

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท เบอร์ลี่ ยูคเกอร์ จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) ก่อตั้งขึ้นในประเทศไทยเมื่อปี 2425 โดยนายอัลเบิร์ต ยูคเกอร์ และนายเฮนรี ชิกก์ โดยใช้ชื่อว่า “ห้างยูคเกอร์ แอนด์ ชิกก์ แอนด์ โก” ประกอบกิจการค้าในด้านเป็นตัวแทนบริษัทเรือฝรั่งเศส อังกฤษ และอิตาลี พร้อมกับเป็นตัวแทนบริษัทประกันภัยของต่างประเทศ และยังเป็นตัวแทนธนาคารต่างๆ ด้วย เช่น ธนาคารอินโดจีน ระหว่างปี 2421 - 2433 ธนาคารฮ่องกงและเซี่ยงไฮ้ ระหว่างปี 2428 - 2431 นอกจากนั้นยังทำการค้าโรงสีข้าวและ เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าทั้งนำเข้าและส่งออกด้วย

เมื่อนายอัลเบิร์ต เบอร์ลี่ ผู้เป็นบุตรเขยของนายยูคเกอร์ ได้เข้ามารับช่วงงานต่อจึงเปลี่ยนชื่อห้างเป็น “เอ. เบอร์ลี่ แอนด์ โก” เมื่อปี 2439 ดำเนินธุรกิจต่างๆ ทั้งการเป็นพ่อค้าเบ็ดเตล็ด ธุรกิจโรงสีข้าว การส่งออกสินค้า เช่น ข้าว ไม้ ยางสน ครั่ง และหนังสือพิมพ์ นอกจากนั้น นายอัลเบิร์ต เบอร์ลี่ ยังเป็นผู้เริ่มธุรกิจการส่งสินค้าเข้ามาจำหน่าย โดยส่งนมกระป๋องจาก สวิตเซอร์แลนด์เข้ามาขายในเมืองไทยเป็นเจ้าแรก ต่อมาได้สั่งสิ่งทอจากสวิตเซอร์แลนด์ อังกฤษ และเยอรมนี โกโก้จาก เดนมาร์กและกระดาษเช็ดมือจากสหรัฐอเมริกาเข้ามาจำหน่าย

ต่อมาในปี 2456 ห้าง เอ. เบอร์ลี่ แอนด์ โก ได้หันมาสนใจในกิจการเหมืองแร่ โดยเฉพาะดีบุกและพลูม จึงได้เปิดสาขาแห่งใหม่ที่จังหวัดนครราชสีมา และในปี 2467 ได้เปลี่ยนชื่อห้างเป็น “ห้างเบอร์ลี่ ยูคเกอร์ แอนด์ โก”

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

ในปี 2508 นายวอลเตอร์ ไมเยอร์ ได้พิจารณาว่าการดำเนินธุรกิจแบบหุ้นส่วนภายในครอบครัวเป็นอุปสรรคต่อความก้าวหน้าและการเจริญเติบโต จึงได้มีการชี้แจงและชักชวนหุ้นส่วนอื่นๆ ให้เห็นชอบต่อการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของบริษัท ไปสู่การเป็นบริษัทมหาชนที่เปิดโอกาสให้ประชาชนทั่วไปเข้ามาถือหุ้น และเมื่อมีการจัดตั้งตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยขึ้นในปี 2517 บริษัท เบอร์ลี่ ยูคเกอร์ จำกัด ก็ได้เป็น 1 ใน 7 บริษัทแรกที่เข้าเป็นสมาชิกในตลาดหลักทรัพย์เมื่อเดือนเมษายน 2518

ในปี 2510 นับเป็นปีมหามงคลของบริษัท เนื่องจากได้รับพระมหากรุณาธิคุณจากพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าโปรดกระหม่อมพระราชทานตราตั้งแก่บริษัท เบอร์ลี่ ยูคเกอร์ 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 73.833 (ณ วันที่ 1 กันยายน 2558)

บริษัทมุ่งมั่นความเป็นเลิศในการพัฒนาการผลิตสินค้าและบริการที่เปี่ยมด้วยคุณภาพตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ และเป็นผู้ดำเนินการจัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่ใช้ในชีวิตประจำวัน เพื่อตอบสนองความต้องการในทุกวันของผู้บริโภค และบริษัทได้ขยายธุรกิจอย่างต่อเนื่อง จนปัจจุบันบริษัทมีการประกอบธุรกิจใน 4 กลุ่มธุรกิจ ดังนี้

1. กลุ่มสินค้าและบริการทางบรรจภัณฑ์

ดำเนินกิจการด้านการผลิต ทำการตลาด และจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ด้านบรรจภัณฑ์ ได้แก่ บรรจภัณฑ์แก้ว บรรจภัณฑ์กระป๋องอะลูมิเนียม และบรรจภัณฑ์พลาสติกแข็ง

2. กลุ่มสินค้าและบริการทางอุปโภคบริโภค

ดำเนินกิจการด้านการผลิต ทำการตลาด และจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ด้านอุปโภคบริโภค ได้แก่ ขนมขบเคี้ยว เครื่องดื่ม ลูกอม ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากนม เต้าหู้ สินค้าเครื่องใช้ส่วนตัว (สบู่ แชมพู และเครื่องสำอาง) สินค้าเครื่องใช้ในครัวเรือน (กระดาษทิชชูและผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด) รวมถึงการทำการตลาดและจัดจำหน่ายสินค้าทั้งที่เป็นตราสินค้าของบริษัท และสินค้าภายใต้สัญญาบัตรกับบริษัทอื่น นอกจากนี้ยังให้บริการด้านพิธีการออกสินค้า คลังสินค้า ขนส่งและจัดส่งสินค้า (โลจิสติกส์) ให้แก่กลุ่มบริษัทเดียวกันและบริษัทอื่น

3. กลุ่มสินค้าและบริการทางเวชภัณฑ์และทางเทคนิค

3.1 สินค้าและบริการทางเวชภัณฑ์

ดำเนินกิจการด้านการนำเข้าและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ด้านเวชภัณฑ์ ได้แก่ เกสซ์ภัณฑ์ 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) โดยเฉพาะกลุ่มประเทศในกลุ่มแม่น้ำโขง ได้แก่ กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ และ เวียดนาม เป็นลำดับแรก ซึ่งมุ่งเน้นในการสร้างเครือข่าย และฐานธุรกิจในระยะยาว ภายใต้ความท้าทายและข้อจำกัดทั้งด้านการค้าและการเมืองในภูมิภาคนี้

4.2 กลุ่มธุรกิจค้าปลีก

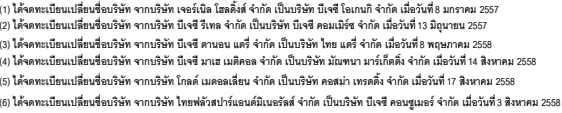
ดำเนินกิจการด้านการนำเข้า ทำการตลาด และจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ด้านหนังสือและนิตยสาร เครื่องเขียนและเครื่องใช้สำนักงาน และผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงดำเนินกิจการร้านค้าปลีกเพื่อสุขภาพและความงาม

4.3 ธุรกิจอื่นๆ

ดำเนินธุรกิจด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยให้บริการศูนย์ข้อมูลคอมพิวเตอร์เชิงพาณิชย์ (Commercial Data Center) ศูนย์จัดการดูแลระบบ และศูนย์สำรองข้อมูลแก่กลุ่มบริษัทและลูกค้าภายนอก

นอกจากนี้ บริษัทยังมีธุรกิจอื่นๆ อีก เช่น ดำเนินการผลิตแคลเซียมคาร์บอเนต เพื่อใช้ในอุตสาหกรรมกระดาษ อุตสาหกรรมพลาสติก และอุตสาหกรรมสี ผลิตและจำหน่ายหินอ่อน การให้เช่าบ่อเลี้ยงกุ้งและอุปกรณ์ ซึ่งเคยดำเนินธุรกิจมาในอดีต แต่ในปัจจุบันธุรกิจดังกล่าวได้หยุดดำเนินการแล้ว

ทั้งนี้ บริษัทมีการแบ่งการดำเนินงานของบริษัทในกลุ่ม ดังนี้



วิสัยทัศน์และพันธกิจ**วิสัยทัศน์**

บริษัทมุ่งมั่นที่จะเป็นผู้ให้บริการด้านซัพพลายเชนอย่างครบวงจรในภูมิภาค ในการนำสินค้าและบริการที่มีคุณภาพสู่ชีวิตประจำวันของผู้บริโภค

พันธกิจ

สร้าง เครือข่ายประสิทธิภาพทางด้านการตลาด ที่ครอบคลุมทั่วทั้งภูมิภาค

เป็น คู่ค้าที่ดีและไว้วางใจได้ในภูมิภาค

มอบ ผลตอบแทนสูงสุดให้แก่ผู้มีส่วนร่วมในธุรกิจ

การเปลี่ยนแปลงและพัฒนากิจการที่สำคัญในปี 2558

ในปี 2558 ที่ผ่านมาเป็นอีกปีหนึ่งที่ทำหายในการทำธุรกิจเนื่องจากภาพเศรษฐกิจที่ยังชะลอตัวอยู่อย่างไรก็ตาม บริษัทได้มีการพัฒนาและปรับปรุงการดำเนินงานต่างๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างผลตอบแทนและผลประโยชน์สูงสุดของผู้มีส่วนได้เสียในบริษัท ได้แก่ ผู้ถือหุ้น พันธมิตรคู่ค้า เจ้าหนี้ พนักงาน ตลอดจนคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและสังคม โดยเหตุการณ์สำคัญที่เกิดขึ้นในปี 2558 สามารถสรุปได้ดังนี้

- | | |
|---------------|--|
| เมษายน 2558 | โรงงานแก้วบางพลี (TGI) ได้มีการวิจัยและพัฒนา (Research & Development) การผลิตขวดข้างสี่เหลี่ยมมรกตเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งผลิตภัณฑ์ดังกล่าวได้รับการตอบรับที่ดีจากลูกค้า |
| พฤษภาคม 2558 | บริษัทได้ทำการปรับแผนธุรกิจโดยบริษัท เบอร์ลี่ ยุคเกอร์ ฟู้ดส์ จำกัด ได้เข้าซื้อเงินลงทุนทั้งหมด ในสัดส่วนร้อยละ 100 ของทุนชำระแล้วใน บริษัท บีเจซี ดานอน แดรี่ จำกัด และได้มีการเปลี่ยนชื่อบริษัทเป็น บริษัท ไทย แดรี่ จำกัด |
| มิถุนายน 2558 | บริษัท เบอร์ลี่ ยุคเกอร์ โลจิสติกส์ จำกัด เปิดคลังสินค้าประเภทสารเคมีบนพื้นที่ 2,700 ตารางเมตร บริเวณคลังจัดเก็บสินค้าอันตราย บางนา-ตราด กิโลเมตรที่ 39 อำเภอบางสมคร จังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจคลังสินค้าที่มีการเติบโตสูงในอนาคต |
| กรกฎาคม 2558 | บริษัท ไทย เบเวอร์เรจ แคน จำกัด (บริษัทย่อยที่ บีเจซี ถือหุ้นร้อยละ 50) ได้ทำการเพิ่มกำลังการผลิตฝากระป๋องอีก 850 ล้านฝาต่อปี |
| สิงหาคม 2558 | โรงงานแก้วบางพลี ได้รับรางวัลประกาศเกียรติคุณธรรมาภิบาลสิ่งแวดล้อมและอุตสาหกรรมสีเขียว ประจำปี 2558 (Green Factory ระดับ 4) จากกระทรวงอุตสาหกรรม ซึ่งในประเทศไทย มีเพียงไม่กี่รายที่ได้รับรางวัลนี้ ถือว่าเป็นความร่วมมือในการดำเนินงานอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในทุกด้านของการประกอบกิจการ |

ธันวาคม 2558

บริษัท ที.ซี.ซี เทคโนโลยี จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยในประเทศไทยที่บริษัท เบอริลี ยุคเกอร์ จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นร้อยละ 51 ของทุนจดทะเบียน ได้ทำสัญญาร่วมทุนกับ บริษัท อินเทอร์เน็ต อินนิซิเอทีฟ เจแปน (“IJ”) เพื่อร่วมทุนในการดำเนินธุรกิจบริการ Cloud และบริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ดังกล่าว ด้วยทุนจดทะเบียน 200,000,000 บาท ทั้งนี้ บริษัท ที.ซี.ซี เทคโนโลยี จำกัด ถือหุ้นในอัตราร้อยละ 60 ของหุ้นที่ออกจำหน่ายแล้วทั้งหมดของกิจการร่วมทุน คิดเป็นมูลค่า 120,000,000 บาท

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

2.1 โครงสร้างรายได้

กลุ่มบริษัท เบอรัล ยูคเกอร์ สามารถจำแนกโครงสร้างรายได้ ดังนี้

กลุ่มธุรกิจ	ปี 2558		ปี 2557 ปรับปรุง		ปี 2556 ⁽¹⁾	
	รายได้ (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)	รายได้ (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)	รายได้ (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)
กลุ่มสินค้าและบริการทางบรรจุภัณฑ์	17,692	41.25	16,473	39.51	17,748	42.03
กลุ่มสินค้าและบริการทางอุปโภคบริโภค	15,417	35.94	15,229	36.52	14,745	34.92
กลุ่มสินค้าและบริการทางเวชภัณฑ์และทางเทคนิค	7,204	16.80	7,805	18.72	7,323	17.34
กลุ่มธุรกิจอื่น ๆ	2,947	6.87	2,861	6.86	2,714	6.43
	43,260	100.86	42,368	101.61	42,530	100.72
หัก รายการขายระหว่างกัน	(367)	(0.86)	(673)	(1.61)	(304)	(0.72)
รวม	42,893	100.00	41,695	100.00	42,226	100.00

กลุ่มธุรกิจ / ดำเนินการโดย	% การถือหุ้น	ปี 2558		% การถือหุ้น	ปี 2557 ปรับปรุง		% การถือหุ้น	ปี 2556 ⁽¹⁾	
		รายได้ (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)		รายได้ (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)		รายได้ (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)
กลุ่มสินค้าและบริการทางบรรจุภัณฑ์									
บมจ. เบอรัล ยูคเกอร์	บริษัทแม่	1,172	2.73	บริษัทแม่	4,744	11.38	บริษัทแม่	6,019	14.24
บมจ. อุตสาหกรรมทำเครื่องแก้วไทย	98.59%	5,553	12.95	98.59%	6,358	15.25	98.59%	7,060	16.72
บจ.ไทย มาลาयाกลาส	100.00%	8,982	20.94	100.00%	5,123	12.29	100.00%	3,987	9.44
บจ. ไทยเบเวอร์เรจแคน	50.00%	6,493	15.14	50.00%	5,552	13.32	50.00%	5,167	12.24
TBC-Ball Beverage Can Holding Limited	26.79%	829	1.93	26.79%	873	2.09	26.79%	738	1.75
TBC-Ball Beverage Can Vietnam Limited	26.79%	2,256	5.26	26.79%	1,914	4.59	26.79%	1,654	3.92
Malaya-Vietnam Glass Limited	-	-	-	-	-	-	35.00%	569	1.35
Malaya Glass Products Sdn Bhd	-	-	-	-	-	-	50.00%	1,014	2.40
BJC International (Vietnam) Limited	100.00%	29	0.07	100.00%	54	0.13	100.00%	28	0.07
BJC International Company Limited	100.00%	18	0.04	100.00%	28	0.07	100.00%	9	0.02
บจ. บีเจซี แพคเกจจิ้ง	100.00%	72	0.17	100.00%	-	-	100.00%	-	-
บจ.ไทยกลาสเทคโนโลยี	100.00%	30	0.07	100.00%	19	0.04	100.00%	-	-
		25,434	59.30		24,665	59.16		26,245	62.15
หัก รายการขายระหว่างกัน		(7,742)	(18.05)		(8,192)	(19.65)		(8,497)	(20.12)
		17,692	41.25		16,473	39.51		17,748	42.03

(1) โครงสร้างรายได้ สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2556 ไม่ได้ทำการปรับปรุงใหม่ให้เป็นไปตามมาตรฐานการบัญชีที่มีผลบังคับใช้ในปี 2558

กลุ่มธุรกิจ / ดำเนินการโดย	%	ปี 2558		%	ปี 2557 ปรับปรุง		%	ปี 2556 ⁽¹⁾	
		รายได้ (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)		รายได้ (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)		รายได้ (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)
กลุ่มสินค้าและบริการทางอุปโภคบริโภค									
บมจ. เบอรัล ยูคเกอร์	บริษัทแม่	8,636	20.13	บริษัทแม่	8,797	21.10	บริษัทแม่	9,077	21.50
บจ. เบอรัล ยูคเกอร์ ฟู้ดส์	100.00%	2,203	5.13	100.00%	2,365	5.66	100.00%	2,620	6.20
บจ.ไทย แครี่ (เดิมชื่อ บจ. บีเจซี ดานอน แครี่)	100.00%	317	0.74	-	-	-	51.00%	651	1.54
BJC Foods (Malaysia) Sdn Bhd	100.00%	310	0.72	100.00%	344	0.83	100.00%	384	0.91
บจ. เบอรัล ยูคเกอร์ เซลล์ลือกซ์	94.84%	2,465	5.75	94.84%	2,506	6.01	94.84%	2,591	6.14
บจ. รุเบียอุตสาหกรรม	99.85%	1,959	4.57	99.85%	1,999	4.79	99.85%	1,841	4.36
บจ. เบอรัล ยูคเกอร์ โลจิสติกส์	100.00%	852	1.99	100.00%	750	1.80	100.00%	709	1.68
Thai Corp International (Vietnam) Company Limited	75.00%	1,389	3.24	75.00%	1,264	3.03	75.00%	1,114	2.64
BJC International (Vietnam) Limited	100.00%	35	0.08	100.00%	29	0.07	100.00%	32	0.08
Ichiban Company Limited	75.00%	111	0.26	75.00%	92	0.22	75.00%	80	0.19
Thai An Group	65.00%	3,485	8.12	65.00%	3,313	7.95	65.00%	2,609	6.17
		21,762	50.73		21,459	51.46		21,708	51.41
หัก รายการขายระหว่างกัน		(6,345)	(14.79)		(6,230)	(14.94)		(6,963)	(16.49)
		15,417	35.94		15,229	36.52		14,745	34.92

กลุ่มธุรกิจ / ดำเนินการโดย	% การถือหุ้น	ปี 2558		% การถือหุ้น	ปี 2557 ปรับปรุง		% การถือหุ้น	ปี 2556 ⁽¹⁾	
		รายได้ (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)		รายได้ (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)		รายได้ (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)
กลุ่มสินค้าและบริการทางเวชภัณฑ์และทางเทคนิค									
บมจ. เบอรัล ยูคเกอร์	บริษัทแม่	4,439	10.35	บริษัทแม่	4,744	11.38	บริษัทแม่	5,857	13.87
บจ. บีเจซี เฮลท์แคร์	100.00%	1,996	4.65	100.00%	1,572	3.77	100.00%	677	1.60
บจ. มัณฑนา	100.00%	94	0.22	100.00%	61	0.15	100.00%	48	0.11
บจ. คอสม่า เมดิคอล	100.00%	1,599	3.73	100.00%	1,044	2.51	100.00%	646	1.53
บจ. บีเจซี โอแกนิก	100.00%	55	0.13	100.00%	55	0.13	100.00%	8	0.02
บจ. ไทย-สแกนดิค สตีล	100.00%	579	1.35	100.00%	1,456	3.49	100.00%	509	1.21
บจ. บีเจซี อินดัสเตรียล แอนด์ เทคดิง	100.00%	2	-	100.00%	1	-	100.00%	10	0.02
บจ. เบอรัล ยูคเกอร์ สเปเชียลตี้ส์	99.15%	170	0.40	99.15%	176	0.42	99.15%	135	0.32
บจ. บีเจซี สเปเชียลตี้ส์	100.00%	2	-	100.00%	-	-	-	-	-
BJC International Company Limited	100.00%	86	0.20	100.00%	88	0.21	100.00%	80	0.19
BJC International (Vietnam) Limited	100.00%	61	0.15	100.00%	48	0.12	100.00%	41	0.10
		9,083	21.18		9,245	22.18		8,011	18.97
หัก รายการขายระหว่างกัน		(1,879)	(4.38)		(1,440)	(3.46)		(688)	(1.63)
		7,204	16.80		7,805	18.72		7,323	17.34

(1) โครงสร้างรายได้ สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2556 ไม่ได้ทำการปรับปรุงใหม่ให้เป็นไปตามมาตรฐานการบัญชีที่มีผลบังคับใช้ในปี 2558

กลุ่มธุรกิจ / ดำเนินการโดย	% การถือหุ้น	ปี 2558		% การถือหุ้น	ปี 2557 ปรับปรุง		% การถือหุ้น	ปี 2556 ⁽¹⁾	
		รายได้ (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)		รายได้ (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)		รายได้ (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)
กลุ่มธุรกิจอื่น ๆ									
บมจ. เบอริล ยูคเกอร์	บริษัทแม่	916	2.13	บริษัทแม่	1,051	2.52	บริษัทแม่	1,048	2.48
บจ. เอเชียปาร์ค	100.00%	865	2.02	100.00%	914	2.19	100.00%	994	2.35
บจ. ดิสทรี - ไทย	100.00%	-	-	100.00%	1	-	100.00%	7	0.02
บจ. บีเจซี คอมเมอร์เชียล	100.00%	17	0.04	100.00%	-	-	100.00%	-	-
บจ. ที.ซี.ซี. เทคโนโลยี	51.00%	724	1.69	51.00%	579	1.39	51.00%	667	1.58
บจ. บีเจซี-เอ็มพีเอส อินเทอร์เน็ตเซ็นแนล	-	-	-	-	-	-	51.00%	28	0.07
BJC-MPM (Lao) Sole Company Limited	-	-	-	-	-	-	51.00%	13	0.03
Thai An Vietnam Trading Company Limited	64.55%	482	1.12	64.55%	358	0.86	64.55%	34	0.08
		3,004	7.00		2,903	6.96		2,791	6.61
หัก รายการขายระหว่างกัน		(57)	(0.13)		(42)	(0.10)		(77)	(0.18)
		2,947	6.87		2,861	6.86		2,714	6.43
รวม		43,260	100.86		42,368	101.61		42,530	100.72
หัก รายการขายระหว่างกัน		(367)	(0.86)		(673)	(1.61)		(304)	(0.72)
รวมกลุ่มธุรกิจ		42,893	100.00		41,695	100.00		42,226	100.00

⁽¹⁾ โครงสร้างรายได้ สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2556 ไม่ได้ทำการปรับปรุงใหม่ให้เป็นไปตามมาตรฐานการบัญชีที่มีผลบังคับใช้ในปี 2558

2.2 ลักษณะการประกอบธุรกิจจำแนกตามกลุ่มธุรกิจ

1. กลุ่มสินค้าและบริการทางบรรจุภัณฑ์

(1) ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

(1.1) บรรจุภัณฑ์แก้ว

ดำเนินธุรกิจผลิตบรรจุภัณฑ์แก้วรูปแบบต่างๆ ได้แก่ ขวดปากแคบ ขวดปากกว้าง ทั้งประเภทที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ และประเภทน้ำหนักรูปแบบใช้ครั้งเดียว ดำเนินการโดยบริษัท อุตสาหกรรมทำเครื่องแก้วไทย จำกัด (มหาชน) ("TGI") และบริษัท ไทย มาลาया กลาส จำกัด ("TMG") และมีฝ่ายบรรจุภัณฑ์แก้วของบริษัทเป็นผู้ทำการตลาดและจัดจำหน่ายบรรจุภัณฑ์แก้วทั้งหมดในไตรมาสที่ 1 ของปี 2557 ต่อมาได้เปลี่ยนเป็น TMG เป็นผู้ทำการตลาดและจัดจำหน่ายบรรจุภัณฑ์แก้วที่ผลิตจาก 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") ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายบรรจุภัณฑ์แก้วรูปแบบต่างๆ ให้แก่กลุ่มอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ภายในประเทศและต่างประเทศ เช่น เบียร์ สุรา เครื่องดื่ม และอาหาร เป็นต้น

