

บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน)

SIAM MAKRO PUBLIC COMPANY LIMITED

ส่วนที่ 2.2

การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

1.1 วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ เป้าหมาย หรือกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ

บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) ประกอบธุรกิจศูนย์จำหน่ายสินค้าแบบชำระเงินสดและบริการตนเอง โดยจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคให้แก่ลูกค้าที่เป็นสมาชิกของบริษัทฯ ภายใต้ชื่อ “แม็คโคร” ซึ่งมีสาขาอยู่ทั่วประเทศไทย บริษัทฯ ดำเนินงานโดยทีมผู้บริหารมืออาชีพซึ่งประจำอยู่ที่สำนักงานใหญ่ในกรุงเทพมหานคร และทีมบริหารประจำแต่ละสาขา เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานให้เป็นไปตามแผนงานและเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยในปี 2532 บริษัทฯ ได้ดำเนินการเปิดศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโคร สาขาแรกคือ สาขาลาดพร้าว ที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้ดำเนินการขยายสาขาของศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโคร ควบคู่ไปกับการพัฒนารูปแบบสาขาที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และนำเสนอสินค้าและบริการให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มลูกค้า ปัจจุบัน บริษัทฯ ประกอบธุรกิจภายใต้รูปแบบสาขา 4 รูปแบบหลักได้แก่

- 1) Classic Store - ศูนย์จำหน่ายสินค้าแบบชำระเงินสดและบริการตนเอง ภายใต้ชื่อ “แม็คโคร” หรือ “ศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโคร” เป็นรูปแบบสาขาดั้งเดิม และจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคหลากหลายประเภท โดยให้บริการแก่ผู้ประกอบการร้านโชห่วย และร้านค้าปลีกรายย่อย ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักของบริษัทฯ
- 2) Makro Foodservice - “แม็คโคร ฟู้ดเซอร์วิส” ศูนย์จำหน่ายสินค้าเพื่อกลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการด้านธุรกิจ โรงแรม ภัตตาคาร ร้านอาหาร และผู้ให้บริการจัดเลี้ยง (กลุ่มโฮเรก้า) โดยเฉพาะ โดยจัดหาสินค้าเพื่อธุรกิจอาหารแบบครบวงจรมาแนะนำเสนอแก่ผู้ประกอบการกลุ่มโฮเรก้า อาทิ อาหารสดและอาหารแช่แข็ง อาหารแห้ง เครื่องครัว อุปกรณ์ในการเตรียมอาหาร และของใช้ที่จำเป็นสำหรับธุรกิจร้านอาหารและโรงแรม โดยคำนึงถึงความสด สะอาด และคุณภาพคงที่ ความน่าเชื่อถือของแหล่งผลิต ความหลากหลาย และความพอเพียงที่จะให้บริการครบ ณ จุดเดียวเป็นสำคัญ
- 3) Eco Plus Store - “อีโค พลัส” รูปแบบเพื่อผู้ประกอบการมืออาชีพทั้งกลุ่มโฮเรก้า และผู้ค้าปลีกรายย่อย รูปแบบสาขา อีโค พลัส ได้จัดสรรพื้นที่สำหรับสินค้าประเภทอาหารสดเพื่อให้บริการแก่ผู้ประกอบการกลุ่มโฮเรก้าเพิ่มขึ้น ในทำเลพื้นที่มีธุรกิจ โรงแรม ร้านอาหาร และจัดเลี้ยงจำนวนมาก และมีศักยภาพในการเติบโต เช่น สาขาพัทยา ภูเก็ต และเชียงใหม่ (หางดง)
- 4) ร้านจำหน่ายอาหารแช่แข็งขนาดเล็ก “สยามโฟรเซน” หรือ “ร้านสยามโฟรเซน” คือรูปแบบร้านที่บริษัทฯ พัฒนาขึ้นมาในปี 2553 เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าในกลุ่มอาหารแช่แข็ง โดยเฉพาะ โดยมีพื้นที่ขายประมาณ 100 - 150 ตารางเมตร ในทำเลย่านตลาดสดที่เข้าถึงได้ง่าย ตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้ประกอบการโฮเรก้าขนาดกลางและขนาดเล็กที่ต้องการสินค้าคุณภาพ ปลอดภัย ราคาประหยัดและคงที่ เพื่อที่จะสามารถบริหารจัดการต้นทุนธุรกิจได้ตลอดทั้งปี

ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2558 บริษัทฯ มีจำนวนสาขาทั้งสิ้น 85 สาขาทั่วประเทศ แบ่งเป็นศูนย์จำหน่ายสินค้า แม็คโคร จำนวน 65 สาขา แม็คโคร ฟู้ดเซอร์วิส จำนวน 9 สาขา อีโค พลัส จำนวน 6 สาขา และร้านสยามโฟรเซ่น จำนวน 5 สาขา แบ่งเป็นสาขาในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 15 สาขา และสาขาในต่างจังหวัด จำนวน 70 สาขา โดยมีพื้นที่การขายรวมประมาณ 576,205 ตารางเมตร

