

ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

1 นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

1.1 วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ และเป้าหมายการดำเนินธุรกิจ

บริษัท ธนพิริยะ จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ” หรือ “ธนพิริยะ”) ประกอบธุรกิจค้าปลีกและค้าส่งสินค้าอุปโภคบริโภคที่ไม่รวมอาหารสดภายใต้ชื่อ “ธนพิริยะ” โดยรายได้จากการขายมาจาก 2 ส่วนคือ รายได้จากการขายผ่านสาขา และรายได้จากการขายผ่านสำนักงานใหญ่ ปัจจุบันบริษัทฯ มีสาขารวมทั้งสิ้น 12 สาขา แบ่งออกเป็นซูเปอร์มาร์เก็ต 11 สาขา และศูนย์ค้าส่ง 1 สาขา ซึ่งทุกสาขามีที่ตั้งในจังหวัดเชียงราย บริษัทฯ มุ่งเน้นการให้บริการที่ผสมผสานอย่างลงตัวระหว่างราคาที่คุ้มค่าแบบโมเดิร์นเทรดและความสะดวกแบบร้านสะดวกซื้อ ธนพิริยะมีสินค้าจำหน่ายหลากหลายทั้งปลีกและส่งกว่า 15,000 รายการ โดยสินค้าที่ร้านธนพิริยะจำหน่ายสามารถแบ่งเป็น 5 หมวดหลักดังนี้

- 1) สินค้าอุปโภคบริโภคในครัวเรือน (Household Product) เช่น ผงซักฟอก น้ำยาปรับผ้านุ่ม น้ำยาล้างจาน น้ำยาถูพื้น จาน ชาม ซ้อนส้อม ภาชนะพลาสติก หลอดไฟ ถ่านไฟฉาย สเปรย์หอมปรับอากาศ เป็นต้น
- 2) สินค้าผลิตภัณฑ์ส่วนบุคคล (Personal Care Product) เช่น แชมพู ครีมนวดผม สบู่ ครีมอาบน้ำ ยาสีฟัน แป้ง โรลออน โคลโลญจน์ ผ้าอนามัย ทิชชู ผลิตภัณฑ์จัดแต่งทรงผม เป็นต้น
- 3) เครื่องดื่มและอาหารแห้ง (Drinks and Dried Food) เช่น ชา กาแฟ นม น้ำดื่ม ขนมขบเคี้ยว ซอสปรุงรส น้ำมันพืช น้ำตาล อาหารกระป๋อง ผลไม้กระป๋อง บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป และน้ำผลไม้ เป็นต้น
- 4) เครื่องสำอางและอาหารเสริม (Cosmetics and Supplements) เช่น ครีมบำรุงผิว ครีมรองพื้น ลิปสติก ยาสามัญ ประจำบ้านแผ่นปัจจุบัน ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมและวิตามิน เป็นต้น
- 5) สินค้าแม่และเด็ก (Baby Care Product) เช่น ขวดนม นมผง อาหารเด็ก ผ้าอ้อม แผ่นรองขับน้ำ ของเล่น ผลิตภัณฑ์อาบน้ำและดูแลเด็ก และผลิตภัณฑ์สำหรับคุณแม่ เป็นต้น

วิสัยทัศน์

วิสัยทัศน์ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ คือ การเป็นผู้นำในธุรกิจค้าปลีกรูปแบบซูเปอร์มาร์เก็ตในเชียงรายและจังหวัดใกล้เคียง โดยอาศัยประสบการณ์จากการดำเนินกิจการมายาวนาน การพัฒนาระบบการจัดการที่มีคุณภาพ และการมุ่งมั่นที่จะฝึกอบรมและพัฒนาทักษะความรู้ของพนักงานอย่างต่อเนื่องด้วยการสร้าง “Wisdom Organization” หรือ องค์กรแห่งความรู้

พันธกิจ

เพื่อก้าวสู่ความเป็นผู้นำในธุรกิจค้าปลีกรูปแบบซูเปอร์มาร์เก็ต บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาบุคลากร และปรับปรุงระบบการทำงานให้มีมาตรฐาน รวมถึงการเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กร เพื่อให้พนักงานตระหนักและภาคภูมิใจในการเป็นส่วนหนึ่งของธนพิริยะ นอกจากนี้บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะทำการพัฒนาระบบการบริหารจัดการให้มีมาตรฐานระดับสากล มีความคล่องตัวในการบริหารจัดการ เป็นร้านค้าท้องถิ่นที่รู้จักผู้บริโภครายได้ค่อนข้างดีว่า “ราคาถูกจริง ช้อปปิ้งถูกใจ อยู่ใกล้บ้านคุณ”

เป้าหมายการดำเนินธุรกิจ

บริษัทฯ มีเป้าหมายที่จะเป็นร้านค้าชุมชนเครือข่ายไทยที่มุ่งเน้นการให้บริการที่ต่อเนื่องเพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภค และมุ่งเน้นการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ การควบคุมภายในที่ดี และการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลให้มีประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งเป็นกลไกที่สำคัญของการเติบโตของธุรกิจอย่างยั่งยืน

ทั้งนี้ บริษัทฯ มีเป้าหมายที่จะขยายสาขาอย่างต่อเนื่องในเชิงรายเป็นหลัก เพื่อสร้างฐานลูกค้าและแบรนด์ของ “ธนพิริยะ” ให้แข็งแกร่ง ก่อนที่จะขยายวงกว้างไปสู่อำเภอรอบนอกและจังหวัดใกล้เคียง รวมถึงแนวเขตของเชิงชายที่ติดชายแดนพม่าและลาวซึ่งเป็นเขตเศรษฐกิจที่สำคัญในอนาคตจากการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC)

1.2 ประวัติความเป็นมาการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

ธุรกิจของบริษัทฯ เริ่มต้นในปี 2508 จากร้านของชำแพ่งลอยในเทศบาลเชียงรายภายใต้ชื่อ “ไฉ่ทองชัย” ก่อตั้งโดยครอบครัวพุฒิพิริยะ ต่อมาในปี 2534 ได้พัฒนามาเป็นมินิมาร์ทแบบทันสมัยภายใต้ชื่อ “พิริยะมินิมาร์ท” ต่อมาในปี 2543 บริษัทฯ ได้จดทะเบียนเปลี่ยนเป็น “ห้างหุ้นส่วนจำกัด ธนพิริยะ” และใช้ชื่อสถานประกอบการเป็น “ธนพิริยะ” โดยมีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่ ตำบลรอบเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

ต่อมากิจการได้มีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง บริษัทฯ จึงได้ทำการสร้างโกดังเก็บสินค้าในปี 2540 เพื่อจัดส่งสินค้าไปยังอำเภอต่างๆ ในจังหวัดเชียงราย และด้วยวิสัยทัศน์ของผู้บริหารที่เล็งเห็นโอกาสของธุรกิจค้าปลีกที่น่าจะให้ผลกำไรและสภาพคล่องได้ดีกว่าธุรกิจค้าส่งบริษัทฯ จึงได้เปิดสาขาที่ 2 ในปี 2550 ตั้งแต่นั้นมาก็มีการขยายสาขาอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในอำเภอเมืองและอำเภออื่นๆ ในจังหวัดเชียงราย ต่อมาในปี 2555 บริษัทฯ ได้จดทะเบียนเปลี่ยนเป็น “บริษัท ธนพิริยะ จำกัด” และในปี 2556 ได้เพิ่มทุนจดทะเบียนและชำระแล้วเป็น 50 ล้านบาท ต่อมาในปี 2557 บริษัทฯ ได้เพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 145 ล้านบาท และเข้าซื้อหุ้นสามัญร้อยละ 100 ของบริษัท ธนภูมิ พร็อพเพอร์ตี้ 2013 จำกัด เพื่อปรับโครงสร้างกลุ่ม

เมื่อวันที่ 20 เมษายน 2558 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นได้มีมติแปรสภาพบริษัทฯ ให้เป็นมหาชนเพื่อเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ โดยมีมติอนุมัติการเพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 200 ล้านบาทและจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 50 ล้านบาท เพื่อเสนอขายให้แก่ประชาชนทั่วไปเป็นครั้งแรก

การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญของบริษัทฯ มีดังต่อไปนี้

ปี	พัฒนาการที่สำคัญ
2554	▪ ธนพิริยะมีรูปแบบแฟรนไชส์ 4 สาขา โดยทุกสาขาอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย
2555	▪ เปิดศูนย์ค้าส่งเด่นห้าโฮลเซลที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ▪ บริษัทฯ แปรสภาพจากห้างหุ้นส่วนจำกัด ธนพิริยะ เป็นบริษัท ธนพิริยะ จำกัด
2556	▪ เปิดสาขาแม่สายที่อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย ▪ เปิดสาขาป่าก่อกิ่งที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ▪ บริษัทฯ เพิ่มทุนจดทะเบียนและชำระแล้วเป็น 50 ล้านบาท

ปี	พัฒนาการที่สำคัญ
2557	▪ บริษัทฯ ได้รับรางวัลธุรกิจค้าส่งคุณภาพดีด้านการมุ่งเน้นทรัพยากรบุคคลจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ประจำปี 2557 ▪ เปิดสาขาห้วยไคร้ ที่อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงรายในเดือนตุลาคม 2557 ▪ เปิดสาขาเวียงป่าเป้า อำเภอเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงรายในเดือนพฤศจิกายน 2557 ▪ เปิดสาขาแม่จัน ที่อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงรายในเดือนธันวาคม 2557 ▪ วันที่ 18 ธันวาคม 2557 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 1/2557 ได้มีมติอนุมัติการเพิ่มทุนจดทะเบียนจากเดิม 50 ล้านบาท เป็นทุนจดทะเบียน 145 ล้านบาท เพื่อเสนอขายให้ผู้ถือหุ้นเดิมตามสัดส่วน บริษัทฯ ได้จดทะเบียนเพิ่มทุนต่อกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์แล้วเมื่อวันที่ 22 ธันวาคม 2557 ▪ วันที่ 3 ธันวาคม 2557 ที่ประชุมคณะกรรมการของบริษัทฯ ครั้งที่ 10/2557 มีมติให้ซื้อหุ้นสามัญ ร้อยละ 100 ของบริษัท ธนภูมิ พร็อพเพอร์ตี้ 2013 จำกัด เพื่อปรับโครงสร้างกลุ่ม
2558	▪ เปิดสาขาพาน อำเภอพาน จังหวัดเชียงรายในเดือนเมษายน 2558 ▪ วันที่ 20 เมษายน 2558 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 1/2558 ได้มีมติอนุมัติให้ — แปรสภาพจากบริษัทจำกัดเป็นบริษัทมหาชนจำกัด และได้จดทะเบียนแปรสภาพเป็น บริษัท ธนพิริยะ จำกัด (มหาชน) เมื่อวันที่ 22 เมษายน 2558 — เปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นสามัญของบริษัทฯ จากเดิมมูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท เป็นมูลค่าหุ้นละ 0.25 บาท — เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 145 ล้านบาท เป็น 200 ล้านบาท ▪ จัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 5 ล้านบาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 20 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.25 บาท เพื่อเสนอขายให้พนักงานและผู้มีอุปการะคุณของบริษัทฯ และวันที่ 28 เมษายน 2558 บริษัทฯ ได้เพิ่มทุนชำระแล้วจำนวน 5 ล้านบาท ส่งผลให้มีทุนชำระแล้วจำนวน 150 ล้านบาท ▪ จัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 50 ล้านบาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 200 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.25 บาท เพื่อเสนอขายให้แก่ประชาชนทั่วไปเป็นครั้งแรก (Initial Public Offering) ▪ เปิดสาขาแม่ฟ้าหลวง ที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงรายในเดือนสิงหาคม 2558 ▪ วันที่ 18 พฤศจิกายน 2558 บริษัทฯ ได้เริ่มซื้อขายหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ วันแรก (First Day Trade) ภายใต้ชื่อย่อหลักทรัพย์ “TNP”

1.3 ภาพรวมการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ และบริษัทย่อย

ประกอบธุรกิจค้าปลีกและค้าส่งสินค้าอุปโภคบริโภคที่ไม่รวมอาหารสด ภายใต้ชื่อ “ธนพิริยะ” โดยรายได้จากการขายมาจาก 2 ส่วนคือ รายได้จากการขายผ่านสาขาและรายได้จากการขายผ่านสำนักงานใหญ่ ปัจจุบันบริษัทฯ มีสาขาทั้งหมดทั้งสิ้น 12 สาขา แบ่งออกเป็นซูเปอร์มาร์เก็ต 11 สาขา และศูนย์ค้าส่ง 1 สาขา ซึ่งทุกสาขามีที่ตั้งในจังหวัดเชียงราย ปัจจุบันบริษัทฯ มีเงินลงทุนในบริษัทย่อย 1 แห่ง คือ บริษัท ธนภูมิ พร็อพเพอร์ตี้ 2013 จำกัด ซึ่งประกอบธุรกิจจัดหาและพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อใช้ในการเปิดสาขาและศูนย์กระจายสินค้าของธนพิริยะ

โครงสร้างบริษัทฯ และบริษัทย่อย ณ 31 ธันวาคม 2558



2 ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจค้าปลีกและค้าส่งสินค้าอุปโภคบริโภคที่ไม่รวมอาหารสดภายใต้ชื่อ “ธนพิริยะ” โดยรายได้หลักมาจากรายได้จากการขายสินค้าขายผ่านสาขาและสำนักงานใหญ่ ปัจจุบันบริษัทฯ มีสาขารวมทั้งสิ้น 12 สาขา แบ่งออกเป็นซูเปอร์มาร์เก็ต 11 สาขา และศูนย์ค้าส่ง 1 สาขา ซึ่งทุกสาขามีที่ตั้งในจังหวัดเชียงราย รูปแบบของร้านธนพิริยะเป็นการผสมผสานที่ลงตัวระหว่างการค้าปลีกที่มีสินค้าที่หลากหลาย และมีราคาขอมเยาแบบโมเดิร์นเทรดแต่มีความสะดวกแบบร้านสะดวกซื้อ ซึ่งธนพิริยะมีความตั้งใจที่จะเป็นร้านค้าชุมชนเชื้อสายไทยที่จำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพและให้บริการที่อบอุ่นและรู้ใจผู้บริโภค

บริษัทฯ เข้าใจวิถีชีวิตของคนในพื้นที่เป็นอย่างดีว่าชอบซื้ออาหารสด เช่น เนื้อสัตว์ ผัก ผลไม้จากตลาดสดแต่มีความต้องการที่จะซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคในซูเปอร์มาร์เก็ตที่ทันสมัยที่มีสินค้าที่หลากหลาย มีการจัดวางสินค้าที่สวยงาม มีความสะดวกในการเลือกซื้อและง่ายในการค้นหาสินค้าที่ต้องการ บริษัทฯ ได้นำประสบการณ์กว่า 25 ปี ประกอบกับความต้องการของลูกค้ามาพัฒนาในรูปแบบร้านธนพิริยะและการคัดเลือกหมวดสินค้าที่วางจำหน่ายกว่า 15,000 รายการ และมุ่งเน้นการบริการที่ดีและการวางผังร้านค้าอย่างเหมาะสมเพื่อให้ลูกค้าสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า อีกทั้งทำเลที่ตั้งร้านค้ายังง่ายต่อการสัญจรทำให้ลูกค้าประหยัดเวลาและสะดวกในการเดินทาง นอกจากนี้ ยังมีการจำหน่ายสินค้าอุปโภคและบริโภคหลากหลายทั้งปลีกและส่งในทุกสาขาเพื่อเพิ่มทางเลือกให้ลูกค้า

โครงสร้างรายได้

โครงสร้างรายได้แต่ละประเภทของการดำเนินธุรกิจในปี 2556 ถึงปี 2558 มีสัดส่วนดังนี้

โครงสร้างรายได้	2556		2557		2558	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
รายได้จากสาขาและการให้บริการ	674.9	65.1	789.8	65.9	1,002.3	76.2
รายได้จากค้าส่งสำนักงานใหญ่	361.7	34.9	408.0	34.1	313.9	23.8
รวมรายได้จากการขายและบริการ	1,036.6	100.0	1,197.8	100.0	1,316.2	100.0

รายได้หลักของบริษัทฯ มาจากรายได้จากการขายสินค้า รายละเอียดดังนี้

1) รายได้จากการขายผ่านสาขา

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจค้าปลีกและค้าส่งโดยผ่านสาขาที่บริษัทฯ ลงทุนและบริหารเอง ปัจจุบันมีจำนวน 12 สาขาในเชียงราย แบ่งออกเป็นซูเปอร์มาร์เก็ต 11 สาขา โดยมีกลุ่มลูกค้า คือ ลูกค้าทั่วไป ทุกเพศ ทุกวัย ที่อาศัยและสัญจรบริเวณร้านค้า และศูนย์ค้าส่ง 1 สาขา โดยมีกลุ่มลูกค้า คือ ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกที่ตั้งอยู่ในเชียงรายและจังหวัดใกล้เคียง

2) รายได้จากการขายผ่านค้าส่งสำนักงานใหญ่

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจค้าส่งโดยสำนักงานใหญ่เป็นศูนย์ Call Center เพื่อจัดส่งสินค้าในเชียงรายและจังหวัดใกล้เคียง โดยมีกลุ่มลูกค้า คือ ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกที่ตั้งอยู่ในเชียงรายและจังหวัดใกล้เคียง

