
ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

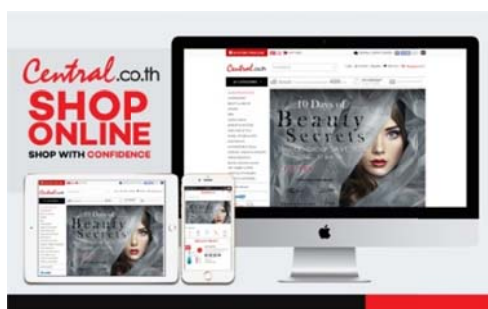
1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท ซีโอดี จำกัด (มหาชน) “บริษัท” เดิมชื่อ “บริษัท ออฟฟิศเมท จำกัด (มหาชน)” ได้จดทะเบียนเปลี่ยนชื่อกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ เมื่อวันที่ 8 เมษายน 2558 ตามมติที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2558 เป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นในประเทศไทย และมีที่อยู่จดทะเบียนตั้งอยู่เลขที่ 24 ซอยอ่อนนุช 66/1 ถนนอ่อนนุช แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร 10250 ประกอบธุรกิจจำหน่ายเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงานผ่านระบบแค็ตตาล็อก โดยรับคำสั่งซื้อผ่านระบบ Call Center ระบบออนไลน์ (e-Commerce) ระบบสั่งซื้ออิเล็กทรอนิกส์เฉพาะแต่ละองค์กร (e-Procurement) พร้อมให้บริการจัดส่งฟรีสำหรับการสั่งซื้อสินค้าตั้งแต่ 499 บาทขึ้นไปและการขายผ่านหน้าร้านภายใต้แบรนด์ “ออฟฟิศเมท” นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้บริหารธุรกิจในบริษัทย่อยภายใต้แบรนด์ “บีทูเอส” ผ่าน บริษัท บีทูเอส จำกัด ประกอบธุรกิจจำหน่ายเครื่องเขียน หนังสือ สื่อบันเทิง เพลง ภาพยนตร์ และอุปกรณ์สำนักงานขายผ่านร้านสาขาและระบบออนไลน์

ด้วยความสามารถและความเชี่ยวชาญในการบริหารงานด้านออนไลน์ บริษัทฯ ได้ขยายธุรกิจไปสู่การเป็นนายหน้าดูแลการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์และพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศผ่าน บริษัท เซ็นเซอร์จี อินโนเวชั่น จำกัดและดำเนินธุรกิจการจัดจำหน่ายหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) และให้คำปรึกษาเรื่องการจัดทำ E-Book และการจัดหาอุปกรณ์ซอฟต์แวร์ หรือโปรแกรมที่เกี่ยวข้องผ่าน บริษัท เมพ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (บริษัทย่อยทางข้าม)

บริษัทฯ มีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญเกี่ยวกับการจดทะเบียนบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยเริ่มต้นจดทะเบียนกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเมื่อ 2 กันยายน 2551 และนำหุ้นของบริษัทเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (mai) ในปี 2553 และได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (The Stock Exchange of Thailand: SET) โดยเพิ่มทุนจากการรวมกิจการกับบริษัท ออฟฟิศ คลับ (ไทย) จำกัดและบริษัทย่อย และบริษัท บีทูเอส จำกัด ในปี 2555 ทำให้ภายหลังจากการดำเนินการเพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัทเสร็จสิ้น บริษัทฯ มีบริษัท ออฟฟิศ คลับ (ไทย) จำกัด และบริษัทย่อยและบริษัท บีทูเอส จำกัด เป็นบริษัทย่อย

ในปี 2558 บริษัทฯ ได้เปลี่ยนแปลงชื่อและดวงตราสัญลักษณ์ จาก ออฟฟิศเมท (Officemate) เป็น ซีโอดี (COL) เพื่อให้เกิดความคล่องตัวในการดำเนินธุรกิจและเพื่อเพิ่มประโยชน์ในการประสานงานกับคู่ค้าให้ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพตามแผนการขยายการลงทุนและการบริการด้านอื่นตามแผนการดำเนินธุรกิจเพื่อให้ทันต่อการแข่งขัน



1.1 เป้าหมายการดำเนินธุรกิจ

เป็นผู้นำที่เป็นเลิศด้านการค้าปลีกด้วยระบบการขายผ่านหน้าร้านและระบบค้าปลีกออนไลน์ ที่มีประสิทธิภาพในระดับเอเชียภูมิภาค โดยจะเป็นผู้ริเริ่มนำเทคโนโลยีและแนวคิดที่ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการลูกค้าและบริหารองค์กรให้ได้ประสิทธิภาพสูงสุด บริษัทฯ มีเป้าหมายที่จะเป็นผู้นำการค้าปลีกควบคู่ไปกับการแตกไลน์ธุรกิจใหม่อย่างต่อเนื่องดังนี้

- (1) เป็นผู้นำธุรกิจจำหน่ายเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงาน รวมถึงการนำเสนอบริการที่เกี่ยวข้องกับสำนักงาน ในรูปแบบการทำธุรกิจระหว่างบริษัทกับบริษัท (Business to Business: B2B) ผ่านระบบแค็ตตาล็อก ระบบออนไลน์ในรูปแบบเว็บไซต์ และระบบสั่งซื้ออิเล็กทรอนิกส์เฉพาะแต่ละองค์กร (e-Procurement) โดยมุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าองค์กรที่มีศักยภาพและมีความมั่นคง
- (2) เป็นผู้นำธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่เกี่ยวข้องกับสาระความรู้และความบันเทิง เครื่องเขียน และอุปกรณ์สำนักงานผ่านทางหน้าร้านที่มีสาขาทั่วประเทศ และระบบค้าปลีกออนไลน์
- (3) เป็นผู้นำธุรกิจออนไลน์ โดยมุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าบุคคล นำเสนอสินค้าที่มีความหลากหลายเพื่อตอบสนองต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ทันสมัย และมุ่งเน้นการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจภายใต้กระบวนการสั่งซื้อที่มีความสะดวกและปลอดภัย พร้อมบริการจัดส่งที่รวดเร็วและครอบคลุมทั่วประเทศ

OfficeMate

"The Best Choice for All Business Solutions in Thailand"



"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

CENERGY
INNOVATION

1.2 ความเป็นมาและพัฒนาการที่สำคัญ

ปี	พัฒนาการที่สำคัญ
ปี 2537	- จัดตั้งบริษัทด้วยทุนจดทะเบียนจำนวน 5 ล้านบาท เพื่อจำหน่ายเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงานผ่านระบบแค็ตตาล็อก และรับคำสั่งซื้อผ่านระบบ Call Center
ปี 2542	- เปิดให้บริการเว็บไซต์ www.officemate.co.th เพื่อเพิ่มช่องทางในการสั่งซื้อสินค้าของลูกค้าให้เข้าถึงได้ง่าย
-	- ปรับระบบคลังสินค้าเป็นระบบแนวราบบน 2,000 ตารางเมตร
2550	- ใช้ระบบซอฟต์แวร์เข้ามาช่วยในการบริหารจัดการและการควบคุมระบบ Call Center
	- พัฒนาระบบ E-Procurement ซึ่งเป็นระบบสั่งซื้ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าเฉพาะแต่ละองค์กร
ปี 2551	- ขยายคลังสินค้าบนพื้นที่ 7,200 ตารางเมตร รองรับ 20,000 รายการ
	- แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน เมื่อวันที่ 2 มิถุนายน 2551 ด้วยทุนจดทะเบียน 80 ล้านบาทและทุนชำระแล้ว 56 ล้านบาท
ปี 2552	- เปิดบริการเว็บไซต์เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าบุคคล www.trendyday.com
	- เพื่อช่องทางในการแลกรับของกำนัลทางออนไลน์ "Redeem Center"
ปี 2553	- นำหุ้นของบริษัทเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ (MAI) ด้วยทุนจดทะเบียน 80 ล้านบาท และทุนชำระแล้ว 80 ล้านบาทโดยเข้าซื้อขายวันแรก วันที่ 28 กรกฎาคม 2553
ปี 2554	- ปรับปรุง Call Center เป็นระบบ Multimedia Call Center รวมถึงขยายสาขา Call Center และเพิ่มจำนวนพนักงานขายสินค้าทางโทรศัพท์รวมถึงเปิดบริการเว็บแชทเพื่อให้ข้อมูลสินค้าแก่ลูกค้าทางออนไลน์
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 ล้านหุ้นและทุนจดทะเบียน 320 ล้านบาท และเมื่อวันที่ 26 ธันวาคม 2555 ได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) ก้าวขึ้นเป็นผู้นำด้านการค้าปลีกสินค้าประเภทเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงาน
ปี 2556	- ปิดบริการเว็บไซต์ www.trendyday.com เมื่อวันที่ 30 พฤศจิกายน 2556
	- เริ่มธุรกิจค้าปลีกออนไลน์ผ่าน www.central.co.th และ www.robinson.co.th เมื่อวันที่ 5 ธันวาคม 2556 เพื่อตอบสนองลูกค้าบุคคล โดยเว็บไซต์ทำหน้าที่เสมือนห้างสรรพสินค้าและมีสินค้าที่ครอบคลุมความต้องการมากกว่า 8,000 รายการ
	- เปิดร้านค้าใหม่ เพื่อครอบคลุมพื้นที่ทุกภูมิภาคของไทยโดยออฟฟิศเมทเปิดสาขาใหม่ 8 สาขา และบีทูเอสเปิดสาขาใหม่ 11 สาขา
	- ปรับปรุงคลังสินค้าหนองจอกบนพื้นที่ 7,200 ตารางเมตร เป็น 15,000 ตารางเมตร เพื่อรองรับสินค้า 60,000 รายการ รวมถึงปรับปรุงร้านให้ทันสมัย และมีพื้นที่สำหรับการทำกิจกรรมส่งเสริมการขาย

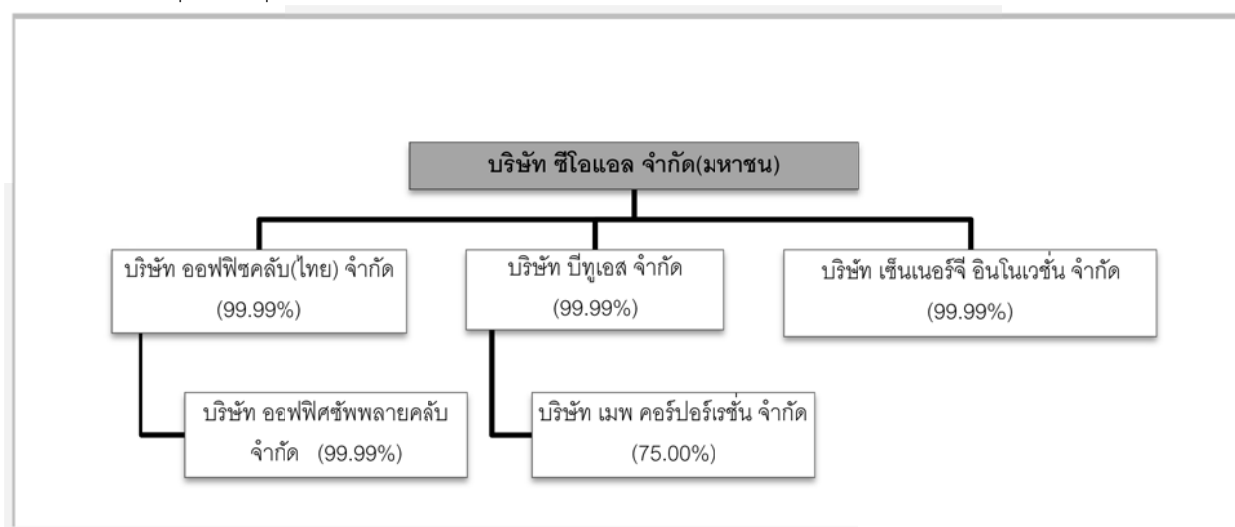
ปี	พัฒนาการที่สำคัญ
ปี 2557	<ul style="list-style-type: none"> - เปิด B2S Online Book Store ผ่าน www.b2s.co.th หรือ www.central.co.th/B2S - B2S เข้าทำการซื้อหุ้นสามัญของ MEB จำนวน 37,500 หุ้น โดยมีมูลค่าการซื้อขาย 52.50 ล้านบาทจากผู้ถือหุ้นเดิมของ MEB คิดเป็นสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 75 ของทุนจดทะเบียนทั้งหมด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อดำเนินธุรกิจการจัดจำหน่ายหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) และให้คำปรึกษาเรื่องการจัดทำ E-Book และการจัดหาอุปกรณ์ซอฟต์แวร์ หรือโปรแกรมที่เกี่ยวข้อง - ลงทุนเปิดร้านใหม่เพื่อครอบคลุมพื้นที่ทุกภูมิภาคของไทยโดยออฟฟิศเมทเปิดสาขาใหม่ 4 สาขา และปีทูเอสเปิดสาขาใหม่ 10 สาขา - คลังสินค้าออนไลน์ใหม่พื้นที่ 10,000 ตารางเมตร บริเวณถนนบางนา-ตราด เริ่มดำเนินการในเดือนสิงหาคม เพื่อรองรับสินค้าที่ขายผ่าน www.central.co.th - ออฟฟิศเมทเปิดให้บริการงานพิมพ์ครบวงจร และการออกแบบพื้นที่สำหรับจัดวางเฟอร์นิเจอร์สำนักงาน รวมถึงบริการ E-Ordering ที่สาขาออฟฟิศเมท โดยลูกค้าสามารถสั่งซื้อสินค้าที่มีในแค็ตตาล็อกได้พร้อมกับการเข้ามาซื้อสินค้าในร้าน
ปี 2558	<ul style="list-style-type: none"> - ลงทุนเปิดร้านใหม่เพื่อครอบคลุมพื้นที่ทุกภูมิภาคของไทย โดยออฟฟิศเมทเปิดสาขาใหม่ 8 สาขา และปีทูเอสเปิดสาขาใหม่ 11 สาขา - จัดกิจกรรมเปิดตัวธุรกิจค้าปลีกออนไลน์ (Central Online) อย่างเป็นทางการ เมื่อวันที่ 25 มีนาคม 2558 ที่เซ็นทรัลเวิลด์ พลาซ่า ภายใต้สโลแกน “SHOP WITH CONFIDENCE” - เปิดตัว OFFICEMATE Mobile Application เมื่อวันที่ 18 พฤษภาคม 2558 เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าของร้านออฟฟิศเมท และให้สอดคล้องต่อพฤติกรรมของลูกค้าในปัจจุบัน - ออฟฟิศเมทเริ่มเปิดให้บริการจัดส่งพัสดุด่วนทั่วประเทศ (Pack Post Express) และบริการรับออกแบบสินค้าพรีเมียมและของขวัญปีใหม่ (Premium Corner) - ปีทูเอส เปิดตัว The 1 Book Application เมื่อวันที่ 17 มีนาคม 2558 - บริษัทฯ ได้รับมติอนุมัติจากที่ประชุมผู้ถือหุ้นประจำปี 2558 ซึ่งประชุมเมื่อวันที่ 3 เมษายน 2558 เรื่องการเปลี่ยนชื่อบริษัทและตราสัญลักษณ์จาก “ออฟฟิศเมท” เป็น “ซีไอแอล” เพื่อให้สอดคล้องกับแผนการดำเนินธุรกิจในอนาคต - จัดตั้งบริษัทย่อย “บริษัท เซ็นเนอร์จี อินโนเวชั่น จำกัด” เพื่อประกอบธุรกิจจำหน่ายดูแลการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์และพัฒนาระบบไอทีให้กับบริษัทในกลุ่มเซ็นทรัลและลูกค้าทั่วไป เมื่อวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2558 - คณะกรรมการบริษัทมีมติอนุมัติการจัดตั้งบริษัทร่วมทุนใหม่ “บริษัท เซ็นทรัลกรุ๊ปออนไลน์ จำกัด” เมื่อวันที่ 3 ธันวาคม 2558 เพื่อประกอบธุรกิจด้านการบริการตลาดออนไลน์ (Market Place) และในปี 2559 ได้ปรับโครงสร้างการลงทุน โดยบริษัท เซ็นเนอร์จี อินโนเวชั่น จำกัด เป็นผู้ถือหุ้นเพื่อประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านธุรกิจค้าปลีกออนไลน์ในอนาคต

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 รายละเอียดของบริษัทและบริษัทย่อย มีดังนี้