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังประกอบธุรกิจนำเข้า ส่งออก และจำหน่ายสินค้าแช่แข็งและแช่เย็น พร้อมบริการด้านจัดเก็บและจัดส่งในประเทศไทยและประเทศเวียดนาม รวมทั้งธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนธุรกิจหลักของบริษัทฯ ผ่านการดำเนินงานของบริษัทย่อย ได้แก่ (1) สยามฟู้ด เซอร์วิส (2) วินาสยาม ฟู้ด (3) แม็คโคร อาร์โอเอช (4) ARO Company และ (5) โปรมาร์ท โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) บริษัท สยามฟู้ด เซอร์วิส จำกัด

ประกอบธุรกิจจัดหาผลิตภัณฑ์อาหารในประเทศและนำเข้าจากต่างประเทศ พร้อมบริการจัดส่งเพื่อจำหน่ายไปยังลูกค้าทั่วประเทศ โดยดำเนินการคัดสรรผลิตภัณฑ์อาหารที่มีคุณภาพดีเยี่ยมทั้ง แช่แข็ง แช่เย็น และอาหารแห้ง ได้แก่ เนื้อสัตว์ อาหารทะเล มันฝรั่ง ผลิตภัณฑ์นม และผลิตภัณฑ์ปรุงแต่งอาหาร เป็นต้น

2) บริษัท วินาสยาม ฟู้ด จำกัด

ประกอบธุรกิจทางการค้าและจัดจำหน่ายอาหาร รวมทั้งธุรกิจนำเข้า และส่งออกอาหารที่มีคุณภาพสูง ด้านผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ อาหารทะเล มันฝรั่ง ผลิตภัณฑ์นมและผลิตภัณฑ์ปรุงแต่งอาหาร เป็นต้น ตลอดจนจำหน่ายสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์อาหารคุณภาพสูงให้แก่ผู้ประกอบการให้บริการอาหารจานด่วน ร้านอาหารต่าง ๆ และธุรกิจโรงแรมทั่วไปในประเทศเวียดนาม

3) บริษัท แม็คโคร อาร์โอเอช จำกัด

ประกอบธุรกิจลงทุนในต่างประเทศ รวมทั้งให้บริการด้านการบริหาร ด้านเทคนิค และ/หรือ การให้บริการสนับสนุนแก่บริษัทในเครือ

4) ARO Company Limited

ประกอบธุรกิจให้บริการด้านการตลาด และให้คำปรึกษาในประเทศเมียนมาร์

5) บริษัท โปรมาร์ท จำกัด

ประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าอุปโภค เพื่อสนับสนุนธุรกิจหลักของบริษัทฯ

1.1.1 วิสัยทัศน์

บริษัทฯ มีวิสัยทัศน์ที่จะมุ่งเป็นที่หนึ่งในอาเซียนเรื่องการจัดหาสินค้า เพื่อธุรกิจอาหารแบบครบวงจรสำหรับผู้ประกอบการมืออาชีพ โดยมีพันธกิจหลัก 5 ประการคือ

- 1) ขยายตัวสู่อาเซียนด้วยรูปแบบร้านค้าที่หลากหลาย
- 2) ให้รางวัลความสำเร็จของทีมงาน และลงทุนกับการพัฒนาทรัพยากรบุคคล
- 3) ศึกษาทำความเข้าใจในความแตกต่างเฉพาะตัวของแต่ละท้องถิ่น
- 4) สร้างผลประโยชน์สูงสุดให้กับผู้ที่เกี่ยวข้องพร้อมรับผิดชอบต่อสังคม และ
- 5) นำเสนอแต่สิ่งที่ดีที่สุด และคุ้มค่าที่สุดให้กับลูกค้า

1.1.2 เป้าหมายและกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ

บริษัทฯ มีเป้าหมายในการรักษาความเป็นผู้นำธุรกิจปลีกค้าส่งในประเทศไทย และมีแผนขยายจำนวนสาขาอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ บริษัทฯ เล็งเห็น โอกาสทางธุรกิจอาหารและการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศ จึงมีนโยบายพัฒนารูปแบบสาขาให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการมากยิ่งขึ้น ตลอดจนเล็งเห็นถึงโอกาสในการขยายธุรกิจไปยังกลุ่มประเทศอาเซียนเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของบริษัทฯ ที่จะมุ่งเป็นที่หนึ่งในอาเซียนเรื่องการจัดหาสินค้า เพื่อธุรกิจอาหารแบบครบวงจรสำหรับผู้ประกอบการมืออาชีพ

กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจที่สำคัญเพื่อให้บริษัทฯ สามารถบรรลุเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ คือการยึดถือความต้องการของลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (Customer Centric) เพื่อเป็นคู่ค้าอันดับหนึ่ง ซึ่งปัจจุบันมีมากกว่า 2.6 ล้านรายในการจัดหาสินค้าและมีทุกคำตอบเรื่องธุรกิจอาหารสำหรับผู้ประกอบการมืออาชีพด้านอาหารภายใต้สโลแกน “แม็คโคร คู่คิดธุรกิจคุณ” โดยที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้ดำเนินโครงการและกิจกรรมด้านการพัฒนาลูกค้าต่าง ๆ ร่วมกับคู่ค้าและองค์กรภาครัฐ เพื่อผู้ประกอบการค้าปลีกรายย่อย และผู้ประกอบการมืออาชีพทางด้านอาหาร เพื่อศึกษาและทำความเข้าใจความต้องการของลูกค้าให้ได้มากยิ่งขึ้น เช่น “โครงการ Lovemark” ซึ่งมีจุดประสงค์เพื่อทำความเข้าใจกับความต้องการที่แท้จริงของผู้ประกอบการค้าปลีกรายย่อย และผู้ประกอบการมืออาชีพทางด้านอาหาร โครงการ “แม็คโครมิตรแท้ใจช่วย” (“Makro Retailer Alliance : MRA”) ซึ่งมีจุดประสงค์เพื่อช่วยเสริมความสามารถในการแข่งขันทางการค้าให้แก่กลุ่มผู้ค้าปลีกรายย่อย ตลอดจนการจัดงาน “วันนัดพบผู้ประกอบการร้านค้าปลีก” “ตลาดนัดใจช่วย” และ “มหกรรมครบเครื่องเรื่องอาหารและอุปกรณ์” เป็นต้น นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังดำเนินโครงการพัฒนาต่าง ๆ เพื่อเสริมความแข็งแกร่งให้องค์กรเติบโตอย่างยั่งยืน (โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายในส่วนที่ 2.2 ข้อ 2.4 - การตลาดและการแข่งขันกลยุทธ์การแข่งขัน)

เพื่อตอบสนองโอกาสการเติบโตของธุรกิจอาหาร และอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ในปี 2555 บริษัทฯ ได้เริ่มพัฒนา แม็คโคร ฟู้ดเซอร์วิส ซึ่งเป็นศูนย์จำหน่ายสินค้ารูปแบบใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มไฮเอนด์ แม็คโคร ฟู้ดเซอร์วิส สาขาแรกได้เปิดดำเนินการที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี และมีผลประกอบการเป็นไปตามความคาดหมาย โดย ณ วันที่ 31 มีนาคม 2558 บริษัทฯ เปิดดำเนินการแม็คโคร ฟู้ดเซอร์วิส จำนวนทั้งสิ้น 9 สาขา และมีแผนในการขยายจำนวนสาขาอย่างต่อเนื่องไปยังทำเลใกล้กับกลุ่มลูกค้าไฮเอนด์ หรือในพื้นที่ที่มีศักยภาพในจังหวัดท่องเที่ยวมากขึ้น นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้พัฒนารูปแบบสาขาอีโคโน พลัส จากศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโครแบบดั้งเดิม เพื่อจัดสรรพื้นที่สำหรับสินค้าประเภทอาหารสดมากขึ้น โดย ณ วันที่ 31 มีนาคม 2558 บริษัทฯ เปิดดำเนินการรูปแบบสาขาอีโคโน พลัส จำนวนทั้งสิ้น 6 สาขา

กลยุทธ์ที่สำคัญอีกประการหนึ่งในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ คือระบบการกระจายสินค้าและโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพ ความสามารถในการจัดเตรียมสินค้าที่ครบครัน ตลอดจนการพัฒนาปรับปรุงระบบการปฏิบัติงาน เพื่อให้เกิดประสิทธิผลสูงสุด ลดต้นทุนด้านการบริหารจัดการ และสร้างความยั่งยืนทางด้านพลังงานและสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้เสริมสร้างศักยภาพทางการแข่งขันให้ธุรกิจแม็คโครมีความโดดเด่น ยังส่งผลให้ลูกค้าผู้ประกอบการสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างราบรื่น โดยไม่มีหยุดชะงัก ณ วันที่ 31 มีนาคม 2558 บริษัทฯ มีศูนย์กระจายสินค้าทั้งสิ้น 3 แห่ง ได้แก่ (1) ศูนย์กระจายสินค้าอาหารแห้ง สินค้าอุปโภค อาหารแช่เย็น และอาหารแช่แข็ง ที่อำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา (2) ศูนย์กระจายสินค้าอาหารแช่แข็งขนาดเล็ก 1 แห่ง ที่อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา สำหรับบริหารจัดการสินค้าอาหารแช่แข็งและเพิ่มความสามารถในการกระจายสินค้าในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และ (3) ศูนย์กระจายสินค้าอาหารแห้งและสินค้าอุปโภค ที่อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีแผนเปิดดำเนินการศูนย์กระจายสินค้าอาหารสดและอาหารแช่แข็งแห่งใหม่ ที่ตำบล มหาชัย อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ภายในปี 2558 ซึ่งอยู่ระหว่างการดำเนินการก่อสร้าง และคาดว่าจะสามารถเปิดดำเนินการได้ในปลายปี 2558 (โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมในส่วนที่ 2.2 ข้อ 6 - โครงการในอนาคต)

