

## 1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท เบอร์ลี่ ยุคเกอร์ จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) ก่อตั้งขึ้นในประเทศไทยเมื่อปี 2425 โดยนายอัลเบิร์ต ยุคเกอร์ และนายเฮนรี ชิกก์ โดยใช้ชื่อว่า “ห้างยุคเกอร์ แอนด์ ชิกก์ แอนด์ โก” ประกอบกิจการค้าในด้านเป็นตัวแทนบริษัทเรือฝรั่งเศส อังกฤษ และอิตาลี พร้อมกับเป็นตัวแทนบริษัทประกันภัยของต่างประเทศ และยังเป็นตัวแทนธนาคารต่างๆ ด้วย เช่น ธนาคารอินโดจีน ระหว่างปี 2421 – 2433 ธนาคารฮ่องกงและเซี่ยงไฮ้ ระหว่างปี 2428 – 2431 นอกจากนั้นยังทำการค้าโรงสีข้าวและเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าทั้งนำเข้าและส่งออกด้วย

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

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

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

ในปี 2508 นายวอลเตอร์ ไมเยอร์ ได้พิจารณาว่าการดำเนินธุรกิจแบบหุ้นส่วนภายในครอบครัวเป็นอุปสรรคต่อความก้าวหน้าและการเจริญเติบโต จึงได้มีการชี้แจงและชักชวนหุ้นส่วนอื่นๆ ให้เห็นชอบต่อการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของบริษัทไปสู่การเป็นบริษัทมหาชนที่เปิดโอกาสให้ประชาชนทั่วไปเข้ามาถือหุ้น และเมื่อมีการจัดตั้งตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยขึ้นในปี 2517 บริษัท เบอร์ลี่ ยุคเกอร์ จำกัด ก็ได้เป็น 1 ใน 7 บริษัทแรกที่เข้าเป็นสมาชิกในตลาดหลักทรัพย์เมื่อเดือนเมษายน 2518

ในปี 2510 นับเป็นปีมหามงคลของบริษัท เนื่องจากได้รับพระมหากรุณาธิคุณจากพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 9 ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าโปรดกระหม่อมพระราชทานตราตั้งแก่บริษัท เบอร์ลี่ ยุคเกอร์ จำกัด

ในปี 2544 มีการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญเกิดขึ้นกับบริษัท เมื่อบริษัทในเครือบริษัทไทยเจริญ คอร์ปอเรชั่น หรือ ทีซีซี กรุ๊ป ได้เข้าถือครองหุ้นทั้งหมดของบริษัทที่ถือโดยพีเอสแปซิฟิค ทำให้เป็นถือหุ้นใหญ่แต่ผู้เดียวในบริษัท ซึ่งหลังจากกระบวนการทำค่าเสนอซื้อหลักทรัพย์เสร็จสิ้นลง บริษัท นครขึ้น จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทในเครือของบริษัทไทยเจริญคอร์ปอเรชั่น หรือ ทีซีซี กรุ๊ป ได้ถือหุ้นทั้งสิ้นร้อยละ 83.50 ของหุ้นที่ออกจำหน่ายแล้วทั้งหมดของบริษัท ปัจจุบันบริษัทมีผู้ถือหุ้นหลัก คือ บริษัท ทีซีซี คอร์ปอเรชั่น จำกัด ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 72.13 (ณ วันที่ 2 ธันวาคม 2562)

ในปี 2549 บริษัทก้าวขึ้นเป็นผู้ผลิตกระดาษอนามัยรายใหญ่ที่สุดในประเทศไทย ด้วยกำลังทางผลิต 50,000 ตัน/ปี ของโรงงานกระดาษอนามัยเซลลิกซ์

ในปี 2550 บริษัทได้ขยายธุรกิจบรรจภัณฑ์ให้ครอบคลุมผลิตภัณฑ์ต่างๆ มากขึ้น จึงได้ซื้อหุ้นร้อยละ 50 ในบริษัท ไทย เบเวอร์เรจ แคน จำกัด ซึ่งเป็นผู้ผลิตกระป๋องและฝาอะลูมิเนียมชั้นนำในประเทศไทย

ในปี 2551 บริษัทได้เข้าซื้อกิจการของบริษัท เจซี ฟู้ดส์ เอสดีเอ็น พีเอชดี ซึ่งเป็นผู้ผลิตมันฝรั่งทอดกรอบและขนมชิ้นรูปในประเทศมาเลเซีย โดยผลิตและจำหน่ายมันฝรั่งทอดกรอบจำหน่ายทั้งในประเทศมาเลเซีย และส่งออกไปยังประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคเอเชีย

ในปี 2553 บริษัทร่วมหุ้นกับโอเวน อิลลินอยส์หรือ โอ-ไอ เข้าซื้อบริษัท ไทย มาลาया กลาส จำกัด ผู้ผลิตแก้วเพื่อส่งออกให้เอฟแอนด์เอ็น รวมถึงโรงงานในประเทศจีน เวียดนามและประเทศไทย ส่งผลให้บริษัท อุตสาหกรรมทำเครื่องแก้วไทย จำกัด (มหาชน) ("TGI") เป็นผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์แก้ว รายใหญ่ที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

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

ในปี 2554 บริษัทเข้าซื้อกิจการเอเชียบู้คส์ ผู้นำด้านธุรกิจนำเข้าและจัดจำหน่ายหนังสือภาษาอังกฤษ ภาษาไทย และภาษาอื่นๆ ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

ในปี 2555 เป็นปีที่บริษัทได้ทำการเฉลิมฉลองครบรอบ 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 ทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยเข้าซื้อหุ้นของไทอัน เวียดนาม จอยท์ สต็อก คัมปะนี ("ไทอัน") และร่วมทุนกับพันธมิตรในประเทศลาวจัดตั้งบริษัท บีเจซี-เอ็มพอยท์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด เพื่อดำเนินธุรกิจค้าส่งและค้าปลีก

ในปี 2557 บริษัทได้ก่อตั้ง บีเจซี อินเตอร์เนชั่นแนล โฮลดิ้ง พีทีอี แอลทีดี (BJIH) ในประเทศสิงคโปร์ และก่อตั้งบริษัท บีเจซี คอมเมิร์ซ จำกัด เพื่อขยายงานด้านการจำหน่ายสินค้าออนไลน์

ในปี 2558 ธุรกิจบรรจุภัณฑ์ในกลุ่มบริษัทบีเจซีได้มีการพัฒนานวัตกรรมการผลิตบรรจุภัณฑ์แก้ว โดยสามารถผลิตขวดแก้วสีเขียวมรกตซึ่งสามารถป้องกันรังสีอัลตราไวโอเล็ต ได้ดีกว่าขวดเขียวทั่วไปในท้องตลาด อีกทั้งสามารถผลิตได้ในปริมาณมากและต่อเนื่อง นอกจากนี้ในส่วนโรงงานการผลิตขวดแก้วในประเทศยังเพิ่มเครื่องจักรทำให้เพิ่มกำลังเป็น 300 ตัน/วัน เพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจบรรจุภัณฑ์ นอกจากนี้ยังร่วมทุนกับ อินเทอร์เน็ต อินิซิเอทีฟ เจแปน เพื่อดำเนินธุรกิจ Cloud และบริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

ในปี 2559 กลุ่มบริษัทบีเจซี เดินหน้าขยายการลงทุนในธุรกิจบรรจุภัณฑ์แก้ว เพื่อรองรับธุรกิจเครื่องดื่มและอาหารที่เติบโตอย่างแข็งแกร่งทั้งตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศ ด้วยการลงทุนกว่า 2,000 ล้านบาท ในการก่อสร้างเตาหลอมแห่งใหม่ที่โรงงานไทย มาลาया กลาส จังหวัดสระบุรี ("TMG") ซึ่งเริ่มทำการผลิตได้ในปลายปี 2560 โดยมีกำลังผลิต 300 ตัน/วัน ทั้งนี้ ในปัจจุบันธุรกิจบรรจุภัณฑ์แก้ว มีกำลังผลิตทั้งสิ้น 3,435 ตัน/วัน

ในปีเดียวกัน กลุ่มบริษัทบีเจซีได้ทำการซื้อหุ้นใน บริษัท บีจี ซีบูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นหนึ่งในห้างค้าปลีกครบครันทุกช่องทางของการจับจ่าย มีสาขากระจายตัวอยู่ทั่วประเทศกว่า 797 สาขา โดยการเข้าซื้อกิจการครั้งนี้เป็นก้าวสำคัญทางธุรกิจและได้ต่อยอดกลุ่มธุรกิจบริษัทให้ครอบคลุมและครบวงจร ทั้งธุรกิจต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ รวมถึงธุรกิจอื่นๆ ที่ต่อเนื่องกัน โดยทางกลุ่มบริษัทมีสัดส่วนการถือหุ้นรวมคิดเป็นร้อยละ 58.55

ในปี 2560 บริษัทได้ทำคำสั่งเสนอซื้อหลักทรัพย์ที่เหลือทั้งหมดของกิจการบีจีซีที่ราคา 225.00 บาทต่อหุ้น โดยในปัจจุบัน กลุ่มบริษัทมีสัดส่วนความเป็นเจ้าของในหุ้นบีจีซีทั้งหมดร้อยละ 99.85 และบีจีซี อินเทอร์เน็ตชั้นแนล คัมปะนี ลิมิเตด (“BJIHK”) เข้าซื้อกิจการของ วินา เปเปอร์ คัมปะนี ลิมิเตด หนึ่งในผู้ผลิตกระดาษทิชชูชั้นนำของประเทศเวียดนาม ด้วยมูลค่า 483 ล้านบาท โดยปัจจุบันมีกำลังการผลิตอยู่ที่ 16,000 ตัน/ปี และมีส่วนแบ่งทางการตลาดอยู่ที่ร้อยละ 13.00 ในประเทศเวียดนาม

ในปี 2561 กลุ่มบริษัทได้ทำการเปิดเตาแก้วใหม่ ณ โรงงานมาลาया กลาส จังหวัดสระบุรี เพื่อเพิ่มกำลังการผลิตแก้วในประเทศไทย โดยมีกำลังการผลิตเพิ่มขึ้นที่ 400 ตัน/วัน ปัจจุบันกลุ่มบีจีซี เป็นผู้ผลิตแก้วที่มีกำลังการผลิตมากที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่ประมาณ 4,000 ตัน/วัน

ในปีเดียวกัน กลุ่มบริษัทได้ทำการเข้าซื้อกิจการของบริษัท ไวท์กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นหนึ่งในผู้จัดจำหน่ายสินค้าเคมีภัณฑ์อุตสาหกรรมรายใหญ่ชั้นนำของประเทศไทย การเข้าซื้อกิจการครั้งนี้จะช่วยส่งเสริมและสร้างความแข็งแกร่งให้กับธุรกิจการจัดจำหน่ายเคมีภัณฑ์อุตสาหกรรมของกลุ่มบริษัทบีจีซี

บริษัทมุ่งมั่นความเป็นเลิศในการพัฒนาการผลิตสินค้าและบริการที่เปี่ยมด้วยคุณภาพตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ และเป็นผู้ดำเนินการจัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่ใช้ในชีวิตประจำวัน เพื่อตอบสนองความต้องการในทุกวันของผู้บริโภค และบริษัทได้ขยายธุรกิจมาอย่างต่อเนื่อง จนปัจจุบันบริษัทมีการประกอบธุรกิจใน 5 กลุ่มธุรกิจ ดังนี้

#### 1. กลุ่มสินค้าและบริการทางการค้าปลีกสมัยใหม่

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

#### 2. กลุ่มสินค้าและบริการทางบรรจุภัณฑ์

ดำเนินกิจการด้านการออกแบบ การผลิต การตลาด การกระจายสินค้า และจำหน่ายสินค้าบรรจุภัณฑ์ ซึ่งรวมถึงภาชนะแก้ว กระป๋องอะลูมิเนียม และบรรจุภัณฑ์พลาสติก

#### 3. กลุ่มสินค้าและบริการทางอุปโภคบริโภค

ดำเนินกิจการด้านการผลิต การตลาด และการกระจายสินค้าอุปโภคบริโภคในกลุ่มอาหารและกลุ่มเครื่องใช้ส่วนตัว ทั้งที่เป็นตราสินค้าของบริษัทและรับจ้างผลิตสินค้าภายใต้สัญญากับบริษัทอื่น

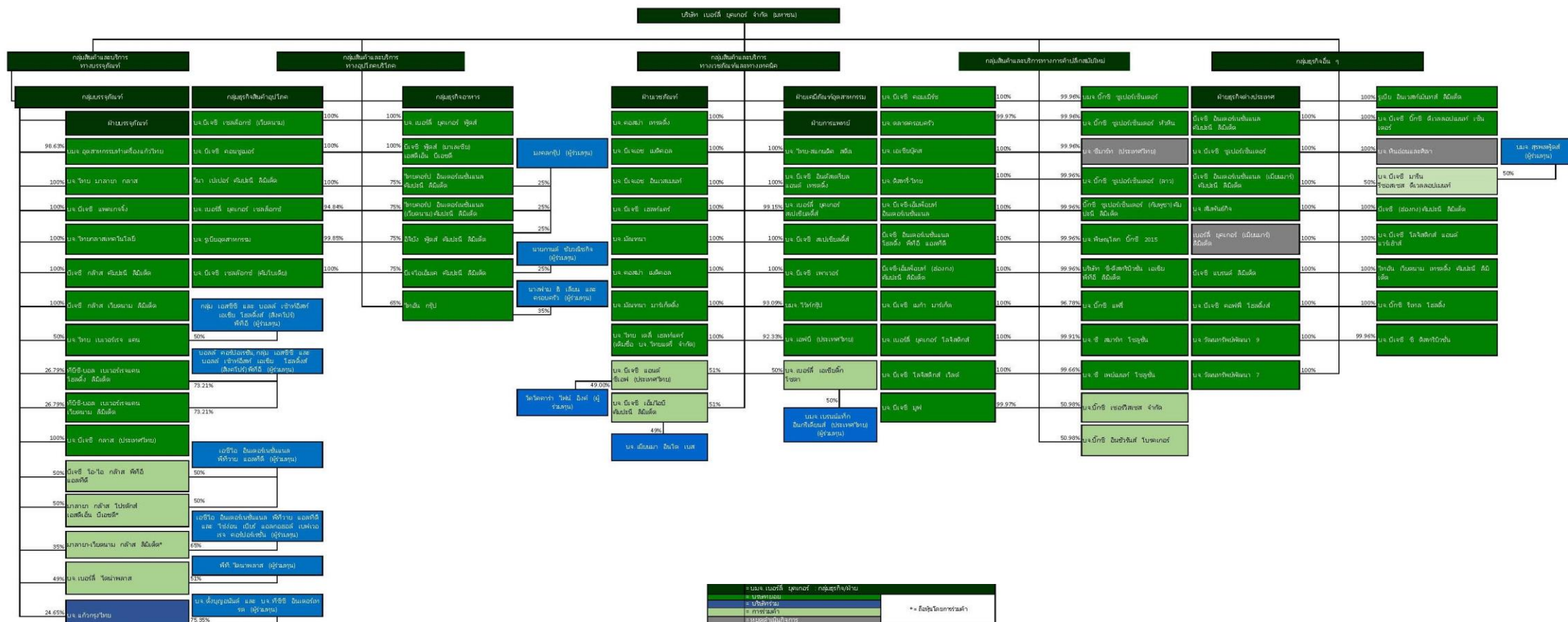
#### 4. กลุ่มสินค้าและบริการทางเวชภัณฑ์และทางเทคนิค

ดำเนินกิจการด้านการกระจายสินค้าและบริการเกี่ยวกับเวชภัณฑ์และเภสัชภัณฑ์สำหรับสินค้าภายใต้สัญญากับบริษัทอื่นที่มีชื่อเสียง รวมถึงจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการทางเทคนิคสำหรับอุตสาหกรรมต่างๆ

#### 5. กลุ่มธุรกิจอื่นๆ

ดำเนินกิจการเกี่ยวกับธุรกิจค้าปลีกต่างๆ ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และแสวงหาโอกาสในการควบรวมการซื้อกิจการ รวมถึงการพัฒนาธุรกิจใหม่ๆ

ทั้งนี้ บริษัทมีการแบ่งการดำเนินงานของบริษัทในกลุ่ม ดังนี้



หมายเหตุ: ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562

๒  
รับรองความถูกต้อง

นางกมลวรรณ ศิวรักษ์  
ผู้รับมอบอำนาจ

ส่วนที่ 1 หน้า 4 / 93

วิสัยทัศน์ พันธกิจและกลยุทธ์การดำเนินงานของบีเจซี ปี 2563 - 2566



การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญในปี 2562

- มกราคม 2562 - กลุ่มบริษัทได้ทำคำเสนอซื้อหลักทรัพย์ที่เหลือของบริษัท ไวก์กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) อีกร้อยละ 42.85 แล้วเสร็จเมื่อวันที่ 11 มกราคม 2562 ส่งผลให้กลุ่มบริษัทมีสัดส่วนความเป็นเจ้าของในบริษัท ไวก์กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ทั้งหมดร้อยละ 93.09
- มีนาคม 2562 - บิ๊กซีได้เปลี่ยนการบริหารจัดการระบบขนส่งที่คลังสินค้าวังน้อย (non-dedicated fleet) มาให้บริษัท เบอร์ลี่ ยุคเกอร์ โลจิสติกส์ จำกัด บริหารจัดการเพื่อรองรับการขยายตัวของกลุ่มธุรกิจในอนาคต
- บริษัทได้ทำการออกหุ้นกู้ไม่มีหลักประกันจำนวน 16,000 ล้านบาท เพื่อชำระคืนหุ้นกู้ไม่มีหลักประกันที่ครบกำหนดจำนวน 16,200 ล้านบาท
- เมษายน 2562 - บิ๊กซีได้เริ่มพัฒนาการขนส่งสินค้าถึงลูกค้า โดยการไฮเปอร์มาร์เก็ตในแต่ละพื้นที่เป็นจุดกระจายสินค้าไปยังสาขานาขนาดเล็ก เพื่อรองรับการขยายตัวของมินิบิ๊กซีในอนาคต
- พฤษภาคม 2562 - บิ๊กซีร่วมกับ ซีสมาร์ทโซลูชั่น พัฒนาระบบการวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้าและประสิทธิภาพในการขาย รวมทั้งการทำการตลาดแบบรายบุคคล ซึ่งให้การสนับสนุนโดยบริษัท เดอะนิลเซ็น จำกัด
- มิถุนายน 2562 - บิ๊กซีให้สิทธิในการใช้ตราสัญลักษณ์ มินิ บิ๊กซี แก่ร้านสะดวกซื้อในประเทศลาว ด้วยจำนวนสาขาทั้งสิ้น 44 สาขา

- สิงหาคม 2562 - ทริสเรทติ้งคงอันดับเครดิตองค์กรของ บริษัท เบอร์ลี ยูคเกอร์ จำกัด (มหาชน) ที่ระดับ “A+” แนวโน้ม “ลบ” สำหรับอันดับเครดิตองค์กรและหุ้นกู้ไม่ด้อยสิทธิ ไม่มีหลักประกันของบริษัท
- กันยายน 2562 - บริษัทได้ทำการออกหุ้นกู้ไม่มีหลักประกันจำนวน 22,000 ล้านบาท เพื่อชำระคืนหุ้นกู้ไม่มีหลักประกันที่ครบกำหนดจำนวน 22,000 ล้านบาท
- ตุลาคม 2562 - บิ๊กซีขยายสาขาไฮเปอร์มาร์เก็ตในต่างประเทศเป็นครั้งแรก โดยการเปิดบิ๊กซีที่เมืองปอยเปต ประเทศกัมพูชา
- กลุ่มธุรกิจอุปโภคบริโภคเปิดตัวผลิตภัณฑ์มันฝรั่งทอดกรอบเทสโต และข้าวอบกรอบโดไซะ อย่างเป็นทางการที่ประเทศมาเลเซีย
- ธันวาคม 2562 - บมจ. อุตสาหกรรมทำเครื่องแก้วไทย ได้ติดตั้งและเริ่มใช้งานแผงแปรรูปพลังงานไฟฟ้าจากแสงอาทิตย์ที่โรงแก้วบางพลีจำนวน 3 เมกะวัตต์
- มินิ บิ๊กซีฉลองการเปิดสาขาที่ 1,000 ในประเทศไทย โดย ณ สิ้นปี 2562 มินิ บิ๊กซีมีจำนวนทั้งสิ้น 1,016 สาขาทั่วประเทศ



## 2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

### 2.1 โครงสร้างรายได้

กลุ่มบริษัท เบอรัล ภูเก็ต สามารถจำแนกโครงสร้างรายได้ ดังนี้

| กลุ่มธุรกิจ                                 | ปี 2562             |                     | ปี 2561             |                     | ปี 2560             |                     |
|---|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
|   | รายได้<br>(ล้านบาท) | สัดส่วน<br>(ร้อยละ) | รายได้<br>(ล้านบาท) | สัดส่วน<br>(ร้อยละ) | รายได้<br>(ล้านบาท) | สัดส่วน<br>(ร้อยละ) |
| กลุ่มสินค้าและบริการทางบรรจุภัณฑ์           | 20,360              | 12.88               | 21,093              | 13.51               | 19,447              | 13.04               |
| กลุ่มสินค้าและบริการทางอุปโภคบริโภค         | 18,896              | 11.96               | 17,694              | 11.33               | 16,966              | 11.37               |
| กลุ่มสินค้าและบริการทางเวชภัณฑ์และทางเทคนิค | 8,843               | 5.60                | 8,422               | 5.39                | 8,141               | 5.46                |
| กลุ่มสินค้าและบริการทางการค้าปลีกสมัยใหม่   | 111,389             | 70.50               | 109,847             | 70.35               | 103,962             | 69.70               |
| กลุ่มธุรกิจอื่น ๆ                           | 1,297               | 0.82                | 1,687               | 1.08                | 2,548               | 1.71                |
|   | 160,785             | 101.76              | 158,743             | 101.66              | 151,064             | 101.28              |
| หัก รายการขายระหว่างกัน                     | (2,776)             | (1.76)              | (2,601)             | (1.66)              | (1,906)             | (1.28)              |
| <b>รวม</b>                                  | <b>158,009</b>      | <b>100.00</b>       | <b>156,142</b>      | <b>100.00</b>       | <b>149,158</b>      | <b>100.00</b>       |

| กลุ่มธุรกิจ/ดำเนินการโดย              | %       | ปี 2562        |                     | %       | ปี 2561             |                | %       | ปี 2560             |                     |
|---------------------------------------|---------|----------------|---------------------|---------|---------------------|----------------|---------|---------------------|---------------------|
|                                       |         | การถือ<br>หุ้น | รายได้<br>(ล้านบาท) |         | สัดส่วน<br>(ร้อยละ) | การถือ<br>หุ้น |         | รายได้<br>(ล้านบาท) | สัดส่วน<br>(ร้อยละ) |
| กลุ่มสินค้าและบริการทางบรรจุภัณฑ์     |         |                |                     |         |                     |                |         |                     |                     |
| บมจ. อุตสาหกรรมทำเครื่องแก้วไทย       | 98.63%  | 4,766          | 3.02                | 98.63%  | 5,565               | 3.56           | 98.60%  | 5,382               | 3.61                |
| บจ. ไทยมาลาयाกลาส                     | 100.00% | 11,491         | 7.27                | 100.00% | 11,573              | 7.41           | 100.00% | 10,679              | 7.16                |
| บจ. ไทยเบเวอร์เรจแคน                  | 50.00%  | 5,819          | 3.68                | 50.00%  | 6,924               | 4.44           | 50.00%  | 7,125               | 4.78                |
| TBC-Ball Beverage Can Holding Limited | 26.79%  | 2,164          | 1.37                | 26.79%  | 1,824               | 1.17           | 26.79%  | 961                 | 0.64                |
| TBC-Ball Beverage Can Vietnam Limited | 26.79%  | 3,294          | 2.08                | 26.79%  | 2,871               | 1.84           | 26.79%  | 2,490               | 1.67                |
| บจ. บีเจซี แพคเกจจิ้ง                 | 100.00% | -              | -                   | 100.00% | -                   | -              | 100.00% | 46                  | 0.03                |
| บจ. ไทยกลาสเทคโนโลยี                  | 100.00% | 1              | -                   | 100.00% | 31                  | 0.02           | 100.00% | 38                  | 0.03                |
| บจ. บีเจซี กลาส (ประเทศไทย)           | 100.00% | 237            | 0.15                | 100.00% | 218                 | 0.14           | 100.00% | 154                 | 0.10                |
|                                       |         | 27,772         | 17.57               |         | 29,006              | 18.58          |         | 26,875              | 18.02               |
| หัก รายการขายระหว่างกัน               |         | (7,412)        | (4.69)              |         | (7,913)             | (5.07)         |         | (7,428)             | (4.98)              |
|                                       |         | 20,360         | 12.88               |         | 21,093              | 13.51          |         | 19,447              | 13.04               |

| กลุ่มธุรกิจ/ดำเนินการโดย  | %         | ปี 2562   |          | %         | ปี 2561   |          | %         | ปี 2560   |          |
|---|-----------|-----------|----------|-----------|-----------|----------|-----------|-----------|----------|
|   |           | รายได้    | สัดส่วน  |           | รายได้    | สัดส่วน  |           | รายได้    | สัดส่วน  |
|   | การถือ    | (ล้านบาท) | (ร้อยละ) | การถือ    | (ล้านบาท) | (ร้อยละ) | การถือ    | (ล้านบาท) | (ร้อยละ) |
|   | หุ้น      |           |          | หุ้น      |           |          | หุ้น      |           |          |
| <b>กลุ่มสินค้าและบริการทางอุปโภคบริโภค</b>                            |           |           |          |           |           |          |           |           |          |
| บมจ. เบอรัล ยูคเกอร์  | บริษัทแม่ | 11,467    | 7.26     | บริษัทแม่ | 10,183    | 6.52     | บริษัทแม่ | 9,646     | 6.47     |
| บจ. เบอรัล ยูคเกอร์ ฟู้ดส์  | 100.00%   | 3,209     | 2.03     | 100.00%   | 2,713     | 1.74     | 100.00%   | 2,228     | 1.49     |
| บริษัท ไทย เดลี่ เฮลท์แคร์ จำกัด<br>(เดิมชื่อ บริษัท ไทย แครี่ จำกัด) | 100.00%   | 28        | 0.02     | 100.00%   | 159       | 0.10     | 100.00%   | 152       | 0.10     |
| BJC Foods (Malaysia) Sdn. Bhd.  | 100.00%   | 381       | 0.24     | 100.00%   | 392       | 0.25     | 100.00%   | 361       | 0.24     |
| บจ. เบอรัล ยูคเกอร์ เซลลูล็อกซ์                                       | 94.84%    | 2,844     | 1.80     | 94.84%    | 2,657     | 1.70     | 94.84%    | 2,713     | 1.82     |
| BJC Cellox (Cambodia) Company Limited                                 | 100.00%   | 59        | 0.04     | 100.00%   | 57        | 0.04     | 100.00%   | 29        | 0.02     |
| Vina Paper Company Limited  | 100.00%   | 748       | 0.47     | 100.00%   | 731       | 0.47     | 100.00%   | 173       | 0.12     |
| บจ. รูเบียอุตสาหกรรม  | 99.85%    | 2,027     | 1.28     | 99.85%    | 1,828     | 1.17     | 99.85%    | 1,898     | 1.27     |
| บจ. เบอรัล ยูคเกอร์ โลจิสติกส์  | 100.00%   | 1,653     | 1.05     | 100.00%   | 1,227     | 0.78     | 100.00%   | 1,097     | 0.74     |
| Thai Corp International (Vietnam) Company Limited                     | 75.00%    | 1,627     | 1.03     | 75.00%    | 1,434     | 0.92     | 75.00%    | 1,404     | 0.94     |
| BJC Cellox (Vietnam) Company Limited                                  | 100.00%   | 54        | 0.03     | 100.00%   | 61        | 0.04     | 100.00%   | 34        | 0.02     |
| Ichiban Foods Company Limited   | 75.00%    | 149       | 0.09     | 75.00%    | 141       | 0.09     | 75.00%    | 136       | 0.09     |
| Thai An Group   | 65.00%    | 3,666     | 2.32     | 65.00%    | 3,464     | 2.22     | 65.00%    | 3,896     | 2.61     |
| บจ. บีเจซี โลจิสติกส์ เวลด์   | 100.00%   | 25        | 0.02     | 100.00%   | 16        | 0.01     | 100.00%   | 12        | 0.01     |
|   |           | 27,937    | 17.68    |           | 25,063    | 16.05    |           | 23,779    | 15.94    |
| หัก รายการขายระหว่างกัน   |           | (9,041)   | (5.72)   |           | (7,369)   | (4.72)   |           | (6,813)   | (4.57)   |
|   |           | 18,896    | 11.96    |           | 17,694    | 11.33    |           | 16,966    | 11.37    |



| กลุ่มธุรกิจ/ดำเนินการโดย   | %         | ปี 2562   |          | %         | ปี 2561   |          | %         | ปี 2560   |          |
|--|-----------|-----------|----------|-----------|-----------|----------|-----------|-----------|----------|
|  |           | รายได้    | สัดส่วน  |           | รายได้    | สัดส่วน  |           | รายได้    | สัดส่วน  |
|  | การถือ    | (ล้านบาท) | (ร้อยละ) | การถือ    | (ล้านบาท) | (ร้อยละ) | การถือ    | (ล้านบาท) | (ร้อยละ) |
|  | หุ้น      |           |          | หุ้น      |           |          | หุ้น      |           |          |
| <b>กลุ่มสินค้าและบริการทางเวชภัณฑ์และทางเทคนิค</b>                   |           |           |          |           |           |          |           |           |          |
| บมจ. เบอรัล ยูคเกอร์   | บริษัทแม่ | 1,615     | 1.02     | บริษัทแม่ | 2,341     | 1.50     | บริษัทแม่ | 3,436     | 2.30     |
| บจ. บีเจซี เฮลท์แคร์   | 100.00%   | 1,370     | 0.87     | 100.00%   | 1,769     | 1.13     | 100.00%   | 2,141     | 1.44     |
| บจ. มั่นชนา  | 100.00%   | 248       | 0.16     | 100.00%   | 242       | 0.15     | 100.00%   | 207       | 0.14     |
| บจ. มั่นชนา มาร์เก็ตติ้ง   | 100.00%   | 718       | 0.45     | 100.00%   | 647       | 0.41     | 100.00%   | 534       | 0.36     |
| บจ. คอสมา เมดิคอล  | 100.00%   | 982       | 0.62     | 100.00%   | 917       | 0.59     | 100.00%   | 986       | 0.66     |
| บจ. คอสมา เทรคคิง  | 100.00%   | 1,580     | 1.00     | 100.00%   | 1,420     | 0.91     | 100.00%   | 1,151     | 0.77     |
| บจ. บีเจซี เมดิคอล   | 100.00%   | 1,771     | 1.12     | 100.00%   | 1,572     | 1.01     | 100.00%   | 793       | 0.53     |
| บจ. ไทย-สแกนดิค สตีล   | 100.00%   | 799       | 0.51     | 100.00%   | 1,038     | 0.66     | 100.00%   | 1,006     | 0.67     |
| บจ. บีเจซี อินดัสเตรียล แอนด์ เทรคคิง                                | 100.00%   | 11        | 0.01     | 100.00%   | 20        | 0.01     | 100.00%   | -         | -        |
| บจ. เบอรัล ยูคเกอร์ สเปเชียลตี้ส์                                    | 99.15%    | 181       | 0.11     | 99.15%    | 158       | 0.11     | 99.15%    | 123       | 0.09     |
| บจ. บีเจซี สเปเชียลตี้ส์   | 100.00%   | 1,723     | 1.09     | 100.00%   | 1,570     | 1.01     | 100.00%   | 959       | 0.64     |
| บมจ. ไวกู๊ป จำกัด  | 93.09%    | 903       | 0.57     | 87.10%    | 83        | 0.05     | -         | -         | -        |
| บจ. เอฟ บี (ประเทศไทย)   | 92.33%    | 79        | 0.05     | 87.10%    | 10        | 0.01     | -         | -         | -        |
| BJC International Company Limited                                    | 100.00%   | 63        | 0.04     | 100.00%   | 49        | 0.03     | 100.00%   | 56        | 0.04     |
| BJC Cellox (Vietnam) Compamy Limited                                 | 100.00%   | 65        | 0.04     | 100.00%   | 65        | 0.04     | 100.00%   | 48        | 0.03     |
| บริษัท ไทย เดลี เฮลท์แคร์ จำกัด<br>(เดิมชื่อ บริษัท ไทย แครี่ จำกัด) | 100.00%   | 47        | 0.03     | -         | -         | -        | -         | -         | -        |
|  |           | 12,155    | 7.69     |           | 11,901    | 7.62     |           | 11,440    | 7.67     |
| หัก รายการขายระหว่างกัน  |           | (3,312)   | (2.09)   |           | (3,479)   | (2.23)   |           | (3,299)   | (2.21)   |
|  |           | 8,843     | 5.60     |           | 8,422     | 5.39     |           | 8,141     | 5.46     |

| กลุ่มธุรกิจ/ดำเนินการโดย                         | %         | ปี 2562   |          | %         | ปี 2561   |          | %         | ปี 2560   |          |
|--|-----------|-----------|----------|-----------|-----------|----------|-----------|-----------|----------|
|  |           | รายได้    | สัดส่วน  |           | รายได้    | สัดส่วน  |           | รายได้    | สัดส่วน  |
|  | การถือ    | (ล้านบาท) | (ร้อยละ) | การถือ    | (ล้านบาท) | (ร้อยละ) | การถือ    | (ล้านบาท) | (ร้อยละ) |
|  | หุ้น      |           |          | หุ้น      |           |          | หุ้น      |           |          |
| <b>กลุ่มสินค้าและบริการทางการค้าปลีกสมัยใหม่</b> |           |           |          |           |           |          |           |           |          |
| บมจ. บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์                     | 99.96%    | 111,361   | 70.48    | 99.96%    | 109,853   | 70.35    | 99.85%    | 103,935   | 69.68    |
| บจ. บีเจซี คอมเมิร์ซ                             | 100.00%   | 3,492     | 2.21     | 100.00%   | 3,602     | 2.31     | 100.00%   | 1,248     | 0.84     |
| บจ. บิ๊กซี รีเทล โฮลดิ้ง                         | 100.00%   | 5,407     | 3.42     | 100.00%   | 584       | 0.37     | 100.00%   | -         | -        |
| บจ. บีเจซี เมกา มาร์เก็ต                         | 100.00%   | 33        | 0.02     | 100.00%   | 12        | 0.01     | 100.00%   | -         | -        |
| บจ. บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ หัวหิน               | 99.96%    | -         | -        | 99.96%    | -         | -        | 99.91%    | 88        | 0.06     |
| BJC International Company Limited                | 100.00%   | 226       | 0.14     | -         | -         | -        | -         | -         | -        |
|  |           | 120,519   | 76.27    |           | 114,051   | 73.04    |           | 105,271   | 70.58    |
| หัก รายการขายระหว่างกัน                          |           | (9,130)   | (5.77)   |           | (4,204)   | (2.69)   |           | (1,309)   | (0.88)   |
|  |           | 111,389   | 70.50    |           | 109,847   | 70.35    |           | 103,962   | 69.70    |
| <b>กลุ่มธุรกิจอื่น ๆ</b>                         |           |           |          |           |           |          |           |           |          |
| บมจ. เบอร์ลี่ ยุคเกอร์                           | บริษัทแม่ | 20        | 0.01     | บริษัทแม่ | 8         | 0.01     | บริษัทแม่ | 27        | 0.02     |
| BJC International Company Limited                | 100.00%   | 159       | 0.10     | 100.00%   | 287       | 0.17     | 100.00%   | -         | -        |
| BJC Cellox (Vietnam) Company Limited             | 100.00%   | -         | -        | 100.00%   | 13        | 0.01     | 100.00%   | 30        | 0.02     |
| บจ. เอเซียบุคส์                                  | 100.00%   | 714       | 0.45     | 100.00%   | 793       | 0.51     | 100.00%   | 866       | 0.58     |
| บจ. ที.ซี.ซี. เทคโนโลยี                          | -         | -         | -        | -         | -         | -        | 51.00%    | 956       | 0.64     |
| Thai An Vietnam Trading Company Limited          | 100.00%   | 412       | 0.26     | 100.00%   | 588       | 0.38     | 100.00%   | 726       | 0.49     |
|  |           | 1,305     | 0.82     |           | 1,689     | 1.08     |           | 2,605     | 1.75     |
| หัก รายการขายระหว่างกัน                          |           | (8)       | -        |           | (2)       | -        |           | (57)      | (0.04)   |
|  |           | 1,297     | 0.82     |           | 1,687     | 1.08     |           | 2,548     | 1.71     |
|  |           |           |          |           |           |          |           |           |          |
| <b>รวม</b>                                       |           | 160,785   | 101.76   |           | 158,743   | 101.66   |           | 151,064   | 101.28   |
| หัก รายการขายระหว่างกัน                          |           | (2,776)   | (1.76)   |           | (2,601)   | (1.66)   |           | (1,906)   | (1.28)   |
| <b>รวมกลุ่มธุรกิจ</b>                            |           | 158,009   | 100.00   |           | 156,142   | 100.00   |           | 149,158   | 100.00   |

#### 4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ทรัพย์สินถาวรที่บริษัทและบริษัทย่อยใช้ในการประกอบธุรกิจ

ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 ประกอบด้วย

หน่วย : พันบาท

|   | ที่ดินและส่วนปรับปรุงที่ดิน | ส่วนเกินจากการตีราคาที่ดินเพิ่มขึ้น | อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร | ส่วนเกินจากการตีราคาอาคาร | เครื่องจักรและอุปกรณ์ | ส่วนเกินจากการตีราคาเครื่องจักรฯ | เครื่องตกแต่งติดตั้งและอุปกรณ์สำนักงาน | ยานพาหนะ | สินทรัพย์ระหว่างก่อสร้าง | รวม       | การผูกพัน |
|---|-----------------------------|-------------------------------------|---------------------------|---------------------------|-----------------------|----------------------------------|--|----------|--------------------------|-----------|-----------|
| บมจ. เบอรัล ยูคเกอร์                              | 126,994                     | -                                   | 32,651                    | -                         | 9,671                 | -                                | 69,221                                 | 10,689   | 149,426                  | 398,652   | ไม่มี     |
| บจ. รุเบียอุตสาหกรรม                              | 1,710                       | -                                   | 32,256                    | -                         | 106,621               | -                                | 3,750                                  | -        | 8,712                    | 153,049   | ไม่มี     |
| บจ. เบอรัล ยูคเกอร์ ฟู้ดส์                        | 60,590                      | -                                   | 180,083                   | -                         | 408,650               | 89,780                           | 7,154                                  | -        | 69,360                   | 815,617   | ไม่มี     |
| บจ. เบอรัล ยูคเกอร์ เซลล์เอ็กซ์                   | 124,265                     | 434,413                             | 241,546                   | -                         | 715,239               | -                                | 7,595                                  | 61       | 907,134                  | 2,430,253 | ไม่มี     |
| บมจ.อุตสาหกรรมทำเครื่องแก้วไทย                    | 137,144                     | 1,169,850                           | 418,513                   | -                         | 836,179               | -                                | 50,081                                 | -        | 266,456                  | 2,878,223 | ไม่มี     |
| BJC Cellox (Vietnam) Company Limited              | -                           | -                                   | 67,146                    | -                         | 2,945                 | -                                | -                                      | -        | -                        | 70,091    | ไม่มี     |
| บจ. ไทย-สแกนดิค สตีล                              | -                           | -                                   | 28,475                    | -                         | 62,701                | -                                | 4,201                                  | 5,520    | 2,736                    | 103,633   | ไม่มี     |
| บจ. เบอรัล ยูคเกอร์ โลจิสติกส์                    | -                           | -                                   | 44,741                    | -                         | 51,206                | -                                | 13,992                                 | 9,114    | -                        | 119,053   | ไม่มี     |
| บจ. บีเจซี เซลท์แคร์                              | -                           | -                                   | -                         | -                         | 16,422                | -                                | 19                                     | -        | -                        | 16,441    | ไม่มี     |
| บจ. มัณฑนา มาร์เก็ตติ้ง                           | -                           | -                                   | -                         | -                         | -                     | -                                | 366                                    | -        | -                        | 366       | ไม่มี     |
| BJC Foods (Malaysia) Sdn Bhd                      | -                           | -                                   | 35,484                    | -                         | 25,018                | -                                | 2,675                                  | 444      | -                        | 63,621    | ไม่มี     |
| บจ. ไทยเบเวอร์เรจแคน                              | 385,456                     | -                                   | 645,467                   | -                         | 3,186,603             | -                                | 24,110                                 | 10,315   | 69,109                   | 4,321,060 | ไม่มี     |
| บจ. ไทย มาลาयाกลาส                                | 323,614                     | 36,310                              | 2,498,124                 | 2,353                     | 3,792,358             | 294,758                          | 62,578                                 | -        | 26,136                   | 7,036,231 | ไม่มี     |
| Thai Corp International (Vietnam) Company Limited | -                           | -                                   | -                         | -                         | 360                   | -                                | 1,062                                  | 546      | -                        | 1,968     | ไม่มี     |
| บจ. บีเจซี กลาส (ประเทศไทย)                       | -                           | -                                   | 705                       | -                         | -                     | -                                | 873                                    | 1,432    | -                        | 3,010     | ไม่มี     |
| บจ. เอเซียฟู้ดส์                                  | -                           | -                                   | 15,366                    | -                         | -                     | -                                | 9,611                                  | 25       | -                        | 25,002    | ไม่มี     |
| Ichiban Foods Company Limited                     | -                           | -                                   | 150,358                   | -                         | 48,614                | -                                | 2,332                                  | 337      | 5,679                    | 207,320   | ไม่มี     |
| Thai An Group                                     | -                           | -                                   | 21,222                    | -                         | -                     | -                                | 633                                    | 10,259   | 514                      | 32,628    | ไม่มี     |

|   | ที่ดินและส่วนปรับปรุงที่ดิน | ส่วนเกินจากการตีราคาที่ดินเพิ่มขึ้น | อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร | ส่วนเกินจากการตีราคาอาคาร | เครื่องจักรและอุปกรณ์ | ส่วนเกินจากการตีราคาเครื่องจักรฯ | เครื่องตกแต่งติดตั้งและอุปกรณ์สำนักงาน | ยานพาหนะ      | สินทรัพย์ระหว่างก่อสร้าง | รวม               | ภาระผูกพัน |
|---|-----------------------------|-------------------------------------|---------------------------|---------------------------|-----------------------|----------------------------------|--|---------------|--------------------------|-------------------|------------|
| Thai An Vietnam Trading Company Limited     | -                           | -                                   | -                         | -                         | 6,884                 | -                                | 15,262                                 | 5             | -                        | 22,151            | ไม่มี      |
| TBC-Ball Beverage Can Vietnam Limited       | 4,736                       | -                                   | 328,906                   | -                         | 2,010,157             | -                                | 4,324                                  | 424           | 69,309                   | 2,417,856         | ไม่มี      |
| บจ. บีเจซี แพคเคจจิ้ง                       | -                           | -                                   | -                         | -                         | -                     | -                                | 6                                      | -             | -                        | 6                 | ไม่มี      |
| บจ. บีเจเอช อินเวสเมนต์                     | -                           | -                                   | -                         | -                         | 1,383                 | -                                | 5,946                                  | 8,663         | -                        | 15,992            | ไม่มี      |
| บจ. บีเจซี สเปเชียลตี้ส์                    | -                           | -                                   | -                         | -                         | 678                   | -                                | 1,525                                  | 563           | 256                      | 3,022             | ไม่มี      |
| BJC International (Myanmar) Company Limited | -                           | -                                   | -                         | -                         | -                     | -                                | 44                                     | -             | -                        | 44                | ไม่มี      |
| บมจ. บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์                | 4,842,294                   | 5,073,356                           | 15,186,542                | 10,498,199                | 2,545,371             | -                                | 1,177,635                              | 551           | 420,719                  | 39,744,667        | ไม่มี      |
| บจ. บิ๊กซี รีเทล โฮลดิ้ง                    | 2,074,755                   | 680,619                             | 2,322,833                 | 588,256                   | -                     | -                                | 622                                    | -             | -                        | 5,667,085         | ไม่มี      |
| BJC Cellox (Cambodia) Company Limited       | -                           | -                                   | 1,604                     | -                         | 37,367                | -                                | 279                                    | -             | -                        | 39,250            | ไม่มี      |
| บจ. บีเจเอช เมดิคอล                         | -                           | -                                   | -                         | -                         | 135                   | -                                | -                                      | -             | -                        | 135               | ไม่มี      |
| บจ. คอสมา เทรตดิ้ง                          | -                           | -                                   | -                         | -                         | 4,628                 | -                                | -                                      | -             | -                        | 4,628             | ไม่มี      |
| Vina Paper Company Limited                  | -                           | -                                   | 85,962                    | 62,765                    | 160,293               | -                                | 6,581                                  | 2,237         | -                        | 317,838           | ไม่มี      |
| บจ. มัณฑนา                                  | -                           | -                                   | -                         | -                         | -                     | -                                | 6                                      | -             | -                        | 6                 | ไม่มี      |
| บจ. คอสมา เมดิคอล                           | -                           | -                                   | -                         | -                         | -                     | -                                | 6                                      | -             | -                        | 6                 | ไม่มี      |
| บจ. บีเจซี เมก้า มาร์เก็ต                   | 18,864                      | -                                   | 29,932                    | -                         | 10,602                | -                                | 2,482                                  | 481           | 50                       | 62,411            | ไม่มี      |
| บจ. วัฒนทรัพย์พัฒนา 9                       | 54,506                      | -                                   | 52,805                    | -                         | -                     | -                                | -                                      | -             | -                        | 107,311           | ไม่มี      |
| บจ. บีเจซี บิ๊กซี ดีเวลลอปเม้นท์ เซ็นเตอร์  | -                           | -                                   | -                         | -                         | 4,490                 | -                                | 40                                     | -             | -                        | 4,530             | ไม่มี      |
| บมจ. ไวท์กรุ๊ป                              | 109,436                     | 138,824                             | 14,229                    | 2,249                     | 2,573                 | -                                | 1,453                                  | 6,538         | -                        | 275,302           | ไม่มี      |
| บจ. เอฟ บี (ประเทศไทย)                      | -                           | -                                   | -                         | -                         | 115                   | -                                | -                                      | -             | 46                       | 161               | ไม่มี      |
| บจ. ตลาดครอบครัว                            | -                           | -                                   | -                         | -                         | -                     | -                                | 381                                    | -             | 16,466                   | 16,847            | ไม่มี      |
| <b>รวม</b>                                  | <b>8,264,364</b>            | <b>7,533,372</b>                    | <b>22,434,950</b>         | <b>11,153,822</b>         | <b>14,047,263</b>     | <b>384,538</b>                   | <b>1,476,845</b>                       | <b>68,204</b> | <b>2,012,108</b>         | <b>67,375,466</b> |            |

## 2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

### 1. กลุ่มสินค้าและบริการทางการค้าปลีกสมัยใหม่

กลุ่มสินค้าและบริการทางการค้าปลีกสมัยใหม่ของปีเจซีประกอบด้วยธุรกิจบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ ซึ่งปีเจซีได้เข้าซื้อกิจการในปี 2559 โดยในปี 2562 ยอดขายกลุ่มสินค้าและบริการทางการค้าปลีกสมัยใหม่คิดเป็นอัตราส่วนประมาณร้อยละ 70 ของยอดขายรวมกลุ่มปีเจซี และคิดเป็นอัตราส่วนประมาณร้อยละ 64 ของกำไรก่อนดอกเบี้ยจ่าย ภาษีเงินได้ ค่าเสื่อมราคา และค่าใช้จ่ายตัดบัญชีรวมของกลุ่มปีเจซี นับได้ว่ากลุ่มสินค้าและบริการทางการค้าปลีกสมัยใหม่มีส่วนช่วยรายได้มากที่สุดในกลุ่มธุรกิจปีเจซี

บิ๊กซีคือห้างค้าปลีกที่ครบครันทุกช่องทางทั้งการจับจ่าย มีสาขากระจายตัวอยู่ทั่วประเทศทั้งรูปแบบร้านค้าธรรมดาและร้านค้าออนไลน์ ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคทุกกลุ่มเป้าหมายด้วยสินค้าคุณภาพที่หลากหลาย ราคาประหยัด บริการอันเป็นเลิศ ภายใต้บรรยากาศเป็นกันเองแสนประทับใจ ด้วยศูนย์การค้าที่ผสมผสานระหว่างร้านค้าขนาดใหญ่และศูนย์การค้าที่มีร้านค้ารายย่อย ซึ่งนำเสนอสินค้าที่มีความหลากหลายและแตกต่าง สามารถสร้างความพอใจให้ลูกค้า ตอบทุกโจทย์ความต้องการในทีเดียว โดยรายได้ที่มาจากทำให้เข้าพื้นที่ยังช่วยเสริมเสถียรภาพให้กับรายได้รวมของบิ๊กซีอีกด้วย ด้วยรูปแบบร้านค้าที่หลากหลายนี้ บิ๊กซีจึงสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทุกที่และทุกเวลา ไม่ว่าจะเป็นการจับจ่ายประจำสัปดาห์ หรือการจับจ่ายเล็กๆ น้อยๆ ในแต่ละวัน

1. **บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์** เป็นห้างไฮเปอร์มาร์เก็ตที่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายคือลูกค้าที่มีรายได้ระดับปานกลางถึงล่าง โดยมุ่งเน้นการนำเสนอสินค้าและบริการที่หลากหลาย ราคาประหยัด และมีคุณภาพ ภายใต้บรรยากาศการจับจ่ายที่สะอาดและให้ความคุ้มค่าสูงสุด รวมถึงมีบริการที่ประทับใจ โดยในปี 2562 บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ มีสาขามากถึง 135 สาขาทั่วประเทศ และอีก 1 สาขาในต่างประเทศ ที่เมืองปอยเปต ประเทศกัมพูชา
2. **บิ๊กซี เอ็กซ์ตร้า** เป็นห้างไฮเปอร์มาร์เก็ตที่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายคือลูกค้าที่มีรายได้ระดับปานกลางถึงบน โดยนำเสนอสินค้าพรีเมียม อาหารสดและอาหารแห้งที่หลากหลาย รวมถึงสินค้านำเข้าจากต่างประเทศโดยเฉพาะจากสินค้าแบรนด์คาสโน สิ้นค้ากลุ่มเทคโนโลยี ไวน์ และสินค้าพิเศษอื่นๆ ที่แตกต่างจากที่จำหน่ายในสาขาบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ทั่วไป อย่างไรก็ตามนโยบายเรื่องราคาประหยัดยังเป็นจุดขายที่สำคัญที่บิ๊กซียังคงยึดมั่น โดยในปี 2562 บิ๊กซี เอ็กซ์ตร้า มีสาขาทั้งสิ้น 15 สาขาทั้งในกรุงเทพมหานคร และหัวเมืองใหญ่
3. **บิ๊กซี มาร์เก็ต** เป็นซูเปอร์มาร์เก็ตที่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นลูกค้าที่มีรายได้ระดับปานกลางถึงล่าง บิ๊กซี มาร์เก็ตแตกต่างจากซูเปอร์มาร์เก็ตทั่วไปซึ่งเน้นเฉพาะการจำหน่ายสินค้าประเภทอาหาร แต่บิ๊กซี มาร์เก็ตจำหน่ายสินค้าทั้งอาหารสด ของใช้ในชีวิตประจำวันไปจนถึงเครื่องใช้ไฟฟ้า โดยในปี 2562 บิ๊กซี มาร์เก็ตมีจำนวนสาขาทั้งสิ้น 59 สาขาในกรุงเทพมหานคร ปริมณฑล และต่างจังหวัด
4. **บิ๊กซี ฟู้ดเพลส** เป็นซูเปอร์มาร์เก็ตรูปแบบใหม่ที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นลูกค้าที่มีรายได้ระดับกลางถึงสูง ซึ่งตั้งอยู่ในบริเวณเมืองนำเสนอสินค้าอาหารพร้อมทาน อาหารออร์แกนิก อาหารเพื่อสุขภาพ และสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ โดยในปี 2562 ได้เปิดบิ๊กซี ฟู้ดเพลส เพิ่ม 1 สาขาที่สามย่าน มิตรทาวน์ และเปลี่ยนบิ๊กซี มาร์เก็ตเป็นบิ๊กซี ฟู้ดเพลสอีก 1 สาขาที่สุขาภิบาล 5 ส่งผลให้บิ๊กซี ฟู้ดเพลสมีจำนวนสาขาทั้งสิ้น 3 สาขา
5. **มินิ บิ๊กซี** เป็นร้านค้าชุมชนหรือร้านสะดวกซื้อที่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นลูกค้าที่มีรายได้ระดับปานกลางถึงระดับล่าง สาขามินิ บิ๊กซีประเภทร้านค้าชุมชน มีสินค้าที่หลากหลายมากกว่าร้านสะดวกซื้อทั่วไปและมีสินค้าราคา

โปรโมชั่นเช่นเดียวกับในร้านค้าไฮเปอร์มาร์เก็ต เหมาะกับการจับจ่ายใช้สอยประจำสัปดาห์ สำหรับสาขามินิ บิ๊กซี ประเภทร้านสะดวกซื้อ มุ่งเน้นสินค้าสำหรับการจับจ่ายใช้สอยเร่งด่วนเพื่อความสะดวก โดยในปี 2562 มี บิ๊กซี มีจำนวนสาขาทั้งสิ้น 1,016 สาขา (รวมสาขาแฟรนไชส์ 63 สาขา)

6. **ร้านขายยาเพรียว** เป็นร้านจำหน่ายเวชภัณฑ์และผลิตภัณฑ์บำรุงสุขภาพและความงาม ร้านขายยาเพรียวส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในร้านไฮเปอร์มาร์เก็ต และบิ๊กซี มาร์เก็ต โดยในปี 2562 มีร้านขายยาเพรียวจำนวนทั้งสิ้น 145 ร้าน
7. **ธุรกิจออนไลน์** ตลาดค้าปลีกออนไลน์ได้มีการเติบโตเป็นอย่างมากในปีที่ผ่านมา ซึ่งบิ๊กซีเล็งเห็นถึงโอกาสในการสร้างรายได้และตอบใจลูกค้าที่มีพฤติกรรมการจับจ่ายสินค้าที่เปลี่ยนแปลงไป บริษัทจึงมุ่งพัฒนาแพลตฟอร์มช้อปปิ้งออนไลน์อย่างต่อเนื่อง เชื่อมโยงทุกช่องทางการขายผ่านร้านค้าของบิ๊กซีและสร้างประโยชน์เพิ่มจากธุรกิจขายสินค้าออนไลน์
  - **บิ๊กซีช้อปปิ้งออนไลน์** เน้นการขายผลิตภัณฑ์ที่มีขายอยู่ในห้างบิ๊กซีโดยขายในราคาและโปรโมชั่นเดียวกันกับห้างบิ๊กซี ผ่านเว็บไซต์ [www.biggc.co.th](http://www.biggc.co.th) ใช้เครือข่ายร้านของบิ๊กซีในการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าในการรับสินค้าไม่ว่าจะเป็นการซื้อสินค้าประจำวันหรือประจำสัปดาห์ด้วยบริการ “Click-and-collect” แทนการรอสินค้าที่ต้องจัดส่งถึงบ้านเพียงอย่างเดียว รวมถึงการให้บริการ “Home delivery” หรือการให้บริการส่งสินค้าถึงบ้านเพื่อสร้างความสะดวกสบายให้กับผู้ใช้บริการ เป็นการเชื่อมโยงทุกช่องทางการขาย (Omnichannel) ทั้งนี้ลูกค้าส่วนใหญ่ที่ใช้บริการจะเป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในบริเวณกรุงเทพมหานคร หรือผู้ที่อาศัยในเมืองใหญ่ เช่น พัทยา ภูเก็ต และเชียงใหม่ เป็นต้น โดยในปี 2562 ที่ผ่านมา บิ๊กซีช้อปปิ้งออนไลน์ได้ดำเนินการพัฒนาขีดความสามารถของเว็บไซต์ให้ลูกค้าสามารถสั่งซื้ออาหารสด สินค้าอุปโภคบริโภค เครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องใช้ในบ้าน รวมถึงผลิตภัณฑ์จากร้านขายยาเพรียว รวมถึงสามารถสะสมคะแนนบิ๊กการ์ดได้เช่นเดียวกับการซื้อที่ห้างฯ และแลกเพื่อใช้เป็นส่วนลดสินค้าและค่าบริการจัดส่ง ลูกค้าจึงมีประสบการณ์การจับจ่ายที่ไร้รอยต่อยิ่งขึ้น อีกทั้งมีการร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจ เช่น ผู้ผลิตสินค้าธนาคาร ธุรกิจสหกรณ์ทรัพย์ เป็นต้น เพื่อมอบสิทธิประโยชน์ต่างๆ ให้แก่ลูกค้าออนไลน์ ทั้งนี้ ณ สิ้นปี 2562 ร้านค้าบิ๊กซีช้อปปิ้งออนไลน์มีรายการสินค้าพร้อมบริการกว่า 47,000 รายการ
  - **แพลตฟอร์มมาร์เก็ตเพลส** บิ๊กซีมีช่องทางการขายผ่านแพลตฟอร์มมาร์เก็ตเพลส Shopee และ Lazada ซึ่งเป็นออนไลน์แพลตฟอร์มที่มีผู้ใช้มากที่สุดในประเทศไทย เพื่อตอบใจทุกกลยุทธ์ที่อำนวยความสะดวกให้ลูกค้าสามารถซื้อสินค้าจากห้างบิ๊กซีได้ทุกที่ทุกเวลา (Anywhere, Anytime) โดยลูกค้าสามารถเลือกซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค และเครื่องใช้ไฟฟ้าจากบิ๊กซีและได้รับการจัดส่งพัสดุถึงบ้าน นอกจากนี้ บิ๊กซียังได้ร่วมมือกับ HappyFresh, Line Man Mart และ Grab Fresh service ในการจัดส่งถึงบ้านภายในชั่วโมงถัดไป ซึ่งถือเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการเข้าถึงความต้องการของผู้บริโภคภายใต้แบรนด์บิ๊กซี
8. **ธุรกิจ B2B** เป็นการขายสินค้าให้กับกลุ่มผู้ประกอบการ เจ้าของกิจการร้านค้า กลุ่มองค์กร รวมถึงหน่วยงานราชการต่างๆ ที่ต้องการซื้อสินค้านำไปประกอบกิจการการค้า หรือนำไปใช้ในการให้บริการ โดยมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เช่น กลุ่มร้านค้าปลีก ร้านค้าสะดวกซื้อในชุมชน กลุ่มธุรกิจโรงแรม กลุ่มธุรกิจร้านอาหาร กลุ่มธุรกิจจัดเลี้ยง เป็นต้น โดยทางบริษัทดำเนินการขายสินค้าประเภทนี้ผ่านช่องทางบิ๊กซี ไฮเปอร์มาร์เก็ต และบิ๊กซี มาร์เก็ต รวมถึงมีการอำนวยความสะดวกและเสริมบริการจัดส่งสินค้าจากบิ๊กซีถึงลูกค้ากลุ่มผู้ประกอบการ โดย ณ สิ้นปี 2562 บิ๊กซีมีจำนวนลูกค้า B2B ทั้งหมดจำนวนกว่า 28,500 ราย

### โมเดลธุรกิจแบบห้างค้าปลีกควบคู่กับศูนย์การค้า

ศูนย์การค้ามีความสำคัญอย่างยิ่งในการทำให้บิ๊กซีเป็น “ศูนย์การจับจ่ายแบบครบวงจร” ซึ่งนอกจากจะช่วยตอบสนองความต้องการของลูกค้าและเพิ่มจำนวนผู้มาจับจ่ายแล้ว รายได้จากการให้เช่าพื้นที่ยังเป็นส่วนสำคัญของผลประกอบการของบิ๊กซี โดยผู้เช่าพื้นที่จะช่วยมอบตัวเลือกการบริการต่างๆ ให้กับลูกค้า ซึ่งมีตั้งแต่โรงพยาบาลนรี รานขายสินค้าขนาดเล็ก ร้านเครื่องตกแต่งบ้านหรือร้านอาหาร นอกจากนี้ยังมีโครงการอสังหาริมทรัพย์ที่ให้บริการด้านทะเบียนราษฎร ศูนย์บริการแรงงานต่างด้าว เช่น ที่สาขาดอนเมืองและสาขาราษฎร์บูรณะ เป็นต้น และการเปิดให้บริการรับทำหนังสือเดินทางร่วมกับกรมการกงสุลที่สาขาสวีทวงศ์ เป็นต้น

ผู้เช่าพื้นที่ศูนย์การค้าของบิ๊กซี สามารถแบ่งได้เป็น 5 กลุ่ม ตามลักษณะของการเช่าและประเภทของธุรกิจ ดังนี้

1. **ร้านค้า** ประกอบด้วยผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์และบริการซึ่งเป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้บริโภค อาทิ ร้านค้าเครื่องแต่งกาย ร้านอาหาร ร้านกาแฟ ธนาคาร และร้านค้าประเภทอื่นๆ เป็นต้น ร้านค้าเหล่านี้ได้นำสินค้าและบริการซึ่งเป็นที่ต้องการของลูกค้ามาช่วยเพิ่มศักยภาพในการดึงดูดลูกค้า ส่งเสริมภาพลักษณ์และความหลากหลายของสินค้าและบริการในบิ๊กซี
2. **ผู้เช่ารายใหญ่** ประกอบด้วยผู้ประกอบการธุรกิจซึ่งต้องการพื้นที่ขนาดใหญ่ที่ช่วยตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีความต้องการเฉพาะทาง อาทิ ร้านจำหน่ายอุปกรณ์ตกแต่งภายในบ้าน โรงพยาบาล สถานออกกำลังกาย ร้านเครื่องใช้ไฟฟ้า หรือสำนักงานหนังสือเดินทาง เป็นต้น ซึ่งผู้เช่ารายใหญ่เหล่านี้มีบทบาทสำคัญในการดึงดูดลูกค้ามาสู่ศูนย์การค้าอย่างมาก ช่วยเติมเต็มให้บิ๊กซีเป็นจุดหมายปลายทางที่ครบครันทั้งด้านสินค้าและบริการ
3. **ศูนย์อาหาร** ศูนย์การค้าบิ๊กซีทุกแห่งจะมีศูนย์อาหารคุณภาพ ราคาประหยัด เป็นทางเลือกในการลดค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวันให้กับลูกค้า
4. **บิ๊ก บาซาร์** ประกอบด้วยผู้ประกอบการร้านค้ารายเล็กที่จำหน่ายสินค้าหลากหลาย เช่น เครื่องประดับ เครื่องแต่งกาย ผลิตภัณฑ์พื้นบ้าน ของเล่นเด็ก เป็นต้น
5. **พื้นที่เช่าชั่วคราว** ประกอบด้วยผู้เช่ารายย่อย มีรูปแบบเป็นบูธสินค้าขนาดเล็กที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ปรับเปลี่ยนไปตามกระแสความนิยมและความต้องการของลูกค้า โดยจะมีพื้นที่เช่าอยู่ทั้งด้านในและด้านนอกของอาคารเพื่อสร้างบรรยากาศและความสนุกสนานในการจับจ่ายใช้สอย

ขนาดของพื้นที่ให้เช่าในศูนย์การค้าของบิ๊กซีแตกต่างกันตามรูปแบบและที่ตั้งของสาขา โดยในปี 2562 บิ๊กซีได้เปิดศูนย์การค้าใหม่จำนวน 5 แห่ง ปัจจุบันบิ๊กซีมีศูนย์การค้าทั้งหมด 213 แห่ง และมีพื้นที่ให้เช่ารวมประมาณ 962,505 ตารางเมตร

### การปรับปรุงสาขา

การปรับปรุงสาขาแบ่งออกเป็น การก่อสร้างเพิ่มเติมเพื่อเพิ่มพื้นที่ศูนย์การค้า การปรับปรุงโดยวิธีการจัดการสัดส่วนพื้นที่ค้าปลีกให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นเพื่อนำพื้นที่ส่วนเกินมาเป็นพื้นที่ศูนย์การค้า การปรับปรุงแบบครบวงจรของสาขาและพื้นที่ศูนย์การค้า และการพัฒนาในส่วนของการก่อสร้างเพิ่มเติมเพื่อเพิ่มพื้นที่ศูนย์การค้า โดยการปรับปรุงการจัดการสัดส่วนพื้นที่ค้าปลีกให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นนั้นมิวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพสูงสุดด้านรายได้ให้แก่สาขา รวมถึงสร้างประสบการณ์แปลกใหม่ให้กับลูกค้าด้วยการเพิ่มสัดส่วนพื้นที่ศูนย์การค้าและความหลากหลายของกลุ่มผู้เช่าซึ่งแนวคิดนี้ได้ผลดีมากเพราะทำให้บริษัทสามารถวิเคราะห์หรือออกแบบศูนย์การค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า โดยหาสัดส่วนที่ลงตัวที่สุดระหว่างขนาดพื้นที่ของส่วนค้าปลีกกับขนาดของพื้นที่ให้เช่า นำมาซึ่งรายได้จากยอดขายและ



รายได้จากพื้นที่เช่าให้มากที่สุด นอกจากนี้การก่อสร้างเพิ่มเติมเพื่อเพิ่มพื้นที่ศูนย์การค้ายังช่วยเพิ่มขนาดของพื้นที่ให้เช่าอีกด้วย ในขณะเดียวกันการปรับปรุงแบบครบวงจรของสาขาและพื้นที่ศูนย์การค้า ช่วยทำให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์จับจ่ายที่ไม่จำเจ และการออกแบบจัดวางพื้นที่ใช้สอยในศูนย์การค้าอย่างมีประสิทธิภาพช่วยทำให้บริษัทมีพื้นที่ให้เช่าเพิ่มขึ้น ในปี 2562 บริษัทมีการปรับปรุงโดยการขยายเพิ่มพื้นที่ศูนย์การค้าในสาขาจำนวน 5 สาขา และการปรับปรุงแบบเต็มรูปแบบ 2 สาขา

### **ระบบการขนส่งสินค้า**

สินค้าและผลิตภัณฑ์จากลูกค้ากว่า 3,500 รายของบิ๊กซีถูกจัดส่งไปยังสาขาได้สองทาง คือ จัดส่งตรงไปยังสาขาหรือผ่านศูนย์กระจายสินค้าของบิ๊กซี เนื่องจากระบบขนส่งสินค้าเป็นหัวใจสำคัญของการดำเนินธุรกิจ ในปัจจุบันมีศูนย์กระจายสินค้าทั้งหมด 4 แห่ง โดย 3 แห่งบิ๊กซีเป็นเจ้าของและบริหารงานเอง (ศูนย์กระจายสินค้ามินิบิ๊กซี, ศูนย์กระจายสินค้าประเภท Cross-dock ที่อำเภอธัญบุรี และศูนย์กระจายสินค้าอาหารสดที่ฉะเชิงเทรา) สำหรับศูนย์กระจายสินค้าอีก 1 แห่ง (ศูนย์กระจายสินค้าอาหารแห่งที่อำเภอวังน้อย) บิ๊กซีเช่าและมอบหมายให้ผู้ประกอบการชั้นนำทางด้านการบริหารคลังสินค้าเป็นผู้ดำเนินการ ทั้งนี้ศูนย์กระจายสินค้าทุกแห่งได้นำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ เช่น ระบบหยิบตามสัญญาณไฟ ระบบหยิบตามสัญญาณเสียง เป็นต้น ซึ่งช่วยพัฒนาประสิทธิภาพของการดำเนินการและช่วยลดต้นทุนสินค้าได้เป็นอย่างดีจากความมุ่งมั่นที่จะยกระดับการบริการและเพิ่มประสิทธิภาพของการดำเนินงานทั้งในแง่ความตรงต่อเวลา การประหยัดทรัพยากร และการให้บริการกับลูกค้า ในระหว่างปีบิ๊กซีได้ดำเนินแผนงานใหม่ๆ ทั้ง การวางแผนเส้นทางการเดินทางใหม่ การควบคุมคุณภาพสินค้าอาหารสด การใช้สาขาไฮเปอร์มาร์เก็ตเป็นศูนย์กระจายสินค้าให้สาขานขนาดเล็ก เพื่อรองรับการเติบโตของมินิบิ๊กซีในอนาคต

### **สินค้าและบริการ**

บิ๊กซีมุ่งมั่นตอบสนองลูกค้าด้วย “สินค้าราคาประหยัดครบถ้วนทุกวัน” โดยทีมจัดซื้อมักประสบความสำเร็จของบิ๊กซีจะเป็นผู้คัดสรรสินค้าจากผู้ประกอบการทั้งจากภายในและภายนอกประเทศกว่า 3,500 ราย ปัจจุบันบริษัทมีสินค้าที่จำหน่ายอยู่ในบิ๊กซีกว่า 270,000 รายการ โดยประมาณร้อยละ 97 ของสินค้าทั้งหมดมาจากการผู้ประกอบการในประเทศ โดยสินค้าที่วางจำหน่ายครอบคลุมทุกประเภทสินค้าและทุกระดับราคาตั้งแต่ราคาที่ประหยัดที่สุด ไปจนถึงสินค้าพรีเมียม ปัจจุบันนอกจากจะเพิ่มจำนวนสินค้าอาหารเพื่อสุขภาพเพื่อตอบสนองต่อกระแสการดูแลสุขภาพของผู้บริโภคแล้ว บิ๊กซียังพัฒนาแบรนด์สินค้าของตนเองในหลากหลายหมวดสินค้าเพื่อเพิ่มทางเลือกที่หลากหลายให้ผู้บริโภค เช่น ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม และเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ทั้งนี้สินค้าที่ขายในห้างบิ๊กซีสามารถแบ่งออกได้ดังต่อไปนี้

- **อาหารสด** ได้แก่ เนื้อสัตว์ อาหารทะเล ผลไม้ ผักสด อาหารพร้อมปรุง อาหารพร้อมรับประทาน อาหารแช่แข็ง อาหารอบ สมุนไพร และเครื่องเทศต่างๆ
- **สินค้าอุปโภคและบริโภค** ได้แก่ เครื่องปรุงรส เครื่องประกอบอาหาร เครื่องดื่ม ขนมขบเคี้ยว ของใช้ส่วนตัว ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด อาหารและของใช้สำหรับสัตว์เลี้ยงและอุปกรณ์เครื่องใช้อื่นๆ
- **เสื้อผ้า** ได้แก่ กลุ่มเสื้อผ้า และเครื่องประดับ
- **เครื่องใช้ไฟฟ้า** ได้แก่ อุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้านานาชนิด เช่น เครื่องปรับอากาศ ตู้เย็น อุปกรณ์เครื่องใช้ในครัว อุปกรณ์เพื่อความบันเทิงภายในบ้าน อุปกรณ์ประดับยนต์ วัสดุอุปกรณ์ และเครื่องมือซ่อมแซมบำรุงรักษาบ้าน

- อุปกรณ์ตกแต่งและของใช้ภายในบ้าน ได้แก่ อุปกรณ์ตกแต่งบ้าน เฟอร์นิเจอร์ เครื่องครัว บรรจุภัณฑ์และเครื่องใช้พลาสติก ของตกแต่ง อุปกรณ์กีฬา และของเด็กเล่น

### การควบคุมคุณภาพสินค้า

บิ๊กซีมุ่งมั่นที่จะเสนออาหารที่มีคุณภาพให้กับผู้บริโภคด้วยวิธีการคัดสรรสินค้าและบริการในทุกขั้นตอน เพื่อพัฒนาสินค้าอาหารสดให้มีคุณภาพและถูกสุขลักษณะ ซึ่งได้ทำการเข้าเยี่ยมชมฟาร์มและโรงงานของผู้ผลิตเพื่อช่วยเกษตรกรในการบริหารจัดการ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานความปลอดภัยตามข้อกำหนดขององค์การอาหารและยา ทั้งนี้ ทีมงานควบคุมตรวจสอบคุณภาพสินค้าของบิ๊กซีจะประจำการอยู่ที่ศูนย์กระจายสินค้าอาหารสดซึ่งได้ทำการปฏิบัติหน้าที่ในการตรวจสอบคุณภาพสินค้าด้วยกัน 3 กะ เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าสินค้าที่บิ๊กซีรับนั้นมีคุณภาพและปลอดภัย นอกจากนี้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการตรวจสอบคุณภาพสินค้าทางบิ๊กซีได้ใช้ระบบเทคโนโลยีแอปพลิเคชันเข้ามาช่วยกรองสินค้า ซึ่งระบบเทคโนโลยีนี้จะแสดงข้อมูลสินค้าตามการรับสินค้าจริง หากตรวจพบสินค้าที่ไม่ผ่านคุณภาพเจ้าหน้าที่จะทำการปฏิเสธทันที ทั้งนี้ ทีมควบคุมคุณภาพสินค้าอาหารสดยังมีการตรวจสอบคุณภาพสินค้าในห้องปฏิบัติการวิจัยที่ศูนย์กระจายสินค้าอาหารสดเพื่อให้แน่ใจว่าสินค้าจะไม่มีสารพิษหรือยาฆ่าแมลงที่เกินกว่าค่ามาตรฐาน ทางทีมยังให้ความสนใจในการตรวจสอบบรรจุภัณฑ์อาหาร ตรวจสอบการควบคุมอุณหภูมิของรถขนส่งสินค้าและสภาพแวดล้อมโดยรวมที่สาขาเพื่อให้สอดคล้องและปฏิบัติตามข้อกำหนดขององค์การอาหารและยาอีกด้วย

### การบริการที่เป็นเลิศของบิ๊กซี

ความแข็งแกร่งจากการมีจำนวนสาขาทั่วประเทศที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างสูงสุด ทำให้บิ๊กซีเป็นศูนย์รวมของการบริการครบวงจร ด้วย “การบริการที่เป็นเลิศของบิ๊กซี” ที่มอบให้กับลูกค้าที่แวะเวียนมาใช้บริการไม่ต่ำกว่า 800,000 คน/วัน บิ๊กซียังมีบริการอื่นที่อำนวยความสะดวกให้ลูกค้า ได้แก่ การชำระค่าสาธารณูปโภคและบริการต่างๆ กว่า 3,000 รายการ ไม่ว่าจะเป็น ค่าโทรศัพท์ เดิมเงินเกมส์ออนไลน์ บริการโอนเงินระหว่างประเทศด้วยเวสเทิร์น ยูเนี่ยน บริการรับส่งพัสดุผ่านไปรษณีย์ไทย และเคอรี่ เอ็กซ์เพรส บริการตัวโดยสารเครื่องบิน บริการตัวโดยสารรถบัส บริการตัวคอนเสิร์ต ด้วยพันธมิตรหลัก เช่น ไทยทิคเก็ตเมเจอร์ และ บขส. เป็นต้น และบริการใหม่ล่าสุดกับธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) รับฝาก-ถอนเงินผ่านจุดให้บริการบิ๊กซีทุกสาขา อีกทั้งยังร่วมมือกับกระทรวงสาธารณสุขและสาธารณสุขจังหวัดในการให้บริการตรวจสุขภาพฟรีแก่ผู้ที่มาใช้บริการที่สาขาต่างๆ เช่น การตรวจหาโรคเบาหวาน การตรวจฟัน เป็นต้น รวมถึงเป็นจุดให้บริการรับบริจาคโลหิต และการให้วัคซีนในบางสาขาอีกด้วย

### บิ๊กซี บิ๊กแคร์

บิ๊กซีได้พัฒนาการให้บริการทางการเงิน ประกันภัยและประกันชีวิตแบบครบวงจรเพื่อตอบสนองความต้องการทางการเงินของผู้บริโภคในบิ๊กซี ไฮเปอร์มาร์เก็ต โดยได้ร่วมมือกับบัตรเครดิตอิชองในการให้บริการทางการเงินซึ่งได้รับการตอบรับจากลูกค้าค่อนข้างดีและต่อเนื่อง ส่งผลให้มีจำนวนสมาชิกที่ถือบัตรเครดิตจากเดิมที่ 460,000 ใบ ณ สิ้นปี 2561 เพิ่มขึ้นเป็น 600,000 ใบ ณ สิ้นปี 2562 นอกจากนี้ บิ๊กซียังให้บริการประกันภัยบิ๊กซี (Big C insurance) ให้กับลูกค้าบิ๊กซี ได้แก่ ประกันรถยนต์ ประกันอุบัติเหตุ ประกันสุขภาพและมะเร็ง ทั้งนี้ในปี 2562 ทางบริษัทได้ทำการขยายการให้บริการไปยัง 42 สาขาและมีแผนการที่จะขยายการให้บริการเพิ่มขึ้นอีกสองเท่าในปี 2563

### สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

แม้ว่าการค้าปลีกสมัยใหม่ในประเทศไทยจะมีปริมาณเพิ่มขึ้นมากกว่าประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ อย่างไรก็ตามตลาดค้าปลีกสมัยใหม่ของประเทศไทยในระยะยาวยังมีโอกาสเติบโตอีกมากเนื่องจาก

สัดส่วนทางการตลาดของการค้าปลีกแบบดั้งเดิมยังคงครองตลาดอยู่ถึงครึ่งหนึ่งของตลาดค้าปลีกทั้งหมด การเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของผู้บริโภคไทยและการเติบโตของจำนวนประชากรในเขตชานเมืองก่อให้เกิดโอกาสในการเติบโตของธุรกิจค้าปลีกเนื่องจากผู้บริโภคสมัยใหม่มีเวลาในการจับจ่ายน้อยลงในขณะที่มีความหวังในความคุ้มค่าที่สูงขึ้น ดังนั้นผู้ให้บริการค้าปลีกสมัยใหม่ที่มีความสะดวกครบครันและบริการที่เป็นเลิศจึงจะสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ ปัจจุบันผู้ประกอบการรายใหญ่ในธุรกิจค้าปลีกของไทยมีจำนวน 3 รายคือ บิ๊กซี เทสโกโลตัส และซีพีอออลล์/แมคโคร ซึ่งทุกรายล้วนแล้วแต่มีรูปแบบร้านค้าที่หลากหลายและมีเครือข่ายทั่วประเทศ

ในปี 2562 บิ๊กซีได้ขยายสาขาอย่างต่อเนื่องในทุกรูปแบบร้านค้า โดยมีการขยายสาขาทั้งสิ้นจำนวน 310 สาขา รวมถึงร้านค้าเช่า 4 สาขา ในจำนวนนี้เป็นร้านไฮเปอร์มาร์เก็ตจำนวน 4 สาขา (สาขาในประเทศ 3 สาขา และสาขาต่างประเทศ 1 สาขา) บิ๊กซี ฟู้ดเพลสจำนวน 1 สาขา, มินิ บิ๊กซี จำนวน 300 สาขา (ทำการปิดมินิ บิ๊กซีจำนวน 67 สาขา ระหว่างปี โดยในจำนวนนี้เป็นสาขาแฟรนไชส์ 10 สาขา) ร้านขายยาเพรียวจำนวน 5 สาขา นอกจากนี้บิ๊กซีได้ปรับปรุงสาขาของไฮเปอร์มาร์เก็ตให้ดูใหม่และทันสมัยขึ้น รวมถึงปรับปรุงขยายพื้นที่ศูนย์การค้า จำนวน 5 สาขา และการปรับปรุงแบบครบวงจรของสาขาจำนวน 2 สาขา

เพื่อเป็นการขยายฐานไปยังตลาดภูมิภาคมากขึ้น ในปี 2562 ที่ผ่านมามีบริษัทได้มีการเปิดบิ๊กซี ไฮเปอร์มาร์เก็ตสาขาแรกในต่างประเทศ ที่เมืองปอยเปต ประเทศกัมพูชา

**ไฮเปอร์มาร์เก็ต** ในปี 2562 บิ๊กซียังคงขยายสาขาไฮเปอร์มาร์เก็ตอย่างต่อเนื่องโดยเปิดสาขาใหม่จำนวน 4 สาขา ทั้งในและต่างประเทศ ส่งผลให้ ณ สิ้นปี 2562 มีจำนวนสาขาไฮเปอร์มาร์เก็ตทั้งหมด 151 สาขา (ในจำนวนนี้มีบิ๊กซี เอ็กซ์ตร้า 15 สาขา และบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ 136 สาขา) คู่แข่งขันโดยตรงของบิ๊กซีสำหรับรูปแบบไฮเปอร์มาร์เก็ตคือ เทสโกโลตัส และคู่แข่งทางอ้อมคือบริษัท สยามแมคโคร จำกัด (มหาชน) เพราะสินค้าบางส่วนของบริษัทคาบเกี่ยวกับ สยามแมคโครซึ่งเป็นผู้ประกอบการที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้ประกอบการ นอกจากนี้สินค้าบางส่วนยังมีความคาบเกี่ยวกับสินค้าที่ขายในธุรกิจค้าปลีกเฉพาะด้าน เช่น ร้านค้าประเภท DIY และร้านจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้า เป็นต้น ในปี 2562 เทสโกโลตัสมีสาขาไฮเปอร์มาร์เก็ตทั้งหมดจำนวน 213 สาขา ในขณะที่สยามแมคโครมีจำนวนสาขาไฮเปอร์มาร์เก็ตทั้งหมด 88 สาขา

**ซูเปอร์มาร์เก็ต** ผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจค้าปลีกแบบซูเปอร์มาร์เก็ตมีจำนวนรายมากกว่าผู้ประกอบการแบบไฮเปอร์มาร์เก็ต อันได้แก่ บิ๊กซี เทสโกโลตัส ท็อปส์ แม็กซ์แวลู โฮมเฟรชมาร์ท วิลล่ามาร์เก็ต และฟู้ดแลนด์ ปัจจุบันบิ๊กซีมีรูปแบบร้านค้าซูเปอร์มาร์เก็ตด้วยกัน 2 รูปแบบ คือ บิ๊กซีมาร์เก็ตที่มีรูปแบบแตกต่างจากซูเปอร์มาร์เก็ตทั่วไป ลักษณะเด่นจะเหมือนไฮเปอร์มาร์เก็ตขนาดย่อมที่มีเอกลักษณ์ในความเป็นผู้นำด้านราคาถูก และจำหน่ายสินค้าประเภทอาหารและเครื่องใช้อื่นๆ ในครัวเรือน และบิ๊กซี ฟู้ดเพลส ซึ่งเป็นรูปแบบร้านค้าใหม่ที่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นลูกค้าที่มีรายได้ระดับกลางถึงสูงที่อาศัยอยู่ในบริเวณเมือง โดยมุ่งเน้นนำเสนอสินค้าประเภทอาหารพร้อมทาน อาหารออร์แกนิก อาหารเพื่อสุขภาพ และสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ โดยในปี 2562 บิ๊กซีได้ทำการเปิดบิ๊กซี ฟู้ดเพลส เพิ่มอีก 1 สาขาและเปลี่ยนบิ๊กซี มาร์เก็ตเป็น บิ๊กซี ฟู้ดเพลสอีก 1 สาขา ส่งผลให้ ณ สิ้นปี 2562 มีจำนวนซูเปอร์มาร์เก็ตทั้งหมด 62 สาขา (รวมบิ๊กซี ฟู้ดเพลส 3 สาขา) ในขณะที่เทสโกโลตัสมีจำนวนสาขาซูเปอร์มาร์เก็ตทั้งหมด 178 สาขา, ท็อปส์ มีจำนวนสาขาทั้งสิ้น 125 สาขา (รวมท็อปส์ มาร์เก็ตและเซ็นทรัลฟู้ดฮอลล์)

**ร้านค้าขนาดเล็ก** ร้านค้าขนาดเล็กสามารถจำแนกรูปแบบได้ 2 ประเภทหลักคือ ร้านค้าชุมชนและร้านสะดวกซื้อ ร้านค้าชุมชนที่ดำเนินธุรกิจอยู่ได้แก่ มินิ บิ๊กซี เทสโกโลตัสเอ็กซ์เพรส ท็อปส์เดลี และแม็กซ์แวลูทันใจ ทั้งนี้ร้านสะดวกซื้อที่

ดำเนินธุรกิจอยู่ได้แก่ ซีฟู้ดอลล์ แฟมิลีมาร์ท ลอว์สัน 108 และบิ๊กซี ในปี 2562 บิ๊กซีมีการขยายสาขาจาก 300 สาขา (ทำการเปิดมินิ บิ๊กซีจำนวน 67 สาขา ระหว่างปี โดยในจำนวนนี้เป็นสาขาแฟรนไชส์ 10 สาขา) ส่งผลให้ ณ สิ้นปี 2562 มีจำนวนสาขามินิ บิ๊กซีทั้งหมดกว่า 1,016 สาขา (รวมสาขาแฟรนไชส์ 63 สาขา) ในส่วนของเทสโก้โลตัส ณ สิ้นปี 2562 เทสโก้โลตัสมีจำนวนสาขาทั้งหมด 1,610 สาขา สำหรับร้านสะดวกซื้อรายใหญ่คือ เซเว่นอีเลฟเว่น ซึ่งดำเนินธุรกิจโดยบริษัท ซีฟู้ดอลล์ จำกัด (มหาชน) มีจำนวนร้านค้าทั้งหมดกว่า 11,000 สาขา

### นโยบายการตลาด

**บิ๊กซีห่วงคนไทย หัวใจคือลูกค้า** “ความเป็นไทย” ถูกปลูกฝังอยู่ในดีเอ็นเอ (DNA) ของพวกเราครอบครัวบิ๊กซีทุกคน บิ๊กซีให้ความสำคัญกับการเป็นศูนย์กลางของชุมชน ร้านค้าบิ๊กซีเปรียบเสมือนส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของคนไทย กว่าล้านคน บิ๊กซีพยายามเสมอที่จะเป็นศูนย์การค้าแบบครบวงจร และส่งเสริมกิจกรรมระหว่างสาขาของบิ๊กซีกับชุมชน อีกทั้งมุ่งช่วยส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นของคนไทยด้วยการจัดซื้อพืชผัก ผลไม้ รวมทั้งเนื้อสัตว์และอาหารทะเลโดยตรงจากเกษตรกร นับตั้งแต่ปี 2560 บิ๊กซีได้ร่วมมือกับกระทรวงพาณิชย์เพื่อเปิดโครงการสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้มีโอกาสเป็นผู้จัดหาสินค้าให้แก่บิ๊กซี

**ความเป็นผู้นำด้านราคา** ถือเป็นปรัชญาการดำเนินธุรกิจที่บิ๊กซียึดถือตลอดระยะเวลากว่า 20 ปี และบริษัทมุ่งมั่นในการมอบความประหยัดให้ลูกค้าผ่านสินค้าคุณภาพราคาถูก บิ๊กซีภาคภูมิใจเป็นอย่างยิ่งที่ครองสถานะผู้นำด้านสินค้าราคาประหยัดของประเทศและพร้อมที่จะทำงานหนักเพื่อรักษาตำแหน่งผู้นำด้านราคาต่อไป โดยยึดหลักดังนี้

1. รับประกันสินค้ามีในสต็อก หากสินค้าโปรโมชันในหนังสือพิมพ์และโทรทัศน์หมดก่อนระยะเวลาโปรโมชัน บิ๊กซีจะมอบคูปองให้ลูกค้า ณ จุดบริการสาขาเพื่อซื้อสินค้าชิ้นนั้นในราคาโปรโมชันได้ในภายหลัง
2. รับประกันราคาถูกต้อง รับประกันป้ายราคาถูกต้อง “เห็นเท่าไหน จ่ายเท่านั้น”

**บริการลูกค้าด้วยใจ** ในปี 2562 บิ๊กซียังคงให้ความสำคัญกับการบริการลูกค้าด้วยใจอย่างต่อเนื่อง ภายใต้โครงการ “The Star Customer@Heart” โดยมีการอบรมพนักงานให้เข้าใจการบริการลูกค้าใน Course Customer@Heart จำนวน 22,577 คน ในทุกหน่วยธุรกิจ ซึ่งดำเนินการมาอย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมสร้างให้พนักงานส่งมอบบริการที่ดีเลิศอย่างสม่ำเสมอ ร่วมไปกับการคัดเลือกรับการยอดเยี่ยมระดับต่างๆ ซึ่งในปี 2562 มีนักบริการยอดเยี่ยมในทุกระดับทั้งหมด 15,927 คน สำหรับโปรแกรม Customer@Heart 4 หรือ SMART Store Challenge 2019 ได้กำหนดให้มีการแข่งขันในด้านการบริการระดับสาขาในทุกหน่วยธุรกิจ เพื่อช่วยเสริมทัพและยกระดับการบริการที่ยอดเยี่ยมในระดับสาขา โดยได้คัดเลือกสาขาที่บริการได้ดีที่สุดในแต่ละธุรกิจ ทั้งไฮเปอร์มาร์เก็ต บิ๊กซี มาร์เก็ต มินิ บิ๊กซี และร้านขายยาเพรียว ซึ่งก่อนการแข่งขันจะมีการฝึกอบรมพนักงานที่เป็นตัวแทนของสาขา กว่า 1,500 คน ให้เข้าใจการบริการภายใต้หลักคิด 3 ท. คือ เทคนิค ทักษะ และทีม เพื่อส่งมอบการบริการเหนือความคาดหมายให้กับลูกค้า นอกจากนี้ยังได้มีการจัดโครงการแคชเชียร์ไอดอลเพื่อคัดสรรแคชเชียร์ที่มีการบริการยอดเยี่ยมของแต่ละสาขาประจำเดือนอีกด้วย รวมทั้งยังได้มีการจัดกิจกรรม SMART store challenge on tour เพื่อตอกย้ำความมั่นใจให้กับสาขาที่มีลูกค้าชื่นชมในด้านการบริการและเป็นการขอบคุณสาขาในการส่งมอบบริการที่ยอดเยี่ยม

**ความเข้าใจลูกค้า** ในปี 2562 บิ๊กซีร่วมกับ ซีสมาร์ทโซลูชัน ในการวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้าและประสิทธิภาพในการขายในด้านต่างๆ รวมทั้งการทำการตลาดแบบรายบุคคล (Personalization) ผ่านช่องทาง เอสเอ็มเอส ไลน์แอปพลิเคชัน และ โนบาย แอปพลิเคชัน รวมทั้งนำเอาเครื่องมือในการวิเคราะห์ตลาดแบบใหม่เข้ามาใช้เพิ่มเติม เช่น โปรโมชัน อนาคตไฮเปอร์ โลฟส์ไดร์เชกแมนแทชชั่น โปรช้อปสต็อกซิดี้ เป็นต้น โดยมีการให้การสนับสนุนโดยบริษัท เดอะนิลเซ็น จำกัด

ปีการวัด ในปี 2562 โปรแกรมสะสมคะแนนปีการวัดมีการเติบโตที่แข็งแกร่ง โดยมีจำนวนสมาชิกเพิ่มขึ้นจาก 18 ล้านคนเป็น 22 ล้านคน รวมถึงจำนวนสมาชิกที่ใช้บัตรปีการวัดรายเดือนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง สืบเนื่องจากการประสบความสำเร็จในแคมเปญต่างๆ เช่น การให้แต้มพิเศษในวันพุธ การใช้คะแนนเพียง 100-500 คะแนนแลกซื้อสินค้าในราคาถูกเป็นพิเศษ และใช้คะแนน 2,000 คะแนนแลกรับสินค้าฟรีจากร้านค้าในทาวน์เซนเตอร์ เป็นต้น ปัจจุบันคะแนนปีการวัดสามารถใช้ได้ในพื้นที่ขายของทุกสาขาทุกฟอร์แมต ทั้งในบิกซี ไฮเปอร์มาร์เก็ต บิกซี มาร์เก็ต บิกซี ฟู้ดเพลส และ มินิ บิกซี นอกจากนี้คะแนนปีการวัดยังสามารถใช้เป็นส่วนลดเงินสดใน ฟู้ดพาร์ค ร้านขายยาเฟรียว และร้านกาแฟวาฬอีกด้วย

## 2. กลุ่มสินค้าและบริการทางบรรจุภัณฑ์

ด้วยภาวะเศรษฐกิจทั้งในไทยและตลาดโลก แม้รัฐบาลจะใช้นโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามเศรษฐกิจยังคงอยู่ในสภาพชะงัก นอกจากนี้ปัญหาราคาพืชผลทางการเกษตรตกต่ำและภัยธรรมชาติ ล้วนส่งผลกระทบต่อตลาดและกำลังซื้อที่ลดลงของผู้บริโภค ทำให้ปริมาณความต้องการของตลาดบรรจุภัณฑ์แก้วในภาพรวมปีนี้เป็นช่วงที่เมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา หลังจากที่มีการปิดซ่อมเตาในช่วงปี 2561 ปัจจุบันได้เปิดเตาดำเนินการตามปกติ ส่งผลให้เริ่มมีการฟื้นตัวจากปริมาณสิ่งผลิตที่ดีขึ้น ในส่วนของบรรจุภัณฑ์กระป๋องอะลูมิเนียม แม้จะมียอดขายโดยรวมลดลงในปีที่ผ่านมา แต่คาดว่าจะกลับมาฟื้นตัวและเติบโตขึ้นทั้งจากลูกค้ารายใหม่ในประเทศและการขยายฐานลูกค้าไปยังตลาดภูมิภาค

ปีนี้มีความมุ่งมั่นอย่างต่อเนื่องในการพัฒนาสินค้าและบริการ การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ตลอดจนการพัฒนากระบวนการผลิตและบุคลากรเพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในทุกตลาด รวมถึงการขยายฐานลูกค้าและฐานการผลิตไปยังต่างประเทศ เพื่อความเป็นผู้นำทางด้านการผลิตบรรจุภัณฑ์ที่ดีที่สุดในภูมิภาค

กลุ่มสินค้าและบริการทางบรรจุภัณฑ์แบ่งออกเป็น 3 ประเภทธุรกิจ ดังนี้

### 2.1 กลุ่มบรรจุภัณฑ์แก้ว

กลุ่มบรรจุภัณฑ์แก้วมีความมุ่งมั่นอย่างต่อเนื่องในการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผล การลดต้นทุนการผลิต และการปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการ ตลอดจนพัฒนาศักยภาพของบุคลากรผ่านระบบมาตรฐานต่างๆ เช่น ระบบ Lean Six Sigma, การฝึกอบรมพัฒนาความรู้ด้านการผลิตบรรจุภัณฑ์แก้ว, การใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการผลิตบรรจุภัณฑ์แก้ว และการบริหารจัดการทั่วไปเพื่อส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรของบริษัท ซึ่งดำเนินการอบรมโดย บริษัท ไทยกลาสเทคโนโลยี จำกัด เป็นต้น โดยความมุ่งมั่นทั้งหมดนี้เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ทั้งตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศ และเพื่อการเป็นผู้นำทางด้านการผลิตบรรจุภัณฑ์ที่ดีที่สุดในภูมิภาค

ลูกค้าหลักภายในประเทศไทยคือ บริษัท ไทยเบฟเวอเรจรีไซเคิล จำกัด, บริษัท แบรินด์ ชันทรี (ประเทศไทย) จำกัด, บริษัท กรีน สปอต จำกัด, บริษัท เฮลซ์ เทรตติ้ง (ประเทศไทย) จำกัด และ บริษัท ที.ซี. ฟาร์มาซูติคอล อุตสาหกรรม จำกัด ส่วนลูกค้าหลักต่างประเทศ คือ Heindrich Trading Corporation, Saigon Beer-Alcohol-Beverage Corporation, Heineken Vietnam Brewery Limited, Heineken Malaysia Berhad, Carlsberg Brewery Malaysia Berhad Quality Pack Sdn.

### สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

ในประเทศไทย มีผู้ผลิตรายใหญ่ในอุตสาหกรรมผลิตบรรจุภัณฑ์แก้ว จำนวน 4 ราย โดยบีเจซีมีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ที่ประมาณร้อยละ 37 ทั้งนี้ ผู้ผลิตแต่ละรายต่างก็มีลูกค้ารายหลักเป็นของตนเอง

อุตสาหกรรมผลิตบรรจุภัณฑ์แก้วเป็นอุตสาหกรรมที่ต้องใช้เทคโนโลยีเงินลงทุนสูง และที่สำคัญคือต้องมีคำสั่งซื้อจากลูกค้าอย่างต่อเนื่องและมากเพียงพอที่จะทำการผลิตตลอด 24 ชั่วโมงตลอดทั้งปี ทำให้เป็นการยากที่จะมีผู้ผลิตรายใหม่เข้ามาในอุตสาหกรรมนี้ นอกจากนี้การนำเข้าบรรจุภัณฑ์แก้วจากต่างประเทศนั้นมีต้นทุนค่าขนส่งและภาษีนำเข้า ทำให้การแข่งขันจากภายนอกประเทศเป็นไปได้ยาก ในด้านการแข่งขันจากบรรจุภัณฑ์ชนิดอื่น เช่น กระป๋อง ขวดพลาสติก และกล่องกระดาษเยื่อซีที เป็นต้น บรรจุภัณฑ์แก้วมีความได้เปรียบกว่าบรรจุภัณฑ์อื่นตรงที่บรรจุภัณฑ์แก้วสามารถเสริมสร้างภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และไม่ทำปฏิกิริยากับผลิตภัณฑ์ที่บรรจุอยู่ นอกจากนี้บรรจุภัณฑ์แก้วสามารถช่วยลดต้นทุนของสินค้าสำเร็จรูปได้โดยการนำบรรจุภัณฑ์แก้วกลับมาใช้บรรจุใหม่

โรงงานผลิตบรรจุภัณฑ์แก้วหลายรายรวมทั้งบีเจซีเอง มีการเปิดเตาใหม่ในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมาทำให้กำลังการผลิตบรรจุภัณฑ์แก้วโดยรวมในช่วงปีที่ผ่านมา สูงกว่าความต้องการของตลาด ส่งผลให้ตลาดมีการแข่งขันที่สูงขึ้น อย่างไรก็ตาม บีเจซีมีฐานลูกค้าเดิมที่ค่อนข้างแข็งแกร่งและฐานลูกค้าในเครือ อีกทั้งยังมีกระบวนการขนส่งกระจายตลาดไปยังต่างประเทศ และการรักษาฐานลูกค้าเดิม ทำให้บีเจซียังคงสามารถรักษาอัตราการเจริญเติบโตของภาพรวมไว้ได้

ในปี 2563 บีเจซียังคงยึดนโยบายการดำเนินธุรกิจเพื่อมุ่งไปสู่การเป็นบริษัทชั้นนำแบบยั่งยืน ด้วยการยึดมั่นนโยบายการดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานที่สำคัญ ได้แก่ ความปลอดภัย การรักษาสิ่งแวดล้อม การพัฒนาคุณภาพสินค้า การผลิต การจัดส่ง การใช้ระบบอัตโนมัติ การใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ การพัฒนาระบบมาตรฐานการทำงาน การพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อตอบสนองโจทย์และสนองความต้องการของลูกค้า

### นโยบายการตลาด

ในด้านการขายและการตลาดบีเจซีมีกลยุทธ์ในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาด การพัฒนาการทำสินค้าให้มีน้ำหนักเบา การวิจัยปรับปรุงคุณสมบัติ ของบรรจุภัณฑ์แก้ว และการเน้นคุณภาพทางด้านบริการ ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เหนือความคาดหวังของลูกค้าการพยายามรักษาฐานลูกค้าในประเทศ และในขณะเดียวกันทางบริษัทได้หาตลาดและลูกค้ากลุ่มใหม่จากต่างประเทศ โดยร่วมมือประสานกำลังการผลิตกับบริษัทร่วมทุนในต่างประเทศ ซึ่งทำให้อัตราการแข่งขันทั้งในประเทศและต่างประเทศเป็นไปได้เป็นอย่างดีที่สุด

### กำลังการผลิตและปริมาณการผลิต

ปัจจุบันในประเทศไทยมีโรงงานผลิตบรรจุภัณฑ์แก้ว 3 โรงงาน โรงงานแรกตั้งอยู่ที่เลขที่ 78 หมู่ 3 ซอยวัดศรีวารีน้อย ถนนบางนา – ตราด กม.18 ตำบลหนองปรือ อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ 10540 มีกำลังการผลิต 1,745 ตันหลอม/วัน โดยมีรายละเอียดกำลังและปริมาณการผลิตดังต่อไปนี้

| กำลังและปริมาณการผลิต                | 2562    | 2561    | 2560    |
|--------------------------------------|---------|---------|---------|
| กำลังการผลิตเต็มที่ (หน่วย : ตัน/ปี) | 636,925 | 636,925 | 636,925 |
| ปริมาณการผลิตจริง (หน่วย : ตัน/ปี)   | 485,292 | 531,268 | 516,454 |
| การใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ)          | 76.19   | 83.41   | 81.09   |



โรงงานที่ 2 และ 3 ตั้งอยู่ที่เลขที่ 28 หมู่ 1 เขตประกอบการอุตสาหกรรม เอส ไอ แอล ตำบลบัวลอย อำเภอหนองแค จังหวัดสระบุรี มีกำลังการผลิตรวม 1,690 ตันหลอม/วัน

| กำลังและปริมาณการผลิต                | 2562    | 2561    | 2560    |
|--------------------------------------|---------|---------|---------|
| กำลังการผลิตเต็มที่ (หน่วย : ตัน/ปี) | 616,850 | 516,850 | 379,650 |
| ปริมาณการผลิตจริง (หน่วย : ตัน/ปี)   | 592,888 | 487,477 | 359,963 |
| การใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ)          | 96.12   | 94.32   | 94.81   |

บริษัท มาลาया กลาส โปรดักส์ (MGP) มีเตาผลิตบรรจุภัณฑ์แก้ว 2 เตา โดยโรงงานผลิตตั้งอยู่ที่เลขที่ 72A, Jalan Tampoi, 81200 Johor Bharu, Johor ประเทศมาเลเซีย มีกำลังการผลิต 408 ตันหลอมต่อวัน (2561 : 458 ตันหลอมต่อวัน) สาเหตุหลักที่ทำให้ในปี 2562 มีกำลังการผลิตต่ำกว่าปีก่อนเนื่องจาก โครงการขยายกำลังการผลิตเตาหลอมที่ 2 ล่าช้าจากกำหนดเดิม และหลังจากที่เปิดเตาหลอมที่ 2 แล้ว MGP ตัดสินใจปิดปรับปรุงเตาหลอมที่ 3 เนื่องจากมีสภาพเก่าและชำรุด โดยมีรายละเอียดกำลังการผลิตและปริมาณการผลิตของ MGP ดังนี้

| กำลังและปริมาณการผลิต                | 2562    | 2561    | 2560    |
|--------------------------------------|---------|---------|---------|
| กำลังการผลิตเต็มที่ (หน่วย : ตัน/ปี) | 148,900 | 167,170 | 178,850 |
| ปริมาณการผลิตจริง (หน่วย : ตัน/ปี)   | 133,324 | 128,295 | 169,279 |
| การใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ)          | 89.54   | 76.75   | 94.60   |

บริษัท มาลาया เวียดนาม กลาส (MVG) มีเตาผลิตบรรจุภัณฑ์แก้ว 1 เตา โดยโรงงานผลิตตั้งอยู่ที่นิคมอุตสาหกรรม My Xuan A, Tan Thanh district, Ba Ria Vung Tau province ประเทศเวียดนาม มีกำลังการผลิต 314 ตันหลอมต่อวัน โดยมีรายละเอียดกำลังการผลิตและปริมาณการผลิตของ MVG ดังนี้

| กำลังและปริมาณการผลิต                | 2562    | 2561    | 2560    |
|--------------------------------------|---------|---------|---------|
| กำลังการผลิตเต็มที่ (หน่วย : ตัน/ปี) | 114,610 | 116,435 | 114,245 |
| ปริมาณการผลิตจริง (หน่วย : ตัน/ปี)   | 114,484 | 116,300 | 114,262 |
| การใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ)          | 99.89   | 99.88   | 100.01  |

#### วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตมาจากแหล่งกำเนิดภายในประเทศร้อยละ 90 ทั้งนี้กลุ่มธุรกิจบรรจุภัณฑ์แก้ว มีนโยบายที่จะจัดหาวัตถุดิบจากแหล่งภายในประเทศเพื่อทดแทนวัตถุดิบจากต่างประเทศให้ได้มากที่สุด อย่างไรก็ตามกลุ่มธุรกิจบรรจุภัณฑ์แก้วมีความจำเป็นต้องสั่งซื้อวัตถุดิบบางชนิดจากต่างประเทศ เนื่องจากไม่สามารถจัดหาภายในประเทศได้ หรือมีปริมาณที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการ

**วัตถุดิบหลัก** ได้แก่ ทรายแก้ว หินปูน โซดาแอช และเศษแก้ว

**วัตถุดิบเสริม** ซึ่งเป็นวัตถุดิบที่ช่วยเร่งปฏิกิริยาทางเคมีและทำให้แก้วเป็นสีต่างๆ ตามความต้องการ ได้แก่ สนิมเหล็ก ไอออนโครไมท์ ซิลิเนียม ไอออนโพไรท์ ผงถ่าน



### ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ด้วยความตระหนักถึงผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม กลุ่มธุรกิจบรรจุภัณฑ์แก้วจึงได้มีการนำพลังงานธรรมชาติมาช่วยลดการใช้พลังงาน เช่น การติดตั้งแผงพลังงานแสงอาทิตย์ ที่โรงงานสระบุรี และที่โรงงานบางพลี สมุทรปราการ เป็นต้น อีกทั้งยังมีการควบคุมและตรวจสอบกรรมวิธีของการผลิตเพื่อควบคุมและลดมลพิษในทุกกระบวนการ รวมทั้งมีระบบการจัดการมลพิษด้านต่างๆ เช่น การบำบัดน้ำเสีย อากาศเสีย และขยะจากโรงงานอุตสาหกรรมตามมาตรฐานที่กฎหมายกำหนด เป็นต้น นอกจากนี้กลุ่มธุรกิจบรรจุภัณฑ์แก้วมีความมุ่งมั่นที่จะควบคุมและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกโดยอาศัยหลักการ Cradle-to-Cradle LCA (Life Cycle Analysis) อย่างต่อเนื่องซึ่งเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวัดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในทุกขั้นตอนของวงจรชีวิตของขวดแก้ว เพื่อเป็นการยืนยันว่าขวดแก้วเป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกน้อยที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับบรรจุภัณฑ์ประเภทอื่น

การผลิตบรรจุภัณฑ์แก้วจำเป็นต้องใช้ทรัพยากรธรรมชาติจำนวนมาก แต่ขณะเดียวกันก็สามารถนำภาชนะแก้วที่ไม่ใช้แล้วกลับมาแปรรูปใหม่ได้ตลอดเวลาโดยที่คุณสมบัติและคุณภาพไม่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม และปราศจากอันตรายต่อสุขภาพของผู้บริโภค ทำให้กลุ่มธุรกิจแก้วเป็นผู้นำในการหมุนเวียนเศษแก้วกลับมาแปรรูปเป็นบรรจุภัณฑ์แก้วได้ปีละกว่า 500,000 ตัน/ปี ซึ่งการหมุนเวียนเศษแก้วกลับมาใช้สามารถช่วยลดปริมาณขยะ ลดการใช้พลังงาน ขณะเดียวกันก็ช่วยรักษาทรัพยากรธรรมชาติอันมีค่าอีกด้วย

### 2.2 บรรจุภัณฑ์กระป๋องอะลูมิเนียม

บีเจซีเป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายบรรจุภัณฑ์กระป๋องอะลูมิเนียม ดำเนินการผ่าน บริษัท ไทย เบเวอร์เรจ แคน จำกัด (TBC) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบีเจซี โดยมีสำนักงานและโรงงานผลิตอยู่ที่เขตประกอบการอุตสาหกรรม เหมราชสระบุรี อำเภอหนองแค จังหวัดสระบุรี ปัจจุบันมีสายการผลิตสำหรับกระป๋องปกติขนาด 330 และ 250 มิลลิลิตร กระป๋อง Sleek ขนาด 330 และ 250 มิลลิลิตร และกระป๋อง Slim ขนาด 250 190 และ 180 มิลลิลิตร สายการผลิตฝา และสายการตัดและการเคลือบพิมพ์แผ่นอะลูมิเนียมสำหรับการผลิตฝา 1 สายการผลิต

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 สร้างโรงงานผลิตกระป๋องอะลูมิเนียมในประเทศเวียดนาม ภายใต้ บริษัท บี-บอล เบเวอร์เรจ แคน เวียดนาม ลิมิเต็ด (TBC-BALL VN) ดำเนินการผลิตและจัดจำหน่ายบรรจุภัณฑ์กระป๋องอะลูมิเนียมสำหรับบรรจุเครื่องดื่ม รวมถึงเป็นผู้นำเข้าและจำหน่ายฝาอะลูมิเนียมสำหรับบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่ม

### สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

เนื่องจากการผลิตกระป๋องอะลูมิเนียมจำเป็นต้องใช้เทคโนโลยีขั้นสูงเพื่อให้มีต้นทุนด้านการผลิตโดยเฉลี่ยต่ำเมื่อเทียบกับปริมาณการขายจำนวนมากจึงทำให้มีคู่แข่งน้อยราย ในปี 2562 ประเทศไทยมีผู้ผลิตกระป๋องอะลูมิเนียมทั้งหมด 4 ราย และ TBC เป็นผู้ผลิตรายใหญ่ที่สุดในประเทศ

### นโยบายการตลาด

ในปี 2562 TBC มีสัดส่วนการขายในประเทศและต่างประเทศอยู่ที่ประมาณร้อยละ 91.65 และ 8.35 ตามลำดับ มีลูกค้าหลักภายในประเทศ ได้แก่ บริษัท ทีซีฟาร์มาซูติคอล จำกัด, บริษัท เบียร์ไทย (1991) จำกัด (มหาชน), บริษัท คาราบาว ตะวันแดง จำกัด, บริษัท ชบาบางกอก จำกัด และบริษัท หาดทิพย์ จำกัด ส่วนลูกค้าหลักต่างประเทศ ได้แก่ F&N Beverages Manufacturing Malaysia, Lao Brewery และ Coca-Cola Pinya Beverages Myanmar เป็นต้น

ในปี 2562 TBC-BALL VN มีสัดส่วนการขายในประเทศและต่างประเทศอยู่ที่ประมาณร้อยละ 94.00 และ 6.00 ตามลำดับ มีลูกค้าหลักภายในประเทศ ได้แก่ บริษัท HVBL (Heineken), Sabeco, Pepsi Vietnam และ Coca-Cola Vietnam

### กำลังการผลิตและปริมาณการผลิต

ปัจจุบัน TBC มีกำลังการผลิตและปริมาณการผลิตตามรายละเอียดดังต่อไปนี้

| กำลังและปริมาณการผลิต                        | 2562        | 2561        | 2560        |
|--|-------------|-------------|-------------|
| <b>สายการผลิตกระป๋อง</b>                     |             |             |             |
| กำลังการผลิตเต็มที่ (หน่วย : ล้านกระป๋อง/ปี) | 3,400       | 3,400       | 3,400       |
| ปริมาณการผลิตจริง (หน่วย : ล้านกระป๋อง/ปี)   | 2,160       | 2,580       | 2,573       |
| การใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ)                  | 63.53       | 75.88       | 75.68       |
| <b>กำลังและปริมาณการผลิต</b>                 | <b>2562</b> | <b>2561</b> | <b>2560</b> |
| <b>สายการผลิตฝากระป๋อง</b>                   |             |             |             |
| กำลังการผลิตเต็มที่ (หน่วย : ล้านฝา/ปี)      | 3,450       | 3,450       | 3,450       |
| ปริมาณการผลิตจริง (หน่วย : ล้านฝา/ปี)        | 2,874       | 2,861       | 3,186       |
| การใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ)                  | 83.33       | 82.93       | 92.35       |

TBC-BALL VN มีรายละเอียดกำลังการผลิตและปริมาณการผลิตดังต่อไปนี้

| กำลังและปริมาณการผลิต                        | 2562        | 2561        | 2560  |
|--|-------------|-------------|-------|
| <b>สายการผลิตกระป๋อง</b>                     |             |             |       |
| กำลังการผลิตเต็มที่ (หน่วย : ล้านกระป๋อง/ปี) | 1,800       | 1,400       | 905   |
| ปริมาณการผลิตจริง (หน่วย : ล้านกระป๋อง/ปี)   | 1,462       | 1,300       | 885   |
| การใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ)                  | 81.22       | 92.86       | 97.80 |
| <b>กำลังและปริมาณการผลิต</b>                 | <b>2562</b> | <b>2561</b> |       |
| <b>สายการผลิตฝากระป๋อง</b>                   |             |             |       |
| กำลังการผลิตเต็มที่ (หน่วย : ล้านฝา/ปี)      | 1,530       | 887         |       |
| ปริมาณการผลิตจริง (หน่วย : ล้านฝา/ปี)        | 1,423       | 560         |       |
| การใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ)                  | 93.00       | 63.13       |       |

### วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

TBC และ TBC-BALL VN ซึ่งอะลูมิเนียมจากโรงงานผู้ผลิตในประเทศไทย รวมถึงนำเข้าจากประเทศเกาหลีใต้และเยอรมนี ซึ่งเป็นผู้ผลิตอะลูมิเนียมที่มีคุณภาพ โดย TBC และ TBC-BALL VN มีการร่วมมือกับบริษัทในกลุ่มของบอลด์คอร์ปอเรชั่น (สหรัฐอเมริกา) รวมทั้งบริษัทที่ใช้เทคโนโลยีของบริษัท บอลด์คอร์ปอเรชั่น จำกัด ทั่วโลก ในการเจรจาและการทำสัญญาจัดซื้อวัตถุดิบจากผู้จำหน่าย ทำให้มีความได้เปรียบและมีอำนาจในการต่อรองด้านราคา

### ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

TBC และ TBC-BALL VN ได้ให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อม โดยมีการจัดทำระบบ ISO14001:2015 และระบบ OHSAS 18001 เพื่อรักษามาตรฐานระบบความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง มีกิจกรรมดำเนินการ เช่น การประเมินการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกระบวนการผลิต โดยใช้แนวทางของ Carbon Footprint Product and Organization เพื่อลดการปล่อยก๊าซดังกล่าวให้เหมาะสม และเนื่องจากในการผลิตกระป๋องและฝามีการใช้น้ำเป็นปริมาณมาก จึงได้มีการนำน้ำจากกระบวนการผลิตกลับมาใช้ใหม่โดยผ่านกระบวนการ Reverse Osmosis มีการจัดทำระบบอุตสาหกรรมสีเขียวระดับ 3 ร่วมกับกรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม นอกจากนี้ยังได้เข้าร่วมกิจกรรมการเรียกคืนวัสดุอะลูมิเนียมเพื่อจัดทำขาเทียมพระราชทานกับกรมควบคุมมลพิษ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และมูลนิธิขาเทียมในสมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี

### 2.3 บรรจุภัณฑ์พลาสติก

บริษัท เบอร์ลี ไดนาพลาส จำกัด (BDP) ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์พลาสติก ควบคู่กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้วยกระบวนการวิศวกรรมที่ทันสมัยพร้อมทั้งวิทยาการในด้านการปรับปรุงต้นทุนและเพิ่มคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์พลาสติกในรูปแบบขวด กล่อง และฝา ที่สามารถเพิ่มมูลค่าโดยการพิมพ์ หรือติดสติ๊กเกอร์หรือหุ้มฉลากพลาสติก เช่น กลุ่มเครื่องสำอางและสินค้าอุปโภคบริโภค กลุ่มอาหารและนม กลุ่มน้ำมันหล่อลื่น กลุ่มยาและอุปกรณ์ทางการแพทย์ และกลุ่มชิ้นส่วนพลาสติก เป็นต้น

### สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

BDP เป็นผู้ผลิตสินค้าบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงในตลาดสินค้าอุปโภคและบริโภค โดยมีผู้ผลิตสินค้าบรรจุภัณฑ์รายใหญ่ประมาณ 5 รายในอุตสาหกรรมเดียวกัน ทั้งนี้ผู้ผลิตรายใหญ่จะมีการขยายการผลิตตามความต้องการของตลาดตลอดเวลา โดยการลงทุนในด้านกำลังการผลิตและเทคโนโลยี ต้องใช้เงินลงทุนสูงทำให้ผู้ผลิตรายใหม่ยากที่จะเข้ามาแข่งขันในตลาด แต่ขณะเดียวกัน BDP ต้องพร้อมที่จะมีการปรับปรุงระบบคุณภาพให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าที่เพิ่มขึ้นตลอดเวลาเช่นกัน

สภาพการแข่งขันในปัจจุบันมีการมุ่งเน้นไปในด้านความเร็วในการตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคชั้นสุดท้าย (end-consumer) ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและบ่อยครั้งมากขึ้น BDP จึงต้องมีการปรับเปลี่ยนกิจกรรมสนับสนุนการขายและรูปแบบของผลิตภัณฑ์บ่อยครั้งกว่าอดีต เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ทันเวลาที่และไม่เสียโอกาสให้กับคู่แข่ง รวมถึงการสร้างความยืดหยุ่นในการบริหารจัดการอย่างเพียงพอเพื่อรับมือกับความผันผวนของกำลังซื้อของผู้บริโภค

## นโยบายการตลาด

ลูกค้าหลักเป็นผู้ผลิตสินค้าชั้นนำระดับโลกซึ่งมีมาตรฐานคุณภาพสูง โดยลูกค้ารายใหญ่ ได้แก่ บริษัท จอห์นสัน แอนด์ จอห์นสัน (ไทย) จำกัด, บริษัท ยูนิลีเวอร์ ไทย เทรคดิ้ง จำกัด, บริษัท ไบเออร์สตอร์ฟ (ประเทศไทย) จำกัด, บริษัท ฟริสแลนด์คัมพิน่า (ประเทศไทย), และ บริษัท กิมปาย จำกัด

BDP ได้จัดตั้งกลยุทธ์ทางธุรกิจที่ครอบคลุมทุกส่วนงานที่เกี่ยวข้องเพื่อส่งเสริมความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยได้มีลำดับขั้นของการติดต่อประสานงานกับลูกค้าในทุกส่วนรวมถึงการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดและสามารถใช้งานได้จริง ทั้งในส่วนการผลิตของลูกค้าและผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้ยังสามารถเข้าร่วมกับลูกค้าในการออกแบบหรือผลิตเครื่องจักรเพื่อสนับสนุนการผลิตของลูกค้าได้อีกด้วย ซึ่งเป็นจุดเด่นที่ BDP ได้เปรียบเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งที่ยังไม่มีการให้บริการในส่วนนี้

จากกลยุทธ์ข้างต้นทำให้ BDP เป็นผู้ผลิตรายแรกๆ ที่ลูกค้าได้สอบถามและขอความร่วมมือในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์พลาสติก ความใกล้ชิดในระดับของการติดต่อทางธุรกิจยังสามารถได้รับข้อมูลสนับสนุน และสามารถทำการแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

BDP ยังให้ความสำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ใช้เม็ดพลาสติก RPET ที่ผ่านการขึ้นรูปแล้วนำมาใช้ใหม่จากท้องตลาดหรือที่เรียกกันว่า PCR (Post Consumer Resin) ผลิตภัณฑ์ในส่วนนี้ได้เริ่มวางตลาดในช่วงปลายปี 2561 ซึ่งเป็นบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในครัวเรือนและบรรจุภัณฑ์สำหรับเครื่องสำอาง

BDP ยังคงมุ่งมั่นอย่างต่อเนื่องในการนำเม็ดพลาสติกชนิดอื่นๆ นำกลับมาใช้ใหม่ ซึ่งคาดว่าจะสามารถนำเสนอออกสู่ท้องตลาดภายใต้บรรจุภัณฑ์ที่ BDP เป็นผู้ผลิตได้มากขึ้นต่อไป จากนโยบายข้างต้นได้ต่อยอดถึงพันธกิจที่ BDP มิได้มุ่งหวังเพียงผลประกอบการ แต่ได้คำนึงถึงส่วนเกี่ยวเนื่องทั้งสิ่งแวดล้อมและอนาคตของส่วนรวม

## การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

นโยบายการจัดหาผลิตภัณฑ์เพื่อสนับสนุนการผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติก แบ่งเป็น 3 ส่วนหลัก คือวัตถุดิบเครื่องจักร และ แม่พิมพ์

1. **เม็ดพลาสติก** คือ วัตถุดิบหลักที่ BDP ได้จัดหาจากแหล่งผลิตภายในประเทศเป็นหลัก เพื่อความยืดหยุ่นในการสนับสนุนการผลิตเว้นแต่บางวัตถุดิบที่ถูกระบุจากลูกค้า BDP ได้มีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องดูแลทั้งในส่วนการนำเข้าและสิทธิพิเศษต่างๆ ที่สร้างความได้เปรียบทางต้นทุนและการแข่งขัน
2. **เครื่องจักรหลักที่ใช้ในการผลิต** จะนำเข้ามาจากประเทศชั้นนำทางเทคโนโลยีและสามารถลดการใช้พลังงาน โดยที่สามารถลดและกำจัดการในด้านการจัดการของเสียที่ส่งผลกระทบต่อสภาวะแวดล้อม ด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัยและได้รับการยอมรับในระดับนานาชาติ ประเทศเครื่องจักรดังกล่าวล้วนนำเข้ามาจากประเทศในแถบยุโรปและเอเชีย (เยอรมนี สวิตเซอร์แลนด์ ออสเตรีย ฝรั่งเศส แคนาดา สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น)
3. **แม่พิมพ์และระบบสนับสนุน** BDP ได้มีการพัฒนาพร้อมกับผู้ผลิตชั้นนำทั้งในยุโรป สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น ซึ่งเป็นแม่พิมพ์ที่ให้ผลผลิตที่สูงมีอายุการใช้งานที่ยาวนานมากกว่าผู้ผลิตทั่วไป ซึ่งจะทำให้การผลิตที่แน่นอนและลดความล่าช้าในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า

### กำลังและปริมาณการผลิต

BDP สำนักงานตั้งอยู่ที่ 2525 ถนนพระราม 4 แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110 ทั้งนี้ BDP มีรายละเอียดกำลังและปริมาณการผลิตดังต่อไปนี้

| กำลังและปริมาณการผลิต                | 2562   | 2561   | 2560   |
|--------------------------------------|--------|--------|--------|
| กำลังการผลิตเต็มที่ (หน่วย : ตัน/ปี) | 51,812 | 46,089 | 35,082 |
| ปริมาณการผลิตจริง (หน่วย : ตัน/ปี)   | 22,530 | 18,436 | 14,521 |
| การใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ)          | 43.48  | 42.03  | 40.62  |

### วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตส่วนใหญ่เป็นวัตถุดิบในประเทศและบางส่วนนำเข้าจากต่างประเทศ โดยวัตถุดิบในประเทศคิดเป็นร้อยละ 95 ได้แก่ เม็ดพลาสติก สี หมึกพิมพ์ สติกเกอร์ ฉลากพลาสติก และกล่องกระดาษ และวัตถุดิบจากต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 5 ได้แก่ เม็ดพลาสติกเกรดพิเศษ เม็ดสี และสติกเกอร์

### การใช้เทคโนโลยีในการผลิต

BDP มีเครื่องเป่าขึ้นรูปพลาสติกและเครื่องฉีดพลาสติกที่ทันสมัย โดยใช้เครื่องจักรมาตรฐานสูงจากประเทศเยอรมนี สหรัฐอเมริกา ฝรั่งเศส และญี่ปุ่น ซึ่งสามารถผลิตขวดที่มีผนังหลายชั้น ผนังบาง น้ำหนักเบา ต้นทุนต่ำ และขวดที่ประกอบด้วยวัสดุหลายชั้นป้องกันการซึมรั่วของอากาศสามารถรักษาคุณภาพของสินค้าที่บรรจุด้านในได้อย่างดีเยี่ยม และยาวนานกว่าปกติเมื่อเปรียบเทียบกับกระบวนการผลิตแบบปกติ

### ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

วงจรการผลิตทั้งหมดของ BDP ให้ความสำคัญต่อการลดผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อม เนื่องจากพลาสติกเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำมาใช้หมุนเวียนได้ในการผลิตครั้งต่อไป นอกจากนี้ในการผลิตไม่มีน้ำหรืออากาศเสียออกจากระบบการผลิต

## 3. กลุ่มสินค้าและบริการทางอุปโภคบริโภค

กลุ่มสินค้าและบริการทางอุปโภคบริโภค แบ่งออกเป็นธุรกิจย่อย 4 ธุรกิจ ดังนี้

### 3.1 กลุ่มธุรกิจอาหาร

กลุ่มธุรกิจอาหารดำเนินธุรกิจด้านการผลิต การตลาดและการจัดจำหน่ายสินค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งประกอบด้วย บริษัท เบอรัลลี่ ยุคเกอร์ ฟู้ดส์ จำกัด (BJF) และ บีเจซีฟู้ดส์ (มาเลเซีย) เอสดีเอ็น บีเอฟเอ็ม (BJFM) กลุ่มบริษัทยังมีการจ้างโรงงานนอกกลุ่มให้ผลิต รวมถึงรับจ้างจัดจำหน่ายสินค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่มให้กับคู่ค้าภายนอกด้วย

ในปี 2562 กลุ่มธุรกิจอาหาร โดยเฉพาะสินค้าขนมขบเคี้ยวเติบโตอย่างต่อเนื่อง นำโดยแบรนด์เทสโต้ ต่อยอดการเติบโตด้วยนวัตกรรมใหม่ เทสโต ชิกเนเจอร์ สินค้าไลน์พรีเมียม ที่มีส่วนผสมของไข่เค็มจริง ทำให้มีการเติบโตสูงสุดในกลุ่มมันฝรั่งทอดกรอบ ซึ่งสูงกว่าการเติบโตของตลาดมันฝรั่งทอดกรอบโดยรวม ในขณะที่แบรนด์โดโซะได้มีการปรับจุดขายให้เด่นชัดขึ้นภายใต้แนวคิด “แบ่งความสุขทุกความต่าง” รวมถึงการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ ทำให้สามารถรักษาความเป็นผู้นำตลาดได้อย่างต่อเนื่อง

ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มธุรกิจอาหาร สามารถแบ่งได้ออกเป็น 4 กลุ่มได้แก่

1. **กลุ่มผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยว** ได้แก่ มันฝรั่งทอดกรอบ เทสโต, มันผสมทอดกรอบเคลือบเนยคาราเมล ปาร์ตี้, ขนมอบกรอบเคลือบรสช็อกโกแลต แคมป์ส, และข้าวอบกรอบโดโซะ
2. **กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม** ได้แก่ ผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้พร้อมดื่มกาโตะ, น้ำผลไม้ คูลโคโค
3. **กลุ่มผลิตภัณฑ์ผลไม้ในบรรจุภัณฑ์** ได้แก่ ผลไม้บรรจุกระป๋อง โดล เช่น ส้มในกระป๋อง, ส้มในถ้วยและขวดพลาสติก, พีชในถ้วยและขวดพลาสติก, และสับปะรดในกระป๋อง
4. **กลุ่มผลิตภัณฑ์นมและนมเปรี้ยว** ได้แก่ ผลิตภัณฑ์นมพาสเจอร์ไรส์ ปาร์ตี้ แดรี่, มิลค์กี้ มิลค์, เครื่องดื่มนมเปรี้ยวพร้อมดื่ม ปาร์ตี้ แดรี่, และผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตถ้วย ปาร์ตี้ แดรี่ ทางบีเจซียังได้ขยายช่องทางธุรกิจโดยการรับจ้างผลิตผลิตภัณฑ์กลุ่มนมพาสเจอร์ไรส์ ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม ผลิตภัณฑ์นมเปรี้ยวพร้อมดื่ม ผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตอีกด้วย

### สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

การแข่งขันในตลาดขนมขบเคี้ยวในปัจจุบันมีผู้ประกอบการจำนวนมาก ทำให้เกิดการแข่งขันสูงทั้งในตลาดขนมขบเคี้ยวและตลาดสินค้าแปรรูป จึงทำให้ผู้ผลิตส่วนใหญ่ต้องใช้วิธีการโฆษณาและส่งเสริมการขายเพิ่มมากขึ้น เพื่อสร้างการรับรู้ในแบรนด์สินค้าของตนเองในกลุ่มผู้บริโภค ทั้งนี้จากผลการสำรวจส่วนแบ่งตลาดปี 2562 ซึ่งจัดทำโดย Nielsen พบว่ามีผู้ประกอบการรายใหญ่ 3 รายแรกซึ่งสามารถครองส่วนแบ่งทางการตลาดร้อยละ 47.6 ของมูลค่าตลาดรวม โดย BJC มีอัตราส่วนแบ่งตลาดสูงเป็นอันดับ 2 ของตลาดขนมขบเคี้ยวด้วยส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 10 นอกจากการโฆษณาและส่งเสริมการขาย ผู้ประกอบการทั้งรายเล็กและรายใหญ่ได้มีการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด

การแข่งขันในตลาดนมเปรี้ยวและโยเกิร์ตในปัจจุบันมีแข่งขันสูง จำนวนผู้ประกอบการเพิ่มมากขึ้น มีการออกผลิตภัณฑ์ใหม่และโปรโมชันอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ตลาดมีความผันผวนจากการลองผลิตภัณฑ์และการสลับซื้อของผู้บริโภคจากผลิตภัณฑ์หนึ่งสู่อีกผลิตภัณฑ์หนึ่ง การโฆษณาและส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่องเป็นกลยุทธ์ที่แต่ละแบรนด์สินค้านำมาใช้เพื่อดึงดูดผู้บริโภค

ผลิตภัณฑ์ธุรกิจอาหารที่บีเจซีทำการตลาดและจัดจำหน่ายอยู่นั้น ส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวและเครื่องดื่มน้ำผลไม้และผลิตภัณฑ์โยเกิร์ต ซึ่งมูลค่าการตลาดสูงถึง 68,612 ล้านบาทต่อปี โดยมีอัตราการเจริญเติบโตสูงเนื่องจากผู้บริโภคมีทางเลือกที่หลากหลายมากจึงมีการแข่งขันเต็มรูปแบบและรุนแรง ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในทุกสื่อ เช่น โทรทัศน์ นิตยสาร วิทยุ และ สื่อออนไลน์ เป็นต้น ยังรวมไปถึงการจัดโปรโมชันอย่างหนักให้กับผู้บริโภคโดยตรง ณ จุดขายทั้งไฮเปอร์มาร์เก็ต ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านค้าสะดวกซื้อ ร้านค้าสมัยใหม่ และร้านค้าปลีกดั้งเดิม โดยกลุ่มเป้าหมายคือเด็กวัยรุ่นและคนหนุ่มสาว

### นโยบายการตลาด

กลุ่มธุรกิจอาหารได้พัฒนาผลิตภัณฑ์จากแบรนด์สินค้าของบีเจซีที่มีอยู่เดิมให้มีความหลากหลายและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น อีกทั้งยังได้พัฒนานวัตกรรม ออกสู่ตลาดและเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่มของคู่ค้าเพื่อให้ธุรกิจเจริญเติบโตอย่างยั่งยืนและเป็นการเพิ่มความแข็งแกร่งในช่องทางการขายเดิม รวมถึงการมุ่งพัฒนาช่องทางการขายใหม่ในอนาคต

กลุ่มธุรกิจอาหารได้กำหนดกลยุทธ์หลัก เพื่อส่งเสริมขีดความสามารถของธุรกิจ ดังนี้

- มุ่งเน้นการสร้างความแตกต่างของตราสินค้ามันฝรั่งทอด “เทสโต” ให้มีตำแหน่งของผลิตภัณฑ์เป็นที่ชื่นชอบของกลุ่มเป้าหมาย มีการออกสินค้านวัตกรรมใหม่ เทสโต ชิกเนเจอร์ สินค้าไลน์พรีเมียม รวมถึงรสชาติใหม่ เพื่อให้ผู้บริโภคมีหลากหลายทางเลือกและกระตุ้นการบริโภค ส่งผลให้แบรนด์เทสโตเติบโตถึงร้อยละ 27.3 ซึ่งสูงกว่าการเติบโตของตลาดในปี 2562 ที่ผ่านมา
- ตลาดข้าวอบกรอบ ในปัจจุบันโคโตะยังคงรักษาตำแหน่งอันดับ 1 ของตลาดในกลุ่มขนมประเภทข้าวอบกรอบไว้ได้ ด้วยส่วนแบ่งทางการตลาดประมาณร้อยละ 84 ผ่านกิจกรรมทางการตลาดที่เน้นการต่อยอดแบรนด์สินค้า การออกสินค้านวัตกรรมใหม่ทรงข้าวปั้น พร้อมทั้งนำเสนอกิจกรรมส่งเสริมการขายผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายทั่วประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งช่องทางร้านสะดวกซื้อ
- ยังคงเน้นการสร้างและขยายตลาดขนมขึ้นรูป โดยมีผลิตภัณฑ์ปาร์ตี้และแคมป์เป็นผลิตภัณฑ์หลัก โดยการเพิ่มช่องทางการขาย การเพิ่มขนาดบรรจุภัณฑ์ ราคา 20 บาท เพื่อให้ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้น รวมถึงการเพิ่มโปรแกรมส่งเสริมการขายและการตลาดรูปแบบใหม่อย่างสม่ำเสมอ ส่งผลให้แบรนด์ปาร์ตี้เติบโตอย่างดีในปีที่ผ่านมา
- การรักษามาตรฐานคุณภาพสินค้าให้มีความสดใหม่ รสชาติดีและถูกสุขลักษณะอนามัยเพื่อรักษาความพึงพอใจของผู้บริโภค
- การตรวจเยี่ยมลูกค้าอย่างสม่ำเสมอในทุกกลุ่มลูกค้าเพื่อศึกษาความต้องการ ตลอดจนศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดของคู่แข่งอย่างต่อเนื่อง
- จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายให้แตกต่าง มุ่งอยู่ในความสนใจของลูกค้าและให้มีประสิทธิภาพในการกระตุ้นการขายสินค้าอย่างต่อเนื่องเพื่อรักษาเสถียรภาพตำแหน่งของสินค้าในตลาด
- สร้างความเชื่อมั่นและบำรุงขวัญให้ผู้แทนจัดจำหน่ายสินค้าในรูปแบบต่างๆ เพื่อผลักดันให้ผู้แทนจัดจำหน่ายสินค้าผลักดันสินค้าให้ถึงมือผู้บริโภคมากกว่าคู่แข่ง เช่น การให้รางวัล การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว รวมถึงการพบปะประชุมเพื่อเสนอแผนธุรกิจระยะสั้น และระยะยาว ให้ผู้แทนจัดจำหน่ายรับทราบทิศทางในอนาคต เป็นต้น
- กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์นมและนมเปรี้ยว มุ่งเน้นการสร้างความแตกต่างของตราสินค้า “ปาร์ตี้ แดรี่” ให้มีตำแหน่งของผลิตภัณฑ์เป็นที่ชื่นชอบของกลุ่มเป้าหมาย โดยการพัฒนาศักยภาพให้ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ทั้งรสชาติและคุณสมบัติของจุลินทรีย์สายพันธุ์ที่มีชีวิตอยู่ในสูตรของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งมีการออกรูปแบบผลิตภัณฑ์และรสชาติใหม่เพื่อกระตุ้นการบริโภค นอกจากนี้ยังขยายช่องทางการจัดจำหน่ายโดยการนำผลิตภัณฑ์โยเกิร์ต ปาร์ตี้ แดรี่ เข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของการบริการบนสายการบินไทยเพื่อเพิ่มช่องทางให้ลูกค้าได้รู้จักสินค้าปาร์ตี้ แดรี่ มากขึ้น



### วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตของ BJC ส่วนใหญ่เป็นผลผลิตทางการเกษตร ซึ่งเป็นการนำผลผลิตทางการเกษตรมาแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าและเป็นการส่งเสริมอาชีพให้เกษตรกร โดยบริษัทมีการส่งเสริมการปลูกมันฝรั่งแบบครบวงจร โดยจัดหาหัวพันธุ์ ปุ๋ย และเคมีให้เกษตรกรยืมและประกันราคาซื้อคืน ในปัจจุบัน BJC จัดซื้อวัตถุดิบหลักในการผลิตจากผู้จำหน่ายมากกว่า 50 ราย โดยมีสัดส่วนการซื้อวัตถุดิบในประเทศและต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 80 และ 20 ตามลำดับ

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

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตของ BJFM ส่วนใหญ่เป็นมันฝรั่งสดนำเข้าจากต่างประเทศ ได้แก่ เยอรมนี จีน อินเดีย เป็นต้น วัตถุดิบอื่นจากต่างประเทศ ได้แก่ เครื่องปรุงรส เป็นต้น ในส่วนของบรรจุภัณฑ์ ภายในประเทศ ได้แก่ ฟิล์ม ไอพีพี ถุงพลาสติก และกล่องกระดาษลูกฟูก ในปัจจุบัน BJFM จัดซื้อวัตถุดิบหลักในการผลิตจากผู้จำหน่ายมากกว่า 20 ราย

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตนมและนมเปรี้ยวส่วนใหญ่เป็นผลผลิตจากนมสดซึ่งเป็นการนำผลผลิตจากเกษตรกรมาแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าและเป็นการส่งเสริมอาชีพให้เกษตรกร โดยปีเจซีมีนโยบายใช้วัตถุดิบภายในประเทศ ได้แก่ นำนมดิบ ผลไม้สด น้ำตาลทราย บรรจุภัณฑ์ต่างๆ ภายในประเทศ ได้แก่ ถุงพลาสติก และกล่องกระดาษลูกฟูก วัตถุดิบจากต่างประเทศ ได้แก่ นมผงพร่องมันเนย และหัวเชื้อจุลินทรีย์ ในปัจจุบันปีเจซีจัดซื้อวัตถุดิบหลักในการผลิตจากผู้จำหน่ายมากกว่า 30 ราย

### กำลังการผลิตและปริมาณการผลิต

BJF ตั้งอยู่ที่ 225/10 หมู่ 1 นิคมอุตสาหกรรมเทพารักษ์ ตำบลบางเสาธง อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ

| กำลังและปริมาณการผลิต                | 2562   | 2561   | 2560   |
|--------------------------------------|--------|--------|--------|
| กำลังการผลิตเต็มที่ (หน่วย : ตัน/ปี) | 15,570 | 15,312 | 15,312 |
| ปริมาณการผลิตจริง (หน่วย : ตัน/ปี)   | 11,325 | 10,307 | 8,897  |
| การใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ)          | 72.74  | 67.31  | 58.10  |

BJFM แบ่งเป็นการขายในประเทศที่สัดส่วนร้อยละ 60 และต่างประเทศร้อยละ 13 และรับจ้างผลิตสินค้าร้อยละ 27 โดยการจำหน่ายสินค้าในต่างประเทศประกอบด้วย ประเทศสิงคโปร์ บรูไน เวียดนาม จีน และฮ่องกง รับจ้างผลิตสินค้าให้กับ คาลบี้ (สิงคโปร์), เทสโก้ (มาเลเซีย), แอร์เอเชีย (มาเลเซีย), และ ฟลูตตี้ ดรูล เป็นต้น

BJFM มีกำลังการผลิตและอัตราการใช้กำลังการผลิตของผลิตภัณฑ์นมขบเคี้ยวในช่วง 3 ปีที่ผ่านมาเป็นดังนี้

| กำลังและปริมาณการผลิต                | 2562  | 2561  | 2560  |
|--------------------------------------|-------|-------|-------|
| กำลังการผลิตเต็มที่ (หน่วย : ตัน/ปี) | 5,913 | 5,650 | 5,650 |
| ปริมาณการผลิตจริง (หน่วย : ตัน/ปี)   | 1,830 | 1,772 | 1,659 |
| การใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ)          | 30.95 | 31.36 | 29.36 |

บริษัทผลิตและจัดจำหน่ายสินค้า ผลิตภัณฑ์นมเปรี้ยว และโยเกิร์ต ภายใต้ตราสินค้า “ปาร์ตี แดรี่” สัดส่วน ยอดขายผลิตภัณฑ์นมเปรี้ยวและโยเกิร์ตแบ่งออกเป็นร้อยละ 60 และ 40 ตามลำดับ บริษัทมีสำนักงานอยู่ที่ อาคารเบอร์ลี่ ยุคเกอร์ เลขที่ 99 ซอยบูรเป็ญ ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110 และมีโรงงานผลิต ตั้งอยู่ที่เลขที่ 42/3 หมู่ 4 นิคมอุตสาหกรรมโรจนะ ตำบลบ้านช้าง อำเภอบุทัย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

| กำลังและปริมาณการผลิต                | 2562   | 2561   | 2560   |
|--------------------------------------|--------|--------|--------|
| กำลังการผลิตเต็มที่ (หน่วย : ตัน/ปี) | 32,000 | 32,000 | 32,000 |
| ปริมาณการผลิตจริง (หน่วย : ตัน/ปี)   | 3,549  | 4,158  | 3,821  |
| การใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ)          | 11.1   | 12.8   | 11.7   |

#### การใช้เทคโนโลยีในการผลิต

BJF ได้มีการลงทุนและพัฒนาเครื่องจักรและเทคโนโลยีในการผลิตอย่างต่อเนื่อง ทั้งการนำเข้าจากสหรัฐอเมริกา ยุโรป ออสเตรเลีย และญี่ปุ่น เพื่อให้มีกระบวนการผลิตสินค้าที่มีประสิทธิภาพและได้คุณภาพระดับสากล

BJF ได้รับใบรับรองการผลิตอาหารตามมาตรฐานอย่างครบถ้วน ทั้งการผลิตตามมาตรฐาน GMP, ใบรับรองการวิเคราะห์อันตรายและจุดวิกฤติที่ต้องควบคุมในการผลิตอาหาร (HACCP), ใบรับรองระบบบริหารคุณภาพมาตรฐาน ISO 9001:2015 และใบรับรองระบบมาตรฐานด้านความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์อาหาร FSSC 22000 จาก BVQI (Bureau Veritas Quality International) นอกจากนี้ยังได้รับใบรับรองระบบบริหารจัดการความปลอดภัย OHSAS 18001, ใบรับรองระบบบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14001: 2015, ใบรับรองธรรมาภิบาลสิ่งแวดล้อม (Good Governance Award), ใบรับรองโรงงานสีขาว (White Factory) และโรงงานสีเขียว (Green Factory) จากกระทรวงแรงงานและกระทรวงอุตสาหกรรม ตามลำดับและ BJF ยังได้นำระบบการพัฒนาประสิทธิภาพการผลิต TPM และ KAIZEN มาประยุกต์ใช้ เพื่อให้มีระบบคุณภาพและการจัดการด้านการผลิตที่มีประสิทธิภาพและมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ผลิตภัณฑ์ที่ BJF ผลิตยังได้รับการรับรองตามมาตรฐานฮาลาล โดยผ่านการตรวจสอบและรับรองจากคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย

BJFM ได้มีการลงทุนพัฒนาเครื่องจักรและเทคโนโลยีในการผลิตอย่างต่อเนื่องทั้งจากสหรัฐอเมริกา ยุโรป และ ญี่ปุ่น เพื่อให้มีกระบวนการผลิตสินค้าที่มีประสิทธิภาพ ผลิตภัณฑ์ได้มีคุณภาพระดับสากล BJFM ได้รับใบรับรองการผลิตตามมาตรฐาน GMP, ใบรับรองการวิเคราะห์อันตรายและจุดวิกฤติที่ต้องควบคุมในการผลิตอาหาร (HACCP) จาก SIRIM รวมทั้งผลิตภัณฑ์ที่บริษัทผลิตยังได้รับการรับรองตามมาตรฐานฮาลาล (HALAL) โดยผ่านการตรวจสอบและรับรองจาก JAKIM (Malaysia Department of Islamic Development) มาตรฐาน FSSC 22000 และมาตรฐาน OHSAS 18001

กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์นมและนมเปรี้ยวได้มีการพัฒนาเครื่องจักรและเทคโนโลยีในการผลิตเพื่อให้มีกระบวนการผลิตสินค้าที่มีประสิทธิภาพ ผลิตภัณฑ์ได้มีคุณภาพระดับสากล โดย BJF ได้รับใบรับรองการผลิตตามมาตรฐาน GMP, ใบรับรองการวิเคราะห์อันตรายและจุดวิกฤติที่ต้องควบคุมในการผลิตอาหาร (HACCP), และระบบมาตรฐานด้านความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ FSSC 22000 (Food Safety System Certificate) จาก BSI (British Standard Institution) นอกจากนี้ BJF ยังได้รับการรับรองฮาลาลแห่งชาติ โดยผ่านการตรวจสอบและรับรองจากคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย และการรับรองมาตรฐาน GMP จากกรมปศุสัตว์

นอกจากนี้ทาง บริษัทกำลังดำเนินการขอการรับรองการวิเคราะห์อันตรายและจุดวิกฤติที่ต้องควบคุมในการผลิตอาหาร (HACCP) จากกรมปศุสัตว์ (Department of Livestock Development) เพื่อใช้เป็นมาตรฐานรองรับการส่งออก

สินค้าโยเกิร์ตและนมเปรี้ยว ที่เป็นสินค้าปศุสัตว์ไปยังต่างประเทศ อีกทั้งยังคงประยุกต์ใช้ระบบพัฒนาคุณภาพและระบบการพัฒนาประสิทธิภาพการผลิต DAMAWAY (มาจาก บริษัท ดานอน ฝรั่งเศส) ซึ่งเป็นที่ยอมรับและใช้งานอยู่ในบริษัท ดานอนทั่วโลกเพื่อให้ BJC มีระบบคุณภาพและการจัดการด้านการผลิตที่มีประสิทธิภาพและมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

### **ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม**

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

น้ำเสียจากกระบวนการผลิตของ BJFM จะผ่านระบบบำบัดน้ำเสียเพื่อให้ได้มาตรฐานก่อนปล่อยออกสู่แหล่งน้ำธรรมชาติ และใช้ก๊าซธรรมชาติเป็นเชื้อเพลิง (Natural Gas) ซึ่งเป็นการใช้พลังงานสะอาดในกระบวนการผลิต

กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์นมและนมเปรี้ยวมีการปล่อยน้ำเสียจากกระบวนการผลิตจะผ่านระบบบำบัดน้ำเสียเพื่อให้ได้มาตรฐานก่อนปล่อยไปสู่ระบบบำบัดน้ำเสียส่วนกลางของนิคมอุตสาหกรรมโรจนะ และยังได้ศึกษาระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม และได้รับการรับรองมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม ISO14001 จาก BSI (British Standard Institution)

### **3.2 กลุ่มธุรกิจสินค้าเครื่องใช้ส่วนตัวและเครื่องใช้ในครัวเรือน**

กลุ่มธุรกิจสินค้าเครื่องใช้ส่วนตัวและเครื่องใช้ในครัวเรือนประกอบด้วย บริษัท เบอรัล ยูคเกอร์ เซลลิกซ์ จำกัด (CPC) และบริษัท ภูมิภัณฑ์อุตสาหกรรม จำกัด (RIL)

ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มธุรกิจสินค้าเครื่องใช้ส่วนตัวและเครื่องใช้ในครัวเรือน สามารถแบ่งเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่

1. **กลุ่มเครื่องใช้ส่วนตัว** ได้แก่ สบู่และครีมอาบน้ำแพรวทพฤษกานกแก้ว สบู่สมุนไพรแพรวทแฮร์บีล และผลิตภัณฑ์ครีมอาบน้ำสำหรับเด็กตราดีเอ็มพี
2. **กลุ่มเครื่องใช้ในครัวเรือน** ได้แก่ กระดาษทิชชู และผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดตราเซลลิกซ์ ซิลค์ เบลล์ แมกซ์โม และบีเจซีไฮจีนิสท์ ซึ่งผลิตโดย CPC
3. **ธุรกิจเครื่องเขียนและเครื่องใช้สำนักงาน** ดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้าเครื่องเขียนและเครื่องใช้สำนักงานทั้งที่ผลิตในประเทศและต่างประเทศ ได้แก่ เครื่องเขียนและเครื่องใช้สำนักงาน 3M ภายใต้ยี่ห้อ Scotch และ Post-it รวมทั้งผลิตภัณฑ์กาวภายใต้ยี่ห้อ UHU จากประเทศเยอรมนี กลุ่มเครื่องเขียนและสีกายใต้ยี่ห้อ BIC จากประเทศฝรั่งเศส กลุ่มเทปลบคำผิด และเทปกาวภายใต้ยี่ห้อ Fullmark จากประเทศญี่ปุ่น และผลิตภัณฑ์สมุดและกระดาษภายใต้ยี่ห้อ Double A
4. **กลุ่มสินค้าที่รับจ้างจัดจำหน่ายจากลูกค้าภายนอกบริษัททั้งในประเทศและต่างประเทศ** ได้แก่ ผลิตภัณฑ์น้ำหอมปรับอากาศ Sawadays, แผ่นวอร์มเมอร์ยี่ห้อ Hot Hands, แปรงสีฟันตราวิคตอรี, ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ส่วนตัวตรา Chupa Chups, มิดโกนหนวดและไฟแช็คตราบีค, ผลิตภัณฑ์ปรับอากาศตรา D1/Paul Frank, ผลิตภัณฑ์ยาจุดกันยุงตราห่านฟ้า, แป้งเย็นโอโอเดิร์ม และยาสีฟันคอลบาเด็นท์

### **สภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรม**

ในปี 2562 ตลาดกระดาษทิชชู ยังคงเติบโตอยู่ในระดับที่ไม่สูงมากนัก โดยตลาดที่มีการเติบโตได้ดียังคงเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์กระดาษเช็ดหน้า และกลุ่มผลิตภัณฑ์กระดาษเช็ดหน้าขุ่น ในขณะที่กลุ่มผลิตภัณฑ์กระดาษชำระที่เป็นกลุ่ม

ผลิตภัณฑ์หลักมีอัตราการเติบโตที่ค่อนข้างทรงตัว ทำให้ผู้ประกอบการหลายรายขึ้นนโยบายการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายที่รุนแรงอย่างต่อเนื่องเพื่อรักษาฐานลูกค้า

ตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพรอัตราการเติบโตใกล้เคียงกับปีที่ผ่านมา โดยกลุ่มผลิตภัณฑ์สมุนไพรแม้จะชะลอตัวจากปีก่อนแต่ยังคงเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง ภาพรวมของตลาดมีการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้นกว่าปีที่ผ่านมาโดยมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายที่เพิ่มมากขึ้น มีผลิตภัณฑ์ใหม่เข้ามาทำตลาดมากขึ้น จากผลการวิจัยส่วนแบ่งการตลาดของบริษัท ในปี 2562 สมูทราเนกแควยังคงเป็นสมุนไพรที่มีปริมาณยอดขายสูงเป็นอันดับหนึ่งของตลาดสมุนไพรในประเทศไทย และยังคงครองความเป็นผู้นำก่อนเพื่อความงามอันดับหนึ่งของประเทศไทย นอกจากนี้สมุนไพรหอมที่มีอัตราการเติบโตสูงกว่าภาพรวมของตลาดสมุนไพรเพื่อความงามในปีที่ผ่านมา

กลุ่มธุรกิจเครื่องใช้ส่วนตัวและในครัวเรือนยังจัดอยู่ในกลุ่มที่มีการแข่งขันสูง คู่แข่งส่วนมากยังคงให้ความสำคัญในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างสม่ำเสมอต่อเนื่องตลอดทั้งปี เช่นเดียวกับคู่แข่งของกลุ่มธุรกิจกระดาษที่มีการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายเข้าไปในร้านค้าปลีกสมัยใหม่เพิ่มมากขึ้น รวมถึงการเพิ่มนโยบายการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายที่รุนแรงเพื่อกระตุ้นกำลังซื้อของผู้บริโภค ขณะเดียวกันอัตราการเติบโตของธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภคโดยรวมยังคงมีอัตราการเติบโตที่ไม่สูงมาก

ในส่วนของการรับจ้างผลิต บีเจซียังคงเป็นผู้รับจ้างผลิตสมุนไพรและลูกอมรายใหญ่ที่สุดรายหนึ่งในประเทศ โดยได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าให้ผลิตเพื่อจำหน่ายทั้งในประเทศและส่งออกไปยังกลุ่มอาเซียน

### นโยบายการตลาด

ในปี 2562 กลุ่มผลิตภัณฑ์กระดาษ ยังคงเน้นนโยบายการสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืน ด้วยการพัฒนาและปรับปรุงการทำการตลาด เช่น การพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ตอบสนองของกลุ่มผู้บริโภคที่หลากหลาย ขยายฐานลูกค้า และการเพิ่มช่องทางการกระจายสินค้าในกลุ่มสินค้าที่มีโอกาส การเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย การพัฒนาการจัดวางสินค้าเพื่อเพิ่มความสนใจในการซื้อ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการเริ่มนำกิจกรรมใหม่ๆ เช่น การใช้สื่อออนไลน์เพื่อนำไปสู่ยอดขายในร้านค้า การทำกิจกรรมร่วมกับพันธมิตรคู่ค้า เป็นต้น รวมถึงการทำการตลาดเชิงรุกให้มากยิ่งขึ้น โดยเน้นการทำกิจกรรมที่สร้างความแตกต่างและสื่อจุดขายของสินค้าอย่างสร้างสรรค์ เพื่อให้เกิดความสนใจในตัวผลิตภัณฑ์ และเจาะตลาดกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มใหม่เพื่อการต่อยอดธุรกิจในอนาคต

กลุ่มผลิตภัณฑ์สมุนไพร เน้นการทำการตลาดในเชิงรุกมากยิ่งขึ้นกว่าทุกปี มีการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ที่จุดขายโดดเด่น เช่น สมูทราเนก แพรอท ไฮยารูลอนไมเซลล์ ที่มีจุดขายเรื่องผิวชุ่มชื้น, สมูทราเนกไฮโปอัลเลอร์เจนิก สตรีวหน้าขาว ซึ่งได้รับรางวัลนวัตกรรมที่โดดเด่นด้วยประสิทธิภาพในการดูแลผิวให้สวยขาวกระจ่างใส นอกจากนี้ยังจัดกิจกรรมทางการตลาดอย่างต่อเนื่องในทุกกลุ่มสินค้าผ่านสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ รวมถึงสื่อในร้านค้าและการกระจายสินค้าให้ครอบคลุมทั้งจำนวนและทุกประเภทร้านค้า ส่งผลให้ในปีนี้นักกลุ่มผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่มีการเติบโตมากกว่าภาพรวมของตลาดอย่างต่อเนื่องตลอดปี

กลุ่มกระดาษซองเนกประสงค์แมกซ์มียังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง และเป็นผู้นำของตลาดกระดาษซองเนกประสงค์ที่จุดขายที่ครบ All in One Sheet จากการทำการตลาดที่มุ่งเน้นในการขยายฐานลูกค้าโดยเฉพาะกลุ่มคนวัยทำงาน ด้วยการให้ความรู้ในเรื่องการใช้งานที่แตกต่าง ความคุ้มค่า และความสะดวกสบาย ควบคู่กับการจัดกิจกรรมทางการตลาดและกิจกรรมในร้านค้าอย่างต่อเนื่องเพื่อตอกย้ำความเป็นกระดาษที่ขุ่ซองเนกประสงค์คุณภาพเยี่ยม กลุ่มกระดาษซิลค์ยังคง

แข็งแกร่งควบคู่กันเป็นผู้นำในกลุ่มกระดาษทิชชูคุณภาพมาตรฐาน ทั้งการทำการค้าอย่างต่อเนื่องและเพิ่มกิจกรรมเชิงรุกในกลุ่มกระดาษเช็ดหน้ามากขึ้น นอกจากนี้กลุ่มผลิตภัณฑ์กระดาษเช็ดหน้าเซลล์ล็อกซ์ยังสามารถสร้างการเติบโตได้ดีจากการปรับปรุงโคมบรรจุภัณฑ์ใหม่ให้มีรูปลักษณะที่ทันสมัย มีดีไซน์ที่มีความโดดเด่นตรงใจกลุ่มผู้บริโภคที่แตกต่าง เช่น กระดาษเช็ดหน้าเซลล์ล็อกซ์ลายการ์ตูนคอลเลกชันใหม่ ที่ใช้ LINE Friend มาสร้างสีสัน ความน่ารัก ความสดใส และกระดาษเช็ดหน้าเซลล์ล็อกซ์แบบกล่องคอลเลกชันใหม่ ที่พัฒนาลายกราฟฟิคร่วมกับดีไซน์เนอร์ชั้นนำอย่าง SRETIS พร้อมสื่อจุดขายที่ชัดเจนในเรื่อง 5 ความพิเศษ และมีการปรับจุดขายกระดาษทิชชูพรีเมียมแบบ 3 ชั้น

สำหรับกระบวนการผลิตยังคงพัฒนาและปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง และอยู่ระหว่างการขยายเพิ่มกำลังการผลิตที่โรงงานปราจีนบุรีอีก 25,000 ตันต่อปี ซึ่งจะสามารถเปิดดำเนินการในช่วงกลางปี 2563 ทำให้กำลังการผลิตรวมในประเทศอยู่ที่ 71,000 ตันต่อปี โดยใช้เครื่องจักรและเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการผลิต รวมถึงการบริหารจัดการการผลิตและสินค้าคงคลังเพื่อรองรับการเติบโตของตลาดทั้งในประเทศและประเทศเพื่อนบ้าน อาทิเช่น กัมพูชา ลาว เมียนมา เป็นต้น

กลุ่มธุรกิจเครื่องใช้ส่วนตัวและในครัวเรือนได้เล็งเห็นอัตราการเติบโตของกลุ่มผลิตภัณฑ์สุขภัณฑ์เพื่อความงาม จึงได้มีการปรับภาพลักษณ์และจุดขายใหม่ของสินค้าสุขภัณฑ์เพื่อทำให้ทันสมัยยิ่งขึ้น เช่น เพิ่มไฮยารูลอนฟิลเลอร์ธรรมชาติ และไมเซลล์ดีท็อกซ์ผิว เป็นต้น โดยสามารถทำยอดขายได้เติบโตมากกว่าภาพรวมของตลาดสุขภัณฑ์ ในขณะที่ปีก่อนหน้าได้ออกสินค้าใหม่ กลิ่นไวท์ทานาคา ได้รับการตอบรับจากกลุ่มผู้บริโภครุ่นใหม่และทำยอดขายได้เกินเป้าที่วางไว้ ส่งผลให้ปีก่อนหน้าได้มีการเติบโตมากกว่าตลาดสุขภัณฑ์เพื่อความงามและยังคงเป็นสุขภัณฑ์อันดับหนึ่งด้วยคุณภาพสินค้าที่โดดเด่นและไม่มีใครเหมือน

ปีเจซีได้ทำการตลาดและจัดจำหน่ายสินค้าในกลุ่มธุรกิจสินค้าอุปโภคผ่าน 6 ช่องทางหลัก 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 เมียนมา สิงคโปร์ และมาเลเซีย
6. ช่องทางในตลาดออนไลน์

#### วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

- **ธุรกิจกระดาษทิชชู** วัตถุดิบที่สำคัญ คือ เยื่อรีไซเคิล เยื่อใยยาว และเยื่อใยสั้นจากในและต่างประเทศ สัดส่วนการใช้วัตถุดิบจากในประเทศต่อวัตถุดิบต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 39 และร้อยละ 61 ตามลำดับ
- **ธุรกิจสุขภัณฑ์เครื่องสำอาง และลูกอม** ปีเจซีนับนโยบายจัดหาวัตถุดิบจากภายในประเทศเป็นหลัก ได้แก่ น้ำมันปาล์ม น้ำมันมะพร้าว น้ำตาลทราย และกลูโคส เป็นต้น โดยปี 2562 มีสัดส่วนการจัดซื้อในประเทศประมาณร้อยละ 90 และต่างประเทศประมาณร้อยละ 10 วัตถุดิบที่จัดซื้อจากต่างประเทศ ได้แก่ วัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์บางชนิดที่ไม่สามารถจัดหาได้ภายในประเทศหรือที่มีอยู่ภายในประเทศแต่มีคุณภาพไม่ได้มาตรฐาน เช่น

หัวน้ำมันหอม หัวเชื้อ เคมีภัณฑ์ หัวปั๊ม กระดาษห่อลูกอม เป็นต้น ทั้งนี้วัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ข้างต้นปีเจซีจัดซื้อจากประเทศมาเลเซีย จีน สิงคโปร์ อินโดนีเซีย เยอรมนี เป็นต้น

#### กำลังการผลิตและปริมาณการผลิต

##### กลุ่มธุรกิจกระดาษทิชชู

| กำลังและปริมาณการผลิต                | 2562   | 2561   | 2560   |
|--------------------------------------|--------|--------|--------|
| กำลังการผลิตเต็มที่ (หน่วย : ตัน/ปี) | 46,487 | 46,487 | 46,487 |
| ปริมาณการผลิตจริง (หน่วย : ตัน/ปี)   | 40,857 | 40,488 | 43,917 |
| การใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ)          | 87.89  | 87.09  | 94.47  |

##### ผลิตภัณฑ์สบู่

| กำลังและปริมาณการผลิต                | 2562   | 2561   | 2560   |
|--------------------------------------|--------|--------|--------|
| กำลังการผลิตเต็มที่ (หน่วย : ตัน/ปี) | 22,410 | 22,410 | 22,410 |
| ปริมาณการผลิตจริง (หน่วย : ตัน/ปี)   | 13,693 | 12,743 | 13,183 |
| การใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ)          | 61.10  | 56.86  | 58.83  |

##### ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง

| กำลังและปริมาณการผลิต                | 2562  | 2561  | 2560  |
|--------------------------------------|-------|-------|-------|
| กำลังการผลิตเต็มที่ (หน่วย : ตัน/ปี) | 9,000 | 9,000 | 9,000 |
| ปริมาณการผลิตจริง (หน่วย : ตัน/ปี)   | 6,106 | 6,026 | 5,503 |
| การใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ)          | 67.84 | 66.96 | 61.14 |

##### ผลิตภัณฑ์ลูกอม

| กำลังและปริมาณการผลิต                | 2562  | 2561  | 2560  |
|--------------------------------------|-------|-------|-------|
| กำลังการผลิตเต็มที่ (หน่วย : ตัน/ปี) | 8,804 | 8,804 | 8,804 |
| ปริมาณการผลิตจริง (หน่วย : ตัน/ปี)   | 5,460 | 5,575 | 6,864 |
| การใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ)          | 62.02 | 63.32 | 77.96 |

#### ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ปีเจซีมีความมุ่งมั่นที่จะปฏิบัติตามระบบมาตรฐานสากล เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในทุกกลุ่ม อันประกอบด้วย ชุมชน พนักงาน ผู้ถือหุ้น ผู้บริโภค คู่ค้าและภาครัฐ ปีเจซีมีการดูแลกระบวนการผลิตที่อาจจะส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทั้งมลพิษทางน้ำและทางอากาศ โดยจัดจ้างหน่วยงานภายนอกที่ได้รับอนุญาตและขึ้นทะเบียนถูกต้องในการขนส่ง การบำบัด และการกำจัดขยะและของเสียจากกระบวนการผลิต เพื่อให้มั่นใจว่าขยะและของเสียดังกล่าวได้รับการกำจัดอย่างถูกต้องตามกฎหมาย

CPC มีการนำมาตรฐานระบบการจัดการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย (ISO 45001:2018) และระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม (ISO 14001:2015) มาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานของ CPC และในปี 2562 CPC ได้รับรางวัลจากกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน กระทรวงแรงงาน และกระทรวงอุตสาหกรรม ในทั้งสองโรงงานของบริษัท ดังนี้



1. รางวัลสถานประกอบกิจการต้นแบบดีเด่นด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ประจำปี 2562 ระดับประเทศ (ทอง) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 (โรงงานบางพลี จ.สมุทรปราการ) ระดับประเทศ (ทอง) ปีที่ 1 (โรงงานปราจีนบุรี)
2. รางวัลกิจกรรมการณรงค์ลดสถิติอุบัติเหตุจากการทำงานให้เป็นศูนย์ประจำปี 2562 (Zero Accident Campaign 2019) (โรงงานบางพลี จ.สมุทรปราการ และโรงงานปราจีนบุรี)
3. รางวัลสถานประกอบกิจการต้นแบบดีเด่นด้านแรงงานสัมพันธ์ ระดับประเทศ (ทอง) ปีที่ 1 (โรงงานบางพลี จ.สมุทรปราการ)
4. รางวัลอุตสาหกรรมสีเขียว ระดับที่ 4 วัฒนธรรมสีเขียว (Green Industry Level 4 Green Culture) (โรงงานบางพลี จ.สมุทรปราการ และโรงงานปราจีนบุรี)
5. รางวัลโครงการส่งเสริมโรงงานอุตสาหกรรมให้มีส่วนร่วมต่อสังคมอย่างยั่งยืน Corporate Social Responsibility (CSR): CSR-DIW Continuous Award 2019 (โรงงานบางพลี จ.สมุทรปราการ และโรงงานปราจีนบุรี) และในปี 2563 CPC มีความมุ่งมั่นในการดำเนินงานตามโครงการอุตสาหกรรมสีเขียว ต่อเนื่องในระดับที่ 5 เครือข่ายสีเขียว เพื่อให้การประกอบกิจการตลอดห่วงโซ่อุปทานการผลิตกระดาดชาอามัยของ CPC เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีความใส่ใจต่อทุกภาคส่วนทั้งภายในและภายนอกองค์กร

RIL ได้รับการรับรองมาตรฐานระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม (ISO14001:2015) จาก BVC และการรับรองอุตสาหกรรมสีเขียว (Green Industry) ระดับที่ 4 (วัฒนธรรมสีเขียว-Green Culture) จากกระทรวงอุตสาหกรรม นอกจากนี้ RIL มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องในด้านการผลิต การบริการและคุณภาพของสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดย RIL ได้รับใบรับรองระบบคุณภาพ (ISO9001), ใบรับรองมาตรฐานการผลิต (ISO22716) ใบรับรองการวิเคราะห์อันตรายและจุดวิกฤติที่ต้องควบคุมในการผลิตอาหาร (HACCP), ใบรับรองระบบมาตรฐานการจัดการความปลอดภัยทางอาหารและความเสี่ยง (FSSC22000) ทั้งยังได้รับการรับรองตามมาตรฐานฮาลาล โดยผ่านการตรวจสอบและรับรองจาก CICOT ประเทศไทย (The Central Islamic Council of Thailand) และจาก MUI ประเทศอินโดนีเซีย (Majelis Ulama Indonesia) นอกจากนี้ RIL ได้รับการรับรองทางด้านการดำเนินธุรกิจตามหลักจรรยาบรรณทางธุรกิจ (Code of Conduct) ตามข้อกำหนดของ SMETA (The Sedex Members Ethical Trade Audit) และข้อกำหนดของ URSA (Understanding Responsible Sourcing Audit) จาก SGS

### 3.3 กลุ่มธุรกิจด้านการจัดการโลจิสติกส์

บริษัทดำเนินธุรกิจด้านโลจิสติกส์ โดยให้บริการรับฝากและบริหารสินค้าคงคลังและให้บริการขนส่งเพื่อกระจายสินค้าทั่วประเทศ รวมทั้งการบริการในฐานะตัวแทนเพื่อดำเนินเรื่องทางพิธีการศุลกากรและตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ให้บริการทั้งลูกค้าในกลุ่มบีเจซีและลูกค้าภายนอก ธุรกิจด้านการจัดการโลจิสติกส์ของบีเจซีสามารถแบ่งเป็น 3 กลุ่มใหญ่ คือ

- 1) **คลังสินค้า** ให้บริการตรวจรับสินค้าเข้า การจัดเก็บตามประเภทของอุณหภูมิและอายุสินค้า การจัดสินค้าตามใบสั่งขาย การบรรจุหีบห่อใหม่ การเตรียมใบส่งสินค้า ทั้งหมดเป็นไปตามเกณฑ์หรือเงื่อนไขความต้องการของลูกค้า ปัจจุบันบีเจซีมีคลังสินค้า 6 แห่ง พื้นที่จัดเก็บรวมมากกว่า 80,000 ตารางเมตร และมีรายการสินค้ามากกว่า 50,000 รายการ บีเจซีได้ลงทุนติดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ควบคุมการจัดการคลังสินค้า (Warehouse Management



System ภายใต้ตราสินค้า “Microlistic”) พร้อมด้วยระบบชั้นวางสินค้าที่ทันสมัย ซึ่งก่อให้เกิดข้อได้เปรียบและประโยชน์ต่อลูกค้า เช่น สามารถตรวจสอบและติดตามค่านายรายการสินค้าได้อย่างถูกต้องแม่นยำ สามารถจัดและควบคุมการจ่ายสินค้าตามระบบ “First-Expire First-Out”, “First-In First-Out”, “Last-In First-Out”, “Shelf Life Management” หรือตามลัทธิการผลัดได้อย่างเที่ยงตรง แยกเก็บสินค้าในพื้นที่เก็บตามอุณหภูมิควบคุมที่ต้องการ ทั้งห้องอุณหภูมิปกติ ห้องปรับอากาศ (20 องศาเซลเซียส และ 24 องศาเซลเซียส) และห้องเย็น (2-8 องศาเซลเซียส) หรือพื้นที่เฉพาะสินค้าตามที่ลูกค้าต้องการ ความแม่นยำของการบริหารสินค้าคงคลังอยู่ที่ระดับร้อยละ 99 ทั้งนี้ บริษัทใช้ระบบมาตรฐาน ISO 9001:2015 เพื่อพัฒนาคุณภาพและนโยบายการดำเนินการดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันในส่วนของคลังสินค้า มีการพัฒนาปรับปรุงคลังสินค้าสำหรับจัดเก็บสินค้ากลุ่มยาเวชภัณฑ์และเครื่องมือแพทย์ รวมถึงในกลุ่มอาหารเสริมและเครื่องสำอาง ซึ่งเป็นคลังสินค้าที่ทันสมัยถูกต้องตามมาตรฐานสากล ทั้งนี้เพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐาน GSDP (Good Storage and Distribution Practice) อีกทั้งยังมีการขยายการบริการไปในภาคค้าปลีกเพิ่มมากขึ้น

- 2) **การขนส่ง** บีเจซีให้บริการจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้าทั้งแบบไม่ควบคุมและแบบควบคุมอุณหภูมิทั้งแช่เย็นและแช่แข็ง ทั้งสินค้าทั่วไปและสินค้าประเภทยาและเวชภัณฑ์ ตั้งแต่ปี 2562 ที่ผ่านมา บีเจซีเริ่มให้บริการส่งสินค้าแบบ Home Delivery โดยขนส่งด้วยรถบีเจซีเองและรถร่วมบริการหลากหลายประเภท ทั้งรถหัวลากพร้อมตู้คอนเทนเนอร์ รถบรรทุก 10 ล้อ, รถ 6 ล้อ, รถกระบะ 4 ล้อ และรถจักรยานยนต์ ซึ่งการขนส่งถูกบริหารภายใต้ระบบจัดการขนส่งที่ทันสมัย (Transport management system: TMS) และการติดตามรถด้วย GPS เพื่อให้สามารถส่งสินค้าได้ตรงตามเวลาและคุณภาพที่ลูกค้าต้องการทั่วประเทศ นอกจากนี้บีเจซียังมีบริการเสริมในการเก็บเงินขนส่งมอบและการจัดการสินค้าคืนจากร้านค้า
- 3) **ตัวแทนพิธีการศุลกากรและตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ** บริการดำเนินพิธีการทางศุลกากร บีเจซีได้รับการรับรองเป็นตัวแทนออกของระดับมาตรฐานเออีโอ (AEO: Authorized Economic Operator) ใบอนุญาตเลขที่ CB45 จากกรมศุลกากร และบริการพิธีการศุลกากรผ่านการรับรองมาตรฐาน ISO 9001:2015 โดยมีขอบเขตการให้บริการเป็นแบบครบวงจร ทุกรูปแบบการขนส่งทั้งทางเรือ ทางอากาศ และทางบก โดยมีความสำคัญเป็นอย่างมากสำหรับผู้นำเข้าและผู้ส่งออก ภายใต้การบริหารจัดการของผู้ชำนาญการศุลกากรที่ผ่านการรับรองจากกรมศุลกากร ซึ่งทำให้มั่นใจได้ว่าการบริการจะมีมาตรฐานและคุณภาพ ตามระเบียบและข้อบังคับของกรมศุลกากร การบริการครอบคลุมไปถึงการกำหนดค่าระวางสินค้าสำหรับสินค้าส่งออกและสินค้านำเข้า การดำเนินพิธีการขนส่งสินค้าผ่านแดนสู่กลุ่มประเทศ CLMV การจัดตั้งเขตปลอดอากรและดำเนินพิธีศุลกากรในเขตปลอดอากร และการขอคืนค่าภาษีอากรและการวางแผนการใช้สิทธิประโยชน์ต่างๆ เป็นต้น ซึ่งบีเจซีมีเจ้าหน้าที่ด้านพิธีการศุลกากรประจำอยู่ที่สำนักงานใหญ่และท่าเรือที่สำคัญเพื่อสามารถให้บริการที่รวดเร็วให้กับลูกค้าและประสานงานกับตัวแทนสายการบินเรือและสายการบิน ตลอดจนหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง

### สภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรม

สำหรับการแข่งขันในอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ เนื่องด้วยไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงโดยเฉพาะการใช้งานโซเชียลเน็ตเวิร์ก ส่งผลให้การค้าแบบออนไลน์มีขนาดตลาดที่ใหญ่และเต็มไปด้วยผู้บริโภค ผู้ขาย และสินค้าเป็นจำนวนมาก รวมไปถึงความต้องการสินค้าแข่งและสินค้าพร้อมรับประทานที่เพิ่มสูงขึ้น ทำให้เกิดความต้องการด้านการจัดการระบบขนส่งสินค้าที่ต้องเก็บในอุณหภูมิต่ำ เช่น Cold Chain Logistics เป็นต้น ผู้ให้บริการโลจิสติกส์และคลังสินค้าจึงต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริการเพื่อรองรับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงนี้ เช่น การเพิ่มบริการ Fulfillment Warehouse สำหรับ E-commerce และ new start up business เป็นต้น เพื่อให้สามารถจัดการสินค้าที่มีรูปแบบหลากหลาย

นอกจากนี้เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าและสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขัน บีเจซีได้นำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ เช่น ระบบ Order application, tracking, และ online payment เป็นต้น

จากวิถีชีวิตของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน รวมถึงการรวมของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ส่งผลให้ธุรกิจขนส่งและกระจายสินค้าในไทยมีโอกาสในการเจริญเติบโตอีกมาก แต่ขณะเดียวกันก็ดึงดูดบีเจซีต่างชาติให้เข้ามาแข่งขันมากขึ้น ดังนั้นผู้ประกอบการรายเดิมจึงต้องมีการปรับตัว เพิ่มคุณภาพในการให้บริการ เน้นกิจกรรมที่เป็นความเชี่ยวชาญหลักขององค์กร และสร้างความน่าเชื่อถือให้มากขึ้น

### นโยบายการตลาด

ในปี 2562 บีเจซียังคงมุ่งเน้นการทำงานอย่างใกล้ชิดกับลูกค้าทั้งในกลุ่มบีเจซีและลูกค้าภายนอกเพื่อเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง บีเจซียังได้ศึกษาและมุ่งเน้นขยายการให้บริการแก่ลูกค้าภายนอกมากขึ้น โดยเฉพาะธุรกิจขนาดกลางและใหญ่ โดยใช้ทีมงานพัฒนาธุรกิจที่มีความรู้และประสบการณ์ด้านโลจิสติกส์เพื่อนำเสนอบริการของบีเจซีไปยังตลาดและอุตสาหกรรมที่หลากหลายขึ้น โดยมุ่งเน้นในกลุ่มธุรกิจค้าปลีก สินค้าควบคุมอุณหภูมิ สินค้าแข่ง และบริการส่งพัสดุถึงบ้าน โดยใช้กลยุทธ์ที่เน้นการให้บริการที่มีคุณภาพ ด้วยลักษณะการให้บริการที่แตกต่างกันตามความต้องการของลูกค้าแต่ละราย ด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย และมีราคาที่เหมาะสม อีกทั้งทางบีเจซียังเน้นการให้บริการควบคู่ไปกับภายในกลุ่มบีเจซีเพื่อตอบสนองนโยบาย one stop service และ total logistics solution

ปัจจุบัน บีเจซีให้บริการกลุ่มบีเจซี และบีเจซีประมาณร้อยละ 90 และมีเป้าหมายที่จะขยายการบริการด้านคลังสินค้า และธุรกิจขนส่งในภูมิภาคเพิ่มมากขึ้น รวมถึงการให้บริการการจัดส่งสินค้าข้ามพรมแดน (Cross Border Logistics) โดยครอบคลุมบริการตั้งแต่ต้นทางจนถึงปลายทาง ทั้งทางบก ทางน้ำ ทางอากาศ โดยเฉพาะในกลุ่มประเทศ CLMV ได้แก่ กัมพูชา ลาว เมียนมา เวียดนาม เพื่อรองรับการขยายตัว และส่งเสริมกิจกรรม Supply Chain ของกลุ่มบริษัท บีเจซีโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อเป็นบีเจซีอันดับหนึ่งในด้านบริการโลจิสติกส์ในภูมิภาค

### ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

การให้บริการด้านคลังสินค้า และการขนส่งมิได้ก่อให้เกิดของเสียที่จะมีปัญหาคือสิ่งแวดล้อมอย่างมีนัยสำคัญหรือเกินกว่าที่กฎหมายกำหนด อย่างไรก็ตามเพื่อเป็นการลดการใช้พลังงาน บีเจซีพยายามลดการใช้ไฟฟ้าในคลังสินค้าและเพิ่มประสิทธิภาพของรถขนส่งสินค้า เพื่อลดจำนวนเที่ยวในการขนส่ง อีกทั้งได้มีการปรับปรุงรถขนส่งให้สามารถใช้ก๊าซธรรมชาติเป็นเชื้อเพลิงอีกด้วย

### 3.4 กลุ่มธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายในประเทศเวียดนาม

#### 3.4.1. บริษัท ไทยคอร์ป อินเตอร์เนชั่นแนล (เวียดนาม) จำกัด (TCI-VN)

TCI-VN ได้รับใบอนุญาตลงทุน (Investment Licenses) จากรัฐบาลเวียดนามให้สามารถดำเนินธุรกิจนำเข้าและส่งออก จัดจำหน่ายและกระจายสินค้าประเภทอุปโภคบริโภคและสินค้าอื่นๆ ทั่วทั้งประเทศเวียดนาม ปัจจุบันสินค้าที่บริษัทได้รับการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายในประเทศเวียดนามแต่เพียงผู้เดียวมีดังต่อไปนี้ ผลิตภัณฑ์ปลากระป๋อง ตราสามแม่ครัว, ผลิตภัณฑ์กระดาษชำระ ตรา Cellox, ผลิตภัณฑ์เต้าหู้, ผลิตภัณฑ์ขนมหวาน ตรา Malai Thai, ผลิตภัณฑ์ขนมข้าวอบกรอบ ตรา Yappy และโดโซะ, ผลิตภัณฑ์ถั่วอบกรอบ ตรา โก้แก และ ผลิตภัณฑ์ขนมอบกรอบ ตรา Bless นอกจากนี้ บริษัทได้ร่วมมือ กับบริษัท อิจิบัง คัมปะนี ลิมิเต็ด ในการพัฒนาและออกสินค้านำนมถั่วเหลืองสู่ตลาด ซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากลูกค้ากลุ่มช่องทางการค้าสมัยใหม่

#### สภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรม

ตลาดเวียดนามมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ส่งผลให้มีการแข่งขันสูงเพื่อแย่งส่วนแบ่งการตลาด โดยเฉพาะในช่องทางการค้าสมัยใหม่ ซึ่งจำนวนสาขาของช่องทางนี้ได้เพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก

#### นโยบายการตลาด

ด้วยสภาพการแข่งขันสูง TCI-VN ได้ดำเนินการอย่างต่อเนื่องตามแผนพัฒนาความแข็งแกร่งขององค์กรในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน TCI-VN ได้ตั้งสาขาในกรุงฮานอยเพื่อเพิ่มเครือข่ายในการกระจายสินค้าในเขตภูมิภาคทางตอนเหนือของประเทศเวียดนาม และ พัฒนาเครือข่ายการจัดการในช่องทางการค้าแบบดั้งเดิมจากระบบเอเยนต์มาเป็นระบบตัวแทนจำหน่าย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของพนักงานฝ่ายขายในการทำยอดขาย TCI-VN ยังได้ทำการฝึกอบรมพนักงานทุกระดับเพื่อเพิ่มทักษะในการเจรจา ปรับปรุงกระบวนการทำงานให้สามารถตอบสนองกับการเปลี่ยนแปลงของตลาด และพัฒนาระบบการวัดผลให้สามารถติดตามผลการดำเนินงานได้อย่างชัดเจนและรวดเร็ว สำหรับกิจกรรมส่งเสริมการขาย TCI-VN ได้เน้นการทำกิจกรรมที่ให้ตรงกับความต้องการของประเภทลูกค้าในแต่ละช่องทางการจำหน่าย ขยายฐานผู้บริโภคให้กับสินค้านำนมถั่วเหลือง โดยมุ่งเพิ่มโอกาสให้ผู้บริโภคได้ทดลองสินค้า ไม่ว่าจะเป็นจัดกิจกรรมชิมสินค้าในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ หรือตามแหล่งที่อยู่อาศัย กิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมแคมเปญหลักของกลุ่มร้านค้าสะดวกซื้อ และสำหรับผลิตภัณฑ์เต้าหู้ TCI-VN ได้เน้นการพัฒนาปรับปรุงพื้นที่ในการจัดเรียงสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสมัยใหม่

#### 3.4.2. อิจิบัง ฟู้ดส์ คัมปะนี ลิมิเต็ด

อิจิบัง ฟู้ดส์ คัมปะนี ลิมิเต็ด (อิจิบัง) ถือเป็นผู้ประกอบการรายแรกและรายเดียวในประเทศเวียดนามที่เริ่มผลิตเต้าหู้สดในบรรจุภัณฑ์ชนิดต่างๆ ภายใต้มาตรฐานสากลด้านคุณภาพ สุขอนามัย และความปลอดภัยต่อผู้บริโภค ตามมาตรฐานด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม เพื่อเป็นหลักประกันและสร้างความมั่นใจและความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ผู้บริโภคและสังคมโดยรวม

#### สภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรม

อิจิบังถือเป็นผู้นำทางการตลาดของสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์เต้าหู้ มากกว่า 15 ปี แปรนด์สินค้าของอิจิบังได้รับความนิยมมากเป็นอันดับหนึ่งของผู้บริโภคชาวเวียดนาม และอิจิบังได้พัฒนาผลิตภัณฑ์เต้าหู้แบบใหม่อย่างต่อเนื่องเพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภค เช่น เต้าหู้เส้น (Tofu Noodle), เต้าหู้ทอดนํ้ามัน (Fried Tofu), และนํ้าเต้าหู้พร้อมดื่ม (Soy milk) เป็นต้น

อิจิบังได้เริ่มดำเนินการโรงงานเต้าหู้ ในเขตพื้นที่กรุงฮานอย เพื่อรองรับการขยายของลูกค้าในเขตภาคเหนือของ ประเทศเวียดนามและทำให้สามารถแข่งขันในเชิงต้นทุนสินค้าได้มากขึ้น

#### นโยบายการตลาด

เพื่อสร้างความแข็งแกร่งในตลาดผลิตภัณฑ์เต้าหู้และสร้างตลาดสินค้าใหม่ อิจิบังยังคงทำการผลิตสินค้าเต้าหู้ หลากหลายประเภท เช่น เต้าหู้ทอด Tofu Momen Tofu Omen และ Tofu Non และสินค้าน้ำเต้าหู้พร้อมดื่ม เป็นต้น โดยจัด จำหน่ายสินค้าทั้งหมดผ่านบริษัท ไทยคอร์ป อินเตอร์เนชั่นแนล (เวียดนาม) จำกัด ทั้งในส่วนช่องทางการจัดจำหน่ายใน ระบบร้านค้าสมัยใหม่ (Modern Trade), ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (Traditional Trade), ร้านอาหาร, ภัตตาคาร รวมถึงร้านค้า ย่อยในตลาดสด เป็นต้น

#### กำลังการผลิตและปริมาณการผลิต

อิจิบัง ตั้งอยู่ที่ อาคารอิจิบัง เลขที่ 5-4 ถนน M14 โซนนิคมอุตสาหกรรม Tan Binh อำเภอ Binh Tan กรุงโฮจิมินห์ ประเทศเวียดนาม และ เลขที่ 4 โซนนิคมอุตสาหกรรม Yen Nghia อำเภอ Ha Dong กรุงฮานอย ประเทศเวียดนาม โดยมี กำลังและปริมาณการผลิตรวม ดังนี้

| กำลังและปริมาณการผลิต                                      | 2562   | 2561   | 2560   |
|--|--------|--------|--------|
| กำลังการผลิต (หน่วย : กิโลกรัม/วัน)                        | 3,479  | 2,914  | 2,560  |
| ปริมาณของสินค้าที่ผลิตได้ (เต้าหู้และน้ำเต้าหู้ : ซิน/วัน) | 62,852 | 52,180 | 48,838 |
| อัตราการเติบโตของสินค้าที่ผลิตได้ (ร้อยละ)                 | 20.4   | 6.8    | 8.5    |

หมายเหตุ: กำลังการผลิตคิดจากวัตถุดิบถั่วเหลือง/วัน

#### วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตส่วนใหญ่เป็นผลผลิตทางการเกษตรซึ่งเป็นการนำผลผลิตทางการเกษตรมาแปรรูปเพื่อเพิ่ม มูลค่า โดยอิจิบังมีวัตถุดิบหลัก ได้แก่ ถั่วเหลือง และไข่ไก่ โดยมีทั้งที่จัดหาจากในประเทศเวียดนามและนำเข้าจาก ต่างประเทศ เพื่อเป็นการพัฒนาความหลากหลายและเพิ่มคุณภาพของผลิตภัณฑ์เต้าหู้และน้ำเต้าหู้

#### 3.4.3. ไทอัน กรุ๊ป

ไทอัน กรุ๊ป ดำเนินธุรกิจการจัดจำหน่ายและกระจายสินค้ารวมทั้งการให้บริการโลจิสติกส์ในประเทศเวียดนาม ภายใต้กลุ่มสินค้าอุปโภคและบริโภค ได้แก่ เครื่องใช้ภายในบ้าน (Home Appliance) เช่น หม้อหุงข้าว เตาแก๊ส เป็นต้น ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดในครัวเรือน ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ส่วนตัว โดยไทอัน กรุ๊ป รับซื้อสินค้าจากเจ้าของสินค้าหรือลูกค้า ภายใต้ข้อตกลงทางการค้าที่ไทอัน กรุ๊ป ทำหน้าที่จัดจำหน่ายและกระจายสินค้าในประเทศเวียดนาม สินค้าที่จำหน่ายมี ทั้งผลิตในประเทศและนำเข้าจากต่างประเทศ ได้แก่ ประเทศเกาหลี ญี่ปุ่น จีน และไทย เป็นต้น

#### สภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรม

สินค้าอุปโภคและบริโภคยังคงมีการเติบโตตามกำลังซื้อและรายได้ที่เพิ่มขึ้น เป็นผลให้มีการแข่งขันทางด้านราคา และด้านการส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่องเพื่อรักษาส่วนแบ่งการตลาด ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดในครัวเรือนและเครื่องใช้ ส่วนตัวภายใต้สินค้าของ P&G มีการเติบโตกว่าร้อยละ 19 จากปีที่ผ่านมา ซึ่งเป็นผลจากกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าอ้อมเด็ก ผลิตภัณฑ์ซักผ้า ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม และน้ำยาปรับผ้านุ่มภายใต้ตราสินค้า Pampers, Ariel, Downy, Pantene และ Rejoice ในส่วนตลาดหม้อหุงข้าวยังคงมีการแข่งขันที่รุนแรง จึงต้องมีการให้ส่วนลดและโปรโมชั่นมากขึ้นเพื่อรักษาส่วนแบ่ง ทางการตลาด

## นโยบายการตลาด

ในด้านจัดจำหน่ายและกระจายสินค้า ในปี 2562 กลุ่มธุรกิจของไทยัน กรุ๊ป คือสร้างการเติบโตของยอดขายสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ปัจจุบัน และพัฒนาด้านการบริการสินค้าเหล่านี้ควบคู่ไปด้วย บริษัทมุ่งเน้นในการพัฒนาคุณภาพในการกระจายสินค้าให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ ส่วนผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดในครัวเรือน เครื่องใช้ส่วนตัวและขนมอบ ไทยัน กรุ๊ป เน้นเพิ่มยอดขายกับกลุ่มลูกค้ารายใหญ่ เช่น ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านค้าส่ง (supermarket, wholesales stores) เป็นต้น โดยเพิ่มสินค้าขายในร้านมากขึ้นพร้อมทั้งจัดกิจกรรม ณ จุดขาย

## การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ไทยัน กรุ๊ป รับผิดชอบสินค้าจากเจ้าของสินค้าภายใต้ข้อตกลงทางการค้าที่ไทยัน กรุ๊ป ทำหน้าที่จัดจำหน่ายและกระจายสินค้าในประเทศเวียดนาม โดยเจ้าของสินค้าหรือคู่ค้าหลัก ได้แก่ บริษัท P&G, Rohto, Kewpie, Friesland Campina, Cuckoo และ Paloma เป็นต้น ในส่วนของสินค้าที่ไทยัน กรุ๊ป นำเข้าจากต่างประเทศ อาทิเช่น หม้อหุงข้าว Cuckoo นำเข้าจากประเทศเกาหลีและประเทศจีน, เต้าแก๊ส Paloma นำเข้าจากญี่ปุ่นและในประเทศ, สินค้า P&G นำเข้าจากญี่ปุ่น จีน และผลิตในประเทศ ส่วนสินค้า Rohto และ Kewpie มาจากการผลิตในประเทศ

## 4. กลุ่มสินค้าและบริการทางเวชภัณฑ์และทางเทคนิค

### 4.1 กลุ่มสินค้าและบริการทางเวชภัณฑ์ ประกอบด้วย 2 ฝ่ายดังนี้

#### 4.1.1 ฝ่ายเวชภัณฑ์

ฝ่ายเวชภัณฑ์จำหน่ายยา เวชภัณฑ์ เวชสำอาง อาหารเสริม และผลิตภัณฑ์สุขภาพทั้งผลิตภัณฑ์ภายในประเทศและจากต่างประเทศ

ผลิตภัณฑ์ยาและเวชภัณฑ์ที่ไทยัน กรุ๊ป จำหน่ายมีทั้งยาต้นแบบและยาสามัญที่นำเข้ามาจากประเทศผู้ผลิตที่ได้มาตรฐานในหลากหลายประเทศ เช่น สหราชอาณาจักร ฝรั่งเศส เบลเยียม เยอรมนี โปแลนด์ กรีซ อาร์เจนตินา ญี่ปุ่น และเกาหลี เป็นต้น ผลิตภัณฑ์บางอย่างผลิตโดยประเทศผู้ผลิตในประเทศไทยที่ได้รับการรับรองหลักเกณฑ์ที่ดีในการผลิตยา (Good Manufacturing Practice หรือ GMP) โดยใช้วัตถุดิบคุณภาพที่นำเข้าจากต่างประเทศ นอกจากนี้ประเทศไทยยังมีการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชีววัตถุที่มีบทบาทอย่างมากในการรักษาโรคต่างๆ และเป็นกลุ่มยาในอนาคตของธุรกิจยา

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

ประเทศไทยมีการจัดเก็บและจัดส่งสินค้าสุขภาพ ตามมาตรฐาน WHO Good Storage and Distribution Practice (GSDP), Good Import Practice (GIP) และ ISO9001

### สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

ในปี 2562 กระทรวงสาธารณสุขยังคงมีการประกาศราคากลางของยาหลายรายการเพิ่มเติมเพื่อใช้ในการจัดซื้อของหน่วยงานราชการ ส่งผลให้ราคายาในตลาดลดลง ทั้งยาต้นแบบที่มีผู้จำหน่ายรายเดียวและยาสามัญใหม่ แนวโน้มการแข่งขันทางด้านราคายังคงมีสูงในเกือบทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้รัฐบาลออกนโยบายนวัตกรรมไทย ส่งเสริมการผลิตยาในประเทศไทย ส่งผลกระทบกับยาที่นำเข้าบางรายการ บีเจซีจึงได้แสวงหาผลิตภัณฑ์ใหม่จากหุ้นส่วนธุรกิจทั้งในปัจจุบันและรายใหม่ที่มีศักยภาพในอนาคตเพื่อให้มีผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีลักษณะจำเพาะ หรือยังไม่มีการผลิตในประเทศ เพื่อเป็นทางเลือกแก่ลูกค้าให้สามารถหาซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ราคาเหมาะสม บีเจซียังมีแผนขยายตลาดโดยการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่หลากหลายประเภทได้แก่ แผ่นประคบร้อน ช่วยบรรเทาอาการปวดท้องประจำเดือน ปวดหลัง และ ปวดคอ ที่มีการรูปแบบใหม่, สมุนไพรจีนนำเข้าจากฮ่องกง แก้อาการท้องเสีย ท้องอืด มีจำหน่ายในประเทศไทยมานานมากกว่า 30 ปี เป็นที่รู้จักดีในแวดวงคนเชื้อสายจีน, ผลิตภัณฑ์สกัดจากสมุนไพร ช่วยบรรเทาอาการสำหรับสตรีใกล้หมดประจำเดือน นำเข้าจากประเทศเยอรมนี, น้ำตาเทียมสูตรใหม่สำหรับตาแห้งมาก, และยาใหม่ที่จะช่วยละลายเสมหะ นำเข้าจากประเทศอิตาลี เป็นต้น

### นโยบายการตลาด

ในปี 2562 ตลาดอุตสาหกรรมยาและเวชภัณฑ์ในประเทศไทย ในภาพรวมขยายตัวเพิ่มขึ้นเล็กน้อยเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา โดยช่องทางโรงพยาบาล และช่องทางร้านยา มีการขยายตัวประมาณร้อยละ 1 เนื่องจากการควบคุมงบประมาณจัดซื้อยาของภาครัฐ โดยมีการประกาศราคากลางยาหลายรายการ และการชะลอตัวเศรษฐกิจไทยยังคงส่งผลกระทบต่อการใช้จ่ายของประชาชน อย่างไรก็ตามบีเจซียังคงรักษายอดการจำหน่ายให้ขยายตัวได้ดีกว่าสภาวะตลาดโดยรวม

กลุ่มผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับโรคไต ยากระตุ้นการสร้างเม็ดเลือดแดงในผู้ป่วยโรคไตวายเรื้อรัง และตัวกรองสำหรับใช้กับเครื่องไตเทียม ยังคงมีการแข่งขันสูงทางด้านราคาและต้นทุนวัตถุดิบในการผลิตเฮพารินที่ป้องกันเลือดแข็งตัวขณะใช้เครื่องไตเทียมมีการปรับราคาสูงขึ้นมาก และยังมีสินค้าขาดแคลน แต่ด้วยความมุ่งมั่นแข็งแกร่งของทีมงานขายและการตลาด บีเจซียังคงรักษาการเติบโตของยอดขายได้อย่างต่อเนื่อง

กลุ่มผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับความงามและกลุ่มผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับโรคหลอดเลือดหัวใจ กลุ่มผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับความงามมีการเติบโตลดลงเล็กน้อย เนื่องจากมีการแข่งขันในด้านราคา และการชะลอตัวของเศรษฐกิจไทย ทำให้การใช้จ่ายของประชาชนในเรื่องความงามลดลง ในขณะที่ยาลดลิ่มเลือด ที่ช่วยชีวิตผู้ป่วยจากโรคกล้ามเนื้อหัวใจตายเฉียบพลัน มีการขยายการจำหน่ายครอบคลุมโรงพยาบาลในต่างจังหวัดทั่วประเทศ กลุ่มผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับโรคเบาหวาน มีการแข่งขันสูงในด้านราคาและการประกาศราคากลางของกระทรวงสาธารณสุข แต่ในปี 2562 บีเจซีได้รับการสนับสนุนด้านต่างๆ จากผู้ผลิต ทำให้บีเจซีประสบความสำเร็จในการเพิ่มยอดขายอย่างมาก กลุ่มผลิตภัณฑ์วัคซีน บีเจซีได้ชนะการประมูลวัคซีนป้องกันไข้หวัดใหญ่ และได้ส่งมอบวัคซีนแก่องค์การเภสัชกรรม เพื่อให้หน่วยงานภาครัฐและเครือข่ายบริการฉีดวัคซีนแก่ 7 กลุ่มเสี่ยงฟรี

กลุ่มผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับโรคมะเร็ง ประสบปัญหาการแข่งขันด้านราคา แต่ด้วยความมุ่งมั่นของทีมงานที่แข็งแกร่ง บีเจซีสามารถรักษายอดขายไว้ได้

กลุ่มผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับโรคโลหิตจาง ได้รับผลกระทบจากนโยบายส่งเสริมการผลิตในประเทศ แต่บีเจซีสามารถที่จะรักษายอดขายของผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ไว้ได้ กลุ่มผลิตภัณฑ์กระตุ้นเม็ดเลือดขาวและเม็ดเลือดแดงมีการแข่งขันด้านราคา และผลกระทบจากบัญชีนวัตกรรม ทำให้ยอดขายลดลงเล็กน้อย กลุ่มผลิตภัณฑ์ยาปฏิชีวนะมียอดขายลดลงเล็กน้อยเนื่องจากปริมาณคนไข้เด็กลดลง



กลุ่มผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับกระดุมมียอดจำหน่ายเติบโตสูงขึ้นจากผลิตภัณฑ์รักษาโรคเข้าเสื่อม และผลิตภัณฑ์สำหรับรักษาโรคกระดูกพรุน ทั้งสองโรคเป็นโรคที่พบได้บ่อยในสังคมผู้สูงอายุ

นอกจากนี้ยังมีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์น้ำตาเทียมในบรรจุภัณฑ์พิเศษ ทำให้สามารถหลีกเลี่ยงการใส่สารกันเสีย ซึ่งมีการจำหน่ายในโรงพยาบาลชั้นนำหลายแห่ง ซึ่งมีการเติบโตของยอดขายที่น่าพอใจ กลุ่มผลิตภัณฑ์สุขภาพในร้านขายยอยอดขายยังมีการเติบโตสูงจากผลิตภัณฑ์ประเภทพลาสเตอร์และยาหม่อง อีกทั้งยังมียอดขายสูงจากหน้ากากป้องกันฝุ่น PM2.5 ทั้งในกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด

#### การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

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

##### 4.1.2 ฝ่ายการแพทย์

สินค้าของฝ่ายเครื่องมือแพทย์ แบ่งออกเป็น 3 กลุ่มหลัก ดังนี้

- 1) **สินค้าด้านนวัตกรรมทางการแพทย์และเวชสารสนเทศ** ผลิตภัณฑ์หลัก ได้แก่ เครื่องเอกซเรย์คอมพิวเตอร์ เครื่องตรวจอวัยวะภายในด้วยคลื่นความถี่สูง เครื่องฉีดสารทึบรังสีแบบอัตโนมัติ เครื่องเอกซเรย์เต้านม อุปกรณ์สำหรับเจาะชิ้นเนื้อเต้านม เครื่องตรวจวัดความหนาแน่นของกระดูกเครื่องเอกซเรย์หัวใจและส่องตรวจหลอดเลือด ระบบดิจิทัลชนิดระบบคู่ เครื่องเอกซเรย์ดิจิทัลสวนหัวใจและหลอดเลือด เครื่องเอกซเรย์ส่องตรวจระบบดิจิทัล เครื่องเอกซเรย์ส่องตรวจระบบดิจิทัลแบบควบคุมระยะใกล้ เครื่องเอกซเรย์ส่องตรวจแบบซีอาร์เอ็ม เครื่องเอกซเรย์หัวใจระบบดิจิทัล 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 ธนาเคมีเลือด และพันธุศาสตร์ เป็นต้น สารละลายเก็บตัวอย่างเซลล์มะเร็ง ปากมดลูก และเครื่องเตรียมสไลด์สำหรับการตรวจวิเคราะห์เซลล์มะเร็งปากมดลูก นอกจากนี้ยังมีสารละลายต่างๆ ซึ่งสามารถใช้เก็บตัวอย่างเซลล์ภายในร่างกาย เพื่อใช้สำหรับงานพยาธิวิทยา เครื่องตรวจวิเคราะห์หาเชื้อเอชพีวีที่ทำให้เกิดมะเร็งปากมดลูก โดยใช้ส่งตรวจจากเซลล์บริเวณปากมดลูก หรือตรวจจากปัสสาวะ เครื่องตรวจหาความผิดปกติของปัสสาวะแบบอัตโนมัติสมบูรณ์แบบ โดยสามารถตรวจหาได้ทั้งความผิดปกติทางด้านสารเคมีในปัสสาวะ และตะกอนผิดปกติในปัสสาวะในคราวเดียวกันอย่างรวดเร็วและถูกต้องแม่นยำ
- 2) **สินค้าด้านการผ่าตัด** ผลิตภัณฑ์หลัก ได้แก่ หุ่นยนต์ช่วยในการผ่าตัด กล้องจุลทรรศน์เพื่อการผ่าตัด ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า Leica กล้องส่องสำหรับใช้ในการผ่าตัด เตียงผ่าตัด โคมไฟผ่าตัด เครื่องจัดตั้งและห้ามเลือดเพื่อการผ่าตัด ชุดชั้นวางอุปกรณ์ทางการแพทย์ชนิดแขวนเพดาน เครื่องมือผ่าตัดแบบส่องกล้องในระบบ



บัสสาวะ เครื่องมือกระแทกนิ้วในระบบบัสสาวะ เครื่องวัดชีพจรแม่และเด็ก เครื่องอบฆ่าเชื้อด้วยระบบไฮโดรเจน เปอร์ออกไซด์พลาสมา เครื่องมือผ่าตัดโดยใช้แสงเลเซอร์ ระบบผนังห้องผ่าตัดสำเร็จรูป ระบบควบคุมในห้องผ่าตัด พร้อมระบบการถ่ายทอดสัญญาณความละเอียดสูงระบบภาพนำร่องที่ใช้ในการผ่าตัด เครื่องตรวจจอประสาทตา เครื่องอัลตราซาวด์และเลเซอร์ช่วยในการผ่าตัดตา เครื่องวัดความดันลูกตา เครื่องนับเซลล์กระจกชั้นใน และชุดกลับภาพสำหรับผ่าตัดจอประสาทตา

- 3) **สินค้าด้านฟื้นฟูสุขภาพและช่วยชีวิตครบวงจร** ผลิตภัณฑ์หลัก ได้แก่ เครื่องกระตุ้นหัวใจไฟฟ้าอัตโนมัติ หุ่นฝึกจำลองเพื่อปฏิบัติการทางการแพทย์ ผลิตภัณฑ์การฝึกทักษะทางการแพทย์ ผลิตภัณฑ์การฝึกทักษะการสแกนอวัยวะของหัวใจ อุปกรณ์ฝึกอบรมให้ความรู้ CPR ขั้นพื้นฐาน เพื่อให้ความช่วยเหลือกรณีผู้ประสบเหตุสำคัญอาหารหรือสิ่งของในหลอดลม เครื่องปรับอุณหภูมิร่างกายของผู้ป่วย เครื่องตรวจวัดและวิเคราะห์สัญญาณคลื่นไฟฟ้าสมอง เครื่องวัดและติดตามความเร็วของเลือดในหลอดเลือดสมองด้วยคลื่นเสียงความถี่สูงระบบดิจิทัล เครื่องกระตุ้นระบบประสาทด้วยสนามแม่เหล็ก เครื่องตรวจประสาทกล้ามเนื้อด้วยคลื่นไฟฟ้า ชุดเครื่องมือให้การรักษาด้านเวชศาสตร์ฟื้นฟู เครื่องต้มประคบร้อนและเครื่องดึงคอและหลังแบบอัตโนมัติ เครื่องให้การรักษาด้วยกระแสไฟฟ้าและคลื่นเสียง ชุดตรวจระบบประสาทอัตโนมัติ ชุดนำร่องการตรวจและผ่าตัดระบบประสาท เครื่องตรวจวัดและวิเคราะห์สัญญาณคลื่นไฟฟ้าสมองแบบพกพา เครื่องตรวจอวัยวะภายในด้วยคลื่นความถี่สูง และชุดอุปกรณ์สำหรับเจาะชิ้นเนื้อ

### **สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม**

จากสถิติการเติบโตของตลาดเครื่องมือแพทย์ จะเติบโตต่อเนื่องอัตราเฉลี่ยร้อยละ 8-10 ต่อปี ปัจจัยหนุนหลักคือนโยบายภาครัฐสนับสนุนด้านสิทธิพิเศษการลงทุน การตั้งเป้าหมายให้ไทยเป็นศูนย์กลางทางการแพทย์และการส่งออก (Medical Hub) การเจ็บป่วยที่เพิ่มขึ้นของคนไทยโดยเฉพาะจำนวนผู้ป่วยจากโรคหัวใจ โรคหลอดเลือดสมอง โรคมะเร็ง และโรคเบาหวาน อีกทั้งสัดส่วนจำนวนผู้ป่วยต่างชาติที่เข้ามาใช้บริการในไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น จากความเชื่อมั่นในมาตรฐานการรักษาและการเติบโตของกลุ่ม Expatriate และ Medical Tourists รวมถึงแผนขยายการลงทุนของธุรกิจโรงพยาบาลใหม่ และการลงทุนด้านเครื่องมือทางการแพทย์ ปัจจัยต่างๆ เหล่านี้จะยิ่งสนับสนุนให้ความต้องการอุปกรณ์ทางการแพทย์ในไทยขยายตัวอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ธุรกิจขายส่งสินค้าทางการแพทย์และเภสัชภัณฑ์คาดว่าจะมีแนวโน้มในทิศทางที่ดีจากการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุในอนาคต รวมถึงรูปแบบสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปที่มีความสำคัญที่ “การป้องกัน” มากกว่า “การรักษา” โดยปัจจุบันอุปกรณ์เครื่องมือแพทย์ติดตามตัวได้ถูกพัฒนาให้กลายเป็น Gadget ใหม่สำหรับคนยุคไอที อาทิ เครื่องวัดการเต้นของหัวใจ เครื่องวัดปริมาณน้ำตาลใน กระแสเลือด โดยอุปกรณ์เหล่านี้ถูกพัฒนาให้มีขนาดเล็ก อายุการใช้งานของแบตเตอรี่ที่ยาวนานขึ้น หน้าจอแสดงผลและรูปลักษณะภายนอกที่ทันสมัยสวยงาม อีกทั้งการพัฒนาโปรแกรมเป็นแอปพลิเคชันสามารถส่งข้อมูลผ่านสมาร์ทโฟนและแชร์ข้อมูลได้ เพื่อเป็นประโยชน์ในการวางแผนการรักษาของแพทย์ต่อผู้ป่วยในอนาคต

จากจำนวนผู้จัดจำหน่ายเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ ทั้งที่เป็นตัวแทนจำหน่าย ขายส่งและขายปลีก มีจำนวนรวมมากกว่า 10,000 ราย ทำให้ไทยเป็นหนึ่งในประเทศผู้นำเข้าและส่งออกเครื่องมือแพทย์รายใหญ่ในภูมิภาคอาเซียน อย่างไรก็ตามความท้าทายสำคัญของการลงทุนและยกระดับธุรกิจอุปกรณ์ทางการแพทย์ในไทยคือการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยี และการได้รับการรับรองด้านมาตรฐานความปลอดภัยตามมาตรฐานสากล ซึ่งประเทศไทยยังมี

ความสามารถในการผลิตอุปกรณ์ทางการแพทย์โดยใช้เทคโนโลยีในระดับต่ำถึงกลางเป็นหลักเท่านั้น ส่วนเทคโนโลยีระดับสูง เช่น เครื่องเอกซเรย์และเครื่องวินิจฉัยทางการแพทย์ ยังคงต้องพึ่งพาและนำเข้าจากผู้ผลิตต่างประเทศ โดยการแข่งขันในธุรกิจนี้มีแนวโน้มที่สูงขึ้น แต่โอกาสที่จะทำกำไรของผู้ประกอบการยังคงอยู่ในระดับปานกลาง

### นโยบายการตลาด

จากปัจจัยต่างๆ ที่กล่าวมา ในปี 2562 นอกจากปีเจซีมุ่งขยายตลาดอุปกรณ์ทางการแพทย์อย่างต่อเนื่องภายในประเทศ แล้วยังมุ่งขยายไปยังภูมิภาคเพื่อเพิ่มสัดส่วนยอดขายในต่างประเทศ โดยการหาพันธมิตรในการจำหน่ายอุปกรณ์ทางการแพทย์ในประเทศเพื่อนบ้าน เช่น กัมพูชา เมียนมา และเวียดนาม เป็นต้น รวมทั้งขยายการจัดจำหน่ายอุปกรณ์ทางการแพทย์ฉุกเฉินไปยังกลุ่มสาธารณสุขมากขึ้น โดยเฉพาะเครื่องกระตุกหัวใจไฟฟ้าแบบอัตโนมัติ (Automated External Defibrillator, AED) ซึ่งปีนี้ตลาดให้ความสนใจเนื่องจากอุบัติเหตุการเกิดโรคหัวใจวายเฉียบพลัน หรือ “Cardiac arrest” เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ปีเจซียังจัดจำหน่ายเครื่องมือที่ดูแลสุขภาพอย่างครบวงจรไปในสู่ตลาดของผู้ใช้โดยตรง

ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของฝ่ายการแพทย์คือ บุคลากรทางการแพทย์ในโรงพยาบาลรัฐและเอกชน สถานพยาบาล คลินิก และกิจการที่ไม่เกี่ยวข้องกับโรงพยาบาล (Non-hospital) การจัดจำหน่ายส่วนใหญ่ขายในประเทศ ในปี 2562 ทางฝ่ายการแพทย์ได้ขยายตลาดไปยังประเทศในกลุ่ม CLMV คือ กัมพูชา ลาว เมียนมา และเวียดนาม

ฝ่ายการแพทย์มุ่งเน้นการเป็นผู้นำในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์ที่เป็นนวัตกรรมสมัยใหม่ ซึ่งมีคุณภาพสูงและเป็นที่ยอมรับในระดับสากล ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวได้นำเข้าจากนานาทวีป อาทิ สหรัฐอเมริกา ยุโรป (ฝรั่งเศส อังกฤษ อิตาลี เยอรมนี เบลเยียม สวิตเซอร์แลนด์) และเอเชีย (ญี่ปุ่น จีน เกาหลี ไต้หวัน)

ด้านการทำการตลาด เนื่องด้วยเครื่องมือแพทย์เป็นสินค้าอยู่ในกลุ่มเฉพาะ (Niche Market) ดังนั้นการทำการตลาดจึงแตกต่างกับสินค้าอุปโภคบริโภคทั่วไปคือมีกฎหมายมาควบคุมการโฆษณาและส่งเสริมการขายทุกประเภท ดังนั้นการทำการตลาดจึงมุ่งเน้นถึงการฝึกอบรมและการสอนใช้งานเครื่องมือแพทย์ (Educations & Workshops) เพื่อให้กลุ่มลูกค้าได้มีประสบการณ์จริงในการใช้เครื่องมือได้อย่างถูกต้องและแม่นยำ ทั้งนี้การฝึกอบรมดังกล่าวมีประโยชน์ต่อแพทย์และบุคลากรทางการแพทย์ในด้านการใช้งานและขณะเดียวกันคนไข้ก็ได้รับประโยชน์ด้านการตรวจวินิจฉัยอย่างแม่นยำจากแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ นอกจากการทำการตลาดในด้านต่างๆ แล้วทางฝ่ายยังตระหนักถึงการทำประโยชน์ให้กับสังคม นั่นคือ การบริจาคเครื่องมือแพทย์ให้กับโรงเรียนแพทย์และสถาบันทางการแพทย์เพื่อเป็นประโยชน์ให้กับประชาชนทั่วไปต่อไป อีกทั้งยังมีการนำเครื่องมือของแผนกไปออกหน่วยกับแพทย์และบุคลากรทางการแพทย์ทั่วประเทศเพื่อช่วยเหลือประชาชนในพื้นที่ต่างๆ อีกด้วย

### การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

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

## 4.2 กลุ่มสินค้าและบริการทางเทคนิค

กลุ่มสินค้าและบริการทางเทคนิคแบ่งออกเป็น 5 ฝ่าย ดังนี้

### 4.2.1. ฝ่ายเคมีภัณฑ์อุตสาหกรรม (Specialties Division)

บริษัท บีเจซี สเปเชียลตี้ส์ จำกัด (BJS) เป็นผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบส่วนผสมสำหรับอุตสาหกรรมอาหาร เครื่องดื่ม เครื่องสำอาง และเคมีอุตสาหกรรม ผลประกอบการโดยรวมของธุรกิจในปี 2562 แม้จะได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว แต่ธุรกิจภาพรวมของฝ่ายยังคงมีการเติบโต ทั้งในกลุ่มธุรกิจส่วนผสมในอาหารและเบเกอรี่และสินค้าเคมีภัณฑ์อุตสาหกรรม อันเกิดจากการนำเสนอสินค้าที่สอดคล้องกับกฎหมายเรื่องไขมันทรานส์ที่มีผลบังคับใช้ รวมถึงสินค้าที่เป็นเทรนด์รักสุขภาพ และการขยายธุรกิจจากความร่วมมือกับกลุ่มบริษัทในเครือ

ธุรกิจของฝ่ายเคมีภัณฑ์อุตสาหกรรม แบ่งตามกลุ่มธุรกิจหลักเป็น 5 กลุ่ม ดังนี้

- 1.1 **ธุรกิจวัตถุดิบส่วนผสมเบเกอรี่ (Bakery Ingredients)** ยังคงรักษาการเติบโตอย่างต่อเนื่องในทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์ รวมถึงกลุ่มผลิตภัณฑ์ไขมันสำหรับเบเกอรี่ที่ปราศจากไขมันทรานส์อันเป็นปัจจัยเสี่ยงต่อการเกิดโรคหัวใจและหลอดเลือด สินค้าในกลุ่มแป้งธัญพืชก็มีการเติบโตที่แข็งแกร่ง ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคที่ใส่ใจในสุขภาพมากขึ้น ทั้งนี้ทีมงานขายและทีมงานสาธิตได้ทำงานอย่างใกล้ชิดกับลูกค้าในการคิดค้นพัฒนาสูตรขนมเบเกอรี่ให้มีรูปลักษณะหลากหลายน่าสนใจ รสชาติอร่อย สามารถนำสูตรไปใช้ในการออกสินค้าใหม่ได้อย่างรวดเร็วด้วยเทคนิคการทำที่ง่าย ไม่ซับซ้อน
- 1.2 **ธุรกิจในกลุ่มส่วนผสมในอาหาร (Food & Nutrition Ingredients)** ภาพรวมของธุรกิจในกลุ่มส่วนผสมในอาหาร (Food & Nutrition Ingredients) มีการเติบโตเพิ่มขึ้นจากปี 2561 จากกลุ่มสินค้าหลักคือกลุ่มสารให้ความคงตัว (Hydrocolloid) สารปรุงแต่งกลิ่นรสจากยีสต์สกัด (Yeast Extract) และกลิ่นรส (Flavor) ที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้ นอกจากนี้กระแสรักสุขภาพและภาชนะน้ำตาล ยังช่วยส่งเสริมการเติบโตของสินค้าในกลุ่มสารให้ความหวาน (Sweetener) ที่เติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะกลุ่มสินค้าเครื่องดื่ม และนม สำหรับสินค้าอาหารสำเร็จรูปพร้อมทาน (Ready Meal) ซึ่งเป็นสินค้าที่พัฒนาให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ของบีเจซี ซึ่งได้เริ่มจำหน่ายสินค้าในปี 2560 และได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากผู้บริโภค ทางกลุ่มได้มีการพัฒนาและออกสินค้าใหม่อย่างต่อเนื่องในปีที่ผ่านมา
- 1.3 **ธุรกิจกลุ่มเคมีอุตสาหกรรมและสารทำความเย็น (Industrial Chemicals and Refrigerants)** จากทิศทางการใช้สารทำความเย็นตามสนธิสัญญาระหว่างประเทศว่าด้วยการยกเลิกสารทำความเย็นที่ทำลายโอโซน กลุ่ม Hydro Chloro Fluoro Carbon (HCFC) ที่เริ่มมีการจำกัดปริมาณการใช้ลง และนำไปสู่ความต้องการที่มากขึ้นในสารทำความเย็นกลุ่มทดแทนที่ไม่ทำลายโอโซนและมีอัตราการทำให้เกิดภาวะโลกร้อนน้อย (Low GWP – Low Global Warming Potential ) ทำให้เกิดการแข่งขันด้านราคาที่รุนแรงและเปลี่ยนแปลงราคาอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มสารทำความเย็น Hydro Fluoro Carbon (HFC) ทั้งนี้แนวโน้มในระยะปานกลางถึงระยะยาวจะเปลี่ยนไปสู่สารทำความเย็นกลุ่มใหม่ Hydro Fluoro Olefin (HFO) ซึ่งมี GWP ต่ำกว่า การทำตลาดของบีเจซียังคงมุ่งเน้นในการแนะนำและทดลองสารทำความเย็นในกลุ่ม HFO ร่วมกับลูกค้าเพื่อรองรับกับความต้องการของตลาดในอนาคต

ด้านสินค้ากลุ่มฟอสเฟต ไส้กรอง แผ่นกรองอุตสาหกรรม และอาหารสัตว์ยังคงสร้างยอดขายได้ใกล้เคียงกับปีก่อนหน้า แม้ว่าจะต้องเผชิญกับปัญหาขาดแคลนสินค้าในกลุ่มอาหารสัตว์ก็ตาม นอกจากนี้ยังมีการแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ และทำการทดลองร่วมกันกับลูกค้าอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างยอดขายตลอดจนขยายฐานลูกค้าให้เพิ่มมากขึ้น

ด้านธุรกิจของบริษัท ไวก์กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (WG) ที่กลุ่มกิจการได้ทำการเข้าซื้อกิจการเมื่อปี 2561 ที่ผ่านมา ซึ่งเป็นหนึ่งในผู้จำหน่ายสินค้าเคมีภัณฑ์อุตสาหกรรมรายใหญ่ชั้นนำของประเทศไทย มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดย WG ประกอบธุรกิจหลัก 2 ธุรกิจ ดังนี้ (1) ธุรกิจด้านการนำเข้าและจัดจำหน่ายเคมีภัณฑ์อุตสาหกรรม เช่น เคมีภัณฑ์อุตสาหกรรมน้ำมันและปิโตรเคมีภัณฑ์อุตสาหกรรมอาหาร เคมีวิเคราะห์และอุปกรณ์ห้องปฏิบัติการ เคมีภัณฑ์อุตสาหกรรมเคลือบผิวและพลาสติก และผลิตภัณฑ์โพลิโอเคมีคัล (2) ธุรกิจให้เช่าอสังหาริมทรัพย์ โดยดำเนินธุรกิจให้เช่าอาคารสำนักงานและคลังสินค้า โดยในปี 2562 แม้จะมีการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น แต่ WG ยังสามารถรักษาการเติบโต และรักษาฐานลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง รวมถึงผู้เช่าคลังสินค้าที่เพิ่มสูงขึ้น รวมทั้งมีการขยายธุรกิจโดยการหาผู้ค้ารายใหม่และสินค้าใหม่เข้ามาเพิ่มเติมด้วย

1.4 **ธุรกิจส่วนผสมในเครื่องสำอาง (Cosmetics Ingredients)** ยังคงมียอดขายและการเติบโตใกล้เคียงกับปีที่ผ่านมา ในทุกกลุ่มสินค้า อาทิ กลุ่มสารออกฤทธิ์ สารสกัดจากพืช สารกันเสีย สารเพิ่มประสิทธิภาพการซึมผ่านผิวหนัง และสารช่วยปรับปรุงเนื้อสัมผัสในผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้เป็นผลเนื่องจากประสิทธิภาพที่ดีของสินค้า ผ่านการแนะนำโดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกันอย่างใกล้ชิดกับลูกค้าผ่านห้องปฏิบัติการของปีเจซี นอกจากนี้ยังสรรหาสินค้าจากผู้ค้ารายใหม่ โดยมุ่งเน้นที่กลุ่มสินค้าสกัดจากธรรมชาติ หรือ ออร์แกนิก เป็นหลัก

1.5 **ธุรกิจของฝ่ายเคมีภัณฑ์อุตสาหกรรมในประเทศเวียดนาม (Vietnam Business)** มียอดขายที่เติบโตในทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์ทั้งส่วนผสมในอาหาร เครื่องสำอาง และ เคมีอุตสาหกรรม สอดคล้องไปกับการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ มีการขยายการขายไปสู่ตลาดทางภาคเหนือของประเทศมากขึ้น รวมทั้งการแนะนำสินค้าในกลุ่มใหม่ เช่น ผลิตภัณฑ์กลุ่มไขมันบริโภคสำหรับอุตสาหกรรมอาหาร กลุ่มกรดไขมันสำหรับเคมีสำอางและอุตสาหกรรมอื่น เป็นต้น

### **สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม**

การแข่งขันสูงยังคงมีต่อเนื่องในทุกกลุ่มธุรกิจของปีเจซีเช่นเดียวกับปีก่อนหน้า การแข่งขันด้านราคายังคงเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับสินค้าที่มีความแตกต่างกันน้อยในทุกกลุ่มธุรกิจย่อย อย่างไรก็ตามปีเจซียังคงดำเนินนโยบายการนำเสนอสินค้าที่มีคุณภาพพร้อมบริการทางด้านเทคนิคควบคู่กัน ซึ่งยังคงได้รับการตอบรับและไว้วางใจจากลูกค้าอย่างต่อเนื่อง และยังดำเนินนโยบาย การนำเสนอสินค้าใหม่ให้สอดคล้องกับความต้องการเฉพาะของลูกค้ามากขึ้นรวมถึงสินค้าที่เป็นไปตามกระแสของความต้องการของตลาดและข้อกำหนดที่บังคับใช้ เพื่อสร้างโอกาสในการแข่งขันให้กับปีเจซี นอกจากนี้ปีเจซีมีการมุ่งเน้นการบริหารการดำเนินการของกิจการภายในให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อผลักดันให้ปีเจซีมีความคล่องตัวและเงินทุนหมุนเวียนที่ดีขึ้น และเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

### **นโยบายการตลาด**

ปีเจซียังคงนโยบายเดิมคือเน้นการทำตลาดสินค้าวัตถุดิบส่วนผสมเฉพาะด้านที่มีความโดดเด่นในคุณลักษณะของสินค้าที่แตกต่าง และสร้างคุณค่าให้กับลูกค้าผ่านการนำเสนอและสนับสนุนด้านเทคนิค เน้นการพัฒนาสินค้าใหม่หรือปรับปรุงคุณภาพสินค้าร่วมกับลูกค้าและคู่ค้าผ่านทีมเทคนิคและห้องปฏิบัติการของปีเจซี ในขณะเดียวกันยังคงพยายาม

รักษาความสามารถในการแข่งขันด้านราคาสำหรับกลุ่มสินค้าวัตถุดิบส่วนผสมที่มีคุณภาพที่ดีแต่สามารถถูกทดแทนได้ง่าย รวมถึงการจัดหาสินค้าใหม่ที่มีคุณภาพเข้ามาแนะนำตลาดเพิ่มมากขึ้น และประชาสัมพันธ์สินค้าและปีเจซีผ่านการออกงานแสดงสินค้าในงานแสดงสินค้าเฉพาะด้านที่สำคัญ อาทิ Food Ingredients Asia, In-cosmetic Asia เป็นต้น

นอกจากนี้ ปีเจซียังให้ความสำคัญกับการขยายธุรกิจและโครงการร่วมกันระหว่างปีเจซีในเครือ เพื่อสร้างอัตราการเติบโต ตลอดจนความร่วมมือกับคู่ค้าเพื่อจัดอบรมให้ความรู้กับทางลูกค้า ซึ่งถือเป็นการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์สินค้าอีกช่องทางหนึ่ง

#### 4.2.2. แผนวิศวกรรม

แผนวิศวกรรมมุ่งเน้นการนำเสนอการแก้ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับงานวิศวกรรม ซึ่งครอบคลุมถึงความต้องการในด้านพลังงาน ด้านระบบขนถ่ายและลำเลียงสินค้า เครื่องมือและอุปกรณ์ สินค้าสำหรับธุรกิจค้าปลีก รวมทั้งระบบและอุปกรณ์จัดเก็บในคลังเก็บสินค้า แผนวิศวกรรมยังให้คำปรึกษาและให้บริการหลังการขายสำหรับผลิตภัณฑ์อุปกรณ์และระบบวิศวกรรม สินค้าและบริการแผนวิศวกรรมสามารถแบ่งออกเป็น 5 กลุ่มผลิตภัณฑ์ ดังนี้