2.1 ลักษณะการบริการ

2.1.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์สำหรับธุรกิจค้าปลีกและค้าส่ง

บริษัทฯ คัดสรรสินค้ากว่า 15,000 รายการเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า สินค้าที่วางจำหน่ายหลักๆ จะเป็นสินค้ากลุ่มพื้นฐาน เช่น สินค้าอุปโภคภายในครัวเรือน ผลิตภัณฑ์ส่วนบุคคล เครื่องดื่มและอาหารแห้ง สินค้าแม่และเด็ก และเครื่องสำอางและอาหารเสริม เป็นต้น

ธนพิริยะจำหน่ายสินค้าที่เป็นที่ต้องการของผู้บริโภคและจำหน่ายทั้งแบบปลีก แบบเป็นแพ็ค แบบเป็นกล่อง และแบบเป็นลังให้ลูกค้าเลือกสรรได้ตามความต้องการ โดยสินค้าที่จำหน่ายแบ่งเป็น 5 หมวดหลักดังนี้

หมวดสินค้า
1. สินค้าอุปโภคในครัวเรือน (Household Product) เช่น ผงซักฟอก น้ำยาปรับผ้านุ่ม น้ำยาล้างจาน น้ำยาถูพื้น จาน ชาม ช้อนส้อม ทัพพี เหยือก ไฟ ถ่านไฟฉาย ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดรถยนต์ เป็นต้น
2. สินค้าผลิตภัณฑ์ส่วนบุคคล (Personal Care Product) เช่น แชมพู ครีมนวดผม สบู่ ครีมหาบน้ำ ยาสีฟัน แป้ง โรลออน โลโลญจน์ ผ้าอนามัย ทิชชู ผลิตภัณฑ์จัดแต่งทรงผม เป็นต้น
3. เครื่องดื่มและอาหารแห้ง (Drinks and Dried Food Product) เช่น ชา กาแฟ นม น้ำดื่ม ขนมขบเคี้ยว ซอสปรุงรส น้ำมันพืช น้ำตาล อาหารกระป๋อง ผลไม้กระป๋อง บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป และน้ำผลไม้ เป็นต้น
4. เครื่องสำอางและอาหารเสริม (Cosmetics and Supplements) เช่น ครีมบำรุงผิว ครีมรองพื้น ลิปสติก ยาสามัญประจำบ้าน แผ่นแปะจุกฟัน ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมและวิตามิน เป็นต้น
5. สินค้าแม่และเด็ก (Baby Care Products) เช่น ขวดนม นมผง อาหารเด็ก ผ้าอ้อม แผ่นรองซับน้ำ ของเล่น ผลิตภัณฑ์อาบน้ำและดูแลเด็ก และผลิตภัณฑ์สำหรับคุณแม่ เป็นต้น

สาขาถือว่าเป็นช่องทางสำคัญที่ธนพิริยะจะสามารถเข้าถึงลูกค้าโดยตรง ธนพิริยะจึงมุ่งเน้นการบริการที่เป็นเลิศเพื่อให้ลูกค้าประทับใจตั้งแต่การเดินเข้าร้านจนกระทั่งเดินออกจากร้าน เมื่อเข้าไปในร้านธนพิริยะจะมีพนักงานต้อนรับหน้าร้านกล่าวสวัสดีต้อนรับและช่วยลูกค้าหยิบตะกร้าใส่สินค้า มีพนักงานประจำอยู่ที่ชั้นวางสินค้าเพื่อคอยบริการลูกค้าแนะนำสินค้าและโปรโมชั่นต่างๆ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังคำนึงถึงจำนวนจุดชำระเงินที่จะต้องเพียงพอเพื่อไม่ให้ลูกค้ารอคิวนานและมีพนักงานบริการขนของส่งที่รถของลูกค้าเพื่ออำนวยความสะดวกอีกด้วย

นอกเหนือจากการบริการที่ดีแล้ว บรรยากาศในร้านก็ถือเป็นหัวใจสำคัญซึ่งธนพิริยะคำนึงถึงความสะดวกของร้านค้าทั้งหน้าร้านและในร้าน ภายนอกร้านค้าจะมีการติดป้ายโฆษณาโปรโมชั่นต่างๆ การตกแต่งภายในร้านค้าในรูปแบบที่ทันสมัย การเลือกใช้อุปกรณ์การจัดเรียงสินค้าที่เหมาะสมกับธีมและขนาดของร้าน การปรับแสงไฟในร้านให้มีความสว่างเพียงพอเพื่อให้ลูกค้ามองเห็นสินค้าและป้ายราคาชัดเจน การจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่และตรวจสอบปริมาณสินค้าบนชั้นวางอย่างสม่ำเสมอเพื่อเพิ่มความสะดวกให้ลูกค้าและป้องกันสินค้าขาดชั้น อีกทั้งมีการตกแต่งจัดวางชั้นวางและกองโชว์อย่างเป็นหมวดหมู่สวยงามตามเทศกาลต่างๆ และเปิดสื่อโฆษณาและเสียงเพลงประกอบเพื่อสร้างบรรยากาศให้ลูกค้ารู้สึกสนุกสนานในการจับจ่ายสินค้า

บรรยากาศในร้านซูเปอร์มาร์เก็ต



บรรยากาศในศูนย์ค้าส่ง



2.1.2 ช่องทางการจัดจำหน่าย

บริษัทฯ จัดจำหน่ายสินค้าทั้งหมดผ่าน 2 ช่องทางดังนี้

1) สาขาธนปิยะ

บริษัทฯ จำหน่ายสินค้าผ่านสาขาของตัวเองเป็นช่องทางหลัก มีทำเลที่ตั้งอยู่ย่านชุมชนใกล้ที่พักอาศัยของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ตั้งอยู่ติดถนนสายสำคัญทำให้สะดวกสบายสำหรับลูกค้าทั้งขาประจำและขาจรในการเดินทางมาที่ร้าน

ปัจจุบันบริษัทฯ มีสาขาทั้งหมด 12 สาขา โดยแบ่งเป็นซูเปอร์มาร์เก็ต 11 สาขา และศูนย์ค้าส่ง 1 สาขา รายละเอียดสาขาของธนปิยะ ณ 31 ธันวาคม 2558 มีดังต่อไปนี้

สาขา	ที่อยู่	ปีที่เปิด ดำเนินการ	ขนาดพื้นที่ ใช้สอย (ตรม.)	เวลาเปิดทำ การ
1. สาขาหอนาฬิกา	414/1-2 ถ.บรรพปราการ ต.เวียง อ.เมือง จ.เชียงราย 57000	2534	220	7:00 – 21:00
2. สาขาเด่นห้า	318/3 หมู่ 16 ต.รอบเวียง อ.เมือง จ.เชียงราย 57000	2550	750	8:00 – 20:30
3. สาขาศรีทรายมูล	139/6 หมู่ 9 ต.รอบเวียง อ.เมือง จ.เชียงราย 57000	2552	400	8:00 – 20:00
4. สาขาบ้านคู้	142 หมู่ 4 ต.บ้านคู้ อ.เมือง จ.เชียงราย 57100	2554	700	8:00 – 21:00
5. ศูนย์ค้าส่ง เด่นห้า ไฮเซล	510/14 หมู่ 16 ต.รอบเวียง อ.เมือง จ.เชียงราย 57000	2555	900	8:00 – 19:00
6. สาขาแม่สาย	888 หมู่ 9 ต.เวียงพางคำ อ.แม่สาย จ.เชียงราย 57220	2556	200	8:00 – 20:00
7. สาขาป่าก่อ	308/2 หมู่ 13 ต.รอบเวียง อ.เมือง จ.เชียงราย 57000	2556	400	8:00 – 21:00
8. สาขาห้วยไคร้	302 หมู่ 2 ต.แม่ไร่ อ.แม่จัน จ.เชียงราย 57110	2557	500	8:00 – 20:00
9. สาขาเวียงป่าเป้า	340 หมู่ 2 ต.เวียง อ.เวียงป่าเป้า จ.เชียงราย 57170	2557	350	8:00 – 20:00
10. สาขาแม่จัน	500 หมู่ 4 ต.แม่จัน อ.แม่จัน จ.เชียงราย 57110	2557	400	8:00 – 20:00
11. สาขาพาน	2347 หมู่ 1 ต.พาน อ.พาน จ.เชียงราย 57120	เมษายน 2558	550	8:00 – 20:00
12. สาขาแม่ฟ้าหลวง	690 หมู่ 1 ต.ท่าสูด อ.เมือง จ.เชียงราย 57000	สิงหาคม 2558	356	8:00 – 20:00

2) คำส่งสำนักงานใหญ่

บริษัทฯ มีบริการสั่งซื้อสินค้าผ่านทางโทรศัพท์ให้กับลูกค้าส่งสำนักงานใหญ่และลูกค้าส่งต่างอำเภอ เพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มลูกค้าส่งในบริเวณกว้างมากขึ้น ช่องทางนี้มีไว้สำหรับลูกค้าส่งหรือลูกค้าที่ซื้อในปริมาณมากโดยลูกค้าส่วนใหญ่จะสั่งซื้อสินค้ากับธนพิริยะมานาน ซื้อสินค้าประเภทเดิมเป็นประจำ หรือมีร้านค้าที่ห่างไกลจากตัวเมืองทำให้ไม่สะดวกที่จะมาเลือกซื้อสินค้าเอง โดยลูกค้าสามารถโทรสั่งซื้อสินค้าได้ที่สำนักงานใหญ่และร้านซูเปอร์มาร์เก็ตของธนพิริยะทุกสาขา

2.1.3 การบริหารเครือข่ายสาขา

เนื่องจากบริษัทฯ ให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้าและบริการเป็นหลัก ดังนั้น การบริหารสาขาที่มีจำนวนมากให้ประสบความสำเร็จนั้นจะต้องกำหนดนโยบายธุรกิจการบริการของแต่ละสาขาให้เป็นไปในทิศทางและมาตรฐานเดียวกัน บริษัทฯ จึงเลือกใช้วิธีการบริหารสาขาจากส่วนกลาง (Centralization) เพื่อส่งต่อนโยบายและวิธีการปฏิบัติงานทุกส่วนงานจากสำนักงานใหญ่ไปยังสาขาดังนี้

แผนผังการควบคุมจากสำนักงานใหญ่



1) วิธีปฏิบัติงาน

สำนักงานใหญ่จะเป็นผู้กำหนดนโยบายและคู่มือการปฏิบัติงานของหน่วยงานต่างๆ เช่น การบริหารคลังสินค้า การนับสต็อก การบริหารเงินสด การจัดเรียงสินค้า การตรวจสินค้าขาเข้า การตรวจอายุสินค้า การทำความสะอาดในร้าน การเคลียร์ช่องเสีย นโยบายคืนสินค้า และการปฏิบัติงานในสาขา โดยทางสำนักงานใหญ่จะกำหนดปฏิทินงานเพื่อให้ทุกสาขาปฏิบัติตามมาตรฐานเดียวกันในแต่ละวัน

2) ราคาสินค้าและโปรโมชั่นต่างๆ

ราคาสินค้าและ โปรโมชันจะถูกกำหนดโดยสำนักงานใหญ่โดยใช้ระบบออนไลน์ในการคุมราคาสินค้าจากส่วนกลาง แต่ละสาขาจะมีราคาสินค้าเท่ากันและมีการจัดโปรโมชันเหมือนกัน โดยฝ่ายการตลาดของสำนักงานใหญ่เป็นผู้เตรียมป้ายราคาและโปรโมชันให้สาขาในรูปแบบลักษณะเดียวกัน หากสาขานั้นๆ ต้องการจะจัดโปรโมชันพิเศษเพื่อกระตุ้นยอดขายหรือระบายสินค้าที่หมุนเวียนช้าจะต้องได้รับอนุมัติจากสำนักงานใหญ่ก่อนเสมอ

3) การบริหารสินค้าคงคลังของสาขา

นโยบายการจัดซื้อ การคัดเลือกซัพพลายเออร์ การคัดเลือกสินค้า ชนิดและปริมาณสินค้าที่จำหน่ายจะถูกกำหนดโดยนโยบายของสำนักงานใหญ่ สำหรับการนำเสนอสินค้าใหม่เข้ามาจำหน่ายในสาขาหรือการจัดซื้อจากซัพพลายเออร์รายใหม่ทุกครั้งจะต้องผ่านการอนุมัติจากสำนักงานใหญ่เสมอ

ธนพิริยะใช้ระบบเดิมเต็มในการบริหารจัดการสินค้าคงคลังในสาขา โดยสำนักงานใหญ่จะใช้ฐานข้อมูลยอดขายย้อนหลัง 3 เดือนของแต่ละสาขาเพื่อกำหนดจำนวนสินค้าคงคลังที่เหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าในแต่ละสาขา ซึ่งระบบดังกล่าวเป็นระบบอัตโนมัติที่จะประมวลผลจากฐานข้อมูลและส่งคำสั่งตรงไปยังศูนย์กระจายสินค้าเพื่อจัดส่งสินค้าไปยังสาขาในวันถัดไป ในการเดิมเต็มทุกครั้งจะทำให้แต่ละสาขามีสินค้าคงคลังเพียงพอที่จะจำหน่ายได้ประมาณ 3 – 30 วัน ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับประเภทสินค้าและขนาดคลังของสาขา

4) ระบบสารสนเทศ

ทุกสาขาจะใช้ระบบการชำระเงินหน้าร้าน (Point of Sales: POS) โดยจะส่งข้อมูลการจำหน่ายสินค้าและข้อมูลการรับจ่ายเงินไปที่สำนักงานใหญ่ทุกวัน ทำให้สำนักงานใหญ่ได้ทราบถึงความเคลื่อนไหวของสินค้าและพฤติกรรมกรจับจ่ายของผู้บริโภคเพื่อไปใช้ในการบริหารสินค้าคงคลังเหมาะสม เช่น การประมวลผลสถิติยอดขายรายวันของทุกสาขาและทุกรายการสินค้าเพื่อมาใช้ในระบบเดิมเต็มและจัดส่งสินค้าให้สาขาอย่างเหมาะสม นอกจากนี้ราคาสินค้ายังถูกกำหนดโดยส่วนกลางและอัปเดตในระบบ POS โดยทุกสาขาจะใช้ราคาเดียวกันทั้งหมด สำหรับระบบความปลอดภัยนั้นทางสาขายังมีการติดตั้งกล้องวงจรปิดเพื่อตรวจสอบมาตรฐานการบริการในสาขาและตรวจสอบการขโมยสินค้าอีกด้วย

5) การตรวจสอบคุณภาพ

การตรวจสอบคุณภาพสามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วนหลักๆ ดังนี้

1) การนับสต็อกสินค้าคงเหลือ

นอกเหนือจากการตรวจนับสินค้าประจำวันแล้ว สำนักงานใหญ่ส่งฝ่ายตรวจสอบภายในเข้ามาสุ่มตรวจนับสินค้าที่สาขาและคลังสินค้าโดยไม่บอกล่วงหน้า (Surprise Check) เดือนละ 1 ครั้ง เพื่อให้มั่นใจว่าจำนวนสินค้าตรงตามที่บันทึกในระบบและพนักงานได้ปฏิบัติตามขั้นตอนต่างๆ ที่เกี่ยวกับการนับสต็อกอย่างเคร่งครัด

2) การตรวจสอบการบริหารงานในสาขา

สำนักงานใหญ่จะส่งทีมงานฝ่ายทรัพยากรบุคคลตรวจสอบการบริหารงานในสาขาเป็นประจำ สัปดาห์ละ 1 ครั้ง โดยจะตรวจสอบการให้บริการลูกค้า การจัดวางสินค้า การติดป้ายโปรโมชัน การตรวจสอบอายุสินค้า การนับสินค้าคงคลัง การตรวจสอบอายุสินค้า การจัดการเงินสด และการเติมเต็มสินค้า เพื่อให้มั่นใจว่าแต่ละสาขาปฏิบัติตามมาตรฐานเดียวกัน

6) การคัดเลือกและอบรมบุคลากร

เมื่อทางสาขามีความต้องการพนักงานใหม่จะแจ้งมาทางสำนักงานใหญ่ให้ฝ่ายทรัพยากรบุคคล ประกาศรับสมัครและสัมภาษณ์เพื่อคัดเลือกบุคคลที่เหมาะสม หลังจากคัดเลือกพนักงานใหม่ได้แล้วทางฝ่ายทรัพยากรบุคคลจะจัดการฝึกอบรมตามหลักสูตรที่กำหนดในแต่ละตำแหน่งงาน เกี่ยวกับหน้าที่ความรับผิดชอบ ขั้นตอนการปฏิบัติงาน การบริการและการต้อนรับลูกค้า เพื่อให้พนักงานในทุกสาขาเข้าใจและปฏิบัติตามในทิศทางเดียวกันตามจุดประสงค์และเป้าหมายของบริษัทฯ