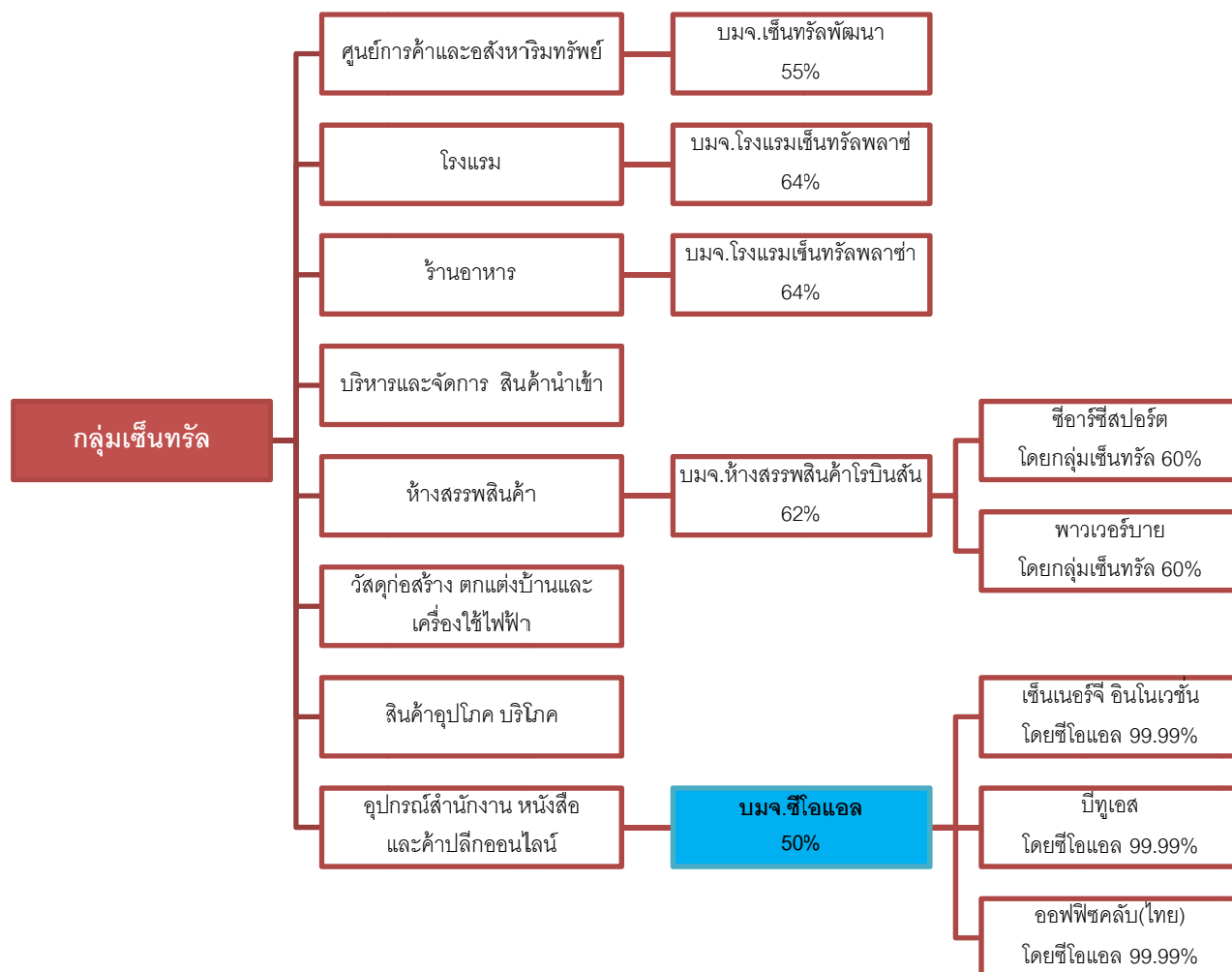
ชื่อบริษัท	ทุนชำระแล้ว (ล้านบาท)	ลักษณะการดำเนินธุรกิจ
บริษัท ซีไอแอล จำกัด(มหาชน)	320.00	ประกอบธุรกิจจำหน่ายเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงานผ่านระบบแค็ตตาล็อก โดยรับคำสั่งซื้อผ่านระบบ Call Center ระบบออนไลน์ (e-Commerce) ระบบสั่งซื้ออิเล็กทรอนิกส์เฉพาะแต่ละองค์กร (e-Procurement) พร้อมให้บริการจัดส่งฟรีสำหรับการสั่งซื้อสินค้าตั้งแต่ 499 บาทขึ้นไปและการขายผ่านหน้าร้าน
บริษัท ออฟฟิศ คลับ (ไทย) จำกัด (บริษัทย่อย)	691.55	ประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าทั้งในรูปแบบการค้าปลีกและค้าส่ง โดยครอบคลุมทั้งอุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงานและเฟอร์นิเจอร์ขายผ่านร้านสาขาภายใต้ชื่อ “ออฟฟิศเมท”
บริษัท บีทูเอส จำกัด (บริษัทย่อย)	640.00	ประกอบธุรกิจจำหน่ายเครื่องเขียน หนังสือ สื่อบันเทิง เพลง ภาพยนตร์ และอุปกรณ์สำนักงานขายผ่านร้านสาขาภายใต้ชื่อ “บีทูเอส” และขายผ่านระบบออนไลน์
บริษัท เซ็นเนอร์จี อินโนเวชั่น จำกัด (บริษัทย่อย)	50.00	ประกอบธุรกิจนายหน้าดูแลการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์และพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ
บริษัท ออฟฟิศพลายคลับ จำกัด (บริษัทย่อยทางอ้อม)	200.00	ปัจจุบันทรัพย์สินส่วนใหญ่ของบริษัทได้ถูกโอนไปยังบริษัท ออฟฟิศคลับ(ไทย)จำกัด หหมดแล้ว มีเพียงธุรกิจการให้เช่าพื้นที่ขายสินค้าที่ยังคงเหลืออยู่จากสัญญาเช่าเดิม
บริษัท เมพ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (บริษัทย่อยทางอ้อม)	5.00	ประกอบธุรกิจการจัดจำหน่ายหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) และให้คำปรึกษาเรื่องการจัดทำ E-Book และการจัดหาอุปกรณ์ซอฟต์แวร์ หรือโปรแกรมที่เกี่ยวข้อง

โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท



1.4 ความสัมพันธ์กับกลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่

โครงสร้างธุรกิจของกลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558



ธุรกิจของบริษัทถือเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มธุรกิจหลักในกลุ่มเซ็นทรัล ซึ่งทางกลุ่มมีนโยบายในการเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันด้วยการลงทุนโดยเน้นธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องกัน อาทิ เป็นผู้พัฒนาศูนย์การค้า ผู้ให้บริการหรือให้เช่าพื้นที่ค้าปลีก ผู้นำเข้าผลิตหรือจำหน่ายผลิตสินค้าที่เกี่ยวข้องกับอุปโภค บริโภค รวมถึงสินค้าในชีวิตประจำวันอย่างครบวงจร เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีความเชี่ยวชาญในด้านการบริหารงานแบบรวมสู่ศูนย์กลาง เพื่อสนับสนุนการประกอบธุรกิจค้าปลีกให้เกิดความได้เปรียบในด้านการแข่งขันทั้งในเรื่องความคุ้มค่าของการประหยัดต่อขนาด ความเชี่ยวชาญชำนาญการในการบริหารค้าปลีกและการเพิ่มศักยภาพในการดำเนินธุรกิจ

อนึ่ง บริษัทฯ มีนโยบายในการทำธุรกรรมระหว่างบุคคลที่เกี่ยวข้องกันกับบริษัท โดยมีรายละเอียดในหัวข้อ “รายการระหว่างกัน”

รายละเอียดของสาขาที่เปิดบริการ

ณ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทมีสาขาที่ดำเนินการทั่วประเทศรวมทั้งหมด 152 สาขา โดยแบ่งออกเป็น

OfficeMate ร้านออฟฟิศเมท 58 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	บิ๊กซี ลาดพร้าว	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	บิ๊กซี เอกมัย	21 พฤศจิกายน 2548
16	บิ๊กซี พระราม 4	14 ธันวาคม 2548
17	เพชรเกษม	22 ธันวาคม 2548
18	พันธุ์ทิพย์ งามวงศ์วาน	26 มิถุนายน 2549
19	พญา(ใต้)	11 สิงหาคม 2549
20	รัตนวิเบศร์	23 ธันวาคม 2549
21	ระยอง	1 มิถุนายน 2550
22	แจ้งวัฒนะ	27 พฤศจิกายน 2551
23	เซ็นทรัลพลาซ่า ชลบุรี	29 พฤษภาคม 2552
24	อโศก	29 มิถุนายน 2553
25	ยูไนเต็ด เซ็นเตอร์	1 ธันวาคม 2553
26	สิรินธรณ์	16 กุมภาพันธ์ 2554
27	แฟชั่นไอส์แลนด์	16 มิถุนายน 2554
28	ตึกคอม ขอนแก่น	18 ตุลาคม 2554
29	พหลโยธิน	8 ธันวาคม 2554

	ออฟฟิศเมท	วันที่เปิด
30	เซ็นทรัลพลาซ่า พระราม 9	14 ธันวาคม 2554
31	บิ๊กซีจัมโบ้ สำโรง	14 กุมภาพันธ์ 2555
32	เซ็นทรัลพลาซ่า อุดรธานี	26 เมษายน 2555
33	เมกะบางนา	3 พฤษภาคม 2555
34	เกตเวย์ เอกมัย	18 มิถุนายน 2555
35	ซีคอน บางแค	5 ตุลาคม 2555
36	เซ็นทรัลพลาซ่า สุราษฎร์ธานี	11 ตุลาคม 2555
37	สะพานควาย	13 พฤศจิกายน 2555
38	เซ็นทรัลพลาซ่า ลำปาง	30 พฤศจิกายน 2555
39	รัชดา-สุทธิสาร	12 มีนาคม 2556
40	เซ็นทรัลพลาซ่า อุบล	5 เมษายน 2556
41	จัสมินซิตี	2 พฤศจิกายน 2556
42	เชียงใหม่ แอร์พอร์ต	2 พฤศจิกายน 2556
43	เซ็นทรัลเฟสติวัล เชียงใหม่	14 พฤศจิกายน 2556
44	โรบินสัน สระบุรี	22 พฤศจิกายน 2556
45	เซ็นทรัลเฟสติวัล หาดใหญ่	14 ธันวาคม 2556
46	ฮาร์เบอร์มอลล์ ชลบุรี	19 ธันวาคม 2556
47	เทสโก้โลตัส สมุทรสาคร	23 มิถุนายน 2557
48	เซ็นทรัลพลาซ่า ศาลายา	8 กรกฎาคม 2557
49	โรบินสัน ฉะเชิงเทรา	22 กรกฎาคม 2557
50	โรบินสัน สมุทรปราการ	15 กันยายน 2557
51	บิ๊กซี ลำลูกกา	15 มกราคม 2558
52	เทสโก้โลตัส ถลาง	12 มีนาคม 2558
53	เทสโก้โลตัส พระราม 1	17 เมษายน 2558
54	เซ็นทรัลพลาซ่า ระยอง	27 พฤษภาคม 2558
55	เซ็นทรัล เวสต์เกต	28 สิงหาคม 2558
56	เทสโก้โลตัส พอร์จูน	9 กันยายน 2558
57	บางกะปิ	30 ตุลาคม 2558
58	โรบินสัน ศรีสมาน	11 พฤศจิกายน 2558



ร้านบีทูเอส 94 สาขา

	บีทูเอส	วันที่เปิด
1	เซ็นทรัล บางนา	27 พฤษภาคม 2544
2	บิ๊กซี แฟชั่นไอส์แลนด์	12 ตุลาคม 2544
3	โรบินสัน รังสิต	24 ตุลาคม 2544
4	โรบินสัน บางรัก	15 มีนาคม 2545
5	โรบินสัน ศรีราชา	4 พฤษภาคม 2545
6	เซ็นทรัล ปิ่นเกล้า	9 กรกฎาคม 2545
7	โรบินสัน ศรีนครินทร์	15 สิงหาคม 2545
8	เซ็นทรัล ชิดลม	30 สิงหาคม 2545
9	เซ็นทรัล พระราม 3	31 ตุลาคม 2545
10	บิ๊กซี วงศ์สว่าง	27 พฤศจิกายน 2545
11	เซ็นทรัล รังสิต	29 พฤศจิกายน 2545
12	เซ็นทรัล พระราม 2	5 ธันวาคม 2545
13	เซ็นทรัล หาดใหญ่	13 ธันวาคม 2545
14	เซ็นทรัล กาดสวนแก้ว	16 เมษายน 2546
15	บิ๊กซี แจ้งวัฒนะ	5 กรกฎาคม 2546
16	โรบินสัน หาดใหญ่	19 สิงหาคม 2546
17	เซ็นทรัล รามอินทรา	26 สิงหาคม 2546
18	เซ็นทรัลพลาซ่า อุตรธานี	30 สิงหาคม 2546
19	บิ๊กซี นครสวรรค์	22 ตุลาคม 2546
20	โรบินสัน จันทบุรี	27 ตุลาคม 2546
21	โรบินสัน ราชบุรี	20 พฤศจิกายน 2546
22	บิ๊กซี สะพานควาย	26 พฤศจิกายน 2546
23	โรบินสัน แฟชั่นไอส์แลนด์	18 ธันวาคม 2546
24	แหลมทอง ระยอง	30 มกราคม 2547
25	ทวิกิจ บุรีรัมย์	31 กรกฎาคม 2547
26	โรบินสัน เชียงใหม่	31 กรกฎาคม 2547
27	เซ็นทรัล เฟสติวัลภูเก็ต	1 กันยายน 2547
28	บิ๊กซี ปัตตานี	27 ตุลาคม 2547
29	โรบินสัน นครศรีธรรมราช	9 ธันวาคม 2547
30	บิ๊กซี อ้อมใหญ่	12 เมษายน 2548
31	สิริบรรณ ตรัง	3 พฤษภาคม 2548
32	โรบินสันรัตนธิเบศร์	1 กันยายน 2548
33	เอส เอฟ เพชรเกษม	18 ตุลาคม 2548
34	เซ็นทรัลเวิลด์ทาวเวอร์	1 มีนาคม 2549
35	โรบินสัน อยุธยา	1 ธันวาคม 2549
36	เอสพลานาด รัชดา	20 ธันวาคม 2549
37	คริสตัลพาร์ค	7 ธันวาคม 2550

	บีทูเอส	วันที่เปิด
38	เซ็นทรัล แจ้งวัฒนะ	27 พฤศจิกายน 2551
39	เซ็นทรัล พัทยา	23 มกราคม 2552
40	เซ็นทรัลพลาซ่า ชลบุรี	29 พฤษภาคม 2552
41	นวมินทร์ ซิตี้	11 กันยายน 2552
42	โรบินสัน ขอนแก่น	3 ธันวาคม 2552
43	เซ็นทรัลเวิลด์	28 กันยายน 2553
44	โรบินสัน ตรัง	11 พฤศจิกายน 2553
45	โรบินสัน เชียงราย	30 มีนาคม 2554
46	เมเจอร์ รัชโยธิน	28 เมษายน 2554
47	คริสตัลพาร์ค 2	4 สิงหาคม 2554
48	เซ็นทรัลพลาซ่า ลาดพร้าว	28 สิงหาคม 2554
49	เซ็นทรัลพลาซ่า พิษณุโลก	20 ตุลาคม 2554
50	เซ็นทรัลพระราม 9	14 ธันวาคม 2554
51	เซ็นทรัลพระราม 9 ชั้นบี	14 ธันวาคม 2554
52	เดอะวอล์ค ราชพฤกษ์	23 กุมภาพันธ์ 2555
53	โรบินสัน สุพรรณบุรี	2 มีนาคม 2555
54	เมกะบางนา	3 พฤษภาคม 2555
55	เกตเวย์ เอกมัย	18 กรกฎาคม 2555
56	อัครวรรณ หนองคาย	21 กรกฎาคม 2555
57	เซ็นทรัล สยามคอมเพล็กซ์	9 ตุลาคม 2555
58	เซ็นทรัลพลาซ่า สุราษฎร์	11 ตุลาคม 2555
59	ช้างคลาน เชียงใหม่	1 พฤศจิกายน 2555
60	โรบินสัน บางแค	3 พฤศจิกายน 2555
61	เซ็นทรัลพลาซ่า ลำปาง	30 พฤศจิกายน 2555
62	เสริมไทยคอมเพล็กซ์	21 ธันวาคม 2555
63	โรบินสัน กาญจนบุรี	28 กุมภาพันธ์ 2556
64	เสนาเฟสท์	29 มีนาคม 2556
65	เซ็นทรัลพลาซ่า อุบล	5 เมษายน 2556
66	อิมเมจิวิลเลจ	30 เมษายน 2556
67	โรบินสัน สกลนคร	27 มิถุนายน 2556
68	เซ็นทรัลเฟสติวัล เชียงใหม่	14 พฤศจิกายน 2556
69	ลาดกระบัง	21 พฤศจิกายน 2556
70	โรบินสัน สระบุรี	22 พฤศจิกายน 2556
71	สุขาภิบาล 3	15 ธันวาคม 2556
72	เซ็นทรัลเฟสติวัล หาดใหญ่	14 ธันวาคม 2556
73	โรบินสัน สุรินทร์	20 ธันวาคม 2556
74	เซ็นทรัลพลาซ่า สมุย	29 มีนาคม 2557

