

รายงานความเห็นที่ปรึกษาทางการเงินอิสระเกี่ยวกับ
รายการได้มาและจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์และรายการที่เกี่ยวข้องกันของ
บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

เสนอต่อ

ผู้ถือหุ้นของบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)



จัดทำโดย

ธนาคารทีสโก้ จำกัด (มหาชน)



วันที่ 14 กันยายน 2564

สารบัญ

คำนิยาม	
ส่วนที่ 1 บทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary)	1
ส่วนที่ 2 ข้อมูลที่ใช้ในการจัดทำความเห็นของที่ปรึกษาทางการเงินอิสระ	6
ส่วนที่ 3 รายละเอียดโดยทั่วไปของรายการ	8
3.1 รายการที่ 1 การได้มาซึ่งสินทรัพย์และการเข้าทำรายการที่เกี่ยวข้องกันเกี่ยวกับธุรกรรมการรับโอนกิจการทั้งหมดของ CPRH โดย Makro	8
3.2 รายการที่ 2 การจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์เกี่ยวกับการโอนกิจการทั้งหมดของ CPRH ให้แก่ Makro	24
3.3 รายการที่ 3 การจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์จากการเสนอขายหุ้นใน Makro ให้แก่ประชาชนทั่วไป (Public Offering)	28
ส่วนที่ 4 ความเห็นของที่ปรึกษาทางการเงินอิสระเกี่ยวกับการเข้าทำรายการ	34
4.1 ข้อดี-ข้อด้อย และความเสี่ยงของการได้มาและจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์และการเข้าทำรายการที่เกี่ยวข้องกันเกี่ยวกับธุรกรรมการรับโอนกิจการทั้งหมดของ CPRH โดย Makro	34
4.2 ข้อดี-ข้อด้อย และความเสี่ยงของการจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์จากการเสนอขายหุ้นใน Makro ให้แก่ประชาชนทั่วไป (Public Offering)	39
ส่วนที่ 5 ความสมเหตุสมผลของมูลค่าในการเข้าทำรายการ	42
5.1 การประเมินมูลค่าของ CPRH	42
5.2 การประเมินมูลค่าของ Makro	63
5.3 สรุปผลการประเมินมูลค่า	79
5.4 การประเมินความเหมาะสมของจำนวนหุ้นสามัญของ Makro ที่จะออกเพื่อชำระค่าตอบแทนการรับโอนกิจการทั้งหมดจาก CPRH	82
5.5 ความเห็นของที่ปรึกษาทางการเงินอิสระเกี่ยวกับความสมเหตุสมผลของมูลค่าในการเข้าทำรายการ	82
ส่วนที่ 6 สรุปความเห็นของที่ปรึกษาทางการเงินอิสระ	84
ภาคผนวก	87

คำนิยาม

บริษัท หรือ CPALL	บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)
กลุ่มบริษัท	บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย
CPG	บริษัท เครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด
CPH	บริษัท เจริญโภคภัณฑ์โฮลดิ้ง จำกัด
CPM	บริษัท ซี.พี. เมอร์แซนไดซิ่ง จำกัด
CPF	บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน)
Makro	บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน)
CPRH	บริษัท ซี.พี. รีเทล โฮลดิ้ง จำกัด
CPRD	บริษัท ซี.พี. รีเทล ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด
Lotus's Stores (Thailand) หรือ Lotus TH	บริษัท โลตัสส์ สโตร์ส (ประเทศไทย) จำกัด
Lotus's Stores (Malaysia) หรือ Lotus MY	Lotuss Stores (Malaysia) Sdn. Bhd.
Ek-Chai	บริษัท เอก-ชัย ดีสทริบิวชั่น ซิสเทม จำกัด
ผู้ถือหุ้นของ CPRH	ผู้ถือหุ้นของ CPRH ได้แก่ (1) บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) (บริษัท หรือ CPALL) (2) บริษัท เจริญโภคภัณฑ์โฮลดิ้ง จำกัด (CPH) (3) บริษัท ซี.พี. เมอร์แซนไดซิ่ง จำกัด (CPM)
กลุ่มโลตัสส์	กลุ่มโลตัสส์ ประกอบด้วย (1) บริษัท โลตัสส์ สโตร์ส (ประเทศไทย) จำกัด (Lotus TH) (2) บริษัท เอก-ชัย ดีสทริบิวชั่น ซิสเทม จำกัด (Ek-Chai) (3) Lotuss Stores (Malaysia) Sdn. Bhd. (Lotus MY)
วันที่โอนกิจการทั้งหมด	Makro จะรับโอนกิจการทั้งหมดของ CPRH ซึ่งรวมถึงทรัพย์สิน หนี้สิน สิทธิ หน้าที่ และความรับผิดชอบทั้งหมดของ CPRH ที่มีอยู่ใน ปัจจุบัน และที่จะมีในอนาคต ณ วันที่โอนกิจการทั้งหมด
ธุรกรรมการรับโอนกิจการทั้งหมด	การรับโอนกิจการทั้งหมดระหว่าง Makro ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของ บริษัท ในฐานะผู้รับโอนกิจการ และ CPRH ในฐานะผู้โอนกิจการ โดย Makro จะรับโอนกิจการทั้งหมดของ CPRH ซึ่งรวมถึงทรัพย์สิน หนี้สิน สิทธิ หน้าที่ และความรับผิดชอบทั้งหมดของ CPRH ที่มีอยู่ใน ปัจจุบัน และที่จะมีในอนาคต ณ วันที่โอนกิจการทั้งหมด มีมูลค่ารวม ทั้งสิ้น 217,949,072,250 บาท ด้วยวิธีโอนกิจการทั้งหมด (Entire Business Transfer)
สัญญาโอนกิจการทั้งหมด	สัญญาการเข้าทำธุรกรรมการรับโอนกิจการทั้งหมด
ธุรกรรมการจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์เกี่ยวกับ การโอนกิจการทั้งหมดของ CPRH	การจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์เกี่ยวกับการโอนกิจการทั้งหมดของ CPRH ซึ่งเป็นบริษัทร่วมที่บริษัท ถือหุ้นคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 40.00 ของทุนจดทะเบียนทั้งหมดของ CPRH ให้แก่ Makro ซึ่งมีมูลค่ารวม 87,179,628,900 บาท (โดยพิจารณาจากสัดส่วนการถือหุ้นของบริษัท ใน CPRH ที่ร้อยละ 40.00) โดย CPRH จะได้รับหุ้นสามัญเพิ่มทุนของ Makro จำนวนไม่เกิน 5,010,323,500 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.5

<p>การคืนเงินลงทุนให้แก่ผู้ถือหุ้นของ CPRH</p>	<p>บาทในราคาเสนอขาย 43.50 บาทต่อหุ้น คิดเป็นมูลค่ารวมทั้งสิ้น 217,949,072,250 บาท เป็นค่าตอบแทนสำหรับการโอนกิจการทั้งหมดของ CPRH แทนการชำระด้วยเงินสด (Payment in Kind) ซึ่ง Makro จะรับโอนกิจการทั้งหมดของ CPRH ซึ่งรวมถึงทรัพย์สินหนี้สิน สิทธิ หน้าที่ และความรับผิดชอบทั้งหมดของ CPRH ที่มีอยู่ในปัจจุบัน และที่จะมีในอนาคต ณ วันที่โอนกิจการทั้งหมด โดย CPRH จะดำเนินการจดทะเบียนเลิกบริษัทภายในปี 2564 ซึ่งอยู่ภายในรอบระยะเวลาบัญชีเดียวกันกับการโอนกิจการทั้งหมดของ CPRH และภายหลังการจดทะเบียนเลิกบริษัท ทรัพย์สินทั้งหมดของ CPRH ที่เหลืออยู่ รวมถึงหุ้นใน Makro ที่ CPRH จะได้รับเป็นค่าตอบแทนการโอนกิจการทั้งหมดจะถูกส่งมอบให้แก่ผู้ถือหุ้นของ CPRH ตามสัดส่วนการถือหุ้น ภายใต้กระบวนการชำระบัญชีของ CPRH</p>
<p>หุ้นที่เสนอขายของบริษัทฯ</p>	<p>ทรัพย์สินทั้งหมดของ CPRH ที่เหลืออยู่หลังจากการโอนกิจการทั้งหมด รวมถึงหุ้นใน Makro ที่ CPRH จะได้รับเป็นค่าตอบแทนการโอนกิจการทั้งหมด จะถูกส่งมอบให้แก่ผู้ถือหุ้นของ CPRH ตามสัดส่วนการถือหุ้นภายใต้กระบวนการชำระบัญชีของ CPRH</p> <p>การเสนอขายหุ้นสามัญบางส่วนที่บริษัทฯ ถืออยู่ใน Makro ให้แก่ประชาชนทั่วไป (Public Offering) พร้อมกับการออกและเสนอขายหุ้นสามัญที่ออกใหม่ต่อประชาชนทั่วไป (Public Offering) ของ Makro ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัทฯ ในจำนวนไม่เกิน 363,200,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท คิดเป็นสัดส่วนไม่เกินร้อยละ 3.70 ของจำนวนหุ้นสามัญที่ออกและจำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของ Makro ภายหลังจากกรรมการจัดสรรหุ้นเพื่อตอบแทนการรับโอนกิจการทั้งหมด หรือคิดเป็นสัดส่วนไม่เกินร้อยละ 3.25 ของจำนวนหุ้นสามัญที่ออกและจำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของ Makro ภายหลังจากการออกและเสนอขายหุ้นสามัญที่ออกใหม่ต่อประชาชนทั่วไปของ Makro (Public Offering) เสร็จสิ้น</p>
<p>หุ้นที่ให้อีม</p>	<p>การให้อีมหุ้นสามัญที่บริษัทฯ ถืออยู่ใน Makro แก่ผู้จัดหาหุ้นส่วนเกิน (Over-Allotment Agent) สำหรับกระบวนการจัดสรรหุ้นเกินกว่าจำนวนที่จัดจำหน่าย (Over-Allotment) ในจำนวนไม่เกิน 340,500,000 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนไม่เกินร้อยละ 3.47 ของจำนวนหุ้นสามัญที่ออกและจำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของ Makro ภายหลังจากกรรมการจัดสรรหุ้นเพื่อตอบแทนการรับโอนกิจการทั้งหมดเสร็จสิ้น หรือคิดเป็นสัดส่วนไม่เกินร้อยละ 3.05 ของจำนวนหุ้นสามัญที่ออกและจำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของ Makro ภายหลังจากการออกและเสนอขายหุ้นสามัญที่ออกใหม่ต่อประชาชนทั่วไปของ Makro (Public Offering) เสร็จสิ้น</p>
<p>หุ้น Option</p>	<p>การให้สิทธิแก่ผู้จัดหาหุ้นส่วนเกิน (Over-Allotment Agent) ในการซื้อหุ้นสามัญที่บริษัทฯ ถืออยู่ในจำนวนไม่เกิน 340,500,000 หุ้น คิดเป็น</p>

<p>ธุรกรรมการเสนอขายหุ้นของบริษัทฯ</p>	<p>สัดส่วนไม่เกินร้อยละ 3.47 ของจำนวนหุ้นสามัญที่ออกและจำหน่ายได้ แล้วทั้งหมดของ Makro ภายหลังจากธุรกรรมการจัดสรรหุ้นเพื่อตอบสนองการรับโอนกิจการทั้งหมดเสร็จสิ้น หรือคิดเป็นสัดส่วนไม่เกินร้อยละ 3.05 ของจำนวนหุ้นสามัญที่ออกและจำหน่ายได้ทั้งหมดของ Makro ภายหลังจากการออกและเสนอขายหุ้นสามัญที่ออกใหม่ต่อประชาชนทั่วไปของ Makro (Public Offering) เสร็จสิ้น</p> <p>การเสนอขายหุ้นที่เสนอขายของบริษัทฯ การให้ยืมหุ้นที่ให้ยืมแก่ผู้จัดหาหุ้นส่วนเกิน (Over-Allotment Agent) และการให้สิทธิซื้อหุ้น Option แก่ผู้จัดหาหุ้นส่วนเกิน (Over-Allotment Agent)</p>
<p>ตลาดหลักทรัพย์ฯ</p>	<p>ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย</p>
<p>สำนักงาน ก.ล.ต.</p>	<p>สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์</p>
<p>ประกาศรายการได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์</p>	<p>ประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุน ที่ ทจ. 20/2551 เรื่อง หลักเกณฑ์ในการทำรายการที่มีนัยสำคัญที่เข้าข่ายเป็นการได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์ ลงวันที่ 31 สิงหาคม 2551 (รวมทั้งที่ได้มีการแก้ไขเพิ่มเติม) และประกาศคณะกรรมการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เรื่อง การเปิดเผยข้อมูลและการปฏิบัติการของบริษัทจดทะเบียนในการได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์ พ.ศ. 2547 ลงวันที่ 29 ตุลาคม 2547 (รวมทั้งที่ได้มีการแก้ไขเพิ่มเติม)</p>
<p>ประกาศรายการที่เกี่ยวข้องกัน</p>	<p>ประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุนที่ ทจ. 21/2551 เรื่อง หลักเกณฑ์ในการทำรายการที่เกี่ยวข้องกัน ลงวันที่ 31 สิงหาคม 2551 (รวมทั้งที่ได้มีการแก้ไขเพิ่มเติม) และประกาศคณะกรรมการตลาดหลักทรัพย์ เรื่อง การเปิดเผยข้อมูลและการปฏิบัติการของบริษัทจดทะเบียนในรายการที่เกี่ยวข้องกัน พ.ศ. 2546 ลงวันที่ 19 พฤศจิกายน 2546 (รวมทั้งที่ได้มีการแก้ไขเพิ่มเติม)</p>
<p>ที่ปรึกษาทางการเงินอิสระ หรือ TISCO</p>	<p>ธนาคารทีเอสโก้ จำกัด (มหาชน)</p>
<p>SET Index</p>	<p>ดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย</p>
<p>EBITDA</p>	<p>กำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย</p>
<p>EBIT</p>	<p>กำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี</p>
<p>P/E</p>	<p>อัตราส่วนราคาต่อกำไรต่อหุ้น</p>
<p>P/BV</p>	<p>อัตราส่วนราคาต่อมูลค่าตามบัญชี</p>
<p>EV/EBITDA</p>	<p>อัตราส่วนมูลค่ากิจการต่อกำไรจากการดำเนินงานก่อนหักดอกเบี้ยจ่าย ภาษีเงินได้ ค่าเสื่อมราคาและค่าใช้จ่ายตัดจำหน่าย</p>
<p>WACC</p>	<p>ต้นทุนทางการเงินถ่วงเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก</p>

ส่วนที่ 1 บทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary)

ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) ครั้งที่ 6/2564 เมื่อวันที่ 31 สิงหาคม 2564 ได้มีมติอนุมัติที่สำคัญและเห็นชอบให้นำเสนอต่อที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2564 ในวันที่ 12 ตุลาคม 2564 เพื่อพิจารณาอนุมัติการเข้าทำรายการดังนี้

รายการที่ 1 : การได้มาซึ่งสินทรัพย์และการเข้าทำรายการที่เกี่ยวข้องกันเกี่ยวกับการรับโอนกิจการทั้งหมดของบริษัท ซี.พี.รีเทล โฮลดิ้ง จำกัด (“CPRH”) โดยบริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) (“Makro”) โดยที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท โดยกรรมการผู้ที่ไม่มีส่วนได้เสียได้มีมติอนุมัติการรับโอนกิจการทั้งหมดตามแผนการรับโอนกิจการทั้งหมดระหว่าง Makro ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัทฯ ในฐานะผู้รับโอนกิจการ กับ CPRH ในฐานะผู้โอนกิจการ โดย Makro จะรับโอนกิจการทั้งหมดของ CPRH ซึ่งรวมถึงทรัพย์สิน หนี้สิน สิทธิ หน้าที่ และความรับผิดทั้งหมดของ CPRH ที่มีอยู่ในปัจจุบัน และที่จะมีในอนาคต ณ วันที่โอนกิจการทั้งหมด (“วันที่โอนกิจการทั้งหมด”) มีมูลค่ารวมทั้งสิ้น 217,949,072,250 บาท ด้วยวิธีโอนกิจการทั้งหมด (Entire Business Transfer) เพื่อเพิ่มความแข็งแกร่งให้กับ Makro และส่งเสริมกลยุทธ์ระยะยาวของ Makro เพื่อก้าวสู่การเป็นผู้นำในธุรกิจค้าปลีกค้าส่ง และขยายขอบเขตการดำเนินธุรกิจในระดับภูมิภาค (“ธุรกรรมการรับโอนกิจการทั้งหมด”) และอนุมัติให้นำเสนอต่อที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ เพื่อพิจารณาอนุมัติต่อไป และมีมติอนุมัติการเข้าทำสัญญาโอนกิจการทั้งหมด ข้อตกลง และเอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรับโอนกิจการทั้งหมดจาก CPRH

รายการที่ 2 : การจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์เกี่ยวกับการโอนกิจการทั้งหมดของ CPRH ให้แก่ Makro โดยที่ประชุมคณะกรรมการของบริษัทฯ โดยกรรมการผู้ที่ไม่มีส่วนได้เสียได้มีมติอนุมัติการจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์เกี่ยวกับการโอนกิจการทั้งหมดของ CPRH ซึ่งเป็นบริษัทร่วมที่บริษัทฯ ถือหุ้นคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 40.00 ของทุนจดทะเบียนทั้งหมดของ CPRH ให้แก่ Makro ซึ่งมีมูลค่ารวม 87,179,628,900 บาท (โดยพิจารณาจากสัดส่วนการถือหุ้นของบริษัทฯ ใน CPRH ที่ร้อยละ 40.00) โดย CPRH จะได้รับหุ้นสามัญเพิ่มทุนของ Makro จำนวนไม่เกิน 5,010,323,500 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.5 บาทในราคาเสนอขาย 43.50 บาทต่อหุ้น คิดเป็นมูลค่ารวมทั้งสิ้น 217,949,072,250 บาท เป็นคำตอบแทนสำหรับการโอนกิจการทั้งหมดของ CPRH แทนการชำระด้วยเงินสด (Payment in Kind) ซึ่ง Makro จะรับโอนกิจการทั้งหมดของ CPRH ซึ่งรวมถึงทรัพย์สิน หนี้สิน สิทธิ หน้าที่ และความรับผิดทั้งหมดของ CPRH ที่มีอยู่ในปัจจุบัน และที่จะมีในอนาคต ณ วันที่โอนกิจการทั้งหมด โดย CPRH จะดำเนินการจดทะเบียนเลิกบริษัทภายในปี 2564 ซึ่งอยู่ภายในรอบระยะเวลาบัญชีเดียวกันกับการโอนกิจการทั้งหมดของ CPRH และภายหลังการจดทะเบียนเลิกบริษัท ทรัพย์สินทั้งหมดของ CPRH ที่เหลืออยู่ รวมถึงหุ้นใน Makro ที่ CPRH จะได้รับเป็นคำตอบแทนการโอนกิจการทั้งหมดจะถูกส่งมอบให้แก่ผู้ถือหุ้นของ CPRH ตามสัดส่วนการถือหุ้น ภายใต้กระบวนการชำระบัญชีของ CPRH (“ธุรกรรมการจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์เกี่ยวกับการโอนกิจการทั้งหมดของ CPRH”) และอนุมัติให้นำเสนอต่อที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ เพื่อพิจารณาอนุมัติต่อไป และมีมติอนุมัติการเข้าทำสัญญาโอนกิจการทั้งหมด ข้อตกลง และเอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์เกี่ยวกับการโอนกิจการทั้งหมดของ CPRH นอกจากนี้ คณะกรรมการบริษัทฯ ได้มีมติอนุมัติให้บริษัทฯ ออกเสียงสนับสนุนการเข้าทำธุรกรรมการจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์เกี่ยวกับการโอนกิจการทั้งหมดของ CPRH และการเลิกบริษัทของ CPRH ในฐานะผู้ถือหุ้นของ CPRH ในที่ประชุมผู้ถือหุ้นของ CPRH

รายการที่ 3 : การจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์จากการเสนอขายหุ้นใน Makro ต่อประชาชนทั่วไป (Public Offering) โดยที่ประชุมคณะกรรมการของบริษัทฯ ได้มีมติอนุมัติรายการต่าง ๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับการเสนอขายหุ้นสามัญใน Makro ต่อประชาชนทั่วไป (Public Offering) (ภายหลังธุรกรรมการรับโอนกิจการทั้งหมดเสร็จสมบูรณ์) ดังต่อไปนี้ (1) การเสนอขายหุ้นสามัญบางส่วนที่บริษัทฯ ถืออยู่ใน Makro ให้แก่ประชาชนทั่วไป (Public Offering) พร้อมกับการออกและเสนอขายหุ้นสามัญที่ออกใหม่ต่อประชาชนทั่วไป (Public Offering) ของ Makro ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัทฯ ในจำนวนไม่เกิน

363,200,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท คิดเป็นสัดส่วนไม่เกินร้อยละ 3.70 ของจำนวนหุ้นสามัญที่ออกและจำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของ Makro ภายหลังจากธุรกรรมการจัดสรรหุ้นเพื่อตอบแทนการรับโอนกิจการทั้งหมด หรือคิดเป็นสัดส่วนไม่เกินร้อยละ 3.25 ของจำนวนหุ้นสามัญที่ออกและจำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของ Makro ภายหลังจากการออกและเสนอขายหุ้นสามัญที่ออกใหม่ต่อประชาชนทั่วไปของ Makro (Public Offering) เสร็จสิ้น (“หุ้นที่เสนอขายของบริษัทฯ”) (2) การให้ยืมหุ้นสามัญที่บริษัทฯ ถืออยู่ใน Makro แก่ผู้จัดหาหุ้นส่วนเกิน (Over-Allotment Agent) สำหรับกระบวนการจัดสรรหุ้นเกินกว่าจำนวนที่จัดจำหน่าย (Over-Allotment) ในจำนวนไม่เกิน 340,500,000 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนไม่เกินร้อยละ 3.47 ของจำนวนหุ้นสามัญที่ออกและจำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของ Makro ภายหลังจากธุรกรรมการจัดสรรหุ้นเพื่อตอบแทนการรับโอนกิจการทั้งหมดเสร็จสิ้น หรือคิดเป็นสัดส่วนไม่เกินร้อยละ 3.05 ของจำนวนหุ้นสามัญที่ออกและจำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของ Makro ภายหลังจากการออกและเสนอขายหุ้นสามัญที่ออกใหม่ต่อประชาชนทั่วไปของ Makro (Public Offering) เสร็จสิ้น (“หุ้นที่ให้ยืม”) และ (3) การให้สิทธิแก่ผู้จัดหาหุ้นส่วนเกิน (Over-Allotment Agent) ในการซื้อหุ้นสามัญที่บริษัทฯ ถืออยู่ในจำนวนไม่เกิน 340,500,000 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนไม่เกินร้อยละ 3.47 ของจำนวนหุ้นสามัญที่ออกและจำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของ Makro ภายหลังจากธุรกรรมการจัดสรรหุ้นเพื่อตอบแทนการรับโอนกิจการทั้งหมดเสร็จสิ้น หรือคิดเป็นสัดส่วนไม่เกินร้อยละ 3.05 ของจำนวนหุ้นสามัญที่ออกและจำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของ Makro ภายหลังจากการออกและเสนอขายหุ้นสามัญที่ออกใหม่ต่อประชาชนทั่วไปของ Makro (Public Offering) เสร็จสิ้น (“หุ้น Option”) เพื่อการส่งคืนหุ้นที่ผู้จัดหาหุ้นส่วนเกิน (Over-Allotment Agent) ยืมจากบริษัทฯ ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน อันเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการจัดสรรหุ้นเกินกว่าจำนวนที่จัดจำหน่าย (Over-Allotment) ของการออกและเสนอขายหุ้นสามัญต่อประชาชนทั่วไป (การเสนอขายหุ้นที่เสนอขายของบริษัทฯ การให้ยืมหุ้นที่ให้ยืมแก่ผู้จัดหาหุ้นส่วนเกิน (Over-Allotment Agent) และการให้สิทธิซื้อหุ้น Option แก่ผู้จัดหาหุ้นส่วนเกิน (Over-Allotment Agent) รวมเรียกว่า “ธุรกรรมการเสนอขายหุ้นของบริษัทฯ”) ทั้งนี้ ธุรกรรมดังกล่าวเข้าข่ายเป็นรายการจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์ของบริษัทฯ เกี่ยวกับการเข้าทำธุรกรรมการเสนอขายหุ้นของบริษัทฯ

ในการนี้บริษัทฯ ได้แต่งตั้งให้ ธนาคารทีเอสโก้ จำกัด (มหาชน) (“ที่ปรึกษาทางการเงินอิสระ” หรือ “TISCO”) ซึ่งเป็นที่ปรึกษาทางการเงินที่ได้รับความเห็นชอบจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (“สำนักงาน ก.ล.ต.”) เป็นที่ปรึกษาทางการเงินอิสระในการให้ความเห็นต่อผู้ถือหุ้นเกี่ยวกับความสมเหตุสมผล และความเป็นธรรมของราคาและเงื่อนไขของรายการได้มาซึ่งสินทรัพย์และการเข้าทำรายการที่เกี่ยวข้องกันเกี่ยวกับการรับโอนกิจการทั้งหมดของ CPRH โดย Makro การจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์เกี่ยวกับการโอนกิจการทั้งหมดของ CPRH ให้แก่ Makro และการจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์จากการเสนอขายหุ้นใน Makro ต่อประชาชนทั่วไป (Public Offering)

ที่ปรึกษาทางการเงินอิสระได้พิจารณาความสมเหตุสมผลของรายการได้มาและการเข้าทำรายการที่เกี่ยวข้องกันเกี่ยวกับการรับโอนกิจการทั้งหมดของ CPRH โดย Makro การจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์เกี่ยวกับการโอนกิจการทั้งหมดของ CPRH ให้แก่ Makro และการจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์จากการเสนอขายหุ้นใน Makro ต่อประชาชนทั่วไป (Public Offering) ในครั้งนี้ มีความเห็นว่า การเข้าทำรายการดังกล่าว เป็นส่วนหนึ่งของการปรับโครงสร้างทางธุรกิจและเพิ่มความแข็งแกร่งให้กับ Makro และ CPRD และส่งเสริมกลยุทธ์ระยะยาวของ Makro เพื่อก้าวสู่การเป็นผู้นำในธุรกิจค้าปลีกค้าส่ง และขยายขอบเขตการดำเนินธุรกิจในระดับภูมิภาค และเสริมสร้างความแข็งแกร่งทางธุรกิจจากประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการผลานจุดเด่นในแง่มุมต่าง ๆ ของ Makro และกลุ่มโลตัสส์ อาทิ ความครอบคลุมของรูปแบบร้านค้า อีกทั้ง การเข้าทำธุรกรรมดังกล่าวยังช่วยยกระดับอุตสาหกรรมค้าปลีกค้าส่งให้มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น รวมถึงเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกับบริษัทอีคอมเมิร์ซ หรือบริษัทเทคโนโลยีระดับสากลต่าง ๆ ที่เข้ามาแข่งขันในประเทศไทยได้ โดยสามารถตอบสนองต่อพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็วทั้งในระดับประเทศและในระดับภูมิภาค พร้อมทั้งสร้างประโยชน์ให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียในทุกภาคส่วน

บริษัท จะได้รับประโยชน์จากการเข้าทำรายการที่ 1 การได้มาซึ่งสินทรัพย์และการเข้าทำรายการที่เกี่ยวข้องกันเกี่ยวกับธุรกรรมการรับโอนกิจการทั้งหมดของ CPRH โดย Makro และ รายการที่ 2 การจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์เกี่ยวกับกิจการโอนกิจการทั้งหมดของ CPRH ได้แก่ (1) เป็นการเสริมสร้างศักยภาพในการดำเนินธุรกิจค้าปลีกและคำสั่งของกลุ่มบริษัท ส่งผลให้มีโอกาสได้รับผลตอบแทนที่ดีจากการลงทุนในอนาคต (2) เป็นการเพิ่มความหลากหลายในประกอบธุรกิจของ Makro ในฐานะบริษัทย่อยของบริษัท ไปยังธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ซึ่งมีแบรนด์ที่แข็งแกร่ง และสามารถขยายขอบเขตการดำเนินธุรกิจในระดับภูมิภาค (3) เพิ่มโอกาสในการเสริมสร้างประโยชน์ในเชิงธุรกิจร่วมกัน (Synergy) (4) ไม่มีภาระในการจัดหาแหล่งเงินทุนและไม่มีต้นทุนทางการเงินจากการเข้าทำธุรกรรม เนื่องจากการชำระราคาด้วยการออกหุ้นเพิ่มทุน และ (5) ขจัดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ระหว่างบริษัท และ Makro

อย่างไรก็ตาม การเข้าทำรายการที่ 1 การได้มาซึ่งสินทรัพย์และการเข้าทำรายการที่เกี่ยวข้องกันเกี่ยวกับธุรกรรมการรับโอนกิจการทั้งหมดของ CPRH โดย Makro และ รายการที่ 2 การจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์เกี่ยวกับกิจการโอนกิจการทั้งหมดของ CPRH ในครั้งนี้มีข้อดีและความเสี่ยง ได้แก่ (1) ทำให้บริษัท จะสูญเสียสัดส่วนการถือหุ้นใน Makro (2) การเพิ่มขึ้นของระดับหนี้สินและอัตราส่วนภาระหนี้สิน (Leverage ratio) (3) ความเสี่ยงจากผลประกอบการของกลุ่มโลตัสไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่คาดการณ์ไว้ (4) ความเสี่ยงจากผลกระทบจากการบันทึกค่าความนิยมของ Makro ในงบการเงินรวมของบริษัท และ (5) ความเสี่ยงจากกฎหมายเกี่ยวกับการแข่งขันทางการค้า

นอกจากนี้ บริษัท จะได้รับประโยชน์จากการเข้าทำรายการที่ 1 และรายการที่ 2 จากการที่เป็นการเข้าทำรายการกับบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน ได้แก่ (1) การมีผู้ถือหุ้นใหญ่ร่วมกันส่งผลให้ทิศทางในการบริหารงานเป็นไปในแนวทางเดียวกัน (2) ความคุ้นเคยในการดำเนินงานภายใต้กลุ่มบริษัท เดียวกัน (3) บริหารจัดการทรัพยากรของกลุ่มบริษัท ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด และ (4) ไม่มีภาระในการจัดหาแหล่งเงินทุนและไม่มีต้นทุนทางการเงินจากการเข้าทำธุรกรรม เนื่องจากการชำระราคาด้วยการออกหุ้นเพิ่มทุน อย่างไรก็ตาม การเข้าทำรายการกับบุคคลที่เกี่ยวข้องกันในครั้งนี้มีข้อดีได้แก่ (1) อาจเกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ในการเจรจาและเงื่อนไขต่างๆ และ (2) มีภาระและค่าใช้จ่ายในการเปิดเผยข้อมูลให้เป็นไปตามเกณฑ์รายการที่เกี่ยวข้องกัน

สำหรับประโยชน์ที่บริษัท จะได้รับจากการเข้าทำรายการที่ 3 การจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์จากการเสนอขายหุ้นใน Makro ให้แก่ประชาชนทั่วไป (Public Offering) ได้แก่ (1) เพิ่มสัดส่วนการถือหุ้นของผู้ถือหุ้นรายย่อย (Free Float) ของ Makro ให้เป็นไปตามข้อบังคับของตลาดหลักทรัพย์ฯ (2) เพิ่มสภาพคล่องในการซื้อขายของหุ้น Makro ให้สูงขึ้น (3) Makro ได้รับเงินทุนจากการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุน (4) บริษัท ได้รับเงินทุนจากการเสนอขายหุ้นสามัญเดิมของ Makro ที่บริษัท ถืออยู่ และ (5) บริษัท สามารถรับรู้กำไรจากการเสนอขายหุ้นสามัญเดิมของ Makro ที่บริษัท ถืออยู่

อย่างไรก็ตาม การเข้าทำรายการที่ 3 การจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์จากการเสนอขายหุ้นใน Makro ให้แก่ประชาชนทั่วไป (Public Offering) มีข้อดีและความเสี่ยง ได้แก่ (1) บริษัท จะสูญเสียสัดส่วนการถือหุ้นใน Makro (2) ความเสี่ยงหาก Makro ไม่สามารถเพิ่มกำไรสุทธิในอนาคต เพื่อชดเชยสัดส่วนการถือหุ้นของ CPALL ที่ลดลงได้ (3) ความเสี่ยงจากความสำเร็จในการยื่นขออนุญาตการเสนอขายหุ้นที่ออกใหม่ของ Makro ต่อสำนักงาน ก.ล.ต. และการยื่นคำขอให้รับหุ้นสามัญเพิ่มทุนของ Makro เป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ และ (4) ความเสี่ยงจากความสำเร็จในการเสนอขายหุ้นสามัญให้แก่ประชาชนทั่วไป (Public Offering)

หลังจากพิจารณาวัตถุประสงค์และความจำเป็นในการเข้าทำรายการ ประกอบด้วย ข้อดี ข้อดี ประโยชน์และความเสี่ยงที่เกิดขึ้นแล้ว ที่ปรึกษาทางการเงินอิสระมีความเห็นว่า บริษัท มีเหตุผลและความจำเป็นที่สมเหตุสมผล เพื่อปรับโครงสร้างทางธุรกิจให้แก่กลุ่มบริษัท และเป็นการเพิ่มความแข็งแกร่งให้กับ Makro ซึ่งบริษัท จะได้รับประโยชน์จากการเข้าทำรายการมากกว่า ดังนั้น การทำรายการได้มาและจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์และรายการที่เกี่ยวข้องกันในครั้งนี้ **มีความสมเหตุสมผล**

ในส่วนของการประเมินมูลค่าในการเข้าทำรายการ ที่ปรึกษาทางการเงินอิสระได้ประเมินมูลค่ายุติธรรมของ CPRH และ Makro ได้ข้อสรุปดังนี้

- (1) วิธีที่เหมาะสมที่สุดในการประเมินมูลค่าหุ้น CPRH ในครั้งนี้ คือ วิธีมูลค่าปัจจุบันสุทธิของกระแสเงินสด ซึ่งเป็นวิธีที่สามารถสะท้อนแผนการดำเนินธุรกิจ ความสามารถในการทำกำไร และแนวโน้มการเติบโต รวมทั้งผลตอบแทนของผู้ถือหุ้นในอนาคต ที่ปรึกษาทางการเงินอิสระมีความเห็นว่ามูลค่าที่เหมาะสมของ CPRH อยู่ในช่วง 197,690.3 – 258,252.7 ล้านบาท หรือคิดเป็น 99.1 – 129.5 บาทต่อหุ้น
- (2) วิธีที่เหมาะสมที่สุดในการประเมินมูลค่าหุ้น Makro ในครั้งนี้ คือ วิธีมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดซึ่งเป็นวิธีที่สามารถสะท้อนแผนการดำเนินธุรกิจ ความสามารถในการทำกำไร และแนวโน้มการเติบโต รวมทั้งผลตอบแทนของผู้ถือหุ้นในอนาคต ประกอบกับวิธีเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยราคาตลาดย้อนหลัง ซึ่งเป็นวิธีสะท้อนถึงอุปสงค์ (Demand) และอุปทาน (Supply) ในการซื้อขายหุ้นในตลาดหลักทรัพย์ ของนักลงทุนที่ได้พิจารณาข้อมูล ข่าวสาร ตลอดจนคาดการณ์ผลประกอบการในอนาคตของ Makro แล้ว ที่ปรึกษาทางการเงินอิสระมีความเห็นว่ามูลค่าที่เหมาะสมของ Makro อยู่ในช่วง 179,557.6 – 215,795.1 ล้านบาท หรือคิดเป็น 37.4 – 45.0 บาทต่อหุ้น
- (3) จากผลการประเมินมูลค่าของ CPRH และ Makro ข้างต้น ที่ปรึกษาทางการเงินอิสระพิจารณาจำนวนหุ้นเพิ่มทุนที่เหมาะสมที่ Makro ควรออกเพื่อชำระเป็นค่าตอบแทนในการรับโอนกิจการ โดยการนำช่วงมูลค่าหุ้นที่เหมาะสมของ CPRH หาดด้วยช่วงราคาต่อหุ้นที่เหมาะสมของ Makro จึงได้จำนวนหุ้นเพิ่มทุนที่เหมาะสมที่ Makro ควรออกเพื่อชำระเป็นค่าตอบแทนในการรับโอนกิจการในครั้งนี้ คือ 4,397.3 – 6,903.7 ล้านหุ้น

เมื่อพิจารณาความสมเหตุสมผลของมูลค่าในการเข้าทำรายการที่ 1 และรายการที่ 2 ภายใต้ธุรกรรมการรับโอนกิจการทั้งหมด เนื่องจาก Makro จะออกและจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนของ Makro จำนวนไม่เกิน 5,010,323,500 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาทในราคาเสนอขาย 43.50 บาทต่อหุ้น คิดเป็นมูลค่ารวมทั้งสิ้น 217,949,072,250 บาท ให้แก่ CPRH เพื่อใช้ชำระเป็นค่าตอบแทนการรับโอนกิจการทั้งหมดจาก CPRH แทนการชำระด้วยเงินสด (Payment in Kind) ซึ่งจำนวนหุ้นสามัญเพิ่มทุนที่ Makro จะออกเพื่อชำระเป็นค่าตอบแทนในการรับโอนกิจการจำนวน 5,010,323,500 หุ้น อยู่ในช่วงจำนวนหุ้นเพิ่มทุนที่เหมาะสมที่ Makro ควรออกเพื่อชำระเป็นค่าตอบแทนในการรับโอนกิจการในครั้งนี้ที่ 4,397.3 – 6,903.7 ล้านหุ้น ดังนั้น ที่ปรึกษาทางการเงินอิสระจึงมีความเห็นว่ามูลค่าในการเข้าทำรายการรับโอนกิจการในครั้งนี้ **มีความสมเหตุสมผล**

สำหรับความสมเหตุสมผลของมูลค่าในการเข้าทำรายการที่ 3 การจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์จากการเสนอขายหุ้นใน Makro ให้แก่ประชาชนทั่วไป (Public Offering) ตามที่ที่ปรึกษาทางการเงินอิสระได้พิจารณามูลค่ายุติธรรมของ Makro มีความเห็นว่า วิธีที่เหมาะสมที่สุดในการประเมินมูลค่ากิจการของ Makro ณ ปัจจุบัน คือ วิธีมูลค่าปัจจุบันสุทธิของกระแสเงินสด โดยมีความเห็นว่ามูลค่ายุติธรรมของ Makro ปัจจุบัน จะเท่ากับ 179,557.6 – 215,795.1 ล้านบาท คิดเป็นราคาต่อหุ้นประมาณ 37.4 – 45.0 บาท อย่างไรก็ตาม มูลค่ากิจการของ Makro ข้างต้น จัดทำเพื่อเป็นข้อมูลให้กับผู้ถือหุ้นของบริษัท เพื่อประกอบการพิจารณาอนุมัติการทำรายการในครั้งนี้เท่านั้น ไม่ได้เป็นการกำหนดราคาเสนอขายหุ้นสามัญของ Makro เพื่อเสนอขายต่อประชาชนทั่วไป (Public Offering) ของ Makro (ซึ่งคาดว่าจะเสนอขายในอนาคตต่อไป) เนื่องจากการกำหนดราคาเสนอขายดังกล่าวจะเริ่มดำเนินการในช่วงเวลาที่ใกล้เคียงกับเวลาที่จะเสนอขายหลักทรัพย์ และโดยทั่วไปจะใช้วิธีสำรวจความต้องการซื้อหลักทรัพย์ (Book Building) จากนักลงทุนสถาบันทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งนักลงทุนสถาบันอาจใช้วิธีการประเมินมูลค่าหลากหลายวิธีตามที่นักลงทุนสถาบันเห็นสมควร ซึ่งรวมถึงวิธีมูลค่าปัจจุบันสุทธิของกระแสเงินสด ณ ขณะที่มีการเสนอขายหลักทรัพย์ และวิธีการประเมินอื่นๆ เช่น วิธีเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยราคาตลาดย้อนหลัง เป็นต้น นอกจากนี้ การกำหนดราคาเสนอขายหลักทรัพย์ยังเป็นการตกลงร่วมกันระหว่าง บริษัทฯ และ Makro ร่วมกับผู้รับประกันการจำหน่ายหลักทรัพย์ (Underwriters) โดยพิจารณาถึงปัจจัยต่างๆ เช่น ปัจจัยพื้นฐานของหลักทรัพย์ มูลค่ากิจการที่ประเมินได้

จากวิธีมูลค่าปัจจุบันสุทธิของกระแสเงินสด และวิธีประเมินมูลค่าหุ้นอื่นๆ แนวโน้มเศรษฐกิจและอุตสาหกรรม รวมถึงสภาพตลาด ณ ช่วงเวลาที่จะเสนอขายหลักทรัพย์ ดังนั้น ที่ปรึกษาทางการเงินอิสระเห็นว่า วิธีสำรวจความต้องการซื้อหลักทรัพย์ (Book Building) เป็นวิธีที่เหมาะสมในการกำหนดราคาเสนอขายหุ้น Makro ต่อประชาชนทั่วไป (Public Offering) เนื่องจากเป็นราคาที่สะท้อนถึงอุปสงค์ (Demand) และอุปทาน (Supply) ของหลักทรัพย์ ซึ่งจะเกิดขึ้นก่อนการเสนอขายหลักทรัพย์เล็กน้อย ดังนั้น ราคาเสนอขายหุ้น PO ของ Makro ในอนาคตซึ่งจะได้อาจมาจากวิธีสำรวจความต้องการซื้อหลักทรัพย์ (Book Building) โดยนักลงทุนสถาบันอาจใช้วิธีการประเมินมูลค่าหลากหลายวิธีตามที่นักลงทุนสถาบันเห็นสมควร ซึ่งรวมถึงวิธีมูลค่าปัจจุบันสุทธิของกระแสเงินสด ณ ขณะที่มีการเสนอขายหลักทรัพย์ และวิธีการประเมินอื่นๆ เช่น วิธีเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยราคาตลาดย้อนหลัง เป็นต้น มาเป็นปัจจัยหนึ่งในการพิจารณา ถือได้ว่ามีความสมเหตุสมผล

เมื่อพิจารณาความสมเหตุสมผลของรายการได้มาและจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์ และรายการที่เกี่ยวข้องกันในครั้งนี้ และความเหมาะสมของมูลค่าในการเข้าทำรายการดังกล่าวข้างต้นแล้ว ที่ปรึกษาทางการเงินอิสระมีความเห็นว่า ผู้ถือหุ้นควร อนุมัติ การทำรายการในครั้งนี้

อย่างไรก็ตาม ผู้ถือหุ้นควรศึกษาข้อมูลในเอกสารต่างๆ ที่แนบมากับหนังสือเชิญประชุมในครั้งนี้ เพื่อประกอบการตัดสินใจสำหรับการลงมติ รวมถึงผู้ถือหุ้นควรพิจารณาความสมเหตุสมผลและความเห็นของที่ปรึกษาทางการเงินอิสระซึ่งตั้งอยู่บนสมมติฐานว่า งบการเงิน ข้อมูลสาธารณะ ประเมินการทางการเงินและแผนธุรกิจ ที่จัดทำโดยฝ่ายบริหารของบริษัท CPRH และ Makro รวมถึงเอกสารอื่นๆ ซึ่งที่ปรึกษาทางการเงินอิสระที่ได้รับจากบริษัท CPRH และ Makro รวมถึงการสัมภาษณ์ฝ่ายบริหาร มีความถูกต้อง สมบูรณ์ และครบถ้วน และรายงานความเห็นของที่ปรึกษาทางการเงินอิสระได้จัดทำขึ้นโดยอ้างอิงจากสถานะทางเศรษฐกิจและปัจจัยอื่นๆ ณ เวลาของการจัดทำเท่านั้น การเปลี่ยนแปลงใดๆ ที่เกิดขึ้นในอนาคตอาจเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความเห็นของที่ปรึกษาทางการเงินอิสระ ทั้งนี้ การตัดสินใจที่จะอนุมัติหรือไม่อนุมัติการเข้าทำรายการในครั้งนี้ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของผู้ถือหุ้นเป็นสำคัญ

ทั้งนี้ TISCO ในฐานะที่ปรึกษาทางการเงินอิสระ ขอรับรองว่าได้พิจารณาให้ความเห็นกรณีข้างต้นด้วยความรอบคอบตามมาตรฐานวิชาชีพ โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นเป็นสำคัญ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลที่ใช้ในการจัดทำความเห็นของที่ปรึกษาทางการเงินอิสระ

ตามที่บริษัทฯ ได้แต่งตั้ง ธนาคารทีเอสโก้ จำกัด (มหาชน) (“TISCO”) ให้ทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษาทางการเงินอิสระในการให้ความเห็นต่อผู้ถือหุ้นเกี่ยวกับความสมเหตุสมผลเกี่ยวกับรายการได้มาและจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์และรายการที่เกี่ยวข้องกัน และเป็นอิสระจากบริษัทฯ และบริษัทย่อย TISCO ได้พิจารณาและศึกษาข้อมูลการเข้าทำรายการได้มาและจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์และรายการที่เกี่ยวข้องกัน จากข้อมูลของบริษัทฯ CPRH และ Makro และข้อมูลอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งที่เป็นข้อมูลที่ได้รับจากบริษัทฯ CPRH และ Makro และข้อมูลที่เปิดเผยทั่วไป ได้แก่

- มติที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 6/2564 วันที่ 31 สิงหาคม 2564 และสารสนเทศที่เกี่ยวข้องดังนี้
 - สารสนเทศเรื่องการได้มาซึ่งสินทรัพย์และการเข้าทำรายการที่เกี่ยวข้องกันเกี่ยวกับธุรกรรมการรับโอนกิจการทั้งหมดของ CPRH โดย Makro วันที่ 31 สิงหาคม 2564
 - สารสนเทศ เรื่องการจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์เกี่ยวกับการโอนกิจการทั้งหมดของ CPRH จำกัด ให้แก่ Makro วันที่ 31 สิงหาคม 2564
 - สารสนเทศเรื่องการจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์จากการเสนอขายหุ้นใน Makro ให้แก่ประชาชนทั่วไป (Public Offering) วันที่ 31 สิงหาคม 2564
- งบการเงินรวมสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563 และและงบการเงินระหว่างกาลสำหรับงวด 6 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2564 ของบริษัทฯ
- งบการเงินสำหรับรอบระยะเวลาบัญชีตั้งแต่วันที่ 6 มีนาคม 2563 (วันที่จดทะเบียนจัดตั้งบริษัท) ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2563 ของ CPRH
- งบการเงินสำหรับรอบระยะเวลาบัญชีตั้งแต่วันที่ 6 มีนาคม 2563 (วันที่จดทะเบียนจัดตั้งบริษัท) ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2563 ของ CPRD
- งบการเงินระหว่างกาลสำหรับงวด 3 เดือน สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2564 ของ CPRD
- งบการเงินระหว่างกาลสำหรับงวด 6 เดือน สิ้นสุด 30 มิถุนายน 2564 ของ CPRD
- ข้อมูลทางการเงินรวมเสมือนสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2562 และ 31 ธันวาคม 2563 ของ CPRD
- งบการเงินสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2561 ถึง 2564 ของ Lotus TH
- งบการเงินสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2561 ถึง 2564 ของ Ek-Chai
- งบการเงินสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2561 ถึง 2564 ของ Lotus MY
- แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) ปี 2563 ของ Makro
- งบการเงินรวมสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2561 2562 และ 2563 และงบการเงินระหว่างกาลสำหรับงวด 3 เดือน สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2564 และสำหรับงวด 6 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2564 ของ Makro
- ข้อมูลสถิติตลาดหลักทรัพย์
- ข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารของ CPRH และ Makro เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน รวมถึงกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจในระยะ 3-5 ปีข้างหน้า
- ข้อมูลและเอกสารที่ได้รับจากบริษัทฯ CPRH และ Makro

ทั้งนี้ ในการจัดทำความเห็นนี้ ที่ปรึกษาทางการเงินอิสระไม่สามารถรับรองหรือรับประกันความถูกต้องหรือความสมบูรณ์ครบถ้วนของข้อมูลที่ผู้บริหารและผู้ที่เกี่ยวข้องของบริษัทดังกล่าวที่มอบให้กับที่ปรึกษาทางการเงินอิสระได้ โดยความเห็นของที่ปรึกษาทางการเงินอิสระตั้งอยู่บนสมมติฐานว่าข้อมูล เอกสาร และร่างเอกสารที่ได้รับ เป็นข้อมูลที่ถูกต้องและเป็นความจริง โดยที่ปรึกษาทางการเงินอิสระได้พิจารณาและศึกษาข้อมูลดังกล่าวด้วยความรอบคอบและสมเหตุสมผลตามมาตรฐานของผู้ประกอบวิชาชีพพึงกระทำ นอกจากนี้ รายงานฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อให้ความเห็นเกี่ยวกับการทำรายการได้มา

และจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์และรายการที่เกี่ยวข้องกันในครั้งนี้เท่านั้น โดยอาศัยข้อมูลที่เกิดขึ้นและมีอยู่ในขณะทำการศึกษา และจัดทำรายงานรวมถึงการกำหนดสมมติฐานต่าง ๆ จากการพิจารณาความเป็นไปได้ของเหตุการณ์จากสถานการณ์ปัจจุบัน ขณะจัดทำรายงาน ดังนั้นหากมีการเปลี่ยนแปลงใดๆ อันเป็นนัยสำคัญที่เกิดขึ้นในอนาคต อาจส่งผลกระทบต่อบริษัท และผู้ถือหุ้นได้

ความเห็นของที่ปรึกษาทางการเงินอิสระจัดทำขึ้นภายใต้ภาวะอุตสาหกรรม เงื่อนไขทางเศรษฐกิจ และปัจจัยภายนอกอื่นๆ ที่เกิดขึ้นในระหว่างการจัดทำความเห็น รวมทั้งขึ้นอยู่กับข้อมูลที่ได้รับ ซึ่งอาจมีการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญในภายหลัง และอาจส่งผลกระทบต่อความเห็นของที่ปรึกษาทางการเงินอิสระ อย่างไรก็ตาม ที่ปรึกษาทางการเงินอิสระไม่มีภาระผูกพันในการปรับปรุงให้เป็นปัจจุบันหรือทบทวนยืนยันความเห็นของที่ปรึกษาทางการเงินอิสระฉบับนี้

รายงานความเห็นของที่ปรึกษาทางการเงินอิสระฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อใช้และเป็นประโยชน์ต่อผู้ถือหุ้นของบริษัท อย่างไรก็ตาม การตัดสินใจอนุมัติหรือไม่อนุมัติการเข้าทำรายการดังกล่าว ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของผู้ถือหุ้น ทั้งนี้ผู้ถือหุ้นควรศึกษาข้อมูลในเอกสารต่างๆ ที่แนบมาพร้อมกับหนังสือเชิญประชุมผู้ถือหุ้นในครั้งนี้ด้วย เพื่อใช้พิจารณาญาณ และดุลยพินิจประกอบการพิจารณาในการตัดสินใจเพื่อลงมติได้อย่างเหมาะสม

ส่วนที่ 3 รายละเอียดโดยทั่วไปของรายการ

3.1 รายการที่ 1 การได้มาซึ่งสินทรัพย์และการเข้าทำรายการที่เกี่ยวข้องกันเกี่ยวกับธุรกรรมการรับโอนกิจการทั้งหมดของบริษัท ซี.พี. รีเทล โฮลดิ้ง จำกัด โดยบริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน)

3.1.1 ลักษณะโดยทั่วไปของรายการ

ที่ประชุมคณะกรรมการของบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ” หรือ “CPALL”) ครั้งที่ 6/2564 เมื่อวันที่ 31 สิงหาคม 2564 ได้มีมติอนุมัติให้เสนอต่อที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ ครั้งที่ 1/2564 ในวันที่ 12 ตุลาคม 2564 เพื่อพิจารณาอนุมัติการรับโอนกิจการทั้งหมดตามแผนการรับโอนกิจการทั้งหมดระหว่างบริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) (“Makro”) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัทฯ ในฐานะผู้รับโอนกิจการ กับบริษัท ซี.พี.รีเทล โฮลดิ้ง จำกัด (“CPRH”) ในฐานะผู้โอนกิจการ โดย Makro จะรับโอนกิจการทั้งหมดของ CPRH ซึ่งรวมถึงทรัพย์สิน หนี้สิน สิทธิ หน้าที่ และความรับผิดชอบทั้งหมดของ CPRH ที่มีอยู่ในปัจจุบัน และที่จะมีในอนาคต ณ วันที่โอนกิจการทั้งหมด (“วันที่โอนกิจการทั้งหมด”) มีมูลค่ารวมทั้งสิ้น 217,949,072,250 บาท ด้วยวิธีโอนกิจการทั้งหมด (Entire Business Transfer) เพื่อเพิ่มความแข็งแกร่งให้กับ Makro และส่งเสริมกลยุทธ์ระยะยาวของ Makro เพื่อก้าวสู่การเป็นผู้นำในธุรกิจค้าปลีกค้าส่ง และขยายขอบเขตการดำเนินธุรกิจในระดับภูมิภาค (“ธุรกรรมการรับโอนกิจการทั้งหมด”) และอนุมัติให้นำเสนอต่อที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ เพื่อพิจารณาอนุมัติต่อไป และมีมติอนุมัติการเข้าทำสัญญาโอนกิจการทั้งหมด (“สัญญาโอนกิจการทั้งหมด”) ข้อตกลง และเอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรับโอนกิจการทั้งหมดจาก CPRH โดยมีรายละเอียดดังนี้

ภาพรวมธุรกรรม

CPRH มีผู้ถือหุ้นจำนวน 3 ราย ได้แก่ (ก) บริษัทฯ (ข) บริษัท เจริญโภคภัณฑ์โฮลดิ้ง จำกัด (“CPH”) และ (ค) บริษัท ซี.พี.เมอร์แซนไดซิง จำกัด (“CPM”) (บริษัทฯ CPH และ CPM รวมเรียกว่า “ผู้ถือหุ้นของ CPRH”)

CPRH ประกอบธุรกิจลงทุน (Investment Holding Company) โดยมีทรัพย์สินหลักคือหุ้นใน บริษัท ซี.พี.รีเทล ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (“CPRD”) เป็นสัดส่วนร้อยละ 99.99 ของทุนจดทะเบียนของบริษัท CPRD และทรัพย์สินอื่น อาทิ เงินสด และรายการเทียบเท่าเงินสด และ CPRD ถือหุ้นเป็นสัดส่วน (ก) ร้อยละ 99.99 ในบริษัท โกลด์สตี สโตร์ส (ประเทศไทย) จำกัด (“Lotus TH”) ซึ่งถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 99.99 ในบริษัท เอก-ชัย ดิสทริบิวชั่น ซิสเทม จำกัด (“Ek-Chai”) ซึ่งเป็นผู้ประกอบธุรกิจค้าปลีกภายใต้ชื่อ Lotus’s ในประเทศไทย และ (ข) ร้อยละ 100.00 ใน Lotuss Stores (Malaysia) Sdn. Bhd. (“Lotus MY”) ซึ่งประกอบธุรกิจค้าปลีกภายใต้ชื่อ Lotus’s ในประเทศมาเลเซีย (เรียกรวมกันว่า “กลุ่มโลตัส”) ทั้งนี้ การประกอบธุรกิจของ CPRD แบ่งออกเป็นสองกลุ่มหลักคือ ธุรกิจค้าปลีก และธุรกิจบริหารพื้นที่เช่าในศูนย์การค้า โดย CPRD เป็นผู้ประกอบการชั้นนำในธุรกิจค้าปลีกสินค้าอุปโภคบริโภค ซึ่งมีรูปแบบร้านค้าที่หลากหลายประกอบด้วย ร้านไฮเปอร์มาร์เก็ต ซูเปอร์มาร์เก็ต และมีซูเปอร์มาร์เก็ต และมีธุรกิจบริหารพื้นที่เช่าในศูนย์การค้า ในประเทศไทยและประเทศมาเลเซีย สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563 CPRD มีรายได้รวมเสมือน (pro forma) จำนวน 208,648 ล้านบาท และสินทรัพย์รวม 406,640 ล้านบาท

ธุรกรรมการรับโอนกิจการทั้งหมดและธุรกรรมการจัดสรรหุ้นเพื่อตอบแทนการรับโอนกิจการทั้งหมด

ภายใต้ธุรกรรมการรับโอนกิจการทั้งหมด Makro จะออกและจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนให้แก่ CPRH ในจำนวนไม่เกิน 5,010,323,500 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.5 บาทในราคาเสนอขาย 43.50 บาทต่อหุ้น คิดเป็นมูลค่ารวมทั้งสิ้น 217,949,072,250.00 บาท เพื่อเป็นการชำระค่าตอบแทนการรับโอนกิจการทั้งหมดจาก CPRH แทนการชำระด้วยเงินสด (Payment in Kind) ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 104.38 ของจำนวนหุ้นที่ออกและชำระแล้วทั้งหมดของ Makro ก่อนการจัดสรรหุ้นเพื่อตอบแทนการรับโอนกิจการทั้งหมด (“ธุรกรรมการจัดสรรหุ้นเพื่อตอบแทนการรับโอนกิจการทั้งหมด”) ทั้งนี้ ธุรกรรมการจัดสรร

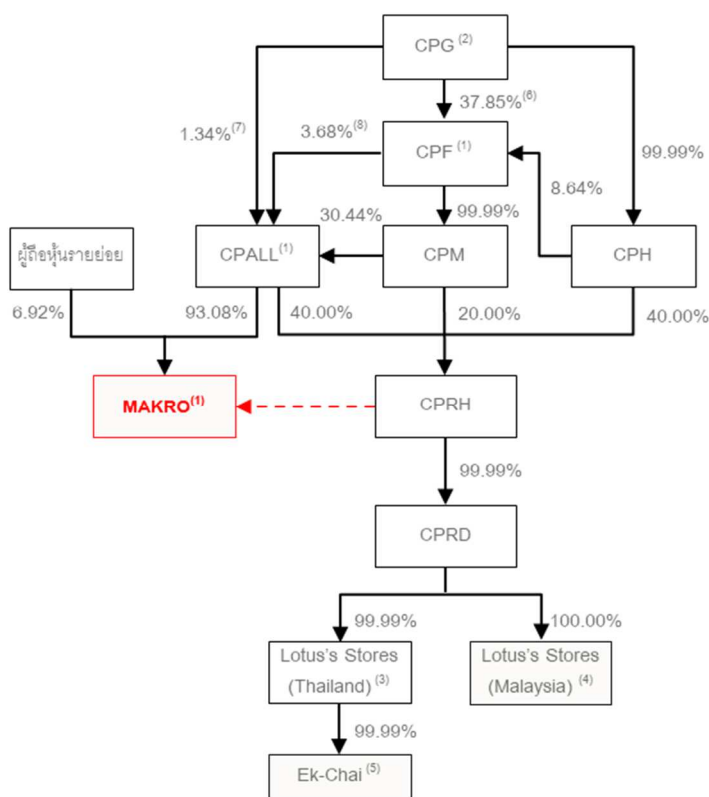
หุ้นเพื่อตอบแทนการรับโอนกิจการทั้งหมดได้มีการพิจารณาถึงความเหมาะสมของโครงสร้างเงินทุน (Capital Structure) ของ Makro แล้ว

กระบวนการรับโอนกิจการทั้งหมดจะเกิดขึ้นภายหลังจากที่ประชุมผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ และ Makro มีมติอนุมัติธุรกรรมการรับโอนกิจการทั้งหมดและธุรกรรมการจัดสรรหุ้นเพื่อตอบแทนการรับโอนกิจการทั้งหมด รวมทั้งมีมติอนุมัติเรื่องต่าง ๆ ที่จำเป็น และ/หรือ เกี่ยวข้องกับธุรกรรมดังกล่าว และเงื่อนไขบังคับก่อนตามสัญญาโอนกิจการทั้งหมด (“สัญญาโอนกิจการทั้งหมด”) เสร็จสมบูรณ์ โดยในเบื้องต้นคาดว่าธุรกรรมการรับโอนกิจการทั้งหมดและธุรกรรมการจัดสรรหุ้นเพื่อตอบแทนการรับโอนกิจการทั้งหมด จะสามารถดำเนินการให้แล้วเสร็จภายใน 1 ถึง 3 สัปดาห์ นับจากวันที่ที่ประชุมผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ และ Makro มีมติอนุมัติธุรกรรมการรับโอนกิจการทั้งหมดและธุรกรรมการจัดสรรหุ้นเพื่อตอบแทนการรับโอนกิจการทั้งหมด หรือวันอื่นใดที่ Makro และ CPRH ตกลงร่วมกัน

อนึ่ง ธุรกรรมการรับโอนกิจการทั้งหมดจะมีการดำเนินการเพื่อให้เป็นไปตามเงื่อนไขตามประมวลระบวรรัฐฎากรในส่วนที่เกี่ยวกับการโอนกิจการทั้งหมด โดย CPRH จะดำเนินการจดทะเบียนเลิกบริษัทภายในปี 2564 ซึ่งอยู่ภายในรอบระยะเวลาบัญชีเดียวกันกับการโอนกิจการทั้งหมดของ CPRH และภายหลังจากจดทะเบียนเลิกบริษัท ทรัพย์สินทั้งหมดของ CPRH ที่เหลืออยู่ รวมถึงหุ้นใน Makro ที่ CPRH จะได้รับเป็นค่าตอบแทนการโอนกิจการทั้งหมด จะถูกส่งมอบให้แก่ผู้ถือหุ้นของ CPRH ตามสัดส่วนการถือหุ้นภายใต้กระบวนการชำระบัญชีของ CPRH (“การคืนเงินลงทุนให้แก่ผู้ถือหุ้นของ CPRH”) ทั้งนี้ ผู้ถือหุ้นของ CPRH จะต้องปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ของตลาดหลักทรัพย์ ที่เกี่ยวข้อง

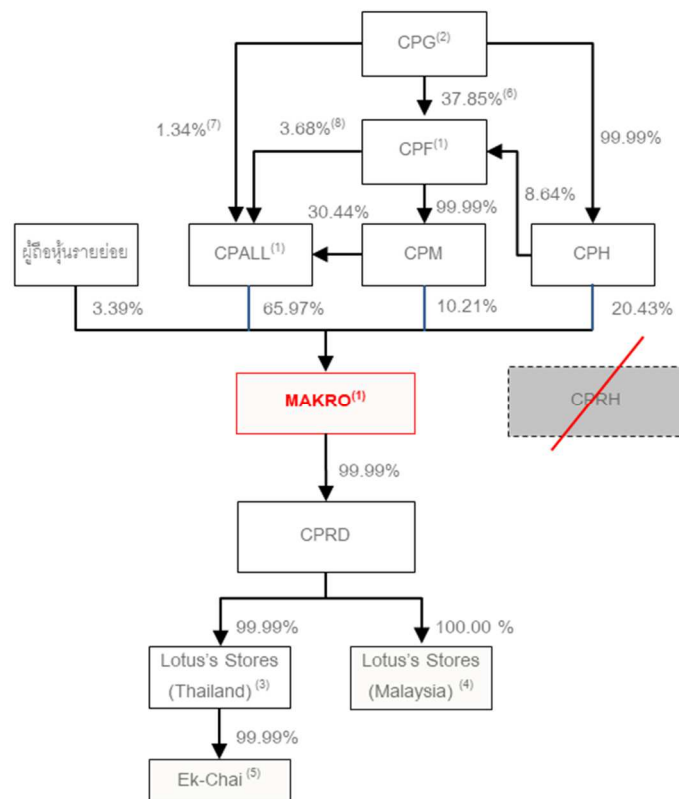
โครงสร้างการถือหุ้นก่อนและหลังธุรกรรมการรับโอนกิจการทั้งหมด และหน้าที่ของ CPH และ CPM ในการทำข้อเสนอซื้อหลักทรัพย์ทั้งหมดใน Makro

โครงสร้างการถือหุ้นของ Makro และ CPRH ก่อนธุรกรรมการรับโอนกิจการทั้งหมด สรุปได้โดยสังเขปดังต่อไปนี้



- หมายเหตุ: (1) ข้อมูลสัดส่วนการถือหุ้นใน (ก) MAKRO (ข) CPALL และ (ค) CPF (ก่อนหักหุ้นซื้อคืนเพื่อบริหารทางการเงิน) อ้างอิงตามวัน Record Date วันที่ 25 สิงหาคม 2564 วันที่ 6 พฤษภาคม 2564 และ วันที่ 31 สิงหาคม 2564 ตามลำดับ
- (2) CPG หมายถึง บริษัท เครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด
- (3) Lotus's Stores (Thailand) หมายถึง บริษัท โลดส์สตีส์ สโตร์ส (ประเทศไทย) จำกัด
- (4) Lotus's Stores (Malaysia) หมายถึง Lotuss Stores (Malaysia) Sdn. Bhd.
- (5) Ek-Chai หมายถึง บริษัท เอก-ชัย ดีสทริบิวชั่น ซิสเทม จำกัด
- (6) สัดส่วนการถือหุ้นของ CPG ใน CPF รวมถึงการถือหุ้นของบริษัทย่อยของ CPG (ยกเว้น CPH) ใน CPF ด้วย
- (7) สัดส่วนการถือหุ้นของ CPG ใน CPALL รวมถึงการถือหุ้นของบริษัทย่อยของ CPG ใน CPALL ด้วย
- (8) สัดส่วนการถือหุ้นของ CPF ใน CPALL รวมถึงการถือหุ้นของบริษัทย่อยของ CPF (ยกเว้น CPM) ใน CPALL ด้วย

โครงสร้างการถือหุ้นของ Makro ภายหลังธุรกรรมการรับโอนกิจการทั้งหมดและธุรกรรมการจัดสรรหุ้นเพื่อตอบแทนการรับโอนกิจการทั้งหมด และรวมถึงภายหลังการจดทะเบียนเลิกบริษัทของ CPRH และการคืนเงินลงทุนให้แก่ผู้ถือหุ้นของ CPRH เสร็จสมบูรณ์ สรุปได้โดยสังเขปดังต่อไปนี้



- หมายเหตุ: (1) ข้อมูลสัดส่วนการถือหุ้นใน (ก) MAKRO (ข) CPALL และ (ค) CPF (ก่อนหักหุ้นซื้อคืนเพื่อบริหารทางการเงิน) อ้างอิงตามวัน Record Date วันที่ 25 สิงหาคม 2564 วันที่ 6 พฤษภาคม 2564 และ วันที่ 31 สิงหาคม 2564 ตามลำดับ
- (2) CPG หมายถึง บริษัท เครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด
- (3) Lotus's Stores (Thailand) หมายถึง บริษัท โลดส์สตีส์ สโตร์ส (ประเทศไทย) จำกัด
- (4) Lotus's Stores (Malaysia) หมายถึง Lotuss Stores (Malaysia) Sdn. Bhd.
- (5) Ek-Chai หมายถึง บริษัท เอก-ชัย ดีสทริบิวชั่น ซิสเทม จำกัด
- (6) สัดส่วนการถือหุ้นของ CPG ใน CPF รวมถึงการถือหุ้นของบริษัทย่อยของ CPG (ยกเว้น CPH) ใน CPF ด้วย

(7) สัดส่วนการถือหุ้นของ CPG ใน CPALL รวมถึงการถือหุ้นของบริษัทย่อยของ CPG ใน CPALL ด้วย

(8) สัดส่วนการถือหุ้นของ CPF ใน CPALL รวมถึงการถือหุ้นของบริษัทย่อยของ CPF (ยกเว้น CPM) ใน CPALL ด้วย

3.1.2 วัตถุประสงค์และความจำเป็นของการเข้าทำรายการ

ธุรกรรมนี้เป็นส่วนหนึ่งของการปรับโครงสร้างทางธุรกิจและเพิ่มความแข็งแกร่งให้กับ Makro และ CPRD ซึ่งจะส่งเสริมกลยุทธ์ระยะยาวของ Makro เพื่อก้าวสู่การเป็นผู้นำในธุรกิจค้าปลีกค้าส่งสินค้าอุปโภคบริโภค และขยายขอบเขตการค้าในธุรกิจในระดับภูมิภาค และเสริมสร้างความแข็งแกร่งทางธุรกิจจากประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการผสานจุดเด่นในแง่มุมมองต่าง ๆ ของ Makro และกลุ่มโลตัสส์ อาทิ ความครอบคลุมของรูปแบบร้านค้า นอกจากนี้ ยังช่วยผสานประโยชน์ในการดำเนินการร่วมกันให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และคาดว่าจะสร้างประโยชน์ต่อบริษัทฯ และผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ ในอนาคต

3.1.3 วัน เดือน ปี ที่เกิดรายการ

ประมาณ 1 ถึง 3 สัปดาห์ นับจากวันประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ

3.1.4 คู่กรณีที่เกี่ยวข้องและความสัมพันธ์กับบริษัทฯ และบุคคลที่เกี่ยวข้องกันของบริษัทฯ

ผู้รับโอนกิจการทั้งหมด : Makro (บริษัทย่อยของบริษัทฯ)

ผู้โอนกิจการทั้งหมด : CPRH

ความสัมพันธ์กับบริษัทฯ : CPRH เป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องกันของบริษัทฯ เนื่องจาก (ก) CPRH มีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ คือ CPM ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทฯ และเป็นบริษัทย่อย CPF โดย CPM ถือหุ้นใน CPRH จำนวน 398,959,149 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20.00 ของสิทธิออกเสียงทั้งหมดใน CPRH และ (ข) CPRH มีผู้ถือหุ้นรายใหญ่โดยอ้อม คือ CPG ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่โดยอ้อมของบริษัทฯ โดย CPG ถือหุ้นโดยอ้อมใน CPRH ผ่าน CPH จำนวน 797,918,298 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 40.00 ของสิทธิออกเสียงทั้งหมดใน CPRH ดังนั้น บริษัทฯ จึงมีหน้าที่ต้องปฏิบัติตามประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุนที่ ทจ. 21/2551 เรื่อง หลักเกณฑ์ในการทำรายการที่เกี่ยวข้องกัน ลงวันที่ 31 สิงหาคม 2551 (รวมทั้งที่ได้มีการแก้ไขเพิ่มเติม) และประกาศคณะกรรมการตลาดหลักทรัพย์ เรื่อง การเปิดเผยข้อมูลและการปฏิบัติการของบริษัทจดทะเบียนในรายการที่เกี่ยวข้องกัน พ.ศ. 2546 ลงวันที่ 19 พฤศจิกายน 2546 (รวมทั้งที่ได้มีการแก้ไขเพิ่มเติม) (“ประกาศรายการที่เกี่ยวข้องกัน”)

3.1.5 ประเภทและขนาดของรายการ

ประเภทและขนาดของรายการตามประกาศการได้มาและจำหน่ายไป

ธุรกรรมการรับโอนกิจการทั้งหมดเข้าข่ายเป็นรายการได้มาซึ่งสินทรัพย์ประเภทที่ 4 หรือการเข้าจดทะเบียนหลักทรัพย์โดยทางอ้อม (Backdoor Listing) ตามหลักเกณฑ์ของประกาศรายการได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์ มีมูลค่ารายการประมาณ 217,949,072,250 บาท โดยมีรายละเอียดการคำนวณขนาดรายการดังต่อไปนี้

ข้อมูลทางการเงินที่ใช้ในการคำนวณขนาดรายการ

หน่วย : ล้านบาท

	บริษัท	CPRH	CPRD
ข้อมูลทางการเงิน	งบการเงินรวม สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2564	งบการเงินเฉพาะกิจการ สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563	ข้อมูลทางการเงินรวม เสมือนสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563
สินทรัพย์ที่มีตัวตนสุทธิ ⁽¹⁾ (NTA)	85,826	199,479	
สินทรัพย์รวม	513,087		
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	12,359 ⁽²⁾		1,778

หมายเหตุ: (1) สินทรัพย์ที่มีตัวตนสุทธิตามคำนวณโดยใช้สินทรัพย์รวม หักด้วยสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน หนี้สินรวม และส่วนของผู้ถือหุ้นส่วนน้อย

(2) กำไร (ขาดทุน) สุทธิส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ ย้อนหลัง 12 เดือน

ตารางเกณฑ์ที่ใช้ในการคำนวณขนาดรายการได้มาซึ่งสินทรัพย์

หน่วย : ล้านบาท (ยกเว้นกำหนดไว้เป็นอย่างอื่น)

เกณฑ์ที่ใช้ในการคำนวณ	หลักเกณฑ์การคำนวณ	การรับโอนกิจการทั้งหมดของ CPRH (ล้านบาท)	รวมขนาดธุรกรรม (ร้อยละ)
1. เกณฑ์มูลค่าสินทรัพย์ที่มีตัวตนสุทธิ (NTA)	$\frac{((\text{NTA ของบริษัทที่จะซื้อ} \times \text{สัดส่วนที่จะได้รับ}) \times 100)}{(\text{NTA ของบริษัทจดทะเบียน})}$	$\frac{((199,479 \times 100\%) \times 100)}{85,826}$	232.42
2. กำไรสุทธิจากการดำเนินงาน	$\frac{((\text{กำไรสุทธิจากการดำเนินงานของบริษัทที่จะซื้อ} \times \text{สัดส่วนที่จะได้รับ}) \times 100)}{\text{กำไรสุทธิจากการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียน}}$	$\frac{((1,778 \times 100\%) \times 100)}{12,359}$	14.39
3. มูลค่ารวมของสิ่งตอบแทน	$\frac{(\text{มูลค่ารายการที่จะได้รับ} \times 100)}{\text{สินทรัพย์รวมของบริษัทจดทะเบียน}}$	$\frac{((217,949 \times 100\%) \times 100)}{513,087}$	42.48
4. เกณฑ์มูลค่าหุ้นที่บริษัทออกเพื่อชำระสินทรัพย์	-	-	-

จากหลักเกณฑ์การคำนวณข้างต้น มูลค่าสูงสุดจากการคำนวณขนาดของรายการคิดเป็นร้อยละ 232.42 ตามเกณฑ์มูลค่าสินทรัพย์ที่มีตัวตนสุทธิ (NTA) ทั้งนี้ เมื่อนับรวมรายการได้มาซึ่งสินทรัพย์ที่เกิดขึ้นในรอบหกเดือนที่ผ่านมาของบริษัทฯ และ/หรือ บริษัทย่อยของบริษัทฯ เป็นผลให้มีมูลค่าของรายการสูงสุดตามเกณฑ์มูลค่าสินทรัพย์ที่มีตัวตนสุทธิ (NTA) เท่ากับร้อยละ 232.45 ซึ่งเท่ากับร้อยละ 100 หรือสูงกว่า จึงถือเป็นกรณีการเข้าทำธุรกรรมซึ่งจัดเป็นรายการประเภทที่ 4 หรือการเข้าจดทะเบียนหลักทรัพย์โดยทางอ้อม (Backdoor Listing) ตามประกาศรายการได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์ ทั้งนี้ ธุรกรรมการรับโอนกิจการทั้งหมดซึ่งเป็นธุรกรรมที่ดำเนินการโดย Makro นั้น ไม่ถือว่าเป็นกรณีที่จะต้องยื่นคำขอให้พิจารณารับหลักทรัพย์ใหม่ กับตลาดหลักทรัพย์ฯ ตามข้อบังคับตลาดหลักทรัพย์ฯ เรื่องการรับหุ้นเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียน เนื่องจากเข้าหลักเกณฑ์ที่ 4 ประการตามข้อ 24 ของประกาศรายการได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์ อันได้แก่ (ก) ธุรกิจที่ได้มามี