7) การตกแต่งร้านและการจัดวางสินค้า

สำนักงานใหญ่จะเป็นผู้กำหนดผังร้านค้า อิม อุปรณ์ตกแต่งร้านค้า การจัดวางสินค้า ระเบียบปฏิบัติ เกี่ยวกับการสร้างบรรยากาศในร้านค้า รวมถึงแผนงานการตกแต่งสาขาตามเทศกาลต่างๆ เพื่อให้แต่ละสาขา สื่อสารต่อผู้บริโภคในรูปแบบลักษณะเดียวกัน อย่างไรก็ตามทางสำนักงานใหญ่เปิดโอกาสให้พนักงานในสาขา ทุกคนมีส่วนร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและมีการประชุมกันอย่างเป็นประจำเพื่อช่วยกันสร้างการทำงานที่มี ประสิทธิภาพสูงที่สุด

2.2 การตลาดและการแข่งขัน

2.2.1 ภาวะและแนวโน้มเศรษฐกิจเชียงราย

จังหวัดเชียงรายเป็นจังหวัดที่ตั้งอยู่เหนือสุดของประเทศไทย มีแนวชายแดนติดต่อกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ สภาพเศรษฐกิจโดยทั่วไปของจังหวัดเชียงรายส่วนใหญ่ ขึ้นอยู่กับสินค้าภาคเกษตรกรรมเป็นหลักเพราะมีความอุดมสมบูรณ์และมีสภาพอากาศกับปริมาณน้ำฝนที่เอื้อต่อการ เพาะปลูก จึงกล่าวได้ว่าเชียงรายเป็นอู่ข้าวอู่น้ำของภาคเหนือ จะเห็นได้จากการมีจำนวนโรงสีขนาดใหญ่ที่สุดใน ภาคเหนือและมีการทำไร่ชาและกาแฟจำนวนมากซึ่งปัจจุบันเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของจังหวัด นอกเหนือจาก การเกษตรแล้ว บริเวณพื้นที่ในอำเภอพานกั้นนับได้ว่าเป็นแหล่งเพาะเลี้ยงปลาน้ำจืดแห่งใหญ่ที่สุดของภาคเหนือ

ในด้านธุรกิจภาคบริการ จังหวัดเชียงรายมีชื่อเสียงทางด้านการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก มีนักท่องเที่ยวทั้งใน ประเทศและต่างประเทศเดินทางมาเชียงรายจำนวนมากเพื่อมาชื่นชมศิลปวัฒนธรรมล้านนา สัมผัสอาหารพื้นเมือง และการเป็นอยู่ด้วยวิถีชีวิตที่เรียบง่าย นอกจากนี้เชียงรายมีสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการด้านต่างๆ อยู่ในระดับ แนวหน้า ทั้งในด้านการคมนาคม โรงแรม ร้านอาหาร และร้านขายของที่ระลึก ทำให้เชียงรายเป็นสถานที่ ท่องเที่ยว (Tourist Destination) ที่สำคัญของภาคเหนือ

ในด้านการค้าชายแดนที่มีปริมาณเงินหมุนเวียนที่มากนั้นคาดว่าจะเป็ธุรกิจสำคัญที่เข้ามามีบทบาท สำคัญต่อเศรษฐกิจของเชียงรียมากขึ้น เนื่องจากการตั้งอยู่ในจุดยุทธศาสตร์ที่ติดกับประเทศเพื่อนบ้านคือ สาธารณรัฐ

ประชาธิปไตยประชาชนลาว สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ และไม่ห่างจากสาธารณรัฐประชาชนจีน รวมระยะทางตามแนวเขตชายแดนยาวกว่า 310 กิโลเมตร โดยมีด่านศุลกากรถึง 3 ด่านด้วยกัน คือ ด่านศุลกากรแม่สาย ด่านศุลกากรเชียงแสน และด่านศุลกากรเชียงของ อีกทั้งผลจากโครงการพัฒนาลำเลี้ยวเศรษฐกิจ ซึ่งมีการพัฒนาระบบคมนาคมและสาธารณูปโภคเพื่อเชื่อมต่อประเทศไทย สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ และสาธารณรัฐประชาชนจีนเข้าด้วยกัน ทั้งทางรถยนต์ รถไฟ ทางน้ำ และทางอากาศเพื่อรองรับการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยว เช่น โครงการก่อสร้างท่าเรือเชียงแสน 2 โครงการก่อสร้างทางรถไฟสายเด่นชัย-เชียงราย-เชียงของ และโครงการสร้างสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 4 (เชียงของ-ห้วยทราย) เชียงรายจึงกลายเป็นประตูสำคัญในการเชื่อมต่อกับประเทศเพื่อนบ้านที่มีศักยภาพสูง นอกจากนี้การก้าวเข้าสู่ประชาคมอาเซียน (AEC) ยังเป็นปัจจัยส่งเสริมการค้าชายแดนของเชียงรายโดยเฉพาะกับกลุ่มประเทศ CLMV (ราชอาณาจักรกัมพูชา สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม) น่าจะส่งผลให้เศรษฐกิจของเชียงรายจะเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องในอนาคต

สำหรับแนวโน้มเศรษฐกิจเชียงรายในปี 2559 สำนักงานคลังจังหวัดเชียงรายคาดว่าจะขยายตัวในอัตราร้อยละ 3.6 โดยได้รับแรงหนุนทั้งด้านอุปทานและอุปสงค์ สำหรับด้านอุปทานภาคบริการมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.0 จากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ รวมถึงการแข่งขันของสายการบินต้นทุนต่ำ ภาคอุตสาหกรรมมีแนวโน้มขยายตัวร้อยละ 6.4 ตามจำนวนโรงงานและยอดทุนจดทะเบียนของอุตสาหกรรมที่เพิ่มขึ้นส่วนใหญ่เป็นอุตสาหกรรมแปรรูปผลผลิตการเกษตร และจากการเป็นเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษเชียงรายคาดว่าจะมีผู้ลงทุนตั้งโรงงานเพิ่มขึ้น ภาคเกษตรมีแนวโน้มหดตัวร้อยละ 2.9 ในปี 2559 ปัญหาภัยแล้งจากปริมาณน้ำฝนที่น้อยกว่าปกติต่อเนื่องจากปีก่อนหน้า อาจทำให้ปริมาณน้ำไม่เพียงพอสำหรับการเพาะปลูกของเกษตรกร และกระทบต่อรายได้ของเกษตรกร สำหรับด้านอุปสงค์คาดว่าจะปรับตัวเพิ่มขึ้นตามความต้องการบริโภคภาคเอกชน

ดัชนีชี้วัดทางเศรษฐกิจของเชียงราย

ดัชนีชี้วัด (Indicators)	หน่วย	2556	2557	2558 ⁽¹⁾	2559 ⁽¹⁾
ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด ณ ราคาปัจจุบัน (GPP Current Price)	ล้านบาท	93,528	93,730	95,414	100,523
	%เติบโตต่อปี	9.7%	0.2%	1.8%	5.4%
ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด ณ ราคาปีฐาน 2531 (GPP Constant Price)	ล้านบาท	51,096	52,105	53,693	55,628
	%เติบโตต่อปี	4.2	2.0	3.0	3.6
ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดต่อหัว (GDP per capita)	บาทต่อคนต่อปี	80,477	82,742	84,550	89,449
ดัชนีปริมาณผลผลิตการเกษตร (API)	%เติบโตต่อปี	5.7%	-5.2%	-2.6%	-2.9%
ดัชนีปริมาณผลผลิตภาคอุตสาหกรรม (IPI)	%เติบโตต่อปี	23.1%	5.1%	5.7%	6.4%
ดัชนีปริมาณผลผลิตภาคบริการ (SI)	%เติบโตต่อปี	10.7%	9.4%	7.5%	7.0%
ดัชนีบริโภคภาคเอกชน (Private Consumption Index)	%เติบโตต่อปี	6.9%	-5.0%	1.6%	3.9%
ดัชนีลงทุนภาคเอกชน (Private Investment Index)	%เติบโตต่อปี	11.7%	5.9%	6.1%	5.2%

ดัชนีชี้วัด (Indicators)	หน่วย	2556	2557	2558 ⁽¹⁾	2559 ⁽¹⁾
ดัชนีการใช้จ่ายภาครัฐ (Government Expenditure Index)	%เติบโตต่อปี	0.9%	2.8%	8.2%	6.6%
ดัชนีการค้าชายแดน (Border Trade Index)	%เติบโตต่อปี	6.7%	7.8%	-3.7%	1.6%
อัตราเงินเฟ้อ (Inflation)	%ต่อปี	3.9%	2.2%	-1.4%	-1.0%
จำนวนนักท่องเที่ยว (Tourists)	พันคน	2,910	2,869	3,084	3,251
	%เติบโตต่อปี	5.8%	-1.4%	7.5%	5.4%
จำนวนประชากร (Population)	พันคน	1,137	1,133	1,129	1,124
	%เติบโตต่อปี	-0.3%	-0.4%	-0.4%	-0.4%

หมายเหตุ: (1) ตัวเลขประมาณการ

ที่มา: สำนักงานคลังจังหวัดเชียงราย ณ 31 ธันวาคม 2558

2.2.2 อุตสาหกรรมค้าปลีกและค้าส่ง

โดยสมาคมค้าปลีกไทยคาดการณ์ว่าตลาดค้าปลีกในปี 2559 จะชะลอตัวเหมือนปี 2558 จะเติบโตโดยรวมร้อยละ 3.0 แต่ถ้ามหากรรมการทางเศรษฐกิจดีขึ้นก็อาจจะมีอัตราเติบโตที่ดีกว่าปี 2558 เล็กน้อย เนื่องจากเม็ดเงินที่ภาครัฐอัดเข้าสู่ระบบจะต้องใช้ระยะเวลาในการหมุนเข้าระบบเศรษฐกิจ คาดว่าประมาณไตรมาสแรกและไตรมาส 2 ของปี 2559 จึงจะหมุนเข้าระบบของธุรกิจค้าปลีก จากแนวโน้มดังกล่าว มองว่าธุรกิจค้าปลีกในกลุ่มไฮเปอร์มาร์เก็ตยังคงน่าเป็นห่วงที่สุด เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายหลักจะเป็นกลุ่มคนระดับกลางและล่าง ส่วนกลุ่มที่คาดว่าจะมีอัตราเติบโตที่ทรงตัว คือ คอเนวีเนียนส์โตร์และดีพาร์ตเมนต์สโตร์ ส่วนกลุ่มที่คาดว่าจะยังมีอัตราการเติบโตที่ดี คือ ซูเปอร์มาร์เก็ต ขณะที่การแข่งขันในธุรกิจค้าปลีกปี 2559 จะยังมีการแข่งขันที่รุนแรง เนื่องจากกำลังซื้อของผู้บริโภคยังไม่ฟื้นตัวกลับเข้ามาสู่ภาวะปกติ ซึ่งกลยุทธ์ที่ผู้ประกอบการนำมาใช้ยังคงเป็นการทำโปรโมชั่น แต่อาจมีความรุนแรงมากกว่าเดิมเพื่อระบายสินค้าในสต็อกที่มีอยู่ เนื่องจากกระบวนการผลิตไม่สามารถหยุดชะงักได้ ขณะที่ตัวสินค้าเองก็มีข้อจำกัดในด้านอายุสินค้า แม้ว่าปี 2558-2559 ภาพรวมธุรกิจค้าปลีกจะยังอยู่ในภาวะชะลอตัว แต่เชื่อว่าสถานการณ์ทุกอย่างจะเริ่มกลับมาดีขึ้นนับตั้งแต่ก้าวสู่ปี 2560 เป็นต้นไป เนื่องจากช่วงดังกล่าวประเทศไทยจะมีความพร้อมในด้านสาธารณูปโภคมากขึ้น ซึ่งภาพรวมค้าปลีกในปี 2560 จะกลับมาเติบโตได้ที่ประมาณร้อยละ 6-7

(ที่มา: ข้อมูลจากบริษัทฯ และข้อมูลทั่วไปที่เผยแพร่ต่อสาธารณะ)

2.2.3 สภาพการแข่งขันในจังหวัดเชียงราย

การแข่งขันของร้านค้าปลีกสินค้าอุปโภคบริโภคก่อนข้างรุนแรงโดยเฉพาะในกรุงเทพฯ ปริมณฑล และหัวเมืองใหญ่ๆ แต่สำหรับเชียงรายการแข่งขันยังคงจัดอยู่ในระดับกลาง โดยผู้ประกอบการที่มีธุรกิจใกล้เคียงสามารถแบ่งได้ตามรายละเอียดดังนี้

ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (Traditional Trade) ที่เป็นลักษณะร้านค้าขนาดเล็ก ขายสินค้าที่ใช้เพื่อการอุปโภคบริโภคที่จำเป็นในการดำเนินชีวิตตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนโดยใช้เงินลงทุนในการทำธุรกิจไม่สูงมากนัก มีการบริหารงานกันเองภายในครอบครัวไม่ซับซ้อนด้วยการซื้อมาและขายสินค้าไป ไม่มีการใช้เทคโนโลยีและการบริหารจัดการสมัยใหม่มากนัก การเข้ามาของร้านค้าปลีกโมเดิร์นเทรดส่งผลให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมเปลี่ยนไป มีความต้องการความสะดวกสบาย บรรยากาศทันสมัย มีสินค้าให้เลือกซื้อที่หลากหลายและความต้องการสินค้าที่มีราคาถูกลง ทำให้ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมที่ไม่สามารถปรับตัวกับการบริหารจัดการและการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมของผู้บริโภคต้องปิดกิจการไป ส่งผลให้ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมลดจำนวนลงอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้ ร้านค้าแบบดั้งเดิมส่วนหนึ่งถือเป็นพันธมิตรและลูกค้าของบริษัทฯ

ร้านสะดวกซื้อ (Convenient Store) เข้ามามีบทบาทกับชีวิตประจำวันของคนเชียงรายมากขึ้นเนื่องจากร้านสะดวกซื้อสามารถเข้าถึงแหล่งชุมชนได้อย่างรวดเร็ว ถึงแม้ว่าธนพิริยะจะมีสินค้าบางประเภทที่เหมือนกับร้านสะดวกซื้อ แต่ด้วยการกำหนด Positioning ที่ต่างกัน กล่าวคือ ธนพิริยะไม่มีสินค้าพร้อมรับประทาน (Ready to Eat) แต่มีสินค้าที่มีความหลากหลายกว่า มีราคาประหยัดกว่าและมีขนาดที่ใหญ่เหมาะสำหรับการใช้ในครัวเรือน โดยส่วนใหญ่ลูกค้าจะซื้อเครื่องดื่ม สินค้าพร้อมรับประทานและสินค้าประเภทของใช้ส่วนตัวขนาดพกพาที่ร้านสะดวกซื้อ แต่ซื้อสินค้าใช้สำหรับในครัวเรือนที่ธนพิริยะเพราะมีให้เลือกหลากหลายกว่าและราคาถูกกว่าบางรายการ นอกจากนี้การที่มีร้านสะดวกซื้ออยู่ใกล้กับร้านธนพิริยะนั้นจะส่งผลให้บริเวณนั้นเป็นย่านการค้าและมีจำนวนลูกค้าหมุนเวียนสัญจรมากขึ้น

ร้านค้าโมเดิร์นเทรด (Modern Trade) ส่วนใหญ่จะเป็นบริษัทข้ามชาติที่เงินทุนค่อนข้างสูง ถือเป็นกลุ่มคู่แข่งที่สำคัญของธนพิริยะ ซึ่งรูปแบบของร้านโมเดิร์นเทรดมีหลากหลาย เช่น ซูเปอร์สโตร์ ไฮเปอร์มาร์เก็ตขนาดย่อม ซูเปอร์มาร์เก็ต ไฮเปอร์มาร์เก็ตขนาดใหญ่ ศูนย์ค้าส่งขนาดใหญ่ เป็นต้น ปัจจุบันผู้ประกอบการโมเดิร์นเทรดกำลังมุ่งเน้นการขยายร้านค้าปลีกขนาดเล็กเข้าในจังหวัดที่มีศักยภาพในการเติบโตสูง

2.2.4 ลักษณะลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าของธนพิริยะ ได้แก่ ลูกค้าทั่วไปครอบคลุมทุกเพศทุกวัย ทุกสาขาอาชีพ ที่พักอาศัยหรือใช้ชีวิตประจำวัน ใกล้ร้านค้าและลูกค้าชาวต่างชาติที่สัญจรบริเวณร้านค้า และกลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการร้านค้าปลีกจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคในเชียงรายและจังหวัดใกล้เคียง รวมถึงหน่วยงานภาครัฐและลูกค้าธุรกิจในสาขาอาชีพต่างๆ เช่น โรงเรียน โรงพยาบาล และร้านซักรีด เป็นต้น

2.2.5 กลยุทธ์การแข่งขัน

บริษัทฯ มีกลยุทธ์ในการขับเคลื่อนธุรกิจดังนี้

1) กลยุทธ์การเข้าใจวิถีชีวิตของลูกค้า

จากการทำธุรกิจค้าปลีกค้าส่งในพื้นที่เชิงรียกว่า 25 ปี ทำให้ธนพิริยะเข้าใจความต้องการของคนในพื้นที่เป็นอย่างดี เข้าใจวิถีการใช้ชีวิตของคนในพื้นที่ชอบซื้ออาหารและของสดจากตลาดสดแต่ชอบซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคในร้านค้าโมเดิร์นเทรดที่ทันสมัยสะดวกสบายและสามารถซื้อของใช้ได้ครบครันและรวดเร็ว ดังนั้น รูปแบบร้านธนพิริยะจึงเป็นที่มาจากการผสมผสานจากการเรียนรู้จากประสบการณ์ของผู้บริหารและทีมงานโดยตรงที่ทำให้ห้องค้าประกอบต่างๆ สมบูรณ์ กล่าวคือ ทำเลที่ตั้งร้านจะต้องอยู่ในชุมชนที่มีตลาดสด ติดถนนใหญ่ การคัดสรรสินค้าที่มีความหลากหลายและการให้บริการที่เป็นเลิศและเป็นกันเอง

