่นคงและเติบโตได้อย่างยั่งยืนโดยได้ขยายสัดส่วนในธุรกิจงานก่อสร้างและโครงสร้างเหล็กอุตสาหกรรมให้มากขึ้น แทนการมุ่งเน้นไปที่ธุรกิจเสาสายส่งไฟฟ้าแรงสูงเป็นหลักเพียงอย่างเดียว

ผลิตภัณฑ์โซดาแอช BAS นำเข้าผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตในประเทศเคนยา ซึ่งเมื่อนำมาเปรียบเทียบกับคู่แข่งซึ่งเป็นผู้ผลิตจากประเทศพัฒนาแล้ว เช่น สหรัฐอเมริกา หรือสหภาพยุโรป รวมทั้งผู้ผลิตรายใหญ่จากจีน จะเห็นว่าผู้ผลิตจากประเทศเคนยาถือได้ว่าเป็นผู้ผลิตรายเล็ก ซึ่งไม่อยู่ในฐานะที่จะสามารถแข่งขันได้ในด้านคุณภาพ หากแต่เนื่องจากต้นทุนในการผลิตจากประเทศเคนยาอยู่ในเกณฑ์ต่ำ จึงเป็นข้อได้เปรียบที่ทำให้บริษัทสามารถกำหนดราคาสู้คู่แข่งรายอื่น ๆ ได้

(3) การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

เคมีภัณฑ์อุตสาหกรรมส่วนใหญ่นำเข้าจากอเมริกา ยุโรป และเอเชีย มากกว่า 50 บริษัท ซึ่งล้วนเป็นผู้ผลิตและมีตราสินค้าที่น่าเชื่อถือและได้รับการยอมรับในตลาด ผลิตภัณฑ์วัตถุดิบปรุงแต่งอาหารของบริษัทมีการนำเข้าโดยได้รับใบอนุญาตจากองค์การอาหารและยา และใบอนุญาตฮาลาลจากคณะกรรมการมุสลิมแห่งประเทศไทย โดยมีลูกค้าภายในประเทศเป็นหลัก ครอบคลุมในกลุ่มของผู้ผลิต ผู้ค้าส่ง ผู้ค้ารายย่อยทั่วประเทศ

ผลิตภัณฑ์วิศวกรรมที่นำเข้าทั้งหมดเป็นเครื่องหมายการค้าจากทวีปยุโรป สหรัฐอเมริกา และเอเชีย แผนวิศวกรรมได้เน้นการพัฒนาธุรกิจเป็นหลัก โดยสรรหาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ออกสู่ตลาด สร้างความหลากหลายและเป็นทางเลือกใหม่

ให้กับลูกค้า โดยเน้นการจัดหาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ โดยเน้นการนำเข้าจากทวีปยุโรป ซึ่งลูกค้าสามารถเชื่อมั่นได้ในคุณภาพและบริการ

ผลิตภัณฑ์ด้านการพิมพ์ที่นำเข้าทั้งหมดเป็นเครื่องหมายการค้านำเข้าโดยผู้ผลิตชั้นนำจากต่างประเทศ อาทิ ฮิสทาเอล อังกฤษ เกาหลี และจีน ภายใต้แบรนด์ เช่น Hewlett Packard, Epson, Screen, Jetrix, เป็นต้น

TSS มีโรงงานตั้งอยู่เลขที่ 7 ถนนไอ-ห้า นิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด ตำบลมาบตาพุด อำเภอเมือง จังหวัดระยอง 21150 ก่อตั้งเมื่อปี 2534 โรงงานมีความสามารถในการผลิต 20,000 ตันต่อปี และสามารถซบสังกะสีได้ 25,000 ตันต่อปี ชั่วโมง โดยมีรายละเอียดการผลิตในระยะ 3 ปีที่ผ่านมาดังนี้

| กำลังและปริมาณการผลิต | 2557 | 2556 | 2555 |
|-------------------------------------|--------|--------|--------|
| กำลังการผลิตเต็มที่ (หน่วย : ตัน) | 20,000 | 20,000 | 20,000 |
| ปริมาณการผลิตจริง (หน่วย : ตัน) | 11,797 | 9,678 | 13,440 |
| การใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ) | 59.0 | 48.4 | 67.2 |
| อัตราเพิ่มของปริมาณการผลิต (ร้อยละ) | 21.9 | -28.0 | 105.0 |

ผลิตภัณฑ์โซดาแอสนำเข้าจากผู้ผลิตต่างประเทศเพื่อจำหน่าย และ/หรือ ให้บริการนำเข้า จัดเก็บ และกระจายสินค้าให้แก่ลูกค้าในประเทศไทย

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

วัตถุดิบที่ TSS ใช้ในการผลิตส่วนใหญ่เป็นวัตถุดิบในประเทศและบางส่วนจากต่างประเทศ โดยวัตถุดิบในประเทศคิดเป็นร้อยละ 98 โดยมีมูลค่า ซึ่งวัตถุดิบภายในประเทศ ได้แก่ เหล็กฉาก เหล็กแผ่น สังกะสี และวัตถุดิบจากต่างประเทศ ได้แก่ สลักแป้นเกลียวบางส่วน โดยผู้ผลิตวัตถุดิบหลักมีจำนวนน้อยราย และการนำเข้าเหล็กมีความยุ่งยากซับซ้อน ดังนั้นอำนาจต่อรองในการซื้อจึงมีน้อย อย่างไรก็ตาม TSS พยายามวางแผนการสั่งซื้อล่วงหน้าเพื่อรวบรวมปริมาณให้มากพอเพื่อการบริหารต้นทุนที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นภายใต้ข้อจำกัดในการนำเข้า

(4) งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -

4. กลุ่มธุรกิจอื่น ๆ

4.1 ธุรกิจต่างประเทศ

(1) ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ฝ่ายธุรกิจต่างประเทศตั้งอยู่ที่สำนักงานใหญ่ของบริษัทในประเทศไทย และมีสำนักงานตัวแทนใน 4 ประเทศ ได้แก่ เวียดนาม เมียนมาร์ สปป.ลาว และกัมพูชา โดยฝ่ายธุรกิจต่างประเทศมีบทบาทสำคัญในการสร้างรากฐาน เครือข่าย

ธุรกิจ และแสวงหาโอกาสการลงทุน เพื่อสร้างธุรกิจใหม่ในภูมิภาคอาเซียน อันเป็นการต่อยอดฐานธุรกิจสินค้าเดิมของกลุ่มบริษัท และเพิ่มความแข็งแกร่งด้านการค้าการลงทุนในภูมิภาคให้แก่บริษัท

ในส่วนสำนักงานตัวแทนในต่างประเทศมีหน้าที่หลักในการรวบรวมข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวของตลาดกฎระเบียบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการค้าและการลงทุน ที่ทันเหตุการณ์ในแต่ละประเทศ เพื่อเป็นฐานข้อมูลให้กับบริษัทและบริษัทในเครือ รวมทั้งสร้างความสัมพันธ์อันดีในเชิงรุกกับนักลงทุนท้องถิ่น หน่วยงานราชการและเอกชนในประเทศนั้น ๆ อันเป็นส่วนสำคัญในการต่อยอดธุรกิจของบริษัทในภูมิภาคอาเซียน

(2) การตลาดและการแข่งขัน

ที่ผ่านมาบริษัทมีการขยายธุรกิจไปในภูมิภาคอาเซียนอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในประเทศเวียดนามซึ่งบริษัทได้วางรากฐานของธุรกิจอย่างครบวงจร ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ โดยครอบคลุมทั้งธุรกิจด้านการผลิต การสร้างเครือข่ายกระจายสินค้า และธุรกิจค้าปลีกในรูปแบบแฟรนไชส์ร้านสะดวกซื้อ ส่งผลให้ปัจจุบันบริษัทจัดเป็นบริษัทชั้นนำในทุกธุรกิจดังกล่าวในประเทศเวียดนาม

สำหรับตลาดที่เติบโตสูงในภูมิภาคอาเซียน เช่น เมียนมาร์ สปป. ลาว และกัมพูชา ซึ่งมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องและมีบทบาทสำคัญเพิ่มขึ้น ในปัจจุบัน บริษัทมีนโยบายมุ่งเน้นเพื่อหาโอกาสทางธุรกิจการค้าและการลงทุน พร้อมทั้งสร้างพันธมิตรใหม่ ๆ ในประเทศดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง ความสำเร็จในการขยายธุรกิจของบริษัทที่ผ่านมา อาทิ การขยายตลาดสินค้าเวชภัณฑ์สู่ประเทศเมียนมาร์ โดยบริษัทชนะการประมูลการจัดหาสินค้าเวชภัณฑ์ให้แก่กระทรวงกลาโหมของเมียนมาร์ และอยู่ระหว่างการเจรจาทุนกับนักธุรกิจท้องถิ่นเมียนมาร์ในการจัดหาเครื่องมือและอุปกรณ์การแพทย์ นอกจากนี้ บริษัท ไทย-สแกนดิค สตีล จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทในเครือสามารถจำหน่ายเสาโทรคมนาคมในเมียนมาร์ ในส่วนของสปป.ลาว บริษัทได้ขยายกิจการธุรกิจแฟรนไชส์ร้านสะดวกซื้อ ซึ่งปัจจุบันได้รับการยอมรับว่าเป็นร้านสะดวกซื้อที่มีความทันสมัยที่สุดในสปป.ลาว สำหรับกัมพูชาเป็นฐานการขยายสินค้าอุปโภคบริโภคที่เติบโตอย่างรวดเร็ว และมีโอกาสในการลงทุนในหลายธุรกิจ ซึ่งถือเป็นตลาดที่มีศักยภาพของบริษัทในการที่จะเข้าไปขยายธุรกิจร่วมกับนักลงทุนท้องถิ่นในอนาคต

4.2 ธุรกิจค้าปลีก

(1) ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

- ดำเนินธุรกิจนำเข้าและจัดจำหน่ายหนังสือภาษาอังกฤษ ภาษาไทยและ ภาษาต่างประเทศอื่น ๆ อีกทั้งร่วมพิมพ์และเป็นผู้แทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์จากสำนักพิมพ์ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ นอกจากนี้ ยังเป็นผู้แทนจำหน่ายนิตยสารต่างประเทศ แต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย ตลอดจนเป็นผู้แทนจำหน่ายสินค้ากลุ่มไลฟ์สไตล์ สมุดโน้ต อุปกรณ์เครื่องเขียน และสินค้าเสริมสร้างการเรียนรู้และทักษะการอ่าน ตลอดจนพัฒนาการของเด็กในหลายระดับ ซึ่งดำเนินการโดยบริษัท เอเซียบุ๊กส์ จำกัด (“AB”)
- ดำเนินธุรกิจร้านค้าปลีกเพื่อสุขภาพและความงามสไตส์ญี่ปุ่นในนาม “OGENKI” โดยให้บริการสินค้าเพื่อดูแลทั้งเรื่องสุขภาพและความงามมากกว่า 5,000 รายการ ประกอบด้วย วิตามิน ยา อาหารเสริม (Health & Fitness) เวชสำอาง

(Derma Skin) ของใช้ส่วนตัว (Personal Care) ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว (Skincare) เครื่องสำอาง (Cosmetics) อุปกรณ์ความงาม และสินค้าเบ็ดเตล็ด (Beauty Accessories & Others) และทางร้านยังมีเครื่องมือที่ทันสมัย เพื่อให้บริการตรวจเช็คสภาพผิวหน้า พร้อมให้คำแนะนำ และวิธีการดูแลผิวหน้าที่ถูกต้องเหมาะสมกับสภาพผิวหน้าของท่าน สุภาพสตรี ซึ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของโอเกนกิเป็นสุภาพสตรี อายุ 30 – 35 ปี อาศัยอยู่ในเมือง ชื่นชอบการดูแลเอาใจใส่เรื่องสุขภาพและความงาม ดำเนินการโดยบริษัท บีเจซี โอเกนกิ จำกัด (“BJO”)

- ดำเนินธุรกิจประเภทพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) ในรูปแบบของการกระจายและจัดจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ ทั้งทางเว็บไซต์และโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบสมาร์ทโฟน ดำเนินการโดยแผนกธุรกิจออนไลน์และบริษัท บีเจซี คอมเมิร์ซ จำกัด (“BJCC”)

(2) การตลาดและการแข่งขัน

AB จำหน่ายหนังสือและนิตยสารภาษาอังกฤษครอบคลุมทุกช่องทางการขายและจำหน่าย โดยผ่านช่องทางจำหน่ายแบบการค้าปลีกของ AB ที่มีร้านหนังสือภายใต้แบรนด์ “Asia Books” และ “Bookazine” รวมกันกว่า 70 สาขาทั่วประเทศ และบริหารร้านหนังสือในสนามบินนานาชาติที่กรุงเทพฯ และสนามบินภูมิภาคในต่างจังหวัด อีกทั้ง AB ยังมีช่องทางการจัดจำหน่ายขายส่งหนังสือครอบคลุมกว่า 300 ร้านค้าอื่น ๆ ทั่วประเทศ เช่น เป็นผู้บริหารการขายหนังสือและนิตยสารภาษาอังกฤษในร้านปีทูเอส จำนวน 14 สาขา และจัดส่งสินค้าหมวดดังกล่าวให้กับร้านหนังสือหลัก ๆ เช่น ร้านนายอินทร์ และอื่น ๆ ทั่วประเทศ อีกทั้งมีการจำหน่ายตรงให้กับห้องสมุด สถาบันการศึกษาต่าง ๆ บริษัท และองค์กรมากกว่า 400 แห่งตลอดจนจำหน่ายในงานแสดงสินค้าต่าง ๆ นอกจากนี้ AB ยังเป็นผู้นำในการจำหน่ายหนังสือในช่องทาง ecommerce ผ่าน เว็บไซต์ www.asiabooks.com ที่มีสินค้าให้เลือกซื้อกว่า 1,000,000 รายการ ไม่ว่าจะเป็นหนังสือภาษาอังกฤษ หนังสือภาษาไทย หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book) และนิตยสารอิเล็กทรอนิกส์ (E-Magazines) พร้อมส่งตรงถึงบ้าน ด้วยบริการที่รวดเร็ว อาทิ Next-day delivery service และยังมีระบบการสั่งซื้อหนังสือออนไลน์ที่ง่ายและปลอดภัย พร้อมบริการตลอด 24 ชั่วโมง

ในด้านธุรกิจร้านค้าปลีกเพื่อสุขภาพและความงามสไตล์ญี่ปุ่น Ogenki จากการศึกษากลุ่มธุรกิจค้าปลีกและค้าส่งยังเป็นธุรกิจที่มีความสำคัญต่อประเทศและมีการเปลี่ยนแปลงค่อนข้างมาก ปัจจุบันสถานการณ์การเมืองนิ่งขึ้น ส่งผลให้ความเชื่อมั่นมีแนวโน้มดีขึ้น และคาดการณ์ว่าปี 2558 จะดีขึ้น โดยมีมองไปถึงทิศทางการค้าปลีกและค้าส่งอีก 5 ปีข้างหน้าว่าจะขยายตัวเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 7-8 ต่อปี (2558-2562) เพิ่มขึ้นจากอัตราการขยายตัวเฉลี่ยต่อปีในช่วง ปี 2553-2557 อยู่ที่ 5% ต่อปี เช่นเดียวกับธุรกิจร้านค้าปลีก เพื่อสุขภาพและความงามที่มีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องโดยเฉลี่ยประมาณร้อยละ 10 ต่อปี เพราะการขยายตัวของสังคมเมือง รวมถึงการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) เป็นโอกาสสำคัญในการรองรับนักท่องเที่ยวที่จะเข้ามา

ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) มีนโยบายในการทำธุรกิจทั้งแบบค้าปลีกและค้าส่ง ดังนี้

ค้าปลีก ผ่านช่องทางออนไลน์ ปัจจุบันประกอบไปด้วย (1) www.AsiaBooks.com (เอเชียบุ๊กสโตทคอม) เว็บไซต์จำหน่ายหนังสือ และนิตยสาร ซึ่งสามารถเลือกซื้อได้ทั้งในรูปแบบเล่มทั่วไปและแบบดิจิทัล หรือ E-book นอกจากนี้ยังมีการจำหน่ายสินค้าประเภทเครื่องเขียนและอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง (2) www.VoltZtore.com (โวลต์สโตร์ดอทคอม)

เว็บไซต์จำหน่ายสินค้าไอทีและอิเล็กทรอนิกส์มากมายหลายประเภท เช่น โทรศัพท์มือถือ คอมพิวเตอร์ โน้ตบุ๊ก และอุปกรณ์เสริมต่าง ๆ ตลอดจนเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือน เครื่องเสียง และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับรถยนต์ รวมกว่า 1,000 รายการ จากแบรนด์ชั้นนำทั่วโลก (3) www.OgenkiStore.com (โอเจนกิส์โตรคคอม) เว็บไซต์จำหน่ายผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับความงามและสุขภาพ เช่น เครื่องสำอาง สกินแคร์ น้ำหอม วิตามิน และอาหารเสริมต่าง ๆ ที่ได้มาตรฐาน จากแบรนด์ที่ได้รับความนิยมจากทั่วโลก

นอกจากนี้ ยังให้บริการชำระค่าสินค้าผ่านบัตรเครดิต โอนผ่านเอทีเอ็มและอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง การชำระเงินผ่านเคาท์เตอร์เซอร์วิส รวมไปถึงให้บริการชำระเงินเมื่อส่งสินค้า (Cash on Delivery) และให้บริการจัดส่งสินค้าถึงมือลูกค้าทั่วประเทศ ด้วยความรวดเร็ว

คำสั่ง ผ่านทางช่องทางออนไลน์ ซึ่งมีการกิจหลักในการนำสินค้าที่ผลิตและจัดจำหน่ายโดยบริษัทไปกระจายยังช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ในปัจจุบันได้มีการจัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคและบริโภคของบริษัทไปยังเว็บไซต์หลายแห่ง เช่น เซ็นทรัลออนไลน์ (central.co.th) ลาซาด้า (lazada.co.th) และเว็บบิตคอม (venbi.com) เป็นต้น เพื่อตอบรับกับกระแสความนิยมการช้อปปิ้งออนไลน์ที่เพิ่มขึ้นของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย

(3) การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

AB นำเข้าสินค้าหนังสือและนิตยสารภาษาอังกฤษจากต่างประเทศเป็นหลัก ส่วนสิ่งพิมพ์ภาษาไทยจัดซื้อจากสำนักพิมพ์ในประเทศ ตลอดจนเป็นผู้แทนสินค้าในหมวดไลฟ์สไตล์และผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับเครื่องเขียนและอุปกรณ์ส่งเสริมทักษะการอ่านและการสร้างสรรค์จากต่างประเทศและในประเทศ

BJO นำเข้าสินค้าแบรนด์คุณภาพจากญี่ปุ่น และมีผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ “Ogenki”

หน่วยงานธุรกิจออนไลน์ มีทีมงานที่มีประสบการณ์และมีความเชี่ยวชาญในธุรกิจ E-Commerce เป็นผู้คัดสรรผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ และเป็นที่ต้องการของผู้บริโภค ทั้งที่ผลิตในประเทศไทยและต่างประเทศ นอกจากนี้ยังได้นำผลิตภัณฑ์ที่ บริษัท เบอริลี ยุคเกอร์ จำกัด (มหาชน) เป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่าย กระจายออกสู่ตลาด E-Commerce เพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงสินค้าของ BJC ให้มากที่สุด ไม่ว่าลูกค้าจะทำการซื้อผ่านเว็บไซต์ใด ๆ ก็ตาม

(4) งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -

4.3 ธุรกิจอื่น ๆ

(1) ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ให้บริการศูนย์ข้อมูลคอมพิวเตอร์เชิงพาณิชย์ (Commercial Data Center) โดยให้บริการเป็นศูนย์ข้อมูลคอมพิวเตอร์เชิงพาณิชย์หลัก และศูนย์ข้อมูลคอมพิวเตอร์เชิงพาณิชย์สำรองให้หน่วยงานธุรกิจต่าง ๆ ดำเนินการโดยบริษัท ที.ซี.ซี. เทคโนโลยี จำกัด (“TCCT”) โดยมีบริการหลัก ได้แก่

- บริการ Infrastructure Services ได้แก่
 - บริการศูนย์หลัก ศูนย์สำรอง Colocation & Disaster Recovery Services
 - บริการเชื่อมต่อระบบ Interconnection & Network Connectivity Services
 - บริการเครือข่ายเคเบิลใยแก้วนำแสงเชื่อมระหว่างประเทศ International Gateway
- บริการจัดการระบบ Enterprise Business/ Cloud Services ได้แก่
 - บริการดูแลระบบ ERP - SAP Cloud Services
 - บริการดูแลระบบ Microsoft - Microsoft Hosted Services
 - บริการดูแลระบบ Virtual Private Server Hosted Services
 - บริการดูแลระบบไอทีครบวงจรและเป็นที่ปรึกษาให้กับลูกค้า IT Outsourcing & Consulting Services

(2) การตลาดและการแข่งขัน

TCCT เน้นคุณภาพในการให้บริการเป็นหลักโดยไม่เน้นกลยุทธ์การแข่งขันด้านราคา ทั้งนี้ บริการของบริษัทเป็นบริการที่จัดอยู่ในระดับ Premium ด้วยบริการศูนย์ข้อมูลคอมพิวเตอร์เชิงพาณิชย์ซึ่งถูกออกแบบมา เพื่อรองรับการทำงานของระบบหลักของธุรกิจ Mission Critical Application อย่างแท้จริง

TCCT ได้ขยายตัวโดยมีฐานลูกค้าเพิ่มขึ้นในหลายภาคธุรกิจ ได้แก่ ธุรกิจสารสนเทศ ธุรกิจสื่อสาร โทรคมนาคม สถาบันการเงิน ประกันชีวิต ประกันภัย โรงพยาบาล ตลอดจนธุรกิจสื่อต่าง ๆ เป็นต้น ฐานลูกค้าปัจจุบัน ประกอบด้วย บริษัททั้งภายในประเทศและบริษัทข้ามชาติ บริษัทยังได้ขยายฐานลูกค้ารวมถึงองค์กรภาครัฐบาลและเอกชน ในอนาคต TCCT มุ่งมั่นที่จะไปสู่ความเป็นผู้นำในการบริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศในระดับภูมิภาค (Regional Hosting Hub) ด้วยศักยภาพและการขยายตัวของศูนย์ข้อมูลคอมพิวเตอร์เชิงพาณิชย์ทั้ง 3 แห่ง ประกอบกับการเพิ่มจำนวนศูนย์ข้อมูลคอมพิวเตอร์เชิงพาณิชย์ต่าง ๆ ในอนาคตในภูมิภาคเอเชีย รวมถึงการเชื่อมโยงศูนย์ด้วยเครือข่ายใยแก้วนำแสงทั้งภายในและต่างประเทศ เพื่อสนองความต้องการของลูกค้าจะส่งผลให้บริษัทสามารถเติบโตได้อย่างรวดเร็วและมั่นคงต่อไป

สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

การแข่งขันในปัจจุบันมีแนวโน้มสูงขึ้น เนื่องจากการเติบโตอย่างรวดเร็วของตลาด Data Center อย่างไรก็ตาม บริษัทที่ให้บริการมีพื้นฐานและความชำนาญในด้านที่ต่างกัน จึงเน้นการให้บริการ และเน้นกลุ่มเป้าหมายที่ต่างกัน ธุรกิจด้านไอทีและดาต้าเซ็นเตอร์ภายในประเทศไทย มีโอกาสเติบโตในระดับที่น่าพึงพอใจ เนื่องจากปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ การขยายตัวอย่างรวดเร็วของธุรกิจ Outsourcing นโยบายสนับสนุนจากภาครัฐ เพื่อเพิ่มจำนวนบรอดแบนด์ในประเทศ บทเรียนที่สร้างความตื่นตัวของภาคธุรกิจต่าง ๆ เพื่อเตรียมพร้อมรองรับผลกระทบจากการเมือง ภัยพิบัติ และภัยคุกคามจากการก่อการร้าย ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาถึงคุณภาพอัตราการเติบโตและศักยภาพ ในการแข่งขันแล้ว TCCT ถือได้ว่าอยู่ในอันดับต้นต้น เมื่อเทียบกับผู้ให้บริการด้านดาต้าเซ็นเตอร์อื่น ๆ ได้แก่ CAT Telecom Public Company Limited, CS Loxinfo Public Company Limited, Samart, Jasmin Internet Co., Ltd., True Corporation Public Company Limited

(3) การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

TCCT มีศูนย์คอมพิวเตอร์ 3 แห่ง คือ 1) ศูนย์คอมพิวเตอร์ที่อาคารเอ็มไพร์ทาวเวอร์ สาทร์ ชั้น 30 พาร์ควิง เลขที่ 195 ถนนสาทรใต้ กรุงเทพมหานคร 10120 2) ศูนย์คอมพิวเตอร์ที่อาคารอินเตอร์ลิงค์ ทาวเวอร์ บางนา ชั้น 1-6 อาคาร Interlink Tower II เลขที่ 1854 ถนนบางนา-ตราด กรุงเทพมหานคร 10260 และ 3) ศูนย์คอมพิวเตอร์ที่นิคมอุตสาหกรรมอมตะ เลขที่ 700 หมู่ 1 ตำบลคลองตำหรุ อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 20000

(4) งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -

3. ปัจจัยความเสี่ยง

ในปี 2557 นี้ อัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของมหาอำนาจโลก ทั้งสหรัฐอเมริกา จีน สหภาพยุโรปและญี่ปุ่น ยังเติบโตอย่างชะลอตัว ประกอบกับปัญหาทางการเมืองที่มีอยู่ทั้งในยุโรปตะวันออกและตะวันออกกลาง ซึ่งมีโอกาสเกิดความรุนแรงและขยายวงกว้างได้ รวมทั้งโรคระบาดอีโบล่าที่ยังไม่สามารถควบคุมได้ ปัจจัยเหล่านี้ย่อมจะทำให้การค้าและภาคธุรกิจหยุดชะงักลงได้

สำหรับภาวะเศรษฐกิจในประเทศไทยนั้น ชะลอตัวตั้งแต่ต้นปีจากปัญหาความวุ่นวายทางการเมือง จนนำไปสู่การปฏิวัติรัฐประหาร ภาคการส่งออกสินค้ายังไม่สามารถกอบโกยผลกำไรได้มากนัก ถึงแม้ว่า ค่าเงินบาทจะมีแนวโน้มแข็งค่ามากขึ้นเรื่อย ๆ ทั้งนี้เพราะ สินค้าภาคเกษตรกรรมมีราคาตกต่ำลงอย่างเห็นได้ชัด เช่น ข้าว ยางพารา เป็นต้น ซึ่งสาเหตุอาจเป็นเพราะราคาน้ำมันโลกที่ตกต่ำลงด้วย ส่วนทางด้านธุรกิจการท่องเที่ยวก็ยังชะลอตัว ด้วยเหตุการณ์ทางการเมือง ประกอบกับข่าวคราวในหลาย ๆ เรื่องที่สร้างความเสียหายต่อภาพลักษณ์ของธุรกิจท่องเที่ยวไทย

อย่างไรก็ตามบริษัท เบอร์ลี่ ยุคเกอร์ จำกัด (มหาชน) และกลุ่มบริษัท (“บีเจซี”) ได้ตระหนักเป็นอย่างยิ่งที่จะรับมือกับความเสี่ยงต่าง ๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อภาพรวมในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัท โดยมีคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง (คณะกรรมการ) ทำหน้าที่บริหารความเสี่ยงและดูแลบริหารการดำเนินธุรกิจให้มีความต่อเนื่อง เพื่อลดผลกระทบจากความเสียหายต่าง ๆ ให้น้อยที่สุด และเพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปตามเป้าหมายที่บริษัทตั้งไว้

ทั้งนี้ นอกจากความเสี่ยงทั่วไปที่ผู้ดำเนินธุรกิจ จะต้องบริหารจัดการ ดังที่ได้กล่าวไว้ข้างต้นแล้ว บีเจซี ยังมีประเด็นความเสี่ยงที่ต้องพิจารณา และบริหารจัดการดังต่อไปนี้

1. ความเสี่ยงจากราคาวัตถุดิบสูงขึ้น

เนื่องจาก บีเจซี มีโรงงานอุตสาหกรรมในการผลิตสินค้าอยู่มากมายครอบคลุมทั้งสินค้าอุปโภค-บริโภค แต่ในภาวะปัจจุบันราคาวัตถุดิบที่เพิ่มขึ้นตามกลไกของตลาด ส่งผลให้ต้นทุนของการผลิตและต้นทุนการขายสูงขึ้นตามไปด้วย จึงมีความจำเป็นอย่างมากที่บริษัทจะต้องควบคุมราคาของวัตถุดิบ ให้อยู่ในกรอบที่บริษัทยอมรับได้ ทั้งนี้เพื่อให้ธุรกิจมีผลกำไรและสามารถดำเนินไปอย่างมั่นคงและยั่งยืน

การบริหารความเสี่ยง

- 1.1 เลือกใช้วัตถุดิบทางเลือกหรือวัตถุดิบทดแทน แต่อย่างไรก็ตามการใช้วัตถุดิบทดแทนจะต้องไม่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพสินค้าและมาตรฐานสินค้า/บริการ
- 1.2 ปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์/ผลิตภัณฑ์ และ/หรือ ส่วนผสมของวัตถุดิบ
- 1.3 หาผู้จำหน่ายวัตถุดิบใหม่ ๆ ที่สามารถเสนอราคาที่เหมาะสม ผลยอมรับได้ และมีมาตรฐานเป็นที่น่าพอใจ
- 1.4 ทำสัญญาซื้อล่วงหน้า และพิจารณาเพิ่มปริมาณการสั่งซื้อบางประเภท เพื่อเพิ่มอำนาจในการต่อรองราคา

2. ความเสี่ยงจากการแข่งขัน

เนื่องจาก บีเจซี มีธุรกิจหลากหลายประเภทและยังดำเนินธุรกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศด้วย ดังนั้นการแข่งขันทางธุรกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศจึงมีอยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงที่เศรษฐกิจชะลอตัวเรื่อยมานับตั้งแต่ต้นปี การแข่งขันมาจากทุกช่องทางทางการขาย ทั้งนี้เพื่อให้ บีเจซี มีความแข็งแกร่งในการดำเนินธุรกิจที่ครอบคลุมทุกช่องทางกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างโอกาสทางธุรกิจของบีเจซี ให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

การบริหารความเสี่ยง

- 2.1 รักษาความสัมพันธ์อันดี กับทั้งลูกค้าและคู่ค้า รวมไปถึงพิจารณา ทำสัญญาระยะยาวสำหรับการค้าบางประเภท
- 2.2 พัฒนาคุณภาพสินค้าและระบบการกระจายสินค้าให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น
- 2.3 จัดทำกิจกรรมส่งเสริมการขายใหม่ ๆ เพื่อรักษายอดขายและเพิ่มโอกาสทางการขาย
- 2.4 ศึกษาและพัฒนา สินค้า/บริการใหม่ ๆ รวมถึงการหาพันธมิตรทางการค้าเพิ่มเติม ทั้งนี้เพื่อเพิ่มโอกาสในการดำเนินธุรกิจ และเพื่อการขยายธุรกิจของบีเจซีด้วย

3. ความเสี่ยงเศรษฐกิจชะลอตัว

เนื่องจากธุรกิจส่วนใหญ่ของ บีเจซี เป็นการผลิตสินค้าอุปโภคและบริโภค แต่สถานการณ์เศรษฐกิจในปัจจุบัน ทั้งเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจไทยที่ชะลอตัว ส่งผลกระทบต่อผู้บริโภค ทำให้ชะลอการใช้จ่ายใช้สอยลง รวมไปถึงคู่ค้าและกลุ่มนักลงทุนต่างชะลอการลงทุนเพื่อรอแนวโน้มเศรษฐกิจ ซึ่งปัจจัยดังกล่าวนี้ส่งผลต่อยอดขายของบีเจซีด้วยเช่นกัน

การบริหารความเสี่ยง

- 3.1 ผลักดันสินค้า บีเจซี เข้าสู่ตลาดต่างประเทศมากขึ้น เช่น เวียดนาม มาเลเซีย เมียนมาร์ และกัมพูชา
- 3.2 เปิดตัวสินค้าและเพิ่มช่องทางการขายใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มโอกาสในการขาย รวมไปถึงเพิ่มยอดขายด้วย
- 3.3 ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ ในการทำการตลาด เพื่อให้สามารถสนองความต้องการของผู้บริโภค และเพื่อความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้า/คู่ค้า

4. ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง

เนื่องจาก บีเจซี มีการดำเนินธุรกิจหลากหลายประเภท และมีกลุ่มลูกค้า/คู่ค้าที่แตกต่างกันและหลากหลาย ทั้งนี้ รัฐบาลถือเป็นลูกค้า และ/หรือคู่ค้าที่สำคัญอีกกลุ่มหนึ่งของ บีเจซี อย่างไรก็ตามจากปัญหาความวุ่นวายทางการเมือง จนนำไปสู่การปฏิวัติรัฐประหาร โดยการควบคุมการบริหารและปกครองประเทศของฝ่ายทหาร มีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างในการบริหารประเทศ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อภาระกิจของภาครัฐ โดยเฉพาะ ช่วงครึ่งปีหลังของปี 2557 ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อภาระกิจของบีเจซี

การบริหารความเสี่ยง

- 4.1 รักษาความสัมพันธ์อันดีต่อกลุ่มลูกค้าเดิม และหาพันธมิตรใหม่ ๆ ทางการค้าเพิ่มเติม
- 4.2 เปลี่ยนกลยุทธ์ ในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้สอดคล้องและเหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน

- 4.3 ติดตามสถานการณ์ทางการเมืองอย่างใกล้ชิด ซึ่งจะช่วยให้รับรู้สถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างเป็นปัจจุบันและเพื่อสามารถป้องกันความเสี่ยงต่าง ๆ ได้ทันทั่วทั้งในกรณีที่เหตุการณ์ใด ๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจของบีเจซีได้

5. ความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยน

จากการที่ บีเจซี มีการดำเนินธุรกิจและลงทุนทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งมีธุรกรรมอ้างอิงเงินตราต่างประเทศ ทั้งการนำเข้า-ส่งออก วัตถุดิบ สินค้าและบริการ รวมทั้งเครื่องจักรและอุปกรณ์ต่าง ๆ เพื่อใช้ในการผลิต ทำให้ต้องเผชิญกับความเสี่ยงจากการผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินการด้านการเงิน