	ปีทูเอส	วันที่เปิด
75	บีไฮฟ เมืองทองธานี	15 สิงหาคม 2557
76	เซ็นทรัลพลาซ่า ศาลายา	15 สิงหาคม 2557
77	โรบินสัน ฉะเชิงเทรา	11 กันยายน 2557
78	เพลินนารี มอลล์	19 กันยายน 2557
79	โรบินสัน ร้อยเอ็ด	3 ตุลาคม 2557
80	โรบินสัน สมุทรปราการ	31 ตุลาคม 2557
81	โรบินสัน ปราจีนบุรี	4 ธันวาคม 2557
82	เดอะคริสตัล ราชพฤกษ์	5 ธันวาคม 2557
83	โรบินสัน มุกดาหาร	19 ธันวาคม 2557
84	พาซิโอ พาร์ค กาญจนนาภิเษก	26 กุมภาพันธ์ 2558

	ปีทูเอส	วันที่เปิด
85	เซ็นทรัล เอ็มบาสซี	15 พฤษภาคม 2558
86	โรบินสัน ระยอง	27 พฤษภาคม 2558
87	โรบินสัน นูริรัมย์	29 กรกฎาคม 2558
88	เทสโก้ โลตัส บางกะปิ	23 สิงหาคม 2558
89	เซ็นทรัลเวสต์เกต เอกมัย	28 สิงหาคม 2558
90	เทสโก้ โลตัส สระบุรี	30 กันยายน 2558
91	เทสโก้ โลตัส คำเที่ยง	28 ตุลาคม 2558
92	เทสโก้ โลตัส หาดใหญ่	6 พฤศจิกายน 2558
93	โรบินสัน ศรีสมาน	11 พฤศจิกายน 2558
94	แหลมทอง บางแสน	14 พฤศจิกายน 2558

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

โครงสร้างรายได้

สัดส่วนรายได้จากการขายสินค้าตามธุรกิจ

รายได้จากการขายสินค้า	ปี 2558 ร้อยละ	ปี 2557 ร้อยละ
ออฟฟิศเมท – ขายผ่านหน้าร้าน	31	32
ออฟฟิศเมท – ขายผ่านช่องทางอื่น (รวมธุรกิจออนไลน์)	29	29
ปีทูเอส – ขายผ่านหน้าร้าน	37	39
ธุรกิจออนไลน์และเซ็นเซอร์จี	3	-
รวม	100	100

สัดส่วนรายได้จากการขายสินค้าตามสายผลิตภัณฑ์

กลุ่มธุรกิจ	กลุ่มสินค้า	ปี 2558 ร้อยละ	ปี 2557 ร้อยละ
ออฟฟิศเมท*	เครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงาน	44	51
	เครื่องใช้ไฟฟ้าในสำนักงาน	41	40
	เฟอร์นิเจอร์และอื่นๆ	15	9
	รวม	100	100
ปีทูเอส	หนังสือและสื่อการเรียนรู้	30	30
	เครื่องเขียน	52	51
	ไลฟ์สไตล์และความบันเทิง	18	19
	รวม	100	100
เซ็นทรัลออนไลน์	สินค้าแฟชั่น	13	20
	ความงาม และอาหารเสริมเพื่อสุขภาพ	20	22
	โทรศัพท์เคลื่อนที่และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์	17	2
	กีฬาและสันทนาการ	7	3
	ของใช้ในบ้าน	22	22
	แม่และเด็ก	21	31
	รวม	100	100

* หมายเหตุ: ปี 2558 สินค้าประเภท Canteen and Cleaning มีการเปลี่ยนแปลงกลุ่มสินค้า จากเดิม อยู่ในกลุ่มเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงานย้ายไปอยู่ กลุ่มเฟอร์นิเจอร์และอื่นๆ ซึ่งส่งผลให้สัดส่วนรายได้จากการขายสินค้าออฟฟิศเมทตามสายผลิตภัณฑ์ มีการเปลี่ยนแปลง

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์

บริษัท ซีโอดอล จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อยได้ประกอบธุรกิจหลัก 4 ธุรกิจ ได้แก่

- 1) “ออฟฟิศเมท” ธุรกิจค้าปลีกสินค้าและให้บริการที่เกี่ยวข้องกับสำนักงานที่ครบวงจร
- 2) “บีทูเอส” ธุรกิจค้าปลีกอุปกรณ์เครื่องเขียนและศิลปะ หนังสือ สื่อการเรียนรู้ สินค้าเกี่ยวกับภาพยนตร์และเพลง รวมทั้งสินค้าสำหรับไลฟ์สไตล์อื่นๆ
- 3) “เซ็นทรัล ออนไลน์” ธุรกิจค้าปลีกจำหน่ายสินค้าในชีวิตประจำวันและแฟชั่นทันสมัยผ่านอินเทอร์เน็ต
- 4) “เซ็นเซอร์จี อินโนเวชั่น” ธุรกิจประกอบธุรกิจนายหน้าดูแลการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์และพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

ซึ่งมีรายละเอียดในการประกอบธุรกิจแต่ละประเภท ดังนี้

1. ธุรกิจ “ออฟฟิศเมท”

จัดจำหน่ายสินค้าสำหรับสำนักงาน อันได้แก่ อุปกรณ์สำนักงาน เครื่องใช้ไฟฟ้าและเฟอร์นิเจอร์ เน้นการขายสินค้าให้แก่ลูกค้าองค์กรและผู้ประกอบการเป็นหลัก โดยแบ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มที่ 1 สินค้าประเภทเครื่องเขียนและอุปกรณ์ที่ใช้ในสำนักงาน (Stationery & Office Supplies)

- อุปกรณ์การเขียนและลบคำผิด (Writing and Correction) เช่น ปากกาประเภทต่าง ๆ ดินสอ ดินสอเขียนกระจก เทปลบคำผิด ยางลบ เป็นต้น
- อุปกรณ์สำนักงานเบ็ดเตล็ด (Office Stationery) เช่น เครื่องเย็บกระดาษ เครื่องยิงบอร์ด กรรไกร เครื่องตัดซองจดหมาย มีดคัตเตอร์ บัตรติดหน้าอก ตรายาง ตั๋วจดหมาย แผ่นประทับ ชุดเครื่องใช้สำนักงาน ป้ายข้อความกาว เทป และอุปกรณ์เพื่อบรรจุ (Glue, Taping and Packing) เช่น กาวอเนกประสงค์ กาวน้ำ เทปชุน เทปใส เทปโอพีพี เทปพลาสติกไวนิล
- ผลิตภัณฑ์กระดาษ (Paper, Pad and Envelop) เช่น กระดาษถ่ายเอกสาร กระดาษการ์ดสี กระดาษต่อเนื่อง กระดาษแฟกซ์ กระดาษคาร์บอน แผ่นใส โฟสต์-อิท โน้ต สมุดฉีก สมุดปกอ่อน ใบสำคัญรับ-จ่าย ใบส่งของ บิล สมุดบัญชี ของเอกสาร ของจดหมาย รวมถึงป้ายสติ๊กเกอร์
- แฟ้มและอุปกรณ์จัดเก็บเอกสาร (Filling and Storage) เช่น ห่วงแฟ้มประเภทต่างๆ แผ่นไขว้เอกสาร ของเอกสารพลาสติก ของอเนกประสงค์ อินเด็กซ์ ลิ้นแฟ้ม ตาไก่ คลิปบอร์ด ฉากกัน หนังสือ กล่องเอกสาร รวมถึงตะกร้าเอกสาร
- เครื่องดื่ม เครื่องใช้ในแคนทีนและผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด (Canteen and Cleaning) เช่น ชา กาแฟ เครื่องดื่มสำเร็จรูป อุปกรณ์สำหรับห้องแคนทีน ถาด ช้อน แก้วน้ำ कुลเลอร์น้ำ ที่ใส่ช้อน กระดาษชำระ น้ำยาเช็ดกระจก แชมพูล้างรถ น้ำยาล้างจาน ผงซักฟอก น้ำหอมปรับอากาศ ยากำจัดยุงและแมลง ถุงมือยาง ไม้ถูพื้น ไม้กวาด ไม้ขนไก่ เครื่องดูดฝุ่น แก้วน้ำ ถังขยะ เป็นต้น

กลุ่มที่ 2 อุปกรณ์และเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ใช้ในสำนักงาน (Office Automotive Supplies)

- อุปกรณ์เพื่อการประชุมและนำเสนอ (Conference and Presentation) เช่น กระดานอิเล็กทรอนิกส์ บอร์ดต่างๆ แปรงลบกระดาน เครื่องเข้าเล่ม เครื่องเคลือบบัตร พลาสติกเคลือบบัตร หมวดลินค้าเกี่ยวกับอุปกรณ์ คอมพิวเตอร์ต่างๆ เช่น Printer, Multifunction Printer, Monitor, LCD Projector, Ink Cartridges, Toner, Memory Media, Computer Accessories เป็นต้น
- อุปกรณ์สำนักงานอิเล็กทรอนิกส์ (Office Electronics) สินค้าในหมวดนี้ ได้แก่ เครื่องคิดเลข เครื่องบันทึกเงินสด เครื่องพิมพ์อักษร โทรศัพท์ เครื่องโทรสาร เครื่องถ่ายเอกสาร นาฬิกา ถ่านไฟฉาย ไฟฉาย เครื่องลงเวลา เครื่องทำลายเอกสาร เครื่องฟอกอากาศ เครื่องปั๊มกระดาษ เครื่องพิมพ์เช็ค เครื่องตรวจนับธนบัตร เครื่องนับแยกเหรียญ ชุดไมโครโฟน อุปกรณ์ขยายเสียง เทปคาสเซต วีดีโอเทป ตู้น้ำเย็น และกระติกน้ำร้อน

กลุ่มที่ 3 เฟอร์นิเจอร์และอุปกรณ์ต่างๆที่ใช้ในสำนักงาน (Furniture)

- เฟอร์นิเจอร์สำนักงาน (Office Furniture) สินค้าในหมวดนี้ ได้แก่ เก้าอี้ Exclusive ภายใต้แบรนด์ Lazboy, Serta ชุดรับแขก โต๊ะทำงาน โต๊ะคอมพิวเตอร์ โต๊ะประชุม ตู้เอกสาร ตู้หนังสือ เคาน์เตอร์ อุปกรณ์เสริม ชุดเฟอร์นิเจอร์ในห้องครัว ชุดโต๊ะอาหาร ตู้เอกสารเหล็ก ตู้เซฟ ตู้เก็บกุญแจ เป็นต้น
- อุปกรณ์สำหรับโรงงานและซ่อมบำรุงอาคาร (Factory and Maintenance) เช่น ไขควง ประแจ คีม ค้อน กุญแจ หมวกนิรภัย แวนครอบตากันสะเก็ด ถุงมือ รองเท้าบูท ตลับเมตร กล้องใส่เครื่องมือ ปืนยิงกาว บันได รถเข็น รถยก ล้อรถเข็น

* หมายเหตุ: ปี 2558 สินค้าประเภท Canteen and Cleaning มีการเปลี่ยนแปลงกลุ่มสินค้า จากเดิม อยู่ในกลุ่มเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงานย้ายไปอยู่ กลุ่มเฟอร์นิเจอร์และอื่นๆ

กลุ่มที่ 4 สินค้ากลุ่มบริการ

- บริการงานพิมพ์ครบวงจร นามบัตร ตรายาง ใบปลิว และอื่นๆ (Printing Solution Service) โดยบริษัทฯ ได้มีบริการเพิ่มเพลทสำเร็จรูปให้ลูกค้าเลือกใช้บริการและมีบริการจัดส่งฟรีเมื่อมีการสั่งผลิตตั้งแต่ 499 บาทขึ้นไป
- บริการออกแบบพื้นที่สำหรับจัดวางเฟอร์นิเจอร์สำนักงาน (Furniture Layout Design Service)
- Digital Print, Printing Solution, Pack & Post, Made to Order, Premiums & Customize, Grocery

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการจำหน่ายสินค้าภายใต้ตราสัญลักษณ์ของบริษัท (Private Brand) ภายใต้แบรนด์ ออฟฟิศเมท (Officemate) ซันโว (SUNVO) อีสมาร์ท (E-Smart) เฟอร์ราเดค (FURRADEC) และการพัฒนาแบรนด์ "ONE" เพื่อเพิ่มความหลากหลายในการเลือกซื้อสินค้าให้กับลูกค้าที่มีความต้องการสินค้าที่มีคุณภาพดีและมีความคุ้มค่า โดยสินค้าในกลุ่มสินค้าที่ใช้ตราบริษัทนี้ประกอบไปด้วยสินค้าที่อยู่ในหมวดอุปกรณ์สำนักงาน อุปกรณ์ทำความสะอาด อุปกรณ์ไฟฟ้าและเครื่องใช้ไฟฟ้าขนาดเล็ก และเฟอร์นิเจอร์สำนักงาน อาทิ กระดาษ ปากกา น้ำยาเช็ดพื้น สายโทรศัพท์ สายไฟ ตู้เก็บเอกสาร โต๊ะทำงาน และโต๊ะประชุม ฯลฯ

ในปี 2558 บริษัทฯ ได้มีการวางแผนการพัฒนาสินค้าภายใต้ตราสัญลักษณ์ของบริษัท (Private Brand) อย่างต่อเนื่อง เนื่องจากเล็งเห็นว่ามีโอกาสในการเติบโตอย่างชัดเจนในอนาคต โดยมุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพสินค้าให้มีคุณลักษณะพิเศษและมีประสิทธิภาพเหมาะสำหรับการใช้งานในสำนักงาน รวมถึงมีบริการพิเศษในการออกแบบและจัดหาสินค้าพรีเมียมมากกว่า 2,000 รายการในราคาที่เหมาะสม เพื่อให้มีการคงตลาดการค้าได้อย่างครอบคลุม และสนองตอบความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและครบวงจรมากขึ้น

2. ธุรกิจ “ปัญญา”

จัดจำหน่ายสินค้าประเภทหนังสือภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ สื่อการเรียนรู้ อุปกรณ์เครื่องเขียนและศิลปะ อุปกรณ์ของใช้สำหรับโฮมออฟฟิศ สินค้าเพื่อความบันเทิงประเภทแผ่นดีวีดี แผ่นบลูเรย์ภาพยนตร์และแผ่นซีดีเพลง สินค้าสำหรับไลฟ์สไตล์อื่นๆ เฉพาะกลุ่ม เช่น สินค้าสำหรับนักเดินทาง (Traveler) สินค้าสำหรับกลุ่มคนรักสุขภาพ (Health Conscious) โดยแบ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มที่ 1 กลุ่มเครื่องเขียนและศิลปะที่มีรูปแบบทันสมัย (Lifestyle Stationery and Arts)

- ประกอบด้วยกระดาษ สมุด อุปกรณ์การเขียนและลบคำผิด
- ของใช้สำหรับโฮมออฟฟิศ แฟ้มและอุปกรณ์จัดเก็บเอกสาร เครื่องเย็บ เทปกาว กรรไกร
- อุปกรณ์ศิลปะ เช่น สีน้ำ สีอะคริลิก สีน้ำมัน เฟรมผ้าใบ ขาตั้งเฟรม อุปกรณ์งานประดิษฐ์ ดินปั้น
- กระดาษห่อของขวัญ โบว์ กล่องของขวัญ การ์ด

กลุ่มที่ 2 กลุ่มหนังสือและสื่อการเรียนรู้ (Book and Learning Material)