ซึ่งหลักการสำคัญที่จะสร้างการบริการที่เป็นเลิศได้ก็คือ การรู้จักและเข้าใจความต้องการของลูกค้า และสามารถเลือกสรรสินค้าและการบริการได้เหมาะสมกับคนในพื้นที่ การให้บริการที่เป็นเลิศถือว่าเป็นจุดเด่นของธนพิริยะ บริษัทฯ มุ่งเน้นการพัฒนาบุคลากร การฝึกอบรมพนักงานทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องตั้งแต่วิธีการต้อนรับลูกค้า การแนะนำสินค้ากับลูกค้า การแก้ปัญหาต่างๆ และการบริการลูกค้าที่ดีเพื่อให้ลูกค้าประทับใจตั้งแต่ลูกค้าเข้าร้านจนออกจากร้าน ตั้งแต่การให้ความสำคัญกับจุดชำระเงินว่าต้องมีจำนวนเพียงพอและรวดเร็วเพื่อไม่ให้ลูกค้ารอคิวนาน ความใส่ใจของพนักงานในการตอบคำถามหรือหาสินค้า จนถึงบริการช่วยเหลือของใส่รถลูกค้า นอกจากนี้บริษัทฯ ยังเน้นการคัดเลือกพนักงานที่พ่อกอาศัยในท้องถิ่นที่เข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นอย่างดีและสามารถให้บริการที่เป็นกันเองในแบบร้านค้าชุมชน

2) กลยุทธ์การบริหารจัดการสินค้าคงคลังให้มีประสิทธิภาพ

บริษัทฯ มีสินค้าให้ลูกค้าเลือกซื้อมากกว่า 15,000 รายการ มีจำหน่ายทั้งแบบปลีกและส่งเพื่อให้ลูกค้าสามารถเลือกสินค้าได้ตามความต้องการ แต่เนื่องจากลูกค้าในแต่ละพื้นที่อาจมีพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าที่ต่างกัน บริษัทฯ จึงได้จัดทำฐานข้อมูลโดยทำการวิเคราะห์ยอดขาย อัตราการหมุนเวียนสินค้าคงคลัง และอัตราผลตอบแทน และนำข้อมูลเหล่านั้นมาคัดเลือกสินค้าให้เหมาะสมกับผู้บริโภคในแต่ละพื้นที่ เพื่อที่จะรักษาผลประกอบการและอัตราการกำไร สำหรับแนวโน้มของสินค้าใหม่ที้นับวันจะเพิ่มขึ้นจากผู้ผลิตรายใหญ่และรายย่อยที่มีจำนวนมากขึ้นนั้น บริษัทฯ มีความคล่องตัวในการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการตลาด และสามารถรองรับสินค้าใหม่ๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละพื้นที่ได้

ธนพิริยะมีการจัดเรียงสินค้าอย่างเป็นระบบเพื่อบริหารพื้นที่การขายอย่างมีประสิทธิภาพโดยคำนึงถึงลูกค้าเป็นหลักเพื่อให้สะดวกต่อลูกค้าในการเลือกซื้อสินค้า มีการจัดวางสินค้าให้เป็นหมวดหมู่ชัดเจนเพื่อให้ลูกค้าจำได้ง่ายว่าสินค้าชนิดไหนวางอยู่โซนไหน บริษัทฯ ทำการวิเคราะห์ยอดขายและอัตราการหมุนเวียนสินค้าคงคลังเพื่อนำมาใช้ในการจัดสรรขนาดพื้นที่และกำหนดผังการจัดวางสินค้าให้เป็นหมวดหมู่ การจัดวางสินค้าที่ขายดีไว้ในชั้นระดับสายตาและวางสินค้าเกี่ยวเนื่องกันไว้ติดกัน อีกทั้งยังมีการใช้สื่อโฆษณา ณ แหล่งขาย เช่น ป้ายแขวน แบนเนอร์ ธง เพื่อกระตุ้นการซื้อของลูกค้า

3) กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน

เพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันกับผู้ประกอบการโมเดิร์นเทรดและร้านสะดวกซื้อต่างชาติที่มีเงินทุนและมีสาขากระจายอยู่ทั่วประเทศได้นั้น บริษัทฯ จึงมีการวางแผนกลยุทธ์โดยวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนของกลุ่มคู่แข่ง จะเห็นได้ว่าจุดเด่นของโมเดิร์นเทรดที่สามารถดึงดูดลูกค้าได้คือราคาที่ถูกลงและโปรโมชั่นลด แลก แจก แถม แต่อาจจะไม่สะดวกเทียบเท่ากับร้านสะดวกซื้อที่มีสาขาครอบคลุมทุกพื้นที่ สำหรับจุดเด่น

ของร้านสะดวกซื้อคือการมีอาหารพร้อมรับประทานที่ค่อนข้างหลากหลายไว้บริการ แต่มีสินค้าอุปโภคบริโภคที่ใช้ในครัวเรือนค่อนข้างจำกัดและมีราคาขายเฉลี่ยสูงกว่าโมเดิร์นเทรด ดังนั้น ธนพิริยะจึงนำจุดเด่นของโมเดิร์นเทรดและร้านสะดวกซื้อมาผสมผสานอย่างลงตัว มีสินค้าอุปโภคและบริโภคที่หลากหลาย มีสินค้าขนาดใหญ่ในครัวเรือน มีโปรโมชัน มีสาขาตั้งอยู่ในชุมชน เดินทางสะดวก และมีที่จอดรถบริการ นอกจากนี้ บริษัทฯยังสามารถปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ที่ยืดหยุ่นและรวดเร็วกว่า ส่งผลให้ธนพิริยะเป็นร้านที่จำหน่ายสินค้าในราคาที่คุ้มค่าแบบโมเดิร์นเทรดและมีความสะดวกแบบร้านสะดวกซื้อ

4) กลยุทธ์การขยายสาขา

การขยายสาขาเป็นปัจจัยสำคัญ ในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและขยายฐานลูกค้าเพื่อเพิ่มการเติบโตของรายได้และการได้มาซึ่งทำเลที่มีศักยภาพก่อนคู่แข่ง บริษัทฯ มีการทำแผนงานศึกษาการขยายสาขาอย่างเคร่งครัด โดยเลือกพื้นที่ในย่านชุมชนติดถนนสายสำคัญในเชิงรายได้และจังหวัดใกล้เคียงที่บริษัทฯ มีความเชี่ยวชาญในพื้นที่ที่ดี ทั้งนี้ยังมีการเข้าสำรวจพื้นที่ศึกษาความหนาแน่นและกำลังซื้อของประชากร ระดับการแข่งขันของธุรกิจเดียวกันและพฤติกรรมของผู้บริโภคในพื้นที่นั้น นอกจากนี้ยังมีการจัดทำการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ (Feasibility Study) คำนวณผลประกอบการคาดการณ์ ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) และอัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return: IRR) โดยจะต้องไม่ต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนด เพื่อนำไปใช้วิเคราะห์การลงทุนให้สามารถเลือกพื้นที่ได้อย่างเหมาะสมและเกิดประโยชน์สูงสุดในการบริหารจัดการพื้นที่ให้สอยเพียงพอต่อการจัดวางสินค้าและการจัดเก็บสินค้า รวมถึงการติดตั้งอุปกรณ์และตกแต่งทำให้บรรยากาศในร้านค่าน่าจับจ้องใช้สอย จากการศึกษาความเป็นไปได้ในการขยายสาขาจะมี Payback Period อยู่ระหว่าง 2-3 ปี ขึ้นอยู่กับขนาดของสาขา และมี IRR ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 20 บริษัทฯ มีเป้าหมายที่จะขยายสาขาอย่างต่อเนื่องในเชิงรายได้เป็นหลัก เพื่อสร้างฐานลูกค้าและแบรนด์ของ “ธนพิริยะ” ให้แข็งแกร่งก่อนที่จะขยายวงกว้างไปสู่อำเภอรอบนอกและจังหวัดใกล้เคียง รวมถึงแนวเขตของเชิงรายได้ที่ติดชายแดนพม่าและลาวซึ่งเป็นเขตเศรษฐกิจที่สำคัญ

นอกจากนี้ บริษัทฯ คำนึงถึงการเตรียมบุคลากรซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญในการขยายสาขา โดยจะวางแผนร่วมกับฝ่ายทรัพยากรบุคคลล่วงหน้าอย่างน้อย 1 ปี ก่อนการเปิดสาขาเพื่อเตรียมกำลังพลและความพร้อมของผู้จัดการสาขา โดยผู้จัดการสาขาจะต้องผ่านการอบรมการทำงานในตำแหน่งต่างๆ เช่น ฝ่ายจัดเรียง ฝ่ายแคชเชียร์และฝ่ายคลังในระยะเวลา 6 เดือน ถึง 1 ปี

5) กลยุทธ์การสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จัก (Brand Awareness)

บริษัทฯ ตระหนักว่าการสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จักและเป็นตัวเลือกที่ครองใจผู้บริโภคเป็นสิ่งสำคัญ จึงทำการศึกษาหาข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายและความต้องการของลูกค้าเพื่อเลือกช่องทางการสื่อสารและข้อความที่จะสื่อสารได้อย่างเหมาะสม บริษัทฯ ต้องการสื่อสารและสร้างแบรนด์ธนพิริยะให้อยู่ในใจลูกค้าว่า “ราคาถูกจริง ช้อปปังใจ อยู่ใกล้บ้านคุณ” บริษัทฯ มีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องและเน้นการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยใช้ช่องทางการโฆษณาที่หลากหลายและสามารถเข้าถึงลูกค้าเป้าหมายได้ดี เช่น สื่อวิทยุ สิ่งพิมพ์ เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) เช่น Facebook และเว็บไซต์ของบริษัทฯ www.thanapiriya.co.th ในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารและโปรโมชันต่างๆ แต่สิ่งที่สำคัญที่สุดคือประสบการณ์ที่ลูกค้าสัมผัสเมื่อเข้ามาใช้บริการธนพิริยะ ด้วยเหตุนี้เพื่อให้สอดคล้องกับข้อความที่ต้องการ

สื่อสารดังกล่าว ธนพิริยะจึงมุ่งเน้นราคาสินค้าที่ถูกเมื่อเทียบกับคู่แข่ง การรักษามาตรฐานการบริการที่เป็นเลิศ การนำเสนอสินค้าที่หลากหลาย การจัดวางสินค้าที่สะดวกต่อการเลือกซื้อ และการขยายสาขาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย นอกจากนี้บริษัทฯ ยังเข้าร่วมกิจกรรมและสัมมนาต่างๆ เพื่อสร้างประโยชน์ต่อสังคมและสร้างแบรนด์ให้เป็นที่ยอมรับ

6) กลยุทธ์ด้านการตลาด

เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขัน บริษัทฯ มีการสำรวจราคาสินค้าอย่างเป็นประจำ มีการเทียบราคาและโปรโมชั่นกับผู้ประกอบการรายอื่นเพื่อให้มั่นใจว่าร้านธนพิริยะจำหน่ายสินค้าในราคาที่ถูกลงกว่าหรือใกล้เคียงกับคู่แข่งได้ จากความสัมพันธ์ที่ดีกับซัพพลายเออร์ การสั่งสินค้าในปริมาณที่มาก และการประหยัดค่าลอจิสติกส์เนื่องจากร้านค้าอยู่ในบริเวณที่สามารถจัดส่งสินค้าได้สะดวกส่งผลให้บริษัทฯ สามารถบริหารต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นได้

นอกจากนี้บริษัทฯ มีการทำระบบสมาชิกเพื่อคืนกำไรเป็นส่วนลดให้ลูกค้า โดยสมาชิกจะได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ เช่น ส่วนลดในการซื้อสินค้าประเภทต่างๆ รับของชำร่วยเมื่อซื้อมูลค่าครบตามกำหนด การจับรางวัลชิงโชค และสะสมแต้มเพื่อรับคูปองส่วนลดเมื่อครบรอบ 1 ปี ปัจจุบันธนพิริยะมีจำนวนสมาชิกกว่า 50,000 ราย นอกจากนี้การทำระบบสมาชิกยังเป็นการเก็บฐานข้อมูลลูกค้าเพื่อให้บริษัทฯ ใช้เป็นช่องทางในการจัดโปรโมชั่นเพื่อจูงใจลูกค้าและจำนวนเงินในแต่ละครั้งในการใช้จ่าย และเป็นเครื่องมือสำหรับการติดตามการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคเพื่อใช้ในการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการตลาดได้ทันทุกที่

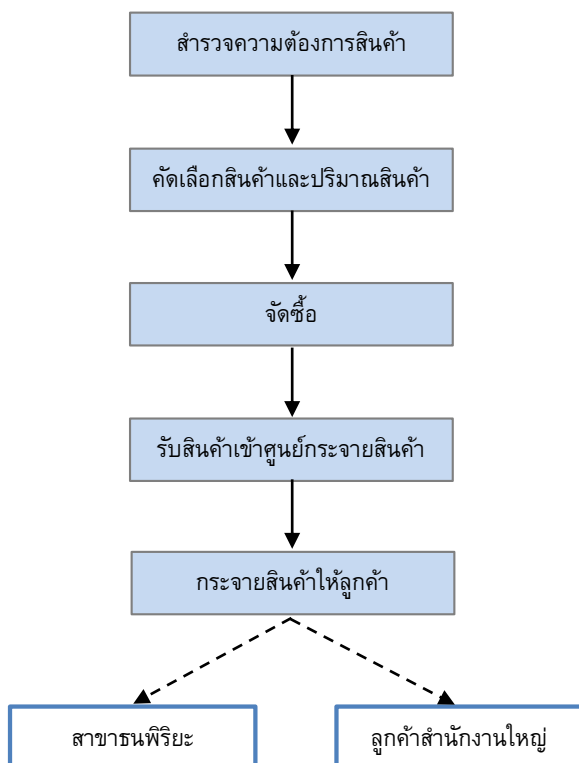
7) กลยุทธ์การพัฒนาและรักษาบุคลากร

ทรัพยากรบุคคลเป็นปัจจัยที่สำคัญของธุรกิจค้าปลีกและค้าส่ง บริษัทฯ จึงมุ่งเน้นการเป็นองค์กรแห่งความรู้ สร้างวัฒนธรรมองค์กรและปลูกฝังให้พนักงานเป็นคนเก่งและมีคุณธรรม บริษัทฯ จัดทำหลักสูตรและคู่มืออบรมพนักงานแต่ละตำแหน่ง จัดอบรมพนักงานอย่างสม่ำเสมอและเสริมทักษะความสามารถที่จำเป็นให้กับพนักงาน เช่น การขายและบริการอย่างเป็นเลิศ การบริหารแบบมืออาชีพ บริษัทฯ จัดทำห้องอบรมเพื่อใช้อบรมพนักงานและรวบรวมคู่มือต่างๆ บริษัทฯ สนับสนุนให้พนักงานไปอบรมหลักสูตรต่างๆ กับสถาบันภายนอก เช่น มาตรฐานการบัญชี การขับรถอย่างประหยัดน้ำมัน นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการสำรวจอัตราเงินเดือนและสวัสดิการในตลาดอย่างสม่ำเสมอเพื่อความเป็นธรรมของพนักงาน

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

บริษัทฯ มีการสั่งซื้อสินค้าทั้งโดยตรงจากซัพพลายเออร์ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตสินค้านั้นๆ โดยมุ่งเน้นสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า ความหลากหลาย และคุณภาพของสินค้าที่ได้มาตรฐาน ปัจจุบันบริษัทฯ จัดหาสินค้าจากซัพพลายเออร์กว่า 300 ราย รวมทั้งสิ้นกว่า 15,000 รายการ โดยทั้งหมดเป็นสินค้าที่จัดซื้อจากภายในประเทศ บริษัทฯ คำนึงถึงการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับซัพพลายเออร์ ซึ่งที่ผ่านมาได้มีการดำเนินงานร่วมกันด้วยดีมาตลอด ไม่ว่าจะเป็นการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายและการโฆษณาประชาสัมพันธ์ต่างๆ เป็นต้น บริษัทฯ มีขั้นตอนการจัดหาสินค้าไปจนถึงการจำหน่ายให้ผู้บริโภคดังแสดงในแผนภาพ

แผนผังแสดงขั้นตอนการจัดหาสินค้าไปจนถึงการจำหน่ายให้ผู้บริโภค



1) การสำรวจความต้องการสินค้า

บริษัทฯ ทำการสำรวจตลาดโดยใช้ข้อมูลภายนอกและภายในองค์กรเพื่อวิเคราะห์ว่าสินค้าประเภทไหนน่าเป็นที่สนใจสำหรับลูกค้าในพื้นที่หรือว่าสินค้าประเภทไหนกำลังจะหมดความนิยม การสำรวจตลาดภายนอกทำโดยการออกสำรวจตามโมเดิร์นเทรด ร้านค้าปลีก สอบถามซัพพลายเออร์ สังเกตพฤติกรรมของผู้บริโภคในพื้นที่ และติดตามสื่อโฆษณาต่างๆ นอกจากนี้บริษัทฯ จัดทำฐานข้อมูลยอดขายของสาขาของตนเอง และยอดสั่งซื้อของผู้ประกอบการค้าส่ง เพื่อนำมาวิเคราะห์ว่าสินค้าตัวไหนขายดีหรือไม่ดี อีกทั้งยังเปิดรับฟังข้อคิดเห็นจากลูกค้าที่ใช้บริการในสาขาว่าอยากให้เพิ่มสินค้าประเภทไหน

