

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 นอกจากนั้นยังทำการค้าโรงสีข้าวและเป็นผู้แทนจำหน่ายสินค้าทั้งนำเข้าและส่งออกด้วย

เมื่อนายอัลเบิร์ต เบอร์ลี่ ผู้เป็นบุตรเขยของนายยูคเกอร์ ได้เข้ามารับช่วงงานต่อจึงเปลี่ยนชื่อห้างเป็น “เอ. เบอร์ลี่ แอนด์ โก” เมื่อปี 2439 ดำเนินธุรกิจต่างๆ ทั้งการเป็นพ่อค้าเบ็ดเตล็ด ธุรกิจโรงสีข้าว การส่งออกสินค้า เช่น ข้าว ไม้ ยางสน ครั่ง และหนังสือพิมพ์ นอกจากนั้น นายอัลเบิร์ต เบอร์ลี่ ยังเป็นผู้ริเริ่มธุรกิจการส่งสินค้าเข้ามาจำหน่าย โดยส่งนมกระป๋องจากสวิตเซอร์แลนด์เข้ามาขายในเมืองไทยเป็นเจ้าแรก ต่อมาได้สั่งสิ่งทอจากสวิตเซอร์แลนด์ อังกฤษ และเยอรมนี โกโก้จากเดนมาร์กและกระดาษเช็ดมือจากสหรัฐอเมริกาเข้ามาจำหน่าย

ต่อมาในปี 2456 ห้าง เอ. เบอร์ลี่ แอนด์ โก ได้หันมาสนใจในกิจการเหมืองแร่ โดยเฉพาะดีบุกและพลูม จึงได้เปิดสาขาใหม่ที่จังหวัดนครราชสีมา 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 ให้เห็นชอบต่อการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของบริษัทไปสู่การเป็นบริษัทมหาชนที่เปิดโอกาสให้ประชาชนทั่วไปเข้ามาถือหุ้น และเมื่อมีการจัดตั้งตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยขึ้นในปี 2517 บริษัท เบอร์ลี่ ยูคเกอร์ จำกัด ก็ได้เป็น 1 ใน 7 บริษัทแรกที่เข้าเป็นสมาชิกในตลาดหลักทรัพย์เมื่อเดือนเมษายน 2518

ในปี 2510 นับเป็นปีมหามงคลของบริษัท เนื่องจากได้รับพระมหากรุณาธิคุณจากพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงพระกรุณาโปรดเกล้าโปรดกระหม่อมพระราชทานตราตั้งแก่บริษัท เบอร์ลี่ ยูคเกอร์ จำกัด

ในปี 2544 มีการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญเกิดขึ้นกับบริษัท เมื่อบริษัทในเครือบริษัทไทยเจริญคอร์ปอเรชั่น หรือ ทีซีซี กรุ๊ป ได้เข้าถือครองหุ้นทั้งหมดของบริษัทที่ถือโดยเฟิร์สแปซิฟิค ทำให้เป็นผู้ถือหุ้นใหญ่แต่ผู้เดียวในบริษัท ซึ่งหลังจากกระบวนการทำค่าเสนอซื้อหลักทรัพย์เสร็จสิ้นลง บริษัท นครขึ้น จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทในเครือของบริษัทไทยเจริญคอร์ปอเรชั่น หรือ ทีซีซี กรุ๊ป ได้ถือหุ้นทั้งสิ้นร้อยละ 83.50 ของหุ้นที่ออกจำหน่ายแล้วทั้งหมดของบริษัท ปัจจุบันบริษัทมีผู้ถือหุ้นหลัก คือ บริษัท ทีซีซี คอร์ปอเรชั่น จำกัด ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 74.356 (ณ วันที่ 31 สิงหาคม 2559)

ในปี 2549 ปีเจ็ดก้าวขึ้นเป็นผู้ผลิตกระดาษอนามัยรายใหญ่ที่สุดในประเทศไทย ด้วยกำลังทางผลิต 50,000 ตัน/ปี ของโรงงานกระดาษอนามัยเชลล์อ็อกซ์

ในปี 2550 บีเจซี ได้ขยายธุรกิจบรรจุภัณฑ์ให้ครอบคลุมผลิตภัณฑ์ต่างๆมากขึ้น จึงได้ซื้อหุ้นร้อยละ 50 ใน บริษัท ไทยเบเวอเรจแคน จำกัด ซึ่งเป็นผู้ผลิตกระป๋องและฝาอะลูมิเนียมชั้นนำในประเทศไทย

ในปี 2551 บีเจซี ได้เข้าซื้อกิจการของบริษัท เจซี ฟู้ดส์ เอสดีเอ็น บีเอชดี ซึ่งเป็นผู้ผลิตมันฝรั่งทอดกรอบและขนมชิ้นรูป ในประเทศมาเลเซีย โดยผลิตและจำหน่ายมันฝรั่งทอดกรอบจำหน่ายทั้งในประเทศมาเลเซีย และส่งออกไปยังประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคเอเชีย

ในปี 2553 บีเจซี ร่วมหุ้นกับโอเวน อิลลินอยส์หรือ โอ-โอ เข้าซื้อบริษัท ไทยมาลาयाกลาส จำกัด ผู้ผลิตแก้วเพื่อส่งออก ให้เอฟแอนด์เอ็น รวมถึงโรงงานในประเทศจีน เวียดนามและประเทศไทย ส่งผลให้ TGI เป็นผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์แก้ว รายใหญ่ ที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

ในปีเดียวกัน บีเจซี (โดยบริษัทย่อย บีเจซี อินเตอร์เนชั่นแนล คัมปะนี ลิมิเตด) จัดตั้ง ไทยคอร์ป อินเตอร์เนชั่นแนล (ฮ่องกง) คัมปะนี ลิมิเตด และไทยคอร์ป อินเตอร์เนชั่นแนล (เวียดนาม) คัมปะนี ลิมิเตด เพื่อดำเนินธุรกิจนำเข้า ส่งออก และค้าปลีกสินค้าในเครือรวมถึงสินค้าอุปโภคบริโภคของไทยในตลาดเวียดนาม

ในปี 2554 บีเจซี เข้าซื้อกิจการเอเชียบู้คส์ ผู้นำด้านธุรกิจนำเข้าและจัดจำหน่ายหนังสือภาษาอังกฤษ ภาษาไทย และ ภาษาอื่นๆ ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

ในปี 2555 เป็นปีที่บีเจซีได้ทำการเฉลิมฉลองครบรอบ 130 ปี ในปีเดียวกันนี้ คุณอัศวิน เตชะเจริญวิกุล ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและกรรมการผู้จัดการใหญ่ของบีเจซี ได้รับรางวัล CNBC Asia Business Awards จากสถานีโทรทัศน์ CNBC ประเทศสหรัฐอเมริกา ในสาขา Thailand Business Leader of the year

ในปี 2556 นับเป็นอีกปีหนึ่งที่ กลุ่มบริษัทบีเจซี ได้มีการขยายการดำเนินงานในลักษณะต่างๆ ทั้งในประเทศและ ต่างประเทศ โดยเข้าซื้อหุ้นของไทอัน เวียดนาม จอยท์ สต็อก คัมปะนี ("ไทอัน") และร่วมทุนกับพันธมิตรในประเทศลาวจัดตั้ง บริษัท บีเจซี-เอ็มพ้อยท์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด เพื่อดำเนินธุรกิจค้าส่งและค้าปลีก

ในปี 2557 บริษัท เบอร์ลี่ ยุคเกอร์ จำกัด (มหาชน) ได้ก่อตั้ง บีเจซี อินเตอร์เนชั่นแนล โฮลดิ้ง พีทีอี แอลทีดี (BJIH) ใน ประเทศสิงคโปร์ และก่อตั้งบริษัท บีเจซี คอมเมอร์เชียล จำกัด เพื่อขยายงานด้านการจำหน่ายสินค้าออนไลน์

ในปี 2558 ธุรกิจบรรจุภัณฑ์ในกลุ่มบริษัทบีเจซีได้มีการพัฒนานวัตกรรมการผลิตบรรจุภัณฑ์แก้ว โดยสามารถผลิตขวด แก้วสีเขียวมรกตซึ่งสามารถป้องกันรังสีอัลตราไวโอเลต ได้ดีกว่าขวดเขียวทั่วไปในท้องตลาด อีกทั้งสามารถผลิตได้ในปริมาณ มากและต่อเนื่อง นอกจากนี้ในส่วนโรงงานการผลิตขวดแก้วในประเทศยังเพิ่มเครื่องจักรทำให้เพิ่มกำลังเป็น 300 ตัน/วัน เพื่อ รองรับการขายตัวของธุรกิจบรรจุภัณฑ์ นอกจากนี้ยังร่วมทุนกับ อินเทอร์เน็ต อินิซิเอทีฟ เจแปน เพื่อดำเนินธุรกิจ Cloud และ บริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

ในปี 2559 กลุ่มบริษัทบีเจซี เดินหน้าขยายการลงทุนในธุรกิจบรรจุภัณฑ์แก้ว เพื่อรองรับธุรกิจเครื่องดื่มและอาหารที่ เติบโตอย่างแข็งแกร่งทั้งตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศ ด้วยการลงทุนกว่า 2,000 ล้านบาท ในการก่อสร้างเตาหลอม แห่งใหม่ที่โรงงานไทยมาลาयाกลาส TMG (สระบุรี) ซึ่งเริ่มทำการผลิตได้ในปลายปี 2560 โดยมีกำลังผลิต 300 ตัน/วัน ทั้งนี้ ในปัจจุบันธุรกิจบรรจุภัณฑ์แก้ว มีกำลังผลิตทั้งสิ้น 2,735 ตัน/วัน เมื่อสร้างเสร็จจะเป็นเตาที่ 9 ของบริษัท จะช่วยเพิ่ม ศักยภาพให้ธุรกิจบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มบริษัทบีเจซี มีกำลังการผลิตบรรจุภัณฑ์แก้วในประเทศไทยเพิ่มขึ้นเป็น 3,035 ตัน/วัน

ในปี 2560 กลุ่มบริษัทได้ทำคำเสนอซื้อหลักทรัพย์ที่เหลือทั้งหมดของกิจการบีจีที่ราคา 225.00 บาทต่อหุ้น โดยในปัจจุบันกลุ่มบริษัทมีสัดส่วนความเป็นเจ้าของในหุ้นบีจีทั้งหมดร้อยละ 99.85 และบีเจซี อินเตอร์เนชั่นแนล คัมปะนี ลิมิเต็ด (“บีเจไอเอชเค”) เข้าซื้อกิจการของ วินา เปเปอร์ คัมปะนี ลิมิเต็ด หนึ่งในผู้ผลิตกระดาษทิชชูชั้นนำของประเทศเวียดนาม ด้วยมูลค่า 483 ล้านบาท โดยปัจจุบันมีกำลังการผลิตอยู่ที่ 16,000 ตันต่อปี และมีส่วนแบ่งทางการตลาดอยู่ที่ร้อยละ 13.00 ในประเทศเวียดนาม

บริษัทมุ่งมั่นความเป็นเลิศในการพัฒนาการผลิตสินค้าและบริการที่เปี่ยมด้วยคุณภาพตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ และเป็นผู้นำในการจัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่ใช้ในชีวิตประจำวัน เพื่อตอบสนองความต้องการในทุกวันของผู้บริโภค และบริษัทได้ขยายธุรกิจมาอย่างต่อเนื่อง จนปัจจุบันบริษัทมีการประกอบธุรกิจใน 5 กลุ่มธุรกิจ ดังนี้

1. กลุ่มสินค้าและบริการทางบรรจุภัณฑ์

ดำเนินกิจการด้านการออกแบบ การผลิต การตลาด การกระจายสินค้า และจำหน่ายสินค้าบรรจุภัณฑ์ ซึ่งรวมถึงภาชนะแก้ว กระป๋องอลูมิเนียม และบรรจุภัณฑ์พลาสติก

2. กลุ่มสินค้าและบริการทางอุปโภคบริโภค

ดำเนินกิจการด้านการผลิต การตลาด และการกระจายสินค้าอุปโภคบริโภคในกลุ่มอาหารและกลุ่มเครื่องใช้ส่วนตัว ทั้งที่เป็นตราสินค้าของบริษัทและรับจ้างผลิตสินค้าภายใต้สัญญากับบริษัทอื่น

3. กลุ่มสินค้าและบริการทางเวชภัณฑ์และทางเทคนิค

ดำเนินกิจการด้านการกระจายสินค้าและบริการเกี่ยวกับเวชภัณฑ์และเภสัชภัณฑ์สำหรับสินค้าภายใต้สัญญากับบริษัทอื่นที่มีชื่อเสียง รวมถึงจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการทางเทคนิคสำหรับอุตสาหกรรมต่างๆ

4. กลุ่มสินค้าและบริการทางการค้าปลีกสมัยใหม่

ดำเนินกิจการด้านการจัดการบริหารห้างค้าปลีกสมัยใหม่รวมถึงร้านค้าออนไลน์ โดยใช้รูปแบบการผสมผสานช่องทางทั้งหมดของธุรกิจเข้าด้วยกัน (Omni-Channel Model) รวมถึงธุรกิจค้าปลีก ธุรกิจให้เช่าและบริการพื้นที่ (Dual Retail Property Model) แก่ผู้ที่มีความสนใจเช่าภายในบริเวณห้างค้าปลีกของบริษัท

5. กลุ่มธุรกิจอื่น

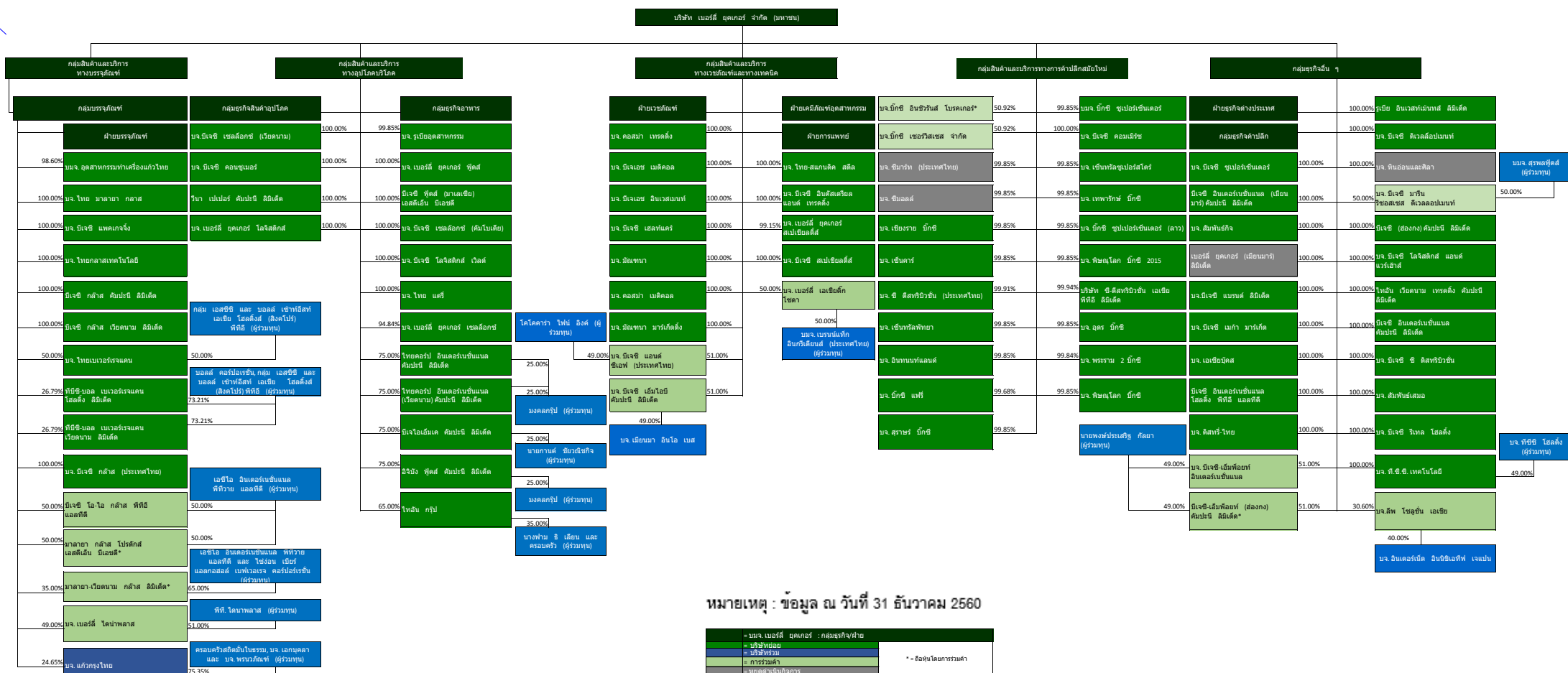
ดำเนินกิจการเกี่ยวกับธุรกิจค้าปลีกต่างๆ ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และแสวงหาโอกาสในการควบรวมการซื้อกิจการ รวมถึงการพัฒนาธุรกิจใหม่ๆ



รับรองความถูกต้อง

ผู้รับมอบอำนาจ

ส่วนที่ 1 หน้า 4 / 95



วิสัยทัศน์ พันธกิจและกลยุทธ์การดำเนินงานของปีเจซี ปี 2561 - 2565



การเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาที่สำคัญในปี 2560

- กุมภาพันธ์ 2560 - ทริสเรทติ้งคงอันดับเครดิตองค์กรและหุ้นกู้ไม่ด้อยสิทธิ ไม่มีหลักประกันชุดปัจจุบันของบริษัท เบอร์ลี่ ยุคเกอร์ จำกัด (มหาชน) ที่ระดับ “A+” พร้อมทั้งจัดอันดับเครดิตหุ้นกู้ไม่ด้อยสิทธิ ไม่มีหลักประกันชุดใหม่ในวงเงินไม่เกิน 35,000 ล้านบาท และหุ้นกู้สำรองเพื่อการเสนอขายเพิ่มเติมในวงเงินไม่เกิน 5,000 ล้านบาทของบริษัทที่ระดับ “A+”
- มีนาคม 2560 - บริษัทได้ทำการออกหุ้นกู้ไม่มีหลักประกันจำนวน 40,000 ล้านบาท เพื่อใช้ในการปรับโครงสร้างเงินทุนที่ใช้ในการเข้าซื้อกิจการของบิกซีจำนวน 39,000 ล้านบาท
- สิงหาคม 2560 - ทริสเรทติ้งคงอันดับเครดิตองค์กรของ บริษัท เบอร์ลี่ ยุคเกอร์ จำกัด (มหาชน) ที่ระดับ “A+” พร้อมทั้งกำหนดแนวโน้ม “คงที่” สำหรับอันดับเครดิตองค์กรและหุ้นกู้ไม่ด้อยสิทธิ ไม่มีหลักประกันของบริษัท
- กันยายน 2560 - กลุ่มบริษัทได้ทำคำเสนอซื้อหลักทรัพย์ที่เหลือทั้งหมดของกิจการบิกซีที่ราคา 225.00 บาทต่อหุ้น โดยในปัจจุบันกลุ่มบริษัทมีสัดส่วนความเป็นเจ้าของในหุ้นบิกซีทั้งหมดร้อยละ 99.85
- ปีเจซี อินเตอร์เนชั่นแนล คัมปะนี ลิมิเตด (“ปีเจไอเอชเค”) เข้าซื้อกิจการของวินาเปเปอร์ คัมปะนี ลิมิเตด หนึ่งในผู้ผลิตกระดาษทิชชูชั้นนำของประเทศเวียดนาม ด้วยมูลค่า 483 ล้านบาท โดยปัจจุบันมีกำลังการผลิตอยู่ที่ 16,000 ตันต่อปี และมีส่วนแบ่งทางการตลาดอยู่ที่ร้อยละ 13.00 ในประเทศเวียดนาม

- บริษัทได้ทำการเปิดตัวร้านค้าไฮเปอร์มาร์เก็ตรูปแบบใหม่ที่มีขนาดพื้นที่ขาย 3,000 ตารางเมตร แห่งแรกโดยมีรูปแบบการผสมผสานระหว่างพื้นที่ขายและพื้นที่เช่าอย่างครบวงจร เพื่อให้ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าในพื้นที่ที่เปิดสาขามากขึ้น
- ตุลาคม 2560 - บริษัทได้ทำการเปิดเตาแก๊วใหม่ ณ โรงงานไทยมาลาया กلاس จังหวัดสระบุรี เพื่อเพิ่มกำลังการผลิตแก๊วในประเทศไทย โดยมีกำลังการผลิตเพิ่มขึ้นที่ 300 ตันต่อวัน ส่งผลให้ปัจจุบันกำลังการผลิตแก๊วในประเทศไทยทั้งหมดอยู่ที่ 3,305 ตันต่อวัน
- ธันวาคม 2560 - ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท เบอร์ลี่ ยุคเกอร์ จำกัด (มหาชน) ได้มีมติอนุมัติการจำหน่ายไปซึ่งหุ้นสามัญในบริษัท ที.ซี.ซี. เทคโนโลยี จำกัด ("TCCT") ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่บริษัทถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 51.00 ของทุนชำระแล้วทั้งหมด ให้กับ บริษัท ทีซีซี แอทเชิฟส์ (ประเทศไทย) จำกัด ("TCCA")

กลุ่มปีเจซีคว้ารางวัลแห่งความสำเร็จหลากหลายประเภทในปี 2560 รวมทั้งหมด 18 รางวัล

The FinanceAsia

- 1) BEST THAILAND DEAL, The FinanceAsia – Achievement Awards 2016: Groupe Casino THB 122.16 billion sale of 58.56% of Big C Supercenter PCL to BJC

The Asset Country Awards

- 1) THAILAND: BEST M&A, The Asset Country Awards 2016: Berli Jucker PCL US\$6.3 billion acquisition of Big C Supercenter PCL
- 2) THAILAND: BEST ACQUISITION FINANCING, The Asset Country Awards 2016: Berli Jucker PCL €3.2 billion and 88 billion baht loan facilities

The Asset Regional Awards

- 1) SOUTHEAST ASIA: BEST DOMESTIC M&A, The Asset Regional Awards 2016: Berli Jucker PCL US\$6.3 billion acquisition of Big C Supercenter PCL

ThaiBMA BEST BOND AWARDS

- 1) ThaiBMA BEST BOND AWARDS 2016: DEAL OF THE YEAR for The Debentures of Berli Jucker Public Company Limited No. 1/2016 Tranche 1-4

Alpha Southeast Asia

- 1) THAILAND: Most Improved Investor Relations: Berli Jucker PCL
- 2) THAILAND: Best Annual Report in Thailand: Berli Jucker PCL
- 3) THAILAND: Best Senior Management IR Support – TOP-3: Berli Jucker PCL ranked 2nd
- 4) THAILAND: Strongest Adherence to Corporate Governance: Berli Jucker PCL ranked 3rd
- 5) BEST LOCAL CURRENCY BOND DEAL OF THE YEAR 2016 IN SOUTHEAST ASIA, Alpha Southeast Asia - 10th Annual Alpha Southeast Asia Deal & Solution Awards 2016: Berli Jucker PCL THB 54 billion (US\$1.51 billion)

SET Awards 2017

- 1) Outstanding Deal of the Year Awards Acquisition and Mandatory Tender Offer of Big C Supercenter PLC by Berli Jucker PCL

IR Magazine 2017 Awards

- 1) 1st in Best in Country: Thailand
- 2) 1st in Best in Sector: Industrials
- 3) 2nd in Best Investor Relations Officer (small to mid-cap): Rami Piirainen
- 4) 2nd in Best IR by Senior Management
- 5) 2nd in Most Progress in IR
- 6) 3rd in Best Overall Investor Relations in South East Asia
- 7) Nomination in Best IR During Corporate Transaction

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

2.1 โครงสร้างรายได้

กลุ่มบริษัท เบอริลี ยูคเกอร์ สามารถจำแนกโครงสร้างรายได้ ดังนี้

กลุ่มธุรกิจ	ปี 2560		ปี 2559		ปี 2558 ปรับปรุง	
	รายได้ (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)	รายได้ (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)	รายได้ (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)
กลุ่มสินค้าและบริการทางบรรจุภัณฑ์	19,447	13.04	18,948	15.12	17,692	41.25
กลุ่มสินค้าและบริการทางอุปโภคบริโภค	16,966	11.37	16,340	13.04	16,322	38.05
กลุ่มสินค้าและบริการทางเวชภัณฑ์และทางเทคนิค	8,141	5.46	7,406	5.91	7,204	16.80
กลุ่มสินค้าและบริการทางการค้าปลีกสมัยใหม่	103,962	69.70	81,393	64.94	-	-
กลุ่มธุรกิจอื่นๆ	2,548	1.71	2,452	1.95	2,042	4.76
	151,064	101.28	126,539	100.96	43,260	100.86
หัก รายการขายระหว่างกัน	(1,906)	(1.28)	(1,209)	(0.96)	(367)	(0.86)
รวม	149,158	100.00	125,330	100.00	42,893	100.00

กลุ่มธุรกิจ/ดำเนินการโดย	%	ปี 2560		%	ปี 2559		%	ปี 2558 ปรับปรุง	
	การถือ หุ้น	รายได้	สัดส่วน	การถือ หุ้น	รายได้	สัดส่วน	การถือ หุ้น	รายได้	สัดส่วน
		(ล้านบาท)	(ร้อยละ)		(ล้านบาท)	(ร้อยละ)		(ล้านบาท)	(ร้อยละ)
กลุ่มสินค้าและบริการทางบรรจุภัณฑ์									
บมจ. เบอริลี่ ยูคเกอร์	บริษัทแม่	-	-	บริษัทแม่	1	-	บริษัทแม่	1,172	2.73
บมจ. อุตสาหกรรมทำเครื่องแก้วไทย	98.60%	5,382	3.61	98.60%	5,151	4.11	98.59%	5,553	12.95
บจ. ไทยมาลาयाกลาส	100.00%	10,679	7.16	100.00%	10,880	8.68	100.00%	8,982	20.94
บจ. ไทยเบเวอร์เรจแคน	50.00%	7,125	4.78	50.00%	6,423	5.12	50.00%	6,493	15.14
TBC-Ball Beverage Can Holding Limited	26.79%	961	0.64	26.79%	796	0.64	26.79%	829	1.93
TBC-Ball Beverage Can Vietnam Limited	26.79%	2,490	1.67	26.79%	2,604	2.08	26.79%	2,256	5.26
BJC Cellox (Vietnam) Company Limited (เดิมชื่อ BJC International (Vietnam) Limited)	100.00%	-	-	100.00%	-	-	100.00%	29	0.07
BJC International Company Limited	100.00%	-	-	100.00%	-	-	100.00%	18	0.04
บจ. บีเจซี แพคเกจจิ้ง	100.00%	46	0.03	100.00%	173	0.14	100.00%	72	0.17

กลุ่มธุรกิจ/ดำเนินการโดย	%	ปี 2560		%	ปี 2559		%	ปี 2558 ปรับปรุง	
		รายได้ หุ้น	สัดส่วน (ล้านบาท)		รายได้ หุ้น	สัดส่วน (ล้านบาท)		รายได้ หุ้น	สัดส่วน (ล้านบาท)
บจ. ไทยกลาสเทคโนโลยี	100.00%	38	0.03	100.00%	36	0.03	100.00%	30	0.07
บจ. บีเจซี กลาส (ประเทศไทย) (เดิมชื่อ บจ. บีเจซี โอแกนิก)	100.00%	154	0.1	100.00%	-	-	100.00%	-	-
		26,875	18.02		26,064	20.80		25,434	59.30
หัก รายการขายระหว่างกัน		(7,428)	(4.98)		(7,116)	(5.68)		(7,742)	(18.05)
		19,447	13.04		18,948	15.12		17,692	41.25
กลุ่มสินค้าและบริการทางอุปโภคบริโภค									
บมจ. เบอรัล ยูคเกอร์	บริษัทแม่	9,646	6.47	บริษัทแม่	9,086	7.25	บริษัทแม่	9,541	22.24
บจ. เบอรัล ยูคเกอร์ ฟู้ดส์	100.00%	2,228	1.49	100.00%	1,741	1.39	100.00%	2,203	5.13
บจ. ไทย แดรี่	100.00%	152	0.10	100.00%	240	0.19	100.00%	317	0.74
BJC Foods (Malaysia) Sdn. Bhd.	100.00%	361	0.24	100.00%	363	0.29	100.00%	310	0.72
บจ. เบอรัล ยูคเกอร์ เซลลอส	94.84%	2,713	1.82	94.84%	2,561	2.04	94.84%	2,465	5.75
BJC Cellox (Cambodia) Company Limited	100.00%	29	0.02	100.00%	-	-	-	-	-
Vina Paper Company Limited	100.00%	173	0.12	-	-	-	-	-	-
บจ. รุเบียอุตสาหกรรม	99.85%	1,898	1.27	99.85%	1,766	1.41	99.85%	1,959	4.57
บจ. เบอรัล ยูคเกอร์ โลจิสติกส์	100.00%	1,097	0.74	100.00%	968	0.77	100.00%	852	1.99
Thai Corp International (Vietnam) Company Limited	75.00%	1,404	0.94	75.00%	1,417	1.13	75.00%	1,389	3.24
BJC Cellox (Vietnam) Company Limited (เดิมชื่อ BJC International (Vietnam) Limited)	100.00%	34	0.02	100.00%	36	0.03	100.00%	35	0.08
Ichiban Foods Company Limited	75.00%	136	0.09	75.00%	128	0.10	75.00%	111	0.26
Thai An Group	65.00%	3,896	2.61	65.00%	4,105	3.28	65.00%	3,485	8.12
บจ. บีเจซี โลจิสติกส์ เวียดนาม	100.00%	12	0.01	100.00%	11	0.01	-	-	-
		23,779	15.94		22,422	17.89		22,667	52.84
หัก รายการขายระหว่างกัน		(6,813)	(4.57)		(6,082)	(4.85)		(6,345)	(14.79)
		16,966	11.37		16,340	13.04		16,322	38.05

กลุ่มธุรกิจ/ดำเนินการโดย	%	ปี 2560		%	ปี 2559		%	ปี 2558 ปรับปรุง	
		รายได้	สัดส่วน		รายได้	สัดส่วน		รายได้	สัดส่วน
	การถือ	(ล้านบาท)	(ร้อยละ)	การถือ	(ล้านบาท)	(ร้อยละ)	การถือ	(ล้านบาท)	(ร้อยละ)
	หุ้น			หุ้น			หุ้น		
กลุ่มสินค้าและบริการทางเวชภัณฑ์และทางเทคนิค									
บมจ. เบอริลี ยูคเกอร์	บริษัทแม่	3,436	2.30	บริษัทแม่	4,460	3.56	บริษัทแม่	4,439	10.35
บจ. บีเจซี เฮลท์แคร์	100.00%	2,141	1.44	100.00%	2,098	1.67	100.00%	1,996	4.65
บจ. มัณฑนา	100.00%	207	0.14	100.00%	102	0.08	100.00%	94	0.22
บจ. มัณฑนา มาร์เก็ตติ้ง	100.00%	534	0.36	100.00%	67	0.05	100.00%	-	-
บจ. คอสมา เมดิคอล	100.00%	986	0.66	100.00%	1,734	1.38	100.00%	1,599	3.73
บจ. คอสมา เทรตติ้ง	100.00%	1,151	0.77	100.00%	130	0.10	100.00%	-	-
บจ. บีเจเอช เมดิคอล	100.00%	793	0.53	100.00%	73	0.06	100.00%	-	-
บจ. บีเจซี กลาส (ประเทศไทย) (เดิมชื่อ บจ. บีเจซี โอแกนิก)	100.00%	-	-	100.00%	48	0.04	100.00%	55	0.13
บจ. ไทย-สแกนดิค สตีล	100.00%	1,006	0.67	100.00%	620	0.50	100.00%	579	1.35
บจ. บีเจซี อินดัสเตรียล แอนด์ เทรตติ้ง	100.00%	-	-	100.00%	16	0.01	100.00%	2	-
บจ. เบอริลี ยูคเกอร์ สเปนเชียลตี้ส์	99.15%	123	0.09	99.15%	143	0.12	99.15%	170	0.40
บจ. บีเจซี สเปนเชียลตี้ส์	100.00%	959	0.64	100.00%	3	-	100.00%	2	-
BJC International Company Limited	100.00%	56	0.04	100.00%	70	0.06	100.00%	86	0.20
BJC Cellox (Vietnam) Company Limited (เดิมชื่อ BJC International (Vietnam) Limited)	100.00%	48	0.03	100.00%	56	0.05	100.00%	61	0.15
		11,440	7.67		9,620	7.68		9,083	21.18
หัก รายการขายระหว่างกัน		(3,299)	(2.21)		(2,214)	(1.77)		(1,879)	(4.38)
		8,141	5.46		7,406	5.91		7,204	16.80
กลุ่มสินค้าและบริการทางการค้าปลีกสมัยใหม่									
บมจ. บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์	99.85%	103,935	69.68	97.94%	81,308	64.88	-	-	-
บจ. บีเจซี คอมเมอร์เชียล	100.00%	1,248	0.84	100.00%	-	-	100.00%	-	-
บจ. ซี ดีสทริบิวชั่น (ประเทศไทย)	99.91%	88	0.06	98.80%	154	0.12	-	-	-
		105,271	70.58		81,462	65.00		-	-
หัก รายการขายระหว่างกัน		(1,309)	(0.88)		(69)	(0.06)		-	-
		103,962	69.70		81,393	64.94		-	-

กลุ่มธุรกิจ/ดำเนินการโดย	%	ปี 2560		%	ปี 2559		%	ปี 2558 ปรับปรุง	
		รายได้	สัดส่วน		รายได้	สัดส่วน		รายได้	สัดส่วน
	การถือ	(ล้านบาท)	(ร้อยละ)	การถือ	(ล้านบาท)	(ร้อยละ)	การถือ	(ล้านบาท)	(ร้อยละ)
	หุ้น			หุ้น			หุ้น		
กลุ่มธุรกิจอื่น ๆ									
บมจ. เบอริลี ยูคเกอร์	บริษัทแม่	27	0.02	บริษัทแม่	66	0.05	บริษัทแม่	11	0.02
BJC Cellox (Vietnam) Company Limited (เดิมชื่อ BJC International (Vietnam) Limited)	100.00%	30	0.02	100.00%	-	-	100.00%	-	-
บจ. เอเชียบูคิส	100.00%	866	0.58	100.00%	859	0.68	100.00%	865	2.02
บจ. บีเจซี คอมเมอร์เชียล	100.00%	-	-	100.00%	8	0.01	100.00%	17	0.04
บจ. ที.ซี.ซี. เทคโนโลยี	51.00%	956	0.64	51.00%	874	0.70	51.00%	724	1.69
Thai An Vietnam Trading Company Limited	100.00%	726	0.49	100.00%	700	0.56	64.55%	482	1.12
		2,605	1.75		2,507	2.00		2,099	4.89
หัก รายการขายระหว่างกัน		(57)	(0.04)		(55)	(0.05)		(57)	(0.13)
		2,548	1.71		2,452	1.95		2,042	4.76
รวม		151,064	101.28		126,539	100.96		43,260	100.86
หัก รายการขายระหว่างกัน		(1,906)	(1.28)		(1,209)	(0.96)		(367)	(0.86)
รวมกลุ่มธุรกิจ		149,158	100.00		125,330	100.00		42,893	100.00

2.2 ลักษณะการประกอบธุรกิจจำแนกตามกลุ่มธุรกิจ

1. กลุ่มสินค้าและบริการทางบรรจุภัณฑ์

แม้ว่ารัฐบาลจะใช้นโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องทั้งในและต่างประเทศ อย่างไรก็ตามเศรษฐกิจยังคงอยู่ในสภาพซบเซา นอกจากนี้ปัญหาราคาพืชผลทางการเกษตรตกต่ำซึ่งส่งผลกระทบต่อตลาดและกำลังซื้อที่ลดลงของผู้บริโภคทำให้ปริมาณความต้องการของตลาดบรรจุภัณฑ์แก้วในภาพรวมปีนี้ค่อนข้างคงที่เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2559 ยกเว้นสินค้ากลุ่มสุรา ซึ่งเป็นลูกค้าหลักรายหนึ่งของบริษัทที่มีความต้องการใช้บรรจุภัณฑ์เพิ่มขึ้น เนื่องจากมีการออกผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด สำหรับบรรจุภัณฑ์กระป๋องอะลูมิเนียมมีกำลังการผลิตเพิ่มขึ้นจากการขยายกำลังการผลิตช่วงกลางปี 2559 และลูกค้าในกลุ่มเครื่องดื่มชูกำลังมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องจากการขยายการส่งออกสินค้าไปต่างประเทศ นอกจากนี้ทางบริษัทฯ ได้ทำการผลิตกระป๋องแบบใหม่ “สลิม” ขนาด 250 มล. และ 150 มล. ออกสู่ตลาดส่งผลให้ยอดขายในกลุ่มสินค้าและบริการทางบรรจุภัณฑ์โดยรวมในปี 2560 เติบโตประมาณร้อยละ 3.0 โดยสาเหตุหลักเกิดจากยอดขายที่เพิ่มขึ้นในกลุ่มบรรจุภัณฑ์กระป๋องอะลูมิเนียมร้อยละ 9.0 ซึ่งส่วนใหญ่มาจากกลุ่มสินค้าเครื่องดื่มชูกำลัง

บริษัทมีความมุ่งมั่นอย่างต่อเนื่องในการพัฒนาสินค้าและบริการ การเพิ่มประสิทธิภาพและผลผลิต ตลอดจนการพัฒนากระบวนการผลิตและบุคลากรเพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในทุกตลาด รวมถึงการขยายฐานลูกค้าและขยายการผลิตไปยังต่างประเทศให้เติบโตต่อไป เพื่อเป็นผู้นำทางด้านการผลิตบรรจุภัณฑ์ที่ดีที่สุดในภูมิภาค

กลุ่มสินค้าและบริการทางบรรจุภัณฑ์แบ่งออกเป็น 3 ประเภทธุรกิจ ดังนี้

1.1 บรรจุภัณฑ์แก้ว

กลุ่มบรรจุภัณฑ์แก้วในประเทศประกอบด้วย บริษัท บีเจซี กลาส จำกัด บริษัท บีเจซี แพคเกจจิ้ง จำกัด บริษัท อุตสาหกรรมทำเครื่องแก้วไทย จำกัด (มหาชน) (TGI) และบริษัท ไทย มาลาया กลาส จำกัด (TMG) ซึ่งเป็นบริษัทในกลุ่มบีเจซี กลุ่มแก้วประเทศไทยมีความมุ่งมั่นอย่างต่อเนื่องในการเพิ่มประสิทธิภาพและผลผลิตการลดต้นทุนการผลิต และปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์และการบริการ ตลอดจนพัฒนาศักยภาพของบุคลากรผ่านระบบมาตรฐานต่างๆ รวมทั้งระบบ Lean Six Sigma ทั้งยังเปิดสถาบันฝึกอบรมพัฒนาความรู้ด้านการผลิตบรรจุภัณฑ์แก้ว เทคโนโลยีการผลิตบรรจุภัณฑ์แก้ว และการบริหารจัดการทั่วไปเพื่อส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรให้แก่บริษัท ซึ่งดำเนินการอบรมโดย บริษัท ไทย กลาสเทคโนโลยี จำกัด ความมุ่งมั่นทั้งหมดนี้เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ทั้งในตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ และเพื่อการเป็นผู้นำทางด้านการผลิตบรรจุภัณฑ์ที่ดีที่สุดในภูมิภาค

ลูกค้าหลักภายในประเทศไทยที่ผลิตโดยบริษัท อุตสาหกรรมทำเครื่องแก้วไทย จำกัด (มหาชน) และบริษัท ไทย มาลาया กลาส จำกัด คือ บริษัท ไทยเบฟเวอเรจรีไซเคิล จำกัด บริษัท แบรนดี้ ชันโทรี (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท กรีนสปอต จำกัด บริษัท เฮลซ์ เทรตติ้ง (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท ที.ซี. ฟาร์มาซูติคอลล อุตสาหกรรม จำกัด บริษัท ไทยน้ำทิพย์ แมนูแฟคเจอริ่ง จำกัด บริษัท จิวสวด จำกัด บริษัท หยั่น หว่อ หยุ่น จำกัด บริษัท อุตสาหกรรมพันท้าย นรสิงห์สินค้าพื้นเมือง จำกัด บริษัท เสริมสุข จำกัด (มหาชน) บริษัท ควอลิตี้คอฟฟี่ โปรดักท์ส จำกัด บริษัท พิบูลย์ชัยน้ำพริกเผาไทยแม่ประนอม จำกัด บริษัท โรแยล พลัส จำกัด (มหาชน) บริษัท ไทยเทพรส จำกัด (มหาชน) บริษัท สยาม ไวนอรี่ จำกัด บริษัท ไฮคิว ผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด เป็นต้น ส่วนลูกค้าหลักต่างประเทศที่ผลิตโดย มาลาया กลาส โปรดักส์ เอสดีเอ็น ปิเอชดี และ มาลาया เวียดนาม กลาส ลิมิเต็ด ได้แก่ Myanmar Brewery Ltd., Asia Pacific Breweries (S) Pte Ltd., Qualitypack Sdn. Bhd., HEINDRICH TRADING CORPORATION และ PEPSICO VIETNAM เป็นต้น

สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

ในประเทศไทย มีผู้ผลิตรายใหญ่ในอุตสาหกรรมผลิตบรรจุภัณฑ์แก้ว จำนวน 4 ราย โดยบริษัทมีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ที่ประมาณร้อยละ 37.00 ทั้งนี้ ผู้ผลิตแต่ละรายต่างก็มีลูกค้ารายหลัก เป็นของตนเอง

