

3. การประกอบธุรกิจของแต่ละสายผลิตภัณฑ์

3.1 ธุรกิจที่ปรึกษาและรวบรวมระบบสารสนเทศและการสื่อสาร (System Integration Business Department : SI)

3.1.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

สายธุรกิจที่ปรึกษาและรวบรวมระบบสารสนเทศและการสื่อสาร (สายธุรกิจ SI) ดำเนินงานภายใต้บริษัท IRCP ประกอบธุรกิจด้านการให้บริการรวบรวมและพัฒนาระบบสารสนเทศและการสื่อสาร ให้คำปรึกษาและแก้ปัญหาให้กับงานด้านไอซีทีแบบครบวงจร (ICT Total Solutions) โดยการนำเสนอเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศและการสื่อสารที่ได้รับการยอมรับจากทั่วโลกให้กับลูกค้า และให้บริการแบบใช้งานได้ทันที (Turnkey Solution) ทั้งนี้บริษัทจะเป็นผู้รับเหมางานทั้งหมดแบบครบวงจร ใน 2 ประเภทใหญ่ ๆ กล่าวคือ

3.1.1.1 รวบรวมทั้งระบบสารสนเทศ ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

1) ฮาร์ดแวร์ ได้แก่ คอมพิวเตอร์แม่ข่าย (Server) คอมพิวเตอร์ลูกข่าย (PC, Notebook) อุปกรณ์ Network สายสัญญาณ

2) ซอฟต์แวร์ ได้แก่ ซอฟต์แวร์โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับงานต่าง ๆ เช่น ERP, CRM, Billing, Portail, EAI, และ Business Intelligence รวมถึงการจัดทำระบบ การพัฒนา การติดตั้ง การบริหารโครงการฝึกอบรม ทั้งด้านเทคนิค และการใช้งาน และการ Outsourcing ระบบงานด้านไอซีที ได้แก่ การบริหารดูแลระบบคอมพิวเตอร์ โดยเจ้าหน้าที่ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะ ในปัจจุบันสายธุรกิจ SI ได้เป็นตัวแทนให้กับสินค้าซอฟต์แวร์ต่างๆ อาทิเช่น SAS, ORACLE, IBM Ultimus เป็นต้น นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังเป็น Certified Partner ของไมโครซอฟต์ ซึ่งบริษัทจะได้รับสิทธิประโยชน์จากการเป็น Microsoft Certified Partner ดังนี้

1. สิทธิพิเศษในการเข้าไปดู Microsoft partner website ที่ให้ข้อมูลต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ในการวางแผนทางธุรกิจ
 2. สิทธิใน License สินค้าของ Microsoft ที่สามารถนำมาใช้ในองค์กร หรือใช้เพื่อการทดลอง ศึกษา และทดสอบต่างๆ
 3. สิทธิในเรื่องของความรู้ที่จะได้จาก MSDN and TechNet subscriptions, Partner Guides และอื่น ๆ
 4. สิทธิในการรับข่าวสาร Update โปรโมชัน หรือข้อมูลอื่นๆที่ทาง Microsoft แจ้งให้ทราบก่อนใคร เป็นต้น
- ทั้งนี้ บริษัทฯ จะต้องส่งเจ้าหน้าที่เพื่อไปรับการฝึกอบรมและเข้ารับการทดสอบความรู้ในแต่ละด้าน (Certified Engineering) เพื่อที่จะดำรงคุณสมบัติในการเป็น Certified Partner ของ Microsoft

การที่บริษัทฯ ได้รับสิทธิประโยชน์ข้างต้น รวมทั้งข้อกำหนดในการดำรงสถานะทำให้บริษัทฯ สามารถพัฒนาบุคลากรให้ทันต่อเทคโนโลยีตลอดเวลา และสามารถแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าได้อย่างมีคุณภาพและตรงตามความต้องการอย่างรวดเร็ว

3.1.1.2 ธุรกิจด้านการให้บริการรวบรวมระบบสื่อสารโทรคมนาคม

โดยการนำเสนอเทคโนโลยีระบบสื่อสารโทรคมนาคมที่ทันสมัยในแบบ Turnkey solution ได้แก่ ระบบเชื่อมโยงสัญญาณความเร็วสูงผ่านสายใยแก้วนำแสง (SDH), ระบบดิจิทัลไมโครเวฟลิงค์, ระบบบรอดแบนด์อินเทอร์เน็ต และอุปกรณ์ Access ปลายทางต่างๆ โดยการเลือกสรรผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่ยอมรับจากทั่วโลก



รายละเอียดผลิตภัณฑ์

| ตราผลิตภัณฑ์ | รุ่น/แบบของผลิตภัณฑ์ | คุณสมบัติ/กลุ่มลูกค้า |
|-----------------|--|--|
| Microsoft | ลิขสิทธิ์ซอฟต์แวร์ (License) | ลิขสิทธิ์ซอฟต์แวร์สำหรับหน่วยงานต่าง ๆ |
| SAS | Business Intelligent / Datawarehouse | สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลองค์กร |
| Ultimus | Enterprise | สำหรับการพัฒนาระบบงาน (Workflow) |
| Oracle | ซอฟต์แวร์ประยุกต์ | สำหรับการเก็บฐานข้อมูลขององค์กร |
| SAP | ซอฟต์แวร์ประยุกต์ | สำหรับการจัดการและบริหารองค์กร |
| SUN | คอมพิวเตอร์ส่วนกลาง (Server) | สำหรับหน่วยงานขนาดใหญ่ |
| IBM | คอมพิวเตอร์ส่วนกลาง (Server) คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (PC) | สำหรับหน่วยงานขนาดใหญ่ |
| Powell | คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (PC) | สำหรับหน่วยงานขนาดใหญ่ |
| Hewlett Packard | คอมพิวเตอร์ส่วนกลาง (Server) คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (PC) อุปกรณ์เก็บข้อมูลคอมพิวเตอร์ (Storage) เครื่องพิมพ์ (Printer) | สำหรับหน่วยงานขนาดใหญ่ |
| MPP | คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (PC) | สำหรับหน่วยงานขนาดใหญ่ |
| Acer | คอมพิวเตอร์ส่วนกลาง (Server) คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (PC) | สำหรับหน่วยงานขนาดใหญ่ |
| Fujitsu | คอมพิวเตอร์แบบสมุดบันทึก (Notebook) เครื่องพิมพ์แบบดอทเมตริกซ์ (Dot Printer) | สำหรับหน่วยงานขนาดใหญ่ |
| EMC | อุปกรณ์เก็บข้อมูลคอมพิวเตอร์ (Storage) | สำหรับหน่วยงานขนาดใหญ่ |
| Storagetek | อุปกรณ์เก็บข้อมูลคอมพิวเตอร์ (Storage & Tape Backup) | สำหรับหน่วยงานขนาดใหญ่ |
| Lexmark | เครื่องพิมพ์แบบหมึกฉีด (Inkjet Printer) | สำหรับหน่วยงานขนาดใหญ่ |
| Epson | เครื่องพิมพ์แบบดอทเมตริกซ์ (Dot Printer) | สำหรับหน่วยงานขนาดใหญ่ |
| Samsung | เครื่องพิมพ์แบบหมึกฉีด (Inkjet Printer) | สำหรับหน่วยงานขนาดใหญ่ |
| Enterasys | ระบบรักษาความปลอดภัยในเครือข่าย (Network Security) | สำหรับหน่วยงานขนาดใหญ่ |
| Fortinet | ระบบรักษาความปลอดภัยในเครือข่าย (Network Security) | สำหรับหน่วยงานขนาดใหญ่ |
| SIAE | อุปกรณ์ดิจิทัลออลไมโครเวฟลิงค์ | สำหรับหน่วยงานขนาดใหญ่ |
| FiberHome | อุปกรณ์สื่อสัญญาณความเร็วสูง (SDH) | สำหรับหน่วยงานขนาดใหญ่ |



| ตราผลิตภัณฑ์ | รุ่น/แบบของผลิตภัณฑ์ | คุณสมบัติ/กลุ่มลูกค้า |
|--------------|---|------------------------|
| Loop Telecom | อุปกรณ์สื่อสัญญาณความเร็วสูง (SDH) และ Access Mux | สำหรับหน่วยงานขนาดใหญ่ |
| BROWAN | อุปกรณ์ Wi-fi solutions | สำหรับหน่วยงานขนาดใหญ่ |
| Air Span | อุปกรณ์ WiMax solutions | สำหรับหน่วยงานขนาดใหญ่ |

โดยที่ผ่านมาจากสายธุรกิจ SI มีผลงานที่โดดเด่นและมีประสบการณ์ในการทำโครงการใหญ่หลายโครงการจนเป็นที่ยอมรับในวงการอย่างกว้างขวาง เช่น

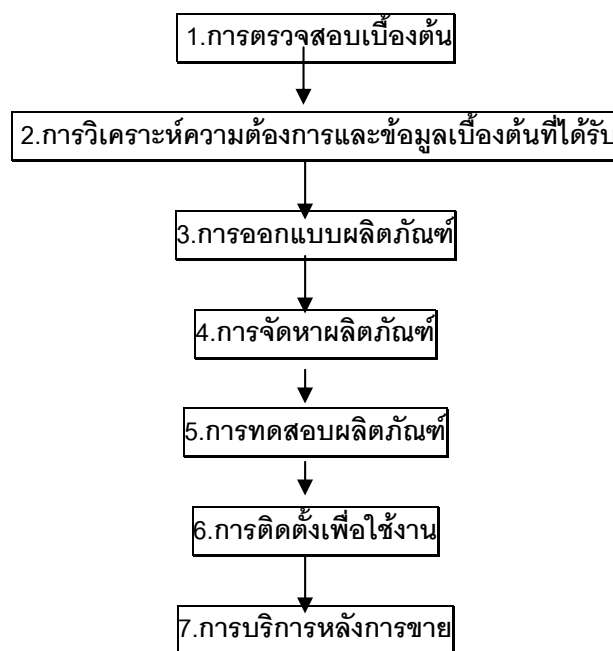
| ชื่อโครงการ | หน่วยงาน | มูลค่าโครงการ (ล้านบาท) | ปี พ.ศ. |
|--|--|-------------------------|---------|
| Printer 762 ชุด | การไฟฟ้านครหลวง | 8.89 | 2551 |
| ระบบ Data Warehouse / Data Mining | บมจ. กสท โทรคมนาคม | 178.4 | 2550 |
| Credit Approval Workflow | Thai Auto Sales | 6.28 | 2549 |
| โครงการ 50 เขต | กรุงเทพมหานคร | 55 | 2548 |
| ระบบ ERP | บมจ การบินไทย (ฝ่ายช่าง) | 470 | 2548 |
| ครุภัณฑ์คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ | กรมที่ดิน กระทรวงมหาดไทย | 43 | 2548 |
| ระบบ Software Develop IT | รถไฟฟ้ามหานคร | 8.8 | 2548 |
| ระบบ ERP | บมจ. กสท โทรคมนาคม | 157 | 2547 |
| ระบบห้องประชุม | กรมสรรพากร | 78 | 2547 |
| จำหน่ายลิขสิทธิ์ซอฟต์แวร์ | SUMITOMO MITSUI BANK | 2.4 | 2547 |
| ครุภัณฑ์คอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์ | การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย | 6.42 | 2546 |
| ครุภัณฑ์คอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์ | การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย | 33 | 2546 |
| ลิขสิทธิ์ซอฟต์แวร์ | การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย | 7 | 2546 |
| ระบบ Database Server | การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย | 5 | 2546 |
| ครุภัณฑ์คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ | บมจ. กสท โทรคมนาคม | 8 | 2546 |
| ครุภัณฑ์คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ | กรมสรรพากร | 3 | 2546 |
| ครุภัณฑ์คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ | การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย | 3.57 | 2546 |
| ครุภัณฑ์คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ (โครงการสลากแบบเลขท้าย 2 ตัว) | บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด | 3 | 2546 |
| ครุภัณฑ์คอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์ | สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า คุณทหารลาดกระบัง | 5.4 | 2546 |



นอกจากให้บริการจัดหาและรวบรวมระบบคอมพิวเตอร์แล้ว สายธุรกิจ SI ยังให้บริการหลังการขายโดยรับประกันระบบคอมพิวเตอร์ตามระยะเวลาที่ตกลงกับลูกค้า ซึ่งโดยทั่วไปจะรับประกันอยู่ในช่วงเวลา 1-3 ปี โดยให้บริการถึงสถานที่ของลูกค้า (Onsite Service) โดยแบ่งการบริการออกเป็น 2 ลักษณะ ตามความต้องการของลูกค้า ได้แก่

1. Corrective maintenance คือ การให้บริการต่อเมื่อเกิดปัญหาระบบให้กับลูกค้า
2. Preventive maintenance คือ การให้บริการตรวจเช็คระบบทุก ๆ ช่วงเวลาที่ลูกค้ากำหนด เช่น 3 เดือน 6 เดือน เป็นต้น

ขั้นตอนการทำงานของสายธุรกิจ SI มีดังนี้

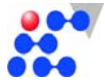


1. การตรวจสอบเบื้องต้น

ขั้นตอนแรกของกระบวนการทำงานเริ่มจากการตรวจสอบเบื้องต้นโดยระบุปัญหาของลูกค้า และพยายามศึกษาถึงความเป็นไปได้ทางเทคนิคและอุปกรณ์ ความเป็นไปได้ในทางการปฏิบัติ งบประมาณของลูกค้า และระยะเวลาที่ต้องปฏิบัติงาน โดยอาจจะศึกษาเพื่อเข้าทำการประมูลหรือขายตรง

2. การวิเคราะห์ความต้องการและข้อมูลเบื้องต้นที่ได้รับ

ขั้นตอนนี้จะมุ่งเน้นการกำหนดความต้องการของผู้ใช้ การศึกษาด้านโปรแกรมประยุกต์ การประเมินจุดอ่อน จุดแข็งของวิธีการทำงาน ซึ่งจะแตกต่างกันตามประเภทของธุรกิจ เพื่อให้เกิดความเข้าใจและสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง



3. การออกแบบผลิตภัณฑ์

หลังจากการวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าแล้ว สายธุรกิจ SI จะทำการออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยอาศัยข้อมูลที่ได้จากการศึกษา และวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าโดยมีทีมงานทางด้านวิศวกรรมคอมพิวเตอร์ และวิศวกรรมสื่อสารโทรคมนาคม ที่มีความรู้ความชำนาญในการออกแบบผลิตภัณฑ์เป็นผู้ออกแบบและตรวจสอบ พร้อมกับนำเสนอให้กับลูกค้าเป้าหมาย

4. การจัดหาผลิตภัณฑ์

จากนั้นสายธุรกิจ SI จะทำการเสนอหรือเข้าประกวดราคากับหน่วยงานต่าง ๆ โดยวิธีการจัดหาสินค้า อาจเลือกสินค้าที่สายธุรกิจ SI เป็นตัวแทนจำหน่ายหรือสินค้าจากพันธมิตรที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ขึ้นกับความต้องการของลูกค้าแต่ละราย โดยการเสนอหรือเข้าประกวดราคาจะประกอบด้วยข้อเสนอทางเทคนิคและข้อเสนอทางด้านราคา นอกจากนี้ งานที่ได้มาบางส่วนจะทำการจ้างบริษัทภายนอกเข้ามาปฏิบัติงานต่อ (Outsourcing) ในกรณีที่ต้องการผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านหรือสายธุรกิจ SI พิจารณาแล้วว่ามีมูลค่ามากกว่าที่จะทำงานนั้นเอง ตัวอย่างงานที่ให้ผู้อื่นมาช่วยทำ เช่น การให้บริการต่อเมื่อเกิดปัญหาทางด้านระบบกับทางลูกค้า (Corrective maintenance) สำหรับลูกค้าที่อยู่ต่างจังหวัด เป็นต้น

5. การทดสอบผลิตภัณฑ์

ขั้นตอนนี้จะเป็นการทำการทดสอบการทำงานของผลิตภัณฑ์ หมายถึง ทั้งด้านอุปกรณ์ฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ และการทำงานกับผู้ใช้จริง เพื่อค้นหาว่าผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการพัฒนาแล้วสามารถทำงานได้จริงหรือไม่ ถ้าไม่สามารถทำได้ตามความต้องการของลูกค้า ทางทีมงานจะทำการแก้ไขเปลี่ยนแปลงระบบจนสามารถใช้งานได้ถูกต้อง จึงจะผ่านการตรวจรับงานจากทางลูกค้า

6. การติดตั้งเพื่อใช้งาน

ทางสายธุรกิจ SI จะส่งมอบผลิตภัณฑ์และดำเนินการติดตั้ง เพื่อให้สามารถใช้งานได้ตามวัตถุประสงค์ของลูกค้า พร้อมกับจัดอบรมให้แก่ลูกค้าจนสามารถใช้งานได้

7. การบริการหลังการขาย

ภายหลังส่งมอบงานให้กับลูกค้า ทางสายธุรกิจ SI จัดให้มีการบริการหลังการขาย ได้แก่ การให้บริการบำรุงรักษา โดยให้บริการลูกค้าอย่างใกล้ชิดในระหว่างที่อยู่ในช่วงรับประกันสินค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในคุณภาพสินค้า ซึ่งสามารถขยายผลไปสู่การทำสัญญาบำรุงรักษากับลูกค้าในปีต่อไปหลังจากหมดช่วงการรับประกันสินค้า

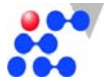
3.1.2 การตลาดและภาวะการแข่งขัน

3.1.2.1 การตลาด

กลยุทธ์การแข่งขัน

(1) ด้านสินค้าและบริการ

สายธุรกิจ SI ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียง เช่น SAS, Ultimus, Microsoft (เป็น Certified Partner) โดยสินค้าของบริษัทฯ มีคุณภาพ ได้รับการยอมรับอย่างสูงจากลูกค้า นอกจากนี้ ทางสายธุรกิจ SI ยังมีจุดเด่นในการสร้างความแตกต่างในการนำเสนอเทคโนโลยีที่ดีที่สุด (Solution) ในการแก้ไขปัญหาให้กับ



ลูกค้า มีความชำนาญและมีศักยภาพในการบริหารโครงการ มีทีมงานที่มีประสบการณ์ในการพัฒนาซอฟต์แวร์ รวมถึงมีทีมงานพัฒนาซอฟต์แวร์จากสายธุรกิจ ISD ซึ่งให้การสนับสนุนในกรณีที่ต้องการผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าโดยเฉพาะสินค้าของบริษัทฯ จะรับประกันเป็นระยะเวลาตามที่ตกลงกับลูกค้า นอกจากนี้ทางทีมงานเน้นการให้ความสำคัญและใส่ใจในความต้องการของลูกค้าโดยเฉพาะด้านคุณภาพการให้บริการก่อนและหลังการขายในเวลาอันรวดเร็ว โดยทีมงานจะต้องเข้าใจในธุรกิจเพื่อนำเสนอสินค้าและบริการที่ดีที่สุด การส่งมอบตรงเวลาทำให้บริษัทฯ มีชื่อเสียงที่ดีและได้รับการยอมรับจากลูกค้าเสมอมา

(2) ด้านพนักงาน

บริษัทฯ มีนโยบายที่จะพัฒนาตนเองให้ทันเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เปลี่ยนแปลงไปอยู่เสมอเพื่อให้มีความสามารถแนะนำและรองรับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของลูกค้าและตลาด จึงเน้นพัฒนาคุณภาพของพนักงานรวมถึงการทำงานเป็นทีม การรับรู้และการปรับตามการเคลื่อนไหวของธุรกิจไอซีทีอย่างทัน่วงที่และต่อเนื่องส่วนหนึ่งได้จากการเป็น Certificate Partner จากเจ้าของผลิตภัณฑ์ ทำให้ทีมงานมีความยืดหยุ่นในการทำงานสามารถปรับตัวให้สอดคล้องกับ ความเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีได้อย่างดี โดยทีมงานของ SI มีบุคลากรที่ได้รับประกาศนียบัตรผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีจาก Microsoft และผู้เชี่ยวชาญด้านผลิตภัณฑ์จาก IBM และ EMC ที่สามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(3) ด้านการบริหารต้นทุน

สายธุรกิจ SI เน้นการบริหารต้นทุนการขายและการให้บริการเพื่อให้ได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน โดยยังรักษาคุณภาพสินค้าและบริการให้ได้ตามมาตรฐานโลก นอกจากนี้ สายธุรกิจ SI เน้นการบริหารความสัมพันธ์กับคู่ค้า และเจ้าของผลิตภัณฑ์เพื่อให้สามารถซื้อสินค้าได้ในราคาที่ต่ำ เข้าใจในตัวสินค้าต่าง ๆ เป็นอย่างดีและมีความหลากหลายของสินค้า ทำให้สามารถนำเสนอสินค้าให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า และได้รับการคัดเลือกเป็นผู้ชนะการประมูลและสามารถแข่งขันกับองค์กรอื่นได้ในระยะยาว

(4) ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า

สายธุรกิจ SI มีการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าโดยการทำความเข้าใจลูกค้าค้นหาความต้องการและทำการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า ทำให้มีโอกาสรับงานจากลูกค้ารายเดิมเพิ่มขึ้น ทางสายธุรกิจ SI มีอัตราได้รับงานซ้ำจากลูกค้ารายเดิมสูงถึงร้อยละ 80

ลักษณะของกลุ่มลูกค้าและช่องทางการจัดจำหน่าย

ทางสายธุรกิจ SI มีการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ชัดเจน คือ หน่วยงานราชการและรัฐวิสาหกิจ โดยเฉพาะหน่วยงานขนาดใหญ่ เช่น บมจ. กสท โทรคมนาคม บมจ. ทศท คอร์ปอเรชั่น บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด การไฟฟ้าฝ่ายผลิต การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค การไฟฟ้านครหลวง เป็นต้น เนื่องจากหน่วยงานเหล่านี้มีงบประมาณในการลงทุนทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศค่อนข้างสูงเพื่อใช้ในการปรับปรุงการทำงานให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ บริษัทฯ มีจุดแข็งในด้านความรู้ ความชำนาญและประสบการณ์ที่ยาวนานมากกว่า 22 ปี ในธุรกิจนี้ จึงทำให้ลูกค้ากลุ่มนี้มีความมั่นใจในการเลือกให้บริษัทฯ เป็นผู้ดำเนินการ



รายได้ส่วนใหญ่ของสายธุรกิจ SI มาจากภาครัฐและรัฐวิสาหกิจซึ่งทางสายธุรกิจ SI จะเข้าไปทำการประกวดราคา ขั้นตอนโดยทั่วไปจะให้พนักงาน Pre-Sale เข้าไปทำแนะนำทางด้านเทคนิค และระบบใหม่ ๆ ให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเห็นความสำคัญและประโยชน์ของการใช้ระบบต่าง ๆ ในการทำงาน จากนั้นหากลูกค้ามีความสนใจสินค้าและบริการ ทางสายงานจะจัดส่งพนักงานขายเข้าไปเจรจาต่อรองด้านราคาและเซ็นสัญญาโครงการเพื่อทำการประกวดราคาหรือปิดงานต่อไป โดยมีเป้าหมายสัดส่วนรายได้จากลูกค้าภาครัฐและรัฐวิสาหกิจร้อยละ 70 และภาคเอกชนร้อยละ 30 และโครงการที่บริษัทฯ ประมูลงานได้คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 75 ของโครงการทั้งหมดที่เข้าร่วมประมูล

| กลุ่มลูกค้า | สัดส่วนรายได้ (ร้อยละ) |
|----------------------|------------------------|
| ราชการและรัฐวิสาหกิจ | 70 |
| เอกชน | 30 |
| รวม | 100 |

3.1.2.2 ภาวะการแข่งขันและแนวโน้มอุตสาหกรรม

ภาพรวมของอุตสาหกรรม

| ตลาดรวมของธุรกิจสารสนเทศในประเทศไทย | มูลค่า (ล้านบาท) | | อัตราเติบโต (มูลค่า Y/Y (%)) | |
|-------------------------------------|------------------|---------|------------------------------|-----------|
| | 2548 | 2549/F | 2547/2548 | 2548/2549 |
| 1 ตลาดฮาร์ดแวร์ | 63,381 | 71,112 | 25 | 12 |
| 2 ตลาดซอฟต์แวร์ | 41,435 | 50,917 | 27 | 23 |
| 3 ตลาดบริการด้านคอมพิวเตอร์ | 6,729 | 7,738 | 15 | 15 |
| 4 ตลาดอุปกรณ์สื่อสาร | 309,858 | 363,286 | na | 17 |
| ตลาดรวมธุรกิจสารสนเทศ | 421,403 | 493,053 | na | 17 |
| ตลาดรวมธุรกิจไอที | 125,534 | 149,229 | 30 | 19 |

ที่มา : จัดทำโดยสำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (SIPA) และสมาคมอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศไทย

สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (ซิป้า) สมาคมอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศไทย (ATCI) ได้จัดให้มีการสำรวจตลาดเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (Information and Telecommunication Technology : ICT) ของประเทศไทยปี 2548 ขึ้น โดยมอบให้เนคเทคร่วมกับสำนักงานสถิติแห่งชาติทำการสำรวจเพื่อประเมินมูลค่าตลาด ICT ซึ่งครอบคลุม 4 ตลาดหลักคือ ตลาดฮาร์ดแวร์ ตลาดซอฟต์แวร์ ตลาดบริการด้านคอมพิวเตอร์ และตลาดอุปกรณ์สื่อสาร โดยการสำรวจดังกล่าว มีขึ้นในระหว่างเดือนกันยายน – ตุลาคม 2548

ผลการสำรวจตลาด ดังแสดงในตาราง พบว่า ตลาด ICT มีมูลค่ากว่า 4.2 แสนล้านบาท (422,629 ล้านบาท) ตลาดสื่อสารมีมูลค่ากว่าร้อยละ 70 ของตลาด ในขณะที่ตลาด IT มีมูลค่าคิดเป็นร้อยละ 30 หรือ 1.26 แสนล้านบาท (125,667 ล้านบาท) โดยตลาดฮาร์ดแวร์ถือครองส่วนแบ่งสูงที่สุดอยู่ที่ร้อยละ 50.49 ในขณะที่ตลาดซอฟต์แวร์มีอัตรา