2) การคัดเลือกสินค้า

การคัดเลือกสินค้าเข้ามาจำหน่ายแบ่งได้เป็นสองประเภท คือ สินค้าใหม่ และสินค้าเดิมที่จำหน่ายอยู่

การคัดเลือกสินค้าใหม่

บริษัทฯ มีกระบวนการคัดสรรสินค้าใหม่มาจำหน่ายโดยพิจารณาจากความน่าสนใจของสินค้า ราคาสินค้านโยบายการตลาด คุณภาพของสินค้า รวมถึงกล่องบรรจุภัณฑ์ที่ดึงดูดผู้บริโภค สำหรับสินค้าใหม่ที่มาจากผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายที่ไม่เคยร่วมงานกับบริษัทฯ มาก่อน บริษัทฯ จะทำการทดลองวางสินค้าจำหน่าย หรือทำการแจกสินค้าให้ลูกค้าทดลองใช้ หากได้รับการตอบรับที่ดีบริษัทฯ จะดำเนินการจัดซื้อสินค้าจากซัพพลายเออร์เพื่อมาจำหน่ายในสาขา

การคัดเลือกสินค้าเดิม

เนื่องจากลูกค้าของธนพิริยะในแต่ละสาขามีความต้องการสินค้าที่แตกต่างกันออกไป สำหรับสินค้าเดิมที่ทางร้านขายอยู่แล้วนั้น ธนพิริยะจึงใช้ฐานข้อมูลที่จัดทำไว้ เช่น ยอดขาย อัตราการหมุนเวียนสินค้าคงคลัง และอัตราผลตอบแทนมาวิเคราะห์ว่าสินค้าประเภทไหนขายดีหรือไม่ดี แล้วจึงนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์เพื่อคัดเลือกประเภทสินค้าและปริมาณให้เหมาะสมกับสาขานั้นๆ อีกทั้งระบบสมาชิกของธนพิริยะมีส่วนช่วยให้ทราบถึงข้อมูลของมูลค่าและปริมาณการซื้อของลูกค้าสำหรับการวิเคราะห์สินค้าคงคลังในแต่ละสาขา

การคัดเลือกซัพพลายเออร์

บริษัทฯ มีกฎเกณฑ์ในการคัดเลือกซัพพลายเออร์แต่ละราย ดังนี้

- 1) สินค้าเป็นที่ต้องการของตลาด
- 2) คุณภาพสินค้าที่ได้มาตรฐาน
- 3) ความตรงต่อเวลาในการส่งสินค้า
- 4) กลยุทธ์การตลาดที่มีประสิทธิภาพ
- 5) ความน่าเชื่อถือของซัพพลายเออร์

บริษัทฯ มีการติดต่อกับซัพพลายเออร์อย่างสม่ำเสมอเพื่อมั่นใจว่าสินค้าที่ส่งนั้นจะถูกจัดส่งตรงตามจำนวนเวลา และคุณภาพที่กำหนด ในแต่ละปีซัพพลายเออร์แต่ละรายจะมานำเสนอสินค้าและแผนงานประจำปีให้บริษัทฯ เพื่อประชุมแลกเปลี่ยนข้อมูลเกี่ยวกับความน่าสนใจของสินค้า การกำหนดเป้าหมายยอดขาย การปรับตัวให้ทันต่อนวัตกรรมของสินค้าและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค รวมถึงแผนงานการจัดโปรโมชันส่งเสริมการขายต่างๆ ทั้งนี้บริษัทฯ มีนโยบายที่จะกระจายการจัดซื้อกับซัพพลายเออร์กว่า 300 ราย และไม่สั่งซื้อสินค้ากับซัพพลายเออร์รายใดเกินร้อยละ 30 เพื่อป้องกันความเสี่ยงจากการพึ่งพิงซัพพลายเออร์รายใดรายหนึ่ง

3) การจัดซื้อ

บริษัทฯ มีการควบคุมการจัดซื้อสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อให้มั่นใจได้ว่าทุกสาขามีสินค้าจำหน่ายอย่างเพียงพอไม่น้อยเกินไปหรือมากเกินไป เพราะถ้าน้อยเกินไปก็จะทำให้สินค้าไม่พอจำหน่ายซึ่งจะทำให้ธนพิริยะสูญเสียโอกาสทางการค้า แต่ถ้าหากมีการซื้อสินค้ามากเกินไปก็จะส่งผลให้มีค่าใช้จ่ายที่สูงเกินความจำเป็นและสินค้าบางประเภทก็มีอายุที่จำกัด ในการสั่งซื้อตามปกตินั้น บริษัทฯ จะใช้สูตรในการคำนวณจากฐานข้อมูลในอดีตของแต่ละสาขาเพื่อใช้ในการประมาณการสั่งสินค้าประเภทนั้นๆ โดยก่อนการสั่งซื้อสินค้าทุกครั้งฝ่ายจัดซื้อจะตรวจสอบว่าไม่มีสินค้าคงเหลือเกินกว่านโยบายที่บริษัทฯ กำหนดไว้ หากมีปริมาณที่เกินกว่าที่กำหนดไว้ ฝ่ายจัดซื้อจะต้องหารือกับซัพพลายเออร์รายนั้นให้ทำแผนโปรโมชันส่งเสริมการขายเพื่อระบายสินค้าดังกล่าวก่อน หรือให้มารับสินค้าที่หมุนเวียนซ้ำกลับก่อนทำการสั่งซื้อสินค้าครั้งใหม่

4) การบริหารจัดการศูนย์กระจายสินค้า

สินค้ากว่า 15,000 รายการจากซัพพลายเออร์จะถูกส่งมารวมที่ศูนย์กระจายสินค้าก่อนจัดส่งไปยังร้านธนพิริยะและลูกค้าส่งที่อยู่ต่างอำเภอ ปัจจุบันบริษัทฯ มีศูนย์กระจายสินค้า 1 แห่ง มีที่ตั้งอยู่ที่สำนักงานใหญ่และมีพื้นที่กว่า 7,600 ตารางเมตร ในการจัดเก็บสินค้าและจัดส่งสินค้าไปยังร้านธนพิริยะทุกสาขาและลูกค้าส่งสำนักงานใหญ่ในเชียงใหม่และจังหวัดใกล้เคียง

2.3.1 ศูนย์กระจายสินค้า

ศูนย์กระจายสินค้า	ที่อยู่	ปีที่เปิด	ขนาดพื้นที่
ศูนย์กระจายสินค้ารอบเวียง	661 หมู่ 24 ต.รอบเวียง อ.เมือง จ.เชียงราย 57000	2540	7,600

การบริหารจัดการศูนย์กระจายสินค้าของบริษัทฯ มีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1) ขั้นตอนการรับสินค้าจากซัพพลายเออร์

ฝ่ายจัดซื้อของบริษัทฯ ทำการนัดหมายล่วงหน้ากับซัพพลายเออร์ในการจัดส่งสินค้าเพื่อจัดเตรียมพื้นที่และกำลังพลในการรับสินค้า เมื่อรถขนส่งสินค้ามาถึงคลังสินค้าแผนกรับสินค้าจะรับสินค้าโดยมีขั้นตอนในการรับและตรวจสอบสินค้าอย่างละเอียดเทียบกับใบสั่งซื้อ ใบกำกับสินค้า หรือใบส่งของ โดยตรวจสอบความถูกต้องของสินค้า จำนวน ขนาดและราคา เป็นต้น สินค้าจะถูกขนลงมาจากตัวรถในคลังรับสินค้าตามชั้นวางที่กำหนดและบันทึกข้อมูลเข้าสู่ระบบของการจัดเก็บ หลังจากนั้นจะมีการเบิกจ่ายสินค้าจากคลังรับสินค้ามาที่คลังจ่ายสินค้าด้วยอุปกรณ์รถยกเพื่อจัดวางในหมวดหมู่และชั้นวางที่กำหนด

2) การจัดเก็บสินค้าในศูนย์กระจายสินค้า

บริษัทฯ ใช้หลักการบริหารกลุ่มสินค้ามาใช้ในการแบ่งหมวดหมู่และชั้นวางสินค้าได้แก่ สินค้าอุปโภคบริโภคครัวเรือน สินค้าผลิตภัณฑ์ส่วนบุคคล เครื่องดื่มและอาหารแห้ง เครื่องสำอางและอาหารเสริม สินค้าแม่และเด็ก เป็นต้น อีกทั้งในแต่ละหมวดหมู่นำข้อมูลยอดขายและอัตราการหมุนเวียนมาวิเคราะห์เพื่อแยกประเภทเพิ่มเติมให้ง่ายต่อการบริหารสินค้าคงคลังในแต่ละสาขา

สินค้าถูกเก็บเข้าชั้นวางโดยใช้อุปกรณ์รถยกประเภทต่างๆ ในการขนย้ายแล้วนำไปจัดเก็บตามชั้นวางที่กำหนดด้วยระบบการเข้าก่อนออกก่อน (First In First Out: FIFO) บริษัทฯ ยังคำนึงถึงการเบิกจ่ายสินค้าเพื่อช่วยจัดวางผังคลังสินค้าให้ง่ายต่อการเลือกหยิบหรือขนย้ายได้สะดวก

บริษัทฯ ทำการรักษาความสะอาดและสภาพแวดล้อมของคลังสินค้าเป็นอย่างดี อีกทั้งยังคำนึงถึงความปลอดภัย การป้องกันอัคคีภัย และการป้องกันการจลกรรมสินค้า สำหรับสินค้าในคลังสินค้านั้นจะถูกจัดเก็บเพียงช่วงสั้นๆ ประมาณ 7 ถึง 30 วัน เนื่องจากเป็นสินค้าที่เข้ามาพักในศูนย์กระจายสินค้าเพียงชั่วคราวเพื่อเตรียมกระจายออกไปยังสาขาของธนพิริยะ และลูกค้าผู้ประกอบการร้านค้า

3) การกระจายสินค้า

สินค้าจากศูนย์กระจายสินค้าจะถูกจัดส่งไปยังสาขาของธนพิริยะและลูกค้าที่เป็นผู้ประกอบการร้านค้าอำเภอ โดยจะมีการตรวจสอบสินค้าก่อนขึ้นรถขนส่งทุกครั้งให้ตรงกับประเภทและจำนวนสินค้าในใบสั่งซื้อหรือใบส่งสินค้า บริษัทฯ มีการวางแผนเส้นทางขนส่งสินค้า มีกฎระเบียบที่พนักงานขับรถต้องปฏิบัติตามเคร่งครัด มีการอบรมการขับรถให้ปลอดภัยและประหยัดน้ำมัน ส่งผลให้การกระจายสินค้าจากศูนย์กระจายสินค้าทำได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายมากที่สุด ปัจจุบันบริษัทฯ มีรถบรรทุกสำหรับขนส่งสินค้าทั้งหมดกว่า 25 คัน เพื่อกระจายสินค้าไปยังสาขาธนพิริยะและลูกค้าผู้ประกอบการร้านค้าที่อยู่ต่าง

อำเภอและจังหวัดใกล้เคียง โดยรถทุกคันนั้นจะติดตั้งระบบติดตามรถยนต์ (GPS Tracking) เพื่อป้องกันการออกนอกเส้นทางและให้บริษัทฯ สามารถติดตามและตรวจสอบหากมีความล่าช้าในการส่งสินค้า

2.3.2 สาขาธนพิริยะ

1) การบริหารเงินสดในสาขา

หัวหน้าแคชเชียร์จะเป็นผู้ส่งยอดขายประจำวันของสาขาไปยังสำนักงานใหญ่ผ่านระบบออนไลน์ที่มีฐานข้อมูลของประเภทสินค้า จำนวนสินค้า และจำนวนเงินที่ขายได้ ซึ่งทางสำนักงานใหญ่จะตรวจสอบรายการสินค้าที่ขายได้และยอดขายที่มาจากเงินสดและบัตรเครดิตว่าตรงกันหรือไม่ ธนพิริยะยังมีคู่มือการปฏิบัติงานในการบริหารเงินสดที่กำหนดระดับเงินสดสูงสุดไว้ ซึ่งพนักงานแคชเชียร์จะต้องคอยระดับเงินสดดังกล่าวอย่างเคร่งครัด ในกรณีที่เงินสดเกินกว่าระดับที่กำหนดไว้ หัวหน้าแคชเชียร์จะต้องนำเงินสดดังกล่าวเข้าตู้รับและนำฝากธนาคารอย่างน้อย 2 รอบต่อวัน เพื่อลดความเสี่ยงจากการสูญหายและถูกโจรกรรม นอกจากนี้ธนพิริยะมีการทำประกันภัยเพื่อป้องกันการโจรกรรมเงินสดทั้งในช่วงเวลาทำการและนอกเวลาทำการ

2) การบริหารสินค้าคงคลังในสาขาด้วยระบบเติมเต็ม

ธนพิริยะใช้ระบบเติมเต็มในการบริหารจัดการสินค้าคงคลังในสาขา โดยสำนักงานใหญ่จะใช้ฐานข้อมูลยอดขายย้อนหลัง 3 เดือนของแต่ละสาขาเพื่อกำหนดจำนวนสินค้าคงคลังที่เหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าในแต่ละสาขา ซึ่งระบบดังกล่าวเป็นระบบอัตโนมัติที่จะประมวลผลจากฐานข้อมูลและส่งคำสั่งตรงไปยังศูนย์กระจายสินค้าเพื่อส่งสินค้าไปยังสาขาในวันถัดไป ในการเติมเต็มทุกครั้งจะทำให้แต่ละสาขามีสินค้าคงคลังเพียงพอที่จะจำหน่ายได้ประมาณ 3 – 30 วัน ขึ้นอยู่กับประเภทสินค้าและขนาดคลังของสาขา

3) การตรวจนับสินค้าของสาขา

ธนพิริยะมีการตรวจนับสินค้าที่สาขาเป็นประจำ โดยตรวจนับจากเจ้าหน้าที่ประจำสาขาและมีทีมงานตรวจสอบจากสำนักงานใหญ่ ซึ่งจะทำเป็นแผนงานตรวจนับประจำปี เพื่อให้มั่นใจว่าสินค้ามีจำนวนถูกต้องตามรายการคงเหลือ และการนำสต็อกสินค้าคงเหลือไปใช้ในการบริหารการจัดซื้อและการขายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4) การจัดเก็บสินค้าคงคลังของสาขา

ระบบเติมเต็มของสำนักงานใหญ่จะกำหนดประเภทและจำนวนสินค้าที่จะมาส่งที่สาขาในแต่ละวัน โดยรถขนส่งสินค้าจากศูนย์กระจายสินค้าจะมาส่งสินค้าที่สาขาทุกวัน ยกเว้นบางสาขาที่อยู่นอกเมืองและมีคลังขนาดใหญ่ เช่น สาขาเวียงป่าเป้า รถขนส่งสินค้าจะไปส่ง 3 – 4 ครั้งต่อสัปดาห์ เมื่อรถส่งสินค้ามาถึงพนักงานในสาขาก็จะตรวจสอบว่าประเภทและจำนวนตรงสินค้ากับใบสั่งโอนสินค้าที่ได้จากระบบเติมเต็มหรือไม่ หากสินค้าไม่ตรงกับใบสั่งโอนทางสาขาก็จะส่งคืนไปพร้อมรถขนส่งเพื่อคืนศูนย์กระจายสินค้า หลังจากนั้นทางสาขาก็จะนำสินค้าที่ผ่านการตรวจสอบแล้วเข้าจัดเรียงในชั้นวางที่กำหนดไว้เป็นหมวดหมู่

เนื่องจากคลังสินค้าของสาขามีพื้นที่จำกัด ธนพิริยะจึงวางผังคลังสินค้าเพื่อให้จัดเก็บได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด มีการจัดเก็บสินค้าไว้เป็นหมวดหมู่ชัดเจนและสำหรับสินค้าที่หมุนเวียนบ่อยนั้นจะถูกจัดเก็บไว้ในชั้นวางที่หยิบสะดวก โดยสินค้าที่เก็บในคลังส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าที่ขายดีและหมุนเวียนบ่อย

นอกจากนี้สาขาธนพิริยะมีการตรวจสอบอายุสินค้าอย่างสม่ำเสมอโดยสินค้าที่หมุนเวียนช้าหรือใกล้หมดอายุจะถูกโอนไปสำนักงานใหญ่เพื่อจัดเก็บในคลังของเสียแล้วดำเนินการส่งคืนให้ซัพพลายเออร์ต่อไป

