

## ส่วนที่ 1 : การประกอบธุรกิจ

## 1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

## 1.1 วิสัยทัศน์และพันธกิจของเรา

คณะกรรมการบริษัทได้ทบทวนวิสัยทัศน์ พันธกิจ พันธสัญญา ค่านิยมองค์กร เมื่อวันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2558 ดังนี้



## 1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนากิจการที่สำคัญ

### พ.ศ. 2554

- บิ๊กซีซื้อกิจการคาร์ฟูร์ในประเทศไทย (จำนวน 43 สาขา) และได้ต่อยอดการเป็นผู้นำร่วมในการดำเนินธุรกิจไฮเปอร์มาร์เก็ตในประเทศไทย
- คาร์ฟูร์ จำนวน 15 สาขาได้ถูกเปลี่ยนชื่อเป็นบิ๊กซีเอ็กซ์ตร้า ซึ่งเป็นห้างไฮเปอร์ มาร์เก็ตรูปแบบใหม่ระดับพรีเมียม โดยกำหนดเป้าหมายลูกค้าที่มีรายได้ระดับกลางถึงสูง
- เปิดตัวบิ๊กซีจัมโบ้ ซึ่งเป็นร้านค้ารูปแบบใหม่ที่มีขนาดใหญ่ กำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นครอบครัวขนาดใหญ่ ร้านค้าปลีกขนาดเล็ก โรงแรมและกลุ่มผู้ประกอบการรายย่อย อาทิ โรงแรม ร้านอาหาร ธุรกิจจัดเลี้ยง สถาบันหรือครอบครัวขนาดใหญ่

### พ.ศ. 2555

- บริษัทจับมือกับ บมจ. บางจากปิโตรเลียม นำร้านค้ามินิบิ๊กซีไปเปิดให้บริการในสถานีบริการน้ำมันบางจากทั่วประเทศ โดยมีร้านค้ามินิบิ๊กซี 7 สาขาที่บริษัททดลองเปิดในสถานีบริการน้ำมันบางจาก
- บริษัทประสบความสำเร็จในการระดมทุนผ่านการเสนอขายหุ้นแบบจำเพาะเจาะจงจำนวน 26.4 ล้านหุ้น เมื่อเดือนพฤษภาคม 2555

### พ.ศ. 2556

- เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการฉลองครบรอบ 20 ปีของบริษัท บิ๊กซีเริ่มทำโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมโดยให้พนักงานเป็นผู้ริเริ่ม และนำบุคลากรจากชุมชนรอบข้างสาขามาทำโครงการร่วมกัน โดยเลือกโครงการที่ชุมชนนั้นๆ ให้ความสนใจ และมีความเหมาะสม
- เมื่อเมษายน 2556 บริษัทเข้าทำสัญญาให้ความร่วมมือเยี่ยงพันธมิตรทางธุรกิจคนพิเศษกับบางจาก ปิโตรเลียม โดยตั้งเป้าในการเปิดร้าน มินิบิ๊กซีในปั้มน้ำมันบางจาก
- เป็นตัวแทนบริษัทประกันภัยหลายรายเพื่อให้ลูกค้าสามารถเลือกสรรกรมธรรม์แบบง่ายแก่การสมัคร และคุ้มครองราคาอย่างหลากหลายรูปแบบ

### พ.ศ. 2557

- เป็นปีที่มีพัฒนาการด้านซัพพลายเชนอย่างมาก กล่าวคือ ไตรมาสที่ 2 เปิดศูนย์กระจายสินค้าสำหรับร้านค้ามินิบิ๊กซี ต่อมาในไตรมาสที่ 3 เปิดศูนย์เปลี่ยนถ่ายสินค้า พร้อมกับเริ่มสร้างศูนย์กระจายสินค้าสำหรับสินค้าประเภทอาหารสด
- เร่งการพัฒนาธุรกิจอี-คอมเมิร์ซ (การทำธุรกรรมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์) โดยในไตรมาสที่ 1 มีการตั้งบริษัทที่มุ่งเน้นด้วยวัตถุประสงค์ด้านอี-คอมเมิร์ซอย่างเดียวยกยได้ชื่อ ซีดีสเคท.ซีไอ.ทีเอช (Cdiscount.co.th) และต่อมาในไตรมาสที่ 3 ก็พยายามปรับโฉม และประสิทธิภาพของการขายออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ของบริษัท
- มีกิจกรรมเรื่องการกระชับค่าใช้จ่าย และพัฒนาประสิทธิภาพการทำงานในหลายด้าน
- มีการขยายสาขาในทุกประเภท ต่อเนื่องทั้งปี

## รางวัลและความภูมิใจ

**สถานที่จำหน่ายสินค้าเกษตร และอาหารคุณภาพภายใต้เครื่องหมาย Q**

บิกซีได้รับการรับรองจากสำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตร และอาหารแห่งชาติ :

มกอช. ให้เป็นสถานที่จำหน่ายสินค้าเกษตร และอาหารคุณภาพภายใต้เครื่องหมาย Q (ประเภทโมเดิร์นเทรด) ครอบคลุมในทุกสาขาของบิกซี

**อาหารปลอดภัย**

บิกซีได้รับการรับรองอาหารปลอดภัยจากกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์

**โล่ประกาศเกียรติคุณ : รางวัลความร่วมมือในการส่งเสริมการจำหน่ายสินค้า Q เป็นอย่างดี**

บิกซีได้รับโล่ประกาศเกียรติคุณจากสำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตร และอาหารแห่งชาติ : มกอช. ซึ่งเป็นรางวัลความร่วมมือในการส่งเสริมการจำหน่ายสินค้า Q เป็นอย่างดี ประจำปี 2557

**ห้องปฏิบัติการตรวจสอบสารพิษตกค้างในผักสด/ผลไม้สด ก่อนจำหน่าย**

บิกซีได้รับการขึ้นทะเบียนจากกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข

ให้เป็นหน่วยงานที่มีระบบตรวจสอบสารพิษตกค้างในผักสด/ผลไม้สด ก่อนจำหน่าย

**ระบบมาตรฐานวิธีการการผลิตตามหลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิตอาหาร (GMP)**

บิกซีผ่านการตรวจประเมินสถานที่ผลิตตามหลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิตอาหาร (GMP) ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 193) พ.ศ.2543 เรื่อง วิธีการผลิต เครื่องมือเครื่องใช้ในการผลิต และการเก็บรักษา ในขอบข่ายการผลิต ขนมปัง อาหารพร้อมปรุงและอาหารสำเร็จรูปที่พร้อมบริโภคทันที

**ห้างค้าปลีกยอดเยี่ยมอันดับหนึ่งของประเทศไทย**

บิกซีได้รับการโหวตคัดเลือกให้เป็น “ห้างค้าปลีกยอดเยี่ยมอันดับหนึ่งของประเทศไทย”

เป็นปีที่ 3 ติดต่อกันจากการสำรวจด้านการตลาด “Thailand's No. 1 Brand” โดยนิตยสาร Marketeer ที่ร่วมมือกับเอเจนซีด้านวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภค บริษัท วิดีโอรีเสิร์ช อินเตอร์เนชั่นแนล (ไทยแลนด์) จำกัด (VRIT) และมหาวิทยาลัยกรุงเทพ



#### ฮาลาล

บิกซีได้รับการรับรองจากสำนักงานคณะกรรมการอิสลามประจำกรุงเทพมหานคร ว่าการจำหน่ายชิ้นส่วนไก่ เป็ด ให้แก่ผู้บริโภคครบถ้วนตามเงื่อนไขการขอรับรอง “ฮาลาล”



#### ร้านขายยาดีเด่น ปี 2557

ร้านขายยาเพียว (Pure) ได้รับป้ายประกาศเกียรติคุณผู้ประกอบการร้านขายยาดีเด่น ปี 2557

ในโอกาสวันร้านขายยาแห่งชาติ ครั้งที่ 4 จากสมาคมเภสัชกรรมแห่งประเทศไทย



#### องค์กรภาคเอกชนที่สนับสนุนงานด้านคนพิการดีเด่น ปี 2557

บิกซีได้รับโล่ประกาศเกียรติคุณ องค์กรภาคเอกชนที่สนับสนุนงานด้านคนพิการดีเด่น ปี 2557 จากสำนักส่งเสริมคุณภาพคนพิการแห่งชาติ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ทั้งนี้เราได้รับรางวัลดังกล่าวติดต่อกัน 3 ปีซ้อน



#### สถานประกอบการดีเด่นด้านความปลอดภัยในด้านการดำเนินงาน ปี 2557

บิกซีได้รับโล่ประกาศเกียรติคุณในฐานะผู้ประกอบการดีเด่นด้านความปลอดภัยในด้านการดำเนินงาน ปี 2557 จากกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน กระทรวงแรงงาน



#### ผู้ประกอบการที่ให้การสนับสนุนงานกระทรวงพาณิชย์ดีเด่น ปี 2557

บิกซีได้รับโล่ประกาศเกียรติคุณผู้ประกอบการที่ให้การสนับสนุนงานงานกระทรวงพาณิชย์ดีเด่น ปี 2557 จากกระทรวงพาณิชย์



#### สถานประกอบกิจการดีเด่นด้านมาตรฐานแรงงานไทย ปี 2557

บิกซีได้รางวัลสถานประกอบกิจการดีเด่นด้านมาตรฐานแรงงานไทย ปี 2557

จากกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน กระทรวงแรงงาน



#### สถานประกอบกิจการดีเด่นด้านแรงงานสัมพันธ์และสวัสดิการแรงงาน ปี 2557

บิกซีได้รางวัลเกียรติยศ สถานประกอบกิจการดีเด่นด้านแรงงานสัมพันธ์และสวัสดิการแรงงาน ปี 2557 จากกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน กระทรวงแรงงาน



**สถานประกอบกิจการดีเด่นด้านการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับผู้พิการ ประจำปี 2557**

บิกซีได้รับรางวัลสถานประกอบกิจการดีเด่นด้านการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับผู้พิการ ประจำปี 2557 จากกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์



**รางวัลลดสถิติอุบัติเหตุจากการทำงานให้เป็นศูนย์ ปี 2557**

บิกซีได้รับรางวัลลดสถิติอุบัติเหตุจากการทำงานให้เป็นศูนย์ ปี 2557 จากกรมสวัสดิการ และคุ้มครองแรงงาน



**ประกาศเกียรติคุณสถานที่การจัดและจำหน่ายกระเช้าของขวัญปีใหม่ ที่ถูกต้องตามหลักของกรุงเทพฯ ปี 2557**

บิกซีได้รับประกาศเกียรติคุณจากสำนักงานกรุงเทพมหานคร ในการเป็นสถานประกอบการที่มีการจัดและจำหน่ายกระเช้าของขวัญปีใหม่ถูกต้องตามหลักเกณฑ์ของกรุงเทพมหานคร ปี 2557

### 1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของบริษัท

#### 1. นโยบายการแบ่งการดำเนินงานของบริษัทในกลุ่ม

ธุรกิจของบิ๊กซี คือ การผสมผสานระหว่างธุรกิจค้าปลีกและธุรกิจให้เข้าพื้นที่ การลงทุนในบริษัทอื่น โดยถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป ของทุนจดทะเบียนของบริษัท มีดังนี้

