

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 2531 โดยบริษัทในเครือเจริญโภคภัณฑ์ ประกอบธุรกิจหลัก คือ ธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านค้าสะดวกซื้อภายใต้เครื่องหมายการค้า “7-Eleven” ในประเทศไทย โดยบริษัทได้รับสิทธิการใช้เครื่องหมายการค้าดังกล่าวจาก 7-Eleven Inc. สหรัฐอเมริกา และได้เปิดร้านสาขาแรกที่ซอยพัฒนพงษ์ เมื่อปี 2532 นอกจากนี้ยังประกอบธุรกิจต่างๆ ที่เป็นการสนับสนุนธุรกิจหลัก เช่น ธุรกิจให้บริการเป็นตัวแทนรับชำระค่าสินค้าและบริการ (บริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด) ธุรกิจผลิตและจำหน่ายอาหารสำเร็จรูปและเบเกอรี่ (บริษัท ซีพีแรม จำกัด) ธุรกิจจำหน่ายและซ่อมแซมอุปกรณ์ค้าปลีก (บริษัท ซีพี รีเทลลิงค์ จำกัด) ธุรกิจให้บริการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านบัตรสมาร์ทการ์ด (บริษัท ไทยสมาร์ทการ์ด จำกัด) ธุรกิจให้บริการด้านระบบสารสนเทศ (บริษัท โกซอฟท์ (ประเทศไทย) จำกัด) ธุรกิจบริการขนส่งและกระจายสินค้า (บริษัท ไดนามิค แมนเนจเม้นท์ จำกัด) ธุรกิจให้บริการด้านการตลาด (บริษัท เอ็ม เอ เอ็ม ฮาร์ท จำกัด) ธุรกิจวิทยาลัยอาชีวศึกษาด้านค้าปลีก และสถาบันการศึกษาด้านการจัดการ (บริษัท ศึกษาภิวัฒน์ จำกัด) และธุรกิจการจัดฝึกอบรม การจัดการสัมมนาทางวิชาการทางธุรกิจ (บริษัท ปัญญาธรา จำกัด และบริษัท ออลล์ เทรนนิง จำกัด) รวมถึง ธุรกิจจำหน่ายสินค้าผ่านแคตตาล็อกและธุรกิจอีคอมเมิร์ซ (บริษัท ทเวนตีไฟร์ ช้อปปิง จำกัด) เป็นต้น และในปี 2556 บริษัทได้เข้าซื้อกิจการของ บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นธุรกิจศูนย์จำหน่ายสินค้าแบบชำระเงินสดและบริการตนเอง

1.1 นโยบายและทิศทางองค์กร

บริษัทมีแผนกลยุทธ์ในการสร้างการเติบโตและผลกำไรอย่างยั่งยืน สร้างสรรค์สินค้าและบริการที่เพิ่มคุณค่าให้กับลูกค้าและสังคม ผ่านกระบวนการทำงานที่เน้นคุณภาพและความคล่องตัวให้กับองค์กร รวมทั้งสนับสนุนวัฒนธรรมการเรียนรู้และพัฒนาของพนักงาน ด้วยปรัชญาองค์กร วิสัยทัศน์ และพันธกิจ ดังนี้

ปรัชญาองค์กร (Philosophy)

เราปรารถนารอยยิ้มจากลูกค้าด้วยทีมงานที่มีความสุข

วิสัยทัศน์ (Vision)

เราให้บริการความสะดวกกับทุกชุมชน

พันธกิจ (Mission)

มุ่งสร้างความผูกพันกับลูกค้า ด้วยสินค้าและบริการที่เปี่ยมด้วยนวัตกรรมพร้อมทั้งสร้าง
สัมพันธภาพที่ดีกับชุมชนและสังคม

ด้านการเติบโตของเครือข่ายร้านสาขา 7-Eleven บริษัทมีแผนขยายสาขาเพิ่มขึ้นปีละประมาณ 700 สาขา เพื่อมุ่งสู่เป้าหมาย 13,000 สาขา ภายในปี 2564 และมุ่งเน้นกลยุทธ์การเป็นร้านอิมเมจของคนไทย โดยให้ความสำคัญกับอาหารพร้อมทานที่สด สะอาด ปลอดภัย และการพัฒนาสินค้าใหม่ร่วมกับคู่ค้า เพื่อนำเสนอสินค้าใหม่ที่หลากหลาย มีจำหน่ายเฉพาะที่ร้าน 7-Eleven โดย ณ สิ้นปี 2560 บริษัทมีร้าน 7-Eleven ทั่วประเทศรวม 10,268 สาขา โดยเป็นร้านในกรุงเทพฯ และปริมณฑล 4,556 สาขา (คิดเป็นร้อยละ 44) เป็นร้านในต่างจังหวัด 5,712 สาขา (คิดเป็นร้อยละ 56) เมื่อแบ่งตามประเภทของร้านพบว่า มีร้านสาขาบริษัท 4,530 สาขา (คิดเป็นร้อยละ 44) ส่วนที่เหลือเป็นร้าน Store Business Partner 5,017 สาขา (คิดเป็นร้อยละ 49) และร้านค้าที่ได้รับสิทธิช่วงอาณาเขต 721 สาขา (คิดเป็นร้อยละ 7) ปัจจุบันมีลูกค้าเข้าร้าน 7-Eleven เฉลี่ยวันละ 11.8 ล้านคน

ทั้งนี้ในปี 2560 บริษัทได้ขยายสาขาร้าน 7-Eleven อย่างต่อเนื่องรวม 726 สาขา ทั้งในรูปแบบของร้านในทำเลปกติ และร้านในสถานีบริการน้ำมันของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) เพื่อให้ครอบคลุมพื้นที่ของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด โดย ณ สิ้นปี 2560 บริษัทมีร้านในทำเลปกติ 8,814 สาขา (คิดเป็นร้อยละ 86) และร้านในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. 1,454 สาขา (คิดเป็นร้อยละ 14)

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

ในปี 2560 พัฒนาการที่สำคัญของบริษัท มีดังนี้

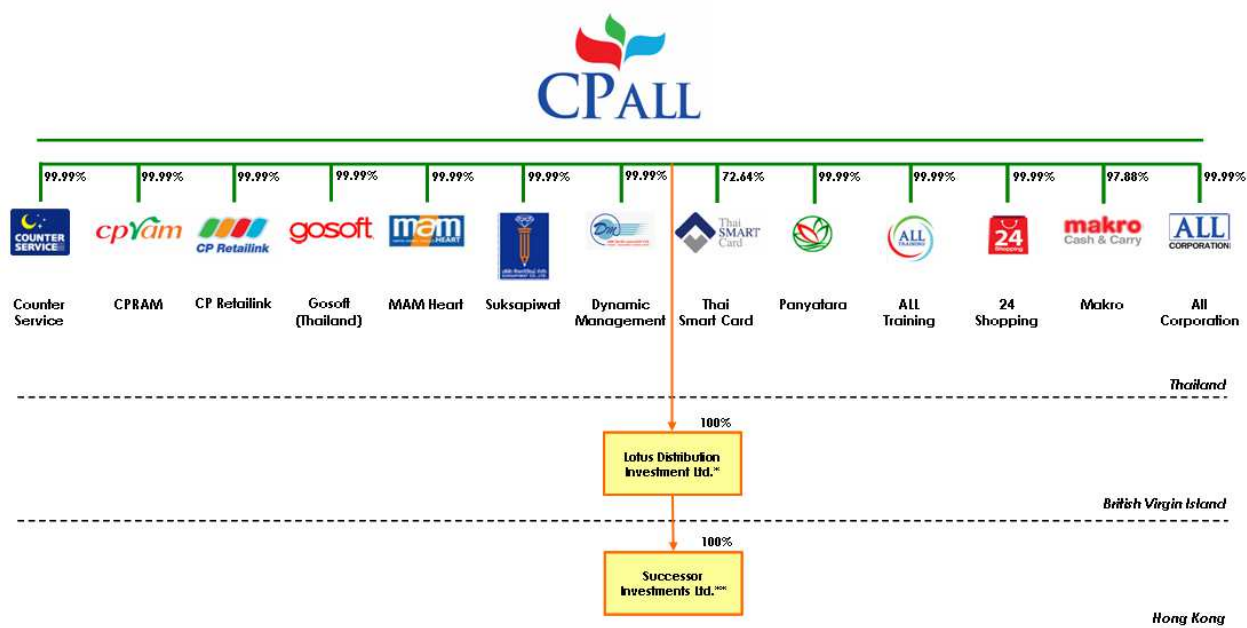
- การได้รับคัดเลือกให้เป็นบริษัทชั้นนำในกลุ่มดัชนีความยั่งยืนดาวโจนส์ (Dow Jones Sustainability Indices หรือ DJSI) กลุ่มตลาดเกิดใหม่ (Emerging Markets) หมวดอุตสาหกรรม ธุรกิจค้าปลีกอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภค (Food & Staples Retailing) ประจำปี 2560 ถือเป็นบริษัทไทยและบริษัทในภูมิภาคเอเชียเพียงแห่งเดียวที่ผ่านการคัดเลือกในหมวดอุตสาหกรรมนี้ โดยจุดเด่นที่ทำให้ได้รับการคัดเลือกมาจากคุณสมบัติด้านการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า และการให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการรับผิดชอบต่อสังคม รวมถึงการพัฒนาบุคลากรของบริษัท
- คณะกรรมการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยการต่อต้านทุจริต (CAC) ได้ให้การรับรองบริษัทเป็นสมาชิกของแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนในการต่อต้านทุจริต ทั้งนี้ บริษัทได้มีการลงนามแสดงเจตนารมณ์แนวร่วมปฏิบัติตั้งแต่ปี 2557
- คณะกรรมการบริษัทอนุมัติการเพิ่มทุนอีกจำนวน 38 ล้านเหรียญสหรัฐใน “บริษัท โลตัส ดิสทริบิวชัน อินเวสต์เม้นท์ จำกัด” รวมเป็นทุนจดทะเบียน 244 ล้านเหรียญสหรัฐ เพื่อนำไปลงทุนเพิ่มในบริษัทย่อยทางอ้อมซึ่งประกอบธุรกิจการลงทุน การค้า การศึกษา และรองรับการขยายธุรกิจในประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนในอนาคต ทั้งนี้ มติอนุมัติการเพิ่มทุนในบริษัทย่อยทางตรงและทางอ้อมซึ่งสัดส่วนการถือหุ้นเป็นไปตามเดิม
- บริษัทได้มีการออกเสนอขายหุ้นกู้ รวม 4 ครั้ง เพื่อใช้ชำระคืนหนี้หุ้นกู้ที่ครบกำหนดไถ่ถอนในปี 2560 จำนวนรวม 25,937 ล้านบาท และชำระคืนหนี้หุ้นกู้ก่อนครบกำหนดไถ่ถอน จำนวนรวม 24,097 ล้านบาท สำหรับการออกเสนอขายหุ้นกู้ประกอบด้วย

- หุ้นกู้ ครั้งที่ 1/2560 จำนวน 4,500 ล้านบาท อายุ 12 ปี อัตราดอกเบี้ยร้อยละ 4.70
- หุ้นกู้ ครั้งที่ 2/2560 จำนวน 3,000 ล้านบาท อายุ 10 ปี อัตราดอกเบี้ยร้อยละ 3.96
- หุ้นกู้ ครั้งที่ 3/2560 จำนวน 18,000 ล้านบาท ประกอบด้วย ชุดอายุ 10 ปี อัตราดอกเบี้ยร้อยละ 3.50 จำนวน 9,000 ล้านบาท และชุดอายุ 5 ปี อัตราดอกเบี้ยร้อยละ 3.10 จำนวน 9,000 ล้านบาท
- หุ้นกู้ด้อยสิทธิที่มีลักษณะคล้ายทุน ครั้งที่ 1/2560 จำนวน 10,000 ล้านบาท
ส่งผลให้ ณ สิ้นปี 2560 บริษัทมีหุ้นกู้ที่ยังไม่ครบกำหนดไถ่ถอน (รวมหุ้นกู้ด้อยสิทธิที่มีลักษณะคล้ายทุน) จำนวน 12 รุ่น 34 ชุด ซึ่งมีมูลค่าคงเหลือรวม 175,624.90 ล้านบาท

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

บริษัทได้จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด เลขทะเบียน 0107542000011 เมื่อวันที่ 12 มีนาคม 2542 โดย ณ วันที่ 30 ธันวาคม 2560 บริษัทมีกลุ่มบริษัทในเครือเจริญโภคภัณฑ์ถือหุ้นอยู่ร้อยละ 36.87 ของทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระแล้ว

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทมีแผนภาพโครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท ดังนี้



* As of October 31, 2008, the restructuring of supercenter business in the PRC was completed.
 ** LDI has invested 100% in Successor Investments Limited ("SI") on September 9, 2010

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

2.1 โครงสร้างรายได้

รายได้ส่วนใหญ่ของบริษัทมาจากรายได้จากการขายสุทธิและรายได้การให้บริการ ซึ่งสามารถแบ่งตามกลุ่มธุรกิจ (ตามข้อมูลก่อนหักรายการระหว่างกัน) ได้เป็น 3 กลุ่ม ดังต่อไปนี้

กลุ่มธุรกิจ	2558		2559		2560	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ร้านค้าสะดวกซื้อ (7-Eleven)	249,758	58	278,246	57	302,584	57
ศูนย์จำหน่ายสินค้าแบบชำระเงินสดและบริการตนเอง (Makro)	155,914	36	172,792	36	186,757	36
ธุรกิจอื่นๆ ¹	28,288	6	32,701	7	35,863	7
รายได้รวม	433,960	100	483,739	100	525,204	100

¹ ประกอบด้วยธุรกิจผลิตและจำหน่ายอาหารสำเร็จรูปและเบเกอรี่ของ CPRAM ธุรกิจเป็นตัวแทนรับชำระค่าสินค้าและบริการของ CS และธุรกิจจำหน่ายและซ่อมแซมอุปกรณ์ค้าปลีกของ CPR และรายได้จากบริษัทย่อยอื่นๆ

2.2 ธุรกิจร้านสะดวกซื้อ

ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

บริษัทเป็นผู้ดำเนินธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven โดยได้รับสิทธิแต่เพียงผู้เดียวจาก 7-Eleven Inc. ให้ประกอบธุรกิจภายใต้เครื่องหมายการค้า “7-Eleven” ในประเทศไทย ภายใต้สัญญา Area License Agreement

ที่ผ่านมา บริษัทบริหารจัดการร้านสะดวกซื้อในลักษณะที่มีเครือข่าย กระจายอยู่ในพื้นที่ต่างๆ ได้แก่ ที่พักอาศัย สำนักงาน สถานศึกษา แหล่งท่องเที่ยว และสถานบริการน้ำมัน ครอบคลุมพื้นที่ทุกจังหวัดทั่วประเทศ ทั้งนี้ ในปี 2560 มีจำนวนร้านสาขาเปิดให้บริการทั้งสิ้น 10,268 สาขา

ประเภทของร้าน 7-Eleven

ร้าน 7-Eleven แบ่งออกเป็น 3 ประเภทตามลักษณะของสิทธิการบริหารงาน ดังนี้

(หน่วย : ร้าน)	2557	2558	2559	2560	จำนวนสาขาที่เพิ่มขึ้นในปี 2560
ร้านสาขาบริษัท	3,570	3,908	4,205	4,530	325
ร้าน Store Business Partner	3,916	4,257	4,645	5,017	372
ร้านค้าที่ได้รับสิทธิช่วงในอาณาเขต	641	667	692	721	29
รวม	8,127	8,832	9,542	10,268	726

- 1) ร้านสาขาบริษัท เป็นร้านที่บริษัทเป็นเจ้าของและบริหารงานเองทั้งหมด บริษัทเป็นผู้ลงทุนในอุปกรณ์ค้าปลีกต่างๆ การตกแต่งร้าน และต้นทุนค่าสินค้า รวมทั้งเป็นผู้บริหารร้าน
- 2) ร้าน Store Business Partner (SBP) เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้สนใจรวมทั้งพนักงานสามารถเข้ามาบริหารร้าน 7-Eleven ภายใต้ระบบอันทันสมัย โดยบริษัทจะให้ความช่วยเหลือในการดำเนินธุรกิจอย่างใกล้ชิด ให้ความรู้ ความเข้าใจในการบริหารงาน หลักการคัดเลือกสินค้า ระบบการเงิน มีแผนส่งเสริมการขายและแผนการโฆษณาทั่วประเทศอย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งจัดส่งเจ้าหน้าที่ไปช่วยแนะนำเทคนิคการจัดการใหม่ๆ โดยที่ผู้สนใจทำธุรกิจสามารถเลือกร้านสาขา 7-Eleven ที่เปิดดำเนินการแล้ว แต่ในกรณีที่ผู้สนใจทำธุรกิจมีทำเลเอง ทางบริษัทจะดำเนินการวิเคราะห์ทำเลโดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใดๆ ทั้งสิ้น โดยระยะเวลาอนุญาตให้ดำเนินการร้านและผลประโยชน์ตอบแทน จะขึ้นอยู่กับประเภทของ SBP
- 3) ผู้ประกอบการรับสิทธิช่วงในอาณาเขต เป็นร้านที่บริษัททำสัญญาอนุญาตให้สิทธิช่วงแก่ผู้ประกอบการท้องถิ่นในการเปิดร้าน 7-Eleven เฉพาะในอาณาเขตที่กำหนด ปัจจุบันมี 4 ราย ได้แก่ ภูเก็ต ยะลา เชียงใหม่ และอุบลราชธานี โดยผู้รับสิทธิช่วงจะรับผิดชอบการเปิดสาขาและบริหารร้าน 7-Eleven ในขณะที่บริษัทจะให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนด้านต่างๆ ตามเงื่อนไขที่ตกลงกัน

ส่วนผสมของสินค้าในร้าน 7-Eleven

บริการหลักของบริษัท แบ่งเป็น 2 ประเภทคือ จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นในชีวิตประจำวัน โดยแบ่งหมวดสินค้าออกเป็น อาหารและเครื่องดื่ม ร้อยละ 70 โดยสินค้าหลักๆ ได้แก่ เครื่องดื่ม อาหารและผักผลไม้พร้อมทาน ขนมปัง ขนมหวาน รวมไปถึงกาแฟ All Café เป็นต้น และสินค้าอุปโภคไม่รวมบัตรโทรศัพท์ ร้อยละ 30 โดยสินค้าหลักๆ ได้แก่ กลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนตัว และ ของใช้ในครัวเรือน เป็นต้น

บริษัทเรียนรู้และติดตามการเปลี่ยนแปลงทางด้านประชากรและสังคม รวมไปถึงความต้องการและความคาดหวังที่เปลี่ยนแปลงไปของลูกค้าตลอดเวลา พฤติกรรมและรูปแบบการใช้ชีวิตของผู้บริโภคในแต่ละกลุ่มมีความสำคัญอย่างยิ่งในการใช้วางแผนผลิตภัณฑ์และบริการ การตลาด การคิดค้นพัฒนา และการคัดเลือกสินค้าและบริการที่ดี มีคุณภาพตอบสนองความต้องการของลูกค้าในแต่ละกลุ่มเป้าหมายในแต่ละพื้นที่ และทำเลที่ตั้ง เพื่อให้สามารถทันต่อแนวโน้มและการเปลี่ยนแปลงของตลาด

ในขณะเดียวกัน บริษัทยังคงพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการด้านอื่นๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่ออำนวยความสะดวกและตอบสนองการดำเนินกิจกรรมในชีวิตประจำวันให้กับลูกค้า อาทิ บริการรับชำระเงิน (Bill Payment) บริษัทมีการขยายกลุ่มพันธมิตรการบริการให้ครอบคลุมและครบวงจรมากขึ้น ทั้งส่วนของบริการรับชำระเงิน ที่มีจำนวนพันธมิตรรับชำระบริการถึงกว่า 600 ราย และมีจำนวนบริการที่รับชำระมากกว่า 1,300 บริการ อีกทั้งมีการเพิ่มช่องทางการชำระผ่านแอปพลิเคชัน Counter Service Pay เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้ายิ่งขึ้น ขณะที่ ร้าน 7-Eleven ทั่วประเทศ ส่วนใหญ่ มีตู้ ATM ให้บริการบริเวณหน้าร้านสาขา นอกจากนี้ บริษัทยังเพิ่มทางเลือกและความสะดวกรวดเร็วในการชำระค่าสินค้าและบริการ ผ่าน Alipay, UnionPay และ Credit Card ชำระผ่านโทรศัพท์มือถือด้วยกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน True Money Wallet ตลอดจนไปถึง บริการรับส่งสินค้าให้ลูกค้ามารับที่ร้านสาขา

ลักษณะลูกค้า

บริษัทเป็นผู้ให้บริการความสะดวกแก่ลูกค้าผ่านเครือข่ายร้านสาขาที่กระจายอยู่ทุกชุมชน ดังนั้นกลุ่มลูกค้าของบริษัทจึงมีความหลากหลาย ครอบคลุมทุกเพศทุกวัย และหลากหลายอาชีพ ซึ่งอาศัยและดำเนินกิจกรรมในชีวิตประจำวัน ใกล้ๆ ร้าน 7-Eleven โดยภาพรวมนั้น จำนวนลูกค้าที่เข้าร้านมาซื้อสินค้าและบริการในร้าน 7-Eleven ทั่วประเทศเฉลี่ยวันละ 11.8 ล้านคนในปี 2560

ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการร้าน 7-Eleven ในแต่ละช่วงอายุ แต่ละสาขา มีความต้องการสินค้าและบริการที่ต่างกันออกไป บริษัทจึงพยายามคัดเลือกสินค้าให้เหมาะกับกลุ่มลูกค้าในแต่ละทำเลที่ตั้ง พร้อมทั้ง วางแผนจัดเตรียมสินค้าและบริการให้เพียงพอกับความต้องการในแต่ละช่วงเวลาของลูกค้าเข้ามาใช้บริการ โดยในแต่ละทำเล จะมีช่วงเวลาขายดีที่แตกต่างกัน ทั้งกลางวัน กลางคืน วันทำงาน วันหยุด หรือแม้กระทั่ง ช่วงเทศกาล หรือเหตุการณ์สำคัญในแต่ละพื้นที่

