

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 ธุรกิจเป็นตัวแทนรับชำระค่าสินค้าและบริการ (บริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด) ธุรกิจผลิตและจำหน่ายอาหารสำเร็จรูปและเบเกอรี่ (บริษัท ซีพีแรม จำกัด) ธุรกิจจำหน่ายและซ่อมแซมอุปกรณ์ค้าปลีก (บริษัท ซีพี รีเทลลิงค์ จำกัด) ธุรกิจให้บริการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านบัตรสมาชิกการ์ด (บริษัท ไทยสมาร์ตการ์ด 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 ปัญญธรา จำกัด และบริษัท ออลล์ เทรนนิ่ง จำกัด) รวมถึง ธุรกิจจำหน่ายสินค้าผ่านแคตตาล็อกและธุรกิจอีคอมเมิร์ซ (บริษัท ทเวนตีไฟฟ์ ช็อปปีง จำกัด) เป็นต้น และในปี 2556 บริษัทได้เข้าซื้อกิจการของ บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นธุรกิจศูนย์จำหน่ายสินค้าแบบชำระเงินสดและบริการตนเอง (Cash and Carry)

1.1 นโยบายและทิศทางองค์กร

บริษัทมีแผนกลยุทธ์ในการสร้างการเติบโตและผลกำไรอย่างยั่งยืน สร้างสรรค์สินค้าและบริการที่เพิ่มคุณค่าให้กับลูกค้าและสังคม ผ่านกระบวนการทำงานที่เน้นคุณภาพและความคล่องตัวให้กับองค์กร รวมทั้งสนับสนุนวัฒนธรรมการเรียนรู้และพัฒนาของพนักงาน ด้วยปรัชญาองค์กร วิสัยทัศน์ และพันธกิจ ดังนี้

ปรัชญาองค์กร (Philosophy)

เราปรารถนารอยยิ้มจากลูกค้าด้วยทีมงานที่มีความสุข

วิสัยทัศน์ (Vision)

เราให้บริการความสะดวกกับทุกชุมชน

พันธกิจ (Mission)

มุ่งสร้างความผูกพันกับลูกค้า ด้วยสินค้าและบริการที่เปี่ยมด้วยนวัตกรรม
พร้อมทั้งสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีกับชุมชนและสังคม

ด้านการเติบโตของเครือข่ายร้านสาขา 7-Eleven บริษัทมีแผนขยายสาขาเพิ่มขึ้นปีละประมาณ 700 สาขา เพื่อมุ่งสู่เป้าหมาย 10,000 สาขา ภายในปี 2560 และมุ่งเน้นกลยุทธ์การเป็นร้านอัมสเตอร์ดัมของคนไทย โดยให้ความสำคัญกับอาหารพร้อมทานที่สด สะอาด ปลอดภัย และการพัฒนาสินค้าใหม่ร่วมกับคู่ค้า เพื่อนำเสนอสินค้าใหม่ที่หลากหลาย มีจำหน่ายเฉพาะที่ร้าน 7-Eleven โดย ณ สิ้นปี 2559 บริษัทมีร้าน 7-Eleven ทั่วประเทศรวม 9,542 สาขา โดยเป็นร้านในกรุงเทพฯ และปริมณฑล 4,245 สาขา (คิดเป็นร้อยละ 44) เป็นร้านในต่างจังหวัด 5,297 สาขา (คิดเป็นร้อยละ 56) เมื่อแบ่งตามประเภทของร้านพบว่า มีร้านสาขาบริษัท 4,205 สาขา (คิดเป็นร้อยละ 44) ส่วนที่เหลือเป็นร้านแฟรนไชส์ 4,645 สาขา (คิดเป็นร้อยละ 49) และร้านค้าที่ได้รับสิทธิช่วงอาณาเขต 692 สาขา (คิดเป็นร้อยละ 7) ปัจจุบันมีลูกค้าเข้าร้าน 7-Eleven เฉลี่ยวันละ 11.7 ล้านคน

ทั้งนี้ในปี 2559 บริษัทได้ขยายสาขาร้าน 7-Eleven อย่างต่อเนื่องรวม 710 สาขา ทั้งในรูปแบบของร้านในทำเลปกติ และร้านในสถานบริการน้ำมันของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) เพื่อให้ครอบคลุมพื้นที่ของลูกค้าย่อยเป้าหมายทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด โดย ณ สิ้นปี 2559 บริษัทมีร้านในทำเลปกติ 8,210 สาขา (คิดเป็นร้อยละ 86) และร้านในสถานบริการน้ำมัน ปตท. 1,332 สาขา (คิดเป็นร้อยละ 14)

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนากิจการที่สำคัญ

ในปี 2559 บริษัทได้มีการออกเสนอขายหุ้นกู้ จำนวน 3 ครั้ง เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียน และชำระคืนหนี้หุ้นกู้ที่ครบกำหนดไถ่ถอน ในปี 2559 ประกอบด้วย

หุ้นกู้ ครั้งที่ 1/2559	จำนวน 7,000 ล้านบาท,
หุ้นกู้ ครั้งที่ 2/2559	จำนวน 12,000 ล้านบาท โดยเป็นการออกทดแทนหุ้นกู้ครั้งที่ 1/2556 อายุ 3 ปี ที่ครบกำหนดชำระ ในวันที่ 31 ตุลาคม 2559 ส่งผลทำให้ ณ สิ้นปี 2559 บริษัทมีหุ้นกู้ที่ยังไม่ครบกำหนดไถ่ถอน จำนวน 8 รุ่น 38 ชุด ซึ่งมีมูลค่าคงเหลือรวม 180,158.80 ล้านบาท
หุ้นกู้ ครั้งที่ 3/2559	บริษัทยังมีการออกจำหน่ายหุ้นกู้ด้อยสิทธิ ที่มีลักษณะคล้ายหุ้น เป็นครั้งแรก เมื่อวันที่ 30 พฤศจิกายน 2559 จำนวน 10,000 ล้านบาท ซึ่งได้รับการตอบรับที่ดี จากนักลงทุนสถาบันและนักลงทุนทั่วไป

ในเดือนตุลาคม 2559 บริษัทมีการจัดตั้งบริษัทวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีด้านอาหาร (บริษัท ซีพี ฟู้ด แล็บ จำกัด) ด้วยทุนจดทะเบียนเบื้องต้น 5 ล้านบาท โดยบริษัท ออลล์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของ CPALL เป็นผู้ลงทุนทั้งหมด พร้อมกันนี้ ในเดือนพฤศจิกายน 2559 บริษัทได้มีการจัดตั้ง โรงเรียนสาธิตสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ โดยจัดการศึกษาตั้งแต่ระดับชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 1 ถึงมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 6 เพื่อสนับสนุนการเรียนการสอนคณะศึกษาศาสตร์ของสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ด้วยเงินทุนเริ่มแรกที่ต้องระบุไว้ในตราสารจัดตั้งเพื่อขออนุญาตประกอบกิจการสถานศึกษาจำนวน 50 ล้านบาท โดยบริษัท ศึกษาภิวัฒน์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของ CPALL เป็นผู้ลงทุนทั้งหมด

ในปี 2559 บริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของ CPALL มีการเพิ่มทุนจดทะเบียนจำนวน 30 ล้านบาท รวมเป็นทุนจดทะเบียน 100 ล้านบาท โดย CPALL เป็นผู้ลงทุนทั้งหมด วัตถุประสงค์เพื่อให้มีคุณสมบัติตรงตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ในการขออนุญาตประกอบธุรกิจเป็นตัวแทนโอนเงินระหว่างประเทศ เฉพาะด้าน Inbound Transfer และรับผิดชอบเงินบาทเท่านั้น

ตลอดระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา บริษัทมีการดำเนินการเพื่อยกระดับและปรับปรุงระบบบริหารภาพ ให้มีมาตรฐานในระดับสากล เพื่อสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย โดยมีการแต่งตั้ง คณะกรรมการบริหารภาพ คณะกรรมการกำหนดค่าตอบแทนและสรรหากรรมการ ที่ปรึกษาและ คณะอนุกรรมการบริหารภาพ

บริษัทมีการว่าจ้างผู้เชี่ยวชาญอิสระด้านบริหารภาพ เพื่อประเมินกระบวนการด้านบริหารภาพ และ จัดทำโครงการเพื่อยกระดับบริหารภาพของบริษัทให้เป็นมาตรฐานสากล

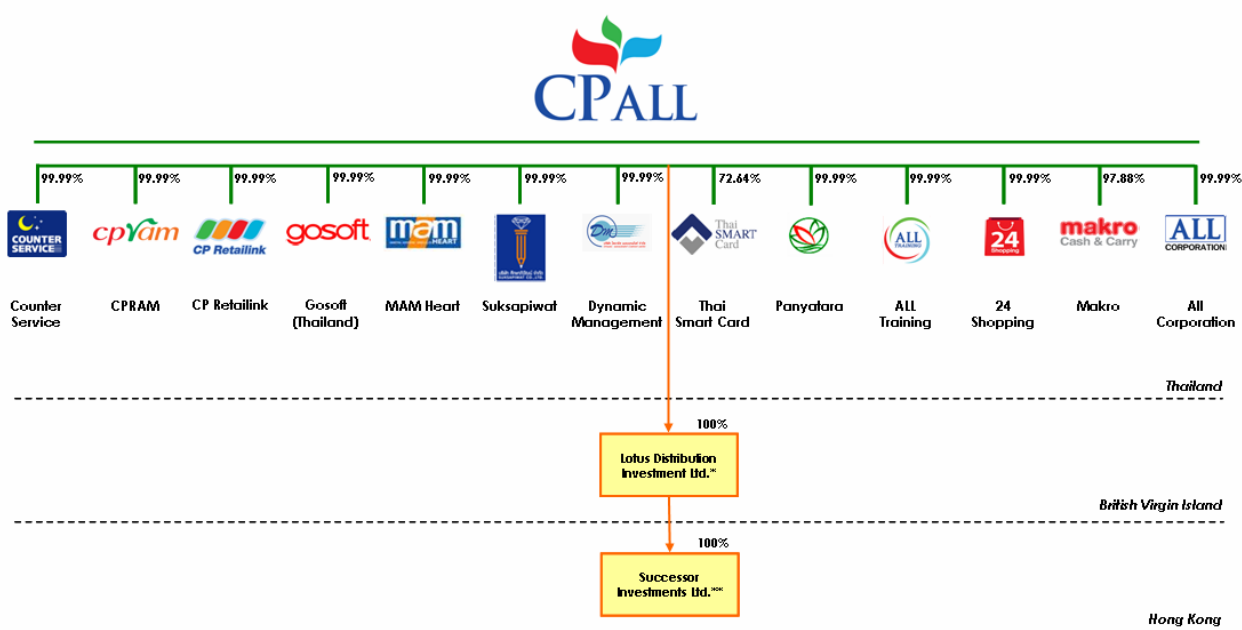
บริษัทมีการว่าจ้างบริษัทที่ปรึกษาเกี่ยวกับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน เพื่อประเมินระบบ บริหารความเสี่ยงด้านการทุจริต และมีการจัดทำนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชันและแนวปฏิบัติต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง กับการทุจริต พร้อมทั้งจัดให้มีการสื่อสาร จัดอบรมและปลูกฝังจิตสำนึก เกี่ยวกับการต่อต้านการทุจริต รวมถึง จัดทำแบบประเมินตนเองต่อ คณะกรรมการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต (“CAC”) เพื่อขอการรับรองการเป็นสมาชิกแนวร่วมปฏิบัติ CAC นอกจากนี้ บริษัทยังได้สมัครเข้าเป็นสมาชิกของกฎบัตร สากลโลกแห่งสหประชาชาติ (United Nations Global Compact - UNGC) อีกด้วย

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559

บริษัทได้จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด เลขทะเบียน 0107542000011 เมื่อวันที่ 12 มีนาคม 2542 โดย ณ วันที่ 30 ธันวาคม 2559 บริษัทมีกลุ่มบริษัทในเครือเจริญโภคภัณฑ์ถือหุ้นอยู่ร้อยละ 37.99 ของทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระแล้ว

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 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 ("SIL") on September 9, 2010

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

2.1 โครงสร้างรายได้

รายได้ส่วนใหญ่ของบริษัทมาจากรายได้จากการขายสุทธิและรายได้การให้บริการ ซึ่งสามารถแบ่งตามกลุ่มธุรกิจ (ตามข้อมูลก่อนหักรายการระหว่างกัน) ได้เป็น 3 กลุ่ม ดังต่อไปนี้ (โปรดดูรายละเอียดเพิ่มเติมในหัวข้อ 13 ข้อมูลทางการเงินที่สำคัญ)

กลุ่มธุรกิจ	2557		2558		2559	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ร้านค้าสะดวกซื้อ (7-Eleven)	228,996	58	249,758	58	278,246	57
ศูนย์จำหน่ายสินค้าแบบชำระเงินสดและบริการตนเอง (Makro) ^{/1}	142,537	36	155,914	36	172,792	36
ธุรกิจอื่นๆ ^{/2}	24,593	6	28,288	6	32,701	7
รายได้รวม	396,126	100	433,960	100	483,739	100

/1 บริษัทได้เข้าซื้อกิจการแม็คโครในระหว่างปี 2556 ทำให้มีการบันทึกรายได้แม็คโครตั้งแต่เดือนกรกฎาคม ถึง ธันวาคม 2556 เท่านั้น

/2 ประกอบด้วยธุรกิจผลิตและจำหน่ายอาหารสำเร็จรูปและเบเกอรี่ของ CPRAM ธุรกิจเป็นตัวแทนรับชำระค่าสินค้าและบริการของ CS และธุรกิจจำหน่ายและซ่อมแซมอุปกรณ์ค้าปลีกของ CPR และรายได้จากบริษัทย่อยอื่นๆ

2.2 ธุรกิจร้านสะดวกซื้อ

ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทเป็นผู้ดำเนินธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven โดยได้รับสิทธิแต่เพียงผู้เดียว (Exclusive Right) จาก 7-Eleven, Inc. ให้ประกอบธุรกิจภายใต้เครื่องหมายการค้า “7-Eleven” ในประเทศไทย ภายใต้สัญญา Area License Agreement

ที่ผ่านมา บริษัทบริหารจัดการร้านสะดวกซื้อในลักษณะที่มีเครือข่าย กระจายอยู่ในพื้นที่ต่างๆ ได้แก่ ที่พักอาศัย สำนักงาน สถานศึกษา แหล่งท่องเที่ยว และสถานบริการน้ำมัน ครอบคลุมพื้นที่ทุกจังหวัดทั่วประเทศ ทั้งนี้ ในปี 2559 มีจำนวนร้านสาขาเปิดให้บริการทั้งสิ้น 9,542 สาขา

ประเภทของร้าน 7-Eleven

ร้าน 7-Eleven แบ่งออกเป็น 3 ประเภทตามลักษณะความเป็นเจ้าของ ดังนี้

(หน่วย : ร้าน)	2556	2557	2558	2559	จำนวนสาขาที่เพิ่มขึ้นในปี 2559
ร้านสาขาบริษัท	3,248	3,570	3,908	4,205	297
ร้านแฟรนไชส์	3,593	3,916	4,257	4,645	388
ร้านค้าที่ได้รับสิทธิช่วงในอาณาเขต	588	641	667	692	25
รวม	7,429	8,127	8,832	9,542	710

1) **ร้านสาขาบริษัท (Corporate Stores)** เป็นร้านที่บริษัทเป็นเจ้าของและบริหารงานเองทั้งหมด บริษัทเป็นผู้ลงทุนในอุปกรณ์ค้าปลีกต่างๆ การตกแต่งร้าน และต้นทุนค่าสินค้า รวมทั้งเป็นผู้บริหารร้าน