การบริหารความเสี่ยง

- 5.1 พิจารณาทำการป้องกันความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนในตัว (Natural Hedge) สำหรับรายการที่มีการรับและจ่ายเงินด้วยเงินตราต่างประเทศ ในสกุลเดียวกันและเกิดขึ้นในช่วงเวลาเดียวกัน
- 5.2 ใช้เครื่องมือทางการเงิน อาทิ การซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า (Forward) เพื่อป้องกันความเสี่ยงด้านรายจ่ายและรายรับที่เป็นเงินสกุลต่างประเทศโดยแนวทางการบริหารความเสี่ยงจะต้องสอดคล้องกับนโยบายทางการเงินของบีเจซี
- 5.3 ศึกษาและติดตามสถานการณ์ แนวโน้มและโอกาสทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับอัตราแลกเปลี่ยนอย่างใกล้ชิด เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการเลือกใช้เครื่องมือทางการเงินที่เหมาะสม โดยปราศจากการเก็งกำไรจากอัตราแลกเปลี่ยน

6. ความเสี่ยงด้านอัตราดอกเบี้ย

เนื่องจาก บีเจซี มีการลงทุนและขยายธุรกิจอย่างต่อเนื่อง ทำให้ต้องมีการระดมเงินทุนเพื่อใช้ในกิจการและการลงทุนในโครงการต่าง ๆ โดยการกู้ยืมผ่านสถาบันการเงิน รวมถึงการออกตราสารหนี้ จึงหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะต้องเผชิญกับความเสี่ยงจากการผันผวนของอัตราดอกเบี้ย ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อต้นทุนทางการเงินของบริษัท

การบริหารความเสี่ยง

- 6.1 พิจารณาสัดส่วนโครงสร้างหนี้ที่มีอัตราดอกเบี้ยคงที่ และหนี้ที่มีอัตราดอกเบี้ยลอยตัว ให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม และสอดคล้องกับสภาวะความต้องการใช้เงินทุน รวมทั้งสภาวะและแนวโน้มอัตราดอกเบี้ยในแต่ละช่วงเวลา
- 6.2 พิจารณาสินเชื่อที่เหมาะสม และสอดคล้องกับกระแสเงินสดรับและจ่ายของกิจการ โดยหลีกเลี่ยงการกู้เงินกู้ผิดวัตถุประสงค์ เช่น การนำเงินกู้ระยะสั้นไปลงทุนในธุรกิจที่ต้องรอผลตอบแทนในระยะยาวหรือการนำเงินที่ได้จากเงินกู้ระยะยาวแบบอัตราดอกเบี้ยลอยตัวไปทำธุรกิจที่คาดว่าจะได้ผลตอบแทนคงที่
- 6.3 ใช้เครื่องมือทางการเงิน เช่น Interest Rate Swap โดยคำนึงถึงความเหมาะสม และสอดคล้องกับสถานการณ์ในขณะใดขณะหนึ่ง เพื่อช่วยลดต้นทุนและความเสี่ยงทางด้านอัตราดอกเบี้ยของบริษัท
- 6.4 ศึกษาทางเลือกในการกู้ยืมในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อช่วยในการบริหารต้นทุนทางการเงินให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมกับธุรกิจ โดยแนวทางการบริหารความเสี่ยงจะต้องสอดคล้องกับนโยบายทางการเงินของ บีเจซี
- 6.5 ศึกษาและติดตามสถานการณ์ แนวโน้มของอัตราดอกเบี้ยอย่างใกล้ชิดเพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการป้องกันความเสี่ยง

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ทรัพย์สินถาวรที่บริษัทและบริษัทย่อยใช้ในการประกอบธุรกิจ

ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 ประกอบด้วย

หน่วย : พันบาท

| | ที่ดินและส่วนปรับปรุงที่ดิน | ส่วนเกินจากการตีราคาที่ดินเพิ่มขึ้น | อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร | ส่วนเกินจากการตีราคาอาคาร | เครื่องจักรและอุปกรณ์ | ส่วนเกินจากการตีราคาเครื่องจักรฯ | เครื่องตกแต่งติดตั้งและอุปกรณ์สำนักงาน | ยานพาหนะ | สินทรัพย์ระหว่างก่อสร้าง | รวม | ภาระผูกพัน |
|--|-----------------------------|-------------------------------------|---------------------------|---------------------------|-----------------------|----------------------------------|--|----------|--------------------------|-----------|------------|
| บมจ. เบอริลียูคเกอร์ | 47,247 | - | 87,483 | - | 71,818 | - | 115,175 | 41,668 | 12,708 | 376,099 | ไม่มี |
| บจ. อูเบียอุตสาหกรรม | 3,860 | - | 44,860 | - | 153,076 | - | 6,175 | - | 7,656 | 215,627 | ไม่มี |
| บจ. เบอริลียูคเกอร์ ฟู้ดส์ | 60,590 | - | 128,708 | - | 264,367 | - | 5,878 | 41 | 13,970 | 473,554 | ไม่มี |
| บจ. เบอริลียูคเกอร์ เซลล์อ็อกซ์ | 129,345 | 434,413 | 289,485 | - | 1,257,945 | - | 3,353 | - | 19,582 | 2,134,123 | ไม่มี |
| บมจ. อุตสาหกรรมทำเครื่องแก้วไทย | 137,144 | 1,169,850 | 460,188 | - | 1,362,996 | - | 27,521 | - | 51,273 | 3,208,972 | ไม่มี |
| บจ. ไทยกลาสเทคโนโลยี | - | - | - | - | 7,132 | - | 269 | - | - | 7,401 | ไม่มี |
| BJC International (Vietnam) Limited | - | - | 118,864 | - | 23,382 | - | 2,639 | - | - | 144,885 | ไม่มี |
| บจ. ไทย-สแกนดิค สตีล | - | - | 27,152 | - | 26,831 | - | 2,284 | - | 1,376 | 57,643 | ไม่มี |
| บจ. เบอริลียูคเกอร์ โลจิสติกส์ | - | - | 9,826 | - | 40,472 | - | 19,328 | 1,004 | 712 | 71,342 | ไม่มี |
| บจ. บีเจซี เฮลท์แคร์ | - | - | - | - | 40,725 | - | - | - | - | 40,725 | ไม่มี |
| BJC Foods (Malaysia) Sdn. Bhd. | - | - | 31,839 | - | 45,320 | - | 5,556 | 2,605 | - | 85,320 | ไม่มี |
| บจ. ไทยเบเวอร์เรจแคน | 103,725 | - | 761,466 | - | 2,715,869 | - | 27,191 | 13,847 | 106,473 | 3,728,571 | ไม่มี |
| บจ. ที.ซี.ซี. เทคโนโลยี | - | - | - | - | 311,689 | - | 171,385 | - | - | 483,074 | ไม่มี |
| Malaya Glass Products Sdn Bhd | 24,804 | 37,682 | 39,080 | 53,599 | 272,385 | - | 5,022 | 3,528 | 10,764 | 446,864 | ไม่มี |
| Malaya-Vietnam Glass Limited | - | - | 99,439 | - | 532,330 | - | 4,562 | 3,581 | 241 | 640,153 | ไม่มี |
| บจ. ไทย มาลายา กลาส | 316,252 | 36,309 | 1,433,557 | 7,131 | 2,923,461 | 248,806 | 35,261 | - | 58,943 | 5,059,720 | ไม่มี |
| Thai Corp International (Vietnam) Company Limited | - | - | - | - | 2,030 | - | 6,373 | 1,070 | 493 | 9,966 | ไม่มี |
| บจ. บีเจซี โอแกนิก (เดิมชื่อ บจ. เจอร์เนล โฮลดิ้งส์) | - | - | 8,066 | - | 4,488 | - | 9,351 | - | 3,112 | 25,017 | ไม่มี |
| บจ. เอเชียบูคิส | - | - | 29,583 | - | - | - | 25,135 | - | - | 54,718 | ไม่มี |
| บจ. บีเจซี ดานอน แดรี่ | - | - | 76,972 | 14,932 | 363,694 | 66,296 | 7,622 | - | 217 | 529,733 | ไม่มี |
| Ichiban Company Limited | - | - | 131,932 | - | 17,882 | - | 1,507 | 376 | 47,648 | 199,345 | มี* |
| Thai An Group | - | - | 16,894 | - | 57,544 | - | 31,869 | 10,408 | 288 | 117,003 | ไม่มี |
| BJC-MPM (Lao) Sole Company Limited | - | - | 18,957 | - | 39,083 | - | 10,151 | 9,153 | - | 77,344 | ไม่มี |
| TBC-Ball Beverage Can Vietnam Limited | 5,901 | - | 433,286 | - | 967,712 | - | 4,467 | 5,474 | 129,554 | 1,546,394 | ไม่มี |

| | ที่ดินและส่วนปรับปรุงที่ดิน | ส่วนเกินจากการตีราคาที่ดินเพิ่มขึ้น | อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร | ส่วนเกินจากการตีราคาอาคาร | เครื่องจักรและอุปกรณ์ | ส่วนเกินจากการตีราคาเครื่องจักรฯ | เครื่องตกแต่งติดตั้งและอุปกรณ์สำนักงาน | ยานพาหนะ | สินทรัพย์ระหว่างก่อสร้าง | รวม | ภาระผูกพัน |
|---|-----------------------------|-------------------------------------|---------------------------|---------------------------|-----------------------|----------------------------------|--|----------|--------------------------|------------|------------|
| บจ. บีเจซี คอมเมิร์ซ (เดิมชื่อ บจ. บีเจซี รีเทล) | - | - | - | - | - | - | 622 | - | 1,944 | 2,566 | ไม่มี |
| รวม | 828,868 | 1,678,254 | 4,247,637 | 75,662 | 11,502,231 | 315,102 | 528,696 | 92,755 | 466,954 | 19,736,159 | |

* อาคารมูลค่าตามบัญชี จำนวน 132 ล้านบาท ได้ถือเป็นหลักประกันตามบันทึกข้อตกลงการกู้ยืมเงินระยะยาวกับสถาบันการเงินแห่งหนึ่ง

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

- 1.1 คดีที่อาจมีผลกระทบด้านลบต่อสินทรัพย์ของบริษัทหรือบริษัทย่อย ที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น
- ไม่มี -
- 1.2 คดีที่กระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ แต่ไม่สามารถประเมินผลกระทบเป็นตัวเลขได้
- ไม่มี -
- 1.3 คดีที่มีได้เกิดจากการประกอบธุรกิจโดยปกติของบริษัท
- ไม่มี -

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

6.1 ข้อมูลทั่วไป

6.1.1 ข้อมูลทั่วไปของบริษัท เบอร์ลี่ ยุคเกอร์ จำกัด (มหาชน)

| | |
|---------------------|---|
| ชื่อบริษัท | บริษัท เบอร์ลี่ ยุคเกอร์ จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) Berli Jucker Public Company Limited |
| ชื่อย่อหลักทรัพย์ | BJC |
| ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ | อาคารเบอร์ลี่ ยุคเกอร์ เลขที่ 99 ซอยรพีเบียม ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110 |
| ประเภทธุรกิจ | <p>บริษัทดำเนินธุรกิจหลักเกี่ยวกับการผลิต การจัดจำหน่าย และการให้บริการด้านต่าง ๆ ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none">ผลิต ทำการตลาด และจัดจำหน่าย (1) ผลิตภัณฑ์ด้านบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ บรรจุภัณฑ์แก้ว กระป๋องอลูมิเนียม และบรรจุภัณฑ์พลาสติกแข็ง (2) ผลิตภัณฑ์ด้านอุปโภคบริโภค ได้แก่ ขนมขบเคี้ยว เครื่องดื่ม ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากนม สินค้าเครื่องใช้ส่วนตัว (สบู่ แชมพู และเครื่องสำอาง) สินค้าเครื่องใช้ในครัวเรือน (กระดาดพลาสติกและผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด)นำเข้า และจัดจำหน่าย (1) ผลิตภัณฑ์ด้านเวชภัณฑ์ ได้แก่ เภสัชภัณฑ์ เวชภัณฑ์ และเครื่องมือทางการแพทย์ (2) ผลิตภัณฑ์ด้านเทคนิค ได้แก่ เคมีภัณฑ์อุตสาหกรรม ผลิตภัณฑ์เทคโนโลยีทางภาพ (3) ผลิตภัณฑ์ด้านหนังสือและนิตยสาร เครื่องเขียนและเครื่องใช้สำนักงานออกแบบ จัดหา และจัดจำหน่ายเครื่องมือและอุปกรณ์ ระบบควบคุมอัตโนมัติ เครื่องมือเพื่อการอุตสาหกรรม อุปกรณ์คลังสินค้า และขนส่งสินค้า และโครงเหล็กเสาไฟฟ้าแรงสูงชุดส่งกระแสให้บริการด้านพิธีการออกสินค้า คลังสินค้า ขนส่ง และจัดส่งสินค้า (โลจิสติกส์)ให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และธุรกิจอื่น ๆ |
| เลขทะเบียนบริษัท | 0107536000226 |
| ทุนจดทะเบียน | 2,014,389,444 บาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 2,014,389,444 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1 บาท |
| ทุนชำระแล้ว | 1,592,221,000 บาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 1,592,221,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1 บาท (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557) |

| | |
|--------------------------|---|
| สิทธิออกเสียงในที่ประชุม | 1 หุ้น ต่อ 1 เสียง |
| โทรศัพท์ | 0 2367 1111 (ระบบ D.I.D.) และ 0 2367 4520-39 |
| โทรสาร | 0 2367 1000 และ 0 2381 4545 |
| เว็บไซต์ | http://www.bjc.co.th |

6.1.2 ข้อมูลของนิติบุคคลที่บริษัทถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557)

| ชื่อบริษัท | ประเภทธุรกิจ | ทุนจดทะเบียน | ประเภทหุ้น | จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย (หุ้น) | มูลค่าหุ้นละ | ทุนชำระแล้ว | จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น) | สัดส่วนการถือหุ้น/ลงทุน (ร้อยละ) |
|---|---------------------|-------------------|------------|-------------------------------|--------------|-------------------|------------------------|----------------------------------|
| บริษัทย่อย | | | | | | | | |
| บริษัท อุตสาหกรรมทำเครื่องแก้วไทย จำกัด (มหาชน) 15 หมู่ 1 ถนนราษฎร์บูรณะ แขวงราษฎร์บูรณะ เขตราษฎร์บูรณะ กรุงเทพมหานคร โทรศัพท์ : 0 2427 0060-3, 0 2769 3500 โทรสาร : 0 2427 6603, 0 2769 3501, 0 2769 3535 | ผลิตภาชนะแก้ว | 1,170,000,000 บาท | สามัญ | 117,000,000 | 10 บาท | 1,170,000,000 บาท | 115,355,235 | 98.59 |
| บริษัท ไทย มาลาया กลาส จำกัด 28 เขตประกอบการอุตสาหกรรม เอส ไอ แอล หมู่ที่ 1 ตำบลบัวลอย อำเภอหนองแค จังหวัดสระบุรี โทรศัพท์ : 0 3637 3821-7 โทรสาร : 0 3637 3812-7 | ผลิตภาชนะแก้ว | 2,270,000,000 บาท | สามัญ | 22,700,000 | 100 บาท | 2,270,000,000 บาท | 22,700,000 | 100 |
| บริษัท ไทยกลาสเทคโนโลยี จำกัด 78 หมู่ 3 ซอยวัดศรีวารีน้อย ถนนบางนา-ตราด กม.18 ตำบลหนองปรือ อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โทรศัพท์ : 0 2769 3500 โทรสาร : 0 2769 350, 0 2769 3535 | บริการจัดอบรมสัมมนา | 100,000,000 บาท | สามัญ | 10,000,000 | 10 บาท | 100,000,000 บาท | 10,000,000 | 100 |

| ชื่อบริษัท | ประเภทธุรกิจ | ทุนจดทะเบียน | ประเภทหุ้น | จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย (หุ้น) | มูลค่าหุ้นละ | ทุนชำระแล้ว | จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น) | สัดส่วนการถือหุ้น/ลงทุน (ร้อยละ) |
|--|-------------------------------|------------------------|------------|-------------------------------|----------------|------------------------|------------------------|----------------------------------|
| บริษัทย่อย | | | | | | | | |
| บริษัท บีเจซี แพคเกจจิ้ง จำกัด 99 ชั้น 19 ซอยบูรเบียว ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร | บริษัทลงทุน | 2,055,000,000 บาท | สามัญ | 20,550,000 | 100 บาท | 2,055,000,000 บาท | 20,550,000 | 100 |
| บีเจซี ก๊าซ คัมปะนี ลิมิเตด 1 ถนนแมทเธอร์สัน อาคารไทมส์แควร์ ตึก 2 ชั้น 36 คอสเวย์เบย์ เขตปกครองพิเศษฮ่องกง โทรศัพท์ : 3188 8333 โทรสาร : 3188 8222 | ลงทุน ค้าขาย นำเข้า และส่งออก | 8,310,000 เหรียญฮ่องกง | สามัญ | 8,310,000 | 1 เหรียญฮ่องกง | 8,310,000 เหรียญฮ่องกง | 8,310,000 | 100 |
| บีเจซี ก๊าซ เวียดนาม ลิมิเตด เขตอุตสาหกรรม มี ส่วน เขตดินบิน จังหวัด บา เรีย หวง เต่า ประเทศเวียดนาม โทรศัพท์: (84.8) 39306629 โทรสาร: (84.8) 39305925 | ผลิตภาชนะแก้ว | 15,822,000 เหรียญสหรัฐ | - | - | - | 15,822,000 เหรียญสหรัฐ | - | 100 |
| บริษัท ไทย เบเวอร์เรจ แคน จำกัด 99 หมู่ 9 ถนนหนองปลากระดี่ ตำบลหนองปลิง อำเภอหนองแค จังหวัดสระบุรี โทรศัพท์ : 0 3637 3600 โทรสาร : 0 3637 3602 | ผลิตกระป๋องอะลูมิเนียม | 1,500,000,000 บาท | สามัญ | 150,000,000 | 10 บาท | 1,500,000,000 บาท | 75,000,010 | 50.00001 |



ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ



แบบ 56-1 ประจำปี 2557

| ชื่อบริษัท | ประเภทธุรกิจ | ทุนจดทะเบียน | ประเภทหุ้น | จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย (หุ้น) | มูลค่าหุ้นละ | ทุนชำระแล้ว | จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น) | สัดส่วนการถือหุ้น/ลงทุน (ร้อยละ) |
|--|------------------------|----------------------------------|------------|-------------------------------|------------------|--------------------------------|------------------------|----------------------------------|
| บริษัทย่อย | | | | | | | | |
| ทีบีซี-บอล เบเวอร์เรจ แคน โฮลดิ้ง ลิมิเต็ด 193 ถนนปิ่นสืงไคต์เวิร์ด ฝั่งตะวันตก 1618 อาคารแกรนด์เซ็นจูรีเพลส ทาวเวอร์ 1 เกาลูน เขตปกครองพิเศษฮ่องกง | บริษัทลงทุน | 60,000,000 เหรียญสหรัฐ | สามัญ | 60,000,000 | 1 เหรียญสหรัฐ | 60,000,000 เหรียญสหรัฐ | 16,074,000 | 26.79 |
| ทีบีซี-บอล เบเวอร์เรจ แคน เวียดนาม ลิมิเต็ด 2 วีเอสไอที 2-เอ ถนน18 เขตอุตสาหกรรม เวียดนาม - สิงคโปร์ พาร์ค 2-เอ เขตฮานอย จังหวัดบิ่ญเยือง ประเทศเวียดนาม โทรศัพท์ : 84 650 222 1081-88 โทรสาร : 84 650 222 1089-90 | ผลิตกระป๋องอะลูมิเนียม | 1,170,000,000,000 เวียดนามดอง | - | - | - | 585,000,000,000 เวียดนามดอง | - | 26.79 |
| บริษัท เบอรัลล์ ยุคเกอร์ ฟู้ดส์ จำกัด 225/10 หมู่ 1 ถนนเทพารักษ์ ตำบลบางเสาธง อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ โทรศัพท์ : 0 2313 1470-3 โทรสาร : 0 2313 1031 | ผลิตอาหารว่าง | 320,000,000 บาท | สามัญ | 3,200,000 | 100 บาท | 320,000,000 บาท | 3,200,000 | 100 |

| ชื่อบริษัท | ประเภทธุรกิจ | ทุนจดทะเบียน | ประเภทหุ้น | จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย (หุ้น) | มูลค่าหุ้นละ | ทุนชำระแล้ว | จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น) | สัดส่วนการถือหุ้น/ลงทุน (ร้อยละ) |
|--|--|----------------------|------------|-------------------------------|--------------|----------------------|------------------------|----------------------------------|
| บริษัทย่อย | | | | | | | | |
| บีเจซี ฟู้ดส์ (มาเลเซีย) เอสดีเอ็น บีเอชดี ล็อต 1 จาลัน เปลาเบอร์ 23/1 ส่วน 23 40300 ชารีย์ ฮาลัมม เซลิงกอร์ ประเทศมาเลเซีย โทรศัพท์ : 603-5542 4113 โทรสาร : 603-5542 0131 | ผลิตอาหารว่าง | 12,000,000 ริงกิต | สามัญ | 12,000,000 | 1 ริงกิต | 12,000,000 ริงกิต | 12,000,000 | 100 |
| บริษัท บีเจซี ดานอน แครี่ จำกัด 990 อาคารอับดุลราฮิม เฟลส ยูนิต 804 ชั้นที่ 8 ถนนพระราม 4 แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร โทรศัพท์ : 0 2649 2900 โทรสาร : 0 2632 2223 | ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตสด และผลิตภัณฑ์ซึ่งทำจากนม | 935,200,000 บาท | สามัญ | 9,352,000 | 100 บาท | 935,200,000 บาท | 4,769,520 | 51 |
| บริษัท เบอร์ลี ยูคเกอร์ เซลลิวอร์ จำกัด 330 หมู่ 9 ถนนบางนา-ตราด ตำบลบางไผ่ อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โทรศัพท์ : 0 2312 6115-8 โทรสาร : 0 2312 6173 | ผลิตกระดาษ | 900,000,000 บาท | สามัญ | 90,000,000 | 10 บาท | 900,000,000 บาท | 85,354,470 | 94.84 |

| ชื่อบริษัท | ประเภทธุรกิจ | ทุนจดทะเบียน | ประเภทหุ้น | จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย (หุ้น) | มูลค่าหุ้นละ | ทุนชำระแล้ว | จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น) | สัดส่วนการถือหุ้น/ลงทุน (ร้อยละ) |
|--|--|-------------------------|------------|-------------------------------|----------------|-------------------------|------------------------|----------------------------------|
| บริษัทย่อย | | | | | | | | |
| บริษัท ภูเก็ตอุตสาหกรรม จำกัด 70 หมู่ 13 ถนนปู่เจ้าสมิงพราย ตำบลบางหญ้าแพรก อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ โทรศัพท์ : 0 2385 9024 โทรสาร : 0 2385 9355 | ผลิตสบู่ เครื่องสำอาง และลูกอม | 70,000,000 บาท | สามัญ | 70,000 | 1,000 บาท | 70,000,000 บาท | 69,892 | 99.85 |
| บริษัท เบอร์ลี ยูคเกอร์ โลจิสติกส์ จำกัด 99 อาคารเบอร์ลี ยูคเกอร์ ซอยสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร โทรศัพท์ : 0 2367 1233-5 โทรสาร : 0 2712 2273 | บริการด้านพิธีการออกสินค้า คลังสินค้า ขนส่งและจัดส่งสินค้า | 50,000,000 บาท | สามัญ | 500,000 | 100 บาท | 50,000,000 บาท | 500,000 | 100 |
| ไทยคอร์ป อินเตอร์เนชั่นแนล คัมปะนี ลิมิเต็ด ถนนแมทเธอร์สัน อาคารไทมส์แควร์ ตึก 2 ชั้น 36 คอสเวย์เบย์ เขตปกครองพิเศษฮ่องกง โทรศัพท์ : 3188 8333 โทรสาร : 3188 8222 | บริษัทลงทุน | 41,000,000 เหรียญฮ่องกง | สามัญ | 41,000,000 | 1 เหรียญฮ่องกง | 41,000,000 เหรียญฮ่องกง | 30,750,000 | 75 |



ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ



แบบ 56-1 ประจำปี 2557

| ชื่อบริษัท | ประเภทธุรกิจ | ทุนจดทะเบียน | ประเภทหุ้น | จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย (หุ้น) | มูลค่าหุ้นละ | ทุนชำระแล้ว | จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น) | สัดส่วนการถือหุ้น/ลงทุน (ร้อยละ) |
|---|--------------------------------------|--------------------------------|------------|-------------------------------|-----------------------|--------------------------------|------------------------|----------------------------------|
| บริษัทย่อย | | | | | | | | |
| ไทยคอร์ป อินเตอร์เนชั่นแนล (เวียดนาม) คัมปะนี ลิมิเต็ด 40 บา ฮูเยน ตวน กวน วาร์ด 6 ดิสทริก 3 โฮจิมินห์ซิตี ประเทศเวียดนาม โทรศัพท์ : (848) 3811-7777, (848) 3811-9999 โทรสาร : (848) 3811-7816 | ตัวแทนจำหน่าย | 54,000,000,000 เวียดนามดอง | - | - | - | 5,400,000,000 เวียดนามดอง | - | 75 |
| บีเจไอเอ็มเค คัมปะนี ลิมิเต็ด 1 ถนนเมทเธอร์สัน อาคารไทมส์แควร์ ตึก 2 ชั้น 36 คอสมเวย์เบย์ เขตปกครองพิเศษฮ่องกง โทรศัพท์ : 3188 8333 โทรสาร : 3188 8222 | ตัวแทนจำหน่าย | 5,110,000 เหรียญฮ่องกง | สามัญ | 5,110,000 | 1 เหรียญฮ่องกง | 5,110,000 เหรียญฮ่องกง | 3,832,500 | 75 |
| อิจิบัง คัมปะนี ลิมิเต็ด ล๊อต 5-4 ถนน เอ็ม 14 เขตอุตสาหกรรมตัน บินห์ ย่านบิน ฮึง ฮวา เขตบินห์ ทัน โฮจิมินห์ ประเทศเวียดนาม | ผลิตผลิตภัณฑ์ซึ่งทำจาก ถั่วเหลือง | 30,000,000,000 เวียดนามดอง | - | - | - | 30,000,000,000 เวียดนามดอง | - | 75 |
| ไทอัน เวียดนาม จอยท์ สต็อก คัมปะนี ห้อง 1803 อาคารซานอย เซ็นเตอร์ ออฟฟิศ 44บี ดี ทวง เคียด ย่านดริน ฮึง ดาว เขตฮวน เคียม ซานอย ประเทศเวียดนาม | บริษัทลงทุน | 600,000,000,000 เวียดนามดอง | สามัญ | 60,000,000 | 10,000 เวียดนามดอง | 600,000,000,000 เวียดนามดอง | 39,000,000 | 65 |



ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ



แบบ 56-1 ประจำปี 2557

| ชื่อบริษัท | ประเภทธุรกิจ | ทุนจดทะเบียน | ประเภทหุ้น | จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย (หุ้น) | มูลค่าหุ้นละ | ทุนชำระแล้ว | จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น) | สัดส่วนการถือหุ้น/ลงทุน (ร้อยละ) |
|--|------------------------------|--------------------------------|------------|-------------------------------|-----------------------|--------------------------------|------------------------|----------------------------------|
| บริษัทย่อย | | | | | | | | |
| ภูเก็ต กรุป จอยท์ สต็อก คัมปะนี ห้อง 1801 อาคารซานอย เซ็นเตอร์ ออฟฟิศ 44บี ลี ทวง เคียด ย่านตรัน ซิ่ง ดาว เขตฮวน เคียม ซานอย ประเทศเวียดนาม โทรศัพท์ : 5659099 โทรสาร : 5659088 | จำหน่ายสินค้าอุปโภคและบริโภค | 366,265,340,000 เวียดนามดอง | สามัญ | 36,626,534 | 10,000 เวียดนามดอง | 366,265,340,000 เวียดนามดอง | 23,642,428 | 64.55 |
| ภูเก็ต เทเลคอมมูนิเคชั่น จอยท์ สต็อก คัมปะนี ห้อง 18-01 อาคารซานอย เซ็นเตอร์ ออฟฟิศ 44บี ลี ทวง เคียด ย่านตรัน ซิ่ง ดาว เขตฮวน เคียม ซานอย ประเทศเวียดนาม โทรศัพท์ : 5659099 โทรสาร : 5659088 | จำหน่ายสินค้าอุปโภคและบริโภค | 50,000,000,000 เวียดนามดอง | สามัญ | 5,000,000 | 10,000 เวียดนามดอง | 50,000,000,000 เวียดนามดอง | 3,224,500 | 64.49 |
| ภูเก็ต คอนสตรัคชั่น แอนด์ อินเวสท์เม้นท์ จอยท์ สต็อก คัมปะนี ห้อง 18-01 อาคารซานอย เซ็นเตอร์ ออฟฟิศ 44บี ลี ทวง เคียด ย่านตรัน ซิ่ง ดาว เขตฮวน เคียม ซานอย ประเทศเวียดนาม โทรศัพท์ : 5659078 โทรสาร : 5659078 | จำหน่ายวัสดุก่อสร้าง | 10,000,000,000 เวียดนามดอง | สามัญ | 1,000,000 | 10,000 เวียดนามดอง | 10,000,000,000 เวียดนามดอง | 644,900 | 64.49 |



ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ



แบบ 56-1 ประจำปี 2557

| ชื่อบริษัท | ประเภทธุรกิจ | ทุนจดทะเบียน | ประเภทหุ้น | จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย (หุ้น) | มูลค่าหุ้นละ | ทุนชำระแล้ว | จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น) | สัดส่วนการถือหุ้น/ลงทุน (ร้อยละ) |
|---|------------------------------|-------------------------------|------------|-------------------------------|-----------------------|-------------------------------|------------------------|----------------------------------|
| บริษัทย่อย | | | | | | | | |
| ภูไท ซานอย เทรดดิ้ง จอยท์ สต็อก คัมปะนี ปี8-ปี10/ตี21 เกา เจย์ เรสซิเดนซ์ แอเรีย ย่านดิค วง เฮา เขตเกาเจย์ ซานอย ประเทศเวียดนาม โทรศัพท์ : +84.437959147 – 149 - 152 โทรสาร : +84.437959154 | จำหน่ายสินค้าอุปโภคและบริโภค | 19,000,000,000 เวียดนามดอง | สามัญ | 1,900,000 | 10,000 เวียดนามดอง | 19,000,000,000 เวียดนามดอง | 1,225,310 | 64.49 |
| ภูไท คันทอ ดิสทริบิวชั่น จอยท์ สต็อก คัมปะนี 132ดี ตรัน ควง เดอ ย่านอัน ทอย เขตบิน ทุย เกิน เทอ ประเทศเวียดนาม | จำหน่ายสินค้าอุปโภคและบริโภค | 15,000,000,000 เวียดนามดอง | สามัญ | 1,500,000 | 10,000 เวียดนามดอง | 15,000,000,000 เวียดนามดอง | 967,350 | 64.49 |
| ภูไท ฟู้ดส์ เวียดนาม คัมปะนี ลิมิเต็ด 43อาร์/27 โฮ วาน เฮือ ย่าน 9 เขตภู งวน โฮจิมินห์ ประเทศเวียดนาม | จำหน่ายสินค้าอุปโภคและบริโภค | 87,300,000,000 เวียดนามดอง | - | - | - | 87,300,000,000 เวียดนามดอง | - | 64.55 |
| ภูไท ฟู้ดส์ เซ็นทรัล เวียดนาม วัน เมมเบอร์ คัมปะนี ลิมิเต็ด 34 เทวียน ฮู โท ย่านฮัว ทวน เท เขตไฮ เซา ดานัง ประเทศเวียดนาม | จำหน่ายสินค้าอุปโภคและบริโภค | 5,000,000,000 เวียดนามดอง | - | - | - | 5,000,000,000 เวียดนามดอง | - | 64.55 |

| ชื่อบริษัท | ประเภทธุรกิจ | ทุนจดทะเบียน | ประเภทหุ้น | จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย (หุ้น) | มูลค่าหุ้นละ | ทุนชำระแล้ว | จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น) | สัดส่วนการถือหุ้น/ลงทุน (ร้อยละ) |
|---|------------------------------|--------------------------------|------------|-------------------------------|-----------------------|--------------------------------|------------------------|----------------------------------|
| บริษัทย่อย | | | | | | | | |
| ภูไท ฟู้ดส์ นอร์ธ คัมปะนี ลิมิเต็ด ตรอก 62 180 เอ/3 ถนนเหวียน ลวง บาง ย่านคอง ตรัง เขตตง ดา ฮานอย ประเทศเวียดนาม โทรศัพท์ : 04.37833638, 04.37833639 โทรสาร : 04.37833637 | จำหน่ายสินค้าอุปโภคและบริโภค | 60,000,000,000 เวียดนามดอง | - | - | - | 60,000,000,000 เวียดนามดอง | - | 64.55 |
| ฟิทิ ฟู้ด ดิสทริบิวชั่น จอยท์ สต็อก คัมปะนี 352 ใจ ฟง ย่านฟง เลียด เขตทาน ซวน ฮานอย ประเทศเวียดนาม โทรศัพท์ : 04.2407594 | จำหน่ายสินค้าอุปโภคและบริโภค | 10,000,000,000 เวียดนามดอง | สามัญ | 1,000,000 | 10,000 เวียดนามดอง | 10,000,000,000 เวียดนามดอง | 516,100 | 51.61 |
| วัน ฟู เอกซ์พอร์ท อิมพอร์ท เทรดิง แมนูแฟคเจอร์ริง คัมปะนี ลิมิเต็ด เขตอุตสาหกรรมไฮ ซ่าน ย่านไฮ ซ่าน แบค เขตเลี่ยน ซือ ดานัง ประเทศเวียดนาม โทรศัพท์ : 0511.3821579 โทรสาร : 0511.3614883 | บริการด้านคลังสินค้า | 1,900,000,000 เวียดนามดอง | - | - | - | 1,900,000,000 เวียดนามดอง | - | 64.55 |
| ไทฮัน เวียดนาม เทรดิง คัมปะนี ลิมิเต็ด 69 เหวียน คัก ู ย่านโค เกียง เขต 1 โฮจิมินห์ ประเทศเวียดนาม | ค้าปลีก | 187,125,675,000 เวียดนามดอง | - | - | - | 187,125,675,000 เวียดนามดอง | - | 64.55 |

| ชื่อบริษัท | ประเภทธุรกิจ | ทุนจดทะเบียน | ประเภทหุ้น | จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย (หุ้น) | มูลค่าหุ้นละ | ทุนชำระแล้ว | จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น) | สัดส่วนการถือหุ้น/ลงทุน (ร้อยละ) |
|---|--|------------------------------|------------|-------------------------------|-----------------------|------------------------------|------------------------|----------------------------------|
| บริษัทย่อย | | | | | | | | |
| ภูไท ฟู้ด ดิสทริบิวชั่น จอยท์ สต็อก คัมปะนี 43อาร์/27 ไฮ วาน เอื้อ ย่าน 9 เขตงวน ไฮจิมนท์ ประเทศเวียดนาม | จำหน่ายสินค้าอุปโภคและบริโภค | 9,000,000,000 เวียดนามดอง | สามัญ | 900,000 | 10,000 เวียดนามดอง | 9,000,000,000 เวียดนามดอง | 580,950 | 64.55 |
| บริษัท บีเจเอส อินเวสเมนต์ จำกัด 99 อาคารเบอร์ลี ยุคเกอร์ ซอยยูเบีย ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร | บริษัทลงทุน | 200,000,000 บาท | สามัญ | 2,000,000 | 100 บาท | 50,000,000 บาท | 2,000,000 | 100 |
| บริษัท บีเจซี เฮลท์แคร์ จำกัด 99 อาคารเบอร์ลี ยุคเกอร์ ซอยยูเบีย ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร โทรศัพท์ : 0 2367 1111, 0 2381 4520 โทรสาร : 0 2367 1000, 0 2381 4545 | จำหน่ายเวชภัณฑ์ เครื่องมือ และอุปกรณ์ทางการแพทย์ | 200,000,000 บาท | สามัญ | 20,000,000 | 10 บาท | 200,000,000 บาท | 20,000,000 | 100 |
| บริษัท มณฑนา จำกัด 48 ชั้น 1 ซอย สมานันท์-บาโบส ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร โทรศัพท์ : 0 2367 1204 | จำหน่ายเวชภัณฑ์ เครื่องมือ และอุปกรณ์ทางการแพทย์ | 500,000 บาท | สามัญ | 500 | 1,000 บาท | 500,000 บาท | 500 | 100 |

| ชื่อบริษัท | ประเภทธุรกิจ | ทุนจดทะเบียน | ประเภทหุ้น | จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย (หุ้น) | มูลค่าหุ้นละ | ทุนชำระแล้ว | จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น) | สัดส่วนการถือหุ้น/ลงทุน (ร้อยละ) |
|--|---|-----------------|-------------------------|-------------------------------|------------------------|--|----------------------------|----------------------------------|
| บริษัทย่อย | | | | | | | | |
| บริษัท คอสมา เมดิคอล จำกัด 48 ซอยสมานฉันท์-บาโบส ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร โทรศัพท์: 0 2367 1252 โทรสาร : 0 2367 1246 | จำหน่ายเวชภัณฑ์ เครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ | 5,000,000 บาท | สามัญ | 50,000 | 100 บาท | 1,325,000 บาท | 50,000 | 100 |
| บริษัท บีเจซี มาเฮ เมดิคอล จำกัด 99 อาคารเบอร์ลี่ ยุคเกอร์ ซอยรุบีย ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร | จำหน่ายเวชภัณฑ์และวัสดุการแพทย์ | 20,000,000 บาท | สามัญ | 200,000 | 100 บาท | 15,000,000 บาท | 200,000 | 100 |
| บริษัท บีเจซี แอนด์ ซีเอฟ (ประเทศไทย) จำกัด 99 อาคารเบอร์ลี่ ยุคเกอร์ ซอยรุบีย ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร | ผลิตและจำหน่ายเวชภัณฑ์ | 30,000,000 บาท | สามัญ | 3,000,000 | 10 บาท | 15,000,000 | 1,530,000 | 51 |
| บริษัท ไทย-สแกนดิค สติล จำกัด 7 ถนนไอ-ห้า นิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด ตำบลมาบตาพุด อำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง โทรศัพท์ : 0 3868 3066-70 โทรสาร : 0 3868 3065 | ผลิตโครงสร้างเหล็ก ชุบสังกะสี | 586,000,000 บาท | สามัญ บุริมสิทธิ | 4,560,000 1,300,000 | 100 บาท 100 บาท | 456,000,000 บาท 130,000,000 บาท | 4,560,000 1,300,000 | 100 |

| ชื่อบริษัท | ประเภทธุรกิจ | ทุนจดทะเบียน | ประเภทหุ้น | จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย (หุ้น) | มูลค่าหุ้นละ | ทุนชำระแล้ว | จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น) | สัดส่วนการถือหุ้น/ลงทุน (ร้อยละ) |
|---|---|----------------------------|------------|-------------------------------|----------------|----------------------------|------------------------|----------------------------------|
| บริษัทย่อย | | | | | | | | |
| บริษัท บีเจซี อินดัสเตรียล แอนด์ เทคดิง จำกัด 99 อาคารเบอร์ลี ยุคเกอร์ ซอยรุบีย ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร โทรศัพท์ : 0 367 1111, 0 2381 4520 โทรสาร : 0 2367 1000, 0 2381 4545 | จำหน่ายผลิตภัณฑ์เทคโนโลยีทางภาพ เครื่องเขียน และวัสดุก่อสร้าง | 250,000,000 บาท | สามัญ | 25,000,000 | 10 บาท | 250,000,000 บาท | 25,000,000 | 100 |
| บริษัท เบอร์ลี ยุคเกอร์ สเปเชียลตี้ส์ จำกัด 99 อาคารเบอร์ลี ยุคเกอร์ ซอยรุบีย ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร โทรศัพท์ : 0 2367 1111, 0 2381 4520 โทรสาร : 0 2381 4548 | จำหน่ายเคมีภัณฑ์ | 63,785,000 บาท | สามัญ | 18,250 | 3,500 บาท | 63,875,000 บาท | 18,095 | 99.15 |
| บริษัท บีเจซี สเปเชียลตี้ส์ จำกัด 99 อาคารเบอร์ลี ยุคเกอร์ ซอยรุบีย ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร | ค้าปลีก | 200,000,000 บาท | สามัญ | 2,000,000 | 100 บาท | 50,000,000 บาท | 2,000,000 | 100 |
| บีเจซี อินเตอร์เนชั่นแนล คัมปะนี ลิมิเต็ด 1 ถนนเมทเทอร์สัน อาคารไทมส์แควร์ ตึก 2 ชั้น 36 คอสเวย์เบย์ เขตปกครองพิเศษฮ่องกง โทรศัพท์ : 3188 8333 โทรสาร : 3188 8222 | ตัวแทนจำหน่าย | 1,234,186,102 เหรียญฮ่องกง | สามัญ | 1,234,186,102 | 1 เหรียญฮ่องกง | 1,234,186,102 เหรียญฮ่องกง | 1,234,186,102 | 100 |

| ชื่อบริษัท | ประเภทธุรกิจ | ทุนจดทะเบียน | ประเภทหุ้น | จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย (หุ้น) | มูลค่าหุ้นละ | ทุนชำระแล้ว | จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น) | สัดส่วนการถือหุ้น/ลงทุน (ร้อยละ) |
|---|--|---------------------------|------------|-------------------------------|----------------------|---------------------------|------------------------|----------------------------------|
| บริษัทย่อย | | | | | | | | |
| บีเจซี อินเตอร์เนชั่นแนล (เวียดนาม) ลิมิเตด ชั้นปิ่น คอมมูน เขตเตินเฮวียน จังหวัดบินเยือง ประเทศเวียดนาม | ตัวแทนจำหน่าย | 34,000,000 เหรียญสหรัฐ | - | - | - | 14,000,000 เหรียญสหรัฐ | - | 100 |
| บีเจซี อินเตอร์เนชั่นแนล (เมียนมาร์) คัมปะนี ลิมิเตด 132/142 ไวกัลลาวด์ คอนโด ถนนเทียนบยู เมืองโบตาตวง ย่างกุ้ง สหภาพเมียนมาร์ | บริการให้คำปรึกษาด้านการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์และการรวบรวมข้อมูล | 50,000 เหรียญสหรัฐ | สามัญ | 50 | 1,000 เหรียญสหรัฐ | 50,000 เหรียญสหรัฐ | 50 | 100 |
| บีเจซี อินเตอร์เนชั่นแนล โฮลดิ้ง พีทีอี แอลทีดี 80 ถนนโรบินสัน #02-00 ประเทศสิงคโปร์ 068898 | บริษัทลงทุน | 9,999 ยูโร | สามัญ | 9,999 | 1 ยูโร | 9,999 ยูโร | 9,999 | 100 |
| บริษัท บีเจซี โลจิสติกส์ แอนด์ แวร์เฮาส์ จำกัด 99 อาคารเบอร์ลี ภูเก็ต ซอยรูเบีย ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร | บริษัทลงทุน | 1,611,000,000 บาท | สามัญ | 161,100,000 | 10 บาท | 1,611,000,000 บาท | 161,100,000 | 100 |
| บริษัท เอเชียบัส จำกัด 99 อาคารเบอร์ลี ภูเก็ต ซอยรูเบีย ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร โทรศัพท์ : 0 2715 9000 โทรสาร : 0 2715 9197 | ผู้ค้าและจำหน่ายหนังสือและนิตยสาร | 301,724,000 บาท | สามัญ | 3,017,240 | 100 บาท | 301,724,000 บาท | 3,017,240 | 100 |



ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ



แบบ 56-1 ประจำปี 2557

| ชื่อบริษัท | ประเภทธุรกิจ | ทุนจดทะเบียน | ประเภทหุ้น | จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย (หุ้น) | มูลค่าหุ้นละ | ทุนชำระแล้ว | จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น) | สัดส่วนการถือหุ้น/ลงทุน (ร้อยละ) |
|---|--|-----------------------|-------------------------|-------------------------------|------------------------|-----------------------------------|------------------------|----------------------------------|
| บริษัทย่อย | | | | | | | | |
| บริษัท บีเจซี โอเนก จำกัด (เดิมชื่อ บริษัท เจอร์เนล โฮลดิ้งส์ จำกัด) 99 ชั้น 10 อาคารเบอร์ลี ยุคเกอร์ ซอยรูเบีย ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร | ค้าปลีก | 142,100,000 บาท | สามัญ บุริมสิทธิ | 1,420,490 510 | 100 บาท 100 บาท | 142,049,000 บาท 51,000 บาท | 1,420,490 510 | 100 |
| บริษัท ดิสทรี - ไทย จำกัด 99 อาคารเบอร์ลี ยุคเกอร์ ซอยรูเบีย ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร | ผู้ค้าและจำหน่ายหนังสือและนิตยสาร | 11,000,000 บาท | สามัญ | 110,000 | 100 บาท | 11,000,000 บาท | 110,000 | 100 |
| บริษัท บีเจซี-เอ็มพีออยท์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด 99 อาคารเบอร์ลี ยุคเกอร์ ซอยรูเบีย ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร | ค้าส่ง และค้าปลีก | 132,600,000 บาท | สามัญ | 1,326,000 | 100 บาท | 132,600,000 บาท | 676,260 | 51 |
| บีเจซี-เอ็มพีออยท์ (ฮ่องกง) คัมปะนี ลิมิเต็ด 1 ถนนแมทเธอร์สัน อาคารไทมส์แควร์ ตึก 2 ชั้น 36 คอสเวย์เบย์ เขตปกครองพิเศษฮ่องกง โทรศัพท์ : 3188 8333 โทรสาร : 3188 8222 | บริการให้คำปรึกษาด้านการบริหารจัดการแฟรนไชส์ และค้าขาย | 4,300,000 เหรียญสหรัฐ | สามัญ | 4,300,000 | 1 เหรียญสหรัฐ | 4,300,000 เหรียญสหรัฐ | 2,193,000 | 51 |

