

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 เทรนนิง 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 พร้อมทั้งสร้างสัมพันธภาพที่ดีกับชุมชนและสังคม

ด้านการเติบโตของเครือข่ายร้านสาขา 7-Eleven บริษัทมีแผนขยายสาขาเพิ่มขึ้นปีละประมาณ 600 สาขา เพื่อมุ่งสู่เป้าหมาย 10,000 สาขา ภายในปี 2561 และมุ่งเน้นกลยุทธ์การเป็นร้านอัมสเตอร์ดัมของคนไทย โดยให้ความสำคัญกับอาหารพร้อมทานที่สด สะอาด ปลอดภัย และการพัฒนาสินค้าใหม่ร่วมกับคู่ค้า เพื่อนำเสนอสินค้าใหม่ที่หลากหลาย มีจำหน่ายเฉพาะที่ร้าน 7-Eleven โดย ณ สิ้นปี 2558 บริษัทมีร้าน 7-Eleven ทั่วประเทศรวม 8,832 สาขา โดยเป็นร้านในกรุงเทพฯ และปริมณฑล 3,922 สาขา (คิดเป็นร้อยละ 44) เป็นร้านในต่างจังหวัด 4,910 สาขา (คิดเป็นร้อยละ 56) เมื่อแบ่งตามประเภทของร้านพบว่า มีร้านสาขาบริษัท 3,908 สาขา (คิดเป็นร้อยละ 44) ส่วนที่เหลือเป็นร้านแฟรนไชส์ 4,257 สาขา (คิดเป็นร้อยละ 48) และร้านค้าที่ได้รับสิทธิช่วงอาณาเขต 667 สาขา (คิดเป็นร้อยละ 8) ปัจจุบันมีลูกค้าเข้าร้าน 7-Eleven เฉลี่ยวันละ 10.9 ล้านคน

ทั้งนี้ในปี 2558 บริษัทได้ขยายสาขาร้าน 7-Eleven อย่างต่อเนื่องรวม 705 สาขา ทั้งในรูปแบบของร้านในทำเลปกติ และร้านในสถานบริการน้ำมันของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) เพื่อให้ครอบคลุมพื้นที่ของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด โดย ณ สิ้นปี 2558 บริษัทมีร้านในทำเลปกติ 7,598 สาขา (คิดเป็นร้อยละ 86) และร้านในสถานบริการน้ำมัน ปตท. 1,234 สาขา (คิดเป็นร้อยละ 14)

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนากิจการที่สำคัญ

ในปี 2556 บริษัทได้เข้าซื้อกิจการ บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) โดยบริษัทได้เข้าถือหุ้นในแม็คโครร้อยละ 97.88 และแหล่งเงินในการซื้อกิจการ บริษัทได้ใช้กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน และเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน บริษัทได้มีแผนบริหารจัดการทางการเงิน เพื่อลดภาระดอกเบี้ยและความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงอัตราดอกเบี้ย และเพื่อชำระหนี้คืนเงินกู้สถาบันการเงิน โดยในปี 2558 บริษัทได้มีการออกหุ้นกู้ดังนี้

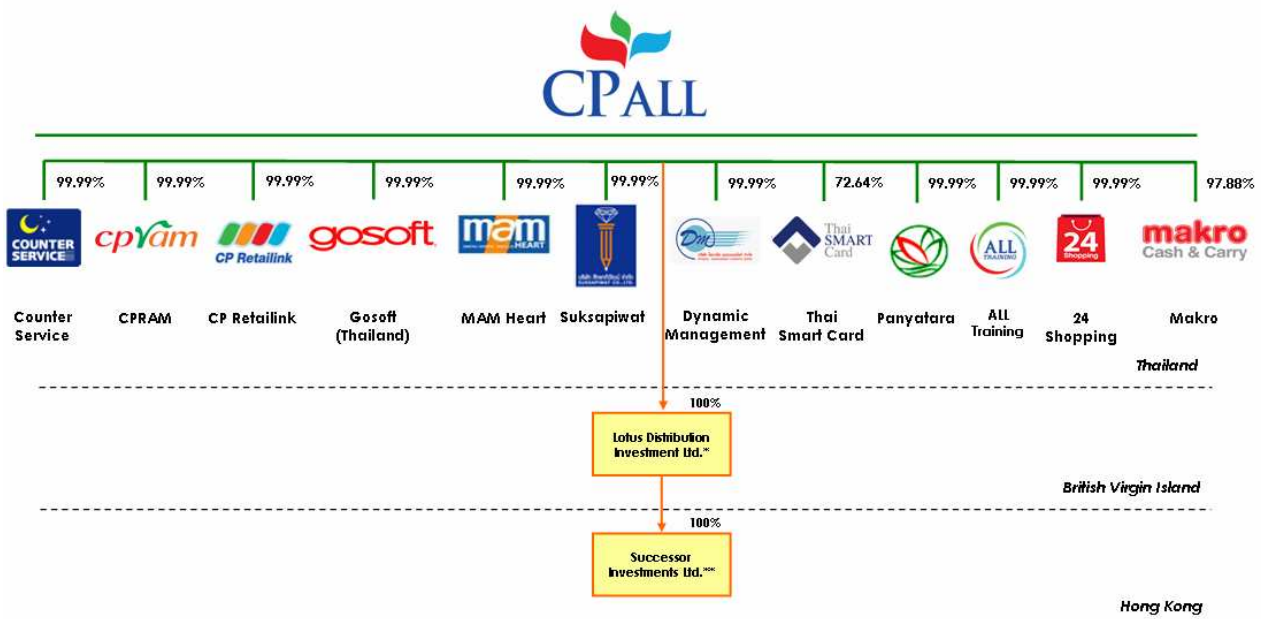
- ครั้งที่ 1/2558 จำนวน 20,000 ล้านบาท และ
- ครั้งที่ 2/2558 จำนวน 13,000 ล้านบาท ต่อเนื่องจากการออกหุ้นกู้ระยะยาวครั้งแรกของบริษัทในปี 2556 จำนวนเงิน 50,000 ล้านบาท และ ปี 2557 จำนวน 3 ครั้ง คิดเป็นเงิน 90,000 ล้านบาท ซึ่งได้รับการตอบรับที่ดี จากนักลงทุนสถาบันและนักลงทุนทั่วไป

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558

บริษัทได้จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด เลขทะเบียน 0107542000011 เมื่อวันที่ 12 มีนาคม 2542 โดย ณ วันที่ 30 ธันวาคม 2558 บริษัทมีกลุ่มบริษัทในเครือเจริญโภคภัณฑ์ถือหุ้นอยู่ร้อยละ 40.65 ของทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระแล้ว

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 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 (โปรดดูรายละเอียดเพิ่มเติมในหัวข้อ 13 ข้อมูลทางการเงินที่สำคัญ)

| กลุ่มธุรกิจ | 2556 | | 2557 | | 2558 | |
|---|----------------|------------|----------------|------------|----------------|------------|
| | ล้านบาท | ร้อยละ | ล้านบาท | ร้อยละ | ล้านบาท | ร้อยละ |
| ร้านค้าสะดวกซื้อ (7-Eleven) | 217,495 | 71 | 228,996 | 58 | 249,758 | 58 |
| ศูนย์จำหน่ายสินค้าแบบชำระเงินสดและบริการตนเอง (Makro) ^{/1} | 66,726 | 22 | 142,537 | 36 | 155,914 | 36 |
| ธุรกิจอื่นๆ ^{/2} | 20,077 | 7 | 24,593 | 6 | 28,288 | 6 |
| รวมรายได้จากการขายสุทธิและรายได้จากการให้บริการ | 304,298 | 100 | 396,126 | 100 | 433,960 | 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 บริษัทได้บริหารจัดการร้านสะดวกซื้อในลักษณะที่มีเครือข่าย กระจายอยู่ในชุมชนต่างๆ ได้แก่ ที่พักอาศัย สำนักงาน สถานศึกษา แหล่งท่องเที่ยว และร้านที่ตั้งอยู่ในสถานีบริการน้ำมัน ครอบคลุมพื้นที่กรุงเทพฯ ปริมณฑล และต่างจังหวัดทั่วประเทศ ทั้งนี้ ในปี 2558 มีจำนวนร้านสาขาเปิดให้บริการทั้งสิ้น 8,832 สาขา

ประเภทของร้าน 7-Eleven

ร้าน 7-Eleven แบ่งออกเป็น 3 ประเภทตามลักษณะความเป็นเจ้าของ ดังนี้

| (หน่วย : ร้าน) | 2555 | 2556 | 2557 | 2558 | จำนวนสาขาที่เพิ่มขึ้นในปี 2558 |
|------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------------------------|
| ร้านสาขาบริษัท | 2,984 | 3,248 | 3,570 | 3,908 | 338 |
| ร้านแฟรนไชส์ | 3,320 | 3,593 | 3,916 | 4,257 | 341 |
| ร้านค้าที่ได้รับสิทธิช่วงในอาณาเขต | 518 | 588 | 641 | 667 | 26 |
| รวม | 6,822 | 7,429 | 8,127 | 8,832 | 705 |

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

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

3) **ผู้ประกอบการรับสิทธิช่วงในอาณาเขต (Sub Area License Stores)** คือ ร้านที่บริษัททำสัญญาอนุญาตให้สิทธิช่วงแก่ผู้ประกอบการท้องถิ่นในการเปิดร้าน 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

บริการหลักของบริษัท แบ่งเป็น 2 ประเภทคือ จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นในชีวิตประจำวัน โดยแบ่งหมวดสินค้าออกเป็น อาหารและเครื่องดื่ม ร้อยละ 71.9 และสินค้าอุปโภคไม่รวมบัตรโทรศัพท์ ร้อยละ 28.1

ในขณะเดียวกัน บริษัทยังคงพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการด้านอื่นๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่ออำนวยความสะดวกและตอบสนองการดำเนินกิจกรรมในชีวิตประจำวันให้กับลูกค้า บริษัทจึงได้ขยายกลุ่มพันธมิตรการให้บริการให้ครอบคลุมและครบวงจรมากขึ้น ทั้งในส่วนของบริการรับชำระเงินซึ่งปัจจุบันมีพันธมิตรที่รับชำระกว่า 500 ราย และการให้บริการด้านอื่นๆ เช่น การจัดให้มีตู้ ATM ที่ร้านสาขา ซึ่งปัจจุบันมีให้บริการแล้วในประมาณร้อยละ 86 ของจำนวนร้านสาขาทั่วประเทศ

ลักษณะลูกค้า

บริษัทให้บริการความสะดวกซื้อกับลูกค้าผ่านเครือข่ายร้านค้าที่กระจายอยู่ทุกชุมชน ดังนั้นกลุ่มลูกค้าของบริษัทจึงมีความหลากหลาย ครอบคลุมทุกเพศทุกวัย และหลากหลายอาชีพ ซึ่งอยู่อาศัยและดำเนินกิจกรรมในชีวิตประจำวันอยู่ใกล้ๆ ร้าน 7-Eleven โดยภาพรวมจำนวนลูกค้าที่เข้าร้านมาซื้อสินค้าและบริการในร้าน 7-Eleven ทั่วประเทศเฉลี่ยวันละ 10.9 ล้านคนในปี 2558 เพิ่มขึ้นจาก 9.7 ล้านคนในปี 2557