การเติบโตสูงสุดอยู่ที่ร้อยละ 27 ในส่วนของตลาดบริการด้านคอมพิวเตอร์ซึ่งมีการสำรวจกลุ่มธุรกิจใน 5 กิจกรรม ได้แก่ การให้เช่าคอมพิวเตอร์ การให้คำปรึกษาด้านฮาร์ดแวร์ การให้บริการด้านการประมวลผลข้อมูล การให้บริการกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับฐานข้อมูล และกิจกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับคอมพิวเตอร์ พบว่ามีมูลค่าตลาด 6,729 ล้านบาท โดยกลุ่มบริการให้คำปรึกษาด้านฮาร์ดแวร์ ซึ่งรวมถึงกิจกรรมติดตั้งและการวางระบบด้วยนั้นมีสัดส่วนมากที่สุดมีมูลค่า 5,167 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 76.79 ของตลาด ส่วนในตลาดสื่อสารนั้นมีมูลค่าอยู่ที่ 3 แสนล้านบาท (309,858 ล้านบาท) โดยตลาดด้านการบริการ (Service) ถือครองสัดส่วนถึงร้อยละกว่า 80 ของตลาด มีมูลค่าคิดเป็น 2.46 แสนล้านบาท (245,665 ล้านบาท) ตัวขับเคลื่อน การเจริญเติบโตหลักอยู่ในกลุ่มของการบริการด้านเสียง (Voice) โดยเฉพาะจากส่วนของการบริการอินเทอร์เน็ต การบริการด้านบรอดแบนด์ที่มีการเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว

บริษัทฯ มีความเชื่อมั่นว่าธุรกิจด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นธุรกิจที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องใน 10 ปีที่ผ่านมา มีอัตราการเติบโตอยู่ในช่วงร้อยละ 15 -25 ต่อปีอย่างสม่ำเสมอและมีโอกาสที่เติบโตสูงต่อไปในอนาคต จะเห็นได้จากจำนวนคอมพิวเตอร์ต่อประชากรของประเทศไทยยังอยู่ในระดับที่ต่ำคือ ร้อยละ 10 เมื่อเทียบกับประเทศเพื่อนบ้าน เช่น มาเลเซีย และเกาหลี อีกทั้งนโยบายของรัฐบาลที่ส่งเสริมธุรกิจนี้อย่างชัดเจนจากการตั้งกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี รวมถึงการที่รัฐบาลได้จัดทำแผนแม่บทเทคโนโลยีสารสนเทศของประเทศไทย โดยมุ่งเน้นให้รัฐบาลและเอกชนนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ให้เกิดประโยชน์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกระทรวง ทบวง กรม ต่าง ๆ เพื่อเป็นโครงการนำร่องเพื่อส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมไอที โดยมีโครงการหลัก เช่น เทคโนโลยีเพื่อการพัฒนาด้านภาครัฐหรือโครงการรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (e-Government), เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการพัฒนาด้านการพาณิชย์ (e-Commerce), การพัฒนาด้านอุตสาหกรรม (e-Industry), การศึกษา (e-Education) และด้านสังคม (e-Society) และนอกจากนี้ยังสนับสนุนสินค้าซอฟต์แวร์เป็นสินค้าหลักหนึ่งในห้าของประเทศไทยจึงเป็นเครื่องยืนยันได้ว่าตลาดรวมของธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศจะยังคงมีแนวโน้มที่จะเติบโตอย่างต่อเนื่องต่อไป

ภาวะการแข่งขันของสายที่ปรึกษาและรวบรวมระบบ (SI)

ในปัจจุบันองค์กรต่าง ๆ ให้ความสำคัญในการใช้ไอทีเข้าไปเสริมสร้างประสิทธิภาพในการทำงานมากขึ้น โดยเฉพาะองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ ซึ่งมีแนวโน้มที่จะใช้บริการจากผู้ชำนาญธุรกิจที่ปรึกษาและรวบรวมระบบคอมพิวเตอร์มากขึ้น เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการพัฒนาระบบงานสารสนเทศภายในองค์กรตนเอง นอกจากนี้ ในด้านผู้ผลิตก็มีการพัฒนาสินค้าและเทคโนโลยีใหม่ ๆ อยู่ตลอดเวลาเพื่อเป็นการกระตุ้นตลาดและตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ที่มีความต้องการระบบที่จะสามารถช่วยทำงานและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันเชิงธุรกิจ ซึ่งนับเป็นโอกาสสำหรับสายธุรกิจ SI ในการขยายธุรกิจ ทำให้แนวโน้มของธุรกิจที่ปรึกษาและรวบรวมระบบคอมพิวเตอร์ยังมีอัตราการเจริญเติบโตที่ดีอย่างต่อเนื่อง ภาวะการแข่งขันในปัจจุบันค่อนข้างสูง โดยมีบริษัทคู่แข่งซึ่งทำธุรกิจและมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ใกล้เคียงกันได้แก่ บริษัท ซีดีจี ซิสเต็มส์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทในเครือของบริษัท ซีดีจี กรุ๊ป จำกัด บริษัท สยามเทลเทคคอมพิวเตอร์ จำกัด บริษัท สามารถ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เป็นต้น ซึ่งแต่ละบริษัทจะมีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์เฉพาะด้านต่างกันไปโดยที่บริษัทฯ มีจุดแข็งในด้านประสบการณ์ในธุรกิจที่มีกว่า 22 ปี ทำให้เข้าใจความต้องการของลูกค้า เข้าใจในธุรกิจและมีความเชี่ยวชาญในระบบงานของลูกค้าและมีประวัติการทำงานซึ่งเป็นคุณสมบัติหนึ่งที่ภาคีรัฐบาลกำหนดทำให้บริษัทฯ ได้เปรียบในเชิงการแข่งขันสามารถมีลูกค้าเพิ่มมากขึ้น



3.1.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

เนื่องจากสายธุรกิจ SI ดำเนินงานโดยให้คำปรึกษาและรวบรวมระบบให้กับลูกค้า ดังนั้น วิธีการจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการจึงเป็นส่วนหนึ่งของขั้นตอนในการทำงานขั้นตอนที่ 4 โดยมีรายละเอียด ดังนี้

สายธุรกิจ SI จะทำการสั่งซื้อสินค้าที่ต้องรวบรวมให้กับลูกค้าเมื่อได้รับการสั่งซื้อจากลูกค้าแล้ว โดยไม่มีการเก็บสินค้าคงเหลือ การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ สามารถแบ่งได้เป็นดังนี้

อุปกรณ์ฮาร์ดแวร์ อุปกรณ์ฮาร์ดแวร์ทั้งหมดสั่งซื้อจากคู่ค้า (Partner) ในประเทศไทย เช่น คอมพิวเตอร์ ส่วนกลาง คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ อุปกรณ์สำรองข้อมูล เป็นต้น โดยบริษัทคู่ค้าที่สำคัญ เช่น บริษัท เดอะแวลู ซิสเต็มส์ จำกัด บริษัท อินแกรม ไมโคร คอมพิวเตอร์ จำกัด เป็นต้น

ซอฟต์แวร์ หากเป็นซอฟต์แวร์ที่เป็นตัวแทนจำหน่ายเอง จะจัดหาโดยการติดต่อเป็นผู้แทนของซอฟต์แวร์นั้น ๆ โดยจ่ายค่าสัญญาการเป็นตัวแทนจำหน่ายให้กับบริษัทผู้ผลิต โดยจ่ายค่าลิขสิทธิ์ตามยอดขาย หากต้องการผู้เชี่ยวชาญในการพัฒนาและติดตั้ง บริษัทฯ จะนำสายธุรกิจ ISD มาพัฒนาและติดตั้ง

การให้บริการ มีการให้บริการด้วยตนเองหรือมีการใช้ผู้เชี่ยวชาญจากผู้ผลิตร่วม รวมถึงการซื้อบริการต่อจากผู้ให้บริการอื่น (Outsource) โดยสายธุรกิจ SI มีปัจจัยในการพิจารณาเลือกบริษัทที่ทำซื้อบริการต่อ คือ ราคาและความชำนาญสำหรับงานนั้น ๆ

สำหรับบุคลากรของสายธุรกิจ SI ที่ผ่านมามีบุคลากรผู้มีความเชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ ที่อยู่กับบริษัทฯ มาอย่างยาวนานและสามารถให้คำแนะนำและพัฒนาพนักงานรุ่นใหม่ ๆ เพื่อให้สามารถทำงานให้กับบริษัทฯ ได้อย่างมีประสิทธิภาพได้ในระยะเวลาอันรวดเร็ว โดยสายธุรกิจ SI สามารถจัดหาบุคลากรได้จากในสายอุตสาหกรรมไอทีทั่วไปและจากการพัฒนาผู้สำเร็จการศึกษาใหม่ ๆ ในสาขาที่เกี่ยวข้องกัน ในปัจจุบันมีบุคลากรทั้งสิ้นจำนวน 70 คน โดยบุคลากรมีประกาศนียบัตรผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีจากบริษัทเจ้าของสินค้า และผู้เชี่ยวชาญด้านผลิตภัณฑ์จาก IBM, EMC นอกจากนี้ ยังมีบุคลากรผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ทั้งด้านการออกแบบ ด้านเทคโนโลยี รวมถึงการตลาดอีกด้วย

โดยทั่วไป การประมูลงานทางภาครัฐราชการและรัฐวิสาหกิจ ในขั้นตอนแรกจะต้องมีการวางหนังสือค้ำประกันการประมูลงาน (Bid Bond) เพื่อทำการประมูลงาน หลังจากนั้นเมื่อได้รับการเซ็นสัญญาแล้ว บริษัทฯ จะต้องนำหนังสือค้ำประกันการรับเงินล่วงหน้า (Advance Payment Bond) มาค้ำประกัน โดยที่บริษัทฯ จะได้รับเงินประมาณร้อยละ 10-15 ของโครงการเพื่อนำมาเป็นเงินทุนหมุนเวียน และทางบริษัทฯ จะต้องวางหนังสือค้ำประกันสัญญา (Performance Bond) เพื่อรับประกันว่าบริษัทฯ จะทำงานจนเสร็จสิ้นโครงการซึ่งมีระยะเวลาเฉลี่ย 6 เดือนถึง 2 ปี หลังจากทำงานเสร็จสิ้นแล้ว บริษัทฯ อาจจะต้องวางหนังสือค้ำประกันผลงาน (Retention Bond) เพื่อรับประกันผลงานต่อไปอีกประมาณ 1-2 ปี ขึ้นกับความต้องการของลูกค้า ซึ่งทำให้บริษัทฯ ต้องการเงินทุนหมุนเวียนและวงเงินจากสถาบันการเงินเพื่อการขยายงานและประมูลโครงการที่มีมูลค่ามากขึ้น ดังนั้น การที่บริษัทฯ ออกและเสนอขายหุ้นสามัญแก่บุคคลโดยเฉพาะเจาะจงตามมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นเมื่อวันที่ 17 กันยายน 2547 จะช่วยให้บริษัทฯ มีเงินทุนหมุนเวียนเพิ่มขึ้นและเพิ่มความสามารถในการประมูลโครงการได้มากขึ้น



3.2 สายธุรกิจระบบเครือข่ายสารสนเทศ (Network Business Department : NW)

3.2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

สายธุรกิจ NW ดำเนินงานภายใต้บริษัท IRCP ประกอบธุรกิจให้บริการรวบรวม และติดตั้งระบบเครือข่ายสื่อสารข้อมูล ระบบป้องกันและรักษาความปลอดภัย และการบริหารเครือข่ายสื่อสารข้อมูล ให้กับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐบาล รัฐวิสาหกิจ และหน่วยงานเอกชน โดยระบบเครือข่ายหลักที่สายธุรกิจ NW จำหน่ายและให้บริการสามารถสรุปได้ ดังต่อไปนี้

(ก) *เครือข่ายแลน (Local Area Network ตัวย่อคือ LAN)* คือ ระบบที่สามารถนำเครื่องคอมพิวเตอร์หลายเครื่องมาเชื่อมต่อกันด้วยระบบสื่อสารข้อมูล เพื่อให้ผู้ใช้คอมพิวเตอร์สามารถส่งข้อมูล ข่าวสาร ไปรษณีย์ อิเล็กทรอนิกส์ แฟ้มข้อมูล และข้อมูลภาพและเสียงถึงกันได้ โดยที่ LAN เป็นเครือข่ายจำกัดเฉพาะบริเวณ ส่วนมากเป็นเครือข่ายของคอมพิวเตอร์และการสื่อสาร ที่เชื่อมต่อกันในระยะที่ไม่ไกลกันมากนัก เช่น ภายในอาคาร บริเวณโรงงาน มหาวิทยาลัย หรือวิทยาเขต โดยระบบที่สายธุรกิจ NW ให้บริการจะเน้นหนักเป็นลักษณะของระบบเครือข่ายหลักที่เป็นหัวใจหลักขององค์กร (Core Network หรือ Back Bone Network) ซึ่งเป็นระบบหลักที่จะทำให้สามารถเชื่อมต่อกับระบบย่อย ๆ ภายในหน่วยงานต่าง ๆ ขององค์กร ที่มีการใช้เครือข่ายคอมพิวเตอร์ประเภทนี้ภายในหน่วยงาน

(ข) *เครือข่ายแวน (Wide Area Network ตัวย่อคือ WAN)* คือ เครือข่ายบริเวณกว้าง โดยทั่วไปเป็นเครือข่ายที่เชื่อมระบบคอมพิวเตอร์ของสำนักงาน หรือหน่วยงานต่าง ๆ เข้าด้วยกันไม่ว่าจะมีพื้นที่ที่ตั้งอยู่ในจังหวัดเดียวกันหรือต่างจังหวัดกัน เช่น ระบบเครือข่ายของธนาคารที่มีสาขาทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด เป็นต้น ทั้งนี้ NW ยังมีอุปกรณ์และโปรแกรมในการบริหารเครือข่ายทั้ง LAN และ WAN เพื่อให้การดูแลรักษา วิเคราะห์ปัญหา และซ่อมแซมแก้ไขเหตุขัดข้องได้รวดเร็ว และช่วยในการวางแผนงานขยายเครือข่ายในอนาคตได้อีกขึ้นหนึ่งด้วย

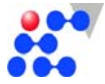
(ค) *ระบบป้องกันและรักษาความปลอดภัย (Preventive And Security System)* คือ ระบบที่ใช้ป้องกันและดูแลรักษาความปลอดภัยของระบบเครือข่าย ทั้งจากไวรัสคอมพิวเตอร์ เมลล์ชยะ และผู้ที่ไม่ประสงค์ดีหรือผู้บุกรุกต่อระบบ (Hacker) ซึ่งระบบดังกล่าวต้องอาศัยผู้เชี่ยวชาญในการออกแบบ รวมถึงการร่วมวางแผนนโยบายกับหน่วยงานนั้น ๆ เพื่อประกาศเป็นนโยบายการรักษาความปลอดภัยบนระบบเครือข่ายในแต่ละองค์กร

รายละเอียดผลิตภัณฑ์ของสายธุรกิจ NW

| ผลิตภัณฑ์ | รุ่น/ประเภท | คุณสมบัติ |
|-----------|--------------------------------|--|
| Alcatel | Omni Switch 9700/9800 | อุปกรณ์กระจายสัญญาณหลัก |
| | OmniSwitch 6600/6800/7000/8000 | อุปกรณ์กระจายสัญญาณแบบ Layer 2,3 และ 4 |
| | OmniStack 6100/6200/6300 | อุปกรณ์กระจายสัญญาณแบบ Layer 2 |
| | OmniAccess WLAN | อุปกรณ์เครือข่ายไร้สาย (Wireless LAN System) |
| | OmniVista NMS | โปรแกรมระบบบริหารจัดการอุปกรณ์ |



| ผลิตภัณฑ์ | รุ่น/ประเภท | คุณสมบัติ |
|---------------------|--|---|
| Trend Micro | Antivirus Solution | โปรแกรมป้องกันและทำลายไวรัส |
| | Network Virus Wall | อุปกรณ์ป้องกันการโจมตีและทำลายไวรัส (Network Worm and Exploit) |
| Fortinet | FortiGate | อุปกรณ์รักษาความปลอดภัยระบบเครือข่าย |
| | FortiManager System | อุปกรณ์บริหารจัดการอุปกรณ์ FortiGate |
| | FortiAnalyzer | อุปกรณ์ Real-time network logging, analyzing และ reporting |
| | FotiClient | โปรแกรม VPN Client |
| Iron Port | Iron Port | อุปกรณ์รักษาความปลอดภัยระบบ E-mail และ Internet |
| TippingPoint (3COM) | TippingPoint 50/100E/200/400/1200/2400/5000E | อุปกรณ์ตรวจจับและป้องกันการบุกรุก (Intrusion Prevention System) |
| | TippingPoint Security Management System | อุปกรณ์บริหารจัดการอุปกรณ์ TippingPoint |
| Radware | DefensePro 200/1000/3000 | อุปกรณ์ตรวจจับและป้องกันการบุกรุก (Intrusion Prevention System) |
| | Configware | โปรแกรมระบบบริหารจัดการอุปกรณ์ |
| F5 | FirePass 1000/4100 Series | อุปกรณ์ SSL VPN |
| | BIG-IP 1500/3400//6400/6800 Series | อุปกรณ์บริหารจัดการ Traffic, Server Load Balance |
| Packeteer | Packet Shaper 1200/1550/2500/6500/9500 | อุปกรณ์บริหารจัดการ Bandwidth |
| | PolicyCenter | โปรแกรมระบบบริหารจัดการอุปกรณ์ |
| EMC | Celerra NSX NAS Gateway | อุปกรณ์ NAS System |
| | CLARiiON | อุปกรณ์ Network Storage System |
| AMP | Fiber Optic | ระบบสายสัญญาณใยแก้วนำแสง |
| | UTP | ระบบสายสัญญาณทองแดง |



3.2.2 การตลาดและภาวะการแข่งขัน

3.2.2.1 การตลาด

เนื่องจากเทคโนโลยีกำลังเข้ามามีบทบาทในทุกด้านในการดำเนินธุรกรรมในทุกสายงานธุรกิจ และการทำงานมากขึ้นทั้งในปัจจุบันและในอนาคต การติดต่อสื่อสารต่าง ๆ ทั้งภายในองค์กรและระหว่างองค์กรมีความสำคัญและจำเป็นมากขึ้น ดังนั้น ทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชน จึงให้ความสำคัญในการลงทุน ติดตั้ง และขยายระบบเครือข่ายสื่อสารอยู่ตลอดเวลา สำหรับการลดต้นทุนการดำเนินงาน เช่น การนำระบบการประชุมทางไกลผ่านระบบเครือข่าย (VDO Conference) มาใช้ประชุมระหว่างจังหวัดกับส่วนกลางของกระทรวงมหาดไทย หรือการใช้ระบบโทรศัพท์ผ่านระบบเครือข่าย (Voice Over IP) เพื่อลดต้นทุนค่าใช้จ่ายโทรศัพท์ทางไกล รวมถึงการนำระบบสารสนเทศมาช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้องค์กร และติดตามงาน เช่น ระบบศูนย์ปฏิบัติการ (Operation Center) โดยจะเห็นตัวอย่างได้จากนโยบายรัฐบาลที่ให้การสนับสนุนด้านการพัฒนาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศอย่างชัดเจนและจริงจัง ทำให้เกิดความต้องการอย่างสูงในการติดตั้งระบบโครงสร้างเครือข่ายคอมพิวเตอร์ โดยในปี 2551 นี้ บริษัท คาดว่าตลาดน่าจะมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยไม่น้อยกว่าปี 2550 และแนวโน้มการแข่งขันทางด้านธุรกิจทั้งภายในและภายนอกประเทศที่สูงขึ้น ทำให้องค์กรไม่ว่าจะเป็นภาครัฐหรือเอกชนต้องเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน โดยการนำเทคโนโลยีทางด้านสารสนเทศมาใช้มากขึ้น เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันทั้งด้านต้นทุนและประสิทธิภาพ จากการที่ภาครัฐมีนโยบายประกาศที่จะใช้บัตรประชาชนอัจฉริยะ (Smart Card) ดังนั้น ทุกหน่วยงานของภาคบริการต้องสามารถเชื่อมต่อระบบเครือข่าย และก้าวสู่นโยบายรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (e-Government) ซึ่งจัดเป็นลูกค้ารายใหญ่ที่สุดโดยมีส่วนแบ่งราวร้อยละ 30-40 โดยมีงบประมาณการใช้จ่ายด้านไอทีกว่า 10,000 ล้านบาท และระบบเครือข่ายในหน่วยงานภาคเอกชนที่มุ่งเน้นการให้บริการครบวงจรและทุกรูปแบบ (One-stop Service) หรือธุรกรรมออนไลน์(On-line) โดยเฉพาะหน่วยงานทางด้านธนาคารและประกันภัย ประกอบกับการเติบโตของตลาดอุปกรณ์ระบบเครือข่าย คาดว่าตลาดสินค้าและบริการติดตั้งระบบเครือข่ายจะมีแนวโน้มที่ดีตลอดระยะเวลาตามกรอบนโยบายเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT 2010) ของรัฐบาล

ภาวะการแข่งขันในปัจจุบันค่อนข้างสูง แต่มีคู่แข่งในระดับเดียวกับ IRCP นั้นมีไม่มากนักในประเทศไทย เพราะเนื่องจากธุรกิจของ IRCP มีความเป็นเฉพาะทาง คือ การออกแบบระบบสารสนเทศให้กับหน่วยงานหรือองค์กรขนาดใหญ่ (Enterprise account) ซึ่งต้องอาศัยประสบการณ์ของผู้ชำนาญการเฉพาะทางเพื่อออกแบบให้มีความเหมาะสมและคุ้มค่ามากที่สุดสำหรับแต่ละองค์กรที่มีลักษณะธุรกิจที่แตกต่างกัน รวมถึงความน่าเชื่อถือขององค์กรของ IRCP ที่อยู่ในธุรกิจ ICT มากกว่า 20 ปี

ซึ่งในการประมูลโครงการใหญ่ ๆ ลูกค้าจะเลือกข้อเสนอที่ตรงความต้องการที่สุดและบริษัทที่มีความน่าเชื่อถือ โดยส่วนใหญ่คู่แข่งรายใหญ่ด้วยกันจะเสนอสินค้าที่ต่างผลิตภัณฑ์กัน ซึ่งบริษัทมีสินค้าที่มีมาตรฐานและได้รับการยอมรับอย่างสูงจากทั่วโลก และ ยังได้ติดต่อร่วมเป็น Partner กับเจ้าของผลิตภัณฑ์ชั้นนำของโลกด้วย อย่างเช่น Alcatel-Lucent, F5, Tripping Point, Fortigate และ ผลิตภัณฑ์ทางด้าน ICT ของโลกอีกมากมาย



กลยุทธ์การแข่งขัน

(1) ด้านสินค้าและบริการ

ในระยะเวลาที่ผ่านมาสายธุรกิจ NW ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียงระดับโลก เช่น อุปกรณ์เครือข่ายของ Alcatel-Lucent, Trend-Micro, Fortigate, F5, Iron Port แล้วนั้น บริษัทฯ ได้เล็งเห็นว่าโอกาสทางธุรกิจในระบบเครือข่ายและระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูล ประกอบกับ นโยบายของภาครัฐ ในเรื่องของ พ.ร.บ. อิเล็กทรอนิกส์ ที่ต้องมีการเก็บข้อมูลการจราจรอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งรวมถึงข้อมูลต่าง ๆ ที่ผ่านอุปกรณ์ระบบเครือข่าย ซึ่งทำให้ช่องทางที่จะขยายศักยภาพได้เพิ่มขึ้น จึงได้มีนโยบายที่จะเพิ่มสินค้าขึ้นทุกปี เนื่องจากปัจจุบัน ลักษณะงานธุรกิจนับวันที่จะใช้ระบบคอมพิวเตอร์สูงขึ้น การติดต่อสื่อสารเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นและขาดไม่ได้ในโลกธุรกิจสมัยใหม่ ทั้งยังต้องการประหยัดในการลงทุนด้วยเช่นกัน ซึ่งระบบเครือข่ายเป็นหัวใจหลักของการติดต่อสื่อสาร และหากระบบเครือข่ายขาดความน่าเชื่อถือหรือมีความเปราะบางเมื่อมีปริมาณการใช้งานสูง รวมทั้งขาดการรักษาความปลอดภัยต่อกรู๊ปโจมตีไวรัสคอมพิวเตอร์และผู้นุกรุก ซึ่งจะทำความเสียหายต่อข้อมูลและเวลาทางธุรกิจ ซึ่งจะนำไปสู่ความเสียหายทางธุรกิจได้เช่นกัน

ในการแข่งขันนั้นคู่แข่งมักจะเสนอสินค้าจากตราสินค้าที่แตกต่างกันซึ่งสินค้าของบริษัทฯ ล้วนแล้วแต่มีคุณสมบัติเป็นที่ยอมรับอย่างสูงจากลูกค้าโดยเฉพาะสินค้าหลัก คือ Alcatel-Lucent ซึ่งลูกค้าจะเลือกจากข้อเสนอที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากที่สุด

รายได้ที่ผ่านมาส่วนใหญ่ของสายธุรกิจ NWBW มาจากสินค้าของ Alcatel-Lucent ซึ่งบริษัทฯ เป็นผู้นำตลาด โดยที่ตัวแทนทั้งหมดรวมทั้งบริษัทฯ เป็นตัวแทนระดับ premium ซึ่งมี 3 รายในประเทศไทย อย่างไรก็ตาม ตัวแทนจะไม่ทำการแข่งขันกันเองตามนโยบาย ของ Alcatel-Lucent ในปี 2548 บริษัทฯ ได้รับรางวัลจาก Alcatel เนื่องจากสามารถทำยอดขายสูงที่สุดในประเทศไทยเป็นครั้งที่ 2 นอกจากนี้ สายธุรกิจ NW นั้นมีจุดเด่นในการสร้างความแตกต่างในด้านการให้บริการ โดยสามารถแก้ปัญหาและสร้างทางออกทุกอย่างให้กับลูกค้าโดยอาศัยประสบการณ์ของทีมงานที่ได้รับมาตรฐานจากผู้ผลิต เป็นผู้พัฒนาสินค้าได้เป็นอย่างดี โดยสายธุรกิจ NW ให้ความสำคัญในการสร้างเสริมความรู้ เทคโนโลยีแก่ทีมงานเสมอ โดยเจ้าหน้าที่จะต้องได้รับการฝึกอบรมอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการอบรมและได้รับการรับรองจากเจ้าของสินค้า จึงถือเป็นข้อได้เปรียบในการแข่งขัน