จุดแข็งและการบริหารจัดการที่เป็นเลิศ

กว่า 30 ปี ที่ร้าน 7-Eleven เป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินชีวิตประจำวันของผู้บริโภคชาวไทย โดยให้บริการความสะดวกซื้อกับลูกค้าผ่านเครือข่ายร้านค้า 10,268 สาขาที่กระจายอยู่ทุกชุมชน บริษัทยังคงขยายเครือข่ายร้านสาขาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ครอบคลุมและเข้าถึงความต้องการของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด เป็นผลให้บริษัทมีแบ่งส่วนตลาดในร้านค้าปลีกประเภทร้านสะดวกซื้อ ลักษณะ Chain Store มากที่สุด โดยปี 2560 บริษัทขยายสาขาเพิ่มขึ้น 726 สาขา สัดส่วนร้านสาขาในกรุงเทพฯ และปริมณฑล คิดเป็นร้อยละ 44 ในขณะที่ร้านสาขาในต่างจังหวัด เท่ากับร้อยละ 56

นอกเหนือจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนสาขาใหม่ไปในทำเลศักยภาพเพื่อขยายกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้ครอบคลุมมากขึ้น เช่น ร้านสาขาในคอนโดมิเนียม อาคารสำนักงาน มหาวิทยาลัย และทำเลที่ลูกค้ามีรายได้สูง ยังได้มีการเตรียมความพร้อมรองรับลูกค้ากลุ่มใหม่ๆ ที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในอนาคต อาทิ กลุ่มลูกค้าผู้สูงอายุ กลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยว กลุ่มลูกค้าชาวต่างชาติที่เข้ามาทำงานในประเทศ และกลุ่มลูกค้าบริเวณการค้าชายแดนชายแดน เป็นต้น ไม่เพียงเท่านั้นบริษัทยังพัฒนาและปรับปรุงสาขาเดิมให้มีความทันสมัย พร้อมทั้งรักษาคุณภาพการเติบโตไปพร้อมกับสาขาที่เปิดใหม่อีกด้วย

จุดแข็งอีกประการหนึ่ง คือ ฐานจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการร้าน 7-Eleven กว่า 11.8 ล้านคนต่อวันนั้น บริษัทมุ่งให้ความสำคัญกับการศึกษาและทำความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคเชิงลึก เพื่อนำมาวางแผนและปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การคัดสรรและพัฒนาสินค้าและบริการที่มีศักยภาพ เหมาะสม สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงได้อย่างทันสถานการณ์ สอดคล้องกับพฤติกรรมของลูกค้าในแต่ละกลุ่ม แต่ละพื้นที่ อีกทั้งให้ความสำคัญกับการพัฒนาและยกระดับการให้บริการที่ใส่ใจและเป็นเอกลักษณ์ (Signature Service) โดยการปลูกฝังและส่งเสริมให้เกิดวัฒนธรรมด้านการบริการแก่พนักงานทุกระดับ ภายใต้แนวคิดที่ว่า จุดเริ่มต้นของการให้บริการที่เป็นเลิศนั้น จะต้องมาจากพนักงานที่มีความสุขและสนุกในการทำงาน มีทัศนคติเชิงบวกด้านการให้บริการ (Service Mindset) เพื่อนำไปสู่การส่งมอบประสบการณ์ที่ดี น่าประทับใจ รวมไปถึงการสร้างความแตกต่างและความผูกพันในระยะยาวให้กับลูกค้าด้วยบริการที่อบอุ่นและเป็นมิตรของพนักงานทุกคน

ยิ่งไปกว่านั้น เครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจ ทั้งภายในเครือเจริญโภคภัณฑ์ที่ครอบคลุมในหลากหลายธุรกิจ และหลากหลายประเทศ รวมไปถึงเครือข่ายร้าน 7-Eleven จากทั่วโลก ที่ช่วยเสริมความสามารถและประสิทธิภาพการจัดการผ่านการแลกเปลี่ยนความรู้และวิธีการปฏิบัติที่เป็นเลิศระหว่างกัน เพื่อนำมาต่อยอดทางธุรกิจ โดยมีความต้องการของลูกค้าเป็นที่ตั้ง เพื่อให้ได้สินค้าและบริการที่ดี มีคุณภาพ ราคาสมเหตุสมผล สร้างความแตกต่างและเพิ่มโอกาสในการขายต่อไป

นอกจากนี้ บริษัทมีศูนย์กระจายสินค้าขนาดใหญ่ที่ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ และมีระบบการบริหารจัดการที่ทันสมัย และมีประสิทธิภาพ เพื่อให้มั่นใจว่า ร้านสาขาจะได้รับสินค้าครบถ้วน ตรงเวลา ไม่เสียโอกาสการขาย และบริษัทสามารถรักษาคุณภาพสินค้าจนถึงมือลูกค้าได้ ทั้งนี้ บริษัทถือได้ว่าเป็นผู้ค้าปลีกที่มีพื้นที่ศูนย์กระจายสินค้ามากที่สุดในประเทศ อีกด้วย

การตลาดและการแข่งขันของธุรกิจร้านสะดวกซื้อ

ปี 2560 ยังคงเป็นปีแห่งความท้าทายของภาคธุรกิจ แม้ว่าจะเริ่มมีสัญญาณของการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง จากสัญญาณการฟื้นตัวของการส่งออกและการท่องเที่ยว แต่เป็นการเติบโตในลักษณะที่ผู้ประกอบการจำเป็นต้องใช้สอยอย่างระมัดระวัง จากรายได้ครัวเรือนที่ปรับเพิ่มขึ้นช้ากว่าการขยายตัวของ ภาระค่าใช้จ่ายครัวเรือน ค่าครองชีพสูงขึ้นและหนี้สินผูกพันต่อเนื่อง รวมไปถึงราคาสินค้าเกษตรที่ยังอยู่ในระดับต่ำ เป็นผลให้ภาครัฐต้องมีมาตรการลดหย่อนภาษีเพื่อกระตุ้นการบริโภคหรือมาตรการช่วยเหลือชาติดระหว่างวันที่ 11 พฤศจิกายน - 3 ธันวาคม 2560 เพื่อให้มีเม็ดเงินเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจมากขึ้น

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าปี 2560 จะมีหลากหลายปัจจัยเข้ามากระทบ แต่จากการที่ผู้ค้าปลีกต่างปรับตัวพัฒนาสิ่งใหม่ๆ ตลอดเวลา เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจที่ชะลอตัวลง ทางสมาคมผู้ค้าปลีกไทย ประเมินว่าภาพรวมธุรกิจค้าปลีกไทย ปี 2560 มีการขยายตัว ร้อยละ 3.4 และมีมูลค่ารวมอยู่ที่ประมาณ 3.5 ล้านล้านบาท

จำนวนร้านค้าปลีกประเภทร้านสะดวกซื้อ ลักษณะกลุ่มร้านย่อยภายใต้บริษัทเดียวกัน (Chain Store) ในปี 2560 มีทั้งสิ้น 15,883 สาขา เพิ่มขึ้น 1,036 สาขา โดยส่วนใหญ่มาจากการขยายสาขาของร้าน 7-Eleven ขณะที่ผู้ประกอบการรายอื่นๆ ส่วนใหญ่เป็นการปรับปรุงร้านสาขาเดิม เป็นผลให้ส่วนแบ่งการตลาดจำนวนสาขาของร้านสะดวกซื้อ รูปแบบ Chain Store นั้น บริษัทมีส่วนแบ่งการตลาด ประมาณร้อยละ 65 รองลงมา ได้แก่ เทสโก้ โลตัส เอ็กซ์เพรส และแฟมิลีมาร์ท สัดส่วนร้อยละ 10 และ 8 ตามลำดับ

จำนวนสาขาของร้านสะดวกซื้อ ทั้งในชุมชนและสถานีบริการน้ำมัน

(หน่วย : ร้าน)	2557	2558	2559	2560
ร้านค้าสะดวกซื้อนอกสถานีบริการน้ำมัน	11,153	11,721	12,410	13,226
- ร้าน 7-Eleven	6,986	7,597	8,210	8,814
- ร้านอื่นๆ	4,167	4,124	4,210	4,412
ร้านค้าในสถานีบริการน้ำมันทั้งหมด	2,159	2,294	2,437	2,657
- ร้าน 7-Eleven	1,141	1,235	1,332	1,454
- ร้านอื่นๆ	1,018	1,059	1,105	1,203
รวมจำนวนร้านสะดวกซื้อ	13,312	14,015	14,847	15,883

หมายเหตุ: ร้านสะดวกซื้อรายใหญ่ในลักษณะกลุ่มของร้านย่อยที่อยู่ภายใต้บริษัทเดียวกัน (Chain Store)

ที่มา: จากการรวบรวมและประมาณการของ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

สำหรับปี 2561 เศรษฐกิจมีแนวโน้มขยายตัวดีขึ้นเล็กน้อยอยู่ที่ร้อยละ 4.1 ตามแนวโน้มการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก สนับสนุนให้การส่งออก การท่องเที่ยวที่น่าจะขยายตัวดีขึ้น อีกทั้งคาดว่าจะได้รับแรงกระตุ้นจากมาตรการภาษีเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวและจัดอบรมสัมมนาในจังหวัดท่องเที่ยวรอง ขณะที่การลงทุนภาครัฐ โดยเฉพาะการก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐาน รวมไปถึง และความชัดเจนเรื่องการเลือกตั้งจะช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้ภาคธุรกิจและกระตุ้นให้เกิดการลงทุนภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง รวมไปถึงการปรับเพิ่มค่าแรงขั้นต่ำ จะช่วยกระตุ้นให้กำลังซื้อและความเชื่อมั่นในการจับจ่ายใช้สอยปรับตัวดีขึ้น

สมาคมผู้ค้าปลีกไทยคาดการณ์ว่ามูลค่าตลาดค้าปลีก ปี 2561 จะขยายตัวร้อยละ 3.6-3.8 โดยมีมูลค่าประมาณ 3.6 ล้านล้านบาท แต่ทั้งนี้ความสามารถในการรักษาการขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกได้อย่างต่อเนื่องในปี 2561 นั้น สิ่งสำคัญขึ้นอยู่กับความสามารถในการตอบสนองและปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการก้าวเข้าสู่สังคมดิจิทัลและสังคมไร้เงินสด ที่การชำระค่าสินค้าอยู่ในรูปแบบดิจิทัลมากขึ้น เป็นผลให้พฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป ต้องการความสะดวกรวดเร็ว สามารถเข้าถึงข้อมูล ซื้อและชำระเงินค่าสินค้าและบริการได้ทุกที่ ทุกเวลา และทุกอุปกรณ์ที่สะดวก ตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และตลาดออนไลน์เริ่มเข้ามามีบทบาทมากขึ้นมีการผสมผสานกับร้านค้าที่มีหน้าร้านรูปแบบเดิม เป็นช่องทางเพิ่มความสะดวกรวดเร็วในการซื้อขายและชำระเงิน เพื่อส่งมอบประสบการณ์ที่ดีและประทับใจให้กับลูกค้า

กลยุทธ์และทิศทางการดำเนินงาน

ปี 2560 เป็นปีแห่งความท้าทายที่สำคัญของบริษัทในหลากหลายด้าน อันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและรุนแรงที่เกิดขึ้นกับธุรกิจค้าปลีก โดยมีปัจจัยสำคัญคือ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่เข้ามามีบทบาทในการเพิ่มความสะดวกรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูลสินค้า ช่องทางซื้อขายและชำระเงิน รวมถึงก่อให้เกิดแพลตฟอร์มทางธุรกิจใหม่ๆ ขึ้น ทั้งนี้เพื่อให้สามารถรองรับกับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น นำไปสู่โอกาสทางธุรกิจ บริษัทได้มีการวางกลยุทธ์ทั้งระยะสั้นและระยะยาว ที่ครอบคลุม สอดคล้องและตอบสนองกับวิถีการดำเนินชีวิต และความคาดหวังของผู้บริโภคที่เป็นอยู่ในปัจจุบันและอนาคต เพื่อที่จะสามารถรับมือกับการแข่งขันที่ยิ่งทวีความรุนแรง สามารถรักษาและเพิ่มฐานลูกค้าในตลาดเดิม รวมไปถึงขยายตลาดออกไปสู่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายใหม่มากยิ่งขึ้น ในขณะเดียวกันก็ต้องพัฒนาและยกระดับการบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง ทั้งการบริหารต้นทุน และปรับปรุงกระบวนการทำงานให้รวดเร็วและมีคุณภาพ โดยคำนึงถึงลูกค้าเป็นศูนย์กลาง และดำเนินธุรกิจโดยให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม เพื่อที่จะเติบโตไปสู่อนาคตอย่างยั่งยืน

กลยุทธ์ในการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคเพื่อนำไปสู่การเติบโตและยั่งยืน

1. กลยุทธ์การขยายและพัฒนาร้านค้าสาขาครอบคลุมและสอดคล้องกับพฤติกรรมความต้องการของลูกค้าในแต่ละพื้นที่

บริษัทมุ่งเน้นขยายเครือข่ายร้านสาขาให้ครอบคลุมเพื่อเพิ่มความสะดวกให้กับลูกค้า ทั้งการปรับปรุงร้านสาขาเดิมและสาขาใหม่ ให้มีรูปแบบและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สอดคล้องกับพฤติกรรมและรูปแบบการดำเนินชีวิตของลูกค้าแต่ละกลุ่มอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีเป้าหมายเปิดร้านสาขาใหม่ประมาณ 700 สาขาต่อปี เพื่อมุ่งสู่ 13,000 สาขาในปี 2564

การขยายสาขาใหม่อย่างมีประสิทธิภาพบนทำเลที่มีศักยภาพ ช่วยให้สามารถครองส่วนแบ่งทางการตลาดอย่างมั่นคง โดยเป้าหมายหลักของการขยายเครือข่ายร้านสาขา จะสอดคล้องไปกับการขยายตัวของชุมชนเมือง ทั้งหัวเมืองหลัก หัวเมืองรอง ตามการขยายตัวของโครงสร้างพื้นฐาน แหล่งท่องเที่ยว รวมถึง ทำเลศักยภาพอื่นๆ ในรูปแบบการร่วมเป็นพันธมิตรกับกลุ่มธุรกิจ อาทิ บริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ โรงพยาบาล และสถานศึกษา เป็นต้น เพื่อเปิดร้านสาขาไปยังคอนโดมิเนียม อาคารสำนักงาน มหาวิทยาลัย และทำเลที่ลูกค้ามีรายได้สูง

และเพื่อเป็นการตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคที่ใช้รถส่วนตัวการขยายตัวของเมือง และเป็นการขยายรัศมีการให้บริการลูกค้าให้มากขึ้น จึงมีการขยายร้านสาขาขนาดใหญ่ ลักษณะ Stand Alone มีพื้นที่จอดรถบริการมากขึ้น โดยในปี 2560 มีทั้งสิ้นกว่า 2,000 สาขา พร้อมทั้งเพิ่มขนาดพื้นที่ขายในร้าน เพื่อเพิ่มความหลากหลายของสินค้า และเพิ่มโอกาสทางธุรกิจอีกด้วย

ยิ่งไปกว่านั้นบริษัทยังให้ความสำคัญกับการค้นหานวัตกรรมใหม่ๆ ผ่านการผสมผสานเทคโนโลยีเข้ามาปรับใช้ภายในร้านเพื่อสร้างประสบการณ์ในการจับจ่ายใช้สอยที่สะดวกรวดเร็ว ตอบสนองไลฟ์สไตล์คนรุ่นใหม่ และการก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัล โดยมีการพัฒนาร้านต้นแบบที่มีความทันสมัยด้านดิจิทัล โดยรวบรวมนวัตกรรมด้านต่างๆ ทั้งด้านเทคโนโลยี สิ่งอำนวยความสะดวก เมนูแสดงรายการอาหารพร้อมภาพ Digital Menu Board จุดชำระค่าสินค้าแบบ Self Check Out ตู้ 24 Shopping Kiosk รวมไปถึงด้านการประหยัดพลังงานและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่นร้านสาขาโรงเรียนสาธิตสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (PIM) ซึ่งเป็นสาขาที่ 10,001 เป็นต้น

2. กลยุทธ์ด้านสินค้าโดยเฉพาะสินค้าอาหาร เครื่องดื่ม เพื่อมุ่งไปสู่การเป็นร้านอิมเมจสะดวก24ชั่วโมงอย่างเต็มรูปแบบ

พันธกิจหนึ่งของทางบริษัทคือการเข้าไปมีส่วนช่วยให้การดำเนินชีวิตประจำวันของลูกค้าง่ายและสะดวกยิ่งขึ้น จึงให้ความสำคัญกับการศึกษาและทำความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคเชิงลึก (Customer Insight) เพื่อนำมาใช้ในการสรรหาและพัฒนาสินค้าที่สอดคล้องกับทิศทางของตลาด และทันกับการเปลี่ยนแปลงของสังคม รวมถึงพฤติกรรมของลูกค้าในแต่ละกลุ่ม แต่ละพื้นที่ เพื่อให้ลูกค้าได้รับสินค้าและบริการที่ครอบคลุม ช่วยตอบโจทย์แก้ปัญหาให้การดำเนินชีวิตของผู้บริโภคได้ทั่วถึงมากขึ้น ในขณะเดียวกันเพื่อตอบโจทย์ให้ 7-Eleven เป็น Food & Beverage Destination ในใจลูกค้าบริษัทก็มีการพัฒนาสินค้าอาหารและเครื่องดื่มให้มีความโดดเด่นแตกต่างจากคู่แข่ง สร้างความคุ้มค่ามากขึ้น โดยมุ่งเน้นการยกระดับความอร่อย เพิ่มคุณประโยชน์และคุณค่าทางโภชนาการ เพื่อส่งเสริมสุขภาพและสุขภาพที่ดีของคนไทย อีกทั้งเพิ่มความหลากหลายของเมนู โดยเฉพาะสินค้าและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ อาทิ ผลไม้สดพร้อมทาน น้ำผักและน้ำผลไม้ อาหารแคลอรีต่ำ เพื่อตอบโจทย์ผู้บริโภคที่คำนึงถึงสุขภาพ และการเข้าสู่สังคมสูงอายุของสังคมไทย เป็นต้น

ทั้งนี้ ในปี 2560 บริษัทมีการขยายจำนวนร้าน 7-Eleven ที่วางจำหน่ายข้าวกล่องสำเร็จรูปแช่เย็นให้ครอบคลุมความต้องการของลูกค้ามากขึ้น เป็นกว่า 10,000 สาขา เพื่อตอบสนองพฤติกรรมของลูกค้าที่บริโภคได้ถึง 7 มื้อต่อวัน อีกทั้งมีการขยายศูนย์กระจายสินค้าควบคุมอุณหภูมิไปยังภูมิภาคต่างๆ ให้สอดคล้องและครอบคลุมพื้นที่ขายมากขึ้นเพื่อสามารถส่งสินค้าได้อย่างรวดเร็ว มีคุณภาพสินค้าจนถึงมือลูกค้า พร้อมทั้งสรรหาเมนูอาหารที่เป็นมือ ทั้งจานหลัก ของว่าง ของหวาน ขนมไทย และผลไม้พร้อมทาน เพื่อให้มีความหลากหลายและเพิ่มทางเลือกให้แก่ลูกค้า นอกจากนี้ ส่วนของกาแฟและเบเกอรี่อบสดนั้น บริษัทมีการเพิ่มจำนวนมุกกาแฟคั่วสด “ออลล์ คาเฟ่” และร้าน “คัสดอร์” ไปตามร้านสาขา รวมกว่า 4,700 สาขา ทั่วประเทศ ในส่วนของการจำหน่ายอาหารปรุงสดพร้อมเสิร์ฟ Food Place ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด อีกประมาณกว่า 200 สาขา รวมไปถึงมีการเพิ่มเมนูที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น ขณะที่ร้านจำหน่ายสินค้าฮาลาลมีกว่า 450 สาขา โดยตั้งเป้าหมาย

รูปแบบและจำนวนสาขาที่จำหน่ายเพิ่มขึ้นในปี 2561 เพื่อรองรับกลุ่มลูกค้าและนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มีแนวโน้มเติบโตมากขึ้น

ไม่เพียงความหลากหลายของสินค้าเท่านั้น บริษัทยังให้ความสำคัญกับการควบคุมมาตรฐานความปลอดภัยด้านอาหาร (Food Safety) โดยพัฒนาระบบเพิ่มประสิทธิภาพของระบบห่วงโซ่อุปทานและการตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) เพื่อยกระดับคุณภาพสินค้าตั้งแต่ผู้ผลิต การขนส่ง และการจัดการที่ร้าน เพื่อให้ลูกค้าได้รับสินค้าที่มีคุณภาพ สดใหม่ในทุกๆ มื้อตลอดทั้ง 7 วัน

นอกจากการให้ความสำคัญกับสินค้ากลุ่มอาหารและเครื่องดื่มแล้วนั้น เพื่อสอดคล้องกับพฤติกรรมของลูกค้าที่หันมาใส่ใจสุขภาพและความงาม ก่อปรกับกลุ่มผู้สูงอายุที่เริ่มมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นในสังคมไทย บริษัทจึงมุ่งเน้นการสรรหาผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพและความงามที่มีความหลากหลาย มีสินค้าสมุนไพร พร้อมทั้งขยายมุมสินค้าและความงาม All Beauty Corner ภายในร้านสาขากว่า 5,000 สาขา ตลอดไปจนถึงมุมจำหน่ายยาสามัญประจำบ้านและผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ “eXta” ภายในร้าน 7-Eleven กว่า 6,800 สาขาทั่วประเทศ โดยมุ่งหวังให้ eXta จำหน่ายยาคุณภาพ ที่ทุกคนสามารถเข้าถึงได้ง่าย และเป็นที่พักของชุมชน เพื่อส่งเสริมสุขภาพอนามัยที่ดีของคนไทยทั่วประเทศ