(1.2) บรรจุภัณฑ์กระป๋องอะลูมิเนียม

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

นอกจากนี้ TBC ยังได้ร่วมลงทุนกับบริษัท บอลล์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด ผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์ชั้นนำจากสหรัฐอเมริกา สร้างโรงงานผลิตกระป๋องอะลูมิเนียมในประเทศเวียดนาม ภายใต้ ทีบีซี-บอล เบเวอร์เรจ แคน เวียดนาม ลิมิเต็ด ("TBC-BALL VN") ดำเนินการผลิตและจัดจำหน่ายบรรจุภัณฑ์กระป๋องอะลูมิเนียมสำหรับบรรจุเครื่องดื่ม และเป็นผู้นำเข้าและจำหน่ายฝาอะลูมิเนียมสำหรับบรรจุเครื่องดื่ม

(1.3) บรรจุภัณฑ์พลาสติก

บริษัท เบอริล ไดนาพลาสติก จำกัด ("BDP") ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายโดยควบคู่กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยวิศวกรรมที่ทันสมัยที่สุด พร้อมทั้ง การปรับปรุงต้นทุน และเพิ่มคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์พลาสติกในรูปแบบขวด กล่องและฝา พร้อมทั้งพิมพ์ หรือติดสติ๊กเกอร์หรือหุ้ม ฉลากพลาสติก เช่นตัวอย่าง ดังนี้

1. กลุ่มเครื่องสำอางและสินค้าอุปโภค บริโภค ได้แก่ ขวดแป้ง ขวดแชมพู ขวดโลชั่น ขวดน้ำยาทำความสะอาด
2. กลุ่มอาหารและนม ได้แก่ ขวดนม กล่องไอศกรีม ขนมน้ำมันฝรั่งทอด
3. กลุ่มน้ำมันหล่อลื่น เช่น ขวดและฝาน้ำมันเครื่อง
4. กลุ่มยา และอุปกรณ์ทางการแพทย์

5. กลุ่มชิ้นส่วนพลาสติก

(2) การตลาดและการแข่งขัน

(2.1) บรรจุภัณฑ์แก้ว

นโยบายการตลาด

ในด้านการผลิตบรรจุภัณฑ์แก้ว นโยบายขยายตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ โดยดำเนินกลยุทธ์ทางธุรกิจในการสร้างความแตกต่างด้วยการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพสูงและผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาดเพื่อสร้างความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ พัฒนาปรับปรุงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ ขยายคุณภาพทางด้านบริการ รวมถึงริเริ่มเทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อสามารถผลิตขวดที่ใช้ทรัพยากรน้อยลงและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ตลอดจนพัฒนาระบบมาตรฐานการดำเนินงาน ทั้งนี้เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีที่สุด

ในด้านการทำการตลาดและการจัดจำหน่าย มีนโยบายการเป็นพันธมิตรเชิงกลยุทธ์ เพื่อตอบสนองความต้องการของบริษัทในกลุ่มผู้ถือหุ้นของบริษัท และลูกค้ารายอื่นๆ ทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ โดยบริษัทมีความพร้อมในการขยายกำลังการผลิต เพื่อรองรับการเจริญเติบโตของลูกค้า อีกทั้งได้ขยายฐานลูกค้าโดยแสวงหาลูกค้ารายใหม่ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

ในด้านการผลิต เนื่องจากอุตสาหกรรมผลิตบรรจุภัณฑ์แก้วเป็นธุรกิจที่ต้องใช้เงินลงทุนและเทคโนโลยีสูง และที่สำคัญคือต้องมีคำสั่งซื้อจากลูกค้าอย่างต่อเนื่องและมากเพียงพอที่จะทำการผลิตตลอด 24 ชั่วโมง ตลอดทั้งปี ทำให้เป็นการยากที่จะมีผู้ผลิตรายใหม่เข้ามาในอุตสาหกรรมนี้ โดยปัจจุบันมีผู้ผลิตรายใหญ่ในอุตสาหกรรมผลิตบรรจุภัณฑ์แก้วในประเทศไทยจำนวน 4 ราย ซึ่งผู้ผลิตแต่ละรายต่างมีลูกค้าหลักของตนเอง

สำหรับคู่แข่งจากต่างประเทศ บริษัทยังคงความได้เปรียบคู่แข่งจากต่างประเทศ เพราะการนำเข้าขวดแก้วจากต่างประเทศมีต้นทุนค่าขนส่งระหว่างประเทศและภาษีนำเข้าสูง เนื่องจากขวดแก้วมีขนาดใหญ่และน้ำหนักมาก และใช้วัสดุหีบห่อขนส่งแบบใช้เที่ยวเดียว ทำให้มีการแข่งขันจากต่างประเทศน้อย

ส่วนการแข่งขันจากบรรจุภัณฑ์ชนิดอื่น เช่น กระป๋องอะลูมิเนียม ขวดพลาสติก และกล่องกระดาษนั้น บรรจุภัณฑ์แก้วจะมีความได้เปรียบบรรจุภัณฑ์อื่นๆ กล่าวคือ ขวดแก้วไม่ทำปฏิกิริยากับผลิตภัณฑ์ที่บรรจุจึงมีความปลอดภัยสูง ขวดแก้วสามารถนำกลับมาบรรจุใหม่ได้หลายครั้งจึงสามารถช่วยลดต้นทุนของสินค้าสำเร็จรูปได้ นอกจากนี้ ขวดแก้วที่ไม่ใช้แล้วหรือเศษแก้วยังนำมาเป็นวัตถุดิบในการผลิตขวดใหม่ โดยยังคงคุณภาพเดิมได้ไม่สิ้นสุด และบรรจุภัณฑ์แก้วยังเสริมสร้างภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์อีกด้วย

ในปี 2558 ที่ผ่านมา ภาวะเศรษฐกิจทั่วโลกยังคงชะลอตัวอยู่ บางประเทศอยู่ในช่วงฟื้นฟูเศรษฐกิจ ทำให้กำลังการซื้อของผู้บริโภคยังคงต่ำ ซึ่งส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจภายในประเทศไทยซึ่งพึ่งพาการส่งออก รวมทั้งปัจจัยภายในประเทศเอง ทำให้เศรษฐกิจไทยในปี 2558 เติบโตในอัตราที่ชะลอตัวลง นอกจากนี้ในปีนี้มีผู้ผลิตรายใหม่เริ่มเข้ามาทำตลาดมากขึ้น โดยใช้กลยุทธ์ด้านราคา ทำให้สภาพการแข่งขันด้านราคายังคงมีอยู่สูงในตลาดขวดกลุ่มเครื่องดื่ม แต่เนื่องจากบริษัทมีการ

บริหารจัดการที่ดี มีการขยายฐานลูกค้าในกลุ่มอาหารและเครื่องดื่มอัดลมเพิ่มขึ้น รวมถึงการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตให้ดียิ่งขึ้น จึงทำให้มีผลประกอบการที่ดีกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้

(2.2) บรรจุภัณฑ์กระป๋องอะลูมิเนียม

นโยบายการตลาด

ในปี 2558 TBC มียอดขายเพิ่มขึ้นจากปี 2557 ประมาณร้อยละ 16 โดยมีสัดส่วนการขายในประเทศและต่างประเทศอยู่ที่ประมาณร้อยละ 72 และ 28 ตามลำดับ มีลูกค้าหลักภายในประเทศ ได้แก่ บริษัท เปียร์ไทย (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 2558 TBC-BALL VN มียอดขายเพิ่มขึ้นจากปี 2557 ประมาณร้อยละ 20.7 เนื่องจากประเทศเวียดนามมีประชากรประมาณ 90 ล้านคน โดยมีประชากรที่มีวัยระหว่าง 15-54 ปี อยู่ประมาณกว่าร้อยละ 60 ทำให้ความต้องการในการใช้กระป๋องค่อนข้างสูง นอกจากนี้ยังได้มีการส่งออกให้กับลูกค้าในต่างประเทศด้วย โดยมีสัดส่วนการขายในประเทศและต่างประเทศอยู่ที่ประมาณร้อยละ 81 และ 19 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 2558 ประเทศไทย มีผู้ผลิตกระป๋องอะลูมิเนียมทั้งหมด 4 ราย และ TBC เป็นผู้ผลิตรายใหญ่ที่สุดรายหนึ่ง

(2.3) บรรจุภัณฑ์พลาสติก

นโยบายการตลาด

ลูกค้าหลักเป็นผู้ผลิตสินค้าชั้นนำระดับโลกซึ่งมีมาตรฐานคุณภาพสูงสุด โดยลูกค้ารายใหญ่ ได้แก่ บริษัท จอห์นสัน แอนด์ จอห์นสัน (ไทย) จำกัด บริษัท ยูนิลีเวอร์ ไทย เทรดดิ้ง จำกัด, บริษัท ไบเออร์สตอร์ฟ (ประเทศไทย) จำกัด, บริษัท มัดจอห์นสัน นิวทริชั่น (ประเทศไทย) จำกัด, บริษัท ฟริสแลนด์คัมพินา(ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) และ บริษัท เป๊ปซี่-โคล่า (ไทย) เทรดดิ้ง 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 โรงงานราชบุรีบูรณ์ ตั้งอยู่ที่เลขที่ 15 ถนนราชบุรีบูรณ์ แขวงราชบุรีบูรณ์ เขตราชบุรีบูรณ์ กรุงเทพมหานคร 10140 ซึ่งเคยมีกำลังการผลิต 700 ตันหลอมต่อวัน แต่ในระหว่างปี 2556 - 2557 ได้ปิดเตาหลอมทั้งหมด ทำให้อัตราปริมาณการผลิตลดลงในปี 2558 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	2558	2557	2556
กำลังการผลิตเต็มที่ (หน่วย : ตัน)	636,925	737,325	862,665
ปริมาณการผลิตจริง (หน่วย : ตัน)	554,603	635,819	751,424
การใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ)	87.1	86.2	97.1
อัตราเพิ่มของปริมาณการผลิต (ร้อยละ)	-12.77	-15.38	-7.6

TMG มีโรงงานผลิตบรรจุภัณฑ์แก้ว 2 โรงงาน ได้แก่

โรงงานที่ 1 หรือ TMG1 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)

โรงงานที่ 2 หรือ TMG2 ตั้งอยู่ที่เลขที่ 49 หมู่ 1 เขตประกอบการอุตสาหกรรม เอส ไอ แอล ตำบลบัวลอย อำเภอนองแคะ จังหวัดสระบุรี ในเดือนตุลาคมปี 2557 TMG ได้เปิดดำเนินการเตาหลอมแก้วที่ 3 ซึ่งมีกำลังการผลิต 400 ตันหลอมต่อวันโดยเตาหลอมแก้วที่ 3 ซึ่งทำให้ TMG มีกำลังการผลิตรวม 990 ตันหลอมต่อวัน และทาง TMG มีแผนขยายกำลังผลิตอีกในปี พ.ศ.2560 เป็นเตาหลอมแก้วที่ 4

โดยมีรายละเอียดกำลังและปริมาณการผลิต ดังนี้

กำลังและปริมาณการผลิต	2558	2557	2556
กำลังการผลิตเต็มที่ (หน่วย : ตัน)	361,350	248,950	187,150
ปริมาณการผลิตจริง (หน่วย : ตัน)	317,988	230,268	180,469
การใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ)	93.5	92.5	96.4
อัตราเพิ่มของปริมาณการผลิต (ร้อยละ)	38.1	27.6	70.1

MGP ตั้งอยู่ที่เลขที่ 72A, Jalan Tampoi, 81200 Johor Bharu, Johor ประเทศมาเลเซีย มีกำลังการผลิต 510 ตัน หลอมต่อวัน (2558: 461 ตันหลอมต่อวัน) โดยในปี 2557 MGP ทำการติดตั้งอุปกรณ์ช่วยสนับสนุนในการหลอมน้ำแก้ว ด้วยพลังงานไฟฟ้า ส่งผลให้มีกำลังการผลิตเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อน และในปี 2558 MGP ทำการติดตั้งเทคโนโลยีในการผลิตขวด Light Weight (Narrow Neck Press & Blow) สำหรับสายการผลิตที่ 6 เพื่อลดปริมาณการใช้วัตถุดิบและตอบสนองความต้องการของลูกค้าในกลุ่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นหลัก โดยมีรายละเอียดกำลังและปริมาณการผลิต ดังนี้

กำลังและปริมาณการผลิต	2558	2557	2556
กำลังการผลิตเต็มที่ (หน่วย : ตัน)	186,150	182,500	162,425
ปริมาณการผลิตจริง (หน่วย : ตัน)	168,190	171,422	164,965
การใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ)	90.4	93.9	101.6
อัตราเพิ่มของปริมาณการผลิต (ร้อยละ)	-1.9	3.9	3.2

MVG มีโรงงานผลิตบรรจุภัณฑ์แก้ว 1 โรง ประกอบด้วย ที่ดิน อาคารสำนักงาน อาคารโรงงาน คลังสินค้า เครื่องจักร และอุปกรณ์ต่างๆ โดยแต่ละโรงงานได้ติดตั้งอุปกรณ์และเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิตที่สำคัญๆ ได้แก่ เครื่องผสมวัตถุดิบ เตา หลอมแก้ว เครื่องขึ้นรูปแก้ว รางอบแก้ว โรงงานผลิตตั้งอยู่ที่นิคมอุตสาหกรรม My Xuan A, Tan Thanh district, Ba Ria Vung Tau province ประเทศเวียดนาม มีกำลังการผลิต 280 ตันหลอมต่อวัน โดยมีรายละเอียดกำลังและปริมาณการผลิต ดังนี้

กำลังและปริมาณการผลิต	2558	2557	2556
กำลังการผลิตเต็มที่ (หน่วย : ตัน)	102,200	102,200	102,200
ปริมาณการผลิตจริง (หน่วย : ตัน)	92,428	79,214	72,061
การใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ)	90.4	78	71
อัตราเพิ่มของปริมาณการผลิต (ร้อยละ)	16.7	9.93	3.67

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

วัตถุดิบในการผลิตแบ่งออกเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตแก้ว วัตถุดิบเสริมในการผลิตแก้วและสีพิมพ์ขวดหรือสลากติดขวด โดย

วัตถุดิบหลัก ได้แก่ ททรายแก้ว หินปูน โซดาแอช เฟลด์สปาร์ เศษแก้ว โดโลไมท์

วัตถุดิบเสริม ซึ่งเป็นวัตถุดิบที่ช่วยเร่งปฏิกิริยาทางเคมีและทำให้แก้วเป็นสีต่างๆ ตามความต้องการ ได้แก่ สนิมเหล็ก (ไอออนออกไซด์) ไอออนโครไมท์ ซิลเนียม ไอออนไพไรท์ ผงถ่าน (โค้กดัส)

นอกจากนี้ ยังได้นำเศษแก้วจากขวดใช้แล้วนำมาใช้ใหม่เพื่อทดแทนวัตถุดิบธรรมชาติ

สำหรับการจัดหาวัตถุดิบนั้น สามารถต่อรองกับผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบได้ เนื่องจากวัตถุดิบมีลักษณะเป็น Commodity products ที่มีบริษัทผู้จำหน่ายวัตถุดิบหลายราย จึงสามารถเลือกซื้อจากผู้จำหน่ายที่เสนอเงื่อนไขและบริการที่ดีที่สุดได้ โดยในปี 2557 มีผู้จำหน่ายวัตถุดิบให้แก่ TGI และ TMG ได้แก่ บริษัท แก้วกรุงไทย จำกัด, บริษัท เบอริลี เอเชียติก โซดา จำกัด, บริษัท พีเอส วีซีเคิล จำกัด, บริษัท สยามเซ็นทรัลกลาส จำกัด, บริษัท ซิลิกา แชนด์ เทคโนโลยี จำกัด และ ห้างหุ้นส่วนจำกัด แก้วบางปะอิน นอกจากนี้ ยังสามารถจัดหาวัตถุดิบจากแหล่งจำหน่ายรายอื่นๆ ซึ่งมีอีกหลายรายในตลาดมาทดแทนได้หากประสบปัญหาวัตถุดิบไม่เพียงพอ ทั้งนี้ TGI ใช้วัตถุดิบจากแหล่งกำเนิดภายในประเทศร้อยละ 91 โดยปริมาณ และร้อยละ 69 โดยมูลค่า ส่วน TMG ใช้วัตถุดิบจากแหล่งกำเนิดภายในประเทศร้อยละ 80 โดยปริมาณ และร้อยละ 70 โดยมูลค่า

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ในปัจจุบัน ผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อมก่อให้เกิดปัญหาขึ้นทั่วทุกมุมโลก จากสาเหตุนี้ บริษัทจึงควบคุมและตรวจสอบกรรมวิธีการบำบัดน้ำเสีย อากาศเสีย และขยะจากโรงงานอุตสาหกรรมตามมาตรฐานที่กฎหมายกำหนด และให้ความสนใจเรื่องการประหยัดพลังงาน รวมถึงมุ่งมั่นที่จะควบคุมและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกโดยอาศัยหลักการ Cradle-to-Cradle LCA (Life Cycle Analysis) อย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวัดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในทุกๆ ขั้นตอนของวงจรชีวิตของขวดแก้ว เพื่อเป็นการยืนยันว่าขวดแก้วเป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกน้อยที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับบรรจุภัณฑ์ประเภทอื่นๆ

นอกจากนี้ ในการผลิตบรรจุภัณฑ์แก้วสามารถนำภาชนะแก้วกลับมาแปรรูปใหม่ได้ตลอดเวลา โดยปราศจากอันตรายต่อสุขภาพของผู้บริโภค โดยที่คุณสมบัติและคุณภาพไม่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม โดย TGI และ TMG เป็นผู้นำในการหมุนเวียนนำเศษแก้วกลับมาแปรรูปเป็นบรรจุภัณฑ์แก้วได้ปีละกว่า 365,816 ตันต่อปี ซึ่งสามารถช่วยลดปริมาณขยะและรักษาทรัพยากรธรรมชาติ

(3.2) บรรจุภัณฑ์กระป๋องอะลูมิเนียม

กำลังและปริมาณการผลิต

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

1. สายการผลิตกระป๋อง 3 สายการผลิต ผลิตกระป๋องขนาด 330 มิลลิลิตร และขนาด 250 มิลลิลิตร และกระป๋อง 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	2558		2557		2556	
สายการผลิต	กระป๋อง	ฝากระป๋อง	กระป๋อง	ฝากระป๋อง	กระป๋อง	ฝากระป๋อง
กำลังการผลิตเต็มที่ (หน่วย : ล้านกระป๋อง)	2,200	3,450	2,200	2,700	2,200	2,700
ปริมาณการผลิตจริง (หน่วย : ล้านกระป๋อง)	2,061	2,802	1,872	2,563	1,741	2,343
การใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ)	94	81	85	95	79	87
อัตราเพิ่มของปริมาณการผลิต (ร้อยละ)	10	9	8	9	-3	33

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

กำลังและปริมาณการผลิต	2558	2557	2556
สายการผลิตกระป๋อง			
กำลังการผลิตเต็มที่ (หน่วย : ล้านกระป๋อง)	850	850	850
ปริมาณการผลิตจริง (หน่วย : ล้านกระป๋อง)	843	743	731
การใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ)	99	87	86
อัตราเพิ่มของปริมาณการผลิต (ร้อยละ)	13	1.7	145

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

TBC และ TBC-BALL VN นำเข้าอะลูมิเนียมจากโรงงานผู้ผลิตในประเทศออสเตรเลีย ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ ซึ่งเป็นผู้ผลิตอะลูมิเนียมที่มีคุณภาพ โดย TBC และ TBC-BALL VN มีการร่วมมือกับบริษัทในกลุ่มของบอด้

คอร์ปอเรชั่น (สหรัฐอเมริกา) รวมทั้งบริษัทที่ใช้เทคโนโลยีของบริษัท บอลล์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด ทั่วโลก ในการเจรจา และการทำสัญญาจัดซื้อวัตถุดิบจากผู้จำหน่าย ทำให้บริษัทมีความได้เปรียบและมีอำนาจในการต่อรองด้านราคา

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

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

(3.3) บรรจุภัณฑ์พลาสติก

กำลังและปริมาณการผลิต

BDP ตั้งอยู่ที่ อาคารเบอร์ลี ยุคเกอร์ ชั้น 12A เลขที่ 99 ซอยรู่เปี้ย ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110 และมีอาคารโรงงาน คลังสินค้า เครื่องจักร และอุปกรณ์ต่างๆ ตั้งอยู่เลขที่ 166 หมู่ 3 ตำบลนิคมสร้างตนเอง อำเภอเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี 15000

บริษัทมีโรงงานที่ทำการผลิต 24 ชั่วโมงต่อวัน แบ่งออกเป็น 3 กะ กะละ 8 ชั่วโมง โดยมีรายละเอียดการผลิตในระยะ 3 ปีที่ผ่านมาดังนี้

กำลังและปริมาณการผลิต	2558	2557	2556
กำลังการผลิตเต็มที่ (หน่วย : ตัน)	33,412	33,412	32,514
ปริมาณการผลิตจริง (หน่วย : ตัน)	14,210	16,412	16,332
การใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ)	42.52	49.12	50.23
อัตราเพิ่มของปริมาณการผลิต (ร้อยละ)	- 13.42	0.48	1.44

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตส่วนใหญ่เป็นวัตถุดิบในประเทศและบางส่วนจากต่างประเทศ โดยวัตถุดิบในประเทศคิดเป็นร้อยละ 92.74 ได้แก่ เม็ดพลาสติก สี หมึกพิมพ์ สติกเกอร์ ฟิล์มพลาสติก และกล่องกระดาษ และวัตถุดิบจากต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 7.26 ได้แก่ เม็ดพลาสติกเกรดพิเศษ และลูกบอลโรลออน สติกเกอร์

สำหรับการจัดหาวัตถุดิบนั้น ผู้ผลิตวัตถุดิบหลักมีจำนวน 3 - 4 ราย แต่บริษัทเป็นหนึ่งในผู้ผลิตรายใหญ่ในอุตสาหกรรมนี้ มีการสั่งซื้อในปริมาณสูง ดังนั้นทำให้มีอำนาจในการต่อรองการซื้อ

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

การผลิตของ BDP ไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เนื่องจากพลาสติกเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำมาใช้หมุนเวียนได้ในการผลิตครั้งต่อไป นอกจากนี้ ในการผลิตไม่มีน้ำหรืออากาศเสียออกจากระบบการผลิต

2. กลุ่มสินค้าและบริการทางอุปโภคบริโภค

(1) ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

(1.1) ผลิตภัณฑ์อาหาร

- ดำเนินธุรกิจผลิตสินค้าประเภทขนมขบเคี้ยวและเครื่องดื่มช็อคโกแลต ภายใต้ตราสินค้า (1) มันผสมทอดกรอบเคลือบเนยคาราเมลและข้าวโพดเคลือบเนยคาราเมล ตรา ปาร์ตี้ (2) มันฝรั่งทอดกรอบ ตรา เทสโต (3) ขนมอบกรอบเคลือบรสช็อคโกแลตและเครื่องดื่มช็อคโกแลตมอลต์ ตรา แคมป์ส (4) ข้าวอบกรอบปรุงรสและสาหร่ายทอดกรอบ ตรา โดโซะ และ (5) มันฝรั่งทอดกรอบสโตร์ญี่ปุ่น ตรา คารามูจี้ ดำเนินการโดย บริษัท เบอร์ลี่ ยุคเกอร์ ฟู้ดส์ จำกัด (“BJF”)
- ดำเนินธุรกิจผลิต รับจ้างผลิต และจัดจำหน่ายสินค้าประเภทขนมขบเคี้ยว ภายใต้ตราสินค้า มันฝรั่งทอดกรอบ ตรา ไวส์ เทสโต คาลบี้ และเทสโก้ ดำเนินการโดย บีเจซี ฟู้ดส์ (มาเลเซีย) เอสดีเอ็น บีเอชดี (“BJFM”)
- ดำเนินธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมเปรี้ยวและโยเกิร์ต ภายใต้ตราสินค้า “แอคทีเวีย” โดยจะเปลี่ยนเป็น “ปาร์ตี้ แครี่” ตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ 2559 ดำเนินการโดย บริษัท ไทย แดรี่ จำกัด (“TDC”)
- ดำเนินธุรกิจด้านการตลาดและจัดจำหน่ายสินค้าในกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารที่ผลิตภายในกลุ่มบริษัททั้งในและต่างประเทศ รวมถึงวางแผนการตลาดและโฆษณาอย่างครบวงจร ทั้งการโฆษณาทางสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ นิตยสาร วิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ อีกทั้งการจัดกิจกรรม เพื่อสร้างการรับรู้และการยอมรับในหมู่ผู้บริโภคอย่างทั่วถึง รวมถึงการจัดจำหน่ายให้กับผู้ผลิตรายอื่นๆ ดำเนินการโดยฝ่ายผลิตภัณฑ์อาหารของบริษัท โดยมีรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ ดังนี้

