

ส่วนที่ 1
การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท ออฟฟิศเมท จำกัด (มหาชน) “บริษัท” เป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นในประเทศไทย และมีที่อยู่วัดทะเบียนตั้งอยู่เลขที่ 24 ซอยอ่อนนุช 66/1 ถนนอ่อนนุช แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร

บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเมื่อ 2 กันยายน 2551 ต่อมาในปี 2553 บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (MAI) และในปี 2555 ได้รวมกิจการกับบริษัท ออฟฟิศ คลับ (ไทย) จำกัด และบริษัทย่อย และบริษัท ปีทูเอส จำกัด และได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (The Stock Exchange of Thailand: SET) ภายหลังจากการเพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัทดำเนินการเสร็จสิ้น ทำให้บริษัท มีบริษัทย่อย คือ บริษัท ออฟฟิศ คลับ (ไทย) จำกัดและบริษัทย่อย และบริษัท ปีทูเอส จำกัด

1.1 เป้าหมายการดำเนินธุรกิจ

เป็นผู้นำที่เป็นเลิศด้านการค้าปลีกด้วยระบบการขายผ่านหน้าร้าน และระบบค้าปลีกออนไลน์ ที่มีประสิทธิภาพในระดับเอเชียภูมิภาค โดยจะเป็นผู้ริเริ่มนำเทคโนโลยีและแนวคิดที่ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการลูกค้าและบริหารองค์กรให้ได้ประสิทธิภาพสูงสุดบริษัทมีเป้าหมายที่จะเป็นผู้นำการค้าปลีกควบคู่ไปกับการแตกไลน์ธุรกิจใหม่อย่างต่อเนื่อง ดังนี้

- (1) เป็นผู้นำธุรกิจจำหน่ายเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงาน รวมถึงการนำเสนอบริการที่เกี่ยวข้องกับสำนักงานในรูปแบบการทำธุรกิจระหว่างบริษัทกับบริษัท (Business to Business: B2B)ผ่านระบบแค็ตตาล็อก ระบบออนไลน์ในรูปแบบเว็บไซต์ และระบบสั่งซื้ออิเล็กทรอนิกส์เฉพาะแต่ละองค์กร (e-Procurement) โดยมุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าองค์กรที่มีศักยภาพและมีความมั่นคง
- (2) เป็นผู้นำธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่เกี่ยวข้องกับสาระความรู้และความบันเทิงเครื่องเขียน และอุปกรณ์สำนักงานผ่านทางหน้าร้านที่มีสาขาทั่วประเทศ และระบบค้าปลีกออนไลน์
- (3) เป็นผู้นำธุรกิจออนไลน์ โดยมุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าบุคคล นำเสนอสินค้าที่มีความหลากหลายเพื่อตอบสนองต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ทันสมัยและมุ่งเน้นการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจภายใต้กระบวนการสั่งซื้อที่มีความสะดวกและปลอดภัย พร้อมบริการจัดส่งที่รวดเร็วและครอบคลุมทั่วประเทศ

OfficeMate

“The Best Choice for All Business Solutions in Thailand”

B2S
Books - Music - Stationery

“To be ASEAN Best E-tailing store offering lifestyle stationery and Edutainment contents
which continuously influence customer knowledge and creativity development”

Central
www.central.co.th online shopping

1.2 ความเป็นมาและพัฒนาการที่สำคัญ

ปี 2537	- จัดตั้งบริษัทด้วยทุนจดทะเบียนจำนวน 5 ล้านบาท เพื่อจำหน่ายเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงานผ่านระบบแค็ตตาล็อก และรับคำสั่งซื้อผ่านระบบ Call Center
ปี 2542 - 2550	- เปิดให้บริการเว็บไซต์ www.officemate.co.th เพื่อเพิ่มช่องทางในการสั่งซื้อสินค้าของลูกค้าให้เข้าถึงได้ง่าย - ปรับระบบคลังสินค้าเป็นระบบแนวราบบนพื้นที่ 2,000 ตารางเมตร - ใช้ระบบซอฟต์แวร์เข้ามาช่วยในการบริหารจัดการและการควบคุมระบบ Call Center - พัฒนาระบบ E-Procurement ซึ่งเป็นระบบสั่งซื้ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าเฉพาะแต่ละองค์กร
ปี 2551	- ขยายคลังสินค้าบนพื้นที่ 7,200 ตารางเมตร รองรับสินค้า 20,000 รายการ - แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน เมื่อวันที่ 2 มิถุนายน 2551 ด้วยทุนจดทะเบียน 80 ล้านบาท และทุนชำระแล้ว 56 ล้านบาท และวันที่ 2 กันยายน 2551 จดทะเบียนกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
ปี 2552	- เปิดบริการเว็บไซต์เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าบุคคล www.trendyday.com - เพิ่มช่องทางในการแลกรับของกำนัลทางออนไลน์ “Redeem Center”
ปี 2553	- นำหุ้นของบริษัทเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ (MAI) ด้วยทุนจดทะเบียน 80 ล้านบาทและทุนชำระแล้ว 80 ล้านบาทโดยเข้าซื้อขายวันแรก วันที่ 28 กรกฎาคม 2553
ปี 2554	- ปรับปรุง Call Center เป็นระบบ Multimedia Call Center รวมถึงขยายสาขา Call Center และเพิ่มจำนวนพนักงานขายสินค้าทางโทรศัพท์ และให้บริการเว็บไซต์เพื่อให้ข้อมูลสินค้าแก่ลูกค้าทางออนไลน์
ปี 2555	- เปิดร้าน trendyday.com ที่ ศูนย์การค้าเมกะ บางนา และเกตเวย์ เอกมัย - ขยายช่องทางการขายผ่าน Mobile Application และร่วมมือกับบริษัท Samsung ในการทำ Application บน Internet TV - รวมกิจการกับบริษัท ออฟฟิศ คลับ (ไทย) จำกัดและบริษัทย่อย และบริษัท บีทูเอส จำกัด โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุน 240 ล้านหุ้น รวมเป็น 320 ล้านหุ้น โดยมีทุนจดทะเบียน 320 ล้านบาท และเมื่อวันที่ 26 ธันวาคม 2555 ได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) ก้าวขึ้นเป็นผู้นำด้านการค้าปลีกสินค้าประเภทเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงาน
ปี 2556	- ปิดบริการเว็บไซต์ www.trenddyday.com เมื่อวันที่ 30 พฤศจิกายน 2556 - เริ่มธุรกิจค้าปลีกออนไลน์ผ่าน www.central.co.th และ www.robinson.co.th เมื่อวันที่ 5 ธันวาคม 2556 เพื่อตอบสนองลูกค้าบุคคล โดยเว็บไซต์ทำหน้าที่เสมือนห้างสรรพสินค้า มีสินค้าที่ครอบคลุมความต้องการมากกว่า 8,000 รายการ - ลงทุนในการเปิดสาขาใหม่อย่างต่อเนื่อง เพื่อครอบคลุมพื้นที่ทุกภูมิภาคของไทย โดยออฟฟิศเมทเปิดสาขาใหม่ 8 สาขา และบีทูเอสเปิดสาขาใหม่ 11 สาขา - ปรับปรุงคลังสินค้าหนองจอกและเพิ่มพื้นที่จาก 7,200 ตารางเมตร เป็น 15,000 ตารางเมตร เพื่อรองรับสินค้า 60,000 รายการรวมถึงปรับปรุงร้านสาขาให้ทันสมัย เพิ่มพื้นที่สำหรับทำกิจกรรมร่วมกับลูกค้า
ปี 2557	- เปิด B2S Online Book Store ผ่าน www.b2s.co.th หรือ www.central.co.th/B2S - B2S เข้าทำการซื้อหุ้นสามัญของบริษัท เมพ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (“MEB”) จำนวน 37,500 หุ้น โดยมีมูลค่าการซื้อ 52.50 ล้านบาทจากผู้ถือหุ้นเดิม คิดเป็นสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 75 ของทุนจดทะเบียนทั้งหมด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อดำเนินธุรกิจการจัดจำหน่ายหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) และให้คำปรึกษาเรื่องการจัดทำ E-Book และการจัดหาอุปกรณ์ซอฟต์แวร์ หรือโปรแกรมที่เกี่ยวข้อง

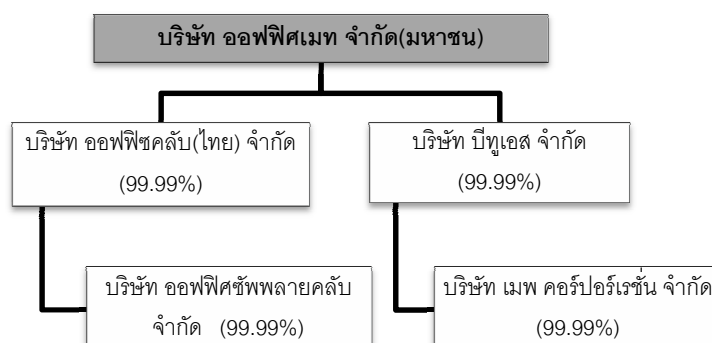
- ลงทุนในการเปิดสาขาใหม่อย่างต่อเนื่อง โดยออฟฟิศเมทเปิดสาขาใหม่ 4 สาขา และปีทูเอสเปิดสาขาใหม่ 10 สาขา
- เปิดดำเนินการคลังสินค้าออนไลน์ใหม่บนพื้นที่ 10,000 ตารางเมตร บริเวณถนนบางนา-ตราด ในเดือนสิงหาคม เพื่อรองรับสินค้าที่ขายผ่าน www.central.co.th
- ออฟฟิศเมทเปิดให้บริการงานพิมพ์ครบวงจร และรับออกแบบจัดวางเฟอร์นิเจอร์สำนักงาน รวมถึงบริการ E-Ordering ที่สาขาออฟฟิศเมท โดยลูกค้าสามารถสั่งซื้อสินค้าที่มีในแค็ตตาล็อกได้พร้อมกับการเข้ามาซื้อสินค้าในร้าน

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 รายละเอียดของบริษัทและบริษัทย่อยมีดังนี้

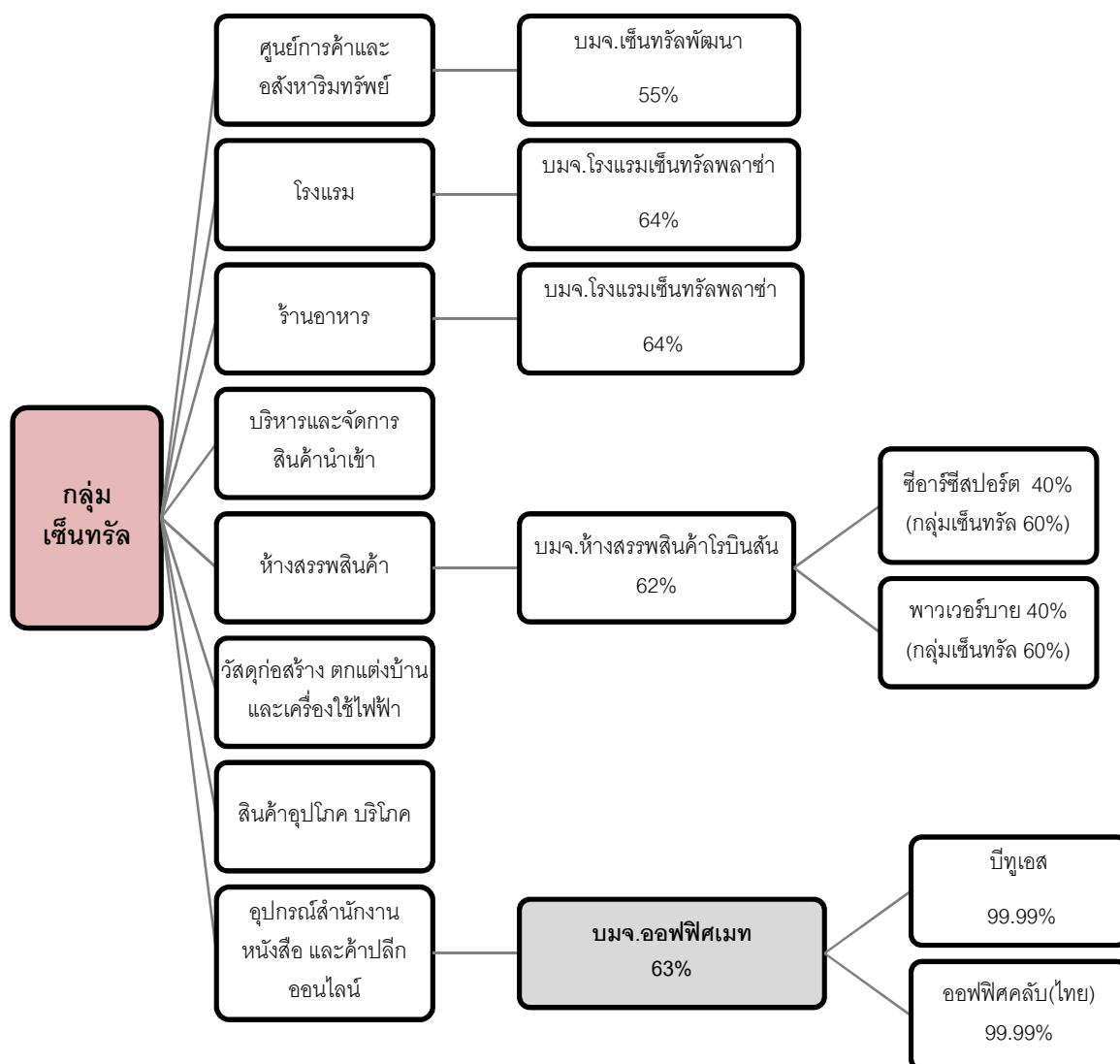
ชื่อบริษัท	ทุนชำระแล้ว (ล้านบาท)	ลักษณะการดำเนินธุรกิจ
บริษัท ออฟฟิศเมท จำกัด(มหาชน)	320.00	ประกอบธุรกิจจำหน่ายเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงานผ่านระบบแค็ตตาล็อก โดยรับคำสั่งซื้อผ่านระบบ Call Center ระบบออนไลน์ (e-Commerce) ระบบสั่งซื้ออิเล็กทรอนิกส์เฉพาะต่อละครค์กร (e-Procurement) พร้อมให้บริการจัดส่งฟรีสำหรับการสั่งซื้อสินค้าตั้งแต่ 499 บาทขึ้นไปและการขายผ่านหน้าร้าน
บริษัท ออฟฟิศ คลับ (ไทย) จำกัด	691.55	ประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าทั้งในรูปแบบการค้าปลีกและค้าส่ง โดยครอบคลุมทั้งอุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงานและเฟอร์นิเจอร์ขายผ่านร้านสาขาภายใต้ชื่อ “ออฟฟิศเมท”
บริษัท ปีทูเอส จำกัด	640.00	ประกอบธุรกิจจำหน่ายเครื่องเขียน หนังสือ สื่อบันเทิง เพลง ภาพยนตร์ และอุปกรณ์สำนักงานขายผ่านร้านสาขาภายใต้ชื่อ “ปีทูเอส” และขายผ่านระบบออนไลน์
บริษัท ออฟฟิศพัชร์พลายคลับ จำกัด (บริษัทย่อยทางอ้อม)	200.00	ปัจจุบันทรัพย์สินส่วนใหญ่ของบริษัทได้ถูกโอนไปยังบริษัท ออฟฟิศคลับ(ไทย)จำกัด หมดแล้ว มีเพียงธุรกิจการให้เช่าพื้นที่ขายสินค้าที่ยังคงเหลืออยู่จากสัญญาเช่าเดิม
บริษัท เมท คอร์ปอเรชั่น จำกัด (บริษัทย่อยทางอ้อม)	5.00	ดำเนินธุรกิจการจัดจำหน่ายหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) และให้คำปรึกษาเรื่องการจัดทำ E-Book และการจัดหาอุปกรณ์ซอฟต์แวร์ หรือโปรแกรมที่เกี่ยวข้อง

โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557



1.4 ความสัมพันธ์กับกลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่

โครงสร้างธุรกิจของกลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557



ธุรกิจของบริษัทเป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจในกลุ่มเซ็นทรัล ซึ่งกลุ่มมีนโยบายในการเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขัน ด้วยการลงทุนของกลุ่มเซ็นทรัลเน้นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกัน อาทิ ผู้พัฒนาศูนย์การค้า ผู้ให้บริการหรือให้เช่าพื้นที่ค้าปลีก ผู้นำเข้า ผลิตหรือจำหน่ายผลผลิตสินค้าที่เกี่ยวข้องกับ เสื้อผ้า และของใช้ส่วนบุคคลที่มีแฟชั่น รวมถึงการเน้นการบริหารงานแบบรวมศูนย์กลางโดยเฉพาะงานหลังร้านที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนธุรกิจค้าปลีกเพื่อให้เกิดความได้เปรียบในเรื่องของการประหยัดต่อขนาด ความเชี่ยวชาญชำนาญการ และเพิ่มศักยภาพในการดำเนินธุรกิจ

อนึ่ง บริษัทมีนโยบายในการทำธุรกรรมระหว่างบุคคลที่เกี่ยวข้องกันกับบริษัท โดยมีรายละเอียดในหัวข้อ “รายการระหว่างกัน”

รายละเอียดของสาขาที่เปิดบริการ

ณ 31 ธันวาคม 2557 บริษัทมีสาขาที่ดำเนินการทั่วประเทศรวมทั้งหมด 142 สาขา โดยแบ่งออกเป็น

OfficeMate ร้านออฟฟิศเมท 52 สาขา

	ออฟฟิศเมท	วันที่เปิด
1	ซีคอนสแควร์	29 สิงหาคม 2538
2	อาร์ ซี เอ	19 กรกฎาคม 2539
3	ฟิวเจอร์พาร์ครังสิต	25 มกราคม 2540
4	พระราม 3	12 มีนาคม 2540
5	พระราม 2	25 มีนาคม 2546
6	บิ๊กซีลาดพร้าว	1 ตุลาคม 2546
7	ตึกคอม ศรีราชา	1 ตุลาคม 2546
8	อยุธยา พาร์ค	24 ธันวาคม 2546
9	สมุทรปราการ	25 ธันวาคม 2546
10	รามอินทรา	1 เมษายน 2547
11	เชียร รังสิต	26 สิงหาคม 2547
12	เซ็นทรัลเฟสติวัล ภูเก็ต	1 กันยายน 2547
13	บิ๊กซี บางใหญ่	1 กันยายน 2547
14	หาดใหญ่-สงขลา	15 ตุลาคม 2547
15	พญาไท	16 พฤศจิกายน 2548
16	บิ๊กซี เอกมัย	21 พฤศจิกายน 2548
17	บิ๊กซี พระราม 4	14 ธันวาคม 2548
18	เพชรเกษม	22 ธันวาคม 2548
19	พันธุ์ทิพย์งามวงศ์วาน	26 มิถุนายน 2549
20	พญา(ใต้)	11 สิงหาคม 2549
21	รัตนานิเบศร์	23 ธันวาคม 2549
22	ระยอง	1 มิถุนายน 2550
23	แจ้งวัฒนะ	27 พฤศจิกายน 2551
24	เซ็นทรัล พลาซ่าชลบุรี	29 พฤษภาคม 2552
25	ตะวันออก สแควร์	26 เมษายน 2553
26	อโศก	29 มิถุนายน 2553
27	ยูโนเด็ด เซ็นเตอร์	1 ธันวาคม 2553
28	สิรินธรณ์	16 กุมภาพันธ์ 2554
29	แฟชั่นไอส์แลนด์	16 มิถุนายน 2554
30	ตึกคอม ขอนแก่น	18 ตุลาคม 2554
31	พหลโยธิน	8 ธันวาคม 2554
32	เซ็นทรัลพลาซ่า พระราม 9	14 ธันวาคม 2554
33	บิ๊กซีจิมไบ้ ลำโง	14 กุมภาพันธ์ 2555
34	เซ็นทรัลพลาซ่า อุดรธานี	26 เมษายน 2555
35	เมกะบางนา	3 พฤษภาคม 2555
36	เกตเวย์ เอกมัย	18 มิถุนายน 2555

	ออฟฟิศเมท	วันที่เปิด
37	ซีคอน บางแค	5 ตุลาคม 2555
38	เซ็นทรัลพลาซ่าสุราษฎร์	11 ตุลาคม 2555
39	สะพานควาย	13 พฤศจิกายน 2555
40	เซ็นทรัลพลาซ่า ลำปาง	30 พฤศจิกายน 2555
41	รัชดา-สุทธิสาร	12 มีนาคม 2556
42	เซ็นทรัลพลาซ่าอุบล	5 เมษายน 2556
43	จัสมินซิตี	2 พฤศจิกายน 2556
44	เชียงใหม่ แอร์พอร์ต	2 พฤศจิกายน 2556
45	เซ็นทรัลเฟสติวัล เชียงใหม่	14 พฤศจิกายน 2556
46	โรบินสัน สระบุรี	22 พฤศจิกายน 2556
47	เซ็นทรัลเฟสติวัล หาดใหญ่	14 ธันวาคม 2556
48	ฮาร์เบอร์มอลล์ ชลบุรี	19 ธันวาคม 2556
49	เทสโก้โลตัส สมุทรสาคร	23 มิถุนายน 2557
50	เซ็นทรัลพลาซ่า ศาลายา	8 กรกฎาคม 2557
51	โรบินสัน ฉะเชิงเทรา	22 กรกฎาคม 2557
52	โรบินสัน สมุทรปราการ	15 กันยายน 2557

**ร้านบีทูเอส 90 สาขา**

	บีทูเอส	วันที่เปิด
1	เซ็นทรัล บางนา	27 พฤษภาคม 2544
2	บิ๊กซีแฟชั่นไอส์แลนด์	12 ตุลาคม 2544
3	โรบินสันรังสิต	24 ตุลาคม 2544
4	โรบินสันบางรัก	15 มีนาคม 2545
5	โรบินสันศรีราชา	4 พฤษภาคม 2545
6	เซ็นทรัลปิ่นเกล้า	9 กรกฎาคม 2545
7	โรบินสันศรีนครินทร์	15 สิงหาคม 2545
8	เซ็นทรัลชิดลม	30 สิงหาคม 2545
9	เซ็นทรัลพระราม 3	31 ตุลาคม 2545
10	บิ๊กซีวงศ์สว่าง	27 พฤศจิกายน 2545
11	เซ็นทรัลรังสิต	29 พฤศจิกายน 2545
12	เซ็นทรัล พระราม 2	5 ธันวาคม 2545
13	เซ็นทรัลหาดใหญ่	13 ธันวาคม 2545
14	เซ็นทรัลลาดพร้าว	16 เมษายน 2546
15	บิ๊กซี แจ้งวัฒนะ	5 กรกฎาคม 2546

	ปีทูเอส	วันที่เปิด
16	โรบินสันขนาดใหญ่	19 สิงหาคม 2546
17	เซ็นทรัลรามอินทรา	26 สิงหาคม 2546
18	เซ็นทรัลพลาซ่าอุดรธานี	30 สิงหาคม 2546
19	บิ๊กซีนครสวรรค์	22 ตุลาคม 2546
20	โรบินสันจันทบุรี	27 ตุลาคม 2546
21	โรบินสันราชบุรี	20 พฤศจิกายน 2546
22	บิ๊กซีสะพานควาย	26 พฤศจิกายน 2546
23	ทวิกิจสระบุรี	11 ธันวาคม 2546
24	โรบินสันแฟชั่นไอส์แลนด์	18 ธันวาคม 2546
25	แหลมทองระยอง	30 มกราคม 2547
26	โรบินสันลาดหญ้า	19 มีนาคม 2547
27	ทวิกิจ บุรีรัมย์	31 กรกฎาคม 2547
28	โรบินสันเชียงใหม่	31 กรกฎาคม 2547
29	เซ็นทรัล เฟสติวัลภูเก็ต	1 กันยายน 2547
30	เสริมไทยมหาสารคาม	21 ตุลาคม 2547
31	บิ๊กซีปัตตานี	27 ตุลาคม 2547
32	บิ๊กซีลำปาง	12 พฤศจิกายน 2547
33	โรบินสันนครศรีธรรมราช	9 ธันวาคม 2547
34	บิ๊กซี ช่อมใหญ่	12 เมษายน 2548
35	สิริบรรณตรัง	3 พฤษภาคม 2548
36	บิ๊กซีสุขาภิบาล 3	1 กันยายน 2548
37	โรบินสันรัตนธิเบศร์	1 กันยายน 2548
38	เอส เอฟ เพชรเกษม	18 ตุลาคม 2548
39	เซ็นทรัลเวิลด์ทาวเวอร์	1 มีนาคม 2549
40	บิ๊กซีแพร่	1 มิถุนายน 2549
41	โรบินสันอยุธยา	1 ธันวาคม 2549
42	เอสพลานาดรัชดา	20 ธันวาคม 2549
43	คริสตัลพาร์ค	7 ธันวาคม 2550
44	เซ็นทรัลแจ้งวัฒนะ	27 พฤศจิกายน 2551
45	เซ็นทรัลพญา	23 มกราคม 2552
46	เซ็นทรัล พลาซ่าชลบุรี	29 พฤษภาคม 2552
47	นวมินทร์ ซิตี้	11 กันยายน 2552
48	โรบินสัน ขอนแก่น	3 ธันวาคม 2552
49	เซ็นทรัล เวิลด์	28 กันยายน 2553
50	โรบินสันตรัง	11 พฤศจิกายน 2553
51	โรบินสันเชียงใหม่	30 มีนาคม 2554
52	เมเจอร์รัชโยธิน	28 เมษายน 2554
53	คริสตัลพาร์ค2	4 สิงหาคม 2554

	ปีทูเอส	วันที่เปิด
54	เซ็นทรัลลาดพร้าว	28 สิงหาคม 2554
55	เซ็นทรัลพลาซ่าพิษณุโลก	20 ตุลาคม 2554
56	เซ็นทรัลพระราม 9	14 ธันวาคม 2554
57	เซ็นทรัลพระราม9ชั้นบี	14 ธันวาคม 2554
58	เดอะวอล์ค ราชพฤกษ์	23 กุมภาพันธ์ 2555
59	โรบินสันสุพรรณบุรี	2 มีนาคม 2555
60	ยูดีทาวน์	15 มีนาคม 2555
61	เมกะบางนา	3 พฤษภาคม 2555
62	เกตเวย์ เอกมัย	18 กรกฎาคม 2555
63	อัครวรรณ หนองคาย	21 กรกฎาคม 2555
64	เซ็นทรัลสโคมคอมเพล็กซ์	9 ตุลาคม 2555
65	เซ็นทรัลพลาซ่าสุราษฎร์	11 ตุลาคม 2555
66	ช้างคลาน เชียงใหม่	1 พฤศจิกายน 2555
67	โรบินสันบางแค	3 พฤศจิกายน 2555
68	เซ็นทรัลพลาซ่าลำปาง	30 พฤศจิกายน 2555
69	เสริมไทยคอมเพล็กซ์	21 ธันวาคม 2555
70	โรบินสันกาญจนบุรี	28 กุมภาพันธ์ 2556
71	เสนาเฟสท์	29 มีนาคม 2556
72	เซ็นทรัลพลาซ่าอุบล	5 เมษายน 2556
73	อิมเมจิวิลเลจ	30 เมษายน 2556
74	โรบินสันสกลนคร	27 มิถุนายน 2556
75	เซ็นทรัลเฟสติวัลเชียงใหม่	14 พฤศจิกายน 2556
76	ลาดกระบัง	21 พฤศจิกายน 2556
77	โรบินสันสระบุรี	22 พฤศจิกายน 2556
78	เซ็นทรัลเฟสติวัลหาดใหญ่	14 ธันวาคม 2556
79	สุขาภิบาล 3	15 ธันวาคม 2556
80	โรบินสัน สุรินทร์	20 ธันวาคม 2556
81	เซ็นทรัลพลาซ่า สมุย	29 มีนาคม 2557
82	บีไฮฟ เมืองทองธานี	15 สิงหาคม 2557
83	เซ็นทรัลพลาซ่า ศาลายา	15 สิงหาคม 2557
84	โรบินสันฉะเชิงเทรา	11 กันยายน 2557
85	เฟลินนาวี มอลล์	19 กันยายน 2557
86	โรบินสันร้อยเอ็ด	3 ตุลาคม 2557
87	โรบินสันสมุทรปราการ	31 ตุลาคม 2557
88	โรบินสัน ปรายจินบุรี	4 ธันวาคม 2557
89	เดอะคริสตัล ราชพฤกษ์	5 ธันวาคม 2557
90	โรบินสัน มุกดาหาร	19 ธันวาคม 2557

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

โครงสร้างรายได้

สัดส่วนรายได้จากการขายสินค้าตามธุรกิจ

รายได้จากการขายสินค้า	ปี 2557 ร้อยละ	ปี 2556 ร้อยละ	ปี 2555 ร้อยละ
ออฟฟิศเมท - ขายผ่านหน้าร้าน	32	32	32
ออฟฟิศเมท - ขายผ่านช่องทางอื่น (รวมธุรกิจออนไลน์)	29	27	26
บีทูเอส - ขายผ่านหน้าร้าน	39	41	42
รวม	100	100	100

สัดส่วนรายได้จากการขายสินค้าตามสายผลิตภัณฑ์

กลุ่มธุรกิจ	กลุ่มสินค้า	ปี 2557 ร้อยละ	ปี 2556 ร้อยละ	ปี 2555 ร้อยละ
ออฟฟิศเมท	เครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงาน	51	50	46
	เครื่องใช้ไฟฟ้าในสำนักงาน	40	40	44
	เฟอร์นิเจอร์และอื่นๆ	9	10	10
	รวม	100	100	100
บีทูเอส	หนังสือและสื่อการเรียนรู้	30	30	31
	เครื่องเขียน	51	50	49
	Lifestyle & Entertainment	19	20	20
	รวม	100	100	100

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์

บริษัท ออฟฟิศเมท จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อยได้ประกอบธุรกิจหลัก 3 ธุรกิจได้แก่

- 1) “ออฟฟิศเมท” ธุรกิจค้าปลีกสินค้าและให้บริการที่เกี่ยวข้องกับสำนักงานที่ครบวงจร
- 2) “บีทูเอส” ธุรกิจค้าปลีกสินค้าที่เกี่ยวข้องกับสาระความรู้ความบันเทิง และเครื่องเขียน
- 3) “เซ็นทรัล ออนไลน์” ธุรกิจค้าปลีกจัดจำหน่ายสินค้าในชีวิตประจำวันและแฟชั่นทันสมัยผ่านอินเทอร์เน็ต

ธุรกิจ“ออฟฟิศเมท”

จัดจำหน่ายอุปกรณ์สำนักงาน เครื่องใช้ไฟฟ้าและเฟอร์นิเจอร์ที่ใช้ในสำนักงาน เน้นขายสินค้ากับลูกค้าองค์กรและผู้ประกอบการต่างๆ เป็นหลัก โดยแบ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มที่ 1 สินค้าประเภทเครื่องเขียนและอุปกรณ์ที่ใช้ในสำนักงาน (Stationery & Office Supplies)

- อุปกรณ์การเขียนและลบคำผิด (Writing and Correction) เช่น ปากกาประเภทต่าง ๆ ดินสอ ดินสอเขียนนกระจก เทปลบคำผิด ยางลบ เป็นต้น
- อุปกรณ์สำนักงานเบ็ดเตล็ด (Office Stationary) เช่น เครื่องเย็บกระดาษ เครื่องยิงบอร์ด กรรไกรเครื่องตัดของ จดหมาย มีดคัตเตอร์ บัตรติดหน้าอก ตราขายง ตู้จดหมาย แทนประทับ ชุดเครื่องใช้สำนักงาน ป้ายข้อความกาว เทป และ อุปกรณ์เพื่อบรรจุ (Glue, Taping and Packing) เช่น กาวอเนกประสงค์ กาวน้ำ เทปพูน เทปใส เทปไอพี พี เทปพลาสติกไวนิล
- ผลิตภัณฑ์กระดาษ (Paper, Pad and Envelop) เช่น กระดาษถ่ายเอกสาร กระดาษการ์ดสีกระดาษต่อเนื่อง กระดาษแฟกซ์ กระดาษคาร์บอน แผ่นใส โฟสต์-อิท ไม้ด สุ่มดึก สุ่มดุก่อน ใบสำคัญรับ-จ่าย ใบส่งของ บิล สุ่มดึกของเอกสาร ของจดหมาย รวมถึง ป้ายสติ๊กเกอร์
- แฟ้มและอุปกรณ์จัดเก็บเอกสาร (Filing and Storage) เช่น ห่วง แฟ้มประเภทต่างๆ แทนโซว์เอกสาร ของเอกสาร พลาสติก ของอเนกประสงค์ อินเด็กซ์ ลิ้นแฟ้ม ตาไก่ คลิปบอร์ด ฉากกัน หนังสือ กล่องเอกสาร รวมถึงตระกร้า เอกสาร
- เครื่องดื่ม เครื่องใช้ในแคนทีน และผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด (Canteen and Cleaning) เช่นชา กาแฟ เครื่องดื่ม สำเร็จรูป อุปกรณ์สำหรับห้องแคนทีน ถาด ช้อน แก้วน้ำ คูลเลอร์น้ำ ที่ใส่ช้อน กระดาษชำระ น้ำยาเช็ดกระจก แชมพูล้างรถ น้ำยาล้างจาน ผงซักฟอก น้ำหอมปรับอากาศ ยากำจัดยุง และแมลง ถุงมือยาง ไม้ถูพื้น ไม้กวาด ไม้ ขนไก่ เครื่องดูดฝุ่น แก้วอี๋ ถุงขยะ เป็นต้น

กลุ่มที่ 2 อุปกรณ์และเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ใช้ในสำนักงาน (Office Automotive Supplies)

- อุปกรณ์เพื่อการประชุมและนำเสนอ (Conference and Presentation) เช่นกระดานอิเล็กทรอนิกส์ บอร์ดต่าง ๆ แปรงลบกระดาน เครื่องเข้าเล่ม เครื่องเคลือบบัตร พลาสติกเคลือบบัตร
- อุปกรณ์สำนักงานอิเล็กทรอนิกส์ (Office Electronics) สินค้าในหมวดนี้ ได้แก่ เครื่องคิดเลข เครื่องบันทึกเงินสด เครื่องพิมพ์อักษร โทรศัพท์ เครื่องโทรสาร เครื่องถ่ายเอกสาร นาฬิกา ถ่านไฟฉาย ไฟฉาย เครื่องลงเวลา เครื่อง ทำลายเอกสาร เครื่องฟอกอากาศ เครื่องพับกระดาษ เครื่องพิมพ์เช็ค เครื่องตรวจนับธนบัตร เครื่องนับแยก เหรียญ ชุดไมโครโฟน อุปกรณ์ขยายเสียง เทปคาสเซ็ท วิดีโอเทปตู้รับน้ำเย็นและกระติกน้ำร้อน

กลุ่มที่ 3 เฟอร์นิเจอร์และอุปกรณ์ต่างๆที่ใช้ในสำนักงาน (Furniture)

- เฟอร์นิเจอร์สำนักงาน (Office Furniture) สินค้าในหมวดนี้ ได้แก่ แก้วอี๋ ชุดรับแขก โต๊ะทำงาน โต๊ะคอมพิวเตอร์ โต๊ะประชุม ตู้เอกสาร ตู้หนังสือ เคาน์เตอร์ อุปกรณ์เสริม ชุดเฟอร์นิเจอร์ในห้องครัว ชุดโต๊ะอาหาร ตู้เอกสารเหล็ก ตู้ เชฟ ตู้เก็บกุญแจ เป็นต้น
- อุปกรณ์สำหรับโรงงานและซ่อมบำรุงอาคาร (Factory and Maintenance) เช่น ไซควง ประแจ คีม ค้อน กุญแจ หมวกนิรภัย แวนครอบตากันสะเก็ด ถุงมือ รองเท้าบูท ตลับเมตร กล้องใส่เครื่องมือ ปืนยิงกาว บันได รถเข็น รถยก ล้อรถเข็น

กลุ่มที่ 4 สินค้ากลุ่มบริการ

- บริการงานพิมพ์ครบวงจร นามบัตร ตราขายง ใบปลิว และอื่นๆ (Printing Solution Service) โดยบริษัทจัดให้มี บริการเทมเพลตสำเร็จรูปให้ลูกค้าเลือกใช้บริการและมีบริการจัดส่งฟรีเมื่อมีการสั่งผลิตตั้งแต่ 499 บาท
- บริการออกแบบพื้นที่สำหรับจัดวางเฟอร์นิเจอร์สำนักงาน (Furniture Layout Design Service)

นอกจากนี้บริษัทยังมีการขายสินค้าที่ใช้ตราบริษัท (Private Brand) ภายใต้แบรนด์ ออฟฟิศเมท (Officemate) ซันโว (SUNVO) อีสมาร์ท (eSmart) และเฟอร์ราเดค (FURRADEC) เพื่อเพิ่มทางเลือกให้กับลูกค้าที่ต้องการสินค้าหลายหลาย คุณภาพดีและคุ้มค่า โดยสินค้าในกลุ่มสินค้านี้ประกอบไปด้วยสินค้าที่อยู่ในหมวดอุปกรณ์สำนักงาน อุปกรณ์ทำความสะอาด อุปกรณ์ไฟฟ้าและเครื่องใช้ไฟฟ้าขนาดเล็ก และเฟอร์นิเจอร์สำนักงาน อาทิ กระดาษ ปากกา น้ำยาเช็ดพื้น สายโทรศัพท์ สายไฟ ตู้เก็บเอกสาร โต๊ะทำงานและโต๊ะประชุม ฯลฯ

โดยระหว่างปี 2557 บริษัทได้มีการวางแผนในการพัฒนาสินค้ากลุ่ม Private Brand ซึ่งมีโอกาสในการเติบโตทางธุรกิจอย่างมากในอนาคต โดยจะเน้นการพัฒนาเพื่อให้มีคุณลักษณะพิเศษเหมาะสำหรับการใช้งานในองค์กร หรือเน้นประสิทธิภาพและความทนทานที่ลูกค้าจะได้รับ ในราคาที่เหมาะสม เพื่อเติมเต็มช่องว่างในตลาดและสนองตอบความต้องการของลูกค้าได้อย่างเหมาะสม รวมถึงมีบริการพิเศษในการจัดหา ออกแบบ สินค้าพรีเมียมมากกว่า 1,000 รายการ รวมถึงการสกินโลโก้เฉพาะแต่ละองค์กร

ธุรกิจ“บิ๊กเอส”

จัดจำหน่ายสินค้าที่เกี่ยวกับสาระความรู้ความบันเทิง และเครื่องเขียน รวมถึงสินค้าเบ็ดเตล็ดที่ใช้ในชีวิตประจำวัน สำหรับกลุ่มลูกค้าบุคคล โดยแบ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์หลัก ออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มที่ 1 กลุ่มเครื่องเขียน

- สินค้ากลุ่มนี้ ประกอบด้วยเครื่องเขียนและอุปกรณ์ที่ใช้ในการเรียนต่างๆ เช่น อุปกรณ์การเขียนและลบคำผิด อุปกรณ์สำนักงานเบ็ดเตล็ด ผลิตภัณฑ์กระดาษ แฟ้มและอุปกรณ์จัดเก็บเอกสาร การ์ดและอุปกรณ์ห่อของขวัญ

กลุ่มที่ 2 กลุ่มหนังสือและสื่อการเรียนรู้

- สินค้ากลุ่มนี้ ประกอบด้วยหนังสือทุกประเภท เช่น นิยาย วรรณกรรม สุขภาพความงาม ศาสนา ปรัชญา ภาษาและวิชาการ บริหารจัดการ พยากรณ์ บ้านและสวน สัตว์เลี้ยง แม่และเด็ก สารคดี เยาวชน การ์ตูนความรู้ หนังสือเสริมทักษะ ท่องเที่ยววัฒนธรรม คอมพิวเตอร์และไอที อาหารและเครื่องดื่ม ศิลปะและงานฝีมือ ดนตรี กีฬา และพระราชนิพนธ์
- นอกจากนี้ยังรวมถึงหนังสืออิเล็กทรอนิกส์(e-Book) ที่ขายผ่าน Mobile Application ของ บริษัท เมพ คอร์ปอเรชั่น จำกัด ครอบคลุมกลุ่ม การ์ตูน คอมพิวเตอร์ ชีวิตประวัติ ท่องเที่ยว ธุรกิจและการลงทุน แม่และเด็ก นวนิยายและวรรณกรรม บ้านและที่อยู่อาศัย ประวัติศาสตร์ไทย บ้านและยานยนต์ วารสารและปรัชญา ฯลฯ

กลุ่มที่ 3 กลุ่มนันทนาการเพื่อความบันเทิง (Lifestyle & Entertainment)

- สินค้ากลุ่มนี้ ประกอบด้วยสินค้าประเภทนันทนาการเพื่อความบันเทิง เช่น เพลง คอนเสิร์ต หนังสือดีวีดี รวมถึงสินค้ากลุ่มชุดอุปกรณ์งานฝีมือ “Art&Craft Shop” ของเด็กเล่น และสินค้าของขวัญ ของที่ระลึก

ธุรกิจ“เซ็นทรัล ออนไลน์”

ดำเนินธุรกิจค้าปลีกบนอินเทอร์เน็ตให้กับลูกค้าบุคคล ด้วยสินค้าที่มีความหลากหลายและมีความน่าเชื่อถือผ่านระบบห้างสรรพสินค้าออนไลน์ บนเว็บไซต์ www.central.co.th และ www.robinson.co.th บริษัทได้เสนอบริการจัดส่งสินค้าที่มีประสิทธิภาพสูง ลูกค้าสามารถรับสินค้าได้ในวันรุ่งขึ้นภายหลังวันที่สั่งซื้อ อีกทั้งยังมีบริการการเก็บเงินปลายทาง (ทั้งเงินสด และ บัตรเครดิต) ทำให้ลูกค้ามีความมั่นใจในเรื่องความปลอดภัยการสั่งซื้อสินค้าผ่านทางเว็บไซต์

ในปี 2557 ธุรกิจออนไลน์ จัดจำหน่ายมากกว่า 18 หมวด อาทิ

- สินค้าประเภท สุขภาพและความงาม รองเท้าและกระเป๋าแฟชั่นและเครื่องประดับต่างๆ รวมถึงของใช้ส่วนตัวของ สุภาพสตรี สุภาพบุรุษ และเด็ก
- สินค้าประเภทของใช้ในบ้าน เครื่องใช้ในห้องครัว เครื่องใช้ไฟฟ้าขนาดเล็กและระดับยนต์ มือถือและอุปกรณ์เสริม เครื่องนอน อุปกรณ์กีฬาและกิจกรรมนันทนาการ
- สินค้าประเภท นันทนาการเพื่อความบันเทิง เช่นหนังสือ หนังสือและเพลง รวมถึงชุดอุปกรณ์งานฝีมือของขวัญ ของที่ระลึก ของสะสมประเภทต่างๆ และ อุปกรณ์เครื่องเขียนและสินค้าของเล่นมีลิขสิทธิ์
- สินค้าประเภทอาหาร เครื่องดื่ม ของใช้ส่วนตัวและของใช้ภายในครัวเรือน เช่น ข้าว นมผง แยมพุดอบน้ำ กระดาษชำระ ผ้าอ้อม ถุงขยะ ผ้าเช็ดอเนกประสงค์

2.2 ตลาดและการแข่งขัน

คู่แข่งของบริษัทแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

ผู้แข่งขันโดยตรง - มีการขายสินค้าที่มีประเภทของสินค้า และรูปแบบการขายใกล้เคียงกัน ทดแทนกันได้อย่างสมบูรณ์ไม่ว่าจะซื้อสินค้าจากผู้ขายรายใดก็ตาม รวมถึงมีกลุ่มลูกค้า และรูปแบบสถานประกอบการที่เหมือนกัน

ผู้แข่งขันทางโดยอ้อม - มีการขายสินค้าที่บางส่วนที่ใกล้เคียงกันหรือเป็นกลุ่มที่ขายสินค้าโดยตรงให้ลูกค้าทั้งที่เป็นผู้ผลิตสินค้าเอง

รายละเอียดของผู้แข่งขันทางตรงและทางอ้อมของบริษัทแบ่งตามกลุ่มธุรกิจ ดังนี้

ประเภท	ธุรกิจออฟฟิศเมท	ธุรกิจบีทูเอส	ธุรกิจออนไลน์
คู่แข่งโดยตรง	ไฮเปอร์มาร์เก็ตเช่น เทสโก้โลตัส บิ๊กซี ซูเปอร์มาร์เก็ต	ร้านหนังสือซีเอ็ด ร้านหนังสือนายอินทร์ ศูนย์หนังสือจุฬาฯ ร้านสมใจนึก	Lazada, Zalora, Pameo
คู่แข่งโดยอ้อม	- ร้านค้าเล็กๆในชุมชน - ร้านสะดวกซื้อ - ร้านของผู้ผลิตเอง เช่น Double A และ Metro system Corporation	ร้านหนังสือออนไลน์ต่างๆ	- ตลาดออนไลน์(Marketplace) เช่นLineshop,Rakuten Tarad, OLX เป็นต้น - แบนด์ออนไลน์ เช่น Estee Lauder, Kiehls, MAC - เว็บไซต์ค้าปลีกสมัยใหม่

ภาวะธุรกิจค้าปลีก

เศรษฐกิจไทยในปี 2557 มีการขยายตัวประมาณร้อยละ 0.7 ซึ่งชะลอลงจากปีก่อนหน้าที่ขยายตัวร้อยละ 2.9 โดยมีสาเหตุหลักจากการส่งออกและบริการที่หดตัวลงตามเศรษฐกิจโลกที่มีการฟื้นตัวอย่างล่าช้า นอกจากนี้ความไม่สงบทางการเมืองในช่วงครึ่งปีแรก ส่งผลกระทบต่อการใช้จ่ายของภาครัฐที่อยู่ในระดับต่ำเนื่องจากการจัดซื้อจัดจ้างเป็นไปอย่างล่าช้า รวมถึงอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวชะลอลงเนื่องจากนักท่องเที่ยวต่างชาติขาดความเชื่อมั่น อย่างไรก็ตาม เศรษฐกิจไทยเริ่มมีแนวโน้มฟื้นตัวในช่วงปลายปีจากปัจจัยสนับสนุนจากความเชื่อมั่นของผู้บริโภคและนักลงทุนที่ดีขึ้น (ที่มาจากสำนักงานเศรษฐกิจการคลัง)

ในปี 2557 ธุรกิจค้าปลีกทั้งระบบยังคงได้รับผลกระทบอย่างต่อเนื่องจากปีก่อนจากปัญหาเศรษฐกิจชะลอตัว โดยศูนย์วิจัยกสิกรไทยคาดว่ามูลค่าตลาดค้าปลีกสมัยใหม่ในปี 2557 จะมีการขยายตัวเพียงร้อยละ 4.6 ลดลงจากร้อยละ 6.8 ในปีที่ผ่านมา ในด้านพฤติกรรมของผู้บริโภค พบว่า มีการเพิ่มความระมัดระวังในการจับจ่ายมากขึ้นในภาวะเศรษฐกิจเช่นนี้ ในขณะที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ต่างนำเสนอรายการส่งเสริมการขายที่เน้นกลยุทธ์ด้านราคาเพื่อรักษาส่วนแบ่งการตลาดไว้ตามภาวะตลาดที่เกิดขึ้น

อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการค้าปลีกพยายามรักษาโอกาสทางธุรกิจด้วยการลงทุนขยายสาขาไปยังเขตชุมชนและหัวเมืองใหญ่เพื่อรองรับการกระจายตัวของคนเมืองและการขยายตัวทางเศรษฐกิจ

การพัฒนาทางเทคโนโลยีการสื่อสาร (3G/4G) ที่เป็นไปอย่างรวดเร็วและเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึงทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงกิจกรรมต่างๆ ได้อย่างไม่มีข้อจำกัดในเรื่องสถานที่หรือเวลา โดยข้อมูลที่เป็นทางการของ Truehits.net และ NECTEC รายงานว่า ในปี 2556 จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยมีถึง 26.1 ล้านคน ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี 2551 ถึง 10 ล้านคน หรือเพิ่มขึ้น 1.6 เท่า ทำให้การค้าปลีกผ่านระบบออนไลน์มีบทบาทมากขึ้นในปัจจุบัน จากการรวบรวมข้อมูลของศูนย์วิจัยกสิกรไทยได้รายงานว่ในปี 2556 ธุรกิจ E-Commerce มีมูลค่าตลาดสูงถึง 1.32-1.35 แสนล้านบาท โดยขยายตัวจากปี 2555 ถึงร้อยละ 25-30 ดังนั้น ผู้ประกอบการค้าปลีกสมัยใหม่ ไม่ว่าจะเป็น ห้างสรรพสินค้า ร้านสะดวกซื้อ ร้านสินค้าเฉพาะอย่าง หรือไฮเปอร์มาร์เก็ต หรือ เว็บไซต์ออนไลน์ข้อบ่งชี้ ต่างเร่งพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านระบบออนไลน์เพื่อรับรองความต้องการของผู้บริโภคที่มีแนวโน้มที่จะปรับเปลี่ยนพฤติกรรมเข้ามาซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์เพิ่มมากขึ้นในอนาคต โดยกลยุทธ์ที่นำมาใช้ต้องสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ก่อน และสามารถตอบโจทย์พฤติกรรมของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสมเพื่อให้ได้ส่วนแบ่งการตลาดสูงสุด

กลยุทธ์การแข่งขัน

ด้านการขยายสาขาให้ครอบคลุมทุกภูมิภาคและการปรับปรุงสาขาเดิม

บริษัทมุ่งมั่นที่จะเป็นผู้นำในธุรกิจค้าปลีกในสินค้าประเภทอุปโภคบริโภคสำนักงานและเครื่องเขียนครบวงจร โดยมีเป้าหมายการขยายสาขาให้ครอบคลุมทั่วประเทศเพื่อตอบสนองต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจ โดยปี 2557 ธุรกิจออฟฟิศเมทและธุรกิจปีทูเอสมีการเปิดสาขาใหม่รวมทั้งสิ้น 14 สาขา บนพื้นที่มากกว่า 10,000 ตารางเมตร โดยแบ่งเป็น

สาขาของออฟฟิศเมท จำนวน 4 สาขา คือ 1) สาขา เทสโก้โลตัส สมุทรสาคร 2) เซ็นทรัลพลาซ่า ศาลายา 3) โรบินสัน ฉะเชิงเทรา และ 4) โรบินสัน สมุทรปราการ

สาขาของปีทูเอสเปิดสาขาใหม่ 10 สาขา คือ

- กรุงเทพฯ 1) ปีไฮฟ เมืองทองธานี 2) เพลินนารี มอลล์และ 3) เดอะคริสตัล ราชพฤกษ์
- ภาคกลาง 1) เซ็นทรัลพลาซ่าศาลายา 2) โรบินสัน ฉะเชิงเทรา 3) โรบินสัน สมุทรปราการ
- ภาคตะวันออก 1) โรบินสัน ปราจีนบุรี
- ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 1) โรบินสัน ร้อยเอ็ด 2) โรบินสัน มุกดาหาร
- ภาคใต้ 1) เซ็นทรัลพลาซ่า สมุย

ทั้งนี้ ระหว่างปี 2557 บริษัทได้ปรับปรุงร้านค้าให้มีความทันสมัย เน้นการจัดสรรพื้นที่ใช้สอยได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยบริษัทมีนโยบายในการจัดสรรพื้นที่ส่วนกลางเพื่อทำกิจกรรมกับลูกค้าและเพิ่มพื้นที่การจัดแสดงสินค้าเฉพาะกลุ่ม เพื่อให้ลูกค้าได้ทดลองสินค้าก่อนการซื้อ รวมถึงเพิ่มจุดบริการสั่งซื้อสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ (E-Ordering) เพื่ออำนวยความสะดวก กรณีที่ลูกค้าต้องการสินค้าที่มีแสดงในแค็ตตาล็อกแต่ไม่มีขายในร้าน ซึ่งการปรับปรุงนี้ได้รับการตอบรับจากลูกค้าเป็นอย่างดี โดยพบว่าลูกค้าเพิ่มช่วงเวลาในการเลือกซื้อและจับจ่ายสินค้าภายในร้านค้ามากขึ้น ส่งผลให้มูลค่าต่อใบเสร็จเพิ่มขึ้น

ด้านบริหารสินค้า

บริษัทมีกลยุทธ์ในการบริหารสินค้าโดยเน้นการจำหน่ายสินค้าที่มีความหลากหลายเพื่อตอบสนองต่อไลฟ์สไตล์ลูกค้าทุกกลุ่ม และมุ่งมั่นเป็นศูนย์รวมของอุปกรณ์สำนักงานและสื่อความรู้ความบันเทิง โดยมีการพัฒนาสินค้ากลุ่มเครื่องเขียน อุปกรณ์สำนักงานและเฟอร์นิเจอร์ ภายใต้สินค้าที่ใช้ตราบริษัท (Private Brand) เพื่อเติมเต็มช่องว่างที่มีอยู่ในตลาด โดยสินค้ากลุ่มที่ใช้ตราบริษัทนี้ บริษัทจะทำการคัดเลือกโรงงานผลิต พิจารณาคูณสมบัติของสินค้าอย่างพิถีพิถัน เพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพและราคาเหมาะสม โดยสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างดี นอกจากนี้ บริษัทยังได้เข้าร่วมโครงการ K-SME Matching ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารกรุงไทยเพื่อคัดเลือกคู่ค้าและสินค้าสำหรับธุรกิจออนไลน์

การบริหารสินค้าของธุรกิจออฟฟิศเมท ปี 2557 เน้นการนำเสนอสินค้ากลุ่มอุปกรณ์สำนักงาน ที่มีความหลากหลายของรูปแบบ สามารถใช้งานได้จริงในราคาที่เหมาะสม รวมถึงเน้นผลิตสินค้า Private Brand ครอบคลุมสินค้าทุกหมวด เพื่อเพิ่มทางเลือกให้ลูกค้าได้ใช้สินค้าที่มีคุณภาพราคาประหยัด ตัวอย่างสินค้า Private Brand มีดังนี้

1. ตรา OfficeMate ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับอุปกรณ์สำนักงาน เช่น กระดาษ ปากกา แฟ้มเอกสาร
2. ตรา Esmart ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับอุปกรณ์ไฟฟ้าและเครื่องใช้ไฟฟ้า เช่น สายไฟ สายต่อโทรศัพท์ ข้อต่อโทรศัพท์ เครื่องทำลายกระดาษ
3. ตรา FURRADEC ผลิตภัณฑ์ประเภทเฟอร์นิเจอร์สำนักงาน เช่น โต๊ะทำงาน เคาน์เตอร์ประชาสัมพันธ์ เก้าอี้สตูล ตู้เอกสาร รางร้อยสายไฟ
4. ตรา SUNVO ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับอุปกรณ์ทำความสะอาด เช่น น้ำยาล้างจาน น้ำยาล้างห้องน้ำ

only@OfficeMate



นอกจากนี้ บริษัทยังเพิ่มการบริการด้านสิ่งพิมพ์ครบวงจร (OfficeMate Printing Solution) ซึ่งถือเป็นอีกหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาในปีที่ผ่านมา เพื่อต่อยอดและแสดงออกถึงความมุ่งมั่นในการนำเสนอสินค้าและการบริการครบวงจร โดยจุดเด่นของการบริการด้านสิ่งพิมพ์ครบวงจร (OfficeMate Printing Solution) คือลูกค้าสามารถสั่งงานพิมพ์ทุกประเภทได้ตามจำนวนที่ต้องการและมีบริการส่งฟรีถึงที่ ในวันทำการถัดไป เพียงส่งขั้นต่ำ 499 บาท

การบริหารสินค้าของธุรกิจปีทูเอส เน้นการนำเสนอสินค้าแบรนด์ใหม่และคอลเลกชันใหม่อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะกลุ่มสินค้าของขวัญ ของที่ระลึก ที่เน้นรูปแบบที่ทันสมัยคู่กับการใช้งานที่สะดวก รวมถึงมีการเพิ่มความหลากหลายในชนิดของสินค้าให้ตรงกับกระแสความต้องการสินค้า โดยเฉพาะสินค้าในกลุ่มเครื่องดนตรี และสินค้ากลุ่มเทคโนโลยีต่างๆ ซึ่งสินค้ากลุ่มนี้ได้รับความนิยมของเป็นอย่างมากในปัจจุบัน นอกจากนี้ บริษัทได้มีการเลือกซื้อสินค้ากลุ่มของขวัญ ของที่ระลึก มาจัดจำหน่ายในช่วงเทศกาลต่างๆ ทำให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการซื้อของลูกค้าตลอดทั้งปี รวมถึงมีการจัดจำหน่ายหนังสือออนไลน์ผ่าน www.b2s.co.th เพื่อตอบสนองรูปแบบการอ่านที่เปลี่ยนไปตามเทคโนโลยี โดยมีหนังสือออนไลน์ที่ขายผ่าน Mobile Application ครบทุกหมวดหมู่ โดยในปีที่ผ่านมาได้มีการเพิ่มความหลากหลายของสินค้ากลุ่มหนังสือเรียนและสินค้าเพื่อการบรรจภัณฑ์ สินค้ากลุ่ม Life ซึ่งเป็นสินค้าที่เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพให้ดีขึ้น เช่น

GPS, Health/ Activity monitoring, Digital Entertainment Audio บริการการพิมพ์ การถ่ายภาพ และสินค้ากลุ่มสนับสนุนการเดินทาง โดยมุ่งหวังให้ปีพียูเอสเป็นร้านค้าที่มีสินค้าครบทุกความต้องการของทุกคนในครอบครัว

ตัวอย่างสินค้าที่ใช้ตราของบริษัทมีดังนี้

1. ตรา B2S	ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับอุปกรณ์เครื่องเขียน เช่น ปากกา กระดาษ กาวประเภทต่างๆ
2. ตรา Seek	ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับอุปกรณ์สำนักงาน
3. ตรา Bubble	ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับของใช้ของตกแต่งที่มีดีไซน์ เช่นสติ๊กเกอร์สี หมุดปักกระดาษ
4. ตรา MOMOTARA	ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง Art&Craft

ด้านการบริการ

บริษัทมุ่งพัฒนาและยกระดับการให้บริการกับลูกค้าอย่างต่อเนื่องทั้งในส่วนของการให้บริการที่ร้านค้า ซึ่งเป็นการบริการในส่วนที่ลูกค้าสัมผัสได้โดยตรงและส่วนของหลังร้าน ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่กระบวนการคัดเลือกสินค้าที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า การจัดให้มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวก การกำหนดขั้นตอนการทำงาน เพื่อให้ลูกค้าได้รับการบริการที่ดี มีสินค้าที่มีมาตรฐานให้เลือกสรร รวมถึงมีสิ่งอำนวยความสะดวกและได้ความปลอดภัยด้านสุขอนามัย โดยบริษัทมีการกำหนดแผนงานและนโยบายด้านการบริการอย่างชัดเจน และมีการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าในการซื้อสินค้าและรับบริการจากร้านออฟฟิศเมทและปีพียูเอส ทุกไตรมาส

กลยุทธ์ด้านการบริการที่สำคัญของธุรกิจออฟฟิศเมท มีดังนี้

1. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ และอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าสามารถสั่งซื้อสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง 5 ช่องทางมีดังนี้
 - 1) ร้านออฟฟิศเมท 52 สาขาทั่วประเทศ ประกอบด้วยสาขาในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน ศูนย์การค้า และร้านค้าที่ตั้งในชุมชนซึ่งครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ โดยแบ่งเป็นสาขาในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จำนวน 36 สาขาและในต่างจังหวัดจำนวน 16 สาขา
 - 2) สั่งซื้อผ่านเว็บไซต์ www.officemate.co.th เน้นให้บริการกลุ่มลูกค้าทั่วไปและบริษัทห้างร้าน (Business to Business: B2B) เพื่อสั่งซื้อสินค้าอุปกรณ์สำนักงาน ซึ่งลูกค้าสามารถลงทะเบียนและสั่งซื้อสินค้าทุกหมวด เช่นเดียวกับระบบแค็ตตาล็อก และมีการพัฒนาปรับปรุงให้เข้ากับแผนการตลาด และเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างสม่ำเสมอลูกค้าสามารถสั่งซื้อสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง 365 วัน
 - 3) สั่งซื้อผ่านระบบ Contact Center หมายเลข 02-739-5555 ลูกค้าสามารถสั่งซื้อได้ระหว่างเวลา 08.30-18.00 น โดยบริษัทมีพนักงานเทเลมาร์เก็ตติ้งรองรับคำสั่งซื้อกว่า 300 คู่สายทุกวัน
 - 4) สั่งซื้อผ่านโทรสาร Fax Ordering หมายเลข 02-763-5555 ลูกค้าสามารถสั่งซื้อได้ โดยกรอกข้อมูลในใบสั่งซื้อและส่งข้อมูลผ่านโทรสารตลอด 24 ชั่วโมงทุกวัน โดยบริษัทจะมีบริการจากพนักงานเทเลมาร์เก็ตติ้ง ติดต่อกลับลูกค้าเพื่อยืนยันการสั่งซื้อในวันทำการ
 - 5) สั่งซื้อผ่านโปรแกรมสั่งซื้อออนไลน์ Officemate e-Procurement ซึ่งออกแบบตามความต้องการของลูกค้าเฉพาะองค์กร โดยเชื่อมต่อระบบการจัดซื้อของลูกค้าเข้ากับระบบการสั่งซื้อสินค้าของบริษัทอย่างครบวงจร ซึ่งลูกค้าสามารถควบคุมงบประมาณและจำกัด ประเภทของกลุ่มสินค้าที่ต้องการซื้อได้ตามต้องการ

2. ด้านระบบการขนส่งสินค้า

- มีบริการส่งสินค้าฟรีทั่วประเทศ (ส่งซื้อสินค้าตั้งแต่ 499 บาทขึ้นไป) โดยสามารถจัดส่งสินค้าภายใน 24 ชั่วโมง สูงสุดไม่เกิน 3 วันทำการ โดยจังหวัดที่ระบบขนส่งสามารถดำเนินการส่งสินค้าภายใน 24 ชั่วโมง มีดังนี้ กรุงเทพฯ สมุทรปราการ สมุทรสงคราม ปทุมธานี นนทบุรี อโยธยา นครปฐม ชลบุรี ระยอง สระบุรี ฉะเชิงเทรา และปราจีนบุรี

3. ด้านบริการหลังการขายและการรับชำระสินค้า

- มี “ระบบ Call Center” และ “ระบบ Live Chat” ซึ่งมีเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์คอยแนะนำและแก้ไขปัญหา พร้อมบริการให้ข้อมูลการสั่งซื้อ คำแนะนำผ่านการสนทนากับพนักงานออนไลน์ ทำให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลสินค้าและบริการของบริษัทได้อย่างสะดวก รวดเร็วมากขึ้น
- มีการรับประกันความพึงพอใจในสินค้าและบริการเปลี่ยนหรือคืนสินค้าภายใน 7 วัน พร้อมศูนย์บริการที่รับซ่อมบำรุงสินค้ากรณีเกิดปัญหาในการใช้งานเบื้องต้น
- มีช่องทางการรับชำระเงินที่สะดวกและปลอดภัย ให้ลูกค้าเลือกใช้บริการตามการใช้งาน ดังนี้
 - 1) ชำระที่หน้าร้านออฟฟิศเมท หรือเมื่อรับสินค้าจากพนักงานจัดส่ง ด้วยเงินสดหรือบัตรเครดิต (Cash on Delivery)
 - 2) ชำระผ่านเคาน์เตอร์ธนาคารด้วย OfficeMate Payment Slip
 - 3) ชำระด้วยระบบ OfficeMate Credit Term สำหรับลูกค้าองค์กร โดยมีระยะเวลาเรียกเก็บเงิน 30 วัน
 - 4) ชำระผ่านระบบ Online Payment เมื่อสั่งซื้อผ่าน www.officemate.co.th ซึ่งลูกค้าสามารถชำระผ่านระบบ mpay Paypal และ Paysbuy ด้วยบัตรเครดิตของ Visa และ Mastercard โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย

กลยุทธ์ด้านการบริการที่สำคัญของธุรกิจปีทูเอส มีดังนี้

1. ช่องทางการจัดจำหน่ายที่ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศและส่งผลให้ลูกค้าสามารถสั่งซื้อสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง ดังนี้

- 1) ร้านปีทูเอส 90 สาขาทั่วประเทศ ประกอบด้วร้านในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน ศูนย์การค้า และร้าน Stand Alone ซึ่งครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ โดยแบ่งเป็นสาขาในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจำนวน 49 สาขา และในต่างจังหวัดจำนวน 41 สาขา
- 2) สั่งซื้อผ่านเว็บไซต์ www.b2s.co.th หรือผ่านเว็บไซต์ www.central.co.th/b2s เน้นให้บริการกลุ่มลูกค้าทั่วไป โดยลูกค้าสามารถสั่งซื้อและชำระค่าสินค้าโดยง่ายเพียงแค่ลงทะเบียนในระบบก่อนการสั่งซื้อโดยใช้ E-mail
- 3) บริการหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ผ่าน Mobile Application ซึ่งดำเนินการโดย บริษัท เมฟ คอร์ปอเรชั่น จำกัด

2. บริการหลังการขายและการรับชำระสินค้า

- บริษัทมีการรับประกันความพึงพอใจในสินค้าและบริการเปลี่ยนหรือคืนสินค้าภายใน 7 วัน และมีศูนย์บริการที่รับซ่อมบำรุงสินค้ากรณีเกิดปัญหาในการใช้งานเบื้องต้น
- บริษัทมีช่องทางการชำระเงินที่หน้าร้านปีทูเอส โดยลูกค้าสามารถชำระด้วยเงินสดหรือบัตรเครดิต

กลยุทธ์ด้านการบริการที่สำคัญของธุรกิจเซ็นทรัล ออนไลน์ มีดังนี้

1. ช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งมากถึง 3 ช่องทางให้ลูกค้าได้ใช้บริการ ตลอด 24 ชั่วโมง ดังนี้

- www.central.co.th
- www.robinson.co.th
- www.b2s.co.th

2. บริการหลังการขายและการรับชำระสินค้า

- การรับประกันความพึงพอใจในสินค้าและบริการเปลี่ยนหรือคืนสินค้าภายใน 7 วัน และมีศูนย์บริการที่รับซ่อมบำรุงสินค้ากรณีเกิดปัญหาในการใช้งานเบื้องต้นรวมถึงมีบริการห่อของขวัญฟรี (Gift Wrapping Service)
- ระบบการแลกคะแนนสะสมของบัตร The 1 Card (The 1 Card Redemption Center) โดยอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าสามารถใช้คะแนนสะสมที่มีแลกสินค้าที่ต้องการได้ทันที ตามมูลค่าคะแนนที่ระบุ หรือแลกเป็นส่วนลดแทนเงินสด ในการซื้อสินค้า (คะแนนสะสม The1Card 800 คะแนน คิดเป็นส่วนลด 100 บาท)
- ลูกค้าสามารถชำระค่าสินค้าได้เมื่อรับสินค้าจากพนักงานจัดส่ง (Cash on Delivery) ด้วยเงินสดหรือบัตรเครดิต

ด้านการตลาด

บริษัทเน้นการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า โดยเน้นระบบลูกค้าสมาชิกและมีการจัดรายการส่งเสริมการขายผ่านบัตร The 1 Card โดยลูกค้าสามารถร่วมสะสมคะแนนกับบัตร The 1 Card เพื่อนำไปแลกเป็นส่วนลดพิเศษ หรือแลกกับสิทธิพิเศษจากร้านค้าพันธมิตรทั่วประเทศ นอกจากนี้ บริษัท ยังคงสร้างการรับรู้แบรนด์ “ออฟฟิศเมท” และ “ปีทูเอส” ผ่านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สื่อต่างๆอย่างต่อเนื่อง รวมถึงมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Network) ที่กำลังได้รับความนิยมในปัจจุบัน ซึ่งเป็นช่องทางที่บริษัทสามารถเข้าถึงลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว

โดยในปี 2557 ที่ผ่านมา ธุรกิจออฟฟิศเมท เน้นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าเก่าและใหม่ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าในแต่ละกลุ่ม ทั้งลูกค้าบุคคลและลูกค้าองค์กรที่มีมากถึง 180,000 องค์กรทั่วประเทศ อาทิ การยื่นราคาขายสินค้าผ่านแค็ตตาล็อก โดยบริษัทไม่มีการปรับราคาระหว่างปี ทำให้ลูกค้าสามารถควบคุมต้นทุนการสั่งซื้อได้ตลอดปี รวมถึงสามารถประมาณการค่าใช้จ่ายได้อย่างถูกต้อง นอกจากนี้ ลูกค้าได้รับรู้ข่าวสารของสินค้าใหม่ๆ รายการส่งเสริมการขายในแต่ละช่วงเวลา รวมถึงสิทธิพิเศษต่างๆ ที่บริษัทผ่านแค็ตตาล็อกรายเดือน นอกจากนี้บริษัทยังจัดทำกิจกรรมทางการตลาดเพื่อขยายฐานลูกค้าและเป็นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าเก่า อาทิเช่น รายการ Special Click-Special Six กิจกรรมทางการตลาดที่ให้ลูกค้าได้ร่วมสนุก เพียงซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ทุก 1,000 บาท รับมือถือ Iphone 6 หรือ รายการ “ออฟฟิศเมท&Canon มุมที่ชอบกับของที่ใช่” รวมถึง รายการ Amazing Saturday กิจกรรมทางการตลาดที่ให้ลูกค้าได้รับสิทธิพิเศษเมื่อซื้อสินค้าในวันเสาร์

ธุรกิจปีทูเอส เน้นการสร้างบรรยากาศในร้านค้าและการทำกิจกรรมภายในร้าน โดยมีกลยุทธ์เปลี่ยนพื้นที่ขายเป็นลานกิจกรรม เพื่อให้ลูกค้าได้มีโอกาสพบปะและทำกิจกรรมร่วมกับนักเขียน นักแปล และศิลปินต่างๆ อย่างใกล้ชิด ในปีที่ผ่านมาได้มีการจัดทำกิจกรรมภายในร้านค้า อาทิเช่น การจัดงานเปิดตัวหนังสือ การแสดงมินิคอนเสิร์ต การจัดเวิร์คช็อป รวมถึงมีการจัดกิจกรรมทางการตลาดอย่างต่อเนื่อง โดยเน้นการสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ประเภทต่างๆ เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ากลุ่มวัยรุ่นและคนรุ่นใหม่ นอกจากนี้ ปีทูเอสได้ร่วมกับสำนักพิมพ์หลายแห่ง จัดกิจกรรมและรายการส่งเสริมการขายในงานมหกรรมหนังสือระดับชาติ ครั้งที่ 19 (Book Expo Thailand 2014) ซึ่งจัดขึ้นระหว่างวันที่ 15-26 ตุลาคม 2557 โดยในงานดังกล่าวได้รับการตอบรับอย่างดีจากลูกค้าเป็นอย่างมาก

ธุรกิจเซ็นทรัลออนไลน์ เน้นการจัดกิจกรรมและการประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าได้รู้จักและเชื่อมั่นในการซื้อสินค้าผ่าน www.central.co.th โดยปี 2557 กิจกรรมทางการตลาดของธุรกิจออนไลน์ เน้นไปที่การเจาะกลุ่มลูกค้าผ่านช่องทางออนไลน์ต่างๆ รวมถึงมีการจัดรายการส่งเสริมการขายระหว่างกลุ่มธุรกิจในเครือเซ็นทรัลเพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าได้เข้ามาทดลองใช้บริการ ช้อปिंगออนไลน์ และเพื่อตอบย้ำความรู้สึกว่าการซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์กับเซ็นทรัลออนไลน์ นอกจากจะได้รับสินค้าทันทีไม่ต้องส่งชื่อล่วงหน้า ยังเป็นสินค้าที่จัดซื้อมาจากคู่ค้าที่เป็นผู้ผลิตหรือนำเข้าแบรนด์นั้นๆ โดยตรง ขณะเดียวกันลูกค้าสามารถเลือกระบบการจ่ายเงินปลายทาง ด้วยระบบจ่ายชำระเมื่อได้รับสินค้า (cash on delivery)

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทมีนโยบายด้านการจัดหาผลิตภัณฑ์โดยคำนึงถึงคุณค่าของคุณภาพที่ได้รับจากการใช้สินค้า ตลอดจนความทันสมัย ตรงตามกระแสนิยม และความหลากหลาย ทั้งประเภท ชนิด และรูปแบบ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าเป้าหมายแต่ละกลุ่ม บริษัทมีขั้นตอนการคัดสรรสินค้าที่จะนำมาจำหน่ายอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนี้

1. การศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด ส่วนแบ่งการตลาด กระแสความนิยม ความต้องการของลูกค้า
2. การคัดเลือกผู้ผลิต โดยพิจารณาจากประวัติการทำงาน ผลงานการผลิตในปัจจุบัน
3. การประเมินศักยภาพในการผลิตสินค้าต่อไลน์การผลิต ต้นทุนการผลิต และราคา โดยอาจมีการใช้ระบบประมวลเพื่อพิจารณาต้นทุนให้เป็นไปตามแผนงานที่กำหนดและป้องกันการผูกขาดทางการค้า

การสั่งซื้อสินค้าจากต่างประเทศ บริษัทจะเป็นผู้ดำเนินการติดต่อกับคู่ค้าโดยตรง โดยฝ่ายจัดซื้อจะทำการสำรวจสินค้าและเจรจาต่อรองจากผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายในประเทศนั้น ๆ โดยมิได้มีการผูกขาดการซื้อกับผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายรายใดรายหนึ่งเป็นพิเศษ เพื่อให้บริษัทมีสินค้าที่มีความโดดเด่นและแตกต่างจากคู่แข่งและได้รับสินค้าที่มีคุณภาพ มีระยะเวลาการผลิตและระยะเวลาการจัดส่งภายใต้เงื่อนไขที่กำหนด

นโยบายการจ่ายชำระค่าสินค้ามี 2 แบบคือการจ่ายเงินตามยอดขาย และการซื้อขาด สำหรับธุรกิจปีทูเอสมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 30-40 และร้อยละ 60-70 ตามลำดับ ในขณะที่ธุรกิจออฟฟิศเมทมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 5-10 และร้อยละ 90-95 ตามลำดับ

3. ปัจจัยความเสี่ยง

ในปี 2556 คณะกรรมการบริษัทได้มีการแต่งตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงขึ้นมา เพื่อเป็นกลไกสำคัญในการกำหนดนโยบาย ติดตาม และวิเคราะห์ความเสี่ยง ควบคู่ไปกับการเพิ่มประสิทธิภาพของระบบการบริหารความเสี่ยงของบริษัทเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผู้ถือหุ้นในระยะยาวอีกด้วยโดยคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงได้มอบหมายให้ผู้บริหารระดับสูงสุดในแต่ละธุรกิจจัดตั้งคณะทำงานบริหารความเสี่ยง เพื่อทำหน้าที่บริหารจัดการด้านความเสี่ยงในระดับปฏิบัติการ และรายงานตรงต่อคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงเป็นประจำทุกไตรมาส

ในระหว่างปี 2557 คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงร่วมกับคณะทำงานฯ ได้ทำการพิจารณา กำหนดปัจจัยและตัวชี้วัดความเสี่ยงในด้านต่างๆ ของแต่ละธุรกิจ รวมถึงความเสี่ยงจากการบริหารงานของส่วนกลาง หรือของฝ่ายบริหาร ซึ่งสามารถสรุปความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นและมีผลกระทบต่อการณ์ดำเนินธุรกิจของบริษัทที่ควรพิจารณาดังนี้

ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ (Strategic Risk)

เนื่องจากธุรกิจจำหน่ายเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงาน ตลอดจนธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันถือเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันสูงแต่ใช้เงินลงทุนไม่สูงมาก ดังนั้น จึงเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดคู่แข่งรายใหม่ขึ้นในตลาดได้ง่าย ซึ่งลักษณะของผู้ประกอบธุรกิจในอุตสาหกรรมนี้มีความหลากหลาย อาทิ ร้านค้าปลีก โมเดิร์นเทรด การขายตรง การขายสินค้าผ่านแค็ตตาล็อก เป็นต้น อันส่งผลต่อรูปแบบการแข่งขันที่แตกต่างกันไป

อย่างไรก็ตาม การรวมธุรกิจกับ บริษัท ออฟฟิศคลับ(ไทย) จำกัด และบริษัท บีทูเอส จำกัด ซึ่งเป็นธุรกิจค้าปลีกที่มีการจำหน่ายสินค้าที่คล้ายคลึงกันส่งผลให้บริษัทมีช่องทางการจำหน่ายสินค้าผ่านหน้าร้านและครอบคลุมฐานลูกค้าเพิ่มมากขึ้น รวมถึงมีสินค้าที่หลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าทั้งกลุ่มลูกค้าองค์กรและลูกค้าบุคคล นอกจากนี้ ยังทำให้การจัดซื้อสินค้าของบริษัทมีประสิทธิภาพมากขึ้นและเกิดการประหยัดต้นทุนจากขนาดการผลิต (Economies of Scale) ซึ่งส่งผลให้บริษัทมีต้นทุนต่อหน่วยลดลงและมีความสามารถในการแข่งขันที่เพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้ บริษัทมุ่งมั่นที่จะรักษาตำแหน่งผู้นำธุรกิจจำหน่ายเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงานผ่านร้านสาขาของบีทูเอสและออฟฟิศเมท ตลอดจนมุ่งมั่นที่จะขยายธุรกิจค้าปลีกผ่านระบบแค็ตตาล็อกและระบบ e-Commerce เพื่อตอบสนองลูกค้าบุคคลได้อย่างทั่วถึง โดยให้ความสำคัญกับคุณภาพสินค้าในระดับราคาที่สามารถแข่งขันได้ รวมทั้งสร้างความแตกต่างในการให้บริการด้วยความโปร่งใสและเป็นมืออาชีพโดยการนำเทคโนโลยีสารสนเทศและระบบการบริหารจัดการที่ทันสมัยมาใช้นพัฒนาระบบการขายตรงผ่าน Call Center และเว็บไซต์ พร้อมทั้งให้บริการจัดส่งสินค้าฟรีและบริการหลังการขายอันนำมาซึ่งความสามารถในการแข่งขันและรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดที่ยั่งยืนได้

ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน (Operation Risk)

ความเสี่ยงในด้านการปฏิบัติงาน

- ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงคลังสินค้า

สินค้าที่บริษัทขายผ่านระบบออนไลน์หรือคอลเซ็นเตอร์ จะถูกเก็บไว้ที่คลังสินค้า ซึ่ง ณ ปัจจุบันบริษัทมีคลังสินค้าหนึ่งแห่งที่เขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร ซึ่งถือเป็นกลยุทธ์ทางธุรกิจในการมีคลังสินค้าหลักเพียงแห่งเดียว เพื่อที่บริษัทจะได้จัดส่งสินค้าได้ทันเวลาตามมาตรฐานการบริการที่ให้คำรับรองแก่ลูกค้า อีกทั้ง คลังสินค้าเพียงแห่งเดียวนี้นี้ มีความเหมาะสมสำหรับขนาดธุรกิจในปัจจุบัน และทำให้ประสิทธิภาพในบริหารงานโลจิสติกส์สูงขึ้น รวมถึงต้นทุนในการดำเนินงานต่ำ อย่างไรก็ตาม ธุรกิจอาจได้รับผลกระทบหากคลังสินค้าที่มีอยู่มีข้อขัดข้อง จนเป็นเหตุให้ไม่สามารถดำเนินงานได้ อาทิ อุบัติภัย ภัยธรรมชาติ เป็นต้น

ด้วยเหตุดังกล่าว บริษัทมีการเตรียมแผนสำรองในการจัดหาสินค้าเพื่อรองรับการสั่งซื้อในกรณีที่เกิดเหตุขัดข้อง รวมถึงมีการเฝ้าระวัง และจัดให้มีระบบการป้องกันความสูญเสีย (Loss and Prevention) นอกจากนี้ บริษัทได้ทำการประกันภัยเพื่อคุ้มครองความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นอีกด้วย

นอกจากนี้ เพื่อรองรับกับการขยายธุรกิจประเภทออนไลน์สำหรับสินค้าส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน บริษัทได้ทำการเช่าคลังสินค้าในทำเลแห่งใหม่ด้วย เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายในการแข่งขัน เนื่องจากคลังสินค้านี้อยู่ใกล้กับแหล่งที่มาของสินค้า และช่วยลดความเสี่ยงจากการพึ่งพิงคลังสินค้าแห่งเดียว

- ความเสี่ยงจากสินค้าล้าสมัยและสินค้าสูญหาย

แม้สินค้าที่ธุรกิจออฟฟิศเมทมีจำหน่ายในปัจจุบัน เป็นสิ่งของจำเป็นที่ใช้ในสำนักงาน มีระดับของการเปลี่ยนแปลงตามกระแสนิยมไม่สูงแต่ก็มีความเสี่ยงจากสินค้าล้าสมัย เนื่องจากเทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลง ในขณะที่ธุรกิจปั๊มเอสสินค้ามีระดับของการเปลี่ยนแปลงตามกระแสนิยมสูงกว่าธุรกิจออฟฟิศเมท โดยเฉพาะสินค้าที่เป็นหนังสือ นิตยสาร ที่มีโอกาสล้าสมัยสูง แต่อย่างไรก็ตาม สินค้าเหล่านี้ คู่ค้าตกลงรับผิดชอบในกรณีที่เกิดสินค้าล้าสมัย

ในด้านการบริหารสินค้า บริษัทให้ความสำคัญอย่างมากต่อระบบ Supply Chain รวมถึงควบคุมและติดตามการเคลื่อนไหวของสินค้าคงคลังในแต่ละสาขาอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้สามารถบริหารจัดการสินค้าคงคลังและสินค้าที่วางจำหน่ายที่หน้าร้านให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมเพียงพอต่อการจำหน่าย ประกอบกับบริษัท มีนโยบายทางบัญชีในการตั้งสำรองการด้อยค่าสินค้าล้าสมัยอีกด้วย

นอกจากนี้ สินค้าที่ขายผ่านหน้าร้าน ซึ่ง ณ สิ้นปี 2557 บริษัทมีร้านสาขาออฟฟิศเมท และปั๊มเอสรวม 142 แห่ง ซึ่งเป็นธรรมชาติของธุรกิจที่ต้องประสบปัญหาในเรื่องของสินค้า ขาด สูญหายอันเกิดจากการขโมยหรืออื่นๆ ซึ่งบริษัทตระหนักถึงความสำคัญในเรื่องดังกล่าว ดังนั้น ในแต่ละร้านสาขา บริษัทได้จัดให้มีการติดตั้งระบบกล้องโทรทัศน์วงจรปิด รวมถึงการกำหนดขั้นตอนการปฏิบัติงาน สำหรับพนักงานหน้าร้านให้มีการสอดส่อง ดูแลลูกค้าภายในร้าน ทั้งนี้ เพื่อลดความเสี่ยงในการที่สินค้ามีการสูญหาย นอกจากนี้ บริษัทมีนโยบายในการตั้งสำรองค่าใช้จ่ายในกรณีสินค้าสูญหาย เพื่อบรรเทาผลกระทบด้านค่าใช้จ่ายสินค้าสูญหายเมื่อมีการตรวจนับสินค้าประจำรอบบัญชี

ความเสี่ยงด้านเทคโนโลยี (IT Risk)

การขายผ่านระบบออนไลน์หรือคอลเซ็นเตอร์ของบริษัทอาจหยุดชะงัก หากเกิดความผิดพลาดหรือขัดข้องของระบบคอมพิวเตอร์และระบบข้อมูลสารสนเทศ ซึ่งระบบคอมพิวเตอร์และสารสนเทศ ถือเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่สำคัญในการสร้างรายได้ให้แก่บริษัท ดังนั้นความผิดพลาดหรือขัดข้องของระบบคอมพิวเตอร์และระบบข้อมูลสารสนเทศ จึงอาจมีผลกระทบต่อขีดความสามารถในการดำเนินธุรกิจ และอาจทำให้สูญเสียลูกค้าให้กับคู่แข่ง เนื่องจากการไม่ได้รับความสะดวกสบายจากการให้บริการ

นอกจากนี้ ธุรกิจของบริษัทอาจถูกคุกคามจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องในสถานการณ์ปัจจุบัน และเป็นไปอย่างรวดเร็ว ทำให้บริษัทอาจมีความเสี่ยงในการขาดเทคโนโลยีหรือระบบที่จำเป็นในการตอบสนองการเติบโตของธุรกิจได้ ซึ่งอาจทำให้บริษัทสูญเสียโอกาสทางธุรกิจในอนาคต

อย่างไรก็ตาม บริษัทตระหนักถึงความเสี่ยงในเรื่องดังกล่าวบริษัทจึงได้ทำการปรับปรุงและพัฒนาระบบคอมพิวเตอร์และสารสนเทศอย่างต่อเนื่องเพื่อให้มีประสิทธิภาพ สามารถรองรับยอดการสั่งซื้อได้เพิ่มขึ้นได้ และจัดให้มีระบบการป้องกันไวรัส และสำรองข้อมูลอีกด้วย พร้อมกันนี้ ฝ่ายบริหารต่างมีหน้าที่ในการติดตามพัฒนาการทางธุรกิจและเทคโนโลยีอย่างใกล้ชิด เพื่อให้แน่ใจว่าทิศทางการดำเนินธุรกิจยังอยู่ในกระแสความนิยมของลูกค้าในปัจจุบัน และในอนาคต

ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ (Compliance Risk)

ความเสี่ยงจากการขายสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ ด้วยเหตุดังกล่าว บริษัทจึงได้มีการทำข้อตกลงกับคู่ค้าทุกราย โดยสินค้าที่รับมาจำหน่ายจะต้องมีความถูกต้องในเรื่องลิขสิทธิ์ ลิขสิทธิ์ หรือมีมาตรฐานของสินค้าตามที่หน่วยงานราชการต่างๆ กำหนด รวมไปถึงความปลอดภัยสำหรับผู้บริโภค นอกจากนี้ได้ให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทำการตรวจสอบเรื่องดังกล่าวอย่างสม่ำเสมอ และให้ถือเป็นส่วนหนึ่งของขั้นตอนการจัดซื้อ รวมถึงเน้นย้ำกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้คำนึงถึงความเสี่ยงในด้านนี้เสมอ เพื่อให้แน่ใจได้ว่าสินค้าที่รับมาเพื่อจัดจำหน่ายต่อไปนั้นเป็นไปตามกฎระเบียบและถูกต้องตามกฎหมาย

นอกจากนี้ บริษัทได้ตระหนักถึงโอกาสในการเกิดปัญหาที่เกี่ยวข้องกับความน่าเชื่อถือของการดำเนินธุรกิจ รวมถึงความน่าเชื่อถือจากลูกค้าที่มีต่อบริษัท ด้วยเหตุดังกล่าว บริษัทจึงมีนโยบายในการดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานของความถูกต้องเป็นธรรม และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยสินค้าที่ดีมีคุณภาพ ในราคาที่เหมาะสม พร้อมทั้งการบริการที่เป็นเลิศ และคำนึงถึงความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสำคัญ พร้อมกันนี้บริษัทได้กำหนดการบริการพื้นฐานที่ดีสำหรับลูกค้าด้วย กล่าวคือ ลูกค้าต้องได้รับข้อมูลหรือคู่มือในการใช้สินค้านั้นๆ เป็นอย่างดี เพื่อประโยชน์และความปลอดภัยในการใช้สินค้าด้วย นอกจากนี้ บริษัทยังเปิดโอกาสให้แก่ลูกค้าในการร้องเรียน หรือสอบถามข้อมูลได้ในกรณีที่มียกข้อสงสัยในสินค้าหรือบริการที่ได้รับจากบริษัทด้วย

ความเสี่ยงในด้านการเงิน (Financial Risk)

ณ 31 ธันวาคม 2557 บริษัทมีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด (รวมเงินลงทุนชั่วคราว) คงเหลือจำนวน 1,029 ล้านบาท นอกจากนี้ หากพิจารณาอัตราส่วนสภาพคล่องทางการเงินของบริษัทเท่ากับ 1.29 เท่า ซึ่งสูงขึ้นจากปีก่อนที่อยู่ในระดับ 1.21 เท่า และบริษัทไม่มีภาระหนี้สินทางการเงินแต่อย่างใด โดยหนี้สินหมุนเวียนของบริษัท ส่วนใหญ่อยู่ในรูปของเจ้าหนี้การค้า

การจัดหาเงินทุนเพื่อรองรับแผนการลงทุนในโครงการขยายสาขา รวมถึงการลงทุนปรับปรุงสาขาเดิม บริษัทได้มีการประมาณการกระแสเงินสดในอนาคตอย่างสม่ำเสมอและมีวินัยในการใช้จ่ายเงินเพื่อการลงทุนอย่างเคร่งครัด ซึ่งปัจจุบันบริษัทยังคงสามารถดำเนินโครงการลงทุนได้ตามเป้าหมายที่กำหนดจากกระแสเงินสดจากการดำเนินงานตามที่ประมาณการไว้

สำหรับความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน ปัจจุบันการทำธุรกรรมในต่างประเทศของบริษัท มีจำนวนน้อย ทำให้ความเสี่ยงในเรื่องดังกล่าวไม่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท อย่างมีนัยสำคัญ

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 บริษัทและบริษัทย่อยมีทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ ดังนี้

ประเภททรัพย์สิน	มูลค่าบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	หมายเหตุ
ที่ดินและส่วนปรับปรุง	58.67	ถือกรรมสิทธิ์
อาคารและอุปกรณ์ - คลังสินค้า - อาคารสิ่งปลูกสร้าง - เครื่องตกแต่ง อุปกรณ์และอื่นๆ	675.71	ถือกรรมสิทธิ์
โปรแกรมคอมพิวเตอร์และโปรแกรมอื่นๆ	65.23	ถือกรรมสิทธิ์
มูลค่าความสัมพันธ์กับลูกค้าและมูลค่าแบรนด์ออฟฟิศเมท	150.30	ถือกรรมสิทธิ์
ค่าความนิยมจากของบมจ.ออฟฟิศเมท	2,890.67	
ค่าความนิยมจากของบริษัท เมพ คอร์ปอเรชั่น จำกัด	48.81	

อนึ่ง ร้านสาขาของบีทูเอสและออฟฟิศเมทเป็นการเข้าทำสัญญาเช่าระยะเวลาไม่เกิน 3 ปี โดยสัญญาดังกล่าวมีกำหนดระยะเวลาเริ่มต้นและสิ้นสุดในระยะเวลาต่างๆ และสัญญาบางฉบับสามารถต่ออายุ โดยต้องมีการแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรล่วงหน้าในระยะเวลาที่กำหนดก่อนวันสิ้นสุดสัญญา ทั้งนี้ บริษัทได้เข้าสัญญาเช่าพื้นที่กับกิจการที่เกี่ยวข้องกันหลายแห่ง

ณ สิ้นปี 2557 บริษัทมีร้านสาขาของบีทูเอสและออฟฟิศเมทที่ยังคงเปิดให้บริการจำนวน 90 แห่ง และ 52 แห่งตามลำดับ

บริษัทได้ทำสัญญาเช่าพื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวกกับบริษัทและบุคคล(ที่ไม่เกี่ยวข้องกัน)ในประเทศหลายแห่งเพื่อใช้เป็นที่ตั้งสาขาออฟฟิศเมทและบีทูเอส โดยบริษัทผูกพันที่ต้องจ่ายค่าเช่าตามอัตราและวิธีการที่กำหนดในสัญญาดังนี้

1. ภาระผูกพันตามสัญญาเช่าดำเนินงานที่ยกเลิกไม่ได้ - ภายในหนึ่งปี เท่ากับ 139 ล้านบาท
2. ภาระผูกพันตามสัญญาเช่าดำเนินงานที่ยกเลิกไม่ได้ - หลังจากหนึ่งปีแต่ไม่เกินห้าปี เท่ากับ 185 ล้านบาท
3. ภาระผูกพันตามสัญญาเช่าดำเนินงานที่ยกเลิกไม่ได้ - หลังจาก 5 ปี เท่ากับ 35 ล้านบาท

นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัทมุ่งเน้นการลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจหลักของบริษัท เพื่อให้การดำเนินธุรกิจมีลักษณะที่ครอบคลุมและครบวงจรมีความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยการลงทุนนั้นในธุรกิจใดๆนั้น ต้องมีส่วนที่มากพอให้บริษัทเข้าร่วมบริหารจัดการและกำหนดแนวทางของธุรกิจดังกล่าวได้

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 บริษัทและบริษัทย่อย ไม่ได้มีข้อพิพาททางกฎหมายที่ยังไม่สิ้นสุด ซึ่งอาจมีผลกระทบต่อ
สินทรัพย์ของบริษัทที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น และไม่มีข้อพิพาทที่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ
อย่างมีนัยสำคัญ

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

ชื่อบริษัท	: บริษัท ออฟฟิศเมท จำกัด (มหาชน) Officemate Public Company Limited
เลขทะเบียนบริษัท	: 0107551000134
ประเภทธุรกิจ	: ค้าปลีก
ประกอบธุรกิจ	: 1) จำหน่ายเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงาน ภายใต้ชื่อ “ออฟฟิศเมท - OFFICEMATE” 2) จำหน่ายหนังสือ นิตยสาร สื่อบันเทิง และสินค้าไลฟ์สไตล์ ภายใต้ชื่อ “บีทูเอส - B2S” 3) ออนไลน์ช้อปปิ้งสำหรับสินค้าภายในห้างสรรพสินค้า ภายใต้เว็บไซต์ “ www.central.co.th ” และ “ www.robinson.co.th ”
ปีที่ก่อตั้ง	: ปี 2537
ข้อมูลหลักทรัพย์	: หุ้นสามัญของบริษัทเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ (MAI) ด้วยทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้ว 80 ล้านบาทโดยเริ่มซื้อขายวันแรกเมื่อวันที่ 28 กรกฎาคม 2553 โดยใช้ชื่อย่อหลักทรัพย์ “OFM” และในปี 2555 บริษัทออกหุ้นสามัญเพิ่มทุน 240 ล้านหุ้น รวมทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้ว 320 ล้านบาทและเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) เมื่อวันที่ 26 ธันวาคม 2555
ทุนจดทะเบียน	: 320,000,000 บาท (หุ้นสามัญ 320,000,000 หุ้น)
ทุนที่ชำระแล้ว	: 320,000,000 บาท (หุ้นสามัญ 320,000,000 หุ้น)
มูลค่าที่ตราไว้	: มูลค่าหุ้นละ 1 บาท
ที่ตั้ง	: <u>สำนักงานใหญ่ บมจ.ออฟฟิศเมท</u> 24 ซอยอ่อนนุช 66/1 ถนนอ่อนนุช แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร 10250 โทรศัพท์ (66) 2-739-5555 โทรสาร (66) 2-763-5555 <u>คลังสินค้า</u> 70 หมู่ 2 ถนนร่วมพัฒนา แขวงลำด้อยตึง เขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร 10530 <u>คลังสินค้าออนไลน์</u> 888/7-8 หมู่ที่ 7 แขวงบางปลา เขตบางพลี สมุทรปราการ 10540
ผู้สอบบัญชี	: นายธนิต โสธาสเลิศ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขทะเบียน 5155 บริษัท เคพีเอ็มจี ภูมิไชย สอบบัญชี จำกัด โทรศัพท์ (66) 2- 677-2000 โทรสาร (66) 2- 677-2222
เว็บไซต์	: www.officemate.co.th

นิติบุคคลที่บริษัทถือหุ้นตั้งแต่ 10% ขึ้นไป

ชื่อบริษัท	:	บริษัท ออฟฟิศคลับ(ไทย) จำกัด
เลขทะเบียนบริษัท	:	0105537143215
ประเภทธุรกิจ	:	ค้าปลีก
จำนวนและชนิดของหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมด ที่ตั้ง	:	หุ้นสามัญ 69,155,000 หุ้น 919/555 อาคารเซาท์ทาวเวอร์ ชั้น 14 ห้อง 2-6 และ 9 ถนนสีลม แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร
ชื่อบริษัท	:	บริษัท ออฟฟิศพลายคลับ จำกัด
(บริษัทย่อยทางอ้อม ถือหุ้นโดยบริษัท ออฟฟิศคลับ(ไทย) จำกัด)		
เลขทะเบียนบริษัท	:	0105539113917
ประเภทธุรกิจ	:	ค้าปลีก
จำนวนและชนิดของหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมด ที่ตั้ง	:	หุ้นสามัญ 20,000,000 หุ้น 919/555 อาคารเซาท์ทาวเวอร์ ชั้น 14 ห้อง 4-6 และ 9 ถนนสีลม แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร
ชื่อบริษัท	:	บริษัท บีทูเอส จำกัด
เลขทะเบียนบริษัท	:	0105538032743
ประเภทธุรกิจ	:	ค้าปลีก
จำนวนและชนิดของหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมด ที่ตั้ง	:	หุ้นสามัญ 64,000,000 หุ้น 919/555 อาคารเซาท์ทาวเวอร์ ชั้น 16,17 ถนนสีลม แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร
ชื่อบริษัท	:	บริษัท เมพ คอร์ปอเรชั่น จำกัด
(บริษัทย่อยทางอ้อม ถือหุ้นโดยบริษัท บีทูเอส จำกัด)		
เลขทะเบียนบริษัท	:	0125557004849
ประเภทธุรกิจ	:	ค้าปลีก
จำนวนและชนิดของหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมด ที่ตั้ง	:	หุ้นสามัญ 50,000 หุ้น 99/27 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้นที่ 8 หมู่ที่ 4 ถนนแจ้งวัฒนะ ตำบลคลองเกลือ อำเภอปากเกร็ด นนทบุรี
	:	