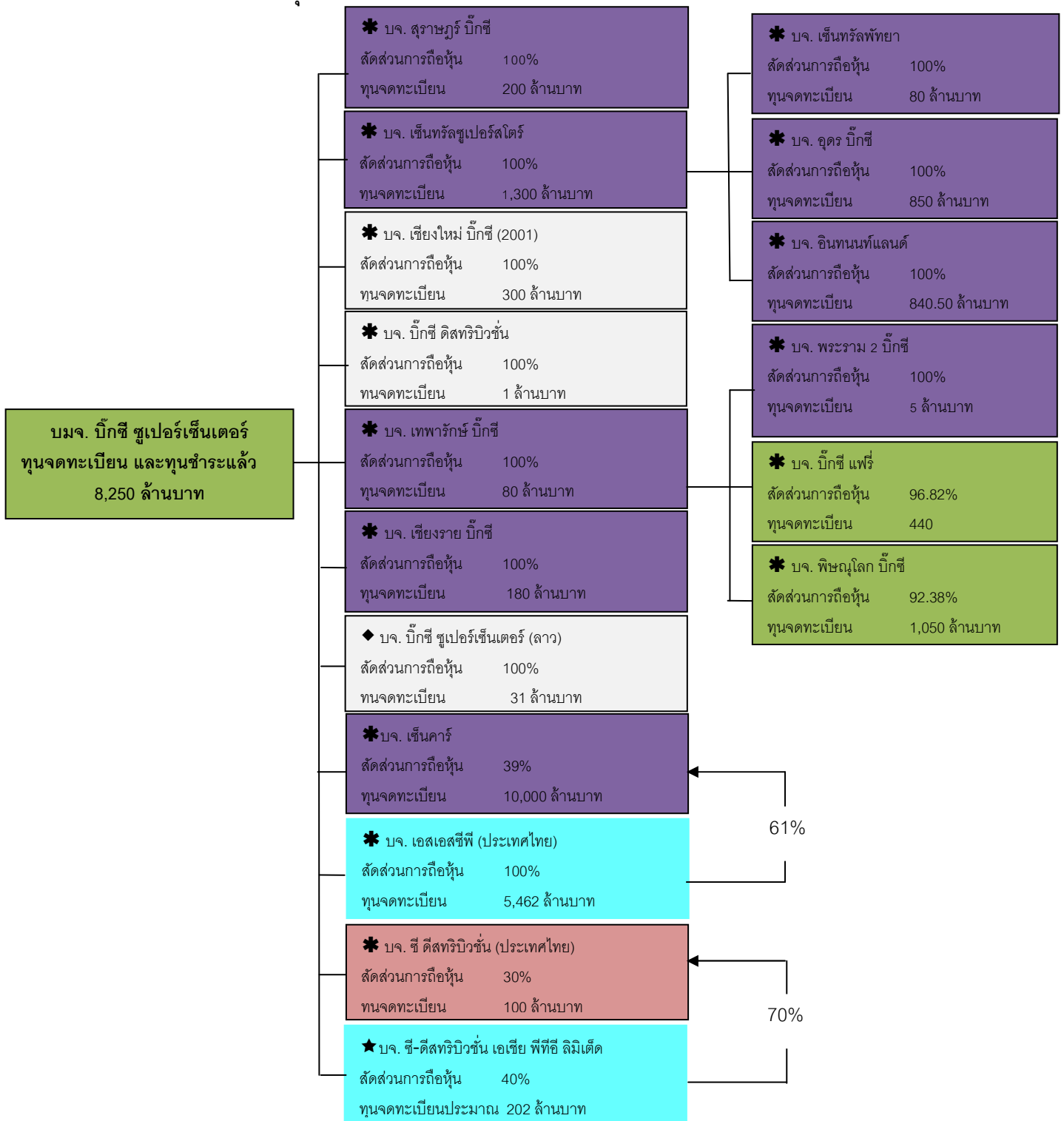
##### บริษัทย่อย

1. ส่วนใหญ่ประกอบกิจการให้เช่าอสังหาริมทรัพย์ (โดยบิ๊กซีเข้าทำกิจการบนพื้นที่ดังกล่าว)
2. บางบริษัทที่มีผู้ถือหุ้นรายย่อยร่วมทุนด้วย จะประกอบธุรกิจห้างสรรพสินค้า (บจ. บิ๊กซี แฟรี่ และ บจ. พิษณุโลก บิ๊กซี)
3. มีบางบริษัทอยู่ในระหว่างหยุดการประกอบกิจการ หรือยังไม่เริ่มดำเนินการ (บจ. เชียงใหม่ บิ๊กซี (2001), บจ. บิ๊กซี ดิสทริบิวชั่น และ บจ. บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ (ลาว))
4. และมี 1 แห่ง คือ บจ. เอสเอสซีพี (ประเทศไทย) ที่ประกอบธุรกิจการถือหุ้นในบริษัทอื่น (โฮลดิ้ง) อันเป็นโครงสร้างของบริษัทย่อยของคาร์ฟูร์ ก่อนมาควบรวมกับบิ๊กซี

##### บริษัทร่วม

ในปี 2557 เข้าถือหุ้นในบริษัทร่วม 2 แห่ง คือ บจ.ซี ดิสทริบิวชั่น (ประเทศไทย) ประกอบธุรกิจซื้อปิ้ง ออนไลน์ ภายใต้ชื่อ ซีดีสเคาท์ (Cdiscount) และ บจ. ซี-ดิสทริบิวชั่น เอเชีย ฟิฟตี้ ลิมิเต็ด ประกอบธุรกิจโฮลดิ้ง เพื่อดำเนินการลงทุนในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย และเวียดนาม

## 2. โครงสร้างการถือหุ้นของบริษัท



## ลักษณะการประกอบธุรกิจและที่อยู่ของบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

## 1. รูปแบบธุรกิจ

- ธุรกิจให้เช่าอสังหาริมทรัพย์
- ถือหุ้นในบริษัทอื่น
- โฮเปอร์มาร์เก็ต
- ธุรกิจขอปิ้ง ออนไลน์ ในประเทศไทย
- หยุตกิจการ / ยังไม่เริ่มดำเนินการ

## 2. ที่อยู่

- \* 97/11 ชั้น 6 ถนนราชดำริห์ แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร**
- ◆ ประเทศลาว**
- ★ ประเทศสิงคโปร์**

#### 1.4 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

ปัจจุบันผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทคือคาสิโนกรุ๊ป ซึ่งเป็นผู้นำในธุรกิจค้าปลีกของประเทศฝรั่งเศสและเป็นผู้ประกอบการค้าปลีกด้านอาหารที่มีชื่อเสียงของโลก บริษัทจึงได้รับประโยชน์จากการถ่ายทอดความรู้ในฐานะพันธมิตรทางธุรกิจที่มีประสบการณ์การบริหารรูปแบบร้านค้าที่หลากหลายและมีเครือข่ายสาขาอยู่ทั่วโลก กรุ๊ปคาสิโนเป็นพันธมิตรทางธุรกิจของบริษัทที่ช่วยสนับสนุนในด้านการบริหารรูปแบบร้านค้าที่หลากหลายอันเป็นจุดเด่นของกรุ๊ปคาสิโน นอกจากนี้บริษัทและกรุ๊ปคาสิโนมีการแลกเปลี่ยนข้อมูล ประสบการณ์และแนวปฏิบัติที่ดีในความคิดริเริ่มด้านความรับผิดชอบต่อสังคมให้แกกัน

โดยที่บริษัทยึดมั่นตามหลักบรรษัทภิบาลที่ดี ดังนั้นในการหากมีการดำเนินการใดที่เข้าข่ายขัดแย้งทางผลประโยชน์ตามกฎหมายสำนักงานกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (กลต.) เรื่องรายการที่เกี่ยวข้องกัน บริษัทจะปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด โดยมีจุดมุ่งหมายในการพิจารณาคือเพื่อประโยชน์ที่ดีที่สุดของกิจการและผู้ถือหุ้นโดยรวม



## 2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

### 2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บิ๊กซีคือห้างค้าปลีกที่ครบครันทุกช่องทาง การจับจ่าย มีสาขากระจายตัวอยู่ทั่วประเทศทั้งรูปแบบร้านค้าธรรมดาและร้านค้าออนไลน์ ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคทุกกลุ่มเป้าหมายด้วยสินค้าคุณภาพที่หลากหลาย ราคาประหยัด บริการอันเป็นเลิศ ภายใต้บรรยากาศเป็นกันเองแสนประทับใจ ไม่ว่าจะเป็นการซื้อของเพื่อใช้สอยในระยะยาวหรือซื้อเมื่อมีความจำเป็น เครือข่ายร้านค้าหลากหลายรูปแบบของบิ๊กซีมอบความสะดวกสบายให้ลูกค้า ตอบทุกโจทย์ความต้องการในที่เดียว โดยรายได้ที่มาจากทำให้เขาพื้นที่ยังช่วยเสริมเสถียรภาพให้กับรายได้ของเราอีกด้วย

#### รูปแบบร้านค้าที่หลากหลาย

ด้วยรูปแบบร้านค้าที่หลากหลาย บิ๊กซีจึงสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทุกที่และทุกเวลา ไม่ว่าจะเป็น การจับจ่ายประจำสัปดาห์ รวมไปถึงการจับจ่ายเล็กๆ น้อยๆ ในแต่ละวัน เครือข่ายร้านค้าหลากหลายรูปแบบของเราสามารถก่อให้เกิดความประหยัดคุ่มค่าสูงสุด และมอบบริการอันดีเยี่ยมแก่ลูกค้าในทุกๆ รูปแบบ

**บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์** เป็นห้างไฮเปอร์มาร์เก็ตที่มีเป้าหมายเป็นลูกค้าที่มีรายได้ระดับปานกลางถึงล่าง โดยมุ่งเน้นไปที่การนำเสนอสินค้าและบริการที่หลากหลาย ราคาประหยัด และมีคุณภาพ ภายใต้บรรยากาศการจับจ่ายที่สะอาด และให้ความคุ่มค่าสูงสุด รวมถึงมีบริการที่ประทับใจ ในปี 2557 บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ มีสาขามากถึง 104 สาขาทั่วประเทศ

**บิ๊กซี เอ็กซ์ตร้า** เป็นห้างไฮเปอร์มาร์เก็ตที่มีเป้าหมายเป็นลูกค้าที่มีรายได้ระดับปานกลางถึงบน โดยนำเสนอสินค้าพรีเมียม อาหารสดและอาหารแห้งที่หลากหลาย รวมถึงสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ โดยเฉพาะจากกลุ่มแบรนด์คาสิโน สินค้ากลุ่มเทคโนโลยี ไวน์ และสินค้าพิเศษอื่นๆ ที่แตกต่างจากที่จำหน่ายในบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ ในปี 2557 บิ๊กซี เอ็กซ์ตร้า มีสาขาทั้งสิ้น 16 สาขาทั้งในกรุงเทพฯ และหัวเมืองใหญ่

**บิ๊กซี จัมโบ้** ผสมผสานระหว่างไฮเปอร์มาร์เก็ตและร้านค้าแบบขายส่งที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นลูกค้าที่ซื้อส่งและซื้อปลีก กลุ่มครอบครัวใหญ่ที่เน้นการจับจ่ายสินค้าครั้งละมากๆ ก็ถือเป็นเป้าหมายด้วยเช่นกัน บิ๊กซี จัมโบ้ สาขาแรกเปิดให้บริการเมื่อปี 2554 ปัจจุบัน บิ๊กซี จัมโบ้มีจำนวนสาขาทั้งสิ้น 3 สาขาในกรุงเทพฯ และเรายังมี **บิ๊กซี จัมโบ้ สเตชั่น** ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ที่พัทยาและอยุธยา โดยทั้งสองแห่งจับกลุ่มลูกค้าประเภท HoReCa ได้แก่ ผู้ประกอบการโรงแรม ร้านอาหารและธุรกิจจัดเลี้ยง