2) **ร้านค้าแฟรนไชส์ (Franchise Stores)** เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้สนใจรวมทั้งพนักงานสามารถเข้ามาบริหารร้าน 7-Eleven ภายใต้ระบบอันทันสมัย โดยบริษัทจะให้ความช่วยเหลือในการดำเนินธุรกิจอย่างใกล้ชิด ให้ความรู้ ความสำเร็จในการบริหารงาน หลักการคัดเลือกสินค้า ระบบการเงิน มีแผนส่งเสริมการขายและแผนการโฆษณาทั่วประเทศอย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งจัดส่งเจ้าหน้าที่ไปช่วยแนะนำเทคนิคการจัดการใหม่ๆ โดยที่ผู้สนใจทำธุรกิจสามารถเลือกร้านสาขา 7-Eleven ที่เปิดดำเนินการแล้ว แต่ในกรณีที่ผู้สนใจทำธุรกิจมีทำเลเอง ทางบริษัทจะดำเนินการวิเคราะห์ทำเลโดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใดๆ ทั้งสิ้น โดยระยะเวลาอนุญาตให้ดำเนินการร้านและผลประโยชน์ตอบแทน จะขึ้นอยู่กับประเภทของแฟรนไชส์

3) **ผู้ประกอบการรับสิทธิช่วงในอาณาเขต (Sub-Area License Stores)** เป็นร้านที่บริษัททำสัญญาอนุญาตให้สิทธิช่วงแก่ผู้ประกอบการท้องถิ่นในการเปิดร้าน 7-Eleven เฉพาะในอาณาเขตที่กำหนด ปัจจุบันมี 4 ราย ได้แก่ ภูเก็ต ยะลา เชียงใหม่ และอุบลราชธานี โดยผู้รับสิทธิช่วงจะรับผิดชอบการเปิดสาขาและบริหารร้าน 7-Eleven ในขณะที่บริษัทจะให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนด้านต่างๆ ตามเงื่อนไขที่ตกลงกัน

ส่วนผสมของสินค้าในร้าน 7-Eleven

บริษัทเรียนรู้ความต้องการและความคาดหวังที่เปลี่ยนแปลงไปของลูกค้าตลอดเวลา เพื่อใช้ในการวางแผนผลิตภัณฑ์และบริการ การตลาด การคิดค้นพัฒนา และการคัดเลือกสินค้าและบริการที่ดี มีคุณภาพ ตอบสนองความต้องการของลูกค้าในแต่ละกลุ่มเป้าหมายให้ทันต่อแนวโน้มและการเปลี่ยนแปลงของตลาด

สินค้าหลักของบริษัท แบ่งเป็น 2 ประเภทคือ จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นในชีวิตประจำวัน โดยแบ่งหมวดสินค้าออกเป็น อาหารและเครื่องดื่ม ร้อยละ 70 โดยสินค้าหลักๆ ได้แก่ เครื่องดื่ม อาหารและผักผลไม้พร้อมทาน ขนมปัง ขนมหวาน รวมไปถึงกาแฟ All Café เป็นต้น และสินค้าอุปโภคบริโภคไม่รวมบัตรโทรศัพท์ ร้อยละ 30 โดยสินค้าหลักๆ ได้แก่ กลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนตัว Personal Care และ ของใช้ในบ้าน Household products เป็นต้น

นอกจากนี้ ภายในร้านยังมีการนำเสนอบริการด้านอื่นๆ เพื่ออำนวยความสะดวกและตอบสนองการดำเนินกิจกรรมในชีวิตประจำวันให้กับลูกค้า อาทิ บริการรับชำระเงิน (Bill Payment) ซึ่งบริษัทมีการขยายกลุ่มพันธมิตรการบริการให้ครอบคลุมและครบวงจรมากขึ้น ทั้งส่วนของบริการรับชำระเงิน ที่มีจำนวนพันธมิตรรับชำระบริการถึงกว่า 500 ราย และมีจำนวนบริการที่รับชำระมากกว่า 1,300 บริการ รวมไปถึง บริการตู้เติมเงินออนไลน์หรือเติมเงินมือถืออัตโนมัติ ตู้ ATM บริเวณหน้าร้านสาขา นอกจากนี้ บริษัทยังเพิ่มทางเลือกและความสะดวกรวดเร็วในการชำระค่าสินค้าและบริการผ่าน Alipay UnionPay และ Credit Card ตลอดไปจนถึง บริการรับส่งสินค้าให้ลูกค้ามารับที่ร้านสาขา อีกด้วย

ลักษณะลูกค้า

บริษัทเป็นผู้ให้บริการความสะดวกแก่ลูกค้าผ่านเครือข่ายร้านสาขาที่กระจายอยู่ทุกชุมชน ดังนั้นกลุ่มลูกค้าของบริษัทจึงมีความหลากหลาย ครอบคลุมทุกเพศทุกวัย และหลากหลายอาชีพ ซึ่งอาศัยและดำเนินกิจกรรมในชีวิตประจำวัน ใกล้ๆ ร้าน 7-Eleven โดยภาพรวมนั้น จำนวนลูกค้าที่เข้าร้านมาซื้อสินค้าและบริการในร้าน 7-Eleven ทั่วประเทศเฉลี่ยวันละ 11.7 ล้านคนในปี 2559 เพิ่มขึ้นจาก 10.9 ล้านคนในปี 2558

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

จุดแข็งและการบริหารจัดการที่เป็นเลิศ

ร้าน 7-Eleven จัดอยู่ในกลุ่มร้านค้าปลีกขนาดเล็ก โดยตลอด 29 ปีที่ผ่านมา บริษัทมีการขยายเครือข่ายร้านสาขาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ครอบคลุมและเข้าถึงความต้องการของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด เป็นผลให้บริษัทมีแบ่งส่วนตลาดในร้านค้าปลีกประเภทร้านสะดวกซื้อ ลักษณะ Chain Store มากที่สุด โดยปี 2559 บริษัทขยายสาขาเพิ่มขึ้น 710 สาขา สัดส่วนร้านสาขาในกรุงเทพฯ และปริมณฑล คิดเป็นร้อยละ 44 ในขณะที่ร้านสาขาในต่างจังหวัด เท่ากับร้อยละ 56 โดยบริษัทตั้งเป้าขยายสาขาให้ครบ 10,000 สาขาภายในปี 2560 นี้ นอกเหนือจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนสาขาใหม่ บริษัทยังคงพัฒนาและปรับปรุงสาขาเดิมให้มีความทันสมัย พร้อมทั้งรักษาคุณภาพการเติบโตไปพร้อมกับสาขาที่เปิดใหม่อีกด้วย

บริษัทมีการแบ่ง Market Segment ตามหลักภูมิศาสตร์ (Geographic) ออกเป็นพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล และพื้นที่ต่างจังหวัด นอกจากนี้ บริษัทยังทำการขยายกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้ครอบคลุมมากขึ้น ไปยังผู้ใช้รถและคนเดินทางที่เข้าไปใช้บริการในสถานบริการน้ำมัน ปตท. และได้มีการเตรียมความพร้อมรองรับลูกค้ากลุ่มใหม่ๆ ที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในอนาคต อาทิ กลุ่มลูกค้าผู้สูงอายุ กลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยว กลุ่มลูกค้าชาวต่างชาติที่เข้ามาทำงานในประเทศ และกลุ่มลูกค้าบริเวณการค้าขายแถบชายแดนซึ่งจะมีมากขึ้น หลังจากการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

จุดแข็งอีกประการหนึ่ง คือ ฐานจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการร้าน 7-Eleven กว่า 11.7 ล้านคนต่อวันนั้น บริษัทมุ่งให้ความสำคัญกับการศึกษาพฤติกรรมและทำความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคเชิงลึก (Customer Insight) เพื่อนำมาวางแผนและปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การคัดสรรและพัฒนาสินค้าและบริการที่มีศักยภาพ เหมาะสม สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงได้อย่างทันสถานการณ์ สอดคล้องกับพฤติกรรมของลูกค้าในแต่ละกลุ่ม แต่ละพื้นที่

ยิ่งไปกว่านั้น เครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจ ทั้งภายในเครือข่ายภาคภัณฑ์ที่ครอบคลุมในหลากหลายธุรกิจ และหลากหลายประเทศ รวมไปถึงเครือข่ายร้าน 7-Eleven จากทั่วโลก ที่ช่วยเสริมความสามารถและประสิทธิภาพการจัดการผ่านการแลกเปลี่ยนความรู้และวิธีการปฏิบัติที่เป็นเลิศ (Best Practice) ระหว่างกัน เพื่อนำมาต่อยอดทางธุรกิจ โดยมีความต้องการของลูกค้าเป็นที่ตั้ง เพื่อให้ได้สินค้าและบริการที่ดี มีคุณภาพ ราคาสมเหตุสมผล สร้างความแตกต่างและเพิ่มโอกาสในการขาย ต่อไป

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

ในขณะที่ คู่แข่งทางตรงของบริษัทนั้น คือ ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ขนาดเล็ก ทั้งที่เป็นร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม และร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ลักษณะ Chain Store ส่วนคู่แข่งทางอ้อม คือ ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด ร้านกาแฟ หรือร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าในลักษณะใกล้เคียงกัน ซึ่งถือเป็นทางเลือกของลูกค้า

การตลาดและการแข่งขันของธุรกิจร้านสะดวกซื้อ

ในปี 2559 นั้น เป็นอีกปีแห่งความท้าทายของภาคธุรกิจ จากปัจจัยที่เข้ามากระทบต่อกำลังซื้อและความเชื่อมั่นในการใช้จ่ายใช้สอยของผู้บริโภคที่ชะลอตัวต่อเนื่อง มาตั้งแต่ปี 2558 ทั้งส่วนของภาระค่าใช้จ่ายครัวเรือนและหนี้สินผูกพันต่อเนื่อง ปัญหารายได้ที่ส่งผลต่อรายได้ภาคเกษตร ในส่วนของภาคการท่องเที่ยวยังขยายตัวอย่างต่อเนื่อง หากแต่ส่วนหนึ่งได้รับผลกระทบจากการจัดระเบียบทัวร์ศูนย์เหรียญ ส่งผลต่อการหดตัวของนักท่องเที่ยวชาวจีน อย่างไรก็ตาม ด้านส่งออกนั้น ก็เริ่มฟื้นตัวขึ้น ในขณะที่ ช่วงไตรมาสสุดท้ายของปี จากเหตุการณ์ความไม่สงบที่เกิดขึ้นในประเทศ ส่งผลต่อบรรยากาศการใช้จ่ายใช้สอย ทำให้รัฐบาลต้องมีมาตรการกระตุ้นการใช้จ่ายและการท่องเที่ยวภายในประเทศ ผ่านนโยบายลดหย่อนภาษี เพื่อให้มีเม็ดเงินเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจมากขึ้น

แม้ว่าปี 2559 จะมีหลากหลายปัจจัยเข้ามากระทบ แต่จากการที่ผู้ค้าปลีกต่างปรับตัวอยู่ตลอดเวลา เพื่อหากลยุทธ์ในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจที่ชะลอตัวลง ทางสมาคมผู้ค้าปลีกไทย ประเมินว่าภาพรวมธุรกิจค้าปลีกไทย ปี 2559 มีการขยายตัว ร้อยละ 2 - 3 ใกล้เคียงกับการขยายตัวทางเศรษฐกิจ

ในปี 2559 จำนวนร้านค้าปลีกประเภทร้านสะดวกซื้อ ลักษณะกลุ่มร้านย่อยภายใต้บริษัทเดียวกัน (Chain Store) มีทั้งสิ้น 14,847 สาขา เพิ่มขึ้น 832 สาขา (จากการรวบรวมข้อมูลของ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด(มหาชน)) โดยส่วนใหญ่มาจากการขยายสาขาของร้าน 7-Eleven ขณะที่รายอื่นๆ ส่วนใหญ่เป็นการปรับปรุงร้านสาขาเดิม เป็นผลให้ส่วนแบ่งการตลาดตามจำนวนสาขาของร้านสะดวกซื้อ รูปแบบ Chain Store นั้น บริษัทมีส่วนแบ่งการตลาด ประมาณร้อยละ 64 รองลงมา ได้แก่ เทสโก้ โลตัส เอ็กซ์เพรส และแฟมิลีมาร์ท ทั้งนี้ ตลาดค้าปลีกรวมของไทยมีมูลค่ารวมอยู่ที่ประมาณ 3.3 - 3.4 ล้านล้านบาท (ที่มา : สมาคมค้าปลีกไทย)

จำนวนสาขาของร้านสะดวกซื้อ ทั้งในชุมชนและสถานบริการน้ำมัน

(หน่วย : ร้าน)	2556	2557	2558	2559
ร้านค้าสะดวกซื้อนอกสถานบริการน้ำมัน	10,404	11,153	11,727	12,410
- ร้าน 7-Eleven	6,373	6,986	7,597	8,210
- ร้านอื่นๆ	4,031	4,167	4,130	4,210
ร้านค้าในสถานบริการน้ำมันทั้งหมด	2,062	2,159	2,300	2,437
- ร้าน 7-Eleven	1,056	1,141	1,235	1,332
- ร้านอื่นๆ	1,006	1,018	1,065	1,105
รวมจำนวนร้านสะดวกซื้อ	12,466	13,312	14,027	14,847

หมายเหตุ: ร้านสะดวกซื้อรายใหญ่ในลักษณะกลุ่มของร้านย่อยที่อยู่ภายใต้บริษัทเดียวกัน (Chain Store)

ที่มา: จากการรวบรวมและประมาณการของ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

สำหรับปี 2560 เศรษฐกิจมีแนวโน้มที่จะขยายตัวดีขึ้น ตามแนวโน้มการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก การขยายตัวอย่างต่อเนื่องของการลงทุนภาครัฐ โดยเฉพาะการก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐาน โครงการรถไฟรางคู่และโครงการรถไฟฟ้าในเขตเมือง ซึ่งจะช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้ภาคธุรกิจและกระตุ้นให้เกิดการลงทุนภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง ธุรกิจการค้าบริเวณชายแดนและการท่องเที่ยวจะเป็นปัจจัยกระตุ้นเศรษฐกิจภายในประเทศให้เติบโต และกระตุ้นกำลังซื้อให้ฟื้นตัวขึ้นในปี 2560

ความท้าทายที่สำคัญของธุรกิจค้าปลีกในปี 2560 นั้น ส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับความสามารถในการตอบสนองกับการเปลี่ยนแปลงทั้งจากปัจจัยภายนอก การแข่งขัน และความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคที่เข้าสู่การแข่งขันและขับเคลื่อนธุรกิจด้วย “นวัตกรรม” มากขึ้น หลังจากที่มีรัฐบาลประกาศยุทธศาสตร์ “Thailand 4.0” ส่งผลต่อรูปแบบการซื้อขายสินค้าที่จะเปลี่ยนแปลงไป มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ เป็นผลให้ตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และตลาดออนไลน์เริ่มเข้ามามีบทบาทมากขึ้น และมีการผสมผสานกับร้านค้าที่มีหน้าร้านรูปแบบเดิม เป็นช่องทางเพิ่มความสะดวกรวดเร็วในการซื้อขายและชำระเงิน เพื่อส่งมอบประสบการณ์ที่ดีและประทับใจให้กับลูกค้า

ยิ่งไปกว่านั้น สังคมไทยปัจจุบันเริ่มมีการพัฒนาเป็นสังคมเมืองอย่างต่อเนื่อง ขนาดครัวเรือน รูปแบบการใช้ชีวิตที่อยู่อาศัยและปัญหาการจราจร สิ่งต่างๆ เหล่านี้ สะท้อนมาสู่พฤติกรรมการใช้ชีวิต ความต้องการของผู้บริโภค และรูปแบบการจับจ่ายใช้สอยที่หันมาให้ความสำคัญกับความสะดวกสบายและความรวดเร็ว ตามลำดับ ดังนั้น ร้านค้าปลีกขนาดเล็กใกล้บ้าน จึงยังคงเป็นทางเลือกที่สำคัญที่สุดตรงกับแนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภค

กลยุทธ์และทิศทางการดำเนินงาน

ด้วยความไม่แน่นอนของปัจจัยทางเศรษฐกิจ ผู้บริโภคมีรายจ่ายเพิ่มขึ้น รายได้และกำลังซื้อชะลอตัวลง ส่งผลให้มีการคิดและไตร่ตรอง เปรียบเทียบราคาและคุณภาพก่อนตัดสินใจซื้อมากขึ้น โดยเน้นความคุ้มค่า คุ้มราคา รวมทั้งมีความคาดหวังสูงขึ้น ในขณะเดียวกันการแข่งขันก็ยิ่งทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้นนั้น บริษัทตระหนักเป็นอย่างยิ่งว่า จะต้องเร่งหากลยุทธ์ที่สามารถตอบสนองให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภค ในขณะเดียวกันก็ต้องพัฒนาและยกระดับการบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง ทั้งการบริหารต้นทุน และปรับปรุงกระบวนการทำงานให้รวดเร็วและมีคุณภาพ โดยคำนึงถึงลูกค้าเป็นศูนย์กลาง และดำเนินธุรกิจโดยให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม เพื่อที่จะเติบโตไปสู่อนาคตอย่างยั่งยืน

ความท้าทายและกลยุทธ์ในการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภค

1. กลยุทธ์การบริหารจัดการร้านสาขาให้สอดคล้องกับโครงสร้างและวิถีการดำเนินชีวิตของประชากรในแต่ละพื้นที่

บริษัทมีเป้าหมายการเปิดร้านสาขาใหม่ 700 สาขาต่อปี โดยมุ่งเน้นการขยายเครือข่ายร้านสาขาไปตามการขยายตัวของชุมชน โครงสร้างพื้นฐานต่างๆ แหล่งท่องเที่ยว รวมถึงทำเลที่มีศักยภาพอื่นๆ เพื่ออำนวยความสะดวกและเข้าถึงความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด ตลอดจนไปจนถึงการเปิดร้านสาขาขนาดใหญ่ ลักษณะ Stand Alone มีพื้นที่จอดรถบริการ พร้อมทั้งเพิ่มขนาดพื้นที่ขายในร้าน เพื่อเพิ่มความหลากหลายของสินค้า รวมถึงบริการต่างๆ เพื่อเป็นการตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคที่ใช้รถส่วนตัวและเป็นการขยายรัศมีการให้บริการลูกค้าให้มากขึ้น นอกจากนี้ บริษัทยังเพิ่มโอกาสทางธุรกิจ โดยการขยายสาขาในรูปแบบการร่วมเป็นพันธมิตรกับกลุ่มธุรกิจ อาทิ บริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ โรงพยาบาล และสถานศึกษา เป็นต้น เพื่อเปิดร้านสาขาไปยังคอนโดมิเนียม อาคารสำนักงาน มหาวิทยาลัย และทำเลที่ลูกค้ามีรายได้สูง อีกด้วย

นอกจากนี้ บริษัทยังให้ความสำคัญกับการลงทุนเพื่อพัฒนาปรับปรุงสาขาเดิม ให้มีความทันสมัยอยู่เสมอ พร้อมทั้งปรับเปลี่ยนรูปแบบร้านสาขา รวมถึงพัฒนาสินค้าและบริการ ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม บริเวณรอบรัศมีของร้านสาขานั้นๆ เพื่อให้ร้านสาขาเดิม ยังคงตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างเต็มที่

2. กลยุทธ์การสรรหาและพัฒนาสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองต่อรูปแบบการใช้ชีวิตของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป

บริษัทยังคงให้ความสำคัญกับการศึกษาและทำความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคเชิงลึก (Customer Insight) รวมถึงการเปลี่ยนแปลงด้านประชากรศาสตร์และสังคมของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ตลอดจนการเรียนรู้รูปแบบการใช้ชีวิตของผู้บริโภคแต่ละกลุ่มอย่างสม่ำเสมอ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวางแผนกลยุทธ์ด้านการสรรหาและพัฒนาสินค้าและบริการที่มีศักยภาพ สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสังคม รวมถึงพฤติกรรมของลูกค้าในแต่ละกลุ่ม แต่ละพื้นที่ เพื่อมุ่งไปสู่การเป็นร้านอิมเมจ 24 ชั่วโมงอย่างเต็มรูปแบบ บริษัทมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ พร้อมทั้งเพิ่มสัดส่วนสินค้ากลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง อาหารพร้อมรับประทาน ซึ่งในปี 2559 นี้บริษัทมีการขยายจำนวนร้าน 7-Eleven ที่วางจำหน่ายข้าวกล่องสำเร็จรูปแช่เย็นให้ครอบคลุมความต้องการของลูกค้ามากขึ้น เป็น 6,000 สาขา เพื่อตอบสนองพฤติกรรมของลูกค้าที่บริโภคได้ถึง 7 มื้อต่อวัน พร้อมทั้งสรรหาเมนูอาหารที่เป็นมือทั้งจานหลัก ของว่าง ของหวาน และผลไม้พร้อมทาน เพื่อให้มีความหลากหลายและเพิ่มทางเลือกให้แก่ลูกค้า นอกจากนี้ ส่วนของกาแฟและเบเกอรี่สดนั้น บริษัทมีการเพิ่มจำนวนมุมกาแฟคั่วสด “ฮอลล์ คาเฟ่” และร้าน “คัสดอร์” ไปตามร้านสาขา รวมกว่า 3,500 สาขา ทั่วประเทศ ตลอดจนมีการทดลองการจำหน่ายอาหารประกอบสด (Food place) ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด

นอกจากการให้ความสำคัญกับสินค้ากลุ่มอาหารและเครื่องดื่มแล้วนั้น เพื่อสอดคล้องกับพฤติกรรมของลูกค้าที่หันมาใส่ใจสุขภาพและความงาม กอปรกับกลุ่มผู้สูงอายุที่เริ่มมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นในสังคมไทย บริษัทจึงมุ่งเน้นการสรรหาผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพและความงามที่มีความหลากหลาย พร้อมทั้งขยายมุมสินค้าและความงามภายในร้านสาขา ตลอดจนไปจนถึงมุมจำหน่ายยาสามัญประจำบ้านและผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ “eXta” ภายในร้าน 7-Eleven อีกด้วย

ด้านบริการนั้น บริษัทยังคงให้ความสำคัญกับการพัฒนารูปแบบและหลากหลายของบริการเสริมต่างๆ ที่ครบวงจร (One-Stop Services) เพื่อเพิ่มความสะดวกรวดเร็วให้กับลูกค้ามากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นส่วนของการรับชำระค่าสินค้าและบริการผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิส ที่มีการขยายช่องทางการรับชำระให้มีความหลากหลาย เพื่อให้ลูกค้ามีความสะดวกสบายและสอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตมากขึ้น โดยในปี 2559 บริษัทมีจำนวนพันธมิตรที่รับชำระค่าบริการกว่า 500 ราย และมีจำนวนบริการที่รับชำระมากกว่า 1,300 บริการ พร้อมกันนี้บริษัทยังขยายความร่วมมือการรับชำระไปยังสถาบันการศึกษา เพื่ออำนวยความสะดวกในการชำระค่าธรรมเนียมการศึกษา รวมถึงการชำระภาษีกรมสรรพสามิต ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตทำงานของแรงงานต่างด้าว การชำระเงินกองทุนประกันสังคมอีกด้วย นอกจากนี้ บริษัทได้เริ่มทดลองให้บริการรับส่งพัสดุขนาดเล็ก รวมไปถึงสินค้าจากการสั่งซื้อทางออนไลน์จากเว็บไซต์ชั้นนำ ผ่านร้านสาขาทั่วประเทศ โดยลูกค้าสามารถรับสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง ภายใต้ชื่อว่า “At All” ที่ดำเนินการโดยบริษัท ไดนามิค แมเนจเม้นท์ จำกัด อีกด้วย

3. กลยุทธ์การเพิ่มประสิทธิภาพระบบการจัดการโดยบูรณาการตลอดทั้งกระบวนการ

การดำเนินธุรกิจร้านสะดวกซื้อนั้น ทุกหน่วยงานถือเป็นส่วนสำคัญในระบบห่วงโซ่อุปทานที่ต้องทำงานประสานกันอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขัน ตลอดจนไปถึงเพิ่มโอกาสในการทำธุรกิจภายใต้การบริหารต้นทุนที่มีประสิทธิภาพ ดังนั้น บริษัทจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการทำงานผ่านการบูรณาการระบบงานทั่วทั้งองค์กร เพื่อเพิ่มความคล่องตัว และยกระดับกระบวนการทำงานให้เป็นระบบยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นกระบวนการทำงานที่ร้านสาขาซึ่งเป็นจุดสัมผัสโดยตรงกับลูกค้า จึงมีความ

จำเป็นอย่างยิ่ง ที่ต้องมีการพัฒนารูปแบบมาตรฐานการปฏิบัติงานร้านสาขา เพื่อลดเวลา และกระบวนการทำงานที่ซ้ำซ้อน ซึ่งจะทำให้พนักงานร้านสาขาเกิดความสะดวก คล่องตัว และให้บริการลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว พร้อมกันนี้ บริษัทยังมุ่งเน้นที่จะบูรณาการกระบวนการทำงานในส่วนของการกระจายสินค้า และหน่วยงานสนับสนุนอื่นๆ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการทำงานและสนับสนุนการทำงานของร้านสาขา รวมถึงรองรับจำนวนสาขาใหม่ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนการเตรียมความพร้อมต่อโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ ที่จะเข้ามา อีกด้วย

4. กลยุทธ์การเตรียมความพร้อมด้านดิจิทัล เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายให้แก่ลูกค้าในการเข้าถึงสินค้าและบริการของบริษัทได้มากขึ้น

ในปัจจุบันที่เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันและการตัดสินใจมากขึ้น ทำให้ธุรกิจจำเป็นต้องปรับตัวไปสู่สังคมดิจิทัล ที่เป็นมากกว่าการซื้อขายสินค้าผ่านหน้าร้านเพียงอย่างเดียว โดยพัฒนากระบวนการและระบบ เพื่อบริหารจัดการช่องทางที่หลากหลาย (Omni Channel) ประสานเป็นหนึ่งเดียวกัน เพื่อช่วยให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการของบริษัทได้อย่างง่ายดาย ทุกที่ ทุกเวลา เป็นการผสมผสานช่องทางร้านค้าลักษณะออฟไลน์และออนไลน์เข้าไว้ด้วยกัน บริษัทมีการพัฒนาช่องทางใหม่ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าในการเข้าถึงสินค้าและบริการเพิ่มขึ้น ทั้งรูปแบบการซื้อสินค้าผ่านช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งดำเนินการโดยบริษัท ทเวนตีไฟร์ ช็อป ปี้ง จำกัด รวมไปถึงการทำกิจกรรมการตลาดผ่านช่องทางออนไลน์ (Digital Marketing) และกิจกรรมส่งเสริมการขายผ่านทางแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ เพื่อสร้างความผูกพันของลูกค้า ตลอดจนการสื่อสารข้อมูลข่าวสารและรับความคิดเห็นจากผู้บริโภค ผ่านทางเฟสบุ๊ก “7-Eleven Thailand” และแอปพลิเคชัน “Line” อีกด้วย นอกจากนี้ การเพิ่มช่องทางการชำระค่าสินค้าและบริการก็เป็นอีกปัจจัยที่บริษัทให้ความสำคัญมาโดยตลอด ในปีที่ผ่านมา บริษัทมีการพัฒนารูปแบบการชำระเงินค่าสินค้า ภายในร้าน 7-Eleven โดยใช้บาร์โค้ดผ่าน Mobile Payment ของ Alipay Wallet และ TrueMoney Wallet อีกด้วย พร้อมกันนี้ บริษัทมีการเพิ่มช่องทางการชำระเงินผ่านบัตรเครดิต เพื่ออำนวยความสะดวกและกระตุ้นยอดการใช้จ่ายของลูกค้าที่มียอดการใช้จ่ายต่อบิลสูง รวมไปถึงนักท่องเที่ยวชาวจีน

5. กลยุทธ์การสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อความร่วมมือและต่อยอดทางธุรกิจ

การเป็นองค์กรคุณภาพที่เติบโตอย่างยั่งยืนได้นั้น จะต้องดำเนินธุรกิจเคียงคู่ไปพร้อมกับเครือข่ายพันธมิตร ตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่กระบวนการผลิตไปจนถึงมือลูกค้า ไม่ว่าจะเป็น ผู้ผลิต ผู้ประกอบการแฟรนไชส์ คู่ค้า ผู้ขนส่ง ตลอดจนไปถึงผู้ประกอบการรายย่อยจำนวนมาก เพื่อเป็นการเสริมสร้างความแข็งแกร่งของธุรกิจและเจริญเติบโตไปพร้อมๆ กัน ดังนั้น บริษัทจึงให้ความสำคัญในการสร้างเครือข่ายพันธมิตรและความร่วมมือในหลากหลายระดับ ทั้งพันธมิตรภายในเครือเจริญโภคภัณฑ์ซึ่งมีประเภทธุรกิจที่หลากหลาย รวมถึงเครือข่าย 7-Eleven จากทั่วโลก เพื่อแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ (Know-how) และวิธีการปฏิบัติที่เป็นเลิศ (Best Practices) นำไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า การสรรหาและพัฒนาสินค้ารวมถึงบริการที่แตกต่าง หลากหลาย บริษัทยังมุ่งพัฒนาศักยภาพของคู่ค้า อาทิ ผู้ผลิต ผู้ประกอบการแฟรนไชส์ ผู้ขนส่ง และผู้ประกอบการรายย่อย โดยการแบ่งปันองค์ความรู้ ให้คำปรึกษา รวมถึงการฝึกอบรม เพื่อเพิ่มศักยภาพในการขับเคลื่อนธุรกิจไปพร้อมๆ กับการเติบโตของบริษัท นอกจากนี้ บริษัทมุ่งส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ เพื่อสร้างสรรค์เป็นนวัตกรรมที่ทรงคุณค่า จนเกิดเป็นความร่วมมือของ ซีพี ออลล์ กับพันธมิตรทั้งภาครัฐและเอกชนกว่า 11 องค์กร รวมถึง ทีมงานนักวิจัย และศูนย์บ่มเพาะนวัตกรรมของมหาวิทยาลัยต่างๆ ทั่วประเทศ เพื่อเปิดโอกาสให้ คู่ค้าและผู้ประกอบการ SMEs ไทย มีโอกาสและช่องทางแสดงสินค้าที่แปลกใหม่ และมีคุณภาพ ผ่านการประกวดรางวัล

7 Innovation Awards ในงาน “Thailand Synergy เพื่อ SMEs ไทย” โดยเป็นส่วนหนึ่งในการแปลงความรู้ที่มีอยู่ของแต่ละองค์กร มาสร้างคุณค่าหรือมูลค่าเพิ่มที่เป็นประโยชน์ต่อยอดให้กับเศรษฐกิจ สังคม และประเทศชาติ ต่อไป

นอกจากกลยุทธ์หลักๆ ตามที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว บริษัทยังคงให้ความสำคัญกับการวางรากฐานและพัฒนาปัจจัยสนับสนุนไปพร้อมๆกัน เพื่อสร้างการเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืนของธุรกิจ อันได้แก่

1. การเตรียมความพร้อมด้านบุคลากรที่มีศักยภาพ มีความผูกพันกับองค์กร ให้เพียงพอต่อการขยายธุรกิจ

บริษัทตระหนักอยู่เสมอว่า บุคลากรเป็นหัวใจสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจและการเติบโตอย่างยั่งยืน บริษัทจึงให้ความสำคัญกับการพัฒนาคน ภายใต้การดำเนินธุรกิจผ่านปรัชญาองค์กร ที่ว่า “เราปรารถนารอยยิ้มจากลูกค้า ด้วยทีมงานที่มีความสุข” บริษัทจึงมุ่งมั่นพัฒนาศักยภาพของพนักงานภายในองค์กรให้เป็นบุคลากรที่ดี มีความสามารถ พร้อมทั้งการสร้างบรรยากาศในการทำงานร่วมกันเป็นทีม บริษัทมุ่งเน้นที่จะเรียนรู้และเข้าใจความต้องการที่แตกต่างหลากหลายของบุคลากร ในแต่ละช่วงอายุ (Generation) เพื่อให้พนักงานทุกระดับ ทำงานร่วมกันได้อย่างสามัคคี ภายใต้วัฒนธรรมแห่ง Harmony ที่ว่า “ผสมผสานเหมือน ผสานส่วนต่าง สร้างความกลมเกลียวดุจดนตรีวงเดียวกัน” ตลอดจน การรับฟังความคิดเห็นและคำแนะนำของพนักงานผ่านการสำรวจ Employee Engagement เป็นประจำทุกปี เพื่อนำผลการสำรวจดังกล่าว มาพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการทำงาน พร้อมทั้งสวัสดิการต่างๆ รวมไปถึงการวางแผนความก้าวหน้าในอาชีพของพนักงานแต่ละระดับ เพื่อให้พนักงานมีความรัก ความผูกพัน และภาคภูมิใจในองค์กรอย่างยั่งยืน ซึ่งจะสะท้อนไปถึงการส่งมอบคุณค่าและบริการด้วยความสุขไปยังลูกค้าต่อไป

จากจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการร้าน 7-Eleven กว่า 11.7 ล้านคนต่อวัน ด้วยจำนวนร้านสาขาที่ครอบคลุมทั่วประเทศกว่า 9,542 สาขานั้น พนักงานร้านสาขาจึงเป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่ง บริษัทจึงให้ความสำคัญกับการพัฒนาและยกระดับการให้บริการที่ใส่ใจและเป็นเอกลักษณ์ (Signature Service) โดยการปลูกฝังและส่งเสริมให้เกิดวัฒนธรรมด้านการบริการแก่พนักงานทุกระดับ ไม่ว่าจะเป็น มาตรฐานการให้บริการ มาตรฐานบุคลิกภาพ รวมถึงการค้นหาต้นแบบการให้บริการ ภายใต้แนวคิดที่ว่า จุดเริ่มต้นของการให้บริการที่เป็นเลิศนั้น จะต้องมาจากพนักงานที่มีความสุขและสนุกในการทำงาน มีทัศนคติเชิงบวกด้านการให้บริการ (Service Mindset) เพื่อนำไปสู่การส่งมอบประสบการณ์ที่ดี นำประทับใจ รวมไปถึงการสร้างความแตกต่างและความผูกพันในระยะยาวให้กับลูกค้าด้วยบริการที่อบอุ่นและเป็นมิตรของพนักงานทุกคน

นอกจากนี้ เพื่อเป็นการสร้างและพัฒนาบุคลากรให้มีศักยภาพและสามารถตอบสนองต่อการขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกของประเทศนั้น บริษัทได้ริเริ่มและส่งเสริมการศึกษาและพัฒนาบุคลากรที่มีคุณภาพอย่างต่อเนื่องผ่านระบบการศึกษาทวิภาคีหรือระบบการเรียนควบคู่ไปกับการฝึกภาคปฏิบัติ ร่วมกับสำนักงานคณะกรรมการอาชีวศึกษา ผ่านวิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ ที่เปิดสอนในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) และสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ที่เปิดสอนในระดับปริญญาตรี ปริญญาโท และปริญญาเอก ทั้งหลักสูตรภาษาไทยและหลักสูตรนานาชาติ อีกด้วย ทั้งนี้ อาจกล่าวได้ว่า บริษัทมีส่วนสำคัญในการพัฒนาระบบการศึกษาของประเทศ โดยเฉพาะหลักสูตรการจัดการธุรกิจค้าปลีกให้มีความทันสมัยสอดคล้องต่อการเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคและภาคธุรกิจสมัยใหม่ ต่อไป

2. การเตรียมความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจ

ปัจจุบันที่ประเทศไทยกำลังก้าวไปสู่ยุคของ “Thailand 4.0” ที่เทคโนโลยีสารสนเทศจะเข้ามามีบทบาทในการใช้ชีวิตมากขึ้น ทั้งรูปแบบการซื้อขายสินค้า การติดต่อสื่อสาร กระบวนการทำงาน และการทำธุรกรรมต่างๆ ตลอดไปจนถึง การเป็นเครื่องมือสำคัญตัวหนึ่งในการสร้างโอกาสทางธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นการลดต้นทุน เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการ การต่อยอดรูปแบบธุรกิจใหม่ๆ รวมไปถึงการนำข้อมูลไปใช้ในการตัดสินใจทางธุรกิจ

บริษัทจึงให้ความสำคัญ และมีการเตรียมความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อรองรับกับสถานการณ์โลกธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทั้งในส่วนของความพร้อมด้านระบบ และบุคลากรที่มีเชี่ยวชาญ เพื่อให้มั่นใจว่ากระบวนการทำงานเป็นไปอย่างราบรื่น รวดเร็ว ถูกต้อง และมีประสิทธิภาพ ตลอดจนสามารถพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการทำงาน เพื่อรองรับการขยายธุรกิจในอนาคตได้อีกด้วย นอกจากนี้ บริษัทยังคงมุ่งเน้นที่จะพัฒนาขีดความสามารถด้านระบบปฏิบัติการร้านสาขาและส่วนสนับสนุน เพื่อเพิ่มศักยภาพและยกระดับประสิทธิภาพการทำงานทั้งกระบวนการ ตลอดจนการนำข้อมูลสารสนเทศที่ได้จากระบบ มาวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคเชิงลึก (Customer Insight) โดยเริ่มพัฒนา Big Data Analysis เพื่อแปลงเป็นผลลัพธ์ทางธุรกิจ อีกด้วย

ท่ามกลางความเจริญก้าวหน้าของโลกธุรกิจปัจจุบันนี้ นโยบายการกำกับดูแลด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นสิ่งสำคัญที่จะต้องดำเนินไปควบคู่กับการดำเนินธุรกิจ ทั้งนี้ บริษัทกำลังดำเนินการจัดทำนโยบายดังกล่าว เพื่อควบคุม ตรวจสอบ และกำกับดูแลกระบวนการทำงานด้วยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อให้มั่นใจว่าทุกขั้นตอนของการทำงานนั้น มีความโปร่งใส สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้

3. พัฒนาความเป็นเลิศด้านนวัตกรรม เพื่อการเป็นองค์กรคุณภาพที่เติบโตอย่างยั่งยืน

ท่ามกลางสภาวะการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจในปัจจุบัน นวัตกรรมจึงเป็นหัวใจหลักของการดำเนินธุรกิจ 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 รวมไปถึงนวัตกรรมภายนอกองค์กร 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 และประเทศชาติ ต่อไป

การส่งมอบผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทมีความพยายามอย่างไม่หยุดนิ่งในการพัฒนาห่วงโซ่อุปทาน เพื่อส่งมอบสิ่งที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า ด้านการพัฒนากระบวนการผลิตสินค้า ในปี 2559 บริษัทมีศูนย์กระจายสินค้าขนาดใหญ่ สำหรับสินค้าอุปโภคบริโภคทั้งสิ้น 7 แห่ง สำหรับสินค้าควบคุมคุณภาพ 9 แห่ง ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศไทย ซึ่งถือเป็นผู้ค้าปลีกที่มีพื้นที่ศูนย์กระจายสินค้ามากที่สุดในประเทศ และบริษัทยังคงให้ความสำคัญต่อการเพิ่มจำนวนศูนย์กระจายสินค้าให้รองรับการขยายตัวของร้านสาขา โดยมีการบริหารจัดการต้นทุน และพัฒนากระบวนการส่งมอบสินค้า โดยนำเทคโนโลยีระบบอัตโนมัติเข้ามาช่วยในการจัดส่งสินค้าไปตามสายการขนส่งอย่างถูกต้องและแม่นยำ เพื่อรักษาคุณภาพของสินค้าจากผู้ผลิตไปจนถึงมือลูกค้าต่อไป

2.3 ธุรกิจค้าส่งแบบชำระเงินสดและบริการตนเอง

ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจศูนย์จำหน่ายสินค้าแบบชำระเงินสดและบริการตนเอง ภายใต้ชื่อ “แม็คโคร” จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคให้แก่ลูกค้าที่เป็นสมาชิกบัตรของแม็คโครและลูกค้าทั่วไป ซึ่งมีสาขากระจายอยู่ทั่วประเทศ มีความมุ่งมั่นในการดำเนินงานเพื่อเป็นคู่ค้าอันดับหนึ่งของลูกค้าผู้ประกอบการ ซึ่งประกอบด้วยกลุ่มร้านค้าปลีกรายย่อย กลุ่มไฮเว้า กลุ่มสถาบันต่าง ๆ รวมถึงผู้ประกอบการธุรกิจบริการ เป็นต้น และเพื่อเพิ่มความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าหลักทุกกลุ่ม โดยผ่านโครงการ หรือกิจกรรมต่างๆ ในการพัฒนาลูกค้า ส่งผลให้ปัจจุบัน แม็คโครมีฐานลูกค้ามากกว่า 3.0 ล้านราย นอกจากนี้ บริษัทยังมีการพัฒนาสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการค้าปลีกรายย่อย และผู้ประกอบการมืออาชีพทางด้านอาหาร รวมถึงโครงการส่งเสริมธุรกิจของลูกค้า ผู้ประกอบการค้าปลีกรายย่อยให้มีความเจริญเติบโต มีศักยภาพในการแข่งขันมากขึ้น อาทิ โครงการ “แม็คโครมิตรแท้ช่วยเหลือ” ตลอดจนการจัดงาน “วันนัดพบผู้ประกอบการร้านค้าปลีก” “ตลาดนัดโชห่วย” และ “มหกรรมครบเครื่องเรื่องอาหารและอุปกรณ์” เป็นต้น นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังดำเนินโครงการพัฒนาต่างๆ เพื่อเสริมความแข็งแกร่งให้แก่องค์กรเติบโตอย่างยั่งยืน

ศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโคร

แม็คโครมีศูนย์จำหน่ายสินค้า ณ สิ้นปี 2559 ทั้งสิ้น 107 สาขา เพิ่มขึ้น 16 สาขา โดยแม็คโครทุกสาขาถูกออกแบบมาเพื่อให้บริการลูกค้าผู้ประกอบการ โดยมีพื้นที่ขายเฉลี่ยตั้งแต่ 1,000 – 12,000 ตารางเมตรต่อสาขา ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับศักยภาพเชิงธุรกิจและกลุ่มลูกค้าหลักของแต่ละสาขา โดยพื้นที่ขายส่วนใหญ่ถูกจัดสรรสำหรับสินค้าประเภทอาหารซึ่งมีความหลากหลายและจัดวางอย่างเหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าหลัก นอกจากนี้ แม็คโครยังมีร้านจำหน่ายอาหารแช่แข็งขนาดเล็ก “สยามฟรozen” อีกจำนวน 8 สาขา

ลักษณะลูกค้า กลุ่มลูกค้าหลักของแม็คโครปัจจุบัน ประกอบด้วย

ผู้ค้าปลีกรายย่อย : ผู้ประกอบการค้าปลีกรายย่อยที่จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค ซึ่งกระจายอยู่ทั่วประเทศ ประกอบด้วย ร้านขายของชำ ร้านโชห่วย ร้านมินิมาร์ท ร้านขายเครื่องเขียน เป็นต้น

โฮเรก้า : ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม ร้านอาหาร และจัดเลี้ยง รวมถึงร้านอาหารขนาดเล็ก ร้านขายอาหารริมทาง รถเข็นขายอาหาร โดยลูกค้าส่วนใหญ่ จะเป็นผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กที่จำหน่ายอาหารหลากหลายประเภท

ธุรกิจบริการ : ครอบคลุมหน่วยงานภาครัฐ และธุรกิจในสาขาอาชีพต่างๆ ได้แก่ บริษัท สำนักงานบริการต่างๆ ส่วนราชการต่างๆ โรงเรียน ร้านเสริมสวย โรงพิมพ์ ร้านซักรีด และผู้ประกอบการธุรกิจบริการทั่วไป

แผนการดำเนินงานในอนาคต

บริษัทฯ ได้วางแผนกลยุทธ์ระยะยาวและแผนปฏิบัติการระยะสั้นแบบปีต่อปีที่สอดคล้องกัน โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเสริมศักยภาพในการดำเนินธุรกิจในประเทศให้มีการเจริญเติบโตอย่างมั่นคง มั่งคั่งและยั่งยืน ควบคู่ไปกับการศึกษาโอกาสทางธุรกิจในประเทศแถบภูมิภาคอาเซียน เพื่อเตรียมพร้อมที่จะลงทุนขยายธุรกิจเมื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยมุ่งเป็นหนึ่งในอาเซียนเรื่องการจัดหาสินค้าเพื่อธุรกิจอาหารแบบครบวงจรสำหรับผู้ประกอบการมืออาชีพ เพื่อให้บริษัทฯ บรรลุเป้าหมายในการเติบโตและขยายธุรกิจภายใต้การแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้นและสภาวะเศรษฐกิจที่มีความผันผวน บริษัทฯ จึงดำเนินธุรกิจโดยเน้นกลยุทธ์มุ่งเน้นความต้องการของลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (Customer Centric) โดยมุ่งพัฒนารูปแบบทางธุรกิจที่สามารถตอบสนองความต้องการที่แตกต่างของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ซึ่งประกอบด้วยกลุ่มผู้ค้าปลีกรายย่อยและกลุ่มโฮเรก้า ทั้งในด้านการพัฒนารูปแบบสาขาใหม่ การพัฒนาสินค้าและบริการ ตลอดจนสานต่อโครงการพัฒนาต่าง ๆ ซึ่งรวมถึงการนำระบบปฏิบัติการใหม่ที่จะขยายการใช้ไปสู่ศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโครต่อไป การพัฒนาระบบเพื่อรองรับธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในอนาคต และเตรียมการที่จะขยายธุรกิจไปต่างประเทศ ทั้งนี้ เพื่อสนับสนุนธุรกิจหลัก ควบคู่ไปกับการวางรากฐานที่แข็งแกร่งให้แก่องค์กร นอกจากนี้ บริษัทฯ เป็นบริษัทย่อยของซีพี ออลล์ ซึ่งเป็นบริษัทในกลุ่มเครือเจริญโภคภัณฑ์ จึงนับเป็นโอกาสที่ดีของบริษัทฯ ที่จะสามารถนำความรู้ความชำนาญและประสบการณ์ของกลุ่มเครือเจริญโภคภัณฑ์ ซึ่งเป็นผู้นำธุรกิจทางด้านอาหารอย่างครบวงจรและด้านการขยายตลาดต่างประเทศ มาช่วยเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้ธุรกิจของบริษัทฯ สามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืนในอนาคต

โปรดดูรายละเอียดเพิ่มเติมในแบบ 56-1 ของบริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) หัวข้อ 2 ลักษณะการประกอบธุรกิจ)

