

ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท เคแอนด์เค ซูเปอร์สโตร์ เซาท์เทิร์น จำกัด (มหาชน) (“บริษัท” หรือ “KK”) ดำเนินธุรกิจค้าปลีกและค้าส่งสินค้าอุปโภคบริโภค โดยธุรกิจค้าปลีกเป็นการจำหน่ายสินค้าอุปโภคและบริโภคผ่านร้านสาขาชื่อ “เคแอนด์เค ซูเปอร์สโตร์” จำนวน 28 สาขา ซึ่งครอบคลุมพื้นที่ในจังหวัดสงขลา พัทลุง และสตูล รวมถึงบริษัท มีศูนย์กระจายสินค้าจำนวน 1 แห่งในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เพื่อรองรับการดำเนินธุรกิจค้าส่งสินค้าอุปโภคบริโภค และเป็นสถานที่กระจายสินค้าให้แก่ร้านสาขาของบริษัท ทั้งนี้ ด้วยการค้าดำเนินธุรกิจค้าปลีกและค้าส่งสินค้าอุปโภคบริโภคในพื้นที่จังหวัดสงขลามาเป็นระยะเวลามากกว่า 28 ปี ทำให้บริษัท มีความเข้าใจในวิถีการค้าและชีวิตและความต้องการสินค้าของคนในพื้นที่ได้เป็นอย่างดี บริษัท มุ่งเน้นการดำเนินธุรกิจภายใต้แนวคิด “ซื้อของครบ พบของถูก ถูกทุกวัน ที่ K&K ทุกสาขา ใกล้บ้านคุณ” โดยจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคมากกว่า 8,000 รายการ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. สินค้าอุปโภค ประกอบด้วยสินค้า 5 หมวดดังนี้

- ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดในครัวเรือน ได้แก่ ผงซักฟอก น้ำยาปรับผ้านุ่ม น้ำยาอัดกลีบ เป็นต้น
- ผลิตภัณฑ์ของใช้ประจำวัน ได้แก่ ยาสีฟัน แปรงสีฟัน น้ำยاب้วนปาก เป็นต้น
- ผลิตภัณฑ์เพื่อผิวและเส้นผม ได้แก่ แชมพู ครีมนวดผม สบู่ เป็นต้น
- ผลิตภัณฑ์ด้านความงาม ได้แก่ แป้ง ครีมบำรุงผิว โคลญจน์ เป็นต้น
- ผลิตภัณฑ์ของใช้เด็กและผู้ใหญ่ ได้แก่ แปรงล้างขวดนม ผ้าอ้อมเด็ก ผ้าอ้อมผู้ใหญ่ เป็นต้น

2. สินค้าบริโภค ประกอบด้วยสินค้า 5 หมวดดังนี้

- ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม ได้แก่ ผงโกโก้ กาแฟ ครีมเทียม เป็นต้น
- ผลิตภัณฑ์นมปรุงแต่ง ได้แก่ นมผง นมข้นหวาน นม UHT เป็นต้น
- ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม ได้แก่ น้ำดื่ม น้ำอัดลม เครื่องดื่มบำรุงสุขภาพ เป็นต้น
- ผลิตภัณฑ์เครื่องปรุงและอาหารแห้ง ได้แก่ เครื่องปรุงรส น้ำมันพืช ข้าวสาร เป็นต้น
- ผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยว ได้แก่ ขนมขบเคี้ยว หมากฝรั่ง ลูกอม เป็นต้น

1.1 วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ และกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ

วิสัยทัศน์

ทีมงานมืออาชีพที่มีใจบริการและเป็นหนึ่งเดียว พร้อมมุ่งสู่การเป็นร้านสะดวกซื้อชั้นนำในภาคใต้ที่จะส่งมอบความพึงพอใจให้ลูกค้าและคืนกำไรสู่สังคม

พันธกิจ

บริษัท มุ่งมั่นที่จะ

1. จัดจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐาน ราคาเป็นธรรม
2. บริการลูกค้าด้วยความซื่อสัตย์และจริงใจ
3. พัฒนาทีมงานให้เป็นมืออาชีพ
4. รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม
5. เติบโตอย่างยั่งยืน

ค่านิยมองค์กร

บริษัทฯ มีค่านิยมองค์กร **"I AM K AND K"** ซึ่งเป็นหลักในการดำเนินงานที่พนักงานในองค์กรยึดถือและปฏิบัติตามตลอด โดยมีความหมายดังนี้

I : Integrity	มีความซื่อสัตย์
A : Accountability	มีความโปร่งใสและตรวจสอบได้
M : Moral	มีคุณธรรม
K : Knowledge	มีความรู้
A : Achievement	มุ่งสู่ความสำเร็จ
N : Networking	มีเครือข่ายความสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้าและลูกค้า
D : Develop	พัฒนาสู่ความเป็นเลิศ
K : Know how	มีทักษะและความชำนาญในการดำเนินงาน

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

บริษัท เคแอนด์เค ซูเปอร์สโตร์ เซาท์เทิร์น จำกัด (มหาชน) (**บริษัท** หรือ **"KK"**) (เดิมชื่อ "บริษัท เค. แอนด์ เค. ซูเปอร์ค้าส่ง หาดใหญ่ 2009 จำกัด" และ "บริษัท เค. แอนด์ เค. ซูเปอร์ค้าส่ง จำกัด" และ "ห้างหุ้นส่วน จำกัด เค. แอนด์ เค. ซูเปอร์ค้าส่ง") จัดทะเบียนก่อตั้งเริ่มแรกในชื่อ ห้างหุ้นส่วนจำกัด เค. แอนด์ เค. ซูเปอร์ค้าส่ง เมื่อวันที่ 4 มกราคม 2536 ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มต้น 1.50 ล้านบาท มีวัตถุประสงค์เริ่มแรกเพื่อประกอบธุรกิจค้าปลีกสินค้าอุปโภคบริโภค ในเวลาต่อมา บริษัทฯ ได้เล็งเห็นถึงโอกาสด้านการค้าส่งสินค้าอุปโภคบริโภคจากความต้องการสินค้าของร้านค้าปลีกในพื้นที่จังหวัดสงขลาซึ่งเป็นการซื้อสินค้าในจำนวนมากเพื่อนำไปจำหน่ายต่อ บริษัทฯ จึงเพิ่มการประกอบธุรกิจไปยังธุรกิจค้าส่งสินค้าอุปโภค เพื่อรองรับความต้องการสินค้าอุปโภคและบริโภคในทุกกลุ่มลูกค้า

จุดเริ่มต้นของบริษัทฯ เริ่มจากในปี 2536 พี่น้องในครอบครัวสิริธนนท์สกุลจำนวน 4 ท่าน ได้แก่ นางสาวนริรัตน์ สิรินนท์สกุล นายกิตติพล สิรินนท์สกุล นายกวิศพงษ์ สิรินนท์สกุล และนางสาวสุนันทาลักษณ์ สิรินนท์สกุล ได้ร่วมกันก่อตั้งห้างหุ้นส่วนจำกัด เค. แอนด์ เค. ซูเปอร์ค้าส่ง โดยมีวัตถุประสงค์เริ่มแรกเพื่อประกอบธุรกิจค้าปลีกสินค้าอุปโภคบริโภคในจังหวัดสงขลา และได้เปิดร้านค้าปลีกในรูปแบบซูเปอร์มาร์เก็ตชื่อ "เค. แอนด์ เค. ซูเปอร์ค้าส่ง" สาขาสามชัย เป็นสาขาแรก ซึ่งตั้งอยู่บนถนนสามชัย อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ทั้งนี้ ในส่วนของชื่อร้านค้ามีที่มาจากชื่อของผู้ร่วมก่อตั้ง คือ นายกิตติพล สิรินนท์สกุล และ นาย กวิศพงษ์ สิรินนท์สกุล ซึ่งทั้งสองท่านมีชื่อภาษาอังกฤษขึ้นต้นด้วยตัวเค ("K") และบริษัทฯ มีแนวคิดในการจัดตั้งร้านค้าปลีกในรูปแบบซูเปอร์มาเก็ตเพื่อจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคในราคาส่ง จึงเป็นที่มาของชื่อร้าน "เค. แอนด์ เค. ซูเปอร์ค้าส่ง"

ในช่วงเวลาเดียวกัน บริษัท หาดใหญ่ โกว๋ยังฮั่ว จำกัด ("หาดใหญ่ โกว๋ยังฮั่ว") (เดิมชื่อ "บริษัท หาดใหญ่ โกว๋ยังฮั่ว จำกัด") ซึ่งเป็นบริษัทของพี่น้องในครอบครัวสิริธนนท์สกุล ได้จัดตั้งขึ้นเพื่อดำเนินธุรกิจค้าส่งสินค้าอุปโภคบริโภคและเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคให้กับผู้ผลิตสินค้ารายใหญ่ของประเทศไทย ในเวลาต่อมาผู้บริหารของ หาดใหญ่ โกว๋ยังฮั่ว มีความประสงค์ในการมุ่งเน้นธุรกิจการเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าเพียงธุรกิจเดียวเท่านั้น และต้องการหยุดการดำเนินธุรกิจค้าส่งสินค้าอุปโภคบริโภค อย่างไรก็ตาม ในช่วงเวลานั้น บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจค้าปลีกสินค้าอุปโภคบริโภคผ่านร้านสาขาเพียงช่องทางเดียว จึงให้ความสนใจและเล็งเห็นในโอกาสทางธุรกิจที่สามารถต่อยอดการจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคไปยังอีกกลุ่มลูกค้าซึ่งเป็นร้านค้าปลีกที่ซื้อสินค้าเพื่อนำไปจำหน่ายต่อ โดยกลุ่มลูกค้านี้มีความต้องการซื้อสินค้าที่หลากหลายและปริมาณการสั่งซื้อต่อครั้งในจำนวน

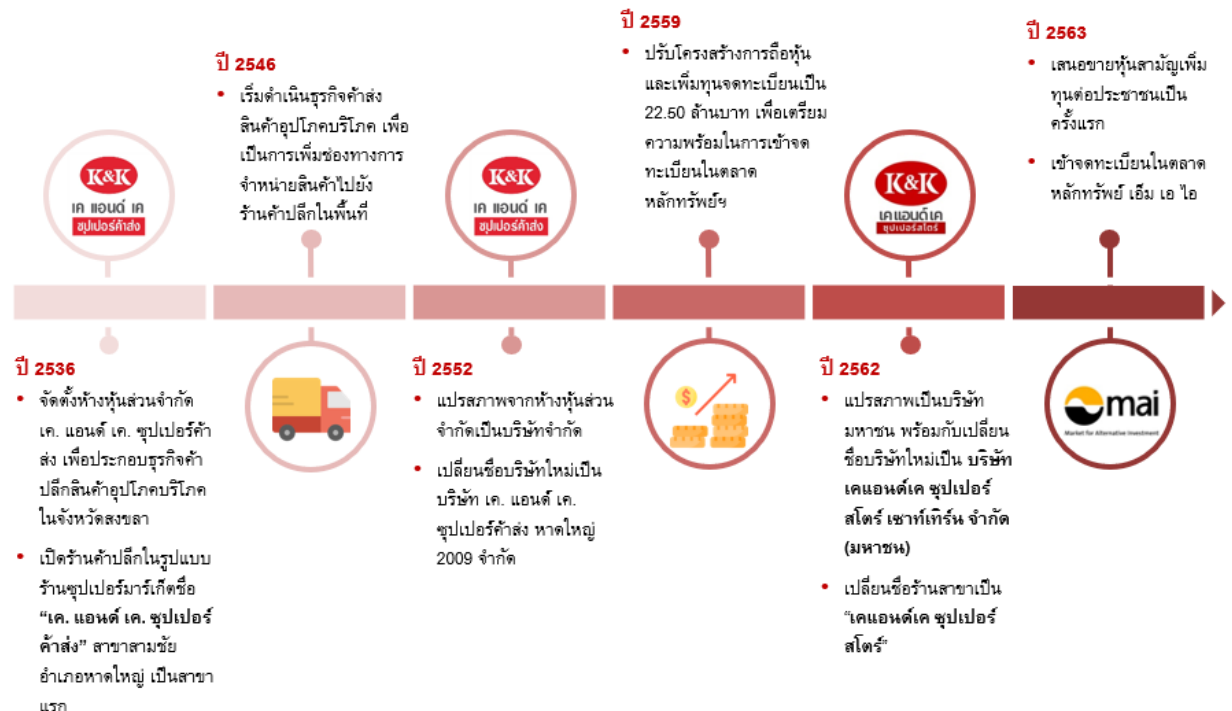
มาก ดังนั้น ในปี 2546 บริษัทฯ จึงได้รับโอนลูกค้าค้าส่งสินค้าอุปโภคบริโภคจาก หาดใหญ่ โกว๋ยังฮั่ว เพื่อดำเนินธุรกิจค้าส่งต่อจนถึงปัจจุบันนี้

ด้วยวิสัยทัศน์ของกลุ่มผู้บริหารของบริษัทฯ ที่มุ่งดำเนินธุรกิจเพื่อก้าวสู่การเป็นร้านซูเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำในภาคใต้ สร้างความเป็นเอกลักษณ์ให้เป็นที่จดจำและเป็นตัวเลือกอันดับแรกในการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค ในเดือนสิงหาคม 2562 บริษัทฯ จึงได้ปรับเปลี่ยนชื่อร้านค้าจาก “เค. แอนด์ เค. ซูเปอร์ค้าส่ง” เป็น “เคแอนด์เค ซูเปอร์สโตร์” และขยายสาขาอย่างต่อเนื่องเพื่อรองรับความต้องการของกลุ่มลูกค้าทุกเพศ ทุกวัย และทุกอาชีพ ปัจจุบันบริษัทฯ มีร้านสาขาทั้งหมดจำนวน 28 สาขา ซึ่งครอบคลุมพื้นที่ในจังหวัดสงขลา พัทลุง และสตูล รวมถึงมีศูนย์กระจายสินค้าจำนวน 1 แห่งในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เพื่อรองรับการดำเนินธุรกิจค้าส่งสินค้าอุปโภคบริโภค และเป็นสถานที่กระจายสินค้าให้แก่ร้านสาขาของบริษัทฯ

จากประสบการณ์การดำเนินธุรกิจค้าปลีกและค้าส่งสินค้าอุปโภคบริโภคเป็นระยะเวลามากกว่า 28 ปีที่ผ่านมา บริษัทฯ มีความเข้าใจในวิถีการดำเนินชีวิตและความต้องการสินค้าของคนในพื้นที่ได้เป็นอย่างดี จึงทำให้บริษัทฯ เป็นที่ยอมรับและได้รับความเชื่อถือจากลูกค้าจนก้าวขึ้นเป็นหนึ่งในร้านซูเปอร์มาเก็ตชั้นนำในจังหวัดสงขลาและพื้นที่ใกล้เคียง ภายใต้แนวคิด “ซื้อของครบ พบของถูก ถูกทุกวัน ที่ K&K ทุกสาขา ใกล้บ้านคุณ”

เมื่อวันที่ 6 กันยายน 2562 บริษัทฯ ได้แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน พร้อมทั้งเปลี่ยนชื่อบริษัทใหม่เป็น บริษัท เคแอนด์เค ซูเปอร์สโตร์ เซาท์เทิร์น จำกัด (มหาชน) ปัจจุบัน บริษัทฯ มีทุนจดทะเบียนจำนวน 115.00 ล้านบาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญจำนวน 230,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท และหุ้นที่ชำระแล้วจำนวน 80.50 ล้านบาท หรือหุ้นสามัญที่ชำระแล้วจำนวน 161,000,000 หุ้น สำหรับหุ้นสามัญที่เหลืออีกจำนวน 69,000,000 หุ้น บริษัทฯ ออกไว้เพื่อรองรับการเสนอขายหุ้นสามัญต่อประชาชนเป็นครั้งแรก (Initial Public Offering: IPO)

การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญของบริษัทฯ มีรายละเอียดดังนี้



ปี	การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ
2536	<ul style="list-style-type: none"> ในเดือนมกราคม 2536 ห้างหุ้นส่วนจำกัด เค. แอนด์ เค. ซูเปอร์มาร์เก็ต จัดตั้งขึ้นด้วยทุนจดทะเบียน 1.50 ล้านบาท โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประกอบธุรกิจค้าปลีกสินค้าอุปโภคบริโภคในจังหวัดสงขลา ในเดือนมกราคม 2536 บริษัทฯ ได้เปิดร้านค้าปลีกในรูปแบบร้านซูเปอร์มาร์เก็ตชื่อ “เค. แอนด์ เค. ซูเปอร์มาร์เก็ต” (ปัจจุบันเปลี่ยนชื่อเป็น เคแอนด์เค ซูเปอร์สโตร์) สาขาสามชัย อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เป็นสาขาที่แรก
2546	<ul style="list-style-type: none"> บริษัทฯ เริ่มดำเนินธุรกิจค้าปลีกสินค้าอุปโภคบริโภค ซึ่งได้รับโอนลูกค้าค้าส่งมาจากบริษัท หาดใหญ่ โกว๋ยังฮั่ว จำกัด (“หาดใหญ่ โกว๋ยังฮั่ว”) เนื่องจาก หาดใหญ่ โกว๋ยังฮั่ว มีความประสงค์ที่จะหยุดการดำเนินธุรกิจค้าปลีกสินค้าอุปโภคบริโภค โดยบริษัทฯ เล็งเห็นในโอกาสทางธุรกิจค้าปลีกนี้ที่จะสามารถต่อยอดการจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคไปยังอีกกลุ่มลูกค้าซึ่งเป็นร้านค้าปลีก ทั้งนี้ ในปัจจุบัน หาดใหญ่ โกว๋ยังฮั่ว ดำเนินธุรกิจเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคให้กับผู้ผลิตสินค้าเพียงธุรกิจเดียว
2552	<ul style="list-style-type: none"> ในเดือนสิงหาคม 2552 ห้างหุ้นส่วนจำกัด เค. แอนด์ เค. ซูเปอร์มาร์เก็ต ได้แปรสภาพจากห้างหุ้นส่วนจำกัดเป็นบริษัทจำกัด โดยใช้ชื่อว่า บริษัท เค. แอนด์ เค. ซูเปอร์มาร์เก็ต จำกัด มีทุนจดทะเบียนเริ่มต้น 2.00 ล้านบาท ในเดือนตุลาคม 2552 บริษัทฯ ได้เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 2.00 ล้านบาท เป็น 20.00 ล้านบาท พร้อมทั้งได้เปลี่ยนชื่อบริษัทใหม่เป็น บริษัท เค. แอนด์ เค. ซูเปอร์มาร์เก็ต หาดใหญ่ 2009 จำกัด
2559	<ul style="list-style-type: none"> ในเดือนกันยายน 2559 บริษัทฯ ได้เปิดร้านค้า เค. แอนด์ เค. ซูเปอร์มาร์เก็ต (ปัจจุบันเปลี่ยนชื่อเป็น เคแอนด์เค ซูเปอร์สโตร์) สาขานวลแก้ว อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เป็นสาขาที่ 20 ในเดือนธันวาคม 2559 บริษัทฯ ได้เปิดร้านค้า เค. แอนด์ เค. ซูเปอร์มาร์เก็ต (ปัจจุบันเปลี่ยนชื่อเป็น เคแอนด์เค ซูเปอร์สโตร์) สาขาสนามบิน อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เป็นสาขาที่ 21 ในเดือนธันวาคม 2559 บริษัทฯ ได้ปรับโครงสร้างการถือหุ้นให้สะท้อนสัดส่วนการถือหุ้นที่แท้จริงของผู้ถือหุ้นแต่ละราย เพื่อเตรียมความพร้อมในการเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยการเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 20.00 ล้านบาท เป็น 22.50 ล้านบาท และออกเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 25,000 หุ้น ในราคาเสนอขายตามมูลค่าที่ตราไว้เท่ากับ 100.00 บาทต่อหุ้น เพื่อเสนอขายให้แก่ นาย กวิตพงษ์ สิริธรรมนันทสกุล (“นายกวิตพงษ์”) เพียงท่านเดียว จากการเพิ่มทุนจดทะเบียนในครั้งนี้ ทำให้นายกวิตพงษ์เป็นผู้ถือหุ้นที่มีสัดส่วนการถือหุ้นมากที่สุดเท่ากับร้อยละ 35.56 ของทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้วจำนวน 22.50 ล้านบาท
2562	<ul style="list-style-type: none"> ในเดือนมีนาคม 2562 บริษัทฯ ได้เปิดร้านค้า เค. แอนด์ เค. ซูเปอร์มาร์เก็ต (ปัจจุบันเปลี่ยนชื่อเป็น เคแอนด์เค ซูเปอร์สโตร์) สาขาสี่แยกพัทลุง-ตรัง อำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง เป็นสาขาที่ 26 ในเดือนสิงหาคม 2562 บริษัทฯ ได้ปรับเปลี่ยนชื่อร้านสาขาจากเดิม “เค. แอนด์ เค. ซูเปอร์มาร์เก็ต” เป็นชื่อใหม่คือ “เคแอนด์เค ซูเปอร์สโตร์”

ปี	การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ
	<ul style="list-style-type: none"> ในเดือนกันยายน 2562 บริษัทฯ ได้ดำเนินการต่างๆ เพื่อเตรียมความพร้อมในการเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ดังนี้ <ul style="list-style-type: none"> บริษัทฯ แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน และเปลี่ยนชื่อบริษัทใหม่เป็น บริษัท เคแอนด์เค ซูเปอร์สโตร์ เซาท์เทิร์น จำกัด (มหาชน) บริษัทฯ เปลี่ยนแปลงมูลค่าที่ตราไว้ของหุ้นสามัญจากเดิมหุ้นละ 100.00 บาท เป็นหุ้นละ 0.50 บาท บริษัทฯ เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 22.50 ล้านบาท เป็น 115.00 ล้านบาท โดยการออกหุ้นสามัญใหม่จำนวน 185.00 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท มีรายละเอียดดังนี้ <ol style="list-style-type: none"> จัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทฯ จำนวน 116.00 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท เพื่อเสนอขายให้ผู้ถือหุ้นเดิมตามสัดส่วนการถือหุ้น (Right Offering) ทำให้ทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้วของบริษัทฯ จากเดิม 22.50 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเป็น 80.50 ล้านบาท จัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 69.00 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท เพื่อเสนอขายหุ้นสามัญต่อประชาชนทั่วไปเป็นครั้งแรก (Initial Public Offering)
2563	<ul style="list-style-type: none"> เมื่อวันที่ 13 มกราคม 2563 บริษัทฯ ได้เปิดร้านค้า เคแอนด์เค ซูเปอร์สโตร์ สาขา นานหม่อม อำเภอวานรนิวาส จังหวัดสกลนคร เป็นสาขาที่ 27 เมื่อวันที่ 20 เมษายน 2563 บริษัทฯ ได้เปิดร้านค้า เคแอนด์เค ซูเปอร์สโตร์ สาขา คลองหะ ต่าบลคองหงส์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เป็นสาขาที่ 28 ในเดือนมิถุนายน 2563 บริษัทฯ ได้พัฒนาระบบสมาชิกและเริ่มใช้งานแอปพลิเคชัน ชื่อ “เคแอนด์เค ซูเปอร์สโตร์ (K&K Superstore)” ทั้งในระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ (Android) และไอโอเอส (IOS) เพื่อให้ลูกค้าที่สมัครสมาชิกสามารถสะสมคะแนนเมื่อซื้อสินค้าในร้านสาขาเคแอนด์เค ซูเปอร์สโตร์ ทั้ง 28 สาขา ตรวจสอบคะแนน แลกคูโปนแทนเงินสด ตรวจสอบโปรโมชั่นสินค้า รวมถึงตรวจสอบประวัติการซื้อสินค้า เมื่อวันที่ 7 ตุลาคม 2563 บริษัทฯ ได้เริ่มซื้อขายหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ วันแรก (First Day Trade) ภายใต้ชื่อย่อหลักทรัพย์ “KK”