นอกจากการสรรหาสินค้าอาหารสด อาหารแห้ง อาหารแช่เย็น อาหารแช่แข็ง ตลอดจนสินค้าอุปโภคที่มีคุณภาพไว้อย่างหลากหลาย เพื่อตอบโจทย์ลูกค้าผู้ประกอบการในแต่ละพื้นที่ บริษัทฯ จึงได้อาศัยความได้เปรียบในการเข้าใจความต้องการของลูกค้าผู้ประกอบการในแต่ละพื้นที่เป็นอย่างดีในการพัฒนาสินค้าภายใต้เครื่องหมายการค้าของตนเอง ซึ่งมีคุณภาพที่เป็นที่ยอมรับและมีความเป็นเอกลักษณ์เหมาะสมสำหรับผู้ประกอบการแต่ละกลุ่มอย่างชัดเจน ทั้งยังมีส่วนช่วยลูกค้าผู้ประกอบการบริหารจัดการต้นทุนในการทำธุรกิจอีกด้วย นี่คือนวัตกรรมหนึ่งที่เราสร้างความแตกต่างและสร้างยอดขายอันน่าพึงพอใจให้กับบริษัทฯ

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมุ่งพัฒนาประสิทธิภาพของบุคลากรอย่างต่อเนื่อง ที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้ดำเนินการพัฒนาบุคลากรของบริษัทฯ ตามแผนงานบริหารและพัฒนาทรัพยากรบุคคล

(HR Roadmap) โดยมุ่งเน้นการอบรมและพัฒนาบุคลากรให้มีคุณภาพ และเติบโตก้าวหน้าไปตามสายงาน เพื่อตอบสนองความต้องการด้านบุคลากรของบริษัทฯ และเสริมสร้างรากฐานที่แข็งแกร่งให้แก่องค์กร เพื่อให้พร้อมที่จะเผชิญความท้าทายในอนาคต

อนึ่ง บริษัทฯ ยังคงดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน นอกจากสร้างองค์ความรู้เพื่อสร้างความแตกต่างให้กับธุรกิจอย่างยั่งยืน ยังแบ่งปันประสบการณ์ความรู้อันมีค่า พัฒนาผู้ประกอบการร้านโชห่วยท้องถิ่นด้วยระบบบริหารจัดการธุรกิจที่เป็นสากลผ่านโครงการ “แม็คโครมิตรแท้โชห่วย” (MRA - Makro Retailer Alliance) โดยโครงการดังกล่าวจะช่วยให้ความรู้และคำปรึกษาด้านการบริหารธุรกิจค้าปลีก รวมถึงแนะนำเทคนิคในการสร้างยอดขาย และเพิ่มผลกำไรให้แก่ลูกค้าผู้ประกอบการ ไม่เพียงเพิ่มศักยภาพร้านค้าปลีกท้องถิ่นที่มีอยู่ดั้งเดิมให้เติบโตอย่างแข็งแกร่ง ยังสนับสนุนให้ร้านค้าปลีกรายใหม่ ๆ เกิดเพิ่มขึ้นด้วยการนำเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่มาประยุกต์ใช้ เพื่อช่วยประเมินสัดส่วนประเภทสินค้าที่จะจัดจำหน่าย รวมถึงออกแบบแผนผังการจัดวางสินค้าสำหรับร้านค้าของลูกค้า เพื่อให้มีความเหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละพื้นที่ ซึ่งจะช่วยเสริมความสามารถในการประกอบธุรกิจของลูกค้าซึ่งเป็นผู้ค้าปลีกรายย่อย (ร้านโชห่วย) อันเป็นฐานลูกค้าหลักกลุ่มหนึ่งของบริษัทฯ

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

บริษัทฯ จัดทะเบียนจัดตั้งในเดือนพฤษภาคม 2531 ด้วยทุนจดทะเบียน 750 ล้านบาท เพื่อประกอบธุรกิจศูนย์จำหน่ายสินค้าแบบชำระเงินสดและบริการตนเองภายใต้ชื่อ “แม็คโคร” โดยเปิดให้บริการสาขาแรกที่สาขาลาดพร้าวในปี 2532 ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้ดำเนินการขยายจำนวนสาขาและประสบความสำเร็จอย่างต่อเนื่องในการจัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคให้แก่ลูกค้าจำนวนมากทั่วประเทศ ซึ่งประกอบด้วยกลุ่มผู้ค้าปลีกรายย่อย กลุ่มลูกค้าโฮเรก้า และกลุ่มผู้ประกอบการ ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ และธุรกิจในสาขาอาชีพต่าง ๆ ต่อมาในเดือนสิงหาคม 2537 บริษัทฯ ได้เพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 2,400 ล้านบาท และเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ

ในปี 2548 บริษัทฯ ได้เข้าลงทุนในสยามฟู้ด เซอร์วิส ในสัดส่วนร้อยละ 99.99 ของหุ้นทั้งหมด เพื่อประกอบธุรกิจนำเข้าและจำหน่ายสินค้าแช่แข็งและแช่เย็นจากต่างประเทศและในประเทศให้แก่กลุ่มลูกค้าโฮเรก้า และกลุ่มผู้ประกอบการ และต่อมาในปี 2555 บริษัทฯ ได้เข้าลงทุนใน วินาสยาม ฟู้ด ในสัดส่วนร้อยละ 100 ของหุ้นทั้งหมด ซึ่งวินาสยาม ฟู้ด จัดทะเบียนจัดตั้ง ณ เมืองโฮจิมินห์ ประเทศเวียดนาม เพื่อประกอบธุรกิจนำเข้า ส่งออก และจำหน่ายสินค้าแช่แข็งและแช่เย็น

ต่อมาในปี 2556 บริษัทฯ มีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างผู้ถือหุ้นที่สำคัญ กล่าวคือ เมื่อวันที่ 26 มิถุนายน 2556 เอสเอชวี เนเธอร์แลนด์ บี.วี. ได้ทำการโอนหุ้นที่ถืออยู่ใน (1) บริษัทฯ (2) สยามแม็คโคร โฮลดิ้ง และ (3) โอเอชที ให้แก่ ซีพี ออลล์ ซึ่งรวมเป็นจำนวนหุ้นบริษัทฯ ที่ถูกถืออยู่ทั้งทางตรงและทางอ้อมจำนวนทั้งสิ้น 154,429,500 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 64.35 ของจำนวนหุ้นที่ออกและจำหน่ายได้แล้วทั้งหมด โดยเมื่อรวม

กับหุ้นของบริษัทฯ ที่ถือโดยซีพี ออลล์ อยู่ก่อนหน้าจำนวน 4,305,600 หุ้น ทำให้ซีพี ออลล์ ถือหุ้นในบริษัทฯ ทั้งทางตรงและทางอ้อม รวมทั้งสิ้นจำนวน 158,735,100 หุ้น ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 66.14 ของจำนวนหุ้นที่ออกและจำหน่ายได้แล้วทั้งหมด ส่งผลให้ซีพี ออลล์ มีหน้าที่ต้องทำคำเสนอซื้อหลักทรัพย์ทั้งหมดของบริษัทฯ โดยมีผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ ตอบรับคำเสนอซื้อหลักทรัพย์ทั้งหมดของซีพี ออลล์ และขายหุ้นของบริษัทฯ ให้แก่ซีพี ออลล์ จำนวนทั้งสิ้น 76,172,375 หุ้น ส่งผลให้ซีพี ออลล์ เป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทฯ โดยมีสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 97.88 ของจำนวนหุ้นที่ออกและจำหน่ายได้แล้วทั้งหมด

และในวันที่ 4 ตุลาคม 2556 บริษัทฯ ได้จดทะเบียนเปลี่ยนแปลงมูลค่าที่ตราไว้ของหุ้นจากเดิมมูลค่าหุ้นละ 10.00 บาท จำนวน 240,000,000 หุ้น เป็นมูลค่าหุ้นละ 0.50 บาท จำนวน 4,800,000,000 หุ้น ตามมติที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 2/2556 เมื่อวันที่ 20 กันยายน 2556

สำหรับปี 2557 บริษัทฯ ได้ขยายสาขาจำนวนทั้งสิ้น 13 สาขา ซึ่งมากที่สุดตั้งแต่ดำเนินงานในรอบ 25 ปี โดยประกอบด้วยสาขาในรูปแบบศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโคร จำนวน 8 สาขา แม็คโคร ฟูดเซอร์วิส จำนวน 3 สาขา และอีโคโน พลัส จำนวน 2 สาขา บริษัทฯ ยังได้เปิดศูนย์กระจายสินค้าอาหารแห้งและสินค้าอุปโภคบริโภคแห่งที่ 2 ที่อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในกระจายสินค้าและรับรองการขยายสาขาใหม่ในอนาคต นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้จัดตั้งบริษัทย่อยแห่งใหม่ แม็คโคร อาร์ โอเอช เมื่อวันที่ 14 ตุลาคม 2557 ด้วยทุนจดทะเบียน 125 ล้านบาท และทุนชำระแล้ว 31.25 ล้านบาท โดยบริษัทฯ ถือหุ้นร้อยละ 99.99 เพื่อประกอบธุรกิจลงทุนในต่างประเทศ รวมทั้งให้บริการด้านการบริหาร ด้านเทคนิค และ/หรือ การให้บริการสนับสนุนแก่บริษัทในเครือ