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

นอกจากนี้ บริษัทมีการเตรียมความพร้อมรองรับลูกค้ากลุ่มใหม่ๆ ที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในอนาคต อาทิ กลุ่มลูกค้าผู้สูงอายุ กลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยว กลุ่มลูกค้าชาวต่างชาติที่เข้ามาทำงานในประเทศ และกลุ่มลูกค้าบริเวณการค้าชายแดนซึ่งจะมีมากขึ้น หลังจากการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

การตลาดและการแข่งขันของธุรกิจร้านสะดวกซื้อ

ในปี 2558 ภาพรวมธุรกิจค้าปลีกมีการเติบโตอยู่ในระดับต่ำ ทั้งนี้ ส่วนหนึ่งมาจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยที่ช้ากว่าคาดการณ์ โดยมีสาเหตุมาจาก อัตราการบริโภคของภาคประชาชนชะลอตัวจากภาวะค่าใช้จ่ายครัวเรือนและหนี้ผูกพันต่อเนื่อง อีกทั้งปัญหาภัยแล้ง ที่ส่งผลให้ราคาและผลิตผลทางการเกษตรตกต่ำ ทำให้เกษตรกรมีรายได้ลดลง ในขณะที่ภาวะเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าหลักของประเทศก็ชะลอตัวเช่นกัน ส่งผลต่อบัณฑิตด้านการส่งออก ประกอบกับการลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐานต่างๆของภาครัฐก็มีความล่าช้ากว่าที่กำหนดไว้ อย่างไรก็ตาม ปัจจัยบวกจากการเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ทำให้เกิดการใช้จ่ายหมุนเวียนในระบบได้ดีตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ กอปรกับ ภาวะราคาน้ำมันในตลาดโลกที่ปรับตัวลดลง ส่งผลให้ ค่าใช้จ่ายและต้นทุนต่างๆ ลดลง นอกจากนี้ การที่รัฐบาล มีมาตรการทางภาษีในช่วงปลายปีนั้น ก็สามารถกระตุ้นการใช้จ่ายภาคประชาชนได้ดีในระยะสั้น ทำให้ภาพรวมธุรกิจค้าปลีก ปี 2558 มีการขยายตัวประมาณร้อยละ 3

สำหรับปี 2559 จากมาตรการกระตุ้นการใช้จ่ายของภาครัฐ ผ่านการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่ ที่จะเริ่มดำเนินโครงการมากขึ้น รวมถึงการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ที่คาดว่าจะส่งผลดีต่อ ธุรกิจการค้าบริเวณชายแดนและการท่องเที่ยวจะเป็นปัจจัยกระตุ้นเศรษฐกิจภายในประเทศให้เติบโต และกระตุ้นกำลังซื้อให้ฟื้นตัวขึ้นมาได้ ส่งผลให้ ในปี 2559 นั้น ภาวะการแข่งขันของธุรกิจค้าปลีก จะยังคงความรุนแรง เพื่อชิงส่วนแบ่งการตลาดต่อไป

ด้านพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และแตกต่างกันตามแต่ละกลุ่มผู้บริโภคนั้น ผู้ค้าปลีกจำเป็นต้องปรับตัวอยู่ตลอดเวลา ทั้งการขยายสาขาใหม่ เพื่อเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้ทั่วถึงมากขึ้น รวมถึง การลงทุนเพื่อพัฒนาปรับปรุงสาขาเดิม และการพัฒนารูปแบบร้านค้าให้มีความหลากหลาย มีบริการเสริมต่างๆ ที่ครบวงจร (One-Stop Services) อีกทั้งการพัฒนานวัตกรรม และช่องทางใหม่ๆ เพื่อเพิ่มความสะดวกในการเข้าถึงสินค้าและบริการของลูกค้า ก็เป็นสิ่งสำคัญ อาทิ E – Commerce บริการ E - Payment และบริการส่งสินค้า เป็นต้น เพื่อสร้างความโดดเด่นและแตกต่าง รวมถึงการส่งมอบประสบการณ์ที่ดี นำประทับใจให้กับลูกค้า และให้ลูกค้าเกิดความผูกพันกับตราสินค้ามากขึ้น

ปัจจุบัน สังคมไทยเริ่มมีการพัฒนาเป็นสังคมเมืองอย่างต่อเนื่อง ครอบครัวเดี่ยว และคู่สมรสที่ไม่มีบุตรเพิ่มขึ้น การอาศัยอยู่คนเดียวหรือมีสถานะโสดเพิ่มขึ้น และปัญหาการจราจรติดขัด ต่างเป็นผลให้พฤติกรรมการใช้ชีวิตและความต้องการของผู้บริโภคหันมาให้ความสำคัญกับความสะดวกสบายและความรวดเร็วตามลำดับ โดยนิยมซื้ออาหารสำเร็จรูป และการซื้อของใช้จำนวนมากในคราวเดียวกัน หรือสินค้าขนาดใหญ่มีน้อยลง โดยหันมาเพิ่มความถี่ในการซื้อให้มากขึ้นแทน ดังนั้น ร้านค้าปลีกขนาดเล็กใกล้บ้านจึงเป็นทางเลือกที่สำคัญที่สอดคล้องกับแนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภค

ทั้งนี้ บริษัทจึงมุ่งเน้นกลยุทธ์การเป็นร้านอิมสะดวก (Convenience Food Store) ของคนไทย โดยพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ออกสู่ตลาดอย่างสม่ำเสมอ เช่น อาหารพร้อมรับประทาน ผลไม้สด กาแฟสด เป็นต้น เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในทุกมื้ออาหาร และทุกช่วงเวลา พร้อมทั้งสรรหาสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็น เพื่อตอบโจทย์รูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ รวมถึงการพัฒนาช่องทางการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต (E-Commerce) การพัฒนาแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ (Mobile Application) รวมถึงการพัฒนาช่องทางการตลาดผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Digital Marketing) และการวางแผนพัฒนาระบบเพื่อรองรับธุรกิจรูปแบบ “ออมนิ แชนแนล” (Omni Channel) เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า เพื่อให้มีช่องทางการเข้าถึงสินค้าและบริการที่หลากหลาย ตลอด 24 ชั่วโมง

ในปี 2558 จำนวนร้านค้าปลีกประเภทร้านสะดวกซื้อ ลักษณะกลุ่มร้านย่อยภายใต้บริษัทเดียวกัน (Chain Store) เพิ่มขึ้น 715 สาขา โดยส่วนใหญ่มาจากการขยายสาขาของร้าน 7-Eleven ขณะที่รายอื่นๆ ส่วนใหญ่เป็นการปรับปรุงร้านสาขาเดิม

จำนวนสาขาของร้านสะดวกซื้อ ทั้งในชุมชนและสถานีบริการน้ำมัน

| (หน่วย : ร้าน) | 2555 | 2556 | 2557 | 2558* |
|---|---------------|---------------|---------------|---------------|
| ร้านค้าสะดวกซื้อนอกสถานีบริการน้ำมัน | 9,526 | 10,404 | 11,153 | 11,727 |
| - ร้าน 7-Eleven | 5,842 | 6,373 | 6,986 | 7,597 |
| - ร้านอื่นๆ | 3,684 | 4,031 | 4,167 | 4,130 |
| ร้านค้าในสถานีบริการน้ำมันทั้งหมด | 1,988 | 2,062 | 2,159 | 2,300 |
| - ร้าน 7-Eleven | 980 | 1,056 | 1,141 | 1,235 |
| - ร้านอื่นๆ | 1,008 | 1,006 | 1,018 | 1,065 |
| รวมจำนวนร้านสะดวกซื้อ | 11,514 | 12,466 | 13,312 | 14,027 |

หมายเหตุ: ร้านสะดวกซื้อรายใหญ่ในลักษณะกลุ่มของร้านย่อยที่อยู่ภายใต้บริษัทเดียวกัน (Chain Store)

ที่มา: จากการรวบรวมและประมาณการของ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

กลยุทธ์และทิศทางการดำเนินงาน

จากการที่บริษัทมีเครือข่ายร้านสาขาครอบคลุมทั่วประเทศ มีคู่ค้า พันธมิตรทางธุรกิจ รวมไปถึง บริษัทในเครือซีพี ที่ให้การสนับสนุนและร่วมมือกัน พัฒนา สรรหาสินค้าและบริการใหม่ๆ ประกอบกับการมีระบบกระจายสินค้าที่มีประสิทธิภาพ ในการส่งมอบสินค้าและบริการแก่ผู้บริโภค พร้อมทั้งยังมีสถาบันการศึกษาและบริษัทฝึกอบรม ในการผลิตบุคลากรคุณภาพ เพื่อสอดคล้องกับการเติบโตของธุรกิจของซีพีออลล์

นอกจากนี้ บริษัทยังคงมุ่งมั่นในการพัฒนา และยกระดับการบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง ทั้งการบริหารต้นทุน และปรับปรุงกระบวนการทำงานให้รวดเร็วและมีคุณภาพ โดยคำนึงถึงลูกค้าเป็นศูนย์กลาง และดำเนินธุรกิจโดยให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ทั้งนี้ บริษัทดำเนินธุรกิจ ภายใต้กรอบ (Theme) ของกลยุทธ์บริษัท ที่ว่า “รวมพลัง เติบโตยั่งยืน” (“Together” We “Grow” “Forever”) โดยแบ่งเป็นหัวข้อ ดังต่อไปนี้

1. การขยายสาขาให้สอดคล้องกับโครงสร้างและวิถีการดำเนินชีวิตของประชากรในแต่ละพื้นที่

บริษัทมุ่งเน้นการสร้างเครือข่ายร้านสาขาในทำเลที่ดี เพื่ออำนวยความสะดวกและเข้าถึงความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด โดยในประเทศไทยยังมียังโอกาสการเติบโตและขยายสาขาไปยังชุมชนต่างๆ ได้ เนื่องจากนโยบายของภาครัฐที่สนับสนุนการลงทุนด้านสาธารณูปโภค ทั้งในเขตกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด รวมถึงการขยายตัวของธุรกิจท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการขยายสาขาไปยังพื้นที่ต่างจังหวัด แหล่งท่องเที่ยว และด่านชายแดนมากขึ้น

ในปี 2558 บริษัทได้ขยายสาขาเพิ่มขึ้น 705 สาขา สัดส่วนจำนวนสาขาในต่างจังหวัดปัจจุบันอยู่ที่ร้อยละ 56 และสามารถครอบคลุมอำเภอต่างๆ ทั่วประเทศประมาณร้อยละ 90 โดยตั้งเป้าขยายสาขาให้ครบ 10,000 สาขาภายในปี 2561 นอกเหนือจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนสาขาใหม่ บริษัทยังคงรักษาคุณภาพการเติบโตและความอยู่รอดของสาขาเดิมด้วย ทั้งนี้ บริษัทมีแผนการพัฒนาร้านในสถานีบริการน้ำมันและร้านที่ตั้งเป็นเอกเทศ (Stand Alone) มากขึ้น ตามการขยายตัวของเขตเมือง เพื่อตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคที่ใช้รถส่วนตัวมากขึ้น ขณะที่แนวโน้มขนาดของครอบครัวที่เล็กลง ทำให้มีการซื้ออาหารสำเร็จรูปรับประทานมากขึ้น อีกทั้งซื้อสินค้าปริมาณหรือขนาดเล็ก แต่เน้นความถี่ในการซื้อ ทำให้ บริษัทมีความพยายามในการพัฒนาสินค้าที่มีขนาดเหมาะสม ทั้งกลุ่มสินค้าอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน และสินค้าอุปโภคบริโภคทั่วไป

นอกจากนี้ บริษัทเล็งเห็นโอกาสการขยายสาขา ในรูปแบบการร่วมเป็นพันธมิตรกับกลุ่มธุรกิจ อาทิ บริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ โรงพยาบาล สถานศึกษา เป็นต้น เพื่อเปิดร้านสาขาใหม่ รวมไปถึงการปรับรูปแบบของร้านสาขา พัฒนาสินค้าและบริการ ให้รองรับกับการขยายตัวของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีจำนวนมากขึ้น

2. การสรรหาสินค้าและบริการที่แตกต่าง เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้ารายสาขา

บริษัทให้ความสำคัญกับการศึกษาพฤติกรรมและทำความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคเชิงลึก (Customer Insight) รวมถึงรูปแบบการใช้ชีวิตของผู้บริโภคในแต่ละกลุ่มโดยติดตามการเปลี่ยนแปลงทางด้านประชากรศาสตร์และสังคมของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย เพื่อที่จะนำมาวางแผนและปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การคัดสรรและพัฒนาสินค้าและบริการที่มีศักยภาพ สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงได้อย่างทันสถานการณ์ สอดคล้องกับพฤติกรรมของลูกค้าในแต่ละพื้นที่

บริษัทมุ่งเน้นการสร้างความแตกต่างผ่านการพัฒนาสินค้าร่วมกับผู้ผลิต (Team Merchandising) โดยใช้ข้อมูลวิจัยและคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ๆ เพื่อให้มั่นใจว่าเป็นสินค้าและบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า ทั้งในด้านคุณภาพ มาตรฐานบรรจุภัณฑ์ และราคาที่เหมาะสม รวมถึงกำลังซื้อของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย นอกจากนี้ บริษัทมุ่งเน้นการสร้างความแตกต่างและแปลกใหม่จากคู่แข่ง อาทิ สินค้ามีขายที่ร้าน 7-Eleven ก่อนใคร หรือสินค้าที่มีจำหน่ายเฉพาะที่ 7-Eleven โดยเป็นสินค้ากลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม สินค้าประเภทสุขภาพและความงาม เป็นต้น

3. การมุ่งสู่ร้านอิมสวดก ตอบโจทย์พฤติกรรมและการใช้ชีวิตของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป เพื่อสร้างความแตกต่างและสร้างมูลค่าเพิ่มในระยะยาว

การมุ่งไปสู่การเป็นร้านอิมสวดกเต็มรูปแบบ โดยการพัฒนาและเพิ่มสัดส่วนสินค้ากลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม ให้สามารถตอบสนองความต้องการในชีวิตประจำวันทั้งมือหลัก มือรอง สอดคล้องกับพฤติกรรมลูกค้าที่บริโภคได้ถึง 7 มือต่อวัน มุ่งเน้นไปที่การพัฒนาเมนูให้มีความหลากหลาย อร่อย ราคาสมเหตุสมผล พร้อมทั้งสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าในทุกกลุ่ม อาทิ การพัฒนาสินค้าเมนูอาหารเจ ผักและผลไม้พร้อมรับประทาน เพื่อตอบสนองกลุ่มลูกค้าที่ใส่ใจสุขภาพและความงาม นอกจากนี้ กลุ่มสินค้าประเภท ข้าวปั้นแบบญี่ปุ่น เมนูไข่ ขนมหวาน ผลไม้สดพร้อมทาน กาแฟสด All Café เป็นต้น เป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างดี จากลูกค้าที่ต้องการความสะดวกและรวดเร็วในการดำเนินชีวิต ทั้งนี้ในปี 2558 อาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน (Ready to Eat) มีสัดส่วนร้อยละ 22 โดยมีร้านสาขาที่วางจำหน่ายข้าวกล่องแช่เย็นสำเร็จรูปกว่า 5,400 สาขา เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ครอบคลุมพื้นที่มากที่สุด

บริษัทยังมุ่งมั่นในการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการทั้งห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่การคัดเลือกวัตถุดิบ การผลิต การจัดส่ง ตรวจสอบ และการควบคุมคุณภาพอาหารภายใต้การทำงานร่วมกันกับผู้ผลิตผ่านกระบวนการ และวิธีการปฏิบัติที่เป็นเลิศจากผู้เชี่ยวชาญต่างประเทศ ยิ่งไปกว่านั้น การพัฒนาและยกระดับบุคลากรให้สามารถจัดการด้านอาหารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ก็เป็นสิ่งที่บริษัทให้ความสำคัญเช่นเดียวกัน

นอกจากนี้ บริษัทยังให้ความสำคัญกับการควบคุมมาตรฐานความปลอดภัยด้านอาหาร (Food Safety) โดยคัดเลือกและตรวจสอบผู้ผลิตที่ผ่านมาตรฐาน รวมถึงการให้ความรู้ และสื่อสารกับพนักงานร้าน เกี่ยวกับวิธีการจัดการสินค้าให้ได้มาตรฐานคุณภาพโดยเฉพาะหมวดอาหาร รวมถึงการมีระบบประกันคุณภาพด้วยการสุ่มตรวจอาหารและเครื่องดื่มที่วางจำหน่ายยังร้านสาขา อย่างสม่ำเสมอ

4. การเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงสินค้าและบริการของบริษัท ผ่านช่องทางใหม่ๆ

สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันที่รุนแรง นำไปสู่การพัฒนาสินค้าและบริการ รวมไปถึงช่องทางใหม่ๆ ที่จะช่วยเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงสินค้าและบริการของบริษัท ที่ผ่านมามีบริษัทขยายการลงทุนไปในธุรกิจต่างๆ ที่มีความเชื่อมโยงกับธุรกิจร้านสะดวกซื้อ เพื่อสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ เช่น การรับชำระค่าบริการต่างๆ (Counter Service) และการเพิ่มความหลากหลายของสินค้าภายในร้าน 7-Eleven ภายใต้เครื่องหมายการค้าต่างๆ อาทิ Book Smile (หนังสือและสิ่งพิมพ์) Kudsan (เบเกอรี่อบสดและกาแฟสดที่คัดสรรพิเศษ) eXta (ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม) All Café (มูกกาแฟสด) และ โครงการร้านกาแฟพลซัน (กาแฟสร้างอาชีพเพื่อสังคมและชุมชน) และธุรกิจใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและผู้บริโภคยุคใหม่ด้วยระบบออนไลน์ ที่พัฒนาการทำ

ธุรกิจจากหน่วยงานเซเว่นแคตตาล็อก มาเป็นการบริหารจัดการในรูปแบบบริษัทภายใต้ชื่อ บริษัท ทเวนตีไฟฟ์ ช็อปปิ้ง จำกัด เป็นต้น

บริษัทไม่หยุดนิ่งที่จะคิดค้นนวัตกรรมใหม่ๆ ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น อาทิ ในส่วนของเคาน์เตอร์เซอร์วิส (Counter Service) มีการเจรจาเพื่อขยายช่องทางการรับชำระค่าบริการให้มีความหลากหลาย ช่วยให้ลูกค้ามีความสะดวกสบายและสอดคล้องกับพฤติกรรมการค้าในชีวิตมากขึ้น โดยในปี 2558 จำนวนพันธมิตรรับชำระบริการถึงกว่า 500 ราย และมีจำนวนบริการที่รับชำระมากกว่า 1,300 บริการ นอกจากนี้ ยังขยายความร่วมมือไปที่สถาบันการศึกษา เพื่อรับชำระเงินค่าสมัครสอบคัดเลือกบุคคลเข้าศึกษา สถาบันอุดมศึกษาในระบบกลาง (Admissions) รวมไปถึงค่าเทอมการศึกษา ข่ายพร.บ.รถยนต์และรถจักรยานยนต์ รับชำระค่าซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ เป็นต้น นอกจากนี้ เพื่อตอบสนองผู้บริโภคในปัจจุบันที่มีเวลาน้อยลง ต้องการความสะดวกยิ่งขึ้น จึงได้เริ่มทดลองให้บริการรับส่งพัสดุขนาดเล็กผ่านร้านสาขาทั่วประเทศ โดยลูกค้าสามารถรับสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง ภายใต้ชื่อว่า "ม้าขาว" ที่ดำเนินการโดยบริษัท ไดนามิค แมเนจเม้นท์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทในกลุ่มซีพี ออลล์

นอกจากนี้ บริษัทได้พัฒนาช่องทางใหม่ในการเข้าถึงสินค้าและบริการของบริษัทมากขึ้น อาทิ การจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางอีคอมเมิร์ซ ภายใต้การดำเนินการของบริษัท ทเวนตีไฟฟ์ ช็อปปิ้ง จำกัด (24 Shopping) พร้อมทั้งยังได้พัฒนาช่องทางสื่อสารข้อมูลข่าวสารและรับความคิดเห็นจากผู้บริโภค ผ่านทางเฟซบุ๊ก "7-Eleven Thailand" และแอปพลิเคชัน "7-Eleven TH" พร้อมทั้งการจัดกิจกรรมทางการตลาด อาทิ การแจกคูปองส่วนลดผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ

5. การสร้างเครือข่ายและพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อความร่วมมือและต่อยอดทางธุรกิจ

ความท้าทายที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจ คือ การแข่งขันกับการเปลี่ยนแปลงของความต้องการผู้บริโภค ทำให้การดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน จึงต้องมีการปรับเปลี่ยนไปสู่การเป็นพันธมิตร การทำงานเป็นทีม โดยร่วมมือกับผู้ผลิต ภาครัฐและเอกชน ภาคการศึกษา มีการค้นหาองค์ความรู้ (Know-how) และตัวอย่างวิธีการปฏิบัติที่เป็นเลิศ (Best Practice) จากทั่วโลก โดยเฉพาะเครือข่าย 7-Eleven มาใช้เป็นแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมให้เกิดการต่อยอดและสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ โดยมีความต้องการของลูกค้าเป็นตัวตั้ง

บริษัทเล็งเห็นถึงความสำคัญของการสร้างเครือข่ายและพันธมิตรทางธุรกิจ ที่จะช่วยเสริมความแข็งแกร่ง และความได้เปรียบในการแข่งขันได้ บริษัทจึงมีนโยบายในการปฏิบัติต่อคู่ค้าอย่างเป็นธรรม ตั้งแต่เริ่มต้นดำเนินธุรกิจ โดยกำหนดเป็นจริยธรรมธุรกิจที่พึงมีต่อคู่ค้า ให้ผู้บริหารซีพีออลล์และบริษัทในกลุ่ม ยึดถือเป็นแนวปฏิบัติในการทำงาน ในฐานะตัวแทนบริษัท และเมื่อวันที่ 7 พฤศจิกายน 2558 บริษัททำการเปิดศูนย์คู่ค้าสัมพันธ์ (Partnership Feedback Center) เพื่อเป็นช่องทางให้คู่ค้าติดต่อกับผู้บริหารของบริษัทได้โดยตรง