**บิ๊กซี มาร์เก็ต** เป็นซูเปอร์มาร์เก็ตที่มีจุดแข็งด้านสินค้าคุ่มค่า ราคาถูกและมีโปรโมชั่นเดียวกับที่วางจำหน่ายในร้านค้าไฮเปอร์มาร์เก็ต โดยมีเป้าหมายเป็นลูกค้าที่มีรายได้ระดับปานกลางถึงล่าง ด้วยขนาดร้านค้าที่ค่อนข้างเล็กของบิ๊กซี มาร์เก็ต ทำให้เราสามารถเข้าถึงผู้บริโภคที่อาศัยอยู่รอบๆ ตัวเมืองได้อย่างลงตัว บิ๊กซี มาร์เก็ตแตกต่างจากซูเปอร์มาร์เก็ตทั่วไปที่เน้นเฉพาะการจำหน่ายอาหาร แต่บิ๊กซี มาร์เก็ตมีทั้งอาหารสด ของ

ใช้ไปจนถึงเครื่องใช้ไฟฟ้า ในปี 2557 บิ๊กซี มาร์เก็ตมีจำนวนทั้งสิ้น 37 สาขาในกรุงเทพฯ ปริมณฑลและต่างจังหวัด

**มินิ บิ๊กซี** เป็นร้านค้าในชุมชนที่มีเป้าหมายเป็นลูกค้าที่มีรายได้ระดับปานกลางถึงล่าง มีจุดเด่นแตกต่างจากร้านสะดวกซื้อทั่วไปตรงที่บิ๊กซีมีจำหน่ายอาหารสด และมีสินค้าราคาโปรโมชันเช่นเดียวกับในร้านค้าไฮเปอร์มาร์เก็ต เหมาะกับการจับจ่ายใช้สอยรายวัน ในปี 2555 บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ได้ลงนามบันทึกความตกลงร่วมมือด้านค้าปลีกกับบริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) โดยเปิดสาขามินิ บิ๊กซี ในสถานีสถานบริการน้ำมันบางจาก และในปี 2557 เรามีจำนวนสาขามินิ บิ๊กซีทั้งสิ้น 324 สาขา โดย 91 สาขาตั้งอยู่ในสถานีสถานบริการน้ำมันบางจาก

**ร้านขายยาเพรียว** เป็นรูปแบบร้านจำหน่ายเวชภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์บำรุงสุขภาพและความงาม ร้านขายยาเพรียวส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในไฮเปอร์มาร์เก็ต และบิ๊กซี มาร์เก็ต แต่เรายังมีร้านขายยาเพรียวที่แยกเป็นเอกเทศด้วย โดยสิ้นปี 2557 ที่ผ่านมามีร้านขายยาเพรียวจำนวนทั้งสิ้น 152 ร้าน โดยมีร้านที่แยกเป็นเอกเทศทั้งหมด 11 ร้าน

**บิ๊กซี ช้อปปี้ ออนไลน์** เป็นร้านค้าออนไลน์ที่นำบริการบิ๊กซีมามอบให้ลูกค้าถึงหน้าประตู ผ่านนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัย โดยบิ๊กซีเป็นไฮเปอร์มาร์เก็ตเจ้าแรกในประเทศไทยที่นำระบบการซื้อสินค้าออนไลน์เต็มรูปแบบมาสู่ผู้บริโภค ให้บริการทั้งสินค้าราคาประหยัดและสินค้าที่เป็นที่นิยม ตอบโจทย์ลูกค้าที่มีไลฟ์สไตล์ในยุคดิจิทัลผ่านการใช้เว็บไซต์ในการซื้อของ แอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน และการสแกนคิวอาร์โค้ด (QR Code)

**ซีดิสเคาท์.ซีไอ.ทีเอช (Cdiscount.co.th)** เป็นการจับจ่ายผ่านอินเทอร์เน็ตอย่างเต็มรูปแบบ โดยบิ๊กซีได้ร่วมเป็นพันธมิตรกับ ซีดิสเคาท์ อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เมื่อวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2557 เปิดตัวเว็บไซต์จำหน่ายสินค้าที่ไม่ใช่กลุ่มอาหาร และจะช่วยเสริมทัพให้กับ “บิ๊กซี ช้อปปี้ ออนไลน์” ซึ่งเป็นช่องทางการขายผ่านอินเทอร์เน็ตที่มีอยู่แล้ว และเน้นไปที่การขายของใช้ทั่วไปเป็นหลัก

ปัจจุบัน ลูกค้าที่ซื้อสินค้าผ่าน ซีดิสเคาท์ และ บิ๊กซี ช้อปปี้ ออนไลน์ สามารถมารับสินค้าได้ที่สาขาไฮเปอร์มาร์เก็ตของบิ๊กซีทุกสาขา และในอนาคตจะสามารถรับสินค้าได้ในสาขา ทุกรูปแบบของบิ๊กซีเช่นกัน เพื่อมอบความสะดวกให้กับลูกค้าที่เดินทางมารับสินค้าตามออร์เดอร์ และถือโอกาสมาจับจ่ายประจำวัน หรือสัปดาห์ด้วย ในปัจจุบันลูกค้าหลายท่านชื่นชอบบริการ “คลิกและรับสินค้า” (click-and-collect) นี่ซึ่งเป็นอีกหนึ่งตัวเลือกที่สะดวกนอกเหนือจากการรอสินค้ามาส่งที่บ้าน

**สินค้าครบครัน:**

เรามุ่งมั่นตอบสนองลูกค้าด้วย “สินค้าราคาประหยัดครบครันทุกวัน” โดยทีมจัดซื้อทำการประสานการของบักชีจะคอยคัดสรรสินค้าที่มีคุณภาพจากผู้ค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศกว่า 3,600 ราย เพื่อเติมเต็มความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่ม เรามีสินค้าที่จำหน่ายอยู่ในบักชีกว่า 100,000 รายการ โดย 98% ของสินค้าทั้งหมดผลิตในประเทศ ครอบคลุมทุกประเภทสินค้าและทุกระดับราคาตั้งแต่ราคาที่ยุติสุด ไปจนถึงสินค้าพรีเมียม สินค้าที่จัดจำหน่ายในบักชี แบ่งกลุ่มสินค้าได้ดังนี้

**อาหารสด** ได้แก่ เนื้อสัตว์ อาหารทะเล ผลไม้และผักสด อาหารพร้อมปรุงและอาหารพร้อมรับประทาน อาหารแช่แข็ง อาหารอบ รวมถึงสมุนไพรและเครื่องเทศต่างๆ

**สินค้าอุปโภคและบริโภค** ได้แก่ เครื่องปรุงรส และเครื่องประกอบอาหาร เครื่องดื่มต่างๆ ขนมขบเคี้ยว ของใช้ส่วนตัว ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด อาหารและของใช้สำหรับสัตว์เลี้ยงและอุปกรณ์เครื่องใช้อื่นๆ

**เสื้อผ้าและเครื่องประดับ** ได้แก่ เสื้อผ้าสุภาพบุรุษ สตรี เด็กและทารก รวมถึงรองเท้าและอุปกรณ์เครื่องใช้อื่นๆ

**เครื่องใช้ไฟฟ้า** ได้แก่ อุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้านานาชนิด เช่น เครื่องปรับอากาศ ตู้เย็น ฯลฯ อุปกรณ์เครื่องใช้ในครัว อุปกรณ์เพื่อความบันเทิงภายในบ้าน อุปกรณ์ประดับยนต์ วัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือซ่อมแซมบำรุงรักษามารถ

**อุปกรณ์ตกแต่งและของใช้ภายในบ้าน** ได้แก่ อุปกรณ์ตกแต่งบ้าน เฟอร์นิเจอร์ เครื่องครัว บรรจุภัณฑ์และเครื่องใช้พลาสติก ของตกแต่ง อุปกรณ์กีฬาและของเด็กเล่น

**ศูนย์การค้าควบคู่กับห้างค้าปลีก**

ศูนย์การค้ามีความสำคัญอย่างยิ่งในการทำให้บักชี ซูเปอร์เซ็นเตอร์เป็น “ศูนย์การค้าแบบครบวงจร” ร้านค้าและบริการที่หลากหลายในศูนย์การค้าของบักชี นอกจากจะช่วยเหลือตอบสนองความต้องการของลูกค้าและเพิ่มจำนวนผู้มาจับจ่ายแล้ว รายได้จากการให้เช่าพื้นที่ยังเป็นส่วนสำคัญของผลประกอบการของบักชีอีกด้วย ผู้เช่าพื้นที่ยังช่วยมอบตัวเลือกการบริการต่างๆ ให้กับลูกค้า โดยมีตั้งแต่โรงภาพยนตร์ คือสชยสินค้า ร้านเครื่องตกแต่งบ้านหรือร้านอาหาร ผู้เช่าศูนย์การค้าของบักชี สามารถแบ่งได้เป็น 5 กลุ่ม ตามลักษณะของการเช่าและประเภทของธุรกิจ ดังนี้

**ผู้เช่ารายใหญ่** ประกอบด้วยผู้ประกอบการธุรกิจซึ่งต้องการพื้นที่ขนาดใหญ่ที่ช่วยเหลือตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีความต้องการเฉพาะทาง อาทิ ร้านจำหน่ายอุปกรณ์ตกแต่งภายในบ้าน โรงภาพยนตร์ หรือร้านเครื่องใช้ไอที เป็นต้น ซึ่งผู้เช่ารายใหญ่เหล่านี้มีบทบาทสำคัญในการดึงดูดลูกค้าสู่ศูนย์การค้าอย่างมาก ช่วยเติมเต็มให้บักชีเป็นจุดหมายปลายทางที่ครบครันทั้งด้านสินค้าและบริการสำหรับลูกค้า

**ร้านค้า** ประกอบด้วยผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์และให้บริการซึ่งเป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้บริโภค อาทิ ร้านค้าเครื่องแต่งกาย ร้านอาหาร ร้านกาแฟ ธนาคารซึ่งร้านค้าเหล่านี้ได้นำสินค้าและบริการซึ่งเป็นที่ต้องการของลูกค้ามาช่วยเพิ่มศักยภาพในการดึงดูดลูกค้า ส่งเสริมภาพลักษณ์ และความหลากหลายของสินค้าและบริการในบิ๊กซีด้วย

**ศูนย์อาหาร** ศูนย์การค้าบิ๊กซีทุกแห่งจะมีศูนย์อาหารคุณภาพ ราคาประหยัด เป็นทางเลือกในการลดค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวันให้กับลูกค้า

**บิ๊ก บาซาร์** ประกอบด้วยผู้ประกอบการร้านค้ารายเล็กที่จำหน่ายสินค้าหลากหลาย เช่น เครื่องประดับเครื่องแต่งกาย ผลิตภัณฑ์พื้นบ้าน ของเล่นเด็ก ฯลฯ

**พื้นที่เช่าชั่วคราว** ประกอบด้วยผู้เช่ารายย่อย มีรูปแบบเป็นบูธสินค้าขนาดเล็กที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ปรับเปลี่ยนไปตามกระแสความนิยมและความต้องการของลูกค้า โดยจะมีพื้นที่เช่าอยู่ทั้งด้านในและด้านนอกของอาคารเพื่อสร้างบรรยากาศและความสนุกสนานในการจับจ่ายใช้สอย

ขนาดของพื้นที่ให้เช่าในศูนย์การค้าของบิ๊กซีแตกต่างกันตามรูปแบบและที่ตั้งของสาขา โดยในปี 2557 เราได้เปิดศูนย์การค้าใหม่จำนวน 11 แห่ง ส่งผลให้พื้นที่เช่าเพิ่มขึ้นประมาณ 18,600 ตารางเมตร ปัจจุบัน บิ๊กซีมีศูนย์การค้าทั้งหมด 154 แห่ง และมีพื้นที่ให้เช่ารวมประมาณ 767,000 ตารางเมตร