อุตสาหกรรมผลิตบรรจุภัณฑ์แก้วเป็นอุตสาหกรรมที่ต้องใช้เทคโนโลยีเงินลงทุนสูง และที่สำคัญคือต้องมีคำสั่งซื้อจากลูกค้าอย่างต่อเนื่องและมากเพียงพอที่จะทำการผลิตตลอด 24 ชั่วโมงตลอดทั้งปี ทำให้เป็นการยากที่จะมีผู้ผลิตรายใหม่เข้ามาในอุตสาหกรรมนี้ นอกจากนี้การนำเข้าบรรจุภัณฑ์แก้วจากต่างประเทศนั้นมีต้นทุนค่าขนส่งและภาษีนำเข้า ทำให้การแข่งขันจากภายนอกประเทศเป็นไปได้ยาก ในด้านการแข่งขันจากบรรจุภัณฑ์ชนิดอื่น เช่น กระป๋อง ขวดพลาสติก และกล่องกระดาษเยื่อที่ บรรจุภัณฑ์แก้วจะได้เปรียบกว่าบรรจุภัณฑ์อื่นๆ ตรงที่บรรจุภัณฑ์แก้วสามารถเสริมสร้างภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และไม่ทำปฏิกิริยากับผลิตภัณฑ์ที่บรรจุอยู่ นอกจากนี้บรรจุภัณฑ์แก้วสามารถช่วยลดต้นทุนของสินค้าสำเร็จรูปได้โดยการนำบรรจุภัณฑ์แก้วกลับมาใช้บรรจุใหม่

จากสถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่ยังไม่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่องจากปลายปี 2559 ประกอบกับโรงงานผลิตบรรจุภัณฑ์แก้วรายใหญ่มีการเปิดเตาตามแผนที่ได้วางไว้ล่วงหน้า ทำให้กำลังการผลิตบรรจุภัณฑ์แก้วโดยรวมในปี 2560 สูงกว่าความต้องการในตลาด ส่งผลให้ในช่วงกลางปี 2560 ตลาดเริ่มมีการแข่งขันสูงขึ้น ในส่วนของบริษัทยังมีความได้เปรียบจากลูกค้าในเครือ ที่มีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะในกลุ่มสินค้าสุรา รวมทั้งการเน้นกลยุทธ์การขยายตลาดไปยังต่างประเทศและการรักษาสถานลูกค้าเดิมไว้ได้จึงไม่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ดังกล่าวมากนัก

ในปี 2561 บริษัทยังคงยึดนโยบายการดำเนินธุรกิจเพื่อมุ่งไปสู่การเป็นบริษัทชั้นนำแบบยั่งยืน ด้วยการยึดมั่นนโยบายการดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานที่สำคัญ ได้แก่ ความปลอดภัย การรักษาสิ่งแวดล้อม การพัฒนาคุณภาพสินค้า การผลิต การจัดส่ง การพัฒนาใช้ระบบอัตโนมัติ การใช้เทคโนโลยีใหม่ การพัฒนาระบบมาตรฐานการทำงาน การพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อตอบสนองโจทย์และสนองความต้องการของลูกค้า

นโยบายการตลาด

ในด้านการขายและการตลาดบริษัทมีกลยุทธ์ในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาด การพัฒนาการทำสินค้าให้มีน้ำหนักเบา การวิจัยปรับปรุงคุณสมบัติอื่นๆ ของบรรจุภัณฑ์แก้ว และการเน้นคุณภาพทางด้านบริการ ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เหนือความคาดหวังของลูกค้า การพยายามรักษาสถานลูกค้าในประเทศ และในขณะเดียวกันทางบริษัทได้หาตลาดและลูกค้ากลุ่มใหม่จากต่างประเทศ โดยร่วมมือประสานกำลังการผลิตกับบริษัทร่วมทุนในต่างประเทศ ซึ่งทำให้ศักยภาพการแข่งขันทั้งในประเทศและต่างประเทศเป็นไปได้เป็นอย่างดี

การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

กำลังการผลิตและปริมาณการผลิต

ปัจจุบัน TGI มีโรงงานผลิตบรรจุภัณฑ์แก้ว 1 โรงงาน ตั้งอยู่ที่เลขที่ 78 หมู่ 3 ซอยวัดศรีวารีน้อย ถนนบางนา – ตราด กม.18 ตำบลหนองปรือ อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ 10540 มีกำลังการผลิต 1,745 ตันหลอมต่อวัน โดยมีรายละเอียดกำลังและปริมาณการผลิตดังต่อไปนี้

กำลังและปริมาณการผลิต	2560	2559	2558
กำลังการผลิตเต็มที่ (หน่วย : ตัน)	639,925	638,670	636,925
ปริมาณการผลิตจริง (หน่วย : ตัน)	517,894	535,749	554,603
การใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ)	81.30	83.90	87.10
อัตราเพิ่มของปริมาณการผลิต (ร้อยละ)	-3.33	-3.40	-12.77

TMG มีโรงงานผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์แก้ว 2 โรงงาน ได้แก่

โรงงานที่ 1 หรือ TMG1 ตั้งอยู่ที่เลขที่ 28 หมู่ 1 เขตประกอบการอุตสาหกรรม เอส ไอ แอล ตำบลบัวลอย อำเภอนองแคะ จังหวัดสระบุรี

โรงงานที่ 2 หรือ TMG2 ตั้งอยู่ที่เลขที่ 49 หมู่ 1 เขตประกอบการอุตสาหกรรม เอส ไอ แอล ตำบลบัวลอย อำเภอนองแคะ จังหวัดสระบุรี

กำลังและปริมาณการผลิต	2560	2559	2558
กำลังการผลิตเต็มที่ (หน่วย : ตัน)	379,650	362,340	361,350
ปริมาณการผลิตจริง (หน่วย : ตัน)	361,298	354,734	338,369
การใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ)	95.20	97.90	93.60
อัตราเพิ่มของปริมาณการผลิต (ร้อยละ)	1.85	4.84	46.95

MGP มีเตาผลิตบรรจุภัณฑ์แก้ว 2 เตา โดยโรงงานผลิตตั้งอยู่ที่เลขที่ 72A, Jalan Tampoi, 81200 Johor Bharu, Johor ประเทศมาเลเซีย มีกำลังการผลิต 490 ตันหลอมต่อวัน (2559: 510 ตันหลอมต่อวัน) โดยในปี 2558 MGP ทำการติดตั้งเทคโนโลยีในการผลิตขวด Light Weight (Narrow Neck Press & Blow) และต่อมาในปี 2560 MGP ได้ลดกำลังการผลิตในเตาหลอม M2 เนื่องจากสภาพเตาเก่าและใกล้ถึงเวลาซ่อมใหญ่ตามแผนซ่อมเตาที่วางกำหนดไว้ในปี 2561 โดยมีรายละเอียดกำลังและปริมาณการผลิตดังต่อไปนี้

กำลังและปริมาณการผลิต	2560	2559	2558
กำลังการผลิตเต็มที่ (หน่วย : ตัน)	178,850	186,660	186,150
ปริมาณการผลิตจริง (หน่วย : ตัน)	169,279	187,024	168,190
การใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ)	94.60	100.20	90.40
อัตราเพิ่มของปริมาณการผลิต (ร้อยละ)	-9.49	11.20	-1.89

MVG มีเตาผลิตบรรจุภัณฑ์แก้ว 1 เตา โดยโรงงานผลิตตั้งอยู่ที่นิคมอุตสาหกรรม My Xuan A, Tan Thanh district, Ba Ria Vung Tau province ประเทศเวียดนาม ในปลายปี 2559 MVG ทำการติดตั้งสายการผลิตขวด VN12 เพิ่ม ทำให้มีกำลังการผลิตเพิ่มเป็น 313 ตันหลอมต่อวัน (2559: 253 ตันหลอมต่อวัน) โดยมีรายละเอียดกำลังและปริมาณการผลิต ดังนี้

กำลังและปริมาณการผลิต	2560	2559	2558
กำลังการผลิตเต็มที (หน่วย : ตัน)	114,245	105,530	102,200
ปริมาณการผลิตจริง (หน่วย : ตัน)	114,262	92,527	92,428
การใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ)	100.01	87.68	90.40
อัตราเพิ่มของปริมาณการผลิต (ร้อยละ)	23.49	0.11	16.68

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

ปัจจุบันวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตมาจากแหล่งกำเนิดภายในประเทศร้อยละ 90.00 ทั้งนี้ TGI มีนโยบายที่จะจัดหาวัตถุดิบจากแหล่งภายในประเทศเพื่อทดแทนวัตถุดิบจากต่างประเทศให้ได้มากที่สุด อย่างไรก็ตาม TGI มีความจำเป็นที่ต้องสั่งซื้อวัตถุดิบบางชนิดจากต่างประเทศ เนื่องจากไม่สามารถจัดหาภายในประเทศได้ หรือมีปริมาณที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการ อีกทั้งวัตถุดิบบางชนิดมีคุณภาพไม่ได้มาตรฐาน

วัตถุดิบหลัก ได้แก่ ทรายแก้ว หินปูน โซดาแอส เศษแก้ว

วัตถุดิบเสริม ซึ่งเป็นวัตถุดิบที่ช่วยเร่งปฏิกิริยาทางเคมีและทำให้แก้วเป็นสีต่างๆ ตามความต้องการ ได้แก่ สนิมเหล็ก (ไอออนออกไซด์) ไอออนโครไมท์ ซิลิเนียม ไอออนโพไรท์ ผงถ่าน (โค้กดัส)

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ในปัจจุบันผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อมก่อให้เกิดปัญหาขึ้นทั่วทุกมุมโลก ด้วยความตระหนักถึงสถานการณ์นี้ TGI จึงควบคุมและตรวจสอบกระบวนการผลิตเพื่อควบคุมและลดมลพิษในทุกกระบวนการ รวมทั้งการมีระบบการจัดการด้านต่างๆ ของมลพิษ เช่น การบำบัดน้ำเสีย อากาศเสีย และขยะจากโรงงานอุตสาหกรรมตามมาตรฐานที่กฎหมายกำหนด นอกจากนี้ TGI มีความมุ่งมั่นที่จะควบคุมและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกโดยอาศัยหลักการ Cradle-to-Cradle LCA (Life Cycle Analysis) อย่างต่อเนื่องซึ่งเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวัดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในทุกๆ ขั้นตอนของวงจรชีวิตของขวดแก้ว เพื่อเป็นการยืนยันว่าขวดแก้วเป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกน้อยที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับบรรจุภัณฑ์ประเภทอื่นๆ

การผลิตบรรจุภัณฑ์แก้วจำเป็นต้องใช้ทรัพยากรธรรมชาติจำนวนมาก แต่เราสามารถนำภาชนะแก้วที่ไม่ใช้แล้วกลับมาแปรรูปใหม่ได้ตลอดเวลาโดยที่คุณสมบัติและคุณภาพไม่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม และปราศจากอันตรายต่อสุขภาพของผู้บริโภค ทำให้ TGI เป็นผู้นำในการหมุนเวียนเศษแก้วกลับมาแปรรูปเป็นบรรจุภัณฑ์แก้วได้ปีละกว่า 250,000 ตันต่อปี ซึ่งการหมุนเวียนเศษแก้วกลับมาใช้สามารถช่วยลดปริมาณขยะ ลดการใช้พลังงาน ขณะเดียวกันก็ช่วยรักษาทรัพยากรธรรมชาติอันมีค่าอีกด้วย

1.2 บรรจุภัณฑ์กระป๋องอะลูมิเนียม

บริษัท เบอรัล ยูเคอร์ จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายบรรจุภัณฑ์กระป๋องอะลูมิเนียมโดยมีบริษัท ไทย เบเวอร์เรจ แคน จำกัด หรือ TBC เป็นผู้ดำเนินการ TBC มีสำนักงานและโรงงานผลิตอยู่ที่เขตประกอบการอุตสาหกรรม เหมราชสระบุรี อำเภอหนองแค จังหวัดสระบุรี บนพื้นที่กว่า 56 ไร่ ซึ่งประกอบไปด้วยอาคารสำนักงาน โรงงานผลิต อาคารคลังสินค้า TBC เป็นผู้ผลิตกระป๋องและฝาอะลูมิเนียมสำหรับบรรจุเครื่องดื่ม โดยมีการพิมพ์เครื่องหมายการค้าสำหรับสินค้าของลูกค้าแต่ละราย โดยในปี 2560 มีอัตราการใช้กำลังการผลิตอยู่ที่ร้อยละ 70.0 จากกำลังการผลิต 3,400 ล้านกระป๋องต่อปีปัจจุบันมีสายการผลิตดังนี้

- สายการผลิตกระป๋อง 4 สายการผลิต ผลิตกระป๋องปกติขนาด 330 และ 250 มิลลิลิตร กระป๋อง Sleek ขนาด 330 และ 250 มิลลิลิตร และกระป๋อง Slim ขนาด 250, 180 และ 150 มิลลิลิตร
- สายการผลิตฝา 4 สายการผลิต ผลิตฝา Stay-on-Tab, Large Opening End
- สายการตัดและการเคลือบพิมพ์แผ่นอะลูมิเนียมสำหรับการผลิตฝา 1 สายการผลิต

ลูกค้าหลักภายในประเทศ ได้แก่ บริษัท เปียร์ไทย (1991) จำกัด (มหาชน), บริษัท ทีซีฟาร์มาซูติคอล จำกัด, บริษัท ไทยเอเชีย แปซิฟิคบริวเวอรี่ จำกัด, บริษัท คาราบาว ตะวันแดง จำกัด, บริษัท เสริมสุข จำกัด (มหาชน), บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด และ บริษัท โอสดสภา จำกัด เป็นต้น ส่วนลูกค้าหลักต่างประเทศ ได้แก่ F&N Beverages Manufacturing SDN.BHD. Malaysia, Lao Brewery Co. Ltd. และ Coca-Cola Pinya Beverages Myanmar Ltd.

TBC ได้ใช้เทคโนโลยีการผลิตจากบริษัท บอลล์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด ซึ่งเป็นผู้นำด้านการผลิตบรรจุภัณฑ์จากสหรัฐอเมริกา และ TBC ยังได้รับการรับรองมาตรฐานคุณภาพด้านสินค้าและบริการ ISO 9001:2008, ISO 14001:2004 และ BRC/IoP (British Retail Consortium)

นอกจากนี้ TBC ยังได้ร่วมลงทุนกับบริษัท บอลล์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด ผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์ชั้นนำจากสหรัฐอเมริกา สร้างโรงงานผลิตกระป๋องอะลูมิเนียมในประเทศเวียดนาม ภายใต้ ทีบีซี-บอล เบเวอร์เรจ แคน เวียดนาม ลิมิเต็ด (“TBC-BALL VN”) ดำเนินการผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์กระป๋องอะลูมิเนียมสำหรับบรรจุเครื่องดื่ม และเป็นผู้นำเข้าและจำหน่ายฝาอะลูมิเนียมสำหรับบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่ม ในปี 2560 TBC มีอัตราการใช้กำลังการผลิตอยู่ที่ร้อยละ 90.00 จากกำลังการผลิต 1,000 ล้านกระป๋องต่อปี และได้มีแผนการลงทุนเพื่อเพิ่มกำลังการผลิตในช่วงปลายปี เป็น 1,500 ล้านกระป๋องต่อปี ในปี 2561

สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

เนื่องจากการผลิตกระป๋องอะลูมิเนียมจำเป็นต้องใช้เทคโนโลยีขั้นสูงเพื่อให้มีต้นทุนด้านการผลิตโดยเฉลี่ยต่ำเมื่อเทียบกับปริมาณการขายจำนวนมากจึงทำให้มีคู่แข่งน้อยราย ในปี 2560 ประเทศไทยมีผู้ผลิตกระป๋องอะลูมิเนียมทั้งหมด 4 ราย และ TBC เป็นผู้ผลิตรายใหญ่ที่สุด

นโยบายการตลาด

ในปี 2560 TBC มีสัดส่วนการขายในประเทศและต่างประเทศอยู่ที่ประมาณร้อยละ 85.00 และ 15.00 ตามลำดับ มีลูกค้าหลักภายในประเทศ ได้แก่ บริษัท เบียร์ไทย (1991) จำกัด (มหาชน), บริษัท ซีทีฟาร์มาซูติคอล จำกัด, บริษัท ไทยเอเชีย แปซิฟิคบริวเวอรี่ จำกัด, บริษัท คาราบาว ตะวันแดง จำกัด, บริษัท เสริมสุข จำกัด (มหาชน), บริษัท บุญรอด บริวเวอรี่ จำกัด และ บริษัท โอสภสกา จำกัด เป็นต้น ส่วนลูกค้าหลักต่างประเทศ ได้แก่ F&N Beverages Manufacturing SDN.BHD. Malaysia, Lao Brewery Co. Ltd., Coca-Cola Pinya Beverages Myanmar Ltd. เป็นต้น

ในปี 2560 TBC-BALL VN มียอดการขายเพิ่มจากปี 2559 ประมาณร้อยละ 11.0 โดยเป็นการขายในประเทศ ทั้งหมด ทั้งนี้ลูกค้าหลักภายในประเทศ ได้แก่ บริษัท HVBL (Heineken), Pepsi Vietnam, และ Coca-Cola Vietnam

การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

กำลังการผลิตและปริมาณการผลิต

ปัจจุบัน TBC มีสำนักงานและโรงงานผลิต ตั้งอยู่ที่นิคมอุตสาหกรรมเหมราชตะวันออก อำเภอนongแขวง จังหวัดสระบุรี มีการผลิตสินค้า 24 ชั่วโมงต่อวัน โดยมีกำลังการผลิตและปริมาณการผลิตตามรายละเอียดดังต่อไปนี้

กำลังและปริมาณการผลิต	2560	2559	2558
สายการผลิตกระป๋อง			
กำลังการผลิตเต็มที่ (หน่วย : ล้านกระป๋อง)	3,400	2,550	2,200
ปริมาณการผลิตจริง (หน่วย : ล้านกระป๋อง)	2,573	2,231	2,061
การใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ)	75.68	87.50	94.00
อัตราเพิ่มของปริมาณการผลิต (ร้อยละ)	15.33	8.25	10.10

กำลังและปริมาณการผลิต	2560	2559	2558
สายการผลิตฝากระป๋อง			
กำลังการผลิตเต็มที่ (หน่วย : ล้านฝา)	3,450	3,450	3,450
ปริมาณการผลิตจริง (หน่วย : ล้านฝา)	3,186	3,300	2,802
การใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ)	92.35	95.65	81.00
อัตราเพิ่มของปริมาณการผลิต (ร้อยละ)	-3.45	17.77	9.33

TBC-BALL เวียดนาม มีการผลิตสินค้า 24 ชั่วโมงต่อวัน โดยมีรายละเอียดกำลังการผลิตและปริมาณการผลิตดังต่อไปนี้

กำลังและปริมาณการผลิต	2560	2559	2558
สายการผลิตกระป๋อง			
กำลังการผลิตเต็ม (หน่วย : ล้านกระป๋อง)	905	850	850
ปริมาณการผลิตจริง (หน่วย : ล้านกระป๋อง)	885	835	843
การใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ)	97.80	98.23	99.00
อัตราเพิ่มของปริมาณการผลิต (ร้อยละ)	5.99	-0.95	13.46

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

TBC และ TBC-BALL VN ซื้ออะลูมิเนียมจากโรงงานผู้ผลิตในประเทศไทย รวมถึงนำเข้าจากประเทศเกาหลีใต้และเยอรมันด้วย ซึ่งเป็นผู้ผลิตอะลูมิเนียมที่มีคุณภาพ โดย TBC และ TBC-BALL VN มีการร่วมมือกับบริษัทในกลุ่มของบอลล์คอร์ปอเรชั่น (สหรัฐอเมริกา) รวมทั้งบริษัทที่ใช้เทคโนโลยีของบริษัท บอลล์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด ทั่วโลก ในการเจรจาและการทำสัญญาจัดซื้อวัตถุดิบจากผู้จำหน่าย ทำให้บริษัทมีความได้เปรียบและมีอำนาจในการต่อรองด้านราคา

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

TBC และ TBC-BALL ได้ให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อมในด้านต่างๆ โดยได้มีการประเมินการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกระบวนการผลิต โดยใช้แนวทางของ Carbon Footprint เพื่อควบคุมการปล่อยก๊าซดังกล่าวให้อยู่มาตรฐาน และเนื่องจากในการผลิตกระป๋องและฝา มีการใช้น้ำเป็นปริมาณมาก จึงได้มีการนำน้ำจากกระบวนการผลิตกลับมาใช้ใหม่ โดยผ่านกระบวนการ Reverse Osmosis นอกจากนี้ยังได้เข้าร่วมกิจกรรมการเรียกคืนวัสดุอะลูมิเนียมเพื่อจัดทำขาเทียมพระราชทานกับกรมควบคุมมลพิษ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และมูลนิธิขาเทียมในสมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี

1.3 บรรจุภัณฑ์พลาสติก

บริษัท เบอร์ดี้ ไดโนพลาสติก จำกัด (“BDP”) ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์พลาสติก ควบคู่กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้วยกระบวนการวิศวกรรมที่ทันสมัยพร้อมทั้งวิทยาการในด้านการปรับปรุงต้นทุนและเพิ่มคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์พลาสติกในรูปแบบขวด กล่อง และฝา ที่สามารถเพิ่มมูลค่าโดยการพิมพ์ หรือติดสติ๊กเกอร์หรือหุ้มฉลากพลาสติก เช่น

1. กลุ่มเครื่องสำอางและสินค้าอุปโภคบริโภค ได้แก่ กระป๋อง ขวดแป้ง ขวดแชมพู ขวดโลชั่น ขวดน้ำยาทำความสะอาด พร้อมฝา
2. กลุ่มอาหารและนม ได้แก่ ขวดนม ขวดน้ำผลไม้ กล่องไอศกรีม ขนม และมันฝรั่งแบบทอด
3. กลุ่มน้ำมันหล่อลื่น เช่น ขวด และฝาน้ำมันเครื่อง
4. กลุ่มยาและอุปกรณ์ทางการแพทย์ เช่น ขวดน้ำยาบ้วนปาก ขวดบรรจุภัณฑ์ยาแบบพ่นแก๊สเจ็บคอ และอื่นๆ ภายใต้เครื่องหมายการค้าชั้นนำที่จัดจำหน่ายทั่วทั้งยุโรปและเอเชีย
5. กลุ่มชิ้นส่วนพลาสติก

สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

BDP เป็นผู้ผลิตสินค้าบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงในตลาดสินค้าอุปโภคและบริโภค โดยมีผู้ผลิตสินค้าบรรจุภัณฑ์รายใหญ่ประมาณ 5 รายในอุตสาหกรรมเดียวกัน ทั้งนี้ผู้ผลิตรายใหญ่จะมีการขยายการผลิตตามความต้องการของตลาดตลอดเวลา โดยการลงทุนในด้านกำลังการผลิตและเทคโนโลยี ซึ่งต้องใช้เงินลงทุนสูงทำให้ผู้ผลิตรายใหม่ยากที่จะเข้ามาแข่งขันในตลาด และบริษัท ต้องพร้อมที่จะต้องมีการปรับปรุงระบบคุณภาพให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าที่เพิ่มขึ้นตลอดเวลาเช่นกัน

นโยบายการตลาด

ลูกค้าหลักเป็นผู้ผลิตสินค้าชั้นนำระดับโลกซึ่งมีมาตรฐานคุณภาพสูง โดยลูกค้ารายใหญ่ ได้แก่ บริษัท จอห์นสัน แอนด์ จอห์นสัน (ไทย) จำกัด, บริษัท ยูนิลีเวอร์ ไทย เทคดิง จำกัด, บริษัท ไบเออร์สตอร์ฟ (ประเทศไทย) จำกัด, บริษัท มัดจอห์นสัน นิวทริชั่น (ประเทศไทย) จำกัด, บริษัท ฟรีสแลนด์คัมพินา (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน), บริษัท เซลล์ แห่งประเทศไทย จำกัด และ บริษัท เป๊ปซี่-โคล่า (ไทย) เทคดิง จำกัด

บริษัทฯ ได้จัดตั้งกลยุทธ์ทางธุรกิจที่ครอบคลุมทุกส่วนงานที่เกี่ยวข้องเพื่อส่งเสริมความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยได้มีลำดับขั้นของการติดต่อประสานงานกับลูกค้าในทุกส่วนรวมถึงการออกแบบผลิตภัณฑ์ ที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดและสามารถใช้งานได้จริงทั้งในส่วนการผลิตของลูกค้าและผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้ยังสามารถเข้าร่วมกับลูกค้าในการออกแบบหรือผลิตเครื่องจักรสนับสนุนการผลิตของลูกค้าได้อีกด้วย ซึ่งเป็นจุดเด่นที่บริษัทฯ ได้เปรียบเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งที่ยังไม่มีการให้บริการในส่วนนี้

จากกลยุทธ์ข้างต้นทำให้บริษัทฯ จะเป็นผู้ผลิตรายแรกๆ ที่ลูกค้าได้สอบถามและขอเข้าร่วมในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์พลาสติก ความใกล้ชิดในระดับของการติดต่อทางธุรกิจยังงัยสามารถได้รับข้อมูลสนับสนุน และสามารถทำการแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

นโยบายการจัดหาสนับสนุนการผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกได้แบ่งเป็น 3 ส่วนหลักๆ คือวัตถุดิบ เครื่องจักร และแม่พิมพ์

1. เม็ดพลาสติก คือ วัตถุดิบหลักที่บริษัทฯ ได้จัดหาจากแหล่งผลิตภายในประเทศเป็นหลัก เพื่อความยืดหยุ่นในการสนับสนุนการผลิตเว้นแต่บางวัตถุดิบที่ถูกระบุจากลูกค้า บริษัทฯ ได้มีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องดูแลทั้งในส่วนการนำเข้าและสิทธิพิเศษต่างๆ ที่สร้างความได้เปรียบทางต้นทุนและการแข่งขัน
2. เครื่องจักรหลักที่ใช้ในการผลิตจะนำเข้ามาจากประเทศชั้นนำทางเทคโนโลยีและสามารถลดการใช้พลังงาน ซึ่งเครื่องจักรดังกล่าวล้วนนำเข้ามาจากประเทศในแถบยุโรปและเอเชีย (เยอรมัน สวิตเซอร์แลนด์ ออสเตรีย ฝรั่งเศส แคนาดา อเมริกา และญี่ปุ่น)
3. แม่พิมพ์และระบบสนับสนุน ทางบริษัทฯ ได้มีการพัฒนาร่วมกับผู้ผลิตชั้นนำทั้งในยุโรป อเมริกา และ ญี่ปุ่น ซึ่งเป็นแม่พิมพ์ที่ให้ผลผลิตที่สูงมีอายุการใช้งานที่ยาวนานมากกว่าผู้ผลิตทั่วไป ซึ่งจะทำให้การผลิตที่แน่นอนและลดโอกาสในการล่าช้าในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า

กำลังและปริมาณการผลิต

BDP ตั้งอยู่ที่ อาคารเบอร์ลี ยุคเกอร์ ชั้น 12A เลขที่ 99 ซอยรุเปีย ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110 และมีอาคารโรงงาน คลังสินค้า เครื่องจักร และอุปกรณ์ต่างๆ ตั้งอยู่เลขที่ 166 หมู่ 3 ตำบล นิคมสร้างตนเอง อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี 15000

บริษัทมีโรงงานที่ทำการผลิต 24 ชั่วโมงต่อวัน แบ่งออกเป็น 3 กะ กะละ 8 ชั่วโมง โดยมีรายละเอียดกำลังและ ปริมาณการผลิตดังต่อไปนี้

กำลังและปริมาณการผลิต	2560	2559	2558
กำลังการผลิตเต็มที่ (หน่วย : ตัน)	35,082	33,412	33,412
ปริมาณการผลิตจริง (หน่วย : ตัน)	14,521	13,545	14,120
การใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ)	40.62	40.54	42.52
อัตราเพิ่มของปริมาณการผลิต (ร้อยละ)	7.21	-4.68	-13.42

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตส่วนใหญ่เป็นวัตถุดิบในประเทศและบางส่วนนำเข้าจากต่างประเทศ โดยวัตถุดิบในประเทศ คิดเป็นร้อยละ 97.0 ได้แก่ เม็ดพลาสติก สี หมึกพิมพ์ สติกเกอร์ ฉลากพลาสติก และกล่องกระดาษ และวัตถุดิบจาก ต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 3.0 ได้แก่ เม็ดพลาสติกเกรดพิเศษ เม็ดสี และสติกเกอร์

การใช้เทคโนโลยีในการผลิต

BDP มีเครื่องเป่าขึ้นรูปพลาสติกและเครื่องฉีดพลาสติกที่ทันสมัย โดยใช้เครื่องจักรมาตรฐานสูงจากประเทศ เยอรมัน สหรัฐอเมริกา ฝรั่งเศส และ ญี่ปุ่น ซึ่งสามารถผลิตขวดที่มีผนังหลายชั้น ผนังบาง น้ำหนักเบา ต้นทุนต่ำและขวดที่ ประกอบด้วยวัสดุหลายชั้น ป้องกันการซึมรั่วของอากาศ สามารถรักษาคุณภาพของสินค้าที่บรรจุด้านในได้อย่างดีเยี่ยม และยาวนานกว่าปกติเมื่อเปรียบเทียบกับกระบวนการผลิตแบบปกติ

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

การผลิตของ BDP ไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เนื่องจากพลาสติกเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำมาใช้หมุนเวียนได้ ในการผลิตครั้งต่อไป นอกจากนี้ ในการผลิตไม่มีน้ำหรืออากาศเสียออกจากระบบการผลิต

2. กลุ่มสินค้าและบริการทางอุปโภคบริโภค

กลุ่มสินค้าและบริการทางอุปโภคบริโภคได้ดำเนินธุรกิจครบวงจรตั้งแต่การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ตลอดจน ดำเนินการผลิตสินค้าภายใต้ตราสินค้าของบีเจซี รับจ้างผลิตสินค้าภายใต้เครื่องหมายการค้าของผู้ค้าทั้งในและต่างประเทศ และจัดจำหน่ายสินค้าออกสู่ตลาดโดยผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ เช่น ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ร้านสะดวกซื้อ ร้านค้าใน สถานีบริการน้ำมัน และร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม รวมถึงการให้บริการด้านโลจิสติกส์ให้กับสินค้าของบีเจซีและผู้ค้าด้วย เช่นกัน ซึ่งการประกอบธุรกิจในลักษณะดังกล่าวมีการดำเนินการทั้งในประเทศและต่างประเทศโดยเฉพาะอย่างยิ่งใน ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

กลุ่มสินค้าและบริการทางอุปโภคบริโภคได้แบ่งออกเป็นธุรกิจย่อยๆ 4 ธุรกิจ คือ

- 2.1 **ธุรกิจอาหาร** ดำเนินธุรกิจด้านการผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าประเภทขนมขบเคี้ยวภายใต้ตราสินค้าต่างๆ เช่น เทสโต ปาร์ตี้ โดโซะ แคมป์ส และเครื่องดื่ม อาทิ กาโตะ รวมถึงการวางแผนการตลาดและการจัดจำหน่ายสินค้าประเภทอาหารที่ผลิตภายในกลุ่มบริษัททั้งในและต่างประเทศ
- 2.2 **ธุรกิจสินค้าเครื่องใช้ส่วนตัวและเครื่องใช้ในครัวเรือน** ดำเนินธุรกิจในการพัฒนาและผลิตผลิตภัณฑ์ รวมทั้งทำการตลาด และจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในกลุ่มเครื่องใช้ส่วนตัว ซึ่งประกอบด้วยผลิตภัณฑ์สบู่ ผลิตภัณฑ์เด็ก แปรงสีฟัน และเครื่องสำอาง ตลอดจนผลิตภัณฑ์ในกลุ่มเครื่องใช้ในครัวเรือน ซึ่งประกอบด้วย กระดาษทิชชู ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด น้ำยาปรับอากาศ
- 2.3 **ธุรกิจด้านการจัดการโลจิสติกส์** ดำเนินธุรกิจให้บริการรับฝากและบริหารสินค้าคงคลัง และให้บริการขนส่งเพื่อกระจายสินค้าทั่วประเทศ รวมถึงการดำเนินการเรื่องพิธีการศุลกากรสำหรับสินค้านำเข้าและส่งออก
- 2.4 **ธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายในประเทศเวียดนาม**
 - ดำเนินธุรกิจนำเข้า ส่งออก จัดจำหน่าย และกระจายสินค้าประเภทอุปโภคบริโภค และสินค้าอื่นๆ ในประเทศเวียดนาม ดำเนินการโดย ไทยคอร์ป อินเตอร์เนชันแนล (เวียดนาม) ลิมิเต็ด (“TCI-VN”)
 - ดำเนินธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าประเภทเต้าหู้ ภายใต้ตราสินค้า Ichiban โดยมีสินค้าดังนี้ 1) เต้าหู้ขาว Tofu และ Fuji San 2) เต้าหู้ไข่ Tofu 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) สินค้าอุปโภคบริโภค ได้แก่ เครื่องใช้ไฟฟ้า เช่น หม้อหุงข้าว เตาไฟฟ้า เป็นต้น ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดในครัวเรือน และผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนตัว 2) สินค้าบริโภค ได้แก่ ผลิตภัณฑ์นม อาหาร และขนมขบเคี้ยว ดำเนินการโดย ไทอัน กรุ๊ป (“TAG”)

กลุ่มสินค้าและบริการทางอุปโภคบริโภคแบ่งออกเป็น

2.1 **กลุ่มธุรกิจอาหาร**

กลุ่มธุรกิจอาหารประกอบด้วยฝ่ายผลิตภัณฑ์อาหาร บริษัท เบอร์ลี่ ยุคเกอร์ ฟูดส์ จำกัด “BJF” บีเจซีฟูดส์ (มาเลเซีย) เอสดีเอ็น บีเอสดี “BJFM” และบริษัท ไทย แดรี่ จำกัด “TDC” โดยยอดขายของกลุ่มธุรกิจอาหารในปี 2560 โตกว่าปีที่ผ่านมาประมาณร้อยละ 11.0 เนื่องจากการปรับเปลี่ยนจุดขายของแบรนด์เทสโตร่วมทั้งมีการทำโฆษณาให้โดนใจกลุ่มเป้าหมายและขยายช่องทางการจัดจำหน่ายให้เพิ่มมากขึ้น ส่วนแบรนด์โดโซะก็ได้มีการต่อยอดขยาย “ความอร่อยที่แบ่งปันกันได้” รวมทั้งออกสินค้าไลน์พรีเมียม ในขณะที่แบรนด์ปาร์ตี้ได้มีการปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ใหม่และเพิ่มช่องทางการขายขนาด 20 บาท ช่วยให้ได้เพิ่มมูลค่าทางการตลาดมากขึ้น

ฝ่ายผลิตภัณฑ์อาหารดำเนินธุรกิจด้านการตลาดและการจัดจำหน่ายสินค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งผลิตจากบริษัท เบอร์ลี่ ยุคเกอร์ ฟูดส์ จำกัด บีเจซีฟูดส์ (มาเลเซีย) เอสดีเอ็น บีเอสดี และบริษัท ไทย แดรี่ จำกัด รวมทั้งสินค้าที่จ้างโรงงานนอกกลุ่มให้ผลิต นอกจากนี้ยังรับจ้างจัดจำหน่ายสินค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่มให้กับคู่ค้าภายนอก

ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มธุรกิจอาหาร สามารถแบ่งได้ออกเป็น 4 กลุ่มได้แก่

1. กลุ่มขนมขบเคี้ยว ได้แก่ มันฝรั่งทอดกรอบ เทสโต มันผสมทอดกรอบเคลือบเนยคาราเมล ปาร์ตี้ ขนมอบกรอบเคลือบรสช็อกโกแลต แคมป์ส และข้าวอบกรอบโดโซะ
2. กลุ่มเครื่องดื่ม ได้แก่ ผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้พร้อมดื่มกาโตะ น้ำผลไม้ คูลโคโค เครื่องดื่มว่านหางจระเข้ในน้ำผึ้งผสมมะนาวซัมเมอร์ น้ำบ๊วยผสมเนือบ๊วยซัมเมอร์
3. กลุ่มผลิตภัณฑ์ผลไม้ในบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ ผลไม้บรรจุกระป๋อง โดล สัมในกระป๋อง สัมในถ้วยและขวดพลาสติก พีชในถ้วยและขวดพลาสติก และสับปะรดในกระป๋อง
4. กลุ่มผลิตภัณฑ์นมและนมเปรี้ยว ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มนมเปรี้ยวพร้อมดื่ม ปาร์ตี้แคร์รี่ และผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตถ้วย ปาร์ตี้แคร์รี่ และดำเนินการหาลูกค้าภายนอกเพิ่มเติม เพื่อรับจ้างผลิตในส่วนของบริษัท ผลิตภัณฑ์นมเปรี้ยวพร้อมดื่ม ผลิตภัณฑ์โยเกิร์ต และผลิตภัณฑ์นม ในรูปแบบพาสเจอร์ไรส์

สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

การแข่งขันในตลาดขนมขบเคี้ยวในปัจจุบันมีผู้ประกอบการจำนวนมาก ทำให้เกิดการแข่งขันสูง ทั้งในตลาดขนมขบเคี้ยวและตลาดสินค้าแปรรูปอื่นๆ จึงทำให้ผู้ผลิตส่วนใหญ่ต้องใช้วิธีการโฆษณาและส่งเสริมการขายเพิ่มมากขึ้น เพื่อสร้างการรับรู้ในตราสินค้าของตนเองในกลุ่มผู้บริโภค ทั้งนี้จากผลการสำรวจส่วนแบ่งตลาดปี 2560 ซึ่งจัดทำโดย Nielsen พบว่ามีผู้ประกอบการรายใหญ่ 3 รายแรกซึ่งสามารถครองส่วนแบ่งทางการตลาดร้อยละ 46.0 ของมูลค่าตลาดรวม โดย BJC มีอัตราส่วนแบ่งตลาดสูงเป็นอันดับ 2 ของตลาดขนมขบเคี้ยวด้วยส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 9.1 นอกจากการโฆษณาและส่งเสริมการขายผู้ประกอบการทั้งรายเล็ก และรายใหญ่ ได้มีการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด

การแข่งขันในตลาดนมเปรี้ยวและโยเกิร์ตในปัจจุบันมีแข่งขันสูง ผู้ประกอบการเพิ่มขึ้นเยอะมาก มีการออกผลิตภัณฑ์ใหม่และโปรโมชั่นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ตลาดมีความผันผวน จากการลองผลิตภัณฑ์และการสลับซื้อของผู้บริโภคจากผลิตภัณฑ์หนึ่งสู่อีกผลิตภัณฑ์หนึ่ง การโฆษณาและส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่องเป็นกลยุทธ์ที่แต่ละตราสินค้านำมาใช้เพื่อดึงดูดผู้บริโภค

ผลิตภัณฑ์ธุรกิจอาหารที่ปีเจซีทำการตลาดและจัดจำหน่ายอยู่นั้น ส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวและเครื่องดื่ม ซึ่งมูลค่าการตลาดสูงถึง 68,271 ล้านบาทต่อปี และมีอัตราการเจริญเติบโตคงที่ เนื่องจากผู้บริโภคมีทางเลือกที่หลากหลายมากจึงมีการแข่งขันเต็มรูปแบบและรุนแรง ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในทุกสื่อ เช่น โทรทัศน์ นิตยสาร วิทยุ และ สื่อออนไลน์ ยังรวมไปถึงการจัดโปรโมชั่นอย่างหนักให้กับผู้บริโภคโดยตรง ณ จุดขายทั้งไฮเปอร์มาร์เก็ต ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านค้าสะดวกซื้อ ร้านค้าสมัยใหม่ และร้านค้าปลีกดั้งเดิม โดยกลุ่มเป้าหมายคือเด็ก วัยรุ่นและคนหนุ่มสาว

นโยบายการตลาด

กลุ่มธุรกิจอาหารได้พัฒนาผลิตภัณฑ์จากตราสินค้าของปีเจซีที่มีอยู่เดิมให้มีความหลากหลายและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น อีกทั้งยังได้พัฒนาสินค้าใหม่ๆ ออกสู่ตลาด และเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่มของคู่ค้า เพื่อให้ธุรกิจเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน และเป็นการเพิ่มความแข็งแกร่งในช่องทางการขายเดิม รวมถึงการพัฒนาช่องทางการขายใหม่ๆ ในอนาคต