1.1 **Berlicrane:** ปีเจซีให้คำปรึกษา ออกแบบ ติดตั้ง และให้บริการหลังการขายอย่างมืออาชีพสำหรับเครนทุกชนิด ปีเจซีเลือกใช้รถและส่วนประกอบต่างๆ ของเครนที่มีคุณภาพสูง จากคู่ค้าที่มีชื่อเสียงจากประเทศเยอรมนี สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น

1.2 **Berlitronic:** หนึ่งในกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่น่าเชื่อถือของปีเจซี คือ อุปกรณ์เครื่องจักรอุตสาหกรรมและระบบควบคุมการซึ่งซึ่งภายในกรมทางหลวงมีการใช้กันอย่างแพร่หลาย นอกจากกรมทางหลวงแล้ว ลูกค้าของปีเจซียังเป็นกลุ่มโรงสีข้าว โรงงานปูนซีเมนต์ เคมีภัณฑ์ สี และอุตสาหกรรมอาหารสัตว์ ที่จำเป็นต้องวัดส่วนผสมและวัตถุดิบอย่างถูกต้องและแม่นยำ

1.3 **ระบบและอุปกรณ์จัดเก็บคลังสินค้า:** ปีเจซีมีระบบและอุปกรณ์จัดเก็บคลังสินค้าให้บริการมากมาย ตั้งแต่ อุปกรณ์ปรับระดับ และประตูสำหรับใช้ในงานอุตสาหกรรมประเภทต่างๆ เช่น Overhead Door, Rapid Door, Traffic Door เป็นต้น ไปจนถึงรอกและระบบจัดเก็บสินค้าทั้งแบบอัตโนมัติและแบบดั้งเดิม โดยปีเจซีมีวิศวกรที่มีประสบการณ์ในการให้บริการซ่อมแซมและบำรุงรักษาในทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์อย่างรวดเร็ว รวมถึงมีการรับประกันในสินค้าอย่างเต็มรูปแบบ

1.4 **สินค้าสำหรับธุรกิจค้าปลีก:** ปีเจซีนำเสนอสินค้าและบริการแบบครบวงจรสำหรับธุรกิจค้าปลีก ไม่ว่าจะเป็นชั้นวางสินค้าชนิดติดตั้ง การจัดชั้นวางสินค้า การตกแต่งร้านค้า ระบบชำระเงิน รถเข็น ตะกร้า เป็นต้น

1.5 **ธุรกิจทางด้านพลังงาน:** ให้บริการทางด้านพลังงานตั้งแต่การออกแบบและติดตั้งระบบแผงพลังงานแสงอาทิตย์ โดยเน้นที่การให้คำปรึกษาดูด้วยทีมวิศวกรผู้เชี่ยวชาญ บริการติดตั้งแผงพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคา โดยใช้อุปกรณ์ที่มีคุณภาพระดับโลก รวมทั้งบริการหลังการติดตั้งและติดตามผลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของแผงพลังงานแสงอาทิตย์ในระดับสูงสุด

#### สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

ตลาดภายในกลุ่มอุตสาหกรรมมีความแข่งขันสูง ทั้งสินค้าจากภายในประเทศ และนำเข้าจากต่างประเทศ ทำให้กลุ่มลูกค้ามีตัวเลือกเพิ่มขึ้นและมีอำนาจในการต่อรองราคามากขึ้น ในขณะที่ต้นทุนของสินค้าและบริการเพิ่มขึ้นจากผลกระทบของเศรษฐกิจ ทำให้กำไรและยอดขายจากการขายสินค้าและบริการในกลุ่มอุตสาหกรรมมีการชะลอตัวจากปีก่อน อีกทั้งกลุ่มลูกค้าที่ทางแผนวิศวกรรมมุ่งเน้นคือกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรม มีความผันผวนของการขยายตัวเนื่องจากความไม่

แน่นอนทางการเมือง และความเชื่อมั่นของผู้ลงทุน อย่างไรก็ตาม ในปีนี้ทางแผนกมุ่งเน้นไปที่การขายสินค้าให้กับกลุ่มธุรกิจ การจัดการขนส่ง ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีการขยายตัวจากแรงสนับสนุนของนโยบายจากรัฐบาล และพฤติกรรมโดยรวมของผู้บริโภค โดยจะมุ่งเน้นไปที่กลุ่มสินค้าและบริการทางด้านระบบจัดเก็บคลังสินค้าอัตโนมัติให้มากขึ้น

ส่วนของธุรกิจพลังงาน ในปีที่ผ่านมาเนื่องจากต้นทุนของสินค้ามีแนวโน้มลดลง ส่งผลให้ราคาขายต่อหน่วยมีแนวโน้มที่ลดลงตามไปด้วย แต่ด้วยนโยบายลดการใช้พลังงานของรัฐบาลและของบริษัทเอกชน ทำให้ความต้องการของตลาดยังคงมีมาก และมีโอกาสทำกำไรได้ดี

#### นโยบายการตลาด

ปีเจียยังคงยึดมั่นในการทำการตลาดโดยสร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนกับทั้งลูกค้าและคู่ค้า โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าเก่า และลูกค้าปัจจุบัน โดยเพิ่มการบริการหลังการขายให้มากขึ้น เพื่อเพิ่มกำไรและเพิ่มโอกาสทางการขายสินค้าอื่น นอกจากนี้ ทางแผนกยังพยายามตอบสนองความต้องการของลูกค้าแบบรอบด้านผ่านการดำเนินงานของทีมขาย ทีมติดตั้ง และทีมหลังการขาย เพื่อเพิ่มศักยภาพของแผนกในการเติบโตในธุรกิจ ในส่วนของคู่ค้าความสัมพันธ์ที่ดีจะทำให้ทางแผนกสามารถเจรจาต่อรองได้ดีขึ้น ขณะเดียวกันก็มีการเพิ่มคู่ค้าใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการที่หลากหลายในตลาด

สำหรับสินค้าด้านพลังงานทางแผนก ยังคงมุ่งเน้นไปที่ตลาดจากฐานลูกค้าเดิมของแผนกวิศวกรรม และลูกค้าในเครือบีเจซี และ TCC เพื่อตอบสนองต่อนโยบายประหยัดพลังงานของบีเจซีในกลุ่มธุรกิจและเสริมสร้างความแข็งแกร่งของธุรกิจพลังงานให้ก้าวหน้ายิ่งขึ้น

#### 4.2.3. บริษัท ไทย-สแกนดิค สตีล จำกัด

บริษัท ไทย-สแกนดิค สตีล จำกัด (TSS) ประกอบธุรกิจออกแบบ ผลิต และซัพพลายสกีโครงสร้างเหล็ก เพื่อใช้กับเสา สายส่งไฟฟ้าแรงสูง เสาสื่อสารโทรคมนาคม และอุตสาหกรรมทั่วไปทั้งในและต่างประเทศ โดยTSSเป็นหนึ่งในผู้ที่ได้รับการ อนุมัติให้ผลิตเสาสายส่งไฟฟ้าแรงสูงขนาด 500 กิโลวัตต์จากการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย และได้รับการยอมรับจาก บริษัทชั้นนำทั่วโลก เช่น ABB และ SIEMENS เป็นต้น

#### สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

แม้ว่าในปี 2562 จะมีการประมูลโครงการก่อสร้างเสาสายส่งไฟฟ้า (Transmission Line) เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้า แต่ขนาดโครงการเล็กลง และยังไม่เพียงพอเมื่อเทียบกับกำลังการผลิตทั้งหมดที่มีในตลาด ทำให้มีการแข่งขันทางด้าน ราคาระหว่างผู้ประกอบการแต่ละรายเพื่อสะสมคำสั่งซื้อให้ได้มากที่สุด แม้จะกระทบกำไรขั้นต้นของ TSS พอสมควร สำหรับความต้องการด้านสถานีไฟฟ้าย่อย (Substation) เช่นเดียวกับปี 2561 มีการประมูลโครงการจำนวนมากจากการ ไฟฟ้าส่วนภูมิภาค แต่ปริมาณการใช้เหล็กในแต่ละโครงการไม่มาก ในขณะที่ความต้องการในงานสถานีไฟฟ้าย่อยจากการ ไฟฟ้าแห่งประเทศไทยในปีที่ผ่านมาลดลงอย่างมากเมื่อเทียบกับปี 2561 ในด้านงานโครงสร้างเหล็กสำหรับอุตสาหกรรม ทั่วไป ความต้องการส่วนใหญ่ยังอยู่ในอุตสาหกรรม ปิโตรเลียม และปิโตรเคมี เช่นเดียวกับงานเสาไฟฟ้าแรงสูง การแข่งขันมี ความรุนแรงสูงเนื่องจากตลาดซบเซามาหลายปี ทำให้แต่ละผู้ประกอบการแข่งขันด้านราคาเพื่อให้ได้งาน

สำหรับราคาเหล็กที่เป็นวัตถุดิบหลักมีการปรับตัวลงในช่วงไตรมาสที่ 3 ในขณะที่ราคาสังกะสีการปรับตัวสูงขึ้น ในช่วงต้นปีและปรับลดลงอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ไตรมาสที่ 2 ทำให้โครงการที่ผลิตในช่วงปลายปีมีกำไรที่ดีขึ้น อย่างไรก็ตาม ราคาสังกะสีเริ่มมีการปรับตัวสูงขึ้นอีกครั้งในช่วงปลายปี



### นโยบายการตลาด

TSS ให้ความสำคัญกับการสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าแต่ละรายเพื่อพัฒนาความสัมพันธ์ในระยะยาวและเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน โดยในปีที่ผ่านมาได้มีการติดต่อและให้บริการลูกค้ามากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการเยี่ยมชมไซต์เพื่อร่วมแก้ไขปัญหาหน้างานกับลูกค้า หรือการพัฒนาปรับปรุงกระบวนการทำงานต่างเพื่อให้การประสานงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

เนื่องจากผู้ใช้หลักอย่างการไฟฟ้าฝ่ายผลิตมีความต้องการที่ลดลง ทำให้ TSS ต้องหาตลาดอื่นเพิ่มเติม ไม่ว่าจะเป็นการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคที่ทำต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมา รวมถึงมุ่งเน้นงานโครงสร้างเหล็กสำหรับอุตสาหกรรมทั่วไปมากขึ้น รวมไปถึงงานบริการรับซัพซันเกสส์ ที่มีความต้องการสูงซึ่งเป็นผลต่อเนื่องจากงานโครงสร้างเหล็ก ส่วนตลาดต่างประเทศนั้น TSS ยังได้รับการสั่งซื้อในโครงการสถานีย่อยไฟฟ้าแรงสูงจากต่างประเทศอยู่ แม้จะลดลงจากปีที่แล้วเนื่องจากการแข็งค่าของเงินบาท

### กำลังการผลิตและปริมาณการผลิต

TSS และโรงงานตั้งอยู่เลขที่ 7 ถนนโอ-ห้า นิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด ตำบลมาบตาพุด อำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง 21150

| กำลังและปริมาณการผลิต                | 2562   | 2561   | 2560   |
|--------------------------------------|--------|--------|--------|
| กำลังการผลิตเต็มที่ (หน่วย : ตัน/ปี) | 35,000 | 35,000 | 20,000 |
| ปริมาณการผลิตจริง (หน่วย : ตัน/ปี)   | 11,003 | 18,268 | 16,388 |
| การใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ)          | 31.4   | 52.1   | 81.94  |

### วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตส่วนใหญ่เป็นวัตถุดิบในประเทศและบางส่วนจากต่างประเทศ โดยวัตถุดิบในประเทศคิดเป็นร้อยละ 98 ได้แก่ เหล็กฉาก และเหล็กแผ่น ส่วนวัตถุดิบจากต่างประเทศ ได้แก่ สังกะสีสลักแป้นเกลียว

### อำนาจต่อรองกับผู้จำหน่ายวัตถุดิบ

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

### การใช้เทคโนโลยีในการผลิต

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

### ผลกระทบสิ่งแวดล้อม

TSS ได้รับการรับรองจาก BVQI หรือ Bureau Veritas Certification (Thailand) Ltd. ทั้งในด้านระบบการบริหารงานคุณภาพ ISO 9001:2015, ระบบการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14001:2015, และการบริหารความปลอดภัยและอาชีวอนามัย OHSAS หรือ มอก 18001:2007



โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านสิ่งแวดล้อม TSS มีมาตรการประเมินอย่างต่อเนื่องเพื่อให้มั่นใจว่ากระบวนการการทำงานและการผลิตจะไม่ส่งผลกระทบต่อพนักงาน สังคมและสภาพแวดล้อมส่วนรวม โดยได้ว่าจ้างบริษัทที่ได้รับการรับรองมาตรฐานในการตรวจสอบมลภาวะมาทำการตรวจวัดค่าต่างๆ เป็นประจำ ซึ่งค่ามลภาวะต่างๆ อยู่ต่ำกว่าเกณฑ์มาตรฐานที่ภาครัฐได้กำหนดไว้

#### 4.2.4. แผนกอุตสาหกรรมการพิมพ์

มุ่งเน้นการนำเสนอสินค้าที่เป็นเทคโนโลยีด้านการพิมพ์ในระบบดิจิทัลและซอฟต์แวร์ให้กับอุตสาหกรรมด้านบรรจุภัณฑ์และการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อช่วยในเรื่องภาพลักษณ์ของสินค้าให้มีความเป็นเอกลักษณ์ และลดระยะเวลาให้กับกระบวนการผลิตสินค้าในประเภทบรรจุภัณฑ์ ดังนี้

1. **บรรจุภัณฑ์ชนิดแข็งตัว (Rigid Packaging)** บรรจุภัณฑ์ประเภทนี้มีความแข็งแรงและคงรูปได้ดี ได้แก่ แก้ว กระป๋องโลหะ และพลาสติกแข็ง
2. **บรรจุภัณฑ์ชนิดกึ่งแข็งตัว (Semi-Rigid Packaging)** บรรจุภัณฑ์ประเภทนี้ ได้แก่ ขวดพลาสติก แก้วพลาสติก
3. **บรรจุภัณฑ์ชนิดอ่อนนุ่ม (Flexible Packaging)** บรรจุภัณฑ์ประเภทนี้ ได้แก่ ขอบบรรจุอาหารสำเร็จรูป หรือ ผลิตภัณฑ์ถุงพลาสติก

แผนกอุตสาหกรรมการพิมพ์มีผู้เชี่ยวชาญและชำนาญการให้คำปรึกษาด้านเทคโนโลยีการพิมพ์ในระบบดิจิทัลและการออกแบบบรรจุภัณฑ์ด้วยซอฟต์แวร์ เพื่อช่วยในการคิดค้นออกแบบผลิตภัณฑ์ รวมไปถึงเรื่องการพัฒนาสินค้าในรูปแบบต่างๆ ด้วยซอฟต์แวร์รูปแบบ 3 มิติ เพื่อให้ง่ายต่อการตรวจสอบความถูกต้อง และผลิตชิ้นงานตัวอย่างออกมาให้เห็นรูปลักษณะของผลิตภัณฑ์นั้นๆ ได้รวดเร็วและสมจริงมากขึ้น รวมทั้งให้บริการระบบ Enterprise Resource Planning (ERP) ที่ช่วยควบคุมดูแลระบบของอุตสาหกรรมทั้งโรงงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนการผลิตด้วยความแม่นยำ อีกทั้งยังมีทีมวิศวกรบริการ ให้คำปรึกษาให้กับผู้ประกอบการเพื่อให้เกิดความมั่นใจในการลงทุนและเป็นสร้างประโยชน์และผลกำไรให้กับปีเจซีในระยะยาว

#### สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

ในปัจจุบัน อุตสาหกรรมด้านบรรจุภัณฑ์ยังมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เทคโนโลยีการพิมพ์มีบทบาทสำคัญต่อการคิดค้นออกแบบนวัตกรรมใหม่ ที่สร้างสรรค์ให้กับอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ โดยอุตสาหกรรมการพิมพ์ประเภทพลาสติกควรสามารถรองรับคำสั่งซื้อที่มีจำนวนน้อยและมีการออกแบบที่หลากหลายอีกทั้งสามารถพิมพ์ได้ด้วยต้นทุนที่ลดลง สำหรับตลาดเอสเอ็มอี และโอท็อป เริ่มเห็นคู่แข่งนำสินค้าเทคโนโลยีการพิมพ์ระบบดิจิทัลเข้าสู่ตลาดมากขึ้น ส่วนสินค้าด้านการดูแลระบบและซอฟต์แวร์การออกแบบที่ใช้เทคโนโลยีที่ซับซ้อนและมีมูลค่าสูงมาก ตลาดในอุตสาหกรรมนี้ยังมีคู่แข่งน้อยรายอยู่

#### นโยบายการตลาด

การใช้โซเชียลมีเดียและการซื้อขายออนไลน์ที่เติบโตแบบก้าวกระโดด ส่งผลให้พฤติกรรมผู้บริโภคมีลักษณะเฉพาะตัวมากขึ้นและต้องการความรวดเร็ว ทางแผนกจึงเน้นการให้บริการลูกค้ามากขึ้น เช่น อบรมสัมมนาและการพาลูกค้าไปดูงานด้านการใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการพิมพ์ในระบบดิจิทัล รวมถึงสนับสนุนลูกค้าทำธุรกิจออนไลน์ประเภท Web to Print เพื่อเปิดช่องทางการขาย การเข้าถึงฐานลูกค้าขนาดใหญ่ที่มีจำนวนมากประเภทเอสเอ็มอี และโอท็อปในกลุ่มธุรกิจอาหาร เครื่องดื่ม ธุรกิจเวชภัณฑ์ เครื่องสำอาง และธุรกิจอีคอมเมิร์ซที่ต้องการทำบรรจุภัณฑ์ที่โดดเด่นไม่เหมือนใคร

#### 4.2.5. บริษัท เบอร์ลีเอเซียติก โซดา จำกัด

บริษัท เบอร์ลีเอเซียติก โซดา จำกัด (BAS) เป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เคมีอุตสาหกรรม สินค้าหลัก คือ โซดาแอช ซึ่งเป็นวัตถุดิบที่สามารถนำไปใช้ได้หลายอุตสาหกรรม เช่น อุตสาหกรรมผลิตขวดแก้ว อุตสาหกรรมเซรามิกส์ อุตสาหกรรมกระจก อุตสาหกรรมเหมืองแร่ และอุตสาหกรรมผงซักฟอก เป็นต้น โดย BAS จะนำเข้าสินค้าจากผู้ผลิตในต่างประเทศเพื่อจำหน่ายและกระจายสินค้าให้แก่ลูกค้าในประเทศไทย

##### สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

BAS นำเข้าผลิตภัณฑ์โซดาแอชจากผู้ผลิตในประเทศเคนยา (TATA Chemicals International PTE Limited) ซึ่งเมื่อนำมาเปรียบเทียบกับคู่แข่งซึ่งเป็นผู้ผลิตจากประเทศพัฒนาแล้ว เช่น สหรัฐอเมริกา หรือ สหภาพยุโรป รวมทั้งผู้ผลิตรายใหญ่จากจีน จะเห็นว่าผู้ผลิตจากประเทศเคนยาเป็นผู้ผลิตรายเล็กแต่ต้นทุนในการผลิตอยู่ในเกณฑ์ต่ำ จึงเป็นข้อได้เปรียบที่ทำให้ BAS สามารถกำหนดราคาสู้คู่แข่งรายอื่นได้

##### นโยบายการตลาด

ปัจจุบันกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ของ BAS เป็นผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์แก้วซึ่งดำเนินกิจการอยู่ในประเทศไทย ลูกค้าหลักในประเทศมีประมาณ 10 ราย รวมถึงได้มีการขยายฐานลูกค้าไปยังอุตสาหกรรมอื่นๆ เช่น อุตสาหกรรมกระจกแผ่นเรียบ เป็นต้น

BAS ได้รักษามาตรฐานอย่างต่อเนื่องในการทำการจัดเก็บดูแลสินค้าที่นำเข้าจากผู้ผลิตในประเทศเคนยา และจัดการกระจายสินค้าไปให้ลูกค้าในประเทศตามแผนการจัดส่งสินค้าตามที่ลูกค้าต้องการ

##### ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ธุรกิจที่ BAS ได้ดำเนินการนั้นไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

#### 5. กลุ่มธุรกิจอื่นๆ

##### 5.1 ธุรกิจต่างประเทศ

ฝ่ายธุรกิจต่างประเทศมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนและดำเนินการตามวิสัยทัศน์และพันธกิจของปีเจซีและผู้บริหารที่มุ่งมั่นเพื่อความเป็นเลิศในการพัฒนาการผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพจากต้นน้ำถึงปลายน้ำและเป็นผู้ดำเนินการกระจายสินค้าอุปโภคบริโภคที่ดีเพื่อตอบสนองผู้บริโภคในทุกด้าน โดยเป็นหน่วยงานที่สำคัญในการขยายการลงทุนของปีเจซีไปยังต่างประเทศโดยเฉพาะในภูมิภาคเอเชีย ผ่านการนำเสนอกลยุทธ์และสร้างความเชื่อมโยงทางธุรกิจ และการขยายการลงทุนจากฐานธุรกิจเดิมซึ่งมีความเชี่ยวชาญและมั่นคง ไปสู่ธุรกิจใหม่ที่มีความเกี่ยวเนื่องเพื่อเพิ่มโอกาสและขีดความสามารถในการค้าให้เติบโต

ปีเจซีมีสำนักงานตัวแทนใน 5 ประเทศ ดังนี้

1. **สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม** ปีเจซีได้วางรากฐานของธุรกิจอย่างครบวงจร ซึ่งครอบคลุมทั้งธุรกิจด้านการผลิต การสร้างเครือข่ายกระจายสินค้าและการให้บริการธุรกิจค้าปลีก
  - ด้านการกระจายสินค้าได้มีการปรับปรุงพื้นที่จัดเก็บสินค้า (Warehouse) ให้เหมาะสมและเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการด้านโลจิสติกส์ และสรรหาสินค้าใหม่ที่มีคุณภาพเพื่อการตอบสนองแก่ผู้บริโภค
  - ด้านธุรกิจค้าปลีก (Retails) ภายใต้ชื่อ เอ็มเอ็ม เมกกา มาร์เก็ต (ชื่อเดิม เมโทร แคช แอนด์ แคร์) ปัจจุบันมีจำนวน 20 สาขาทั่วประเทศ และพร้อมขยายอย่างต่อเนื่อง ทั้งยังมีร้านสะดวกซื้อรูปแบบ แพรนซ์ส์ ภายใต้ชื่อ บี สมาร์ท ในนครโฮจิมินห์ เพื่อรองรับการเติบโตในประเทศนี้

2. **ราชอาณาจักรกัมพูชา** ปีเจซีได้แสวงหาโอกาสทางการค้าและการลงทุนในกัมพูชาอย่างต่อเนื่อง โดยในเดือนตุลาคม 2562 ปีเจซีประสบความสำเร็จในการเปิดบิกซี ไฮเปอร์มาร์เก็ต สาขาแรก ณ ตำบลปอยเปต จังหวัดบันเตียเมียนเจย ราชอาณาจักรกัมพูชา นอกจากนี้ ยังมีกลุ่มธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภค เช่น โรงงานแปรรูปกระดาษทิชชูเซลล็อกซ์ ซึ่งผลิตกระดาษทิชชูหลากหลายประเภท เพื่อตอบสนองการขยายตัวทางเศรษฐกิจและอัตราการบริโภคที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่องของกัมพูชา ทั้งนี้ ปีเจซีจะแสวงหาโอกาสใหม่ๆ ในธุรกิจการค้าปลีก การค้า และการลงทุนในกัมพูชาต่อไป เนื่องจากกัมพูชาเป็นประเทศที่มีความเข้มแข็งด้านการเติบโตทางเศรษฐกิจ
3. **สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว** ปีเจซีมุ่งเน้นการขยายธุรกิจการค้าปลีก โดยธุรกิจแฟรนไชส์ร้านสะดวกซื้อ ภายใต้ชื่อ เอ็มพ้อย มาร์ท ซึ่งได้รับการยอมรับว่าเป็นร้านสะดวกซื้อที่มีความทันสมัยและมีสาขามากที่สุดในนครหลวงเวียงจันทน์ ปัจจุบันได้มีการเปลี่ยนชื่อร้านทุกสาขาเป็น มินิ บิกซี เรียบร้อยแล้ว ซึ่งปีเจซีมีแผนธุรกิจที่จะเพิ่มจำนวนสาขาอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ปีเจซียังมุ่งเน้นพัฒนาสินค้าประเภทกาแฟสายพันธุ์อาราบิก้า ซึ่งเป็นผลผลิตจากสวนกาแฟเมืองปากซอ ทางตอนใต้ของสปป.ลาว เพื่อรองรับการเติบโตของตลาดกาแฟอีกด้วย
4. **สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา** ทางปีเจซีเป็นผู้แทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ขวด บรรจุภัณฑ์ สินค้าอุปโภคและบริโภค รวมถึงอุปกรณ์เครื่องมือทางการแพทย์
5. **สาธารณรัฐประชาชนจีน** ปัจจุบันสำนักงานตัวแทนที่เมืองกวางโจว (Guangzhou) เป็นศูนย์กลางในการจัดซื้อจัดหาสินค้าและผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่มีคุณภาพเพื่อผู้บริโภค เพื่อรองรับการขยายตัวของเครือข่ายธุรกิจค้าปลีกของปีเจซีในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

## 5.2 ธุรกิจจำหน่ายหนังสือและนิตยสาร

ปีเจซีดำเนินธุรกิจจำหน่ายหนังสือและนิตยสารผ่าน บริษัท เอเชียบุ๊กส จำกัด (AB) ซึ่งเป็นผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายหนังสือภาษาอังกฤษรายใหญ่ที่สุดในประเทศไทย อีกทั้งจัดพิมพ์หนังสือประเภทเนื้อหาที่เผยแพร่วัฒนธรรม ศิลปะและความงดงามของประเทศไทยในด้านต่างๆ นอกจากนี้ AB ยังเป็นผู้แทนจำหน่ายนิตยสารต่างประเทศแต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย ตลอดจนเป็นผู้แทนจำหน่ายสินค้ากลุ่มไลฟ์สไตล์ สมุดโน้ต อุปกรณ์เครื่องเขียนและสินค้าเสริมสร้างการเรียนรู้ และทักษะการอ่าน ตลอดจนพัฒนาการของเด็กในหลายระดับ

ปัจจุบัน AB เป็นผู้นำอันดับ 1 ในประเทศไทยสำหรับการขายและจำหน่ายหนังสือและนิตยสารภาษาอังกฤษครอบคลุมทุกช่องทางทั้งการขายและจำหน่ายโดยผ่านช่องทางจำหน่ายแบบการค้าปลีกของ AB ที่มีร้านหนังสือภายใต้แบรนด์ “Asia Books” และ “Bookazine” รวมกันกว่า 60 สาขาทั่วประเทศ รวมถึงร้านหนังสือ “สุริวงศบุ๊คเซนเตอร์” ซึ่งเป็นร้านหนังสือเก่าแก่คู่จังหวัดเชียงใหม่ และบริหารร้านหนังสือในสนามบินนานาชาติที่กรุงเทพมหานคร และสนามบินภูมิภาคในต่างจังหวัด อีกทั้ง AB ยังมีช่องทางการจัดจำหน่ายขายส่งหนังสือครอบคลุมกว่า 300 ร้านค้าทั่วประเทศ เช่น เป็นผู้บริหารการขายหนังสือและนิตยสารภาษาอังกฤษในร้านปีทูเอสจำนวน 10 แห่ง และจัดส่งสินค้าหมวดดังกล่าวให้กับร้านหนังสือหลักๆ เช่น ร้านคิโนะคุนิยะ ร้านนายอินทร์ ร้าน 7-11 ซูเปอร์มาร์เก็ต และอื่นๆ ทั่วประเทศ อีกทั้งมีการจำหน่ายตรงให้กับห้องสมุด สถาบันการศึกษา บริษัทและองค์กรมากกว่า 400 แห่ง ตลอดจนจำหน่ายในงานแสดงสินค้า และงานอบรมสัมมนา ปัจจุบันฐานลูกค้าของ AB เป็นคนไทยร้อยละ 70 และเป็นชาวต่างชาติที่พำนักในประเทศไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติอีกร้อยละ 30 และมีสัดส่วนรายได้จากการจำหน่ายหนังสือและนิตยสารภาษาอังกฤษร้อยละ 71 หนังสือภาษาไทยร้อยละ 10 และสินค้าไลฟ์สไตล์ร้อยละ 19

แม้ภาวะการแข่งขันในธุรกิจค้าปลีกหนังสือและนิตยสารภาษาอังกฤษภายในประเทศไทยจะไม่รุนแรงเมื่อเทียบกับธุรกิจค้าปลีกอื่นๆ แต่ AB ได้มีการปรับเปลี่ยนและเพิ่มความหลากหลายของสินค้าให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค อยู่โดยตลอดเพื่อเป็นการขยายฐานลูกค้าและเพิ่มรายได้ของ AB อีกทั้งเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าออนไลน์ผ่าน Line@ และ Instagram เพื่อประชาสัมพันธ์และเพิ่มช่องทางการจำหน่ายที่ตอบสนองกลุ่มลูกค้าที่มีการสั่งซื้อสินค้าผ่านโทรศัพท์มือถือมากขึ้น

เพื่อเจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียที่มีความสนใจซื้อสินค้าในกลุ่มไลฟ์สไตล์ สินค้าของที่ระลึกและเพื่อการเพิ่มยอดขายไปยังกลุ่มลูกค้าวัยรุ่น และวัยทำงานมากขึ้น AB จึงได้ปรับเปลี่ยนสัดส่วนและเพิ่มความหลากหลายของสินค้ากลุ่มไลฟ์สไตล์ให้สอดคล้องกับภาวะตลาดและความต้องการของกลุ่มลูกค้า โดยการเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าแบรนด์ “Artbox” ที่มีชื่อเสียงจากประเทศเกาหลี ซึ่งเป็นสินค้าเครื่องเขียนและของใช้ที่มีลักษณะสวยงามเหมาะสำหรับกลุ่มวัยรุ่น และวัยทำงาน นอกจากนี้ AB ได้ทำการผลิตสินค้ากลุ่มเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงานคุณภาพดี ราคาย่อมเยา ภายในใต้แบรนด์ “Win” และผลิตสินค้าของเล่นพัฒนาทักษะและจินตนาการพร้อมการเรียนรู้ของเด็กภายใต้แบรนด์ “Hot Focus” สำหรับเป้าหมายลูกค้าเด็กผู้หญิง และ “Recur” สำหรับเด็กผู้ชาย นอกจากนี้มีการปรับเปลี่ยนร้านหนังสือ เช่น ที่สาขาเมกาบางนาให้เป็นร้านที่จำหน่ายหนังสือสำหรับเด็กและเยาวชนโดยเฉพาะ อีกทั้งยังปรับเปลี่ยนพื้นที่การขายหนังสือเด็กและเยาวชนในบางสาขา เพื่อตอบสนองแนวโน้มการเติบโตในหมวดหนังสือภาษาอังกฤษสำหรับกลุ่มเด็กและเยาวชน ตลอดจนเพิ่มสัดส่วนการขายหนังสือในหมวดการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศและหนังสือกลุ่มแบบทดสอบภาษาอังกฤษและความรู้ในหมวดต่างๆ เพื่อเตรียมความพร้อมรองรับกลุ่มลูกค้าวัยรุ่นนักเรียนและวัยทำงาน นอกจากนี้ AB ยังได้เริ่มธุรกิจจำหน่ายหนังสือภาษาอังกฤษไปยังประเทศเพื่อนบ้านใกล้เคียง เช่น เมียนมา และลาว เป็นต้น

#### **ภาพรวมผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม**

ปีเจซีดำเนินการตามกฎหมายสิ่งแวดล้อมอย่างเคร่งครัด ในระยะ 3 ปีที่ผ่านมาไม่มีข้อพิพาทหรือคดีฟ้องร้องเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมที่มีนัยสำคัญ

### 3. ปัจจัยความเสี่ยง

ในช่วงปี 2562 ที่ผ่านมา เศรษฐกิจโลกมีการขยายตัวในอัตราที่ชะลอลงซึ่งเป็นผลกระทบจากนโยบายการค้าระหว่างประเทศของสหรัฐฯ และการตอบโต้จากประเทศคู่ค้า ส่งผลให้เกิดสงครามทางการค้า (Trade War) อย่างไรก็ดี ในช่วงปลายปี ความเชื่อมั่นได้ปรับตัวดีขึ้นหลังจากที่ทั้งสองฝ่ายบรรลุข้อตกลงการค้าระยะแรกอย่างไม่เป็นทางการ และเศรษฐกิจโลกยังได้ปัจจัยสนับสนุนจากการที่ธนาคารกลางประเทศต่างๆ ดำเนินนโยบายผ่อนคลายทางการเงิน สำหรับเศรษฐกิจของประเทศไทยขยายตัวต่ำกว่าระดับศักยภาพและต่ำกว่าที่ธนาคารแห่งประเทศไทยเคยประเมินไว้ ทั้งนี้ การใช้จ่ายภาครัฐและการลงทุนภาคเอกชนมีการขยายตัวต่ำกว่าที่ถูกประเมิน ในขณะที่การบริโภคภาคเอกชนขยายตัวดีกว่าที่คาดเนื่องจากผลดีของมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจระยะสั้นจากภาครัฐ อัตราเงินเฟ้อทั่วไปต่ำกว่ากรอบเป้าหมาย ในส่วนของการท่องเที่ยวมีการหดตัวลงเล็กน้อยจากปีก่อน เนื่องจากรายได้ของนักท่องเที่ยวที่ลดลงจากเศรษฐกิจโลกที่ชะลอตัว และค่าเงินบาทแข็งค่า แต่ภาวะการเงินของไทยโดยรวมมีการผ่อนคลายมากขึ้นจากการปรับลดอัตราดอกเบี้ยนโยบาย

บริษัท เบอร์ลี่ ยูเคอร์ จำกัด (มหาชน) และกลุ่มบริษัท (บีเจซี) ดำเนินงานตามหลักการและแนวทางการบริหารความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กรของ Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission - Enterprise Risk Management (COSO-ERM) ซึ่งเป็นมาตรฐานสากลในการบริหารความเสี่ยง โดยส่งเสริมในการสร้างความตระหนักรู้เรื่องการบริหารความเสี่ยงให้แก่พนักงานทุกระดับ และเชื่อมโยงการบริหารความเสี่ยงสู่ทุกกระบวนการในการดำเนินธุรกิจ ทั้งนี้ เพื่อให้บริษัทดำเนินธุรกิจได้อย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง ในขณะเดียวกันก็สามารถลดโอกาสของการเกิดความเสี่ยงและผลกระทบจากความเสียหายลงได้ รวมทั้งสามารถรักษาระดับความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ด้วย บริษัทได้กำหนดนโยบายบริหารความเสี่ยงที่พนักงานทุกคนต้องถือปฏิบัติ มีการกำหนดความเสี่ยงที่สำคัญ (Key Risk) และดัชนีชี้วัดผลการบริหารความเสี่ยง (Key Risk Indicator : KRI) เพื่อใช้ติดตามความเสี่ยงที่สำคัญอย่างใกล้ชิด ตลอดจนมีการรายงานความเสี่ยงต่อคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงในระดับกลุ่มธุรกิจ (Risk Management Sub Committee: RMSC) และคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงในระดับองค์กร (Risk Management Committee: RMC) ตามลำดับ

ปัจจัยเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานของปีเจซี ในปี 2562 สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้



| ความเสี่ยงด้านกลยุทธิ์   | ความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ   | ความเสี่ยงด้านการเงิน  | ความเสี่ยงด้านกฎหมายและกฎเกณฑ์ต่างๆ  | ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่   |
|--|--|--|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• ความเสี่ยงจากการลงทุนเพื่อขยายธุรกิจ</li> <li>• ความเสี่ยงด้านการแข่งขันธุรกิจ</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• ความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาวัตถุดิบ</li> <li>• ความเสี่ยงในการบริหารจัดการบุคลากร</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• ความเสี่ยงจากความผันผวนของค่าเงิน</li> <li>• ความเสี่ยงเกี่ยวกับหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ย</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงนโยบายภาครัฐ กฎหมาย ข้อบังคับ และกฎระเบียบต่างๆ</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมใหม่</li> <li>• ความเสี่ยงจากภัยคุกคามทางไซเบอร์</li> <li>• ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม</li> </ul> |

## 1. ความเสี่ยงด้านกลยุทธิ์

### 1.1 ความเสี่ยงจากการลงทุนเพื่อขยายธุรกิจ

บริษัทมีการลงทุนขยายธุรกิจอย่างต่อเนื่องในรูปแบบต่างๆ และแสวงหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ ทั้งในส่วนของธุรกิจที่ดำเนินการเองและธุรกิจที่ลงทุนผ่านบริษัทในเครือ เพื่อให้สำเร็จตามเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ ส่งผลให้ต้องเผชิญกับความเสี่ยงที่ผลตอบแทนจากการลงทุนอาจไม่เป็นไปตามเป้าหมาย การดำเนินโครงการล่าช้ากว่าแผนงาน และเงินลงทุนโครงการสูงกว่งบประมาณที่ตั้งไว้

### การบริหารความเสี่ยงของบริษัท

บริษัทกำหนดหลักเกณฑ์การลงทุนที่ครอบคลุมและชัดเจน เช่น การพิจารณาอัตราผลตอบแทนทางการเงินผ่านการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ ตลอดจนพิจารณาปัจจัยแวดล้อมต่างๆ ซึ่งส่งผลกระทบต่อโครงการ นอกจากนี้ บริษัทมีการจัดทำแผนงานและติดตามผลการดำเนินงานอย่างใกล้ชิดผ่านตัวชี้วัดที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ทราบถึงปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน และสามารถปรับแผนการดำเนินงานให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม และยังคงสอดคล้องกับเป้าหมายของบริษัท

### 1.2 ความเสี่ยงด้านการแข่งขันธุรกิจ

บริษัทดำเนินธุรกิจที่หลากหลาย ซึ่งบางธุรกิจเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันค่อนข้างสูง เช่น ธุรกิจค้าปลีกและกลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค โดยมีปัจจัยที่สำคัญ ได้แก่ ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ราคาและคุณภาพของสินค้า การบริการ โครงการส่งเสริมการขาย และสถานที่ตั้ง โดยบริษัทต้องแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

#### การบริหารความเสี่ยงของบริษัท

บริษัทให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้าและการให้บริการ รวมถึงการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า เพื่อช่วยลดความเสี่ยงด้านการแข่งขันธุรกิจ โดย

- การพัฒนาสินค้าที่ผลิตเอง เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายมีการดำเนินการครอบคลุมตั้งแต่การผลิตจนถึงการค้าปลีก ทำให้สามารถทราบถึงข้อมูลความต้องการของผู้บริโภคทั้งจากข้อมูลยอดขาย และจากการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าในหลายๆช่องทาง ซึ่งข้อมูลดังกล่าวสามารถนำไปช่วยในการพัฒนาสินค้าที่ผลิตให้มีความหลากหลาย กำหนดราคา และปรับปรุงคุณภาพให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าได้
- การคัดเลือกสินค้าเพื่อนำมาจำหน่ายในช่องทางการค้าปลีก บริษัทมีการคัดเลือกสินค้าสำหรับนำมาจำหน่ายอย่างพิถีพิถันจากคู่ค้าที่มีคุณภาพ เพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพและตรงตามความต้องการของลูกค้า
- ช่องทางการขายและบริการ เพื่อให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีที่ก้าวหน้า และพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง บริษัทมีการพัฒนาช่องทางการสั่งซื้อสินค้าและการให้บริการต่างๆแบบออนไลน์ รวมถึงช่องทางในการทำตลาด การแจ้งข้อมูลข่าวสาร และการรับฟังความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะต่างๆจากลูกค้า เพื่อนำมาปรับปรุงสินค้าและการให้บริการที่ดีขึ้น

## 2. ความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ

### 2.1 ความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาวัตถุดิบ

เนื่องจากบริษัทมีการดำเนินธุรกิจที่เป็นโรงงานผลิตสินค้าหลายประเภท ทั้งสินค้าอุปโภค บริโภค บรรจุภัณฑ์ และอื่นๆ ส่งผลให้บริษัทต้องเผชิญกับความผันผวนของราคาวัตถุดิบซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันและการทำกำไรของบริษัท



### การบริหารความเสี่ยงของบริษัท

บริษัทกำหนดกลยุทธ์ในการจัดการความเสี่ยงนี้ทั้งในแง่ของการจัดหาวัตถุดิบ การใช้วัตถุดิบ และกระบวนการผลิต ดังนี้

- การจัดหาวัตถุดิบ บริษัทมีการจัดทำแผนการผลิตโดยอ้างอิงตามความต้องการของตลาด เพื่อช่วยในการประมาณการซื้อวัตถุดิบที่เหมาะสม วัตถุดิบบางชนิดมีการทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้า เพื่อควบคุมราคา และมีการจัดหาแหล่งวัตถุดิบสำรอง เพื่อจัดการความเสี่ยงของการขาดแคลนและการขึ้นราคาวัตถุดิบ
- การใช้วัตถุดิบ บริษัทมีการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้สามารถเลือกใช้วัตถุดิบ/สูตรการผลิต/วิธีการผลิตใหม่ๆ ที่มีคุณภาพและประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อให้สามารถจัดการกับต้นทุนการผลิตได้อย่างเหมาะสม แต่ยังสามารถตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าได้เป็นอย่างดี
- กระบวนการผลิต บริษัทมีการนำเครื่องจักรที่มีเทคโนโลยีขั้นสูงมาช่วยในการผลิต และปรับปรุงวิธีการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อควบคุมต้นทุน และลดของเสียที่เกิดจากการผลิต ส่งผลให้การใช้วัตถุดิบเกิดประสิทธิภาพมากขึ้น

### 2.2 ความเสี่ยงในการบริหารจัดการบุคลากร

บริษัทมีการดำเนินธุรกิจทั้งในและต่างประเทศส่งผลให้บริษัทต้องเผชิญความท้าทายในการเตรียมพร้อมทั้งด้านโครงสร้างและกำลังคนให้เหมาะสมเพียงพอ รวมถึงการพัฒนาขีดความสามารถของบุคลากรเพื่อให้มีความรู้ความสามารถในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และช่วยพัฒนาธุรกิจให้สามารถแข่งขันในตลาดทั้งในและต่างประเทศได้

#### การบริหารความเสี่ยงของบริษัท

บริษัทได้มีการกำหนดกลยุทธ์สำหรับการบริหารจัดการบุคลากรที่ชัดเจนและครอบคลุมด้านต่างๆ ได้แก่

- ด้านการสรรหาและคัดเลือก บริษัทเร่งสรรหาพนักงานทั้งจากภายในและภายนอกเพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการของหน่วยธุรกิจ แต่ก็ยังให้ความสำคัญกับการคัดกรองบุคลากรที่มีศักยภาพและเข้ากับวัฒนธรรมขององค์กรได้ เพื่อให้ได้พนักงานที่สามารถสร้างสรรคผลงานที่มีคุณภาพให้กับองค์กร
- ด้านการพัฒนาความรู้ความสามารถ บริษัทกำหนดแผนการพัฒนาความรู้ความสามารถของบุคลากรที่สอดคล้องกับแผนการขยายธุรกิจ ทั้งการจัดหลักสูตรอบรมให้ความรู้ในการทำงานและความรู้อื่นๆ ที่จำเป็นต่อการพัฒนาความสามารถ การส่งเสริมให้พนักงานได้เรียนรู้จากการลงมือทำและศึกษาจากข้อผิดพลาด โดยมีผู้บังคับบัญชาให้คำแนะนำ รวมถึงใช้เทคโนโลยีมาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการเรียนรู้ของพนักงานอย่างต่อเนื่อง เช่น การพัฒนาหลักสูตรสำหรับ E-Learning เพื่อให้พนักงานสามารถเข้าไปศึกษาด้วยตนเองได้ตลอดเวลา
- ด้านการบริหารผลตอบแทนและการจูงใจให้บุคลากรอยู่ร่วมงานกับองค์กร บริษัทมีการพิจารณาผลตอบแทนและสวัสดิการต่างๆ ให้พนักงานอย่างเหมาะสม โดยจัดทำ Job Evaluation เพื่อประเมินค่างาน กำหนดตำแหน่งหน้าที่ อัตราค่าจ้าง และผลประโยชน์ของพนักงานให้สอดคล้องกัน นอกจากนี้ ยังมีการจัดโครงการ/กิจกรรมส่งเสริมความผูกพันต่อองค์กรเป็นระยะๆ มีการจัดทำ Position Structure Alignment ใหม่ เพื่อส่งเสริมความเป็นกลุ่มบริษัทเดียวกัน รวมถึงมีการวิเคราะห์และพิจารณาแนวทางในการสร้างแรงจูงใจให้พนักงานจากการสัมภาษณ์พนักงานที่ลาออก (Exit Interview) เพื่อหาสาเหตุแล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น