### การปรับปรุงสาขา

การปรับปรุงสาขามีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจแบบศูนย์การค้าควบคู่กับห้างค้าปลีก บิ๊กซีจะทำการปรับปรุงสาขาทุกๆ 5-8 ปี โดยในอดีต การปรับปรุงสาขาจะเน้นไปที่การปรับปรุงรูปแบบและการตกแต่ง แต่บิ๊กซีได้ริเริ่มแนวคิดการปรับปรุงสาขารูปแบบใหม่ ภายใต้ชื่อ “อัลคูเดีย” ซึ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพสูงสุดด้านรายได้ให้แก่สาขารวมถึงสร้างประสบการณ์แปลกใหม่ให้กับลูกค้าด้วยการเพิ่มสัดส่วนพื้นที่ศูนย์การค้าและความหลากหลายของกลุ่มผู้เช่าซึ่งแนวคิดนี้ได้ผลดีมาก โดยเฉพาะกับสาขาในยุคแรกๆ เราสามารถออกแบบสาขาให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า เพื่อหาสัดส่วนที่ลงตัวที่สุดระหว่างขนาดพื้นที่ของส่วนค้าปลีกกับขนาดของพื้นที่ร้านค้าเช่า เพื่อนำมาซึ่งรายได้จากยอดขาย และรายได้จากพื้นที่เช่าให้มากที่สุด เนื่องจากการปรับปรุงสาขาจะทำให้เกิดความไม่สะดวกต่างๆ ภายในห้าง เพราะจำเป็นต้องปิดพื้นที่บางส่วน เราจึงไม่ได้ทำการปรับปรุงสาขาใดๆ ในปี 2557 อย่างไรก็ตาม ในอนาคต มีแนวโน้มที่บิ๊กซีจะทำการปรับปรุงแบบอัลคูเดียในหลายๆ สาขาเพราะเพิ่งจะมีการปรับปรุงแล้วเสร็จเพียงแค่ 7 สาขาเท่านั้นตั้งแต่ปี 2554

### กิจกรรมสำคัญทางการตลาด

**ความเป็นผู้นำด้านราคา** ถือเป็นปรัชญาการดำเนินธุรกิจที่สำคัญที่บิ๊กซียึดถือตลอดระยะเวลา 20 ปี และเรามุ่งมั่นในการมอบความประหยัดให้ลูกค้าผ่านสินค้าคุณภาพราคาถูก บิ๊กซีภาคภูมิใจเป็นอย่างยิ่งที่ครองสถานะผู้นำด้านราคาถูกของประเทศ และพร้อมที่จะทำงานหนักเพื่อรักษาตำแหน่งผู้นำด้านราคาต่อไป แคมเปญ “เช็คไพรส์ถูกชัวร์” ของบิ๊กซีรับประกันว่าสินค้าที่มีป้ายเช็คไพรส์ถูกชัวร์จำนวนกว่า 300 รายการต่อวันได้รับการตรวจสอบเปรียบเทียบราคากับห้างอื่นแล้วว่า ราคาที่บิ๊กซีถูกกว่าหรืออย่างน้อยเท่ากันแน่นอน

**โครงการส่งเสริมความเป็นไทย** เราถูกปลูกฝังอยู่ในดีเอ็นเอ (DNA) ของพวกเราครอบครัวบิ๊กซีทุกคน โดยสะท้อนให้เห็นตั้งแต่พนักงานของเรามีความใส่ใจในการบริการ ไม่ว่าจะเป็นรอยยิ้มทักทายและกล่าวคำว่า “บิ๊กซี สวัสดีครับ/ค่ะ” ซึ่งจะพบเห็นและได้ยินที่บิ๊กซีทุกสาขาทั่วประเทศ ส่งผลให้เกิดบรรยากาศความเป็นกันเองและความผูกพันอันดีระหว่างพนักงานและลูกค้า ความเป็นไทยของเราไม่ได้จำกัดอยู่เพียงการปฏิบัติต่อลูกค้าเท่านั้น แต่พนักงานบิ๊กซียังมีส่วนร่วมประเพณีท้องถิ่นที่จัดขึ้นอยู่ในชุมชนเสมอ นอกจากนี้ ความเป็นไทยยังสะท้อนผ่านการสนับสนุนสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือ โอท็อป (OTOP) ในบิ๊กซีสาขาต่างๆ ในปี 2556 บิ๊กซีได้จัดกิจกรรม “โอท็อป ชวนชิมรสชาติความเป็นไทย” โดยจัดที่บิ๊กซีสาขาราชดำริ และสาขาอื่นๆ อีก 25 แห่งทั่วประเทศที่มีจำนวนลูกค้าชาวต่างชาติค่อนข้างมาก กิจกรรมเหล่านี้จัดขึ้นเพื่อสร้างโอกาสการจำหน่ายสินค้าโอท็อป ผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายของบิ๊กซีทั่วประเทศ นอกจากนี้ เรายังมีแผนระยะกลางและระยะยาวเพื่อส่งเสริมสินค้าโอท็อป โดยสร้างสรรค์ช่องทางการขายที่สะดวก รวดเร็วและต้นทุนไม่สูง โดยใช้ช่องทางการทำตลาดแบบออนไลน์ด้วย นอกจากนี้ เรายังร่วมมือกับกระทรวงพาณิชย์ในการส่งเสริมบรรจุภัณฑ์ที่ดีและมีการอบรมต่างๆ แก่ผู้ประกอบการสินค้าโอท็อป ด้วย

ส่วนในปลายปี 2557 คณะผู้บริหารบิ๊กซีได้ร่วมรับเสด็จสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารีเนื่องในโอกาสเสด็จพระราชดำเนินเปิดร้านร้านภูฟ้า ณ ศูนย์การค้าบิ๊กซี เอ็กซ์ตรา ถนนพระราม 4 โดยร้านภูฟานี้ นับเป็นสาขาที่ 18 จำหน่ายผลิตภัณฑ์จากโครงการส่งเสริมอาชีพตามพระราชดำริเพื่อส่งเสริมการพัฒนาอาชีพของประชาชนในถิ่นชนบทห่างไกล ให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ น้อมเกล้าน้อมกระหม่อมถวายพื้นที่ร้านค้าพร้อมการตกแต่ง รวมค่าสาธารณูปโภคโดยหวังได้ช่วยเหลือชาวบ้านให้ได้มีรายได้เพิ่มขึ้นจากการผลิตสินค้าที่เป็นภูมิปัญญาของตนเองและใช้วัสดุในท้องถิ่น และในขณะเดียวกัน ลูกค้าทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติก็ได้มีโอกาสสนับสนุนสินค้าของคนไทยด้วย

**ประสบการณ์การจับจ่ายสุดประทับใจ** ควบคู่ไปกับการเป็นผู้นำด้านราคา บิ๊กซีให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับการเป็น “ห้างค้าปลีกแห่งความสนุกสนาน” ด้วยการจัดแคมเปญทางการตลาดเพื่อสร้างความสนุกสนาน ตื่นเต้นและเพลิดเพลินให้กับลูกค้าอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี

**บิกการ์ด** สมาชิกบัตรบิกการ์ดเพิ่มปริมาณถึง 8.1 ล้านคนในปี 2557 ส่วนใหญ่ให้ความสนใจกับการใช้คูปองเงินสดต่างๆ เพื่อลดราคาได้ทันทีโดยไม่ต้องรอการสะสมแต้ม การเติบโตอย่างแข็งแกร่งของยอดสมาชิกบิกการ์ดมีผลจากการพัฒนาด้านสิทธิประโยชน์สำหรับสมาชิกบิกการ์ดอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงความสะดวกและความประหยัดที่ลูกค้าจะได้รับ ในปี 2555 บิ๊กซีร่วมมือกับ บริษัท อีวายซี ทำการวิเคราะห์พฤติกรรมและความต้องการของสมาชิกผู้ถือบัตรและ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าแต่ละคนได้อย่างตรงใจ

### การบริการที่เป็นเลิศ

บิ๊กซีพยายามเสมอที่จะ “เป็นมากกว่าห้างค้าปลีก” โดยการเป็นศูนย์การค้าแบบครบวงจรสำหรับลูกค้าทั้งครอบครัว พนักงานของเรา 27,000 คนมีความกระตือรือร้น มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีแลพร้อมทำทุกอย่างเพื่อดูแลลูกค้าเสมือนเป็น “คนในครอบครัว” เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้าคนสำคัญทุกคน

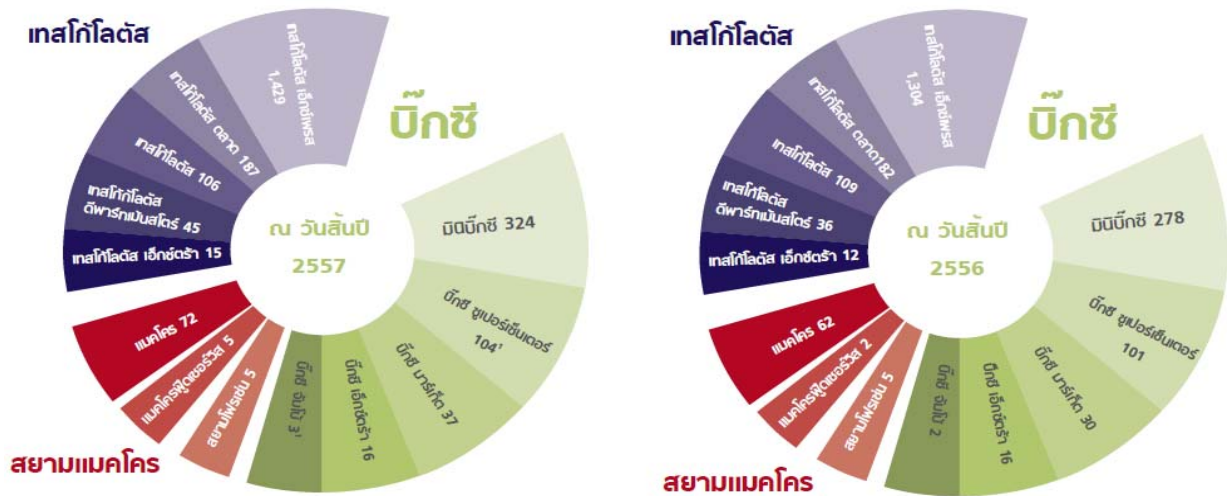
ด้วยความเข้มแข็งของจำนวนสาขาทั่วประเทศที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างเต็มที่ จึงทำให้บิ๊กซีเป็นศูนย์รวมของการบริการครบวงจร อำนาจความสะดวกแก่ลูกค้าที่แวะเวียนมาร้านค้าไม่ต่ำกว่า 500,000 คนต่อวันทั่วประเทศ เรามีบริการประเภทต่างๆ ที่อำนวยความสะดวกให้ลูกค้า ได้แก่ การชำระค่าสาธารณูปโภคต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นค่าไฟ ค่าน้ำ ค่าโทรศัพท์ หรือการซื้อเวลาเกมออนไลน์ นอกจากนี้ บิ๊กซียังมีบริการอำเภอยิ้มที่ลูกค้าสามารถทำธุรกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานของอำเภอ ณ สาขาที่เปิดให้บริการ นอกจากนี้ยังมีบริการ บิ๊กซี แคร่รีเทล แอสซัวร์ บริการยื่นแบบชำระภาษีผ่านระบบอินเทอร์เน็ต และบริการตรวจสอบสภาพฟรีแก่ผู้ที่มาใช้บริการที่สาขาต่างๆ ซึ่งร่วมมือกับกระทรวงสาธารณสุขและสาธารณสุขจังหวัด ฯลฯ

### โครงสร้างรายได้

รายได้หลักของบริษัทฯ และบริษัทย่อยมาจากการดำเนินธุรกิจค้าปลีก และธุรกิจให้เช่าและบริการสถานที่ ข้อมูลเปรียบเทียบระหว่างปี 2557, 2556 และ 2555 ของธุรกิจทั้ง 2 ประเภท แสดงตามข้อมูลด้านล่าง

(หน่วย : ล้านบาท)	2557		2556		2555	
	มูลค่า	%	มูลค่า	%	มูลค่า	%
รายได้จากการขาย	121,845	90.0	118,177	90.2	112,136	90.6
รายได้ค่าเช่าและค่าบริการ	9,385	6.9	8,745	6.7	7,926	6.4
รายได้อื่น	4,165	3.1	4,049	3.1	3,670	3.0
<b>รวมรายได้</b>	<b>135,395</b>	<b>100</b>	<b>130,971</b>	<b>100</b>	<b>123,732</b>	<b>100</b>

## 2.2 การตลาด และการแข่งขันในปี 2557



ที่มา : บริษัท เนลสัน (ประเทศไทย) จำกัด

หมายเหตุ : 1. เปลี่ยนแปลงบิกชีบูเปอร์ไฮนเตอร์ราชภัฏวไลยอลงกรณ์ เป็นบิกชีจัมป๋ ในเดือนมีนาคม

2. เปลี่ยนแปลงจากเทศบาล 3 สาขา เป็นเทศบาลเอ็กซ์ตรีมำ และเทศบาลแวลู 1 สาขาเป็นเทศบาลดีพาร์ทเม้นส์ไตร์

## ตลาดค้าปลีกของไทย

ประเทศไทยเป็นหนึ่งในผู้นำธุรกิจค้าปลีกในตลาดอาเซียนด้วยการนำเสนอรูปแบบร้านค้าปลีกที่ทันสมัย โดยเฉพาะธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ที่ยังมีโอกาสดิบโตอยู่มากเนื่องจากการค้าปลีกรูปแบบเดิมยังคงครองส่วนแบ่งตลาดอยู่เพียงครึ่งหนึ่งเท่านั้น ตลาดค้าปลีกในปัจจุบันมีการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการอย่างเข้มข้น วิถีในการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคไทยเปลี่ยนแปลงเป็นชีวิตคนเมืองมากขึ้นส่งผลให้เกิดโอกาสของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ที่จะตอบสนองรูปแบบการจับจ่ายใช้สอยของคนรุ่นใหม่ที่มีความคาดหวังและมีเวลาจำกัดในการจับจ่ายใช้สอยมากขึ้น

อย่างไรก็ตามปี 2557 เป็นปีที่ยากลำบากสำหรับผู้ประกอบการค้าปลีกไทยเนื่องจากดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่ลดลงซึ่งได้รับผลกระทบมาจากความไม่แน่นอนทางการเมืองและสภาวะเศรษฐกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2557 และถึงแม้ว่าเหตุการณ์การเข้ายึดอำนาจการบริหารประเทศโดยทหารจะทำให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเพิ่มสูงขึ้นและการชุมนุมประท้วงในจุดต่างๆ ยุติลง แต่การฟื้นตัวของเศรษฐกิจในช่วงครึ่งปีหลังก็ไม่ได้เพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็วตามที่คาดหวัง

ขยายสาขาอย่างต่อเนื่องในทุกรูปแบบร้านค้า

ในปี 2557 บิ๊กซียังคงขยายสาขาอย่างต่อเนื่องในทุกรูปแบบร้านค้าถึงแม้ว่าอัตราการขยายสาขาจะต่ำกว่าปีก่อน โดยมีการขยายสาขาทั้งสิ้นจำนวน 77 สาขา เป็นร้านไฮเปอร์มาร์เก็ตจำนวน 4 สาขา บิ๊กซีมาร์เก็ตจำนวน 7 สาขา และมีบิ๊กซีจำนวน 46 สาขา (ในจำนวนนี้ 29 สาขาตั้งอยู่ในสถานบริการน้ำมันบางจาก) และร้านขายยาเพรียวจำนวน 20 สาขา และยังได้เปิดบิ๊กซี จัมโบ้สาขาใหม่จากการปรับรูปแบบของบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาราษฎร์บูรณะในช่วงไตรมาส 1 ของปี 2557

## รูปแบบร้านค้าหลักและสถานการณ์การแข่งขัน

การแข่งขันในธุรกิจค้าปลีกยังคงทวีความรุนแรงโดยเฉพาะการเติบโตของร้านค้าขนาดเล็ก ผู้ประกอบการรายใหญ่ในธุรกิจค้าปลีกของไทยมีจำนวน 3 รายคือ บิ๊กซี, เทสโก้โลตัส และซีพีอออลล์/แมคโคร ซึ่งทุกรายล้วนแล้วแต่มีรูปแบบร้านค้าที่หลากหลาย และมีเครือข่ายทั่วประเทศ สำหรับบิ๊กซี การควบรวมกิจการกับห้างคาร์ฟูร์ประเทศไทยในช่วงต้นปี 2554 ทำให้มีสาขาไฮเปอร์มาร์เก็ตในเขตเมืองใหญ่ และจัดหัตถ์ที่เป็นจังหวัดท่องเที่ยวที่สำคัญและลูกค้ามีกำลังซื้อมากยิ่งขึ้นกว่าเดิม

### ไฮเปอร์มาร์เก็ต

ปี 2557 บริษัทฯ ยังคงขยายสาขาไฮเปอร์มาร์เก็ตอย่างต่อเนื่องโดยเปิดสาขาใหม่จำนวน 4 สาขาทำให้ ณ วันสิ้นปี มีจำนวนสาขาไฮเปอร์มาร์เก็ตทั้งหมด 123 สาขา (ในจำนวนนี้มีบิ๊กซีเอ็กซ์ตร้า 16 สาขา, บิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ 104 สาขา และบิ๊กซีจัมโบ้ 3 สาขา) คู่แข่งขันโดยตรงของบิ๊กซีสำหรับรูปแบบไฮเปอร์มาร์เก็ตคือเทสโก้โลตัส และคู่แข่งทางอ้อมคือบริษัทสยามแมคโครเพราะสินค้าบางส่วนของบริษัทเกี่ยวกับสยามแมคโครซึ่งเป็นผู้ประกอบการที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้ประกอบการ นอกจากนี้สินค้าบางส่วนยังมีความคาบเกี่ยวกับสินค้าที่ขายในธุรกิจค้าปลีกเฉพาะด้านเช่น ร้านค้าประเภทดีไอวาย (DIY) และร้านจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้า เป็นต้น

ในปี 2557 เทสโก้โลตัสมีสาขาไฮเปอร์มาร์เก็ตเปิดใหม่จำนวน 9 สาขาทำให้มีจำนวนสาขาทั้งหมด 166 สาขาสำหรับบริษัทสยามแมคโคร ซึ่งถูกซื้อกิจการโดยบริษัทซีพีอออลล์ ในช่วงกลางปี 2556 และมีแผนการขยายสาขาอย่างก้าวกระโดดในปี 2557 ด้วยการเปิดสาขาใหม่จำนวน 13 สาขาทำให้ ณ วันสิ้นปี บริษัทสยามแมคโครมีจำนวนสาขาทั้งหมด 82 สาขา (ในจำนวนนี้มีแมคโคร 72 สาขา, แมคโครฟูดเซอร์วิส 5 สาขา และสยามไฟรเซ็น 5 สาขา) นอกจากนี้ในปี 2557 ยังมีผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามาในตลาดเพิ่มขึ้นคือ เอ็มเอ็ม เมกะ มาร์เก็ต ซึ่งเปิดร้านค้าขนาดใหญ่สาขาแรกในจังหวัดหนองคายในช่วงปลายปี 2557 และท็อปส์เริ่มก้าวเข้าสู่การเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ด้วยการเปิดสาขาร้านท็อปส์ซูเปอร์สโตร์ที่ห้างเซ็นทรัลสาขาสาลายา

### ซูเปอร์มาร์เก็ต

ผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจค้าปลีกแบบซูเปอร์มาร์เก็ตมีจำนวนรายมากกว่าผู้ประกอบการแบบไฮเปอร์มาร์เก็ตอันได้แก่ บิ๊กซี, เทสโก้โลตัส, ท็อปส์, แม็กซ์แวลู, โฮมเฟรชมาร์ท, วิลล่ามาร์เก็ต และฟู้ดแลนด์ สำหรับบิ๊กซีมาร์เก็ตมีรูปแบบที่แตกต่างจากซูเปอร์มาร์เก็ตทั่วไป ลักษณะเด่นจะเหมือนไฮเปอร์มาร์เก็ตขนาดย่อมที่มีเอกลักษณ์ในความเป็นผู้นำด้านราคาถูก และจำหน่ายสินค้าประเภทอาหารและเครื่องใช้อื่นๆ ในครัวเรือน ด้วยขนาดที่เล็กของร้านค้าทำให้บิ๊กซีมาร์เก็ตสามารถเข้าถึงพื้นที่และผู้บริโภคที่อาศัยอยู่รอบๆ ตัวเมืองได้อย่างคล่องตัว

ในปี 2557 บริษัทฯ มีการขยายสาขาบิ๊กซีมาร์เก็ตจำนวน 7 สาขาทำให้จำนวนสาขา ณ วันสิ้นปี 2557 มีสาขาบิ๊กซีมาร์เก็ตจำนวน 37 สาขา ในขณะที่เทสโก้โลตัสขยายสาขาเทสโก้โลตัสตลาดจำนวน 5 สาขา ทำให้มีจำนวนสาขาทั้งหมด 178 สาขา นอกจากนี้ท็อปส์ได้ดำเนินการปรับปรุงท็อปส์ซูเปอร์มาร์เก็ตให้เป็นร้านค้ารูปแบบใหม่ที่มุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าระดับล่างโดยใช้ชื่อว่าซูเปอร์คัม ทำให้ท็อปส์มีจำนวนร้านค้าในกลุ่มซูเปอร์มาร์เก็ตทั้งหมด 112 สาขา



### ร้านค้าขนาดเล็ก

ร้านค้าขนาดเล็กสามารถจำแนกรูปแบบได้ 2 ประเภทหลักคือ ร้านสะดวกซื้อและร้านค้าชุมชน ร้านค้าชุมชนที่ดำเนินธุรกิจอยู่ได้แก่ มินิบิ๊กซี, เทสโก้โลตัสเอ็กซ์เพรส, ท็อปส์เดลี และแม็กซ์แวลูทันใจ จากการที่บิ๊กซีขยายสาขามินิบิ๊กซีในปี 2557 จำนวน 46 สาขาทำให้ ณ วันสิ้นปีมีจำนวนสาขามินิบิ๊กซีทั้งหมด 324 สาขา โดยในจำนวนนี้มี 91 สาขาตั้งอยู่ในสถานบริการน้ำมันบางจาก ซึ่งเป็นไปตามข้อตกลงร่วมมือทางธุรกิจระยะยาวกับบริษัท บางจาก ปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ในขณะที่เทสโก้โลตัสขยายสาขาร้านเทสโก้เอ็กซ์เพรสจำนวน 133 สาขาทำให้ ณ วันสิ้นปีมีจำนวนร้านค้าทั้งหมด 1,429 สาขา สำหรับร้านสะดวกซื้อผู้ประกอบการรายใหญ่คือ เซเว่นอีเลเว่นโดยบริษัทซีพีออลล์มีจำนวนร้านค้าทั้งหมดมากกว่า 8,000 สาขา และผู้ประกอบการรายอื่นอาทิ แฟมิลีมาร์ท และ 108 ลอว์สัน

ในปี 2557 บิ๊กซีได้ปรับปรุงการรายการสินค้าโดยเพิ่มประเภทสินค้าที่มีจำหน่ายในร้านสะดวกซื้อในร้านมินิบิ๊กซีมากขึ้นเช่น สินค้าอาหารพร้อมรับประทานเป็นต้น

### 2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

**การจัดซื้อสินค้า** ในปี 2557 บริษัทมีคู่ค้าซึ่งเป็นหุ้นส่วนสำคัญของการเติบโต ณ ปัจจุบันและในอนาคตกว่า 3,600 ราย คู่ค้าเหล่านี้จัดส่งสินค้ามาจำหน่ายในร้านของบิ๊กซีมากกว่า 100,000 รายการ ซึ่งกว่าร้อยละ 98 เป็นสินค้าที่มีการจัดซื้อจากคู่ค้าภายในประเทศ

บิ๊กซีให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้าอาหารสด ในปี 2557 มีกิจกรรมที่สำคัญที่ส่งเสริมคุณภาพของสินค้าดังต่อไปนี้

1. มีการอบรมให้กับคู่ค้าเรื่องหลักการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับพืชอาหาร (Good Agricultural Practices for Food Crop หรือ GAP) ให้กับคู่ค้า
2. มีการตรวจสอบสถานที่ผลิตสินค้าตามหลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิต (Good Manufacturing Practices หรือ GMP) สำหรับคู่ค้าหลัก 28 ราย
3. มีการทบทวนแผนการสุ่มตรวจสอบและเพิ่มการตรวจสอบยาฆ่าแมลงและสารตกค้างต่างๆในกลุ่มอาหารสด

ในการดำเนินการเกี่ยวกับเอฟแพด (f-Pad) ที่ได้รายงานไปในปีที่แล้ว มีการซื้ออุปกรณ์เพิ่มเติมและเพิ่มจำนวนพนักงานตรวจสอบคุณภาพสินค้ามากขึ้น

### ระบบการขนส่งสินค้า

สินค้าและผลิตภัณฑ์จากคู่ค้ากว่า 3,600 รายของบิ๊กซีถูกจัดส่งไปยังสาขาได้สองทาง คือคู่ค้าจัดส่งสินค้าไปยังสาขาโดยตรงหรือผ่านศูนย์กระจายสินค้าของบิ๊กซี ในปี 2557 เราได้ทำการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ด้านระบบขนส่งสินค้า โดยเรายังคงใช้ศูนย์การกระจายสินค้าที่อำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเพื่ออำนวยความสะดวกให้สาขาไฮเปอร์มาร์เก็ตและบิ๊กซี มาร์เก็ต และเราได้มีการเปลี่ยนศูนย์กระจายสินค้าใหม่โดยการเปิดศูนย์กระจายสินค้าสำหรับมินิ บิ๊กซีโดยเฉพาะที่อำเภอธัญบุรี และศูนย์กระจายสินค้าแบบถ่ายสินค้าจากพาหนะสู่พาหนะ หรือครอส-ด็อก (Cross Dock) ที่อำเภอบางพลี โดยศูนย์กระจายสินค้าใหม่ได้นำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ เช่น ระบบหยิบตามสัญญาณไฟ ระบบหยิบตามสัญญาณเสียง ซึ่งจะช่วยพัฒนาประสิทธิภาพของการดำเนินการและช่วยเคลื่อนย้ายสินค้าได้แม่นยำด้วย ศูนย์ทั้งสอง

นี้ยังมีพื้นที่ขนาดใหญ่และมีความพร้อมสำหรับการขยายตัวทางธุรกิจในอนาคต นอกจากนี้ บิ๊กซีกำลังสร้างศูนย์กระจายอาหารสดแห่งใหม่ที่ลาดกระบัง ซึ่งเมื่อเปิดบริการอย่างเป็นทางการในปี 2558 แล้วก็จะใช้แทนศูนย์กระจายอาหารสดแห่งเดิมได้ ในปีที่ผ่านมา บิ๊กซีได้สานต่อการดำเนินการเรื่องการรวมศูนย์การขนส่งโดยให้ผ่านศูนย์กระจายสินค้า ซึ่งจะทำให้เรามีประสิทธิภาพมากขึ้นในการบริหารสินค้า ลดค่าใช้จ่ายด้านการขนส่งสินค้าและถือเป็นการอำนวยความสะดวกสูงสุดให้แก่ลูกค้าอีกด้วย

### 3. ปัจจัยเสี่ยง

ในปี 2557 คณะกรรมการบริษัทได้อนุมัติความเสี่ยงระดับองค์กร พร้อมรับรายงานการลดผลกระทบความเสี่ยงตามที่ระบุข้างนี้ ทั้งนี้ระดับผลกระทบที่กำหนดว่ามีความเสี่ยงด้านตัวเงินในระดับสูงสำหรับปี 2557 กำหนดเพียงกรณีสูงกว่า 1,000 ล้านบาท ซึ่งเป็นระดับที่ต่ำกว่าวิธีประเมินในระดับสากลเมื่อเทียบกับขนาดของบริษัท ดังนั้นในปี 2558 ฝ่ายบริหารจะมีการปรับระดับให้เป็นไปตามสากลต่อไป เครื่องหมายข้างนี้แสดงความเสี่ยงที่เคลื่อนไหวของความเสียหายแต่ละตัวในปี 2557 หลังจากมีการประเมินความเสี่ยงใหม่ในระหว่างการประชุมเชิงปฏิบัติการปลายปี 2557 เพื่อประเมินความเสี่ยงระดับองค์กรสำหรับปี 2558



ระดับความเสี่ยงเหมือนเดิม



ความเสี่ยงที่เหลือน้อยสูงขึ้น



ความเสี่ยงที่เหลือน้อยลง

(หมายเหตุ : ความเสี่ยงที่เหลือน้อยคือความเสี่ยงที่นำกิจกรรมลดผลกระทบมาพิจารณาแล้ว)

#### 1. ความเสี่ยงจากสภาพเศรษฐกิจและนโยบายการเมืองที่ยังผันผวน ↓

**ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น:** แม้ว่าความเสี่ยงนี้จะเกิดจากสิ่งที่ไม่สามารถควบคุมได้ แต่ก็อาจมีผลกระทบต่อการดำเนินการให้บรรลุตามวัตถุประสงค์หรือตามกลยุทธ์ที่วางไว้

**การบริหารความเสี่ยง:** มีการกำหนดขั้นตอนการทำงานเพื่อตรวจสอบติดตามการเปลี่ยนแปลงของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) เมื่อเปรียบเทียบกับข้อมูลที่กำหนดเป็นสมมติฐานในการทำงานประมาณประจำปี รวมทั้งดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ในส่วนของนโยบายการเมืองซึ่งมีผลสะท้อนในการลงทุนในโครงการขนาดใหญ่พิเศษ และส่งผลกระทบต่อเงินจ่ายใช้สอยของผู้บริโภค บริษัทได้ติดตามร่างกฎหมายที่เกี่ยวข้องเพื่อพิจารณาผลกระทบด้านตัวเงินซึ่งอาจมีต่อการทำงบประมาณประจำปีเช่นกัน อาทิ พรบ. ภาษีทรัพย์สิน ปี 2557 ฝ่ายบริหารมีความพึงพอใจว่าคนไทยมีศักยภาพในการฟื้นตัวได้ดี และบริษัทสามารถบรรลุงบประมาณปี 2557 ที่ตั้งไว้ได้

#### 2. ความเสี่ยงจากการที่ผู้บริโภคเปลี่ยนพฤติกรรม การซื้อ และจากแนวโน้มตลาดรูปแบบใหม่ ↓

**ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น:** การที่ผู้บริโภคมีการเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินชีวิต (เช่น คนในกรุงเทพ อยู่ในคอนโดมีเนียมมากขึ้น) การจ่ายใช้สอยก็เปลี่ยนไปเช่นกัน หากบริษัทไม่สามารถจัดหาสินค้าและบริการที่ตอบสนองความต้องการได้ ก็อาจมีผลกระทบต่อการดำเนินการให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ได้

**การบริหารความเสี่ยง:** บริษัทมีความพร้อมในการรับมือกับสถานการณ์นี้ได้โดยใช้การวิเคราะห์ทางการตลาดมาช่วยพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด เสนอสินค้าและบริการให้ครอบคลุมและเหมาะสมกับรูปแบบการดำเนินชีวิตที่

เปลี่ยนไป และยังสามารถติดตามดูแลสถานการณ์ทางตลาดเพื่อหากกลยุทธ์ตอบสนองได้อย่างถูกต้อง บริษัทมีการประชุมระหว่างสายงานที่เกี่ยวข้องรายสัปดาห์เพื่อถ่ายทอดข้อมูลและให้เกิดความเข้าใจไปในทางเดียวกัน

### 3. ความเสี่ยงจากการโอนย้าย – (ไปใช้ศูนย์กระจายสินค้าที่ดำเนินการด้วยตนเอง) ↓

**ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น:** การสร้างศูนย์กระจายสินค้าที่ดำเนินการด้วยตนเอง เป็นผลจากการลดผลกระทบความเสี่ยงต่อเนื่องจากเหตุการณ์มหาอุทกภัยในปี 2554 และเป็นการวางเป้าหมายเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของระบบห่วงโซ่อุปทานและคุณภาพอาหารสดที่จะนำมาบริการให้แก่ผู้บริโภค จึงมีการกำหนดในแผนงานเรื่องการสร้างศูนย์กระจายสินค้าที่ดำเนินการด้วยตนเองในแผนดำเนินธุรกิจ 3 ปี แต่หากมีการโอนย้ายไม่ดี ก็อาจมีผลกระทบต่อการส่งมอบสินค้าให้สาขา

**การบริหารความเสี่ยง:** บริษัทตระหนักดีว่ากระบวนการขนส่งสินค้าเป็นหัวใจสำคัญที่ทำให้สินค้ามีจำหน่ายในสาขาอย่างไม่หยุดชะงัก ฝ่ายซัพพลายเชน แมเนจเม้นท์จึงได้วางแผนงานอย่างระมัดระวังในการโอนย้าย โดยให้ผลการดำเนินงานสามารถเปรียบเทียบได้กับระดับการบริการในศูนย์กระจายสินค้าที่จ้างบุคคลภายนอกให้เป็นผู้บริหาร อาทิ การส่งมอบสินค้าอย่างถูกต้องและตรงเวลา และบริษัทพบว่าเมื่อมีการโอนย้ายได้ 3 เดือนแล้ว ดัชนีชี้วัดความเสี่ยงแสดงผลการโอนย้ายศูนย์กระจายสินค้าในระดับที่น่าพอใจ

### 4. ความเสี่ยงจากการลงทุนปัจจุบัน และการลงทุนใหม่ ↓

**ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น:** บริษัทมีการขยายสาขาอย่างต่อเนื่อง การหาสถานที่สำหรับดำเนินการมาเตรียมไว้ ควบคู่กับการดำเนินการในสาขาปัจจุบันให้อยู่มีผลกำไรในระดับที่คาดหวังอาจมีความเสี่ยงในตลาดที่มีการแข่งขันสูง หากไม่สามารถบริหารความเสี่ยงได้ก็อาจมีผลกระทบต่อการดำเนินการให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ได้

**การบริหารความเสี่ยง:** การขยายสาขาจะต้องผ่านการกลั่นกรองโดยคณะทำงานซึ่งมีผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องให้คำปรึกษาอยู่ด้วย นอกจากนี้บริษัทยังดำเนินการทบทวนและผ่านการอนุมัติตามหลักการกำกับดูแลที่ดี บริษัทมีการติดตามดูแลผลการดำเนินงานของสาขาใหม่อย่างต่อเนื่อง และมีโครงการปรับปรุงสาขาให้อยู่ในสภาพที่ดีและได้รับประโยชน์สูงสุด

### 5. ความเสี่ยงจากสินค้าสูญเสียชีวิต ↔

**ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น:** แม้ว่าการประกอบธุรกิจค้าปลีกจะยอมรับกันในสากลว่า ธุรกิจอาจต้องมีสินค้าสูญเสียชีวิตบ้างในการดำเนินงาน และแม้ระดับผลกระทบด้านตัวเงินที่เกิดจากสินค้าสูญเสียชีวิตของบิ๊กซีจะยังอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ แต่หากไม่มีการบริหารจัดการให้ควบคุมระดับการสูญเสียชีวิตหรือปล่อยให้ระดับการสูญเสียชีวิตเพิ่มขึ้นมากก็อาจมีผลกระทบต่อการดำเนินการให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ได้ ในทางตรงข้าม หากมีการบริหารจัดการที่ดีขึ้น ก็สามารถเพิ่มระดับการทำการกำไรให้มากขึ้นด้วย

**การบริหารความเสี่ยง:** มีการตั้งเป้าหมายที่ชัดเจนในการลดปริมาณสินค้าสูญเสียชีวิต และกำหนดแผนการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการเพิ่มความตระหนักรู้ให้กับพนักงานและการพัฒนากระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น มีการจัดตั้งคณะทำงานพิเศษเพื่อติดตามดูแลผลการดำเนินงานเป็นประจำทุกสัปดาห์

## 6. ความเสี่ยงจากการวางแผนการขาย และดำเนินการต่อเนื่องตามแผน

**ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น:** การบริหารจัดการกระบวนการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนการขายเป็นหัวใจสำคัญประการหนึ่งที่จะทำให้บริษัทดำเนินการให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ได้ การที่สภาวะตลาดมีความผันผวนและมีแรงกดดันจากการแข่งขันอย่างต่อเนื่อง อาจมีผลกระทบต่อการผลการดำเนินงานของบริษัทในด้านยอดขาย ค่าใช้จ่าย และการดำเนินงาน

**การบริหารความเสี่ยง:** มีการประชุมระหว่างฝ่ายที่เกี่ยวข้องเป็นประจำทุกสัปดาห์เพื่อช่วยกระจายข้อมูลและความเข้าใจที่ตรงกัน และฝ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทำการปรับปรุงกระบวนการทำงานให้เอื้ออำนวยต่อกัน

## 7. ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย – ทั้งที่เกี่ยวกับคนและสินค้า

**ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น:** หากบริษัทไม่สามารถทำให้สินค้าที่เสนอขายมีคุณภาพและความสะอาดก็อาจทำให้ลูกค้าได้รับอันตรายและจะเกิดความเสียหายกับชื่อเสียงของบริษัท อาหารเป็นส่วนสำคัญที่สร้างรายได้ให้แก่บริษัท ดังนั้นความปลอดภัยของอาหารจึงมีความสำคัญยิ่งยวด และการป้องกันอุบัติเหตุหรือชีวิตของพนักงานและลูกค้าจึงเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด นอกจากนั้นความปลอดภัยยังช่วยให้ลูกค้าคงไว้ซึ่งความเชื่อถือนในธุรกิจของบริษัท

**การบริหารความเสี่ยง:** บริษัทมีนโยบายและขั้นตอนการทำงานที่ให้รายละเอียดการบริหารจัดการด้านสุขอนามัย และความปลอดภัยของคนและของสินค้าและปฏิบัติตามกฎระเบียบกฎหมายอย่างเคร่งครัด นอกจากนี้บริษัทยังได้ทำโครงการทดสอบสินค้าเพื่อให้ความมั่นใจเรื่องความปลอดภัยของสินค้า คู่ค้าทุกรายทราบถึงข้อกำหนดด้านมาตรฐานและคุณภาพของสินค้าหรือวัตถุดิบที่จะต้องปฏิบัติตาม

## 8. ความเสี่ยงด้านผลกระทบชื่อเสียง อันเกิดจากสื่อสิ่งพิมพ์หรือสังคมออนไลน์

**ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น:** สิ่งพิมพ์หรือสังคมออนไลน์สามารถขยายข้อความไปได้อย่างรวดเร็วและอาจทำลายชื่อเสียงของบริษัท ซึ่งอาจรวมไปถึงความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสียที่มีต่อบริษัท

**การบริหารความเสี่ยง:** บริษัทออกแนวทางสำหรับการใช้สังคมออนไลน์ให้แก่พนักงาน และนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทจะทำให้บริษัทสื่อสารความตั้งใจอันดีในหลายด้านได้อย่างชัดเจน ข้อมูลเพิ่มเติมเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม ปรากฏอยู่ในหัวข้อ รายงานความรับผิดชอบต่อสังคม

## 9. ความต่อเนื่องทางธุรกิจ

**ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น:** ภัยพิบัติหรือเหตุการณ์บางอย่างอาจทำให้การดำเนินงานของบริษัทหยุดชะงักลง

**การบริหารความเสี่ยง:** บริษัทมีแผนงานเพื่อความต่อเนื่องทางธุรกิจ และมีทีมหลักและทีมรองที่สามารถดำเนินการตามแผนงานซึ่งได้รับการฝึกอบรมให้สามารถตอบโต้เหตุการณ์ดังกล่าว โดยได้รับอำนาจให้ตัดสินใจได้ในกรณีมีเหตุการณ์อันไม่ปกติเกิดขึ้น และในกรณีมีเหตุการณ์เฉพาะหน้าดังกล่าว ทีมหลักหรือทีมรองจะทำหน้าที่ดำเนินการเพื่อตอบสนองหรือลดผลกระทบต่อบริษัทโดยทันที

บิ๊กซีมีสถานที่ดำเนินงานสำรอง ซึ่งอยู่ในสภาพที่สามารถใช้งานได้ภายในเวลารวดเร็ว และมีการตรวจสอบความเรียบร้อยเป็นประจำ

#### 10. ความเสี่ยงจากการทุจริต ↓

**ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น:** บริษัทมีสาขากระจายอยู่ทั่วประเทศจึงต้องอาศัยความซื่อสัตย์ของพนักงาน ให้เป็นผู้ดูแลทรัพย์สินของบริษัท แม้จะยังไม่มีสัญญาณบ่งชี้ว่าจะมีการทุจริตอย่างร้ายแรงเกิดขึ้นในองค์กร แต่บริษัทได้ให้ความใส่ใจในทุจริตที่เกิดจากพนักงาน จึงจำเป็นต้องมีการสร้างความเข้าใจเพื่อต่อต้านทุจริตทั่วทั้งองค์กร

**การบริหารความเสี่ยง:** บิ๊กซีมีกระบวนการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันทุจริต อาทิ

- การส่งเสริมความเข้าใจให้แก่พนักงาน มีการสื่อสารให้พนักงานทุกคนทราบถึงจริยธรรมทางธุรกิจและพนักงานมีการลงนามในปฏิญญาว่าด้วยการปฏิบัติตามมาตรฐานการดำเนินธุรกิจของบริษัททุกปี
- มีขั้นตอนการทำงานเพื่อป้องกันอุปกรณ์และความปลอดภัย บริษัทจัดให้มีบุคลากรผู้รักษาความปลอดภัยและระบบโทรทัศน์วงจรปิด
- ผู้แจ้งเบาะแส สามารถติดต่อบริษัทได้ในหลายช่องทาง ช่วยให้บริษัทสามารถตรวจสอบกรณีทุจริตได้ดียิ่งขึ้น

นอกจากนี้ บริษัทมีการกำหนดการควบคุมภายในที่มีประสิทธิภาพเพื่อช่วยป้องกันการทุจริต รวมถึงการตรวจสอบความผิดปกติที่อาจนำไปสู่การทุจริตได้ อาทิ การแบ่งแยกหน้าที่ทำงาน หรือแยกระดับการอนุมัติ

#### 11. ระดับการแข่งขันสูง ↓

**ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น:** การที่สภาวะตลาดมีความผันผวนและมีแรงกดดันจากการแข่งขันอย่างต่อเนื่อง อาจมีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทในด้านยอดขาย ค่าใช้จ่ายและการดำเนินงาน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากปัญหาเรื่องหนี้ครัวเรือน สินค้ามีราคาสูง หรือสภาวะการแข่งขันที่เปลี่ยนไป

**การบริหารความเสี่ยง:** บริษัททำการติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิด แผนลดผลกระทบรวมการศึกษาแนวโน้มการตลาด การทำแบบประเมินราคาสินค้าในตลาด การสำรวจลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ และการคาดการณ์ผลกระทบจากรายได้ของคู่แข่ง

#### 12. ความท้าทายในด้านการบริหารบุคลากร ↓

**ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น:** ธุรกิจของบริษัทเกี่ยวข้องกับบุคคลถึงประมาณ 27,000 คน และบุคคลเหล่านั้นเป็นผู้ให้บริการแก่ลูกค้า หากบริษัทไม่สามารถให้บุคคลเหล่านั้นอยู่กับบริษัทต่อไปได้ หรือไม่สามารถสร้างแรงจูงใจให้บุคลากรได้ บุคคลเหล่านั้นก็จะไม่สามารถให้บริการลูกค้าได้ดีเพียงพอ

**การบริหารความเสี่ยง:** บริษัทมีการทบทวนนโยบายการจ้างงาน การให้ค่าตอบแทนอยู่เป็นประจำ เพื่อให้คงไว้ซึ่งความสามารถทางการแข่งขันทางธุรกิจได้ อี-อะคาเดมีเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาตนเองให้พนักงาน และช่วยให้พนักงานมีโอกาสก้าวหน้าในอาชีพ มีกระบวนการระบุพนักงานที่มีความสามารถโดดเด่น และมีการสร้างแผนสืบทอดครอบคลุมทั้งองค์กร

## 13. การสูญเสียข้อมูลลับหรือข้อมูลในระบบ



**ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น:** การรักษาความลับของข้อมูลลูกค้า พนักงานและของบริษัทเป็นเรื่องที่สำคัญยิ่ง การรั่วไหลข้อมูลอาจทำให้เกิดผลกระทบด้านตัวเงินและชื่อเสียงของบริษัท แนวโน้มความเสี่ยงในเรื่องระบบสารสนเทศโดยรวมเพิ่มขึ้นเนื่องจากมีผู้พยายามก่ออาชญากรรมทางอิเล็กทรอนิกส์เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก

**การบริหารความเสี่ยง:** บริษัทออกนโยบายเพื่อระบบป้องกันสารสนเทศหลายรายการ โดยครอบคลุมเรื่องการส่งข้อความโดยผ่านระบบการแปลงรหัส การป้องกันระบบการทำงาน การควบคุมผู้เข้าถึงข้อมูล การป้องกันความปลอดภัยของระบบข้อมูล และการดูแลข้อมูล อีกทั้งมีการตรวจสอบผู้ซึ่งมีข้อมูลของลูกค้าหรือของพนักงานโดยฝ่ายป้องกันความปลอดภัยระบบสารสนเทศ นอกจากนี้บริษัทมีแผนฉุกเฉินสำหรับระบบสารสนเทศด้วย

ปัจจัยเสี่ยงต่อไปนี้เป็นความเสี่ยงด้านการเงินที่เกี่ยวกับตราสารการเงิน แต่ไม่ได้มีผลกระทบสูงแก่บริษัท บริษัทระบุไว้เพื่อให้ทราบถึงวิธีการควบคุมความเสี่ยง

## 1. ความเสี่ยงด้านสินเชื่อ

ความเสี่ยงด้านสินเชื่อประกอบด้วย ลูกหนี้ทางการค้า การให้กู้แก่บริษัทในเครือและบริษัทย่อย รายได้ค้างรับจากลูกค้าหรือผู้เช่า บริษัทมีนโยบายเรื่องการควบคุมสินเชื่ออย่างเคร่งครัดและอยู่ในระดับที่เหมาะสม และมีการติดตามการทวงหนี้อย่างใกล้ชิด ดังนั้นความเสี่ยงด้านสินเชื่อของบริษัทจึงมีผลกระทบด้านตัวเงินต่ำ

