

### 3. การประกอบธุรกิจของแต่ละสายผลิตภัณฑ์

#### 3.1 สายธุรกิจระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (System Integration Business Department : SI)

##### กลุ่มธุรกิจโทรคมนาคมและพลังงาน (Telecommunication & Energy Sector : T&E)

##### 3.1.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

สายธุรกิจระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (System Integration Business Department : SI) - กลุ่มธุรกิจโทรคมนาคมและพลังงาน (Telecommunication & Energy Sector : T&E) ดำเนินงานภายใต้บริษัท IRCP ประกอบธุรกิจด้านการให้บริการรวบรวมและพัฒนาระบบสารสนเทศและการสื่อสาร ให้คำปรึกษาและแก้ปัญหาให้กับงานด้านไอซีทีแบบครบวงจร (ICT Total Solutions) โดยการนำเสนอเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศและการสื่อสารที่ได้รับการยอมรับจากทั่วโลกให้กับลูกค้า และให้บริการแบบใช้งานได้ทันที (Turnkey Solution) ทั้งนี้ บริษัทจะเป็นผู้รับเหมางานทั้งหมดแบบครบวงจร 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 ทั้งด้านเทคนิคและการใช้งาน และการ Outsourcing ระบบงานด้านไอซีที ได้แก่ การบริหารดูแลระบบคอมพิวเตอร์ โดยเจ้าหน้าที่ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะ ในปัจจุบันสายธุรกิจ SI ได้เป็นตัวแทนให้กับสินค้าซอฟต์แวร์ต่างๆ อาทิเช่น SAS, ORACLE, IBM Ultimus เป็นต้น นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังเป็น Certified Partner ของไมโครซอฟท์ 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 บริษัทจะต้องส่งเจ้าหน้าที่เพื่อไปรับการฝึกอบรมและเข้ารับการทดสอบความรู้ในแต่ละด้าน (Certified Engineering) เพื่อที่จะดำรงคุณสมบัติในการเป็น Certified Partner ของ Microsoft

การที่บริษัทได้รับสิทธิประโยชน์ข้างต้น รวมทั้งข้อกำหนดในการดำรงสถานะทำให้บริษัทสามารถพัฒนาบุคลากรให้ทันต่อเทคโนโลยีตลอดเวลา และสามารถแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าได้อย่างมีคุณภาพและตรงตามความต้องการอย่างรวดเร็ว

### 3.1.1.2 ธุรกิจด้านการให้บริการรวบรวมระบบสื่อสารโทรคมนาคม

โดยการนำเสนอเทคโนโลยีระบบสื่อสารโทรคมนาคมที่ทันสมัยในรูปแบบ Turnkey solution ได้แก่ ระบบเชื่อมโยงสัญญาณความเร็วสูงผ่านสายใยแก้วนำแสง (SDH) ระบบดิจิทัลไมโครเวฟลิงค์ ระบบบอร์ดแบนด์อินเตอร์เน็ต และอุปกรณ์ Access ปลายทางต่าง ๆ โดยการเลือกสรรผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่ยอมรับจากทั่วโลก ปัจจุบันบริษัทได้เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าของบริษัท โนเกีย ซีเมนส์ เน็ตเวิร์คส (ประเทศไทย) จำกัด (NSN) ซึ่งเป็นผู้นำในธุรกิจโทรคมนาคมรายหนึ่งของโลก นอกจากนี้ยังได้รับความไว้วางใจให้เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าของ SIAE, Fiber Home, Loop Telecom, BROWAN, Airspan เป็นต้น

#### 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

**บริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล รีเสิร์ช คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)**

ตราผลิตภัณฑ์	รุ่น/แบบของผลิตภัณฑ์	คุณสมบัติ/กลุ่มลูกค้า
Enterasys	ระบบรักษาความปลอดภัยในเครือข่าย (Network Security)	สำหรับหน่วยงานขนาดใหญ่
Fortinet	ระบบรักษาความปลอดภัยในเครือข่าย	สำหรับหน่วยงานขนาดใหญ่
SIAE	อุปกรณ์ดีจิจิตอลไมโครเวฟลิงค์	สำหรับหน่วยงานขนาดใหญ่
FiberHome	อุปกรณ์สื่อสัญญาณความเร็วสูง (SDH)	สำหรับหน่วยงานขนาดใหญ่
Loop Telecom	อุปกรณ์สื่อสัญญาณความเร็วสูง (SDH) และ Access Mux	สำหรับหน่วยงานขนาดใหญ่
BROWAN	อุปกรณ์ Wi-fi solutions	สำหรับหน่วยงานขนาดใหญ่
Air Span	อุปกรณ์ WiMax solutions	สำหรับหน่วยงานขนาดใหญ่

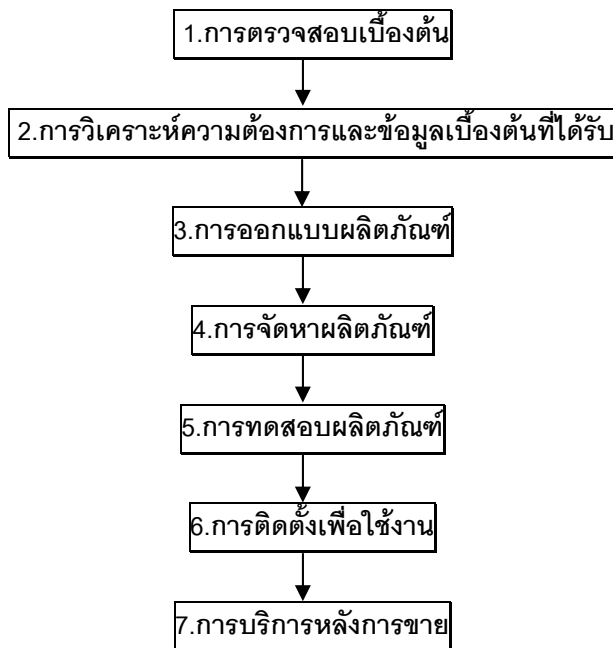
โดยที่ผ่านมาจากกลุ่มธุรกิจ T&E มีผลงานที่โดดเด่นและมีประสบการณ์ในการทำโครงการใหญ่หลายโครงการจนเป็นที่ยอมรับในวงกว้างขวาง เช่น

ชื่อโครงการ	หน่วยงาน	ปี พ.ศ.
จัดซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์พร้อมอุปกรณ์ต่อพ่วง	บมจ. ทีโอที	2551
อุปกรณ์ SAN พร้อม S/W ระบบ Backup Server และ MA 4 years	การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย	2551
ระบบบริหารจัดการฐานข้อมูล	บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด	2551
Upgrade Oracle database	บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด	2551
Printer 839 units (Samsung)	การไฟฟ้านครหลวง	2551
MA-Hardware for ERP	บมจ. กสท โทรคมนาคม	2551
Printer 762 ชุด	การไฟฟ้านครหลวง	2551
ระบบ Data Warehouse / Data Mining	บมจ. กสท โทรคมนาคม	2550
Credit Approval Workflow	Thai Auto Sales	2549
โครงการ 50 เขต	กรุงเทพมหานคร	2548
ระบบ ERP	บมจ การบินไทย (ฝ่ายช่าง)	2548
ครุภัณฑ์คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์	กรมที่ดิน กระทรวงมหาดไทย	2548
ระบบ Software Develop IT	รถไฟฟ้ามหานคร	2548

นอกจากให้บริการจัดหาและรวบรวมระบบคอมพิวเตอร์แล้ว กลุ่มธุรกิจ T&E ยังให้บริการหลังการขายโดยรับประกันระบบคอมพิวเตอร์ตามระยะเวลาที่ตกลงกับลูกค้า ซึ่งโดยทั่วไปจะรับประกันอยู่ในช่วงเวลา 1-3 ปี โดยให้บริการถึงสถานที่ของลูกค้า (Onsite Service) ซึ่งแบ่งการบริการออกเป็น 2 ลักษณะ ตามความต้องการของลูกค้า ได้แก่

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

ขั้นตอนการทำงานของกลุ่มธุรกิจ T&E มีดังนี้



**1. การตรวจสอบเบื้องต้น**

ขั้นตอนแรกของกระบวนการทำงานเริ่มจากการตรวจสอบเบื้องต้นโดยระบุปัญหาของลูกค้า และพยายามศึกษาถึงความเป็นไปได้ทางเทคนิคและอุปกรณ์ ความเป็นไปได้ในทางการปฏิบัติ งบประมาณของลูกค้า และระยะเวลาที่จะต้องปฏิบัติงาน โดยอาจจะศึกษาเพื่อเข้าทำการประมูลหรือขายตรง

**2. การวิเคราะห์ความต้องการและข้อมูลเบื้องต้นที่ได้รับ**

ขั้นตอนนี้จะมุ่งเน้นการกำหนดความต้องการของผู้ใช้ การศึกษาด้านโปรแกรมประยุกต์ การประเมิน จุดอ่อน จุดแข็งของวิธีการทำงาน ซึ่งจะแตกต่างกันตามประเภทของธุรกิจ เพื่อให้เกิดความเข้าใจและสามารถตอบสนองต่อ ความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง

**3. การออกแบบผลิตภัณฑ์**

หลังจากการวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าแล้ว กลุ่มธุรกิจ T&E จะทำการออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยอาศัยข้อมูลที่ได้จากการศึกษา และวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าโดยมีทีมงานทางด้านวิศวกรรมคอมพิวเตอร์ และวิศวกรรมสื่อสารโทรคมนาคม ที่มีความรู้ความชำนาญในการออกแบบผลิตภัณฑ์เป็นผู้ออกแบบและตรวจสอบ พร้อมทั้งนำเสนอให้กับลูกค้าเป้าหมาย

#### 4. การจัดหาผลิตภัณฑ์

จากนั้นกลุ่มธุรกิจ T&E จะทำการเสนอหรือเข้าประกวดราคากับหน่วยงานต่าง ๆ โดยวิธีการจัดหาสินค้าอาจเลือกสินค้าที่กลุ่มธุรกิจ T&E เป็นตัวแทนจำหน่ายหรือสินค้าจากพันธมิตรที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ขึ้นกับความต้องการของลูกค้าแต่ละราย โดยการเสนอหรือเข้าประกวดราคาจะประกอบด้วยข้อเสนอทางเทคนิคและข้อเสนอทางด้านราคา นอกจากนี้ งานที่ได้มาบางส่วนจะทำการจ้างบริษัทภายนอกเข้ามาปฏิบัติงานต่อ (Outsourcing) ในกรณีที่ต้องการผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านหรือกลุ่มธุรกิจ T&E พิจารณาแล้วพบว่ามีความคุ้มค่ามากกว่าที่จะทำงานนั้นเอง ตัวอย่างงานที่ให้ผู้อื่นเข้ามาช่วยทำ เช่น การให้บริการต่อเมื่อเกิดปัญหาทางด้านระบบกับทางลูกค้า (Corrective maintenance) สำหรับลูกค้าที่อยู่ต่างจังหวัด เป็นต้น

#### 5. การทดสอบผลิตภัณฑ์

ขั้นตอนนี้จะเป็นการทำการทดสอบการทำงานของผลิตภัณฑ์ หมายถึง ทั้งด้านอุปกรณ์ฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ และการทำงานกับผู้ใช้งานจริง เพื่อค้นหาว่าผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการพัฒนาแล้วสามารถทำงานได้จริงหรือไม่ ถ้าไม่สามารถทำได้ตามความต้องการของลูกค้า ทางทีมงานจะทำการแก้ไขเปลี่ยนแปลงระบบจนสามารถใช้งานได้ถูกต้อง จึงจะผ่านการตรวจรับงานจากทางลูกค้า

#### 6. การติดตั้งเพื่อใช้งาน

ทางกลุ่มธุรกิจ T&E จะส่งมอบผลิตภัณฑ์และดำเนินการติดตั้ง เพื่อให้สามารถใช้งานได้ตามวัตถุประสงค์ของลูกค้า พร้อมกับจัดอบรมให้แก่ลูกค้าจนสามารถใช้งานได้

#### 7. การบริการหลังการขาย

ภายหลังส่งมอบงานให้กับลูกค้า ทางกลุ่มธุรกิจ T&E จัดให้มีการบริการหลังการขาย ได้แก่ การให้บริการบำรุงรักษา โดยให้บริการลูกค้าอย่างใกล้ชิดในระหว่างที่อยู่ในช่วงรับประกันสินค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในคุณภาพสินค้า ซึ่งสามารถขยายผลไปสู่การทำสัญญาบำรุงรักษากับลูกค้าในปีต่อไปหลังจากหมดช่วงการรับประกันสินค้า

### 3.1.2 การตลาดและภาวะการแข่งขัน

#### 3.1.2.1 การตลาด

##### กลยุทธ์การแข่งขัน

##### (1) ด้านสินค้าและบริการ

กลุ่มธุรกิจ T&E ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียง เช่น SAS, Ultimus, Microsoft (เป็น Certified Partner) โดยสินค้าของบริษัทมีคุณภาพได้รับการยอมรับอย่างสูงจากลูกค้า นอกจากนี้ทางกลุ่มธุรกิจ T&E ยังมีจุดเด่นในการสร้างความแตกต่างในการนำเสนอเทคโนโลยีที่ดีที่สุด (Solution) ในการแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า มีความชำนาญและมีศักยภาพในการบริหารโครงการ มีทีมงานที่มีประสบการณ์ในการพัฒนาซอฟต์แวร์ รวมถึงมีทีมงานพัฒนาซอฟต์แวร์จากสายธุรกิจ ISD ซึ่งให้การสนับสนุนในกรณีที่ต้องการผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าโดยเฉพาะสินค้าของบริษัทจะรับประกันเป็นระยะเวลาตามที่ตกลงกับลูกค้า นอกจากนี้ทางทีมงานเน้นการให้ความสำคัญและใส่ใจในความต้องการของลูกค้าโดยเฉพาะด้านคุณภาพการให้บริการก่อนและหลัง การขายในเวลาอันรวดเร็ว โดยทีมงานจะต้องเข้าใจในธุรกิจเพื่อนำเสนอสินค้าและบริการที่ดีที่สุด การส่งมอบตรงเวลา ทำให้บริษัทมีชื่อเสียงที่ดีและได้รับการยอมรับจากลูกค้าเสมอมา

## (2) ด้านพนักงาน

บริษัทมีนโยบายที่จะพัฒนาตนเองให้ทันเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอเพื่อให้มีความสามารถแนะนำและรองรับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของลูกค้าและตลาด จึงเน้นพัฒนาคุณภาพของพนักงานรวมถึงการทำงานเป็นทีม การรับรู้และการปรับตามการเคลื่อนไหวของธุรกิจ ไอซีทีอย่างทันทั่วทั้งที่และต่อเนื่องส่วนหนึ่งได้จากการเป็น Certificate Partner จากเจ้าของผลิตภัณฑ์ ทำให้ทีมงานมีความยืดหยุ่นในการทำงานสามารถปรับตัวให้สอดคล้องกับความต้องการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีได้อย่างดี โดยทีมงานของกลุ่มธุรกิจ T&E มีบุคลากรที่ได้รับประกาศนียบัตรผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีจาก Microsoft และผู้เชี่ยวชาญด้านผลิตภัณฑ์จาก IBM และ EMC ที่สามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

## (3) ด้านการบริหารต้นทุน

กลุ่มธุรกิจ T&E เน้นการบริหารต้นทุนการขายและการให้บริการเพื่อให้ได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน โดยยังรักษาคุณภาพสินค้าและบริการให้ได้ตามมาตรฐานโลก นอกจากนี้ กลุ่มธุรกิจ T&E เน้นการบริหารความสัมพันธ์กับคู่ค้า และเจ้าของผลิตภัณฑ์เพื่อให้สามารถซื้อสินค้าได้ในราคาที่ต่ำ เข้าใจในตัวสินค้าต่าง ๆ เป็นอย่างดีและมีความหลากหลายของสินค้า ทำให้สามารถนำเสนอสินค้าให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า และได้รับการคัดเลือกเป็นผู้ชนะการประมูลและสามารถแข่งขันกับองค์กรอื่นได้ในระยะยาว

## (4) ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า

กลุ่มธุรกิจ T&E มีการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าโดยการทำความเข้าใจลูกค้าค้นหาความต้องการและทำการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า ทำให้มีโอกาสรับงานจากลูกค้ารายเดิมเพิ่มขึ้น ทางกลุ่มธุรกิจ T&E มีอัตราได้งานซ้ำจากลูกค้ารายเดิมสูงถึงร้อยละ 80

## ลักษณะของกลุ่มลูกค้าและช่องทางการจัดจำหน่าย

ทางกลุ่มธุรกิจ T&E มีการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ชัดเจน คือ หน่วยงานราชการและรัฐวิสาหกิจ โดยเฉพาะหน่วยงานขนาดใหญ่ เช่น บมจ. กสท โทรคมนาคม บมจ. ทศท คอร์ปอเรชั่น บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด การไฟฟ้าฝ่ายผลิต การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค และการไฟฟ้านครหลวง เป็นต้น เนื่องจากหน่วยงานเหล่านี้มีงบประมาณในการลงทุนทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศค่อนข้างสูง เพื่อใช้ในการปรับปรุงการทำงานให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ บริษัทมีจุดแข็งในด้านความรู้ ความชำนาญและประสบการณ์ที่ยาวนานมากกว่า 23 ปี ในธุรกิจนี้ จึงทำให้ลูกค้ากลุ่มนี้มีความมั่นใจในการเลือกให้บริษัทเป็นผู้ดำเนินการ

รายได้ส่วนใหญ่ของกลุ่มธุรกิจ T&E มาจากภาครัฐราชการและรัฐวิสาหกิจซึ่งทางกลุ่มธุรกิจ T&E จะเข้าไปทำการประกวดราคา ขั้นตอนโดยทั่วไปจะให้พนักงาน Pre-Sale เข้าไปทำแนะนำทางด้านเทคนิค และระบบใหม่ ๆ ให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเล็งเห็นความสำคัญและประโยชน์ของการใช้ระบบต่าง ๆ ในการทำงาน จากนั้นหากลูกค้ามีความสนใจสินค้าและบริการ ทางสายงานจะจัดส่งพนักงานขายเข้าไปเจรจาต่อรองด้านราคาและเซ็นสัญญาโครงการเพื่อทำการประกวดราคาหรือปิดงานต่อไป โดยมีเป้าหมายสัดส่วนรายได้จากลูกค้าภาครัฐราชการและรัฐวิสาหกิจร้อยละ 70 และภาคเอกชนร้อยละ 30 และโครงการที่บริษัทประมูลงานได้คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 75 ของโครงการทั้งหมดที่เข้าร่วมประมูล

กลุ่มลูกค้า	สัดส่วนรายได้ (ร้อยละ)
ราชการและรัฐวิสาหกิจ	70
เอกชน	30
รวม	100

### 3.1.2.2 ภาวะการแข่งขันและแนวโน้มอุตสาหกรรม

#### ภาพรวมของอุตสาหกรรม

ตลาด ICT	มูลค่า (ล้านบาท)			การเติบโต (%)		สัดส่วนตลาด ICT (%)		
	2550	2551	2552f	50/51	51/52	2550	2551	2552f
1.Computer Hardware	68,159	75,720	75,743	11.1	0	13.6	13.9	13.3
2.Computer Software	56,616	62,937	66,117	11.2	5.1	11.3	11.6	11.6
3.Computer Services	21,425	24,981	28,521	16.6	14.2	4.3	4.6	5
4.Communications	355,117	379,216	400,534	6.8	5.6	70.8	69.9	70.2
รวม	501,317	542,854	570,915	8.3	5.2	100	100	100

ที่มา : สรุปผลการสำรวจตลาดเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของประเทศไทยปี 2551 และประมาณการปี 2552

จัดทำโดยสำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (SIPA) และศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (NECTEC)

สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (SIPA) และศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (NECTEC) ร่วมกับหน่วยงานพันธมิตรอื่น ๆ ได้จัดให้มีการสำรวจตลาดเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (Information and Telecommunication Technology : ICT) ของประเทศไทยปี 2551 ขึ้น โดยมอบให้ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (NECTEC) เป็นผู้ทำการสำรวจหลักเพื่อประเมินมูลค่าตลาด ICT ซึ่งครอบคลุม 4 ตลาดหลักคือ ตลาดคอมพิวเตอร์ฮาร์ดแวร์ ตลาดคอมพิวเตอร์ซอฟต์แวร์ ตลาดบริการด้านคอมพิวเตอร์ และตลาดสื่อสาร โดยการสำรวจดังกล่าวมีขึ้นในระหว่างเดือนตุลาคม – พฤศจิกายน 2551

ผลการสำรวจในปี 2551 ดังแสดงในตารางข้างต้น พบว่า ประเทศไทยมีการใช้จ่ายในสินค้าและบริการด้าน ICT โดยรวมเท่ากับ 542,854 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2550 เพียงร้อยละ 8.3 ซึ่งน้อยกว่าที่ประมาณการไว้ที่ร้อยละ 13.1 เล็กน้อย อย่างไรก็ตาม พบว่าแนวโน้มของการใช้จ่ายในกลุ่มต่าง ๆ ยังคงในรูปแบบเดิม กล่าวคือ การใช้จ่ายส่วนใหญ่อยู่ในตลาดสื่อสาร ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 69.9 หรือมีมูลค่าสูงถึง 379,216 ล้านบาท ขณะที่ลำดับรองลงมาได้แก่ การใช้จ่ายในตลาดคอมพิวเตอร์ฮาร์ดแวร์ ตลาดคอมพิวเตอร์ซอฟต์แวร์ และตลาดบริการด้านคอมพิวเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 13.9 ร้อยละ 11.6 และร้อยละ 4.6 ตามลำดับ โดยมีมูลค่าคิดเป็น 75,720 ล้านบาท 62,937 ล้านบาท และ 24,981 ล้านบาท ตามลำดับ (ที่มา

: สรุปผลการสำรวจตลาดเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของประเทศไทยปี 2551 และประมาณการปี 2552 จัดทำโดยสำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ และศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ

บริษัทมีความเชื่อมั่นว่าธุรกิจด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นธุรกิจที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องใน 10 ปีที่ผ่านมา มีอัตราการเติบโตอยู่ในช่วงร้อยละ 15 -25 ต่อปีอย่างสม่ำเสมอและมีโอกาสที่เติบโตสูงต่อไปในอนาคต จะเห็นได้จากจำนวนคอมพิวเตอร์ต่อประชากรของประเทศไทยยังอยู่ในระดับที่ต่ำคือ ร้อยละ 13 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

### **ภาวะการแข่งขันของกลุ่มธุรกิจ T&E**

ในปัจจุบันองค์กรต่าง ๆ ให้ความสำคัญในการใช้ไอทีเข้าไปเสริมสร้างประสิทธิภาพในการทำงานมากขึ้น โดยเฉพาะองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ ซึ่งมีแนวโน้มที่จะใช้บริการจากผู้ชำนาญการที่ปรึกษาและรวบรวมระบบคอมพิวเตอร์มากขึ้น เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการพัฒนาระบบงานสารสนเทศภายในองค์กรตนเอง นอกจากนี้ ในด้านผู้ผลิตก็มีการพัฒนาสินค้าและเทคโนโลยีใหม่ ๆ อยู่ตลอดเวลาเพื่อเป็นการกระตุ้นตลาดและตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ที่มีความต้องการระบบที่จะสามารถช่วยทำงานและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันเชิงธุรกิจ ซึ่งนับเป็นโอกาสสำหรับกลุ่มธุรกิจ T&E ในการขยายธุรกิจ ทำให้แนวโน้มของธุรกิจที่ปรึกษาและรวบรวมระบบคอมพิวเตอร์ยังมีอัตราการเจริญเติบโตที่ดีอย่างต่อเนื่อง ภาวะการแข่งขันในปัจจุบันค่อนข้างสูง โดยมีบริษัทคู่แข่งซึ่งทำธุรกิจและมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ใกล้เคียงกันได้แก่ บริษัท ซีดีจี ซิสเต็มส์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทในเครือของบริษัท ซีดีจี กรุ๊ป จำกัด บริษัท สยามเทลเทคคอมพิวเตอร์ จำกัด บริษัท สามารถ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เป็นต้น ซึ่งแต่ละบริษัทจะมีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์เฉพาะด้านต่างกันไปโดยที่บริษัทมีจุดแข็งในด้านประสบการณ์ในธุรกิจที่มีกว่า 23 ปี ทำให้เข้าใจความต้องการของลูกค้า เข้าใจในธุรกิจและมีความเชี่ยวชาญในระบบงานของลูกค้าและมีประวัติการทำงานซึ่งเป็นคุณสมบัติหนึ่งที่ภาครัฐบาลกำหนดทำให้บริษัทได้เปรียบในการแข่งขันสามารถมีลูกค้าเพิ่มมากขึ้น

### **3.1.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ**

เนื่องจากกลุ่มธุรกิจ T&E ดำเนินงานโดยให้คำปรึกษาและรวบรวมระบบให้กับลูกค้า ดังนั้น วิธีการจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการจึงเป็นส่วนหนึ่งของขั้นตอนในการทำงานขั้นตอนที่ 4 โดยมีรายละเอียด ดังนี้

กลุ่มธุรกิจ T&E 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 จะจัดหาโดยการติดต่อเป็นผู้แทนของซอฟต์แวร์ นั้น ๆ โดยจ่ายค่าสัญญาการเป็นตัวแทนจำหน่ายให้กับบริษัทผู้ผลิต โดยจ่ายค่าลิขสิทธิ์ตามยอดขาย หากต้องการผู้เชี่ยวชาญในการพัฒนาและติดตั้ง บริษัทจะนำสายธุรกิจ ISD มาพัฒนาและติดตั้ง

**การให้บริการ** มีการให้บริการด้วยตนเองหรือมีการใช้ผู้เชี่ยวชาญจากผู้ผลิตร่วม รวมถึงการซื้อบริการต่อจากผู้ให้บริการอื่น (Outsource) โดยกลุ่มธุรกิจ T&E มีปัจจัยในการพิจารณาเลือกบริษัทที่ทำซื้อบริการต่อ คือ ราคาและความชำนาญสำหรับงานนั้น ๆ

