



บริษัท เบอร์ลี ยูคเกอร์ จำกัด (มหาชน)

13 สิงหาคม 2569

เรียน กรรมการและผู้จัดการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

เรื่อง คำอธิบายและบทวิเคราะห์ของฝ่ายบริหาร สำหรับผลประกอบการไตรมาส 2 และงวดหกเดือน ประจำปี 2569

ผลประกอบการไตรมาส 2 ปี 2569 และงวดหกเดือนประจำปี 2569 ของบริษัท เบอร์ลี ยูคเกอร์ จำกัด (มหาชน)

ในไตรมาสที่ 2 ปี 2569 บริษัทมีผลการดำเนินงานด้านกำไรที่เติบโตอย่างแข็งแกร่ง แม้ภาวะเศรษฐกิจมหภาคยังคงอ่อนตัวและการบริโภคสินค้า Non-Food ในประเทศไทยยังคงซบเซา รายได้จากการขายและการให้บริการเพิ่มขึ้น 2.6% YoY โดยมีปัจจัยหลักจากการเติบโตที่แข็งแกร่งของกลุ่มสินค้าและบริการทางบรรจุภัณฑ์ ขณะที่ความสามารถในการทำกำไรของกลุ่มบริษัทปรับตัวดีขึ้น จากการขยายตัวของอัตรากำไร การปรับโครงสร้างผลิตภัณฑ์ (product mix) ที่เอื้อต่อความสามารถในการทำกำไรมากขึ้น การเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน และการฟื้นตัวของรายได้ค่าเช่าและค่าบริการ

กำไรสุทธิจากการดำเนินงานปกติส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นบริษัท (Normalized Net Profit) เพิ่มขึ้น 12.8% YoY เป็น 1,228 ล้านบาท สะท้อนถึงการปรับตัวดีขึ้นอย่างแข็งแกร่งของผลการดำเนินงานพื้นฐาน และความแข็งแกร่งของพอร์ตธุรกิจที่มีความหลากหลาย ขณะที่กำไรสุทธิส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นบริษัทตามงบการเงินเพิ่มขึ้น 191.1% YoY เป็น 2,882 ล้านบาท โดยได้รับแรงสนับสนุนเพิ่มเติมจากกำไรจากการจำหน่ายสินทรัพย์ที่ไม่ได้ใช้ในการประกอบธุรกิจและ/หรือไม่ได้สร้างผลกำไรในระหว่างไตรมาส

รายได้

บริษัทรายงานรายได้รวมในไตรมาส 2/69 เท่ากับ 49,021 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 6.8% YoY ขณะที่รายได้จากการขายและการให้บริการเพิ่มขึ้น 2.6% YoY เป็น 43,744 ล้านบาท โดยมีปัจจัยหลักจากการเติบโตที่แข็งแกร่งของกลุ่มสินค้าและบริการทางบรรจุภัณฑ์ ซึ่งได้รับแรงสนับสนุนจากทั้งธุรกิจบรรจุภัณฑ์แก้วและบรรจุภัณฑ์กระป๋อง ผลการดำเนินงานดังกล่าวสะท้อนถึงประโยชน์จากพอร์ตธุรกิจที่มีความหลากหลายของบริษัท โดยความแข็งแกร่งของธุรกิจบรรจุภัณฑ์ช่วยชดเชยความอ่อนตัวของการบริโภคในธุรกิจค้าปลีกภายในประเทศ

รายได้อื่นเพิ่มขึ้น 60.4% YoY เป็น 5,229 ล้านบาท โดยหลักมาจากกำไรจากการจำหน่ายสินทรัพย์ที่ไม่ได้ใช้ในการประกอบธุรกิจและ/หรือไม่ได้สร้างผลกำไร ทั้งนี้ รายได้อื่นจากการดำเนินงานพื้นฐานยังปรับตัวดีขึ้นในระหว่างไตรมาส โดยได้รับแรงสนับสนุนจากการฟื้นตัวของรายได้ค่าเช่าและค่าบริการของบิกซี ซึ่งกลับมาเติบโตเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน จากอัตราการเช่าพื้นที่ (Occupancy rate) ที่เพิ่มขึ้นและอัตราค่าเช่าที่ปรับตัวดีขึ้น

บริษัทรายงานรายได้รวมในงวดหกเดือนปี 2569 เท่ากับ 96,380 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 4.3% YoY โดยได้รับแรงสนับสนุนจากการเติบโตที่แข็งแกร่งของกลุ่มสินค้าและบริการทางบรรจุภัณฑ์ และรายได้อื่นที่เพิ่มขึ้น

ค่าใช้จ่าย

บริษัทรายงานค่าใช้จ่ายรวมในไตรมาส 2/69 เท่ากับ 45,173 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 2.1% YoY โดยหลักมาจากต้นทุนขายที่เพิ่มขึ้นในกลุ่มธุรกิจบรรจุภัณฑ์ตามการเติบโตของรายได้ของกลุ่มธุรกิจดังกล่าว และค่าใช้จ่ายในการขายที่เพิ่มขึ้น

บริษัทรายงานค่าใช้จ่ายรวมในงวดหกเดือนปี 2569 เท่ากับ 90,613 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 2.0% YoY จากปัจจัยเดียวกันกับไตรมาสที่ 2 เป็นหลัก





บริษัท เบอร์ลี ยูคเกอร์ จำกัด (มหาชน)

กำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษีเงินได้ (EBIT)

บริษัทรายงานกำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษีเงินได้ในไตรมาส 2/69 เท่ากับ 5,267 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 72.9% YoY โดยมีปัจจัยหลักจากยอดขายและรายได้อื่นที่เพิ่มขึ้น รวมถึงความสามารถในการทำกำไรที่ปรับตัวดีขึ้น

บริษัทรายงานกำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษีเงินได้ในงวดหกเดือนปี 2569 อยู่ที่ 8,550 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 33.6% YoY จากปัจจัยเดียวกันกับไตรมาสที่ 2 เป็นหลัก