## 2. ความเสี่ยงด้านอัตราดอกเบี้ย

ความเสี่ยงด้านอัตราดอกเบี้ยประกอบด้วยความเสี่ยงพื้นฐานของเงินสดหรือสิ่งเทียบเคียงเงินสด ลูกหนี้ทางการค้า รายได้ค้างรับจากลูกค้าหรือผู้เช่า การให้กู้แก่บริษัทในเครือและบริษัทย่อย เจ้าหนี้ค้างจ่ายและเงินกู้จากสถาบันการเงิน เนื่องจากบริษัทไม่ได้ใช้เครื่องมือป้องกันความเสี่ยงในสินทรัพย์หรือความรับผิดชอบ ทำให้บริษัทอาจมีความเสี่ยงด้านอัตราดอกเบี้ยที่ผันผวนระหว่างปี อย่างไรก็ตาม บริษัทได้ติดตามแนวโน้มของอัตราดอกเบี้ยในตลาดเงินอย่างใกล้ชิด ในอนาคตหากเงื่อนไขของตลาดมีความเหมาะสม บริษัทอาจพิจารณาใช้เครื่องมือป้องกันความเสี่ยงอัตราดอกเบี้ยได้

## 3. ความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

ความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศเกิดจากผลกระทบของอัตราแลกเปลี่ยนที่มีต่อรายรับค่าใช้จ่ายที่อยู่ในรูปเงินตราต่างประเทศ เนื่องจากบริษัทมีรายรับ หรือค่าใช้จ่ายในเงินสกุลต่างประเทศ และกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้าสินค้าเพื่อจำหน่าย ทำให้บริษัทอาจมีความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างปี อย่างไรก็ตามปริมาณรายรับและค่าใช้จ่ายที่เป็นเงินสกุลต่างประเทศมีจำนวนน้อย และยอดรวมของการนำเข้าสินค้าเพื่อจำหน่ายถือว่าน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับยอดขายทั้งหมด ดังนั้นผลกระทบของความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยนจึงไม่มีนัยสำคัญ นอกจากนี้บริษัทไม่ได้เงินกู้ในเงินสกุลต่างประเทศ

#### 4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

##### 4.1 ทรัพย์สินถาวรของบริษัทและบริษัทย่อย

รายการ	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชี (ล้านบาท) ณ 31 ธ.ค 57
ที่ดิน	เป็นเจ้าของ	10,924
สิทธิการเช่า	ทำสัญญาเช่าระยะยาว	4,779
ส่วนปรับปรุงสิทธิการเช่า	เป็นเจ้าของ	1,557
ส่วนปรับปรุงที่ดิน	เป็นเจ้าของ	347
อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร	เป็นเจ้าของ	17,844
เครื่องตกแต่ง ติดตั้ง เครื่องมือและอุปกรณ์	เป็นเจ้าของ	3,104
ระบบสารสนเทศ	เป็นเจ้าของ	7,718
ยานพาหนะ	เป็นเจ้าของ	-
งานระหว่างก่อสร้างและโครงการระหว่างพัฒนา	เป็นเจ้าของ	736
<b>รวม</b>		<b>47,009</b>

บริษัทและบริษัทย่อยทำสัญญาเช่าและเช่าช่วงที่ดินและอาคาร และสัญญาบริการกับบุคคลและบริษัทอื่นบางแห่ง เพื่อให้เป็นสถานที่ก่อสร้างอาคารที่ทำการและห้างสรรพสินค้า โดยมีระยะเวลาการเช่าตั้งแต่ 1 ถึง 30 ปี ทั้งนี้โปรดดูรายละเอียดในเอกสารแนบ 4

##### สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 บริษัทและบริษัทย่อยมียอดสินทรัพย์ไม่มีตัวตนสุทธิ 154 ล้านบาท ซึ่งสินทรัพย์ไม่มีตัวตนนี้เป็นโปรแกรมคอมพิวเตอร์

บริษัทไม่มีสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตนในลักษณะสิทธิบัตรหรือสัมปทาน

สำหรับเครื่องหมาย “บิ๊กซี” ซึ่งเป็นเครื่องหมายองค์กร และเครื่องหมายการค้า มีการจดทะเบียนภายใต้กรรมสิทธิ์ของบริษัทโดยตรง

##### 4.2 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัทมีนโยบายที่จะลงทุนในธุรกิจค้าปลีกและธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจค้าปลีก (อาทิเช่น ธุรกิจพื้นที่เช่า ธุรกิจในการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น) ซึ่งเป็นธุรกิจที่บริษัทมีความเชี่ยวชาญและชำนาญเท่านั้น โดยเป็นการลงทุนในสัดส่วนที่มากพอที่จะทำให้บริษัทสามารถเข้าร่วมบริหารจัดการและกำหนดแนวทางของธุรกิจดังกล่าวได้



## 5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

- ไม่มี -

## 6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

## 6.1 ข้อมูลทั่วไป

## (1) ข้อมูลบริษัท

ชื่อบริษัท	: บริษัท บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน)
ชื่อบริษัท (ภาษาอังกฤษ)	: Big C Supercenter Public Company Limited
ลักษณะการประกอบธุรกิจ	: ค้าปลีก
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: ชั้น 6 เลขที่ 97/11 ถนนราชดำริห์ แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330
เลขทะเบียนบริษัท	: 0107536000633
โทรศัพท์	: 02-655-0666
โทรสาร	: 02-655-6801
โฮมเพจ	: <a href="http://www.bigc.co.th">www.bigc.co.th</a>
ทุนจดทะเบียน	: 8,250,000,000 บาท
ทุนชำระแล้ว	: 8,250,000,000 บาท (ประกอบด้วยหุ้นสามัญ 825,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 10 บาท)

หมายเหตุ โครงสร้างการถือหุ้นของบริษัทถือหุ้นตั้งแต่ 10% ขึ้นไป สามารถดูรายละเอียดได้ที่หัวข้อ 1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของบริษัท

## (2) บุคคลอ้างอิงอื่น ๆ

## นายทะเบียนหลักทรัพย์

ผู้ถือหุ้นสามารถติดต่อขอข้อมูลเกี่ยวกับการถือหุ้น การเปลี่ยนรายการข้อมูลของผู้ถือหุ้น และการรับเงินปันผล กับนายทะเบียนหลักทรัพย์ได้ที่

บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด  
เลขที่ 62 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย  
ถนนรัชดาภิเษก แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110  
โทรศัพท์ 02- 229-2800, 02-229-2888 โทรสาร. 02-654-5427

ทั้งนี้ท่านสามารถตรวจสอบข้อมูลการถือหุ้นของท่านด้วยตนเองผ่านระบบอินเทอร์เน็ตได้ตลอด 24 ชั่วโมง โดยการสมัครสมาชิกอินเวสเตอร์ พอร์ทัล (Investor Portal) ผ่านเว็บไซต์ของศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ที่ [www.tsd.co.th](http://www.tsd.co.th) และการแจ้งรับเงินปันผลผ่านระบบอี-ดีวีเดน (e-Dividend) หรือให้นายทะเบียนหลักทรัพย์ฝากเงินปันผลเข้าบัญชีธนาคารของท่าน โดยตรงจะเพิ่มความปลอดภัย และสะดวกรวดเร็วต่อท่านมากยิ่งขึ้น หากท่านต้องการสมัครบริการอี-ดีวีเดน (e-Dividend) สามารถติดต่อศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ หรือโบรกเกอร์ของท่าน

โปรดทราบว่า ตั้งแต่วันที่ 1 ม.ค. 2558 เป็นต้นไป ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ จะนำส่งหนังสือมอบฉันทะและเอกสารเชิญประชุมเพียง 1 ชุดไปยังที่อยู่ที่มีขอดำเนิน และเป็นที่อยู่ที่ได้แจ้งไว้ล่าสุด (พรินทิซิปัล แอดเดรส: Principal

Address) ผู้ถือหุ้นสามารถดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ [www.tsd.co.th](http://www.tsd.co.th) หรือติดต่อศูนย์บริการของศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ โทรศัพท์ 0-2229-2888

#### ผู้สอบบัญชี

บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด  
อาคารเลครัชดา ชั้น 33 เลขที่ 193/136-137 ถนนรัชดาภิเษกตัดใหม่  
แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110  
โทรศัพท์ 02-264-0777, 02-661-9190 โทรสาร 02-264-0789 ถึง 90

#### ที่ปรึกษากฎหมาย

บริษัท ลีจิลเลเทอร์ส (ประเทศไทย) จำกัด  
ชั้น 20 แคปปิตอล ทาวเวอร์ ออลซีซั่นสเพลส เลขที่ 87/1  
ถนนวิฑู แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330  
โทรศัพท์ 02-305-8000 โทรสาร 02-305-8010

#### ศูนย์กลางการให้ข้อมูลกับผู้มีส่วนได้เสีย

คุณรำภา คำหอมรัตน์ ตำแหน่งรองประธานฝ่ายบัญชีและการเงิน หรือ  
คุณรามี ปิโรแนน ตำแหน่งผู้อำนวยการฝ่ายนักลงทุนสัมพันธ์  
โทรศัพท์ 02-655-0666 ต่อ 7416 หรือ อีเมล แอดเดรส(E-mail Address): [kurumpa@bigc.co.th](mailto:kurumpa@bigc.co.th) หรือ  
[pirami@bigc.co.th](mailto:pirami@bigc.co.th)

#### การร่วมมือกับผู้ถือหุ้นในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

บริษัทสนับสนุนให้ผู้ถือหุ้นร่วมกันลดผลกระทบสิ่งแวดล้อมจากการใช้กระดาษ บริษัทเผยแพร่รายงานประจำปีและ  
รายงานความรับผิดชอบต่อสังคมปี 2557 บนเว็บไซต์ของบริษัท [www.bigc.co.th](http://www.bigc.co.th) และส่งให้ผู้ถือหุ้นในรูปแบบแผ่น  
ซีดี โดยจะส่งในรูปแบบหนังสือให้เฉพาะผู้ถือหุ้นที่แจ้งขอไว้เท่านั้น หากท่านต้องการขอรับรายงานในรูปแบบ  
หนังสือกรุณาแจ้งมายัง [governance@bigc.co.th](mailto:governance@bigc.co.th) หรือโทรสาร 02-250-5399 หรือ โทรศัพท์ 02-655-0666  
ต่อ 6871, 7159

#### เว็บไซต์ของบริษัท

บริษัทเผยแพร่ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อผู้ลงทุนที่เว็บไซต์ [www.bigc.co.th](http://www.bigc.co.th) ในหัวข้อนักลงทุนสัมพันธ์ และอำนวยความสะดวกให้ผู้ถือหุ้นสามารถเข้าถึงข้อมูลสำคัญได้อย่างรวดเร็วโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย ท่านสามารถสมัครสมาชิก  
เพื่อรับข่าวสารอิเล็กทรอนิกส์ที่ประกาศผ่านเว็บไซต์ของบริษัทได้ที่ [www.bigc.co.th](http://www.bigc.co.th) > นักลงทุนสัมพันธ์ >  
สอบถามข้อมูลนักลงทุน > อีเมลรับข่าวสาร

#### ศูนย์กลางการให้ข้อมูลผ่านสื่อและสิ่งพิมพ์

คุณวารุณี กิจเจริญพูลสิน ผู้อำนวยการฝ่ายองค์กรสัมพันธ์  
โทรศัพท์ 02-655-0666 ต่อ 7437 หรือ อีเมล แอดเดรส (E-mail Address) : [kiwarunee@bigc.co.th](mailto:kiwarunee@bigc.co.th)

## 6.2 ข้อมูลสำคัญอื่น

-ไม่มี-