



# CPALL

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

SET: บริการ / พาณิชยกรรม

<http://www.cpall.co.th>

## ธุรกิจหลัก

ดำเนินธุรกิจร้านสะดวกซื้อภายใต้เครื่องหมายการค้า 7-Eleven และให้สิทธิแก่ผู้ค้าปลีกรายอื่น ในการดำเนินธุรกิจในประเทศไทย และลงทุนในธุรกิจ สนับสนุนธุรกิจร้านค้าสะดวกซื้อ อาทิ ผลิตและจำหน่ายอาหารสำเร็จรูปและเบเกอรี่ ตัวแทนรับชำระสินค้าและบริการ รวมถึงการลงทุนในธุรกิจศูนย์จำหน่ายสินค้า แบบชำระเงินสดและบริการตนเอง ภายใต้ชื่อ “แม็คโคร”

### การดำเนินการของบริษัทเพื่อตอบสนอง อย่างทันก่วงที่ต่อสถานการณ์ COVID-19 (Emergency Response)

ในช่วงเริ่มเกิดเหตุวิกฤต บริษัทได้มีการติดตาม สถานการณ์อย่างใกล้ชิดโดยผู้บริหารระดับสูงของบริษัท ได้มีการสั่งการให้หน่วยงานบริหารความเสี่ยงติดตาม สถานการณ์การแพร่ระบาดอย่างใกล้ชิดและให้หน่วยงาน ประสานรัฐกิจติดตามประกาศต่าง ๆ จากภาครัฐ ตลอด 24 ชั่วโมง โดยหลังจากที่กระทรวงสาธารณสุข ได้ออกประกาศให้ COVID-19 เป็นภัยพิบัติแห่งชาติ บริษัท สื่อสารให้พนักงานทุกระดับรับทราบและนำไปปฏิบัติ ออกจดหมายชี้แจงแก่พนักงานทั่วประเทศให้ตระหนักถึง ความร้ายแรงของ COVID-19 และขอให้พนักงานปฏิบัติตาม ข้อบังคับของบริษัทอย่างเคร่งครัด รวมถึงคณะกรรมการ บริหารของบริษัทได้มีการเรียกประชุมเพื่อวางแผนรับมือ เหตุการณ์ต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้น ร่วมกับหน่วยงานที่ เกี่ยวข้องเพื่อหาข้อสรุป คาดการณ์ และประเมินผลกระทบ ของเหตุการณ์ที่มีต่อการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ อีกทั้ง กำหนดมาตรการสำคัญเพื่อตอบสนองต่อเหตุการณ์และ ป้องกันความเสี่ยง ดังนี้



**1 ด้านพนักงาน (ร้านสาขาและสำนักงาน)** บริษัทได้มีการกำหนดกลุ่มความเสี่ยง (Risk Identification) เพื่อให้สามารถบริหารจัดการเหตุวิกฤตได้อย่างรวดเร็วและทันเหตุการณ์โดยบริษัทได้แบ่งกลุ่มความเสี่ยงออกเป็น 3 กลุ่มคือ a) กลุ่มบุคคลที่ได้รับการติดเชื้อและได้รับการยืนยันจากกระทรวงสาธารณสุข b) กลุ่มบุคคลที่ใกล้ชิดกลุ่ม (a) หรือเป็นบุคคลที่เดินทางกลับมาจากประเทศกลุ่มเสี่ยงที่ประกาศโดยกระทรวงสาธารณสุขหรือหน่วยงานภาครัฐ c) กลุ่มบุคคลที่ใกล้ชิดกลุ่ม (b) โดยหลังจากที่สามารถจัดกลุ่มความเสี่ยงได้แล้ว ขั้นตอนถัดไปคือการกำหนดมาตรการรองรับในแต่ละกลุ่มเสี่ยงเพื่อให้การป้องกันเป็นไปอย่างรวดเร็วและไม่ขยายไปสู่กว้าง

**2 ด้าน Business Operation** บริษัทดำเนินธุรกิจค้าปลีกและร้านค้าสะดวกซื้อซึ่งในปัจจุบันมีร้านสาขาประมาณ 12,000 สาขาทั่วประเทศและมีลูกค้าเข้ามาใช้บริการในร้านประมาณ 13 ล้านคนต่อวัน ซึ่งโอกาส

การแพร่ระบาดของเชื้อ COVID-19 ในร้านเซเว่นฯ อยู่ในระดับสูง ดังนั้น บริษัทจึงได้มีการออกมาตรการป้องกันต่าง ๆ ในร้านสาขาทั่วประเทศโดยขอให้พนักงานทุกระดับชั้นปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด เนื่องจากหากพบผู้ติดเชื้อที่ได้รับการยืนยันจากหน่วยงานภาครัฐเข้ามาใช้บริการที่ร้านสาขา บริษัทจะต้องปิดร้านสาขาและทำความสะอาดตามข้อกำหนดของกรมควบคุมโรคซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท

**3 ด้าน Supply Chain** เพื่อให้การดำเนินธุรกิจของบริษัทไม่หยุดชะงัก บริษัทได้ตระหนักถึงความสำคัญของ BU ต่าง ๆ ที่เป็นห่วงโซ่อุปทานของร้านสาขา เพื่อให้กิจการดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง เช่น คลังสินค้า ศูนย์กระจายสินค้า การขนส่ง เป็นต้น โดยบริษัทได้กำชับไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้กำหนดมาตรการป้องกันการแพร่เชื้อ COVID-19 ทั้งในส่วนของพนักงานและสถานที่ พร้อมทั้งให้มีการรายงานสถานการณ์มายังส่วนกลางอย่างสม่ำเสมอ

**4 ด้านการเงิน (Financial)** เพื่อเป็นการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อ COVID-19 ทางภาครัฐได้มีการออกประกาศและข้อกำหนดต่าง ๆ เช่น การออก พ.ร.ก. ฉุกเฉินเพื่อกำหนดเวลาห้ามออกนอกเคสสถานตามระยะเวลาที่กำหนด การกำหนดห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การปิดจังหวัด/พื้นที่ เป็นต้น โดยมาตรการเหล่านี้ได้ส่งผลกระทบต่อรายได้ของบริษัท ทั้งนี้บริษัทได้มีการประเมินความคุ้มค่าในการเปิดดำเนินการร้านสาขาทั่วประเทศ

บริษัทได้มีการจัดทำแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจ (BCP) เพื่อเป็น Roadmap ในการบริหารธุรกิจให้ยังคงดำเนินไปได้อย่างต่อเนื่องโดยไม่หยุดชะงัก นอกจากนี้บริษัทได้ออกมาตรการ Work From Home จากการรณรงค์ของภาครัฐเพื่อลดการเดินทางด้วยรถยนต์สาธารณะและลดความหนาแน่นในสถานที่ทำงานโดยบริษัทได้ขอความร่วมมือจากพนักงานให้ทำงานจากที่บ้านโดยกำหนดเงื่อนไขดังต่อไปนี้

- พนักงานต้องปฏิบัติตามระเบียบของบริษัทอย่างเคร่งครัด
- พนักงานต้องพร้อมในการสื่อสารทันที
- พนักงานต้องสามารถเดินทางมายังสำนักงานได้ทันที เมื่อมีความจำเป็นเร่งด่วน
- พนักงานต้องปฏิบัติงานที่บ้าน ไม่อนุญาตให้ปฏิบัติงานในสถานที่อื่น

ทั้งนี้ เพื่อให้การทำงานจากบ้านเปรียบเสมือนการทำงานในสำนักงาน บริษัทได้มีการเตรียมระบบการทำงานต่าง ๆ เพื่อรองรับ เช่น ระบบการประชุม Online (Webex, BlueJeans, CP ALL Connect และ True Virtual Connect) ระบบการสื่อสารด้วยอีเมล เป็นต้น

## การบริหารจัดการ ภาวะวิกฤต COVID-19 ของบริษัท (Crisis Management)

ในช่วงเกิดเหตุวิกฤต คณะกรรมการบริหารของบริษัทได้มีการจัดตั้งคณะทำงานต่าง ๆ จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อบริหารจัดการเหตุวิกฤต ประกอบด้วย **Crisis Management Committee (CMC)** ทำหน้าที่ตัดสินใจและสั่งการการจัดการวิกฤต กำกับดูแลแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจ สนับสนุนทรัพยากรที่จำเป็น และสื่อสารไปยังผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง **Crisis Working Team (CWT)** ทำหน้าที่วิเคราะห์ข้อมูลตามสถานการณ์ปัจจุบัน ประเมินสถานการณ์และเสนอแผน BCM เพื่อให้คณะทำงาน CMC ตัดสินใจ รวมถึงจัดเตรียมข้อมูลเพื่อสื่อสารไปยังผู้มีส่วนได้เสีย **Business Crisis Team (BCT)** ทำหน้าที่นำแผนฉุกเฉินไปใช้รองรับเหตุวิกฤตเพื่อให้ธุรกิจกลับเข้าสู่ภาวะปกติ รายงานการจัดการวิกฤตไปยังคณะทำงาน CWT ดำเนินการตามแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจและจัดสรรทรัพยากรที่จำเป็นเพื่อจัดการเหตุวิกฤต