สำหรับปี 2551 นี้ สายธุรกิจ NW ได้กำหนดเป้าหมายของทีมงานในการพัฒนา Solution ที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับระบบเครือข่ายของฐานลูกค้าเดิมที่ได้ติดตั้งไปแล้ว เช่น ระบบโทรศัพท์ผ่านเครือข่าย(IP Telephony) หรือระบบรวบรวมการสื่อสารทั้งโทรศัพท์, โทรสาร และ E-mail ให้เข้าทำงานเชื่อมต่อกันเป็นระบบเดียวกัน (Unify Communication) ซึ่งต้องอาศัยทีมงานที่เชี่ยวชาญทั้งด้าน Hardware และ Software โดยบริษัทฯ มีทีมงานพัฒนาซอฟต์แวร์จาก ISD ซึ่งเป็นบริษัทย่อยช่วยสนับสนุนในกรณีที่โครงการต้องการซอฟต์แวร์แบบเฉพาะเจาะจงและช่วยให้สามารถให้บริการได้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าโดยเฉพาะ และในส่วนของระบบรักษาความปลอดภัยทั้งระบบ โดยการนำระบบ CCTV เข้ามาประกอบเป็น Solution เฉพาะ ที่สอดคล้องกับความต้องการของแต่ละองค์กร



(2) ด้านพนักงาน

สายธุรกิจ NW เน้นทีมงานที่มีประสิทธิภาพและได้รับประกาศนียบัตรผู้เชี่ยวชาญด้านระบบเครือข่ายและอุปกรณ์เครือข่ายจากผู้ผลิตระบบเครือข่ายที่มีชื่อเสียงของโลก ได้แก่ Alcatel-Lucent, Tipping Point และผลิตภัณฑ์ที่ประกอบใน Solution โดยให้พนักงานทุกคนมีการติดตามเทคโนโลยีทางด้านระบบเครือข่ายซึ่งในปีที่ผ่านมาสายธุรกิจ NW ได้เพิ่มสินค้าในการนำเสนอเพิ่มขึ้น จึงมีความจำเป็นในการที่จะต้องพัฒนาบุคลากรมากขึ้น สำหรับสินค้าจาก Alcatel_Lucent นั้น เนื่องจากบริษัทฯ เป็นตัวแทนระดับ premium พนักงานของบริษัทฯ จึงมีสิทธิเข้าอบรมและทดสอบความรู้เพื่อรับใบประกาศนียบัตรของ Alcatel (ACSE: Alcatel Certificate System Engineer) ซึ่งในขณะนี้พนักงานของบริษัทฯ ได้เข้ารับการอบรมและสอบผ่านแล้วหลายคนและจะเพิ่มขึ้นทุกปี ซึ่งการได้รับประกาศนียบัตรดังกล่าวมีความจำเป็นในการดำรงสถานะตัวแทนระดับ Premium ของบริษัทฯ อันนับว่าเป็นจุดแข็งที่เหนือตัวแทนรายอื่น ๆ ในประเทศไทย ทำให้บริษัทฯ ได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าเนื่องจากมั่นใจได้ว่าพนักงานทุกคนมีการติดตามเทคโนโลยีทางด้านระบบเครือข่ายและนำความรู้ใหม่ ๆ มาปรับปรุงและพัฒนาระบบให้แก่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอเพื่อที่จะสามารถนำเสนอทางออกให้กับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด

(3) ด้านการบริหารต้นทุนการขาย

ทางสายธุรกิจ NW เน้นการบริหารต้นทุนการขายและการให้บริการเพื่อให้ได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน โดยยังรักษาคุณภาพสินค้าและการบริการให้ได้ตามมาตรฐานโลก โดยที่บริษัทฯ ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นตัวแทนของ Alcatel-Lucent ในระดับ Premium Partner ทำให้ได้รับสิทธิพิเศษต่าง ๆ เช่น สามารถซื้อสินค้าได้ในราคาที่ถูกลงกว่าตัวแทนจำหน่ายทั่วไป และได้รับการสนับสนุนการเงินด้านการทำการตลาด (Co-op Fund) ทำให้สายธุรกิจ NW สามารถแข่งขันกับองค์กรอื่นได้ และคงมีกำไรที่จะดำเนินธุรกิจต่อไปได้อย่างแข็งแกร่ง

(4) ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า

บริษัทฯ ได้รับความไว้วางใจและมีความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าทั้งในส่วนของลูกค้าเดิมและสามารถขยายฐานลูกค้าใหม่ได้โดยเน้นในด้านการให้บริการ ที่ผ่านมามีบริษัทฯ ไม่เคยถูกปรับจากหน่วยงานต่าง ๆ เลย โดยเฉพาะหน่วยงานของรัฐที่มีบทบาทในสัญญาเกือบทุกสัญญา เนื่องจากบริษัทฯ เน้นในส่วนของการทำงานซึ่งบริษัทฯ จะมีการประเมินความต้องการของลูกค้าอย่างละเอียด วิเคราะห์โครงการ และความพร้อมในทุก ๆ ด้านรวมถึงจัดทำ Proposal เพื่อนำเสนอให้ลูกค้าก่อนที่จะเข้าประมูลงานเสมอเพื่อที่บริษัทจะมั่นใจได้ว่าจะสามารถทำตามความต้องการของลูกค้าได้ นอกจากนี้ภายหลังจากการขาย บริษัทฯ ยังจัดสรรพนักงานให้ดูแลลูกค้าแต่ละกลุ่มอย่างทั่วถึงและตรงตามความต้องการ โดยสามารถให้ความสะดวกและบริการตอบคำถามแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว การจัดสรรพนักงานเพื่อดูแลลูกค้าในแต่ละกลุ่มดังกล่าวจะช่วยสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าในการใช้บริการของสายธุรกิจ NW อย่างต่อเนื่อง ทำให้สายธุรกิจ NW มีโอกาสได้รับงานเพิ่มเติมจากลูกค้ารายเดิมในปีต่อ ๆ ไป และมีการพูดต่อและแนะนำลูกค้าใหม่ให้ด้วย ซึ่งสถานการณ์เช่นนี้ยังผลให้ NW มีต้นทุนในการหาลูกค้าใหม่ต่ำกว่าอีกประการหนึ่งด้วย

**ลักษณะของกลุ่มลูกค้าและช่องทางการจัดจำหน่าย**

ทางสายธุรกิจ NW มีการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก คือ สถาบันการศึกษาและหน่วยงานในภาคราชการ รัฐวิสาหกิจและภาคเอกชน โดยรายได้ส่วนใหญ่มาจากกลุ่มสถาบันการศึกษาและภาคราชการ เนื่องจากกลุ่มสถาบันการศึกษาเป็นตลาดที่มีความต้องการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยและโดยทั่วไปจะเป็นผู้เริ่มใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ อยู่เสมอ ส่วนทางภาคการค้านั้น เป็นตลาดที่มีกำลังซื้อค่อนข้างสูง เนื่องจากนโยบายของรัฐบาลในการที่จะนำเทคโนโลยี ICT มาทำการพัฒนาประเทศ ทำให้เป็นตลาดที่มีความน่าสนใจเป็นอย่างมาก ประกอบกับการมีฐานะทางการเงินที่มั่นคง โดยที่ผ่านมาสายธุรกิจ NW ได้มีโอกาสให้บริการกับสถาบันการศึกษาและหน่วยงานภาครัฐหลายโครงการ ทำให้สามารถนำผลงานจากสถานศึกษาเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการวางระบบเครือข่ายให้กับลูกค้ารายอื่น เช่น หน่วยงานราชการและองค์กรเอกชนอื่น ๆ โดยจะเน้นเฉพาะหน่วยงานขนาดใหญ่ (Enterprise Solution) ทำให้สายธุรกิจ NW มีความแตกต่างและจุดยืนที่แตกต่างจากธุรกิจระบบเครือข่ายทั่วไปในตลาดเมืองไทย ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่สายธุรกิจ NW มุ่งเน้นเนื่องจากเป็นหน่วยงานที่มีศักยภาพการสั่งซื้อและการติดตั้งระบบเครือข่าย และมีการตั้งงบประมาณในแต่ละปีชัดเจน แต่อย่างไรก็ตามในปี 2551 นี้ NW ได้เริ่มเน้นตลาดในส่วนหน่วยงานเอกชนขนาดใหญ่เพิ่มมากขึ้น เพื่อเป็นฐานที่สำคัญรองรับการแปรผันของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการขายงานภาคราชการ และเพื่อเป็นการเพิ่มรายได้ หรือช่องทางรายได้ในอนาคตต่อไป

โดยทั่วไปงานทางภาคราชการและรัฐวิสาหกิจ ทางสายธุรกิจ NW จะเข้าไปทำการประกวดราคา ส่วนกลุ่มลูกค้าภาคเอกชนจะใช้ทีมงานขายตรง โดยใช้กลยุทธ์ส่งทีมงานขายเข้าไปขายแบบนำร่อง (pre-sale) โดยจะเข้าไปแนะนำลูกค้าเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ทางด้านเทคนิคและเน้นการให้ความรู้โดยตรงกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้ลูกค้าเข้าใจในประโยชน์ของการนำผลิตภัณฑ์ไปใช้รวมถึงเห็นความสำคัญในการใช้ระบบเครือข่ายดังกล่าวให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรซึ่งจะเป็นการเพิ่มความน่าเชื่อถือในธุรกิจด้วย จากนั้นจะส่งตัวแทนขาย (Sale) ไปทำการเจรจาต่อรองทางด้านราคาและสรุปราคาในการทำโครงการ และในปี 2551 นี้ NW ได้วางแผนงานจัดสรรมาให้มากขึ้น เพื่อขยายฐานลูกค้ามากขึ้นในแต่ละ Segment ที่ NW มี Site Reference แล้ว และ Segment อื่น ๆ ที่มีการใช้งานในลักษณะคล้ายกัน

สายธุรกิจ NW มีพนักงานที่เชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ในการติดตั้งระบบเครือข่ายเป็นอย่างดี นอกจากนี้ สายธุรกิจ NW ได้รับความไว้วางใจให้ติดตั้งระบบเครือข่ายในโครงการที่สำคัญและสร้างชื่อเสียงให้กับสายธุรกิจ NW ในช่วงที่ผ่านมาโดยมีตัวอย่างโครงการที่สำคัญ ดังต่อไปนี้

| ชื่อโครงการ | หน่วยงาน | มูลค่าโครงการ (ล้านบาท) | ปี พ.ศ. |
|--|----------------------------|-------------------------|---------|
| โครงการขยายระบบเครือข่าย | มหาวิทยาลัยขอนแก่น | 10 | 2550 |
| โครงการปรับปรุงระบบเครือข่ายบริษัท I.C.C จำกัด (มหาชน) | บริษัท I.C.C จำกัด (มหาชน) | 8.0 | 2550 |
| โครงการระบบ New Room | กรมประชาสัมพันธ์ | 5 | 2550 |
| ระบบเครือข่ายภายในกรมประชาสัมพันธ์ปี 2551 | กรมประชาสัมพันธ์ | 20 | 2550 |
| โครงการอุปกรณ์ระบบเครือข่าย | บริษัทลานนาคอม จำกัด | 7.0 | 2550 |



| ชื่อโครงการ | หน่วยงาน | มูลค่าโครงการ (ล้านบาท) | ปี พ.ศ. |
|--|--|-------------------------|---------|
| ระบบ E-Service | มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร | 2.0 | 2550 |
| โครงการศูนย์ปฏิบัติการสำนักงานเศรษฐกิจการคลัง | กรุงเทพมหานคร | 5.0 | 2550 |
| โครงการระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์พร้อมอุปกรณ์และติดตั้ง | โรงเรียนศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการทหารสูงสุด | 6.7 | 2550 |
| โครงการระบบสำรองข้อมูล | กรมประชาสัมพันธ์ | 3.0 | 2550 |
| โครงการจ้างเหมาติดตั้งระบบรักษาความปลอดภัยระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ และบำรุงรักษา | การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย | 7.0 | 2550 |
| โครงการจัดหาเครื่องลูกข่ายทดแทน | ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ การเกษตร | 15.0 | 2550 |

นอกจากงานให้บริการออกแบบติดตั้งระบบเครือข่ายแล้ว สายธุรกิจ NW ให้บริการหลังการขาย โดยทั่วไปจะรับประกันระบบเครือข่ายเป็นเวลา 1 ปี โดยแบ่งการบริการออกเป็น 2 แบบ คือ ให้บริการต่อเมื่อเกิดปัญหาทางด้านระบบกับทางลูกค้า (Corrective maintenance) และ ให้บริการตรวจเช็คระบบ ทุก ๆ 3 เดือน (Preventive maintenance) และยังมีบริการเปิดให้บริการในการทำ Maintenance กับลูกค้าที่หมดระยะเวลาประกันใน 1 ปีแรก โดยเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการเต็มรูปแบบ พร้อมหมายเลขโทรศัพท์ด่วนที่ลูกค้าสามารถแจ้งปัญหาการใช้งาน ตลอด 24 ชั่วโมง

ทั้งนี้ ลักษณะขั้นตอนการทำงานจะเป็นลักษณะเดียวกับการทำงานของสายธุรกิจ SI เพียงแต่ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ในโครงการเป็นอุปกรณ์เครือข่ายคอมพิวเตอร์

3.2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

ในปี 2551 มีการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศในอัตราส่วนร้อยละ 80 และสั่งซื้อสินค้าในประเทศในอัตราส่วนร้อยละ 20 โดยสินค้าที่สั่งซื้อจากต่างประเทศ คือ เครือข่ายขนาดใหญ่และ Backbone Switch จากบริษัท Alcatel_Lucent ส่วนสินค้าที่เหลือสั่งซื้อภายในประเทศ เช่น บริษัท เอสไอเอส ดิสทริบิวชั่น (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท เดอะแวลู ซิสเต็มส์ จำกัด และบริษัท Tyco Electronics (Thailand) Limited ในส่วนการจัดหาผลิตภัณฑ์นั้นจะทำการจัดหาผลิตภัณฑ์ เมื่อมีการสั่งซื้อสินค้าจากลูกค้า และได้รับใบสั่งซื้อเรียบร้อยแล้วเท่านั้น ทำให้สายธุรกิจ NW ไม่ต้องมีการเก็บสินค้าคงคลังโดยไม่จำเป็น และ NW ยังคงเสาะหาแหล่งผลิตภัณฑ์และสินค้าใหม่ ๆ เพื่อสนองตอบความต้องการและเป็นทางเลือกใหม่ ๆ ให้กับลูกค้า



3.3 สายธุรกิจด้านภูมิสารสนเทศ (Geoinformatics Business Intelligence Department : GBID)

3.3.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

สายธุรกิจ GBI ดำเนินธุรกิจภายใต้บริษัท IRCP โดยประกอบธุรกิจจัดจำหน่ายซอฟต์แวร์ระบบภูมิสารสนเทศ (Geoinformatics System), ซอฟต์แวร์สนับสนุนการตัดสินใจ (Decision Support & Business Intelligence) ซึ่งมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในระดับโลกจากประเทศสหรัฐอเมริกาและยุโรป ซึ่งมีขีดความสามารถรองรับระบบงานในด้านต่าง ๆ อาทิเช่น

1. การจัดการที่ดินและการใช้ประโยชน์ที่ดิน, การผังเมือง
2. การบริหารองค์กรส่วนภูมิภาคและส่วนท้องถิ่น, การจัดเก็บรายได้ด้วยระบบแผนที่ภาษี, ระบบสาธารณูปโภค-สาธารณูปการ, ระบบบริหารจัดการทรัพยากรภาครัฐ
3. ความมั่นคง, ระบบเตือนภัย และระบบสนับสนุนการตัดสินใจ
4. การสำรวจรังวัดทางภูมิศาสตร์เพื่อการผลิตแผนที่ทุกมาตราส่วนจากรูปถ่ายทางอากาศ, การแปลความภาพถ่ายดาวเทียมรีโมทเซนซิงเพื่อการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, การเกษตรและชลประทาน
5. การคมนาคมขนส่ง, โทรคมนาคม และการพลังงาน
6. การเงินและการธนาคาร, อสังหาริมทรัพย์
7. การศึกษา, การท่องเที่ยว, โบราณคดี และศิลปวัฒนธรรม

โดยผลิตภัณฑ์ดังกล่าวได้รับการพัฒนาอย่างมีประสิทธิภาพโดยรวมขีดความสามารถหลาย ๆ ด้านเข้าไว้ด้วยกันเพื่อให้สามารถตอบสนองตามความต้องการของลูกค้าหลากหลายสาขา ได้แก่

- ความสามารถทางด้านภูมิศาสตร์ (GI) สามารถรองรับข้อมูลเชิงพื้นที่ได้ทุกชนิดโดยไม่มีขีดจำกัดในเรื่องขนาดและมาตราส่วน เช่น แผนที่ภูมิประเทศ รูปถ่ายทางอากาศ ข้อมูลภาพถ่ายดาวเทียมรีโมทเซนซิง เป็นต้น
- การให้บริการข้อมูล GIS (Web Mapping Service) ผ่านระบบเครือข่าย Internet ในลักษณะ Web GIS Applications ทั้งแบบ 2 มิติและ 3 มิติ โดยรองรับมาตรฐาน OGC (Open Geospatial Consortium)
- ระบบการสำรวจระยะไกล (Remote Sensing System) สามารถรองรับข้อมูลภาพถ่ายดาวเทียมสำรวจระยะไกลทั้งระบบเลนส์, ระบบ Hyperspectral และระบบ Radar ซึ่งสามารถถ่ายภาพได้ทุกสภาพภูมิอากาศ
- ระบบนำร่องด้วยดาวเทียม GPS (Global Positioning System) ซึ่งสามารถแสดงผลตำแหน่งในขณะเคลื่อนที่ในลักษณะพลวัต



- ระบบจัดการฐานข้อมูล RDBMS (Relational Database Management System) & Data Warehouse ซึ่งสามารถประมวลผลภายใต้สถาปัตยกรรมที่มีความหลากหลาย อาทิเช่น .NET, JAVA ฯลฯ โดยสามารถทำงานร่วมกับระบบภูมิสารสนเทศได้เป็นอย่างดี
- ระบบสนับสนุนการตัดสินใจ (Decision Support System) ประจำศูนย์ปฏิบัติการ ซึ่งสามารถวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูลเชิงพื้นที่ในลักษณะ GBI (Geoinformatics Business Intelligence) โดยแสดงกราฟสถิติแบบพลวัตควบคู่กับแผนที่สถานการณ์ได้

รายละเอียดผลิตภัณฑ์ของสายธุรกิจ GBI

| ตราผลิตภัณฑ์ | รุ่น/แบบของผลิตภัณฑ์ | คุณสมบัติ |
|---------------|-----------------------|---|
| Microimages | TNTmips | ระบบภูมิสารสนเทศสำหรับองค์กรทุกขนาด |
| | TNTedit | ระบบภูมิสารสนเทศสำหรับนำเข้าแก้ไขข้อมูลเชิงพื้นที่ |
| | TNTview | ระบบภูมิสารสนเทศสำหรับนำเสนอผลงาน 2 มิติ |
| | TNTsim3D | ระบบภูมิสารสนเทศสำหรับนำเสนอผลงาน 3 มิติ |
| | TNTatlas | ระบบภูมิสารสนเทศสำหรับผลิตสื่อบนแผ่น CD |
| | TNTlite | ระบบภูมิสารสนเทศสำหรับใช้ในการฝึกอบรม |
| | TNTlink | ระบบเชื่อมโยงข้อมูลเชิงพื้นที่จำนวนมากเข้าด้วยกัน |
| | TNTsdk | ระบบพัฒนาโปรแกรมประยุกต์ใช้งานตามต้องการ |
| | SAL | ระบบภูมิสารสนเทศสำหรับสถาบันการศึกษา |
| | TNTserver | ระบบภูมิสารสนเทศบนระบบเครือข่าย WWW |
| Cadcorp | Cadcorp SIS | ระบบภูมิสารสนเทศสำหรับงานแผนที่ภาคีทรัพย์สิน |
| | Cadcorp GeognoSIS.NET | ระบบภูมิสารสนเทศบนระบบเครือข่าย WWW |
| Generic Logic | GLG Toolkits | ระบบสนับสนุนการตัดสินใจด้วยกราฟแบบพลวัต |
| Racurs | Photomod | ระบบผลิตแผนที่จากภาพถ่ายทางอากาศและดาวเทียม |
| ESRI | Arcview | ระบบภูมิสารสนเทศสำหรับใช้ในการแสดงผลข้อมูลเชิงพื้นที่ |
| | ArcEditor | ระบบภูมิสารสนเทศสำหรับแก้ไขข้อมูลเชิงพื้นที่ |
| | ArcInfo | ระบบภูมิสารสนเทศสำหรับวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลเชิงพื้นที่ |
| | ArcPad | ระบบภูมิสารสนเทศบน Pocket PC |
| | ArcIMS | ระบบภูมิสารสนเทศสำหรับแสดงผลข้อมูลบนระบบเครือข่าย |
| | ArcGISServer | ระบบภูมิสารสนเทศสำหรับวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลทั้งรูปแบบ 2 มิติและ 3 มิติ บนระบบเครือข่าย |



นอกจากนี้ สายธุรกิจ GBI ยังให้บริการเป็นที่ปรึกษาในการออกแบบและพัฒนาระบบงาน รวมถึงการให้บริการในด้านต่าง ๆ เช่น การพัฒนาโครงการ การสำรวจรังวัดและการจัดเก็บข้อมูลภาคสนาม, การจัดฝึกอบรมด้านเทคโนโลยีภูมิสารสนเทศ รวมทั้ง รับจ้างผลิตแผนที่อย่างครบวงจร ปัจจุบันสายธุรกิจ GBI ได้ให้บริการกับหน่วยงานสำคัญๆ มากมาย โดยได้รับความไว้วางใจใช้บริการจากลูกค้าอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน โดยมีตัวอย่างโครงการที่ดำเนินงานเสร็จสิ้นแล้ว และโครงการที่กำลังดำเนินงานอยู่ในปัจจุบัน ดังต่อไปนี้

โครงการที่กำลังดำเนินงานอยู่ในปัจจุบัน

| หน่วยงาน | มูลค่าโครงการ (ล้านบาท) | ปี พ.ศ. |
|---|----------------------------|---------|
| กรมที่ดิน (บำรุงรักษาระบบคอมพิวเตอร์โครงการต้นแบบระบบสารสนเทศที่ดิน) | 8.3 | 2551 |
| สำนักงานป้องกันปราบปรามยาเสพติด (โครงการปรับปรุงโปรแกรมสำหรับการสำรวจพืชเสพติด) | 3.5 | 2551 |
| กรมทรัพยากรน้ำบาดาล (โครงการปรับปรุงระบบฐานข้อมูล - DGR) | 8.9 | 2550 |
| จังหวัดปทุมธานี (โครงการบูรณาการระบบเลขบ้านกับระบบภูมิสารสนเทศ) | 8.5 | 2549 |
| เทศบาลตำบลบ้านนา จังหวัดนครนายก (ระบบแผนที่ภาษี) | 1.40 | 2549 |
| กรมที่ดิน (โครงการต้นแบบระบบสารสนเทศที่ดิน) | 165.07 | 2548 |

โครงการที่ดำเนินงานเสร็จสิ้นแล้ว

| หน่วยงาน | มูลค่าโครงการ (ล้านบาท) | ปี พ.ศ. |
|---|----------------------------|---------|
| สำนักงานป้องกันปราบปรามยาเสพติด (โครงการจัดซื้อครุภัณฑ์ชุดเครื่องมือสำรวจพืชเสพติด) | 5.3 | 2550 |
| มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร (โครงการจัดซื้อซอฟต์แวร์ GIS) | 0.85 | 2550 |
| กองอำนวยการรักษาความมั่นคงภายใน (กอ.รมน.) | 1.0 | 2550 |
| สำนักงานวิจัยและพัฒนาการทหารกลาโหม (โครงการวิจัยพัฒนาทางทหาร ระยะที่ 2) | 4.80 | 2549 |
| สำนักงานวิจัยและพัฒนาการทหารกลาโหม (โครงการบอลลูนตรวจการณ์พร้อมอุปกรณ์) | 1.20 | 2549 |



| หน่วยงาน | มูลค่าโครงการ (ล้านบาท) | ปี พ.ศ. |
|--|----------------------------|---------|
| เทศบาลตำบลบางแพ จังหวัดราชบุรี (ระบบแผนที่ภาษี) | 1.60 | 2549 |
| กรมการศึกษานอกโรงเรียน | 2.0 | 2548 |
| ศูนย์พัฒนากิจการอวกาศกลาโหม (ระบบควบคุมบังคับบัญชาและแผนที่สถานการณ์ร่วม) | 5.67 | 2548 |
| ศูนย์รักษาความปลอดภัย บก.สส. | 4.80 | 2548 |
| กรมที่ดิน (โครงการนำเข้าข้อมูลทะเบียนที่ดิน) | 28.50 | 2548 |
| เทศบาลเมืองท่าข้าม จังหวัดสุราษฎร์ธานี (ระบบแผนที่ภาษี) | 9.99 | 2548 |
| กรมทรัพยากรน้ำบาดาล | 8.41 | 2548 |
| มหาวิทยาลัยขอนแก่น | 1.00 | 2548 |
| เทศบาลเมืองแม่ฮ่องสอน จังหวัดแม่ฮ่องสอน (ระบบแผนที่ภาษี) | 2.99 | 2548 |
| เทศบาลตำบลลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี (ระบบแผนที่ภาษี) | 1.90 | 2548 |
| เทศบาลตำบลหนองบัว จังหวัดอุดรธานี (ระบบแผนที่ภาษี) | 1.85 | 2548 |
| เทศบาลตำบลตากลี จังหวัดนครสวรรค์ (ระบบแผนที่ภาษี) | 1.82 | 2548 |
| เทศบาลตำบลราชคัม จังหวัดอยุธยา (ระบบแผนที่ภาษี) | 1.21 | 2548 |
| เทศบาลตำบลพพระ จังหวัดตาก (ระบบแผนที่ภาษี) | 1.58 | 2548 |
| เทศบาลตำบลกระจับ จังหวัดราชบุรี (ระบบแผนที่ภาษี) | 1.12 | 2548 |
| สำนักงานวิจัยและพัฒนาการทหารกลาโหม (โครงการวิจัยพัฒนาทางทหาร ระยะที่ 1) | 5.2 | 2547 |
| เทศบาลนครอุดรธานี จังหวัดอุดรธานี (ระบบแผนที่ภาษี) | 12.00 | 2547 |
| สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (Web mapping service) | 10.00 | 2547 |
| กรมข่าวทหารอากาศ กองทัพอากาศ | 2.70 | 2547 |
| สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร | 14.80 | 2546 |
| กองทัพอากาศที่ 3 | 1.67 | 2546 |
| ศูนย์ปฏิบัติการกองทัพบก | 7.02 | 2546 |
| กองอำนวยการรักษาความมั่นคงภายใน | 4.82 | 2546 |
| กองบัญชาการตำรวจภูธรภาค 7 | 3.65 | 2546 |
| สำนักงานเลขาธิการนายกรัฐมนตรี | 2.51 | 2546 |
| มหาวิทยาลัยศิลปากร | 1.74 | 2546 |
| สำนักงานนายกรัฐมนตรี | 3.60 | 2545 |
| กรมอิเล็กทรอนิกส์ทหารเรือ | 5.50 | 2545 |