สำหรับปี 2558 ในงวดสามเดือนแรก บริษัทฯ ได้ขยายสาขาจำนวนทั้งสิ้น 3 สาขา ประกอบด้วยศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโคร จำนวน 2 สาขา และแม็คโคร ฟูดเซอร์วิส จำนวน 1 สาขา และมีแผนดำเนินการเปิดศูนย์กระจายสินค้าอาหารสดและอาหารแช่แข็งแห่งใหม่อีกหนึ่งแห่ง ที่ตำบลมหาชัย อำเภอเมืองจังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งอยู่ระหว่างการดำเนินการก่อสร้าง และคาดว่าจะสามารถเปิดดำเนินการได้ในปลายปี 2558 นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้จดทะเบียนจัดตั้งบริษัทย่อย จำนวน 2 บริษัท ได้แก่ (1) ARO Company จัดตั้งเมื่อวันที่ 28 พฤศจิกายน 2557 ด้วยทุนจดทะเบียน 500,000 เหรียญสหรัฐฯ และทุนชำระครั้งแรก 25,000 เหรียญสหรัฐฯ โดยแม็คโคร อาร์ โอเอช ถือหุ้นร้อยละ 100.00 เพื่อประกอบธุรกิจให้บริการด้านการตลาดและให้คำปรึกษาในประเทศเมียนมาร์ และแม็คโคร อาร์ โอเอช มีหน้าที่ปฏิบัติตามเงื่อนไขในการจัดตั้งบริษัท ตามที่ Directorate of Investment and Company Administration (DICA) แห่งประเทศเมียนมาร์กำหนด ทั้งนี้ การจดทะเบียนจัดตั้งบริษัทเสร็จสมบูรณ์ในเดือนกุมภาพันธ์ 2558 โดย DICA ได้ออกหนังสือรับรองการจดทะเบียนจัดตั้งบริษัท (Certificate of Incorporation) และใบอนุญาตประกอบธุรกิจ (Permit to Trade) ให้แก่ ARO Company และ (2) โปรมาร์ท จัดตั้งเมื่อวันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2558 ด้วยทุนจดทะเบียน 10 ล้านบาท และทุนชำระแล้ว 2.5 ล้านบาท โดยบริษัทฯ ถือหุ้นร้อยละ 99.99 เพื่อประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าอุปโภค

การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญของบริษัทฯ

ปี พ.ศ.	การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ
2531	▪ จัดทะเบียนก่อตั้งบริษัท สยามแม็คโคร จำกัด ด้วยทุนจดทะเบียน 750 ล้านบาท
2532	▪ เปิดศูนย์จำหน่ายสินค้าสินค้าแม็คโคร สาขาแรก - สาขาลาดพร้าว
2537	▪ เพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 2,400 ล้านบาท ▪ แปรสภาพเป็นบริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) และจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ
2541	▪ ช่วงวิกฤติเศรษฐกิจการเงิน และบริษัทค้าปลีกยักษ์ใหญ่บุกตลาดเมืองไทย การแข่งขันมีความเข้มข้นขึ้น แต่บริษัทฯ สามารถบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ เกียงข้างลูกค้าและพันธมิตรทางธุรกิจ
2544	▪ ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การค้าเน้นธุรกิจโดยมุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้าผู้ประกอบการมืออาชีพ เพิ่มสัดส่วนสินค้าอาหารสด อาหารแช่แข็ง ริเริ่มพัฒนาฐานข้อมูลลูกค้า เพื่อประมวลและวิเคราะห์ พร้อมกับพัฒนาการนำเสนอประเภทสินค้าและบริการที่มีความหลากหลายและครบถ้วน
2546	▪ ปรับเปลี่ยนรูปแบบสาขา โดยมุ่งเน้นการค้าเน้นธุรกิจค้าส่งแบบชำระเงินสดและบริการตนเอง รวมทั้งเป็นแหล่งรวมสินค้าและบริการด้านอาหารแบบครบวงจร และขยายพื้นที่ขายอาหารสดและอาหารแช่แข็งให้มีความแตกต่างกับผู้ประกอบการรายอื่น ▪ เปิดดำเนินการสาขารูปแบบอีโคโน พลาสติก สาขาแรกที่ อ.เมือง จ.ภูเก็ต เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าผู้ประกอบการมืออาชีพทั้งกลุ่มโฮเรก้า และผู้ค้าปลีกรายย่อย รูปแบบสาขาอีโคโน พลาสติก ได้จัดสรรพื้นที่สำหรับสินค้าประเภทอาหารสดเพื่อให้บริการแก่ผู้ประกอบการกลุ่มโฮเรก้าเพิ่มขึ้น
2548	▪ เข้าลงทุนร้อยละ 99.99 ในบริษัท สยามฟู้ด เซอร์วิสเซส จำกัด ขยายธุรกิจนำเข้าและจำหน่ายสินค้าแช่แข็งและแช่เย็น ▪ จัดงาน “มหกรรมครบเครื่องเรื่องอาหารและอุปกรณ์” ครั้งที่ 1 (Makro HoReCa Extravaganza) เพื่อให้ความรู้ด้านอาหารและอุปกรณ์ใหม่ ๆ แก่ลูกค้าผู้ประกอบการด้านโรงแรม ภัตตาคาร ร้านอาหาร และผู้ให้บริการจัดเลี้ยง
2550	▪ ริเริ่มโครงการ “แม็คโครมิตรแท้โซ่ห่วงโซ่” เพื่อให้ความรู้ในการบริหารจัดการร้านค้าปลีกแก่ผู้ประกอบการรายย่อยอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขัน

ปี พ.ศ.	การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ
2551	<ul style="list-style-type: none"> จัดงาน “ตลาดนัดโซ่หน่วย” ครั้งที่ 1 เพื่อให้ความรู้ในการบริหารจัดการร้านค้าปลีกแก่ผู้ประกอบการรายย่อยอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน
2552	<ul style="list-style-type: none"> เปิดศูนย์กระจายสินค้าอาหารแห้งและสินค้าอุปโภค อาหารแช่เย็น และอาหารแช่แข็งแห่งแรก ที่อำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา บริหารจัดการด้านการกระจายสินค้าและโลจิสติกส์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการส่งสินค้าไปสาขา รองรับการขายธุรกิจ และมุ่งเน้นการตอบสนองทันต่อความต้องการของลูกค้า ลดค่าใช้จ่ายการกระจายสินค้าให้ทั้งบริษัทฯ และลูกค้า
2553	<ul style="list-style-type: none"> เปิดร้านจำหน่ายอาหารแช่แข็งสาขานำร่อง ภายใต้ชื่อ “สยามโพรเซ่น” ที่จังหวัดเชียงใหม่
2554	<ul style="list-style-type: none"> บริษัทฯ เข้าช่วยเหลือผู้ประกอบการ และชุมชนที่ได้รับผลกระทบจากวิกฤติน้ำท่วม เช่น การช่วยทำความสะอาดร้านค้าของลูกค้าสมาชิก การบริจาคและรับบริจาคเงินและสิ่งของ เพื่อส่งมอบให้ผู้ประสบภัยน้ำท่วม เริ่มนำกระบวนการบริหารจัดการการดำเนินงานธุรกิจอย่างต่อเนื่องภายใต้ภาวะวิกฤติ (Business Continuity Management : BCM) มาใช้ ทำให้ท่ามกลางวิกฤติน้ำท่วม สาขาของบริษัทฯ ทุกแห่งสามารถเปิดให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง
2555	<ul style="list-style-type: none"> เปิดดำเนินการสาขาแม็คโคร ฟู้ดเซอร์วิส เป็นแห่งแรกที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการด้านธุรกิจ โรงแรม ร้านอาหาร และจัดเลี้ยง (โฮเรก้า) เข้าลงทุนในประเทศเวียดนามผ่าน “บริษัท วินาสยาม ฟู้ด จำกัด” โดยบริษัทฯ ถือหุ้นร้อยละ 100
2556	<ul style="list-style-type: none"> เปิดดำเนินการสาขาแม็คโคร ฟู้ดเซอร์วิส ขนาด 1,000 และ 2,000 ตารางเมตรในจังหวัดภูเก็ต เพื่อตอบสนองความสะดวกให้กลุ่มลูกค้าโฮเรก้าที่อยู่ไกลจากสาขาขนาดใหญ่ของบริษัทฯ เปลี่ยนแปลงผู้ถือหุ้นรายใหญ่ จากบริษัท เอสเอชวี เนเธอร์แลนด์ บี.วี. เป็น บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) จดทะเบียนเปลี่ยนแปลงมูลค่าที่ตราไว้ของหุ้นสามัญของบริษัทฯ จากเดิมมูลค่าหุ้นละ 10 บาท จำนวน 240 ล้านหุ้น เป็นมูลค่าหุ้นละ 0.50 บาท จำนวน 4,800 ล้านหุ้น
2557	<ul style="list-style-type: none"> ฉลองครบรอบ 25 ปี เส้นทางแห่งความสำเร็จ “คู่คิดธุรกิจคุณ” เปิดสาขาใหม่ 13 สาขา มากที่สุดตั้งแต่เปิดแม็คโคร 25 ปี

ปี พ.ศ.	การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ
	<ul style="list-style-type: none"> เปิดศูนย์กระจายสินค้าอาหารแห้งและสินค้าอุปโภคที่อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อรองรับการเติบโตของบริษัทฯ จัดตั้ง บริษัท แม็คโคร อาร์โอเอช จำกัด โดยบริษัทฯ ถือหุ้นร้อยละ 99.99 เพื่อลงทุนในต่างประเทศ
งวด 3 เดือน สิ้นสุด ณ วันที่ 31 มีนาคม 2558	<ul style="list-style-type: none"> จัดตั้ง ARO Company เสร็จสมบูรณ์ โดยแม็คโคร อาร์โอเอช ถือหุ้นร้อยละ 100.00 โดยมีจุดประสงค์เพื่อประกอบธุรกิจให้บริการด้านการตลาดและให้คำปรึกษาในประเทศเมียนมาร์ จัดตั้ง โปรมาร์ท โดยบริษัทฯ ถือหุ้นร้อยละ 99.99 โดยมีจุดประสงค์เพื่อประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าอุปโภค