สินค้าที่เป็นตราของบริษัท	สินค้าที่รับจัดจำหน่าย
<ul style="list-style-type: none"> - มันฝรั่งทอดกรอบ เทสโต พิต - มันฝรั่งทอดกรอบ แคมป์ส - มันผสมทอดกรอบเคลือบเนย คาราเมล ปาร์ตี้ - ขนมอบกรอบเคลือบรสช็อคโกแลต แคมป์ส - ข้าวอบกรอบ โดโซะ - เครื่องดื่มรสโกโก้ โกโก้ดัทช์ - ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มยูเอชที แคมป์ส มอลต์ 	<ul style="list-style-type: none"> - ผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้พร้อมดื่ม กาโตะ - น้ำผลไม้พร้อมดื่มตรา ชัมเมอร์ - ผลิตภัณฑ์ผลไม้ในบรรจุภัณฑ์ โดล - มันฝรั่งทอดกรอบ คารามูจี้

(1.2) สินค้าอุปโภค

- ดำเนินธุรกิจผลิตผลิตภัณฑ์กระดาษทิชชู ทั้งที่เป็นตราสินค้าของบริษัทเอง ได้แก่ เซลล์ล็อกซ์ ซิลค์ เบลล์ แม็กซ์โม และบีเจซี ไฮจิเนสท์ และตราสินค้าของห้างค้าปลีก ดำเนินการโดยบริษัท เบอรัลล์ ยูคเกอร์ เซลล์ล็อกซ์ จำกัด (“CPC”)
- ดำเนินธุรกิจผลิตและรับจ้างผลิตสินค้าจำพวก สบู่ แชมพู เครื่องสำอาง ลูกอม และช็อคโกแลต ดำเนินการโดยบริษัท ฐเปี่ยอุตสาหกรรม จำกัด (“RIL”) โดยมีรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ ดังนี้

รายละเอียดของผลิตภัณฑ์	สบู่	เครื่องสำอาง	ขนม
ภายใต้ตราสินค้าของกลุ่มเบอรัลล์ ยูคเกอร์	<ul style="list-style-type: none"> - สบู่ฟูกษานกแก้ว - สบู่แพรอต โกลด์ - สบู่สุขภาพผิวแพรอต แนนเซอร์คาร์ด - สบู่สมุนไพรแพรอต เฮอริเบิล - สบู่เดอร์มาพอน - สบู่โรเซท 	<ul style="list-style-type: none"> - ครีมอาบน้ำฟูกษานกแก้ว - ครีมอาบน้ำแพรอต โกลด์ - ครีมอาบน้ำสุขภาพผิวแพรอต แนนเซอร์คาร์ด - ครีมอาบน้ำสำหรับเด็ก เดอร์มาพอน - ครีมอาบน้ำโรเซท - ครีมอาบน้ำมิรุ - ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวเบอรัลล์ปิ๊อป - ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรีเมติกา 	<ul style="list-style-type: none"> - ช็อคโกแลต Thailand Deluxe
รับจ้างผลิต	<ul style="list-style-type: none"> - เบบี๋มายด์ - เอว่อน - ดอกเตอร์สมชาย - แอคน์เอด - เดอร์มิส 	<ul style="list-style-type: none"> - เดทตอล - เอว่อน - นีเวีย - นาทรีย - ครีมอาบน้ำตาบู่ - ยาสีฟัน Sparkle , Dentrion 	<ul style="list-style-type: none"> - ลูกอมชูกัส - ลูกอมคลอริฟินซี - ช็อคโกแลตสวีทเพอร์เฟค - ช็อคโกแลตบิกบี

- ดำเนินธุรกิจด้านการตลาดและการจัดจำหน่าย รวมถึงวางแผนการตลาด โฆษณา และจัดกิจกรรม ณ จุดขาย เพื่อสร้างการรับรู้และการยอมรับของผู้บริโภคอย่างทั่วถึง ให้กับสินค้าที่ผลิตภายในกลุ่มบริษัททั้งในและต่างประเทศ และจัดจำหน่ายสินค้าให้กับคู่ค้ารายอื่นๆ ดำเนินการโดยฝ่ายผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ส่วนตัวและเครื่องใช้ในครัวเรือนของบริษัท โดยมีผลิตภัณฑ์ 3 กลุ่ม ได้แก่
1. กลุ่มเครื่องใช้ส่วนตัว ได้แก่ สบู่ ทรานกแก้ว เครื่องสำอาง ตราเบอรัลล์ปิ๊อปส์ ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า ตราพรีเมติกา ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ส่วนตัว ตราหิมาลายา ผลิตภัณฑ์เด็ก ตราเดอร์มาพอน และยากันยูง ตราเบลล์

2. กลุ่มเครื่องใช้ในครัวเรือน ได้แก่ กระจาดหิ้วและผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด ตราเซลล็อกซ์ ซิลค์ เบลล์ แม็กซ์โม และบีเจซี ไฮจีนิสท์
3. กลุ่มสินค้ารับจัดจำหน่าย ทั้งเครื่องใช้ส่วนตัวและในครัวเรือน ได้แก่ แปรงสีฟัน ตราวิคตอรี ผ้าอ้อมเด็ก ตราดรายเพอร์ส ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด ตราเบ็ค มิสเตอร์มัสเซลล์ สปากลิ้น เพนกวิน ผลิตภัณฑ์ปรับอากาศ ตราชาวาเด เกลด ผลิตภัณฑ์ป้องกันและกำจัดแมลง ตราไบคอน และผลิตภัณฑ์กันยุง ตราออฟ และผลิตภัณฑ์ถุงพลาสติก ตราอีโร่

(1.3) บริการด้านการจัดเก็บและจัดส่งสินค้า

บริษัทดำเนินธุรกิจด้านโลจิสติกส์ โดยให้บริการรับฝากและบริหารสินค้าคงคลัง และให้บริการขนส่งเพื่อกระจายสินค้าทั่วประเทศ รวมทั้งการบริการในฐานะตัวแทนเพื่อดำเนินเรื่องทางพิธีการศุลกากร ซึ่งบริษัทได้รับการรับรองเป็นตัวแทนออกของระดับมาตรฐานเออีโอ ใบอนุญาตเลขที่ 45 สำหรับสินค้านำเข้าและส่งออก ให้บริการทั้งลูกค้าในกลุ่มบริษัท และลูกค้าภายนอก ดำเนินการโดยบริษัท เบอร์ลี่ ยุคเกอร์ โลจิสติกส์ จำกัด (“BJL”)

(1.4) ธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายในประเทศเวียดนาม

- ดำเนินธุรกิจนำเข้า ส่งออก จัดจำหน่าย และกระจายสินค้าประเภทอุปโภคบริโภค และสินค้าอื่นๆ ในประเทศเวียดนาม โดยได้รับใบอนุญาตลงทุน (Investment License) หมายเลข 411043001315 ลงวันที่ 17 พฤษภาคม 2553 จากรัฐบาลเวียดนาม ดำเนินการโดย ไทยคอร์ป อินเตอร์เนชั่นแนล (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) เต้าหู้นุ่ม 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

- ดำเนินธุรกิจนำเข้าและจัดจำหน่ายสินค้าเครื่องเขียนและเครื่องใช้สำนักงานต่างๆ สำหรับใช้ในหน่วยงานราชการ สำนักงาน สถาบันการศึกษา นักเรียน นักศึกษาและบุคคลทั่วไป โดยมีทั้งผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในประเทศ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เครื่องเขียนและเครื่องใช้สำนักงาน 3M ภายใต้ยี่ห้อ Scotch® และ Post-it® และผลิตภัณฑ์กลุ่มสมุดและกระดาษภายใต้ยี่ห้อดับเบิลเอ (Double A) และผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าจากต่างประเทศ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เครื่องเขียนสตาเบิล (STABILO) ผลิตภัณฑ์กาวทั้งประเภทเครื่องเขียนและซ่อมแซมของใช้

ในครัวเรือนอยู่ (UHU) จากประเทศเยอรมัน และผลิตภัณฑ์เครื่องเขียนและเครื่องใช้สำนักงานจากประเทศจีน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เครื่องเขียนยูนิแมส (UNIMASS), เทปลบคำผิดยี่ห้อฟูลมาร์ค (FULLMARK) ดำเนินการโดยฝ่ายเครื่องเขียนและเครื่องใช้สำนักงานของบริษัท

- ดำเนินธุรกิจเป็นตัวแทนจำหน่าย และทำการตลาด โดยเป็นตัวกลางในการจัดกระจายสินค้ากลุ่มสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ อันได้แก่ โทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก เครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านและสำนักงาน ภายใต้เครื่องหมายการค้าของผู้อื่น เช่น ผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์ ภายใต้ยี่ห้อ ซัมซุง (Samsung) แอปเปิ้ล (Apple) อิเลคทROLUX (Electrolux) แอลจี (LG) โซนี่ (Sony) เดล (Dell) โตชิบา (Toshiba) พาณาโซนิค (Panasonic) เซนคอร์ (Sencor) ฟิลลิปส์ (Philips) และ แบรนต์โทรศัพท์มือถือ Alcatel (อาคาเทล) และอื่นๆ โดยมีการรับจากผู้ผลิตโดยตรง หรือผู้จัดจำหน่ายอื่น โดยมีหน่วยธุรกิจเสริม 3 ธุรกิจ คือ 1) ศูนย์บริการ 2) ธุรกิจบริการถ่ายภาพ 3) ธุรกิจเช่าใช้เครื่องปล่อยสัญญาณอินเทอร์เน็ตขนาดพกพา

(2) การตลาดและการแข่งขัน

(2.1) ผลิตภัณฑ์อาหาร

นโยบายการตลาด

BJF มุ่งเน้นสร้างความแตกต่างของตราสินค้ามันฝรั่งตรา “เทสโต ฟิต” ให้มีตำแหน่งของผลิตภัณฑ์เป็นที่ชื่นชอบของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย รวมถึงการออกแบบและรสชาติใหม่เพื่อสร้างความตื่นเต้นกระตุ้นการบริโภค การสร้างตลาดข้าวอบกรอบผ่านกิจกรรมทางการตลาดที่เน้นต่อยอดตราสินค้าและเพิ่มความถี่ของการบริโภค ส่วนขนมขึ้นรูป “ปาร์ตี้” และ “แคมป์ส” ยังคงเน้นการสร้างและขยายตลาด โดยได้นำเสนอสินค้าใหม่และโปรแกรมส่งเสริมการขาย และการตลาดใหม่ๆ ในด้านเครื่องดื่มช็อคโกแลตมอลต์ “แคมป์สช็อคโกแลตริงค์” จัดทำกิจกรรมทางการตลาดและโปรโมชันอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างความจดจำและขึ้นชอตลาดตราสินค้าของผู้บริโภค ทั้งนี้ โดยผ่านฝ่ายผลิตภัณฑ์อาหารของบริษัท

BJFM มุ่งเน้นนโยบายการตลาดและกิจกรรมด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) อย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งเน้นกลยุทธ์ที่สำคัญ ได้แก่

1. การรักษามาตรฐานคุณภาพสินค้าให้มีความสดใหม่ รสชาติดีและถูกสุขลักษณะอนามัย เพื่อรักษาความพึงพอใจของผู้บริโภค
2. การตรวจเยี่ยมลูกค้าอย่างสม่ำเสมอในทุกๆ กลุ่มลูกค้าเพื่อศึกษาข้อมูลความต้องการ ตลอดจนศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดของคู่แข่งอย่างต่อเนื่อง
3. จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายให้แตกต่าง อยู่ในความสนใจของลูกค้าและให้มีประสิทธิภาพในการกระตุ้นการขายสินค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษาเสถียรภาพตำแหน่งของสินค้าในตลาด
4. สร้างความเชื่อมั่นและบำรุงขวัญให้ผู้แทนจัดจำหน่ายสินค้าในรูปแบบต่างๆ เพื่อผลักดันให้ ผู้แทนการจัดจำหน่ายสินค้าผลักดันสินค้าให้ถึงมือผู้บริโภคมากกว่าคู่แข่ง เช่น การให้รางวัล, การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวรวมถึงการพบปะประชุมเพื่อเสนอแผนธุรกิจระยะสั้น และระยะยาว ให้ผู้แทนจัดจำหน่ายรับทราบทิศทางในอนาคต

5. ยกระดับประสิทธิภาพการผลิตและเทคโนโลยี เพื่อเพิ่มศักยภาพ การควบคุมต้นทุน และการรักษาสั่งแวดล้อม
6. ลงทุนเพิ่มเติมเพื่อขยายฐานกลุ่มสินค้าที่มีศักยภาพทั้งในปัจจุบันและอนาคต

TDC มุ่งเน้นการสร้างความแตกต่างของตราสินค้าผลิตภัณฑ์นมเปรี้ยวและโยเกิร์ต “แอคทีเวีย*” ให้มีตำแหน่งของผลิตภัณฑ์เป็นที่ชื่นชอบของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย โดยใช้ส่วนผสมสำคัญที่เป็นลิขสิทธิ์เฉพาะของบริษัท คือ จุลินทรีย์แอคทีเวียลาร์ส ซึ่งมีส่วนช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการขับถ่ายให้ดีขึ้น รวมทั้งมีการออกแบบและรสชาติใหม่ เพื่อสร้างความตื่นเต้นและกระตุ้นการบริโภค เช่น โยเกิร์ตดูดได้ ป๊อปแอนด์โก นมเปรี้ยวรสสตรอเบอรี่ นมเปรี้ยวรสลิ้นจี่ เป็นต้น โดย TDC ดำเนินกิจกรรมด้านการผลิต การตลาด และการขาย เฉพาะทางเอสโก้ โลดส์ และบิกซี และมีฝ่ายขายของบริษัทเป็นผู้จัดจำหน่ายในช่องทางที่เหลือ ได้แก่ ช่องทางร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ช่องทางขายตรง (สาวแอคทีเวีย) และช่องทางร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (Traditional Trade)

ฝ่ายผลิตภัณฑ์อาหารของบริษัท ทำการตลาดและจัดจำหน่ายสินค้าในกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารผ่าน 4 ช่องทางใหญ่ๆ ได้แก่ 1) ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ได้แก่ ไฮเปอร์มาร์เก็ต ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อแคช แอนด์ แครี่ 2) ร้านสะดวกซื้อ/ร้านค้าในสถานบริการน้ำมัน (Convenience Store/Gas Station) 3) ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (Traditional Trade) และ 4) ขายส่งออกไปยังประเทศเพื่อนบ้าน เช่น กัมพูชา พม่า และลาว โดยแต่งตั้งตัวแทนในแต่ละประเทศ

สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

การแข่งขันในตลาดนมขบเคี้ยวในปัจจุบันมีผู้ประกอบการจำนวนมาก ทำให้เกิดการแข่งขันสูง ทั้งในตลาดนมขบเคี้ยวเองและตลาดสินค้าทดแทนอื่นๆ เป็นเหตุให้ผู้ผลิตส่วนใหญ่ต้องใช้วิธีการโฆษณาและส่งเสริมการขาย เพื่อสร้างความรับรู้ในตราสินค้าของตนเองในกลุ่มผู้บริโภค ทั้งนี้ จากข้อมูลการสำรวจส่วนแบ่งตลาดปี 2558 ซึ่งจัดทำโดย Nielsen พบว่ามีผู้ประกอบการรายใหญ่ 3 รายแรกสามารถครองส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 50 ของมูลค่าตลาดรวม BKF มีอัตราส่วนแบ่งตลาดสูงเป็นอันดับ 2 ของตลาดนมขบเคี้ยว คู่แข่งหลักในตลาดนมขบเคี้ยว ได้แก่ บริษัท ฟรีโต-เลย์ (ประเทศไทย) จำกัด, บริษัทอาหารยอดคุณ จำกัด, บริษัท ฟรีเมียร์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด และ บริษัท สยามร่วมมิตร จำกัด เป็นต้น

การแข่งขันในตลาดนมเปรี้ยวและโยเกิร์ตในปัจจุบันมีแข่งขันสูง ผู้ประกอบการหลายเจ้า มีการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ และโปรโมชั่นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ตลาดเปลี่ยนแปลงง่าย จากการทดลองใช้ และการสลับซื้อของผู้บริโภค จากผลิตภัณฑ์หนึ่งสู่อีกผลิตภัณฑ์หนึ่ง การโฆษณาและส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่องเป็นกลยุทธ์ที่แต่ละตราสินค้านำมาใช้เพื่อดึงดูดผู้บริโภค

ผลิตภัณฑ์ธุรกิจอาหารที่ฝ่ายการตลาดและจัดจำหน่ายอยู่นั้น ส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มผลิตภัณฑ์นมขบเคี้ยวและเครื่องดื่ม ซึ่งมูลค่าการตลาดสูงมากกว่า 60,000 ล้านบาทต่อปี และมีอัตราการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับเป็นสินค้าที่มีวงจรการบริโภคเร็วและถี่ เพราะกลุ่มเป้าหมายจะเป็นเด็ก, วัยรุ่นและคนหนุ่มสาว จึงมีการแข่งขันเต็มรูปแบบและรุนแรง ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในทุกสื่อ เช่น โทรทัศน์ นิตยสาร วิทยุ และ

* จ ข .. ๔๔ .. ๑๕ ๓ .. ๑๕ ๔..

สื่อบน Social Media ยังรวมไปถึงการจัดโปรโมชั่นอย่างหนักให้กับผู้บริโภคโดยตรง ณ จุดขายทั้งไฮเปอร์มาร์เก็ต ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านค้าสมัยใหม่และร้านค้าปลีกดั้งเดิม

(2.2) สินค้าอุปโภค

นโยบายการตลาด

ในปี 2558 กระดาษทิชชูตราแม็กซ์โมและเซลล๊อคซ์ มีอัตราการเติบโตมากที่สุด แม็กซ์โมเติบโตจากการออกสินค้าใหม่กระดาษเช็ดมือประเภทที่เลือกขนาดแผ่นได้ การทำกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่องรวมถึงออกภาพยนตร์โฆษณาเรื่องใหม่ที่น่าสนใจให้เห็นการใช้เช็ดทำความสะอาดเช็ดอเนกประสงค์ด้วยพลังซึ่มซัปดาห์ที่เยี่ยม ส่วนเซลล๊อคซ์เติบโตจากการเพิ่มการกระจายสินค้าของสินค้าที่มีแนวโน้มตลาดดี พร้อมออกโฆษณาใหม่และแคมเปญต่างๆ ที่ตอกย้ำความเป็นกระดาษทิชชูที่สะอาดปลอดภัยได้ดียิ่งขึ้น อีกทั้งขยายตลาดเข้าสู่กลุ่มกระดาษทิชชูแบบเปียกด้วยการออกสินค้ากระดาษทิชชูแบบเปียกสูตรยับยั้งแบคทีเรีย ในขณะที่ตัวกันตลาดกระดาษชำระระดับดีดกถอยลงอย่างมาก แต่ซัลค์ยังคงมีอัตราการเติบโตได้ อันเนื่องจากการผลักดันสินค้ากระดาษชำระระดับดีเยี่ยมหนา 3 ชั้นเข้ามาแทน ผ่านแคมเปญโฆษณาใหม่และการใช้สื่อออนไลน์เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และรักษาสถานะในตลาดกระดาษชำระระดับดีด้วยกิจกรรม ณ จุดขายต่างๆ สำหรับกลุ่มลูกค้าสถาบัน ในปี 2558 นี้ได้รับผลกระทบจากเศรษฐกิจที่ชะลอตัว รวมทั้งการแข่งขันจากคู่แข่งที่รุนแรงขึ้นเพื่อแย่งชิงฐานลูกค้า โดยเฉพาะลูกค้าสถาบันที่มีการสั่งซื้อสินค้าต่อเนื่องในระยะยาว แต่ปีเจียยังคงรักษาสถานะลูกค้าที่มียอดขายและผลกำไรดีด้วยการเน้นการให้บริการที่ดี ขณะเดียวกันตลอดปี 2558 ได้ผลักดันการส่งออกผลิตภัณฑ์กระดาษทิชชูไปจำหน่ายยังประเทศในกลุ่มอาเซียนอย่างต่อเนื่องจนทำให้ภาพรวมธุรกิจต่างประเทศเติบโตร้อยละ 4 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 9 ของยอดขายกลุ่มกระดาษทิชชู โดยเฉพาะประเทศพม่าเติบโตถึงร้อยละ 23

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

ในด้านการตลาดและการจัดจำหน่ายโดยฝ่ายผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ส่วนตัวและเครื่องใช้ในครัวเรือนของบริษัท ได้ทำการตลาดและจัดจำหน่ายสินค้าในกลุ่มธุรกิจสินค้าอุปโภคผ่าน 6 ช่องทางใหญ่ๆ ได้แก่ 1) ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ได้แก่ ไฮเปอร์มาร์เก็ต ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อแคช แอนด์ แคร์ 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 2558 มีความรุนแรงขึ้นด้วยสภาวะตลาดที่เติบโตเพียงเล็กน้อย โดยมูลค่าเติบโต 1.9% ทำให้ผู้ผลิตทุกรายต่างทุ่มทำโปรโมชั่นเพื่อกระตุ้นยอดขาย อีกทั้งคู่แข่งได้ขยายกำลังการผลิตและบางรายได้ขยายช่องทางการจำหน่ายเข้าไปในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ด้วย ทำให้การแข่งขันด้านราคาสูงขึ้น อย่างไรก็ตามแม้ว่าตลาดกระดาษทิชชูโดยรวมเติบโตไม่มากแต่กลุ่มกระดาษชำระคุณภาพดีเยี่ยม กระดาษเช็ดหน้า และกระดาษอเนกประสงค์ยังมีแนวโน้มการเติบโตสูง ซึ่งเป็นตลาดที่ปีเจซีเน้นทำตลาดอย่างต่อเนื่อง

สำหรับการแข่งขันในตลาดสินค้าอุปโภคบริโภค ปัจจุบันมีอัตราการขยายตัวของความต้องการต่ำ แต่การแข่งขันทางการตลาดมีสูง ซึ่งขณะนี้ บริษัทได้ขยายตลาดจากในประเทศออกสู่ตลาดต่างประเทศมากขึ้น โดยเฉพาะกับประเทศเพื่อนบ้านผ่านฝ่ายขายและฝ่ายการตลาดของบริษัท เช่น ลาว กัมพูชา พม่า มาเลเซีย และสิงคโปร์ จากผลการวิจัย ส่วนแบ่งการตลาดของบริษัท ในปี 2558 สบู่ตรานกแก้วยังคงครองส่วนแบ่งตลาดสูงเป็นอันดับหนึ่งของตลาดสบู่ก้อน และเป็นอันดับสามของตลาดสบู่รวมในประเทศไทย นอกจากนี้ ยังได้ขยายสินค้าสู่กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภคอื่น ๆ เช่น ยาสีฟัน แปรงสีฟัน ในส่วนของการรับจ้างผลิต RIL ยังคงเป็นผู้รับจ้างผลิตสบู่ก้อนและลูกอมรายใหญ่ที่สุดรายหนึ่งในประเทศ โดยได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าให้ผลิตเพื่อจำหน่ายทั้งในประเทศและส่งออกไปยังต่างประเทศ ได้แก่ ประเทศในกลุ่มอาเซียน ประเทศไต้หวัน ฮองกง เป็นต้น