- หนังสือทุกประเภท เช่น นิยาย วรรณกรรม สุขภาพความงาม ศาสนา ปรัชญา ภาษาและวิชาการ บริหารจัดการ พยากรณ์ บ้านและสวน สัตว์เลี้ยง แม่และเด็ก สารคดี เยาวชน การ์ตูนความรู้ หนังสือเสริมทักษะ ท่องเที่ยว วัฒนธรรม คอมพิวเตอร์และไอที อาหารและเครื่องดื่ม ศิลปะและงานฝีมือ ดนตรี กีฬา และพระราชนิพนธ์ รวมทั้งหนังสือภาษาต่างประเทศ
- หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-Book) จำหน่ายผ่าน Mobile Application ของบริษัทฯ เมพ คอร์ปอเรชั่น จำกัด ครอบคลุมกลุ่มสินค้าประเภทการ์ตูน คอมพิวเตอร์ ชีวประวัติ ท่องเที่ยว ธุรกิจและการลงทุน แม่และเด็ก นวนิยายและวรรณกรรม บ้านและที่อยู่อาศัย ประวัติศาสตร์ไทย บ้านและยานยนต์ วารสารและปรัชญา ฯลฯ
- สื่อการเรียนรู้ เช่น แผ่นซีดีพัฒนาทักษะทางภาษาสำหรับเด็ก แผ่นซีดีเสริมสร้างพัฒนาการสำหรับเด็ก ของเล่นเพื่อเสริมสร้างพัฒนาการสำหรับเด็ก

กลุ่มที่ 3 กลุ่มบันเทิง (Entertainment)

- แผ่นดีวีดี แผ่นบลูเรย์ภาพยนตร์ แผ่นซีดีเพลง คอนเสิร์ต แผ่นเสียงและเครื่องเล่นแผ่นเสียง
- สินค้าที่ระลึก ของสะสมศิลปิน ภาพยนตร์ โปสเตอร์ภาพยนตร์
- เครื่องดนตรี เช่น กีตาร์ อะคูเล่ อุปกรณ์เครื่องเล่นดนตรีต่างๆ เช่น ไมค์กอน สายกีตาร์
- หูฟังประเภทต่างๆ เช่น in ear, headphone ลำโพงพกพาไร้สาย

กลุ่มที่ 4 กลุ่มไลฟ์สไตล์ (Lifestyle)

- สินค้าสำหรับไลฟ์สไตล์เฉพาะกลุ่มตามสมัยนิยม เช่น นักเดินทาง (Traveler) นักปั่นจักรยาน กระเป๋าเป้ท่องเที่ยว อุปกรณ์นำทางจีพีเอส กล้องถ่ายรูป และอุปกรณ์เสริมอื่นๆ
- สินค้าสำหรับกลุ่มคนรักสุขภาพ (Health Conscious) ได้แก่ อุปกรณ์ไอทีอัจฉริยะวัดอัตราการเต้นของหัวใจ อุปกรณ์ไอทีสวมใส่เชื่อมต่อ

3. ธุรกิจ“ออนไลน์”

จำหน่ายสินค้าให้กับลูกค้าบุคคลผ่านระบบอินเทอร์เน็ตด้วยสินค้าหลากหลายประเภทกว่า 100,000 รายการ เสมือนห้างสรรพสินค้าออนไลน์บน www.central.co.th และ www.robinson.co.th พร้อมบริการจัดส่งอย่างมีประสิทธิภาพภายใน 24 ชั่วโมง หรือ 1 วันทำการ หลังจากวันที่ทำการสั่งซื้อ อีกทั้งมีระบบการชำระเงินหลากหลายรูปแบบที่ได้มาตรฐานความปลอดภัย โดยแบ่งกลุ่มสินค้าออกเป็น 6 กลุ่มสินค้า 19 หมวดเพื่อลำดับการจัดหาสินค้าที่ง่ายต่อการเข้าถึงในระหว่างการใช้งานเว็บไซต์ ดังนี้

กลุ่มที่ 1 สินค้าประเภทแฟชั่น (Fashion)

- สินค้าสำหรับผู้ชาย (Men) เช่น เสื้อ กางเกง เนคไท กระเป๋า เข็มขัด รองเท้า ถุงเท้า ชุดชั้นใน ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวสำหรับผู้ชาย น้ำหอม เป็นต้น
- สินค้าสำหรับสตรี (Women) เช่น เสื้อ กางเกง กระโปรง ชุดเดรส ชุดนอน ชุดชั้นใน ผ้าพันคอ เป็นต้น
- สินค้าประเภทรองเท้าและกระเป๋า (Shoes and Bags) เช่น รองเท้าสำหรับผู้ชาย ผู้หญิง กระเป๋าสำหรับผู้ชาย ผู้หญิง กระเป๋าเดินทาง เป็นต้น
- สินค้าประเภทเครื่องประดับและนาฬิกา (Jewelry and Watches) เช่น นาฬิกา แวนดา แวนกันแดด หมวก สร้อยคอมือ ต่างหู แหวน เครื่องประดับต่างๆ เป็นต้น

กลุ่มที่ 2 สินค้าประเภทเพื่อความงาม และอาหารเสริมเพื่อสุขภาพ (Beauty and Health)

- สินค้าประเภทเครื่องสำอาง (Beauty) เช่น เครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้า ผิวกาย ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม น้ำหอม อุปกรณ์แต่งหน้า อุปกรณ์ทำผม เป็นต้น
- สินค้าประเภทอาหารเสริมเพื่อสุขภาพ (Food Supplement) เช่น วิตามิน อาหารเสริมสุขภาพชนิดต่างๆ
- สินค้าประเภทอุปกรณ์ดูแลสุขภาพ เช่น อุปกรณ์ตรวจวัดน้ำตาล ปรอทวัดไข้ เป็นต้น

กลุ่มที่ 3 สินค้าประเภทโทรศัพท์เคลื่อนที่ และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (Mobile, Tablet and Gadget)

- สินค้าประเภทโทรศัพท์เคลื่อนที่ และแท็บเล็ต (Mobile, Tablet and Gadget) เช่น โทรศัพท์มือถือ สายไฟและอุปกรณ์ต่อพ่วงสำหรับโทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต เคสโทรศัพท์มือถือและแท็บเล็ต เป็นต้น
- สินค้าประเภทอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronics) เช่น กล้อง โทรศัพท์ เครื่องเสียง ลำโพง เครื่องเล่นแผ่นเสียง เครื่องเล่น DVD, Blu-Ray ตู้เย็น เครื่องซักผ้า เครื่องปรับอากาศ เป็นต้น
- สินค้าประเภท Automotive and Tools เช่น ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดรถยนต์ น้ำยาเคลือบสี น้ำยาล้างรถ อุปกรณ์แต่งรถ น้ำหอมปรับอากาศในรถยนต์ เป็นต้น

กลุ่มที่ 4 สินค้าประเภทกีฬาและสันทนาการ (Sport and Lifestyle)

- สินค้าประเภทอุปกรณ์กีฬา และเครื่องออกกำลังกาย (Sport and Outdoor) เช่น เสื้อ กางเกง รองเท้ากีฬา ไม้เทนนิส จักรยาน ลูกบอล ลูกบาส และอุปกรณ์ออกกำลังกายต่างๆ เป็นต้น
- สินค้าประเภทงานอดิเรก (Art, Hobby and Gift) เช่น ตุ๊กตา ของขวัญ ของตกแต่งบ้าน พวงกุญแจ โคมไฟ การ์ดอวยพร เครื่องเขียน อุปกรณ์ศิลปะ ของสำหรับงานปาร์ตี้ เป็นต้น
- สินค้าประเภทอุปกรณ์สำนักงาน (Office Product) เช่น เครื่องพิมพ์ หมึกพิมพ์ โต๊ะ เก้าอี้สำนักงาน เครื่องบันทึกเวลา เครื่องทำลายเอกสาร อุปกรณ์สำหรับโรงงาน เป็นต้น
- สินค้าประเภทเครื่องเขียนสำหรับนักเรียน (Lifestyle Stationery and School) เช่น ปากกา ดินสอ เครื่องเขียนต่างๆ กระดาษ แฟ้ม และอุปกรณ์เพื่อการจัดเก็บเอกสาร เป็นต้น
- สินค้าประเภทหนังสือ เพลง และภาพยนตร์ (Book, Movie and Music) เช่น หนังสือวรรณกรรม เรื่องสั้น หนังสือการ์ตูน DVD เพลง และภาพยนตร์ เป็นต้น

กลุ่มที่ 5 สินค้าประเภทครัวเรือน (Home)

- สินค้าประเภทเครื่องใช้ในบ้าน และห้องครัว (Home and Kitchen) เช่น หม้อหุงข้าว เครื่องดูดฝุ่น เตารีด เครื่องปั่นสับอาหาร เครื่องปั่น อุปกรณ์ทำอาหารต่างๆ เครื่องนอน ผ้าเช็ดตัว อุปกรณ์บนโต๊ะอาหาร ภาชนะ จาน ชาม และกล่องจัดเก็บอาหาร เป็นต้น
- สินค้าประเภทบริโภค (Supermarket) เช่น ข้าวสาร เครื่องปรุงอาหาร อาหารกึ่งสำเร็จรูป ขนมขบเคี้ยว เครื่องดื่ม ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด สบู่ ยาสระผม ของใช้ส่วนตัวต่างๆ กระเป๋าของขวัญ เป็นต้น
- สินค้าประเภทสำหรับสัตว์เลี้ยง (Pet Supplies) เช่น อาหารสัตว์ เสื้อผ้าสำหรับสัตว์เลี้ยง แชมพูอาบน้ำสัตว์เลี้ยง เลี้ยง ที่นอน และของเล่นสำหรับสัตว์เลี้ยง เป็นต้น
- สินค้าประเภทธุรกิจขนาดย่อม (Thai SME) เช่น สินค้าที่ทำจากสมุนไพรพื้นบ้านอย่างสบู่ ยาสระผม น้ำหอม เครื่องดื่มสมุนไพร และของตกแต่งบ้าน เป็นต้น

กลุ่มที่ 6 สินค้าประเภทแม่และเด็ก (Mom and Kids)

- สินค้าประเภทแม่และเด็ก (Mom, Kids and Toys) เช่น เสื้อ กางเกง กระโปรง รองเท้า ผ้าอ้อม นมผง ขวดนม เครื่องล้างขวดนม รถเข็นเด็ก อุปกรณ์ทานอาหารสำหรับเด็ก สบู่ ยาสระผมสำหรับเด็ก เป็นต้น
- สินค้าประเภทลิขสิทธิ์ Sanrio เช่น เสื้อ กางเกง กระโปรง รองเท้า กระเป๋า ขวดน้ำ จาน ชาม ผ้าขนหนู ผ้าเช็ดหน้า ตุ๊กตา เครื่องนอน ซึ่งเป็นลายลิขสิทธิ์แท้จาก Sanrio เป็นต้น

เพื่อสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจค้าปลีกออนไลน์ บริษัท เซ็นเนอรี่ อินโนเวชั่น จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยและเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดในธุรกิจออนไลน์ ได้ร่วมทุนกับบริษัท ห้างเซ็นทรัลดีพาร์ทเมนท์สโตร์ จำกัด เพื่อดำเนินธุรกิจด้านการบริการตลาดออนไลน์ (Market Place) ผ่าน “บริษัท เซ็นทรัลกรุ๊ปออนไลน์ จำกัด” (บริษัทฯ ได้ปรับโครงสร้างการร่วมทุนเมื่อวันที่ 9 มีนาคม 2559 และเปิดเผยข่าวสารผ่านระบบสารสนเทศตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย) ทั้งนี้ บริษัท ห้างเซ็นทรัลดีพาร์ทเมนท์สโตร์ จำกัด เป็นผู้นำธุรกิจค้าปลีกของไทยที่มีความเชี่ยวชาญในด้านการบริหารจัดการสินค้า และที่สำคัญเป็นกิจการที่มีแบรนด์เป็นที่จดจำและเป็นที่ยอมรับ รวมถึงการมีลูกค้าและลูกค้าชั้นดีเป็นระยะเวลานานนั้น จะช่วยให้บริษัทฯ ได้ประโยชน์จากการเจรจาทางธุรกิจกับคู่ค้า ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการบริหารต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพและดึงดูดลูกค้าซึ่งเชื่อมั่นในแบรนด์เข้ามาใช้บริการในเว็บไซต์มากขึ้น

2.2 ตลาดและการแข่งขัน

คู่แข่งของบริษัทฯ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

คู่แข่งทางตรง มีการขายสินค้าที่มีรูปแบบและความหลากหลายของสินค้าใกล้เคียงกัน สามารถที่จะแทนกันได้ได้อย่างสมบูรณ์ ไม่ว่าจะเป็นซื้อสินค้าประเภทเดียวกันจากผู้ขายคนใดก็ตาม รวมถึงมีกลุ่มลูกค้าและรูปแบบสถานประกอบการที่เหมือนกัน

คู่แข่งทางอ้อม มีการขายสินค้าบางส่วนที่ใกล้เคียงกัน หรือเป็นกลุ่มที่ขายสินค้าโดยตรงให้ลูกค้าทั้งที่เป็นผู้ผลิตสินค้าเอง

รายละเอียดของคู่แข่งทางตรงและทางอ้อมของบริษัทฯแบ่งตามกลุ่มธุรกิจ ดังนี้

ประเภท	ธุรกิจออฟฟิศเมท	ธุรกิจฟู้ดแอนด์เบverage	ธุรกิจออนไลน์
คู่แข่งโดยตรง	ไฮเปอร์มาร์เก็ต เช่น - เทสโก้โลตัส - บิ๊กซี ซูเปอร์มาร์เก็ต ขายผ่านแค็ตตาล็อก เช่น - ลีแอนด์โก ขายผ่านออนไลน์ เช่น - Goodchoiz.com	ร้านหนังสือ เช่น - ร้านหนังสือซีเอ็ด - ร้านหนังสือนายอินทร์ - ศูนย์หนังสือจุฬาฯ - ร้านสมใจนึก	เว็บไซต์ขายของ เช่น - Lazada.co.th - Zalora.co.th - Pamelofashion.com - iTruemart.com

ประเภท	ธุรกิจออฟฟิศเมท	ธุรกิจบีทูเอส	ธุรกิจออนไลน์
คู่แข่งโดยอ้อม	ร้านค้าเล็กๆในชุมชน ร้านสะดวกซื้อ ร้านของผู้ผลิตเอง เช่น - Double A - Metro System Corporation	ร้านหนังสือออนไลน์ต่างๆ	ตลาดออนไลน์ เช่น - Lineshop - Rakuten Tarad - OLX แบรนด์ออนไลน์ เช่น - Estee Lauder - Kiehls - MAC เป็นต้น เว็บไซต์ค้าปลีกสมัยใหม่

ภาวะธุรกิจค้าปลีก

ในปี 2558 เศรษฐกิจไทยสามารถ ขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าที่ขยายตัวร้อยละ 0.9 โดยมีปัจจัยสนับสนุนหลักจากการลงทุนของภาครัฐและได้รับประโยชน์จากมาตรการซื้อปลดหย่อนภาษี และการดำเนินมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจภาครัฐ หากรัฐบาลยังคงมีมาตรการซื้อป้องกันช่วยชาติอย่างต่อเนื่องต่อไป ถือเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจไทยให้มีการจับจ่ายโดยเฉพาะในผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อตั้งแต่ระดับกลางขึ้นไปซึ่งเป็นผลดีต่อผู้ประกอบการค้าปลีกไทย

นอกจากนี้ การขยายตัวของนักท่องเที่ยวยังอยู่ในเกณฑ์ค่อนข้างสูงซึ่งสนับสนุนการขยายตัวทางเศรษฐกิจได้อย่างต่อเนื่อง ด้านการบริโภคและการลงทุนภาคเอกชนมีแนวโน้มฟื้นตัวจากปีก่อน โดยได้รับอานิสงส์จากราคาน้ำมันและเงินเฟ้อที่อยู่ในระดับต่ำ รวมทั้งนโยบายการเงินที่ผ่อนคลายอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามการชะลอตัวของโลก โดยเฉพาะประเทศคู่ค้าสำคัญของไทย อาทิ จีน จะส่งผลให้ปริมาณการส่งออกสินค้าและบริการปรับตัวลดลงต่ำกว่าที่คาดการณ์ครั้งก่อน