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัทฯ

ภาพรวมการประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ แสดงตามแผนภูมิของบริษัทฯ และบริษัทย่อย ณ วันที่ 31 มีนาคม 2558 ดังนี้



บริษัท	ประเภทกิจการ	ทุนชำระแล้ว	สัดส่วนการถือหุ้น
บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน)	ธุรกิจศูนย์จำหน่ายสินค้าแบบชำระเงินสดและบริการตนเองภายใต้ชื่อ “แม็คโคร” ในการจัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค ให้แก่ลูกค้าทั่วประเทศ โดยมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นผู้ประกอบธุรกิจขนาดเล็กถึงขนาดกลาง ได้แก่ กลุ่มร้านค้าปลีกรายย่อย กลุ่มโฮเรก้า กลุ่มสถาบันต่าง ๆ และกลุ่มผู้ประกอบการอาชีพอิสระ รวมถึงผู้ประกอบการบริการ	2,400 ล้านบาท	-
บริษัท สยามฟู้ด เซอร์วิสเซส จำกัด	ประกอบธุรกิจจัดหาผลิตภัณฑ์อาหารในประเทศและนำเข้าจากต่างประเทศ พร้อมบริการจัดส่งเพื่อจำหน่ายไปยังลูกค้าทั่วประเทศ โดยดำเนินการคัดสรรผลิตภัณฑ์อาหารที่มีคุณภาพดีเยี่ยมทั้งแช่แข็ง แช่เย็น และอาหารแห้ง	45 ล้านบาท	99.99%
บริษัท วินาสยาม ฟู้ด จำกัด	ประกอบธุรกิจทางการค้าและจัดจำหน่ายอาหาร รวมทั้งธุรกิจนำเข้าและส่งออกอาหารที่มีคุณภาพสูง ตลอดจนจำหน่ายสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์อาหารคุณภาพสูงให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการอาหารจานด่วน ร้านอาหารต่าง ๆ และธุรกิจโรงแรมทั่วไปในประเทศไทยเวียดนาม	2.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ	100.00%
บริษัท แม็คโคร อาร์โอ เอช จำกัด	ประกอบธุรกิจลงทุนในต่างประเทศ รวมทั้งให้บริการด้านการบริหาร ด้านเทคนิค และ/หรือ การให้บริการสนับสนุนแก่บริษัทในเครือ	31.25 ล้านบาท	99.99%
ARO Company Limited	ประกอบธุรกิจให้บริการด้านการตลาดและให้คำปรึกษาในประเทศเมียนมาร์	25,000 เหรียญสหรัฐฯ	100.00%
บริษัท โปรมาร์ท จำกัด	ประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าอุปโภค	2.5 ล้านบาท	99.99%

1.4 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

ผู้ถือหุ้นใหญ่ของบริษัทฯ คือ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) (“ซีพี ออลล์”) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจในกลุ่มเครือเจริญโภคภัณฑ์ โดยธุรกิจของกลุ่มเจริญโภคภัณฑ์ประกอบด้วยธุรกิจหลัก 3 กลุ่ม ได้แก่ (1) กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารครบวงจร ดำเนินธุรกิจโดยบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) (2) กลุ่มธุรกิจค้าปลีกค้าส่งและบริการสนับสนุน ดำเนินธุรกิจโดยบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และ (3) กลุ่มธุรกิจสื่อสารโทรคมนาคมและบริการสนับสนุน ดำเนินธุรกิจโดยบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ทั้งนี้ เครือเจริญโภคภัณฑ์เป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ของซีพี ออลล์ ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ของบริษัทฯ โดยการดำเนินธุรกิจศูนย์จำหน่ายสินค้าแบบชำระเงินสดและบริการตนเอง และจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคให้แก่ลูกค้าที่เป็นสมาชิก บริษัทฯ มีธุรกรรมและความร่วมมือทางธุรกิจกับ ซีพี ออลล์ และบริษัทในกลุ่มเครือเจริญโภคภัณฑ์ เช่น มีการซื้อขายสินค้าระหว่างกัน การใช้บริการสนับสนุนด้านการค้า อย่างไรก็ตาม การดำเนินธุรกิจและทำรายการระหว่างบริษัทฯ และบริษัทในกลุ่มเครือเจริญโภคภัณฑ์ บริษัทฯ มีมาตรการและขั้นตอนในการอนุมัติการทำรายการระหว่างกันตามที่กฎหมายกำหนดและเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ตามข้อกำหนดของคณะกรรมการกำกับตลาดทุนและตลาดหลักทรัพย์ฯ ทั้งนี้ บริษัทฯ ปฏิบัติตามกฎหมาย ข้อกำหนด ตลอดจนระเบียบในเรื่องการทำรายการระหว่างกันอย่างเคร่งครัด โดยเป็นรายการที่มีราคาและเงื่อนไขทางธุรกิจที่ไม่ก่อให้เกิดการถ่ายเทพผลประโยชน์ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน บริษัทฯ ไม่เคยมีการทำรายการที่เกี่ยวข้องกันโดยฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย และข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง