

ข่าวหุ้น

Khao Hoon
Circulation: 90,000
Ad Rate: 1,100

Section: First Section/หน้าแรก

วันที่: จันทร์ 11 พฤษภาคม 2563

ปีที่: 26

ฉบับที่: 6454

Col.Inch: 37.12 Ad Value: 40,832

หน้า: 1(บนซ้าย), 5

PRValue (x3): 122,496

คลิป: สีสี่

คอลัมน์: สำนักข่าวริชตา: CPALL ตอลมเติบโต!



สำนักข่าวริชตา ต่อจากหน้า 1

ถดถอยลง เนื่องจากเปิดครอบคลุมทุกพื้นที่แล้ว จึงทำให้การเติบโตของสาขาน้อยลง...ซึ่งที่ผ่านมามี CPALL โตไปตามจำนวนสาขาที่เพิ่มมากขึ้น ช่วงหนึ่งมีศักยภาพในการขยายสาขาถึงปีละ 1,000-2,000 สาขา หลังจากนั้นก็ค่อย ๆ ลดลงเหลืออยู่ที่ปีละ 700 สาขา

พอสาขาใหม่น้อยลง การเติบโตของ CPALL ก็ไม่หวือหวาเหมือนในอดีต...

ขณะที่ซีพีจำกัดการเติบโตของสาขาคงเดิมก็น้อยลง ซึ่งที่ผ่านมามี CPALL พยายามสร้างแวลู ด้วยการหาบริการใหม่ ๆ เข้ามาเสริม ไม่ว่าจะเป็นบริการขนส่งพัสดุด่วน SPEED-D (สปีด-ดี), บริการถ่ายเอกสารสีและเอกสารขาวดำ, บริการรับซักผ้า อบ และรีด รวมถึงรับซักแห้งแบบระยะเวลาเร่งด่วนตลอด 24 ชั่วโมง

ส่วนธุรกิจที่เคยเป็นตัวทำเงินให้กับ CPALL อย่าง เคาน์เตอร์เซอร์วิสก็เจอกระแสดีสลับขึ้น ถูกแบ่งกัพาณิชย์หันมาทำสงครามราคาธรรมเนียมธุรกรรมบนโมบายล์แบงก์ ทำให้จากเดิมกินมาร์จินสูง ๆ (คิดค่าบริการชำระบิล 15 บาทต่อบิล) แต่ต้นทุนต่ำ (ลงทุนแค่ซอฟต์แวร์

ครั้งเดียว) รายได้หายไป

ดังนั้น โจทย์ของ CPALL ถ้าไม่ทำอะไรเลย ก็ไม่ต่างจากการนั่งกินบุญเก่า รอวันเหี่ยวเฉา...

ซ้ำร้ายนาน ๆ ไปจะเจอค่าเสื่อมของสาขาคงเดิม กลายเป็นภาระต้นทุนที่ต้องแบกรับอีก

การได้สิทธิ์แฟรนไชส์จาก 7-Eleven, Inc. ในการจัดตั้งร้านเซเว่น อีเลฟเว่น ในประเทศกัมพูชา เป็นเวลา 30 ปี และสามารถต่ออายุสัญญาได้อีก 2 ครั้ง ครั้งละ 20 ปี จึงเป็นการต่อลมการเติบโตของ CPALL...!

โดยจะดำเนินการภายใต้บริษัทลูก CP ALL (Cambodia) Co., Ltd. ซึ่งเป็นบริษัทที่จัดตั้งขึ้นใหม่ตามกฎหมาย

กัมพูชา มีทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 5,000 เหรียญสหรัฐ ก็เป็นไปได้ว่า CPALL อาจใช้โมเดลเดียวกับในเมืองไทย ที่บริษัทเปิดสาขาเองควบคู่กับการขายแฟรนไชส์ให้นักลงทุนท้องถิ่นที่สนใจ...เท่ากับว่า อย่างน้อย ๆ ก็มีโอกาสดูเห็นการ Growth ของบริษัทลูก ช่วยปลดล็อกตลาดบ้านเราที่เติบโตน้อยลง แต่จะโตแบบก้าวกระโดดในตลาดต่างประเทศแทน

โอเค...แม้ในระยะสั้น ช่วง 1-2 ปีแรกจะเป็นช่วงของการลงทุน ขยายอย่างค่อยเป็นค่อยไป และมีความเสี่ยง

สูงจากความแตกต่าง ด้านวัฒนธรรม พฤติกรรมผู้บริโภค และด้านกฎหมาย แต่จะส่งผลดีต่อ CPALL ในระยะยาว

ขณะที่กัมพูชามีประชากร 16 ล้านคน มีร้านสะดวกซื้อทั่วประเทศราว 100 ร้านค้า ธุรกิจร้านสะดวกซื้อ จึงมีโอกาสเติบโตอีกมาก แถมยังไม่มีเจ้าตลาดอย่างชัดเจน

ที่สำคัญ หากมองข้ามข้อดีไปที่ บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) หรือ MAKRO และ บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) หรือ CPF ก็จะได้ประโยชน์ไปด้วย...

ในส่วนของ MAKRO ซึ่งมีสาขาที่กัมพูชาอยู่แล้ว ก็จะเป็นดิสรทริบิวชั่น หรือเป็นแหล่งวัตถุดิบให้กับร้านเซเว่นฯ ได้ จะทำให้ MAKRO มีมูลค่ามากขึ้น ฟาก CPF ก็สามารถขายของสดและอาหารแช่แข็งผ่านช่องทางร้านเซเว่นฯ ในกัมพูชาได้เช่นกัน

อ้อ...อีกรายที่หน้าจะได้ประโยชน์จากดีลนี้...เห็นจะเป็น บริษัท ที.เอ.ซี. คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน) หรือ TACC ผู้ผลิตเครื่องดื่มในท้องถิ่นร้านเซเว่นฯ พันธมิตรที่ดีของ CPALL นั่นเอง

แหม...ดีลนี้ก็ได้ประโยชน์ยกแผงจริง ๆ

...อิ อิ อิ... ■