ขั้นตอนการให้บริการของสายธุรกิจ GBI ธุรกิจด้านภูมิสารสนเทศ มีดังต่อไปนี้

1. ให้คำแนะนำปรึกษาแก่ลูกค้า เพื่อสำรวจความต้องการเบื้องต้น สภาพข้อเท็จจริง ตลอดจนพิจารณาความเป็นไปได้ในการสร้างโครงการ
2. คัดเลือกแบบจำลองการวิเคราะห์เชิงพื้นที่ (Geospatial Analysis Model) เพื่อนำมาวางแผนพัฒนาให้สอดคล้องกับระบบงานของลูกค้า
3. ออกแบบโครงสร้างของระบบงานและฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งแนวทางในการพัฒนาฐานข้อมูลภูมิสารสนเทศและต้นแบบโปรแกรมประยุกต์ใช้งานซึ่งสามารถทำงานร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ
4. จัดเตรียมตัวอย่างข้อมูลซึ่งสอดคล้องกับแนวทางดำเนินโครงการ รวมทั้งผลที่ได้จากโครงการ เพื่อสาธิตและนำเสนอแก่ลูกค้าในการพิจารณากำหนดความเหมาะสมร่วมกัน เพื่อนำไปสู่การตัดสินใจของลูกค้า
5. พิจารณาความต้องการของโครงการในด้านต่าง ๆ เพิ่มเติมเพื่อกำหนดรายละเอียดทางด้านเทคนิค (TOR) ของฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ โครงสร้างฐานข้อมูล โปรแกรมประยุกต์ใช้งาน พร้อมค่าใช้จ่ายในการพัฒนาระบบและระยะเวลาในการดำเนินงานโครงการเพื่อให้ลูกค้านำไปวางแผนจัดงบประมาณต่อไป
6. เมื่อลูกค้าได้รับงบประมาณและผ่านกระบวนการจัดซื้อเรียบร้อยแล้ว จึงดำเนินการส่งมอบระบบอุปกรณ์ให้แก่ลูกค้า พร้อมทั้งทำการติดตั้งและทดสอบระบบให้เป็นที่ยอมรับ
7. ดำเนินการฝึกอบรมให้แก่ลูกค้าจนกระทั่งสามารถปฏิบัติงานได้เป็นอย่างดี
8. ให้การบริการอย่างใกล้ชิดด้วยความเป็นกันเองกับลูกค้าในระหว่างที่อยู่ในช่วงของการรับประกันสินค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในคุณภาพสินค้าและบริการหลังการขาย เพื่อให้สามารถขยายผลไปสู่การทำสัญญาบำรุงรักษาของลูกค้าในปีต่อไป

3.3.2 การตลาดและภาวะการแข่งขัน

3.3.2.1 การตลาด

กลยุทธ์การแข่งขัน

(1) ด้านสินค้าและบริการ

สายธุรกิจ GBI ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียงระดับโลก คือ ผลิตภัณฑ์ TNT Mips ของบริษัท Microimage, Inc. จากประเทศสหรัฐอเมริกา, ผลิตภัณฑ์ GLG Toolkits ของบริษัท Generic Logic, Inc. จากประเทศสหรัฐอเมริกา, ผลิตภัณฑ์ Cadcorp ของบริษัท Cadcorp, Ltd. จากประเทศอังกฤษ, ผลิตภัณฑ์ Photomod ของบริษัท Racurs, Inc จากประเทศรัสเซีย, ผลิตภัณฑ์ ArcGIS ของบริษัท ESRI จากประเทศสหรัฐอเมริกา และ ผลิตภัณฑ์ SAS ของบริษัท SAS จากประเทศสหรัฐอเมริกา โดยสินค้าของสายธุรกิจ GBI มีขีดความสามารถทางด้านภูมิสารสนเทศสูงมาก โดยผู้ใช้งานสามารถเรียกดูข้อมูลภูมิสารสนเทศผ่านระบบเครือข่ายได้ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้งานได้อย่างหลากหลาย เนื่องจากซอฟต์แวร์ภูมิสารสนเทศของบริษัทฯ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รวมขีดความสามารถทางด้านภูมิสารสนเทศนานับประการเข้าด้วยกัน จึงมีพัฒนาการล้ำหน้ากว่าซอฟต์แวร์ทางด้าน GIS และงานแผนที่ทั่วไป โดยสามารถวิเคราะห์เงื่อนไขเชิงพื้นที่และรองรับระบบงานได้หลากหลายสาขา จึงถูกนำมาใช้ประโยชน์เป็นเครื่องมือสนับสนุน



การวางแผนและตัดสินใจของผู้บริหาร (Decision Support System) ที่มีประสิทธิภาพ อีกทั้งได้มีการพัฒนาเมนูคำสั่งและคู่มือการใช้งานเป็นภาษาไทยทำให้ใช้งานได้ง่าย โดยมีราคาที่ดีกว่าสินค้าคู่แข่งในแง่ของประสิทธิภาพโดยรวม ในปัจจุบันได้มีการนำไปใช้งานอย่างแพร่หลายกว่า 100 ประเทศทั่วโลก นอกจากนี้ สายธุรกิจ GBI เน้นการให้คำแนะนำปรึกษากับลูกค้าอย่างใกล้ชิดในการออกแบบสร้างโครงการและการวางแผนงบประมาณอย่างเหมาะสม โดยเสนองานให้แก่ลูกค้าในลักษณะครบวงจร (Total Solutions) ประกอบด้วยอุปกรณ์ฮาร์ดแวร์, ระบบเครือข่ายและการรักษาความปลอดภัย, ซอฟต์แวร์ระบบปฏิบัติการ, โปรแกรมประยุกต์ใช้งานและระบบฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการเสนอแนวทางการพัฒนาระบบงาน, การให้บริการนำเข้าและจัดทำ (Data Capture & Data Entry) ข้อมูลเชิงพื้นที่ของโครงการทั้งหมด

ทางทีมงานมีจุดเด่น คือ การจัดเตรียมบุคลากรสนับสนุนที่มีประสบการณ์ในด้านเทคโนโลยีภูมิสารสนเทศมาอย่างยาวนานและได้ผ่านงานโครงการขนาดใหญ่มาทุกระดับ โดยทีมงานที่ได้รับการอบรมอย่างต่อเนื่องจากผู้พัฒนาสินค้าทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศซึ่งมีขีดความสามารถสูงในแง่ของการบูรณาการระบบ GIS ต่างชนิดกัน เข้าด้วยกัน จึงสามารถให้คำปรึกษาและทำการวิเคราะห์แก้ไขปัญหาด้านเทคนิคให้กับลูกค้าได้อย่างทันท่วงที ซึ่งถือเป็นข้อได้เปรียบในการแข่งขัน รวมทั้งการมีทีมงานผู้เชี่ยวชาญในการพัฒนาระบบงาน (Expertized Application Development Team) ที่สามารถให้การสนับสนุนด้านการพัฒนาซอฟต์แวร์ตามความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งทีมงานผู้เชี่ยวชาญในการวางระบบศูนย์ปฏิบัติการ (Operation Center), การจัดการระบบเครือข่าย (Network Management) พร้อมด้วยระบบรักษาความปลอดภัยข้อมูลสารสนเทศ (Information Security) ซึ่งสามารถสร้างระบบงานสารสนเทศอย่างครบวงจร (Turnkey System) และสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าทุกระดับได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ ในบางโครงการที่มีขนาดใหญ่ซึ่งจำเป็นต้องมีการออกแบบพิเศษในลักษณะของการบูรณาการระบบอุปกรณ์ต่าง ๆ เข้าด้วยกัน ก็จะมีการพัฒนาโครงการร่วมกับกลุ่มพันธมิตรที่มีผลิตภัณฑ์สนับสนุนต่าง ๆ ที่มีประสิทธิภาพสูง เพื่อร่วมกันออกแบบระบบงานโครงการในเชิงบูรณาการให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างเต็มที่อีกด้วย

นอกจากมีทีมงานที่พร้อมให้บริการกับลูกค้าได้ทุกระดับแล้ว สายธุรกิจ GBI ยังมีซอฟต์แวร์ระบบภูมิสารสนเทศสำหรับใช้ในการฝึกอบรมพัฒนาบุคลากร ซึ่งเป็น Freeware ถูกต้องตามกฎหมาย และมีประสิทธิภาพใกล้เคียงกับผลิตภัณฑ์หลัก พร้อมด้วยคู่มือการใช้งานภาษาไทยโดยละเอียด ซึ่งสามารถดาวน์โหลดซอฟต์แวร์และคู่มือการใช้งานนี้ได้จาก Web Site ของ IRCP และจากผู้ผลิตซอฟต์แวร์โดยตรง ทำให้ลูกค้าสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายเบื้องต้นในการพัฒนาบุคลากรเป็นอันมาก และยังมีโอกาสทดสอบประสิทธิภาพในการใช้งานด้วยตนเอง อันจะทำให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในคุณภาพสินค้าของทางสายธุรกิจ GBI ได้ดียิ่งขึ้น

(2) ด้านพนักงาน

พนักงานในทีมงานมีประสบการณ์ทางด้านภูมิสารสนเทศมาอย่างยาวนาน โดยมีขีดความสามารถและความเชี่ยวชาญในการพัฒนาระบบงานประยุกต์ใช้เทคโนโลยีภูมิสารสนเทศได้อย่างหลากหลายในทุกสาขา อีกทั้งยังมีความพร้อมในการให้บริการโดยที่มีการประสานงานและร่วมมือกับลูกค้าอย่างใกล้ชิด ได้แก่ การจัดทำโครงการนำร่อง (Pilot Project) เพื่อเตรียมการสร้างสรรค์ผลงานที่ดีซึ่งสามารถยืนยันถึงความมีประสิทธิภาพ คุณภาพ ตลอดจนความมุ่งมั่นในการให้บริการลูกค้าอย่างเต็มความสามารถ



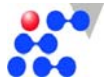
(3) ด้านประชาสัมพันธ์

สายธุรกิจ GBI ได้เสริมช่องทางการจัดจำหน่ายในวงกว้างด้วยการดำเนินกิจกรรมร่วมกับหน่วยงานที่มีชื่อเสียง, สถาบันทางวิชาการ หรือสถาบันการศึกษาในทุกภูมิภาคของประเทศ เพื่อทำการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สินค้ารวมทั้งความร่วมมืออย่างใกล้ชิดในการพัฒนาโครงการที่เกิดขึ้นในแต่ละภูมิภาค ทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่มีความต้องการโดยตรงได้เป็นอย่างดี เช่น การจัดประชุมสัมมนาทางวิชาการ การออกงานนิทรรศการ การจัดการฝึกอบรม การประชาสัมพันธ์บน Web Site ของ IRCP เป็นต้น นอกจากนี้ สายธุรกิจ GBI ได้ทำการผลิตสื่อตัวอย่างของการประยุกต์ใช้ระบบภูมิสารสนเทศในงานด้านต่าง ๆ ลงบนแผ่นซีดีรอม ซึ่งสามารถผลิตแผ่นดังกล่าวได้เป็นจำนวนมากในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์โดยแจกจ่ายให้กับลูกค้าที่มีความสำคัญ เพื่อนำไปทดลองใช้งานตัวอย่างก่อน ซึ่งสามารถสร้างความสนใจให้แก่ลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ได้เป็นอย่างดี

ลักษณะของกลุ่มลูกค้าและช่องทางการจัดจำหน่าย

กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ คือ หน่วยงานราชการตามกระทรวง ทบวง กรม ต่าง ๆ ตลอดจนหน่วยงานส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานภาคธุรกิจเอกชน เนื่องจากธุรกิจภูมิสารสนเทศมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับการบริหารจัดการข้อมูลเชิงพื้นที่ โดยเฉพาะปัจจุบันนี้ นโยบายภาครัฐได้จัดสรรงบประมาณซึ่งให้ความสำคัญกับการลงทุนในภาคบริการลงไปสู่หน่วยงานในระดับรากหญ้าทั่วประเทศ ซึ่งจะมีความเกี่ยวข้องกับฐานข้อมูลโครงสร้างพื้นฐานของประเทศ (National Spatial Data Infrastructure) ซึ่งหน่วยงานเหล่านี้ต้องการนำข้อมูลเชิงพื้นที่ไปใช้ในการวิเคราะห์และการวางแผนกำหนดนโยบายเพื่อให้สามารถปฏิบัติภารกิจต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น สามารถสร้างผลประโยชน์กลับมายังภาครัฐ และสามารถตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนได้อย่างทันท่วงที ทั้งนี้ สัดส่วนการลงทุนทางด้านภูมิสารสนเทศของภาครัฐยังคงมีอัตราขยายตัวที่ดีในปัจจุบัน ทั้งนี้ ด้วยการที่มีผลงานเป็นที่ประจักษ์แล้วในส่วนราชการต่าง ๆ จึงทำให้สายธุรกิจ GBI สามารถนำมาใช้อ้างอิงเพื่อขยายฐานการตลาดต่อไปยังลูกค้าเป้าหมายกลุ่มอื่น ๆ โดยในปี พ.ศ. 2551 งบประมาณการสัดส่วนรายได้ของทางสายธุรกิจ GBI แยกตามกลุ่มลูกค้า เป็นดังนี้

| กลุ่มลูกค้า | ประมาณร้อยละ |
|---|--------------|
| National Security | 20 |
| Cadastral & Utilities | 20 |
| Local Administrations & Operation Center | 20 |
| Natural Resources, Agicultures, Environment | 15 |
| Finance & Banking | 10 |
| Communications & Energy | 10 |
| Education, Religion, Tourism | 5 |



สำหรับการเข้าถึงลูกค้าในภาคภูมิต่างๆ สายธุรกิจ GBI จะเข้าไปทำการเสนอขายโครงการโดยอาศัย การดำเนินกิจกรรมในลักษณะโครงการนำร่องร่วมกับลูกค้าอย่างใกล้ชิดเพื่อเป็นการทดสอบประสิทธิภาพของสินค้าว่า ตรงตามภารกิจของหน่วยงานเบื้องต้น เพื่อนำไปสู่การจัดซื้อจัดจ้างตามระเบียบราชการต่อไป

ส่วนภาคเอกชนจะเน้นกลยุทธ์การขายตรงกับกลุ่มลูกค้าที่มีศักยภาพ โดยจัดทีมงานผู้เชี่ยวชาญเพื่อ เตรียมการสาธิตและนำเสนอตัวอย่างผลงานที่เคยดำเนินการมาแล้วว่าสอดคล้องกับภารกิจและความต้องการลูกค้า ทั้งนี้ เพื่อให้ลูกค้าสามารถพิจารณาตัดสินใจได้อย่างรวดเร็ว

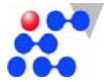
3.3.2.2 ภาวะการแข่งขันและแนวโน้มอุตสาหกรรม

ภาวะการแข่งขัน

ปัจจุบันนโยบายภาครัฐยังได้เน้นให้ความสำคัญกับการนำเทคโนโลยีภูมิสารสนเทศ และข้อมูลสารสนเทศ เชิงพื้นที่มาช่วยสนับสนุนการวางแผนและกำหนดนโยบาย ตลอดจนการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ของประเทศ เพื่อให้ การบริหารราชการ, การบริหารจัดการทรัพยากรและการให้บริการของหน่วยงานภาครัฐทุกระดับบังเกิดประสิทธิภาพมากขึ้น และสามารถแข่งขันกับผู้อื่นได้ นอกจากนี้ รัฐบาลยังได้กำหนดนโยบายสาธารณะที่จำเป็นจะต้องอาศัยข้อมูลโครงสร้าง พื้นฐานจากระบบภูมิสารสนเทศ จึงส่งผลให้หน่วยงานราชการต่าง ๆ ตั้งแต่ระดับกระทรวง ทบวง กรม และหน่วยงาน ท้องถิ่นทั่วประเทศ จึงมีความต้องการนำเทคโนโลยีระบบภูมิสารสนเทศและข้อมูลเชิงพื้นที่มาช่วยในการวางแผนกำหนด นโยบายและการจัดสรรทรัพยากรอย่างเหมาะสม และส่งผลให้หน่วยงานสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและ บังเกิดผลสัมฤทธิ์ในที่สุด

ในส่วนของภาวะการแข่งขันคาดว่าจะมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่ยังคงอยู่ในวงจำกัดเฉพาะกลุ่ม ธุรกิจในขนาดใหญ่ในเชิง System Integrator โดยในการแข่งขันของธุรกิจภูมิสารสนเทศจำเป็นจะต้องอาศัยผลิตภัณฑ์ที่มี ประสิทธิภาพสูง เป็นสินค้าที่มีชื่อเสียง, มีมาตรฐาน และได้รับการยอมรับในวงกว้าง ซึ่งจำเป็นจะต้องได้รับการสนับสนุน จากบริษัท มีวิสัยทัศน์ และมีศักยภาพความพร้อมทั้งในแง่ของความมั่นคงทางการเงิน และความเชี่ยวชาญทางด้าน เทคโนโลยีภูมิสารสนเทศอีกด้วย รวมทั้งจะต้องมีทีมงานที่มีประสบการณ์ในด้านการพัฒนาระบบงานภูมิสารสนเทศ มาอย่างยาวนาน จึงจะมีความชำนาญ และสามารถผลักดันธุรกิจดังกล่าวให้ก้าวหน้าต่อไปได้ในสถานการณ์ปัจจุบัน

ทั้งนี้ โอกาสในการขยายธุรกิจยังมีอีกมาก เนื่องจากนโยบายกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาคและท้องถิ่น ของภาครัฐ ได้มีการขยายการลงทุนในภาคบริการด้านต่าง ๆ ไปสู่ระดับภูมิภาคและท้องถิ่น เพื่อให้สามารถแข่งขันกับภาค ธุรกิจเอกชน อีกทั้งรัฐบาลยังได้มีการลงทุนส่งดาวเทียมสำรวจทรัพยากรธรรมชาติ Theos ขึ้นสู่วงโคจรในอนาคตรัดใกล้นี้ เพื่อจะทำการผลิตข้อมูลภาพถ่ายดาวเทียมครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ สนับสนุนให้แก่หน่วยงานต่าง ๆ นำไปใช้ประโยชน์ใน การพัฒนาพื้นที่ซึ่งอยู่ในความรับผิดชอบ ย่อมจะทำให้เกิดความแพร่หลายของการใช้งานข้อมูลเชิงพื้นที่ออกไปสู่หน่วยงาน ราชการต่าง ๆ ทั่วประเทศ ซึ่งหน่วยงานเหล่านั้นย่อมจำเป็นจะต้องอาศัยเทคโนโลยีภูมิสารสนเทศเพื่อเป็นเครื่องมือใน การประยุกต์ใช้งานร่วมกับข้อมูลดังกล่าวเป็นจำนวนมาก



แนวโน้มอุตสาหกรรม

อุตสาหกรรมมีแนวโน้มสดใส โดยมีปัจจัยสนับสนุน คือ นโยบายรัฐบาลที่ได้กำหนดให้หน่วยงานภาครัฐในระดับต่าง ๆ ได้มีการจัดทำข้อมูลแผนที่ในพื้นที่รับผิดชอบ ด้วยมาตราส่วน 1:4000 เพื่อให้หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนได้ใช้งานฐานข้อมูลเชิงพื้นที่ในมาตรฐานเดียวกัน ซึ่งสามารถพัฒนาแลกเปลี่ยนข้อมูลกันได้สะดวก โดยอาศัยเทคโนโลยีระบบภูมิสารสนเทศ ดังนั้น ตลาดในอนาคตจะยังคงมีการขยายตัวอีกต่อไปโดยอาศัยภาครัฐเป็นแกนหลักในการผลักดันให้มีการใช้ประโยชน์ข้อมูลเชิงพื้นที่ในภารกิจต่าง ๆ ของส่วนราชการทุกระดับทั่วประเทศ

3.3.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

ในการจัดหาผลิตภัณฑ์ที่เป็นฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์นั้น แบ่งออกได้ดังนี้

(1) กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่สั่งซื้อจากผู้ผลิตในต่างประเทศ ได้แก่ ซอฟต์แวร์ TNTMips จากบริษัท Microimages, Inc. ประเทศสหรัฐอเมริกา ซอฟต์แวร์ GLG Toolkits จากบริษัท Generic Logic, Inc. ประเทศสหรัฐอเมริกา ซอฟต์แวร์ Cadcorp ของบริษัท Cadcorp, Ltd. จากประเทศอังกฤษ ซอฟต์แวร์ Photomod จากบริษัท Racurs, Inc. ประเทศรัสเซีย ผลิตภัณฑ์ ArcGIS ของบริษัท ESRI จากประเทศสหรัฐอเมริกา และผลิตภัณฑ์ SAS ของบริษัท SAS จากประเทศสหรัฐอเมริกา มีสัดส่วนร้อยละ 40

(2) กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่สั่งซื้อจากผู้ผลิตหรือตัวแทนจำหน่ายในประเทศไทย ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ด้านซอฟต์แวร์ หรือฮาร์ดแวร์ต่าง ๆ จาก บริษัท ออราเคิล (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท ฮิวเลตต์ แพ็คการ์ด (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท เอสไอเอส จำกัด บริษัท อินแกรม จำกัด บริษัท แวลลูซิสเต็มส์ จำกัด บริษัท ไชท์เพอร์พาร์เนชั่น จำกัด ฯลฯ มีสัดส่วนร้อยละ 60

นอกจากนี้ ทางสายงานยังมีกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่เป็นซอฟต์แวร์หรือฮาร์ดแวร์ที่ได้รับการออกแบบพัฒนาเฉพาะกิจตามความต้องการของลูกค้า จะแบ่งเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

- ซอฟต์แวร์ประยุกต์ใช้งานด้านภูมิสารสนเทศ จะใช้ทีมงานจากสายธุรกิจ GBI เป็นผู้พัฒนาเอง
- ซอฟต์แวร์พัฒนาระบบบริหารงานด้าน MIS จะใช้ทีมงานจากสายธุรกิจ GBI และทีมงานจากบริษัทในเครือ เป็นผู้พัฒนาร่วมกัน
- ซอฟต์แวร์และฮาร์ดแวร์ที่เป็นการออกแบบพิเศษ จะใช้ทีมงานจากสายธุรกิจ GBI ร่วมกับพันธมิตรคู่ค้าที่มีขีดความสามารถด้านวิจัยและพัฒนาเป็นผู้พัฒนาร่วมกัน
- การวางระบบเครือข่าย LAN / WAN จะใช้ทีมงานบริษัทในเครือ เป็นผู้วางแผนออกแบบและพัฒนาระบบร่วมกัน



3.4.4 สัญญาสำคัญที่เกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจภูมิสารสนเทศ

- (1) สัญญาระหว่างบริษัท อินเทลเนชั่นแนล รีเสิร์ช คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) กับ บริษัท Microimages, Inc.

| | |
|---------------------|---|
| บริษัท | บริษัท อินเทลเนชั่นแนล รีเสิร์ช คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) |
| คู่สัญญา | บริษัท Microimages, Inc. ประเทศสหรัฐอเมริกา |
| สัญญาเลขที่ | ไม่มี |
| วันเริ่มต้นของสัญญา | 1 มีนาคม 2545 |
| ระยะเวลาของสัญญา | 2 ปี โดยสัญญาจะต่อโดยอัตโนมัติคราวละ 2 ปี ถ้าฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งไม่แจ้งเอกสารยกเลิก |
| ค่าตอบแทน | ไม่มี |
| สาระสำคัญ | 1. เป็นสัญญาแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายสินค้า TNTmips, TNTedit, TNTview, TNTatlas, TNTlite, TNTlink, TNTsdk และ TNTserver 2. การยกเลิกสัญญา โดยฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งต้องแจ้งล่วงหน้าก่อน 30 วัน ก่อนวันครบอายุของสัญญา |

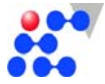
- (2) สัญญาระหว่างบริษัท อินเทลเนชั่นแนล รีเสิร์ช คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) กับ บริษัท Envitec Co.,Ltd.

| | |
|---------------------|--|
| บริษัท | บริษัท อินเทลเนชั่นแนล รีเสิร์ช คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) |
| คู่สัญญา | บริษัท Envitec Co., Ltd. ประเทศไทย |
| สัญญาเลขที่ | ไม่มี |
| วันเริ่มต้นของสัญญา | 9 กรกฎาคม 2547 |
| ระยะเวลาของสัญญา | 2 ปี โดยสัญญาจะต่อโดยอัตโนมัติคราวละ 2 ปี ถ้าฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งไม่แจ้งเอกสารยกเลิก |
| ค่าตอบแทน | ไม่มี |
| สาระสำคัญ | 1. เป็นสัญญาแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายสินค้า Cadcorp SIS, Cadcorp GeognoSIS.NET 2. การยกเลิกสัญญา โดยฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งต้องแจ้งล่วงหน้าก่อน 30 วัน ก่อนวันครบอายุของสัญญา |