ลักษณะของธุรกิจที่คล้ายคลึงหรือเสริมกันและกันกับธุรกิจของ Makro (ข) Makro ไม่มีนโยบายจะเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในธุรกิจหลักของ Makro (ค) กลุ่มบริษัทของ Makro มีคุณสมบัติที่เหมาะสมที่จะจดทะเบียนกับตลาดหลักทรัพย์ และ (ง) จะไม่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญในคณะกรรมการของ Makro และในอำนาจการควบคุม Makro หรือผู้ถือหุ้นที่มีอำนาจควบคุมของ Makro อย่างไรก็ดี เนื่องจากการเข้าทำธุรกรรมการรับโอนกิจการทั้งหมดในครั้งนี้ เป็นธุรกรรมที่ดำเนินการโดย Makro ไม่ใช่บริษัท ดังนั้น หลักเกณฑ์เพื่อการยกเว้นการยื่นคำขอให้พิจารณาปรับหลักทรัพย์ใหม่ทั้ง 4 ประการตามข้อ 24 ของประกาศรายการได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์ดังกล่าวข้างต้น จึงเกี่ยวข้องโดยตรงกับ Makro ซึ่งเป็นบริษัทจดทะเบียนที่เข้าทำธุรกรรมในครั้งนี้ แต่ไม่เกี่ยวข้องกับบริษัท ซึ่งไม่ได้เป็นผู้เข้าทำธุรกรรม ดังนั้น จึงไม่ต้องนำหลักเกณฑ์ทั้ง 4 ประการ ตามข้อ 24 ของประกาศรายการได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์ มาพิจารณากับบริษัท อีกครั้งหนึ่ง ดังนั้น บริษัท จึงมีหน้าที่ต้องเปิดเผยสารสนเทศเกี่ยวกับการทำธุรกรรมดังกล่าวต่อตลาดหลักทรัพย์ฯ จัดให้มีที่ปรึกษาทางการเงินอิสระเพื่อให้ความเห็นเกี่ยวกับการเข้าทำรายการดังกล่าวต่อผู้ถือหุ้น และจัดให้มีการประชุมผู้ถือหุ้นเพื่อขออนุมัติการเข้าทำรายการดังกล่าว โดยต้องได้รับคะแนนเสียงไม่ต่ำกว่าสามในสี่ของจำนวนเสียงทั้งหมดของผู้ถือหุ้นที่มาประชุมและมีสิทธิออกเสียงลงคะแนน โดยไม่นับรวมคะแนนเสียงของผู้ถือหุ้นที่มีส่วนได้เสีย รวมทั้งต้องระบุชื่อและจำนวนหุ้นของผู้ถือหุ้นที่ไม่มีสิทธิออกเสียงลงคะแนนไว้ในหนังสือนัดประชุมผู้ถือหุ้นด้วย

ประเภทและขนาดของรายการตามประกาศรายการที่เกี่ยวข้องกัน

ธุรกรรมการรับโอนกิจการทั้งหมดและธุรกรรมการจัดสรรหุ้นเพื่อตอบแทนการรับโอนกิจการทั้งหมดเข้าข่ายเป็นการทำรายการกับบุคคลที่เกี่ยวข้องกันของบริษัทฯ ตามประกาศรายการที่เกี่ยวข้องกัน เนื่องจาก CPRH เป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องกันของบริษัทฯ เพราะ (ก) CPRH มีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ คือ CPM ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทฯ และเป็นบริษัทย่อยของ CPF โดย CPM ถือหุ้นใน CPRH จำนวน 398,959,149 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20.00 ของสิทธิออกเสียงทั้งหมดใน CPRH และ (ข) CPRH มีผู้ถือหุ้นรายใหญ่โดยอ้อม คือ CPG ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่โดยอ้อมของบริษัทฯ โดย CPG ถือหุ้นโดยอ้อมใน CPRH ผ่าน CPH จำนวน 797,918,298 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 40.00 ของสิทธิออกเสียงทั้งหมดใน CPRH ดังนั้น รายการดังกล่าวจึงเข้าข่ายเป็นรายการที่เกี่ยวข้องกัน ประเภทรายการสินทรัพย์หรือบริการ ตามหลักเกณฑ์ของประกาศรายการที่เกี่ยวข้องกัน โดยรายการดังกล่าวมีมูลค่ารายการประมาณ 217,949,072,250 บาท

ทั้งนี้ มูลค่าของรายการได้คำนวณโดยอ้างอิงข้อมูลจากงบการเงินรวมของบริษัทฯ ซึ่งสอบทานแล้วโดยผู้สอบบัญชีสำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2564 โดยรายการดังกล่าวมีมูลค่าของรายการคิดเป็นร้อยละ 253.94 ของมูลค่าสินทรัพย์ที่มีตัวตนสุทธิของบริษัทฯ ทั้งนี้ เมื่อนับรวมรายการได้มาซึ่งสินทรัพย์ที่เกิดขึ้นในรอบหกเดือนที่ผ่านมาของบริษัทฯ และ/หรือ บริษัทย่อยของบริษัทฯ เป็นผลให้มีมูลค่าของรายการสูงสุดตามเกณฑ์มูลค่าสินทรัพย์ที่มีตัวตนสุทธิ (NTA) เท่ากับร้อยละ 254.22 ดังนั้น รายการดังกล่าวจึงจัดเป็นรายการที่เกี่ยวข้องกัน ประเภทรายการเกี่ยวกับสินทรัพย์หรือบริการ ที่มีมูลค่าของรายการสูงกว่าร้อยละ 3.00 ของสินทรัพย์ที่มีตัวตนสุทธิของบริษัทฯ ดังนั้น บริษัทฯ จึงมีหน้าที่ต้องเปิดเผยสารสนเทศเกี่ยวกับการทำธุรกรรมดังกล่าวต่อตลาดหลักทรัพย์ฯ จัดให้มีที่ปรึกษาทางการเงินอิสระเพื่อให้ความเห็นเกี่ยวกับการเข้าทำรายการดังกล่าวต่อผู้ถือหุ้น และจัดให้มีการประชุมผู้ถือหุ้นเพื่อขออนุมัติการเข้าทำรายการดังกล่าว โดยต้องได้รับคะแนนเสียงไม่ต่ำกว่าสามในสี่ของจำนวนเสียงทั้งหมดของผู้ถือหุ้นที่มาประชุมและมีสิทธิออกเสียงลงคะแนน โดยไม่นับรวมคะแนนเสียงของผู้ถือหุ้นที่มีส่วนได้เสีย รวมทั้งต้องระบุชื่อและจำนวนหุ้นของผู้ถือหุ้นที่ไม่มีสิทธิออกเสียงลงคะแนนไว้ในหนังสือนัดประชุมผู้ถือหุ้นด้วย

3.1.6 รายละเอียดของสินทรัพย์ที่ได้มา

ในวันที่โอนกิจการทั้งหมด Makro จะรับโอนกิจการทั้งหมดของ CPRH อันประกอบไปด้วยสินทรัพย์และหนี้สินทั้งปวง อันมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

- (1) รายการสินทรัพย์
 - (1.1) หุ้นทั้งหมดใน CPRD ที่ CPRH ถือจำนวน 1,994,745,742 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท หรือคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 99.99 ของจำนวนหุ้นที่ออกและเรียกชำระแล้วทั้งหมดของ CPRD
 - (1.2) ทรัพย์สินอื่นที่มีอยู่ ณ วันที่โอนกิจการทั้งหมด
- (2) รายการหนี้สิน

หนี้สินทั้งหมดที่มีอยู่ ณ วันที่โอนกิจการทั้งหมด

3.1.7 ข้อมูลทั่วไปของ CPRH

- (1) ลักษณะโดยทั่วไปของกิจการ

ชื่อบริษัท	บริษัท ซี.พี. รีเทล โฮลดิ้ง จำกัด
ประเภทธุรกิจ	ธุรกิจลงทุนโดยการถือหุ้นในบริษัทอื่น
ที่ตั้งสำนักงาน	313 อาคารซี.พี.ทาวเวอร์ ชั้นที่ 14 ถนนสีลม แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร
เลขที่ทะเบียนนิติบุคคล	0105563041629
วันที่จดทะเบียนบริษัท	6 มีนาคม 2563
ทุนจดทะเบียน ณ วันที่ 31 กรกฎาคม 2564	199,479,574,500 บาท
ทุนที่ออกและชำระแล้ว ณ วันที่ 31 กรกฎาคม 2564	199,479,574,500 บาท

- (2) การประกอบธุรกิจของ CPRH

CPRH ประกอบธุรกิจโดยการถือหุ้นในบริษัทอื่น (Investment Holding Company) ซึ่งมีการถือหุ้นในบริษัทย่อย กล่าวคือ CPRD

- (3) รายชื่อผู้ถือหุ้นของ CPRH ณ วันที่ 31 กรกฎาคม 2564

ลำดับ	รายชื่อผู้ถือหุ้น	จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น)	สัดส่วนของสิทธิ ออกเสียง (ร้อยละ)
1	บริษัทฯ	797,918,298	40.00
2	CPH	797,918,298	40.00
3	CPM	398,959,149	20.00
	รวม	1,994,795,745	100.00

(4) รายชื่อคณะกรรมการของ CPRH ณ วันที่ 31 กรกฎาคม 2564

ลำดับ	รายชื่อ	ตำแหน่ง
1	นายสุภกิต เจียรนนท์	กรรมการ
2	นายณรงค์ เจียรนนท์	กรรมการ
3	นายศุภชัย เจียรนนท์	กรรมการ
4	นายอดิเรก ศรีประทักษ์	กรรมการ
5	นายอำรุง สรรพสิทธิวงศ์	กรรมการ

(5) บุคคลที่เกี่ยวข้องกันของบริษัทฯ ที่มีการถือหุ้นใน CPRH

(5.1) CPM

CPM เป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทฯ และเป็นบริษัทย่อยของ CPF โดย CPM ถือหุ้นใน CPRH จำนวน 398,959,149 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20.00 ของสิทธิออกเสียงทั้งหมดใน CPRH

(5.2) CPG

CPG เป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่โดยอ้อมของบริษัทฯ ซึ่งถือหุ้นโดยอ้อมใน CPRH ผ่าน CPH จำนวน 797,918,298 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 40.00 ของสิทธิออกเสียงทั้งหมดใน CPRH

(6) สรุปฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงาน

ข้อมูลทางการเงินที่สำคัญของ CPRH สำหรับระยะเวลาบัญชี ตั้งแต่วันที่ 6 มีนาคม 2563 (วันจดทะเบียนจัดตั้งบริษัท) ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2563 ตามงบการเงินเฉพาะบริษัทที่ตรวจสอบแล้ว สามารถสรุปได้ดังนี้

หน่วย: ล้านบาท	ระยะเวลาตั้งแต่ วันที่ 6 มีนาคม 2563 (วันจดทะเบียนจัดตั้งบริษัท) ถึง วันที่ 31 ธันวาคม 2563
งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ	
รวมรายได้	0.11
รวมค่าใช้จ่าย	0.68
กำไรสุทธิ	(0.58)
งบแสดงฐานะทางการเงิน	
รวมสินทรัพย์	199,479.62
รวมหนี้สิน	0.63
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	199,479.00

3.1.8 ข้อมูลทั่วไปของบริษัทย่อยของ CPRH

1. CPRD

(1) ลักษณะโดยทั่วไปของกิจการ

ชื่อบริษัท	บริษัท ซี.พี. รีเทล ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด
ประเภทธุรกิจ	ธุรกิจลงทุนโดยการถือหุ้นในบริษัทอื่น

ที่ตั้งสำนักงาน	629/1 ถนนนวมินทร์ แขวงนวลจันทร์ เขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร
เลขที่ทะเบียนนิติบุคคล	0105563042102
วันที่จดทะเบียนบริษัท	6 มีนาคม 2563
ทุนจดทะเบียน ณ วันที่ 31 กรกฎาคม 2564	199,474,574,500 บาท
ทุนที่ออกและชำระแล้ว ณ วันที่ 31 กรกฎาคม 2564	199,474,574,500 บาท

(2) การประกอบธุรกิจของ CPRD

CPRD ประกอบธุรกิจโดยการถือหุ้นในบริษัทอื่น (Investment Holding Company) ซึ่งมีการถือหุ้นในบริษัทย่อย กล่าวคือ (ก) Lotus TH (ข) Ek-Chai ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของ CPRD โดยผ่านการถือหุ้นของ Lotus TH และ (ค) Lotus MY

โปรดพิจารณารายละเอียดการประกอบธุรกิจของ CPRD และบริษัทต่าง ๆ ในกลุ่มโลตัสส์ ในภาคผนวก

(3) รายชื่อผู้ถือหุ้นของ CPRD ณ วันที่ 31 กรกฎาคม 2564

ลำดับ	รายชื่อผู้ถือหุ้น	จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น)	สัดส่วนของสิทธิ ออกเสียง (ร้อยละ)
1	CPRH	1,994,745,742	99.99
2	นายสุภกิต เจียรนนท์	1	<0.01
3	นายอดิเรก ศรีประทักษ์	1	<0.01
4	นายอำรุง สรรพสิทธิ์วงศ์	1	<0.01
	รวม	1,994,745,745	100.00

(4) รายชื่อคณะกรรมการของ CPRD ณ วันที่ 31 กรกฎาคม 2564

ลำดับ	รายชื่อ	ตำแหน่ง
1	นายสุภชัย เจียรนนท์	กรรมการ
2	นายณรงค์ เจียรนนท์	กรรมการ
3	นายอดิเรก ศรีประทักษ์	กรรมการ
4	นายปิยะวัฒน์ จิตะสัทธวารกุล	กรรมการ
5	นายพิทยา เจียรวิสิฐกุล	กรรมการ
6	นายสุภรัตน์ คุ้มณกุล	กรรมการ
7	นายอำรุง สรรพสิทธิ์วงศ์	กรรมการ
8	นายบุญชัย โอภาสเอี่ยมลิขิต	กรรมการ
9	นายเกรียงชัย บุญโพธิ์ภิกษาคติ	กรรมการ
10	นายนริศ ธรรมเกื้อกุล	กรรมการ
11	นายสมพงษ์ รุ่งนริตติย	กรรมการ

ลำดับ	รายชื่อ	ตำแหน่ง
12	นายพนพภูม เดชอุดม	กรรมการ
13	นายธีระพล ถนอมศักดิ์ยุทธ	กรรมการ
14	นายประสิทธิ์ บุญดวงประเสริฐ	กรรมการ
15	นายณัฐวัฒน์ ชุณหะวัณยานนท์	กรรมการ

(5) สรุปฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงาน

ข้อมูลทางการเงินที่สำคัญของ CPRD สำหรับระยะเวลาบัญชี ตั้งแต่วันที่ 6 มีนาคม 2563 (วันจดทะเบียนจัดตั้งบริษัท) ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2563 ตามงบการเงินรวมที่ตรวจสอบแล้ว สามารถสรุปได้ดังนี้

หน่วย: ล้านบาท	ระยะเวลาตั้งแต่ วันที่ 6 มีนาคม 2563 (วันจดทะเบียนจัดตั้งบริษัท) ถึง วันที่ 31 ธันวาคม 2563
งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ⁽¹⁾	
รวมรายได้ ⁽²⁾	9,570.17
รวมค่าใช้จ่าย ⁽³⁾	(9,083.80)
กำไรขั้นต้น	1,346.86
กำไรสุทธิ	(157.97)
งบแสดงฐานะทางการเงิน	
รวมสินทรัพย์	400,957.81
รวมหนี้สิน	201,657.59
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	199,300.22

หมายเหตุ: (1) CPRD ได้เข้าซื้อหุ้นของ Lotus TH และ Lotus MY เมื่อวันที่ 18 ธันวาคม 2563 ดังนั้น CPRD จึงรับรู้ผลการดำเนินงานของกลุ่มโลตัสตั้งแต่วันที่ 18 ธันวาคม 2563 เป็นต้นมา

(2) รายได้รวม ได้แก่ รายได้จากการขายสินค้า รายได้จากการให้เช่าและให้บริการ และรายได้อื่น

(3) ค่าใช้จ่ายรวม ได้แก่ ต้นทุนขาย ต้นทุนการให้เช่าและให้บริการ ต้นทุนในการจัดจำหน่าย และค่าใช้จ่ายในการบริหาร

ข้อมูลทางการเงินรวมเสมือนที่สำคัญของ CPRD สำหรับปีสิ้นสุด วันที่ 31 ธันวาคม 2562 และ 2563 สามารถสรุปได้ดังนี้

หน่วย: ล้านบาท	ปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2562	ปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563
งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ		
รายได้จากการขาย	205,227	197,460
รายได้จากการให้เช่าและให้บริการ	14,805	11,188
ต้นทุนขาย	(166,237)	(160,670)
ต้นทุนการให้เช่าและให้บริการ	(5,354)	(5,526)
กำไรขั้นต้น	48,441	42,452

หน่วย: ล้านบาท	ปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2562	ปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563
กำไร (ขาดทุน) จากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	(2)	87
รายได้อื่น	3,093	2,370
กำไรจากตราสารอนุพันธ์สุทธิ	1	2
ต้นทุนในการจัดจำหน่าย	(28,557)	(28,716)
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	(5,595)	(6,434)
กำไร (ขาดทุน) จากกิจกรรมดำเนินงาน	17,381	9,761
ต้นทุนทางการเงิน	(6,736)	(6,772)
ส่วนแบ่งกำไรจากเงินลงทุนในการร่วมค้าและบริษัทร่วม	815	782
กำไร (ขาดทุน) ก่อนภาษีเงินได้	11,460	3,771
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	(3,127)	(1,993)
กำไรสุทธิ	8,333	1,778
งบแสดงฐานะทางการเงิน		
สินทรัพย์		
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	21,724	20,357
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่น	3,419	2,725
สินค้าคงเหลือ	12,386	11,930
อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน	29,695	29,186
ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์	72,986	71,113
สินทรัพย์สิทธิการใช้	25,422	26,894
ค่าความนิยม	226,228	226,228
สินทรัพย์อื่น	16,514	18,207
รวมสินทรัพย์	408,374	406,640
หนี้สิน		
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	120,823	120,823
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น	37,127	38,361
หนี้สินตามสัญญาเช่า (รวมส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี)	30,241	34,059
หนี้สินอื่น	16,849	15,808
รวมหนี้สิน	205,040	209,051
ทุนที่ออกและชำระแล้ว	199,475	199,475
กำไร (ขาดทุน) สะสม	8,333	10,112
ผลต่างจากการปรับปรุงงบเสมือน	(4,561)	(12,066)
องค์ประกอบอื่นของส่วนของผู้ถือหุ้น	80	61

หน่วย: ล้านบาท	ปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2562	ปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563
รวมส่วนของบริษัทใหญ่	203,327	197,582
ส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม	7	7
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	203,334	197,589
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	408,374	406,640

หมายเหตุ: ข้อมูลทางการเงินรวมเสมือนของ CPRD ได้ถูกรวบรวมมาจากข้อมูลดังต่อไปนี้

- (1) งบการเงินเฉพาะกิจการของ CPRD สำหรับงวดตั้งแต่วันที่ 6 มีนาคม 2563 (วันจดทะเบียนจัดตั้งบริษัท) ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2563 ที่จัดทำขึ้นตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน และผ่านการตรวจสอบจากผู้สอบบัญชีแล้วตามมาตรฐานการสอบบัญชี ซึ่งผู้สอบบัญชีได้แสดงความเห็นอย่างไม่มีเงื่อนไข ลงวันที่ 28 พฤษภาคม 2564 โดยรายงานของผู้สอบบัญชียังไม่ถูกเผยแพร่ต่อสาธารณชน
- (2) งบการเงินรวมที่จัดทำขึ้นตามวัตถุประสงค์เฉพาะของ Lotus TH และบริษัทย่อย สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 และวันที่ 29 กุมภาพันธ์ 2563 ซึ่งจัดทำขึ้นตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน และผ่านการตรวจสอบจากผู้สอบบัญชีแล้วตามมาตรฐานการสอบบัญชี ซึ่งผู้สอบบัญชีได้แสดงความเห็นอย่างไม่มีเงื่อนไข ลงวันที่ 31 สิงหาคม 2564 โดยรายงานของผู้สอบบัญชียังไม่ถูกเผยแพร่ต่อสาธารณชน
- (3) งบการเงินที่จัดทำขึ้นตามวัตถุประสงค์เฉพาะของ Lotus MY สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 และ วันที่ 29 กุมภาพันธ์ 2563 ที่จัดทำขึ้นตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน และผ่านการตรวจสอบจากผู้สอบบัญชีแล้วตามมาตรฐานการสอบบัญชี ซึ่งผู้สอบบัญชีได้แสดงความเห็นอย่างไม่มีเงื่อนไข ลงวันที่ 30 สิงหาคม 2564 โดยรายงานของผู้สอบบัญชียังไม่ถูกเผยแพร่ต่อสาธารณชน

2. บริษัท โลตัสส์ สโตร์ส (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของ CPRD

(1) ลักษณะโดยทั่วไปของกิจการ

ชื่อบริษัท	บริษัท โลตัสส์ สโตร์ส (ประเทศไทย) จำกัด (Lotus TH)
ประเภทธุรกิจ	ธุรกิจลงทุนโดยการถือหุ้นในบริษัทอื่น
ที่ตั้งสำนักงาน	629/1 ถนนนวมินทร์ แขวงนวลจันทร์ เขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร
เลขที่ทะเบียนนิติบุคคล	0105541029677
วันที่จดทะเบียนบริษัท	15 พฤษภาคม 2541
ทุนจดทะเบียน ณ วันที่ 31 กรกฎาคม 2564	12,301,000 บาท
ทุนที่ออกและชำระแล้ว ณ วันที่ 31 กรกฎาคม 2564	12,301,000 บาท

(2) การประกอบธุรกิจของ Lotus TH

Lotus TH ประกอบธุรกิจโดยการถือหุ้นในบริษัทอื่น (Investment Holding Company) ซึ่งมีการถือหุ้นในบริษัทย่อย กล่าวคือ บริษัท เอก-ชัย ดีสทริบิวชั่น ซิสเทม จำกัด

โปรดพิจารณารายละเอียดการประกอบธุรกิจของ Lotus TH และบริษัทต่าง ๆ ในกลุ่มโลตัสส์ ในภาคผนวก

(3) รายชื่อผู้ถือหุ้นของ Lotus TH ณ วันที่ 31 กรกฎาคม 2564

ลำดับ	รายชื่อผู้ถือหุ้น	จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น)	สัดส่วนของสิทธิออกเสียง (ร้อยละ)
1	บริษัท ซี.พี. รีเทล ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด	1,230,098	99.99
2	นายณรงค์ เจียรนนท์	1	<0.01
3	นายศุภชัย เจียรนนท์	1	<0.01
	รวม	1,230,100	100.00

(4) รายชื่อคณะกรรมการของ Lotus TH ณ วันที่ 31 กรกฎาคม 2564

ลำดับ	รายชื่อ	ตำแหน่ง
1	นายอดิเรก ศรีประทักษ์	กรรมการ
2	นายอำรุง สรรพสิทธิวงศ์	กรรมการ
3	นายศุภชัย เจียรนนท์	กรรมการ

3. บริษัท เอก-ชัย ดีสทริบิวชั่น ซิสเทม จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของ CPRD โดยผ่านการถือหุ้นของ Lotus TH

(1) ลักษณะโดยทั่วไปของกิจการ

ชื่อบริษัท	บริษัท เอก-ชัย ดีสทริบิวชั่น ซิสเทม จำกัด ("Ek-Chai")
ประเภทธุรกิจ	ธุรกิจค้าปลีกสินค้าอุปโภคบริโภค
ที่ตั้งสำนักงาน	629/1 ถนนนวมินทร์ แขวงนวลจันทร์ เขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร
เลขที่ทะเบียนนิติบุคคล	0105536092641
วันที่จดทะเบียนบริษัท	13 สิงหาคม 2536
ทุนจดทะเบียน ณ วันที่ 31 กรกฎาคม 2564	5,137,500,050 บาท
ทุนที่ออกและชำระแล้ว ณ วันที่ 31 กรกฎาคม 2564	5,137,500,050 บาท

(2) การประกอบธุรกิจของ Ek-Chai

Ek-Chai เป็นผู้ประกอบการชั้นนำในธุรกิจค้าปลีกสินค้าอุปโภคบริโภคซึ่งมีรูปแบบร้านค้าที่หลากหลาย และมีธุรกิจบริหารพื้นที่เช่าในศูนย์การค้าในประเทศไทย โดย ณ วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 Ek-Chai มีร้านค้าปลีกจำนวน 2,094 แห่งทั่วประเทศไทย ประกอบด้วยร้านไฮเปอร์มาร์เก็ต 219 แห่ง ซูเปอร์มาร์เก็ต 196 แห่ง และมีมินิซูเปอร์มาร์เก็ต 1,679 แห่ง

โปรดพิจารณารายละเอียดการประกอบธุรกิจของ Ek-Chai และบริษัทต่าง ๆ ในกลุ่มโลตัสส์ ในภาคผนวก

(3) รายชื่อผู้ถือหุ้นของ Ek-Chai ณ วันที่ 31 กรกฎาคม 2564

ลำดับ	รายชื่อผู้ถือหุ้น	จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น)	สัดส่วนของสิทธิออกเสียง (ร้อยละ)
1	บจ.โลตัสส์ สโตร์ส (ประเทศไทย)	513,750,003	99.99
2	นายณรงค์ เจียรนนท์	1	<0.01
3	นายศุภชัย เจียรนนท์	1	<0.01
	รวม	513,750,005	100.00

(4) รายชื่อคณะกรรมการของ Ek-Chai ณ วันที่ 31 กรกฎาคม 2564

ลำดับ	รายชื่อ	ตำแหน่ง
1	นายสมพงษ์ รุ่งนิริติศัย	กรรมการ
2	นายนริศ ธรรมเกื้อกุล	กรรมการ
3	นายณัฐวัฒน์ ชุณหะวัณนิยานนท์	กรรมการ
4	นางสาวสลิลลา สีหพันธ์	กรรมการ
5	นางอรกานดา อรรถวิวิชช์	กรรมการ

4. Lotus TH Lotuss Stores (Malaysia) Sdn. Bhd. ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของ CPRD

(1) ลักษณะโดยทั่วไปของกิจการ

ชื่อบริษัท	Lotuss Stores (Malaysia) Sdn. Bhd. (“Lotus MY”)
ประเภทธุรกิจ	ธุรกิจร้านค้าปลีก
ที่ตั้งสำนักงาน	12th Floor, Menara Symphony, No. 5, Jalan Prof. Khoo Kay Kim, Seksyen 13, 46200 Petaling Jaya, Selangor, Malaysia
เลขที่ทะเบียนนิติบุคคล	200001018812 (521419-K)
วันที่จดทะเบียนบริษัท	24 กรกฎาคม 2543
ทุนที่ออกและชำระแล้ว	856,000,000 ริงกิตมาเลเซีย โดยประกอบด้วย 1) หุ้นสามัญกลุ่ม A จำนวน 39,200,000 หุ้น 2) หุ้นสามัญกลุ่ม B จำนวน 16,800,000 หุ้น และ 3) หุ้นบุริมสิทธิ จำนวน 60,000,000 หุ้น ประเภท non-convertible non-cumulative irredeemable preference shares

(2) การประกอบธุรกิจของ Lotus MY

Lotus MY ผู้ประกอบการชั้นนำในธุรกิจร้านค้าปลีกและธุรกิจบริหารพื้นที่เช่าในศูนย์การค้าในประเทศมาเลเซีย โดย ณ วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 Lotus MY มีร้านไฮเปอร์มาร์เก็ต 46 แห่ง และซูเปอร์มาร์เก็ต 16 แห่งในคาบสมุทรมาเลเซีย (Peninsula Malaysia)

โปรดพิจารณารายละเอียดการประกอบธุรกิจของ Lotus MY และบริษัทต่าง ๆ ในกลุ่มโลตัสส์ ในภาคผนวก

(3) รายชื่อผู้ถือหุ้นของ Lotus MY ณ วันที่ 31 กรกฎาคม 2564

ลำดับ	รายชื่อผู้ถือหุ้น	จำนวนหุ้นที่ถือ	สัดส่วนของสิทธิ ออกเสียง (ร้อยละ)
1	C.P. Retail Development Company Limited	1) หุ้นสามัญกลุ่ม A จำนวน 39,200,000 หุ้น 2) หุ้นสามัญกลุ่ม B จำนวน 16,800,000 หุ้น และ 3) หุ้นบุริมสิทธิ จำนวน 60,000,000 หุ้น ประเภท non-convertible non- cumulative irredeemable preference shares	100.00

(4) รายชื่อคณะกรรมการของ Lotus MY ณ วันที่ 31 กรกฎาคม 2564

ลำดับ	รายชื่อ	ตำแหน่ง
1	นายณรงค์ เจียรนนท์	กรรมการ
2	นายนริศ ธรรมเกื้อกุล	กรรมการ
3	นายปิยะวัฒน์ จูฑะสัทธาารกุล	กรรมการ
4	นายณัฐวัฒน์ ชุณหวิชัยนันท์	กรรมการ
5	Kenneth Chuanh Jin Kiat	กรรมการ
6	Yong Yvonne	กรรมการ
7	Sushmita Jeni Paul	กรรมการ
8	Azliza Baizura Binti Azmel	กรรมการ

3.1.9 มูลค่ารวมของสิ่งตอบแทน และเกณฑ์ที่ใช้ในการกำหนดมูลค่าสิ่งตอบแทน

มูลค่ารวมของสิ่งตอบแทนสำหรับกรรมการรับโอนกิจการทั้งหมด มีมูลค่ารวมประมาณ 217,949,072,250 บาท เมื่อเงื่อนไขการเข้าทำธุรกรรมการรับโอนกิจการทั้งหมดเสร็จสมบูรณ์ Makro จะชำระค่าตอบแทนการรับโอนกิจการทั้งหมดให้แก่ CPRH ด้วยหุ้นสามัญเพิ่มทุนของ Makro จำนวน 5,010,323,500 หุ้น ที่ราคา 43.50 บาทต่อหุ้น แทนการชำระด้วยเงินสด (Payment in Kind) คิดเป็นมูลค่ารวมทั้งสิ้น 217,949,072,250 บาท โดยได้มีการพิจารณาถึงความเหมาะสมของโครงสร้างเงินทุน (Capital Structure) ของ Makro รวมถึงเป็นมูลค่าที่เป็นไปตามการเจรจากันระหว่างคู่สัญญา โดยอ้างอิงจากการประเมินโดยวิธีคิดลดกระแสเงินสด ซึ่งได้มีการพิจารณาถึงผลการดำเนินงานและปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้อง และวิธีเปรียบเทียบกับราคาตลาดกับบริษัทที่ประกอบธุรกิจใกล้เคียง

ในการนี้ ภายหลังจากที่ Makro ได้ขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนแบบเฉพาะเจาะจงให้แก่ CPRH และผู้ถือหุ้นของ CPRH ได้รับโอนหุ้นของ Makro มาภายใต้กระบวนการชำระบัญชีของ CPRH แล้ว ผู้ถือหุ้นของ CPRH ได้แก่ บริษัทฯ CPH และ

CPM จะถือหุ้นทั้งทางตรงและทางอ้อมในสัดส่วนร้อยละ 65.97 ร้อยละ 20.43 และร้อยละ 10.21 ของหุ้นที่ออกและเรียกชำระแล้วทั้งหมดของ Makro ตามลำดับ

3.1.10 มูลค่าของสินทรัพย์ที่ได้มา

สินทรัพย์ที่บริษัทฯ ได้มาจากธุรกรรมกรับโอนกิจการทั้งหมด มีมูลค่าประมาณ 217,949,072,250 บาท

3.1.11 แหล่งที่มาของเงินทุนในการทำรายการ

Makro จะออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 5,010,323,500 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท ในราคาเสนอขายหุ้นละ 43.50 บาท แทนการชำระด้วยเงินสด (Payment in Kind) จัดสรรให้แก่ CPRH คิดเป็นมูลค่ารวมทั้งสิ้น จำนวน 217,949,072,250 บาท เป็นค่าตอบแทนการรับโอนกิจการทั้งหมดของ CPRH

3.1.12 เงื่อนไขในการทำรายการ

ธุรกรรมกรับโอนกิจการทั้งหมดและธุรกรรมกรจัดสรรหุ้นเพื่อตอบแทนการรับโอนกิจการทั้งหมดนั้น จะเกิดขึ้นต่อเมื่อเงื่อนไขบังคับก่อน ตามที่ระบุไว้ในสัญญาโอนกิจการทั้งหมด รวมถึงข้อตกลง และเอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกรรมดังกล่าวเสร็จสมบูรณ์ โดยเงื่อนไขบังคับก่อนที่สำคัญสามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

- (ก) ที่ประชุมผู้ถือหุ้นของ Makro มีมติอนุมัติธุรกรรมกรรับโอนกิจการทั้งหมดและธุรกรรมกรจัดสรรหุ้นเพื่อตอบแทนการรับโอนกิจการทั้งหมด รวมทั้งอนุมัติเรื่องต่าง ๆ ที่จำเป็น และ/หรือ เกี่ยวข้องกับธุรกรรมดังกล่าว ตามกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง
- (ข) ที่ประชุมผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ มีมติอนุมัติธุรกรรมกรรับโอนกิจการทั้งหมดและธุรกรรมกรจัดสรรหุ้นเพื่อตอบแทนการรับโอนกิจการทั้งหมด และการโอนกิจการทั้งหมดของ CPRH รวมถึงอนุมัติการเข้าทำสัญญาโอนกิจการทั้งหมด และเรื่องต่าง ๆ ที่จำเป็น และ/หรือ เกี่ยวข้องกับธุรกรรมดังกล่าว ตามกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง
- (ค) ที่ประชุมคณะกรรมการของ CPF CPM และ CPH มีมติอนุมัติการโอนกิจการทั้งหมดของ CPRH รวมถึงอนุมัติการเข้าทำสัญญาโอนกิจการทั้งหมด และเรื่องต่าง ๆ ที่จำเป็น และ/หรือ เกี่ยวข้องกับธุรกรรมดังกล่าว ตามกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง
- (ง) ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทและที่ประชุมผู้ถือหุ้นของ CPRH มีมติอนุมัติการโอนกิจการทั้งหมดให้แก่ Makro รวมถึงการเข้าทำสัญญาโอนกิจการทั้งหมด และเอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนการดำเนินการอื่นใดเพื่อให้การโอนกิจการทั้งหมดให้แก่ Makro เสร็จสมบูรณ์
- (จ) ณ วันที่โอนกิจการทั้งหมด ไม่มีเหตุการณ์หรือการกระทำใด ๆ เกิดขึ้นซึ่งอาจก่อให้เกิดผลกระทบในทางลบอย่างมีนัยสำคัญต่อกิจการทั้งหมดของ CPRH กิจการของ CPRD บริษัทในกลุ่มโลตัสส์ และบริษัทย่อยที่ CPRH ถือหุ้นอยู่มากกว่าร้อยละ 50.00 ขึ้นไปทั้งทางตรงและอ้อม และ/หรือ กิจการของ Makro และไม่มีเหตุการณ์ใด ๆ เกิดขึ้นซึ่งเป็นการขัดขวางการเข้าทำธุรกรรมกรรับโอนกิจการทั้งหมดและธุรกรรมกรจัดสรรหุ้นเพื่อตอบแทนการรับโอนกิจการทั้งหมด
- (ฉ) สำนักงาน ก.ล.ต. อนุมัติการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนให้แก่ CPRH ซึ่งเป็นการเสนอขายแบบเฉพาะเจาะจงให้แก่บุคคลในวงจำกัด (Private Placement)
- (ช) Makro บริษัทในกลุ่มของ Makro CPRH CPRD บริษัทในกลุ่มโลตัสส์ และบริษัทย่อยที่ CPRH ถือหุ้นอยู่มากกว่าร้อยละ 50.00 ขึ้นไปทั้งทางตรงและอ้อม ได้รับความยินยอม อนุญาต ตกลง หรือการผ่อนผันที่ต้องได้รับจากลูกค้า คู่ค้า เจ้าหนี้ทางการเงิน หรือคู่สัญญาที่เป็นบุคคลภายนอกของ Makro บริษัทในกลุ่มของ Makro CPRH CPRD บริษัทในกลุ่มโลตัสส์ และบริษัทย่อยที่ CPRH ถือหุ้นอยู่มากกว่าร้อยละ 50.00 ขึ้นไปทั้ง

ทางตรงและอ้อม สำหรับธุรกรรมการรับโอนกิจการทั้งหมดและธุรกรรมการจัดสรรหุ้นเพื่อตอบแทนการรับโอนกิจการทั้งหมด

- (ข) เพื่อให้ CPRH สามารถโอนหุ้นใน CPRD ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของทรัพย์สินของ CPRH ให้แก่ Makro ตามสัญญาโอนกิจการทั้งหมดได้ Makro จะลงนามในหนังสือค้ำประกัน เพื่อให้หลักประกันหนี้เงินกู้บางส่วน ของ CPRD ตามแบบที่เจ้าหน้าที่ของ CPRD และ Makro จะตกลงกัน โดยหนังสือค้ำประกันดังกล่าวจะมีผลใช้บังคับเมื่อ Makro ได้รับโอนหุ้นของ CPRD มาจาก CPRH แล้ว

3.2 รายการที่ 2 การจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์เกี่ยวกับการโอนกิจการทั้งหมดของ CPRH ให้แก่ Makro

3.2.1 ลักษณะโดยทั่วไปของรายการ

ที่ประชุมคณะกรรมการของบริษัทฯ ครั้งที่ 6/2564 เมื่อวันที่ 31 สิงหาคม 2564 มีมติอนุมัติการจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์เกี่ยวกับการโอนกิจการทั้งหมดของ CPRH ซึ่งเป็นบริษัทร่วมที่บริษัทฯ ถือหุ้นคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 40.00 ของทุนจดทะเบียนทั้งหมดของ CPRH ให้แก่ Makro ซึ่งมีมูลค่ารวม 87,179,628,900 บาท (โดยพิจารณาจากสัดส่วนการถือหุ้นของบริษัทฯ ใน CPRH ที่ร้อยละ 40.00) โดย CPRH จะดำเนินการจดทะเบียนเลิกบริษัทภายในปี 2564 ซึ่งอยู่ภายในรอบระยะเวลาบัญชีเดียวกันกับการโอนกิจการทั้งหมดของ CPRH และภายหลังการจดทะเบียนเลิกบริษัท ทรัพย์สินทั้งหมดของ CPRH ที่เหลืออยู่ รวมถึงหุ้นใน Makro ที่ CPRH จะได้รับเป็นค่าตอบแทนการโอนกิจการทั้งหมดจะถูกส่งมอบให้แก่ผู้ถือหุ้นของ CPRH ตามสัดส่วนการถือหุ้น ภายใต้กระบวนการชำระบัญชีของ CPRH (“ธุรกรรมการจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์เกี่ยวกับการโอนกิจการทั้งหมดของ CPRH”) และอนุมัติให้นำเสนอต่อที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ เพื่อพิจารณาอนุมัติต่อไป และมีมติอนุมัติการเข้าทำสัญญาโอนกิจการทั้งหมด ข้อตกลง และเอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกรรมการจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์เกี่ยวกับการโอนกิจการทั้งหมดของ CPRH นอกจากนี้ คณะกรรมการบริษัทฯ ได้มีมติอนุมัติให้บริษัทฯ ออกเสียงสนับสนุนการเข้าทำธุรกรรมการจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์เกี่ยวกับการโอนกิจการทั้งหมดของ CPRH และการเลิกบริษัทของ CPRH ในฐานะผู้ถือหุ้นของ CPRH ในที่ประชุมผู้ถือหุ้นของ CPRH

CPRH จะโอนกิจการทั้งหมดของ CPRH ให้แก่ Makro ด้วยวิธีโอนกิจการทั้งหมด (Entire Business Transfer) ซึ่งรวมถึงหุ้นร้อยละ 99.99 ใน CPRD ที่ CPRH ถืออยู่ และทรัพย์สินอื่นของ CPRH อาทิ เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด โดย Makro จะออกหุ้นเพิ่มทุนใหม่ให้แก่ CPRH ในจำนวนไม่เกิน 5,010,323,500 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.5 บาท ในราคาเสนอขาย 43.50 บาทต่อหุ้น เพื่อเป็นการชำระค่าตอบแทนสำหรับธุรกรรมการจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์เกี่ยวกับการโอนกิจการทั้งหมดของ CPRH แทนการชำระด้วยเงินสด (Payment in Kind)

3.2.2 วัตถุประสงค์และความจำเป็นของการเข้าทำรายการ

ธุรกรรมนี้เป็นธุรกรรมที่เกี่ยวข้องกับการได้มาซึ่งสินทรัพย์และการเข้าทำรายการที่เกี่ยวข้องกันเกี่ยวกับธุรกรรมการรับโอนกิจการทั้งหมดของ CPRH โดย Makro ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการปรับโครงสร้างทางธุรกิจและเพิ่มความแข็งแกร่งให้กับ Makro และ CPRD ซึ่งจะส่งเสริมกลยุทธ์ระยะยาวของ Makro เพื่อก้าวสู่การเป็นผู้นำในธุรกิจค้าปลีกค้าส่งสินค้าอุปโภคบริโภค และขยายขอบเขตการดำเนินธุรกิจในระดับภูมิภาค และเสริมสร้างความแข็งแกร่งทางธุรกิจจากประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการผสานจุดเด่นในแง่มุมต่าง ๆ ของ Makro และกลุ่มโลตัสส์ อาทิ ความครอบคลุมของรูปแบบร้านค้า นอกจากนี้ยังช่วยผสานประโยชน์ในการดำเนินการร่วมกันให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และคาดว่าจะสร้างประโยชน์ต่อบริษัทฯ และผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ ในอนาคต

3.2.3 วัน เดือน ปี ที่เกิดรายการ

ประมาณ 1 ถึง 3 สัปดาห์ นับจากวันประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ

3.2.4 คู่สัญญาที่เกี่ยวข้องและความสัมพันธ์ระหว่างคู่สัญญา

ผู้รับโอนกิจการทั้งหมด : Makro
 ผู้โอนกิจการทั้งหมด : CPRH
 ความสัมพันธ์กับบริษัทฯ : บริษัทฯ ถือหุ้นร้อยละ 40.00 ของทุนจดทะเบียนทั้งหมดของ CPRH

3.2.5 ประเภทและขนาดของรายการ

ประเภทและขนาดของรายการตามประกาศการได้มาและจำหน่ายไป

ธุรกรรมการจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์เกี่ยวกับการโอนกิจการทั้งหมดของ CPRH (โดยพิจารณาจากสัดส่วนการถือหุ้นของบริษัทฯ ใน CPRH ที่ร้อยละ 40.00) เข้าข่ายเป็นรายการจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์ตามประกาศรายการได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์ ซึ่งเมื่อคำนวณมูลค่าของรายการตามเกณฑ์มูลค่าสินทรัพย์ที่มีตัวตนสุทธิ (NTA) พบว่ามีมูลค่าของรายการสูงสุดเท่ากับร้อยละ 92.97 ตามงบการเงินรวมของบริษัทฯ ซึ่งสอบทานแล้วโดยผู้สอบบัญชี สำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุด ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2564 ทั้งนี้ เมื่อพิจารณารวมกับธุรกรรมการเสนอขายหุ้นของบริษัทฯ ตามที่ได้ชี้แจงในข้อ 3.3.5 และรายการจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์ของบริษัทฯ และ/หรือ บริษัทย่อยของบริษัทฯ ที่เกิดขึ้นในรอบหกเดือนที่ผ่านมา รวมเป็นมูลค่าของรายการสูงสุดตามเกณฑ์มูลค่าสินทรัพย์ที่มีตัวตนสุทธิ (NTA) เท่ากับร้อยละ 109.06 จึงถือเป็นรายการจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์ประเภทที่ 1 ตามประกาศรายการได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์ โดยมีรายละเอียดการคำนวณขนาดรายการดังต่อไปนี้

ข้อมูลทางการเงินที่ใช้ในการคำนวณขนาดรายการ

หน่วย : ล้านบาท

	บริษัทฯ	CPRH	CPRD
ข้อมูลทางการเงิน	งบการเงินรวม สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2564	งบการเงินเฉพาะกิจการ สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563	ข้อมูลทางการเงินรวม เสมือนสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563
สินทรัพย์ที่มีตัวตนสุทธิ ⁽¹⁾ (NTA)	85,826	199,479	
สินทรัพย์รวม	513,087		
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	12,359 ⁽²⁾		1,778

หมายเหตุ: (1) สินทรัพย์ที่มีตัวตนสุทธิตำหนดโดยใช้สินทรัพย์รวม หักด้วยสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน หนี้สินรวม และส่วนของผู้ถือหุ้นส่วนน้อย

(2) กำไร (ขาดทุน) สุทธิส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ ย้อนหลัง 12 เดือน

ตารางเกณฑ์ที่ใช้ในการคำนวณขนาดรายการจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์

หน่วย : ล้านบาท (ยกเว้นกำหนดไว้เป็นอย่างอื่น)

เกณฑ์ที่ใช้ในการคำนวณ	หลักเกณฑ์การคำนวณ	การโอนกิจการทั้งหมดของ CPRH	รวมขนาดธุรกรรม (ร้อยละ)
1. เกณฑ์มูลค่าสินทรัพย์ที่มีตัวตนสุทธิ (NTA)	$\frac{((\text{NTA ของบริษัทที่จะจำหน่าย} \times \text{สัดส่วนที่จะจำหน่าย}) \times 100)}{(\text{NTA ของบริษัทจดทะเบียน})}$	$\frac{((199,479 \times 40\%) \times 100)}{85,826}$	92.97
2. กำไรสุทธิจากการดำเนินงาน	$\frac{((\text{กำไรสุทธิจากการดำเนินงานของบริษัทที่จะจำหน่าย} \times \text{สัดส่วนที่จะจำหน่าย}) \times 100)}{\text{กำไรสุทธิจากการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียน}}$	$\frac{((1,778 \times 40\%) \times 100)}{12,359}$	5.75
3. มูลค่ารวมของสิ่งตอบแทน	$\frac{(\text{มูลค่ารายการที่จำหน่าย} \times 100)}{\text{สินทรัพย์รวมของบริษัทจดทะเบียน}}$	$\frac{((217,949 \times 40\%) \times 100)}{513,087}$	16.99
4. เกณฑ์มูลค่าหุ้นที่บริษัทออกเพื่อชำระสินทรัพย์	-	-	-

3.2.6 รายละเอียดของสินทรัพย์ที่จำหน่ายไป

CPRH จะโอนกิจการทั้งหมดให้แก่ Makro อันประกอบไปด้วยสินทรัพย์และหนี้สินทั้งปวง อันมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

(1) รายการสินทรัพย์

(1.1) หุ้นทั้งหมดใน CPRD ที่ CPRH ถือจำนวน 1,994,745,742 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท หรือคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 99.99 ของจำนวนหุ้นที่ออกและเรียกชำระแล้วทั้งหมดของ CPRD

(1.2) ทรัพย์สินอื่นที่มีอยู่ ณ วันที่โอนกิจการทั้งหมด

(2) รายการหนี้สิน

หนี้สินทั้งหมดที่มีอยู่ ณ วันที่โอนกิจการทั้งหมด

3.2.7 ข้อมูลทั่วไปของ CPRH และ ข้อมูลทั่วไปของบริษัทย่อยของ CPRH

โปรดพิจารณาข้อมูลทั่วไปของ CPRH และ ข้อมูลทั่วไปของบริษัทย่อยของ CPRH ในหัวข้อ 3.1.7 และ 3.1.8

3.2.8 มูลค่ารวมของสิ่งตอบแทน และเกณฑ์ที่ใช้ในการกำหนดมูลค่าสิ่งตอบแทน

มูลค่ารวมของสิ่งตอบแทนสำหรับธุรกรรมการจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์เกี่ยวกับการโอนกิจการทั้งหมดของ CPRH มีมูลค่ารวม 87,179,628,900 บาท (โดยพิจารณาจากสัดส่วนการถือหุ้นของบริษัทฯ ใน CPRH ที่ร้อยละ 40.00) โดย Makro จะออกหุ้นเพิ่มทุนใหม่ให้แก่ CPRH ในจำนวนไม่เกิน 5,010,323,500 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.5 บาท ในราคาเสนอขาย 43.50 บาทต่อหุ้น เพื่อเป็นการชำระค่าตอบแทนสำหรับธุรกรรมการจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์เกี่ยวกับการโอนกิจการทั้งหมดของ CPRH แทนการชำระด้วยเงินสด (Payment in Kind) โดยเป็นมูลค่าที่เป็นไปตามการเจรจากันระหว่าง Makro และ CPRH โดยอ้างอิงจากการประเมินโดยวิธีคิดลดกระแสเงินสดและวิธีเปรียบเทียบกับราคาตลาดกับบริษัทที่ประกอบธุรกิจใกล้เคียง

3.2.9 มูลค่าของสินทรัพย์ที่จำหน่ายไป

สินทรัพย์ที่บริษัทฯ จำหน่ายไปในธุรกรรมการจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์เกี่ยวกับการโอนกิจการทั้งหมดของ CPRH มีมูลค่าประมาณ 87,179,628,900 บาท (โดยพิจารณาจากสัดส่วนการถือหุ้นของบริษัทฯ ใน CPRH ที่ร้อยละ 40.00)

3.2.10 เงื่อนไขในการทำรายการ

ธุรกรรมการจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์เกี่ยวกับการโอนกิจการทั้งหมดของ CPRH นั้น จะเกิดขึ้นต่อเมื่อเงื่อนไขบังคับก่อน ตามที่ระบุไว้ในสัญญาโอนกิจการทั้งหมด รวมถึงข้อตกลงและเอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกันกับธุรกรรมดังกล่าวเสร็จสมบูรณ์โดยเงื่อนไขบังคับก่อนที่สำคัญสามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

- (ก) ที่ประชุมผู้ถือหุ้นของ Makro มีมติอนุมัติธุรกรรมการรับโอนกิจการทั้งหมดและธุรกรรมการจัดสรรหุ้นเพื่อตอบแทนการรับโอนกิจการทั้งหมด รวมทั้งอนุมัติเรื่องต่าง ๆ ที่จำเป็น และ/หรือ เกี่ยวข้องกับธุรกรรมดังกล่าว ตามกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง
- (ข) ที่ประชุมผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ มีมติอนุมัติธุรกรรมการรับโอนกิจการทั้งหมดและธุรกรรมการจัดสรรหุ้นเพื่อตอบแทนการรับโอนกิจการทั้งหมด และการโอนกิจการทั้งหมดของ CPRH รวมถึงอนุมัติการเข้าทำสัญญาโอนกิจการทั้งหมด และเรื่องต่าง ๆ ที่จำเป็น และ/หรือ เกี่ยวข้องกับธุรกรรมดังกล่าวตามกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง
- (ค) ที่ประชุมคณะกรรมการของ CPF CPM และ CPH มีมติอนุมัติการโอนกิจการทั้งหมดของ CPRH รวมถึงอนุมัติการเข้าทำสัญญาโอนกิจการทั้งหมด และเรื่องต่าง ๆ ที่จำเป็น และ/หรือ เกี่ยวข้องกับธุรกรรมดังกล่าว ตามกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง
- (ง) ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทและที่ประชุมผู้ถือหุ้นของ CPRH มีมติอนุมัติการโอนกิจการทั้งหมดให้แก่ Makro รวมถึงการเข้าทำสัญญาโอนกิจการทั้งหมด และเอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนการดำเนินการอื่นใดเพื่อให้การโอนกิจการทั้งหมดให้แก่ Makro เสร็จสมบูรณ์
- (จ) ณ วันที่โอนกิจการทั้งหมด ไม่มีเหตุการณ์หรือการกระทำใด ๆ เกิดขึ้นซึ่งอาจก่อให้เกิดผลกระทบในทางลบอย่างมีนัยสำคัญต่อกิจการทั้งหมดของ CPRH กิจการของ CPRD บริษัทในกลุ่มโลตัสส์ และบริษัทย่อยที่ CPRH ถือหุ้นอยู่มากกว่าร้อยละ 50.00 ขึ้นไปทั้งทางตรงและอ้อม และ/หรือ กิจการของ Makro และไม่มีเหตุการณ์ใด ๆ เกิดขึ้นซึ่งเป็นการขัดขวางการเข้าทำธุรกรรมการรับโอนกิจการทั้งหมดและธุรกรรมการจัดสรรหุ้นเพื่อตอบแทนการรับโอนกิจการทั้งหมด
- (ฉ) สำนักงาน ก.ล.ต. อนุมัติการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนให้แก่ CPRH ซึ่งเป็นการเสนอขายแบบเฉพาะเจาะจงให้แก่บุคคลในวงจำกัด (Private Placement)
- (ช) Makro บริษัทในกลุ่มของ Makro CPRH CPRD บริษัทในกลุ่มโลตัสส์ และบริษัทย่อยที่ CPRH ถือหุ้นอยู่มากกว่าร้อยละ 50.00 ขึ้นไปทั้งทางตรงและอ้อม ได้รับความยินยอม อนุญาต ตกลง หรือการผ่อนผันที่ต้องได้รับจากลูกค้า คู่ค้า เจ้าหนี้ทางการเงิน หรือคู่สัญญาที่เป็นบุคคลภายนอกของ Makro บริษัทในกลุ่มของ Makro CPRH CPRD บริษัทในกลุ่มโลตัสส์ และบริษัทย่อยที่ CPRH ถือหุ้นอยู่มากกว่าร้อยละ 50.00 ขึ้นไปทั้งทางตรงและอ้อม สำหรับธุรกรรมการรับโอนกิจการทั้งหมดและธุรกรรมการจัดสรรหุ้นเพื่อตอบแทนการรับโอนกิจการทั้งหมด
- (ซ) เพื่อให้ CPRH สามารถโอนหุ้นใน CPRD ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของทรัพย์สินของ CPRH ให้แก่ Makro ตามสัญญาโอนกิจการทั้งหมดได้ Makro จะลงนามในหนังสือค้ำประกัน เพื่อให้หลักประกันหนี้เงินกู้บางส่วน of CPRD ตามแบบที่เจ้าหนี้ของ CPRD และ Makro จะตกลงกัน โดยหนังสือค้ำประกันดังกล่าวจะมีผลใช้บังคับเมื่อ Makro ได้รับโอนหุ้นของ CPRD มาจาก CPRH แล้ว

3.3 รายการที่ 3 การจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์จากการเสนอขายหุ้นใน Makro ให้แก่ประชาชนทั่วไป (Public Offering)

3.3.1 ลักษณะโดยทั่วไปของรายการ

ที่ประชุมคณะกรรมการของ บริษัท ครั้งที่ 6/2564 เมื่อวันที่ 31 สิงหาคม 2564 ได้มีมติอนุมัติรายการต่าง ๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับการเสนอขายหุ้นสามัญใน Makro ต่อประชาชนทั่วไป (Public Offering) (ภายหลังธุรกรรมการรับโอนกิจการทั้งหมดเสร็จสมบูรณ์) ดังต่อไปนี้ และอนุมัติให้นำเสนอต่อที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นของบริษัท เพื่อพิจารณาอนุมัติต่อไป

บริษัท จะดำเนินการต่าง ๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับการเสนอขายหุ้นสามัญใน Makro ดังต่อไปนี้

- (1) บริษัท จะดำเนินการเสนอขายหุ้นสามัญบางส่วนที่บริษัท ถืออยู่ใน Makro ให้แก่ประชาชนทั่วไป (Public Offering) พร้อมกันกับการออกและเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนให้แก่ประชาชนทั่วไป (Public Offering) ของ Makro ในจำนวนไม่เกิน 363,200,000 หุ้น ซึ่งมูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท คิดสัดส่วนไม่เกินร้อยละ 3.70 ของจำนวนหุ้นสามัญที่ออกและจำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของ Makro ภายหลังจากธุรกรรมการจัดสรรหุ้นเพื่อตอบแทนการรับโอนกิจการทั้งหมดเสร็จสิ้น หรือคิดเป็นสัดส่วนไม่เกินร้อยละ 3.25 ของจำนวนหุ้นสามัญที่ออกและจำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของ Makro ภายหลังจากการออกและเสนอขายหุ้นสามัญที่ออกใหม่ต่อประชาชนทั่วไปของ Makro (Public Offering) เสร็จสิ้น

ทั้งนี้ Makro จะมีการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวนไม่เกิน 6,372,323,500 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท โดยแบ่งเป็น (ก) จำนวนไม่เกิน 5,010,323,500 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท ให้แก่ CPRH เพื่อชำระเป็นค่าตอบแทนการรับโอนกิจการทั้งหมด แทนการชำระด้วยเงินสด (Payment in Kind) และ (ข) จำนวนไม่เกิน 1,362,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท เพื่อเสนอขายให้แก่ประชาชนทั่วไป (Public Offering)

- (2) บริษัท จะให้ผู้จัดหาหุ้นส่วนเกิน (Over-Allotment Agent) ยืมหุ้นสามัญที่บริษัท ถืออยู่ใน Makro ในจำนวนไม่เกิน 340,500,000 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนไม่เกินร้อยละ 3.47 ของจำนวนหุ้นสามัญที่ออกและจำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของ Makro ภายหลังจากธุรกรรมการจัดสรรหุ้นเพื่อตอบแทนการรับโอนกิจการทั้งหมดเสร็จสิ้น หรือคิดเป็นสัดส่วนไม่เกินร้อยละ 3.05 ของจำนวนหุ้นสามัญที่ออกและจำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของ Makro ภายหลังจากการออกและเสนอขายหุ้นสามัญที่ออกใหม่ต่อประชาชนทั่วไปของ Makro (Public Offering) เสร็จสิ้น สำหรับกระบวนการจัดสรรหุ้นเกินกว่าจำนวนที่จัดจำหน่าย (Over-Allotment) และ

- (3) บริษัท จะให้สิทธิแก่ผู้จัดหาหุ้นส่วนเกิน (Over-Allotment Agent) ซื้อหุ้นสามัญที่บริษัท ถืออยู่ใน Makro ในจำนวนไม่เกิน 340,500,000 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนไม่เกินร้อยละ 3.47 ของจำนวนหุ้นสามัญที่ออกและจำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของ Makro ภายหลังจากธุรกรรมการจัดสรรหุ้นเพื่อตอบแทนการรับโอนกิจการทั้งหมดเสร็จสิ้น หรือคิดเป็นสัดส่วนไม่เกินร้อยละ 3.05 ของจำนวนหุ้นสามัญที่ออกและจำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของ Makro ภายหลังจากการออกและเสนอขายหุ้นสามัญที่ออกใหม่ต่อประชาชนทั่วไปของ Makro (Public Offering) เสร็จสิ้น เพื่อส่งคืนหุ้นที่ผู้จัดหาหุ้นส่วนเกิน (Over-Allotment Agent) ยืมจากบริษัท ไม่ว่าจะทั้งหมดหรือบางส่วน อันเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการจัดสรรหุ้นเกินกว่าจำนวนที่จัดจำหน่าย (Over-Allotment) ของการออกและเสนอขายหุ้นสามัญต่อประชาชนทั่วไป

ทั้งนี้ ในกรณีที่ผู้จัดหาหุ้นส่วนเกิน (Over-Allotment Agent) ใช้สิทธิในการซื้อหุ้น Option ทั้งหมดจากบริษัท สัดส่วนการถือหุ้นใน Makro ของบริษัท จะลดลงเหลือไม่ต่ำกว่าร้อยละ 51.63 ของจำนวนหุ้นสามัญที่ออกและจำหน่ายได้

แล้วทั้งหมดของ Makro ภายหลังจากการออกและเสนอขายหุ้นสามัญที่ออกใหม่ต่อประชาชนทั่วไปของ Makro (Public Offering) เสร็จสิ้น

3.3.2 วัตถุประสงค์และความจำเป็นของการเข้าทำรายการ

บริษัทฯ จะดำเนินการเสนอขายหุ้นสามัญบางส่วนที่บริษัทฯ ถืออยู่ใน Makro ให้แก่ประชาชนทั่วไป (Public Offering) พร้อมกันกับการออกและเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนให้แก่ประชาชนทั่วไป (Public Offering) ของ Makro ภายหลังจากธุรกรรมการจัดสรรหุ้นเพื่อตอบแทนการรับโอนกิจการทั้งหมดเสร็จสิ้น ซึ่งจะช่วยเพิ่มการกระจายการถือหุ้นให้แก่ผู้ถือหุ้นรายย่อย (Free Float) ของ Makro ให้สอดคล้องกับเกณฑ์การดำรงสถานะของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ และทำให้สภาพคล่องการซื้อขายหุ้นสามัญของ Makro เพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ บริษัทฯ และ Makro จะได้รับเงินจากการระดมทุนซึ่งสามารถนำไปใช้ในการลงทุนขยายธุรกิจ หรือนำไปชำระหนี้สินที่มีอยู่ในปัจจุบันเพื่อให้สอดคล้องกับแผนธุรกิจต่างๆ ที่วางไว้

3.3.3 วัน เดือน ปี ที่เกิดรายการ

ภายหลังจากธุรกรรมการรับโอนกิจการทั้งหมด และธุรกรรมการจัดสรรหุ้นเพื่อตอบแทนการรับโอนกิจการทั้งหมดเสร็จสมบูรณ์ และภายหลังจากที่ Makro ได้รับอนุญาตให้เสนอขายหุ้นสามัญให้แก่ประชาชนทั่วไป (Public Offering) จากสำนักงาน ก.ล.ต. และแบบแสดงรายการข้อมูลการเสนอขายหลักทรัพย์และหนังสือชี้ชวน มีผลใช้บังคับแล้ว

3.3.4 คู่สัญญาที่เกี่ยวข้องและความสัมพันธ์ระหว่างคู่สัญญา

- ผู้ซื้อ :
- (1) ประชาชนเป็นการทั่วไป และ/หรือนักลงทุนสถาบัน
 - (2) ผู้ถือหุ้นเดิมของ (ก) Makro (ยกเว้นบริษัทฯ และบริษัทย่อยของบริษัทฯ) (ข) บริษัทฯ (ยกเว้นกลุ่ม CPG ตามแบบ 56-1 ประจำปี 2563 ของบริษัทฯ) และ (ค) บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) (“CPF”) (ยกเว้นกลุ่ม CPG ตามแบบ 56-1 ประจำปี 2563 ของ CPF)
 - (3) ลูกค้า ผู้จำหน่ายวัตถุดิบ หรือบุคคลที่สร้างประโยชน์อื่นใด (ผู้มีอุปการคุณ) ของ Makro บริษัทฯ CPM และหรือ CPH (หากมี)
 - (4) ผู้ลงทุนหลักโดยเฉพาะเจาะจง (Cornerstone Investors) (หากมี)
- ผู้ขาย : บริษัทฯ

3.3.5 ประเภทและขนาดของรายการ

ธุรกรรมการเสนอขายหุ้นของบริษัทฯ เข้าข่ายเป็นรายการจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์ ซึ่งเมื่อคำนวณมูลค่าของขนาดรายการ ตามเกณฑ์มูลค่าสินทรัพย์ที่มีตัวตนสุทธิ (NTA) พบว่ามีมูลค่าของรายการสูงสุดเท่ากับร้อยละ 15.93 ตามงบการเงินรวมของบริษัทฯ ซึ่งสอบทานแล้วโดยผู้สอบบัญชี สำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุด วันที่ 30 มิถุนายน 2564 ทั้งนี้ เมื่อพิจารณารวมกับธุรกรรมการจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์เกี่ยวกับการโอนกิจการทั้งหมดของ CPRH ตามที่ได้ชี้แจงในข้อ 3.2.5 และรายการจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์ของบริษัทฯ และ/หรือ บริษัทย่อยของบริษัทฯ ในรอบหกเดือนที่ผ่านมาเป็นผลให้มูลค่าของรายการสูงสุดตามเกณฑ์มูลค่าสินทรัพย์ที่มีตัวตนสุทธิ (NTA) เท่ากับร้อยละ 109.06 จึงถือเป็นรายการจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์ประเภทที่ 1 ตามประกาศรายการได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์ โดยมีรายละเอียดการคำนวณขนาดรายการดังต่อไปนี้

ข้อมูลทางการเงินที่ใช้ในการคำนวณขนาดรายการ

หน่วย : ล้านบาท

	บริษัทฯ	Makro	CPRH	CPRD
ข้อมูลทางการเงิน	งบการเงินรวม สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2564	งบการเงินรวม สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2564	งบการเงินเฉพาะ กิจการสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563	ข้อมูลทางการเงิน รวมเสมือน สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563
สินทรัพย์ที่มีตัวตนสุทธิ ⁽¹⁾ (NTA)	85,826	17,565	199,479	
สินทรัพย์รวม	513,087	70,131		
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	12,359 ⁽²⁾	6,723 ⁽²⁾		1,778

หมายเหตุ: (1) สินทรัพย์ที่มีตัวตนสุทธิตามคำนวณโดยใช้สินทรัพย์รวม หักด้วยสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน หนี้สินรวม และส่วนของผู้ถือหุ้นส่วนน้อย

(2) กำไร (ขาดทุน) สุทธิส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ ย้อนหลัง 12 เดือน

ตารางเกณฑ์ที่ใช้ในการคำนวณขนาดรายการจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์

หน่วย : ล้านบาท (ยกเว้นกำหนดไว้เป็นอย่างอื่น)

เกณฑ์ที่ใช้ในการคำนวณ	หลักเกณฑ์การคำนวณ	การจำหน่ายไปซึ่งหุ้นที่บริษัทฯ ถืออยู่ใน Makro	รวมขนาดธุรกรรม (ร้อยละ)
1. เกณฑ์มูลค่าสินทรัพย์ที่มีตัวตนสุทธิ (NTA)	$\frac{((\text{NTA ของบริษัทที่จำหน่าย} \times \text{สัดส่วนที่จำหน่าย}) \times 100)}{(\text{NTA ของบริษัทจดทะเบียน})}$	$\frac{(((17,565+199,479) \times 6.30\%) \times 100)}{85,826}$	15.93
2. กำไรสุทธิจากการดำเนินงาน	$\frac{((\text{กำไรสุทธิจากการดำเนินงานของบริษัทที่จำหน่าย} \times \text{สัดส่วนที่จำหน่าย}) \times 100)}{\text{กำไรสุทธิจากการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียน}}$	$\frac{(((6,723+1,778) \times 6.30\%) \times 100)}{12,359}$	4.33
3. มูลค่ารวมของสิ่งตอบแทน	$\frac{(\text{มูลค่ารายการที่จำหน่าย} \times 100)}{\text{สินทรัพย์รวมของบริษัทจดทะเบียน}}$	$\frac{((703.7 \times 39.52^{(1)}) \times 100)}{513,087}$	5.42
4. เกณฑ์มูลค่าหุ้นที่บริษัทออกเพื่อชำระสินทรัพย์	-	-	-

หมายเหตุ: (1) มูลค่ารายการที่จำหน่ายไปต่อหุ้น คำนวณจากราคาเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของหุ้นสามัญของ Makro ในตลาดหลักทรัพย์ฯ ย้อนหลัง 15 วันทำการติดต่อกันก่อนวันที่คณะกรรมการ บริษัทฯ มีมติ คือ ระหว่างวันที่ 9 ถึง 30 สิงหาคม 2564 ซึ่งมีราคาเท่ากับ 39.52 บาทต่อหุ้น (ข้อมูลจาก SETSMART ตาม www.setsmart.com)

3.3.6 รายละเอียดของสินทรัพย์ที่จำหน่ายไป

หุ้นสามัญรวมจำนวน 703,700,000 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 6.30 ของจำนวนหุ้นสามัญที่ออกและจำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของ Makro ภายหลังจากออกและเสนอขายหุ้นสามัญที่ออกใหม่ต่อประชาชนทั่วไปของ Makro (Public Offering) เสร็จสิ้น

ซึ่งประกอบด้วย (1) หุ้นที่เสนอขายของบริษัทฯ จำนวนไม่เกิน 363,200,000 หุ้น และ (2) หุ้น Option จำนวนไม่เกิน 340,500,000 หุ้น

3.3.7 ข้อมูลทั่วไปของ Makro

(1) ลักษณะการประกอบธุรกิจ

ชื่อบริษัท	บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน)
ประเภทธุรกิจ	ธุรกิจค้าส่งสินค้าอุปโภคบริโภค
ที่ตั้งสำนักงาน	1468 ถนนพัฒนาการ แขวงพัฒนาการ เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร
เลขที่ทะเบียนนิติบุคคล	0107537000521
วันที่จดทะเบียนบริษัท	11 กุมภาพันธ์ 2537
ทุนจดทะเบียน ณ วันที่ 31 กรกฎาคม 2564	2,400,000,000 บาท
ทุนที่ออกและชำระแล้ว ณ วันที่ 31 กรกฎาคม 2564	2,400,000,000 บาท

(2) การประกอบธุรกิจของ Makro

Makro ประกอบธุรกิจศูนย์จำหน่ายสินค้าแบบชำระเงินสดและบริการตนเอง (cash & carry) ภายใต้ชื่อ "แม็คโคร" เพื่อจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค และยังประกอบธุรกิจนำเข้า ส่งออก และจำหน่ายสินค้าอาหารแช่แข็ง และแช่เย็น พร้อมบริการด้านจัดเก็บและจัดส่ง

(3) รายชื่อผู้ถือหุ้น 10 รายแรกของ Makro ณ วันที่ 15 มีนาคม 2564

ลำดับ	รายชื่อผู้ถือหุ้น	จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น)	สัดส่วนของสิทธิออกเสียง (ร้อยละ)
1	บริษัท สยามแม็คโคร โฮลดิ้ง (ประเทศไทย) จำกัด ⁽¹⁾	2,640,302,800	55.01
2	บริษัทฯ	1,827,598,700	38.07
3	กองทุนเปิด บั๊วหลวงหุ้นระยะยาว	38,441,700	0.8
4	นาย ปริญญา เรือรวั	34,300,000	0.71
5	บริษัท ไทยเอ็นวีดีอาร์ จำกัด	18,879,397	0.39
6	กองทุนเปิด บั๊วหลวงหุ้นระยะยาว 75/25	17,106,100	0.36
7	กองทุนเปิด บั๊วหลวงเฟล็กซิเบิลเพื่อการเลี้ยงชีพ	11,310,300	0.24
8	กองทุนเปิด บั๊วหลวงตราสารทุนเพื่อการเลี้ยงชีพ	8,302,900	0.17
9	SOUTH EAST ASIA UK (TYPE C) NOMINEES LIMITED	7,107,958	0.15
10	กองทุนเปิด บั๊วหลวงปัจจัย 4 หุ้นระยะยาวปันผล	6,287,300	0.13
	รวม	4,609,637,155	96.03

หมายเหตุ: (1) บริษัท สยามแม็คโคร โฮลดิ้ง (ประเทศไทย) จำกัด เป็นบริษัทย่อยทางอ้อมร้อยละ 99.99 ของบริษัทฯ บริษัทฯ มีสัดส่วนการถือหุ้นใน Makro รวมกันร้อยละ 93.08 ของหุ้นที่ออกและเรียกชำระแล้วทั้งหมดของ Makro

ทั้งนี้ รายชื่อผู้ถือหุ้นภายหลังธุรกรรมการรับโอนกิจการทั้งหมด และธุรกรรมการจัดสรรหุ้นเพื่อตอบแทนการรับโอนกิจการทั้งหมด และก่อนการทำคำเสนอซื้อหลักทรัพย์ของ CPM และ CPH ปรากฏตามรายละเอียดดังต่อไปนี้

ลำดับ	รายชื่อผู้ถือหุ้น	จำนวนหุ้นที่ถือ (หุ้น)	สัดส่วนของสิทธิออกเสียง (ร้อยละ)
1	บริษัทฯ	3,831,728,100	39.06
2	บริษัท สยามแม็คโคร โฮลดิ้ง (ประเทศไทย) จำกัด	2,640,302,800	26.91
3	CPH	2,004,129,400	20.43
4	CPM	1,002,064,700	10.21
5	ผู้ถือหุ้นรายย่อย	332,098,500	3.39
	รวม	9,810,323,500	100.00

(4) รายชื่อคณะกรรมการของ Makro ณ วันที่ 31 กรกฎาคม 2564

ลำดับ	รายชื่อ	ตำแหน่ง
1	นายศุภชัย เจียรนวนนท์	กรรมการ
2	นายก่อศักดิ์ ไชยรัศมีศักดิ์	กรรมการ
3	นางสุชาดา อธิจิรากุล	กรรมการ
4	นายอำรุง สรรพสิทธิ์วงศ์	กรรมการ
5	นายปิยะวัฒน์ ฐิตะสัทธาวรกุล	กรรมการ
6	นายพิทยา เจียรวิสิฐกุล	กรรมการ
7	นายอดิเรก ศรีประทักษ์	กรรมการ
8	นายประเสริฐ จารุพนิช	กรรมการ
9	นายณรงค์ เจียรนวนนท์	กรรมการ
10	นางเสาวลักษณ์ ธิฐาพันธ์	กรรมการ
11	นายโชติ โภควนิช	กรรมการอิสระ
12	นายเรวัต น้าเฉลิม	กรรมการอิสระ
13	นางกรรณิการ์ งามโสภี	กรรมการอิสระ
14	นายจักร บุญหลง	กรรมการอิสระ
15	นายประสพสุข บุญเดช	กรรมการอิสระ

(5) สรุปฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงาน

ข้อมูลทางการเงินที่สำคัญของ Makro สำหรับปีสิ้นสุด วันที่ 31 ธันวาคม 2561 2562 และ 2563 และสำหรับสำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุด วันที่ 30 มิถุนายน 2564 ตามงบการเงินรวมของ Makro ซึ่งสอบทานแล้วโดยผู้สอบบัญชี สามารถสรุปได้ดังนี้

หน่วย : ล้านบาท

	ระยะเวลาสิ้นสุด วันที่ 31 ธันวาคม 2561	ระยะเวลาสิ้นสุด วันที่ 31 ธันวาคม 2562	ระยะเวลาสิ้นสุด วันที่ 31 ธันวาคม 2563	ระยะเวลาสิ้นสุด วันที่ 30 มิถุนายน 2564
งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ				
รวมรายได้ ⁽¹⁾	192,930.09	210,627.04	218,760.19	111,052.81
รวมค่าใช้จ่าย ⁽²⁾	185,120.27	202,422.55	209,803.69	106,981.01
กำไรขั้นต้น ⁽³⁾	18,943.85	21,167.71	22,123.90	10,702.92
กำไรสุทธิ ⁽⁴⁾	5,941.99	6,244.59	6,562.67	3,020.86
งบแสดงฐานะทางการเงิน				
รวมสินทรัพย์	62,065.26	62,641.33	74,034.15	70,130.98
รวมหนี้สิน	42,808.63	41,906.96	51,323.64	47,274.21
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	19,256.63	20,734.37	22,710.52	22,856.77