กำไรสุทธิส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นบริษัท

บริษัทรายงานกำไรสุทธิส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นบริษัทในไตรมาส 2/69 เท่ากับ 2,882 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 191.1% YoY โดยได้รับแรงสนับสนุนจากทั้งผลการดำเนินงานพื้นฐานที่ปรับตัวดีขึ้น และกำไรจากการจำหน่ายสินทรัพย์ที่ไม่ได้ใช้ในการประกอบธุรกิจและ/หรือไม่ได้สร้างผลกำไร หากไม่รวมรายการที่ไม่เกิดขึ้นเป็นประจำ กำไรสุทธิจากการดำเนินงานปกติส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นบริษัท (Normalized Net Profit) เพิ่มขึ้น 12.8% YoY เป็น 1,228 ล้านบาท โดยมีปัจจัยหลักจากผลการดำเนินงานที่แข็งแกร่งขึ้นของธุรกิจหลัก โดยเฉพาะกลุ่มสินค้าและบริการทางบรรจุภัณฑ์ ประกอบกับการปรับตัวขึ้นของอัตราค่าเช่าในกลุ่มสินค้าและบริการทางเวชภัณฑ์และเทคนิค และกลุ่มสินค้าและบริการทางการค้าปลีกสมัยใหม่

สำหรับงวดหกเดือนปี 2569 บริษัทมีกำไรสุทธิส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นบริษัทเท่ากับ 3,939 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 89.3% YoY ขณะที่กำไรสุทธิจากการดำเนินงานปกติส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นบริษัท (Normalized Net Profit) เพิ่มขึ้นเป็น 2,408 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 1.1% YoY

รายการหลักในงบกำไรขาดทุนประจำไตรมาส 2 ปี 2569 และงวดหกเดือนประจำปี 2569

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส 2/69	ไตรมาส 1/69	ไตรมาส 2/68	%QoQ	%YoY	งวดหกเดือน ปี 2569	งวดหกเดือน ปี 2568	%YoY
กลุ่มสินค้าและบริการทางบรรจุภัณฑ์	7,452	6,527	5,744	14.2	29.7	13,979	11,443	22.2
กลุ่มสินค้าและบริการทางอุปโภคบริโภค	5,670	5,486	5,638	3.3	0.6	11,156	11,304	(1.3)
กลุ่มสินค้าและบริการทางเวชภัณฑ์และเทคนิค	2,215	2,247	2,289	(1.4)	(3.3)	4,462	4,410	1.2
กลุ่มสินค้าและบริการทางการค้าปลีกสมัยใหม่	28,928	29,867	29,454	(3.1)	(1.8)	58,795	59,924	(1.9)
อื่นๆ	(521)	(557)	(499)	6.9	(4.1)	(1,078)	(1,033)	(4.3)
รายได้จากการขายและให้บริการ	43,744	43,570	42,626	0.4	2.6	87,314	86,048	1.5
รายได้อื่น	5,229	3,680	3,259	42.0	60.4	8,909	6,382	39.6
กำไรจากอัตราแลกเปลี่ยนสุทธิ	48	109	-	(56.0)	100.0	157	-	100.0
รายได้รวม	49,021	47,359	45,885	3.5	6.8	96,380	92,430	4.3
ต้นทุนขายและต้นทุนการให้บริการ	34,922	34,800	34,208	0.3	2.1	69,722	69,023	1.0
กำไรขั้นต้น	8,822	8,770	8,418	0.6	4.8	17,592	17,025	3.3
ค่าใช้จ่ายในการขาย	7,380	6,995	6,978	5.5	5.8	14,375	13,783	4.3
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	1,496	2,313	1,547	(35.4)	(3.3)	3,809	3,130	21.7
ขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนสุทธิ	-	-	135	-	(100.0)	-	127	(100.0)
ส่วนแบ่งกำไร (ขาดทุน) จากบริษัทในเครือ	44	32	29	38.9	52.9	76	31	145.3





บริษัท เบอร์ลี ยุคเกอร์ จำกัด (มหาชน)

กำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษีเงินได้	5,267	3,283	3,046	60.5	72.9	8,550	6,398	33.6
ต้นทุนทางการเงิน	1,375	1,332	1,375	3.2	0.0	2,707	2,745	(1.4)
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้	3,892	1,951	1,671	99.5	132.9	5,843	3,653	59.9
ภาษีเงินได้	645	442	376	45.9	71.5	1,087	860	26.4
กำไรสุทธิสำหรับงวด	3,247	1,509	1,295	115.3	150.7	4,756	2,793	70.3
ส่วนของกำไรที่เป็นของ:								
ผู้ถือหุ้นส่วนน้อย	365	452	305	(18.9)	19.7	817	712	14.7
ผู้ถือหุ้นของบริษัท	2,882	1,057	990	172.5	191.1	3,939	2,081	89.3
รายการพิเศษที่เกิดขึ้นครั้งเดียวหลังสุทธจากภาษีเงินได้นิติบุคคลและผู้ถือหุ้นส่วนน้อย:								
รายการปรับปรุงผลการดำเนินงานของบริษัท TSS	-	-	33	(100.0)	(100.0)	-	235	(100.0)
รายการปรับปรุงจากผลขาดทุนจากการด้อยค่าการปรับโครงสร้างสาขา	-	123	66	(100.0)	(100.0)	123	66	86.4
รายการกำไรจากการจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์ที่ไม่ได้ใช้ในการประกอบธุรกิจและ/หรือไม่ได้สร้างผลกำไร	(1,654)	-	-	100.0	100.0	(1,654)	-	100.0
กำไรสุทธิสำหรับผู้ถือหุ้นของบริษัทหลังรายการพิเศษที่เกิดขึ้นครั้งเดียว	1,228	1,180	1,089	4.1	12.8	2,408	2,382	1.1

อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ	ไตรมาส 2/69	ไตรมาส 1/69	ไตรมาส 2/68	%QoQ	%YoY	งวดหกเดือน ปี 2569	งวดหกเดือน ปี 2568	%YoY
อัตรากำไรขั้นต้นต่อยอดขาย ¹	20.2%	20.1%	19.7%	4 bps	42 bps	20.1%	19.8%	36 bps
อัตรากำไรจ่ายในการขายและบริหารต่อยอดขาย ¹	20.3%	21.4%	20.0%	(108) bps	29 bps	20.8%	19.7%	117 bps
อัตรากำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษีเงินได้ต่อยอดขาย ¹	12.0%	7.5%	7.1%	451 bps	490 bps	9.8%	7.4%	236 bps
อัตรากำไรสุทธิสำหรับผู้ถือหุ้นของบริษัทก่อนรายการพิเศษที่เกิดขึ้นครั้งเดียวต่อยอดขาย ¹	6.6%	2.4%	2.3%	416 bps	426 bps	4.5%	2.4%	209 bps
อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยสุทธิต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า) ²	1.2	1.1	1.1	15 bps	11 bps	1.2	1.1	11 bps