1.3 เป้าหมายการดำเนินธุรกิจ

บริษัทฯ มีแผนการขยายร้านสาขาอย่างต่อเนื่องโดยมุ่งเน้นเปิดร้านสาขาในพื้นที่จังหวัดสงขลา พัทลุง สตูล และจังหวัดอื่นๆ ในภาคใต้ เพื่อมุ่งสู่การเป็นร้านสะดวกซื้อชั้นนำในภาคใต้ และเป็นร้านค้าปลีกสินค้าอุปโภคบริโภคอันดับแรกๆ ที่ผู้บริโภคนึกถึง ภายใต้แนวคิด “ซื้อของครบ พบของถูก ถูกทุกวัน ที่ K&K ทุกสาขา ใกล้บ้านคุณ” ในแต่ละปี บริษัทฯ มีแผนที่จะขยายร้านสาขาจำนวน 3 สาขา โดยมุ่งเน้นการเช่าที่ดินเพื่อเปิดร้านสาขาเป็นหลัก อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ อาจจะซื้อที่ดินดังกล่าวเพื่อเป็นที่ตั้งร้านสาขาได้โดยมีหลักเกณฑ์การพิจารณาดังนี้

- เป็นที่ดินที่มีศักยภาพในการตั้งร้านสาขา
- เป็นทำเลที่มีโอกาสเติบโตของแหล่งชุมชน

- ราคาที่ดินมีความเหมาะสม โดยพิจารณาจากราคาตลาดและความคุ้มค่าในการซื้อที่ดินเมื่อเปรียบเทียบกับมูลค่าของค่าเช่าที่ดินเพื่อเป็นที่ตั้งของร้านสาขาในระยะยาว
อย่างไรก็ดี บริษัทฯ อาจมีการปรับเปลี่ยนเพิ่มหรือลดจำนวนร้านสาขาที่จะเปิดให้เหมาะสมกับภาวะเศรษฐกิจในขณะนั้น ๆ

1.4 โครงสร้างการถือหุ้นของบริษัท

บริษัทฯ ไม่มีเงินลงทุนในบริษัทย่อยหรือบริษัทร่วมใดๆ

1.5 ความสัมพันธ์กับธุรกิจของผู้ถือหุ้นรายใหญ่

- ไม่มี -

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจค้าปลีกและค้าส่งสินค้าอุปโภคบริโภค โดยธุรกิจค้าปลีกเป็นการจำหน่ายสินค้าอุปโภคและบริโภคผ่านร้านสาขาชื่อ “เคแอนด์เค ซูเปอร์สโตร์” จำนวน 28 สาขา ซึ่งครอบคลุมพื้นที่ในจังหวัดสงขลา พัทลุง และสตูล รวมถึงบริษัทฯ มีศูนย์กระจายสินค้าจำนวน 1 แห่งตั้งอยู่ที่สำนักงานใหญ่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เพื่อรองรับการดำเนินธุรกิจค้าส่งสินค้าอุปโภคบริโภค และเป็นสถานที่กระจายสินค้าให้แก่ร้านสาขาของบริษัทฯ ทั้งนี้ บริษัทฯ จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่หลากหลายมากกว่า 8,000 รายการ ภายใต้แนวคิด “ซื้อของครบ พบของถูก ทุกๆวัน ที่ K&K ทุกสาขา ใกล้บ้านคุณ”

โครงสร้างรายได้ของบริษัทฯ แบ่งตามประเภทการดำเนินธุรกิจค้าปลีกและค้าส่ง สำหรับปี 2561 – 2563 มีสัดส่วนดังนี้

โครงสร้างรายได้	ปี 2561		ปี 2562		ปี 2563	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1. รายได้จากค้าปลีก	783.11	82.56	771.17	82.39	810.52	83.25
2. รายได้จากค้าส่ง	155.85	16.43	158.13	16.89	158.22	16.25
รายได้จากการขาย	938.97	99.00	929.30	99.29	968.74	99.51
รายได้อื่น ¹	9.52	1.00	6.68	0.71	4.81	0.49
รวมรายได้	948.49	100.00	935.98	100.00	973.56	100.00

หมายเหตุ 1. รายได้อื่น ได้แก่ รายได้ค่าเช่าพื้นที่หน้าร้าน รายได้ค่าเช่าพื้นที่ตู้ ATM ดอกเบี้ยรับ เป็นต้น

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

2.2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์

บริษัทฯ จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคซึ่งเป็นสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวันมากกว่า 8,000 รายการ ในรูปแบบสินค้าปลีก สินค้าเป็นแพ็ค และสินค้าเป็นลัง เพื่อรองรับความต้องการสินค้าในรูปแบบต่างๆ ของลูกค้าที่มาซื้อสินค้าในร้านสาขา และลูกค้าค้าส่งที่ต้องการซื้อสินค้าไปเพื่อจำหน่ายต่อ ทั้งนี้ ลักษณะสินค้าของบริษัทฯ แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ สินค้าอุปโภค และสินค้าบริโภค มีรายละเอียดดังนี้

1. สินค้าอุปโภค ประกอบด้วยสินค้า 5 หมวดดังนี้

- ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดในครัวเรือน ได้แก่ ผงซักฟอก น้ำยาปรับผ้านุ่ม น้ำยาอัดกลีบ เป็นต้น
- ผลิตภัณฑ์ของใช้ประจำวัน ได้แก่ ยาสีฟัน แปรงสีฟัน น้ำยاب้วนปาก เป็นต้น
- ผลิตภัณฑ์เพื่อผิวและเส้นผม ได้แก่ แชมพู ครีมหาบน้ำ สบู่ เป็นต้น
- ผลิตภัณฑ์ด้านความงาม ได้แก่ แป้ง ครีมบำรุงผิว โคลโลญจน์ เป็นต้น
- ผลิตภัณฑ์ของใช้เด็กและผู้ใหญ่ ได้แก่ แปรงล้างขวดนม ผ้าอ้อมเด็ก ผ้าอ้อมผู้ใหญ่ เป็นต้น

หมวดสินค้า	ตัวอย่างสินค้าอุปโภค
ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดในครัวเรือน	  

หมวดสินค้า	ตัวอย่างสินค้าอุปโภค
ผลิตภัณฑ์ของใช้ประจำวัน	
ผลิตภัณฑ์เพื่อผิวและเส้นผม	
ผลิตภัณฑ์ด้านความงาม	
ผลิตภัณฑ์ของใช้เด็กและผู้ใหญ่	

2. สินค้าบริโภค ประกอบด้วยสินค้า 5 หมวดดังนี้

- ผลิตภัณฑ์ขงดื่ม ได้แก่ ผงโกโก้ กาแฟ ครีมเทียม เป็นต้น
- ผลิตภัณฑ์นมปรุงแต่ง ได้แก่ นมผง นมข้นหวาน นม UHT เป็นต้น
- ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม ได้แก่ น้ำดื่ม น้ำอัดลม เครื่องดื่มบำรุงสุขภาพ เป็นต้น
- ผลิตภัณฑ์เครื่องปรุงและอาหารแห้ง ได้แก่ เครื่องปรุงรส น้ำมันพืช ข้าวสาร เป็นต้น
- ผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยว ได้แก่ ขนมขบเคี้ยว หมากฝรั่ง ลูกอม เป็นต้น

หมวดสินค้า	ตัวอย่างสินค้าบริโภค
ผลิตภัณฑ์ขงดื่ม	
ผลิตภัณฑ์นมปรุงแต่ง	
ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม	

หมวดสินค้า	ตัวอย่างสินค้าบริโภค
ผลิตภัณฑ์เครื่องปรุงและอาหารแห้ง	
ผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยว	

2.2.2 ช่องทางการจำหน่ายและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

บริษัทฯ มีช่องทางการจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคบริโภคจำนวน 2 ช่องทาง ได้แก่ การจำหน่ายสินค้าผ่านร้านสาขา และการจำหน่ายสินค้าค้าส่งผ่านศูนย์กระจายสินค้า มีรายละเอียดดังนี้

1. การจำหน่ายสินค้าผ่านร้านสาขา

บริษัทฯ จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคในลักษณะการขายปลีกผ่านร้านสาขาในรูปแบบร้านซูเปอร์มาร์เก็ต ภายในชื่อ “เคแอนด์เค ซูเปอร์สโตร์” ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทฯ มีร้านสาขาจำนวน 28 สาขา ซึ่งครอบคลุมพื้นที่ในจังหวัดสงขลา พัทลุง และสตูล โดยร้านสาขาจะตั้งอยู่ในเขตชุมชนที่เป็นที่พักอาศัย และตั้งอยู่บนถนนเส้นหลักที่มีการสัญจรของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

รายละเอียดจำนวนร้านสาขาของ เคแอนด์เค ซูเปอร์สโตร์ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 มีดังนี้

ชื่อสาขา	ที่อยู่	ปีที่เปิดดำเนินการ	ขนาดพื้นที่ (ตร.ม.)	วัน / เวลา เปิดทำการ
1. สาขาสามชัย	187 ถ.สามชัย ต.หาดใหญ่ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110	2536	1663	ทุกวัน 07.30-21.00
2. สาขาเขต 8	537 ถ.ราษฎร์อุทิศ ต.หาดใหญ่ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110	2544	307	ทุกวัน 07.30-21.00
3. สาขาเพชรเกษม	453/1, 455/1 ถ.เพชรเกษม ต.หาดใหญ่ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110	2545	174	ทุกวัน 07.30-21.00
4. สาขาป. อนุรักษ์	37/65 หมู่ที่ 1 ถ. ศรีภูวนารถ ต.หาดใหญ่ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110	2545	300	ทุกวัน 07.30-21.00
5. สาขาจิระนคร	เลขที่ 59 ถนนนิพัทธ์สงเคราะห์ 1 ตำบลหาดใหญ่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 90110	2547	215	ทุกวัน 07.30-21.00
6. สาขาท่าเคียน	39 ม.1 ถนนศรีภูวนารถใน ต.ควนลัง อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110	2547	350	ทุกวัน 07.30-21.00

ชื่อสาขา	ที่อยู่	ปีที่เปิด ดำเนินการ	ขนาดพื้นที่ (ตร.ม.)	วัน / เวลา เปิดทำการ
7. สาขาช่างอุตสาหกรรม	255,257 ถ.อนุสรณ์อาจารย์ทอง ต.หาดใหญ่ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110	2548	75	ทุกวัน 06.30-21.00
8. สาขาสิงหนคร	248/9 ม.5 ต.สทิงหม้อ อ.สิงหนคร จ.สงขลา 90280	2549	243	ทุกวัน 07.30-20.30
9. สาขาหัวรั้ว	36 ซอย 6 ถ.เพชรเกษม ต.คอกหงส์ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110	2549	235	ทุกวัน 07.30-21.00
10. สาขาคลองแห	58/10 ม.4 ต.คลองแห อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110	2553	220	ทุกวัน 07.30-21.00
11. สาขาทุ่งลุง	373 ม.1 ถ.กาญจนวนิชย์ ต.พะตง อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90230	2553	216	ทุกวัน 07.30-21.00
12. สาขาปรีก	14 ม.3 ถ.กาญจนวนิชย์ ต.ปรีก อ.สะเดา จ.สงขลา 90120	2554	216	ทุกวัน 07.30-20.00
13. สาขาบ้านพรุ	432, 432/1 ถ. กาญจนวนิชย์ ต.บ้านพรุ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90250	2554	117	ทุกวัน 07.30-21.00
14. สาขาสะเดา	128/22 ถ.กาญจนวนิชย์ ต.สะเดา อ.สะเดา จ.สงขลา 90120	2554	215	ทุกวัน 07.30-20.30
15. สาขาคลองแงะ	123 ม.5 ถ.คลองแงะ-นาทวี ต.พังงา อ.สะเดา จ.สงขลา 90170	2555	216	ทุกวัน 07.30-20.00
16. สาขาแม่ขี	395/3 ม.1 ต.แม่ขี อ.ตะโหมด จ.พัทลุง 93160	2555	269	ทุกวัน 07.30-20.30
17. สาขาจะนะ	28/1 ม.1 ถ.หาดใหญ่-ปัตตานี ต.บ้านนา อ.จะนะ จ.สงขลา 90130	2555	216	ทุกวัน 07.30-20.30
18. สาขาควนหิน	317/4 ม.3 ถ.กาญจนวนิชย์ ต.พะวง อ.เมืองสงขลา จ.สงขลา 90100	2555	216	ทุกวัน 07.30-20.30
19. สาขาควนลัง	736 ม.3 ถ.เพชรเกษม ต.ควนลัง อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110	2557	238	ทุกวัน 07.00-20.30
20. สาขานวลแก้ว	134 ถ.แก้วอุทิศ ต.คลองแห อ. หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110	2559	237	ทุกวัน 07.30-20.30
21. สาขาสนามบิน	1909/3 ม.6 ถ.สนามบิน-ลพบุรีราเมศวร์ ต.ควนลัง อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110	2559	252	ทุกวัน 07.30-20.30
22. สาขาสทิงพระ	30/1 ม.2 ต.จะทิ้งพระ อ.สทิงพระ จ.สงขลา 90190	2560	272	ทุกวัน 07.30-19.30

ชื่อสาขา	ที่อยู่	ปีที่เปิด ดำเนินการ	ขนาดพื้นที่ (ตร.ม.)	วัน / เวลา เปิดทำการ
23. สาขาทางไปคูเต่า	60/8 ม.7 ต.คลองแห อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110	2561	190	ทุกวัน 07.30-20.30
24. สาขาฟุกเทียน	95/16 ม.3 ต.คลองแห อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110	2561	246	ทุกวัน 07.30-21.00
25. สาขาควนกาหลง	314 ม.10 ต.ทุ่งนุ้ย อ.ควนกาหลง จ.สตูล 91130	2561	285	ทุกวัน 07.30-20.00
26. สาขาสี่แยกพัทลุง-ตรัง	861/1 ถ.ราเมศวร์ ต.คูหาสวรรค์ อ.เมือง จ.พัทลุง 93000	2562	232	ทุกวัน 07.30-20.00
27. สาขานาหม่อม	2 ม.6 ต.ทุ่งขมิ้น อ.นาหม่อม จ.สงขลา 90310	2563	303	ทุกวัน 07.30-20.00
28. สาขาสี่แยกคลองหวัะ	787,789 ถนนสายเอเชีย ต. คอ หงส์ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110	2563	338	ทุกวัน 07.30-20.00

รูปภาพร้านสาขา เคแอนด์เค ซูเปอร์สโตร์



สาขานวลแก้ว



สาขาทางไปตุเต่า



สาขาสทิงพระ



สาขาปรัง

บรรยากาศภายในร้าน เคแอนด์เค ซูเปอร์สโตร์



ลักษณะลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของร้านสาขา

ลูกค้าที่มาซื้อสินค้าในร้านสาขาจะมีลักษณะการซื้อสินค้าไปเพื่อใช้ในชีวิตประจำวัน และส่วนใหญ่เป็นการซื้อสินค้าเพื่อใช้ประโยชน์ในครัวเรือน ทั้งนี้ ลูกค้าเป้าหมายของการจำหน่ายสินค้าผ่านร้านสาขา ได้แก่

- ลูกค้าทั่วไปทุกเพศ ทุกวัย ทุกอาชีพ ที่พักอาศัยอยู่ใกล้กับร้านค้าสาขา
- ลูกค้าที่สัญจรผ่านหน้าร้านค้าสาขา
- กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ผ่านหน้าร้านสาขา

2. การจำหน่ายสินค้าค้าส่งผ่านศูนย์กระจายสินค้า

บริษัทฯ มีศูนย์กระจายสินค้าจำนวน 1 แห่งตั้งอยู่ที่สำนักงานใหญ่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ซึ่งเป็นช่องทางในการจำหน่ายสินค้าแบบค้าส่งให้แก่ลูกค้า และเป็นสถานที่กระจายสินค้าให้แก่ร้านสาขาของบริษัทฯ มีรายละเอียดดังนี้

ชื่อ	ที่อยู่	ปีที่เปิดดำเนินการ	ขนาดพื้นที่ (ตร.ม.)	วัน / เวลาเปิดทำการ
ศูนย์กระจายสินค้า	9/9 ม.5 ต.คลองแห อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110	2554	4,500	ทุกวัน 08.30-17.30

ลักษณะลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของลูกค้าค้าส่ง

ลูกค้าที่ซื้อสินค้าในลักษณะค้าส่งจะมีลักษณะการซื้อสินค้าที่หลากหลาย และมีปริมาณการสั่งซื้อต่อครั้งในจำนวนมาก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำสินค้าไปจำหน่ายต่ออีกทอดหนึ่ง ทั้งนี้ กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของการจำหน่ายสินค้าค้าส่งผ่านศูนย์กระจายสินค้า คือ ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกที่ตั้งอยู่ในจังหวัดสงขลา และพื้นที่จังหวัดใกล้เคียง

อย่างไรก็ดี ในปัจจุบันบริษัทฯ ไม่มีนโยบายการขายฐานลูกค้าค้าส่ง เนื่องจากในช่วงปีที่ผ่านมาร้านค้าปลีกที่เป็นลูกค้าค้าส่งในพื้นที่จังหวัดสงขลาและพื้นที่จังหวัดใกล้เคียงมีจำนวนลดลง อีกทั้ง บริษัทฯ ได้มุ่งเน้นการขยายธุรกิจโดยการเปิดร้านสาขาเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในทุกๆ ปีให้ครอบคลุมพื้นที่ในจังหวัดสงขลาและจังหวัดใกล้เคียง ทำให้บริษัทฯ สามารถเข้าถึงลูกค้ากลุ่มใหม่ๆ ได้มากขึ้น และลูกค้าสามารถซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคในร้าน เคแอนด์เค ซูเปอร์สโตร์ได้สะดวกมากขึ้น

ในเดือนมิถุนายน 2563 บริษัทฯ ได้พัฒนาระบบสมาชิกและเริ่มใช้งานแอปพลิเคชันชื่อ “เคแอนด์เค ซูเปอร์สโตร์ (K&K Superstore)” ทั้งในระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ (Android) และไอโอเอส (IOS) เพื่อให้ลูกค้าที่สมัครสมาชิกสามารถสะสมคะแนนเมื่อซื้อสินค้าในร้านสาขาเคแอนด์เค ซูเปอร์สโตร์ ทั้ง 28 สาขา ตรวจสอบคะแนน แลกคูโปนแทนเงินสด ตรวจสอบโปรโมชั่นสินค้า รวมถึงตรวจสอบประวัติการซื้อสินค้า นอกจากนี้ บริษัทฯ อยู่ระหว่างพัฒนาแอปพลิเคชันเคแอนด์เค ซูเปอร์สโตร์ (K&K Superstore) ให้สามารถรองรับการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์และรับสินค้าที่ร้าน (Pick-up service) และการชำระเงินผ่านกระเป๋าเงินออนไลน์ (E-Wallet) เพื่อให้สามารถรองรับความต้องการของลูกค้าที่หลากหลายและแข่งขันกับร้านค้าปลีกรายอื่นๆ ได้

อีกทั้ง บริษัทฯ ได้วางแผนการจำหน่ายสินค้าโดยการส่งสินค้าถึงหน้าบ้านลูกค้า (Delivery) เพื่อรองรับกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของลูกค้าในอนาคต และการดำเนินชีวิตตามวิถีชีวิตใหม่ (New normal) ในปัจจุบัน

แอปพลิเคชันเคแอนด์เค ซูเปอร์สโตร์ (K&K Superstore)



2.2.3 การบริหารจัดการร้านสาขา

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทฯ มีร้านสาขาทั้งหมดจำนวน 28 สาขา การบริหารงานสำหรับร้านสาขาจึงมีความสำคัญเป็นอย่างมากทั้งในด้านการบริหารสินค้าคงคลังและการควบคุมคุณภาพของการให้บริการ บริษัทฯ จึงได้กำหนดนโยบายและแนวทางการปฏิบัติงานจากสำนักงานใหญ่ และสื่อสารให้กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในแต่ละสาขาให้ถือปฏิบัติอย่างเคร่งครัด เพื่อให้การบริหารงานของแต่ละสาขาเป็นไปในทิศทางและมาตรฐานเดียวกัน ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. วิธีการปฏิบัติงาน

สำนักงานใหญ่ของบริษัทฯ ได้กำหนดนโยบายและคู่มือการปฏิบัติงานของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต่างๆ ในร้านสาขา เช่น คู่มือการปฏิบัติงาน การบริหารคลังสินค้าสาขา การบริหารเงินสด การจัดเรียงสินค้า เป็นต้น ทั้งนี้ เพื่อให้การปฏิบัติงานและการให้บริการของพนักงานทุกสาขาเป็นไปในทิศทางและมาตรฐานเดียวกัน

2. ราคาสินค้าและโปรโมชั่นต่างๆ

บริษัทฯ กำหนดราคาสินค้าโดยพิจารณาจากต้นทุนของสินค้าบวกอัตรากำไรที่เหมาะสมและสามารถแข่งขันได้ และได้กำหนดให้มีโปรโมชั่นเป็นประจำทุกเดือน และโปรโมชั่นเสริมเป็นประจำทุกสัปดาห์ รวมถึงการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอื่นๆ อย่างสม่ำเสมอ เช่น การชิงโชคลุ้นของรางวัล การแจกของสมนาคุณ เป็นต้น เพื่อดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการและซื้อสินค้าในร้านสาขา โดยสำนักงานใหญ่จะเป็นผู้แจ้งราคาสินค้าในแต่ละช่วงเวลา และรายการสินค้าโปรโมชั่นต่างๆ ให้กับหัวหน้าสาขาทราบล่วงหน้า เพื่อจัดเตรียมปรับเปลี่ยนป้ายราคาและป้ายโปรโมชั่นดังกล่าว โดยในทุกร้านสาขาจะมีราคาสินค้าและโปรโมชั่นสินค้าต่างๆ ที่เหมือนกัน นอกจากนี้ บริษัทฯ มีการกำหนดพื้นที่หัวชั้นและกองโชว์ ซึ่งเป็นพื้นที่ที่เป็นจุดที่เห็นสินค้าเด่นชัดที่สุดและเป็นที่จัดวางสินค้าให้เป็นที่น่าสนใจของลูกค้ามากที่สุด ด้วยเหตุนี้ ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้าหลายรายที่ต้องการให้สินค้าของตนเองเป็นที่สนใจของลูกค้าที่เข้ามาซื้อสินค้าในร้านค้า จึงได้มีการเช่าพื้นที่หัวชั้นและกองโชว์ เพื่อเป็นพื้นที่ในการจัดรายการส่งเสริมการขาย หรือเป็นพื้นที่ในการประชาสัมพันธ์ให้สินค้าเป็นที่รู้จักและเป็นจุดจูงใจของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น