บริษัทจัดทำหลักสูตรอบรม Advanced Retail Management โดยมีวัตถุประสงค์ในการแบ่งปันความรู้ด้านค้าปลีกจากประสบการณ์จริงของผู้บริหารของบริษัท ให้กับผู้ประกอบการและผู้บริหารในธุรกิจต่างๆ ที่สนใจ เพื่อที่จะสามารถนำหลักแนวคิดไปประยุกต์ใช้ในธุรกิจของตนเอง ทั้งยังเป็นโอกาสในการสร้างเครือข่ายพันธมิตรจากหลากหลายธุรกิจ ที่จะช่วยเอื้อประโยชน์ทางธุรกิจในอนาคต บริษัทมีการอบรมหลักสูตรดังกล่าวต่อเนื่องทุกปี ตั้งแต่ปี 2551 จนถึงปัจจุบัน โดยมีการจัดอบรมทั้งสิ้น 21 รุ่น

นอกจากนี้ บริษัทยังมีนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการทั้งขนาดกลางและขนาดเล็ก (SMEs) และ นักวิจัยที่มีผลงานหรือสิ่งประดิษฐ์ใหม่ๆ เชิงนวัตกรรม เพื่อขยายผลเชิงพาณิชย์ไปสู่นวัตกรรมระดับประเทศ โดยร่วมมือกับองค์กรภาครัฐและเอกชน 11 องค์กร ดำเนินโครงการ "ความร่วมมือขับเคลื่อนนวัตกรรมสำหรับประเทศ" ในการทดลองและบ่มเพาะผลงานวิจัยหรือสิ่งประดิษฐ์ใหม่ๆ ออกสู่กลุ่มลูกค้าหรือผู้บริโภคในตลาดผ่านประกวดรางวัลสุดยอดนวัตกรรม 7 Innovation Awards 2015 ซึ่งดำเนินการมาเป็นปีที่ 2 โดยมีโครงการเข้าร่วมประกวดกว่า 200 โครงการ เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการ SMEs มีช่องทาง

ทางการตลาดใหม่ๆ อย่างทั่วถึง ผ่านทั้งร้าน 7-Eleven กว่า 8,800 สาขา และบริษัท ทเวนตีไฟร์ ซ็อบบิง จำกัด ที่มีช่องทางการจำหน่ายผ่านนิตยสารเซเวนแคตตาล็อก ศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ และอีคอมเมิร์ซ อีกด้วย

6. การเตรียมความพร้อมด้านบุคลากร เพิ่มการยอมรับจากลูกค้า สังคมและชุมชน รวมไปถึงการวางระบบจัดการภายใน พัฒนางองค์กรคุณภาพเพื่อความยั่งยืนด้วยนวัตกรรม

6.1 เตรียมความพร้อมด้านบุคลากรที่มีศักยภาพ มีความผูกพันกับองค์กร ให้เพียงพอต่อการขยายธุรกิจ

บริษัทตระหนักอยู่เสมอว่า บุคลากรเป็นหัวใจสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจและการเติบโตอย่างยั่งยืน ทั้งนี้ บริษัทจึงให้ความสำคัญกับการพัฒนาคน ภายใต้การดำเนินธุรกิจผ่านปรัชญาองค์กรที่ว่า “เราปรารถนารอยยิ้มจากลูกค้า ด้วยทีมงานที่มีความสุข” บริษัทไม่เพียงแต่ให้ความสำคัญกับการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าเท่านั้น แต่ยังใส่ใจกับทุกกระบวนการที่สร้างคุณค่าให้กับลูกค้า โดยเฉพาะความผูกพันของพนักงาน ผ่านการสำรวจ Employee Engagement เป็นประจำทุกปี เพื่อศึกษาความคิดเห็นและความสัมพันธ์ของพนักงาน และนำผลการสำรวจดังกล่าวมาพัฒนา และปรับปรุงกระบวนการทำงาน สวัสดิการต่างๆ และการปฏิบัติต่อพนักงานในองค์กร เพื่อให้พนักงานผูกพัน และมีความภาคภูมิใจในองค์กรอย่างยั่งยืน ซึ่งจะสะท้อนออกมาสู่การส่งมอบคุณค่า และบริการด้วยความสุขไปสู่ลูกค้าต่อไป

การเสริมสร้างขีดความสามารถขององค์กรผ่านการพัฒนาศักยภาพของบุคลากร กระตุ้นให้เกิดบรรยากาศของการทำงานร่วมกันเป็นทีม โดยมีวัฒนธรรมองค์กรที่แข็งแกร่ง เน้นกระบวนการทำงานแบบ PDCA: Plan Do Check Act และส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ ถ่ายทอด แบ่งปันความรู้และประสบการณ์ในการทำงานอย่างเป็นระบบ รวมไปถึงวิธีการปฏิบัติที่เป็นเลิศ เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการทำงาน ต่อยอดการสร้างนวัตกรรมในองค์กร

บริษัทมีความพยายามส่งเสริมการศึกษาและพัฒนาศักยภาพของบุคลากรผ่านระบบการศึกษาภาคีหรือระบบการเรียนรู้ควบคู่ไปกับการฝึกภาคปฏิบัติ ร่วมกับสำนักงานคณะกรรมการอาชีวศึกษา จนนำไปสู่การจัดตั้งวิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์เพื่อการศึกษาในระดับ ปวช. และ ปวส. และขยายระดับการศึกษาให้กว้างขวางและทั่วถึงมากขึ้น โดยมีการจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ทั้งในกรุงเทพฯ ปริมณฑล และต่างจังหวัด และจัดตั้งสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ขึ้น เพื่อขยายระดับการศึกษาไปสู่ระดับปริญญาตรี ปริญญาโท และปริญญาเอก อีกด้วย นอกจากนี้ บริษัทได้ร่วมกับภาคการศึกษาในการพัฒนาหลักสูตรการจัดการธุรกิจค้าปลีกให้มีความทันสมัยสอดคล้องต่อการเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคและภาคธุรกิจสมัยใหม่ เพื่อยกระดับบุคลากรในภาคค้าปลีกให้มีศักยภาพและสามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างมีคุณภาพต่อไป

6.2 ปลุกฝังวัฒนธรรมการบริการทุกระดับ เพื่อสร้างความแตกต่างและส่งมอบประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า

จากจำนวนลูกค้าที่เข้าร้าน 7-Eleven ประมาณ 11 ล้านคนต่อวัน ภายใต้จำนวนร้านสาขาที่ครอบคลุมทั่วประเทศกว่า 8,800 สาขานั้น ปัจจัยที่ลูกค้าให้ความสำคัญมากที่สุด คือ การบริการที่ดี โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ปัจจุบันลูกค้ามีทางเลือกในการจับจ่ายใช้สอยที่หลากหลายขึ้น อีกทั้งมีการคิดและไตร่ตรองก่อนซื้อสินค้ามากขึ้น ขณะเดียวกันก็มีความพร้อมที่จะปรับเปลี่ยนตราสินค้า หากเกิดความไม่พึงพอใจ

ทั้งนี้ บริษัทจึงตระหนักและเห็นถึงความสำคัญว่า พนักงานร้านสาขา มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างประสบการณ์ที่ดี และนำประทับใจให้กับลูกค้า ซึ่งเกิดจากการเต็มใจ และใส่ใจให้บริการ รวมถึงการแก้ไขปัญหาให้แก่ลูกค้า เพื่อให้เกิดความพอใจและสร้างความผูกพันกับแบรนด์ในระยะยาวได้ ดังนั้น บริษัทจึงให้ความสำคัญในการพัฒนามาตรฐานการบริการที่มาจากใจ เป็นเอกลักษณ์ และถือเป็นวัฒนธรรมทั่วทั้งองค์กร เพื่อส่งมอบสินค้า บริการไปยังลูกค้า ภายใต้รอยยิ้ม และบริการที่เป็นมาตรฐานของพนักงาน

6.3 การเพิ่มการยอมรับและความไว้วางใจของลูกค้า คู่ค้า และสังคม

การยอมรับและการได้รับความไว้วางใจจากลูกค้า คู่ค้า และสังคม เป็นสิ่งสำคัญในการดำเนินธุรกิจ ดังนั้น การรับรู้ความคิดเห็น ความพึงพอใจ ข้อมูลป้อนกลับ จากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆ จึงเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง ในการพัฒนาปรับปรุงการบริหารจัดการให้ดีขึ้น และตรงกับความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จนทำให้เกิดความผูกพันที่ดีในการดำเนินธุรกิจและเติบโตไปด้วยกันในระยะยาว บริษัทมีโครงการศึกษาความคิดเห็นและความพึงพอใจในกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นประจำทุกปี ทั้งในส่วนของลูกค้า อาทิ โครงการ Customer Relationship Improvement โครงการ Customer Experience Monitoring โครงการสำรวจความผูกพันและความพึงพอใจของเจ้าของร้านแฟรนไชส์ (Franchisee Engagement Index: FEI) โครงการสำรวจความผูกพันของพนักงานบริษัทและพนักงานร้านแฟรนไชส์ (CPALL and Franchisee Employee Engagement Survey) โครงการสำรวจทัศนคติของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเกี่ยวกับภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (A Survey of Stakeholders towards the Corporate Social Responsibility of CPALL) เป็นต้น

ในขณะเดียวกัน บริษัทมีการดำเนินกิจกรรมเพื่อพัฒนาและยกระดับสังคมและชุมชนอย่างต่อเนื่องเช่นกัน ทั้งด้านการศึกษาและพัฒนาเยาวชน ด้านสิ่งแวดล้อม อาทิ โครงการลดการใช้ถุงพลาสติก ลดการใช้และเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานที่ร้านสาขา อาคารสำนักงานและศูนย์กระจายสินค้า นอกจากนี้ บริษัทยังให้ความสำคัญกับการอยู่ร่วมกันและเติบโตไปด้วยกัน ระหว่างค้าปลีกสมัยใหม่และค้าปลีกแบบดั้งเดิม รวมไปถึงการส่งเสริมธุรกิจ SMEs โดยมีโครงการต่างๆ ทั้งในรูปแบบของการให้ความรู้ การพัฒนาและยกระดับคุณภาพ มาตรฐาน การจัดสัมมนาหัวข้อ “กลยุทธ์การทำธุรกิจค้าปลีกให้ยั่งยืน” โดยร่วมกับกรมการค้าภายใน จัดอบรมทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัดอย่างต่อเนื่องมาเป็นปีที่ 8 รวมทั้งสิ้น 26 ครั้ง อีกทั้ง มีการลงนาม “บันทึกข้อตกลงความร่วมมือการส่งเสริมและสนับสนุนศักยภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม” กับสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) และเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กที่ผลิตสินค้ามีคุณภาพมาตรฐานและได้รับความนิยมจากประชาชน สามารถนำสินค้ามาขายผ่านร้านสาขา โดยมีความพยายามในการเพิ่มสัดส่วนสินค้า SMEs ที่ร้านสาขาและช่องทางอื่นๆ อย่างต่อเนื่อง

6.4 พัฒนางค์กรเพื่อความยั่งยืนด้วยนวัตกรรม

การสร้างนวัตกรรมเป็นหัวใจหลักของการพัฒนาสินค้า และบริการใหม่ๆ เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และเป็นการต่อยอดธุรกิจให้มีการเติบโตอย่างยั่งยืน ดังนั้นองค์กรจึงมีโครงการผลักดันและส่งเสริม “วัฒนธรรมนวัตกรรม” ให้เกิดขึ้นในองค์กร โดยส่งเสริมและกระตุ้นให้พนักงานเกิดการคิดนอกกรอบ เกิดความคิดสร้างสรรค์เพื่อให้ได้สิ่งใหม่ๆ ทั้งรูปแบบของผลิตภัณฑ์ใหม่ กระบวนการทำงานใหม่ บริการใหม่ รวมถึงธุรกิจใหม่ ทั้งนี้ บริษัทให้ความสำคัญกับการบูรณาการระบบงานภายในให้มีประสิทธิภาพ ลดเวลาและประหยัดต้นทุน โดยมุ่งเน้นที่การสรรหาและพัฒนาสิ่งใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น บริษัทจึงเปิดโอกาสให้เวทีประกวดภายในองค์กร ภายใต้โครงการ ที่ชื่อว่า “Process Excellence Award” ซึ่งจัดขึ้นมาเป็นปีที่ 4 เพื่อกระตุ้นให้เกิดบรรยากาศของการพัฒนา ปรับปรุงกระบวนการผ่านการประสานความร่วมมือกับทั้งหน่วยงานภายใน และพันธมิตรทางธุรกิจ

ไม่เพียงการสร้างนวัตกรรมภายในองค์กรเท่านั้น บริษัทยังให้ความสำคัญกับการสร้างเครือข่ายและพันธมิตรทางธุรกิจ ในการร่วมมือและทำงานเป็นทีม ระหว่าง ภาคการผลิต เครือข่ายภาคการศึกษา ภาคราชการ ผู้ประกอบการทั้งในธุรกิจเดียวกันและต่างธุรกิจ รวมไปถึงชุมชนต่างๆ เพื่อสร้างสรรค์นวัตกรรมให้กับประเทศ และเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและบริการอย่างยั่งยืนอีกด้วย

การส่งมอบผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทมีความพยายามอย่างต่อเนื่องในการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่า เพื่อส่งมอบสิ่งที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า นอกจากการพัฒนาการให้บริการที่ร้านสาขาซึ่งเป็นจุดสัมผัสกับลูกค้าโดยตรงแล้ว ยังมีการพัฒนาด้านการกระจายสินค้าอย่างต่อเนื่อง ทั้งการเพิ่มจำนวนศูนย์กระจายสินค้าให้เพียงพอ รวมถึงมีทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมสามารถรองรับกับการขยายสาขา รวมทั้งเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการกระจายสินค้า โดยในปี 2558 บริษัทมีศูนย์กระจายสินค้าขนาดใหญ่ สำหรับสินค้าอุปโภคบริโภค และสินค้าควบคุมคุณภาพ ที่จังหวัดชลบุรี เพิ่มขึ้นอีก 1 แห่ง ทำให้บริษัท มีศูนย์กระจายสินค้าสำหรับสินค้าอุปโภคบริโภค และสินค้าควบคุมคุณภาพ ทั้งสิ้น 7 แห่ง ซึ่งถือเป็น ผู้ค้าปลีกที่มีพื้นที่ศูนย์กระจายสินค้ามากที่สุดในประเทศ และในปี 2559 บริษัทมีแผนที่จะขยายศูนย์กระจายสินค้าสำหรับสินค้าควบคุมคุณภาพเพิ่มขึ้น ที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี และลำพูน

ทั้งนี้ บริษัทมุ่งเน้นการรักษาคุณภาพการจัดส่งสินค้าอย่างเข้มงวดทุกขั้นตอน รวมถึงมีการจัดส่งที่ตรงเวลา และเพิ่มความถี่การจัดส่งให้มากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของร้านสาขา อย่างครบถ้วน ถูกต้อง ทันเวลา และสามารถรักษาคุณภาพสินค้าจนถึงมือลูกค้า พร้อมทั้งได้จัดให้มีโครงการรับรองมาตรฐานตามหลักเกณฑ์วิธีการที่ดีสำหรับการผลิต (GMP - Good Manufacturing Practice) ที่ศูนย์กระจายสินค้า เพื่อเพิ่มความมั่นใจด้านคุณภาพและความปลอดภัยในสินค้าที่จะส่งไปถึงผู้บริโภค

2.3 ธุรกิจค้าส่งแบบชำระเงินสดและบริการตนเอง

ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจศูนย์จำหน่ายสินค้าแบบชำระเงินสดและบริการตนเองภายใต้ชื่อ “แม็คโคร” จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคให้แก่ลูกค้าที่เป็นสมาชิกบัตรของแม็คโครและลูกค้าทั่วไป ซึ่งมีสาขากระจายอยู่ทั่วประเทศ มีความมุ่งมั่นในการดำเนินงานเพื่อเป็นคู่ค้าอันดับหนึ่งของลูกค้าผู้ประกอบการ ซึ่งประกอบด้วย กลุ่มร้านค้าปลีกรายย่อย กลุ่มโฮเรกา กลุ่มสถาบันต่าง ๆ รวมถึงผู้ประกอบการธุรกิจบริการ เป็นต้น และเพื่อเพิ่มความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าหลักทุกกลุ่ม โดยผ่านโครงการ หรือกิจกรรมต่างๆ ในการพัฒนาลูกค้า ส่งผลให้ปัจจุบัน แม็คโครมีฐานลูกค้ามากกว่า 2.8 ล้านราย นอกจากนี้ บริษัทยังมีการพัฒนาสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการค้าปลีกรายย่อย และผู้ประกอบการมืออาชีพทางด้านอาหาร รวมถึงโครงการส่งเสริมธุรกิจของลูกค้าผู้ประกอบการค้าปลีกรายย่อยให้มีความเจริญเติบโต มีศักยภาพในการแข่งขันมากขึ้น อาทิ โครงการ “แม็คโครมิตรแท้โชห่วย” ตลอดจนการจัดงาน “วันนัดพบผู้ประกอบการร้านค้าปลีก” “ตลาดนัดโชห่วย” และ “มหกรรมครบเครื่องเรื่องอาหารและอุปกรณ์” เป็นต้น นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังดำเนินโครงการพัฒนาต่างๆ เพื่อเสริมความแข็งแกร่งให้แก่องค์กรเติบโตอย่างยั่งยืน

ศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโคร

แม็คโครมีศูนย์จำหน่ายสินค้า ณ สิ้นปี 2558 ทั้งสิ้น 91 สาขา เพิ่มขึ้น 14 สาขา โดยแม็คโครทุกสาขาถูกออกแบบมาเพื่อให้บริการลูกค้าผู้ประกอบการ โดยมีพื้นที่ขายเฉลี่ยตั้งแต่ 1,000 – 12,000 ตารางเมตรต่อสาขา ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับศักยภาพเชิงธุรกิจและกลุ่มลูกค้าหลักของแต่ละสาขา โดยพื้นที่ขายส่วนใหญ่ถูกจัดสรรสำหรับสินค้าประเภทอาหารซึ่งมีความหลากหลายและจัดวางอย่างเหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าหลัก นอกจากนี้ แม็คโครยังมีร้านจำหน่ายอาหารแช่แข็งขนาดเล็ก “สยามโฟรเซน” อีกจำนวน 7 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 ซึ่งรวมถึงการนำระบบปฏิบัติการใหม่มาใช้ และเตรียมเปิดดำเนินการศูนย์กระจายสินค้าแห่งใหม่ 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 ในกรณีที่หากเกิดเหตุยกเลิกสัญญาให้ความยินยอมขึ้นจะมีผลให้การใช้สิทธิเครื่องหมายการค้า “7-Eleven” และเครื่องหมายการค้าที่เกี่ยวข้องในประเทศไทยถูกยกเลิก ซึ่งอาจก่อให้เกิดผลกระทบกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ และบริษัทอาจต้องชำระค่าเสียหายต่างๆ ให้แก่ 7-Eleven, Inc. นอกจากนี้หากความสัมพันธ์ระหว่างบริษัท หรือ CPG กับ 7-Eleven, Inc. เปลี่ยนแปลงไปในทางลบ บริษัทอาจไม่ได้รับความช่วยเหลือจาก 7-Eleven, Inc. เท่าที่ควร

การบริหารความเสี่ยงของบริษัท

จากความสัมพันธ์อันดีตลอดระยะเวลา 27 ปีที่ผ่านมา บริษัทยังไม่เคยมีกรณีพิพาทใดๆ ที่สำคัญกับ 7-Eleven, Inc. รวมทั้งได้ปฏิบัติตามข้อกำหนดต่างๆ ในสัญญาดังกล่าวอย่างเคร่งครัดมาโดยตลอด ทำให้เชื่อว่าบริษัทและ CPG ยังมีความสัมพันธ์ที่ดีกับ 7-Eleven, Inc. บริษัทยังเชื่อว่า การดำเนินธุรกิจของบริษัทภายใต้เครื่องหมายการค้า “7-Eleven” เป็นผลประโยชน์ทางธุรกิจร่วมกัน ซึ่งที่ผ่านมาความสัมพันธ์ทางธุรกิจและการให้ความช่วยเหลือต่างๆ ก็เป็นไปด้วยดี ทำให้โอกาสที่ความสัมพันธ์จะเปลี่ยนแปลงไปในทางลบมีน้อย และในขณะนี้ไม่มีสัญญาณแจ้งเหตุใดๆ อันควรเชื่อได้ว่าจะมีเหตุการณ์ที่จะส่งผลกระทบในทางลบกับความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทและ CPG กับ 7-Eleven, Inc.

3.2 ความเสี่ยงจากความผิดพลาดหรือขัดข้องของศูนย์กระจายสินค้าและเส้นทางขนส่ง

สินค้าส่วนใหญ่ที่จำหน่ายในร้าน 7-Eleven ทั่วประเทศจำนวนกว่า 8,832 สาขา จะถูกส่งผ่านมาจากศูนย์กระจายสินค้าของบริษัท โดยมีผู้ผลิตและจัดส่งจำนวนกว่าสองพันรายนำสินค้ามาส่งสินค้าให้ตรงเวลาที่กำหนดไว้ ดังนั้น การดำเนินงานของศูนย์กระจายสินค้าจึงเป็นหัวใจสำคัญต่อธุรกิจของ 7-Eleven ในการกระจายสินค้าให้กับร้านสาขาทั่วประเทศอย่างถูกต้อง ครบถ้วนและทันเวลาที่กำหนด หากมีความผิดพลาดหรือขัดข้องของศูนย์กระจายสินค้าและเส้นทางขนส่งถูกตัดขาดอย่างรุนแรงเกิดขึ้น เช่น น้ำท่วม ไฟไหม้ ระบบติดต่อสื่อสารและระบบเทคโนโลยีสารสนเทศล่ม อุบัติเหตุร้ายแรง หรือเหตุสุดวิสัยอื่นๆ จากระบบซับซ้อนหลายชั้นจากผู้ผลิตถึงศูนย์กระจายสินค้ารวมถึงการขนส่งไปยังร้านสาขา ย่อมมีผลเสียหายต่อยอดขายสินค้าร้าน 7-Eleven ทุกสาขา และโอกาสทางธุรกิจตามกลยุทธ์จนส่งผลกระทบในทางลบต่อผลประกอบการของบริษัทได้

การบริหารความเสี่ยงของบริษัท

บริษัทได้ดำเนินการตามแผนกลยุทธ์เพิ่มการสร้างศูนย์กระจายสินค้าแห่งใหม่ให้อยู่ในพื้นที่ปลอดภัย รวมทั้งกำหนดให้มีการกระจายตัวอยู่ตามพื้นที่ปริมาณพล และต่างจังหวัดทั่วประเทศ เพื่อกระจายความเสี่ยงและรองรับการเติบโตของร้านในอนาคต โดยเมื่อวันที่ 26 กันยายน 2558 ที่ผ่านมา ศูนย์กระจายสินค้าขนาดใหญ่สำหรับสินค้าอุปโภคบริโภค และสินค้าควบคุมคุณภาพที่จังหวัดชลบุรี ได้เปิดให้บริการอย่างเป็นทางการแล้ว รวมถึงศูนย์กระจายสินค้าแห่งใหม่ที่จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อรองรับการกระจายสินค้าอาหารพร้อมรับประทาน

จากกลยุทธ์ดังกล่าว ทำให้ศูนย์กระจายสินค้าทั้งหมดของบริษัทสามารถทำงานเป็นระบบเครือข่ายกระจายสินค้าสำรองซึ่งกันและกันทั่วประเทศ ในกรณีที่หากสถานที่ใดที่หนึ่งเกิดการหยุดชะงักหรือเส้นทางขนส่งสำคัญไม่สามารถสัญจรได้ ระบบเครือข่ายดังกล่าวจะสามารถส่งสินค้าทดแทนกันได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อให้ร้านสาขายังคงมีสินค้าบริการลูกค้าได้อย่างต่อเนื่องด้วย

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

บริษัทได้จัดทำแผน BCP (Business Continuity Plan) ร่วมมือกับผู้ผลิตรายสำคัญ เพื่อให้มั่นใจว่ามีสินค้าพร้อมจัดส่งหากเกิดภาวะวิกฤตขึ้น รวมทั้งได้จัดทำประกันภัยเพื่อชดเชยความเสียหายที่อาจเกิดขึ้น ทั้งในส่วน of ศูนย์กระจายสินค้า ร้านสาขา และบริษัทย่อย อย่างไรก็ตาม บริษัทยังคงมีความเสี่ยงด้านความคุ้มครองจากประกันภัย ที่ไม่สามารถป้องกันและชดเชยความเสียหายได้อย่างสมบูรณ์ และบริษัทยังต้องพึ่งพาผู้ผลิตและตัวแทนจำหน่ายในการจัดส่งสินค้ามายังศูนย์กระจายสินค้า ซึ่งความผิดพลาดนี้อาจส่งผลกระทบต่อยอดขายได้

3.3 ความเสี่ยงจากคามผิดพลาดหรือขัดข้องของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของบริษัทเปรียบเสมือนสมองของการทำธุรกิจร้านสะดวกซื้อ เพื่อให้การสื่อสาร และสั่งการของทุกส่วนงานในระบบห่วงโซ่อุปทานทำงานประสานกันอย่างมีประสิทธิภาพ ได้แก่ ผู้ผลิต หน่วยงานด้านการตลาดและจัดซื้อ ศูนย์กระจายสินค้าและร้านสาขา เกิดการส่งมอบบริการที่ดีให้กับลูกค้าทั่วประเทศกว่า 10.9 ล้านคนของทุกวัน เพื่อสร้างรอยยิ้ม ความประทับใจให้กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น หากเกิดเหตุขัดข้องใดๆ กับระบบสารสนเทศที่สำคัญ เช่น ระบบการขายสินค้าและบริการ ระบบจัดการปัญหาให้ร้าน (Call Center) ระบบการส่งและจัดส่งสินค้า เป็นต้น ย่อมส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานธุรกิจ และการให้บริการลูกค้าที่ร้าน 7-Eleven ซึ่งอาจเกิดผลกระทบต่อผลประโยชน์ของบริษัทไม่เป็นที่น่าพอใจ

การบริหารความเสี่ยงของบริษัท

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศทั้งระดับร้านและสำนักงาน รวมทั้งเครือข่ายระบบห่วงโซ่อุปทานต่างๆ ให้ดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดความต่อเนื่องในการดำเนิน

ธุรกิจ ด้วยการบริหารจัดการด้านซอฟต์แวร์ให้สอดคล้องกับความต้องการของธุรกิจตามกระบวนการวิศวกรรมซอฟต์แวร์โดยอ้างอิงมาตรฐานสากล ที่มุ่งพัฒนาระบบการและสินทรัพย์ด้านเทคโนโลยี เพื่อปรับปรุงเพิ่มประสิทธิภาพทางธุรกิจในระยะยาวที่กำหนดไว้ นอกจากนี้ยังจัดให้หน่วยการพัฒนาธุรกิจให้ทำงานร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจของบริษัททั่วโลก เพื่อให้ระบบสารสนเทศเทคโนโลยีมีความทันสมัยรองรับการเปลี่ยนแปลงตามแนวโน้มของตลาด

บริษัทดำเนินการบริหารจัดการด้านฮาร์ดแวร์โดยการสร้างศูนย์สารสนเทศ 2 แห่งให้มีการกระจายความเสี่ยงในพื้นที่ต่างกัน ได้แก่ ศูนย์สารสนเทศสีลม กรุงเทพมหานคร และศูนย์สารสนเทศแจ้งวัฒนะ จังหวัดนนทบุรี โดยให้ศูนย์สารสนเทศทั้ง 2 แห่งสามารถทำงานทดแทนกันได้ทันที หากสถานที่ใดที่หนึ่งเกิดเหตุขัดข้องขึ้น โดยธุรกิจสำคัญต่างๆยังคงให้บริการลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้บริษัทยังได้ดูแลความปลอดภัยศูนย์สารสนเทศทั้ง 2 แห่งดังกล่าวอย่างเต็มรูปแบบ ตั้งแต่การออกแบบเพื่อความปลอดภัย ในทุกๆ ส่วนให้มีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม มีเครื่องกำเนิดไฟฟ้าสำรอง ระบบ UPS ระบบตรวจหาควันไฟและอัคคีภัย ระบบยับยั้ง ระบบตรวจจับการเคลื่อนไหว การสำรองเครื่องปรับอากาศ และ ระบบป้องกันไฟคู่แต่ละเครื่อง รวมทั้งการบำรุงรักษาระบบ พร้อมทั้งจัดให้มีทีมงานผู้เชี่ยวชาญด้านเสถียรภาพและความปลอดภัยด้านระบบ ตลอด 7 วัน 24 ชั่วโมง เพื่อให้ระบบสารสนเทศที่สำคัญของธุรกิจ พร้อมใช้งานตลอดเวลา รวมทั้งดำเนินการอบรมฝึกซ้อมทีมงาน BCM Team ที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติตามแผนบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจด้านสารสนเทศ (BCM : Business Continuity Management) หากเกิดเหตุวิกฤติต่างๆขึ้น นอกจากนี้บริษัทยังจัดให้มีหน่วยงานภายนอกมาตรวจสอบมาตรฐานของระบบต่างๆเป็นประจำทุกปี นอกเหนือจากการตรวจสอบปกติจากหน่วยงานภายใน เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของบริษัทจะทำงานได้อย่างต่อเนื่องในทุกสถานการณ์

3.4 ความเสี่ยงจากอิทธิพลการควบคุมของเครือเจริญโภคภัณฑ์

เครือเจริญโภคภัณฑ์มีอำนาจควบคุมทั้งทางตรงและทางอ้อมในบริษัท และในสัญญาให้ความยินยอมเครือเจริญโภคภัณฑ์ตกลงจะดำรงสัดส่วนการถือหุ้นขั้นต่ำในบริษัท ตลอดจนอำนาจในการแต่งตั้งและอำนาจควบคุมจำนวนกรรมการข้างมากของบริษัท โดย ณ วันที่ 30 ธันวาคม 2558 บริษัทในเครือเจริญโภคภัณฑ์ยังคงมีสัดส่วนการถือหุ้นรวมกันเท่ากับร้อยละ 40.65 ดังนั้น เครือเจริญโภคภัณฑ์จึงสามารถแต่งตั้งกรรมการบริษัทส่วนใหญ่และมีอิทธิพลในการบริหารจัดการบริษัท รวมถึงพิจารณาหรือผลักดันเรื่องต่างๆที่ต้องได้รับความเห็นชอบจากผู้ถือหุ้นของบริษัท

ปัจจุบันนี้ไม่มีข้อจำกัดทางสัญญาใดๆ ระหว่างบริษัทและบริษัทในเครือเจริญโภคภัณฑ์ที่ห้ามบริษัทในเครือเจริญโภคภัณฑ์ขยายธุรกิจหรือลงทุนในธุรกิจค้าปลีกอื่นๆ จึงอาจมีความเสี่ยงว่าเครือเจริญโภคภัณฑ์จะไม่พิจารณาจัดสรรโอกาสและทรัพยากรไปในทางที่เป็นประโยชน์สูงสุดกับบริษัทและผู้ถือหุ้นของบริษัท

การบริหารความเสี่ยงของบริษัท

นอกเหนือจากการระบุรายละเอียดของการทำรายการที่เกี่ยวข้องกันไว้ในข้อบังคับของบริษัทและบริษัทย่อยแล้ว บริษัทได้จัดให้มีกรรมการอิสระ และกรรมการตรวจสอบ ทำหน้าที่ช่วยดูแลผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นทุกรายของบริษัท โดยมีการกำหนดนโยบายและมาตรฐานการทำรายการที่เกี่ยวข้องกัน เพื่อยึดถือเป็นแนวทางการ

ปฏิบัติ และกำหนดนโยบายการบริหารงาน โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของบริษัทที่มีต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มอย่างเท่าเทียมกัน

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 และคณะกรรมการธรรมาภิบาล ทำหน้าที่กำกับดูแลให้บริษัทมีการดำเนินธุรกิจอย่างถูกต้อง โปร่งใส ตามหลักธรรมาภิบาลกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทำให้มั่นใจได้ว่าหากมีการเปลี่ยนแปลงด้านกฎหมายใดๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจบริษัทจะสามารถปรับตัวได้ทันต่อสถานการณ์ รวมทั้งควบคุมผลกระทบให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ตามแนวทางการบริหารความเสี่ยงองค์กร

นอกจากนี้บริษัทยังได้แต่งตั้งคณะทำงานและหน่วยงานที่ดูแลผู้มีส่วนได้เสียต่างๆ โดยเฉพาะ เช่น คณะทำงาน Product Liability Committee เพื่อดูแลผลประโยชน์ให้ผู้บริโภคและลูกค้า หน่วยงานสร้างความผูกพันที่ดีกับเจ้าของร้านแฟรนไชส์ โดยมีคณะกรรมการความปลอดภัยอาชีวอนามัยและสิ่งแวดล้อม (คปอ.) เพื่อดูแลสภาพแวดล้อมที่อาจเกิดผลกระทบต่อสังคม ชุมชนที่อยู่รอบร้านและบริษัท

รวมทั้งจัดให้มีหน่วยงาน Call Center เพื่อให้ลูกค้าและคู่ค้า ติดต่อหรือให้คำแนะนำช่วยเหลือ เกี่ยวกับกิจกรรมบริษัทได้อย่างเป็นระบบและทันทั่วถึงตลอด 24 ชั่วโมง ด้วย

3.6 ความเสี่ยงทางการเงิน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทและบริษัทย่อยมีหนี้สินเป็นจำนวนเงินรวม 287,407 ล้านบาท โดยเป็นหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยจ่ายจำนวน 189,486 ล้านบาท และมีอัตราส่วนหนี้สินสุทธิต่อส่วนของผู้ถือหุ้น เท่ากับ 4.0 เท่า

บริษัทมีความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศซึ่งเกิดจากการกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงิน การซื้อสินค้าและการขายสินค้าที่เป็นเงินตราต่างประเทศ บริษัทได้ทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า ซึ่งรายการดังกล่าวจะมีอายุไม่เกินหนึ่งปี เพื่อป้องกันความเสี่ยงของสินทรัพย์และหนี้สินทางการเงินที่เป็นเงินตราต่างประเทศ

การบริหารความเสี่ยงของบริษัท

บริษัทมีความเสี่ยงจากการดำเนินธุรกิจตามปกติจากการเปลี่ยนแปลงอัตราดอกเบี้ยในตลาดและอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และจากการไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนดตามสัญญาของคู่สัญญา บริษัทไม่ถือหรือออกเครื่องมือทางการเงินที่เป็นตราสารอนุพันธ์เพื่อการเก็งกำไรหรือการค้า

การจัดการความเสี่ยงเป็นที่สำคัญของธุรกิจของบริษัท บริษัทมีระบบในการควบคุมให้มีความสมดุลของระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ โดยพิจารณาระหว่างต้นทุนที่เกิดจากความเสี่ยงและต้นทุนในการจัดการความเสี่ยง ผู้บริหารได้มีการควบคุมกระบวนการจัดการความเสี่ยงอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่ามีความสมดุลระหว่างความเสี่ยงและการควบคุมความเสี่ยง

อนึ่ง หนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยจ่ายของบริษัทส่วนใหญ่เป็นหุ้นกู้ที่มีอัตราดอกเบี้ยคงที่ จำนวน 173,000 ล้านบาท ซึ่งบริษัทมีแผนในการลดภาระหนี้สินจากกระแสเงินสดจากการดำเนินงาน โดยบริษัทมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง พร้อมกันนี้บริษัทมีความมุ่งมั่นในการปฏิบัติตามข้อกำหนดสิทธิของหุ้นกู้ ในการดำรงอัตราส่วนหนี้สินสุทธิต่อส่วนของผู้ถือหุ้นให้เป็นไปตามที่กำหนดไว้ในข้อกำหนดสิทธิ 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 ซึ่งการรับรู้มูลค่าเริ่มแรกของค่าความนิยมได้มีการอธิบายในหมายเหตุประกอบงบการเงิน และภายหลังจากการรับรู้เริ่มแรก ค่าความนิยมจะถูกวัดมูลค่าด้วยวิธีราคาทุนสุทธิจากผลขาดทุนจากการด้อยค่าสะสม

สินทรัพย์ไม่มีตัวตนอื่นๆ ที่กลุ่มบริษัทซื้อและมีการใช้งานจำกัด แสดงในราคาทุนสุทธิจากการตัดจำหน่ายสะสมและผลขาดทุนจากการด้อยค่าสะสม ในขณะที่สินทรัพย์ไม่มีตัวตนอื่นๆ ที่กลุ่มบริษัทได้มาและมีอายุการให้ประโยชน์ไม่ทราบแน่นอน จะแสดงในราคาทุนสุทธิจากผลขาดทุนจากการด้อยค่าสะสม

การบริหารความเสี่ยงของบริษัท

มูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์ของกลุ่มบริษัทจะถูกพิจารณาว่า มีข้อบ่งชี้เรื่องการด้อยค่าหรือไม่ทุกวันที่รายงาน ในกรณีที่ข้อบ่งชี้ บริษัทจะทำการประเมินมูลค่าสินทรัพย์ที่คาดว่าจะได้รับคืน มูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืนของค่าความนิยมและสินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่มีอายุการให้ประโยชน์ไม่ทราบแน่นอน หรือยังไม่พร้อมใช้งาน จะประมาณมูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืนทุกปีในช่วงเวลาเดียวกัน

การรับรู้ขาดทุนจากการด้อยค่าจะกระทำทุกครั้งที่มูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์ หรือมูลค่าตามบัญชีของหน่วยสินทรัพย์ที่ก่อให้เกิดเงินสดสูงกว่ามูลค่าที่จะได้รับคืน ขาดทุนจากการด้อยค่าบันทึกในกำไรหรือขาดทุน

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 สินทรัพย์ถาวรของบริษัทและบริษัทย่อย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 สินทรัพย์ถาวรของบริษัทและบริษัทย่อย สามารถสรุปได้ดังนี้

| <u>สินทรัพย์ถาวร</u> | <u>มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)</u> |
|---|--------------------------------------|
| ที่ดิน | 40,145 |
| อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร และส่วนปรับปรุงสิทธิการเช่า | 23,378 |
| เครื่องจักร และอุปกรณ์ | 11,905 |
| เครื่องตกแต่ง ติดตั้ง และเครื่องใช้สำนักงาน | 5,430 |
| สินทรัพย์ระหว่างการก่อสร้างและติดตั้ง | 6,255 |
| สินทรัพย์ถาวรอื่นๆ | 2,334 |
| รวมสินทรัพย์ถาวรสุทธิ | <u>89,447</u> |

สินทรัพย์ถาวรที่ได้กล่าวมาของบริษัทและบริษัทย่อยไม่ตกอยู่ภายใต้ภาระผูกพันใดๆ และไม่มีการนำสินทรัพย์เหล่านี้ไปเป็นหลักประกันเงินกู้ของบริษัทและ/หรือบริษัทย่อย

4.2 สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 สินทรัพย์ไม่มีตัวตนของบริษัทและบริษัทย่อย สามารถสรุปได้ดังนี้

| <u>สินทรัพย์ไม่มีตัวตน</u> | <u>มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)</u> |
|------------------------------------|--------------------------------------|
| สินทรัพย์ไม่มีตัวตนอื่น | 50,157 |
| สิทธิการเช่า | 3,283 |
| รวมสินทรัพย์ไม่มีตัวตนสุทธิ | <u>53,440</u> |

เครื่องหมายการค้า สิทธิบัตร เทคโนโลยีและโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำหรับการดำเนินการธุรกิจซึ่งมีอายุการใช้งานทางบัญชีเฉลี่ย 10 ปี และลิขสิทธิ์สำหรับการดำเนินการธุรกิจ

นอกจากนี้ยังมีสิทธิการเช่า ซึ่งหมายความถึงสิทธิการเช่าที่ดินและอาคารที่บริษัทเช่ามา โดยมีอายุการใช้งานจำกัด

4.3 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัทมีนโยบายการลงทุนในธุรกิจค้าปลีกและธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจค้าปลีกทั้งในประเทศไทย โดยในปัจจุบันบริษัทมีการลงทุนหลักในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับร้านค้าสะดวกซื้อในประเทศไทย

บริษัทมีนโยบายที่จะแต่งตั้งตัวแทนเข้าไปดำรงตำแหน่งเป็นกรรมการที่มีอำนาจควบคุมในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม เพื่อควบคุมการบริหารงานของบริษัทย่อยให้เป็นไปตามนโยบายของบริษัทอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทมีเงินลงทุนในบริษัทย่อย มูลค่ารวม 202,600 ล้านบาท โดยมีสัดส่วนของเงินลงทุนในบริษัทย่อยทั้งหมดคิดเป็นร้อยละ 76.0 ของสินทรัพย์ตามงบการเงินเฉพาะบริษัท

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

บริษัทหรือบริษัทย่อยไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายใดๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อสินทรัพย์ของบริษัทหรือบริษัทย่อยที่มีจำนวนสูงเกินกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 รวมทั้งไม่มีคดีที่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทและบริษัทย่อยอย่างมีนัยสำคัญ และไม่มีคดีความในธุรกิจอื่นที่ไม่ได้เป็นธุรกิจโดยปกติของบริษัทและบริษัทย่อย

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 2558 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 : 70 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 อาคารธาราสาทร 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 ปัญญธारा 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 ไทยสมาร์ทคาร์ด จำกัด

ประเภทธุรกิจ : บริการจัดหาเครื่องรับบัตร ให้บริการบันทึกข้อมูลการใช้จ่ายผ่านบัตร
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 ทู จีเอส จำกัด

ประเภทธุรกิจ : จำหน่ายสินค้าผ่านสื่อต่างๆ
เลขทะเบียนบริษัท : 0105554069842
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : 18 อาคารทู ทาวเวอร์ ถนนรัชดาภิเษก ห้วยขวาง เขตห้วยขวาง
กรุงเทพมหานคร
Homepage : ไม่มี
สัดส่วนการถือหุ้น : ร้อยละ 10
ทุนเรียกชำระแล้ว : 240 ล้านบาท
มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ : 100 บาทต่อหุ้น

13. บริษัท ออลล์ 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 ออลล์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด

ประเภทธุรกิจ : ธุรกิจลงทุน
เลขทะเบียนบริษัท : 0105556063400
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : 119 อาคารธาราสาทร ถนนสาทรใต้ แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร
กรุงเทพมหานคร

Homepage : ไม่มี
 ส่วนการถือหุ้น : 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
 ส่วนการถือหุ้น : 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
 ส่วนการถือหุ้น : ร้อยละ 99.99
 ทุนเรียกชำระแล้ว : 1,066 ล้านบาท
 มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ : 100 บาทต่อหุ้น

17. บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน)

ประเภทธุรกิจ : ธุรกิจค้าส่งแบบชำระเงินสดและบริการตนเอง
 เลขทะเบียนบริษัท : 0107537000521
 ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : 3498 ชั้น 2 ถนนลาดพร้าว แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ
 กรุงเทพมหานคร
 Homepage : www.siammakro.co.th
 ส่วนการถือหุ้น : 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 : 126.2 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 : 115 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 : ธุรกิจการค้า
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 : ธุรกิจการค้า
เลขทะเบียนบริษัท : 411043002045
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : 56 ถนนพิมหังออกแก้ว วารัด 6 ดิสทริก 3 โฮจิมินห์ซิตี้ ประเทศเวียดนาม
Homepage : www.vinasiamfood.com.vn
สัดส่วนการถือหุ้น : ร้อยละ 97.88
ทุนเรียกชำระแล้ว : 2.5 ล้านเหรียญสหรัฐ

25. บริษัท ทเวนตี้โฟร์ 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 : 700 ล้านเรนมินบิ

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.njpti.cn>
สัดส่วนการถือหุ้น : ร้อยละ 100
ทุนเรียกชำระแล้ว : 50 ล้านเรนมินบิ

28. บริษัท แม็คโคร อาร์โอเอช จำกัด

ประเภทธุรกิจ : ให้บริการด้านการบริหารด้านเทคนิค และทำให้บริการสนับสนุนแก่
วิสาหกิจในเครือหรือสาขาของบริษัท
เลขทะเบียนบริษัท : 0105557153364
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : 3498 ชั้น 2 ถนนลาดพร้าว แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ
กรุงเทพมหานคร
Homepage : ไม่มี
สัดส่วนการถือหุ้น : ร้อยละ 97.88
ทุนเรียกชำระแล้ว : 31.25 ล้านบาท