กลุ่มธุรกิจอาหารได้กำหนดกลยุทธ์หลักๆ เพื่อส่งเสริมขีดความสามารถของธุรกิจ ดังนี้

- มุ่งเน้นการสร้างความแตกต่างของตราสินค้ามันฝรั่ง “เทสโต” ให้มีตำแหน่งของผลิตภัณฑ์เป็นที่ชื่นชอบของกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งมีการออกแบบและรสชาติใหม่ๆ เพื่อให้ผู้บริโภคมีหลากหลายทางเลือกและกระตุ้นการบริโภคอีกด้วย จึงทำให้แบรนด์เทสโตเติบโตถึงร้อยละ 35.0
- การสร้างตลาดข้าวอบกรอบ ในปัจจุบันโคโสะยังคงรักษาตำแหน่งอันดับ 1 ของตลาดในกลุ่มขนมประเภทข้าวอบกรอบไว้ได้ ด้วยส่วนแบ่งทางการตลาดประมาณร้อยละ 79.0 ผ่านกิจกรรมทางการตลาดที่เน้นการต่อยอดตราสินค้า การเพิ่มความถี่ของการบริโภคและการออกสินค้าใหม่ในกลุ่มพรีเมียม พร้อมทั้งนำเสนอกิจกรรมส่งเสริมการขายผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายทั่วประเทศโดยเฉพาะอย่างยิ่งช่องทางร้านสะดวกซื้อเป็นช่องทางสำคัญ
- ยังคงเน้นการสร้างและขยายตลาดขนมขึ้นรูป (Extruded) โดยมีผลิตภัณฑ์ปาร์ตี้และแคมป์เป็นหลัก โดยได้เพิ่มช่องทางการขายโดยเพิ่มขนาดบรรจุภัณฑ์ ราคา 20 บาท เพื่อให้ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้น รวมถึงการเพิ่มโปรแกรมส่งเสริมการขายและการตลาดใหม่ๆ อยู่เป็นประจำทำให้แบรนด์ปาร์ตี้เติบโตถึงร้อยละ 79.0
- การรักษามาตรฐานคุณภาพสินค้าให้มีความสดใหม่ รสชาติดีและถูกสุขลักษณะอนามัย เพื่อรักษาความพึงพอใจของผู้บริโภค
- การตรวจเยี่ยมลูกค้าอย่างสม่ำเสมอในทุกๆ กลุ่มลูกค้าเพื่อศึกษาข้อมูลความต้องการ ตลอดจนศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดของคู่แข่งอย่างต่อเนื่อง
- จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายให้แตกต่าง อยู่ในความสนใจของลูกค้าและให้มีประสิทธิภาพในการกระตุ้นการขายสินค้าอย่างต่อเนื่องเพื่อรักษาเสถียรภาพตำแหน่งของสินค้าในตลาด
- สร้างความเชื่อมั่นและบำรุงขวัญให้ผู้แทนจัดจำหน่ายสินค้าในรูปแบบต่างๆ เพื่อผลักดันให้ผู้แทนการจำหน่ายสินค้าผลักดันสินค้าให้ถึงมือผู้บริโภคมากกว่าคู่แข่ง เช่น การให้รางวัล การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวรวมถึงการพบปะประชุมเพื่อเสนอแผนธุรกิจระยะสั้น และระยะยาว ให้ผู้แทนจัดจำหน่ายรับทราบทิศทางในอนาคต

กลุ่มธุรกิจ TDC มุ่งเน้นการสร้างความแตกต่างของตราสินค้า ผลิตภัณฑ์นมเปรี้ยวและโยเกิร์ต ปาร์ตี้ แดรี่ ให้มีตำแหน่งของผลิตภัณฑ์เป็นที่ชื่นชอบของกลุ่มเป้าหมาย โดยการพัฒนาสินค้าให้ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ทั้งรสชาติและคุณสมบัติของจุลินทรีย์สายพันธุ์ที่มีชีวิตอยู่ในสูตรของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งมีการออกแบบผลิตภัณฑ์และรสชาติใหม่เพื่อกระตุ้นการบริโภค นอกจากนี้ทาง TDC ได้ขยายช่องทางการจัดจำหน่ายโดยการนำผลิตภัณฑ์โยเกิร์ต ปาร์ตี้ แดรี่ เข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของการบริการบนสายการบินไทย เพื่อเป็นอีกช่องทางในการให้ลูกค้าได้รู้จักสินค้าปาร์ตี้ แดรี่ มากขึ้น

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตของ BJC ส่วนใหญ่เป็นผลผลิตทางการเกษตร ซึ่งเป็นการนำผลผลิตทางการเกษตรมาแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าและเป็นการส่งเสริมอาชีพให้เกษตรกร โดยบริษัทมีการส่งเสริมการปลูกมันฝรั่งแบบครบวงจรโดยจัดหาหัวพันธุ์ ปุ๋ย และเคมีให้เกษตรกรยืมและประกันราคารับซื้อคืน

วัตถุดิบภายในประเทศ ได้แก่ มันฝรั่ง มันเทศ แป้งมันสำปะหลัง น้ำมันปาล์ม น้ำตาลทราย นมสด นมข้นหวาน บรรจุภัณฑ์ต่างๆ ภายในประเทศ ได้แก่ ฟิล์ม ซีพีพี ไอพีพี ถุงพลาสติก และ กล่องกระดาษลูกฟูก

วัตถุดิบจากต่างประเทศ ได้แก่ แป้งสาลี ไขมันเนย เครื่องปรุงรส ผงโกโก้ เป็นต้น ในปัจจุบัน BJC จัดซื้อวัตถุดิบหลักในการผลิตจากผู้จำหน่ายมากกว่า 50 ราย โดยมีสัดส่วนการซื้อวัตถุดิบในประเทศและต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 80.0 และ 20.0 ตามลำดับ

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตของ BJFM ส่วนใหญ่เป็นมันฝรั่งสดนำเข้าจากต่างประเทศ ได้แก่ เยอรมัน จีน และ อียิปต์ เป็นต้น วัตถุดิบอื่นๆ จากต่างประเทศ ได้แก่ เครื่องปรุงรส เป็นต้น ในส่วนของบรรจุภัณฑ์ต่างๆ ภายในประเทศ ได้แก่ ฟิล์ม ไอพีพี ถุงพลาสติก และกล่องกระดาษลูกฟูก ในปัจจุบัน BJFM จัดซื้อวัตถุดิบหลักในการผลิตจากผู้จำหน่ายมากกว่า 20 ราย โดยมีสัดส่วนการซื้อวัตถุดิบ (มูลค่า) ในประเทศและต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 30.0 และ 70.0 ตามลำดับ

วัตถุดิบที่ TDC ใช้ในการผลิตส่วนใหญ่เป็นผลผลิตจากนมสดซึ่งเป็นการนำผลผลิตจากเกษตรกรมาแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าและเป็นการส่งเสริมอาชีพให้เกษตรกร โดย TDC มีนโยบายใช้วัตถุดิบภายในประเทศ ได้แก่ นำนมดิบ ผลไม้สด น้ำตาลทราย บรรจุภัณฑ์ต่างๆ ภายในประเทศ ได้แก่ ถุงพลาสติก และกล่องกระดาษลูกฟูก วัตถุดิบจากต่างประเทศ ได้แก่ นมผงพร่องมันเนย และหัวเชื้อจุลินทรีย์ เป็นต้น ในปัจจุบัน TDC จัดซื้อวัตถุดิบหลักในการผลิตจากผู้จำหน่ายมากกว่า 30 ราย โดยมีสัดส่วนการซื้อวัตถุดิบในประเทศและต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 70.0 และ 30.0 ตามลำดับ

การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

BJF ตั้งอยู่ที่ 225/10 หมู่ 1 นิคมอุตสาหกรรมเทพารักษ์ ตำบลบางเสาธง อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ

กำลังการผลิตและปริมาณการผลิต

กำลังและปริมาณการผลิต	2560	2559	2558
กำลังการผลิตเต็มที่ (หน่วย : ตัน)	15,312	15,312	15,312
ปริมาณการผลิตจริง (หน่วย : ตัน)	8,897	6,340	8,327
การใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ)	58.10	41.40	54.40
อัตราเพิ่มของปริมาณการผลิต (ร้อยละ)	40.33	-23.86	-6.98

BJFM แบ่งเป็นการขายในประเทศที่สัดส่วนร้อยละ 52.0 และต่างประเทศร้อยละ 48.0 โดยการจำหน่ายสินค้าในต่างประเทศประกอบด้วย ประเทศสิงคโปร์ บรูไน เวียดนาม จีน และฮ่องกง

BJFM มีกำลังการผลิตและอัตราการใช้กำลังการผลิตของผลิตภัณฑ์นมขบเคี้ยวในช่วง 3 ปีที่ผ่านมาเป็นดังนี้

กำลังและปริมาณการผลิต	2560	2559	2558
กำลังการผลิตเต็มที่ (หน่วย : ตัน)	5,650	5,650	5,650
ปริมาณการผลิตจริง (หน่วย : ตัน)	1,659	1,505	1,325
การใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ)	29.36	26.64	23.45
อัตราเพิ่มของปริมาณการผลิต (ร้อยละ)	10.23	13.58	-13.96

TDC ดำเนินการผลิต และจัดจำหน่ายสินค้า ผลิตภัณฑ์นมเปรี้ยว และโยเกิร์ต ภายใต้ตราสินค้า “แอคทีเวีย” แต่เปลี่ยนเป็นยี่ห้อ “ปาร์ตี้ แดรี่” ตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ 2559 ที่ผ่านมา สัดส่วนยอดขายผลิตภัณฑ์นมเปรี้ยวและโยเกิร์ตแบ่งออกเป็นร้อยละ 60.0 และ 40.0 ตามลำดับ

TDC มีสำนักงานอยู่ที่ อาคารเบอร์ลี ยุคเกอร์ เลขที่ 99 ซอยรู่เปี้ย ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110 และมีโรงงานผลิต ตั้งอยู่ที่เลขที่ 42/3 หมู่ 4 นิคมอุตสาหกรรมโรจนะ ตำบลบ้านช้าง อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

กำลังและปริมาณการผลิต	2560	2559	2558
กำลังการผลิตเต็มที่ (หน่วย : ตัน)	32,000	28,000	28,000
ปริมาณการผลิตจริง (หน่วย : ตัน)	4,155	5,848	12,127
การใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ)	12.7	21.00	43.00
อัตราเพิ่มของปริมาณการผลิต (ร้อยละ)	-28.95	-51.78	-16.10

การใช้เทคโนโลยีในการผลิต

BJF ได้มีการลงทุนและพัฒนาเครื่องจักรและเทคโนโลยีในการผลิตอย่างต่อเนื่อง ทั้งจากสหรัฐอเมริกา ยุโรป ออสเตรเลีย และญี่ปุ่น เพื่อให้มีขีดความสามารถผลิตสินค้าที่มีประสิทธิภาพและได้คุณภาพระดับสากล

BJF ได้รับใบรับรองการผลิตตามมาตรฐาน GMP ใบรับรองการวิเคราะห์อันตรายและจุดวิกฤติที่ต้องควบคุมในการผลิตอาหาร (HACCP) ใบรับรองระบบบริหารคุณภาพมาตรฐาน ISO 9001:2008 และใบรับรองระบบมาตรฐานด้านความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์อาหาร ISO 22000 จาก BVQI (Bureau Veritas Quality International) ในการผลิตอาหารตามมาตรฐานอย่างครบถ้วน นอกจากนี้ยังได้รับใบรับรองระบบบริหารจัดการความปลอดภัย ISO 18001 ใบรับรองระบบบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14001 ใบรับรองธรรมาภิบาลสิ่งแวดล้อม (Good Governance Award) ใบรับรองโรงงานสีขาว (White Factory) และโรงงานสีเขียว (Green Factory) จากกระทรวงแรงงานและกระทรวงอุตสาหกรรม ตามลำดับ และบริษัทยังได้นำระบบการพัฒนาประสิทธิภาพการผลิต TPM และ KAIZEN มาประยุกต์ใช้ เพื่อให้บริษัทมีระบบคุณภาพและการจัดการด้านการผลิตที่มีประสิทธิภาพและมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์ที่บริษัทผลิตยังได้รับการรับรองตามมาตรฐานฮาลาลแห่งชาติ THS 24000:2552 โดยผ่านการตรวจสอบและรับรองจากคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย

BJFM ได้มีการลงทุน พัฒนาเครื่องจักรและเทคโนโลยีในการผลิตอย่างต่อเนื่อง ทั้งจากสหรัฐอเมริกา ยุโรป และญี่ปุ่น เพื่อให้มีขีดความสามารถผลิตสินค้าที่มีประสิทธิภาพ ผลิตภัณฑ์ได้มีคุณภาพระดับสากล BJFM ได้รับใบรับรองการผลิตตามมาตรฐาน GMP ใบรับรองการวิเคราะห์อันตรายและจุดวิกฤติที่ต้องควบคุมในการผลิตอาหาร (HACCP) จาก SIRIM รวมทั้งผลิตภัณฑ์ที่บริษัทผลิตยังได้รับการรับรองตามมาตรฐานฮาลาล (HALAL) โดยผ่านการตรวจสอบและรับรองจาก JAKIM (Malaysia Department of Islamic Development), มาตรฐาน FSSC 22000, และ มาตรฐาน OHSAS 18001

TDC ได้มีการพัฒนาเครื่องจักรและเทคโนโลยีในการผลิต เพื่อให้มีขีดความสามารถผลิตสินค้าที่มีประสิทธิภาพ ผลิตภัณฑ์ได้มีคุณภาพระดับสากล นอกจากนี้ TDC ได้รับใบรับรองการผลิตตามมาตรฐาน GMP, ใบรับรองการวิเคราะห์อันตรายและจุดวิกฤติที่ต้องควบคุมในการผลิตอาหาร (HACCP) และระบบมาตรฐานด้านความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์

FSSC 22000 (Food Safety System Certificate) จาก BSI (British Standard Institution) นอกจากนี้ TDC ยังได้รับการรับรองฮาลาลแห่งชาติ โดยผ่านการตรวจสอบและรับรองจากคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย และการรับรองมาตรฐาน GMP จากกรมปศุสัตว์

นอกจากนี้ทาง TDC กำลังดำเนินการขอการรับรองการวิเคราะห์อันตรายและจุดวิกฤติที่ต้องควบคุมในการผลิตอาหาร (HACCP) จากกรมปศุสัตว์ (Department of Livestock Development) เพื่อใช้เป็นมาตรฐานรองรับการส่งออกสินค้าโยเกิร์ต และนมเปรี้ยว ที่เป็นสินค้าปศุสัตว์ไปยังต่างประเทศ อีกทั้งยังคงประยุกต์ใช้ระบบพัฒนาคุณภาพและระบบการพัฒนาประสิทธิภาพการผลิต DAMAWAY (มาจาก บริษัท ดานอน ฝรั่งเศส) ซึ่งเป็นที่ยอมรับและใช้งานอยู่ในบริษัท ดานอนทั่วโลกเพื่อให้บริษัทมีระบบคุณภาพและการจัดการด้านการผลิตที่มีประสิทธิภาพและมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

น้ำเสียจากกระบวนการผลิตของ BJC จะผ่านระบบบำบัดน้ำเสียเพื่อให้ได้มาตรฐานก่อนปล่อยไปสู่ระบบบำบัดน้ำเสียส่วนกลางของนิคมอุตสาหกรรมเทพารักษ์ และ BJC ได้ใช้เชื้อเพลิงจากก๊าซธรรมชาติ (Natural Gas Vehicle-NGV) ทั้งหมด ซึ่งเป็นการใช้พลังงานที่สะอาดในกระบวนการผลิต นอกจากนี้ยังได้ศึกษาระบบการแปรรูปขยะของเสียให้เป็นสินค้ามูลค่าเพิ่ม และมีการกำจัดขยะ โดยมุ่งลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชนเป็นสำคัญ

BJFM ได้ใช้เชื้อเพลิงจากก๊าซธรรมชาติ (Natural Gas Vehicle – NGV) ทั้งหมด ซึ่งเป็นการใช้พลังงานสะอาดในกระบวนการผลิต

TDC มีการปล่อยน้ำเสียจากกระบวนการผลิตจะผ่านระบบบำบัดน้ำเสียเพื่อให้ได้มาตรฐานก่อนปล่อยไปสู่ระบบบำบัดน้ำเสียส่วนกลางของนิคมอุตสาหกรรมโรจนะ และยังได้ศึกษาระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม และได้รับการรับรองมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม ISO14001 จาก BSI (British Standard Institution)

2.2 ธุรกิจสินค้าเครื่องใช้ส่วนตัวและเครื่องใช้ในครัวเรือน

กลุ่มธุรกิจสินค้าเครื่องใช้ส่วนตัวและเครื่องใช้ในครัวเรือนประกอบด้วย ฝ่ายผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ส่วนตัวและเครื่องใช้ในครัวเรือน บริษัท เบอรัลล์ ยูเคเกอร์ เซลล์ล็อกซ์ จำกัด “CPC” และบริษัท ฐเปีย อุตสาหกรรม จำกัด “RIL” โดยยอดขายของกลุ่มสินค้าเครื่องใช้ส่วนตัวและเครื่องใช้ในครัวเรือนในปี 2560 เติบโตกว่าปีที่ผ่านมาประมาณร้อยละ 5.0

ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มธุรกิจสินค้าเครื่องใช้ส่วนตัวและเครื่องใช้ในครัวเรือน สามารถแบ่งเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่

1. กลุ่มเครื่องใช้ส่วนตัว ได้แก่ สบู่ตรานกแก้วประกอบด้วย สบู่และครีมอาบน้ำฟูกซานกแก้ว แพรอทโกลด์ สบู่สมุนไพรแพรอท เฮอร์เบิล และ นกแก้วสมุนไพรไทย นอกจากนั้น ยังมีผลิตภัณฑ์ครีมอาบน้ำ ผลิตภัณฑ์เด็กตราเดอร์มาฟอน
2. กลุ่มเครื่องใช้ในครัวเรือน ได้แก่ กระดาษทิชชูและผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดตราเซลล์ล็อกซ์ ซิลค์ เบลล์ แมกซ์โม และบีเจซีไฮจีนิสท์ ซึ่งผลิตโดย CPC นอกจากนี้ ในวันที่ 22 กันยายน 2560 บีเจซี อินเตอร์เนชั่นแนล คัมปะนี ลิมิเต็ด (“บีเจไอเอชเค”) ได้เข้าซื้อกิจการของ วินา เปเปอร์ คัมปะนี ลิมิเต็ด หนึ่งในผู้ผลิตกระดาษทิชชูชั้นนำของประเทศเวียดนาม ด้วยมูลค่าประมาณ 483 ล้านบาท โดยปัจจุบันมีกำลังการผลิตอยู่ที่ 16,000 ตันต่อปี และมีส่วนแบ่งทางการตลาดอยู่ที่ร้อยละ 13.0 ในประเทศเวียดนาม

3. ธุรกิจเครื่องเขียนและเครื่องใช้สำนักงาน ดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้าเครื่องเขียนและเครื่องใช้สำนักงานทั้งที่ผลิตในประเทศและต่างประเทศ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์สมุดและกระดาษภายใต้ยี่ห้อ Double A เครื่องเขียนและเครื่องใช้สำนักงาน 3M ภายใต้ยี่ห้อ Scotch และ Post-it รวมทั้งผลิตภัณฑ์กาว UHU จากประเทศเยอรมนี กลุ่มเครื่องเขียน BIC จากประเทศฝรั่งเศส
4. กลุ่มสินค้าที่รับจ้างจัดจำหน่ายจากคู่ค้าภายนอกบริษัททั้งในประเทศและต่างประเทศ ทั้งเครื่องใช้ส่วนตัวและเครื่องใช้ในครัวเรือน ได้แก่ แปรงสีฟันตราวิคตอรี ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดตราเปิดมัสเตอร์มัสเชิล และเพนกวิน ผลิตภัณฑ์ปรับอากาศตราชาวาเด และเกลด ผลิตภัณฑ์ป้องกันและกำจัดแมลงตราใบกอน ผลิตภัณฑ์กันยูงออฟ มีดโกนหนวดและไฟแช็คตราบิค

สภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรม

ในปี 2560 ตลาดกระดาษที่ขุมมีการปรับตัวดีขึ้นกว่าปี 2559 แต่ยังคงเติบโตอยู่ในระดับที่ไม่สูงมากนัก โดยตลาดที่มีการเติบโตได้ดียังคงเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์กระดาษเช็ดหน้า และกลุ่มผลิตภัณฑ์กระดาษเช็ดหน้า ในขณะที่กลุ่มผลิตภัณฑ์กระดาษชำระที่เป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์หลักมีอัตราการเติบโตที่ค่อนข้างทรงตัว ทำให้ผู้ประกอบการหลายรายใช้นโยบายการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายที่รุนแรงมากขึ้นกว่าในปีที่ผ่านมาเพื่อรักษาสถานะตลาด

ในตลาดผลิตภัณฑ์สุขภัณฑ์อัตราการเติบโตเล็กน้อย โดยกลุ่มผลิตภัณฑ์สุขภัณฑ์ยังคงเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง แต่ชะลอตัวลงจากปีก่อน ภาพรวมของตลาดมีการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้นกว่าปีที่ผ่านมาโดยมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายที่เพิ่มมากขึ้น มีผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เข้ามาทำตลาดมากขึ้น จากผลการวิจัยส่วนแบ่งการตลาดของบริษัท ในปี 2560 สบู่ตรานกแก้วยังคงเป็นสบู่ที่มีปริมาณยอดขายสูงเป็นอันดับหนึ่งของตลาดสบู่รวมในประเทศไทย และยังคงครองความเป็นสบู่ก้อนเพื่อความงามอันดับหนึ่งของประเทศไทย

โดยภาพรวมการแข่งขันของกลุ่มธุรกิจเครื่องใช้ส่วนตัวและในครัวเรือนยังจัดอยู่ในกลุ่มที่มีการแข่งขันสูง คู่แข่งส่วนมากยังคงให้ความสำคัญในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างสม่ำเสมอต่อเนื่องตลอดทั้งปี เช่นเดียวกับคู่แข่งของกลุ่มธุรกิจกระดาษที่มีการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายเข้าไปในร้านค้าปลีกสมัยใหม่เพิ่มมากขึ้น รวมถึงการเพิ่มนโยบายการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายที่รุนแรงมากขึ้นเพื่อกระตุ้นกำลังซื้อของผู้บริโภค ขณะเดียวกันอัตราการเติบโตของธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภคโดยรวมยังคงมีอัตราการเติบโตที่ไม่สูงมาก

ในส่วนของการรับจ้างผลิต บริษัทฯ ยังคงเป็นผู้รับจ้างผลิตสบู่ก้อนและลูกอมรายใหญ่ที่สุดรายหนึ่งในประเทศ โดยได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าให้ผลิตเพื่อจำหน่ายทั้งในประเทศและส่งออกไปยังต่างประเทศ ได้แก่ ประเทศในกลุ่มอาเซียน ประเทศไต้หวัน ฮองกง จีน เป็นต้น

นโยบายการตลาด

ในปี 2560 กลุ่มผลิตภัณฑ์กระดาษ เน้นนโยบายการสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืน ด้วยการเพิ่มช่องทางการกระจายสินค้าในกลุ่มสินค้าที่มีโอกาสในการทำการตลาดเชิงรุกมากยิ่งขึ้น รวมถึงการเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายโปรโมชันต่างๆ โดยมีการนำกิจกรรมใหม่ๆ และแนวคิดใหม่ๆ มาใช้ในการทำการตลาดในแต่ละตราสินค้า โดยเน้นการทำกิจกรรมที่สร้างความแตกต่างและดึงดูดขายของสินค้าให้มีความที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น และมีการเพิ่มการสื่อสารในช่องทางออนไลน์เพื่อสร้างฐานลูกค้าสำหรับการต่อยอดธุรกิจในอนาคต

กลุ่มผลิตภัณฑ์สปูนแก้ว เน้นการทำการตลาดในเชิงรุก ในปีที่ผ่านมา มีการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ในหลายกลุ่มผลิตภัณฑ์ อาทิเช่น สปูนเหล็กและสปูนก่อน แพรอท คลาสสิกคูล สูตรเย็น สปูนเหล็ก แพรอท โกลด์ สูตร ฟอร์เเวอร์ย้ง ดูแลผิวให้อ่อนเยาว์ เพื่อตอบรับกับความต้องการของผู้บริโภค พร้อมการทำการกิจกรรมทางการตลาดอย่างต่อเนื่องในทุกกลุ่มสินค้าผ่านสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ต่างๆ รวมถึงสื่อในร้านค้าและการกระจายสินค้าให้ครอบคลุมทั้งจำนวนและทุกประเภทร้านค้า เพื่อทรงความเป็นผู้นำในกลุ่มผลิตภัณฑ์สปูนอย่างต่อเนื่อง

ในปี 2560 กระดาษห่อประสงค์แม็กซ์ไม่ยังคงเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง จากการเพิ่มการกระจายสินค้า การขยายฐานลูกค้าโดยเฉพาะกลุ่มคนวัยทำงาน การจัดกิจกรรมทางการตลาดอย่างต่อเนื่องเพื่อตอกย้ำความเป็นกระดาษทิชชูอเนกประสงค์คุณภาพเยี่ยม และกิจกรรมในเทศกาลสำคัญต่างๆ เพื่อสร้างการใช้ให้เพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้กลุ่มผลิตภัณฑ์กระดาษเช็ดหน้าเซลลิกซ์และกลุ่มผลิตภัณฑ์กระดาษเช็ดหน้าซิลล์ยังสามารถเติบโตได้ดีจากการปรับปรุงโฉมบรรจุภัณฑ์ใหม่ให้มีรูปลักษณ์ที่ทันสมัย พร้อมการสร้างจุดขายที่ชัดเจน และยังมีทำการตลาดที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่องและในปีบริษัทยังประสบความสำเร็จในการพัฒนาปรับปรุงความนุ่มของกระดาษเช็ดหน้าเซลลิกซ์ ที่ผสานสารสกัดจากเชียบัตเตอร์ เพื่อให้มีคุณสมบัติเหมาะกับการทำความสะอาดผิวหน้า พร้อมทั้งออกบรรจุภัณฑ์ใหม่ Cellox Purify Décor Mood Collection สะท้อนความรู้สึกลึกผ่านผิวสัมผัสเรียบหยาบมีระดับ สวยจับทุกสายตา วางที่ไหนก็ลงตัว ด้วยดีไซน์เสมือนจริงบนกล่อง 3 แบบ Elegant Stone - เรียบหรูคลาสสิกด้วยหินอ่อนสีดำมันเงา สูดดมด้วยความเรียบเนียนของพื้นผิว โดดเด่นอย่างมีรสนิยม, Rustic Wood – เป็นมิตรต่อทุกสายตาดูด้วยสีน้ำตาลอบอุ่น ใกล้ชิดธรรมชาติมากขึ้น ด้วยผิวสัมผัสเสมือนไม้จริง, Timeless Marble ดูดีมีระดับด้วยสัมผัสหยาบของหินอ่อนสีขาว พื้นผิวเรียบลื่นสะอาดตา มีเอกลักษณ์อย่างทันสมัย อีกทั้งยังพัฒนาทิชชูเปียก เซลลิกซ์พิวริไฟด์ สูตรน้ำบริสุทธิ์ อ่อนโยนสำหรับผิวหน้า ผสาน B5 มอยส์เจอร์พลัส ให้ผิวชุ่มชื้นด้วยส่วนผสมของน้ำบริสุทธิ์ สะอาด ปลอดภัย ไม่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์และน้ำหอม ผ่านการทดสอบจากผู้เชี่ยวชาญด้านผิวหนังว่าไม่ก่อให้เกิดการระคายเคือง สำหรับกระบวนการผลิตยังคงพัฒนาและปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง และร่วมรับผิดชอบต่อสังคม จนได้รับรางวัลโครงการส่งเสริมโรงงานอุตสาหกรรมให้มีส่วนร่วมต่อสังคมอย่างยั่งยืน Corporate Social Responsibility (CSR) : CSR-DIW Continuous Award 2017 จากกรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม และโครงการฉลากเขียว จากสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย

ในปี 2560 กลุ่มธุรกิจเครื่องใช้ส่วนตัวและในครัวเรือนได้สังเกตเห็นอัตราการเติบโตของกลุ่มผลิตภัณฑ์สปูนสมุนไพร จึงได้ปรับภาพลักษณ์พร้อมจุดขายใหม่ของ สปูนสมุนไพร แพรอท เฮอร์เบิล โดยวางจุดขายในกลุ่มสปูนสมุนไพรเกรดพรีเมียม จุดขายของสปูนสมุนไพรที่แตกต่างอย่างชัดเจน อย่างเช่น มะนาวคาเวียร์ พร้อมประสิทธิภาพการดูแลและทำความสะอาดผิวที่เหนือกว่าในรูปแบบของสปูนสมุนไพรวิปโฟม ในส่วนสินค้าใหม่ แพรอท คลาสสิก คูล และ แพรอท โกลด์ ฟออร์เเวอร์ย้ง สามารถทำยอดขายได้เกินเป้าที่วางไว้ ในขณะที่สปูนก่อนนกกแก้วยังคงรักษารฐานผู้บริโภคไว้ได้อย่างต่อเนื่องด้วยคุณภาพสินค้าที่โดดเด่นและไม่มีใครเหมือน

ในด้านการตลาดและการจัดจำหน่ายโดยฝ่ายผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ส่วนตัวและเครื่องใช้ในครัวเรือนของบริษัท ได้ทำการตลาดและจัดจำหน่ายสินค้าในกลุ่มธุรกิจสินค้าอุปโภคผ่าน 6 ช่องทางใหญ่ๆ ได้แก่

1. ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ได้แก่ ไฮเปอร์มาร์เก็ต ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อแคชแอนด์แคร์รี่
2. ร้านสะดวกซื้อ/ร้านค้าในสถานีบริการน้ำมัน (Convenience Store/Gas Station)
3. ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (Traditional Trade)

4. กลุ่มลูกค้าสถาบัน (Institutional Channel) คือ ลูกค้าที่ซื้อสินค้าของบริษัทเพื่อนำไปใช้หรือให้บริการแก่ผู้บริโภค โดยไม่ได้มีการขายต่อ เช่น กลุ่มลูกค้าโรงแรม โรงงานอุตสาหกรรม ร้านอาหารและสำนักงาน เป็นต้น โดยมีตัวแทนจำหน่ายของบริษัทเป็นผู้แทนในการขาย
5. ร้านค้าในต่างประเทศ ปัจจุบันมีการจำหน่ายสินค้าไปยังประเทศเวียดนาม ลาว กัมพูชา พม่า สิงคโปร์ และมาเลเซีย
6. ช่องทางในตลาดออนไลน์

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

- ธุรกิจกระดาษทิชชู: วัตถุดิบที่สำคัญ คือ เยื่อรีไซเคิลที่ผลิตขึ้นเองที่โรงงานปราจีนบุรี เยื่อไผ่และเยื่อไม้จากในและต่างประเทศ โดยมีการใช้เยื่อรีไซเคิลประมาณร้อยละ 26.0 เยื่อไม้ร้อยละ 60.0 และเยื่อไผ่ร้อยละ 14.0 สัดส่วนการใช้วัตถุดิบจากในประเทศต่อวัตถุดิบต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 44.0 และร้อยละ 56.0 โดยปริมาณและมูลค่าตามลำดับ
- ธุรกิจสบู่ เครื่องสำอาง และลูกอม: บริษัทฯ เน้นนโยบายจัดหาวัตถุดิบจากภายในประเทศเป็นหลัก โดยปี 2560 มีสัดส่วนการจัดซื้อในประเทศประมาณร้อยละ 85.0-90.0 และต่างประเทศประมาณร้อยละ 10.0 -15.0 วัตถุดิบที่จัดซื้อจากต่างประเทศ ได้แก่ วัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์บางชนิดที่ไม่สามารถจัดหาได้ภายในประเทศหรือที่มีอยู่ภายในประเทศแต่มีคุณภาพไม่ได้มาตรฐาน เช่น หัวน้ำมันหอม หัวเชื้อ เคมีภัณฑ์ หัวปั๊ม กระดาษห่อลูกอม เป็นต้น ทั้งนี้วัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ข้างต้น บริษัทจัดซื้อจากประเทศมาเลเซีย จีน สิงคโปร์ อินโดนีเซีย เยอรมัน เป็นต้น วัตถุดิบที่จัดซื้อในประเทศ ได้แก่ น้ำมันปาล์ม น้ำมันมะพร้าว น้ำตาลทราย และกลูโคส เป็นต้น

การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

- กลุ่มกระดาษทิชชู ผลิตภัณฑ์ทั้งหมดมาจากการผลิตของบริษัทในเครือของบีเจซี โดยมีโรงงานผลิตและจัดเก็บสินค้าในประเทศไทย 2 แห่ง โรงงานแห่งแรกตั้งอยู่เลขที่ 330 หมู่ 9 ซอยร่วมใจ ถนน บางนา-ตราด กม.19 ตำบล บางโฉลง อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ 10540 และโรงงานแห่งที่สองตั้งอยู่เลขที่ 598 หมู่ 10 ตำบลท่าตูม อำเภอสรีมหาโพธิ์ จังหวัดปราจีนบุรี 25140

กำลังและปริมาณการผลิต	2560	2559	2558
กำลังการผลิตเต็มที่ (หน่วย : ตัน)	46,670	45,000	45,000
ปริมาณการผลิตจริง (หน่วย : ตัน)	44,140	41,426	40,152
การใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ)	94.58	92.06	89.27
อัตราเพิ่มของปริมาณการผลิต (ร้อยละ)	6.55	3.17	6.34

หมายเหตุ : ในเดือน มิถุนายน 2560 โรงงานบางพลีได้มีการเปิดดำเนินการเครื่องผลิตกระดาษเครื่องที่ 1 (PM1) อีกครั้ง ซึ่งมีกำลังการผลิตต่อปี 2,840 ตัน ทำให้บริษัทใช้เครื่องผลิตกระดาษที่มี ครบทั้ง 4 เครื่อง คือ PM1-PM4

- ธุรกิจปลูก เครื่องสำอาง ลูกอม และกลุ่มผลิตภัณฑ์อื่นๆ มีโรงงานผลิต 3 โรงงาน คือ โรงงานผลิตสบู่ โรงงานผลิตเครื่องสำอาง และโรงงานผลิตลูกอมและช็อคโกแลต ตั้งอยู่เลขที่ 70 หมู่ 13 ถนนปู้เจ้าสมิงพราย ตำบลบางหญ้าแพรก อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ 10130 กำลังการผลิตในระยะ 3 ปีที่ผ่านมา เป็นดังนี้

ผลิตภัณฑ์สบู่:

กำลังและปริมาณการผลิต	2560	2559	2558
กำลังการผลิตเต็มที่ (หน่วย : ตัน)	22,410	22,410	22,410
ปริมาณการผลิตจริง (หน่วย : ตัน)	12,733	13,499	12,050
การใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ)	56.82	60.24	53.80
อัตราเพิ่มของปริมาณการผลิต (ร้อยละ)	-5.67	12.02	0.34

ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง:

กำลังและปริมาณการผลิต	2560	2559	2558
กำลังการผลิตเต็มที่ (หน่วย : ตัน)	9,000	9,000	9,000
ปริมาณการผลิตจริง (หน่วย : ตัน)	5,453	4,972	7,335
การใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ)	60.59	55.24	81.50
อัตราเพิ่มของปริมาณการผลิต (ร้อยละ)	9.67	-32.22	4.04

ผลิตภัณฑ์ลูกอม:

กำลังและปริมาณการผลิต	2560	2559	2558
กำลังการผลิตเต็มที่ (หน่วย : ตัน)	8,804	8,804	8,804
ปริมาณการผลิตจริง (หน่วย : ตัน)	6,983	5,687	5,539
การใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ)	79.32	64.60	62.90
อัตราเพิ่มของปริมาณการผลิต (ร้อยละ)	22.79	2.67	4.10

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัท เบอรัล ยูเคเกอร์ เซลล์เอกซ์ จำกัด ให้ความสำคัญในการดำเนินการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน โดยปฏิบัติตามสอดคล้องกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องและนำระบบการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย (OHSAS18001:2007) มาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานของบริษัททำให้สถิติอุบัติเหตุจากการทำงานลดลง และจากการดำเนินการในปี 2559 ทำให้ บริษัท เบอรัล ยูเคเกอร์ เซลล์เอกซ์ จำกัด ได้รับรางวัล ด้านความปลอดภัยซึ่งประกาศในปี 2560 จากกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน กระทรวงแรงงานจำนวน 2 รางวัล คือ รางวัลสถานประกอบกิจการต้นแบบดีเด่นด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ประจำปี 2560 ระดับประเทศปีที่ 1 (ทอง) ที่โรงงานสมุทรปราการ และ รางวัลกิจกรรมการรณรงค์ลดสถิติอุบัติเหตุจากการทำงานให้เป็นศูนย์ ประจำปี 2560 (Zero Accident Campaign 2017) ที่โรงงานปราจีนบุรี

สำหรับปี 2560 ทางบริษัทเตรียมความพร้อมในการเปลี่ยนผ่านระบบการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย (OHSAS18001:2007) เป็นระบบการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัยใหม่ (ISO45001) ที่จะมีประกาศในเร็วๆ นี้ ในด้านสิ่งแวดล้อมบริษัทได้นำระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม (ISO14001:2015) มาประยุกต์ใช้และได้รับการรับรองระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO14001:2015 จาก SGS ในเดือน พฤษภาคม 2560 ทั้งยังได้เข้าร่วมโครงการอุตสาหกรรม สีเขียว ของกรมโรงงานอุตสาหกรรม โดยได้รับการรับรอง Green Industry ระดับที่ 3 ระบบสีเขียว ทั้งสองโรงงาน

ในปี 2561 บริษัทมีความมุ่งมั่นในการดำเนินงานตามโครงการอุตสาหกรรมสีเขียว ต่อเนื่องในระดับที่ 4 วัฒนธรรม สีเขียว เพื่อให้บริษัทเติบโตอย่างยั่งยืน เคียงคู่กับการดูแลสิ่งแวดล้อมต่อไป

ส่วนทางบริษัทได้ยกระดับระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมจาก ISO14001:2004 เป็นมาตรฐานระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมฉบับใหม่ ISO 14001:2015 โดยได้รับการรับรองจาก SGS เมื่อเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2560 บริษัทมีความมุ่งมั่นที่จะปฏิบัติตามระบบมาตรฐานสากล เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในทุกกลุ่ม อันประกอบด้วย ชุมชน พนักงาน ผู้ถือหุ้น ผู้บริโภค คู่ค้าและภาครัฐ

นอกจากนั้น บริษัทยังได้รับการรับรองอุตสาหกรรมสีเขียว (Green Industry) จากกระทรวงอุตสาหกรรมและบริษัทได้เลื่อนจากระดับที่ 3 (ระบบสีเขียว-Green System) ขึ้นเป็น ระดับที่4 (วัฒนธรรมสีเขียว-Green Culture) ในเดือน กันยายน พ.ศ. 2560

บริษัทมีการดูแลกระบวนการผลิตที่อาจจะส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทั้งมลพิษทางน้ำและทางอากาศ บริษัทจัดจ้างหน่วยงานภายนอกที่ได้รับอนุญาตและขึ้นทะเบียนถูกต้องในการขนส่ง การบำบัด และการกำจัด ขยะและของเสียจากกระบวนการผลิต เพื่อให้มั่นใจว่าขยะและของเสียดังกล่าวได้รับการกำจัดอย่างถูกต้องตามกฎหมาย

2.3 ธุรกิจด้านการจัดการโลจิสติกส์

บริษัทดำเนินธุรกิจด้านโลจิสติกส์ โดยให้บริการรับฝากและบริหารสินค้าคงคลัง และให้บริการขนส่งเพื่อกระจายสินค้าทั่วประเทศ รวมทั้งการบริการในฐานะตัวแทนเพื่อดำเนินเรื่องทางพิธีการศุลกากรและตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ให้บริการทั้งลูกค้าในกลุ่มบริษัทและลูกค้าภายนอก ธุรกิจของบริษัทสามารถแบ่งเป็น 3 กลุ่มใหญ่ คือ

- 1) **คลังสินค้า** ให้บริการตรวจรับสินค้าเข้า การจัดเก็บตามประเภทของอุณหภูมิและอายุสินค้า การจัดสินค้าตามใบสั่งขาย การบรรจุหีบห่อใหม่ การเตรียมใบส่งสินค้า ทั้งหมดเป็นไปตามเกณฑ์หรือเงื่อนไขความต้องการของลูกค้า ปัจจุบันบริษัทมีคลังสินค้า 6 แห่ง พื้นที่จัดเก็บรวม 88,000 ตารางเมตร และมีรายการสินค้ามากกว่า 16,000 รายการ บริษัทได้ลงทุนติดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ควบคุมการจัดการคลังสินค้า (Warehouse Management System ภายใต้นามสินค้า “Microlistic”) พร้อมด้วยระบบชั้นวางสินค้าที่ทันสมัย ซึ่งก่อให้เกิดข้อได้เปรียบและประโยชน์ต่อลูกค้า เช่น สามารถตรวจสอบและติดตามคันทารายการสินค้าได้อย่างถูกต้องแม่นยำ สามารถจัดและควบคุมการจ่ายสินค้าตามระบบ “First-Expire First-Out”, “First-In First-Out”, “Last-In First-Out”, Shelf Life Management หรือตามลัทธิการผลิตได้อย่างเที่ยงตรง แยกเก็บสินค้าในพื้นที่เก็บตามอุณหภูมิควบคุมที่ต้องการทั้งห้องอุณหภูมิปกติ ห้องปรับอากาศ (24 องศาเซลเซียส), ห้องปรับอากาศ (20 องศาเซลเซียส) และห้องเย็น (2-8 องศาเซลเซียส) หรือพื้นที่เฉพาะสินค้าตามที่ลูกค้าต้องการ ความแม่นยำของการบริหารสินค้าคงคลังอยู่ที่ระดับร้อยละ 99.95 ทั้งนี้ บริษัทใช้ระบบมาตรฐาน ISO 9001:2015 เพื่อพัฒนาคุณภาพและนโยบายการดำเนินการดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง

- 2) **การขนส่ง** บริษัทให้บริการจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้าทั้งแบบไม่ควบคุมและแบบควบคุมอุณหภูมิทั้งแช่เย็นและแช่แข็ง โดยขนส่งด้วยรถบริษัทเองและรถร่วมบริการหลากหลายประเภท ทั้งรถหัวลากพร้อมตู้คอนเทนเนอร์ รถบรรทุก 10 ล้อ รถ 6 ล้อ รถกระบะ 4 ล้อ และรถจักรยานยนต์ ซึ่งการขนส่งถูกบริหารภายใต้ระบบจัดการขนส่งที่ทันสมัย (Transport management system: TMS) เพื่อให้สามารถส่งสินค้าได้ตรงตามเวลาและคุณภาพที่ลูกค้าต้องการทั่วประเทศ นอกจากนี้บริษัทยังมีบริการเสริมในการเก็บเงินขนส่งมอบและการจัดการสินค้าคืนจากร้านค้า
- 3) **ตัวแทนพิธีการศุลกากรและตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ** บริษัทดำเนินพิธีการทางศุลกากร บริษัทได้รับการรับรองเป็นตัวแทนออกของระดับมาตรฐานเออีโอ (AEO: Authorized Economic Operator) ใบอนุญาตเลขที่ CB45 จากกรมศุลกากร และบริการพิธีการศุลกากรผ่านการรับรองมาตรฐาน ISO 9001:2015 โดยมีขอบเขตการให้บริการเป็นแบบครบวงจร ทุกโหมดการขนส่งทั้งทางเรือ ทางอากาศ และทางบก โดยมีความสำคัญเป็นอย่างมากสำหรับผู้นำเข้าและผู้ส่งออก ภายใต้การบริหารจัดการของผู้ชำนาญการศุลกากรที่ผ่านการรับรองจากกรมศุลกากร ซึ่งทำให้มั่นใจได้ว่าการบริการจะมีมาตรฐานและคุณภาพตามระเบียบและข้อบังคับของกรมศุลกากร การบริการครอบคลุมไปถึง การจัดหาค่าระวางสินค้าสำหรับสินค้าส่งออกและสินค้านำเข้า การดำเนินพิธีการสินค้าการขนส่งสินค้าผ่านแดนสู่กลุ่มประเทศ CLMV รวมถึงผ่านแดนการจัดตั้งเขตปลอดอากรและดำเนินพิธีศุลกากรในการเขตปลอดอากร และการขอคืนค่าภาษีอากรและการวางแผนการใช้สิทธิประโยชน์ต่างๆ เป็นต้น ซึ่งบริษัทมีเจ้าหน้าที่ด้านพิธีการศุลกากรประจำอยู่ที่สำนักงานใหญ่และทำเรื่องที่สำคัญเพื่อสามารถให้บริการที่รวดเร็วให้กับลูกค้าและประสานงานกับตัวแทนสายการบินเรือและสายการบิน ตลอดจนหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง

การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทมีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่ อาคารเบอร์ลี่ ยุคเกอร์ เลขที่ 99 ซอยรุเปีย ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110 บริษัทมีคลังสินค้า 6 แห่ง เพื่อให้บริการแก่ลูกค้า ได้แก่

1. เลขที่ 91 หมู่ที่ 15 ตำบลบางพลีใหญ่ อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ
2. เลขที่ 48 ซอยสมานพันธ์ - บาโบส ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร
3. เลขที่ 1/11 ถนนพัฒนาชนบท 3 แขวงคลองตันนูน เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร
4. เลขที่ 111/3, 111/7, 111/8 หมู่ที่ 11 ตำบลบางโหลง อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ
5. เลขที่ 88/55, 88/56 หมู่ที่ 5 ตำบลบางสมัคร อำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา
6. เลขที่ 173, 173/1-173/7 หมู่ที่ 9 ตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

สภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรม

สำหรับการแข่งขันในอุตสาหกรรมโลจิสติกส์มีดังนี้ ธุรกิจด้านคลังสินค้ามีอัตราการใช้พื้นที่คลังสินค้าทั่วไปแบบที่ให้เช่าเพื่อจัดเก็บสินค้าลดลงตั้งแต่ปี 2555 แต่มีความต้องการคลังสินค้าที่เป็นฟรีเหมียมนมากขึ้น คลังสินค้าแบบฟรีเหมียมนคือ มีการให้บริการที่ครบวงจร พร้อมทั้งสามารถปรับได้ตามความต้องการของลูกค้าโดยในปี 2560 ที่ผ่านมามีคลังสินค้าแบบฟรีเหมียมนมีการเพิ่มสัดส่วนเป็นร้อยละ 50.0 และมีการเจริญเติบโตถึงร้อยละ 9.00 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา ด้วยไลฟ์สไตล์ของคนที่เปลี่ยนแปลงทำให้มีความต้องการสินค้าแช่แข็งและสินค้าพร้อมรับประทานมากขึ้น ทำให้เกิดความต้องการของตลาดด้านการจัดการ โค้ด เซน โลจิสติกส์ (Cold chain Logistics)

ธุรกิจขนส่งและกระจายสินค้ามีโอกาสในการเจริญเติบโตมากขึ้นซึ่งเป็นผลมาจากการรวมของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ทำให้ประเทศไทยและผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของไทยมีโอกาสที่สดใสในธุรกิจขนส่ง และความต้องการบริการด้านโลจิสติกส์มีแนวโน้มจะขยายตัวมากขึ้น เนื่องจากอาเซียนจะกลายเป็นฐานการผลิตของบริษัทชั้นนำจากทั่วโลก ซึ่งมีความต้องการบริการโลจิสติกส์ที่มีคุณภาพและเชื่อถือได้ การแข่งขันที่รุนแรงจะทำให้บริษัทต่างๆ เน้นกิจกรรมที่เป็นความเชี่ยวชาญหลักขององค์กร ทำให้มีความต้องการบริษัทภายนอกที่เชื่อถือได้เข้ามาให้บริการโลจิสติกส์แทน

กิจกรรมโลจิสติกส์เพื่อสนับสนุนการนำเข้าส่งออกและการขนส่งสินค้าข้ามพรมแดนจะมีปริมาณมากขึ้น จากความต้องการที่จะใช้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางในการกระจายสินค้าในภูมิภาค CLMV, อาเซียน, จีน, และ อินเดีย

นโยบายการตลาด

ด้านการตลาด ในปี 2560 บริษัทได้มุ่งเน้นการทำงานอย่างใกล้ชิดกับลูกค้าทั้งในกลุ่มบริษัทและลูกค้าภายนอก เพื่อปรับปรุงความพึงพอใจของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้บริษัทยังได้ศึกษาและมุ่งเน้นขยายการให้บริการแก่ลูกค้าภายนอกกลุ่มบริษัทที่มีธุรกิจขนาดกลางและใหญ่ โดยใช้ทีมงานพัฒนาธุรกิจที่มีความรู้และประสบการณ์ทางด้านโลจิสติกส์ เพื่อนำเสนอบริการของบริษัทเข้าไปในตลาดและอุตสาหกรรมที่หลากหลายขึ้น โดยมุ่งเน้นในกลุ่มธุรกิจค้าปลีก สินค้าควบคุมอุณหภูมิ (ไอศกรีม แครีปอดส์) สินค้าแช่แข็ง และบริการส่งพัสดุถึงบ้าน โดยใช้กลยุทธ์ที่เน้นการให้บริการที่มีคุณภาพ ด้วยลักษณะการให้บริการที่แตกต่างกันตามความต้องการของลูกค้าแต่ละราย ด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย และมีราคาที่เหมาะสม ปัจจุบันนี้ ลูกค้าหลักของบริษัทอยู่ในกลุ่มปีเจซีประมาณร้อยละ 75.0 และมีเป้าหมายที่จะขยายการบริการด้านคลังสินค้าในเขตปลอดอากรรวมถึงการให้บริการการจัดส่งสินค้าข้ามพรมแดน (Cross Border Logistics) เพื่อรองรับการขยายตัวของตลาดที่จะเพิ่มมากขึ้นเมื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) และเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดโลจิสติกส์

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

การให้บริการด้านคลังสินค้า และการขนส่งมิได้ก่อให้เกิดของเสียที่จะมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างมีนัยหรือเกินกว่าที่กฎหมายกำหนด อย่างไรก็ตาม เพื่อเป็นการลดการใช้พลังงาน บริษัทพยายามลดการใช้ไฟฟ้าในคลังสินค้าและเพิ่มประสิทธิภาพของรถส่งสินค้า เพื่อลดจำนวนเที่ยวในการขนส่ง อีกทั้งได้มีการปรับปรุง รถขนส่งให้สามารถใช้ก๊าซธรรมชาติเป็นเชื้อเพลิงอีกด้วย

2.4 ธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายในประเทศเวียดนาม

2.4.1 ไทยคอร์ป อินเตอร์เนชันแนล (เวียดนาม) คัมปะนี ลิมิเต็ด

บริษัทได้รับใบอนุญาตลงทุน (Investment Licenses) จากรัฐบาลเวียดนามให้สามารถดำเนินธุรกิจนำเข้าและส่งออก จัดจำหน่ายและกระจายสินค้าประเภทอุปโภคบริโภคและสินค้าอื่นๆ ทั่วทั้งประเทศเวียดนามเพียงผู้เดียว (Sole Agency) กับเจ้าของผลิตภัณฑ์ด้านอุปโภคบริโภค ดังนี้

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

นอกจากสินค้าดังกล่าวข้างต้นแล้ว บริษัทยังมีรายได้จากการจัดจำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียงจากประเทศไทยและต่างประเทศ โดยในปี 2560 ไทยคอร์ป อินเตอร์เนชันแนล (เวียดนาม) คัมปะนี ลิมิเต็ด ได้เริ่มการผลิตและจำหน่ายสินค้าแบรนด์ตนเอง คือ กลุ่มผลิตภัณฑ์ขนมปังอบ ขนมไทย อาหารพร้อมทาน ตรา Lila และ Malai Thai โดยบริษัทเริ่มจัดจำหน่ายสินค้าเหล่านี้ผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายร้านค้าสะดวกซื้อในเขตโฮจิมินห์อีกด้วย

สภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรม

จากสภาพเศรษฐกิจของประเทศเวียดนามที่มีการเจริญเติบโตในช่วงปี 2559-2560 ไทยคอร์ป อินเตอร์เนชันแนล (เวียดนาม) คัมปะนี ลิมิเต็ด มีความมุ่งมั่นที่จะสร้างยอดขายให้เจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจที่เริ่มพลิกฟื้นและเจริญเติบโตของประเทศเวียดนาม บริษัทมีแผนในการพัฒนาธุรกิจ ดังนี้

- 1) มุ่งเน้นการขยายการขายสินค้าที่ทำรายได้หลักและกระจายสินค้าให้ทั่วถึงและครอบคลุมพื้นที่ขายหลักภายในประเทศเวียดนาม ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มชูกำลัง ตรากระทิงแดง ผลิตภัณฑ์ปลากระป๋อง ตราสามแม่ครัว ผลิตภัณฑ์กระดาษชำระ ผลิตภัณฑ์เต้าหู้ เป็นต้น
- 2) บริษัทได้วางแผนระยะยาวโดยจะผลิตสินค้าและเน้นการสร้างแบรนด์สินค้าของตนเองเพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันขององค์กรและสร้างความยั่งยืนของธุรกิจในระยะยาว โดยการผลักดันการจัดจำหน่ายและกระจายสินค้าแบรนด์สินค้าของตนเองตรา Lila และ Malai ภายใต้การดำเนินการของหน่วยงานธุรกิจครวักลาง ได้แก่ กลุ่มผลิตภัณฑ์ขนมปังอบ ขนมไทย อาหารพร้อมทาน ตรา Lila และ Malai Thai

นโยบายการตลาด

ในปี 2560 ไทยคอร์ป อินเตอร์เนชั่นแนล (เวียดนาม) คัมปะนี ลิมิเต็ด ได้ดำเนินการอย่างต่อเนื่องตามแผนพัฒนาความแข็งแกร่งขององค์กรในการเพิ่มความสามารถและประสิทธิภาพการสร้างยอดขายและกระจายสินค้าให้ครอบคลุมตลาดในเขตเวียดนามตอนใต้ และขยายไปยังเขตเวียดนามตอนเหนือโดยในปี 2560 บริษัทได้ร่วมมือกับพันธมิตรในเครือคือ บริษัท Phu Thai เป็นตัวแทนจำหน่ายและกระจายสินค้า เช่น ผลิตภัณฑ์กระดาษชำระ ตรา Cellox ผลิตภัณฑ์สเปรย์ปรับอากาศ ครอบคลุมถึงร้านค้าในระบบร้านค้าสมัยใหม่ ร้านค้าส่งและร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ ร้านสะดวกซื้อ ในเขตภูมิภาคทางตอนเหนือของประเทศเวียดนาม ในปีที่ผ่านมา บริษัทได้ปรับเปลี่ยนโครงสร้างองค์กรและพัฒนาแนวทางในการดำเนินงานให้กระชับและมีประสิทธิภาพมากขึ้น ทำให้สามารถกระจายสินค้าครอบคลุมพื้นที่การขยายกว้างขึ้น ยอดขายเพิ่มขึ้นและค่าใช้จ่ายในการบริหารการขายลดลง

2.4.2 อิจิบัง คัมปะนี ลิมิเต็ด

อิจิบัง คัมปะนี ลิมิเต็ด ถือเป็นผู้ประกอบการรายแรกและรายเดียวในประเทศเวียดนามที่เริ่มผลิตเต้าหู้สดในบรรจุภัณฑ์ชนิดต่างๆ ภายใต้มาตรฐานสากลด้านคุณภาพ สุขอนามัย และความปลอดภัยต่อผู้บริโภค ตามมาตรฐานด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม เพื่อเป็นหลักประกันและสร้างความมั่นใจและความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ผู้บริโภคและสังคมโดยรวม

สภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรม

อิจิบัง คัมปะนี ลิมิเต็ด ถือเป็นผู้นำทางการตลาดของสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์เต้าหู้ มากกว่า 15 ปี โดยมีส่วนแบ่งทางการตลาดถึงร้อยละ 75.0 แปรนตีสินค้าของบริษัทได้รับความนิยมมากเป็นอันดับหนึ่งของผู้บริโภคชาวเวียดนาม และบริษัทได้พัฒนาผลิตภัณฑ์เต้าหู้แบบใหม่ๆ อย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค จึงเป็นการยากที่คู่แข่งจะเข้ามาแข่งขันแย่งชิงส่วนแบ่งการตลาดของอิจิบังในระยะเวลานานใกล้

เพื่อรักษาความเป็นผู้นำทางการตลาดของสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์เต้าหู้ บริษัทได้ดำเนินการเพิ่มความสามารถในการขายและกระจายสินค้าสู่ผู้บริโภคทั้งในเขตภาคใต้ครอบคลุมไปจนถึงเขตภาคเหนือของประเทศเวียดนาม โดยในปี 2560 บริษัทวางแผนดำเนินการขยายโรงงานใหม่แห่งที่ 2 ที่จังหวัดฮานอย ในภาคเหนือของประเทศเวียดนาม ซึ่งบริษัท คาดว่าโรงงานใหม่ที่ฮานอยจะสามารถเริ่มการผลิตเชิงพาณิชย์และป้อนสินค้าเข้าสู่ร้านค้าในภาคเหนือได้ภายในปี 2561

นโยบายการตลาด

เพื่อสร้างความแข็งแกร่งในตลาดผลิตภัณฑ์เต้าหู้และสร้างตลาดสินค้าใหม่ๆ ในปี 2560 บริษัทเริ่มทำการผลิตสินค้าเต้าหู้หลากหลายประเภท เช่น เต้าหู้ทอด Tofu Momen Tofu Omen และ Tofu Non และจัดจำหน่ายสินค้าโดยไทยคอร์ป อินเตอร์เนชั่นแนล (เวียดนาม) คัมปะนี ลิมิเต็ด ผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายในระบบร้านค้าสมัยใหม่ เช่น ร้านค้าส่ง ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ ร้านซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านสะดวกซื้อ รวมถึงร้านค้าย่อยในตลาดสด แผงลอย ภัตตาคาร ร้านอาหาร และโรงงาน

การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

อิจิบัง คัมปะนี ลิมิเต็ด ตั้งอยู่ที่ อาคารอิจิบัง เลขที่ 5-4 ถนน M14 โซนนิคมอุตสาหกรรม Tan Binh อำเภอ Binh Tan โฮจิมินห์ ประเทศเวียดนาม โดยในปี 2558 อิจิบัง คัมปะนี ลิมิเต็ด ได้ลงทุนซื้อเครื่องจักรใหม่ที่ทันสมัยจากต่างประเทศ เพื่อขยายกำลังการผลิต และขยายประเภทสินค้าที่ผลิตที่อยู่ในไลน์เดียวกันให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น โดยมีกำลังและปริมาณการผลิต ดังนี้

กำลังและปริมาณการผลิต	2560	2559	2558
กำลังการผลิต (หน่วย: กิโลกรัม)	3,200	3,000	2,500
ปริมาณของสินค้าที่ผลิตได้ (เด้าหู้: ชิ้น/วัน)	85,000	60,000	50,000
อัตราการเติบโตของสินค้าที่ผลิตได้ (ร้อยละ)	41.67	20.00	25.00

หมายเหตุ: กำลังการผลิตคิดจากวัตถุดิบตัวเหลือง/วัน

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตส่วนใหญ่เป็นผลผลิตทางการเกษตรซึ่งเป็นการนำผลผลิตทางการเกษตรมาแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าและเป็นการส่งเสริมอาชีพให้เกษตรกร โดยบริษัทมีวัตถุดิบหลักๆ ได้แก่ ถั่วเหลือง ซึ่งได้มีการซื้อจากแหล่งวัตถุดิบในท้องถิ่นและนำเข้าจากประเทศไทย

2.4.3 บริษัท ไทอัน กรุ๊ป

บริษัท ไทอัน กรุ๊ป ดำเนินธุรกิจการจัดจำหน่ายและกระจายสินค้ารวมทั้งการให้บริการโลจิสติกส์ในประเทศเวียดนาม ภายใต้กลุ่มสินค้าอุปโภคและบริโภค ได้แก่ เครื่องใช้ไฟฟ้า เช่น หม้อหุงข้าว เต้าไฟฟ้า เป็นต้น ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดในครัวเรือน ผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนตัว ผลิตภัณฑ์นม อาหาร ขนมขบเคี้ยว และผลิตภัณฑ์ซีเมนต์ โดยบริษัทรับซื้อสินค้าจากเจ้าของสินค้าหรือคู่ค้าภายใต้ข้อตกลงทางการค้าที่ให้บริการทำหน้าที่จัดจำหน่ายและกระจายสินค้าในประเทศเวียดนาม โดยเจ้าของสินค้าหลักมาจากต่างประเทศ ได้แก่ บริษัท P&G, Rohto, FrieslandCampina, 3M, Cuckoo, Kewpie, Paloma, Chang, ARS chemical และ Cellox เป็นต้น สินค้าที่จำหน่ายมีทั้งผลิตในประเทศและนำเข้าจากต่างประเทศ ได้แก่ ประเทศ เกาหลี ญี่ปุ่น จีน และ ไทย เป็นต้น

สภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรม

สินค้าอุปโภคเช่นผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดในครัวเรือนและของใช้ส่วนตัว ได้รับผลกระทบจากการเติบโตของคู่แข่งในประเทศที่มีการเติบโตสูงขึ้นจากการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายและราคาที่ต่ำกว่า เช่น ผลิตภัณฑ์ผ้าอ้อมเด็ก ผลิตภัณฑ์ซักผ้า และผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนตัว เป็นต้น ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้า กลุ่มสินค้าระดับปานกลางมีการเติบโตสูงขึ้นไม่ว่าจะเป็นหม้อหุงข้าวหรือเตาแก๊ส ส่งผลให้บริษัทเพิ่มสินค้าใหม่และทำตลาดในกลุ่มสินค้านี้มากขึ้น ทำให้รักษาการเติบโตของยอดขายได้ดี ส่วนกลุ่มสินค้าพรีเมียมยังมียอดขายคงที่ ผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มยังคงมีการเติบโตที่ดีจากการกระจายสินค้าและทำกิจกรรมส่งเสริมการขายมากขึ้น โดยเฉพาะเบียร์และผลิตภัณฑ์ปรุงอาหาร

ด้านบริการโลจิสติกส์ มีการแข่งขันสูงจากคู่แข่งหลายรายทั้งคู่แข่งจากต่างประเทศและในประเทศโดยเฉพาะบริการขนส่งสินค้า บริษัทเน้นให้บริการเช่า บริหารคลังสินค้า ขนส่งและกระจายสินค้าให้กับลูกค้าปัจจุบัน และปรับปรุงประสิทธิภาพการบริหารคลังสินค้า

นโยบายการตลาด

ในด้านจัดจำหน่ายและกระจายสินค้า ในปี 2560 บริษัทยังคงมุ่งเน้นการเพิ่มการกระจายสินค้าให้ครอบคลุมร้านค้ามากขึ้นในทุกกลุ่มสินค้า โดยเฉพาะหม้อหุงข้าวตรา Cuckoo และเตาแก๊สตรา Paloma ได้แต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายเพิ่มใน 3 จังหวัดทางภาคกลาง และ เพิ่มทีมขายในเขตภาคใต้ โดยมุ่งเน้นเพิ่มยอดขายในกลุ่มสินค้าระดับปานกลางมากขึ้น ส่วนผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดในครัวเรือนและของใช้ส่วนตัว บริษัทเน้นเพิ่มยอดขายกับกลุ่มลูกค้ารายใหญ่เช่น ซูเปอร์มาร์เก็ต และ ร้านค้าส่ง โดยเพิ่มสินค้าขายในร้านมากขึ้นพร้อมทั้งจัดกิจกรรม ณ จุดขาย ส่วนผลิตภัณฑ์อื่นๆ มุ่งเน้นจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง ในปีนี้บริษัทได้เพิ่มสินค้าใหม่ในการกระจายสินค้าได้แก่ กระดาษทิชชู Cellox ซึ่งได้สิทธิ์จัดจำหน่ายในเขตภาคเหนือ ของเวียดนาม ในปี 2561 บริษัทมุ่งเน้นทำตลาดในกลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้า และของใช้ในครัวเรือน ทั้งจากสินค้าเดิมและออกสินค้าใหม่เนื่องจากเป็นกลุ่มสินค้าหลักที่สร้างยอดขายและกำไร อีกทั้งเน้นเพิ่มประสิทธิภาพในการขาย โดยนำซอฟต์แวร์มาช่วยในการวิเคราะห์และประเมินยอดขาย และพัฒนาศักยภาพในการขายให้กับพนักงานขาย

ในด้านบริการโลจิสติกส์ ในปี 2560 บริษัทยังคงเน้นให้บริการเช่า บริหารคลังสินค้า ขนส่งและกระจายสินค้าให้กับลูกค้าปัจจุบัน รวมทั้งเพิ่มประสิทธิภาพและบริหารต้นทุนในการดำเนินการโดยการปรับปรุงและขยายพื้นที่คลังสินค้าที่มีอยู่ และยกเลิกคลังสินค้าบางแห่งและควบรวมกัน ในปี 2561 บริษัทมีแผนในการเพิ่มรายได้จากลูกค้าภายนอก โดยปรับโครงสร้างองค์กรในส่วนของโลจิสติกส์ ติดตั้งซอฟต์แวร์ระบบการบริหารคลังสินค้าเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานของศูนย์กระจายสินค้า และขยายพื้นที่คลังสินค้าเพื่อรองรับยอดขายที่เพิ่มขึ้น

การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทรับซื้อสินค้าจากเจ้าของสินค้าภายใต้ข้อตกลงทางการค้าที่ให้บริษัททำหน้าที่จัดจำหน่ายและกระจายสินค้าในประเทศเวียดนาม โดยเจ้าของสินค้าหรือลูกค้าหลัก ได้แก่ บริษัท P&G, Rohto, VINAMILK, Kewpie, FrieslandCampina, 3M, Cuckoo, Paloma, ARS chemical เป็นต้น สินค้าของบริษัทมาจากการนำเข้าจากต่างประเทศ อาทิเช่น หม้อหุงข้าว Cuckoo นำเข้าจากประเทศเกาหลีและประเทศจีน เต้าแก๊ส Paloma นำเข้าจากญี่ปุ่นและในประเทศ สินค้า 3M นำเข้าจากจีน เวียดนาม ไทย สิงคโปร์ เกาหลี และ อเมริกา สินค้า P&G นำเข้าจากญี่ปุ่น จีน และผลิตในประเทศ ส่วนสินค้า Rohto, Kewpie, Vinamilk และ กระดาษทิชชู Cellox มาจากการผลิตในประเทศ

3. กลุ่มสินค้าและบริการทางเวชภัณฑ์และทางเทคนิค

กลุ่มสินค้าและบริการทางเวชภัณฑ์ คือ ฝ่ายที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับสุขภาพและความงามของบีเจซี บริษัทได้ขยายธุรกิจทั้งในด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่ครอบคลุมทางเวชภัณฑ์ เครื่องมืออุปกรณ์และทางการแพทย์และผลิตภัณฑ์ทางด้านสุขภาพ โดยมีเป้าหมายที่จะก้าวขึ้นเป็นองค์กรที่ได้รับความนิยมไว้วางใจสูงสุดในภูมิภาค วัตถุประสงค์ของบริษัทคือ ส่งมอบนวัตกรรมคุณภาพสูงแบบองค์รวมเพื่อการดูแลสุขภาพและชีวิตความเป็นอยู่ของคนไทยและประชาชนในประเทศเพื่อนบ้าน เช่นประเทศในกลุ่มกัมพูชา สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เมียนมาร์ และเวียดนาม เรียกว่า กลุ่มประเทศ (CLMV) เป็นต้น

บริษัทช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้ป่วยด้วยการเพิ่มโอกาสให้สามารถเข้าถึงยาที่มีคุณภาพในราคาย่อมเยาได้มากขึ้น มีการออกจำหน่ายผลิตภัณฑ์กลุ่มใหม่ ทำให้สามารถเพิ่มโอกาสให้ผู้ป่วยได้เข้าถึงผลิตภัณฑ์เพื่อการดูแลสุขภาพที่มีความสำคัญและมีคุณภาพได้อย่างทั่วถึง นอกจากนี้ บริษัทยังมุ่งมั่นค้นหาผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้ป่วยและเพื่อการขยายตัวเข้าสู่ตลาดใหม่ๆ

บริษัทมีหลักสูตรการพัฒนาและฝึกอบรมสำหรับบุคลากร เพื่อสร้างรากฐานอันแข็งแกร่งและเพื่อรองรับการเจริญเติบโตของธุรกิจของบริษัทต่อไป

3.1 กลุ่มสินค้าและบริการทางเวชภัณฑ์ ประกอบด้วย 2 ฝ่ายดังนี้

1. ฝ่ายเวชภัณฑ์
2. ฝ่ายการแพทย์

1. ฝ่ายเวชภัณฑ์

ฝ่ายเวชภัณฑ์จำหน่ายยา เวชภัณฑ์ เวชสำอาง อาหารเสริม และผลิตภัณฑ์สุขภาพภายในประเทศและประเทศอื่นๆ ในภูมิภาค อาทิ เมียนมาร์และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ผลิตภัณฑ์ยาและเวชภัณฑ์ที่บริษัทจำหน่ายมีทั้งยาต้นแบบและยาสามัญที่นำเข้ามาจากบริษัทผู้ผลิตที่ได้มาตรฐานในหลากหลายประเทศ เช่น สหราชอาณาจักร ฝรั่งเศส เบลเยียม เยอรมนี โปแลนด์ กรีซ อาร์เจนตินา ญี่ปุ่น และเกาหลี ผลิตภัณฑ์บางอย่างผลิตโดยบริษัทผู้ผลิตในประเทศไทยที่ได้รับการรับรองหลักเกณฑ์วิธีที่ดีในการผลิตยา (Good Manufacturing Practice หรือ GMP) โดยใช้วัตถุดิบคุณภาพที่นำเข้าจากต่างประเทศ นอกจากนี้บริษัทยังมีการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชีววัตถุ ที่มีบทบาทอย่างมากในการรักษาโรคต่างๆ และเป็นกลุ่มยาในอนาคตของธุรกิจยา

บริษัทจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ครอบคลุมการบำบัดรักษาโรคในหลายสาขา ได้แก่ ระบบโรคไต โลหิตวิทยา หัวใจ ระบบต่อมไร้ท่อ มะเร็งวิทยาและเนื้องอก ระบบทางเดินปัสสาวะ กระดูก การติดเชื้อ รวมไปถึงยารักษาโรคสำหรับเด็กและผลิตภัณฑ์ความงาม และมีการจัดจำหน่ายผ่านช่องทางการตลาดหลักๆ คือ โรงพยาบาลรัฐ โรงพยาบาลเอกชน คลินิกเอกชน ร้านขายยาแบบดั้งเดิมและกลุ่มธุรกิจร้านขายยา โดยมีลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเป็นแพทย์ เภสัชกร ผู้ป่วย ร้านขายยา ตลอดจนผู้บริโภคทั่วไป

สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

ในปี 2560 กระทรวงสาธารณสุขได้มีการประกาศราคากลางของยาหลายรายการเพื่อใช้ในการจัดซื้อของหน่วยงานราชการ ส่งผลให้ราคายาลดลงโดยเฉพาะยาต้นแบบที่มีผู้จำหน่ายรายเดียว แนวโน้มการแข่งขันทางด้านราคายังคงมีสูงในเกือบทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์ คณะกรรมการอาหารและยาได้ประกาศอัตราจัดเก็บใหม่สำหรับการขึ้นทะเบียนผลิตภัณฑ์สุขภาพซึ่งคาดว่าจะลดระยะเวลาในการขึ้นทะเบียนเป็นประโยชน์ต่อผู้ป่วยและธุรกิจ บริษัทได้แสวงหาผลิตภัณฑ์ใหม่จากหุ้นส่วนธุรกิจทั้งในปัจจุบันและรายใหม่ที่มีศักยภาพในอนาคตเพื่อให้มีผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ตอบสนองความต้องการของตลาดได้ บริษัทยังมีแผนขยายตลาดโดยการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่หลากหลายประเภทได้แก่ เวชภัณฑ์ เครื่องมือแพทย์ เวชสำอาง ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ผลิตภัณฑ์อาหารทางการแพทย์ อาทิ น้ำตาเทียม ในบรรจุภัณฑ์พิเศษ ทำให้สามารถหลีกเลี่ยงการใส่สารกันเสีย ยาส่วนผสมใหม่ที่จะช่วยลดไขมัน เหมาะสำหรับผู้ป่วยหวาน ผลิตภัณฑ์อาหารทางการแพทย์สูตรสำหรับผู้ป่วยโรคเบาหวาน และสูตรสำหรับผู้ป่วยทั่วไป ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับผู้ป่วยโรคไตสูตรใหม่ เป็นต้น

นโยบายการตลาด

ในปี 2560 ตลาดอุตสาหกรรมยาและเวชภัณฑ์ในประเทศไทยในภาพรวมขยายตัวเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 3.0 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา โดยช่องทางโรงพยาบาลมีการขยายตัวร้อยละ 3.0 และช่องทางร้านขายยาขยายตัวประมาณร้อยละ 4.0 เนื่องจากการควบคุมงบประมาณจัดซื้อยาของภาครัฐ โดยมีการประกาศราคากลางยาหลายรายการ นอกจากนี้เพื่อส่งเสริมการผลิตในประเทศ รัฐบาลได้มีการจัดทำบัญชีนวัตกรรมและการชะลอตัวเศรษฐกิจไทยยังคงส่งผลต่อการใช้จ่ายของประชาชน อย่างไรก็ตามบริษัทยังคงรักษายอดการจำหน่ายให้ขยายตัวได้ดีกว่าสภาวะตลาดโดยรวม

กลุ่มผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับโรคไต แม้ว่าต้องเผชิญกับสภาวะการแข่งขันทางด้านราคาของยากระตุ้นการสร้างเม็ดเลือดแดงในผู้ป่วยโรคไตวายเรื้อรังและยาชนิดหลัก แต่ด้วยความมุ่งมั่นแข็งแกร่งของทีมงานขายและการตลาด บริษัทยังคงรักษาการเติบโตของยอดขายได้ดี มีการขยายตลาดการติดตั้งเครื่องฟอกไตเทียมที่นำเข้ามาจากประเทศญี่ปุ่นในศูนย์ไตเทียมและโรงพยาบาลได้มากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับผู้ป่วยโรคไต ยังคงได้รับการตอบรับจากลูกค้าเป็นอย่างดี ยาเม็ดสำหรับผู้ป่วยความดันโลหิตต่ำจากการฟอกไตที่มีจำหน่ายตัวเดียวในประเทศไทย เริ่มจำหน่ายในช่วงไตรมาสแรก ได้รับการตอบรับและเป็นที่ต้องการของผู้ป่วย

กลุ่มผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับความงามและกลุ่มผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับโรคหลอดเลือดหัวใจ กลุ่มผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับความงามมียังคงมีการเติบโตสูง ผลิตภัณฑ์เนื้อเยื่อธรรมชาติ นำเข้าจากเกาหลีที่ใช้ในการทำศัลยกรรมตกแต่งหลากหลายอวัยวะ เช่น จมูก และทรวงอก ได้รับความสนใจจากลูกค้าอย่างมาก ในขณะที่ยาลดไขมันเลือด ที่ช่วยชีวิตผู้ป่วยจากโรคกล้ามเนื้อหัวใจตายเฉียบพลัน มีการจำหน่ายครอบคลุมโรงพยาบาลในต่างจังหวัดทั่วประเทศ และคงรักษายอดขายได้ดี

กลุ่มผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับโรคเบาหวาน แม้จะประสบปัญหาสภาวะการแข่งขันด้านราคา และการประกาศราคากลางของกระทรวงสาธารณสุข ในช่วงไตรมาส 4 บริษัทได้พยายามที่จะรักษายอดขายไว้อย่างเต็มความสามารถด้วยการหาลูกค้าใหม่และเริ่มจำหน่ายผลิตภัณฑ์ใหม่ เช่น วัคซีนป้องกันไข้หวัดใหญ่ที่ได้รับการรับรองจาก WHO นำเข้าจากเกาหลี ครีมทาเท้าที่มีส่วนผสมของสารสกัดธรรมชาติเหมาะสำหรับผู้ป่วยเบาหวานที่จะช่วยเพิ่มการไหลเวียนเลือดและลดการติดเชื้อแบคทีเรียและเชื้อรา

กลุ่มผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับโรคมะเร็ง แม้ต้องเผชิญกับการแข่งขันด้านราคาแต่ด้วยความมุ่งมั่นของทีมงานที่แข็งแกร่ง บริษัทสามารถขยายตลาดได้ดีจากลูกค้ารายใหม่และจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ปัจจุบันและผลิตภัณฑ์ใหม่ เช่น อาหารทางการแพทย์สำหรับผู้ป่วยโรคมะเร็งที่มีภาวะเสี่ยงต่อการขาดสารอาหารที่เริ่มจำหน่ายตั้งแต่ไตรมาสแรก ซึ่งได้รับการตอบรับที่ดีจากลูกค้าในแง่ของรสชาติและคุณภาพที่ช่วยเพิ่มคุณภาพชีวิตของผู้ป่วยโรคมะเร็ง

กลุ่มผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับโรคโลหิตวิทยา มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากพลาสมาให้แก่โรงพยาบาลรัฐบาลลดลง เนื่องจากการเริ่มจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในประเทศ ตั้งแต่ไตรมาส 3 ในขณะที่กลุ่มผลิตภัณฑ์กระตุ้นเม็ดเลือดขาวและเม็ดเลือดแดงแม้จะมีการการแข่งขันด้านราคาและผลกระทบจากปัญหาวัตกรรม บริษัทยังคงรักษาระดับการเติบโตยอดขายของผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ไว้ได้

กลุ่มผลิตภัณฑ์ยาปฏิชีวนะและกลุ่มผลิตภัณฑ์สมุนไพรธรรมชาติสมัยใหม่กลุ่มผลิตภัณฑ์ยาปฏิชีวนะเติบโตลดลงเล็กน้อยจากการแข่งขันราคาของยาสามัญที่มีคู่แข่งมาก ในขณะที่เดียวกันกลุ่มผลิตภัณฑ์สมุนไพรธรรมชาติสมัยใหม่ ยังคงรักษาระดับการเติบโตยอดขายได้ดี

กลุ่มผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับกระดูกมียอดขายเติบโตสูงขึ้นจากผลิตภัณฑ์รักษาโรคเข่าเสื่อม และผลิตภัณฑ์ใหม่สำหรับรักษาโรคกระดูกพรุน ทั้งสองโรคเป็นโรคที่พบได้บ่อยในสังคมผู้สูงอายุ

กลุ่มสินค้าเวชภัณฑ์และวัสดุสิ้นเปลืองมีการเติบโตลดลงเนื่องจากผู้ผลิตยกเลิกการจำหน่ายผลิตภัณฑ์บางกลุ่มและการแข่งขันราคาของผลิตภัณฑ์ถุงมือแพทย์ บริษัทยังคงเสาะหาผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งการตลาด

กลุ่มผลิตภัณฑ์สุขภาพในร้านยา ยอดขายมีการเติบโตสูงมากจากผลิตภัณฑ์ประเภทพลาสติกและผ้ายัด และจากการเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ใหม่วังพรมซึ่งเป็นยาหม่องและยาสมุนไพรที่เป็นที่รู้จักแพร่หลายในต่างจังหวัด บริษัทประสบความสำเร็จ ในการขยายการขายไปในช่องทางร้านยาแบบดั้งเดิมและกลุ่มธุรกิจร้านขายยาทั้งในกรุงเทพ และต่างจังหวัด ซึ่งมีแผนขยายการขายไปในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนและบริษัทได้มีการเปิดตัวผลิตภัณฑ์เสริมอาหารใหม่หลายรายการ นอกจากนี้บริษัทประสบความสำเร็จ ในการขยายการขายสินค้าสุขภาพที่นำเข้ามาจากญี่ปุ่นไปยังหลายสาขาของกลุ่มธุรกิจร้านขายยา

การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ฝ่ายเวชภัณฑ์ ตั้งอยู่ที่ เลขที่ 99 ซอยรุเปีย ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110 ผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายส่วนใหญ่นำเข้าจากหลากหลายประเทศ ผลิตภัณฑ์บางรายการว่าจ้างโรงงานผลิตในประเทศ

2. ฝ่ายการแพทย์

ฝ่ายการแพทย์มุ่งเน้นการเป็นผู้นำในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์ที่เป็นนวัตกรรมสมัยใหม่ ซึ่งมีคุณภาพสูงและเป็นที่ยอมรับในระดับสากลมาจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดังกล่าวได้นำเข้าจากนานาทวีป อาทิ อเมริกา ยุโรป (ฝรั่งเศส อังกฤษ อิตาลี เยอรมนี เบลเยียม สวิตเซอร์แลนด์) และเอเชีย (ญี่ปุ่น เกาหลี ไต้หวัน) โดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มหลัก ดังนี้

- 1) สินค้าด้านนวัตกรรมทางการแพทย์และเวชสารสนเทศ ผลิตภัณฑ์หลัก ได้แก่ เครื่องเอกซเรย์คอมพิวเตอร์ เครื่องตรวจอวัยวะภายในด้วยคลื่นความถี่สูง เครื่องฉีดสารทึบรังสีแบบอัตโนมัติ เครื่องเอกซเรย์เต้านม อุปกรณ์สำหรับเจาะชิ้นเนื้อเต้านม เครื่องตรวจวัดความหนาแน่นของกระดูกเครื่องเอกซเรย์หัวใจและส่องตรวจหลอดเลือด ระบบดิจิทัลชนิดระนาบคู่ เครื่องเอกซเรย์ดิจิทัลสวนหัวใจและหลอดเลือด เครื่องเอกซเรย์ส่องตรวจระบบดิจิทัล