ในด้านการตลาดและการจัดจำหน่าย การแข่งขันของกลุ่มธุรกิจเครื่องใช้ส่วนตัวและในครัวเรือนจัดอยู่ในกลุ่มที่มีการแข่งขันสูง เนื่องจากกำลังซื้อของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายลดลงตั้งแต่ต้นปีจากอากาศหนาวเย็นและปัญหาการเมืองที่ไม่เสถียรภาพในช่วงครึ่งปีแรก ทำให้คู่แข่งทุกรายจำเป็นต้องเพิ่มความถี่ในการจัดกิจกรรมสำหรับการขายอย่างรุนแรงตลอดทั้งปี เป็นผลให้อัตราการเติบโตของยอดขายโดยรวมในปีเพิ่มขึ้นร้อยละ 3 เมื่อเปรียบเทียบกับปีที่แล้ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งการแข่งขันของกลุ่มผลิตภัณฑ์สบู่ เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์บำรุงผิวในปี 2557 ที่มีอากาศหนาวเย็นในช่วงต้นปี และมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง ตราสินค้าผู้นำต่างๆ ในตลาดได้มีการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่มีจุดขายที่มีความแตกต่างเข้ามาแข่งขันมากขึ้น รวมถึงกิจกรรมการตลาดและกิจกรรม ณ จุดขาย ไม่ว่าจะเป็นลด แลก แจก แถม กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์บำรุงผิวได้มุ่งเน้นในการทำการตลาดออนไลน์ และร้านค้าเครื่องสำอางโดยเฉพาะ อีกทั้งการตลาดออฟไลน์ก็เน้นทั้งในส่วนโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการขายที่รุนแรง แม้กระทั่งผลิตภัณฑ์เด็กในปีนี้ก็เพิ่มการแข่งขันมากขึ้น มีการขยายกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อขยายกลุ่มลูกค้าในตราสินค้านั้นเพิ่มขึ้น เช่น ดินี่ จากเพียงแค่ผลิตภัณฑ์ในครัวเรือนประเภทน้ำยาซักผ้า น้ำยาปรับผ้านุ่ม น้ำยาล้างจาน เข้าสู่กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ส่วนตัว เป็นต้น

(2.3) บริการด้านการจัดเก็บและจัดส่งสินค้า

ด้านการตลาด ในปี 2558 บริษัทได้มุ่งเน้นการทำงานอย่างใกล้ชิดกับลูกค้าทั้งในกลุ่มบริษัท และลูกค้าภายนอกเพื่อปรับปรุงความพึงพอใจของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้บริษัทยังได้ขยายการให้บริการแก่ลูกค้าภายนอกกลุ่มบริษัทมากขึ้น เช่น ในกลุ่มบรรจภัณฑ์ โดยใช้ทีมงานพัฒนาธุรกิจที่มีความรู้และประสบการณ์ทางด้านโลจิสติกส์เพื่อนำเสนอบริการของบริษัทฯ เข้าไปในตลาดและอุตสาหกรรมที่หลากหลายโดยใช้กลยุทธ์ที่เน้น

การให้บริการที่มีคุณภาพ ด้วยลักษณะการให้บริการที่แตกต่างกันตามความต้องการของลูกค้าแต่ละราย ด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย และมีราคาที่เหมาะสม ปัจจุบันนี้ ลูกค้าหลักของบริษัทฯ อยู่ในกลุ่มปีเจซีประมาณร้อยละ 70 โดยมาจากสินค้ากลุ่มอุปโภคและบริโภค เวชภัณฑ์และอุปกรณ์การแพทย์ กลุ่มเทคนิคและอุตสาหกรรม สินค้าไอทีและอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ และมีเป้าหมายในอนาคตที่จะขยายการบริการไปในกลุ่มสินค้าแฟชั่น, Express & Home delivery services, การบริการด้านคลังสินค้าในเขตปลอดอากรรวมถึงการให้บริการการจัดส่งสินค้าข้ามพรมแดน (Cross Border Logistics) เพื่อรองรับการขยายตัวของตลาดที่จะเพิ่มมากขึ้นเมื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) และเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดโลจิสติกส์

สภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรม

การเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจของประเทศไทยในปี 2558 อยู่ในระดับไม่สูงนัก เนื่องจากเศรษฐกิจของโลกยังอยู่ในภาวะที่ซบเซา ทำให้ผู้ประกอบการในทุกธุรกิจต่างมุ่งเน้นด้านการควบคุมและลดต้นทุน การผลิต และโลจิสติกส์ ส่งผลให้ผู้ประกอบการด้านโลจิสติกส์ทั้งของไทยและต่างชาติ จำเป็นต้องมีการปรับกลยุทธ์การขายและการทำงานเพื่อให้สอดคล้องกับทิศทางใหม่ของธุรกิจ โดยให้บริการครบวงจรด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัยและประสิทธิภาพในหลากหลาย อุตสาหกรรม ซึ่งจะทำให้บริษัทสามารถแข่งขันได้ด้วยการให้บริการที่มีประสิทธิภาพและด้วยต้นทุนที่เหมาะสม

อย่างไรก็ตาม ในปี 2558 ประเทศไทยเริ่มมีการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจเป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) ในปี 2559 อย่างเต็มรูปแบบ จะทำให้ปริมาณความต้องการการใช้บริการทางด้านโลจิสติกส์และการบริการจัดส่งสินค้าข้ามพรมแดน (Cross Border Logistics) มีอัตราการขยายตัวเพิ่มอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเปิดโอกาสให้บริษัทฯ มีตลาดเพิ่มขึ้นสามารถแสวงหาลูกค้าเพิ่ม และทั้งการให้บริการเพิ่มในด้านอื่นๆ ทั้งนี้การแข่งขันก็จะทวีความรุนแรงเพิ่มขึ้นจากผู้ประกอบการทั้งของไทยและต่างชาติที่มีเครือข่ายในหลายประเทศ ด้วยเช่นกัน

(2.4) ธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายในประเทศเวียดนาม

นโยบายการตลาด

TCI – VN ใช้นโยบาย “การตลาดนำหน้าการขาย” มาตั้งแต่เริ่มก่อตั้งบริษัทจึงทำให้สามารถพัฒนายอดการจัดจำหน่ายของสินค้าที่มีอยู่ให้เติบโตดียิ่งขึ้น พร้อมกับสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์สินค้าใหม่ๆ เข้าสู่ตลาดได้อย่างต่อเนื่องจนประสบความสำเร็จ และสินค้าเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคในประเทศเวียดนาม โดยจัดจำหน่ายและกระจายสินค้าไปสู่ระบบการค้าผ่านตัวแทนจัดจำหน่าย (Dealer) ผู้ค้าส่ง (Wholesalers) และผู้ค้าปลีก (Retailers) ซึ่งครอบคลุมช่องทางกระจายสินค้าแบบสมัยใหม่ (Modern Trade) แบบดั้งเดิม (Traditional Trade) และร้านค้าเฉพาะกลุ่ม นอกจากนี้ TCI – VN ยังให้ความสำคัญในการสร้างตราสินค้าให้เป็นที่ยอมรับในหมู่ผู้บริโภค โดยผ่านการจัดทำกิจกรรมทางสังคม (Corporate Social Responsibility) เช่น การบริจาคสินค้าที่บริษัทจัดจำหน่ายช่วยเหลือผู้ประสบอุทกภัย สถานรับเลี้ยงเด็กกำพร้า เด็กพิการ และบ้านพักคนชรา เป็นต้น

Ichiban ได้กำหนดกลยุทธ์หลักๆ เพื่อส่งเสริมขีดความสามารถของธุรกิจ โดยมุ่งเน้นการสร้างภาพลักษณ์ตราสินค้าที่แตกต่างจากสินค้าเวียดนาม โดยวางตำแหน่งของตราสินค้าเป็นเต้าหู้ญี่ปุ่นแบรนด์ Fujisan และมีบรรจุภัณฑ์ที่มีดีไซน์โดดเด่น ทันสมัย ได้มาตรฐานออกสู่ตลาดผู้บริโภคชาวเวียดนาม รวมถึงสร้างความหลากหลายของประเภทผลิตภัณฑ์เต้าหู้ ได้แก่ 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 การตลาดขึ้นอยู่กับกิจกรรมและการสนับสนุนจากเจ้าของสินค้าแต่ละราย

สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

เนื่องจาก TCI – VN เป็นตัวแทนจัดจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียวของสินค้าแบรนด์ต่างๆ ดังกล่าว จึงไม่มีคู่แข่งทางการค้า ที่มีศักยภาพเทียบเคียงในด้านการเป็นผู้ให้บริการทางด้านตัวแทนจัดจำหน่ายและกระจายสินค้าไทยในประเทศเวียดนามแต่อย่างใด

ส่วนผลิตภัณฑ์เต้าหู้ ในระยะ 10 ปีแรกของการดำเนินธุรกิจ การแข่งขันในตลาดผลิตภัณฑ์เต้าหู้ของประเทศเวียดนามยังไม่มีคู่แข่งที่สามารถผลิตสินค้าที่ได้มาตรฐาน และไม่มีบรรจุภัณฑ์ในลักษณะเต้าหู้หลอด ส่วนใหญ่จะเป็นการผลิตแบบชาวบ้าน และขายในตลาดสดทั่วไป ไม่มีบรรจุภัณฑ์และแบรนด์สินค้า (No Brand) แม้ว่าในปัจจุบันจะมีผู้ผลิตสินค้าเต้าหู้หลอดและเต้าหู้ชนิดต่างๆ เพิ่มขึ้นอีกสองราย ทำให้เกิดการแข่งขันสูงขึ้นในผลิตภัณฑ์เต้าหู้ทุกประเภท แต่เนื่องด้วย Ichiban เป็นบริษัทแรกที่เริ่มทำผลิตภัณฑ์เต้าหู้หลอดแบบมาตรฐาน และด้วยคุณภาพที่ดี ราคาที่สมเหตุสมผลควบคู่ไปกับการสร้างแบรนด์สินค้ามาโดยตลอด ทำให้ผลิตภัณฑ์เต้าหู้ของ Ichiban ยังคงเป็นสินค้าขายดีเป็นอันดับหนึ่ง (Leading Brand) และเป็นแบรนด์สินค้าที่จดจำ (Top of the mind) ของผู้บริโภคชาวเวียดนามมาโดยตลอด ทั้งนี้สัดส่วนของการถือครองตลาดนั้น สินค้าต่างๆ ของ Ichiban สามารถครองสัดส่วนตลาด (Market Share) ได้ร้อยละ 70 ของตลาดโดยรวม

ในปีที่ผ่านมาเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศมีการเติบโตประมาณร้อยละ 6 ซึ่งเป็นผลจากการส่งออกสินค้าเป็นลักษณะที่การบริโภคภายในประเทศยังเติบโตในระดับต่ำเนื่องจากการระมัดระวังการใช้จ่ายของผู้บริโภค เป็นผลให้กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภคมีการแข่งขันรุนแรงทั้งลดราคาและส่งเสริมการขายเพื่อรักษาส่วนแบ่งตลาด บริษัทมุ่งเน้นในการสร้างการเติบโตของกลุ่มสินค้าหลัก ได้แก่กลุ่มเครื่องใช้ส่วนตัว และในครัวเรือน อาหารและเครื่องใช้ไฟฟ้า รวมทั้งสินค้าใหม่ที่เริ่มนำเข้ามาจัดจำหน่ายได้แก่เตาแก๊สจากประเทศญี่ปุ่น ขนมขบเคี้ยว และเครื่องดื่มไวน์จากประเทศไทย ได้มีการยกเลิกการจัดจำหน่ายสินค้าที่ไม่สร้างผลกำไร เช่น ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม และผลิตภัณฑ์กำจัด

แมลง อีกทั้งบริหารค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานและการขายอย่างมีประสิทธิภาพ โดยได้เริ่มทำการรวมคลังสินค้าของแต่ละหน่วยธุรกิจในจังหวัดฮานอยมารวมอยู่ที่ศูนย์กระจายสินค้าที่เดียว เพื่อให้บริการกระจายสินค้ากับทุกสินค้าทำให้สามารถใช้นุเคราะห์และระบบการกระจายสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ บริษัทมียอดขายรวม 3,267 ล้านบาท ในปี 2559 บริษัทยังคงมุ่งเน้นในการเพิ่มสินค้าใหม่ที่มีศักยภาพในการเติบโต เพิ่มประสิทธิภาพในการขายและการกระจายสินค้า ปรับปรุงและขยายศูนย์กระจายสินค้าที่ฮานอย ดานัง และโฮจิมินห์ เพื่อครอบคลุมการกระจายสินค้าให้เข้าถึงร้านค้ามากขึ้น เพิ่มรายได้จากการให้บริการโลจิสติกส์จากการบริหารคลังสินค้าและการขนส่งให้กับลูกค้าภายนอก รวมทั้งอบรมและพัฒนาบุคลากรเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน และสอดคล้องเป้าหมายการเป็นบริษัทจัดจำหน่ายและผู้ให้บริการโลจิสติกส์ชั้นนำในประเทศเวียดนาม

(2.5) ผลิตภัณฑ์เครื่องเขียนและไลฟ์สไตล์

นโยบายการตลาด

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

สินค้าประเภทผลิตภัณฑ์อิลิกทรอนิกส์ มีวางขายจำหน่ายตามร้านค้า ห้างสรรพสินค้าทั่วไป ทั้งตัวแทนจำหน่ายหลักของทางแบรนด์ และผู้จัดจำหน่าย โดยมีพนักงานขายให้บริการทั่วประเทศ โดยในปี 2558 บริษัทมุ่งเน้นมีการจัด Event และ Roadshow คาราวานสินค้าอิลิกทรอนิกส์ราคาพิเศษ ไปยังตึกสำนักงานต่างๆ ตลอดทั้งปี ซึ่งมีหลากหลายแบรนด์ให้ความร่วมมือในการออกงานด้วยสินค้าดีราคาพิเศษ และ การให้บริการด้านการชำระเงิน การบริการผ่อนชำระผ่านบัตรเครดิตของธนาคาร มีการให้บริการหลังการขาย ทั้งการส่ง การติดตั้ง ศูนย์เทรนนิ่ง และ ศูนย์ซ่อมที่รวดเร็ว ทั้งชื่อเสียงที่ดีทำให้ลูกค้าได้รับความไว้วางใจในสินค้าและบริการ และแผนกสินค้าอิลิกทรอนิกส์ได้ร่วมกับ บริษัท บีเจซี คอมเมิร์ซ จำกัด เพื่อเป็นผู้จัดหาสินค้าอิลิกทรอนิกส์ และสินค้าไอที ลูกเล่นและนวัตกรรมใหม่ๆ ตามความนิยมของตลาด

สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

ธุรกิจสินค้าเครื่องเขียนและเครื่องใช้สำนักงานมีคู่แข่งทั้งขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก ทำตลาดตั้งแต่ระดับบนจนถึงระดับล่าง มีภาวะการแข่งขันที่รุนแรง เนื่องจากผู้บริโภคมองสินค้าให้เลือกหลากหลายรูปแบบและเป็นสินค้าที่สามารถทดแทนกันได้ คู่แข่งมีการใช้กลยุทธ์ต่างๆ ในการแข่งขัน ทั้งทางด้านราคา คุณภาพ และการบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ตามวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันไป แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมนี้ในอนาคตน่าจะมีการแข่งขันที่สูงขึ้น เนื่องจากการปรับตัวของผู้ประกอบการในด้านตัวผลิตภัณฑ์และรูปแบบการให้บริการ รวมทั้ง

การเข้ามาแข่งขันของเครื่องเขียนนำเข้าที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น รวมถึงการมีตลาดที่ใหญ่ขึ้น อันเนื่องมาจากการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558 ส่งผลให้ผู้ประกอบการหลายรายต้องเร่งปรับตัว

สินค้าประเภทผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์ มีหลากหลายตราสินค้า หลากหลายความการใช้งาน และหลากหลายกลุ่มเป้าหมายตั้งแต่เล็ก กลาง ใหญ่ ทั้งสินค้าที่เป็นอินเตอร์แบรนด์ และ สินค้า House-Brand ธุรกิจนี้จึงมีภาวะการแข่งขันที่รุนแรง โดยเฉพาะการแข่งขันด้านราคา และมีการเปลี่ยนแปลงสินค้ารวดเร็ว โดยเฉพาะในช่วงต้นปีที่มีปัญหาเรื่องการเมืองศูนย์การค้ามาบุญครองซึ่งเป็นตลาดใหญ่ของโทรศัพท์มือถือ ถูกปิดทำให้ผู้ประกอบการหลายราย ยอมขายสินค้าในราคาที่ขาดทุน หรือโปรโมชันรุนแรง ทำราคาตลาดมีการผันผวน อย่างไรก็ตาม บริษัทยังคงแข่งขันได้ โดยกลยุทธ์การเข้ากลุ่มเป้าหมาย ณ ตลาด Business to Business กลุ่มธุรกิจต่างๆ ทั้งบริษัทในเครือ บริษัทพันธมิตร และการขายลูกค้าสถาบัน เช่น ขายบริษัท สถาบันการศึกษา องค์กรที่เกี่ยวข้องอื่นๆ 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 และอาคารสำนักงานโรงงานและคลังสินค้า ประมาณ 23,510 ตารางเมตร โดยมีรายละเอียดกำลังและปริมาณการผลิต ดังนี้

กำลังและปริมาณการผลิต	2558	2557	2556
กำลังการผลิตเต็มที่ (หน่วย : ตัน)	20,131	20,131	20,131
ปริมาณการผลิตจริง (หน่วย : ตัน)	10,397	8,952	10,584
การใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ)	51.6	44.46	52.6
อัตราเพิ่มของปริมาณการผลิต (ร้อยละ)	16.1	-13.99	-5.9

ทั้งนี้ เพื่อเป็นการขยายกลุ่มลูกค้าและฐานธุรกิจของ BJF ได้ว่าจ้าง 1) บริษัท Want Want ในฐานะหุ้นส่วนทางธุรกิจระยะยาวให้ผลิตข้าวอบกรอบ “โดโซะ” 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 3) บริษัท Nissin Food (Thailand) Ltd. ผลิตมันฝรั่งทอดภายใต้ตรา

สินค้า “NISSIN CUP NOODLES” เพื่อจำหน่ายในตลาดฮ่องกง 4) บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) ผลิตมันฝรั่งทอดภายใต้ตราสินค้า “S&P Classic Cut POTATO CHIPS” เพื่อจำหน่ายในประเทศไทย

BJFM ประกอบด้วยอาคารสำนักงาน โรงงานและคลังสินค้า ตั้งอยู่ในพื้นที่ประมาณ 3,235 ตารางเมตร กำลังการผลิตและอัตราการใช้กำลังการผลิตของผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา เป็นดังนี้

กำลังและปริมาณการผลิต	2558	2557	2556
กำลังการผลิตเต็มที่ (หน่วย : ตัน)	4,535	2,823	2,823
ปริมาณการผลิตจริง (หน่วย : ตัน)	1,700 (Est.)	1,695	1,695
การใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ)	37.5	60.8	60.8
อัตราเพิ่มของปริมาณการผลิต (ร้อยละ)	0.0	0.0	17.4

ทั้งนี้ BJFM ได้รับจ้างผลิตสินค้าให้ลูกค้าดังนี้ 1) มันฝรั่งทอดกรอบ ผลิตให้กับบริษัท CALBEE MOH SENG PTE LTD ซึ่งตั้งอยู่ที่ No.10 Pandan Crescent #02-05 UE Techpark Singapore 128466 ภายใต้ตราสินค้า Calbee 2) มันฝรั่งทอดกรอบ ผลิตให้กับบริษัท Big Care Co., Ltd. เพื่อจำหน่ายในประเทศไทยและมีแผนขยายธุรกิจไปสู่ภูมิภาคเอเชียภายใต้ตราสินค้า Tesco

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

กำลังและปริมาณการผลิต	2558	2557	2556
กำลังการผลิตเต็มที่ (หน่วย : ตัน)	28,000	28,000	28,000
ปริมาณการผลิตจริง (หน่วย : ตัน)	11,205	12,127	14,455
การใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ)	40	43	52
อัตราเพิ่มของปริมาณการผลิต (ร้อยละ)	-8	-16.1	158.1

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

วัตถุดิบที่ BJF ใช้ในการผลิตส่วนใหญ่เป็นผลผลิตทางการเกษตร ซึ่งเป็นการนำผลผลิตทางการเกษตรมาแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าและเป็นการส่งเสริมอาชีพให้แก่เกษตรกร โดยบริษัทมีการส่งเสริมการปลูกมันฝรั่งแบบครบวงจร โดยจัดหาหัวพันธุ์ ปุ๋ย และเคมีให้เกษตรกรยืมและประกันราคาซื้อคืน โดยวัตถุดิบภายในประเทศ ได้แก่ มันฝรั่ง มันเทศ แป้งมันสำปะหลัง น้ำมันปาล์ม น้ำตาลทราย นมสด นมข้นหวาน บรรจุภัณฑ์ต่างๆ ภายในประเทศ ได้แก่ ฟิล์ม ซีพีพี โอพีพี ถึงพลาสติก และ กล่องกระดาษลูกฟูก ส่วนวัตถุดิบจากต่างประเทศ ได้แก่ แป้งสาลี ไขมันเนย เครื่องปรุงรส ผงโกโก้ เป็นต้น ในปัจจุบัน BJF จัดซื้อวัตถุดิบหลักในการผลิตจากผู้จำหน่ายมากกว่า 50 ราย โดยมีสัดส่วนการซื้อวัตถุดิบในประเทศและต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 80 และ 20 ตามลำดับ

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตของ BJFM ส่วนใหญ่เป็นมันฝรั่งสดนำเข้าจากต่างประเทศ ได้แก่ จีน สหรัฐอเมริกา เยอรมัน ออสเตรเลียและอียิปต์ เป็นต้น วัตถุดิบอื่นๆจากต่างประเทศ ได้แก่ เครื่องปรุงรส เป็นต้น ในส่วนของบรรจุภัณฑ์ต่างๆภายในประเทศ ได้แก่ ฟิล์ม โฟฟี่ ถุงพลาสติก และกล่องกระดาษลูกฟูก ในปัจจุบันBJFM จัดซื้อวัตถุดิบหลักในการผลิตจากผู้จำหน่ายมากกว่า 30 ราย โดยมีสัดส่วนการซื้อวัตถุดิบ (มูลค่า) ในประเทศและต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 5 และ 95 ตามลำดับ

วัตถุดิบที่ TDC ใช้ในการผลิตส่วนใหญ่เป็นผลผลิตจากนมสดซึ่งเป็นการนำผลผลิตจากเกษตรกรมาแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าและเป็นการส่งเสริมอาชีพให้เกษตรกร โดย TDC มีนโยบายใช้วัตถุดิบภายในประเทศ ได้แก่ น้านมดิบ ผลไม้สด น้ำตาลทราย บรรจุภัณฑ์ต่างๆ ภายในประเทศ ได้แก่ ถุงพลาสติก และกล่องกระดาษลูกฟูก วัตถุดิบจากต่างประเทศ ได้แก่ นมผงพร่องมันเนย และหัวเชื้อจุลินทรีย์ เป็นต้น ในปัจจุบัน TDC จัดซื้อวัตถุดิบหลักในการผลิตจากผู้จำหน่ายมากกว่า 30 ราย โดยมีสัดส่วนการซื้อวัตถุดิบในประเทศและต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 70 และ 30 ตามลำดับ

ผลกระทบสิ่งแวดล้อม

น้ำเสียจากกระบวนการผลิตจะผ่านระบบบำบัดน้ำเสียเพื่อให้ได้มาตรฐานก่อนปล่อยไปสู่ สาธารณะ และ BJFM ได้ใช้เชื้อเพลิงจากก๊าซธรรมชาติ (Natural Gas Vehicle-NGV) ทั้งหมด ซึ่งเป็นการใช้พลังงานสะอาดในกระบวนการผลิต