5) การรักษามาตรฐานการให้บริการของสาขา

บริษัทฯ มีการกำหนดขั้นตอนปฏิบัติงานของแต่ละฝ่ายไว้อย่างชัดเจน พนักงานของร้านธนพิริยะทุกคนต้องผ่านการฝึกอบรม การพุดจา กิริยา มารยาท การต้อนรับลูกค้าและการแก้ปัญหาให้ลูกค้า อีกทั้งมีการฝึกพนักงานให้มีความกระตือรือร้น มีความรู้เกี่ยวกับสินค้าและสามารถช่วยเหลือให้คำแนะนำกับลูกค้าได้ นอกจากนี้ ธนพิริยะยังมีการสุ่มตรวจสอบและประเมินมาตรฐานการดำเนินงานของทุกสาขาอย่างสม่ำเสมอในด้านการบริการ ความสะอาดของสาขา ป้ายราคา ป้ายโปรโมชัน การจัดวางสินค้า สินค้าขาดชั้น วันหมดอายุของสินค้าและการแต่งกายของพนักงาน เป็นต้น เพื่อรักษาคุณภาพและมาตรฐานในแต่ละสาขา อีกทั้งยังมีการติดกล้องวงจรปิดในร้านค้าเพื่อตรวจสอบการบริการและลดปัญหาเรื่องสินค้าสูญหาย

2.4 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

- ไม่มี -

3 ปัจจัยความเสี่ยง

ปัจจัยความเสี่ยงที่ระบุไว้ในเอกสารฉบับนี้อ้างอิงจากข้อมูลปัจจุบันและคาดการณ์ที่สามารถระบุได้ โดยปัจจัยเสี่ยงเหล่านี้มีนัยสำคัญบางประการ ซึ่งอาจส่งผลกระทบในทางลบบริษัทฯ อย่างไรก็ตาม ปัจจัยความเสี่ยงที่ระบุไว้ในเอกสารฉบับนี้ มิได้เป็นปัจจัยความเสี่ยงทั้งหมดที่มีอยู่ อาจมีความเสี่ยงอื่นๆ ที่บริษัทฯ ยังไม่อาจทราบได้ในขณะนี้ หรืออาจมีบางปัจจัยความเสี่ยงที่บริษัทฯ พิจารณาแล้วเห็นว่าไม่มีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อบริษัทฯ ในขณะนี้ แต่อาจกลายเป็นปัจจัยความเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ในอนาคตได้

3.1 ความเสี่ยงจากการประกอบธุรกิจ

3.1.1 ความเสี่ยงจากการแข่งขันที่รุนแรง

เนื่องด้วยเชียงรายเป็นหนึ่งในจังหวัดเศรษฐกิจที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทั้งด้านการท่องเที่ยวและธุรกิจบริการ รวมถึงการขยายตัวของความเป็นเมือง (Urbanization) ทำให้ร้านโมเดิร์นเทรดซึ่งเป็นคู่แข่งของบริษัทฯ สนใจมาเปิดสาขาในเชียงรายมากขึ้นส่งผลให้ตลาดค้าปลีกในเชียงรายเริ่มมีการแข่งขันที่รุนแรง ซึ่งร้านโมเดิร์นเทรดได้ขยายสาขาไปยังพื้นที่ต่างๆ ในรูปแบบร้านซูเปอร์สโตร์ ไฮเปอร์มาร์เก็ต และซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดเล็กในเชียงรายมากยิ่งขึ้น อีกทั้งมีการทำโปรโมชั่นและรายการส่งเสริมการขายต่างๆ เพื่อให้ลูกค้าไปใช้บริการที่ร้านโมเดิร์นเทรดมากขึ้น ซึ่งหากบริษัทฯ ไม่สามารถปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ให้ทันต่อการแข่งขันหรือการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคได้ อาจส่งผลให้ลูกค้ามาซื้อสินค้าที่ธนพิริยะน้อยลง ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อรายได้และผลการดำเนินงานของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้คำนึงถึงคุณภาพสินค้าและบริการที่จะทำให้ร้านธนพิริยะมีความแตกต่างจากคู่แข่ง ทำให้บริษัทฯ สามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นได้ นอกจากนี้ ยังมีการวิเคราะห์คู่แข่งหลักๆ ในอุตสาหกรรมเพื่อนำมาปรับปรุงกลยุทธ์การทำธุรกิจที่มีความยืดหยุ่นและรวดเร็วในการปรับตัวเพื่อรับมือกับการแข่งขันที่รุนแรง ในอุตสาหกรรม ส่งผลให้ธนพิริยะเป็นซูเปอร์มาร์เก็ตสัญชาติไทยที่ให้บริการลูกค้าในเชียงรายและจังหวัดใกล้เคียงมานานกว่า 25 ปี จากการที่เป็นร้านค้าชุมชนที่อยู่ในพื้นที่เป็นเวลานานทำให้ธนพิริยะเข้าใจผู้บริโภคและสามารถคัดสรรสินค้ากว่า 15,000 รายการ เพื่อจำหน่ายให้ลูกค้าทั้งแบบปลีกและส่ง อีกทั้งยังมีความคล่องตัวในการจัดโปรโมชั่นเพื่อให้สามารถแข่งขันกับร้านโมเดิร์นเทรดอื่นๆ ได้ ธนพิริยะยังมีระบบสมาชิกที่ทำให้บริษัทฯ สามารถใช้ฐานข้อมูลดังกล่าวประชาสัมพันธ์ได้ตรงกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย นอกจากนี้ บริษัทฯ มีขั้นตอนการสำรวจตลาดโดยจะทำการสำรวจร้านโมเดิร์นเทรดและร้านค้าปลีก การสอบถามซัพพลายเออร์ การสังเกตพฤติกรรมของผู้บริโภคในพื้นที่ การติดตามสื่อโฆษณาต่างๆ การเปิดรับฟังข้อคิดเห็นจากลูกค้าของทุกสาขาว่ามีความต้องการสินค้าประเภทไหนบ้าง นอกจากนี้บริษัทฯ ยังมีการจัดทำฐานข้อมูลยอดขายของสินค้าแต่ละประเภทของทุกสาขาเพื่อนำมาวิเคราะห์ความต้องการของสินค้าแต่ละประเภทของแต่ละสาขาเพื่อให้ผู้บริหารสามารถพิจารณาการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการตลาดได้อย่างทันการณ์ บริษัทฯ จึงมีความเชื่อมั่นว่าจากวิสัยทัศน์ของผู้บริหารและทีมงานที่มีประสบการณ์ของธนพิริยะจะสามารถรักษาผลประโยชน์ได้ในระดับที่ดีและสามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นในเชียงรายและจังหวัดใกล้เคียงได้

3.1.2 ความเสี่ยงจากการบริหารสินค้าคงคลัง

การบริหารสินค้าคงคลังถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับธุรกิจค้าปลีกและค้าส่ง การบริหารจัดการที่ไม่มีประสิทธิภาพอาจส่งผลกระทบต่อบริษัทฯ มีต้นทุนและค่าใช้จ่ายสูงขึ้น เช่น การมีสินค้าในปริมาณที่เกินความจำเป็น สินค้าหาย สินค้าชำรุด สินค้าหมดอายุ เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นต้นทุนของธนพิริยะ หากบริษัทฯ ไม่สามารถบริหารสินค้าคงคลังได้อย่างมีประสิทธิภาพ อาจทำให้ต้นทุนและค่าใช้จ่ายสูงขึ้นและส่งผลให้กำไรจากการดำเนินงานลดลง นอกจากนี้ ในกรณีที่ธนพิริยะมีสินค้าไม่เพียงพอในการจำหน่าย อาจทำให้บริษัทฯ เสียโอกาสทางธุรกิจหรือเสียลูกค้าให้กับคู่แข่งได้

บริษัทฯ มีนโยบายและขั้นตอนการจัดซื้อที่ช่วยให้การบริหารจัดการสินค้าคงคลังได้อย่างมีประสิทธิภาพ ก่อนการสั่งซื้อสินค้าทุกครั้งฝ่ายจัดซื้อจะตรวจสอบว่าไม่มีสินค้าคงเหลือเกินกว่านโยบายที่บริษัทฯ กำหนด ซึ่งพนักงานฝ่ายจัดซื้อจะต้องปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด เริ่มตั้งแต่การตรวจสอบจำนวนสินค้าคงเหลือ การใช้สูตรคำนวณในการสั่งซื้อสินค้าเพื่อให้เพียงพอต่อการกระจายสินค้าไปที่สาขาธนพิริยะ และการขายสินค้าให้ลูกค้าต่างอำเภอ การวางแผนโปรโมชั่นเพื่อระบายสินค้าที่หมุนเวียนช้า นอกจากนี้พนักงานฝ่ายคลังสินค้าสำนักงานใหญ่จะจัดเก็บสินค้าด้วยระบบเข้าก่อนออกก่อน (FIFO) สามารถระบุตำแหน่งเก็บสินค้าได้เพื่อให้มั่นใจว่าสินค้าจะเข้าออกตาม FIFO และมีการแยกสินค้าชำรุดหรือใกล้หมดอายุไว้ที่คลังของเสียอย่างชัดเจน

สำหรับการจัดการสินค้าคงเหลือที่สาขา บริษัทฯ ได้กำหนดให้พนักงานเรียงสินค้าตาม FIFO และทำการตรวจสอบอายุสินค้าอย่างสม่ำเสมอโดยสินค้าที่ใกล้หมดอายุจะถูกส่งกลับคืนให้คลังสินค้าสำนักงานใหญ่เพื่อส่งต่อให้กับซัพพลายเออร์ นอกจากนี้บริษัทฯ ยังนำระบบสารสนเทศเข้ามาใช้เพื่อบริหารจัดการสินค้าคงคลังทั้งที่ศูนย์กระจายสินค้าและสาขา โดยใช้ระบบเดิมเติมสินค้าที่มีการกำหนดจำนวนสูงสุดต่ำสุดในการเติมสินค้าแต่ละประเภทของแต่ละสาขาโดยพิจารณาจากฐานข้อมูลย้อนหลังและมีการปรับปรุงฐานข้อมูลให้เป็นปัจจุบันอย่างสม่ำเสมอ จากเหตุผลดังกล่าวทำให้บริษัทฯ เชื่อมั่นว่าการบริหารสินค้าคงคลังมีประสิทธิภาพเพียงพอ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีมาตรการป้องกันสินค้าสูญหาย เช่น การติดกล้องวงจรปิดที่คลังสินค้าและสาขา และมีฝ่ายตรวจสอบภายในคอยตรวจสอบการนับสินค้าที่คลังสินค้าและสาขา เพื่อให้มั่นใจว่าพนักงานที่เกี่ยวข้องได้ปฏิบัติตามขั้นตอนการทำงานและนโยบายที่บริษัทฯ กำหนดไว้ เพื่อให้ลดการสูญหายของสินค้าให้น้อยลง

3.1.3 ความเสี่ยงจากการจัดซื้อของศูนย์กระจายสินค้า

ปัจจุบันบริษัทฯ มีศูนย์กระจายสินค้าแห่งเดียวที่ตั้งอยู่ที่ตำบลรอบเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ซึ่งสินค้าทั้งหมดจะถูกส่งจากซัพพลายเออร์มาที่ศูนย์กระจายสินค้าก่อนจัดส่งไปยังสาขาของธนพิริยะ ศูนย์กระจายสินค้ามีความสำคัญต่อธุรกิจอุปเปอร์มาร์เก็ตเพื่อการกระจายสินค้าตามประเภทและจำนวนได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน และทันเวลาที่กำหนด หากศูนย์กระจายสินค้าไม่สามารถทำธุรกรรมดังกล่าวได้ อันเนื่องมาจากอุบัติเหตุ ภัยธรรมชาติ ความล้มเหลวของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศหรือเหตุสุดวิสัยอื่นๆ อาจส่งผลกระทบต่อบริษัทฯ ไม่สามารถรับสินค้าจากซัพพลายเออร์และไม่สามารถกระจายสินค้าได้ บริษัทฯ อาจมีความเสี่ยงในกรณีที่ร้านธนพิริยะไม่มีสินค้าเพียงพอในการจำหน่ายหรือไม่สามารถส่งสินค้าให้กับลูกค้าต่างอำเภอได้ ซึ่งความเสี่ยงดังกล่าวอาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ได้อย่างมีนัยสำคัญ

อย่างไรก็ตาม จากการที่บริษัทฯ ใช้ระบบสารสนเทศในการจัดซื้อสินค้า ทำให้สามารถกำหนดปริมาณของสินค้าแต่ละประเภทที่จัดเก็บในคลังสินค้าได้เฉลี่ยที่ 7 - 30 วัน และการเก็บสินค้าที่สาขาเฉลี่ยที่ 3 - 30 วัน ดังนั้น

บริษัทฯ จึงมั่นใจว่าทุกสาขาของธนพิริยะจะมีสินค้าเพียงพอในการจำหน่ายและสามารถจัดส่งให้ลูกค้าต่างอำเภอได้ในกรณีที่ศูนย์กระจายสินค้าขัดข้อง นอกจากนี้บริษัทฯ ยังมีแผนป้องกันและรับมือความเสี่ยงดังกล่าว เช่น การวางแผนปฏิบัติงานในภาวะฉุกเฉินให้พนักงานรับมือกับสถานการณ์ได้อย่างเหมาะสมและทันเวลา การร่วมมือกับซัพพลายเออร์รายสำคัญและการจัดทำแผนบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Plan: BCP) เพื่อเตรียมการย้ายที่จัดเก็บสินค้าในภาวะวิกฤติ นอกจากนี้ยังมี การตรวจสอบอุปกรณ์ป้องกันอัคคีภัยอย่างสม่ำเสมอและการจัดทำประกันภัยเพื่อชดเชยค่าเสียหาย

นอกจากนี้ บริษัทฯ มีแผนการก่อสร้างศูนย์กระจายสินค้าแห่งใหม่ในจังหวัดเชียงรายภายในปี 2559 เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการกระจายสินค้าและรองรับการเติบโตของสาขาในอนาคต หากศูนย์กระจายสินค้าแห่งใหม่สร้างแล้วเสร็จบริษัทฯ สามารถใช้ศูนย์กระจายสินค้าปัจจุบันเป็นศูนย์กระจายสินค้าสำรองในกรณีที่ศูนย์กระจายสินค้าแห่งใหม่เกิดขัดข้องไม่สามารถดำเนินการได้

3.1.4 ความเสี่ยงจากการขัดข้องของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

บริษัทฯ ได้ใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารการขายที่สาขา การบริหารสินค้าคงคลัง การจัดซื้อ การกระจายสินค้า บัญชีและการเงิน รวมถึงการจัดเก็บและประมวลผลข้อมูลต่างๆ เพื่อพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน ในกรณีที่เกิดเหตุขัดข้องของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ อาจส่งผลกระทบต่อการทำงานของบริษัทฯ เช่น สำนักงานใหญ่ไม่สามารถประมวลผลระบบเติมเต็มสินค้าส่งผลให้การกระจายสินค้าอาจจะขัดข้องในวันถัดไป รวมถึงผลกระทบต่อการบริหารงานอื่นๆ เช่น การจัดซื้อ บัญชีและการเงิน เป็นต้น ในกรณีที่ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่สาขามีเหตุขัดข้อง อาจจะทำให้ร้านธนพิริยะต้องปิดทำการชั่วคราวจนกว่าจะแก้ไขระบบเสร็จ ความเสี่ยงดังกล่าวอาจจะส่งผลกระทบต่อความสามารถในการดำเนินงานและผลประกอบการของบริษัทฯ ได้

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงความสำคัญจึงได้จัดให้มีระบบป้องกันข้อมูลสำรองตามแบบมาตรฐานซึ่งเป็นที่ยอมรับทั่วไป โดยมี Server สำรองจัดเก็บแยกออกจากสำนักงานใหญ่ และมีการสำรองข้อมูลทุกวันและมีการทำการทดสอบข้อมูลที่สำรองไว้อย่างสม่ำเสมอ หากระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมีเหตุขัดข้องบริษัทฯ จะสามารถแก้ไขให้กลับมาสู่ภาวะปกติได้ภายใน 1 ถึง 3 ชั่วโมง

ทั้งนี้ ระบบสารสนเทศของแต่ละสาขามีการประมวลผลเป็นเอกเทศออกจากกันแต่จะเชื่อมโยงกับฐานข้อมูลของสำนักงานใหญ่ ดังนั้นหากมีการขัดข้องที่สาขาใดสาขาหนึ่งก็จะไม่กระทบกับสาขาอื่นๆ ระบบการชำระเงินทุกสาขาจะมีเครื่องทำไฟสำรองกรณีที่เกิดไฟดับเพื่อให้เครื่อง POS ทุกเครื่องสามารถส่งยอดขายมาที่สำนักงานใหญ่ได้ทันที นอกจากนี้ บริษัทฯ มีแผนรองรับเหตุการณ์ฉุกเฉินและให้พนักงานทำการซักซ้อมเป็นประจำเพื่อลดความเสี่ยงดังกล่าว