ธุรกิจค้าปลีกโดยรวมในปี 2558 ที่ผ่านมามีอัตราการเติบโตเพียงร้อยละ 3.2 จากเดิมที่มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยอยู่ในระดับร้อยละ 5 ตลอดช่วงเวลาจากปี 2553-2557 จากภาวะเศรษฐกิจและกำลังซื้อที่ชะลอตัวส่งผลกระทบต่อธุรกิจค้าปลีก โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายที่อยู่ในระดับกลางและล่างซึ่งถือเป็นฐานผู้บริโภคหลักของธุรกิจนี้

ปัจจัยหลักอื่น ๆ ที่มีการพัฒนาการเติบโตได้อย่างชัดเจน คือการพัฒนาด้านเทคโนโลยีการสื่อสารที่เป็นไปอย่างรวดเร็วและเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึงทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงกิจกรรมต่างๆ ได้อย่างไม่มีข้อจำกัดในเรื่องสถานที่หรือเวลา โดยข้อมูลที่เป็นทางการของ Truehits.net และ ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (NECTEC) รายงานว่า ในปี 2558 จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยมีถึง 38 ล้านคน ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี 2553 ถึง 18 ล้านคน หรือเพิ่มขึ้น 1.9 เท่า ทำให้การค้าปลีกผ่านระบบออนไลน์มีบทบาทมากขึ้นในปัจจุบัน นอกจากนี้แล้ว จากข้อมูลรายงานของ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) (สพธอ.) หรือ ETDA (เอ็ตด้า) รายงานว่า มูลค่าอีคอมเมิร์ซในประเทศไทย (รวมมูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างออนไลน์ของหน่วยงานภาครัฐ) มีแนวโน้มการเติบโตในทิศทางที่ดีขึ้น โดยในปี 2558 มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นจากปี 2557 คิดเป็นร้อยละ 3.7 ซึ่งมูลค่าขายจากผู้ประกอบการ Business-to-consumer (B2C) ในปี 2558 เติบโตเพิ่มขึ้นจากปี 2557 คิดเป็นร้อยละ 15.3 และมูลค่าขายจาก

ผู้ประกอบการ Business-to-government (B2G) ในปี 2558 เติบโตเพิ่มขึ้นจากปี 2557 คิดเป็นร้อยละ 4.0 ยกเว้นมูลค่าขายจากผู้ประกอบการ Business-to-business (B2B) ในปี 2558 ที่หดตัวลงจากปี 2557 เพียงเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 0.3 ทำให้ตลาดอีคอมเมิร์ซยังคงเป็นธุรกิจที่น่าจับตามอง โดยมีผู้สนใจลงทุนค้าขาย รวมถึงผู้ใช้บริการในปริมาณที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

กลยุทธ์การแข่งขัน

ด้านการขยายสาขาให้ครอบคลุมทุกภูมิภาคและการปรับปรุงสาขาเดิม

บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะเป็นผู้นำในธุรกิจค้าปลีกในสินค้าประเภทอุปโภคบริโภคสำนักงานและเครื่องเขียนครบวงจรภายใต้แบรนด์ออฟฟิศเมทและธุรกิจหนังสือ สื่อการเรียนรู้ บันเทิงและไลฟ์สไตล์ภายใต้แบรนด์บีทูเอส โดยมีเป้าหมายการขยายสาขาให้ครอบคลุมทั่วประเทศเพื่อตอบสนองต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจในปี 2558 ธุรกิจออฟฟิศเมทและธุรกิจบีทูเอส มีการเปิดสาขาใหม่รวมทั้งสิ้น 19 สาขา ครอบคลุมพื้นที่มากกว่า 9,000 ตารางเมตร โดยแบ่งเป็น

สาขาใหม่ของออฟฟิศเมท จำนวน 8 สาขา

กรุงเทพฯ (3 สาขา)	ภาคกลาง(3 สาขา)	ภาคตะวันออก(1 สาขา)	ภาคใต้ (1 สาขา)
1. เทสโก้โลตัส พระราม 1	4. บีคี่ ลำลูกกา	7. เซ็นทรัลพลาซ่า ระยอง	8. เทสโก้โลตัส ถลาง
2. เทสโก้โลตัส บางกะปิ	5. เซ็นทรัลพลาซ่า เวสต์เกต		
3. เทสโก้โลตัส ฟอรั่ม	6. โรบินสัน ศรีสมาน		

สาขาใหม่ของบีทูเอส จำนวน 11 สาขา

กรุงเทพฯ (3 สาขา)	ภาคกลาง(3 สาขา)	ภาคตะวันออก(2 สาขา)	ภาคใต้(1 สาขา)
1. เดอะพาสซิโอ พาร์ค	5. เซ็นทรัลพลาซ่า เวสต์เกต	8. เซ็นทรัลพลาซ่า ระยอง	10. เทสโก้โลตัส หาดใหญ่
2. กาญจนานิเทศ	6. เทสโก้โลตัส สระบุรี	9. แหยมทอง บางแสน	
3. เซ็นทรัล เอ็มบาสซี	7. โรบินสัน ศรีสมาน		
4. เทสโก้โลตัส บางกะปิ			
ภาคเหนือ(1 สาขา)	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (1 สาขา)		
11. เทสโก้โลตัส คำเที่ยง	12. โรบินสัน บุรีรัมย์		

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้ปรับปรุงร้านค้าให้มีความทันสมัย เน้นการจัดสรรพื้นที่ใช้สอยได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีนโยบายในการจัดสรรพื้นที่ส่วนกลางเพื่อจัดกิจกรรมให้แก่ลูกค้ามากขึ้นและเพิ่มพื้นที่การจัดแสดงสินค้าเฉพาะกลุ่มเพื่อให้ลูกค้าได้ทดลองสินค้าเพื่อประกอบการตัดสินใจซื้อได้ทันที รวมถึงเพื่ออำนวยความสะดวกและเพิ่มโอกาสจำหน่ายทันที บริษัทฯ ได้เพิ่มจุดบริการการสั่งซื้อสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ (E-Ordering) ในกรณีที่ลูกค้าหน้าร้านต้องการซื้อสินค้าที่มีแสดง

ในเคตตาสล็อกแต่ไม่มีวางแสดงในหน้าร้าน ซึ่งการปรับปรุงรูปแบบร้านค้าดังกล่าว ได้รับการตอบรับจากลูกค้าเป็นอย่างดี โดยพบว่าลูกค้าเพิ่มช่วงเวลาในการเลือกซื้อและจับจ่ายสินค้าภายในร้านค้ามากขึ้นส่งผลให้มูลค่าต่อบริษัทเพิ่มขึ้น

ด้านการบริหารสินค้า

บริษัทฯ มีกลยุทธ์ในการบริหารสินค้าโดยเน้นการจำหน่ายสินค้าที่มีความหลากหลายเพื่อตอบสนองต่อไลฟ์สไตล์ลูกค้าทุกกลุ่ม และมุ่งมั่นเป็นศูนย์รวมของอุปกรณ์สำนักงานและสื่อความรู้ความบันเทิง โดยมีการพัฒนาสินค้ากลุ่มเครื่องเขียน อุปกรณ์สำนักงานและเฟอร์นิเจอร์ ภายใต้ตราสัญลักษณ์ของบริษัทฯ (Private Brand) เพื่อขยายสัดส่วนทางการตลาด โดยให้ความใส่ใจในการกำหนดมาตรฐานในการคัดเลือกโรงงานผลิต คุณสมบัติสินค้า บรรจุภัณฑ์ รวมถึงการตรวจสอบการปฏิบัติการดังกล่าวเพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพในราคาเหมาะสม ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้เข้าร่วมโครงการ K-SME Matching ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) เพื่อประโยชน์ในการจับคู่ธุรกิจกับซัพพลายเออร์ในธุรกิจออนไลน์

การบริหารสินค้าของธุรกิจออฟฟิศเมท บริษัทฯ เน้นการนำเสนอสินค้ากลุ่มอุปกรณ์สำนักงานที่มีรูปแบบหลากหลาย สามารถใช้งานได้จริงในราคาที่เหมาะสม รวมถึงเน้นผลิตสินค้า Private Brand ครอบคลุมสินค้าทุกหมวด เพื่อเพิ่มทางเลือกให้ลูกค้าได้ใช้สินค้าที่มีคุณภาพในราคาที่คุ้มค่า

ตัวอย่างสินค้าในออฟฟิศเมทที่ใช้ตราของบริษัทฯ มีดังนี้

- | | |
|------------------------|--|
| 1. ตรา ONE, OfficeMate | ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับอุปกรณ์สำนักงาน เช่น กระดาษ ปากกา แฟ้มเอกสาร |
| 2. ตรา E Smart | ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับอุปกรณ์ไฟฟ้าและเครื่องใช้ไฟฟ้า เช่น สายไฟ สายต่อโทรศัพท์
ข้อต่อโทรศัพท์ เครื่องทำลายกระดาษ |
| 3. ตรา FURRADEC | ผลิตภัณฑ์ประเภทเฟอร์นิเจอร์สำนักงาน เช่น โต๊ะทำงาน เคาน์เตอร์ประชาสัมพันธ์
ตู้เอกสาร รางร้อยสายไฟ เก้าอี้ Exclusive ภายใต้แบรนด์ Lazboy และ Serta |
| 4. ตรา SUNVO | ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับอุปกรณ์ทำความสะอาด เช่น น้ำยาล้างจาน น้ำยาล้างห้องน้ำ |



ต้องการพร้อมบริการจัดส่งฟรีเพียงมียอดสั่งซื้อขั้นต่ำ 499 บาท

การบริหารสินค้าของธุรกิจบีทูเอส บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการนำเสนอสินค้าที่หลากหลายและครบครันให้กับลูกค้าเพื่อจะเป็นแหล่งรวมสินค้าประเภทเครื่องเขียน อุปกรณ์ศิลปะ หนังสือและความบันเทิง และสินค้าสำหรับไลฟ์สไตล์เฉพาะของลูกค้า สำหรับสินค้ากลุ่มหนังสือ บีทูเอสคัดสรรหนังสือที่ให้ทั้งสาระและความเพลิดเพลินสำหรับนักอ่านทุกเพศทุกวัย บีทูเอสยังมีกิจกรรมส่งเสริมให้คนไทยรักการอ่าน โดยการจัดงานเสวนา “นักอ่านพบนักเขียน” เป็นประจำเพื่อสร้างแหล่งพบปะพูดคุยสำหรับนักอ่าน นอกจากนี้เพื่อให้ก้าวทันต่อการแข่งขันและพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง

ปีทูเอสได้จัดจำหน่ายหนังสือผ่าน www.central.co.th/b2s รวมถึงหนังสือออนไลน์ผ่าน Mobile Application (MEB, The 1 Book) อีกด้วย

ขณะเดียวกันสินค้ากลุ่มของ Entertainment เป็นสินค้าตามกระแสที่ได้รับความนิยมและเน้นความจับไว้ใน การนำเสนอสินค้าที่วางตลาดในช่วงระยะเวลาจำกัด อย่างไรก็ดี นอกจากนี้ ยังจับกลุ่มผู้บริโภคบางกลุ่มที่มีกระแสดอรับอะ นาล็อก (Analogue) โดยการจำหน่ายเครื่องเล่นแผ่นเสียงและแผ่นเสียงทั้งแผ่นใหม่และแผ่นมือสองสภาพสมบูรณ์จาก ต่างประเทศ และในส่วนสินค้ากลุ่มไลฟ์สไตล์ ปีทูเอสมุ่งเน้นจัดหาสินค้าเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าในแต่ละไลฟ์ สไตล์ที่แตกต่างกันออกไป เช่น กลุ่มนักเดินทาง กลุ่มคนรักสุขภาพ โดยคัดสรรสินค้าที่จำเป็นต้องมีของแต่ละไลฟ์สไตล์ทำ ให้ปีทูเอสสามารถเข้าถึงลูกค้าได้ทุกช่วงวัยและทุกไลฟ์สไตล์ในขณะเดียวกัน

สำหรับสินค้าภายใต้ตราสัญลักษณ์ของบริษัท (Private Brand) ของปีทูเอสเน้นสินค้าคุณภาพดีในราคาที่ ประหยัดกว่าโดยเริ่มต้นในสินค้าประเภทเครื่องเขียน

ตัวอย่างสินค้าในปีทูเอสที่ใช้ตราของบริษัทฯ มีดังนี้

1. ตรา ONE ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับอุปกรณ์เครื่องเขียน เช่น ปากกา กระดาษ สติกเกอร์โน้ต แฟ้ม กรรไกร เทป และกาบประเภทต่างๆ
2. ตรา me.style สมุดแพลนเนอร์ สมุดอวกาศในเซอริ์ สมุดโน้ต แฟ้ม กระเป๋าดินสอ ปากกาดีไซน์ และอุปกรณ์ ต่างๆ

Exclusive@
B2S
Books - Music - Stationery

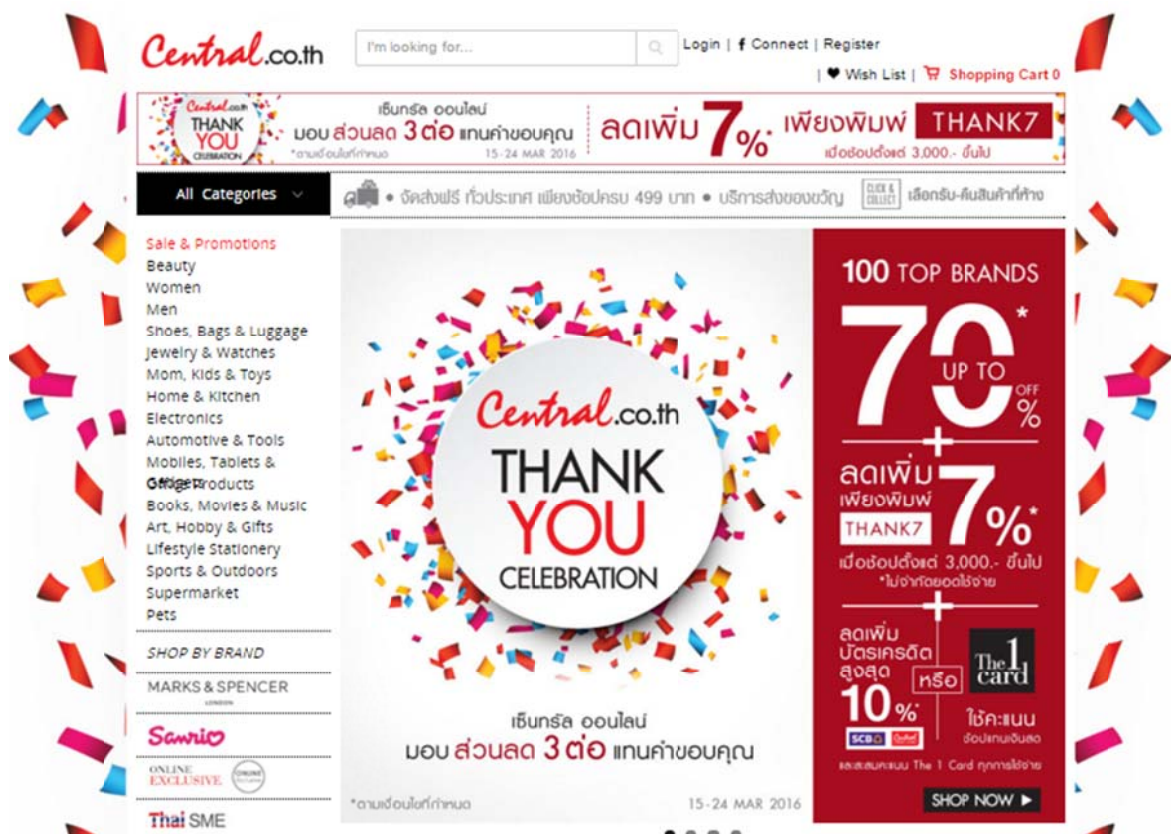


นอกจากการรักษาความเป็นผู้นำในการสรรหาสินค้าใหม่ๆที่น่าสนใจ ทั้งในประเทศและต่างประเทศจากแบรนด์ ชื่อนำทั่วโลก ปีทูเอสยังคงสนับสนุนสินค้าของไทยจากดีไซเนอร์รุ่นใหม่ (Young Designer) ที่มีดีไซ์และการใช้งานที่ น่าสนใจและมีเอกลักษณ์ชัดเจนอีกด้วย