3. กลยุทธ์ด้านดิจิทัล เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน และสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า

บริษัทตระหนักและติดตามการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีที่เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวัน และการตัดสินใจของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง และนำมาใช้ประกอบการวางแผนเพื่อปรับตัวและนำเทคโนโลยีมาใช้ให้เกิดโอกาสทางธุรกิจ ทั้งใช้เพื่อเป็นเครื่องมือในการเข้าถึงและเข้าใจความต้องการของลูกค้า เพิ่มช่องทางและความสะดวกให้กับลูกค้า รวมไปถึงช่วยให้การทำงานสะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น

การศึกษา ทำความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคเชิงลึกผ่านช่องทางและวิธีการต่างๆ ทั้งทางตรงและทางอ้อมอย่างต่อเนื่อง ทั้งผ่านการสำรวจวิจัย การติดตามฟังเสียงและความความคิดเห็นลูกค้า จากช่องทางต่างๆ โดยเฉพาะบนอินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์ รวมไปถึงการสังเกตพฤติกรรมของลูกค้า เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงลึก โดยใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมเพื่อให้เกิดความรวดเร็วและแม่นยำยิ่งขึ้นและนำไปสู่การออกแบบและปรับธุรกิจให้รองรับสังคมดิจิทัล ทั้งปรับช่องทางการซื้อขายสินค้าที่เดิมเน้นผ่านหน้าร้าน ไปสู่การเพิ่มทางเลือกให้ลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นการส่งและซื้อสินค้าผ่านช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ทางแคตตาล็อกหรือทางโทรศัพท์ ซึ่งดำเนินการโดยบริษัท เทเวณีไฟร์ ซ้อปปิง จำกัด และใช้ประโยชน์จากเครือข่ายร้านสาขาที่ครอบคลุมถึงกว่า 10,000 สาขา มาเป็นจุดรับสินค้า โดยลูกค้าสามารถรับสินค้าได้ที่ร้านตลอด 7 วัน 24 ชั่วโมง ซึ่งจะเป็นการสร้างประสบการณ์ใหม่ให้กับลูกค้า ทั้งนี้ บริษัทตั้งเป้าในการพัฒนาระบบการและระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อบริหารจัดการช่องทางที่หลากหลาย (Omni Channel) ประสานเป็นหนึ่งเดียวกัน เป็นการเพิ่มทางเลือกและสร้างความสะดวกให้กับลูกค้า ช่วยให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการของบริษัทได้อย่างง่ายดาย ทุกที่ ทุกเวลา ผสมผสานช่องทางร้านค้า ลักษณะออฟไลน์และออนไลน์ (O2O) เข้าไว้ด้วยกันโดยสมบูรณ์

นอกจากนี้ บริษัทยังเพิ่มช่องทางการสื่อสารและทำกิจกรรมการตลาดผ่านช่องทางออนไลน์ (Digital Marketing) และกิจกรรมส่งเสริมการขายผ่านทางแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ เพื่อสร้างความผูกพันของลูกค้า รวมไปถึงการเพิ่มช่องทางการสื่อสารข้อมูลข่าวสารและรับความคิดเห็นจากผู้บริโภคจากช่องทางออนไลน์ ผ่านทางเฟซบุ๊ก “7-Eleven Thailand” และแอปพลิเคชัน “Line” รวมไปถึง Youtube ของ 7-Eleven Thailand

ในส่วนของบริการทางการเงิน (Financial Services) การเพิ่มทางเลือกในการชำระค่าสินค้าและบริการก็เป็นอีกปัจจัยที่บริษัทให้ความสำคัญมาโดยตลอด โดยเฉพาะในปัจจุบันที่เริ่มเข้าสู่สังคมดิจิทัลและสังคมไร้เงินสด บริษัทได้มีการพัฒนารูปแบบการชำระเงินค่าสินค้า ภายในร้าน 7-Eleven โดยใช้บาร์โค้ดผ่าน Mobile

Payment ของ Alipay Wallet และ True Money Wallet อีกด้วย พร้อมกันนี้ บริษัทมีการเพิ่มช่องทางการชำระเงินผ่านบัตรเครดิต เพื่ออำนวยความสะดวกและกระตุ้นยอดขายของลูกค้าย่อยที่มีการใช้จ่ายต่อบิลสูง รวมไปถึงนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นในแต่ละปี โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีน

4. กลยุทธ์โลจิสติกส์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการส่งมอบสินค้าและรองรับการขยายตัวเข้าสู่ยุคดิจิทัล

เพื่อให้มั่นใจว่า ร้านสาขาจะได้รับสินค้าครบถ้วน ตรงเวลา ไม่เสียโอกาสการขาย และบริษัทสามารถรักษาคุณภาพสินค้าจนถึงมือลูกค้า ทางบริษัทจึงให้ความสำคัญกับการขยายศูนย์กระจายสินค้าให้มีปริมาณที่เพียงพอและมีที่ตั้งที่เหมาะสม สามารถรองรับการกระจายสินค้าที่หลากหลายมากขึ้นทั้งประเภทสินค้า พื้นที่การให้บริการ และจากช่องทางที่หลากหลายมากขึ้น รองรับธุรกิจการซื้อขายออนไลน์ และออมนิแชนแนล (Omni channel) ที่จะมีการรับส่งสินค้ามากขึ้นทั้งที่ร้านและที่บ้าน ในขณะเดียวกันสามารถเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำงานของผู้ที่เกี่ยวข้องตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทาน ด้วยระบบการบริหารจัดการที่ทันสมัย และมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยการนำเทคโนโลยีระบบอัตโนมัติเข้ามาเพื่อช่วยบริหารจัดการต้นทุน ลดความสูญเสีย สามารถทราบความเคลื่อนไหวและติดตามการทำงาน เพื่อสามารถส่งมอบสินค้าไปตามสายการขนส่งอย่างถูกต้องและแม่นยำ

5. กลยุทธ์ด้านความยั่งยืน ด้วยการดำเนินธุรกิจอย่างมีธรรมาภิบาลและเป็นคนดีของสังคม

บริษัทตระหนักดีว่า การเป็นองค์กรคุณภาพที่เติบโตอย่างยั่งยืน ปัจจัยสำคัญประการหนึ่งคือการสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจจากสังคม ชุมชน และผู้มีส่วนได้เสีย ด้วยการดำเนินธุรกิจที่เน้นการพัฒนาอย่างยั่งยืนในทุกมิติ ครอบคลุมทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ภายใต้หลักบรรษัทภิบาล มุ่งเน้นความโปร่งใส ส่งเสริมการต่อต้านทุจริต ปฏิบัติตามหลักให้พนักงานทุกคน ทำงานด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต มีคุณธรรม คำนึงถึงชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อม โดยมีการสร้างคุณค่าให้กับสังคมและองค์กรร่วมกัน (Creating Shared Value) ในกระบวนการทำงาน

ทั้งนี้ในปี 2560 บริษัทได้รับการรับรองการเป็นสมาชิกจากคณะกรรมการ “แนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต” (Thailand's Private Sector Collective Action Coalition Against Corruption: CAC) รวมไปถึงได้รับการยอมรับให้เป็น บริษัทชั้นนำในกลุ่มดัชนีความยั่งยืนดาวโจนส์ (Dow Jones Sustainability Indices หรือ DJSI) กลุ่มตลาดเกิดใหม่ (Emerging Markets) หมวดอุตสาหกรรม ธุรกิจค้าปลีกอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภค (Food & Staples Retailing) ประจำปี 2017 ถือเป็นบริษัทไทยและภูมิภาคเอเชียเพียงแห่งเดียวที่ผ่านการคัดเลือกในหมวดอุตสาหกรรมดังกล่าว

นอกจากกลยุทธ์หลักๆ ตามที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว บริษัทยังให้ความสำคัญกับการวางรากฐานและพัฒนาปัจจัยสนับสนุนไปพร้อมๆกัน เพื่อสร้างการเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืนของธุรกิจ อันได้แก่

1. กลยุทธ์การสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อความร่วมมือและต่อยอดทางธุรกิจ

เครือข่ายพันธมิตร ตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทาน มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการเสริมสร้างความแข็งแกร่งของธุรกิจ บริษัทจึงให้ความสำคัญในการสร้างเครือข่ายพันธมิตรและความร่วมมือในหลากหลายระดับ ทั้งพันธมิตรภายในเครือข่ายธุรกิจที่มีประเภทธุรกิจที่หลากหลาย รวมถึงเครือข่าย 7-Eleven จากทั่วโลก เพื่อแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ และวิธีการปฏิบัติที่เป็นเลิศ นำไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า การสรรหาและพัฒนาสินค้ารวมถึงบริการที่แตกต่าง หลากหลาย บริษัทยังมุ่งพัฒนาศักยภาพของคู่ค้า อาทิ ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ Store Business Partner ผู้ขนส่ง และผู้ประกอบการรายย่อย โดยการแบ่งปันองค์ความรู้ ให้คำปรึกษา รวมถึงการฝึกอบรม เพื่อเพิ่มศักยภาพในการขับเคลื่อนธุรกิจไปพร้อมๆ กับการเติบโตของบริษัท รวมไปถึง

มีนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนสินค้าจากผู้ประกอบการขนาดกลางและเล็กหรือเอสเอ็มอีที่สามารถผลิตสินค้าได้คุณภาพมาตรฐานและเป็นที่ยอมรับ เช่น ผลไม้แปรรูป, เครื่องดื่ม, เบเกอรี่, ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม เป็นต้น โดยบริษัทจะเป็นช่องทางการจำหน่ายสินค้าให้กับผู้ประกอบการเหล่านั้น ซึ่งโดยเฉพาะสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปเพื่อที่จะช่วยให้ผลผลิตทางการเกษตรมีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น ช่วยให้เกษตรกรมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

นอกจากนี้ บริษัทมุ่งส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ เพื่อสร้างสรรค์เป็นนวัตกรรมที่ทรงคุณค่า จนเกิดเป็นความร่วมมือของ ซีพี ออลล์ กับพันธมิตรทั้งภาครัฐและเอกชนกว่า 11 องค์กร รวมถึง ทีมงานนักวิจัย และศูนย์บ่มเพาะนวัตกรรมของมหาวิทยาลัยต่างๆ ทั่วประเทศ เพื่อเปิดโอกาสให้ คู่ค้า และผู้ประกอบการ SMEs ไทย มีโอกาสและช่องทางแสดงสินค้าที่แปลกใหม่ และมีคุณภาพ ผ่านการประกวดรางวัล 7 Innovation Awards ในงาน “Thailand Synergy เพื่อ SMEs ไทย” โดยเป็นส่วนหนึ่งในการแปลงความรู้ที่มีอยู่ของแต่ละองค์กร มาสร้างคุณค่าหรือมูลค่าเพิ่มที่เป็นประโยชน์ต่อยอดให้กับเศรษฐกิจ สังคม และประเทศชาติต่อไป

2. กลยุทธ์ด้านการสร้างคน เพื่อเตรียมความพร้อมด้านบุคลากรที่มีศักยภาพ มีความผูกพันกับองค์กร ให้เพียงพอต่อการขยายธุรกิจ

บริษัทตระหนักอยู่เสมอว่า บุคลากรเป็นหัวใจสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจและการเติบโตอย่างยั่งยืน บริษัทจึงให้ความสำคัญกับการพัฒนาคน ภายใต้การดำเนินธุรกิจผ่านปรัชญาองค์กร ที่ว่า “เราปรารถนารอยยิ้มจากลูกค้าด้วยทีมงานที่มีความสุข” บริษัทจึงมุ่งมั่นพัฒนาศักยภาพของพนักงานภายในองค์กรให้เป็นบุคลากรที่ดี มีความสามารถ พร้อมทั้งการสร้างบรรยากาศในการทำงานร่วมกันเป็นทีม อีกทั้งมุ่งเน้นที่จะเรียนรู้และเข้าใจความต้องการที่แตกต่างหลากหลายของบุคลากรในแต่ละช่วงอายุ เพื่อให้พนักงานทุกระดับ ทำงานร่วมกันได้อย่างสามัคคี ตลอดจน การรับฟังความคิดเห็นและคำแนะนำของพนักงานผ่านการสำรวจความผูกพันของพนักงานเป็นประจำทุกปี เพื่อนำผลการสำรวจดังกล่าว มาพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการทำงาน พร้อมทั้งสวัสดิการต่างๆ รวมไปถึงการวางแผนความก้าวหน้าในอาชีพของพนักงานแต่ละระดับ เพื่อให้พนักงานมีความรัก ความผูกพัน และภาคภูมิใจในองค์กรอย่างยั่งยืน ซึ่งจะสะท้อนไปถึงการส่งมอบคุณค่าและบริการด้วยความสุขไปยังลูกค้าต่อไป

และเพื่อเป็นการสร้างและพัฒนาบุคลากรให้มีศักยภาพและสามารถตอบสนองต่อการขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกของประเทศนั้น บริษัทได้ริเริ่มและส่งเสริมการศึกษาและพัฒนาบุคลากรที่มีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง ผ่านระบบการศึกษาทวิภาคีหรือระบบการเรียนควบคู่ไปกับการฝึกภาคปฏิบัติ ร่วมกับสำนักงานคณะกรรมการอาชีวศึกษา ผ่านวิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ ที่เปิดสอนในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ และสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ที่เปิดสอนในระดับปริญญาตรี ปริญญาโท และปริญญาเอก ทั้งหลักสูตรภาษาไทยและหลักสูตรนานาชาติ อีกด้วย ทั้งนี้ อาจกล่าวได้ว่า บริษัทมีส่วนสำคัญในการพัฒนาระบบการศึกษาของประเทศ โดยเฉพาะหลักสูตรการจัดการธุรกิจค้าปลีกให้มีความทันสมัยสอดคล้องต่อการเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคและภาคธุรกิจสมัยใหม่ ต่อไป

และจากการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในยุคปัจจุบัน บริษัทยังเล็งเห็นว่าทักษะที่จำเป็นต่อการใช้ชีวิตและพร้อมทำงานในโลกอนาคต ต้องมีการเตรียมความพร้อมและวางรากฐานตั้งแต่เด็ก ในปี 2560 จึงได้เปิดโรงเรียนสาธิตสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ เปิดสอน ม.1-ม.6 โดยเน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง จัดการเรียนรู้ด้วยประสบการณ์จริงและเชื่อมโยงความรู้ให้นำไปสู่การใช้ในชีวิตประจำวัน อีกทั้งจัดการเรียนการสอนเป็นภาษาอังกฤษใน 3 รายวิชาหลัก ได้แก่ คณิตศาสตร์, วิทยาศาสตร์, ภาษาอังกฤษ เพื่อสร้างเด็กไทยสู่การเป็นพลเมืองโลกในศตวรรษที่ 21

3. การเตรียมความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐาน ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจ

จากเป้าหมายเปิดร้านสาขาใหม่ประมาณ 700 สาขาต่อปี เพื่อมุ่งสู่ 13,000 สาขาในปี 2564 บริษัท จำเป็นต้องมีการเตรียมความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐาน มาตรฐานร้านเพื่อลดระยะเวลาก่อสร้างและลดต้นทุน รวมไปถึงมีระบบจัดการทรัพยากร การดูแลร้านและอุปกรณ์ให้ดูใหม่และพร้อมใช้งาน ไม่เพียงเท่านั้น การเตรียมความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อรองรับกับสถานการณ์โลกธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทั้งในส่วนของความพร้อมด้านระบบ และบุคลากรที่มีเชี่ยวชาญ เพื่อให้มั่นใจว่ากระบวนการทำงานเป็นไปอย่างราบรื่น รวดเร็ว ถูกต้อง และมีประสิทธิภาพ ตลอดจนสามารถพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการทำงานเพื่อรองรับการขยายธุรกิจในอนาคตอีกด้วย

ท่ามกลางความเจริญก้าวหน้าของโลกรุจกิจปัจจุบัน นโยบายการกำกับดูแลด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นสิ่งสำคัญที่จะต้องดำเนินไปควบคู่กับการดำเนินงานของบริษัท เพื่อควบคุม ตรวจสอบ และกำกับดูแลกระบวนการทำงานด้วยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อให้มั่นใจว่าทุกขั้นตอนของการทำงานนั้น มีความโปร่งใส สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้

4. พัฒนาความเป็นเลิศด้านนวัตกรรม เพื่อการเป็นองค์กรคุณภาพที่เติบโตอย่างยั่งยืน

ท่ามกลางสภาวะการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน นวัตกรรมยังเป็นหัวใจหลักของการดำเนินธุรกิจ เพื่อสร้างความแตกต่างและเป็นการต่อยอดธุรกิจให้มีการเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน บริษัทจึงมุ่งส่งเสริม และผลักดัน “วัฒนธรรมแห่งนวัตกรรม” ให้เกิดขึ้นภายในองค์กร บริษัทจึงให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ พัฒนาความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ อย่างไม่หยุดนิ่ง เพื่อสร้างสรรค์เป็นนวัตกรรมที่ทรงคุณค่า ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุดในการดำเนินธุรกิจ บริษัทมุ่งเน้นที่จะพัฒนา ทั้งนวัตกรรมภายในองค์กร โดยส่งเสริมให้พนักงานทั้งองค์กร มีส่วนร่วมสร้างสรรค์ผลงานนวัตกรรมด้านกระบวนการ สินค้า และแนวคิดธุรกิจใหม่ พร้อมทั้งเผยแพร่องค์ความรู้ดังกล่าว ผ่านการประกวดในงาน Innovation Days และ Process Excellence Award ซึ่งจัดขึ้นเป็นประจำทุกปี รวมไปถึง นวัตกรรมภายนอกองค์กร ซึ่งเกิดจากความร่วมมือของ ซีพี ออลล์ กับพันธมิตรทั้งภาครัฐและเอกชนกว่า 11 องค์กร ตลอดจน ทีมงานนักวิจัย และศูนย์บ่มเพาะนวัตกรรมของมหาวิทยาลัยต่างๆ ทั่วประเทศ เพื่อเปิดโอกาสให้ คู่ค้า และผู้ประกอบการ SMEs ไทย มีโอกาสและช่องทางแสดงสินค้าที่แปลกใหม่ และมีคุณภาพ ผ่านการประกวดรางวัล 7 Innovation Awards ในงาน “Thailand Synergy เพื่อ SMEs ไทย” โดยเป็นส่วนหนึ่งในการแปลงความรู้ที่มีอยู่ของแต่ละองค์กร มาสร้างคุณค่าหรือมูลค่าเพิ่มที่เป็นประโยชน์ต่อยอดให้กับเศรษฐกิจ สังคม และประเทศชาติต่อไป

การส่งมอบผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทมีความพยายามอย่างไม่หยุดนิ่งในการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่า เพื่อส่งมอบสิ่งที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า ด้านการพัฒนากระบวนการผลิตสินค้า ในปี 2560 บริษัทมีศูนย์กระจายสินค้าขนาดใหญ่ สำหรับสินค้าอุปโภคบริโภคทั้งสิ้น 7 แห่ง สำหรับสินค้าควบคุมคุณภาพ 9 แห่ง และสำหรับสินค้าแช่แข็ง 2 แห่ง ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศไทย ซึ่งถือเป็นผู้ค้าปลีกที่มีพื้นที่ศูนย์กระจายสินค้ามากที่สุดในประเทศ และบริษัทยังคงให้ความสำคัญต่อการเพิ่มจำนวนศูนย์กระจายสินค้าให้รองรับการขยายตัวของร้านสาขา โดยมีการบริหารจัดการต้นทุน และพัฒนากระบวนการส่งมอบสินค้า โดยนำเทคโนโลยีระบบอัตโนมัติมาช่วยในการจัดส่งสินค้าไปตามสายการขนส่งอย่างถูกต้องและแม่นยำ เพื่อรักษาคุณภาพของสินค้าจากผู้ผลิตไปจนถึงมือลูกค้าต่อไป

2.3 ธุรกิจค้าส่งแบบชำระเงินสดและบริการตนเอง

ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) (“แม็คโคร”) ประกอบธุรกิจศูนย์จำหน่ายสินค้าแบบชำระเงินสดและบริการตนเองภายใต้ชื่อ “แม็คโคร” จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค ให้แก่ลูกค้าทั่วประเทศ โดยมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นผู้ประกอบธุรกิจขนาดเล็กถึงขนาดกลาง ได้แก่ กลุ่มร้านค้าปลีกรายย่อย กลุ่มโฮเรก้า กลุ่มสถาบันต่าง ๆ รวมถึงผู้ประกอบการบริการ แม็คโครดำเนินธุรกิจโดยยึดถือลูกค้าเป็นศูนย์กลาง มุ่งตอบสนองความต้องการที่แตกต่างของลูกค้าสมาชิกที่ปัจจุบันมีอยู่กว่า 3 ล้านราย ทำให้ธุรกิจของแม็คโครประเทศไทย เติบโตอย่างโดดเด่นและมั่นคง เป็นที่ได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าผู้ประกอบการในฐานะคู่คิดธุรกิจมาตลอดระยะเวลา 28 ปี แม็คโครยังคงให้ความสำคัญกับการปรับองค์กรให้มีความทันสมัยตลอดเวลา เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการมืออาชีพที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วในโลกยุคดิจิทัล เป้าหมายเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องให้ดียิ่งขึ้น ไม่ว่าแม็คโครจะขยายการดำเนินธุรกิจไปอยู่ ณ ที่ใดก็ตาม

แม็คโครมีศูนย์จำหน่ายสินค้า ณ สิ้นปี 2560 ทั้งสิ้น 123 สาขาทั่วประเทศ แบ่งเป็นศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโครจำนวน 79 สาขา แม็คโคร ฟู้ดเซอร์วิส จำนวน 19 สาขา อีโค พلاس จำนวน 12 สาขา แม็คโคร ฟู้ดซ็อป จำนวน 5 สาขา และร้านสยามไฟรเซ็น จำนวน 8 สาขา รวมถึงการเปิดศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโครสาขาแรกที่ประเทศกัมพูชา นอกจากนี้ แม็คโคร ยังประกอบธุรกิจนำเข้า ส่งออก และจำหน่ายสินค้าแช่แข็งและแช่เย็น พร้อมบริการด้านจัดเก็บและจัดส่งในประเทศ ไทย เวียดนาม สิงคโปร์ ย่อยกง สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ รวมทั้งธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนธุรกิจหลักของแม็คโคร ผ่านการดำเนินงานของบริษัทย่อย