(3) สัญญาระหว่างบริษัท อินเทลเนชั่นแนล รีเสิร์ช คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) กับ บริษัท Generic Logic, Inc.

| | |
|---------------------|---|
| บริษัท | บริษัท อินเทลเนชั่นแนล รีเสิร์ช คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) |
| คู่สัญญา | บริษัท Generic Logic, Inc. ประเทศสหรัฐอเมริกา |
| สัญญาเลขที่ | ไม่มี |
| วันเริ่มต้นของสัญญา | 19 มกราคม 2548 |
| ระยะเวลาของสัญญา | 1 ปี โดยสัญญาจะต่อโดยอัตโนมัติคราวละ 1 ปี ถ้าฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งไม่แจ้ง เอกสารยกเลิก |
| ค่าตอบแทน | ไม่มี |
| สาระสำคัญ | 1. เป็นสัญญาแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายสินค้า GLG Toolkits 2. การยกเลิกสัญญา โดยฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งต้องแจ้งล่วงหน้าก่อน 30 วัน ก่อนวันครบอายุของสัญญา |



3.4 สายธุรกิจการผลิตซ้ำซอฟต์แวร์ (Authorized Replicator Business Department : AR)

3.4.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

สายธุรกิจ AR ดำเนินงานภายใต้บริษัท IRCP ประกอบธุรกิจเป็นผู้ผลิตซ้ำซอฟต์แวร์ให้กับ Microsoft ประเภทรับจ้างผลิต OEM ของ Microsoft มีขั้นตอน คือ บริษัทฯ เป็นผู้จัดหาวัตถุดิบ จัดทำโปรแกรมที่ได้รับจาก Microsoft จากนั้นส่งโปรแกรมไปให้โรงงานที่ได้รับอนุญาตจาก Microsoft เป็นผู้ลงโปรแกรมใส่แผ่นซีดี แล้วนำแผ่นซีดีนั้นกลับมาปิดฉลากแสดงสิทธิกันปลอม (Certificate of Authenticity) ที่ทำจากเทคโนโลยีของ Microsoft โดยเฉพาะ และใช้เครื่องจักรที่ Microsoft กำหนด ซึ่งการใส่รหัสลงในฉลากรักษาความปลอดภัยนี้ถือเป็นขั้นตอนในการผลิตซ้ำซอฟต์แวร์ หากไม่มีรหัสจะไม่สามารถใช้โปรแกรมได้ หลังจากนั้นทำการบรรจุหีบห่อและจำหน่าย ปัจจุบันทางสายธุรกิจ AR เป็นผู้ผลิตซ้ำซอฟต์แวร์ให้กับ Microsoft แต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทยมานานกว่า 15 ปี

นอกจากการบริการรับจ้างผลิตซ้ำซอฟต์แวร์ให้กับลูกค้าแล้ว สายธุรกิจ AR ยังให้บริการทางด้านงานพิมพ์เครื่องหมายหรือตราสินค้าบนวัตถุผิวโค้ง เช่น แป้นพิมพ์คีย์บอร์ด แก้วหรือพลาสติก ตามที่ลูกค้ากำหนด การให้บริการทำซ้ำโปรแกรมลงแผ่น diskette ขนาด 3.5 นิ้ว เช่น แผ่นไดรฟ์เวอร์ (driver) เป็นต้น และมีการให้บริการทำเมนูภาษาไทย (Localization) สำหรับกล่องดิจิตอลแบรนด์ดังจากญี่ปุ่นอีกด้วย

3.4.2 การตลาดและภาวะการแข่งขัน

สัดส่วนรายได้ของทางสายธุรกิจ AR ในปี 2550 ส่วนใหญ่มาจากการผลิตซ้ำซอฟต์แวร์ของ Microsoft คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 85 ในขณะที่งานพิมพ์เครื่องหมายหรือตราสินค้าบนวัตถุผิวโค้งมีการเติบโตที่ลดลงเล็กน้อย โดยมีสัดส่วนอยู่เป็นร้อยละ 2 การทำซ้ำโปรแกรมลงแผ่น diskette ขนาด 3.5 นิ้ว มีสัดส่วนรายได้เติบโตเล็กน้อยที่ร้อยละ 3 และการให้บริการทำเมนูภาษาไทยสำหรับกล่องดิจิตอล ซึ่งเป็นสายผลิตภัณฑ์ใหม่นั้นมีการเติบโตอย่างโดดเด่นชัดเจน ซึ่งปัจจุบันมีสัดส่วนรายได้ที่ร้อยละ 10 ดังนั้นทางสายธุรกิจ AR จึงมีนโยบายการตลาดมุ่งเน้นงานทางด้านการผลิตซ้ำซอฟต์แวร์ของ Microsoft เป็นแกน และคาดหวังสร้างการเติบโตของกำไรจากสายผลิตภัณฑ์การพิมพ์บนวัตถุผิวโค้ง และการทำเมนูภาษาไทยสำหรับกล่องดิจิตอล ซึ่งคาดว่าจะมีปริมาณเพิ่มขึ้นไม่ต่ำกว่าร้อยละ 20 ในปี 2551 โดยเน้นการผลิตได้อย่างรวดเร็ว มีคุณภาพได้มาตรฐานตามที่ลูกค้ากำหนด มีบริการหลังการขาย นอกจากนี้ สายธุรกิจ AR ได้จัดให้มีขั้นตอนการทำงานอย่างเป็นระบบ รวมถึงมีระบบการตรวจสอบคุณภาพและรวบรวมสถิติที่ได้มาตรฐาน และมีการจัดทำแบบประเมินความพึงพอใจจากลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ โดยโรงงานที่ผลิตเป็นโรงงานที่ได้มาตรฐานผ่านการตรวจสอบทั้งจาก Microsoft และบริษัทผู้ให้การรับรองระบบคุณภาพมาตรฐาน ISO 9000:2000

3.4.2.1 การตลาด

กลยุทธ์การแข่งขัน

(1) ด้านสินค้าและบริการ

สายธุรกิจ AR เน้นการให้บริการผลิตสินค้าและการให้บริการที่มีคุณภาพสูงโดยทางสายธุรกิจ AR ได้รับการอภิศอบรับรองด้านคุณภาพจาก ISO 9002 version 1994 เป็น ISO 9000:2000 เมื่อวันที่ 15 ธันวาคม 2546 ซึ่งเป็นมาตรฐานของ NAC (National Accreditation Council) และ UKAS (United Kingdom Accreditation Service)



โดยได้รับการรับรองมาตรฐานครอบคลุมทุกส่วนการผลิตทั้งในด้านการผลิตซ้ำซอฟต์แวร์ที่มีลิขสิทธิ์และด้านวัสดุหีบห่อ (Duplication of license software and computer packing accessories) รวมถึงการสกรีนเครื่องหมายบนวัสดุผิวโค้ง (PAD Printing) ด้วย นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้รับการประเมินผลการปฏิบัติงาน (Performance Evaluation) จาก Microsoft จนได้รับรางวัล Commitment to Excellence ประจำปี 2004 และได้รางวัล System Builder Channel AR Performance Award ทุกเดือนตลอดปี 2550 ที่ผ่านมา ซึ่งเป็นเครื่องยืนยันคุณภาพและความพึงพอใจของ Microsoft ที่มีต่อบริษัทได้เป็นอย่างดี

ทางสายธุรกิจ AR มีการสำรวจระดับความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction Level) ทุกปี โดยทำแบบสอบถามไปถึงลูกค้าโดยตรงเพื่อให้คะแนนในหัวข้อต่าง ๆ ที่ทางสายธุรกิจ AR คาดว่าเป็นปัจจัยสำคัญ เช่น คุณภาพสินค้า ราคา การจัดส่งและการให้บริการ เป็นต้น เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงและพัฒนากระบวนการผลิตให้ลูกค้ามีความพึงพอใจสูงสุด ซึ่งผลการสำรวจตลอดปี 2550 ที่ผ่านมาพบว่า ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจในเกณฑ์ ดี ถึง ดีมาก เฉลี่ยถึงร้อยละ 95

เนื่องจากสายธุรกิจ AR ประกอบธุรกิจหลัก คือ การผลิตซ้ำซอฟต์แวร์ของ Microsoft ซึ่งขายให้กับลูกค้าตามที่ Microsoft เป็นผู้กำหนดให้ โดย Microsoft จะเป็นผู้มอบหมายนโยบายให้กับ Microsoft Corporation ประเทศไทยซึ่งเป็นตัวแทนในประเทศเพื่อให้เป็นผู้กำหนดนโยบายทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ รวมถึงการปราบปรามซอฟต์แวร์ที่ผิดกฎหมายอีกทอดหนึ่ง ดังนั้น นโยบายการตลาดส่วนใหญ่จะถูกกำหนดโดย Microsoft โดยหากในปีใดทาง Microsoft มีนโยบายการปราบปรามซอฟต์แวร์ละเมิดลิขสิทธิ์อย่างเข้มงวด ก็จะส่งผลให้รายได้ของสายธุรกิจลดลงตามไปด้วย ในขณะที่เดียวกัน สำหรับผลิตภัณฑ์หรือรุ่นสินค้าของ Microsoft ซึ่งมีออกมาใหม่เป็นระยะเพื่อกระตุ้นและตอบสนองความต้องการของลูกค้า สายธุรกิจ AR ก็จะได้รับความสะดวกใจให้เป็นผู้ผลิตซ้ำซอฟต์แวร์เหล่านั้น ทำให้สายธุรกิจ AR สามารถผลิตผลิตภัณฑ์ได้หลากหลายและมียอดขายเพิ่มขึ้น อย่างเช่น ในช่วงต้นปี พ.ศ. 2551 นี้ ทาง Microsoft Corporation ประเทศไทย ได้ออกผลิตภัณฑ์ใหม่ในตระกูล Windows 2008 Server และ Windows Vista SP1 เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

(2) ด้านการลดต้นทุนการผลิต

บริษัทฯ มีการดำเนินงานตามมาตรฐานที่ทาง Microsoft กำหนด ในปี พ.ศ. 2550 มีปริมาณของเสียโดยรวมต่ำกว่า 200 PPM (200 ขึ้นต่อ 1,000,000 ชิ้น) เช่นเดิม ซึ่งของเสียในการผลิต เช่น กาวเปื้อนบนแผ่นซีดี หรือ ฉลากกันปลอมหรือบรรจุภัณฑ์ไม่สมบูรณ์ เป็นต้น โดยในปี พ.ศ. 2551 ยังคงเป้าหมายที่จะลดของเสียให้ต่ำกว่า 200 PPM เนื่องจากในช่วงต้นปี 2551 จะมีการเปลี่ยนแปลงขบวนการใหม่บางส่วนโดยเฉพาะอย่างยิ่งผลิตภัณฑ์ของไมโครซอฟต์เพื่อป้องกันการปลอมแปลง ทำให้ขั้นตอนการผลิตอาจยุ่งยากขึ้นมาบ้าง ซึ่งอาจส่งผลให้เกิดของเสียเพิ่มขึ้นในช่วงดังกล่าวได้ จึงมิได้ปรับเปลี่ยนเป้าหมายจากปีที่ผ่านมา โดยปัจจัยสำคัญ คือ พนักงานที่เกี่ยวข้องในแต่ละขบวนการจะต้องได้รับการฝึกอบรมให้เข้าใจและสามารถปฏิบัติตามขั้นตอนได้อย่างถูกต้อง รวมทั้งมีการปรับปรุงขบวนการในการผลิตให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งส่งผลให้การทำงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ รวดเร็วขึ้น ในขณะที่ของเสียลดลง นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้ดำเนินการตามแผนการลดต้นทุนวัตถุดิบลง โดยยังคงเป้าหมายไว้ที่ 3% ต่อจากปีที่ผ่านมา ทั้งนี้ ในปี 2550 สามารถทำได้ 3.08% ซึ่งเป็นผลพลอยได้จากการที่เงินบาทแข็งค่าขึ้นมาก หากวัดการลดต้นทุนจากวัตถุดิบเฉพาะผลจากปัจจัยหลัก ๆ เช่น การสั่งซื้อเป็นปริมาณสูงต่อครั้ง เพื่อให้มีความประหยัดต่อขนาดยังทำได้ไม่ค่อยดี โดยมีสาเหตุมาจาก



การเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์บ่อย ซึ่งการเปลี่ยนแปลงแต่ละครั้งจะมีต้นทุนคงที่ (Fix Cost) อยู่แล้ว ทั้งนี้ ทุกเป้าหมายมีการติดตามและจัดเก็บเป็นดัชนีชี้วัด (KPI) อย่างต่อเนื่อง เป็นระบบ และสอดคล้องกับนโยบายโดยรวมของบริษัทฯ ทำให้มั่นใจได้ว่าต้นทุนการผลิตสามารถลดลงได้อย่างแน่นอน

ลักษณะของกลุ่มลูกค้าและช่องทางการจัดจำหน่าย

สำหรับซอฟต์แวร์ของ Microsoft ทางสายธุรกิจ AR จะจำหน่ายให้เฉพาะลูกค้าที่ Microsoft เป็นผู้กำหนดให้เท่านั้น โดยแบ่งลูกค้าออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

(1) DSP (Delivery Service Partner) คือบริษัทที่เป็นตัวแทนกระจายสินค้าของ Microsoft ซึ่งในประเทศไทยมี 2 บริษัท โดย DSP เหล่านี้จะขายสินค้าให้กับกลุ่มลูกค้าหลัก 2 กลุ่มคือ กลุ่มบริษัทผู้ผลิตคอมพิวเตอร์ในประเทศ (PC OEMers) ที่ได้ซื้อลิขสิทธิ์โดยตรงกับ Microsoft และกลุ่มองค์กรต่าง ๆ ที่ต้องการซอฟต์แวร์ที่มีลิขสิทธิ์ถูกต้องของ Microsoft โดยในปี 2550 สายธุรกิจ AR มีสัดส่วนรายได้จาก DSP ประมาณร้อยละ 71

(2) บริษัทผู้ผลิตคอมพิวเตอร์ ในประเทศ (PC OEMers) ที่ได้ซื้อลิขสิทธิ์โดยตรงกับ Microsoft USA ซึ่งในปัจจุบันมีลูกค้าที่ Microsoft เป็นผู้กำหนดจำนวน 2 บริษัท โดยในปี 2550 มีสัดส่วนรายได้จากลูกค้ากลุ่มนี้ร้อยละ 29

ส่วนงานด้านการพิมพ์เครื่องหมายหรือตราสินค้าบนวัสดุผิวโค้ง ส่วนใหญ่เป็นการให้บริการกับกลุ่มของลูกค้า Microsoft เช่น งานการพิมพ์ตัวหนังสือภาษาไทยลงบนแป้นพิมพ์ เป็นต้น นอกจากนี้ อาจจะมีลูกค้าเพิ่มเติม คือ ผู้ผลิตเครื่องภายในประเทศที่ต้องการพิมพ์ตราสินค้าของตนเอง ในส่วนการทำซ้ำโปรแกรมลงแผ่น diskette ขนาด 3.5 นิ้ว เป็นการให้บริการกับกลุ่มลูกค้าทั่วไป โดยไม่มีกลุ่มลูกค้าเฉพาะเจาะจง

สำหรับสายผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ใช้บริการทำเมนูภาษาไทยนั้น จะเน้นให้บริการเฉพาะบริษัทผู้ผลิตกล่องดิจิตอล ที่ยังไม่มีเมนูเป็นภาษาไทย ซึ่งมีไม่มากนัก แต่จะเน้นลูกค้าเป็นราย ๆ โดยคาดหวังรายได้จากปริมาณกล่องที่จำหน่ายได้ต่อปี ซึ่งปี 2550 ที่ผ่านมามีเติบโตขึ้นมากอย่างชัดเจน เนื่องจากผู้ผลิตเจ้าของแบรนด์มีนโยบายจัดทำเมนูภาษาไทยเกือบทุกรุ่น (มากกว่าร้อยละ 90 ของจำนวนรุ่นที่มีอยู่) และรุ่นที่ทำเป็นรุ่นที่นิยมสำหรับผู้บริโภคระดับกลางถึงล่าง ทำให้ปริมาณกล่องที่จะต้องอัดเมนูภาษาไทยสูงตามไปด้วย

3.4.2.2 ภาวะการแข่งขันและแนวโน้มอุตสาหกรรม

ภาวะการแข่งขัน

ซอฟต์แวร์ปฏิบัติการและซอฟต์แวร์ประยุกต์ ของ Microsoft เป็นสินค้าที่มีผู้ใช้งานสูงสุดในตลาดซอฟต์แวร์ของประเทศไทย และเนื่องจากทางสายธุรกิจ AR ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นผู้ผลิตซ้ำซอฟต์แวร์ของ Microsoft เพียงรายเดียวในประเทศไทย ดังนั้น ปัจจุบันบริษัทฯ ครองตลาด 100 % สำหรับสินค้าที่มีลิขสิทธิ์ที่ถูกต้อง อย่างไรก็ตาม ลูกค้าในประเทศไทยมีทางเลือกที่จะซื้อสินค้าจากผู้ผลิตซ้ำซอฟต์แวร์ประเทศสิงคโปร์และมาเลเซีย ที่ได้รับอนุญาตจาก Microsoft คือ บริษัท International Press Softcom Limited และ Mentor Media Limited แต่สายธุรกิจ AR มีความได้เปรียบทางด้านสถานที่ตั้งโรงงานผลิตซ้ำ และบรรจุหีบห่อที่อยู่ในประเทศไทย ทำให้ไม่ต้องเสียค่าขนส่งจากต่างประเทศและไม่มีค่าภาษีอากรสำหรับการนำเข้าจากต่างประเทศ อีกทั้งในปี 2550 ไมโครซอฟต์ได้มีการปรับเปลี่ยนวิธีการดำเนินการธุรกิจของกลุ่ม



DSP ซึ่งจะทำให้บริษัทในกลุ่ม DSP นี้สต็อกสินค้าน้อยลง จะทำให้ปริมาณการสั่งซื้อในแต่ละครั้งลดลง และส่งผลให้ค่าขนส่งต่อหน่วยสูงขึ้นอีกหากนำเข้าจากต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีคู่แข่งทางอ้อมที่สำคัญ คือ ซอฟต์แวร์ละเมิดลิขสิทธิ์ซึ่งมีราคาที่ถูกกว่าและครองส่วนแบ่งการตลาดประมาณร้อยละ 80

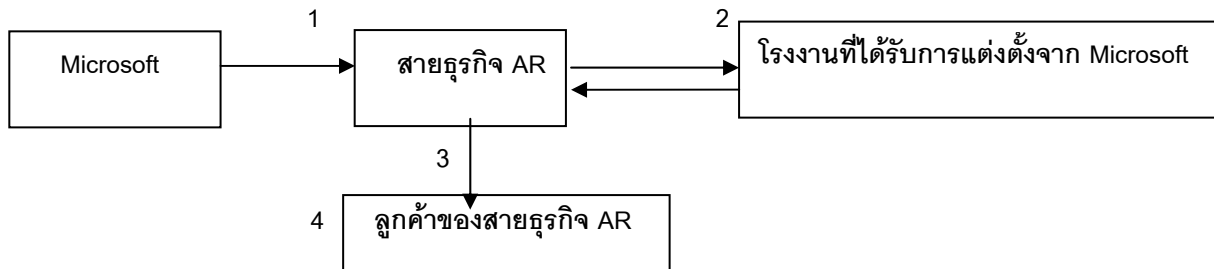
แนวโน้มอุตสาหกรรมการผลิตซ้ำซอฟต์แวร์

จากการที่ซอฟต์แวร์ที่ผลิตซ้ำเป็นซอฟต์แวร์ของ Microsoft ทั้งระบบปฏิบัติการและซอฟต์แวร์ประยุกต์ซึ่งผลิตให้กับ OEMERS และ DSP โดยตรง เป็นซอฟต์แวร์ที่ครองส่วนแบ่งการตลาดอันดับหนึ่ง ดังนั้น การพิจารณายอดขายซอฟต์แวร์จึงสามารถพิจารณาได้จากยอดขายของจำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์ที่จำหน่ายในประเทศเป็นหลัก โดยในช่วงปี 2545 – 2550 มีอัตราการเติบโตของตลาดพีซีไม่ต่ำกว่าปีละ 10-20% ดังนั้น คาดว่าในปี 2551 อัตราการเติบโตก็จะอยู่ในราว 10% ขึ้นไป ซึ่งจะส่งผลให้การเติบโตของหน่วยงานผลิตซ้ำซอฟต์แวร์มีการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องเช่นกัน

นอกจากนั้น ในช่วงปี 2545-2547 ทางกรมได้มีมาตรการในการปราบปรามซอฟต์แวร์ละเมิดลิขสิทธิ์ ทำให้ซอฟต์แวร์ละเมิดลิขสิทธิ์ดังกล่าวลดลงอย่างมีนัยสำคัญซึ่งจะส่งผลดีต่อตลาดซอฟต์แวร์และธุรกิจผลิตซ้ำซอฟต์แวร์ของสายธุรกิจ AR โดยรวม

3.4.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

ทางสายธุรกิจ AR เป็นผู้รับจ้างผลิตซ้ำซอฟต์แวร์ให้กับ Microsoft และสายธุรกิจ ISD โดยมีขั้นตอนการทำงานและการจัดหาผลิตภัณฑ์ ดังนี้



1. Microsoft เป็นผู้ส่งโปรแกรมต้นฉบับให้กับทางสายธุรกิจ AR และทางสายธุรกิจ AR เป็นผู้จัดทำฉลากแสดงสิทธิกันปลอม (Certificate of Authenticity) และจัดหาวัตถุดิบส่วนต่างๆ ที่เหลือ เช่น แผ่นซีดี กล่องพลาสติก และหีบห่อ เป็นต้น เพื่อประกอบเป็นโปรแกรมสำเร็จรูปตามความต้องการของลูกค้า
2. สายธุรกิจ AR เป็นผู้จัดส่งโปรแกรมให้กับโรงงานประเทศสิงคโปร์ที่ได้รับอนุญาตจาก Microsoft ให้เป็นผู้ลงโปรแกรมลงแผ่นซีดีหรือโรงงานที่ไว้วางใจเป็นผู้ลงโปรแกรมใส่แผ่นซีดี
3. โรงงานที่ลงโปรแกรมส่งแผ่นซีดีกลับมาที่สายธุรกิจ AR เพื่อทำการผลิตซ้ำซอฟต์แวร์โดยการปิดฉลากแสดงสิทธิกันปลอม (Certificate of Authenticity) บรรจุหีบห่อ และตรวจสอบคุณภาพก่อนส่งสินค้าให้ลูกค้า
4. สายธุรกิจ AR ส่งโปรแกรมสำเร็จรูปให้กับลูกค้า



ปัจจุบันโรงงานการผลิตซ้ำซอฟต์แวร์ตั้งอยู่บนถนนรัตนวิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี เป็นอาคารพาณิชย์ 1 คูหา 4 ชั้น โดยมีชุดสายการผลิตสั่งซื้อโดยตรงจาก Microsoft คือ เครื่องพิมพ์ MOO/POD (Microsoft OEM online/ Print on Demand) จำนวน 1 สายการผลิต

ส่วนเครื่องจักรที่สั่งซื้อในประเทศ ได้แก่ เครื่องอบหม้อสินค้าจำนวน 2 เครื่อง เครื่องทำซ้ำโปรแกรมลงแผ่น Diskette ขนาด 3.5 นิ้ว จำนวน 3 เครื่อง และเครื่องสกรีนบนวัตถุผิวโค้ง 1 เครื่อง โดยมีบุคลากรในสายธุรกิจ AR ทั้งหมด 11 คน มีกำลังการผลิตซอฟต์แวร์และปริมาณการผลิตจริงมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปีตามความต้องการของตลาด ดังแสดงในตาราง

| หัวข้อ | ปี 2547 | ปี 2548 | ปี 2549 | ปี 2550 |
|-------------------------------|---------|---------|---------|---------|
| กำลังการผลิต (จำนวนแผ่น) | 260,000 | 260,000 | 260,000 | 260,000 |
| ปริมาณการผลิตจริง (จำนวนแผ่น) | 186,159 | 96,654 | 132,106 | 164,963 |

สำหรับนโยบายการผลิตที่สำคัญคือ เมื่อได้รับคำสั่งซื้อของผู้แทนจำหน่ายที่ได้รับการแต่งตั้งจาก Microsoft แล้วจึงจะทำการผลิต และทำการจัดส่งภายใน 1-2 วัน สำหรับสินค้าที่มีสายการผลิตอยู่แล้ว ส่วนสินค้าที่ไม่มีสายการผลิต เช่น ผลิตภัณฑ์ใหม่จะกำหนดเสร็จภายใน 7 วัน

การจัดหาวัตถุดิบ จะแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกคือ วัตถุดิบคุณภาพระดับสูงป้องกันการปลอมแปลง ต้องสั่งซื้อจากผู้ขายที่ Microsoft เป็นผู้กำหนดให้เท่านั้น ได้แก่

- แผ่นซีดี มีการสั่งซื้อจากบริษัท 2 บริษัท คือ บริษัทที่ประเทศสิงคโปร์ 1 บริษัท และบริษัทในประเทศญี่ปุ่น 1 บริษัท
- ฉลากแสดงสิทธิ์กันปลอม (Certificate of Authenticity) มีการสั่งซื้อจาก 1 บริษัท ซึ่งตั้งอยู่ที่ประเทศอังกฤษ โดยติดต่อผ่านสำนักงานสาขาในมาเลเซีย

ส่วนวัตถุดิบที่ไม่จำเป็นต้องซื้อจากผู้ผลิตที่ Microsoft กำหนด ได้แก่ สิ่งพิมพ์และหีบห่อ โดยจะสั่งซื้อจากภายในประเทศไทย โดยมีสัดส่วนต้นทุนของวัตถุดิบในปี พ.ศ. 2546-2550 แสดงดังตารางด้านล่าง

(หน่วย : ร้อยละ)

| วัตถุดิบ | ปี 2547 | ปี 2548 | ปี 2549 | ปี 2550 |
|---|------------|------------|------------|------------|
| ฉลากแสดงสิทธิ์กันปลอม+แผ่นซีดี+สิ่งพิมพ์ เช่น แผ่นพับ คู่มือ | 90 | 90 | 90 | 90 |
| อื่น ๆ | 10 | 10 | 10 | 10 |
| รวม | 100 | 100 | 100 | 100 |