3. การบริหารสินค้าคงคลังของร้านสาขา

บริษัทฯ ใช้ระบบเติมเต็มในการบริหารจัดการสินค้าคงคลังในร้านสาขา ฝ่ายคลังสินค้าที่สำนักงานใหญ่จะจัดส่งสินค้าให้กับร้านสาขาโดยอ้างอิงจากข้อมูลประเภทและจำนวนสินค้านั้นๆ ที่จำหน่ายออกไปในแต่ละร้านสาขา ข้อมูลการขายจากระบบ Business Plus Point of Sales (B-Plus POS) ซึ่งเป็นระบบบันทึกการขายและการชำระเงินที่ใช้ที่เคาน์เตอร์ชำระเงินของทุกสาขาจะถูกส่งไปยังระบบบริหารคลังสินค้า เพื่อให้ฝ่ายคลังสินค้าจัดเตรียมสินค้าเติมเต็มแทนที่สินค้าที่จำหน่ายไปแล้ว โดยสำนักงานใหญ่จะส่งสินค้าจากศูนย์กระจายสินค้าไปยังร้านสาขาในทุกวันสำหรับร้านสาขาที่ตั้งอยู่ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา และทุกวันเว้นวันสำหรับร้านสาขาที่ตั้งอยู่นอกอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ทั้งนี้ หากเกิดเหตุการณ์ที่ศูนย์กระจายสินค้าไม่สามารถจัดส่งสินค้าไปยังร้านสาขาได้ ร้านสาขาจะมีพื้นที่ในการจัดเก็บสินค้าคงคลังเพียงพอที่จะจำหน่ายได้ประมาณ 5 - 7 วัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับขนาดพื้นที่จัดเก็บสินค้าของสาขาและความต้องการสินค้าในขณะนั้นๆ

4. การบริหารเงินสดของร้านสาขา

ในแต่ละร้านสาขาจะมีเงินสดอยู่จำนวนหนึ่งขึ้นอยู่กับขนาดและยอดขายของสาขานั้นๆ และในช่วงเช้าของทุกวัน ผู้จัดการสาขาจะนำเงินสดส่วนหนึ่งไว้ในเครื่องรับชำระเงินในแต่ละเคาน์เตอร์เพื่อเป็นเงินทอนค่าสินค้า ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้กำหนดจำนวนเงินสดสูงสุดที่มีได้ในแต่ละเครื่องรับชำระเงิน หากในเวลาใดๆ ที่เครื่องรับชำระเงินมีจำนวนเงินสดเกินกว่าระดับที่กำหนดไว้ เครื่องรับชำระเงินจะแจ้งเตือนให้พนักงานแคชเชียร์ต้องนำเงินสดดังกล่าวเข้าไปเก็บในตู้รักษา เพื่อลดความเสี่ยงจากการสูญหายและการถูกโจรกรรม

เมื่อสาขาปิดทำการในแต่ละวัน ผู้จัดการสาขาจะส่งข้อมูลยอดขายประจำวันไปยังสำนักงานใหญ่ผ่านระบบออนไลน์โดยมีข้อมูลประเภทสินค้าและจำนวนสินค้าที่ได้จำหน่ายไป จำนวนเงินที่ได้รับ ซึ่งสำนักงานใหญ่จะตรวจสอบรายการสินค้าที่จำหน่ายได้และความถูกต้องของยอดขายที่มาจากเงินสดและบัตรเครดิต และในวันรุ่งขึ้น ผู้จัดการสาขาจะนำเงินสดที่ได้จากการจำหน่ายสินค้าไปฝากที่ธนาคาร และส่งเอกสารการนำฝากให้แก่สำนักงานใหญ่ตรวจสอบความถูกต้อง

5. ระบบสารสนเทศ

ทุกร้านสาขาของบริษัทฯ ใช้ระบบ Business Plus Point of Sales (B-Plus POS) ซึ่งเป็นระบบบันทึกการขายและการชำระเงิน โดยข้อมูลการจำหน่ายสินค้าและการชำระเงินจะถูกส่งไปยังสำนักงานใหญ่ทุกวัน โปรแกรมดังกล่าวสามารถบันทึกการรับชำระเงินได้ทั้งเงินสด บัตรเครดิต บัตรสวัสดิการแห่งรัฐ และการโอนเงินเข้าบัญชีของบริษัทฯ ผ่านทาง QR Code อีกทั้ง ระบบ B-Plus POS ยังสามารถวิเคราะห์ข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับการจำหน่ายสินค้าได้ เช่น ยอดขายเฉลี่ยต่อวันต่อลูกค้าต่อบิล และรายงานสินค้าขายดี เป็นต้น ทำให้บริษัทฯ สามารถวิเคราะห์ความเคลื่อนไหวของสินค้าและพฤติกรรมในการซื้อสินค้าของลูกค้า เพื่อเป็นข้อมูลในการเบิกสินค้าเติมเต็มให้กับร้านสาขา รวมถึงการกำหนดโปรโมชั่นและการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายที่เหมาะสมได้

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้ติดตั้งกล้องโทรทัศน์วงจรปิดภายในและรอบบริเวณร้านสาขาในทุกสาขา เพื่อตรวจสอบมาตรฐานการให้บริการ ตรวจสอบการขโมยสินค้า และตรวจสอบการทุจริตต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้น ซึ่งการบันทึกข้อมูลจากกล้องโทรทัศน์วงจรปิดของทุกสาขาจะถูกส่งมาที่สำนักงานใหญ่แบบเรียลไทม์ (Real time) เพื่อบันทึกเก็บเป็นข้อมูลส่วนกลาง อีกทั้ง ทุกร้านสาขาได้ติดตั้งอุปกรณ์เตือนภัยซึ่งเป็นระบบแจ้งเตือนความปลอดภัย เมื่อเกิดเหตุการณ์ฉุกเฉิน พนักงานจะทำการกดปุ่มอุปกรณ์เตือนภัยดังกล่าวเพื่อแจ้งเหตุด่วนเหตุร้าย ซึ่งสัญญาณเตือนภัยจะถูกส่งไปยังสถานีตำรวจในบริเวณใกล้เคียง

6. การตรวจสอบคุณภาพ

บริษัทฯ มีการตรวจสอบคุณภาพร้านสาขาในส่วนของลูกค้าสาขา การบริหารจัดการเงินสด และการบริหารงานของสาขา มีรายละเอียดดังนี้

การบริหารจัดการคลังสินค้าที่สาขา

บริษัทฯ กำหนดให้มีการตรวจนับสินค้าคงคลังที่ร้านสาขาเป็นประจำทุกไตรมาส โดยนับสินค้าทั้งหมดร้อยละ 100 เพื่อให้มั่นใจว่าจำนวนสินค้าคงคลังในร้านสาขาตรงกับจำนวนสินค้าที่มีอยู่ในระบบ ทั้งนี้ บริษัทฯ มีตารางเวลาการเข้าตรวจนับสินค้าคงคลังในแต่ละสาขาและแจ้งให้ผู้จัดการสาขาทราบล่วงหน้า เพื่อเตรียมความพร้อมในการตรวจนับ อีกทั้ง บริษัทฯ ได้กำหนดวิธีการปฏิบัติงานสำหรับการตรวจนับสินค้าคงคลังที่สาขาไว้อย่างชัดเจน เพื่อให้พนักงานตรวจนับถือปฏิบัติอย่างเคร่งครัด

การบริหารจัดการเงินสด

บริษัทฯ กำหนดให้ผู้จัดการเขตเข้าตรวจสอบการบริหารจัดการเงินสดในร้านสาขาเป็นประจำเดือนละ 1 ครั้ง ซึ่งเป็นการเข้าตรวจสอบโดยไม่แจ้งให้ทราบล่วงหน้า (Surprise Check) ทั้งนี้ การตรวจสอบจะครอบคลุมถึงความครบถ้วนของจำนวนเงินสดที่มีอยู่ในแต่ละสาขา การจัดเก็บเงินสด และมาตรการการรักษาความปลอดภัยต่าง ๆ เพื่อให้มั่นใจว่าร้านสาขา มีการบริหารจัดการเงินสดที่เหมาะสม

การตรวจสอบการบริหารงาน

บริษัทฯ กำหนดให้ผู้จัดการเขตเข้าตรวจสอบการบริหารงานของร้านสาขาเป็นประจำเดือนละ 1 ครั้ง ซึ่งเป็นการเข้าตรวจสอบโดยไม่แจ้งให้ทราบล่วงหน้า (Surprise Check) ทั้งนี้ การตรวจสอบจะครอบคลุมถึงการจัดร้านสาขา การจัดวางสินค้า การติดป้ายราคาสินค้า ความสะอาดในร้านสาขา รวมถึงความเรียบร้อยของการแต่งกายของพนักงานในสาขา และการให้บริการแก่ลูกค้า เพื่อให้มั่นใจว่าร้านสาขา มีการปฏิบัติงานที่เป็นระเบียบและมาตรฐานเดียวกัน

7. การคัดเลือกและอบรมบุคลากร

บริษัทฯ มีการประชาสัมพันธ์รับสมัครพนักงานในตำแหน่งต่าง ๆ ผ่านร้านสาขา มหาวิทยาลัย และสื่อออนไลน์ ฝ่ายทรัพยากรบุคคลและผู้อำนวยการสายงานการตลาดจะเป็นผู้สัมภาษณ์และคัดเลือกผู้สมัครที่มีคุณสมบัติเหมาะสม ผู้ที่ผ่านการคัดเลือกจะต้องได้รับการปฐมนิเทศน์และอบรมตามตำแหน่งงานเกี่ยวกับหน้าที่ ความรับผิดชอบ และขั้นตอนการปฏิบัติงาน เพื่อให้พนักงานทุกคนเข้าใจและปฏิบัติงานในมาตรฐานเดียวกัน นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้เปิดรับสมัครคนพิการเข้าทำงาน เพื่อเป็นการให้โอกาสผู้บกพร่องทางร่างกายได้เข้าทำงานเช่นเดียวกับพนักงานทั่วไป

8. การตกแต่งร้านสาขาและการจัดวางสินค้า

สำนักงานใหญ่เป็นผู้กำหนดแผนผังร้านสาขา การจัดวางสินค้า รูปแบบป้ายราคาสินค้า รูปแบบป้ายสินค้า โปรโมชั่น อุปกรณ์ตกแต่งร้าน รวมถึงแผนการตกแต่งร้านค้าในช่วงเทศกาลต่าง ๆ เช่น เทศกาลปีใหม่ เทศกาลตรุษจีน และเทศกาลสงกรานต์ เป็นต้น เพื่อให้ทุกร้านสาขาสื่อสารกับลูกค้าในรูปแบบลักษณะเดียวกัน อีกทั้ง บริษัทฯ ได้กำหนดให้พนักงานร้านสาขาทุกคนใส่เครื่องแบบพนักงาน เพื่อแสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ เป็นที่จดจำ และสะดวกกับลูกค้าในการสอบถามเกี่ยวกับสินค้าต่างๆ ในร้านสาขา

2.3 การตลาดและการแข่งขัน

2.3.1 กลยุทธ์การตลาด

1. การเข้าใจวิถีชีวิตของลูกค้า

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจค้าปลีกและค้าส่งสินค้าอุปโภคบริโภคมาเป็นระยะเวลามากกว่า 28 ปีในพื้นที่จังหวัดสงขลา อีกทั้ง ผู้บริหารสำคัญซึ่งเป็นผู้กำหนดทิศทางการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ เป็นคนในพื้นที่จังหวัดสงขลา ทำให้บริษัทฯ เข้าใจในวิถีการดำเนินชีวิตของคนในพื้นที่เป็นอย่างดี ซึ่งคนในพื้นที่มีความนิยมซื้ออาหารและของสดที่ตลาดสด และซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคที่ใช้ในชีวิตประจำวันในร้านค้าโมเดิร์นเทรดที่มีสินค้าครบครันให้เลือกซื้ออย่างหลากหลายทั้งประเภท ยี่ห้อ ขนาด และราคา รวมถึงความรวดเร็วในการให้บริการ ความทันสมัยของร้านค้า และความสะดวกสบายในการเดินทาง

ด้วยเหตุนี้ ร้าน “เคแอนด์เค ซูเปอร์สโตร์” จึงได้จัดตั้งขึ้นจากความเข้าใจในวิถีการดำเนินชีวิตที่ผู้บริหารได้เรียนรู้และสัมผัสจากคนในพื้นที่จังหวัดสงขลา โดยร้าน เคแอนด์เค ซูเปอร์สโตร์ เป็นร้านค้า Modern-Traditional Trade ในรูปแบบซูเปอร์มาร์เก็ตที่ผสมผสานระหว่างความทันสมัยของร้านค้าโมเดิร์นเทรดและความร่วมสมัยของร้านค้าในท้องถิ่น โดยจำหน่ายเป็นสินค้าอุปโภคบริโภคที่ใช้ในชีวิตประจำวัน ซึ่งมีความหลากหลายของสินค้าให้เลือกสรรมากกว่า 8,000 รายการในราคาที่ถูกลงกว่าร้านค้าทั่วไปตามแนวคิดการจัดตั้งร้านค้าปลีกเพื่อจำหน่ายสินค้าในราคาส่ง ทำให้ร้าน เคแอนด์เค ซูเปอร์สโตร์ เป็นร้านซูเปอร์มาร์เก็ตที่ตอบโจทย์การเข้าถึงวิถีชีวิตของลูกค้า และครองใจคนในพื้นที่จังหวัดสงขลาและจังหวัดใกล้เคียงมาจนถึงทุกวันนี้

2. ท่าเลที่ตั้งที่มีศักยภาพของร้านสาขา

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับทำเลที่ตั้งของร้านสาขาเป็นสำคัญ ในปัจจุบันร้าน เคแอนด์เค ซูเปอร์สโตร์ ทั้ง 28 สาขาตั้งอยู่ในเขตชุมชนที่เป็นที่พักอาศัย และตั้งอยู่บนถนนเส้นหลักที่มีการสัญจรของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย รวมถึงร้านสาขายังมีบริการพื้นที่จอดรถหน้าร้านสำหรับลูกค้า เพื่อเพิ่มความสะดวกในการซื้อสินค้า ด้วยประสบการณ์การดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ มากกว่า 28 ปี บริษัทฯ มีแนวคิดในการเลือกทำเลที่ตั้งร้านสาขาโดยพิจารณาจากพื้นที่ที่เป็นแหล่งชุมชน ความหนาแน่นของประชากรในพื้นที่ กำลังการซื้อสินค้าของคนในพื้นที่ ความสะดวกในการเดินทางมายังร้านสาขา และการแข่งขันของร้านค้าอื่นในพื้นที่เดียวกัน ทำให้ที่ตั้งของร้านสาขาในปัจจุบันเป็นทำเลที่มีศักยภาพในการเข้าถึงลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญ ซึ่งส่งผลให้บริษัทฯ สามารถสร้างรายได้ให้เติบโตได้อย่างต่อเนื่อง

อย่างไรก็ดี บริษัทฯ มุ่งขยายร้านสาขาใหม่ในพื้นที่จังหวัดสงขลา พัทลุง สตูล และพื้นที่จังหวัดใกล้เคียงในภาคใต้ของประเทศไทยเป็นหลัก โดยบริษัทฯ กำหนดแผนการสำรวจทำเลที่ตั้งที่มีศักยภาพ และจัดทำการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ (Feasibility Study) สำหรับการเปิดร้านสาขาใหม่ โดยบริษัทฯ ได้กำหนดเกณฑ์การพิจารณาจากระยะเวลาในการคืนทุน (Payback Period) และอัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return) ที่เหมาะสมเพื่อวิเคราะห์ความสมเหตุสมผลในการลงทุนดังกล่าว

ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้พิจารณาความเหมาะสมของทำเลที่ตั้งในการขยายร้านสาขาเป็นสำคัญ ซึ่งบริษัทฯ มีนโยบายในการเข้าที่ดินเพื่อเปิดร้านสาขาเป็นหลัก อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ อาจซื้อที่ดินดังกล่าวเพื่อเป็นที่ตั้งร้านสาขาได้โดยมีหลักเกณฑ์การพิจารณาดังนี้

- เป็นที่ดินที่มีศักยภาพในการตั้งร้านสาขา
- เป็นทำเลที่มีโอกาสเติบโตของแหล่งชุมชน

- ราคาที่ดินมีความเหมาะสม โดยพิจารณาจากราคาตลาดและความคุ้มค่าในการซื้อที่ดินเมื่อเปรียบเทียบกับมูลค่าของค่าเช่าที่ดินเพื่อเป็นที่ตั้งของร้านสาขาในระยะยาว

3. คัดสรรและจำหน่ายสินค้าที่หลากหลาย

บริษัทฯ คัดสรรและจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่รองรับความต้องการใช้สินค้าในชีวิตประจำวันที่หลากหลายครอบคลุมในทุกหมวดสินค้า ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ของใช้ประจำวัน ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด ผลิตภัณฑ์ด้านความงาม ผลิตภัณฑ์ขงดื่ม ผลิตภัณฑ์เครื่องปรุงและอาหารแห้ง เป็นต้น โดยปัจจุบันสินค้าที่บริษัทฯ จำหน่ายมีมากกว่า 8,000 รายการในหลากหลายประเภท ยี่ห้อ ขนาด และราคา ซึ่งสามารถรองรับความต้องการสินค้าของลูกค้าที่หลากหลายได้เช่นกัน อีกทั้ง บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการคัดสรรสินค้าที่มีคุณภาพและมาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากลจากผู้ผลิตสินค้าและผู้จำหน่ายสินค้าที่น่าเชื่อถือ ทำให้ลูกค้าสามารถเลือกซื้อสินค้าได้อย่างครบครันและตรงตามความต้องการในสถานที่เดียว ภายใต้แนวคิด “ซื้อของครบ พบของถูก ถูกทุกวัน ที่ K&K ทุกสาขา ใกล้บ้านคุณ”

4. ความคล่องตัวในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

บริษัทฯ ได้วางแผนกลยุทธ์ในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยการวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนของตนเองและคู่แข่ง ซึ่งจุดเด่นของร้านค้าโมเดิร์นเทรดคือ การจำหน่ายสินค้าที่หลากหลายในราคาที่ถูกลงกว่าร้านสะดวกซื้อ และมีการจัดโปรโมชั่นของสินค้าเป็นประจำ แต่การเข้าถึงร้านโมเดิร์นเทรดอาจจะไม่สะดวกเท่ากับร้านสะดวกซื้อที่มีสาขาครอบคลุมในทุกพื้นที่ อย่างไรก็ดี จุดเด่นของร้านสะดวกซื้อคือ มีการจำหน่ายอาหารพร้อมรับประทาน แต่มีสินค้าอุปโภคบริโภคที่ไม่หลากหลายมากนักและมีราคาสูงกว่าโมเดิร์นเทรด

ทั้งนี้ ร้าน เคแอนด์เค ซูเปอร์สโตร์ จึงได้นำจุดเด่นของร้านโมเดิร์นเทรดและร้านสะดวกซื้อมารวมเข้าด้วยกัน โดยร้าน เคแอนด์เค ซูเปอร์สโตร์ เป็นร้านค้า Modern-Traditional Trade ในรูปแบบซูเปอร์มาร์เก็ตที่ผสมผสานระหว่างความทันสมัยของร้านค้าโมเดิร์นเทรดและความร่วมสมัยของร้านค้าในท้องถิ่น จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่หลากหลายที่ใช้ในชีวิตประจำวัน มีทำเลที่ตั้งที่สามารถเดินทางเข้าถึงได้สะดวก และจำหน่ายสินค้าในราคาที่ถูกลงกว่าร้านค้าทั่วไป นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีความคล่องตัวในการปรับเปลี่ยนราคาสินค้าและการจัดรายการโปรโมชั่นต่างๆ เนื่องจากการอนุมัติดังกล่าวดำเนินการโดยฝ่ายบริหารของบริษัทฯ ซึ่งการนำเสนอเรื่องเพื่อพิจารณาไม่ได้มีขั้นตอนหรือกระบวนการที่ใช้เวลานานนัก ทำให้บริษัทฯ มีความคล่องตัวในการสร้างความได้เปรียบทางการค้าที่รวดเร็วและทันต่อสถานการณ์ ในขณะที่ร้านค้าโมเดิร์นเทรดและร้านสะดวกซื้อที่เป็นองค์กรใหญ่หรือองค์กรต่างชาติอาจจะไม่มีความคล่องตัวในลักษณะนี้

5. การสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จัก

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการสร้างแบรนด์ร้าน เคแอนด์เค ซูเปอร์สโตร์ ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างทั้งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่เป็นคนในพื้นที่ที่อยู่ใกล้กับร้านสาขา กลุ่มลูกค้าชาจร และกลุ่มนักท่องเที่ยว และมุ่งสู่การเป็นร้านค้าที่ลูกค้านึกถึงเป็นอันดับแรกเมื่อต้องการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค รวมถึงการสื่อสารแนวคิดของร้านที่ว่า “ซื้อของครบ พบของถูก ถูกทุกวัน ที่ K&K ทุกสาขา ใกล้บ้านคุณ” ให้เป็นที่จดจำของลูกค้า

ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้จัดให้มีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องและเน้นช่องทางที่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้มากที่สุด ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ เครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น Facebook Line เป็นต้น และเว็บไซต์ของบริษัทฯ www.kandsuper.com อีกทั้ง บริษัทฯ ได้จัดกิจกรรมร่วมกับลูกค้าเช่น กิจกรรมชิงโชค กิจกรรมชิงรางวัล เพื่อดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาซื้อสินค้าในร้านสาขา การจัดกิจกรรมให้ลูกค้าและบุคคล

ทั่วไปมีส่วนร่วม เช่น กิจกรรมเดิน-วิ่งการกุศล กิจกรรมตักบาตรพระภิกษุ การจัดกิจกรรมเพื่อชุมชนและสังคม เช่น กิจกรรมมอบของใช้และของเล่นเพื่อการศึกษาแก่โรงเรียนที่ขาดแคลน กิจกรรมอนุรักษ์ผืนป่า รวมถึงการเข้าร่วมกิจกรรมที่จัดโดยหน่วยงานต่างๆ เพื่อสร้างประโยชน์ต่อสังคมและเป็นการสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างและเป็นที่จดจำมากยิ่งขึ้น

6. การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับคู่ค้าทางธุรกิจ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับคู่ค้าทางธุรกิจซึ่งได้แก่ ลูกค้า ผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้า และบริษัทอื่นในอุตสาหกรรมเดียวกัน ในส่วนของลูกค้าที่มาใช้บริการในร้านสาขาจะได้รับการต้อนรับจากพนักงานสาขาเป็นอย่างดี มีการแนะนำสินค้า ใส่ใจในการตอบคำถาม และมีเคาน์เตอร์จุดชำระเงินที่เพียงพอและรวดเร็ว ซึ่งเป็นการสร้างความประทับใจในการให้บริการตั้งแต่เดินเข้าร้านจนถึงออกจากร้าน เพื่อให้ลูกค้ากลับมาซื้อสินค้าซ้ำที่ร้านสาขาอีกจนเป็นร้านค้าประจำที่ลูกค้านึกถึงเป็นอันดับแรก ในส่วนของผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้า บริษัทฯ ได้สร้างความสัมพันธ์อันดีมาเป็นระยะเวลากว่า 27 ปีที่ผ่านมา จึงได้รับความน่าเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับทั้งในเรื่องการสั่งซื้อสินค้าและการชำระเงินค่าสินค้า ในส่วนของบริษัทอื่นในอุตสาหกรรมเดียวกัน บริษัทฯ ได้สร้างพันธมิตรในการดำเนินธุรกิจกับบริษัทคู่แข่งในด้านการค้าและการแข่งขัน จึงทำให้ที่ผ่านมาบริษัทฯ เป็นที่ยอมรับในด้านการมีคุณธรรมทางการค้ากับคู่ค้าทางธุรกิจมาโดยตลอด

ทั้งนี้ บริษัทฯ มุ่งสร้างพันธมิตรที่ดีทางธุรกิจกับคู่ค้าทุกฝ่าย โดยการดำเนินธุรกิจและบริหารงานอย่างมีคุณธรรม จริยธรรม และปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด ตลอดจนมีความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคมโดยรวม เพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีกับคู่ค้าทางธุรกิจในระยะยาวตลอดไป

7. การพัฒนาศักยภาพของพนักงาน

บริษัทฯ ตระหนักดีว่าทรัพยากรบุคคลมีความสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรให้มีความเติบโตและแข็งแกร่งในระยะยาว บริษัทฯ จึงมุ่งพัฒนาบุคลากรให้เป็นมืออาชีพ มีใจรักบริการ และพัฒนาตัวเองอยู่เสมอ ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้จัดทำคู่มือการปฏิบัติงานในแต่ละตำแหน่งทั้งในส่วนพนักงานที่สำนักงานใหญ่และพนักงานที่ร้านสาขา เพื่อเป็นแนวทางให้พนักงานปฏิบัติงานได้ถูกต้องและเป็นไปในมาตรฐานเดียวกัน นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้จัดให้มีการอบรมพนักงานประจำปีอย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง เพื่อเสริมสร้างทักษะความรู้และความสามารถให้กับพนักงาน รวมถึงการสนับสนุนให้พนักงานเข้าร่วมงานอบรมในหลักสูตรต่างๆ และงานสัมมนาที่จัดโดยหน่วยงานภายนอกอีกด้วย

2.3.2 นโยบายการกำหนดราคา

บริษัทฯ มีนโยบายการกำหนดราคาสินค้าโดยพิจารณาจากต้นทุนของสินค้าบวกอัตรากำไรที่เหมาะสม (Cost plus pricing) อย่างไรก็ตาม อัตรากำไรในการจำหน่ายสินค้าแต่ละครั้งอาจมีการปรับเปลี่ยนหรือยืดหยุ่นได้โดยพิจารณาจากลักษณะสินค้า ต้นทุนสินค้า ปริมาณการสั่งซื้อ รวมถึงความสามารถในการแข่งขันด้านราคากับบริษัทอื่นในอุตสาหกรรมเดียวกัน และความสัมพันธ์ทางธุรกิจกับลูกค้าแต่ละราย ทั้งนี้ บริษัทฯ มุ่งเน้นการตั้งราคาที่มีความยุติธรรมกับลูกค้า ในขณะที่ยังสามารถรักษาระดับอัตรากำไรให้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

2.3.3 ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

ภาวะอุตสาหกรรม

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจค้าปลีกและค้าส่งสินค้าอุปโภคบริโภคครอบคลุมพื้นที่หลักในจังหวัดสงขลา และพื้นที่ใกล้เคียงในจังหวัดพัทลุงและสตูล ทำให้การดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มของภาวะเศรษฐกิจภาคใต้และจังหวัดสงขลา ทิศทางการเติบโตของอุตสาหกรรมค้าปลีกค้าส่ง และนโยบายจากภาครัฐบาล ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อทิศทางการดำเนินธุรกิจและโอกาสในการสร้างรายได้และกำไรของบริษัทฯ

ภาวะเศรษฐกิจจังหวัดสงขลา

จังหวัดสงขลาตั้งอยู่ฝั่งตะวันออกของภาคใต้มีขนาดใหญ่เป็นอันดับที่ 27 ของประเทศและเป็นอันดับ 3 ของภาคใต้ มีพืชเศรษฐกิจที่สำคัญและเป็นแหล่งรายได้ของประชากร ได้แก่ ยางพารา และปาล์มน้ำมัน อย่างไรก็ตามในปี 2555 – ปัจจุบัน ยางพาราและปาล์มน้ำมันมีราคาตกต่ำอันเป็นผลมาจากภาวะอุปทานส่วนเกิน เศรษฐกิจโลกที่มีความผันผวน รวมถึงการแข็งตัวของค่าเงินบาท ซึ่งส่งผลให้ให้รายได้ของเกษตรกรในภาคใต้มีรายได้ที่ไม่แน่นอน

สำนักงานคลังจังหวัดสงขลาระบุเศรษฐกิจจังหวัดสงขลาในปี 2563 หดตัวร้อยละ 13.5 และคาดการณ์ว่าเศรษฐกิจจังหวัดสงขลาในปี 2564 จะขยายตัวร้อยละ 1.5 โดยปัจจัยเสี่ยงที่มีผลต่อเศรษฐกิจจังหวัดสงขลา ได้แก่

- ความเสี่ยงจากราคาพืชผลทางการเกษตรที่มีความผันผวน เนื่องจากยางพาราและปาล์มน้ำมันซึ่งเป็นพืชเศรษฐกิจหลักประสบปัญหาราคาคงต่ำอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้รายได้ของเกษตรกรลดลง
- ความเสี่ยงจากความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจโลก ความตึงเครียดจากสงครามการค้าระหว่างสหรัฐและจีน รวมถึงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 (COVID-19) ส่งผลให้ปริมาณและมูลค่าการส่งออกลดลง
- ความเสี่ยงจากสถานการณ์ความไม่สงบในพื้นที่ชายแดนภาคใต้ จากสถานการณ์ความไม่สงบในพื้นที่ส่งผลต่อการลงทุน และการท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากมาเลเซีย และสิงคโปร์

ในส่วนปัจจัยสนับสนุนเศรษฐกิจจังหวัดสงขลา ได้แก่

- มาตรการเร่งรัดการเบิกจ่ายของภาครัฐ โดยในปี 2563 รัฐบาลกำหนดเป้าหมายการใช้จ่ายภาพรวมเบิกจ่ายร้อยละ 100 ส่งผลให้ส่วนราชการภายในจังหวัดเร่งเบิกจ่ายเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจภายในจังหวัด
- นโยบายส่งเสริมการลงทุนชายแดนภาคใต้ ได้แก่ นโยบายการให้สิทธิพิเศษทางภาษี ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 8 ปี นโยบายด้านแรงงาน การอนุญาตให้แรงงานต่างด้าวเดินทางเข้ามาทำงานในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ เป็นต้น เพื่อส่งเสริมการค้าและการลงทุนในพื้นที่
- มาตรการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้มีบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ เพื่อให้การช่วยเหลือผู้มีรายได้น้อยผ่านบัตรสวัสดิการแห่งรัฐโดยมีเป้าหมายให้ผู้มีรายได้น้อยได้พัฒนาตนเองให้พ้นจากความยากจน ด้วยการมีงานทำ เข้าถึงแหล่งเงินทุน และสิ่งจำเป็นพื้นฐานต่าง ๆ จนสามารถพึ่งพาตนเองได้
- มาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยว ชิม ช้อป ใช้ ทั้ง 3 เฟส ซึ่งได้เปิดให้ประชาชนลงทะเบียนในเดือนกันยายน 2562 ตุลาคม 2562 และพฤศจิกายน 2562 ตามลำดับ โดยทั้ง 3 เฟสมีกำหนดระยะเวลาสิ้นสุดโครงการในเดือนมกราคม 2563 เพื่อลดค่าครองชีพให้แก่ประชาชนรวมถึงกระตุ้นเศรษฐกิจฐานรากให้เกิดการใช้จ่ายใช้สอยมากขึ้น อีกทั้ง เพื่อให้ร้านค้า ร้านอาหารและหน่วยธุรกิจต่างๆ เข้าสู่ระบบภาษีมากขึ้น โดยผู้ลงทะเบียนในเฟสที่ 1 และเฟสที่ 2 จำนวนรวม 13 ล้านคน จะได้รับเงินสนับสนุน

จำนวน 1,000 บาท และได้รับเงินชดเชยคืนร้อยละ 15 – 20 ของมูลค่าการใช้จ่าย ส่วนผู้ลงทะเบียนใน เฟสที่ 3 จะได้รับเงินชดเชยคืนร้อยละ 15 – 20 ของมูลค่าการใช้จ่าย สำหรับการใช้จ่ายในร้านค้า ร้านอาหารและหน่วยธุรกิจที่ร่วมรายการ

- โครงการประกันรายได้เกษตรกร เพื่อยกระดับรายได้ให้แก่เกษตรกร เนื่องจากราคาสินค้าทางการเกษตรประสบปัญหาราคาคงต่ำ โดยสินค้าทางการเกษตรที่ร่วมโครงการดังกล่าว ได้แก่ ข้าว ยางพารา ปาล์มน้ำมัน อ้อย มันสำปะหลัง และข้าวโพดเลี้ยงสัตว์
- โครงการเราไม่ทิ้งกัน เพื่อบรรเทาความเดือดร้อนให้แก่ประชาชนที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 (COVID-19) โดยการจ่ายเงินเยียวยาจำนวน 5,000 บาท ต่อเดือน ระหว่างเดือนเมษายน – มิถุนายน 2563 และโครงการเราเที่ยวด้วยกัน เพื่อเพิ่มสภาพคล่องให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง รวมถึงสนับสนุนการสร้างงานและฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศ ผ่านการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชน โดยสิทธิประโยชน์ที่ผู้ลงทะเบียนได้รับ ได้แก่ ส่วนลดค่าที่พัก 40% สูงสุดไม่เกิน 3,000 บาท ต่อห้อง ต่อคืน และ ไม่เกิน 10 ห้อง หรือ 10 คืน คุปองส่วนลดค่าอาหารและค่าเข้าสถานที่ท่องเที่ยวที่ร่วมรายการมูลค่า 900 บาท ต่อวัน ในวันจันทร์ – พฤหัสบดี และ 600 บาท ต่อวัน ในวันศุกร์ – วันอาทิตย์ และเงินคืนค่าตัวเครื่องบิน 40% สูงสุดไม่เกิน 2,000 บาท ต่อที่นั่ง ทั้งนี้ โครงการเราเที่ยวด้วยกันเปิดให้ประชาชนลงทะเบียนและใช้สิทธิได้ในเดือนกรกฎาคม – ตุลาคม 2563

อุตสาหกรรมค้าปลีกและค้าส่ง

อุตสาหกรรมค้าปลีกและค้าส่งเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สำคัญโดยมีสัดส่วนถึงร้อยละ 16 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศในปี 2561 และในช่วง 2551-2561 มีการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 6.8 ต่อปี ภาพรวมของอุตสาหกรรมค้าปลีกและค้าส่งยังมีแนวโน้มเติบโตจากกำลังซื้อของผู้บริโภคที่ปรับตัวดีขึ้นจากฐานรายได้และการจ้างงานที่ขยายตัวต่อเนื่อง อัตราเงินเฟ้อที่อยู่ในระดับต่ำ การขยายตัวของชุมชนเมือง การปรับตัวเพิ่มขึ้นของความเชื่อมั่นของผู้บริโภค นโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจจากภาครัฐ รวมถึงการดำเนินมาตรการดูแลผู้มีรายได้น้อยของภาครัฐ ผ่านบัตรสวัสดิการของรัฐ อย่างไรก็ตาม รูปแบบของการค้าปลีกและค้าส่งนั้นเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วจากช่องทางการค้าแบบดั้งเดิมไปสู่ช่องทางที่มีต้นทุนน้อยลงเนื่องจากเทคโนโลยีที่พัฒนาไปอย่างรวดเร็วสามารถทำให้ผู้ผลิตเชื่อมต่อกับผู้บริโภคได้ง่ายขึ้น

ศูนย์วิเคราะห์เศรษฐกิจ กรุงศรี ประเมินว่าอุตสาหกรรมค้าปลีกและค้าส่งในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2563 ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่โดยรวมซบเซาอย่างมาก สะท้อนจากดัชนีค้าปลีกกลุ่มห้างสรรพสินค้า/ซูเปอร์มาร์เก็ต หดตัว 5.8 %YoY ผลจากมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 (จำกัดการเดินทางในประเทศ เวลาเปิด-ปิดสถานประกอบการ การปิดพื้นที่ขายสินค้าไม่จำเป็นและพื้นที่เช่าในศูนย์การค้าบางส่วน) รวมถึงภาคการท่องเที่ยวหดตัวรุนแรง อย่างไรก็ตามในช่วงครึ่งปีหลังของปี 2563 ภาวะธุรกิจมีทิศทางปรับตัวดีขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงครึ่งปีแรก แรงหนุนจากมาตรการกระตุ้นการใช้จ่ายภาครัฐ ได้แก่ (1) มาตรการช่วยเหลือผู้มีรายได้น้อยโดยเพิ่มกำลังซื้อให้ผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ และ (2) มาตรการลดหย่อนภาษี “ช้อปดีมีคืน” นอกจากนี้ การเติบโตของการค้าออนไลน์และการเข้าสู่ฤดูกาลจับจ่ายตามเทศกาลในช่วงปลายปี คาดว่ายอดขายร้านค้าปลีกสมัยใหม่ปี 2563 จะหดตัว 5.0-8.0 % จากที่ขยายตัวร้อยละ 2.8 ในปี 2562

สถานการณ์การแข่งขันในจังหวัดสงขลา

สถานการณ์การแข่งขันในอุตสาหกรรมค้าปลีกสินค้าอุปโภคบริโภคในจังหวัดสงขลาจัดอยู่ในระดับค่อนข้างรุนแรง เนื่องจากจังหวัดสงขลาเป็นเมืองสำคัญทางการค้าของภาคใต้ จึงมีผู้ประกอบการที่อยู่ในพื้นที่และผู้ประกอบการจากบริษัทขนาดใหญ่หรือบริษัทข้ามชาติเข้ามาเปิดร้านค้าเพื่อจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคจำนวนมาก โดยผู้ประกอบการร้านค้าปลีกสินค้าอุปโภคบริโภคโดยทั่วไปสามารถแบ่งได้ดังนี้

1. ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (Traditional Trade)

ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมเป็นธุรกิจค้าปลีกที่ไม่มีระบบการจัดการบริหารงานที่ชัดเจน เช่น ร้านขายของชำ ร้านโชห่วย เป็นต้น ซึ่งจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคทั่วไป การจัดวางสินค้าในร้านค้าขึ้นอยู่กับความถนัดของเจ้าของร้าน ไม่เน้นการตกแต่งหน้าร้าน ไม่มีการจัดทำบัญชีและการตรวจนับสินค้าคงเหลืออย่างถูกต้อง อย่างไรก็ตาม ธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมนั้นยังมีจุดแข็งที่ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ไม่สามารถทำได้ เช่น การจำหน่ายสินค้าแบ่งขายอย่างบุหรี น้ำตาล และข้าวสาร ระบบชำระค่าสินค้าสิ้นเดือน ส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าประจำ เป็นต้น โดยร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมนี้นับว่ามีจำนวนมากที่สุดกระจายตามแหล่งชุมชนเนื่องจากใช้เงินลงทุนน้อย กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ได้แก่ ลูกค้าในชุมชนที่พักอาศัยบริเวณร้านค้า มักเป็นลูกค้าที่มีกำลังซื้อน้อยและมีความจำเป็นต้องซื้อ

2. ร้านค้าโมเดิร์นเทรด (Modern Trade)

ร้านค้าโมเดิร์นเทรดเป็นร้านค้าปลีกที่มีการบริหารงานที่ทันสมัยและมีการบริหารจัดการร้านค้าอย่างเป็นระบบ ร้านค้าส่วนใหญ่บริหารงานโดยบริษัทที่มีขนาดใหญ่หรือบริษัทข้ามชาติ ซึ่งธุรกิจดังกล่าวในประเทศไทยมีการเติบโตอย่างรวดเร็วโดยเฉพาะในพื้นที่กรุงเทพฯ และเมืองหลักต่างๆ ที่มีความเป็นสังคมเมืองสูง ร้านค้าโมเดิร์นเทรดมีหลากหลายรูปแบบ ดังนี้

2.1 ไฮเปอร์มาเก็ต เป็นร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ที่จำหน่ายสินค้ามีคุณภาพและหลากหลาย เช่น เทสโก้โลดัส และบิ๊กซี เป็นต้น มุ่งเน้นสินค้าปลีกประเภทสินค้าอุปโภคบริโภค รวมถึงของสด ผัก ผลไม้ อาหารพร้อมรับประทาน เสื้อผ้า เครื่องใช้ไฟฟ้า อุปกรณ์สำนักงาน และของใช้ภายในบ้าน สินค้าบางประเภทมีเป็นแบรนด์ของตนเอง จึงสามารถตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคของภาคครัวเรือนได้ดี โดยในแต่ละจังหวัดจะมี 1 – 2 สาขา ทั้งนี้ กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ได้แก่ ลูกค้าทั่วไปทุกเพศ ทุกวัย ทุกอาชีพที่พักอาศัยในพื้นที่หรือในจังหวัดนั้นๆ ซึ่งมีการวางแผนการซื้อสินค้าเพื่อใช้ในครัวเรือนจำนวนมาก และลูกค้าที่มองหาห้างที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ด้วยนอกเหนือจากการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค เช่น ธนาคาร ร้านอาหาร โรงภาพยนตร์ เป็นต้น

2.2 ร้านสะดวกซื้อ – Express เป็นร้านค้าปลีกขนาดเล็ก เช่น ร้านเทสโก้โลดัส เอ็กซ์เพรส และร้านบิ๊กซีมินิ เป็นต้น จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นในชีวิตประจำวันรวมถึงของสด ผัก ผลไม้ และอาหารพร้อมทาน ร้านสาขามักมีขนาดเล็กกระจายอยู่ตามย่านชุมชนที่พักอาศัย สถานศึกษา แหล่งท่องเที่ยว รวมถึงสถานีบริการน้ำมันที่มีพื้นที่ขนาดใหญ่ ทั้งนี้ กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ได้แก่ ลูกค้าทุกเพศ ทุกวัยและทุกอาชีพ ลูกค้าที่สัญจรผ่านบริเวณร้าน รวมถึงลูกค้าสถานีบริการน้ำมัน

2.3 ร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven เป็นร้านค้าปลีกที่จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่มีขนาดกระทัดรัด เน้นสินค้าหมวดอาหารสำเร็จรูป อาหารพร้อมรับประทาน ขนมขบเคี้ยว และเครื่องดื่ม โดยมีราคาสินค้าสูงกว่าไฮเปอร์มาเก็ตและร้านสะดวกซื้อ - Express ร้านสาขามีขนาดเล็กกระจายอยู่ตามย่านชุมชนที่พักอาศัย อาคารสำนักงาน สถานศึกษา โรงพยาบาล แหล่งท่องเที่ยวรวมถึงสถานีบริการน้ำมัน

ครอบคลุมทุกจังหวัดทั่วประเทศ ทั้งนี้ กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ได้แก่ ลูกค้าทุกเพศ ทุกวัยและทุกอาชีพ ลูกค้าที่สัญจรผ่านบริเวณร้าน รวมถึงลูกค้าสถาบันบริการน้ำมัน โดยลูกค้ามักซื้ออาหารเพื่อรับประทาน หรือซื้อของใช้เป็นประจำเพราะความจำเป็นเร่งด่วน

ร้าน เคแอนด์เค ซูเปอร์สโตร์ เป็นร้านค้าปลีก Modern-Traditional Trade ในรูปแบบซูเปอร์มาร์เก็ตที่ผสมผสานระหว่างความทันสมัยของร้านค้าโมเดิร์นเทรดและความร่วมสมัยของร้านค้าในท้องถิ่น จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่หลากหลายที่ใช้ในชีวิตประจำวัน ถึงแม้ว่าร้าน เคแอนด์เค ซูเปอร์สโตร์ จะมีสินค้าบางประเภทที่เหมือนกับร้านสะดวกซื้อ แต่ด้วยการกำหนดจุดขายทางการตลาด (Positioning) ที่ต่างกัน โดยร้าน เคแอนด์เค ซูเปอร์สโตร์ จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่มีความหลากหลายและเหมาะสำหรับการใช้ในครัวเรือน ในราคาที่ประหยัดกว่า แต่ไม่มีการจำหน่ายของสดและอาหารพร้อมรับประทาน ทั้งนี้ ด้วยพฤติกรรมของลูกค้าจะซื้อสินค้าประเภทของใช้ส่วนตัวขนาดพกพา อาหารพร้อมรับประทาน และเครื่องดื่มที่ร้านสะดวกซื้อ แต่ลูกค้าจะซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคที่ใช้ในชีวิตประจำวันและในครัวเรือนที่ร้าน เคแอนด์เค ซูเปอร์สโตร์ เนื่องจากมีสินค้าที่หลากหลายทั้งประเภท ยี่ห้อ ขนาด และราคา นอกจากนี้ ในหลายๆ สาขาของร้าน เคแอนด์เค ซูเปอร์สโตร์ จะตั้งอยู่ใกล้กับร้านสะดวกซื้อ ส่งผลให้พื้นที่บริเวณนั้นเป็นแหล่งการค้าที่มีลูกค้าหมุนเวียนสัญจรจำนวนมาก

ร้านค้าที่ประกอบธุรกิจค้าปลีกสินค้าอุปโภคบริโภคที่คล้ายคลึงกันกับบริษัทฯ ได้แก่

1. ร้านเทสโก้ โลตัส เอ็กเพรส (Lotus Express)
2. ร้านบิ๊กซี มินิ (BigC mini)
3. ร้านโวค ซูเปอร์มาร์ท (Vogue)
4. ร้านลีวีวันซูเปอร์ (Lee)
5. ร้านดีมาร์ท (D-Mart)

สถานการณ์การแข่งขันตามทำเลที่ตั้ง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 มีรายละเอียดดังนี้