ลักษณะลูกค้า

กลุ่มลูกค้าหลักของแม็คโครปัจจุบันประกอบด้วย:

- ผู้ค้าปลีกรายย่อย : ผู้ประกอบการค้าปลีกรายย่อยที่จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคซึ่งกระจายอยู่ทั่วประเทศ ประกอบด้วยร้านขายของชำร้านโชวห่วยร้านมินิมาร์ทร้านขายเครื่องเขียน เป็นต้น
- โฮเรก้า : ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม ร้านอาหารและจัดเลี้ยง รวมถึงร้านอาหารขนาดเล็ก ร้านขายอาหารริมทาง รถเข็นขายอาหาร ซึ่งจะเป็นผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กที่จำหน่ายอาหารหลากหลายประเภท
- ธุรกิจบริการ : ครอบคลุมหน่วยงานภาครัฐและธุรกิจในสาขาอาชีพต่างๆ ได้แก่ บริษัทสำนักงานบริการต่างๆ ส่วนราชการต่างๆ โรงเรียนร้านเสริมสวยโรงพิมพ์ร้านซักรีดและผู้ประกอบธุรกิจบริการทั่วไป

แผนการดำเนินงานในอนาคตของธุรกิจค้าส่งแบบชำระเงินสดและบริการตนเอง

ภายใต้การแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้น และพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป แม็คโครวางแผนกลยุทธ์เพื่อขับเคลื่อนธุรกิจในประเทศให้เติบโตอย่างรวดเร็วและมั่นคง โดยยึดถือเอาความต้องการของลูกค้าเป็นศูนย์กลาง รวมทั้งแสวงหาโอกาสการลงทุนในต่างประเทศตามวิสัยทัศน์ “มุ่งเป็นที่หนึ่งเรื่องการจัดหาสินค้าเพื่อธุรกิจอาหารแบบครบวงจรสำหรับผู้ประกอบการมืออาชีพ” โดยมุ่งเน้นพัฒนาศักยภาพที่โดดเด่นเพื่อให้เป็นไปตามจุดมุ่งหมายของแม็คโคร ในการที่จะเป็น “คู่คิด...เพื่อชีวิตที่ดีกว่า” ภายใต้การผลักดันที่ จะสนับสนุนด้านองค์ความรู้ ความชำนาญ และประสบการณ์ของกลุ่มเครือข่ายภาคภัณฑ์ แม็คโครเชื่อมั่นว่าจะเป็นแรงผลักดันให้ธุรกิจแม็คโครสามารถเติบโตได้อย่างแข็งแกร่งและยั่งยืนในอนาคต นอกจากนี้แม็คโครยังมีความมุ่งมั่นในการพัฒนารูปแบบสาขาใหม่ การพัฒนาสินค้าและบริการ ตลอดจนสานต่อโครงการพัฒนาต่าง ๆ ซึ่งรวมถึงการนำระบบปฏิบัติการใหม่ที่จะขยายการใช้ไปสู่ศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโครต่อไป

การพัฒนาระบบเพื่อรองรับธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในอนาคต และการเตรียมความพร้อมอย่างเต็มที่ที่จะขยายธุรกิจไปยังประเทศอื่น ๆ เช่น ประเทศอินเดีย ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน เป็นต้น หลังจากศึกษาความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจในต่างประเทศอย่างรอบด้าน อาทิ กฎหมายการลงทุน วัฒนธรรมการบริโภคของประเทศกลุ่มเป้าหมาย เป็นต้น แม้ใครยังคงเน้นการแสวงหาพันธมิตรทางธุรกิจในท้องถิ่นเพื่อสร้างความได้เปรียบในการพัฒนาธุรกิจให้เติบโตอย่างรวดเร็วและมั่นคง พร้อมจัดหาและฝึกอบรมบุคลากรในท้องถิ่นให้พร้อมปฏิบัติงานได้ทันที ทั้งนี้ เพื่อสนับสนุนธุรกิจหลักควบคู่ไปกับการวางรากฐานที่แข็งแกร่งให้แก่องค์กร

สำหรับธุรกิจให้บริการด้านอาหาร (Food Service) แม็คโครได้ตั้งกลุ่มธุรกิจ Food Service APME เพื่อขับเคลื่อนธุรกิจให้บริการด้านอาหารของบริษัทในเครือแม็คโคร โดยครอบคลุม 6 ประเทศ ได้แก่ ไทย กัมพูชา เวียดนาม ฮองกง สิงคโปร์ และสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ เพื่อผนึกกำลังเครือข่ายธุรกิจให้เป็นหนึ่งเดียว ภายใต้แบรนด์ “สยามฟู้ด เซอร์วิส” ในประเทศไทย และ “Indoguna” ซึ่งเป็นบริษัทที่มีชื่อเสียงมานานและมีความเข้มแข็งในสินค้า Own Brand ที่เป็นที่รู้จักในตลาดต่างประเทศ ถึงความเป็นสินค้าระดับพรีเมียม

(โปรดดูรายละเอียดเพิ่มเติมในแบบ 56-1 ของบริษัทสยามแม็คโครจำกัด (มหาชน) หัวข้อ 2 ลักษณะการประกอบธุรกิจ)

3. ปัจจัยความเสี่ยง

3.1 ความเสี่ยงจากความผิดพลาดหรือขัดข้องของศูนย์กระจายสินค้าและเส้นทางขนส่ง

สินค้าส่วนใหญ่ที่จำหน่ายในร้าน 7-Eleven ทั่วประเทศจำนวน 10,268 สาขา จะถูกส่งผ่านมาจากศูนย์กระจายสินค้าของบริษัท โดยผู้ผลิตและจัดส่งจำนวนกว่า 2,000 ราย นำสินค้ามาส่งสินค้าให้ตรงเวลาที่กำหนดไว้ ดังนั้น การดำเนินงานของศูนย์กระจายสินค้าจึงเป็นหัวใจสำคัญต่อธุรกิจของ 7-Eleven ในการกระจายสินค้าให้กับร้านสาขาทั่วประเทศอย่างถูกต้อง ครบถ้วนและทันเวลาที่กำหนด หากมีความผิดพลาดหรือขัดข้องของศูนย์กระจายสินค้าและเส้นทางขนส่งถูกตัดขาดอย่างรุนแรงเกิดขึ้น เช่น น้ำท่วม ไฟไหม้ ระบบติดต่อสื่อสารและระบบเทคโนโลยีสารสนเทศล่ม อุบัติเหตุร้ายแรง หรือเหตุสุดวิสัยอื่นๆ ในระบบห่วงโซ่อุปทาน จากผู้ผลิตถึงศูนย์กระจายสินค้ารวมถึงการขนส่งไปยังร้านสาขา ย่อมมีผลเสียหายต่อยอดขายสินค้า ร้าน 7-Eleven ทุกสาขา และโอกาสทางธุรกิจตามกลยุทธ์ขนส่งผลกระทบในทางลบต่อผลประกอบการของบริษัทได้

การบริหารความเสี่ยงของบริษัท

บริษัทได้ทบทวนแผนกลยุทธ์องค์กรประจำปีอย่างสม่ำเสมอ เพื่อรองรับการเติบโตจากการขยายสาขาใหม่ไปยังพื้นที่ที่มีศักยภาพทั่วประเทศ และการเพิ่มขึ้นของยอดขายร้านสาขาเดิม ทั้งนี้บริษัทได้ทบทวนและจัดเตรียมศูนย์กระจายสินค้าให้มีขนาดเพียงพอรองรับยอดขายและจำนวนร้านสาขาใหม่ที่เพิ่มขึ้น รวมทั้งรองรับเหตุวิกฤติการณ์ศูนย์กระจายสินค้าสถานที่ใดที่หนึ่งหยุดชะงัก ในกรณีมีความจำเป็นต้องเพิ่มศูนย์กระจายสินค้าแห่งใหม่ บริษัทจะมีการพิจารณาคัดเลือกทำเลที่ตั้งให้อยู่ในพื้นที่ปลอดภัยและเกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการส่งสินค้าไปยังร้านสาขา รวมทั้งกำหนดให้มีการกระจายตัวอยู่ตามพื้นที่ปริมาณพล และต่างจังหวัดทั่วประเทศ เพื่อกระจายความเสี่ยงและรองรับการเติบโตของร้านในอนาคต

บริษัทได้จัดเตรียมแผนเผชิญเหตุองค์กรและดำเนินการฝึกซ้อมเป็นประจำตามแผนที่กำหนด เพื่อเตรียมพร้อมรับมือเหตุการณ์วิกฤติในกรณีต่างๆ ตลอดเวลา 24 ชั่วโมง เช่น กรณีน้ำท่วม จราจร ไฟไหม้ ไฟฟ้าดับ ฯลฯ รวมทั้งได้จัดตั้งทีมงาน Crisis Assessment Team (CAT) ทำหน้าที่เตือนภัยเหตุวิกฤติต่างๆ ไปยังหน่วยงานที่อยู่ในพื้นที่เสี่ยงภัย ให้มีการเตรียมการรับมือสถานการณ์ได้อย่างเหมาะสม ทันเวลา สอดคล้องตามแผนบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ Business Continuity Management อาทิ การใช้ศูนย์กระจายสินค้าใกล้เคียงจัดส่งสินค้าทดแทน การขนส่งด้วยรถขนส่งขนาดใหญ่ การใช้เส้นทางขนส่งสำรอง การหาสินค้าทดแทน รวมถึงการจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้าชั่วคราว เป็นต้น

บริษัทได้จัดทำแผน BCP (Business Continuity Plan) ร่วมมือกับผู้ผลิตรายสำคัญ เพื่อให้มั่นใจว่ามีสินค้าพร้อมจัดส่งหากเกิดภาวะวิกฤติขึ้น เพื่อลดผลกระทบเชิงลบต่อยอดขายของบริษัท นอกจากนี้ บริษัทยังได้จัดทำประกันภัยเพื่อชดเชยความเสียหายที่อาจเกิดขึ้น ทั้งในส่วนของศูนย์กระจายสินค้า ร้านสาขา และบริษัทย่อย เพื่อบรรเทาภาระค่าใช้จ่ายที่อาจเกิดขึ้นต่อบริษัทในอนาคต

จากกลยุทธ์ดังกล่าว บริษัทเชื่อมั่นว่าศูนย์กระจายสินค้าทั้งหมดของบริษัทมีความเพียงพอที่จะรองรับแผนการขยายร้านสาขาในอนาคต และสามารถทำงานเป็นระบบเครือข่ายกระจายสินค้าสำรองซึ่งกันและกันทั่วประเทศ ในกรณีที่หากสถานที่ใดที่หนึ่งเกิดการหยุดชะงักหรือเส้นทางขนส่งสำคัญไม่สามารถสัญจรได้ ระบบเครือข่ายดังกล่าวจะสามารถส่งสินค้าทดแทนกันได้โดยมีประสิทธิภาพสูงสุด

3.2 ความเสี่ยงจากความผิดพลาดหรือขัดข้องของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของบริษัทเปรียบเสมือนสมองของการทำธุรกิจร้านสะดวกซื้อเพื่อให้การสื่อสาร และสั่งการของทุกส่วนงานในระบบห่วงโซ่อุปทานทำงานประสานกันอย่างมีประสิทธิภาพ ได้แก่ ผู้ผลิต หน่วยงานด้านการตลาดและจัดซื้อ ศูนย์กระจายสินค้าและร้านสาขา เกิดการส่งมอบบริการที่ดีให้กับลูกค้าทั่วประเทศกว่า 11.8 ล้านคนของทุกวัน เพื่อสร้างรอยยิ้ม ความประทับใจให้กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น หากเกิดเหตุขัดข้องใด ๆ กับระบบสารสนเทศที่สำคัญ เช่น ระบบการขายสินค้าและบริการ ระบบจัดการปัญหาให้ร้าน ระบบการส่งและส่งสินค้า เป็นต้น ย่อมส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจ และการให้บริการลูกค้าที่ร้าน 7-Eleven ซึ่งอาจเกิดผลกระทบต่อผลประโยชน์ของบริษัทไม่ เป็นไปตามเป้าหมายได้

การบริหารความเสี่ยงของบริษัท

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศทั้งระดับร้านและสำนักงาน รวมทั้ง เครือข่ายระบบห่วงโซ่อุปทานต่างๆ ให้ดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดความต่อเนื่องทางธุรกิจ โดยมี การร่วมกันทบทวนควบคู่กับการจัดทำแผนกลยุทธ์องค์กรประจำปี เพื่อการบริหารจัดการด้านซอฟต์แวร์ให้ สอดคล้องกับความต้องการของธุรกิจตามกระบวนการวิศวกรรมซอฟต์แวร์โดยอ้างอิงมาตรฐานสากล ที่มุ่งพัฒนา กระบวนการและสินทรัพย์ด้านเทคโนโลยี เพื่อปรับปรุงเพิ่มประสิทธิภาพทางธุรกิจในระยะยาว นอกจากนี้ยังจัด ให้มีหน่วยการพัฒนาธุรกิจทำงานร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจของบริษัททั่วโลก เพื่อให้ระบบสารสนเทศในไทยมี ความทันสมัยรองรับการเปลี่ยนแปลงตามแนวโน้มของตลาด

บริษัทดำเนินการบริหารจัดการด้านฮาร์ดแวร์โดยการสร้างศูนย์สารสนเทศ 2 แห่งให้มีการกระจายความ เสี่ยงในพื้นที่ต่างกัน ได้แก่ ศูนย์สารสนเทศสีลม กรุงเทพมหานคร และศูนย์สารสนเทศแจ้งวัฒนะ จังหวัดนนทบุรี โดยให้ศูนย์สารสนเทศทั้ง 2 แห่งสามารถทำงานทดแทนกันได้ทันที หากสถานที่ใดที่หนึ่งเกิดเหตุขัดข้องขึ้น โดย ธุรกิจสำคัญต่างๆยังคงให้บริการลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้บริษัทให้ความสำคัญต่อระบบการดูแลรักษาความปลอดภัยศูนย์สารสนเทศทั้ง 2 แห่ง ดังกล่าวอย่างเต็มรูปแบบ ตั้งแต่การออกแบบเพื่อความปลอดภัยในทุกๆส่วน ให้มีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม มี เครื่องกำเนิดไฟฟ้าสำรอง ระบบ UPS ระบบตรวจหาควันไฟและอัคคีภัย ระบบยับยั้ง ระบบตรวจจับการ เคลื่อนไหว การสำรองเครื่องปรับอากาศ และ ระบบป้องกันไฟคู่แต่ละเครื่อง รวมทั้งการบำรุงรักษาระบบ พร้อมทั้ง จัดให้มีทีมงานผู้เชี่ยวชาญด้านเสถียรภาพ และความปลอดภัยด้านระบบ ตลอด 7 วัน 24 ชั่วโมง เพื่อให้ระบบ สารสนเทศที่สำคัญของธุรกิจ พร้อมใช้งานตลอดเวลา รวมทั้งจัดให้มีการอบรมฝึกซ้อมทีมงานที่เกี่ยวข้องอย่าง สม่ำเสมอโดยกำหนดสถานการณ์จำลองที่อาจเกิดเหตุวิกฤติต่อศูนย์สารสนเทศด้วยรูปแบบต่างๆที่หลากหลาย เพื่อให้มั่นใจว่าทีมงานที่ได้รับมอบหมายทั้งหมดสามารถปฏิบัติตามแผนบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจด้าน สารสนเทศ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ถูกต้อง ทันเวลาที่กำหนดไว้ นอกจากนี้บริษัทยังจัดให้มีหน่วยงานภายนอกมา ตรวจสอบมาตรฐานของระบบต่างๆเป็นประจำทุกปี นอกเหนือจากการตรวจสอบปกติจากหน่วยงานภายใน เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของบริษัทจะทำงานได้อย่างต่อเนื่องในทุกสถานการณ์

3.3 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงกฎหมายและนโยบายภาครัฐ

บริษัทได้บริหารธุรกิจร้านค้าสะดวกซื้อ รวมทั้งธุรกิจสนับสนุนต่างๆ ภายใต้กลุ่มธุรกิจซีพีออลล์ ในประเทศไทย โดยยึดหลักการดำเนินธุรกิจโปร่งใส ภายใต้กฎหมาย และนโยบายจากภาครัฐอย่างเคร่งครัด มาโดยตลอด อาทิ พ.ร.บ.คุ้มครองผู้บริโภค พ.ร.บ.ควบคุมราคา พ.ร.บ.อาหารและยา กฎหมายแรงงาน รวมถึง ข้อกำหนดต่างๆ ของเทศบัญญัติ

ตามที่แต่ละท้องถิ่นกำหนดขึ้น ทั้งนี้ หากรัฐบาล หรือหน่วยงานของรัฐ มีการเปลี่ยนแปลงกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับใหม่ เพื่อเอื้อประโยชน์ให้กับคู่แข่ง หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพิ่มขึ้น อาจส่งผลกระทบต่อกลยุทธ์ เป้าหมาย แผนการดำเนินธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญ ทำให้ผลประกอบการอาจไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

การบริหารความเสี่ยงของบริษัท

บริษัทได้ดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม ซึ่งในระดับจัดการมีคณะกรรมการพัฒนาความยั่งยืนองค์กร และคณะกรรมการบรรษัทภิบาล ทำหน้าที่กำกับดูแลให้บริษัทมีการดำเนินธุรกิจอย่างถูกต้อง โปร่งใส ตามหลักธรรมาภิบาลกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทำให้มั่นใจได้ว่าการเปลี่ยนแปลงด้านกฎหมายใดๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจบริษัทจะสามารถปรับตัวได้ทันต่อสถานการณ์ รวมทั้งควบคุมผลกระทบให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ตามแนวทางการบริหารความเสี่ยงองค์กร

นอกจากนี้บริษัทยังได้จัดตั้งหน่วยงาน Legal and Compliance เพื่อกำกับดูแลการปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับของบริษัทฯ และคณะทำงาน รวมทั้งหน่วยงานดูแลผู้มีส่วนได้เสียต่างๆ ที่กำหนดขึ้นโดยเฉพาะ เช่น คณะทำงาน Product Liability Committee ดูแลผลประโยชน์ให้ผู้บริโภคและลูกค้า คณะกรรมการความปลอดภัยอาชีวอนามัยและสิ่งแวดล้อม (คปอ.) ดูแลสภาพแวดล้อมที่อาจเกิดผลกระทบต่อสังคม ชุมชนที่อยู่รอบร้านและบริษัท รวมทั้งให้มีหน่วยงานดูแลความผูกพันที่ดีกับเจ้าของร้าน Store Business Partner

บริษัทจัดให้มีหน่วยงาน Call Center เพื่อเปิดโอกาสให้ลูกค้าและคู่ค้า ติดต่อสอบถามหรือให้คำแนะนำช่วยเหลือ เกี่ยวกับกิจกรรมบริษัทได้อย่างเป็นระบบและทันทั่วทั้งที่ตลอด 24 ชั่วโมง ด้วย

3.4 ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ (Emerging Risk)

3.4.1 ความเสี่ยงจาก Disruptive Digital Technology

เทคโนโลยีดิจิทัลได้เข้ามามีบทบาทอย่างมากในการดำเนินชีวิตประจำวันและการทำธุรกิจมีการแข่งขัน และความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคที่เข้าสู่การแข่งขันและขับเคลื่อนธุรกิจด้วย “นวัตกรรม” มากขึ้น หลังจากที่มีรัฐบาลประกาศยุทธศาสตร์ “Thailand 4.0” อาทิ การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการให้บริการขนส่ง การทำการตลาด และการจำหน่ายสินค้าออนไลน์ซึ่งในระยะยาวการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวเป็นความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อรูปแบบการดำเนินธุรกิจและช่องทางการจัดจำหน่ายแบบเดิมจนทำให้ร้าน 7eleven อาจสูญเสียความสามารถในการแข่งขัน รวมทั้งอาจเป็นโอกาสในการสร้างธุรกิจใหม่ ๆ ที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กร

การบริหารความเสี่ยงของบริษัท

บริษัทได้ทบทวนแผนกลยุทธ์องค์กรประจำปีอย่างสม่ำเสมอ เพื่อรองรับการเติบโตธุรกิจรวมทั้งจัดทำกลยุทธ์การเตรียมความพร้อมด้าน Digital Transformation เพื่อเพิ่มความสะดวกรวดเร็วให้แก่ลูกค้าในการเข้าถึงสินค้าและบริการของบริษัทเป็นมากกว่าการซื้อสินค้าผ่านหน้าร้านเพียงอย่างเดียว โดยพัฒนาระบบการและระบบ เพื่อบริหารจัดการช่องทางที่หลากหลาย (Omni Channel) ประสานเป็นหนึ่งเดียวกัน เพื่อช่วยให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการของบริษัทได้อย่างง่ายดาย ทุกที่ ทุกเวลา เป็นการผสมผสานช่องทางร้านค้า ลักษณะออฟไลน์และออนไลน์เข้าไว้ด้วยกัน บริษัทมีการพัฒนาช่องทางใหม่ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าในการเข้าถึงสินค้าและบริการเพิ่มขึ้น ทั้งรูปแบบการซื้อสินค้าผ่านช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งดำเนินการโดยบริษัท เทเวศน์ไฟร์ ช้อปปี้ จำกัด รวมไปถึงการทำกิจกรรมการตลาดผ่านช่องทางออนไลน์ (Digital Marketing) และกิจกรรมส่งเสริมการขายผ่านทางแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ เพื่อสร้างความผูกพันของ