3.1.5 ความเสี่ยงจากการขยายสาขา

บริษัทฯ มีเป้าหมายที่จะเติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งการเปิดสาขาใหม่เป็นกลยุทธ์หนึ่งที่จะทำให้ธนพิริยะสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย สามารถเข้าไปในพื้นที่ที่มีศักยภาพก่อนผู้ประกอบการรายอื่นและขยายฐานลูกค้าเพื่อเพิ่มการเติบโตของรายได้ของบริษัทฯ ตามเป้าหมายที่วางไว้ ซึ่งปัจจุบันการแข่งขันในอุตสาหกรรมมีความรุนแรงมากขึ้น ประกอบกับมีผู้ประกอบการรายใหม่ๆ เข้ามาในอุตสาหกรรมอย่างต่อเนื่อง บริษัทฯ จึงมีความเสี่ยงในกรณีที่สาขาใหม่อาจจะไม่สามารถให้ผลตอบแทนคุ้มค่าต่อเงินลงทุนหรือสร้างผลตอบแทนต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนด หากสาขาใหม่มีผลดำเนินงานที่ขาดทุนต่อเนื่องอาจทำให้ต้องปิดสาขานั้น ซึ่งจะมีค่าใช้จ่ายในการรื้อถอน ค่าใช้จ่ายในการ

โอนย้ายทรัพย์สิน และค่าใช้จ่ายการเลิกจ้าง/โอนย้ายพนักงาน เป็นต้น นอกจากนี้ การเปิดสาขาใหม่ในพื้นที่ใกล้เคียงกัน อาจส่งผลให้ยอดขายและผลการดำเนินงานของสาขาเดิมที่อยู่บริเวณใกล้เคียงกันลดลง จากผลกระทบดังกล่าว อาจส่งผลต่อผลดำเนินงานโดยรวมของบริษัทฯ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้กำหนดเกณฑ์การเปิดสาขาใหม่และทำแผนงานศึกษาการขยายสาขาของร้านธนพิริยะอย่างเคร่งครัดเพื่อลดความเสี่ยงในการขยายสาขา โดยเลือกพื้นที่ในย่านชุมชนที่ติดถนนใหญ่และเป็นพื้นที่ที่บริษัทฯ มีความเชี่ยวชาญอย่างดี อีกทั้งยังมีการเข้าสำรวจพื้นที่ศึกษาจำนวนประชากรและพฤติกรรมของผู้บริโภคในพื้นที่นั้น และมีการจัดทำการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ (Feasibility Study) คำนวณผลประโยชน์การคาดการณ์ ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) ของการลงทุน และอัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return: IRR) โดยจะต้องไม่ต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนด จากการศึกษาความเป็นไปได้ในการขยายสาขาจะมี Payback Period อยู่ระหว่าง 2-3 ปี ขึ้นอยู่กับขนาดของสาขา และมี IRR ไม่ต่ำกว่า 20% นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังพิจารณายอดขายและความหนาแน่นของลูกค้าของสาขาใกล้เคียงเพื่อให้มั่นใจว่าการเปิดสาขาใหม่บริเวณนั้น จะไม่ส่งผลกระทบต่อยอดขายของสาขาที่อยู่ใกล้เคียงมากนัก แต่จะเป็นการเพิ่มทางเลือกให้กับลูกค้ามากยิ่งขึ้นและเพิ่มช่องทางการจำหน่ายของธนพิริยะให้ครอบคลุมพื้นที่ในเชิงรายได้มากขึ้น บริษัทฯ มีเป้าหมายที่จะขยายสาขาอย่างต่อเนื่องในเชิงรายได้เป็นหลัก เพื่อการสร้างฐานลูกค้าและแบรนด์ของ “ธนพิริยะ” ให้แข็งแกร่ง ก่อนที่จะขยายวงกว้างไปสู่อำเภอรอบนอกและจังหวัดใกล้เคียง รวมถึงแนวเขตของเชิงรายได้ที่ขยายแดนพม่าและลาวที่เป็นเขตเศรษฐกิจที่สำคัญ

3.1.6 ความเสี่ยงที่ไม่สามารถหาพื้นที่เช่าและไม่สามารถต่อสัญญาพื้นที่เช่า

ปัจจุบันบริษัทฯ มีสัญญาเช่าที่ดินและอาคารกับบุคคลภายนอกจำนวนทั้งสิ้น 6 สาขา โดยแบ่งเป็นสัญญาเช่าระยะยาว 5 สาขา มีระยะเวลาเช่า 10 ถึง 20 ปี และสัญญาเช่าระยะสั้น 1 สาขา มีระยะเวลาเช่า 3 ปี และมีสิทธิต่อสัญญาเช่าได้ หากบริษัทฯ ไม่สามารถต่ออายุสัญญาเช่าได้ อาจทำให้สาขาดังกล่าวต้องปิดตัวลง ทำให้สูญเสียรายได้ อย่างมีนัยสำคัญ และมีค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการปิดสาขา เช่น ค่าใช้จ่ายรื้อถอนอาคาร ค่าใช้จ่ายโอนย้ายสินทรัพย์ ค่าใช้จ่ายเลิกจ้างพนักงาน เป็นต้น ซึ่งความเสี่ยงดังกล่าวอาจส่งผลกระทบต่อผลดำเนินงานของบริษัทฯ ได้อย่างมีนัยสำคัญ

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ และผู้ให้เช่าได้ปฏิบัติตามสัญญาอย่างเคร่งครัดโดยไม่เคยมีปัญหาแต่อย่างใด อีกทั้งสัญญาเช่าที่ดินส่วนใหญ่เป็นสัญญาระยะยาวและให้สิทธิบริษัทฯ ต่อสัญญาก่อนผู้อื่น ปัจจุบันบริษัทฯ ได้ทำสัญญาเช่าที่ดินระยะสั้นกับบุคคลภายนอกเพียง 1 สาขา คือ สาขาแม่จัน ในสัญญาเช่าระบุว่าบริษัทฯ มีสิทธิในการต่อสัญญาอีก 4 ครั้ง ครั้งละ 3 ปี บริษัทฯ จึงเห็นว่าความเสี่ยงที่ไม่สามารถต่ออายุเช่าไม่น่าเป็นอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจแต่อย่างใดและคาดว่าจะสามารถเจรจาตกลงต่ออายุสัญญาต่อไปได้ในอนาคต นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการวางแผนการเปิดสาขาใหม่ล่วงหน้าและปฏิบัติตามเกณฑ์การเปิดสาขาใหม่ รวมถึงร้านธนพิริยะไม่ได้มีเอกลักษณ์เฉพาะที่จะต้องหาที่ตั้งและอาคารที่มีลักษณะพิเศษหรือจะต้องเป็นพื้นที่มีขนาดใหญ่พิเศษ จากเหตุผลดังกล่าวทำให้บริษัทฯ เชื่อมั่นว่าจะสามารถหาพื้นที่เช่าในทำเลที่ดีเพื่อรองรับการขยายสาขาในอนาคตได้

3.1.7 ความเสี่ยงจากการขาดแคลนบุคลากรฝ่ายปฏิบัติการสาขา

บริษัทฯ มีแผนงานขยายสาขาอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้ได้มากที่สุด ดังนั้นบุคลากรฝ่ายปฏิบัติการสาขาถือเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจ การเปิดสาขาใหม่จะต้องใช้บุคลากรประมาณ 10 - 20 คน สำหรับฝ่ายขาย ฝ่ายแคชเชียร์และฝ่ายคลัง ดังนั้น หากบริษัทฯ ไม่สามารถหาบุคลากรได้เพียงพอและทันเวลา อาจ

ส่งผลให้แผนขยายสาขาล่าช้าออกไปหรือไม่เป็นไปตามที่กำหนด คุณภาพการบริการไม่ได้มาตรฐาน ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อความเติบโตของธุรกิจ และผลดำเนินงานของบริษัทฯ ในอนาคตได้

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ เล็งเห็นความสำคัญในการจัดหาและพัฒนาบุคลากรให้ทันต่อการขยายสาขา โดยฝ่ายบริหารจะมีการแจ้งแผนการเปิดสาขาใหม่ให้หัวหน้าทุกฝ่ายงานรับทราบ และร่วมวางแผนกับฝ่ายทรัพยากรบุคคลเพื่อคัดเลือกบุคลากรเพื่อไปประจำที่สาขาใหม่ โดยเฉพาะการคัดเลือกผู้จัดการสาขาที่จะต้องผ่านการอบรมการทำงานในตำแหน่งต่างๆ เช่น ฝ่ายขาย ฝ่ายแคชเชียร์และฝ่ายคลัง เพื่อให้เห็นภาพรวมและเข้าใจหน้าที่ในแต่ละตำแหน่งงานเพื่อการบริหารงานที่มีประสิทธิภาพ พนักงานที่เข้าทำงานใหม่ในสาขาทุกคนจะต้องเข้าอบรมทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติตามหลักสูตรที่กำหนดเพื่อให้พนักงานเข้าใจถึงวัฒนธรรมองค์กร และสามารถปฏิบัติงานได้ตามมาตรฐานของบริษัทฯ อีกทั้งยังมีการจัดฝึกอบรมทักษะความสามารถที่จำเป็นให้พนักงานในสาขาอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงบริษัทฯ มีนโยบายที่จะดูแลพนักงานทุกคนอย่างดีและเป็นธรรมเพื่อให้พนักงานมีความรู้สึกเหมือนอยู่ในครอบครัวเดียวกัน มีการทำการสำรวจอัตราเงินเดือนและสวัสดิการในตลาดอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้ทัดเทียมกับคู่แข่ง มุ่งเน้นการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้และมีศูนย์ฝึกอบรมเพื่อสร้างความก้าวหน้าทางสาขาอาชีพให้พนักงาน ดังนั้นบริษัทฯ จึงเชื่อมั่นว่าจะสามารถจัดหาและพัฒนาพนักงานที่มีคุณสมบัติเหมาะสมเข้ามาร่วมงานและเพื่อสนับสนุนการขยายสาขาในอนาคตได้

3.1.8 ความเสี่ยงจากภัยธรรมชาติ

เหตุการณ์แผ่นดินไหวที่จังหวัดเชียงรายเมื่อเดือนพฤษภาคม 2557 นั้นถือว่าหนักสุดในรอบ 40 ปี ที่ผ่านมา และมีอาฟเตอร์ช็อกเกิดขึ้นตามมาหลายครั้งหลัง ถึงแม้สาขาของบริษัทฯ ทั้งหมดตั้งอยู่ในพื้นที่จังหวัดเชียงราย แต่บริษัทฯ ก็ไม่ได้รับผลกระทบและความเสียหายจากแผ่นดินไหวดังกล่าว

ทั้งนี้ สาขาธนพิริยะโดยทั่วไปเป็นอาคารพาณิชย์สูงประมาณ 1 ถึง 3 ชั้น และไม่อยู่ติดกับรอยเลื่อนที่เกิดแผ่นดินไหว อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงความเสี่ยงจากภัยธรรมชาติข้างต้นที่อาจส่งผลกระทบต่อความดำเนินธุรกิจในอนาคต รวมถึงภัยธรรมชาติอื่นๆ เช่น อุทกภัยและอัคคีภัย ซึ่งอาจเป็นอันตรายต่อพนักงาน ทำให้ทรัพย์สินเสียหายและไม่สามารถดำเนินธุรกิจได้ตามปกติ บริษัทฯ จึงวางแผนป้องกันและรับมือความเสี่ยงดังกล่าว เช่น การดูแลการก่อสร้างสาขาใหม่อย่างใกล้ชิด การสร้างศูนย์กระจายสินค้าและศูนย์สารสนเทศแห่งใหม่ การซื้อประกันภัยเพื่อชดเชยค่าเสียหายที่อาจจะเกิดขึ้น การวางแผนปฏิบัติงานในภาวะฉุกเฉิน การฝึกอบรมพนักงานในการรับมือกับภัยธรรมชาติ และการสื่อสารให้ทุกฝ่ายรับรู้ข่าวสารให้ทั่วถึงการเตรียมความพร้อมของฝ่ายบริหารเพื่อเพิ่มความมั่นใจให้กับผู้ถือหุ้น พนักงาน คู่ค้า และลูกค้า ในการเตรียมความพร้อมในกรณีที่ภัยธรรมชาติเกิดขึ้น

3.1.9 ความเสี่ยงที่เกิดจากการทุจริต

บริษัทฯ ตระหนักถึงการป้องกันการทุจริตในองค์กรเป็นสิ่งสำคัญในการดำเนินธุรกิจ อีกทั้งบริษัทฯ ต้องอาศัยความซื่อสัตย์สุจริตของพนักงานในการดูแลทรัพย์สินของสาขาต่างๆ ที่ตั้งอยู่ในหลายพื้นที่ บริษัทฯ จึงได้กำหนดมาตรการดังนี้

- การปลูกฝังความซื่อสัตย์สุจริตในองค์กร โดยจัดทำคู่มือจรรยาบรรณ จริยธรรมทางธุรกิจ นโยบายและแนวทางต่อต้านการคอร์รัปชัน และสื่อสารให้พนักงานรับทราบ
- การสร้างระบบควบคุมภายในที่รัดกุม มีการแบ่งแยกอำนาจหน้าที่ กำหนดวงเงินของผู้มีอำนาจอนุมัติ และมีการตรวจสอบระหว่างกัน

- การบริหารเงินสดในร้านมีการกำหนดวงเงินสูงสุด โดยกำหนดให้นำเงินฝากธนาคารอย่างน้อย 2 รอบต่อวัน และมีเจ้าหน้าที่สำนักงานใหญ่ทำการตรวจสอบเพื่อให้มั่นใจว่าเงินที่นำฝากธนาคารตรงกับยอดขายในระบบ
- การสุ่มตรวจการบริหารงานในสาขาอย่างเป็นประจำสัปดาห์ละ 1 ครั้ง
- การจัดล็อกเกอร์ให้อยู่นอกบริเวณอาคารเพื่อให้พนักงานเก็บกระเป๋าและสัมภาระแยกจากส่วนพื้นที่ขายและจัดเก็บสินค้าอย่างชัดเจน
- การตรวจตัวและกระเป๋าของพนักงานก่อนเข้างานและหลังเลิกงานทุกครั้ง
- การสุ่มตรวจนับสต็อกสินค้าประจำวันเพื่อเปรียบเทียบกับยอดคงเหลือในระบบ
- การส่งฝ่ายตรวจสอบภายในเข้ามาสุ่มตรวจนับสต็อกที่สาขาโดยไม่บอกล่วงหน้า (Surprise Check) เดือนละ 1 ครั้ง
- การตรวจดูผ่านกล้องวงจรปิดทุกสาขา และมีการปรับปรุงดูแลรักษาอุปกรณ์สม่ำเสมอ
- การปรับพนักงานเป็นเงิน 50 เท่า ของมูลค่าสินค้าที่พนักงานทุจริต

3.1.10 ความเสี่ยงจากสาขาแม่สายที่ติดกับเขตชายแดนสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์

บริษัทฯ มีสาขาที่ติดเขตชายแดนสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ (“เมียนมาร์”) 1 สาขา คือ สาขาแม่สายซึ่งอยู่ห่างจากเขตชายแดนประมาณ 6 กิโลเมตร ในกรณีที่มิใช่ข้อพิพาทระหว่างประเทศไทยและเมียนมาร์ หรือมีความไม่สงบในบริเวณดังกล่าว อาจส่งผลให้มีการปิดด่านแม่สายชั่วคราว ส่งผลให้ลูกค้าชาวเมียนมาร์ไม่สามารถมาซื้อสินค้าที่สาขาแม่สายได้ นอกจากนี้การปิดด่านแม่สายอาจจะส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจในบริเวณนั้นซึ่งพึงพิจารณาว่าความเสี่ยงเป็นหลักทำให้ลูกค้ามีกำลังซื้อลดลงและอาจส่งผลกระทบต่อยอดขายของสาขาแม่สายได้อย่างมีนัยสำคัญ

อย่างไรก็ตาม จากการวิเคราะห์ฐานข้อมูลลูกค้าสาขาแม่สาย บริษัทฯ ได้ประเมินว่าในกรณีที่ลูกค้าเมียนมาร์ไม่มาซื้อของที่ธนปิริยะ จะส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานค่อนข้างน้อย เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่ที่มาใช้บริการสาขาแม่สายเป็นลูกค้าคนไทยเป็นหลัก ซึ่งหากมีการปิดชายแดนชั่วคราวผลกระทบดังกล่าวไม่น่าจะส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากสินค้าที่บริษัทฯ จำหน่ายเป็นสินค้าอุปโภคบริโภคที่เป็นของใช้จำเป็นในชีวิตประจำวัน

3.1.11 ความเสี่ยงจากกฎหมายและนโยบายภาครัฐ

บริษัทฯ ได้บริหารธุรกิจร้านค้าสะดวกซื้อ โดยยึดหลักการดำเนินธุรกิจโปร่งใสภายใต้กฎหมาย และนโยบายจากภาครัฐอย่างเคร่งครัดมาโดยตลอด อาทิ พ.ร.บ. ค้าปลีก พ.ร.บ. คุ้มครองผู้บริโภค พ.ร.บ. ควบคุมราคา พ.ร.บ. อาหารและยา กฎหมายแรงงาน รวมถึงข้อกำหนดต่างๆ ของเทศบัญญัติตามที่แต่ละท้องถิ่นกำหนดขึ้น ทั้งนี้ หากรัฐบาล หรือหน่วยงานของรัฐ มีการเปลี่ยนแปลงกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับใหม่ เพื่อเอื้อประโยชน์ให้กับคู่แข่ง หรือผู้มีส่วนได้เสียเพิ่มขึ้น อาจส่งผลกระทบต่อกลยุทธ์ เป้าหมาย แผนการดำเนินการของธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญ ทำให้ผลประกอบการอาจไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ เตรียมพร้อมที่จะรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้น คอยติดตามข่าวสาร วางแผนในการแก้ปัญหาต่างๆ ล่วงหน้า ด้วยความยืดหยุ่นในการปรับเปลี่ยนขององค์กร และแนวทางการบริหารความเสี่ยงที่ปฏิบัติ บริษัทฯ เชื่อว่าจะสามารถเปลี่ยนกลยุทธ์เพื่อที่จะรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงได้ทันการณ์ รวมทั้งควบคุมผลกระทบให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้