(3.2) สินค้าอุปโภค

กำลังและปริมาณการผลิต

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

กำลังและปริมาณการผลิต	2558	2557	2556
กำลังการผลิตเต็มที่ (หน่วย : ตัน)	45,000	45,000	45,000
ปริมาณการผลิตจริง (หน่วย : ตัน)	40,152	42,684	44,219
การใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ)	89.27	94.85	98.26
อัตราเพิ่มของปริมาณการผลิต (ร้อยละ)	-6.31	-3.59	-0.54

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

กำลังและปริมาณการผลิต	2558	2557	2556
ผลิตภัณฑ์สบู่			
กำลังการผลิตเต็มที่ (หน่วย : ตัน)	22,410	22,410	22,410
ปริมาณผลิตจริง (หน่วย : ตัน)	12,050	12,009	13,530
การใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ)	53.8	53.6	60.4
อัตราเพิ่มของปริมาณการผลิต (ร้อยละ)	0.3	-11.2	2.3
ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง			
กำลังการผลิตเต็มที่ (หน่วย : ตัน)	9,000	8,877	7,600
ปริมาณผลิตจริง (หน่วย : ตัน)	7,335	7,050	5,760
การใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ)	81.5	79.4	75.8
อัตราเพิ่มของปริมาณการผลิต (ร้อยละ)	4.0	22.4	-3.9
ผลิตภัณฑ์ลูกอม			
กำลังการผลิตเต็มที่ (หน่วย : ตัน)	8,804	8,804	8,804
ปริมาณการผลิตจริง (หน่วย : ตัน)	5,539	5,321	5,126
การใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ)	62.9	60.4	58.2
อัตราเพิ่มของปริมาณการผลิต (ร้อยละ)	4.1	3.8	-15.7
ผลิตภัณฑ์กลีเซอริน (ผลิตภัณฑ์พลอยได้)			
กำลังการผลิตเต็มที่ (หน่วย : ตัน)	850	850	850
ปริมาณผลิตจริง (หน่วย : ตัน)	305	449	482
การใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ)	35.9	52.8	57.4
อัตราเพิ่มของปริมาณการผลิต (ร้อยละ)	-32.1	-6.8	-7.5

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

ผลิตภัณฑ์กระดาษทิชชูมีวัตถุดิบที่สำคัญ คือ เยื่อรีไซเคิลที่ผลิตขึ้นเองที่โรงงานปราจีนบุรี เยื่อใยยาวและเยื่อใยสั้นจากในและต่างประเทศ โดยมีการใช้เยื่อรีไซเคิลประมาณร้อยละ 37 เยื่อใยสั้นร้อยละ 43 และเยื่อใยยาวร้อยละ 20 และมีสัดส่วนการซื้อวัตถุดิบจากในประเทศต่อวัตถุดิบต่างประเทศเป็น 22 ต่อ 78 โดยมูลค่า

สำหรับการผลิตสินค้าจำพวก สบู่ แชมพู เครื่องสำอาง ลูกอม และช็อคโกแลต เน้นนโยบายจัดหาวัตถุดิบจากภายในประเทศเป็นหลัก โดยปี 2558 มีสัดส่วนการจัดซื้อในประเทศประมาณร้อยละ 85 - 90 และต่างประเทศประมาณร้อยละ 10-15 วัตถุดิบที่จัดซื้อจากต่างประเทศ ได้แก่ วัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์บางชนิดที่ไม่สามารถจัดหาได้ภายในประเทศ หรือที่มีอยู่ภายในประเทศแต่มีคุณภาพไม่ได้มาตรฐาน เช่น หัวน้ำมันหอม หัวเชื้อ เคมีภัณฑ์ หัวปั๊ม กระดาษห่อลูกอม เป็นต้น ทั้งนี้ วัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ข้างต้น บริษัทฯ จัดซื้อจากประเทศมาเลเซีย จีน สิงคโปร์

อินโดนีเซีย เยอรมัน เป็นต้น และวัตถุดิบที่จัดซื้อในประเทศ ได้แก่ น้ำมันปาล์ม น้ำมันมะพร้าว น้ำตาลทราย และเกลือ

เป็นต้น

ผลกระทบสิ่งแวดล้อม

บริษัทให้ความสำคัญกับการดูแลสิ่งแวดล้อมทุกด้านอย่างต่อเนื่อง อาทิเช่น น้ำเสียจากกระบวนการผลิต บริษัทสร้างระบบบำบัดน้ำเสียและเปิดเดินระบบอย่างต่อเนื่อง เพื่อนำน้ำทั้งหมดกลับมาใช้ในกระบวนการใหม่โดยไม่ปล่อยสู่ภายนอก ทั้งยังตรวจสอบคุณภาพน้ำเสียอย่างต่อเนื่อง ผลการทดสอบจากห้องปฏิบัติการภายนอกที่ได้รับการรับรอง พบว่าในระยะ 3 ปีที่ผ่านมา ค่าต่างๆ อยู่ในมาตรฐานที่กรมโรงงาน กระทรวงอุตสาหกรรมกำหนด

นอกจากนี้ยังมีกากตะกอนที่เกิดจากกระบวนการผลิต ซึ่งเป็นกากตะกอนประเภทไม่เป็นพิษ บริษัทได้ว่าจ้างหน่วยงานภายนอกที่ได้รับอนุญาตถูกต้องในการบำบัด/กำจัดกากตะกอนดังกล่าว และกำหนดให้มีการตรวจติดตามการกำจัดทุกขั้นตอน เพื่อให้มั่นใจว่า กากตะกอนดังกล่าวได้รับการกำจัดอย่างถูกต้อง

(3.3) บริการด้านการจัดเก็บและจัดส่งสินค้า

BJL มีสำนักงานใหญ่ ตั้งอยู่ที่ อาคารเบอร์ลี ยุคเกอร์ เลขที่ 99 ซอยรุเปีย ถนนสุขุมวิท 42 แขวง พระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110 บริษัทมีคลังสินค้า 9 แห่ง เพื่อให้บริการแก่ลูกค้า ได้แก่

1. เลขที่ 91 หมู่ที่ 15 ตำบลบางพลีใหญ่ อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ
2. เลขที่ 48 ซอยสมานฉันท์ - บาโยส ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร
3. เลขที่ 60/12 หมู่ที่ 4 ถนนกิ่งแก้ว ตำบลราชาเทวะ อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ
4. เลขที่ 1/11 ถนนพัฒนาชนบท 3 แขวงคลองตันเหนือ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร
5. เลขที่ 111/3, 111/7, 111/8 หมู่ที่ 11 ตำบลบางโหลง อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ
6. เลขที่ 111/10 หมู่ที่ 11 ตำบลบางโหลง อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ
7. เลขที่ 111/12 หมู่ที่ 7 ตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ
8. เลขที่ 88/55, 88/56 หมู่ที่ 5 ตำบลบางสมัคร อำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา
9. เลขที่ 173, 173/1-173/7 หมู่ที่ 9 ตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

ผลกระทบสิ่งแวดล้อม

การให้บริการด้านคลังสินค้า และการขนส่ง มิได้ก่อให้เกิดของเสียที่มีปัญหาต่อสิ่งแวดล้อมอย่างมีนัย หรือเกินกว่าที่กฎหมายกำหนด อย่างไรก็ตาม เพื่อเป็นการลดการใช้พลังงาน บริษัทพยายามลดการใช้ไฟฟ้าในคลังสินค้า และเพิ่มประสิทธิภาพของรถส่งสินค้า เพื่อลดจำนวนเที่ยวในการขนส่ง อีกทั้งได้มีการปรับปรุง รถขนส่งให้สามารถใช้ก๊าซธรรมชาติเป็นเชื้อเพลิงอีกด้วย

(3.4) ธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายในประเทศเวียดนาม

TCI-VN ได้ลงนามในสัญญาเป็นตัวแทนและจัดจำหน่ายในประเทศเวียดนามแต่เพียงผู้เดียว (Sole Agency) กับเจ้าของผลิตภัณฑ์ด้านอุปโภคบริโภค ดังนี้

- ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มชูกำลัง ตรา กระต่ายแดง (Red Bull)
- ผลิตภัณฑ์ปลากระป๋อง ตรา สามแม่ครัว (Three Lady Cooks)
- ผลิตภัณฑ์กระดาษชำระ ตรา Cellox
- ผลิตภัณฑ์เต้าหู้ ตรา Ichiban (Fujisan,Tafu, Ichi-Sakura)
- ผลิตภัณฑ์ขนมข้าวอบกรอบ ตรา Dozo (Berli Jucker Pcl.)
- ผลิตภัณฑ์ขนมข้าวอบกรอบ ตรา Want Want, Yappy (Want Want Group)
- ผลิตภัณฑ์สเปรย์ปรับอากาศ และ ยาฆ่าแมลง (ARS Chemical Thailand Co., Ltd.)
- ผลิตภัณฑ์พัดลม ตรา ฮาตารี (Hatari)

TAG บริษัทรับซื้อสินค้าจากเจ้าของสินค้าภายใต้ข้อตกลงทางการค้าที่ให้บริการทำหน้าที่จัดจำหน่ายและกระจายสินค้าในประเทศเวียดนาม โดยเจ้าของสินค้าหรือคู่ค้าหลัก ได้แก่ บริษัท P&G, Rohto, Dumex, Frieslandcampina, 3M, Cuckoo, Paloma เป็นต้น

Ichiban ตั้งอยู่ที่ อาคารอิชิบัง เลขที่ 5-4 ถนน M14 โซนนิคมอุตสาหกรรม Tan Binh อำเภอ Binh Tan โฮจิมินห์ ประเทศเวียดนาม โดยในปี 2558 Ichiban ได้ลงทุนซื้อเครื่องจักรใหม่ที่ทันสมัยจากต่างประเทศ เพื่อขยายกำลังการผลิต และขยายประเภทสินค้าที่ผลิตที่อยู่ในไลน์เดียวกันให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น โดยมีกำลังและปริมาณการผลิต ดังนี้

กำลังและปริมาณการผลิต	2558	2557	2556
กำลังการผลิต (คิดจากวัตถุดิบถั่วเหลือง:วัน) (หน่วย : กิโลกรัม)	2,500	2,000	1,500
ปริมาณของสินค้าที่ผลิตได้ (เต้าหู้:ชิ้น:วัน) (หน่วย : ชิ้น)	50,000	40,000	30,000
อัตราการใช้วัตถุดิบของยอดขาย (ล้านบาท)	111.11	91.7	85

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

ในการผลิตเต้าหู้วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตส่วนใหญ่เป็นผลผลิตทางการเกษตรซึ่งเป็นการนำผลผลิตทางเกษตรมาแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าและเป็นการส่งเสริมอาชีพให้เกษตรกร โดยบริษัทวัตถุดิบหลักๆ ได้แก่ ถั่วเหลือง ซึ่งได้มีการซื้อจากแหล่งวัตถุดิบในท้องถิ่นและนำเข้าจากประเทศไทย

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

นอกจากจะเป็นผู้ผลิตสินค้าอาหารที่ได้คุณภาพตามมาตรฐานของกฎหมายกำหนด Ichiban ยังคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทุกด้าน และให้ความสำคัญต่อระบบการบำบัดน้ำเสียที่เกิดจากกระบวนการผลิตให้เป็นไปตามมาตรฐาน

(3.5) ผลิตภัณฑ์เครื่องเขียนและไลฟ์สไตล์

ผลิตภัณฑ์เครื่องเขียนและเครื่องใช้สำนักงานที่จัดจำหน่ายซึ่งผลิตในประเทศและนำเข้าจากต่างประเทศ เช่น ประเทศเยอรมันและประเทศจีน เป็นต้น

ผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์ที่จัดจำหน่ายซึ่งสั่งตรงมาจากเจ้าของแบรนด์ภายในประเทศ

3. กลุ่มสินค้าและบริการทางเวชภัณฑ์และทางเทคนิค

3.1 สินค้าและบริการทางเวชภัณฑ์

(1) ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ดำเนินธุรกิจนำเข้า ทำการตลาด และจัดจำหน่ายเวชภัณฑ์และเครื่องมือแพทย์ ดำเนินการโดยฝ่ายเวชภัณฑ์และฝ่ายการแพทย์ของบริษัท โดยมีผลิตภัณฑ์ ดังนี้

- ธุรกิจทางด้านเวชภัณฑ์ยา ทำการตลาดและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์ เช่น เภสัชภัณฑ์ จาก 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, Teijin ยา Bon-One, Hugel ยา Botulax, Bharat Serum ยา Thromboflux และ Amphotret, Muangmoon ยา Femorum และ Eurodrug (2) ธุรกิจทางด้านเวชภัณฑ์ร้านขายยา ทำการตลาดและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์ เช่น เภสัชภัณฑ์จาก Taiko Pharmaceutical ประเทศญี่ปุ่น ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพของ 3M สหรัฐอเมริกา และถุงยางอนามัยแอนเซลล์ ออสเตรเลีย ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพจาก Cocokara ประเทศญี่ปุ่น ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และเครื่องสำอางบำรุงผิว ดำเนินการโดยฝ่ายเวชภัณฑ์ของบริษัท
- สินค้าด้านเครื่องมือแพทย์ ได้แก่ (1) สินค้าด้านนวัตกรรมทางการแพทย์และเวชสารสนเทศ (Medical Innovation Technologies, MIT) (2) สินค้าด้านการผ่าตัด (Surgery) (3) สินค้าด้านฟื้นฟูสุขภาพและช่วยชีวิตครบวงจร (Life care Solutions, LCS) ดำเนินการโดยฝ่ายการแพทย์ของบริษัท

(2) การตลาดและการแข่งขัน

นโยบายการตลาด

เวชภัณฑ์ของบริษัทส่วนมากจำหน่ายเฉพาะในประเทศ กลุ่มลูกค้า คือ โรงพยาบาลในสังกัดรัฐบาล โรงพยาบาลเอกชน โรงเรียนแพทย์และคลินิกทั่วประเทศ ยาบางชนิดใช้รักษาโรคต้องอาศัยทีมแพทย์ผู้ชำนาญและอุปกรณ์เฉพาะทาง ในขณะที่บางชนิดเป็นยาที่ไม่มีคู่แข่งโดยตรงแต่ราคาสูง และรัฐบาลไม่รับผิดชอบค่าใช้จ่ายโดยผู้ป่วยต้องจ่ายเอง ทั้งนี้ ฝ่ายเวชภัณฑ์ได้เริ่มจำหน่ายเวชภัณฑ์บางรายการในประเทศพม่า

นอกจากนี้ นโยบายการเบิกจ่ายที่เข้มงวดขึ้น มีผลกระทบต่อยาที่ไม่อยู่ในบัญชียาหลักแห่งชาติ เช่น ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มวิตามินและแร่ธาตุ และสมุนไพร แต่ทำให้ตลาดยาสามัญที่อยู่ในบัญชียาหลักแห่งชาติมีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้น หน่วยงานรัฐมีการจัดซื้อยาโดยวิธีการประมูลราคาเพิ่มมากขึ้น ในปี 2558 ได้เริ่มการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ระบบใหม่

ธุรกิจทางด้านร้านขายยา ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายส่วนมากจำหน่ายเฉพาะในประเทศ มีลูกค้ากระจายเป็นจำนวนมาก ตามกลุ่มของผู้ค้าสินค้าทางเวชภัณฑ์ เช่น ร้านขายยาทั่วไป ร้านขายยาเซนสโตร เช่น บูท วัดสัน กลุ่มคอนวีนีเยนสโตร กลุ่มดิสเคาท์สโตร รวมถึงโรงแรมและสถานบริการทั่วประเทศ

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

สำหรับการทำการตลาดสินค้าด้านเครื่องมือแพทย์นั้น เนื่องด้วยเครื่องมือแพทย์เป็นสินค้าอยู่ในกลุ่มเฉพาะ (Niche Market) ดังนั้น การทำการตลาดจึงแตกต่างกับสินค้าอุปโภคบริโภคทั่วไป คือ มีกฎหมายมาควบคุมการโฆษณา และส่งเสริมการขายทุกประเภท ดังนั้น การทำการตลาดจึงมุ่งเน้นถึงการฝึกอบรมและการสอนใช้งานเครื่องมือแพทย์ (educations & workshops) เพื่อให้กลุ่มลูกค้าได้มีประสบการณ์จริง ในการใช้เครื่องมือได้อย่างถูกต้องและแม่นยำ ทั้งนี้ การฝึกอบรมดังกล่าวจึงมีประโยชน์ต่อแพทย์ และบุคลากรทางการแพทย์ในด้านการใช้งาน และขณะเดียวกันคนไข้ก็ได้รับประโยชน์ด้านการตรวจวินิจฉัยอย่าง แม่นยำจากแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ นอกจากการทำการตลาดในด้านต่างๆ แล้วทางแผนกยังตระหนักถึง การทำประโยชน์ให้กับสังคม หรือเรียกว่า Corporate Social Responsibility (CSR) นั่นคือ การบริจาคเครื่องมือแพทย์ให้กับโรงเรียนแพทย์ และ สถาบันทางการแพทย์เพื่อเป็นประโยชน์ ให้กับประชาชนทั่วไปต่อไป อีกทั้งยังมีการนำเครื่องมือของแผนกไปออกหน่วย กับแพทย์และบุคลากรทางการแพทย์ทั่วประเทศเพื่อช่วยเหลือประชาชนในพื้นที่ต่างๆ อีกด้วย

ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายหลักของสินค้าด้านการแพทย์ คือ บุคลากรทางการแพทย์ในโรงพยาบาลรัฐบาล และเอกชน สถานพยาบาลและคลินิก การจัดจำหน่ายส่วนใหญ่ขายในประเทศ แต่ในปี 2559 ฝ่ายการแพทย์มีแผนขยายกลุ่มลูกค้าไปยังประเทศในกลุ่ม CLMV คือ กัมพูชา ลาว พม่า และเวียดนาม

สภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรม

ผลิตภัณฑ์ด้านเวชภัณฑ์การแข่งขันมีค่อนข้างมาก เนื่องจากเป็นสินค้าที่มีแหล่งผลิตทั้งในและต่างประเทศจำนวนมาก อีกทั้งความแตกต่างหลากหลายของสินค้านำเข้าทำให้การแข่งขันอย่างเข้มข้นในด้านราคา รวมทั้งการส่งเสริมการขายและบริการหลังการขาย

ส่วนสินค้าด้านเครื่องมือแพทย์ ในปี 2558 ตลาดอุตสาหกรรมวัสดุอุปกรณ์ทางการแพทย์มีการขยายตัวเพิ่มขึ้น มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2557 คิดเป็น ร้อยละ 1.21 มูลค่ารวม 71.5 พันล้านบาท ทั้งนี้ ตามนโยบายรัฐบาลในปี 2558 พบว่ามีความต้องการที่จะผลิตอุปกรณ์ทางการแพทย์ในไทย เพื่อลดการนำเข้าให้ได้ โดยมุ่งเน้นการต่อยอดเพื่อสร้างมูลค่าให้กับเทคโนโลยีเดิม รวมทั้งเป็นศูนย์กลางการผลิตชิ้นส่วนและอุปกรณ์การแพทย์ให้ได้ภายใน ปีพ.ศ. 2563 จึงพบได้ว่าประเทศไทยนำเข้าผลิตภัณฑ์วัสดุอุปกรณ์ทางการแพทย์ลดลง ร้อยละ 11.11 เมื่อเทียบกับปี 2557 ทั้งนี้

ถึงแม้ว่าในปี 2558 เสถียรภาพของการเมืองไทยจะส่งผลกระทบอย่างมาก ในการดำเนินธุรกิจจัดจำหน่าย เครื่องมือแพทย์ทั้งในภาครัฐและเอกชน อย่างไรก็ตามจากผลการดำเนินงานในปีที่ผ่านมาจะพบว่า ทางฝ่ายยังมีอัตราการเติบโตอยู่ ร้อยละ 10 ในขณะที่คู่แข่งบางรายประสบการดำเนินงานขาดทุน ปัจจุบันในตลาดเครื่องมือแพทย์ บริษัทบีเจซี ยังถือว่าเป็นบริษัทที่มีประวัติการดำเนินการในตลาดมา ยาวนานมากกว่า 40 ปี ทั้งด้านการจัดจำหน่ายและการบริการหลังการขาย จากทีมผู้เชี่ยวชาญ จึงถือว่ามีความได้เปรียบมากกว่าคู่แข่ง อีกสิ่งหนึ่งที่เป็นกลยุทธ์หลักคือการมีสินค้าและบริการด้าน เครื่องมือแพทย์ที่ครบวงจรมากที่สุด

(3) การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายส่วนใหญ่นำเข้าจากหลากหลายประเทศ ผลิตภัณฑ์บางรายการว่าจ้างโรงงานผลิตในประเทศ

3.2 สินค้าและบริการทางเทคนิค

(1) ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

- เคมีภัณฑ์อุตสาหกรรม โดยมีฝ่ายเคมีภัณฑ์อุตสาหกรรมเป็นผู้นำเข้าหลักในกลุ่มวัตถุดิบและสารปรุงแต่งในอาหาร เครื่องดื่มและเครื่องสำอาง รวมถึงเคมีในอุตสาหกรรม โดยเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพจากผู้ผลิตชั้นนำทั่วโลก ซึ่งล้วนเป็นพันธมิตรทางธุรกิจกับฝ่ายมาเป็นเวลานาน ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่จะจัดจำหน่ายภายใต้ตราสินค้าเดิมของผู้ขาย โดยบางผลิตภัณฑ์มีการปรับเปลี่ยนการบรรจุ หรือการบดผสม เพื่อเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้าในห่วงโซ่อุปทาน
- บริการออกแบบและติดตั้งผลิตภัณฑ์วิศวกรรมให้กับลูกค้าภาคอุตสาหกรรมทั้งในประเทศ บริษัทข้ามชาติ และหน่วยงานของรัฐ ตลอดจนให้คำปรึกษาและให้บริการหลังการขายสำหรับผลิตภัณฑ์อุปกรณ์และระบบวิศวกรรมประเภทต่างๆ โดยนำเข้าจากต่างประเทศ แบ่งออกเป็น 3 กลุ่มผลิตภัณฑ์ ได้แก่ (1) ระบบขนถ่ายและลำเลียงสินค้า (Material Handling) (2) ระบบและอุปกรณ์จัดเก็บสินค้า (Logistics system integration) ดำเนินการโดยแผนกวิศวกรรมของบริษัท

- ทำการตลาดและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ใช้เทคโนโลยีด้านการพิมพ์ที่ต้องการคุณภาพสูงให้กับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมการพิมพ์ ดำเนินการโดยแผนกอุตสาหกรรมการพิมพ์ของบริษัท
- ออกแบบ ผลิต และซัพพลายเครื่องจักรหลักเพื่อใช้กับเสาสายส่งไฟฟ้าแรงสูง เสาสื่อสารโทรคมนาคม สถานีย่อยไฟฟ้าแรงสูง และอุตสาหกรรมทั่วไป ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ดำเนินการโดย บริษัท ไทย-สแกนดิค สตีล จำกัด (“TSS”)
- BAS เป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เคมีอุตสาหกรรม สินค้าหลัก คือ โซดาแอช ซึ่งเป็นวัตถุดิบที่สามารถนำไปใช้ได้ ในหลายอุตสาหกรรม เช่น อุตสาหกรรมผลิตขวดแก้ว อุตสาหกรรมเซรามิกส์ อุตสาหกรรมกระจก อุตสาหกรรมเหมืองแร่ และอุตสาหกรรมผงซักฟอก เป็นต้น โดยบริษัทจะนำเข้าสินค้าจากผู้ผลิตในต่างประเทศเพื่อจำหน่าย และ/หรือ ให้บริการนำเข้าจัดเก็บและกระจายสินค้าให้แก่ลูกค้าในประเทศไทย