ทั้งนี้ สัดส่วนของการซื้อวัตถุดิบจากแหล่งวัตถุดิบจากต่างประเทศและในประเทศ ปี พ.ศ. 2546-2549
เป็นดังนี้

(หน่วย : ร้อยละ)

| แหล่งที่มาวัตถุดิบ | ปี 2547 | ปี 2548 | ปี 2549 | ปี 2550 |
|--------------------|---------|---------|---------|---------|
| ต่างประเทศ | 55 | 70 | 70 | 65 |
| ในประเทศ | 45 | 30 | 30 | 35 |
| รวม | 100 | 100 | 100 | 100 |

หมายเหตุ สัดส่วนการพึ่งพาวัตถุดิบจากต่างประเทศในปี 2545 ถึง ปี 2547 มีสัดส่วนที่ลดลง แต่ในปี 2548 ถึง ปี 2549 กลับสูงขึ้น เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงส่วนประกอบของวัตถุดิบ ซึ่งกำหนดโดยไมโครซอฟต์ มีการลดวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตลงแต่วัตถุดิบส่วนใหญ่ที่ลดลงเป็น วัตถุดิบที่ผลิตภายในประเทศ อย่างไรก็ตาม สัดส่วนการพึ่งพาวัตถุดิบจากต่างประเทศกลับลดลงอีกเล็กน้อยในปี 2550 เนื่องจากมีผลิตภัณฑ์ใหม่คือ Microsoft Office รุ่นใหม่ที่มีการใช้วัตถุดิบในประเทศในสัดส่วนที่เพิ่มขึ้น

3.4.4 สัญญาสำคัญที่เกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจการผลิตซอฟต์แวร์

- (1) สัญญาระหว่างบริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล รีเสิร์ช คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
กับ บริษัท MICROSOFT LICENSING, GP

| | |
|---------------------|--|
| บริษัท | บริษัทอินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล รีเสิร์ช คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) |
| คู่สัญญา | บริษัท MICROSOFT LICENSING, GP |
| สัญญาเลขที่ | 5000027846 |
| วันเริ่มต้นของสัญญา | 1 กันยายน 2549 |
| ระยะเวลาของสัญญา | สิ้นสุดเมื่อมีการยกเลิกสัญญาหรือ 30 มิถุนายน 2551 |
| ค่าตอบแทน | ไม่มี |
| สาระสำคัญ | เป็นสัญญาที่ระบุข้อตกลงในการผลิตซอฟต์แวร์และการให้บริการทั่วไปไม่เกี่ยวข้องกับ ช่องทางการจัดจำหน่าย โดยช่องทางการจัดจำหน่ายจะถูกแยกสัญญาออกเป็น 2 กลุ่ม ตามรายละเอียดของสัญญา 2 ฉบับข้างล่าง |



- (2) สัญญาระหว่างบริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล รีเสริช คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
กับ บริษัท MICROSOFT LICENSING, GP

| | |
|---------------------|---|
| บริษัท | บริษัทอินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล รีเสริช คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) |
| คู่สัญญา | บริษัท MICROSOFT LICENSING, GP |
| สัญญาเลขที่ | 5000028100 |
| วันเริ่มต้นของสัญญา | 1 กรกฎาคม 2550 |
| ระยะเวลาของสัญญา | สิ้นสุดเมื่อมีการยกเลิกสัญญาหรือ 30 มิถุนายน 2551 |
| ค่าตอบแทน | ไม่มี |
| สาระสำคัญ | <ol style="list-style-type: none">เป็นผู้ผลิตเฉพาะสินค้าประเภท OEM ได้แก่ ซอฟต์แวร์ปฏิบัติการและซอฟต์แวร์ประยุกต์ โดยขายให้แก่กลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้ผลิตเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ได้รับอนุญาตโดยตรงจากไมโครซอฟต์ (Name Account) ที่อยู่ในประเทศไทยและประเทศในภูมิภาคเอเชียทั้งหมด รวมถึงประเทศ ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์ ส่วนการขายวัตถุดิบสามารถขายให้กับผู้ผลิตประเภทเดียวกันในต่างประเทศได้การบอกเลิกสัญญาโดยฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง ต้องแจ้งล่วงหน้าอย่างน้อย 60 วัน |

- (3) สัญญาระหว่างบริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล รีเสริช คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
กับ บริษัท MICROSOFT LICENSING, GP

| | |
|---------------------|--|
| บริษัท | บริษัทอินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล รีเสริช คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) |
| คู่สัญญา | บริษัท MICROSOFT LICENSING, GP |
| สัญญาเลขที่ | 5000028258 |
| วันเริ่มต้นของสัญญา | 1 กรกฎาคม 2550 |
| ระยะเวลาของสัญญา | สิ้นสุดเมื่อมีการยกเลิกสัญญาหรือ 30 มิถุนายน 2551 |
| ค่าตอบแทน | ไม่มี |
| สาระสำคัญ | <ol style="list-style-type: none">เป็นผู้ผลิตเฉพาะสินค้าประเภท OEM ได้แก่ ซอฟต์แวร์ปฏิบัติการและซอฟต์แวร์ประยุกต์ โดยขายให้แก่กลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้กระจายสินค้า DSP ที่ได้รับอนุญาตจากไมโครซอฟต์ (Delivery Service Partner) ที่อยู่ในประเทศไทยและประเทศในภูมิภาคเอเชียทั้งหมด รวมถึงประเทศ ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์ ส่วนการขายวัตถุดิบสามารถขายให้กับผู้ผลิตประเภทเดียวกันในต่างประเทศได้การบอกเลิกสัญญาโดยฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งต้องแจ้งล่วงหน้า อย่างน้อย 60 วัน |



3.5 ธุรกิจช่องทางจัดจำหน่ายสินค้าไอทีประเภทผลิตภัณฑ์ระดับองค์กร

(Professional Products Distribution Business Department : PD)

3.5.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

เนื่องจากบริษัทฯ เล็งเห็นช่องทางธุรกิจในตลาดสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added) ซึ่งเป็นธุรกิจที่มีการเติบโตสูงในอนาคต จึงจัดตั้งสายธุรกิจช่องทางจัดจำหน่ายสินค้าไอทีและอุปกรณ์เครือข่ายประเภทผลิตภัณฑ์ระดับองค์กร (Enterprise Products) ให้ชื่อสายธุรกิจนี้ว่า Professional Products Distribution Business Department หรือ PD ขึ้นมา โดยสายธุรกิจ PD ดำเนินงานโดย บริษัท ไอที ดิสทริบิวชั่น จำกัด (ITDC) เพื่อดำเนินธุรกิจด้านการจัดจำหน่ายสินค้าไอทีและอุปกรณ์เครือข่ายสำหรับตลาดลูกค้าองค์กร (Corporate Customer) โดยเน้นเนื้อหาของธุรกิจเพื่อให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและขั้นตอนการจัดจำหน่ายให้มากขึ้น เน้นการให้บริการสนับสนุนก่อนและหลังการขายเพื่อเสริมจุดแข็งและปิดจุดบกพร่อง ตลอดจนสร้างการบริการและโซลูชันใหม่ ๆ ให้กับดีลเลอร์ เช่น การให้ข้อมูลสินค้าทั้งข้อมูลเทคนิคและข้อมูลเฉพาะของสินค้า (Technical Information and Specification) การร่วมกับดีลเลอร์ในการนำเสนอสินค้าและปิดการขาย การให้คำปรึกษา (Consultancy) และออกแบบระบบ (System Design) การให้การสนับสนุนในด้านอุปกรณ์และบุคลากรในการทำการทดสอบการใช้งานสินค้า (Proof of Concept or Product Testing) การมีสต็อกสินค้าเพื่อลดระยะเวลาการส่งสินค้าให้กับลูกค้า การบริการติดตั้งอุปกรณ์และระบบงาน การให้การอบรมด้านเทคนิคของสินค้าเป็นภาษาไทยให้แก่

ดีลเลอร์และลูกค้า การแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นกับตัวสินค้าและโซลูชัน การบริการ การซ่อมบำรุง ตลอดจนการมีอุปกรณ์ทดแทนในช่วงเวลาการซ่อมอุปกรณ์ เป็นต้น ปัจจุบันบริษัทฯ ได้รับความไว้วางใจจากผู้ผลิตสินค้าชั้นนำระดับโลกหลายบริษัทให้เป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าให้ ซึ่งสินค้าที่มีอยู่แบ่งได้เป็นกลุ่ม ดังนี้

- สินค้ากลุ่ม Networking and Network Infrastructure
- สินค้ากลุ่ม Storage and Backup Solution
- สินค้ากลุ่ม IT Security
- สินค้ากลุ่ม Network Performance Improvement Solution
- สินค้ากลุ่ม Uninterrupted Power Supply
- สินค้าด้านบริการหลังการขาย เช่น การติดตั้ง การอบรม และดูแลรักษาอุปกรณ์

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีบริการเพื่อสนับสนุนการขาย เช่น

- การอบรมด้านเทคนิคให้กับดีลเลอร์
- การให้คำปรึกษาและออกแบบระบบ
- การบริการช่วยหาสินค้าเพิ่มเติมให้ระบบที่นำเสนอให้ครบถ้วนตามความต้องการลูกค้า
- บริการด้านการสนับสนุนด้านเทคนิคก่อนการขายและการสาธิตสินค้า (PoC)
- การร่วมทำการตลาดกับดีลเลอร์



รายละเอียดผลิตภัณฑ์

3.5.1.1 Networking and Network Infrastructure

ผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ประกอบด้วยอุปกรณ์เครือข่ายพื้นฐาน ได้แก่

3.5.1.1.1 Enterasys Networks เป็นอุปกรณ์เครือข่ายประเภท Switch ระบบการบริหารระบบ อุปกรณ์ และอุปกรณ์ระบบตรวจจับและรักษาความปลอดภัยของระบบไอที Enterasys Networks วางตำแหน่งสินค้าของตนเองเป็น Secured Network Solution โดยเน้นการเป็นระบบเครือข่ายที่เปรียบพร้อม ด้วยระบบรักษาความปลอดภัยของเครือข่าย โดยระบบจะประกอบด้วย

1) Switch ซึ่งมีตั้งแต่ Edge Switch, Distribution Switch และ Core Switch โดยที่ Edge Switch และ Distribution Switch ของ Enterasys มีความสามารถในการตรวจ และดักจับการบุกรุกในระดับ Port ของ Switch

2) อุปกรณ์ตรวจและดักจับการบุกรุกซึ่งประกอบด้วย Dragon IDS/IPS, NAC, SIEM (Security Information and Event Management)

3) ระบบบริหารเครือข่าย (Policy Based Network Management) ซึ่งสามารถกำหนดกลุ่มของทรัพยากร (Network Resources) กำหนดกลุ่มของผู้ใช้งานตามหน้าที่หรือลักษณะการทำงาน (Role หรือ Function) และกำหนดนโยบายในการเข้าถึงอุปกรณ์แต่ละกลุ่มหรือแต่ละตัว สำหรับกลุ่มลูกค้าแต่ละกลุ่ม ซึ่งแต่ละกลุ่มนั้นหากเป็นผู้ใช้งานก็สามารถกำหนดเป็นรายบุคคลหรือสำหรับทรัพยากรนั้นก็สามารถกำหนดเป็นรายอุปกรณ์ก็ได้

4) อุปกรณ์ไร้สาย Wireless Network ซึ่งเป็นระบบ Thin Access Point กล่าวคือ ประกอบด้วยอุปกรณ์ควบคุม (Controller) และ Access Point ซึ่งสามารถรองรับ Dual Controller รองรับ การตรวจสอบ Rogue Access Point รองรับการทำ Hand Shake เมื่อเข้ามาจาก Access Point หนึ่ง ไปอีก Access Point หนึ่ง โดยที่ผู้ใช้งานไม่ต้องทำการพิสูจน์สิทธิใหม่และคุณสมบัติของผู้ใช้ยังตามตัวผู้ใช้ไป

3.5.1.1.2 CommScope มีผลิตภัณฑ์ชื่อ Systimax ซึ่งเป็นระบบสายส่งสัญญาณคุณภาพสูง ได้แก่ สาย Ethernet CAT5E, CAT6, CAT6A และ Fiber optic นอกจากนี้ ยังมี I-Patch และ VisiPatch ซึ่งเป็นระบบบริหารอุปกรณ์สายสัญญาณ (Cabling Monitoring & Management System) ที่จะช่วยให้ผู้บริหารระบบสามารถตรวจสอบเส้นทางและสถานะของสายสัญญาณจากตู้กระจายสายไปยังปลายทาง หรือ Work Area ได้อย่างง่ายดาย จากความรู้และประสบการณ์ที่ยาวนานหลายสิบปีของการค้นคว้าพัฒนา ทำให้ Systimax เป็นสินค้าที่มีเทคโนโลยีที่ยอดเยี่ยมเป็นสายสัญญาณที่เป็นต้นแบบให้กับมาตรฐาน EIA/TIA ซึ่งเป็นมาตรฐานของสายสัญญาณในปัจจุบัน

Systimax ยังเป็นสายสัญญาณที่เอาชนะขีดความสามารถหลาย ๆ อย่างที่คู่แข่งไม่สามารถทำได้ เช่น การเชื่อมต่อผ่านอุปกรณ์ที่เป็น inactive เช่น แผงกระจายสาย (Patch panel) หรือ Telecom Outlet ได้ถึง 6 การเชื่อมต่อ ซึ่งส่งผลให้การปรับเปลี่ยน และการเพิ่มขยายเครือข่ายทำได้ง่าย ลดความผิดพลาดได้ นอกเหนือจากนั้น Systimax เป็นรายแรก ที่ผลิตสาย UTP 10 Gigabit ตรงตามข้อกำหนดการ



จัดทำมาตรฐาน IEEE 802.3an ล่าสุด และยังมีคุณสมบัติบางประการเหนือกว่าที่มาตรฐานกำหนดได้ ยิ่งกว่านั้น Systemax ยังมีการรับประกันคุณภาพสัญญาณยาวนานถึง 20 ปี

3.5.1.2 Storage และ Backup Solution

ปัญหาหนึ่งขององค์กรก็คือ ทำอย่างไรองค์กรจึงจะสามารถจัดเก็บและจัดการกับข้อมูลให้มีประสิทธิภาพสูงสุด เนื่องจากว่ามีการเติบโตของข้อมูลสูงมาก ในขณะที่งบประมาณที่ได้รับเพื่อจัดการกับข้อมูลเหล่านี้ นั้นกลับไม่เพิ่มตาม นอกเหนือจากปัญหาการเติบโตอย่างรวดเร็วของข้อมูลแล้ว การรักษาความปลอดภัยของข้อมูล การทำให้ระบบทำงานได้อย่างต่อเนื่อง และการมีระบบสำรองข้อมูลเพื่อป้องกันการสูญหาย ก็เป็นความท้าทายที่องค์กรจะต้องเผชิญ ดังนั้น องค์กรจำเป็นต้องมีกลยุทธ์ในการจัดการกับการจัดเก็บข้อมูล ITDC มองเห็นโอกาสทางการตลาดในเรื่องนี้จึงมองหาโซลูชันที่เหมาะสมเพื่อตอบสนองความต้องการตรงนี้โดยการหาสินค้าเข้ามาเป็นตัวแทนจำหน่ายซึ่งได้แก่

3.5.1.2.1 Hitachi Data Storage (HDS) เป็นระบบจัดเก็บข้อมูลคุณภาพสูงเป็นผู้นำทางด้าน Virtualization และ Thin Provisioning ที่ได้รับการพิสูจน์ในการติดตั้งใช้งานจริง ความแตกต่างในระบบของ HDS กล่าวคือ ระบบของ HDS ทำงาน Controller ต่างกับระบบของคู่แข่งรายอื่นในตลาด ซึ่งต้องจัดการโดยต้องมี Server ที่มีระบบซอฟต์แวร์ควบคุมเป็นตัวจัดการซึ่งการจัดการโดย Controller นั้นทำให้ลดความเสี่ยงในเรื่องการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลและการมีประสิทธิภาพการทำงานที่สูงขึ้น ระบบของ HDS ยังมีระบบการจัดการ การใช้ Cache (Cache Partitioning) อย่างมีประสิทธิภาพส่งผลให้การทำงานของระบบเร็วขึ้นและลดค่าใช้จ่ายในการลงทุนในตัว Cache อีกด้วย นอกจากนี้ ยังรองรับการทำ Raid 6 ซึ่งจะลดความเสี่ยงต่อการสูญหายของข้อมูลและลดโอกาสในการที่จะต้องหยุดระบบในกรณี disk เสียอีกด้วย HDS ยังมีระบบสำรองข้อมูลที่ราคาไม่แพงแต่มีประสิทธิภาพสูงประกอบกับระบบการรองรับ Disk หลายประเภทของ HDS ในระบบเดียวกันจะทำให้สามารถทำระบบการสำรองข้อมูลในลักษณะ Tier Storage ได้อย่างมีประสิทธิภาพและต้นทุนไม่สูง

3.5.1.3 IT Security

ระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูลขององค์กรเป็นความจำเป็นอย่างหนึ่งที่ต้องมีไว้โดยเฉพาะองค์กรที่จะต้องติดต่อกับโลกภายนอก ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ระบบ Extranet หรือแม้แต่ระบบ Intranet ขององค์กร เนื่องจากปัจจุบันนี้ภัยคุกคามต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น ไวรัส หนอน ม้าโทรจัน สไปยาแวร์ การดักรับข้อมูล ในรูปแบบต่าง ๆ หรือแม้แต่การโจมตีเพื่อให้ระบบหยุดทำงาน ภัยคุกคามเหล่านี้ล้วนส่งผลให้องค์กรต่าง ๆ ได้รับความเสียหายได้ จึงมีความจำเป็นอย่างหนึ่งที่องค์กรจะต้องเสริมความปลอดภัยให้เครือข่ายมีความแข็งแกร่งมากที่สุด สินค้าและโซลูชันที่ ITDC เป็นตัวแทนจำหน่าย ประกอบด้วย

3.5.1.3.1 Fortinet เป็นต้นแบบระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูลในรูปแบบของ UTM (Unified Threat Management) โดยได้รวบรวมเอาความสามารถทางด้านการรักษาความปลอดภัยในรูปแบบต่าง ๆ มาทำงานบนอุปกรณ์ตัวเดียว ไม่ว่าจะเป็น Anti-Virus, IDS-IPS, Web filtering, Anti-



Spam, VPN IPSec, SSL-TLS และการทำ QoS การทำงานของ Fortinet ใช้ ASIC Chip ซึ่งถูกออกแบบมาทำหน้าที่ดังกล่าวโดยเฉพาะ จึงทำให้การทำงานเร็วมีประสิทธิภาพ การเป็นระบบ UTM นั้นทำให้การลงทุนของลูกค้าต่ำ เนื่องจากไม่ต้องซื้ออุปกรณ์หลายตัว เพื่อให้มีความสามารถครบตามที่กล่าวซึ่งยังส่งผลให้การใช้และบริหาร ตลอดจนการดูแลอุปกรณ์ไม่ยุ่งยาก ไม่ต้องเรียนรู้อุปกรณ์หลายชนิดทำให้ไม่จำเป็นต้องมีบุคลากรในการดูแลอุปกรณ์หลายคน Fortinet เป็นอุปกรณ์ยี่ห้อเดียวได้รับการรับรองประสิทธิภาพจาก ICSA ในด้าน Firewall, Anti-Virus, IDS-IPS, VPN IPSec และ SSL-TLS จึงมั่นใจได้ว่าการปกป้องข้อมูลที่สำคัญจากเหล่าวายร้ายต่าง ๆ บนอินเทอร์เน็ตเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ยิ่ง Fortinet ได้ออกแบบรุ่นต่าง ๆ ออกมาตั้งแต่ขนาดเล็กถึงใหญ่ จึงเหมาะสมกับการนำไปใช้งานกับทุก ๆ ขนาดของหน่วยงาน ตั้งแต่องค์กรขนาดเล็กจนถึงระดับผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต

3.5.1.3.2 Radware หนึ่งในผลิตภัณฑ์ด้านการรักษาความปลอดภัยที่แข็งแกร่งที่สุด DefensePro ของ Radware เป็นอุปกรณ์ที่ทำหน้าที่โดยเฉพาะสำหรับการป้องกันการบุกรุกและโจมตีในระดับเครือข่าย เนื่องจาก DefensePro ใช้หน่วยประมวลผลเฉพาะทางแบบ ASIC และทำงาน Backplane ขนาด 44 GB ทำให้ DefensePro เป็น IPS ที่รองรับ Throughput สูงกว่าคู่แข่งทุกราย จึงสามารถรองรับ Network segment ได้สูงสุดถึง 11 Segments พร้อมกัน นอกเหนือจาก Hardware อันทรงพลังที่สามารถรองรับการการทำงานบนเครือข่ายข้อมูลปริมาณมาก ๆ แล้ว DefensePro ได้เพิ่มการประมวลผลที่เรียกว่า Adaptive Behavior-based Protection เพื่อทำหน้าที่วิเคราะห์การบุกรุกโจมตีและสร้าง Signature ขึ้นมาเอง เพื่อการปกป้องเครือข่ายอย่างทันท่วงที จึงนับว่าเป็นการป้องกันแบบ Zero-Day Attack อย่างแท้จริง DefensePro ยังมีความสามารถในการตรวจจับการบุกรุกด้วยเทคนิคการเข้ารหัสแบบ SSL ได้ ทำให้สามารถปกป้องเครือข่ายจาก ไวรัส หนอน ม้าโทรจัน สปายแวร์ และการดักขโมยข้อมูลได้ทุกรูปแบบ

3.5.1.3.3 Array Networks (SPX) เป็นระบบอุปกรณ์ที่ทำให้ผู้ใช้งานเข้าถึงระบบงานหรือข้อมูลสำคัญขององค์กรผ่านอินเทอร์เน็ตได้ อินเทอร์เน็ตเป็นระบบที่ประหยัด ยืดหยุ่น สะดวกที่สุด เพราะที่ผู้ใช้งานสามารถใช้งานจากจุดไหนในโลกหรือเวลาใดก็ได้ ที่สามารถต่อเชื่อมอินเทอร์เน็ตได้ แต่ก็ เป็นระบบที่มีความปลอดภัยของข้อมูลน้อยมาก ดังนั้น องค์กรจึงไม่นิยมที่จะให้ผู้ใช้งานเข้าถึงระบบงาน หรือข้อมูลสำคัญขององค์กร นอกเหนือจากการเข้ามาเรียกดูข้อมูลจาก Website ขององค์กรเท่านั้น ระบบ SSL-VPN จะเป็นระบบที่อนุญาตให้องค์กรให้บริการข้อมูลสำคัญขององค์กรต่อลูกค้าได้ ไม่ว่าจะลูกค้าเหล่านั้นจะเป็นพนักงานขายขององค์กร ผู้บริหาร ตลอดจนลูกค้าขององค์กร ไม่ว่าจะเป็นผู้ซื้อหรือผู้ขายสินค้าแก่องค์กรก็ตาม Array Networks (SPX) เป็นระบบ SSL-VPN ที่เหนือกว่าระบบ SSL-VPN อื่น ๆ กล่าวคือ SPX รองรับการเชื่อมต่อ Application ได้ทุกแบบ ไม่ว่าจะเป็น Web Application, File Share, Application แบบ Client/Server และ Application อื่น ๆ ทุกรูปแบบ SPX ใช้ Hardware ในการทำ SSL Acceleration ทำให้การรับส่งข้อมูลได้เร็วกว่าแม้ว่าจะผ่านการเข้ารหัสและยังสามารถจำแนกกลุ่มผู้ใช้งานเสมือน โดยการใช้ Virtual Portal ทำให้เสมือนว่ามี SPX หลายตัว และยังสามารถรองรับการทำงานแบบ Single



Sign On ได้ จากประสบการณ์ของ Array Networks ได้พัฒนา SPX ให้สามารถเชื่อมต่อกันแบบเครือข่ายกับเครือข่ายแบบ SSL ซึ่งเป็นความสามารถที่โดดเด่นที่เหนือกว่าคู่แข่งทุกราย

3.5.1.3.4 NOD 32 แม้ว่าองค์กรจะมีระบบการรักษาความปลอดภัยจากการโจมตีจากภายนอกแล้วก็ตามก็ยังคงมีความจำเป็นที่ต้องดูแลความปลอดภัยของระบบ Workstations, Servers ตลอดจน Personnel Computer จำนวนมากที่อยู่ในเครือข่ายขององค์กร เนื่องจากไม่มีระบบไหนที่จะป้องกันการโจมตีได้ 100 เปอร์เซ็นต์ มีโอกาสที่จะมี Virus ต่าง ๆ หลุดรอดเข้ามาในเครือข่ายได้ซึ่งอาจจะติดมาจาก Notebook ที่พนักงานนำไปใช้นอกเครือข่าย หรือติดมาจากอุปกรณ์ภายนอกอื่น ๆ NOD 32 มีลักษณะการทำงานที่เป็น All-in-One Protection ที่รวมทุกอย่างที่คุณต้องการและยังใช้พื้นที่ในการติดตั้งน้อย ใช้ทรัพยากรในการทำงานน้อยและทำงานได้เร็ว ซึ่งเป็นสิ่งที่แตกต่างจากคู่แข่งอื่น ๆ อย่างสิ้นเชิง NOD 32 Enterprise Edition ถูกออกแบบมาเพื่อตอบสนองความต้องการของธุรกิจทั้งที่มีเครือข่ายขนาดใหญ่ หรือขนาดกลาง NOD32 Enterprise Edition มีจุดเด่นที่ไม่เหมือนใครที่รวมการทำงานสำหรับ Windows Workstations, File Servers และ Remote Administration Console เข้าไว้ด้วยกัน ระบบ ThreatSense Technology ของ NOD 32 จะทำการอัปเดตภัย Signature ของภัยคุกคามต่าง ๆ ทุก ๆ ชั่วโมง ทำให้ การตรวจจับทันสมัย ตรวจจับและทำลายไวรัสได้อย่างรวดเร็วและทรงประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

3.5.1.4 Network Performance Improvement Solution

เป็นระบบช่วยเสริมประสิทธิภาพและเสถียรภาพของการทำงานของเครือข่ายเป็นผลให้การทำงานของ Application ต่าง ๆ ดีขึ้น อุปกรณ์ในกลุ่มนี้ประกอบด้วย