หมายเหตุ: (1) รายได้รวม ประกอบด้วย รายได้จากการขายสินค้า รายได้จากการให้บริการ และรายได้อื่น

(2) ค่าใช้จ่ายรวม ประกอบด้วย ต้นทุนขายสินค้า ต้นทุนในการจัดจำหน่าย และค่าใช้จ่ายในการบริหาร

(3) กำไรขั้นต้น คัดจากรายได้จากการขายสินค้า หักด้วยต้นทุนขายสินค้า

(4) กำไรสุทธิ ส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของ Makro

3.3.8 มูลค่ารวมของสิ่งตอบแทน และเกณฑ์ที่ใช้ในการกำหนดมูลค่าสิ่งตอบแทน

มูลค่ารวมของสิ่งตอบแทนสำหรับธุรกรรมการเสนอขายหุ้นของบริษัทฯ จะเป็นไปตามราคาเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนและหุ้นสามัญเดิมของ Makro ที่จะเสนอขายต่อประชาชนทั่วไป (Public Offering) ซึ่งปัจจุบันยังไม่มีกำหนดราคาเสนอขายหุ้นแต่อย่างใด โดยการกำหนดราคาเสนอขายจะกระทำผ่านกระบวนการที่เปิดให้ผู้ลงทุนสถาบันแสดงความประสงค์ที่จะซื้อหุ้นของ Makro ณ ระดับราคาที่ต้องการ (Book building) ซึ่งผ่านการสำรวจโดยบริษัทหลักทรัพย์หรือวิธีอื่น ๆ ตามความเหมาะสม

3.3.9 มูลค่าของสินทรัพย์ที่จำหน่ายไป

สินทรัพย์ที่จำหน่ายไป ได้แก่ หุ้นสามัญบางส่วนที่บริษัทฯ ถืออยู่ใน Makro โดยบริษัทฯ จะได้รับสิ่งตอบแทนเป็นเงินสดจากนักลงทุน ซึ่งในปัจจุบันยังไม่มีกำหนดราคาเสนอขายหุ้นต่อประชาชนทั่วไป (Public Offering) โดยการกำหนดราคาเสนอขายจะกระทำผ่านกระบวนการที่เปิดให้ผู้ลงทุนสถาบันแสดงความประสงค์ที่จะซื้อหุ้นของ Makro ณ ระดับราคาที่ต้องการ (Book Building) ซึ่งผ่านการสำรวจโดยบริษัทหลักทรัพย์หรือวิธีอื่น ๆ ตามความเหมาะสม

3.3.10 เงื่อนไขในการทำรายการ

- (ก) ที่ประชุมผู้ถือหุ้นของ Makro มีมติอนุมัติให้ Makro ดำเนินการออกและเสนอขายหุ้นเพิ่มทุนให้แก่ประชาชนทั่วไป (Public Offering) และมีมติอนุมัติธุรกรรมการรับโอนกิจการทั้งหมดและธุรกรรมการจัดสรรหุ้นเพื่อตอบแทนการรับโอนกิจการทั้งหมด
- (ข) Makro ดำเนินการจดทะเบียนเพิ่มทุนจดทะเบียนต่อกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์
- (ค) ธุรกรรมการรับโอนกิจการทั้งหมดและธุรกรรมการจัดสรรหุ้นเพื่อตอบแทนการรับโอนกิจการทั้งหมดเสร็จสมบูรณ์
- (ง) Makro ได้รับอนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ให้เสนอขายหุ้นเพิ่มทุนให้แก่ประชาชนทั่วไป (Public Offering)

ส่วนที่ 4 ความเห็นของที่ปรึกษาทางการเงินอิสระเกี่ยวกับการเข้าทำรายการ

4.1 รายการที่ 1 การได้มาซึ่งสินทรัพย์และการเข้าทำรายการที่เกี่ยวข้องกันเกี่ยวกับธุรกรรมการรับโอนกิจการทั้งหมดของ CPRH โดย Makro และ รายการที่ 2 การจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์เกี่ยวกับการโอนกิจการทั้งหมดของ CPRH

เนื่องจากรายการที่ 1 และรายการที่ 2 เป็นรายการที่เกี่ยวข้องกันจากการเข้าทำธุรกรรมการรับโอนกิจการทั้งหมดระหว่าง Makro และ CPRH ดังนั้น ที่ปรึกษาทางการเงินอิสระจึงพิจารณาความสมเหตุสมผล ข้อดี ข้อด้อย และความเสี่ยงของการเข้าทำรายการทั้งสองรายการร่วมกัน

4.1.1 ความสมเหตุสมผลและประโยชน์ของการเข้าทำรายการ

ธุรกรรมการรับโอนกิจการทั้งหมดโดย Makro ในครั้งนี้ เป็นการปรับโครงสร้างทางธุรกิจและเพิ่มความแข็งแกร่งให้กับ Makro และ CPRD ซึ่งจะส่งเสริมกลยุทธ์ระยะยาวของ Makro เพื่อก้าวสู่การเป็นผู้นำในธุรกิจค้าปลีกค้าส่งสินค้าอุปโภคบริโภค และขยายขอบเขตการดำเนินธุรกิจในระดับภูมิภาค และเสริมสร้างความแข็งแกร่งทางธุรกิจจากประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการผสานจุดเด่นในแง่มุมต่าง ๆ ของ Makro และกลุ่มโลตัสส์ อาทิ ความครอบคลุมของรูปแบบร้านค้า นอกจากนี้ยังช่วยผสานประโยชน์ในการดำเนินการร่วมกันให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และคาดว่าจะสร้างประโยชน์ต่อบริษัทฯ และผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ ในอนาคต

4.1.2 เปรียบเทียบข้อดี-ข้อด้อยของการเข้าทำรายการ

ข้อดีของการเข้าทำรายการ

1. เป็นการเสริมสร้างศักยภาพในการดำเนินธุรกิจค้าปลีกและค้าส่งของกลุ่มบริษัท ส่งผลให้มีโอกาสได้รับผลตอบแทนที่ดีจากการลงทุนในอนาคต

การเข้าทำธุรกรรมในครั้งนี้ ทำให้ Makro ในฐานะบริษัทย่อยของบริษัทฯ ได้มาซึ่งหุ้นสามัญทั้งหมดของ CPRD ซึ่งเป็นผู้ประกอบธุรกิจค้าปลีกและบริหารพื้นที่เช่าในศูนย์การค้าในประเทศไทยและในประเทศมาเลเซีย โดย CPRD ดำเนินธุรกิจหลักผ่านกลุ่มโลตัสส์ ซึ่งถือเป็นผู้นำในธุรกิจค้าปลีกที่มีช่องทางจัดจำหน่ายหลายรูปแบบเมื่อพิจารณาทั้งในด้านพื้นที่ร้านค้าและส่วนแบ่งการตลาดในประเทศไทย อีกทั้ง CPRD เป็นบริษัทที่มีผลการดำเนินงานที่ดี การเข้าทำธุรกรรมในครั้งนี้เป็นการสร้างโอกาสในการขยายการประกอบธุรกิจเข้าสู่ธุรกิจร้านค้าปลีกสมัยใหม่ของกลุ่มบริษัทฯ และเป็นการลงทุนในกิจการที่มีศักยภาพ นอกจากนี้ Makro ในฐานะบริษัทย่อยของบริษัทฯ จะสามารถรับรู้ผลการดำเนินงานของ CPRD ได้ทันทีและเป็นการเพิ่มมูลค่าให้แก่ Makro ซึ่งมีความเป็นไปได้ที่จะทำให้ผลกำไรรวมของบริษัทฯ สูงขึ้น

2. เป็นการเพิ่มความหลากหลายในประกอบธุรกิจของ Makro ในฐานะบริษัทย่อยของบริษัทฯ ไปยังธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ซึ่งมีแบรนด์ที่แข็งแกร่ง และสามารถขยายขอบเขตการดำเนินธุรกิจในระดับภูมิภาค

เดิมกลุ่มบริษัทฯ มีธุรกิจหลักจำกัดเพียงธุรกิจค้าปลีกร้านสะดวกซื้อ (Convenient Store) และกลุ่มธุรกิจร้านขายส่งขนาดใหญ่ (Cash-and-Carry) การเข้าทำธุรกรรมในครั้งนี้ เป็นการเพิ่มความหลากหลายของประเภทธุรกิจและแหล่งที่มาของรายได้ของ Makro ซึ่งจะเป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยกระจายความเสี่ยงหรือผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นต่อกลุ่มบริษัทฯ จากกรณีที่ธุรกิจหลักอย่างใดอย่างหนึ่งของกลุ่มบริษัทฯ ในปัจจุบัน มีผลการดำเนินงานไม่เป็นไปตามแผนงานหรือเป้าหมายที่วางไว้

อีกทั้ง การเข้าทำรายการในครั้งนี้เป็นการเปิดโอกาสให้กับ Makro ในการขยายธุรกิจไปยังธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ เนื่องจากกลุ่มโลตัสส์มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย เช่น รูปแบบไฮเปอร์มาร์เก็ต ซูเปอร์มาร์เก็ตและมินิ

ซูเปอร์มาร์เก็ต ที่ครอบคลุมในทั่วภูมิภาคของประเทศไทยและในประเทศมาเลเซีย อีกทั้งประกอบธุรกิจภายใต้แบรนด์ร้านค้าที่แข็งแกร่งและเป็นหนึ่งในผู้นำตลาดค้าปลีกของประเทศไทย โดยสามารถสรุปจำนวนสาขาในแต่ละประเภทธุรกิจของบริษัท Makro และกลุ่มโลตัสส์ ได้ดังนี้

บริษัท	ธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านสะดวกซื้อ																
	ได้แก่ ร้านค้าสะดวกซื้อภายใต้เครื่องหมายการค้า “7-11” รวมทั้งสิ้น 12,432 สาขา ⁽¹⁾																
Makro	<p>ธุรกิจศูนย์จำหน่ายสินค้าแบบชำระเงินสดและบริการตนเอง (cash and carry) ภายใต้ชื่อ “แม็คโคร” ได้แก่</p> <table border="0"> <tr> <td>1. รูปแบบคลาสสิก</td> <td>79 สาขา</td> </tr> <tr> <td>2. รูปแบบฟูตเชอร์วิส</td> <td>30 สาขา</td> </tr> <tr> <td>3. รูปแบบอีโคพลัส</td> <td>15 สาขา</td> </tr> <tr> <td>4. รูปแบบฟูตซ้อป</td> <td>5 สาขา</td> </tr> <tr> <td>5. รูปแบบเฟรชแอทแม็คโคร</td> <td>1 สาขา</td> </tr> <tr> <td>6. ร้านสยามโพรเซ่น</td> <td>7 สาขา</td> </tr> <tr> <td>7. ศูนย์จำหน่ายสินค้าในต่างประเทศ</td> <td>7 สาขา</td> </tr> <tr> <td>รวมทั้งสิ้น</td> <td>144 สาขา⁽¹⁾</td> </tr> </table>	1. รูปแบบคลาสสิก	79 สาขา	2. รูปแบบฟูตเชอร์วิส	30 สาขา	3. รูปแบบอีโคพลัส	15 สาขา	4. รูปแบบฟูตซ้อป	5 สาขา	5. รูปแบบเฟรชแอทแม็คโคร	1 สาขา	6. ร้านสยามโพรเซ่น	7 สาขา	7. ศูนย์จำหน่ายสินค้าในต่างประเทศ	7 สาขา	รวมทั้งสิ้น	144 สาขา⁽¹⁾
1. รูปแบบคลาสสิก	79 สาขา																
2. รูปแบบฟูตเชอร์วิส	30 สาขา																
3. รูปแบบอีโคพลัส	15 สาขา																
4. รูปแบบฟูตซ้อป	5 สาขา																
5. รูปแบบเฟรชแอทแม็คโคร	1 สาขา																
6. ร้านสยามโพรเซ่น	7 สาขา																
7. ศูนย์จำหน่ายสินค้าในต่างประเทศ	7 สาขา																
รวมทั้งสิ้น	144 สาขา⁽¹⁾																
CPRD	<p>ธุรกิจร้านค้าปลีกในประเทศไทย ได้แก่</p> <table border="0"> <tr> <td>1. รูปแบบไฮเปอร์มาร์เก็ต</td> <td>219 สาขา</td> </tr> <tr> <td>2. รูปแบบซูเปอร์มาร์เก็ต</td> <td>196 สาขา</td> </tr> <tr> <td>3. รูปแบบมินิซูเปอร์มาร์เก็ต</td> <td>1,679 สาขา</td> </tr> <tr> <td>รวมทั้งสิ้น</td> <td>2,094 สาขา⁽²⁾</td> </tr> </table> <p>ธุรกิจร้านค้าปลีกในประเทศมาเลเซีย ได้แก่</p> <table border="0"> <tr> <td>1. รูปแบบไฮเปอร์มาร์เก็ต</td> <td>46 สาขา</td> </tr> <tr> <td>2. รูปแบบซูเปอร์มาร์เก็ต</td> <td>16 สาขา</td> </tr> <tr> <td>รวมทั้งสิ้น</td> <td>62 สาขา⁽²⁾</td> </tr> </table>	1. รูปแบบไฮเปอร์มาร์เก็ต	219 สาขา	2. รูปแบบซูเปอร์มาร์เก็ต	196 สาขา	3. รูปแบบมินิซูเปอร์มาร์เก็ต	1,679 สาขา	รวมทั้งสิ้น	2,094 สาขา⁽²⁾	1. รูปแบบไฮเปอร์มาร์เก็ต	46 สาขา	2. รูปแบบซูเปอร์มาร์เก็ต	16 สาขา	รวมทั้งสิ้น	62 สาขา⁽²⁾		
1. รูปแบบไฮเปอร์มาร์เก็ต	219 สาขา																
2. รูปแบบซูเปอร์มาร์เก็ต	196 สาขา																
3. รูปแบบมินิซูเปอร์มาร์เก็ต	1,679 สาขา																
รวมทั้งสิ้น	2,094 สาขา⁽²⁾																
1. รูปแบบไฮเปอร์มาร์เก็ต	46 สาขา																
2. รูปแบบซูเปอร์มาร์เก็ต	16 สาขา																
รวมทั้งสิ้น	62 สาขา⁽²⁾																

หมายเหตุ: ⁽¹⁾ ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563

⁽²⁾ ข้อมูล ณ วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564

3. เพิ่มโอกาสในการเสริมสร้างประโยชน์ในเชิงธุรกิจร่วมกัน (Synergy)

การทำธุรกรรมในครั้งนี้ เป็นการเพิ่มโอกาสในการเสริมสร้างประโยชน์ในเชิงธุรกิจร่วมกัน (Synergy) ระหว่างบริษัท และกลุ่มโลตัสส์ จากการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานหลายประการ เช่น การบริหารทรัพยากรของกลุ่มบริษัท ให้เกิดประโยชน์สูงสุด การเพิ่มขึ้นของฐานลูกค้าจากทั้งสองธุรกิจ การบริหารด้านซัพพลายเชน การรวมกิจกรรมทางด้านการขนส่งและการใช้ศูนย์กระจายสินค้า สามารถช่วยลดต้นทุนค่าใช้จ่ายได้ในระยะยาว รวมถึงโอกาสในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนด้วยต้นทุนทางการเงินที่ต่ำลง อีกทั้งช่วยต่อยอดโมเดลธุรกิจ E-commerce ของ Makro

4. ไม่มีภาระในการจัดหาแหล่งเงินทุนและไม่มีต้นทุนทางการเงินจากการเข้าทำธุรกรรม เนื่องจากเป็นการชำระราคาด้วยการออกหุ้นเพิ่มทุน

การทำธุรกรรมการรับโอนกิจการทั้งหมดของ CPRH ในครั้งนี้ Makro จะออกและจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนให้แก่ CPRH ในจำนวนไม่เกิน 5,010,323,500 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.5 บาทต่อหุ้น ในราคาเสนอขาย 43.50 บาทต่อหุ้น คิดเป็นมูลค่ารวมทั้งสิ้น 217,949,072,250 บาท เพื่อใช้ชำระเป็นค่าตอบแทนการรับโอนกิจการทั้งหมดจาก CPRH แทนการชำระ

ด้วยเงินสด (Payment in Kind) การออกหุ้นเพิ่มทุนของ Makro เพื่อชำระค่าตอบแทนสำหรับการรับโอนกิจการในครั้งนี้ ทำให้ Makro ไม่มีภาระในการจัดหาแหล่งเงินทุนเพื่อชำระค่าตอบแทน

5. ขจัดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ระหว่างบริษัทฯ และ Makro

ภายหลังการปรับโครงสร้างของกลุ่มบริษัทฯ ในครั้งนี้ กลุ่มโลตัสส์จะอยู่ภายใต้การบริหารจัดการของ Makro ส่งผลให้ความขัดแย้งทางผลประโยชน์ระหว่างบริษัทฯ และ Makro ในเชิงการดำเนินธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่หมดไป โดยนโยบายการบริหารธุรกิจภายหลังการปรับโครงสร้างในครั้งนี้จะเป็นไปเพื่อประโยชน์ร่วมกันของทั้งกลุ่มโลตัสส์และ Makro และเป็นการรักษาผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นของทั้งบริษัทฯ และ Makro

อย่างไรก็ตาม การปรับโครงสร้างในครั้งนี้ Makro จะชำระค่าตอบแทนการรับโอนกิจการทั้งหมดให้แก่ CPRH ด้วยหุ้นสามัญเพิ่มทุนของ Makro โดยภายหลังจากที่ Makro ได้ขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนแบบเฉพาะเจาะจงให้แก่ CPRH และผู้ถือหุ้นของ CPRH ได้รับโอนหุ้นของ Makro ภายใต้อัตราการชำระบัญชีของ CPRH แล้ว บริษัทฯ และ CPM ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทฯ และ CPG ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่โดยอ้อมของบริษัทฯ จะถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 65.97 ร้อยละ 20.43 และ ร้อยละ 10.21 ของหุ้นที่ออกและเรียกชำระแล้วทั้งหมดของ Makro ตามลำดับ เมื่อพิจารณาปัจจัยต่างๆ รวมถึงโครงสร้างเงินทุน (Capital Structure) ของบริษัทฯ แล้ว ที่ปรึกษาทางการเงินอิสระมีความเห็นว่าโครงสร้างการถือหุ้นดังกล่าวเป็นไปเพื่อประโยชน์ของบริษัทฯ นอกจากนี้ บริษัทฯ มีสิทธิในฐานะผู้ถือหุ้นในการบริหารจัดการเงินลงทุนของบริษัทฯ ตามสัดส่วนการถือหุ้นที่บริษัทฯ มีอยู่ใน Makro อย่างอิสระ และในฐานะบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ บริษัทฯ มีมาตรการการดำเนินการเกี่ยวกับการเข้าทำรายการที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ และมาตรการในการดูแลเกี่ยวกับการทำรายการระหว่างกันเพื่อให้มั่นใจได้ว่าการเข้าทำรายการที่เกี่ยวข้องกันในปัจจุบันและที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตมีความสมเหตุสมผล มีข้อตกลงที่มีเงื่อนไขการค้ำทั่วไปเสมือนการทำรายการกับบุคคลภายนอก และเป็นไปเพื่อประโยชน์สูงสุดของบริษัทฯ

ข้อดีของการเข้าทำรายการ

1. บริษัทฯ จะสูญเสียสัดส่วนการถือหุ้นใน Makro

การทำธุรกรรมการรับโอนกิจการทั้งหมดของ CPRH โดย Makro จะทำให้บริษัทฯ มีสัดส่วนการถือหุ้นโดยตรงและโดยอ้อม ใน Makro ลดลงจากประมาณร้อยละ 93.08 เป็นประมาณร้อยละ 65.97 ของสิทธิออกเสียงทั้งหมดใน Makro (ก่อนการออกและเสนอขายหุ้นสามัญที่ออกใหม่ต่อประชาชนทั่วไปของ Makro (Public Offering)) ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อส่วนแบ่งสิทธิออกเสียง (Control Dilution) และส่วนแบ่งกำไร (Earning Dilution) ของบริษัทฯ อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าบริษัทฯ จะสูญเสียสัดส่วนการถือหุ้นใน Makro บริษัทฯ ยังคงเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของ Makro และยังคงมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางและกลยุทธ์ทางธุรกิจของ Makro โดยภายหลัง Makro รับโอนกิจการทั้งหมดของ CPRH แล้ว Makro สามารถรับรู้รายได้และผลการดำเนินงานของ CPRD ในฐานะบริษัทย่อยของ Makro ซึ่งอาจชดเชยการลดลงของสัดส่วนการถือหุ้นใน Makro ของบริษัทฯ ได้บางส่วน

2. การเพิ่มขึ้นของระดับหนี้สินและอัตราส่วนภาระหนี้สิน (Leverage ratio)

ภายหลังการรับโอนกิจการทั้งหมดของ CPRH โดย Makro ในฐานะบริษัทย่อยของบริษัทฯ ด้วยวิธีโอนกิจการทั้งหมด (Entire Business Transfer) อาจส่งผลให้บริษัทฯ มีระดับหนี้สินและอัตราส่วนภาระหนี้สินที่เพิ่มขึ้นจากการจัดทำทางการเงินรวมซึ่งบริษัทฯ จะรับรู้ทรัพย์สินและหนี้สินทั้งหมดของ CPRH จากเดิมที่บริษัทฯ รับรู้การถือหุ้นใน CPRH เป็นเงินลงทุนในบริษัทร่วมเท่านั้น โดยภายหลังการรับโอนกิจการทั้งหมดของ CPRH โดย Makro นั้น จะทำให้บริษัทฯ มีระดับหนี้สินและอัตราส่วนภาระหนี้สินเพิ่มขึ้นดังนี้

หน่วย : ล้านบาท (ยกเว้นกำหนดไว้เป็นอย่างอื่น)

หนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยของบริษัทฯ ก่อนเข้าทำรายการ ⁽¹⁾⁽²⁾	298,549.1
ส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ ก่อนเข้าทำรายการ ⁽¹⁾	108,687.1
อัตราส่วนภาระหนี้สิน (Leverage ratio) ของบริษัทฯ ก่อนเข้าทำรายการ (เท่า)	2.8
หนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยของ CPRD ⁽²⁾⁽³⁾	158,425.9
หนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยของบริษัทฯ ภายหลังเข้าทำรายการ	456,975.0
อัตราส่วนภาระหนี้สิน (Leverage ratio) ของบริษัทฯ ที่คำนวณจากหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยของบริษัทฯ ภายหลังเข้าทำรายการ (เท่า)⁽⁴⁾	4.2

หมายเหตุ: ⁽¹⁾ ข้อมูลจากงบการเงินระหว่างกาลสำหรับงวด 6 เดือน สิ้นสุด 30 มิถุนายน 2564 ของบริษัทฯ

⁽²⁾ หนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ย ประกอบด้วย เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน หุ้นกู้ เงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน และ หนี้สินตามสัญญาเช่า

⁽³⁾ ข้อมูลจากงบการเงินระหว่างกาลสำหรับงวด 6 เดือน สิ้นสุด 30 มิถุนายน 2564 ของ CPRD

⁽⁴⁾ คำนวณจากหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยของบริษัทฯ ภายหลังเข้าทำรายการ หักด้วยส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ ก่อนเข้าทำรายการ ทั้งนี้ ภายหลังการเข้าทำรายการส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ อาจเพิ่มขึ้น ซึ่งขึ้นอยู่กับราคาแลกเปลี่ยนหุ้นที่ใช้ในการบันทึกบัญชีของบริษัทฯ

4.1.3 เปรียบเทียบข้อดี-ข้อด้อยระหว่างการเข้าทำรายการกับบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน

ข้อดีของการเข้าทำรายการกับบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน

1. การมีผู้ถือหุ้นใหญ่ร่วมกันส่งผลให้ทิศทางในการบริหารงานเป็นไปในแนวทางเดียวกัน

เนื่องจากบริษัทฯ และ CPRH มีผู้ถือหุ้นใหญ่ร่วมกันและการเข้าทำธุรกรรมในครั้งนี้เป็นการปรับโครงสร้างภายในกลุ่มบริษัทฯ จึงทำให้แนวทางในการดำเนินธุรกิจและการบริหารจัดการต่างๆ ภายในองค์กรเป็นไปในทิศทางเดียวกัน และสอดคล้องกับแผนกลยุทธ์ของกลุ่มบริษัทฯ

2. ความคุ้นเคยในการดำเนินงานภายใต้กลุ่มบริษัทฯ เดียวกัน

ในการทำธุรกรรมการรับโอนกิจการทั้งหมดในครั้งนี้ เป็นการปรับโครงสร้างในกลุ่มบริษัทฯ ทำให้การสื่อสารและการประสานงานในด้านต่างๆ เป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ เมื่อเทียบกับการเข้าทำรายการกับบุคคลภายนอก ซึ่งอาจมีความแตกต่างของระบบการบริหารจัดการ หรือวัฒนธรรมองค์กร โดยภายหลังจากการเข้าทำรายการดังกล่าวแล้ว ทั้ง Makro และ CPRD จะสามารถดำเนินงานตามแผนธุรกิจในอนาคตไปได้อย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพ

3. บริหารจัดการทรัพยากรของกลุ่มบริษัทฯ ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

การที่บริษัทฯ Makro และ CPRD ต่างมีการดำเนินงานในร้านค้าปลีกและค้าส่ง อาจส่งผลให้เกิดความซ้ำซ้อนในเชิงการดำเนินงานหลายประการ เช่น การใช้ทรัพยากร เงินลงทุน บุคลากร เป็นต้น ซึ่งภายหลังจากการปรับโครงสร้างของกลุ่มบริษัทฯ ในครั้งนี้ จะทำให้เกิดความชัดเจนในการดำเนินงานและเป็นโอกาสที่จะบริหารจัดการทรัพยากรและบุคลากรของกลุ่มบริษัทฯ ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดได้

4. ไม่มีภาระในการจัดหาแหล่งเงินทุนและไม่มีต้นทุนทางการเงินจากการเข้าทำธุรกรรม เนื่องจากเป็นการชำระราคาด้วยการออกหุ้นเพิ่มทุน

เนื่องจากธุรกรรมการรับโอนกิจการทั้งหมดโดย Makro ในครั้งนี้ เป็นการปรับโครงสร้างของกลุ่มบริษัทฯ โดย Makro จะออกและจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนให้แก่ CPRH ในจำนวนไม่เกิน 5,010,323,500 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.5 บาท ในราคาเสนอขาย 43.50 บาทต่อหุ้น คิดเป็นมูลค่ารวมทั้งสิ้น 217,949,072,250 บาท เพื่อเป็นการชำระค่าตอบแทนการรับ

โอนกิจการทั้งหมดจาก CPRH แทนการชำระด้วยเงินสด (Payment in Kind) การออกหุ้นเพิ่มทุนของ Makro เพื่อชำระค่าตอบแทนสำหรับการรับโอนกิจการในครั้งนี้ ทำให้ Makro ไม่มีภาระในการจัดหาแหล่งเงินทุนเพื่อชำระค่าตอบแทน

ข้อดีของการเข้าทำรายการกับบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน

1. อาจเกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ในการเจรจาและเงื่อนไขต่างๆ

เนื่องจากการทำรายการระหว่างบุคคลที่เกี่ยวข้องกันจึงอาจเกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ในการเจรจาราคาและเงื่อนไขต่างๆ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีมาตรการในการควบคุมดูแลเรื่องความขัดแย้งทางผลประโยชน์ดังนี้

- การอนุมัติรายการที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ จะต้องได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัทและต้องผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการตรวจสอบ
- กรรมการที่มีส่วนได้เสียต้องไม่เข้าร่วมประชุมและไม่ออกเสียงในวาระนั้น
- การกำหนดข้อตกลงทางการค้าที่มีเงื่อนไขการค้าโดยทั่วไปเสมือนการทำรายการกับบุคคลภายนอก
- แต่งตั้งที่ปรึกษาทางการเงินอิสระเพื่อให้ความเห็นแก่ผู้ถือหุ้นเกี่ยวกับรายการที่เกี่ยวข้องกัน

2. มีภาระและค่าใช้จ่ายในการเปิดเผยข้อมูลให้เป็นไปตามเกณฑ์รายการที่เกี่ยวข้องกัน

เนื่องจากการทำธุรกรรมรับโอนกิจการในครั้งนี้ เข้าข่ายเป็นการทำรายการกับบุคคลที่เกี่ยวข้องกันของบริษัทจดทะเบียนตามประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุนที่ ทจ. 21/2551 เรื่อง หลักเกณฑ์ในการทำรายการที่เกี่ยวข้องกันซึ่งบริษัทฯ มีหน้าที่ต้องจัดทำและเปิดเผยสารสนเทศต่อตลาดหลักทรัพย์ฯ รวมถึงมีภาระค่าใช้จ่ายในการจัดจ้างที่ปรึกษาทางการเงินอิสระเพื่อให้ความเห็นต่อการเข้าทำรายการในครั้งนี้ และค่าใช้จ่ายในการจัดประชุมผู้ถือหุ้นเพื่ออนุมัติรายการดังกล่าว

4.1.4 ความเสี่ยงจากการเข้าทำรายการ

1. ความเสี่ยงจากผลประกอบการของกลุ่มโลตัสส์ไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่คาดการณ์ไว้

Makro ในฐานะบริษัทย่อยของบริษัทฯ และบริษัทฯ อาจไม่ได้รับผลตอบแทนจากการเข้าลงทุนตามที่คาดการณ์ไว้ หากกลุ่มโลตัสส์ไม่สามารถดำเนินการตามแผนธุรกิจที่วางไว้ ทำให้ผลประกอบการของกลุ่มโลตัสส์ไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่คาดการณ์ไว้ ซึ่งอาจเกิดได้จากหลายสาเหตุ เช่น

- การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือ COVID-19 ทำให้เกิดการหยุดชะงักของเศรษฐกิจครั้งใหญ่ทั้งในระดับภูมิภาคและระดับโลก ซึ่งรวมถึงในประเทศไทยและประเทศมาเลเซีย และอาจส่งผลกระทบต่อกลุ่มโลตัสส์
- กลยุทธ์สร้างความเติบโตของของกลุ่มโลตัสส์ทั้งในด้านการขยายร้านค้าและช่องทางการจัดจำหน่าย การรีแบรนด์ (Rebrand) การปรับโฉมร้านค้าของกลุ่มโลตัสส์ ซึ่งล้วนต้องใช้งบการเงินลงทุนจำนวนมาก และอาจไม่ให้ผลลัพธ์ตามที่คาดการณ์
- กลุ่มโลตัสส์อาจไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป รวมถึงความสามารถในการวางกลยุทธ์การดึงดูดลูกค้า การโฆษณา การตลาด และรายการส่งเสริมการขายเพื่อรักษาการขายฐานลูกค้า

2. ความเสี่ยงจากผลกระทบจากการบันทึกค่าความนิยมของ Makro ในงบการเงินรวมของบริษัทฯ

ภายหลังการเข้าทำธุรกรรมการรับโอนกิจการในครั้งนี้ Makro ต้องบันทึกบัญชีค่าความนิยมจากการรับโอนกิจการทั้งหมดจาก CPRH เพื่อสะท้อนผลต่างที่เกิดขึ้นจากมูลค่าในการรับโอนกิจการ CPRH และมูลค่ายุติธรรมของสินทรัพย์และหนี้สินของ CPRH นอกจากนี้ ภายหลังการเข้าทำรายการ หากผลการดำเนินงานของกลุ่มโลตัสส์ ไม่เป็นไปตามที่

คาดการณ์ไว้ อาจส่งผลให้ Makro ต้องทำการประเมินการด้อยค่าของค่าความนิยม ซึ่งจะส่งผลกระทบต่องบการเงินรวมของบริษัทฯ ในอนาคต ซึ่งค่าความนิยมดังกล่าวจะต้องได้รับการทดสอบการด้อยค่าทุกรอบระยะเวลาบัญชี โดยผู้สอบบัญชี หากมีการด้อยค่าของค่าความนิยมเกิดขึ้น จะส่งผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายในงบกำไรขาดทุนและมีผลกระทบต่อส่วนของผู้ถือหุ้นของทั้งบริษัทฯ และ Makro

3. ความเสี่ยงจากกฎหมายเกี่ยวกับการแข่งขันทางการค้า

ตามทีกลุ่มบริษัทฯ ได้รับอนุญาตโดยมีเงื่อนไขจากสำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า สำหรับการเข้าซื้อกิจการของกลุ่มโลตัสส์โดยกลุ่มบริษัทฯ ที่ผ่านมานั้น ภายใต้เงื่อนไขดังกล่าว อาจทำให้มีข้อจำกัดในการดำเนินกิจการร่วมกันระหว่าง Makro และกลุ่มโลตัสส์บางประการ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อ Makro ไม่สามารถได้รับประโยชน์อย่างเต็มที่จากการเสริมศักยภาพในเชิงธุรกิจร่วมกัน (Synergy) ของ Makro และกลุ่มโลตัสส์ตามที่คาดหวังไว้จากการรวมกิจการในครั้งนี้

4.2 รายการที่ 3 การจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์จากการเสนอขายหุ้นใน Makro ให้แก่ประชาชนทั่วไป (Public Offering)

4.2.1 ความสมเหตุสมผลและประโยชน์ของการเข้าทำรายการ

บริษัทฯ จะดำเนินการเสนอขายหุ้นสามัญเดิมของ Makro ที่บริษัทฯ ถืออยู่บางส่วนให้แก่ประชาชนทั่วไป (Public Offering) พร้อมกันกับการออกและเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนให้แก่ประชาชนทั่วไป (Public Offering) ของ Makro ภายหลังจากกรรมการจัดสรรหุ้นเพื่อตอบแทนการรับโอนกิจการทั้งหมดเสร็จสิ้น ซึ่งจะช่วยเพิ่มการกระจายการถือหุ้นให้แก่ผู้ถือหุ้นรายย่อย (Free Float) ของ Makro ให้สอดคล้องกับเกณฑ์การดำรงสถานะของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ และทำให้สภาพคล่องการซื้อขายหุ้นสามัญของ Makro เพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ บริษัทฯ และ Makro จะได้รับเงินจากการระดมทุนซึ่งสามารถนำไปใช้ในการลงทุนขยายธุรกิจ หรือนำไปชำระหนี้สินที่มีอยู่ในปัจจุบันเพื่อให้สอดคล้องกับแผนธุรกิจต่างๆ ที่วางไว้

4.2.2 เปรียบเทียบข้อดี-ข้อด้อยของการเข้าทำรายการ

ข้อดีของการเข้าทำรายการ

1. เพิ่มสัดส่วนการถือหุ้นของผู้ถือหุ้นรายย่อย (Free Float) ของ Makro ให้เป็นไปตามข้อบังคับของตลาดหลักทรัพย์ฯ

Makro จะดำเนินการออกและเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนให้แก่ประชาชนทั่วไป (Public Offering) จะทำให้ Makro สามารถเพิ่มการกระจายการถือหุ้นให้แก่ผู้ถือหุ้นรายย่อย (Free Float) ของ Makro เป็นสัดส่วนรวมกันไม่น้อยกว่าร้อยละ 15 ของทุนชำระแล้วของ Makro อันจะส่งผลให้ Makro ประสบความสำเร็จในการดำรงสถานะของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ เรื่องการกระจายการถือหุ้น (Free Float) ตามข้อบังคับตลาดหลักทรัพย์ฯ

2. เพิ่มสภาพคล่องในการซื้อขายของหุ้น Makro ให้สูงขึ้น

ภายหลังจากการเสนอขายหุ้นสามัญของ Makro ให้แก่ประชาชนทั่วไป (Public Offering) นั้น จะทำให้ Makro สามารถกระจายหุ้นได้ในวงกว้างมากขึ้น และมีจำนวนและสัดส่วนผู้ถือหุ้นรายย่อยมากขึ้น ซึ่งจะเพิ่มโอกาสที่จะทำให้หุ้น Makro มีสภาพคล่องในการซื้อขายที่สูงขึ้น

3. Makro ได้รับเงินทุนจากการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุน

Makro สามารถนำเงินทุนที่ได้รับจากการออกและเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนให้แก่ประชาชนทั่วไป (Public Offering) ในครั้งนี้ ไปใช้ในการลงทุนในโครงการต่างๆ ตามแผนกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ แผนการขยายธุรกิจ หรือนำไปชำระหนี้สินที่มีอยู่ในปัจจุบัน ซึ่งจะช่วยลดภาระทางการเงินและค่าใช้จ่ายดอกเบี้ย รวมถึงทำให้ Makro มีความยืดหยุ่นทางการเงินในการดำเนินโครงการต่างๆ ในอนาคต และจะเสริมสร้างความแข็งแกร่งของโครงสร้างเงินทุน (Capital Structure) ของ Makro

4. บริษัท ได้รับเงินทุนจากการเสนอขายหุ้นสามัญเดิมของ Makro ที่บริษัท ถืออยู่

บริษัท จะสามารถนำเงินทุนที่ได้จากการเสนอขายหุ้นสามัญเดิมของ Makro ที่บริษัท ถืออยู่ให้แก่ประชาชนทั่วไป (Public Offering) ไปใช้ในการลงทุนในโครงการต่างๆ ตามแผนกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ แผนการขยายธุรกิจ หรือนำไปชำระหนี้สินที่มีอยู่ในปัจจุบัน ซึ่งจะช่วยลดภาระทางการเงินและค่าใช้จ่ายดอกเบี้ย รวมถึงทำให้บริษัท มีความยืดหยุ่นทางการเงินในการดำเนินโครงการต่างๆ ในอนาคตและจะเสริมสร้างความแข็งแกร่งของโครงสร้างเงินทุน (Capital Structure) ของบริษัท

5. บริษัท สามารถรับรู้กำไรจากการเสนอขายหุ้นสามัญเดิมของ Makro ที่บริษัท ถืออยู่

บริษัท สามารถรับรู้กำไรจากการเสนอขายหุ้นสามัญเดิมของ Makro ที่บริษัท ถืออยู่ หากราคาเสนอขายหุ้นสามัญของ Makro ต่อประชาชนทั่วไป (Public Offering) มีราคาสูงกว่าต้นทุนของหุ้น Makro ที่บริษัท บันทึกบัญชีไว้ในงบการเงินของบริษัท

ข้อดีของการเข้าทำรายการ

1. บริษัท จะสูญเสียสัดส่วนการถือหุ้นใน Makro

ภายหลังการออกและเสนอขายหุ้น Makro ต่อประชาชนทั่วไป (Public Offering) จะทำให้บริษัท มีสัดส่วนการถือหุ้นโดยตรงและโดยอ้อมใน Makro ลดลงจากประมาณร้อยละ 65.97 เป็นร้อยละ 51.63 ของสิทธิออกเสียงทั้งหมดใน Makro (ในกรณีที่ผู้จัดหาหุ้นส่วนเกิน (Over-Allotment Agent) ใช้สิทธิในการซื้อหุ้น Option ทั้งหมดจากบริษัท ภายหลังการออกและเสนอขายหุ้นสามัญที่ออกใหม่ต่อประชาชนทั่วไปของ Makro (Public Offering) เสร็จสิ้น) ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อส่วนแบ่งสิทธิออกเสียง (Control Dilution) และส่วนแบ่งกำไร (Earning Dilution) ของบริษัท อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าบริษัท จะสูญเสียสัดส่วนการถือหุ้นใน Makro แต่บริษัท ยังคงเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของ Makro และยังคงมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางและกลยุทธ์ทางธุรกิจของ Makro และบริษัท จะได้รับเงินทุนจากการเสนอขายหุ้นสามัญเดิมของ Makro ที่บริษัท ถืออยู่ซึ่งอาจชดเชยการลดลงของสัดส่วนการถือหุ้นใน Makro ของบริษัท ได้บางส่วน

4.2.3 ความเสี่ยงจากการเข้าทำรายการ

1. ความเสี่ยงหาก Makro ไม่สามารถเพิ่มกำไรสุทธิในอนาคต เพื่อชดเชยสัดส่วนการถือหุ้นของ CPALL ที่ลดลงได้

ณ ปัจจุบันบริษัท รับรู้กำไรสุทธิของ Makro ตามสัดส่วนการถือหุ้นของบริษัท ใน Makro คือ ร้อยละ 93.08 หากพิจารณาจากงบการเงินรวมสำหรับปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563 Makro มีกำไรสุทธิ 6,562.67 ล้านบาท ดังนั้นบริษัท จะรับรู้กำไรจาก Makro เท่ากับ 6,108.53 ล้านบาท (กำไรสุทธิหลังหักส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม)

การออกและเสนอขายหุ้นต่อประชาชนทั่วไป (Public Offering) ของ Makro จะทำให้บริษัท มีสัดส่วนการถือหุ้นใน Makro ลดลง ดังนั้น หาก Makro ไม่สามารถทำกำไรสุทธิได้เกินกว่าระดับที่กำหนดในอนาคต หุ้นของ Makro ที่บริษัท ถืออยู่ จะมีกำไรสุทธิต่อหุ้น (EPS) ลดลงเมื่อเทียบกับปัจจุบัน

2. ความเสี่ยงจากความสำเร็จในการยื่นขออนุญาตการเสนอขายหุ้นที่ออกใหม่ของ Makro ต่อสำนักงาน ก.ล.ต. และการยื่นคำขอให้รับหุ้นสามัญเพิ่มทุนของ Makro เป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ

เนื่องจากการออกและเสนอขายหุ้นต่อประชาชนทั่วไป (Public Offering) ของ Makro ในครั้งนี้ Makro มีหน้าที่ยื่นแบบแสดงรายการข้อมูลเสนอขายหลักทรัพย์และร่างหนังสือชี้ชวนต่อสำนักงาน ก.ล.ต. รวมถึงมีหน้าที่ในการยื่นคำขอให้รับหุ้นสามัญเพิ่มทุนของ Makro เป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ ต่อตลาดหลักทรัพย์ฯ ซึ่งการยื่นขออนุญาตดังกล่าวจะขึ้นอยู่กับพิจารณาของสำนักงาน ก.ล.ต. และตลาดหลักทรัพย์ฯ

3. ความเสี่ยงจากความสำเร็จในการเสนอขายหุ้นสามัญให้แก่ประชาชนทั่วไป (Public Offering)

ความสำเร็จในการเสนอขายหุ้นสามัญให้แก่ประชาชนทั่วไป (Public Offering) ขึ้นอยู่กับภาวะตลาดหุ้น สภาวะเศรษฐกิจในประเทศ และปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ณ ขณะที่มีการเสนอขาย ซึ่งปัจจัยต่างๆ ดังกล่าวอาจส่งผลกระทบต่อราคาและมูลค่าการระดมทุนไม่เป็นไปตามที่ Makro ได้วางแผนไว้

ส่วนที่ 5 ความสมเหตุสมผลของมูลค่าในการเข้าทำรายการ

ความเห็นของที่ปรึกษาทางการเงินอิสระขึ้นอยู่กับสมมติฐานดังต่อไปนี้

- ข้อมูลและเอกสารทั้งหมด อันได้แก่ งบการเงิน ข้อมูลสาธารณะ ประเมินการทางการเงินและแผนธุรกิจ ที่จัดทำโดยฝ่ายบริหารของบริษัทฯ CPRH และ Makro รวมถึงเอกสารอื่นๆ ซึ่งที่ปรึกษาทางการเงินอิสระที่ได้รับจากบริษัทฯ CPRH และ Makro รวมถึงการสัมภาษณ์ฝ่ายบริหาร มีความถูกต้อง สมบูรณ์ และครบถ้วน ทั้งนี้ ที่ปรึกษาทางการเงินอิสระไม่สามารถรับรองหรือรับประกันความถูกต้องของข้อมูลและเอกสารที่ใช้ประกอบการจัดทำรายงานฉบับนี้ และไม่มีควมรับผิดชอบต่อความถูกต้องและครบถ้วนของข้อมูลที่ได้รับจากบริษัทฯ CPRH และ Makro หรือการไม่เปิดเผยข้อมูลที่ควรต้องแจ้ง ไม่ว่าจะเกิดจากความประมาทเลินเล่อหรือกรณีอื่นใด
- ไม่มีเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นแล้ว กำลังจะเกิด หรือมีความเป็นไปได้ว่าจะเกิด บนสมมติฐานที่ใช้ในการทำความเห็นของที่ปรึกษาทางการเงินอิสระ ที่ส่งผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญต่อผลประกอบการและสถานะทางการเงินของ CPRH หรือ Makro รวมไปถึงเหตุการณ์ดังต่อไปนี้
 - ไม่มีความเสี่ยงอื่นๆ ที่อาจส่งผลให้เกิดความล่าช้าหรือมีผลกระทบต่อมูลค่าในการทำรายการ
 - รายงานความเห็นของที่ปรึกษาทางการเงินอิสระได้จัดทำขึ้นโดยอ้างอิงจากสถานะทางเศรษฐกิจและปัจจัยอื่นๆ ณ เวลาของการจัดทำเท่านั้น ดังนั้น ที่ปรึกษาทางการเงินอิสระจะไม่สามารถประเมินผลกระทบที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์และองค์ประกอบต่างๆ ภายหลังช่วงเวลาในการศึกษาและไม่มีภาระผูกพันในการเปลี่ยนแปลงและปรับปรุงข้อมูลดังกล่าวให้เป็นปัจจุบัน
 - ไม่มีเหตุการณ์อื่นใด (Material Adverse Event) รวมถึงแต่ไม่จำกัดเฉพาะ ภาวะเศรษฐกิจการเมือง หรือ กฎหมาย ที่อาจส่งผลกระทบต่อสถานะ รายได้ การดำเนินธุรกิจ หรือโอกาสทางธุรกิจของ CPRH และ Makro อย่างมีนัยสำคัญ

5.1 การประเมินมูลค่าของ CPRH

ที่ปรึกษาทางการเงินอิสระได้ทำการประเมินมูลค่าของ CPRH ด้วยวิธีต่างๆ จำนวน 3 วิธี ได้แก่

- วิธีประเมินมูลค่าตามบัญชี (Book Value Approach)
- วิธีมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสด (Discounted Cash Flow Approach)
- วิธีเปรียบเทียบเทียบกับบริษัทอื่นที่ประกอบกิจการประเภทเดียวกันหรือใกล้เคียง (Market Comparables Approach)

5.1.1 วิธีมูลค่าตามบัญชี (Book Value Approach)

การประเมินมูลค่าหุ้นด้วยวิธีนี้ จะแสดงให้เห็นถึงมูลค่าตามบัญชีของ CPRH ตามงบการเงินเฉพาะกิจการ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 ซึ่งตรวจสอบโดยผู้สอบบัญชีรับอนุญาต ที่ได้รับความเห็นชอบจากสำนักงาน ก.ล.ต. (บริษัท เคพีเอ็มจี ภูมิไชย สอบบัญชี จำกัด) และเป็นงบการเงินฉบับล่าสุด โดยสามารถนำงบการเงินดังกล่าวมาคำนวณหามูลค่าตามบัญชีของ CPRH ได้ดังนี้

หน่วย: ล้านบาท

ทุนที่ออกและชำระแล้ว	199,479.6
กำไรสะสม	
จัดสรรแล้ว สรรองตามกฎหมาย	-
ยังไม่ได้จัดสรร	(0.6)
รวมส่วนของผู้ถือหุ้นของ CPRH	199,479.0
จำนวนหุ้นที่ชำระแล้วทั้งหมด (ล้านหุ้น) ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 ⁽¹⁾	1,994.8
มูลค่าตามบัญชีต่อหุ้น (บาท)	100.0

หมายเหตุ: ⁽¹⁾ มูลค่าหุ้นที่ตราไว้เท่ากับหุ้นละ 100.00 บาท

จากการประเมินมูลค่าหุ้นโดยวิธีนี้ จะได้มูลค่าส่วนของผู้ถือหุ้นของ CPRH เท่ากับ 199,479.00 ล้านบาท หรือคิดเป็น 100.0 บาทต่อหุ้น โดยที่ปรึกษาทางการเงินอิสระไม่ได้ปรับปรุงมูลค่าทางบัญชีของ CPRH จากการปรับปรุงมูลค่ายุติธรรมของสินทรัพย์และหนี้สิน เนื่องจาก CPRH ไม่มีการจัดทำรายงานการประเมินสินทรัพย์โดยที่ปรึกษาอิสระ

ทั้งนี้ วิธีการประเมินมูลค่าตามบัญชีนี้เป็นการแสดงมูลค่าทางบัญชีของ CPRH ณ ช่วงเวลาหนึ่งเท่านั้น โดยมิได้คำนึงถึงประมาณการผลการดำเนินงานในอนาคต สภาพเศรษฐกิจ แนวโน้มของอุตสาหกรรม และมูลค่ายุติธรรมของสินทรัพย์และหนี้สินของ CPRH ดังนั้น ที่ปรึกษาทางการเงินอิสระจึงมีความเห็นว่าวิธีประเมินมูลค่าดังกล่าวเป็นวิธีที่ไม่เหมาะสมสำหรับการประเมินในครั้งนี้

5.1.2 วิธีมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสด (Discounted Cash Flow Approach)

วิธีมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดเป็นการคำนวณหามูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดที่คาดว่าจะได้รับจากการดำเนินธุรกิจของกิจการในอนาคตมาปรับด้วยอัตราคิดลด (Discount rate) ที่เหมาะสม ซึ่งในการประเมินหามูลค่าส่วนของผู้ถือหุ้นของกิจการในครั้งนี้ ที่ปรึกษาทางการเงินอิสระได้ใช้ต้นทุนทางการเงินถ่วงเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (Weighted Average Cost of Capital) เป็นอัตราคิดลดในการคำนวณหามูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดของกิจการ (Free Cash Flow to Firm) จากประมาณการกระแสเงินสดของกิจการเป็นระยะเวลา 5 ปี ตั้งแต่ปี 2564–2568 โดยอ้างอิงข้อมูลสาธารณะ (Public Information) สมมติฐานที่ได้รับจากบริษัท และ CPRH และจากการสัมภาษณ์ผู้บริหาร ซึ่งวิธีมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดเป็นวิธีที่สามารถสะท้อนแผนการดำเนินธุรกิจ ความสามารถในการทำกำไร และแนวโน้มการเติบโต รวมทั้งผลตอบแทนของผู้ถือหุ้นในอนาคต ที่ปรึกษาทางการเงินอิสระจึงมีความเห็นว่าวิธีมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสด เป็นวิธีประเมินมูลค่าที่เหมาะสมสำหรับการประเมินมูลค่าในครั้งนี้

เนื่องจาก CPRH ประกอบธุรกิจลงทุน (Investment Holding Company) โดยการถือหุ้นเป็นสัดส่วนร้อยละ 99.99 ใน CPRD เป็นหลัก ซึ่งถือหุ้นเป็นสัดส่วนร้อยละ 99.99 ในกลุ่มโลตัสส์ และ CPRH ไม่ได้จัดทำงบการเงินรวม ดังนั้นการประเมินมูลค่าของ CPRH ด้วยวิธีมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดนั้น ที่ปรึกษาทางการเงินอิสระประเมินมูลค่าจากประมาณการกระแสเงินสดของ CPRD เป็นหลัก ทั้งนี้ ปีประมาณการที่แสดงคือรอบปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม

(1) สมมติฐานหลักในการจัดทำประมาณการทางการเงิน

(1.1) รายได้

รายได้ของ CPRD แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ รายได้จากการขายสินค้า และรายได้จากการให้เช่าและบริการ

รายได้จากการขายสินค้า

ประมาณการรายได้จากการขายสินค้า แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) รายได้จากการขายสินค้าในร้านค้าปลีก ซึ่งคำนวณมาจากประมาณการจำนวนสาขาของร้านค้าปลีกในกลุ่มโลตัสส์ และประมาณการรายได้ต่อสาขาต่อปีของร้านค้าปลีก และ 2) รายได้จากการขายสินค้าในช่องทางอื่นๆ

จำนวนสาขา

จำนวนสาขาร้านค้าปลีกในอดีตและประมาณการสาขาร้านค้าปลีกสามารถสรุปได้ดังนี้

	2562/63A ⁽¹⁾	2563/64A ⁽¹⁾	2564E	2565E	2566E	2567E	2568E
จำนวนสาขาเพิ่มขึ้นสุทธิ⁽²⁾							
<u>ร้านค้าปลีกในประเทศไทย</u>							
ไฮเปอร์มาร์เก็ต	3	4	4	6	6	4	4
ซูเปอร์มาร์เก็ต	(1)	-	9	9	10	10	10
มินิซูเปอร์มาร์เก็ต	21	102	100	90	190	190	290
<u>ร้านค้าปลีกในประเทศมาเลเซีย</u>							
ไฮเปอร์มาร์เก็ต	-	-	-	-	-	-	-
ซูเปอร์มาร์เก็ต	2	2	5	9	14	8	8
มินิซูเปอร์มาร์เก็ต	-	(9)	-	-	-	-	-
รวม	25	99	118	114	220	212	312
จำนวนสาขา ณ สิ้นปี							
<u>ร้านค้าปลีกในประเทศไทย</u>							
ไฮเปอร์มาร์เก็ต	215	219	223	229	235	239	243
ซูเปอร์มาร์เก็ต	178	196	205	214	224	234	244
มินิซูเปอร์มาร์เก็ต	1,595	1,679	1,779	1,869	2,059	2,249	2,539
<u>ร้านค้าปลีกในประเทศมาเลเซีย</u>							
ไฮเปอร์มาร์เก็ต	46	46	46	46	46	46	46
ซูเปอร์มาร์เก็ต	14	16	21	30	44	52	60
มินิซูเปอร์มาร์เก็ต	9	-	-	-	-	-	-
รวม	2,057	2,156	2,274	2,388	2,608	2,820	3,132

หมายเหตุ: ⁽¹⁾ ข้อมูลในอดีตแสดงข้อมูลจากรอบบัญชีของ Lotus TH และ Lotus MY สิ้นสุดวันที่ 29 กุมภาพันธ์ 2563 (2562/63A) และสิ้นสุดวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 (2563/64A)

⁽²⁾ จำนวนสาขาที่เพิ่มขึ้นสุทธิ คือ จำนวนสาขาที่เปิดใหม่หักลบกับจำนวนสาขาที่ปิดทำการ

ที่ปรึกษาทางการเงินอิสระประมาณการจำนวนสาขาร้านค้าปลีกโดยอ้างอิงจากแผนการเปิดสาขาของผู้บริหาร และจำนวนสาขาที่มีการเปิดในอดีต สำหรับร้านค้าปลีกในประเทศไทย ผู้บริหารมีแผนที่จะมุ่งเน้นการขยายสาขาของมินิซูเปอร์มาร์เก็ต ที่เน้นการจำหน่ายอาหารสดและสินค้าอุปโภคบริโภคอื่นๆ โดยสำหรับ

ร้านค้าปลีกในประเทศมาเลเซียจะมุ่งเน้นการขยายสาขาของซูเปอร์มาร์เก็ตเพื่อตอบสนองพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนมาขึ้นชอบการจับจ่ายที่ร้านค้าปลีกขนาดเล็กมากขึ้น

อัตราการเติบโตของรายได้ต่อสาขา

อัตราการเติบโตของรายได้ต่อสาขาในอดีตและประมาณการอัตราการเติบโตของรายได้ต่อสาขาสามารถสรุปได้ดังนี้

อัตราการเติบโตเฉลี่ยของรายได้ต่อสาขาต่อปี (ร้อยละ)	2562/63A ⁽¹⁾	2563/64A ⁽¹⁾	2564E	2565E	2566E	2567E	2568E
<u>ร้านค้าปลีกในประเทศไทย</u>							
ไฮเปอร์มาร์เก็ต ⁽²⁾	(7.8)	(11.8)	0.0	0.6	1.1	1.3	1.0
ซูเปอร์มาร์เก็ต	(1.4)	(0.0)	0.0	3.1	2.1	1.7	1.7
มินิซูเปอร์มาร์เก็ต	(1.6)	(3.1)	0.0	11.4	3.8	2.5	1.5
<u>ร้านค้าปลีกในประเทศมาเลเซีย</u>							
ไฮเปอร์มาร์เก็ต	1.1	(1.2)	1.0	2.1	2.2	2.2	2.2
ซูเปอร์มาร์เก็ต ⁽³⁾	9.9	(1.9)	(5.6)	2.1	1.9	2.0	2.7

หมายเหตุ: ⁽¹⁾ ข้อมูลในอดีตแสดงข้อมูลจากรอบปีบัญชีของ Lotus TH และ Lotus MY สิ้นสุดวันที่ 29 กุมภาพันธ์ 2563 (2562/63A) และสิ้นสุดวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 (2563/64A)

⁽²⁾ อัตราการเติบโตของรายได้ต่อพื้นที่ของสาขาเฉลี่ยต่อปี

⁽³⁾ อัตราการเติบโตของรายได้ต่อสาขาของสาขาที่เปิดใหม่ เท่ากับ เฉลี่ยร้อยละ 1.0 ต่อปี ตลอดปีประมาณการ

ที่ปรึกษาทางการเงินอิสระประมาณการอัตราการเติบโตของรายได้ต่อสาขาโดยพิจารณาภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน คาดการณ์สถานะเศรษฐกิจในอนาคต ตลอดจนแผนการดำเนินงานของบริษัท โดยในปี 2564 ประเทศไทยและประเทศมาเลเซียยังคงได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 อย่างไม่กี่ดี เนื่องจากกลุ่มโลตัสมีแผนการปรับโฉมและสร้างความทันสมัยแก่ร้านค้าในระหว่างปี 2564 – 2565 ซึ่งผลการดำเนินงานของสาขาที่ได้รับการปรับโฉมไปแล้วนั้น แสดงให้เห็นถึงรายได้ต่อสาขาที่ปรับตัวเพิ่มขึ้น ประมาณการอัตราการเติบโตของรายได้ต่อสาขาในภาพรวมในปี 2564 จึงสะท้อนผลรวมของผลกระทบทั้งสองประการที่กล่าวมาข้างต้น ในขณะที่ประมาณการอัตราการเติบโตของรายได้ต่อสาขาจะปรับตัวสูงขึ้นในปี 2565 อันเนื่องมาจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจภายหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ดีขึ้น โดยคาดว่าอัตราการเติบโตของมินิซูเปอร์มาร์เก็ตจะสูงกว่าไฮเปอร์มาร์เก็ต และซูเปอร์มาร์เก็ต เนื่องจากแผนการเร่งปรับปรุงสาขาของมินิซูเปอร์มาร์เก็ต ทั้งนี้ ที่ปรึกษาทางการเงินอิสระได้พิจารณาปัจจัยด้านขนาดของสาขาใหม่ที่อาจแตกต่างจากสาขาเดิมในปัจจุบัน ซึ่งจะส่งผลต่อความสามารถในการสร้างรายได้ในประมาณการแล้ว

อัตราการเติบโตของรายได้จากการขายสินค้าในช่องทางอื่นๆ

รายได้จากการขายสินค้าในช่องทางอื่นๆ ของกลุ่มโลตัส ได้แก่ การขายสินค้าให้กับลูกค้าโดยตรง และการขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ โดยอัตราการเติบโตของรายได้จากการขายสินค้าในช่องทางอื่นๆ ในอดีตและประมาณการอัตราการเติบโตสามารถสรุปได้ดังนี้

อัตราการเติบโตเฉลี่ยของรายได้ต่อปี (ร้อยละ)	2562/63A ⁽¹⁾	2563/64A ⁽¹⁾	2564E	2565E	2566E	2567E	2568E
<u>ประเทศไทย</u>							
การขายสินค้าให้กับลูกค้าโดยตรง	132.9	8.9	4.4	10.0	10.0	10.0	10.0

อัตราการเติบโตเฉลี่ยของรายได้ ต่อปี (ร้อยละ)	2562/63A ⁽¹⁾	2563/64A ⁽¹⁾	2564E	2565E	2566E	2567E	2568E
การขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์	(34.2)	63.4	183.4	20.0	15.0	15.0	15.0
ประเทศมาเลเซีย							
การขายสินค้าให้กับลูกค้าโดยตรง	241.4	168.1	(3.4)	83.3	64.6	40.0	25.0
การขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์	8.6	37.5	38.3	29.3	27.3	20.0	15.0

หมายเหตุ: ⁽¹⁾ ข้อมูลในอดีตแสดงข้อมูลจากรอบปีบัญชีของ Lotus TH และ Lotus MY สิ้นสุดวันที่ 29 กุมภาพันธ์ 2563 (2562/63A) และ สิ้นสุดวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 (2563/64A)

ที่ปรึกษาทางการเงินอิสระคาดว่ารายได้จากการขายสินค้าในช่องทางอื่นๆ ของกลุ่มโลตัสส์ จะเติบโตสอดคล้องกับอัตราการเติบโตในอดีต และแผนการดำเนินงานของกลุ่มโลตัสส์ โดยในปี 2564 ประเมินการอัตราการเติบโตของรายได้จากการขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ในประเทศไทยปรับตัวสูงขึ้นอย่างมาก อ้างอิงจากผลการดำเนินงานที่เกิดขึ้นจริงในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2564 ซึ่งเป็นผลมาจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ที่เป็นปัจจัยเร่งให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนมาซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์แทนการซื้อสินค้าด้วยตนเอง อย่างไรก็ตาม คาดว่าอัตราการเติบโตจะลดลงในปี 2565 เป็นต้นไปจากฐานที่สูงในปี 2564

สำหรับประเทศมาเลเซีย ประเมินการอัตราการเติบโตของรายได้จากการขายสินค้าให้กับลูกค้าโดยตรงในปี 2564 นั้นลดลงจากผลกระทบของสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 โดยอ้างอิงจากผลการดำเนินงานที่เกิดขึ้นจริงในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2564 อย่างไรก็ตาม คาดว่าอัตราการเติบโตของรายได้จากการขายสินค้าให้กับลูกค้าโดยตรงในประเทศมาเลเซียจะปรับตัวสูงขึ้นตั้งแต่ปี 2565 เป็นต้นไป เนื่องมาจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ที่คลี่คลายลง และแผนการพัฒนารัฐกิจของกลุ่มโลตัสส์ที่มุ่งเน้นการขายสินค้าโดยตรงกับร้านอาหารและร้านโชห่วยที่อยู่บริเวณใกล้เคียงสาขาร้านค้าปลีก และการลงทุนในระบบโครงสร้างพื้นฐานด้าน IT เพื่อรองรับการให้บริการแก่กลุ่มลูกค้าดังกล่าว สำหรับประเมินการอัตราการเติบโตของรายได้จากการขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ในประเทศมาเลเซียคาดว่าจะเติบโตได้ใกล้เคียงกับอัตราการเติบโตในอดีต

รายได้จากการให้เช่าและบริการ

ประมาณการรายได้จากการให้เช่าและบริการคำนวณมาจากประมาณการพื้นที่เช่าสุทธิ ประมาณการอัตราการเช่าพื้นที่ และประมาณการอัตราค่าเช่าต่อพื้นที่เฉลี่ย

พื้นที่เช่าสุทธิ

ประมาณการพื้นที่เช่าสุทธิ อ้างอิงจากแผนการดำเนินงานของผู้บริหาร โดยกลุ่มโลตัสส์มีแผนการขยายพื้นที่เช่าในศูนย์การค้า ซึ่งจะเติบโตไปควบคู่กับการเปิดสาขาใหม่ และการปรับปรุงพื้นที่ในสาขาปัจจุบัน โดยประมาณการพื้นที่เช่าสุทธิสามารถสรุปได้ดังนี้

พื้นที่เช่าสุทธิ (พัน ตร.ม.)	2562/63A ⁽¹⁾	2563/64A ⁽¹⁾	2564E	2565E	2566E	2567E	2568E
ศูนย์การค้าในประเทศไทย	1,046.0	1,066.3	1,071.0	1,086.0	1,100.0	1,110.0	1,120.0
ศูนย์การค้าในประเทศมาเลเซีย	306.2	331.2	355.9	405.5	463.4	472.4	490.4

หมายเหตุ: ⁽¹⁾ ข้อมูลในอดีตแสดงข้อมูลจากรอบปีบัญชีของ Lotus TH และ Lotus MY สิ้นสุดวันที่ 29 กุมภาพันธ์ 2563 (2562/63A) และ สิ้นสุดวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 (2563/64A)

อัตรการเช่าพื้นที่

อัตรการเช่าพื้นที่ในอดีตและประมาณการอัตรการเช่าพื้นที่ที่สามารถสรุปได้ดังนี้

อัตรการเช่าพื้นที่เฉลี่ย (ร้อยละ)	2562/63A ⁽¹⁾	2563/64A ⁽¹⁾	2564E	2565E	2566E	2567E	2568E
ศูนย์การค้าในประเทศไทย	95.4	87.3	80.8	85.0	85.0	85.0	85.0
ศูนย์การค้าในประเทศมาเลเซีย	94.0	92.5	77.3	80.0	80.0	80.0	80.0

หมายเหตุ: ⁽¹⁾ ข้อมูลในอดีตแสดงข้อมูลจากรอบปีบัญชีของ Lotus TH และ Lotus MY สิ้นสุดวันที่ 29 กุมภาพันธ์ 2563 (2562/63A) และสิ้นสุดวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 (2563/64A)

ประมาณการอัตรการเช่าพื้นที่ในปี 2564 อ้างอิงมาจากผลการดำเนินงานที่เกิดขึ้นจริงในครึ่งปีแรกของปี 2564 ซึ่งยังคงได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 จากมาตรการการควบคุมการแพร่ระบาด โดยที่ปรึกษาทางการเงินอิสระคาดว่าอัตรการเช่าพื้นที่เฉลี่ยของพื้นที่เช่าในประเทศไทยและประเทศมาเลเซียจะปรับตัวสูงขึ้นในปี 2565 ภายหลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 คลี่คลายลง

อัตรค่าเช่าต่อพื้นที่เฉลี่ย

อัตรค่าเช่าต่อพื้นที่เฉลี่ยในอดีตและประมาณการอัตรค่าเช่าต่อพื้นที่เฉลี่ยที่สามารถสรุปได้ดังนี้

อัตรค่าเช่าต่อพื้นที่เฉลี่ย (บาท/ตรม. ต่อเดือน)	2562/63A ⁽¹⁾	2563/64A ⁽¹⁾	2564E	2565E	2566E	2567E	2568E
ศูนย์การค้าในประเทศไทย	1,068.8	815.2	850.0	909.5	936.8	964.9	993.8
ศูนย์การค้าในประเทศมาเลเซีย ⁽²⁾	466.5	347.1	463.9	489.1	478.7	490.8	491.2

หมายเหตุ: ⁽¹⁾ ข้อมูลในอดีตแสดงข้อมูลจากรอบปีบัญชีของ Lotus TH และ Lotus MY สิ้นสุดวันที่ 29 กุมภาพันธ์ 2563 (2562/63A) และสิ้นสุดวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 (2563/64A)

⁽²⁾ สมมติฐานอัตรแลกเปลี่ยน 1 ริงกิตมาเลเซีย เท่ากับประมาณ 7.80 บาท

ที่ปรึกษาทางการเงินอิสระประมาณการอัตรการค่าเช่าเฉลี่ยต่อพื้นที่ระหว่างปีประมาณ โดยอ้างอิงจากการคาดการณ์การฟื้นตัวของธุรกิจพื้นที่เช่าภายหลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 คลี่คลายลง แผนการขยายพื้นที่เช่าของผู้บริหาร และอัตรการเพิ่มขึ้นของค่าเช่าในอดีต

(1.2) อัตรกำไรขั้นต้น

อัตรกำไรขั้นต้นในอดีตและประมาณอัตรกำไรขั้นต้น เป็นดังต่อไปนี้

อัตรกำไรขั้นต้น ⁽¹⁾ (ร้อยละ)	2562/63A ⁽²⁾	2563/64A ⁽²⁾	2564E	2565E	2566E	2567E	2568E
ธุรกิจในประเทศไทย							
ธุรกิจค้าปลีก	23.5	22.8	22.7	22.7	22.7	22.7	22.7
ธุรกิจบริหารพื้นที่เช่าในศูนย์การค้า	78.1	70.6	72.4	72.9	72.9	72.8	72.8
ธุรกิจในประเทศมาเลเซีย							
ธุรกิจค้าปลีก	20.5	22.0	21.1	21.2	21.3	21.3	21.3
ธุรกิจบริหารพื้นที่เช่าในศูนย์การค้า	81.0	75.2	76.9	76.9	76.9	76.9	76.9

หมายเหตุ: ⁽¹⁾ ไม่รวมค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย

⁽²⁾ ข้อมูลในอดีตแสดงข้อมูลจากรอบปีบัญชีของ Lotus TH และ Lotus MY สิ้นสุดวันที่ 29 กุมภาพันธ์ 2563 (2562/63A) และสิ้นสุดวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 (2563/64A)

ประมาณการอัตรากำไรขั้นต้นคำนวณมาจากค่าเฉลี่ยและแนวโน้มของต้นทุนขาย และต้นทุนการให้เช่า และให้บริการในอดีต ตลอดจนต้นทุนที่เกิดขึ้นจริงในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2564

(1.3) ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร

ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร

ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร เช่น ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงาน ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับคลังสินค้า ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับสาธารณูปโภค และค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการส่งเสริมการขาย เป็นต้น โดยอัตราค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารในอดีต และประมาณการอัตราค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร เป็นดังต่อไปนี้

อัตราค่าใช้จ่าย ในการขายและการบริหาร ⁽¹⁾ (ร้อยละของรายได้จากการขาย)	2562/63A ⁽²⁾	2563/64A ⁽²⁾	2564E	2565E	2566E	2567E	2568E
ธุรกิจในประเทศไทย	14.7	14.8	14.8	14.8	14.8	14.7	14.7
ธุรกิจในประเทศมาเลเซีย	14.7	14.1	14.0	13.7	13.4	13.0	12.7

หมายเหตุ: ⁽¹⁾ ไม่รวมค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย

⁽²⁾ ข้อมูลในอดีตแสดงข้อมูลจากรอบปีบัญชีของ Lotus TH และ Lotus MY สิ้นสุดวันที่ 29 กุมภาพันธ์ 2563 (2562/63A) และ สิ้นสุดวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 (2563/64A)

ประมาณการอัตราค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารคำนวณมาจากค่าเฉลี่ยและแนวโน้มของค่าใช้จ่ายแต่ละประเภท ตลอดจนค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจริงในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2564 โดยอัตราค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อรายได้จากการขายมีแนวโน้มลดลงเล็กน้อยในช่วงปีประมาณการ เนื่องมาจากการเพิ่มขึ้นของสัดส่วนรายได้จากการขายสินค้าผ่านช่องทางอื่นๆ ซึ่งมีอัตราค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารต่ำกว่ารายได้จากการขายสินค้าผ่านร้านค้าปลีก

ค่าใช้จ่ายในการแยกธุรกิจภายหลัง CPRD เข้าซื้อกิจการจากผู้ถือหุ้นเดิมของกลุ่มโลตัสส์

นอกเหนือจากค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารที่เกิดขึ้นตามปกติของธุรกิจ กลุ่มโลตัสส์จะมีค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารที่เพิ่มขึ้นจากค่าใช้จ่ายในการแยกธุรกิจภายหลัง CPRD เข้าซื้อกิจการจากผู้ถือหุ้นเดิมของกลุ่มโลตัสส์ ซึ่งค่าใช้จ่ายดังกล่าวเป็นค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการวางระบบ IT และค่าใช้จ่ายในการปรับแบรนด์ใหม่เป็นหลัก โดยผู้บริหารคาดว่าค่าใช้จ่ายในการแยกธุรกิจในปี 2564 และ 2565 จะเท่ากับประมาณ 2,992.2 ล้านบาท และ 1,929.8 ล้านบาท ตามลำดับ และค่าใช้จ่ายในการแยกธุรกิจในปี 2566 – 2568 จะเท่ากับประมาณ 1,264.1 - 1,427.6 ล้านบาทต่อปี

(1.4) ค่าใช้จ่ายในการลงทุน

ประมาณการค่าใช้จ่ายในการลงทุน อ้างอิงจากแผนการลงทุนของผู้บริหาร ซึ่งประกอบด้วยค่าใช้จ่ายในการขยายสาขาร้านค้าปลีก ค่าใช้จ่ายในการบำรุงซ่อมแซม ค่าใช้จ่ายในการลงทุนในการปรับปรุงประสิทธิภาพ ค่าใช้จ่ายในการปรับโฉมสาขาร้านค้าปลีก และค่าใช้จ่ายในการแยกธุรกิจภายหลัง CPRD เข้าซื้อกิจการจากผู้ถือหุ้นเดิมของกลุ่มโลตัสส์ เป็นต้น

ทั้งนี้ ค่าใช้จ่ายในการขยายสาขาร้านค้าปลีกจะเป็นไปตามแผนการขยายสาขาในแต่ละปี ตลอดจนรูปแบบและขนาดของสาขา สำหรับการขยายสาขาในประเทศไทย ประมาณการค่าใช้จ่ายในการลงทุนในสาขารูปแบบไฮเปอร์มาร์เก็ตจะอยู่ที่ประมาณ 360.0 ล้านบาทต่อสาขา ประมาณการค่าใช้จ่ายในการลงทุนในสาขารูปแบบซูเปอร์มาร์เก็ตและมินิซูเปอร์มาร์เก็ตจะอยู่ที่ประมาณ 50.0 ล้านบาทต่อสาขา และ 12.0 ล้านบาทต่อ

สาขา ตามลำดับ สำหรับประมาณการค่าใช้จ่ายในการลงทุนในสาขารูปแบบซูเปอร์มาร์เก็ตในประเทศมาเลเซีย จะอยู่ที่ประมาณ 3.0 – 10.7 ล้านริงกิตมาเลเซียต่อสาขา (ประมาณ 23.4 – 83.4 ล้านบาทต่อสาขา) ขึ้นอยู่กับขนาดของสาขานั้นๆ

นอกจากนี้ ค่าใช้จ่ายในการแยกธุรกิจภายหลัง CPRD เข้าซื้อกิจการจากผู้ถือหุ้นเดิมของกลุ่มโลตัสส์ ทั้งค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการวางระบบ IT และค่าใช้จ่ายในการปรับแบรนด์ใหม่บางส่วนจะไม่ถูกบันทึกเป็นค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร โดยจะถูกบันทึกเป็นค่าใช้จ่ายในการลงทุนซึ่งจะเกิดขึ้นเฉพาะในช่วงปี 2564 – 2566 รวมทั้งหมดประมาณ 7,232.8 ล้านบาท

(1.5) ภาษีเงินได้

ภาษีเงินได้นิติบุคคลในประเทศไทยร้อยละ 20.0 ตลอดปีประมาณการ และภาษีเงินได้นิติบุคคลในประเทศมาเลเซียร้อยละ 24.0 ตลอดปีประมาณการ ทั้งนี้ สำหรับนิติบุคคลในประเทศมาเลเซีย ค่าใช้จ่ายบางประเภท เช่น ค่าเสื่อมราคาของอาคาร และค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนแบรนด์ ไม่สามารถนำมาหักเป็นค่าใช้จ่ายทางภาษีได้