การบริหารสินค้าของธุรกิจออนไลน์ บริษัทฯ มีกลยุทธ์ในการจำหน่ายสินค้า โดยเน้นการคัดเลือกสินค้าที่มี คุณภาพ มีความหลากหลายและทันสมัยให้เลือกสรรตามความต้องการและความนิยมส่วนตัวของผู้บริโภค ซึ่ง ประกอบด้วยสินค้าจากแบรนด์ชั้นนำต่างชาติระดับโลกและแบรนด์เอกลักษณ์ของไทย ครอบคลุมในทุกประเภทสินค้า ซึ่ง ได้รับความร่วมมือในการจัดหาสินค้าจากกลุ่มพันธมิตรในกลุ่มเซ็นทรัลเป็นอย่างดี ทำให้มาตรฐานด้านราคาและ คุณภาพเป็นมาตรฐานระดับเดียวกันเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ทุกเพศและทุกช่วงวัยหนึ่งการเลือกซื้อ สินค้าในห้างสรรพสินค้าชั้นนำ

ในปี 2558 เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าแบบครบวงจรและเพิ่มมูลค่าการสั่งซื้อต่อไปสั่งซื้อ บริษัทฯได้มี การเพิ่มหมวดสินค้าให้ครอบคลุมทุกประเภทมากขึ้น โดยมีการเพิ่มสินค้ากลุ่มมือถือ เกตเจ็ต ชูปเปอร์มาร์เก็ต สัตว์เลี้ยง สินค้าไทยเอสเอ็มอี (บริษัทฯมีนโยบายในการสนับสนุนและส่งเสริมผู้ประกอบการรายย่อยของไทย ให้มีช่องทางการ

จำหน่ายผ่านการให้บริการครบวงจรของบริษัทฯ เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืนของผู้ประกอบการในตลาดไทยได้อย่างมั่นคง อีกด้วย) ในด้านการบริหารงานเว็บไซต์ บริษัทฯได้ทำการค้นคว้าและเปรียบเทียบโครงสร้างทางเทคนิค จึงได้ออกแบบเว็บไซต์เชิงเทคนิคเพื่อการเข้าถึงสินค้าได้อย่างง่ายด้ายและสะดวกสบายเพื่อลดการเสียเวลาจากการค้นหาสินค้าและสูญเสียลูกค้าระหว่างการทำธุรกรรมออนไลน์ นอกจากการเพิ่มหมวดสินค้า และปรับปรุงเว็บไซต์แล้ว บริษัทฯได้จัดหาความร่วมมือกับแบรนด์ใหม่ๆให้กับประเภทสินค้า เช่น การเพิ่มแบรนด์สินค้าในกลุ่มเครื่องสำอางจากแบรนด์ ESTEE LAUDER, JO MALONE, CLINIQUE, URBAN DECAY การเพิ่มแบรนด์เสื้อผ้าจากแบรนด์ G2000, DUCATI, EVISU หรือการนำสินค้าไอที แกดเจ็ตที่เป็นเทรนด์ใหม่ของตลาด เช่น สมาร์วอตช์ เบ็บีมอนิเตอร์ กล้องแอคชั่น เป็นต้น



ด้านการบริการ

บริษัทฯ มุ่งมั่นพัฒนาและยกระดับการให้บริการลูกค้าทุกระดับอย่างต่อเนื่องทั้งในส่วนของการให้บริการหน้าร้าน สาขา ซึ่งเป็นการบริการในส่วนที่ลูกค้าสัมผัสได้โดยตรง และในส่วนของการปฏิบัติการหลังร้านซึ่งครอบคลุมตั้งแต่กระบวนการคัดเลือกสินค้าที่โปร่งใส เน้นคุณภาพและราคาที่เป็นธรรมต่อลูกค้า การจัดให้มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวก และถูกสุขอนามัยระหว่างการเลือกซื้อสินค้า การกำหนดขั้นตอนการทำงานอย่างเป็นระบบ เพื่อให้ลูกค้าได้รับการบริการที่ดีอย่างเท่าเทียมกันผ่านการกำหนดแผนงานและนโยบายด้านการให้บริการอย่างชัดเจน อีกทั้งมีการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าในการซื้อสินค้าและรับบริการจากหน้าร้านอย่างสม่ำเสมอทุกไตรมาส

กลยุทธ์ด้านการให้บริการที่สำคัญของกลุ่มบริษัทฯ สามารถแบ่งตามประเภทธุรกิจออฟฟิศเมท ธุรกิจฟู้ดและธุรกิจออนไลน์ ดังต่อไปนี้

ธุรกิจออฟฟิศเมท มีกลยุทธ์ด้านการให้บริการที่สำคัญ คือ

1. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศและอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าสามารถสั่งซื้อสินค้าผ่าน 6 ช่องทาง ดังนี้

- 1) ร้านออฟฟิศเมท 58 สาขาทั่วประเทศ ประกอบด้วยสาขาใน ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลพาร์กเมนต์สตรี ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน ศูนย์การค้าและร้านค้าที่ตั้งในชุมชน ซึ่งครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ โดยแบ่งเป็นสาขาในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 37 สาขาและในต่างจังหวัดจำนวน 21 สาขา ซึ่งในปัจจุบันมีบริการงานพิมพ์คุณภาพสูงครบวงจร พร้อมทั้งมีจุดจำหน่ายอุปกรณ์แฟกซ์ทุกประเภท อีกทั้งบริการจัดส่งพัสดุด่วนทั่วประเทศด้วยบริการที่แตกต่าง มั่นใจ สะดวก และครบครัน
- 2) สั่งซื้อผ่านเว็บไซต์ www.officemate.co.th เน้นให้บริการกลุ่มลูกค้าทั่วไปและบริษัทห้างร้าน (Business to Business: B2B) เพื่อสั่งซื้อสินค้าอุปกรณ์สำนักงาน ซึ่งลูกค้าสามารถลงทะเบียนและสั่งซื้อสินค้าทุกหมวดเช่นเดียวกับระบบแค็ตตาล็อก และมีการพัฒนาปรับปรุงให้เข้ากับแผนการตลาดและเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างสม่ำเสมอลูกค้าสามารถสั่งซื้อสินค้าได้ทุกวันตลอด 24 ชั่วโมง
- 3) สั่งซื้อผ่าน OfficeMate Mobile Application แอปพลิเคชันสำหรับการสั่งซื้อสินค้าผ่านโทรศัพท์และแท็บเล็ต ซึ่งทำให้การสั่งซื้อสินค้าง่ายแค่ปลายนิ้วคลิก พร้อมรับสิทธิประโยชน์มากมายในระบบ Function Privilege ที่ App Store และ Play Store
- 4) สั่งซื้อผ่านระบบ OfficeMate Contact Center หมายเลข 02-739-5555 รองรับบริการให้บริการกว่า 500 คู่สายระหว่างเวลา 08.30-18.00 น. ทุกวันจันทร์ – ศุกร์
- 5) สั่งซื้อผ่านโทรสาร Fax Ordering หมายเลข 02-763-5555 รองรับบริการให้บริการผ่านโทรสารตลอด 24 ชั่วโมง เพียงลูกค้ากรอกข้อมูลในใบสั่งซื้อและส่งข้อมูลผ่านโทรสารทางบริษัทจะติดต่อกลับเพื่อยืนยันการสั่งซื้อในวันทำการทันที
- 6) สั่งซื้อผ่านระบบสั่งซื้อออนไลน์ Officemate e-Procurement ซึ่งออกแบบตามความต้องการของลูกค้าเฉพาะองค์กร โดยเชื่อมต่อระบบการจัดซื้อของลูกค้าเข้ากับระบบการสั่งซื้อสินค้าของบริษัทอย่างครบวงจร ซึ่งลูกค้าสามารถควบคุมงบประมาณและจำกัด ประเภทของกลุ่มสินค้าที่ต้องการซื้อได้ตามต้องการ

2. ด้านระบบการขนส่งสินค้า

บริษัทฯ ให้บริการส่งสินค้าฟรีทั่วประเทศ (เมื่อลูกค้าซื้อสินค้าตั้งแต่ 499 บาทขึ้นไป) โดยแบ่งพื้นที่การจัดส่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

- 1) กรุงเทพฯ สมุทรปราการ สมุทรสงคราม ปทุมธานี นนทบุรี อยุธยา นครปฐม ชลบุรี ระยอง สระบุรี ฉะเชิงเทรา และปราจีนบุรี จะจัดส่งสินค้าภายใน 24 ชั่วโมง (วันทำการถัดไป)
- 2) จังหวัดอื่นๆ จัดส่งสินค้าภายใน 3 วันทำการ ผ่านบริการผู้ให้บริการขนส่งเอกชน

3. ด้านการให้บริการหลังการขายและการรับชำระสินค้า

- บริษัทฯ ให้บริการหลังการขายอย่างเป็นธรรมและใส่ใจลูกค้าอย่างจริงจังโดยจัดระบบให้คำปรึกษาผ่าน คอลเซ็นเตอร์และออนไลน์ ซึ่งจะมีเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์คอยให้คำแนะนำและแก้ไขปัญหา เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลสินค้าและบริการของบริษัทได้อย่างสะดวกและรวดเร็วมากขึ้น

- บริษัทฯ รับประกันความพึงพอใจในสินค้าและบริการเปลี่ยนหรือคืนสินค้าภายใน 14 วัน และมีศูนย์บริการซ่อมบำรุงสินค้ากรณีเกิดปัญหาในการใช้งานสินค้าเบื้องต้น
- บริษัทฯ จัดให้มีช่องทางการรับชำระเงินที่สะดวกและปลอดภัยตามประเภทการใช้งานที่เหมาะสมแก่ลูกค้า 4 ช่องทาง ดังนี้
 - 1) ชำระเงินที่หน้าร้านออฟฟิศเมทหรือชำระเมื่อรับสินค้าจากพนักงานจัดส่ง ด้วยเงินสดหรือบัตรเครดิต (Cash/Credit Card on Delivery)
 - 2) ชำระผ่านเคาน์เตอร์ธนาคารด้วย OfficeMate Payment Bill Slip
 - 3) ชำระด้วยระบบ OfficeMate Credit Term สำหรับลูกค้าองค์กร
 - 4) ชำระผ่านระบบออนไลน์ Mpay และ Paysbuy ด้วยบัตรเครดิตของ Visa และ Mastercard โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายเพื่อชำระค่าสินค้าที่สั่งซื้อผ่านเว็บไซต์ของบริษัทฯ www.officemate.co.th

ธุรกิจปัจุบัน มีกลยุทธ์ด้านการให้บริการที่สำคัญ คือ

1. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศและอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าสามารถสั่งซื้อสินค้า ผ่าน 3 ช่องทาง ดังนี้
 - 1) ร้านปัจุบัน 94 สาขาทั่วประเทศ ประกอบด้วยหน้าร้านในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน ศูนย์การค้า และร้านเปิดเดี่ยว (Stand Alone) ซึ่งครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ โดยแบ่งเป็นสาขาในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลจำนวน 47 สาขา และในต่างจังหวัดจำนวน 48 สาขา
 - 2) สั่งซื้อผ่านเว็บไซต์ www.b2s.co.th หรือผ่านเว็บไซต์ www.central.co.th/b2s เน้นการให้บริการกลุ่มลูกค้ารายบุคคล
 - 3) บริการหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ B2S The 1 Book ผ่าน Mobile Application ซึ่งดำเนินการโดยบริษัทฯ เมพ คอร์ปอเรชั่น จำกัด

2. ด้านบริการหลังการขายและการรับชำระสินค้า

บริษัทฯ มีการรับประกันความพึงพอใจในสินค้าและบริการเปลี่ยนหรือคืนสินค้าภายใน 7 วัน และมีศูนย์บริการซ่อมบำรุงสินค้ากรณีเกิดปัญหาในการใช้งานสินค้าเบื้องต้นและมีช่องทางการชำระเงินที่หน้าร้านปัจุบัน โดยลูกค้าสามารถชำระด้วยเงินสดหรือบัตรเครดิต

ธุรกิจออนไลน์ มีกลยุทธ์ด้านการบริการที่สำคัญ คือ

1. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย www.central.co.th ได้มีการพัฒนาเพื่อเพิ่มความสะดวกสบายในการเลือกซื้อสินค้าได้ทุกที่ตลอด 24 ชั่วโมงและสามารถตอบสนองทุกความต้องการของลูกค้าได้อย่างหลากหลาย
2. ด้านการให้บริการส่งเสริมการขาย โปรโมชั่นและแคมเปญ
 - ร่วมกับพันธมิตรจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายเป็นประจำ เช่น ธนาคาร ร้านค้า แปรนด์ เป็นต้น
 - ร่วมกับ The 1 Card ให้ลูกค้าสะสมคะแนนได้เมื่อใช้บริการผ่านเว็บไซต์ และใช้แต้มแทนเงินสด
3. ด้านการให้บริการชำระสินค้า

มีช่องทางการชำระสินค้าหลากหลาย อาทิ เลือกชำระผ่านบัตรเครดิตออนไลน์ ชำระเงินสดหรือบัตรเครดิตทันทีเมื่อรับสินค้า ชำระเงินผ่านตู้ ATM หรือเคาน์เตอร์ธนาคาร

4. ด้านการให้บริการอื่นๆ

- ศูนย์บริการ Online Call Center เปิดให้บริการทุกวันทำการ ตั้งแต่เวลา 8.30-21.00 น.
- บริการห่อของขวัญฟรี (Free Gift Wrapping)
- บริการส่งของขวัญให้กับคนพิเศษฟรี (Free Gift Delivery)
- บริการส่งสินค้าฟรีทั่วประเทศ เมื่อซื้อสินค้า 499 บาทขึ้นไป/ใบเสร็จ
- บริการส่งสินค้าในวันถัดไป เมื่อซื้อสินค้า 499 บาทขึ้นไป/ใบเสร็จ
- การรับประกันความพึงพอใจในสินค้า การเปลี่ยนสินค้าภายใน 14 วัน
- บริการเลือกรับ-คืนสินค้า(Click & Collect) ที่ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล ห้างสรรพสินค้าเซน และท็อปส์ เดลี่

ด้านการตลาด

ในปี 2558 นี้ บริษัทฯ เน้นการบริหารความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าผ่านระบบลูกค้าสมาชิกและมีการจัดการส่งเสริมการขายผ่านบัตร The 1 Card โดยลูกค้าสามารถร่วมสะสมคะแนนกับบัตร The 1 Card เพื่อนำไปแลกกับส่วนลดพิเศษ หรือแลกกับสิทธิพิเศษจากร้านค้าพันธมิตรทั่วประเทศ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังคงสร้างการรับรู้แบรนด์ “ออฟฟิศเมท” และ “ป๊อปปูล่า” ผ่านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์สื่อต่างๆ อย่างต่อเนื่อง รวมถึงมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Network) ที่กำลังได้รับความนิยมในปัจจุบัน ซึ่งเป็นช่องทางที่บริษัทฯ สามารถเข้าถึงลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว และเปิดตัวธุรกิจออนไลน์อย่างเป็นทางการ

ธุรกิจออฟฟิศเมท ยังคงยืนยันเจตนารมณ์ที่จะพัฒนาธุรกิจให้ตอบรับองค์การของลูกค้าและพร้อมเคียงคู่กับลูกค้าผู้มีอุปการะคุณ โดยการสรรหาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ และคัดสรรบริการพิเศษทางธุรกิจต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการทางธุรกิจได้มากยิ่งขึ้น อาทิ เช่น Printing Solution บริการรับสั่งผลิตอิงค์เจต นามบัตร ตราขาย และงานพิมพ์ต่าง ๆ รวมทั้งอุปกรณ์นิทรรศการเคลื่อนที่ การให้บริการ Pack Post Express จัดส่งพัสดุด่วนทั่วประเทศ การจัด Premium Corner รับผลิตและออกแบบสินค้าพรีเมียมสำหรับแจกลูกค้า และของขวัญในเทศกาลต่างๆ รวมถึงรับสั่งผลิตเสื้อยืด เสื้อโปโล ยูนิฟอร์ม ออกแบบสกรีนลายปักโลโก้ ตามความต้องการของแต่ละองค์กร นอกจากนี้ ยังมีการเปิดตัวสินค้า Private Brand แบรนด์ใหม่ในชื่อ “ONE” (วัน) ในกลุ่มสินค้าเครื่องเขียนและออฟฟิศซัพพลาย ที่เน้นคุณภาพดีและราคาย่อมเยาเพื่อเป็นอีกหนึ่งทางเลือกให้กับลูกค้า และมีการพัฒนากิจกรรมทางการตลาดรูปแบบใหม่ รวมทั้งร่วมกิจกรรมการสะสมคะแนนจากบัตร The 1 Card และการมอบสิทธิพิเศษอีกมากมายให้แก่ลูกค้าอีกด้วย