เครื่องเอกซเรย์สองตรวจระบบดิจิทัลแบบควบคุมระยะใกล้ เครื่องเอกซเรย์สองตรวจแบบซีอาร์เอ็ม เครื่องเอกซเรย์ทั่วไประบบดิจิทัล เครื่องเอกซเรย์ดิจิทัลชนิดขับเคลื่อนด้วยมอเตอร์ เครื่องเอกซเรย์คอมพิวเตอร์แบบเคลื่อนที่ได้ เครื่องแปลงสัญญาณภาพเอกซเรย์จากอนาล็อกให้เป็นดิจิทัลและเครื่องพิมพ์ฟิล์ม แผ่นรับรังสีพร้อมแปลงภาพเป็นดิจิทัล เครื่องแปลงฟิล์มเอกซเรย์ให้เป็นภาพดิจิทัล ระบบจัดเก็บภาพและรับส่งภาพทางการแพทย์ด้วยระบบดิจิทัล และระบบบริหารงานด้านรังสีวิทยา ระบบประมวลผลภาพทางการแพทย์สามมิติ ระบบจัดเก็บภาพทางการแพทย์ด้านหัวใจและหลอดเลือด เครื่องตรวจคลื่นไฟฟ้าหัวใจขณะออกกำลังกาย ชนิด 12 Lead เครื่องบันทึกคลื่นไฟฟ้าหัวใจแบบต่อเนื่อง 24/72 ชั่วโมง เครื่องบันทึกความดันเลือดแบบต่อเนื่อง 24 ชั่วโมง เครื่องตรวจสมรรถภาพปอด เครื่องตรวจสมรรถภาพหลอดเลือดแดง เครื่องบันทึกสัญญาณชีพระหว่างทำการตรวจสวนหัวใจ ระบบจัดเก็บภาพทางการแพทย์ด้านหัวใจและหลอดเลือด จอภาพสำหรับวินิจฉัยและการผ่าตัดระบบสารสนเทศทางห้องปฏิบัติการ ซึ่งครอบคลุมระบบของงานห้องปฏิบัติการทุกหน่วยงานในโรงพยาบาล เช่น กลุ่มงานชีวเคมี โลหิตวิทยา จุลชีววิทยา พยาธิวิทยา ธนาคารเลือด และพันธุศาสตร์ เป็นต้น สารละลายเก็บตัวอย่างเซลล์มะเร็งเร็งปากมดลูก และเครื่องเตรียมสไลด์สำหรับการตรวจวิเคราะห์หาเซลล์มะเร็งเร็งปากมดลูก นอกจากนี้แล้วยังมีสารละลายต่างๆ ซึ่งสามารถใช้เก็บตัวอย่างเซลล์ต่างๆ ภายในร่างกาย เพื่อใช้สำหรับงานพยาธิวิทยาอื่นๆ เครื่องตรวจวิเคราะห์หาเชื้อเอชพีวีที่ทำให้เกิดมะเร็งเร็งปากมดลูก โดยใช้สิ่งส่งตรวจจากเซลล์บริเวณปากมดลูก หรือตรวจจากปัสสาวะ เครื่องตรวจหาความผิดปกติของปัสสาวะแบบอัตโนมัติสมบูรณ์แบบ โดยสามารถตรวจหาได้ทั้งความผิดปกติทางด้านสารเคมีในปัสสาวะ และตะกอนผิดปกติต่างๆ ในปัสสาวะในคราวเดียวกันอย่างรวดเร็วและถูกต้องแม่นยำ

- 2) สินค้าด้านการผ่าตัด ผลิตภัณฑ์หลัก ได้แก่ หุ่นยนต์ช่วยในการผ่าตัด กล้องจุลศัลยกรรมเพื่อการผ่าตัด ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า Leica กล้องส่องสำหรับใช้ในการผ่าตัด เตียงผ่าตัด โคมไฟผ่าตัด เครื่องจี๊ดและห้ามเลือดเพื่อการผ่าตัด ชุดชั้นวางอุปกรณ์ทางการแพทย์ชนิดแขวนเพดาน เครื่องมือผ่าตัดแบบสองกล้องในระบบปัสสาวะ เครื่องมือกระแทกเนื้อในระบบปัสสาวะ เครื่องวัดชีพจรแม่และเด็ก เครื่องอบฆ่าเชื้อด้วยระบบไฮโดรเจนเปอร์ออกไซด์พลาสมา เครื่องมือผ่าตัดโดยใช้แสงเลเซอร์ ระบบผนังห้องผ่าตัดสำเร็จรูป ระบบควบคุมในห้องผ่าตัด พร้อมระบบการถ่ายทอดสัญญาณความละเอียดสูงระบบภาพนำร่องที่ใช้ในการผ่าตัด เครื่องตรวจจอประสาทตา เครื่องอัลตราซาวด์และเลเซอร์ช่วยในการผ่าตัดตา เครื่องวัดความดันลูกตา เครื่องนับเซลล์กระดูกชิ้นใน และชุดกลับภาพสำหรับผ่าตัดจอประสาทตา
- 3) สินค้าด้านฟื้นฟูสุขภาพและช่วยชีวิตครบวงจร ผลิตภัณฑ์หลัก ได้แก่ เครื่องกระตุ้นหัวใจไฟฟ้าอัตโนมัติ หุ่นฝึกจำลองเพื่อปฏิบัติการทางการแพทย์ ผลิตภัณฑ์การฝึกทักษะทางการแพทย์ ผลิตภัณฑ์การฝึกทักษะการสแกนอวัยวะของหัวใจอุปกรณ์ฝึกอบรมให้ความรู้ CPR ขั้นพื้นฐาน เพื่อให้ความช่วยเหลือกรณีผู้ประสบเหตุล้าล่าอาหารหรือสิ่งของในหลอดลม เครื่องปรับอุณหภูมิร่างกายของผู้ป่วย เครื่องตรวจวัดและวิเคราะห์สัญญาณคลื่นไฟฟ้าสมอง เครื่องวัดและติดตามความเร็วของเลือดในหลอดเลือดสมองด้วยคลื่นเสียงความถี่สูงระบบดิจิทัล เครื่องกระตุ้นระบบประสาทด้วยสนามแม่เหล็ก เครื่องตรวจประสาท-กล้ามเนื้อด้วยคลื่นไฟฟ้า ชุดเครื่องมือให้การรักษาทางด้านเวชศาสตร์ฟื้นฟู เครื่องต้มประคบร้อนและเครื่องดึงคอและหลังแบบอัตโนมัติ เครื่องให้การรักษาด้วยกระแสไฟฟ้าและคลื่นเสียง ชุดตรวจระบบประสาทอัตโนมัติ ชุดนำร่องการตรวจและผ่าตัดระบบประสาท

เครื่องตรวจวัดและวิเคราะห์สัญญาณคลื่นไฟฟ้าสมองแบบพกพา เครื่องตรวจอวัยวะภายในด้วยคลื่นความถี่สูง และชุดอุปกรณ์สำหรับเจาะชิ้นเนื้อ

ลูกค้าหลัก คือ บุคลากรทางการแพทย์ในโรงพยาบาลรัฐบาลและเอกชน สถานพยาบาลและคลินิก การจัดจำหน่ายส่วนใหญ่ขายในประเทศ โดยปี 2560 ทางแผนกมีแผนขยายกลุ่มลูกค้าไปถึงประเทศในกลุ่ม CLMV คือ กัมพูชา สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว พม่า และเวียดนาม

สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

จากสถิติปี 2560 ขนาดของตลาดผลิตภัณฑ์วัสดุอุปกรณ์ทางการแพทย์ของโลกมีมูลค่าอยู่ที่ 1.5 แสนล้านบาท มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 6.4 ต่อปี จึงทำให้อุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์เป็นอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพต่อเศรษฐกิจไทยในภาพรวม ดังนั้นรัฐบาลไทยจึงได้กำหนดเรื่องการแพทย์และสาธารณสุขไว้ในยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี โดยเป็นเป้าหมายสำคัญของอนาคตประเทศในปี 2579 เพื่อส่งเสริมให้คนไทยมีสุขภาพร่างกายที่แข็งแรง และส่งเสริมให้ไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Medical Hub) อีกทั้งรัฐบาลได้ส่งเสริมโดยจัดทำ Roadmap ในการขับเคลื่อนนโยบายระดับชาติอย่าง ไทยแลนด์ 4.0 ในกลุ่มสาธารณสุข สุขภาพ และเทคโนโลยีทางการแพทย์ (Health, Wellness and Bio-Med) รวมถึงพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางการแพทย์เพื่อส่งเสริมให้ไทยเป็น Medical Hub ภายในปี 2568

ในปี 2560 ประเทศไทยมีผู้ผลิตวัสดุทางการแพทย์ จำนวนทั้งสิ้น 131 แห่ง ทำให้ไทยเป็นประเทศผู้นำเข้าและส่งออกเครื่องมือแพทย์รายใหญ่ในภูมิภาคอาเซียน ในขณะที่ธุรกิจโรงพยาบาลและเอกชนกำลังเร่งพัฒนาโครงสร้างระบบและเพิ่มศักยภาพทางการแพทย์ให้เป็นไปตาม Roadmap ของประเทศ อย่างไรก็ตามความท้าทายสำคัญของการลงทุนและยกระดับธุรกิจอุปกรณ์ทางการแพทย์ในไทยคือการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยี และการได้รับการรับรองด้านมาตรฐานความปลอดภัยตามมาตรฐานสากล ซึ่งประเทศไทยยังมีความสามารถในการผลิตอุปกรณ์ทางการแพทย์โดยใช้เทคโนโลยีในระดับต่ำถึงกลางเป็นหลักเท่านั้น ส่วนเทคโนโลยีระดับสูง เช่น เครื่องเอกซเรย์และเครื่องวินิจฉัยทางการแพทย์ต่างๆ ยังคงต้องพึ่งพาและนำเข้าจากผู้ผลิตต่างประเทศ ซึ่งในแต่ละปีไทยส่งออกวัสดุและครุภัณฑ์ทางการแพทย์เป็นมูลค่าหลายหมื่นล้านบาท โดยเฉพาะการส่งออกวัสดุทางการแพทย์ที่มีมูลค่าสูงถึง 81,028 ล้านบาท มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีร้อยละ 3.1 ส่วนครุภัณฑ์ทางการแพทย์มีมูลค่าส่งออก 15,459 ล้านบาท มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีร้อยละ 3.3

ในปี 2560 ที่ผ่านมานอกจากปีนี้จะพยายามขยายตลาดอุปกรณ์ทางการแพทย์อย่างต่อเนื่องภายในประเทศทางบริษัทยังเห็นว่าตลาดต่างประเทศอย่าง CLMV ยังมีความสำคัญมากในการทำการค้าด้วยเพื่อรองรับการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนหรือเออีซีอย่างเต็มรูปแบบด้วย ประเทศไทยถือว่าได้เปรียบทางยุทธศาสตร์ที่ตั้งและศักยภาพทางการแพทย์ จึงเป็นโอกาสที่จะหาพันธมิตรในการจำหน่าย อุปกรณ์ทางการแพทย์ในประเทศเพื่อนบ้าน อย่างเช่น กัมพูชา พม่า และเวียดนามที่มีความต้องการสินค้าประเภทนี้มากขึ้น และบริษัทต้องการผลักดันให้มีสัดส่วนยอดขายจากต่างประเทศมากขึ้น เนื่องจากปัจจุบันเน้นยอดขายเฉพาะในประเทศเท่านั้น และกำลังขยายไลน์จัดจำหน่ายเครื่องมือแพทย์เจาะกลุ่มสัตว์แพทย์ รองรับพฤติกรรมผู้บริโภคคนไทยที่รักสัตว์มากขึ้น รวมทั้งขยายการจัดจำหน่ายอุปกรณ์ทางการแพทย์ฉุกเฉินไปยังกลุ่มสาธารณสุขมากขึ้น โดยเฉพาะเครื่องกระตุกหัวใจไฟฟ้าแบบอัตโนมัติ (Automated External Defibrillator, AED) ซึ่งปีนี้ตลาดให้ความสนใจเนื่องจากอุบัติเหตุการเกิดโรคหัวใจวายเฉียบพลัน หรือ “cardiac arrest” เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ปีนี้จะยังจัดจำหน่ายเครื่องมือที่ดูแลสุขภาพอย่างครบวงจรไปในสู่ตลาดของผู้ใช้โดยตรง เนื่องจากเห็นความสำคัญของการให้สินค้าและบริการที่ดีที่สุดให้กับลูกค้าเพื่อเป็นการพัฒนาคุณภาพชีวิตแบบองค์รวมและยั่งยืน

ถึงแม้ว่าในปี 2560 เศรษฐภาพของการเมืองไทยจะส่งผลกระทบอย่างมาก ในการดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายเครื่องมือแพทย์ทั้งในภาครัฐและเอกชน อย่างไรก็ตามจากผลการดำเนินงานในปีที่ผ่านมาจะพบว่า ทางฝ่ายยังมีอัตราการเติบโตอยู่ ร้อยละ 12.00 ในขณะที่คู่แข่งบางรายประสบการดำเนินงานขาดทุน ปัจจุบันในตลาดเครื่องมือแพทย์ บริษัทบีเจซียังถือว่าเป็นบริษัทที่มีประวัติการดำเนินการในตลาดมายาวนานมากกว่า 40 ปี ทั้งด้านการจัดจำหน่ายและการบริการหลังการขายจากทีมผู้เชี่ยวชาญ จึงถือว่ามีความได้เปรียบมากกว่าคู่แข่ง อีกสิ่งหนึ่งที่เป็นกลยุทธ์หลักคือการมีสินค้าและการบริการด้าน เครื่องมือแพทย์ที่ครบวงจรมากที่สุด

ธุรกิจขายส่งสินค้าทางการแพทย์และเภสัชภัณฑ์ คาดว่ามีแนวโน้มในทิศทางที่ดี ซึ่งเมื่อพิจารณาจากจำนวนประชากรของประเทศที่มีแนวโน้มสูงขึ้นและเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุในอนาคต ถือเป็น ปัจจัยสนับสนุนที่ส่งผลให้อุปกรณ์ทางการแพทย์และเภสัชภัณฑ์มี อัตราการเติบโตที่เพิ่มสูงขึ้นตาม ประกอบกับนโยบายของภาครัฐที่จะส่งเสริมให้ประเทศเป็นศูนย์กลางทางการแพทย์ในภูมิภาคอาเซียน (Medical Hub of ASEAN) ซึ่งจะต้องสร้างมาตรฐานการดูแลรักษาพยาบาลและพัฒนาความก้าวหน้าทาง การแพทย์ให้เป็นที่ยอมรับทั้งในและต่างประเทศ อีกทั้งอุปกรณ์เครื่องมือแพทย์ติดตามตัว ปัจจุบันได้พัฒนาให้กลายเป็น Gadget ใหม่สำหรับคนยุคไอที อาทิ เครื่องวัดการเต้นของหัวใจ เครื่องวัดปริมาณน้ำตาลใน กระแสเลือด โดยพัฒนาอุปกรณ์ให้มีขนาดเล็ก เพิ่มอายุการใช้งานของแบตเตอรี่ หน้าจอแสดงผลรูปลักษณะ ภายนอกที่ทันสมัยสวยงาม ร่วมกับการพัฒนาโปรแกรมเป็นแอปพลิเคชันสามารถส่งข้อมูลผ่านสมาร์ทโฟน และแชร์ข้อมูลได้ เพื่อเป็นประโยชน์ในการวางแผนการรักษาของ แพทย์ต่อผู้ป่วยในอนาคต แนวโน้มการดูแลสุขภาพทั่วโลกถึงจุดเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ คือ การให้ความสำคัญที่ “การป้องกัน” มากกว่า “การรักษา” ถือเป็น การป้องกันสำหรับประชากรอาวุโสที่มีจำนวนสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว

นโยบายการตลาด

ฝ่ายการตลาด ถูกคำกลุ่มเป้าหมายคือ บุคคลากรทางการแพทย์ในโรงพยาบาลรัฐบาล และเอกชน สถานพยาบาล คลินิก และกิจการที่ไม่เกี่ยวข้องกับโรงพยาบาล (Non-hospital) การจัดจำหน่ายส่วนใหญ่ขายในประเทศ ในปี 2560 ทางแผนกได้ขยายตลาดไปยังประเทศในกลุ่ม CLMV คือ กัมพูชา ลาว พม่าและเวียดนาม

ฝ่ายการตลาดมุ่งเน้นการเป็นผู้นำในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์ที่เป็นนวัตกรรมสมัยใหม่ ซึ่งมีคุณภาพสูงและเป็นที่ยอมรับในระดับสากลมาจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวได้นำเข้าจากนานาทวีป อาทิ อเมริกา ยุโรป (ฝรั่งเศส อังกฤษ อิตาลี เยอรมัน เบลเยียม สวิตเซอร์แลนด์) และเอเชีย (ญี่ปุ่น เกาหลี ไต้หวัน)

ด้านการทำการตลาด เนื่องด้วยเครื่องมือแพทย์เป็นสินค้าอยู่ในกลุ่มเฉพาะ (Niche Market) ดังนั้นการทำการตลาดจึงแตกต่างกับสินค้าอุปโภคบริโภคทั่วไป คือมีกฎหมายมาควบคุมการโฆษณา และส่งเสริมการขายทุกประเภท ดังนั้นการทำการตลาดจึงมุ่งเน้นถึงการฝึกอบรมและการสอนใช้งานเครื่องมือแพทย์ (Educations & Workshops) เพื่อให้กลุ่มลูกค้าได้มีประสบการณ์จริง ในการใช้เครื่องมือได้อย่างถูกต้องและแม่นยำ ทั้งนี้การฝึกอบรมดังกล่าว จึงมีประโยชน์ต่อแพทย์และบุคคลากรการแพทย์ในด้านการใช้งานและขณะเดียวกันคนไข้ก็ได้รับประโยชน์ด้านการตรวจวินิจฉัยอย่างแม่นยำจากแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ นอกจากการทำตลาดในด้านต่างๆ แล้วทางแผนกยังตระหนักถึงการทำประโยชน์ให้กับสังคม หรือเรียกว่า Coporate Social Responsibility (CSR) นั่นคือ การบริจาคเครื่องมือแพทย์ให้กับโรงเรียนแพทย์และสถาบันทางการแพทย์เพื่อเป็นประโยชน์ให้กับประชาชนทั่วไปต่อไป อีกทั้งยังมีการนำเครื่องมือของแผนกไปออกหน่วยกับแพทย์และบุคคลากรทางการแพทย์ทั่วประเทศเพื่อช่วยเหลือประชาชนในพื้นที่ต่างๆ อีกด้วย

การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ฝ่ายการแพทย์ตั้งอยู่ที่อาคารเบอร์ลี ยุคเกอร์ เลขที่ 99 ซอยรู่เปี้ย ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110 ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายได้นำเข้าจากหลากหลายประเทศ

3.2 กลุ่มสินค้าและบริการทางเทคนิค

กลุ่มสินค้าและบริการทางเทคนิคแบ่งออกเป็น 5 ฝ่าย ดังนี้:

1. ฝ่ายเคมีภัณฑ์อุตสาหกรรม (Specialties Division)

ฝ่ายเคมีภัณฑ์อุตสาหกรรม มีการปรับโครงสร้างการบริหารภายในและดำเนินธุรกิจภายใต้ชื่อใหม่คือ “บริษัท บีเจซี สเปเชียลตี้ส์ จำกัด” (BJC Specialties Co., Ltd.) ในเดือนพฤษภาคม 2560 ที่ผ่านมานี้ บริษัทยังคงเป็นผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบส่วนผสมสำหรับอุตสาหกรรมอาหาร เครื่องดื่ม เครื่องสำอาง และเคมีอุตสาหกรรม ผลประกอบการในภาพรวมของธุรกิจในปี 2560 ใกล้เคียงกับปีที่ผ่านมา สินค้ากลุ่มส่วนผสมในเครื่องสำอางมียอดขายเติบโตเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับธุรกิจอื่นๆ ฝ่ายเคมีภัณฑ์อุตสาหกรรมมี 5 ธุรกิจดังนี้

ธุรกิจวัตถุดิบส่วนผสมเบเกอรี่ (Bakery Ingredients) ภาพรวมอุตสาหกรรมมีการชะลอตัวในช่วงไตรมาส 2 และ 3 ทำให้มีผลกระทบกับยอดขาย สินค้ายีสต์ตัวใหม่ที่แผนกเริ่มนำเข้ามาทำตลาดมียอดขายที่เพิ่มขึ้นต่อเนื่องผ่านการสาธิตทดลองร่วมกันกับลูกค้าซึ่งได้รับการตอบรับในด้านคุณภาพและมีแนวโน้มยอดขายที่ดี

ธุรกิจในกลุ่มส่วนผสมในอาหาร (Food & Nutrition Ingredients) สินค้ากลุ่มสารให้ความคงตัว (Emulsifier และ Hydrocolloid) มีการเติบโตน้อยกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ เนื่องจากราคาของผู้ผลิตแข่งขันไม่ได้ ทำให้สูญเสียตลาดหลักให้กับคู่แข่ง ในขณะที่สินค้ากลุ่มสารให้กลิ่นรส (Flavor) มีการหดตัวเล็กน้อย เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจส่งผลกระทบต่อยอดขายของลูกค้ากลุ่มเครื่องดื่ม ทั้งนี้ธุรกิจกลุ่มที่มีการเติบโตคือ สารทดแทนนม (Milk Replacer) มีการเติบโตอย่างมาก ในธุรกิจไอศกรีมประมาณการเป็นสองเท่าจากปีก่อนหน้า รวมทั้งได้มีการขยายธุรกิจกลุ่มสินค้าให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ของบริษัทจากปีที่ผ่านมา โดยเริ่มจากโครงการจำหน่ายสินค้าให้กับบริษัทในเครือ (Synergy Projects)

ธุรกิจกลุ่มเคมีอุตสาหกรรมและสารทำความเย็น (Industrial Chemicals and Refrigerants) สารทำความเย็นกลุ่ม HCFC ประสบภาวะขาดแคลนด้านอุปทานในช่วงไตรมาสแรกต่อเนื่องไตรมาสสองของปีและมีราคาที่ติดตัวสูงขึ้นส่งผลถึงความสามารถในการแข่งขันด้านราคาและยอดขายที่ต่ำกว่าเป้าหมายในช่วงครึ่งปีแรก อย่างไรก็ตามการพัฒนาตลาดร่วมกันกับลูกค้า ตลอดจนการทดลองสารทำความเย็นรุ่นใหม่เพื่อทดแทน HCFC ได้รับผลการตอบรับที่ดีและจะเป็นแนวโน้มยอดขายที่สำคัญของกลุ่มสารทำความเย็นต่อไป กลุ่มสารเติมแต่งในน้ำมันหล่อลื่นและจาระบีอุตสาหกรรม (Petrochemical Additives) มีความก้าวหน้าในการแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ และทำการทดลองร่วมกันกับลูกค้ารวมทั้งรักษายอดขายได้ดี สินค้าในกลุ่มฟอสเฟต ไล้กรองและแผ่นกรองอุตสาหกรรม ยังคงสร้างยอดขายและขยายฐานลูกค้าได้ต่อเนื่อง

ธุรกิจส่วนผสมในเครื่องสำอาง (Cosmetics Ingredients) มียอดขายและการเติบโตที่ดีในรอบปีที่ผ่านมาในทุกกลุ่มสินค้า อาทิ กลุ่มสารออกฤทธิ์ สารสกัดจากพืช สารกันเสีย สารเพิ่มประสิทธิภาพการซึมผ่านผิวหนัง และสารช่วยปรับปรุงเนื้อสัมผัสในผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้เป็นผลเนื่องจากประสิทธิภาพที่ดีของสินค้า ผ่านการแนะนำโดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกันอย่างใกล้ชิดกับลูกค้าผ่านห้องปฏิบัติการของบริษัท

ธุรกิจของฝ่ายเคมีภัณฑ์อุตสาหกรรมในประเทศเวียดนาม (Vietnam Business) ยอดขายได้รับผลกระทบจากการปรับเปลี่ยนสูตรส่วนผสมในผลิตภัณฑ์ของลูกค้ารายสำคัญในกลุ่มสินค้าส่วนผสมในอาหาร ในขณะที่สินค้าในกลุ่มส่วนผสมในเครื่องสำอางและกลุ่มเทคนิคก่อสร้างมีการเติบโตที่ดี

สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

การแข่งขันด้านราคายังคงเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับสินค้าที่มีความแตกต่างกันน้อย ในขณะที่การพัฒนาและออกสินค้าใหม่ๆ ของลูกค้ามีการชะลอตัวในช่วงปีที่ผ่านมา ยกเว้นสินค้าในกลุ่มเวชสำอาง อย่างไรก็ตามมีสัญญาณที่ดีขึ้นของตลาดโดยรวมในช่วงไตรมาสสุดท้ายของปี

นโยบายการตลาด

บริษัทยังคงเน้นการทำตลาดสินค้าวัตถุดิบส่วนผสมเฉพาะด้านที่มีความโดดเด่นในคุณลักษณะของสินค้าที่แตกต่าง โดยผ่านการนำเสนอและสนับสนุนด้านเทคนิคให้กับลูกค้า เน้นการพัฒนาสินค้าใหม่หรือปรับปรุงคุณภาพสินค้าร่วมกันกับลูกค้าและคู่ค้า ผ่านทีมเทคนิคและห้องปฏิบัติการของบริษัท ในขณะเดียวกันยังคงพยายามรักษาความสามารถในการแข่งขันด้านราคาสำหรับกลุ่มสินค้าวัตถุดิบส่วนผสมที่มีคุณภาพที่ดีแต่สามารถถูกทดแทนได้ง่าย รวมถึงการจัดหาสินค้าใหม่ๆ ที่มีคุณภาพเข้ามาแนะนำตลาดเพิ่มมากขึ้น นอกเหนือจากการนำเสนอสินค้าผ่านพนักงานขายด้านเทคนิคแล้ว บริษัทยังคงร่วมออกร้านแสดงสินค้าในงานแสดงสินค้าเฉพาะด้านที่สำคัญ อาทิ Thaifex, Food Ingredients Asia, In-cosmetic Asia เป็นต้น

2. แผนกวิศวกรรม

แผนกวิศวกรรมมุ่งเน้นการนำเสนอการแก้ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับงานวิศวกรรม ซึ่งครอบคลุมถึงความต้องการในด้านระบบขนถ่ายและลำเลียงสินค้า เครื่องมือและอุปกรณ์ ธุรกิจค้าปลีก รวมทั้งระบบและอุปกรณ์จัดเก็บในคลังเก็บสินค้า แผนกวิศวกรรมยังให้คำปรึกษาและให้บริการหลังการขายสำหรับผลิตภัณฑ์อุปกรณ์และระบบวิศวกรรมต่างๆ สินค้าและบริการแผนกวิศวกรรมสามารถแบ่งออกเป็น 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์ ดังนี้

- 1) **Berlicrane:** บริษัทให้คำปรึกษา ออกแบบ ติดตั้ง และให้บริการหลังการขายอย่างมืออาชีพสำหรับเครนทุกชนิด บริษัทเลือกใช้รถและส่วนประกอบต่างๆ ของเครนที่มีคุณภาพสูง จากคู่ค้าที่มีชื่อเสียงจากประเทศเยอรมัน สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น
- 2) **Berlitronic:** หนึ่งในกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่น่าเชื่อถือของบริษัท คือ อุปกรณ์เครื่องจักรอุตสาหกรรมและระบบควบคุมการขึ้นลงภายในกรมทางหลวงมีการใช้กันอย่างแพร่หลาย นอกจากกรมทางหลวงแล้ว ลูกค้าของบริษัทยังเป็นกลุ่มโรงสีข้าว โรงงานปูนซีเมนต์ เคมีภัณฑ์ สี และอุตสาหกรรมอาหารสัตว์ ที่จำเป็นต้องวัดส่วนผสมและวัตถุดิบอย่างถูกต้องและแม่นยำ
- 3) **ระบบและอุปกรณ์จัดเก็บคลังสินค้า:** บริษัทมีระบบและอุปกรณ์จัดเก็บคลังสินค้าให้บริการมากมาย ตั้งแต่ อุปกรณ์ปรับระดับ และประตูสำหรับใช้งานอุตสาหกรรมประเภทต่าง ๆ เช่น Overhead Door, Rapid Door, Traffic Door ไปจนถึงรถยกและระบบจัดเก็บสินค้าทั้งแบบอัตโนมัติและแบบดั้งเดิม วิศวกรล้วนแล้วแต่มีประสบการณ์ในการให้บริการซ่อมแซมและบำรุงรักษาในทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์อย่างรวดเร็ว รวมถึงมีการรับประกันในสินค้าอย่างเต็มรูปแบบ

- 4) **สินค้าสำหรับธุรกิจค้าปลีก:** บริษัทนำเสนอสินค้าและบริการแบบครบวงจรสำหรับธุรกิจค้าปลีก ไม่ว่าจะเป็นชั้นวางสินค้าชนิดติดตั้ง การจัดชั้นวางสินค้า การตกแต่งร้านค้า ระบบชำระเงิน รถเข็น ตะกร้า เป็นต้น

บริษัทมุ่งมั่นที่จะเป็นบริษัทชั้นนำของอุตสาหกรรมที่ให้บริการเกี่ยวกับวิศวกรรมซึ่งตระหนักถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับสิ่งแวดล้อมรวมถึงการใช้พลังงานหมุนเวียน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายบริษัทได้มีการพัฒนาโครงการพลังงานแสงอาทิตย์ ซึ่งทางบริษัทจะมีการนำเสนอให้ลูกค้าทราบถึงรายละเอียดในอนาคตข้างหน้า

สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

บริษัทบีเจซีมีประสบการณ์ที่ยาวนานกว่า 70 ปีในตลาดอุตสาหกรรมของไทย ทำให้บีเจซีมีชื่อเสียงที่โดดเด่นในกลุ่มอุตสาหกรรมนี้ เศรษฐกิจที่ชะลอตัวในช่วงหลายปีที่ผ่านมาส่งผลกระทบต่อตลาดในไทยเนื่องจากอุตสาหกรรมส่งออกที่ชะลอตัวและราคาสินค้าทางการเกษตรที่ตกต่ำทำให้ความต้องการของสินค้าในประเทศไทยลดลง เพื่อรับมือกับสถานการณ์ดังกล่าว บริษัทได้ขยายฐานลูกค้าไปยังประเทศเพื่อนบ้านที่ยังมีการเจริญเติบโต บริษัทเชื่อว่าตำแหน่งทางภูมิศาสตร์ของประเทศไทยที่มีพรมแดนติดกับประเทศพม่า กัมพูชา ลาว และมาเลเซีย จะทำให้ประเทศไทยมีศักยภาพที่จะเป็นศูนย์กลางการกระจายสินค้าทั่วภูมิภาค ด้วยสภาพสภาพเศรษฐกิจที่ชะลอตัวของประเทศไทยในช่วงหลายปีที่ผ่านมาส่งผลกระทบต่อยอดขายรวมของบริษัท เนื่องจากจำนวนลูกค้าที่คำนึงถึงราคาเป็นหลักมีปริมาณเพิ่มขึ้น บริษัทจึงได้มีการนำเสนอสินค้าที่หลากหลายมากขึ้น ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ดีที่สุด

นโยบายการตลาด

สืบเนื่องจากสภาพเศรษฐกิจที่ชะลอตัวในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ประกอบกับการย้ายฐานการผลิตของบริษัทต่างชาติไปยังประเทศเพื่อนบ้าน ส่งผลให้บริษัทชะลอการทำการกิจกรรมการตลาดในประเทศไทย เช่น การออกบูธประชาสัมพันธ์สินค้าและการสัมมนาลูกค้ากลุ่มย่อย เนื่องจากลูกค้ามีการชะลอแผนการขยายธุรกิจและการลงทุนในการซื้ออุปกรณ์ใหม่ๆ ในขณะเดียวกัน บริษัทได้เจาะกลุ่มลูกค้าในประเทศเพื่อนบ้านเพื่อตอบสนองความต้องการทางธุรกิจที่เพิ่มขึ้นของประเทศนั้นๆ บริษัทยังได้เปิดตัวผลิตภัณฑ์และอุปกรณ์ใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะในกลุ่มธุรกิจค้าปลีก เช่น ชั้นวางสินค้า ตะกร้า และรถเข็น อีกทั้งเพื่อขยายฐานลูกค้าของบริษัทด้วย นอกจากนี้ บริษัทยังมีการให้บริการระบบการจัดการคลังสินค้าแบบอัตโนมัติ ทั้งนี้เพื่อช่วยลดต้นทุนการจ้างแรงงานและช่วยบริหารจัดการคลังสินค้าให้ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ขณะที่บริษัทได้รับผลกระทบจากการเติบโตของเศรษฐกิจที่ชะลอตัวลง บริษัทได้ปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ด้วยการเพิ่มทางเลือกให้กับลูกค้ามากขึ้น แนวทางการแก้ไขของบริษัทประกอบไปด้วยการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย และการให้ความสำคัญกับลูกค้าที่คำนึงถึงราคาและยี่ห้อเป็นหลัก

3. แผนกบริษัท ไทย-สแกนดิค สตีล จำกัด

บริษัท ไทย-สแกนดิค สตีล จำกัด (TSS) ตั้งอยู่ที่ นิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด จังหวัดระยอง ซึ่งประกอบธุรกิจออกแบบ ผลิต และซบส่งกะสีโครงสร้างเหล็ก เพื่อใช้กับเสาสายส่งไฟฟ้าแรงสูง เสาสื่อสารโทรคมนาคม และอุตสาหกรรมทั่วไปทั้งในและต่างประเทศ มีกำลังการผลิตอยู่ที่ประมาณ 20,000 ตันต่อปี เป็นหนึ่งในผู้ที่ได้รับการอนุมัติให้ผลิตเสาสายส่งไฟฟ้าแรงสูงขนาด 500 กิโลวัตต์จากการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย และได้รับการยอมรับจากบริษัทชั้นนำทั่วโลก อาทิเช่น ABB และ SIEMENS

สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

ในปี 2560 ความต้องการเสาโครงเหล็ก และสถานีย่อยไฟฟ้าแรงสูงจาก กฟผ. ยังคงมีอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะความต้องการด้านสถานีย่อยไฟฟ้าแรงสูง ที่มีมากขึ้นในปีนี ทำให้มีผู้ประกอบการหน้าใหม่จากทั้งในและต่างประเทศเข้ามาร่วมประมูลงานกับทาง กฟผ.มากขึ้น สภาพการแข่งขันในช่วงปีนี้มีสูง โดยเฉพาะโครงการสถานีย่อยไฟฟ้าแรงสูง มีการแข่งขันกันสูงในเรื่องราคา ทำให้ราคาของโครงเหล็กได้รับผลกระทบไปด้วย ส่วนงานโครงสร้างเหล็กสำหรับอุตสาหกรรมทั่วไปเริ่มที่จะฟื้นตัว โดยมีโครงการใหม่ที่มีการก่อสร้างในปี 2560 เพิ่มขึ้น จึงทำให้การแข่งขันสูงขึ้น โดยเฉพาะด้านราคา เพื่อให้ได้รับคำสั่งซื้อหลังจากที่ตลาดโครงสร้างเหล็กซบเซามาหลายปี

ราคาวัตถุดิบหลักยังคงปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องในปีนี ทั้งราคาเหล็กและราคาสังกะสี โดยเฉพาะราคาสังกะสีที่ราคาสูงขึ้นเป็นประวัติการณ์ และคาดว่าราคาจะยังคงอยู่ในเกณฑ์สูงในปีหน้า รวมถึงราคาเหล็กด้วย

นโยบายการตลาด

บริษัท ไทย-สแกนดิค สตีล จำกัด ให้ความสำคัญกับการสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าแต่ละรายเพื่อพัฒนาเป็นคู่ค้าในระยะยาวและเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน

ในปี 2560 บริษัท ไทย-สแกนดิค สตีล จำกัด ยังคงมุ่งทำการตลาดภายในประเทศเป็นหลักโดยเน้นไปที่เสาสายส่งไฟฟ้าแรงสูง และสถานีย่อยไฟฟ้าแรงสูง เนื่องจาก การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยหรือ กฟผ. เปิดประมูลโครงการก่อสร้างและเดินสายไฟฟ้าแรงสูง และโครงการก่อสร้างสถานีย่อยไฟฟ้าแรงสูงหลายโครงการ ส่วนตลาดต่างประเทศนั้น บริษัท ไทย-สแกนดิค สตีล จำกัด ยังได้รับการสั่งซื้อในโครงการสถานีย่อยไฟฟ้าแรงสูงจากต่างประเทศอยู่ แม้จะลดลงจากปีที่แล้วเนื่องจากเหตุผลทางด้านราคา

การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

TSS และโรงงานตั้งอยู่เลขที่ 7 ถนนไธ-ห้า นิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด ตำบลมาบตาพุด อำเภอเมือง จังหวัดระยอง 21150 ก่อตั้งเมื่อปี 2534 โรงงานมีความสามารถในการผลิต 20,000 ตันต่อปี และสามารถชุบสังกะสีได้ 25,000 ตันต่อปี

กำลังการผลิตและปริมาณการผลิต

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

กำลังและปริมาณการผลิต	2560	2559	2558
กำลังการผลิตเต็มที (หน่วย : ตัน)	20,000	20,000	20,000
ปริมาณการผลิตจริง (หน่วย : ตัน)	16,388	12,081	8,491
การใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ)	81.94	60.40	42.50
อัตราเพิ่มของปริมาณการผลิต (ร้อยละ)	35.65	42.28	-28.02

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตส่วนใหญ่เป็นวัตถุดิบในประเทศและบางส่วนจากต่างประเทศ โดยวัตถุดิบในประเทศคิดเป็นร้อยละ 98.0 โดยมูลค่า ซึ่งวัตถุดิบภายในประเทศ ได้แก่ เหล็กฉาก เหล็กแผ่น และวัตถุดิบจากต่างประเทศ ได้แก่ สังกะสี สลักแป้นเกลียวบางส่วน

อำนาจต่อรองกับผู้จำหน่ายวัตถุดิบ

ผู้ผลิตวัตถุดิบหลักมีจำนวนน้อยราย และการนำเข้าเหล็กมีความยุ่งยากซับซ้อน ดังนั้น อำนาจต่อรองในการซื้อจึงมีน้อย TSS จึงพยายามวางแผนการสั่งซื้อล่วงหน้า อย่างไรก็ตาม TSS สามารถที่จะเจรจาต่อรองเรื่อง Credit Term ให้มีระยะเวลานานขึ้น ซึ่งส่งผลให้การบริหารต้นทุนมีประสิทธิภาพมากขึ้น

การใช้เทคโนโลยีในการผลิต

TSS ใช้เทคโนโลยีและกระบวนการผลิตที่ทันสมัย เริ่มตั้งแต่ขั้นตอนการออกแบบ การเตรียมการผลิต และการควบคุมติดตามผลการผลิต การบริหารจัดการการใช้วัตถุดิบอย่างมีประสิทธิภาพ เครื่องจักรหลักในการผลิตจะถูกควบคุมโดยระบบคอมพิวเตอร์ซึ่งเชื่อมต่อกับฐานข้อมูลการออกแบบหรือที่เรียกกันว่าระบบ CAD/CAM นอกจากนี้ บริษัทได้พัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพโดยการติดตั้งซอฟต์แวร์การออกแบบที่มีความทันสมัยที่สุดในปัจจุบัน

TSS ได้ปรับปรุงกระบวนการการผลิต โดยการซื้อเครื่องจักรใหม่มาเพิ่ม รวมไปถึงการปรับปรุงและพัฒนาระบบให้เป็นอัตโนมัติมากขึ้น และเพิ่มแรงงานคนน้อยลง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและกำลังการผลิตเพื่อรองรับกับความต้องการของตลาด ซึ่งขณะนี้เครื่องจักรใหม่ติดตั้งเสร็จเรียบร้อยแล้ว แต่ยังอยู่ในช่วง test run และคาดว่าจะสามารถผลิตได้เต็มกำลังในต้นปีหน้า

ผลกระทบสิ่งแวดล้อม

นอกเหนือจากระบบการบริหารงานคุณภาพ ISO 9001:2008 บริษัทได้มุ่งเน้นความสำคัญของความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมมีมาตรการประเมินอย่างต่อเนื่องของระบบการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14001:2004 ในส่วนกระบวนการซัพพลายเชนที่เกิดขึ้นบ้างในภาวะที่อากาศมีความหนาแน่นสูง บริษัทได้ทำการปรับปรุงระบบเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการกำจัดควันที่เกิดขึ้นให้เหลือน้อยที่สุดเป็นที่เรียบร้อยแล้ว นอกจากนี้ยังได้ว่าจ้างบริษัทที่ได้รับการรับรองมาตรฐานในการตรวจสอบมลภาวะมาทำการตรวจวัดค่าต่างๆ เป็นประจำ ซึ่งค่ามลภาวะต่างๆ อยู่ต่ำกว่าเกณฑ์มาตรฐานที่ภาครัฐได้กำหนดไว้

TSS ได้รับการรับรองจากบริษัท BVQI หรือ Bureau Veritas Certification (Thailand) Ltd. ในการบริหารความปลอดภัยและชีวอนามัย OHSAS หรือ มอก 18001:2007 เพื่อสร้างความมั่นใจในสุขภาพและความปลอดภัยภายใต้สภาพแวดล้อมการทำงานของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกๆ ท่านตามมาตรฐานสากล

งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

TSS มีโครงการที่ยังไม่ได้ส่งมอบทั้งหมดเป็นจำนวนมากกว่า 20,000 ตัน คิดเป็นมูลค่ากว่า 1,000 ล้านบาท ส่วนใหญ่เป็นงานโครงการเสาสายส่งไฟฟ้า และสถานีไฟฟ้าแรงสูงของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย และเป็นงานภายในประเทศ ประมาณร้อยละ 90.0 ของโครงการทั้งหมดมีกำหนดจะส่งมอบภายในปี 2561

4. แผนกอุตสาหกรรมการพิมพ์

แผนกอุตสาหกรรมการพิมพ์ ทำการตลาดและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ใช้เทคโนโลยีด้านการพิมพ์ที่ต้องการคุณภาพสูง อาทิ โปรแกรมซอฟต์แวร์จัดการการพิมพ์ และวัสดุสิ้นเปลืองทางด้านการพิมพ์จำพวกเพลททำแม่พิมพ์เคมีที่ใช้ในงานพิมพ์ เครื่องพิมพ์ระบบดิจิทัล และวัสดุสิ้นเปลืองต่างๆ จำพวก หมึกพิมพ์ และวัสดุรองรับงานพิมพ์ ให้กับผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมการพิมพ์ ได้แก่ บริษัทเตรียมพิมพ์ โรงพิมพ์ และกลุ่มธุรกิจที่ผลิตสื่อโฆษณาออกบ้าน โดยจัดจำหน่ายสินค้าด้วยทีมขายและฝ่ายบริการหลังการขายที่ให้คำปรึกษาและบริการตลอดการใช้สินค้าของแผนก

สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

การที่ไทยจะเริ่มเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนหรือ AEC คาดว่าตลาดอาเซียนจะมีส่วนสำคัญในการผลักดันให้อุตสาหกรรมการพิมพ์โดยเฉพาะด้านฉลากและบรรจุภัณฑ์ที่คาดว่าจะได้รับแรงสนับสนุนในการส่งออกที่เพิ่มขึ้นในปี 2560 ทางแผนกจึงมุ่งเน้นการขยายตลาดไปยังอุตสาหกรรมการผลิตฉลากและบรรจุภัณฑ์ที่มีแนวโน้มเติบโตสูงขึ้น ซึ่งเป็นผลมาจากการขยายตัวของอุตสาหกรรมอุปโภคบริโภค เพื่อรองรับ AEC ตามที่ได้กล่าวมา

นโยบายการตลาด

ในปี 2560 สภาพเศรษฐกิจของประเทศไทยยังคงการชะลอตัวลง ส่งผลให้ธุรกิจงานพิมพ์ทั่วไปมีอัตราการเติบโตคงที่ เนื่องจากอุตสาหกรรมการพิมพ์ทั่วไปมีการหดตัวลงแต่อุตสาหกรรมการพิมพ์บรรจุภัณฑ์มีการขยายตัวขึ้น ภาคธุรกิจมีการปรับลดงบประมาณสื่อโฆษณาลงเพื่อให้สอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัวลง สำหรับธุรกิจงานพิมพ์ในปี 2560 มีแนวโน้มยังไม่เติบโตเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า ลูกค้าชะลอตัวในการลงทุนเครื่องจักรใหม่สำหรับการปรับปรุงคุณภาพงานพิมพ์ จึงส่งผลกระทบต่อให้การจำหน่ายสินค้าของแผนกในส่วนของยอดขายที่ไม่เติบโต แต่อย่างไรก็ตามจากการที่ทางแผนกได้จำหน่ายสินค้าและให้บริการที่มีคุณภาพชื่อเสียงของบริษัทและความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าจึงยังคงรักษาความสามารถในการแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดที่มีการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นได้

5. บริษัท เบอร์ลีเอเซียติก โซดา จำกัด (“BAS”)

บริษัท เบอร์ลี เอเซียติก โซดา จำกัด เป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เคมีอุตสาหกรรม สินค้าหลัก คือ โซดาแอช ซึ่งเป็นวัตถุดิบที่สามารถนำไปใช้ได้ในหลายอุตสาหกรรม เช่น อุตสาหกรรมผลิตขวดแก้ว อุตสาหกรรมเซรามิกส์ อุตสาหกรรมกระจก อุตสาหกรรมเหมืองแร่ และอุตสาหกรรมผงซักฟอก เป็นต้น โดยบริษัทจะนำเข้าสินค้าจากผู้ผลิตในต่างประเทศเพื่อจำหน่าย และ/หรือ ให้บริการนำเข้า จัดเก็บและกระจายสินค้าให้แก่ลูกค้าในประเทศไทย

ลูกค้าหลักของ BAS คือ ผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์แก้วในประเทศไทย และผู้ผลิตของบริษัท คือ บริษัท TATA Chemicals International PTE Limited ซึ่งเป็นผู้ผลิตโซเดียมคาร์บอเนต (โซดาแอช) จากประเทศเคนยา ซึ่งสินค้านี้ไม่มีผู้ผลิตในประเทศไทย

สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

BAS นำเข้าผลิตภัณฑ์โซดาแอชจากผู้ผลิตในประเทศเคนยา ซึ่งเมื่อนำมาเปรียบเทียบกับคู่แข่งซึ่งเป็นผู้ผลิตจากประเทศพัฒนาแล้ว เช่น สหรัฐอเมริกา หรือ สหภาพยุโรป รวมทั้งผู้ผลิตรายใหญ่จากจีน จะเห็นว่าผู้ผลิตจากประเทศเคนยาเป็นผู้ผลิตรายเล็ก ซึ่งไม่อยู่ในฐานะที่จะสามารถแข่งขันได้ในด้านคุณภาพ หากแต่เนื่องจากต้นทุนในการผลิตจากประเทศเคนยาอยู่ในเกณฑ์ต่ำ จึงเป็นข้อได้เปรียบที่ทำให้บริษัทสามารถกำหนดราคาสู้คู่แข่งรายอื่นๆ ได้

นโยบายการตลาด

BAS เป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์โซดาแอช ซึ่งนำเข้าจากผู้ผลิตในประเทศเคนยา ลูกค้าส่วนใหญ่ของบริษัทเป็นผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์แก้ว ลูกค้าหลักในประเทศมีประมาณ 10 ราย

ปัจจุบัน กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์แก้วซึ่งดำเนินกิจการการอยู่ในประเทศไทยและในอนาคต BAS มีนโยบายจะขยายฐานลูกค้าไปยังอุตสาหกรรมอื่นๆ แต่ทั้งนี้การขยายฐานลูกค้าจำเป็นต้องขึ้นอยู่กับคุณภาพสินค้าของผู้ผลิตที่ BAS ทำการนำเข้าด้วยการจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย BAS ได้ทำการจัดเก็บดูแลสินค้าที่นำเข้าจากผู้ผลิตในประเทศเคนยา และดูแลจัดการการกระจายสินค้าไปให้แก่ลูกค้าในประเทศตามแผนการจัดส่งสินค้าตามที่ลูกค้าต้องการ

การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

BAS ตั้งอยู่ที่อาคารเบอร์ลี ยุคเกอร์ เลขที่ 99 ซอยรุเปีย ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110 เริ่มจดทะเบียนจัดตั้งบริษัทเมื่อวันที่ 11 พฤษภาคม 2538 โดยปัจจุบันมีทุนจดทะเบียน จำนวน 40 ล้านบาท ประกอบธุรกิจเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เคมีอุตสาหกรรม โดยนำเข้าจากผู้ผลิตต่างประเทศเพื่อจำหน่ายและ/หรือ ให้บริการนำเข้า จัดเก็บ และกระจายสินค้าให้แก่ลูกค้าในประเทศไทย

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ธุรกิจที่ BAS ได้ดำเนินการนั้นไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

4. กลุ่มสินค้าและบริการทางการค้าปลีกสมัยใหม่

กลุ่มสินค้าและบริการทางการค้าปลีกสมัยใหม่ของปีเจซีประกอบด้วยธุรกิจบิกซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ ซึ่งปีเจซีได้เข้าซื้อกิจการในปี 2559 ในปี 2560 ยอดขายกลุ่มสินค้าและบริการทางการค้าปลีกสมัยใหม่คิดเป็นอัตราส่วนประมาณร้อยละ 70.0 ของยอดขายรวมกลุ่มปีเจซี และคิดเป็นอัตราส่วนประมาณร้อยละ 64.0 ของกำไรก่อนดอกเบี้ยจ่าย ภาษีเงินได้ ค่าเสื่อมราคา และค่าใช้จ่ายตัดบัญชีรวมของกลุ่มปีเจซี นับได้ว่ากลุ่มสินค้าและบริการทางการค้าปลีกสมัยใหม่มีสัดส่วนรายได้มากที่สุดในกลุ่มธุรกิจปีเจซี

บิกซีคือห้างค้าปลีกที่ครบครันทุกช่องทางทั้งการจับจ่าย มีสาขากระจายตัวอยู่ทั่วประเทศทั้งรูปแบบร้านค้าธรรมดา และร้านค้าออนไลน์ ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคทุกกลุ่มเป้าหมายด้วยสินค้าคุณภาพที่หลากหลาย ราคาประหยัด บริการอันเป็นเลิศ ภายใต้บรรยากาศเป็นกันเองแสนประทับใจ ไม่ว่าจะเป็นการซื้อของเพื่อไว้ใช้ในครัวเรือนหรือซื้อเมื่อมีความจำเป็น รูปแบบศูนย์การค้าที่ผสมผสานระหว่างร้านค้าขนาดใหญ่และศูนย์การค้าที่มีร้านค้ารายย่อย ซึ่งนำเสนอสินค้าที่มีความหลากหลายและแตกต่าง สร้างความพอใจให้ลูกค้า ตอบทุกโจทย์ความต้องการในทีเดียว โดยรายได้ที่มาจากการให้เช่าพื้นที่ยังช่วยเสริมเสถียรภาพให้กับรายได้รวมของบิกซีอีกด้วย ด้วยรูปแบบร้านค้าที่หลากหลาย บิกซีจึงสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทุกที่และทุกเวลา ไม่เว้นจะเป็นการจับจ่ายประจำสัปดาห์ หรือการจับจ่ายเล็กๆ น้อยๆ ในแต่ละวันซึ่งเครือข่ายร้านค้าหลากหลายรูปแบบของบริษัท ไม่ว่าจะเป็นร้านที่ขายโดยตรงหรือการขายผ่านออนไลน์ สามารถก่อให้เกิดความประหยัดคุ้มค่าสูงสุด และมอบบริการอันดีเยี่ยมแก่ลูกค้าในทุกๆ รูปแบบ

1. **บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์** เป็นห้างไฮเปอร์มาร์เก็ตที่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายคือลูกค้าที่มีรายได้ระดับปานกลางถึงล่าง โดยมุ่งเน้นการนำเสนอสินค้าและบริการที่หลากหลาย ราคาประหยัด และมีคุณภาพ ภายใต้บรรยากาศการจับจ่ายที่สะอาดและให้ความคุ้มค่าสูงสุด รวมถึงมีบริการที่ประทับใจโดยในปี 2560 บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ มีสาขามากถึง 125 สาขาทั่วประเทศ
2. **บิ๊กซี เอ็กซ์ตร้า** เป็นห้างไฮเปอร์มาร์เก็ตที่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายคือลูกค้าที่มีรายได้ระดับปานกลางถึงบน โดยนำเสนอสินค้าพรีเมียม อาหารสดและอาหารแห้งที่หลากหลาย รวมถึงสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ โดยเฉพาะจากสินค้าแบรนด์คาสิโน สินค้ากลุ่มเทคโนโลยี ไวน์ และสินค้าพิเศษอื่นๆ ที่แตกต่างจากที่จำหน่ายในสาขาบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ทั่วไป อย่างไรก็ตามนโยบายเรื่องราคาประหยัดยังเป็นจุดขายที่สำคัญที่บริษัทยังคงยึดมั่น โดยในปี 2560 บิ๊กซี เอ็กซ์ตร้า มีสาขาทั้งสิ้น 15 สาขาทั้งในกรุงเทพฯ และหัวเมืองใหญ่
3. **บิ๊กซี มาร์เก็ต** เป็นซูเปอร์มาร์เก็ตที่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นลูกค้าที่มีรายได้ระดับปานกลางถึงล่าง ด้วยขนาดร้านค้าที่ค่อนข้างเล็กของบิ๊กซี มาร์เก็ต ทำให้บิ๊กซีสามารถเข้าถึงผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ตามหัวเมืองรองได้อย่างลงตัว บิ๊กซี มาร์เก็ตแตกต่างจากซูเปอร์มาร์เก็ตทั่วไปซึ่งเน้นเฉพาะการจำหน่ายสินค้าประเภทอาหาร แต่บิ๊กซี มาร์เก็ตจำหน่ายสินค้าทั้งอาหารสด ของใช้ในครัวเรือนไปจนถึงเครื่องใช้ไฟฟ้า โดยในปี 2560 บิ๊กซี มาร์เก็ตมีจำนวนสาขาทั้งสิ้น 60 สาขาในกรุงเทพฯและปริมณฑล และต่างจังหวัด
4. **มินิ บิ๊กซี** เป็นร้านค้าชุมชนหรือร้านสะดวกซื้อที่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นลูกค้าที่มีรายได้ระดับปานกลางถึงระดับล่าง สาขามินิ บิ๊กซีประเภทร้านค้าชุมชน มีสินค้าที่หลากหลายมากกว่าร้านสะดวกซื้อทั่วไปและมีสินค้าราคาโปรโมชัน เช่นเดียวกับในร้านค้าไฮเปอร์มาร์เก็ต เหมาะกับการจับจ่ายใช้สอยประจำสัปดาห์ สำหรับสาขามินิ บิ๊กซีประเภทร้านสะดวกซื้อ มุ่งเน้นสินค้าสำหรับการจับจ่ายใช้สอยเร่งด่วนเพื่อความสะดวก และส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในสถานบริการน้ำมัน นับตั้งแต่ปี 2559 บริษัทได้พัฒนารูปแบบร้านค้าแบบแฟรนไชส์ซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากผู้ร่วมธุรกิจ โดยในปี 2560 มินิบิ๊กซี มีจำนวนสาขาทั้งสิ้น 642 สาขา ในจำนวนนี้ตั้งอยู่ในสถานบริการน้ำมัน 212 สาขา และสาขาแฟรนไชส์ 85 สาขา
5. **ร้านขายยาเพรียว** เป็นร้านจำหน่ายเวชภัณฑ์และผลิตภัณฑ์บำรุงสุขภาพและความงาม ร้านขายยาเพรียวส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในร้านไฮเปอร์มาร์เก็ต และบิ๊กซี มาร์เก็ต โดยในปี 2560 มีร้านขายยาเพรียวจำนวนทั้งสิ้น 135 ร้าน
6. **ธุรกิจขายสินค้าออนไลน์** ถึงแม้ว่าธุรกิจสินค้าออนไลน์ยังถือเป็นธุรกิจใหม่สำหรับการค้าปลีกของไทยและมีมูลค่าเพียงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับมูลค่าตลาดโดยรวมของค้าปลีกไทยทั้งหมด แต่บริษัทมองเห็นโอกาสของการเติบโตจึงมุ่งมั่นพัฒนาธุรกิจขายสินค้าออนไลน์ของบิ๊กซีให้เติบโต โดยมุ่งเสริมการเชื่อมโยงทุกช่องทางทางการขายผ่านร้านค้าของบิ๊กซีและสร้างประโยชน์เพิ่มจากธุรกิจขายสินค้าออนไลน์ เพราะสามารถใช้เครือข่ายร้านของบิ๊กซีในการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าในการรับสินค้าไม่ว่าจะเป็นการซื้อสินค้าประจำวันหรือประจำสัปดาห์ด้วยบริการ “click-and-collect” แทนการรอสินค้าที่จัดส่งถึงบ้านเพียงอย่างเดียว บิ๊กซีมีรูปแบบธุรกิจขายสินค้าออนไลน์ 2 รูปแบบคือ
 - **บิ๊กซีช้อปปิ้งออนไลน์** เน้นการขายสินค้าอุปโภคและบริโภคผ่านเว็บไซต์จากผลิตภัณฑ์ที่มีขายอยู่ในห้างบิ๊กซีโดยขายในราคาและโปรโมชันเดียวกันกับห้างบิ๊กซี ใช้เครือข่ายการขนส่งของห้างบิ๊กซีในการอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า ในกรณีลูกค้าต้องการให้ส่งตรงถึงบ้านหรือลูกค้าสามารถรับสินค้าที่สาขาบิ๊กซีทั่วประเทศอีกช่องทางหนึ่ง นอกจากนี้ในช่วงกลางเดือนกรกฎาคม 2560 บริษัทได้ร่วมธุรกิจกับ Shopee.co.th โดยเสนอช่องทางให้ลูกค้าสามารถเลือกซื้อสินค้าจากบิ๊กซี ช้อปปิ้งออนไลน์ ผ่านแพลตฟอร์มของ Shopee ซึ่งถือเป็น

การเพิ่มยอดขายได้อีกอีกหนึ่ง ณ สิ้นปี 2560 ร้านค้าบิกซีช้อปปิ้งออนไลน์มีรายการสินค้าพร้อมบริการกว่า 23,000 รายการ นอกจากนี้บริษัทได้เปิดตัวบิกซี เฟรช เอ็กเพรส ในช่วงเดือนกรกฎาคม 2560 ให้บริการส่งสินค้าอาหารสดกว่า 3,000 รายการ ปัจจุบันมีการให้บริการในพื้นที่กรุงเทพมหานครและการันตีส่งสินค้าภายใน 2 ชม.

โมเดลธุรกิจแบบห้างค้าปลีกควบคู่กับศูนย์การค้า

ศูนย์การค้ามีความสำคัญอย่างยิ่งในการทำให้บิกซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์เป็น “ศูนย์การจับจ่ายแบบครบวงจร” สำหรับลูกค้าของบริษัท ร้านค้าและบริการที่หลากหลายในศูนย์การค้าของบิกซี นอกจากจะช่วยตอบสนองความต้องการของลูกค้าและเพิ่มจำนวนผู้มาจับจ่ายแล้ว รายได้จากการให้เช่าพื้นที่ยังเป็นส่วนสำคัญของผลประกอบการของบิกซีอีกด้วย ผู้เช่าพื้นที่ยังช่วยมอบตัวเลือกการบริการต่างๆ ให้กับลูกค้า โดยมีตั้งแต่โรงพยาบาลนรี คือออสชายสินค้า ร้านเครื่องตกแต่งบ้านหรือร้านอาหาร นอกจากนี้ยังมีโครงการอำเภอยิ้มเคลื่อนที่ให้บริการด้านทะเบียนราษฎร ศูนย์บริการแรงงานต่างด้าวยกตัวอย่างเช่นที่สาขาดอนเมืองและราษฎรบูรณะ และการเปิดให้บริการรับทำหนังสือเดินทางร่วมกับกรมการกงสุลที่สาขาสุนทรวังศ์ เป็นต้น

ผู้เช่าพื้นที่ศูนย์การค้าของบิกซี สามารถแบ่งได้เป็น 5 กลุ่ม ตามลักษณะของการเช่าและประเภทของธุรกิจ ดังนี้

1. **ร้านค้า** ประกอบด้วยผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์และให้บริการซึ่งเป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้บริโภค อาทิ ร้านค้าเครื่องแต่งกาย ร้านอาหาร ร้านกาแฟ ธนาคารซึ่งร้านค้าเหล่านี้ได้นำสินค้าและบริการซึ่งเป็นที่ต้องการของลูกค้ามาช่วยเพิ่มศักยภาพในการดึงดูดลูกค้า ส่งเสริมภาพลักษณ์และความหลากหลายของสินค้าและบริการในบิกซีด้วย
2. **ผู้เช่ารายใหญ่** ประกอบด้วยผู้ประกอบการซึ่งต้องการพื้นที่ขนาดใหญ่ที่ช่วยตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีความต้องการเฉพาะทาง อาทิ ร้านจำหน่ายอุปกรณ์ตกแต่งภายในบ้าน โรงพยาบาลนรี สถานออกกำลังกาย ร้านเครื่องใช้ไฟฟ้า หรือสำนักงานหนังสือเดินทาง เป็นต้น ซึ่งผู้เช่ารายใหญ่เหล่านี้มีบทบาทสำคัญในการดึงดูดลูกค้าสู่ศูนย์การค้าอย่างมาก ช่วยเติมเต็มให้บิกซีเป็นจุดหมายปลายทางที่ครบครันทั้งด้านสินค้าและบริการสำหรับลูกค้า
3. **ศูนย์อาหาร** ศูนย์การค้าบิกซีทุกแห่งจะมีศูนย์อาหารคุณภาพ ราคาประหยัด เป็นทางเลือกในการลดค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวันให้กับลูกค้า
4. **บิก บาซาร์** ประกอบด้วยผู้ประกอบการร้านค้ารายเล็กที่จำหน่ายสินค้าหลากหลาย เช่น เครื่องประดับเครื่องแต่งกาย ผลิตภัณฑ์พื้นบ้าน ของเล่นเด็ก ฯลฯ
5. **พื้นที่เช่าชั่วคราว** ประกอบด้วยผู้เช่ารายย่อย มีรูปแบบเป็นบูธสินค้าขนาดเล็กที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ปรับเปลี่ยนไปตามกระแสความนิยมและความต้องการของลูกค้า โดยจะมีพื้นที่เช่าอยู่ทั้งด้านในและด้านนอกของอาคารเพื่อสร้างบรรยากาศและความสนุกสนานในการจับจ่ายใช้สอย

ขนาดของพื้นที่ให้เช่าในศูนย์การค้าของบิกซีแตกต่างกันตามรูปแบบและที่ตั้งของสาขา โดยในปี 2560 บริษัทได้เปิดศูนย์การค้าใหม่จำนวน 10 แห่ง ปัจจุบันบิกซีมีศูนย์การค้าทั้งหมด 194 แห่ง และมีพื้นที่ให้เช่ารวมประมาณ 884,000 ตารางเมตร

การปรับปรุงสาขา

การปรับปรุงสาขามีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจทางค้าปลีกควบคู่ไปกับศูนย์การค้า การปรับปรุงสาขาแบ่งออกเป็น 4 ลักษณะคือ การก่อสร้างเพิ่มเติมเพื่อเพิ่มพื้นที่ศูนย์การค้า การปรับปรุงโดยวิธีการจัดการสัดส่วนพื้นที่ค้าปลีกให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นเพื่อนำพื้นที่ส่วนเกินมาเป็นพื้นที่ศูนย์การค้า และการพัฒนาและตกแต่งสาขาให้ทันสมัยโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อปรับปรุงรูปลักษณ์ของสาขาให้ดูใหม่และทันสมัยโดยมุ่งเน้นบริเวณพื้นที่จอดรถ ห้องสุขา และพื้นที่ใช้สอยส่วนกลางสำหรับพนักงาน ในส่วนของการก่อสร้างเพิ่มเติมเพื่อเพิ่มพื้นที่ศูนย์การค้าและการปรับปรุงโดยวิธีการจัดการสัดส่วนพื้นที่ค้าปลีกให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นนั้นมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มประสิทธิผลสูงสุดด้านรายได้ให้แก่สาขา รวมถึงสร้างประสบการณ์แปลกใหม่ให้กับลูกค้าด้วยการเพิ่มสัดส่วนพื้นที่ศูนย์การค้าและความหลากหลายของกลุ่มผู้เช่าซึ่งแนวคิดนี้ได้ผลดีมากเพราะทำให้บริษัทสามารถวิเคราะห์หรือออกแบบศูนย์การค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า โดยหาสัดส่วนที่ลงตัวที่สุดระหว่างขนาดพื้นที่ของส่วนค้าปลีกกับขนาดของพื้นที่ให้เช่า นำมาซึ่งรายได้จากยอดขายและรายได้จากพื้นที่เช่าให้มากที่สุด นอกจากนี้การก่อสร้างเพิ่มเติมเพื่อเพิ่มพื้นที่ศูนย์การค้ายังช่วยเพิ่มขนาดของพื้นที่ให้เช่าอีกด้วย ในขณะเดียวกันการปรับปรุงแบบครบวงจรของสาขาและพื้นที่ศูนย์การค้าช่วยให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์จับจ่ายที่ไม่จำเจ และการออกแบบจัดวางพื้นที่ใช้สอยในศูนย์การค้าอย่างมีประสิทธิภาพช่วยให้บริษัทมีพื้นที่ให้เช่าเพิ่มขึ้น ในปี 2560 บริษัทมีการปรับปรุงโดยการขยายเพิ่มพื้นที่ศูนย์การค้าในสาขาจำนวน 4 สาขา การปรับปรุงโดยวิธีการจัดสรรสัดส่วนพื้นที่ค้าปลีกให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นจำนวน 1 สาขา การปรับปรุงแบบเต็มรูปแบบ 2 สาขาและการพัฒนาและตกแต่งสาขาจำนวน 33 สาขา

ระบบการขนส่งสินค้า

สินค้าและผลิตภัณฑ์จากคู่ค้ากว่า 3,700 รายของบิ๊กซีถูกจัดส่งไปยังสาขาได้สองทาง คือจัดส่งตรงไปยังสาขาหรือผ่านศูนย์กระจายสินค้าของบิ๊กซี เนื่องจากระบบขนส่งสินค้าเป็นหัวใจสำคัญของการดำเนินธุรกิจ ในปัจจุบันมีศูนย์กระจายสินค้าทั้งหมด 4 แห่ง โดย 2 แห่งบิ๊กซีเป็นเจ้าของและบริหารงานเอง (ศูนย์กระจายสินค้ามินิบิ๊กซีที่อำเภอธัญบุรี และศูนย์กระจายสินค้าอาหารสดที่เขตลาดกระบัง สำหรับศูนย์กระจายสินค้าอีก 2 แห่ง บิ๊กซีเช่าและมอบหมายให้ผู้ประกอบการชั้นนำทางด้านการบริหารคลังสินค้าเป็นผู้ดำเนินการ โดยมีศูนย์กระจายสินค้าอาหารแห้งที่อำเภอวังน้อย และศูนย์กระจายสินค้าแบบครบวงจรที่อำเภอบางพลี) ศูนย์กระจายสินค้าใหม่ทุกแห่งได้นำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ เช่น ระบบหยิบตามสัญญาณไฟ ระบบหยิบตามสัญญาณเสียง ซึ่งจะพัฒนาประสิทธิภาพของการดำเนินการและช่วยเคลื่อนย้ายสินค้าได้แม่นยำ การบรรจุเป้าหมายในเรื่องการพัฒนาระบบขนส่งสินค้านี้ ช่วยให้บริษัทพัฒนาการบริหารสินค้าคงคลัง และเงินทุนหมุนเวียนอย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งมีศักยภาพเพียงพอที่จะรองรับการขยายกิจการในอนาคต นอกจากนี้บิ๊กซีได้สานต่อการดำเนินการเรื่องการรวมศูนย์การขนส่งโดยให้ผ่านศูนย์กระจายสินค้าให้มากที่สุด ซึ่งจะทำให้บริษัทมีประสิทธิภาพมากขึ้นในการบริหารสินค้า ลดค่าใช้จ่ายด้านการขนส่งสินค้าและถือเป็นการอำนวยความสะดวกสูงสุดให้แก่แต่ละสาขาอีกด้วย ในปี 2560 บริษัทได้เริ่มสร้างศูนย์กระจายสินค้า มินิ บิ๊กซี แห่งใหม่เพื่อรองรับการขยายสาขา โดยศูนย์กระจายสินค้าแห่งใหม่นี้ตั้งอยู่ใกล้กับศูนย์กระจายสินค้ามินิ บิ๊กซี ธัญบุรี ซึ่งคาดว่าจะสร้างเสร็จในช่วงต้นปี 2561 และสามารถรองรับสาขามินิ บิ๊กซี ได้ประมาณ 1,300 สาขา

สินค้าและบริการ

บริษัทมุ่งมั่นตอบสนองลูกค้าด้วย “สินค้าราคาประหยัดครบครันทุกวัน” โดยทีมจัดซื้อมากประสบการณ์ของบริษัทจะเป็นผู้คัดสรรสินค้าจากผู้ประกอบการจากภายในประเทศกว่า 3,700 ราย นอกเหนือจากผู้ประกอบการต่างประเทศเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ครบครัน บริษัทมีสินค้าที่จำหน่ายอยู่ในบิกซีกว่า 130,000 รายการ โดยประมาณร้อยละ 97.0 ของสินค้าทั้งหมดผลิตในประเทศ ครอบคลุมทุกประเภทสินค้าและทุกระดับราคาตั้งแต่ราคาที่ยประหยัดที่สุดไปจนถึงสินค้าพรีเมียม สินค้าที่จัดจำหน่ายในบิกซี แบ่งกลุ่มสินค้าได้ดังนี้

- อาหารสด ได้แก่ เนื้อสัตว์ อาหารทะเล ผลไม้และผักสด อาหารพร้อมปรุงและอาหารพร้อมรับประทาน อาหารแช่แข็ง อาหารอบ รวมถึงสมุนไพรและเครื่องเทศต่างๆ
- สินค้าอุปโภคและบริโภค ได้แก่ เครื่องปรุงรสและเครื่องประกอบอาหาร เครื่องดื่มต่างๆ ขนมขบเคี้ยว ของใช้ส่วนตัว ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด อาหารและของใช้สำหรับสัตว์เลี้ยงและอุปกรณ์เครื่องใช้อื่นๆ
- เสื้อผ้า ได้แก่ กลุ่มเสื้อผ้าและเครื่องประดับ
- เครื่องใช้ไฟฟ้า ได้แก่ อุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้าขนาดเล็ก เช่น เครื่องปรับอากาศ ตู้เย็น ฯลฯ อุปกรณ์เครื่องใช้ในครัว อุปกรณ์เพื่อความบันเทิงภายในบ้าน อุปกรณ์ประดับยนต์ วัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือซ่อมแซมบำรุงรักษาบ้าน
- อุปกรณ์ตกแต่งและของใช้ภายในบ้าน ได้แก่ อุปกรณ์ตกแต่งบ้าน เฟอร์นิเจอร์ เครื่องครัว บรรจุภัณฑ์และเครื่องใช้พลาสติก ของตกแต่ง อุปกรณ์กีฬาและของเด็กเล่น

การบริการที่เป็นเลิศของบิกซี

ความแข็งแกร่งจากการมีจำนวนสาขาทั่วประเทศที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างสูงสุด ทำให้บิกซีเป็นศูนย์รวมของการบริการครบวงจร “การบริการที่เป็นเลิศของบิกซี” ที่มอบให้กับลูกค้าที่แวะเวียนมาใช้บริการไม่ต่ำกว่า 500,000 คนต่อวันทั่วประเทศ บริษัทมีบริการอื่นๆ ที่อำนวยความสะดวกให้ลูกค้า ได้แก่ การชำระค่าสาธารณูปโภคต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นค่าไฟ ค่าน้ำ ค่าโทรศัพท์หรือการซื้อเวลาเกมออนไลน์ บริการโอนเงินระหว่างประเทศ บริการรับส่งพัสดุ บริการตัวเครื่องบิน บริการตัวโดยสารรถบัส บริการตัวคอนเสิร์ต บริการยื่นแบบชำระภาษีผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ในช่วงปี 2560 บิกซีได้ร่วมมือกับบริษัท อีออน เพื่อให้บริการบัตรเครดิตซึ่งได้รับการตอบรับจากลูกค้าเป็นอย่างดีซึ่งมียอดการเปิดใช้บัตรกว่า 200,000 ใบ ณ สิ้นปี 2560 อีกทั้งยังร่วมมือกับกระทรวงสาธารณสุขและสาธารณสุขจังหวัดให้บริการตรวจสุขภาพฟรีแก่ผู้ที่มาใช้บริการที่สาขาต่างๆ เช่น การตรวจหาโรคเบาหวาน การตรวจฟัน รวมถึงเป็นจุดให้บริการรับบริจาคโลหิต และการให้วัคซีนในบางสาขาอีกด้วย

สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

แม้ว่าการค้าปลีกสมัยใหม่ในประเทศไทยมีจะปริมาณเพิ่มขึ้นมากกว่าประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ อย่างไรก็ตามตลาดค้าปลีกสมัยใหม่ของประเทศไทยในระยะยาวยังมีโอกาสเติบโตอีกมากเนื่องจากสัดส่วนทางการตลาดของการค้าปลีกแบบดั้งเดิมยังคงครองตลาดอยู่ถึงครึ่งหนึ่งของตลาดค้าปลีกทั้งหมด การเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของผู้บริโภคไทยและการเติบโตของจำนวนประชากรในเขตชานเมืองก่อให้เกิดโอกาสในการเติบโตของธุรกิจค้าปลีก

เนื่องจากผู้บริโภคสมัยใหม่มีเวลาในการจับจ่ายน้อยลงในขณะที่มีความหวังในความคุ้มค่าที่สูงขึ้น ดังนั้นผู้ให้บริการค้าปลีกสมัยใหม่ที่มีความสะดวกครบครันและบริการที่เป็นเลิศจึงจะสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้

ในปี 2560 บิ๊กซีได้กลับมาขยายสาขาอย่างต่อเนื่องในทุกรูปแบบร้านค้า โดยมีการขยายสาขาทั้งสิ้นจำนวน 187 สาขาใน 10 จังหวัด ในจำนวนนี้เป็นร้านไฮเปอร์มาร์เก็ตจำนวน 9 สาขา และ บิ๊กซีมาร์เก็ตจำนวน 1 สาขา โดยสาขาเหล่านี้มีพื้นที่ให้เช่าอยู่ภายในสาขา มินิ บิ๊กซี มีการขยายสาขาจำนวน 186 สาขา (ทำการปิดจำนวน 9 สาขาประจำปี) ซึ่ง 48 สาขาเป็นสาขาแฟรนไชส์ บิ๊กซีได้ปรับปรุงสาขาของไฮเปอร์มาร์เก็ตให้ดูใหม่และทันสมัยขึ้น จำนวน 4 สาขา และปรับปรุงสาขาให้มีการใช้พื้นที่การใช้สอยอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นด้วยจำนวน 1 สาขา การปรับปรุงแบบครบวงจรของสาขาจำนวน 2 สาขา และการปรับสภาพแวดล้อมในร้านให้มีภาพลักษณ์ที่สวยงามจำนวน 33 สาขา

การแข่งขันของธุรกิจค้าปลีกยังคงทวีความรุนแรง ผู้ประกอบการรายใหญ่ในธุรกิจค้าปลีกของไทยมีจำนวน 3 ราย คือ บิ๊กซี เทสโก้โลตัส และซีพีโอแอล/แมคโคร ซึ่งทุกรายล้วนแล้วแต่มีรูปแบบร้านค้าที่หลากหลายและมีเครือข่ายทั่วประเทศ สำหรับบิ๊กซีการควบรวมกิจการกับห้างคาร์ฟูร์ ประเทศไทยในช่วงต้นปี 2554 ทำให้มีสาขาไฮเปอร์มาร์เก็ตในเขตเมืองใหญ่และจังหวัดที่เป็นจังหวัดท่องเที่ยวที่สำคัญซึ่งลูกค้ามีกำลังซื้อมากยิ่งขึ้นกว่าเดิม นอกจากนี้กลยุทธ์รูปแบบร้านค้าที่หลากหลายได้รับการตอบรับอย่างดีโดยเฉพาะรูปแบบร้านค้าชุมชนและร้านสะดวกซื้อของมินิบิ๊กซี ซึ่ง ณ วันสิ้นปี 2560 มีจำนวนสาขาทั้งหมด 642 สาขา ในจำนวนนี้ 85 สาขาเป็นสาขาแฟรนไชส์

ไฮเปอร์มาร์เก็ต ปี 2560 บิ๊กซียังคงขยายสาขาไฮเปอร์มาร์เก็ตอย่างต่อเนื่องโดยเปิดสาขาใหม่จำนวน 9 สาขา ในจำนวน 7 สาขาของไฮเปอร์มาร์เก็ตที่เปิดใหม่ทำการเปิดภายใต้โมเดลแบบประหยัด 3,000 ตร.ม. / 4,000 ตร.ม. ซึ่งร้านจะมีขนาดของพื้นที่ขายเล็กลงแต่มีสินค้าให้บริการที่ครบครัน รวมถึงมีร้านค้าเช่าที่ตอบโจทย์ลูกค้า เช่น โรงภาพยนตร์ ทำให้ ณ สิ้นปี 2560 มีจำนวนสาขาไฮเปอร์มาร์เก็ตทั้งหมด 140 สาขา (ในจำนวนนี้มีบิ๊กซี เอ็กซ์ตร้า 15 สาขา และบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ 125 สาขา) คู่แข่งขันโดยตรงของบิ๊กซีสำหรับรูปแบบไฮเปอร์มาร์เก็ตคือ เทสโก้โลตัส และคู่แข่งทางอ้อมคือบริษัทสยามแมคโคร เพราะสินค้าบางส่วนของบิ๊กซีคาบเกี่ยวกับสยามแมคโครซึ่งเป็นผู้ประกอบการที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้ประกอบการ นอกจากนี้สินค้าบางส่วนยังมีความคาบเกี่ยวกับสินค้าที่ขายในธุรกิจค้าปลีกเฉพาะด้านเช่น ร้านค้าประเภท DIY และร้านจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้า เป็นต้น ในปี 2560 เทสโก้โลตัสมีสาขาไฮเปอร์มาร์เก็ตเปิดใหม่จำนวน 10 สาขา ทำให้มีจำนวนสาขาทั้งหมด 192 สาขา สำหรับบริษัทสยามแมคโครยังคงมีแผนการขยายสาขาในปี 2560 ด้วยการเปิดสาขาใหม่จำนวน 12 สาขาทำให้ ณ วันสิ้นปีบริษัทสยามแมคโครมีจำนวนสาขาทั้งหมด 124 สาขา (ในจำนวนนี้มีแมคโคร 88 สาขา, แมคโคร ฟู้ดเซอร์วิส 28 สาขา และสยามโปรเซ่น 8 สาขา)

ซูเปอร์มาร์เก็ต ผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจค้าปลีกแบบซูเปอร์มาร์เก็ตมีจำนวนรายมากกว่าผู้ประกอบการแบบไฮเปอร์มาร์เก็ตอันได้แก่ บิ๊กซี เทสโก้โลตัส ท็อปส์ แม็กซ์แวลู โฮมเฟรชมาร์ท วิลล่ามาร์เก็ต และฟู้ดแลนด์ สำหรับบิ๊กซีมาร์เก็ตมีรูปแบบที่แตกต่างจากซูเปอร์มาร์เก็ตทั่วไป ลักษณะเด่นจะเหมือนไฮเปอร์มาร์เก็ตขนาดย่อมที่มีเอกลักษณ์ในความเป็นผู้นำด้านราคาถูก และจำหน่ายสินค้าประเภทอาหารและเครื่องใช้อื่นๆในครัวเรือน ด้วยขนาดที่เล็กของร้านค้าทำให้บิ๊กซีมาร์เก็ตสามารถเข้าถึงพื้นที่และผู้บริโภคที่อาศัยอยู่รอบๆ ตัวเมืองได้อย่างคล่องตัว ในปี 2560 บริษัทมีการขยายสาขาบิ๊กซีมาร์เก็ตจำนวน 1 สาขาทำให้จำนวนสาขา ณ วันสิ้นปี 2560 มีสาขาบิ๊กซีมาร์เก็ตจำนวน 60 สาขา ในขณะที่เทสโก้โลตัสตลาดมีจำนวนสาขาทั้งหมด 190 สาขา โดยทำการปิดสาขาใหม่จำนวน 1 สาขา สำหรับท็อปส์ปัจจุบันมีสาขาในประเภทซูเปอร์มาร์เก็ตจำนวน 219 สาขา

ร้านค้าขนาดเล็ก ร้านค้าขนาดเล็กสามารถจำแนกรูปแบบได้ 2 ประเภทหลักคือ ร้านสะดวกซื้อและร้านค้าชุมชน ร้านค้าชุมชนที่ดำเนินธุรกิจอยู่ได้แก่ มินิ บิ๊กซี เทสโก้โลตัสเอ็กซ์เพรส ท็อปส์เดลี และแม็กซ์แวลูทันใจ และร้านสะดวกซื้อที่ดำเนินธุรกิจอยู่ได้แก่ ซีฟู้ดอลล์ แฟมมิลีมาร์ท ลอว์สัน 108 และบิ๊กซี จากการที่บิ๊กซีขยายสาขามินิบิ๊กซี ในปี 2560 จำนวน 177 สาขา (ในจำนวนนี้รวมสาขาแฟรนไชส์ 48 สาขา ส่งผลให้มีจำนวนสาขามินิบิ๊กซีทั้งหมด 642 สาขา (รวมสาขาแฟรนไชส์ 85 สาขา) บิ๊กซีมองเห็นโอกาสทางการเติบโตของร้านสะดวกซื้อและร้านค้าชุมชน และในระหว่างปีบิ๊กซีได้เริ่มสร้างศูนย์กระจายสินค้า มินิ บิ๊กซี แห่งใหม่เพื่อรองรับการขยายสาขาในอนาคต ในขณะที่เทสโก้โลตัสขยายสาขาประเภท เทสโก้โลตัสเอ็กซ์เพรสจำนวน 130 สาขาใหม่ สาขา ทำให้ ณ วันสิ้นปีมีจำนวนสาขาทั้งหมด 1,580 สาขา สำหรับร้านสะดวกซื้อรายใหญ่คือ เซเว่นอีเลฟเว่น ซึ่งดำเนินธุรกิจโดยบริษัทซีฟู้ดอลล์ มีจำนวนร้านค้าทั้งหมดมากกว่า 10,247 สาขา และร้านสะดวกซื้อแฟมมิลีมาร์ท มีจำนวนร้านค้าทั้งหมดมากกว่า 1,133 สาขา

นโยบายการตลาด

บิ๊กซีห่วงคนไทย หัวใจคือลูกค้า “ความเป็นไทย” ถูกปลูกฝังอยู่ในดีเอ็นเอ (DNA) ของพวกเราครอบครัวบิ๊กซีทุกคน บิ๊กซีให้ความสำคัญกับการเป็นศูนย์กลางของชุมชน ร้านค้าบิ๊กซีเปรียบเสมือนส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของคนไทยกว่าล้านคน บิ๊กซีพยายามเสมอที่จะเป็นศูนย์การค้าแบบครบวงจร และส่งเสริมกิจกรรมของสาขาของบิ๊กซีกับชุมชน อีกทั้งช่วยส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นของคนไทยด้วยการจัดซื้อพืชผัก ผลไม้ รวมทั้งเนื้อสัตว์และอาหารทะเลโดยตรงจากเกษตรกร ในปี 2560 บริษัทได้ร่วมมือกับกระทรวงพาณิชย์เพื่อเปิดโครงการสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้มีโอกาสเป็นผู้จัดหาสินค้าให้แก่บิ๊กซี ซึ่งผลการดำเนินงานโครงการในรอบแรกพบว่า มีผู้ประกอบการจำนวนประมาณ 500 รายที่มีศักยภาพ ซึ่งบิ๊กซีพร้อมที่จะให้คำปรึกษาและร่วมงานในอนาคตเพื่อให้มั่นใจว่าผลิตภัณฑ์ทั้งหลายนั้นมีคุณภาพและได้มาตรฐาน