(1.6) เงินทุนหมุนเวียน

เงินทุนหมุนเวียน ประกอบด้วย ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่น เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น และสินค้าคงเหลือ เป็นหลัก ซึ่งประมาณการเงินทุนหมุนเวียนอ้างอิงจากข้อมูลในอดีต โดยสามารถสรุปรายละเอียดได้ดังนี้

	2562/63A ⁽¹⁾	2563/64A ⁽¹⁾	2564E	2565E	2566E	2567E	2568E
ธุรกิจในประเทศไทย							
ระยะเวลาเก็บหนี้จากลูกหนี้การค้า และลูกหนี้หมุนเวียนอื่นเฉลี่ย (วัน)	4.4	5.2	4.8	4.8	4.8	4.8	4.8
ระยะเวลาชำระเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่นเฉลี่ย (วัน)	84.3	86.5	85.4	85.4	85.4	85.4	85.4
ระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย (วัน)	29.5	29.2	29.3	29.3	29.3	29.3	29.3
ธุรกิจในประเทศมาเลเซีย							
ระยะเวลาเก็บหนี้จากลูกหนี้การค้า และลูกหนี้หมุนเวียนอื่นเฉลี่ย (วัน)	7.8	8.3	8.0	8.0	8.0	8.0	8.0
ระยะเวลาชำระเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่นเฉลี่ย (วัน)	55.2	60.9	58.0	58.0	58.0	58.0	58.0
ระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย (วัน)	27.8	27.5	27.6	27.6	27.6	27.6	27.6

หมายเหตุ: ⁽¹⁾ ข้อมูลในอดีตแสดงข้อมูลจากรอบปีบัญชีของ Lotus TH และ Lotus MY สิ้นสุดวันที่ 29 กุมภาพันธ์ 2563 (2562/63A) และ สิ้นสุดวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 (2563/64A)

(1.7) สมมติฐานอื่น ๆ

นอกเหนือจากสมมติฐานที่กล่าวไปแล้วข้างต้น ยังมีสมมติฐานที่สำคัญดังนี้

- ประมาณการทางการเงินไม่รวมการเสริมสร้างประโยชน์ในเชิงธุรกิจร่วมกัน (Synergy) ระหว่าง Makro และกลุ่มโลตัสส์

- ค่าเสื่อมราคาและตัดจำหน่ายทรัพย์สิน อ้างอิงตามนโยบายการตัดค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่ายของกลุ่มโลตัสส์ โดยทรัพย์สินมีอายุการใช้งานอยู่ในช่วง 5 – 40 ปี ตามแต่ละประเภทของทรัพย์สิน ยกเว้นสิทธิการเช่าที่ดินบางส่วนในประเทศมาเลเซียจะมีอายุการใช้งานอยู่ในช่วง 58 – 90 ปี
- ในสิ้นปี 2564 CPRD จะดำเนินการคืนเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินที่มีอยู่ในปัจจุบัน โดยแหล่งเงินทุนในการชำระคืนเงินกู้มาจาก 1) เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินของ CPRD 2) เงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงินของ Ek-Chai และ 3) เงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงินของ Lotus MY โดยภายหลังจากที่ Makro เข้ารับโอนกิจการทั้งหมดของ CPRH และดำเนินการออกและเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนให้แก่ประชาชนทั่วไป (Public Offering) CPRD อาจได้รับเงินทุนจาก Makro เพื่อชำระเงินกู้ยืมข้างต้น อย่างไรก็ตามก็ดี ที่ปรึกษาทางการเงินอิสระไม่ได้ตั้งสมมติฐานเกี่ยวกับการนำเงินที่ CPRD อาจได้รับจากการออกและเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนให้แก่ประชาชนทั่วไป (Public Offering) มาชำระเงินกู้ดังกล่าว แต่ตั้งสมมติฐานให้ CPRD เข้าทำสัญญาเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินเมื่อสัญญาเงินกู้เดิมสิ้นสุดลงต่อไปตลอดปีประมาณการ
- สมมติฐานอัตราแลกเปลี่ยน 1 ริงกิตมาเลเซีย เท่ากับประมาณ 7.80 บาท และสมมติฐานอัตราแลกเปลี่ยน 1 เหรียญสหรัฐ เท่ากับประมาณ 32.91 บาท ซึ่งเป็นอัตราแลกเปลี่ยนเฉลี่ย ณ วันที่ 27 สิงหาคม 2564 (ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย)

(2) สรุปประมาณการทางการเงิน

ประมาณการงบกำไรขาดทุน

หน่วย: ล้านบาท

	2562A ⁽¹⁾	2563A ⁽¹⁾	2564E	2565E	2566E	2567E	2568E
รายได้รวม ⁽²⁾	223,028.0	210,936.0	219,357.2	237,727.3	256,397.2	273,865.4	292,059.0
Lotus TH	187,307.0	174,932.0	180,294.1	195,273.5	208,286.2	222,270.3	237,126.8
Lotus MY	36,404.0	36,414.0	39,063.0	42,453.8	48,110.9	51,595.2	54,932.2
กำไรขั้นต้น ⁽³⁾	51,437.0	44,740.0	54,405.6	59,468.0	63,994.4	68,180.1	72,543.7
Lotus TH	44,183.0	37,335.0	45,297.5	49,418.9	52,580.3	55,963.4	59,559.9
Lotus MY	7,937.0	7,815.0	9,108.1	10,049.1	11,414.1	12,216.7	12,983.7
ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร ⁽³⁾	(34,152.0)	(35,150.0)	(33,660.8)	(34,879.9)	(36,781.0)	(38,803.3)	(41,178.9)
Lotus TH	(28,058.0)	(29,606.0)	(27,590.5)	(28,877.3)	(30,265.9)	(31,991.4)	(34,051.8)
Lotus MY	(5,837.0)	(5,544.0)	(6,070.4)	(6,002.6)	(6,515.1)	(6,811.9)	(7,127.1)
ส่วนแบ่งกำไรจากเงินลงทุนในกิจการร่วมค้าและบริษัทร่วม	815.0	782.0	522.6	677.2	859.0	859.0	859.0
กำไร/ (ขาดทุน) จากอัตราแลกเปลี่ยนและตราสารอนุพันธ์	(1.0)	89.0	(534.6)	-	-	-	-
EBITDA	30,719.0	22,885.0	20,732.8	25,265.3	28,072.4	30,235.8	32,223.8
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	(12,620.0)	(12,424.0)	(12,804.9)	(14,855.7)	(15,803.4)	(16,395.3)	(17,551.7)
EBIT	18,099.0	10,461.0	7,927.9	10,409.7	12,269.1	13,840.5	14,672.1
ต้นทุนทางการเงิน ⁽⁴⁾	(6,639.0)	(6,690.0)	(6,831.7)	(5,956.7)	(6,355.7)	(6,778.6)	(6,497.3)
ภาษีเงินได้	(3,127.0)	(1,993.0)	(1,692.4)	(1,445.0)	(1,561.0)	(1,936.9)	(2,181.2)
กำไรสุทธิ	8,333.0	1,778.0	(596.2)	3,008.0	4,352.3	5,124.9	5,993.7

- หมายเหตุ: (1) ข้อมูลในอดีตแสดงข้อมูลจากข้อมูลทางการเงินรวมเสมือนสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2562 และ 31 ธันวาคม 2563 ของ CPRD
- (2) รวมรายได้อื่นที่เกิดขึ้นที่ CPRD และการปรับปรุงทางบัญชีตามข้อมูลทางการเงินรวมเสมือนสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2562 และ 31 ธันวาคม 2563 ของ CPRD จึงทำให้แตกต่างจากผลรวมของ Lotus TH และ Lotus MY
- (3) ข้อมูลในอดีตของกำไรขั้นต้นและค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารรวมค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย และมีการปรับปรุงทางบัญชีตามข้อมูลทางการเงินรวมเสมือนสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2562 และ 31 ธันวาคม 2563 ของ CPRD จึงทำให้กำไรขั้นต้นรวมและค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารรวมแตกต่างจากผลรวมของ Lotus TH และ Lotus MY
- (4) ต้นทุนทางการเงินหักลบกับรายได้ดอกเบี้ยรับ

ประมาณการงบดุล

หน่วย: ล้านบาท

	2562A ⁽¹⁾	2563A ⁽¹⁾	2564E	2565E	2566E	2567E	2568E
สินทรัพย์รวม	408,374.0	406,640.0	416,720.5	425,088.7	437,438.5	448,209.8	461,107.7
หนี้สินรวม	205,040.0	209,051.0	211,012.1	216,372.4	224,369.8	230,016.2	236,920.4
ส่วนของผู้ถือหุ้น	203,334.0	197,589.0	205,708.4	208,716.4	213,068.7	218,193.6	224,187.3

หมายเหตุ: (1) ข้อมูลในอดีตแสดงข้อมูลจากข้อมูลทางการเงินรวมเสมือนสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2562 และ 31 ธันวาคม 2563 ของ CPRD

ประมาณการกระแสเงินสด

หน่วย: ล้านบาท

	6M2564 ⁽¹⁾	2565	2566	2567	2568
กำไรจากการดำเนินงานหลังหักภาษี ⁽²⁾	3,242	8,965	10,708	11,904	12,491
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	7,071	14,856	15,803	16,395	17,552
ความต้องการเงินทุนหมุนเวียน และปรับปรุงรายการที่ไม่ใช่เงินสด	(2,397)	1,283	1,110	1,120	1,177
กระแสเงินสดจากการกิจกรรมดำเนินงาน	7,917	25,103	27,622	29,419	31,220
กระแสเงินสดจากการกิจกรรมลงทุน	(8,745)	(12,680)	(11,120)	(10,143)	(11,591)
ปรับปรุงผลประโยชน์ทางภาษีจากดอกเบี้ย	(275)	(1,872)	(1,533)	(1,769)	(1,637)
กระแสเงินสดของกิจการ	(1,103)	10,551	14,968	17,508	17,992

หมายเหตุ: (1) ประมาณการกระแสเงินสดของกิจการสำหรับงวดหกเดือนปี 2564 ที่นำมาคำนวณมูลค่าของกิจการ คือ ประมาณการกระแสเงินสดระหว่างเดือนกรกฎาคม - ธันวาคม ปี 2564 ซึ่งคิดจากประมาณการกระแสเงินสดของปี 2564 หักลบด้วยกระแสเงินสดของกิจการที่เกิดขึ้นจริงในงวด 6 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2564

(2) ไม่รวมรายได้ดอกเบี้ยรับ กำไร/ขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนและตราสารอนุพันธ์ และต้นทุนทางการเงิน

(3) อัตราคิดลด (Discount Rate) และการคำนวณมูลค่าสุดท้าย (Terminal Value)

อัตราคิดลดที่ใช้ในการคำนวณหามูลค่าปัจจุบันเท่ากับร้อยละ 6.09 ซึ่งเป็นต้นทุนทางการเงินถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (Weighted Average Cost of Capital: WACC) ซึ่งที่ปรึกษาทางการเงินอิสระได้คำนวณอัตราคิดลด ดังนี้

$$WACC = K_e[1 - (D / (D + E))] + K_d(1 - T)(D / (D + E))$$

โดยที่ K_e คือ อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น

K_d คือ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมเฉลี่ยในช่วงระยะเวลาประมาณการของ CPRD ซึ่งเท่ากับร้อยละ 3.81 ต่อปี

T คือ อัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลระยะยาว ซึ่งเท่ากับร้อยละ 20.00

D/(D+E) คือ อัตราส่วนของหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อผลรวมของหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยและส่วนของผู้ถือหุ้น ตามงบการเงินรวมของ CPRD สิ้นสุด ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2564 ซึ่งเท่ากับ 0.80

ทั้งนี้ อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้นคำนวณมาจากทฤษฎี Capital Asset Pricing Model (CAPM) โดยมีรายละเอียดดังนี้

$$K_e = R_f + \beta(R_m - R_f)$$

- โดยที่ R_f คือ อัตราผลตอบแทนจากการลงทุนที่ปราศจากความเสี่ยง เนื่องจากการประเมินมูลค่าตั้งอยู่บนสมมติฐานว่ากิจการจะยังคงดำเนินต่อไปอย่างต่อเนื่อง (Going Concern Basis) ที่ปรึกษาทางการเงินอิสระจึงอ้างอิงจากอัตราผลตอบแทนพันธบัตรรัฐบาลที่มีอายุยาวที่สุดที่มีการซื้อขาย ได้แก่ พันธบัตรรัฐบาลอายุ 49 ปี ซึ่งมีอัตราผลตอบแทนเท่ากับร้อยละ 2.90 ณ วันที่ 18 สิงหาคม 2564 (ที่มา: สมาคมตราสารหนี้ไทย)
- β คือ ค่าความแปรปรวนของผลตอบแทนของหลักทรัพย์ที่ประกอบธุรกิจที่มีลักษณะใกล้เคียงกับ CPRD ในประเทศไทยและในทวีปเอเชียแปซิฟิกเฉลี่ย 5 ปี ย้อนหลัง (ที่มา: Bloomberg) ปรับปรุงด้วยอัตราส่วนระหว่างหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยและส่วนของผู้ถือหุ้นตามงบการเงินรวมของ CPRD สิ้นสุด ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2564 ซึ่งจะได้ค่า β เท่ากับ 0.75
- R_m คือ อัตราผลตอบแทนจากการลงทุนใน SET Index เฉลี่ยย้อนหลังตั้งแต่มีการเปิดทำการซื้อขาย เท่ากับร้อยละ 10.34 ณ วันที่ 18 สิงหาคม 2564 (ที่มา: ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย)

สำหรับการคำนวณมูลค่าสุดท้าย (Terminal Value) มีสูตรในการคำนวณดังนี้

$$\text{มูลค่าสุดท้าย (Terminal Value)} = [\text{FCFF}_{2568}(1+g)] / (\text{WACC} - g)$$

- โดยที่ FCFF_{2568} คือ กระแสเงินสดของกิจการในปี 2568
- g คือ อัตราการเติบโตระยะยาวของกระแสเงินสดภายหลังปี 2568 เท่ากับร้อยละ 1.50 ซึ่งอ้างอิงจากคาดการณ์อัตราเงินเฟ้อของประเทศไทยในอนาคต
- WACC คือ อัตราคิดลดซึ่งที่ปรึกษาทางการเงินอิสระคำนวณได้เท่ากับร้อยละ 6.09

(4) สรุปการประเมินมูลค่าด้วยวิธีมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสด

หน่วย: ล้านบาท (ยกเว้นกำหนดไว้เป็นอย่างอื่น)

	ณ วันที่ 31 ตุลาคม 2564
อัตราคิดลด (WACC) (ร้อยละ)	6.09
อัตราการเติบโตระยะยาวของกระแสเงินสดภายหลังปี 2568 (ร้อยละ)	1.50
มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสด (2564 ⁽¹⁾ – 2568)	50,500.8
มูลค่าปัจจุบันของมูลค่าสุดท้าย (Terminal Value)	310,939.6

	ณ วันที่ 31 ตุลาคม 2564
มูลค่ากิจการ	361,440.4
บวก เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ⁽²⁾	22,449.7
หัก หนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ย ⁽²⁾	(158,425.9)
มูลค่าส่วนของผู้ถือหุ้นของ CPRD	225,464.2
บวก เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดของ CPRH ⁽³⁾	5.0
มูลค่าส่วนของผู้ถือหุ้นของ CPRH	225,469.3
หารด้วย จำนวนหุ้นของ CPRH (ล้านหุ้น)	1,994.8
มูลค่าต่อหุ้น (บาทต่อหุ้น)	113.0

หมายเหตุ: ⁽¹⁾ ประมาณการกระแสเงินสดของกิจการสำหรับงวดหกเดือนปี 2564 ที่นำมาคำนวณมูลค่าของกิจการ คือ ประมาณการกระแสเงินสดระหว่างเดือนกรกฎาคม – ธันวาคม ปี 2564 ซึ่งคิดจากประมาณการกระแสเงินสดของปี 2564 หักลบด้วยกระแสเงินสดของกิจการที่เกิดขึ้นจริงในงวด 6 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2564

⁽²⁾ ข้อมูลตามงบการเงินรวมของ CPRD ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2564

⁽³⁾ เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดหักด้วยหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ย ตามงบการเงินของ CPRH ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563

จากการประเมินมูลค่าด้วยวิธีมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดนั้น จะได้มูลค่าส่วนของผู้ถือหุ้นของ CPRH เท่ากับ 225,469.3 ล้านบาท หรือคิดเป็น 113.0 บาทต่อหุ้น

(5) การวิเคราะห์ความอ่อนไหว (Sensitivity Analysis)

ที่ปรึกษาทางการเงินอิสระได้จัดทำกรวิเคราะห์ความอ่อนไหว (Sensitivity Analysis) ของมูลค่าส่วนของผู้ถือหุ้นของ CPRH ต่อ อัตราคิดลด (WACC) และอัตราการเติบโตระยะยาวของกระแสเงินสด (Terminal Growth Rate) เนื่องจากเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อการประเมินมูลค่า โดยมีช่วงเปลี่ยนแปลง คือ +/- ร้อยละ 5.0 เพื่อสะท้อนถึงความอ่อนไหวในปัจจุบันที่สำคัญของสมมติฐานที่ปรึกษาทางการเงินอิสระเป็นผู้กำหนด ซึ่งผลการวิเคราะห์ความอ่อนไหวสามารถสรุปได้ดังนี้

มูลค่าส่วนของผู้ถือหุ้นของ CPRH (ล้านบาท)		อัตราคิดลด (WACC) (ร้อยละ)		
		5.79	6.09	6.39
อัตราการเติบโตระยะยาว (Terminal Growth Rate) (ร้อยละ)	1.43	245,953.5	220,244.2	197,690.3
	1.50	251,995.5	225,469.3	202,248.5
	1.58	258,252.7	230,868.0	206,948.5

มูลค่าหุ้นของ CPRH (บาทต่อหุ้น)		อัตราคิดลด (WACC) (ร้อยละ)		
		5.79	6.09	6.39
อัตราการเติบโตระยะยาว (Terminal Growth Rate) (ร้อยละ)	1.43	123.3	110.4	99.1
	1.50	126.3	113.0	101.4
	1.58	129.5	115.7	103.7

จากการวิเคราะห์ความอ่อนไหวข้างต้น จะเห็นว่ามูลค่าที่เหมาะสมของ CPRH จากการประเมินมูลค่าด้วยวิธีมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดจะอยู่ระหว่าง 197,690.3 – 258,252.7 ล้านบาท หรือคิดเป็น 99.1 – 129.5 บาทต่อหุ้น

5.1.3 วิธีการเปรียบเทียบกับบริษัทอื่นที่ประกอบกิจการประเภทเดียวกันหรือใกล้เคียง (Market Comparables Approach)

วิธีการเปรียบเทียบอัตราส่วนมูลค่าตลาด (Market Comparables Approach) เป็นวิธีการประเมินมูลค่าของกิจการภายใต้สมมติฐานที่ว่าบริษัทจดทะเบียนที่ประกอบธุรกิจลักษณะคล้ายคลึงกันควรมีอัตราส่วนราคาการซื้อขายที่ใกล้เคียงกัน ทั้งนี้ เนื่องจาก CPRH ประกอบธุรกิจลงทุน (Investment Holding Company) โดยการถือหุ้นเป็นสัดส่วนร้อยละ 99.99 ใน CPRD เป็นหลัก ซึ่งถือหุ้นเป็นสัดส่วนร้อยละ 99.99 ในกลุ่มโลตัสส์ และ CPRH ไม่ได้จัดทำงบการเงินรวม ดังนั้นการประเมินมูลค่าของ CPRH ด้วยวิธีการเปรียบเทียบกับบริษัทอื่นที่ประกอบกิจการประเภทเดียวกันหรือใกล้เคียงนั้นอยู่บนสมมติฐานว่าที่ปรึกษาทางการเงินอิสระจะประเมินมูลค่าจากประมาณการทางการเงินของ CPRD

การประเมินมูลค่าโดยวิธีเปรียบเทียบกับบริษัทอื่นที่ประกอบกิจการประเภทเดียวกันหรือใกล้เคียงกันนั้น จะประเมินโดยใช้อัตราส่วนมูลค่าตลาด (Market Comparables) ได้แก่

- วิธีอัตราส่วนราคาต่อกำไรต่อหุ้น (Price to Earning Ratio Approach: P/E Multiples)
- วิธีอัตราส่วนราคาต่อมูลค่าตามบัญชี (Price to Book Value Ratio Approach: P/BV Multiples)
- วิธีอัตราส่วนมูลค่ากิจการต่อกำไรจากการดำเนินงานก่อนหักดอกเบี้ยจ่าย ภาษีเงินได้ ค่าเสื่อมราคาและค่าใช้จ่ายตัดจำหน่าย (EV/EBITDA Multiples)

การประเมินมูลค่าวิธีนี้ แสดงให้เห็นถึงกลไกของตลาดและมุมมองของนักลงทุนที่มีต่อบริษัท ณ เวลาใดเวลาหนึ่ง อย่างไรก็ตาม แต่ละบริษัทที่นำมาเปรียบเทียบกับนั้นอาจมีความแตกต่างกัน เช่น นโยบายทางการเงิน วัตถุประสงค์ของกิจการ โครงสร้างต้นทุน แหล่งที่มาของรายได้อื่น ๆ และคุณภาพของกิจการ รวมถึงคุณภาพของสินทรัพย์อีกด้วย ทั้งนี้ เนื่องจากรายชื่อของบริษัทที่ได้นำมาเปรียบเทียบกับนั้นอาจไม่ได้ครอบคลุมบริษัทที่คล้ายคลึงกันทั้งหมดและอาจมีความแตกต่างกันในหลายๆประการดังที่อธิบายไปแล้วข้างต้น ดังนั้น การเปรียบเทียบจะถูกนำเสนออย่างจำกัดและมีจุดประสงค์เพียงเพื่อแสดงประกอบการอธิบายเท่านั้น

ที่ปรึกษาทางการเงินอิสระพิจารณาคัดเลือกบริษัทจดทะเบียนที่ประกอบกิจการค้าปลีกและค้าส่งในประเทศไทย และในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ที่มีลักษณะธุรกิจใกล้เคียงกับกลุ่มโลตัสส์จาก SETSMART และ Bloomberg ดังนี้

บริษัทในประเทศไทย

- (1) บริษัท เซ็นทรัล รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (“CRC”)

CRC เป็นผู้นำธุรกิจค้าปลีกสินค้าหลากหลายประเภทผ่านรูปแบบและช่องทางที่หลากหลาย (Multi-format and Multi-category) ในประเทศไทย ได้แก่ ห้างสรรพสินค้า ร้านขายสินค้าเฉพาะทาง ซูเปอร์มาร์เก็ต ไฮเปอร์มาร์เก็ต ร้านสะดวกซื้อ และพลาซ่า ภายใต้แบรนด์ค้าปลีกที่สำคัญ ได้แก่ ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน และโรบินสัน โลฟิสสไตล์ เซ็นเตอร์ ซูเปอร์สปอร์ต (Super sport) ไทวัสดุ และบ้าน แอนด์ บียอนด์ ท็อปส์ และเซ็นทรัล ฟู้ด ฮอลล์ แฟมิลีมาร์เก็ต และอื่นๆ ณ สิ้นปี 2563 กลุ่ม CRC มีร้านค้าปลีกในประเทศไทยจำนวน 1,898 ร้านค้า ในประเทศเวียดนามจำนวน 124 ร้านค้า และในประเทศอิตาลีมีห้างสรรพสินค้าจำนวน 9 สาขา โดยในปี 2563 CRC มีรายได้ 194,311.4 ล้านบาทและมีกำไรสุทธิ 46.3 ล้านบาท

- (2) บริษัท เบอร์ลี่ ยูคเกอร์ จำกัด (มหาชน) (“BJC”)

BJC ประกอบธุรกิจหลักในกลุ่มสินค้าและบริการทางการค้าปลีกสมัยใหม่ โดยดำเนินกิจการด้านการจัดการบริหารห้างค้าปลีกสมัยใหม่รวมถึงร้านค้าออนไลน์ โดยใช้รูปแบบการผสมผสานช่องทางทั้งหมดของธุรกิจเข้าด้วยกัน (Omni-Channel Model) รวมถึงธุรกิจค้าปลีก ธุรกิจให้เช่าและบริการพื้นที่ (Dual Retail Property Model) แก่ผู้ที่มีความสนใจเช่า

ภายในบริเวณห้างค้าปลีกของ BJC ทั้งนี้ BJC ถือเป็นหนึ่งในผู้ประกอบการค้าปลีกขนาดใหญ่ในประเทศไทย ดำเนินงานภายใต้ชื่อ “BIG C Supercenter” โดยแบ่งออกเป็น 1) ห้างไฮเปอร์มาร์เก็ต ภายใต้แบรนด์ บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์และบิ๊กซี เอ็กซ์ตร้า 2) ซูเปอร์มาร์เก็ต ภายใต้แบรนด์ บิ๊กซี มาร์เก็ตและบิ๊กซี ฟู้ดเพลส 3) ร้านสะดวกซื้อ ภายใต้แบรนด์ มินิ บิ๊กซี และอื่นๆ โดยในปี 2563 BJC มีรายได้ 157,606.7 ล้านบาทและมีกำไรสุทธิ 4,001.2 ล้านบาท

(3) บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) (“Makro”)

Makro ประกอบธุรกิจศูนย์จำหน่ายสินค้าแบบชำระเงินสดและบริการตนเอง ภายใต้ชื่อ “แม็คโคร” เพื่อจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคให้แก่ลูกค้าที่เป็นสมาชิกบัตรแม็คโคร Makro มีศูนย์จำหน่ายสินค้ากระจายอยู่ทั่วประเทศไทย และมีฐานลูกค้าสมาชิกกว่า 3 ล้านราย ประกอบด้วย ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกรายย่อย ผู้ประกอบการ ธุรกิจโรงแรม ร้านอาหารและจัดเลี้ยง และกลุ่มผู้ประกอบการบริการขนาดกลางและขนาดเล็ก ณ สิ้นปี 2563 Makro มีศูนย์จำหน่ายสินค้ากระจายอยู่ทั่วประเทศไทยจำนวน 137 สาขา โดยในปี 2563 มีรายได้ 218,760.2 ล้านบาทและมีกำไรสุทธิ 6,562.7 ล้านบาท

บริษัทในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก

(4) Aeon Company Limited (“AEON”)

AEON เป็นบริษัทสัญชาติญี่ปุ่น โดยมีธุรกิจหลักคือร้านค้าปลีก ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อ นอกจากนี้ AEON ยังประกอบธุรกิจร้านขายเสื้อผ้าสตรีและลำลอง ธุรกิจพัฒนาสังหาริมทรัพย์เชิงพาณิชย์ และบริการจัดหาเงินทุนผ่านบริษัทย่อย โดยมีร้านค้าปลีกหลากหลายรูปแบบครอบคลุมทั่วภูมิภาคเอเชีย ภายใต้เครื่องหมายการค้าต่างๆ อาทิเช่น AEON Maxvalu โดยในงบการเงินงวดปีล่าสุด AEON มีรายได้ประมาณ 2,529,965.8 ล้านบาทและขาดทุนสุทธิประมาณ 20,884.5 ล้านบาท

(5) Yonghui Superstores Company Limited (“Yonghui”)

Yonghui เป็นบริษัทสัญชาติจีน ประกอบธุรกิจเครือข่ายร้านค้าปลีกสินค้าอุปโภคบริโภคภายในประเทศจีน ภายใต้ชื่อ “Bravo YH” ให้บริการผ่านเครือข่ายร้านค้ากว่า 1,037 สาขาทั่วประเทศจีน โดยในงบการเงินงวดปีล่าสุด Yonghui มีรายได้ประมาณ 422,651.0 ล้านบาทและมีกำไรสุทธิประมาณ 8,137.8 ล้านบาท

(6) Sun Art Retail Group Limited (“Sun Art”)

Sun Art เป็นบริษัทสัญชาติจีน ประกอบธุรกิจเครือข่ายร้านค้าปลีกสินค้าอุปโภคบริโภคผ่านเครือข่ายร้านค้าประเภทไฮเปอร์มาร์เก็ต ซูเปอร์สโตร์ และร้านสะดวกซื้อ และธุรกิจ E-Commerce รายใหญ่ในประเทศจีน ภายใต้ชื่อ RT-Mart RT-Super และ RT-Mini ณ สิ้นปี 2563 Sun Art มีร้านค้าประเภทไฮเปอร์มาร์เก็ตกว่า 484 ร้านค้าทั่วประเทศจีน ปัจจุบัน Sun Art มีกลยุทธ์มุ่งเน้นการบริการครบทุกช่องทาง (omni-channel) และเป็นผู้นำด้าน Digital Transformation สำหรับธุรกิจค้าปลีก โดยในงบการเงินงวดปีล่าสุด Sun Art มีรายได้ประมาณ 433,021.9 ล้านบาท และมีกำไรสุทธิประมาณ 13,024.3 ล้านบาท

(7) E-Mart Inc. (“E-Mart”)

E-Mart เป็นบริษัทสัญชาติเกาหลีใต้ ประกอบธุรกิจเครือข่ายธุรกิจค้าปลีกรายใหญ่ในประเทศเกาหลีใต้ ภายใต้แบรนด์ Emart Emart Mall Emart Traders Molly’s Pet Shop และ Boots และอื่นๆ โดยในงบการเงินงวดปีล่าสุด E-Mart มีรายได้ประมาณ 584,761.2 ล้านบาท และมีกำไรสุทธิประมาณ 9,602.1 ล้านบาท

(8) Puregold Price Club Inc. (“Puregold”)

Puregold เป็นบริษัทสัญชาติฟิลิปปินส์ ประกอบธุรกิจค้าส่งและค้าปลีกสินค้าอุปโภคบริโภค ผ่านสาขาในรูปแบบต่างๆ กว่า 280 สาขา ทั่วประเทศฟิลิปปินส์ ทั้งห้างสรรพสินค้า ไฮเปอร์มาร์เก็ต ซูเปอร์มาร์เก็ตและร้านขายของถูก (Discount Store) โดยงบการเงินงวดปีล่าสุด Puregold มีรายได้ประมาณ 106,346.5 ล้านบาท และมีกำไรสุทธิประมาณ 5,087.3 ล้านบาท

(9) AEON Co. (M) Bhd. (“AEON Malaysia”)

AEON Malaysia เป็นบริษัทย่อยของ AEON Company Limited ประกอบธุรกิจร้านค้าปลีกสินค้าอุปโภคบริโภครายใหญ่ในประเทศมาเลเซีย ภายใต้ชื่อ AEON Maxvalu Daiso และอื่นๆ โดยในงบการเงินงวดปีล่าสุด AEON Malaysia มีรายได้ประมาณ 30,164.1 ล้านบาท และมีกำไรสุทธิประมาณ 308.4 ล้านบาท

(10) Olympic Group Corporation (“Olympic Group”)

Olympic Group เป็นบริษัทสัญชาติญี่ปุ่น ประกอบธุรกิจร้านค้าปลีกสินค้าอุปโภคบริโภค ผ่านร้านค้าประเภทซูเปอร์มาร์เก็ต และ Discount Store เฉพาะในกรุงโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น ภายใต้ชื่อร้าน Olympic โดยในงบการเงินงวดปีล่าสุด Olympic Group มีรายได้ประมาณ 29,723.6 ล้านบาท และมีกำไรสุทธิประมาณ 894.2 ล้านบาท

(11) Metro Retail Stores Group Inc. (“Metro”)

Metro เป็นบริษัทสัญชาติฟิลิปปินส์ ประกอบธุรกิจร้านค้าปลีกสินค้าอุปโภคบริโภค ภายใต้ชื่อ METRO ผ่านร้านค้าในรูปแบบ ห้างสรรพสินค้า ไฮเปอร์มาร์เก็ตและซูเปอร์มาร์เก็ต ทั่วประเทศฟิลิปปินส์ โดยในงบการเงินงวดปีล่าสุด Metro มีรายได้ ประมาณ 19,823.1 ล้านบาท และขาดทุนสุทธิประมาณ 283.5 ล้านบาท

ตาราง: ข้อมูลทางการเงินของบริษัทที่ประกอบกิจการประเภทเดียวกันหรือใกล้เคียงกันในประเทศไทยและในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก

บริษัท	ประเทศ	มูลค่าตามราคาตลาด (ล้านบาท)	Enterprise Value (ล้านบาท)	P/E (เท่า)			P/B (เท่า)			EV/EBITDA (เท่า)		
				ปัจจุบัน	2564E	2565E	ปัจจุบัน	2564E	2565E	ปัจจุบัน	2564E	2565E
AEON Co., Ltd.	ญี่ปุ่น	782,353.0	1,373,750.2	n/a	n/a	91.3 ⁽¹⁾	2.6	2.5	2.7	9.0	10.6	8.9
Central Retail Corporation Plc.	ไทย	197,515.3	318,308.5	n/a	284.6 ⁽¹⁾	41.4	3.5	3.7	3.5	16.9	16.2	12.2
Yonghui Superstores Co., Ltd.	จีน	195,861.4	332,974.4	158.1 ⁽¹⁾	36.8	23.3	2.5	1.9	1.9	n/a	21.3	16.5
Sun Art Retail Group Ltd.	จีน	195,242.3	169,900.8	13.2	15.4	16.0	1.5	1.4	1.3	3.9	3.9	4.2
Siam Makro Plc.	ไทย	174,000.0	178,424.6	26.2	24.5	22.0	7.2 ⁽¹⁾	7.1 ⁽¹⁾	6.4 ⁽¹⁾	14.2	14.1	13.0
Berli Jucker Public Co., Ltd.	ไทย	136,265.1	301,597.9	36.4	27.8	23.2	1.2	1.2	1.1	15.7	14.9	13.8
E-Mart Inc.	เกาหลีใต้	134,440.1	296,749.3	12.4	13.9	11.8	0.5	0.5	0.5	8.5	7.9	7.5
Puregold Price Club Inc.	ฟิลิปปินส์	76,578.0	89,254.3	13.9	13.8	12.4	3.3	1.6	1.4	7.6	7.6	7.1
AEON Co. (M) Bhd.	มาเลเซีย	14,229.2	35,582.3	32.6	20.9	16.4	1.1	1.1	1.0	6.2	5.9	5.7
Olympic Group Corp.	ญี่ปุ่น	5,394.9	10,422.0	6.7	n/a	n/a	0.7	n/a	n/a	6.0	n/a	n/a
Metro Retail Stores Group Inc.	ฟิลิปปินส์	2,980.2	5,940.1	n/a	33.3	16.6	0.5	0.5	n/a	8.4	3.8	n/a
			ค่าเฉลี่ย	20.2	23.3	20.3	1.7	1.6	1.7	9.6	10.6	9.9
			ค่ามัธยฐาน	13.9	22.7	16.6	1.3	1.4	1.4	8.4	9.3	8.9
			เปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 25	12.8	15.1	16.0	0.8	1.1	1.1	6.5	6.3	7.1
			เปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 75	29.4	29.2	23.2	2.6	1.9	2.1	12.9	14.7	13.0

ที่มา : Bloomberg ณ วันที่ 2 สิงหาคม 2564

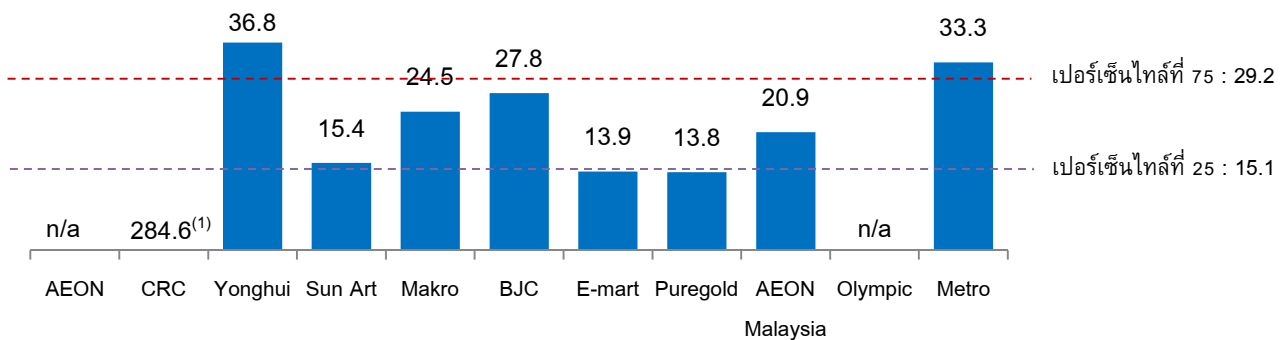
หมายเหตุ: ⁽¹⁾ ข้อมูลไม่ถูกนำมาใช้ในการคำนวณค่าทางสถิติเนื่องจากที่ปรึกษาทางการเงินอิสระมีความเห็นว่าเป็นค่าที่ไม่เหมาะสม (Outlier)

(1) วิธีอัตราส่วนราคาต่อกำไรต่อหุ้น (Price to Earning Ratio Approach: P/E Multiples)

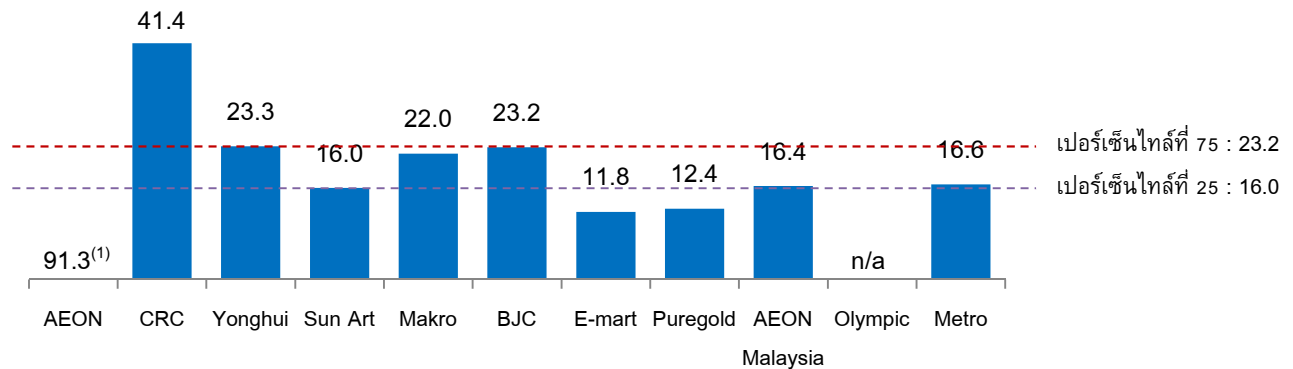
การประเมินมูลค่าโดยวิธีอัตราส่วนราคาต่อกำไรต่อหุ้น (P/E) นั้น คำนวณโดยการนำกำไรสุทธิของ CPRD มาคูณกับอัตราส่วนราคาต่อกำไรต่อหุ้น (P/E) ของบริษัทที่ประกอบธุรกิจในลักษณะใกล้เคียงกัน โดยกำไรสุทธิที่ใช้ในการคำนวณมาจากประมาณการทางการเงิน ในกรณีนี้ ที่ปรึกษาทางการเงินอิสระได้แสดงช่วงมูลค่าของ CPRH ซึ่งสอดคล้องกับค่าเฉลี่ย P/E ในช่วงระยะเวลาที่แตกต่างกันดังนี้

- ประมาณการอัตราส่วนราคาต่อกำไร (P/E) ปี 2564
- ประมาณการอัตราส่วนราคาต่อกำไร (P/E) ปี 2565

แผนภูมิประมาณการอัตราส่วนราคาต่อกำไร (P/E) ปี 2564 (เท่า)



แผนภูมิประมาณการอัตราส่วนราคาต่อกำไร (P/E) ปี 2565 (เท่า)



หมายเหตุ: ⁽¹⁾ ข้อมูลไม่ถูกนำมาใช้ในการคำนวณค่าทางสถิติเนื่องจากที่ปรึกษาทางการเงินอิสระมีความเห็นว่าเป็นค่าที่ไม่เหมาะสม (Outlier)

ตารางมูลค่าของ CPRH ที่ประเมินได้ด้วยวิธีอัตราส่วนราคาต่อกำไร (P/E)

หน่วย : ล้านบาทยกเว้นกำหนดไว้เป็นอย่างอื่น

	ประมาณการ	
	2564	2565
ประมาณการกำไร(ขาดทุน) สุทธิ	(596.2)	3,008.0
ค่า P/E เปรอร์เซ็นไทล์ที่ 25 (เท่า)	15.1	16.0
ค่า P/E เปรอร์เซ็นไทล์ที่ 75 (เท่า)	29.2	23.2
มูลค่าส่วนของผู้ถือหุ้นคำนวณจากเปอร์เซ็นไทล์ที่ 25	n/a	48,133.3
มูลค่าส่วนของผู้ถือหุ้นคำนวณจากเปอร์เซ็นไทล์ที่ 75	n/a	69,655.3
ช่วงมูลค่าของส่วนของผู้ถือหุ้น	n/a	48,133.3 – 69,655.3
ช่วงมูลค่าราคาต่อหุ้น (บาทต่อหุ้น)	n/a	24.1 – 34.9

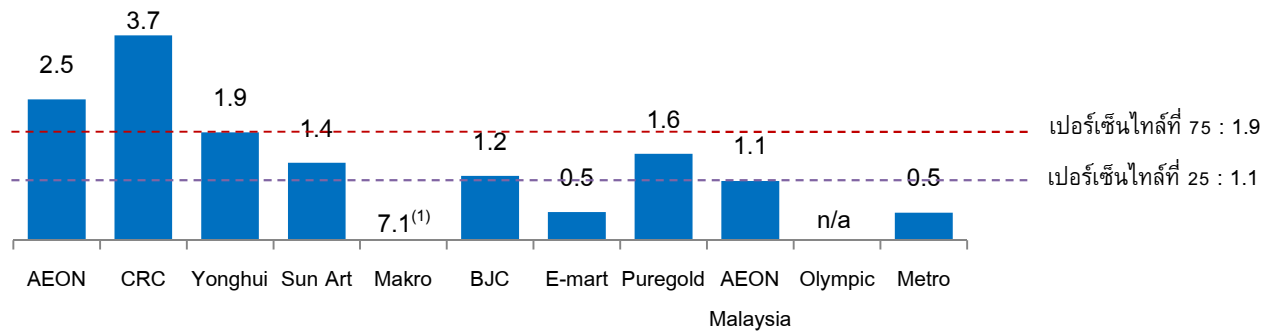
จากตารางข้างต้น ช่วงมูลค่าที่เหมาะสมของส่วนของผู้ถือหุ้นของ CPRH คำนวณมาจากค่า P/E เปรอร์เซ็นไทล์ที่ 25 ถึงเปอร์เซ็นไทล์ที่ 75 ของกลุ่มบริษัทเทียบเคียง ทั้งนี้ในปี 2564 คาดว่า CPRD จะเกิดขาดทุนสุทธิจึงไม่สามารถคำนวณมูลค่าที่เหมาะสมได้ โดยช่วงมูลค่าที่เหมาะสมของส่วนของผู้ถือหุ้นของ CPRH ซึ่งคำนวณจากประมาณการในปี 2565 มีค่าเท่ากับ 48,133.3 – 69,655.3 ล้านบาท หรือคิดเป็น 24.1 – 34.9 บาทต่อหุ้น

(2) วิธีอัตราส่วนราคาต่อมูลค่าตามบัญชี (Price to Book Value Ratio Approach: P/BV Multiples)

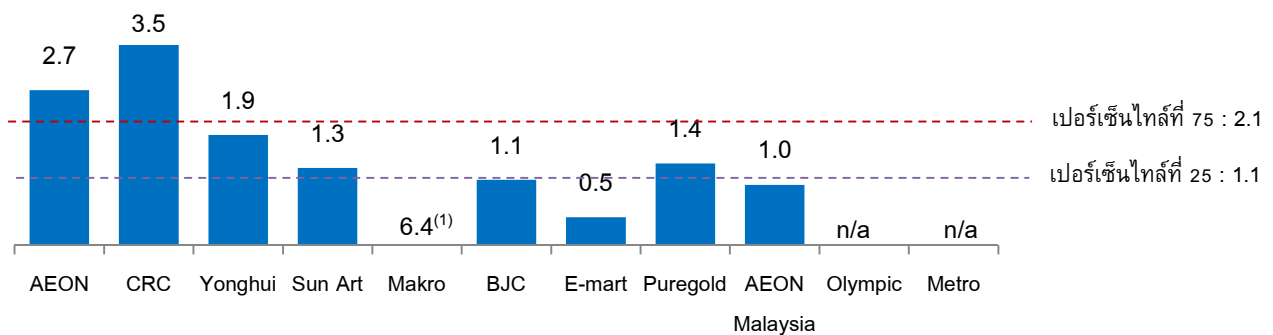
การประเมินมูลค่าด้วยวิธีอัตราส่วนราคาต่อมูลค่าทางบัญชีนั้นเป็นการคำนวณมูลค่าโดยการคูณมูลค่าทางบัญชี (Book Value) ของ CPRD ด้วยอัตราส่วนราคาต่อมูลค่าทางบัญชี (P/BV) ของบริษัทที่ประกอบกิจการประเภทเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน โดยมูลค่าทางบัญชีที่ใช้ในการคำนวณมาจากประมาณการทางการเงิน ในกรณีนี้ ที่ปรึกษาทางการเงินอิสระ ได้แสดงช่วงมูลค่าของ CPRH ซึ่งสอดคล้องกับค่าเฉลี่ย P/BV ในช่วงระยะเวลาที่แตกต่างกันดังนี้

- ประมาณการอัตราส่วนราคาต่อมูลค่าทางบัญชี (P/BV) ปี 2564
- ประมาณการอัตราส่วนราคาต่อมูลค่าทางบัญชี (P/BV) ปี 2565

แผนภูมิประมาณการอัตราส่วนราคาต่อมูลค่าทางบัญชี (P/BV) ปี 2564 (เท่า)



แผนภูมิประมาณการอัตราส่วนราคาต่อมูลค่าทางบัญชี (P/BV) ปี 2565 (เท่า)



หมายเหตุ: ⁽¹⁾ ข้อมูลไม่ถูกนำมาใช้ในการคำนวณค่าทางสถิติเนื่องจากที่ปรึกษาทางการเงินอิสระมีความเห็นว่าเป็นค่าที่ไม่เหมาะสม (Outlier)

ตารางมูลค่าของ CPRH ที่ประเมินได้ด้วยวิธีอัตราส่วนราคาต่อมูลค่าทางบัญชี (P/BV)

หน่วย : ล้านบาทยกเว้นกำหนดไว้เป็นอย่างอื่น

	ประมาณการ	
	2564	2565
ประมาณการมูลค่าทางบัญชี	205,708.4	208,716.4
ค่า P/BV เปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 25 (เท่า)	1.1	1.1
ค่า P/BV เปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 75 (เท่า)	1.9	2.1
มูลค่าส่วนของผู้ถือหุ้นคำนวณจากเปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 25	219,799.5	231,049.0
มูลค่าส่วนของผู้ถือหุ้นคำนวณจากเปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 75	399,547.5	437,438.2
ช่วงมูลค่าของส่วนของผู้ถือหุ้น	219,799.5 – 399,547.5	231,049.0 – 437,438.2
ช่วงมูลค่าราคาต่อหุ้น (บาทต่อหุ้น)	110.2 – 200.3	115.8 – 219.3

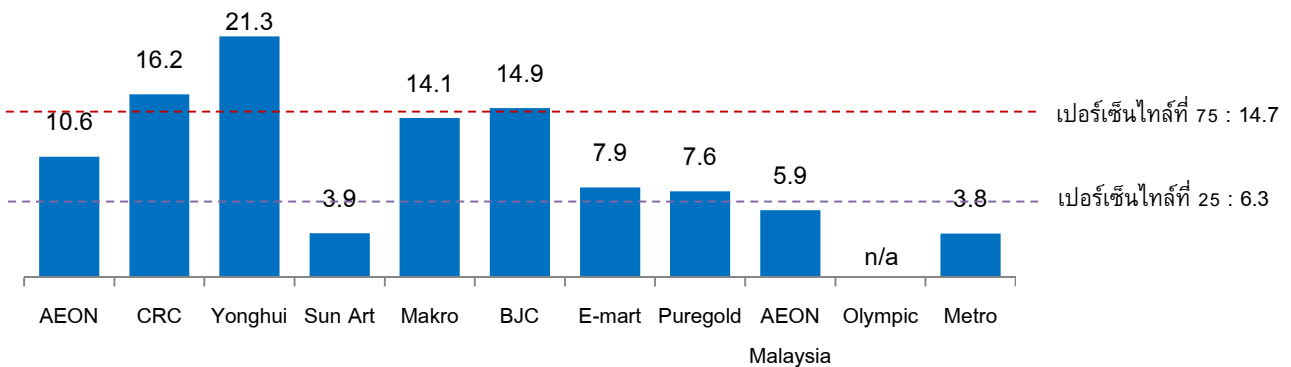
จากตารางข้างต้น ช่วงมูลค่าส่วนของผู้ถือหุ้นของ CPRH คำนวณมาจากค่า P/BV เปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 25 ถึงเปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 75 ของกลุ่มบริษัทเทียบเคียงทั้งหมด โดยใช้ประมาณการมูลค่าทางบัญชี ในปี 2564 และ 2565 มีค่าเท่ากับ 219,799.5 – 399,547.5 ล้านบาท หรือคิดเป็น 110.2 – 200.3 บาทต่อหุ้น และ 231,049.0 – 437,438.2 ล้านบาท หรือคิดเป็น 115.8 – 219.3 บาทต่อหุ้น ตามลำดับ

(3) วิธีอัตราส่วนมูลค่ากิจการต่อกำไรจากการดำเนินงานก่อนหักดอกเบี้ยจ่าย ภาษีเงินได้ ค่าเสื่อมราคาและค่าใช้จ่ายตัดจำหน่าย (EV/EBITDA Multiples)

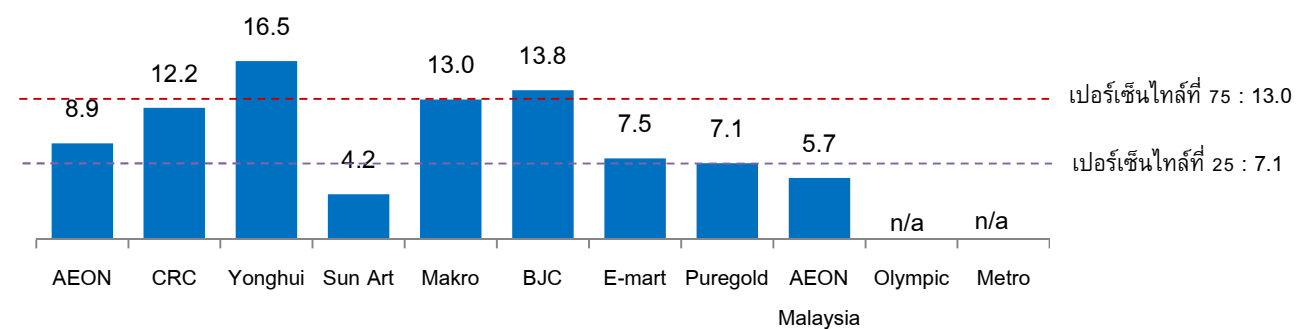
การประเมินมูลค่าโดยวิธีนี้คำนวณโดยการคูณกำไรจากการดำเนินงานก่อนหักดอกเบี้ยจ่าย ภาษีเงินได้ ค่าเสื่อมราคา และค่าใช้จ่ายตัดจำหน่าย (EBITDA) ของ CPRD กับอัตราส่วน EV/EBITDA ของบริษัทในกลุ่มที่ประกอบกิจการใกล้เคียงกันดังที่ได้กล่าวไว้ข้างต้นเพื่อประเมินมูลค่าของ CPRH ซึ่งทางที่ปรึกษาทางการเงินอิสระได้บวกเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดหักด้วยหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยทั้งหมดออกจากมูลค่าสุทธิของกิจการของ CPRD (ตามงบการเงินของรวมของ CPRD ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2564) และ บวกเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดหักด้วยหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยของ CPRH (ตามงบการเงินของ CPRH ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563) กลับเข้าไปเพื่อใช้ในการหามูลค่าของส่วนของผู้ถือหุ้น ในกรณีนี้จะแสดงช่วงมูลค่าของ CPRH ซึ่งสอดคล้องกับค่าเฉลี่ยของ EV/EBITDA ในช่วงระยะเวลาที่แตกต่างกันดังนี้

- ประมาณการอัตราส่วน EV/EBITDA ปี 2564
- ประมาณการอัตราส่วน EV/EBITDA ปี 2565

แผนภูมิประมาณการอัตราส่วน EV/EBITDA ปี 2564 (เท่า)



แผนภูมิประมาณการอัตราส่วน EV/EBITDA ปี 2565 (เท่า)



ตารางมูลค่าของ CPRH ที่ประเมินได้ด้วยวิธีมูลค่า EV/EBITDA

หน่วย : ล้านบาทยกเว้นกำหนดไว้เป็นอย่างอื่น

	ประมาณการ	
	2564	2565
ประมาณการ EBITDA	20,732.8	25,265.3
ค่า EV/EBITDA เปรอร์เซ็นต์ที่ 25 (เท่า)	6.3	7.1
ค่า EV/EBITDA เปรอร์เซ็นต์ที่ 75 (เท่า)	14.7	13.0
มูลค่าของกิจการคำนวณจากเปอร์เซ็นต์ที่ 25 ⁽¹⁾	133,572.5	181,082.6
มูลค่าของกิจการคำนวณจากเปอร์เซ็นต์ที่ 75 ⁽¹⁾	310,198.1	333,280.2
มูลค่าส่วนของผู้ถือหุ้นคำนวณจากเปอร์เซ็นต์ที่ 25 ⁽¹⁾	0.0	42,376.8
มูลค่าส่วนของผู้ถือหุ้นคำนวณจากเปอร์เซ็นต์ที่ 75 ⁽¹⁾	168,951.7	192,275.9
ช่วงมูลค่าของส่วนของผู้ถือหุ้น	0.0 – 168,951.7	42,376.8 – 192,275.9
ช่วงมูลค่าราคาต่อหุ้น (บาทต่อหุ้น)	0.0 – 84.7	21.2 – 96.4

หมายเหตุ: ⁽¹⁾ รวมเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดหักด้วยหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ย ตามงบการเงินของ CPRH ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563

จากตารางข้างต้น มูลค่าส่วนของผู้ถือหุ้นของ CPRH คำนวณมาจากค่า EV/EBITDA เปรอร์เซ็นต์ที่ 25 ถึงเปอร์เซ็นต์ที่ 75 ของกลุ่มบริษัทเทียบเคียงทั้งหมด โดยใช้ประมาณการ EBITDA ในปี 2564 และ 2565 มีค่าเท่ากับ 0.0 – 168,951.7 ล้านบาท หรือคิดเป็น 0.0 – 84.7 บาทต่อหุ้น และ 42,376.8 – 192,275.9 ล้านบาท หรือคิดเป็น 21.2 – 96.4 บาทต่อหุ้น ตามลำดับ

5.2 การประเมินมูลค่าของ Makro

ที่ปรึกษาทางการเงินอิสระได้ทำการประเมินมูลค่าของ Makro ด้วยวิธีต่างๆ จำนวน 4 วิธี ได้แก่

- วิธีประเมินมูลค่าตามบัญชี (Book Value Approach)
- วิธีมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสด (Discounted Cash Flow Approach)
- วิธีการเปรียบเทียบกับบริษัทอื่นที่ประกอบกิจการประเภทเดียวกันหรือใกล้เคียง (Market Comparables Approach)
- วิธีเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยราคาตลาดย้อนหลัง (Historical Market Price Approach)

5.2.1 วิธีมูลค่าตามบัญชี (Book Value Approach)

การประเมินมูลค่าหุ้นด้วยวิธีนี้ จะแสดงให้เห็นถึงมูลค่าตามบัญชีของ Makro ตามงบการเงินรวม ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2564 ซึ่งได้รับการสอบทานโดยผู้สอบบัญชีรับอนุญาต ที่ได้รับความเห็นชอบจากสำนักงาน ก.ล.ต. (บริษัท เคพีเอ็มจี ภูมิภาค ไทย สอบบัญชี จำกัด) และเป็นงบการเงินฉบับล่าสุด โดยสามารถนำงบการเงินดังกล่าวมาคำนวณหามูลค่าตามบัญชีของ Makro ได้ดังนี้

หน่วย: ล้านบาทยกเว้นกำหนดไว้เป็นอย่างอื่น

ทุนที่ออกและชำระแล้ว	2,400.0
ส่วนเกินมูลค่าหุ้นสามัญ	3,290.2
ส่วนขาดทุนจากการเปลี่ยนแปลงสัดส่วนความเป็นเจ้าของในบริษัทย่อย	(20.0)
กำไรสะสม	
จัดสรรแล้ว สรรองตามกฎหมาย	240.0
ยังไม่ได้จัดสรร	16,652.2
องค์ประกอบอื่นของส่วนของผู้ถือหุ้น	(188.2)
รวมส่วนของผู้ถือหุ้นของ Makro ⁽¹⁾	22,374.2
หัก เงินปันผลจ่าย	(1,920.0)
มูลค่าตามบัญชีหลังปรับปรุง	20,454.2
จำนวนหุ้นที่ชำระแล้วทั้งหมด (ล้านหุ้น) ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2564 ⁽²⁾	4,800.0
มูลค่าตามบัญชีต่อหุ้น (บาท)	4.3

หมายเหตุ: ⁽¹⁾ ไม่รวมส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม

⁽²⁾ มูลค่าหุ้นที่ตราไว้เท่ากับหุ้นละ 0.50 บาท

จากการประเมินมูลค่าหุ้นด้วยวิธีนี้ จะได้มูลค่าส่วนของผู้ถือหุ้นของ Makro เท่ากับ 20,454.2 ล้านบาท หรือคิดเป็น 4.3 บาทต่อหุ้น โดยที่ปรึกษาทางการเงินอิสระได้ปรับปรุงมูลค่าทางบัญชีด้วยเงินปันผลจ่ายของ Makro ซึ่งที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทของ Makro ครั้งที่ 6/2564 เมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2564 ได้มีมติอนุมัติจ่ายเงินปันผลเป็นเงินสดจากกำไรจากการดำเนินงานงวด 6 เดือน ของปี 2564 (วันที่ 1 มกราคม 2564 – 30 มิถุนายน 2564) เป็นจำนวน 0.4 บาทต่อหุ้น หรือคิดเป็นเงินจำนวน 1,920.0 ล้านบาท ทั้งนี้ ที่ปรึกษาทางการเงินอิสระไม่ได้ปรับปรุงมูลค่าทางบัญชีของ Makro จากการปรับปรุงมูลค่ายุติธรรมของสินทรัพย์และหนี้สิน เนื่องจาก Makro ไม่มีการจัดทำรายงานการประเมินสินทรัพย์โดยที่ปรึกษาอิสระ

ทั้งนี้ วิธีการประเมินมูลค่าตามบัญชีนี้เป็นการแสดงมูลค่าทางบัญชีของ Makro ณ ช่วงเวลาหนึ่งเท่านั้น โดยมีได้คำนึงถึงประมาณการผลการดำเนินงานในอนาคต สภาพเศรษฐกิจ แนวโน้มของอุตสาหกรรม และมูลค่ายุติธรรมของ

สินทรัพย์และหนี้สินของ Makro ดังนั้น ที่ปรึกษาทางการเงินอิสระจึงมีความเห็นว่าวิธีประเมินมูลค่าดังกล่าวเป็นวิธีที่ไม่เหมาะสมสำหรับการประเมินมูลค่าในครั้งนี้

5.2.2 วิธีมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสด (Discounted Cash Flow Approach)

วิธีมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดเป็นการคำนวณหามูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดที่คาดว่าจะได้รับจากการดำเนินธุรกิจของกิจการในอนาคตมาปรับด้วยอัตราคิดลด (Discount rate) ที่เหมาะสม ซึ่งในการประเมินหามูลค่าส่วนของผู้ถือหุ้นของกิจการในครั้งนี้ ที่ปรึกษาทางการเงินอิสระได้ใช้ต้นทุนทางการเงินถ่วงเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (Weighted Average Cost of Capital) เป็นอัตราคิดลดในการคำนวณหามูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดของกิจการ (Free Cash Flow to Firm) จากประมาณการกระแสเงินสดของกิจการเป็นระยะเวลา 5 ปี ตั้งแต่ปี 2564-2568 โดยอ้างอิงข้อมูลสาธารณะ (Public Information) สมมติฐานที่ได้รับจากบริษัท และ Makro และจากการสัมภาษณ์ผู้บริหาร ซึ่งวิธีมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดเป็นวิธีที่สามารถสะท้อนแผนการดำเนินธุรกิจ ความสามารถในการทำกำไร และแนวโน้มการเติบโต รวมทั้งผลตอบแทนของผู้ถือหุ้นในอนาคต ที่ปรึกษาทางการเงินอิสระจึงมีความเห็นว่าวิธีมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสด เป็นวิธีประเมินมูลค่าที่เหมาะสมสำหรับการประเมินมูลค่าในครั้งนี้

(1) สมมติฐานหลักในการจัดทำประมาณการทางการเงิน

(1.1) รายได้

รายได้ของ Makro แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ รายได้จากการขายสินค้า และรายได้จากการให้บริการ

รายได้จากการขายสินค้า

ประมาณการรายได้จากการขายสินค้า แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) ศูนย์จำหน่ายสินค้าแบบชำระเงินสดและบริการตนเอง (Cash and Carry) และ 2) ธุรกิจนำเข้าส่งออกและจำหน่ายสินค้าอาหารแช่แข็งและแช่เย็นพร้อมบริการด้านจัดเก็บและจัดส่ง (ธุรกิจฟู้ดเซอร์วิส)

1) ศูนย์จำหน่ายสินค้าแบบชำระเงินสดและบริการตนเอง

รายได้จากการขายสินค้าในศูนย์จำหน่ายสินค้าในประเทศไทยและในต่างประเทศ คำนวณมาจากประมาณการจำนวนสาขาของศูนย์จำหน่ายสินค้าและประมาณการรายได้ต่อสาขาของศูนย์จำหน่ายสินค้าแต่ละรูปแบบ

จำนวนสาขา

จำนวนสาขาศูนย์จำหน่ายสินค้าในประเทศไทยและต่างประเทศในอดีต และประมาณการจำนวนสาขาศูนย์จำหน่ายสินค้าสามารถสรุปได้ดังนี้

	2562A	2563A	2564E	2565E	2566E	2567E	2568E
จำนวนสาขาเพิ่มขึ้นสุทธิ⁽¹⁾							
ศูนย์จำหน่ายสินค้าในประเทศไทย	5	3	7	35	60	85	85
ศูนย์จำหน่ายสินค้าในต่างประเทศ – เอเชีย	3	1	1	4	5	6	2
รวม	8	4	8	39	65	91	87
จำนวนสาขา ณ สิ้นปี							
ศูนย์จำหน่ายสินค้าในประเทศไทย	134	137	144	179	239	324	409
ศูนย์จำหน่ายสินค้าในต่างประเทศ – เอเชีย	6	7	8	12	17	23	25
รวม	140	144	152	191	256	347	434

หมายเหตุ: ⁽¹⁾ จำนวนสาขาที่เพิ่มขึ้นสุทธิ คือ จำนวนสาขาที่เปิดใหม่หักลบกับจำนวนสาขาที่ปิดทำการ

ที่ปรึกษาทางการเงินอิสระประมาณการจำนวนสาขาศูนย์จำหน่ายสินค้าโดยอ้างอิงจากแผนการเปิดสาขาของผู้บริหาร และจำนวนสาขาที่มีการเปิดในอดีต ซึ่งผู้บริหารมีแผนที่จะขยายสาขาศูนย์จำหน่ายสินค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยสำหรับศูนย์จำหน่ายสินค้าในประเทศไทย จะมุ่งเน้นการขยายสาขาของศูนย์จำหน่ายสินค้านำรูปแบบเฟรชแอทแม็คโคร ภายใต้ชื่อ “Fresh@Makro” ซึ่งเป็นรูปแบบศูนย์จำหน่ายสินค้านำรูปแบบใหม่ของ Makro ที่ถูกพัฒนาขึ้นโดยมุ่งเน้นการจำหน่ายสินค้าอาหารสดเป็นหลัก เพื่อเน้นการให้บริการแก่ลูกค้าผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดกลางและขนาดเล็กในพื้นที่รอบข้างให้สามารถหาซื้อสินค้าได้อย่างสะดวกโดยไม่ต้องเดินทางไกล รวมถึงกลุ่มลูกค้าผู้บริโภคที่เป็นครอบครัวใหญ่ซึ่งในปัจจุบันมีแนวโน้มในการเข้าครัวเพื่อทำอาหารรับประทานเองมากขึ้น

อัตราการเติบโตของรายได้ต่อสาขา

อัตราการเติบโตของรายได้ต่อสาขาในอดีต และประมาณการอัตราการเติบโตของรายได้ต่อสาขาสามารถสรุปได้ดังนี้

อัตราการเติบโตเฉลี่ยของ รายได้ต่อสาขาต่อปี (ร้อยละ)	2562A	2563A	2564E	2565E	2566E	2567E	2568E
ศูนย์จำหน่ายสินค้าในประเทศไทย	3.7	0.7	2.0	2.4	6.7	5.0	5.0
ศูนย์จำหน่ายสินค้าเดิมในต่างประเทศ	13.0	3.3	(16.9)	22.0	15.0	15.0	10.0

ที่ปรึกษาทางการเงินอิสระประมาณการอัตราการเติบโตของรายได้ต่อสาขาโดยพิจารณาภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน คาดการณ์ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต ตลอดจนแผนการดำเนินงานของบริษัท โดยในปี 2564 ประเทศไทยและต่างประเทศยังคงได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 อย่างไรก็ดี ผลการดำเนินงานที่เกิดขึ้นจริงในปี 2564 จะเห็นได้ว่าศูนย์จำหน่ายสินค้าของ Makro ในประเทศไทยได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ค่อนข้างจำกัด ทั้งนี้ ประมาณการอัตราการเติบโตของรายได้ต่อสาขาตั้งแต่ปี 2565 - 2568 อ้างอิงจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจภายหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ดีขึ้น คาดการณ์อัตราการเติบโตของ GDP และอัตราเงินเฟ้อในประเทศไทยและต่างประเทศ ซึ่งเป็นตัวสะท้อนสถานะเศรษฐกิจและเป็นแรงผลักดันหลักของอุตสาหกรรมค้าปลีก

ทั้งนี้ อัตราการเติบโตของรายได้ต่อสาขาของศูนย์จำหน่ายสินค้าที่เปิดใหม่ในต่างประเทศ อ้างอิงจากประมาณการของผู้บริหารที่คาดว่าจะมีการเติบโตได้ดีในช่วง 1 – 3 ปีแรกของการเปิดสาขาใหม่ สะท้อนกระบวนการสร้างการรับรู้ของผู้บริโภคในพื้นที่ในช่วงระยะเวลาดังกล่าว ซึ่งสอดคล้องกับผลการดำเนินงานในอดีต โดยประมาณการอัตราการเติบโตของรายได้ต่อสาขาเปิดใหม่ในต่างประเทศสามารถสรุปได้ดังนี้

อัตราการเติบโตเฉลี่ยของ รายได้ต่อสาขาต่อปี (ร้อยละ)	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ศูนย์จำหน่ายสินค้าที่เปิดใหม่ใน ต่างประเทศ	-	15.0 – 25.0	12.0 – 25.0	10.0 – 12.0	5.0 – 9.0

การเติบโตของรายได้จากโครงการพัฒนาร้านค้าปลีกยุคใหม่สู่สมาร์ตโชห่วย

นอกเหนือไปจากรายได้จากการขายสินค้าตามปกติของศูนย์จำหน่ายสินค้าแบบชำระเงินสดและบริการตนเอง Makro ได้จัดทำโครงการพัฒนาร้านค้าปลีกยุคใหม่สู่สมาร์ตโชห่วย เพื่อพัฒนาลูกค้าผู้ประกอบการร้านโชห่วยและคนรุ่นใหม่ที่ต้องการสืบทอดกิจการร้านโชห่วยของครอบครัวให้สามารถต่อ

ยอดธุรกิจได้อย่างเข้มแข็งและยั่งยืน โดย Makro จะเข้าไปช่วยเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันให้กับร้านค้าปลีก รายย่อย ให้คำแนะนำและความรู้ในการบริหารจัดการร้านค้าปลีกและการนำเสนอแพลตฟอร์มทางด้าน IT ในการช่วยพัฒนาร้านค้าของผู้ค้าปลีกรายย่อย ซึ่งผู้บริหารเล็งเห็นว่าจะช่วยเพิ่มรายได้จากการขายสินค้า ให้แก่ร้านค้าของผู้ค้าปลีกรายย่อยได้ จากผลการดำเนินงานที่เกิดขึ้นจริงในปี 2564 ที่ปรึกษาทางการเงิน อิสระจึงประมาณการรายได้ส่วนเพิ่มจากโครงการนี้เท่ากับ 3,718 – 26,067 ล้านบาทต่อปี ในช่วงปี 2565 – 2568

2) ธุรกิจฟู๊ดเซอร์วิส

นอกจากการประกอบธุรกิจศูนย์จำหน่ายสินค้า ซึ่งถือเป็นธุรกิจหลักของ Makro แล้ว Makro ยังมี รายได้จากธุรกิจฟู๊ดเซอร์วิส ภายใต้การบริหารจัดการของกลุ่มธุรกิจฟู๊ดเซอร์วิสในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกและ ตะวันออกกลาง (Food Service APME) โดย Makro มีฐานการดำเนินธุรกิจฟู๊ดเซอร์วิสใน 6 ประเทศหลัก ได้แก่ ประเทศไทย กัมพูชา เวียดนาม สิงคโปร์ เขตบริหารพิเศษฮ่องกง และสหรัฐอเมริกาเม็กซิโก สินค้า ส่วนใหญ่ของธุรกิจฟู๊ดเซอร์วิสเป็นสินค้านำเข้าจากต่างประเทศระดับพรีเมียม จึงมีความแตกต่างจากสินค้า ที่จำหน่ายในศูนย์จำหน่ายสินค้าของ Makro โดยเน้นตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มโฮเรกา (“HoReCa”) ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม ร้านอาหารและจัดเลี้ยง รวมถึง ภัตตาคารและร้านอาหาร แบบเต็มรูปแบบ ผู้ให้บริการอาหารจานด่วน ผู้จัดจำหน่ายสินค้าชั้นนำ และผู้ให้บริการด้านอาหารใน โรงพยาบาลชั้นนำ สายการบิน และกลุ่มสถาบันต่างๆ โดยอัตราการเติบโตของธุรกิจฟู๊ดเซอร์วิสในอดีตและ ประมาณการอัตราการเติบโตสามารถสรุปได้ดังนี้

อัตราการเติบโตของรายได้ต่อปี (ร้อยละ)	2562A	2563A	2564E	2565E	2566E	2567E	2568E
ธุรกิจฟู๊ดเซอร์วิส	2.7	(27.9)	26.9	17.1	5.0	5.1	5.4

โดยประมาณการอัตราการเติบโตของธุรกิจฟู๊ดเซอร์วิสในปี 2564 อ้างอิงจากผลการดำเนินงานที่ เกิดขึ้นจริงในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2564 ซึ่งเห็นการฟื้นตัวที่ดีของรายได้จากปี 2563 ที่ได้รับผลกระทบจาก สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 หลังจากนั้นคาดว่าอัตราการเติบโตของรายได้จากธุรกิจ ฟู๊ดเซอร์วิสจะยังคงฟื้นตัวต่อเนื่อง โดยเติบโตตามอัตราการเติบโตของ GDP และอัตราเงินเฟ้อในแต่ละ ประเทศ

รายได้จากการให้บริการ

รายได้จากการให้บริการ ได้แก่ รายได้จากลูกค้า เช่น รายได้จากรายการส่งเสริมการขาย โดยสัดส่วน รายได้จากการให้บริการต่อรายได้จากการขายสินค้านำรวมในอดีตและประมาณการสัดส่วนรายได้จากการ ให้บริการสามารถสรุปได้ดังนี้

สัดส่วนรายได้จากการให้บริการ (ร้อยละของรายได้จากการขายสินค้านำรวม)	2562A	2563A	2564E	2565E	2566E	2567E	2568E
สัดส่วนรายได้จากการให้บริการ	1.7	1.8	1.8	1.7	1.5	1.4	1.2

ประมาณการรายได้จากการให้บริการคำนวณมาจากสัดส่วนรายได้จากการให้บริการต่อรายได้จาก การขายสินค้านำรวม โดยอ้างอิงจากคาดการณ์ของผู้บริหาร ซึ่งจากนโยบายการเพิ่มสัดส่วนการขาย

ผลิตภัณฑ์อาหารสดและสินค้านำเข้า ผู้บริหารจึงคาดการณ์ว่าสัดส่วนรายได้จากการให้บริการต่อรายได้จากการขายสินค้ารวมจะค่อยๆ ลดลงตลอดช่วงระยะเวลาประมาณการ

(1.2) อัตรากำไรขั้นต้น

โดยอัตรากำไรขั้นต้นในอดีตและประมาณอัตรากำไรขั้นต้น เป็นดังต่อไปนี้

อัตรากำไรขั้นต้น ⁽¹⁾ (ร้อยละ)	2562A	2563A	2564E	2565E	2566E	2567E	2568E
ศูนย์จำหน่ายสินค้าในประเทศไทย							
รูปแบบเฟรชเอทแม็คโคร			17.4	17.4	17.4	17.4	17.4
รูปแบบอื่นๆ	9.9	10.1	10.1	10.4	10.8	11.0	11.2
ศูนย์จำหน่ายสินค้าในต่างประเทศ	8.4	9.4	8.8	8.8	8.8	8.8	8.8
ธุรกิจฟูดเซอร์วิส	22.00	20.3	21.4	21.4	21.4	21.4	21.4

หมายเหตุ: ⁽¹⁾ ไม่รวมค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย

ประมาณการอัตรากำไรขั้นต้นอ้างอิงจากอัตรากำไรขั้นต้นในอดีต และอัตรากำไรขั้นต้นที่เกิดขึ้นในปี 2564 ทั้งนี้ คาดว่าอัตรากำไรขั้นต้นของรายได้จากการขายสินค้าผ่านศูนย์จำหน่ายสินค้าในประเทศไทยจะค่อยๆ ปรับตัวสูงขึ้น สอดคล้องกับนโยบายของผู้บริหารในการเพิ่มสัดส่วนการขายผลิตภัณฑ์อาหารสดและสินค้านำเข้า ซึ่งเป็นสินค้าที่มีอัตรากำไรขั้นต้นสูงกว่าอัตรากำไรขั้นต้นเฉลี่ย ทั้งนี้ ประมาณการอัตรากำไรขั้นต้นของศูนย์จำหน่ายสินค้านำเข้ารูปแบบเฟรชเอทแม็คโคร อ้างอิงจากอัตรากำไรขั้นต้นของสาขาในปัจจุบันจำนวน 1 สาขา ที่เริ่มเปิดเดือนมิถุนายน 2563 ซึ่งมีอัตรากำไรขั้นต้นระหว่างเดือนเมษายน – กรกฎาคม 2564 เท่ากับร้อยละ 17.4 เนื่องจากเป็นช่วงระยะเวลาที่สะท้อนผลการดำเนินงานของสาขาที่เริ่มคงที่

(1.3) ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร

ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร

ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร เช่น ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงาน ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับสาธารณูปโภค และค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการส่งเสริมการขาย เป็นต้น โดยอัตราค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารในอดีตและประมาณการอัตราค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร เป็นดังต่อไปนี้

อัตราค่าใช้จ่าย ในการขายและการบริหาร ⁽¹⁾ (ร้อยละของรายได้จากการขาย)	2562A	2563A	2564E	2565E	2566E	2567E	2568E
อัตราค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร	7.1	6.6	6.8	6.9	7.1	7.3	7.3

หมายเหตุ: ⁽¹⁾ ไม่รวมค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย

ประมาณการอัตราค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารคำนวณมาจากค่าเฉลี่ยและแนวโน้มของค่าใช้จ่ายแต่ละประเภท ตลอดจนค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจริงในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2564 โดยอัตราค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารต่อรายได้จากการขายมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเล็กน้อยในช่วงปีประมาณการ เนื่องมาจากการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารของศูนย์จำหน่ายสินค้านำเข้ารูปแบบเฟรชเอทแม็คโคร ซึ่งมีอัตราค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารต่อรายได้จากการขายสูงกว่าค่าเฉลี่ย

(1.4) ค่าใช้จ่ายในการลงทุน

ประมาณการค่าใช้จ่ายในการลงทุน อ้างอิงจากแผนการลงทุนของผู้บริหาร ซึ่งประกอบด้วยค่าใช้จ่ายในการขยายสาขาศูนย์จำหน่ายสินค้าทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการวางระบบ IT ค่าใช้จ่ายในการบำรุงซ่อมแซมศูนย์จำหน่ายสินค้า ค่าใช้จ่ายในการลงทุนในการปรับปรุงประสิทธิภาพ ค่าใช้จ่ายในการปรับปรุงประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ เป็นต้น

ทั้งนี้ ค่าใช้จ่ายในการขยายสาขาศูนย์จำหน่ายสินค้าจะเป็นไปตามแผนการขยายสาขาในแต่ละปี ตลอดจนรูปแบบและขนาดของสาขา โดยสำหรับการขยายสาขาศูนย์จำหน่ายสินค้าในประเทศไทย ประมาณการค่าใช้จ่ายในการลงทุนในสาขาศูนย์จำหน่ายสินค้านำรูปแบบฟู๊ดเซอร์วิส รูปแบบอีโคโน พลาซ่า รูปแบบฟู๊ดช้อป และรูปแบบเฟรชเอทแม็คโคร จะอยู่ที่ประมาณ 200.0 – 350.0 ล้านบาทต่อสาขา 300.0 – 460.0 ล้านบาทต่อสาขา 100.0 – 200.0 ล้านบาทต่อสาขา และ 52.0 ล้านบาทต่อสาขา ตามลำดับ สำหรับการขยายสาขาศูนย์จำหน่ายสินค้าในต่างประเทศจะอยู่ที่ประมาณ 70.0 – 600.0 ล้านบาทต่อสาขา ขึ้นอยู่กับรูปแบบและขนาดของสาขานั้นๆ

(1.5) ภาษีเงินได้

ภาษีเงินได้นิติบุคคลในประเทศไทยร้อยละ 20.0 ตลอดปีประมาณการ

(1.6) เงินทุนหมุนเวียน

เงินทุนหมุนเวียน ประกอบด้วย ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่น เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น และสินค้าคงเหลือ เป็นหลัก ซึ่งประมาณการเงินทุนหมุนเวียนอ้างอิงจากข้อมูลในอดีต โดยสามารถสรุปรายละเอียดได้ดังนี้

	2562A	2563A	2564E	2565E	2566E	2567E	2568E
ระยะเวลาเก็บหนี้จากลูกหนี้การค้าเฉลี่ย (วัน)	1.9	1.7	1.8	1.8	1.8	1.8	1.8
ระยะเวลาชำระเจ้าหนี้การค้าเฉลี่ย (วัน)	50.9	51.7	51.3	51.3	51.3	51.3	51.3
ระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย (วัน)	28.7	27.8	28.3	28.3	28.3	28.3	28.3

(1.7) สมมติฐานอื่นๆ

นอกเหนือจากสมมติฐานที่กล่าวไปแล้วข้างต้น ยังมีสมมติฐานที่สำคัญดังนี้

- ประมาณการทางการเงินไม่รวมการเสริมสร้างประโยชน์ในเชิงธุรกิจร่วมกัน (Synergy) ระหว่าง Makro และกลุ่มโลตัสส์
- ค่าเสื่อมราคาและตัดจำหน่ายทรัพย์สิน อ้างอิงตามนโยบายการตัดค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่ายของ Makro โดยทรัพย์สินมีอายุการใช้งานอยู่ในช่วง 2 – 50 ปี ตามแต่ละประเภทของทรัพย์สิน
- ในการลงทุนขยายสาขาศูนย์กระจายสินค้าในประเทศไทย Makro จะใช้แหล่งเงินทุนจากกระแสเงินสดของกิจการส่วนหนึ่ง และจากเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินอีกส่วนหนึ่ง ส่วนในการลงทุนขยายสาขาศูนย์กระจายสินค้าในต่างประเทศจะใช้เงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินซึ่งมีระยะเวลาในการจ่ายคืนเฉลี่ย 4 ปี

(2) สรุปประมาณการทางการเงิน

ประมาณการงบกำไรขาดทุน

หน่วย: ล้านบาท

	2562A	2563A	2564E	2565E	2566E	2567E	2568E
รายได้รวม	210,607.9	218,722.6	225,257.1	244,682.0	281,557.5	326,872.0	382,122.7
กำไรขั้นต้น	25,595.7	26,706.8	26,924.7	29,968.2	35,373.7	41,961.8	49,863.1
ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร	(14,687.4)	(14,210.9)	(14,928.9)	(16,471.3)	(19,581.6)	(23,380.5)	(27,578.4)
EBITDA	10,908.3	12,495.9	11,995.8	13,496.9	15,792.1	18,581.2	22,284.6
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	(2,723.0)	(3,577.0)	(3,672.4)	(4,356.2)	(5,517.4)	(6,910.4)	(8,220.9)
EBIT	8,185.3	8,918.9	8,323.4	9,140.7	10,274.8	11,670.9	14,063.7
ต้นทุนทางการเงิน ⁽¹⁾	(290.8)	(581.9)	(651.5)	(925.8)	(1,342.2)	(1,607.1)	(1,765.7)
ภาษีเงินได้	(1,710.0)	(1,812.8)	(1,534.4)	(1,643.0)	(1,786.5)	(2,012.8)	(2,459.6)
กำไรสุทธิ	6,184.5	6,524.2	6,137.5	6,571.9	7,146.1	8,051.0	9,838.4

หมายเหตุ: ⁽¹⁾ ต้นทุนทางการเงินหักลบกับรายได้ดอกเบี้ยรับ

ประมาณการงบดุล

หน่วย: ล้านบาท

	2562A	2563A	2564E	2565E	2566E	2567E	2568E
สินทรัพย์รวม	62,641.3	74,034.2	80,160.8	97,500.7	116,400.0	136,723.9	156,876.1
หนี้สินรวม	41,907.0	51,323.6	51,243.5	62,011.4	73,764.6	86,037.5	96,351.3
ส่วนของผู้ถือหุ้น	20,734.4	22,710.5	28,917.3	35,489.3	42,635.4	50,686.4	60,524.8

ประมาณการกระแสเงินสด

หน่วย: ล้านบาท

	6M2564 ⁽¹⁾	2565	2566	2567	2568
กำไรจากการดำเนินงานหลังหักภาษี ⁽²⁾	3,886.5	7,497.7	8,488.2	9,658.1	11,604.1
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	1,889.7	4,356.2	5,517.4	6,910.4	8,220.9
ความต้องการเงินทุนหมุนเวียนและปรับปรุงรายการที่ไม่ใช่เงินสด	1,085.1	1,241.6	2,365.8	2,912.4	3,559.8
กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน	6,861.4	13,095.5	16,371.4	19,480.9	23,384.8
กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน	(7,157.6)	(12,744.5)	(11,820.5)	(14,194.6)	(10,991.9)
ปรับปรุงผลประโยชน์ทางภาษีจากดอกเบี้ย	(113.3)	(185.2)	(268.4)	(321.4)	(353.1)
กระแสเงินสดของกิจการ	(409.5)	165.8	4,282.4	4,964.9	12,039.8

หมายเหตุ: ⁽¹⁾ ประมาณการกระแสเงินสดของกิจการสำหรับงวดหกเดือนปี 2564 ที่นำมาคำนวณมูลค่าของกิจการ คือ ประมาณการกระแสเงินสดระหว่างเดือนกรกฎาคม - ธันวาคม ปี 2564 ซึ่งคิดจากประมาณการกระแสเงินสดของปี 2564 หักลบด้วยกระแสเงินสดของกิจการที่เกิดขึ้นจริงในงวด 6 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2564

⁽²⁾ ไม่รวมรายได้ดอกเบี้ยรับ และต้นทุนทางการเงิน

(3) อัตราคิดลด (Discount Rate) และการคำนวณมูลค่าสุดท้าย (Terminal Value)

อัตราคิดลดที่ใช้ในการคำนวณหามูลค่าปัจจุบันเท่ากับร้อยละ 6.45 ซึ่งเป็นต้นทุนทางการเงินถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (Weighted Average Cost of Capital: WACC) ซึ่งที่ปรึกษาทางการเงินอิสระได้คำนวณอัตราคิดลด ดังนี้

$$WACC = K_e[1 - (D / (D + E))] + K_d(1 - T)(D / (D + E))$$

โดยที่ K_e	คือ	อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น
K_d	คือ	อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมเฉลี่ยในช่วงระยะเวลาประมาณการของ Makro ซึ่งเท่ากับร้อยละ 4.91 ต่อปี
T	คือ	อัตรากำไรเงินได้นิติบุคคลระยะยาว ซึ่งเท่ากับร้อยละ 20.00
$D/(D+E)$	คือ	อัตราส่วนของหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อผลรวมของหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยและส่วนของผู้ถือหุ้น ตามงบการเงินรวมของ Makro สิ้นสุด ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2564 ซึ่งเท่ากับ 0.72

ทั้งนี้ อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้นคำนวณมาจากทฤษฎี Capital Asset Pricing Model (CAPM) โดยมีรายละเอียดดังนี้

$$K_e = R_f + \beta(R_m - R_f)$$

โดยที่ R_f	คือ	อัตราผลตอบแทนจากการลงทุนที่ปราศจากความเสี่ยง เนื่องจากการประเมินมูลค่าตั้งอยู่บนสมมติฐานว่ากิจการจะยังคงดำเนินต่อไปอย่างต่อเนื่อง (Going Concern Basis) ที่ปรึกษาทางการเงินอิสระจึงอ้างอิงจากอัตราผลตอบแทนพันธบัตรรัฐบาลมีอายุยาวที่สุดที่มีการซื้อขาย ได้แก่ พันธบัตรรัฐบาลอายุ 49 ปี ซึ่งมีอัตราผลตอบแทนเท่ากับร้อยละ 2.90 ณ วันที่ 18 สิงหาคม 2564 (ที่มา: สมาคมตราสารหนี้ไทย)
β	คือ	ค่าความแปรปรวนของผลตอบแทนของหลักทรัพย์ที่ประกอบธุรกิจที่มีลักษณะใกล้เคียงกับ Makro ในประเทศไทยและในทวีปเอเชียแปซิฟิกเฉลี่ย 5 ปีย้อนหลัง (ที่มา: Bloomberg) ปรับปรุงด้วยอัตราส่วนระหว่างหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยและส่วนของผู้ถือหุ้นตามงบการเงินรวมของ Makro สิ้นสุด ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2564 ซึ่งจะได้ค่า β เท่ากับ 0.72
R_m	คือ	อัตราผลตอบแทนจากการลงทุนใน SET Index เฉลี่ยย้อนหลังตั้งแต่มีการเปิดทำการซื้อขาย เท่ากับร้อยละ 10.34 ณ วันที่ 18 สิงหาคม 2564 (ที่มา: ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย)

สำหรับการคำนวณมูลค่าสุดท้าย (Terminal Value) มีสูตรในการคำนวณดังนี้

$$\text{มูลค่าสุดท้าย (Terminal Value)} = [FCFF_{2568}(1+g)] / (WACC - g)$$

โดยที่ $FCFF_{2568}$	คือ	กระแสเงินสดของกิจการในปี 2568
g	คือ	อัตราการเติบโตระยะยาวของกระแสเงินสดภายหลังปี 2568 เท่ากับร้อยละ 1.50 ซึ่งอ้างอิงจากคาดการณ์อัตราเงินเฟ้อของประเทศไทยในอนาคต

WACC คือ อัตราคิดลดซึ่งที่ปรึกษาทางการเงินอิสระคำนวณได้เท่ากับร้อยละ 6.45

(4) สรุปการประเมินมูลค่าด้วยวิธีมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสด

หน่วย: ล้านบาทยกเว้นกำหนดไว้เป็นอย่างอื่น

	ณ วันที่ 31 ตุลาคม 2564
อัตราคิดลด (WACC) (ร้อยละ)	6.45
อัตราการเติบโตระยะยาวของกระแสเงินสดภายหลังปี 2568 (ร้อยละ)	1.50
มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสด (2564 ⁽¹⁾ – 2568)	16,838.7
มูลค่าปัจจุบันของมูลค่าสุดท้าย (Terminal Value)	190,233.2
มูลค่ากิจการ	207,072.0
บวก เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ⁽²⁾	7,442.1
หัก หนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ย ⁽²⁾	(16,380.1)
หัก เงินปันผลจ่าย ⁽³⁾	(1,920.0)
มูลค่าส่วนของผู้ถือหุ้นของ Makro	196,214.0
หารด้วย จำนวนหุ้นของ Makro (ล้านหุ้น)	4,800
มูลค่าต่อหุ้น (บาทต่อหุ้น)	40.9

หมายเหตุ: ⁽¹⁾ ประมาณการกระแสเงินสดของกิจการสำหรับงวดหกเดือนปี 2564 ที่นำมาคำนวณมูลค่าของกิจการ คือ ประมาณการกระแสเงินสดระหว่างเดือนกรกฎาคม – ธันวาคม ปี 2564 ซึ่งคิดจากประมาณการกระแสเงินสดของปี 2564 หักลบด้วยกระแสเงินสดของกิจการที่เกิดขึ้นจริงในงวด 6 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2564

⁽²⁾ ข้อมูลตามงบการเงินรวมของ Makro ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2564

⁽³⁾ ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทของ Makro ครั้งที่ 6/2564 เมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2564 ได้มีมติอนุมัติจ่ายเงินปันผลเป็นเงินสดจากกำไรจากการดำเนินงานงวด 6 เดือน ของปี 2564 (วันที่ 1 มกราคม 2564 – 30 มิถุนายน 2564) เป็นจำนวน 0.4 บาทต่อหุ้น

จากการประเมินมูลค่าด้วยวิธีมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดนั้น จะได้มูลค่าส่วนของผู้ถือหุ้นของ Makro เท่ากับ 196,214.0 ล้านบาท หรือคิดเป็น 40.9 บาทต่อหุ้น

(5) การวิเคราะห์ความอ่อนไหว (Sensitivity Analysis)

ที่ปรึกษาทางการเงินอิสระได้จัดทำการวิเคราะห์ความอ่อนไหว (Sensitivity Analysis) ของมูลค่าส่วนของผู้ถือหุ้นของ Makro ต่อ อัตราคิดลด (WACC) และ อัตราการเติบโตระยะยาวของกระแสเงินสด (Terminal Growth Rate) เนื่องจากเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อผลการประเมินมูลค่า โดยมีช่วงเปลี่ยนแปลง คือ +/- ร้อยละ 5.0 เพื่อสะท้อนถึงความอ่อนไหวในปัจจัยที่สำคัญของสมมติฐานที่ปรึกษาทางการเงินอิสระเป็นผู้กำหนด ซึ่งผลการวิเคราะห์ความอ่อนไหวสามารถสรุปได้ดังนี้

มูลค่าส่วนของผู้ถือหุ้นของ Makro (ล้านบาท)		อัตราคิดลด (WACC) (ร้อยละ)		
		6.13	6.45	6.77
อัตราการเติบโตระยะยาว (Terminal Growth Rate) (ร้อยละ)	1.43	208,808.6	193,236.2	179,557.6
	1.50	212,245.2	196,214.0	182,159.5
	1.58	215,795.1	199,283.4	184,836.6

มูลค่าหุ้นของ Makro (บาทต่อหุ้น)		อัตราคิดลด (WACC) (ร้อยละ)		
		6.13	6.45	6.77
อัตราการเติบโตระยะยาว (Terminal Growth Rate) (ร้อยละ)	1.43	43.5	40.3	37.4
	1.50	44.2	40.9	37.9
	1.58	45.0	41.5	38.5

จากการวิเคราะห์ความอ่อนไหวข้างต้น จะเห็นว่ามูลค่าที่เหมาะสมของ Makro จากการประเมินมูลค่าด้วยวิธีมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดจะอยู่ระหว่าง 179,557.6 – 215,795.1 ล้านบาท หรือคิดเป็น 37.4 – 45.0 บาทต่อหุ้น

5.2.3 วิธีการเปรียบเทียบกับบริษัทอื่นที่ประกอบกิจการประเภทเดียวกันหรือใกล้เคียง (Market Comparables Approach)

วิธีการเปรียบเทียบกับอัตราส่วนมูลค่าตลาด (Market Comparables Approach) เป็นวิธีการประเมินมูลค่าของกิจการภายใต้สมมติฐานที่ว่าบริษัทจดทะเบียนที่ประกอบธุรกิจลักษณะคล้ายคลึงกันควรจะมีอัตราส่วนราคาการซื้อขายที่ใกล้เคียงกัน

การประเมินมูลค่าโดยวิธีเปรียบเทียบกับบริษัทอื่นที่ประกอบกิจการประเภทเดียวกันหรือใกล้เคียงกันนั้น จะประเมินโดยใช้อัตราส่วนมูลค่าตลาด (Market Comparables) ได้แก่

- วิธีอัตราส่วนราคาต่อกำไรต่อหุ้น (Price to Earning Ratio Approach: P/E Multiples)
- วิธีอัตราส่วนราคาต่อมูลค่าตามบัญชี (Price to Book Value Ratio Approach: P/BV Multiples)
- วิธีอัตราส่วนมูลค่ากิจการต่อกำไรจากการดำเนินงานก่อนหักดอกเบี้ยจ่าย ภาษีเงินได้ ค่าเสื่อมราคา และค่าใช้จ่ายตัดจำหน่าย (EV/EBITDA Multiples)

การประเมินมูลค่าวิธีนี้ แสดงให้เห็นถึงกลไกของตลาดและมุมมองของนักลงทุนที่มีต่อบริษัท ณ เวลาใดเวลาหนึ่ง อย่างไรก็ตาม แต่ละบริษัทที่นำมาเปรียบเทียบกับนั้นอาจมีความแตกต่างกัน เช่น นโยบายทางการเงิน นโยบายการลงทุน ขนาดของกิจการ โครงสร้างต้นทุน แหล่งที่มาของรายได้อื่น ๆ และคุณภาพของกิจการ รวมถึงคุณภาพของสินทรัพย์อีกด้วย ทั้งนี้ เนื่องจากรายชื่อของบริษัทที่ได้นำมาเปรียบเทียบกับนั้นอาจไม่ได้ครอบคลุมบริษัทที่คล้ายคลึงกันทั้งหมดและอาจมีความแตกต่างกันในหลาย ๆ ประการดังที่อธิบายไปแล้วข้างต้น ดังนั้น การเปรียบเทียบจะถูกนำเสนออย่างจำกัดและมีจุดประสงค์เพียงเพื่อแสดงประกอบการอธิบายเท่านั้น

ที่ปรึกษาทางการเงินอิสระพิจารณาคัดเลือกบริษัทจดทะเบียนที่ประกอบกิจการค้าปลีกและค้าส่งในประเทศไทย และในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ที่มีลักษณะธุรกิจใกล้เคียงกับ Makro จาก SETSMART และ Bloomberg ซึ่งเป็นกลุ่มบริษัทจดทะเบียนเดียวกันกับกลุ่มบริษัทจดทะเบียนที่มีลักษณะธุรกิจใกล้เคียงกับกลุ่มโลตัสส์ตามข้อ 5.1.3 ยกเว้นเพียงแต่ Makro ซึ่งที่ปรึกษาทางการเงินอิสระไม่ได้นำมาใช้ในการเทียบเคียง

ตาราง: ข้อมูลทางการเงินของบริษัทที่ประกอบกิจการประเภทเดียวกันหรือใกล้เคียงกันในประเทศไทยและในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก

บริษัท	ประเทศ	มูลค่าตามราคาตลาด (ล้านบาท)	Enterprise Value (ล้านบาท)	P/E (เท่า)			P/B (เท่า)			EV/EBITDA (เท่า)		
				ปัจจุบัน	2564E	2565E	ปัจจุบัน	2564E	2565E	ปัจจุบัน	2564E	2565E
AEON Co., Ltd.	ญี่ปุ่น	782,353.0	1,373,750.2	n/a	n/a	91.3 ⁽¹⁾	2.6	2.5	2.7	9.0	10.6	8.9
Central Retail Corporation Plc.	ไทย	197,515.3	318,308.5	n/a	284.6 ⁽¹⁾	41.4	3.5	3.7	3.5	16.9	16.2	12.2
Yonghui Superstores Co., Ltd.	จีน	195,861.4	332,974.4	158.1 ⁽¹⁾	36.8	23.3	2.5	1.9	1.9	n/a	21.3	16.5
Sun Art Retail Group Ltd.	จีน	195,242.3	169,900.8	13.2	15.4	16.0	1.5	1.4	1.3	3.9	3.9	4.2
Berli Jucker Public Co., Ltd.	ไทย	136,265.1	301,597.9	36.4	27.8	23.2	1.2	1.2	1.1	15.7	14.9	13.8
E-Mart Inc.	เกาหลีใต้	134,440.1	296,749.3	12.4	13.9	11.8	0.5	0.5	0.5	8.5	7.9	7.5
Puregold Price Club Inc.	ฟิลิปปินส์	76,578.0	89,254.3	13.9	13.8	12.4	3.3	1.6	1.4	7.6	7.6	7.1
AEON Co. (M) Bhd.	มาเลเซีย	14,229.2	35,582.3	32.6	20.9	16.4	1.1	1.1	1.0	6.2	5.9	5.7
Olympic Group Corp.	ญี่ปุ่น	5,394.9	10,422.0	6.7	n/a	n/a	0.7	n/a	n/a	6.0	n/a	n/a
Metro Retail Stores Group Inc.	ฟิลิปปินส์	2,980.2	5,940.1	n/a	33.3	16.6	0.5	0.5	n/a	8.4	3.8	n/a
			ค่าเฉลี่ย	19.2	23.1	20.1	1.7	1.6	1.7	9.1	10.2	9.5
			ค่ามัธยฐาน	13.5	20.9	16.5	1.3	1.4	1.4	8.4	7.9	8.2
			เปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 25	12.6	14.7	15.1	0.8	1.1	1.1	6.2	5.9	6.7
			เปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 75	27.9	30.5	23.2	2.6	1.9	2.1	9.0	14.9	12.6

ที่มา : Bloomberg ณ วันที่ 2 สิงหาคม 2564

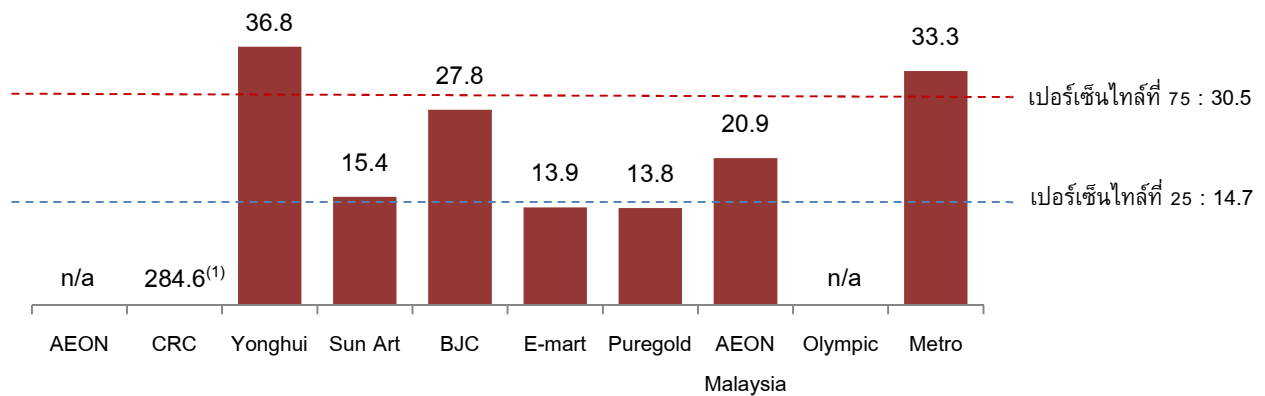
หมายเหตุ: ⁽¹⁾ ข้อมูลไม่ถูกนำมาใช้ในการคำนวณค่าทางสถิติเนื่องจากที่ปรึกษาทางการเงินอิสระมีความเห็นว่าเป็นค่าที่ไม่เหมาะสม (Outlier)

(1) วิธีอัตราส่วนราคาต่อกำไรต่อหุ้น (Price to Earning Ratio Approach: P/E Multiples)

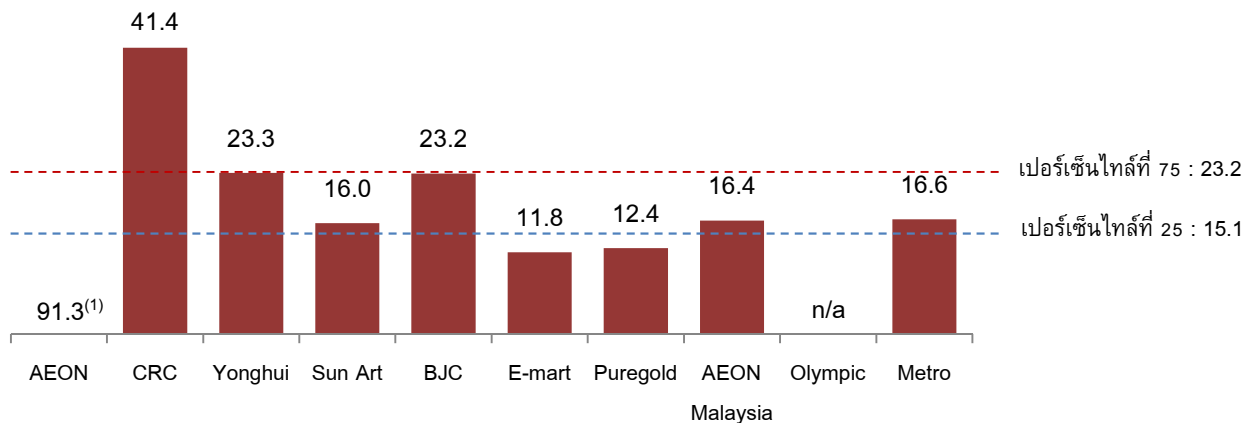
การประเมินมูลค่าโดยวิธีอัตราส่วนราคาต่อกำไรต่อหุ้น (P/E) นั้น คำนวณโดยการนำกำไรสุทธิของ Makro มาคูณกับอัตราส่วนราคาต่อกำไรต่อหุ้น (P/E) ของบริษัทที่ประกอบธุรกิจในลักษณะใกล้เคียงกัน โดยกำไรสุทธิที่ใช้ในการคำนวณมาจากประมาณการทางการเงิน ในกรณีนี้ ที่ปรึกษาทางการเงินอิสระได้แสดงช่วงมูลค่าของ Makro ซึ่งสอดคล้องกับค่าเฉลี่ย P/E ในช่วงระยะเวลาที่แตกต่างกันดังนี้

- ประมาณการอัตราส่วนราคาต่อกำไร (P/E) ปี 2564
- ประมาณการอัตราส่วนราคาต่อกำไร (P/E) ปี 2565

แผนภูมิประมาณการอัตราส่วนราคาต่อกำไร (P/E) ปี 2564 (เท่า)



แผนภูมิประมาณการอัตราส่วนราคาต่อกำไร (P/E) ปี 2565 (เท่า)



หมายเหตุ: ⁽¹⁾ ข้อมูลไม่ถูกนำมาใช้ในการคำนวณค่าทางสถิติเนื่องจากที่ปรึกษาทางการเงินอิสระมีความเห็นว่าเป็นค่าที่ไม่เหมาะสม (Outlier)

ตารางมูลค่าของ Makro ที่ประเมินได้ด้วยวิธีอัตราส่วนราคาต่อกำไร (P/E)

หน่วย : ล้านบาทยกเว้นกำหนดไว้เป็นอย่างอื่น

	ประมาณการ	
	2564	2565
ประมาณการกำไร(ขาดทุน) สุทธิ	6,137.5	6,571.9
ค่า P/E เปรอร์เซ็นไทล์ที่ 25 (เท่า)	14.7	15.1
ค่า P/E เปรอร์เซ็นไทล์ที่ 75 (เท่า)	30.5	23.2
มูลค่าส่วนของผู้ถือหุ้นคำนวณจากเปอร์เซ็นไทล์ที่ 25	90,098.6	99,252.8
มูลค่าส่วนของผู้ถือหุ้นคำนวณจากเปอร์เซ็นไทล์ที่ 75	187,439.5	152,502.0
ช่วงมูลค่าของส่วนของผู้ถือหุ้น	90,098.6 – 187,439.5	99,252.8 – 152,502.0
ช่วงมูลค่าราคาต่อหุ้น (บาทต่อหุ้น)	18.8 – 39.0	20.7 – 31.8

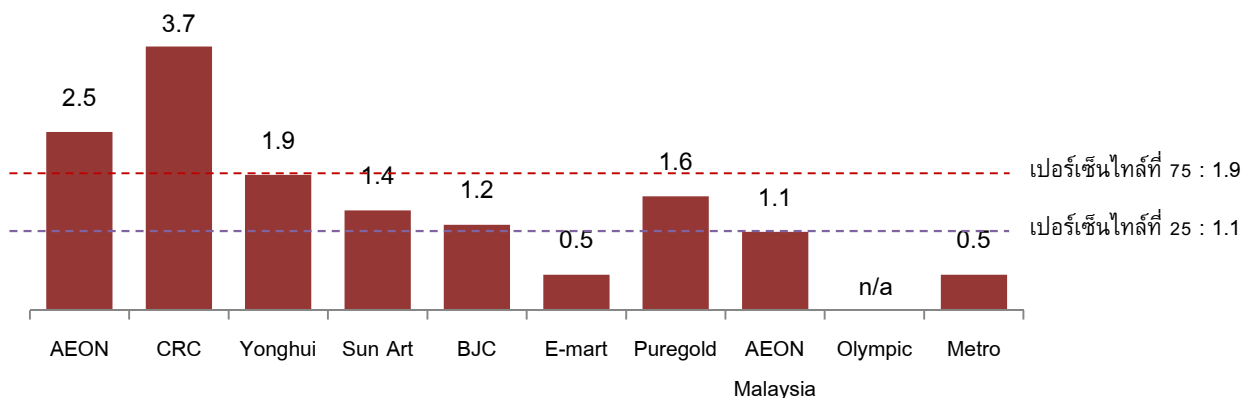
จากตารางข้างต้น ช่วงมูลค่าที่เหมาะสมของส่วนของผู้ถือหุ้นของ Makro คำนวณมาจากค่า P/E เปรอร์เซ็นไทล์ที่ 25 ถึงเปอร์เซ็นไทล์ที่ 75 ของกลุ่มบริษัทเทียบเคียง โดยใช้ประมาณการมูลค่าทางบัญชี ในปี 2564 และ 2565 มีค่าเท่ากับ 90,098.6 – 187,439.5 ล้านบาท หรือคิดเป็น 18.8 – 39.0 บาทต่อหุ้น และ 99,252.8 – 152,502.0 ล้านบาท หรือคิดเป็น 20.7 – 31.8 บาทต่อหุ้น ตามลำดับ

(2) วิธีอัตราส่วนราคาต่อมูลค่าตามบัญชี (Price to Book Value Ratio Approach: P/BV Multiples)

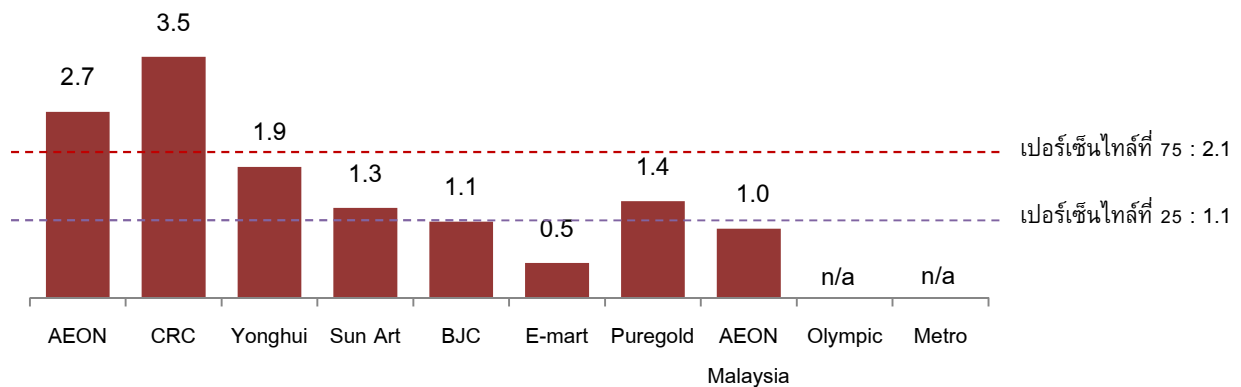
การประเมินมูลค่าด้วยวิธีอัตราส่วนราคาต่อมูลค่าทางบัญชีนั้นเป็นการคำนวณมูลค่าโดยการคูณมูลค่าทางบัญชี (Book Value) ของ Makro ด้วยอัตราส่วนราคาต่อมูลค่าทางบัญชี (P/BV) ของบริษัทที่ประกอบกิจการประเภทเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน โดยมูลค่าทางบัญชีที่ใช้ในการคำนวณมาจากประมาณการทางการเงิน ในกรณีนี้ ที่ปรึกษาทางการเงินอิสระได้แสดงช่วงมูลค่าของ Makro ซึ่งสอดคล้องกับค่าเฉลี่ย P/BV ในช่วงระยะเวลาที่แตกต่างกันดังนี้

- ประมาณการอัตราส่วนราคาต่อมูลค่าทางบัญชี (P/BV) ปี 2564
- ประมาณการอัตราส่วนราคาต่อมูลค่าทางบัญชี (P/BV) ปี 2565

แผนภูมิประมาณการอัตราส่วนราคาต่อมูลค่าทางบัญชี (P/BV) ปี 2564 (เท่า)



แผนภูมิประมาณการอัตราส่วนราคาต่อมูลค่าทางบัญชี (P/BV) ปี 2565 (เท่า)



ตารางมูลค่าของ Makro ที่ประเมินได้ด้วยวิธีอัตราส่วนราคาต่อมูลค่าทางบัญชี (P/BV)

หน่วย : ล้านบาทยกเว้นกำหนดไว้เป็นอย่างอื่น

	ประมาณการ	
	2564	2565
ประมาณการมูลค่าทางบัญชี	28,917.3	35,489.3
ค่า P/BV เปรอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 25 (เท่า)	1.1	1.1
ค่า P/BV เปรอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 75 (เท่า)	1.9	2.1
มูลค่าส่วนของผู้ถือหุ้นคำนวณจากเปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 25	30,941.6	39,304.4
มูลค่าส่วนของผู้ถือหุ้นคำนวณจากเปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 75	56,099.7	74,350.1
ช่วงมูลค่าของส่วนของผู้ถือหุ้น	30,941.6 – 56,099.7	39,304.4 – 74,350.1
ช่วงมูลค่าราคาต่อหุ้น (บาทต่อหุ้น)	6.4 – 11.7	8.2 – 15.5

จากตารางข้างต้น ช่วงมูลค่าส่วนของผู้ถือหุ้นของ Makro คำนวณมาจากค่า P/BV เปรอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 25 ถึงเปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 75 ของกลุ่มบริษัทเทียบเคียงทั้งหมด โดยใช้ประมาณการมูลค่าทางบัญชี ในปี 2564 และ 2565 มีค่าเท่ากับ 30,941.6 – 56,099.7 ล้านบาท หรือคิดเป็น 6.4 – 11.7 บาทต่อหุ้น และ 39,304.4 – 74,350.1 ล้านบาท หรือคิดเป็น 8.2 – 15.5 บาทต่อหุ้น ตามลำดับ

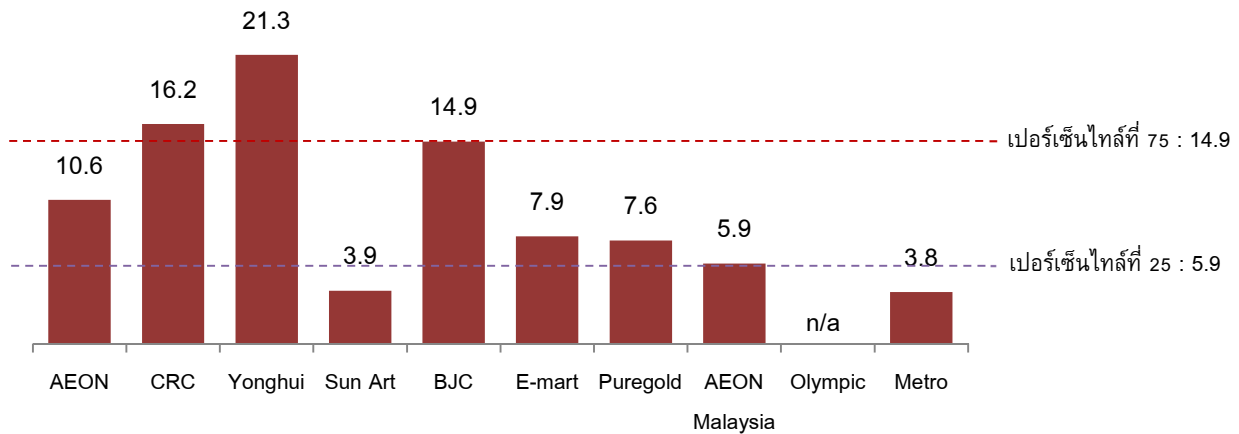
(3) วิธีอัตราส่วนมูลค่ากิจการต่อกำไรจากการดำเนินงานก่อนหักดอกเบี้ยจ่าย ภาษีเงินได้ ค่าเสื่อมราคา และค่าใช้จ่ายตัดจำหน่าย (EV/EBITDA Multiples)

การประเมินมูลค่าโดยวิธีนี้คำนวณโดยการคูณกำไรจากการดำเนินงานก่อนหักดอกเบี้ยจ่าย ภาษีเงินได้ ค่าเสื่อมราคา และค่าใช้จ่ายตัดจำหน่าย (EBITDA) ของ Makro กับอัตราส่วน EV/EBITDA ของบริษัทในกลุ่มที่ประกอบกิจการใกล้เคียงกันดังที่ได้กล่าวไว้ข้างต้นเพื่อประเมินมูลค่าของ Makro ซึ่งทางที่ปรึกษาทางการเงินอิสระได้หักหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยทั้งหมดออกจากมูลค่าสุทธิของกิจการ บวกเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด (ตามงบการเงินรวมของ Makro ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2564) และด้วยหักเงินปันผลจ่ายของ Makro ซึ่งที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทของ Makro ครั้งที่ 6/2564 เมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2564 ได้มีมติอนุมัติจ่ายเงินปันผลเป็นเงินสดจากกำไรจากการดำเนินงานงวด 6 เดือน ของปี 2564 (วันที่ 1 มกราคม 2564 – 30 มิถุนายน 2564) เป็นจำนวน 0.4 บาทต่อหุ้น หรือคิดเป็นเงินจำนวน 1,920.0 ล้านบาท เพื่อใช้

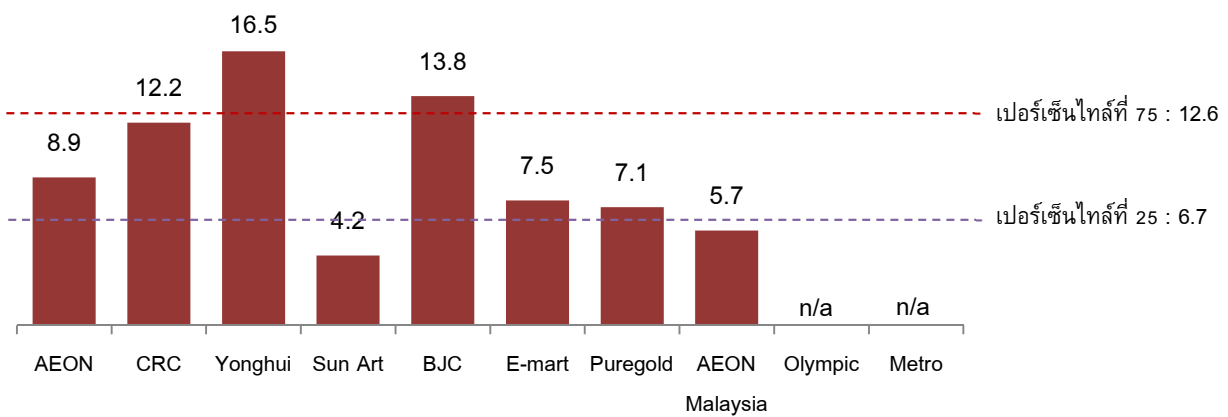
ในการหามูลค่าของส่วนของผู้ถือหุ้น ในกรณีนี้จะแสดงช่วงมูลค่าของ Makro ซึ่งสอดคล้องกับค่าเฉลี่ยของ EV/EBITDA ในช่วงระยะเวลาที่แตกต่างกันดังนี้

- ประมาณการอัตราส่วน EV/EBITDA ปี 2564
- ประมาณการอัตราส่วน EV/EBITDA ปี 2565

แผนภูมิประมาณการอัตราส่วน EV/EBITDA ปี 2564 (เท่า)



แผนภูมิประมาณการอัตราส่วน EV/EBITDA ปี 2565 (เท่า)



ตารางมูลค่าของ Makro ที่ประเมินได้ด้วยวิธีมูลค่า EV/EBITDA

หน่วย : ล้านบาทยกเว้นกำหนดไว้เป็นอย่างอื่น

	ประมาณการ	
	2564	2565
ประมาณการ EBITDA	11,995.8	13,496.9
ค่า EV/EBITDA เปรอ์เซ็นไทล์ที่ 25 (เท่า)	5.9	6.7
ค่า EV/EBITDA เปรอ์เซ็นไทล์ที่ 75 (เท่า)	14.9	12.6
มูลค่าของกิจการคำนวณจากเปอร์เซ็นไทล์ที่ 25	71,015.1	90,631.9
มูลค่าของกิจการคำนวณจากเปอร์เซ็นไทล์ที่ 75	178,977.3	170,263.8

	ประมาณการ	
	2564	2565
มูลค่าส่วนของผู้ถือหุ้นคำนวณจากเปอร์เซ็นต์ที่ 25	60,157.2	79,774.0
มูลค่าส่วนของผู้ถือหุ้นคำนวณจากเปอร์เซ็นต์ที่ 75	168,119.4	159,405.9
ช่วงมูลค่าของส่วนของผู้ถือหุ้น	60,157.2 – 168,119.4	79,774.0 – 159,405.9
ช่วงมูลค่าราคาต่อหุ้น (บาทต่อหุ้น)	12.5 – 35.0	16.6 – 33.2

จากตารางข้างต้น มูลค่าส่วนของผู้ถือหุ้นของ Makro คำนวณมาจากค่า EV/EBITDA เปอร์เซ็นไทล์ที่ 25 ถึงเปอร์เซ็นต์ที่ 75 ของกลุ่มบริษัทเทียบเคียงทั้งหมด โดยใช้ประมาณการ EBITDA ในปี 2564 และ 2565 มีค่าเท่ากับ 60,157.2 – 168,119.4 ล้านบาท หรือคิดเป็น 12.5 – 35.0 บาทต่อหุ้น และ 79,774.0 – 159,405.9 ล้านบาท หรือคิดเป็น 16.6 – 33.2 บาทต่อหุ้น ตามลำดับ

5.2.4 วิธีเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยราคาตลาดย้อนหลัง (Historical Market Price Approach)

การประเมินมูลค่าด้วยวิธีเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยราคาตลาดย้อนหลัง เป็นวิธีสะท้อนถึงอุปสงค์ (Demand) และอุปทาน (Supply) ในการซื้อขายหุ้นในตลาดหลักทรัพย์ ของนักลงทุนที่ได้พิจารณาข้อมูล ข่าวสาร ตลอดจนคาดการณ์ผลกระทบในอนาคตของ Makro แล้ว ดังนั้น ที่ปรึกษาทางการเงินอิสระจึงมีความเห็นว่าวิธีเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยราคาตลาดย้อนหลัง เป็นวิธีประเมินมูลค่าที่เหมาะสมสำหรับการประเมินมูลค่าในครั้งนี้



ที่มา : SETSMART ข้อมูลซื้อขายในระหว่างวันที่ 31 สิงหาคม 2561 ถึง 31 สิงหาคม 2564

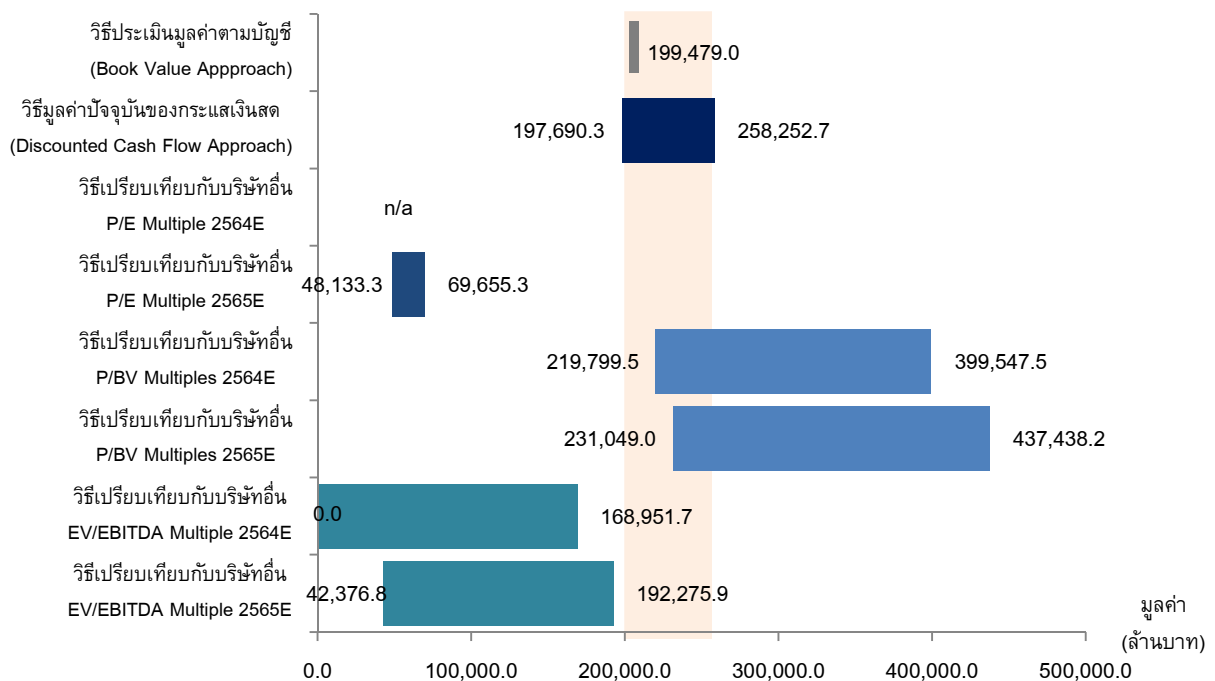
แผนภูมิข้างต้นแสดงราคาปิดและปริมาณซื้อขายในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา โดยการประเมินมูลค่าด้วยวิธีเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยราคาตลาดย้อนหลัง จะใช้ราคาตลาดถ่วงน้ำหนักจากการซื้อขายหลักทรัพย์ของ Makro ในตลาดหลักทรัพย์ย้อนหลัง 7 15 30 90 180 และ 360 วันทำการ ถึงวันที่ 31 สิงหาคม 2564 ซึ่งเป็นวันทำการสุดท้ายที่มีการซื้อขายหลักทรัพย์ก่อนที่จะมีการประกาศสารสนเทศเกี่ยวกับธุรกรรมในครั้งนี้ โดยราคาตลาดถ่วงน้ำหนัก ณ ช่วงเวลาต่างๆ สามารถสรุปได้ดังนี้

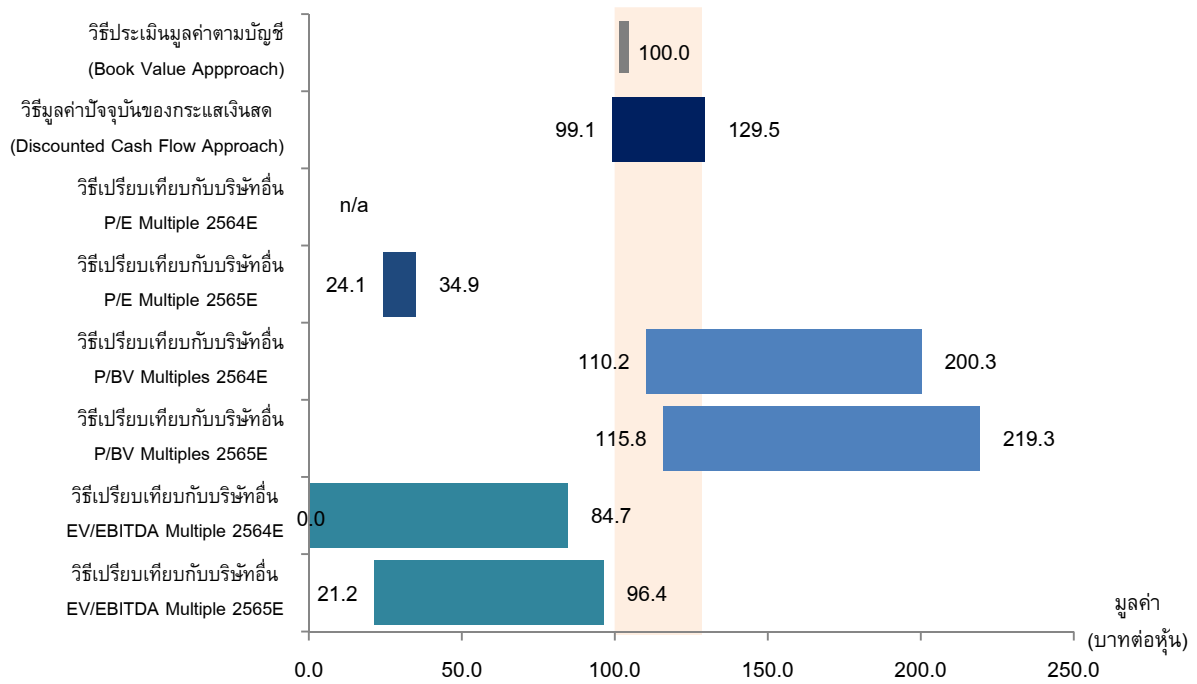
ระยะเวลาที่ใช้ในการเฉลี่ย	ช่วงเวลา	ราคาถัวเฉลี่ย ถ่วงน้ำหนัก (บาทต่อหุ้น)
7 วันทำการย้อนหลังก่อนวันประกาศ	23 สิงหาคม 2564 – 31 สิงหาคม 2564	40.75
15 วันทำการย้อนหลังก่อนวันประกาศ	10 สิงหาคม 2564 – 31 สิงหาคม 2564	39.86
30 วันทำการย้อนหลังก่อนวันประกาศ	16 กรกฎาคม 2564 – 31 สิงหาคม 2564	39.37
90 วันทำการย้อนหลังก่อนวันประกาศ	19 เมษายน 2564 – 31 สิงหาคม 2564	38.28
180 วันทำการย้อนหลังก่อนวันประกาศ	27 พฤศจิกายน 2563 – 31 สิงหาคม 2564	38.17
360 วันทำการย้อนหลังก่อนวันประกาศ	3 มีนาคม 2563 – 31 สิงหาคม 2564	38.68

จากตารางข้างต้น เมื่อพิจารณาราคาตลาดถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักย้อนหลัง 7 15 30 90 180 และ 360 วันทำการของหุ้น Makro นับจากวันที่ 31 สิงหาคม 2564 จะได้มูลค่าหุ้นของ Makro เท่ากับ 38.17 – 40.75 บาทต่อหุ้น หรือคิดเป็นมูลค่าส่วนของผู้ถือหุ้นเท่ากับ 183,216.0 – 195,600.0 ล้านบาท

5.3 สรุปผลการประเมินมูลค่า

สรุปผลการประเมินมูลค่าของ CPRH

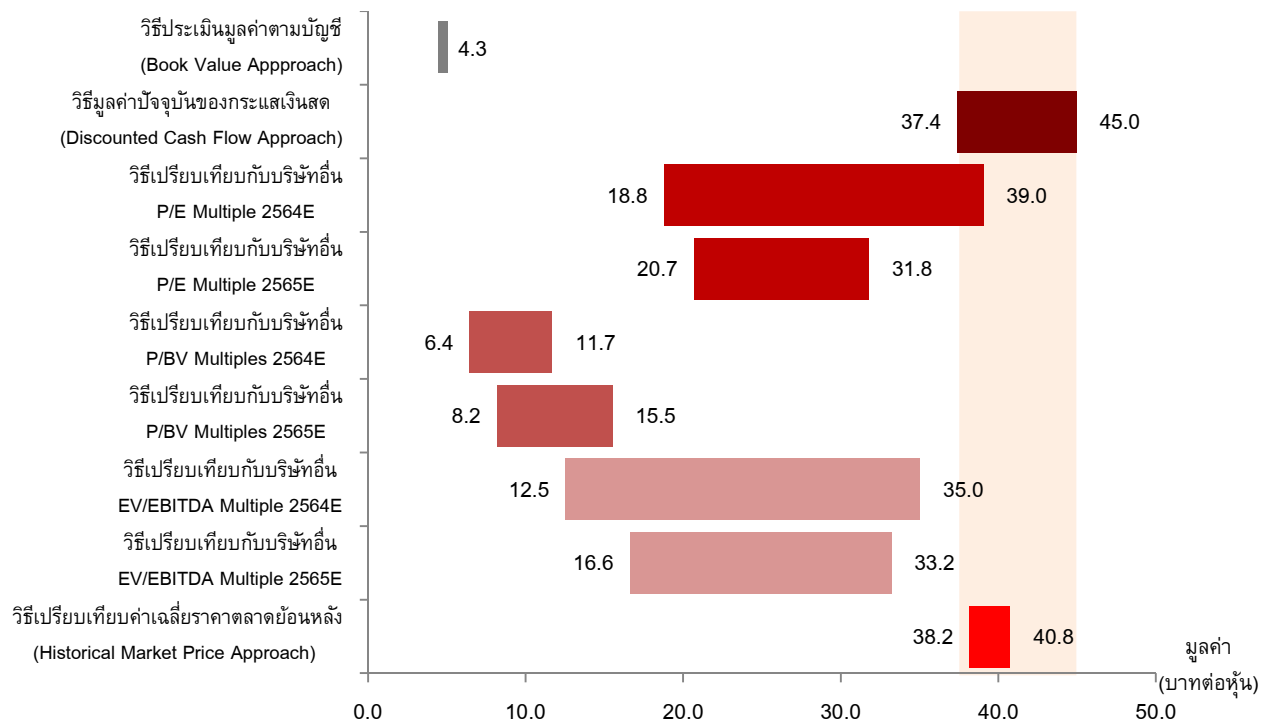
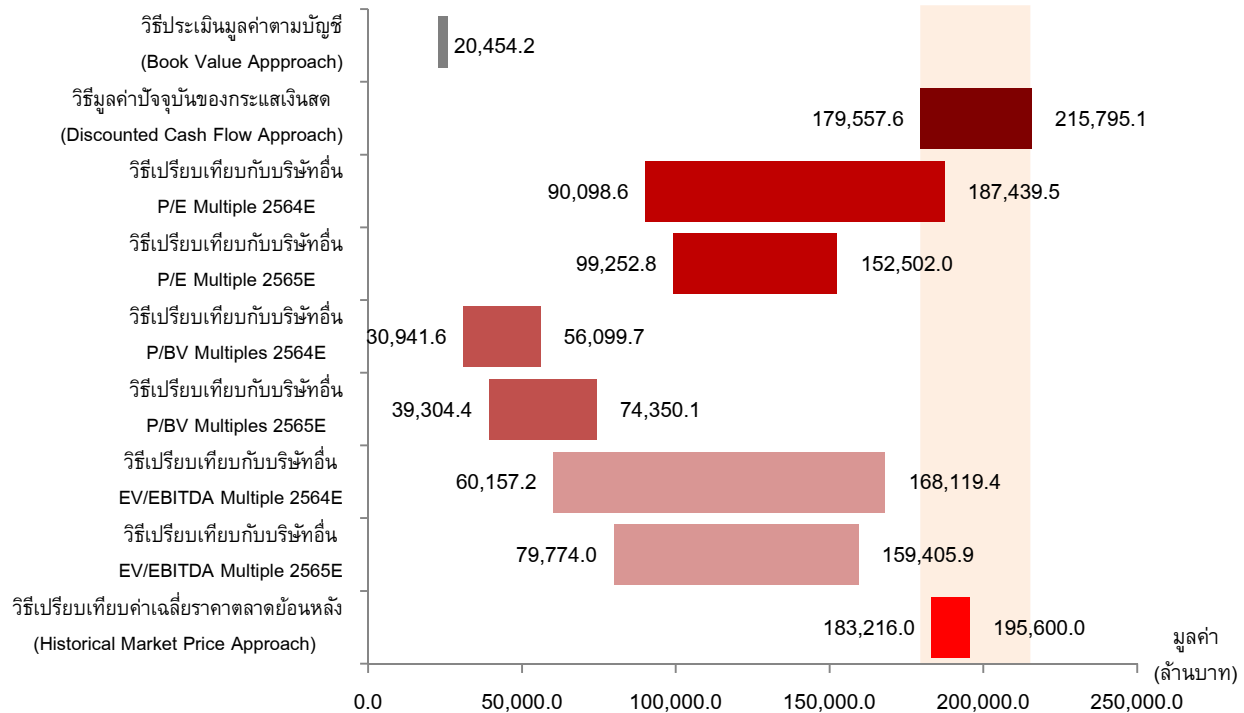




ที่ปรึกษาได้พิจารณาวิธีประเมินมูลค่าหลายวิธีตามที่ได้กล่าวไว้ข้างต้น อย่างไรก็ตาม วิธีที่ปรึกษาได้พิจารณาแล้วเห็นว่า วิธีประเมินมูลค่าตามบัญชีนั้นเป็นการแสดงมูลค่าทางบัญชีของ CPRH ณ ช่วงเวลาหนึ่งเท่านั้น โดยมีได้คำนึงถึงประมาณการผลการดำเนินงานในอนาคต สภาพเศรษฐกิจ แนวโน้มของอุตสาหกรรม และมูลค่ายุติธรรมของสินทรัพย์และหนี้สินของ CPRH และวิธีการเปรียบเทียบกับบริษัทอื่นที่ประกอบกิจการประเภทเดียวกันหรือใกล้เคียงนั้น มีข้อจำกัด เนื่องจากแต่ละบริษัทที่นำมาเปรียบเทียบบนนั้นอาจมีความแตกต่างกัน เช่น นโยบายทางการเงิน นโยบายการลงทุน ขนาดของกิจการ โครงสร้างต้นทุน แหล่งที่มาของรายได้ และคุณภาพของกิจการ รวมถึงคุณภาพของสินทรัพย์ ที่ปรึกษาทางการเงินอิสระจึงมีความเห็นว่า วิธีประเมินมูลค่าสองวิธีดังกล่าวเป็นวิธีที่ไม่เหมาะสมสำหรับการประเมินในครั้งนี้ ดังนั้น ที่ปรึกษาทางการเงินอิสระจึงพิจารณาจากการประเมินมูลค่าด้วยวิธีมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดเป็นหลัก ซึ่งเป็นวิธีที่สามารถสะท้อนแผนการดำเนินงาน ความสามารถในการทำกำไร และแนวโน้มการเติบโต รวมทั้งผลตอบแทนของผู้ถือหุ้นในอนาคต

จากการประเมินมูลค่าของ CPRH โดยพิจารณาจากการประเมินมูลค่าด้วยวิธีมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดซึ่งเป็นวิธีประเมินมูลค่าที่เหมาะสม ที่ปรึกษาทางการเงินอิสระมีความเห็นว่ามูลค่าที่เหมาะสมของ CPRH อยู่ในช่วง 197,690.3 – 258,252.7 ล้านบาท หรือคิดเป็น 99.1 – 129.5 บาทต่อหุ้น

สรุปผลการประเมินมูลค่าของ Makro



ที่ปรึกษาได้พิจารณาวิธีการประเมินมูลค่าหลายวิธีตามที่ได้กล่าวไว้ข้างต้น อย่างไรก็ตาม อย่างไรก็ดี วิธีการประเมินมูลค่าตามบัญชีนั้นเป็นการแสดงมูลค่าทางบัญชีของ Makro ณ ช่วงเวลาหนึ่งเท่านั้น โดยไม่ได้คำนึงถึงประมาณการผลการดำเนินงานในอนาคต สภาพเศรษฐกิจ แนวโน้มของอุตสาหกรรม และมูลค่ายุติธรรมของสินทรัพย์และหนี้สินของ Makro และวิธีการเปรียบเทียบกับบริษัทอื่นที่ประกอบกิจการประเภทเดียวกันหรือใกล้เคียงนั้นมิใช่อัจฉริยะ เนื่องจากแต่ละบริษัทที่นำมา

เปรียบเทียบนั้นอาจมีความแตกต่างกัน เช่น นโยบายทางการเงินบัญชี นโยบายการลงทุน ขนาดของกิจการ โครงสร้างต้นทุน แหล่งที่มาของรายได้ต่างๆ และคุณภาพของกิจการ รวมถึงคุณภาพของสินทรัพย์ ที่ปรึกษาทางการเงินอิสระจึงมีความเห็นว่า วิธีประเมินมูลค่าสองวิธีดังกล่าวเป็นวิธีที่ไม่เหมาะสมสำหรับการประเมินในครั้งนี้ ดังนั้น ที่ปรึกษาทางการเงินอิสระจึงพิจารณาจากการประเมินมูลค่าด้วยวิธีมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสด ซึ่งเป็นวิธีที่สามารถสะท้อนแผนการดำเนินธุรกิจ ความสามารถในการทำกำไร และแนวโน้มการเติบโต รวมทั้งผลตอบแทนของผู้ถือหุ้นในอนาคต ประกอบกับวิธีเปรียบเทียบ ค่าเฉลี่ยราคาตลาดย้อนหลัง ซึ่งเป็นวิธีสะท้อนถึงอุปสงค์ (Demand) และอุปทาน (Supply) ในการซื้อขายหุ้นในตลาดหลักทรัพย์ ของนักลงทุนที่ได้พิจารณาข้อมูล ข่าวสาร ตลอดจนคาดการณ์ผลกระทบประกอบการในอนาคตของ Makro แล้ว

จากการประเมินมูลค่าของ Makro โดยพิจารณาจากการประเมินมูลค่าด้วยวิธีมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสด ประกอบกับวิธีเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยราคาตลาดย้อนหลัง ซึ่งเป็นวิธีประเมินมูลค่าที่เหมาะสม ที่ปรึกษาทางการเงินอิสระมีความเห็นว่ามูลค่าที่เหมาะสมของ Makro อยู่ในช่วง 179,557.6 – 215,795.1 ล้านบาท หรือคิดเป็น 37.4 – 45.0 บาทต่อหุ้น

5.4 การประเมินความเหมาะสมของจำนวนหุ้นสามัญของ Makro ที่จะออกเพื่อชำระค่าตอบแทนการรับโอนกิจการทั้งหมดจาก CPRH

จากผลการประเมินมูลค่าของ CPRH และ Makro ข้างต้น ที่ปรึกษาทางการเงินอิสระพิจารณาจำนวนหุ้นเพิ่มทุนที่เหมาะสมที่ Makro ควรออกเพื่อชำระเป็นค่าตอบแทนในการรับโอนกิจการ โดยการนำช่วงมูลค่าหุ้นที่เหมาะสมของ CPRH หารด้วยช่วงราคาต่อหุ้นที่เหมาะสมของ Makro จึงได้จำนวนหุ้นเพิ่มทุนที่เหมาะสมที่ Makro ควรออกเพื่อชำระเป็นค่าตอบแทนในการรับโอนกิจการในครั้งนี้ คือ 4,397.3 – 6,903.7 ล้านหุ้น โดยการคำนวณจำนวนหุ้นเพิ่มทุนสามารถสรุปได้ดังนี้

จำนวนหุ้นเพิ่มทุนที่เหมาะสมที่ Makro ควรออกเพื่อชำระเป็นค่าตอบแทน (ล้านหุ้น)		ช่วงราคาต่อหุ้นที่เหมาะสมของ Makro (บาทต่อหุ้น)	
		37.4	45.0
ช่วงมูลค่าหุ้นที่เหมาะสมของ CPRH (ล้านบาท)	197,690.3	5,284.7	4,397.3
	258,252.7	6,903.7	5,744.4

5.5 ความเห็นของที่ปรึกษาทางการเงินอิสระเกี่ยวกับความสมเหตุสมผลของมูลค่าในการเข้าทำรายการ

5.5.1 รายการที่ 1 การได้มาซึ่งสินทรัพย์และการเข้าทำรายการที่เกี่ยวข้องกันเกี่ยวกับธุรกรรมการรับโอนกิจการทั้งหมดของ CPRH โดย Makro และ รายการที่ 2 การจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์เกี่ยวกับการโอนกิจการทั้งหมดของ CPRH

เนื่องจากรายการที่ 1 และรายการที่ 2 เป็นรายการที่เกี่ยวข้องกันจากการเข้าทำธุรกรรมการรับโอนกิจการทั้งหมดระหว่าง Makro และ CPRH ดังนั้นที่ปรึกษาทางการเงินอิสระจึงพิจารณาความสมเหตุสมผลของมูลค่าในการเข้าทำรายการทั้งสองรายการร่วมกัน

ภายใต้ธุรกรรมการรับโอนกิจการทั้งหมด Makro จะออกและจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนของ Makro จำนวนไม่เกิน 5,010,323,500 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาทในราคาเสนอขาย 43.50 บาทต่อหุ้น คิดเป็นมูลค่ารวมทั้งสิ้น 217,949,072,250 บาท ให้แก่ CPRH เพื่อใช้ชำระเป็นค่าตอบแทนการรับโอนกิจการทั้งหมดจาก CPRH แทนการชำระด้วย

เงินสด (Payment in Kind) ซึ่งจำนวนสามัญเพิ่มทุนที่ Makro จะออกเพื่อชำระเป็นค่าตอบแทนในการรับโอนกิจการจำนวน 5,010,323,500 หุ้น อยู่ในช่วงจำนวนหุ้นเพิ่มทุนที่เหมาะสมที่ Makro ควรออกเพื่อชำระเป็นค่าตอบแทนในการรับโอนกิจการในครั้งนี้ที่ 4,397.3 – 6,903.7 ล้านบาท ดังนั้น ที่ปรึกษาทางการเงินอิสระจึงมีความเห็นว่ามูลค่าในการเข้าทำรายการรับโอนกิจการในครั้งนี้ มีความสมเหตุสมผล

5.5.2 รายการที่ 3 การจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์จากการเสนอขายหุ้นใน Makro ให้แก่ประชาชนทั่วไป (Public Offering)

ตามที่ที่ปรึกษาทางการเงินอิสระได้พิจารณามูลค่ายุติธรรมของ Makro มีความเห็นว่า วิธีที่เหมาะสมที่สุดในการประเมินมูลค่ากิจการของ Makro ณ ปัจจุบัน คือ วิธีมูลค่าปัจจุบันสุทธิของกระแสเงินสด โดยมีความเห็นว่ามูลค่ายุติธรรมของ Makro ปัจจุบัน จะเท่ากับ 179,557.6 – 215,795.1 ล้านบาท คิดเป็นราคาต่อหุ้นประมาณ 37.4 – 45.0 บาท

อย่างไรก็ตาม มูลค่ากิจการของ Makro ข้างต้น จัดทำเพื่อเป็นข้อมูลให้กับผู้ถือหุ้นของบริษัท เพื่อประกอบการพิจารณาอนุมัติการทำรายการในครั้งนี้เท่านั้น ไม่ได้เป็นการกำหนดราคาเสนอขายหุ้นสามัญของ Makro เพื่อเสนอขายต่อประชาชนทั่วไป (Public Offering) ของ Makro (ซึ่งคาดว่าจะเสนอขายในอนาคตต่อไป) เนื่องจากการกำหนดราคาเสนอขายดังกล่าวจะเริ่มดำเนินการในช่วงเวลาที่ใกล้เคียงกับเวลาที่จะเสนอขายหลักทรัพย์ และโดยทั่วไปจะใช้วิธีสำรวจความต้องการซื้อหลักทรัพย์ (Book Building) จากนักลงทุนสถาบันทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งนักลงทุนสถาบันอาจใช้วิธีการประเมินมูลค่าหลากหลายวิธีตามที่นักลงทุนสถาบันเห็นสมควร ซึ่งรวมถึงวิธีมูลค่าปัจจุบันสุทธิของกระแสเงินสด ณ ขณะที่มีการเสนอขายหลักทรัพย์ และวิธีการประเมินอื่นๆ เช่น วิธีเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยราคาตลาดย้อนหลัง เป็นต้น นอกจากนี้ การกำหนดราคาเสนอขายหลักทรัพย์ยังเป็นการตกลงร่วมกันระหว่าง บริษัท และ Makro ร่วมกับผู้รับประกันการจำหน่ายหลักทรัพย์ (Underwriters) โดยพิจารณาถึงปัจจัยต่างๆ เช่น ปัจจัยพื้นฐานของหลักทรัพย์ มูลค่ากิจการที่ประเมินได้จากวิธีมูลค่าปัจจุบันสุทธิของกระแสเงินสด และวิธีประเมินมูลค่าหุ้นอื่นๆ แนวโน้มเศรษฐกิจและอุตสาหกรรม รวมถึงสภาวะตลาด ณ ช่วงเวลาที่เสนอขายหลักทรัพย์

ดังนั้น ที่ปรึกษาทางการเงินอิสระเห็นว่า วิธีสำรวจความต้องการซื้อหลักทรัพย์ (Book Building) เป็นวิธีที่เหมาะสมในการกำหนดราคาเสนอขายหุ้น Makro ต่อประชาชนทั่วไป (Public Offering) เนื่องจากเป็นราคาที่สะท้อนถึงอุปสงค์ (Demand) และอุปทาน (Supply) ของหลักทรัพย์ ซึ่งจะเกิดขึ้นก่อนการเสนอขายหลักทรัพย์เล็กน้อย ดังนั้น ราคาเสนอขายหุ้น PO ของ Makro ในอนาคตซึ่งจะได้อาจมาจากวิธีสำรวจความต้องการซื้อหลักทรัพย์ (Book Building) โดยนักลงทุนสถาบัน อาจใช้วิธีการประเมินมูลค่าหลากหลายวิธีตามที่นักลงทุนสถาบันเห็นสมควร ซึ่งรวมถึงวิธีมูลค่าปัจจุบันสุทธิของกระแสเงินสด ณ ขณะที่มีการเสนอขายหลักทรัพย์ และวิธีการประเมินอื่นๆ เช่น วิธีเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยราคาตลาดย้อนหลัง เป็นต้น มาเป็นปัจจัยหนึ่งในการพิจารณา ถือได้ว่า มีความสมเหตุสมผล

ส่วนที่ 6 สรุปความเห็นของที่ปรึกษาทางการเงินอิสระ

ที่ปรึกษาทางการเงินอิสระได้วิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเข้าทำรายการ การสัมภาษณ์ผู้บริหาร ข้อมูลเกี่ยวกับเศรษฐกิจมหภาค และได้พิจารณาข้อดี ข้อด้อย และความเสี่ยงในการเข้าทำรายการแล้ว มีความเห็นว่าการเข้าทำรายการทั้ง 3 รายการ ได้แก่ 1) การได้มาซึ่งสินทรัพย์และการเข้าทำรายการที่เกี่ยวข้องกันเกี่ยวกับธุรกรรมการรับโอนกิจการทั้งหมดของ CPRH โดย Makro 2) การจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์เกี่ยวกับการโอนกิจการทั้งหมดของ CPRH และ 3) การจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์จากการเสนอขายหุ้นใน Makro ให้แก่ประชาชนทั่วไป (Public Offering) มีความสมเหตุสมผล เป็นประโยชน์ต่อบริษัท และผู้ถือหุ้นของบริษัท ในระยะยาว

สำหรับความสมเหตุสมผลของมูลค่าในการเข้าทำรายการการได้มาซึ่งสินทรัพย์และการเข้าทำรายการที่เกี่ยวข้องกันเกี่ยวกับธุรกรรมการรับโอนกิจการทั้งหมดของ CPRH โดย Makro และการจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์เกี่ยวกับการโอนกิจการทั้งหมดของ CPRH ที่ปรึกษาทางการเงินอิสระพิจารณาแล้วว่าจำนวนหุ้นสามัญเพิ่มทุนที่ Makro จะออกเพื่อชำระเป็นค่าตอบแทนในการรับโอนกิจการจำนวน 5,010,323,500 หุ้น อยู่ในช่วงจำนวนหุ้นเพิ่มทุนที่เหมาะสมที่ Makro ควรออกเพื่อชำระเป็นค่าตอบแทนในการรับโอนกิจการทั้งหมดของ CPRH ที่ 4,397.3 – 6,903.7 ล้านบาท ดังนั้น ที่ปรึกษาทางการเงินอิสระจึงมีความเห็นว่ามูลค่าในการเข้าทำรายการทั้งสองรายการข้างต้นในครั้งนี้ มีความสมเหตุสมผล

สำหรับความสมเหตุสมผลของมูลค่าในการจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์จากการเสนอขายหุ้นใน Makro ให้แก่ประชาชนทั่วไป (Public Offering) ที่ปรึกษาทางการเงินอิสระได้พิจารณามูลค่ายุติธรรมของ Makro มีความเห็นว่า วิธีที่เหมาะสมที่สุดในการประเมินมูลค่ากิจการของ Makro ณ ปัจจุบัน คือ วิธีมูลค่าปัจจุบันสุทธิของกระแสเงินสด โดยมีความเห็นว่ามูลค่ายุติธรรมของ Makro ปัจจุบัน จะเท่ากับ 179,557.6 – 215,795.1 ล้านบาท คิดเป็นราคาต่อหุ้นประมาณ 37.4 – 45.0 บาท อย่างไรก็ตาม มูลค่ากิจการของ Makro ข้างต้น จัดทำเพื่อเป็นข้อมูลให้กับผู้ถือหุ้นของบริษัท เพื่อประกอบการพิจารณาอนุมัติการทำรายการในครั้งนี้เท่านั้น ไม่ได้เป็นการกำหนดราคาเสนอขายหุ้นสามัญของ Makro เพื่อเสนอขายต่อประชาชนทั่วไป (Public Offering) ของ Makro เนื่องจากการกำหนดราคาเสนอขายดังกล่าวจะเริ่มดำเนินการในช่วงเวลาที่ใกล้เคียงกับเวลาที่จะเสนอขายหลักทรัพย์ และโดยทั่วไปจะใช้วิธีสำรวจความต้องการซื้อหลักทรัพย์ (Book Building) จากนักลงทุนสถาบันทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งนักลงทุนสถาบันอาจใช้วิธีการประเมินมูลค่าหลากหลายวิธีตามที่นักลงทุนสถาบันเห็นสมควร ซึ่งอาจรวมถึงวิธีมูลค่าปัจจุบันสุทธิของกระแสเงินสด ณ ขณะที่มีการเสนอขายหลักทรัพย์ และวิธีการประเมินอื่นๆ เช่น วิธีเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยราคาตลาดย้อนหลัง เป็นต้น นอกจากนี้ การกำหนดราคาเสนอขายหลักทรัพย์ยังเป็นการตกลงร่วมกันระหว่าง บริษัท และ Makro ร่วมกับผู้รับประกันการจำหน่ายหลักทรัพย์ (Underwriters) โดยพิจารณาถึงปัจจัยต่างๆ เช่น ปัจจัยพื้นฐานของหลักทรัพย์ มูลค่ากิจการที่ประเมินได้จากวิธีมูลค่าปัจจุบันสุทธิของกระแสเงินสด และวิธีประเมินมูลค่าหุ้นอื่นๆ แนวโน้มเศรษฐกิจและอุตสาหกรรม รวมถึงสภาวะตลาด ณ ช่วงเวลาที่จะเสนอขายหลักทรัพย์ ดังนั้น ที่ปรึกษาทางการเงินอิสระเห็นว่า วิธีสำรวจความต้องการซื้อหลักทรัพย์ (Book Building) เป็นวิธีที่เหมาะสมในการกำหนดราคาเสนอขายหุ้น Makro ต่อประชาชนทั่วไป (Public Offering) เนื่องจากเป็นราคาที่สะท้อนถึงอุปสงค์ (Demand) และอุปทาน (Supply) ของหลักทรัพย์ ซึ่งจะเกิดขึ้นก่อนการเสนอขายหลักทรัพย์เล็กน้อย ดังนั้น ราคาเสนอขายหุ้น PO ของ Makro ในอนาคตซึ่งจะได้อาจมาจากวิธีสำรวจความต้องการซื้อหลักทรัพย์ (Book Building) โดยอาจใช้วิธีการประเมินมูลค่าหลากหลายวิธีตามที่นักลงทุนสถาบันเห็นสมควร ซึ่งอาจรวมถึงวิธีมูลค่าปัจจุบันสุทธิของกระแสเงินสด ณ ขณะที่มีการเสนอขายหลักทรัพย์ และวิธีการประเมินอื่นๆ เช่น วิธีเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยราคาตลาดย้อนหลัง เป็นต้น มาเป็นปัจจัยหนึ่งในการพิจารณา ถือได้ว่ามีความสมเหตุสมผล

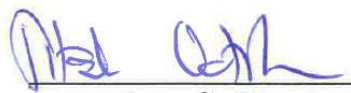
เมื่อพิจารณาความสมเหตุสมผลในการเข้าทำรายการ และความสมเหตุสมผลของมูลค่ารายการแล้ว ที่ปรึกษาทางการเงินอิสระมีความเห็นว่า ผู้ถือหุ้นควรอนุมัติการเข้าทำรายการในครั้งนี้

อย่างไรก็ตาม ผู้ถือหุ้นควรศึกษาข้อมูลในเอกสารต่าง ๆ ที่แนบมา กับหนังสือเชิญประชุมในครั้งนี้ เพื่อประกอบการตัดสินใจสำหรับการลงมติ รวมถึงผู้ถือหุ้นควรพิจารณาความสมเหตุสมผลและความเห็นของที่ปรึกษาทางการเงินอิสระซึ่งตั้งอยู่บนสมมติฐานว่า งบการเงิน ข้อมูลสาธารณะ ประสิทธิภาพทางการเงินและแผนธุรกิจ ที่จัดทำโดยฝ่ายบริหารของบริษัท CPRH และ Makro รวมถึงเอกสารอื่น ๆ ซึ่งที่ปรึกษาทางการเงินอิสระที่ได้รับจากบริษัท CPRH และ Makro รวมถึงการสัมภาษณ์ฝ่ายบริหาร มีความถูกต้อง สมบูรณ์และครบถ้วน และรายงานความเห็นของที่ปรึกษาทางการเงินอิสระได้จัดทำขึ้นโดยอ้างอิงจากสถานะทางเศรษฐกิจและปัจจัยอื่น ๆ ณ เวลาของการจัดทำเท่านั้น การเปลี่ยนแปลงใด ๆ ที่เกิดขึ้นในอนาคตอาจเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความเห็นของที่ปรึกษาทางการเงินอิสระ ทั้งนี้ การตัดสินใจที่จะอนุมัติหรือไม่อนุมัติการเข้าทำรายการในครั้งนี้ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของผู้ถือหุ้นเป็นสำคัญ

ที่ปรึกษาทางการเงินอิสระขอรับรองว่าได้พิจารณาให้ความเห็นกรณีข้างต้นด้วยความรอบคอบตามมาตรฐานวิชาชีพ โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นเป็นสำคัญ

ขอแสดงความนับถือ

ที่ปรึกษาทางการเงินอิสระ
ธนาคารทีเอสโก้ จำกัด (มหาชน)



(นายพิชาดา วัชรศิริธรรม)
รองกรรมการผู้จัดการใหญ่
กลุ่มลูกค้าบริษัท



(นายมานพ เพชรดำรงศ์สกุล)
หัวหน้าธุรกิจขนาดใหญ่



(นายคมกฤต รักษากุลเกียรติ)
ผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน

ภาคผนวก

ลักษณะการประกอบธุรกิจ¹

ภาพรวมการประกอบธุรกิจ

CPRD เป็นผู้ประกอบการชั้นนำในธุรกิจค้าปลีกสินค้าอุปโภคบริโภคซึ่งมีรูปแบบร้านค้าที่หลากหลาย และมีธุรกิจบริหารพื้นที่เช่าในศูนย์การค้าในประเทศไทยและประเทศมาเลเซีย สำหรับในประเทศไทย CPRD ดำเนินธุรกิจหลักผ่านบริษัทย่อยคือ Ek-Chai โดย CPRD เป็นผู้นำในธุรกิจค้าปลีกที่มีช่องทางจัดจำหน่ายหลายรูปแบบเมื่อพิจารณาทั้งในด้านพื้นที่ร้านค้าและส่วนแบ่งการตลาด โดย ณ วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 CPRD มีร้านค้าปลีกจำนวน 2,094 แห่งทั่วประเทศไทย ประกอบด้วยร้านไฮเปอร์มาร์เก็ต 219 แห่ง ซูเปอร์มาร์เก็ต 196 แห่ง และมีซูเปอร์มาร์เก็ต 1,679 แห่ง โดย CPRD ได้วางรากฐานธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทยอย่างมั่นคงด้วยระบบห่วงโซ่อุปทาน (supply chain) ภายในประเทศที่แข็งแกร่ง และระบบการกระจายสินค้าและเครือข่ายงานด้านโลจิสติกส์ (distribution and logistics network) ที่มีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ CPRD ยังมีความแข็งแกร่งของคุณค่าของตราสินค้า (brand equity) และแผนการลงทุนในโครงการเชิงกลยุทธ์ที่สำคัญต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องอีกด้วย

นอกจากนี้ CPRD ยังเป็นผู้นำในธุรกิจบริหารพื้นที่เช่าในศูนย์การค้าในประเทศไทยเมื่อพิจารณาจากจำนวนศูนย์การค้า ผ่านการดำเนินงานของบริษัทย่อยคือ Ek-Chai โดย ณ วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 ธุรกิจบริหารพื้นที่เช่าในศูนย์การค้าของ CPRD ในประเทศไทยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- การบริหารพื้นที่เช่าในศูนย์การค้า 196 แห่ง (ไม่รวมศูนย์การค้าที่มีการลงทุนโดย กองทุนรวม LPF จำนวน 23 แห่ง ดังที่จะถูกกล่าวถึงด้านล่างนี้) ซึ่งมีพื้นที่ให้เช่าสุทธิถาวร (permanent net lettable area) รวมประมาณ 715,000 ตร.ม. โดยมีร้านไฮเปอร์มาร์เก็ตของ CPRD เป็นร้านค้าหลัก โดยในจำนวนศูนย์การค้าทั้งหมด CPRD ถือกรรมสิทธิ์ในที่ดินและสิ่งปลูกสร้างที่เป็นที่ตั้งของศูนย์การค้าจำนวน 61 แห่ง (freehold)
- อัตราการเช่าพื้นที่ (occupancy rate) ของศูนย์การค้าอยู่ที่ประมาณร้อยละ 90 โดยคำนวณจากพื้นที่ให้เช่าสุทธิถาวร (permanent net lettable area) และ
- CPRD ถือหน่วยลงทุนร้อยละ 25 ในกองทุนรวม LPF ผ่านบริษัทย่อย Ek-Chai ซึ่งลงทุนในศูนย์การค้า 23 แห่งทั่วประเทศไทย ซึ่งมีพื้นที่ให้เช่าสุทธิถาวร (permanent net lettable area) รวมประมาณ 337,000 ตร.ม.