หมายเหตุ: ข้อมูลทางการเงินเปรียบเทียบกับได้มีการปรับปรุงใหม่เพื่อรวมข้อมูลทางการเงินของบริษัท บิ๊กซี รีเทล เวียดนาม จำกัด (เดิมชื่อ บริษัท ทีซีซี แลนด์ อินเตอร์เนชั่นแนล (สิงคโปร์) จำกัด) และ บริษัท เอ็ม เอ็ม เมก้า มาร์เก็ต (เวียดนาม) จำกัด (ยกเว้นอัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยสุทธิต่อส่วนของผู้ถือหุ้น)

¹ ยอดขายไม่รวมรายได้อื่น

² ไม่รวมหนี้สินตามสัญญาเช่า



99 อาคารเบอร์ลี ยุคเกอร์ ซอยรุเปีย ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110 ประเทศไทย

โทรศัพท์ 0 2146 5999 | www.bjc.co.th



บริษัท เบอร์ลี ยุคเกอร์ จำกัด (มหาชน)

สรุปผลประกอบการจำแนกตามกลุ่มธุรกิจ

กลุ่มสินค้าและบริการทางบรรจุภัณฑ์

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส 2/69	ไตรมาส 1/69	ไตรมาส 2/68	%QoQ	%YoY	งวดหกเดือน ปี 2569	งวดหกเดือน ปี 2568	%YoY
รายได้จากการขาย	7,452	6,527	5,744	14.2	29.7	13,979	11,443	22.2
กำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี	1,257	952	950	32.1	32.3	2,209	1,846	19.6
อัตรากำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี (%)	16.9%	14.6%	16.5%	229 bps	33 bps	15.8%	16.1%	(33) bps

ผลประกอบการไตรมาส 2/69

ในไตรมาส 2/69 กลุ่มสินค้าและบริการทางบรรจุภัณฑ์มีรายได้จากการขายเท่ากับ 7,452 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 29.7% YoY จากการเติบโตของทั้งธุรกิจบรรจุภัณฑ์แก้วและธุรกิจบรรจุภัณฑ์กระป๋อง ขณะที่ความสามารถในการทำกำไรปรับตัวดีขึ้น โดยอัตรากำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้น 86 bps YoY อยู่ที่ 23.2% โดยมีปัจจัยหลักจากต้นทุนต่อหน่วยที่ลดลงตาม Economies of Scale จากการผลิตกระป๋องอลูมิเนียมที่เพิ่มขึ้น

กำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษีในไตรมาส 2/69 เท่ากับ 1,257 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 32.3% YoY จากยอดขายและความสามารถในการทำกำไรที่เพิ่มขึ้น ขณะที่อัตรากำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษีเพิ่มขึ้น 33 bps YoY อยู่ที่ 16.9%

ธุรกิจบรรจุภัณฑ์แก้ว

ในไตรมาส 2/69 ธุรกิจบรรจุภัณฑ์แก้วมีรายได้จากการขายเท่ากับ 3,711 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 31.4% YoY การเพิ่มขึ้นดังกล่าวมีสาเหตุหลักมาจากการต้องการสินค้าที่เพิ่มขึ้นจากลูกค้าเดิมและลูกค้าใหม่ และจากรวมผลประกอบการธุรกิจบรรจุภัณฑ์แก้วในต่างประเทศ โดยธุรกิจบรรจุภัณฑ์แก้วคิดเป็นสัดส่วนประมาณ 50% ของรายได้รวมของกลุ่มสินค้าและบริการทางบรรจุภัณฑ์

ธุรกิจบรรจุภัณฑ์กระป๋อง

ในไตรมาส 2/69 ธุรกิจบรรจุภัณฑ์กระป๋องมีรายได้จากการขายเท่ากับ 3,741 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 28.1% YoY จากยอดขายที่เติบโตทั้งในประเทศไทยและประเทศเวียดนาม ซึ่งรวมถึงการฟื้นตัวของรายได้จากธุรกิจกาแฟและการเพิ่มขึ้นของส่วนแบ่งการตลาดอย่างต่อเนื่อง ยอดขายส่งออกที่เพิ่มขึ้น และการได้รับประโยชน์จากกิจกรรมทางการตลาดของลูกค้าที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันฟุตบอลโลก โดยธุรกิจบรรจุภัณฑ์กระป๋องมีสัดส่วนคิดเป็นประมาณ 50% ของรายได้รวมของกลุ่มสินค้าและบริการทางบรรจุภัณฑ์



99 อาคารเบอร์ลี ยุคเกอร์ ซอยสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110 ประเทศไทย

โทรศัพท์ 0 2146 5999 | www.bjc.co.th



บริษัท เบอร์ลี ยุคเกอร์ จำกัด (มหาชน)

กลุ่มสินค้าและบริการทางอุปโภคบริโภค

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส 2/69	ไตรมาส 1/69	ไตรมาส 2/68	%QoQ	%YoY	งวดหกเดือน ปี 2569	งวดหกเดือน ปี 2568	%YoY
รายได้จากการขาย	5,670	5,486	5,638	3.3	0.6	11,156	11,304	(1.3)
กำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี	1,422	487	524	192.1	171.3	1,909	1,019	87.3
อัตรากำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี (%)	25.1%	8.9%	9.3%	1,621 bps	1,579 bps	17.1%	9.0%	810 bps

ผลประกอบการไตรมาส 2/69

ในไตรมาส 2/69 กลุ่มสินค้าและบริการทางอุปโภคบริโภคมีรายได้จากการขายเท่ากับ 5,670 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 0.6% YoY โดยมีปัจจัยหลักจากธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภคซึ่งได้รับแรงสนับสนุนจากยอดขายที่แข็งแกร่งในผลิตภัณฑ์กระดาษเช็ดหน้าใน Mass Market ประกอบกับยอดขายของธุรกิจต่างประเทศที่เติบโต และการเติบโตเล็กน้อยของกลุ่มธุรกิจอาหาร

อัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ 21.1% เพิ่มขึ้น 170 bps YoY เนื่องจากการปรับรูปแบบการดำเนินธุรกิจโลจิสติกส์เป็นบริษัทร่วมทุน (Joint Venture)

กำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษีในไตรมาส 2/69 เท่ากับ 1,422 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 171.3% YoY จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ขณะที่อัตรากำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษี เพิ่มขึ้นมาอยู่ที่ 25.1% โดยมีปัจจัยหลักจากกำไรจากการจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์ที่ไม่ได้ใช้ในการประกอบธุรกิจและ/หรือไม่ได้สร้างผลกำไร และอัตรากำไรขั้นต้นที่ปรับตัวดีขึ้น

กลุ่มธุรกิจอาหาร

กลุ่มธุรกิจอาหารมีรายได้จากการขายเท่ากับ 1,437 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเล็กน้อย 0.6% YoY จากการเติบโตอย่างต่อเนื่องของกลุ่มสินค้า Snack รวมถึงกิจกรรมส่งเสริมการขายผ่านช่องทาง Modern Trade อย่างต่อเนื่อง โดยกลุ่มธุรกิจอาหารมีสัดส่วนประมาณ 25% ของรายได้รวมของกลุ่มสินค้าและบริการทางอุปโภคบริโภค

กลุ่มธุรกิจอุปโภค

กลุ่มธุรกิจอุปโภคมีรายได้จากการขายเท่ากับ 2,676 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 4.3% YoY จากการเติบโตของกลุ่มสินค้า Tissue และกลุ่มสินค้า Personal Care โดยกลุ่มธุรกิจอุปโภคมีสัดส่วนประมาณ 47% ของรายได้รวมของกลุ่มสินค้าและบริการทางอุปโภคบริโภค

กลุ่มธุรกิจต่างประเทศ

กลุ่มธุรกิจต่างประเทศมีรายได้จากการขายเท่ากับ 1,532 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 3.7% YoY โดยกลุ่มธุรกิจต่างประเทศมีสัดส่วนประมาณ 27% ของรายได้รวมของกลุ่มสินค้าและบริการทางอุปโภคบริโภค





บริษัท เบอร์ลี ยูคเกอร์ จำกัด (มหาชน)

กลุ่มสินค้าและบริการทางเวชภัณฑ์และเทคนิค

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส 2/69	ไตรมาส 1/69	ไตรมาส 2/68	%QoQ	%YoY	งวดหกเดือน ปี 2569	งวดหกเดือน ปี 2568	%YoY
รายได้จากการขาย	2,215	2,247	2,289	(1.4)	(3.3)	4,462	4,410	1.2
กำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี	429	411	332	4.7	29.5	840	488	72.2
อัตรากำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี (%)	19.4%	18.3%	14.5%	114 bps	491 bps	18.8%	11.1%	777 bps

ผลประกอบการไตรมาส 2/69

ในไตรมาส 2/69 กลุ่มสินค้าและบริการทางเวชภัณฑ์และเทคนิคมีรายได้จากการขายเท่ากับ 2,215 ล้านบาท ลดลง 3.3% YoY การลดลงดังกล่าวมีสาเหตุหลักจากยอดขายอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่ชะลอตัวลง เนื่องจากฐานสูงในปีก่อนหน้าจากช่วงเวลาการเบิกจ่ายงบประมาณภาครัฐที่แตกต่างกัน ขณะที่กลุ่มธุรกิจเทคนิคมีการเติบโตของยอดขายที่แข็งแกร่ง โดยเฉพาะการเติบโตอย่างต่อเนื่องของธุรกิจ Specialties และ Graphics

อัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ 33.4% เพิ่มขึ้น 189 bps YoY จาก Product mix

กำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษีในไตรมาสที่ 2/69 เท่ากับ 429 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 29.5% YoY จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น และอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษีเพิ่มขึ้น 491 bps อยู่ที่ 19.4%





บริษัท เบอริส ยูคเกอร์ จำกัด (มหาชน)

กลุ่มสินค้าและบริการทางการค้าปลีกสมัยใหม่

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส 2/69	ไตรมาส 1/69	ไตรมาส 2/68	%QoQ	%YoY	งวดหกเดือน ปี 2569	งวดหกเดือน ปี 2568	%YoY
รายได้จากการขาย	28,928	29,867	29,454	(3.1)	(1.8)	58,795	59,924	(1.9)
รายได้รวม	32,241	33,000	32,562	(2.3)	(1.0)	65,241	66,102	(1.3)
กำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี	1,416	1,386	1,280	2.2	10.7	2,802	3,045	(8.0)
อัตรากำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี (%)	4.9%	4.6%	4.3%	26 bps	55 bps	4.8%	5.1%	(32) bps

ผลประกอบการไตรมาส 2/69

ในไตรมาส 2/69 กลุ่มสินค้าและบริการทางการค้าปลีกสมัยใหม่มีรายได้รวมเท่ากับ 32,241 ล้านบาท ลดลง 1.0% YoY ขณะที่รายได้จากการขายอยู่ที่ 28,928 ล้านบาท ลดลง 1.8% YoY โดยมียอดขายสาขาเดิมรวม (SSSG) อยู่ที่ -2.1% สำหรับประเทศไทย ยอดขายยังคงได้รับผลกระทบจากการบริโภคสินค้า Non-Food ที่อ่อนตัว ภาวะราคาสินค้าในกลุ่ม Butchery ที่ลดลงแม้ว่าปริมาณการขายจะเพิ่มขึ้น ยอดขายส่ง (Bulk Sales) ที่ลดลงซึ่งสะท้อนถึงแนวทางของบริษัทในการมุ่งเน้นการขายสินค้าที่มีอัตรากำไรสูงขึ้น รวมถึงผลกระทบจากโครงการไทยช่วยไทยพลัสในเดือนมิถุนายน ขณะที่ธุรกิจในประเทศเวียดนามยังคงมียอดขายสาขาเดิมเติบโตอย่างแข็งแกร่งในระหว่างไตรมาส

ธุรกิจ Town Center ยังคงมีพัฒนาการที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยรายได้ค่าเช่าและค่าบริการกลับมาเติบโตเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน จากอัตราค่าเช่าที่ปรับตัวดีขึ้นและอัตราการเช่าพื้นที่ที่เพิ่มขึ้น โดย Occupancy rate ของ Town Center อยู่ที่ 92.4% ในไตรมาส 2/69 ขณะที่รายได้ค่าเช่าและค่าบริการบนฐาน Like-for-Like เติบโต 3.9% YoY สะท้อนถึงประสิทธิภาพการใช้พื้นที่เช่าที่ปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง

อัตรากำไรขั้นต้นของกลุ่มสินค้าและบริการทางการค้าปลีกสมัยใหม่ในไตรมาส 2/69 ปรับตัวดีขึ้น 31 bps YoY มาอยู่ที่ 18.1% โดยมีปัจจัยหลักจาก Sales mix ที่เอื้อต่อความสามารถในการทำกำไรมากขึ้น

กำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษีในไตรมาส 2/69 เพิ่มขึ้น 10.7% YoY เป็น 1,416 ล้านบาท แม้ว่ารายได้จากการขายปลีกจะอ่อนตัวลง โดยได้รับแรงสนับสนุนจากการขยายตัวของอัตรากำไรขั้นต้น และการปรับตัวขึ้นของรายได้ค่าเช่าและค่าบริการ ส่งผลให้อัตรากำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษีเพิ่มขึ้น 55 bps YoY มาอยู่ที่ 4.9%

จำนวนสาขา (หน่วย: สาขา)	ไตรมาส 2/69	ไตรมาส 2/68
สาขานขนาดใหญ่	208	209
สาขา MMVN	31	29
สาขานขนาดเล็ก	1,551	1,598
สาขาในรูปแบบอื่น	281	302
เครือข่ายร้านค้าโดนใจ	32,697	13,816

กลุ่มสินค้าและบริการทางการค้าปลีกสมัยใหม่ยังคงขยายสาขาอย่างต่อเนื่องในไตรมาส 2/69 โดยได้เปิดบิกซี มาร์เก็ตจำนวน 1 สาขา (ปรับรูปแบบจากบิกซี ฟู้ดเซอร์วิส) บิกซี มินิจำนวน 36 สาขา บิกซี ฮองกงจำนวน 1 สาขา ร้านขายยาเพรียวจำนวน 1 สาขา และร้านหนังสือเอเชียบุ๊คส์จำนวน 1 สาขา รวมทั้งมีการปิดบิกซี ไฮเปอร์มาร์เก็ต ชลบุรี 3 จำนวน 1 สาขา บิกซี มินิจำนวน 12 สาขา บิกซี ฟู้ดเซอร์วิสจำนวน 1 สาขา และร้านขายยาเพรียวจำนวน 1 สาขา ในระหว่างไตรมาส ส่งผลให้เครือข่ายร้านค้าของบริษัทมีร้านค้าไฮเปอร์มาร์เก็ตจำนวน 153 สาขา (รวมบิกซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์จำนวน 1 สาขาในประเทศกัมพูชา และ 1 สาขาในประเทศลาว) ร้านค้าเอ็ม เอ็ม เมก้า มาร์เก็ตในประเทศเวียดนามจำนวน 31 สาขา ร้านค้าซูเปอร์มาร์เก็ตจำนวน 55 สาขา (รวมบิกซี มาร์เก็ตจำนวน 36 สาขา และบิกซี ฟู้ดเพลสจำนวน 17 สาขาในประเทศไทย และ 2 สาขาใน





บริษัท เบอร์ลี ยูคเกอร์ จำกัด (มหาชน)

ประเทศกัมพูชา) ร้านค้าปลีก อ่องกงจำนวน 20 สาขา ร้านค้าปลีก มินิจำนวน 1,551 สาขา (รวมปลีก มินิจำนวน 20 สาขาในประเทศกัมพูชา) ร้านค้าปลีก ดีโปจำนวน 6 สาขา ร้านค้าปลีก ฟูตเซอร์วิสจำนวน 5 สาขา ตลาด Open-air จำนวน 9 สาขา ร้านขายยาเพรียวจำนวน 143 สาขา ร้านกาแฟวาจิจำนวน 21 สาขา ร้านหนังสือเอเชียบุ๊คส์จำนวน 77 สาขา และเครือข่ายร้านค้าโดนใจจำนวน 32,697 สาขา ณ สิ้นเดือนมิถุนายน 2569

งบฐานะการเงิน

งบฐานะการเงิน (หน่วย: ล้านบาท)	30 มิถุนายน 2569	31 ธันวาคม 2568	%Change
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	3,445	4,284	(19.6)
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่น	19,856	19,792	0.3
สินค้าคงเหลือ	23,006	21,724	5.9
สินทรัพย์ของกลุ่มกิจการที่จัดประเภทเป็นสินทรัพย์ที่ถือไว้เพื่อจำหน่าย	5,209	-	100.0
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	1,139	779	46.2
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	52,655	46,579	13.0
เงินลงทุนในบริษัทร่วมและการร่วมค้า	499	2,578	(80.6)
อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ และสินทรัพย์สิทธิการใช้	125,094	129,275	(3.2)
ค่าความนิยม	170,720	169,992	0.4
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	6,054	5,747	5.3
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	302,367	307,592	(1.7)
รวมสินทรัพย์	355,022	354,171	0.2
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	5,066	6,126	(17.3)
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น	42,400	35,662	18.9
เงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงินและหุ้นกู้ที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	34,206	28,071	21.9
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	3,803	4,477	(15.1)
รวมหนี้สินหมุนเวียน	85,475	74,336	15.0
เงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงินและหุ้นกู้	115,347	108,546	6.3
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	30,218	29,661	1.9
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	145,565	138,207	5.3
รวมหนี้สิน	231,040	212,543	8.7
ทุนที่ออกและชำระแล้ว	4,008	4,008	0.0
ส่วนเกินมูลค่าหุ้น	85,926	85,926	0.0
กำไรสะสมที่ยังไม่ได้จัดสรร	33,678	31,182	8.0
องค์ประกอบอื่นของส่วนของผู้ถือหุ้น	370	20,512	(98.2)
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	123,982	141,628	(12.5)
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	355,022	354,171	0.2

หมายเหตุ: ข้อมูลทางการเงินเปรียบเทียบกับได้มีการปรับปรุงใหม่เพื่อรวมข้อมูลทางการเงินของบริษัท บีจีซี รีเทล เวียดนาม จำกัด (เดิมชื่อ บริษัท ทีซีซี แลนด์ อินเตอร์เนชั่นแนล (สิงคโปร์) จำกัด) และ บริษัท เอ็ม เอ็ม แมก้า มาร์เก็ต (เวียดนาม) จำกัด



99 อาคารเบอร์ลี ยูคเกอร์ ซอยรุเปีย ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110 ประเทศไทย

โทรศัพท์ 0 2146 5999 | www.bjc.co.th



บริษัท เบอร์ลี ยุคเกอร์ จำกัด (มหาชน)