ความเป็นผู้นำด้านราคา ถือเป็นปรัชญาการดำเนินธุรกิจที่สำคัญที่บิ๊กซียึดถือตลอดระยะเวลา 20 ปี และบริษัทมุ่งมั่นในการมอบความประหยัดให้ลูกค้าผ่านสินค้าคุณภาพราคาถูก บิ๊กซีภาคภูมิใจเป็นอย่างยิ่งที่ครองสถานะผู้นำด้านราคาถูกของประเทศและพร้อมที่จะทำงานหนักเพื่อรักษาตำแหน่งผู้นำด้านราคาต่อไป โดยยึดหลักดังนี้

1. รับประกันสินค้ามีโปรโมชันในสต็อก หากสินค้าโปรโมชันในหนังสือพิมพ์และโทรทัศน์หมดก่อนระยะเวลาโปรโมชัน บิ๊กซีจะมอบคูปองให้ลูกค้า ณ จุดบริการสาขาเพื่อให้ซื้อสินค้าชิ้นนั้นในราคาโปรโมชันได้ในภายหลัง
2. รับประกันราคาถูกต้อง รับประกันป้ายราคาถูกต้อง “เห็นเท่าไหน จ่ายเท่านั้น”

บริการลูกค้าด้วยใจ บริษัทมีนโยบายส่งเสริมการบริการลูกค้าเพื่อยกระดับมาตรฐานการบริการของบิ๊กซีตลอดปี 2559 ด้วยโครงการบริการลูกค้าด้วยใจซึ่งรวมการฝึกอบรมด้านการบริการลูกค้าสำหรับพนักงาน ในปี 2560 ผู้จัดการสาขาและพนักงานทุกคนของบริษัทได้เข้าร่วมการอบรมหลักสูตรการบริการลูกค้าด้วยใจซึ่งจัดขึ้นเป็นรอบที่สองระหว่างเดือนมิถุนายนถึงกรกฎาคม โดยมีผู้สำเร็จการอบรมจำนวน 42,438 คน (รวมถึงบุคลากรภายนอกที่ทำงานให้บริษัท) นอกจากนี้บริษัทยังคงดำเนินการเปิดรับฟังความคิดเห็นจากลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ด้วยการแสดงคิวอาร์โค้ดไว้ที่ด้านล่างของใบเสร็จรับเงินที่ให้แก่ลูกค้าเพื่อเสนอช่องทางสื่อสารการแสดงความคิดเห็นหรือข้อติชมของลูกค้าที่มีต่อบริษัท การเสนอช่องทางสื่อสารออนไลน์เป็นอีกช่องทางเลือกหนึ่งซึ่งถือเป็นการปรับตัวของบริษัทในการอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าที่มีพฤติกรรมสื่อสารที่เปลี่ยนไป ในช่วงปี 2560 บริษัทได้มียอดการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊ก ไลน์ และอินสตาแกรมเพื่อเข้าถึงลูกค้าเพิ่มมากขึ้น และบริษัทได้เริ่มทดลองส่งโปรโมชันสินค้าสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าผ่านระบบออนไลน์อีกด้วย

บิกการ์ด สมาชิกบัตรบิกการ์ดได้รับประโยชน์มากขึ้นในปี 2560 หลังจากบริษัทได้ทำการออกโปรแกรมการสะสมคะแนนบิกการ์ดใหม่อีกครั้ง ณ สิ้นเดือนมิถุนายน 2560 ระบบการสะสมคะแนนได้ถูกเปลี่ยนแปลง จากเดิมที่ต้องใช้ เป็นคูปองเงินสดเปลี่ยนเป็นสามารถสะสมคะแนนเพื่อใช้ในครั้งถัดไป ระบบนี้ช่วยให้ลูกค้าได้รับประโยชน์จากทุกบาทที่ใช้ จ่าย แทนที่การได้รับคูปองเงินสดตามยอดการใช้จ่ายที่กำหนด ระบบใหม่ของบิกการ์ดเสนอทางเลือกเพื่อแลกคะแนนสะสม ของบิกการ์ด คือ การแลกคะแนนสะสมเป็นคูปองเงินสดและการแลกคะแนนสะสมเป็นสินค้าพรีเมียม ปัจจุบันทางบริษัท กำลังพัฒนาระบบเพิ่มเติมให้กับสมาชิกซึ่งสามารถใช้คะแนนสะสมได้อย่างทั่วถึงในห้างบิกซี เช่น ใช้จ่ายที่ศูนย์อาหาร ร้านค้า การเติมเงินโทรศัพท์มือถือ และการชำระค่าธรรมเนียมสาธารณูปโภคต่างๆ นับตั้งแต่การออกโปรแกรมการสะสม คะแนนบิกการ์ดใหม่ ส่งผลให้มีจำนวนสมาชิกบิกการ์ดเพิ่มขึ้นอีกประมาณ 2 ล้านคน ทำให้ ณ สิ้นปี 2560 มีจำนวนสมาชิก บิกการ์ดทั้งหมดกว่า 12 ล้านใบ

5. กลุ่มธุรกิจอื่นๆ

5.1 ธุรกิจต่างประเทศ

ด้วยวิสัยทัศน์และพันธกิจของบริษัทและผู้บริหารที่จะมุ่งมั่นเพื่อความเป็นเลิศในการพัฒนาการผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพจากต้นน้ำถึงปลายน้ำและเป็นผู้นำในการกระจายสินค้าอุปโภคบริโภคที่ดีเพื่อตอบสนองของผู้บริโภคในทุกๆ ด้าน ฝ่ายธุรกิจต่างประเทศมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนและดำเนินการตามนโยบายหลักของบริษัท โดยเป็นหน่วยงานที่สำคัญในการขยายการลงทุนของบริษัทไปยังต่างประเทศโดยเฉพาะในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยนำเสนอกลยุทธ์ และสร้างความเชื่อมโยงทางธุรกิจ และการขยายการลงทุนจากธุรกิจฐานเดิมซึ่งมีความเชี่ยวชาญและมั่นคง ไปถึงธุรกิจใหม่ ที่มีความเกี่ยวเนื่องอื่นๆ เพื่อเพิ่มโอกาสและขีดความสามารถในทางการค้าให้เติบโตและเป็นไปอย่างต่อเนื่อง

ด้วยความมุ่งมั่นในการเพิ่มประสิทธิภาพในการขยายเครือข่ายทางธุรกิจและการลงทุน บริษัทจึงมีสำนักงาน ตัวแทนใน 5 ประเทศ ดังนี้

1. **สำนักงานในประเทศเวียดนาม** ปีเจซีได้วางรากฐานของธุรกิจอย่างครบวงจร ซึ่งครอบคลุมทั้งธุรกิจด้านการผลิต การสร้างเครือข่ายกระจายสินค้า และธุรกิจค้าปลีก
 - ในด้านการผลิต ปีเจซีได้ทำการขยายฐานการผลิตและการเพิ่มช่องทางการจำหน่าย ผลิตภัณฑ์กระป๋อง ทิชชู เซลลูล็อกซ์และแบรนด์อื่นๆ โดยในปี 2560 นี้ได้เข้าซื้อกิจการ “วีนา เปเปอร์ คัมปะนี ลิมิเต็ด” ซึ่ง บริษัทเป็นเจ้าของแบรนด์ทิชชู E'mos แบรนด์อันดับที่ 3 ของประเทศเวียดนาม
 - ด้านการกระจายสินค้าได้มีการปรับปรุงพื้นที่จัดเก็บสินค้า (Warehouse) ให้เหมาะสมและเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการด้านโลจิสติกส์ และสรรหาสินค้าใหม่ที่มีคุณภาพเพื่อการตอบสนองแก่ผู้บริโภค
 - ด้านธุรกิจค้าปลีก (Retails) ภายใต้ชื่อ เอ็มเอ็ม เมกกา มาร์เก็ต เวียดนาม (cash and carry ชื่อเดิม เมโทร แคช แอนด์ แคร์) ซึ่งมีจำนวน 19 สาขาทั่วประเทศ และพร้อมขยายอย่างต่อเนื่อง ทั้งยังมีร้านสะดวกซื้อรูปแบบ แฟรนไชส์ภายใต้ชื่อ ปี สมาร์ท โนนครโฮจิมินห์ จำนวน 154 สาขา เพื่อรองรับการเติบโตของประเทศไทยได้อย่างต่อเนื่อง

2. **สำนักงานในประเทศกัมพูชา** ปัจจุบันปีเจซีได้มุ่งเน้นเพื่อหาโอกาสทางธุรกิจทางการค้าและการลงทุน ในกลุ่มธุรกิจสินค้าอุปโภคและบริโภค เช่น โรงงานแปรรูปกระดาษทิชชูเชลลิกซ์ และผลิตภัณฑ์น้ำมันปาล์ม เพื่อการบริโภคและด้วยการขยายตัวทางเศรษฐกิจที่สูงอย่างต่อเนื่องของประเทศกัมพูชา ปีเจซีจึงดำเนินนโยบายที่จะขยายธุรกิจการค้าและการลงทุนในตลาดกัมพูชาต่อไป
3. **สำนักงานในสปป.ลาว** ปีเจซีมุ่งเน้นการขยายธุรกิจการค้าปลีก ซึ่งปัจจุบันดำเนินกิจการธุรกิจแฟรนไชส์ร้านสะดวกซื้อ ภายใต้ชื่อ เอ็มฟอย มาร์ท ซึ่งปัจจุบันได้รับการยอมรับว่าเป็นร้านสะดวกซื้อที่มีความทันสมัยและมีสาขามากที่สุดในนครเวียงจันทน์ ปีเจซีมีแผนธุรกิจที่จะเพิ่มจำนวนสาขาอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ปีเจซียังมีแผนการที่จะพัฒนาสินค้าประเภทกาแฟสายพันธุ์อาราบิก้า ซึ่งเป็นผลผลิตจากไร่กาแฟเมืองปากซอง ทางตอนใต้ของสปป.ลาว เพื่อรองรับการเติบโตของตลาดกาแฟอีกด้วย
4. **สำนักงานในประเทศเมียนมาร์** ทางบริษัทเป็นผู้แทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ขวดแก้ว บรรจุภัณฑ์แก้ว ถึงเปียร์สด สินค้าอุปโภคและบริโภค รวมทั้งอุปกรณ์เครื่องมือทางการแพทย์
5. **สำนักงานในประเทศจีน** ด้วยศักยภาพทางเศรษฐกิจที่เติบโตและการส่งออกของจีนที่ขยายตัวต่อเนื่อง ในปี 2560 ทางฝ่ายธุรกิจต่างประเทศจึงเห็นความสำคัญในการเพิ่มสัดส่วนทางการค้ากับประเทศจีน โดยจัดตั้งสำนักงานตัวแทนที่เมือง กวางโจว เพื่อดำเนินการจัดซื้อและสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่มีคุณภาพเพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจค้าปลีก อีกทั้งยังเป็นการวางรากฐานสำหรับการลงทุนในอนาคตต่อไป

นอกจากนี้ ทางฝ่ายธุรกิจต่างประเทศยังได้สานต่อนโยบายจากผู้บริหารและรัฐบาลไทยที่มีความประสงค์ที่จะช่วยเหลือธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย โดยการจัดกิจกรรมให้ผู้ค้าไทย (SME) ไปเยี่ยมชมและพบปะผู้ค้าในแต่ละประเทศเพื่อส่งเสริมสินค้าของประเทศไทยออกสู่ประชาคมอาเซียนภายใต้เครือข่ายของบริษัท ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการไทยได้เติบโตอย่างยั่งยืนต่อไป

5.2 ธุรกิจจำหน่ายหนังสือและนิตยสาร

บริษัท เบอริลี ยุคเกอร์ จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจจำหน่ายหนังสือและนิตยสารผ่าน บริษัท เอเชีย บুকส์ จำกัด ซึ่งเป็นผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายหนังสือภาษาอังกฤษรายใหญ่ที่สุดในประเทศไทย อีกทั้งจัดพิมพ์หนังสือประเภทเนื้อหาที่เผยแพร่วัฒนธรรม ศิลปะและความงามของประเทศไทยในด้านต่างๆ นอกจากนี้ เอเชียบุ๊กส์ ยังเป็นผู้แทนจำหน่ายนิตยสารต่างประเทศแต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย ตลอดจนเป็นผู้แทนจำหน่ายสินค้ากลุ่มไลฟ์สไตล์ สมุดโน้ต อุปกรณ์เครื่องเขียนและสินค้าเสริมสร้างการเรียนรู้และทักษะการอ่าน ตลอดจนพัฒนาการของเด็กในหลายระดับ

ปัจจุบันบริษัท เอเชีย บุกส์ จำกัด เป็นผู้นำอันดับ 1 ในประเทศไทยสำหรับการขายและจำหน่ายหนังสือและนิตยสารภาษาอังกฤษครอบคลุมทุกช่องทางทางการขายและจำหน่ายโดยผ่านช่องทางจำหน่ายแบบการค้าปลีกของบริษัทฯ ที่มีร้านหนังสือภายใต้แบรนด์ “Asia Books” และ “Bookazine” รวมกัน 71 สาขาทั่วประเทศ และบริหารร้านหนังสือในสนามบินนานาชาติที่กรุงเทพฯ และสนามบินภูมิภาคในต่างจังหวัด อีกทั้งบริษัทฯ ยังมีช่องทางการจัดจำหน่ายขายส่งหนังสือครอบคลุมกว่า 300 ร้านค้า ทั่วประเทศ เช่น เป็นผู้บริหารการขายหนังสือและนิตยสารภาษาอังกฤษในร้านป๊อปปูล่า 12 แห่ง และจัดส่งสินค้าหมวดดังกล่าวให้กับร้านหนังสือหลักๆ เช่น ร้านคิโนะคุนิยะ ร้านนายอินทร์ ร้าน 7-11 ซูเปอร์มาร์เก็ต และอื่นๆ ทั่วประเทศ อีกทั้งมีการจำหน่ายตรงให้กับห้องสมุด สถาบันการศึกษาต่างๆ บริษัทและองค์กรมากกว่า 400 แห่ง ตลอดจนจำหน่ายในงานแสดงสินค้าต่างๆ และงานสัมมนาอบรมต่างๆ ปัจจุบันฐานลูกค้า

ของเอเชีย บิวตี้ เป็นคนไทยร้อยละ 70.0 และร้อยละ 30.0 เป็นชาวต่างชาติที่พำนักในประเทศไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ และมีสัดส่วนรายได้จากการจำหน่ายหนังสือและนิตยสารภาษาอังกฤษร้อยละ 75.0 สินค้าไลฟ์สไตล์ร้อยละ 13.0 และหนังสือภาษาไทยร้อยละ 12.0 สัดส่วนของการขายหนังสือภาษาไทยเติบโตกว่าปี 2559 กว่าร้อยละ 50.0 เนื่องจากการขายหนังสือเกี่ยวกับพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดชบรมนาถบพิตร

ในปี 2560 เป็นปีที่ท้าทายสำหรับธุรกิจร้านค้าปลีกสืบเนื่องจากปัจจัยภายนอก เช่น สภาวะเศรษฐกิจ ตลอดจนพฤติกรรมของผู้บริโภคซึ่งมีการใช้สื่อและเนื้อหาดิจิทัลมากขึ้น และปัจจัยจากการเพิ่มขึ้นของกลุ่มนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียที่มีความสนใจซื้อสินค้าในกลุ่มไลฟ์สไตล์ สินค้าของที่ระลึก บริษัทจึงได้ปรับเปลี่ยนสัดส่วนและเพิ่มความหลากหลายของสินค้ากลุ่มไลฟ์สไตล์ให้สอดคล้องกับภาวะตลาดและความต้องการของกลุ่มลูกค้า เช่น บริษัท ได้เริ่มจัดพิมพ์หนังสือภาษาจีนเกี่ยวกับการทำอาหารไทยเพื่อตอบสนองต่อนักท่องเที่ยวชาวจีน และเพิ่มพื้นที่ขายสินค้ากลุ่มของเล่นและอุปกรณ์พัฒนาทักษะการเรียนรู้ของเด็ก เป็นต้น นอกจากนี้จากแนวโน้มการเติบโตของการขายในหมวดหนังสือภาษาอังกฤษสำหรับกลุ่มเด็กและเยาวชน ตลอดจนหนังสือในหมวดการเรียนรู้และฝึกภาษาต่างประเทศต่างๆ เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน บริษัท จึงได้ขยายและเพิ่มเติมความหลากหลายของหนังสือในหมวดดังกล่าวเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้อ่าน ตลอดจนเพิ่มความหลากหลายและพื้นที่ขายสินค้าไลฟ์สไตล์เสริมทักษะด้านต่างๆ สำหรับเด็กเล็กและเยาวชน นอกจากนี้บริษัท เอเชียบิวตี้ จำกัด ยังได้เริ่มธุรกิจจำหน่ายหนังสือภาษาอังกฤษไปยังประเทศเพื่อนบ้านใกล้เคียง เช่น พม่า และลาว เป็นต้น เพื่อเป็นการขยายตลาดไปยังต่างประเทศ

แม้ภาวะการแข่งขันในธุรกิจค้าปลีกหนังสือและนิตยสารภาษาอังกฤษภายในประเทศไทยจะไม่รุนแรงเมื่อเทียบกับธุรกิจค้าปลีกอื่นๆ แต่บริษัท ก็ได้มีการปรับเปลี่ยนการผสมผสานและความหลากหลายของสินค้าให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคอยู่โดยตลอดเพื่อเป็นการขยายฐานลูกค้าและรายได้ของบริษัท และเพื่อรักษาความเป็นผู้นำในธุรกิจค้าปลีกหนังสือและนิตยสารภาษาอังกฤษและสินค้ากลุ่มไลฟ์สไตล์ เอเชียบิวตี้ ไม่ได้เพียงสร้างสรรค์และพัฒนาสินค้าและบริการแค่เพียงหนังสือเท่านั้น แต่ได้เพิ่มเติมสินค้าไลฟ์สไตล์เพื่อตอบโจทย์ลูกค้าในทุกๆ กลุ่มแบบครบวงจร อีกทั้งเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าออนไลน์ผ่าน Line@ เพื่อประชาสัมพันธ์และเพิ่มช่องทางจำหน่ายที่ตอบสนองกลุ่มลูกค้าที่มีการสั่งซื้อสินค้าผ่านโทรศัพท์มือถือมากขึ้น

ภาพรวมผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัทดำเนินการตามกฎหมายสิ่งแวดล้อมอย่างเคร่งครัด ในระยะ 3 ปีที่ผ่านมาไม่มีข้อพิพาทหรือคดีฟ้องร้องเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมที่มีนัยสำคัญ

3. ปัจจัยความเสี่ยง

ในปี 2560 นี้ เศรษฐกิจโลกมีแนวโน้มขยายตัวได้ดี แม้ว่าจะมีความไม่แน่นอนจากประเด็นทางการเมืองในยุโรป เช่น สหราชอาณาจักรแยกตัวออกจากสหภาพยุโรป (Brexit) และการรับตำแหน่งของประธานาธิบดีทรัมป์ (ประธานาธิบดีลำดับที่ 45 ของสหรัฐอเมริกา) ซึ่งส่งผลให้มีการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจของสหรัฐฯหลายด้าน เช่น การปฏิรูปภาษี การค้าระหว่างประเทศ เป็นต้น ปัจจัยเหล่านี้อาจเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้เกิดความผันผวนในตลาดการเงิน อย่างไรก็ตามประเทศไทยทางฝั่งเอเชียถือว่าได้รับผลกระทบค่อนข้างน้อย เนื่องจากการส่งออกไปสหรัฐฯเป็นสัดส่วนค่อนข้างน้อยเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ทั้งนี้เศรษฐกิจไทยปี 2560 เติบโตร้อยละ 3.9 จากการส่งออก

บริษัท เบอริลี ยุคเกอร์ จำกัด (มหาชน) และกลุ่มบริษัท (บีเจซี) เล็งเห็นถึงความจำเป็นในการปรับตัวให้สามารถดำเนินธุรกิจให้ผ่านช่วงผันผวนของภาวะเศรษฐกิจโลก และเหตุการณ์ต่างๆ ไปได้ โดยบีเจซี ให้ความสำคัญกับการบริหารความเสี่ยงขององค์กรอย่างเป็นรูปธรรม โดยพิจารณาการจัดการความเสี่ยงต่างๆ อย่างสมเหตุสมผล เพื่อให้ความเสี่ยงเหล่านั้นอยู่ในระดับที่องค์กรยอมรับได้ อีกทั้งยังมีการพิจารณาถึงโอกาสทางธุรกิจในด้านต่างๆ อีกด้วย ทั้งนี้ เพื่อให้การบริหารความเสี่ยงเกิดประโยชน์สูงสุด สามารถผลักดันให้องค์กรดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

ทั้งนี้ บีเจซีได้มองเห็นถึงปัจจัยบวกที่เป็นโอกาสและปัจจัยความเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินงาน ซึ่งสามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

โอกาสของการดำเนินธุรกิจ

โอกาสจากการควบรวมกิจการกับบีที

กว่า 2 ทศวรรษที่ผ่านมา ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ในไทยมีการเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในพื้นที่กรุงเทพฯ และเมืองหลักต่างๆ ประกอบกับอันานิสงค์จากนโยบายรัฐที่เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการต่างชาติเข้ามาลงทุนในธุรกิจค้าปลีกในไทยได้ และเนื่องจากลักษณะของร้านค้าที่มีความสะดวกสบายทันสมัย มีสินค้าที่มีคุณภาพและหลากหลาย จึงสามารถตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบัน การขยายตัวของสายธุรกิจการค้าปลีก อย่างการเข้าซื้อกิจการบริษัท บีที ซูเปอร์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) ในประเทศไทย ทำให้ บีเจซี เป็นผู้ผลิตสินค้าและบริการอย่างครบวงจร ทั้งต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ รวมทั้งมีโอกาสในการสำรวจตลาดและความต้องการของผู้บริโภค เพื่อนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตอบสนองต่อความต้องการและความพึงพอใจของผู้บริโภค เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายในช่องทางร้านค้าปลีก เพิ่มกำลังการผลิต และการใช้ประโยชน์ (Utilization) ของโรงงาน ในขณะเดียวกันบีทีก็มีโอกาสในการเพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ (ในรูปแบบสินค้าแฮนด์แบรด์) และเพิ่มสินค้าที่มีคุณภาพมาขายให้ลูกค้าในราคาที่เหมาะสมด้วย การผนึกกำลังของ บีเจซีและ Big C ด้านธุรกิจครั้งนี้ ช่วยเพิ่มศักยภาพในด้านการผลิตและธุรกิจค้าปลีกให้แข็งแกร่งยิ่งขึ้น

ปัจจัยเสี่ยงของการดำเนินธุรกิจ

1. ความเสี่ยงจากราคาวัตถุดิบสูงขึ้น

เนื่องจาก ปีเจซี มีโรงงานอุตสาหกรรมในการผลิตสินค้าอยู่มาก และในปัจจุบันราคาวัตถุดิบที่เพิ่มขึ้นตามกลไกของตลาด ส่งผลให้ต้นทุนในการผลิตมีแนวโน้มปรับสูงขึ้น ขณะที่การปรับราคาสินค้าและบริการทำได้ยากเนื่องจากกำลังซื้อที่ยังมีอยู่จำกัด ผู้บริโภคมีความอ่อนไหวต่อราคาสูง รวมทั้งตลาดมีการแข่งขันสูงขึ้น อย่างไรก็ตามปีเจซีพยายามดำเนินธุรกิจอย่างระมัดระวัง โดยใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อกระตุ้นยอดขาย ควบคู่กับการเจรจาต่อรองกับคู่ค้าเพื่อให้บริษัทได้รับผลประโยชน์สูงสุดจากการดำเนินธุรกิจร่วมกัน อีกทั้งวางแผนปรับลดต้นทุนการดำเนินการ แต่ยังคงรักษามาตรฐานการผลิตและให้บริการที่มีคุณภาพ ซึ่งเป็นปัจจัยหลักที่จะนำพาธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ และเติบโตได้อย่างยั่งยืน

2. ความเสี่ยงด้านการแข่งขันทางธุรกิจ

ปัจจุบันสภาวะการแข่งขันของธุรกิจค่อนข้างสูง เนื่องจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ส่งผลให้เกิดการแข่งขันในธุรกิจอย่างรุนแรงมากขึ้น ทั้งในรูปแบบของการแข่งขันทางราคา การแข่งขันด้านธุรกิจ การเพิ่มขึ้นของผู้ประกอบการรายใหม่ๆ และพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ทั้งนี้ ปีเจซีมีการปรับกลยุทธ์การขายโดยเน้นให้บริการลูกค้าและทำตลาดในเชิงรุก พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย และตอบสนองความต้องการผู้บริโภค ยิ่งไปกว่านั้น ปีเจซียังให้ความสำคัญกับการพัฒนาช่องทางในการจัดจำหน่ายให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคให้มากขึ้น เพื่อเพิ่มความสะดวกสบาย โดยปีเจซี ได้นำเสนอช่องทางทางการขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์ ทั้งผ่านระบบเครือข่ายของบริษัทเอง และบริษัทภายนอก เช่น Big C Shopping Online และ Shopee เป็นต้น

นอกจากความเสี่ยงต่างๆที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น ยังมีความเสี่ยงเรื่องสินค้าทดแทนในตลาด ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ผู้บริโภคมีหลายทางเลือกในการตัดสินใจ และอาจส่งผลให้ผู้บริโภคเปลี่ยนใจได้ตลอดเวลา ดังนั้น ปีเจซีจึงให้ความสำคัญกับการสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับคุณภาพและจุดแข็งของผลิตภัณฑ์แก่ผู้บริโภคด้วย

3. ความเสี่ยงเกี่ยวกับสัดส่วนของหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ย

เนื่องจาก ปีเจซี มีการลงทุนและขยายธุรกิจอย่างต่อเนื่อง ทำให้ต้องมีการระดมเงินทุนทั้งระยะสั้นและระยะยาวเพื่อใช้ในกิจการและการลงทุนในโครงการต่างๆ โดยการกู้ยืมผ่านสถาบันการเงิน จึงหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะต้องเผชิญกับความเสี่ยงจากการผันผวนของอัตราดอกเบี้ย ทั้งนี้ ปีเจซีได้ติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิดและรายงานสถานการณ์ต่อผู้บริหารอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงพิจารณาการใช้เครื่องมือทางการเงินในการบริหารความเสี่ยง

4. ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

จากการที่ บีเจซี มีการดำเนินธุรกิจและลงทุนทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งมีธุรกรรมอ้างอิงเงินตราต่างประเทศ ทั้งการนำเข้า-ส่งออกวัตถุดิบ สินค้าและบริการ รวมทั้งเครื่องจักรและอุปกรณ์ต่างๆเพื่อใช้ในการผลิต ซึ่งอาจได้รับผลกระทบจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ทั้งนี้บีเจซีมีการติดตามสถานการณ์ตลาดอย่างใกล้ชิดและจัดทำแผนป้องกันความเสี่ยง (Hedging) ในสัดส่วนที่เหมาะสม โดยคำนึงถึงต้นทุนในการบริหารความเสี่ยงและผลประโยชน์ที่จะได้รับตามสภาวะตลาดที่เหมาะสม

5. ความเสี่ยงเรื่องบุคลากรที่ไม่เพียงพอต่อการดำเนินธุรกิจ

เนื่องจากบีเจซีมีการขยายธุรกิจไปยังต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง ทำให้มีความต้องการบุคลากรจำนวนมากเพื่อรองรับการขยายธุรกิจ อย่างไรก็ตาม บีเจซียังคงขาดแคลนบุคลากร และขาดความต่อเนื่องของบุคลากรในระดับจัดการขึ้นไป เนื่องจากมีอัตราการลาออกสูง และยังไม่สามารถสรรหาพนักงานใหม่เข้ามาทดแทนได้ทันเวลา ทั้งนี้ ฝ่ายทรัพยากรบุคคลได้รองรับและลดความเสี่ยงดังกล่าว โดยจัดทำโครงการความร่วมมือเพื่อเตรียมบ่มผู้สมัครและพนักงานที่มีคุณสมบัติเหมาะสมร่วมกับสถานศึกษาภายนอกทั้งในระดับวิทยาลัยและมหาวิทยาลัยต่างๆ ยิ่งไปกว่านั้น ยังจัดให้มีการอบรม ให้ความรู้พนักงาน รวมทั้งพัฒนาความสามารถของพนักงานให้ดียิ่งขึ้นไป พร้อมทั้งผลักดันและสร้างแรงจูงใจในด้านต่างๆในการรักษารักษาพนักงานที่มีศักยภาพให้สามารถอยู่ปฏิบัติงานกับบริษัทในระยะยาว เพื่อเป็นกำลังสำคัญต่อการดำเนินงานและการขยายตัวทางธุรกิจต่อไป

ในปี 2560 นี้ บีเจซียังคงบริหารความเสี่ยงด้วยความระมัดระวัง เหมาะสม และมีประสิทธิภาพ เพื่อให้พร้อมรับมือกับสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ ปัจจัยความเสี่ยง และสถานการณ์ต่างๆที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความมั่นใจได้ว่า การดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ จะเติบโตอย่างยั่งยืน มั่นคง และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของบีเจซีต่อไป

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ทรัพย์สินถาวรที่บริษัทและบริษัทย่อยใช้ในการประกอบธุรกิจ

ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 ประกอบด้วย

หน่วย : พันบาท

	ที่ดินและส่วนปรับปรุงที่ดิน	ส่วนเกินจากการตีราคาที่ดินเพิ่มขึ้น	อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร	ส่วนเกินจากการตีราคาอาคาร	เครื่องจักรและอุปกรณ์	ส่วนเกินจากการตีราคาเครื่องจักรฯ	เครื่องตกแต่งติดตั้งและอุปกรณ์สำนักงาน	ยานพาหนะ	สินทรัพย์ระหว่างก่อสร้าง	รวม	ภาระผูกพัน
บมจ. เบอรี่ลี่ ยุคเกอร์	128,127	-	53,280	-	22,868	-	124,095	20,579	1,868	350,817	ไม่มี
บจ. รุเบียอุตสาหกรรม	2,550	-	30,173	-	106,944	-	5,449	-	6,538	151,654	ไม่มี
บจ. เบอรี่ลี่ ยุคเกอร์ ฟู้ดส์	60,590	-	122,353	-	226,444	-	2,915	8	24,340	436,650	ไม่มี
บจ. เบอรี่ลี่ ยุคเกอร์ เซลล์เอกซ์	126,297	434,413	265,304	-	947,034	-	7,095	-	11,211	1,791,354	ไม่มี
บมจ.อุตสาหกรรมทำเครื่องแก้วไทย	137,144	1,169,850	445,835	-	1,018,103	-	40,348	-	276,334	3,087,614	ไม่มี
บจ. ไทยกลาสเทคโนโลยี	-	-	-	-	4,732	-	63	-	-	4,795	ไม่มี
BJC Cellox (Vietnam) Company Limited (เดิมชื่อ BJC International (Vietnam) Limited)	-	-	85,222	-	9,134	-	15	-	-	94,371	ไม่มี
บจ. บีเจซี โลจิสติกส์ แอนด์ แวร์เฮาส์	-	-	-	-	-	-	4,236	-	-	4,236	ไม่มี
บจ. ไทย-สแกนดิค สติล	-	-	32,852	-	58,603	-	4,183	4,660	2,545	102,843	ไม่มี
บจ. เบอรี่ลี่ ยุคเกอร์ โลจิสติกส์	-	-	11,480	-	38,096	-	10,692	157	-	60,425	ไม่มี
บจ. บีเจซี เซลท์แคร์	-	-	-	-	50,268	-	-	-	3,940	54,208	ไม่มี
BJC Foods (Malaysia) Sdn Bhd	-	-	36,893	-	33,057	-	4,332	229	-	74,511	ไม่มี
บจ. ไทยเบเวอร์เรจแคน	356,672	-	710,890	-	3,419,386	-	35,846	7,310	22,151	4,552,255	ไม่มี
บจ. ไทย มาลายากลาส	314,771	36,310	1,367,432	5,617	2,052,144	366,648	39,407	-	3,095,887	7,278,216	ไม่มี
Thai Corp International (Vietnam) Company Limited	-	-	-	-	843	-	1,128	1,122	68	3,161	ไม่มี
บจ. บีเจซี กลาส (ประเทศไทย) (เดิมชื่อ บจ. บีเจซี โอแกนิก)	-	-	-	-	-	-	1,245	-	-	1,245	ไม่มี
บจ. เอเชียบูคส์	-	-	13,411	-	-	-	9,230	52	1,080	23,773	ไม่มี
บจ. ไทย แดรี่	-	-	63,390	-	253,704	90,865	2,206	-	3,503	413,668	ไม่มี

	ที่ดินและส่วนปรับปรุงที่ดิน	ส่วนเกินจากการตีราคาที่ดินเพิ่มขึ้น	อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร	ส่วนเกินจากการตีราคาอาคาร	เครื่องจักรและอุปกรณ์	ส่วนเกินจากการตีราคาเครื่องจักรฯ	เครื่องตกแต่งติดตั้งและอุปกรณ์สำนักงาน	ยานพาหนะ	สินทรัพย์ระหว่างก่อสร้าง	รวม	ภาระผูกพัน
Ichiban Foods Company Limited	-	-	173,984	-	55,140	-	2,211	864	30,297	262,496	ไม่มี
Thai An Group	-	-	30,617	-	-	-	478	12,695	553	44,343	ไม่มี
Thai An Vietnam Trading Company Limited	-	-	20	-	34,052	-	33,487	652	-	68,211	ไม่มี
TBC-Ball Beverage Can Vietnam Limited	5,414	-	383,321	-	1,503,772	-	2,321	1,742	276,490	2,173,060	ไม่มี
บจ. บีเจซี แพคเกจจิ้ง	-	-	-	-	-	-	27	423	-	450	ไม่มี
บจ. บีเจเอช อินเวสเมนต์	-	-	-	-	1,661	-	4,445	11,987	-	18,093	ไม่มี
บจ. บีเจซี สเปเชียลตี้ส์	-	-	-	-	971	-	1,214	-	2,632	4,817	ไม่มี
BJC International (Myanmar) Company Limited	-	-	-	-	-	-	192	-	-	192	ไม่มี
บจ. บีเจซี โลจิสติกส์ เวิลด์	269,924	211,444	-	-	-	-	-	-	-	481,368	ไม่มี
บมจ. บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์	6,756,007	5,073,356	16,615,896	11,268,996	2,179,724	-	932,020	1	1,306,512	44,132,512	ไม่มี
บจ. ซี ดีสทริบิวชั่น (ประเทศไทย)	-	-	4,097	-	-	-	649	-	-	4,746	ไม่มี
บจ. บีเจซี รีเทล โฮลดิ้ง	210,000	-	-	-	-	-	-	-	-	210,000	ไม่มี
BJC Cellox (Cambodia) Company Limited	-	-	3,201	-	37,187	-	363	-	-	40,751	ไม่มี
บจ. บีเจเอช เมดิคอล	-	-	-	-	252	-	-	-	-	252	ไม่มี
บจ. คอสม่า เทรดดิง	-	-	-	-	2,020	-	-	-	-	2,020	ไม่มี
Vina Paper Company Limited	-	-	110,424	65,586	237,538	-	3,379	3,481	4,758	425,166	ไม่มี
รวม	8,367,496	6,925,373	20,560,075	11,340,199	12,293,677	457,513	1,273,271	65,962	5,070,707	66,354,273	

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 ซอยรู่เปี้ย ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110
เลขทะเบียนบริษัท	0107536000226
ทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้ว	บริษัทมีทุนจดทะเบียนทั้งสิ้น 4,053,955,000 บาท โดยมีทุนชำระแล้วจำนวน 3,995,670,599 บาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัทจำนวน 3,995,670,599 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ 1.00 บาท (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560)
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
ประเภทธุรกิจ	กลุ่มสินค้าและบริการของปีเจซีแบ่งออกเป็น 5 กลุ่มหลัก ดังนี้

1. กลุ่มสินค้าและบริการทางบรรจภัณฑ์

ดำเนินกิจการด้านการออกแบบ การผลิต การตลาด การกระจายสินค้า และจำหน่ายสินค้าบรรจภัณฑ์ ซึ่งรวมถึง ภาชนะแก้ว กระป๋องอลูมิเนียม และบรรจภัณฑ์พลาสติก

2. กลุ่มสินค้าและบริการทางอุปโภคบริโภค

ดำเนินกิจการด้านการผลิต การตลาด และการกระจายสินค้าอุปโภคบริโภคในกลุ่มอาหารและกลุ่มเครื่องใช้ส่วนตัว ทั้งที่เป็นตราสินค้าของบริษัทและรับจ้างผลิตสินค้าภายใต้สัญญากับบริษัทอื่น

3. กลุ่มสินค้าและบริการทางเวชภัณฑ์และทางเทคนิค

ดำเนินกิจการด้านการกระจายสินค้าและบริการเกี่ยวกับเวชภัณฑ์และเภสัชภัณฑ์สำหรับสินค้าภายใต้สัญญากับบริษัทอื่นที่มีชื่อเสียง รวมถึงจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการทางเทคนิคสำหรับอุตสาหกรรมต่างๆ

4. กลุ่มสินค้าและบริการทางการค้าปลีกสมัยใหม่

ดำเนินกิจการด้านการจัดการบริหารห้างค้าปลีกสมัยใหม่รวมถึงร้านค้าออนไลน์ โดยใช้รูปแบบการผสมผสานช่องทางทั้งหมดของธุรกิจเข้าด้วยกัน (Omni-Channel Model) รวมถึงธุรกิจค้าปลีก ธุรกิจให้เช่าและบริการพื้นที่ (Dual Retail Property Model) แก่ผู้ที่มีความสนใจเช่าภายในบริเวณห้างค้าปลีกของบริษัท

5. กลุ่มธุรกิจอื่นๆ

ดำเนินกิจการเกี่ยวกับธุรกิจค้าปลีกต่างๆ ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และแสวงหาโอกาสในการควบรวมการซื้อกิจการ รวมถึงการพัฒนาธุรกิจใหม่ๆ

6.1.2 ข้อมูลของนิติบุคคลที่บริษัทถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป (ณ วันที่ 1 มกราคม 2561)

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	ผลิตภัณฑ์ภาชนะแก้ว	1,170,000,000 บาท	สามัญ	117,000,000	10 บาท	1,170,000,000 บาท	115,355,235	98.60
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	ผลิตภัณฑ์ภาชนะแก้ว	3,270,000,000 บาท	สามัญ	32,700,000	100 บาท	2,936,900,000 บาท	32,700,000	100
บริษัท ไทยกลาสเทคโนโลยี จำกัด 78 หมู่ที่ 3 ซอยวัดศรีวารีน้อย ถนนบางนา-ตราด กม.18 ตำบลหนองปรือ อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โทรศัพท์ : 0 2769 3500 โทรสาร : 0 2769 350, 0 2769 3535	บริการจัดอบรมสัมมนา	10,000,000 บาท	สามัญ	1,000,000	10 บาท	10,000,000 บาท	1,000,000	100

ชื่อบริษัท	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน	ประเภทหุ้น	จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย (หุ้น)	มูลค่าหุ้นละ	ทุนชำระแล้ว	จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น)	สัดส่วนการถือหุ้น/ลงทุน (ร้อยละ)
บริษัทย่อย								
บริษัท บีเจซี แพคเกจจิ้ง จำกัด 99 ซอยอูเบีย ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร	บริษัทลงทุน	3,055,000,000 บาท	สามัญ	30,550,000	100 บาท	2,721,900,000 บาท	30,550,000	100
บีเจซี กลาส คัมปะนี ลิมิเต็ด 1 ถนนเมทเธอร์สัน อาคารไทมส์แควร์ ตึก 2 ชั้น 36 คอสเวย์เบย์ เขตปกครองพิเศษฮ่องกง โทรศัพท์ : (852) 3188 8333 โทรสาร : (852) 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 กลาส เวียดนาม ลิมิเต็ด เขตอุตสาหกรรม มี ส่วน เขตตันบิน จังหวัด บา เรีย หวง เต่า ประเทศเวียดนาม โทรศัพท์: (84.8) 39306629 โทรสาร: (84.8) 39305925	ผลิตและจำหน่ายภาชนะแก้ว	15,822,000 เหรียญสหรัฐ	-	-	-	15,822,000 เหรียญสหรัฐ	-	100
ทีบีซี-บอล เบเวอร์เรจ แคน โฮลดิ้ง ลิมิเต็ด 193 ถนนปรีณส์เฮ็ดเวิร์ด ฝั่งตะวันตก 1618 อาคารแกรนด์เซ็นจูรีเพลส ทาวเวอร์ 1 เกาะกูด เขตปกครองพิเศษฮ่องกง	บริษัทลงทุน	40,000,000 เหรียญสหรัฐ	สามัญ	40,000,000	1 เหรียญสหรัฐ	40,000,000 เหรียญสหรัฐ	16,074,000	26.79