3. ปัจจัยความเสี่ยง

3.1 ความเสี่ยงจากการถูกยกเลิกเครื่องหมายการค้า 7-Eleven

บริษัทดำเนินธุรกิจร้านค้าสะดวกซื้อในประเทศไทยภายใต้สัญญาให้ใช้สิทธิที่บริษัททำกับ 7-Eleven, Inc. แห่งประเทศสหรัฐอเมริกา ตั้งแต่วันที่ 7 พฤศจิกายน 2531 ตามข้อกำหนดของสัญญาดังกล่าว บริษัทมีสิทธิในการใช้เครื่องหมายการค้า “7-Eleven” และเครื่องหมายการค้าที่เกี่ยวข้องในประเทศไทย ตลอดจนได้รับความช่วยเหลือทางด้านการฝึกอบรมและด้านเทคนิคความรู้เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจร้านค้าสะดวกซื้อจาก 7-Eleven, Inc. ต่อมาในวันที่ 20 สิงหาคม 2546 7-Eleven, Inc. ได้เข้าทำสัญญาให้ความยินยอม ซึ่งเป็นสัญญาที่ทำขึ้นระหว่างบริษัทและ บริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด (“CPG”) กับ 7-Eleven, Inc. โดย 7-Eleven, Inc. ได้ตกลงให้ความยินยอมต่อการเสนอขายหุ้นต่อประชาชน รวมถึงการนำหุ้นเข้าจดทะเบียนซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ โดยสัญญาให้ใช้สิทธิเป็นสัญญาที่ไม่มีกำหนดอายุ โดยคู่สัญญาทั้งสองฝ่ายมีสิทธิที่จะเลิกสัญญาหากเกิดเหตุการณ์ตามเงื่อนไขที่ระบุไว้ในสัญญา ในกรณีที่หากเกิดเหตุยกเลิกสัญญาให้ความยินยอมขึ้นจะมีผลให้การให้สิทธิเครื่องหมายการค้า “7-Eleven” และเครื่องหมายการค้าที่เกี่ยวข้องในประเทศไทยถูกยกเลิก ซึ่งอาจก่อให้เกิดผลกระทบกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ และบริษัทอาจต้องชำระค่าเสียหายต่างๆ ให้แก่ 7-Eleven, Inc. นอกจากนี้หากความสัมพันธ์ระหว่างบริษัท หรือ CPG กับ 7-Eleven, Inc. เปลี่ยนแปลงไปในทางลบ บริษัทอาจไม่ได้รับความช่วยเหลือจาก 7-Eleven, Inc. เท่าที่ควร

การบริหารความเสี่ยงของบริษัท

จากความสัมพันธ์อันดีตลอดระยะเวลา 29 ปีที่ผ่านมา บริษัทยังไม่เคยมีกรณีพิพาทใดๆ ที่สำคัญกับ 7-Eleven, Inc. รวมทั้งได้ปฏิบัติตามข้อกำหนดต่างๆ ในสัญญาดังกล่าวอย่างเคร่งครัดมาโดยตลอด อาทิ การดำรงจำนวนร้านขั้นต่ำตามเงื่อนไขในสัญญา โดย ณ สิ้นปี 2559 บริษัทมีร้าน 7-Eleven ทั่วประเทศจำนวน 9,542 สาขา ซึ่งสูงกว่าจำนวนร้านขั้นต่ำที่ต้องดำรงไว้ตามสัญญา การจ่ายชำระค่าสิทธิตรงตามระยะเวลาที่กำหนดในสัญญา การรักษาชื่อเสียงทางเครื่องหมายการค้าให้ได้อย่างต่อเนื่อง ทำให้เชื่อว่า บริษัทและ CPG ยังมีความสัมพันธ์ที่ดีกับ 7-Eleven, Inc. นอกจากนี้ บริษัทยังเชื่อว่าการดำเนินธุรกิจของบริษัทภายใต้เครื่องหมายการค้า “7-Eleven” เป็นผลประโยชน์ทางธุรกิจร่วมกัน ซึ่งที่ผ่านมาความสัมพันธ์ทางธุรกิจและการให้ความช่วยเหลือต่างๆ ก็เป็นไปด้วยดี ทำให้โอกาสที่ความสัมพันธ์จะเปลี่ยนแปลงไปในทางลบมีน้อย และในขณะนี้ไม่มีสัญญาณแจ้งเหตุใดๆ อันควรเชื่อได้ว่าจะมีเหตุการณ์ที่จะส่งผลกระทบในทางลบกับความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทและ CPG กับ 7-Eleven, Inc.

3.2 ความเสี่ยงจากความผิดพลาดหรือขัดข้องของศูนย์กระจายสินค้าและเส้นทางขนส่ง

สินค้าส่วนใหญ่ที่จำหน่ายในร้าน 7-Eleven ทั่วประเทศจำนวนกว่า 9,542 สาขา จะถูกส่งผ่านมาจากศูนย์กระจายสินค้าของบริษัท โดยมีผู้ผลิตและจัดส่งจำนวนกว่าสองพันรายนำสินค้ามาส่งสินค้าให้ตรงเวลาที่กำหนดไว้ ดังนั้น การดำเนินงานของศูนย์กระจายสินค้าจึงเป็นหัวใจสำคัญต่อธุรกิจของ 7-Eleven ในการกระจายสินค้าให้กับร้านสาขาทั่วประเทศอย่างถูกต้อง ครบถ้วนและทันเวลาที่กำหนด หากมีความผิดพลาดหรือขัดข้องของศูนย์กระจายสินค้าและเส้นทางขนส่งถูกตัดขาดอย่างรุนแรงเกิดขึ้น เช่น น้ำท่วม ไฟไหม้ ระบบติดต่อสื่อสารและระบบเทคโนโลยีสารสนเทศล่ม อุบัติเหตุร้ายแรง หรือเหตุสุดวิสัยอื่นๆ จากระบบซัพพลายเชน

จากผู้ผลิตถึงศูนย์กระจายสินค้ารวมถึงการขนส่งไปยังร้านสาขา ย่อมมีผลเสียหายน้อยต่อยอดขายสินค้าร้าน 7-Eleven ทุกสาขา และโอกาสทางธุรกิจตามกลยุทธ์ขนส่งผลกระทบในทางลบต่อผลประโยชน์ของบริษัทได้

การบริหารความเสี่ยงของบริษัท

บริษัทได้ทบทวนแผนกลยุทธ์องค์กรประจำปีอย่างสม่ำเสมอ เพื่อรองรับการเติบโตจากการขยายสาขาใหม่ไปยังพื้นที่ที่มีศักยภาพทั่วประเทศไทย และการเพิ่มยอดขายร้านสาขาเดิม ทั้งนี้บริษัทได้ทบทวนและจัดเตรียมศูนย์กระจายสินค้าให้มีขนาดเพียงพอสอดคล้องกับยอดขายและจำนวนร้านสาขาใหม่ที่เพิ่มขึ้น รวมทั้งรองรับเหตุการณ์วิกฤติการณ์ศูนย์กระจายสินค้าสถานที่ใดที่หนึ่งหยุดชะงัก ในกรณีมีความจำเป็นต้องเพิ่มศูนย์กระจายสินค้าแห่งใหม่ บริษัทจะมีการพิจารณาคัดเลือกทำเลที่ตั้งให้อยู่ในพื้นที่ปลอดภัยและเกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการส่งสินค้าไปยังร้านสาขา รวมทั้งกำหนดให้มีการกระจายตัวอยู่ตามพื้นที่บริเวณพล และต่างจังหวัดทั่วประเทศ เพื่อกระจายความเสี่ยงและรองรับการเติบโตของร้านในอนาคต

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

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

จากกลยุทธ์ดังกล่าว บริษัทเชื่อมั่นว่าศูนย์กระจายสินค้าทั้งหมดของบริษัทมีความเพียงพอที่จะรองรับแผนการขยายร้านสาขาในอนาคต และสามารถทำงานเป็นระบบเครือข่ายกระจายสินค้าสำรองซึ่งกันและกันทั่วประเทศ ในกรณีที่หากสถานที่ใดที่หนึ่งเกิดการหยุดชะงักหรือเส้นทางขนส่งสำคัญไม่สามารถส่งมอบได้ ระบบเครือข่ายดังกล่าวจะสามารถส่งสินค้าทดแทนกันได้โดยมีประสิทธิภาพสูงสุด

3.3 ความเสี่ยงจากความผิดพลาดหรือขัดข้องของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของบริษัทเปรียบเสมือนสมองของการทำธุรกิจร้านสะดวกซื้อเพื่อให้การสื่อสาร และสั่งการของทุกส่วนงานในระบบห่วงโซ่อุปทานทำงานประสานกันอย่างมีประสิทธิภาพ ได้แก่ ผู้ผลิต หน่วยงานด้านการตลาดและจัดซื้อ ศูนย์กระจายสินค้าและร้านสาขา เกิดการส่งมอบบริการที่ดีให้กับลูกค้าทั่วประเทศกว่า 11.7 ล้านคนของทุกวัน เพื่อสร้างรอยยิ้ม ความประทับใจให้กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น หากเกิดเหตุขัดข้องใดๆ กับระบบสารสนเทศที่สำคัญ เช่น ระบบการขายสินค้าและบริการ ระบบจัดการปัญหาให้ร้าน (Call Center) ระบบการส่งและจัดส่งสินค้า เป็นต้น ย่อมส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ และการให้บริการลูกค้าที่ร้าน 7-Eleven ซึ่งอาจเกิดผลกระทบต่อผลประโยชน์ของบริษัทไม่เป็นไปตามเป้าหมายได้

การบริหารความเสี่ยงของบริษัท

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศทั้งระดับร้านและสำนักงาน รวมทั้งเครือข่ายระบบห่วงโซ่อุปทานต่างๆ ให้ดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดความต่อเนื่องทางธุรกิจ โดยมี การร่วมกันทบทวนควบคู่กับการจัดทำแผนกลยุทธ์องค์กรประจำปีเพื่อดำเนินการบริหารจัดการด้านซอฟต์แวร์ให้ สอดคล้องกับความต้องการของธุรกิจตามกระบวนการวิศวกรรมซอฟต์แวร์โดยอ้างอิงมาตรฐานสากล ที่มุ่ง พัฒนาระบบการและสินทรัพย์ด้านเทคโนโลยี เพื่อปรับปรุงเพิ่มประสิทธิภาพทางธุรกิจในระยะยาวที่กำหนดไว้ นอกจากนี้ยังจัดให้มีหน่วยการพัฒนาธุรกิจทำงานร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจของบริษัททั่วโลก เพื่อให้ระบบสารสนเทศโนโลยีมีความทันสมัยรองรับการเปลี่ยนแปลงตามแนวโน้มของตลาด

บริษัทดำเนินการบริหารจัดการด้านฮาร์ดแวร์โดยการสร้างศูนย์สารสนเทศ 2 แห่งให้มีการกระจาย ความเสี่ยงในพื้นที่ต่างกัน ได้แก่ ศูนย์สารสนเทศสีลม กรุงเทพมหานคร และศูนย์สารสนเทศแจ้งวัฒนะ จังหวัด นนทบุรี โดยให้ศูนย์สารสนเทศทั้ง 2 แห่งสามารถทำงานทดแทนกันได้ทันที หากสถานที่ใดที่หนึ่งเกิดเหตุขัดข้อง ขึ้น โดยธุรกิจสำคัญต่างๆยังคงให้บริการลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้บริษัทยังได้ดูแลความปลอดภัยศูนย์สารสนเทศทั้ง 2 แห่งดังกล่าวอย่างเต็มรูปแบบ ตั้งแต่ การออกแบบเพื่อความปลอดภัย ในทุกๆ ส่วนให้มีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม มีเครื่องกำเนิดไฟฟ้าสำรอง ระบบ UPS ระบบตรวจหาควันไฟและอัคคีภัย ระบบยับยั้ง ระบบตรวจจับการเคลื่อนไหว การสำรองเครื่องปรับอากาศ และ ระบบป้องกันไฟคู่แต่ละเครื่อง รวมทั้งการบำรุงรักษาระบบ พร้อมทั้งจัดให้มีทีมงานผู้เชี่ยวชาญด้านเสถียรภาพ และความปลอดภัยด้านระบบ ตลอด 7 วัน 24 ชั่วโมง เพื่อให้ระบบสารสนเทศที่สำคัญของธุรกิจ พร้อมใช้งาน ตลอดเวลา รวมทั้งดำเนินการจัดให้มีการอบรมฝึกซ้อมทีมงาน BCM Team ที่เกี่ยวข้องอย่างสม่ำเสมอโดยกำหนด สถานการณ์จำลองที่อาจเกิดเหตุวิกฤติต่อศูนย์สารสนเทศด้วยรูปแบบต่างๆที่หลากหลาย เพื่อให้มั่นใจว่าทีมงาน ที่กำหนดขึ้นทั้งหมดสามารถปฏิบัติตามแผนบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจด้านสารสนเทศ (Business Continuity Management; BCM) ได้อย่างมีประสิทธิภาพถูกต้องทันเวลาที่กำหนดไว้ นอกจากนี้บริษัทยังจัดให้มี หน่วยงานภายนอกมาตรวจสอบมาตรฐานของระบบต่างๆเป็นประจำทุกปี นอกเหนือจากการตรวจสอบปกติจาก หน่วยงานภายใน เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของบริษัทจะทำงานได้อย่างต่อเนื่องในทุก สถานการณ์

3.4 ความเสี่ยงจากอิทธิพลการควบคุมของเครื่องเจริญโภคภัณฑ์

เครื่องเจริญโภคภัณฑ์มีอำนาจควบคุมทั้งทางตรงและทางอ้อมในบริษัท และในสัญญาให้ความยินยอม เครื่องเจริญโภคภัณฑ์ตกลงจะดำรงสัดส่วนการถือหุ้นขั้นต่ำในบริษัท ตลอดจนอำนาจในการแต่งตั้งและอำนาจ ควบคุมจำนวนกรรมการข้างมากของบริษัท โดย ณ วันที่ 30 ธันวาคม 2559 บริษัทในเครื่องเจริญโภคภัณฑ์ยังคง มีสัดส่วนการถือหุ้นรวมกันเท่ากับร้อยละ 37.99 ดังนั้น เครื่องเจริญโภคภัณฑ์จึงสามารถแต่งตั้งกรรมการบริษัท ส่วนใหญ่และมีอิทธิพลในการบริหารจัดการบริษัท รวมถึงพิจารณาหรือผลักดันเรื่องต่างๆที่ต้องได้รับความ เห็นชอบจากผู้ถือหุ้นของบริษัท

ปัจจุบันนี้ ไม่มีข้อจำกัดทางสัญญาใดๆ ระหว่างบริษัทและบริษัทในเครื่องเจริญโภคภัณฑ์ที่ห้ามบริษัทใน เครื่องเจริญโภคภัณฑ์ขายธุรกิจหรือลงทุนในธุรกิจค้าปลีกอื่นๆ จึงอาจมีความเสี่ยงว่าเครื่องเจริญโภคภัณฑ์จะไม่ พิจารณาจัดสรรโอกาสและทรัพยากรไปในทางที่เป็นประโยชน์สูงสุดกับบริษัทและผู้ถือหุ้นของบริษัท

การบริหารความเสี่ยงของบริษัท

นอกเหนือจากการระบุรายละเอียดของการทำรายการที่เกี่ยวข้องกันไว้ในข้อบังคับของบริษัทและบริษัทย่อยแล้ว บริษัทได้จัดให้มีกรรมการอิสระ และกรรมการตรวจสอบ ทำหน้าที่ช่วยดูแลผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นทุกรายของบริษัท โดยมีการกำหนดนโยบายและมาตรฐานการทำรายการที่เกี่ยวข้องกัน เพื่อยึดถือเป็นแนวทางการปฏิบัติ และกำหนดนโยบายการบริหารงาน โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของบริษัทที่มีต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มอย่างเท่าเทียมกัน

นอกจากนี้บริษัทยังจัดให้มีคณะกรรมการบรรษัทภิบาล และคณะอนุกรรมการบรรษัทภิบาลทำหน้าที่ช่วยดูแลผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้สอดคล้องกับนโยบายกำกับดูแลกิจการบริษัทฯ ซึ่งได้มีบทวนจัดทำโดยบริษัทที่ปรึกษาที่มีความเชี่ยวชาญโดยเฉพาะ เพื่อให้มั่นใจว่านโยบายดังกล่าวมีความสอดคล้องกับหลักการด้านธรรมาภิบาลที่ดีเป็นมาตรฐานสากลมากยิ่งขึ้น

3.5 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงกฎหมายและนโยบายภาครัฐ

บริษัทได้บริหารธุรกิจร้านค้าสะดวกซื้อ รวมทั้งธุรกิจสนับสนุนต่างๆ ภายใต้กลุ่มธุรกิจซีพีออลล์ ในประเทศไทย โดยยึดหลักการดำเนินธุรกิจโปร่งใส ภายใต้กฎหมาย และนโยบายจากภาครัฐอย่างเคร่งครัด มาโดยตลอด อาทิ พ.ร.บ.คุ้มครองผู้บริโภค พ.ร.บ.ควบคุมราคา พ.ร.บ.อาหารและยา กฎหมายแรงงาน รวมถึงข้อกำหนดต่างๆ ของเทศบัญญัติ ตามที่แต่ละท้องถิ่นกำหนดขึ้น ทั้งนี้ หากรัฐบาล หรือหน่วยงานของรัฐ มีการเปลี่ยนแปลงกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับใหม่ เพื่อเอื้อประโยชน์ให้กับคู่แข่ง หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพิ่มขึ้น อาจส่งผลกระทบต่อกลยุทธ์ เป้าหมาย แผนการดำเนินการของธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญ ทำให้ผลประกอบการอาจไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

การบริหารความเสี่ยงของบริษัท

บริษัทได้ดำเนินการทางธุรกิจโดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม ซึ่งมีคณะกรรมการพัฒนาความยั่งยืนองค์กร และคณะอนุกรรมการบรรษัทภิบาล ทำหน้าที่กำกับดูแลให้บริษัทมีการดำเนินธุรกิจอย่างถูกต้อง โปร่งใส ตามหลักธรรมาภิบาลกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทำให้มั่นใจได้ว่าหากมีการเปลี่ยนแปลงด้านกฎหมายใดๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจบริษัทจะสามารถปรับตัวได้ทันต่อสถานการณ์ รวมทั้งควบคุมผลกระทบให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ตามแนวทางการบริหารความเสี่ยงองค์กร

นอกจากนี้บริษัทยังได้แต่งตั้งหน่วยงาน Legal and Compliance เพื่อกำกับดูแลการปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับที่บริษัทและคณะทำงาน รวมทั้งหน่วยงานที่ดูแลผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่างๆ กำหนดขึ้น โดยเฉพาะ เช่น คณะทำงาน Product Liability Committee เพื่อดูแลผลประโยชน์ให้ผู้บริโภคและลูกค้า หน่วยงานสร้างความผูกพันที่ดีกับเจ้าของร้านแฟรนไชส์ โดยมีคณะกรรมการความปลอดภัยอาชีวอนามัยและสิ่งแวดล้อม (คปอ.) เพื่อดูแลสภาพแวดล้อมที่อาจเกิดผลกระทบต่อสังคม ชุมชนที่อยู่รอบร้านและบริษัท รวมทั้งจัดให้มีหน่วยงาน Call Center เพื่อให้ลูกค้าและคู่ค้า ติดต่อหรือให้คำแนะนำช่วยเหลือ เกี่ยวกับกิจกรรมบริษัท ได้อย่างเป็นระบบและทันทั่วทั้งที่ตลอด 24 ชั่วโมง ด้วย

3.6 ความเสี่ยงทางการเงิน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทมีหุ้นกู้ที่มีอัตราดอกเบี้ยคงที่ จำนวน 180,159 ล้านบาท คิดเป็น สัดส่วนร้อยละ 95 ของหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยทั้งหมด และมีอัตราส่วนหนี้สินสุทธิต่อส่วนของผู้ถือหุ้น เท่ากับ 2.60 เท่า ซึ่งปรับตัวลดลงจากปีก่อน ในขณะที่อัตราส่วนหนี้สินสุทธิต่อส่วนของผู้ถือหุ้นนิยามตามข้อกำหนดมติหุ้นกู้ เท่ากับ 2.08 เท่า ซึ่งไม่เกินกว่าระดับที่ระบุไว้ในข้อกำหนดมติหุ้นกู้สำหรับปี 2559

บริษัทมีความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศซึ่งเกิดจากการดำเนินธุรกิจปกติ สำหรับการ ซื้อสินค้าและการขายสินค้าที่เป็นเงินตราต่างประเทศซึ่งมีจำนวนน้อย โดยบริษัทได้ทำสัญญาซื้อขายเงินตรา ต่างประเทศล่วงหน้า ซึ่งรายการดังกล่าวจะมีอายุไม่เกินหนึ่งปี เพื่อป้องกันความเสี่ยงของสินทรัพย์และหนี้สิน ทางการเงินที่เป็นเงินตราต่างประเทศ ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 งบการเงินรวมของบริษัท แสดงเงินกู้ยืม สกุลต่างประเทศเท่ากับ 695 ล้านบาท

การบริหารความเสี่ยงของบริษัท

การจัดการความเสี่ยงเป็นที่สำคัญของธุรกิจของบริษัท บริษัทมีระบบในการควบคุมให้มีความสมดุล ของระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ โดยพิจารณาระหว่างต้นทุนที่เกิดจากความเสี่ยงและต้นทุนในการจัดการความ เสี่ยง ผู้บริหารได้มีการควบคุมกระบวนการจัดการความเสี่ยงอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่ามีความสมดุลระหว่าง ความเสี่ยงและการควบคุมความเสี่ยง

สำหรับความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน ปัจจุบันการทำธุรกรรมดังกล่าวของบริษัทมีจำนวนน้อย ทำให้ ความเสี่ยงในเรื่องนี้ไม่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ (สามารถอ่านรายละเอียด เพิ่มเติมได้ตามหมายเหตุประกอบงบการเงิน ข้อ 38 เครื่องมือทางการเงิน)

อนึ่ง หุ้นกู้ที่มีอัตราดอกเบี้ยคงที่ จำนวน 180,159 ล้านบาท บริษัทมีแผนในการลดภาระหนี้สินจาก กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน โดยบริษัทมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง พร้อมกันนี้บริษัทมีความมุ่งมั่นในการ ปฏิบัติตามข้อกำหนดมติของหุ้นกู้ ในการดำรงอัตราส่วนหนี้สินสุทธิต่อส่วนของผู้ถือหุ้นให้เป็นไปตามที่กำหนด ไว้ในข้อกำหนดมติ 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

3.7 ความเสี่ยงจากการรับรู้ค่าความนิยมและสินทรัพย์ไม่มีตัวตน

ค่าความนิยมที่เกิดจากการซื้อกิจการของบริษัทย่อยรับรู้ในสินทรัพย์ไม่มีตัวตน ซึ่งการรับรู้มูลค่า เริ่มแรกของค่าความนิยม ได้มีการอธิบายในหมายเหตุประกอบงบการเงิน และภายหลังจากการรับรู้เริ่มแรก ค่า ความนิยมจะถูกวัดมูลค่าด้วยวิธีราคาทุนสุทธิจากผลขาดทุนจากการด้อยค่าสะสม

สินทรัพย์ไม่มีตัวตนอื่นๆ ที่กลุ่มบริษัทซื้อและมีการใช้งานจำกัด อาทิ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ ฐานข้อมูลลูกค้าและอื่นๆ มีอายุการใช้งาน 2-10 ปี จะแสดงในราคาทุนสุทธิจากค่าการตัดจำหน่ายสะสมและผล ขาดทุนจากการด้อยค่าสะสม โดยค่าตัดจำหน่ายคำนวณจากราคาทุนหักด้วยมูลค่าคงเหลือ ซึ่งประเมินตาม ระยะเวลาที่คาดว่าจะได้รับประโยชน์ ในขณะที่สินทรัพย์ไม่มีตัวตนอื่นๆ ที่กลุ่มบริษัทได้มาและมีการใช้งาน

ประโยชน์ไม่ทราบแน่นอน อาทิ ทรัพย์สินทางปัญญาและใบอนุญาตประกอบธุรกิจ จะแสดงในราคาทุนสุทธิจาก
ผลขาดทุนจากการด้อยค่าสะสม

การบริหารความเสี่ยงของบริษัท

มูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์ของกลุ่มบริษัทจะถูกพิจารณาว่า มีข้อบ่งชี้เรื่องการด้อยค่าหรือไม่ทุกวันที่
รายงาน ในกรณีที่มีข้อบ่งชี้ บริษัทจะทำการประเมินมูลค่าสินทรัพย์ที่คาดว่าจะได้รับคืน มูลค่าที่คาดว่าจะได้รับ
คืนของค่าความนิยมและสินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่มีอายุการให้ประโยชน์ไม่ทราบแน่นอน หรือยังไม่พร้อมใช้งาน จะ
ประมาณมูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืนทุกปีในช่วงเวลาเดียวกัน

การรับรู้ขาดทุนจากการด้อยค่าจะกระทำทุกครั้งที่มูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์ หรือมูลค่าตามบัญชี
ของหน่วยสินทรัพย์ที่ก่อให้เกิดเงินสดสูงกว่ามูลค่าที่จะได้รับคืน ขาดทุนจากการด้อยค่าบันทึกในกำไรหรือ
ขาดทุน

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 สินทรัพย์ถาวรของบริษัทและบริษัทย่อย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 สินทรัพย์ถาวรของบริษัทและบริษัทย่อย สามารถสรุปได้ดังนี้

<u>สินทรัพย์ถาวร</u>	<u>มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)</u>
ที่ดิน	41,086
อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร และส่วนปรับปรุงสิทธิการเช่า	27,010
เครื่องจักร และอุปกรณ์	13,942
เครื่องตกแต่ง ติดตั้ง และเครื่องใช้สำนักงาน	7,118
สินทรัพย์ระหว่างการก่อสร้างและติดตั้ง	7,250
สินทรัพย์ถาวรอื่นๆ	2,721
รวมสินทรัพย์ถาวรสุทธิ	<u>99,127</u>

สินทรัพย์ถาวรที่ได้กล่าวมาของบริษัทและบริษัทย่อยไม่ตกอยู่ภายใต้ภาระผูกพันใดๆ และไม่มีภาระนำสินทรัพย์เหล่านี้ไปเป็นหลักประกันเงินกู้ของบริษัทและ/หรือบริษัทย่อย

4.2 สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 สินทรัพย์ไม่มีตัวตนของบริษัทและบริษัทย่อย สามารถสรุปได้ดังนี้

<u>สินทรัพย์ไม่มีตัวตน</u>	<u>มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)</u>
สินทรัพย์ไม่มีตัวตนอื่น	50,276
สิทธิการเช่า	3,310
รวมสินทรัพย์ไม่มีตัวตนสุทธิ	<u>53,586</u>

เครื่องหมายการค้า สิทธิบัตร เทคโนโลยีและโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำหรับการดำเนินการธุรกิจซึ่งมีอายุการใช้งานทางบัญชีเฉลี่ย 10 ปี และลิขสิทธิ์สำหรับการดำเนินการธุรกิจ

นอกจากนี้ยังมีสิทธิการเช่า ซึ่งหมายความถึงสิทธิการเช่าที่ดินและอาคารที่บริษัทซื้อมา โดยมีอายุการใช้งานจำกัด

4.3 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัทมีนโยบายการลงทุนในธุรกิจค้าปลีกและธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจค้าปลีกทั้งในประเทศไทย โดยในปัจจุบันบริษัทมีการลงทุนหลักในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับร้านค้าสะดวกซื้อในประเทศไทย

บริษัทมีนโยบายที่จะแต่งตั้งตัวแทนเข้าไปดำรงตำแหน่งเป็นกรรมการที่มีอำนาจควบคุมในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม เพื่อควบคุมการบริหารงานของบริษัทย่อยให้เป็นไปตามนโยบายของบริษัทอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทมีเงินลงทุนในบริษัทย่อย มูลค่ารวม 205,537 ล้านบาท โดยมีสัดส่วนของเงินลงทุนในบริษัทย่อยทั้งหมดคิดเป็นร้อยละ 73.0 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

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

ณ วันที่ในรายงานนี้ที่ปรึกษากฎหมายของบริษัทให้ความเห็นว่าจากคำให้การของพยานและหลักฐานการนำสืบในระหว่างการพิจารณาคดี ในชั้นที่สุดแล้วศาลควรจะยกฟ้องและคดีความดังกล่าวจะไม่ส่งผลกระทบในทางลบต่อบริษัท อย่างมีนัยสำคัญ ด้วยเหตุนี้บริษัทจึงยังไม่บันทึกประมาณการหนี้สินสำหรับคดีความดังกล่าวไว้ในงบการเงินสำหรับงวดปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2559

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 2559 บริษัทมีทุนจดทะเบียนทั้งสิ้น 8,986,296,048 บาท เป็นหุ้นสามัญจำนวน 8,986,296,048 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท โดยมีทุนที่เรียกชำระแล้วจำนวน 8,983,101,348 บาท

สำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่

เลขที่ 283 ถนนสีลม แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร

โทรศัพท์ 02-677-9000

โทรสาร 02-679-0050

Homepage www.cpall.co.th

(2) ข้อมูลนิติบุคคลที่บริษัทถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไปของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมด

1. บริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด

ประเภทธุรกิจ : ตัวแทนรับชำระค่าสินค้าและบริการ และเป็นนายหน้าประกันชีวิตและประกันวินาศภัย

เลขทะเบียนบริษัท : 0105537086432

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : 119 ชั้น 4-6 ซอยสาทร 5 ถนนสาทรใต้ แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพมหานคร

Homepage : www.counterservice.co.th

สัดส่วนการถือหุ้น : ร้อยละ 99.99

ทุนเรียกชำระแล้ว : 100 ล้านบาท

มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ : 10 บาทต่อหุ้น

2. บริษัท ซีพีแรม จำกัด

ประเภทธุรกิจ : ผลิตและจำหน่ายอาหารสำเร็จรูปและเบเกอรี่

เลขทะเบียนบริษัท : 0105531097556

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : 177 หมู่ที่ 4 ถนนปทุมธานี-ลาดหลุมแก้ว ตำบลระแหง อำเภอลาดหลุมแก้ว ปทุมธานี

Homepage : www.cpram.co.th

สัดส่วนการถือหุ้น : ร้อยละ 99.99

ทุนเรียกชำระแล้ว : 600 ล้านบาท

มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ : 10 บาทต่อหุ้น

3. บริษัท ซีพี รีเทลลิงค์ จำกัด

ประเภทธุรกิจ : จำหน่ายและซ่อมแซมอุปกรณ์ค้าปลีก

เลขทะเบียนบริษัท : 0105538139521

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : 159/30 หมู่ที่ 3 ถนนวิภาวดีรังสิต ตลาดบางเขน เขตหลักสี่
กรุงเทพมหานคร

Homepage : www.cpretailink.co.th

สัดส่วนการถือหุ้น : ร้อยละ 99.99

ทุนเรียกชำระแล้ว : 20 ล้านบาท

มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ : 10 บาทต่อหุ้น

4. บริษัท โกซอฟท์ (ประเทศไทย) จำกัด

ประเภทธุรกิจ : บริการด้านระบบสารสนเทศ

เลขทะเบียนบริษัท : 0105546003978

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : 1 อาคารสิวะดล ชั้น 7 ถนนคอนแวนต์ แขวงสีลม เขตบางรัก
กรุงเทพมหานคร

Homepage : www.gosoft.co.th

สัดส่วนการถือหุ้น : ร้อยละ 99.99

ทุนเรียกชำระแล้ว : 20 ล้านบาท

มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ : 10 บาทต่อหุ้น

5. บริษัท เอ็ม เอ เอ็ม ฮาร์ท จำกัด

ประเภทธุรกิจ : บริการด้านกิจกรรมการตลาด การออกแบบโฆษณา

เลขทะเบียนบริษัท : 0105546015593

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : 313 อาคารซี.พี.ทาวเวอร์ ชั้น 26 ถนนสีลม แขวงสีลม เขตบางรัก
กรุงเทพมหานคร