เนื่องจากบริษัทมีการขยายกิจการไปยังประเทศต่างๆในกลุ่มอาเซียน บริษัทจึงมีการดูแลขวัญและกำลังใจของพนักงานที่ต้องเดินทางไปปฏิบัติงานที่ต่างประเทศอย่างเหมาะสม มีการกำหนดระยะเวลาในการดำรงตำแหน่งที่ชัดเจน และสรรหาผู้ไปปฏิบัติหน้าที่แทนเมื่อใกล้ครบกำหนด รวมถึงมีการสรรหาและพัฒนาพนักงานท้องถิ่นในประเทศนั้นๆให้มีศักยภาพ และสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพประสิทธิผล และจัดให้มี Exchange program โดยให้พนักงานท้องถิ่นในต่างประเทศ มาปฏิบัติงานชั่วคราวในไทย เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์

### 3. ความเสี่ยงด้านการเงิน

#### 3.1 ความเสี่ยงจากความผันผวนของค่าเงิน

ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนส่งผลกระทบต่อทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการดำเนินงานและการลงทุน เนื่องจากบริษัทดำเนินธุรกิจทั้งในและต่างประเทศ โดยมีรายได้และค่าใช้จ่ายบางส่วนเป็นเงินสกุลต่างประเทศ เช่น รายได้จากการดำเนินธุรกิจที่เวียดนามและกัมพูชา รายการการนำเข้า-ส่งออก วัตถุดิบ สินค้า เครื่องจักรและอุปกรณ์ต่างๆ เพื่อใช้ในการผลิต ซึ่งรายได้และค่าใช้จ่ายดังกล่าว ผันแปรตามอัตราแลกเปลี่ยน

##### การบริหารความเสี่ยงของบริษัท

บริษัทวางแผนบริหารจัดการความเสี่ยง โดยวิเคราะห์และติดตามแนวโน้มของอัตราแลกเปลี่ยนอย่างใกล้ชิด และมีการทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า (Forward Contract) มีการกำหนดนโยบายจำกัดความเสี่ยงของเงินสกุลต่างประเทศ มีการบริหารรายได้และรายจ่ายที่เป็นเงินตราต่างประเทศให้สอดคล้องกัน (Natural Hedge) เช่น การซื้อวัตถุดิบเป็นเงินดอลลาร์ และขายสินค้าเป็นเงินดอลลาร์ เพื่อช่วยลดความเสี่ยงจากความผันผวนของค่าเงิน เมื่อต้องทำธุรกรรมนำเข้า และส่งออก รวมถึงมีการทำธุรกรรม USD Link เพื่อรองรับธุรกรรมที่มีความผันแปรตามอัตราแลกเปลี่ยน

#### 3.2 ความเสี่ยงเกี่ยวกับหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ย

เนื่องจากบริษัทได้เข้าซื้อกิจการบิกซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ เมื่อปี 2559 และยังคงมีการลงทุนและขยายธุรกิจอย่างต่อเนื่อง ทำให้ต้องมีการระดมเงินทุนทั้งระยะสั้นและระยะยาว เพื่อใช้ในกิจการและการลงทุนในโครงการต่างๆ โดยการกู้ยืมผ่านสถาบันการเงิน จึงหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะต้องเผชิญกับความเสี่ยงจากการผันผวนของอัตราดอกเบี้ย

##### การบริหารความเสี่ยงของบริษัท

บริษัทมีการติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิดและรายงานสถานการณ์ต่อผู้บริหารอย่างสม่ำเสมอ มีการวางแผนทางการเงินล่วงหน้า รวมถึงพิจารณาการใช้เครื่องมือทางการเงินในการบริหารความเสี่ยงควบคู่เพื่อลดผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ย เช่น การเจรจาแหล่งเงินทุนจากสถาบันการเงินสำหรับใช้ทั้งปี เป็นต้น

### 4. ความเสี่ยงด้านกฎหมาย และกฎเกณฑ์ต่างๆ

#### 4.1 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงนโยบายภาครัฐ กฎหมาย ข้อบังคับ และกฎระเบียบต่างๆ

เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงนโยบาย กฎหมาย ข้อบังคับ และกฎระเบียบต่างๆ ของทางภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทำให้บริษัทมีโอกาสที่อาจจะไม่ได้ปฏิบัติตาม หรือปฏิบัติตามไม่ครบถ้วน ส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจและภาพลักษณ์ของบริษัท

นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทมีการขยายการลงทุนไปยังต่างประเทศ เช่น เวียดนาม พม่า และกัมพูชา เป็นต้น ซึ่งประเทศเหล่านี้มีกฎหมายที่ต่างไปจากกฎหมายของไทย และบางประเทศมีการเปลี่ยนแปลงกฎหมายอยู่บ่อยๆ เช่น เวียดนาม และพม่า

### การบริหารความเสี่ยงของบริษัท

บริษัทยึดหลักในการดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส โดยมีการสื่อสารด้านกฎหมาย ข้อบังคับ และนโยบายจากภาครัฐให้พนักงานทราบ และกำหนดให้ปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด มีการดำเนินการติดตามการเปลี่ยนแปลงของนโยบายภาครัฐ กฎหมาย ข้อบังคับ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัททั้งในและต่างประเทศอย่างใกล้ชิดเพื่อเตรียมความพร้อมในการปฏิบัติงานและลดผลกระทบที่จะเกิดขึ้น นอกจากนี้ บริษัทมีการประสานงานและให้ความร่วมมือกับหน่วยงานของทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการรับรู้และติดตามนโยบายภาครัฐ กฎหมาย ข้อบังคับ อีกทั้งยังมีหน่วยงานตรวจสอบภายในที่ดำเนินการตรวจสอบอีกชั้นหนึ่ง เพื่อให้มั่นใจได้ว่า บริษัทปฏิบัติตามกฎหมาย ข้อบังคับ และกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องอย่างถูกต้อง

ในส่วนของแต่ละประเทศ บริษัทมีการศึกษาข้อมูลด้านกฎหมายของประเทศที่สนใจไปลงทุนอย่างรอบด้าน เพื่อให้มั่นใจว่าจะสามารถปฏิบัติตามกฎหมาย และข้อบังคับต่างๆ ของประเทศนั้นๆ ได้อย่างครบถ้วน และมีการติดตามการเปลี่ยนแปลงของกฎหมายต่างๆ อย่างใกล้ชิด เพื่อให้สามารถหาแนวทางในการรับมือหากมีการเปลี่ยนแปลงกฎหมายที่สำคัญได้อย่างทันท่วงที

## 5. ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ (Emerging Risk)

### 5.1 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีดิจิทัล และนวัตกรรมใหม่

ปัจจุบันความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจและการแข่งขันเป็นอย่างมาก เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว และนวัตกรรมใหม่ๆ มีบทบาทสำคัญต่อพฤติกรรมผู้บริโภค เช่น ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงข้อมูลผ่านสื่อดิจิทัลได้มากขึ้น และความนิยมจ่ายใช้สอยผ่านระบบออนไลน์เพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ เป็นต้น ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบในการดำเนินธุรกิจ และเกิดการแข่งขันที่สูงขึ้น ดังนั้น หากบริษัทไม่สามารถปรับตัวให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น หรือคู่แข่งสามารถสร้างโอกาสทางธุรกิจได้ก่อน จะมีผลกระทบต่อการเติบโตของรายได้ ส่วนแบ่งการตลาด ความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้า ทำให้บริษัทเติบโตได้ยากในสภาวะการแข่งขันที่เข้มข้นเช่นนี้

### การบริหารความเสี่ยงของบริษัท

บริษัทให้ความสนใจและติดตามความเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง โดยบริษัทมีการทบทวนและพัฒนากลยุทธ์ให้เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ทั้งนี้ บริษัททำการปรับปรุงรูปแบบธุรกิจและลงทุนในเทคโนโลยีใหม่ๆ เช่น การเข้าสู่ธุรกิจค้าปลีกแบบ OMNI-channels (O2O) การพัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อเชื่อมต่อข้อมูลหน้าร้านและช่องทางออนไลน์ซึ่งให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงบริการได้อย่างสะดวกสบายยิ่งขึ้น รวมถึงการสื่อสารข้อมูลผ่านโซเชียลมีเดียเพื่อสำรวจความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้า

## 5.2 ความเสี่ยงจากภัยคุกคามทางไซเบอร์

ปัจจุบันบริษัทพึ่งพิงระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในการดำเนินธุรกิจมากขึ้น โดยมีการใช้งานข้อมูล การจัดเก็บ และการสื่อสารผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งข้อมูลบางอย่งนั้นเป็นข้อมูลลับของบริษัท เช่น ข้อมูลทางการค้า ข้อมูลส่วนตัวของพนักงาน ทำให้มีความเสี่ยงจากภัยคุกคามทางไซเบอร์มากขึ้น อาทิ การถูกโจรกรรมข้อมูล หรือการที่มีผู้ไม่หวังดีเข้ามาทำลายระบบสารสนเทศของบริษัท ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง เสื่อมเสียภาพลักษณ์และชื่อเสียง รวมถึงอาจมีบทลงโทษทางกฎหมายจากการที่องค์กรไม่สามารถปกป้องข้อมูลได้

### การบริหารความเสี่ยงของบริษัท

บริษัทมีการกำหนดนโยบายในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และกระบวนการในการรักษาความปลอดภัยทางไซเบอร์ทั้งการใช้เครื่องมือและมาตรการต่างๆ เช่น การติดตั้ง Firewall การใช้งานระบบป้องกันไวรัส มีการสำรองข้อมูล มีการตรวจสอบและติดตามการเข้าใช้ระบบโดยผู้ที่ไม่ได้รับอนุญาต และมีการตรวจสอบช่องโหว่ของระบบโดยการทำ vulnerability assessment และ penetration test รวมถึงการให้ความรู้และสร้างความตระหนักในเรื่องภัยคุกคามทางไซเบอร์ให้กับพนักงานทุกคนในบริษัท เพื่อให้มั่นใจว่าผู้ที่ไม่หวังดีจะไม่สามารถโจมตีผ่านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของบริษัทได้ ทั้งนี้ พื้นที่สำคัญที่ใช้เก็บข้อมูลสารสนเทศของบริษัท (ห้อง Data Center) ยังได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 27000 ซึ่งเป็นมาตรฐานว่าด้วยเรื่องการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลอีกด้วย

ในส่วนของการเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า นอกจากจะได้รับการปกป้องจากการควบคุมที่กล่าวไปข้างต้นแล้ว บริษัทยังได้ศึกษากฎหมายใหม่ คือ พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 และปรับปรุงการทำงานที่เกี่ยวข้องเพื่อให้สอดคล้องกับข้อกำหนดที่ระบุไว้ในกฎหมาย และจัดการกับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นกับข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าได้อย่างเพียงพอและเหมาะสม

## 5.3 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม

ปัญหาสิ่งแวดล้อม ความผิดปกติของสภาพภูมิอากาศ ภาวะโลกร้อน วิกฤตการณ์น้ำท่วม น้ำแล้ง และภัยพิบัติทางธรรมชาติมีมากขึ้นและรุนแรงขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งธุรกิจของบริษัทครอบคลุมตั้งแต่กิจการโรงงานผลิตสินค้าหลากหลายประเภทไปจนถึงกลุ่มธุรกิจค้าปลีกทั้งในประเทศและต่างประเทศ ดังนั้นความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศทั้งในปัจจุบันและอนาคต อาจส่งผลกระทบต่อการจัดซื้อและกระจายสินค้าของบริษัท รวมถึงอาจก่อให้เกิดสภาวะขาดแคลนวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตสินค้า นอกจากนี้ การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศอาจส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบและข้อบังคับต่างๆ ของภาครัฐ และการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งอาจกระทบต่อการดำเนินธุรกิจและต้นทุนของบริษัท

### การบริหารความเสี่ยงของบริษัท

บริษัทให้ความสำคัญต่อการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างมาก โดยโรงงานในกลุ่มธุรกิจจะต้องมีการปฏิบัติตามหลักการและแนวทางของมาตรฐานสากลและกฎระเบียบต่างๆ อย่างเคร่งครัด เช่น การนำเอาเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม รวมทั้งมีการส่งเสริมให้มินั้ตัวกรรม และกิจกรรมด้านการดำเนินงานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมด้วย สำหรับผลกระทบที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม บริษัทกำหนดให้มีแผนต่อเนื่องทางธุรกิจที่ครอบคลุมผลกระทบตั้งแต่เรื่องผลกระทบจากภัยธรรมชาติไปจนถึงด้านกฎระเบียบ ทั้งนี้ บริษัทมีการติดตามแนวโน้มความเพียงพอและราคาของวัตถุดิบหลักในการผลิต รวมถึงการเปลี่ยนแปลงนโยบาย กฎหมาย และข้อบังคับ ทั้งในประเทศและต่างประเทศที่บริษัทดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่องและใกล้ชิดเพื่อลดโอกาสและผลกระทบจากความเสี่ยงดังกล่าว

#### 4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ทรัพย์สินถาวรที่บริษัทและบริษัทย่อยใช้ในการประกอบธุรกิจ

ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 ประกอบด้วย

หน่วย : พันบาท

|   | ที่ดินและส่วนปรับปรุงที่ดิน | ส่วนเกินจากการตีราคาที่ดินเพิ่มขึ้น | อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร | ส่วนเกินจากการตีราคาอาคาร | เครื่องจักรและอุปกรณ์ | ส่วนเกินจากการตีราคาเครื่องจักรฯ | เครื่องตกแต่งติดตั้งและอุปกรณ์สำนักงาน | ยานพาหนะ | สินทรัพย์ระหว่างก่อสร้าง | รวม       | การผูกพัน |
|---|-----------------------------|-------------------------------------|---------------------------|---------------------------|-----------------------|----------------------------------|--|----------|--------------------------|-----------|-----------|
| บมจ. เบอรัล ยูคเกอร์                              | 126,994                     | -                                   | 32,651                    | -                         | 9,671                 | -                                | 69,221                                 | 10,689   | 149,426                  | 398,652   | ไม่มี     |
| บจ. รุเบียอุตสาหกรรม                              | 1,710                       | -                                   | 32,256                    | -                         | 106,621               | -                                | 3,750                                  | -        | 8,712                    | 153,049   | ไม่มี     |
| บจ. เบอรัล ยูคเกอร์ ฟู้ดส์                        | 60,590                      | -                                   | 180,083                   | -                         | 408,650               | 89,780                           | 7,154                                  | -        | 69,360                   | 815,617   | ไม่มี     |
| บจ. เบอรัล ยูคเกอร์ เซลล์เอ็กซ์                   | 124,265                     | 434,413                             | 241,546                   | -                         | 715,239               | -                                | 7,595                                  | 61       | 907,134                  | 2,430,253 | ไม่มี     |
| บมจ.อุตสาหกรรมทำเครื่องแก้วไทย                    | 137,144                     | 1,169,850                           | 418,513                   | -                         | 836,179               | -                                | 50,081                                 | -        | 266,456                  | 2,878,223 | ไม่มี     |
| BJC Cellox (Vietnam) Company Limited              | -                           | -                                   | 67,146                    | -                         | 2,945                 | -                                | -                                      | -        | -                        | 70,091    | ไม่มี     |
| บจ. ไทย-สแกนดิค สตีล                              | -                           | -                                   | 28,475                    | -                         | 62,701                | -                                | 4,201                                  | 5,520    | 2,736                    | 103,633   | ไม่มี     |
| บจ. เบอรัล ยูคเกอร์ โลจิสติกส์                    | -                           | -                                   | 44,741                    | -                         | 51,206                | -                                | 13,992                                 | 9,114    | -                        | 119,053   | ไม่มี     |
| บจ. บีเจซี เซลท์แคร์                              | -                           | -                                   | -                         | -                         | 16,422                | -                                | 19                                     | -        | -                        | 16,441    | ไม่มี     |
| บจ. มัณฑนา มาร์เก็ตติ้ง                           | -                           | -                                   | -                         | -                         | -                     | -                                | 366                                    | -        | -                        | 366       | ไม่มี     |
| BJC Foods (Malaysia) Sdn Bhd                      | -                           | -                                   | 35,484                    | -                         | 25,018                | -                                | 2,675                                  | 444      | -                        | 63,621    | ไม่มี     |
| บจ. ไทย เบเวอร์เรจ แคน                            | 385,456                     | -                                   | 645,467                   | -                         | 3,186,603             | -                                | 24,110                                 | 10,315   | 69,109                   | 4,321,060 | ไม่มี     |
| บจ. ไทย มาลาयाกลาส                                | 323,614                     | 36,310                              | 2,498,124                 | 2,353                     | 3,792,358             | 294,758                          | 62,578                                 | -        | 26,136                   | 7,036,231 | ไม่มี     |
| Thai Corp International (Vietnam) Company Limited | -                           | -                                   | -                         | -                         | 360                   | -                                | 1,062                                  | 546      | -                        | 1,968     | ไม่มี     |
| บจ. บีเจซี กลาส (ประเทศไทย)                       | -                           | -                                   | 705                       | -                         | -                     | -                                | 873                                    | 1,432    | -                        | 3,010     | ไม่มี     |
| บจ. เอเซียฟู้ดส์                                  | -                           | -                                   | 15,366                    | -                         | -                     | -                                | 9,611                                  | 25       | -                        | 25,002    | ไม่มี     |
| Ichiban Foods Company Limited                     | -                           | -                                   | 150,358                   | -                         | 48,614                | -                                | 2,332                                  | 337      | 5,679                    | 207,320   | ไม่มี     |
| Thai An Group                                     | -                           | -                                   | 21,222                    | -                         | -                     | -                                | 633                                    | 10,259   | 514                      | 32,628    | ไม่มี     |

|   | ที่ดินและส่วนปรับปรุงที่ดิน | ส่วนเกินจากการตีราคาที่ดินเพิ่มขึ้น | อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร | ส่วนเกินจากการตีราคาอาคาร | เครื่องจักรและอุปกรณ์ | ส่วนเกินจากการตีราคาเครื่องจักรฯ | เครื่องตกแต่งติดตั้งและอุปกรณ์สำนักงาน | ยานพาหนะ      | สินทรัพย์ระหว่างก่อสร้าง | รวม               | ภาระผูกพัน |
|---|-----------------------------|-------------------------------------|---------------------------|---------------------------|-----------------------|----------------------------------|--|---------------|--------------------------|-------------------|------------|
| Thai An Vietnam Trading Company Limited     | -                           | -                                   | -                         | -                         | 6,884                 | -                                | 15,262                                 | 5             | -                        | 22,151            | ไม่มี      |
| TBC-Ball Beverage Can Vietnam Limited       | 4,736                       | -                                   | 328,906                   | -                         | 2,010,157             | -                                | 4,324                                  | 424           | 69,309                   | 2,417,856         | ไม่มี      |
| บจ. บีเจซี แพคเกจจิ้ง                       | -                           | -                                   | -                         | -                         | -                     | -                                | 6                                      | -             | -                        | 6                 | ไม่มี      |
| บจ. บีเจซี อินเวสเมนต์                      | -                           | -                                   | -                         | -                         | 1,383                 | -                                | 5,946                                  | 8,663         | -                        | 15,992            | ไม่มี      |
| บจ. บีเจซี สเปเชียลตี้ส์                    | -                           | -                                   | -                         | -                         | 678                   | -                                | 1,525                                  | 563           | 256                      | 3,022             | ไม่มี      |
| BJC International (Myanmar) Company Limited | -                           | -                                   | -                         | -                         | -                     | -                                | 44                                     | -             | -                        | 44                | ไม่มี      |
| บมจ. บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์                | 4,842,294                   | 5,073,356                           | 15,186,542                | 10,498,199                | 2,545,371             | -                                | 1,177,635                              | 551           | 420,719                  | 39,744,667        | ไม่มี      |
| บจ. บิ๊กซี รีเทล โฮลดิ้ง                    | 2,074,755                   | 680,619                             | 2,322,833                 | 588,256                   | -                     | -                                | 622                                    | -             | -                        | 5,667,085         | ไม่มี      |
| BJC Cellox (Cambodia) Company Limited       | -                           | -                                   | 1,604                     | -                         | 37,367                | -                                | 279                                    | -             | -                        | 39,250            | ไม่มี      |
| บจ. บีเจซี เมดิคอล                          | -                           | -                                   | -                         | -                         | 135                   | -                                | -                                      | -             | -                        | 135               | ไม่มี      |
| บจ. คอสมา เทรตดิ้ง                          | -                           | -                                   | -                         | -                         | 4,628                 | -                                | -                                      | -             | -                        | 4,628             | ไม่มี      |
| Vina Paper Company Limited                  | -                           | -                                   | 85,962                    | 62,765                    | 160,293               | -                                | 6,581                                  | 2,237         | -                        | 317,838           | ไม่มี      |
| บจ. มัณฑนา                                  | -                           | -                                   | -                         | -                         | -                     | -                                | 6                                      | -             | -                        | 6                 | ไม่มี      |
| บจ. คอสมา เมดิคอล                           | -                           | -                                   | -                         | -                         | -                     | -                                | 6                                      | -             | -                        | 6                 | ไม่มี      |
| บจ. บีเจซี เมก้า มาร์เก็ต                   | 18,864                      | -                                   | 29,932                    | -                         | 10,602                | -                                | 2,482                                  | 481           | 50                       | 62,411            | ไม่มี      |
| บจ. วัฒนทรัพย์พัฒนา 9                       | 54,506                      | -                                   | 52,805                    | -                         | -                     | -                                | -                                      | -             | -                        | 107,311           | ไม่มี      |
| บจ. บีเจซี บิ๊กซี ดีเวลลอปเม้นท์ เซ็นเตอร์  | -                           | -                                   | -                         | -                         | 4,490                 | -                                | 40                                     | -             | -                        | 4,530             | ไม่มี      |
| บมจ. ไวท์กรุ๊ป                              | 109,436                     | 138,824                             | 14,229                    | 2,249                     | 2,573                 | -                                | 1,453                                  | 6,538         | -                        | 275,302           | ไม่มี      |
| บจ. เอฟ บี (ประเทศไทย)                      | -                           | -                                   | -                         | -                         | 115                   | -                                | -                                      | -             | 46                       | 161               | ไม่มี      |
| บจ. ตลาดครอบครัว                            | -                           | -                                   | -                         | -                         | -                     | -                                | 381                                    | -             | 16,466                   | 16,847            | ไม่มี      |
| <b>รวม</b>                                  | <b>8,264,364</b>            | <b>7,533,372</b>                    | <b>22,434,950</b>         | <b>11,153,822</b>         | <b>14,047,263</b>     | <b>384,538</b>                   | <b>1,476,845</b>                       | <b>68,204</b> | <b>2,012,108</b>         | <b>67,375,466</b> |            |

## 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)<br>Berli Jucker Public Company Limited  |
| ชื่อย่อหลักทรัพย์          | BJC  |
| ที่ตั้งสำนักงานใหญ่        | อาคารเบอร์ลี่ ยุคเกอร์ เลขที่ 99 ซอยสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110   |
| ฝ่ายนักลงทุนสัมพันธ์       | โทรศัพท์: 02 367 1067 และ 02 367 1918<br>โทรสาร: 02 381 4545<br>อีเมล: IR@bjc.co.th  |
| เลขทะเบียนบริษัท           | 0107536000226  |
| ทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้ว | บริษัทมีทุนจดทะเบียนทั้งสิ้น 4,114,626,699 บาท โดยมีทุนชำระแล้วจำนวน 4,006,839,899 บาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัทจำนวน 4,006,839,899 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ 1.00 บาท (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562) |
| 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                   | <a href="http://www.bjc.co.th">http://www.bjc.co.th</a>  |
| ประเภทธุรกิจ               | กลุ่มสินค้าและบริการของบริษัทแบ่งออกเป็น 5 กลุ่มหลัก ดังนี้  |

#### 1. กลุ่มสินค้าและบริการทางการค้าปลีกสมัยใหม่

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

#### 2. กลุ่มสินค้าและบริการทางบรรจุภัณฑ์

ดำเนินกิจการด้านการออกแบบ การผลิต การตลาด การกระจายสินค้า และจำหน่ายสินค้าบรรจุภัณฑ์ ซึ่งรวมถึง ภาชนะแก้ว กระป๋องอลูมิเนียม และบรรจุภัณฑ์พลาสติก

**3. กลุ่มสินค้าและบริการทางอุปโภคบริโภค**

ดำเนินกิจการด้านการผลิต การตลาด และการกระจายสินค้าอุปโภคบริโภคในกลุ่มอาหารและกลุ่มเครื่องใช้ส่วนตัว ทั้งที่เป็นตราสินค้าของบริษัทและรับจ้างผลิตสินค้าภายใต้สัญญา กับบริษัทอื่น

**4. กลุ่มสินค้าและบริการทางเวชภัณฑ์และทางเทคนิค**

ดำเนินกิจการด้านการกระจายสินค้าและบริการเกี่ยวกับเวชภัณฑ์และเภสัชภัณฑ์สำหรับสินค้าภายใต้สัญญากับบริษัทอื่นที่มีชื่อเสียง รวมถึงจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการทางเทคนิคสำหรับอุตสาหกรรมต่างๆ

**5. กลุ่มธุรกิจอื่นๆ**

ดำเนินกิจการเกี่ยวกับธุรกิจค้าปลีกต่างๆ ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และแสวงหาโอกาสในการควบรวมการซื้อกิจการ รวมถึงการพัฒนาธุรกิจใหม่ๆ

6.1.2 ข้อมูลของนิติบุคคลที่บริษัทถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562)

| ชื่อบริษัท  | ประเภทธุรกิจ        | ทุนจดทะเบียน      | ประเภทหุ้น | จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย (หุ้น) | มูลค่าหุ้นละ | ทุนชำระแล้ว       | จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น) | สัดส่วนการถือหุ้น/ลงทุน (ร้อยละ) |
|---|---------------------|-------------------|------------|-------------------------------|--------------|-------------------|------------------------|----------------------------------|
| <b>บริษัทย่อย</b>   |                     |                   |            |                               |              |                   |                        |                                  |
| <b>บริษัท อุตสาหกรรมทำเครื่องแก้วไทย จำกัด (มหาชน)</b><br>15 ถนนราษฎร์บูรณะ แขวงราษฎร์บูรณะ เขตราษฎร์บูรณะ กรุงเทพมหานคร<br>โทรศัพท์ : 0 2427 0060-3, 0 2769 3500<br>โทรสาร : 0 2427 6603, 0 2769 3501, 0 2769 3535 | ผลิตภาชนะแก้ว       | 1,170,000,000 บาท | สามัญ      | 117,000,000                   | 10 บาท       | 1,170,000,000 บาท | 115,398,425            | 98.63                            |
| <b>บริษัท ไทย มาลาया กلاس จำกัด</b><br>28 เขตประกอบการอุตสาหกรรม เอส ไอ แอล หมู่ที่ 1 ตำบลบัวลอย อำเภอหนองแค จังหวัดสระบุรี<br>โทรศัพท์ : 0 3637 3821-7<br>โทรสาร : 0 3637 3812-7                                   | ผลิตภาชนะแก้ว       | 3,270,000,000 บาท | สามัญ      | 32,700,000                    | 100 บาท      | 2,936,900,000 บาท | 32,700,000             | 100                              |
| <b>บริษัท ไทยกลาสเทคโนโลยี จำกัด</b><br>78 หมู่ที่ 3 ซอยวัดศรีวาเรีน้อย ถนนบางนา-ตราด กม.18 ตำบลหนองปรือ อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ<br>โทรศัพท์ : 0 2769 3500<br>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                              |



ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ



แบบ 56-1 ประจำปี 2562

| ชื่อบริษัท   | ประเภทธุรกิจ                  | ทุนจดทะเบียน                | ประเภทหุ้น | จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย (หุ้น) | มูลค่าหุ้นละ   | ทุนชำระแล้ว                 | จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น) | สัดส่วนการถือหุ้น/ลงทุน (ร้อยละ) |
|--|-------------------------------|-----------------------------|------------|-------------------------------|----------------|-----------------------------|------------------------|----------------------------------|
| <b>บริษัทย่อย</b>  |                               |                             |            |                               |                |                             |                        |                                  |
| <b>บริษัท บีเจซี แพคเกจจิ้ง จำกัด</b><br>99 ซอยรูเบีย 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                              |
| <b>บีเจซี กลาส คัมปะนี ลิมิเต็ด</b><br>1 ถนนเมทเธอร์สัน อาคารไทมส์แควร์ ตึก 2 ชั้น 31 คอสเวย์เบย์ เขตปกครองพิเศษฮ่องกง<br>โทรศัพท์ : (852) 3188 8333<br>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                              |
| <b>บีเจซี กลาส เวียดนาม ลิมิเต็ด</b><br>เขตอุตสาหกรรม มี ส่วน เขตตันบิน จังหวัด บา เรีย หงู เดา ประเทศเวียดนาม<br>โทรศัพท์: (84.8) 39306629<br>โทรสาร: (84.8) 39305925           | ผลิตภาชนะแก้ว                 | 292,707,000,000 เวียดนามดอง | -          | -                             | -              | 292,707,000,000 เวียดนามดอง | -                      | 100                              |
| <b>บริษัท ไทย เบเวอร์เรจ แคน จำกัด</b><br>99 หมู่ที่ 9 ถนนหนองปลากระดี ตำบลหนองปลิง อำเภอหนองแค จังหวัดสระบุรี<br>โทรศัพท์ : 0 3637 3600<br>โทรสาร : 0 3637 3602                 | ผลิตกระป๋องอะลูมิเนียม        | 1,500,000,000 บาท           | สามัญ      | 150,000,000                   | 10 บาท         | 1,500,000,000 บาท           | 75,000,010             | 50.00001                         |



ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ



แบบ 56-1 ประจำปี 2562

| ชื่อบริษัท  | ประเภทธุรกิจ         | ทุนจดทะเบียน                   | ประเภทหุ้น              | จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย (หุ้น) | มูลค่าหุ้นละ                 | ทุนชำระแล้ว                             | จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น) | สัดส่วนการถือหุ้น/ลงทุน (ร้อยละ) |
|---|----------------------|--------------------------------|-------------------------|-------------------------------|------------------------------|---|------------------------|----------------------------------|
| <b>บริษัทย่อย</b>   |                      |                                |                         |                               |                              |   |                        |                                  |
| <b>ทีบีซี-บอล เบเวอร์เรจ แคน โฮลดิ้ง ลิมิเต็ด</b><br>193 ถนนปิ่นสเอดเวิร์ด ผังตะวันตก 1618<br>อาคารแกรนด์เซ็นจูรีเพลส ทาวเวอร์ 1 เกาลูน<br>เขตปกครองพิเศษฮ่องกง   | บริษัทลงทุน          | 60,000,000<br>เหรียญสหรัฐ      | สามัญ                   | 60,000,000                    | 1<br>เหรียญสหรัฐ             | 60,000,000<br>เหรียญสหรัฐ               | 16,074,000             | 26.79                            |
| <b>ทีบีซี-บอล เบเวอร์เรจ แคน เวียดนาม ลิมิเต็ด</b><br>2 วีเอสไอพี 2-เอ ถนน 18 เขตอุตสาหกรรม<br>เวียดนาม - ดิงคิโปร พาร์ค 2-เอ เขตฮานอย<br>จังหวัดบิเยือง ประเทศเวียดนาม<br>โทรศัพท์ : 84 650 222 1081-88<br>โทรสาร : 84 650 222 1089-90 | ผลิตภัณฑ์อะลูมิเนียม | 585,000,000,000<br>เวียดนามดอง | -                       | -                             | -                            | 585,000,000,000<br>เวียดนามดอง          | -                      | 26.79                            |
| <b>บริษัท บีเจซี กลาส (ประเทศไทย) จำกัด</b><br>(เดิมชื่อ บริษัท บีเจซี โอแกนิก จำกัด)<br>99 อาคารเบอร์ลี ภูเก็ต ซอยรูเบีย<br>ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร  | บริษัทลงทุน          | 142,100,000<br>บาท             | สามัญ<br><br>บุริมสิทธิ | 1,420,490<br><br>510          | 100<br>บาท<br><br>100<br>บาท | 142,049,000<br>บาท<br><br>51,000<br>บาท | 1,420,490<br><br>510   | 100                              |



ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ



แบบ 56-1 ประจำปี 2562

| ชื่อบริษัท  | ประเภทธุรกิจ     | ทุนจดทะเบียน                | ประเภทหุ้น | จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย (หุ้น) | มูลค่าหุ้นละ | ทุนชำระแล้ว                 | จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น) | สัดส่วนการถือหุ้น/ลงทุน (ร้อยละ) |
|---|------------------|-----------------------------|------------|-------------------------------|--------------|-----------------------------|------------------------|----------------------------------|
| <b>บริษัทย่อย</b>   |                  |                             |            |                               |              |                             |                        |                                  |
| <b>บริษัท เบอร์ลี ยุคเกอร์ ฟู้ดส์ จำกัด</b><br>225/10 หมู่ที่ 1 ตำบลบางเสาธง<br>อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ<br>โทรศัพท์ : 0 2313 1470-3<br>โทรสาร : 0 2313 1031                          | ผลิตอาหารว่าง    | 320,000,000 บาท             | สามัญ      | 3,200,000                     | 100 บาท      | 320,000,000 บาท             | 3,200,000              | 100                              |
| <b>บีเจซี ฟู้ดส์ (มาเลเซีย) เอสดีเอ็น บีเอชดี</b><br>ล็อต 1 จาลัน เปลาเบอ์ 23/1 ส่วน 23 40300<br>ชารีย์ ฮาลัมม เซลังกอร์ ประเทศมาเลเซีย<br>โทรศัพท์ : 603-5542 4113<br>โทรสาร : 603-5542 0131 | ผลิตอาหารว่าง    | 12,000,000 รिंगกิต          | สามัญ      | 12,000,000                    | 1 รिंगกิต    | 12,000,000 รिंगกิต          | 12,000,000             | 100                              |
| <b>บริษัท เบอร์ลี ยุคเกอร์ เซลล๊อ็กซ์ จำกัด</b><br>99 ซอยรูเบีย ถนนสุขุมวิท 42<br>แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร<br>โทรศัพท์ : 0 2312 6115-8<br>โทรสาร : 0 2312 6173                    | ผลิตกระดาษอนามัย | 900,000,000 บาท             | สามัญ      | 90,000,000                    | 10 บาท       | 900,000,000 บาท             | 85,354,470             | 94.84                            |
| <b>บีเจซี เซลล๊อ็กซ์ (เวียดนาม) ลิมิเต็ด</b><br>ชั้นปิ่น คอมมูน เขตเตินเอวี่ยน จังหวัดบิ่ญเยือง<br>ประเทศเวียดนาม   | ตัวแทนจำหน่าย    | 171,809,038,000 เวียดนามดอง | -          | -                             | -            | 171,809,038,000 เวียดนามดอง | -                      | 100                              |

| ชื่อบริษัท  | ประเภทธุรกิจ                      | ทุนจดทะเบียน                   | ประเภทหุ้น | จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย (หุ้น) | มูลค่าหุ้นละ          | ทุนชำระแล้ว                    | จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น) | สัดส่วนการถือหุ้น/ลงทุน (ร้อยละ) |
|---|-----------------------------------|--------------------------------|------------|-------------------------------|-----------------------|--------------------------------|------------------------|----------------------------------|
| <b>บริษัทย่อย</b>   |                                   |                                |            |                               |                       |                                |                        |                                  |
| <b>บริษัท บีเจซี เซลลูล็อกซ์ (กัมพูชา) จำกัด</b><br>เขตเศรษฐกิจพิเศษสุวรรณภูมิ หมู่บ้านสัมโณทัย<br>ตำบลสัมโณทัย อำเภอเกาะสวาย จังหวัดกันดาล<br>ราชอาณาจักรกัมพูชา | ผลิตกระดาษอนามัย                  | 4,000,000,000<br>เรียลกัมพูชา  | สามัญ      | 1,000,000                     | 4,000<br>เรียลกัมพูชา | 4,000,000,000<br>เรียลกัมพูชา  | 1,000,000              | 100                              |
| <b>บริษัท ภูเก็ตอุตสาหกรรม จำกัด</b><br>70 หมู่ที่ 13 ถนนปู่เจ้าสมิงพราย ตำบลบางหญ้าแพรก<br>อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ<br>โทรศัพท์ : 0 2385 9024           | ผลิตตู้ เครื่องสำอาง และ<br>ลูกอม | 70,000,000<br>บาท              | สามัญ      | 70,000                        | 1,000<br>บาท          | 70,000,000<br>บาท              | 69,892                 | 99.85                            |
| <b>บริษัท บีเจซี คอนซูเมอร์ จำกัด</b><br>99 ซอยรเบีย ถนนสุขุมวิท 42<br>แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร   | บริษัทลงทุน                       | 2,000,000<br>บาท               | สามัญ      | 20,000                        | 100<br>บาท            | 2,000,000<br>บาท               | 20,000                 | 100                              |
| <b>วีนา เปเปอร์ คัมปะนี ลิมิเต็ด</b><br>เขตอุตสาหกรรมเดินจี อำเภอเดินจี เขตเตียนยู<br>จังหวัดบักนิง ประเทศเวียดนาม  | ผลิตกระดาษอนามัย                  | 319,031,982,621<br>เวียดนามดอง | -          | -                             | -                     | 319,031,982,621<br>เวียดนามดอง | -                      | 100                              |





ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ



แบบ 56-1 ประจำปี 2562

| ชื่อบริษัท   | ประเภทธุรกิจ                     | ทุนจดทะเบียน                  | ประเภทหุ้น | จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย (หุ้น) | มูลค่าหุ้นละ      | ทุนชำระแล้ว                   | จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น) | สัดส่วนการถือหุ้น/ลงทุน (ร้อยละ) |
|--|----------------------------------|-------------------------------|------------|-------------------------------|-------------------|-------------------------------|------------------------|----------------------------------|
| <b>บริษัทย่อย</b>  |                                  |                               |            |                               |                   |                               |                        |                                  |
| <b>ไทยคอร์ป อินเทอร์เน็ตซันแนล คัมปะนี ลิมิเตด</b><br>ถนนแมทเธอร์สัน อาคารไทมส์แควร์ ตึก 2 ชั้น 31<br>คอสเวย์เบย์ เขตปทุมธานีพิเศษฮ่องกง<br>โทรศัพท์ : (852) 3188 8333<br>โทรสาร : (852) 3188 8222                 | บริษัทลงทุน                      | 41,000,000<br>เหรียญฮ่องกง    | สามัญ      | 41,000,000                    | 1<br>เหรียญฮ่องกง | 41,000,000<br>เหรียญฮ่องกง    | 30,750,000             | 75                               |
| <b>ไทยคอร์ป อินเทอร์เน็ตซันแนล (เวียดนาม) คัมปะนี ลิมิเตด</b><br>40 บา ฮูเยน ตวน กวน วาร์ด 6 ดิสทริก 3 โฮจิมินห์ซิตี้<br>ประเทศเวียดนาม<br>โทรศัพท์ : (848) 3811-7777, (848) 3811-9999<br>โทรสาร : (848) 3811-7816 | ตัวแทนจำหน่าย                    | 54,000,000,000<br>เวียดนามดอง | -          | -                             | -                 | 5,400,000,000<br>เวียดนามดอง  | -                      | 75                               |
| <b>บีเจไอเอ็มเค คัมปะนี ลิมิเตด</b><br>1 ถนนแมทเธอร์สัน อาคารไทมส์แควร์ ตึก 2 ชั้น 31<br>คอสเวย์เบย์ เขตปทุมธานีพิเศษฮ่องกง<br>โทรศัพท์ : (852) 3188 8333<br>โทรสาร : (852) 3188 8222                              | ตัวแทนจำหน่าย                    | 5,110,000<br>เหรียญฮ่องกง     | สามัญ      | 5,110,000                     | 1<br>เหรียญฮ่องกง | 5,110,000<br>เหรียญฮ่องกง     | 3,832,500              | 75                               |
| <b>อิจิบัง ฟู้ดส์ คัมปะนี ลิมิเตด</b><br>ล๊อต 5-4 ถนน เอ็ม 14 เขตอุตสาหกรรมตัน บินห์ ย่านบิน ฮึง<br>ฮวา เขตบินห์ ทัน โฮจิมินห์ ประเทศเวียดนาม  | ผลิตผลิตภัณฑ์ซึ่งทำจากถั่วเหลือง | 30,000,000,000<br>เวียดนามดอง | -          | -                             | -                 | 30,000,000,000<br>เวียดนามดอง | -                      | 75                               |