3.5.1.4.1 Packeteer เป็น Application Traffic Management หรือ Layer 7 Bandwidth Management เป็นอุปกรณ์ที่ช่วยให้ Mission-Critical Application ขององค์กรไม่ว่าจะเป็น SAP, Oracle, VoIP และ Application อื่น ๆ ให้สามารถทำงานได้เร็วขึ้นเป็นการปรับการใช้ทรัพยากรเครือข่ายให้มีประโยชน์สูงสุดสอดคล้องกับนโยบายและลำดับความสำคัญทางธุรกิจ และยังเป็นเครื่องมือในการบริหารระดับการให้บริการขององค์กรที่ให้กับลูกค้า นอกจากนี้ ยังเป็นเครื่องมือช่วยป้องกันการแพร่ขยายของ Virus Computer ที่หลุดรอดเข้ามาในเครือข่ายขององค์กร ด้วยความสามารถในการมองเห็น Applications มากกว่า 600 ชนิด บน WAN Link ทำให้ Packeteer สามารถแยกแยะประเภทของข้อมูลนั้น ๆ ออกมาเพื่อการบริหารจัดการสำหรับแต่ละ Application ได้อย่างแท้จริง ด้วยเทคโนโลยีการจัดการ Traffic ที่เรียกว่า TCP rate control ซึ่งเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของ Packeteer เพื่อการปรับขนาดการรับส่ง packet ให้ขนาดของข้อมูลสอดคล้องกับสถานะของเครือข่าย นอกจากความสามารถในการทำ QoS ในระดับ Applications แล้ว Packeteer ยังเสริมความสามารถในการบีบอัดข้อมูลให้มีขนาดเล็กลง การปรับเปลี่ยนโปรโตคอลที่สามารถเอาชนะข้อจำกัดของโปรโตคอลสื่อสารทั่วไป เพื่อเร่งความเร็วข้อมูล และการทำ Cache เพื่อตอบสนองทุกความต้องการของการส่งข้อมูลข้ามระหว่างเครือข่าย



3.5.1.4.2 Array Networks (TMX) เป็นระบบจัดแบ่งปริมาณของการจราจร (Load Balance) ที่เข้ามาที่กลุ่มของ Server เพื่อให้ Server แต่ละตัวรับงานที่เข้ามาใกล้เคียงกันหรือตามปริมาณที่เหมาะสมกับความสามารถของ Server แต่ละตัวเป็นการทำให้การทำงานทั้งระบบมีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น TMX ของ Array Networks สามารถจัดการการจราจร (Traffic) เหล่านั้นให้เครื่องแม่ข่ายประมวลผล Server ได้อย่างเหมาะสม และยังสามารถในการทำ Caching, Connection Multiplexing เพื่อลดภาระในการรองรับการเชื่อมต่อระหว่าง Client กับ Server ให้น้อยลง การทำ Compression เพื่อการจัดการขนาดของข้อมูลให้เล็กลง และการทำ SSL Acceleration เพื่อทำให้ขบวนการสร้างความปลอดภัยของข้อมูล (Encryption) ทำงานให้เร็วขึ้น เพื่อให้สามารถรองรับการใช้งานของ Application ต่าง ๆ เช่น SAP, Oracle หรือ Application แบบ Client/Server อย่างมีประสิทธิภาพ นอกเหนือจากความสามารถในด้านการทำ Application Front End แล้ว TMX ยังรองรับการทำ Global Server Load Balancing เพื่อการจัดการ Load Balance สำหรับเครื่องแม่ข่ายที่กระจายบนเครือข่ายที่อยู่ต่างภูมิภาคกันได้ หรือมีความสามารถทำ Load Balance Link ได้

3.5.1.5 Uninterrupted Power Supply

เป็นระบบไฟสำรองป้องกันการขัดข้องของระบบไฟฟ้า เพื่อให้อุปกรณ์ไฟฟ้าต่าง ๆ ยังทำงานได้ตามปกติแม้ว่าจะมีการขัดข้องของระบบกระแสไฟฟ้า ซึ่ง ITDC เป็นตัวแทนจำหน่ายอุปกรณ์ UPS ของ MGE ซึ่งมีทั้งรุ่นที่เป็นระบบไฟฟ้าเฟสเดียวและสามเฟส และมีตั้งแต่รุ่นเล็กถึงรุ่นใหญ่สำหรับระบบของ Data Center

3.5.2 การตลาดและภาวะการแข่งขัน

3.5.2.1 การตลาด

สายธุรกิจ PD มีนโยบายในการดำเนินธุรกิจที่ชัดเจนโดยเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและขั้นตอนการจัดจำหน่าย โดยจะไม่เน้นการแข่งขันด้านราคา ปรัชญาในการทำธุรกิจของ PD จะเน้นการทำธุรกิจอย่างต่อเนื่อง (Continuity) ความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ (Reliability) ความมั่นคง (Stability) และความน่าเชื่อถือที่สามารถคาดการณ์ได้ (Predictability)

กลยุทธ์การแข่งขัน

(1) ด้านสินค้าและบริการ

เพื่อให้สอดคล้องกับปรัชญาในการทำธุรกิจ PD เน้นการกำหนดประเภทของสินค้าและบริการที่จะนำมาจำหน่ายซึ่งจะต้องอยู่ในประเภทที่กำหนดไว้ เพื่อให้เกิดการเกื้อหนุนซึ่งกันและกัน (Complimentary) และต้องเป็นสินค้าที่ต้องการประเภทของความเชี่ยวชาญและความชำนาญของบุคลากรใกล้เคียงกัน เพื่อที่จะสร้างความชำนาญและความเชี่ยวชาญในการให้บริการในตัวบุคลากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถสร้างความมั่นใจในการให้บริการกับลูกค้า เน้นคัดสรรสินค้าที่มีคุณภาพทั้งด้านตัวสินค้าและบริษัทผู้ผลิต สินค้าที่มีคุณสมบัติที่ตรงกับความต้องการ



ของตลาด มีคุณภาพสูง และมีศักยภาพทางการตลาดสูง มีส่วนแบ่งทางการตลาดสูงเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งชั้น
มือนาคค และขณะเดียวกันบริษัทผู้ผลิตจะต้องมีความมั่นคง มีความเข้มแข็งทางการเงิน เพื่อที่จะมีความคงอยู่ พัฒนา
และผลิตสินค้าป้อนตลาดและให้บริการลูกค้าอย่างต่อเนื่อง เช่น Packeteer นั้นมีส่วนแบ่งการตลาดในตลาด
Bandwidth Management และ WAN Optimization สูงสุดเป็นอันดับหนึ่งของโลก และ Fortinet ก็มีส่วนแบ่งการตลาด
ในตลาด Unified Thread Management สูงสุดเป็นอันดับหนึ่งของโลก บริษัทฯ ยังเป็นตัวแทนจำหน่ายระบบและ
สายสัญญาณ (Cabling System) ยี่ห้อ Systimax ของคอมสโคป (CommScope) ซึ่งเป็นระบบสายสัญญาณชั้นของโลก

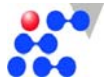
(2) ด้านพนักงาน

พนักงานเป็นทรัพยากรที่สำคัญของสายธุรกิจ PD ซึ่งจะเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างและส่งมอบ
มูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า และขั้นตอนการจัดจำหน่ายจะได้รับการคัดสรรมาจากผู้ที่มีความรู้ความสามารถ มีมนุษยสัมพันธ์
ที่ดี และต้องสามารถทำงานเป็นทีม และเมื่อได้รับบรรจุในทีมงานแล้วจะได้รับการอบรมความรู้เกี่ยวกับสินค้าโดยตรง
จากเจ้าของสินค้าและจากผู้ร่วมงานในทีมงาน สายธุรกิจ PD มีเป้าหมายที่ชัดเจนในการให้พนักงานส่วนใหญ่ผ่านการ
รับรองความรู้ความสามารถ และมีใบประกาศนียบัตรรับรองจากผู้ผลิตสินค้าที่บริษัทฯ เป็นตัวแทนจำหน่าย (Certified
Training) พนักงานแต่ละท่านจะได้รับ การกำหนดตัวสินค้าที่จะต้องรับผิดชอบอย่างชัดเจน เพื่อจะได้พัฒนาความรู้
ความเชี่ยวชาญในสินค้าและเป็นหลักในการให้บริการในเรื่องเกี่ยวกับสินค้านั้น ๆ และจะเป็นผู้ถ่ายทอดความรู้
ความเชี่ยวชาญนั้น ๆ ให้กับทีมงานท่านอื่น ๆ เพื่อช่วยกันพัฒนาความรู้ความเชี่ยวชาญร่วมกัน สามารถทำงานทดแทน
กันได้ และสามารถทำงานในลักษณะเสนองานเป็นระบบโดยรวม (Solution หรือ System) ได้ สามารถให้คำปรึกษา การ
บริการและตอบคำถามให้กับลูกค้าได้ไม่ว่าจะเป็นด้านทางเทคนิคของสินค้าแต่ละชนิดหรือปัญหาของระบบที่เสนอได้
อย่างถูกต้องและรวดเร็ว นอกเหนือจากนั้น พนักงานต้องสามารถทำหน้าที่เป็นผู้อบรม (Trainer) ความรู้เกี่ยวกับสินค้า
ที่เป็นตัวแทนจำหน่ายให้กับผู้จำหน่ายช่วงหรือลูกค้าได้

สายธุรกิจ PD มีนโยบายที่ชัดเจนในการรักษาพนักงานให้ทำงานกับบริษัท ทั้งในเรื่อง
ผลตอบแทนในการทำงาน การเติบโตในสายงาน สวัสดิการ สภาพแวดล้อมการทำงาน การให้โอกาสในการพัฒนาตนเอง
การบริหารงานภายในสายธุรกิจ ตลอดจนการสร้างให้เกิดความสัมพันธ์ที่ระหว่างทีมงานเพื่อให้เกิดความต่อเนื่องในการ
ทำงาน และการให้บริการโดยไม่เปลี่ยนบุคลากรผู้ให้บริการบ่อย ๆ

(3) ด้านช่องทางการจำหน่าย

สายธุรกิจ PD จำหน่ายสินค้าโดยผ่านตัวแทนจำหน่ายหรือบริษัทร่วมค้า (Dealler หรือ Reseller
หรือ Partner) รวมเรียกว่าผู้ร่วมค้าซึ่งได้แก่บริษัทที่จำหน่ายและติดตั้งระบบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และเครือข่าย (Network
Integrator) หรือเป็นบริษัทที่จำหน่ายและติดตั้งระบบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และโปรแกรมธุรกิจ (System Integrator) ทั้งใน
กรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด โดยเน้นที่จังหวัดหัวเมืองใหญ่ในแต่ละภาค เช่น เชียงใหม่ พิษณุโลก อุดรธานี ขอนแก่น
อุบลราชธานี นครราชสีมา ระยอง นครศรีธรรมราช สงขลา ภูเก็ต เป็นต้น โดยบริษัทฯ มุ่งเน้นด้านคุณภาพในการเลือกเฟ้น
ผู้ร่วมค้าไม่เน้นขนาดของบริษัทแต่เน้นความตั้งใจใน การทำธุรกิจ เน้นเรื่องการทำงานร่วมกันกับผู้ร่วมค้าอย่างยุติธรรม
และเสมอภาค ตั้งกฎเกณฑ์กติกาเพื่อเป็นบรรทัดฐานในการทำธุรกิจ ตัดสินใจบนกติกาที่วางไว้ทำให้สามารถเป็นที
คาดการณได้ (Predictability) ซึ่งจะทำให้เกิดการเชื่อมั่นและเชื่อถือในระยะยาว



สายธุรกิจ PD เน้นการร่วมพัฒนาความสามารถของทีมงานของผู้ร่วมค้าโดยจัดการอบรมเกี่ยวกับตัวสินค้าทั้งด้านเทคนิคและด้านการขายให้แก่ผู้ร่วมค้าอย่างต่อเนื่องทุก ๆ เดือน ทั้งโดยบุคลากรของสายธุรกิจ PD และบุคลากรของเจ้าของสินค้า จัดให้มีห้องทดสอบอุปกรณ์โดยจะมีอุปกรณ์ที่จำหน่ายทั้งหมดและอุปกรณ์เสริมที่จำเป็นในการต่อให้เป็นระบบของครัวรวม (Solution) เพื่อให้ผู้ร่วมค้าได้มาทดสอบหรือเรียนรู้การใช้งานเป็นการพัฒนาความรู้ให้กับผู้ร่วมค้าอย่างมีประสิทธิภาพอีกทางหนึ่ง

(4) ด้านการสนับสนุนการจำหน่ายสินค้า

สายธุรกิจ PD มีนโยบายการจัดกิจกรรมเพื่อให้ข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า (Create Product and Brand Awareness) การกระตุ้นตลาดและสร้างความต้องการให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Demand Generation Activities) ซึ่งได้แก่ การจัดสัมมนาด้านเทคนิคเกี่ยวกับตัวสินค้าให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและบุคคลที่สนใจ การจัดงานสัมมนาด้านเทคนิคร่วมกับตัวแทนจำหน่ายสำหรับลูกค้าเฉพาะกลุ่มอุตสาหกรรม (Vertical Industry Solution Seminar) การเข้าร่วมงานนิทรรศการเพื่อแสดงสินค้าและการใช้งาน (Exhibition and Trade Show) การให้ข้อมูลเทคนิคเกี่ยวกับคุณสมบัติของสินค้าและนำไปใช้ในงานจริงผ่านช่องทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) และเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ นอกจากนี้ สายธุรกิจ PD เน้นเป็นพิเศษในการจัดอบรมให้กับตัวแทนจำหน่าย (Reseller) เพื่อเป็นการเสริมสร้างความรู้และให้ความเข้าใจในตัวผลิตภัณฑ์เพื่อกระตุ้นยอดขาย โดยได้รับเงินสนับสนุนจากทางบริษัทฯ และเจ้าของผลิตภัณฑ์อีกทอดหนึ่งด้วย

(5) ด้านราคา

เนื่องจากสายธุรกิจ PD เน้นคุณภาพ และการสร้างคุณค่าเพิ่ม (Value added) แก่สินค้าและบริการ จึงไม่มีนโยบายแข่งขันทางด้านราคา อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ พยายามบริหารต้นทุนสินค้าให้อยู่ในระดับต่ำ โดยมีการบริหารสินค้าคงคลังที่มีประสิทธิภาพ และยังได้ประโยชน์จากพนักงานที่มีคุณภาพมีความเชี่ยวชาญ ลดความจำเป็นที่จะต้องพึ่งพาผู้เชี่ยวชาญหรือการบริการจากต่างประเทศ ทำให้บริษัทมีศักยภาพที่จะแข่งขันด้านราคาหากมีความจำเป็นและในที่สุดส่งผลดีต่อสภาวะการทำกำไรของบริษัทฯ

(6) ด้านการควบคุมสินเชื่อ

ในการให้เครดิตกับลูกค้าสายธุรกิจ PD เน้นนโยบายการใช้ระบบควบคุมวงเงินสินเชื่อที่รัดกุม โดยการกำหนดวงเงินเครดิตของลูกค้าแต่ละรายตามความน่าเชื่อถือในการดำเนินธุรกิจโดยพิจารณาข้อมูล ได้แก่ ผลประกอบการย้อนหลัง 2 ปี ทุนจดทะเบียน รายการฝากถอนเงินในบัญชี (Bank Statement) เพื่อนำมาประกอบการตัดสินใจในการให้วงเงินเครดิต ส่วนลูกค้ารายใหม่ที่ยังไม่เคยทำธุรกิจมาก่อนจะทำการซื้อขายเป็นเงินสดเท่านั้น ซึ่งผลจากการดูแลการปล่อยเครดิตอย่างใกล้ชิดและมีการติดตามทวงถามอย่างทันท่วงทีเมื่อคาดว่าลูกหนี้รายใดจะเป็นปัญหา โดยไม่มีหนี้เสียตั้งแต่ตั้งสายธุรกิจ PD มา



3.5.2.2 ภาวะการแข่งขันและแนวโน้มอุตสาหกรรม

ภาวะการแข่งขันและแนวโน้มการเติบโตของสินค้าที่เป็นตัวแทน

เศรษฐกิจโดยรวมของประเทศไทยในปี 2550 ได้รับผลกระทบจากการเมือง การชะลอการลงทุนในโครงการใหม่ ๆ รวมทั้งเม็ดเงินไปรษณีย์ของภาครัฐ ตลอดจนราคาน้ำมันที่ขึ้นสูงและผลกระทบจากการชะลอตัวทางเศรษฐกิจของสหรัฐฯ โดยเฉพาะในครึ่งปีแรกหลังการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองเศรษฐกิจ มีการชะลอตัวค่อนข้างแรง จะมีการกระตุ้นขึ้นมาบ้างในช่วงครึ่งปีหลัง ภาวะดังกล่าวมีผลกระทบต่อตลาดไอทีและอุปกรณ์เครือข่าย กล่าวคือ มีการเติบโตเฉลี่ยต่ำ คือ ประมาณ 9% เท่านั้น ธุรกิจไอทีส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบค่อนข้างมากซึ่งมาจากทั้งยอดขายที่ลดลงและกำไรขั้นต้นก็ยังลดลง เนื่องจากมีการแข่งขันสูง อย่างไรก็ตาม ตลาดการรักษาความปลอดภัยของระบบข้อมูลสารสนเทศก็ไม่ได้ได้รับผลกระทบมากนัก ซึ่งธุรกิจของ PD ส่วนใหญ่อยู่ในตลาดนี้ ขณะเดียวกันลักษณะการทำธุรกิจของ PD ซึ่งเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า และขั้นตอนการขาย ทำให้ลดความรุนแรงของการแข่งขันลงได้ระดับหนึ่งทำให้ธุรกิจของ PD ยังสามารถโตขึ้นได้จากปี 2549 ประมาณ 23%

สำหรับปี 2551 คาดว่ารัฐบาลหลังการเลือกตั้งจะมีนโยบายในการกระตุ้นเศรษฐกิจมีการลงทุนในโครงการขนาดใหญ่มากขึ้น แม้ว่างบประมาณภาครัฐจะได้จัดสรรไว้ก่อนแล้วจากรัฐบาลปัจจุบันแล้วก็ตาม แต่ก็ยังเปิดช่องให้ทางพิเศษเพิ่มเติมได้ การใช้ไอทีในวงการการศึกษาจะเพิ่มขึ้น การขยายตัวของการใช้บอร์ดแบนด์จะทำให้ตลาดไอทีส่วนอื่นโตขึ้นตามพฤติกรรมของผู้ใช้ไอทีที่ทั้งส่วนบุคคลและในภาคธุรกิจจะมีการสร้างข้อมูล รับส่งข้อมูลกันมากขึ้น จะมีการสร้างเครือข่ายใหม่หรือสร้างทดแทนของเดิมทั้งระบบ LAN และ WAN ที่มีขนาดความจุมากขึ้น ตามตลาดการรักษาความปลอดภัยของระบบข้อมูลสารสนเทศก็ยังคงโตขึ้น การสร้างหรือจัดซื้อระบบเครือข่ายจะคำนึงถึงระบบความปลอดภัย (Security) มากขึ้นทั้งระบบ Firewall ระบบตรวจจับ Virus, Worm, DoS, DDOS, Spam, Spyware, NAC และ SIEM การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าสู่ข้อมูลขององค์กรจะมีมากขึ้น (ระบบอินเทอร์เน็ตเป็นระบบที่ประหยัดที่สุดมีค่าใช้จ่ายต่ำในบรรดาเครือข่ายทั้งหลายแต่ก็เป็นระบบที่มีการรักษาความปลอดภัยที่ต่ำและไม่สามารถรับประกันประสิทธิภาพได้ ดังนั้น จึงต้องมีระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูลเพิ่มขึ้นซึ่งได้แก่ ระบบ SSL-VPN และควรจะมีระบบประกันและเพิ่มประสิทธิภาพของการส่งข้อมูลผ่านเครือข่ายซึ่งได้แก่ ระบบ Bandwidth/Application Traffic Management) จะมีการลงทุนในระบบจัดการข้อมูลและแบ็คอัพมากขึ้น (Storage) เป็นต้น

สินค้าและบริการของ PD ตามที่กล่าวไว้ข้างต้นสามารถตอบสนองต่อความต้องการของตลาดในเรื่องระบบรักษาความปลอดภัยของระบบข้อมูลสารสนเทศซึ่งได้แก่ Enterasys, Fortinet, RADWARE, ArrayNetworks SSL-VPN, NOD32 ระบบการเดินสายสัญญาณความจุสูงซึ่งได้แก่ Systimax ของ CommScope ระบบเพิ่มประสิทธิภาพการส่งข้อมูลบนเครือข่ายของ Packeteer ระบบจัดเก็บข้อมูล (Storage) ของ Hitachi Data System นอกจากนี้ยังมีระบบไฟฟ้าสำรอง (UPS) ของ MGE เป็นต้น นอกจากนี้ การทำธุรกิจของ PD ที่เน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและขั้นตอนการขายก็สามารถจูงใจผู้ร่วมค้าให้ช่วยขายสินค้าให้ ตลอดจนจนเป็นการสร้างความแตกต่างจากผู้แทนจำหน่ายสินค้าคู่แข่งที่อยู่ในธุรกิจเดียวกันจะทำให้ลดการแข่งขันลงได้ คาดว่าปี 2551 ยังสามารถสร้างความเติบโตให้กับธุรกิจ PD ได้



3.7.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

สายธุรกิจ PD จัดหาผลิตภัณฑ์ โดยการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศจากบริษัทผู้ผลิต หรือสั่งซื้อจากสำนักงานตัวแทนในประเทศบริษัทผู้ผลิต

3.7.4 สัญญาสำคัญที่เกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจช่องทางจัดจำหน่ายสินค้า

- (1) สัญญาจัดจำหน่ายสินค้าอุปกรณ์ Application Traffic Management ระหว่างบริษัท ไอที ดิสทริบิวชั่น จำกัด กับ บริษัท Packeteer, Inc

| | |
|---------------------|---|
| บริษัท | บริษัท ไอที ดิสทริบิวชั่น จำกัด |
| คู่สัญญา | บริษัท Packeteer, Inc |
| สัญญาเลขที่ | 3086 |
| วันเริ่มต้นของสัญญา | 20 สิงหาคม 2546 |
| ระยะเวลาของสัญญา | สัญญานี้สิ้นสุดวันที่ 19 สิงหาคม 2548 และสามารถต่ออายุออกไปอีกครั้งละ 1 ปี |
| ค่าตอบแทน | ไม่มี |
| สาระสำคัญ | 1.สัญญาแต่งตั้งเป็นผู้แทนจัดจำหน่ายสินค้าประเภท Distributor Agreement 2.การบอกเลิกสัญญาโดยฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง ต้องแจ้งล่วงหน้าอย่างน้อย 60 วัน |

- (2) สัญญาจัดจำหน่ายสินค้าอุปกรณ์รักษาความปลอดภัยระบบข้อมูลสารสนเทศ ระหว่างบริษัท ไอที ดิสทริบิวชั่น จำกัด กับ บริษัท Fortinet, Inc

| | |
|---------------------|---|
| บริษัท | บริษัท ไอที ดิสทริบิวชั่น จำกัด |
| คู่สัญญา | บริษัท Fortinet, Inc |
| สัญญาเลขที่ | - |
| วันเริ่มต้นของสัญญา | 10 มิถุนายน 2548 |
| ระยะเวลาของสัญญา | สัญญานี้สิ้นสุดวันที่ 9 มิถุนายน 2548 และสามารถต่ออายุออกไปอีกครั้งละ 1 ปี |
| ค่าตอบแทน | ไม่มี |
| สาระสำคัญ | 1.สัญญาแต่งตั้งเป็นผู้แทนจัดจำหน่ายสินค้าประเภท Distributor Agreement 2.การบอกเลิกสัญญาโดยฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง ต้องแจ้งล่วงหน้าอย่างน้อย 60 วัน |



- (3) สัญญาจัดจำหน่ายสินค้าซอฟต์แวร์เพื่อแก้ปัญหาทางพิมพ์ข้ามเครือข่าย Wide Area Network ระหว่างบริษัท ไอที ดิสทริบิวชั่น จำกัด กับ บริษัท Thinprint GmbH

| | |
|---------------------|---|
| บริษัท | บริษัท ไอที ดิสทริบิวชั่น จำกัด |
| คู่สัญญา | บริษัท Thinprint GmbH |
| สัญญาเลขที่ | - |
| วันเริ่มต้นของสัญญา | 19 มกราคม 2548 |
| ระยะเวลาของสัญญา | สัญญานี้สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2548 และสามารถต่ออายุออกไปอีกครั้งละ 1 ปี |
| ค่าตอบแทน | ไม่มี |
| สาระสำคัญ | 1.สัญญาแต่งตั้งเป็นผู้แทนจัดจำหน่ายสินค้าประเภท Distributor Agreement 2.การยกเลิกสัญญาโดยฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง ต้องแจ้งล่วงหน้าอย่างน้อย 4 สัปดาห์ |

- (4) สัญญาจัดจำหน่ายสินค้าระบบอุปกรณ์สายสื่อสารสัญญาณ (Cabling System) ระหว่างบริษัท ไอที ดิสทริบิวชั่น จำกัด กับ บริษัท CommScope Solutions Singapore Ptd. Ltd.

| | |
|---------------------|--|
| บริษัท | บริษัท ไอที ดิสทริบิวชั่น จำกัด |
| คู่สัญญา | บริษัท CommScope Solutions Singapore Ptd. Ltd. |
| สัญญาเลขที่ | - |
| วันเริ่มต้นของสัญญา | 1 มกราคม 2551 |
| ระยะเวลาของสัญญา | สัญญานี้สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2551 และสามารถต่ออายุออกไปอีกครั้งละ 1 ปี |
| ค่าตอบแทน | ไม่มี |
| สาระสำคัญ | 1.สัญญาแต่งตั้งเป็นผู้แทนจัดจำหน่ายสินค้าประเภท Distributor Agreement 2.การยกเลิกสัญญาโดยฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง ต้องแจ้งล่วงหน้าอย่างน้อย 30 วัน |



3.6 สายธุรกิจการพัฒนาซอฟต์แวร์ (International Software Development Company Limited : ISD)