จำนวนสาขา	Modern-Traditional Trade				Modern Trade						
	K&K	Vogue	Lee	D-Mart	7-11	Lotus Express	BigC mini	Tops	Lotus	Big-C	Makro
จังหวัดสงขลา											
อ.หาดใหญ่	17	9	-	1	110	13	7	3	2	2	1
อ.สะเดา	3	-	-	-	17	3	3	-	1	-	-
อ.เมือง	1	-	10	-	27	1	-	-	1	-	-
อ.จะนะ	1	-	-	-	5	1	1	-	1	-	-
อ.สทิงพระ	1	-	-	-	2	1	-	-	-	-	-
อ.สิงหนคร	1	-	1	-	7	1	-	-	-	-	-
อ.นาหม่อม	1	-	-	-	3	-	-	-	-	-	-
อื่นๆ	-	1	-	2	41	8	2	-	-	1	-
รวม	25	10	11	3	212	28	13	3	5	3	1
จังหวัดพัทลุง											
อ.เมือง	1	-	-	5	12	-	-	-	1	-	1
อ.ตะโหมด	1	-	-	1	3	-	-	-	1	-	-
อื่นๆ	-	-	-	1	19	2	-	-	2	-	-
รวม	2	-	-	7	34	2	-	-	4	-	1
จังหวัดสตูล											
อ.ควนกาหลง	1	-	-	-	4	1	1	-	-	-	-
อื่นๆ	-	-	-	-	23	3	-	-	2	1	1
รวม	1	-	-	-	27	4	1	-	2	1	1
รวมทั้งหมด	28	10	11	10	273	34	14	3	11	4	3

สถานการณ์การแข่งขันในอุตสาหกรรมค้าส่งสินค้าอุปโภคบริโภคในจังหวัดสงขลาส่วนใหญ่เป็นร้านค้าส่งที่เป็นของคนในพื้นที่ โดยผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจที่มีลักษณะใกล้เคียงกับบริษัทฯ ได้แก่

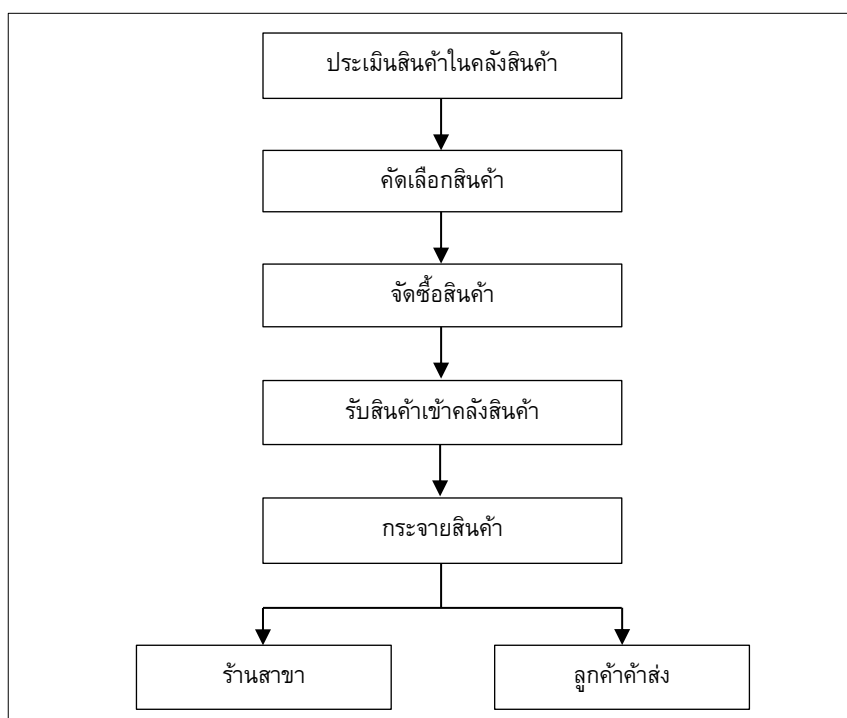
1. ร้านหาดใหญ่ชัยการพาณิชย์
2. ร้าน ก. ชัยแสงเทรดดิ้ง
3. ร้านลิวิวัฒน์

อย่างไรก็ดี บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจค้าส่งสินค้าอุปโภคบริโภคผ่านศูนย์กระจายสินค้า มีบริการส่งสินค้าถึงสถานที่ของลูกค้า และการให้เครดิตทางการค้าแก่ลูกค้าค้าส่ง ประกอบกับความสัมพันธ์ทางธุรกิจที่ดีที่มีมาตลอดระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ ทำให้บริษัทฯ ได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าค้าส่งในการสั่งซื้อสินค้ามาอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน

2.4 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการจัดหาสินค้าที่มีคุณภาพและมาตรฐานตรงตามความต้องการของลูกค้า โดยบริษัทฯ จะสั่งซื้อสินค้าโดยตรงจากผู้ผลิตสินค้านั้นๆ หรือผ่านตัวแทนจำหน่ายสินค้า ปัจจุบันบริษัทฯ จัดซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคจากผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้ากว่า 300 ราย รวมสินค้าทั้งสิ้นกว่า 8,000 รายการ ซึ่งบริษัทฯ จะคำนึงถึงความน่าเชื่อถือแบรนด์ของสินค้า และเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคเป็นหลัก ทั้งนี้ บริษัทฯ สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้ามาโดยตลอด รวมถึงปฏิบัติตามข้อตกลงทางการค้าและมีประวัติการชำระเงินที่ดี ซึ่งเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือทางธุรกิจให้กับคู่ค้าทางธุรกิจตลอดระยะเวลาการประกอบธุรกิจกว่า 28 ปีที่ผ่านมา

แผนภาพแสดงขั้นตอนการจัดหาสินค้า มีรายละเอียดดังนี้



ขั้นตอนการจัดหาสินค้ามีรายละเอียดดังนี้

1. ประเมินสินค้าในคลังสินค้า

ฝ่ายจัดซื้อของบริษัทฯ เป็นผู้ประเมินสินค้าในคลังสินค้า เพื่อสั่งซื้อสินค้าจากผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้าในปริมาณที่เหมาะสมโดยพิจารณาจากประวัติการสั่งซื้อและการขายย้อนหลัง รวมถึงรายการส่งเสริมการขายของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้า ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้กำหนดปริมาณขั้นต่ำสินค้าที่ต้องมีอยู่ในคลังสินค้าเพื่อการจำหน่ายและในกรณีที่ลูกค้ามีการสั่งซื้อสินค้าประเภทใดจำนวนมากในช่วงเวลาขณะนั้นๆ บริษัทฯ จะติดตามและวางแผนการสั่งซื้อสินค้านั้นๆ ให้รองรับกับความต้องการของลูกค้าได้อย่างทันท่วงทีและไม่ให้เกิดการสูญเสียโอกาสทางธุรกิจ

2. คัดเลือกสินค้า

บริษัทฯ กำหนดหลักเกณฑ์การคัดเลือกสินค้าเพื่อจำหน่าย และการคัดเลือกผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้า มีรายละเอียดดังนี้

การคัดเลือกสินค้าใหม่

บริษัทฯ เปิดโอกาสให้ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้าได้เข้ามานำเสนอสินค้าต่างๆ ซึ่งบริษัทฯ มีการคัดเลือกสินค้าใหม่อย่างสม่ำเสมอเพื่อนำมาจำหน่าย โดยพิจารณาจากลักษณะสินค้าที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าของบริษัทฯ คุณภาพสินค้า ราคาสินค้า ความน่าเชื่อถือของแบรนด์สินค้า และสินค้าเป็นที่ยอมรับของลูกค้า ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้กำหนดให้มีช่วงทดลองการขายสำหรับสินค้าใหม่เป็นระยะเวลา 3 เดือน หากสินค้าใหม่เป็นสิ่งที่ต้องการของตลาดและได้รับการตอบรับที่ดีจากลูกค้า บริษัทฯ จึงจะพิจารณาจัดซื้อสินค้าดังกล่าวเพื่อจำหน่ายต่อไป

การคัดเลือกสินค้าเดิม

บริษัทฯ คัดเลือกสินค้าเดิมที่จำหน่ายอยู่แล้วโดยพิจารณาจากความต้องการสินค้าของลูกค้าและการตอบรับที่ดีจากลูกค้าในสินค้านั้นๆ ทั้งนี้ บริษัทฯ มีการเก็บข้อมูลการขายสินค้าแต่ละรายการ เช่น ยอดขาย ราคาสินค้าต่อหน่วย ปริมาณการสั่งซื้อในแต่ละช่วงเวลา อัตราการหมุนเวียนของสินค้า เพื่อเป็นข้อมูลในการวิเคราะห์สถานะการขายสินค้า และเป็นข้อมูลในการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้านั้นๆ อีกด้วย

การคัดเลือกผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้า

บริษัทฯ คัดเลือกผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้าโดยพิจารณาจากความน่าเชื่อถือของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้า แบรนด์สินค้า สินค้ามีคุณภาพและเป็นที่ต้องการของลูกค้า มีความตรงต่อเวลาในการส่งสินค้า มีข้อตกลงและเงื่อนไขการขายที่บริษัทฯ สามารถยอมรับและปฏิบัติได้ ในแต่ละปีบริษัทฯ ผู้ผลิตสินค้า และผู้จำหน่ายสินค้าจะประชุมแลกเปลี่ยนข้อมูลร่วมกันเกี่ยวกับสินค้าที่จำหน่าย การตอบรับในสินค้าจากลูกค้า การกำหนดเป้าหมายการสั่งซื้อร่วมกัน และแผนการจัดโปรโมชั่นส่งเสริมการขายสินค้าต่างๆ เพื่อให้การสั่งซื้อสินค้าเกิดประสิทธิภาพสูงสุด

3. จัดซื้อสินค้า

ฝ่ายจัดซื้อของบริษัทฯ จะพิจารณาสั่งซื้อสินค้าในปริมาณที่เหมาะสมให้เพียงพอในการจำหน่ายให้แก่ลูกค้า และลดความเสี่ยงที่สินค้าจะค้างในคลังสินค้านานเกินจำเป็น โดยอ้างอิงจากประวัติการสั่งซื้อและการขายย้อนหลัง บริษัทฯ มีรอบการสั่งซื้อสินค้า 7 วัน 15 วัน 30 วัน 45 วัน และ 60 วัน หากสินค้าชนิดใดมีการหมุนเวียนสูง บริษัทฯ อาจกำหนดรอบการสั่งซื้อสินค้าชนิดดังกล่าวให้ถี่ขึ้นเพื่อลดต้นทุนในการจัดเก็บ

สินค้าและเพื่อให้การบริหารคลังสินค้ามีประสิทธิภาพมากที่สุด ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้กระจายการจัดซื้อสินค้ากับผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้ากว่า 300 ราย โดยบริษัทฯ ไม่มีผู้ผลิตสินค้าและผู้จำหน่ายสินค้ารายใดที่มียอดซื้อเป็นสัดส่วนเกินกว่าร้อยละ 30 ของยอดซื้อทั้งหมด เพื่อป้องกันความเสี่ยงที่เกิดจากการพึ่งพิงผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้ารายใดรายหนึ่ง

4. การรับสินค้าเข้าคลังสินค้า

บริษัทฯ จะทำการนัดหมายล่วงหน้าให้ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้านำสินค้ามาส่งที่คลังสินค้า เพื่อจัดเตรียมพื้นที่ในการลงสินค้าและกำลังคนในการขนถ่ายสินค้า เมื่อสินค้ามาถึงที่คลังสินค้าแล้ว ฝ่ายคลังสินค้าจะตรวจสอบความถูกต้องของสินค้าโดยเทียบรายละเอียดในใบสั่งซื้อสินค้าของบริษัทฯ และใบส่งสินค้าที่ได้รับ และตรวจสอบความเรียบร้อยของสินค้าจริง จำนวน บรรจุภัณฑ์ และวันหมดอายุ หากสินค้าผ่านการตรวจสอบ ฝ่ายคลังสินค้าจะบันทึกข้อมูลลงในระบบ Corehex ซึ่งเป็นระบบบริหารคลังสินค้าและนำสินค้าไปจัดเก็บตามสถานที่เก็บสินค้าซึ่งเรียกว่า บ้านเลขที่ โดยบ้านเลขที่จะระบุ แถว-ชั้น-ช่อง ในการจัดเก็บสินค้า หากสินค้าใดไม่ผ่านการตรวจสอบ สินค้านั้นจะถูกส่งคืนให้กับผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้าเพื่อให้ส่งสินค้าใหม่มาส่งทดแทนสินค้าเดิม หรือออกไปลดหนี้เพื่อใช้เป็นส่วนลดการซื้อสินค้าในครั้งถัดไป

บริษัทฯ ใช้ระบบบริหารจัดการคลังสินค้า Corehex ซึ่งเป็นซอฟต์แวร์บันทึกการจัดเก็บสินค้า โดยสินค้าทั่วไปจะถูกจัดเก็บตามชั้นวางในบ้านเลขที่ ตามแถว-ชั้น-ช่อง และในกรณีที่เป็นสินค้าลงที่มีการสั่งซื้อจำนวนมาก สินค้าที่มีน้ำหนักมาก และเป็นสินค้าที่หมุนเร็ว จะถูกจัดเก็บบริเวณพื้นที่เฉพาะส่วน เพื่อให้สะดวกในการขนย้ายสินค้า

บริษัทฯ มีมาตรการรักษาความสะอาดของพื้นที่คลังสินค้า และมาตรการรักษาความปลอดภัยจากอุบัติเหตุ ภัยธรรมชาติ และการโจรกรรมสินค้า เพื่อให้การบริหารสินค้าคงคลังมีประสิทธิภาพมากที่สุด ทั้งนี้ สินค้าที่อยู่ในคลังสินค้าสำนักงานใหญ่จะถูกเก็บเพียงช่วงเวลาสั้นๆ โดยส่วนใหญ่ประมาณ 10 - 15 วัน เพื่อเตรียมกระจายสินค้าออกไปให้แก่ร้านสาขา และลูกค้าค้าส่ง

บริษัทฯ มีการตรวจสอบอายุสินค้าเป็นประจำอย่างสม่ำเสมอ โดยสินค้าที่ค้างนานหรือสินค้าหมดอายุจะถูกย้ายไปจัดเก็บในคลังรอรอบเพื่อดำเนินการส่งคืนให้แก่ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้าต่อไป ทั้งนี้ บริษัทฯ มีการตรวจสอบคุณภาพการบริหารคลังสินค้าโดยกำหนดให้มีการตรวจนับสินค้าคงคลังที่คลังสินค้าสำนักงานใหญ่เป็นประจำทุกเดือน โดยสินค้าจะถูกตรวจนับทั้งหมดร้อยละ 100 เพื่อให้มั่นใจว่าจำนวนสินค้าในคลังสินค้าตรงกับจำนวนสินค้าที่มีอยู่จริงในระบบ บริษัทฯ ได้กำหนดวิธีการปฏิบัติงานสำหรับการตรวจนับสินค้าคงคลังที่คลังสินค้าไว้อย่างชัดเจน เพื่อให้พนักงานตรวจนับถือปฏิบัติอย่างเคร่งครัด

5. การกระจายสินค้า

บริษัทฯ จะทำเบิกสินค้าจากคลังสินค้าผ่านระบบบริหารจัดการคลังสินค้า โดยพิจารณาการเบิกสินค้าจากสินค้าใดที่รับเข้าก่อนจะถูกเบิกสินค้าออกก่อน (First In First Out หรือ FIFO) เมื่อจัดเตรียมการเบิกสินค้าแล้ว ฝ่ายคลังสินค้าจะตรวจสอบสินค้าก่อนขึ้นรถขนส่งทุกครั้ง เพื่อให้สินค้าที่เบิกจ่ายตรงกับประเภทสินค้าและจำนวนสินค้าในใบโอนสินค้าไปยังสาขาหรือใบสั่งซื้อสินค้าจากลูกค้าค้าส่ง

บริษัทฯ ได้วางแผนเส้นทางการขนส่งและกำหนดตารางเวลาเดินรถขนส่ง รวมถึงกฎระเบียบของพนักงานขับรถ เพื่อให้การกระจายสินค้าเกิดประสิทธิภาพมากที่สุด ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทฯ มีรถขนส่งสินค้าทั้งหมด 14 คัน

ศูนย์กระจายสินค้าของบริษัทฯ จะดำเนินการกระจายสินค้าไปยังร้านสาขา และลูกค้าค้าส่ง มีรายละเอียดดังนี้

การกระจายสินค้าให้แก่ร้านสาขา

บริษัทฯ กระจายสินค้าไปยังร้านสาขาเป็นประจำทุกวันสำหรับร้านสาขาที่ตั้งอยู่ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา และวันเว้นวันสำหรับร้านสาขาที่ตั้งอยู่นอกอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยอ้างอิงจากข้อมูลจำนวนสินค้าที่จำหน่ายออกไปในแต่ละร้านสาขาและข้อมูลคำสั่งสินค้าประเภทลังเพิ่มเติม

หลังจากที่ร้านสาขาได้รับสินค้าแล้ว พนักงานสาขาจะตรวจสอบความถูกต้องของประเภท จำนวน บรรจุภัณฑ์ และวันหมดอายุของสินค้า หากสินค้าผ่านการตรวจสอบ พนักงานสาขาจึงจะรับสินค้าเข้าในคลังสินค้าของร้านสาขา หากสินค้าไม่ผ่านการตรวจสอบ พนักงานสาขาจะไม่รับสินค้าและส่งสินค้าดังกล่าวกลับคืนไปยังศูนย์กระจายสินค้าเพื่อตรวจสอบและส่งสินค้าใหม่มาทดแทนสินค้าเดิมต่อไป

การกระจายสินค้าให้ลูกค้าค้าส่ง

บริษัทฯ กระจายสินค้าไปยังลูกค้าค้าส่งซึ่งเป็นร้านค้าปลีกในพื้นที่จังหวัดสงขลาและพื้นที่จังหวัดใกล้เคียง โดยอ้างอิงจากข้อมูลการสั่งซื้อสินค้าของลูกค้าในแต่ละครั้ง

หลังจากที่ลูกค้าค้าส่งได้รับสินค้าแล้ว ลูกค้าจะตรวจสอบความถูกต้องของประเภท จำนวน บรรจุภัณฑ์ และวันหมดอายุของสินค้า หากสินค้าผ่านการตรวจสอบ ลูกค้าจึงลงชื่อในเอกสารและรับสินค้า หากสินค้าไม่ผ่านการตรวจสอบ ลูกค้าจะส่งคืนสินค้ากลับไปยังคลังสินค้าเพื่อตรวจสอบและส่งสินค้าใหม่เพื่อทดแทนสินค้าเดิมต่อไป หรือบริษัทฯ ออกใบลดหนี้เพื่อเป็นส่วนลดในการซื้อสินค้าครั้งถัดไป

2.5 การบริหารคลังสินค้า

บริษัทฯ มีศูนย์กระจายสินค้าจำนวน 1 แห่งตั้งอยู่ที่สำนักงานใหญ่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เพื่อรองรับการดำเนินธุรกิจค้าส่งสินค้าอุปโภคบริโภคและเป็นสถานที่กระจายสินค้าให้แก่ร้านสาขาทั้ง 27 สาขาของบริษัทฯ การบริหารคลังสินค้าจึงมีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ในด้านการบริหารสินค้าคงคลังและการกระจายสินค้าให้แก่ร้านสาขา บริษัทฯ จึงได้กำหนดนโยบายและแนวทางการปฏิบัติงานเพื่อให้การบริหารคลังสินค้ามีประสิทธิภาพมากที่สุด อีกทั้ง บริษัทฯ ได้จัดแบ่งพื้นที่ของคลังสินค้าออกเป็น 5 ส่วน ได้แก่ พื้นที่รับสินค้า (Loading) พื้นที่เก็บสินค้า (บ้านเลขที่) พื้นที่เบิกสินค้าออกจากคลังสินค้า (Cashier) พื้นที่ขนสินค้าขึ้นรถขนส่ง (Shipping) และพื้นที่คลังรอกเลม ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

แผนผังคลังสินค้าสำนักงานใหญ่



1. พื้นที่รับสินค้า (Loading)

บริษัทฯ มีพื้นที่รับสินค้า (Loading) จำนวน 4 ช่องเพื่อเป็นสถานที่รับสินค้าจากรถขนส่งของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้า ทั้งนี้ ฝ่ายคลังสินค้าจะตรวจสอบความถูกต้องของสินค้าโดยเทียบรายละเอียดในใบสั่งซื้อสินค้าของบริษัทฯ และใบส่งสินค้าที่ได้รับ และตรวจสอบความเรียบร้อยของสินค้าจริง จำนวน บรรจุภัณฑ์ และวันหมดอายุ หากสินค้าผ่านการตรวจสอบ ฝ่ายคลังสินค้าจะบันทึกข้อมูลลงในระบบ Corehex ซึ่งเป็นระบบบริหารคลังสินค้าและนำสินค้าไปจัดเก็บตามสถานที่เก็บสินค้าต่อไป



2. พื้นที่เก็บสินค้า (บ้านเลขที่)

บริษัทฯ ใช้ระบบบริหารจัดการคลังสินค้า Corehex ซึ่งเป็นซอฟต์แวร์บันทึกการจัดเก็บสินค้า โดยสินค้าทั่วไปจะถูกจัดเก็บตามชั้นวางในบ้านเลขที่ โดยบ้านเลขที่ที่จะบ่งบอก แกว ชั้น ช่อง บริษัทฯ มีสถานที่เก็บสินค้าในลักษณะบรรจุภัณฑ์เป็นลังทั้งหมด 33 แกว (แกวที่ 1-33) และสถานที่เก็บสินค้าปลีก 7 แกว (แกวที่ 34-40) ในกรณีที่เป็นสินค้าลังที่มีการสั่งซื้อจำนวนมาก สินค้ามีน้ำหนักมาก และเป็นสินค้าที่หมุนเร็ว จะถูกจัดเก็บในพื้นที่เฉพาะส่วน (Free Zone) ซึ่งเป็นพื้นที่บริเวณหน้าแกวที่ 1-4 และ 17-30 เพื่อความสะดวกในการขนย้ายสินค้า



3. พื้นที่เบิกสินค้าออกจากคลังสินค้า (Cashier)

หลังจากจัดเตรียมสินค้าแล้ว เจ้าหน้าที่คลังสินค้าจะนำสินค้านำมายิงบาร์โค้ดที่เคาน์เตอร์ Shipping เพื่อบันทึกสินค้าออกจากคลังสินค้าลงในระบบ Corehex และออกเอกสารรายการสินค้า (ใบคุมสินค้า) บริษัทฯ มีเคาน์เตอร์เบิกสินค้าทั้งหมด 5 เคาน์เตอร์



4. พื้นที่ขนส่งสินค้าขึ้นรถขนส่ง (Shipping)

หลังจากเบิกสินค้าออกจากคลังสินค้าแล้ว เจ้าหน้าที่คลังสินค้าจะตรวจสอบสินค้าอีกครั้งเพื่อความถูกต้อง โดยอ้างอิงจากใบคุมสินค้าซึ่งระบุรายการและจำนวนสินค้า ในกรณีที่เจ้าหน้าที่ตรวจสอบสินค้าเรียบร้อยแล้ว สินค้าจะถูกขนขึ้นรถขนส่งเพื่อส่งสินค้าให้กับร้านสาขา เคแอนด์เค ซูเปอร์สโตร์ และลูกค้าค้าส่งต่อไป



5. พื้นที่คลังรอเคลม

บริษัทฯ จัดให้มีพื้นที่คลังรอเคลมซึ่งเป็นสถานที่จัดเก็บสินค้าชำรุดและสินค้าหมดอายุ เพื่อเตรียมนำส่งคืนให้กับผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าต่อไป



2.6 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

การดำเนินธุรกิจค้าปลีกและค้าส่งสินค้าอุปโภคบริโภคของบริษัทฯ ไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแต่อย่างใด และบริษัทฯ ได้ปฏิบัติตามกฎระเบียบและข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมอย่างเคร่งครัด ทั้งนี้ ปัจจุบันบริษัทฯ ไม่มีข้อพิพาทในกรณีที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมใดๆ

2.7 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -

3. ปัจจัยความเสี่ยง

ปัจจัยความเสี่ยงที่ระบุไว้ในเอกสารฉบับนี้อ้างอิงจากข้อมูลปัจจุบันและคาดการณ์อนาคตที่สามารถระบุได้ โดยปัจจัยความเสี่ยงเหล่านี้มีนัยสำคัญบางประการ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อมูลค่าหุ้นของบริษัทฯ อย่างไรก็ตาม ปัจจัยความเสี่ยงที่ระบุไว้ในเอกสารฉบับนี้ มิได้เป็นปัจจัยความเสี่ยงทั้งหมดที่มีอยู่ อาจมีความเสี่ยงอื่นๆ ที่บริษัทฯ ยังไม่อาจทราบได้ในขณะนี้ หรืออาจมีบางปัจจัยความเสี่ยงที่บริษัทฯ พิจารณาแล้วเห็นว่าไม่มีผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญต่อบริษัทฯ ในขณะนี้ แต่อาจกลายเป็นปัจจัยความเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ในอนาคตได้

นอกจากนี้ ข้อความในลักษณะการคาดการณ์ในอนาคต การประมาณการ ความประสงค์ หรือเจตนาของของบริษัทฯ ที่ปรากฏอยู่ในเอกสารฉบับนี้เช่น การใช้ถ้อยคำว่า “คาดการณ์ว่า” “เชื่อว่า” “อาจจะ” “ประมาณ” “แผนการ” “เห็นว่า” หรือ คำ หรือข้อความอื่นใดในทำนองเดียวกัน ซึ่งเป็นการคาดการณ์ถึงสิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ดังนั้น ผลที่เกิดขึ้นจริงอาจมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญจากสิ่งที่คาดคะเนไว้ก็ได้

3.1 ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ

3.1.1 ความเสี่ยงจากการแข่งขันของร้านค้าปลีกหลายประเภทในพื้นที่

อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาเป็นศูนย์กลางการค้าของภาคใต้ที่มีเศรษฐกิจเติบโตอย่างต่อเนื่อง และมีการขยายความเป็นเมือง (Urbanization) มากขึ้น ทำให้จังหวัดสงขลาเป็นพื้นที่ที่น่าสนใจของผู้ประกอบการหลายรายในการลงทุนขยายสาขาของร้านค้าปลีกในรูปแบบร้านซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านไฮเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อทั้งที่เป็นของบริษัทรายใหญ่ในประเทศและบริษัทข้ามชาติ ทำให้ธุรกิจค้าปลีกสินค้าอุปโภคบริโภคในจังหวัดสงขลามีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง อีกทั้ง ร้านค้าปลีกมีการจัดทำโปรโมชั่นและรายการส่งเสริมการขาย เพื่อดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาซื้อสินค้าในร้านค้าของตนเอง และผู้ประกอบการร้านค้าปลีกบางรายมีช่องทางการสั่งซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์พร้อมบริการส่งสินค้าฟรีถึงบ้าน เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกและประหยัดเวลาการเดินทางมายังร้านค้า ด้วยเหตุนี้ หากบริษัทฯ ไม่สามารถปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจให้ทันต่อการแข่งขันและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค อาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการสร้างรายได้และผลการดำเนินงานของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจค้าปลีกและค้าส่งสินค้าอุปโภคบริโภคด้วยความเข้าใจในวิถีการดำเนินชีวิตของคนในพื้นที่เป็นอย่างดี โดยคัดสรรและจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพมากกว่า 8,000 รายการซึ่งสามารถรองรับความต้องการของลูกค้าที่หลากหลายและแข่งขันกับร้านค้าปลีกอื่นๆ ได้ ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้ติดตามข่าวสาร สำนวนตลาดร้านค้าปลีก และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคอยู่เสมอ เพื่อนำมาปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางธุรกิจให้มีความยืดหยุ่นและสอดคล้องกับสถานการณ์การแข่งขันในปัจจุบัน นอกจากนี้ บริษัทฯ กำหนดให้มีโปรโมชั่นเป็นประจำทุกเดือนและโปรโมชั่นเสริมเป็นประจำทุกสัปดาห์ รวมถึงกิจกรรมส่งเสริมการขายอื่นๆ อย่างสม่ำเสมอ เช่น การชิงโชคลุ้นของรางวัล และการแจกของสมนาคุณ เป็นต้น เพื่อดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการในร้านสาขาของบริษัทฯ ซึ่งได้รับการตอบรับที่ดีจากลูกค้ามาโดยตลอด อีกทั้ง ในเดือนมิถุนายน 2563 บริษัทฯ ได้พัฒนาระบบสมาชิกและเริ่มใช้งานแอปพลิเคชันชื่อ “เคแอนด์เค ซูเปอร์สโตร์ (K&K Superstore)” ทั้งในระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ (Android) และไอโอเอส (iOS) เพื่อให้ลูกค้าที่สมัครสมาชิกสามารถสะสมคะแนนเมื่อซื้อสินค้าในร้านสาขาเคแอนด์เค ซูเปอร์สโตร์ ทั้ง 28 สาขา ตรวจสอบคะแนน แลกอุปกรณ์แทนเงินสด ตรวจสอบโปรโมชั่นสินค้า รวมถึงตรวจสอบประวัติการซื้อสินค้า ด้วยวิสัยทัศน์ในการมุ่งเน้นการดำเนินธุรกิจภายใต้แนวคิด “ซื้อของครบ พบของถูก ถูกทุกวัน ที่ K&K ทุกสาขา ใกล้บ้านคุณ” และประสบการณ์ของผู้บริหารในการดำเนินธุรกิจมาตลอดระยะเวลากว่า 28 ปีที่ผ่านมา บริษัทฯ จึงมีความเชื่อมั่นในศักยภาพการประกอบธุรกิจและความสามารถในการสร้าง

รายได้และผลการดำเนินงานให้อยู่ในระดับที่ดีและสามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นในจังหวัดสงขลา และพื้นที่ในจังหวัดใกล้เคียงได้

3.1.2 ความเสี่ยงจากนโยบายภาครัฐ

จังหวัดสงขลาส่วนใหญ่เป็นพื้นที่เกษตรกรรมมีพืชเศรษฐกิจที่สำคัญได้แก่ ยางพารา และปาล์มน้ำมัน รายได้ของประชากรจึงมีความสัมพันธ์กับราคายางพาราและปาล์มน้ำมัน ในช่วงปี 2555 - ปัจจุบัน ยางพาราและปาล์มน้ำมันมีราคาที่ลดต่ำลง เนื่องจากภาวะอุปทานส่วนเกิน สงครามการค้าระหว่างจีน-สหรัฐ และการแข็งตัวของค่าเงินบาท ส่งผลให้รายได้ของประชากรลดลงและประชากรมีกำลังในการใช้จ่ายใช้สอยน้อยลง รัฐบาลจึงได้ออกนโยบายเพื่อช่วยเหลือเกษตรกรได้แก่ เงินช่วยเหลือเกษตรกร เงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ และการสนับสนุนเงินทุนปลูกพืชทดแทน เป็นต้น นอกจากนี้ ในเดือนตุลาคม 2560 รัฐบาลได้เริ่มให้ความช่วยเหลือแก่ผู้มีรายได้น้อยผ่านโครงการบัตรสวัสดิการแห่งรัฐซึ่งรัฐบาลสนับสนุนเงินให้แก่ประชากรในระดับฐานรากหรือผู้มีรายได้น้อย เพื่อใช้ในการใช้จ่ายใช้สอยสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นในชีวิตประจำวัน ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้ลงทะเบียนเป็นร้านค้าประชารัฐและติดตั้งเครื่องชำระเงินผ่านบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ เพื่อสนับสนุนนโยบายรัฐบาลช่วยเหลือผู้มีรายได้น้อย โดยลูกค้าสามารถใช้บัตรสวัสดิการแห่งรัฐในการชำระค่าสินค้าได้ที่ร้านค้าของบริษัทฯ ทุกสาขา รวมถึงมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านโครงการชิม ช้อป ใช้ ทั้ง 3 เฟส ซึ่งได้เปิดให้ประชาชนลงทะเบียนในเดือนกันยายน 2562 ตุลาคม 2562 และพฤศจิกายน 2562 ตามลำดับ โดยทั้ง 3 เฟสมีกำหนดระยะเวลาสิ้นสุดโครงการในเดือนมกราคม 2563 เพื่อลดค่าครองชีพให้แก่ประชาชนรวมถึงกระตุ้นเศรษฐกิจฐานรากให้เกิดการใช้จ่ายใช้สอยมากขึ้น และเพื่อให้ร้านค้า ร้านอาหารและหน่วยธุรกิจต่างๆ เข้าสู่ระบบภาษีมากขึ้น โดยผู้ลงทะเบียนในเฟสที่ 1 และเฟสที่ 2 จำนวนรวม 13 ล้านคน จะได้รับเงินสนับสนุนจำนวน 1,000 บาท และได้รับเงินชดเชยคืนร้อยละ 15 – 20 ของมูลค่าการใช้จ่าย ส่วนผู้ลงทะเบียนเฟสที่ 3 จะได้รับเงินชดเชยคืนร้อยละ 15 – 20 ของมูลค่าการใช้จ่าย สำหรับการใช้จ่ายในร้านค้า ร้านอาหารและหน่วยธุรกิจที่ร่วมรายการ ดังนั้น หากรัฐบาลเปลี่ยนแปลงหรือยกเลิกนโยบายช่วยเหลือเกษตรกรและผู้มีรายได้น้อยดังกล่าว อาจส่งผลกระทบต่อรายได้และผลการดำเนินงานของบริษัทฯ อย่างไรก็ดี บริษัทฯ ได้ติดตามข่าวสาร การเปลี่ยนแปลงนโยบายของรัฐบาล หรือ เหตุการณ์อื่นๆ ที่ส่งผลต่อธุรกิจค้าปลีกและค้าส่งสินค้าอุปโภคบริโภคอย่างใกล้ชิด เพื่อบริษัทฯ สามารถวางแผนการดำเนินธุรกิจและแผนการรองรับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวได้อย่างทันท่วงที ทั้งนี้ ในกรณีที่รัฐบาลมีนโยบายให้ความช่วยเหลือแก่ผู้มีรายได้น้อยผ่านโครงการบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ บริษัทฯ เป็นผู้ประกอบการรายแรกในจังหวัดสงขลาที่ติดตั้งเครื่องรับชำระเงินด้วยบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ ส่งผลให้บริษัทฯ มีโอกาสในการสร้างรายได้จากการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคจากลูกค้าในกลุ่มนี้ และในปี 2562 บริษัทฯ ได้เข้าร่วมโครงการชิม ช้อป ใช้ เพื่อรองรับลูกค้าที่ลงทะเบียนกับรัฐบาลด้วยเช่นกัน ด้วยเหตุนี้ แม้ว่านโยบายของรัฐบาลจะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางใดก็ตาม บริษัทฯ สามารถปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางธุรกิจให้เหมาะสมกับสถานการณ์นั้นๆ ได้ จึงทำให้บริษัทฯ มีความสามารถในการสร้างรายได้อย่างต่อเนื่อง

3.1.3 ความเสี่ยงจากการบริหารสินค้าคงคลัง

ณ 31 ธันวาคม 2563 มีสินค้าคงเหลือจำนวน 150.17 ล้านบาท ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 40.92 ของสินทรัพย์รวม บริษัทฯ จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคมากกว่า 8,000 รายการ บริษัทฯ จึงจำเป็นต้องมีสินค้าคงคลังเก็บสำรองอยู่ในคลังสินค้าไว้รอการจำหน่าย เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าได้อย่างเพียงพอและทันต่อความต้องการ ดังนั้น การบริหารสินค้าคงคลังถือเป็นปัจจัยสำคัญในธุรกิจค้าปลีกและค้าส่งสินค้าอุปโภคบริโภค การบริหารจัดการที่ไม่มีประสิทธิภาพอาจส่งผลกระทบต่อต้นทุนและค่าใช้จ่ายที่สูงขึ้น อีกทั้ง ในบางช่วงเวลาที่บริษัทฯ ไม่มีสินค้าสำรองไว้รอการจำหน่าย บริษัทฯ อาจเสียโอกาสทางธุรกิจในการขายสินค้า

นั้นๆ ในขณะที่เดียวกัน สินค้าที่สำรองไว้เกินความจำเป็น อาจทำให้เกิดค่าใช้จ่ายในการเก็บรักษาสินค้านั้นๆ ได้

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงความเสี่ยงของการเก็บสินค้าดังกล่าวโดยวางแผนการสั่งซื้อและกำหนดความถี่ในการสั่งซื้อสินค้าให้สอดคล้องกับยอดขายสินค้าและประมาณการความต้องการของลูกค้า ทั้งนี้ บริษัทฯ มีเจ้าหน้าที่ควบคุม จัดเก็บ ตรวจสอบ และบริหารจัดการสินค้าในคลังสินค้าอย่างสม่ำเสมอ และมีระบบบริหารจัดการสินค้าคงคลังที่บันทึกรายละเอียดการเคลื่อนไหวของสินค้าได้อย่างถูกต้องและแม่นยำ จัดเก็บและกระจายสินค้าด้วยระบบเข้าก่อนออกก่อน (First in First out: FIFO) นอกจากนี้ บริษัทฯ มีนโยบายตรวจนับสินค้าคงคลังที่คลังสินค้าสำนักงานใหญ่เป็นประจำทุกเดือน โดยตรวจนับสินค้าทั้งหมดร้อยละ 100 เพื่อให้การบริหารคลังสินค้ามีประสิทธิภาพมากที่สุด

ในส่วนของการบริหารจัดการสินค้าคงเหลือที่ร้านสาขา บริษัทฯ ใช้ระบบเติมเต็มสินค้าที่มีการกำหนดจุดสูงสุดและจุดต่ำสุดในการเติมสินค้าแต่ละประเภทในแต่ละร้านสาขา โดยพิจารณาจากข้อมูลการขายสินค้าในแต่ละร้านสาขา อีกทั้ง บริษัทฯ กำหนดให้พนักงานเรียงสินค้าตามการเข้าก่อนออกก่อน (First in First out: FIFO) และตรวจสอบวันหมดอายุของสินค้าอย่างสม่ำเสมอ โดยบริษัทฯ จะร่วมกับผู้ผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าในการจัดรายการส่งเสริมการขายสำหรับสินค้าใกล้หมดอายุ โดยพิจารณาการลดราคาสินค้า รวมถึงการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ตามนโยบายการบริหารจัดการสินค้าหมดอายุของบริษัทฯ อย่างไรก็ตาม สินค้าใกล้หมดอายุที่ไม่สามารถจำหน่ายได้จะถูกส่งกลับมาที่คลังสินค้าสำนักงานใหญ่ เพื่อดำเนินการส่งคืนกับผู้ผลิตสินค้าและผู้จำหน่ายสินค้าต่อไป นอกจากนี้ บริษัทฯ มีนโยบายตรวจนับสินค้าคงคลังที่ร้านสาขาเป็นประจำทุกไตรมาส โดยตรวจนับสินค้าทั้งหมดร้อยละ 100 เพื่อให้การบริหารคลังสินค้าในแต่ละร้านสาขามีประสิทธิภาพมากที่สุด นอกจากนี้ บริษัทฯ มีระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย (Inventory Day) ใกล้เคียงกับบริษัทอื่นในอุตสาหกรรมเดียวกัน

3.1.4 ความเสี่ยงจากการขัดข้องของศูนย์กระจายสินค้า

ปัจจุบัน บริษัทฯ มีศูนย์กระจายสินค้าจำนวน 1 แห่งตั้งอยู่ที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา สินค้าทั้งหมดที่จัดส่งมาจากผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้าจะถูกนำมาจัดเก็บที่ศูนย์กระจายสินค้าแห่งนี้ก่อนจัดส่งไปตามร้านสาขาและลูกค้าค้าส่ง ทั้งนี้ หากเกิดเหตุการณ์สุดิวสัย เช่น น้ำท่วม ไฟไหม้ ระบบติดต่อสื่อสารและระบบสารสนเทศขัดข้อง อาจทำให้ศูนย์กระจายสินค้าไม่สามารถทำธุรกรรมดังกล่าวได้ บริษัทฯ อาจมีความเสี่ยงในการที่ร้านสาขามีสินค้าที่ไม่เพียงพอในการจำหน่าย และอาจเสียโอกาสทางธุรกิจในการจำหน่ายสินค้าให้กับลูกค้าค้าส่งได้

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้ใช้ระบบเติมเต็มสินค้าให้กับร้านสาขาเป็นประจำทุกวันสำหรับร้านสาขาที่ตั้งอยู่ในอำเภอหาดใหญ่ และวันเว้นวันสำหรับร้านสาขาที่ตั้งอยู่นอกอำเภอหาดใหญ่ ทั้งนี้ หากเกิดเหตุการณ์สุดิวสัยจนเป็นเหตุให้ไม่สามารถจัดส่งสินค้าไปยังร้านสาขาได้ ร้านสาขาจะมีสินค้าคงคลังเพียงพอที่จะจำหน่ายได้อีกประมาณ 5 - 7 วัน และในกรณีที่ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้าไม่สามารถจัดส่งสินค้ามายังศูนย์กระจายสินค้าได้ ศูนย์กระจายสินค้าจะสามารถกระจายสินค้าให้ร้านค้าสาขาและลูกค้าค้าส่งได้อีกประมาณ 10 - 15 วัน ดังนั้น บริษัทฯ จึงมั่นใจว่าทุกร้านสาขาจะมีสินค้าเพียงพอในการจำหน่ายในกรณีที่ศูนย์กระจายสินค้าขัดข้องได้ นอกจากนี้ บริษัทฯ มีวางแผนปฏิบัติงานในภาวะฉุกเฉินและจัดทำแผนบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Plan: BCP) เพื่อเป็นแนวทางในการรับมือกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นได้อย่างเหมาะสมและทันท่วงที

3.1.5 ความเสี่ยงจากการขัดข้องของระบบสารสนเทศ

บริษัทฯ ใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาช่วยในการบริหารงาน เพื่อให้การทำงานเป็นระบบและพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันในด้านต่างๆ ได้แก่ การบริหารจัดการสินค้าคงคลัง ศูนย์กระจายสินค้า การจำหน่ายสินค้าที่ร้านสาขา บัญชีและการเงิน และการจัดเก็บข้อมูลต่างๆ ในกรณีที่เกิดเหตุขัดข้องของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศอาจส่งผลกระทบต่อระบบการทำงานโดยรวมของบริษัทฯ และอาจทำให้ร้านสาขาต้องปิดทำการชั่วคราวจนกว่าจะแก้ไขระบบเสร็จสิ้น ซึ่งส่งผลกระทบต่อความสามารถในการดำเนินงานและผลประกอบการของบริษัทฯ ได้

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงความสำคัญของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยจัดให้มีการติดตั้งระบบไฟสำรอง และระบบสำรองข้อมูลการทำงานที่เป็นมาตรฐาน เพื่อสำรองข้อมูลต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้ บริษัทฯ มีทีมงานฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีความเข้าใจในระบบในการบริหารงาน เมื่อระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเกิดเหตุขัดข้อง ทีมงานจะสามารถดำเนินการตรวจสอบและแก้ไขได้อย่างทันทั่วทั้งนี้ ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของแต่ละร้านสาขา มีการประมวลผลเป็นเอกเทศแยกออกจากกัน แต่จะเชื่อมโยงเข้ากับฐานข้อมูลที่สำนักงานใหญ่ ดังนั้น ในกรณีที่เกิดเหตุขัดข้องที่สาขาใดสาขาหนึ่งก็จะไม่ส่งผลกระทบต่อสาขาอื่นๆ อีกทั้ง ทุกร้านสาขาจะติดตั้งระบบไฟสำรองเพื่อรองรับการทำงานของเครื่องรับชำระเงินในกรณีที่เกิดระบบไฟฟ้าขัดข้องได้ และเครื่องรับชำระเงินดังกล่าวจะสามารถส่งข้อมูลยอดขายมายังสำนักงานใหญ่ได้ทันที

3.1.6 ความเสี่ยงจากการขยายสาขา

บริษัทฯ ได้ใช้กลยุทธ์การขยายสาขาเพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและเข้าถึงพื้นที่ที่มีศักยภาพก่อนผู้ประกอบการรายอื่นๆ ทั้งนี้ ในปัจจุบันสถานการณ์การแข่งขันในอุตสาหกรรมค้าปลีกสินค้าอุปโภคบริโภคมีรุนแรงมากขึ้นจากผู้ประกอบการร้านค้าโมเดิร์นเทรดซึ่งมีความต้องการขยายสาขาเข้ามาในพื้นที่จังหวัดสงขลาและพื้นที่จังหวัดใกล้เคียงในภาคใต้ด้วยเช่นกัน บริษัทฯ จึงมีความเสี่ยงในกรณีที่ร้านสาขาใหม่อาจไม่สามารถให้ผลตอบแทนคุ้มค่าต่อเงินลงทุนหรือสร้างผลตอบแทนต่ำกว่าที่กำหนดไว้ หากร้านสาขาใหม่มีผลดำเนินงานที่ขาดทุนต่อเนื่องอาจทำให้ต้องปิดสาขานั้นๆ โดยบริษัทฯ มีหลักเกณฑ์พิจารณาการปิดร้านสาขาใดๆ หากร้านสาขานั้นมีผลประกอบการขาดทุนต่อเนื่อง 18 เดือนติดต่อกัน อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ จะพิจารณาถึงความสามารถในการทำกำไรในอนาคตของร้านสาขานั้นๆ ด้วย ทั้งนี้ การปิดร้านสาขาอาจมีค่าใช้จ่ายในการรื้อถอน ค่าใช้จ่ายในการโอนย้ายทรัพย์สิน และค่าใช้จ่ายในการเลิกจ้างหรือโอนย้ายพนักงานประจำสาขา นอกจากนี้ การเปิดร้านสาขาใหม่ในพื้นที่ใกล้เคียงกับร้านสาขาเดิม อาจส่งผลให้ยอดขายของร้านสาขาเดิมลดลงได้ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อรายได้และผลการดำเนินงานโดยรวมของบริษัทฯ

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้มีกำหนดเกณฑ์การเปิดสาขาใหม่และแผนศึกษาการขยายสาขาโดยพิจารณาจากทำเลที่ตั้งที่มีศักยภาพ สภาพแวดล้อมโดยรอบ การจราจร ความหนาแน่นของชุมชน และพฤติกรรมของผู้บริโภคในพื้นที่นั้นๆ รวมทั้งมีการจัดทำการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ (Feasibility Study) สำหรับการเปิดร้านสาขาใหม่ โดยบริษัทฯ กำหนดเกณฑ์การพิจารณาจากระยะเวลาในการคืนทุน (Payback Period) และอัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return) ที่เหมาะสม เพื่อวิเคราะห์ความสมเหตุสมผลในการลงทุนดังกล่าว นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังพิจารณายอดขายและความหนาแน่นของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในร้านสาขาเดิมที่อยู่ในบริเวณนั้น เพื่อให้มั่นใจว่าการเปิดร้านสาขาใหม่จะไม่กระทบต่อยอดขายของร้านสาขาเดิมที่อยู่ใกล้เคียง แต่จะเป็นการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าของบริษัทฯ ให้ครอบคลุมพื้นที่ต่างๆ มากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ บริษัทฯ มีเป้าหมายที่ขยายสาขาอย่างต่อเนื่องในพื้นที่จังหวัดสงขลา

และพื้นที่จังหวัดใกล้เคียงในภาคใต้เป็นหลัก ภายใต้ชื่อร้าน “เคแอนด์เค ซูเปอร์สโตร์” เพื่อเป็นโอกาสในการสร้างรายได้ และเป็นการสร้างแบรนด์ร้านค้าให้เป็นที่รู้จักและจดจำของคนในพื้นที่มากขึ้น

3.1.7 ความเสี่ยงของรายได้ที่ขึ้นกับฤดูกาล

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจค้าปลีกและค้าส่งสินค้าอุปโภคบริโภค ซึ่งรายได้จากการขายอาจเพิ่มขึ้นหรือลดลงในแต่ละช่วงเวลา รายได้จากการขายจะเติบโตมากในช่วงไตรมาส 4 ของแต่ละปี เนื่องจากไตรมาส 4 เป็นช่วงเทศกาลปีใหม่ เทศกาลสงกรานต์ และเป็นช่วงที่บริษัทต่างๆ ให้โบนัสปลายปีแก่พนักงาน ทำให้ประชาชนมีกำลังในการจับจ่ายใช้สอยสินค้าอุปโภคบริโภคมากขึ้น สินค้าที่จำหน่ายได้มากในช่วงดังกล่าว ได้แก่ กระเช้าปีใหม่ ของขวัญปีใหม่ เป็นต้น ในขณะที่รายได้จากการขายในไตรมาส 1 – 3 ของแต่ละปี มีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันและต่ำกว่ารายได้จากการขายในไตรมาส 4 เนื่องจากในช่วงเวลาดังกล่าว ประชาชนมีการจับจ่ายใช้สอยสินค้าอุปโภคบริโภคเพื่อใช้ในชีวิตประจำวันตามปกติ ดังนั้น บริษัทฯ อาจมีความเสี่ยงในการพึ่งพิงรายได้จากการขายในไตรมาส 4 ของแต่ละปีมากกว่ารายได้จากการขายในไตรมาสอื่นๆ

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้กำหนดให้มีโปรโมชั่นเป็นประจำทุกเดือน และโปรโมชั่นเสริมเป็นประจำทุกสัปดาห์ รวมถึงการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอื่นๆ อย่างสม่ำเสมอ เช่น การชิงโชคลุ้นของรางวัล การแจกของสมนาคุณ เป็นต้น ดังนั้น บริษัทฯ จึงเชื่อมั่นว่าจะสามารถดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการและซื้อสินค้าในร้านสาขาอย่างสม่ำเสมอตลอดทั้งปี

3.1.8 ความเสี่ยงจากการไม่ขยายฐานลูกค้าค้าส่ง

บริษัทฯ มีรายได้จากค้าส่งเป็นรายได้จากการจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคผ่านศูนย์กระจายสินค้าจำนวน 1 แห่งซึ่งตั้งอยู่ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ได้แก่ ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกที่ตั้งอยู่ในจังหวัดสงขลา และพื้นที่จังหวัดใกล้เคียง

ในปัจจุบันบริษัทฯ ไม่มีนโยบายการขยายฐานลูกค้าค้าส่ง เนื่องจากในช่วงปีที่ผ่านมาร้านค้าปลีกที่เป็นลูกค้าค้าส่งในพื้นที่จังหวัดสงขลาและพื้นที่จังหวัดใกล้เคียงมีจำนวนลดลง ซึ่งอาจส่งผลให้บริษัทฯ อาจจะมีรายได้จากค้าส่งลดลงในอนาคต

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ยังคงรักษาฐานลูกค้าค้าส่งที่มีอยู่อย่างต่อเนื่อง โดยบริษัทฯ ได้กำหนดให้มีโครงการส่งเสริมการขายสำหรับลูกค้าค้าส่งเป็นประจำ เพื่อส่งเสริมให้ลูกค้าค้าส่งซื้อสินค้าจากบริษัทฯ ตามเป้าหมายที่กำหนดในแต่ละปี นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้มุ่งเน้นการขยายธุรกิจโดยการเปิดร้านสาขาเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในทุกๆ ปีให้ครอบคลุมพื้นที่ในจังหวัดสงขลาและจังหวัดใกล้เคียง ทำให้บริษัทฯ สามารถเข้าถึงลูกค้ากลุ่มใหม่ๆ ในพื้นที่ต่างๆ ได้มากขึ้นและลูกค้าสามารถซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคในร้านเคแอนด์เค ซูเปอร์สโตร์ได้สะดวกมากขึ้นด้วยเช่นกัน ดังนั้น บริษัทฯ จึงเห็นว่าความเสี่ยงจากการลดลงของรายได้ค้าส่งจะไม่มีผลกระทบในทางลบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ และบริษัทฯ เชื่อมั่นว่าจะสามารถสร้างรายได้จากการค้าปลีกได้มากขึ้นผ่านการขยายร้านสาขา

3.1.9 ความเสี่ยงที่ไม่สามารถหาพื้นที่เช่าและไม่สามารถต่อสัญญาพื้นที่เช่า

บริษัทฯ มีแผนการขยายร้านสาขาอย่างต่อเนื่องโดยมุ่งเน้นเปิดร้านสาขาในพื้นที่จังหวัดสงขลา พัทลุง สตูล และจังหวัดอื่นๆ ในภาคใต้ โดยมุ่งเน้นการเช่าที่ดินเพื่อเปิดร้านสาขาเป็นหลัก ทั้งนี้ หากพื้นที่ใดเป็นที่ดินที่มีศักยภาพในการตั้งร้านสาขา และเป็นทำเลที่มีโอกาสในการเติบโตของแหล่งชุมชน บริษัทฯ อาจพิจารณาซื้อที่ดินดังกล่าวเพื่อเป็นที่ตั้งร้านสาขาได้

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทฯ มีสัญญาเช่าที่ดินและอาคารกับบุคคลภายนอกเพื่อเป็นที่ตั้งร้านสาขา ซึ่งมีทั้งสัญญาระยะสั้นและสัญญาระยะยาว ทั้งหมด 27 สัญญา รายละเอียดดังนี้

1. สัญญาเช่าระยะสั้น ที่มีอายุสัญญาไม่เกิน 3 ปี จำนวน 6 สัญญา
2. สัญญาเช่าระยะยาว ที่มีอายุ 10-15 ปี จำนวน 21 สัญญา

ทั้งนี้ หากบริษัทฯ ไม่สามารถต่ออายุสัญญาเช่าได้ อาจส่งผลให้ต้องปิดร้านสาขานั้นๆ และมีค่าใช้จ่ายในการรื้อถอน ค่าใช้จ่ายในการโอนย้ายทรัพย์สิน ค่าใช้จ่ายในการเลิกจ้างหรือโอนย้ายบุคลากรประจำร้านสาขา รวมถึงอาจส่งผลต่อกระทบต่อรายได้และผลการดำเนินงานของบริษัทฯ

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ให้เช่า โดยได้ปฏิบัติตามข้อตกลงในสัญญาเช่าที่ดินและอาคาร มีประวัติการชำระเงินที่ดีซึ่งเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือทางธุรกิจให้กับผู้ให้เช่า ไม่เคยมีกรณีพิพาทกับผู้ให้เช่าและได้รับการต่ออายุสัญญาเช่ามาโดยตลอด ทั้งนี้ สัญญาเช่าที่ดินและอาคารส่วนใหญ่เป็นสัญญาที่ให้สิทธิแก่บริษัทฯ ในการต่อสัญญาเช่าก่อนผู้อื่น โดยปกติหากสัญญาเช่าที่ตั้งร้านสาขาใดใกล้ครบกำหนดอายุสัญญาแล้ว บริษัทฯ จะดำเนินการเจรจากับเจ้าของที่ดินและสิ่งปลูกสร้างเพื่อขอต่ออายุสัญญาเช่าเป็นการล่วงหน้า 3 – 6 เดือนก่อนถึงวันครบกำหนดอายุสัญญาเช่านั้นๆ

3.1.10 ความเสี่ยงในการขาดแคลนบุคลากรฝ่ายปฏิบัติงานในสาขา

บริษัทฯ มีร้านสาขาชื่อ “เคแอนด์เค ซูเปอร์สโตร์” จำนวน 28 สาขา และมีแผนการขยายสาขาอย่างต่อเนื่อง บุคลากรฝ่ายปฏิบัติงานในร้านสาขาจึงเป็นกลไกสำคัญในการบริหารและดำเนินงาน โดยปกติบริษัทฯ มีบุคลากรฝ่ายปฏิบัติงานในร้านสาขาประมาณ 7 – 10 คน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับขนาดของร้านสาขาด้วยเช่นกัน นอกจากนี้ บริษัทฯ มีแผนที่จะขยายสาขาใหม่อย่างต่อเนื่อง หากบริษัทฯ ไม่สามารถจัดหาบุคลากรฝ่ายปฏิบัติงานในสาขาให้เพียงพอเพื่อรองรับการขยายร้านสาขาหรือทดแทนบุคลากรที่ลาออกได้ทันเวลา อาจส่งผลกระทบต่อการบริหารงานร้านสาขา คุณภาพการให้บริการ โอกาสในการสร้างรายได้และผลการดำเนินงานของบริษัทฯ

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้จัดทำแผนงานวิเคราะห์อัตรากำลังพลของบุคลากรฝ่ายปฏิบัติงานในสาขาอย่างสม่ำเสมอ เพื่อนำเสนอให้ผู้บริหารพิจารณาและวางแผนอัตรากำลังพลของบุคลากรฝ่ายปฏิบัติงานในสาขาให้เหมาะสมและเพียงพอ ทั้งนี้ บริษัทฯ มีการประชาสัมพันธ์รับสมัครบุคลากรในตำแหน่งต่างๆ ผ่านร้านสาขา มหาวิทยาลัย และสื่อออนไลน์ ฝ่ายทรัพยากรบุคคลจะเป็นผู้สัมภาษณ์และคัดเลือกผู้สมัครที่มีคุณสมบัติเหมาะสม ผู้ที่ผ่านการคัดเลือกจะต้องได้รับการปฐมนิเทศน์และอบรมตามตำแหน่งงานเกี่ยวกับหน้าที่ ความรับผิดชอบ และขั้นตอนการปฏิบัติงาน เพื่อให้บุคลากรทุกคนเข้าใจและปฏิบัติงานในมาตรฐานเดียวกัน นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้มีการวิเคราะห์และเปรียบเทียบสวัสดิการต่างๆ ของบริษัทฯ กับบริษัทอื่นในอุตสาหกรรมเดียวกันอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้บุคลากรของบริษัทฯ มีสวัสดิการที่เหมาะสม เป็นธรรม และสามารถแข่งขันกับบริษัทอื่นในอุตสาหกรรมเดียวกันได้ ดังนั้น บริษัทฯ จึงเชื่อมั่นว่าจะสามารถจัดหาและพัฒนาพนักงานที่มีคุณสมบัติเหมาะสมเข้ามาร่วมงานในร้านสาขาทั้งปัจจุบันและร้านสาขาที่จะเปิดในอนาคตได้

3.1.11 ความเสี่ยงจากการทุจริตของพนักงาน

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจค้าปลีกและค้าส่งสินค้าอุปโภคบริโภคผ่านร้านสาขา 28 สาขาและศูนย์กระจายสินค้า 1 แห่ง ซึ่งจำเป็นต้องใช้พนักงานในการบริหารงานจำนวนมาก โดยลักษณะงานต่างๆ มีความเกี่ยวข้องกับสินค้าและเงินสด ดังนั้น การทุจริตอาจเกิดขึ้นได้ในหลายรูปแบบได้แก่ การทุจริตของพนักงานคลังสินค้า

การทุจริตของพนักงานสาขา รวมถึงการทุจริตของลูกค้า ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อรายได้และผลการดำเนินงานของบริษัทฯ

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันในทุกรูปแบบและมีความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจอย่างมีคุณธรรมภายใต้กรอบการกำกับดูแลกิจการที่ดี บริษัทฯ จึงมีการกำหนดมาตรการต่างๆ เพื่อป้องกันและตรวจสอบการทุจริตที่อาจเกิดขึ้น ดังนี้

- การปลูกฝังความซื่อสัตย์ในองค์กร โดยมีการจัดทำคู่มือจรรยาบรรณ จริยธรรมทางธุรกิจ นโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน และสื่อสารให้พนักงานทุกคนรับทราบและถือปฏิบัติอย่างเคร่งครัด
- การสร้างระบบควบคุมภายในที่รัดกุม มีการแบ่งแยกอำนาจหน้าที่และกำหนดวงเงินอำนาจอนุมัติอย่างชัดเจน
- การตรวจนับสินค้าคงคลังสำหรับร้านสาขาและศูนย์กระจายสินค้าเป็นประจำทุกไตรมาสและทุกเดือน ตามลำดับ
- ตรวจสอบการบริหารงานและการบริหารจัดการเงินสดที่ร้านสาขาเป็นประจำเดือนละ 1 ครั้ง โดยไม่แจ้งให้ทราบล่วงหน้า (Surprise Check)
- การติดตั้งกล้องโทรทัศน์วงจรปิดทั้งในร้านสาขาและศูนย์กระจายสินค้า
- การกำหนดบทลงโทษอย่างชัดเจนสำหรับผู้ทุจริต

3.1.12 ความเสี่ยงจากกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

บริษัทฯ ยึดหลักการดำเนินธุรกิจที่โปร่งใสภายใต้กฎหมายต่างๆ อย่างเคร่งครัด เช่น พระราชบัญญัติค่าปลี พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พระราชบัญญัติควบคุมราคา พระราชบัญญัติควบคุมอาหารและยา กฎหมายแรงงาน รวมถึงข้อกำหนดต่างๆ ของเทศบัญญัติตามที่แต่ละท้องถิ่นกำหนดขึ้น ทั้งนี้ หากรัฐบาลหรือหน่วยงานของรัฐมีการเปลี่ยนแปลงกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ หรือนโยบายใหม่ อาจส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ได้

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้ติดตามข่าวสาร การเปลี่ยนแปลงนโยบายของรัฐบาล หรือ เหตุการณ์อื่นๆ ที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจค้าปลีกและค้าส่งสินค้าอุปโภคบริโภคอย่างใกล้ชิด เพื่อบริษัทฯ สามารถวางแผนการดำเนินธุรกิจและแผนการรองรับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวได้อย่างทันท่วงที ด้วยความยืดหยุ่นในการปรับเปลี่ยนองค์กรและแนวทางการดำเนินงาน บริษัทฯ เชื่อมั่นว่าจะสามารถปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ เพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงได้ทันต่อสถานการณ์ และควบคุมผลกระทบให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้

3.1.13 ความเสี่ยงจากภัยธรรมชาติ

จังหวัดสงขลามีสภาพภูมิอากาศแบบร้อนชื้น มีฝนตกชุก และมีสภาพภูมิประเทศที่เป็นที่ราบลุ่ม ทำให้จังหวัดสงขลาประสบอุทกภัยบ่อยครั้ง โดยจังหวัดสงขลาเกิดอุทกภัยครั้งใหญ่ในปี 2543 และ 2553 ด้วยทำเลที่ตั้งของจังหวัดสงขลาที่อยู่ใกล้ทะเลทำให้สามารถระบายน้ำได้อย่างรวดเร็ว ทั้งนี้ บริษัทฯ เคยได้รับผลกระทบจากอุทกภัยครั้งใหญ่ในปี 2553 ซึ่งสร้างความเสียหายให้กับคลังสินค้าสำนักงานใหญ่ซึ่งในตอนนั้นตั้งอยู่ที่ตำบลหาดใหญ่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา และความเสียหายที่เกิดขึ้นกับร้านสาขาอีก 11 สาขา ทั้งนี้ หากอนาคตภัยธรรมชาติมีความรุนแรงและยาวนานมากขึ้น อาจส่งผลกระทบต่อรายได้และผลการดำเนินงานของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญได้

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงความเสี่ยงจากภัยธรรมชาติในทุกรูปแบบ และได้พิจารณาถึงทำเลที่ตั้งของคลังสินค้าและร้านสาขาอย่างรอบคอบ เมื่อปี 2554 บริษัทฯ ได้ย้ายคลังสินค้า สำนักงานใหญ่มายังที่ตั้ง

ปัจจุบันที่ตำบลคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เนื่องจากบริษัท พิจารณาแล้วว่าทำเลที่ตั้งดังกล่าวเป็นที่มีความเสี่ยงไม่มากนักที่จะเกิดอุทกภัยและสร้างความเสียหายกับสินค้าคงคลัง อีกทั้ง บริษัทฯ มีมาตรการในการป้องกันและรับมือกับภัยธรรมชาติ ได้แก่ การทำประกันภัยความเสี่ยงภัยทรัพย์สินและการประกันภัยธุรกิจหยุดชะงักทั้งในส่วนของลูกค้าสินค้า สำนักงานใหญ่ และร้านสาขา เพื่อชดเชยค่าเสียหายจากภัยธรรมชาติ การฝึกอบรมพนักงานให้มีความพร้อมในการรับมือกับภัยธรรมชาติ เป็นต้น ทั้งนี้ การเตรียมความพร้อมของฝ่ายบริหารเป็นการเพิ่มความมั่นใจให้กับพนักงาน ลูกค้า คู่ค้าทางธุรกิจ และผู้ถือหุ้นในการเตรียมความพร้อมในกรณีที่ภัยธรรมชาติเกิดขึ้น

3.1.14 ความเสี่ยงจากเหตุการณ์ความไม่สงบในจังหวัดชายแดนภาคใต้

สถานการณ์การก่อความไม่สงบในจังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทย เกิดขึ้นในจังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาสที่มีมากกว่า 2 ทศวรรษ โดยปัจจุบันพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ยังคงอยู่ภายใต้พระราชกำหนดในสถานการณ์ฉุกเฉิน หากการก่อความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้มีความรุนแรงมากขึ้น และรุกคืบเข้าสู่จังหวัดสงขลา อาจส่งผลกระทบต่อโอกาสในการสร้างรายได้ และผลการดำเนินงานของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ

อย่างไรก็ตาม ร้านสาขาของบริษัทฯ ตั้งอยู่ในพื้นที่จังหวัดสงขลา พัทลุง และสตูล ซึ่งไม่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การก่อความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้แต่อย่างใด เนื่องจากร้านสาขาของบริษัทฯ ไม่ได้ตั้งอยู่ในพื้นที่เขตความไม่สงบและไม่ได้เป็นสถานที่เชิงสัญลักษณ์ในการก่อเหตุการณ์ความไม่สงบ นอกจากนี้ บริษัทฯ ไม่มีแผนในการขยายร้านสาขาไปยังพื้นที่จังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส ในอนาคตอันใกล้นี้ด้วย

3.1.15 ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 (COVID-19)

การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 (COVID-19) ในประเทศไทยได้เริ่มต้นขึ้นในเดือนมกราคม 2563 และมีการยืนยันพบผู้ติดเชื้อเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง รัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงกำหนดมาตรการต่างๆ เพื่อควบคุมการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 (COVID-19) ได้แก่ การประกาศใช้พระราชกำหนดบริหารราชการแผ่นดินในสถานการณ์ฉุกเฉิน (พ.ร.ก. ฉุกเฉิน) การสั่งปิดสถานที่ที่มีความเสี่ยง และการประกาศห้ามประชาชนออกนอกเคหสถาน (เคอร์ฟิว) ในช่วงเวลาที่กำหนด ซึ่งส่งผลกระทบโดยตรงต่อการดำเนินชีวิตและการประกอบอาชีพของประชาชน และการดำเนินธุรกิจในภาคส่วนต่างๆ ทำให้ภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศจึงมีแนวโน้มชะลอตัวลง ประชาชนบางรายอาจได้รับผลกระทบจากการว่างงาน ถูกลดเงินเดือน หรือมีรายได้ไม่แน่นอนซึ่งอาจส่งผลให้ประชาชนมีกำลังซื้อลดลงและมีความระมัดระวังในการใช้จ่ายใช้สอยมากขึ้น ทั้งนี้ หากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 มีความรุนแรงและยาวนานมากขึ้น รวมถึงมีการแพร่ระบาดในพื้นที่ของบริษัทฯ อาจส่งผลกระทบต่อรายได้และผลการดำเนินงานของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจค้าปลีกและค้าส่งสินค้าอุปโภคบริโภคซึ่งเป็นการจำหน่ายสินค้าที่จำเป็นในชีวิตประจำวัน โดยธุรกิจค้าปลีกเป็นการจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคผ่านร้านสาขาชื่อ “เคแอนด์เค ซูเปอร์สโตร์” จำนวน 28 สาขา ซึ่งบริษัทฯ ยังคงเปิดให้บริการร้านสาขาทั้ง 28 สาขาในช่วงของการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 (COVID-19) โดยบริษัทฯ มีการปรับเปลี่ยนเวลาทำการของแต่ละสาขาให้สอดคล้องกับมาตรการต่างๆ ของภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ประชาชนในพื้นที่จึงสามารถเข้ามาซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคในร้านสาขาอย่างต่อเนื่อง ในส่วนของธุรกิจค้าส่ง ร้านค้าปลีกในพื้นที่จังหวัดสงขลาและพื้นที่ใกล้เคียงที่เป็นลูกค้าค้าส่งของบริษัทฯ ยังคงสั่งซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคกับบริษัทฯ เพื่อนำไปจำหน่าย

ต่อและรองรับความต้องการของลูกค้าที่มาซื้อสินค้า โดยลูกค้าส่วนใหญ่ในร้านสาขาจะชำระค่าสินค้าด้วยเงินสด และหากลูกค้าชำระค่าสินค้าด้วยบัตรเครดิตและบัตรเครดิต บริษัทฯ จะได้รับเงินค่าสินค้าในวันรุ่งขึ้น ในขณะที่ลูกค้าค้าส่งจะได้รับวงเงินเครดิตและระยะเวลาชำระค่าสินค้า (Credit Term) จำนวน 7 -14 วัน โดยคำนึงถึงฐานะการเงินและประวัติการชำระหนี้เป็นสำคัญ บริษัทฯ จึงเชื่อมั่นว่าจะสามารถสร้างกระแสเงินสดและบริหารสภาพคล่องได้มีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้สั่งซื้อสินค้าจากผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าได้ตามปกติในช่วงของการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 (COVID-19) เนื่องจากประกาศห้ามประชาชนออกนอกเคหสถาน (เคอร์ฟิว) ได้มีข้อยกเว้นโดยอนุญาตให้ภคชนส่งสินค้าที่จำเป็นสามารถดำเนินการขนส่งได้ในช่วงเวลาดังกล่าว ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าจึงสามารถจัดส่งสินค้าอุปโภคบริโภคมายังคลังสินค้าของบริษัทฯ ได้ตามปกติ ทั้งนี้ บริษัทฯ มีการประเมินปริมาณสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำหน่ายในร้านสาขาอย่างใกล้ชิด เพื่อให้บริษัทฯ สามารถพิจารณาสั่งซื้อและกระจายสินค้าไปยังร้านสาขาในปริมาณที่เหมาะสมและเพียงพอสำหรับการจำหน่ายให้แก่ลูกค้า ทำให้ลูกค้ามั่นใจได้ว่าร้านสาขามีสินค้าเพียงพอในการจำหน่ายและไม่จำเป็นต้องสำรองสินค้าในปริมาณมาก บริษัทฯ จึงเชื่อมั่นว่าจะสามารถบริหารจัดการสินค้าคงคลังในคลังสินค้าและร้านสาขาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ ด้วยภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศที่มีแนวโน้มชะลอตัวลง ประชาชนในพื้นที่บางรายอาจได้รับผลกระทบจากการว่างงาน ถูกลดเงินเดือน หรือมีรายได้ไม่แน่นอน ทำให้ส่งผลต่อกำลังซื้อและความสามารถในการใช้จ่ายใช้สอยของลูกค้าของบริษัทฯ ดังนั้น ลูกค้าของบริษัทฯ จึงอาจเลือกซื้อสินค้าในปริมาณที่น้อยลง ซึ่งอาจส่งผลให้บริษัทฯ มีรายได้จากการขายสินค้าที่ลดลง อย่างไรก็ตาม สินค้าที่บริษัทฯ จำหน่ายเป็นสินค้าอุปโภคบริโภคซึ่งส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่จำเป็นต้องใช้ในชีวิตประจำวัน บริษัทฯ จึงเชื่อมั่นว่าลูกค้าของบริษัทฯ จะมาเลือกซื้อสินค้าของบริษัทฯ อย่างสม่ำเสมอ และบริษัทฯ จะสามารถสร้างรายได้และกำไรจากการขายสินค้าได้อย่างต่อเนื่อง

ในส่วนของมาตรการต่างๆ บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 (COVID-19) และให้ความสำคัญต่อสุขอนามัยของพนักงานทุกคน บริษัทฯ จึงได้ปฏิบัติตามคำสั่งของคณะกรรมการโรคติดต่อจังหวัดสงขลาอย่างเคร่งครัด รวมถึงได้กำหนดมาตรการต่างๆ ในร้านสาขาเพื่อความปลอดภัยของลูกค้าและพนักงานร้านสาขา โดยกำหนดให้พนักงานร้านสาขาทั้ง 28 สาขาต้องสวมหน้ากากอนามัยขณะปฏิบัติงาน และลูกค้าที่มาใช้บริการทุกท่านต้องสวมหน้ากากอนามัยก่อนเข้าใช้บริการในร้านสาขา กำหนดให้มีจุดบริการเจลล้างมือแอลกอฮอล์บริเวณเคาเตอร์ชำระเงินสำหรับลูกค้าและพนักงานร้านสาขา เพิ่มความถี่ในการทำความสะอาดร้านสาขาและอุปกรณ์ที่ใช้ในร้านสาขา เช่น รถเข็น และตะกร้า เป็นต้น มีจุดในการยืนรอชำระเงินให้ห่างกันอย่างน้อย 1 เมตร และจำกัดจำนวนลูกค้าในร้านสาขาในกรณีที่ลูกค้ามาใช้บริการพร้อมกันเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้กำหนดมาตรการต่างๆ สำหรับพนักงานและผู้ที่มาติดต่อในบริเวณคลังสินค้าและสำนักงานใหญ่ โดยพนักงานและผู้ที่มาติดต่อต้องได้รับการตรวจวัดอุณหภูมิก่อนเข้าพื้นที่ สวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลา และล้างมือให้สะอาดอยู่เสมอ

ทั้งนี้ หากพบว่าพนักงานร้านสาขา ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในร้านสาขา พนักงานและผู้ที่มาติดต่อในบริเวณคลังสินค้าและสำนักงานใหญ่ ติดเชื้อโควิด-19 (COVID-19) บริษัทฯ จะพิจารณาปิดร้านสาขาหรือพื้นที่บริเวณนั้นๆ ทันที เพื่อทำความสะอาดและพ่นยาฆ่าเชื้อ และให้พนักงานที่มีความเสี่ยงหยุดปฏิบัติงานเพื่อเฝ้าสังเกตอาการตามคำแนะนำของคณะกรรมการโรคติดต่อจังหวัดสงขลา ดังนั้น บริษัทฯ จึงเชื่อมั่นว่าจะ

สามารถดำเนินธุรกิจภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 (COVID-19) และสามารถสร้างรายได้ได้อย่างต่อเนื่อง

3.2 ความเสี่ยงด้านการบริหารจัดการ

3.2.1 ความเสี่ยงจากการบริหารงานที่พึ่งพิงผู้บริหารหลัก

การดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ตลอดระยะเวลากว่า 28 ปีที่ผ่านมาเป็นการบริหารงานโดยผู้บริหารหลักอย่าง นายกวีตพงษ์ สิริชนนัทสกุล ดำรงตำแหน่งกรรมการ ประธานกรรมการบริหาร และกรรมการผู้จัดการ และนางสาวนริรัตน์ สิริชนนัทสกุล ดำรงตำแหน่งกรรมการ กรรมการบริหาร และรองกรรมการผู้จัดการ ซึ่งเป็นบุคคลที่มีความรู้ ความชำนาญ และประสบการณ์ รวมถึงมีบทบาทสำคัญในการกำหนดนโยบายและแนวทางการดำเนินธุรกิจให้บริษัทฯ เติบโตและสร้างผลตอบแทนให้กับผู้ถือหุ้นอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น บริษัทฯ อาจมีความเสี่ยงจากการพึ่งพิงความสามารถในการบริหารงานของผู้บริหารหลักทั้งสองท่าน

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีโครงสร้างองค์กรที่ชัดเจนในการแบ่งแยกหน้าที่และความรับผิดชอบตามแต่ละสายงาน รวมถึงการกระจายอำนาจในการบริหารงานตามความเหมาะสม พร้อมทั้งคัดเลือกบุคลากรที่มีความชำนาญและประสบการณ์ในสายงานขึ้นมาเป็นผู้บริหารระดับผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการและผู้อำนวยการสายงาน ทั้งนี้ ผู้บริหารและพนักงานของบริษัทฯ จำนวนมากเป็นบุคคลที่ร่วมงานกับบริษัทฯ มาเป็นระยะเวลานานและมีความเข้าใจในลักษณะธุรกิจของบริษัทฯ เป็นอย่างดี จึงเป็นปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมการดำเนินงานของบริษัทฯ ให้เติบโตยิ่งขึ้นไปในอนาคต นอกจากนี้ บริษัทฯ เล็งเห็นความสำคัญของการพัฒนาบุคลากรโดยจัดการฝึกอบรมความรู้ให้กับพนักงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อเพิ่มพูนความรู้และทักษะในการทำงานที่มีประสิทธิภาพที่ดียิ่งขึ้น การให้ความสำคัญกับโครงสร้างองค์กร การกระจายอำนาจในการบริหารงาน และการพัฒนาบุคลากรจะทำให้การพึ่งพิงผู้บริหารหลักของบริษัทฯ ลดลง

3.2.2 ความเสี่ยงจากการมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ถือหุ้นรวมกันเกินกว่าร้อยละ 50

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 ครอบครัวสิริชนนัทสกุลถือหุ้นในบริษัทฯ จำนวน 151,250,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 65.76 ของทุนจดทะเบียนที่ออกและชำระแล้วจำนวน 115.00 ล้านบาท จึงทำให้กลุ่มครอบครัวสิริชนนัทสกุล สามารถควบคุมมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้เกือบทั้งหมดไม่ว่าจะเป็นเรื่องการแต่งตั้งกรรมการ หรือการขอมติในเรื่องอื่นที่ต้องใช้เสียงส่วนใหญ่ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ยกเว้นเรื่องกฎหมายหรือข้อบังคับของบริษัทฯ ที่กำหนดให้ได้รับเสียง 3 ใน 4 ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ดังนั้นผู้ถือหุ้นรายอื่นจึงอาจไม่สามารถรวบรวมคะแนนเสียงเพื่อตรวจสอบและถ่วงดุลเรื่องที่ผู้ถือหุ้นใหญ่เสนอได้

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้กำหนดโครงสร้างองค์กรและแนวทางการปฏิบัติของคณะกรรมการด้วยการสร้างกลไกในการตรวจสอบและถ่วงดุลอำนาจของกรรมการผู้มีส่วนได้เสีย โดยการแต่งตั้งคณะกรรมการตรวจสอบจำนวน 3 ท่านเพื่อทำหน้าที่ตรวจสอบ พิจารณา และกลั่นกรองให้เกิดความโปร่งใสในการดำเนินงาน อีกทั้ง บริษัทฯ กำหนดนโยบายการทำรายการระหว่างกัน เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติในการทำรายการที่เกี่ยวข้องกับกรรมการ ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ผู้มีอำนาจควบคุม หรือบุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง โดยบุคคลดังกล่าวจะไม่มีอำนาจอนุมัติในการทำรายการนั้นๆ ซึ่งทำให้บริษัทฯ เกิดการตรวจสอบและถ่วงดุล มีความโปร่งใสในการบริหารจัดการและมีระบบที่ตรวจสอบได้

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 สินทรัพย์หลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 สินทรัพย์หลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ ได้แก่ ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ และสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน มีรายละเอียดดังนี้

รายการ	มูลค่าสุทธิตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 (ล้านบาท)	ลักษณะ กรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน
ที่ดิน	49.91	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	จดจำนองเป็น หลักประกันเงินกู้ยืม กับสถาบันการเงิน
อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร	52.99	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	ไม่มี
เครื่องตกแต่งและอุปกรณ์สำนักงาน	13.51	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	ไม่มี
ยานพาหนะ	2.67	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	ไม่มี
งานระหว่างก่อสร้าง	1.68	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	ไม่มี
สินทรัพย์สิทธิการใช้	40.96	ในส่วนของที่ดิน และอาคาร เป็น สิทธิการเช่า ในส่วนของ ยานพาหนะ บริษัทฯ เป็น เจ้าของ	ยานพาหนะมีภาระ ผูกพันตามสัญญา เช่าการเงินจำนวน 6 คัน
สินทรัพย์ไม่มีตัวตน	2.29	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	ไม่มี
รวม	164.01		

หมายเหตุ ในปี 2563 บริษัทฯ ได้นำมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 16 เรื่องสัญญาเช่า มาถือปฏิบัติเป็นครั้งแรก โดยยานพาหนะที่มีภาระผูกพันตามสัญญาเช่าจากเดิมบันทึกเป็นยานพาหนะในที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ บริษัทฯ ได้จัดรายการทางบัญชีใหม่โดยบันทึกเป็นสินทรัพย์สิทธิการใช้ รวมถึงมูลค่าสัญญาเช่าที่ดินและอาคารซึ่งเป็นที่ตั้งของร้านสาขาได้ถูกบันทึกเป็นสินทรัพย์สิทธิการใช้เช่นกัน

4.1.1 ที่ดิน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 ที่ดินมีมูลค่าสุทธิตามบัญชีจำนวน 49.91 ล้านบาท ซึ่งเป็นที่ดินที่เป็นที่ตั้งของสำนักงานใหญ่ และที่ตั้งของร้านสาขา มีรายละเอียดดังนี้

ที่ตั้ง	การใช้งาน	มูลค่าสุทธิตามบัญชี (ล้านบาท)	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน
1. โฉนดเลขที่ 122329, 122372, 122373, 122374 9/9 หมู่ที่ 5 ตำบลคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 90110 รวมเนื้อที่ 7-3-92.10 ไร่	ที่ตั้ง สำนักงานใหญ่	8.29	บริษัท เป็นเจ้าของ	จดจำนองเป็นหลักประกันเงินกู้ยืมกับสถาบันการเงิน
2. โฉนดเลขที่ 246441 9/9 หมู่ที่ 5 ตำบลคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 90110 รวมเนื้อที่ 0-0-43.00 ไร่	ที่ตั้ง สำนักงานใหญ่	3.03	บริษัท เป็นเจ้าของ	ไม่มี
3. โฉนดเลขที่ 62880, 62881, 62882 537 ถนนราษฎร์อุทิศ ตำบล หาดใหญ่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัด สงขลา 90110 รวมเนื้อที่ 0-1-14.30 ไร่	ที่ตั้ง ร้านสาขา เขต 8	5.29	บริษัท เป็นเจ้าของ	จดจำนองเป็นหลักประกันเงินกู้ยืมกับสถาบันการเงิน
4. โฉนดเลขที่ 236847 58/10 หมู่ที่ 4 ตำบลคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 90110 รวมเนื้อที่ 0-1-29.30 ไร่	ที่ตั้ง ร้านสาขา คลองแห	10.59	บริษัท เป็นเจ้าของ	ไม่มี
5. โฉนดเลขที่ 246955, 246956, 246957 432-432/1 ถนนกาญจนวนิชย์ ตำบลบ้านพรุ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 90250 รวมเนื้อที่ 0-0-68.70 ไร่	ที่ตั้ง ร้านสาขา บ้านพรุ	2.70	บริษัท เป็นเจ้าของ	จดจำนองเป็นหลักประกันเงินกู้ยืมกับสถาบันการเงิน
6. โฉนดเลขที่ 57955, 57956, 57957, 57958 123 หมู่ที่ 5 ถนนคลองแะ-นาทวี ตำบลพังงา อำเภอสะเดา จังหวัด สงขลา 90170 รวมเนื้อที่ 0-0-10.40 ไร่	ที่ตั้ง ร้านสาขา คลองแะ	2.32	บริษัท เป็นเจ้าของ	จดจำนองเป็นหลักประกันเงินกู้ยืมกับสถาบันการเงิน

ที่ตั้ง	การใช้งาน	มูลค่าสุทธิ ตามบัญชี (ล้านบาท)	ลักษณะ กรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน
7. โฉนดเลขที่ 62661 123 หมู่ที่ 5 ถนนคลองแะ-นาทวี ตำบลพังงา อำเภอสะเดา จังหวัด สงขลา 90170 รวมเนื้อที่ 0-1-29.60 ไร่	ที่ตั้ง ร้านสาขา คลองแะ	0.10	บริษัท เป็นเจ้าของ	ไม่มี
8. โฉนดเลขที่ 77086 29/155 หมู่ที่ 2 ตำบลคองหงส์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 90110 รวมเนื้อที่ 1-3-81.50 ไร่	ที่ตั้ง ร้านสาขา นวลแก้ว	10.52	บริษัท เป็น เจ้าของ	จดจำนองเป็น หลักประกันเงิน กู้ยืมกับสถาบัน การเงิน
9. โฉนดเลขที่ 289839, 289840, 289841, 289842 1909/3 หมู่ที่ 6 ถนนสนามบิน- ลพบุรีราเมศวร์ ตำบลควนลัง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 90110 รวมเนื้อที่ 0-1-18.50 ไร่	ที่ตั้ง ร้านสาขา สนามบิน	4.56	บริษัท เป็นเจ้าของ	จดจำนองเป็น หลักประกันเงิน กู้ยืมกับสถาบัน การเงิน
10. โฉนดเลขที่ 101165 60/8 หมู่ที่ 7 ตำบลคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 90110 รวมเนื้อที่ 0-3-57.00 ไร่	ที่ตั้ง ร้านสาขา ทางไปคูเต่า	2.51	บริษัท เป็นเจ้าของ	จดจำนองเป็น หลักประกันเงิน กู้ยืมกับสถาบัน การเงิน
รวม		49.91		

4.1.2 สินทรัพย์สิทธิการใช้

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทฯ มีมูลค่าสุทธิตามบัญชีของสินทรัพย์สิทธิการใช้ จำนวน 40.96 ล้านบาท มีรายละเอียดดังนี้

รายการ	มูลค่าสุทธิตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
ที่ดินและอาคาร ¹	34.45	ไม่มี
ยานพาหนะ ²	6.51	ยานพาหนะมีภาระผูกพันตาม สัญญาเช่าการเงินจำนวน 6 คัน
รวม	40.96	

หมายเหตุ 1. สินทรัพย์สิทธิการใช้ในรายการที่ดินและอาคาร เป็นมูลค่าของสัญญาเช่าที่ดินและอาคารซึ่งเป็นที่ตั้งของร้านสาขา

2. สินทรัพย์สิทธิการใช้ในรายการยานพาหนะ เป็นมูลค่าของสัญญาเช่าซื้อรถขนส่งสินค้า

4.1.3 สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

ณ 31 ธันวาคม 2563 สินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่บริษัทฯ ใช้ในการประกอบธุรกิจ ได้แก่ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ และโปรแกรมทางด้านบัญชี ซึ่งมีมูลค่าสุทธิตามบัญชี 2.29 ล้านบาท

4.2 ใบอนุญาตที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ

การประกอบธุรกิจของบริษัทฯ มีใบอนุญาตที่สำคัญ ได้แก่ หนังสือรับรองการแจ้งจัดตั้งสถานที่สะสมอาหาร ใบอนุญาตประกอบกิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ ใบอนุญาตจำหน่ายสุราและยาสูบ และใบอนุญาตจำหน่ายอาหารสัตว์

4.3 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทฯ ไม่มีการลงทุนในบริษัทย่อยหรือบริษัทร่วม อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีนโยบายที่จะลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่อง ใกล้เคียงกัน หรือก่อให้เกิดประโยชน์ และสนับสนุนการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงและผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ทั้งนี้ บริษัทฯ จะพิจารณาสัดส่วนการลงทุน ภายใต้ที่คาดว่าจะได้รับ ความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้น และสถานะทางการเงินของบริษัทฯ ก่อนการตัดสินใจลงทุนในโครงการต่างๆ โดยการอนุมัติการลงทุนดังกล่าวจะต้องได้รับการพิจารณาจากที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท และ/หรือ ที่ประชุมผู้ถือหุ้นตามขอบเขตอำนาจการอนุมัติที่กำหนด

นอกจากนี้ ในการกำกับดูแลการดำเนินงานของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมนั้น บริษัทฯ จะพิจารณาส่งตัวแทนของบริษัทฯ ซึ่งมีคุณสมบัติและประสบการณ์ที่เหมาะสมกับธุรกิจที่บริษัทฯ เข้าลงทุนเข้าเป็นกรรมการในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมของบริษัทฯ ดังกล่าว โดยตัวแทนดังกล่าวอาจเป็นประธานกรรมการ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กรรมการ ผู้บริหารระดับสูง หรือบุคคลของบริษัทฯ ที่ปราศจากผลประโยชน์ขัดแย้งกับธุรกิจของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมเหล่านั้น ทั้งนี้ เพื่อให้บริษัทฯ สามารถควบคุมดูแลกิจการ และการดำเนินงานของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมได้เสมือนเป็นหน่วยงานหนึ่งของบริษัทฯ บริษัทฯ จึงกำหนดให้ตัวแทนของบริษัทฯ จะต้องบริหารจัดการธุรกิจของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมให้เป็นไปตามระเบียบและกฎเกณฑ์ซึ่งกำหนดไว้ในข้อบังคับและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมนั้นๆ รวมถึงรายงานผลการดำเนินงานของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมดังกล่าวให้ที่ประชุมคณะกรรมการของบริษัทฯ ทราบ นอกจากนี้ บริษัทฯ จะพิจารณาส่งตัวแทนเพื่อเป็นกรรมการในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมดังกล่าวให้เป็นไปตามสัดส่วนการถือหุ้นของบริษัทฯ และ/หรือตามข้อตกลงระหว่างผู้ถือหุ้นของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมแต่ละบริษัท กำหนด

ทั้งนี้ บริษัทฯ จะติดตามผลประกอบการและผลการดำเนินงานของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมอย่างใกล้ชิด รวมถึงกำกับให้มีการจัดเก็บข้อมูลและบันทึกบัญชีของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมให้บริษัทฯ ตรวจสอบ

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทฯ มิได้มีข้อพิพาททางกฎหมายที่ยังไม่สิ้นสุดซึ่งอาจมีผลกระทบต่อสินทรัพย์ของ บริษัทฯ ที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น และไม่มีข้อพิพาทที่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของ บริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

6.1 ข้อมูลทั่วไปของบริษัทฯ

ชื่อบริษัท	:	บริษัท เคแอนด์เค ซูเปอร์สโตร์ เซาท์เทิร์น จำกัด (มหาชน) K&K Superstore Southern Public Company Limited
ประเภทธุรกิจ	:	ธุรกิจค้าปลีกและค้าส่งสินค้าอุปโภคบริโภค
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	เลขที่ 9/9 หมู่ที่ 5 ตำบลคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 90110
เลขทะเบียนบริษัท	:	0107562000394
โทรศัพท์	:	074-205-288, 074-205-242
โฮมเพจ	:	www.kandksuper.com
ทุนจดทะเบียน	:	115,000,000 บาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญ 230,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้ (Par value) หุ้นละ 0.50 บาท
นักลงทุนสัมพันธ์	:	

8.2 ข้อมูลบุคคลอ้างอิงอื่นๆ

8.2.1 นายทะเบียนหลักทรัพย์

นายทะเบียนหลักทรัพย์	:	บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด
ที่ตั้งสำนักงาน	:	เลขที่ 93 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร 10400
โทรศัพท์	:	02-009-9000
โทรสาร	:	02-009-9991

8.2.2 ผู้สอบบัญชี

ผู้สอบบัญชี	:	บริษัท พีวี ออดิท จำกัด
ที่ตั้งสำนักงาน	:	เลขที่ 100/19 ชั้น 14 อาคารว่องวานิช บี ถนนพระราม 9 ห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร 10310
โทรศัพท์	:	02-645-0080
โทรสาร	:	02-645-0020
โฮมเพจ	:	www.pvaudit.co.th

8.2.3 ผู้ตรวจสอบภายใน

ผู้ตรวจสอบภายใน	:	บริษัท ยูนิค แอดไวเซอร์ จำกัด
ที่ตั้งสำนักงาน	:	เลขที่ 253 ซอย 21 ถนนสุขุมวิท แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10110
โทรศัพท์	:	02-261-9699
โทรสาร	:	02-261-9697
โฮมเพจ	:	www.u-advisor.com