รับรองความถูกต้อง

นางกมลวรรณ ศิวรักษ์  
ผู้รับมอบอำนาจ

ส่วนที่ 1 หน้า 72 / 93

| ชื่อบริษัท   | ประเภทธุรกิจ                 | ทุนจดทะเบียน                   | ประเภทหุ้น | จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย (หุ้น) | มูลค่าหุ้นละ          | ทุนชำระแล้ว                    | จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น) | สัดส่วนการถือหุ้น/ลงทุน (ร้อยละ) |
|--|------------------------------|--------------------------------|------------|-------------------------------|-----------------------|--------------------------------|------------------------|----------------------------------|
| <b>บริษัทย่อย</b>  |                              |                                |            |                               |                       |                                |                        |                                  |
| <b>ไทอัน เวียดนาม จอยท์ สต็อก คัมปะนี</b><br>ห้อง 1803 อาคารซานอย เซ็นเตอร์ ออฟฟิศ 44บี ลี ทวง เคียด ยานตรัน อีง ดาว เขตฮวน เคียม ซานอย ประเทศเวียดนาม   | บริษัทลงทุน                  | 600,000,000,000<br>เวียดนามดอง | สามัญ      | 60,000,000                    | 10,000<br>เวียดนามดอง | 600,000,000,000<br>เวียดนามดอง | 39,000,000             | 65                               |
| <b>ภูไท กรุ๊ป จอยท์ สต็อก คัมปะนี</b><br>ห้อง 1801 อาคารซานอย เซ็นเตอร์ ออฟฟิศ 44บี ลี ทวง เคียด ยานตรัน อีง ดาว เขตฮวน เคียม ซานอย ประเทศเวียดนาม<br>โทรศัพท์ : (84) 5659099<br>โทรสาร : (84) 5659088                             | จำหน่ายสินค้าอุปโภคและบริโภค | 366,265,340,000<br>เวียดนามดอง | สามัญ      | 36,626,534                    | 10,000<br>เวียดนามดอง | 366,265,340,000<br>เวียดนามดอง | 23,642,428             | 64.55                            |
| <b>ภูไท เทเลคอมมูนิเคชั่น จอยท์ สต็อก คัมปะนี</b><br>ห้อง 18-01 อาคารซานอย เซ็นเตอร์ ออฟฟิศ 44บี ลี ทวง เคียด ยานตรัน อีง ดาว เขตฮวน เคียม ซานอย ประเทศเวียดนาม<br>โทรศัพท์ : (84) 5659099<br>โทรสาร : (84) 5659088                | จำหน่ายสินค้าอุปโภคและบริโภค | 50,000,000,000<br>เวียดนามดอง  | สามัญ      | 5,000,000                     | 10,000<br>เวียดนามดอง | 50,000,000,000<br>เวียดนามดอง  | 3,226,000              | 64.52                            |
| <b>ภูไท คอนสตรัคชั่น แอนด์ อินเวสต์เมนต์ จอยท์ สต็อก คัมปะนี</b><br>ห้อง 18-01 อาคารซานอย เซ็นเตอร์ ออฟฟิศ 44บี ลี ทวง เคียด ยานตรัน อีง ดาว เขตฮวน เคียม ซานอย ประเทศเวียดนาม<br>โทรศัพท์ : (84) 5659078<br>โทรสาร : (84) 5659078 | จำหน่ายวัสดุก่อสร้าง         | 10,000,000,000<br>เวียดนามดอง  | สามัญ      | 1,000,000                     | 10,000<br>เวียดนามดอง | 10,000,000,000<br>เวียดนามดอง  | 644,900                | 64.49                            |

| ชื่อบริษัท   | ประเภทธุรกิจ                 | ทุนจดทะเบียน                  | ประเภทหุ้น | จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย (หุ้น) | มูลค่าหุ้นละ          | ทุนชำระแล้ว                   | จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น) | สัดส่วนการถือหุ้น/ลงทุน (ร้อยละ) |
|--|------------------------------|-------------------------------|------------|-------------------------------|-----------------------|-------------------------------|------------------------|----------------------------------|
| <b>บริษัทย่อย</b>  |                              |                               |            |                               |                       |                               |                        |                                  |
| <b>ภูไท ฮานอย เทรดดิ้ง จอยท์ สต็อก คัมปะนี</b><br>บี8-บี10/ดี21 เกา เจย์ เรสลิเดนซ์ แอเรีย ย่านดิดัง เวา เขตเกาเจย์ ฮานอย ประเทศเวียดนาม<br>โทรศัพท์ : +84.437959147 – 149 - 152<br>โทรสาร : +84.437959154 | จำหน่ายสินค้าอุปโภคและบริโภค | 19,000,000,000<br>เวียดนามดอง | สามัญ      | 1,900,000                     | 10,000<br>เวียดนามดอง | 19,000,000,000<br>เวียดนามดอง | 1,225,310              | 64.49                            |
| <b>ภูไท คันทอ ดิสทริบิวชั่น จอยท์ สต็อก คัมปะนี</b><br>132ดี ตรัน ควง เดอ ย่านอัน ทอย เขตบิน ทูย เกิน เทอ ประเทศเวียดนาม   | จำหน่ายสินค้าอุปโภคและบริโภค | 15,000,000,000<br>เวียดนามดอง | สามัญ      | 1,500,000                     | 10,000<br>เวียดนามดอง | 15,000,000,000<br>เวียดนามดอง | 967,350                | 64.49                            |
| <b>ภูไท ฟู้ดส์ เวียดนาม คัมปะนี ลิมิเตด</b><br>43อาร์/27 โฮ วาน เฮือ ย่าน 9 เขตภูววน โฮจิมินห์ ประเทศเวียดนาม  | จำหน่ายสินค้าอุปโภคและบริโภค | 87,300,000,000<br>เวียดนามดอง | -          | -                             | -                     | 87,300,000,000<br>เวียดนามดอง | -                      | 64.55                            |
| <b>ภูไท ฟู้ดส์ เซ็นทรัล เวียดนาม วัน เมมเบอร์ คัมปะนี ลิมิเตด</b><br>34 เหวียน ฮู โท ย่านฮัว ทวน เท เขตไฮ เซา ดานัง ประเทศเวียดนาม   | จำหน่ายสินค้าอุปโภคและบริโภค | 5,000,000,000<br>เวียดนามดอง  | -          | -                             | -                     | 5,000,000,000<br>เวียดนามดอง  | -                      | 64.55                            |

| ชื่อบริษัท   | ประเภทธุรกิจ                 | ทุนจดทะเบียน                   | ประเภทหุ้น | จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย (หุ้น) | มูลค่าหุ้นละ          | ทุนชำระแล้ว                    | จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น) | สัดส่วนการถือหุ้น/ลงทุน (ร้อยละ) |
|--|------------------------------|--------------------------------|------------|-------------------------------|-----------------------|--------------------------------|------------------------|----------------------------------|
| <b>บริษัทย่อย</b>  |                              |                                |            |                               |                       |                                |                        |                                  |
| <b>ภูไท ฟู้ดส์ นอร์ธ คัมปะนี ลิมิเต็ด</b><br>ตรอก 62 180 เอ/3 ถนนเหวียน ลวง บาง ย่านควง ตรัง<br>เขตคง ดา ฮานอย ประเทศเวียดนาม<br>โทรศัพท์ : 04.37833638, 04.37833639<br>โทรสาร : 04.37833637               | จำหน่ายสินค้าอุปโภคและบริโภค | 60,000,000,000<br>เวียดนามดอง  | -          | -                             | -                     | 60,000,000,000<br>เวียดนามดอง  | -                      | 64.55                            |
| <b>พีที ฟู้ด ดิสทริบิวชั่น จอยท์ สต็อก คัมปะนี</b><br>352 ใจ ฟง ย่านฟง เลียด เขตทาน ฮวน ฮานอย<br>ประเทศเวียดนาม<br>โทรศัพท์ : 04.2407594   | จำหน่ายสินค้าอุปโภคและบริโภค | 10,000,000,000<br>เวียดนามดอง  | สามัญ      | 1,000,000                     | 10,000<br>เวียดนามดอง | 10,000,000,000<br>เวียดนามดอง  | 516,100                | 51.61                            |
| <b>วัน ฟู เอ็กซ์พอร์ต อิมพอร์ต เทรดิง แมนูแฟคเจอร์ริง คัมปะนี ลิมิเต็ด</b><br>เขตอุตสาหกรรมโฮ ชาน ย่านโฮ ชาน แบค เขตเลี่ยน ชือ ดานัง<br>ประเทศเวียดนาม<br>โทรศัพท์ : 0511.3821579<br>โทรสาร : 0511.3614883 | บริการด้านคลังสินค้า         | 1,900,000,000<br>เวียดนามดอง   | -          | -                             | -                     | 1,900,000,000<br>เวียดนามดอง   | -                      | 64.55                            |
| <b>ไทอัน เวียดนาม เทรดิง คัมปะนี ลิมิเต็ด</b><br>69 เหวียน คัก งู ย่านโค เกียง เขต 1 โฮจิมินห์<br>ประเทศเวียดนาม   | ค้าปลีก                      | 187,125,675,000<br>เวียดนามดอง | -          | -                             | -                     | 187,125,675,000<br>เวียดนามดอง | -                      | 100                              |

| ชื่อบริษัท  | ประเภทธุรกิจ                                    | ทุนจดทะเบียน                 | ประเภทหุ้น | จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย (หุ้น) | มูลค่าหุ้นละ          | ทุนชำระแล้ว                  | จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น) | สัดส่วนการถือหุ้น/ลงทุน (ร้อยละ) |
|---|---|------------------------------|------------|-------------------------------|-----------------------|------------------------------|------------------------|----------------------------------|
| <b>บริษัทย่อย</b>   |   |                              |            |                               |                       |                              |                        |                                  |
| ภูเก็ต โฮจิมินห์ ซิตี้ จอยท์ สต็อก คัมปะนี<br>43อาร์/27 โฮ วาน เอื้อ ย่าน 9 เขตงวน โฮจิมินห์<br>ประเทศเวียดนาม  | จำหน่ายสินค้าอุปโภคและบริโภค                    | 9,000,000,000<br>เวียดนามดอง | สามัญ      | 900,000                       | 10,000<br>เวียดนามดอง | 9,000,000,000<br>เวียดนามดอง | 580,950                | 64.55                            |
| บริษัท บีเจเอช อินเวสเมนต์ จำกัด<br>99 ซอยรู่เบีย ถนนสุขุมวิท 42<br>แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร  | บริษัทลงทุน                                     | 200,000,000<br>บาท           | สามัญ      | 2,000,000                     | 100<br>บาท            | 50,000,000<br>บาท            | 2,000,000              | 100                              |
| บริษัท บีเจซี เฮลท์แคร์ จำกัด<br>99 ซอยรู่เบีย ถนนสุขุมวิท 42<br>แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร<br>โทรศัพท์ : 0 2367 1111, 0 2381 4520<br>โทรสาร : 0 2367 1000, 0 2381 4545 | จำหน่ายเวชภัณฑ์ เครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ | 200,000,000<br>บาท           | สามัญ      | 20,000,000                    | 10<br>บาท             | 200,000,000<br>บาท           | 20,000,000             | 100                              |
| บริษัท บีเจเอช เมดิคอล จำกัด<br>99 ซอยรู่เบีย ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย<br>กรุงเทพมหานคร<br>โทร : 0 2367 1111<br>โทรสาร : 0 2367 1441                                 | จำหน่ายเวชภัณฑ์ เครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ | 10,000,000<br>บาท            | สามัญ      | 1,000,000                     | 10<br>บาท             | 2,575,000<br>บาท             | 1,000,000              | 100                              |

| ชื่อบริษัท  | ประเภทธุรกิจ                                    | ทุนจดทะเบียน   | ประเภทหุ้น          | จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย (หุ้น) | มูลค่าหุ้นละ       | ทุนชำระแล้ว                  | จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น) | สัดส่วนการถือหุ้น/ลงทุน (ร้อยละ) |
|---|---|----------------|---------------------|-------------------------------|--------------------|------------------------------|------------------------|----------------------------------|
| <b>บริษัทย่อย</b>   |   |                |                     |                               |                    |                              |                        |                                  |
| <b>บริษัท คอสมา เมดิคอล จำกัด</b><br>99 ซอยรูเบีย ถนนสุขุมวิท 42<br>แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร<br>โทรศัพท์: 0 2367 1252<br>โทรสาร : 0 2367 1246 | จำหน่ายเวชภัณฑ์ เครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ | 5,000,000 บาท  | สามัญ               | 50,000                        | 100 บาท            | 1,325,000 บาท                | 50,000                 | 100                              |
| <b>บริษัท คอสมา เทรตติ้ง จำกัด</b><br>99 ซอยรูเบีย ถนนสุขุมวิท 42<br>แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร   | จำหน่ายเวชภัณฑ์ เครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ | 5,000,000 บาท  | สามัญ<br>บุริมสิทธิ | 44,900<br>5,100               | 100 บาท<br>100 บาท | 1,490,000 บาท<br>510,000 บาท | 44,900<br>5,100        | 100                              |
| <b>บริษัท มณฑนา จำกัด</b><br>99 ซอยรูเบีย ถนนสุขุมวิท 42<br>แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร<br>โทรศัพท์ : 0 2367 1204                                | จำหน่ายเวชภัณฑ์ เครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ | 500,000 บาท    | สามัญ               | 500                           | 1,000 บาท          | 500,000 บาท                  | 500                    | 100                              |
| <b>บริษัท มณฑนา มาร์เก็ตติ้ง จำกัด</b><br>99 ซอยรูเบีย ถนนสุขุมวิท 42<br>แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร   | จำหน่ายเวชภัณฑ์ และวัสดุการแพทย์                | 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) |
|--|---|----------------------|-------------------------|-------------------------------|------------------------------|--|----------------------------|----------------------------------|
| <b>บริษัทย่อย</b>  |   |                      |                         |                               |                              |  |                            |                                  |
| <b>บริษัท ไทย เดลี เฮลท์แคร์ จำกัด</b><br>99 อาคารเบอร์ลี ภูเก็ต ซอยรูเบีย ถนนสุขุมวิท 42<br>แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร<br>โทรศัพท์ : 0 2367 1111  | จำหน่ายเวชภัณฑ์ เครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์               | 1,185,200,000<br>บาท | สามัญ                   | 11,852,000                    | 100<br>บาท                   | 1,185,200,000<br>บาท                         | 11,852,000                 | 100                              |
| <b>บริษัท ไทย-สแกนดิค สตีล จำกัด</b><br>7 ถนนไอ-ห้า นิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด ตำบลมาบตาพุด<br>อำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง<br>โทรศัพท์ : 0 3868 3066-70<br>โทรสาร : 0 3868 3065                             | ผลิตโครงสร้างเหล็ก<br>ชุบสังกะสี                              | 586,000,000<br>บาท   | สามัญ<br><br>บุริมสิทธิ | 4,560,000<br><br>1,300,000    | 100<br>บาท<br><br>100<br>บาท | 456,000,000<br>บาท<br><br>130,000,000<br>บาท | 4,560,000<br><br>1,300,000 | 100                              |
| <b>บริษัท บีเจซี อินดัสเตรียล แอนด์ เทรดดิ้ง จำกัด</b><br>99 ซอยรูเบีย ถนนสุขุมวิท 42<br>แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร<br>โทรศัพท์ : 0 367 1111, 0 2381 4520<br>โทรสาร : 0 2367 1000, 0 2381 4545 | จำหน่ายผลิตภัณฑ์เทคโนโลยีทางภาพ เครื่องเขียน และวัสดุก่อสร้าง | 250,000,000<br>บาท   | สามัญ                   | 25,000,000                    | 10<br>บาท                    | 250,000,000<br>บาท                           | 25,000,000                 | 100                              |
| <b>บริษัท บีเจซี เพาเวอร์ จำกัด</b><br>(เดิมชื่อ บริษัท บีเจซี ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด)<br>99 ซอยรูเบีย ถนนสุขุมวิท 42<br>แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร  | บริษัทลงทุน   | 55,100,000<br>บาท    | สามัญ                   | 5,510,000                     | 10<br>บาท                    | 55,100,000<br>บาท                            | 5,510,000                  | 100                              |



| ชื่อบริษัท  | ประเภทธุรกิจ  | ทุนจดทะเบียน    | ประเภทหุ้น | จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย (หุ้น) | มูลค่าหุ้นละ | ทุนชำระแล้ว     | จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น) | สัดส่วนการถือหุ้น/ลงทุน (ร้อยละ) |
|---|---|-----------------|------------|-------------------------------|--------------|-----------------|------------------------|----------------------------------|
| <b>บริษัทย่อย</b>   |   |                 |            |                               |              |                 |                        |                                  |
| <b>บริษัท เบอร์ลี ยูคเกอร์ สเปเชียลตี้ จำกัด</b><br>99 ซอยรู่เบีย ถนนสุขุมวิท 42<br>แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร<br>โทรศัพท์ : 0 2367 1111, 0 2381 4520<br>โทรสาร : 0 2381 4548 | จำหน่ายเคมีภัณฑ์  | 63,875,000 บาท  | สามัญ      | 18,250                        | 3,500 บาท    | 63,875,000 บาท  | 18,095                 | 99.15                            |
| <b>บริษัท บีเจซี สเปเชียลตี้ จำกัด</b><br>99 ซอยรู่เบีย ถนนสุขุมวิท 42<br>แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร  | ร้านเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์                              | 200,000,000 บาท | สามัญ      | 2,000,000                     | 100 บาท      | 50,000,000 บาท  | 2,000,000              | 100                              |
| <b>บริษัท ไวท์กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)</b><br>75 ซอยรู่เบีย ถนนสุขุมวิท 42<br>แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร   | นำเข้าและจำหน่ายเคมีภัณฑ์อุตสาหกรรม และให้เช่าอสังหาริมทรัพย์ | 300,000,000 บาท | สามัญ      | 17,850,000                    | 10 บาท       | 178,500,000 บาท | 16,617,043             | 93.09                            |
| <b>บริษัท เอฟ บี (ประเทศไทย) จำกัด</b><br>75 ซอยรู่เบีย ถนนสุขุมวิท 42<br>แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร  | ตัวแทนจำหน่ายตู้ไนรีย และผลิตภัณฑ์สินค้าเคมี                  | 30,000,000 บาท  | สามัญ      | 300,000                       | 100 บาท      | 30,000,000 บาท  | 297,550                | 92.33                            |
| <b>บริษัท เอเซียบูคส์ จำกัด</b><br>99 อาคารเบอร์ลี ยูคเกอร์ ซอยรู่เบีย ถนนสุขุมวิท 42<br>แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร<br>โทรศัพท์ : 0 2715 9000                                 | ผู้ค้าและจำหน่ายหนังสือและนิตยสาร                             | 301,724,000 บาท | สามัญ      | 3,017,240                     | 100 บาท      | 301,724,000 บาท | 3,017,240              | 100                              |



ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ



แบบ 56-1 ประจำปี 2562

| ชื่อบริษัท  | ประเภทธุรกิจ  | ทุนจดทะเบียน   | ประเภทหุ้น | จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย (หุ้น) | มูลค่าหุ้นละ | ทุนชำระแล้ว    | จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น) | สัดส่วนการถือหุ้น/ลงทุน (ร้อยละ) |
|---|---|----------------|------------|-------------------------------|--------------|----------------|------------------------|----------------------------------|
| <b>บริษัทย่อย</b>   |   |                |            |                               |              |                |                        |                                  |
| <b>บริษัท ดิสทรี - ไทย จำกัด</b><br>99 อาคารเบอร์ลี อยุคเกอร์ ซอยรูเบีย ถนนสุขุมวิท 42<br>แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร  | ผู้ค้าและจำหน่ายหนังสือและนิตยสาร                           | 11,000,000 บาท | สามัญ      | 110,000                       | 100 บาท      | 11,000,000 บาท | 110,000                | 100                              |
| <b>บริษัท เบอร์ลี อยุคเกอร์ โลจิสติกส์ จำกัด</b><br>99 ซอยรูเบีย ถนนสุขุมวิท 42<br>แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร<br>โทรศัพท์ : 0 2367 1233-5<br>โทรสาร : 0 2712 2273 | บริการด้านพิธีการออกสินค้า คลังสินค้า ขนส่ง และจัดส่งสินค้า | 50,000,000 บาท | สามัญ      | 500,000                       | 100 บาท      | 50,000,000 บาท | 500,000                | 100                              |
| <b>บริษัท บีเจซี โลจิสติกส์ เวิลด์ จำกัด</b><br>99 ซอยรูเบีย ถนนสุขุมวิท 42<br>แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร   | ให้เช่าคลังสินค้า   | 4,000,000 บาท  | สามัญ      | 400,000                       | 10 บาท       | 4,000,000 บาท  | 400,000                | 100                              |
| <b>บริษัท บีเจซี มูฟ จำกัด</b><br>99 ซอยรูเบีย ถนนสุขุมวิท 42<br>แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร   | บริการด้านขนส่ง และจัดส่งสินค้า                             | 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) |
|---|--|-----------------------|------------|-------------------------------|---------------|-----------------------|------------------------|----------------------------------|
| <b>บริษัทย่อย</b>   |  |                       |            |                               |               |                       |                        |                                  |
| <b>บริษัท บีเจซี คอมเมอร์เชียล จำกัด</b><br>99 ซอยรู่เบีย ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร<br>โทร : 0 2367 1455<br>โทรสาร : 0 2367 1441                        | ค้าส่ง   | 31,000,000 บาท        | สามัญ      | 310,000                       | 100 บาท       | 31,000,000 บาท        | 310,000                | 100                              |
| <b>บริษัท บีเจซี เมก้า มาร์เก็ต จำกัด</b><br>97/11 ชั้นที่ 6 ถนนราชดำริห์ แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร  | บริษัทลงทุน  | 73,100,000 บาท        | สามัญ      | 7,310,000                     | 10 บาท        | 73,100,000 บาท        | 7,310,000              | 100                              |
| <b>บริษัท ตลาดครอบครัว จำกัด</b><br>97/11 ชั้นที่ 6 ถนนราชดำริห์ แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร   | ให้เช่าอสังหาริมทรัพย์                                 | 100,000 บาท           | สามัญ      | 10,000                        | 10 บาท        | 25,000 บาท            | 10,000                 | 100                              |
| <b>บริษัท บีเจซี-เอ็มพีเอส อินเทอร์เน็ตเซ็นแนล จำกัด</b><br>99 ซอยรู่เบีย ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร   | ค้าส่ง และค้าปลีก                                      | 132,600,000 บาท       | สามัญ      | 1,326,000                     | 100 บาท       | 132,600,000 บาท       | 1,326,000              | 100                              |
| <b>บีเจซี-เอ็มพีเอส (ฮ่องกง) คัมปะนี ลิมิเตด</b><br>1 ถนนเมทเทอร์สัน อาคารไทมส์แควร์ ตึก 2 ชั้น 36 คอสเวย์เบย์ เขตปกครองพิเศษฮ่องกง<br>โทรศัพท์ : 3188 8333<br>โทรสาร : 3188 8222 | บริการให้คำปรึกษาด้านการบริหารจัดการแฟรนไชส์ และค้าขาย | 4,300,000 เหรียญสหรัฐ | สามัญ      | 4,300,000                     | 1 เหรียญสหรัฐ | 4,300,000 เหรียญสหรัฐ | 4,300,000              | 100                              |



ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ



แบบ 56-1 ประจำปี 2562

| ชื่อบริษัท   | ประเภทธุรกิจ                      | ทุนจดทะเบียน                            | ประเภทหุ้น              | จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย (หุ้น) | มูลค่าหุ้นละ                  | ทุนชำระแล้ว                                   | จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น)    | สัดส่วนการถือหุ้น/ลงทุน (ร้อยละ) |
|--|-----------------------------------|---|-------------------------|-------------------------------|-------------------------------|---|---------------------------|----------------------------------|
| <b>บริษัทย่อย</b>  |                                   |   |                         |                               |                               |   |                           |                                  |
| <b>บีเจซี อินเตอร์เนชั่นแนล โฮลดิ้ง พีทีอี แอลทีดี</b><br>80 ถนนโรบินสัน #02-00<br>ประเทศสิงคโปร์ 068898   | บริษัทลงทุน                       | 9,999<br>ยูโร<br>200,000<br>เหรียญสหรัฐ | สามัญ                   | 9,999<br><br>200,000          | 1<br>ยูโร<br>1<br>เหรียญสหรัฐ | 9,999<br>ยูโร<br>200,000<br>เหรียญสหรัฐ       | 9,999<br><br>200,000      | 100                              |
| <b>บริษัท บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน)</b><br>97/11 ชั้นที่ 6 ถนนราชดำริห์ แขวงลุมพินี<br>เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร<br>โทรศัพท์ 02-655-0666                                | ธุรกิจค้าปลีก                     | 8,250,000,000<br>บาท                    | สามัญ                   | 825,000,000                   | 10<br>บาท                     | 8,250,000,000                                 | 824,641,836               | 99.96                            |
| <b>บริษัท บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ หัวหิน จำกัด</b><br>(เดิมชื่อ บริษัท ซี ดีสทริบิวชั่น (ประเทศไทย) จำกัด)<br>97/11 ชั้นที่ 6 ถนนราชดำริห์ แขวงลุมพินี<br>เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร | พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์             | 100,000,000<br>บาท                      | สามัญ                   | 1,000,000                     | 100<br>บาท                    | 100,000,000<br>บาท                            | 1,000,000                 | 99.96                            |
| <b>บริษัท พิษณุโลก บิ๊กซี 2015 จำกัด</b><br>97/11 ชั้นที่ 6 ถนนราชดำริห์ แขวงลุมพินี<br>เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร   | ธุรกิจค้าปลีกและลงทุนในบริษัทอื่น | 5,462,000,000<br>บาท                    | สามัญ<br><br>บุริมสิทธิ | 53,793,800<br><br>826,200     | 100<br>บาท<br><br>100<br>บาท  | 5,379,380,000<br>บาท<br><br>82,620,000<br>บาท | 53,793,800<br><br>826,200 | 99.96                            |

| ชื่อบริษัท   | ประเภทธุรกิจ   | ทุนจดทะเบียน          | ประเภทหุ้น          | จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย (หุ้น) | มูลค่าหุ้นละ       | ทุนชำระแล้ว                        | จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น) | สัดส่วนการถือหุ้น/ลงทุน (ร้อยละ) |
|--|--|-----------------------|---------------------|-------------------------------|--------------------|------------------------------------|------------------------|----------------------------------|
| <b>บริษัทย่อย</b>  |  |                       |                     |                               |                    |                                    |                        |                                  |
| <b>บริษัท บิ๊กซี แฟรี่ จำกัด</b><br>97/11 ชั้นที่ 6 ถนนราชดำริห์ แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร                  | ธุรกิจค้าปลีก  | 440,000,000 บาท       | สามัญ<br>บุริมสิทธิ | 1,400,00<br>3,000,000         | 100 บาท<br>100 บาท | 140,000,000 บาท<br>300,000,000 บาท | 1,259,992<br>3,000,000 | 96.78                            |
| <b>บริษัท ซี สมาร์ท โซลูชั่น จำกัด</b><br>97/11 ชั้นที่ 6 ถนนราชดำริห์ แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร            | ธุรกิจการให้บริการข้อมูล                             | 100,000 บาท           | สามัญ               | 10,000                        | 10 บาท             | 25,000 บาท                         | 10,000                 | 99.96                            |
| <b>บริษัท ซี เพย์เมนต์ โซลูชั่น จำกัด</b><br>99 ซอยรุเบีย ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร          | รับชำระสินค้าสินค้าและบริการและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ | 100,000 บาท           | สามัญ               | 1,000                         | 100 บาท            | 100,000 บาท                        | 1,000                  | 99.96                            |
| <b>บริษัท ซี ดิสทริบิวชั่น เอเชีย ฟิทีอี แอลทีดี</b><br>50 ราฟเฟิล เฟลส # 32 – 01 สิงคโปร์แลนด์ทาวเวอร์ ประเทศสิงคโปร์ | บริษัทลงทุน  | 4,500,000 ยูโร        | สามัญ               | 4,500,000                     | 1 ยูโร             | 4,500,000 ยูโร                     | 4,500,000              | 99.96                            |
| <b>บริษัท บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ (ลาว) จำกัด</b><br>บ้านหัดสะบตีใต้ เมืองจันทบุรี นครเวียงจันทน์ ประเทศลาว            | ธุรกิจค้าส่งและค้าปลีก (ยังไม่ได้เริ่มประกอบธุรกิจ)  | 5,000,000 เหรียญสหรัฐ | -                   | -                             | -                  | 5,000,000 เหรียญสหรัฐ              | -                      | 99.96                            |

| ชื่อบริษัท   | ประเภทธุรกิจ   | ทุนจดทะเบียน                  | ประเภทหุ้น          | จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย (หุ้น)   | มูลค่าหุ้นละ           | ทุนชำระแล้ว                                 | จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น)          | สัดส่วนการถือหุ้น/ลงทุน (ร้อยละ) |
|--|--|-------------------------------|---------------------|---------------------------------|------------------------|---|---------------------------------|----------------------------------|
| <b>บริษัทย่อย</b>  |  |                               |                     |                                 |                        |   |                                 |                                  |
| <b>บิกซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ (กัมพูชา) คัมปะนี ลิมิเต็ด</b><br>52 ถนน 598 สันกัต บูลูน กัก 2 เขตตวลโกก พนมเปญ<br>ราชอาณาจักรกัมพูชา   | ธุรกิจค้าส่งและค้าปลีก<br>(ยังไม่ได้เริ่มประกอบธุรกิจ) | 8,000,000,000<br>เรียลกัมพูชา | สามัญ               | 2,000,000                       | 4,000<br>เรียลกัมพูชา  | 8,000,000,000<br>เรียลกัมพูชา               | 2,000,000                       | 99.96                            |
| <b>บริษัท บีเจซี โลจิสติกส์ แอนด์ แวร์เฮาส์ จำกัด</b><br>99 ซอยรุเปีย ถนนสุขุมวิท 42<br>แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร   | บริษัทลงทุน  | 47,035,000,000<br>บาท         | สามัญ               | 4,703,500,000                   | 10<br>บาท              | 47,035,000,000<br>บาท                       | 4,703,500,000                   | 100                              |
| <b>บริษัท บิกซี รีเทล โฮลดิ้ง จำกัด</b><br>(บริษัทนี้ตั้งขึ้นจากการควบบริษัท ระหว่าง<br><b>บริษัท บิกซี รีเทล โฮลดิ้ง จำกัด</b><br>และ บริษัทในกลุ่มบิกซี จำนวน 11 บริษัท)<br>288-288/1-9 ถนนสุขุมวงศ์ แขวงสีพระยา เขตบางรัก<br>กรุงเทพมหานคร                    | บริษัทลงทุน  | 71,665,500,000<br>บาท         | สามัญ<br>บุริมสิทธิ | 7,081,550,000<br><br>85,000,000 | 10<br>บาท<br>10<br>บาท | 70,815,500,000<br>บาท<br>850,000,000<br>บาท | 7,081,550,000<br><br>85,000,000 | 100                              |
| <b>บริษัท บีเจซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด</b><br>(บริษัทนี้ตั้งขึ้นจากการควบบริษัท<br>ระหว่าง บริษัท บีเจซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด<br>และ บริษัท เสาวนีย์ โฮลดิ้งส์ จำกัด)<br>1 อาคารเอ็มไพร์ ทาวเวอร์ ชั้นที่ 54 ถนนสาทรใต้ แขวงยาน<br>นาวา เขตสาทร กรุงเทพมหานคร | บริษัทลงทุน  | 8,220,420,000<br>บาท          | สามัญ<br>บุริมสิทธิ | 821,002,000<br><br>1,040,000    | 10<br>บาท<br>10<br>บาท | 8,210,020,000<br>บาท<br>10,400,000<br>บาท   | 821,002,000<br><br>1,040,000    | 100                              |

| ชื่อบริษัท   | ประเภทธุรกิจ        | ทุนจดทะเบียน         | ประเภทหุ้น | จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย (หุ้น) | มูลค่าหุ้นละ | ทุนชำระแล้ว          | จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น) | สัดส่วนการถือหุ้น/ลงทุน (ร้อยละ) |
|--|---------------------|----------------------|------------|-------------------------------|--------------|----------------------|------------------------|----------------------------------|
| <b>บริษัทย่อย</b>  |                     |                      |            |                               |              |                      |                        |                                  |
| <b>บริษัท บีเจซี ซี ดิสทริบิวชั่น จำกัด</b><br>99 ซอยรู่เบีย ถนนสุขุมวิท 42<br>แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร                | บริษัทลงทุน         | 1,508,000,000<br>บาท | สามัญ      | 150,800,000                   | 10<br>บาท    | 1,129,050,000<br>บาท | 150,800,000            | 99.96                            |
| <b>บริษัท สัมพันธ์กิจ จำกัด</b><br>99 ซอยรู่เบีย ถนนสุขุมวิท 42<br>แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร                            | บริษัทลงทุน         | 100,000<br>บาท       | สามัญ      | 10,000                        | 10<br>บาท    | 100,000<br>บาท       | 10,000                 | 100                              |
| <b>บริษัท บีเจซี บิ๊กซี ดีเวลลอปเม้นท์ เซ็นเตอร์ จำกัด</b><br>99 ซอยรู่เบีย ถนนสุขุมวิท 42<br>แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร | บริการจัดอบรมสัมมนา | 100,000<br>บาท       | สามัญ      | 10,000                        | 10<br>บาท    | 100,000<br>บาท       | 10,000                 | 100                              |
| <b>บริษัท วัฒนทรัพย์พัฒนา 7 จำกัด</b><br>288-288/1-9 ถนนสุรวงศ์ แขวงสีพระยา เขตบางรัก<br>กรุงเทพมหานคร                             | ให้เช่าพื้นที่      | 100,000<br>บาท       | สามัญ      | 10,000                        | 10<br>บาท    | 100,000<br>บาท       | 10,000                 | 100                              |
| <b>บริษัท วัฒนทรัพย์พัฒนา 9 จำกัด</b><br>288-288/1-9 ถนนสุรวงศ์ แขวงสีพระยา เขตบางรัก<br>กรุงเทพมหานคร                             | ให้เช่าพื้นที่      | 100,000<br>บาท       | สามัญ      | 10,000                        | 10<br>บาท    | 100,000<br>บาท       | 10,000                 | 100                              |
| <b>บริษัท บีเจซี คอฟฟี่ โฮลดิ้งส์ จำกัด</b><br>99 ซอยรู่เบีย ถนนสุขุมวิท 42<br>แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร                | บริษัทลงทุน         | 73,100,000<br>บาท    | สามัญ      | 7,310,000                     | 10<br>บาท    | 73,100,000<br>บาท    | 7,310,000              | 100                              |



| ชื่อบริษัท   | ประเภทธุรกิจ   | ทุนจดทะเบียน                  | ประเภทหุ้น | จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย (หุ้น) | มูลค่าหุ้นละ         | ทุนชำระแล้ว                   | จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น) | สัดส่วนการถือหุ้น/ลงทุน (ร้อยละ) |
|--|--|-------------------------------|------------|-------------------------------|----------------------|-------------------------------|------------------------|----------------------------------|
| <b>บริษัทย่อย</b>  |  |                               |            |                               |                      |                               |                        |                                  |
| <b>บีเจซี อินเตอร์เนชั่นแนล คัมปะนี ลิมิเต็ด</b><br>1 ถนนเมทเธอร์สัน อาคารไทมส์แควร์ ดึก 2 ชั้น 31<br>คอสเวย์เบย์ เขตปกครองพิเศษฮ่องกง<br>โทรศัพท์ : (852) 3188 8333<br>โทรสาร : (852) 3188 8222 | ตัวแทนจำหน่าย  | 1,446,686,102<br>เหรียญฮ่องกง | สามัญ      | 1,446,686,102                 | 1<br>เหรียญฮ่องกง    | 1,446,686,102<br>เหรียญฮ่องกง | 1,446,686,102          | 100                              |
| <b>บีเจซี (ฮ่องกง) คัมปะนี ลิมิเต็ด</b><br>1 ถนนเมทเธอร์สัน อาคารไทมส์แควร์ ดึก 2 ชั้น 31<br>คอสเวย์เบย์ เขตปกครองพิเศษฮ่องกง  | บริษัทบริหารการเงิน  | 401,400,000<br>เหรียญฮ่องกง   | สามัญ      | 401,400,000                   | 1<br>เหรียญฮ่องกง    | 401,400,000<br>เหรียญฮ่องกง   | 401,400,000            | 100                              |
| <b>บีเจซี แบรินด์ ลิมิเต็ด</b><br>1 ถนนเมทเธอร์สัน อาคารไทมส์แควร์ ดึก 2 ชั้น 31<br>คอสเวย์เบย์ เขตปกครองพิเศษฮ่องกง   | บริการด้านการบริหารจัดการ<br>เครื่องหมายการค้า                       | 100,000<br>บาท                | สามัญ      | 100                           | 1,000                | 100,000<br>บาท                | 100                    | 100                              |
| <b>บีเจซี อินเตอร์เนชั่นแนล (เมียนมา) คัมปะนี ลิมิเต็ด</b><br>132/142 ไวท์คลาวด์ คอนโด ถนนเทียนบุญ เมืองโบตาตวง<br>ย่างกุ้ง สหภาพเมียนมา   | บริการให้คำปรึกษาด้านการ<br>วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์และการ<br>รวบรวมข้อมูล | 50,000<br>เหรียญสหรัฐ         | สามัญ      | 50                            | 1,000<br>เหรียญสหรัฐ | 50,000<br>เหรียญสหรัฐ         | 50                     | 100                              |

| ชื่อบริษัท   | ประเภทธุรกิจ  | ทุนจดทะเบียน               | ประเภทหุ้น | จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย (หุ้น) | มูลค่าหุ้นละ      | ทุนชำระแล้ว                | จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น) | สัดส่วนการถือหุ้น/ลงทุน (ร้อยละ) |
|--|---|----------------------------|------------|-------------------------------|-------------------|----------------------------|------------------------|----------------------------------|
| <b>กิจการร่วมค้า</b>   |   |                            |            |                               |                   |                            |                        |                                  |
| <b>บีเจซี โอ-โอ กลาสส์ ฟิทีอี แอลทีดี</b><br>80 ถนนโรบินสัน #02-00<br>068898 ประเทศสิงคโปร์                              | บริษัทลงทุน   | 245,826,002<br>เหรียญสหรัฐ | สามัญ      | 154,450,002                   | 1<br>เหรียญสหรัฐ  | 154,450,002<br>เหรียญสหรัฐ | 77,225,001             | 50                               |
|  |   |                            | บุริมสิทธิ | 91,376,000                    | 1<br>เหรียญสหรัฐ  | 91,376,000<br>เหรียญสหรัฐ  | 18,088,000             |                                  |
| <b>บริษัท บิ๊กซี เซอร์วิสเชส จำกัด</b><br>97/11 ชั้นที่ 6 ถนนราชดำริห์ แขวงลุมพินี<br>เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร           | สนับสนุนการให้บริการธุรกิจ<br>ประกันชีวิตและประกัน<br>วินาศภัย          | 100,000,000<br>บาท         | สามัญ      | 10,000,000                    | 10<br>บาท         | 100,000,000<br>บาท         | 5,100,000              | 51                               |
| <b>บริษัท บิ๊กซี อินซัวรันส์ โบรคเกอร์ จำกัด</b><br>97/11 ชั้นที่ 6 ถนนราชดำริห์ แขวงลุมพินี<br>เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร | ธุรกิจนายหน้าประกันภัย  | 80,000,000<br>บาท          | สามัญ      | 8,000,000                     | 10<br>บาท         | 71,032,000<br>บาท          | 8,000,000              | 51                               |
| <b>บีเจซี-เอ็มไอบี คัมปะนี ลิมิเต็ด</b><br>132/142 ไร่คลองลาด คอนโด ถนนเทียนบุญ เมืองไผ่ตง<br>ย่างกุ้ง สหภาพเมียนมา      | จำหน่ายเครื่องมือและ<br>อุปกรณ์ทางการแพทย์<br>และให้บริการที่เกี่ยวข้อง | 170,000<br>เหรียญสหรัฐ     | สามัญ      | 17,000                        | 10<br>เหรียญสหรัฐ | 170,000<br>เหรียญสหรัฐ     | 8,670                  | 51                               |

| ชื่อบริษัท  | ประเภทธุรกิจ   | ทุนจดทะเบียน    | ประเภทหุ้น | จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย (หุ้น) | มูลค่าหุ้นละ | ทุนชำระแล้ว     | จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น) | สัดส่วนการถือหุ้น/ลงทุน (ร้อยละ) |
|---|--|-----------------|------------|-------------------------------|--------------|-----------------|------------------------|----------------------------------|
| <b>กิจการร่วมค้า</b>  |  |                 |            |                               |              |                 |                        |                                  |
| <b>บริษัท บีเจซี แอนด์ ซีเอฟ (ประเทศไทย) จำกัด</b><br>99 ซอยรุบैया ถนนสุขุมวิท 42<br>แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร                                     | จัดหาและจำหน่ายเภสัชภัณฑ์ เครื่องสำอาง อาหารเสริม สินค้าอุปโภค | 30,000,000 บาท  | สามัญ      | 3,000,000                     | 10 บาท       | 15,000,000      | 1,530,000              | 51                               |
| <b>บริษัท เบอร์ลีเอเซียติก โซดา จำกัด</b><br>75 ซอยรุบैया ถนนสุขุมวิท 42<br>แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร<br>โทร : 0 2367 1601<br>โทรสาร : 0 2381 5102 | นำเข้าและจำหน่ายผลิตภัณฑ์โซดาแอช                               | 40,000,000 บาท  | สามัญ      | 6,400,000                     | 6.25 บาท     | 40,000,000 บาท  | 3,200,000              | 50                               |
| <b>บริษัท เบอร์ลี ไดนาพลัส จำกัด</b><br>2525 ถนนพระราม 4 แขวงคลองเตย<br>เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร<br>โทรศัพท์ : 0 2381 5088<br>โทรสาร : 0 2381 5788            | ผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกแข็ง                                      | 303,933,400 บาท | สามัญ      | 3,039,334                     | 100 บาท      | 303,933,400 บาท | 1,489,274              | 49                               |
| <b>บริษัท บี เจ ซี มารีน รีซอสเซส ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด</b><br>99 ซอยรุบैया ถนนสุขุมวิท 42<br>แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร                             | ให้เช่าบ่อเลี้ยงกุ้งและอุปกรณ์                                 | 100,000,000 บาท | สามัญ      | 100,000                       | 1,000 บาท    | 94,400,000 บาท  | 50,000                 | 50                               |



ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ



แบบ 56-1 ประจำปี 2562

| ชื่อบริษัท  | ประเภทธุรกิจ       | ทุนจดทะเบียน                   | ประเภทหุ้น | จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย (หุ้น) | มูลค่าหุ้นละ | ทุนชำระแล้ว                    | จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น) | สัดส่วนการถือหุ้น/ลงทุน (ร้อยละ) |
|---|--------------------|--------------------------------|------------|-------------------------------|--------------|--------------------------------|------------------------|----------------------------------|
| <b>กิจการร่วมค้า</b>  |                    |                                |            |                               |              |                                |                        |                                  |
| <b>มาลาया กลาส โปรดักส์ เอสดีเอ็น บีเอชดี</b><br>72-เอ จาลัน แอมปอย 81200 ยะโฮร์ บารู จังหวัดยะโฮร์<br>ประเทศมาเลเซีย<br>โทรศัพท์: (07) 2371701<br>โทรสาร: (07) 2371705, (07) 2360712 | ผลิตบรรจุภัณฑ์แก้ว | 100,000,000<br>ริงกิต          | สามัญ      | 55,000,000                    | 1<br>ริงกิต  | 55,000,000<br>ริงกิต           | 27,500,000             | 50                               |
|   |                    |                                | บุริมสิทธิ | 172,225<br>ริงกิต             | 1<br>ริงกิต  | 172,225<br>ริงกิต              | 86,112                 |                                  |
| <b>มาลาया เวียดนาม กลาส ลิมิเต็ด</b><br>เขตอุตสาหกรรม มี ส่วน เขตตันบิ่น<br>จังหวัดบา เรีย หุง เต่า ประเทศเวียดนาม<br>โทรศัพท์: (84.4) 39404147<br>โทรสาร: (84.4) 39404294            | ผลิตบรรจุภัณฑ์แก้ว | 772,800,000,000<br>เวียดนามดอง | -          | -                             | -            | 322,209,160,000<br>เวียดนามดอง | -                      | 35                               |



ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ



แบบ 56-1 ประจำปี 2562

| ชื่อบริษัท  | ประเภทธุรกิจ                                | ทุนจดทะเบียน       | ประเภทหุ้น | จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย (หุ้น) | มูลค่าหุ้นละ | ทุนชำระแล้ว        | จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น) | สัดส่วนการถือหุ้น/ลงทุน (ร้อยละ) |
|---|---|--------------------|------------|-------------------------------|--------------|--------------------|------------------------|----------------------------------|
| บริษัทรวม   |   |                    |            |                               |              |                    |                        |                                  |
| บริษัท แก้วกรุงไทย จำกัด<br>8 หมู่ที่ 2 ถนนพหลโยธิน ตำบลลำไทร อำเภอบางบาล<br>จังหวัดพระนครศรีอยุธยา<br>โทรศัพท์ : 0 3528 7101-4<br>โทรสาร : 0 3528 7235 | จำหน่ายเศษแก้ว<br>พลาสติกและวัสดุที่ใช้แล้ว | 320,000,000<br>บาท | สามัญ      | 3,200,000                     | 100<br>บาท   | 320,000,000<br>บาท | 800,000                | 25                               |

| ชื่อบริษัท   | ประเภทธุรกิจ  | ทุนจดทะเบียน             | ประเภทหุ้น | จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย (หุ้น) | มูลค่าหุ้นละ         | ทุนชำระแล้ว            | จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น) | สัดส่วนการถือหุ้น/ลงทุน (ร้อยละ) |
|--|---------------|--------------------------|------------|-------------------------------|----------------------|------------------------|------------------------|----------------------------------|
| <b>บริษัทที่หยุดดำเนินงาน</b>  |               |                          |            |                               |                      |                        |                        |                                  |
| <b>เบอร์ลี ยุคเกอร์ (เมียนมา) ลิมิเต็ด</b><br>39 (ปี) ทาว วัน สตรีท ดาก่อน ทาวน์ชิป ย่างกุ้ง<br>สหภาพเมียนมา<br>โทรศัพท์ : 951 226 658<br>โทรสาร : 951 221 598<br><u>สำนักงานกรุงเทพมหานคร</u><br>โทรศัพท์ : 0 2367 1029<br>โทรสาร : 0 2712 2241 | หยุดดำเนินการ | 1,000,000<br>จ๊าดเมียนมา | สามัญ      | 615                           | 1,000<br>จ๊าดเมียนมา | 615,000<br>จ๊าดเมียนมา | 615                    | 100                              |
| <b>บริษัท หินอ่อนและศิลา จำกัด</b><br>99 ซอยรูเบีย ถนนสุขุมวิท 42<br>แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร<br>โทรศัพท์ : 0 2391 7331-4<br>โทรสาร : 0 2391 7330  | หยุดดำเนินการ | 99,800,000<br>บาท        | สามัญ      | 998,000                       | 100<br>บาท           | 99,800,000<br>บาท      | 998,000                | 100                              |
| <b>บริษัท ซีมาร์ท (ประเทศไทย) จำกัด</b><br>97/11 ชั้นที่ 6 ถนนราชดำริห์ แขวงลุมพินี<br>เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร  | หยุดดำเนินการ | 1,000,000<br>บาท         | สามัญ      | 100,000                       | 100<br>บาท           | 1,000,000<br>บาท       | 99,999                 | 99.96                            |
| <b>รูเบีย อินเวสต์เม้นท์ส ลิมิเต็ด</b><br>หมู่เกาะบริติช เวอร์จิน  | บริษัทลงทุน   | 30,000,000<br>บาท        | สามัญ      | 30,000                        | 1,000<br>บาท         | 30,000,000<br>บาท      | 30,000                 | 100                              |

## 6.1.3 ข้อมูลของบุคคลอ้างอิง

## นายทะเบียนหุ้นของบริษัท

บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด

เลขที่ 93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง

เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร 10110

โทรศัพท์: 0 2009 9000

โทรสาร: 0 0 2009 9991

## ผู้สอบบัญชี

บริษัท ดีลอยท์ ทูช ไร้มัทส์ ไชยยศ สอบบัญชี จำกัด

เลขที่ 11/1 ชั้น 23 - 27 อาคาร เอไอเอ สารทาวเวอร์ ชั้น 25

ถนนสาทรใต้ แขวงยานนาวา เขตสาทร กรุงเทพมหานคร 10120

โทรศัพท์: 0 2034 0000

โทรสาร: 0 2034 0100

## ที่ปรึกษากฎหมาย

บริษัท วีระวงศ์ ชินวัฒน์ และพาร์ทเนอร์ส จำกัด

เลขที่ 540 อาคารเมอร์คิวรี 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 กรุงเทพมหานคร 10500

โทรศัพท์: 02-230-1477-8

โทรสาร: 02-626-4545-6

## 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 พารibas  
ธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน)  
ธนาคารฮ่องกงและเซี่ยงไฮ้แบงกิงคอร์ปอเรชั่น จำกัด  
ธนาคารดอยซ์แบงก์  
ธนาคารมิซูโฮ จำกัด  
ธนาคารซุมิตโม มิทซุย แบงกิง คอร์ปอเรชั่น  
ธนาคารออมสิน  
ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย  
ธนาคาร ซีไอเอ็มบี ไทย จำกัด (มหาชน)  
ธนาคาร ซุมิตโม มิทซุย ทรัสต์ (ไทย) จำกัด (มหาชน)  
ธนาคารโอเวอร์ซี-ไชนีส แบงกิง คอร์ปอเรชั่น จำกัด  
ธนาคารเอเอ็นแซด (ไทย) จำกัด (มหาชน)

## 6.2 ข้อมูลสำคัญอื่น

- ไม่มี -