3.1.12 ความเสี่ยงจากการจัดระเบียบผังเมือง

ตามประกาศกระทรวงมหาดไทยเมื่อวันที่ 13 มีนาคม 2558 ว่าด้วยเรื่องกำหนดบริเวณห้ามก่อสร้างพาณิชย์ ก่อปลูกค้าส่งที่มีพื้นที่ใช้สอยมากกว่า 300 ตารางเมตร ภายในระยะ 1 กิโลเมตรในเขตโบราณสถานในพื้นที่บางส่วนของเชียงราย โดยขนาดพื้นที่ใช้สอยไม่นับพื้นที่เก็บสินค้า พื้นที่สำนักงาน และพื้นที่ส่วนอื่นของอาคาร ปัจจุบันสาขาธนพิริยะมีพื้นที่ใช้สอยมากกว่า 300 ตารางเมตร หากต้องการจะก่อสร้างสาขาในเขตดังกล่าวบริษัทฯ จะต้องลดขนาดพื้นที่ของสาขาลงมาเป็น 300 ตารางเมตร การลดขนาดพื้นที่ดังกล่าวจะทำให้สาขาธนพิริยะมีพื้นที่การจัดวางสินค้า น้อยลงลดลงและอาจได้ผลตอบแทนในการลงทุนน้อยกว่าเกณฑ์ที่กำหนด ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อผลดำเนินงานของบริษัทฯ ได้

อย่างไรก็ตาม ปัจจุบัน บริษัทฯ มี 5 สาขาที่มีพื้นที่ใช้สอยอยู่ระหว่าง 350 – 400 ตารางเมตร ซึ่งบริษัทฯ มีความเชี่ยวชาญในการบริหารจัดการวางสินค้าในพื้นที่จำกัด บริษัทฯ จึงมีความมั่นใจว่าสามารถเตรียมพร้อมที่จะรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว โดยวางแผนพื้นที่จัดวางสินค้าเพื่อประโยชน์ใช้สอยสูงสุด รวมถึงการใช้ระบบเดิมเต็มในการวิเคราะห์ประเภทและปริมาณสินค้าที่จะจำหน่ายในสาขานั้นๆ จากเหตุผลดังกล่าวทำให้บริษัทฯ มั่นใจว่า จะสามารถบริหารพื้นที่ขายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.2 ความเสี่ยงด้านการบริหารจัดการ

3.2.1 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้บริหาร

บริษัทฯ ก่อตั้งโดยคุณธวัชชัย พุฒิพิริยะ และคุณอมร พุฒิพิริยะ ซึ่งมีส่วนสำคัญในการบริหารงานให้ร้านค้าธนพิริยะเป็นที่ยอมรับของเชียงรายและจังหวัดใกล้เคียง และจากวิสัยทัศน์ของทั้ง 2 ท่าน ส่งผลให้บริษัทฯ มีฐานะทางการเงินที่มั่นคงและมีผลการดำเนินงานที่ดีอย่างต่อเนื่อง บริษัทฯ จึงมีความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้บริหารทั้ง 2 ท่าน ในกรณีที่จำเป็นต้องสูญเสียผู้บริหารดังกล่าวไปอาจส่งผลกระทบต่อการบริหารจัดการและผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ได้

ปัจจุบันโครงสร้างการจัดการของบริษัทฯ ได้มีการกระจายอำนาจ การจัดการ ขอบเขตหน้าที่ และความรับผิดชอบให้แก่ผู้บริหารในสายงานต่างๆ ตามความรู้ความสามารถและประสบการณ์การทำงานที่ผ่านมา โดยผู้บริหารแต่ละหน่วยงานสามารถแสดงความคิดเห็นและมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนงานและประมาณการต่างๆ เพื่อให้สอดคล้องกับแผนกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ได้อย่างเหมาะสม อีกทั้งเพื่อป้องกันการมีอำนาจเบ็ดเสร็จบริษัทฯ ได้มีการกำหนดขอบเขตอำนาจหน้าที่ไว้อย่างชัดเจนในตารางอำนาจการดำเนินงานของบริษัทฯ จากการให้ความสำคัญกับโครงสร้างองค์กร การกระจายอำนาจการจัดการไปยังหน่วยงานต่างๆ ทำให้บริษัทฯ มีการพึ่งพิงผู้บริหารลดน้อยลง

3.2.2 ความเสี่ยงจากการมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่กว่าร้อยละ 50

ปัจจุบันครอบครัวพุฒิพิริยะเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ของบริษัทฯ ถือหุ้นจำนวน 580,000,000 คิดเป็นร้อยละ 72.50 ในกรณีที่มีการลงมติในที่ประชุมผู้ถือหุ้นนั้นครอบครัวพุฒิพิริยะจะสามารถควบคุมเสียงข้างมากไว้ได้ ดังนั้น ผู้ถือหุ้นรายอื่นของบริษัทฯ อาจมีความเสี่ยงในการรวบรวมคะแนนเสียงเพื่อถ่วงดุลและตรวจสอบเรื่องที่กลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่เสนอในที่ประชุมได้

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาโครงสร้างการจัดการของบริษัทฯ ซึ่งประกอบด้วย คณะกรรมการบริษัท คณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการบริหาร และคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน พบว่าโครงสร้าง

การบริหารจัดการที่มีการกำหนดขอบเขตอำนาจหน้าที่ และความรับผิดชอบของคณะกรรมการชุดต่างๆ ไว้อย่างชัดเจนและโปร่งใส และมีการกำหนดมาตรการ การทำรายเกี่ยวกับกรรมการ ผู้ถือหุ้นใหญ่ ผู้มีอำนาจควบคุมกิจการ รวมถึงบุคคลที่มีความขัดแย้ง ซึ่งบุคคลดังกล่าวจะไม่มีสิทธิในการออกเสียงในการอนุมัติรายการนั้นๆ รวมทั้งมีคณะกรรมการตรวจสอบที่มีความอิสระเข้าร่วมพิจารณาและตัดสินใจ เพื่อความโปร่งใสและเพื่อสร้างความมั่นใจให้ผู้ถือหุ้นว่าโครงสร้างการจัดการของ บริษัทฯ มีการถ่วงดุลอำนาจและมีการบริหารงานที่มีประสิทธิภาพ

4 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1.1 ที่ดินและส่วนปรับปรุงที่ดิน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 รายการและมูลค่าสุทธิของที่ดินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ และบริษัทย่อยตามที่ปรากฏในงบการเงินรวม มีรายละเอียดดังนี้

ที่ตั้ง	การใช้งาน	มูลค่าสุทธิ ตามบัญชี (ล้านบาท)	ลักษณะ กรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน
ก) โฉนดเลขที่ 45514 ที่ตั้ง ตำบลเวียงพางคำ อำเภอแม่ สาย จังหวัดเชียงราย รวมเนื้อที่ 0-0-90.0 ไร่	ที่ตั้งสาขา แม่สาย	1.35	ธนภูมิ เป็นเจ้าของ	ติดภาระจำนองเป็น หลักประกันวงเงินกู้ยืม จากสถาบันการเงินแห่ง หนึ่ง
ข) โฉนดเลขที่ 1465 ที่ตั้ง ตำบลรอบเวียง อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย รวมเนื้อที่ 0-2-46.0 ไร่	ที่ตั้งสาขา ป่าก่อ	5.65	ธนภูมิ เป็นเจ้าของ	ติดภาระจำนองเป็น หลักประกันวงเงินกู้ยืม จากสถาบันการเงินแห่ง หนึ่ง
ค) โฉนดเลขที่ 6446, 70721 ที่ตั้ง ตำบลเมืองพาน อำเภอพาน จังหวัดเชียงราย รวมเนื้อที่ 3-0-78.8 ไร่	ที่ตั้งสาขา พาน	9.50	ธนภูมิ เป็นเจ้าของ	ติดภาระจำนองเป็น หลักประกันวงเงินกู้ยืม จากสถาบันการเงินแห่ง หนึ่ง
ง) โฉนดเลขที่ 115360 ที่ตั้ง ตำบลรอบเวียง อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย รวมเนื้อที่ 1-1-4.9 ไร่	ที่ตั้ง โกดัง 1	4.00	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	ไม่มีภาระผูกพันใดๆ
จ) โฉนดเลขที่ 18209, 5340 ที่ตั้ง ตำบลรอบเวียง อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย รวมเนื้อที่ 0-2-34.8 ไร่	ที่ตั้งอาคาร อบรม พนักงาน	5.65	ธนภูมิ เป็นเจ้าของ	ไม่มีภาระผูกพันใดๆ

ที่ตั้ง	การใช้งาน	มูลค่าสุทธิ ตามบัญชี (ล้านบาท)	ลักษณะ กรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน
ฉ) โฉนดเลขที่ 104286 ที่ตั้ง ตำบลท่าสุต อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย รวมเนื้อที่ 0-1-35.0 ไร่	ที่ดินเปล่า ¹⁾	14.64	ธนภูมิ เป็นเจ้าของ	ไม่มีภาระผูกพันใดๆ
ช) โฉนดเลขที่ 140057 ที่ตั้ง ตำบลห้วยสัก อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย รวมเนื้อที่ 1-0-0.0 ไร่	ที่ดินเปล่า ¹⁾	5.03	ธนภูมิ เป็นเจ้าของ	ไม่มีภาระผูกพันใดๆ
ซ) โฉนดเลขที่ 16542 ที่ตั้ง ตำบลเวียง อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย รวมเนื้อที่ 0-2-38.0 ไร่	ที่ดินเปล่า	0.89	ธนภูมิ เป็นเจ้าของ	ไม่มีภาระผูกพันใดๆ
ณ) โฉนดเลขที่ 52867, 52722 ที่ตั้ง ตำบลเวียงพางคำ อำเภอแม่ สาย จังหวัดเชียงราย รวมเนื้อที่ 0-3-50.0 ไร่	ที่ดินเปล่า	10.10	ธนภูมิ เป็นเจ้าของ	ไม่มีภาระผูกพันใดๆ
ญ) โฉนดเลขที่ 49885 ที่ตั้ง ตำบลบ้านคู่ อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย รวมเนื้อที่ 11-3-87.7 ไร่	ที่ดินเปล่า	18.00	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	ไม่มีภาระผูกพันใดๆ
ส่วนปรับปรุงที่ดิน		0.11		
รวม		74.92		

4.1.2 อาคารและอุปกรณ์

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 รายการและมูลค่าสุทธิของอาคารและอุปกรณ์ที่ใช้ในการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ และบริษัทย่อยตามที่ปรากฏในงบการเงินรวม มีรายละเอียดดังนี้

ประเภทสินทรัพย์	มูลค่าสุทธิตามบัญชี (ล้านบาท)
1. อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร	51.75
2. ส่วนปรับปรุงสิทธิการเช่า	12.24
3. เครื่องตกแต่งและเครื่องใช้สำนักงาน	34.19
4. ยานพาหนะและส่วนต่อเติม	14.58
5. งานระหว่างทำ	0.29
รวม	113.05

4.2 สิทธิการเช่า

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 รายการและมูลค่าสุทธิของสิทธิการเช่าที่ใช้ในการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ และบริษัทย่อยตามที่ปรากฏในงบการเงินรวม มีรายละเอียดดังนี้

รายละเอียดทรัพย์สินที่เช่า	การใช้งาน	สิทธิการเช่าสุทธิ (ล้านบาท)
ที่ดินและอาคาร โฉนดเลขที่ 85557, 85556, 85555, 85554, 8635 ตำบลรอบเวียง อำเภอ เมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย เนื้อที่ 0-3-20.9 ไร่ <u>ระยะเวลาเช่า:</u> 15 ปี ตั้งแต่วันที่ 1 พ.ย. 2552 ถึงวันที่ 31 ต.ค. 2567	ที่ตั้งสาขา ศรีทรายมูล	3.29
ที่ดินและอาคาร โฉนดเลขที่ 108610 ตำบลบ้านดู่ อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย เนื้อที่ 0-3-40.8 ไร่ <u>ระยะเวลาเช่า:</u> 10 ปี ตั้งแต่วันที่ 1 พ.ค. 2554 ถึงวันที่ 30 เม.ย. 2564	ที่ตั้งสาขา บ้านดู่	0.16
ที่ดินและอาคาร โฉนดเลขที่ 31, 760, 2293 ตำบลเวียง อำเภอเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย เนื้อที่ 0-2-61.0 ไร่ <u>ระยะเวลาเช่า:</u> 15 ปี ตั้งแต่วันที่ 28 ส.ค. 2557 ถึงวันที่ 27 ส.ค. 2572	ที่ตั้งสาขา เวียงป่าเป้า	2.87
รวม		6.32

4.3 สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีสินทรัพย์ไม่มีตัวตน ซึ่งได้แก่ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ เพื่อใช้ในการดำเนินธุรกิจทั่วไปของบริษัทฯ ประกอบด้วยโปรแกรมระบบการทำบัญชี โปรแกรมบัญชีบริหารคลังสินค้า และโปรแกรมการดำเนินงานทั่วไปอื่นๆ มูลค่าตามบัญชีเท่ากับ 2.24 ล้านบาท

4.4 เครื่องหมายการค้า

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทฯ มีเครื่องหมายการค้าบริษัทจำนวน 1 รายการ ดังนี้

เครื่องหมายการค้า	ผู้ถือกรรมสิทธิ์	ระยะเวลา
	บริษัทฯ	อยู่ระหว่างขั้นตอนการยื่นขอจดทะเบียนกับกรมทรัพย์สินทางปัญญา

4.5 ใบอนุญาตที่เกี่ยวข้องในการประกอบธุรกิจ

ในการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ ทุกสาขามีการขอใบอนุญาตที่สำคัญ ได้แก่ หนังสือรับรองการแจ้งการประกอบกิจการสถานที่จำหน่ายอาหารหรือสถานที่สะสมอาหาร ใบอนุญาตจัดตั้งสถานที่สะสมอาหาร ใบอนุญาตการประกอบกิจการสถานที่จำหน่ายอาหารและใบอนุญาตจำหน่ายสุรา นอกจากนี้ บริษัทฯ มีการขอใบอนุญาตประกอบกิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพประเภทโกดังเก็บสินค้าและใบอนุญาตจัดตั้งสถานที่สะสมอาหารสำหรับศูนย์กระจายสินค้ารอบเวียงโกดัง 1 โกดัง 2 โกดัง 3 และโกดัง 4 โดยใบอนุญาตที่เกี่ยวข้องในการประกอบธุรกิจทุกชนิดมีการต่ออายุเป็นประจำทุกปี

5 ข้อพิพาททางกฎหมาย

- ไม่มี -

6 ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลที่สำคัญอื่น**6.1 ข้อมูลทั่วไป****ข้อมูลบริษัทฯ**

บริษัทที่ออกหลักทรัพย์	: บริษัท ธนพิริยะ จำกัด (มหาชน) “บริษัท” หรือ “บมจธนพิริยะ.”)
เลขทะเบียนบริษัท	: 0107558000172
ประเภทธุรกิจ	: ธุรกิจค้าปลีกและค้าส่งสินค้าอุปโภคบริโภค
ทุนจดทะเบียน	: 200,000,000 บาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญ 800,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้ (Par value) หุ้นละ 0.25 บาท
นิติบุคคลที่บริษัทถือหุ้น	: รายละเอียดตามหัวข้อ 1.3 ภาพรวมการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ และบริษัทย่อย
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: เลขที่ 661 หมู่ที่ 24 ตำบลรอบเวียง อำเภอเมือง เชียงราย 57000 โทรศัพท์ 0-5375-6484 โทรสาร 0-5375-6484
นักลงทุนสัมพันธ์	: โทรศัพท์ 0-5375-6484 อีเมล pittaya.j@thanapiriya.co.th
บุคคลอ้างอิง	
นายทะเบียนหลักทรัพย์	: บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ จำกัด (ประเทศไทย) เลขที่ 93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร 10400 โทรศัพท์ 0-2009-9000 โทรสาร 0-2009-9991
ผู้สอบบัญชี	: นายวิชัย รุจิตานนท์ ผู้สอบบัญชีทะเบียนเลขที่ 4054 หรือ นายอิพงศ์ อธิพงศ์สกุล ผู้สอบบัญชีทะเบียนเลขที่ 3500 หรือ นายเสถียร วงศ์สนั่น ผู้สอบบัญชีทะเบียนเลขที่ 3495 หรือ นายยุทธพงษ์ เชื้อเมืองพาน ผู้สอบบัญชีทะเบียนเลขที่ 9445 บริษัท เอเอ็นเอส ออดิท จำกัด เลขที่ 100/72, 100/2 ชั้น 16 อาคารว่องวานิช บี ถนนพระราม 9 แขวงห้วยขวาง เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร 10320 โทรศัพท์ 0-2645-0109 โทรสาร 0-2168-1212

6.2 ข้อมูลที่สำคัญอื่น

- ไม่มี -