นอกจากนี้ CPRD ยังเป็นผู้ประกอบการชั้นนำในธุรกิจร้านค้าปลีกและธุรกิจบริหารพื้นที่เช่าในศูนย์การค้าในประเทศมาเลเซียผ่านทางบริษัทย่อยคือ Lotus MY โดย ณ วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 CPRD มีร้านไฮเปอร์มาร์เก็ต 46 แห่ง และซูเปอร์มาร์เก็ต 16 แห่งในคาบสมุทรมาเลเซีย (Peninsula Malaysia) ทั้งนี้ ธุรกิจค้าปลีกของ CPRD ในประเทศมาเลเซียมีระบบห่วงโซ่อุปทาน (supply chain) ที่มั่นคง และระบบการกระจายสินค้าและเครือข่ายงานด้านโลจิสติกส์ (distribution and logistics network) ที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงความแข็งแกร่งของคุณค่าตราสินค้า (brand equity) และมีแผนการลงทุนในโครงการเชิงกลยุทธ์ที่สำคัญต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องเช่นเดียวกับธุรกิจค้าปลีกของ CPRD ในประเทศไทย

ณ วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 ธุรกิจบริหารพื้นที่เช่าในศูนย์การค้าของ CPRD ในประเทศมาเลเซียประกอบด้วย

¹ เนื่องจากตัวเลขที่นำเสนอในเอกสารฉบับนี้อาจมีการปัดเศษ (rounding) ผลรวมของตัวเลขแต่ละรายการอาจมีค่าไม่เท่ากับผลรวมที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้

- การบริหารพื้นที่เช่าในศูนย์การค้า 57 แห่ง คิดเป็นพื้นที่ให้เช่าสุทธิถาวร (permanent net lettable area) รวมประมาณ 296,000 ตร.ม. โดยในจำนวนศูนย์การค้าทั้งหมด CPRD ถือกรรมสิทธิ์ (freehold) หรือมีสิทธิการเช่าจากรัฐบาลมาเลเซีย (leasehold)² จำนวน 40 แห่ง และ
- อัตราการเช่าพื้นที่ (occupancy rate) อยู่ที่ประมาณร้อยละ 92 โดยคำนวณจากพื้นที่ให้เช่าสุทธิถาวร (permanent net lettable area)

สำหรับปีสิ้นสุด และ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 โดยอ้างอิงจากข้อมูลทางการเงินเสมือน (pro forma financial information) CPRD มีรายได้จากการขายจำนวน 197,460 ล้านบาท รายได้จากการให้เช่าและให้บริการจำนวน 11,188 ล้านบาท และสินทรัพย์รวมจำนวน 406,640 ล้านบาท³

การพัฒนาการที่ผ่านมา

การเข้าซื้อทรัพย์สินจาก CPFT

- เมื่อวันที่ 31 พฤษภาคม 2564 CPRD ได้เข้าทำสัญญากับบริษัท ซีพีเอฟ เทรดดิ้ง จำกัด (“CPFT”) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยทางอ้อมของ CPF ผ่านบริษัทย่อย Ek-Chai เพื่อซื้อทรัพย์สินบางส่วน รวมถึงอุปกรณ์ในการจัดจำหน่ายระบบงานอิเล็กทรอนิกส์ ทรัพย์สินและข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดย CPRD ตกลงจ่ายค่าตอบแทนเป็นจำนวนประมาณ 862 ล้านบาท ทั้งนี้ CPRD ตั้งใจที่จะนำทรัพย์สินดังกล่าวมาใช้สนับสนุนธุรกิจของ CPRD

ผลกระทบจากการระบาดของ COVID-19

- *ผลกระทบโดยทั่วไป* : ประเทศไทยและประเทศมาเลเซียได้ประสบ และยังคงประสบกับการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือ COVID-19 หลายระลอก รวมถึงมีการพบเชื้อ COVID-19 สายพันธุ์ใหม่ โดยการแพร่ระบาดของ COVID-19 ได้ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจครั้งใหญ่ทั้งในระดับโลก และระดับภูมิภาค รวมถึงในประเทศไทยและประเทศมาเลเซีย ซึ่งรัฐบาลไทยและรัฐบาลมาเลเซียได้ประกาศใช้มาตรการต่าง ๆ เพื่อควบคุมการแพร่ระบาดของ COVID-19 เช่น การปิดสถานประกอบการเป็นการชั่วคราว การลดระยะเวลาทำการ การปิดพื้นที่ที่มีความเสี่ยงสูงต่อการแพร่ระบาด การใช้มาตรการจำกัดการเดินทาง การระงับกิจกรรมทางธุรกิจ การกำหนดข้อบังคับในเรื่องการกักตัวและการเว้นระยะห่างทางสังคม และการห้ามจัดกิจกรรมขนาดใหญ่ โดยมาตรการต่าง ๆ ดังกล่าวส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยและประเทศมาเลเซียอย่างมีนัยสำคัญ ตลอดจนภาคการผลิตและห่วงโซ่อุปทาน (supply chain) และการดำเนินงานของบริษัทต่าง ๆ ทั้งในประเทศไทยและประเทศมาเลเซีย ซึ่งรวมถึงบริษัท ด้วย สำหรับประเทศไทยนั้น แม้ว่าในช่วงแรกของการแพร่ระบาดจะได้รับผลกระทบที่มีความรุนแรงน้อยกว่าในประเทศอื่น ๆ อย่างไรก็ตาม การแพร่ระบาดของ COVID-19 ระลอกใหม่ตั้งแต่เดือนธันวาคม 2563 ส่งผลให้มีการปิดร้านค้า ซึ่งพื้นที่เช่าในศูนย์การค้าบางส่วนหรือทั้งหมดของ CPRD ในหลายพื้นที่ได้รับผลกระทบใน

² ภายใต้กฎหมายประเทศมาเลเซีย กรรมสิทธิ์ (freehold) หมายถึง สิทธิในการใช้ที่ดินจากรัฐบาลประเทศมาเลเซียโดยผู้ถือกรรมสิทธิ์สามารถถือครองและใช้ที่ดินได้โดยไม่มีกำหนดระยะเวลา และ สิทธิการเช่า (leasehold) หมายถึง สิทธิในการใช้ที่ดินจากรัฐบาลประเทศมาเลเซียโดยมีกำหนดระยะเวลาไม่เกิน 99 ปี โดยผู้ถือครองที่ดินสามารถใช้ที่ดินจนกว่าจะหมดอายุสัญญาเช่า และหากไม่มีการขยายอายุหรือต่ออายุสัญญาเช่า ผู้ครอบครองที่ดินจะต้องคืนที่ดินดังกล่าวให้แก่ทางรัฐบาลประเทศมาเลเซีย โดยที่ทั้งกรรมสิทธิ์ (freehold) และสิทธิการเช่า (leasehold) สามารถทำการโอนได้

³ เว้นแต่จะระบุไว้เป็นอย่างอื่น ข้อมูลทางการเงินเสมือน (pro forma financial information) ของ CPRD นั้นได้ทำขึ้นบนสันนิษฐานว่า CPRD ได้มีการเข้าซื้อกิจการของ Lotus TH Ek-Chai และ Lotus MY ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2562 นอกเหนือจากนี้ แม้ว่าจะรอบปีบัญชีของ CPRD จะสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม แต่งบการเงินของ Lotus TH และ Lotus MY นั้นมีรอบปีบัญชีวันที่ 28 กุมภาพันธ์ จนถึง 28 กุมภาพันธ์ 2564 ดังนั้น ข้อมูลที่นำเสนอในเอกสารฉบับนี้สำหรับ Lotus TH และ Lotus MY เป็นไปตามรอบปีบัญชีของ Lotus TH และ Lotus MY ที่สิ้นสุดวันที่ 29 กุมภาพันธ์ 2563 และ 28 กุมภาพันธ์ 2564

ช่วงเวลาดังกล่าว อีกทั้ง มาตรการดังกล่าวยังทำให้เกิดการหยุดชะงักของการดำเนินธุรกิจตามปกติทั้งภายในและภายนอกพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 และส่งผลทางลบในด้านเศรษฐกิจโดยเฉพาะในอุตสาหกรรมการเดินทางและท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยมีการปิดการให้บริการของโรงแรม ร้านอาหาร และสายการบินทั่วประเทศ อย่างไรก็ตาม ภาครัฐได้มีมาตรการช่วยเหลือผู้ประกอบการอย่างใกล้ชิดและให้ความร่วมมือกับทางรัฐบาลท้องถิ่นในการดำเนินการให้มีการจัดจำหน่ายอาหารเพื่อการบริโภคอย่างเพียงพอ เพื่อลดผลกระทบต่อธุรกิจของ CPRD ให้มากที่สุดเท่าที่จะสามารถกระทำได้

- **มาตรการของ CPRD:** CPRD ได้มีการใช้มาตรการต่าง ๆ เพื่อป้องกันพนักงานและลูกค้าจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 รวมถึงเพื่อป้องกันผลกระทบจากการแพร่ระบาด โดยมีมาตรการดังต่อไปนี้
 - การใช้มาตรการด้านความปลอดภัยที่เข้มงวด เช่น การฆ่าเชื้อทำความสะอาดอย่างสม่ำเสมอ และการเว้นระยะห่างทางสังคมทั้งในร้านค้า ศูนย์กระจายสินค้า และสำนักงานทุกแห่ง
 - การจัดหาอุปกรณ์ป้องกันให้แก่พนักงาน
 - การปรับกระบวนการทำงานและให้พนักงานกลุ่มต่าง ๆ ปฏิบัติงานจากบ้าน (Work from Home) เพื่อลดความเสี่ยงในการติดเชื้อ โดยไม่กระทบต่อการดำเนินงานและประสิทธิภาพการทำงานอย่างมีนัยสำคัญ
 - การจัดทำประกันภัย COVID-19 ให้แก่พนักงานในประเทศไทยที่มีความเสี่ยงสูง
 - การให้ความช่วยเหลือเพิ่มเติมแก่พนักงาน รวมถึงการแจกจ่ายคูปองเงินสดให้พนักงานเพื่อซื้อสินค้าที่จำเป็นในชีวิตประจำวันจากร้านค้าของ CPRD และ
 - การพยายามที่จะไม่เลิกจ้างพนักงาน และในขณะเดียวกันยังได้มีการจ้างพนักงานเพิ่มในบางครั้งระหว่างช่วงเวลาที่มีการแพร่ระบาดของ COVID-19 นอกจากนี้ CPRD ยังให้ค่าตอบแทนพิเศษสำหรับพนักงานที่ทำงานอยู่ภายในร้านค้าที่ต้องพบกับลูกค้า เพื่อตอบแทนความทุ่มเทในการทำงานของพนักงานในการให้บริการลูกค้าของ CPRD ในช่วงการแพร่ระบาดของ COVID-19
- **ผลกระทบต่อธุรกิจของ CPRD และการดำเนินการเพิ่มเติม:** มาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของภาครัฐประกอบการหยุดชะงักของธุรกิจในประเทศไทยและประเทศมาเลเซีย มีผลกระทบต่อธุรกิจของ CPRD ดังต่อไปนี้
 - มาตรการของรัฐบาลในการปิดพื้นที่และหยุดกิจกรรม (ล็อกดาวน์) และจำกัดการดำเนินธุรกิจส่งผลกระทบต่อเวลาเปิดทำการของร้านค้าของ CPRD และปริมาณลูกค้าที่เข้าใช้บริการร้านค้า ซึ่งส่งผลให้ CPRD ต้องดำเนินมาตรการด้านความปลอดภัยต่าง ๆ ใดก็ตามที่ ร้านค้าปลีกและศูนย์กระจายสินค้าของ CPRD ยังคงสามารถเปิดทำการได้ เนื่องจากรัฐบาลได้มีการยกเว้นให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารและซูเปอร์มาร์เก็ตยังคงสามารถเปิดทำการในช่วงเวลาดังกล่าวได้ อย่างไรก็ตาม ในช่วงล็อกดาวน์ของประเทศไทยนั้นรัฐบาลได้มีการห้ามการจำหน่ายสินค้าที่ไม่จำเป็น (non-essential goods) เช่น เสื้อผ้า เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เครื่องใช้ไฟฟ้า ซึ่งกระทบต่อยอดขายของสินค้าประเภทดังกล่าวของ CPRD นอกจากนี้ รัฐบาลยังออกโครงการกระตุ้นเศรษฐกิจที่มุ่งช่วยเหลือร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม เช่น ร้านโชห่วยมากกว่าร้านค้าปลีกสมัยใหม่ขนาดใหญ่อย่างของ CPRD ซึ่งส่งผลให้มีการแข่งขันเพิ่มขึ้นจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมต่อธุรกิจค้าปลีกของ CPRD อย่างไรก็ตาม รัฐบาลได้มีการออกมาตรการอื่นที่ช่วยบรรเทาผลกระทบต่อธุรกิจของ CPRD ด้วยการลดเงินสมทบเข้ากองทุนประกันสังคมของนายจ้าง และการลดภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง ทั้งนี้ ธุรกิจค้าปลีกของ CPRD ประสบกับปัญหาการตื่นกลัวและซื้อสินค้ากักตุนของผู้บริโภค (panic buying) หลังจากการประกาศใช้มาตรการล็อกดาวน์ ทำให้เกิดการขาดแคลนของสินค้า

บางชนิด ซึ่งปัญหาดังกล่าวรุนแรงขึ้นจากการปิดด่านพรมแดนกับประเทศเพื่อนบ้านจนทำให้เกิดปัญหาการขนส่งสินค้าเข้า นอกจากนี้ ผลกระทบอีกประการหนึ่งของ COVID-19 คือ การเร่งการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรจบบ่ายของผู้บริโภคไปสู่การซื้อสินค้าในรูปแบบออนไลน์ เนื่องจากปัญหาและความยากลำบากในการเดินทางไปจับจ่ายสินค้าที่ร้านค้าของ CPRD ในช่วงล็อกดาวน์หรือความวิตกกังวลของลูกค้านำต่อการแพร่ระบาดของ COVID-19 ทั้งนี้ ปัจจัยต่าง ๆ ที่กล่าวมาข้างต้นเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้รายได้จากการขายของ CPRD ในประเทศไทยลดลงจำนวน 8,364 ล้านบาท หรือร้อยละ 4.9 จาก 171,326 ล้านบาทสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 29 กุมภาพันธ์ 2563 เป็น 162,962 ล้านบาทสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 อย่างไรก็ตาม CPRD เชื่อว่าปัจจัยดังกล่าวข้างต้นได้รับการบรรเทาบางส่วนจากการเพิ่มขึ้นของการจับจ่ายของลูกค้าในส่วนของผู้ผลิตภัณฑอาหาร อันเนื่องมาจากการซื้อของเพื่อกักตุนสินค้าของลูกค้าและจากปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง สำหรับประเทศมาเลเซียนั้น รัฐบาลของประเทศมาเลเซียได้มีการประกาศมาตรการที่ใกล้เคียงกับของประเทศไทยในการห้ามการจำหน่ายสินค้าที่ไม่จำเป็น (non-essential goods) และยังมีการประกาศมาตรการเพิ่มเติมอื่น ๆ ซึ่งขึ้นอยู่กับความรุนแรงของการแพร่ระบาดในแต่ละพื้นที่ เช่น มาตรการจำกัดการเดินทางข้ามพื้นที่ และมาตรการจำกัดเวลาเปิดทำการของร้านค้า อย่างไรก็ตาม ธุรกิจร้านค้าปลีกของ CPRD ในประเทศมาเลเซีย มีรายได้จากการขายเพิ่มขึ้น 98 ล้านบาทจากมาเลเซีย (597 ล้านบาท) หรือร้อยละ 2.2 จาก 4,542 ล้านบาทจากมาเลเซีย (33,901 ล้านบาท) สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 29 กุมภาพันธ์ 2563 เป็น 4,640 ล้านบาทจากมาเลเซีย (34,498 ล้านบาท) สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 โดยรายได้ที่เพิ่มขึ้นในช่วงเวลาดังกล่าวมีผลมาจากการเพิ่มจำนวนร้านค้าและความต้องการของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าออนไลน์ ทั้งนี้ CPRD เชื่อว่าการปฏิบัติตามมาตรการความปลอดภัยในประเทศมาเลเซียและการรักษาความสะอาดภายในร้านค้าทำให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจในการเลือกซื้อสินค้าในช่วงเวลาของการระบาดดังกล่าว

- มาตรการล็อกดาวน์ของรัฐบาลทำให้ศูนย์การค้าส่วนใหญ่ในประเทศไทยและประเทศมาเลเซียต้องปิดทำการหรือลดระยะเวลาการเปิดให้บริการในช่วงต่าง ๆ ของการแพร่ระบาดของ COVID-19 มาตรการดังกล่าวทำให้รายได้จากผู้เช่าในศูนย์การค้าของ CPRD ในประเทศไทยและประเทศมาเลเซียลดลง และทำให้มีพื้นที่เช่าว่างเพิ่มขึ้นในศูนย์การค้าและร้านค้าของ CPRD ในประเทศไทย ณ วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 อัตราการเช่าพื้นที่ถาวร (permanent occupancy rate) ลดลงเหลือประมาณร้อยละ 90 จากประมาณเฉลี่ยร้อยละ 95 ในช่วงก่อนการแพร่ระบาดของ COVID-19 ในประเทศไทย แม้ว่าอัตราการเช่าพื้นที่ (occupancy rate) จะลดลงแต่เพื่อลดผลกระทบต่อผู้เช่าจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 CPRD ได้ช่วยเหลือผู้เช่าด้วยการลดค่าเช่าให้แก่ผู้เช่าในศูนย์การค้าของ CPRD ในประเทศไทย ซึ่งส่งผลกระทบในทางลบต่อรายได้ค่าเช่าของ CPRD อย่างไรก็ตาม โครงสร้างกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลสำหรับผู้บริโภคและผู้ประกอบการได้ทำให้อัตราการเช่าพื้นที่ (occupancy rate) ของ CPRD กลับมามีแนวโน้มที่ดีขึ้น และช่วยบรรเทาผลกระทบจากการลดลงของอัตราการเช่าพื้นที่ (occupancy rate) ในศูนย์การค้าของ CPRD จากผลของการแพร่ระบาดของ COVID-19 อย่างไรก็ตาม เนื่องจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 ระลอกใหม่ตั้งแต่เดือนเมษายน 2564 ส่งผลให้ ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2564 อัตราการเช่าพื้นที่ถาวร (permanent occupancy rate) ในศูนย์การค้าของ CPRD ในประเทศไทยลดลงยิ่งขึ้นเป็นประมาณร้อยละ 80

จากเหตุการณ์ข้างต้นส่งผลให้รายได้จากการให้เช่าและให้บริการของ CPRD ในประเทศไทยลดลงร้อยละ 24.1 จากจำนวน 12,739 ล้านบาทสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 29 กุมภาพันธ์ 2563 เป็น 9,670 ล้านบาทสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 สำหรับประเทศมาเลเซีย ธุรกิจบริหารพื้นที่เช่าในศูนย์การค้าของ CPRD สามารถรักษาอัตราการเช่าพื้นที่ (occupancy rate) ไว้ได้ที่ระดับประมาณร้อยละ 90 ตลอด

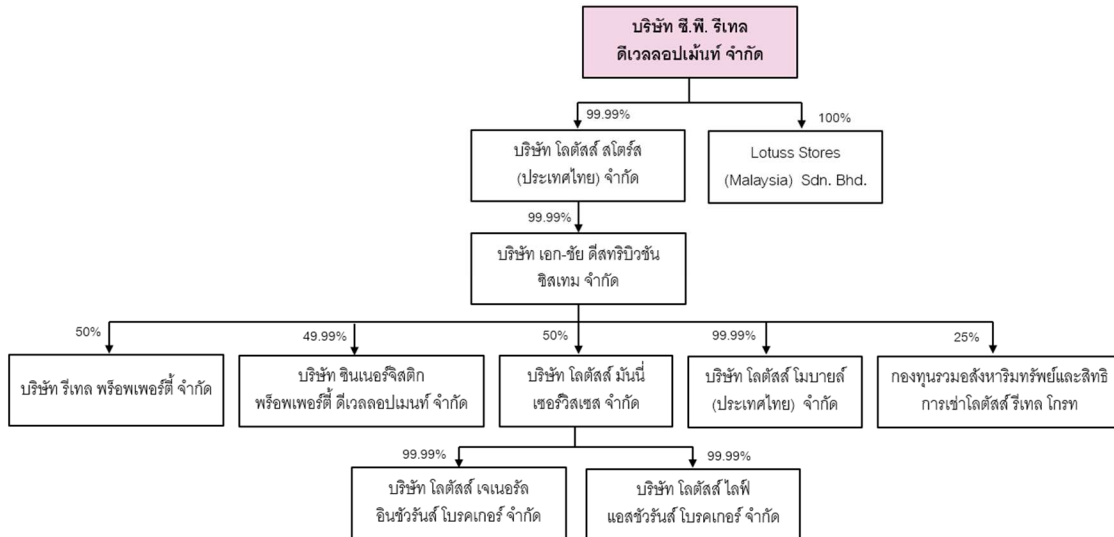
ช่วงการระบาดของ COVID-19 อย่างไรก็ตาม CPRD ได้มีการยกเว้นค่าเช่าและให้ส่วนลดค่าเช่าแก่ผู้เช่าในศูนย์การค้าของ CPRD ในประเทศมาเลเซีย จากปัจจัยดังกล่าวทำให้ธุรกิจบริหารพื้นที่เช่าในศูนย์การค้าของ CPRD ในประเทศมาเลเซียมีรายได้จากการให้เช่าและให้บริการลดลงร้อยละ 26.4 จาก 277 ล้านริงกิตมาเลเซีย (2,066 ล้านบาท) สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 29 กุมภาพันธ์ 2563 เหลือจำนวน 204 ล้านริงกิตมาเลเซีย (1,518 ล้านบาท) สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564

- พฤติกรรมการจับจ่ายของลูกค้าของ CPRD ได้มีการเปลี่ยนแปลงในช่วงการแพร่ระบาดของ COVID-19 โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาคธุรกิจค้าปลีก กล่าวคือนอกจากลูกค้าจะมีความระมัดระวังในการใช้จ่ายมากขึ้นแล้ว ลูกค้าของ CPRD ยังเพิ่มการจับจ่ายในส่วนของสินค้าอาหารสดและสินค้าอุปโภคบริโภคชนิดอื่น ๆ มากขึ้นและใช้จ่ายน้อยลงในส่วนของสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร อีกทั้งยังนิยมจับจ่ายในร้านค้าสะดวกใกล้เคียงและหลีกเลี่ยงการไปยังร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ โดยลูกค้าเลือกที่จะไปจับจ่ายในร้านค้าปลีกขนาดกลางและขนาดเล็ก เช่น ซูเปอร์มาร์เก็ต มินิซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านโชห่วยในพื้นที่ รวมถึงช่องทางออนไลน์แทน นอกจากนี้ มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลที่สนับสนุนให้มีการจับจ่ายที่ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม เช่น ร้านโชห่วย มากกว่าร้านค้าปลีกสมัยใหม่ขนาดใหญ่ รวมทั้งการบังคับใช้มาตรการจำกัดการเดินทาง ยังส่งผลกระทบต่อมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ แม้ว่าพฤติกรรมการใช้จ่ายของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไปจะส่งผลกระทบต่อร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ของ CPRD แต่การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวส่งผลกระทบต่อร้านค้าปลีกขนาดกลางและขนาดเล็กอื่น ๆ ของ CPRD โดยรายได้รวมของร้านค้ารูปแบบซูเปอร์มาร์เก็ต และมินิซูเปอร์มาร์เก็ตต่อรายได้รวมจากการขาย และรายได้อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจค้าปลีก⁴ ในประเทศไทยของ CPRD นั้น เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.6 จากจำนวน 62,571 ล้านบาท สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 29 กุมภาพันธ์ 2563 เป็น 63,556 ล้านบาท สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 และเพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงนี้ CPRD ได้ดำเนินการปรับปรุงและพัฒนาการนำเสนอสินค้าประเภทอาหารสดโดยเฉพาะอย่างยิ่งอาหารสดที่จำหน่ายในมินิซูเปอร์มาร์เก็ตของ CPRD เพื่อตอบสนองต่อความต้องการสินค้าประเภทดังกล่าวที่เพิ่มขึ้นของผู้บริโภคในพื้นที่
- นอกจากนี้ ลูกค้าของ CPRD ยังหันไปจับจ่ายสินค้าในช่องทางออนไลน์มากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงแรกที่รัฐบาลเริ่มใช้มาตรการล็อกดาวน์ เพื่อตอบสนองต่อการเพิ่มขึ้นของการจับจ่ายสินค้าออนไลน์ CPRD ได้ดำเนินการเร่งพัฒนาการดำเนินงานด้านการขายผ่านช่องทางออนไลน์ของ CPRD ทั่วประเทศไทยและประเทศมาเลเซีย เพื่อให้ได้รับประโยชน์สูงสุดจากแนวโน้มการจับจ่ายที่เปลี่ยนแปลงไปในช่วงการแพร่ระบาดของ COVID-19 ทั้งนี้ รายได้จากการขายผ่านช่องทางออนไลน์ของ CPRD ในประเทศไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 63.4 จาก 744 ล้านบาท สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 29 กุมภาพันธ์ 2563 เป็น 1,216 ล้านบาท สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 และเช่นเดียวกันกับในประเทศไทย รายได้จากการขายผ่านช่องทางออนไลน์ในประเทศมาเลเซีย เพิ่มขึ้นร้อยละ 37.7 จาก 122 ล้านริงกิตมาเลเซีย (909 ล้านบาท) สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 29 กุมภาพันธ์ 2563 เป็น 168 ล้านริงกิตมาเลเซีย (1,246 ล้านบาท) สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 ทั้งนี้ นับตั้งแต่วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 การจับจ่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ของ CPRD มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยรายได้จากการขายในช่วงสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 31 พฤษภาคม 2564 ได้เพิ่มขึ้นมากกว่า 2 เท่า เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันในปี 2563

⁴ รายได้อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจค้าปลีกประกอบไปด้วยรายได้จากการฝากขาย รายได้จากการจัดส่งสินค้า และส่วนลดสำหรับพนักงานจากรัฐกิจค้าปลีกของ CPRD

โครงสร้างของกลุ่มบริษัท CPRD

ณ วันที่ 31 กรกฎาคม 2564 CPRD มีบริษัทย่อยทางตรงเพียงสองบริษัท คือ Lotus TH ซึ่งเป็นบริษัทโฮลดิ้งสำหรับการประกอบธุรกิจในประเทศไทย และ Lotus MY ซึ่งเป็นบริษัทที่ประกอบกิจการในประเทศมาเลเซีย โดย Lotus TH มีบริษัทย่อยทางตรงเพียงบริษัทเดียวคือ Ek-Chai ซึ่งเป็นบริษัทที่ประกอบกิจการในประเทศไทย โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับกิจการร่วมค้าของ CPRD ในหัวข้อ “บริษัทร่วมและกิจการร่วมค้า”



ความเป็นมา

ลำดับเหตุการณ์การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของ CPRD มีดังต่อไปนี้

- | | |
|------|--|
| 2537 | <ul style="list-style-type: none"> ● Ek-Chai เปิดให้บริการร้านสาขาแรกที่ซีคอนสแควร์ |
| 2539 | <ul style="list-style-type: none"> ● Ek-Chai เปิดศูนย์กระจายสินค้าแรกที่อำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งมีตำแหน่งที่ตั้งใกล้จังหวัดกรุงเทพมหานคร |
| 2544 | <ul style="list-style-type: none"> ● Ek-Chai เปิดให้บริการร้านมินิซูเปอร์มาร์เก็ตสาขาแรกภายใต้ชื่อ Express ที่รามอินทรา ● Tesco PLC (“Tesco”) และ Sime Darby เข้าทำกิจการร่วมค้าเพื่อจัดตั้งกิจการของ Lotus MY |
| 2545 | <ul style="list-style-type: none"> ● Lotus MY เปิดให้บริการไฮเปอร์มาร์เก็ตแห่งแรกใน Puchong, Selangor ประเทศมาเลเซีย |
| 2546 | <ul style="list-style-type: none"> ● Ek-Chai เปิดให้บริการร้านค้าปลีกรูปแบบ แห่งแรกในย่านพงษ์เพชร “ตลาด” ประเทศไทย |

- 2550
 - Lotus MY เปิดตัวโครงการสมาชิกคลับการ์ดในประเทศมาเลเซีย
 - Lotus MY เปิดบริการศูนย์กระจายสินค้าสดในย่าน Simpang Pulai, Perak ประเทศมาเลเซีย
- 2552
 - Ek-Chai เปิดตัวโครงการสมาชิกคลับการ์ดในประเทศไทย
 - Lotus MY เปิดบริการศูนย์กระจายแบบอณูภูมิปกติในย่าน Bukit Beruntung, Selangor ประเทศมาเลเซีย
- 2555
 - กองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์และสิทธิการเช่าเอสโก โลตัส รีเทล โกรท (กองทุนรวมTGLF) เริ่มซื้อขายหน่วยลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ฯ
- 2556
 - Ek-Chai และ Lotus MY เปิดให้บริการระบบช้อปปิ้งออนไลน์ Grocery Home Shopping (GHS) ให้ลูกค้าสั่งซื้อสินค้าอาหารสด สินค้าอุปโภคบริโภค และสินค้าทั่วไปได้ทางออนไลน์
- 2558
 - Ek-Chai เปิดศูนย์กระจายสินค้าภูมิภาคในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคใต้ของประเทศไทย
 - Lotus MY เข้าร่วมเป็นพันธมิตรธุรกิจกับลาซาด้า
- 2561
 - Ek-Chai เริ่มต้นการพัฒนาคอนเซ็ปต์ใหม่ของร้านค้ารูปแบบไฮเปอร์มาร์เก็ตและมินิซูเปอร์มาร์เก็ต
- 2562
 - Lotus MY เสร็จสิ้นการปรับปรุงโฉมร้านค้าปลีก 21 แห่งภายใต้โครงการ next generation
- 2563
 - การแพร่ระบาดของ COVID-19 ทำให้เศรษฐกิจโลกชะงัก ซึ่งส่งผลกระทบต่อธุรกิจของ CPRD ในประเทศไทยและประเทศมาเลเซีย
 - CPALL CPH และ CPM เข้าลงทุนในกิจการ CPRD โดยถือหุ้นผ่านนิติบุคคล เฉพาะกิจที่จัดตั้งขึ้นเพื่อการลงทุนได้แก่ CPRH เสร็จสิ้นในเดือนธันวาคม 2563
- 2564
 - ในเดือนกุมภาพันธ์ CPRD มีการรีแบรนด์ ร้านไฮเปอร์มาร์เก็ตภายใต้แบรนด์ Lotus's และเปิดให้บริการร้านมินิซูเปอร์มาร์เก็ตภายใต้แบรนด์ "Go Fresh"
 - ในเดือนมิถุนายน Ek-Chai ขยายเครือข่ายบริการระบบช้อปปิ้งออนไลน์ GHS จากร้านค้า 25 สาขาเมื่อเดือนกุมภาพันธ์เป็น 89 สาขา

กลุ่มธุรกิจของ CPRD

การประกอบธุรกิจของ CPRD แบ่งออกเป็นสองกลุ่มหลักคือ

- ธุรกิจค้าปลีก
- ธุรกิจบริหารพื้นที่เช่าในศูนย์การค้า

นอกจากนี้ CPRD ได้มีการลงทุนกับบริษัทร่วมและกิจการร่วมค้า โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับกิจการร่วมค้าของ CPRD ในหัวข้อ "บริษัทร่วมและกิจการร่วมค้า"

ตารางต่อไปนี้แสดงถึงรายได้จากการขายของ CPRD ในประเทศไทยและประเทศมาเลเซียสำหรับช่วงเวลาที่ระบุไว้

	ปีสิ้นสุดวันที่ 28 กุมภาพันธ์			
	2563	ร้อยละ	2564	ร้อยละ
	(ยังไม่ตรวจสอบ)			
	(หน่วย ล้านบาท ยกเว้นที่เป็นร้อยละ)			
ประเทศไทย	171,326	83.5	162,962	82.5
ประเทศมาเลเซีย ⁶	33,901	16.5	34,498	17.5
รายได้จากการขายรวม	205,227	100.0	197,460	100.0

ตารางต่อไปนี้จะแสดงถึงรายได้จากการให้เช่าและให้บริการของ CPRD ในประเทศไทยและประเทศมาเลเซียสำหรับช่วงระยะเวลาที่ระบุไว้

	ปีสิ้นสุดวันที่ 28 กุมภาพันธ์			
	2563	ร้อยละ	2564	ร้อยละ
	(ยังไม่ตรวจสอบ)			
	(หน่วย ล้านบาท ยกเว้นที่เป็นร้อยละ)			
ประเทศไทย	12,739	86.0	9,670	86.4
ประเทศมาเลเซีย ⁶	2,066	14.0	1,518	13.6
รายได้จากการให้เช่าและให้บริการ				
รวม	14,805	100.0	11,188	100.0

ตารางต่อไปนี้จะแสดงถึง EBITDA ของ CPRD แบ่งตามกลุ่มธุรกิจหลักของ CPRD ในประเทศไทยและประเทศมาเลเซีย และ EBITDA รวม และที่ปรับปรุงตามส่วนแบ่งกำไรจากเงินลงทุนในกิจการร่วมค้าและบริษัทร่วม สำหรับช่วงระยะเวลาที่ระบุไว้

⁵ การอ้างอิงวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2563 ในตารางแสดงข้อมูลทางการเงิน และผลการดำเนินงานต่าง ๆ ที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ให้หมายถึงวันที่ 29 กุมภาพันธ์ 2563 เนื่องจากเป็นปีอธิกสุรทิน

⁶ ในการจัดเตรียมงบการเงินรวมเสมือนของ CPRD นั้นใช้อัตราแลกเปลี่ยนที่อัตรา 1 ริงกิตมาเลเซียต่อ 7.4634 และ 7.4356 บาท สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 29 กุมภาพันธ์ 2563 และ 28 กุมภาพันธ์ 2564 ตามลำดับ

ปีสิ้นสุดวันที่ 28 กุมภาพันธ์

2563 ร้อยละ 2564 ร้อยละ

(ยังไม่ตรวจสอบ)

(หน่วย ล้านบาท ยกเว้นที่เป็นร้อยละ)

กลุ่มธุรกิจ

ประเทศไทย

ค่าปลีก	15,745	52.4	11,135	50.1
ศูนย์การค้า	9,804	32.6	6,412	28.9

ส่วนของ EBITDA (Segmental

EBITDA) สำหรับประเทศไทย..... **25,549 85.0 17,547 79.0**

ประเทศมาเลเซีย^๑

ค่าปลีก	1,938	6.5	2,714	12.2
ศูนย์การค้า	1,752	5.8	1,162	5.3

ส่วนของ EBITDA)segmental

EBITDA(สำหรับประเทศมาเลเซีย.... **3,690 12.3 3,876 17.5**

ส่วนแบ่งกำไรจากเงินลงทุนในกิจการ

ร่วมค้าและบริษัทร่วม..... **815 2.7 782 3.5**

EBITDA รวม⁽¹⁾..... 30,054 100.0 22,205 100.0

หมายเหตุ:

- (1) EBITDA ของปีใด ๆ หมายถึง กำไรของปีก่อนหักค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย ต้นทุนทางการเงิน และค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ โดยที่ EBITDA ของแต่ละประเภทธุรกิจได้ทำการคำนวณโดยการจัดสรรรายจ่ายดังกล่าวบางส่วนไปยังแต่ละประเภทธุรกิจ และ ไม่รวมส่วนแบ่งกำไรจากเงินลงทุนในกิจการร่วมค้าและบริษัทร่วม และเช่นเดียวกันกับ EBITDA ที่แยกตามรายประเทศ EBITDA ดังกล่าวไม่ได้ทำการรวมส่วนแบ่งกำไรจากเงินลงทุนในกิจการร่วมค้าและบริษัทร่วม ทั้งนี้ CPRD ได้ใช้ EBITDA ซึ่งรวมถึง EBITDA ที่แยกตามประเภทธุรกิจ ในการให้ข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับผลการประกอบการของ CPRD ทั้งนี้ EBITDA รวมถึง EBITDA ที่แยกตามประเภทธุรกิจไม่ใช่ตัววัดผลประกอบการทางการเงินตามมาตรฐานการรายงานทางการเงินของประเทศไทย (TFRS) มาตรฐานการรายงานทางการเงินของประเทศมาเลเซีย (MFRS) หรือมาตรฐานการรายงานทางการเงินระหว่างประเทศ (IFRS) โดย CPRD เห็นว่า EBITDA เป็นประโยชน์สำหรับผู้ลงทุนบางส่วนในการพิจารณากระแสเงินสดจากการดำเนินงานของ CPRD และความสามารถในการชำระหนี้และชำระรายจ่ายฝ่ายตน CPRD เห็นว่าผู้ลงทุนส่วนใหญ่ใช้ข้อมูลการเงินในลักษณะนี้ในการประเมินผลประกอบการของบริษัทในภาคธุรกิจที่บริษัทประกอบการอยู่ ผู้ลงทุนไม่ควรพิจารณาคำนียามของ EBITDA รวมถึง EBITDA ที่แยกตามประเภทธุรกิจ เพียงอย่างเดียว หรือตีความ

ว่า EBITDA รวมถึง EBITDA ที่แยกตามประเภทธุรกิจ เป็นกำไรสำหรับปี หรือเป็นตัวบ่งชี้ผลประกอบการ หรือเป็นตัวบ่งชี้ทางการเงินที่เป็นมาตรฐานภายใต้ TFRS MFRS หรือ IFRS ทั้งนี้ คำนิยามของ EBITDA และการจัดสรรรายจ่ายเพื่อคำนวณ EBITDA สำหรับธุรกิจแต่ละประเภทของ CPRD อาจไม่สามารถนำไปเปรียบเทียบกับรายการที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน ของบริษัทอื่น รวมถึงในอุตสาหกรรมเดียวกันได้

ธุรกิจในประเทศไทย

CPRD ประกอบธุรกิจค้าปลีกและบริหารพื้นที่เช่าในศูนย์การค้าในประเทศไทยผ่านบริษัทย่อย Ek-Chai สำหรับในประเทศไทย CPRD ถือเป็นผู้นำในธุรกิจค้าปลีกที่มีช่องทางจัดจำหน่ายหลายรูปแบบเมื่อพิจารณาทั้งในด้านพื้นที่ร้านค้าและส่วนแบ่งการตลาดในประเทศไทย โดย ณ วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 CPRD มีร้านค้าจำนวน 2,094 แห่งทั่วประเทศไทย ประกอบด้วยร้านไฮเปอร์มาร์เก็ต 219 แห่ง ซูเปอร์มาร์เก็ต 196 แห่ง และมินิซูเปอร์มาร์เก็ต 1,679 แห่ง ธุรกิจค้าปลีกของ CPRD ในประเทศไทยได้รับการสนับสนุนจากระบบห่วงโซ่อุปทาน (supply chain) ในประเทศที่แข็งแกร่ง ตลอดจนระบบการกระจายสินค้าและเครือข่ายงานด้านโลจิสติกส์ (distribution and logistics network) ที่มีประสิทธิภาพ ธุรกิจค้าปลีกของ CPRD พัฒนาขึ้นจากความแข็งแกร่งของคุณค่าตราสินค้า (brand equity) และกลยุทธ์ที่ได้รับการพิสูจน์แล้วว่าสามารถสร้างการเติบโตที่มีผลกำไรในการดำเนินธุรกิจได้ นอกจากนี้ CPRD ยังได้มีผลการผลักดันการเติบโตผ่านโครงการลงทุนอย่างต่อเนื่องในด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

- การจับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายกลุ่มใหม่ด้วยการปรับแบรนด์ใหม่ ได้แก่ “Lotus’s” ซึ่งมีความสดใหม่และทันสมัยยิ่งขึ้น
- การปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการ
- ปรับปรุงและตกแต่งร้านค้าใหม่ให้มีความทันสมัยและศึกษาการใช้ระบบเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาเสริมเพื่อให้ CPRD ดำเนินธุรกิจให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และบริการลูกค้าให้ได้รับความสะดวกมากยิ่งขึ้น
- เน้นการนำเสนอสินค้าที่สดใหม่ภายใต้คอนเซ็ปต์ “Go Fresh” ทั้งในซูเปอร์มาร์เก็ตและมินิซูเปอร์มาร์เก็ต
- ขยายจำนวนสาขาให้ครอบคลุมพื้นที่ในประเทศไทยมากยิ่งขึ้น
- เร่งการเติบโตของยอดขายผ่านช่องทางออนไลน์ โดยใช้ประโยชน์จากเครือข่ายร้านค้ากว่า 2,000 สาขาทั่วประเทศ ซึ่งรวมถึงการปรับปรุงประสิทธิภาพ และร่วมมือกับธุรกิจแพลตฟอร์มออนไลน์ (online marketplace) ซึ่งเป็นที่นิยม เช่น Grab Shopee และ Lazada เพื่อเพิ่มจุดจำหน่ายสินค้าแก่ผู้บริโภค และ
- เปิดตัวธุรกิจใหม่ เช่น ธุรกิจร้านกาแฟและร้านอาหารและเครื่องดื่ม (coffee and café chains) แบรินด์ Jungle Café และ Arabitia และเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ (vending machine) และร่วมมือกับกลุ่มทรูเพื่อขยายขอบเขตการนำเสนอผลิตภัณฑ์

โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมในหัวข้อ “ธุรกิจค้าปลีกของ CPRD ในประเทศไทย – โครงการปรับปรุงธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทย”

CPRD ยังเป็นผู้นำในธุรกิจบริหารพื้นที่เช่าในศูนย์การค้าในประเทศไทยเมื่อพิจารณาในด้านของจำนวนศูนย์การค้า โดย ณ วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 ธุรกิจบริหารพื้นที่เช่าในศูนย์การค้าของ CPRD ในประเทศไทยประกอบด้วย

- การบริหารพื้นที่เช่าในศูนย์การค้า 196 แห่ง (ไม่รวมศูนย์การค้าที่มีการลงทุนโดย กองทุนรวม LPF จำนวน 23 แห่ง ดังที่จะถูกกล่าวถึงด้านล่างนี้) ซึ่งมีพื้นที่ให้เช่าสุทธิถาวร (permanent net lettable area) รวมประมาณ 715,000

ตร.ม. โดยมีร้านไฮเปอร์มาร์เก็ตของ CPRD เป็นร้านค้าหลัก ซึ่งจากจำนวนศูนย์การค้าทั้งหมด CPRD มีกรรมสิทธิ์ในที่ดินและสิ่งปลูกสร้างที่เป็นที่ตั้งของศูนย์การค้าจำนวน 61 แห่ง (freehold)

- อัตราการเช่าพื้นที่ (occupancy rate) ของศูนย์การค้า อยู่ที่ประมาณร้อยละ 90 โดยคำนวณจากพื้นที่ให้เช่าสุทธิถาวร (permanent net lettable area) และ
- CPRD ถือหน่วยลงทุนร้อยละ 25 ในกองทุนรวม LPF ผ่านบริษัทย่อย Ek-Chai ซึ่งลงทุนในศูนย์การค้า 23 แห่งทั่วประเทศไทย ซึ่งมีพื้นที่ให้เช่าสุทธิถาวร (permanent net lettable area) รวมประมาณ 337,000 ตร.ม.

ธุรกิจค้าปลีกของ CPRD ในประเทศไทย

ตารางต่อไปนี้แสดงยอดขายแบ่งตามรูปแบบการค้าปลีกสำหรับธุรกิจค้าปลีกของ CPRD ในประเทศไทยสำหรับรอบระยะเวลาที่ระบุ

	ปีสิ้นสุดวันที่ 28 กุมภาพันธ์			
	2563	ร้อยละ	2564	ร้อยละ
	(ยังไม่ตรวจสอบ)			
	(หน่วย ล้านบาท ยกเว้นที่เป็นร้อยละ)			
รายได้จากการค้าปลีกในประเทศไทย				
<i>ร้านค้าปลีกในประเทศไทย</i>				
ไฮเปอร์มาร์เก็ต.....	108,848	63.2	98,811	60.4
ซูเปอร์มาร์เก็ต	20,191	11.7	21,146	12.9
มินิซูเปอร์มาร์เก็ต.....	42,380	24.6	42,410	25.9
ช่องทางออนไลน์.....	744	0.5	1,216	0.8
รายได้จากการค้าปลีกรวมในประเทศไทย	172,163	100.0	163,583	100.0
รายได้อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจค้า (หักด้วย)				
ปลีก ⁷	(837)		(621)	
รายได้จากการขาย.....	171,326		162,962	

ร้านค้าปลีกในประเทศไทย

CPRD ดำเนินธุรกิจร้านค้าปลีกที่มีหน้าร้าน (brick-and-mortar stores) ซึ่งแบ่งออกเป็นสามรูปแบบ คือ ร้านไฮเปอร์มาร์เก็ต “H-Stores” ร้านซูเปอร์มาร์เก็ต “Go Fresh” และร้านมินิซูเปอร์มาร์เก็ต “Go Fresh”

- *H-Stores* — ร้านไฮเปอร์มาร์เก็ตของ CPRD เป็นร้านค้าปลีกจับจ่ายครบครันในที่เดียว (one-stop shopping complex) โดยเน้นอาหารสดและสินค้าอุปโภคบริโภค โดยส่วนใหญ่มีพื้นที่จำหน่ายสินค้าประมาณ 2,000 ถึง 7,000 ตร.ม. ซึ่งพื้นที่จำหน่ายสินค้าโดยเฉลี่ยเท่ากับประมาณ 4,500 ตร.ม. ทั้งนี้ อ้างอิงจากข้อมูลของยูโรมอนิเตอร์

⁷ รายได้อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจค้าปลีกประกอบไปด้วยรายได้จากการฝากขาย รายได้จากการจัดส่งสินค้า และส่วนลดสำหรับพนักงานจากร้านค้าปลีกของ CPRD

(Euromonitor) CPRD ถือเป็นผู้นำซึ่งมีเครือข่ายร้านไฮเปอร์มาร์เก็ตในประเทศไทยในอัตราส่วนความครอบคลุมที่สูงกว่าผู้ประกอบการไฮเปอร์มาร์เก็ตรายอื่นอย่างมีนัยสำคัญ ร้านไฮเปอร์มาร์เก็ตของ CPRD มีจุดเด่นในการจำหน่ายอาหารสดและผลิตภัณฑ์อาหารแห้ง และยังคงครอบคลุมถึงสินค้าอุปโภคบริโภคอื่นที่ไม่ใช่อาหารเช่นเดียวกัน โดยหลักคือผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม ผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน และผลิตภัณฑ์สำหรับทารก รวมถึงผลิตภัณฑ์สำหรับบ้าน เครื่องใช้ไฟฟ้า และเสื้อผ้า ทั้งนี้ ร้านไฮเปอร์มาร์เก็ตให้บริการตอบสนองความต้องการต่าง ๆ ของลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นความต้องการของลูกค้าในการซื้อสินค้าเพิ่มเติม (top-up) การซื้อสินค้าในปริมาณมาก และการซื้อสินค้าเพื่อเก็บไว้ใช้ในภายหลัง (stock-up) ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่นี้ถือเป็นปัจจัยหลักในโครงการประสานรวมการจัดจำหน่ายในรูปแบบออนไลน์เข้าด้วยกัน เนื่องจากร้านค้าปลีกประเภทนี้สามารถใช้เป็นคลังสินค้าย่อยเพื่อการจัดส่ง (fulfillment hub) และสามารถเป็นที่แสดงสินค้าที่มีจำหน่ายเฉพาะทางช่องทางออนไลน์ได้ จุดเด่นของร้านไฮเปอร์มาร์เก็ตของ CPRD คือการจำหน่ายสินค้าในราคาที่แข่งขันได้โดยมีสินค้ากลุ่มเป็น "ราคาประหยัดทุกวัน" จุดดึงดูดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของ CPRD

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 รายได้จากการขาย และรายได้อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจค้าปลีก⁸รวมของร้านไฮเปอร์มาร์เก็ตของ CPRD มีจำนวน 98,811 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 60.4 ของรายได้จากการค้าปลีกรวมของ CPRD ในประเทศไทย สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 สัดส่วนรายได้จากการค้าปลีกแบ่งตามผลิตภัณฑ์ของร้านไฮเปอร์มาร์เก็ตประกอบด้วย สินค้าอุปโภคบริโภคร้อยละ 53.3 ผลิตภัณฑ์อาหารสดร้อยละ 17.4 สินค้าทั่วไปร้อยละ 14.3 เสื้อผ้าร้อยละ 5.5 และสุราและยาสูบร้อยละ 9.5 โดย CPRD เชื่อว่ามากกว่าครึ่งหนึ่งของประชากรไทยทั้งหมดอาศัยอยู่ห่างจากร้านไฮเปอร์มาร์เก็ตของ CPRD ไม่เกิน 25 นาทีด้วยการเดินทางโดยรถยนต์

- **ซูเปอร์มาร์เก็ต "Go Fresh" —** CPRD เริ่มโครงการปรับแบรนด์ของร้าน "ตลาด" ซึ่งเป็นร้านค้าปลีกรูปแบบซูเปอร์มาร์เก็ต เป็นร้านซูเปอร์มาร์เก็ต "Go Fresh" ซึ่งเป็นร้านค้าปลีกขนาดกลางมีพื้นที่จำหน่ายตั้งแต่ 500 ถึง 1,500 ตร.ม. ซึ่งมีพื้นที่จำหน่ายสินค้าโดยเฉลี่ยเท่ากับประมาณ 725 ตร.ม. ทั้งนี้ ร้านค้าปลีกรูปแบบซูเปอร์มาร์เก็ตส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในย่านการค้าหรือพื้นที่ชานเมือง โดยใช้แนวคิดการพัฒนาเป็นร้านสำหรับชุมชนในละแวกใกล้เคียงเพื่อความสะดวกของลูกค้าในการจับจ่ายสินค้าอุปโภคบริโภค รวมถึงสินค้าประเภทอื่น ๆ เป็นประจำ โดยเน้นในเรื่องการจำหน่ายสินค้าอาหารสดและอาหารแห้งที่มีคุณภาพ ผลิตภัณฑ์อาหาร รวมถึงสินค้าอุปโภคบริโภคที่ไม่ใช่อาหารชนิดต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม ผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน และผลิตภัณฑ์สำหรับทารก ซูเปอร์มาร์เก็ตเน้นตอบสนองความต้องการของลูกค้าในการซื้อสินค้าเพิ่มเติม (top-up) หรือซื้อสินค้าเพื่อเก็บไว้ใช้ในภายหลัง (stock-up) โดยร้านค้าปลีกขนาดกลางนี้ยังมีส่วนสำคัญในธุรกิจค้าปลีกในช่องทางออนไลน์ของ CPRD

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 รายได้จากการขายและรายได้อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจค้าปลีก⁹รวมของร้านซูเปอร์มาร์เก็ตของ CPRD มีจำนวน 21,146 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 12.9 ของรายได้จากการค้าปลีกรวมของ CPRD ในประเทศไทย สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 สัดส่วนรายได้จากการค้าปลีกแบ่งตามผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย สินค้าอุปโภคบริโภคร้อยละ 60.8 ผลิตภัณฑ์อาหารสดร้อยละ 31.5 และสุราและยาสูบร้อยละ 3.6 สินค้าทั่วไปร้อยละ 3.3 และเสื้อผ้าร้อยละ 0.8

⁸ รายได้อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจค้าปลีกประกอบไปด้วยรายได้จากการฝากขาย รายได้จากการจัดส่งสินค้า และส่วนลดสำหรับพนักงานจากธุรกิจค้าปลีกของ CPRD

⁹ รายได้อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจค้าปลีกประกอบไปด้วยรายได้จากการฝากขาย รายได้จากการจัดส่งสินค้า และส่วนลดสำหรับพนักงานจากธุรกิจค้าปลีกของ CPRD

- **มินิซูเปอร์มาร์เก็ต “Go Fresh”** — CPRD เริ่มกลยุทธ์ปรับแบรนด์ร้าน เทสโก้ โลตัส เอ็กเพรส ซึ่งเป็นร้านค้าปลีก รูปแบบมินิซูเปอร์มาร์เก็ต ภายใต้แบรนด์ “Lotus’s Go Fresh” โดยทั่วไป ร้านมินิซูเปอร์มาร์เก็ตเป็นร้านค้าปลีกขนาดเล็ก มีพื้นที่จำหน่ายตั้งแต่ 150 ถึง 400 ตร.ม. ซึ่งมีพื้นที่จำหน่ายสินค้าเฉลี่ยเท่ากับประมาณ 170 ตร.ม. โดย CPRD วางแผนให้ร้านค้าปลีกรูปแบบมินิซูเปอร์มาร์เก็ตเป็นตัวผลักดันหลักในการเติบโตของธุรกิจค้าปลีกในอนาคตของ CPRD ในประเทศไทย ณ วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 CPRD นับเป็นหนึ่งในผู้ประกอบการร้านมินิซูเปอร์มาร์เก็ตที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย และ CPRD มีแผนจะเปิด มินิซูเปอร์มาร์เก็ตสาขาใหม่อีกประมาณ 700 แห่งภายในปี 2566 ในปัจจุบัน CPRD มีการดำเนินการร้านมินิซูเปอร์มาร์เก็ตในพื้นที่ต่าง ๆ ทั้งในย่านที่อยู่อาศัยและย่านการค้า ไปจนถึงในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงเพื่อความสะดวกสบายและการเข้าถึงได้ง่ายของลูกค้า โดยร้านมินิซูเปอร์มาร์เก็ตเน้นการจำหน่ายอาหารสดและสินค้าอุปโภคบริโภคที่เป็นอาหาร รวมถึงสินค้าจำเป็นอื่นที่ไม่ใช่อาหาร ร้านมินิซูเปอร์มาร์เก็ตเน้นตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่จับจ่ายสินค้าเพื่อการประกอบอาหารประจำวันและความต้องการของลูกค้าในการซื้อสินค้าเพิ่มเติม (top-up) ร้านมินิซูเปอร์มาร์เก็ตดังกล่าวยังมีบทบาทที่เพิ่มขึ้นอย่างมีสาระสำคัญสำหรับการจำหน่ายสินค้าช่องทางออนไลน์ โดยเฉพาะสำหรับการนำเสนอการจัดส่งสินค้าแบบด่วน (on-demand) แก่ลูกค้า นอกจากนี้ CPRD ยังเน้นการเปิดบริการร้านกาแฟแบรนด์ใหม่คือ Jungle Cafés ในมินิซูเปอร์มาร์เก็ตเพื่อเพิ่มปริมาณผู้เข้าร้านและดึงดูดผู้บริโภคให้มาจับจ่ายที่ร้านอีกด้วย

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 รายได้จากการขาย และรายได้อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจค้าปลีก¹⁰ รวมของร้านมินิซูเปอร์มาร์เก็ตของ CPRD มีจำนวน 42,410 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 25.9 ของรายได้จากการค้าปลีกรวมของ CPRD ในประเทศไทย สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 สัดส่วนรายได้จากการค้าปลีกแบ่งตามผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย สินค้าอุปโภคบริโภคร้อยละ 63.1 ผลิตภัณฑ์อาหารสดร้อยละ 22.3 สุราและยาสูบร้อยละ 11.9 ผลิตภัณฑ์ทั่วไปร้อยละ 2.2 และเสื้อผ้าร้อยละ 0.5

ตารางต่อไปนี้จะแสดงจำนวนสาขา ร้าน แบ่งตามรูปแบบร้านค้าสำหรับธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทยของ CPRD สำหรับช่วงระยะเวลาที่ระบุไว้

	สิ้นสุดวันที่ 28 กุมภาพันธ์	
จำนวนสาขา ร้าน	2563	2564
ไฮเปอร์มาร์เก็ต	215	219
ซูเปอร์มาร์เก็ต	178	196
มินิซูเปอร์มาร์เก็ต	1,595	1,679
รวม	1,988	2,094

ช่องทางออนไลน์

นอกจากธุรกิจค้าปลีกแบบมีหน้าร้านแล้ว CPRD ยังให้บริการลูกค้าในประเทศไทยผ่านช่องทางออนไลน์ โดยใช้ประโยชน์จากเครือข่ายร้านไฮเปอร์มาร์เก็ตที่มีหน้าร้านจำนวนมากเพื่อใช้เป็นคลังสินค้าย่อยเพื่อการจัดส่ง (fulfilment hub)

¹⁰ รายได้อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจค้าปลีกประกอบไปด้วยรายได้จากการฝากขาย รายได้จากการจัดส่งสินค้า และส่วนลดสำหรับพนักงานจากธุรกิจค้าปลีกของ CPRD

ช่องทางออนไลน์ของ CPRD ให้บริการลูกค้าที่ต้องการความสะดวกในการจับจ่ายสินค้าอุปโภคบริโภค โดยใช้ระบบช้อปปิ้งออนไลน์ GHS ให้ลูกค้าเลือกซื้อสินค้าแบบออนไลน์จากร้านไฮเปอร์มาร์เก็ตจำนวน 89 สาขา ซึ่งทำหน้าที่เป็นคลังสินค้าย่อยเพื่อการจัดส่ง (fulfillment hub) (ข้อมูล ณ เดือนมิถุนายน 2564) โดยเมื่อลูกค้าสั่งซื้อสินค้าผ่านระบบช้อปปิ้งออนไลน์ GHS ลูกค้าสามารถเลือกรับสินค้าที่ร้านสาขาหรือจัดส่งถึงบ้านในวันถัดไป นอกจากระบบช้อปปิ้งออนไลน์ GHS แล้ว ที่ผ่านมา CPRD ได้มีการร่วมมือกับผู้ให้บริการออนไลน์ภายนอกอื่น ๆ เช่น Shopee Lazada และ Happy Fresh และเมื่อเร็ว ๆ นี้ในช่วงการแพร่ระบาดของ COVID-19 CPRD ยังร่วมมือกับ Grab และ Food Panda เพื่อจำหน่ายสินค้าผ่านระบบออนไลน์ทางเลือกอีกด้วย โดยลูกค้าสามารถสั่งซื้อสินค้าของ CPRD จากผู้ให้บริการออนไลน์ดังกล่าวซึ่งจะให้บริการจัดส่งสินค้าไปยังลูกค้าแบบด่วน (on-demand) หรือภายใน 1-2 วันนับจากวันสั่งซื้อ ทั้งนี้ เพื่อให้บริการลูกค้าที่ดียิ่งขึ้นผ่านช่องทางออนไลน์ที่เพิ่มขึ้น ปัจจุบัน CPRD กำลังอยู่ในระหว่างการอัปเดตระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT system) ของตน โดยโครงสร้างพื้นฐานของระบบ IT ระบบใหม่ ซึ่งคาดว่าจะเริ่มใช้งานได้ภายในกลางปี 2565 จะช่วยสนับสนุนการจำหน่ายสินค้าทางออนไลน์ของร้านค้าปลีกในทุกรูปแบบทั้งหมดกว่า 2,000 สาขา

นอกจากนี้ CPRD จะใช้ประโยชน์จากร้านไฮเปอร์มาร์เก็ตของตนจากที่มีในปัจจุบันเพื่อเป็นคลังสินค้าย่อยเพื่อการจัดส่ง (fulfillment hub) โดยเพิ่มจำนวนจากที่มีอยู่เดิม 89 สาขาในเดือนมิถุนายน 2564 เป็นกว่า 200 แห่งทั่วประเทศ โดยประมาณ 40-45 แห่งจะอยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร และใช้ประโยชน์จากเครือข่ายร้านค้าปลีกในทุกรูปแบบทั้งหมดกว่า 2,000 สาขาในการให้บริการจัดส่งแบบด่วน (on-demand) หรือภายในวันถัดไปแก่ลูกค้าได้ ทั้งนี้ เมื่อการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานของระบบ IT เสร็จสิ้น CPRD จะสามารถใช้ประโยชน์จากเครือข่ายร้านค้าทั่วประเทศได้อย่างเต็มที่ในการให้บริการจัดส่งแบบด่วน (on-demand) หรือภายในวันถัดไปแก่ลูกค้า นอกจากนี้ โครงสร้างพื้นฐานของระบบ IT ใหม่ก็ยังทำการปรับปรุงระบบดำเนินงานหลักอื่น ๆ ให้ทันสมัยขึ้น ทั้งแอปพลิเคชัน (application) ของลูกค้า ระบบจัดการคำสั่งซื้อ ระบบจัดการการเข้ารับและจัดส่งสินค้า ระบบ IT ใหม่ก็ยังนำแอปพลิเคชัน (application) ใหม่ ๆ มาใช้งานเพื่อตอบสนองความต้องการเฉพาะตัวของลูกค้าแต่ละราย และเพื่อให้ลูกค้าใช้งานได้ง่าย สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 รายได้จากการขายผ่านช่องทางออนไลน์ในประเทศไทยของ CPRD เท่ากับ 1,216 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.8 ของรายได้จากการค้าปลีกรวมของ CPRD ในประเทศไทย ทั้งนี้ ตั้งแต่วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 การจับจ่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ของ CPRD มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยรายได้จากการขายในช่วงสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 31 พฤษภาคม 2564 ได้เพิ่มขึ้นมากกว่า 2 เท่า เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันในปี 2563

โครงการปรับปรุงธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทย

CPRD มุ่งมั่นที่จะปรับปรุงและขยายธุรกิจร้านค้าปลีกในประเทศไทย โดยดำเนินโครงการใหม่ ๆ ดังต่อไปนี้

- *การรีแบรนด์ (Rebrand) เป็น “Lotus’s”* — นับตั้งแต่การแยกตัวของ Lotus TH Ek-Chai และ Lotus MY จากบริษัทแม่เดิมคือ Tesco และเข้าเป็นบริษัทในกลุ่มภายใต้การบริหารงานของ CPRD นั้น CPRD ได้มีการริเริ่มกลยุทธ์เพื่อรีแบรนด์ร้านค้าเป็นแบรนด์ “Lotus’s” เพื่อสร้างความแตกต่างจากแบรนด์ “เทสโก้ โลตัส” เดิมที่ดำเนินงานโดย Tesco ทั้งนี้ CPRD เห็นว่าการปรับแบรนด์ดังกล่าวจะช่วยดึงดูดและจับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายกลุ่มใหม่ โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าที่มีอายุน้อยลง กลยุทธ์การปรับแบรนด์ให้มีความทันสมัยขึ้นประกอบด้วยการใช้โลโก้ ป้ายชื่อร้านค้าและสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีสีสันสดใส การศึกษาการใช้ระบบเทคโนโลยีเข้ามาเสริมเพื่อให้ CPRD สามารถดำเนินธุรกิจให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และบริการลูกค้าให้ได้รับความสะดวกมากยิ่งขึ้น การเพิ่มความแข็งแกร่งของการจำหน่ายในช่องทางออนไลน์ และการเปิดตัวโปรแกรมสมาชิกใหม่ (loyalty scheme) โดย CPRD ตั้งเป้าหมายในการปรับร้านไฮเปอร์มาร์เก็ตทั้งหมดเป็นแบรนด์ “Lotus’s” ให้เสร็จสิ้นภายในสิ้นปี 2565 และทำการต่อยอดพัฒนาารูปแบบร้านค้าให้สอดคล้องกับกลุ่มลูกค้าในภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วประเทศไทย