Homepage : ไม่มี

สัดส่วนการถือหุ้น : ร้อยละ 99.99

ทุนเรียกชำระแล้ว : 1 ล้านบาท

มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ : 10 บาทต่อหุ้น

6. บริษัท ไดนามิค แมนเนจเม้นท์ จำกัด

ประเภทธุรกิจ : บริการด้านโลจิสติกส์ และซื้อขายสินค้าทั่วไป

เลขทะเบียนบริษัท : 0105546069812

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : 119 ชั้น 8 อาคารธาวาสาทร ถนนสาทรใต้ แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร
กรุงเทพมหานคร

Homepage : ไม่มี
สัดส่วนการถือหุ้น : ร้อยละ 99.99
ทุนเรียกชำระแล้ว : 2 ล้านบาท
มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ : 10 บาทต่อหุ้น

7. บริษัท ศึกษาวิวัฒน์ จำกัด

ประเภทธุรกิจ : ธุรกิจลงทุนด้านการศึกษา
เลขทะเบียนบริษัท : 0105547012156
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : 20/29 หมู่ที่ 2 ถนนงามวงศ์วาน ตำบลบางเขน อำเภอเมืองนนทบุรี
นนทบุรี
Homepage : ไม่มี
สัดส่วนการถือหุ้น : ร้อยละ 99.99
ทุนเรียกชำระแล้ว : 810 ล้านบาท
มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ : 10 บาทต่อหุ้น

8. บริษัท ปัญญธารา จำกัด

ประเภทธุรกิจ : ฝึกอบรม
เลขทะเบียนบริษัท : 0125549008181
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : 58/5 หมู่ที่ 2 ถนนแจ้งวัฒนะ ตำบลบางตลาด อำเภอปากเกร็ด นนทบุรี
Homepage : www.panyatara.co.th
สัดส่วนการถือหุ้น : ร้อยละ 99.99
ทุนเรียกชำระแล้ว : 1 ล้านบาท
มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ : 10 บาทต่อหุ้น

9. บริษัท ไทยสมาร์ทการ์ด จำกัด

ประเภทธุรกิจ : บริการจัดหาเครื่องรับบัตร ให้บริการบันทึกข้อมูลการใช้ผ่านบัตร
เงินสด
เลขทะเบียนบริษัท : 0105544095999
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : 191 อาคารสีลมคอมเพล็กซ์ ชั้น 27 ห้องเลขที่ 2 ถนนสีลม แขวงสีลม
เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร
Homepage : www.thaismartcard.co.th
สัดส่วนการถือหุ้น : ร้อยละ 72.64
ทุนเรียกชำระแล้ว : 1,600 ล้านบาท
มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ : 10 บาทต่อหุ้น

10. สถาบันการจัดการปัญญาวิวัฒน์

ประเภทธุรกิจ : สถานศึกษา

เลขที่ใบอนุญาต : 4/2550
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : 85/1 หมู่ที่ 2 ถนนแจ้งวัฒนะ ตำบลบางตลาด อำเภอปากเกร็ด นนทบุรี
Homepage : www.pim.ac.th
สัดส่วนการถือหุ้น : ร้อยละ 99.99
ทุนจากผู้รับใบอนุญาต : 500 ล้านบาท

11. วิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์

ประเภทธุรกิจ : สถานศึกษา
เลขที่ใบอนุญาต : 326
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : 20/29 หมู่ที่ 2 ถนนงามวงศ์วาน ตำบลบางเขน อำเภอเมืองนนทบุรี
นนทบุรี
Homepage : www.panyapiwat.ac.th
สัดส่วนการถือหุ้น : ร้อยละ 99.99
ทุนประเดิม : 273 ล้านบาท

12. บริษัท ทูจีเอส จำกัด

ประเภทธุรกิจ : จำหน่ายสินค้าผ่านสื่อต่างๆ
เลขทะเบียนบริษัท : 0105554069842
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : 18 อาคารทู ทาวเวอร์ ถนนรัชดาภิเษก ห้วยขวาง เขตห้วยขวาง
กรุงเทพมหานคร
Homepage : ไม่มี
สัดส่วนการถือหุ้น : ร้อยละ 10
ทุนเรียกชำระแล้ว : 340 ล้านบาท
มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ : 100 บาทต่อหุ้น

13. บริษัท ออลส์ เทรนนิง จำกัด

ประเภทธุรกิจ : ฝึกอบรมให้กับนิติบุคคลในเครือเดียวกัน
เลขทะเบียนบริษัท : 0125555006666
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : 58/5 หมู่ที่ 2 ถนนแจ้งวัฒนะ ตำบลบางตลาด อำเภอปากเกร็ด นนทบุรี
Homepage : ไม่มี
สัดส่วนการถือหุ้น : ร้อยละ 99.99
ทุนเรียกชำระแล้ว : 1 ล้านบาท
มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ : 10 บาทต่อหุ้น

14. บริษัท ออลส์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด

ประเภทธุรกิจ : ธุรกิจลงทุน
เลขทะเบียนบริษัท : 0105556063400

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : 119 อาคารธาราสาทร ถนนสาทรใต้ แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร
กรุงเทพมหานคร

Homepage : ไม่มี

สัดส่วนการถือหุ้น : ร้อยละ 99.99

ทุนเรียกชำระแล้ว : 12.5 ล้านบาท

มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ : 10 บาทต่อหุ้น

15. บริษัท โอเอชที จำกัด

ประเภทธุรกิจ : ธุรกิจลงทุน

เลขทะเบียนบริษัท : 0105542017311

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : 119 อาคารธาราสาทร ถนนสาทรใต้ แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร
กรุงเทพมหานคร

Homepage : ไม่มี

สัดส่วนการถือหุ้น : ร้อยละ 99.99

ทุนเรียกชำระแล้ว : 12.5 ล้านบาท

มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ : 100 บาทต่อหุ้น

16. บริษัท สยามแม็คโคร โฮลดิ้ง (ประเทศไทย) จำกัด

ประเภทธุรกิจ : ธุรกิจลงทุน

เลขทะเบียนบริษัท : 0105544077206

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : 119 อาคารธาราสาทร ถนนสาทรใต้ แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร
กรุงเทพมหานคร

Homepage : ไม่มี

สัดส่วนการถือหุ้น : ร้อยละ 99.99

ทุนเรียกชำระแล้ว : 1,066 ล้านบาท

มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ : 100 บาทต่อหุ้น

17. บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน)

ประเภทธุรกิจ : ธุรกิจศูนย์จำหน่ายสินค้าแบบชำระเงินสดและบริการตนเอง

เลขทะเบียนบริษัท : 0107537000521

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : 1468 ถนนพัฒนาการ แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร
10250

Homepage : www.siammakro.co.th

สัดส่วนการถือหุ้น : ร้อยละ 97.88

ทุนเรียกชำระแล้ว : 2,400 ล้านบาท

มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ : 0.50 บาทต่อหุ้น

18. Lotus Distribution Investment Limited

ประเภทธุรกิจ : ธุรกิจลงทุน
เลขทะเบียนบริษัท : 297897
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : P.O. Box 957, Offshore Incorporations Centre, Road Town,
Tortola, British Virgin Islands
Homepage : ไม่มี
สัดส่วนการถือหุ้น : ร้อยละ 100
ทุนเรียกชำระแล้ว : 206.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

19. Successor Investments Limited

ประเภทธุรกิจ : ธุรกิจลงทุน
เลขทะเบียนบริษัท : 1452125
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : 21/F, Far East Finance Centre, 16 Harcourt Road, Hong Kong
Homepage : ไม่มี
สัดส่วนการถือหุ้น : ร้อยละ 100
ทุนเรียกชำระแล้ว : 1 เหรียญฮ่องกง

20. Nanjing Zheng Yi Xin Trading Co., Ltd.

ประเภทธุรกิจ : ธุรกิจการค้า
เลขทะเบียนบริษัท : 320100400049729
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : 44 Shui Zuo Gang, Gulou District, Nanjing City, PRC
Homepage : ไม่มี
สัดส่วนการถือหุ้น : ร้อยละ 100
ทุนเรียกชำระแล้ว : 10 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

21. Successor (China) Investments Limited

ประเภทธุรกิจ : ธุรกิจลงทุน
เลขทะเบียนบริษัท : 320100400051263
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : Movie&TV City, Shiqiu Town, Lishui County, Nanjing City, PRC
Homepage : ไม่มี
สัดส่วนการถือหุ้น : ร้อยละ 100
ทุนเรียกชำระแล้ว : 195 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

22. Albuera International Limited

ประเภทธุรกิจ : ธุรกิจลงทุน
เลขทะเบียนบริษัท : 1719885

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : P.O.Box 957, Offshore Incorporations Centre, Road Town,
Tortola, British Virgin Islands

Homepage : ไม่มี

สัดส่วนการถือหุ้น : ร้อยละ 100

ทุนเรียกชำระแล้ว : 1 เหรียญสหรัฐ

23. บริษัท สยามฟู้ด เซอร์วิส จำกัด

ประเภทธุรกิจ : ธุรกิจนำเข้าและจัดจำหน่ายสินค้าพร้อมบริการจัดส่งประเภทอาหารสด
และอาหารแช่แข็งคุณภาพชั้นดี

เลขทะเบียนบริษัท : 0105527032739

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : 2439 ถนนริมทางรถไฟเก่าสายปากน้ำ แขวงพระโขนง เขตคลองเตย
กรุงเทพมหานคร

Homepage : www.siamfoodservices.com

สัดส่วนการถือหุ้น : ร้อยละ 97.88

ทุนเรียกชำระแล้ว : 45 ล้านบาท

มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ : 100 บาทต่อหุ้น

24. บริษัท วินาสยามฟู้ด จำกัด

ประเภทธุรกิจ : ธุรกิจนำเข้าและจัดจำหน่ายสินค้าพร้อมบริการจัดส่งประเภทอาหารสด
และอาหารแช่แข็งคุณภาพชั้นดี

เลขทะเบียนบริษัท : 411043002045

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : 44 ปี ถนนพาน ชิค ลอง วาร์ด 3 ดิสทริก ฟูนวน โฮจิมินห์ซิตี้ ประเทศ
เวียดนาม

Homepage : www.vinasiamfood.com.vn

สัดส่วนการถือหุ้น : ร้อยละ 97.88

ทุนเรียกชำระแล้ว : 2.5 ล้านเหรียญสหรัฐ

25. บริษัท ทเวนตีโฟร์ ช้อปปิง จำกัด

ประเภทธุรกิจ : จำหน่ายสินค้าผ่านแคตตาล็อกและธุรกิจอีคอมเมิร์ซ

เลขทะเบียนบริษัท : 0105557000380

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : 119 อาคารธาราสาทร์ ชั้น 9-10 ถนนสาทรใต้ แขวงทุ่งมหาเมฆ เขต
สาทร กรุงเทพมหานคร

Homepage : <http://24shopping.co.th>

สัดส่วนการถือหุ้น : ร้อยละ 99.99

ทุนเรียกชำระแล้ว : 30 ล้านบาท

26. Nanjing Tianqu Investment Management Co., Ltd.

ประเภทธุรกิจ : ธุรกิจการลงทุน
เลขทะเบียนบริษัท : 310115001767940
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : Movie & TV City, Shiqiu Town, Lishui County, Nanjing City, the People's Republic of China
Homepage : -
สัดส่วนการถือหุ้น : ร้อยละ 100
ทุนเรียกชำระแล้ว : 1,150 ล้านเรนนมินิ

27. Nanjing Tech University Pujiang Institute

ประเภทธุรกิจ : สถาบันอุดมศึกษาเอกชน
เลขทะเบียนบริษัท : Su Min Zheng Zi No. 010192
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : No. 96 Tangfeng Road, Shangfeng Town, Jiangning District, Nanjing City, the People's Republic of China
Homepage : <http://en.njpji.cn>
สัดส่วนการถือหุ้น : ร้อยละ 100
ทุนเรียกชำระแล้ว : 400 ล้านเรนนมินิ

28. บริษัท แม็คโคร อาร์โอเอช จำกัด

ประเภทธุรกิจ : ลงทุนในต่างประเทศ รวมทั้งให้บริการด้านการบริหารด้านเทคนิค และ/หรือการให้บริการสนับสนุนแก่บริษัทในเครือ
เลขทะเบียนบริษัท : 0105557153364
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : 1468 ถนนพัฒนาการ แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร 10250
Homepage : ไม่มี
สัดส่วนการถือหุ้น : ร้อยละ 97.88
ทุนเรียกชำระแล้ว : 466.25 ล้านบาท
มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ : 25 บาทต่อหุ้น

29. บริษัท โพรมาร์ท จำกัด

ประเภทธุรกิจ : จำหน่ายสินค้าอุปโภค
เลขทะเบียนบริษัท : 0105558034130
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : 1468 ถนนพัฒนาการ แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร 10250
Homepage : ไม่มี
สัดส่วนการถือหุ้น : ร้อยละ 97.88
ทุนเรียกชำระแล้ว : 2.5 ล้านบาท

มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ : 25 บาทต่อหุ้น

30. ARO Company Limited

ประเภทธุรกิจ : ให้บริการด้านการตลาด และให้คำปรึกษาในประเทศเมียนมาร์
เลขทะเบียนบริษัท : 889 FC/2014-2015
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : Room No. 202 Condo A, Shwe Hinthar Condominium, Pyay Road, Hlaing Township, Yangon, Myanmar
Homepage : ไม่มี
สัดส่วนการถือหุ้น : ร้อยละ 97.88
ทุนเรียกชำระแล้ว : 0.165 ล้านดอลลาร์
มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ : 10 เหรียญสหรัฐต่อหุ้น

31. Makro (Cambodia) Company Limited

ประเภทธุรกิจ : ดำเนินธุรกิจค้าปลีกค้าส่งและกิจการที่เกี่ยวข้อง
เลขทะเบียนบริษัท : 00019245
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : 344, Mao TseToung Blvd., SangkatToul, Svay Prey 1, Khan Chamkarmon, Phnom Penh
Homepage : ไม่มี
สัดส่วนการถือหุ้น : ร้อยละ 68.52
ทุนเรียกชำระแล้ว : 2.0 ล้านดอลลาร์
มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ : 10 เหรียญสหรัฐต่อหุ้น

32. Nanjing Tech University Pujiang Institute Educational Development Fund

ประเภทธุรกิจ : สถาบันอุดมศึกษาเอกชน
เลขทะเบียนบริษัท : 53320000MJ553502XL
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : Room 711 no. 199 Guangzhou Road, Nanjing City, The People's Republic of China
Homepage : ไม่มี
สัดส่วนการถือหุ้น : ร้อยละ 100
ทุนเรียกชำระแล้ว : 50 ล้านเร็นมินบิ

33. บริษัท ซีพี ฟู้ดแล็บ จำกัด

ประเภทธุรกิจ : วิจัยและพัฒนา
เลขทะเบียนบริษัท : 0135559021180
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : 141 หมู่ที่ 9 ชั้น 6 อาคารกลุ่มนวัตกรรม 2 ทาวเวอร์ดี อุทยานวิทยาศาสตร์ประเทศไทย ถนนพหลโยธิน ต.คลองหนึ่ง อ.คลองหลวง จ.ปทุมธานี

Homepage : ไม่มี
สัดส่วนการถือหุ้น : ร้อยละ 99.99
ทุนเรียกชำระแล้ว : 5 ล้านบาท
มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ : 10 บาทต่อหุ้น

34. โรงเรียนสาธิตสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

ประเภทธุรกิจ : สถานศึกษา
เลขทะเบียนบริษัท : 02/2559
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : 45/23 หมู่ 2 ตำบลบางตลาด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี
Homepage : ไม่มี
สัดส่วนการถือหุ้น : ร้อยละ 99.99
ทุนเรียกชำระแล้ว : 50 ล้านบาท

(3) ข้อมูลบุคคลอ้างอิงอื่นๆ

นายทะเบียนหลักทรัพย์

บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด
อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
เลขที่ 93 ถนนรัชดาภิเษก
เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร 10400
โทรศัพท์ : 0-2009-9999 (Call Center)
เว็บไซต์ : www.set.or.th/tsd

ผู้สอบบัญชีของบริษัท

นายเจริญ ผู้สัมฤทธิ์เลิศ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 4068
บริษัท เคพีเอ็มจี ภูมิไชย สอบบัญชี จำกัด
เลขที่ 195 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 กรุงเทพมหานคร 10400 โทรศัพท์ 02-298-0821 ต่อ 108
ผู้แทนผู้ถือหุ้นกู้	ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) อาคาร จีแลน พระราม 9 ชั้น 17 เลขที่ 9 ถนนพระราม 9 แขวงห้วยขวาง เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310 โทรศัพท์ 02-128-2316

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

นายทะเบียนหุ้นกู้ และผู้แทนผู้ถือหุ้นกู้	ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) เลขที่ 977/3 อาคารเอส.เอ็ม ทาวเวอร์ ชั้น 4 ถนนพหลโยธิน แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร 10400 โทรศัพท์ 02-298-0821 ต่อ 108
---	--

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

นายทะเบียนหุ้นกู้	ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) เลขที่ 977/3 อาคารเอส.เอ็ม ทาวเวอร์ ชั้น 4 ถนนพหลโยธิน แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร 10400 โทรศัพท์ 02-298-0821 ต่อ 108
-------------------	--

6.2 ข้อมูลที่สำคัญอื่น

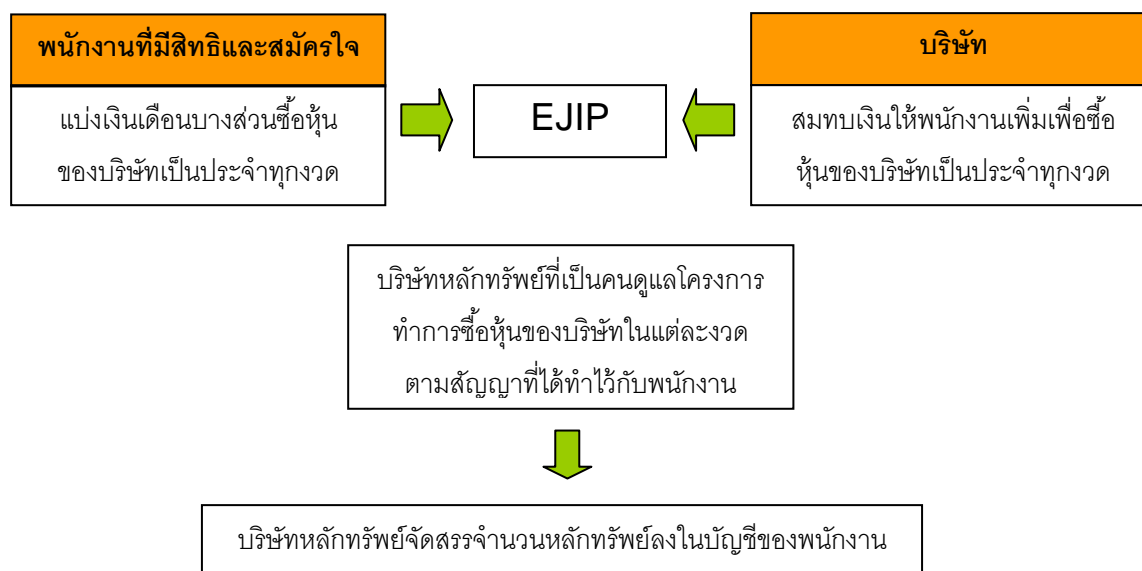
สรุปข้อมูลเกี่ยวกับโครงการสะสมหุ้นสำหรับพนักงาน (Employee Joint Investment Program – EJIP) ครั้งที่ 2

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย มีนโยบายให้พนักงานได้มีส่วนร่วมในความเป็นเจ้าของบริษัท เพื่อสร้างแรงจูงใจให้พนักงานมีความจงรักภักดีต่อองค์กร และมุ่งมั่นที่จะทำงานเพื่อเติบโตไปพร้อมกับองค์กร จึงได้จัดตั้งโครงการสะสมหุ้นสำหรับพนักงาน Employee Joint Investment Program (EJIP) ครั้งที่ 2 โดยมีหลักเกณฑ์ดังนี้

1. ลักษณะโครงการ

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

2. รูปแบบโครงการ



หลักทรัพย์ที่ทำการซื้อ	หุ้นสามัญ CPALL ที่ทำการซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์
ความถี่ในการลงทุน	เป็นรายเดือนระบุนวันที่แน่นอน
จำนวนเงินที่ลงทุนต่อครั้ง (ต่อพนักงาน 1 คน)	พนักงาน: ร้อยละ 5 หรือ 7 ของเงินเดือนพนักงาน (ตามแต่พนักงานจะเลือก) บริษัท: สมทบเพิ่มร้อยละ 80 ของเงินที่พนักงานสะสมแต่ละเดือน
ระยะเวลาโครงการ	1 กรกฎาคม 2555 – 30 มิถุนายน 2560 (รวม 5 ปี)
วิธีการชำระราคา	ซื้อ – หักจากเงินเดือนพนักงานและเงินสมทบของบริษัท ขาย – โอนเงินเข้าบัญชีธนาคารของพนักงาน
การสั่งซื้อหลักทรัพย์	สั่งซื้อหลักทรัพย์จากบริษัทหลักทรัพย์คู่สัญญาเป็นไปโดยอัตโนมัติตามสัญญาที่พนักงานทำไว้กับบริษัทหลักทรัพย์นั้นๆ
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

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 พร้อมกับมีสิทธิในลักษณะไม่ใช้การให้สิทธิแต่เพียงผู้เดียว (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 หรือให้สิทธิกับบุคคลอื่นเพื่อดำเนินการโดยไม่ถือเป็นการผิดสัญญากับบริษัท (ณ สิ้นปี 2559 มีร้าน 7-Eleven ทั่วประเทศจำนวน 9,542 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. จำนวนตามยอดขายรวมรายเดือนตามรายละเอียดที่ระบุไว้ในสัญญาระหว่างที่บริษัททำผิด หรืออยู่ในระหว่างกระบวนการพิจารณาทางศาล หรืออนุญาโตตุลาการ
6. ในกรณีที่หลักทรัพย์ของบริษัทไม่ได้จดทะเบียนซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ ถ้าบริษัทได้รับคำเสนอซื้อกิจการหรือกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สิน และยอมรับข้อเสนอ นั้น บริษัทต้องให้ 7-Eleven, Inc. ใช้สิทธิพิจารณาซื้อก่อน ภายใต้ข้อเสนอเดียวกัน โดย 7-Eleven, Inc. สามารถใช้สิทธินี้ได้ภายใน 60 วัน หลังจากได้รับแจ้งจากบริษัท ในกรณีที่ 7-Eleven, Inc. ไม่ใช้สิทธิดังกล่าว บริษัทมีสิทธิที่จะขายกิจการ หรือกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินดังกล่าวให้แก่บุคคลเสนอซื้อได้ โดยบริษัทมีหน้าที่ (ก) โอนสิทธิตามส่วนของสัญญานี้ให้แก่ผู้เสนอซื้อ และ

ชดใช้ค่าเสียหายที่อาจมีขึ้นต่อ 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 พักทรัพย์หรือปรับโครงสร้างองค์กร 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 และ ค่าธรรมเนียมในการโอนทรัพย์สินต่างๆ รวมทั้งหยุดใช้เครื่องหมายการค้า ความลับทางการค้า และระบบ 7-Eleven และ ต้องคืนหรือทำลายความลับทางการค้าทั้งหมด 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 ตามข้อตกลงและเงื่อนไขในสัญญาให้ความยินยอม ซึ่งมีสาระสำคัญโดยย่อ 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 หรือในทางกลับกัน จะส่งผลให้การปฏิบัติตามสัญญาให้ความยินยอมฉบับนี้มีผลเป็นการปฏิบัติผิดสัญญาใดๆ 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 ได้รับข้อเสนอซื้อหุ้นของบริษัทที่เสนอจากบุคคลอื่นและประสงค์จะขายหุ้นดังกล่าว และ 7-Eleven, Inc. พิจารณาเห็นว่าการขายหุ้นดังกล่าวจะทำให้ CPG และบริษัทร่วม (ตามรายละเอียดในสัญญา) สูญเสียอำนาจการควบคุมบริษัท CPG จะต้องเสนอขายหุ้นดังกล่าวให้ 7-Eleven, Inc. ก่อน ภายใต้ข้อเสนอเดียวกันกับที่บุคคลอื่นเสนอแก่ CPG โดยจะต้องดำเนินการตามขั้นตอนที่ระบุในสัญญา
- (ง) บริษัทจะไม่ขาย โอน จำนอง จำนำ ก่อภาระผูกพัน หรือจำหน่ายไปโดยประการใดซึ่งทรัพย์สินทั้งหมดหรือในสัดส่วนที่สำคัญของบริษัท รวมถึง ผลประโยชน์ทางตรงและทางอ้อมในทรัพย์สินดังกล่าว โดยไม่ได้

รับความยินยอมจาก 7-Eleven, Inc. เว้นแต่เป็นการจำหน่ายสินค้าหรือการให้บริการในทางการค้าปกติของบริษัท

(จ) ภาระหน้าที่ของบริษัทกรณีที่ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิสิ้นสุดลงมีการแก้ไขเปลี่ยนแปลงโดยมีสาระสำคัญดังนี้

- (1) หากสัญญาให้ใช้สิทธิสิ้นสุดลงไม่ว่าด้วยเหตุผลใดก็ตาม และ 7-Eleven, Inc. ไม่ใช้สิทธิที่จะซื้อสินค้าอุปกรณ์ ที่ดิน สิ่งปลูกสร้าง หรือทรัพย์สินต่างๆ ที่ใช้ในการประกอบกิจการของบริษัท บริษัทตกลงที่จะหยุดใช้ รวมถึงดำเนินการให้บุคคลที่เกี่ยวข้อง (ตามรายละเอียดในสัญญา) หยุดใช้เครื่องหมายการค้า ความลับทางการค้า และระบบ 7-Eleven รวมถึง เอกสารที่มีลิขสิทธิ์ที่เกี่ยวข้องอื่นๆ คืนหรือทำลายตามคำสั่งของ 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 เท่าของค่าสิทธิรายปีถัวเฉลี่ยภายในรอบระยะเวลา 12 เดือนก่อนหน้า (ข) ในกรณีที่ 7-Eleven, Inc. ใช้สิทธิในการซื้อทรัพย์สินทั้งหมดของบริษัท ให้ชำระค่าเสียหายเป็นจำนวนเท่ากับ 3 เท่าของค่าสิทธิรายปีถัวเฉลี่ยภายในรอบระยะเวลา 12 เดือนก่อนหน้า ทั้งนี้การคิดคำนวณค่าเสียหายดังกล่าวข้างต้น ไม่ตัดสิทธิ 7-Eleven, Inc. ที่จะเรียกค่าเสียหายตามที่กฎหมายหรือสัญญากำหนดไว้

นอกเหนือไปจากเหตุที่อาจทำให้สัญญาสิ้นสุดลงตามที่กล่าวในสัญญาให้ใช้สิทธิสัญญาให้ความยินยอมยังกำหนดให้เหตุต่อไปนี้ถือเป็นการผิดสัญญาให้ใช้สิทธิในสาระสำคัญ (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. อาจกำหนดระยะเวลาดังกล่าวให้น้อยลงได้) 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

สรุปสาระสำคัญของสัญญาอื่นๆ

(1) สัญญาบริหารร้านค้าเซเว่นอีเลฟเว่นสโตร์ (Franchise Type A)

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

(2) สัญญาดำเนินการบริหารร้านเซเว่นอีเลฟเว่นสโตร์ (Franchise 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 Franchise Type A

(3) สัญญาดำเนินการบริหารร้านเซเว่นอีเลฟเว่นสโตร์ (Franchise Type พนักงาน)

- 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 Franchise Type A

(4) สัญญาดำเนินการบริหารร้านเซเว่นอีเลฟเว่นสโตร์ (Franchise Type C)

- คู่สัญญา : บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ("บริษัท") และ ผู้ดำเนินการ
- อายุสัญญา : 10 ปี นับจากวันเริ่มบริหารงานร้านค้า เว้นแต่มีการบอกเลิกสัญญาตามที่ระบุในสัญญา
- ค่าธรรมเนียมเข้าทำสัญญา : (1) ค่าธรรมเนียมแรกเข้ากำหนดไว้เป็นจำนวนเงินที่แน่นอน
(2) ค่าสิทธิในการบริหารร้านค้า กำหนดไว้เป็นจำนวนที่แน่นอน
- ค่าตอบแทนการบริหาร : ผู้ดำเนินการจะได้รับค่าตอบแทนจากการบริหารงานตามสูตรการคำนวณที่บริษัท กำหนดในรูปแบบ Type C
- เงื่อนไขอื่นๆ ที่สำคัญ : เหมือน Franchise Type A

(5) สัญญาดำเนินการบริหารงานร้านค้าเซเว่นอีเลฟเว่นสโตร์ (Franchise PTT 1)

- คู่สัญญา : บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด ("บริษัท") และบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ("ปตท.")
- อายุสัญญา : 10 ปี นับแต่วันที่เปิดหรือเริ่มบริหารงานร้านสาขาแล้วแต่กรณี เว้นแต่มีการบอกเลิก สัญญาตามที่ระบุในสัญญา
- ค่าตอบแทน : ปตท.จะได้รับค่าตอบแทนจากการบริหารงานตามสูตรการคำนวณที่บริษัทกำหนดใน รูปแบบ PTT1
- เงื่อนไขอื่นๆ ที่สำคัญ : เหมือนกับ Franchise Type A

(6) สัญญาดำเนินการบริหารงานร้านค้า เซเว่นอีเลฟเว่นสโตร์ (Franchise PTT 2)

- คู่สัญญา : บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ("บริษัท") และผู้แทนจำหน่ายของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ("ผู้ดำเนินการ")
- อายุสัญญา : 10 ปี นับแต่วันที่เปิดหรือเริ่มบริหารงานร้านสาขาแล้วแต่กรณี เว้นแต่มีการบอกเลิก สัญญาตามที่ระบุในสัญญา
- ค่าตอบแทน : ผู้แทนจำหน่ายปตท. หรือผู้ที่ได้รับสิทธิจากผู้แทนจำหน่ายปตท. จะได้รับค่าตอบแทน จากการบริหารงานตามสูตรการคำนวณที่บริษัทกำหนดในรูปแบบ PTT2
- เงื่อนไขอื่นๆ ที่สำคัญ : เหมือนกับ Franchise 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 กำหนดไว้เป็นสัดส่วนร้อยละที่แน่นอนของยอดขายรวม รายเดือน
- เงื่อนไขอื่นๆ ที่สำคัญ : (1) บริษัทอนุญาตให้ผู้รับอนุญาตช่วงดำเนินกิจการร้านค้าสะดวกซื้อ ภายใต้ระบบ 7-Eleven ภายในอาณาเขต และให้สิทธิในการใช้ระบบ 7-Eleven เครื่องหมาย การค้า ชื่อทางการค้า ความลับทางการค้า โดยนำไปใช้บนสินค้าที่จำหน่าย หรือ

บริการที่ให้ในร้านค้า 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
- (4) ผู้รับอนุญาตช่วง ตกลงให้บริษัทส่งเจ้าหน้าที่เข้าไปในร้านของผู้รับอนุญาตช่วง เพื่อตรวจนับสินค้าในร้าน 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