ชื่อบริษัท	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน	ประเภทหุ้น	จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย (หุ้น)	มูลค่าหุ้นละ	ทุนชำระแล้ว	จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น)	สัดส่วนการถือหุ้น/ลงทุน (ร้อยละ)
บริษัทย่อย								
บริษัท ไทย เบเวอร์เรจ แคน จำกัด 99 หมู่ที่ 9 ถนนหนองปลากระดี ตำบลหนองปลิง อำเภอหนองแค จังหวัดสระบุรี โทรศัพท์ : 0 3637 3600 โทรสาร : 0 3637 3602	ผลิตกระป๋องอะลูมิเนียม	1,500,000,000 บาท	สามัญ	150,000,000	10 บาท	1,500,000,000 บาท	75,000,010	50.00
ทีบีซี-บอล เบเวอร์เรจ แคน เวียดนาม ลิมิเต็ด 2 วิเอสไอพี 2-เอ ถนน 18 เขตอุตสาหกรรม เวียดนาม - สิงคโปร์ พาร์ค 2-เอ เขตฮานอย จังหวัดบินห์เยือง ประเทศเวียดนาม โทรศัพท์ : 84 650 222 1081-88 โทรสาร : 84 650 222 1089-90	ผลิตกระป๋องอะลูมิเนียม	1,170,000,000,000 เวียดนามดอง	-	-	-	585,000,000,000 เวียดนามดอง	-	26.79
บริษัท เบอร์ลี่ ยุคเกอร์ ฟู้ดส์ จำกัด 225/10 หมู่ที่ 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



ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ



แบบ 56-1 ประจำปี 2560

ชื่อบริษัท	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน	ประเภทหุ้น	จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย (หุ้น)	มูลค่าหุ้นละ	ทุนชำระแล้ว	จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น)	สัดส่วนการถือหุ้น/ลงทุน (ร้อยละ)
บริษัทย่อย								
บีเจซี ฟู้ดส์ (มาเลเซีย) เอสดีเอ็น บีเอสดี ล็อต 1 จาลัน เปลาเบอร์ 23/1 ส่วน 23 40300 ซารีย์ ฮาลิมม เซลลังกอร์ 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 แครี่ จำกัด 99 อาคารเบอร์ลี ภูเก็ต ซอยภูเก็ต ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร โทรศัพท์ : 0 2649 2900 โทรสาร : 0 2632 2223	ผลิตและจัดจำหน่ายโยเกิร์ตสดและผลิตภัณฑ์ที่ทำจากนม	1,185,200,000 บาท	สามัญ	11,852,000	100 บาท	1,185,200,000 บาท	11,852,000	100
บริษัท เบอร์ลี ยุคเกอร์ เซลล์ล็อกซ์ จำกัด 99 ซอยภูเก็ต ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร โทรศัพท์ : 0 2312 6115-8 โทรสาร : 0 2312 6173	ผลิตกระดาษขนานมัย	900,000,000 บาท	สามัญ	90,000,000	10 บาท	900,000,000 บาท	85,354,470	94.84
บริษัท บีเจซี คอนซูเมอร์ จำกัด 99 ซอยภูเก็ต ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร	บริษัทลงทุน	2,000,000 บาท	สามัญ	20,000	100 บาท	2,000,000 บาท	20,000	100

ชื่อบริษัท	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน	ประเภทหุ้น	จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย (หุ้น)	มูลค่าหุ้นละ	ทุนชำระแล้ว	จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น)	สัดส่วนการถือหุ้น/ลงทุน (ร้อยละ)
บริษัทย่อย								
บริษัท รุเบียดอุตสาหกรรม จำกัด 70 หมู่ที่ 13 ถนนปู่เจ้าสมิงพราย ตำบลบางหญ้าแพรก อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ โทรศัพท์ : 0 2385 9024	ผลิตซ็อกโกแลต สนุ่ เครื่องสำอาง และ ลูกอม	70,000,000 บาท	สามัญ	70,000	1,000 บาท	70,000,000 บาท	69,892	99.85
บริษัท เบอร์ลี ยุคเกอร์ โลจิสติกส์ จำกัด 99 ซอยรูเบีย ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร โทรศัพท์ : 0 2367 1233-5 โทรสาร : 0 2712 2273	บริการด้านพิธีการออกสินค้า คลังสินค้า ขนส่ง และจัดส่ง สินค้า	50,000,000 บาท	สามัญ	500,000	100 บาท	50,000,000 บาท	500,000	100
บริษัท บีเจซี โลจิสติกส์ เวิลด์ จำกัด 99 ซอยรูเบีย ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร	ให้เช่าคลังสินค้า	4,000,000 บาท	สามัญ	400,000	10 บาท	4,000,000 บาท	400,000	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	75.00



ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ



แบบ 56-1 ประจำปี 2560

ชื่อบริษัท	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน	ประเภทหุ้น	จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย (หุ้น)	มูลค่าหุ้นละ	ทุนชำระแล้ว	จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น)	สัดส่วนการถือหุ้น/ลงทุน (ร้อยละ)
บริษัทย่อย								
ไทยคอร์ป อินเตอร์เนชั่นแนล (เวียดนาม) คัมปะนี ลิมิเตด 40 บา ฮูเยน ดวน กวน วาร์ด 6 ดิสทริก 3 โฮจิมินห์ซิตี้ ประเทศเวียดนาม โทรศัพท์ : (848) 3811-7777, (848) 3811-9999 โทรสาร : (848) 3811-7816	ตัวแทนจำหน่าย	5,400,000,000 เวียดนามดอง	-	-	-	5,400,000,000 เวียดนามดอง	-	75.00
บีเจไอเอ็มเค คัมปะนี ลิมิเตด 1 ถนนแมทเธอร์สัน อาคารไทม์สแควร์ ตึก 2 ชั้น 36 คอสมเวย์เบย์ เขตปกครองพิเศษฮ่องกง โทรศัพท์ : (852) 3188 8333 โทรสาร : (852) 3188 8222	ตัวแทนจำหน่าย	5,110,000 เหรียญฮ่องกง	สามัญ	5,110,000	1 เหรียญฮ่องกง	5,110,000 เหรียญฮ่องกง	3,832,500	75.00
อิจิบัง ฟู้ด คัมปะนี ลิมิเตด ล๊อต 5-4 ถนน เอ็ม 14 เขตอุตสาหกรรมตัน บินห์ ย่านบิน ฮึง ฮวา เขตบินห์ ทัน โฮจิมินห์ ประเทศเวียดนาม	ผลิตผลิตภัณฑ์ซึ่งทำจากถั่วเหลือง	30,000,000,000 เวียดนามดอง	-	-	-	30,000,000,000 เวียดนามดอง	-	75.00
ไทอัน เวียดนาม จอยท์ สต็อก คัมปะนี ห้อง 1803 อาคารฮานอย เซ็นเตอร์ ออฟฟิศ 44บี ดี ทวง เคียด ย่านตรัน ฮึง ดาว เขตฮวน เคียม ฮานอย ประเทศเวียดนาม	บริษัทลงทุน	600,000,000,000 เวียดนามดอง	สามัญ	60,000,000	10,000 เวียดนามดอง	600,000,000,000 เวียดนามดอง	39,000,000	65.00

ชื่อบริษัท	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน	ประเภทหุ้น	จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย (หุ้น)	มูลค่าหุ้นละ	ทุนชำระแล้ว	จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น)	สัดส่วนการถือหุ้น/ลงทุน (ร้อยละ)
บริษัทย่อย								
ภูเก็ต กรุป จอยท์ สต็อก คัมปะนี ห้อง 1801 อาคารฮานอย เซ็นเตอร์ ออฟฟิศ 44บี ลี ทวง เคียด ย่านตรัน ฮึง ดาว เขตฮวน เคียม ฮานอย ประเทศเวียดนาม โทรศัพท์ : (84) 5659099 โทรสาร : (84) 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 อาคารฮานอย เซ็นเตอร์ ออฟฟิศ 44บี ลี ทวง เคียด ย่านตรัน ฮึง ดาว เขตฮวน เคียม ฮานอย ประเทศเวียดนาม โทรศัพท์ : (84) 5659099 โทรสาร : (84) 5659088	จำหน่ายสินค้าอุปโภคและบริโภค	50,000,000,000 เวียดนามดอง	สามัญ	5,000,000	10,000 เวียดนามดอง	50,000,000,000 เวียดนามดอง	49,950,000,000	64.52
ภูเก็ต คอนสตรัคชั่น แอนด์ อินเวสต์मेंท์ จอยท์ สต็อก คัมปะนี ห้อง 18-01 อาคารฮานอย เซ็นเตอร์ ออฟฟิศ 44บี ลี ทวง เคียด ย่านตรัน ฮึง ดาว เขตฮวน เคียม ฮานอย ประเทศเวียดนาม โทรศัพท์ : (84) 5659078 โทรสาร : (84) 5659078	จำหน่ายวัสดุก่อสร้าง	10,000,000,000 เวียดนามดอง	สามัญ	1,000,000	10,000 เวียดนามดอง	10,000,000,000 เวียดนามดอง	644,900	64.49

ชื่อบริษัท	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน	ประเภทหุ้น	จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย (หุ้น)	มูลค่าหุ้นละ	ทุนชำระแล้ว	จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น)	สัดส่วนการถือหุ้น/ลงทุน (ร้อยละ)
บริษัทย่อย								
ภูไท ฮานอย เทรตติ้ง จอยท์ สต็อก คัมปะนี บี8-บี10/ดี21 เกา เจย์ เรสซิเดนซ์ แอเรีย ย่านดิด วัง เฮา เขตเกาเจย์ ฮานอย 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	1,898,100	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	1,498,500	64.49
ภูไท ฟู้ดส์ เวียดนาม คัมปะนี ลิมิเต็ด 43อาร์/27 โฮ วาน เฮือ ย่าน 9 เขตงวงวน โฮจิมินห์ ประเทศเวียดนาม	จำหน่ายสินค้าอุปโภคและบริโภค	87,300,000,000 เวียดนามดอง	-	-	-	87,300,000,000 เวียดนามดอง	-	64.55
ภูไท ฟู้ดส์ เซ็นทรัล เวียดนาม วัน เมมเบอร์ คัมปะนี ลิมิเต็ด 34 เหวียน ฮู โท ย่านฮัว ทวน เท เขตโฮ เซา ดานัง ประเทศเวียดนาม	จำหน่ายสินค้าอุปโภคและบริโภค	5,000,000,000 เวียดนามดอง	-	-	-	5,000,000,000 เวียดนามดอง	-	64.55

ชื่อบริษัท	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน	ประเภทหุ้น	จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย (หุ้น)	มูลค่าหุ้นละ	ทุนชำระแล้ว	จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น)	สัดส่วนการถือหุ้น/ลงทุน (ร้อยละ)
บริษัทย่อย								
ภูไท ฟู้ดส์ นอร์ธ คัมปะนี ลิมิเต็ด ตรอก 62 180 เอ/3 ถนนเหวียน ลวง บาง ย่านควง 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
พีที ฟู้ด ดิสทริบิวชัน 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 เอกซ์พอร์ต อิมพอร์ต เทรดิง แมนูแฟคเจอร์ริง คัมปะนี ลิมิเต็ด เขตอุตสาหกรรมไฮ ซ่าน ย่านไฮ ซ่าน แบค เขตเลี่ยน ซือ ดานัง ประเทศเวียดนาม โทรศัพท์ : 0511.3821579 โทรสาร : 0511.3614883	บริการด้านคลังสินค้า	1,900,000,000 เวียดนามดอง	-	-	-	1,900,000,000 เวียดนามดอง	-	64.55

ชื่อบริษัท	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน	ประเภทหุ้น	จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย (หุ้น)	มูลค่าหุ้นละ	ทุนชำระแล้ว	จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น)	สัดส่วนการถือหุ้น/ลงทุน (ร้อยละ)
บริษัทย่อย								
ไทอัน เวียดนาม เทรดิง คัมปะนี ลิมิเตด 69 เหวียน คัก ญู ย่านโค เกียง เขต 1 โฮจิมินห์ ประเทศเวียดนาม	ค้าปลีก	187,125,675,000 เวียดนามดอง	-	-	-	187,125,675,000 เวียดนามดอง	-	100
ภูไท โฮจิมินห์ ซิตี้ จอยท์ สต็อก คัมปะนี 43อาร์/27 โฮ วาน เฮือ ย่าน 9 เขตงวน โฮจิมินห์ ประเทศเวียดนาม	จำหน่ายสินค้าอุปโภคและบริโภค	9,000,000,000 เวียดนามดอง	สามัญ	900,000	10,000 เวียดนามดอง	9,000,000,000 เวียดนามดอง	821,250	64.55
บริษัท บีเจเอช อินเวสเมนต์ จำกัด 99 ซอยรูเบีย 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 ซอยรูเบีย ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร โทรศัพท์ : 0 2367 1111, 0 2381 4520 โทรสาร : 0 2367 1000, 0 2381 4545	จำหน่ายเวชภัณฑ์ เครื่องมืออุปกรณ์ทางการแพทย์	200,000,000 บาท	สามัญ	20,000,000	10 บาท	200,000,000 บาท	20,000,000	100

ชื่อบริษัท	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน	ประเภทหุ้น	จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย (หุ้น)	มูลค่าหุ้นละ	ทุนชำระแล้ว	จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น)	สัดส่วนการถือหุ้น/ลงทุน (ร้อยละ)
บริษัทย่อย								
บริษัท มณฑนา จำกัด 99 ซอยรู่เปี้ย ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร โทรศัพท์ : 0 2367 1204	จำหน่ายเวชภัณฑ์ เครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์	500,000 บาท	สามัญ	500	1,000 บาท	500,000 บาท	500	100
บริษัท คอสมา เมดิคอล จำกัด 99 ซอยรู่เปี้ย ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร โทรศัพท์: 0 2367 1252 โทรสาร : 0 2367 1246	จำหน่ายเวชภัณฑ์ เครื่องมือ อุปกรณ์ทางการแพทย์ และเภสัชภัณฑ์	5,000,000 บาท	สามัญ	50,000	100 บาท	1,325,000 บาท	50,000	100
บริษัท มณฑนา มาร์เก็ตติ้ง จำกัด 99 ซอยรู่เปี้ย ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร	จำหน่ายเวชภัณฑ์ และวัสดุการแพทย์ บริการให้คำปรึกษาด้านการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์และรวบรวมข้อมูล	20,000,000 บาท	สามัญ	200,000	100 บาท	15,000,000 บาท	200,000	100

ชื่อบริษัท	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน	ประเภทหุ้น	จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย (หุ้น)	มูลค่าหุ้นละ	ทุนชำระแล้ว	จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น)	สัดส่วนการถือหุ้น/ลงทุน (ร้อยละ)
บริษัทย่อย								
บริษัท ไทย-สแกนดิค สตีล จำกัด 7 ถนนโอ-ห้า นิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด ตำบลมาบตาพุด อำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง โทรศัพท์ : 0 3868 3066-70 โทรสาร : 0 3868 3065	ผลิตโครงสร้างเหล็ก ชุบสังกะสี	586,000,000 บาท	สามัญ	4,560,000	100 บาท	456,000,000 บาท	4,560,000	100
			บุริมสิทธิ	1,300,000	100 บาท	130,000,000 บาท	1,300,000	
บริษัท บีเจซี อินดัสเตรียล แอนด์ เทคดิง จำกัด 99 ซอยบูรเบีย ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร โทรศัพท์ : 0 367 1111, 0 2381 4520 โทรสาร : 0 2367 1000, 0 2381 4545	จำหน่ายผลิตภัณฑ์ เทคโนโลยีทางภาพ เครื่อง เขียน 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 ซอยบูรเบีย ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร โทรศัพท์ : 0 2367 1111, 0 2381 4520 โทรสาร : 0 2381 4548	จำหน่ายเคมีภัณฑ์	63,875,000 บาท	สามัญ	18,250	3,500 บาท	63,875,000 บาท	18,095	99.15
บริษัท บีเจซี สเปเชียลตี้ส์ จำกัด 99 ซอยบูรเบีย ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร	ร้านเครื่องมือไม่มี แอลกอฮอล์	200,000,000 บาท	สามัญ	2,000,000	100 บาท	50,000,000 บาท	2,000,000	100



ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ



แบบ 56-1 ประจำปี 2560

ชื่อบริษัท	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน	ประเภทหุ้น	จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย (หุ้น)	มูลค่าหุ้นละ	ทุนชำระแล้ว	จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น)	สัดส่วนการถือหุ้น/ลงทุน (ร้อยละ)
บริษัทย่อย								
บีเจซี อินเทอร์เน็ตชั่นแนล คัมปะนี ลิมิเต็ด 1 ถนนเมทเธอร์สัน อาคารไทมส์แควร์ ตึก 2 ชั้น 36 คอสมเวย์เบย์ เขตปทุมธานี กรุงเทพมหานคร โทรศัพท์ : 3188 8333	ตัวแทนจำหน่าย	1,423,286,102 เหรียญฮ่องกง	สามัญ	1,423,286,102	1 เหรียญฮ่องกง	1,423,286,102 เหรียญฮ่องกง	1,423,286,102	100
บีเจซี เซลล์เอก (เวียดนาม) คัมปะนี ลิมิเต็ด ชั้นปิ่น คอมมูน เขตเตินเอวียน จังหวัดบิ๊นเยือง ประเทศเวียดนาม	ตัวแทนจำหน่าย	14,000,000 เหรียญสหรัฐ	-	-	-	14,000,000 เหรียญสหรัฐ	-	100
บีเจซี อินเทอร์เน็ตชั่นแนล (เมียนมาร์) คัมปะนี ลิมิเต็ด 132/142 ไวก์คลาวด์ คอนโด ถนนเทียนบยู เมืองโบตาตวง ย่างกุ้ง สหภาพเมียนมาร์	บริการให้คำปรึกษาด้านการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์และการรวบรวมข้อมูล	50,000 เหรียญสหรัฐ	สามัญ	50	1,000 เหรียญสหรัฐ	50,000 เหรียญสหรัฐ	50	100
บีเจซี อินเทอร์เน็ตชั่นแนล โฮลดิ้ง พีทีอี แอลทีดี 80 ถนนโรบินสัน #02-00 ประเทศสิงคโปร์ 068898	บริษัทลงทุน	9,999 ยูโร 200,000 เหรียญสหรัฐ	สามัญ	9,999 200,000	1 ยูโร 1 เหรียญสหรัฐ	9,999 ยูโร 200,000 เหรียญสหรัฐ	9,999 200,000	100
บีเจซี (ฮ่องกง) คัมปะนี ลิมิเต็ด 1 ถนนเมทเธอร์สัน อาคารไทมส์แควร์ ตึก 2 ชั้น 36 คอสมเวย์เบย์ เขตปทุมธานี กรุงเทพมหานคร	บริษัทบริหารเงิน	401,400,000 ดอลลาร์ฮ่องกง	สามัญ	401,400,000	1 ดอลลาร์ฮ่องกง	401,400,000 ดอลลาร์ฮ่องกง	401,400,000	100

ชื่อบริษัท	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน	ประเภทหุ้น	จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย (หุ้น)	มูลค่าหุ้นละ	ทุนชำระแล้ว	จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น)	สัดส่วนการถือหุ้น/ลงทุน (ร้อยละ)
บริษัทย่อย								
บริษัท บีเจซี แบรินด์ ลิมิเตด 1 ถนนเมทเธอร์สัน อาคารไทมส์แควร์ ตึก 2 ชั้น 36 คอสเวย์เบย์ เขตปกครองพิเศษฮ่องกง	บริการด้านการบริหารจัดการ เครื่องหมายการค้า	100,000 บาท	สามัญ	100	1,000	100,000 บาท	100	100
บริษัท เอเซียบู้คส์ จำกัด 99 อาคารเบอร์ลี ภูเก็ต ซอยรูเบีย ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร โทรศัพท์ : 0 2715 9000	ผู้ค้าและจำหน่ายหนังสือ และนิตยสาร	301,724,000 บาท	สามัญ	3,017,240	100 บาท	301,724,000 บาท	3,017,240	100
บริษัท บีเจซี กลาส (ประเทศไทย) จำกัด 99 อาคารเบอร์ลี ภูเก็ต ซอยรูเบีย ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร	ผู้ค้าและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ เพื่อสุขภาพและความงาม และค้าปลีก	142,100,000 บาท	สามัญ	1,420,490	100 บาท	142,049,000 บาท	1,420,490	100
			บุริมสิทธิ	510	100 บาท	51,000 บาท	510	

ชื่อบริษัท	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน	ประเภทหุ้น	จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย (หุ้น)	มูลค่าหุ้นละ	ทุนชำระแล้ว	จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น)	สัดส่วนการถือหุ้น/ลงทุน (ร้อยละ)
บริษัทย่อย								
บริษัท บีเจซี โลจิสติกส์ แอนด์ แวร์เฮาส์ จำกัด 99 ซอยรูเบีย ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร	บริษัทลงทุน	4,975,000,000 บาท	สามัญ	497,500,000	10 บาท	4,975,000,000 บาท	497,500,000	100
บริษัท บีเจเอช เมดิคอล จำกัด 99 ซอยรูเบีย ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร โทร : 0 2367 1111 โทรสาร : 0 2367 1441	จำหน่ายเวชภัณฑ์ เครื่องมืออุปกรณ์ทางการแพทย์	10,000,000 บาท	สามัญ	1,000,000	10 บาท	2,575,000 บาท	1,000,000	100
บริษัท บีเจซี คอมเมอร์ซ จำกัด 99 ซอยรูเบีย ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร โทร : 0 2367 1455 โทรสาร : 0 2367 1441	ค้าส่ง	31,000,000 บาท	สามัญ	310,000	100 บาท	31,000,000 บาท	310,000	100
บริษัท บีเจซี ซี ดิสทริบิวชั่น จำกัด 99 ซอยรูเบีย ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร	บริษัทลงทุน	1,508,000,000 บาท	สามัญ	150,800,000	10 บาท	1,129,050,000 บาท	150,800,000	100

ชื่อบริษัท	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน	ประเภทหุ้น	จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย (หุ้น)	มูลค่าหุ้นละ	ทุนชำระแล้ว	จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น)	สัดส่วนการถือหุ้น/ลงทุน (ร้อยละ)
บริษัท ย่อย								
บริษัท คอสมา เทรดดิ้ง จำกัด 99 ซอยรู่เบีย ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร	จำหน่ายเวชภัณฑ์ เครื่องมืออุปกรณ์ทางการแพทย์	5,000,000 บาท	สามัญ	44,900	100 บาท	1,490,000 บาท	44,900	100
			บุริมสิทธิ	5,100	100 บาท	510,000 บาท	5,100	
บริษัท ดิสทรี - ไทย จำกัด 99 อาคารเบอร์ดี ยุคเกอร์ ซอยรู่เบีย ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร	ผู้ค้าและจำหน่ายหนังสือและนิตยสาร	11,000,000 บาท	สามัญ	110,000	100 บาท	11,000,000 บาท	110,000	100
บริษัท บีเจซี เพาเวอร์ จำกัด 99 ซอยรู่เบีย ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร	บริษัทลงทุน	100,000 บาท	สามัญ	10,000	10 บาท	100,000 บาท	10,000	100

ชื่อบริษัท	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน	ประเภทหุ้น	จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย (หุ้น)	มูลค่าหุ้นละ	ทุนชำระแล้ว	จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น)	สัดส่วนการถือหุ้น/ลงทุน (ร้อยละ)
บริษัทย่อย								
บริษัท สัมพันธ์กิจ จำกัด 99 ซอยรู่เบีย ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร	บริษัทลงทุน	100,000 บาท	สามัญ	10,000	10 บาท	100,000 บาท	10,000	100
บริษัท บีเจซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด 1 อาคารเอ็มไพร์ ทาวเวอร์ ชั้นที่ 54 ถนนสาทรใต้ แขวงยานนาวา เขตสาทร กรุงเทพมหานคร	บริษัทลงทุน	8,220,420,000 บาท	สามัญ บุริมสิทธิ	821,002,000 1,040,000	10 บาท	8,220,420,000 บาท	821,002,000 1,040,000	100
บริษัท บีเจซี รีเทล โฮลดิ้ง จำกัด 99 ซอยรู่เบีย ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร	บริษัทลงทุน	5,652,000,000 บาท	สามัญ	565,200,000	10 บาท	5,652,000,000 บาท	565,200,000	100
บริษัท สัมพันธ์เสมอ จำกัด 99 ซอยรู่เบีย ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร	บริษัทลงทุน	8,000,000 บาท	สามัญ	800,000	10 บาท	4,050,000 บาท	800,000	100
บริษัท บีเจซี เมก้า มาร์เก็ต จำกัด 99 ซอยรู่เบีย ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร	บริษัทลงทุน	100,000 บาท	สามัญ	10,000	10 บาท	100,000 บาท	10,000	100

ชื่อบริษัท	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน	ประเภทหุ้น	จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย (หุ้น)	มูลค่าหุ้นละ	ทุนชำระแล้ว	จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น)	สัดส่วนการถือหุ้น/ลงทุน (ร้อยละ)
บริษัทย่อย								
บริษัท บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) 97/11 ชั้นที่ 6 ถนนราชดำริห์ แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร โทรศัพท์ 02-655-0666	ธุรกิจค้าปลีก	8,250,000,000 บาท	สามัญ	825,000,000	10 บาท	8,250,000,000	807,991,813	99.85
บริษัท เซ็นทรัลซูเปอร์สโตร์ จำกัด 97/11 ชั้นที่ 6 ถนนราชดำริห์ แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร	ให้เช่าอสังหาริมทรัพย์และ ลงทุนในบริษัทอื่น	1,300,000,000 บาท	สามัญ	13,000,000	100 บาท	1,220,000,000	12,999,988	99.85
บริษัท เทพารักษ์ บิ๊กซี จำกัด 97/11 ชั้นที่ 6 ถนนราชดำริห์ แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร	ให้เช่าอสังหาริมทรัพย์และ ลงทุนในบริษัทอื่น	80,000,000 บาท	สามัญ	800,000	100 บาท	80,000,000 บาท	79,998	99.85
บริษัท เชียงราย บิ๊กซี จำกัด 97/11 ชั้นที่ 6 ถนนราชดำริห์ แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร	ให้เช่าอสังหาริมทรัพย์	180,000,000 บาท	สามัญ	18,000,000	10 บาท	180,000,000 บาท	17,999,998	99.85
บริษัท สุราษฎร์ บิ๊กซี จำกัด 97/11 ชั้นที่ 6 ถนนราชดำริห์ แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร	ให้เช่าอสังหาริมทรัพย์	200,000,000 บาท	สามัญ	20,000,000	10 บาท	140,300,000	19,999,998	99.85

ชื่อบริษัท	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน	ประเภทหุ้น	จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย (หุ้น)	มูลค่าหุ้นละ	ทุนชำระแล้ว	จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น)	สัดส่วนการถือหุ้น/ลงทุน (ร้อยละ)
บริษัทย่อย								
บริษัท เซ็นคาร์ จำกัด 97/11 ชั้นที่ 6 ถนนราชดำริห์ แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร	ให้เช่าอสังหาริมทรัพย์	10,000,000,000 บาท	สามัญ	1,000,000,000	10 บาท	8,950,650,000 บาท	1,000,000,000	99.85
บริษัท พิชญโลก บิ๊กซี 2015 จำกัด 97/11 ชั้นที่ 6 ถนนราชดำริห์ แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร	ธุรกิจค้าปลีกและลงทุนในบริษัทอื่น	5,462,000,000 บาท	สามัญ	53,793,799	100 บาท	5,379,378,000 บาท	53,793,799	99.85
			บุริมสิทธิ	826,201	100 บาท	826,201,000 บาท	826,201	
บริษัท ซี ดิสทริบิวชั่น เอเชีย เอพีอี แอลทีดี 50 ราฟเฟิล เฟลต # 32 – 01 สิงคโปร์แลนด์ทาวเวอร์ ประเทศสิงคโปร์	บริษัทลงทุน	4,500,000 ยูโร	สามัญ	4,500,000	1 ยูโร	4,500,000 ยูโร	4,500,000	99.94
บริษัท บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ (ลาว) จำกัด บ้านหัดสะบตีใต้ เมืองจันทบุรี นครเวียงจันทน์ ประเทศลาว	ธุรกิจค้าส่งและค้าปลีก	157,000,000 บาท	-	-	-	157,000,000 บาท	-	99.85

ชื่อบริษัท	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน	ประเภทหุ้น	จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย (หุ้น)	มูลค่าหุ้นละ	ทุนชำระแล้ว	จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น)	สัดส่วนการถือหุ้น/ลงทุน (ร้อยละ)
บริษัทย่อย								
บริษัท เซ็นทรัล พัทธา จำกัด 97/11 ชั้นที่ 6 ถนนราชดำริห์ แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร	ให้เช่าสังหาริมทรัพย์	80,000,000 บาท	สามัญ	8,000,000	10 บาท	80,000,000 บาท	8,000,000	99.85
บริษัท อุดร บิ๊กซี จำกัด 97/11 ชั้นที่ 6 ถนนราชดำริห์ แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร	ให้เช่าสังหาริมทรัพย์	850,000,000 บาท	สามัญ	85,000,000	10 บาท	850,000,000 บาท	83,249,000	99.85
บริษัท อินทนนท์แลนด์ จำกัด 97/11 ชั้นที่ 6 ถนนราชดำริห์ แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร	ให้เช่าสังหาริมทรัพย์	841,000,000 บาท	สามัญ	84,100,000	100 บาท	841,000,000 บาท	82,367,540	99.85
บริษัท ซี ดีสทริบิวชั่น (ประเทศไทย) จำกัด 97/11 ชั้นที่ 6 ถนนราชดำริห์ แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร	พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	100,000,000 บาท	สามัญ	1,000,000	100 บาท	100,000,000 บาท	1,000,000	99.91
บริษัท บิ๊กซี แฟรี่ จำกัด 97/11 ชั้นที่ 6 ถนนราชดำริห์ แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร	ธุรกิจค้าปลีก	440,000,000 บาท	สามัญ	1,400,000	100 บาท	440,000,000 บาท	1,259,992	99.68
			บุริมสิทธิ	3,000,000	100 บาท		3,000,000	

ชื่อบริษัท	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน	ประเภทหุ้น	จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย (หุ้น)	มูลค่าหุ้นละ	ทุนชำระแล้ว	จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น)	สัดส่วนการถือหุ้น/ลงทุน (ร้อยละ)
บริษัทย่อย								
บริษัท พระราม 2 บีคี่ จำกัด 97/11 ชั้นที่ 6 ถนนราชดำริห์ แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร	ให้เช่าสังหาริมทรัพย์	5,000,000 บาท	สามัญ	50,000	100 บาท	5,000,000 บาท	50,000	99.84
บริษัท พิชญโลก บีคี่ จำกัด 97/11 ชั้นที่ 6 ถนนราชดำริห์ แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร	ธุรกิจค้าปลีกและให้เช่าสังหาริมทรัพย์	1,050,000 บาท	สามัญ บุริมสิทธิ	20,000,000 85,000,000	10 บาท 10 บาท	1,050,000 บาท	19,999,995 85,000,000	99.85
บีเจซี เซลลิล็อกซ์ (คัมโบเดีย) จำกัด สุวรรณภูมิ สเตย์ลธิคอนอมิคโซน (ลำโพง แครวิลเลจ, ลำโพง รม คอมมูน) อำเภอเคียนสเวย์ จังหวัดคัลดัล ราชอาณาจักรกัมพูชา	ผลิตกระดาษอนามัย	1,000,000 เหรียญสหรัฐ	สามัญ	1,000,000	1 เหรียญสหรัฐ	1,000,000 เหรียญสหรัฐ	1,000,000	100
วินา เปเปอร์ คัมปะนี ลิมิเตด ตันชี อินดัสเตรียลคลัสเตอร์ ตันชีคอมมูน อำเภอเทียนดู จังหวัดแบ็คนิน ประเทศเวียดนาม	ผลิตกระดาษอนามัย	319,031,982,621 เวียดนามดอง	สามัญ	-	-	319,031,982,621 เวียดนามดอง	-	100

ชื่อบริษัท	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน	ประเภทหุ้น	จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย (หุ้น)	มูลค่าหุ้นละ	ทุนชำระแล้ว	จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น)	สัดส่วนการถือหุ้น/ลงทุน (ร้อยละ)
กิจการร่วมค้า								
บีเจซี-เอ็มพีอาร์ท (ฮ่องกง) คัมปะนี ลิมิเต็ด 1 ถนนเมทเธอร์สัน 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	51
มาลาया กลาส โปรดัคส์ เอสตีเอิน บีเอชดี 72-เอ จาลัน แธมปอย 81200 ยะโฮร์ บารู จังหวัดยะโฮร์ ประเทศมาเลเซีย โทรศัพท์: (07) 2371701 โทรสาร: (07) 2371705, (07) 2360712	ผลิตบรรจุภัณฑ์แก้ว	100,000,000 ริงกิต	สามัญ บุริมสิทธิ	99,000,000 172,225	1 ริงกิต 1 ริงกิต	55,000,000 ริงกิต 172,225 ริงกิต	55,000,000 172,225	50*
มาลาया เวียดนาม กลาส ลิมิเต็ด เขตอุตสาหกรรม มี ส่วน เขตตันบิน จังหวัดบา เรีย หุง เตา ประเทศเวียดนาม โทรศัพท์: (84.4) 39404147 โทรสาร: (84.4) 39404294	ผลิตบรรจุภัณฑ์แก้ว	772,800,000,000 เวียดนามดอง	-	-	-	322,209,160,000 เวียดนามดอง	-	35*

หมายเหตุ *กลุ่มบริษัทถือหุ้นสามัญร้อยละ 50 ใน BJC O-I Glass Pte. Ltd. โดย BJC O-I Glass Pte. Ltd. ถือหุ้นสามัญร้อยละ 100 ใน Malaya Glass Products Sdn Bhd และ Malaya Glass Products Sdn Bhd ถือหุ้นสามัญร้อยละ 70 ใน Malaya-Vietnam Glass Limited

ชื่อบริษัท	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน	ประเภทหุ้น	จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย (หุ้น)	มูลค่าหุ้นละ	ทุนชำระแล้ว	จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น)	สัดส่วนการถือหุ้น/ลงทุน (ร้อยละ)
กิจการร่วมค้า								
บริษัท บิ๊กซี เซอร์วิส เซส จำกัด 97/11 ชั้นที่ 6 ถนนราชดำริห์ แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร	ธุรกิจนายหน้าประกันภัย	100,000,000 บาท	สามัญ	10,000,000	10 บาท	100,000,000 บาท	5,100,000	50.9
บีเจซี เอ็มไอบี คัมปะนี ลิมิเตด 138/142 ห้องดี ชั้นจี ถนนเทียนพิว โปตะทาว ทาวนิชิป ย่านกุ่ม สหภาพเมียนมาร์	จำหน่ายเครื่องมือแพทย์	340,000 เหรียญสหรัฐ	สามัญ	34,000	10 เหรียญสหรัฐ	170,000 เหรียญสหรัฐ	17,340	51
บีเจซี โอ-ไอ กลาส ฟิทีอี 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	
บริษัท บีเจซี-เอ็มพีอียท์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด 99 ซอยวูเบี๋ย ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร	ค้าส่ง และค้าปลีก	132,600,000 บาท	สามัญ	1,326,000	100 บาท	132,600,000 บาท	676,260	51

ชื่อบริษัท	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน	ประเภทหุ้น	จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย (หุ้น)	มูลค่าหุ้นละ	ทุนชำระแล้ว	จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น)	สัดส่วนการถือหุ้น/ลงทุน (ร้อยละ)
กิจการร่วมค้า								
บริษัท บีเจซี แอนด์ ซีเอฟ (ประเทศไทย) จำกัด 99 ซอยรู่เบีย 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 เบอร์ลีโอเซียติก โซดา จำกัด 99 ซอยรู่เบีย ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร โทร : 0 2367 1601 โทรสาร : 0 2381 5102	นำเข้าและจำหน่ายผลิตภัณฑ์โซดาแอช	40,000,000 บาท	สามัญ	6,400,000	6.25 บาท	40,000,000 บาท	3,200,000	50
บริษัท เบอร์ลี ไดนาฟลาส 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
บริษัท บี เจ ซี มารีน ริซอสเซส ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด 99 ซอยรู่เบีย ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร	ให้เช่าบ่อเลี้ยงกุ้งและอุปกรณ์	100,000,000 บาท	สามัญ	100,000	1,000 บาท	94,400,000 บาท	50,000	50

ชื่อบริษัท	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน	ประเภทหุ้น	จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย (หุ้น)	มูลค่าหุ้นละ	ทุนชำระแล้ว	จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น)	สัดส่วนการถือหุ้น/ลงทุน (ร้อยละ)
กิจการร่วมค้า								
บริษัท บีจี อินชัวร์نس โบรคเกอร์ จำกัด 97/11 ชั้นที่ 6 ถนนราชดำริห์ แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร	ดำเนินกิจกรรมประกันชีวิตและประกันวินาศภัย	4,000,000 บาท	สามัญ	400,000	10 บาท	4,000,000 บาท	400,000	50.9
บริษัทร่วม								
บริษัท แก้วกรุงไทย จำกัด 8 หมู่ที่ 2 ถนนพหลโยธิน ตำบลลำไทร อำเภอบางบาล จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โทรศัพท์ : 0 3528 7101-4 โทรสาร : 0 3528 7235	จำหน่ายเศษแก้ว พลาสติกและวัสดุที่ใช้แล้ว	320,000,000 บาท	สามัญ	3,200,000	100 บาท	320,000,000 บาท	800,000	24.65
บริษัทที่หยุดดำเนินงาน								
เบอร์ลี ยูคเกอร์ (เมียนมาร์) ลิมิเตด 39 (บี) ทาว วัน สตรีท ดาก่อน ทาวนิชิป ย่างกุ้ง สหภาพเมียนมาร์ โทรศัพท์ : 951 226 658 โทรสาร : 951 221 598 <u>สำนักงานกรุงเทพมหานคร</u> โทรศัพท์ : 0 2367 1029	หยุดดำเนินการ	1,000,000 จัค	สามัญ	615	1,000 จัค	615,000 จัค	615	100

ชื่อบริษัท	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน	ประเภทหุ้น	จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย (หุ้น)	มูลค่าหุ้นละ	ทุนชำระแล้ว	จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น)	สัดส่วนการถือหุ้น/ลงทุน (ร้อยละ)
บริษัทที่หยุดดำเนินงาน								
บริษัท หินอ่อนและศิลา จำกัด 99 ซอยรู่เบีย ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร	หยุดดำเนินการ	99,800,000 บาท	สามัญ	998,000	100 บาท	99,800,000 บาท	998,000	100
รู่เบีย อินเวสต์मेंทส์ ลิมิเตด หมู่เกาะบริติช เวอร์จิน	บริษัทลงทุน	30,000,000 บาท	สามัญ	30,000	1,000 บาท	30,000,000 บาท	30,000	100
บริษัท ซีมาร์ท (ประเทศไทย) จำกัด 97/11 ชั้นที่ 6 ถนนราชดำริห์ แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร	หยุดดำเนินการ	1,000,000 บาท	สามัญ	100,000	10 บาท	1,000,000 บาท	100,000	99.85
บริษัท ซีมอลล์ จำกัด 97/11 ชั้นที่ 6 ถนนราชดำริห์ แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร	หยุดดำเนินการ	300,000,000 บาท	สามัญ	3,000,000	100 บาท	3,000,000 บาท	3,000,000	99.85

6.1.3 ข้อมูลของบุคคลอ้างอิง

นายทะเบียนหุ้นของบริษัท

บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด

เลขที่ 93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง

เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร 10110

โทรศัพท์: 0 2009 9000

โทรสาร: 0 2009 9991

ผู้สอบบัญชี

บริษัท ดีลอยท์ ทูช โรมัทสு ไชยยศ สอบบัญชี จำกัด

เลขที่ 11/1 ชั้น 23 – 27 อาคาร เอไอเอ สาทร ทาวเวอร์ ชั้น 25

ถนนสาทรใต้ แขวงยานนาวา เขตสาทร กรุงเทพมหานคร 10120

โทรศัพท์: 0 2034 0000

โทรสาร: 0 2034 0100

ที่ปรึกษากฎหมาย

บริษัท วีระวงศ์ ชินวัฒน์ และพาร์ทเนอร์ส จำกัด

เลขที่ 540 อาคารเมอริควีร์ 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

นายทะเบียนหุ้นกู้

ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

333 ถนนสีลม แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500

โทรศัพท์: 02-230-1478, 02-626-4525

โทรสาร: 02-230-1893

สถาบันการเงินที่ติดต่อเป็นประจำ

ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)

ธนาคารธนาชาต จำกัด (มหาชน)

ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)
ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)
ธนาคารยูโอบี จำกัด (มหาชน)
ธนาคารซีทีแบงก์ (ประเทศไทย) จำกัด
ธนาคารบีเอ็นพี พาริบาส์
ธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน)
ธนาคารฮ่องกงและเซี่ยงไฮ้แบงกิงคอร์ปอเรชั่น จำกัด
ธนาคารดอยช์แบงก์
ธนาคาร มิซูโฮ จำกัด
ธนาคารซุมิตโม มิตซูบิ แบงกิง คอร์ปอเรชั่น
ธนาคารออมสิน
ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย
ธนาคาร ซีไอเอ็มบี ไทย จำกัด (มหาชน)
ธนาคาร ซุมิตโม มิตซูบิ ทรัสต์ (ไทย) จำกัด (มหาชน)
ธนาคารโอเวอร์ซี-ไชนีส แบงกิง คอร์ปอเรชั่น จำกัด
ธนาคารเอเอ็นแซด (ไทย) จำกัด (มหาชน)

6.2 ข้อมูลสำคัญอื่น

-ไม่มี-