(2) การตลาดและการแข่งขัน

นโยบายการตลาด

ผลิตภัณฑ์เคมีภัณฑ์อุตสาหกรรม ในปี 2558 ที่ผ่านมา อยู่ในสภาวะทรงตัวเทียบกับปีก่อนหน้า อันเป็นผลมาจาก สภาพเศรษฐกิจที่หดตัวลง กลุ่มลูกค้าส่งออก โดยเฉพาะในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร ซึ่งเป็นลูกค้าหลักของฝ่าย ฯ นั้นมีปริมาณการสั่งซื้อที่ลดลง ประกอบกับ อัตราแลกเปลี่ยน ที่ผันผวนอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี เงินบาทอ่อนค่า ทำให้ต้นทุนสินค้ามีมูลค่าสูงตามไปด้วย ภาวะการแข่งขัน เมื่อแยกตามประเภทของธุรกิจหลักต่างๆ มีดังนี้ (1) วัตถุดิบส่วนผสมเบเกอรี่ ยังคงมียอดขายและฐานลูกค้าที่เพิ่มขึ้นกว่าปีที่ผ่านมาอย่างต่อเนื่อง เช่นเดียวกับ สินค้า “โกโก้ดัทช์” มีการเติบโตของยอดขายอย่างต่อเนื่องในรอบปีที่ผ่านมา โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าโกโก้ดัทช์มีการจัดกิจกรรมทางการตลาดอย่างต่อเนื่อง สื่อประชาสัมพันธ์จะตรงเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ตราสินค้า โกโก้ดัทช์ จึงเป็นที่รับรู้จดจำและตอบสนองความต้องการบริโภคที่หลากหลายของลูกค้าเพิ่มขึ้น (2) วัตถุดิบส่วนผสมในอาหาร และกลุ่มสารเติมแต่งกลิ่นและรสในอาหาร โดยรวมยังคงรักษาตลาดไว้ได้และมีการเติบโตต่อเนื่องของสินค้าทางเทคนิค ในขณะที่กลุ่มสินค้าส่วนผสมในอาหารทั่วไบนั้นมีการชะลอตัว ยอดขายใกล้เคียงกับปีที่ผ่านมา โดยสินค้ากลุ่ม ไฮโดรคอลลอยด์ (Hydrocolloid) สามารถรักษาสถานะตลาดหลักไว้ได้ด้วยคุณภาพของสินค้าและราคาที่แข่งขันได้ในตลาดโดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าโรงงานนม ส่วนสินค้ากลุ่มนิเวศวิทยาที่ดี ยังคงได้รับความสนใจจากตลาดและมีการแนะนำให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างฐานลูกค้าในอนาคต (3) เคมีสำหรับอุตสาหกรรมมียอดขายที่ลดลงจากสารทำความเย็น อันเป็นผลมาจากมาตรการกำหนดการนำเข้าของสารทำความเย็นกลุ่ม HCFC แต่สำหรับธุรกิจในกลุ่มสารเติมแต่งในน้ำมันหล่อลื่นและจาระบี อุตสาหกรรม (Petrochemical Additives) มีการเติบโตอย่างมากเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมาเนื่องจากมีปริมาณการส่งออกที่มากขึ้นในกลุ่มประเทศอาเซียน นอกจากนี้ ยังมีการขยายสินค้าเพิ่มมากขึ้นในกลุ่มฟอสเฟต และได้กรองในอุตสาหกรรม (Cartridge Filter) จากประเทศอังกฤษ เพื่อขยายกลุ่มลูกค้าและสร้างยอดขายให้เพิ่มมากขึ้น (4) วัตถุดิบส่วนผสมในเครื่องสำอางมียอดขายโดยรวมลดลงเล็กน้อย เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา ซึ่งเป็นผลกระทบจากเศรษฐกิจหดตัว เช่นเดียวกับ อุตสาหกรรมอื่นๆ แต่ก็ยังสามารถรักษาสถานะลูกค้าหลักไว้ได้ ทั้งนี้ สินค้ากลุ่มสารสกัดธรรมชาติ และสารออกฤทธิ์ ยังคง

มีแนวโน้ม ที่ดีเป็นที่นิยมของผู้ผลิตเครื่องสำอาง ส่งผลให้ยอดขายของสินค้าสองกลุ่มนี้ยังคงเติบโตได้ต่อเนื่องเมื่อเทียบกับกลุ่มอื่นๆ

บริการออกแบบและติดตั้งผลิตภัณฑ์วิศวกรรม ในปี 2558 สภาพเศรษฐกิจได้มีการฟื้นตัวและยังทรงตัวอยู่บ้าง เนื่องจากการลดลงของมูลค่าการส่งออก อุปสงค์ในประเทศที่ลดลงมาก เงินบาทที่อ่อนค่าลงอย่างรวดเร็ว ยิ่งไปกว่านั้น ปัจจัยที่ส่งผลต่อการลดลงของการขยายกิจการโรงงานที่มีผลต่อแผนวิศวกรรม คือ การย้ายฐานการผลิตของภาคเอกชน ไปยังประเทศกัมพูชา ลาว พม่าและเวียดนาม ที่มีแนวโน้มเศรษฐกิจที่เติบโตและค่าจ้างแรงงานที่ต่ำ ดังนั้น แผนจึงชะลอ การทำการตลาดในการทำกิจกรรม Roadshow และสัมมนากลุ่มย่อย เนื่องจากลูกค้ามีการชะลอตัวในการขยายธุรกิจและ ลงทุนในการซื้ออุปกรณ์เพิ่มเติม อย่างไรก็ตามได้มีการเจาะกลุ่มลูกค้าบริเวณชายแดนของประเทศ เพื่อรองรับการ ขยายตัวของธุรกิจที่มีต่อประเทศเพื่อนบ้าน ทั้งนี้แผนได้มีกลยุทธ์ในการขยายกลุ่มผู้บริโภคโดยการจัดหาอุปกรณ์และ สินค้าที่ตอบสนองของกลุ่มลูกค้าประเภทค้าปลีกอย่างครบวงจร ไม่ว่าจะเป็น ชิ้นวางสินค้า ตระกร้าสินค้า รถเข็นสำหรับ ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น เพื่อขยายฐานกลุ่มลูกค้าในกลุ่มค้าปลีก รวมถึงระบบการจัดการคลังสินค้าแบบกึ่งอัตโนมัติ เพื่อให้ลูกค้าได้ลดต้นทุนในการจ้างงานและช่วยบริหารงานคลังสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพอีกด้วย อย่างไรก็ตาม ทางแผนยังได้มีความพยายามที่จะขยายฐานลูกค้าไปยังประเทศเพื่อนบ้านที่ยังมีการเจริญเติบโตและอุปสงค์ที่ดีอยู่

ผลิตภัณฑ์ด้านการพิมพ์ ในปี 2558 สภาพเศรษฐกิจของประเทศไทยยังคงการชะลอตัวลง ส่งผลให้ธุรกิจงานพิมพ์ ทั่วไปมีอัตราการพิมพ์ลดลงประมาณ ร้อยละ 15-20 เนื่องจากภาคธุรกิจมีการปรับลดงบประมาณสื่อโฆษณาลงเพื่อให้ สอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัวลง สำหรับแนวโน้มธุรกิจงานพิมพ์มีอัตราเติบโตลดลงเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้านี้ เนื่องจากอุตสาหกรรมดังกล่าวได้รับผลกระทบโดยตรงจากภาวะเศรษฐกิจไทยที่ชะลอตัวรวมถึงการส่งออกของไทยที่มี ความซบเซาอย่างเห็นได้ชัด ในปี 2559 ทางแผนจะมุ่งเน้นไปที่อุตสาหกรรมการผลิตพลาสติกและบรรจุภัณฑ์ที่มีแนวโน้ม เติบโตสูงขึ้น ซึ่งเป็นผลมาจากการขยายตัวของอุตสาหกรรมอุปโภคบริโภค เพื่อรองรับการที่ไทยจะเริ่มเข้าสู่ประชาคม เศรษฐกิจอาเซียนหรือ AEC

ผลิตภัณฑ์โครงสร้างเหล็กชุบสังกะสี ในปี 2558 มุ่งทำการตลาดภายในประเทศเป็นหลัก โดยเน้นไปที่เสาสายส่ง ไฟฟ้าแรงสูง และเสาโทรคมนาคม เนื่องจาก การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยหรือ กฟผ. เปิดประมูลโครงการก่อสร้าง และเดินสายไฟฟ้าแรงสูง และโครงการก่อสร้างสถานีไฟฟ้าแรงสูงหลายโครงการ ทำให้ความต้องการเสาสายส่ง ไฟฟ้าแรงสูงมีมากขึ้น เช่นเดียวกับการความต้องการด้านเสาโทรคมนาคมในประเทศที่ยังมีอย่างต่อเนื่อง จากการขยาย เครือข่ายของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละราย เพื่อรองรับการเติบโตของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ และการเปิด ให้บริการ 4G

BAS เป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์โซดาแอซ ซึ่งนำเข้าจากผู้ผลิตในประเทศเคนยา ลูกค้าส่วนใหญ่ของบริษัทเป็นผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์แก้ว ลูกค้าหลักในประเทศมีประมาณ 10 ราย ปัจจุบัน กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์แก้ว ซึ่ง ดำเนินกิจการการอยู่ในประเทศไทย และในอนาคต BAS มีนโยบายจะขยายฐานลูกค้าไปยังอุตสาหกรรมอื่นๆ แต่ทั้งนี้การ ขยายฐานลูกค้าจำเป็นต้องขึ้นอยู่กับคุณภาพสินค้าของผู้ผลิตที่ BAS ทำการนำเข้าด้วยการจำหน่ายและช่องทาง การจำหน่าย BAS ได้ทำการจัดเก็บดูแลสินค้าที่นำเข้าจากผู้ผลิตในประเทศเคนยา และดูแลจัดการการกระจายสินค้าไปให้แก่ ลูกค้าในประเทศตามแผนการจัดส่งสินค้าตามที่ลูกค้าต้องการ

สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

ผลิตภัณฑ์เคมีภัณฑ์อุตสาหกรรม สภาพการแข่งขันในตลาดโดยรวมยังคงมีสูงในทุกกลุ่มธุรกิจและยังคงมีอยู่อย่างต่อเนื่อง โดยมีผู้นำเข้ารายย่อยและรายใหญ่ใหม่ๆ เพิ่มมากขึ้น อีกทั้งมีการแข่งขันในเรื่องของราคาที่รุนแรงขึ้น โดยเฉพาะสินค้ากลุ่ม Commodity แต่กลุ่มสินค้าเฉพาะที่ต้องอาศัยข้อมูลทางเทคนิค ยังคงสามารถแข่งขันได้ นอกจากนี้ยังคงเผชิญกับการลดต้นทุนการผลิตของกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้ารายหลัก ซึ่งส่งผลกระทบต่อยอดขายและกำไรอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับในปีที่ผ่านมา อัตราแลกเปลี่ยนที่มีความผันผวน เงินบาทอ่อนค่า ทำให้ต้นทุนสินค้าสูงขึ้น มีการแข่งขันด้านราคารุนแรงมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ฝ่ายเคมีภัณฑ์อุตสาหกรรมก็ยังคงรักษาสถานะลูกค้าหลักไว้ได้ อันเป็นผลมาจากการนำเสนอผลิตภัณฑ์หลากหลายที่มีคุณภาพและมุ่งเน้นการให้บริการและสร้างมูลค่าเพิ่มจาก มีเจ้าหน้าที่ผู้เชี่ยวชาญให้ข้อมูลทั้งทางด้านเทคนิคและการตลาด รวมถึงบริการจากห้องปฏิบัติการสำหรับอาหาร เครื่องดื่ม เบเกอรี่และเครื่องสำอาง

ผลิตภัณฑ์ด้านการพิมพ์ จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ใช้เทคโนโลยีด้านการพิมพ์ที่ต้องการคุณภาพสูง อาทิ โปรแกรมซอฟต์แวร์จัดการการพิมพ์ และวัสดุสิ้นเปลืองทางการพิมพ์จำพวกเพลททำแม่พิมพ์ เคมีที่ใช้ในงานพิมพ์ เครื่องพิมพ์ระบบดิจิทัล และวัสดุสิ้นเปลืองต่างๆ จำพวก หมึกพิมพ์ และวัสดุรองรับงานพิมพ์ ให้กับผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรม การพิมพ์ ได้แก่ บริษัทเตรียมพิมพ์ โรงพิมพ์ และ กลุ่มธุรกิจที่ผลิตสื่อโฆษณาออกบ้าน โดยจัดจำหน่ายสินค้าด้วยทีมขาย และฝ่ายบริการหลังการขายที่ให้คำปรึกษาและบริการตลอดการใช้สินค้าของแผนก รวมทั้งชื่อเสียงของบริษัทและความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า จึงยังคงรักษาระดับยอดขายและแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดที่มีการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นได้

อุตสาหกรรมผลิตโครงสร้างเหล็กชุบสังกะสี สภาพการแข่งขันในช่วงปี 2558 ไม่รุนแรงมากนัก เนื่องจากมีความต้องการการใช้เสาโครงเหล็กสูงขึ้น และผู้ประกอบการบางรายได้รับงานโครงการใหญ่จากประเทศเพื่อนบ้าน อย่างไรก็ตาม สภาพการแข่งขันในปี 2559 คาดว่าจะรุนแรงขึ้น แม้ว่าความต้องการการใช้เสาโครงเหล็กจะยังสูงอยู่ เนื่องจากผู้ประกอบการแต่ละรายต้องการที่จะสะสมคำสั่งซื้อสำหรับการผลิตในปี 2560 โดยราคาสินค้าจะเป็นปัจจัยสำคัญของการแข่งขัน เพราะความสามารถในการผลิตของผู้ประกอบการแต่ละรายไม่ต่างกันมากนัก ในปีที่ผ่านมา ราคาสินค้าได้ปรับลดลงในช่วงปลายปี เนื่องจากราคาเหล็กที่ปรับตัวลดลงอย่างต่อเนื่อง แต่คาดว่าราคาสินค้าในปี 2559 จะไม่มีการเปลี่ยนแปลงจากปี 2558มากนัก

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

(3) การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

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

ผลิตภัณฑ์วิศวกรรมที่นำเข้าทั้งหมดเป็นเครื่องหมายการค้าจากทวีปยุโรป สหรัฐอเมริกา และเอเชีย แผนวิศวกรรมได้เน้นการพัฒนาธุรกิจเป็นหลัก โดยสรรหาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ออกสู่ตลาด สร้างความหลากหลายและเป็นทางเลือกใหม่ให้กับลูกค้า โดยเน้นการจัดหาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ โดยเน้นการนำเข้าจากทวีปยุโรป ซึ่งลูกค้าสามารถเชื่อมั่นได้ในคุณภาพและบริการ

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

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

กำลังและปริมาณการผลิต	2558	2557	2556
กำลังการผลิตเต็มที่ (หน่วย : ตัน)	20,000	20,000	20,000
ปริมาณการผลิตจริง (หน่วย : ตัน)	8,491	11,797	9,678
การใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ)	42.5	59.0	48.4
อัตราเพิ่มของปริมาณการผลิต (ร้อยละ)	-28%	21.9	-28.0

BAS ตั้งอยู่ที่อาคารเบอร์ลี่ ยุคเกอร์ เลขที่ 99 ซอยสุขุมวิท ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110 เริ่มจดทะเบียนจัดตั้งบริษัทเมื่อวันที่ 11 พฤษภาคม 2538 โดยปัจจุบันมีทุนจดทะเบียน จำนวน 40 ล้านบาท ประกอบธุรกิจเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เคมีอุตสาหกรรม โดยนำเข้าจากผู้ผลิตต่างประเทศเพื่อจำหน่าย และ/หรือ ให้บริการนำเข้า จัดเก็บ และกระจายสินค้าให้แก่ลูกค้าในประเทศไทย

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

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

4. กลุ่มธุรกิจอื่นๆ

4.1 ธุรกิจต่างประเทศ

(1) ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ฝ่ายธุรกิจต่างประเทศตั้งอยู่ที่สำนักงานใหญ่ของบริษัทในประเทศไทย และมีสำนักงานตัวแทนใน 4 ประเทศ ได้แก่ เวียดนาม เมียนมาร์ สปป.ลาว และกัมพูชา โดยฝ่ายธุรกิจต่างประเทศมีบทบาทสำคัญในการสร้างรากฐาน เครือข่าย ธุรกิจ และแสวงหาโอกาสการลงทุน เพื่อสร้างธุรกิจใหม่ในภูมิภาคอาเซียน อันเป็นการต่อยอดฐานธุรกิจสินค้าเดิมของกลุ่มบริษัท และเพิ่มความแข็งแกร่งด้านการค้าการลงทุนในภูมิภาคให้แก่บริษัท

ทั้งนี้สำนักงานตัวแทนในต่างประเทศมีหน้าที่หลักในการรวบรวมข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวของตลาด กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการค้าและการลงทุนต่างๆ ของแต่ละประเทศซึ่งต้องมีความถูกต้องแม่นยำและทันต่อเหตุการณ์ กอปรกับการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับนักลงทุนท้องถิ่น หน่วยงานราชการและเอกชนในประเทศนั้นๆ อันเป็นส่วนสำคัญ ในการที่จะช่วยสนับสนุนและส่งเสริมกลยุทธ์ในการขยายฐานธุรกิจของกลุ่มบริษัทไปยังต่างประเทศอีกทางหนึ่ง

(2) การตลาดและการแข่งขัน

สำหรับประเทศเวียดนาม บีเจซีได้วางรากฐานของธุรกิจอย่างครบวงจร ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ ซึ่งครอบคลุมทั้ง ธุรกิจด้านการผลิต การสร้างเครือข่ายกระจายสินค้า และธุรกิจค้าปลีกในรูปแบบแฟรนไชส์ร้านสะดวกซื้อ เพื่อรองรับการเติบโตของธุรกิจอย่างต่อเนื่อง บริษัทฯได้มีการจัดตั้งทีมผู้บริหารระดับสูงจากประเทศไทยเพื่อไปประจำที่เวียดนาม โดยมีเป้าหมายที่จะพัฒนาบีเจซีในเวียดนามให้เติบโตอย่างยั่งยืนต่อไป

สำหรับประเทศกัมพูชา เป็นอีกประเทศที่มีศักยภาพและมีการขยายตัวทางเศรษฐกิจสูงอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันบีเจซีมีนโยบายมุ่งเน้นการหาโอกาสทางธุรกิจการค้าและการลงทุน พร้อมทั้งสร้างพันธมิตรใหม่ๆ โดยตัวอย่างความสำเร็จในการขยายธุรกิจของบีเจซีที่ผ่านมา อาทิ บีเจซีได้ริเริ่มแผนการลงทุนเพื่อสร้างฐานการผลิตในกลุ่มธุรกิจสินค้าอุปโภคและบริโภค เช่น โรงงานแปรรูปกระดาดหิซซูเซลล์ล็อกซ์ เพื่อขยายตลาดในกัมพูชาต่อไป

ในส่วนของสปป.ลาว บีเจซีดำเนินกิจการธุรกิจแฟรนไชส์ร้านสะดวกซื้อ ซึ่งปัจจุบันได้รับการยอมรับว่าเป็นร้านสะดวกซื้อที่มีความทันสมัยและมีสาขามากที่สุดในนครหลวงเวียงจันทน์ และมีระบบการจัดการที่ทันสมัยมาปรับใช้เพื่อรองรับการเติบโตของธุรกิจและการบริหารจัดการที่ดีมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ในส่วนของประเทศเมียนมาร์ ปัจจุบันบีเจซี และนักลงทุนท้องถิ่นได้ร่วมกันจัดตั้งบริษัทร่วมทุนเพื่อให้บริหารจัดการ เครื่องมือและอุปกรณ์การแพทย์ นอกจากนี้ ยังได้ดำเนินการเปิดตลาดใหม่ให้กับสินค้าในเครือบีเจซี เช่น โกโก้ดัทช์ และหนังสือภาษาอังกฤษภายใต้เอเซียบุ๊คส เพื่อสนับสนุนให้สินค้าบีเจซีเข้าถึงผู้บริโภคในประเทศเมียนมาร์มากยิ่งขึ้น

4.2 ธุรกิจค้าปลีก

(1) ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

- ตลอดระยะเวลา 46 ปี ที่บริษัท เอเซียบุ๊คส จำกัด เป็นร้านหนังสือภาษาอังกฤษที่อยู่คู่กับสังคมไทยมาโดยตลอด บริษัทฯเป็นผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายหนังสือภาษาอังกฤษรายใหญ่ที่สุดในประเทศไทย นอกจากนี้บริษัทฯ ยังเป็นผู้แทนจำหน่ายนิตยสารต่างประเทศแต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย ตลอดจนเป็นผู้แทนจำหน่ายสินค้ากลุ่มไลฟ์สไตล์ สมุดโน้ต อุปกรณ์เครื่องเขียนและสินค้าเสริมสร้างการเรียนรู้และทักษะการอ่าน ตลอดจนพัฒนาการของเด็กในหลายระดับ
- บีเจซี โอเจนกิ ประกอบธุรกิจร้านค้าปลีกเพื่อสุขภาพและความงามสมัยใหม่ในสไตล์ญี่ปุ่นในนาม “OGENKI” โดยให้บริการสินค้าเพื่อดูแลทั้งเรื่องสุขภาพและความงามมากกว่า 5,000 รายการ ประกอบด้วย ยา วิตามิน อาหารเสริม เวชสำอาง ของใช้ส่วนตัว ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว เครื่องสำอาง อุปกรณ์ความงาม และสินค้าเบ็ดเตล็ด รวมทั้งสินค้านำเข้า ซึ่งเป็นที่ยอมรับและเชื่อถือของบุคคลที่มีชื่อเสียง ทางร้านยังมีเครื่องมือที่ทันสมัยเพื่อให้บริการตรวจเช็คสภาพผิวหน้า พร้อมให้คำแนะนำและวิธีการดูแลผิวหน้าที่ถูกต้องเหมาะสมกับสภาพผิวหน้าของท่านสุขภาพสตรี ซึ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของโอเจนกิเป็นสุขภาพสตรี อายุ 25 – 35 ปี อาศัยอยู่ในเมือง ขึ้นชอบการดูแลเอาใจใส่เรื่องสุขภาพดำเนินธุรกิจประเภทพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) ในรูปแบบของการกระจายและจัดจำหน่ายสินค้า ผ่านช่องทางออนไลน์ ทั้งทางเว็บไซต์และโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบสมาร์ตโฟน ดำเนินการโดยแผนกธุรกิจออนไลน์และบริษัท บีเจซี คอมเมอร์เชียล จำกัด (“BJCC”)

(2) การตลาดและการแข่งขัน

ปัจจุบัน บริษัท เอเซียบุ๊คส จำกัดเป็นผู้นำอันดับ 1 ในประเทศไทยสำหรับการขายและจำหน่ายหนังสือและนิตยสารภาษาอังกฤษครอบคลุมทุกช่องทางการขาย และจำหน่าย โดยผ่านช่องทางจำหน่ายแบบการค้าปลีกของบริษัทฯ ที่มีร้านหนังสือภายใต้แบรนด์ “Asia Books” และ “Bookazine” รวมกันกว่า 70 สาขาทั่วประเทศ และบริหารร้านหนังสือในสนามบินนานาชาติที่กรุงเทพฯและสนามบินภูมิภาคในต่างจังหวัด อีกทั้งบริษัทฯ ยังมีช่องทางการจัดจำหน่ายขายส่งหนังสือครอบคลุมกว่า 300 ร้านค้าอื่นๆทั่วประเทศ เช่น เป็นผู้บริหารการขาย หนังสือและนิตยสารภาษาอังกฤษในร้านป๊อปปูล่า และจัดส่งสินค้าหมวดดังกล่าวให้กับร้านหนังสือหลักๆ เช่น ร้านคิโนะคุนิยะ, ร้านนายอินทร์, ร้าน 7-11, ซูเปอร์มาร์เก็ต และอื่นๆทั่วประเทศ อีกทั้งมีการจำหน่ายตรงให้กับห้องสมุด, สถาบันการศึกษาต่างๆ บริษัทและองค์กรมากกว่า 400 แห่งตลอดจนจำหน่ายในงานแสดงสินค้าต่างๆ นอกจากนี้ เอเซียบุ๊คส ยังเป็นผู้บุกเบิกตลาด E-books ภาษาอังกฤษและเป็นผู้ดำเนินการจำหน่ายหนังสือในช่องทาง e-commerce ผ่าน www.asiabooks.com ที่มีสินค้าให้เลือกซื้อกว่า 3,000,000 รายการ ไม่ว่าจะเป็น หนังสือภาษาอังกฤษ, หนังสือภาษาไทย, eBooks และ eMagazines รวมถึงสินค้าไลฟ์สไตล์ พร้อมบริการส่งตรงถึงบ้านด้วยความสะดวกรวดเร็ว อาทิ Next-day delivery service และยังมีระบบการสั่งซื้อหนังสือออนไลน์ที่ง่าย และปลอดภัย พร้อมบริการตลอด 24 ชั่วโมง