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 บริษัทมีสินทรัพย์รวมอยู่ที่ 355,022 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเล็กน้อย 0.2% จากสิ้นปีก่อน โดยมีสาเหตุหลักจากการเพิ่มขึ้นของ (1) สินค้าคงเหลือ และ (2) สินทรัพย์ของกลุ่มกิจการที่จัดประเภทเป็นสินทรัพย์ที่ถือไว้เพื่อจำหน่าย ซึ่งหักลบกับการลดลงของอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน และรายการที่ดิน อาคารและอุปกรณ์

หนี้สินรวมอยู่ที่ 231,040 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.7 จากสิ้นปีก่อน โดยมีสาเหตุหลักจากการเพิ่มขึ้นของ (1) เจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น และ (2) เงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงินและหุ้นกู้

ส่วนของผู้ถือหุ้นรวมอยู่ที่ 123,982 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 12.5 โดยมีสาเหตุหลักจากการลดลงของส่วนของผู้ถือหุ้นเดิมก่อนการรวมธุรกิจภายใต้การควบคุมเดียวกัน ซึ่งเกี่ยวข้องกับการเข้าซื้อธุรกิจเมก้า มาร์เก็ต

การจ่ายเงินปันผล

เมื่อวันที่ 13 สิงหาคม 2569 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทได้มีมติอนุมัติการจ่ายเงินปันผลระหว่างกาลปี 2569 ในอัตราหุ้นละ 0.17 บาทต่อหุ้น โดยเงินปันผลดังกล่าวจะให้แก่ผู้ถือหุ้นที่มีสิทธิตามชื่อปรากฏในทะเบียนผู้ถือหุ้นของบริษัท กำหนดจ่ายเงินปันผลในวันที่ 11 กันยายน 2569

แนวโน้มธุรกิจ

สำหรับแนวโน้มการดำเนินงานในช่วงครึ่งหลังของปี 2569 บริษัทมีความมั่นใจในความสามารถในการรับมือกับสภาวะแวดล้อมทางธุรกิจที่ยังคงมีความท้าทาย แม้ว่าภาวะเศรษฐกิจมหภาคของประเทศไทยยังคงอยู่ในระดับค่อนข้างอ่อนตัว แต่ความกังวลในระยะสั้นจากสถานการณ์ความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ โดยเฉพาะความขัดแย้งในตะวันออกกลาง ได้ผ่อนคลายลงเมื่อเทียบกับช่วงต้นปี นอกจากนี้ ธนาคารแห่งประเทศไทยรายงานว่าการเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวดีขึ้นในเดือนมิถุนายน โดยส่วนหนึ่งได้รับแรงสนับสนุนจากความกังวลต่อความขัดแย้งในตะวันออกกลางที่ลดลง รวมถึงการบริโภคภายในประเทศที่มีสัญญาณปรับตัวดีขึ้น

ขณะเดียวกัน บริษัทยังคงติดตามแรงกดดันด้านต้นทุนที่อาจเกิดขึ้นจากวัตถุดิบ พลังงาน การขนส่ง และต้นทุนการดำเนินงานอื่น ๆ อย่างใกล้ชิด เพื่อบรรเทาผลกระทบดังกล่าว บริษัทดำเนินมาตรการที่หลากหลายในทุกกลุ่มธุรกิจ ได้แก่ การเพิ่มประสิทธิภาพของช่องทางการขายและสัดส่วนผลิตภัณฑ์ การดำเนินกิจกรรมส่งเสริมการขายที่เหมาะสม การบริหารจัดการสินค้าคงคลังอย่างมีประสิทธิภาพ การจัดหาแหล่งวัตถุดิบทางเลือกและการกระจายแหล่งจัดซื้อ การเจรจากับคู่ค้า การปรับสูตรการผลิต ตลอดจนการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานและมาตรการลดต้นทุนอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ มาตรการดังกล่าว รวมถึงกลไกการส่งผ่านต้นทุนตามสัญญาในบางธุรกิจ คาดว่าจะช่วยจำกัดผลกระทบจากความผันผวนของต้นทุนและสนับสนุนความสามารถในการทำกำไรของบริษัท

บริษัทจึงยังคงมุ่งเน้นการเติบโตอย่างมีวินัยและสร้างผลกำไร มากกว่าการมุ่งเน้นการเติบโตของยอดขายเพียงอย่างเดียว โดยบริษัทจะเดินหน้าใช้ประโยชน์จากจุดแข็งของพอร์ตธุรกิจที่มีความหลากหลาย ผ่านโอกาสการเติบโตในกลุ่มธุรกิจบรรจุภัณฑ์ กลุ่มธุรกิจอุปโภคบริโภค กลุ่มธุรกิจเวชภัณฑ์และเทคนิค และกลุ่มธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ ควบคู่กับการควบคุมต้นทุนอย่างเคร่งครัดและการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน





บริษัท เบอร์ลี ยูคเกอร์ จำกัด (มหาชน)

เป้าหมายด้านความยั่งยืนของบริษัท

ภายใต้กลยุทธ์ “การเติบโตอย่างรับผิดชอบพร้อมการสร้างคุณค่าร่วม (Responsible Growth with Purpose)” บริษัทฯ ยังคงมุ่งมั่นบูรณาการความยั่งยืนเข้ากับการดำเนินธุรกิจ ภายใต้กรอบความยั่งยืน B.J.C. ซึ่งประกอบด้วย Better Living, Joint Success และ Caring for Community โดยประเด็นด้านความยั่งยืนที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญครอบคลุมการบริหารจัดการสภาพภูมิอากาศและพลังงาน การลดของเสียและการใช้ทรัพยากรหมุนเวียน การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ การพัฒนาทรัพยากรบุคคล อาชีวอนามัยและความปลอดภัย สิทธิมนุษยชน และการมีส่วนร่วมกับชุมชน ประเด็นเหล่านี้สนับสนุนเป้าหมายระยะยาวของบริษัทฯ ในการสร้างคุณค่าอย่างยั่งยืนให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย ควบคู่กับการสร้างสมดุลระหว่างการเติบโตทางธุรกิจ การดูแลสิ่งแวดล้อม ความรับผิดชอบต่อสังคม และการกำกับดูแลกิจการที่ดี