29. บริษัท โปรมาร์ท จำกัด

ประเภทธุรกิจ : จำหน่ายสินค้าอุปโภค
เลขทะเบียนบริษัท : 0105558034130
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : 3498 ชั้น 2 ถนนลาดพร้าว แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ
กรุงเทพมหานคร
Homepage : ไม่มี
สัดส่วนการถือหุ้น : ร้อยละ 97.88
ทุนเรียกชำระแล้ว : 2,500,000 บาท จำนวน 100,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 25 บาท

30. Aro Co, Ltd.

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 : 90,000 เหรียญสหรัฐ

(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 ภูมิไทย สอบบัญชี จำกัด

195 อาคารเอ็มไพร์ทาวเวอร์ ชั้น 50-51

ถนนสาทร เขตสาทร กรุงเทพมหานคร

โทรศัพท์ : 0-2677-2060

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

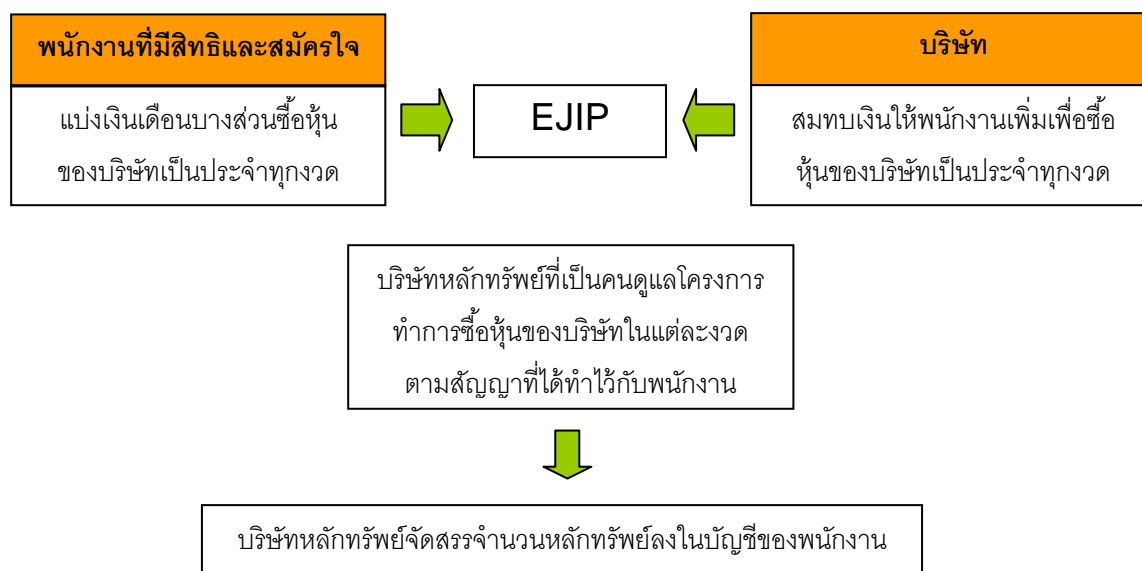
สรุปข้อมูลเกี่ยวกับโครงการสะสมหุ้นสำหรับพนักงาน (Employee Joint Investment Program – EJIP) ครั้งที่ 2

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 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 หรือให้สิทธิกับบุคคลอื่นเพื่อดำเนินการโดยไม่ถือเป็นการผิดสัญญากับบริษัท (ณ สิ้นปี 2558 มีร้าน 7-Eleven ทั่วประเทศจำนวน 8,832 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 ถ้าบริษัทได้รับคำเสนอซื้อกิจการหรือกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สิน และยอมรับข้อเสนอนั้น 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

สัญญาดังกล่าวไม่ได้กำหนดเวลาสิ้นสุดไว้แน่นอนแต่อาจสิ้นสุดผลหากมีการผิดสัญญาของคู่สัญญา ซึ่งรวมถึงในกรณีหนึ่งกรณีใดดังต่อไปนี้

- (1) บริษัทปฏิบัติผิดสัญญา ไม่ชำระเงินตามกำหนด และมีได้แก้ไขภายใน 30 วันนับแต่วันที่ 7-Eleven, Inc. ได้แจ้งมายังบริษัท ในกรณีดังกล่าว สัญญานี้จะถูกละเลิกทันที 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 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. แต่งตั้งมอบหมายไม่ใช่สิทธิเข้าซื้อกิจการต่อจากบริษัท

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 ตามข้อตกลงและเงื่อนไขในสัญญาให้ว่ายินยอม 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 ได้รับข้อเสนอซื้อหุ้นของบริษัทที่ตนถือจากบุคคลอื่นและประสงค์จะขายหุ้นดังกล่าว และ 7-Eleven, Inc. พิจารณาเห็นว่าการขายหุ้นดังกล่าวจะทำให้ CPG และบริษัทร่วม (ตามรายละเอียดในสัญญา) สูญเสียอำนาจการควบคุมบริษัท CPG จะต้องเสนอขายหุ้นดังกล่าวให้ 7-Eleven, Inc. ก่อน ภายใต้ข้อเสนอเดียวกันกับที่บุคคลอื่นเสนอแก่ CPG โดยจะต้องดำเนินการตามขั้นตอนที่ระบุในสัญญา
- (ง) บริษัทจะไม่ขาย โอน จำนอง จำนำ ก่อภาระผูกพัน หรือจำหน่ายไปโดยประการอื่นใดซึ่งทรัพย์สินทั้งหมดหรือในสัดส่วนที่สำคัญของบริษัท รวมถึง ผลประโยชน์ทางตรงและทางอ้อมในทรัพย์สินดังกล่าว โดยไม่ได้

รับความยินยอมจาก 7-Eleven, Inc. เว้นแต่เป็นการจำหน่ายสินค้าหรือการให้บริการในทางการค้าปกติของบริษัท

(๑) ภาระหน้าที่ของบริษัทกรณีที่ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิสิ้นสุดลงจะมีการแก้ไขเปลี่ยนแปลงโดยมีสาระสำคัญดังนี้

- (1) หากสัญญาให้ใช้สิทธิสิ้นสุดลงไม่ว่าด้วยเหตุผลใดก็ตาม และ 7-Eleven, Inc. ไม่ใช้สิทธิที่จะซื้อสินค้าอุปกรณ์ ที่ดิน สิ่งปลูกสร้าง หรือทรัพย์สินต่างๆ ที่ใช้ในการประกอบกิจการของบริษัท บริษัทตกลงที่จะหยุดใช้ รวมถึงดำเนินการให้บุคคลที่เกี่ยวข้อง (ตามรายละเอียดในสัญญา) หยุดใช้เครื่องหมายการค้า ความลับทางการค้า และระบบ 7-Eleven รวมถึง เอกสารที่มีลิขสิทธิ์ที่เกี่ยวข้องอื่นๆ ค้นหรือทำลายตามคำสั่งของ 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

นอกเหนือไปจากเหตุที่อาจทำให้สัญญาสิ้นสุดลงตามที่กล่าวในสัญญาให้ใช้สิทธิสัญญาให้ความยินยอมยังกำหนดให้เหตุต่อไปนี้เป็นกรณีการผิดสัญญาให้ใช้สิทธิในสาระสำคัญ (ก) บริษัทหรือ CPG ผิดคำรับรองที่สำคัญในสัญญาให้ความยินยอมหรือที่เกี่ยวกับการเสนอขายหลักทรัพ์ต่อประชาชนในครั้งนี้ (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 บริษัทจะต้องดำเนินการแก้ไขเหตุดังกล่าวให้เป็นที่พอใจของ 7-Eleven, Inc. ภายในระยะเวลา 30 วัน (อย่างไรก็ตาม 7-Eleven, Inc. อาจจะสามารถกำหนดระยะเวลาดังกล่าวให้น้อยลงได้) 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) สัญญาบริหารร้านค้าเซเว่นอีเลฟเว่นส์ไตร์ (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) บริษัทให้ความช่วยเหลือด้านเทคนิคและเทคนิคทางการค้า
- (3) ผู้ดำเนินการจะไม่ทำการโอนสิทธิตามสัญญาให้แก่บุคคลใดๆ โดยปราศจากความยินยอมเป็นลายลักษณ์อักษรล่วงหน้าจากบริษัท
- (4) บริษัทมีสิทธิบอกเลิกสัญญากรณีผู้ดำเนินการปฏิบัติผิดเงื่อนไขสัญญา

(2) สัญญาดำเนินการบริหารร้านเซเว่นอีเลฟเว่นส์ไตร์ (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) สัญญาดำเนินการบริหารร้านเซเว่นอีเลฟเว่นส์ไตร์ (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 : ผู้ดำเนินการจะได้รับค่าตอบแทนจากการบริหารงานตามสูตรการคำนวณที่บริษัทกำหนดในรูปแบบ 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 เว้นแต่มีการบอกเลิกสัญญาตามที่ระบุในสัญญา
ค่าตอบแทน : ปตท.จะได้รับค่าตอบแทนจากการบริหารงานตามสูตรการคำนวณที่บริษัทกำหนดในรูปแบบ 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 เว้นแต่มีการบอกเลิกสัญญาตามที่ระบุในสัญญา
ค่าตอบแทน : ผู้แทนจำหน่ายปตท.หรือผู้ที่ได้รับสิทธิจากผู้แทนจำหน่ายปตท.จะได้รับค่าตอบแทนจากการบริหารงานตามสูตรการคำนวณที่บริษัทกำหนดในรูปแบบ 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 กำหนดไว้เป็นสัดส่วนร้อยละที่แน่นอนของยอดขายรวมรายเดือน
เงื่อนไขอื่นๆ ที่สำคัญ : (1) บริษัทอนุญาตให้ผู้รับอนุญาตช่วงดำเนินกิจการร้านค้าสะดวกซื้อ ภายใต้ระบบ 7-Eleven ภายในอาณาเขต และให้สิทธิในการใช้ระบบ 7-Eleven เครื่องหมาย

การค้า 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 ได้รับคำแนะนำหรือข้อกิจการร้านค้าสะดวกซื้อของผู้รับอนุญาตช่วงภายใต้สัญญานี้จากบุคคลภายนอก และมีความประสงค์จะต้องรับคำแนะนำดังกล่าว ต้องแจ้งให้บริษัททราบทันที และให้สิทธิบริษัทเลือกได้ก่อนว่าจะซื้อกิจการดังกล่าวหรือไม่ตามข้อตกลงและเงื่อนไขที่ระบุไว้
- (8) บริษัทมีสิทธิบอกเลิกสัญญา ในกรณีที่ผู้รับอนุญาตช่วงไม่สามารถทำยอดขายรวมเป็นรายเดือนเฉลี่ยได้ตามที่บริษัทกำหนด หรือเลิกประกอบกิจการร้าน 7-Eleven จนเหลือจำนวนร้านต่ำกว่าที่กำหนด เกินกว่า 180 วัน
- (9) หากสัญญาสิ้นสุดลง ผู้รับอนุญาตช่วงยังคงประกอบกิจการร้าน 7-Eleven อยู่ ซึ่งเป็นการปฏิบัติผิดสัญญา และถือว่าบริษัทได้รับความเสียหาย ผู้รับอนุญาตช่วงตกลงชำระค่าเสียหาย เป็นจำนวนตามสัดส่วนร้อยละที่กำหนดไว้ในเงื่อนไขของยอดขายรวมเป็นรายเดือน ให้บริษัทสำหรับระยะเวลาที่ผู้รับอนุญาตช่วงยังคงประกอบกิจการร้าน 7-Eleven หรือร้านค้าสะดวกซื้ออยู่โดยไม่ได้รับอนุญาต