บริษัทมีการเตรียมความพร้อมด้านอุปกรณ์ความปลอดภัยและอาชีวอนามัยโดยออกมาตรการป้องกันการแพร่เชื้อ COVID-19 ในส่วนของร้านสาขา และสถานที่ทำงาน เช่น จัดเตรียมหน้ากากอนามัย เจลล้างมือ จุดวัดอุณหภูมิ การเว้นระยะห่างระหว่างการให้บริการ งดมือกั้นเป๊อ็น เป็นต้น ตามที่กรมอนามัยได้เสนอ นอกจากนี้ยังมีการทบทวนการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ ดังนี้

**1 ด้านการผลิตสินค้าและบริการ** เช่น การปรับรูปแบบสินค้าและบริการ การปรับกระบวนการจัดหาวัตถุดิบและขั้นตอนการผลิต เป็นต้น

**2 ด้านการขนส่ง** เช่น การปรับเปลี่ยนเส้นทางหรือช่วงเวลาในการขนส่ง การจัดหา Suppliers เพิ่มเติมเพื่อช่วยให้การขนส่งและการกระจายสินค้าเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นต้น

**3 ด้านการจำหน่ายและการให้บริการ** เช่น การเพิ่มช่องทางการจำหน่ายและการให้บริการ การเพิ่มมาตรการดูแลสุขอนามัยของพนักงานและลูกค้าเพื่อสร้างความมั่นใจ การปรับ/ขยายกลุ่มลูกค้า เป็นต้น

**4 ด้านสภาพคล่องและสถานะทางการเงินของบริษัท** เช่น การมีมาตรการสำคัญเพื่อช่วยให้บริษัทสามารถรักษา Cash Flow ในช่วงภาวะวิกฤต การทบทวนค่าใช้จ่าย แผนการลงทุน การขอขยายเวลาการชำระหนี้ การศึกษาและใช้สิทธิประโยชน์จากมาตรการบรรเทาผลกระทบที่ได้จากภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

บริษัทให้ความสำคัญกับการสื่อสารและให้ข้อมูลแก่ผู้มีส่วนได้เสียต่าง ๆ ในช่วงภาวะวิกฤตผ่านช่องทางที่จัดเตรียมไว้ เช่น **กลุ่มสตรีคส์พาร์ตเนอร์ส** มีการสื่อสารผ่านช่องทาง SBP มอลล์ และ CPALL Connect เกี่ยวกับมาตรการป้องกันการแพร่เชื้อ COVID-19 ในการให้บริการลูกค้า มาตรการจัดการคัดกรองความเสี่ยงของพนักงาน และแนวปฏิบัติตนเองเพื่อลดความเสี่ยง **กลุ่มพนักงาน** มีการสื่อสารผ่านตัวแทน Risk Champion ประจำหน่วยงาน ช่องทาง CPALL Connect และอีเมลภายใน เพื่อรายงานสถานการณ์ให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน สื่อสารมาตรการปฏิบัติดูแลตนเองอย่างถูกต้อง เพื่อให้เกิดความปลอดภัยต่อตนเอง ครอบครัว เพื่อนร่วมงาน ลูกค้า เป็นต้น

## การบรรเทาผลกระทบและดูแลผู้มีส่วนได้เสียอย่างรอบด้านในสถานการณ์ COVID-19 (Impact Mitigation)

บริษัทดำเนินการช่วยเหลือหรือบรรเทาผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อผู้มีส่วนได้เสีย ดังนี้

**พนักงานและครอบครัว:** บริษัทมุ่งเน้นการดูแลสุขอนามัยของพนักงานและจัดหาอุปกรณ์ป้องกันให้กับพนักงานที่มีความเสี่ยงสูง (พนักงานประจำร้านสาขาทั่วประเทศและพนักงานศูนย์กระจายสินค้า) รวมทั้งกำหนดมาตรการ Work From Home และการเหลื่อมเวลาในการทำงาน บริษัทยังได้ดำเนินโครงการ “เราอยู่เคียงข้างกัน” เพื่อดูแลจิตใจของพนักงาน โดยมีผู้เชี่ยวชาญให้คำปรึกษาทั้งเรื่องการทำงานและชีวิตส่วนตัวโดยไม่มีค่าใช้จ่าย นอกจากนี้ บริษัทประกาศนโยบายไม่มีการเลิกจ้างพนักงานจากสถานการณ์ COVID-19 และจะดูแลค่ารักษาพยาบาลหากพบว่ามีพนักงานติดเชื้อ นอกจากนี้ บริษัทยังมีการมอบคู่มือป้องกันและเครื่องดื่มให้กับครอบครัวพนักงานที่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ รวมทั้งช่วยเหลือด้านค่าใช้จ่ายการศึกษาบุตรของพนักงาน

**ลูกค้า:** บริษัทจัดโปรแกรม “ร่วมด้วยช่วยค่าครองชีพ” ให้กับลูกค้า เช่น เมนูอาหารในราคาถูก ลดราคาสินค้าของกินของใช้ในชีวิตประจำวัน เป็นต้น

**ผู้ถือหุ้น:** ในการประชุมผู้ถือหุ้น บริษัทจัดให้มีถ่ายทอดสดบรรยากาศการประชุมผ่านจอภาพเพื่อลดความแออัดในห้องประชุมและจัดการประชุมให้สั้น กระชับ และให้เสร็จสิ้นภายในเวลาไม่เกิน 1.30 ชั่วโมง รวมทั้งเปิดรับฟังความเห็นและข้อซักถาม โดยให้ผู้ถือหุ้นสามารถส่งคำถามล่วงหน้าก่อนการประชุมมายังบริษัท

**ชุมชนและสังคม:** ดำเนินการภายใต้แนวคิด “คนไทยไม่ทิ้งกัน” โดยช่วยเหลือกลุ่มเป้าหมายในแต่ละกลุ่ม เช่น

- **กลุ่มแพทย์ พยาบาล บุคลากรทางการแพทย์** มีการมอบอาหาร น้ำดื่ม ชุดอุปกรณ์ตรวจสอบสุขภาพ พื้นฐาน และอุปกรณ์ที่จำเป็นต่าง ๆ ตลอดจนบริจาคเงิน 77 ล้านบาท ให้กับ 77 โรงพยาบาล
- **ผู้มีรายได้น้อย** ช่วยเหลือด้านค่าครองชีพ โดยจัดแคมเปญอาหารในราคาประหยัด เช่น ข้าวกล่อง 20 บาท บริจาคถุงยังชีพ มีการสร้างงานสร้างอาชีพผ่านโครงการที่มอบให้บริการส่งถึงบ้าน (Home Delivery) เป็นต้น
- **เกษตรกร** บริษัทช่วยเหลือเกษตรกรโดยนำผลไม้มาขายในร้าน 7-11 (นำร่อง 850 สาขาในเขตกรุงเทพฯ และ 424 สาขาภาคใต้)
- **WS-สงฆ์** โดยร่วมสมทบทุนโรงทานตามวัดต่าง ๆ

## การวางแผนฟื้นฟูธุรกิจ ภายหลังสถานการณ์ COVID-19 (Business Recovery)

บริษัททำความเข้าใจและวิเคราะห์ New Normal ของอุตสาหกรรมค้าปลีกที่จะเกิดขึ้นภายหลังจากสถานการณ์ COVID-19 ตลอดจนกำหนดแผนระยะยาวในการรับมือเพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันในระยะยาวของบริษัท โดยใช้กลยุทธ์ 4Rs ประกอบด้วย React “Resilience” “Rebound” และ “Reform” ซึ่งครอบคลุมการดำเนินงานใน 5 ด้าน ได้แก่

**1 Business** มุ่งเน้นการเพิ่มยอดขายผ่านช่องทางออนไลน์และ Home Delivery การประเมินความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่ม การแบ่งประเภทสินค้าโดยเน้นพิจารณาความต้องการแบบ Store-by-Store และการอำนวยความสะดวกในการชำระเงินแบบ Contactless

**2 People** ให้ความสำคัญกับการดูแลด้านสุขอนามัย ปรับเปลี่ยนระบบการทำงานให้มีความยืดหยุ่นมากขึ้นและสนับสนุนการปฏิบัติงานของบุคลากรด้วยความเข้าใจ (Empathy)

**3 Supply Chain & Technology** ประเมินความเสี่ยงของคู่ค้าและทำงานร่วมกับคู่ค้าในการพัฒนาสินค้าที่มีความต้องการ พิจารณาความเป็นไปได้ในการจัดหาจากคู่ค้าที่หลายแหล่ง (Multi-Sourcing) เร่งการดำเนินงานตามแผน Digital Transformation

**4 Finance** มีการทำ Stress Testing ทบทวนแผนการใช้จ่ายเงินและให้ความสำคัญกับบริหารสภาพคล่อง

**5 Sustainability** ให้การสนับสนุนช่วยเหลือผู้มีส่วนได้เสียโดยเฉพาะกลุ่มที่ได้รับความเดือดร้อนจากสถานการณ์ COVID-19 ให้ความร่วมมือกับรัฐบาลและหน่วยงานราชการในการปฏิบัติตามมาตรการที่เกี่ยวข้อง