ในปี 2568 บริษัทฯ มีความคืบหน้าของการดำเนินงานด้านความยั่งยืนที่สำคัญๆ และสามารถวัดผลได้ ดังนี้ ไฟฟ้าจากพลังงานหมุนเวียนคิดเป็นร้อยละ 10 ของการใช้ไฟฟ้าทั้งหมด การปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขต 1 (การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรง) และขอบเขต 2 แบบอิงตามกลไกตลาด (การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมที่มาจากพลังงานที่องค์กรซื้อมาใช้) ลดลงเหลือ 1.16 ล้าน tCO₂e และปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ปล่อยออกมาเมื่อเทียบกับขนาดของกิจกรรมทางธุรกิจ (GHG Intensity) ปรับดีขึ้นเป็น 7.54 tCO₂e ต่อรายได้ 1 ล้านบาท ปริมาณอาหารส่วนเกินและขยะอาหารลดลงเหลือ 14,195 ตัน โดย 3,869 ตันถูกนำไปใช้ประโยชน์ในรูปแบบต่างๆ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้ปลูกต้นไม้เพิ่มอีก จำนวน 57,504 ต้น ครอบคลุมพื้นที่ 338 ไร่

บริษัทฯ มีการประเมินคู่ค้ารายสำคัญจำนวน 741 ราย คิดเป็น 85% ของคู่ค้ารายสำคัญทั้งหมด และสนับสนุนการจัดซื้อสินค้าเกษตรจากแหล่งผลิตในประเทศผ่านบีจีซี มูลค่า 143 ล้านบาท ซึ่งเป็นประโยชน์แก่เกษตรกรมากกว่า 150 รายใน 12 จังหวัด



99 อาคารเบอร์ลี ยูคเกอร์ ซอยรุเปีย ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110 ประเทศไทย

โทรศัพท์ 0 2146 5999 | www.bjc.co.th



บริษัท เบอร์ลี่ ยูเคอร์ จำกัด (มหาชน)

สรุปเป้าหมายและผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนในปี 2568

ประเด็น	คำอธิบาย	เป้าหมาย / วัตถุประสงค์	ผลการดำเนินงานปี 2568
สิ่งแวดล้อม: เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น (Better Living)			
การจัดการพลังงาน	ลดการใช้พลังงานที่ไม่หมุนเวียน และเพิ่มการใช้ไฟฟ้าจากพลังงานหมุนเวียน	ลดการใช้พลังงานที่ไม่หมุนเวียนลง 15%	ลดการใช้พลังงานที่ไม่หมุนเวียนสะสมได้มากกว่า 100,000 MWh เมื่อเทียบกับปีฐาน ควบคู่กับการเพิ่มการใช้ไฟฟ้าจากพลังงานหมุนเวียน โดยไฟฟ้าจากพลังงานหมุนเวียนคิดเป็น 10% ของการใช้ไฟฟ้าทั้งหมด หรือ 134,217 MWh
กลยุทธ์ด้านสภาพภูมิอากาศ	ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและเสริมสร้างความสามารถในการรับมือและปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศผ่านการเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้พลังงาน การใช้พลังงานหมุนเวียน และการปรับปรุงการดำเนินงาน	ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขต 1 และ 2 และสนับสนุนแผนงานระยะยาวในการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ภายในปี 2050	การปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขต 1 และขอบเขต 2 ตามวิธีการคำนวณแบบอิงตามกลไกตลาด อยู่ที่ 1.16 ล้าน tCO ₂ e โดยมีความเข้มข้นของการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 7.54 tCO ₂ e ต่อรายได้ 1 ล้านบาท
การจัดการของเสียและเศรษฐกิจหมุนเวียน	ลดของเสียจากการดำเนินงานและเพิ่มการหมุนเวียนทรัพยากร	ลดการเกิดขยะอาหารลง 15% ลดปริมาณบรรจุภัณฑ์ลง 15%	ปริมาณอาหารส่วนเกินและขยะอาหารลดลงเหลือ 14,195 ตัน สูงกว่าเป้าหมายการลด 15% ของบริษัทฯ โดย 3,869 ตันถูกนำไปใช้ประโยชน์ในรูปแบบต่างๆ โดยไม่นำไปฝังกลบบรรจุภัณฑ์พลาสติกลดลงมากกว่า 5,200 ตัน หรือ 44% จากปีฐาน
ธรรมาภิบาลและเศรษฐกิจ: การเติบโตและก้าวสู่ความสำเร็จร่วมกัน (Joint Success)			
การกำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคม และจริยธรรมทางธุรกิจ	รักษามาตรฐานการกำกับดูแลที่โปร่งใส ความรับผิดชอบต่อสังคมด้าน ESG และแนวปฏิบัติด้านความยั่งยืนที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากล	รักษามาตรฐานด้านความยั่งยืน และการได้รับการยอมรับด้าน ESG จากหน่วยงานผู้เชี่ยวชาญ	BJC ได้รับคะแนนประเมิน เท่ากับ 92/100 จาก S&P Global อยู่ในกลุ่ม Top 1% ของอุตสาหกรรมต่อเนื่อง เป็นปีที่ 4 ได้รับการจัดอันดับ SET ESG Ratings ในระดับ AAA คงอันดับ MSCI ESG Rating ที่ระดับ AA และได้รับ CDP Climate Rating ระดับ A
ความปลอดภัยและคุณภาพของผลิตภัณฑ์	ส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัย เชื่อถือได้ และมีคุณภาพสูง โดยบูรณาการ การประกันคุณภาพ การควบคุมความปลอดภัยด้านอาหาร และการปฏิบัติตามกฎระเบียบตลอดห่วงโซ่อุปทาน	รักษาระบบบริหารจัดการความปลอดภัยและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้สอดคล้องกับกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องและตอบสนองความคาดหวังของลูกค้า	โรงงานผลิตทั้งหมด (100%) ยังคงได้รับการรับรองระบบบริหารคุณภาพและความปลอดภัยด้านอาหาร (เช่น ISO 9001, FSSC 22000/HACCP/GMP ตามความเหมาะสม)
การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ	ประเมินและพัฒนาคู่ค้าเพื่อยกระดับมาตรฐาน ESG และเสริมสร้างความสามารถในการรับมือและปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงและความผันผวนของ Supply Chain	ประเมินคู่ค้ารายสำคัญ และให้การสนับสนุนด้านการพัฒนาคู่ค้าและปรับปรุงการดำเนินงาน	ประเมินคู่ค้ารายสำคัญ 741 ราย คิดเป็น 85% ของคู่ค้ารายสำคัญทั้งหมด โดยมีคู่ค้า 439 ราย ที่ประเมินแล้วว่ามีความสำคัญ (อาจสร้างผลกระทบเชิงลบอย่างมีนัยสำคัญให้กับบริษัทฯ ได้หากไม่มีการวางแผนบริหารจัดการ) โดยบริษัทฯ มีการพัฒนาศักยภาพคู่ค้า 88 ราย เพื่อยกระดับการดำเนินงานและลดความเสี่ยงด้าน ESG ในห่วงโซ่อุปทาน
สังคม: การสร้างคุณค่าให้กับสังคมและชุมชน (Caring for Community)			
สิทธิมนุษยชน ความหลากหลาย และการมีส่วนร่วม	ยึดมั่นในสิทธิมนุษยชน ไม่เลือกปฏิบัติ มีกลไกรับเรื่องร้องเรียน และแนวปฏิบัติในสถานที่ทำงานที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วม	มีการประเมินความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับสิทธิมนุษยชน อย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence: HRDD) และยกระดับแนวปฏิบัติ ด้านแรงงานที่รับผิดชอบต่อทั้งในการดำเนินธุรกิจเองและตลอดห่วงโซ่อุปทาน	ไม่พบรายงานการละเมิดสิทธิมนุษยชน และเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย 100% ได้รับการอบรมเกี่ยวกับนโยบายและขั้นตอนการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับสิทธิมนุษยชน





บริษัท เบอร์ลี่ ยุคเกอร์ จำกัด (มหาชน)

ประเด็น	คำอธิบาย	เป้าหมาย / วัตถุประสงค์	ผลการดำเนินงานปี 2568
การพัฒนาทรัพยากรบุคคล	พัฒนาพนักงานผ่านการเสริมทักษะใหม่ การยกระดับทักษะ การพัฒนาภาวะผู้นำ และจัดให้มีโครงการ/ กิจกรรมที่ ส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีให้กับพนักงาน	พัฒนาบุคลากรให้พร้อมสำหรับอนาคต และส่งเสริม การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง	พนักงานเข้าร่วมการฝึกอบรมเฉลี่ย 127 ชั่วโมงในปี 2568
แนวปฏิบัติด้านแรงงาน	BJC ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการแรงงานอย่างมี ความรับผิดชอบ โดยมุ่งสร้างความเป็นธรรมในการปฏิบัติ ต่อพนักงาน คำนึงถึงสิทธิ ส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดี และ สร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัยและเปิดกว้าง สำหรับทุกคน ทั้งนี้ แนวทางการบริหารจัดการของ BJC ครอบคลุมการพัฒนาพนักงาน อาชีวอนามัยและความ ปลอดภัย ความหลากหลายและการยอมรับความแตกต่าง แรงงานสัมพันธ์ และการบริหารจัดการข้อร้องเรียน	เพื่อสร้างบุคลากรที่มีศักยภาพ มีส่วนร่วม และพร้อม รับมือกับการเปลี่ยนแปลง โดยส่งเสริมโอกาสที่เท่า เทียม ความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน การพัฒนาอย่าง ต่อเนื่อง และการจ้างงานอย่างมีความรับผิดชอบ	ในปี 2568 BJC ยังคงมุ่งเสริมสร้างการพัฒนาศักยภาพ บุคลากรและส่งเสริมสภาพแวดล้อมการทำงานที่เปิด กว้าง มีส่วนร่วม และเกื้อหนุนซึ่งกันและกัน พนักงาน ได้รับการฝึกอบรมเฉลี่ย 127 ชั่วโมงต่อคน โดยมี โครงการส่งเสริมการเรียนรู้และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง อาทิ โครงการ R-U-N (Re skill Up skill New skill) ทั้งนี้ พนักงานหญิงคิดเป็น ร้อยละ 59 ของจำนวน พนักงานทั้งหมด สูงกว่าเป้าหมายของบริษัทที่กำหนดไว้ ที่ร้อยละ 55 นอกจากนี้ BJC ยังให้ความสำคัญกับการส่งเสริมความ เป็นอยู่ที่ดี การมีส่วนร่วม และการยอมรับความ หลากหลายของพนักงาน ควบคู่กับการทำให้พนักงาน สามารถเข้าถึงช่องทางในการร้องเรียน แจ้งเบาะแส และขอคำปรึกษาได้ เพื่อส่งเสริมการสื่อสารอย่างเปิด กว้างและการดำเนินงานด้านแรงงานอย่างมีความ รับผิดชอบ
อาชีวอนามัยและความปลอดภัย	ปกป้องสุขภาพและความปลอดภัยของพนักงาน ผ่านการ บริหารความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพ การยึดมั่นในแนว ปฏิบัติด้านความปลอดภัย และการพัฒนามาตรฐานความ ปลอดภัยในสถานที่ทำงานอย่างต่อเนื่อง	บรรลุเป้าหมายอัตราการเสียชีวิตจากการทำงานเป็น ศูนย์ และลดการบาดเจ็บจากการทำงานและความ เสี่ยงด้านอาชีวอนามัย ผ่านการบริหารความเสี่ยงเชิง รุก การมีส่วนร่วมของพนักงาน และการปรับปรุง กระบวนการทำงานอย่างต่อเนื่อง	รักษาอัตราการเสียชีวิตจากการทำงานเป็นศูนย์ อย่างไร ก็ตามยังมีอัตราการบาดเจ็บจากการทำงานที่ถึงขั้นหยุด งาน (LTIFR) เท่ากับ 1.83 สำหรับพนักงาน และ 0.69 สำหรับผู้รับเหมา ทั้งนี้ บริษัทฯมีการบริหารความเสี่ยง เชิงรุกอย่างต่อเนื่องเพื่อเสริมสร้างความปลอดภัยในการ ทำงานและการป้องกันการบาดเจ็บที่อาจเกิดขึ้นได้

*ตารางข้างต้นเป็นสรุปประเด็นสาระสำคัญของบริษัท สำหรับข้อมูลรายละเอียดเพิ่มเติม สามารถดูได้จาก รายงานความยั่งยืนปี 2568 (Sustainability Report 2025) และ รายงานผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนปี 2568 (Sustainability Performance Report 2025) ที่ เว็บไซต์ด้านความยั่งยืนของ BJC <https://sustainability.bjc.co.th/>

จึงเรียนมาเพื่อทราบ

ขอแสดงความนับถือ

บริษัท เบอร์ลี่ ยุคเกอร์ จำกัด (มหาชน)

ธีรศักดิ์ นาฬิกาญจนลาภ
กรรมการ

ฐาปณี เตชะเจริญวิกุล
กรรมการ



99 อาคารเบอร์ลี่ ยุคเกอร์ ซอยรุเปีย ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110 ประเทศไทย

โทรศัพท์ 0 2146 5999 | www.bjc.co.th