ลูกค้า ตลอดจนการสื่อสารข้อมูลข่าวสารและรับความคิดเห็นจากผู้บริโภค ผ่านทางเฟสบุ๊ก “7-Eleven Thailand” และแอปพลิเคชัน “Line” อีกด้วย นอกจากนี้ บริษัทมีการพัฒนารูปแบบการชำระเงินค่าสินค้าภายในร้าน 7-Eleven โดยใช้บาร์โค้ดผ่าน Mobile Payment ของ Alipay Wallet และ TrueMoney Wallet อีกด้วย พร้อมกันนี้ บริษัทมีการเพิ่มช่องทางการชำระเงินผ่านบัตรเครดิต เพื่ออำนวยความสะดวกและกระตุ้นยอดขายการใช้จ่ายของลูกค้าที่มียอดการใช้จ่ายต่อบิลสูงรวมไปถึงนักท่องเที่ยวชาวจีน

บริษัทได้เริ่มทดลองให้บริการรับส่งพัสดุขนาดเล็ก รวมไปถึงสินค้าจากการสั่งซื้อทางออนไลน์จากเว็บไซต์ชั้นนำผ่านร้านสาขาทั่วประเทศ โดยลูกค้าสามารถรับสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง ภายใต้ชื่อว่า “At All” ที่ดำเนินการโดยบริษัท ไดนามิค แมเนจเม้นท์ จำกัด อีกด้วย

3.4.2 ความเสี่ยงจากการวางตัวตนบริษัทในโลกดิจิทัล (Our Digital Presence Risk)

ข้อมูลสำรวจปี 2017 จาก 238 ประเทศทั่วโลก พบว่ามีผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต 3,773 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 50 ของประชากรทั่วโลก และมีผู้ใช้งานสมาร์ทโฟน 4,917 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 66 ของประชากรทั่วโลก ที่ทำให้เกิดการใช้งาน Social Media ผ่านสมาร์ทโฟน 2,549 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 34 จากประชากรผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตทั่วโลก นอกจากนี้ ผลสำรวจยังทำให้รู้คนไทยใช้ Social Media มากเป็นอันดับ 7 ของโลก ด้วยสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 67 จากจำนวนประชากรทั้งหมดในประเทศ และใช้งาน Social Media เฉลี่ยวันละ 2.48 ชั่วโมง อยู่ในลำดับที่ 12 ของโลก การเชื่อมต่อของโลกในอนาคตจะส่งผลให้ชีวิตดิจิทัลของเราต้องเชื่อมโยงกับชีวิตจริงอย่างเลี่ยงไม่ได้ และร้อยละ 80 ของคนทั้งหมดจะมีตัวตนดิจิทัลในโลกอินเทอร์เน็ต ทำให้บริษัทจำเป็นต้องคำนึงถึงการวางตัวตนในโลกดิจิทัล ทั้งการสืบค้น การแชร์ข้อมูล การแสดงความคิดเห็น การหาและการถูกค้นหา หรือแม้แต่การสร้างและรักษาความสัมพันธ์ในโลกเสมือนจริงระดับโลก หากบริษัทไม่สามารถบริหารตัวตนของบริษัทในโลกดิจิทัลได้อย่างเหมาะสม อาจสูญเสียความสามารถในการแข่งขัน รวมทั้งอาจเป็นโอกาสในการสร้างธุรกิจใหม่ ๆ ที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กร

การบริหารความเสี่ยงของบริษัท

บริษัทให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลกิจการ โดยกำหนดมาตรการให้ปฏิบัติตามนโยบายการกำกับดูแลกิจการ จริยธรรมธุรกิจและ ข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน นโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน และแนวปฏิบัติต่างๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด รวมทั้งมุ่งมั่นส่งเสริมพัฒนาให้บริษัทเป็นองค์กรที่มีประสิทธิภาพ โดยยึดมั่นการดำเนินงานด้วยความโปร่งใส มีคุณธรรมและมีความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย นอกจากนี้ยังได้กำหนดให้มีสำนักบริหารการสื่อสารและภาพลักษณ์องค์กร ทำหน้าที่ในการสื่อสารและติดตามข้อมูลข่าวสารด้านภาพลักษณ์องค์กรในโลกดิจิทัล และพร้อมชี้แจงสื่อสารให้ผู้เกี่ยวข้องรับทราบข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นด้วยความถูกต้อง และครบถ้วนของข้อมูล ได้อย่างทันต่อสถานการณ์

3.4.3 ความเสี่ยงจากการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในงานตัดสินใจ (AI and Decision Making)

ปัจจุบันเทคโนโลยีด้านปัญญาประดิษฐ์ในงานตัดสินใจ (AI and Decision Making) มีพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว อาทิ ในปี 2017 ปัญญาประดิษฐ์ Alpha Goของบริษัทกูเกิล สามารถเอาชนะมนุษย์ซึ่งเป็นแชมป์โลกโกะชาวจีนและมีมือระดับโลกคนอื่น ๆ อีกหลายคน ในอนาคตหากมีการแต่งตั้งปัญญาประดิษฐ์เป็นกรรมการบริหาร (Corporate board of directors) มาช่วยในการหาข้อสรุปในการตัดสินใจบนพื้นฐานของข้อมูลที่มี หรือผลที่เคยเกิดขึ้นในอดีตได้ง่ายและรวดเร็ว อาจสูญเสียความสามารถในการแข่งขัน รวมทั้งอาจเป็นโอกาสในการสร้างธุรกิจใหม่ ๆ ที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กร

การบริหารความเสี่ยงของบริษัท

บริษัทได้ดำเนินการทบทวนแผนกลยุทธ์องค์กรประจำปีอย่างสม่ำเสมอ โดยมีการนำปัจจัยด้านการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม Disruptive Technology สำคัญของโลกเป็นส่วนหนึ่งของการจัดทำแผนกลยุทธ์องค์กรทั้งระยะสั้น และระยะยาว นอกจากนี้บริษัทยังได้จัดตั้งสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม (Science Technology and Innovation Development Office: STIDO) เพื่อสร้างร่วมมือกับหน่วยงานภายในและภายนอกในการพัฒนาเทคโนโลยีเป็นของตนเอง ให้สอดคล้องตามยุทธศาสตร์องค์กร อันจะนำไปสู่ความยั่งยืนขององค์กรต่อไป

3.5 ความเสี่ยงทางการเงิน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทมีหุ้นกู้ที่มีอัตราดอกเบี้ยคงที่ จำนวน 155,625 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 93 ของหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยทั้งหมด ในขณะที่อัตราส่วนหนี้สินสุทธิต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ปรับตัวลดลงอย่างต่อเนื่อง โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 อยู่ที่ระดับ 1.70 เท่า และอัตราส่วนหนี้สินสุทธิต่อส่วนของผู้ถือหุ้นนิยามตามข้อกำหนดสิทธิหุ้น กู้ เท่ากับ 1.44 เท่า ซึ่งไม่เกินกว่าระดับที่ระบุไว้ในข้อกำหนดสิทธิหุ้นกู้สำหรับปี 2560

บริษัทมีความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศซึ่งเกิดจากการดำเนินธุรกิจปกติ สำหรับการซื้อสินค้า และการขายสินค้าที่เป็นเงินตราต่างประเทศซึ่งมีจำนวนน้อย โดยบริษัทได้ทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า ซึ่งรายการดังกล่าวจะมีอายุไม่เกินหนึ่งปี เพื่อป้องกันความเสี่ยงของสินทรัพย์และหนี้สินทางการเงินที่เป็นเงินตราต่างประเทศ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 งบการเงินรวมของบริษัท แสดงเงินกู้ยืมสกุลต่างประเทศเท่ากับ 363 ล้านบาท

การบริหารความเสี่ยงของบริษัท

การจัดการความเสี่ยงเป็นที่สำคัญของธุรกิจของบริษัท บริษัทมีระบบในการควบคุมให้มีความสมดุลของระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ โดยพิจารณาระหว่างต้นทุนที่เกิดจากความเสี่ยงและต้นทุนในการจัดการความเสี่ยง ผู้บริหารได้มีการควบคุมกระบวนการจัดการความเสี่ยงอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่ามีความสมดุลระหว่างความเสี่ยงและการควบคุมความเสี่ยง

สำหรับความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน ปัจจุบันการทำธุรกรรมดังกล่าวของบริษัทมีจำนวนน้อย ทำให้ความเสี่ยงในเรื่องนี้ไม่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ (สามารถอ่านรายละเอียดเพิ่มเติมได้ตามหมายเหตุประกอบงบการเงิน ข้อ 38 เครื่องมือทางการเงิน)

สำหรับความเสี่ยงจากภาระหนี้สินประเภทหุ้นกู้และการดำรงอัตราส่วนหนี้สินสุทธิต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ให้เป็นไปตามที่กำหนด บริษัทมีแผนในการลดภาระหนี้สินจากกระแสเงินสดจากการดำเนินงาน โดยบริษัทมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการบริหารจัดการทางการเงินโดยออกหุ้นกู้ที่มีลักษณะคล้ายหุ้นทุนจำนวน 20,000 ล้านบาทเพื่อนำมาชำระคืนหุ้นกู้ที่ครบกำหนดอายุไถ่ถอน บริษัทมุ่งมั่นในการปฏิบัติตามข้อกำหนดสิทธิของหุ้นกู้ในการดำรงอัตราส่วนหนี้สินสุทธิต่อส่วนของผู้ถือหุ้นให้เป็นไปตามที่กำหนดไว้ในข้อกำหนดสิทธิ ดังนี้

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 อัตราส่วนหนี้สินสุทธิต่อส่วนของผู้ถือหุ้นไม่เกิน	5 : 1
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 อัตราส่วนหนี้สินสุทธิต่อส่วนของผู้ถือหุ้นไม่เกิน	3.5 : 1
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 อัตราส่วนหนี้สินสุทธิต่อส่วนของผู้ถือหุ้นไม่เกิน	2.5 : 1
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 เป็นต้นไป อัตราส่วนหนี้สินสุทธิต่อส่วนของผู้ถือหุ้นไม่เกิน	2 : 1

3.6 ความเสี่ยงจากการรับรู้ค่าความนิยมและสินทรัพย์ไม่มีตัวตน

ค่าความนิยมที่เกิดจากการซื้อกิจการของบริษัทย่อยรับรู้ในสินทรัพย์ไม่มีตัวตน ซึ่งการรับรู้มูลค่าเริ่มแรกของค่าความนิยม ได้มีการอธิบายในหมายเหตุประกอบงบการเงิน และภายหลังจากการรับรู้เริ่มแรก ค่าความนิยมจะถูกลดมูลค่าด้วยวิธีราคาทุนสุทธิจากผลขาดทุนจากการด้อยค่าสะสม

สินทรัพย์ไม่มีตัวตนอื่นๆ ที่กลุ่มบริษัทซื้อและมียอายุการใช้งานจำกัด อาทิ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ ฐานข้อมูลลูกค้าและอื่นๆ มียอายุการใช้งาน 2-15 ปี จะแสดงในราคาทุนสุทธิจากค่าการตัดจำหน่ายสะสมและผลขาดทุนจากการด้อยค่าสะสม โดยค่าตัดจำหน่ายคำนวณจากราคาทุนหักด้วยมูลค่าคงเหลือ ซึ่งประเมินตามระยะเวลาที่คาดว่าจะได้รับประโยชน์ ในขณะที่สินทรัพย์ไม่มีตัวตนอื่นๆ ที่กลุ่มบริษัทได้มาและมียอายุการให้ประโยชน์ไม่ทราบแน่นอน อาทิ สิทธิบัตรทางปัญญาและใบอนุญาตประกอบธุรกิจ จะแสดงในราคาทุนสุทธิจากผลขาดทุนจากการด้อยค่าสะสม

การบริหารความเสี่ยงของบริษัท

มูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์ของกลุ่มบริษัทจะถูกพิจารณาว่า มีข้อบ่งชี้เรื่องการด้อยค่าหรือไม่ทุกวันที่รายงาน ในกรณีที่ข้อบ่งชี้ บริษัทจะทำการประเมินมูลค่าสินทรัพย์ที่คาดว่าจะได้รับคืน มูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืนของค่าความนิยมและสินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่มีอายุการให้ประโยชน์ไม่ทราบแน่นอน หรือยังไม่พร้อมใช้งาน จะประมาณมูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืนทุกปีในช่วงเวลาเดียวกัน

การรับรู้ขาดทุนจากการด้อยค่าจะกระทำทุกครั้งที่มูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์ หรือมูลค่าตามบัญชีของหน่วยสินทรัพย์ที่ก่อให้เกิดเงินสดสูงกว่ามูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืน ขาดทุนจากการด้อยค่าบันทึกในกำไรหรือขาดทุน

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 สินทรัพย์ถาวรของบริษัทและบริษัทย่อย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 สินทรัพย์ถาวรของบริษัทและบริษัทย่อย สามารถสรุปได้ดังนี้

<u>สินทรัพย์ถาวร</u>	<u>มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)</u>
ที่ดิน	41,771
อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร และส่วนปรับปรุงสิทธิการเช่า	32,600
เครื่องจักร และอุปกรณ์	16,033
เครื่องตกแต่ง ติดตั้ง และเครื่องใช้สำนักงาน	7,406
สินทรัพย์ระหว่างการก่อสร้างและติดตั้ง	5,274
สินทรัพย์ถาวรอื่นๆ	3,310
รวมสินทรัพย์ถาวรสุทธิ	<u>106,394</u>

อาคารและอุปกรณ์ของกลุ่มบริษัทซึ่งมีราคาคงเหลือตามบัญชีสุทธิจำนวน 196 ล้านบาท ได้ถูกนำไปวางเป็นหลักประกันสำหรับเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินและเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน

4.2 สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 สินทรัพย์ไม่มีตัวตนของบริษัทและบริษัทย่อย สามารถสรุปได้ดังนี้

<u>สินทรัพย์ไม่มีตัวตน</u>	<u>มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)</u>
ค่าความนิยม	128,328
สินทรัพย์ไม่มีตัวตนอื่น	51,249
สิทธิการเช่า	4,075

ค่าความนิยมส่วนใหญ่เกิดจากการที่บริษัทซื้อหุ้นในบริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) ทั้งทางตรงและทางอ้อม โปรแกรมคอมพิวเตอร์ ฐานข้อมูลลูกค้าและอื่นๆ มีอายุการใช้งาน 2-15 ปี เครื่องหมายการค้า ทรัพย์สินทางปัญญาและใบอนุญาตในการประกอบธุรกิจมีอายุการให้ประโยชน์ไม่ทราบแน่นอน นอกจากนี้ยังมีสิทธิการเช่า ซึ่งหมายความถึงสิทธิการเช่าที่ดินและอาคารที่บริษัทซื้อมา โดยมีอายุการใช้งานจำกัด

4.3 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัทมีนโยบายการลงทุนในธุรกิจค้าปลีก และธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจค้าปลีก โดยบริษัทมีนโยบายที่จะแต่งตั้งตัวแทนเข้าไปดำรงตำแหน่งเป็นกรรมการที่มีอำนาจควบคุมในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม เพื่อควบคุมการบริหารงานของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมเพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายของบริษัท ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทมีเงินลงทุนในบริษัทย่อย มูลค่ารวม 206,833 ล้านบาท โดยมีสัดส่วนของเงินลงทุนในบริษัทย่อยทั้งหมดคิดเป็นร้อยละ 74.0 ของสินทรัพย์ตามงบการเงินเฉพาะบริษัท

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

บริษัทเป็นจำเลยจากการถูกฟ้องโดยกองทุนแห่งหนึ่ง (“โจทก์”) ในคดีที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติตามกฎการทำคำเสนอซื้อหลักทรัพย์ โดยศาลชั้นต้นได้มีคำพิพากษาเมื่อวันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2558 ให้บริษัทจ่ายค่าเสียหายเป็นจำนวนเงิน 104.7 ล้านบาท พร้อมด้วยดอกเบี้ยในอัตราร้อยละ 7.5 ต่อปี นับตั้งแต่วันที่ 2 สิงหาคม 2556 จนกว่าบริษัทจะชำระค่าเสียหายเสร็จสิ้น ซึ่งบริษัทได้ยื่นอุทธรณ์คำพิพากษาดังกล่าวแล้วในภายหลังเมื่อวันที่ 19 มิถุนายน 2558 และกองทุนดังกล่าวได้ยื่นคำแก้อุทธรณ์ต่อศาลเมื่อวันที่ 16 พฤศจิกายน 2558

ต่อมาเมื่อวันที่ 13 กรกฎาคม 2559 ศาลได้อ่านคำพิพากษาศาลอุทธรณ์ในคดีดังกล่าว โดยศาลอุทธรณ์ได้มีคำพิพากษายกฟ้อง เนื่องจากบริษัทไม่ได้มีการกระทำละเมิดต่อกองทุนตามที่ฟ้อง ดังนั้นบริษัทจึงไม่มีภาระในการชำระค่าเสียหายให้แก่กองทุนจากคำพิพากษาของศาลชั้นต้น ซึ่งต่อมาเมื่อวันที่ 14 ธันวาคม 2559 โจทก์และบริษัทได้ยื่นฎีกาต่อศาลฎีกา คดีดังกล่าวจะเข้าสู่กระบวนการพิจารณาของศาลฎีกาต่อไป

ณ วันที่ในรายงานนี้ที่ปรึกษากฎหมายของบริษัทให้ความเห็นว่า จากคำให้การของพยานและหลักฐานการนำสืบในระหว่างการพิจารณาคดี ในชั้นที่สุดแล้วศาลควรจะยกฟ้องและคดีความดังกล่าวจะไม่ส่งผลกระทบในทางลบต่อบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ ด้วยเหตุนี้บริษัทจึงยังไม่บันทึกประมาณการหนี้สินสำหรับคดีความดังกล่าวไว้ในงบการเงินสำหรับงวดปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

6.1 ข้อมูลทั่วไป

(1) ข้อมูลทั่วไปของบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) ประกอบธุรกิจหลักประเภทร้านค้าสะดวกซื้อ ภายใต้เครื่องหมายการค้า “7-Eleven” ใช้ชื่อย่อในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยว่า “CPALL” ได้จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลตามกฎหมายว่าด้วยบริษัทมหาชนจำกัดเมื่อวันที่ 12 มีนาคม 2542 ทะเบียนเลขที่ 0107542000011

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทมีทุนจดทะเบียนทั้งสิ้น 8,986,296,048 บาท เป็นหุ้นสามัญจำนวน 8,986,296,048 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท โดยมีทุนที่เรียกชำระแล้วจำนวน 8,983,101,348 บาท

สำนักงานใหญ่

เลขที่ 313 อาคารซี.พี.ทาวเวอร์ ชั้น 24 ถนนสีลม แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร

โทรศัพท์ 02-071-9000

Homepage www.cpall.co.th

(2) ข้อมูลนิติบุคคลที่บริษัทถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไปของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมด

บริษัท (เลขทะเบียนบริษัท)	ประเภทธุรกิจ	ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	สัดส่วนการ ถือหุ้น (ร้อยละ)	ทุนจดทะเบียน
บริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด (0105537086432)	ตัวแทนรับชำระค่าสินค้าและบริการ และเป็น นายหน้าประกันชีวิตและประกันวินาศภัย	119 ชั้น 4-6 ซอยสาทร 5 ถนนสาทรใต้ แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพมหานคร www.counterservice.co.th	99.99	ทุนเรียกชำระแล้ว 100 ล้านบาท มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ 10 บาทต่อหุ้น
บริษัท ซีพีแรม จำกัด (0105531097556)	ผลิตและจำหน่ายอาหารสำเร็จรูป และเบเกอรี่	177 หมู่ที่ 4 ถนนปทุมธานี-ลาดหลุมแก้ว ตำบลระแหง อำเภอลาดหลุมแก้ว ปทุมธานี www.cpram.co.th	99.99	ทุนเรียกชำระแล้ว 600 ล้านบาท มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ 10 บาทต่อหุ้น
บริษัท ซีพี รีเทลลิงค์ จำกัด (0105538139521)	จำหน่ายและซ่อมแซมอุปกรณ์ค้าปลีก	159/30 หมู่ที่ 3 ถนนวิภาวดีรังสิต ตลาดบางเขน เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร www.cpretailink.co.th	99.99	ทุนเรียกชำระแล้ว 20 ล้านบาท มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ 10 บาทต่อหุ้น
บริษัท โกซอฟท์ (ประเทศไทย) จำกัด (0105546003978)	บริการด้านระบบสารสนเทศ	1 อาคารลิเวอร์พูล ชั้น 7 ถนนคอนแวนต์ แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร www.gosoft.co.th	99.99	ทุนเรียกชำระแล้ว 20 ล้านบาท มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ 10 บาทต่อหุ้น
บริษัท เอ็ม เอ เอ็ม ฮาร์ท จำกัด (0105546015593)	บริการด้านกิจกรรมการตลาด การออกแบบ โฆษณา	313 อาคารซี.พี.ทาวเวอร์ ชั้น 26 ถนนสีลม แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร Website - ไม่มี	99.99	ทุนเรียกชำระแล้ว 1 ล้านบาท มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ 10 บาทต่อหุ้น
บริษัท ไดนามิค แมนเนจเม้นท์ จำกัด (0105546069812)	บริการด้านโลจิสติกส์ และซื้อขายสินค้าทั่วไป	119 ชั้น 8 อาคารธาราสาทร ถนนสาทรใต้ แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพมหานคร Website - ไม่มี	99.99	ทุนเรียกชำระแล้ว 2 ล้านบาท มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ 10 บาทต่อหุ้น

บริษัท (เลขทะเบียนบริษัท)	ประเภทธุรกิจ	ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	สัดส่วนการ ถือหุ้น (ร้อยละ)	ทุนจดทะเบียน
บริษัท ศึกษาวิวัฒน์ จำกัด (0105547012156)	ธุรกิจลงทุนด้านการศึกษา	20/29 หมู่ที่ 2 ถนนงามวงศ์วาน ตำบล บางเขน อำเภอเมืองนนทบุรี นนทบุรี Website - ไม่มี	99.99	ทุนเรียกชำระแล้ว 810 ล้านบาท มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ 10 บาทต่อหุ้น
บริษัท ปัญญธารา จำกัด (0125549008181)	ฝึกอบรม	58/5 หมู่ที่ 2 ถนนแจ้งวัฒนะ ตำบลบางตลาด อำเภอปากเกร็ด นนทบุรี www.panyatara.co.th	99.99	ทุนเรียกชำระแล้ว 1 ล้านบาท มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ 10 บาทต่อหุ้น
บริษัท ไทยสมาร์ตการ์ด จำกัด (0105544095999)	บริการจัดหาเครื่องรับบัตร ให้บริการบันทึกข้อมูล การใช้จ่ายผ่านบัตรเงินสด	191 อาคารสีลมคอมเพล็กซ์ ชั้น 27 ห้องเลขที่ 2 ถนนสีลม แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร www.thaismartcard.co.th	72.64	ทุนเรียกชำระแล้ว 1,600 ล้านบาท มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ 10 บาทต่อหุ้น
สถาบันการจัดการปัญญาวิวัฒน์ (เลขที่ใบอนุญาต 4/2550)	สถานศึกษา	85/1 หมู่ที่ 2 ถนนแจ้งวัฒนะ ตำบลบางตลาด อำเภอปากเกร็ด นนทบุรี www.pim.ac.th	99.99	ทุนจากผู้รับใบอนุญาต 500 ล้านบาท
วิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาวิวัฒน์ (เลขที่ใบอนุญาต 326)	สถานศึกษา	20/29 หมู่ที่ 2 ถนนงามวงศ์วาน ตำบล บางเขน อำเภอเมืองนนทบุรี นนทบุรี www.panyapiwat.ac.th	99.99	ทุนประเดิม 273 ล้านบาท
บริษัท ออลล์ เทรนนิง จำกัด (0125555006666)	ฝึกอบรมให้กับนิติบุคคลในเครือเดียวกัน	58/5 หมู่ที่ 2 ถนนแจ้งวัฒนะ ตำบลบางตลาด อำเภอปากเกร็ด นนทบุรี Website - ไม่มี	99.99	ทุนเรียกชำระแล้ว 1 ล้านบาท มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ 10 บาทต่อหุ้น

บริษัท (เลขทะเบียนบริษัท)	ประเภทธุรกิจ	ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	สัดส่วนการถือหุ้น (ร้อยละ)	ทุนจดทะเบียน
บริษัท ออลล์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (0105556063400)	ธุรกิจลงทุน	119 อาคารธาราสาทร ถนนสาทรใต้ แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพมหานคร Website - ไม่มี	99.99	ทุนเรียกชำระแล้ว 12.5 ล้านบาท มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ 50 บาทต่อหุ้น
บริษัท โอเอชที จำกัด (0105542017311)	ธุรกิจลงทุน	119 อาคารธาราสาทร ถนนสาทรใต้ แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพมหานคร Website - ไม่มี	99.99	ทุนเรียกชำระแล้ว 12.5 ล้านบาท มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ 100 บาทต่อหุ้น
บริษัท สยามแม็คโคร โฮลดิ้ง (ประเทศไทย) จำกัด (0105544077206)	ธุรกิจลงทุน	119 อาคารธาราสาทร ถนนสาทรใต้ แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพมหานคร Website - ไม่มี	99.99	ทุนเรียกชำระแล้ว 1,066 ล้านบาท มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ 100 บาทต่อหุ้น
บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) (0107537000521)	ธุรกิจศูนย์จำหน่ายสินค้าแบบชำระเงินสดและบริการตนเอง ตนเองในการจำหน่ายสินค้า อุปโภคบริโภคให้แก่ลูกค้าทั่วประเทศ โดยมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นผู้ประกอบธุรกิจขนาดเล็กถึงขนาดกลาง ได้แก่ กลุ่มร้านค้าปลีกรายย่อย กลุ่มไฮเร้า กลุ่มสถาบันต่าง ๆ รวมถึงผู้ประกอบการธุรกิจบริการ	1468 ถนนพัฒนาการ แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร www.siammakro.co.th	97.88	ทุนเรียกชำระแล้ว 2,400 ล้านบาท มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ 0.50 บาทต่อหุ้น
บริษัท ทเวนตีโฟร์ ช็อปปิง จำกัด (0105557000380)	จำหน่ายสินค้าผ่านแคตตาล็อกและธุรกิจอีคอมเมิร์ซ	119 อาคารธาราสาทร ชั้น 9-10 ถนนสาทรใต้ แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพมหานคร http://24shopping.co.th	99.99	ทุนเรียกชำระแล้ว 30 ล้านบาท มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ 10 บาทต่อหุ้น

บริษัท (เลขทะเบียนบริษัท)	ประเภทธุรกิจ	ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	สัดส่วนการ ถือหุ้น (ร้อยละ)	ทุนจดทะเบียน
บริษัท ซีพี ฟู้ดแล็บ จำกัด (0135559021180)	วิจัยและพัฒนา	141 หมู่ที่ 9 ชั้น 6 อาคารกลุ่มนวัตกรรม 2 ทาวเวอร์ดี อุทยานวิทยาศาสตร์ประเทศไทย ถนนพหลโยธิน ต.คลองหนึ่ง อ.คลองหลวง ปทุมธานี Website - ไม่มี	99.99	ทุนเรียกชำระแล้ว 10 ล้านบาท มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ 10 บาทต่อหุ้น
โรงเรียนสาธิตสถาบันการจัดการ ปัญญาภิวัฒน์ (02/2559)	สถานศึกษา	45/23 หมู่ 2 ตำบลบางตลาด อำเภอปาก เกร็ด จังหวัดนนทบุรี Website - ไม่มี	99.99	ทุนประเดิม 100 ล้านบาท
Lotus Distribution Investment Limited (297897)	ธุรกิจลงทุน	Vistra Corporate Services Centre, Wickhams Cay II, Road Town, Tortola, British Virgin Islands Website - ไม่มี	100	ทุนเรียกชำระแล้ว 244.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ
Successor Investments Limited (1452125)	ธุรกิจลงทุน	21/F, Far East Finance Centre, 16 Harcourt Road, Hong Kong Website - ไม่มี	100	ทุนเรียกชำระแล้ว 1 เหรียญฮ่องกง
Nanjing Zheng Yi Xin Trading Co., Ltd. (91320100575914487U)	ธุรกิจการค้า	44 Shui Zuo Gang, Gulou District, Nanjing City, The People's Republic of China Website - ไม่มี	100	ทุนเรียกชำระแล้ว 10 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

บริษัท (เลขทะเบียนบริษัท)	ประเภทธุรกิจ	ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	สัดส่วนการ ถือหุ้น (ร้อยละ)	ทุนจดทะเบียน
Successor (China) Investments Limited (913201005935025236)	ธุรกิจลงทุน	Movie & TV City, Shiqiu Town, Lishui County, Nanjing City, The People's Republic of China Website - ไม่มี	100	ทุนเรียกชำระแล้ว 232 ล้านดอลลาร์สหรัฐ
Albuera International Limited (1719885)	ธุรกิจลงทุน	P.O.Box 957, Offshore Incorporations Centre, Road Town, Tortola, British Virgin Islands Website - ไม่มี	100	ทุนเรียกชำระแล้ว 1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ
Nanjing Tianqu Investment Management Co., Ltd. (91320117566515652A)	ธุรกิจลงทุน	Movie & TV City, Shiqiu Town, Lishui County, Nanjing City, The People's Republic of China Website - ไม่มี	100	ทุนเรียกชำระแล้ว 1,412 ล้านเหร่หมินปี้
Nanjing Tech University Pujiang Institute (Su Min Zheng Zi No. 010192)	สถาบันอุดมศึกษาเอกชน	No. 96 Tangfeng Road, Shangfeng Town, Jiangning District, Nanjing City, The People's Republic of China Website - ไม่มี	100	ทุนเรียกชำระแล้ว 400 ล้านเหร่หมินปี้
Nanjing Tech University Pujiang Institute Educational Development Fund (53320000MJ553502XL)	สถาบันอุดมศึกษาเอกชน	Room 711 no. 199, Guangzhou Road, Nanjing City, The People's Republic of China Website - ไม่มี	100	ทุนเรียกชำระแล้ว 50 ล้านเหร่หมินปี้

บริษัท (เลขทะเบียนบริษัท)	ประเภทธุรกิจ	ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	สัดส่วนการ ถือหุ้น (ร้อยละ)	ทุนจดทะเบียน
บริษัท สยามฟู้ด เซอร์วิส จำกัด (0105527032739)	ธุรกิจนำเข้าและจัดจำหน่ายสินค้าพร้อมบริการ จัดส่งประเภทอาหารสดและอาหารแช่แข็ง คุณภาพชั้นดี เช่น เนื้อสัตว์ อาหารทะเล มันฝรั่ง กลุ่มสินค้าเบเกอรี่ เครื่องปรุงรสและอาหารพร้อม ปรุงขึ้นเลิศจากทั้งในและต่างประเทศ เพื่อ ตอบสนองความต้องการของกลุ่มธุรกิจบริการ ด้านอาหาร อาทิ โรงแรม ร้านอาหาร สายการบิน ธุรกิจจัดเลี้ยง โรงงานอุตสาหกรรมอาหาร ผู้ค้าส่ง เป็นต้น	2439 ถนนริมทางรถไฟเก่าสายปากน้ำ แขวง พระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร www.siamfoodservices.com	97.88	ทุนเรียกชำระแล้ว 3,183 ล้านบาท มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ 100 บาทต่อหุ้น
Indoguna Vina Food Service Company Limited (เดิมชื่อ บริษัท วินาสยามฟู้ด จำกัด) (0312016132)	ธุรกิจนำเข้าและจัดจำหน่ายสินค้าพร้อมบริการ จัดส่งประเภทอาหารสดและอาหารแช่แข็ง คุณภาพชั้นดี เช่น เนื้อสัตว์ อาหารทะเล มันฝรั่ง กลุ่มสินค้าเบเกอรี่ เครื่องปรุงรสและอาหารพร้อม ปรุงขึ้นเลิศจากทั้งในและต่างประเทศ เพื่อ ตอบสนองความต้องการของกลุ่มธุรกิจบริการ ด้านอาหารในประเทศไทยเวียดนาม อาทิ โรงแรม ร้านอาหาร รวมถึงธุรกิจให้บริการอาหารจานด่วน ธุรกิจจัดเลี้ยง เป็นต้น	44 ปี ถนนฟาน ชิค ลอง วาร์ด 3 ดิสทริก พูน วน ไฮจิมนห์ซิตี้ ประเทศเวียดนาม www.indogunavina.com	97.88	ทุนเรียกชำระแล้ว 5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

บริษัท (เลขทะเบียนบริษัท)	ประเภทธุรกิจ	ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	สัดส่วนการถือหุ้น (ร้อยละ)	ทุนจดทะเบียน
บริษัท แม็คโคร อาร์ไอเอช จำกัด (0105557153364)	ลงทุนในต่างประเทศ รวมทั้งให้บริการด้านการบริหารด้านเทคนิค และ/หรือการให้บริการสนับสนุนแก่บริษัทในเครือ	1468 ถนนพัฒนาการ แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร Website - ไม่มี	97.88	ทุนเรียกชำระแล้ว 1,745 ล้านบาท มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ 100 บาทต่อหุ้น
บริษัท โปรมาร์ท จำกัด (0105558034130)	จำหน่ายสินค้าอุปโภค	1468 ถนนพัฒนาการ แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร Website - ไม่มี	97.88	ทุนเรียกชำระแล้ว 2.5 ล้านบาท มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ 100 บาทต่อหุ้น
ARO Company Limited (889 FC/2014-2015)	ให้บริการด้านการตลาด และให้คำปรึกษาในประเทศเมียนมาร์	Unit 02,04,06, Level 11, Myanmar Centre Tower 1, No. 192, kabar Aye Pagoda Road, Bahan Township, Yangon, Myanmar Website - ไม่มี	97.88	ทุนเรียกชำระแล้ว 0.165 ล้านดอลลาร์สหรัฐ มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ 10 ดอลลาร์สหรัฐต่อหุ้น
Makro (Cambodia) Company Limited (00019245)	ดำเนินธุรกิจค้าปลีกค้าส่งและกิจการที่เกี่ยวข้องในประเทศกัมพูชา	No. 5734, Street 1003, Bayab Village, Sangkat Phnom Penh Thmey, Khan Sen Sok, Phnom Penh, Cambodia www.makrocambodia.com	68.52	ทุนเรียกชำระแล้ว 30.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ 10 ดอลลาร์สหรัฐต่อหุ้น
CP Wholesale India Private Limited (U51909DL2017FTC310809)	ธุรกิจค้าส่งและธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง	6th Floor, M3M Cosmopolitan, Sector 66, Off Golf Course Extension Road, Gurugram -122018, Haryana, India Website - ไม่มี	97.87	ทุนเรียกชำระแล้ว 160.71 ล้านบาท อินเดีย (ไม่รวมส่วนเกินมูลค่าหุ้น) มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ 10 รูปีอินเดียต่อหุ้น

บริษัท (เลขทะเบียนบริษัท)	ประเภทธุรกิจ	ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	สัดส่วนการ ถือหุ้น (ร้อยละ)	ทุนจดทะเบียน
Indoguna (Singapore) Pte Ltd (199302834E)	ธุรกิจผลิตผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป เช่น ไส้กรอก พริ่เมียม เนื้อสัตว์ตัดแบ่งและอาหารสำเร็จรูป ภายใต้ชื่อ Carne Meats รวมทั้งนำเข้าและจัด จำหน่ายสินค้าพร้อมบริการจัดส่งสินค้าประเภท อาหารสดและอาหารแช่แข็งคุณภาพชั้นดี เช่น เนื้อสัตว์ อาหารทะเล กลุ่มสินค้าเบเกอรี่ เครื่องปรุงรสและอาหารพร้อมปรุงชั้นเลิศจากทั้ง ในและต่างประเทศ เพื่อตอบสนองความต้องการ ของกลุ่มธุรกิจบริการด้านอาหาร อาทิ โรงแรม ร้านอาหาร สายการบิน ธุรกิจจัดเลี้ยง โรงงาน อุตสาหกรรมอาหาร ผู้ค้าส่ง เป็นต้น	36 Senoko Drive, Senoko Industrial Estate, Singapore 758221 www.indoguna.com	78.30	ทุนเรียกชำระแล้ว 1.6 ล้าน ดอลลาร์สิงคโปร์
Indoguna Dubai L.L.C. (78993)	ธุรกิจนำเข้าและจัดจำหน่ายสินค้าพร้อมบริการ จัดส่งสินค้าประเภทอาหารสดและอาหารแช่แข็ง คุณภาพชั้นดี เช่น เนื้อสัตว์ อาหารทะเล กลุ่ม สินค้าเบเกอรี่ เครื่องปรุงรสและอาหารพร้อมปรุง ชั้นเลิศจากทั้งในและต่างประเทศ เพื่อตอบสนอง ความต้องการของกลุ่มธุรกิจบริการด้านอาหาร อาทิ โรงแรม ร้านอาหาร สายการบิน ธุรกิจจัด เลี้ยง โรงงานอุตสาหกรรมอาหาร ผู้ค้าส่ง เป็นต้น	P.O. Box 123125, Al Waha Street, Al Quoz 1, Dubai, United Arab Emirates www.indogunadubai.com	78.30	ทุนเรียกชำระแล้ว 0.3 ล้านดีแรห์ม สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ 1,000 ดีแรห์ม สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ต่อหุ้น

บริษัท (เลขทะเบียนบริษัท)	ประเภทธุรกิจ	ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	สัดส่วนการถือหุ้น (ร้อยละ)	ทุนจดทะเบียน
Just Meat Company Limited (972827)	ธุรกิจนำเข้าและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ด้านอาหารสดชั้นดี จำพวกเนื้อสัตว์และสัตว์ปีกในฮ่องกง	G/F 45B Hau Wong Road, Kowloon City, Kowloon, Hong Kong www.justmeat.com.hk	78.30	ทุนเรียกชำระแล้ว 1 ล้านบาท ฮ่องกง มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ 1,000 ดอลลาร์ ฮ่องกงต่อหุ้น
Indoguna Lordly Company Limited (เดิมชื่อ Lordly Company Limited) (196081)	ธุรกิจนำเข้าและจัดจำหน่ายสินค้าพร้อมบริการจัดส่งสินค้าประเภทอาหารสดและอาหารแช่แข็งคุณภาพชั้นดี เช่น เนื้อสัตว์ อาหารทะเล กลุ่มสินค้าเบเกอรี่ ไข่น้ำ เครื่องปรุงรสและอาหารพร้อมปรุงชั้นเลิศจากทั้งในและต่างประเทศ เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มธุรกิจบริการด้านอาหาร อาทิ โรงแรม ร้านอาหาร สายการบิน ธุรกิจจัดเลี้ยง โรงงานอุตสาหกรรมอาหาร ผู้ค้าส่ง เป็นต้น	14 Floor, Chung Fung Commercial Building, 10-12 Canton Road, Tsimshatsui, Kowloon, Hong Kong www.lordly.com.hk	78.30	ทุนเรียกชำระแล้ว 0.01 ล้านบาท ดอลลาร์ฮ่องกง มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ 1 ดอลลาร์ ฮ่องกงต่อหุ้น
Makro (Guangzhou) Food Company Limited (440103400002490)	ธุรกิจค้าปลีก ค้าส่งและธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องในประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน	Room 440, No. 401, 4/F, No. 17 Fangxin Road, Liwan District, Guangzhou, The People's Republic of China Website - ไม่มี	97.87	ทุนเรียกชำระแล้ว 25 ล้านบาท เงินบาท

บริษัท (เลขทะเบียนบริษัท)	ประเภทธุรกิจ	ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	สัดส่วนการถือหุ้น (ร้อยละ)	ทุนจดทะเบียน
MAXZI THE GOOD FOOD RESTAURANT & CAFE L.L.C. (1309929)	ดำเนินธุรกิจร้านอาหารและร้านค้าปลีกขนาดเล็ก ในประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์	Al Shafar Investment Building, Shop No 20, P.O. Box 126113 Al Quoz 1, Dubai, United Arab Emirates www.maxzi.ae	78.30	ทุนเรียกชำระแล้ว 4 ล้านดอลลาร์สหรัฐ สำหรับสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ 1,000 ดอลลาร์สหรัฐ สำหรับสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ต่อหุ้น
Indoguna (Cambodia) Company Limited (00029158)	ดำเนินธุรกิจให้บริการด้านอาหาร และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เนื่องในประเทศกัมพูชา	No. 423, National Road 3, PhumSraeNhoar, Pong Tuek, Dangkao, Phnom Penh 12407 Cambodia Website - ไม่มี	68.52	ทุนเรียกชำระแล้ว 2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ 10 ดอลลาร์สหรัฐต่อหุ้น
บริษัท ทูจีเอส จำกัด (0105554069842)	จำหน่ายสินค้าผ่านสื่อต่างๆ	18 อาคารทูลุ ทาวเวอร์ ถนนรัชดาภิเษก ห้วย ขวาง เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร Website - ไม่มี	10.00	ทุนเรียกชำระแล้ว 340 ล้านบาท มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ 100 บาทต่อหุ้น

(3) ข้อมูลบุคคลอ้างอิงอื่นๆ

นายทะเบียนหลักทรัพย์

บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด

อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เลขที่ 93 ถนนรัชดาภิเษก เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร 10400

โทรศัพท์ 0-2009-9999 (Call Center)

www.set.or.th/tsd

ผู้สอบบัญชีของบริษัท

นางสาวมัญญา สิงห์สุขสวัสดิ์ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 6112

บริษัท เคพีเอ็มจี ภูมิไชย สอบบัญชี จำกัด

1 อาคารเอ็มไพร์ทาวเวอร์ ชั้น 50-51 ถนนสาทร เขตสาทร กรุงเทพมหานคร

โทรศัพท์ 0-2677-2060

นายทะเบียนหุ้นกู้ และผู้แทนผู้ถือหุ้นกู้

หุ้นกู้ ครั้งที่ 1/2556

นายทะเบียนหุ้นกู้ - ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

เลขที่ 977/3 อาคารเอส.เอ็ม ทาวเวอร์ ชั้น 4 ถนนพหลโยธิน แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400

โทรศัพท์ 02-298-0830 ต่อ 129

ผู้แทนผู้ถือหุ้นกู้ - ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

อาคาร 2 ชั้น 3 เลขที่ 1060 ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ แขวงมักกะสัน เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400

โทรศัพท์ 02-256-2316

**หุ้นกู้ ครั้งที่ 1/2557, ครั้งที่ 2/2557, ครั้งที่ 3/2557, ครั้งที่ 3/2560 และหุ้นกู้ด้อยสิทธิที่มีลักษณะคล้ายทุน
ครั้งที่ 1/2559, ครั้งที่ 1/2560**

นายทะเบียนหุ้นกู้และผู้แทนผู้ถือหุ้นกู้ - ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

เลขที่ 977/3 อาคารเอส.เอ็ม ทาวเวอร์ ชั้น 4 ถนนพหลโยธิน แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400

โทรศัพท์ 02-298-0830 ต่อ 129

หุ้นกู้ ครั้งที่ 1/2558, ครั้งที่ 2/2558, ครั้งที่ 1/2559, ครั้งที่ 2/2559, ครั้งที่ 1/2560 และ ครั้งที่ 2/2560

นายทะเบียนหุ้นกู้ - ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

เลขที่ 977/3 อาคารเอส.เอ็ม ทาวเวอร์ ชั้น 4 ถนนพหลโยธิน แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400

โทรศัพท์ 02-298-0830 ต่อ 129

6.2 ข้อมูลที่สำคัญอื่น

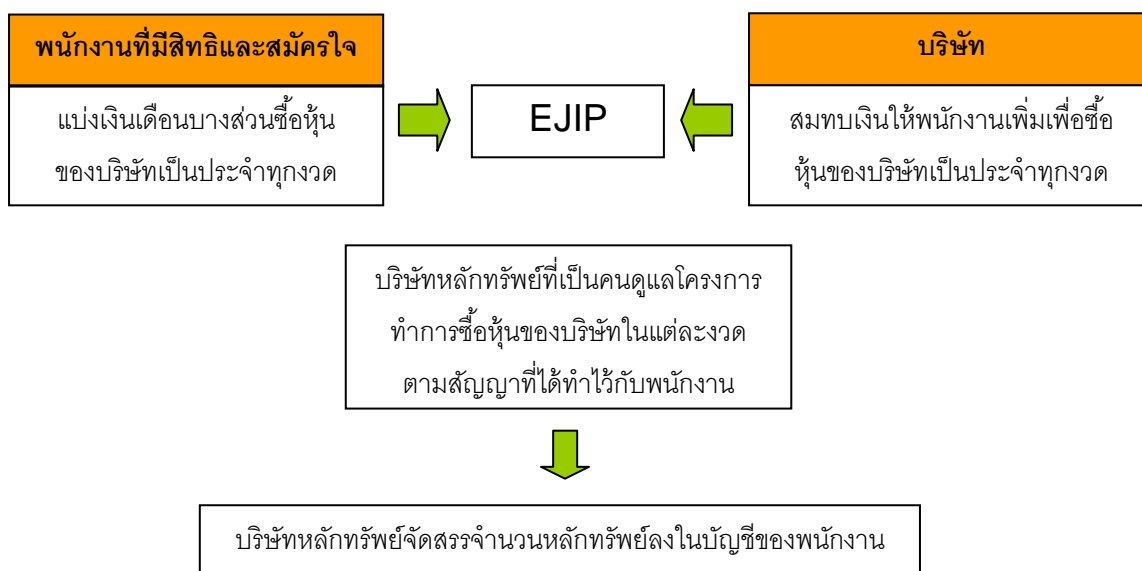
สรุปข้อมูลเกี่ยวกับโครงการสะสมหุ้นสำหรับพนักงาน (Employee Joint Investment Program – EJIP) ครั้งที่ 3

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย มีนโยบายให้พนักงานได้มีส่วนร่วมในความเป็นเจ้าของบริษัท เพื่อสร้างแรงจูงใจให้พนักงานมีความจงรักภักดีต่อองค์กร และมุ่งมั่นที่จะทำงานเพื่อเติบโตไปพร้อมกับองค์กร จึงได้ขยายโครงการสะสมหุ้นสำหรับพนักงาน Employee Joint Investment Program (EJIP) เป็นครั้งที่ 3 โดยมีหลักเกณฑ์ดังนี้

1. ลักษณะโครงการ

เป็นโครงการสำหรับบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อสนับสนุนให้พนักงานมีการลงทุนแบบสะสมหุ้นของบริษัทที่ตนทำงานอยู่เป็นรายงวด (เช่น รายเดือน หรือรายไตรมาส) ตามความสนใจด้วยหลักการเฉลี่ยต้นทุน (Dollar Cost Average)

2. รูปแบบโครงการ



หลักทรัพย์ที่ทำการซื้อ	หุ้นสามัญ CPALL ที่ทำการซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์
ความถี่ในการลงทุน	เป็นรายเดือนระบุวันที่แน่นอน
จำนวนเงินที่ลงทุนต่อครั้ง (ต่อพนักงาน 1 คน)	พนักงาน: ร้อยละ 5 หรือ 7 ของเงินเดือนพนักงาน (ตามแต่พนักงานจะเลือก) บริษัท: สมทบเพิ่มร้อยละ 80 ของเงินที่พนักงานสะสมแต่ละเดือน
ระยะเวลาโครงการ	1 กรกฎาคม 2560 – 30 มิถุนายน 2565 (รวม 5 ปี)
วิธีการชำระราคา	ซื้อ – หักจากเงินเดือนพนักงานและเงินสมทบของบริษัท ขาย – โอนเงินเข้าบัญชีธนาคารของพนักงาน
การส่งซื้อหลักทรัพย์	ส่งซื้อหลักทรัพย์จากบริษัทหลักทรัพย์คู่สัญญาเป็นไปโดยอัตโนมัติตามสัญญาที่พนักงานทำไว้กับบริษัทหลักทรัพย์นั้นๆ
การส่งมอบหลักทรัพย์	บริษัทหลักทรัพย์จะเปิดบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์ในชื่อของพนักงานแต่ละบุคคล หลังจากการซื้อหลักทรัพย์เสร็จสมบูรณ์แล้ว หลักทรัพย์จะถูกโอนเข้าบัญชีของพนักงานนั้นๆ
ผลประโยชน์ในหลักทรัพย์	เงินปันผล (Dividend Gain) จะตกกับพนักงานในฐานะเจ้าของหลักทรัพย์โดยตรง ผลประโยชน์ในด้านราคา (Capital Gain) จะตกแก่พนักงานเมื่อพนักงานมีสิทธิในการขายหลักทรัพย์ พนักงานสามารถใช้สิทธิอื่นๆ ในหุ้นที่พนักงานถือครอง อาทิ สิทธิในการจองหุ้นเพิ่มทุน (Rights Issue) ใบสำคัญแสดงสิทธิ (Warrant) การเข้าประชุมผู้ถือหุ้น (Shareholders' Meeting)
การขายหลักทรัพย์	พนักงานสามารถขายได้ตามระยะเวลาที่ทำสัญญาไว้กับบริษัท
ภาษีที่เกี่ยวข้อง	พนักงานต้องเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาสำหรับจำนวนที่บริษัทสมทบให้ บริษัทสามารถหักลดหย่อนภาษีเงินได้นิติบุคคลจากจำนวนเงินที่สมทบให้กับพนักงานได้ เพราะถือเป็นการจ่ายค่าตอบแทนให้กับพนักงาน

* คณะกรรมการบริษัทมอบอำนาจให้คณะกรรมการบริหารพิจารณาตามความเหมาะสมในการขอแก้ไข เปลี่ยนแปลงเพิ่มเติม หลักเกณฑ์ของโครงการ รวมทั้งขอยกเลิกโครงการก่อนกำหนด

3. คุณสมบัติของพนักงานที่เข้าร่วมโครงการ

เป็นพนักงานของบริษัทและบริษัทย่อยในประเทศไทย ตั้งแต่ระดับผู้ช่วยผู้จัดการแผนกหรือเทียบเท่าขึ้นไป (ไม่รวมกรรมการบริษัทและที่ปรึกษา) ที่มีอายุการทำงานนับจนถึงวันเริ่มจ่ายเงินสะสมไม่น้อยกว่า 3 ปี

สรุปสาระสำคัญของสัญญาให้ใช้สิทธิ (AREA LICENSE AGREEMENT) ระหว่างบริษัทกับ 7-Eleven Inc. (“สัญญาให้ใช้สิทธิ”) และ สัญญาเกี่ยวกับการให้ความยินยอมในการเสนอขายหุ้นต่อประชาชนและการแก้ไขเพิ่มเติมสัญญาให้ใช้สิทธิ (IPO CONSENT AGREEMENT AND THIRD AMENDMENT TO AREA LICENSE AGREEMENT) ระหว่างบริษัท และ CPG และ 7-Eleven Inc. (“สัญญาให้ความยินยอม”)

บริษัทได้ทำสัญญาให้ใช้สิทธิกับ 7-Eleven Inc. (เดิมชื่อ “The Southland Corporation”) เมื่อวันที่ 7 พฤศจิกายน 2531 โดยบริษัทได้รับสิทธิในการดำเนินธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านค้าสะดวกซื้อภายใต้เครื่องหมายการค้า “7-Eleven” ในประเทศไทย ภายใต้สัญญาดังกล่าว 7-Eleven Inc. ให้สิทธิแก่บริษัทแต่เพียงผู้เดียว (Exclusive Right) ในการใช้ระบบ 7-Eleven เครื่องหมายการค้า และความลับทางการค้าเพื่อประกอบกิจการ หรือให้สิทธิช่วงเป็นรายๆ ไปในประเทศไทย พร้อมกับมีสิทธิในลักษณะไม่ใช่การให้สิทธิแต่เพียงผู้เดียว (Non-Exclusive Right) ในการใช้เครื่องหมายการค้าย่อย (Ancillary Trademarks) ต่างๆ ของ 7-Eleven Inc. รวมถึง การรับบริการเกี่ยวกับการฝึกอบรม ความช่วยเหลือทางด้านเทคนิคต่างๆ ตามข้อตกลงและเงื่อนไขในสัญญาโดยบริษัทได้ตกลงที่จะจ่ายค่าตอบแทนให้แก่ 7-Eleven Inc. ในรูปของค่าสิทธิ License Royalty เป็นรายเดือนโดยคิดตามอัตราส่วนร้อยละต่อยอดขายรวมรายเดือนตามรายละเอียดที่ระบุไว้ในสัญญา

นอกเหนือจากที่กล่าวมาแล้ว สัญญาดังกล่าวมีเงื่อนไขที่บริษัทจะต้องปฏิบัติตามข้อตกลงและเงื่อนไขในสัญญาในสาระสำคัญดังนี้

1. บริษัทต้องดำรงจำนวนร้านค้าที่เปิดดำเนินการขั้นต่ำไม่น้อยกว่าอัตราส่วนร้อยละหรือจำนวนร้านค้าที่กำหนดไว้และตามเงื่อนไขในสัญญาตลอดอายุสัญญานี้ หากบริษัทไม่สามารถดำเนินการดังกล่าวได้ 7-Eleven Inc. จะมีสิทธิเข้าเป็นผู้ประกอบกิจการร้านค้านั้นเอง หรือให้สิทธิกับบุคคลอื่นเพื่อดำเนินการ โดยไม่ถือเป็นการผิดสัญญากับบริษัท (ณ สิ้นปี 2560 มีร้าน 7-Eleven ทั่วประเทศจำนวน 10,268 สาขา ซึ่งสูงกว่าจำนวนร้านขั้นต่ำที่ต้องดำรงไว้ตามสัญญา)
2. บริษัทจะไม่โอนสิทธิตามสัญญานี้ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน โดยปราศจากความยินยอมเป็นลายลักษณ์อักษรของ 7-Eleven Inc.
3. บริษัทจะไม่ออกหุ้นเพิ่ม หรือหลักทรัพย์ ตราสารอื่นใดที่สามารถเปลี่ยนแปลงเป็นหุ้น หรือโอนหุ้นหรือผลประโยชน์ในหุ้น โดยปราศจากความยินยอมของ 7-Eleven Inc.
4. บริษัทต้องชดเชยค่าเสียหาย และปกป้อง 7-Eleven Inc. จากการถูกเรียกค่าเสียหาย ค่าปรับ ความรับผิด (รวมทั้งความรับผิดตามกฎหมายแรงงาน) การฟ้องร้อง และในบรรดาค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่เกิดขึ้นตามเงื่อนไขที่ระบุไว้ในสัญญา
5. บริษัทจะต้องดำเนินการที่จำเป็นเพื่อปกป้อง Goodwill และชื่อเสียงทางเครื่องหมายการค้า หากไม่ดำเนินการบริษัทตกลงที่จะจ่ายค่าเสียหายที่เกิดขึ้นให้แก่ 7-Eleven Inc. คำนวณตามยอดขายรวมรายเดือนตามรายละเอียดที่ระบุไว้ในสัญญาระหว่างที่บริษัททำผิด หรืออยู่ในระหว่างกระบวนการพิจารณาทางศาล หรืออนุญาโตตุลาการ
6. ในกรณีที่หลักทรัพย์ของบริษัทไม่ได้จดทะเบียนซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ ถ้าบริษัทได้รับคำเสนอซื้อกิจการ หรือกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สิน และยอมรับข้อเสนอนั้น บริษัทต้องให้ 7-Eleven Inc. ใช้สิทธิพิจารณาซื้อก่อนภายใต้ข้อเสนอเดียวกัน โดย 7-Eleven Inc. สามารถใช้สิทธินี้ได้ภายใน 60 วัน หลังจากได้รับแจ้งจากบริษัท ในกรณีที่ 7-Eleven Inc. ไม่ใช้สิทธิดังกล่าว บริษัทมีสิทธิที่จะขายกิจการ หรือกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินดังกล่าวให้แก่บุคคลเสนอซื้อได้ โดยบริษัทมีหน้าที่ (ก) โอนสิทธิตามส่วนของสัญญานี้ให้แก่ผู้เสนอซื้อ และชดใช้

ค่าเสียหายที่อาจมีขึ้นต่อ 7-Eleven Inc. (ข) ชำระเงินใดๆ ที่ค้างชำระอยู่ แก่ 7-Eleven Inc. จนครบถ้วน และ (ค) ดำเนินการให้ผู้เสนอซื้อดำเนินการตามเงื่อนไขที่ระบุไว้ในสัญญา

สัญญาดังกล่าวไม่ได้กำหนดเวลาสิ้นสุดไว้แน่นอนแต่อาจสิ้นสุดหากมีการผิดสัญญาของคู่สัญญา ซึ่งรวมถึงในกรณีหนึ่งกรณีใดดังต่อไปนี้

- (1) บริษัทปฏิบัติผิดสัญญา ไม่ชำระเงินตามกำหนด และมีได้แก้ไขภายใน 30 วันนับแต่วันที่ 7-Eleven Inc. ได้แจ้งมายังบริษัท ในกรณีดังกล่าว สัญญานี้จะถูกยกเลิกทันที โดย 7-Eleven Inc. ไม่ต้องแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรอีก
- (2) 7-Eleven Inc. มีสิทธิยกเลิกสัญญานี้ในกรณีต่อไปนี้ (ก) บริษัทได้ยื่นขอล้มละลาย พินิจทรัพย์หรือปรับโครงสร้างองค์กร หรือในกรณีอื่นใดที่คล้ายคลึงกัน (ข) บริษัทถูกฟ้องล้มละลาย และมีได้มีการยกเลิกฟ้องในระยะเวลาที่กำหนดในสัญญา (ค) 7-Eleven Inc. เห็นว่าบริษัทไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามกำหนด (ง) บริษัทโอนสิทธิเพื่อประโยชน์ของเจ้าหนี้ หรือไม่สามารถจ่ายค่าสิทธิ (License Royalty) ได้ เนื่องจากเกิดเหตุสุดวิสัยเกินกว่า 180 วัน (จ) หน่วยงานราชการในประเทศไทยไม่อนุมัติการโอนเงินออกนอกประเทศให้ 7-Eleven Inc. หรือหน่วยงานราชการไม่อนุมัติให้เครื่องหมายการค้าของ 7-Eleven Inc. สามารถใช้ได้ ในกรณีที่เครื่องหมายการค้าของ 7-Eleven Inc. ไม่สามารถใช้ได้ในประเทศไทย คู่สัญญาจะตกลงให้ใช้เครื่องหมายการค้าใหม่ หรือ 7-Eleven Inc. อาจเลือกยกเลิกสัญญานี้ก็ได้
- (3) บริษัทมีสิทธิยกเลิกสัญญานี้ในกรณีที่ 7-Eleven Inc. ผิดสัญญาอย่างเป็นนัยสำคัญเป็นเวลาติดต่อกัน 30 วัน หลังจากที่บริษัทได้แจ้งไปยัง 7-Eleven Inc. โดยบริษัทยังคงมีหน้าที่ ที่ต้องแสดงเจตนาเลิกสัญญาไปยัง 7-Eleven Inc. และ ปฏิบัติตามเงื่อนไขบางประการตามที่ระบุไว้ในสัญญา

เมื่อสัญญานี้สิ้นสุดลงไม่ว่าด้วยเหตุผลใดก็ตาม ยกเว้นสัญญานี้ถูกยกเลิกโดยบริษัทเพราะ 7-Eleven Inc. ปฏิบัติผิดสาระสำคัญของสัญญา 7-Eleven Inc. มีสิทธิเลือกซื้อสินค้า อุปกรณ์ ที่ดิน สิ่งปลูกสร้าง หรือทรัพย์สินต่างๆ ตลอดจนบริษัทต้องโอนใบอนุญาตต่างๆ ให้แก่ 7-Eleven Inc. โดยบริษัทต้องรับผิดชอบชำระค่าใช้จ่ายภาษี และค่าธรรมเนียมในการโอนทรัพย์สินต่างๆ รวมทั้งหยุดใช้เครื่องหมายการค้า ความลับทางการค้า และระบบ 7-Eleven และต้องคืนหรือทำลายความลับทางการค้าทั้งหมด รวมทั้งคู่มือ และสำเนาเอกสารต่างๆ ตามคำสั่งของ 7-Eleven Inc.

ยกเว้นสัญญานี้ถูกยกเลิกโดยบริษัท เพราะ 7-Eleven Inc. ปฏิบัติผิดสาระสำคัญของสัญญา บริษัท และบุคคลที่เกี่ยวข้องกับบริษัทโดยตรง โดยทางอ้อม รวมถึงตัวแทนผู้ถือหุ้นจะต้องไม่ดำเนินธุรกิจด้านร้านค้าสะดวกซื้อเป็นระยะเวลา 7 ปี หลังจากสัญญานี้สิ้นสุดลงในประเทศสหรัฐอเมริกา หรือประเทศใดๆ ในโลกที่ 7-Eleven Inc. ดำเนินธุรกิจเอง ให้แฟรนไชส์หรือให้สิทธิอยู่ เว้นแต่กรณีที่ 7-Eleven Inc. หรือบุคคลที่ 7-Eleven Inc. แต่งตั้งมอบหมายไม่ใช้สิทธิเข้าซื้อกิจการต่อจากบริษัท

ในสัญญาให้ใช้สิทธิยังกำหนดว่า หากบริษัทจะทำการขายหุ้นต่อประชาชนหรือบุคคลใดๆ โดยนำหุ้นเข้าจดทะเบียนซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ บริษัทจะต้องแจ้งให้ 7-Eleven Inc. ทราบโดยทันทีถึงเงื่อนไข ข้อเสนอ รวมถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้องทั้งหมด โดย 7-Eleven Inc. ตกลงที่จะอนุญาตตามข้อเสนอดังกล่าวภายใต้เงื่อนไขบางประการ รวมถึงเงื่อนไขที่ว่า ณ เวลาที่เสนอขายหุ้น จำนวนหุ้นที่เสนอขายต้องไม่เกินกว่าร้อยละ 49 ของทุนจดทะเบียน ซึ่งการออกและเสนอขายหุ้นในครั้งนี้ได้รับอนุญาตจาก 7-Eleven Inc. โดยครบถ้วนถูกต้องแล้ว ตามข้อตกลงและเงื่อนไขในสัญญาให้ความยินยอมซึ่งมีสาระสำคัญโดยย่อ ดังนี้

ตามข้อกำหนดของสัญญาให้ใช้สิทธิข้างต้น 7-Eleven Inc. ตกลงให้ความยินยอมต่อการเสนอขายหุ้นต่อประชาชน รวมถึงการนำหุ้นเข้าจดทะเบียนซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ในครั้งนี้โดยการเข้าทำสัญญาให้ความยินยอมกับบริษัท และ CPG เมื่อวันที่ 20 สิงหาคม 2546 พร้อมกับการให้ความยินยอม บริษัทและ 7-Eleven Inc. ยังได้มีการตกลงแก้ไขสาระสำคัญบางประการในสัญญาให้ใช้สิทธิ รวมถึง CPG ได้ตกลงที่จะเข้าผูกพันตามข้อตกลงในสัญญาให้ความยินยอม โดยมีสาระสำคัญโดยย่อ ดังนี้

ในการเข้าทำสัญญาให้ความยินยอมดังกล่าว บริษัท และ CPG ได้ให้คำรับรองและสัญญาต่อ 7-Eleven Inc. ในเรื่องต่างๆ ซึ่งรวมถึง (ก) หุ้นทั้งหมดของบริษัทและของ CPG จะมีได้อยู่หรือถูกให้เป็นหลักประกันหนี้ จำนำ หรือก่อให้เกิดภาระผูกพันใดๆ เว้นแต่จะได้รับความยินยอมเป็นลายลักษณ์อักษรจาก 7-Eleven Inc. ก่อน (ข) บริษัท และ CPG ตกลงที่จะไม่เข้าทำสัญญาใดๆ ซึ่งจะเป็นเหตุให้เป็นการปฏิบัติผิดสัญญาให้ความยินยอมฉบับนี้ หรือในทางกลับกันจะส่งผลให้การปฏิบัติตามสัญญาให้ความยินยอมฉบับนี้มีผลเป็นการปฏิบัติผิดสัญญาใดๆ ดังกล่าว (ค) ตลอดอายุของสัญญาให้ใช้สิทธิ CPG จะดำรงไว้ซึ่งอำนาจในการแต่งตั้ง และอำนาจควบคุมจำนวนกรรมการข้างมากของบริษัท หากไม่สามารถดำเนินการได้ CPG ตกลงที่จะซื้อหุ้นของบริษัทในจำนวนที่จะทำให้ CPG เป็นผู้ถือหุ้นมากกว่าร้อยละ 50 ของหุ้นที่ออกและจำหน่ายแล้วทั้งหมดของบริษัท

นอกเหนือจากการให้คำรับรองและสัญญาดังกล่าว คู่สัญญาได้ตกลงแก้ไขเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขและข้อตกลงตามสัญญาให้ใช้สิทธิบางข้อ โดยสาระสำคัญของส่วนที่ได้แก้ไขสรุปได้ดังนี้