แม้ภาวะการแข่งขันในธุรกิจค้าปลีกหนังสือและนิตยสารภาษาอังกฤษภายในประเทศไทยจะไม่รุนแรงเมื่อเทียบกับธุรกิจค้าปลีกอื่นๆ แต่บริษัทฯก็ได้มีการปรับเปลี่ยนการผสมผสานและความหลากหลายของสินค้าให้สอดคล้องกับ

พฤติกรรมของผู้บริโภคอยู่โดยตลอดเพื่อเป็นการขยายฐานลูกค้าและรายได้ของบริษัทฯ และเพื่อรักษาความเป็นผู้นำในธุรกิจค้าปลีกหนังสือและนิตยสารภาษาอังกฤษและสินค้ากลุ่มไลฟ์สไตล์เอเชียบุคคลไม่ได้เพียงสร้างสรรค์และพัฒนาสินค้าและบริการแค่เพียงหนังสือเท่านั้น แต่ได้เพิ่มเติมสินค้าไลฟ์สไตล์เพื่อตอบสนองโจทย์ลูกค้าในทุกๆกลุ่มแบบครบวงจร อีกทั้งมีการดำเนินกิจกรรมการตลาดและตอบแทนสังคมเพื่อส่งเสริมการอ่านให้กับเยาวชนและสถาบันการศึกษาในต่างจังหวัดผ่านโครงการ “Library for Kids” ห้องสมุดเพื่อเยาวชน: เปลี่ยนชีวิตด้วยหนังสือ ซึ่งทางบริษัทฯ ได้ร่วมกับบริษัทต่างๆ องค์กรเอกชนและลูกค้าบริจาคหนังสือภาษาอังกฤษให้กับโรงเรียนในจังหวัดต่างๆทั่วประเทศ

ในปี 2558 ที่ผ่านมามีโอกาสได้เปิดดำเนินการเป็นจำนวนทั้งสิ้น 5 สาขา ได้แก่ เซ็นทรัลชลบุรี เซ็นทรัลแจ้งวัฒนะ เดอะมอลล์งามวงศ์วาน โรบินสันบางรัก และซีคอนสแควร์ สำหรับสภาพการแข่งขันในปัจจุบันพบว่าการแข่งขันในธุรกิจนี้เริ่มมีมากขึ้น มีผู้เล่นรายใหม่ๆ เข้ามาเล่นในตลาดเพิ่มขึ้น ทำให้ค้าปลีกต้องปรับตัวให้ทันกับตลาด โดยตัวแปรและปัจจัยอื่นๆ ที่ต้องพิจารณาต่อการปรับตัวของธุรกิจค้าปลีก ก็คือ การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ตลอดจนขนาดของครัวเรือนเล็กลงหรือเป็นโสดมากขึ้น พฤติกรรมของผู้บริโภคมีการเพิ่มความถี่ในการซื้อสูงขึ้น จึงเป็นโอกาสการขยายฐานลูกค้าเพิ่มขึ้นซึ่งอุตสาหกรรมค้าปลีกและค้าส่งยังเป็นธุรกิจที่มีความสำคัญต่อประเทศ ปัจจุบันสถานการณ์การเมืองมีความมั่นคงมากขึ้น ส่งผลให้ภาพรวมทางด้านเศรษฐกิจของประเทศและความเชื่อมั่นของผู้บริโภคมีแนวโน้มดีขึ้นเป็นลำดับ และคาดการณ์ว่าปี 2559 ก็จะมีเติบโตสูงขึ้นจากปีที่ผ่านมา โดยมองไปถึงทิศทางธุรกิจค้าปลีกและค้าส่งอีก 5 ปีข้างหน้าว่ายังคงจะขยายตัวเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 7-8 ต่อปี (2559-2563) เพิ่มขึ้นจากอัตราการขยายตัวเฉลี่ยต่อปีในช่วง ปี 2554-2558 อยู่ที่ร้อยละ 5-6 ต่อปี เช่นเดียวกับธุรกิจร้านค้าปลีกเพื่อสุขภาพและความงามที่มีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องโดยเฉลี่ยประมาณร้อยละ 10-12 ต่อปี เพราะการขยายตัวของสังคมเมือง พฤติกรรมของผู้บริโภคในสังคมเมืองที่มีความใส่ใจเรื่องสุขภาพมากขึ้น รวมถึงนโยบายการเปิดประตูสู่อาเซียน (AEC) ในปี 2558 โอกาสในการรองรับนักท่องเที่ยวที่จะเข้ามาในประเทศไทย ส่งผลให้ทิศทางการบริโภคในอุตสาหกรรมนี้มีความเติบโตสูงขึ้นเป็นลำดับ

ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) มีนโยบายในการทำธุรกิจแบบค้าปลีก ดังนี้

ทำธุรกรรมการค้าปลีก โดยผ่านช่องทางออนไลน์ ปัจจุบันประกอบไปด้วย (1) www.AsiaBooks.com (เอเชียบุ๊กสตอทคอม) เว็บไซต์จำหน่ายหนังสือ และนิตยสาร ซึ่งสามารถเลือกซื้อได้ทั้งในรูปแบบเล่มทั่วไปและแบบดิจิทัล หรือ E-book นอกจากนี้ยังมีการจำหน่ายสินค้าประเภทเครื่องเขียนและอุปกรณ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง (2) www.Berlivery.com (เบอร์ลิเวอร์รี่ทอคอม) เว็บไซต์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ในเครือ BJC และ TCC Group ทุกประเภทสินค้า ในรูปแบบของการขายส่ง (Micro Wholesale) ในปริมาณที่เหมาะสมกับการนำไปใช้ในหน่วยงาน องค์กร หรือธุรกิจขนาดย่อม

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

(3) การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทฯ นำเข้าสินค้าหนังสือและนิตยสารภาษาอังกฤษคุณภาพจากทั่วทุกมุมโลก เช่น ประเทศอังกฤษ ยุโรป อเมริกา ออสเตรเลีย และสิงคโปร์ และจัดซื้อจากสำนักพิมพ์ในประเทศสำหรับสิ่งพิมพ์ภาษาไทยตลอดจนเป็นผู้แทนสินค้าในหมวดไลฟ์สไตล์และผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับเครื่องเขียนและอุปกรณ์ส่งเสริมทักษะการอ่านและการสร้างสรรค์จากต่างประเทศและในประเทศด้วยความสัมพันธ์ที่ดีกับสำนักพิมพ์และคู่ค้าทั้งในและต่างประเทศที่มีมากกว่า 46 ปี

บริษัท บีเจซี โอเกนกี จำกัด “BJO” นำเข้าสินค้าแบรนด์คุณภาพจากญี่ปุ่น และมีผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ “Ogenki”

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

(4) ธุรกิจอื่นๆ

(1) ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัท ที.ซี.ซี. เทคโนโลยี จำกัด “TCCT” เป็นผู้ให้บริการศูนย์ข้อมูลคอมพิวเตอร์เชิงพาณิชย์ (Commercial Data Center) โดยให้บริการเป็น ศูนย์ข้อมูลคอมพิวเตอร์เชิงพาณิชย์หลัก และศูนย์ข้อมูลคอมพิวเตอร์เชิงพาณิชย์สำรองให้หน่วยงานธุรกิจต่างๆ โดยศูนย์ข้อมูลคอมพิวเตอร์เชิงพาณิชย์ของ TCCT เป็นศูนย์ข้อมูลคอมพิวเตอร์เชิงพาณิชย์ที่ใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่งในประเทศไทย นอกจากนี้ บริษัทยังร่วมมือกับบริษัทผู้ให้บริการศูนย์ข้อมูลต่างประเทศชั้นนำในภูมิภาคเอเชีย ได้แก่ CMC Telecom (เวียดนาม) The AIMS Asia Group (มาเลเซีย) 1-Net Singapore (สิงคโปร์) และ HK Colo (ฮ่องกง) ในการให้บริการ Data Center ในภูมิภาคอาเซียน

ประเภทของบริการหลัก ได้แก่

1. บริการ Infrastructure Services ได้แก่

- บริการศูนย์หลัก ศูนย์สำรอง Colocation & Disaster Recovery Services
- บริการเชื่อมต่อระบบ Interconnection & Network Connectivity Services
- บริการเครือข่ายเคเบิลใยแก้วนำแสงเชื่อมระหว่างประเทศ International Gateway

2. บริการจัดการระบบ Plus Compute Cloud Services ได้แก่

- บริการดูแลระบบ ERP - SAP Cloud Services
- บริการดูแลระบบ Microsoft - Microsoft Hosted Services และ Hybrid Cloud
- บริการดูแลระบบ Virtual Private Server Hosted Services - VPS Cloud

3.บริการดูแลระบบไอทีครบวงจรและเป็นที่ปรึกษาให้กับลูกค้า IT Outsourcing & Consulting Services

โครงสร้างพื้นฐาน

ปัจจุบัน TCCT มีศูนย์ข้อมูลคอมพิวเตอร์เชิงพาณิชย์ (Commercial Data Center) 3 แห่ง ได้แก่ ศูนย์แรก ETDC ตั้งอยู่ที่อาคารเอ็มไพร์ทาวเวอร์ ถนนสาทรใต้ ศูนย์ที่สอง BNDC ตั้งอยู่ที่อาคาร ทีซีไอเอฟทาวเวอร์ ถนนบางนา-ตราด ศูนย์ที่สาม AMDC ตั้งอยู่ที่นิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร ชลบุรี

สถานที่ตั้งศูนย์ข้อมูลคอมพิวเตอร์เชิงพาณิชย์ ทั้งสามนี้ได้ถูกเลือกสรร โดยวางกลยุทธ์ให้ศูนย์ข้อมูล คอมพิวเตอร์เชิงพาณิชย์แห่งแรกตั้งอยู่ในย่านใจกลางเมือง ลูกค้าสามารถเดินทางได้สะดวกรวดเร็ว โดยมีทางเชื่อมสู่ศูนย์ข้อมูลคอมพิวเตอร์เชิงพาณิชย์ ใกล้สถานีรถไฟฟ้ามหานคร ขณะที่ศูนย์ข้อมูลคอมพิวเตอร์เชิงพาณิชย์ แห่งที่สอง ตั้งอยู่ชานเมืองด้านตะวันออกของกรุงเทพมหานครใกล้กับสนามบินสุวรรณภูมิ ซึ่งอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าที่เดินทางโดยเครื่องบินจากทั้งภายในและต่างประเทศ ส่วนศูนย์ข้อมูลคอมพิวเตอร์เชิงพาณิชย์แห่งที่สาม ตั้งอยู่ภายในนิคมอุตสาหกรรมซึ่งเป็นแหล่งรวมธุรกิจข้ามชาติ

นอกจากจุดเด่นในด้านทำเลที่เหมาะสม ศูนย์ข้อมูลคอมพิวเตอร์เชิงพาณิชย์ทั้งสามแห่งยังมีจุดเด่น ในด้านมาตรฐานของศูนย์เป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ โดยการออกแบบอย่างดียเยี่ยม (state-of-the-art facilities) มีอุปกรณ์สนับสนุนสำรองครบครันแบบ N+1 นอกจากนี้ ศูนย์ข้อมูลคอมพิวเตอร์เชิงพาณิชย์ทั้งหมด ยังมีความสามารถในการสำรอง (Backup) ซึ่งกันและกัน มีพื้นที่สำหรับวางเซิร์ฟเวอร์และส่วนสนับสนุนระบบปฏิบัติการ ได้แก่ ศูนย์ควบคุมระบบเครือข่าย บริเวณห้องทดสอบอุปกรณ์ ห้องบริการลูกค้า

มาตรฐานสากล

มาตรการที่เข้มงวดได้ถูกนำมาปฏิบัติในศูนย์ข้อมูลคอมพิวเตอร์เชิงพาณิชย์ เพื่อให้ได้ประสิทธิภาพสูงสุด ในด้านระบบสำรอง ระบบรักษาความปลอดภัย ระบบปฏิบัติงาน และสามารถรองรับการขยายระบบได้ในอนาคต อีกทั้งเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด รวมทั้งกฎเกณฑ์ใหม่ ๆ TCCT ได้พัฒนาแนวทาง Best Practices (แนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุด) ในบริษัทขึ้นมา โดยอิงกับมาตรฐานสากล ได้แก่ ITSM (Information Technology Service Management) ISO 9001:2008 ในด้านกระบวนการจัดการ และ ISO 27001:2013 ด้านความปลอดภัย ของข้อมูล นอกจากนี้ในปัจจุบัน บริษัทยัง เป็นบริษัทผู้ให้บริการดาต้าเซ็นเตอร์อิสระรายแรกและรายเดียว ในประเทศไทย ที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน SAP Hosting เป็น SAP Adaptive Solution Provider และ Certified SAP Cloud Provider ซึ่งเหล่านี้ล้วนเป็นสิ่งที่ยืนยันว่า TCCT มีขั้นตอนที่จำเป็นอย่างครบถ้วนรวมทั้งรับรองได้ว่าโซลูชันที่มีอยู่สามารถดำเนินงานอย่างถูกต้องภายใต้สภาพแวดล้อมที่อยู่ภายในการควบคุมในศูนย์คอมพิวเตอร์ (Data Center) แห่งนี้

(2) การตลาดและการแข่งขัน

กลยุทธ์การแข่งขัน

TCCT เน้นคุณภาพในการให้บริการเป็นหลักโดยไม่เน้นกลยุทธ์การแข่งขันด้านราคา ทั้งนี้ บริการของบริษัทเป็นบริการที่จัดอยู่ในระดับ Premium ด้วยบริการศูนย์ข้อมูลคอมพิวเตอร์เชิงพาณิชย์ซึ่งถูกออกแบบมา เพื่อรองรับการทำงานของระบบหลักของธุรกิจ Mission Critical Application อย่างแท้จริง

ลักษณะลูกค้า

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

การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

ปัจจุบันช่องทางการนำเสนอบริการและการตลาดของ TCCT ประกอบด้วย

- การหาลูกค้าโดยตรง เพื่อแนะนำบริการ
- การหาลูกค้าโดยอ้อมโดยแนะนำบริการผ่านพันธมิตรและผ่านช่องทาง การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ โดยเน้นภาพลักษณ์ที่ดี

การหาลูกค้าจากความร่วมมือกันกับพันธมิตรทั้งในและต่างประเทศเพื่อดึงดูดลูกค้าจากทั่วทุกมุมโลก เช่น KEY Alliance และ Asia Data Center Alliance เป็นต้น

สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

การแข่งขันในปัจจุบันมีแนวโน้มสูงขึ้น เนื่องจากการเติบโตอย่างรวดเร็วของตลาด Data Center อย่างไรก็ดี บริษัทที่ให้บริการมีพื้นฐานและความชำนาญในด้านที่ต่างกัน จึงเน้นการให้บริการ และเน้นกลุ่มเป้าหมายที่ต่างกัน ธุรกิจด้านไอทีและดาต้าเซ็นเตอร์ภายในประเทศไทย มีโอกาสเติบโตในระดับที่น่าพึงพอใจ เนื่องจากปัจจัยต่างๆ ได้แก่ การขยายตัวอย่างรวดเร็วของธุรกิจ Outsourcing นโยบายสนับสนุนจากภาครัฐ เพื่อเพิ่มจำนวนบรอดแบนด์ในประเทศ บทเรียนที่สร้างความตื่นตัวของภาคธุรกิจต่างๆ เพื่อเตรียมพร้อมรองรับผลกระทบจากการเมือง ภัยพิบัติ และภัยคุกคามจากการก่อการร้าย ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาถึงคุณภาพอัตราการเติบโตและศักยภาพ ในการแข่งขันแล้ว TCCT ถือได้ว่าอยู่ในอันดับต้นต้น

เมื่อเทียบกับผู้ให้บริการด้านดาต้าเซ็นเตอร์อื่นๆ ได้แก่ CAT Telecom Public Company Limited, CS Loxinfo Public Company Limited, Samart, Jasmin Internet Co., Ltd., True Corporation Public Company Limited

(3) การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

สถานที่ตั้ง

สำนักงานใหญ่และศูนย์คอมพิวเตอร์ที่อาคารเอ็มไพร์ทาวเวอร์ สาทร์ ชั้น 30 พาร์ควิง อาคารเอ็มไพร์ทาวเวอร์
1 ถนนสาทรใต้ กรุงเทพมหานคร 10120

ศูนย์คอมพิวเตอร์ที่อาคารอินเตอร์ลิงค์ทาวเวอร์ บางนา ชั้น 1-6 อาคาร Interlink Tower II 1854 ถนนบางนา-
ตราด กรุงเทพมหานคร 10260

ศูนย์คอมพิวเตอร์ที่นิคมอุตสาหกรรมอมตะ 700 หมู่ 1 คลองตำหรุ อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี 20000

3. ปัจจัยความเสี่ยง

ปี 2558 ที่ผ่านมาสถานการณ์ทางเศรษฐกิจมีความไม่แน่นอน การชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก ส่งผลต่อประเทศไทยอย่างไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ แต่ในขณะเดียวกันราคาน้ำมันที่ลดลงก็ถือเป็นโอกาสที่ช่วยเอื้อประโยชน์ในภาคธุรกิจของเอกชนได้ค่อนข้างดี ดังนั้นจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ประเทศไทยจะต้องเรียนรู้และปรับตัวรับมือกับความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น เนื่องจากประเทศไทยมีคู่ค้าระหว่างประเทศและยังต้องพึ่งพิงการส่งออกสินค้าเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศต่อไป

บริษัท เบอร์ลี่ ยุคเกอร์ จำกัด (มหาชน) และกลุ่มบริษัท (บีเจซี) ได้เล็งเห็นถึงการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นทั้งเศรษฐกิจการเมือง และเหตุการณ์ต่างๆ ดังนั้นบีเจซีจึงต้องทำความเข้าใจสิ่งที่เกิดขึ้น และเรียนรู้ถึงกระบวนการบริหารจัดการความเสี่ยงอย่างเป็นรูปธรรม และทำให้การบริหารจัดการความเสี่ยงนั้นสามารถบ่งชี้ความเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อองค์กรได้อย่างถูกต้องและแม่นยำ และเพื่อจัดการความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่องค์กรยอมรับได้ รวมไปถึงการพิจารณาโอกาสทางธุรกิจของกลุ่มบีเจซี โดยพัฒนาศักยภาพของการดำเนินงานควบคู่กับการพัฒนาอย่างมั่นคงและยั่งยืน เพื่อให้การดำเนินงานบรรลุตามวิสัยทัศน์ พันธกิจและเป้าประสงค์ของบริษัทฯ

อย่างไรก็ตามบีเจซีได้มองเห็นถึงปัจจัยบวกที่เป็นโอกาสและปัจจัยความเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่อกิจการของกลุ่มบริษัท ซึ่งสามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

- โอกาสของการดำเนินธุรกิจ

1. การเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน(AEC)

จากปัจจัยบวกเรื่องการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มอำนาจต่อรองและขีดความสามารถในการแข่งขันของอาเซียนในเวทีระหว่างประเทศนั้น บีเจซี ได้มองเห็นถึงโอกาสทางธุรกิจ โดยรุกขยายธุรกิจต่างๆไปยังประเทศสมาชิก โดยเฉพาะกลุ่ม CLMV ได้แก่ประเทศ กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ และเวียดนาม

ทั้งนี้สำหรับประเทศเวียดนามนั้น บริษัทฯ ได้เข้าไปลงทุนในธุรกิจหลายประเภทแล้ว เช่น ธุรกิจร้านค้าปลีก โรงงานผลิตบรรจุภัณฑ์แก้ว การเป็นตัวแทนจัดจำหน่ายสินค้าต่างๆ โดยในปี 2558 บริษัทฯ ยังคงดำเนินกลยุทธ์ขยายการลงทุนธุรกิจในประเทศ CLMV อย่างต่อเนื่อง

2. ความต้องการใช้ขวดแก้วสีเขียว

บริษัทฯ ภายใต้กลุ่ม บีเจซี มีสายการผลิตที่เป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ โดยเฉพาะกลุ่มบรรจุภัณฑ์ซึ่งมีลูกค้าหลักคือกลุ่มผู้ผลิตน้ำอัดลม เบียร์ และสุรา โดยปัจจุบันบริษัทฯสามารถคิดค้นนวัตกรรมเพื่อพัฒนาการผลิตบรรจุภัณฑ์แก้วสีเขียวเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้ารายหลักที่ต้องการขวดแก้วสีเขียว ดังนั้นจึงถือเป็นโอกาสทางธุรกิจของบีเจซีในการตอบสนองความต้องการของลูกค้ารายหลักเพื่อเพิ่มยอดขาย และรักษาสถานลูกค้าต่อไป อย่างไรก็ตามบีเจซียังคงพัฒนาประสิทธิภาพจากการผลิตอย่างต่อเนื่อง โดยมีการตรวจเช็คสภาพเตาตามระยะเวลา บำรุงรักษา และซ่อมแซม เพื่อให้เตาสามารถพัฒนาให้การผลิตมีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น ยิ่งไปกว่านั้น บริษัทฯยังรักษาคุณภาพและมาตรฐานด้านกระบวนการผลิต การตรวจสอบคุณภาพ ตลอดจนอบรมบุคลากรของบริษัทฯ ให้มีความรู้ ความชำนาญ และมีการวางแผนงานต่างๆ โดยเน้นสร้างสัมพันธ์ภาพอันดีกับลูกค้า ทั้งนี้เพื่อเป็นการรักษาสถานลูกค้า และป้องกันความเสี่ยงจากการไม่ได้รับข้อมูลกรณีที่ลูกค้าเปลี่ยนแปลงความต้องการ

- ปัจจัยเสี่ยงของการดำเนินธุรกิจ

1. ความเสี่ยงจากสภาวะเศรษฐกิจ

ภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัวทำให้การบริโภคโดยรวมลดลง ส่งผลกระทบต่อบีเจซีทำให้ยอดขายสินค้าลดลง อย่างไรก็ตามบีเจซีพยายามดำเนินธุรกิจโดยใช้หลักความระมัดระวัง เรียนรู้และป้องกันความเสี่ยงที่เกิดขึ้น โดยใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อกระตุ้นยอดขาย ควบคู่กับการเจรจาต่อรองกับคู่ค้าเพื่อให้บริษัทได้รับผลประโยชน์สูงสุดจากการดำเนินธุรกิจร่วมกัน อีกทั้งยังคงรักษามาตรฐานการผลิตและให้บริการที่มีคุณภาพ ซึ่งเป็นปัจจัยหลักที่จะนำพาธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ และเติบโตได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

2. ความเสี่ยงจากการแข่งขันที่สูงขึ้น

ปัจจุบันสภาวะการแข่งขันของธุรกิจค่อนข้างสูง ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ส่งผลให้เกิดการแข่งขันในธุรกิจอย่างรุนแรงมากขึ้น ทั้งในรูปแบบของการแข่งขันทางราคา การทำธุรกิจ และพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป อย่างไรก็ตามบีเจซีได้ตระหนักถึงความเสี่ยงดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายทางออนไลน์ (E-commerce) เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้ง่ายและรวดเร็วยิ่งขึ้น และสามารถตอบสนองพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ยิ่งไปกว่านั้น บีเจซียังมุ่งเน้นการตลาดแบบ Digital Marketing เพื่อรองรับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ใช้โทรศัพท์มือถือถึง 90 ล้านเลขหมาย และผู้ใช้อินเทอร์เน็ต 27 ล้านคน ทั้งนี้เพื่อให้บีเจซี มีช่องทางใหม่ๆ เพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภค และสามารถแข่งขันกับบริษัทชั้นนำของประเทศไทยได้

3. ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน

เนื่องจากปี 2558 ที่ผ่านมามีอัตราเงินบาทอ่อนค่าในระดับกว่า 36.00 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐหรืออ่อนค่าลงประมาณร้อยละ 8.8 จากระดับสิ้นปี 2557* โดยบีเจซี มีการดำเนินธุรกิจและลงทุนทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งมีธุรกรรมอ้างอิงเงินตราต่างประเทศทั้งจากการนำเข้า-ส่งออก วัตถุดิบ สินค้าและบริการ รวมทั้งเครื่องจักรและอุปกรณ์ต่างๆ เพื่อใช้ในการผลิต ทำให้ต้องเผชิญกับความเสี่ยงจากการอ่อนค่าของเงินบาท เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงดังกล่าว บริษัทฯ จึงได้ศึกษาและติดตามแนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยน และได้ทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้าหลังจากทำ Natural Hedge แล้ว โดยสอดคล้องกับนโยบายทางการเงินของบริษัทฯ ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อลดความเสี่ยง การดำเนินธุรกิจจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนและไม่มีนโยบายในการเก็งกำไรจากอัตราแลกเปลี่ยน

4. ความเสี่ยงเรื่องบุคลากรที่ไม่เพียงพอต่อการขยายตัวของธุรกิจ

เนื่องจากบีเจซีมีแผนการขยายธุรกิจไปยังต่างประเทศ ซึ่งเป็นทั้งธุรกิจใหม่ และธุรกิจที่มีความหลากหลาย ทำให้บุคลากรที่มีคุณภาพเป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาองค์กรให้ประสบความสำเร็จ โดยที่ผ่านมา ได้มีการรับพนักงานเพิ่มขึ้น พร้อมทั้งฝึกฝนให้ความรู้อย่างต่อเนื่อง แต่ด้วยความรวดเร็วในการขยายกิจการ ทำให้บีเจซียังคงต้องการบุคลากรเพิ่มเติม ทั้งนี้บริษัทฯ ได้วางแผนในการรองรับและลดความเสี่ยงดังกล่าว โดยการเตรียมความพร้อมให้กับพนักงานและจัดระบบงานให้รองรับภารกิจ รวมถึงการจัดรับพนักงานใหม่เพิ่มเติม โดยจัดให้มีการเปิดรับผู้สมัครงานจากภายนอกที่มีประสบการณ์หลากหลายในช่องทางรับสมัครงานหลายรูปแบบ ทั้งโครงการพนักงานแนะนำ (Referral Program) หรือโครงการเปิดบ้านรับสมัคร (Open House) และการอบรมให้ความรู้พนักงานอย่างต่อเนื่อง ยิ่งไปกว่านั้นยัง

สร้างสภาพแวดล้อมและสิ่งจูงใจ/ ผลตอบแทนที่สนับสนุนการทำงานมากยิ่งขึ้น และผลักดัน/สร้างแรงจูงใจให้พนักงานที่มีศักยภาพภายในองค์กร มีโอกาสและสามารถเติบโตได้

จากปัจจัยเสี่ยงข้างต้น ถือเป็นความท้าทายของ บริษัท เบอร์ลี่ ยูคเกอร์ จำกัด (มหาชน) และกลุ่มบริษัทในการบริหารจัดการ ลดความเสี่ยงพร้อมทั้งสร้างโอกาส เพื่อให้บริษัทฯ สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีคุณภาพและมาตรฐาน และสามารถพัฒนาเติบโตได้อย่างยั่งยืนต่อไป

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ทรัพย์สินถาวรที่บริษัทและบริษัทย่อยใช้ในการประกอบธุรกิจ

ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 ประกอบด้วย

หน่วย : พันบาท

	ที่ดินและส่วนปรับปรุงที่ดิน	ส่วนเกินจากการตีราคาที่ดินเพิ่มขึ้น	อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร	ส่วนเกินจากการตีราคาอาคาร	เครื่องจักรและอุปกรณ์	ส่วนเกินจากการตีราคาเครื่องจักรฯ	เครื่องตกแต่งติดตั้งและอุปกรณ์สำนักงาน	ยานพาหนะ	สินทรัพย์ระหว่างก่อสร้าง	รวม	ภาระผูกพัน
บมจ. เบอรัล ยูคเกอร์	45,371	-	76,280	-	52,205	-	107,652	24,928	35,894	342,330	ไม่มี
บจ. รุเบียอุตสาหกรรม	3,424	-	40,560	-	148,791	-	6,551	-	7,552	206,878	ไม่มี
บจ. เบอรัล ยูคเกอร์ ฟู้ดส์	60,590	-	120,951	-	243,179	-	4,735	30	9,591	439,076	ไม่มี
บจ. เบอรัล ยูคเกอร์ เซลล์เอ็กซ์	128,329	434,413	288,487	-	1,133,834	-	3,911	-	2,776	1,991,750	ไม่มี
บมจ. อุตสาหกรรมทำเครื่องแก้วไทย	137,145	1,169,850	443,745	-	1,021,952	-	40,149	-	231,166	3,044,007	ไม่มี
บจ. ไทยกลาสเทคโนโลยี	-	-	-	-	6,332	-	200	-	-	6,532	ไม่มี
BJC International (Vietnam) Limited	-	-	112,474	-	18,697	-	1,533	-	-	132,704	ไม่มี
บจ. ไทย-สแกนดิค สตีล	-	-	23,456	-	27,928	-	1,997	11	-	53,392	ไม่มี
บจ. เบอรัล ยูคเกอร์ โลจิสติกส์	-	-	9,336	-	58,009	-	16,957	719	-	85,021	ไม่มี
บจ. บีเจซี เฮลท์แคร์	-	-	-	-	50,634	-	-	-	-	50,634	ไม่มี
BJC Foods (Malaysia) Sdn Bhd	-	-	32,393	-	37,910	-	4,710	1,401	-	76,414	ไม่มี
บจ. ไทยเบเวอร์เรจแคน	104,489	-	735,343	-	2,769,526	-	29,941	14,669	595,530	4,249,498	ไม่มี
บจ. ที.ซี.ซี. เทคโนโลยี	-	-	-	-	280,534	-	151,549	-	11,451	443,534	ไม่มี
บจ. ไทย มาลาयाกลาส	314,770	36,310	1,434,901	6,874	2,748,923	295,127	39,424	-	6,556	4,882,885	ไม่มี
Thai Corp International (Vietnam) Company Limited	-	-	-	-	1,575	-	2,261	696	-	4,532	ไม่มี
บจ. บีเจซี โอแกนิก	-	-	4,712	-	2,472	-	6,207	-	-	13,391	ไม่มี
บจ. เอเชียนูคิส	-	-	22,093	-	-	-	15,514	-	140	37,747	ไม่มี
บจ. ไทย แครี่ (เดิมชื่อ บีเจซี ดานอน แครี่)	-	-	71,940	-	322,018	86,001	4,502	-	5,820	490,281	ไม่มี
Ichiban Company Limited	-	-	176,189	-	50,059	-	1,266	94	63,800	291,408	มี*
Thai An Group	-	-	32,103	-	-	-	813	10,507	9,946	53,369	ไม่มี
Thai An Vietnam Trading Company Limited	-	-	565	-	59,359	-	40,612	1,185	1,669	103,390	ไม่มี
TBC-Ball Beverage Can Vietnam Limited	6,296	-	456,925	-	978,509	-	4,881	4,605	118,577	1,569,793	ไม่มี
บจ. บีเจซี แพคเกจจิ้ง	-	-	-	-	-	-	1,174	721	-	1,895	ไม่มี

	ที่ดินและส่วนปรับปรุงที่ดิน	ส่วนเกินจากการตีราคาที่ดินเพิ่มขึ้น	อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร	ส่วนเกินจากการตีราคาอาคาร	เครื่องจักรและอุปกรณ์	ส่วนเกินจากการตีราคาเครื่องจักรฯ	เครื่องตกแต่งติดตั้งและอุปกรณ์สำนักงาน	ยานพาหนะ	สินทรัพย์ระหว่างก่อสร้าง	รวม	ภาระผูกพัน
บจ. บีเจเอช อินเวสเมนต์	-	-	-	-	51	-	290	15,888	-	16,229	ไม่มี
บจ. บีเจซี สเปเชียลตี้ส์	-	-	-	-	-	-	744	-	-	744	ไม่มี
BJC International (Myanmar) Company Limited	-	-	-	-	-	-	272	-	-	272	ไม่มี
บจ. บีเจซี คอมเมอร์เชียล	-	-	-	-	-	-	1,575	-	-	1,575	ไม่มี
รวม	800,414	1,640,573	4,082,453	6,874	10,012,497	381,128	489,420	75,454	1,100,468	18,589,281	

* อาคารมูลค่าตามบัญชี จำนวน 127 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 ซอยบูรพาภิรมย์ 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 และโครงเหล็กเสาไฟฟ้าแรงสูงชุดส่งกะสีให้บริการด้านพิธีการออกสินค้า 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 2558)

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 2558)

ชื่อบริษัท	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน	ประเภทหุ้น	จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย (หุ้น)	มูลค่าหุ้นละ	ทุนชำระแล้ว	จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น)	สัดส่วนการถือหุ้น/ลงทุน (ร้อยละ)
บริษัทย่อย								
บริษัท อุตสาหกรรมทำเครื่องแก้วไทย จำกัด (มหาชน) 15 ถนนราษฎร์บูรณะ แขวงราษฎร์บูรณะ เขตราษฎร์บูรณะ กรุงเทพมหานคร โทรศัพท์ : 0 2427 0060-3, 0 2769 3500 โทรสาร : 0 2427 6603, 0 2769 3501, 0 2769 3535	ผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์แก้ว	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	ผลิตและจำหน่ายขวดแก้วและผลิตภัณฑ์จากแก้ว	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 ซอยสุขุมวิท 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 ลิมิเต็ด 1 ถนนเมทเธอร์สัน 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 ลิมิเต็ด เขตอุตสาหกรรม มี ส่วน เขตตันบิน จังหวัด บา เวีย หวง เต่า ประเทศเวียดนาม โทรศัพท์: (84.8) 39306629 โทรสาร: (84.8) 39305925	ผลิตและจำหน่ายก๊าซแก๊ว	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	ผลิตกระป๋องและฝาอะลูมิเนียม	1,500,000,000 บาท	สามัญ	150,000,000	10 บาท	1,500,000,000 บาท	75,000,010	50.00001

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 ถนน 18 เขตอุตสาหกรรม เวียดนาม - สิงคโปร์ พาร์ค 2-เอ เขตฮานอย จังหวัดบิ่ญเยือง ประเทศเวียดนาม โทรศัพท์ : 84 650 222 1081-88 โทรสาร : 84 650 222 1089-90	ผลิตภัณฑ์อะลูมิเนียม	1,170,000,000,000 เวียดนามดอง	-	-	-	585,000,000,000 เวียดนามดอง	-	26.79
บริษัท เบอร์ลี ยูเคเกอร์ ฟู้ดส์ จำกัด 225/10 หมู่ 1 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 ล๊อต 1 จาลัน เปลาเบอร์ 23/1 ส่วน 23 40300 ฮาร์ฮาลัมม เซลิ่งกอร์ 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 ไทย แครี จำกัด 99 อาคารเบอร์ลี ภูเก็ต ซอยรูเบีย ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร โทรศัพท์ : 0 2649 2900 โทรสาร : 0 2632 2223	ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตสด และผลิตภัณฑ์ซึ่งทำจากนม	1,185,200,000 บาท	สามัญ	11,852,000	100 บาท	1,185,200,000 บาท	11,852,000	100
บริษัท เบอร์ลี ยูคเกอร์ เซลลิวอร์ช จำกัด 99 ซอยรูเบีย ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร โทรศัพท์ : 0 2312 6115-8 โทรสาร : 0 2312 6173	ผลิตและจำหน่ายกระดาษอนามัย	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 ภูเก็ตสหกรณ์ จำกัด 70 หมู่ 13 ถนนปู่เจ้าสมิงพราย ตำบลบางหญ้าแพรก อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ โทรศัพท์ : 0 2385 9024 โทรสาร : 0 2385 9355	ผลิตซ็อกโกแลต สบู่ เครื่องสำอาง และลูกอม	70,000,000 บาท	สามัญ	70,000	1,000 บาท	70,000,000 บาท	69,892	99.85
บริษัท เบอร์ลี ยุคเกอร์ โลจิสติกส์ จำกัด 99 ซอยรุบีย ถนนสุขุมวิท 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 2558

ชื่อบริษัท	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน	ประเภทหุ้น	จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย (หุ้น)	มูลค่าหุ้นละ	ทุนชำระแล้ว	จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น)	สัดส่วนการถือหุ้น/ลงทุน (ร้อยละ)
บริษัทย่อย								
ไทยคอร์ป อินเตอร์เนชั่นแนล (เวียดนาม) คัมปะนี ลิมิเตด 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 ลิมิเตด 1 ถนนแมทเธอร์สัน อาคารไทมส์แควร์ ตึก 2 ชั้น 36 คอสเวย์เบย์ 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 ลิมิเตด 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 ย่านดรัน 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

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 ลิ 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 ลิ 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 ลิ 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 2558

ชื่อบริษัท	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน	ประเภทหุ้น	จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย (หุ้น)	มูลค่าหุ้นละ	ทุนชำระแล้ว	จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น)	สัดส่วนการถือหุ้น/ลงทุน (ร้อยละ)
บริษัทย่อย								
ภูไท ซานอย เทรดิง 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 เขตโฮ เซา ดานัง ประเทศเวียดนาม	จำหน่ายสินค้าอุปโภคและบริโภค	5,000,000,000 เวียดนามดอง	-	-	-	5,000,000,000 เวียดนามดอง	-	64.55



ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ



แบบ 56-1 ประจำปี 2558

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
ฟิฟิ ฟู้ด โฮจิมิน 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 เขตอุตสาหกรรมโฮ ซาน ย่านโฮ ซาน 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 งู 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								
ภูเก็ต 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 บีเจเอช อินเวสเมนต์ จำกัด 99 ซอยรู่เบีย 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 ซอยรู่เบีย ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร โทรศัพท์ : 0 2367 1111, 0 2381 4520 โทรสาร : 0 2367 1000, 0 2381 4545	จำหน่ายเวชภัณฑ์ เครื่องมือ อุปกรณ์ทางการแพทย์ และ เวชภัณฑ์	200,000,000 บาท	สามัญ	20,000,000	10 บาท	200,000,000 บาท	20,000,000	100
บริษัท มณฑนา จำกัด 99 ซอยรู่เบีย ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร โทรศัพท์ : 0 2367 1204	จำหน่ายเวชภัณฑ์ เครื่องมือ และ อุปกรณ์ทางการแพทย์	500,000 บาท	สามัญ	500	1,000 บาท	500,000 บาท	500	100



ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ



แบบ 56-1 ประจำปี 2558

ชื่อบริษัท	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน	ประเภทหุ้น	จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย (หุ้น)	มูลค่าหุ้นละ	ทุนชำระแล้ว	จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น)	สัดส่วนการถือหุ้น/ลงทุน (ร้อยละ)
บริษัทย่อย								
บริษัท คอสมา เมดิคอล จำกัด 99 ซอยรุมเปีย ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร โทรศัพท์: 0 2367 1252 โทรสาร : 0 2367 1246	จำหน่ายเวชภัณฑ์ เครื่องมืออุปกรณ์ทางการแพทย์ และเภสัชภัณฑ์	5,000,000 บาท	สามัญ	50,000	100 บาท	1,325,000 บาท	50,000	100
บริษัท มั่นหนา มาร์เก็ตติ้ง จำกัด 99 ซอยรุมเปีย ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร	จำหน่ายเวชภัณฑ์ วัสดุการแพทย์ และเครื่องมืออุปกรณ์ทางการแพทย์	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 ซอยรุมเปีย ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร	จัดหาและจำหน่ายเภสัชภัณฑ์ เครื่องสำอาง อาหารเสริม สินค้าอุปโภค	30,000,000 บาท	สามัญ	3,000,000	10 บาท	15,000,000	1,530,000	51
บริษัท ไทย-สแกนดิค สตีล จำกัด 7 ถนนไผ่ห้า 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



ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ



แบบ 56-1 ประจำปี 2558

ชื่อบริษัท	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน	ประเภทหุ้น	จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย (หุ้น)	มูลค่าหุ้นละ	ทุนชำระแล้ว	จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น)	สัดส่วนการถือหุ้น/ลงทุน (ร้อยละ)
บริษัทย่อย								
บริษัท บีเจซี อินดัสเตรียล แอนด์ เทคดิง จำกัด 99 ซอยบูรเบี๋ย 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 ซอยบูรเบี๋ย ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร โทรศัพท์ : 0 2367 1111, 0 2381 4520 โทรสาร : 0 2381 4548	จำหน่ายเคมีภัณฑ์ และสารแต่งส่วนผสมอาหาร	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 ซอยบูรเบี๋ย ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร	กิจการบริการร้านอาหารที่ไม่มีแอลกอฮอล์	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



ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ



แบบ 56-1 ประจำปี 2558

ชื่อบริษัท	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน	ประเภทหุ้น	จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย (หุ้น)	มูลค่าหุ้นละ	ทุนชำระแล้ว	จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น)	สัดส่วนการถือหุ้น/ลงทุน (ร้อยละ)
บริษัทย่อย								
บีเจซี อินเตอร์เนชั่นแนล (เวียดนาม) ลิมิเตด ชั้นปิ่น คอมมูน เขตเดินเอวียน จังหวัดบินเยือง ประเทศเวียดนาม	ตัวแทนจำหน่าย	34,000,000 เหรียญสหรัฐ	-	-	-	14,000,000 เหรียญสหรัฐ	-	100
บีเจซี อินเตอร์เนชั่นแนล (เมียนมาร์) คัมปะนี ลิมิเตด 132/142 ไวก์คลาวด์ 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 ซอยรุเบีย 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 เอเชียบู้คส์ จำกัด 99 อาคารเบอร์ลี ยุคเกอร์ ซอยรุเบีย 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

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 ภูเก็ต ซอยรูเบีย ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร	ผู้ค้าและจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม	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 บีเจซี-เอ็มพ้อยท์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด 99 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-เอ็มพ้อยท์ (ฮ่องกง) คัมปะนี ลิมิเตด 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	4,300,000	100

ชื่อบริษัท	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน	ประเภทหุ้น	จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย (หุ้น)	มูลค่าหุ้นละ	ทุนชำระแล้ว	จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น)	สัดส่วนการถือหุ้น/ลงทุน (ร้อยละ)
บริษัทย่อย								
บริษัท บีเจเอช เมดิคอล จำกัด 99 ซอยรุมเปี้ย ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร โทร : 0 2367 1111 โทรสาร : 0 2367 1441	จำหน่ายเวชภัณฑ์ เครื่องมือ อุปกรณ์ทางการแพทย์ และเภสัชภัณฑ์	100,000 บาท	สามัญ	10,000	10 บาท	100,000 บาท	10,000	100
บริษัท บีเจซี คอมเมอร์เชียล จำกัด (บริษัท บีเจซี รีเทล จำกัด) 99 ซอยรุมเปี้ย ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร โทร : 0 2367 1455 โทรสาร : 0 2367 1441	ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	31,000,000 บาท	สามัญ	310,000	100 บาท	31,000,000 บาท	310,000	100
บริษัท ที.ซี.ซี.เทคโนโลยี จำกัด 1 อาคารเอ็มไพร์ ทาวเวอร์ ชั้น 30 ถนนสาทรใต้ แขวงยานนาวา เขตสาทร กรุงเทพมหานคร โทรศัพท์ : 0 2626 0000 โทรสาร : 0 2626 0088	ให้บริการระบบข้อมูลสารสนเทศ	430,000,000 บาท	สามัญ	43,000,000	10 บาท	180,000,000 บาท	9,180,000	51

ชื่อบริษัท	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน	ประเภทหุ้น	จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย (หุ้น)	มูลค่าหุ้นละ	ทุนชำระแล้ว	จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น)	สัดส่วนการถือหุ้น/ลงทุน (ร้อยละ)
บริษัทย่อย								
บริษัท คอสมา เทรดดิ้ง จำกัด 99 ซอยรุบีย ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร	จำหน่ายเวชภัณฑ์ เครื่องมืออุปกรณ์ทางการแพทย์ และเภสัชภัณฑ์	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	
บริษัท ดิสทรี - ไทย จำกัด 99 อาคารเบอร์ลี ภูเก็ต ซอยรุบีย ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร	ผู้ค้าและจำหน่ายหนังสือและนิตยสาร	11,000,000 บาท	สามัญ	110,000	100 บาท	11,000,000 บาท	110,000	100
มาลาया เวียดนาม กลาส ลิมิเต็ด เขตอุตสาหกรรม มี ส่วน เขตตันบิน จังหวัดบา เรีย หวง เตา ประเทศเวียดนาม โทรศัพท์: (84.4) 39404149 โทรสาร: (84.8) 39404294	ผลิตบรรจุภัณฑ์แก้ว	772,800,000,000 เวียดนามดอง	-	-	-	322,209,160,000 เวียดนามดอง	-	35

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	ผลิตบรรจุภัณฑ์แก้ว	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	
บริษัท แก้วกรุงไทย จำกัด 8 หมู่ 2 ถนนพหลโยธิน ตำบลลำไทร อำเภอยางน้อย 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)
บริษัทรวม								
บริษัท เบอร์ลี่ เอเชีย ดีค จำกัด 99 ซอยรู่เบีย ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร โทร : 0 2367 1601 โทรสาร : 0 2381 5102	จำหน่ายโซดาแอซ	40,000,000 บาท	สามัญ	6,400,000	6.25 บาท	40,000,000 บาท	3,200,000	50
บริษัท เบอร์ลี่ ไดนาพลัส จำกัด 99 ซอยรู่เบีย 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



ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ



แบบ 56-1 ประจำปี 2558

ชื่อบริษัท	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน	ประเภทหุ้น	จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย (หุ้น)	มูลค่าหุ้นละ	ทุนชำระแล้ว	จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น)	สัดส่วนการถือหุ้น/ลงทุน (ร้อยละ)
บริษัทที่หยุดดำเนินงาน								
เบอร์ลี ยุคเกอร์ (เมียนมาร์) ลิมิเตด 39 (ปี) ทาว วัน สตรีท ดาก่อน ทาวน์ชิป 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 จ๊ค	สามัญ	615	1,000 จ๊ค	615,000 จ๊ค	615	100
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 บีเจซี คอนซูเมอร์ จำกัด 99 ซอยรุเบีย ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร	หยุดดำเนินการ	2,000,000 บาท	สามัญ	20,000	100 บาท	2,000,000 บาท	20,000	100



ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ



แบบ 56-1 ประจำปี 2558

ชื่อบริษัท	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน	ประเภทหุ้น	จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย (หุ้น)	มูลค่าหุ้นละ	ทุนชำระแล้ว	จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น)	สัดส่วนการถือหุ้น/ลงทุน (ร้อยละ)
บริษัท บี เจ ซี มารีน รีซอสเสส ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด 99 ซอยรูเบีย ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร	หยุดดำเนินการ	100,000,000 บาท	สามัญ	100,000	1,000 บาท	94,400,000 บาท	50,000	50
รูเบีย อินเวสต์เม้นท์ส์ ลิมิเตด หมู่เกาะบริติช เวอร์จิน	บริษัทลงทุน	30,000,000 บาท	สามัญ	30,000	1,000 บาท	30,000,000 บาท	30,000	100

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 อาคารรัชนากร 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 93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง
เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร 10110
โทรศัพท์: 0 2009 9000
โทรสาร: 0 2009 9991

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)

ธนาคารธนาชาติ 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-