| ชื่อบริษัท | ประเภทธุรกิจ | ทุนจดทะเบียน | ประเภทหุ้น | จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย (หุ้น) | มูลค่าหุ้นละ | ทุนชำระแล้ว | จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น) | สัดส่วนการถือหุ้น/ลงทุน (ร้อยละ) |
|--|---|-----------------------|------------|-------------------------------|--------------|-----------------------|------------------------|----------------------------------|
| บริษัทย่อย | | | | | | | | |
| บีเจซี-เอ็มพีเอ็ม (ลาว) โซล คัมปะนี ลิมิเตด โกสอนพมวิหาน บ้านพะขาว เมืองไซธานี แขวงนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว | บริการให้คำปรึกษาทางด้านการค้าและการลงทุน | 25,506,000,000 กีบ | - | 327,000 | 78,000 กีบ | 25,506,000,000 กีบ | 166,770 | 51 |
| บริษัท บีเจซี คอมเมอร์เชียล จำกัด (บริษัท บีเจซี รีเทล จำกัด) 99 ซอยสุขุมวิท ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร โทร : 0 2367 1455 โทรสาร : 0 2367 1441 | ค้าปลีก | 31,000,000 บาท | สามัญ | 310,000 | 100 บาท | 31,000,000 บาท | 310,000 | 100 |
| บริษัท ที.ซี.ซี.เทคโนโลยี จำกัด 195 อาคารเอ็มไพร์ ทาวเวอร์ ชั้น 30 ถนนสาทรใต้ แขวงยานนาวา เขตสาทร กรุงเทพมหานคร โทรศัพท์ : 0 2626 0000 โทรสาร : 0 2626 0088 | ให้บริการระบบข้อมูลสารสนเทศ | 180,000,000 บาท | สามัญ | 18,000,000 | 10 บาท | 180,000,000 บาท | 9,180,000 | 51 |

| ชื่อบริษัท | ประเภทธุรกิจ | ทุนจดทะเบียน | ประเภทหุ้น | จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย (หุ้น) | มูลค่าหุ้นละ | ทุนชำระแล้ว | จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น) | สัดส่วนการถือหุ้น/ลงทุน (ร้อยละ) |
|---|---------------|--------------------------------|------------|-------------------------------|------------------|--------------------------------|------------------------|----------------------------------|
| กิจการที่ควบคุมร่วมกัน | | | | | | | | |
| บีเจซี ไอ-ไอ กล๊าส พีทีอี แอลทีดี 80 ถนนโรบินสัน #02-00 068898 ประเทศสิงคโปร์ | บริษัทลงทุน | 245,826,002 เหรียญสหรัฐ | สามัญ | 154,450,002 | 1 เหรียญสหรัฐ | 154,450,002 เหรียญสหรัฐ | 77,225,001 | 50 |
| | | | บุริมสิทธิ | 91,376,000 | 1 เหรียญสหรัฐ | 91,376,000 เหรียญสหรัฐ | 18,088,000 | |
| มาลาया กล๊าส โปรดักส์ เอสดีเอ็น บีเอชดี 72-เอ จาลัน แอมปอย 81200 ยะโฮร์ บารู จังหวัดยะโฮร์ ประเทศมาเลเซีย โทรศัพท์: (07) 2371701 โทรสาร: (07) 2371705, (07) 2360712 | ผลิตภาชนะแก้ว | 100,000,000 ริงกิต | สามัญ | 55,000,000 | 1 ริงกิต | 55,000,000 ริงกิต | 27,500,000 | 50 |
| | | | บุริมสิทธิ | 172,225 ริงกิต | 1 ริงกิต | 172,225 ริงกิต | 86,112 | |
| มาลาया เวียดนาม กล๊าส ลิมิเต็ด เขตอุตสาหกรรม มี ส่วน เขตตันปัน จังหวัดบา เรีย หุง เตา ประเทศเวียดนาม โทรศัพท์: (84.4) 39404149 โทรสาร: (84.8) 39404294 | ผลิตภาชนะแก้ว | 772,800,000,000 เวียดนามดอง | - | - | - | 322,209,160,000 เวียดนามดอง | - | 35 |

| ชื่อบริษัท | ประเภทธุรกิจ | ทุนจดทะเบียน | ประเภทหุ้น | จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย (หุ้น) | มูลค่าหุ้นละ | ทุนชำระแล้ว | จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น) | สัดส่วนการถือหุ้น/ลงทุน (ร้อยละ) |
|---|---|-----------------|------------|-------------------------------|--------------|-----------------|------------------------|----------------------------------|
| บริษัทรวม | | | | | | | | |
| บริษัท เบอร์ลี่ เอเชีย ดีค จำกัด 99 อาคารเบอร์ลี่ ยุคเกอร์ ซอยยูเรเชีย ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร โทร : 0 2367 1601 โทรสาร : 0 2381 5102 | จำหน่ายโซดาแอช | 40,000,000 บาท | สามัญ | 6,400,000 | 6.25 บาท | 40,000,000 บาท | 3,200,000 | 50 |
| บริษัท เบอร์ลี่ ไดนาพลัส จำกัด 99 อาคารเบอร์ลี่ ยุคเกอร์ ซอยยูเรเชีย ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร โทรศัพท์ : 0 2381 5088 โทรสาร : 0 2381 5788 | ผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกแข็ง | 303,933,400 บาท | สามัญ | 3,039,334 | 100 บาท | 303,933,400 บาท | 1,489,274 | 49 |
| บริษัท แก้วกรุงไทย จำกัด 8 หมู่ 2 ถนนพหลโยธิน ตำบลลำไทร อำเภอบางบาล จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โทรศัพท์ : 0 3528 7101-4 โทรสาร : 0 3528 7235 | จำหน่ายเศษแก้ว พลาสติกและวัสดุที่ใช้แล้ว | 320,000,000 บาท | สามัญ | 3,200,000 | 100 บาท | 320,000,000 บาท | 800,000 | 24.65 |

| ชื่อบริษัท | ประเภทธุรกิจ | ทุนจดทะเบียน | ประเภทหุ้น | จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย (หุ้น) | มูลค่าหุ้นละ | ทุนชำระแล้ว | จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น) | สัดส่วนการถือหุ้น/ลงทุน (ร้อยละ) |
|--|---------------|----------------|------------|-------------------------------|--------------|----------------|------------------------|----------------------------------|
| บริษัทที่หยุดดำเนินงาน | | | | | | | | |
| บริษัท โกลด์ เมคคอลเลียน จำกัด 99 อาคารเบอร์ลี ยุคเกอร์ ซอยรู่เบีย ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร | หยุดดำเนินการ | 1,000,000 บาท | สามัญ | 4,900 | 100 บาท | 490,000 บาท | 4,900 | 100 |
| | | | บุริมสิทธิ | 5,100 | 100 บาท | 510,000 บาท | 5,100 | |
| เบอร์ลี ยุคเกอร์ (เมียนมาร์) ลิมิเตด 39 (บี) ทาว วัน สตรีท ดาก่อน ทาวนชิป ย่างกุ้ง สหภาพเมียนมาร์ โทรศัพท์ : 951 226 658 โทรสาร : 951 221 598 <u>สำนักงานกรุงเทพมหานคร</u> โทรศัพท์ : 0 2367 1029 โทรสาร : 0 2712 2241 | หยุดดำเนินการ | 1,000,000 จัค | สามัญ | 615 | 1,000 จัค | 615,000 จัค | 615 | 100 |
| รูเบีย อินเวสต์เม้นท์ส ลิมิเตด หมู่เกาะบริติช เวอร์จิน | บริษัทลงทุน | 30,000,000 บาท | สามัญ | 30,000 | 1,000 บาท | 30,000,000 บาท | 30,000 | 100 |

| ชื่อบริษัท | ประเภทธุรกิจ | ทุนจดทะเบียน | ประเภทหุ้น | จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย (หุ้น) | มูลค่าหุ้นละ | ทุนชำระแล้ว | จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น) | สัดส่วนการถือหุ้น/ลงทุน (ร้อยละ) |
|--|---------------|-----------------|------------|-------------------------------|--------------|----------------|------------------------|----------------------------------|
| บริษัทที่หยุดดำเนินงาน | | | | | | | | |
| บริษัท หินอ่อนและศิลา จำกัด 48 ซอยสมานฉันท์-บาโบส ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร โทรศัพท์ : 0 2391 7331-4 โทรสาร : 0 2391 7330 | หยุดดำเนินการ | 99,800,000 บาท | สามัญ | 998,000 | 100 บาท | 99,800,000 บาท | 998,000 | 100 |
| บริษัท ไทยฟลัสปาร์แอนดมิเนอรัลส์ จำกัด 99 อาคารเบอร์ลี ยุคเกอร์ ซอยยูเบีย ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร | หยุดดำเนินการ | 2,000,000 บาท | สามัญ | 20,000 | 100 บาท | 2,000,000 บาท | 20,000 | 100 |
| บริษัท บีเจซี มารีน รีซอสเซส ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด 99 อาคารเบอร์ลี ยุคเกอร์ ซอยยูเบีย ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร | หยุดดำเนินการ | 100,000,000 บาท | สามัญ | 100,000 | 1,000 บาท | 94,400,000 บาท | 50,000 | 50 |

6.1.3 ข้อมูลของบุคคลอ้างอิง

นายทะเบียนหุ้นของบริษัท

บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด
เลขที่ 62 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ถนนรัชดาภิเษก
แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110
โทรศัพท์: 0 2229 2800
โทรสาร: 0 2359 1259

ผู้สอบบัญชี

บริษัท ดีลอยท์ ทูช โรมัทสุ ไชยยศ สอบบัญชี จำกัด
เลขที่ 183 อาคารรจนาการ ชั้น 25 ถนนสาทรใต้ แขวงยานนาวา
เขตสาทร กรุงเทพมหานคร 10120
โทรศัพท์: 0 2676 5700
โทรสาร: 0 2676 5757

ที่ปรึกษากฎหมาย

บริษัท วีระวงศ์ ชินวัฒน์ และเพียงพนอ จำกัด
เลขที่ 540 อาคารเมอริควี ทาวเวอร์ ชั้น 22 ถนนเพลินจิต แขวงลุมพินี
เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330
โทรศัพท์: 0 2264 8000
โทรสาร: 0 2657 2222

หลักทรัพย์จดทะเบียน

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
เลขที่ 62 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ถนนรัชดาภิเษก
แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110
โทรศัพท์: 0 2229 2000
โทรสาร: 0 2359 1008-11

ผู้แทนผู้ถือหุ้นกู้และนายทะเบียนหุ้นกู้

ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)
เลขที่ 1 ซอยราษฎร์บูรณะ 27/1 ถนนราษฎร์บูรณะ แขวงราษฎร์บูรณะ
เขตราษฎร์บูรณะ กรุงเทพมหานคร 10140
โทรศัพท์: 0 2888 8888
โทรสาร: 0 2888 8882

ธนาคารหลัก

ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)
ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)
ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)

ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน)
ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)
ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)
ธนาคารยูโอบี จำกัด (มหาชน)
ธนาคารซีทีแบงก์ (ประเทศไทย) จำกัด
ธนาคารบีเอ็นพี พาริสาส์
ธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน)
ธนาคารฮ่องกงและเซี่ยงไฮ้แบงกิงคอร์ปอเรชั่น จำกัด
ธนาคารดอยช์แบงก์
ธนาคารมิซูโฮ คอร์ปอเรต จำกัด
ธนาคารซูมิโตโม มิตซูบิ แบงกิง คอร์ปอเรชั่น

6.2 ข้อมูลสำคัญอื่น

-ไม่มี-