- (ก) บริษัท และ CPG รับทราบและเข้าใจว่าการที่ 7-Eleven Inc. ได้ให้ใช้สิทธิในเครื่องหมายการค้าและสิทธิอื่นแก่บริษัทตามสัญญาให้ใช้สิทธิ เนื่องจากความเชื่อมั่นในความสามารถทางธุรกิจ ทางการเงิน และชื่อเสียงของบริษัท CPG และกลุ่มผู้ถือหุ้นของบริษัทและ CPG ดังนั้น CPG และบุคคลที่เกี่ยวข้อง รวมถึงบริษัทร่วมของ CPG (ตามรายละเอียดในสัญญา) ตกลงที่จะไม่โอน ขาย จำนำ ก่อภาระผูกพัน หรือจำหน่ายไปโดยประการใด ซึ่งหุ้นหรือผลประโยชน์ไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อมในหุ้นของบริษัทหรือทรัพย์สินทั้งหมดหรือในสัดส่วนที่สำคัญของบริษัท โดยไม่ได้รับความยินยอมจาก 7-Eleven Inc. แต่ไม่รวมถึงการโอน ขาย จำนำ ก่อภาระผูกพัน หรือจำหน่ายไปซึ่งหุ้นของบริษัทโดย CPG หรือบริษัทร่วมของ CPG หาก CPG ยังคงถือหุ้นในบริษัทไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อมเกินกว่าจำนวน 157,500,000 หุ้น (ณ ราคาพาร์ 10 บาท) และดำรงไว้ซึ่งอำนาจในการแต่งตั้ง และอำนาจควบคุมจำนวนกรรมการข้างมากของบริษัท ทั้งนี้ CPG หรือบริษัทร่วมของ CPG จะต้องแจ้งการโอน ขาย จำนำ ก่อภาระผูกพันในหุ้นดังกล่าวข้างต้นให้ 7-Eleven Inc. ทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 30 วัน
- (ข) ภายหลังการเสนอขายหุ้นต่อประชาชนในแต่ละครั้ง CPG จะถือหุ้นในบริษัทไม่ว่าโดยทางตรงหรือทางอ้อมไม่น้อยกว่าจำนวน 157,500,000 หุ้น (ณ ราคาพาร์ 10 บาท)
- (ค) ตราบเท่าที่หลักทรัพย์ของบริษัทเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ หาก CPG ได้รับข้อเสนอซื้อหุ้นของบริษัทที่ตนถือจากบุคคลอื่นและประสงค์จะขายหุ้นดังกล่าว และ 7-Eleven Inc. พิจารณาเห็นว่าการขายหุ้นดังกล่าวจะทำให้ CPG และบริษัทร่วม (ตามรายละเอียดในสัญญา) สูญเสียอำนาจควบคุมบริษัท CPG จะต้องเสนอขายหุ้นดังกล่าวให้ 7-Eleven Inc. ก่อน ภายใต้ข้อเสนอเดียวกันกับที่บุคคลอื่นเสนอแก่ CPG โดยจะต้องดำเนินการตามขั้นตอนที่ระบุในสัญญา

- (ง) บริษัทจะไม่ขาย โอน จำนอง จำนำ ก่อภาระผูกพัน หรือจำหน่ายไปโดยประการอื่นใดซึ่งทรัพย์สินทั้งหมดหรือในสัดส่วนที่สำคัญของบริษัท รวมถึง ผลประโยชน์ทางตรงและทางอ้อมในทรัพย์สินดังกล่าว โดยไม่ได้ได้รับความยินยอมจาก 7-Eleven Inc. เว้นแต่เป็นการจำหน่ายสินค้าหรือการให้บริการในทางการค้าปกติของบริษัท
- (จ) ภาระหน้าที่ของบริษัทกรณีที่ได้สัญญาให้ใช้สิทธิสิ้นสุดลงมีการแก้ไขเปลี่ยนแปลงโดยมีสาระสำคัญดังนี้
- (1) หากสัญญาให้ใช้สิทธิสิ้นสุดลงไม่ว่าด้วยเหตุผลใดก็ตาม และ 7-Eleven Inc. ไม่ใช้สิทธิที่จะซื้อสินค้า อุปกรณ์ ที่ดิน สิ่งปลูกสร้าง หรือทรัพย์สินต่างๆ ที่ใช้ในการประกอบกิจการของบริษัท บริษัทตกลงที่จะหยุดใช้ รวมถึงดำเนินการให้บุคคลที่เกี่ยวข้อง (ตามรายละเอียดในสัญญา) หยุดใช้เครื่องหมายการค้า ความลับทางการค้า และระบบ 7-Eleven รวมถึง เอกสารที่มีลิขสิทธิ์ที่เกี่ยวข้องอื่นๆ คินหรือทำลายตามคำสั่งของ 7-Eleven Inc. ซึ่งความลับทางการค้าทั้งหมด รวมทั้งคู่มือ (โดยบริษัทจะต้องรับผิดชอบชำระค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกิดขึ้น) และสำเนาเอกสารต่างๆ และดำเนินการอื่นใดตามที่ระบุไว้ในสัญญา
 - (2) หากสัญญาให้ใช้สิทธิสิ้นสุดลง เพราะบริษัทปฏิบัติผิดสัญญาให้ใช้สิทธิไม่ว่าด้วยเหตุหนึ่งเหตุใดตามที่กล่าวในสรุปสาระสำคัญของสัญญาให้ใช้สิทธิข้างต้น หรือมีเหตุเลิกสัญญาที่ระบุไว้ในสัญญาให้ความยินยอมที่ได้สรุปไว้ย่อหน้าถัดไป บริษัท จะต้องรับผิดชอบชำระค่าเสียหาย (Liquidated Damages) ให้แก่ 7-Eleven Inc. ในอัตราดังนี้ (ก) ในกรณีที่ 7-Eleven Inc. ไม่ใช้สิทธิในการซื้อทรัพย์สินทั้งหมดของบริษัท ให้ชำระค่าเสียหายเป็นจำนวนเท่ากับ 10 เท่าของค่าสิทธิรายปีต่อเฉลี่ยภายในรอบระยะเวลา 12 เดือนก่อนหน้า (ข) ในกรณีที่ 7-Eleven Inc. ใช้สิทธิในการซื้อทรัพย์สินทั้งหมดของบริษัท ให้ชำระค่าเสียหายเป็นจำนวนเท่ากับ 3 เท่าของค่าสิทธิรายปีต่อเฉลี่ยภายในรอบระยะเวลา 12 เดือนก่อนหน้า ทั้งนี้การคิดคำนวณค่าเสียหายดังกล่าวข้างต้น ไม่ตัดสิทธิ 7-Eleven Inc. ที่จะเรียกค่าเสียหายตามที่กฎหมายหรือสัญญากำหนดไว้

นอกเหนือไปจากเหตุที่อาจทำให้สัญญาสิ้นสุดลงตามที่กล่าวในสัญญาให้ใช้สิทธิสัญญาให้ความยินยอมยังกำหนดให้เหตุต่อไปนี้เป็นกรณีการผิดสัญญาให้ใช้สิทธิในสาระสำคัญ (ก) บริษัทหรือ CPG ผิดคำรับรองที่สำคัญในสัญญาให้ความยินยอมหรือที่เกี่ยวกับการเสนอขายหลักทรัพย์ต่อประชาชนในครั้ง (ข) บริษัทหรือ CPG ปฏิบัติผิดข้อตกลงเงื่อนไข หรือสัญญาต่างๆ ในสาระสำคัญ ซึ่งรวมถึงการดำรงสัดส่วนการถือหุ้นภายหลังการเสนอขายหุ้นต่อประชาชนไม่ว่าโดยทางตรงหรือทางอ้อมในบริษัทไม่น้อยกว่า 157,500,000 หุ้น (ณ ราคาพาร์ 10 บาท) และการที่ CPG ไม่ดำรงไว้ซึ่งอำนาจในการแต่งตั้ง และอำนาจควบคุมจำนวนกรรมการข้างมากของบริษัท และ CPG ไม่สามารถซื้อหุ้นเพิ่มจนทำให้ CPG ถือหุ้นมากกว่าร้อยละ 50 ของหุ้นที่ออกและจำหน่ายแล้วทั้งหมดของบริษัท ในกรณีดังกล่าว 7-Eleven Inc. ตกลงจะส่งหนังสือบอกกล่าวระบุถึงเหตุผิดสัญญาให้แก่บริษัทและ CPG หากการผิดสัญญาดังกล่าวสามารถเยียวยาแก้ไขได้ บริษัทจะต้องดำเนินการแก้ไขเหตุดังกล่าวให้เป็นที่น่าพอใจของ 7-Eleven Inc. ภายในระยะเวลา 30 วัน (อย่างไรก็ตาม 7-Eleven Inc. อาจจะสามารถระงับการดำเนินการดังกล่าวให้น้อยลงได้) ในกรณีที่บริษัทไม่สามารถดำเนินการแก้ไขได้ภายในระยะเวลาที่กำหนดไว้ 7-Eleven Inc. จะมีสิทธิดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งดังต่อไปนี้ (ก) เลิกสัญญาให้ใช้สิทธิ (ข) เพิ่มค่าสิทธิรายเดือนของร้านค้าที่ได้รับอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายการค้าในอัตราที่เท่ากับอัตราที่ใช้สำหรับการให้ใช้สิทธิแก่ผู้ขอรับสิทธิรายใหม่ (ค) กำหนดให้บริษัทและ CPG (หาก CPG ยังมีฐานะเป็น Controlling Principal ตามความหมายในสัญญาให้ความยินยอม) เข้าทำสัญญาให้ใช้สิทธิฉบับใหม่ ซึ่งจะมีข้อกำหนดและเงื่อนไขที่แตกต่างไปจากเดิม รวมถึงการคิดค่าสิทธิ และค่าใช้จ่ายในการโฆษณาที่เพิ่มสูงขึ้น และ (ง) แต่งตั้งตัวแทนของ 7-Eleven Inc. เข้าดำรงตำแหน่งกรรมการของบริษัท

สัญญาให้ความยินยอมอยู่ภายใต้บังคับและการตีความของกฎหมายแห่งรัฐเท็กซัส ประเทศสหรัฐอเมริกา

ด้วยบริษัทเห็นว่า แฟรนไชส์ซี เป็นคู่ค้าทางธุรกิจที่สำคัญของบริษัทและจะต้องเติบโตอย่างยั่งยืนร่วมกับบริษัท ตลอดไป บริษัทจึงมีนโยบายยกระดับความสัมพันธ์ของการเป็นคู่ค้าในฐานะแฟรนไชส์ซี เป็น Store Partner ดังนั้นจึงได้กำหนดคำเรียกส่วนที่เกี่ยวข้องใหม่ดังนี้

1. ร้าน Franchise (แฟรนไชส์) เรียกว่า ร้าน Store Business Partner (ร้าน SBP)
2. Franchisee (แฟรนไชส์ซี) เรียกว่า Store Partner
3. Franchise Type พนักงาน เรียกว่า Store Partner Type E

นอกจากนี้บริษัทยังได้มีนโยบายขยายการดำเนินการร้านค้าในโครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ศูนย์การค้าหรือโครงการอื่นๆ ทำนองเดียวกันในลักษณะเป็นความร่วมมือทางธุรกิจกับผู้ประกอบการโครงการ ผู้บริหารโครงการหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับโครงการนั้นๆ และเรียกคู่ค้าในลักษณะนี้ว่า Business Strategic Partner (BSP) และได้กำหนดให้เรียกการดำเนินการบริหารร้านเซเว่นอีเลฟเว่นสโตร์ ประเภทนี้ว่าร้าน Store Business Partner Type D (ร้าน SBP Type D)

สรุปสาระสำคัญของสัญญาอื่นๆ

(1) สัญญาบริหารงานร้านเซเว่นอีเลฟเว่น (SBP Type A)

- | | |
|-------------------------|--|
| คู่สัญญา | : บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ("บริษัท") และ ผู้ดำเนินการ |
| อายุสัญญา | : มีอายุไม่เกิน 10 ปี ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขและอายุสัญญาฉบับเดิมก่อนเปลี่ยนแปลงประเภทของร้านหุ้นส่วนทางธุรกิจจาก Type A เดิม มาเป็น Type A ปัจจุบัน โดยบริษัทให้ต่อสัญญาได้คราวละ 5 ปี ทั้งขึ้นอยู่กับเงื่อนไขในแต่ละคราว เว้นแต่มีการบอกเลิกสัญญาตามที่ระบุในสัญญา |
| ค่าธรรมเนียมเข้าทำสัญญา | : ค่าธรรมเนียมแรกเข้า ถูกกำหนดไว้เป็นจำนวนเงินที่แน่นอน |
| ค่าตอบแทนการบริหาร | : ผู้ดำเนินการจะได้รับค่าตอบแทนจากการบริหารงานตามสูตรการคำนวณที่บริษัทกำหนดในรูปแบบ Type A |
| เงื่อนไขอื่นๆ ที่สำคัญ | : (1) ผู้ดำเนินการตกลงเข้ารับเป็นผู้บริหารร้านค้าของบริษัทโดยผู้ดำเนินการต้องบริหารร้านค้า ภายใต้ระบบ 7-Eleven เท่านั้น
(2) ผู้ดำเนินการจะไม่ทำการโอนสิทธิตามสัญญานี้ให้แก่บุคคลใดๆ โดยปราศจากความยินยอมเป็นลายลักษณ์อักษรล่วงหน้าจากบริษัท
(3) บริษัทมีสิทธิบอกเลิกสัญญากรณีผู้ดำเนินการปฏิบัติผิดเงื่อนไขสัญญา |

(2) สัญญาบริหารงานร้านเซเว่นอีเลฟเว่น (SBP Type B)

- | | |
|-------------------------|--|
| คู่สัญญา | : บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ("บริษัท") และ ผู้ดำเนินการ |
| อายุสัญญา | : 6 ปี นับจากวันเริ่มบริหารงานร้านค้า เว้นแต่มีการบอกเลิกสัญญาตามที่ระบุในสัญญา |
| ค่าธรรมเนียมเข้าทำสัญญา | : ค่าธรรมเนียมแรกเข้าถูกกำหนดไว้เป็นจำนวนเงินที่แน่นอน |
| ค่าตอบแทนการบริหาร | : ผู้ดำเนินการจะได้รับค่าตอบแทนจากการบริหารงานตามสูตรการคำนวณที่บริษัทกำหนดในรูปแบบ Type B |
| เงื่อนไขอื่นๆ ที่สำคัญ | : เหมือนกับ SBP Type A |

(3) สัญญาบริหารงานร้านเซเว่นอีเลฟเว่น (SBP Type E)

- คู่สัญญา : บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ("บริษัท") และ ผู้ดำเนินการ (เป็นโครงการให้สิทธิพนักงานที่ผ่านการพิจารณาแต่พนักงานต้องลาออกและจัดตั้งนิติบุคคลเข้าทำสัญญากับบริษัท)
- อายุสัญญา : 6 ปี นับจากวันเริ่มบริหารงานร้านค้า เว้นแต่มีการบอกเลิกสัญญาตามที่ระบุในสัญญา
- ค่าธรรมเนียมเข้าทำสัญญา : ค่าธรรมเนียมแรกเข้าถูกกำหนดไว้เป็นจำนวนเงินที่แน่นอน โดยให้สิทธิผ่อนชำระได้จำนวนหนึ่ง
- ค่าตอบแทนการบริหาร : ผู้ดำเนินการจะได้รับค่าตอบแทนจากการบริหารงานตามสูตรการคำนวณที่บริษัทกำหนดในรูปแบบ Type B
- เงื่อนไขอื่นๆ ที่สำคัญ : เหมือนกับ SBP Type A

(4) สัญญาบริหารงานร้านเซเว่นอีเลฟเว่น (SBP PTT 1)

- คู่สัญญา : บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด ("บริษัท") และบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ("ปตท.")
- อายุสัญญา : 10 ปี นับแต่วันที่เปิดหรือเริ่มบริหารงานร้านสาขาแล้วแต่กรณี เว้นแต่มีการบอกเลิกสัญญาตามที่ระบุในสัญญา
- ค่าตอบแทน : ปตท.จะได้รับค่าตอบแทนจากการบริหารงานตามสูตรการคำนวณที่บริษัทกำหนดในรูปแบบ PTT1
- เงื่อนไขอื่นๆ ที่สำคัญ : เหมือนกับ SBP Type A

(5) สัญญาบริหารงานร้านเซเว่นอีเลฟเว่น (SBP PTT 2)

- คู่สัญญา : บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ("บริษัท") และผู้แทนจำหน่ายของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ("ผู้ดำเนินการ")
- อายุสัญญา : 10 ปี นับแต่วันที่เปิดหรือเริ่มบริหารงานร้านสาขาแล้วแต่กรณี เว้นแต่มีการบอกเลิกสัญญาตามที่ระบุในสัญญา
- ค่าตอบแทน : ผู้แทนจำหน่ายปตท.หรือผู้ที่ได้รับสิทธิจากผู้แทนจำหน่ายปตท.จะได้รับค่าตอบแทนจากการบริหารงานตามสูตรการคำนวณที่บริษัทกำหนดในรูปแบบ PTT2
- เงื่อนไขอื่นๆ ที่สำคัญ : เหมือนกับ SBP Type A

(6) สัญญาบริหารงานร้านเซเว่นอีเลฟเว่น (SBP Type D)

- คู่สัญญา : บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ("บริษัท") กับผู้ดำเนินการ (เป็นผู้ประกอบการ หรือผู้บริหารโครงการ หรือบุคคลอื่นตามที่ตกลงกัน)
- อายุสัญญา : 10 ปี นับแต่วันที่เริ่มบริหารงานร้านค้า เว้นแต่มีการบอกเลิกสัญญาตามที่ระบุไว้ในสัญญา
- ค่าธรรมเนียมเข้าทำสัญญา : ค่าธรรมเนียมแรกเข้าถูกกำหนดไว้เป็นจำนวนเงินที่แน่นอน
- ค่าตอบแทนการบริหาร : ผู้ดำเนินการจะได้รับค่าตอบแทนจากการบริหารงานตามสูตรการคำนวณที่บริษัทกำหนดในรูปแบบ Type D
- เงื่อนไขอื่นๆ ที่สำคัญ : เหมือนกับ SBP Type A

(7) สัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิช่วงในอาณาเขต (Sub-Area)

- คู่สัญญา : บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) และ ผู้รับอนุญาตช่วง
- อายุสัญญา : สิ้นสุดลงเมื่อสัญญา Area License Agreement ระหว่างบริษัทและ 7-Eleven Inc. สิ้นสุดลง หรือมีเหตุบอกเลิกสัญญาตามที่ระบุไว้ในสัญญา
- ค่าตอบแทน : (1) ค่าธรรมเนียมแรกเข้า กำหนดไว้เป็นจำนวนเงินที่แน่นอน
- (2) ค่าธรรมเนียมรายเดือน กำหนดไว้เป็นสัดส่วนร้อยละที่แน่นอนของยอดขายรวมรายเดือน

เงื่อนไขอื่น ๆ ที่สำคัญ :

- (1) บริษัทอนุญาตให้ผู้รับอนุญาตช่วงดำเนินการร้านค้าสะดวกซื้อ ภายใต้ระบบ 7-Eleven ภายในอาณาเขต และให้สิทธิในการใช้ระบบ 7-Eleven เครื่องหมายการค้า ชื่อทางการค้า ความลับทางการค้า โดยนำไปใช้บนสินค้าที่จำหน่าย หรือบริการที่ให้ในร้านค้า 7-Eleven ที่ได้รับอนุญาตในอาณาเขตที่กำหนด
- (2) บริษัทจะให้ความช่วยเหลือด้านเทคนิค และให้ยืมคู่มือการปฏิบัติงานแก่ผู้รับอนุญาตช่วง
- (3) ผู้รับอนุญาตช่วงจะเปิด และ/หรืออนุญาตช่วงให้บุคคลอื่นเปิดร้าน 7-Eleven ภายในอาณาเขต ในจำนวนร้านค้าไม่น้อยกว่าที่กำหนดภายใน 3 ปีแรก และหากผู้รับอนุญาตช่วงไม่สามารถเปิดร้าน 7-Eleven ได้ตามจำนวนและเวลาดังกล่าว ต้องแจ้งให้บริษัททราบและต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ระบุไว้ในสัญญา
- (4) ผู้รับอนุญาตช่วงต้องขายสินค้าเป็นเงินสดเท่านั้น และต้องแจ้งยอดขายรวมในแต่ละวันของร้าน 7-Eleven แต่ละร้านให้บริษัททราบในวันถัดไป
- (5) ผู้รับอนุญาตช่วง ตกลงให้บริษัทส่งเจ้าหน้าที่เข้าไปในร้านของผู้รับอนุญาตช่วงเพื่อตรวจนับสินค้าในร้าน เพื่อทำยอดสินค้าคงเหลือในร้านและตรวจสอบเครื่องมือ เครื่องใช้ภายในร้านได้ตลอดเวลา
- (6) ผู้รับอนุญาตช่วง จะไม่โอนสิทธิภายใต้สัญญานี้ แม้แต่ส่วนใดส่วนหนึ่งให้แก่บุคคลอื่น โดยปราศจากความยินยอมเป็นลายลักษณ์อักษรล่วงหน้าของบริษัท
- (7) กรณีผู้รับอนุญาตช่วง ได้รับคำเสนอซื้อกิจการร้านค้าสะดวกซื้อของผู้รับอนุญาตช่วงภายใต้สัญญานี้จากบุคคลภายนอก และมีความประสงค์จะต้องรับคำเสนอดังกล่าว ต้องแจ้งให้บริษัททราบทันที และให้สิทธิบริษัทเลือกได้ก่อนว่าจะซื้อกิจการดังกล่าวหรือไม่ตามข้อตกลงและเงื่อนไขที่ระบุไว้
- (8) บริษัทมีสิทธิบอกเลิกสัญญา ในกรณีที่ผู้รับอนุญาตช่วงไม่สามารถทำยอดขายรวมเป็นรายเดือนเฉลี่ยได้ตามที่บริษัทกำหนด หรือเลิกประกอบกิจการร้าน 7-Eleven จนเหลือจำนวนร้านต่ำกว่าที่กำหนด เกินกว่า 180 วัน
- (9) หากสัญญาสิ้นสุดลง ผู้รับอนุญาตช่วงยังคงประกอบกิจการร้าน 7-Eleven อยู่ ซึ่งเป็นการปฏิบัติผิดสัญญา และถือว่าบริษัทได้รับความเสียหาย ผู้รับอนุญาตช่วงตกลงชำระค่าเสียหาย เป็นจำนวนตามสัดส่วนร้อยละที่กำหนดไว้แน่นอนของยอดขายรวมเป็นรายเดือน ให้บริษัทสำหรับระยะเวลาที่ผู้รับอนุญาตช่วงยังคงประกอบกิจการร้าน 7-Eleven หรือร้านค้าสะดวกซื้ออยู่โดยไม่ได้รับอนุญาต