ในยุคของภาวะเศรษฐกิจที่มีแนวโน้มตกต่ำ ทางบริษัทได้ดำเนินการปรับแผนเพื่อรองรับ โดยใช้ประสบการณ์และผลงานที่ผ่านมาของบริษัทมาทำการพัฒนา ปรับปรุงและสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added) ให้สามารถนำเสนอเป็นผลิตภัณฑ์พร้อมบริการของบริษัทให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัทในงบประมาณที่สอดคล้องกับภาวะดังกล่าว อันจะเป็นผลให้บริษัทสามารถรักษารฐานลูกค้าเดิมและเพิ่มโอกาสในการขยายสู่กลุ่มลูกค้าใหม่

สำหรับบุคลากรของกลุ่มธุรกิจ T&E ที่ผ่านมามีบุคลากรผู้มีความเชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ ที่อยู่กับบริษัทมาอย่างยาวนานและสามารถให้คำแนะนำและพัฒนาพนักงานรุ่นใหม่ ๆ เพื่อให้สามารถทำงานให้กับบริษัทได้อย่างมีประสิทธิภาพได้ในระยะเวลาอันรวดเร็ว โดยกลุ่มธุรกิจ T&E สามารถจัดหาบุคลากรได้จากในสายอุตสาหกรรมไอทีทั่วไป และจากการพัฒนาผู้สำเร็จการศึกษาใหม่ ๆ ในสาขาที่เกี่ยวข้องกัน ในปัจจุบันมีบุคลากรทั้งสิ้นจำนวน 70 คน โดยบุคลากรมีประกาศนียบัตรผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีจากบริษัทเจ้าของสินค้า และผู้เชี่ยวชาญด้านผลิตภัณฑ์จาก IBM และ EMC นอกจากนี้ ยังมีบุคลากรผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ทั้งด้านการออกแบบ ด้านเทคโนโลยี รวมถึงการตลาดอีกด้วย

โดยทั่วไป การประมูลงานทางภาครัฐราชการและรัฐวิสาหกิจ ในขั้นตอนแรกจะต้องมีการวางหนังสือค้ำประกัน การประมูลงาน (Bid Bond) เพื่อทำการประมูลงาน หลังจากนั้นเมื่อได้รับการเซ็นสัญญาแล้ว บริษัทจะต้องนำหนังสือค้ำประกันการรับเงินล่วงหน้า (Advance Payment Bond) มาค้ำประกัน โดยที่บริษัทจะได้รับเงินประมาณร้อยละ 10-15 ของโครงการเพื่อนำมาเป็นเงินทุนหมุนเวียน และทางบริษัทจะต้องวางหนังสือค้ำประกันสัญญา (Performance Bond) เพื่อรับประกันว่าบริษัทจะทำงานจนเสร็จสิ้นโครงการซึ่งมีระยะเวลาเฉลี่ย 6 เดือนถึง 2 ปี หลังจากทำงานเสร็จสิ้นแล้ว บริษัทอาจจะต้องวางหนังสือค้ำประกันผลงาน (Retention Bond) เพื่อรับประกันผลงานต่อไปอีกประมาณ 1-2 ปี ขึ้นกับความ ต้องการของลูกค้า ซึ่งทำให้บริษัทต้องการเงินทุนหมุนเวียนและวงเงินจากสถาบันการเงินเพื่อการขยายงานและประมูลโครงการที่มีมูลค่ามากขึ้น ดังนั้น การที่บริษัทออกและเสนอขายหุ้นสามัญแก่บุคคลโดยเฉพาะเจาะจงตามมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นเมื่อวันที่ 17 กันยายน 2547 จะช่วยให้บริษัทมีเงินทุนหมุนเวียนเพิ่มขึ้นและเพิ่มความสามารถในการประมูลโครงการได้มากขึ้น

### 3.2 สายธุรกิจระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร(System Integration Business Department : SI)

#### กลุ่มธุรกิจระบบเครือข่ายสารสนเทศ (Network Business Sector : NW)

##### 3.2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

สายธุรกิจระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร(System Integration Business Department : SI) - กลุ่มธุรกิจระบบเครือข่ายสารสนเทศ (Network Business Sector : NW) ดำเนินงานภายใต้บริษัท IRCP ประกอบธุรกิจด้านการให้บริการรวบรวม และติดตั้งระบบเครือข่ายสื่อสารข้อมูล ระบบป้องกันและรักษาความปลอดภัย และการบริหารเครือข่ายสื่อสารข้อมูล ให้กับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐบาล รัฐวิสาหกิจ และหน่วยงานเอกชน โดยระบบเครือข่ายหลักที่สายธุรกิจ NW จำหน่ายและให้บริการสามารถสรุปได้ ดังต่อไปนี้

**3.2.1.1 เครือข่ายแลน (Local Area Network ตัวย่อคือ LAN)** คือ ระบบที่สามารถนำเครื่องคอมพิวเตอร์หลายเครื่องมาเชื่อมต่อกันด้วยระบบสื่อสารข้อมูล เพื่อให้ผู้ใช้คอมพิวเตอร์สามารถส่งข้อมูล ข่าวสาร ไปรษณีย์ อิเล็กทรอนิกส์ แฟ้มข้อมูล และข้อมูลภาพและเสียงถึงกันได้ โดยที่ LAN เป็นเครือข่ายจำกัดเฉพาะบริเวณ ส่วนมากเป็นเครือข่ายของคอมพิวเตอร์และการสื่อสารที่เชื่อมต่อกันในระยะที่ไม่ไกลกันมากนัก เช่น ภายในอาคาร บริเวณโรงงาน มหาวิทยาลัย หรือวิทยาเขต โดยระบบที่สายธุรกิจ NW ให้บริการจะเน้นในลักษณะของระบบเครือข่ายหลักที่เป็นหัวใจหลักขององค์กร (Core Network หรือ Back Bone Network) ซึ่งเป็นระบบหลักที่จะทำให้สามารถเชื่อมต่อกับระบบย่อย ๆ ภายในหน่วยงานต่าง ๆ ขององค์กรที่มีการใช้เครือข่ายคอมพิวเตอร์ประเภทนี้ภายในหน่วยงาน

**3.2.1.2 เครือข่ายแวน (Wide Area Network ตัวย่อคือ WAN)** คือ เครือข่ายบริเวณกว้าง โดยทั่วไปเป็นเครือข่ายที่เชื่อมระบบคอมพิวเตอร์ของสำนักงาน หรือหน่วยงานต่าง ๆ เข้าด้วยกันไม่ว่าจะมีพื้นที่ที่ตั้งอยู่ในจังหวัดเดียวกันหรือต่างจังหวัดกัน เช่น ระบบเครือข่ายของธนาคารที่มีสาขาทั้งในกรุงเทพและต่างจังหวัด เป็นต้น ทั้งนี้ NW ยังมีอุปกรณ์และโปรแกรมในการบริหารเครือข่ายทั้ง LAN และ WAN เพื่อให้การดูแลรักษา วิเคราะห์ปัญหา และซ่อมแซมแก้ไขเหตุขัดข้องได้รวดเร็ว และช่วยในการวางแผนงานขยายเครือข่ายในอนาคตได้อีกขั้นหนึ่งด้วย

**3.2.1.3 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

เนื่องจากเทคโนโลยีกำลังเข้ามามีบทบาทในทุกด้านของการดำเนินธุรกิจในทุกสายงานธุรกิจ 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 2552 นี้ บริษัทฯ คาดว่าตลาดน่าจะมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยไม่น้อยกว่าปี 2551 และแนวโน้มการแข่งขันทางด้านธุรกิจทั้งภายในและภายนอกประเทศที่สูงขึ้น ทำให้องค์กรไม่ว่าจะเป็นภาครัฐหรือเอกชนต้องเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน โดยการนำเทคโนโลยีทางด้านสารสนเทศมาใช้มากขึ้น เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันทั้งด้านต้นทุนและประสิทธิภาพ จากการที่ภาครัฐมีนโยบายประกาศใช้เครือข่ายภาครัฐ Government Information Network (GIN) จะเป็นเครือข่ายที่จะเชื่อมโยงข้อมูลและแลกเปลี่ยนเพื่อให้ข้อมูลสามารถบูรณาการอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นแต่ละหน่วยงานต้องมีการปรับปรุงระบบสารสนเทศภายในหน่วยงานให้เชื่อมโยงและก้าวสู่นโยบายรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (e-Government) ซึ่งจัดเป็นลูกค้ารายใหญ่ที่สุดโดยมีส่วแบ่งราวร้อยละ 30-40 โดยมีงบประมาณการใช้จ่ายด้านไอทีกว่า 10,000 ล้านบาท และระบบเครือข่ายในหน่วยงานภาคเอกชนที่มุ่งเน้นการให้บริการครบวงจรและทุกรูปแบบ (One-stop Service) หรือธุรกรรมออนไลน์ (On-line) โดยเฉพาะหน่วยงานทางด้านธนาคารและประกันภัย ประกอบกับการเติบโตของตลาดอุปกรณ์ระบบเครือข่าย คาดว่าตลาดสินค้าและบริการติดตั้งระบบเครือข่ายจะมีแนวโน้มที่ดีตลอดระยะเวลาตามกรอบนโยบายเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT 2010) ของรัฐบาล

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

ในการประมูลโครงการใหญ่ ๆ ลูกค้าจะเลือกข้อเสนอที่ตรงความต้องการที่สุดและบริษัทที่มีความน่าเชื่อถือ โดยส่วนใหญ่คู่แข่งรายใหญ่ด้วยกันจะเสนอสินค้าที่ต่างผลิตภัณฑ์กัน ซึ่งบริษัทมีสินค้าที่มีมาตรฐาน และได้รับการยอมรับอย่างสูงจากทั่วโลก และ ยังได้ติดต่อร่วมเป็น Partner กับเจ้าของผลิตภัณฑ์ชั้นนำของโลกด้วยอย่าง เช่น Alcatel-Lucent F5 Tripping Point Fortigate และผลิตภัณฑ์ทางด้าน ICT ของโลกอีกมากมาย

### **กลยุทธ์การแข่งขัน**

#### **(1) ด้านสินค้าและบริการ**

ในระยะเวลาที่ผ่านมากลุ่มธุรกิจ NW ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียงระดับโลก เช่น อุปกรณ์เครือข่ายของ Alcatel-Lucent Trend-Micro Fortigate F5 Iron Port แล้วนั้น บริษัทได้เล็งเห็นว่าโอกาสทางธุรกิจในระบบเครือข่ายและระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูล ประกอบกับนโยบายของภาครัฐในเรื่องของ พ.ร.บ. อิเล็กทรอนิกส์ ที่ต้องมีการเก็บข้อมูลการจราจรอิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงข้อมูลต่าง ๆ ที่ผ่านอุปกรณ์ระบบเครือข่าย ทำให้มีช่องทางที่จะขยายศักยภาพได้เพิ่มขึ้น จึงได้มีนโยบายที่จะเพิ่มสินค้าขึ้นทุกปี เนื่องจากปัจจุบันลักษณะงานธุรกิจนับวันยิ่งมีการใช้ระบบคอมพิวเตอร์สูงขึ้น การติดต่อสื่อสารเป็นสิ่งจำเป็นในโลกธุรกิจสมัยใหม่ ทั้งยังต้องมีการประหยัดในการลงทุนด้วยเช่นกัน ซึ่งระบบเครือข่ายเป็นหัวใจหลักของการติดต่อสื่อสาร และหากระบบเครือข่ายขาดความน่าเชื่อถือหรือมีความ

เพราะบางเมื่อมีปริมาณการใช้งานสูง รวมทั้งขาดการรักษาความปลอดภัยต่อการโจมตีทั้งไวรัสคอมพิวเตอร์และผู้บุกรุก ซึ่งจะทำให้ความเสียหายต่อข้อมูลและเวลาทางธุรกิจ ซึ่งจะนำไปสู่ความเสียหายทางธุรกิจได้เช่นกัน

ในการแข่งขันนั้นคู่แข่งชั้นมักจะเสนอสินค้าจากตราสินค้าที่แตกต่างกันซึ่งสินค้าของบริษัทล้วนแล้วแต่มีคุณสมบัติเป็นที่ยอมรับอย่างสูงจากลูกค้าโดยเฉพาะสินค้าหลัก คือ Alcatel-Lucent ซึ่งลูกค้าจะเลือกจากข้อเสนอที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากที่สุด

รายได้ที่ผ่านมาส่วนใหญ่เป็นรายได้จากการให้บริการที่ใช้ความเชี่ยวชาญสูงในการ Implement เนื่องจากนโยบาย (Policy) หรือความต้องการการใช้งาน IT ของแต่ละองค์กรไม่เหมือนกัน ดังนั้นบริษัทจึงต้องมีความเข้าใจในภาระกิจหรือธุรกิจของแต่ละสายธุรกิจนั้น ๆ เช่นการออกนโยบายการรักษาความปลอดภัยของระบบ IT โดยการระบุถึงผู้ใช้งาน (Authentication) ต้องประกอบด้วยขั้นตอนหลาย ๆ อย่างประกอบกัน โดยมีผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ประกอบเข้าด้วยกัน (Security solution)

นอกจากนี้ กลุ่มธุรกิจ NW นั้นมีจุดเด่นในการสร้างความแตกต่างในด้านการให้บริการ โดยสามารถแก้ปัญหาและสร้างทางออกทุกอย่างให้กับลูกค้าโดยอาศัยประสบการณ์ของทีมงานที่ได้รับมาตรฐานจากผู้ผลิตเป็นผู้พัฒนาสินค้าได้เป็นอย่างดี โดยกลุ่มธุรกิจ NW ให้ความสำคัญในการสร้างเสริมความรู้ เทคโนโลยีแก่ทีมงานเสมอ โดยเจ้าหน้าที่จะต้องได้รับการฝึกอบรมอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการอบรมและได้รับการรับรองจากเจ้าของสินค้า จึงถือเป็นข้อได้เปรียบในการแข่งขัน

สำหรับในอนาคต ปี 2552 กลุ่มธุรกิจ NW ได้กำหนดเป้าหมายของทีมงานในการพัฒนา Solution ที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับระบบเครือข่ายของฐานลูกค้าเดิมที่ได้ติดตั้งไปแล้ว เช่น ระบบโทรศัพท์ผ่านเครือข่าย (IP Telephony) หรือระบบรวบรวมการสื่อสารทั้งโทรศัพท์ โทรสาร และ E-mail ให้เข้าทำงานเชื่อมต่อกันเป็นระบบเดียวกัน (Unify Communication) ซึ่งต้องอาศัยทีมงานที่เชี่ยวชาญทั้งด้าน Hardware และ Software โดยบริษัทมีทีมงานพัฒนาซอฟต์แวร์จากบริษัท ISD ซึ่งเป็นบริษัทย่อยช่วยสนับสนุนในกรณีที่โครงการต้องการซอฟต์แวร์แบบเฉพาะเจาะจง และช่วยให้สามารถให้บริการได้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าโดยเฉพาะ และในส่วนของระบบรักษาความปลอดภัยทั้งระบบโดยการนำระบบ CCTV เข้ามาประกอบเป็น Solution เฉพาะ ที่สอดคล้องกับความต้องการของแต่ละองค์กร

## (2) ด้านพนักงาน

กลุ่มธุรกิจ NW เน้นทีมงานที่มีประสิทธิภาพและได้รับประกาศนียบัตรผู้เชี่ยวชาญด้านระบบเครือข่ายและอุปกรณ์เครือข่ายจากผู้ผลิตระบบเครือข่ายที่มีชื่อเสียงของโลก ได้แก่ Alcatel-Lucent Tipping Point และผลิตภัณฑ์ที่ประกอบใน Solution โดยให้พนักงานทุกคนมีการติดตามเทคโนโลยีทางด้านระบบเครือข่ายซึ่งในปีที่กลุ่มธุรกิจ NW ได้เพิ่มสินค้าในการนำเสนอเพิ่มขึ้น จึงมีความจำเป็นในการที่จะต้องพัฒนาบุคลากรมากขึ้น สำหรับสินค้าจาก Alcatel - Lucent นั้น เนื่องจากบริษัทเป็นตัวแทนระดับ premium พนักงานของบริษัทจึงมีสิทธิเข้าอบรมและทดสอบความรู้เพื่อรับใบประกาศนียบัตรของ Alcatel (ACSE: Alcatel Certificate System Engineer) ซึ่งในขณะนี้พนักงานของบริษัทได้เข้ารับการอบรมและสอบผ่านแล้วหลายคนและจะเพิ่มขึ้นทุกปี ซึ่งการได้รับประกาศนียบัตรดังกล่าวมีความจำเป็นในการดำรงสถานะตัวแทนระดับ Premium ของบริษัทอันนับว่าเป็นจุดแข็งที่เหนือตัวแทนรายอื่น ๆ ในประเทศไทยด้วย ทำให้บริษัทได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าเนื่องจากมั่นใจได้ว่าพนักงานทุกคนมีการติดตามเทคโนโลยีทางด้านระบบเครือข่ายและนำความรู้ใหม่ ๆ

มาปรับปรุงและพัฒนาระบบให้แก่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอเพื่อที่จะสามารถนำเสนอทางออกให้กับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด

### (3) ด้านการบริหารต้นทุนการขาย

ทางกลุ่มธุรกิจ NW เน้นการบริหารต้นทุนการขายและการให้บริการเพื่อให้ได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน โดยยังรักษาคุณภาพสินค้าและบริการให้ได้ตามมาตรฐานโลก โดยที่บริษัทได้รับการแต่งตั้งให้เป็นตัวแทนของ Alcatel-Lucent ในระดับ Premium Partner ทำให้ได้รับสิทธิพิเศษต่าง ๆ เช่น สามารถซื้อสินค้าได้ในราคาที่ถูกลงกว่าตัวแทนจำหน่ายทั่วไป และได้รับการสนับสนุนการเงินด้านการทำการตลาด (Co-op Fund) ทำให้กลุ่มธุรกิจ NW สามารถแข่งขันกับองค์กรอื่นได้ และคงมีกำไรที่จะดำเนินธุรกิจต่อไปได้อย่างแข็งแกร่ง

### (4) ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า

บริษัทได้รับความไว้วางใจและมีความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าทั้งในส่วนของลูกค้าเดิมและสามารถขยายฐานลูกค้าใหม่ได้โดยเน้นในด้านการให้บริการ ที่ผ่านมามีบริษัทไม่เคยถูกปรับจากหน่วยงานต่าง ๆ เลย โดยเฉพาะหน่วยงานของรัฐที่มีบทบาทปรับในสัญญาเกือบทุกสัญญา เนื่องจากบริษัทเน้นในส่วนของการทำงานซึ่งบริษัทจะมีการประเมินความต้องการของลูกค้าอย่างละเอียด วิเคราะห์โครงการ และความพร้อมในทุก ๆ ด้านรวมถึงจัดทำ Proposal เพื่อนำเสนอให้ลูกค้าก่อนที่จะเข้าประมูลงานเสมอ เพื่อที่บริษัทจะมั่นใจได้ว่าจะสามารถทำตามความต้องการของลูกค้าได้ นอกจากนี้ภายหลังจากการขายบริษัทยังจัดสรรพนักงานให้ดูแลลูกค้าแต่ละกลุ่มอย่างทั่วถึงและตรงตามความต้องการ โดยสามารถให้ความสะดวกและบริการตอบคำถามแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว การจัดสรรพนักงานเพื่อดูแลลูกค้าในแต่ละกลุ่มดังกล่าวจะช่วยสร้างความมั่นใจให้กับคู่ค้าในการใช้บริการของกลุ่มธุรกิจ NW อย่างต่อเนื่อง ทำให้กลุ่มธุรกิจ NW มีโอกาสได้รับงานเพิ่มเติมจากลูกค้ารายเดิมในปีต่อ ๆ ไป และมีการพูดต่อและแนะนำลูกค้าใหม่ด้วย ซึ่งสถานการณ์เช่นนี้ยังผลให้กลุ่มธุรกิจ NW มีต้นทุนในการหาลูกค้าใหม่ต่ำกว่าอีกประการหนึ่งด้วย

### ลักษณะของกลุ่มลูกค้าและช่องทางการจัดจำหน่าย

ทางกลุ่มธุรกิจ NW มีการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก คือ สถาบันการศึกษาและหน่วยงานในภาครัฐ ราชการ รัฐวิสาหกิจและภาคเอกชน โดยรายได้ส่วนใหญ่มาจากกลุ่มสถาบันการศึกษาและภาครัฐ ราชการ เนื่องจากกลุ่มสถาบันการศึกษาเป็นตลาดที่มีความต้องการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยและโดยทั่วไปจะเป็นผู้เริ่มใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ อยู่เสมอ ส่วนทางภาครัฐ ราชการนั้น เป็นตลาดที่มีกำลังซื้อค่อนข้างสูง เนื่องจากนโยบายของรัฐบาลในการที่จะนำเทคโนโลยี ICT มาทำการพัฒนาประเทศ ทำให้เป็นตลาดที่มีความน่าสนใจเป็นอย่างยิ่งประกอบกับการมีฐานะทางการเงินที่มั่นคง โดยที่ผ่านมามีกลุ่มธุรกิจ NW ได้มีโอกาสให้บริการกับสถาบันการศึกษาและหน่วยงานภาครัฐหลายโครงการ ทำให้สามารถนำผลงานจากสถานศึกษามาเป็นแนวทางในการวางระบบเครือข่ายให้กับลูกค้ารายอื่น เช่น หน่วยงานราชการและองค์กรเอกชนอื่น ๆ โดยจะเน้นเฉพาะหน่วยงานขนาดใหญ่ (Enterprise Solution) ทำให้กลุ่มธุรกิจ NW มีความแตกต่างและจุดยืนที่แตกต่างจากธุรกิจระบบเครือข่ายทั่วไปในตลาดเมืองไทย ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่กลุ่มธุรกิจ NW มุ่งเน้นเนื่องจากเป็นหน่วยงานที่มีศักยภาพการสั่งซื้อและการติดตั้งระบบเครือข่าย และมีการตั้งงบประมาณในแต่ละปีชัดเจน แต่อย่างไรก็ตามในปี 2552 กลุ่มธุรกิจ NW ได้จะเริ่มเน้นตลาดในส่วนหน่วยงานเอกชนขนาดใหญ่เพิ่มมากขึ้น เพื่อเป็นฐานที่ลูกค้าต้องการบริการแปรผันของปัจจัยที่ส่งผลต่อการขายงานภาครัฐ ราชการ และเพื่อเป็นการเพิ่มรายได้ หรือช่องทางรายได้ในอนาคตต่อไป

โดยทั่วไปงานทางภาคราชการและรัฐวิสาหกิจ ทางกลุ่มธุรกิจ NW จะเข้าไปทำการประกวดราคา ส่วนกลุ่มลูกค้าภาคเอกชนจะใช้ทีมงานขายตรง โดยใช้กลยุทธ์ส่งทีมงานขายเข้าไปขายแบบนำร่อง (pre-sale) โดยจะเข้าไปแนะนำลูกค้าเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ทางด้านเทคนิคและเน้นการให้ความรู้โดยตรงกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้ลูกค้าเข้าใจในประโยชน์ของการนำผลิตภัณฑ์ไปใช้รวมถึงเห็นความสำคัญในการใช้ระบบเครือข่ายดังกล่าวให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กร ซึ่งจะเป็นการเพิ่มความน่าเชื่อถือในธุรกิจด้วย จากนั้นจะส่งตัวแทนขาย (Sale) ไปทำการเจรจาต่อรองทางด้านราคาและสรุปราคาในการทำโครงการ และ กลุ่มธุรกิจ NW ได้วางแผนงานจัดสัมมนาให้มากขึ้นในปี 2552 เพื่อขยายฐานลูกค้ามากขึ้นในแต่ละ Segment ที่กลุ่มธุรกิจ NW มี Site Reference แล้ว และ Segment อื่น ๆ ที่มีการใช้งานในลักษณะคล้ายกัน

ในปัจจุบันทางกลุ่มธุรกิจ NW ยังเป็นพันธมิตรทางธุรกิจกับบริษัท ทีไอที จำกัด (มหาชน) และบริษัท CAT Telecom จำกัด (มหาชน) โดยร่วมรับงานทั้งภาครัฐและเอกชนโดยอาศัยจุดแข็งของพันธมิตรซึ่งเป็นผู้ให้บริการโครงข่ายและ Internet อีกด้วย

กลุ่มธุรกิจ NW มีพนักงานที่เชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ในการติดตั้งระบบเครือข่ายเป็นอย่างดี นอกจากนี้ กลุ่มธุรกิจ NW ได้รับความไว้วางใจให้ติดตั้งระบบเครือข่ายในโครงการที่สำคัญและสร้างชื่อเสียงให้กับกลุ่มธุรกิจ NW ในช่วงที่ผ่านมาโดยมีตัวอย่างโครงการที่สำคัญ ดังต่อไปนี้

ชื่อโครงการ	หน่วยงาน	ปี พ.ศ.
โครงการขยายระบบเครือข่าย	มหาวิทยาลัยขอนแก่น	2551
โครงการปรับปรุงระบบรักษาความปลอดภัย	กรุงเทพมหานคร	2551
โครงการระบบเครือข่ายอาคาร 9 ชั้น	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร	2551
โครงการพัฒนาระบบสารสนเทศ 13 รายการ	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร	2551
โครงการซื้ออุปกรณ์อาคารนวัตกรรม	มหาวิทยาลัยขอนแก่น	2551
โครงการปรับปรุงเครือข่ายสารสนเทศ	โรงเรียนเตรียมทหาร	2551
โครงการจ้างเก็บข้อมูลการจราจรอิเล็กทรอนิกส์	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	2551
โครงการระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์พร้อมอุปกรณ์และติดตั้ง	โรงเรียนศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการทหารสูงสุด	2551
โครงการระบบเครือข่ายไร้สาย	โรงพยาบาลพระราม 9	2551
โครงการจ้างเหมาติดตั้งระบบรักษาความปลอดภัยระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ และบำรุงรักษา	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	2551

นอกจากงานให้บริการออกแบบติดตั้งระบบเครือข่ายแล้ว กลุ่มธุรกิจ 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 ลักษณะขั้นตอนการทำงานจะเป็นลักษณะเดียวกับการทำงานของกลุ่มธุรกิจ T & E 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 เมื่อมีการสั่งซื้อสินค้าจากลูกค้าและได้รับใบสั่งซื้อเรียบร้อยแล้วเท่านั้น ทำให้กลุ่มธุรกิจ NW ไม่ต้องมีการเก็บสินค้าคงคลังโดยไม่จำเป็น และ กลุ่มธุรกิจ NW ยังคงเสาะหาแหล่งผลิตภัณฑ์และสินค้าใหม่ ๆ เพื่อสนองตอบความต้องการและเป็นทางเลือกใหม่ ๆ ให้กับลูกค้า



### 3.3 สายธุรกิจระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร(System Integration Business Department : SI) กลุ่มธุรกิจระบบภูมิสารสนเทศ (Geoinformatics Business Sector: GI)

#### 3.3.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

สายธุรกิจระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร(System Integration Business Department : SI) - กลุ่มธุรกิจระบบภูมิสารสนเทศ (Geoinformatics Business Sector: GI) ดำเนินธุรกิจภายใต้บริษัท IRCP โดยประกอบธุรกิจจัดจำหน่ายซอฟต์แวร์ระบบภูมิสารสนเทศ (Geoinformatics System) ซอฟต์แวร์สนับสนุนการตัดสินใจ (Decision Support & Business Intelligence) ซึ่งมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในระดับโลกจากประเทศสหรัฐอเมริกาและยุโรป ซึ่งมีขีดความสามารถรองรับระบบงานในด้านต่าง ๆ อาทิเช่น

1. การจัดการที่ดินและการใช้ประโยชน์ที่ดิน การผังเมือง
2. การบริหารองค์การส่วนภูมิภาคและส่วนท้องถิ่น การจัดเก็บรายได้ด้วยระบบแผนที่ภาษี ระบบสาธารณูปโภค-สาธารณูปการ ระบบบริหารจัดการทรัพยากรภาครัฐ
3. ความมั่นคง ระบบเตือนภัย และระบบสนับสนุนการตัดสินใจ
4. การสำรวจจริงวัดทางภูมิศาสตร์เพื่อการผลิตแผนที่ทุกมาตราส่วนจากรูปถ่ายทางอากาศ 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

**รายละเอียดผลิตภัณฑ์ของกลุ่มธุรกิจ GI**

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	ระบบภูมิสารสนเทศสำหรับงานแผนที่ทางวิศวกรรม
	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 กลุ่มธุรกิจ GI ยังให้บริการเป็นที่ปรึกษาในการออกแบบและพัฒนาระบบงาน รวมถึงการให้บริการในด้านต่าง ๆ เช่น การพัฒนาโครงการ การสำรวจรังวัดและการจัดเก็บข้อมูลภาคสนาม การจัดฝึกอบรมด้านเทคโนโลยีภูมิสารสนเทศ รวมทั้งรับจ้างผลิตแผนที่อย่างครบวงจร ปัจจุบันกลุ่มธุรกิจ GI ได้ให้บริการกับหน่วยงานสำคัญๆ มากมาย โดยได้รับความไว้วางใจใช้บริการจากลูกค้าอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน โดยมีตัวอย่างโครงการที่ดำเนินงานเสร็จสิ้นแล้ว และโครงการที่กำลังดำเนินงานอยู่ในปัจจุบัน ดังต่อไปนี้

#### โครงการที่กำลังดำเนินงานอยู่ในปัจจุบัน

หน่วยงาน	ปี พ.ศ.
บริษัท เอ.ซี.ไอ.เอส (ไทยแลนด์) จำกัด	2551
กรมธนารักษ์	2551
กรมที่ดิน	2551
บริษัท แอคเคาน์ติ้ง เรฟไวลูชั่น จำกัด	2551
บริษัท จันวานิชย์ จำกัด	2551

#### โครงการที่ดำเนินงานเสร็จสิ้นแล้ว

หน่วยงาน	ปี พ.ศ.
กรมที่ดิน (บำรุงรักษาระบบคอมพิวเตอร์โครงการต้นแบบระบบสารสนเทศที่ดิน)	2551
สำนักงานป้องกันปราบปรามยาเสพติด (โครงการปรับปรุงโปรแกรมสำหรับการสำรวจพืชเสพติด)	2551
กรมทรัพยากรน้ำบาดาล (โครงการปรับปรุงระบบฐานข้อมูล - DGR)	2550
จังหวัดปทุมธานี (โครงการบูรณาการระบบเลขบ้านกับระบบภูมิสารสนเทศ)	2549
กรมที่ดิน (โครงการต้นแบบระบบสารสนเทศที่ดิน)	2548
สำนักงานป้องกันปราบปรามยาเสพติด (โครงการจัดซื้อครุภัณฑ์ชุดเครื่องมือสำรวจพืชเสพติด)	2550
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร (โครงการจัดซื้อซอฟต์แวร์ GIS )	2550
กองอำนวยการรักษาความมั่นคงภายใน (กอ.รมน.)	2550
สำนักงานวิจัยและพัฒนาการทหารกลาโหม (โครงการวิจัยพัฒนาทางทหาร ระยะที่ 2)	2549
สำนักงานวิจัยและพัฒนาการทหารกลาโหม (โครงการบอลลูนตรวจการณ์พร้อมอุปกรณ์)	2549
เทศบาลตำบลบางแพะ จังหวัดราชบุรี (ระบบแผนที่ภาษี)	2549

หน่วยงาน	ปี พ.ศ.
กรมการศึกษานอกโรงเรียน	2548
ศูนย์พัฒนากิจการอวกาศกลาโหม (ระบบควบคุมบังคับบัญชาและแผนที่สถานการณ์ร่วม)	2548
ศูนย์รักษาความปลอดภัย บก.สส.	2548
กรมที่ดิน (โครงการนำเข้าสู่ข้อมูลทะเบียนที่ดิน)	2548
เทศบาลเมืองท่าข้าม จังหวัดสุราษฎร์ธานี (ระบบแผนที่ภาษี)	2548
กรมทรัพยากรน้ำบาดาล	2548
มหาวิทยาลัยขอนแก่น	2548
เทศบาลเมืองแม่ฮ่องสอน จังหวัดแม่ฮ่องสอน (ระบบแผนที่ภาษี)	2548
เทศบาลตำบลลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี (ระบบแผนที่ภาษี)	2548
เทศบาลตำบลหนองบัว จังหวัดอุดรธานี (ระบบแผนที่ภาษี)	2548
เทศบาลตำบลตากลี จังหวัดนครสวรรค์ (ระบบแผนที่ภาษี)	2548
เทศบาลตำบลราชคาม จังหวัดอยุธยา (ระบบแผนที่ภาษี)	2548
เทศบาลตำบลพพระ จังหวัดตาก (ระบบแผนที่ภาษี)	2548
เทศบาลตำบลกระจับ จังหวัดราชบุรี (ระบบแผนที่ภาษี)	2548

### ขั้นตอนการให้บริการของกลุ่มธุรกิจ GI ธุรกิจด้านภูมิสารสนเทศ มีดังต่อไปนี้

1. ให้คำแนะนำปรึกษากับลูกค้า 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 พร้อมทั้งทำการติดตั้งและทดสอบระบบให้เป็นที่เรียบร้อย
7. ดำเนินการฝึกอบรมให้แก่ลูกค้าจนกระทั่งสามารถปฏิบัติงานได้เป็นอย่างดี

8. ให้การบริการอย่างใกล้ชิดด้วยความเป็นกันเองกับลูกค้าในระหว่างที่อยู่ในช่วงของการรับประกันสินค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในคุณภาพสินค้าและบริการหลังการขาย เพื่อให้สามารถขยายผลไปสู่การทำสัญญาบำรุงรักษากับลูกค้าในปีต่อไป

### 3.3.2 การตลาดและภาวะการแข่งขัน

#### 3.3.2.1 การตลาด

##### กลยุทธ์การแข่งขัน

##### (1) ด้านสินค้าและบริการ

กลุ่มธุรกิจ GI 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 และผลิตภัณฑ์ SAS ของบริษัท SAS จากประเทศสหรัฐอเมริกา โดยสินค้าของกลุ่มธุรกิจ GI มีขีดความสามารถทางด้านภูมิสารสนเทศสูงมาก โดยผู้ใช้งานสามารถเรียกดูข้อมูลภูมิสารสนเทศผ่านระบบเครือข่ายได้ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้งานได้อย่างหลากหลาย เนื่องจากซอฟต์แวร์ภูมิสารสนเทศของบริษัทเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมขีดความสามารถทางด้าน ภูมิสารสนเทศ นานับประการเข้าด้วยกัน จึงมีพัฒนาการล้ำหน้ากว่าซอฟต์แวร์ทางด้าน GIS และงานแผนที่ทั่วไป โดยสามารถวิเคราะห์เงื่อนไขเชิงพื้นที่และรองรับระบบงานได้หลากหลายสาขา จึงถูกนำมาใช้ประโยชน์เป็นเครื่องมือสนับสนุนการวางแผนและตัดสินใจของผู้บริหาร (Decision Support System) ที่มีประสิทธิภาพ อีกทั้งได้มีการพัฒนาเมนูคำสั่งและคู่มือการใช้งานเป็นภาษาไทยทำให้ใช้งานได้ง่าย โดยมีราคาที่ต่ำกว่าสินค้าคู่แข่งในแง่ของประสิทธิภาพโดยรวม ในปัจจุบันได้มีการนำไปใช้งานอย่างแพร่หลายกว่า 100 ประเทศทั่วโลก นอกจากนี้ กลุ่มธุรกิจ GI เน้นการให้คำแนะนำปรึกษากับลูกค้าอย่างใกล้ชิดในการออกแบบสร้างโครงการและการวางแผนงบประมาณอย่างเหมาะสม โดยเสนองานให้แก่ลูกค้าในลักษณะครบวงจร (Total Solutions) ประกอบด้วยอุปกรณ์ฮาร์ดแวร์ ระบบเครือข่ายและการรักษาความปลอดภัย ซอฟต์แวร์ระบบปฏิบัติการ โปรแกรมประยุกต์ใช้งานและระบบฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการเสนอแนวทางพัฒนาระบบงาน การให้บริการนำเข้าและจัดทำ (Data Capture & Data Entry) ข้อมูลเชิงพื้นที่ของโครงการทั้งหมด

ทางทีมงานมีจุดเด่น คือ การจัดเตรียมบุคลากรสนับสนุนที่มีประสบการณ์ในด้านเทคโนโลยีภูมิสารสนเทศมาอย่างยาวนานและได้ผ่านงานโครงการขนาดใหญ่มาทุกระดับ โดยทีมงานที่ได้รับการอบรมอย่างต่อเนื่องจากผู้พัฒนาสินค้าทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศซึ่งมีขีดความสามารถสูงในแง่ของการบูรณาการระบบ GIS ต่างชนิดกัน เข้าด้วยกัน จึงสามารถให้คำปรึกษาและทำการวิเคราะห์แก้ไขปัญหาด้านเทคนิคให้กับลูกค้าได้อย่างทัน่วงที่ 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 เพื่อร่วมกันออกแบบระบบงานโครงการในเชิงบูรณาการให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างเต็มที่อีกด้วย

นอกจากนี้ทีมงานที่พร้อมให้บริการกับลูกค้าได้ทุกระดับแล้ว กลุ่มธุรกิจ GI ยังมีซอฟต์แวร์ระบบภูมิสารสนเทศสำหรับใช้ในการฝึกอบรมพัฒนาบุคลากร ซึ่งเป็น Freeware ถูกต้องตามกฎหมาย และมีประสิทธิภาพใกล้เคียงกับผลิตภัณฑ์หลัก พร้อมด้วยคู่มือการใช้งานภาษาไทยโดยละเอียด ซึ่งสามารถดาวน์โหลดซอฟต์แวร์และคู่มือ การใช้งานนี้ได้จาก Web Site ของ IRCP และจากผู้ผลิตซอฟต์แวร์โดยตรง ทำให้ลูกค้าสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายเบื้องต้นในการพัฒนาบุคลากรเป็นอันมาก และยังมีโอกาสทดสอบประสิทธิภาพในการทำงานด้วยตนเอง อันจะทำให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในคุณภาพสินค้าของทางกลุ่มธุรกิจ GI ได้ดียิ่งขึ้น

## (2) ด้านพนักงาน

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

## (3) ด้านประชาสัมพันธ์

กลุ่มธุรกิจ GI ได้เสริมช่องทางการจัดจำหน่ายในวงกว้างด้วยการดำเนินกิจกรรมร่วมกับหน่วยงานที่มีชื่อเสียง, สถาบันทางวิชาการ หรือสถาบันการศึกษาในทุกภูมิภาคของประเทศ เพื่อทำการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ความร่วมมืออย่างใกล้ชิดในการพัฒนาโครงการที่เกิดขึ้นในแต่ละภูมิภาค ทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่มีความต้องการโดยตรงได้เป็นอย่างดี เช่น การจัดประชุมสัมมนาทางวิชาการ การออกงานนิทรรศการ การจัดการฝึกอบรม การประชาสัมพันธ์บน Web Site ของ IRCP เป็นต้น นอกจากนี้ กลุ่มธุรกิจ GI 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) ซึ่งหน่วยงานเหล่านี้ต้องการนำข้อมูลเชิงพื้นที่ไปใช้ในการวิเคราะห์และการวางแผนกำหนดนโยบายเพื่อให้สามารถปฏิบัติการกิจต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น สามารถสร้างผลประโยชน์กลับมายังภาครัฐ และสามารถตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนได้อย่างทันท่วงที ทั้งนี้ สัดส่วนการลงทุนทางด้านภูมิสารสนเทศของภาครัฐยังคงมีอัตราขยายตัวที่ดีในปัจจุบัน ทั้งนี้ ด้วยการที่มีผลงานเป็นที่ประจักษ์แล้วในส่วนราชการต่าง ๆ จึงทำให้กลุ่ม

ธุรกิจ GI สามารถนำมาใช้อ้างอิงเพื่อขยายฐานการตลาดต่อไปยังลูกค้าเป้าหมายกลุ่มอื่น ๆ โดยในปี พ.ศ. 2551 ประมาณการสัดส่วนรายได้ของทางกลุ่มธุรกิจ GI 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

สำหรับการเข้าถึงลูกค้าในภาครัฐบาลนั้น กลุ่มธุรกิจ GI จะเข้าไปทำการเสนอขายโครงการโดยอาศัยการดำเนินกิจกรรมในลักษณะโครงการนำร่องร่วมกับลูกค้าอย่างใกล้ชิดเพื่อเป็นการทดสอบประสิทธิภาพของสินค้าว่าตรงตามภารกิจของหน่วยงานเบื้องต้น เพื่อนำไปสู่การจัดซื้อจัดจ้างตามระเบียบราชการต่อไป

ส่วนภาคเอกชนจะเน้นกลยุทธ์การขายตรงกับกลุ่มลูกค้าที่มีศักยภาพ โดยจัดทีมงานผู้เชี่ยวชาญเพื่อเตรียมการสาธิตและนำเสนอตัวอย่างผลงานที่เคยดำเนินการมาแล้วว่าสอดคล้องกับภารกิจและความต้องการลูกค้า ทั้งนี้ เพื่อให้ลูกค้าสามารถพิจารณาตัดสินใจได้อย่างรวดเร็ว

### 3.3.2.2 ภาวะการแข่งขันและแนวโน้มอุตสาหกรรม

#### ภาวะการแข่งขัน

ปัจจุบันนโยบายภาครัฐยังได้เน้นให้ความสำคัญกับการนำเทคโนโลยีภูมิสารสนเทศ และข้อมูลสารสนเทศเชิงพื้นที่มาช่วยสนับสนุนการวางแผนและกำหนดนโยบาย ตลอดจนการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ของประเทศ เพื่อให้การบริหารราชการ การบริหารจัดการทรัพยากร และการให้บริการของหน่วยงานภาครัฐทุกระดับยังเกิดประสิทธิภาพมากขึ้น และสามารถแข่งขันกับผู้อื่นได้ นอกจากนี้ รัฐบาลยังได้กำหนดนโยบายสาธารณะที่จำเป็นจะต้องอาศัยข้อมูลโครงสร้างพื้นฐานจากระบบภูมิสารสนเทศ จึงส่งผลให้หน่วยงานราชการต่าง ๆ ตั้งแต่ระดับกระทรวง ทบวง กรม และหน่วยงานท้องถิ่นทั่วประเทศ จึงมีความต้องการนำเทคโนโลยีระบบภูมิสารสนเทศและข้อมูลเชิงพื้นที่มาช่วยในการวางแผนกำหนดนโยบายและการจัดสรรทรัพยากรอย่างเหมาะสม และส่งผลให้หน่วยงานสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและบังเกิดผลสัมฤทธิ์ในที่สุด

ในส่วนของภาวะการแข่งขันคาดว่าจะมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่ยังคงอยู่ในวงจำกัดเฉพาะกลุ่มธุรกิจขนาดใหญ่ในเชิง System Integrator โดยในการแข่งขันของธุรกิจภูมิสารสนเทศจำเป็นจะต้องอาศัยผลิตภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพสูง เป็นสินค้าที่มีชื่อเสียง มีมาตรฐาน และได้รับการยอมรับในวงกว้าง ซึ่งจำเป็นจะต้องได้รับการสนับสนุนจากบริษัท มีวิสัยทัศน์ และมีศักยภาพความพร้อมทั้งในแง่ของความมั่นคงทางการเงิน และความเชี่ยวชาญทางด้าน

เทคโนโลยีภูมิสารสนเทศอีกด้วย รวมทั้งจะต้องมีทีมงานที่มีประสบการณ์ในด้านการพัฒนาระบบงานภูมิสารสนเทศมาอย่างยาวนาน จึงจะมีความชำนาญ และสามารถผลักดันธุรกิจดังกล่าวให้ก้าวหน้าต่อไปได้ในสถานการณ์ปัจจุบัน

ทั้งนี้ โอกาสในการขยายธุรกิจยังมีอีกมาก เนื่องจากนโยบายกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาคและท้องถิ่นของภาครัฐ ได้มีการขยายการลงทุนในภาคบริการด้านต่าง ๆ ไปสู่ระดับภูมิภาคและท้องถิ่น เพื่อให้สามารถแข่งขันกับภาคธุรกิจเอกชน อีกทั้งรัฐบาลยังได้มีการลงทุนส่งดาวเทียมสำรวจทรัพยากรธรรมชาติ Theos ขึ้นสู่วงโคจรในอนาคตรวดเร็วนี้ เพื่อจะทำการผลิตข้อมูลภาพถ่ายดาวเทียมครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ สนับสนุนให้แก่หน่วยงานต่าง ๆ นำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาพื้นที่ซึ่งอยู่ในความรับผิดชอบ ย่อมจะทำให้เกิดความแพร่หลายของการใช้งานข้อมูลเชิงพื้นที่ออกไปสู่หน่วยงานราชการต่าง ๆ ทั่วประเทศ ซึ่งหน่วยงานเหล่านั้นย่อมจำเป็นต้องอาศัยเทคโนโลยีภูมิสารสนเทศเพื่อเป็นเครื่องมือในการประยุกต์ใช้งานร่วมกับข้อมูลดังกล่าวเป็นจำนวนมาก

### **แนวโน้มอุตสาหกรรม**

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

### **3.3.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ**

ในการจัดหาผลิตภัณฑ์ที่เป็นฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์นั้น แบ่งออกได้ดังนี้

**3.3.3.1 กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่สั่งซื้อสินค้าจากผู้ผลิตในต่างประเทศ** 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

**3.3.3.2 กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่สั่งซื้อสินค้าจากผู้ผลิตหรือตัวแทนจำหน่ายในประเทศไทย** ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ด้านซอฟต์แวร์ หรือฮาร์ดแวร์ต่าง ๆ จาก บริษัท ออราเคิล (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท ฮิวเลตต์ แพ็คการ์ด (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท เอสไอเอส จำกัด บริษัท อินแกรม จำกัด บริษัท แวลลูซิสเต็มส์ จำกัด บริษัท ไช้เพรพาเรชั่น จำกัด ฯลฯ มีสัดส่วนร้อยละ 60

นอกจากนี้ ทางสายงานยังมีกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่เป็นซอฟต์แวร์หรือฮาร์ดแวร์ที่ได้รับการออกแบบพัฒนาเฉพาะกิจตามความต้องการของลูกค้า จะแบ่งเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

- ซอฟต์แวร์ประยุกต์ใช้งานด้านภูมิสารสนเทศ จะใช้ทีมงานจากกลุ่มธุรกิจ GI เป็นผู้พัฒนาเอง
- ซอฟต์แวร์พัฒนาระบบบริหารงานด้าน MIS จะใช้ทีมงานจากกลุ่มธุรกิจ GI และทีมงานจากบริษัทในเครือ เป็นผู้พัฒนาร่วมกัน



- ซอฟต์แวร์และฮาร์ดแวร์ที่เป็นการออกแบบพิเศษ จะใช้ทีมงานจากกลุ่มธุรกิจ GI ร่วมกับพันธมิตรคู่ค้า ที่มีขีดความสามารถด้านวิจัยและพัฒนาเป็นผู้พัฒนาร่วมกัน
- การวางระบบเครือข่าย LAN / WAN จะใช้ทีมงานบริษัทในเครือ เป็นผู้วางแผนออกแบบและพัฒนาระบบร่วมกัน

### 3.4.4 สัญญาสำคัญที่เกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจภูมิสารสนเทศ

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

บริษัท	บริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล 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. การบอกเลิกสัญญา โดยฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งต้องแจ้งล่วงหน้าก่อน 30 วัน ก่อนวันครบอายุของสัญญา

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

บริษัท	บริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล 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. การบอกเลิกสัญญา โดยฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งต้องแจ้งล่วงหน้าก่อน 30 วัน  
ก่อนวันครบอายุของสัญญา

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

บริษัท	บริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล 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. การบอกเลิกสัญญา โดยฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งต้องแจ้งล่วงหน้าก่อน 30 วัน ก่อนวันครบอายุของสัญญา

### 3.4 สายธุรกิจระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร(System Integration Business Department : SI) กลุ่มธุรกิจสถาบันการเงินและภาคเอกชน (Finance & Private Sector : F&P)

#### 3.4.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

สายธุรกิจระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร(System Integration Business Department : SI) กลุ่มธุรกิจสถาบันการเงินและภาคเอกชน (Finance & Private Sector: F&P) ประกอบธุรกิจด้านงานบริการ ให้คำปรึกษา บูรณาการระบบสารสนเทศและการสื่อสาร นำเสนอลูกค้าแบบครบวงจร (ICT Total Solutions) โดยมุ่งเน้นกลุ่มลูกค้า สถาบันการเงิน และลูกค้าบริษัทเอกชนตั้งแต่ขนาดกลางถึงขนาดใหญ่

กลุ่มธุรกิจ F & P เป็นสายงานใหม่ที่เริ่มเข้ามาดำเนินการประมาณกลางปี 2551 จึงต้องมีภาวะที่ผลิตภัณฑ์และบริการที่มีความแตกต่างและได้เปรียบกว่าคู่แข่งเดิมที่อยู่ในตลาด เพื่อหาจุดแข็ง อันได้แก่ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ประสบการณ์ของทีมงาน ผลงานที่ผ่านมา รวมทั้งการสร้างความร่วมมือกับพันธมิตรที่จะเสริมความเข้มแข็ง และสามารถกำหนดกลุ่มผลิตภัณฑ์และบริการหลักดังนี้

#### รายละเอียดผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์/บริการ	รูปแบบที่นำเสนอ	กลุ่มลูกค้า
ระบบธุรกิจอัจฉริยะ Business Intelligence - SAS - ORACLE	บริการพัฒนาระบบงาน Datawarehouse Data Mining,KPI,Balance Scorecard,Performance Management,Dashboard	สายการตลาด-วิเคราะห์กลุ่มลูกค้า จัดกิจกรรม และประเมินผล สายการเงิน-วิเคราะห์เพื่อวางแผนด้านการเงิน สายบริหารความเสี่ยง-กำหนด Scorecard,Dashboard
Software Application Solutions JAVA .Net	1.Business process Management เช่น ระบบจัดซื้อ จัดจ้างอิเล็กทรอนิกส์ ระบบพิจารณาอนุมัติสินเชื่อ ระบบบริหารและจัดเก็บเอกสาร 2.ระบบ Payment/Collection 3.ระบบป้องกันการทุจริต (Fraud P/D) 4.Outsourcing Service โดยการส่ง Developer เข้าไปประจำทำงาน	ฝ่ายจัดซื้อจัดจ้าง ฝ่ายสินเชื่อ ฝ่ายธุรการ ฝ่ายบัญชี/การเงิน ฝ่ายป้องกันการทุจริต ฝ่าย IT หรือ User
ระบบภูมิสารสนเทศ GEOINFORMATICS SYSTEM	1.ระบบประเมินทรัพย์สิน 2.ระบบขนส่ง(Logistic)	ฝ่ายสินเชื่อ ฝ่ายจัดส่ง

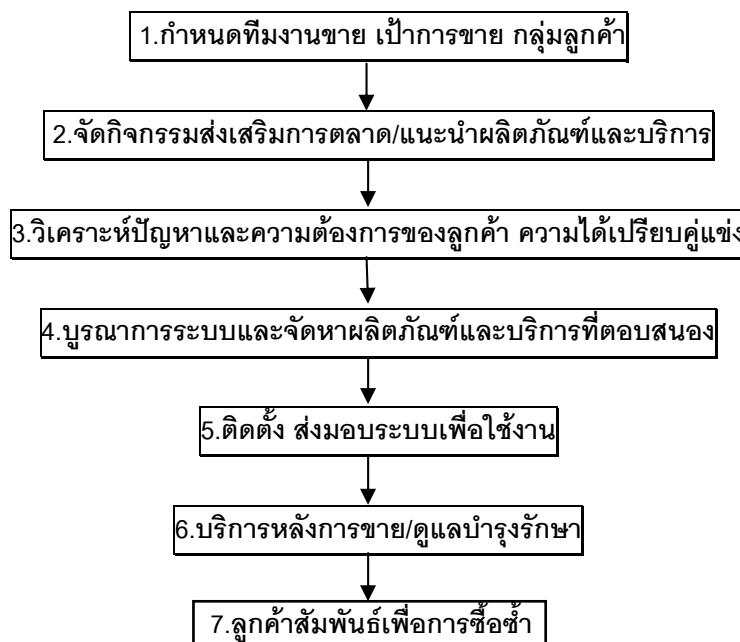
ผลิตภัณฑ์/บริการ	รูปแบบที่นำเสนอ	กลุ่มลูกค้า
Infrastructure Solutions	1.Payment/Collection System 2.Virtualization Solutions 3.Network Solutions 4.IT Security System 5.Self Service Kiosk 6.Outsourcing Service	ฝ่าย IT และฝ่ายสนับสนุน

โดยที่ผ่านมาจากกลุ่มธุรกิจ F & P ได้มีผลงานในปี 2551 พอสรุปได้ดังนี้

ชื่อบริษัท	ผลิตภัณฑ์/บริการ
บมจ. ธนาคารกสิกรไทย	Software Development
บริษัท ไทยออดีเทลส์ จำกัด	Credit Approval Workflow
บมจ. รถไฟฟ้ามหานคร	Software Maintenance
บมจ. บางจากปิโตรเลียม	Software Development
บริษัท ทูคออร์ปอเรชั่นจำกัด	SAS outsourcing services

กลุ่มธุรกิจ F & P ได้วางแผน และกำหนดกิจกรรมทางการตลาดโดยกำหนดขั้นตอนเริ่มจากการแบ่งลูกค้า เพื่อให้ทีมงานขายดูแลรับผิดชอบเฉพาะ การแนะนำ และการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งการจัดกิจกรรมที่ต่อเนื่องจะช่วยให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้รับรู้ เข้าใจ มั่นใจในการที่จะให้โอกาสบริษัทในการเข้าไปนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท นำมาวิเคราะห์ วางแผน กำหนดกลยุทธ์เพื่อให้เปรียบคู่แข่ง รวมทั้งการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาว เพื่อให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัทอย่างต่อเนื่อง อันจะทำให้ธุรกิจมีผลประกอบการที่เติบโตแบบยั่งยืน

#### ขั้นตอนการทำกิจกรรมการตลาด มีดังนี้



## 1. กำหนดทีมงานขาย เป้าการขาย กลุ่มลูกค้า

ขั้นตอนแรกของกระบวนการทำงานเริ่มจากการกำหนดให้ทีมงานขายดูแลรับผิดชอบลูกค้าหลักที่มีการจัดสรรงบประมาณด้าน IT อย่างต่อเนื่อง ทีมงานขายจะต้องวางแผน กำหนดกลยุทธ์ และมีกิจกรรมเพื่อส่งเสริม และสร้างโอกาสทางการขาย อันจะส่งผลให้สามารถบรรลุเป้าหมายการขาย การกำหนดกลุ่มลูกค้าหลักจะทำให้บริษัทมีความมั่นคง และความแน่นอนในเชิงรายได้ การบริหารการเงิน การวางแผนบุคคลากร และต้นทุนในการทำธุรกิจ

## 2. จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด/แนะนำผลิตภัณฑ์และบริการ

ขั้นตอนนี้จะมุ่งเน้นการจัดกิจกรรมเพื่อช่วยให้ทีมขายมีโอกาสดูแลลูกค้าใหม่ และการมีกิจกรรมที่สร้างสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าเดิม รวมทั้งการแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ที่จะทำให้ลูกค้ามีข้อมูลเพื่อวางแผน พิจารณาความจำเป็นหรือตั้งงบประมาณในการจัดซื้อจัดหา ก่อให้เกิดโอกาสทางการขายอย่างต่อเนื่อง

## 3. วิเคราะห์ปัญหาและความต้องการของลูกค้า ความได้เปรียบคู่แข่ง

กระบวนการขายของกลุ่มธุรกิจ F & P จะต้องสามารถวิเคราะห์ปัญหาและความต้องการของลูกค้า รวมถึง ลูกค้าที่มีบทบาทในโครงการหรือกระบวนการจัดซื้อ การวางแผนกลยุทธ์เพื่อได้เปรียบคู่แข่ง อันจะเป็นผลให้สามารถปิดการขายตามเป้าหมายที่กำหนด

## 4. บูรณาการระบบและจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบสนอง

ตลาดปัจจุบันมีการแข่งขันสูง การขายผลิตภัณฑ์โดยไม่มีการบูรณาการระบบเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มจะทำให้ผลกำไรที่คาดหวังเป็นไปได้ยาก ปัญหาและความต้องการของลูกค้ามีความซับซ้อนมากขึ้น ฉะนั้นทีมงานขายของสายจะต้องมีความเข้าใจธุรกิจของลูกค้า และสามารถประยุกต์เทคโนโลยีที่เหมาะสมตอบสนอง ทันสถานการณ์

## 5. ติดตั้ง ส่งมอบระบบเพื่อใช้งาน

ขั้นตอนนี้จะเป็นกระบวนการที่สำคัญที่จะต้องควบคุมให้เป็นไปตามข้อเสนอและเงื่อนไขระหว่างลูกค้ากับบริษัท ซึ่งจะมีผลในขั้นตอนการรับงาน และอนุมัติการจ่ายชำระตามเป้าหมายที่กำหนด

## 6. บริการหลังการขาย/ดูแลบำรุงรักษา

ภายหลังส่งมอบงานให้กับลูกค้า ทางกลุ่มธุรกิจ F & P จัดให้มีการบริการหลังการขาย ได้แก่ การให้บริการบำรุงรักษา โดยให้บริการลูกค้าอย่างใกล้ชิดในระหว่างที่อยู่ในช่วงรับประกันสินค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในคุณภาพสินค้า ซึ่งสามารถขยายผลไปสู่การทำสัญญาบำรุงรักษากับลูกค้าในปีต่อไปหลังจากหมดช่วงการรับประกันสินค้า

## 7. ลูกค้าสัมพันธ์เพื่อการซื้อซ้ำ

เพื่อให้ทีมงานขายสามารถรักษาสถานะลูกค้าหลัก และสร้างโอกาส และสนใจในการพิจารณาและมี ยอดขายที่ต่อเนื่อง กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์จึงมีความจำเป็นที่ทีมงานขายจะต้องกำหนด และจัดสรรงบประมาณที่เหมาะสม เพื่อก่อให้เกิดความพึงพอใจ ความเชื่อมั่นและตัดสินใจใช้บริการของบริษัทในระยะยาว

### 3.4.2 การตลาดและภาวะการแข่งขัน

#### 3.1.2.1 การตลาด

##### กลยุทธ์การแข่งขัน

##### (1) ด้านสินค้าและบริการ

กลุ่มธุรกิจ F & P ได้วิเคราะห์จุดเด่นในการสร้างความแตกต่างในการนำเสนอเทคโนโลยีที่ดีที่สุด (Solution) ในการแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า มีความชำนาญและมีศักยภาพในการบริหารโครงการ มีทีมงานที่มีประสบการณ์ มีทีมงานพัฒนาซอฟต์แวร์จากสายธุรกิจ ISD ซึ่งให้การสนับสนุนในกรณีที่ต้องการผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าโดยเฉพาะสินค้าของบริษัทจะรับประกันเป็นระยะเวลาตามที่ตกลงกับลูกค้า นอกจากนี้ทางทีมงานได้พยายามสรรหาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ ที่ตอบสนองของกลุ่มลูกค้าโดยกำหนดเป็นผลิตภัณฑ์และบริการหลักที่จะสร้างรายได้ต่อเนื่องในระยะยาว ควบคุมคุณภาพการให้บริการก่อนและหลังการขายในเวลาอันรวดเร็ว โดยทีมงานจะต้องเข้าใจในธุรกิจเพื่อนำเสนอสินค้าและบริการที่ดีที่สุด การส่งมอบให้ตรงเวลา

##### (2) ด้านพนักงาน

ทีมงานขายของกลุ่มธุรกิจ F & P จะต้องมีความรู้ความเข้าใจในธุรกิจของลูกค้า สามารถบูรณาการเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่เหมาะสม กำหนดกลยุทธ์ในการนำเสนอเพื่อได้เปรียบคู่แข่ง มีแผนในการทำงานและเป้าหมายที่ชัดเจน มีการฝึกอบรมเทคนิคการขายเพิ่มเติม รวมทั้งการเพิ่มพูนความรู้ในผลิตภัณฑ์หลักอยู่เสมอ มีปฏิสัมพันธ์และทำงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้กระบวนการขายและส่งมอบผลิตภัณฑ์ พร้อมบริการมีคุณภาพและมีประสิทธิภาพ

##### (3) ด้านการบริหารต้นทุน

กลุ่มธุรกิจ F & P นี้ เป็นกลุ่มธุรกิจใหม่ที่ดูแลกลุ่มลูกค้าที่บริษัทยังมียอดขายรวมเป็นสัดส่วนไม่ถึง 20% จึงต้องจัดสรรงบประมาณเพื่อส่งเสริมการทำกิจกรรมทางการตลาดที่มากพอ รวมทั้งการกำหนดราคาที่สูงใจ และแข่งขันได้ เพื่อให้ยังคงกำไรสุทธิ จะต้องมีกำหนดผลิตภัณฑ์และบริการที่เหมาะสม รวมทั้งปรับปรุงกระบวนการในการทำงานเพื่อลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ

##### (4) ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า

กลุ่มธุรกิจ F & P นี้ได้เน้นให้ทีมงานขายพัฒนาวิธีการเพื่อดูแลลูกค้าให้เป็นลูกค้าหลัก การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าโดยการทำความเข้าใจลูกค้าค้นหาความต้องการและทำการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า เพื่อทำให้มีโอกาสรับงานจากลูกค้ารายเดิมเพิ่มขึ้น จากผลงานที่ผ่านมาจะพบได้ว่า มีอัตราได้รับงานซ้ำจากลูกค้ารายเดิมสูงกว่าร้อยละ 80

#### ลักษณะของกลุ่มลูกค้าและช่องทางการจัดจำหน่าย

##### 1) กลุ่มลูกค้าสถาบันการเงิน

แบ่งกลุ่มลูกค้าหลักที่สายงาน มุ่งเน้นศึกษาวิเคราะห์ตลาด ปัญหาและความต้องการเฉพาะกลุ่ม โอกาสทางธุรกิจเพื่อกำหนดกลยุทธ์ วางแผนและดำเนินกิจกรรมการตลาดเพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์พร้อมบริการ และบรรลุเป้าหมายของบริษัท ได้ดังนี้

### 1.1) ธนาคารพาณิชย์

หมายถึง บริษัทมหาชนจำกัดที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบธุรกิจธนาคารพาณิชย์ และหมายความรวมถึงธนาคารพาณิชย์เพื่อรายย่อย ธนาคารพาณิชย์ที่เป็นบริษัทลูกของธนาคารต่างประเทศ และ สาขาของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบธุรกิจธนาคารพาณิชย์ เช่น ธนาคารกรุงเทพ ธนาคารกรุงไทย ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารกสิกรไทย ธนาคารกรุงศรีอยุธยา ธนาคารธนชาติ ธนาคารทีสโก้ ธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ เป็นต้น

### 1.2) ธนาคารที่หน่วยงานของรัฐกำกับดูแล

หมายถึง ธนาคารที่ธนาคารแห่งประเทศไทยและกระทรวงการคลัง และกระทรวงอื่นที่เกี่ยวข้องเป็นผู้กำกับดูแล เช่น ธนาคารออมสิน ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธกส.) ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย เป็นต้น

### 1.3) ธุรกิจเงินทุน บรรษัท บริษัท สหกรณ์ และกองทุน

หมายถึง สถาบันการเงินที่ต้องกำกับดูแลโดยธนาคารแห่งประเทศไทย จัดตั้งขึ้นโดยพระราชบัญญัติหรือพระราชกำหนด เช่น บริษัทเงินทุน บรรษัทบริหารสินทรัพย์ สหกรณ์ออมทรัพย์ กองทุนประกันสังคม เป็นต้น

## 2) กลุ่มลูกค้าเอกชน

บริษัทเอกชนที่สายงานจะมุ่งเน้นจะเป็นบริษัทที่ทำธุรกิจขายสินค้าพร้อมบริการที่มีเครือข่ายและเน้นการใช้ช่องทางการจัดจำหน่าย ลูกค้าสัมพันธ์และให้บริการโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นหลัก เช่นบริษัทเอกชนที่ได้รับสัมปทานในการประกอบธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ สื่อสารมวลชน ขนส่งมวลชน และกลุ่มบริษัทที่ทำธุรกรรมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์

ทางกลุ่มธุรกิจ F & P ได้วางแผน กำหนดที่ทีมงานเฉพาะและเริ่มดำเนินการเพิ่มช่องทางการนำเสนอสินค้าและบริการไปยังกลุ่มลูกค้าธนาคาร สถาบันการเงิน และบริษัทเอกชนขนาดใหญ่ เพื่อสร้างโอกาสและเพิ่มสัดส่วนของผลประกอบการและผลกำไร อันจะส่งผลทำให้การบริหารความเสี่ยงในการทำธุรกิจมีประสิทธิภาพดีขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าธนาคารที่ธุรกิจมีการแข่งขันสูง มีการปรับกลยุทธ์เพื่อสร้างความได้เปรียบ ทำให้การปรับปรุงและพัฒนาด้านไอซีทียังคงมีความต้องการและมีงบประมาณด้านนี้อย่างต่อเนื่องเสมอมา ด้วยทีมงานที่มีประสบการณ์ และผลงานของบริษัทจึงเป็นปัจจัยบวกที่จะเข้าสู่กลุ่มลูกค้ากลุ่มนี้

### 3.1.2.1 ภาวะการแข่งขันและแนวโน้มอุตสาหกรรม

#### ภาวะการแข่งขันกลุ่มลูกค้าสถาบันการเงินและบริษัทเอกชน

ในตลาดกลุ่มลูกค้าสถาบันการเงินและบริษัทเอกชน จะมีคู่แข่งในตลาดเดิมค่อนข้างมาก แต่จะมีคู่แข่งที่แตกต่างกัน ซึ่งสายงานได้รวบรวม และวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนในทุกโครงการหรือบริการเพื่อประเมินและปรับกลยุทธ์เพื่อความได้เปรียบก่อนการดำเนินการทุกครั้ง อันจะเห็นได้ว่าในกลุ่มลูกค้าธนาคาร บริษัทยังมีโอกาสในการนำเสนอบริการเพื่อพัฒนาซอฟต์แวร์เฉพาะธุรกิจ เช่น ระบบอนุมัติสินเชื่อ ระบบบริหารจัดการเอกสารในการขอสินเชื่อ ระบบประเมินสินทรัพย์โดยใช้เทคโนโลยีภูมิสารสนเทศ ระบบบริหารจัดการกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง บริการพัฒนาระบบควบคุมคุณภาพข้อมูล (Data Quality) ระบบบริหารจัดการข้อมูลเพื่อสนับสนุนกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์(CRM) ระบบสารสนเทศสำหรับผู้บริหารระดับสูง (Management Cockpit) เป็นต้น โดยระบบงานดังกล่าวจะมีคู่แข่งน้อยในตลาด สามารถสร้างความได้เปรียบและ

บรรลุป้าหมายได้ไม่ยาก ในกลุ่มลูกค้าสถาบันการเงินบริษัทคู่แข่งซึ่งทำธุรกิจและมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ใกล้เคียงกัน ได้แก่ บริษัท จีเอเบิล จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทในเครือของบริษัท ซีดีจี กรุ๊ป จำกัด บริษัท เอสวีไอเอ จำกัด บริษัท เมโทรซิสเต็ม จำกัด บริษัท คอมพิวเตอร์ยูเนียน จำกัด บริษัท สตรีมไอที จำกัด บริษัท ทีเอ็นอินโฟเมชั่น จำกัด บริษัท สามารต คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เป็นต้น ซึ่งแต่ละบริษัทจะมีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์เฉพาะด้านต่างกันไป

### **โอกาสและปัจจัยเสริม**

จากกลุ่มลูกค้าข้างต้นจะมีปัญหาและความต้องการระบบสารสนเทศและสื่อสารที่แตกต่างกัน ตามขนาดของธุรกิจ โครงสร้างขององค์กร ธุรกรรม และกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย แต่พอจะสรุปโอกาสและปัจจัยเสริมเพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการ ดังนี้

- กลุ่มธุรกิจนี้ต้องการเพิ่มรายได้ กำไร ส่วนแบ่งในตลาด หรือ ลดผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา โดยการปรับปรุงรูปแบบ พัฒนา นำเสนอสินค้า และบริการใหม่ๆ สร้างโอกาสทางธุรกิจ โดยร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจเพื่อขยายฐานลูกค้า ขยายช่องทางในการให้บริการ บริหารกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ การนำเทคโนโลยีต่างๆมาเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ จัดเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบ สามารถนำมาบูรณาการข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ การพัฒนาเครือข่ายสื่อสารภายในหน่วยงาน รวมทั้งเครือข่ายสื่อสารอิเล็กทรอนิกส์ ที่เป็นช่องทางในการให้บริการเพื่อความรวดเร็วและสะดวกสบายให้กับลูกค้า ซึ่งจะทำให้สายบูรณาการระบบสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อธุรกิจ มีโอกาสที่จะนำเสนอระบบ ผลิตภัณฑ์ พร้อมบริการที่ตรงและเหมาะสม

- กลุ่มธุรกิจนี้ต้องการ บริหารต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการบริหารธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ เหมาะสมกับสถานะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลง ดังนั้นระบบฐานข้อมูลการประกอบกิจการจึงมีความสำคัญในการนำมาวิเคราะห์ รายงานสำหรับฝ่ายปฏิบัติการ ฝ่ายวางแผน และฝ่ายบริหาร เพื่อปรับแผน กระบวนการ ตลอดจนกลยุทธ์ของธุรกิจ ทั้งนี้การบูรณาการระบบสารสนเทศที่เหมาะสมทั้ง ฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ และบุคคลากรจะเป็นโอกาสที่บริษัท IRCP จะสามารถเข้าไปนำเสนอ

- ธุรกิจปัจจุบันจะต้องคำนึงถึงความเสี่ยงในการทำธุรกิจ โดยจะต้องมีมาตรฐานในการทำงาน ระบบควบคุมคุณภาพ ระบบตรวจสอบที่มีประสิทธิภาพเวลา อันจะเป็นผลให้ต้องนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่ทันสมัย ตอบสนองความต้องการดังกล่าวเข้ามาช่วยหน่วยงานภายในที่เกี่ยวข้อง

โดยสรุป ในยุคของภาวะเศรษฐกิจที่มีภาวะถดถอย ทางกลุ่มธุรกิจ F & P จะต้องดำเนินการปรับแผนเพื่อรองรับ โดยใช้ประสบการณ์และผลงานที่ผ่านมาของบริษัท มาทำการพัฒนา ปรับปรุง สร้างความแตกต่างและสร้างมูลค่าเพิ่ม(Value added) ให้สามารถนำเสนอเป็นผลิตภัณฑ์พร้อมบริการของบริษัทเองให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัทในงบประมาณที่สอดคล้องกับภาวะดังกล่าว อันจะเป็นผลให้บริษัทสามารถรักษฐานลูกค้าเดิมและเพิ่มโอกาสในการขยายสู่กลุ่มลูกค้าใหม่



### 3.5 สายธุรกิจการผลิตซ้ำซอฟต์แวร์ (Authorized Replicator Business Department : AR)

#### 3.5.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

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

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

#### 3.5.2 การตลาดและภาวะการแข่งขัน

สัดส่วนรายได้ของทางสายธุรกิจ AR ในปี 2551 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 2552 โดยเน้นการผลิตได้อย่างรวดเร็ว มีคุณภาพได้มาตรฐานตามที่ลูกค้ากำหนด มีบริการหลังการขาย นอกจากนี้ สายธุรกิจ AR ได้จัดให้มีขั้นตอนการทำงานอย่างเป็นระบบ รวมถึงมีระบบการตรวจสอบคุณภาพและรวบรวมสถิติที่ได้มาตรฐาน และมีการจัดทำแบบประเมินความพึงพอใจจากลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ โดยโรงงานที่ผลิตเป็นโรงงานที่ได้มาตรฐานผ่านการตรวจสอบทั้งจาก Microsoft และบริษัทผู้ให้การรับรองระบบคุณภาพมาตรฐาน ISO 9000:2000

##### 3.5.2.1 การตลาด

##### กลยุทธ์การแข่งขัน

##### (1) ด้านสินค้าและบริการ

สายธุรกิจ AR เน้นการให้บริการผลิตสินค้าและการให้บริการที่มีคุณภาพสูงโดยทางสายธุรกิจ AR ได้รับการอำนวยการรับรองด้านคุณภาพจาก 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) รวมถึงการสกรีนเครื่องหมายบนวัตถุผิวโค้ง (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 2551 ที่ผ่านมาพบว่า ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจในเกณฑ์ ดี ถึง ดีมาก เฉลี่ยถึงร้อยละ 95

เนื่องจากสายธุรกิจ AR ประกอบธุรกิจหลัก คือ การผลิตฮาร์ดแวร์ของ Microsoft ซึ่งขายให้กับลูกค้าตามที่ Microsoft เป็นผู้กำหนดให้ โดย Microsoft จะเป็นผู้มอบหมายนโยบายให้กับ Microsoft Corporation ประเทศไทย ซึ่งเป็นตัวแทนในประเทศเพื่อให้เป็นผู้กำหนดนโยบายทางด้านการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ รวมถึงการปราบปรามซอฟต์แวร์ที่ผิดกฎหมายอีกทอดหนึ่ง ดังนั้น นโยบายการตลาดส่วนใหญ่จะถูกกำหนดโดย Microsoft โดยหากในปีใดทาง Microsoft มีนโยบายการปราบปรามซอฟต์แวร์ละเมิดลิขสิทธิ์อย่างเข้มงวด ก็จะส่งผลให้รายได้ของสายธุรกิจลดลงตามไปด้วย ในขณะที่เดียวกัน สำหรับผลิตภัณฑ์หรือรุ่นสินค้าของ Microsoft ซึ่งมีออกมาใหม่เป็นระยะเพื่อกระตุ้นและตอบสนองความต้องการของลูกค้า สายธุรกิจ AR ก็จะได้รับความสะดวกใจให้เป็นผู้ผลิตฮาร์ดแวร์เหล่านั้น 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. 2551 มีปริมาณของเสียโดยรวมต่ำกว่า 200 PPM (200 ขึ้นต่อ 1,000,000 ชิ้น) เช่นเดิม ซึ่งของเสียในการผลิต เช่น กาวเปื้อนบนแผ่นซีดี หรือ ฉลากกันปลอมหรือบรรจุภัณฑ์ไม่สมบูรณ์ เป็นต้น โดยในปี พ.ศ. 2551 ยังคงเป้าหมายที่จะลดของเสียลงให้ต่ำกว่า 200 PPM เนื่องจากในช่วงต้นปี 2551 จะมีการเปลี่ยนแปลงขบวนการใหม่บางส่วนโดยเฉพาะอย่างยิ่งผลิตภัณฑ์ของไมโครซอฟต์เพื่อป้องกันการปลอมแปลง ทำให้ขั้นตอนการผลิตอาจยุ่งยากขึ้นมาบ้าง ซึ่งอาจส่งผลให้เกิดของเสียเพิ่มขึ้นในช่วงดังกล่าวได้ จึงมิได้ปรับเปลี่ยนเป้าหมายจากปีที่ผ่านมา โดยปัจจัยสำคัญ คือ พนักงานที่เกี่ยวข้องในแต่ละขบวนการจะต้องได้รับการฝึกอบรมให้เข้าใจและสามารถปฏิบัติตามขั้นตอนได้อย่างถูกต้อง รวมทั้งมีการปรับปรุงขบวนการในการผลิตให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งส่งผลให้การทำงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ รวดเร็วขึ้น ในขณะที่ของเสียลดลง นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้ดำเนินการตามแผนการลดต้นทุนวัตถุดิบ โดยยังคงเป้าหมายไว้ที่ 3% ต่อจากปีที่ผ่านมา ทั้งนี้ ในปี 2550 สามารถทำได้ 3.08% ซึ่งเป็นผลพลอยได้จากการที่เงินบาทแข็งค่าขึ้นมาก หากวัดการลดต้นทุนจากวัตถุดิบเฉพาะผลจากปัจจัยหลัก ๆ เช่น การสั่งซื้อเป็นปริมาณสูงต่อครั้ง เพื่อให้มีความประหยัดต่อขนาดยังทำได้ไม่ค่อยดี โดยมีสาเหตุมาจากการเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์บ่อย ซึ่งการเปลี่ยนแปลงแต่ละครั้งจะมีต้นทุนคงที่ (Fix Cost) อยู่แล้ว ทั้งนี้ ทุกเป้าหมายมี

การติดตามและจัดเก็บเป็นดัชนีชี้วัด (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) ที่ไม่ได้ซื้อลิขสิทธิ์โดยตรงกับ 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 มีสัดส่วนรายได้จากลูกค้ากลุ่มนี้ ร้อยละ 29

ส่วนงานด้านการพิมพ์เครื่องหมายหรือตราสินค้าบนวัตถุผิวโค้ง ส่วนใหญ่เป็นการให้บริการกับกลุ่มของลูกค้า Microsoft เช่น งานการพิมพ์ตัวหนังสือภาษาไทยลงบนแป้นพิมพ์ เป็นต้น นอกจากนี้ อาจจะมีลูกค้าเพิ่มเติม คือ ผู้ผลิตเครื่องภายในประเทศที่ต้องการพิมพ์ตราสินค้าของตัวเอง ในส่วนการทำซ้ำโปรแกรมลงแผ่น diskette ขนาด 3.5 นิ้ว เป็นการให้บริการกับกลุ่มลูกค้าทั่วไป โดยไม่มีกลุ่มลูกค้าเฉพาะเจาะจง

สำหรับสายผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ทำให้บริการทำเมนูภาษาไทยนั้น จะเน้นให้บริการเฉพาะบริษัทผู้ผลิตกล้องดิจิทัล ที่ยังไม่มีเมนูเป็นภาษาไทย ซึ่งมีไม่มากนัก แต่จะเน้นลูกค้าเป็นราย ๆ โดยคาดหวังรายได้จากปริมาณกล้องที่จำหน่ายได้ต่อปี ซึ่งปี 2550 ที่ผ่านมามีเติบโตขึ้นมากอย่างชัดเจน เนื่องจากผู้ผลิตเจ้าของแบรนด์มีนโยบายจัดทำเมนูภาษาไทยเกือบทุกรุ่น (มากกว่าร้อยละ 90 ของจำนวนรุ่นที่มีอยู่) และรุ่นที่ทำเป็นรุ่นที่นิยมสำหรับผู้บริโภคระดับกลางถึงล่าง ทำให้ปริมาณกล้องที่จะต้องอัปเดตเมนูภาษาไทยสูงตามไปด้วย

### **3.5.2.2 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 และส่งผลให้

ค่าขนส่งต่อหน่วยสูงขึ้นอีกหากนำเข้าจากต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีคู่แข่งทางอ้อมที่สำคัญ คือ ซอฟต์แวร์ละเมิดลิขสิทธิ์ซึ่งมีราคาที่ถูกกว่าและครองส่วนแบ่งการตลาดประมาณร้อยละ 80

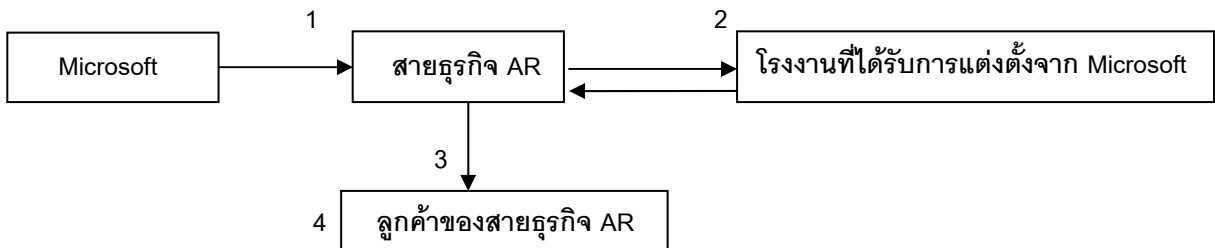
**แนวโน้มอุตสาหกรรมการผลิตซ้ำซอฟต์แวร์**

จากการที่ซอฟต์แวร์ที่ผลิตซ้ำเป็นซอฟต์แวร์ของ Microsoft ทั้งระบบปฏิบัติการและซอฟต์แวร์ประยุกต์ ซึ่งผลิตให้กับ OEMERS และ DSP โดยตรง เป็นซอฟต์แวร์ที่ครองส่วนแบ่งการตลาดอันดับหนึ่ง ดังนั้น การพิจารณายอดขายซอฟต์แวร์จึงสามารถพิจารณาได้จากยอดขายของจำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์ที่จำหน่ายในประเทศเป็นหลัก โดยในช่วงปี 2545 – 2551 มีอัตราการเติบโตของตลาดพีซีไม่ต่ำกว่าปีละ 10-20% ดังนั้น คาดว่าในปี 2552 อัตราการเติบโตก็จะอยู่ในราว 10% ขึ้นไป ซึ่งจะส่งผลให้การเติบโตของหน่วยงานผลิตซ้ำซอฟต์แวร์มีการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องเช่นกัน

นอกจากนั้น ในช่วงปี 2545-2551 ทางการได้มีมาตรการในการปราบปรามซอฟต์แวร์ละเมิดลิขสิทธิ์ ทำให้ซอฟต์แวร์ละเมิดลิขสิทธิ์ดังกล่าวลดลงอย่างมีนัยสำคัญซึ่งจะส่งผลดีต่อตลาดซอฟต์แวร์และธุรกิจผลิตซ้ำซอฟต์แวร์ของสายธุรกิจ AR โดยรวม

**3.5.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ**

ทางสายธุรกิจ AR เป็นผู้รับจ้างผลิตซ้ำซอฟต์แวร์ให้กับ Microsoft และสายธุรกิจ ISD โดยมีขั้นตอนการทำงาน และการจัดหาผลิตภัณฑ์ ดังนี้



1. Microsoft เป็นผู้ส่งโปรแกรมต้นฉบับให้กับทางสายธุรกิจ AR และทางสายธุรกิจ AR เป็นผู้จัดทำฉลากแสดงสิทธิกันปลอม (Certificate of Authenticity) และจัดหาวัสดุดิบส่วนต่าง ๆ 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

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

**บริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล รีเสิร์ช คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)**

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

หัวข้อ	ปี 2548	ปี 2549	ปี 2550	ปี 2551
กำลังการผลิต (จำนวนแผ่น)	260,000	260,000	260,000	260,000
ปริมาณการผลิตจริง (จำนวนแผ่น)	96,654	132,106	164,963	198,443

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. 2548-2551 แสดงดังตารางด้านล่าง

(หน่วย : ร้อยละ)

วัตถุดิบ	ปี 2548	ปี 2549	ปี 2550	ปี 2551
ฉลากแสดงสิทธิ์กันปลอม+แผ่นซีดี+สิ่งพิมพ์ เช่น แผ่นพับ คู่มือ	90	90	90	90
อื่น ๆ	10	10	10	10
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

ทั้งนี้ สัดส่วนของการซื้อวัตถุดิบจากแหล่งวัตถุดิบจากต่างประเทศและในประเทศ ปี พ.ศ. 2548-2551 เป็นดังนี้

(หน่วย : ร้อยละ)

แหล่งที่มาวัตถุดิบ	ปี 2548	ปี 2549	ปี 2550	ปี 2551
ต่างประเทศ	55	70	70	70
ในประเทศ	45	30	30	30
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

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

### 3.5.4 สัญญาสำคัญที่เกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจการผลิตซอฟต์แวร์

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

บริษัท	บริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล รีเสิร์ช คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
คู่สัญญา	บริษัท MICROSOFT LICENSING, GP
สัญญาเลขที่	5000027846
วันเริ่มต้นของสัญญา	1 กรกฎาคม 2551
ระยะเวลาของสัญญา	สิ้นสุดเมื่อมีการยกเลิกสัญญาหรือ 30 มิถุนายน 2553
ค่าตอบแทน	ไม่มี
สาระสำคัญ	เป็นสัญญาที่ระบุข้อตกลงในการผลิตซอฟต์แวร์และการให้บริการทั่วไปไม่เกี่ยวข้องกับช่องทางการจัดจำหน่าย โดยช่องทางการจัดจำหน่ายจะถูกแยกสัญญาออกเป็น 2 กลุ่มตามรายละเอียดของสัญญา 2 ฉบับข้างล่าง

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

บริษัท	บริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล รีเสิร์ช คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
คู่สัญญา	บริษัท MICROSOFT LICENSING, GP
สัญญาเลขที่	5000028100
วันเริ่มต้นของสัญญา	1 กรกฎาคม 2551
ระยะเวลาของสัญญา	สิ้นสุดเมื่อมีการยกเลิกสัญญาหรือ 30 มิถุนายน 2552
ค่าตอบแทน	ไม่มี
สาระสำคัญ	<ol style="list-style-type: none"> <li>เป็นผู้ผลิตเฉพาะสินค้าประเภท OEM ได้แก่ ซอฟต์แวร์ปฏิบัติการและซอฟต์แวร์ประยุกต์ โดยขายให้แก่กลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้ผลิตเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ได้รับอนุญาตโดยตรงจากไมโครซอฟต์ (Name Account) ที่อยู่ในประเทศไทยและประเทศในภูมิภาคเอเชียทั้งหมด รวมถึงประเทศ ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์ ส่วนการขายวัตถุดิบสามารถขายให้กับผู้ผลิตประเภทเดียวกันในต่างประเทศได้</li> <li>การบอกเลิกสัญญาโดยฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง ต้องแจ้งล่วงหน้าอย่างน้อย 60 วัน</li> </ol>

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

บริษัท	บริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล รีเสิร์ช คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
คู่สัญญา	บริษัท MICROSOFT LICENSING, GP
สัญญาเลขที่	5000028258
วันเริ่มต้นของสัญญา	1 กรกฎาคม 2551
ระยะเวลาของสัญญา	สิ้นสุดเมื่อมีการยกเลิกสัญญาหรือ 30 มิถุนายน 2552
ค่าตอบแทน	ไม่มี
สาระสำคัญ	<ol style="list-style-type: none"><li>1. เป็นผู้ผลิตเฉพาะสินค้าประเภท OEM ได้แก่ ซอฟต์แวร์ปฏิบัติการและซอฟต์แวร์ประยุกต์ โดยขายให้แก่กลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้กระจายสินค้า DSP ที่ได้รับอนุญาตจากไมโครซอฟต์ (Delivery Service Partner) ที่อยู่ในประเทศไทยและประเทศในภูมิภาคเอเชียทั้งหมด รวมถึงประเทศ ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์ ส่วนการขายวัตถุดิบสามารถขายให้กับผู้ผลิตประเภทเดียวกันในต่างประเทศได้</li><li>2. การยกเลิกสัญญาโดยฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งต้องแจ้งล่วงหน้า อย่างน้อย 60 วัน</li></ol>

### 3.6 ธุรกิจช่องทางจัดจำหน่ายสินค้าไอทีประเภท Professional Products (Professional Products Distribution Business Department : PD)

#### 3.6.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ช่องทางธุรกิจในตลาดสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added) เป็นธุรกิจที่มีการเติบโตสูงและต่อเนื่อง ที่ผ่านมา บริษัท ไอที ดิสทริบิวชั่น จำกัด (ITDC) โดยฝ่าย Professional Products Distribution Business Department (PD) ได้ดำเนินธุรกิจด้านการจัดจำหน่ายสินค้าไอทีและอุปกรณ์เครือข่ายสำหรับตลาดลูกค้าองค์กร (Corporate Customer) เน้นเนื้อหาของธุรกิจเพื่อให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและขั้นตอนการจัดจำหน่ายมาโดยตลอด โดยเน้นการให้บริการสนับสนุนก่อนและหลังการขายเพื่อเสริมจุดแข็งและปิดจุดบกพร่องตลอดจนสร้างการบริการและโซลูชันใหม่ๆ ให้กับดีลเลอร์ เช่น การให้ข้อมูลสินค้าทั้งข้อมูลเทคนิคและข้อมูลเฉพาะของสินค้า (Technical Information and Specification) การร่วมกับดีลเลอร์ในการนำเสนอสินค้าและปิดการขาย การให้คำปรึกษา (Consultancy) และออกแบบระบบ (System Design) การให้การสนับสนุนในด้านอุปกรณ์และบุคลากรในการทดสอบการใช้งานสินค้า (Proof of Concept or Product Testing) การมีสต็อกสินค้าเพื่อลดระยะเวลาการส่งสินค้าให้กับลูกค้า การบริการติดตั้งอุปกรณ์และระบบงาน การให้การอบรมด้านเทคนิคของสินค้าเป็นภาษาไทยให้แก่ดีลเลอร์และลูกค้า การแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นกับตัวสินค้าและโซลูชัน การบริการการซ่อมบำรุงตลอดจนการมีอุปกรณ์ทดแทนในช่วงเวลาการซ่อมอุปกรณ์ เป็นต้น ในปีนี้บริษัท ได้ปรับและจัดกลุ่มสินค้าที่จำหน่ายให้เหมาะสมกับสภาพตลาดดังนี้

- สินค้ากลุ่มระบบอุปกรณ์เครือข่ายและอุปกรณ์เครือข่ายโครงสร้างพื้นฐาน  
(Networking and Network Infrastructure)
- สินค้ากลุ่มระบบการสื่อสารไร้สายที่เน้นเรื่องความปลอดภัย (Secured Wireless Solution)
- สินค้ากลุ่มระบบความปลอดภัยข้อมูลไอที (IT Security)
- สินค้ากลุ่มระบบการเพิ่มประสิทธิภาพ/สมรรถภาพให้เครือข่าย  
(Network Performance Improvement Solution)
- สินค้าด้านบริการหลังการขาย เช่นการติดตั้ง การอบรม และดูแลรักษาอุปกรณ์

นอกจากนี้บริษัทยังมีบริการเพื่อสนับสนุนการขาย เช่น

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



## รายละเอียดสินค้าและบริการ

### 3.6.1.1 สินค้ากลุ่มระบบอุปกรณ์เครือข่ายและอุปกรณ์เครือข่ายโครงสร้างพื้นฐาน (Networking and Network Infrastructure)

ผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ประกอบด้วยอุปกรณ์เครือข่ายพื้นฐาน ได้แก่

#### 1) Enterasys Networks

เป็นอุปกรณ์เครือข่ายประเภท Switch และระบบการบริหารอุปกรณ์เครือข่าย และอุปกรณ์ระบบตรวจจับและรักษาความปลอดภัยของระบบไอที Enterasys Networks วางตำแหน่งสินค้าของตนเองเป็น Secured Network Solution โดยเน้นการเป็นระบบเครือข่ายที่เปรียบพร้อมด้วยระบบรักษาความปลอดภัยของเครือข่าย โดยระบบจะประกอบด้วย

1.1) Switch ซึ่งมีตั้งแต่ Edge Switch, Distribution Switch และ Core Switch โดยที่ Edge Switch และ Distribution Switch ของ Enterasys มีความสามารถในการตรวจและดักจับการเข้าเครือข่ายและการบุกรุกในระดับ Port ของ Switch

2.2) ระบบบริหารเครือข่าย (Policy Based Network Management) เป็นหัวใจของการสร้างความปลอดภัยให้กับเครือข่ายโดยกำหนดกลุ่มของทรัพยากร (Network Resources) กำหนดกลุ่มของผู้ใช้งานตามหน้าที่หรือลักษณะการทำงาน (Role หรือ Function) และกำหนดนโยบายในการเข้าถึงอุปกรณ์แต่ละกลุ่มหรือแต่ละตัว สำหรับกลุ่มลูกค้าแต่ละกลุ่มซึ่งแต่ละกลุ่มนั้นหากเป็นผู้ใช้งานก็สามารถกำหนดเป็นรายบุคคลหรือสำหรับทรัพยากรนั้นก็ สามารถกำหนดเป็นรายอุปกรณ์ก็ได้ และทำหน้าที่บริหารจัดการการทำงานและตรวจตราสถานะภาพการทำงานของ อุปกรณ์ที่อยู่ในเครือข่าย

#### 2) ระบบสายส่งสัญญาณและระบบจัดการของ CommScope

มีผลิตภัณฑ์ชื่อ Systimax เป็นระบบสายส่งสัญญาณคุณภาพสูง ได้แก่สาย Ethernet CAT5E, CAT6, CAT6A และ Fiber optic นอกจากนี้ยังมี I-Patch และ VisiPatch ซึ่งเป็นระบบบริหารอุปกรณ์สายสัญญาณ (Cabling Monitoring & Management System) ที่จะช่วยให้ผู้บริหารระบบสามารถตรวจสอบเส้นทางและสถานะของสายสัญญาณจากตู้กระจายสายไปยังปลายทางหรือ Work Area ได้อย่างง่ายดาย จากความรู้และประสบการณ์ที่ยาวนานหลายสิบปีของการค้นคว้าพัฒนาทำให้ Systimax เป็นสินค้าที่มีเทคโนโลยีที่ยอดเยี่ยมเป็นสายสัญญาณที่เป็นต้นแบบให้กับมาตรฐาน EIA/TIA ซึ่งเป็นมาตรฐานของสายสัญญาณในปัจจุบัน

Systimax ยังเป็นสายสัญญาณที่เอาชนะขีดความสามารถหลายๆอย่างที่คุณแข่งขันไม่สามารถทำได้ เช่น การเชื่อมต่อผ่านอุปกรณ์ที่เป็น inactive เช่น แผงกระจายสาย (Patch panel) หรือ Telecom Outlet ได้ถึง 6 การเชื่อมต่อ ซึ่งส่งผลให้การปรับเปลี่ยน และการเพิ่มขยายเครือข่ายทำได้ง่าย ลดความผิดพลาดได้ นอกเหนือจากนั้น Systimax เป็นรายแรก ที่ผลิตสาย UTP 10 Gigabit ตรงตามข้อกำหนดการจัดทำมาตรฐาน IEEE 802.3an ล่าสุด และยังมีคุณสมบัติบางประการเหนือกว่าที่มาตรฐานกำหนดไว้ ยิ่งกว่านั้น Systimax ยังมีการรับประกันคุณภาพสัญญาณยาวนานถึง 20 ปี

### 3.6.1.2 สิ้นค้ากลุ่มระบบเครือข่ายไร้สายที่เน้นเรื่องความปลอดภัย (Secured Wireless Solution)

ปีนี้บริษัทจะให้ความสำคัญกับการสื่อสารไร้สายที่ให้ความสำคัญสูง จึงได้แยกการทำตลาดของสิ้นค้ากลุ่มนี้ออกจากกลุ่มสิ้นค้ากลุ่มระบบอุปกรณ์เครือข่ายและอุปกรณ์เครือข่ายโครงสร้างพื้นฐาน ในปัจจุบันการทำงานแบบไร้สายและเคลื่อนที่นั้นมีความแพร่หลายที่สูงมาก สาเหตุมาจากการที่ธุรกิจต้องมีการปรับวิธีการทำงานเพื่อให้สามารถแข่งขันและต้องการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน นอกเหนือจากนั้นอุปกรณ์ไอทีที่จำหน่ายในท้องตลาดก็ได้รับการติดตั้งให้มีความสามารถของการสื่อสารแบบไร้สายมาพร้อมแล้วจากโรงงานผู้ผลิต พนักงานขององค์กรต่าง ๆ ได้นำเอาการสื่อสารไร้สายเหล่านี้เข้ามาใช้ในองค์กรเพื่อความสะดวกโดยไม่ทราบถึงข้อเสียหรือโทษของอุปกรณ์เหล่านั้นและองค์กรก็ไม่มีมาตรการที่เหมาะสมในการป้องกันการนำมาใช้งานและอันตรายจึงทำให้หลาย ๆ องค์กรจำเป็นต้องนำระบบการสื่อสารไร้สายมาใช้ในองค์กรอย่างเป็นทางการอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ตัวอย่างเช่นธนาคารซึ่งเคยเห็นวาระระบบอุปกรณ์ไร้สายเป็นสิ่งต้องห้ามในองค์กรเพราะจะเป็นเป้าหมายและเป็นแหล่งที่มาของการบุกรุกและโจมตีต่าง ๆ จากบุคคลที่ไม่หวังดีต่าง ๆ แต่ปัจจุบันหลาย ๆ ธนาคารได้นำเอาระบบเครือข่ายไร้สายมาใช้ในองค์กรแล้ว สิ่งสำคัญของเครือข่ายแลนไร้สายก็คือต้องเป็นระบบที่ให้ความสำคัญที่สูงมาก ๆ ซึ่งบางครั้งอาจจะต้องสูงกว่าความปลอดภัยของระบบเครือข่ายแลนแบบมีสายอีกด้วย บริษัทได้นำเอาระบบเครือข่ายแลนไร้สายของอะรุบ้า (Aruba's secured wireless solution) มาจำหน่าย โดยระบบนี้ให้คุณสมบัติของความปลอดภัยแบบรวมศูนย์ทั้งเรื่องของการพิสูจน์ตัวตนผู้ใช้งาน การให้สิทธิแก่ผู้ใช้งาน การเข้ารหัส การป้องกันการบุกรุกไร้สาย การจัดการการใช้คลื่นสัญญาณเป็นต้น ซึ่งระบบความปลอดภัยแบบรวมศูนย์นี้จะให้ความสำคัญที่สูงกว่า การจัดการง่ายกว่า และการติดตั้งใช้งานที่ง่ายกว่าอีกด้วย บริษัทเห็นว่าสิ้นค้ากลุ่มนี้จะมีการเติบโตที่สูงในปี 2552 และปีต่อ ๆ ไป

### 3.6.1.3 สิ้นค้ากลุ่มระบบความปลอดภัยข้อมูลไอที (IT Security)

ระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูลขององค์กรเป็นความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมิไว้โดยเฉพาะองค์กรที่จะต้องติดต่อกับโลกภายนอกไม่ว่าจะเป็นการติดต่อผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ระบบ Extranet หรือแม้แต่วระบบ Intranet ขององค์กร โดยเฉพาะเมื่อมีการนำเอาการสื่อสารไร้สายที่ไม่มีระบบรักษาความปลอดภัยที่เพียงพอเนื่องจากปัจจุบันนี้ภัยคุกคามต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น ไวรัส หนอน ม้าโทรจัน สปายแวร์ การดักรับข้อมูล ในรูปแบบต่าง ๆ หรือแม้แต่การโจมตีเพื่อให้ระบบหยุดทำงาน ภัยคุกคามเหล่านี้ล้วนส่งผลให้องค์กรต่าง ๆ ได้รับความเสียหายได้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่องค์กรจะต้องเสริมความปลอดภัยให้เครือข่ายมีความแข็งแกร่งมากที่สุด สิ้นค้าและโซลูชันที่ ITDC เป็นตัวแทนจำหน่ายประกอบด้วย

#### 1) ระบบความปลอดภัยไอทีของ Fortinet

เป็นต้นแบบระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูลในรูปแบบของ UTM (Unified Threat Management) โดยได้รวบรวมเอาความสามารถทางด้านการรักษาความปลอดภัยในรูปแบบต่างๆ 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 นั้นทำให้การลงทุนของลูกค้าต่ำเนื่องจากไม่ต้องซื้ออุปกรณ์หลายตัวเพื่อให้ความสามารถครบตามที่กล่าวข้างต้นยังส่งผลให้การใช้และบริหารจัดการดูแลอุปกรณ์ไม่ยุ่งยาก ไม่ต้องเรียนรู้อุปกรณ์หลายชนิดทำให้ไม่จำเป็นต้องมีบุคลากรในการดูแลอุปกรณ์หลายคน Fortinet เป็นอุปกรณ์เดียวที่ได้รับการรับรองประสิทธิภาพจาก ICASA ในด้าน

Firewall, Anti-Virus, IDS-IPS, VPN IPSec และ SSL-TLS จึงมั่นใจได้ว่าการปกป้องข้อมูลที่สำคัญจากเหล่าวายร้ายต่างๆ บนอินเทอร์เน็ตเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพยิ่ง Fortinet ได้ออกแบบรุ่นต่างๆออกมาตั้งแต่ขนาดเล็กถึงใหญ่ จึงเหมาะสมกับการนำไปใช้งานกับทุกขนาดของหน่วยงานตั้งแต่องค์กรขนาดเล็กจนถึงระดับผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต นอกจากนี้ Fortinet ยังมีระบบอุปกรณ์การเก็บล็อกจราจรข้อมูล วิเคราะห์และหาความสัมพันธ์ของข้อมูลจราจรเพื่อตรวจหาต้นตอการบุกรุก การรายงานและแจ้งเตือนการบุกรุกต่างๆโดยจะเก็บรวบรวมจราจรข้อมูลที่ไหลผ่านอุปกรณ์ Fortinet ซึ่งระบบนี้จะเหมาะกับองค์กรตั้งแต่ขนาดเล็กไปจนถึงขนาดใหญ่ที่ต้องการวิเคราะห์ข้อมูลการโจมตีจากข้างนอกเครือข่ายที่จะเข้ามาในองค์กรหรือจากองค์กรจะออกไปโจมตีภายนอก

#### 2) ระบบความปลอดภัยไอทีของ Enterasys

ประกอบด้วยอุปกรณ์ตรวจและดักจับการบุกรุกและการโจมตีต่างๆ (Intrusion Detection / Prevention System - Dragon IDS/IPS) อุปกรณ์ควบคุมการเข้าสู่เครือข่ายและตรวจสอบคุณสมบัติอุปกรณ์ลูกข่าย (Network Access Control - NAC) และระบบจัดเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ล็อกและเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในเครือข่าย (Security Information and Event Management) การสร้างความสัมพันธ์ของข้อมูลเหล่านี้เพื่อหาสาเหตุและต้นตอของการบุกรุกและจัดการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น ระบบนี้เหมาะกับองค์กรขนาดใหญ่หรือองค์กรที่มีเครือข่ายที่ซับซ้อนมีอุปกรณ์เครือข่ายหลายประเภท

#### 3) ระบบการเข้าใช้เครือข่ายหรือข้อมูลองค์กรผ่านท่ออุโมงค์การสื่อสารที่ปลอดภัยของ Array

##### Networks (SPX)

เป็นระบบอุปกรณ์ที่ทำให้ผู้ใช้งานเข้าถึงระบบงานหรือข้อมูลสำคัญขององค์กรผ่านอินเทอร์เน็ตได้อย่างมีความปลอดภัย อินเทอร์เน็ตเป็นระบบที่ประหยัด ยืดหยุ่น สะดวกที่สุดเพราะว่าผู้ใช้งานสามารถใช้งานจากจุดไหนในโลกหรือเวลาใดก็ได้ที่สามารถต่อเชื่อมอินเทอร์เน็ตได้ แต่ก็เป็นระบบที่มีความปลอดภัยของข้อมูลน้อยมาก ดังนั้นองค์กรจึงไม่นิยมที่จะให้ผู้ใช้งานเข้าถึงระบบงานหรือข้อมูลสำคัญขององค์กรนอกเหนือจากเข้ามาเรียกดูข้อมูลจาก Website ขององค์กรเท่านั้น ระบบ SSL-VPN จะเป็นระบบที่อนุญาตให้องค์กรให้บริการข้อมูลสำคัญขององค์กรต่อลูกค้าได้ไม่ว่าลูกค้าเหล่านั้นจะเป็นพนักงานขายขององค์กร ผู้บริหาร ตลอดจนคู่ค้าขององค์กรไม่ว่าจะเป็นผู้ซื้อหรือผู้ขายสินค้าแก่องค์กรก็ตาม Array Networks (SPX) เป็นระบบ SSL-VPN ที่เหนือกว่าระบบ SSL-VPN อื่นๆ กล่าวคือ SPX รองรับการเชื่อมต่อ Application ได้ทุกแบบ ไม่ว่าจะเป็น Web Application, File Share, Application แบบ Client/Server และ Application อื่นๆทุกรูปแบบ SPX ใช้ Hardware ในการทำ SSL Acceleration ทำให้การรับส่งข้อมูลได้เร็วกว่าแม้ว่าจะผ่านการเข้ารหัสและยังสามารถจำแนกกลุ่มผู้ใช้งานเสมือน โดยการใช้ Virtual Portal ทำให้เสมือนว่ามี SPX หลายตัว และยังสามารถทำงานแบบ Single Sign On ได้ จากประสบการณ์ของ Array Networks ได้พัฒนา SPX ให้สามารถเชื่อมต่อกันแบบเครือข่ายกับเครือข่ายแบบ SSL ซึ่งเป็นความสามารถที่โดดเด่นที่เหนือกว่าคู่แข่งทุกราย

#### 4) ระบบการป้องกันไวรัสที่เป็นแบบ Server/Client based Antivirus ของ BitDefender

แม้ว่าองค์กรจะมีระบบการรักษาความปลอดภัยจากการโจมตีจากภายนอกแล้วก็ตามก็ยังมี ความจำเป็นที่ต้องดูแลความปลอดภัยของระบบ Workstations, Servers ตลอดจน Personnel Computer จำนวนมากที่อยู่ ในเครือข่ายขององค์กรเนื่องจากไม่มีระบบไหนที่จะป้องกันการโจมตีได้ 100 เปอร์เซ็นต์มีโอกาสที่จะมี Virus ต่างๆหลุดรอด เข้ามาในเครือข่ายได้ซึ่งอาจจะติดมาจาก Notebook ที่พนักงานนำไปใช้นอกเครือข่าย หรือติดมาจากอุปกรณ์ภายนอกอื่นๆ เช่นแผ่น CD หรือ Flash Memory เป็นต้น BitDefender มีความสามารถในการตรวจจับไวรัสที่เข้ามาในอุปกรณ์

คอมพิวเตอร์ได้ดีกว่าและมากกว่าคู่แข่งอื่นๆ BitDefender มีการตรวจหาไวรัสใน 2 รูปแบบคือทั้งแบบที่เป็น Signature-based และ Behavioral-based ซึ่งในรูปแบบที่สองนี้ทำให้ BitDefender ตรวจจับไวรัสได้มากกว่ากล่าวคือไวรัสบางตัวจะเป็นอันตรายก็ต่อเมื่อมันทำการ execute เพื่อที่จะเปลี่ยนรูปเป็นไวรัส ไวรัสบางตัวอยู่ในรูปของการถูกบีบอัดไว้ และไวรัสบางตัวเป็นไวรัสพันธุ์ใหม่ๆที่ยังไม่เคยมีมาก่อนซึ่งไวรัสเหล่านี้จะไม่ถูกตรวจพบโดยซอฟต์แวร์ป้องกันไวรัสที่ทำงานแบบเป็น Signature-based แต่ BitDefender จะมีการทำงานที่แตกต่างจากซอฟต์แวร์อื่นๆกล่าวคือจะจำลองทรัพยากรภายในคอมพิวเตอร์ให้มีสถานะเป็นคอมพิวเตอร์ชั่วคราวอีกตัวหนึ่งที่เป็นอิสระและทำงานอยู่ภายในคอมพิวเตอร์ตัวนั้นๆ และจะใช้คอมพิวเตอร์ชั่วคราวที่สร้างขึ้นมานี้ execute โค้ดหรือโปรแกรมที่เข้ามาหรือได้ฝังอยู่ในคอมพิวเตอร์แล้วก็ตามหรือหากเป็นโปรแกรมที่ถูกบีบอัดไว้ก็จะทำการแกะการบีบอัดออกมา หากการทำงานของโปรแกรมนั้นมีลักษณะการทำงานที่คล้ายหรือเป็นไวรัสก็จะทำการกำจัดออกไปหรือเก็บกักไว้ในพื้นที่กักกันไวรัส ผู้ใช้งานหลายรายจะพบว่าเมื่อเปลี่ยนมาใช้ BitDefender แทนซอฟต์แวร์ป้องกันไวรัสตัวที่เคยใช้งานอยู่และเมื่อ BitDefender ทำงานแล้วผู้ใช้งานจะแปลกใจว่าทำไมถึงพบไวรัสอยู่ในคอมพิวเตอร์จำนวนหลายตัวต่างๆที่แต่ก่อนหน้าไม่เคยมีไวรัสพวกนี้มาก่อนเลยนั้นเป็นเพราะซอฟต์แวร์ป้องกันไวรัสตัวที่เคยใช้งานอยู่ไม่สามารถตรวจพบไวรัสเหล่านี้ต่างหากไม่ใช่เพราะ BitDefender ปล่อยให้ไวรัสเหล่านี้หลุดเข้ามาในคอมพิวเตอร์ที่ใช้ นอกเหนือจากนี้ BitDefender ยังได้ปรับปรุงให้กะทัดรัดลงเพื่อให้ใช้ทรัพยากรให้น้อยลงและยังให้มีการทำงานแบบ Background Job และสามารถกำหนดขนาดทรัพยากรที่จะใช้ด้วยคือให้ทำงานอยู่ด้านหลังโดยให้ใช้ทรัพยากรน้อยๆเพื่อไม่ให้กระทบกับสมรรถนะของคอมพิวเตอร์เครื่องนั้น ๆ

**3.6.1.4 Network Performance Improvement Solution** เป็นระบบช่วยเสริมประสิทธิภาพและเสถียรภาพของการทำงานของเครือข่ายเป็นผลให้การทำงานของ Application ต่างๆดีขึ้น อุปกรณ์ในกลุ่มนี้ประกอบด้วย

1) Packeteer

ปัจจุบันได้ถูกเปลี่ยนชื่อเป็น BlueCoat PacketShaper เนื่องจากว่าบริษัท Packeteer ได้ถูกบริษัท BlueCoat ซื้อไปแล้วในปี 2551 และ BlueCoat PacketShaper เป็น Application Traffic Management หรือ Layer 7 Bandwidth Management เป็นอุปกรณ์ที่ช่วยให้ Mission-Critical Application ขององค์กรไม่ว่าจะเป็น SAP, Oracle, VoIP และ Application อื่นๆให้สามารถ ทำงานได้เร็วขึ้นเป็นการปรับการใช้ทรัพยากรเครือข่ายให้มีประโยชน์สูงสุดแก่องค์กรสอดคล้องกับนโยบายและลำดับความสำคัญทางธุรกิจ และยังเป็นเครื่องมือในการบริหารระดับการให้บริการขององค์กรที่ให้กับลูกค้า นอกจากนี้ยังเป็นเครื่องมือช่วยป้องกันการแพร่ขยายของ Virus Computer ที่หลุดรอดเข้ามาในเครือข่ายขององค์กร ด้วยความสามารถในการมองเห็น Applications มากกว่า 600 ชนิด บน WAN Link ทำให้ PacketShaper สามารถแยกแยะประเภทของข้อมูลนั้นๆออกมา เพื่อการบริหารจัดการสำหรับแต่ละ Application ได้อย่างแท้จริง ด้วยเทคโนโลยีการจัดการ Traffic ที่เรียกว่า TCP rate control ซึ่งเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของ PacketShaper เพื่อการปรับขนาดการรับส่ง packet ให้ขนาดของข้อมูลสอดคล้องกับสถานะของเครือข่าย นอกจากความสามารถในการทำ QoS ในระดับ Applications แล้ว PacketShaper ยังเสริมความสามารถในการบีบอัดข้อมูลให้มีขนาดเล็กลง, การปรับเปลี่ยนโปรโตคอลที่สามารถเอาชนะข้อจำกัดของโปรโตคอลสื่อสารทั่วไปเพื่อเร่งความเร็วข้อมูลและการทำ Cache เพื่อตอบสนองทุกความต้องการของการส่งข้อมูลข้ามระหว่างเครือข่าย

## 2) Array Networks (TMX)

เป็นระบบจัดแบ่งปริมาณของการจราจร (Load Balance) ที่เข้ามาที่กลุ่มของ Server เพื่อให้ Server แต่ละตัวรับงานที่เข้ามาใกล้เคียงกันหรือตามปริมาณงานที่เหมาะสมกับความสามารถของ Server แต่ละตัว เป็นการทำให้การทำงานทั้งระบบมีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น TMX ของ Array Networks สามารถจัดการการจราจร (Traffic) เหล่านั้นให้เครื่องแม่ข่ายประมวลผล Server ได้อย่างเหมาะสม และยังมีความสามารถในการทำ Caching, Connection Multiplexing เพื่อลดภาระในการรองรับการต่อเชื่อมระหว่าง Client กับ Server ให้น้อยลง การทำ Compression เพื่อการจัดการขนาดของข้อมูลให้เล็กลง และการทำ SSL Acceleration เพื่อทำให้ขบวนการสร้างความปลอดภัยของข้อมูล (Encryption) ทำงานให้เร็วขึ้น เพื่อให้สามารถรองรับการใช้งานของ Application ต่างๆ เช่น SAP, Oracle หรือ Application แบบ Client/Server ได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกเหนือจากความสามารถในด้านการทำ Application Front End แล้ว TMX ยังรองรับการทำ Global Server Load Balancing เพื่อการจัดการ Load Balance สำหรับเครื่องแม่ข่ายที่กระจายบนเครือข่ายที่อยู่ต่างภูมิภาคกันได้ หรือมีความสามารถทำ Load Balance Link ได้

### 3.6.2 การตลาดและภาวะการแข่งขัน

#### 3.6.2.1 การตลาด

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

#### กลยุทธ์การแข่งขัน

##### (1) ด้านสินค้าและบริการ

เพื่อให้สอดคล้องกับปรัชญาในการทำธุรกิจ PD เน้นการกำหนดประเภทของสินค้าและบริการที่จะนำมาจำหน่ายซึ่งจะต้องอยู่ในประเภทที่กำหนดไว้เพื่อให้เกิดการเกื้อหนุนซึ่งกันและกัน (Complimentary) และต้องเป็นสินค้าที่ต้องการประเภทของความเชี่ยวชาญและความชำนาญของบุคลากรใกล้เคียงกันเพื่อที่จะสร้างความชำนาญและความเชี่ยวชาญในการให้บริการในตัวบุคคลากรได้อย่างมีประสิทธิภาพสามารถสร้างความมั่นใจในการให้บริการกับลูกค้า เน้นคัดสรรสินค้าที่มีคุณภาพทั้งด้านตัวสินค้าและบริษัทผู้ผลิต สินค้าที่มีคุณสมบัติที่ตรงกับความต้องการของตลาด มีคุณภาพสูง และมีศักยภาพทางการตลาดสูง มีส่วนแบ่งทางการตลาดสูงเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง มีอนาคตและขณะเดียวกันบริษัทผู้ผลิตจะต้องมีความมั่นคงมีความเข้มแข็งทางการเงินเพื่อที่จะมีความคงอยู่ พัฒนาและผลิตสินค้าการตลาดและให้บริการลูกค้าอย่างต่อเนื่อง เช่น BlueCoat PacketShaper นั้นมีส่วนแบ่งการตลาดในตลาด Bandwidth Management และ WAN Optimization สูงสุดเป็นอันดับหนึ่งของโลก และ Fortinet ก็มีมีส่วนแบ่งการตลาดในตลาด Unified Thread Management สูงสุดเป็นอันดับหนึ่งของโลก บริษัทยังเป็นตัวแทนจำหน่ายระบบและสายสัญญาณ (Cabling System) ยี่ห้อ Systemax ของคอมสโคป (CommScope) ซึ่งเป็นระบบสายสัญญาณชั้นนำของโลก และ Aruba ที่ทางบริษัทได้รับการแต่งตั้งให้เป็นผู้แทนจำหน่ายล่าสุดนี้ก็เป็นอุปกรณ์ระบบเครือข่ายแลนไร้สายที่ได้รับความนิยมและมีการเติบโตสูงมากเป็นคู่แข่งรายสำคัญของ Cisco อีกด้วย

## (2) ด้านพนักงาน

พนักงานเป็นทรัพยากรที่สำคัญของฝ่ายธุรกิจ PD ซึ่งจะเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างและส่งมอบมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและขั้นตอนการจัดจำหน่ายจะได้รับการคัดสรรมาจากผู้ที่มีความรู้ความสามารถ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และต้องสามารถทำงานเป็นทีม และเมื่อได้รับบรรจุในทีมงานแล้วจะได้รับการอบรมความรู้เกี่ยวกับสินค้าโดยตรงจากเจ้าของสินค้าและจากผู้ร่วมงานในทีมงาน ฝ่ายธุรกิจ PD มีเป้าหมายที่ชัดเจนในการให้พนักงานส่วนใหญ่ผ่านการรับรองความรู้ความสามารถ และมีใบประกาศนียบัตรรับรองจากผู้ผลิตสินค้าที่บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่าย (Certified Training) พนักงานแต่ละท่านจะได้รับการกำหนดตัวสินค้าที่จะต้องรับผิดชอบอย่างชัดเจนเพื่อจะได้พัฒนาความรู้ความเชี่ยวชาญในสินค้าและเป็นหลักในการให้บริการในเรื่องเกี่ยวกับสินค้านั้นๆ และจะเป็นผู้ถ่ายทอดความรู้ความเชี่ยวชาญนั้นๆ ให้กับทีมงานท่านอื่นๆ เพื่อช่วยกันพัฒนาความรู้ความเชี่ยวชาญร่วมกัน สามารถทำงานทดแทนกันได้ และสามารถทำงานในลักษณะเสนองานเป็นระบบโดยรวม (Solution หรือ System) ได้ สามารถให้คำปรึกษา การบริการและตอบคำถามให้กับลูกค้าได้ไม่ว่าจะเป็นด้านทางเทคนิคของสินค้าแต่ละชนิดหรือปัญหาของระบบที่เสนอได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว นอกเหนือจากนั้นพนักงานต้องสามารถทำหน้าที่เป็นผู้อบรม (Trainer) ความรู้เกี่ยวกับสินค้าที่เป็นตัวแทนจำหน่ายให้กับผู้จำหน่ายช่วงหรือลูกค้าได้

ฝ่ายธุรกิจ PD มีนโยบายที่ชัดเจนในการรักษาพนักงานให้ทำงานกับบริษัท ทั้งในเรื่องผลตอบแทนในการทำงาน การเติบโตในสายงาน สวัสดิการ สภาพแวดล้อมการทำงาน การให้โอกาสในการพัฒนาตนเอง การบริหารงานภายในฝ่ายธุรกิจ ตลอดจนการสร้างให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างทีมงานเพื่อให้เกิดความต่อเนื่องในการทำงานและการให้บริการโดยไม่เปลี่ยนบุคลากรผู้ให้บริการบ่อยๆ

## (3) ด้านช่องทางการจำหน่าย

ฝ่ายธุรกิจ PD จำหน่ายสินค้าโดยผ่านตัวแทนจำหน่ายหรือบริษัทร่วมค้า (Dealer หรือ Reseller หรือ Partner) รวมเรียกว่าผู้ร่วมค้าซึ่งได้แก่บริษัทที่จำหน่ายและติดตั้งระบบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และเครือข่าย (Network Integrator) หรือเป็นบริษัทที่จำหน่ายและติดตั้งระบบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และโปรแกรมธุรกิจ (System Integrator) ทั้งในกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัดโดยเน้นที่จังหวัดหัวเมืองใหญ่ในแต่ละภาคเช่นเชียงใหม่ พิษณุโลก อุตรดิตถ์ ขอนแก่น อุดรธานี นครราชสีมา ระยอง นครศรีธรรมราช สงขลา ภูเก็ต เป็นต้น โดยบริษัทมุ่งเน้นด้านคุณภาพในการเลือกพันธมิตรร่วมค้าไม่เน้นขนาดของบริษัทแต่เน้นความตั้งใจในการทำธุรกิจ เน้นเรื่องการทำงานร่วมกันกับผู้ร่วมค้าอย่างยุติธรรมและเสมอภาค ตั้งกฎเกณฑ์กติกาเพื่อเป็นบรรทัดฐานในการทำธุรกิจ ตัดสินใจบนกติกาที่วางไว้ทำให้สามารถเป็นที่คาดการณ์ได้ (Predictability) ซึ่งจะทำให้เกิดการเชื่อมั่นและเชื่อถือในระยะยาว

ฝ่ายธุรกิจ PD เน้นการร่วมพัฒนาความสามารถของทีมงานของผู้ร่วมค้าโดยจัดการอบรมเกี่ยวกับตัวสินค้าทั้งด้านเทคนิคและด้านการขายให้แก่ผู้ร่วมค้าอย่างต่อเนื่องทุกๆ เดือนทั้งโดยบุคลากรของฝ่ายธุรกิจ PD และบุคลากรของเจ้าของสินค้า จัดให้มีห้องทดสอบอุปกรณ์โดยจะมีอุปกรณ์ที่จำหน่ายทั้งหมดและอุปกรณ์เสริมที่จำเป็นในการต่อให้เป็นระบบองค์รวม (Solution) เพื่อให้ผู้ร่วมค้าได้มาทดสอบหรือเรียนรู้การใช้งานเป็นการพัฒนาความรู้ให้กับผู้ร่วมค้าอย่างมีประสิทธิภาพอีกทางหนึ่ง

## (4) ด้านการสนับสนุนการจำหน่ายสินค้า

ฝ่ายธุรกิจ PD มีนโยบายการจัดกิจกรรมเพื่อให้ข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า (Create Product and Brand Awareness) การกระตุ้นตลาดและสร้างความต้องการให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Demand Generation Activities) ซึ่ง

ได้แก่การจัดสัมมนาด้านเทคนิคเกี่ยวกับตัวสินค้าให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและบุคคลที่สนใจ การจัดงานสัมมนาด้านเทคนิคร่วมกับตัวแทนจำหน่ายสำหรับลูกค้าเฉพาะกลุ่มอุตสาหกรรม (Vertical Industry Solution Seminar) การเข้าร่วมงานนิทรรศการเพื่อแสดงสินค้าและการใช้งาน (Exhibition and Trade Show) การให้ข้อมูลเทคนิคเกี่ยวกับคุณสมบัติของสินค้าและนำไปใช้ในงานจริงผ่านช่องทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) และเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ นอกจากนี้ฝ่ายธุรกิจ PD เน้นเป็นพิเศษในการจัดอบรมให้กับตัวแทนจำหน่าย (Reseller) เพื่อเป็นการเสริมสร้างความรู้และให้ความเข้าใจในตัวผลิตภัณฑ์เพื่อกระตุ้นยอดขาย โดยได้รับเงินสนับสนุนจากทางบริษัทและเจ้าของผลิตภัณฑ์อีกทอดหนึ่งด้วย

#### (5) ด้านราคา

เนื่องจากฝ่ายธุรกิจ PD เน้นคุณภาพ และการสร้างคุณค่าเพิ่ม (Value added) แก่สินค้าและบริการ จึงไม่มีนโยบายแข่งขันทางด้านราคา อย่างไรก็ตาม บริษัทพยายามบริหารต้นทุนสินค้าให้อยู่ในระดับต่ำ โดยมีการบริหารสินค้าคงคลังที่มีประสิทธิภาพ และยังได้ประโยชน์จากพนักงานที่มีคุณภาพ มีความเชี่ยวชาญ ลดความจำเป็นที่จะต้องพึ่งพาผู้เชี่ยวชาญหรือการบริการจากต่างประเทศ ทำให้บริษัทมีศักยภาพที่จะแข่งขันด้านราคาหากมีความจำเป็นและในที่สุดส่งผลดีต่อสถานะการทำกำไรของบริษัท

#### (6) ด้านการควบคุมสินเชื่อ

ในการให้เครดิตกับลูกค้าฝ่ายธุรกิจ PD เน้นนโยบายการใช้ระบบควบคุมวงเงินสินเชื่อที่รัดกุม โดยการกำหนดวงเงินเครดิตของลูกค้าแต่ละรายตามความน่าเชื่อถือถือเป็นการดำเนินธุรกิจ โดยพิจารณาข้อมูลได้แก่ ผลประกอบการย้อนหลัง 2 ปี ทุนจดทะเบียน รายการฝากถอนเงินในบัญชี (Bank Statement) เพื่อนำมาประกอบการตัดสินใจในการให้วงเงินเครดิต ส่วนลูกค้ารายใหม่ที่ยังไม่เคยทำธุรกิจมาก่อนจะทำการซื้อขายเป็นเงินสดเท่านั้น ซึ่งผลจากการดูแลการปล่อยเครดิตอย่างใกล้ชิดและมีการติดตามทวงถามอย่างทันท่วงทีเมื่อคาดว่าลูกหนี้รายใดจะเป็นปัญหา โดยไม่มีหนี้เสียตั้งแต่ตั้งฝ่ายธุรกิจ PD มา

### 3.6.2.2 ภาวะการแข่งขันและแนวโน้มอุตสาหกรรม

#### ภาวะการแข่งขันและแนวโน้มการเติบโตของสินค้าที่เป็นตัวแทน

เศรษฐกิจโดยรวมของประเทศไทยในปี 2551 ได้รับผลกระทบจากการเมืองซึ่งมีผลสืบเนื่องมาจากปี 2550 มีการเปลี่ยนรัฐบาลถึง 2 รัฐบาล แม้ว่ารัฐบาลจะพยายามผลักดันเม็ดเงินไปแจกของภาครัฐออกมาแต่ก็ไม่สามารถหยุดรอดออกมาเป็นรูปธรรมได้มากนัก ผลกระทบจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจของสหรัฐและราคาน้ำมันที่สูงขึ้นติดต่อกันซึ่งเกิดจากการเก็งกำไรของกองทุนต่างๆทำให้ราคาขึ้นไปสูงกว่า 100 เหรียญสหรัฐ มีผลทำให้เศรษฐกิจชะลอตัวลงอย่างมาก รัฐบาลพยายามกระตุ้นการลงทุนภาครัฐและกระตุ้นการใช้เงินงบประมาณของหน่วยงานของรัฐและรัฐบาลได้ผ่านนโยบายมาตรการช่วยเหลือประชาชนมาในหลายรูปแบบเพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายภาคประชาชน เศรษฐกิจก็มีความกระเตื้องขึ้นมาบ้างในช่วงครึ่งปีหลัง ภาวะดังกล่าวมีผลกระทบอย่างยิ่งต่อตลาดไอทีและอุปกรณ์เครือข่าย กล่าวคือมีการเติบโตเฉลี่ยต่ำ ธุรกิจไอทีส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบค่อนข้างมากซึ่งมาจากทั้งยอดขายที่ลดลงและกำไรขั้นต้นก็ยังลดลงเนื่องจากการแข่งขันสูง อย่างไรก็ตามตลาดการรักษาความปลอดภัยของระบบข้อมูลสารสนเทศก็ไม่ได้รับผลกระทบมากนักและผลของกฎหมาย พ.ร.บ. การกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ที่ประกาศใช้เมื่อปลายปี 2550 มีผลทำให้เกิดการตื่นตัวขององค์กรธุรกิจต่างๆตั้งแต่องค์กรขนาดใหญ่ลงไปถึงองค์กรขนาดเล็กทั้งภาครัฐและเอกชนซึ่งจะต้องหาระบบการเก็บข้อมูลการจราจร

**บริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล รีเสิร์ช คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)**

ตาม พ.ร.บ. ดังกล่าว ธุรกิจของ PD นั้นส่วนใหญ่อยู่ในตลาดนี้ขณะเดียวกันก็ได้เตรียมตัวเพื่อรองรับความต้องการเหล่านี้อยู่แล้วและลักษณะการทำธุรกิจของ PD ซึ่งเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและขั้นตอนการขายทำให้ลดความรุนแรงของการแข่งขันลงได้ระดับหนึ่งทำให้ธุรกิจของ PD ในปี 2551 ยังสามารถเติบโตขึ้นเมื่อเทียบกับปี 2550 ทั้งเปรียบเทียบไตรมาสต่อไตรมาสและเปรียบเทียบปีต่อปีถึงประมาณ 45%

สำหรับปี 2552 ซึ่งได้มีการเปลี่ยนชั่วคราวจัดตั้งรัฐบาลใน 2-3 เดือนที่ผ่านมาคาดว่าจะยังมีปัญหาทางการเมืองในครึ่งปีแรกและจะเริ่มผ่อนคลายลงในครึ่งปีหลัง ด้านเศรษฐกิจผลจากปัญหาเศรษฐกิจของสหรัฐที่มีปัญหาการปิดตัวลงของสถาบันการเงินใหญ่ในช่วงปลายปี 2551 จะมีผลกระทบลามไปสู่ธุรกิจอื่นๆทำให้เกิดการว่างงานสูงขึ้นผลกระทบกระจายสู่ประเทศอื่นๆทั่วโลกซึ่งแน่นอนจะมีผลกระทบต่อประเทศไทยในเรื่องการส่งออกและการท่องเที่ยวในฐานะประเทศคู่ค้าของประเทศไทย โชคดีอยู่บ้างที่ผลกระทบของเศรษฐกิจระดับโลกทำให้ราคาน้ำมันซึ่งเป็นปัจจัยทางการผลิตที่สำคัญลดลงอย่างมากทำให้ช่วยบรรเทาผลกระทบลงไป รัฐบาลจะกระตุ้นให้เกิดการบริโภคภายในประเทศโดยการลงทุนภาครัฐในเมกะโปรเจกต์ในโครงสร้างพื้นฐานและการใช้จ่ายภาคครัวเรือนผ่านเงินช่วยเหลือและมาตรการภาษีต่างๆ คาดว่าน่าจะทำให้เศรษฐกิจโดยรวมกระเตื้องขึ้นมาบ้าง ในส่วนของธุรกิจจะเกิดการประหยัดในเรื่องรายจ่ายที่ไม่จำเป็นและต้องมีการปรับรูปแบบการทำธุรกิจให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น การทำงานแบบไร้สายและแบบเคลื่อนที่ซึ่งจะช่วยให้การทำงานสะดวกรวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากขึ้นจะได้รับการพิจารณาเลือกนำมาใช้มากขึ้น ด้วยความกดดันด้านเศรษฐกิจแบบนี้จะทำให้มีการสร้างและการแพร่ของไวรัสและการโจรกรรมด้านเศรษฐกิจผ่านการโจมตีด้านไอทีมากขึ้น ตลาดการรักษาความปลอดภัยของระบบข้อมูลสารสนเทศก็ยังคงโตขึ้น การสร้างหรือจัดซื้อระบบเครือข่ายจะคำนึงถึงระบบความปลอดภัย (Security) มากขึ้นทั้งระบบ Firewall ระบบตรวจจับ Virus, Worm, DoS, DDoS, Spam, Spyware, NAC และ SIEM การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าสู่ข้อมูลขององค์กรจะมีมากขึ้น (ระบบอินเทอร์เน็ตเป็นระบบที่ประหยัดที่สุดมีค่าใช้จ่ายต่ำในบรรดาเครือข่ายทั้งหลายแต่ก็เป็นระบบที่มีการรักษาความปลอดภัยที่ต่ำและไม่สามารถรับประกันประสิทธิภาพได้ดังนั้นจึงต้องมีระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูลเพิ่มขึ้นซึ่งได้แก่ระบบ SSL-VPN และควรจะมีระบบประกันและเพิ่มประสิทธิภาพของการส่งข้อมูลผ่านเครือข่ายซึ่งได้แก่ระบบ Bandwidth/Application Traffic Management) การนำระบบเครือข่ายแลนไร้สายมาใช้จะต้องคำนึงถึงระบบความปลอดภัยเป็นเบื้องต้นเพราะอาจเป็นช่องทางในการเข้าสู่เครือข่ายองค์กรโดยผู้ประสงค์ร้ายได้และระบบที่ให้ความยืดหยุ่นและความปลอดภัยในการใช้งานจากระยะไกลจะได้รับการพิจารณาจากองค์กรเป็นพิเศษ

สินค้าและบริการของ PD ตามที่กล่าวไว้ข้างต้นสามารถตอบสนองต่อความต้องการของตลาดในเรื่องการสื่อสารไร้สายและเคลื่อนที่และระบบรักษาความปลอดภัยของระบบข้อมูลสารสนเทศซึ่งได้แก่ Aruba, Enterasys, Fortinet, ArrayNetworks SSL-VPN, BitDefender ระบบการเดินสายสื่อสัญญาณความจุสูงซึ่งได้แก่ Systemax ของ CommScope ระบบเพิ่มประสิทธิภาพการส่งข้อมูลบนเครือข่ายของ BleCoat PacketShaper เป็นต้น นอกจากนี้การทำธุรกิจของ PD ที่เน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและขั้นตอนการขายก็สามารถจูงใจผู้ร่วมค้าให้ช่วยขายสินค้าให้ ตลอดจนเป็นการสร้างความแตกต่างจากผู้แทนจำหน่ายสินค้าคู่แข่งที่อยู่ในธุรกิจเดียวกันจะทำให้ลดการแข่งขันลงได้ และธุรกิจของ PD นั้นอยู่ในช่วงของการเติบโตซึ่งมีการเติบโตทุกปีมาตลอด 4 ปีที่ผ่านมาและเป็นการเติบโตจากการทำธุรกิจที่อาศัยฐานของการสร้างความสามารถในการให้บริการลูกค้าของธุรกิจ PD ซึ่งคาดว่าปี 2552 หากธุรกิจ PD ทำธุรกิจอย่างระมัดระวังอย่างที่ผ่านมาก็ยังเป็นปีที่สามารถเติบโตได้อีก 1 ปี



### 3.6.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

ฝ่ายธุรกิจ PD จัดหาผลิตภัณฑ์ โดยการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศจากบริษัทผู้ผลิต หรือสั่งซื้อจากสำนักงานตัวแทนในประเทศบริษัทผู้ผลิต

### 3.6.4 สัญญาสำคัญที่เกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจช่องทางจัดจำหน่ายสินค้า

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

บริษัท	บริษัท ไอที ดิสทริบิวชั่น จำกัด
คู่สัญญา	บริษัท Fortinet, Inc
สัญญาเลขที่	
วันเริ่มต้นของสัญญา	10 มิถุนายน 2551
ระยะเวลาของสัญญา	สัญญานี้สิ้นสุดวันที่ 9 มิถุนายน 2552 และสามารถต่ออายุออกไปอีกครั้งละ 1 ปี
ค่าตอบแทน	ไม่มี
สาระสำคัญ	1. สัญญาแต่งตั้งเป็นผู้แทนจัดจำหน่ายสินค้าประเภท Distributor Agreement 2. การบอกเลิกสัญญาโดยฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง ต้องแจ้งล่วงหน้าอย่างน้อย 60 วัน

- (2) สัญญาจัดจำหน่ายสินค้าซอฟต์แวร์เพื่อแก้ปัญหาทางานพิมพ์ข้ามเครือข่าย Wide Area Network ระหว่างบริษัท ไอที ดิสทริบิวชั่น จำกัด กับ บริษัท Thinprint GmbH

บริษัท	บริษัท ไอที ดิสทริบิวชั่น จำกัด
คู่สัญญา	บริษัท Thinprint GmbH
สัญญาเลขที่	
วันเริ่มต้นของสัญญา	19 มกราคม 2551
ระยะเวลาของสัญญา	สัญญานี้สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2552 และสามารถต่ออายุออกไปอีกครั้งละ 1 ปี
ค่าตอบแทน	ไม่มี
สาระสำคัญ	1. สัญญาแต่งตั้งเป็นผู้แทนจัดจำหน่ายสินค้าประเภท Distributor Agreement 2. การบอกเลิกสัญญาโดยฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง ต้องแจ้งล่วงหน้าอย่างน้อย 4 สัปดาห์

- (3) 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 2552 และสามารถต่ออายุออกไปอีกครั้งละ 1 ปี
ค่าตอบแทน	ไม่มี
สาระสำคัญ	1. สัญญาแต่งตั้งเป็นผู้แทนจัดจำหน่ายสินค้าประเภท Distributor Agreement 2. การบอกเลิกสัญญาโดยฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง ต้องแจ้งล่วงหน้าอย่างน้อย 30 วัน

- (4) สัญญาจัดจำหน่ายสินค้าอุปกรณ์ Application Traffic Management  
ระหว่างบริษัท ไอที ดิสทริบิวชั่น จำกัด กับ บริษัท Blue Coat System, Inc

บริษัท	บริษัท ไอที ดิสทริบิวชั่น จำกัด
คู่สัญญา	บริษัท Blue Coat System, Inc
สัญญาเลขที่	
วันเริ่มต้นของสัญญา	23 กันยายน 2551
ระยะเวลาของสัญญา	สัญญานี้สิ้นสุดวันที่ 22 กันยายน 2552 และสามารถต่ออายุออกไปอีกครั้งละ 1 ปี
ค่าตอบแทน	ไม่มี
สาระสำคัญ	1. สัญญาแต่งตั้งเป็นผู้แทนจัดจำหน่ายสินค้าประเภท Premier Partner Agreement 2. การบอกเลิกสัญญาโดยฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง ต้องแจ้งล่วงหน้าอย่างน้อย 60 วัน

- (5) สัญญาจัดจำหน่ายสินค้าระบบอุปกรณ์เครือข่าย (Networking System)  
ระหว่างบริษัท ไอที ดิสทริบิวชั่น จำกัด กับ บริษัท Enterasys Networks, Inc

บริษัท	บริษัท ไอที ดิสทริบิวชั่น จำกัด
คู่สัญญา	บริษัท Enterasys Networks, Inc
สัญญาเลขที่	
วันเริ่มต้นของสัญญา	21 ตุลาคม 2551
ระยะเวลาของสัญญา	สัญญานี้สิ้นสุดวันที่ 20 ตุลาคม 2552 และสามารถต่ออายุออกไปอีกครั้งละ 1 ปี
ค่าตอบแทน	ไม่มี
สาระสำคัญ	1. สัญญาแต่งตั้งเป็นผู้แทนจัดจำหน่ายสินค้าประเภท Distributor Agreement 2. การบอกเลิกสัญญาโดยฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง ต้องแจ้งล่วงหน้าอย่างน้อย 30 วัน

- (6) สัญญาจัดจำหน่ายสินค้าระบบอุปกรณ์เครือข่ายแลนไร้สาย (Secured Wireless LAN) ระหว่างบริษัท ไอที ดิสทริบิวชั่น จำกัด กับ บริษัท Aruba Networks Inc

บริษัท	บริษัท ไอที ดิสทริบิวชั่น จำกัด
คู่สัญญา	บริษัท Aruba Networks Inc
สัญญาเลขที่	SPA1108-00025527
วันเริ่มต้นของสัญญา	16 ธันวาคม 2551
ระยะเวลาของสัญญา	สัญญานี้สิ้นสุดวันที่ 15 ธันวาคม 2552 และสามารถต่ออายุออกไปอีกครั้งละ 1 ปี
ค่าตอบแทน	ไม่มี
สาระสำคัญ	1. สัญญาแต่งตั้งเป็นผู้แทนจัดจำหน่ายสินค้าประเภท Distributor Agreement 2. การบอกเลิกสัญญาโดยฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง ต้องแจ้งล่วงหน้าอย่างน้อย 30 วัน

### 3.7 สายธุรกิจการพัฒนาซอฟต์แวร์ (International Software Development Company Limited : ISD)

#### 3.7.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

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

##### 3.7.1.1 Data Migration

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

##### 3.7.1.2 Data Warehouse

เป็นการใช้เครื่องมือในการ Integrate ข้อมูลจากหลายระบบที่เป็น Transaction เพื่อให้เกิดเป็นคลังข้อมูลกลางขององค์กรที่พร้อมจะนำไปสร้างเป็นรายงานเชิงวิเคราะห์สำหรับผู้บริหาร

##### 3.7.1.3 Data Mining

เป็นการใช้เครื่องมือในการสร้างแบบจำลองเพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมของข้อมูลจากคลังข้อมูลซึ่งโดยส่วนใหญ่จะเป็นข้อมูลของลูกค้าเพื่อให้สามารถทำนายผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นกับกลุ่มลูกค้าในอนาคตเพื่อผู้บริหารสามารถหาวิธีการป้องกันในกรณีที่มีแนวโน้มทางลบและหาวิธีการส่งเสริมกรณีที่มีแนวโน้มเชิงบวก

##### 3.7.1.4 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
<b>เงื่อนไข</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ทุนจดทะเบียนเรียกชำระแล้วขั้นต่ำ (ล้านบาท)</li> <li>• ร้อยละขั้นต่ำของการถือหุ้นของผู้ถือหุ้นสัญชาติไทย</li> <li>• ขนาดการลงทุนไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียนขั้นต่ำ (ล้านบาท)</li> </ul>	<p>5.0</p> <p>51</p> <p>1.0</p>

หัวข้อ	รายละเอียด
<b>สิทธิและผลประโยชน์ (ระยะเวลายกเว้น)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>ภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิ</li> <li>ไม่ต้องนำเงินปันผลจากกิจการที่ได้รับการส่งเสริมมาคำนวณภาษีเงินได้ตลอดระยะเวลาการส่งเสริม</li> </ul>	01/01/50 – 31/12/50

### 3.7.2 การตลาดและภาวะการแข่งขัน

#### 3.7.2.1 การตลาด

##### กลยุทธ์การแข่งขัน

##### (1) ด้านสินค้าและบริการ

ทางสายธุรกิจ ISD มีความเชี่ยวชาญเป็นพิเศษด้านการพัฒนาซอฟต์แวร์ Business Intelligence ซึ่งปัจจุบันความต้องการของลูกค้ามีสูง ซึ่งมีข้อได้เปรียบในด้านชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์ SAS และ Oracle ที่เป็นที่ยอมรับและความชำนาญของพนักงานที่ได้รับการอบรมจากเจ้าของผลิตภัณฑ์พร้อมประสบการณ์ในการพัฒนาระบบให้ลูกค้าทั้งภาครัฐและเอกชน อีกทั้ง ISD ยังได้ผ่านมาตรฐาน CMMI Level 3 ซึ่งจะมีผลทำให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจสูงสุด

##### (2) ด้านพนักงาน

พนักงานของสายธุรกิจ ISD มีประสบการณ์มากกว่า 11 ปี ทำให้มีความรู้ ความเข้าใจในซอฟต์แวร์ที่ทำการพัฒนาเป็นอย่างดี และเนื่องจากธุรกิจนี้เป็นธุรกิจที่ต้องพึ่งพาความรู้ความสามารถของพนักงานเป็นหลัก ทางสายธุรกิจ ISD จึงมีนโยบายมุ่งใจให้พนักงานทำงานกับบริษัทฯ ในระยะยาว โดยเสนอให้พนักงานที่มีความเชี่ยวชาญเข้าไปถือหุ้นเพื่อให้พนักงานมีความรู้สึกเป็นส่วนร่วมในความเป็นเจ้าของบริษัทฯ ท่วมเทกับการทำงานและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานพร้อมกับเน้นนโยบายพัฒนาและส่งเสริมทักษะให้กับพนักงานโดยส่งพนักงานเข้าอบรมความรู้เพิ่มเติมอย่างต่อเนื่องและสอบ Certify อีกด้วย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2551 มีบุคลากรทั้งสิ้น 37 คน

##### กลุ่มลูกค้าเป้าหมายและช่องทางการจัดจำหน่าย

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

### 3.7.2.2 ภาวะการแข่งขันและแนวโน้มอุตสาหกรรม

#### ภาวะการแข่งขัน

ธุรกิจการพัฒนาซอฟต์แวร์ด้าน Business Intelligence อยู่ในช่วงเติบโตอย่างมากเนื่องจากเป็นส่วนเสริมของระบบ ERP เพื่อผู้บริหารโดยเฉพาะ ซึ่งปัจจุบันมีการใช้งานแล้วแทบทุกหน่วยงาน จากการสำรวจตลาดเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของประเทศไทยปี 2551 และประมาณการปี 2552 จัดทำโดยสำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (SIPA) และศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (NECTEC) พบว่ามูลค่าตลาดคอมพิวเตอร์ซอฟต์แวร์ของไทยนับตั้งแต่ปี 2549 – 2551 เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามอัตราการเติบโตกลับลดลงโดยตลอดจากร้อยละ 20.8 ในปี 2549 เป็นร้อยละ 11.2 ในปี 2551 และมีมูลค่ารวม 62,937 ล้านบาท เมื่อพิจารณาเฉพาะประเภทซอฟต์แวร์ Enterprise Software ซึ่งแบ่งออกเป็น Package Software และ Software Development พบว่า Package Software มีมูลค่าสูงเกินกว่าร้อยละ 70 ของมูลค่าตลาดซอฟต์แวร์ประเภทนี้ โดยในปี 2551 มีมูลค่า 39,902 ล้านบาท

คู่แข่งโดยตรงของสายธุรกิจ ISD มีจำนวนน้อยราย เนื่องจากผลิตภัณฑ์ด้าน Business Intelligence ที่อยู่ในกลุ่มระดับ Enterprise เช่นเดียวกับ SAS และ Oracle มีเพียง 2-3 ราย ซึ่งเทียบกับความต้องการของลูกค้าแล้วแทบไม่มีผลกระทบที่ต้องแข่งขันแย่งลูกค้า

คู่แข่งโดยอ้อมของสายธุรกิจ ISD มีจำนวนน้อยราย เนื่องจากผลิตภัณฑ์ SAS และ Oracle มีผู้ที่สามารถพัฒนาได้ยังมีจำนวนน้อยซึ่งหากจัดลำดับแล้ว ISD ถือเป็นทีมพัฒนาที่มีศักยภาพมากเป็นอันดับหนึ่ง ในทางตรงข้าม ISD ยังต้องการปรับคู่แข่งให้หันมาเป็นพันธมิตรเพื่อรองรับปริมาณลูกค้าที่เพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด

#### แนวโน้มอุตสาหกรรม

จากการสำรวจตลาดเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของประเทศไทยปี 2551 และประมาณการปี 2552 คาดการณ์ว่า Software Development จะมีสัดส่วนที่ลดลงเล็กน้อย เนื่องจากแนวโน้มพฤติกรรมของผู้ซื้อที่นิยมซื้อซอฟต์แวร์ที่ผลิตสำเร็จแล้วนำมา customized บางส่วนให้เหมาะสมกับความต้องการมากกว่าการจ้างผลิตตั้งแต่เริ่มต้น อย่างไรก็ตามจากการที่รัฐบาลได้มีการส่งเสริมอุตสาหกรรมพัฒนาซอฟต์แวร์ไทยโดยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการธุรกิจคนไทยได้หันมาใช้ซอฟต์แวร์ที่ผลิตโดยคนไทย ซึ่งรัฐบาลได้มีมาตรการส่งเสริมให้ตลาดซอฟต์แวร์มีอนาคตที่สดใสโดย

- ให้มีการผลิตนักวิจัยและพัฒนาซอฟต์แวร์ที่มีคุณภาพโดยส่งเสริมให้มีการทดสอบเพื่อวัดระดับความรู้ในการพัฒนาซอฟต์แวร์ ให้มีหน่วยงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ (Software Industry Promotion Agency : SIPA) พร้อมทั้งมีมาตรการให้บริษัทซอฟต์แวร์ไทยรวมตัวกันสร้างกลุ่มรับงานพัฒนาซอฟต์แวร์จากต่างประเทศอย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรม (consortium) เพื่อให้เกิดอำนาจในการต่อรองเพื่อผลักดันให้เกิดการลงทุนและสร้างอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ไทยให้เจริญเติบโตจากปัจจุบัน
- อำนวยความสะดวกให้ผู้ลงทุนแบบ 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

### 3.7.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

ปัจจุบันสายธุรกิจ ISD พัฒนาซอฟต์แวร์ด้าน Business Intelligence ของทีมงานเน้นในด้านของการจัดเตรียมคลังข้อมูลและ ระบบวิเคราะห์และสนับสนุนการตัดสินใจของผู้บริหาร ซึ่งในอนาคตที่ทีมงานจะเพิ่มขีดความสามารถในการนำ Module อัจฉริยะอื่น ๆ ทั้งของ SAS และ Oracle มาพัฒนาให้ลูกค้าและเน้นความชำนาญเฉพาะด้านมากยิ่งขึ้น

### 3.8 ธุรกิจการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ (Intelligent Enterprise Computing Company Limited : INEC)

#### 3.8.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัท อินเทลลิเจนท์ เอ็นเตอร์ไพรส์ คอมพิวติ้ง จำกัด “INEC” ประกอบธุรกิจบริการให้คำปรึกษา พัฒนา และวางระบบคอมพิวเตอร์และเครือข่ายงานเทคโนโลยีสารสนเทศ สำหรับลูกค้าทั้งภาครัฐและเอกชน โดยมุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าขนาดใหญ่ซึ่งเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมที่มีความต้องการงานบริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศสูง ขอบเขตของการบริการครอบคลุมตั้งแต่การให้คำปรึกษา เพื่อแก้ปัญหาหรือตอบสนองความต้องการของลูกค้า การพัฒนาและวางระบบคอมพิวเตอร์และเครือข่ายสารสนเทศ

ธุรกิจของบริษัทสามารถแบ่ง ได้เป็น 2 ประเภทหลัก ได้แก่

- ธุรกิจบริการให้คำปรึกษาและพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Consulting and Development)
- ธุรกิจบริการด้าน Government Enterprise Resource Planning (GERP)

#### 3.8.1.1 ธุรกิจบริการให้คำปรึกษาและพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Consulting and Development)

บริษัทประกอบธุรกิจให้คำปรึกษาและพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อหาทางออกสำหรับตอบสนองความต้องการในการใช้งานของลูกค้า (Solution Providing) เช่น การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้ในด้านพาณิชย์ (E-Commerce) ซึ่งจะช่วยให้อุปกรณ์สามารถสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขัน หรือการเก็บรวบรวมข้อมูลทางธุรกิจเพื่อนำมาประมวลผลประกอบการตัดสินใจในทางธุรกิจ โดยบริษัทจะทำงานอย่างใกล้ชิดกับลูกค้าเพื่อศึกษาถึงลักษณะการประกอบการ กลยุทธ์ทางธุรกิจ ความต้องการในการใช้งาน อุปกรณ์หรือระบบคอมพิวเตอร์และเครือข่ายที่ลูกค้ามีอยู่ วิเคราะห์และนำเสนอรายงานสรุป คำแนะนำ ขั้นตอนหรือแผนการดำเนินงานโดยละเอียด

##### 1) เว็บแอปพลิเคชัน (Web Application)

การบริการออกแบบและพัฒนาโปรแกรมประยุกต์เพื่อการใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ผ่านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต ทั้งระหว่างธุรกิจกับธุรกิจ (Business to Business, B2B) และระหว่างธุรกิจกับลูกค้า (Business to Customer, B2C) เช่น การขอใบเสนอราคา การสั่งซื้อสินค้า หรือการชำระค่าบริการผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยเน้นประกอบธุรกิจให้บริการพัฒนาซอฟต์แวร์ตามความต้องการของลูกค้า (Customization Development) โดยพัฒนามบนเทคโนโลยีของ JAVA ซึ่งสามารถประยุกต์การทำงานร่วมกับซอฟต์แวร์วิเคราะห์เชิงธุรกิจ (Business Intelligent Application) เช่น Cognos ฯลฯ ในการพัฒนาไปสู่ระบบประมวลผลและวัดประสิทธิภาพการทำงาน (KPI) ตลอดจนระบบการสนับสนุนการตัดสินใจสำหรับผู้บริหาร (Decision Support System) ซึ่งจะดำเนินการจำหน่ายผ่านตัวแทนจำหน่ายซึ่งเป็นที่ปรึกษาด้านระบบบัญชีการเงิน โดยตรงเข้าสู่กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ โรงงานอุตสาหกรรม กลุ่มบริษัทธุรกิจเอกชนขนาดกลาง (SME) และขนาดใหญ่ องค์กรรัฐวิสาหกิจ หน่วยงานราชการพลเรือนและทหาร ฯลฯ ทั้งนี้จะใช้ระยะเวลาในการวิจัยและพัฒนาประมาณ 8 – 12 เดือน โดยจะใช้เงินทุนในการดำเนินการจากค่าจ้างที่บริษัทฯ ได้รับจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย



### 3.8.1.2 ธุรกิจบริการด้าน Government Enterprise Resource Planning (GERP)

เป็นระบบงานสารสนเทศที่พัฒนามาเพื่อมุ่งเน้นการสร้างความรู้ความเข้าใจในกระบวนการทำงานของหน่วยงานภาครัฐ โดยให้ความสำคัญในการศึกษาวิเคราะห์และออกแบบกระบวนการงานภาครัฐ (Government Business Process) เพื่อใช้อธิบายกระบวนการทำงานของระบบงานต่างๆ ภายในองค์กร ซึ่งจะมีความสอดคล้องและจะต้องสามารถอ้างอิงกับกฎหมาย/กฎเกณฑ์/ระเบียบราชการต่างๆ ได้ทุกกระบวนการ โดยที่กระบวนการทั้งหมดมีความเป็นมาตรฐานแบบเดียวกัน นำไปสู่การพัฒนาขีดความสามารถทางด้านไอทีของหน่วยงานภาครัฐในระดับสากลได้ในอนาคต

โดยการพัฒนาโปรแกรมประยุกต์ระบบบริหารจัดการองค์กรภาครัฐ G-ERP (Government Enterprise Resource Planning) ในลักษณะของ Web Solutions เพื่อรองรับกระบวนการทำงานภาครัฐทั้ง 5 ด้าน ประกอบด้วย

1. ระบบบริหารงบประมาณภาครัฐ
2. ระบบบริหารพัสดุภาครัฐ
3. ระบบบริหารการเงินภาครัฐ
4. ระบบบริหารบัญชีภาครัฐ
5. ระบบบริหารบุคลากรภาครัฐ

### 3.8.2 กลยุทธ์ด้านการตลาด

#### กลยุทธ์การแข่งขัน

ในการกำหนดกลยุทธ์การแข่งขันและนโยบายการดำเนินธุรกิจ บริษัทมุ่งเน้นที่การสร้างผลประโยชน์ที่ดี และการเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว โดยกลยุทธ์การแข่งขันและนโยบายการดำเนินธุรกิจของบริษัทมีดังนี้

#### (1) การรักษาระดับอัตราส่วนกำไร

บริษัทมีนโยบายหลักในการรักษาระดับอัตราส่วนกำไรให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม อย่างไรก็ตาม ธุรกิจด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นธุรกิจที่มีจำนวนคู่แข่งค่อนข้างมาก อีกทั้งเทคโนโลยีที่ใช้ยังมีการเปลี่ยนแปลงพัฒนาอย่างรวดเร็ว ซึ่งเมื่อเทคโนโลยีที่มีอยู่ได้รับการใช้งานกันอย่างแพร่หลาย การแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการจะเป็นการแข่งขันด้านราคาเป็นสำคัญ และเพื่อให้บริษัทสามารถรักษาอัตราส่วนกำไรและอัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้นในระดับที่เหมาะสม บริษัทจึงให้ความสำคัญกับการสร้างอำนาจการแข่งขันโดยเน้นการสร้าง ความแตกต่างให้กับบริษัท โดยวางตำแหน่งบริษัทให้เป็นผู้นำด้านการให้บริการที่มีคุณภาพสูง มีการหาทางออกที่ชาญฉลาดและสร้างสรรค์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ตลอดจนการนำหน้าคู่แข่งในการพัฒนาและนำเสนอเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่จะถูกนำเสนอสู่ตลาดแก่ลูกค้า

#### (2) ความมุ่งมั่นในความเป็นมืออาชีพและความเป็นเลิศทางเทคโนโลยี

คุณภาพและความเป็นมืออาชีพในการให้บริการ ตลอดจนความสามารถในการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ให้กับบริการเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญที่ทำให้บริษัทสามารถดำรงไว้ซึ่งความสามารถในการแข่งขันและรักษาอัตรากำไรไว้ได้ บริษัทจึงมุ่งเน้นการให้บริการอย่างมืออาชีพและการนำเสนอเทคโนโลยีหรือทางออกใหม่ ๆ ในการตอบสนองความต้องการทางธุรกิจของลูกค้าก่อนคู่แข่ง การคัดสรรและรักษาบุคลากรที่มีความสามารถ

บริษัทให้ความสำคัญกับการคัดสรรบุคลากรเข้าทำงานและการรักษาบุคลากรเหล่านี้ให้ทำงานกับบริษัทเป็นระยะเวลานาน เนื่องจากบุคลากรเป็นทรัพย์สินที่สำคัญที่สุดของบริษัทในการประกอบธุรกิจ ความรู้ความสามารถ

ของบุคลากรเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยส่งเสริมให้บริษัทมีศักยภาพในการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่ง ทั้งนี้ ในการคัดสรรบุคลากร บริษัทมีนโยบายที่จะมุ่งเน้นไปยังกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้และประสบการณ์ในงานเทคโนโลยีสารสนเทศอยู่แล้ว รวมทั้งสร้างบุคลากรขึ้นใหม่ให้สามารถรองรับกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ สำหรับความพยายามในการรักษาบุคลากรเหล่านี้ บริษัทมีนโยบายในการบริหารทรัพยากรบุคคลที่ดี โดยมุ่งเน้นการพัฒนาความสามารถและความรับผิดชอบของบุคลากร การวางแผนทางวิชาชีพ (Career Path) ของบุคลากรในแต่ละระดับให้ชัดเจน การเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคลากรภายในองค์กร การให้ทุนการศึกษาสำหรับพนักงานที่มีความสามารถและอยู่กับบริษัทมาเป็นระยะเวลาอันยาวนาน อันจะเป็นการพัฒนาบุคลากรและสร้างขวัญและกำลังใจในการทำงานได้อีกทางหนึ่ง รวมทั้งการให้ผลตอบแทนที่เหมาะสมและสามารถแข่งขันกับคู่แข่งรายอื่นได้ โดยระดับของผลตอบแทนจะขึ้นอยู่กับความสามารถของแต่ละบุคคลเป็นสำคัญ

### (3) การเสริมสร้างและใช้ประโยชน์จากความสัมพันธ์ที่มีกับผู้ผลิตและผู้แทนจำหน่ายเจ้าของเทคโนโลยี

บริษัทมีนโยบายในการสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มผู้ผลิตและผู้แทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในลักษณะของการเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ โดยการรักษาความสัมพันธ์อันดีกับบริษัทผู้ผลิตสินค้าเป็นปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่งที่เอื้อประโยชน์ในการประกอบธุรกิจให้ประสบผลสำเร็จ เนื่องจากบริษัทจะได้รับการสนับสนุนในการจัดอบรมและให้ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีและสินค้าใหม่ ๆ ที่จะนำเสนอต่อตลาด การกำหนดราคาต้นทุนสินค้าซึ่งแข่งขันได้กับคู่แข่งอื่น ๆ การแนะนำกลุ่มลูกค้าที่มีศักยภาพ นอกจากนี้การได้รับความไว้วางใจจากบริษัทผู้ผลิตสินค้าชั้นนำในลักษณะของพันธมิตรทางการค้าดังกล่าวยังเป็นการสร้างความเชื่อมั่นแก่ลูกค้า ถึงความรู้ความสามารถของบุคลากรบริษัทในการให้บริการติดตั้งและประยุกต์ใช้สินค้าให้มีประสิทธิภาพสูงสุดตลอดจนความช่วยเหลือทางเทคนิคที่จะได้รับจากผู้ผลิตสินค้า

### (4) การขยายฐานลูกค้าแบบเจาะกลุ่มเป้าหมายและรักษาไว้ซึ่งฐานลูกค้าเดิม

บริษัทมีเป้าหมายที่ชัดเจนในการมุ่งเน้นการให้บริการกับกลุ่มลูกค้าวิสาหกิจขนาดใหญ่ ทั้งนี้เพื่อให้สามารถสร้างอัตราการเติบโตแก่ธุรกิจของบริษัท ในขณะที่สามารถรักษาระดับคุณภาพบริการที่ดีเยี่ยมให้กับลูกค้า บริษัทจึงมีแผนขยายงานบริการที่เฉพาะเจาะจงไปยังกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีความต้องการงานบริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและมีศักยภาพในการเติบโตสูงขึ้นเป็นสำคัญ ในส่วนของการรักษาฐานลูกค้าเดิม บริษัทให้ความสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในลักษณะการเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ ซึ่งจะเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืน

### (5) การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

บริษัทมีเป้าหมายที่ชัดเจนในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายโดยอาศัยการสร้างความสัมพันธ์ในระดับผู้บริหารระดับสูงขององค์กรนั้น ๆ และผู้บริหารทุกระดับชั้น รวมทั้งระดับเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงาน เพื่อให้เกิดการเกื้อหนุนในด้านการดำเนินงานโครงการให้เกิดผลสำเร็จ ซึ่งเป็นส่วนที่ทางบริษัทฯ มีความชำนาญ

### 3.8.3 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และช่องทางการตลาด

บริษัทมีการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ชัดเจน คือ หน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ และเอกชน โดยเฉพาะหน่วยงานขนาดใหญ่ เช่น สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง กรมธนารักษ์ กรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง กรมที่ดิน กระทรวงมหาดไทย เป็นต้น เนื่องจากหน่วยงานเหล่านี้มีงบประมาณในการลงทุนทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศค่อนข้างสูงเพื่อใช้ในการปรับปรุงการทำงานให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น นอกจากนี้บริษัทมีจุดแข็งในด้านความรู้ ความชำนาญและประสบการณ์ในธุรกิจนี้ จึงทำให้ลูกค้ากลุ่มนี้มีความมั่นใจในการเลือกให้บริษัทฯ เป็นผู้ดำเนินการ

ในส่วนของการเข้าถึงลูกค้าในแต่ละกลุ่มนั้นโดยทั่วไปงานทางภาคราชการและรัฐวิสาหกิจ บริษัทฯ จะเข้าไปทำการประกวดราคา ส่วนลูกค้าภาคเอกชนจะใช้ทีมงานขายตรง รายได้ส่วนใหญ่จะมาจากช่องทางการประกวดราคา ขั้นตอนโดยทั่วไปจะให้พนักงาน Pre-Sale เข้าไปทำแนะนำทางด้านเทคนิค และระบบใหม่ๆ ให้กับลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าถึงความสำคัญและประโยชน์ของการใช้ระบบต่างๆ ในการทำงาน จากนั้นหากลูกค้ามีความสนใจสินค้าและบริการ ทางสายงานจะจัดส่งพนักงานขายเข้าไปเจรจาต่อรองด้านราคาและเห็นสัญญาโครงการเพื่อทำการประกวดราคาหรือปิดงานต่อไป

### 3.8.4 ด้านการจัดองค์กรและการบริหาร

#### 3.8.4.1 การจัดโครงสร้างองค์กรของบริษัท

#### 3.8.4.2 การสรรหาและการคัดเลือก

การคัดสรรบุคลากร บริษัทมีนโยบายที่จะมุ่งเน้นไปยังกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้และประสบการณ์ในงานเทคโนโลยีสารสนเทศอยู่แล้วรวมทั้งสร้างบุคลากรขึ้นใหม่ให้สามารถรองรับกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ สำหรับความพยายามในการรักษาบุคลากรเหล่านี้ บริษัทมีนโยบายในการบริหารทรัพยากรบุคคลที่ดี โดยมุ่งเน้นการพัฒนาความสามารถและความรับผิดชอบของบุคลากร การวางแผนทางวิชาชีพ (Career Path) ของบุคลากรในแต่ละระดับให้ชัดเจน การเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ระหว่างบุคลากรภายในองค์กร

#### 3.8.4.3 การกำหนดค่าตอบแทนและสวัสดิการ

ค่าตอบแทนและสวัสดิการ จะประกอบด้วย สวัสดิการพื้นฐาน เช่นการประกันสังคม ประกันสุขภาพ กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ โบนัสตามผลประกอบการ เป็นต้น

#### 3.8.4.4 การพัฒนาบุคลากร

การพัฒนาบุคลากร บริษัทจะสนับสนุนให้เกิดการเรียนรู้จากประสบการณ์ ที่ถ่ายทอดจากหัวหน้างาน การถ่ายทอดของผู้ผลิตหรือเจ้าของผลิตภัณฑ์ที่บริษัททำตลาด รวมถึงการให้ทุนการศึกษาสำหรับพนักงานที่มีความสามารถและอยู่กับบริษัทมาเป็นระยะเวลานาน อันจะเป็นการพัฒนาบุคลากรและสร้างขวัญและกำลังใจในการทำงานได้อีกทางหนึ่ง รวมทั้งการให้ผลตอบแทนที่เหมาะสมและสามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นได้ โดยระดับของผลตอบแทนจะขึ้นอยู่กับความสามารถของแต่ละบุคคลเป็นสำคัญ

#### 3.8.4.5 การปฏิบัติงาน

บริษัทกำหนดการปฏิบัติงาน 5 วันต่อสัปดาห์ คือวันจันทร์ – วันศุกร์ โดยเริ่มปฏิบัติงานเวลา 8.00 น. – 17.00 น. หยุดวันเสาร์ – วันอาทิตย์ และวันหยุดราชการ

### 3.9 โครงการที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

โครงการที่ยังไม่ได้ส่งมอบของบริษัทโดยส่วนใหญ่เป็นงานประมูลทั้งจากภาครัฐและเอกชน โดยมีโครงการที่ชนะการประมูลแล้วอยู่ระหว่างดำเนินงาน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2551 ดังนี้

ลำดับ	ชื่อลูกค้า	ชื่อโครงการ
1	บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)	พัฒนาระบบคลังข้อมูล/เหมืองข้อมูล
2	บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด	ระบบธนาคารออนไลน์และระบบรับชำระเงินทางไปรษณีย์ Pay at Post
3	บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)	E-workflow
4	บริษัท เอ.ซี.ไอ.เอส(ไทยแลนด์) จำกัด	โครงการจัดทำระบบงานแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินขององค์กร
5	กรมที่ดิน	MA DOL (งบประมาณปี 52)
6	บริษัท แอคเคาน์ดิง เวิร์วูลูชั่น จำกัด	โครงการศึกษาวิจัยการวางระบบสารสนเทศเพื่อการจัดทำบัญชี - ทุนสสส
7	สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล กรุงเทพมหานคร	โครงการระบบรักษาความปลอดภัยระบบสารสนเทศ กทม ระยะเวลาที่ 2
8	กองพัฒนาระบบงานคอมพิวเตอร์ สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล	สอบราคาจ้างบำรุงรักษาระบบคอมพิวเตอร์ศูนย์ปฏิบัติการ กทม
9	มหาวิทยาลัยขอนแก่น	Project ตีถนนนวัตกรรม
10	มหาวิทยาลัยขอนแก่น	ค่าสมัครสมาชิกโปรแกรมระบบรักษาความปลอดภัย 1 ก.ย. 2551 - 17ก.ค. 2552
11	วิทยาเขตหนองคาย มหาวิทยาลัยขอนแก่น	ระบบเครือข่ายใยแก้วนำแสงซึ่งเกิดใหม่ 1 รายการ
12	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	โครงการเก็บ log พรบ.การท่องเที่ยว
13	โรงพยาบาลพระรามเก้า	wifi โรงพยาบาลพระราม 9
14	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	บริหารจัดการและซ่อมบำรุงรักษาระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ปี 52
15	บริษัท ทู มูฟ จำกัด	SAS outsourcing services
16	บมจ. ธนาคารกสิกรไทย	PO Distribute and Tracking Application
17	การรถไฟฟ้ามหานครแห่งประเทศไทย	จ้างบำรุงรักษาระบบสารสนเทศ 5 ระบบ ปีงบประมาณ 52
18	บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)	โครงการปรับปรุงระบบควบคุมงบประมาณ
19	บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)	เช่าเครื่อง Notebook 81 เครื่อง ระยะเวลา 3 ปี
20	บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)	จ้างบำรุงรักษาและซ่อมแซมแก้ไขอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ของระบบ ERP
21	บริษัท ทีไอที จำกัด (มหาชน)	อุปกรณ์คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ต่อร่วม
22	บริษัท กฟผ. จำกัด (มหาชน)	ระบบ SAN EGAT + ค่าบำรุงรักษาปีที่ 1-4
23	บมจ. ธนาคารกสิกรไทย	DQ - Developer Outsourcing
24	บมจ. ธนาคารกสิกรไทย	Credit Card Distribute job System & SMS
25	บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)	E-vendor Payment
26	บมจ. ธนาคารกสิกรไทย	2008 software consultants services for CN Database
27	บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)	BCP-Access control system MA

### 3.10 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

#### นโยบายด้านสิ่งแวดล้อม

IRCP ซึ่งทำธุรกิจด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารและมีเป้าหมายเป็นผู้นำในธุรกิจด้านนี้ ได้ตระหนักถึงความสำคัญในการดูแลรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมโดยเสมอมา บริษัทจึงมีนโยบายในการสร้างเสริมวัฒนธรรมองค์กรให้พนักงานมีใจรักสิ่งแวดล้อมและมีส่วนร่วมช่วยกันอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมด้วยนโยบาย 4R คือ Reduce หรือการลดการใช้ทรัพยากรโดยไม่จำเป็น Reuse หรือการนำมาใช้ซ้ำ Recycle หรือการนำไปแปรรูปกลับมาใช้ใหม่ และ Responsibility หรือการรับผิดชอบต่อสังคมซึ่งความรับผิดชอบต่อสังคมนี้เป็นส่วนที่เน้นในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม โดยในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา IRCP ได้มีกิจกรรมที่ก่อให้เกิดผลเป็นรูปธรรมเพื่อสนับสนุนนโยบายด้านนี้ อาทิ

1. การปรับขบวนการให้เป็น e-workflow เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและความรวดเร็วในการดำเนินงาน และลดการใช้เอกสารที่เป็นกระดาษในขบวนการลง ซึ่งสามารถลดการใช้กระดาษในแต่ละขบวนการได้ไม่ต่ำกว่า 50% ตัวอย่างของขบวนการที่ปรับเป็น e-workflow สำเร็จสมบูรณ์และได้แก่ ระบบการรับแจ้งและแก้ไขปัญหาด้านโครงสร้างพื้นฐานและงานธุรการ (GA Hotline), ระบบการลาของพนักงาน และระบบการรับข้อร้องเรียนและปัญหาจากลูกค้า (Call Center) เป็นต้น ซึ่งการปรับปรุงขบวนการเหล่านี้เป็นการช่วยให้เกิดการลดการใช้ทรัพยากรที่ไม่จำเป็นได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. การใช้กระดาษให้ครบทั้ง 2 หน้า บริษัทให้ผู้บังคับบัญชาของแต่ละหน่วยงานจัดให้พนักงานในหน่วยงานมีการคัดแยกกระดาษใช้แล้วทิ้งไปที่ไม่เป็นความลับหรือสำคัญ ให้นำกลับมาใช้ในการพิมพ์เอกสารใหม่ เป็นการสนับสนุนให้เกิดการใช้ซ้ำและมีประสิทธิภาพ และช่วยลดต้นทุนด้านเอกสารควบคู่ไปด้วย
3. สำหรับกระดาษที่ใช้ครบทุกหน้าแล้ว รวมถึงเอกสารความลับและสำคัญ เมื่อครบกำหนดการเก็บรักษา บริษัทก็มีการกำหนดผู้รับผิดชอบที่ทำหน้าที่เก็บรักษาและทำลายของเอกสารแต่ละชนิดโดยแยกตามชนิดของ Media ที่ใช้ในการจัดเก็บเช่น กระดาษ และ CD ให้ขออนุมัติเพื่อทำลาย โดยในขั้นตอนการทำลายจะแยกเอกสารที่ถูกเก็บในรูปแบบของ Media ต่างชนิดกัน ออกจากกันโดยสิ้นเชิง และเมื่อทำลายเรียบร้อยแล้ว ขยะที่เกิดจากการทำลายจะนำไปขายให้กับโรงงานกระดาษ และโรงพลาสติก เพื่อนำไปแปรรูปกลับมาใช้ใหม่

จากนโยบายดังกล่าว ได้สะท้อนให้เห็นถึงการให้ความสำคัญต่อการดูแลรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นสิ่งที่บริษัทยึดถือปฏิบัติและส่งเสริมให้มีต่อเนื่องต่อไป

นอกเหนือจากนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมแล้ว บริษัท ยังเล็งเห็นถึงความสำคัญของความรับผิดชอบต่อสังคมและการดำเนินธุรกิจโดยยึดหลักธรรมาภิบาล จึงได้เกิดเป็นนโยบายของบริษัทจากเรื่องดังกล่าว ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

## นโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

ในส่วนของดูแลรับผิดชอบต่อสังคม บริษัท IRCP ได้มีการนำสิ่งของเครื่องใช้ไปบริจาคตามที่ตั้งต่างๆ อาทิเช่น วัดถ้ำเขาวงกต จังหวัดกาญจนบุรี วัดพระบาทน้ำพุ โรงเรียนวัดหนองข้อมตะเคียนงาม จังหวัดสระบุรี เป็นต้น และมีการจัดให้พนักงานไปร่วมเลี้ยงอาหารเด็กที่บ้านเด็กอ่อน พญาไท เป็นต้น โดยจัดในรูปแบบลักษณะของ Rally เพื่อสร้างแรงจูงใจให้พนักงานเข้ามามีส่วนร่วมมากยิ่งขึ้น ซึ่งกิจกรรมที่ผ่านมาส่วนใหญ่ได้ผลตอบรับเป็นอย่างดี มีความสุขทั้งผู้ให้และผู้รับ ทั้งในส่วนของสถานที่ที่ได้รับบริจาคก็ได้รับประโยชน์จากสิ่งของและอาหาร ส่วนบริษัทก็ได้ประโยชน์ในการสร้างเสริมความสามัคคีในหมู่พนักงาน

นอกจากนี้บริษัท IRCP ยังมีโครงการบริจาคคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ที่ไม่ได้ใช้งานแล้ว แต่ยังมีสภาพที่ดีและยังใช้งานได้อยู่ ให้กับโรงเรียนที่ขาดแคลน ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวย่อมแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมที่ IRCP และยังคงสนับสนุนกิจกรรมเหล่านี้อย่างต่อเนื่องให้คงอยู่ตลอดไป

## นโยบายด้านธรรมาภิบาล

IRCP ได้เริ่มนำระบบธรรมาภิบาลมาใช้ตั้งแต่วันที่ก่อตั้งบริษัท เมื่อ 22 ปีที่ผ่านมา ปัจจุบันบริษัทฯ ได้กำหนดเป็นนโยบายเพื่อให้พนักงานทุกระดับได้นำไปปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง ผู้บริหารและพนักงานทุกคนล้วนยึดหลักปฏิบัติในเรื่องความซื่อสัตย์สุจริต โปร่งใส มีคุณธรรมและจริยธรรม มีการทำงานเป็นทีม มีความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้น ลูกค้า คู่ค้า แม้กระทั่งคู่แข่งทางการค้า ตลอดจนมุ่งมั่นรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวม

นอกจากนี้ บริษัทยังได้นำเทคโนโลยีและการบริหารงานสมัยใหม่เข้ามาใช้ อาทิ ระบบ ISO 9000 ระบบงาน Career Path ระบบ Balance Score Card และ KPIs รวมถึงระบบอื่นๆ ที่จำเป็น เพื่อสร้างความโปร่งใส เท่าเทียม และยุติธรรมกับทุกฝ่าย และเพื่อให้บรรลุต่อหลักธรรมาภิบาลได้อย่างดียิ่ง

จากการดำเนินงานที่โปร่งใส เป็นธรรมต่อผู้บริโภค ต่อพนักงาน และการช่วยเหลือส่งเสริมกิจกรรมของพนักงาน และผู้บริหารของบริษัท IRCP จึงส่งผลให้ได้รับรางวัลชนะเลิศ “ธรรมาภิบาลดีเด่น” ประจำปี 2547 จาก “โครงการรางวัลป้วย อึ้งภากรณ์ เพื่อส่งเสริมธรรมาภิบาล” ซึ่งเป็นรางวัลแห่งความภาคภูมิใจที่ทำให้บริษัทยังคงมุ่งมั่นรักษาคุณภาพให้คงอยู่ต่อไป

หลักธรรมาภิบาลที่บริษัท IRCP ได้ยึดถือปฏิบัติ มีดังนี้

### 1. การเปิดเผยข้อมูล

บริษัทได้เปิดเผยข้อมูลให้แก่นักลงทุน และผู้ที่สนใจในการดำเนินธุรกิจของบริษัทผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัท คือ [www.ircp.co.th](http://www.ircp.co.th) นอกจากนี้บริษัทยังได้มีการแจ้งข่าวสารสำคัญต่างๆ ของบริษัทต่อตลาดหลักทรัพย์ ผ่านระบบของตลาดหลักทรัพย์ เพื่อสามารถเปิดเผยต่อนักลงทุนต่อไปได้

## 2. การดำเนินธุรกิจอย่างระมัดระวัง

### 2.1. การจัดตั้งระบบบริหารความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ

#### 2.1.1. ธุรกิจที่เป็นโครงการ (Project Based Business)

ธุรกิจส่วนใหญ่ของ IRCP จะเน้นการทำงานที่เป็นโครงการ ซึ่งที่ผ่านมาบริษัทได้ลดความเสี่ยงในการดำเนินโครงการ โดยจัดตั้งเป็นคณะกรรมการด้านบริหารความเสี่ยง (Risk Management Committee) ซึ่งมีกระบวนการ ดังนี้

- การประเมินความเสี่ยงก่อนการขาย ขั้นตอนนี้จะเริ่มตั้งแต่ก่อนการขาย โดยคณะกรรมการจะประเมินโอกาสที่จะส่งมอบโครงการได้สำเร็จ ประเมินความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นและแผนปฏิบัติ หากเกิดความเสี่ยงนั้นขึ้น และประเมินผลกระทบต่อองค์กร อันได้แก่ ผลกระทบด้านการเงิน ผลกระทบด้านการบริการ เป็นต้น
- คัดกรองโครงการที่มีความเสี่ยงสูงออกไป หลังจากประเมินความเสี่ยงของโครงการแล้ว
- หลังจากการชนะการประกวดโครงการ จะมีการถ่ายทอดงานจากฝ่ายขายไปยังฝ่ายบริหารโครงการ (Project Management)
- เมื่อสิ้นสุดโครงการ จะมีการถ่ายทอดงานให้ฝ่ายบริการหลังการขาย ดูแลจนสิ้นสุดระยะเวลาการรับประกันตามสัญญา

#### 2.1.2. ธุรกิจที่ไม่ใช่โครงการ (Non Project Business)

ธุรกิจที่ไม่ใช่โครงการ ได้แก่ การขายสินค้า Professional Product ให้แก่ตัวแทนจำหน่ายสินค้า (Reseller) โดยบริษัทย่อย คือ IT Distribution ซึ่งมีกระบวนการ ดังนี้

- เริ่มต้นจากการคัดเลือกสินค้าที่เหมาะสมสำหรับธุรกิจเฉพาะ (Enterprise Product) เพื่อลดความเสี่ยงอันเนื่องมาจากหนี้สูญของการขายให้ตัวแทนจำหน่าย
- มีการประเมินความน่าเชื่อถือของตัวแทนจำหน่าย เพื่อประกอบการพิจารณาให้วงเงินสินเชื่อ (Credit Control) หากมีกรณีที่เป็นลูกค้ารายใหม่หรือมีฐานะทางการเงินที่ไม่มั่นคง บริษัทจะขอหลักประกันในการชำระหนี้เพิ่มเติม เช่นการเปิด D/LC (Domestic Letter of Credit) หรือการรับเช็คล่วงหน้า
- มีการใช้บริการรับประกันความเสี่ยงในการชำระหนี้ โดยบริษัทได้ใช้บริการทางการเงินกับธนาคารบางแห่ง โดยบริษัทจะรับผิดชอบความเสียหายในวงเงินที่จำกัดเท่านั้น

## 3. การใช้หลักการบัญชีแบบอนุรักษนิยม

บริษัทมีการใช้หลักการบัญชีแบบอนุรักษนิยม (Conservative Accounting) โดยมีนโยบายการจัดทำบัญชีให้มีความโปร่งใสและสะท้อนถึงสภาพที่แท้จริงของการดำเนินธุรกิจ ดังนั้นหากมีผลกระทบในทางลบ บริษัทจะพิจารณาจัดตั้งสำรองทางบัญชีให้เพียงพอต่อความเสียหายที่อาจเกิดขึ้น ได้แก่ การตั้งสำรองด้อยค่าการลงทุน การตั้งสำรองหนี้สงสัยจะสูญ การตั้งสำรองจากค่าเบี่ยงปรับโครงการล่าช้า ซึ่งหากปรากฏว่าไม่พบการขาดทุนดังกล่าว บริษัทจะคืนเงินสำรองดังกล่าวในรอบบัญชีถัดไป เพื่อให้นักลงทุนได้ทราบถึงภาวะและความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งเป็นไปตามหลักธรรมาภิบาลที่ดี