ธุรกิจป๊อปปูล่า เน้นการสร้างบรรยากาศในร้านค้าและการทำกิจกรรมภายในร้าน โดยมีกลยุทธ์เปลี่ยนพื้นที่ขายเป็นลานกิจกรรม เพื่อให้ลูกค้าได้มีโอกาสพบปะและทำกิจกรรมร่วมกับนักเขียน และศิลปินในดวงใจอย่างใกล้ชิด ในปีที่ผ่านมาได้มีการจัดทำกิจกรรมภายในร้านค้า อาทิ เช่น การจัดงานเปิดตัวหนังสือ การแสดงมินิคอนเสิร์ต Meet & Greet การจัดทำเวิร์คช็อป รวมถึงมีการจัดกิจกรรมทางการตลาดอย่างต่อเนื่อง โดยเน้นการสื่อสารทางผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มลูกค้าวัยรุ่นและคนรุ่นใหม่ นอกจากนี้ ป๊อปปูล่ายังได้มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมกับสำนักพิมพ์และจัดการส่งเสริมการขายในงานมหกรรมหนังสือระดับชาติ ครั้งที่ 20 (Book Expo Thailand 2015) ซึ่งจัดขึ้นระหว่างวันที่ 21 ตุลาคม - 1 พฤศจิกายน 2558 โดยในงานดังกล่าวได้รับการตอบรับจากลูกค้าเป็นอย่างดี

ธุรกิจออนไลน์ www.central.co.th ได้ประชาสัมพันธ์เปิดตัวอย่างเป็นทางการเมื่อเดือนมีนาคม 2558 ด้วยสโลแกน “Shop with Confidence” เพื่อให้ลูกค้าได้รับประโยชน์อย่างครบวงจรสูงสุดของกลุ่มธุรกิจของกลุ่มเซ็นทรัล บริษัทฯ จัดหาสินค้าที่มีคุณภาพและมีการรับประกันสินค้าจากผู้ผลิตและผู้ให้บริการอย่างโปร่งใส จัดโปรโมชั่นที่หลากหลาย ทั้งแคมเปญพิเศษเฉพาะออนไลน์ และแคมเปญผสมระหว่างออนไลน์และออฟไลน์ รวมถึงการให้ข้อมูลข่าวสารผ่านระบบออนไลน์และออฟไลน์ในห้าง ทำให้ลูกค้าสามารถไว้วางใจในสินค้าและการให้บริการของธุรกิจออนไลน์ทั้งในด้านบริการและความคุ้มค่าได้อย่างแท้จริง

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทฯ มีนโยบายเกี่ยวกับการจัดหาผลิตภัณฑ์อย่างโปร่งใสและเป็นธรรมโดยคำนึงถึงคุณภาพสินค้าและความคุ้มค่าที่ลูกค้าจะได้รับจากการใช้สินค้าหรือบริการ ตลอดจนความทันสมัย ตรงตามกระแสนิยม และมีความหลากหลาย ทั้งประเภท ชนิด และรูปแบบ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย บริษัทฯ จึงได้มีขั้นตอนการคัดสรรสินค้าที่จะนำมาจำหน่ายเป็นอย่างดี โดยมีขั้นตอนในการประเมินคร่าวๆ ดังนี้

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

ในการสั่งซื้อสินค้าจากต่างประเทศ บริษัทฯ มีการสำรวจสินค้าและเจรจาต่อรองจากผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายในประเทศนั้นๆ โดยมีได้มีการผูกขาดการซื้อกับผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายรายใดรายหนึ่งเป็นพิเศษ ทั้งนี้เพื่อให้บริษัทฯ มีสินค้าที่มีความโดดเด่นและแตกต่างจากคู่แข่ง และได้รับสินค้าที่มีคุณภาพ มีระยะเวลาการผลิตและระยะเวลาการจัดส่งภายใต้เงื่อนไขที่กำหนด

บริษัทฯ มีนโยบายการจ่ายชำระค่าสินค้า 2 รูปแบบ ได้แก่ การจ่ายเงินตามยอดขาย และการซื้อขาด สำหรับธุรกิจปีทูเอสมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 30-40 และร้อยละ 60-70 ตามลำดับ ในขณะที่ธุรกิจออฟฟิศเมทส่วนใหญ่เป็นการซื้อขาดในสัดส่วนร้อยละ 99 และมีเพียงร้อยละ 1 เท่านั้นที่เป็นการจ่ายเงินตามยอดขาย

3. ปัจจัยความเสี่ยง

จากการบริหารจัดการความเสี่ยงของบริษัทที่ดำเนินการมาตั้งแต่ปี 2556 โดยมีคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงทำหน้าที่พิจารณา ติดตามและวิเคราะห์ปัจจัยความเสี่ยงต่างๆ เพื่อเป็นกลไกสำคัญในการควบคุมความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อการบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายของบริษัท อีกทั้งยังเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผู้ถือหุ้นได้ในระยะยาว ทั้งนี้ คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงได้มอบหมายให้ผู้บริหารระดับสูงสุดในแต่ละธุรกิจย่อยจัดตั้งคณะทำงานบริหารความเสี่ยง เพื่อทำหน้าที่บริหารจัดการด้านความเสี่ยงในระดับปฏิบัติการ และรายงานตรงต่อคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงเป็นประจำทุกไตรมาส ส่งผลให้ปัจจัยเสี่ยงต่างๆ ได้รับการบริหารจัดการและปรับปรุงพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

ทั้งนี้ เนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจและการจัดตั้งบริษัท ใหม่ เพื่อรองรับการขยายตัวทางด้านเทคโนโลยีในปัจจุบัน จึงมีการพิจารณาปัจจัยเสี่ยงเพิ่มเติมจากปีก่อน โดยสามารถสรุปปัจจัยเสี่ยงหลักที่ส่งผลกระทบต่อดำเนินงานได้ดังนี้

ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ (Strategic Risk)

ภาวะการแข่งขันในปัจจุบัน

ธุรกิจค้าปลีกถือได้ว่าเป็นฟันเฟืองสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยให้ขยายตัวได้ดียิ่งขึ้นในปัจจุบัน ทั้งยังมีแนวโน้มการเติบโตในอนาคต ทั้งในรูปแบบไฮเปอร์มาร์เก็ต ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อ อันเนื่องมาจากการขยายตัวของสังคมเมือง รวมถึงการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ซึ่งเป็นโอกาสสำคัญในการรองรับนักท่องเที่ยวที่จะเข้ามาในประเทศไทย ในขณะเดียวกันก็เพิ่มความเข้มข้นของการแข่งขันทางธุรกิจด้วย เช่นเดียวกับธุรกิจจำหน่ายเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงาน ตลอดจนสินค้าที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันซึ่งถือเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันสูงและใช้เงินลงทุนไม่สูงมากนักจึงเป็นเหตุปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดคู่แข่งรายใหม่ในตลาดได้ง่าย ซึ่งลักษณะของผู้ประกอบธุรกิจในอุตสาหกรรมนี้มีความหลากหลาย อาทิ ร้านค้าปลีก โมเดิร์นเทรด การขายตรง การขายสินค้าผ่านแค็ตตาล็อก เป็นต้น อันส่งผลให้มีรูปแบบการแข่งขันที่แตกต่างกันไป เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการความสะดวกรวดเร็วและเชื่อมโยงกับรูปแบบการใช้ชีวิตประจำวันมากขึ้น

ทั้งนี้ บริษัทได้มีการติดตามความเป็นไปของตลาดเพื่อกำหนดความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ให้เหมาะสม และสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพควบคู่กันทั้งในลักษณะออนไลน์และออฟไลน์โดยมุ่งมั่นที่จะรักษาตำแหน่งผู้นำธุรกิจจำหน่ายเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงานผ่านร้านสาขาของออฟฟิศเมทและปั๊พอีสรวมถึงช่องทางการขายที่หลากหลายทั้งระบบแค็ตตาล็อกและระบบ e-Commerce เพื่อสามารถตอบสนองลูกค้าได้อย่างทั่วถึงทั้งกลุ่มลูกค้าองค์กรและลูกค้าบุคคลโดยให้ความสำคัญกับคุณภาพสินค้าในระดับราคาที่สามารถแข่งขันได้ การจัดสรรสินค้าที่มีให้เลือกอย่างหลากหลายผ่านกระบวนการจัดซื้อสินค้าของบริษัทที่นำมาซึ่งการประหยัดต้นทุนจากขนาดการผลิต ส่งผลให้บริษัทมีต้นทุนต่อหน่วยลดลงและมีความสามารถในการแข่งขันที่เพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ บริษัทยังสร้างความแตกต่างในการให้บริการด้วยความโปร่งใสและเป็นมืออาชีพโดยการนำเทคโนโลยีสารสนเทศและระบบบริหารจัดการที่ทันสมัยมาใช้พัฒนาระบบการขายผ่าน Call Center และเว็บไซต์ พร้อมทั้งให้บริการการจัดส่งสินค้าที่มีประสิทธิภาพและบริการหลังการขายที่ดี อันนำมาซึ่งความสามารถในการแข่งขันและรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดที่ยั่งยืนได้ต่อไป

การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

ในยุคปัจจุบันที่สังคมออนไลน์เข้ามามีบทบาทต่อชีวิตประจำวันและการตัดสินใจของคนมากยิ่งขึ้น ทุกธุรกิจต่างต้องปรับตัวและเพิ่มช่องทางการจำหน่ายและการสื่อสารกับลูกค้าให้สอดคล้องกับพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งบริษัทฯ ได้เห็นความสำคัญของแนวโน้มดังกล่าว จึงได้มีการพิจารณาปรับปรุงและเพิ่มเติมปัจจัยความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ให้ทันต่อรูปแบบการค้าที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง มีการกำหนดหัวข้อความเสี่ยงสำคัญในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้สามารถติดตามการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยเสี่ยงได้อย่างทันทั่วถึง เช่น การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีใหม่ๆ ของธุรกิจออฟฟิศเมทซึ่งพัฒนามาใช้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการความสะดวกรวดเร็วพิจารณาช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลายและเชื่อมโยงกันอย่างไร้รอยต่อ (Omni-Channel Marketing) และในส่วนของธุรกิจปีเอสมีการปรับกลยุทธ์เพื่อรองรับพฤติกรรมผู้อ่านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ของคนในปัจจุบัน ด้วยการพัฒนาแอปพลิเคชัน The1Book ที่รวบรวมหนังสือและนิตยสารให้ผู้บริโภคได้เลือกอ่านมากมาย ทั้งยังให้บริการร้านขายหนังสือออนไลน์ภายใต้เว็บไซต์ www.b2s.co.th อีกด้วย

เช่นเดียวกันกับช่องทาง Central Online เว็บไซต์ www.central.co.th มีการกำหนดกลยุทธ์ให้สามารถติดตามการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว เช่น การเพิ่มจำนวนสินค้า, การปรับปรุงรูปแบบเว็บไซต์ให้ตอบสนองต่อการซื้อสินค้าของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น และอัตราการซื้อซ้ำของลูกค้า ซึ่งจุดแข็งที่สำคัญอย่างหนึ่งคือ ความแข็งแกร่งของแบรนด์เซ็นทรัลที่มีมาตรฐานทั้งในเรื่องคุณภาพของสินค้าระบบชำระเงิน การบริการ ตลอดจนการจัดส่งสินค้าที่มีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้สืบเนื่องในปี 2558 บริษัทฯ ได้ทำการจัดตั้งธุรกิจใหม่ในชื่อ “เซ็นเนอริจ อินโนเวชั่น” เพื่อตอบสนองต่อการขยายตัวของธุรกิจทางด้านระบบสารสนเทศของบริษัทฯ ทางคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จึงมีการพิจารณาปัจจัยความเสี่ยงด้านกลยุทธ์เพิ่มเติมจากปีก่อน เพื่อรองรับการขยายธุรกิจใหม่ โดยกำหนดให้สอดคล้องต่อการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีในปัจจุบันที่ตอบรับต่อกระแสทางสื่อสังคมออนไลน์มากขึ้นเช่นการซื้อและการทำโฆษณา ด้วยการใช้อีโอดีจิตอล, การเกิดขึ้นของธุรกิจใหม่ๆ ที่เน้นการวางแผน กำหนดกลยุทธ์ และบริหารงานด้านการตลาดดิจิทัล, การพัฒนาระบบไอที และจัดหาเทคโนโลยีสมัยใหม่รวมถึงการศึกษา ค้นคว้าวิจัย และพัฒนาเทคโนโลยีสำหรับธุรกิจค้าปลีก

ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน (Operational Risk)

ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงคลังสินค้า

เนื่องจากสินค้าที่บริษัทฯ จำหน่ายผ่านช่องทางต่างๆ ทั้งระบบออนไลน์และคอลเซ็นเตอร์ถูกจัดเก็บไว้ที่คลังสินค้า การดำเนินงานของคลังสินค้าจึงถือเป็นกลไกที่สำคัญต่อธุรกิจในการกระจายสินค้าไปยังผู้บริโภคทั่วประเทศ หากคลังสินค้ามีการดำเนินงานที่ไม่มีประสิทธิภาพ และ/หรือประสบอุบัติเหตุ เช่น น้ำท่วม ไฟไหม้ ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและระบบสื่อสารขัดข้อง หรือเหตุสุดวิสัยอื่นๆ ย่อมส่งผลกระทบต่อการค้าปลีกของหน้าร้าน ภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของบริษัทฯ ตลอดจนการหยุดชะงักของขั้นตอนทางโลจิสติกส์บริษัทฯ จึงได้มีการวิเคราะห์ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน (Operational Risk) และนำกระบวนการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Management: BCM) มาใช้เพื่อวิเคราะห์ และกำหนดกระบวนการเป็นแผนสำรองในการตอบโต้สถานการณ์ฉุกเฉินดังกล่าว พร้อมทั้งยังได้มีการวางแผนสำรอง (Contingency Plan) เพื่อเตรียมการในส่วนจากระบบสำรองข้อมูล ระบบไฟฟ้าสำรอง ระบบโทรศัพท์สำรองการแจ้งข่าวสารต่อบุคคลภายในและภายนอก ระบบการป้องกันความสูญเสีย (Loss and Prevention) และการทำประกันภัยเพื่อคุ้มครองความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นอีกด้วย ทั้งนี้ โดยคำนึงถึงความปลอดภัยของพนักงาน การดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่องและการเข้าสู่ภาวะปกติได้โดยเร็ว

ความเสี่ยงที่เกิดจากกระบวนการขนส่ง

ความเสี่ยงด้านกระบวนการขนส่ง ถือเป็นปัจจัยหลักในการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน การประเมินความเสี่ยงล่วงหน้า ช่วยให้บริษัทสามารถปรับเปลี่ยน หรือปรับปรุงนโยบายการจัดการต่างๆ ให้เป็นไปอย่างทันทั่วถึง เช่น ในด้านการบริหารจัดการจัดส่ง บริษัทมีการปรับอัตราค่าจ้างพนักงานปฏิบัติงานให้เหมาะสมกับปริมาณงานที่เพิ่มขึ้นจากการขยายตัวทางธุรกิจ หรือการขยายพื้นที่การจัดส่งเพิ่มขึ้นหรือ ลดลง เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายการขนส่งที่เปลี่ยนไป หรือการอบรมพนักงานจัดส่งอย่างสม่ำเสมอถึงบทบาทหน้าที่ในการจัดส่งสินค้าตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ ทั้งนี้ หากบริษัทไม่มีการประเมินและวางแผนรองรับล่วงหน้า จะทำให้บริษัทสูญเสียโอกาสทางการขาย และเป็นปัจจัยของต้นทุนธุรกิจที่เพิ่มสูงขึ้นโดยไม่มีเหตุจำเป็น ดังนั้นการประเมินปัจจัยความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้จากกระบวนการขนส่งก่อนล่วงหน้า เพื่อให้สามารถติดตามปัญหาที่อาจเกิดขึ้นได้อย่างสม่ำเสมอ และอยู่ในระดับที่สามารถแก้ไขได้ทันทั่วถึง

ความเสี่ยงจากการบริหารทรัพยากรบุคคล

ทรัพยากรบุคคล ถือเป็นองค์ประกอบสำคัญที่เป็นแรงขับเคลื่อนดำเนินธุรกิจขององค์กร ซึ่งความเสี่ยงหลักที่มีการควบคุมและประเมินอยู่ในปัจจุบัน คือความเสี่ยงของการขาดบุคลากรในตำแหน่งสำคัญ ความเสี่ยงในการควบคุมอัตราพนักงานลาออก และความเสี่ยงในการหาพนักงานให้ได้ทันกับความต้องการ ซึ่งอัตราเปอร์เซ็นต์ผลลัพธ์ของการประเมินที่เกิดขึ้น เป็นตัวบ่งบอกแนวโน้มของปัญหาที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งกระทบโดยตรงกับการขยายงานของบริษัท การดำเนินงานให้ได้อย่างมีประสิทธิภาพหรือกระทั่งยอดขายของบริษัท ดังนั้นการประเมินและวางแผนรองรับล่วงหน้าจึงมีความสำคัญอย่างมาก เพื่อให้แก้ไขได้อย่างทันทั่วถึง

ความเสี่ยงด้านเทคโนโลยี (IT Risk)

การขายผ่านระบบออนไลน์หรือคอลเซ็นเตอร์ของบริษัทอาจหยุดชะงัก หากเกิดความผิดพลาดหรือขัดข้องของระบบคอมพิวเตอร์และระบบข้อมูลสารสนเทศ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่มีหน้าที่สั่งการและเชื่อมโยงให้ทุกส่วนทำงานได้อย่างสัมพันธ์กัน ดังนั้นเพื่อเป็นการป้องกันความผิดพลาดดังกล่าว ความเสี่ยงด้านเทคโนโลยี (IT Risk) จึงถูกกำหนดโดยเน้นที่ความต่อเนื่องของธุรกิจเป็นหลัก เพื่อให้บริษัทสามารถปรับปรุงและพัฒนาระบบคอมพิวเตอร์และสารสนเทศได้อย่างต่อเนื่อง ให้ระบบมีประสิทธิภาพ สามารถรองรับยอดการสั่งซื้อที่เพิ่มขึ้นได้ และจัดให้มีระบบการสำรองข้อมูล ระบบป้องกันไวรัส และระบบป้องกันการบุกรุกจากบุคคลภายนอกที่ได้มาตรฐานรวมถึงการใช้เครื่องมือทางเทคโนโลยีในการตรวจจับความผิดปกติซึ่งจะสามารถรับทราบเหตุการณ์ได้อย่างทันทั่วถึง

ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังได้จัดให้มีการตรวจสอบและประเมินความเสี่ยงด้านความปลอดภัยของระบบจากหน่วยงานภายนอกเป็นประจำทุกปี เพื่อให้เกิดความมั่นใจในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของบริษัทฯ

ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับ (Compliance Risk)

ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎ ระเบียบ ข้อบังคับ ของบริษัทฯ ครอบคลุมถึงความเสี่ยงในการไม่ทราบ ไม่เข้าใจ และ/หรือ ไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบทั้งภายในและภายนอกบริษัทฯ อาทิ กฎหมาย นโยบายภาครัฐ ข้อบังคับของตลาดหลักทรัพย์และสำนักงาน ก.ล.ต. ซึ่งสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา หากไม่ปฏิบัติตามหรือปฏิบัติไม่ครบถ้วน อาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์และชื่อเสียงของบริษัทฯ การถูกปรับหรือลงโทษทางกฎหมาย ตลอดจนการสูญเสียโอกาสทางธุรกิจ ด้วยเหตุนี้ บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญต่อการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ กำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องอย่างชัดเจน พร้อมทั้งติดตามการ

เปลี่ยนแปลงของกฎ ระเบียบ ข้อบังคับต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ อาทิ ฝ่ายนักลงทุนสัมพันธ์และเลขาธิการบริษัท จะต้องประสานงานกับตลาดหลักทรัพย์และสำนักงาน ก.ล.ต. เพื่อทำความเข้าใจกับกฎเกณฑ์ต่างๆ พร้อมทั้งกำหนดแผนงานการรับส่งข้อมูลและเอกสารให้แก่หน่วยงานดังกล่าวอย่างถูกต้องและครบถ้วน และด้วยความตระหนักถึงการดำเนินธุรกิจตามหลักธรรมาภิบาล บริษัทฯ จึงมีนโยบายในการดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานของความถูกต้อง เป็นธรรม และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยสินค้าที่มีคุณภาพ ในราคาที่เหมาะสม พร้อมทั้งการบริการที่เป็นเลิศและคำนึงถึงความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสำคัญ ซึ่งในการซื้อสินค้าของบริษัทฯ ลูกค้าจะต้องได้รับข้อมูลหรือคู่มือในการใช้สินค้าอย่างถูกต้องเพื่อประโยชน์และความปลอดภัยในการใช้สินค้า นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังเปิดโอกาสให้แก่ลูกค้าในการร้องเรียนหรือสอบถามข้อมูลได้ในกรณีที่มีข้อสงสัยในสินค้าหรือบริการที่ได้รับจากบริษัทฯ

ด้วยลักษณะการดำเนินธุรกิจ อีกหนึ่งปัจจัยเสี่ยงที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญคือ ความเสี่ยงจากการขายสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือในการดำเนินธุรกิจได้ด้วยเหตุดังกล่าว บริษัทฯ จึงได้มีการทำข้อตกลงร่วมกับคู่ค้าทุกราย โดยสินค้าที่รับมาจำหน่ายจะต้องมีความถูกต้องในเรื่องลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร หรือมีมาตรฐานของสินค้าตามข้อกำหนดของหน่วยงานราชการต่างๆ รวมไปถึงความปลอดภัยสำหรับผู้บริโภค นอกจากนี้ ได้กำหนดให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทำการตรวจสอบเรื่องดังกล่าวอย่างสม่ำเสมอ และให้ถือเป็นส่วนหนึ่งของขั้นตอนการจัดซื้อ เพื่อเป็นการเน้นย้ำให้แน่ใจได้ว่าสินค้าที่รับมาเพื่อจัดจำหน่ายต่อไปนั้นเป็นไปตามกฎระเบียบและถูกต้องตามกฎหมาย

ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk)

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทฯ มีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด(รวมเงินลงทุนชั่วคราว)คงเหลือจำนวน 1,403.29 ล้านบาท นอกจากนี้ หากพิจารณาอัตราส่วนสภาพคล่องทางการเงินของบริษัทฯ เท่ากับ 1.33 เท่า ซึ่งสูงขึ้นจากปีก่อนที่อยู่ในระดับ 1.29 เท่า และบริษัทฯ ไม่มีภาระหนี้สินทางการเงินแต่อย่างใด โดยหนี้สินหมุนเวียนของบริษัทฯ ส่วนใหญ่อยู่ในรูปของเจ้าหนี้การค้าเป็นส่วนใหญ่

การจัดหาเงินทุนเพื่อรองรับแผนการลงทุนในโครงการขยายสาขา รวมถึงการลงทุนปรับปรุงสาขาเดิม ทั้งของธุรกิจออฟฟิศเมทและปีทูเอสตลอดจนการลงทุนทางด้านไอทีและรีเทลเทคโนโลยี รวมถึงแอปพลิเคชันต่างๆ เพื่อรองรับธุรกิจออนไลน์บริษัทฯ ได้มีการประมาณการกระแสเงินสดในอนาคตอย่างสม่ำเสมอและมีวินัยในการใช้จ่ายเงินเพื่อการลงทุนอย่างเคร่งครัด ซึ่งปัจจุบันบริษัทฯ ยังคงสามารถดำเนินโครงการลงทุนได้ตามเป้าหมายที่กำหนดด้วยกระแสเงินสดจากการดำเนินงานตามที่ได้ประมาณการไว้

สำหรับความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน ปัจจุบันการทำธุรกรรมในต่างประเทศของบริษัทฯ มีจำนวนน้อย ทำให้ความเสี่ยงในเรื่องดังกล่าวไม่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้มีแผนการขยายการลงทุนไปยังต่างประเทศ และการค้าระหว่างประเทศที่เพิ่มขึ้นอาจส่งผลให้ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนกลายเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญของบริษัทฯ ได้

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ ดังนี้

ประเภททรัพย์สิน	มูลค่าบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	หมายเหตุ
ที่ดินและส่วนปรับปรุง	58.67	ถือกรรมสิทธิ์
อาคารและอุปกรณ์ <ul style="list-style-type: none"> - คลังสินค้า - อาคารสิ่งปลูกสร้าง - เครื่องตกแต่ง อุปกรณ์และอื่นๆ 	728.76	ถือกรรมสิทธิ์
โปรแกรมคอมพิวเตอร์และโปรแกรมอื่นๆ	57.97	ถือกรรมสิทธิ์
มูลค่าความสัมพันธ์กับลูกค้าและมูลค่าแบรนด์ออฟฟิศเมท	143.29	ถือกรรมสิทธิ์
ค่าความนิยมจากของบมจ.ซีไอแอล	2,890.67	
ค่าความนิยมจากของบริษัท เมพ คอร์ปอเรชั่น จำกัด	48.81	

หนึ่ง ร้านสาขาของบีทูเอสและออฟฟิศเมท เป็นการเข้าทำสัญญาเช่าระยะเวลาไม่เกิน 3 ปี โดยสัญญาดังกล่าวมีกำหนดระยะเวลาเริ่มต้นและสิ้นสุดในระยะเวลาต่างๆ และสัญญาบางฉบับสามารถต่ออายุ โดยต้องมีการแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรล่วงหน้าในระยะเวลาที่กำหนดก่อนวันสิ้นสุดสัญญา ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้เข้าสัญญาเช่าพื้นที่กับกิจการที่เกี่ยวข้องกันหลายแห่ง

ณ สิ้นปี 2558 บริษัทฯ มีร้านสาขาของบีทูเอสและออฟฟิศเมทที่ยังคงเปิดให้บริการ จำนวน 94 แห่ง และ 58 แห่ง ตามลำดับ

บริษัทฯ ได้ทำสัญญาเช่าพื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวกกับบริษัทฯ และบุคคล(ที่ไม่เกี่ยวข้องกัน)ในประเทศหลายแห่งเพื่อใช้เป็นที่ตั้งสาขาออฟฟิศเมทและบีทูเอส โดยบริษัทฯ ผูกพันที่ต้องจ่ายค่าเช่าตามอัตราและวิธีการที่กำหนดในสัญญา ดังนี้

1. ภาระผูกพันตามสัญญาเช่าดำเนินงานที่ยกเลิกไม่ได้ - ภายในหนึ่งปี เท่ากับ 209 ล้านบาท
2. ภาระผูกพันตามสัญญาเช่าดำเนินงานที่ยกเลิกไม่ได้ - หลังจากหนึ่งปีแต่ไม่เกินห้าปี เท่ากับ 203 ล้านบาท
3. ภาระผูกพันตามสัญญาเช่าดำเนินงานที่ยกเลิกไม่ได้ - หลังจาก 5 ปี เท่ากับ 20 ล้านบาท

นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทฯ ร่วม

บริษัทฯ มุ่งเน้นการลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจหลักของบริษัทฯ เพื่อให้การดำเนินธุรกิจ มีลักษณะที่ครอบคลุมและครบวงจรมีความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยการลงทุนนั้นในธุรกิจใดๆ นั้น ต้องมีส่วนที่มากพอให้บริษัทฯ เข้าร่วมบริหารจัดการและกำหนดแนวทางของธุรกิจดังกล่าวได้

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมิได้มีข้อพิพาททางกฎหมายที่ยังไม่สิ้นสุด ซึ่งอาจมีผลกระทบต่อสินทรัพย์ของบริษัทที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น และไม่มีข้อพิพาทที่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญ

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

ชื่อบริษัท	: บริษัท ซีโอดี จำกัด (มหาชน) COL 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	: หุ้นสามัญของบริษัทฯ เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ (MAI) ด้วยทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้ว 80 ล้านบาท โดยเริ่มซื้อขายวันแรกเมื่อวันที่ 28 กรกฎาคม 2553 โดยใช้ชื่อ บริษัท ออฟฟิศเมท จำกัด (มหาชน) และชื่อย่อหลักทรัพย์ “OFM” ปี 2555 บริษัทฯ ได้ออกหุ้นสามัญเพิ่มทุน 240 ล้านหุ้น รวมทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้ว 320 ล้านบาท และเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) เมื่อวันที่ 26 ธันวาคม 2555 ปี 2558 บริษัทฯ ได้มีการเปลี่ยนชื่อและดวงตราสัญลักษณ์ เป็น บริษัท ซีโอดี จำกัด (มหาชน) และใช้ชื่อย่อหลักทรัพย์ “COL”
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.ซีโอดี</u> 24 ซอยอ่อนนุช 66/1 ถนนอ่อนนุช แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร 10250 โทรศัพท์ (66) 2-739-5555 โทรสาร (66) 2-763-5555 <u>คลังสินค้า</u> 70 หมู่ที่ 2 ถนนร่วมพัฒนา แขวงลำต้อยติ่ง เขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร 10530 <u>คลังสินค้าออนไลน์</u> 888/7-8 หมู่ที่ 7 แขวงบางปลา เขตบางพลี สมุทรปราการ 10540
ผู้สอบบัญชี	: นายธนิต โสธาสถิต ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขทะเบียน 5155 บริษัท เคพีเอ็มจี ภูมิภาคไทย สอบบัญชี จำกัด โทรศัพท์ (66) 2-677-2000 โทรสาร (66) 2-677-2222
เว็บไซต์	: www.col.co.th

นิติบุคคลที่บริษัทถือหุ้นตั้งแต่ 10% ขึ้นไป

ชื่อบริษัท : บริษัท ออฟฟิศคลับ(ไทย) จำกัด
เลขทะเบียนบริษัท : 0105537143215
ประเภทธุรกิจ : ค้าปลีก
**จำนวนและชนิดของหุ้นที่จำหน่าย
ได้แล้วทั้งหมด** : หุ้นสามัญ 69,155,000 หุ้น
ที่ตั้ง : 919/555 อาคารเซาท์ทาวเวอร์ ชั้น 14 ห้อง 2-6 และ 9
ถนนสีลม แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร

ชื่อบริษัท : บริษัท เซ็นเนอร์จี อินโนเวชั่น จำกัด
เลขทะเบียนบริษัท : 0105558057016
ประเภทธุรกิจ : ค้าปลีก
**จำนวนและชนิดของหุ้นที่จำหน่าย
ได้แล้วทั้งหมด** : หุ้นสามัญ 5,000,000 หุ้น
ที่ตั้ง : 45/1 ชั้นที่ 7 ซอยสีลม 19 ถนนสีลม แขวงสีลม
เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร

ชื่อบริษัท : บริษัท ออฟฟิศพพลายคลับ จำกัด
(บริษัทย่อยทางอ้อม ถือหุ้นโดยบริษัท ออฟฟิศคลับ(ไทย) จำกัด)
เลขทะเบียนบริษัท : 0105539113917
ประเภทธุรกิจ : ค้าปลีก
**จำนวนและชนิดของหุ้นที่จำหน่าย
ได้แล้วทั้งหมด** : หุ้นสามัญ 20,000,000 หุ้น
ที่ตั้ง : 919/555 อาคารเซาท์ทาวเวอร์ ชั้น 14 ห้อง 4-6 และ 9
ถนนสีลม แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร

ชื่อบริษัท : บริษัท บีทูเอส จำกัด
เลขทะเบียนบริษัท : 0105538032743
ประเภทธุรกิจ : ค้าปลีก
**จำนวนและชนิดของหุ้นที่จำหน่าย
ได้แล้วทั้งหมด** : หุ้นสามัญ 64,000,000 หุ้น
ที่ตั้ง : 919/555 อาคารเซาท์ทาวเวอร์ ชั้น 16,17 ถนนสีลม
แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร

ชื่อบริษัท : บริษัท เมพ คอร์ปอเรชั่น จำกัด
(บริษัทย่อยทางอ้อม ถือหุ้นโดยบริษัท บีทูเอส จำกัด)
เลขทะเบียนบริษัท : 0125557004849
ประเภทธุรกิจ : ค้าปลีก
**จำนวนและชนิดของหุ้นที่จำหน่าย
ได้แล้วทั้งหมด** : หุ้นสามัญ 50,000 หุ้น
ที่ตั้ง : 99/27 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้นที่ 8 หมู่ที่ 4
ถนนแจ้งวัฒนะ ตำบลคลองเกลือ อำเภอปากเกร็ด
นนทบุรี