- **การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ** — CPRD เชื่อว่าปัจจัยที่ดึงดูดลูกค้าของธุรกิจค้าปลีกของ CPRD คือการมีผลิตภัณฑ์คุณภาพสูงและมีความหลากหลาย ทำให้สามารถนำเสนอการจับจ่ายที่ครบครันในทีเดียวแก่ลูกค้าได้ (one-stop shop) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนของกลยุทธ์ด้านอาหารสดของ CPRD นั้นจะเน้นการจัดหาอาหารสดจากแหล่งผลิตในพื้นที่จากผู้ค้าในท้องถิ่น โดยจัดส่งตรงถึงร้านค้าเพื่อรักษาความสดใหม่และคุณภาพของอาหารตลอดจนมีอาหารสดหลากหลายชนิดวางจำหน่ายในร้านค้าปลีกทุกรูปแบบ เพื่อตอบสนองความต้องการที่หลากหลายและแตกต่างของลูกค้าแต่ละกลุ่ม นอกจากนี้ CPRD ยังมีการลงทุนพัฒนาผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราี่ห้อของร้าน (private label) มากขึ้นสำหรับตลาดค้าปลีกในไทยซึ่ง CPRD เชื่อว่าการนำเสนอผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราี่ห้อของร้าน (private label) นี้จะเพิ่มทางเลือกในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่คุ้มค่าคุ้มราคาให้แก่ผู้บริโภค และยังมีกลุ่มผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ที่ CPRD มีการปรับปรุงได้แก่ กลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม และเครื่องใช้ภายในบ้าน ทั้งนี้ นอกจากการปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์แล้ว CPRD ยังมุ่งปรับปรุงส่วนประกอบอื่น ๆ ในร้านค้าเพื่อประสบการณ์ในการจับจ่ายโดยรวมที่ดียิ่งขึ้น รวมไปถึงเรื่องความสะดวกและความปลอดภัยในร้านค้า การเติมสินค้าในชั้นวางให้รวดเร็ว การแนะนำสินค้าและการให้บริการภายในร้านค้า และการใช้เทคโนโลยีเพื่ออำนวยความสะดวก เช่น จุดชำระสินค้าด้วยตนเอง (self-checkout) เป็นต้น
- **การปรับโฉมและสร้างความทันสมัยแก่ร้านค้า** — CPRD ทำการปรับโฉมร้านไฮเปอร์มาร์เก็ตของ CPRD ให้ทันสมัยและสามารถตอบสนองต่อความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของลูกค้าให้ดียิ่งขึ้น โดยทำการลดขนาดพื้นที่ร้านไฮเปอร์มาร์เก็ตในส่วนที่จำหน่ายเสื้อผ้าและอุปกรณ์เครื่องใช้ลง และขยายพื้นที่ในส่วนของอาหารสดและผลิตภัณฑ์ปรุงอาหาร เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการที่เพิ่มขึ้นของลูกค้าในกลุ่มนี้ นอกจากนี้ CPRD ยังได้นำเทคโนโลยีและระบบ IT ใหม่ ๆ มาปรับใช้ เพื่อเพิ่มความพึงพอใจในประสบการณ์การจับจ่ายของลูกค้า และเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานของร้าน โดยเป้าหมายในการปรับโฉมและสร้างความทันสมัยของร้านไฮเปอร์มาร์เก็ตทั้งหมดคือเพื่อให้ CPRD สามารถดำเนินธุรกิจให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นและบริการลูกค้าให้ได้รับความสะดวกมากยิ่งขึ้น
- **การใช้แนวคิดร้านค้าภายใต้แบรนด์ “Go Fresh”** — CPRD มีการปรับแบรนด์ร้าน “ตลาด” ซึ่งเป็นร้านในรูปแบบซูเปอร์มาร์เก็ต ด้วยแบรนด์ใหม่คือ “Go Fresh” และปรับแบรนด์ร้านมินิซูเปอร์มาร์เก็ต เทสโก้ โลตัส เอ็กเพรส เป็นแบรนด์ “Lotus’s Go Fresh” โครงการปรับแบรนด์ดังกล่าวประกอบด้วยการบริหารจัดวางพื้นที่จำหน่ายสินค้าในร้านใหม่ โดยแนวคิดร้าน Go Fresh เป็นปัจจัยหลักของกลยุทธ์ “เอาชนะด้วยสินค้าที่สดใหม่” (“Winning with Fresh”) ของ CPRD ทั้งนี้ ร้าน Go Fresh ของ CPRD จะเน้นในเรื่องการนำเสนอสินค้าอาหารสดทั้งที่จำหน่ายในรูปแบบตักชั่งและรูปแบบแพ็ค และจัดวางตำแหน่งทางการตลาดของร้านเป็นร้านใกล้บ้านเพื่อความสะดวกและรวดเร็วในการจับจ่ายสินค้าอาหารสด โดยร้าน Go Fresh จะเน้นรูปแบบและบรรยากาศของร้านที่เป็นเสมือนตลาดสดสมัยใหม่ และวางจำหน่ายอาหารสดที่มีคุณภาพเพื่อนำไปปรุงอาหารและใช้ในครัวเรือนประจำวันของลูกค้า
- **ร้านรูปแบบมินิซูเปอร์มาร์เก็ตของ CPRD** — จะมีการวางจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่หลากหลายกว่าร้านสะดวกซื้อทั่วไป และ CPRD ยังมุ่งสร้างความพึงพอใจในการจับจ่ายให้แก่ลูกค้าด้วยการเปิดเคาน์เตอร์ร้านกาแฟแบรนด์ Jungle Café รวมถึงบริการช้อปปิ้งผ่านมือถือ โดยสาขาที่มีขนาดเล็กที่สามารถปรับพื้นที่จำหน่ายสินค้าให้รองรับ การจำหน่ายสินค้าได้มากขึ้น จะได้รับการยกระดับและปรับแบรนด์ใหม่เป็นร้านมินิซูเปอร์มาร์เก็ตภายใต้แบรนด์ “Lotus’s Go Fresh” ปัจจุบัน CPRD มีแผนทำการปรับใช้แนวคิดร้านค้าแบรนด์ “Go Fresh” โดยคาดว่าจะปรับแบรนด์ร้านจำนวนประมาณ 1,000 สาขา ให้เสร็จสิ้นภายในสิ้นปี 2564 และปรับแบรนด์ร้านค้าที่เหลือในประเทศไทยให้เสร็จสิ้นภายในสิ้นปี 2565 ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 กรกฎาคม 2564 CPRD ได้ปรับร้านค้าเป็นแบรนด์ “Go Fresh” ไปแล้วจำนวน 343 แห่ง

- *การขยายสาขาให้ครอบคลุมพื้นที่* — เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมซึ่งมีอัตราการเข้าถึงผู้บริโภคสูงทั่วประเทศ ซึ่งรวมถึงพื้นที่ที่ไม่มีร้านค้าของ CPRD ตั้งอยู่ ดังนั้น เพื่อให้ร้านค้าของ CPRD สามารถเข้าถึงและให้บริการผู้บริโภคได้มากขึ้น รวมถึงตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีขึ้น CPRD วางแผนเปิดสาขาในพื้นที่ที่ยังไม่มีร้านค้าของ CPRD โดยตามแผนการขยายสาขาร้านดังกล่าว CPRD ตั้งเป้าที่จะเปิดร้านไฮเปอร์มาร์เก็ตสาขาใหม่ 4 ถึง 6 แห่ง ซูเปอร์มาร์เก็ตสาขาใหม่ 10 แห่ง และมินิซูเปอร์มาร์เก็ตสาขาใหม่ 250 แห่งต่อปีภายในช่วงสามปีข้างหน้า
- *การเร่งการจำหน่ายสินค้าออนไลน์โดยใช้ประโยชน์จากเครือข่ายร้านค้าทั่วประเทศ* — ด้วยระบบข้อปิ้งออนไลน์ GHS CPRD ตั้งเป้าที่จะขยายบริการออนไลน์เพิ่มเติมจากร้านไฮเปอร์มาร์เก็ต 89 สาขาที่ให้บริการออนไลน์ในพื้นที่กรุงเทพในปัจจุบัน เป็นกว่า 2,000 สาขาทั่วประเทศภายในสิ้นปี 2565 ซึ่งรวมถึงร้านค้าปลีกขนาดกลางและขนาดเล็กภายใต้แบรนด์ “Go Fresh” โดยลูกค้าของ CPRD ในประเทศสามารถเลือกรับสินค้าที่สั่งทางออนไลน์แบบจัดส่งด่วน (on-demand) จัดส่งในวันถัดไป (next-day delivery) หรือสั่งซื้อและรับเอง (click-and-collect) ที่สาขาทั่วประเทศ โดยระบบข้อปิ้งออนไลน์ GHS จะได้รับการสนับสนุนด้วยระบบ IT ใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง รวมไปถึงการอัปเดตระบบทำงานสำคัญสำหรับแอปพลิเคชัน (application) ของลูกค้า ระบบจัดการคำสั่งซื้อ ระบบจัดการการเข้ารับและจัดส่งสินค้า นอกจากนี้ CPRD ยังได้มีความร่วมมือกับผู้ให้บริการออนไลน์ชั้นนำภายนอกอื่น ๆ เช่น Shopee Lazada Grab และ Food Panda เพื่อเสริมความแข็งแกร่งในช่องทางออนไลน์ของ CPRD
- *การเปิดตัวธุรกิจใหม่เพื่อเพิ่มความพึงพอใจในการจับจ่ายในร้านค้า* — CPRD เห็นว่าการนำเสนอผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มจะช่วยผลักดันปริมาณลูกค้าที่เข้าร้านให้เพิ่มมากขึ้นได้ ดังนั้น CPRD จึงมีกลยุทธ์ที่จะนำร้านกาแฟซึ่งเป็นจุดที่ลูกค้ามีความต้องการในการใช้บริการเพิ่มมากขึ้น มาเป็นจุดที่ดึงดูดและสร้างประสบการณ์ให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการร้านค้าปลีก ดังนั้น CPRD จึงได้เปิดให้บริการร้านกาแฟแบรนด์ใหม่คือ Jungle Café และ Arabitia ของ CPRD เพื่อจำหน่ายกาแฟคุณภาพสูงในราคาที่ย่อมเยา ในร้านค้าปลีกรูปแบบต่าง ๆ ของ CPRD โดยแผนงานในปัจจุบันคือ การจัดวางเคาน์เตอร์ร้านกาแฟ Jungle Café เป็นร้านย่อยในร้านค้าปลีก หรืออยู่ในพื้นที่ส่วนหน้าของมินิซูเปอร์มาร์เก็ตและซูเปอร์มาร์เก็ตของ CPRD หรือรวมถึงตั้งเป็นร้านกาแฟเดี่ยว (stand-alone) สำหรับแบรนด์ร้าน Arabitia ในร้านค้ารูปแบบไฮเปอร์มาร์เก็ตของ CPRD ทั้งนี้ นอกจากร้านกาแฟแล้ว CPRD ยังมุ่งพัฒนาธุรกิจค้าปลีกตามแนวโน้มการบริโภคอาหารและเครื่องดื่มใหม่ ๆ เพื่อดึงดูดลูกค้าเข้าร้านให้มากขึ้น นอกจากนี้ CPRD ยังจะใช้ประโยชน์จากการเป็นพันธมิตรทางธุรกิจกับกลุ่มทรูในการวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์ในร้านค้า รายละเอียดเป็นไปตามที่ปรากฏในหัวข้อสินค้าทั่วไปด้านล่าง

ผลิตภัณฑ์สำหรับการค้าปลีกในประเทศไทย

ปัจจัยหลักในความสำเร็จของธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทยของ CPRD คือ การนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายในร้านค้าของ CPRD โดยผลิตภัณฑ์หลักของ CPRD แบ่งออกได้เป็น กลุ่มอาหารสด สินค้าอุปโภคบริโภคที่เป็นอาหาร สินค้าอุปโภคบริโภคที่ไม่ใช่อาหาร สินค้าทั่วไป สุราและยาสูบ และเสื้อผ้า ทั้งนี้ CPRD จำหน่ายกลุ่มสินค้าดังกล่าวภายใต้แบรนด์ชั้นนำทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงแบรนด์สินค้าของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อย (SME) และสินค้าที่เป็นตราชื่อของร้าน (private label) ของ CPRD อีกหลายรายการ โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

- *อาหารสด* — อาหารสดคือกลุ่มผลิตภัณฑ์หลักของ CPRD และเป็นกลุ่มสินค้าที่เติบโตอย่างรวดเร็วในธุรกิจค้าปลีกของ CPRD กลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารสดประกอบด้วย เนื้อสัตว์และอาหารทะเล (หมู สัตว์ปีก เนื้อวัว ไช้ไก่ ปลา และกุ้ง) ผักและผลไม้ ผลิตภัณฑ์จากนม (นมสด โยเกิร์ต และชีส) ไข่ อาหารพร้อมปรุงและอาหารพร้อมรับประทาน ผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ และอาหารแช่แข็ง (เนื้อสัตว์แช่แข็งพร้อมปรุงและพร้อมรับประทาน และไอศกรีม)

CPRD มุ่งนำเสนอผลิตภัณฑ์อาหารสดคุณภาพสูงในราคาที่เหมาะสม โดย CPRD ได้ทำการคัดเลือกผลิตภัณฑ์อย่างพิถีพิถันเพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์คุณภาพสูงสุด และเพื่อให้มั่นใจว่าผลิตภัณฑ์ของ CPRD นั้นปลอดภัยในการบริโภค และเป็นไปตามกฎหมายและกฎระเบียบที่ใช้บังคับทุกประการ อีกทั้ง CPRD ยังใช้ประโยชน์จากระบบห่วงโซ่อุปทาน (supply chain) ในการสร้างความสัมพันธ์อันดี และเสริมสร้างศักยภาพของ CPRD ในการจัดหาสินค้าและวัตถุดิบโดยตรงกับเกษตรกรและผู้ผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าท้องถิ่น CPRD ยังได้มีการพัฒนากลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารสดเพิ่มมูลค่าที่หลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า เช่น เนื้อหมัก อาหารพร้อมปรุงผลิตจากเนื้อสัตว์ และอาหารพร้อมรับประทานผลิตจากเนื้อสัตว์ รวมถึงนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ เช่น เนื้อสังเคราะห์ (plant-based meat) เป็นต้น

- **สินค้าอุปโภคบริโภค – ประกอบด้วยสินค้าอุปโภคบริโภคที่เป็นอาหาร และสินค้าอุปโภคบริโภคที่ไม่ใช่อาหาร**
 - **สินค้าอุปโภคบริโภคที่เป็นอาหาร – ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ปรุงอาหาร (น้ำมันปรุงอาหาร ซอส เครื่องปรุงรส) เครื่องดื่ม (น้ำดื่ม น้ำหวาน น้ำผลไม้ กาแฟ ชา) อาหารแห้ง (ข้าวสาร บะหมี่ ธัญพืช) นม พาสเจอร์ไรส์ และนมที่ผลิตจากพืช ผลิตภัณฑ์สำหรับทารก (นมผง และอาหาร) ขนมหวาน (ขนมปังกรอบ ของว่าง ลูกอม) ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม อาหารบรรจุกระป๋อง เครื่องทำขนมอบ สินค้าอุปโภคบริโภคที่เป็นอาหารที่คัดสรรมาอย่างดีของ CPRD มีการวางจำหน่ายในช่องทางจัดจำหน่ายหลายรูปแบบ เป็นสินค้าในหลายระดับราคา หลากหลายตราสินค้า รวมถึงสินค้านำเข้า ทั้งนี้ CPRD มีการประสานงานอย่างใกล้ชิดกับผู้ผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าในต่างประเทศเพื่อจัดหาสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและขยายกลุ่มสินค้าให้หลากหลายยิ่งขึ้น อีกทั้ง CPRD ได้สร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้ผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าในประเทศในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เพื่อเสริมคุณภาพของสินค้าและสร้างความแตกต่างในการแข่งขันของ CPRD**
 - **สินค้าอุปโภคบริโภคที่ไม่ใช่อาหาร – ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม (แชมพู สบู่ ยาสีฟัน โลชั่น เครื่องสำอาง ยา) ผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน (ผงซักฟอก น้ำยาปรับผ้านุ่ม น้ำยาล้างจาน น้ำยาทำความสะอาดพื้น ยาฆ่าแมลง) กระจก (กระจกชำระ กระจกทำความสะอาดในครัวเรือน กระจกเช็ดหน้า ผ้าอนามัย และผ้าอ้อมผู้ใหญ่) ผลิตภัณฑ์สำหรับทารก (ผ้าอ้อมทารก และเครื่องใช้สำหรับเด็กทารก) อาหารสัตว์เลี้ยงและเครื่องใช้สัตว์เลี้ยง และผลิตภัณฑ์สำหรับกิจการศาสนา โดย CPRD มุ่งจำหน่ายสินค้าหลากหลายชนิดภายใต้ตราสินค้าชั้นนำ ซึ่งจัดซื้อโดยตรงจากผู้ผลิตทั้งหมด เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าร้านค้าปลีกทุกรูปแบบที่ CPRD ดำเนินงาน โดย CPRD มีการร่วมมือและความสัมพันธ์อันดีในหลายด้านกับผู้ค้าสินค้าอุปโภคบริโภคที่ไม่ใช่อาหารระดับโลกมากมายเพื่อสร้างคุณค่าในผลิตภัณฑ์และบริการแก่ลูกค้า**
 - **สินค้าทั่วไป — สินค้าทั่วไปประกอบด้วยสินค้ากลุ่มต่าง ๆ รวมถึงผลิตภัณฑ์สำหรับบ้าน เช่น ของเล่น เครื่องเขียน อุปกรณ์กีฬา อุปกรณ์ในห้องน้ำ เครื่องนอน เฟอร์นิเจอร์ กระจา ก่องเก็บของพลาสติก อุปกรณ์ทำครัว อุปกรณ์เกี่ยวกับรถยนต์ อุปกรณ์ไฟ สินค้าปรับปรุงบ้านที่ต้องประกอบและติดตั้งด้วยตนเอง (DIY) โดย CPRD วางจำหน่ายสินค้าคุณภาพสูงสำหรับการใช้ในชีวิตประจำวัน รวมถึงสินค้าชนิดต่าง ๆ ที่เป็นตราหือของร้าน (private label) ในกรณีที่ไม่มีตราสินค้าชั้นนำวางจำหน่ายสำหรับสินค้านั้น ๆ ดังนั้น CPRD จึงสามารถสร้างความแตกต่างและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ผ่านตราหือของร้าน (private label) ทั้งนี้ CPRD ยังมุ่งเน้นการจำหน่ายกลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับการปรุงอาหารเพื่อให้สอดคล้องกับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารโดยรวมของ CPRD และมีการปรับเปลี่ยนพื้นที่จำหน่ายสินค้าในร้านค้าเพื่อสร้างยอดขายให้มีประสิทธิภาพสูงสุดและตอบสนองต่อแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมกรจับจ่ายของผู้บริโภค ทั้งนี้ สินค้าทั่วไปยังรวมถึงผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้า เช่น**

โทรทัศน์ เครื่องใช้ไฟฟ้าขนาดใหญ่ (ตู้เย็น เครื่องซักผ้า) เครื่องใช้ไฟฟ้าขนาดเล็ก (หม้อหุงข้าว หม้อไฟฟ้า พัดลม เครื่องปรับอากาศ กาดัมน้ำ เครื่องบั้งขนมปัง เตารีด เครื่องดูดฝุ่น เครื่องเป่าผม) นอกจากนี้ CPRD จะทำการร่วมมือกับกลุ่มทรูเพื่อจำหน่ายโทรศัพท์มือถือ ซิมการ์ด อุปกรณ์สำหรับโทรศัพท์ และผลิตภัณฑ์สำหรับบ้านที่เกี่ยวข้องกับอินเทอร์เน็ต เช่น หลอดไฟอัจฉริยะ ปลั๊กไฟฟ้า และเครื่องควบคุมอุณหภูมิ และจะร่วมมือพัฒนาในกลุ่มทรูในการให้บริการปรึกษาสุขภาพทางไกล ซึ่งลูกค้าสามารถปรึกษากับแพทย์ทางระบบออนไลน์ที่ร้านค้า

- **สุราและยาสูบ** – กลุ่มผลิตภัณฑ์สุราและยาสูบ ได้แก่ เบียร์ที่ผลิตในประเทศและนำเข้า ไวน์ และเหล้า และผลิตภัณฑ์ยาสูบหลากหลายประเภทสำหรับร้านค้าแต่ละรูปแบบ
- **เสื้อผ้า** – สินค้าเสื้อผ้า ได้แก่ เสื้อผ้าสำหรับสวมใส่ประจำวัน โดยเน้นเสื้อผ้าที่จำเป็นในชีวิตประจำวันและสวมใส่สบายสำหรับสมาชิกทุกคนในครอบครัว

นอกจากการจำหน่ายตราสินค้าของบุคคลภายนอกแล้ว CPRD ยังมีผลิตภัณฑ์กว่า 1,000 รายการครอบคลุมทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราหือของร้าน (private label) โดยแบ่งออกเป็นสามกลุ่มดังต่อไปนี้

- “Lotus’s” – เป็นตราสินค้าเฉพาะหลัก (core brand) ของ CPRD ที่ใช้กับสินค้ากลุ่มต่าง ๆ ซึ่งเป็นสินค้าคุณภาพสูงในราคาที่คุ้มค่า
- “คุ้มค่า” – เป็นตราสินค้าเฉพาะระดับพื้นฐาน (entry-level brand) สำหรับสินค้าที่จำเป็นในชีวิตประจำวัน ให้ความประหยัดเหมาะสมกับการใช้สอยในราคาที่คุ้มค่า และ
- “Prestigo” – เป็นตราสินค้าเฉพาะระดับพรีเมียม (premium brand) สำหรับสินค้าคุณภาพสูงในราคาที่เหมาะสม โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้ากลุ่มอาหารและของใช้ในครัว

ปัจจุบัน CPRD อยู่ระหว่างการปรับเปลี่ยนจากตราสินค้าของ “Tesco” ที่เคยใช้ในช่วงที่ยังเป็นกิจการภายใต้ Tesco เพื่อปรับมาใช้ตราหือของร้าน (private label) ดังกล่าวข้างต้น โดยเมื่อเร็ว ๆ นี้ CPRD ได้เสร็จสิ้นการปรับเปลี่ยนมาใช้ตราสินค้า “Lotus’s” กับผลิตภัณฑ์กลุ่มอาหารสด และ CPRD จะเริ่มเปิดตัวแคมเปญส่งเสริมตราหือของร้าน (private label) トラใหม่ในภาพรวมเพื่อสร้างความรับรู้ในตราหือของร้าน (private label) ให้กับผู้บริโภคในเดือนสิงหาคม 2564 และคาดว่าจะมีการปรับเปลี่ยนตราหือของร้าน (private label) トラใหม่อย่างเต็มรูปแบบกับกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช่อาหารภายในสิ้นปี 2564 นี้

นอกจากนี้ CPRD ยังมีการพัฒนาตราหือของร้าน (private label) ใหม่ ๆ สำหรับสินค้ากลุ่มอื่น ๆ เช่น トラ “Momento” สำหรับผลิตภัณฑ์ในบ้าน トラ “Aliv” สำหรับผลิตภัณฑ์สุขภาพและความงาม และตราสินค้า “MeStyle” สำหรับผลิตภัณฑ์เสื้อผ้า

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 ยอดขายของผลิตภัณฑ์ตราหือของร้าน (private label) คิดเป็นมากกว่าร้อยละ 20.0 ของรายได้จากการขายของ CPRD ในประเทศไทย ทั้งนี้ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตราหือของร้าน (private label) นั้น CPRD จะเลือกกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีขนาดตลาดใหญ่ มีศักยภาพการเติบโตสูง มีตราสินค้าหลากหลายสำหรับผลิตภัณฑ์ในตลาด และมีโอกาสในการที่ CPRD จะสร้างความโดดเด่นให้ผลิตภัณฑ์ในตราหือของร้าน (private label)

CPRD วางแผนที่จะสร้างความแข็งแกร่งด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ทั่วไปของ CPRD ในตลาดค้าปลีกในประเทศไทย รวมถึงกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพและสินค้าที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ เพื่อมุ่งจับกลุ่มลูกค้าที่หันมาสนใจเรื่องสุขภาพเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้ CPRD ประสงค์จะรวมกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์กับธุรกิจค้าปลีกในประเทศมาเลเซีย เพื่อให้มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในตราหือของร้าน (private label) ของ CPRD ข้ามตลาด และใช้แหล่งจัดหาผลิตภัณฑ์ร่วมกัน โดย CPRD มี

เป้าหมายในการปรับผลิตภัณฑ์และกลุ่มผลิตภัณฑ์ในประเทศไทยและประเทศมาเลเซียให้สอดคล้องกัน และใช้กลุ่มผลิตภัณฑ์ร่วมกันโดยไม่กระทบต่อการตอบสนองต่อความต้องการเฉพาะของลูกค้าในแต่ละประเทศ

ตารางต่อไปนี้แสดงรายได้จากการค้าปลีกแบ่งตามชนิดของผลิตภัณฑ์ในธุรกิจค้าปลีกของ CPRD ในประเทศไทย สำหรับรอบระยะเวลาที่ระบุ

	2563	ปีสิ้นสุดวันที่ 28 กุมภาพันธ์ ร้อยละ		ร้อยละ
		(ยังไม่ตรวจสอบ)		
		(หน่วย ล้านบาท ยกเว้นที่เป็นร้อยละ)		
รายได้จากการค้าปลีกในประเทศไทย				
สินค้าอุปโภคและบริโภค	98,565	57.3	92,985	56.9
อาหารสด	31,757	18.4	33,425	20.4
ผลิตภัณฑ์ทั่วไป	18,383	10.7	16,035	9.8
สุราและยาสูบ	15,669	9.1	15,251	9.3
เสื้อผ้า	7,767	4.5	5,881	3.6
รายได้จากการจัดส่งสินค้า และอื่น ๆ ¹¹	22	0.0	6	0.0
รายได้จากการค้าปลีกรวมในประเทศไทย	172,163	100.0	163,583	100.0
ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจค้าปลีก รายได้อื่น ๆ (หักด้วย) ¹²	(837)		(621)	
รายได้จากการขาย.....	171,326		162,962	

ลูกค้าธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทย

ลูกค้าธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทยของ CPRD มีความหลากหลายทั้งช่วงอายุ รายได้ และขนาดครัวเรือน โดย CPRD เห็นว่าจุดเด่นหลักของ CPRD ในการดึงดูดลูกค้าได้แก่

- ทิศนคติของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของ CPRD ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความคุ้มค่าคุ้มค่า
- ความไว้วางใจที่ลูกค้ามีต่อแบรนด์ของ CPRD เช่น ในปี 2564 CPRD ภายใต้แบรนด์ Lotus's ได้รับการโหวตให้เป็นแบรนด์ร้านค้าสินค้าอุปโภคบริโภคที่ได้รับการไว้วางใจมากที่สุดเป็นลำดับที่สองในประเทศไทยจากการสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ โดยบริษัท อีปซอสส์ (ไทยแลนด์) จำกัด
- ความทุ่มเทของ CPRD ในด้านการให้บริการลูกค้า และการมีส่วนร่วมในชุมชนท้องถิ่น

CPRD มีแผนที่จะใช้ประโยชน์จากจุดเด่นดังกล่าวของ CPRD ในการเข้าถึงลูกค้าให้มากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าที่มีอายุน้อยลง

CPRD มีการวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้าแบบเจาะลึกเพื่อให้มีความเข้าใจถึงลูกค้าของ CPRD มากขึ้น โดย CPRD ใช้ชุดข้อมูลที่มีความละเอียดซึ่งครอบคลุมการซื้อของลูกค้ามากกว่า 600 ล้านรายการต่อปี จากลูกค้าที่เป็นสมาชิกคลับการ์ดเกือบ 9 ล้านราย CPRD ได้ว่าจ้างผู้ให้บริการภายนอกที่มีชื่อเสียงและประสบการณ์สูงในการวิเคราะห์ข้อมูลของลูกค้าเชิง

¹¹ โดยส่วนใหญ่ประกอบไปด้วยรายได้จากการจัดส่งสินค้า

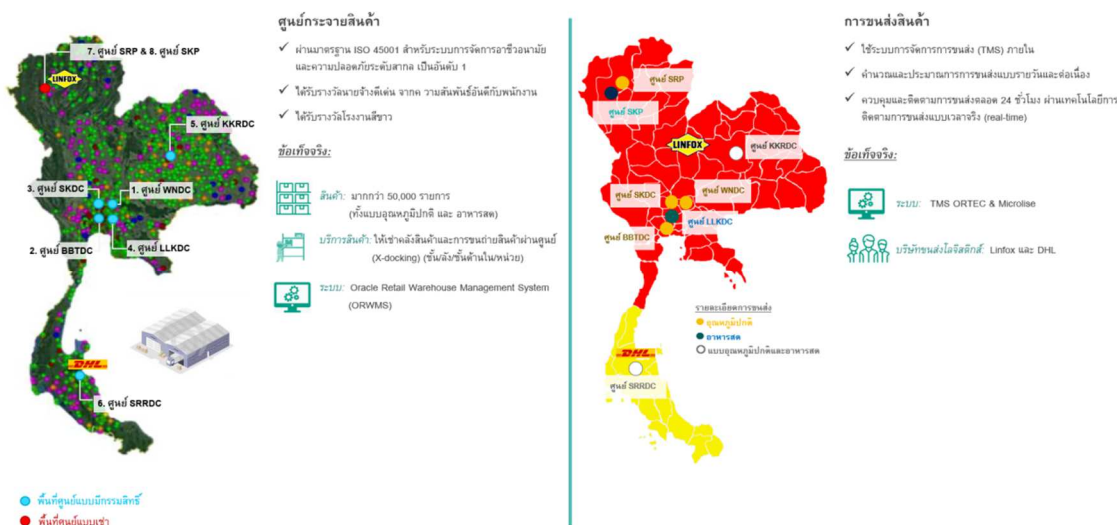
¹² รายได้อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจค้าปลีกประกอบไปด้วยรายได้จากการฝากขาย รายได้จากการจัดส่งสินค้า และส่วนลดสำหรับพนักงานจากธุรกิจค้าปลีกของ CPRD

วิทยาศาสตร์ โดยผู้ให้บริการภายนอกดังกล่าวยังให้บริการเทคโนโลยีซอฟต์แวร์ที่ทันสมัย และให้คำปรึกษาแก่ CPRD ในการทำความเข้าใจพฤติกรรมของลูกค้า ตลอดจนแรงจูงใจในการจับจ่าย และนำข้อมูลดังกล่าวมาพัฒนาเป็นกลยุทธ์เพื่อคาดการณ์รูปแบบการจับจ่ายของลูกค้าในอนาคต ทั้งนี้ CPRD สามารถใช้ข้อมูลจากการวิเคราะห์ดังกล่าวเพื่อสร้างประสบการณ์ในการจับจ่ายที่ลูกค้าพึงพอใจ เพื่อที่จะได้มาซึ่งลูกค้าใหม่และรักษาลูกค้าเดิมไว้ รวมถึงในการคัดสรรผลิตภัณฑ์สำหรับลูกค้า อีกทั้ง CPRD ยังมีการวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้าเพื่อกำหนดกลยุทธ์ด้านราคาและการส่งเสริมการขายที่สร้างคุณค่าให้แก่ลูกค้าอีกด้วย

ในการสร้างและรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า CPRD ได้นำเสนอรายการสมาชิกบัตรคลับการ์ดเพื่อให้ลูกค้าสะสมคะแนนในการจับจ่ายที่ร้านค้าของ CPRD โดยข้อมูลจากการวิจัยพบว่าลูกค้าที่เป็นสมาชิกคลับการ์ดมีแนวโน้มการจับจ่ายสินค้ามากกว่าลูกค้าที่ไม่เป็นสมาชิกทั้งในแง่มูลค่าการซื้อสินค้ารวมและปริมาณการซื้อสินค้าแต่ละครั้ง ณ วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 CPRD มีสมาชิกคลับการ์ดราว 16 ล้านรายในประเทศไทย โดยในจำนวนนี้มากกว่าร้อยละ 50 เป็นสมาชิกที่มีการจับจ่ายสินค้าอยู่เป็นประจำ (active user) นอกจากนี้ CPRD ยังมีคลับการ์ดแอปพลิเคชัน (application) สำหรับสมาชิกเพื่อใช้แทนบัตรคลับการ์ด และให้ข้อมูลแก่สมาชิกทั้งคู่งส่วนลดเฉพาะสมาชิก และรายการส่งเสริมการขายอื่น ๆ แอปพลิเคชัน (application) ดังกล่าว ยังสามารถใช้เป็นสื่อในการสื่อสารโดยตรงกับลูกค้า และ CPRD ยังคงพัฒนารายละเอียดอื่น ๆ ในคลับการ์ดแอปพลิเคชันเพื่อความสะดวกในการใช้งานของลูกค้า สิทธิประโยชน์ที่เพิ่มขึ้น เพื่อให้เป็นไปตามความต้องการของลูกค้าผู้ใช้งานแต่ละคน โดยมีการเปิดตัวโปรแกรมสมาชิกใหม่ (loyalty scheme) ไปพร้อม ๆ กับการปรับแบรนด์ Lotus's

ระบบการกระจายสินค้าและเครือข่ายงานด้านโลจิสติกส์ (distribution and logistics network) ของธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทย

ปัจจัยหลักในกลยุทธ์ค้าปลีกของ CPRD คือการปรับปรุงระบบงานห่วงโซ่อุปทาน (supply chain) ระบบการกระจายสินค้าและเครือข่ายงานด้านโลจิสติกส์ (distribution and logistics network) ของ CPRD ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งจะช่วยบริหารจัดการให้ระดับสินค้าคงคลังในร้านค้าทั้งหมดอยู่ในระดับที่เพียงพอและเหมาะสม ทำให้ผลิตผลและสินค้าที่เน่าเสียได้ยังคงมีความสดใหม่และดำรงคุณภาพสูงสุดไว้ได้ และทำให้ CPRD สามารถนำเสนอสินค้าที่คุ้มค้ำคุ้มราคาต่อลูกค้าโดยยังสามารถคงรักษาอัตรากำไรไว้ได้



ระบบงานห่วงโซ่อุปทาน (supply chain) เริ่มจากการขนส่งสินค้าของผู้ผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าของ CPRD โดย DHL และ Linfox ซึ่งเป็นบริษัทโลจิสติกส์ระหว่างประเทศที่ให้บริการหน่วยรถบรรทุกสินค้า ไปยังศูนย์กระจายสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยของ CPRD เพื่อคัดแยกและกระจายสินค้าไปยังร้านค้าของ CPRD เนื่องจากการขยายตัวอย่างรวดเร็วของยอดขายทางช่องทางออนไลน์ CPRD กำหนดให้ศูนย์กระจายสินค้าบางแห่งทำหน้าที่จัดเก็บและกระจายสินค้าออนไลน์โดยตรง CPRD ยังใช้ประโยชน์จากเครือข่ายร้านค้าที่มีอยู่ทั่วประเทศในการจำหน่ายและจัดส่งสินค้าออนไลน์จากร้านค้าสู่ผู้ซื้อปลายทางโดยตรง (last-mile delivery) ทำให้ CPRD มีความได้เปรียบเชิงแข่งขันเหนือคู่แข่งค้าปลีกทางออนไลน์อื่น ๆ

CPRD ยังมุ่งพัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินงานของระบบการกระจายสินค้าและเครือข่ายงานด้านโลจิสติกส์ (distribution and logistics network) ของ CPRD อย่างต่อเนื่อง ตัวอย่างเช่น การใช้ประโยชน์จากระบบงานโลจิสติกส์แบบ “HLE Hub & Spoke” สำหรับการจัดส่งสินค้าถึงบ้านของลูกค้า โดยระบบนี้จะกำหนดให้ร้านไฮเปอร์มาร์เก็ตบางแห่งนอกเหนือจากศูนย์กระจายสินค้าทำหน้าที่เป็นศูนย์จัดเก็บสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าขนาดใหญ่ (white goods) และเมื่อมีการสั่งซื้อจะมีการจัดจ้างผู้ให้บริการภายนอกเข้ารับสินค้าและจัดส่งให้ลูกค้าโดยตรง ระบบงานนี้ช่วยให้ CPRD เพิ่มขีดความสามารถในการจัดส่งสินค้าและช่วยสนับสนุนกลยุทธ์ขยายธุรกิจค้าปลีกผ่านช่องทางออนไลน์ของ CPRD นอกจากนี้ CPRD ยังใช้ระบบงานโลจิสติกส์แบบ “Bakery Hub & Spoke” สำหรับผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ โดยกำหนดให้ร้านไฮเปอร์มาร์เก็ต 6 แห่งของ CPRD เป็นศูนย์ผลิตสินค้าเบเกอรี่ ซึ่งจะมิเชฟด้านเบเกอรี่และพนักงานสนับสนุนอยู่ในไฮเปอร์มาร์เก็ตดังกล่าว และจะทำการขนส่งสินค้าเบเกอรี่โดยตรงไปยังร้านค้าอื่น ๆ ของ CPRD โดยไม่ต้องผ่านศูนย์กระจายสินค้า ซึ่งเป็นระบบงานที่ช่วยปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ และลดการเน่าเสียของสินค้า

ณ วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 CPRD มีศูนย์กระจายสินค้า 8 แห่งในประเทศไทย มีพื้นที่อาคารรวมประมาณ 277,000 ตร.ม. และมีอัตราการกระจายสินค้าออกประมาณ 950,000 ลังต่อวัน และศูนย์กระจายสินค้าออนไลน์หนึ่งแห่งซึ่งมีพื้นที่อาคาร 10,364 ตร.ม.และมีอัตราการกระจายสินค้าออกประมาณ 200 คำสั่งซื้อต่อวัน ตารางต่อไปนี้จะแสดงถึงรายละเอียดหลักของศูนย์กระจายสินค้าและศูนย์กระจายสินค้าออนไลน์ของ CPRD

ศูนย์กระจายสินค้า ที่ตั้งและรายละเอียด	พื้นที่อาคาร (ตร.ม.)	ประมาณการกำลังการกระจายสินค้าออก	อัตราประมาณการการใช้ประโยชน์เฉลี่ย (approximate average warehouse capacity utilisation) สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564
ระดับภาค			
ศูนย์ SRP – ศูนย์กระจายสินค้าแบบอุณหภูมิปกติภาคเหนือ (SRP Hub – North Regional Ambient Hub)	5,800	19,000 ลังต่อวัน	70%
ศูนย์ SKP – ศูนย์กระจายสินค้าอาหารสดภาคเหนือ (SKP Hub – North Regional Fresh Hub)	1,450	11,000 ลังต่อวัน	85%
ศูนย์ SK RDC – ศูนย์กระจายสินค้าแบบอุณหภูมิปกติภาคกลาง	33,700	222,000 ลังต่อวัน	75%

ศูนย์กระจายสินค้า ที่ตั้งและรายละเอียด	พื้นที่อาคาร (ตร.ม.)	ประมาณการกำลังการกระจายสินค้าออก	อัตราประมาณการการใช้ประโยชน์เฉลี่ย (approximate average warehouse capacity utilisation) สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564
(SK RDC – Central Regional Ambient DC)			
ศูนย์ KKRDC – ศูนย์กระจายสินค้าแบบ อุณหภูมิปกติและอาหารสดภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ (KKRDC – Northeast Regional Ambient + Fresh DC)	51,990	อุณหภูมิปกติ – 130,000 ลังต่อวัน อาหารสด – 42,000 ลังต่อวัน	80%
ศูนย์ LLKRDC – ศูนย์กระจายสินค้าอาหารสด ภาคกลาง (LLKRDC – Central Regional Fresh DC)	35,000	88,000 ลังต่อวัน	50%
ศูนย์ SRRDC – ศูนย์กระจายสินค้าแบบ อุณหภูมิปกติและอาหารสดภาคใต้ (SRRDC – South Regional Ambient + Fresh DC)	51,990	อุณหภูมิปกติ – 65,000 ลังต่อวัน อาหารสด – 20,000 ลังต่อวัน	50%
ระดับประเทศ			
ศูนย์ WN NDC – ศูนย์กระจายสินค้าแบบ อุณหภูมิปกติระดับประเทศ (WN NDC – National Ambient DC)	58,347	192,000 ลังต่อวัน	75%
ศูนย์กระจายสินค้าออนไลน์ (Online Fulfilment Centre)	10,364	200 คำสั่งซื้อต่อวัน	70%
ศูนย์ BBTDC – ศูนย์กระจายสินค้าแบบ อุณหภูมิปกติระดับประเทศ (BBTDC – National Ambient DC)	29,000	161,000 ลังต่อวัน	80%

ศูนย์กระจายสินค้าของ CPRD ในประเทศไทย ติดตั้งเทคโนโลยีด้านโลจิสติกส์ที่ทันสมัย เช่น เครื่องหยิบสินค้า single pick แบบกึ่งอัตโนมัติ และเครื่องหยิบสินค้าตามจำนวนไฟที่ขึ้นแบบอัตโนมัติ (pick-to-light) ส่วนร้านไฮเปอร์มาร์เก็ต แต่ละแห่งของ CPRD จะมีห้องเก็บสินค้าที่มีขนาดห้องเฉลี่ย 200-300 ตร.ม.

CPRD จัดจ้าง DHL และ Linfox ซึ่งเป็นบริษัทผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ระหว่างประเทศเพื่อให้บริการและดำเนินงานหน่วยรถบรรทุกสินค้าและระบบงานโลจิสติกส์สำหรับธุรกิจค้าปลีกของ CPRD ในประเทศไทย

นอกจากการให้บริการขนส่งและจัดเก็บสินค้าสำหรับร้านค้าปลีกของ CPRD แล้ว CPRD ยังให้บริการระบบการกระจายสินค้าและเครือข่ายงานด้านโลจิสติกส์ (distribution and logistics network) แก่บุคคลภายนอก ซึ่งรวมถึงการให้เช่า

พื้นที่คลังสินค้า บริการขนถ่ายสินค้าผ่านศูนย์ (cross docking) การขนส่งผลิตภัณฑ์ การส่งสินค้าคืนผู้ผลิตสินค้า และบริการจัดการการขนส่งสินค้า

ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าสำหรับธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทย

ธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทยของ CPRD มีการจัดซื้อสินค้าโดยตรงจากผู้ผลิตสินค้าแบรนด์ต่าง ๆ หลายราย ทั้งนี้ CPRD มีการประสานงานร่วมกับผู้ผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าเพื่อให้ระบบงานห่วงโซ่อุปทาน (supply chain) ตั้งแต่มต้นทางถึงปลายทางมีประสิทธิภาพ ทำให้ CPRD สามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพในราคาที่คุ้มค่าสำหรับลูกค้าของ CPRD ผู้จัดซื้อสินค้าของ CPRD ทุกรายได้รับการฝึกอบรมอย่างต่อเนื่อง และ CPRD ปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจเพื่อให้การติดต่อกับผู้ผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าเป็นไปตามหลักจริยธรรมและกฎหมาย ทั้งนี้ การแพร่ระบาดของ COVID-19 สร้างแรงกดดันในการจัดหาสินค้าอย่างไม่เคยปรากฏมาก่อน ทำให้เกิดการหยุดชะงักและความล่าช้าในการผลิตและจัดหาสินค้า ซึ่งได้ส่งผลกระทบต่อและอาจจะส่งผลกระทบต่อในอนาคตกับการเคลื่อนไหวและการมีอยู่ของสินค้าหลายชนิด

ธุรกิจบริหารพื้นที่เช่าในศูนย์การค้าของ CPRD ในประเทศไทย

ธุรกิจบริหารพื้นที่เช่าในศูนย์การค้าของ CPRD ในประเทศไทย ประกอบด้วย การบริหารอาคารและดำเนินงานศูนย์การค้าและร้านค้าปลีกของ CPRD ตลอดจนทำหน้าที่เป็นผู้จัดการทรัพย์สินของศูนย์การค้าที่กองทุนรวม LPF เป็นเจ้าของซึ่ง CPRD ถือหน่วยลงทุนจำนวนร้อยละ 25 ในกองทุนรวมดังกล่าวผ่านบริษัทย่อย Ek-Chai

ศูนย์การค้าของ CPRD ในประเทศไทย

ธุรกิจบริหารพื้นที่เช่าในศูนย์การค้าของ CPRD ในประเทศไทย (ยกเว้นการปฏิบัติหน้าที่ในฐานะผู้จัดการทรัพย์สินของกองทุนรวม LPF) มีการบริหารพื้นที่เช่าในศูนย์การค้าสามประเภทเพื่อให้บริการกลุ่มลูกค้ากลุ่มต่าง ๆ ดังนี้

- ศูนย์การค้าสำหรับครอบครัว (Family Malls) ได้แก่ ศูนย์การค้าขนาดใหญ่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นครอบครัว ซึ่งให้บริการด้านการจับจ่ายใช้สอยและกิจกรรมบันเทิงอื่น ๆ หลายชนิด ผู้เช่าหลักของศูนย์การค้าประเภทนี้ ได้แก่ ร้านอาหาร ร้านเสื้อผ้าแฟชั่น ผู้ให้บริการทางการเงิน และผู้เช่าที่ให้บริการด้านกิจกรรมเกี่ยวกับความบันเทิงและบริการอื่น ๆ โดยปกติศูนย์การค้าประเภทนี้ของ CPRD มีพื้นที่ให้เช่าสุทธิถาวร (permanent net lettable area) มากกว่า 5,000 ตร.ม. ทั้งนี้ ณ วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 CPRD บริหารพื้นที่เช่าในศูนย์การค้าแบบ Family Malls จำนวน 12 แห่งในประเทศไทย (ไม่รวมศูนย์การค้าสำหรับครอบครัวที่ลงทุนโดยกองทุนรวม LPF จำนวน 11 แห่ง) มีพื้นที่ให้เช่าสุทธิถาวร (permanent net lettable area) รวมประมาณ 136,000 ตร.ม.
- ศูนย์การค้าชุมชน (Neighbourhood Malls) ได้แก่ ศูนย์การค้าขนาดกลางสำหรับลูกค้าให้แวะมาจับจ่ายสินค้าได้สะดวกและรวดเร็ว โดยเฉพาะสินค้าประเภทอาหาร โดยพื้นที่เช่าในศูนย์การค้าประเภทนี้ประกอบด้วยร้านอาหาร ร้านเครื่องดื่ม และร้านอาหารจานด่วนหลายประเภท (grab & go) แม้ว่าพื้นที่เช่าในศูนย์การค้าประเภทนี้จะมีขนาดเล็กกว่าพื้นที่เช่าในศูนย์การค้าสำหรับครอบครัว (Family Malls) แต่ก็มีร้านค้าที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมความบันเทิงสำหรับครอบครัว รวมถึงร้านเสื้อผ้าแฟชั่น และร้านค้าที่ให้บริการทางการเงินและบริการอื่น ๆ เช่นเดียวกัน โดยปกติศูนย์การค้าชุมชน (Neighbourhood Malls) ของ CPRD มีพื้นที่ให้เช่าสุทธิถาวร (permanent net lettable area) ระหว่าง 2,000 ถึง 5,000 ตร.ม. ทั้งนี้ ณ วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 CPRD บริหารพื้นที่เช่าในศูนย์การค้าชุมชน (Neighbourhood Malls) จำนวน 85 แห่งในประเทศไทย (ไม่รวมศูนย์การค้าชุมชนที่ลงทุนโดยกองทุนรวม LPF จำนวน 11 แห่ง) มีพื้นที่ให้เช่าสุทธิถาวร (permanent net lettable area) รวมประมาณ 444,000 ตร.ม.

- ศูนย์การค้า Service Malls ได้แก่ ศูนย์การค้าที่มีขนาดเล็กลงมา เน้นพื้นที่การจับจ่ายแบบครบครันในจุดเดียว (one-stop) เนื่องจากศูนย์การค้าประเภทนี้มีขนาดเล็ก จึงเน้นการจำหน่ายสินค้าและบริการที่ต้องใช้ในชีวิตประจำวัน รวมถึงมีร้านอาหาร ร้านให้บริการต่าง ๆ ที่ใช้ประจำวัน ร้านจำหน่ายเสื้อผ้า และพื้นที่เล่นสำหรับเด็ก โดยปกติ ศูนย์การค้าแบบ Service Malls ของ CPRD มีพื้นที่ให้เช่าสุทธิถาวร(permanent net lettable area) ไม่เกิน 2,000 ตร.ม. ณ วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 CPRD บริหารพื้นที่เช่าในศูนย์การค้าแบบ Service Malls จำนวน 99 แห่งในประเทศไทย (ไม่รวมศูนย์การค้า Service Malls ที่ลงทุนโดยกองทุนรวม LPF จำนวน 1 แห่ง) มีพื้นที่ให้เช่าสุทธิถาวร (permanent net lettable area) รวมประมาณ 135,000 ตร.ม.

CPRD เลือกทำเลที่ตั้งศูนย์การค้าในพื้นที่ที่เหมาะสมทั่วประเทศไทย เพื่อให้ครอบคลุมพื้นที่ให้บริการและเข้าถึงลูกค้าได้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ ศูนย์การค้าแต่ละแห่งจะมีร้านไฮเปอร์มาร์เก็ตของ CPRD เป็นร้านค้าหลัก ศูนย์การค้าส่วนใหญ่ของ CPRD ตั้งอยู่ในพื้นที่ตอนกลางและเขตปริมณฑลของกรุงเทพฯ รวมถึงในจังหวัดใหญ่ ๆ ในภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ของประเทศไทย ทั้งนี้ ณ วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 ศูนย์การค้าของ CPRD ที่ตั้งอยู่บนที่ดินที่ CPRD มีกรรมสิทธิ์มีประมาณร้อยละ 31 ของจำนวนศูนย์การค้าของ CPRD ทั้งหมด

โครงการเกี่ยวกับธุรกิจบริหารพื้นที่เช่าในศูนย์การค้า

CPRD มีการคัดเลือกทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมสำหรับศูนย์การค้าแห่งใหม่ทั่วประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง โดยใช้หลักเกณฑ์การพิจารณาดังต่อไปนี้

- เป็นพื้นที่ที่มีประชากรอาศัยอยู่จำนวนมากและหนาแน่น
- เป็นทำเลที่โดดเด่น และสามารถเพิ่มจำนวนลูกค้าที่เช่าศูนย์การค้าได้
- สามารถเข้าถึงถนนหลักและระบบขนส่งมวลชนได้ และ
- มีพื้นที่ขนาดใหญ่สำหรับใช้เป็นทั้งจอดรถและมีระบบโครงสร้างพื้นฐานที่ดี
- CPRD มีโครงการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารพื้นที่เช่าในศูนย์การค้าของ CPRD ดังนี้
- โครงการพัฒนาศูนย์การค้าในอนาคต ได้แก่ การพัฒนาศูนย์การค้าที่ให้บริการแบบผสมผสาน (mixed-use) เป็นศูนย์การค้าชุมชนที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยการจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ และมีบริการจัดส่งสินค้า ทั้งนี้ CPRD ยังมุ่งแสวงหาแนวทางในการปรับปรุงและเพิ่มความพึงพอใจแก่ลูกค้าผู้ใช้บริการศูนย์การค้าที่จะพัฒนาขึ้นในอนาคต เช่น การเสนอสินค้าและบริการที่มีความหลากหลายมากขึ้น การร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจ และการทำการตลาดที่ปรับเฉพาะสำหรับลูกค้าแต่ละกลุ่ม
- การปรับการจัดวางพื้นที่เช่าในศูนย์การค้าให้ได้ประโยชน์สูงสุด ได้แก่ การใช้พื้นที่ที่ไม่ได้ใช้ประโยชน์ และจัดวางพื้นที่การให้บริการที่มีความต่อเนื่องระหว่างพื้นที่เช่าในศูนย์การค้ากับพื้นที่ของร้านไฮเปอร์มาร์เก็ต
- การใช้พื้นที่ให้ได้ประโยชน์สูงสุด ได้แก่ การเพิ่มสัดส่วนพื้นที่สำหรับการจำหน่ายอาหารในศูนย์การค้า โดยนำเสนอรายการสินค้าอาหารให้มีความสมดุลระหว่างแบรนด์ที่เป็นที่รู้จักในวงกว้าง (Mass Market) แบรนด์สำหรับตลาดเฉพาะ (Niche) หรือแบรนด์สินค้าอาหารแบบดั้งเดิม เพื่อปรับเปลี่ยนศูนย์การค้าสู่การเป็นจุดหมายของผลิตภัณฑ์อาหาร (food destination) เพื่อเพิ่มปริมาณและอัตราการเข้าพื้นที่เช่าในศูนย์การค้าของลูกค้า
- การปรับปรุงศูนย์อาหาร ได้แก่ การปรับปรุงและตกแต่งศูนย์อาหารในศูนย์การค้า และจัดขนาดพื้นที่ให้บริการของศูนย์อาหารให้เหมาะสม นำเสนอแบรนด์และบริการใหม่อื่น ๆ เช่น ครีวอาหารออนไลน์ (cloud kitchen) เพื่อสร้างความพอใจแก่ผู้ใช้บริการศูนย์อาหาร

- การปรับปรุงบริการดิจิทัล (digital experience) ได้แก่ การนำโครงสร้างพื้นฐาน IT มาใช้สนับสนุนการชำระเงินแบบดิจิทัลสำหรับลูกค้า เพื่อสร้างความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้า
- การบริหารผู้เช่าประเภทต่าง ๆ ให้มีความเหมาะสม ได้แก่ การคัดเลือกและดึงตัวผู้เช่าพื้นที่ศูนย์การค้าที่เป็นร้านอาหารและผู้ให้บริการอื่นที่มีคุณภาพ โดยเน้นไปที่แบรนด์หรือแฟรนไชส์ที่เป็นที่รู้จักในวงกว้าง และนำเสนอบรรยากาศและภาพลักษณ์ใหม่ภายในศูนย์การค้า โดยมีผู้เช่าพื้นที่ศูนย์การค้าที่หลากหลายและเหมาะสม
- การปรับปรุงบริการด้านสุขภาพและความงาม ได้แก่ การคัดเลือกผู้เช่าพื้นที่ศูนย์การค้า และการใช้พื้นที่ในศูนย์การค้าเพื่อบริการด้านสุขภาพและความงาม เพื่อตอบสนองต่อความต้องการและความชื่นชอบที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้บริโภค

CPRD ยังใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ ในการเร่งฟื้นฟูธุรกิจบริหารพื้นที่เช่าในศูนย์การค้าของ CPRD จากผลกระทบจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 ดังนี้

- การลงทุนจัดทำช่องทางจัดจำหน่ายออนไลน์และการจัดส่งสินค้าออนไลน์สำหรับลูกค้าของศูนย์การค้า และดำเนินการให้ผู้เช่า (ทั้งผู้เช่าที่ดำเนินการร้านอาหารและที่ไม่ได้ดำเนินการธุรกิจร้านอาหาร) เข้าสู่ระบบการค้าออนไลน์ของ CPRD และ
- การคัดเลือกผู้เช่าพื้นที่รายใหม่เพื่อทดแทน หรือลดจำนวนของกลุ่มผู้เช่าพื้นที่ปัจจุบันที่ได้รับผลกระทบอย่างรุนแรงจาก COVID-19 เช่น การเปลี่ยนพื้นที่กิจกรรมบันเทิงและโรงภาพยนตร์ เป็นพื้นที่สำหรับผู้เช่าที่ให้บริการสินค้าและบริการที่เกี่ยวกับบ้านและฟิตเนส เป็นต้น

การลงทุนและการให้บริการแก่กองทุนรวม LPF

CPRD ถือหน่วยลงทุนร้อยละ 25 ของกองทุนรวม LPF ผ่านบริษัทย่อย Ek-Chai ทำให้ CPRD เป็นผู้ถือหน่วยลงทุนรายใหญ่ที่สุดของกองทุนรวม LPF ซึ่งเป็นกองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยกองทุนรวม LPF เป็นเจ้าของศูนย์การค้าภายใต้แบรนด์ CPRD 23 แห่งทั่วประเทศไทย นอกจากนี้ CPRD ยังมีการเข้าทำสัญญากับกองทุนรวม LPF เพื่อให้ CPRD เป็นผู้จัดการทรัพย์สินของกองทุนรวม LPF อีกด้วย

ณ วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 พอร์ตการลงทุนของกองทุนรวม LPF ประกอบด้วยศูนย์การค้าสำหรับครอบครัว (Family Malls) 11 แห่ง ศูนย์การค้าชุมชน (Neighbourhood Malls) 11 แห่ง และศูนย์การค้าแบบ Service Malls 1 แห่ง มีพื้นที่ให้เช่าสุทธิถาวร (permanent net lettable area) รวมประมาณ 337,000 ตร.ม. และมีอัตราการใช้พื้นที่ (occupancy rate) เฉลี่ยร้อยละ 97

CPRD ในฐานะผู้จัดการทรัพย์สินของกองทุนรวม LPF และในฐานะผู้ถือหน่วยลงทุนร้อยละ 25 ของกองทุนรวม LPF ผ่านบริษัทย่อย Ek-Chai ได้รับรายได้จากกองทุนรวม LPF สองทางดังต่อไปนี้

- ค่าธรรมเนียมผู้จัดการทรัพย์สิน — ในฐานะผู้จัดการทรัพย์สินของกองทุนรวม LPF CPRD จัดเก็บค่าธรรมเนียมสี่ประเภทจากกองทุนรวม LPF ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการในส่วนของศูนย์การค้าของกองทุนรวม LPF ได้แก่ รายได้การจัดเก็บค่าเช่า ค่าธรรมเนียมการบริหารอสังหาริมทรัพย์ ค่าธรรมเนียมการบริหารพิเศษ (incentive fee) และค่านายหน้า ทั้งนี้ CPRD ได้รับค่าธรรมเนียมในฐานะผู้จัดการทรัพย์สินเป็นรายเดือน โดยคำนวณจากดัชนีบ่งชี้ผลการดำเนินงานต่าง ๆ ของศูนย์การค้าของกองทุนรวม LPF ได้แก่ ส่วนแบ่งรายได้จากการจัดเก็บค่าเช่าของรายได้สุทธิรายปีจากศูนย์การค้าของกองทุนรวม LPF ในอัตราไม่เกินร้อยละ 3 ค่าธรรมเนียมการบริหาร

อสังหาริมทรัพย์ในอัตราไม่เกินร้อยละ 0.3 ของมูลค่าสินทรัพย์สุทธิของกองทุนรวม LPF ค่าธรรมเนียมการบริหารพิเศษ (incentive fee) ในอัตราไม่เกินร้อยละ 2.35 ของรายได้สุทธิรายปีจากศูนย์การค้าของกองทุนรวม LPF

- **เงินปันผล** — CPRD ได้รับเงินปันผลในฐานะผู้ถือหุ้นหน่วยลงทุนของกองทุนรวม LPF ตามสัดส่วนการถือหุ้นหน่วยลงทุน ทั้งนี้ การจ่ายเงินปันผลของกองทุนรวม LPF จะจ่ายในอัตราไม่น้อยกว่าร้อยละ 90 ของรายได้สุทธิจากการลงทุนรายไตรมาส ทั้งนี้ CPRD ได้รับเงินผลปันผลครั้งต่อปี

ผู้เช่าของศูนย์การค้าในประเทศไทย

CPRD มีผู้เช่าหลายประเภทในศูนย์การค้าของ CPRD ในประเทศไทย โดยสามารถแบ่งผู้เช่าได้เป็นสี่ประเภทโดยหลัก ดังนี้

- **ผู้เช่าถาวร** — ผู้เช่าในกลุ่มนี้ทำสัญญาเช่าที่มีระยะเวลามากกว่าหนึ่งปีโดยจ่ายค่าเช่ารายเดือนในอัตราคงที่ หรือจ่ายค่าเช่าในอัตราแปรผันตามยอดขาย (ทั้งในรูปแบบที่มีและไม่มีกรับประกันค่าเช่าขั้นต่ำ) ทั้งนี้ สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 รายได้ของ CPRD จากผู้เช่าประเภทนี้มีจำนวน 5,998 ล้านบาท
- **ผู้เช่าชั่วคราว** — ผู้เช่าชั่วคราวทำสัญญาเช่าที่มีระยะเวลาน้อยกว่าหนึ่งปี และมีอัตราการเปลี่ยนผู้เช่าสูงซึ่งทำให้ CPRD สามารถปรับการนำเสนอสินค้าและบริการใหม่ ๆ ตามความต้องการของลูกค้าได้ ผู้เช่ากลุ่มนี้จะตั้งร้านเป็นแผงลอย หรือเป็นร้านขนาดเล็ก ทั้งนี้ สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 รายได้ของ CPRD จากผู้เช่าชั่วคราวมีจำนวน 1,433 ล้านบาท
- **ศูนย์อาหาร** — CPRD ทำสัญญาบริการกับผู้รับสิทธิดำเนินการศูนย์อาหารในศูนย์การค้าของ CPRD โดยสัญญาเช่ามีระยะเวลาเฉลี่ยหนึ่งปี ศูนย์อาหารเป็นจุดที่ช่วยรักษาปริมาณลูกค้าที่เข้าใช้บริการในศูนย์การค้าและผู้เช่ารายอื่นของศูนย์การค้า เนื่องจากลูกค้านิยมไปศูนย์การค้าเพื่อรับประทานอาหารที่ศูนย์อาหารซึ่งมีราคาเหมาะสม ทั้งนี้ สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 รายได้ของ CPRD จากผู้เช่ากลุ่มนี้มีจำนวน 611 ล้านบาท

ผู้เช่าถาวรสร้างกระแสรายได้ที่มั่นคงให้กับศูนย์การค้า ดังนั้น ผู้เช่ากลุ่มนี้จึงเป็นส่วนสำคัญต่อความสำเร็จของธุรกิจบริหารพื้นที่เช่าในศูนย์การค้าของ CPRD โดยในประเทศไทย ระยะเวลาการเช่าโดยเฉลี่ยของผู้เช่าถาวรซึ่งรวมถึงร้านไฮเปอร์มาร์เก็ตของ CPRD ซึ่งเป็นกลุ่มผู้เช่าถาวรที่ใหญ่ที่สุด อยู่ที่ประมาณ 3 ปี โดยผู้เช่าหลักรายใหญ่มีระยะเวลาการเช่าเฉลี่ยสูงถึง 30 ปี ทั้งนี้ ผู้เช่าถาวรของ CPRD ยังสามารถแบ่งประเภทได้ดังนี้

- **ธุรกิจการเงิน** — ผู้เช่ากลุ่มนี้คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 5 ของพื้นที่ให้เช่าสุทธิถาวรที่ได้มีการปล่อยเช่า (occupied permanent net lettable area) ของศูนย์การค้าของ CPRD ในประเทศไทย ณ วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 และคิดเป็นประมาณร้อยละ 16 ของรายได้จากผู้เช่าถาวรในประเทศไทยของ CPRD สำหรับรอบปีสิ้นสุดวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564
- **ธุรกิจบริการและเทคโนโลยี** — ผู้เช่ากลุ่มนี้คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 9 ของพื้นที่ให้เช่าสุทธิถาวรที่ได้มีการปล่อยเช่า (occupied permanent net lettable area) ของศูนย์การค้าของ CPRD ในประเทศไทย ณ วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 และคิดเป็นประมาณร้อยละ 17 ของรายได้จากผู้เช่าถาวรในประเทศไทยของ CPRD สำหรับรอบปีสิ้นสุดวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564
- **ธุรกิจอาหาร** — ผู้เช่ากลุ่มนี้คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 23 ของพื้นที่ให้เช่าสุทธิถาวรที่ได้มีการปล่อยเช่า (occupied permanent net lettable area) ของศูนย์การค้าของ CPRD ในประเทศไทย ณ วันที่ 28 กุมภาพันธ์

2564 และคิดเป็นประมาณร้อยละ 24 ของรายได้จากผู้เช่าถาวรในประเทศไทยของ CPRD สำหรับรอบปีสิ้นสุดวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564

- **ธุรกิจเสื้อผ้า** — ผู้เช่ากลุ่มนี้คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 11 ของพื้นที่ให้เช่าสุทธิถาวรที่ได้มีการปล่อยเช่า (occupied permanent net lettable area) ของศูนย์การค้าของ CPRD ในประเทศไทย ณ วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 และคิดเป็นประมาณร้อยละ 20 ของรายได้จากผู้เช่าถาวรในประเทศไทยของ CPRD สำหรับรอบปีสิ้นสุดวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564
- **ธุรกิจความงามและความบันเทิง** — ผู้เช่ากลุ่มนี้คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 8 ของพื้นที่ให้เช่าสุทธิถาวรที่ได้มีการปล่อยเช่า (occupied permanent net lettable area) ของศูนย์การค้าของ CPRD ในประเทศไทย ณ วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 และคิดเป็นประมาณร้อยละ 11 ของรายได้จากผู้เช่าถาวรในประเทศไทยของ CPRD สำหรับรอบปีสิ้นสุดวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564
- **ผู้เช่าหลักและพื้นที่นอกอาคาร** — ผู้เช่ากลุ่มนี้คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 44 ของพื้นที่ให้เช่าสุทธิถาวรที่ได้มีการปล่อยเช่า (occupied permanent net lettable area) ของศูนย์การค้าของ CPRD ในประเทศไทย ณ วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 และคิดเป็นประมาณร้อยละ 12 ของรายได้จากผู้เช่าถาวรในประเทศไทยของ CPRD สำหรับรอบปีสิ้นสุดวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564

ธุรกิจในประเทศมาเลเซีย

CPRD เป็นผู้นำธุรกิจค้าปลีกและธุรกิจบริหารพื้นที่เช่าในศูนย์การค้าในประเทศมาเลเซีย โดยประกอบกิจการผ่านบริษัทย่อยคือ Lotus MY CPRD เป็นผู้นำธุรกิจค้าปลีกในคาบสมุทรมาเลเซีย (Peninsula Malaysia) เมื่อพิจารณาในแง่ของส่วนแบ่งตลาดโดยมีอัตราการเข้าถึงครัวเรือน (household penetration) ที่ร้อยละ 53 สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 โดย ณ วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 CPRD มีร้านค้า 62 แห่ง ประกอบด้วยไฮเปอร์มาร์เก็ต 46 แห่ง และซูเปอร์มาร์เก็ต 16 แห่ง ธุรกิจค้าปลีกของ CPRD ในประเทศมาเลเซียได้รับการสนับสนุนจากระบบงานห่วงโซ่อุปทาน (supply chain) ที่มั่นคง ระบบการกระจายสินค้าและเครือข่ายงานด้านโลจิสติกส์ (distribution and logistics network) ที่แข็งแกร่งเช่นเดียวกับธุรกิจค้าปลีกของ CPRD ในประเทศไทย ตลอดจนความแข็งแกร่งของคุณค่าตราสินค้า (brand equity) และแผนการลงทุนในโครงการเชิงกลยุทธ์ที่สำคัญ ซึ่งรวมถึง

- การจับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายกลุ่มใหม่ด้วยการปรับแบรนด์ใหม่ “Lotus's” ซึ่งมีความสดใสร่าเริงและทันสมัยยิ่งขึ้น
- การปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการในราคาที่คุ้มค่า
- เน้นแนวคิดการนำเสนอสินค้าที่สดใหม่ภายใต้ร้าน “Go Fresh” สำหรับร้านค้าใหม่ของ CPRD ที่มีพื้นที่ 1,000 ตร.ม.
- ขยายจำนวนสาขาให้ครอบคลุมพื้นที่มากขึ้น โดยเป็นร้านค้าที่มีหน้าร้านและพื้นที่ตั้งแต่ 1,000 ถึง 4,000 ตร.ม.
- เร่งการเติบโตของยอดขายทางออนไลน์ โดยใช้ประโยชน์จากเครือข่ายร้านสาขากว่า 62 แห่ง ซึ่งรวมถึงการปรับปรุงประสิทธิภาพและร่วมมือกับธุรกิจแพลตฟอร์มออนไลน์ (online marketplace) ซึ่งเป็นที่นิยม เช่น Food Panda Shopee และ Lazada เพื่อเพิ่มจุดจำหน่ายสินค้าแก่ผู้บริโภค และ
- ขยายและเพิ่มประสิทธิภาพให้แก่ช่องทางจัดจำหน่ายสำหรับลูกค้า B2B ทั่วประเทศ โดยเน้นไปที่ร้านอาหารที่เป็นร้านอิสระ ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม และกิจการในพื้นที่อื่น ๆ เช่น โรงพยาบาล โรงแรม และโรงเรียน

โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมในหัวข้อ “ธุรกิจค้าปลีกของ CPRD ในประเทศมาเลเซีย – โครงการปรับปรุงธุรกิจค้าปลีกในประเทศมาเลเซีย”

ณ วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 ธุรกิจค้าปลีกของ CPRD ในประเทศมาเลเซียประกอบด้วย

- การบริหารพื้นที่เช่าในศูนย์การค้า 57 แห่ง คิดเป็นพื้นที่ให้เช่าสุทธิถาวร (permanent net lettable area) รวมประมาณ 296,000 ตร.ม. โดยในจำนวนนี้ CPRD มีกรรมสิทธิ์ (freehold) หรือมีสิทธิการเช่าจากรัฐบาลมาเลเซีย (leasehold)¹³ ในศูนย์การค้าจำนวน 40 แห่ง และ
- อัตราการเช่าพื้นที่ (occupancy rate) อยู่ที่ประมาณร้อยละ 92 โดยคำนวณจากพื้นที่ให้เช่าสุทธิถาวร (permanent net lettable area)

ธุรกิจค้าปลีกของ CPRD ในประเทศมาเลเซีย

CPRD ซึ่งประกอบธุรกิจผ่านบริษัทย่อยคือ Lotus MY เป็นผู้นำธุรกิจค้าปลีกในคาบสมุทรมมาเลเซีย (Peninsula Malaysia) สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 CPRD มีรายได้จากการค้าปลีกของเครือข่ายร้านไฮเปอร์มาร์เก็ต ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้าน Express ช่องทางออนไลน์ และกลุ่มลูกค้า B2B เป็นจำนวน 3,720 ล้านริงกิตมาเลเซีย (27,664 ล้านบาท) 767 ล้านริงกิตมาเลเซีย (5,704 ล้านบาท) 10 ล้านริงกิตมาเลเซีย (77 ล้านบาท) 168 ล้านริงกิตมาเลเซีย (1,246 ล้านบาท) และ 22 ล้านริงกิตมาเลเซีย (160 ล้านบาท) ตามลำดับ

ร้านค้าปลีกในประเทศมาเลเซีย

CPRD ดำเนินงานร้านค้าปลีกที่มีหน้าร้านสองรูปแบบในประเทศมาเลเซีย คือ ไฮเปอร์มาร์เก็ต และ ซูเปอร์มาร์เก็ต

ณ วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 CPRD มีร้านค้าปลีกทั้งหมด 62 แห่งในประเทศมาเลเซีย โดยส่วนใหญ่ตั้งอยู่ทางภาคตะวันตกเฉียงเหนือ ภาคกลาง และตะวันตกเฉียงใต้ของคาบสมุทรมมาเลเซีย (Peninsula Malaysia) โดยมีร้านค้าหนาแน่นถึง 20 แห่งในบริเวณ Klang Valley ซึ่งเป็นที่ตั้งของกรุงกัวลาลัมเปอร์ เมืองหลวงของประเทศมาเลเซีย

- **ไฮเปอร์มาร์เก็ต** — ร้านไฮเปอร์มาร์เก็ตของ CPRD ในประเทศมาเลเซียเป็นร้านค้าสำหรับการจับจ่ายอย่างครบครันในที่เดียว (one-stop shopping complex) โดยเน้นจำหน่ายอาหารสดและสินค้าอุปโภคบริโภค มีพื้นที่จำหน่ายมากกว่า 4,000 ตร.ม. ร้านไฮเปอร์มาร์เก็ตดังกล่าวส่วนใหญ่เป็นร้านค้าหลักในศูนย์การค้าของ CPRD สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 รายได้จากการค้าปลีกรวมของร้านไฮเปอร์มาร์เก็ตมีจำนวน 3,720 ล้านริงกิตมาเลเซีย (27,664 ล้านบาท) คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 79.4 ของรายได้จากธุรกิจค้าปลีกรวมของ CPRD ในประเทศมาเลเซีย ทั้งนี้ สัดส่วนยอดขายแบ่งตามผลิตภัณฑ์ของร้านไฮเปอร์มาร์เก็ตประกอบด้วยสินค้าอุปโภคบริโภคร้อยละ 68.8 ผลิตภัณฑ์ทั่วไปร้อยละ 9.4 ผลิตภัณฑ์อาหารสดร้อยละ 18.8 และเสื้อผ้าร้อยละ 3.0 ทั้งนี้ ณ วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 ร้านไฮเปอร์มาร์เก็ตของ CPRD เป็นเครือข่ายร้านไฮเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำในคาบสมุทรมมาเลเซีย (Peninsula Malaysia) โดย CPRD มีสาขาร้านไฮเปอร์มาร์เก็ตทั้งหมดตั้งอยู่บนคาบสมุทรมมาเลเซีย (Peninsula Malaysia)
- **ซูเปอร์มาร์เก็ต** — เป็นร้านค้าปลีกขนาดกลาง มีพื้นที่จำหน่ายตั้งแต่ 2,000 ถึง 4,000 ตร.ม. ส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในคาบสมุทรมมาเลเซีย (Peninsula Malaysia) โดยใช้แนวคิดการพัฒนาเป็นร้านสำหรับชุมชนในละแวกใกล้เคียงเพื่อความสะดวกของลูกค้าในการจับจ่ายสินค้าอุปโภคบริโภค รวมถึงสินค้าประเภทอื่น ๆ เป็นประจำ สำหรับปีสิ้นสุด

¹³ ภายใต้กฎหมายประเทศมาเลเซีย กรรมสิทธิ์ (freehold) หมายถึง สิทธิในการใช้ที่ดินจากรัฐบาลประเทศมาเลเซียโดยผู้ถือกรรมสิทธิ์สามารถถือครองและใช้ที่ดินได้โดยไม่มีกำหนดระยะเวลา และ สิทธิการเช่า (leasehold) หมายถึง สิทธิในการใช้ที่ดินจากรัฐบาลประเทศมาเลเซียโดยมีกำหนดระยะเวลาไม่เกิน 99 ปี โดยผู้ถือครองที่ดินสามารถใช้ที่ดินจนกว่าจะหมดอายุสัญญาเช่า และหากไม่มีการขยายอายุหรือต่ออายุสัญญาเช่า ผู้ครอบครองที่ดินจะต้องคืนที่ดินดังกล่าวให้แก่ทางรัฐบาลประเทศมาเลเซีย โดยที่ทั้งกรรมสิทธิ์ (freehold) และสิทธิการเช่า (leasehold) สามารถทำการโอนได้

วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 รายได้จากการค้าปลีกจากการขายรวมของซูเปอร์มาร์เก็ตของ CPRD มีจำนวน 767 ล้านริงกิตมาเลเซีย (5,704 ล้านบาท) คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 16.4 ของรายได้จากธุรกิจค้าปลีกรวมของ CPRD ในประเทศมาเลเซีย สัดส่วนยอดขายแบ่งตามผลิตภัณฑ์ประกอบด้วยสินค้าอุปโภคบริโภคร้อยละ 69.0 ผลิตภัณฑ์ทั่วไปร้อยละ 8.3 ผลิตภัณฑ์อาหารสดร้อยละ 20.7 และเสื้อผ้าร้อยละ 2.0

ทั้งนี้ CPRD อยู่ระหว่างการรีแบรนด์ร้านไฮเปอร์มาร์เก็ตและซูเปอร์มาร์เก็ตของ CPRD ในประเทศมาเลเซียจากแบรนด์ “เทสโก้” เดิม ให้อยู่ภายใต้แบรนด์ “Lotus’s” ซึ่งการรีแบรนด์ดังกล่าวคาดว่าจะเสร็จสิ้นภายในปีหน้า และในอนาคตร้านค้าของ CPRD ที่มีพื้นที่ 1,000 ตร.ม. จะเป็นแบรนด์ “Go Fresh” ทั้งนี้ จนถึงเดือนกันยายน 2563 ธุรกิจค้าปลีกของ CPRD ในประเทศมาเลเซียยังประกอบด้วยร้านค้าปลีกขนาดเล็กภายใต้ชื่อ “Express” โดยมีพื้นที่จำหน่ายเฉลี่ยประมาณ 130 ตร.ม. โดยก่อนหน้านี้ CPRD มีร้าน Express รวม 9 สาขาซึ่งดำเนินงานร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจท้องถิ่นในประเทศมาเลเซีย แต่ได้ยุติการดำเนินงานร้านค้าปลีกรูปแบบนี้ลงในเดือนกันยายน 2563 เมื่อพันธมิตรทางธุรกิจสิ้นสุดลง ทั้งนี้ CPRD อาจแสวงหาหนทางอื่นในการเปิดดำเนินงานร้านค้าปลีกขนาดเล็กที่มีพื้นที่ร้านน้อยกว่า 1,000 ตร.ม. อีกในอนาคต

ตารางต่อไปนี้แสดงจำนวนสาขา ร้าน แบ่งตามรูปแบบร้านค้าปลีกของ CPRD ในประเทศมาเลเซีย

จำนวนสาขา ร้าน	ณ วันที่ 28 กุมภาพันธ์	
	2563	2564
ไฮเปอร์มาร์เก็ต	46	46
ซูเปอร์มาร์เก็ต	14	16
ร้าน Express	9	0
รวม	69	62

ช่องทางค้าปลีกออนไลน์ในประเทศมาเลเซีย

นอกเหนือจากธุรกิจค้าปลีกแบบออฟไลน์ที่ CPRD ดำเนินการผ่านร้านค้าปลีกที่มีหน้าร้าน (brick-and-mortar stores) ในประเทศมาเลเซียนั้น CPRD ยังมีการให้บริการผ่านช่องทางจัดจำหน่ายออนไลน์แก่ลูกค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งผ่านทางระบบช้อปปิ้งออนไลน์ GHS ของ CPRD และผ่านทางผู้ให้บริการออนไลน์ที่เป็นบุคคลภายนอก เช่น Lazada Food Panda Shopee และ Happy Fresh โดย CPRD มีโครงการต่าง ๆ เพื่อพัฒนาความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้ระบบออนไลน์ของ CPRD ดังนี้

- การนำเสนอบริการออนไลน์ที่สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่มากยิ่งขึ้นด้วยโครงการปรับปรุงระบบ IT ของ CPRD อย่างต่อเนื่อง ซึ่งทำให้สามารถจัดส่งสินค้าภายในวันเดียว (same-day delivery) มีระบบส่งเสริมการขายแบบอัจฉริยะ (smart promotion) และการนำเสนอสินค้าทดแทนที่มีพัฒนาการขึ้น
- การพัฒนาต้นแบบศูนย์ให้บริการออนไลน์ ซึ่งทำให้สามารถให้บริการออนไลน์ต่าง ๆ ได้มากขึ้น และปรับปรุงประสิทธิภาพและลดต้นทุนการดำเนินงาน
- การเพิ่มจำนวนสาขาในประเทศมาเลเซียที่สามารถให้บริการออนไลน์ผ่านทางระบบช้อปปิ้งออนไลน์ GHS ของ CPRD ซึ่งปัจจุบันสามารถให้บริการได้ในสาขา 9 แห่ง และ
- ปรับขยายการให้บริการสั่งซื้อออนไลน์และรับของที่สาขา (click and collect) สำหรับเว็บไซต์ และแอปพลิเคชันของ CPRD ซึ่งทำให้ลูกค้าสามารถสั่งซื้อสินค้าได้จากที่บ้าน และมารับสินค้าที่ร้านค้าแทนการจัดส่งสินค้าสำหรับสาขาทุกแห่งของ CPRD

โครงการปรับปรุงธุรกิจค้าปลีกในประเทศมาเลเซีย

CPRD มุ่งที่จะปรับปรุงและขยายธุรกิจร้านค้าปลีกในประเทศมาเลเซียด้วยโครงการต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

- **การปรับแบรนด์ Lotus's** — นับตั้งแต่ Lotus MY ได้แยกตัวจาก Tesco ซึ่งเป็นบริษัทแม่เดิม และเข้าเป็นบริษัทในกลุ่มภายใต้การบริหารงานของ CPRD โดย CPRD ได้ริเริ่มโครงการต่าง ๆ เพื่อปรับแบรนด์ร้านค้าให้เป็นแบรนด์ "Lotus's" เพื่อสร้างความแตกต่างจากแบรนด์ "เทสโก้" เดิมที่ดำเนินงานโดย Tesco CPRD มีแผนที่จะปรับและสร้างความทันสมัยให้กับแบรนด์ใหม่ "Lotus's" ให้เสร็จสิ้นภายในกลางปี 2565 CPRD เห็นว่าการปรับแบรนด์ดังกล่าวจะช่วยดึงดูดและได้มาซึ่งลูกค้าเป้าหมายกลุ่มใหม่ โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าที่มีอายุน้อยลง โดยโครงการปรับแบรนด์นี้ให้ความทันสมัยขึ้น ประกอบด้วยการใช้โลโก้ที่มีสีสันสดใส การศึกษาการใช้ระบบเทคโนโลยีเข้ามาเสริมเพื่อให้ CPRD ดำเนินธุรกิจให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และให้ลูกค้าได้รับความสะดวกมากยิ่งขึ้น การเพิ่มความแข็งแกร่งของการจำหน่ายในช่องทางออนไลน์ และการเปิดตัวโปรแกรมสมาชิกใหม่ (loyalty scheme)

ส่วนหนึ่งของแผนการปรับแบรนด์เป็น "Lotus's" CPRD จะนำเสนอแบรนด์ร้านค้าใหม่สำหรับร้านค้าปลีกขนาดเล็กที่มีพื้นที่ 1,000 ตร.ม. คือแบรนด์ "Go Fresh" ซึ่งเน้นการวางจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคและอาหารสดมากขึ้นดีกว่าร้านสะดวกซื้อทั่วไป และเพิ่มบริการเพื่อความสะดวกของลูกค้าในการซื้อสินค้าด้วยระบบสแกนสินค้าด้วยตนเอง ("scan as you shop") และจุดชำระเงินด้วยตนเอง (self-checkout) ปัจจุบัน CPRD มีแผนการปรับแบรนด์ร้านค้าทั้ง 62 แห่ง ในประเทศมาเลเซียให้เสร็จสิ้นภายในกลางปี 2565 และเปิดร้านสาขาใหม่ 28 แห่งภายในเดือนธันวาคม 2566

- **การปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการ** — CPRD เห็นว่าจุดเด่นหลักของธุรกิจค้าปลีกของ CPRD คือการมีผลิตภัณฑ์คุณภาพสูงและมีความหลากหลายในราคาที่คุ้มค่า ทำให้ CPRD สามารถนำเสนอการจับจ่ายที่ครบครันในทีเดียวต่อลูกค้าได้ (one-stop shop) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนของกลยุทธ์ด้านอาหารสดของ CPRD นั้นจะเน้นการจัดหาจากแหล่งผลิตในพื้นที่จากผู้ค้าในท้องถิ่น โดยจัดส่งตรงถึงร้านค้าเพื่อรักษาความสดใหม่และคุณภาพของอาหาร ตลอดจนมีอาหารหลากหลายชนิดวางจำหน่ายเพื่อตอบสนองความต้องการที่หลากหลายและแตกต่างของลูกค้าแต่ละกลุ่ม นอกจากนี้ CPRD ยังมีการลงทุนพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นตราหือของร้าน (private label) มากขึ้นสำหรับตลาดค้าปลีกในประเทศมาเลเซีย ซึ่ง CPRD เชื่อว่าทำให้สามารถนำเสนอทางเลือกที่เพิ่มขึ้นแก่ลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าสามารถเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพในราคาที่เหมาะสม นอกจากนี้ CPRD ยังมีการปรับกลุ่มสินค้าเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการและแนวโน้มที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้บริโภคตลอดเวลา กลุ่มผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ที่มีการปรับปรุงได้แก่ กลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม และเครื่องใช้ภายในบ้าน ทั้งนี้ นอกจากการปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์แล้ว CPRD ยังมุ่งปรับปรุงส่วนประกอบอื่น ๆ ในร้านค้าเพื่อประสบการณ์ในการจับจ่ายโดยรวมที่ดียิ่งขึ้น การปรับปรุงดังกล่าวรวมถึงในเรื่องความสะดวกและความปลอดภัยในร้านค้า การเติมสินค้าในชั้นวางให้รวดเร็ว การแนะนำสินค้าและการให้บริการภายในร้านค้า และการใช้เทคโนโลยีเพื่อความสะดวก เช่น บริการซื้อสินค้าแบบ scan as you shop และจุดชำระสินค้าด้วยตนเอง (self-checkout) เป็นต้น

- **การปรับโครงสร้างความทันสมัยแก่ร้านค้า** — CPRD ทำการปรับโฉมร้านไฮเปอร์มาร์เก็ตของ CPRD ให้ทันสมัยและสามารถตอบสนองต่อความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของลูกค้าของ CPRD ให้ดียิ่งขึ้น โดยปัจจุบันได้ทำการลดขนาดพื้นที่ร้านไฮเปอร์มาร์เก็ตในส่วนที่จำหน่ายเสื้อผ้าและอุปกรณ์เครื่องใช้ และขยายพื้นที่ในส่วนของอาหารสดและผลิตภัณฑ์ปรุงอาหารเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการที่เพิ่มขึ้นของผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้ CPRD ยังได้นำเทคโนโลยีและระบบ IT ใหม่ ๆ มาปรับใช้เพื่อเพิ่มความพอใจในประสบการณ์การจับจ่ายของลูกค้าและเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานของร้าน

- *การปรับร้านค้าให้มีขนาดเล็กลง* — ปัจจุบัน CPRD ดำเนินงานร้านไฮเปอร์มาร์เก็ตซึ่งมีพื้นที่จำหน่ายมากกว่า 4,000 ตร.ม. และร้านซูเปอร์มาร์เก็ตซึ่งมีพื้นที่จำหน่ายระหว่าง 2,000 ถึง 4,000 ตร.ม. CPRD เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ชื่นชอบการจับจ่ายที่ร้านค้าปลีกขนาดเล็กมากขึ้น CPRD จึงอยู่ในระหว่างการแสวงหาหนทางในการปรับขนาดร้านค้าปลีกให้เล็กลง เพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมของผู้บริโภคดังกล่าว และร้านค้าปลีกขนาดเล็กยังมีต้นทุนการดำเนินงานที่ต่ำกว่า อย่างไรก็ตาม มีข้อจำกัดทางกฎหมายในประเทศมาเลเซียในเรื่องกรรมสิทธิ์ของผู้ประกอบการต่างชาติ ซึ่งห้ามผู้ประกอบการต่างชาติดำเนินการร้านค้าปลีกที่มีขนาดเล็กกว่า 1,000 ตร.ม.
- *การเร่งการเติบโตของทางช่องทางออนไลน์โดยใช้ประโยชน์จากเครือข่ายร้านค้า* — CPRD มีแผนที่จะเพิ่มยอดขายธุรกิจค้าปลีกอย่างมีนัยสำคัญโดยใช้ประโยชน์จากเครือข่ายร้านค้าในการเร่งขยายการเติบโตของช่องทางออนไลน์ โดยมีการปรับปรุงพัฒนาระบบ IT ให้มีประสิทธิภาพและเสถียรภาพมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง จัดทำบริการจับจ่ายออนไลน์ที่ต่อเนื่องผ่านระบบช้อปปิ้งออนไลน์ GHS ของ CPRD และแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ และนำเสนอบริการที่เน้นความสะดวกของลูกค้า เช่น การจัดส่งสินค้าด่วน (on-demand) การซื้อสินค้าออนไลน์และเลือกรับสินค้าเองที่สาขา (click-and-collect) การช้อปปิ้งแบบไม่ต้องลงจากรถยนต์ (drive-through) นอกจากนี้ CPRD ยังพัฒนาความสัมพันธ์กับผู้ให้บริการออนไลน์ชั้นนำภายนอกอื่น ๆ เช่น Happy Fresh Food Panda Shopee และ Lazada เพื่อเสริมสร้างความโดดเด่นของบริการออนไลน์ของ CPRD และเพื่อให้มั่นใจว่า CPRD สามารถเข้าถึงลูกค้าได้อย่างสะดวกรวดเร็วผ่านทางเลือกระบบซื้อสินค้าออนไลน์ที่ลูกค้าชื่นชอบทุกระบบ
- *การพัฒนาธุรกิจ B2B* — นอกจากการปรับปรุงร้านค้าแบบมีหน้าร้าน (brick-and-mortar stores) เป็นแหล่งจับจ่ายอาหารและสินค้าและบริการอื่น ๆ แล้ว CPRD ยังมุ่งให้บริการและเสริมสร้างคุณภาพการให้บริการผ่านช่องทางของลูกค้าที่เป็นผู้ประกอบการหรือ B2B ให้เป็นแหล่งให้บริการจับจ่ายครบครันในทีเดียวสำหรับลูกค้าที่เป็นผู้ประกอบการร้านอาหาร และร้านโชห่วยท้องถิ่นที่ต้องการผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ อาหารสด อาหารแห้งและเครื่องใช้ในการทำอาหาร เพื่อเพิ่มยอดขายของลูกค้า B2B ให้กับธุรกิจค้าปลีกของ Lotus MY ทั้งนี้ CPRD ได้จัดตั้งทีมงานขายเฉพาะเพื่อให้บริการโดยตรงกับร้านอาหารและร้านโชห่วยที่อยู่บริเวณใกล้เคียง นอกจากนี้ CPRD ยังมีการลงทุนในระบบโครงสร้างพื้นฐานด้าน IT อย่างต่อเนื่องเพื่อการให้บริการที่สะดวกรวดเร็วต่อเนื่องแก่ลูกค้า
- *การลงทุน* — ในช่วงที่ผ่านมา CPRD ได้ดำเนินการลงทุน เพื่อปรับใช้โครงการลดต้นทุน ซึ่งประกอบด้วยโครงการประหยัดต้นทุนด้านพลังงาน โดยนำเทคโนโลยีการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพมาใช้ที่ร้านค้าของ CPRD ในส่วนของระบบตู้แช่เย็น ระบบทำความร้อน ระบบและปรับอากาศ (HVAC) และระบบไฟแสงสว่าง รวมถึงเปลี่ยนไปใช้แหล่งพลังงานหมุนเวียนโดยติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์บนหลังคาเพื่อผลิตไฟฟ้ากับร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ และศูนย์กระจายสินค้าของ CPRD นอกจากนี้ CPRD ยังทำการประเมินรายจ่ายอย่างละเอียดในส่วนที่เกี่ยวข้องกับเครือข่ายการจัดจำหน่ายและการขาย ทั้งนี้ CPRD ได้ทำการตรวจสอบโครงสร้างด้านต้นทุนอย่างต่อเนื่อง และในปี 2564 CPRD ได้ทำการศึกษางานเครือข่ายห่วงโซ่อุปทาน (supply chain) เพื่อการพัฒนาปรับปรุงและใช้ประโยชน์สูงสุดเพื่อการเติบโตของธุรกิจในอนาคต CPRD ยังปรับใช้เทคโนโลยีและซอฟต์แวร์ใหม่ ๆ เพื่อช่วยลดต้นทุนการดำเนินงาน เช่น จุดชำระสินค้าด้วยตนเอง (self-checkout) บริการซื้อสินค้าแบบ scan as you shop ศูนย์ให้บริการลูกค้า (customer service desk) แอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือสำหรับการสั่งซื้อสินค้า แท็บเล็ตสำหรับการพูดคุยกับพนักงานสำหรับการเลือกซื้อสินค้าภายในร้าน (table for in-store communication) จุดชั่งน้ำหนักสินค้าและชำระเงิน (produce scale and payment link)

สินค้าธุรกิจค้าปลีกในประเทศมาเลเซีย

ปัจจัยหลักในความสำเร็จของธุรกิจค้าปลีกของ CPRD ในประเทศมาเลเซียคือการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายในราคาย่อมเยาในร้านค้าของ CPRD ซึ่งให้บริการการจับจ่ายที่ครบครันในทีเดียว (one-stop-shop) ทั้งสินค้าอุปโภคบริโภค อาหารสด ผลิตภัณฑ์ทั่วไป และเสื้อผ้า ภายใต้แบรนด์สินค้าต่าง ๆ รวมถึงตรายี่ห้อของร้าน (private label)

- **สินค้าอุปโภคบริโภค** — สินค้าอุปโภคบริโภคของ CPRD ได้แก่ สินค้าโภคภัณฑ์ อาหารบรรจุกระป๋อง สินค้าสำหรับการปรุงอาหารและอบอาหาร ผลิตภัณฑ์สำหรับทารก เครื่องดื่มร้อน ขนมหวาน อาหารเสริม เบียร์ ไวน์ และสุรา เครื่องดื่มเย็น ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม อาหารแช่เย็นและแช่แข็ง และอาหารแห้ง โดยมีจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่มีคุณภาพให้แก่ลูกค้าที่ต้องการเลือกซื้อสินค้าที่หลากหลายหลากหลายในราคาที่หาซื้อได้ง่าย CPRD มีการปรับปรุงการจัดการสินค้าคงคลังให้มีประสิทธิภาพสูงสุด ประสานงานกับผู้ผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าในพื้นที่ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ภายใต้ตรายี่ห้อของร้าน (private label) เพื่อให้แข่งขันกับสินค้าในตลาดได้
- **อาหารสด** — อาหารสดประกอบด้วย ผักและผลไม้สด เนื้อสัตว์และอาหารทะเล ทั้งนี้ เพื่อให้สามารถจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารที่มีคุณภาพในราคาที่หาซื้อได้ง่าย CPRD ได้ทำการจัดหาสินค้าโดยตรงจากแหล่งสินค้า นำเสนอผลิตภัณฑ์เพิ่มมูลค่า เช่น อาหารพร้อมปรุง หรืออาหารพร้อมรับประทาน และประเมินประสิทธิภาพของระบบงานห่วงโซ่อุปทาน (supply chain) ตลอดสายงานอย่างต่อเนื่องเพื่อรักษาความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้ อาหารสดเป็นกลุ่มสินค้าที่เติบโตอย่างรวดเร็ว ถึงแม้จะไม่ใช่กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีอัตรากำไรสูงสุด แต่สามารถใช้เป็นจุดเด่นในการเพิ่มปริมาณลูกค้าที่เข้าร้านได้เป็นอย่างดี อย่างไรก็ตาม ในส่วนของอาหารสดนั้น CPRD ต้องแข่งขันโดยตรงกับตลาดสด ซึ่งเป็นแหล่งซื้ออาหารสดดั้งเดิม และร้านซูเปอร์มาร์เก็ตอื่น ๆ
- **สินค้าทั่วไป** — สินค้าทั่วไปประกอบด้วยสินค้ากลุ่มต่าง ๆ รวมถึง เฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งสำหรับบ้านพักอาศัย เครื่องใช้ไฟฟ้า อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ กระเป๋า ผลิตภัณฑ์เพื่อความบันเทิงภายนอกบ้าน สินค้าปรับปรุงบ้าน ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับรถยนต์ ของเล่น และเครื่องเขียน CPRD นำเสนอสินค้าที่มีคุณภาพเพื่อการใช้งานประจำวัน รวมถึงผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับบ้านภายใต้ตรายี่ห้อของร้าน (private label) นอกจากนี้ CPRD ยังคัดเลือกและร่วมงานกับผู้ผลิตและจัดจำหน่ายต่าง ๆ เพื่อสามารถนำเสนอสินค้าใหม่และมีคุณภาพดีขึ้น และมีการปรับปรุงกลุ่มสินค้าอย่างต่อเนื่อง
- **เสื้อผ้า** — สินค้าเสื้อผ้าของ CPRD ได้แก่ เสื้อผ้าและของใช้ในครัวเรือนที่จำเป็นในชีวิตประจำวันในราคาที่เหมาะสม ทั้งสินค้าที่เป็นตรายี่ห้อของร้าน (private label) และสินค้าที่เป็นตราสินค้าของผู้ประกอบการอื่นในประเทศ CPRD มีแผนที่จะขยายไปสู่กลุ่มสินค้าเสื้อผ้าสำหรับทารกและเด็กเล็กในประเทศมาเลเซีย

CPRD มีการจำหน่ายกลุ่มสินค้าแต่ละกลุ่มข้างต้นภายใต้ตรายี่ห้อของร้าน (private label) โดยตรายี่ห้อของร้าน (private label) ในปัจจุบันได้แก่ ตรา “Tesco” ซึ่งใช้กับสินค้ามาตรฐานทั่วไป และตราสินค้า “Value” สำหรับสินค้าที่ราคา ย่อมเยา โดย CPRD มีแผนที่จะเปลี่ยนไปใช้แบรนด์ “Lotus’s” ในอนาคต ทั้งนี้สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตรายี่ห้อของร้าน (private label) มีรายได้จากการขายมากกว่าร้อยละ 25 ของรายได้จากการขายรวมของ ธุรกิจค้าปลีกของ CPRD ในประเทศมาเลเซีย ทั้งนี้ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตรายี่ห้อของร้าน (private label) จะเลือกกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีขนาดตลาดใหญ่ มีศักยภาพการเติบโตสูง มีตราสินค้าหลากหลายสำหรับผลิตภัณฑ์ในตลาด และมีโอกาสในการที่ CPRD จะสร้างความโดดเด่นให้ผลิตภัณฑ์ในตรายี่ห้อของร้าน (private label) ทั้งนี้ CPRD ได้ว่าจ้างผู้ผลิตภายนอกในท้องถิ่นให้ผลิตสินค้าภายใต้ตรายี่ห้อของร้าน (private label) และยังคงถือครองสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาของตราสินค้าและ สูตรในการผลิตสินค้าไว้กับ CPRD

ทั้งนี้ CPRD มีแผนในการรวมกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ในประเทศมาเลเซียเข้ากับธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทย เพื่อให้มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในตราหือของร้าน (private label) ข้ามตลาด และใช้แหล่งจัดหาผลิตภัณฑ์ร่วมกัน โดย CPRD มีเป้าหมายในการปรับผลิตภัณฑ์และกลุ่มผลิตภัณฑ์ในประเทศไทยและประเทศมาเลเซียให้สอดคล้องกัน และใช้กลุ่มผลิตภัณฑ์ร่วมกันโดยไม่กระทบต่อการตอบสนองต่อความต้องการเฉพาะของแต่ละตลาด

ตารางต่อไปนี้แสดงยอดขายแบ่งตามชนิดของผลิตภัณฑ์ในธุรกิจค้าปลีกของ CPRD ในประเทศมาเลเซีย สำหรับรอบระยะเวลาที่ระบุ

	ปีสิ้นสุดวันที่ 28 กุมภาพันธ์			
	2563	ร้อยละ	2564	ร้อยละ
	(ยังไม่ตรวจสอบ)			
	(หน่วย ล้านบาทมาเลเซีย ยกเว้นที่เป็นร้อยละ)			
รายได้จากการขาย				
สินค้าอุปโภคบริโภค	3,219	70.1	3,246	69.3
อาหารสด	777	16.9	882	18.8
สินค้าทั่วไป	446	9.7	431	9.2
เสื้อผ้า	151	3.3	128	2.7
รายได้จากการค้าปลีกรวม	4,593	100.0	4,687	100.0
(หักด้วย) รายได้อื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับ				
ธุรกิจค้าปลีก ¹⁴	(51)		(47)	
รายได้จากการขาย.....	4,542		4,640	

ลูกค้าธุรกิจค้าปลีกในประเทศมาเลเซีย

ลูกค้าธุรกิจค้าปลีกในประเทศมาเลเซียของ CPRD มีความหลากหลายทั้งช่วงอายุ รายได้ และขนาดครัวเรือน ทั้งนี้ เพื่อให้มีความเข้าใจถึงลูกค้าของ CPRD มากขึ้น CPRD ได้ร่วมมือกับบริษัทวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้าเชิงลึกเพื่อทำการศึกษาลูกค้าของ CPRD แต่ละกลุ่ม เพื่อนำมาพัฒนากลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ วางแผนการจำหน่ายสินค้าออนไลน์และในร้านค้า พัฒนารายการสมาชิกร้านค้า (loyalty program) และค้นหากลยุทธ์ด้านการตลาดที่มีประสิทธิภาพ

ในการสร้างและรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า CPRD ได้นำเสนอรายการสมาชิกบัตรคลับการ์ด (loyalty program) เพื่อให้ลูกค้าสะสมคะแนนในการเลือกซื้อสินค้าที่ร้านค้าของ CPRD โดยข้อมูลจากการวิจัยพบว่าสมาชิกคลับการ์ดมีแนวโน้มการใช้จ่ายสินค้ามากกว่าผู้ที่ไม่เป็นสมาชิก ทั้งนี้ ณ วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 CPRD มีสมาชิกคลับการ์ดราว 1.9 ล้านรายในประเทศมาเลเซีย โดยในจำนวนนี้ประมาณร้อยละ 52 เป็นสมาชิกที่มีการใช้จ่ายสินค้าอยู่เป็นประจำ (active user) นอกจากนี้ CPRD มีคลับการ์ดแอปพลิเคชันสำหรับโทรศัพท์มือถือเพื่อให้สมาชิกใช้แทนบัตรคลับการ์ด และให้ข้อมูลแก่สมาชิกทั้งคู่มือส่วนลดเฉพาะสมาชิก และรายการส่งเสริมการขายอื่น ๆ รวมถึงเป็นสื่อในการสื่อสารโดยตรงกับลูกค้า

ระบบการกระจายสินค้าและเครือข่ายงานด้านโลจิสติกส์ (distribution and logistics network) ในประเทศมาเลเซีย

ปัจจัยหลักในกลยุทธ์ค้าปลีกของ CPRD ในประเทศมาเลเซีย คือการปรับปรุงระบบงานห่วงโซ่อุปทาน (supply chain) ระบบการกระจายสินค้าและเครือข่ายงานด้านโลจิสติกส์ (distribution and logistics network) ของ CPRD ให้เกิด

ประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งจะช่วยบริหารจัดการให้ระดับสินค้าคงคลังในร้านค้าทั้งหมดของ CPRD อยู่ในระดับที่เหมาะสม ทำให้ผลิตผลและสินค้าที่เน่าเสียได้ยังคงมีความสดใหม่และดำรงคุณภาพสูงสุดไว้ได้ และทำให้ CPRD สามารถนำเสนอสินค้าที่คุ้มค่าคุ้มราคาต่อลูกค้าโดยยังคงรักษาอัตรากำไรไว้ได้

ณ วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 CPRD มีศูนย์กระจายสินค้าของตน 2 แห่ง และเช่าศูนย์กระจายสินค้าเช่าแข็ง 1 แห่งในประเทศมาเลเซีย มีพื้นที่จัดเก็บสินค้ารวมประมาณ 108,136 ตร.ม. และมีอัตราการกระจายสินค้าออกต่อวันประมาณ 330,231 ลัง CPRD ใช้ศูนย์กระจายสินค้าสามประเภทสำหรับผลิตภัณฑ์ของ CPRD ได้แก่ ศูนย์กระจายสินค้าสำหรับจัดเก็บสินค้าอุปโภคบริโภค และสินค้าทั่วไปที่อุณหภูมิห้อง ศูนย์กระจายสินค้าอาหารสดซึ่งสามารถเก็บสินค้าที่อุณหภูมิ 1 ถึง 2 องศาเซลเซียส และศูนย์กระจายสินค้าเช่าแข็งซึ่งดำเนินการโดยผู้ให้บริการภายนอก ส่วนร้านไฮเปอร์มาร์เก็ตแต่ละแห่งของ CPRD จะมีห้องเก็บสินค้าที่มีพื้นที่เฉลี่ยมากกว่า 250 ตร.ม. และมีความสูงมากกว่า 5.5 เมตร (ทั้งนี้ไม่รวมถึงร้านค้าที่ CPRD ได้มีการเช่าจากผู้อื่น และจำเป็นต้องปรับรูปแบบของร้านค้าเพื่อให้เหมาะสมกับพื้นที่ที่มี)

CPRD จะเป็นผู้ดำเนินงานระบบการกระจายสินค้าและเครือข่ายงานด้านโลจิสติกส์ (distribution and logistics network) เองเป็นส่วนใหญ่ในประเทศมาเลเซีย ทั้งนี้ ณ วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 CPRD มีหน่วยรถบรรทุกสินค้าเพื่อขนส่งสินค้าออกจากหรือไปยังศูนย์กระจายสินค้า ร้านค้า และคลังสินค้า โดยหน่วยรถบรรทุกสินค้าดังกล่าวประกอบไปด้วยรถบรรทุกเพื่อขนส่งสินค้าทางไกลทางตอนเหนือและตอนใต้ของประเทศมาเลเซียจำนวน 20 คัน รถบรรทุกสินค้าสำหรับการขนส่งสินค้าทางตะวันออกจำนวน 5 คัน รถบรรทุกขนถ่ายสินค้า (prime mover) จำนวน 62 คัน รถพ่วงสำหรับสินค้าอุณหภูมิปกติจำนวน 52 คัน (ambient trailer) และรถพ่วงสำหรับสินค้าแช่แข็งจำนวน 43 คัน (refrigerated trailer)

ทั้งนี้ เพื่อเป็นการส่งเสริมช่องทางออนไลน์ของ CPRD CPRD ยังได้มีการให้บริการระบบการกระจายสินค้าและเครือข่ายงานด้านโลจิสติกส์ (distribution and logistics network) แก่ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าในประเทศมาเลเซีย ซึ่งรวมถึงบริการขนถ่ายสินค้าผ่านศูนย์ (cross docking) การขนส่งผลิตภัณฑ์ การส่งสินค้าคืนผู้ค้า และบริการจัดการระบบการขนส่งสินค้า

ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าธุรกิจค้าปลีกในประเทศมาเลเซีย

ธุรกิจค้าปลีกในประเทศมาเลเซียของ CPRD มีการจัดซื้อสินค้าโดยตรงจากผู้ผลิตสินค้าแบรนด์เนม (brand name) ต่าง ๆ หลายราย ทั้งนี้ แม้ว่า CPRD มิได้จัดซื้อสินค้าจากผู้ผลิตและจัดจำหน่ายสินค้านั้นรายใดเป็นหลัก แต่ CPRD มีการจัดหาผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าที่ได้รับความนิยมในสัดส่วนที่สูง ทั้งนี้ CPRD พยายามลดต้นทุนในการจัดซื้อสินค้าจากผู้ผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าของ CPRD โดยการเจรจาต่อรองให้ได้ส่วนลดและสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมจากการจัดซื้อสินค้าในปริมาณสูง ทั้งนี้ การแพร่ระบาดของ COVID-19 สร้างแรงกดดันในการจัดหาสินค้าอย่างไม่เคยปรากฏมาก่อน ทำให้เกิดการหยุดชะงักและความล่าช้าในการผลิตและจัดหาสินค้า ซึ่งได้ส่งผลกระทบต่อและอาจจะส่งผลกระทบต่อเนื่องต่อการเคลื่อนไหวและการมีอยู่ของสินค้าหลายชนิด ทั้งนี้ จนถึงปัจจุบัน CPRD ยังไม่ประสบกับการหยุดชะงักอย่างรุนแรงของผู้ผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าของ CPRD จากผลของการแพร่ระบาดของ COVID-19 CPRD มีความสัมพันธ์ที่ดีในระยะยาวกับเครือข่ายผู้ผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าจำนวนมาก และในกรณีที่เกิดการขาดแคลนสินค้าไม่ว่าด้วยเหตุใด CPRD ก็สามารถจัดหาสินค้าชนิดเดียวกันหรือใกล้เคียงกันจากผู้ผลิตและจัดจำหน่ายสินค้านั้นรายอื่นได้ โดยใช้ประโยชน์จากเครือข่ายผู้ผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าจำนวนมากของ CPRD

ธุรกิจบริหารพื้นที่เช่าในศูนย์การค้าของ CPRD ในประเทศมาเลเซีย

ณ วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 ธุรกิจบริหารพื้นที่เช่าในศูนย์การค้าของ CPRD ในประเทศมาเลเซียประกอบด้วย

- การบริหารพื้นที่เช่าในศูนย์การค้า 57 แห่ง คิดเป็นพื้นที่ให้เช่าสุทธิถาวร (permanent net lettable area) รวมประมาณ 296,000 ตร.ม. โดยในจำนวนนี้ CPRD มีกรรมสิทธิ์ (freehold) หรือมีสิทธิการเช่าจากรัฐบาลมาเลเซีย (leasehold)¹⁴ ในศูนย์การค้าจำนวน 40 แห่ง และ
- อัตราการเช่าพื้นที่ (occupancy rate) อยู่ที่ประมาณร้อยละ 92 โดยคำนวณจากพื้นที่ให้เช่าสุทธิถาวร (permanent net lettable area)

ศูนย์การค้าของ CPRD ในประเทศมาเลเซีย

CPRD มีการบริหารพื้นที่เช่าในศูนย์การค้าในประเทศมาเลเซียสามประเภท เพื่อให้บริการกลุ่มลูกค้ากลุ่มต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

- **ศูนย์การค้าสำหรับครอบครัว (Family Malls)** — ได้แก่ ศูนย์การค้าขนาดใหญ่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นครอบครัว ให้บริการด้านการจับจ่ายใช้สอยและกิจกรรมบันเทิงอื่น ๆ หลายชนิด ผู้เช่าหลักของศูนย์การค้าประเภทนี้ ได้แก่ ร้านอาหาร ร้านเสื้อผ้าแฟชั่น ผู้ให้บริการทางการเงินและบริการอื่น ๆ และผู้ให้บริการด้านกิจกรรมเกี่ยวกับความบันเทิง ศูนย์การค้าประเภทนี้ของ CPRD ในประเทศมาเลเซียมีพื้นที่ให้เช่าสุทธิ (net lettable area) มากกว่า 6,000 ตร.ม. ณ วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 CPRD บริหารพื้นที่เช่าในศูนย์การค้าแบบ Family Malls จำนวน 23 แห่งในประเทศมาเลเซีย มีพื้นที่ให้เช่าสุทธิถาวร (permanent net lettable area) รวมประมาณ 197,000 ตร.ม.
- **ศูนย์การค้าชุมชน (Neighbourhood Malls)** — ได้แก่ ศูนย์การค้าขนาดกลางสำหรับลูกค้าให้แวะจับจ่ายสินค้าได้สะดวกและรวดเร็ว โดยเฉพาะสินค้าประเภทอาหาร โดยในศูนย์การค้าประเภทนี้ประกอบด้วยร้านอาหาร ร้านเครื่องดื่ม และร้านอาหารจานด่วนหลายประเภท (grab & go) แม้ว่าศูนย์การค้าประเภทนี้จะมีขนาดเล็กกว่าศูนย์การค้าสำหรับครอบครัว (Family Malls) แต่ก็มีร้านค้าที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมความบันเทิงสำหรับครอบครัว รวมถึงร้านเสื้อผ้าแฟชั่น และร้านค้าที่ให้บริการทางการเงินและบริการอื่น ๆ เช่นเดียวกัน ศูนย์การค้าชุมชน (Neighbourhood Malls) ของ CPRD มีพื้นที่ให้เช่าสุทธิ (net lettable area) ระหว่าง 3,000 ถึง 6,000 ตร.ม. ณ วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 CPRD บริหารพื้นที่เช่าในศูนย์การค้าชุมชน (Neighbourhood Malls) จำนวน 18 แห่งในประเทศมาเลเซีย มีพื้นที่ให้เช่าสุทธิถาวร (permanent net lettable area) รวมประมาณ 73,000 ตร.ม.
- **ศูนย์การค้าแบบ Service Malls** — ได้แก่ ศูนย์การค้าที่มีขนาดเล็กลงมา เน้นพื้นที่การจับจ่ายแบบครบครันในจุดเดียว (one-stop) เนื่องจากศูนย์การค้าประเภทนี้มีขนาดเล็ก จึงเน้นการจำหน่ายสินค้าและบริการที่ต้องใช้ในชีวิตประจำวัน รวมถึงร้านอาหาร ร้านให้บริการต่าง ๆ ที่ใช้ประจำวัน ร้านจำหน่ายเสื้อผ้า และพื้นที่เล่นสำหรับเด็ก ศูนย์การค้าแบบ Service Malls ของ CPRD ในประเทศมาเลเซีย มีพื้นที่ให้เช่าสุทธิ (net lettable area) ไม่เกิน 3,000 ตร.ม. ณ วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 CPRD บริหารพื้นที่เช่าในศูนย์การค้าแบบ Service Malls จำนวน 16 แห่งในประเทศมาเลเซีย มีพื้นที่ให้เช่าสุทธิถาวร (permanent net lettable area) รวมประมาณ 26,000 ตร.ม.

CPRD เลือกทำเลที่ตั้งศูนย์การค้าในพื้นที่ที่เหมาะสมทั่วคาบสมุทรมมาเลเซีย (Peninsula Malaysia) เพื่อให้ครอบคลุมพื้นที่ให้บริการและเข้าถึงลูกค้าได้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ และศูนย์การค้าส่วนใหญ่จะมีร้านไฮเปอร์มาร์เก็ตของ

¹⁴ ภายใต้กฎหมายประเทศมาเลเซีย กรรมสิทธิ์ (freehold) หมายถึง สิทธิในการใช้ที่ดินจากรัฐบาลประเทศมาเลเซียโดยผู้ถือกรรมสิทธิ์สามารถถือครองและใช้ที่ดินได้โดยไม่มีกำหนดระยะเวลา และ สิทธิการเช่า (leasehold) หมายถึง สิทธิในการใช้ที่ดินจากรัฐบาลประเทศมาเลเซียโดยมีกำหนดระยะเวลาไม่เกิน 99 ปี โดยผู้ถือครองที่ดินสามารถใช้ที่ดินจนกว่าจะหมดอายุสัญญาเช่า และหากไม่มีการขยายอายุหรือต่ออายุสัญญาเช่า ผู้ครอบครองที่ดินจะต้องคืนที่ดินดังกล่าวให้แก่ทางรัฐบาลประเทศมาเลเซีย โดยที่ทั้งกรรมสิทธิ์ (freehold) และสิทธิการเช่า (leasehold) สามารถทำการโอนได้

CPRD เป็นผู้เช่าหลัก CPRD มีการคัดเลือกทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมสำหรับศูนย์การค้าแห่งใหม่ทั่วประเทศมาเลเซียอย่างต่อเนื่อง โดยใช้หลักเกณฑ์การพิจารณาดังต่อไปนี้

- เป็นพื้นที่ที่มีประชากรอาศัยอยู่จำนวนมากและหนาแน่น
- เป็นทำเลที่โดดเด่น และสามารถเพิ่มจำนวนลูกค้าที่เข้าศูนย์การค้าได้
- สามารถเข้าถึงถนนหลักและระบบขนส่งมวลชนได้ และ
- มีพื้นที่ขนาดใหญ่สำหรับใช้เป็นที่ยอดรถและมีระบบโครงสร้างพื้นฐานที่ดี
- ผู้เช่าของศูนย์การค้าในประเทศมาเลเซีย

CPRD มีผู้เช่าหลายประเภทในศูนย์การค้าของ CPRD โดยสามารถแบ่งผู้เช่าออกเป็นสามกลุ่มใหญ่ ๆ ดังนี้

- **ผู้เช่าถาวร** — ผู้เช่าในกลุ่มนี้ทำสัญญาเช่าที่มีระยะเวลามากกว่าหนึ่งปีโดยจ่ายค่าเช่ารายเดือนในอัตราคงที่ หรือจ่ายค่าเช่าในอัตราแปรผันตามยอดขาย (ทั้งในรูปแบบที่มีและไม่มี การรับประกันค่าเช่าขั้นต่ำ) ทั้งนี้ สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 รายได้จากผู้เช่ากลุ่มนี้มีจำนวน 146 ล้านริงกิตมาเลเซีย (1,089 ล้านบาท) (คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 71.6 ของรายได้ทั้งหมดของศูนย์การค้าในประเทศมาเลเซีย)
- **ผู้เช่าชั่วคราว** — ผู้เช่าชั่วคราวทำสัญญาเช่าที่มีระยะเวลาน้อยกว่าหนึ่งปี และมีอัตราการเปลี่ยนผู้เช่าสูง ซึ่งทำให้ CPRD สามารถปรับการนำเสนอสินค้าและบริการใหม่ ๆ ตามความต้องการของลูกค้าได้ ผู้เช่ากลุ่มนี้จะตั้งร้านเป็นแผงลอยหรือเป็นร้านขนาดเล็ก สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 รายได้ของ CPRD จากผู้เช่ากลุ่มนี้มีจำนวน 40 ล้านริงกิตมาเลเซีย (296 ล้านบาท) (คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 19.6 ของรายได้ทั้งหมดของศูนย์การค้าในประเทศมาเลเซีย)
- **ศูนย์อาหาร** — CPRD ทำสัญญาบริการกับผู้รับสิทธิดำเนินการศูนย์อาหารในศูนย์การค้าของ CPRD ในประเทศมาเลเซีย โดยสัญญาเช่ามีระยะเวลาเฉลี่ย 1 ปี ศูนย์อาหารเป็นจุดที่ช่วยรักษาปริมาณลูกค้าที่เข้าใช้บริการศูนย์การค้าและผู้เช่ารายอื่นของศูนย์การค้า เนื่องจากลูกค้านิยมไปศูนย์การค้าเพื่อรับประทานอาหารที่ศูนย์อาหาร ซึ่งมีราคาเหมาะสม สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 รายได้ของ CPRD จากผู้เช่ากลุ่มนี้มีจำนวน 18 ล้านริงกิตมาเลเซีย (133 ล้านบาท) (คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 8.8 ของรายได้ทั้งหมดของศูนย์การค้าในประเทศมาเลเซีย)

ผู้เช่าถาวรสร้างกระแสรายได้ที่มั่นคงให้กับศูนย์การค้า ดังนั้นผู้เช่ากลุ่มนี้จึงเป็นส่วนสำคัญต่อความสำเร็จของธุรกิจบริหารพื้นที่เช่าในศูนย์การค้าของ CPRD ในประเทศมาเลเซีย โดยระยะเวลาการเช่าโดยเฉลี่ยของผู้เช่าถาวรอยู่ที่ประมาณ 2 ปี โดยผู้เช่าหลักรายใหญ่มีระยะเวลาการเช่าเฉลี่ย 3 ปี โดยในแต่ละปีจะมีพื้นที่เช่าที่สิ้นสุดอายุการเช่าประมาณ 1,000 หน่วยพื้นที่เช่า ผู้เช่าถาวรยังแบ่งเป็น 6 ประเภทได้ดังนี้

- **ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม** — ผู้เช่ากลุ่มนี้คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 14.6 ของพื้นที่ให้เช่าสุทธิถาวรที่ได้มีการปล่อยเช่า (occupied permanent net lettable area) ของศูนย์การค้าของ CPRD ในประเทศมาเลเซีย ณ วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 และคิดเป็นร้อยละ 23.4 ของรายได้จากผู้เช่าถาวรในประเทศมาเลเซียของ CPRD สำหรับรอบปีสิ้นสุดวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564

- **ธุรกิจสุขภาพและความงาม** — ผู้เช่ากลุ่มนี้คิดเป็นร้อยละ 5.5 ของรายได้จากพื้นที่ให้เช่าสุทธิถาวรที่ได้มีการปล่อยเช่า (occupied permanent net lettable area) ในประเทศมาเลเซีย ณ วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 และคิดเป็นร้อยละ 16.1 ของรายได้จากผู้เช่าถาวรในประเทศมาเลเซียของ CPRD สำหรับรอบปีสิ้นสุดวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564
- **ธุรกิจ DIY และสินค้าเกี่ยวกับบ้าน** — ผู้เช่ากลุ่มนี้คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 32.4 ของพื้นที่ให้เช่าสุทธิถาวรที่ได้มีการปล่อยเช่า (occupied permanent net lettable area) ของศูนย์การค้าของ CPRD ในประเทศมาเลเซีย ณ วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 และคิดเป็นร้อยละ 14.6 ของรายได้จากผู้เช่าถาวรในประเทศมาเลเซียของ CPRD สำหรับรอบปีสิ้นสุดวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564
- **ธุรกิจเสื้อผ้าแฟชั่น** — ผู้เช่ากลุ่มนี้คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 17.0 ของพื้นที่ให้เช่าสุทธิถาวรที่ได้มีการปล่อยเช่า (occupied permanent net lettable area) ของศูนย์การค้าของ CPRD ในประเทศมาเลเซีย ณ วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 และคิดเป็นร้อยละ 15.9 ของรายได้จากผู้เช่าถาวรในประเทศมาเลเซียของ CPRD สำหรับรอบปีสิ้นสุดวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564
- **ธุรกิจบริการ** — ผู้เช่ากลุ่มนี้คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 11.4 ของพื้นที่ให้เช่าสุทธิถาวรที่ได้มีการปล่อยเช่า (occupied permanent net lettable area) ของศูนย์การค้าของ CPRD ในประเทศมาเลเซีย ณ วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 และคิดเป็นร้อยละ 21.0 ของรายได้จากผู้เช่าถาวรในประเทศมาเลเซียของ CPRD สำหรับรอบปีสิ้นสุดวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564
- **ธุรกิจความบันเทิง ธุรกิจกีฬาและอื่น ๆ** — ผู้เช่ากลุ่มนี้คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 19.1 ของพื้นที่ให้เช่าสุทธิถาวรที่ได้มีการปล่อยเช่า (occupied permanent net lettable area) ของศูนย์การค้าของ CPRD ในประเทศมาเลเซีย ณ วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 และคิดเป็นร้อยละ 9.0 ของรายได้จากผู้เช่าถาวรในประเทศมาเลเซียของ CPRD สำหรับรอบปีสิ้นสุดวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564

บริษัทร่วมและกิจการร่วมค้า

ที่ผ่านมา CPRD ได้มีการลงทุนกับบริษัทร่วมและกิจการร่วมค้า และจะยังคงแสวงหาโอกาสการลงทุนดังกล่าวต่อไป การแบ่งปันผลกำไรจากกิจการร่วมค้าและบริษัทร่วมคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 9.8 และร้อยละ 44.0 ของกำไรหลังจากหักส่วนของผู้ถือหุ้นส่วนน้อยของ CPRD สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2562 และ 2563 ตามลำดับ ตามข้อมูลทางการเงินเสมือน (pro forma financial information) ตารางต่อไปนี้แสดงถึงบริษัทร่วมและกิจการร่วมค้าที่สำคัญของ CPRD ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 ตามข้อมูลทางการเงินเสมือน (pro forma financial information)

บริษัท	ประเทศ	สัดส่วนการถือหุ้น	ธุรกิจ
กองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์ และสิทธิการเช่าโลตัสส์ รีเทล โกรท	ประเทศไทย	ร้อยละ 25	กองทุนรวมจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยซึ่งลงทุนในศูนย์การค้า 23 แห่งทั่วประเทศไทย
บริษัท รีเทล พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด	ประเทศไทย	ร้อยละ 50	ให้เช่าที่ดินและอาคารซึ่งเป็นที่ตั้งของร้านไฮเปอร์มาร์เก็ตสาขาบางปะกอก
บริษัท ซินเนอร์จิสติก พร็อพเพอร์ตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด	ประเทศไทย	ร้อยละ 49.99	โครงการศูนย์การค้าและอสังหาริมทรัพย์อื่น ๆ ที่เมืองพัทยา
บริษัท โลตัสส์ มั่นใจ เซอร์วิสเซส จำกัด	ประเทศไทย	ร้อยละ 50	บริการทางการเงินและธุรกิจประกัน

ปัจจัยความเสี่ยง

1. การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือ COVID-19 ทำให้เกิดการหยุดชะงักของเศรษฐกิจครั้งใหญ่ทั้งในระดับโลกและระดับภูมิภาค รวมถึงในประเทศไทยและประเทศมาเลเซีย ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อในทางลบต่อ CPRD

การแพร่ระบาดของ COVID-19 ทำให้เกิดการหยุดชะงักของเศรษฐกิจครั้งใหญ่ทั้งในระดับโลกและระดับภูมิภาค รวมถึงในประเทศไทยและประเทศมาเลเซีย ซึ่งรัฐบาลไทยและรัฐบาลมาเลเซียได้มีการประกาศใช้มาตรการต่าง ๆ เพื่อควบคุมการแพร่ระบาดของ COVID-19 เช่น การปิดสถานประกอบการเป็นการชั่วคราว การลดระยะเวลาทำการ การปิดพื้นที่ที่มีความเสี่ยงสูงต่อการแพร่ระบาด การใช้มาตรการจำกัดการเดินทาง การระงับกิจกรรมทางธุรกิจ การกำหนดข้อบังคับในเรื่องการกักตัวและการเว้นระยะห่างทางสังคม และการห้ามจัดกิจกรรมขนาดใหญ่ โดยมาตรการต่าง ๆ ดังกล่าวส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยและประเทศมาเลเซียอย่างมีนัยสำคัญ ตลอดจนภาคการผลิตและห่วงโซ่อุปทาน (supply chain) และการดำเนินงานของบริษัทต่าง ๆ ทั้งในประเทศไทยและประเทศมาเลเซีย ซึ่งรวมถึง CPRD ด้วย แม้ว่าจะเริ่มมีการทยอยผ่อนปรนมาตรการต่าง ๆ เพื่อให้มีการเคลื่อนย้ายสินค้าและผู้คน และกิจการและสำนักงานต่าง ๆ ได้มีการทยอยกลับมาดำเนินธุรกิจและเปิดให้บริการ อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยและประเทศมาเลเซียได้ประสบกับการกลับมาแพร่ระบาดของ COVID-19 หลายระลอก รวมถึงมีการพบเชื้อ COVID-19 สายพันธุ์ใหม่ สำหรับประเทศไทยนั้น แม้ในช่วงแรกของการแพร่ระบาดจะได้รับผลกระทบที่มีความรุนแรงน้อยกว่าในประเทศอื่น ๆ อย่างไรก็ตาม การแพร่ระบาดของ COVID-19 ระลอกใหม่ได้ส่งผลกระทบต่ออย่างรุนแรงต่อประเทศไทยตั้งแต่เดือนธันวาคม 2563 ส่งผลให้มีการปิดร้านค้าและศูนย์การค้าทั้งหมดหรือบางส่วนของ CPRD ในหลายพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบ มาตรการดังกล่าวทำให้เกิดการหยุดชะงักของการดำเนินธุรกิจตามปกติทั้งภายในและภายนอกพื้นที่ที่มีการแพร่ระบาดของ COVID-19 ทั้งนี้ คณะผู้บริหารของ CPRD ได้มีการติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิดและให้ความร่วมมือกับทางรัฐบาลท้องถิ่นในการดำเนินการให้มีการจัดจำหน่ายอาหารให้เพียงพอ และลดผลกระทบต่อธุรกิจของ CPRD ให้มากที่สุดเท่าที่จะสามารถกระทำได้

มาตรการควบคุมการแพร่ระบาดประกอบกับผลกระทบจากการหยุดชะงักของธุรกิจในประเทศไทยและในบางส่วนของประเทศมาเลเซียเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อธุรกิจของ CPRD ซึ่งรวมถึง

- รายได้จากการขายของ CPRD ในประเทศไทยลดลงจำนวน 8,364 ล้านบาท หรือร้อยละ 4.9 จาก 171,326 ล้านบาทสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 29 กุมภาพันธ์ 2563 เป็น 162,962 ล้านบาทสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564
- การลดลงของรายได้จากการให้เช่าและให้บริการจากธุรกิจบริหารพื้นที่เช่าในศูนย์การค้าในประเทศไทยและประเทศมาเลเซีย ซึ่งเป็นผลมาจากการลดลงของอัตราการเช่าพื้นที่ (occupancy rate) การยกเว้น และการลดค่าเช่า ซึ่งทำให้รายได้จากการให้เช่าและให้บริการของ CPRD ในประเทศไทยลดลงร้อยละ 24.1 จากจำนวน 12,739 ล้านบาทสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 29 กุมภาพันธ์ 2563 เป็น 9,670 ล้านบาทสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 ในส่วนของ ประเทศ มา เล เซีย รายได้จากการให้เช่าและให้บริการของ CPRD ลดลงร้อยละ 26.4 จาก 277 ล้านริงกิตมาเลเซีย (2,066 ล้านบาท) สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 29 กุมภาพันธ์ 2563 เหลือ 204 ล้านริงกิตมาเลเซีย (1,518 ล้านบาท) สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564

ทั้งนี้ บริษัทฯ ไม่สามารถรับประกันได้ว่าผลประกอบการของ CPRD ในอนาคตจะดีขึ้น และยังมีความเป็นไปได้ว่าอาจมีการกลับมาของการแพร่ระบาดของเชื้อ COVID-19 สายพันธุ์ใหม่ ซึ่งรวมถึงสายพันธุ์ที่อาจทำให้ประสิทธิภาพระดับการป้องกันของวัคซีนลดลงซึ่งอาจนำไปสู่การล็อกดาวน์หรือมาตรการควบคุมอื่น ๆ ในอนาคต อย่างไรก็ตาม แม้ว่าจะสามารถควบคุมการแพร่ระบาดของ COVID-19 ได้ในที่สุด และผลกระทบจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 ลดลง แต่ CPRD ก็ยัง

จำเป็นต้องหาโอกาสในการเติบโตให้กับธุรกิจ ทั้งนี้ เพื่อตอบสนองต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น การจับจ่ายสินค้าในร้านค้าปลีกที่มีขนาดเล็กซึ่งอยู่ในละแวกใกล้เคียง และการจับจ่ายสินค้าทางออนไลน์มากขึ้น ทำให้ CPRD ต้องมีการลงทุนอย่างมีนัยสำคัญเพื่อขยายร้านค้าปลีกที่มีขนาดเล็ก สร้างความเติบโตของยอดขายทางช่องทางออนไลน์ และปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานระบบ IT ของ CPRD เช่น เว็บไซต์และแอปพลิเคชันบนอุปกรณ์พกพา ตลอดจนโครงการลงทุนอื่น ๆ ซึ่งหาก CPRD ไม่สามารถใช้ประโยชน์จากโอกาสทางธุรกิจที่เกิดขึ้น อาจทำให้รายได้ของ CPRD ลดลง และผลประโยชน์ของการของ CPRD ในอนาคตอาจน้อยกว่าที่ได้คาดการณ์ไว้

ทั้งนี้ แม้ว่า CPRD จะมีการดำเนินมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดต่าง ๆ แต่การแพร่ระบาดของ COVID-19 ระลอกล่าสุดได้ส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานของ CPRD เนื่องจากการพบกลุ่มผู้ติดเชื้อใหม่หรือคลัสเตอร์ (cluster) ในศูนย์กระจายสินค้าของ CPRD รวมถึงศูนย์กระจายสินค้าบางตัวของสำหรับธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทยที่ CPRD ได้มีการปิดทำการเป็นเวลาสองสัปดาห์ และร้านค้าบริเวณใกล้เคียงหลายแห่ง และมีความเสี่ยงในการติดเชื้อของพนักงาน ลูกค้า รวมไปถึงในร้านค้า ศูนย์การค้า และสถานประกอบการส่วนอื่นของ CPRD ที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้รัฐบาลมีคำสั่งปิดทำการ หรือลดชั่วโมงทำการของร้านค้าและศูนย์การค้าบางแห่งของ CPRD ซึ่งทำให้ยอดขายและรายได้ของ CPRD ลดลง ทั้งนี้ แม้ว่าบริษัท เห็นว่า CPRD มีการดำเนินการตอบสนองต่อสถานการณ์แพร่ระบาดอย่างรวดเร็วและเป็นไปตามแนวทางของรัฐบาล แต่หากในอนาคตสังคมมีทัศนคติว่า CPRD ไม่ได้มีการดำเนินการตอบสนองอย่างเหมาะสม เหตุการณ์ดังกล่าวอาจส่งผลเสียต่อชื่อเสียงของแบรนด์สินค้าและร้านค้าของ CPRD ซึ่งอาจทำให้ CPRD สูญเสียยอดขายและอาจถูกฟ้องร้องจากพนักงาน ลูกค้า ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายสินค้า หน่วยงานกำกับดูแลหรือบุคคลอื่น หากมาตรการที่ CPRD นำมาใช้ในที่สุดแล้ว เป็นมาตรการที่ไม่มีประสิทธิภาพหรือหากลูกค้าของ CPRD ไม่ปฏิบัติตามมาตรการเว้นระยะห่างทางสังคมหรือมาตรการด้านความปลอดภัยอื่น ๆ อาจทำให้เกิดความเสี่ยงต่อสุขภาพของพนักงานและลูกค้าของ CPRD การติดเชื้อ COVID-19 ในอนาคตในร้านค้าหรือในศูนย์การค้าของ CPRD อาจส่งผลให้เกิดการขาดแคลนแรงงานชั่วคราวหรือต่อเนื่อง การปิดสถานประกอบการ หรือลดระยะเวลาทำการของร้านค้า ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อธุรกิจในทางลบต่อธุรกิจและผลประโยชน์ของการของ CPRD โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลกระทบต่อในทางลบที่อาจเกิดขึ้นทางด้านสุขภาพของคณะผู้บริหารหรือบุคลากรหลักของ CPRD หรือคณะผู้บริหารหรือบุคลากรหลักของผู้ผลิตและจัดจำหน่ายของ CPRD ทั้งนี้ หากคณะผู้บริหารหรือบุคลากรหลักของ CPRD หรือของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายของ CPRD ที่ได้รับผลกระทบมีจำนวนมาก อาจส่งผลกระทบต่อความสามารถของ CPRD หรือของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายของ CPRD ในการประกอบธุรกิจอย่างต่อเนื่องในช่วงเวลาที่ยากลำบากดังกล่าว นอกจากนี้ ความเชื่อของลูกค้าว่าตนเองติดเชื้อ COVID-19 ที่ร้านค้าหรือศูนย์การค้าแห่งหนึ่งแห่งใดของ CPRD หรือความเชื่อที่ว่า CPRD ไม่ได้มีมาตรการที่เหมาะสมในการป้องกันการแพร่ระบาดของ COVID-19 ในร้านค้าหรือศูนย์การค้าของ CPRD อาจส่งผลให้เกิดการฟ้องคดีที่อาจใช้เวลาและมีค่าใช้จ่ายสูง และหรืออาจมีผลกระทบต่อชื่อเสียงของ CPRD

ปัจจัยและความไม่แน่นอนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการแพร่ระบาดของ COVID-19 รวมถึง (แต่ไม่จำกัดเพียง) กรณีต่อไปนี้

- ระดับความรุนแรงและระยะเวลาของการแพร่ระบาดของ COVID-19 รวมถึงการแพร่ระบาดระลอกใหม่ในพื้นที่ซึ่ง CPRD เข้าไปประกอบการ หรือที่ส่งผลกระทบต่อพนักงานของ CPRD จากระยะเวลาการแพร่ระบาดที่ยาวนานขึ้น หรือการเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วของจำนวนผู้ติดเชื้อ COVID-19 เชื้อ COVID-19 สายพันธุ์ใหม่ หรือไวรัสสายพันธุ์อื่นที่เกี่ยวข้องในอนาคต หรือปัจจัยอื่น ๆ
- มาตรการควบคุมเพิ่มเติมของรัฐบาลที่อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจของ CPRD
- ปัจจัยทางเศรษฐกิจมหภาคที่เปลี่ยนแปลง รวมถึงความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจโดยรวม อัตราการว่างงาน และแรงกดดันจากเศรษฐกิจที่ถดถอย

- ผลกระทบที่ไม่อาจคาดการณ์ได้ต่อประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ โครงการใหม่ และแผนงานขยายธุรกิจของ CPRD ที่เกิดจากการที่ CPRD ต้องใช้เวลาและทรัพยากรจำนวนมากในการดำเนินการตอบสนองต่อการแพร่ระบาดของโรค
- ความรวดเร็วในการฟื้นตัวของเศรษฐกิจหลังจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 บรรเทาผล
- ผลกระทบของการแพร่ระบาดของ COVID-19 ต่อธุรกิจและผลประกอบการของผู้เช่าในศูนย์การค้าของ CPRD
- ผลกระทบของการแพร่ระบาดของ COVID-19 ต่อการจัดหาสินค้า ต้นทุน และสินค้าคงคลังของผลิตภัณฑ์ที่ CPRD วางจำหน่ายในร้านค้าของ CPRD และ
- ผลกระทบในระยะยาวของการแพร่ระบาดของ COVID-19 ต่อธุรกิจของ CPRD ตลอดจนพฤติกรรมของผู้บริโภค ตัวอย่างเช่น CPRD ได้สังเกตเห็นความเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมของผู้บริโภคในช่วงของการแพร่ระบาดซึ่งหันไปจับจ่ายสินค้าในร้านค้าที่มีขนาดเล็กซึ่งอยู่ในละแวกใกล้เคียงแทนการจับจ่ายสินค้าในร้านค้าที่มีขนาดใหญ่ และการเติบโตอย่างมีนัยสำคัญของยอดขายทางช่องทางออนไลน์ ซึ่ง CPRD อาจไม่สามารถตอบสนองหรือปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงภายในเวลาอันเหมาะสมหากการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมของผู้บริโภคนั้นกลายเป็นพฤติกรรมที่ถาวร หรือเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว หรือในลักษณะที่แตกต่างไปจากที่ CPRD คาดการณ์ไว้

ระดับของผลกระทบของการแพร่ระบาดของ COVID-19 หรือการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อหรือโรคติดต่อชนิดอื่นที่รุนแรงในอนาคตซึ่งมีผลต่อธุรกิจ ผลประกอบการ และฐานะทางการเงินของ CPRD นั้นขึ้นอยู่กับแนวโน้มการพัฒนาการของเหตุการณ์ดังกล่าวในอนาคต ซึ่งไม่มีความแน่นอนอย่างยิ่ง ทั้งนี้ รวมถึงขอบเขต ความรุนแรง และระยะเวลาของการแพร่ระบาด การดำเนินการเพื่อควบคุมการแพร่ระบาดหรือการบรรเทาผลกระทบ รวมถึงการฉีดวัคซีน COVID-19 ผลกระทบจากการผ่อนคลายหรือยกเลิกมาตรการควบคุมที่มีอยู่อย่างรวดเร็วเกินไป และผลกระทบทางเศรษฐกิจทั้งทางตรงและทางอ้อมจากการแพร่ระบาด และมาตรการควบคุมที่นำมาใช้ รวมถึงปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ ผลกระทบของการแพร่ระบาดของ COVID-19 ที่จะดำเนินต่อไปเป็นสิ่งที่ไม่สามารถคาดหมายได้ยากและมีความผันแปรสูง ซึ่งอาจส่งผลกระทบในทางลบอย่างมีนัยสำคัญต่อธุรกิจ ฐานะทางการเงิน และผลประกอบการของ CPRD และอาจส่งผลให้ความเสี่ยงอื่นมีผลรุนแรงยิ่งขึ้น

2. กระบวนการพิจารณาทางกฎหมายและทางปกครองที่สำคัญอาจมีผลกระทบในทางลบต่อธุรกิจของ CPRD

ในการประกอบธุรกิจของ CPRD CPRD ได้มีการเข้าไปเกี่ยวข้องกับกระบวนการพิจารณาทางกฎหมายและทางปกครองเป็นบางครั้ง และ CPRD ยังอาจถูกดำเนินคดีทางกฎหมายและทางปกครองอีกในอนาคต ทั้งนี้ คำตัดสินของกระบวนการพิจารณาทางกฎหมายดังกล่าวอาจทำให้ CPRD ต้องกระทำการ หรืองดกระทำการใด ๆ ซึ่งอาจส่งผลกระทบในทางลบต่อธุรกิจของ CPRD หรืออาจทำให้ CPRD ต้องจ่ายค่าชดเชยเป็นจำนวนมาก

ณ วันที่ของสารสนเทศฉบับนี้ มีกระบวนการพิจารณาทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับ CPRD ซึ่งอยู่ระหว่างการดำเนินคดีอยู่สองคดี โดยทั้งหมดเป็นคดีที่คณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า (“กขค.”) และสำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า (“สขค.”) ถูกฟ้องร้องเกี่ยวกับคำสั่งอนุญาตให้รวมธุรกิจซึ่งอนุญาตให้ CPRD เข้าซื้อกิจการของ Lotus TH โดยเมื่อวันที่ 9 มิถุนายน 2563 CPRD เข้าทำสัญญาเกี่ยวกับ Tesco เพื่อซื้อกิจการของ Lotus TH และ Lotus MY ซึ่งการเข้าซื้อกิจการดังกล่าวจะต้องได้รับคำสั่งอนุญาตจาก กขค. ตามพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2560 (“พ.ร.บ. การแข่งขันทางการค้า”) ต่อมาในเดือนพฤศจิกายน 2563 กขค. มีคำสั่ง (“คำสั่งของ กขค.”) อนุญาตให้ CPRD เข้าซื้อกิจการของ Lotus TH และในวันที่ 18 ธันวาคม 2563 CPRD และ Tesco ได้ดำเนินการซื้อขายกิจการเสร็จสมบูรณ์ตามคำสั่งของ กขค. อย่างไรก็ตามในเดือนมีนาคม 2564 องค์กรคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคได้แก่ มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค ร่วมกับองค์กรผู้บริโภคอื่น ๆ และบุคคลธรรมดาได้ยื่นฟ้อง (“คดีที่ฟ้องร้อง กขค.”) กขค. และ สขค. ต่อศาลปกครองกลาง (“ศาล”) โดยมีประเด็น

สำคัญคือ คำสั่งของ กขค. ออกโดยไม่ชอบด้วยกฎหมาย เนื่องจากไม่ปฏิบัติตามขั้นตอนบางประการที่กฎหมายกำหนด และ กขค. ใช้ดุลยพินิจในการออกคำสั่งดังกล่าวโดยไม่เหมาะสมและไม่ชอบด้วยกฎหมาย ผู้ฟ้องคดีจึงขอให้ศาลมีคำพิพากษาเพิกถอนคำสั่งของ กขค. หรือขอให้ศาลกำหนดเงื่อนไขประกอบคำสั่งของ กขค. เพิ่มเติม ดังต่อไปนี้

- ให้ CPRD ขยายกิจการหรือทรัพย์สินบางส่วนเพื่อลดผลกระทบจากการมีอำนาจเหนือตลาด และต้องปรับสัดส่วนให้มี ส่วนแบ่งการตลาดไม่เกินร้อยละ 50
- ห้าม CPRD ขยายสาขาเพิ่มขึ้นภายในเวลา 10 ปี ภายหลังจากการรวมธุรกิจ และ
- ให้เพิ่มเงื่อนไขด้านระยะเวลาที่กำหนดไว้ในคำสั่งของ กขค. โดยให้ขยายเวลาในเงื่อนไขข้อ 2¹⁵ จากเดิม 5 ปี เป็น 10 ปี และข้อ 4¹⁶ จากเดิม 2 ปี เป็น 5 ปี

อนึ่ง แม้ CPRD และ Lotus TH ไม่ได้เป็นผู้ถูกฟ้องคดีโดยตรงในคดีฟ้องร้อง กขค. แต่ศาลเห็นว่าคำพิพากษาในคดี นี้มีความเกี่ยวข้องกับ CPRD และ Lotus TH จึงมีคำสั่งเรียก CPRD และ Lotus TH เข้ามาเป็นคู่ความฝ่ายที่ 3 (ผู้ร้องสอด) ในคดีฟ้องร้อง กขค. เพื่อให้ศาลได้รับทราบข้อมูลและข้อเท็จจริงที่เกี่ยวกับประเด็นของคดีของผู้ฟ้องคดีอย่างครบถ้วน

นอกจากนี้ ผู้ฟ้องคดียังได้ยื่นคำร้องขอให้ศาลมีคำสั่งให้ทุเลาการบังคับตามคำสั่งของ กขค. เป็นการชั่วคราวระหว่างการพิจารณาของศาล (“คำร้องของผู้ฟ้องคดี”) ซึ่งต่อมาในเดือนพฤษภาคม 2564 ศาลมีคำสั่งยกคำร้องของผู้ฟ้องคดี ดังกล่าวเนื่องจากในชั้นนี้ศาลเห็นว่าคำสั่งของ กขค. ออกโดยชอบตามขั้นตอนและหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ภายใต้ พ.ร.บ. การ แข่งขันทางการค้าฯ แล้ว ดังนั้น ศาลจึงวินิจฉัยว่ายังไม่มีความจำเป็นที่จะต้องคุ้มครองคำสั่งของ กขค. น่าจะไม่ชอบด้วยกฎหมาย ใดๆ ทั้งนี้ คำสั่งยกคำร้องของผู้ฟ้องคดีของศาลถือเป็นที่สุดและไม่สามารถอุทธรณ์ได้

ในส่วนของคดีฟ้องร้อง กขค. นั้น กขค. สขค. และ CPRD และ Lotus TH ได้ยื่นคำให้การโดยต่อสู้ในประเด็นต่าง ๆ รวมถึงการยกเหตุผลว่าคำสั่งของ กขค. นั้นชอบด้วยกฎหมายแล้ว เนื่องจากเป็นคำสั่งที่ออกตามขั้นตอนที่กฎหมายกำหนด ทุกประการ และ กขค. ได้ใช้ดุลยพินิจที่เหมาะสมกับข้อเท็จจริงอย่างรอบคอบและชอบด้วยกฎหมายในการออกคำสั่งดังกล่าว แล้ว

นอกจากคดีฟ้องร้อง กขค. ที่องค์กรคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคเป็นผู้ฟ้องคดีแล้ว ยังมีบุคคลซึ่งเป็นเจ้าของร้าน สะตวกซื้อท้องถิ่นรายหนึ่งยื่นฟ้องคดีต่อศาลเกี่ยวกับคำสั่งของ กขค. โดยมีประเด็นคำฟ้องและคำขอที่คล้ายคลึงกับคดี ฟ้องร้อง กขค. ดังนั้น ในเดือนมิถุนายน 2564 ศาลจึงมีคำสั่งรวมคดีนี้เข้ากับคดีฟ้องร้อง กขค. เป็นคดีเดียวกัน หนึ่ง ณ วันจัดทำเอกสารฉบับนี้ คดีฟ้องร้อง กขค. อยู่ระหว่างการพิจารณาของศาลในขั้นตอนการแสวงหาข้อเท็จจริง ทั้งนี้ มีความเป็นไปได้ว่าศาลอาจมีคำพิพากษาภายในปี 2564 เนื่องจากศาลได้พิจารณาให้คดีฟ้องร้อง กขค. เป็นคดีที่ต้องดำเนิน กระบวนพิจารณาโดยเร่งด่วน อย่างไรก็ตามก็ดี คู่ความสามารถอุทธรณ์คำพิพากษาของศาลต่อศาลปกครองสูงสุดได้ภายใน 30 วัน นับจากวันรับฟังคำพิพากษา ระยะเวลาการยื่นอุทธรณ์ดังกล่าวไม่สามารถขยายได้ และคำพิพากษาของศาลปกครองสูงสุดถือเป็นที่สุด

¹⁵ ให้ CPALL และ Ek-Chai เพิ่มสัดส่วนของยอดขายสินค้าที่มาจากผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ประกอบด้วย กลุ่มสินค้าเกษตร สินค้าเกษตรชุมชน สินค้าวิสาหกิจชุมชนหรือผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น (OTOP) และกลุ่มสินค้าอื่น ๆ ของร้านเซเว่น อีเลฟเว่น และ เทสโก้ สโตร์ส รวมกันทุกรูปแบบ ในอัตราเพิ่มขึ้น จากปีที่ผ่านมาไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ต่อปี เป็นระยะเวลา 5 ปี โดยให้ใช้หลักเกณฑ์ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ตามความในกฎหมายว่าด้วยการกำหนดลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

¹⁶ ให้ Ek-Chai คงไว้ซึ่งเงื่อนไขของสัญญาและข้อตกลงระหว่างผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายสินค้าหรือวัตถุดิบรายเดิมที่ได้มีการทำสัญญาหรือข้อตกลงไว้ เป็นระยะเวลา 2 ปี เว้นแต่เป็นการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขของสัญญาที่เป็นคุณหรือเป็นประโยชน์และต้องได้รับการยินยอมจากผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายสินค้าหรือ วัตถุดิบรายเดิมด้วย

บริษัทฯ เห็นว่า คำสั่งของ กขค. นั้นชอบด้วยกฎหมาย เนื่องจาก กขค. เป็นหน่วยงานตามกฎหมายที่มีอำนาจออกคำสั่งอนุญาตให้ CPRD เข้าซื้อกิจการของ Lotus TH และ CPRD ได้ยื่นคำขออนุญาตการรวมธุรกิจและเอกสารหลักฐานประกอบคำขออนุญาตเพื่อประกอบการพิจารณาของ กขค. ตามขั้นตอนที่กฎหมายกำหนดครบถ้วนแล้ว และบริษัทฯ ยังเห็นว่า กขค. ได้พิจารณาข้อมูลทั้งหมดและออกคำสั่งของ กขค. โดยชอบและได้ปฏิบัติตามขั้นตอนที่กฎหมายกำหนดทุกประการ ดังนั้น บริษัทฯ เห็นว่าศาลไม่น่าจะพิพากษาเพิกถอนคำสั่งของ กขค. อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ไม่สามารถรับประกันถึงผลคำพิพากษาดังกล่าวของศาลได้ หรือรับประกันได้ว่าผลคำพิพากษาดังกล่าวจะเป็นผลดีต่อบริษัทฯ

นอกจากนี้ แม้ว่าศาลจะพิพากษาเพิกถอนคำสั่งของ กขค. ก็ตาม บริษัทฯ เห็นว่าศาลในคดีนี้และ กขค. ไม่มีเหตุทางกฎหมายที่จะสั่งยกเลิกหรือสั่งให้การเข้าซื้อกิจการของ Lotus TH โดย CPRD เป็นโมฆะ หรือจะสั่งลงโทษปรับทางปกครองตามพ.ร.บ.การแข่งขันทางการค้าฯ กับ CPRD ได้ เนื่องจาก CPRD ได้เข้าซื้อกิจการของ Lotus TH เสร็จสิ้นและปฏิบัติตามกฎหมายครบถ้วนโดยสุจริตภายหลังจากที่ CPRD ได้รับทราบคำสั่งของ กขค. ซึ่งมีผลผูกพันตามกฎหมาย ณ เวลาที่เข้าซื้อกิจการ อย่างไรก็ตาม หากศาลพิพากษาเพิกถอนคำสั่งของ กขค. แล้วทาง กขค. อาจมีคำสั่งให้ CPRD ยื่นคำขออนุญาตเข้าซื้อกิจการ Lotus TH ใหม่ ทั้งนี้ บริษัทฯ ไม่สามารถรับประกันได้ว่า กขค. จะออกคำสั่งอนุญาตใหม่ หรือ กขค. จะกำหนดเงื่อนไขเพิ่มเติมจากเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในคำสั่งของ กขค. ฉบับเดิมหรือไม่ และ CPRD จะสามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขเพิ่มเติมของคำสั่งอนุญาตใหม่ของ กขค. ได้โดยสมบูรณ์หรือไม่ ทั้งนี้ ไม่ว่ากรณีจะเป็นประการใดก็ตาม หาก CPRD ไม่เห็นพ้องกับคำวินิจฉัยหรือคำสั่งอนุญาตใหม่ของ กขค. ดังกล่าว CPRD มีสิทธิอุทธรณ์คำวินิจฉัยหรือคำสั่งอนุญาตใหม่ของ กขค. ต่อศาลภายในระยะเวลาที่กฎหมายกำหนดได้

แม้ว่าบริษัทฯ จะเห็นว่าผลของคดีฟ้องร้อง กขค. จะไม่ส่งผลกระทบต่อความสมบูรณ์ของการที่บริษัทฯ เข้าซื้อกิจการของ CPRD แต่หาก กขค. กำหนดเงื่อนไขเพิ่มเติม การที่ CPRD จะต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขดังกล่าวอาจมีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันของ CPRD และอาจทำให้เกิดต้นทุนและค่าใช้จ่ายอย่างมีนัยสำคัญ และคดีฟ้องร้อง กขค. อาจทำให้ผู้บริหารบางส่วนและบุคลากรหลักของบริษัทฯ ต้องใช้เวลาอย่างมีนัยสำคัญในกระบวนการพิจารณาคดี ซึ่งอาจมีผลกระทบในทางลบต่อการบริหารจัดการธุรกิจและแผนการขยายธุรกิจของบริษัทฯ