3.6.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

สายธุรกิจ ISD ดำเนินงานภายใต้บริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนลซอฟต์แวร์ เดเวลลอปเม้นท์ จำกัด ประกอบธุรกิจให้บริการพัฒนาระบบซอฟต์แวร์เพื่อสนับสนุนการวิเคราะห์และตัดสินใจสำหรับผู้บริหาร (Business Intelligence) โดยพัฒนาโปรแกรมสำเร็จรูป SAS ซึ่งติดอันดับ 1 ใน 5 ของ ธุรกิจ BI โดยแบ่งตามกลุ่มงาน ดังนี้

- **Data Migration**

เป็นการใช้เครื่องมือในการ Import ข้อมูลจากแหล่งต้นทาง (Source Table) เพื่อนำเข้าไปยังฐานข้อมูลปลายทาง (Target Table) ซึ่งในระหว่างการ Import สามารถที่จะทำการปรับแต่งข้อมูลให้มีคุณภาพก่อนนำเข้าไปยังฐานข้อมูลปลายทาง เหมาะสำหรับลูกค้าที่มีการเปลี่ยนระบบใหม่ทดแทนระบบเดิมและต้องการนำข้อมูลเก่าไปใช้งาน

- **Data Warehouse**

เป็นการใช้เครื่องมือในการ Integrate ข้อมูลจากหลายระบบที่เป็น Transaction เพื่อให้เกิดเป็นคลังข้อมูลกลางขององค์กรที่พร้อมจะนำไปสร้างเป็นรายงานเชิงวิเคราะห์สำหรับผู้บริหาร

- **Data Mining**

เป็นการใช้เครื่องมือในการสร้างแบบจำลองเพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมของข้อมูลจากคลังข้อมูลซึ่งโดยส่วนใหญ่จะเป็นข้อมูลของลูกค้าเพื่อให้สามารถทำนายผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นกับกลุ่มลูกค้าในอนาคตเพื่อผู้บริหารสามารถหาวิธีการป้องกันในกรณีที่มีแนวโน้มทางลบและหาวิธีการส่งเสริมกรณีที่มีแนวโน้มเชิงบวก

- **Balance Score Card**

เป็นการใช้ซอฟต์แวร์ Stegic Performance Management ซึ่งอยู่ในกลุ่มของการบริหารจัดการมาใช้เชื่อมโยงวิสัยทัศน์ กลยุทธ์ เป้าหมาย ซึ่งข้อมูลที่เป็น Actual ดึงมาจากคลังข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบกับเป้าหมายและแสดงผลออกมาเป็นลักษณะสัญญาณเตือน เขียว เหลือง แดง ทำให้สามารถทราบสถานะปัจจุบันขององค์กรได้และติดตามงานได้อย่างถูกต้อง



สายธุรกิจ ISD ได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนในการพัฒนาซอฟต์แวร์ โดยสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

| หัวข้อ | รายละเอียด |
|--|-----------------------------------|
| ผลิตภัณฑ์ | ซอฟต์แวร์ |
| บัตรส่งเสริมเลขที่ | 2095(7)/2550 |
| เงื่อนไข | |
| <ul style="list-style-type: none"> • ทุนจดทะเบียนเรียกชำระแล้วขั้นต่ำ (ล้านบาท) • ร้อยละขั้นต่ำของการถือหุ้นของผู้ถือหุ้นสัญชาติไทย • ขนาดการลงทุนไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียนขั้นต่ำ (ล้านบาท) | <p>5.0</p> <p>51</p> <p>1.0</p> |
| สิทธิและผลประโยชน์ (ระยะเวลายกเว้น) | |
| <ul style="list-style-type: none"> • ภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิ • ไม่ต้องนำเงินปันผลจากกิจการที่ได้รับการส่งเสริมมาคำนวณภาษีเงินได้ตลอดระยะเวลาการส่งเสริม | <p>01/01/50 –</p> <p>31/12/50</p> |

3.6.2 การตลาดและภาวะการแข่งขัน

3.6.2.1 การตลาด

กลยุทธ์การแข่งขัน

(1) ด้านสินค้าและบริการ

ทางสายธุรกิจ ISD มีความเชี่ยวชาญเป็นพิเศษด้านการพัฒนาซอฟต์แวร์ Business Intelligence ซึ่งปัจจุบันความต้องการของลูกค้ามีสูง ซึ่งมีข้อได้เปรียบในด้านชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์ SAS ที่เป็นที่ยอมรับและความชำนาญของพนักงานที่ได้รับการอบรมจากเจ้าของผลิตภัณฑ์พร้อมประสบการณ์ในการพัฒนาระบบให้ลูกค้าทั้งภาครัฐและเอกชน

(2) ด้านพนักงาน

พนักงานของสายธุรกิจ ISD มีประสบการณ์มากกว่า 11 ปี ทำให้มีความรู้ ความเข้าใจในซอฟต์แวร์ที่ทำการพัฒนาเป็นอย่างดี และเนื่องจากธุรกิจนี้เป็นธุรกิจที่ต้องพึ่งพาความรู้ความสามารถของพนักงานเป็นหลัก ทางสายธุรกิจ ISD จึงมีนโยบายจูงใจให้พนักงานทำงานกับบริษัทฯ ในระยะยาว โดยเสนอให้พนักงานที่มีความเชี่ยวชาญเข้าไปถือหุ้นเพื่อให้พนักงานมีความรู้สึกเป็นส่วนร่วมในความเป็นเจ้าของบริษัทฯ ทุ่มเทกับการทำงานและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานพร้อมกับเน้นนโยบายพัฒนาและส่งเสริมทักษะให้กับพนักงานโดยส่งพนักงานเข้าอบรมความรู้เพิ่มเติมอย่างต่อเนื่องและสอบ Certify อีกด้วย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2549 มีบุคลากรทั้งสิ้น 37 คน



กลุ่มลูกค้าเป้าหมายและช่องทางการจัดจำหน่าย

สายธุรกิจ ISD มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย 4 กลุ่ม คือ ภาคสถาบันการเงิน ภาคการสื่อสารโทรคมนาคม ภาคอุตสาหกรรมพลังงาน และภาครัฐบาล เนื่องจากบริษัทเหล่านี้เป็นองค์กรที่มีขั้นตอนการทำงานหลาย ๆ ขั้นตอน มีงบประมาณในการพัฒนาเทคโนโลยี ซึ่งตรงกับความต้องการของสายธุรกิจ ISD นอกจากนี้ การที่สายธุรกิจ ISD มีการพัฒนาโปรแกรมให้กับลูกค้าในปีที่ผ่านมาทำให้มีฐานข้อมูลที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์โดยตรงจากประสบการณ์ในการพัฒนาซอฟต์แวร์จากลูกค้าแห่งหนึ่งไปยังอีกแห่งหนึ่ง โดยสามารถนำความรู้มาพัฒนาให้กับลูกค้ากลุ่มใหม่ได้โดยใช้เวลาน้อยลง และมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น ส่งผลให้สายธุรกิจ ISD สามารถขยายฐานลูกค้าไปในกลุ่มเดียวกันได้ง่ายขึ้น

3.6.2.2 ภาวะการแข่งขันและแนวโน้มอุตสาหกรรม

ภาวะการแข่งขัน

ธุรกิจการพัฒนาซอฟต์แวร์ด้าน Business Intelligence อยู่ในช่วงเติบโตอย่างมากเนื่องจากเป็นส่วนเสริมของระบบ ERP เพื่อผู้บริหารโดยเฉพาะ ซึ่งปัจจุบันมีการใช้งานแล้วแทบทุกหน่วยงาน จากการสำรวจตลาดเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โดยสำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (SIPA) และสมาคมอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศไทย (ATCI) ซึ่งเป็นการสำรวจครั้งแรก เห็นว่าการเติบโตของตลาดในปี 2545-2548 โตประมาณร้อยละ 20 ตลาดซอฟต์แวร์มีการเติบโตจากปี 2547 ร้อยละ 27 โดยมีมูลค่าอยู่ที่ 41,435 ล้านบาท ซึ่งเป็นมูลค่าจากซอฟต์แวร์สำเร็จรูป 21,401 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 52 และเป็นมูลค่าจากมูลค่าซอฟต์แวร์ที่รับจ้างทำทั้งระบบ (Outsourced Software) 20,034 ล้านบาท ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 48

คู่แข่งโดยตรงของสายธุรกิจ ISD มีจำนวนน้อยราย เนื่องจากผลิตภัณฑ์ด้าน Business Intelligence ที่อยู่ในกลุ่มระดับ Enterprise เช่นเดียวกับ SAS มีเพียง 2-3 ราย ซึ่งเทียบกับความต้องการของลูกค้าแล้วแทบไม่มีผลกระทบต่อคู่แข่งแย่งลูกค้า

คู่แข่งโดยอ้อมของสายธุรกิจ ISD มีจำนวนน้อยราย เนื่องจากผลิตภัณฑ์ SAS มีผู้ที่สามารถพัฒนาได้ยังมีจำนวนน้อยซึ่งหากจัดลำดับแล้ว ISD ถือเป็นทีมพัฒนาที่มีศักยภาพมากเป็นอันดับหนึ่ง ในทางตรงข้าม ISD ยังต้องการปรับคู่แข่งให้หันมาเป็นพันธมิตรเพื่อรองรับปริมาณลูกค้าที่เพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด

แนวโน้มอุตสาหกรรม

จากแผนแม่บทกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีปี 2545-2549 ซึ่งได้มีการคาดการณ์ว่า อุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ไทยจะมีมูลค่าขนาด 9 หมื่นล้านบาทต่อปีภายในปี 2549 โดยมีมูลค่าซอฟต์แวร์หรือธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อการส่งออกร้อยละ 75 ของมูลค่ารวมนั้น ทั้งนี้ รัฐบาลได้มีการส่งเสริมอุตสาหกรรมพัฒนาซอฟต์แวร์ไทยโดยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการธุรกิจของไทยได้หันมาใช้ซอฟต์แวร์ที่ผลิตโดยคนไทย ซึ่งรัฐบาลได้มีมาตรการส่งเสริมให้ตลาดซอฟต์แวร์มีอนาคตที่สดใสโดย

- ให้มีการผลิตนักวิจัยและพัฒนาซอฟต์แวร์ที่มีคุณภาพโดยส่งเสริมให้มีการทดสอบเพื่อวัดระดับความรู้ในการพัฒนาซอฟต์แวร์ ให้มีหน่วยงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ (Software Industry Promotion Agency : SIPA) พร้อมทั้งมีมาตรการให้บริษัทซอฟต์แวร์ไทยรวมตัวกันสร้างกลุ่มรับงาน



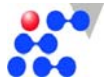
พัฒนาซอฟต์แวร์จากต่างประเทศอย่างเป็นรูปธรรม (consortium) เพื่อให้เกิดอำนาจในการต่อรอง เพื่อผลักดันให้เกิดการลงทุนและสร้างอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ไทยให้เจริญเติบโตจากปัจจุบัน

- อำนาจความสะดวกให้ผู้ลงทุนแบบ One-Stop-Shop ตั้งแต่ปี 2546 พร้อมกับการส่งเสริมให้มีการใช้ Open Source ซอฟต์แวร์ควบคู่กับซอฟต์แวร์ที่ผลิตในประเทศไทยเทียบมูลค่าไม่ต่ำกว่าร้อยละ 50 ของมูลค่าซอฟต์แวร์รวมในแต่ละปี
- มีนโยบายปรับปรุงอัตราภาษีอากรนำเข้าและส่งออกของปัจจัยในการผลิตสินค้าไอทีเพื่อเป็นการสนับสนุนผู้ประกอบการในไทยให้มีต้นทุนที่ต่ำลงเพื่อไม่ให้เสียเปรียบสินค้าที่นำเข้าแบบสำเร็จรูป
- มาตรการในการสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้ผลิตโดยการบังคับใช้กฎหมายเกี่ยวข้องกับการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา โดยกำหนดโทษให้มีความรุนแรงมากขึ้น
- มาตรการยกเว้นภาษีเงินได้ให้แก่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์อย่างน้อย 5 ปีแรกและ
- การส่งเสริมการพัฒนาและผลิตซอฟต์แวร์ด้านสื่อประสม เช่น สื่อการสอน เป็นต้น

จากการที่รัฐบาลให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมพัฒนาซอฟต์แวร์อย่างจริงจังโดยประกาศให้เป็นกลยุทธ์หลัก 1 ใน 5 ของประเทศ ทำให้อุตสาหกรรมพัฒนาซอฟต์แวร์เป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีอนาคตสดใส

3.6.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

ปัจจุบันสายธุรกิจ ISD พัฒนาซอฟต์แวร์ด้าน Business Intelligence ของทีมงานเน้นในด้านของการจัดเตรียมคลังข้อมูลและ ระบบวิเคราะห์และสนับสนุนการตัดสินใจของผู้บริหาร ซึ่งในอนาคตที่ทีมงานจะเพิ่มขีดความสามารถในการนำ Module อัจฉริยะอื่น ๆ ของ SAS มาพัฒนาให้ลูกค้าและเน้นความชำนาญเฉพาะด้านมากยิ่งขึ้น



3.7 ธุรกิจการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ (Intelligent Enterprise Computing Company Limited : INEC)

3.7.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจให้คำปรึกษาและพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อหาทางออกสำหรับตอบสนองความต้องการในการใช้งานของลูกค้า (Solution Providing) เช่น การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้ในการบริหารงานและเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ ซึ่งจะช่วยให้ลูกค้าสามารถสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขัน หรือการเก็บรวบรวมข้อมูลทางธุรกิจเพื่อนำมาประมวลผลประกอบการตัดสินใจทางธุรกิจ โดยบริษัทฯ จะทำงานอย่างใกล้ชิดกับลูกค้าเพื่อศึกษาถึงลักษณะการประกอบการ กลยุทธ์ทางธุรกิจ ความต้องการในการใช้งาน อุปกรณ์หรือระบบคอมพิวเตอร์ และเครือข่ายที่ลูกค้ามีอยู่ วิเคราะห์และนำเสนอรายงานสรุป คำแนะนำ ขั้นตอนหรือแผนการดำเนินงานโดยละเอียด และดำเนินการพัฒนาระบบเพื่อให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ของลูกค้า

โดยบริษัทฯ มุ่งเน้นความเชี่ยวชาญด้าน เว็บแอปพลิเคชัน (Web Application) โดยใช้ Java เป็นเครื่องมือในการพัฒนารวมถึงการบริการออกแบบและพัฒนาโปรแกรมประยุกต์เพื่อการใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ผ่านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต ทั้งระหว่างธุรกิจกับธุรกิจ (Business to Business, B2B) และระหว่างธุรกิจกับลูกค้า (Business to Customer, B2C) เช่น การขอใบเสนอราคา การสั่งซื้อสินค้า หรือการชำระค่าบริการผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

ในการให้บริการแก่ลูกค้า บริษัทฯ ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในคุณภาพของการบริการ ทางบริษัทฯ จึงได้พัฒนาและเข้าร่วมโครงการ CMMi เพื่อพัฒนาขบวนการทำงานและการตรวจสอบคุณภาพของระบบงานให้มีระดับการยอมรับที่เป็นสากล ซึ่งประกอบไปด้วยบุคลากรที่มีประสบการณ์และเชี่ยวชาญในทุกสาขาของงาน โดยจะทำการวางกระบวนการและขั้นตอนในการทำงานหลังจากการรับงาน และตรวจสอบงานที่พัฒนาขึ้นมาก่อนที่ส่งมอบให้กับลูกค้า เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจว่าผลงานที่จะส่งมอบให้แก่ลูกค้าสามารถตอบสนองวัตถุประสงค์ของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน และเพื่อลดจำนวนข้อผิดพลาดของโปรแกรมประยุกต์ที่อาจเกิดขึ้นจากการใช้งาน

3.7.2 การตลาดและภาวะการแข่งขัน

กลยุทธ์การแข่งขัน

ในการกำหนดกลยุทธ์การแข่งขันและนโยบายการดำเนินธุรกิจ บริษัทฯ มุ่งเน้นที่การสร้างผลประกอบการที่ดีและการเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว โดยกลยุทธ์การแข่งขันและนโยบายการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ มีดังนี้

(1) การรักษาระดับอัตราส่วนกำไร

บริษัทฯ มีนโยบายหลักในการรักษาอัตราส่วนกำไรให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม อย่างไรก็ตาม ธุรกิจด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นธุรกิจที่มีจำนวนคู่แข่งค่อนข้างมาก อีกทั้งเทคโนโลยีที่ใช้ยังมีการเปลี่ยนแปลงพัฒนาอย่างรวดเร็ว ซึ่งเมื่อเทคโนโลยีที่มีอยู่ได้รับการใช้งานกันอย่างแพร่หลาย การแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการจะเป็นการแข่งขันด้านราคาเป็นสำคัญ และเพื่อให้บริษัทฯ สามารถรักษาอัตราส่วนกำไรและอัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้นในระดับที่เหมาะสม บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญกับการสร้างอำนาจการแข่งขันโดยเน้นการสร้างความแตกต่างให้กับบริษัทฯ โดยวางตำแหน่งบริษัทฯ



ให้เป็นผู้นำด้านการให้บริการที่คุณภาพสูง มีการหาทางออกที่ชาญฉลาดและสร้างสรรค์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ตลอดจนการนำหน้าคู่แข่งในการพัฒนาและนำเสนอเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่จะถูกนำเสนอสู่ตลาดแก่ลูกค้า

(2) ความมุ่งมั่นในความเป็นมืออาชีพและความเป็นเลิศทางเทคโนโลยี

คุณภาพและความเป็นมืออาชีพในการให้บริการ ตลอดจนความสามารถในการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ให้กับบริการเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญที่ทำให้บริษัทฯ สามารถดำรงไว้ซึ่งความสามารถในการแข่งขันและรักษาอัตรากำไรไว้ได้ บริษัทฯ จึงมุ่งเน้นการให้บริการอย่างมืออาชีพและการนำเสนอเทคโนโลยีหรือทางออกใหม่ ๆ ในการตอบสนองความต้องการทางธุรกิจของลูกค้าก่อนคู่แข่ง บริษัทฯ ได้นำระบบ CMMi เข้ามาใช้ภายในองค์กรเพื่อให้องค์กรมีระบบและแบบแผนที่ดีในการทำงาน นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้จัดตั้งคณะกรรมการเทคโนโลยี (Technology Committee) อันประกอบด้วยผู้บริหารที่มีความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีในสาขาต่าง ๆ เพื่อติดตามความเคลื่อนไหวของตลาดเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ รวมถึงศึกษาถึงความเป็นไปได้และโอกาสในการนำเสนอต่อลูกค้า และเพื่อให้สามารถนำเสนอเทคโนโลยีใหม่ ๆ ต่อลูกค้าก่อนคู่แข่ง บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญต่อแผนการพัฒนาศักยภาพให้สอดคล้องกับแนวโน้มของเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ อย่างสม่ำเสมอ โดยบริษัทฯ จะจัดให้พนักงานเข้ารับการทดสอบและรับรองจากสถาบันต่าง ๆ เช่น Sun Microsystems, Huawei Technologies, Oracle และเขตอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ (Software Park) เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและเป็นการรับประกันให้กับลูกค้าถึงความพร้อมและความสามารถในการให้บริการของบริษัทฯ

(3) การคัดสรรและรักษาบุคลากรที่มีความสามารถ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการคัดสรรบุคลากรเข้าทำงานและการรักษาบุคลากรเหล่านี้ให้ทำงานกับบริษัทฯ เป็นระยะเวลานาน เนื่องจากบุคลากรเป็นทรัพย์สินที่สำคัญที่สุดของบริษัทฯ ในการประกอบธุรกิจ ความรู้ความสามารถของบุคคลเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยส่งเสริมให้บริษัทฯ มีศักยภาพในการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่ง ทั้งนี้ ในการคัดสรรบุคลากร บริษัทฯ มีนโยบายที่มุ่งเน้นไปยังกลุ่มนักศึกษาที่จบจากการศึกษาจากมหาวิทยาลัยชั้นนำของประเทศด้วยผลการเรียนที่ดี และกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้และประสบการณ์ในงานเทคโนโลยีสารสนเทศอยู่แล้ว สำหรับความพยายามในการรักษาบุคลากรเหล่านี้ บริษัทฯ มีนโยบายในการบริหารทรัพยากรบุคคลที่ดี โดยมีการมุ่งเน้นการพัฒนาความสามารถและความรับผิดชอบของบุคคล การวางแผนทางวิชาชีพ (Career Path) ของบุคคลในแต่ละระดับให้ชัดเจน การเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคคลภายในองค์กร การให้ทุนการศึกษาสำหรับพนักงานที่มีความสามารถและอยู่กับบริษัทฯ มาเป็นระยะเวลานาน อันจะเป็นการพัฒนาบุคลากร และสร้างขวัญและกำลังใจในการทำงานได้อีกทางหนึ่ง รวมทั้งการให้ผลตอบแทนที่เหมาะสมและความสามารถแข่งขันกับคู่แข่งรายอื่นได้ โดยลำดับของผลตอบแทนจะขึ้นอยู่กับความสามารถของแต่ละบุคคลเป็นสำคัญ

(4) การเสริมสร้างและใช้ประโยชน์จากความสัมพันธ์ที่มีผู้ผลิตและผู้แทนจำหน่ายเจ้าของเทคโนโลยี

บริษัทฯ มีนโยบายในการสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มผู้ผลิตและผู้แทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในลักษณะของการเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ โดยการรักษาความสัมพันธ์อันดีกับบริษัทผู้ผลิตเป็นปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่งที่เอื้อประโยชน์ในการประกอบธุรกิจให้ประสบผลสำเร็จ เนื่องจากบริษัทฯ จะได้รับการสนับสนุนในการจัดอบรมและให้ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีและสินค้าใหม่ ๆ ที่จะนำเสนอต่อตลาด การกำหนดราคาต้นทุนสินค้าซึ่งแข่งขันได้กับคู่แข่งอื่น ๆ การแนะนำกลุ่ม



ลูกค้าที่มีศักยภาพ นอกจากนี้ การได้รับความไว้วางใจ จากบริษัทผู้ผลิตสินค้าชั้นนำในลักษณะของพันธมิตรทางการค้า ดังกล่าวยังเป็นการสร้างความเชื่อมั่นแก่ลูกค้า ถึงความรู้ความสามารถของบุคลากรบริษัทฯ ในการให้บริการติดตั้งและประยุกต์ใช้สินค้าให้มีประสิทธิภาพสูงสุดตลอดจนความช่วยเหลือทางเทคนิคที่จะได้รับจากผู้ผลิตสินค้า

(5) การขยายฐานลูกค้าแบบเจาะกลุ่มเป้าหมายและรักษาไว้ซึ่งฐานลูกค้าเดิม

บริษัทฯ มีเป้าหมายที่ชัดเจนในการมุ่งเน้นการให้บริการกับกลุ่มลูกค้าวิสาหกิจขนาดใหญ่ ทั้งนี้ เพื่อให้ความสามารถสร้างอัตราการเติบโตแก่ธุรกิจของบริษัทฯ ในขณะที่สามารถรักษาระดับคุณภาพบริการที่ดีเยี่ยมให้กับลูกค้าบริษัทฯ มีแผนขยายงานบริการที่เฉพาะเจาะจงไปยังอุตสาหกรรมที่มีความต้องการความบริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และมีศักยภาพในการเติบโตสูงเป็นสำคัญ ในส่วนของการรักษาฐานลูกค้าเดิม บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในลักษณะการเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ ซึ่งจะเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืน



3.8 โครงการที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

โครงการที่ยังไม่ได้ส่งมอบของบริษัทฯ โดยส่วนใหญ่เป็นงานประมูลทั้งจากภาคราชการและเอกชน โดยมีโครงการที่ชนะการประมูลแล้วอยู่ระหว่างดำเนินงาน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2550 ดังนี้

| ลำดับ | ชื่อลูกค้า | ชื่อโครงการ | มูลค่าโครงการที่ยังไม่ได้ส่งมอบ (ล้านบาท) |
|------------|--|--|---|
| 1 | บมจ. ดาต้าแมท | TG-Datamat Software and Implement | 87.95 |
| 2 | บมจ. กสท โทรคมนาคม | จ้างเหมาพัฒนาระบบคลังข้อมูล/เหมืองข้อมูล | 49.95 |
| 3 | บจก. ไปรษณีย์ไทย | ระบบนัดเดิออนไลน์และระบบรับชำระเงินทางไปรษณีย์ Pay at Post | 35.26 |
| 4 | บจก. แอ็ดวานซ์อินฟอร์เมชั่นเทคโนโลยี | ซื้อคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ AIT | 27.20 |
| 5 | กรมที่ดิน | พัฒนาระบบสารสนเทศพร้อมปรับปรุงอาคารสำนักงานที่ดิน | 9.22 |
| 6 | บมจ. กฟผ. | อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ PC workstation จำนวน 370 ชุด สำหรับโครงการ EGAT-ERP | 8.54 |
| 7 | ศูนย์รักษาความปลอดภัยกองบัญชาการทหารสูงสุด | ซื้อระบบสารสนเทศด้านการฝึกและการศึกษา 1 ระบบ | 6.91 |
| 8 | บมจ. บางจากปิโตรเลียม | E-workflow | 5.99 |
| 9 | บจก. ปิ่นรังษี | อุปกรณ์ตัดต่อและผลิตข่าวพร้อมชุดควบคุมการออกอากาศ | 5.63 |
| 10 | การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย | การจัดทำระบบ Network Viruswall | 4.44 |
| 11 | การไฟฟ้านครหลวง | Notebook 91 sets | 4.04 |
| 12 | บมจ. กสท โทรคมนาคม | บำรุงรักษาการจัดทำระบบบัญชีและระบบงบประมาณ โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป (ERP) | 4.00 |
| 13 | จังหวัดปทุมธานี | โครงการบูรณาการระบบเลขที่บ้านกับระบบภูมิศาสตร์สารสนเทศปทุมธานี | 1.98 |
| 14 | การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย | Prototype of OC Room for TAT | 1.87 |
| 15 | การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย | จ้างบริหารจัดการและซ่อมบำรุงรักษาระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ | 1.86 |
| 16 | อื่น ๆ จำนวน 20 โครงการ | | 16.38 |
| รวม | | | 271.22 |

3.9 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม