

### 3. การประกอบธุรกิจของแต่ละสายผลิตภัณฑ์

#### 3.1 สายธุรกิจระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (System Integration Business Department : SI) กลุ่มธุรกิจโทรคมนาคมและพลังงาน (Telecommunication & Energy Sector : T&E)

##### 3.1.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

สายธุรกิจที่ปรึกษาและรวบรวมระบบสื่อสารโทรคมนาคม (Telecommunication System) ดำเนินธุรกิจการเป็นที่ปรึกษา ออกแบบ จัดหาอุปกรณ์ ติดตั้ง บริหารโครงการ และบำรุงรักษาด้านระบบสื่อสารโทรคมนาคมที่ทันสมัยแบบครบวงจร โดยนำเสนออุปกรณ์ที่มีชื่อเสียงระดับโลก และมีทีมงานที่มีประสบการณ์และผลงานเป็นที่ยอมรับในตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าองค์กรขนาดใหญ่ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด สินค้าหลักที่นำเสนอ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ Nokia Siemens Network (NSN) โซลูชันหลักที่เสนอขาย ได้แก่ ระบบเชื่อมโยงความเร็วสูงผ่านสายใยแก้วนำแสง (SDH Transmission system) ระบบสื่อสารโทรคมนาคมสมัยใหม่ (Next Generation Network) ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ยุคที่ 3 (the 3<sup>rd</sup> Generation Mobile Network) และอุปกรณ์ระบบ FTTx

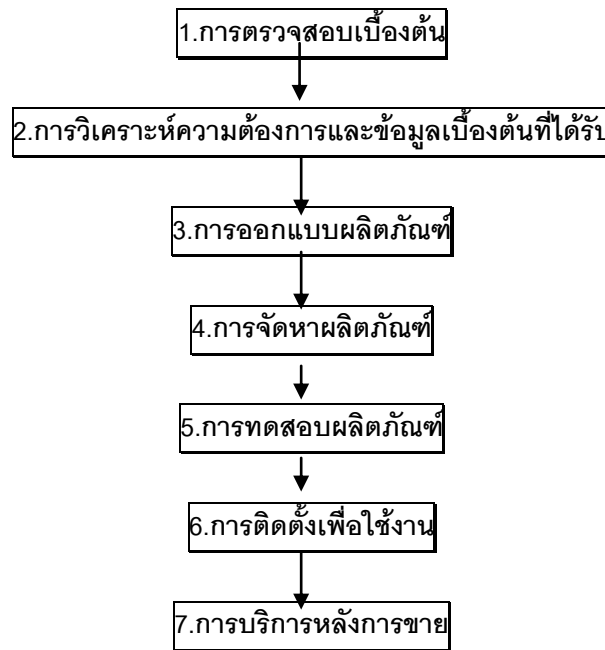
โดยที่ผ่านมาทางสายธุรกิจ SI มีผลงานที่โดดเด่นและมีประสบการณ์ในการทำโครงการใหญ่หลายโครงการจนเป็นที่ยอมรับในวงการอย่างกว้างขวาง เช่น

ชื่อโครงการ	หน่วยงาน	มูลค่าโครงการ (ล้านบาท)	ปี พ.ศ.
จ้างเหมาจัดทำระบบ Next Generation Network (NGN)	บมจ. กสท โทรคมนาคม	309	2552
ติดตั้งอุปกรณ์ชุมสายโทรศัพท์เคลื่อนที่ยุคที่ 3	บมจ. ทีโอที	80.56	2552
ระบบ Data Warehouse / Data Mining	บมจ. กสท โทรคมนาคม	190	2550
จัดทำระบบธนาคาณดิออนไลน์ (Pay at Post)	บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด	52	2550
จัดทำระบบ ERP (ในนามกิจการร่วมค้า I.S.U)	การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย	890	2549
จัดทำระบบ ERP	บมจ. กสท โทรคมนาคม	168	2546

นอกจากให้บริการจัดหาและรวบรวมระบบแล้ว สายธุรกิจ SI ยังให้บริการหลังการขายโดยรับประกันระบบ สื่อสารโทรคมนาคมตามระยะเวลาที่ตกลงกับลูกค้า ซึ่งโดยทั่วไปจะรับประกันอยู่ในช่วงเวลา 1-3 ปี โดยให้บริการถึงสถานที่ของลูกค้า (Onsite Service) โดยแบ่งการบริการออกเป็น 2 ลักษณะ ตามความต้องการของลูกค้า ได้แก่

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

ขั้นตอนการทำงานของสายธุรกิจ SI มีดังนี้



### 1. การตรวจสอบเบื้องต้น

ขั้นตอนแรกของกระบวนการทำงานเริ่มจากการตรวจสอบเบื้องต้นโดยระบุปัญหาของลูกค้า และพยายามศึกษาถึงความเป็นไปได้ทางเทคนิคและอุปกรณ์ ความเป็นไปได้ในทางการปฏิบัติ งบประมาณของลูกค้า และระยะเวลาที่ต้องปฏิบัติงาน โดยอาจจะศึกษาเพื่อเข้าทำการประเมินหรือขายตรง

### 2. การวิเคราะห์ความต้องการและข้อมูลเบื้องต้นที่ได้รับ

ขั้นตอนนี้จะมุ่งเน้นการกำหนดความต้องการของผู้ใช้ การประเมินจุดอ่อน จุดแข็งของวิธีการทำงาน ซึ่งจะแตกต่างกันตามประเภทของธุรกิจ เพื่อให้เกิดความเข้าใจและสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง

### 3. การออกแบบผลิตภัณฑ์

หลังจากการวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าแล้ว สายธุรกิจ SI จะทำการออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยอาศัยข้อมูลที่ได้จากการศึกษา และวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าโดยมีทีมงานทางด้าน วิศวกรรมสื่อสาร โทรคมนาคม ที่มีความรู้ความชำนาญในการออกแบบผลิตภัณฑ์เป็นผู้ออกแบบและตรวจสอบ พร้อมกับนำเสนอให้กับลูกค้าเป้าหมาย

#### 4. การจัดหาผลิตภัณฑ์

จากนั้นสายธุรกิจ SI จะทำการเสนอหรือเข้าประกวดราคากับหน่วยงานต่าง ๆ โดยวิธีการจัดหาสินค้า อาจเลือกสินค้าที่สายธุรกิจ SI เป็นตัวแทนจำหน่ายหรือสินค้าจากพันธมิตรที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านขึ้นกับความต้องการของลูกค้าแต่ละราย โดยการเสนอหรือเข้าประกวดราคาจะประกอบด้วยข้อเสนอทางเทคนิคและข้อเสนอทางด้านราคา นอกจากนี้ งานที่ได้มาบางส่วนจะทำการจ้างบริษัทภายนอกเข้ามาปฏิบัติงานต่อ (Outsourcing) ในกรณีที่ต้องการผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านหรือสายธุรกิจ SI พิจารณาแล้วมีความคุ้มค่ามากกว่าที่จะทำงานนั้นเอง ตัวอย่างงานที่ให้ผู้ยื่นเหมาช่วงต่อ เช่น การให้บริการต่อเมื่อเกิดปัญหาทางด้านระบบกับทางลูกค้า (Corrective maintenance) สำหรับลูกค้าที่อยู่ต่างจังหวัด เป็นต้น

#### 5. การทดสอบผลิตภัณฑ์

ขั้นตอนนี้จะเป็นการทำการทดสอบการทำงานของผลิตภัณฑ์ หมายถึง ทั้งด้านอุปกรณ์ฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ และการทำงานกับผู้ใช้งานจริง เพื่อค้นหาว่าผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการพัฒนาแล้วสามารถทำงานได้จริงหรือไม่ ถ้าไม่สามารถทำได้ตามความต้องการของลูกค้า ทางทีมงานจะทำการแก้ไขเปลี่ยนแปลงระบบจนสามารถใช้งานได้ถูกต้อง จึงจะผ่านการตรวจรับงานจากทางลูกค้า

#### 6. การติดตั้งเพื่อใช้งาน

ทางสายธุรกิจ SI จะส่งมอบผลิตภัณฑ์และดำเนินการติดตั้ง เพื่อให้สามารถใช้งานได้ตามวัตถุประสงค์ของลูกค้า พร้อมกับจัดอบรมให้แก่ลูกค้าจนสามารถใช้งานได้

#### 7. การบริการหลังการขาย

ภายหลังส่งมอบงานให้กับลูกค้าทางสายธุรกิจ SI จัดให้มีการบริการหลังการขายได้แก่ การให้บริการบำรุงรักษา โดยให้บริการลูกค้าอย่างใกล้ชิดในระหว่างที่อยู่ในช่วงรับประกันสินค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในคุณภาพสินค้า ซึ่งสามารถขยายผลไปสู่การทำสัญญาบำรุงรักษากับลูกค้าในปีต่อไปหลังจากหมดช่วงการรับประกันสินค้า

### 3.1.2 การตลาดและภาวะการแข่งขัน

#### 3.1.2.1 การตลาด

##### กลยุทธ์การแข่งขัน

##### (1) ด้านสินค้าและบริการ

สายธุรกิจ SI ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียง ได้แก่ Nokia Siemens Networks (Value-added Reseller) โดยสินค้าของบริษัทฯ มีคุณภาพ ได้รับการยอมรับอย่างสูงจากลูกค้า นอกจากนั้น ทางสายธุรกิจ SI ยังมีจุดเด่นในการสร้างความแตกต่างในการนำเสนอเทคโนโลยีที่ดีที่สุด (Solution) ในการแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า มีความชำนาญและมีศักยภาพในการบริหารโครงการ นอกจากนี้ทางทีมงานเน้นการให้ความสำคัญและใส่ใจในความต้องการของลูกค้าโดยเฉพาะด้านคุณภาพการให้บริการก่อนและหลัง การขายในเวลาอันรวดเร็ว โดยทีมงานจะต้องเข้าใจในธุรกิจเพื่อนำเสนอสินค้าและบริการที่ดีที่สุด การส่งมอบตรงเวลา ทำให้บริษัทฯ มีชื่อเสียงที่ดีและได้รับการยอมรับจากลูกค้าเสมอมา

**(2) ด้านพนักงาน**

บริษัท ฯ มีนโยบายที่จะพัฒนาตนเองให้ทันเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอเพื่อให้มีความสามารถแนะนำและรองรับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของลูกค้าและตลาด จึงเน้นพัฒนาคุณภาพของพนักงานรวมถึงการทำงานเป็นทีม การรับรู้และการปรับตามการเคลื่อนไหวของธุรกิจไอ ซีทีอย่างทันท่วงทีและต่อเนื่องส่วนหนึ่งได้จากการเป็น Certificate Partner จากเจ้าของผลิตภัณฑ์ ทำให้ทีมงานมีความยืดหยุ่นในการทำงานสามารถปรับตัวให้สอดคล้องกับ ความเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีได้อย่างดี

**(3) ด้านการบริหารต้นทุน**

สายธุรกิจ SI เน้นการบริหารต้นทุนการขายและการให้บริการเพื่อให้ได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน โดยยังรักษาคุณภาพสินค้าและบริการให้ได้ตามมาตรฐานโลก นอกจากนี้ สายธุรกิจ SI เน้นการบริหารความสัมพันธ์กับ คู่ค้า และเจ้าของผลิตภัณฑ์เพื่อให้สามารถซื้อสินค้าได้ในราคาที่ต่ำ ให้ความสำคัญสินค้าต่างๆเป็นอย่างดีและมีความหลากหลายของสินค้า ทำให้สามารถนำเสนอสินค้าให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า และได้รับการคัดเลือกเป็นผู้ชนะการประมูลและสามารถแข่งขันกับองค์กรอื่นได้ในระยะยาว

**(4) ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า**

สายธุรกิจ SI มีการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าโดยการทำความเข้าใจลูกค้าค้นหาความต้องการ และทำการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า ทำให้มีโอกาสสร้างงานจากลูกค้ารายเดิมเพิ่มขึ้น ทางสายธุรกิจ SI มีอัตราได้รับงานซ้ำจาก ลูกค้ารายเดิมสูงถึงร้อยละ 80

**ลักษณะของกลุ่มลูกค้าและช่องทางการจัดจำหน่าย**

ทางสายธุรกิจ SI มีการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ชัดเจน คือ หน่วยงานรัฐวิสาหกิจ โดยเฉพาะ หน่วยงานขนาดใหญ่ เช่น บมจ. กสท โทรคมนาคม บมจ. ทีโอที การไฟฟ้าฝ่ายผลิต การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค การไฟฟ้า นครหลวง เป็นต้น เนื่องจากหน่วยงานเหล่านี้มีงบประมาณในการลงทุนทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร ค่อนข้างสูงเพื่อใช้ในการปรับปรุงการทำงานให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ บริษัทฯ มีจุดแข็งในด้านความรู้ ความชำนาญและประสบการณ์ที่ยาวนานมากกว่า 23 ปี ในธุรกิจนี้ จึงทำให้ลูกค้ากลุ่มนี้มีความมั่นใจในการเลือกให้บริษัท ฯ เป็นผู้ดำเนินการ

รายได้ส่วนใหญ่ของสายธุรกิจ SI มาจากรัฐวิสาหกิจซึ่งทางสายธุรกิจ SI จะเข้าไปทำ การประกวดราคา ขั้นตอนโดยทั่วไปจะให้พนักงาน Pre-Sale เข้าไปทำแนะนำทางด้านเทคนิค และระบบใหม่ ๆ ให้กับลูกค้าเพื่อให้ลูกค้า เห็นถึงความสำคัญและประโยชน์ของการใช้ระบบต่าง ๆ ในการทำงาน จากนั้นหากลูกค้ามีความสนใจสินค้าและบริการ ทางสายงานจะจัดส่งพนักงานขายเข้าไปเจรจาต่อรองด้านราคาและเห็นสัญญาโครงการเพื่อทำการประกวดราคาหรือปิด งานต่อไป

กลุ่มลูกค้า	สัดส่วนรายได้ (ร้อยละ)
บมจ.กสท โทรคมนาคม และ บมจ.ทีโอที	80
กฟผ., กฟภ. และ กฟน.	20
<b>รวม</b>	<b>100</b>

### 3.1.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

เนื่องจากสายธุรกิจ SI ดำเนินงานโดยให้คำปรึกษาและรวบรวมระบบให้กับลูกค้า ดังนั้น วิธีการจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการจึงเป็นส่วนหนึ่งของขั้นตอนในการทำงานขั้นตอนที่ 4 โดยมีรายละเอียด ดังนี้

สายธุรกิจ SI จะทำการสั่งซื้อสินค้าที่ต้องรวบรวมให้กับลูกค้าเมื่อได้รับการสั่งซื้อจากลูกค้าแล้ว โดยไม่มีการเก็บสินค้าคงเหลือ การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ สามารถแบ่งได้เป็นดังนี้

#### อุปกรณ์ฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ สั่งซื้อจากตรงจาก NSN (ประเทศไทย)

**การให้บริการ** มีการให้บริการด้วยตนเองหรือมีการใช้ผู้เชี่ยวชาญจากผู้ผลิตร่วม รวมถึงการซื้อบริการต่อจากผู้ให้บริการอื่น (Outsource) โดยสายธุรกิจ SI มีปัจจัยในการพิจารณาเลือกบริษัทที่ทำบริการต่อ คือ ราคาและความชำนาญสำหรับงานนั้น ๆ

ในยุคของภาวะเศรษฐกิจที่มีแนวโน้มตกต่ำทางบริษัทได้ดำเนินการปรับแผนเพื่อรองรับโดยใช้ประสิทธิภาพและผลงานที่ผ่านมาของบริษัท มาทำการพัฒนา ปรับปรุงและสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added) ให้สามารถนำเสนอเป็นผลิตภัณฑ์พร้อมบริการของบริษัทเองให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัทในงบประมาณที่สอดคล้องกับภาวะดังกล่าว อันจะเป็นผลให้บริษัทสามารถรักษาสถานะลูกค้าเดิมและเพิ่มโอกาสในการขยายสู่กลุ่มลูกค้าใหม่

โดยทั่วไป การประมูลงานทางภาครัฐการและรัฐวิสาหกิจ ในขั้นตอนแรกจะต้องมีการวางหนังสือค้ำประกันการประมูลงาน (Bid Bond) เพื่อทำการประมูลงาน หลังจากนั้นเมื่อได้รับการเซ็นสัญญาแล้ว บริษัทฯ จะต้องนำหนังสือค้ำประกันการรับเงินล่วงหน้า (Advance Payment Bond) มาค้ำประกัน โดยที่บริษัทฯ จะได้รับเงินประมาณร้อยละ 10-15 ของโครงการเพื่อนำมาเป็นเงินทุนหมุนเวียน และทางบริษัทฯ จะต้องวางหนังสือค้ำประกันสัญญา (Performance Bond) เพื่อรับประกันว่าบริษัท ฯ จะทำงานจนเสร็จสิ้นโครงการซึ่งมีระยะเวลาเฉลี่ย 6 เดือนถึง 2 ปี หลังจากทำงานเสร็จสิ้นแล้ว บริษัทฯ อาจจะต้องวางหนังสือค้ำประกันผลงาน (Retention Bond) เพื่อรับประกันผลงานต่อไปอีกประมาณ 1-2 ปี ขึ้นกับความต้องการของลูกค้า ซึ่งทำให้บริษัท ฯ ต้องการเงินทุนหมุนเวียนและวงเงินจากสถาบันการเงินเพื่อการขยายงานและประมูลโครงการที่มีมูลค่ามากขึ้น ดังนั้น การที่บริษัท ฯ ออกและเสนอขายหุ้นสามัญแก่บุคคลโดยเฉพาะเจาะจงตามมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นเมื่อวันที่ 17 กันยายน 2547 จะช่วยให้บริษัท ฯ มีเงินทุนหมุนเวียนเพิ่มขึ้นและเพิ่มความสามารถในการประมูลโครงการได้มากขึ้น

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

**3.2.1.2 เครือข่ายแวน (Wide Area Network ตัวอย่างคือ 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

เนื่องจากเทคโนโลยีกำลังเข้ามามีบทบาทในทุกด้านในการดำเนินธุรกรรมในทุกสายงานธุรกิจ และการทำงานมากขึ้นทั้งในปัจจุบันและในอนาคต การติดต่อสื่อสารต่าง ๆ ทั้งภายในองค์กรและระหว่างองค์กรมีความสำคัญและจำเป็นมากขึ้น ดังนั้น ทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชน จึงให้ความสำคัญในการลงทุน ติดตั้ง และขยายระบบเครือข่ายสื่อสาร

อยู่ตลอดเวลา สำหรับการลดต้นทุนการดำเนินงาน เช่น การนำระบบการประชุมทางไกลผ่านระบบเครือข่าย ( VDO Conference) มาใช้ประชุมระหว่างจังหวัดกับส่วนกลางของกระทรวงมหาดไทย หรือการใช้ระบบโทรศัพท์ผ่านระบบเครือข่าย (Voice Over IP) เพื่อลดต้นทุนค่าใช้จ่ายโทรศัพท์ทางไกล รวมถึงการนำระบบสารสนเทศมาช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้องค์กร และติดตามงาน เช่น ศูนย์ปฏิบัติการ ( Operation Center) โดยจะเห็นตัวอย่างได้จากนโยบายรัฐบาลที่ให้การสนับสนุนด้านการพัฒนาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศอย่างชัดเจนและจริงจัง ทำให้เกิดความต้องการอย่างสูงในการติดตั้งระบบโครงสร้างเครือข่ายคอมพิวเตอร์ และเมื่อมีการใช้ระบบสารสนเทศมากขึ้นสิ่งที่ตามมาคือระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูลบนระบบเครือข่าย รวมถึงการระมัดระวังของผู้ใช้งานบนระบบเครือข่าย โดยในปี 2553 นี้ บริษัทฯ คาดว่าตลาดน่าจะมีอัตราการเติบโตเฉลี่ย ไม่น้อยกว่าปี 255 2 และแนวโน้มการแข่งขันทางด้านธุรกิจทั้งภายในและภายนอกประเทศที่สูงขึ้น ทำให้องค์กรไม่ว่าจะเป็นภาครัฐหรือเอกชนต้องเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน โดยการนำเทคโนโลยีทางด้านสารสนเทศมาใช้มากขึ้น เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันทั้งด้านต้นทุนและประสิทธิภาพ จากการศึกษาภาครัฐมีนโยบายประกาศใช้เครือข่ายภาครัฐ Government Information Network (GIN) จะเป็นเครือข่ายที่จะเชื่อมโยงข้อมูลและแลกเปลี่ยนเพื่อให้ข้อมูลสามารถบูรณาการอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นแต่ละหน่วยงานต้องมีการปรับปรุงระบบสารสนเทศภายในหน่วยงานให้เชื่อมโยง และก้าวสู่นโยบายรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ ( e-Government) ซึ่งจัดเป็นลูกค้ารายใหญ่ที่สุดโดยมีส่วนแบ่งจากร้อยละ 30-40 โดยมีงบประมาณการ ใช้จ่ายด้านไอทีกว่า 10,000 ล้านบาท และระบบเครือข่ายในหน่วยงานภาคเอกชนที่มุ่งเน้นการให้บริการครบวงจรและ ทุกรูปแบบ ( 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

ซึ่งในการประมูลโครงการใหญ่ ๆ ลูกค้าจะเลือกข้อเสนอที่ตรงความต้องการที่สุดและบริษัทที่มีความน่าเชื่อถือ โดยส่วนใหญ่คู่แข่งรายใหญ่ด้วยกันจะเสนอสินค้าที่ต่างผลิตภัณฑ์กัน ซึ่งบริษัทมีสินค้าที่มีมาตรฐานและได้รับการยอมรับอย่างสูงจากทั่วโลก และ ยังได้ติดต่อร่วมเป็น Partner กับเจ้าของผลิตภัณฑ์ชั้นนำของโลกด้วย อย่างเช่น Alcatel-Lucent, 3Com, Iron Port ,F5, Tripping Point, Fortinet และ ผลิตภัณฑ์ทางด้าน ICT ของโลกอีกมากมาย

### กลยุทธ์การแข่งขัน

#### (1) ด้านสินค้าและบริการ

ในระยะเวลาที่ผ่านมาสายธุรกิจ NW ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียงระดับโลก เช่น อุปกรณ์เครือข่ายของ Alcatel-Lucent, Trend-Micro, Fortigate, F5, Iron Port แล้วนั้น บริษัทฯ ได้เล็งเห็นว่าโอกาสทางธุรกิจในระบบเครือข่ายและระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูล ประกอบกับ นโยบายของภาครัฐ ในเรื่องของ พ.ร.บ



อิเล็กทรอนิกส์ ที่ต้องมีการเก็บข้อมูลการจราจรอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งรวมถึงข้อมูลต่าง ๆ ที่ผ่านอุปกรณ์ระบบเครือข่าย ซึ่งทำให้ช่องทางที่จะขยายศักยภาพได้เพิ่มขึ้น จึงได้มีนโยบายที่จะเพิ่มสินค้าขึ้นทุกปี เนื่องจากปัจจุบัน ลักษณะงานธุรกิจนับวันที่จะใช้ระบบคอมพิวเตอร์สูงขึ้น การติดต่อสื่อสารเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นและขาดไปไม่ได้ในโลกธุรกิจสมัยใหม่ ทั้งยังต้องมีการประหยัดในการลงทุนด้วยเช่นกัน ซึ่งระบบเครือข่ายเป็นหัวใจหลักของการติดต่อสื่อสาร และหากระบบเครือข่ายขาดความน่าเชื่อถือหรือมีความแปรปรวนเมื่อมีปริมาณการใช้งานสูง รวมทั้งขาดการรักษาความปลอดภัยต่อการโจมตีทั้งไวรัสคอมพิวเตอร์และผู้บุกรุก ซึ่งจะทำให้ความเสียหายต่อข้อมูลและเวลาทางธุรกิจ ซึ่งจะนำไปสู่ความเสียหายทางธุรกิจได้เช่นกัน

ในการแข่งขันนั้นคู่แข่งนั้นมักจะเสนอสินค้าจากตราสินค้าที่แตกต่างกันซึ่งสินค้าของบริษัทฯ ล้วนแล้วแต่มีคุณสมบัติเป็นที่ยอมรับอย่างสูงจากลูกค้าโดยเฉพาะสินค้าหลัก คือ Alcatel-Lucent ซึ่งลูกค้าจะเลือกจากข้อเสนอที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากที่สุด

รายได้ที่ผ่านมาส่วนใหญ่เป็นรายได้จากการให้บริการที่ใช้ความเชี่ยวชาญสูงในการ ออกแบบ (Design) และการติดตั้ง (Implement) รวมถึงการบำรุงรักษาระบบ (Maintenance) เนื่องจากนโยบาย (Policy) หรือความต้องการการใช้งาน IT ของแต่ละองค์กรไม่เหมือนกัน ดังนั้นบริษัทฯ จึงต้องมีความเข้าใจในภารกิจหรือธุรกิจของแต่ละสายธุรกิจนั้นๆ เช่นการออกนโยบายการรักษาความปลอดภัยของระบบ IT โดยการระบุถึงผู้ใช้งาน (Authentication) ต้องประกอบด้วยขั้นตอนหลายๆ อย่างประกอบกัน โดยมีผลิตภัณฑ์ต่างๆ ประกอบเข้าด้วยกัน (Security solution)

นอกจากนี้ สายธุรกิจ NW นั้นมีจุดเด่นในการสร้างความแตกต่างในด้านการบริการ โดยสามารถแก้ปัญหาและสร้างทางออกทุกอย่างให้กับลูกค้าโดยอาศัยประสบการณ์ของทีมงานที่ได้รับมาตรฐานจากผู้ผลิตเป็นผู้พัฒนาสินค้าได้เป็นอย่างดี โดยสายธุรกิจ NW ให้ความสำคัญในการสร้างเสริมความรู้ เทคโนโลยีแก่ทีมงานเสมอ โดยเจ้าหน้าที่จะต้องได้รับการฝึกอบรมอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการอบรมและได้รับการรับรองจากเจ้าของสินค้า จึงถือเป็นข้อได้เปรียบในการแข่งขัน

สำหรับปี 255 3 สายธุรกิจ NW ได้กำหนดเป้าหมายของทีมงานในการพัฒนา Solution ที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับระบบเครือข่ายของฐานลูกค้าเดิมที่ได้ติดตั้งไปแล้ว เช่น ระบบรวบรวมการสื่อสารทั้งโทรศัพท์, โทรสาร และ E-mail ให้เข้าทำงานเชื่อมต่อกันเป็นระบบเดียวกัน (Unify Communication) ซึ่งต้องอาศัยทีมงานที่เชี่ยวชาญทั้งด้าน Hardware และ Software และในส่วนของระบบรักษาความปลอดภัยทั้งระบบ โดยการนำระบบ CCTV เข้ามาประกอบเป็น Solution และทำงานร่วมกับระบบ IT Security ต่างๆ ที่สอดคล้องกับความต้องการของแต่ละองค์กร

## (2) ด้านพนักงาน

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

ด้วย ทำให้บริษัทฯ ได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าเนื่องจากมั่นใจได้ว่าพนักงานทุกคนมีการติดตามเทคโนโลยีทางด้านระบบเครือข่ายและนำความรู้ใหม่ ๆ มาปรับปรุงและพัฒนาระบบให้แก่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอเพื่อที่จะสามารถนำเสนอทางออกให้กับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด

### (3) ด้านการบริหารต้นทุนการขาย

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

### (4) ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า

บริษัทฯ ได้รับความไว้วางใจและมีความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าทั้งในส่วนของลูกค้าเดิมและสามารถขยายฐานลูกค้าใหม่ได้โดยเน้นในด้านการให้บริการ ที่ผ่านมามีบริษัทฯ ไม่เคยถูกปรับจากหน่วยงานต่าง ๆ โดยเฉพาะหน่วยงานของรัฐที่มีบทบาทในสัญญาเกือบทุกสัญญา เนื่องจากบริษัทฯ เน้นในส่วนของการทำงานซึ่งบริษัทฯ จะมีการประเมินความต้องการของลูกค้าอย่างละเอียด วิเคราะห์โครงการ และความพร้อมในทุก ๆ ด้านรวมถึงจัดทำ Proposal เพื่อนำเสนอให้ลูกค้าก่อนที่จะเข้าประมูลงานเสมอเพื่อที่บริษัทฯ จะมั่นใจได้ว่าจะสามารถทำตามความต้องการของลูกค้าได้ นอกจากนี้ภายหลังการขาย บริษัทฯ ยังจัดสรรพนักงานให้ดูแลลูกค้าแต่ละกลุ่มอย่างทั่วถึงและตรงตามความต้องการ โดยสามารถให้ความสะดวกและบริการตอบคำถามแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว การจัดสรรพนักงานเพื่อดูแลลูกค้าในแต่ละกลุ่มดังกล่าวจะช่วยสร้างความมั่นใจให้กับคู่ค้าในการใช้บริการของสายธุรกิจ NW อย่างต่อเนื่อง ทำให้สายธุรกิจ NW มีโอกาสได้รับงานเพิ่มเติมจากลูกค้ารายเดิมในปีต่อ ๆ ไป และมีการพูดต่อและแนะนำลูกค้าใหม่ให้ด้วย ซึ่งสถานการณ์เช่นนี้ยังผลให้ NW มีต้นทุนในการหาลูกค้าใหม่ต่ำอีกประการหนึ่งด้วย

### ลักษณะของกลุ่มลูกค้าและช่องทางการจัดจำหน่าย

ทางสายธุรกิจ NW มีการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก คือ สถาบันการศึกษาและหน่วยงานในภาครัฐ ราชารัฐวิสาหกิจและภาคเอกชน โดยรายได้ส่วนใหญ่มาจากกลุ่มสถาบันการศึกษาและภาครัฐ เนื่องจากกลุ่มสถาบันการศึกษาเป็นตลาดที่มีความต้องการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยและโดยทั่วไปจะเป็นผู้เริ่มใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ อยู่เสมอ ส่วนทางภาครัฐนั้น เป็นตลาดที่มีกำลังซื้อค่อนข้างสูง เนื่องจากนโยบายของรัฐบาลในการที่จะนำเทคโนโลยี ICT มาทำการพัฒนาประเทศ ทำให้เป็นตลาดที่มีความน่าสนใจเป็นอย่างยิ่งประกอบกับการมีฐานะทางการเงินที่มั่นคง โดยที่ผ่านมามีโอกาสให้บริการกับสถาบันการศึกษาและหน่วยงานภาครัฐหลายโครงการ ทำให้สามารถนำผลงานจากสถานศึกษาเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการวางระบบเครือข่ายให้กับลูกค้ารายอื่น เช่น หน่วยงานราชการและองค์กรเอกชนอื่น ๆ โดยจะเน้นเฉพาะหน่วยงานขนาดใหญ่ ( Enterprise Solution) ทำให้สายธุรกิจ NW มีความแตกต่างและจุดยืนที่แตกต่างจากรูกระบบเครือข่ายทั่วไปในตลาดเมืองไทย ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่สายธุรกิจ NW มุ่งเน้นเนื่องจากเป็นหน่วยงานที่มีศักยภาพการสั่งซื้อและการติดตั้งระบบเครือข่าย และมีการตั้งงบประมาณในแต่ละปีชัดเจน แต่อย่างไรก็ตาม

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

ในปี 2552 นี้ NW ได้เริ่มเน้นตลาดในส่วนหน่วยงานเอกชนขนาดใหญ่เพิ่มมากขึ้น เพื่อเป็นฐานที่สำคัญรองรับการแปรผันของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการขายงานภาครัฐ และการเพื่อเป็นการเพิ่มรายได้ หรือช่องทางรายได้ในอนาคตต่อไป

โดยทั่วไปงานทางภาครัฐและรัฐวิสาหกิจ ทางสายธุรกิจ NW จะเข้าไปทำการประกวดราคา ส่วนกลุ่มลูกค้าภาคเอกชนจะใช้ทีมงานขายตรง โดยใช้กลยุทธ์ส่งทีมงานขายเข้าไปขายแบบนำร่อง (pre-sale) โดยจะเข้าไปแนะนำลูกค้าเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ทางด้านเทคนิคและเน้นการให้ความรู้โดยตรงกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้ลูกค้าเข้าใจในประโยชน์ของการนำผลิตภัณฑ์ไปใช้รวมถึงเห็นความสำคัญในการใช้ระบบเครือข่ายดังกล่าวให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรซึ่งจะเป็นการเพิ่มความน่าเชื่อถือในธุรกิจด้วย จากนั้นจะส่งตัวแทนขาย (Sale) ไปทำการเจรจาต่อรองทางด้านราคาและสรุปราคาในการทำโครงการ และในปี 2553 นี้ NW ได้วางแผนงานจัดสัมมนาให้มากขึ้น เพื่อขยายฐานลูกค้ามากขึ้นในแต่ละ Segment ที่ NW มี Site Reference แล้ว และ Segment อื่น ๆ ที่มีการใช้งานในลักษณะคล้ายกัน

ในปัจจุบันทางสายธุรกิจ NW ยังเป็นพันธมิตรทางธุรกิจกับบริษัท ทีไอที จำกัด (มหาชน) และ บริษัท CAT Telecom จำกัด (มหาชน) โดยร่วมรับงานทั้งภาครัฐและเอกชนโดยอาศัยจุดแข็งของพันธมิตรซึ่งเป็นผู้ให้บริการโครงข่ายและ Internet อีกด้วย

สายธุรกิจ NW มีพนักงานที่เชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ในการติดตั้งระบบเครือข่ายเป็นอย่างดี นอกจากนี้ สายธุรกิจ NW ได้รับความไว้วางใจให้ติดตั้งระบบเครือข่ายในโครงการที่สำคัญและสร้างชื่อเสียงให้กับสายธุรกิจ NW ในช่วงที่ผ่านมาโดยมีตัวอย่างโครงการที่สำคัญ ดังต่อไปนี้

ชื่อโครงการ	หน่วยงาน	มูลค่าโครงการ (ล้านบาท)	ปี พ.ศ.
โครงการซื้อครุภัณฑ์คอมพิวเตอร์และระบบเครือข่าย	มหาวิทยาลัยขอนแก่น	8.1	2553
โครงการบำรุงรักษาโครงการระบบรักษาความปลอดภัย	กรุงเทพมหานคร	5.0	2552
โครงการปรับปรุงระบบเครือข่ายอาคารการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	8.0	2552
ปรับปรุงห้อง MOC P#2 โครงการปรับปรุงห้องศูนย์ไฟระ	บริษัท ทีไอที จำกัด(มหาชน)	35.0	2552
โครงการระบบไฟระวังภัยการกระทำผิดทางอินเทอร์เน็ตระยะที่ 1	บริษัท ทีไอที จำกัด(มหาชน)	14.0	2552
โครงการระบบไฟระวังภัยการกระทำผิดทางอินเทอร์เน็ตระยะที่ 2	บริษัท ทีไอที จำกัด(มหาชน)	35.0	2552
โครงการซื้ออุปกรณ์และปรับปรุงเครือข่าย	องค์การคลังสินค้า สำนักปลัดกระทรวงพาณิชย์	3.5	2552
โครงการเพิ่มช่องทางออกอากาศแบบใหม่	กรมประชาสัมพันธ์	11.0	2552
โครงการปรับปรุงอาคารถ.เพชรบุรี	กรมประชาสัมพันธ์	14.0	2552
โครงการจ้างเหมาติดตั้งระบบรักษาความปลอดภัยระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ และบำรุงรักษา	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	3.0	2552

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

ทั้งนี้ ลักษณะขั้นตอนการทำงานจะเป็นลักษณะเดียวกับการทำงานของสายธุรกิจ SI เพียงแต่ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ในโครงการเป็นอุปกรณ์เครือข่ายคอมพิวเตอร์

### 3.2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

ในปี 2552 มีการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศในอัตราส่วนร้อยละ 80 และสั่งซื้อสินค้าในประเทศในอัตราส่วนร้อยละ 20 โดยสินค้าที่สั่งซื้อจากต่างประเทศ คือ เครือข่ายขนาดใหญ่และ Backbone Switch จากบริษัท Alcatel\_Lucent ส่วนสินค้าที่เหลือสั่งซื้อภายในประเทศ เช่น บริษัท เอสไอเอส ดิสทริบิวชั่น (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท เดอะแวลู ซิสเต็มส์ จำกัด และบริษัท Tyco Electronics (Thailand) Limited ในส่วนการจัดหาผลิตภัณฑ์นั้นจะทำการจัดหาผลิตภัณฑ์ เมื่อมีการสั่งซื้อสินค้าจากลูกค้า และได้รับใบสั่งซื้อเรียบร้อยแล้วเท่านั้น ทำให้สายธุรกิจ NW ไม่ต้องมีการเก็บสินค้าคงคลังโดยไม่จำเป็น และ NW ยังคงเสาะหาแหล่งผลิตภัณฑ์และสินค้าใหม่ ๆ เพื่อสนองตอบความต้องการและเป็นทางเลือกใหม่ ๆ ให้กับลูกค้า

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

#### กลุ่มธุรกิจโครงการเทคโนโลยีสารสนเทศระดับองค์กร (Enterprise Information Technology Business Department : EIT)

##### 3.3.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

สายธุรกิจโครงการเทคโนโลยีสารสนเทศระดับองค์กร (สายธุรกิจ EIT) ดำเนินงานภายใต้บริษัท IRCP ประกอบธุรกิจด้านการให้บริการรวบรวมและพัฒนาระบบสารสนเทศ พร้อมทั้งให้คำปรึกษาและแก้ปัญหาให้กับงานด้านไอทีแบบครบวงจร (IT Total Solutions) โดยการนำเสนอเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศที่ได้รับการยอมรับจากทั่วโลกให้กับลูกค้า และให้บริการแบบใช้งานได้ทันที (Turnkey Solution) ทั้งนี้บริษัทจะเป็นผู้รับเหมางานทั้งหมดแบบครบวงจร ใน 2 ประเภทใหญ่ ๆ กล่าวคือ

##### 3.3.1.1 รวบรวมผลิตภัณฑ์ทั้งระบบสารสนเทศ ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

1) ฮาร์ดแวร์ ได้แก่ คอมพิวเตอร์แม่ข่าย (Server, Storage) คอมพิวเตอร์ลูกข่าย (Desktop, Mobile ) พร้อม อุปกรณ์เชื่อมต่อโยงเครือข่าย (Network Integration)

2) ซอฟต์แวร์ ได้แก่ ซอฟต์แวร์โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับงานต่าง ๆ เช่น ERP, CRM, Billing, Enterprise IT Management, EAI, Document & Work Flow Management และ Business Intelligence รวมถึงการจัดทำระบบ การพัฒนา การติดตั้ง การบริหารโครงการฝึกอบรม ทั้งด้านเทคนิคและการใช้งาน และการ Outsourcing ระบบงานด้านไอที ได้แก่ การบริหารดูแลระบบคอมพิวเตอร์ โดยเจ้าหน้าที่ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะ ในปัจจุบันสายธุรกิจ EIT ได้เป็นตัวแทนให้กับสินค้าซอฟต์แวร์ต่างๆ อาทิเช่น SAS, ORACLE, IBM ,K2 , Ultimus เป็นต้น นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังเป็น Certified Partner ของไมโครซอฟต์ ซึ่งบริษัทจะได้รับสิทธิประโยชน์จากการเป็น Microsoft Certified Partner ดังนี้

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

การที่บริษัทฯ ได้รับสิทธิประโยชน์ข้างต้น รวมทั้งข้อกำหนดในการดำรงสถานะทำให้บริษัทฯ สามารถพัฒนาบุคลากรให้ทันต่อเทคโนโลยีตลอดเวลา และสามารถแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและตรงตามความต้องการอย่างรวดเร็ว

##### 3.3.1.2 การให้บริการครบวงจรทั้งระบบสารสนเทศ

โดยการนำเสนอเทคโนโลยี ระบบสารสนเทศ ที่ทันสมัยในแบบ Integrated Solutions ได้แก่ การพัฒนา การติดตั้ง การบริหารโครงการฝึกอบรม ทั้งด้านเทคนิคและการใช้งาน และการ Outsourcing พร้อมทั้งให้คำปรึกษาและแก้ปัญหาให้กับงานด้านไอทีแบบครบวงจร โดยการเลือกสรรผลิตภัณฑ์ และบริการที่เป็นที่ยอมรับจากทั่วโลก ซึ่งสามารถประยุกต์ใช้งานเพื่อความเหมาะสมตามความต้องการของลูกค้า

**รายละเอียดผลิตภัณฑ์**

ตราผลิตภัณฑ์	รุ่น/แบบของผลิตภัณฑ์	คุณสมบัติ/กลุ่มลูกค้า
Hewlett Packard	คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล (Server) คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (PC) อุปกรณ์เก็บข้อมูลคอมพิวเตอร์ (Storage) เครื่องพิมพ์ (Printer)	สำหรับหน่วยงานขนาดใหญ่
SUN-Oracle	คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล (Server)	สำหรับหน่วยงานขนาดใหญ่
IBM	คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล (Server) คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (PC)	สำหรับหน่วยงานขนาดใหญ่
Dell	คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (PC)	สำหรับหน่วยงานขนาดใหญ่
Microsoft	ลิขสิทธิ์ซอฟต์แวร์ (License)	ลิขสิทธิ์ซอฟต์แวร์สำหรับหน่วยงานต่าง ๆ
SAS	Business Intelligent / Datawarehouse	สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลองค์กร
K2,Ultimus	Enterprise	สำหรับการพัฒนาระบบงาน (Workflow)
ORACLE-Sun	ซอฟต์แวร์ประยุกต์	สำหรับการเก็บฐานข้อมูลขององค์กร
SAP	ซอฟต์แวร์ประยุกต์	สำหรับการจัดการและบริหารองค์กร

โดยที่ผ่านมาจากสายธุรกิจ EIT มีผลงานที่โดดเด่นและมีประสบการณ์ในการทำโครงการใหญ่หลายโครงการจนเป็นที่ยอมรับในวงการอย่างกว้างขวาง เช่น

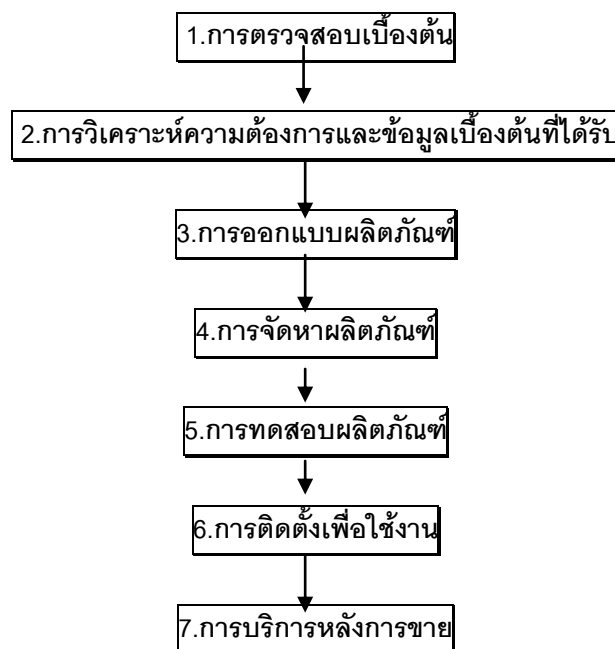
ชื่อโครงการ	หน่วยงาน	มูลค่าโครงการ (ล้านบาท)	ปี พ.ศ.
โครงการศูนย์ปฏิบัติการเฝ้าระวังภัย คุกคามทางเทคโนโลยีสารสนเทศ	บมจ. ทีไอที	13.8	2552
ระบบ Data Warehouse / Data Mining	บมจ. กสท โทรคมนาคม	178.4	2550
บริหารเครื่องคอมพิวเตอร์ ( Desktop Management)	บมจ. กสท โทรคมนาคม	14.3	2552
โครงการ พัฒนาและจัดทำฐานข้อมูล การท่องเที่ยวเชิงการตลาด	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	3.2	2552
ระบบบริหารจัดการฐานข้อมูล (RDBMS) สำหรับที่ทำการ	บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด	36.2	2552
โครงการจ้างทำและพัฒนาระบบ สนับสนุนการออกใบอนุญาตประกอบ กิจการโทรคมนาคม	สนง.คณะกรรมการกิจการโทรคมนาคม แห่งชาติ	13.7	2552

ชื่อโครงการ	หน่วยงาน	มูลค่าโครงการ (ล้านบาท)	ปี พ.ศ.
โครงการซื้อขายและติดตั้งอุปกรณ์คอมพิวเตอร์พร้อมบริการบำรุงรักษาและซ่อมแซมแก้ไข	การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย	41.6	2552
โครงการซื้อขายอุปกรณ์ Disk Storage พร้อมบริการบำรุงรักษา 4 ปี	การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย	9.1	2552
จัดทำฐานข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงการตลาด (ระยะที่ 3)	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	4.6	2552
จ้างบริหารจัดการและซ่อมแซมบำรุงรักษาระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	4.7	2552

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

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

ขั้นตอนการทำงานของสายธุรกิจ EIT มีดังนี้



### 1. การตรวจสอบเบื้องต้น

ขั้นตอนแรกของกระบวนการทำงานเริ่มจากการตรวจสอบเบื้องต้นโดยระบุปัญหาของลูกค้า และพยายามศึกษาถึงความเป็นไปได้ทางเทคนิคและอุปกรณ์ ความเป็นไปได้ในทางการปฏิบัติ งบประมาณของลูกค้า และระยะเวลาที่จะต้องปฏิบัติงาน โดยอาจจะศึกษาเพื่อเข้าทำการประเมินหรือขายตรง

### 2. การวิเคราะห์ความต้องการและข้อมูลเบื้องต้นที่ได้รับ

ขั้นตอนนี้จะมุ่งเน้นการกำหนดความต้องการของผู้ใช้ การศึกษาด้านโปรแกรมประยุกต์ การประเมิน จุดอ่อน จุดแข็งของวิธีการทำงาน ซึ่งจะแตกต่างกันตามประเภทของธุรกิจ เพื่อให้เกิดความเข้าใจและสามารถตอบสนองต่อ ความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง

### 3. การออกแบบผลิตภัณฑ์

หลังจากการวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าแล้ว สายธุรกิจ EIT จะทำการออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยอาศัยข้อมูลที่ได้จากการศึกษา และวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าโดยมีทีมงานทางด้านวิศวกรรมคอมพิวเตอร์ ที่มี ความรู้ความชำนาญในการออกแบบผลิตภัณฑ์เป็นผู้ออกแบบและตรวจสอบ พร้อมกับนำเสนอให้กับลูกค้าเป้าหมาย

### 4. การจัดหาผลิตภัณฑ์

จากนั้นสายธุรกิจ EIT จะทำการเสนอหรือเข้าประกวดราคากับหน่วยงานต่าง ๆ โดยวิธีการจัดหา สินค้าอาจเลือกสินค้าที่สายธุรกิจEIT เป็นตัวแทนจำหน่ายหรือสินค้าจากพันธมิตรที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านขึ้นกับ ความ ต้องการของลูกค้าแต่ละราย โดยการเสนอหรือเข้าประกวดราคาจะประกอบด้วยข้อเสนอทางเทคนิคและข้อเสนอทางด้าน ราคา นอกจากนี้ งานที่ได้มาบางส่วนจะทำการจ้างบริษัทภายนอกเข้ามารับงานต่อ (Outsourcing) ในกรณีที่ต้องการ ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านหรือสายธุรกิจ EIT พิจารณาแล้วว่าจะมีความคุ้มค่ามากกว่าที่จะทำงานนั้นเอง ตัวอย่างงานที่ให้ผู้อื่น เหมารช่วงต่อ เช่น การให้บริการต่อเมื่อเกิดปัญหาทางด้านระบบกับทางลูกค้า (Corrective maintenance) สำหรับลูกค้าที่ อยู่ต่างจังหวัด เป็นต้น

### 5. การทดสอบผลิตภัณฑ์

ขั้นตอนนี้จะเป็นการทำการทดสอบการทำงานของผลิตภัณฑ์ หมายถึง ทั้งด้านอุปกรณ์ฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ และการทำงานกับผู้ใช้งานจริง เพื่อค้นหาว่าผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการพัฒนาแล้วสามารถทำงานได้จริงหรือไม่ ถ้าไม่สามารถทำได้ตามความต้องการของลูกค้า ทางทีมงานจะทำการแก้ไขเปลี่ยนแปลงระบบจนสามารถใช้งานได้ อย่าง ถูกต้อง จึงจะผ่านการตรวจรับงานจากทางลูกค้า

### 6. การติดตั้งเพื่อใช้งาน

ทางสายธุรกิจ EIT จะส่งมอบผลิตภัณฑ์และดำเนินการติดตั้ง เพื่อให้สามารถใช้งานได้ตาม วัตถุประสงค์ของลูกค้า พร้อมกับจัดอบรมให้แก่ลูกค้าจนสามารถใช้งานได้

### 7. การบริการหลังการขาย

ภายหลังส่งมอบงานให้กับลูกค้า ทางสายธุรกิจ EIT จัดให้มีบริการหลังการขาย ได้แก่ การ ให้บริการบำรุงรักษา โดยให้บริการลูกค้าอย่างใกล้ชิดในระหว่างที่อยู่ในช่วงรับประกันสินค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจใน คุณภาพสินค้า ซึ่งสามารถขยายผลไปสู่การทำสัญญาบำรุงรักษากับลูกค้าในปีต่อไปหลังจากหมดช่วงการรับประกันสินค้า



### 3.3.2 การตลาดและภาวะการแข่งขัน

#### 3.3.2.1 การตลาด

##### กลยุทธ์การแข่งขัน

###### (1) ด้านสินค้าและบริการ

สายธุรกิจ EIT ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียง เช่น SAS, Ultimus, Microsoft (เป็น Certified Partner) โดยสินค้าของบริษัทฯ มีคุณภาพ ได้รับการยอมรับอย่างสูงจากลูกค้า นอกจากนี้ ทางสายธุรกิจ EIT ยังมีจุดเด่นในการสร้างความแตกต่างในการนำเสนอเทคโนโลยีที่ดีที่สุด (Solution) ในการแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า มีความชำนาญและมีศักยภาพในการบริหารโครงการ มีทีมงานที่มีประสบการณ์ในการพัฒนาซอฟต์แวร์ รวมถึงมีทีมงานพัฒนาซอฟต์แวร์จากสายธุรกิจ ISD (International Software Development) ซึ่งให้การสนับสนุนในกรณีที่ต้องการผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าโดยเฉพาะสินค้าของบริษัทฯ จะรับประกันเป็นระยะเวลาตามที่ตกลงกับลูกค้า นอกจากนี้ทางทีมงานเน้นการให้ความสำคัญและใส่ใจในความต้องการของลูกค้า โดยเฉพาะด้านคุณภาพการให้บริการก่อนและหลัง การขายในเวลาอันรวดเร็ว โดยทีมงานจะต้องเข้าใจในธุรกิจเพื่อนำเสนอสินค้าและบริการที่ดีที่สุด การส่งมอบตรงเวลา ทำให้บริษัทฯ มีชื่อเสียงที่ดีและได้รับการยอมรับจากลูกค้าเสมอมา

###### (2) ด้านพนักงาน

บริษัทฯ มีนโยบายที่จะพัฒนาตนเองให้ทันเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอเพื่อให้มีความสามารถแนะนำและรองรับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของลูกค้าและตลาด จึงเน้นพัฒนาคุณภาพของพนักงานรวมถึงการทำงานเป็นทีม การรับรู้และการปรับตามการเคลื่อนไหวตัวของธุรกิจไอ ซีทีอย่างทันทั่วถึงและต่อเนื่องส่วนหนึ่งได้จากการเป็น Certificate Partner จากเจ้าของผลิตภัณฑ์ ทำให้ทีมงานมีความยืดหยุ่นในการทำงานสามารถปรับตัวให้สอดคล้องกับ ความเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีได้อย่างดี โดยทีมงานของ EIT มีบุคลากรที่ได้รับประกาศนียบัตรผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีจาก Microsoft และผู้เชี่ยวชาญด้านผลิตภัณฑ์จาก Hardware Vendors (HP, IBM, SUN) ที่สามารถให้บริการลูกค้า ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

###### (3) ด้านการบริหารต้นทุน

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

###### (4) ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า

สายธุรกิจ EIT มีการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าโดยการทำความเข้าใจลูกค้าค้นหาความต้องการและทำการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า ทำให้มีโอกาสสร้างงานจากลูกค้ารายเดิมเพิ่มขึ้น ทางสายธุรกิจ EIT มีอัตราได้รับงานซ้ำจากลูกค้ารายเดิมสูงถึงร้อยละ 80

### ลักษณะของกลุ่มลูกค้าและช่องทางการจัดจำหน่าย

ทางสายธุรกิจ EIT มีการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ชัดเจน คือ หน่วยงานราชการและรัฐวิสาหกิจ โดยเฉพาะหน่วยงานขนาดใหญ่ เช่น บมจ. กสท โทรคมนาคม บมจ. ทศท คอร์ปอเรชั่น บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด การไฟฟ้าฝ่ายผลิต การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค การไฟฟ้านครหลวง เป็นต้น เนื่องจากหน่วยงานเหล่านี้มีงบประมาณในการลงทุนทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศค่อนข้างสูงเพื่อใช้ในการปรับปรุงการทำงานให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ บริษัทฯ มีจุดแข็งในด้านความรู้ความชำนาญและประสบการณ์ที่ยาวนานมากกว่า 25 ปี ในธุรกิจนี้ จึงทำให้ลูกค้ากลุ่มนี้มีความมั่นใจในการเลือกให้บริษัทฯ เป็นผู้ดำเนินการ

รายได้ส่วนใหญ่ของสายธุรกิจ EIT มาจากภาครัฐราชการและรัฐวิสาหกิจซึ่งทางสายธุรกิจ EIT จะเข้าไปทำการประกวดราคา ขั้นตอนโดยทั่วไปจะให้พนักงาน Pre-Sale เข้าไปทำแนะนำทางด้านเทคนิค และระบบใหม่ ๆ ให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเล็งเห็นความสำคัญและประโยชน์ของการใช้ระบบต่าง ๆ ในการทำงาน จากนั้นหากลูกค้ามีความสนใจสินค้าและบริการ ทางสายงานจะจัดส่งพนักงานขายเข้าไปเจรจาต่อรองด้านราคาและเซ็นสัญญาโครงการเพื่อทำการประกวดราคาหรือปิดงานต่อไป โดยมีเป้าหมายสัดส่วนรายได้จากลูกค้าภาครัฐราชการและรัฐวิสาหกิจร้อยละ 70 และภาคเอกชนร้อยละ 30 และโครงการที่บริษัทฯ ประมูลงานได้คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 75 ของโครงการทั้งหมดที่เข้าร่วมประมูล

กลุ่มลูกค้า	สัดส่วนรายได้ (ร้อยละ)
ราชการและรัฐวิสาหกิจ	70
เอกชน	30
รวม	100

### 3. 3.2.2 ภาวะการแข่งขันและแนวโน้มอุตสาหกรรม

#### ภาพรวมของอุตสาหกรรม

ตลาดรวมของธุรกิจสารสนเทศในประเทศไทย	มูลค่า (ล้านบาท)		อัตราเติบโต (มูลค่า Y/Y (%))	
	2551	2552/F	2550/2551	2551/2552
1 ตลาดฮาร์ดแวร์	75,720	75,743	11.1	0.0
2 ตลาดซอฟต์แวร์	62,937	66,117	11.2	5.1
3 ตลาดบริการด้านคอมพิวเตอร์	24,981	28,521	17	14
ตลาดรวมธุรกิจไอที	223,506	236,912	11.9	6

ที่มา : จัดทำโดยสำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (SIPA) และสมาคมอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศไทย

สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (ซิป้า) สมาคมอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศไทย (ATCI) ได้จัดให้มีการสำรวจตลาดเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (Information and Telecommunication Technology : ICT) ของประเทศไทยปี 2551-52 ขึ้น โดยมอบให้เนคเทคร่วมกับสำนักงานสถิติแห่งชาติทำการสำรวจเพื่อประเมินมูลค่าตลาด ICT ซึ่งครอบคลุม 4 ตลาดหลักคือ ตลาดฮาร์ดแวร์ ตลาดซอฟต์แวร์ ตลาดบริการด้านคอมพิวเตอร์ และตลาดอุปกรณ์ด้านการสื่อสาร

ผลการสำรวจตลาด ดังแสดงในตาราง พบว่า ตลาด IT มีมูลค่ากว่า 2.3 แสนล้านบาท (236,506 ล้านบาท) โดยตลาดฮาร์ดแวร์ถือครองส่วนแบ่งสูงที่สุดอยู่ที่ร้อยละ 31.97 ในขณะที่ตลาดซอฟต์แวร์มีอัตราอยู่ที่ร้อยละ 28 ในส่วนของตลาดบริการด้านคอมพิวเตอร์มีอัตราอยู่ที่ร้อยละ 12 ซึ่งมีการสำรวจกลุ่มธุรกิจ ใน 5 กิจกรรม ได้แก่ การให้เช่าคอมพิวเตอร์ การให้คำปรึกษาด้านฮาร์ดแวร์ การให้บริการด้านการประมวลผลข้อมูล การให้บริการกิจกรรม ที่เกี่ยวกับฐานข้อมูล และกิจกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับคอมพิวเตอร์ โดยตลาดด้านการบริการ (Service) เจริญเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว

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

### ภาวะการแข่งขันของสายที่ปรึกษาและรวบรวมระบบ (EIT)

ในปัจจุบันองค์กรต่าง ๆ ให้ความสำคัญในการใช้ไอทีเข้าไปเสริมสร้างประสิทธิภาพในการทำงานมากขึ้น โดยเฉพาะองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ ซึ่งมีแนวโน้มที่จะใช้บริการจากผู้ชำนาญธุรกิจที่ปรึกษาและรวบรวมระบบคอมพิวเตอร์มากขึ้น เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการพัฒนาระบบงานสารสนเทศภายในองค์กรตนเอง นอกจากนี้ ในด้านผู้ผลิตก็มีการพัฒนาสินค้าและเทคโนโลยีใหม่ ๆ อยู่ตลอดเวลาเพื่อเป็นการกระตุ้นตลาดและตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ที่มีความต้องการระบบที่จะสามารถช่วยทำงานและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันเชิงธุรกิจ ซึ่งนับเป็นโอกาสสำหรับสายธุรกิจ EIT ในการขยายธุรกิจ ทำให้แนวโน้มของธุรกิจที่ปรึกษาและรวบรวมระบบคอมพิวเตอร์ยังมีอัตราการเจริญเติบโตที่ต่อเนื่อง ต่อเนื่อง ภาวะการแข่งขันในปัจจุบันค่อนข้างสูง โดยมีบริษัทคู่แข่งซึ่งทำธุรกิจและมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ใกล้เคียงกันได้แก่ บริษัท ซีดีจี ซิสเต็มส์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทในเครือของบริษัท ซีดีจี กรุ๊ป จำกัด บริษัท สยามเทลเทคคอมพิวเตอร์ จำกัด บริษัท สยามเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เป็นต้น ซึ่งแต่ละบริษัทจะมีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์เฉพาะด้านต่างกันไปโดยที่บริษัท ฯ มีจุดแข็งในด้านประสบการณ์ในธุรกิจที่มีกว่า 25 ปี ทำให้เข้าใจความต้องการของลูกค้า เข้าใจในธุรกิจและมีความเชี่ยวชาญในระบบงานของลูกค้าและมีประวัติการทำงานซึ่งเป็นคุณสมบัติหนึ่งที่ภาครัฐบาลกำหนด ทำให้บริษัท ฯ ได้เปรียบในเชิงการแข่งขันสามารถมีลูกค้าเพิ่มมากขึ้น

### 3.3.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

เนื่องจากสายธุรกิจ EIT ดำเนินงานโดยให้คำปรึกษาและรวบรวมระบบให้กับลูกค้า ดังนั้น วิธีการจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการจึงเป็นส่วนหนึ่งของขั้นตอนในการทำงานขั้นตอนที่ 4 โดยมีรายละเอียด ดังนี้

สายธุรกิจ EIT จะทำการสั่งซื้อสินค้าที่ต้องรวบรวมให้กับลูกค้าเมื่อได้รับการสั่งซื้อจากลูกค้าแล้ว โดยไม่มีการเก็บสินค้าคงเหลือ การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ สามารถแบ่งได้เป็นดังนี้

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

**ซอฟต์แวร์** หากเป็นซอฟต์แวร์ที่เป็นตัวแทนจำหน่ายเอง จะจัดหาโดยการติดต่อเป็นผู้แทนของซอฟต์แวร์นั้น ๆ โดยจ่ายค่าสัญญาการเป็นตัวแทนจำหน่ายให้กับบริษัทผู้ผลิต โดยจ่ายค่าลิขสิทธิ์ตามยอดขาย หากต้องการผู้เชี่ยวชาญในการพัฒนาและติดตั้ง บริษัท จะนำสายธุรกิจ ISD (International Software Development) มาพัฒนาและติดตั้ง

**การให้บริการ** มีการให้บริการด้วยตนเองหรือมีการใช้ผู้เชี่ยวชาญจากผู้ผลิตรวม รวมถึงการซื้อบริการต่อจากผู้ให้บริการอื่น (Outsource) โดยสายธุรกิจ EIT มีปัจจัยในการพิจารณาเลือกบริษัทที่ทำซื้อบริการต่อ คือ ราคาและความชำนาญสำหรับงานนั้น ๆ

สำหรับบุคลากรของสายธุรกิจ EIT ที่ผ่านมามีบุคลากรผู้มีความเชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ ที่อยู่กับบริษัทฯ มาอย่างยาวนานและสามารถให้คำแนะนำและพัฒนาพนักงานรุ่นใหม่ ๆ เพื่อให้สามารถทำงานให้กับบริษัทฯ ได้อย่างมีประสิทธิภาพได้ในระยะเวลาอันรวดเร็ว โดยสายธุรกิจ EIT สามารถจัดหาบุคลากรได้จากในสายอุตสาหกรรมไอทีทั่วไปและจากการพัฒนาผู้สำเร็จการศึกษาใหม่ ๆ ในสาขาที่เกี่ยวข้องกัน ในปัจจุบันมีบุคลากรทั้งสิ้นจำนวน 20 คน โดยบุคลากรมีประกาศนียบัตรผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีจากบริษัทเจ้าของสินค้า และผู้เชี่ยวชาญด้านผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ ยังมีบุคลากรผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ทั้งด้านการออกแบบ ด้านเทคโนโลยี รวมถึงการตลาดอีกด้วย

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

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

#### 3.4.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

สายธุรกิจ AR ดำเนินงานภายใต้บริษัท IRCP ประกอบธุรกิจเป็นผู้ผลิตซ้ำซอฟต์แวร์ให้กับ Microsoft ประเภทรับจ้างผลิต OEM ของ Microsoft มีขั้นตอน คือ บริษัทฯ เป็นผู้จัดหาวัตถุดิบ จัดทำโปรแกรมที่ได้รับจาก Microsoft จากนั้นส่งโปรแกรมไปให้โรงงานที่ได้รับอนุญาตจาก Microsoft เป็นผู้ลงโปรแกรมใส่แผ่นซีดี แล้วนำแผ่นซีดีนั้นกลับมาปิดฉลากแสดงสิทธิกันปลอม (Certificate of Authenticity) ที่ทำจากเทคโนโลยีของ Microsoft โดยเฉพาะ และใช้เครื่องจักรที่ Microsoft กำหนด ซึ่งการใส่รหัสลงในฉลากรักษาความปลอดภัยนี้ถือเป็นขั้นตอนในการผลิตซ้ำซอฟต์แวร์ หากไม่มีรหัส จะไม่สามารถใช้โปรแกรมได้ หลังจากนั้นทำการบรรจุหีบห่อและจำหน่าย ปัจจุบันทางสายธุรกิจ AR เป็นผู้ผลิตซ้ำซอฟต์แวร์ให้กับ Microsoft แต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทยมานานกว่า 16 ปี

นอกจากการบริการรับจ้างผลิตซ้ำซอฟต์แวร์ให้กับลูกค้าแล้ว สายธุรกิจ AR ยังให้บริการทางด้านงานพิมพ์ เครื่องหมายหรือตราสินค้าบนวัตถุผิวโค้ง เช่น แป้นพิมพ์คีย์บอร์ด แก้วหรือพลาสติก ตามที่ลูกค้ากำหนด เป็นต้น และมีการให้บริการทำเมนูภาษาไทย (Localization) สำหรับกล่องดีวีดีดอลเบรนต์ตั้งจากญี่ปุ่นอีกด้วย

#### 3.4.2 การตลาดและภาวะการแข่งขัน

สัดส่วนรายได้ของทางสายธุรกิจ AR ในปี 2552 ส่วนใหญ่มาจากการผลิตซ้ำซอฟต์แวร์ของ Microsoft คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 97.7 ในขณะที่งานพิมพ์เครื่องหมายหรือตราสินค้าบนวัตถุผิวโค้งมีการเติบโตที่ลดลงเล็กน้อย โดยมีสัดส่วนร้อยละ 1.5 และการให้บริการทำเมนูภาษาไทยสำหรับกล่องดีวีดีดอล นั้นมีสัดส่วนร้อยละ 0.8 ซึ่งมีการหยุดสายการผลิตในส่วนนี้ตั้งแต่ไตรมาสแรกของปีที่ผ่านมา เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี ดังนั้น ทางสายธุรกิจ AR จึงมีนโยบายการตลาดมุ่งเน้นงานทางด้านการผลิตซ้ำซอฟต์แวร์ของ Microsoft เป็นหลัก โดยมุ่งเน้นขยายตลาดออกไปยังต่างประเทศในภูมิภาคใกล้เคียง ส่วน สายผลิตภัณฑ์การพิมพ์บนวัตถุผิวโค้ง นั้นจะเป็นตลาดเฉพาะสำหรับคีย์บอร์ดที่ผลิตเป็นจำนวนน้อย จึงไม่มีการเติบโตมากนักเนื่องมาจากการให้บริการที่บริษัทฯ ให้กับลูกค้าในส่วนนี้จะเน้นการแก้ไขปัญหาสำหรับคีย์บอร์ดที่ยังไม่ได้พิมพ์ตัวอักษรภาษาไทยบนแป้นพิมพ์ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ ที่หากมีจำนวนมากผู้ผลิตตั้งต้นมักจะพิมพ์มาให้แล้ว สำหรับนโยบายด้านลูกค้า จะ เน้นการผลิตได้อย่างรวดเร็ว มีคุณภาพได้มาตรฐานตามที่ลูกค้ากำหนด มีบริการหลังการขาย นอกจากนี้ สายธุรกิจ AR ได้จัดให้มีขั้นตอนการทำงานอย่างเป็นระบบรวมถึงมีระบบการตรวจสอบคุณภาพและรวบรวมสถิติที่ได้มาตรฐาน และมีการจัดทำแบบประเมินความพึงพอใจจากลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ โดยโรงงานที่ผลิตเป็นโรงงานที่ได้มาตรฐานผ่านการตรวจสอบ ทั้งจาก Microsoft และบริษัทผู้ให้บริการรับรองระบบคุณภาพมาตรฐาน ISO 9000:2000

##### 3.4.2.1 การตลาด

##### กลยุทธ์การแข่งขัน

##### (1) ด้านสินค้าและบริการ

สายธุรกิจ AR เน้นการให้บริการผลิตสินค้าและการให้บริการที่มีคุณภาพสูงโดยทางสายธุรกิจ AR ได้รับการอภเกรตใบรับรองด้านคุณภาพจาก ISO 9002 version 1994 เป็น ISO 9000:2000 เมื่อวันที่ 15 ธันวาคม 2546 ซึ่งเป็น

มาตรฐานของ NAC (National Accreditation Council) และ UKAS (United Kingdom Accreditation Service) โดยได้รับการรับรองมาตรฐานครอบคลุมทุกส่วนการผลิตทั้งในด้านการผลิตซ้ำซอฟต์แวร์ที่มีลิขสิทธิ์และด้านวัสดุหีบห่อ (Duplication of license software and computer packing accessories) รวมถึงการสกรีนเครื่องหมายบนวัสดุผิวโค้ง (PAD Printing) ด้วย นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้รับการประเมินผลการปฏิบัติงาน (Performance Evaluation) จาก Microsoft จนได้รับรางวัล Commitment to Excellence ประจำปี 2004 และได้รางวัล System Builder Channel AR Performance Award ทุกเดือนตลอดปี 2550-2551 ซึ่งเป็นเครื่องยืนยันคุณภาพและความพึงพอใจของ Microsoft ที่มีต่อบริษัทได้เป็นอย่างดี

ทางสายธุรกิจ AR มีการสำรวจระดับความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction Level) ทุกปี โดยทำแบบสอบถามไปถึงลูกค้าโดยตรงเพื่อให้คะแนนในหัวข้อต่าง ๆ ที่ทางสายธุรกิจ AR คาดว่าเป็นปัจจัยสำคัญ เช่น คุณภาพสินค้า ราคา การจัดส่งและการให้บริการ เป็นต้น เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงและพัฒนากระบวนการผลิตให้ลูกค้ามีความพึงพอใจสูงสุด ซึ่งผลการสำรวจตลอดปี 2552 ที่ผ่านมามีพบว่า ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจในเกณฑ์ ดี ถึง ดีมาก เฉลี่ยถึงร้อยละ 92

เนื่องจากสายธุรกิจ AR ประกอบธุรกิจหลัก คือ การผลิตซ้ำซอฟต์แวร์ของ Microsoft ซึ่งขายให้กับลูกค้าตามที่ Microsoft เป็นผู้กำหนดให้ โดย Microsoft Licensing ประเทศสหรัฐอเมริกา จะเป็นผู้มอบหมายนโยบายให้กับ Microsoft ประเทศไทยซึ่งเป็นตัวแทนในประเทศ เพื่อให้เป็นผู้กำหนดนโยบายทางด้านการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ รวมถึงการปราบปรามซอฟต์แวร์ที่ผิดกฎหมายอีกทอดหนึ่ง ดังนั้น นโยบายการตลาดส่วนใหญ่จะถูกกำหนดโดย Microsoft โดยหากในปีใด ทาง Microsoft มีนโยบายการปราบปรามซอฟต์แวร์ละเมิดลิขสิทธิ์อย่างเข้มงวด ก็จะมีผลกระทบต่อรายได้ของสายธุรกิจโดยตรงไปด้วย ในขณะที่เดียวกัน สำหรับผลิตภัณฑ์หรือรุ่นสินค้าของ Microsoft ซึ่งมีออกมาใหม่เป็นระยะเพื่อกระตุ้นและตอบสนองความต้องการของลูกค้า สายธุรกิจ AR ก็จะได้รับความสะดวกใจให้เป็นผู้ผลิตซ้ำซอฟต์แวร์เหล่านั้น ทำให้สายธุรกิจ AR สามารถผลิตผลิตภัณฑ์ได้หลากหลายและมียอดขายเพิ่มขึ้น อย่างเช่น ในช่วงปลายปี พ.ศ. 2552 นี้ ทาง Microsoft ได้ออกผลิตภัณฑ์ใหม่ในตระกูล Windows 7 ที่มีขีดความสามารถสูง และใช้งานง่าย ตลอดจนการลดข้อจำกัดของสภาพแวดล้อมด้านโปรแกรมประยุกต์ และระบบควบคุมและวางแผนด้านทรัพยากรขององค์กร ที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

## (2) ด้านการลดต้นทุนการผลิต

บริษัทฯ มีการดำเนินงานตามมาตรฐานที่ทาง Microsoft กำหนด ในปี พ.ศ. 2552 มีปริมาณของเสียโดยรวมต่ำกว่า 200 PPM (200 ขึ้นต่อ 1,000,000 ชิ้น) เช่นเดิม ซึ่งของเสียในการผลิต เช่น กาวเปื้อนบนแผ่นซีดี หรือ ฉลากกันปลอมหรือบรรจุภัณฑ์ไม่สมบูรณ์ เป็นต้น โดยในปี พ.ศ. 2552 ยังคงเป้าหมายที่จะลดของเสียลงให้ต่ำกว่า 200 PPM เนื่องจากในช่วงปลายปี 2552 ที่ได้มีการเปลี่ยนแปลงขบวนการใหม่บางส่วนโดยเฉพาะอย่างยิ่งผลิตภัณฑ์ของไมโครซอฟต์ เพื่อป้องกันการปลอมแปลง ทำให้ขั้นตอนการผลิตอาจยุ่งยากขึ้นมาบ้าง ซึ่งอาจส่งผลให้เกิดของเสียเพิ่มขึ้นในช่วงดังกล่าวได้ จึงมิได้ปรับเปลี่ยนเป้าหมายจากปีที่ผ่านมา โดยปัจจัยสำคัญ คือ พนักงานที่เกี่ยวข้องในแต่ละขบวนการจะต้องได้รับการฝึกอบรมให้เข้าใจและสามารถปฏิบัติตามขั้นตอนได้อย่างถูกต้อง รวมทั้งมีการปรับปรุงขบวนการในการผลิต ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งส่งผลให้การทำงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ รวดเร็วขึ้น ในขณะที่ของเสียลดลง นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้ดำเนินการตามแผนการลดต้นทุนวัตถุดิบลง โดยยังคงเป้าหมายไว้ที่ 3% ต่อจากปีที่ผ่านมา ทั้งนี้ ในปี 2552 สามารถทำได้ 4.89% ซึ่งเป็นผลจากการวิเคราะห์ตลาดและการวางแผนจัดการวัตถุดิบอย่างมีประสิทธิภาพ โดยความ

พยายามรวมการสั่งซื้อให้มีปริมาณมากต่อครั้ง และการเจรจาต่อรองด้านราคากับ Supplier ทำให้มีความประหยัดต่อขนาดสูง ทั้งนี้ ทุกเป้าหมายมีการติดตามและจัดเก็บเป็นดัชนีชี้วัด (KPI) อย่างต่อเนื่อง เป็นระบบ และสอดคล้องกับนโยบายโดยรวมของบริษัทฯ ทำให้มั่นใจได้ว่าปีต่อไป ต้นทุนการผลิตจะสามารถลดลงได้อย่างแน่นอน

#### **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 2552 สายธุรกิจ AR มีสัดส่วนรายได้จาก DSP ประมาณร้อยละ 95

(2) บริษัทผู้ผลิตคอมพิวเตอร์ ในประเทศ (PC OEMers) ที่ได้ซื้อลิขสิทธิ์โดยตรงกับ Microsoft USA ซึ่งในปัจจุบันมีลูกค้าที่ Microsoft เป็นผู้กำหนดจำนวน 2 บริษัท โดยในปี 2552 มีสัดส่วนรายได้จากลูกค้ากลุ่มนี้ ร้อยละ 5

ส่วนงานด้านการพิมพ์เครื่องหมายหรือตราสินค้าบนวัตถุผิวโค้ง ส่วนใหญ่เป็นการให้บริการกับกลุ่มของลูกค้า Microsoft เช่น งานการพิมพ์ตัวหนังสือภาษาไทยลงบนแป้นพิมพ์ เป็นต้น นอกจากนี้ อาจจะมีลูกค้าเพิ่มเติม คือ ผู้ผลิตเครื่องภายในประเทศที่ต้องการพิมพ์ตราสินค้าของตัวเอง

### **3.4.2.2 ภาวะการแข่งขันและแนวโน้มอุตสาหกรรม**

#### **ภาวะการแข่งขัน**

ซอฟต์แวร์ปฏิบัติการและซอฟต์แวร์ประยุกต์ ของ Microsoft เป็นสินค้าที่มีผู้ใช้งานสูงสุดในตลาดซอฟต์แวร์ของประเทศไทย และเนื่องจากทางสายธุรกิจ AR ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นผู้ผลิตซ้ำซอฟต์แวร์ของ Microsoft เพียงรายเดียวในประเทศไทย ดังนั้น ปัจจุบันบริษัทฯ ครองตลาด 100 % สำหรับสินค้าที่มีลิขสิทธิ์ที่ถูกต้อง อย่างไรก็ตาม ลูกค้าในประเทศไทยมีทางเลือกที่จะซื้อสินค้าจากผู้ผลิตซ้ำซอฟต์แวร์ประเทศสิงคโปร์และมาเลเซีย ที่ได้รับอนุญาตจาก Microsoft คือ บริษัท International Press Softcom Limited และ Mentor Media Limited แต่สายธุรกิจ AR มีความได้เปรียบทางด้านสถานที่ตั้งโรงงานผลิตซ้ำ และบรรจุหีบห่อที่อยู่ในประเทศไทย ทำให้ไม่ต้องเสียค่าขนส่งจากต่างประเทศและไม่มีค่าภาษีอากรสำหรับการนำเข้าจากต่างประเทศ อีกทั้งตั้งแต่ปี 2550 ไมโครซอฟต์ได้มีการปรับเปลี่ยนวิธีการดำเนินการธุรกิจ และการชำระค่าลิขสิทธิ์ของกลุ่ม DSP ซึ่งจะทำให้บริษัทในกลุ่ม DSP นี้สต็อกสินค้าน้อยลง จะทำให้ปริมาณการสั่งซื้อในแต่ละครั้งลดลง และส่งผลให้ ค่าขนส่งต่อหน่วยสูงขึ้นอีกหากนำเข้าจากต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีคู่แข่งทางอ้อมที่สำคัญ คือ ซอฟต์แวร์ละเมิดลิขสิทธิ์ซึ่งมีราคาที่ถูกกว่าและครองส่วนแบ่งการตลาดประมาณร้อยละ 80

#### **แนวโน้มอุตสาหกรรมการผลิตซ้ำซอฟต์แวร์**

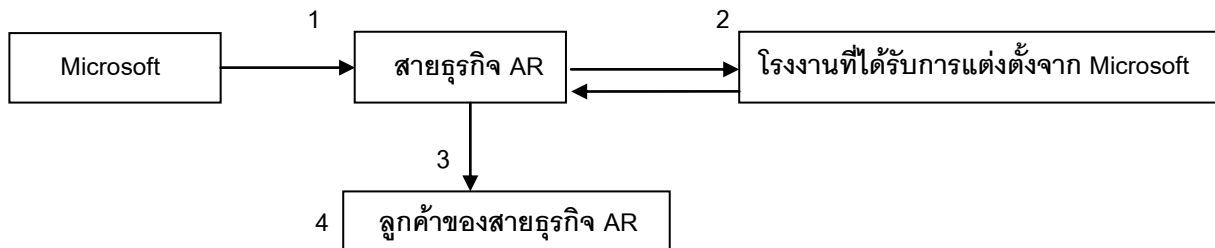
จากการที่ซอฟต์แวร์ที่ผลิตซ้ำเป็นซอฟต์แวร์ของ Microsoft ทั้งระบบปฏิบัติการและซอฟต์แวร์ประยุกต์ ซึ่งผลิตให้กับ OEMERS และ DSP โดยตรง เป็นซอฟต์แวร์ที่ครองส่วนแบ่งการตลาดอันดับหนึ่ง ดังนั้น การพิจารณายอดขายซอฟต์แวร์จึงสามารถพิจารณาได้จากยอดขายของจำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์ที่จำหน่ายในประเทศเป็นหลัก

โดยในช่วงปี 2545 – 2551 มีอัตราการเติบโตของตลาดพีซีไม่ต่ำกว่าปีละ 10-20% ยกเว้นปี 2552 ที่ทั่วโลกประสบภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ ส่งผลให้ช่วงต้นปี มีอัตราการเติบโตติดลบ อย่างไรก็ตามจากแนวโน้มเศรษฐกิจช่วงปลายปีมีสัญญาณบวกทั้งจากงบประมาณภาครัฐและความแรงของ Windows 7 ทำให้สามารถประมาณการได้ว่าในปี 2553 อัตราการเติบโตก็จะอยู่ในราว 10-20% ขึ้นไป ซึ่งจะส่งผลให้การเติบโตของหน่วยงานผลิตซ้ำซอฟต์แวร์มีการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องเช่นกัน

นอกจากนั้น ในช่วงปลายปี 2552 ทางภาครัฐได้มีมาตรการในการปราบปรามซอฟต์แวร์ละเมิดลิขสิทธิ์ ทำให้ซอฟต์แวร์ละเมิดลิขสิทธิ์ดังกล่าวลดลงอย่างมีนัยสำคัญซึ่งจะส่งผลดีต่อตลาดซอฟต์แวร์และธุรกิจผลิตซ้ำซอฟต์แวร์ของสายธุรกิจ AR โดยรวม

### 3.4.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

ทางสายธุรกิจ AR เป็นผู้รับจ้างผลิตซ้ำซอฟต์แวร์ให้กับ Microsoft และสายธุรกิจ ISD โดยมีขั้นตอนการทำงานและการจัดหาผลิตภัณฑ์ ดังนี้



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

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

ส่วนเครื่องจักรที่สั่งซื้อในประเทศ ได้แก่ เครื่องอบห่อสินค้าจำนวน 2 เครื่อง และเครื่องสกรีนบนวัตถุผิวโค้ง 2 เครื่อง โดยมีบุคลากรในสายธุรกิจ AR ทั้งหมด 10 คน มีกำลังการผลิตซอฟต์แวร์และปริมาณการผลิตจริงมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปีตามความต้องการของตลาด ดังแสดงในตาราง



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

หัวข้อ	ปี 2549	ปี 2550	ปี 2551	ปี 2552
กำลังการผลิต (จำนวนแผ่น)	260,000	260,000	260,000	260,000
ปริมาณการผลิตจริง (จำนวนแผ่น)	132,106	164,963	198,443	179,833

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. 2549 - 2552 แสดงดังตารางด้านล่าง

(หน่วย : ร้อยละ)

วัตถุดิบ	ปี 2549	ปี 2550	ปี 2551	ปี 2552
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 สัดส่วนของการซื้อวัตถุดิบจากแหล่งวัตถุดิบ จากต่างประเทศและในประเทศ ปี พ.ศ. 2549 - 2552 เป็นดังนี้

(หน่วย : ร้อยละ)

แหล่งที่มาวัตถุดิบ	ปี 2549	ปี 2550	ปี 2551	ปี 2552
ต่างประเทศ	70	70	70	70
ในประเทศ	30	30	30	30
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

**หมายเหตุ** สัดส่วนการพึ่งพาวัตถุดิบจากต่างประเทศในช่วง 4 ปีที่ผ่านมา มีสัดส่วนคงที่ และจะยังคงมีแนวโน้มเช่นนี้ต่อไปในป็นข้างหน้า เนื่องจากรูปแบบผลิตภัณฑ์โดยเฉพาะอย่างยิ่ง Windows 7 ยังคงรูปแบบของผลิตภัณฑ์คล้ายคลึงกับ Windows Vista และ Windows XP ที่เพิ่งยกเลิกสายการผลิตไปเมื่อกลางปีที่ผ่านมา

### 3.4.4 สัญญาสำคัญที่เกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจการผลิตซ้ำซอฟต์แวร์

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

บริษัท	บริษัทอินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล	รีเสิร์ช คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
คู่สัญญา บริษัท	MICROSOFT LICENSING, GP	
สัญญาเลขที่	5000027846	
วันเริ่มต้นของสัญญา	1 กรกฎาคม 2551	
ระยะเวลาของสัญญา	สิ้นสุดเมื่อมีการยกเลิกสัญญาหรือ 30 มิถุนายน 2553	
ค่าตอบแทน	ไม่มี	
สาระสำคัญ	เป็นสัญญาที่ระบุข้อตกลงในการผลิตซ้ำซอฟต์แวร์และการให้บริการทั่วไปไม่เกี่ยวข้องกับ ช่องทางการจัดจำหน่าย โดยช่องทางการจัดจำหน่ายจะถูกแยกสัญญาออกเป็น 2 กลุ่ม ตามรายละเอียดของสัญญา 2 ฉบับข้างล่าง	

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

บริษัท	บริษัทอินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล	รีเสิร์ช คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
คู่สัญญา บริษัท	MICROSOFT LICENSING, GP	
สัญญาเลขที่	5160640024	
วันเริ่มต้นของสัญญา	1 กรกฎาคม 2552	
ระยะเวลาของสัญญา	สิ้นสุดเมื่อมีการยกเลิกสัญญาหรือ 30 มิถุนายน 2553	
ค่าตอบแทน	ไม่มี	
สาระสำคัญ	1. เป็นผู้ผลิตเฉพาะสินค้าประเภท OEM ได้แก่ ซอฟต์แวร์ปฏิบัติการและ ซอฟต์แวร์ประยุกต์ โดยขายให้แก่กลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้ผลิตเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ได้รับ อนุญาตโดยตรงจากไมโครซอฟต์ ( Name Account) ที่อยู่ในประเทศไทยและประเทศใน ภูมิภาคเอเชียทั้งหมด รวมถึงประเทศ ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์ ส่วนการขายวัตถุดิบ สามารถขายให้กับผู้ผลิตประเภทเดียวกันในต่างประเทศได้ 2. กรณีฉลากแสดงสิทธิ์กันปลอม (Certificate of Authenticity ,COA) หาย ในขณะที่ยัง อยู่ในความรับผิดชอบของบริษัทฯ จะต้องชดใช้ให้ไมโครซอฟต์ฉลากละ US\$ 50 ทุกกรณี	

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

บริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล รีเสิร์ช คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

คู่สัญญา บริษัท MICROSOFT LICENSING, GP

สัญญาเลขที่ 5160640025

วันเริ่มต้นของสัญญา 1 กรกฎาคม 2552

ระยะเวลาของสัญญา สิ้นสุดเมื่อมีการยกเลิกสัญญาหรือ 30 มิถุนายน 2553

ค่าตอบแทน ไม่มี

สาระสำคัญ

1. เป็นผู้ผลิตเฉพาะสินค้าประเภท OEM ได้แก่ ซอฟต์แวร์ปฏิบัติการและซอฟต์แวร์ประยุกต์ โดยขายให้แก่กลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้กระจายสินค้า DSP ที่ได้รับอนุญาตจากไมโครซอฟต์ (Delivery Service Partner) ที่อยู่ในประเทศไทยและประเทศในภูมิภาคเอเชียทั้งหมด รวมถึงประเทศ ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์ ส่วนการขายวัตถุดิบสามารถขายให้กับผู้ผลิตประเภทเดียวกันในต่างประเทศได้
2. กรณีฉลากแสดงสิทธิ์กันปลอม (Certificate of Authenticity ,COA) หาย ในขณะที่ยังอยู่ในความรับผิดชอบของบริษัทฯ จะต้องชดใช้ให้ไมโครซอฟต์ฉลากละ US\$ 50 ทุกกรณี

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

#### 3.5.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ช่องทางธุรกิจในตลาดสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added) เป็นธุรกิจที่มีการเติบโตสูงและต่อเนื่อง ที่ผ่านมา บริษัท ไอที ดิสทริบิวชั่น จำกัด (ITDC) โดยฝ่าย Professional Products Distribution Business Department (PD) ได้ดำเนินธุรกิจด้านการจัดจำหน่ายสินค้าไอทีและอุปกรณ์เครือข่ายสำหรับตลาดลูกค้าองค์กร (Corporate Customer) เน้นเนื้อหาของธุรกิจเพื่อให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและขั้นตอนการจัดจำหน่ายมาโดยตลอดโดยเน้นการให้บริการสนับสนุนก่อนและหลังการขายเพื่อเสริมจุดแข็งและปิดจุดพ้องให้กับดีลเลอร์เช่น ตลอดจนสร้างการบริการและโซลูชันใหม่ๆ การให้ข้อมูลสินค้าทั้งข้อมูลเทคนิคและข้อมูลเฉพาะของสินค้า (Technical Information and Specification) การร่วมกับดีลเลอร์ในการนำเสนอสินค้าและปิดการขาย การให้คำปรึกษา (Consultancy) การทำโซลูชันที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าแต่ละอุตสาหกรรม การออกแบบระบบ (System Design) การให้การสนับสนุนในด้านอุปกรณ์และบุคลากรในการทดสอบการใช้งานสินค้า (Proof of Concept or Product Testing) การมีสต็อกสินค้าเพื่อลดระยะเวลาการส่งสินค้าให้กับลูกค้า การบริการติดตั้งอุปกรณ์และระบบงาน การให้การอบรมด้านเทคนิคของสินค้าเป็นภาษาไทยให้แก่ดีลเลอร์และลูกค้า การแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นกับตัวสินค้าและโซลูชัน การบริการการซ่อมบำรุงตลอดจนการมีอุปกรณ์ทดแทนในช่วงเวลาการซ่อมอุปกรณ์เป็นต้น การบริการบริษัทเน้นการบริการที่สม่ำเสมอและต่อเนื่อง ในปีนี้บริษัทได้ปรับและจัดกลุ่มสินค้าที่จำหน่ายให้เหมาะสมกับสภาพตลาดดังนี้

- สินค้ากลุ่มระบบอุปกรณ์เครือข่ายและอุปกรณ์เครือข่ายโครงสร้างพื้นฐาน (Networking and Network Infrastructure)
- สินค้ากลุ่มระบบการสื่อสารไร้สายที่เน้นเรื่องความปลอดภัย (Secured Wireless Solution)
- สินค้ากลุ่มระบบความปลอดภัยข้อมูลไอที (IT Security)
- สินค้ากลุ่มระบบการเพิ่มประสิทธิภาพ/สมรรถภาพให้เครือข่าย (Network Performance Improvement Solution)
- สินค้ากลุ่ม Virtualization and Application Delivery System
- สินค้าด้านบริการหลังการขาย เช่น การติดตั้ง การอบรม และดูแลรักษาอุปกรณ์

นอกจากนี้บริษัทยังมีบริการเพื่อสนับสนุนการขาย เช่น

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

โดยมีรายละเอียดสินค้าและบริการดังนี้

### 3.5.1.1 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) และกำหนดนโยบายในการเข้าถึงอุปกรณ์แต่ละกลุ่มหรือแต่ละตัวสำหรับกลุ่มลูกค้าแต่ละกลุ่มซึ่งแต่ละกลุ่มนั้นหากเป็นผู้ใช้งานก็สามารถกำหนดเป็นรายบุคคลหรือสำหรับทรัพยากรนั้นก็ สามารถกำหนดเป็นรายอุปกรณ์ก็ได้ และทำหน้าที่บริหารจัดการการทำงานและตรวจตราสถานะภาพการทำงานของ อุปกรณ์ที่อยู่ในเครือข่าย

#### 2) ระบบสายส่งสัญญาณและระบบจัดการของ CommScope

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

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

### 3.5.1.2 สินค้ากลุ่มระบบเครือข่ายไร้สายที่เน้นเรื่องความปลอดภัย (Secured Wireless Solution)

ปีนี้บริษัทฯ จะให้ความสำคัญกับการสื่อสารไร้สายที่ให้ความสำคัญสูงซึ่งได้แยกการทำตลาดของสินค้ากลุ่มนี้ออกจากกลุ่ม สินค้ากลุ่มระบบอุปกรณ์เครือข่ายและอุปกรณ์เครือข่ายโครงสร้างพื้นฐาน ในปัจจุบันการทำงานแบบไร้สายและเคลื่อนที่นั้นมีความแพร่หลายที่สูงมากเนื่องจากให้ความสะดวกและความคล่องตัวในการทำงาน เครือข่ายสาธารณะที่ใช้ในการสื่อสารก็มีความเร็วสูงขึ้นและมีราคาลดลง พนักงานขององค์กรมีความคุ้นเคยกับการใช้งานแบบไร้สายมาแล้วจากการใช้งานที่บ้าน หรือจากสถานศึกษา หรือจากสถานที่สาธารณะอื่นๆ ก็จะเรียกใช้งานภาพแวดล้อมการทำงานที่เคยได้รับเข้ากับองค์กรที่ตนเองทำงานอยู่หรือนำมาใช้เองในที่ทำงานก็เป็นได้ ตลอดจนอุปกรณ์ไอทีที่จำหน่ายในท้องตลาดนั้นมีความสามารถของการสื่อสารแบบไร้สายมาพร้อมแล้วจากโรงงานผู้ผลิต การนำเอาอุปกรณ์ไอทีเหล่านี้มาใช้ในองค์กรเพื่อความสะดวกโดยไม่ตระหนักถึงข้อเสียหรือโทษของอุปกรณ์ไอทีเหล่านี้และองค์กรก็ไม่มีมาตรการที่เหมาะสมในการป้องกันอันตรายในการนำมาใช้งาน จึงกลายเป็นความจำเป็นที่หลายๆองค์กรต้องนำระบบการสื่อสารไร้สายมาใช้ในองค์กรอย่างเป็นทางการอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ตัวอย่างเช่นธนาคารซึ่งเดิมเคยเห็นว่าการใช้ระบบอุปกรณ์ไร้สายเป็นสิ่งต้องห้ามในองค์กรเพราะจะเป็นเป้าหมายและเป็นแหล่งที่มาของการบุกรุกและโจมตีจากบุคคลที่ไม่หวังดีต่างๆ แต่ปัจจุบันหลายๆธนาคารได้นำเอาระบบเครือข่ายไร้สายมาใช้ในองค์กรแล้ว การที่ธุรกิจต้องปรับวิธีการทำงานและการปรับปรุงสถานที่ทำงานเพื่อตอบสนองการสร้างความสามารถในการแข่งขันและการปรับตัวของธุรกิจซึ่งนับวันก็จะเกิดบ่อยและเร็วขึ้น เครือข่ายแบบมีสายไม่สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงที่เร็วอย่างนี้ได้ทันและยังมีค่าใช้จ่ายที่สูง เครือข่ายไร้สายจึงเข้ามาตอบความต้องการเหล่านี้แทน การใช้เครือข่ายผสมระหว่างเครือข่ายแบบมีสายและเครือข่ายไร้สายจึงเป็นทางเลือกที่เหมาะสมกับสถานะการณ์ปัจจุบัน สิ่งสำคัญของเครือข่ายแลนไร้สายก็คือต้องเป็นระบบที่ให้ความสำคัญที่สูงมากซึ่งบางครั้งอาจจะต้องสูงกว่าความปลอดภัยของระบบเครือข่ายแลนแบบมีสายอีกด้วย บริษัทฯ ได้นำเอาระบบเครือข่ายแลนไร้สายของอะรุบา (Aruba's secured wireless solution) มาจำหน่าย โดยระบบนี้ให้คุณสมบัติของความปลอดภัยแบบรวมศูนย์ทั้งเรื่องของการพิสูจน์ตัวตนผู้ใช้งาน การให้สิทธิแก่ผู้ใช้งาน การเข้ารหัส การป้องกันการบุกรุกไร้สาย การจัดการการใช้คลื่นสัญญาณเป็นต้น ซึ่งระบบความปลอดภัยแบบรวมศูนย์นี้จะให้ความสำคัญที่สูงกว่า การจัดการง่ายกว่า และการติดตั้งใช้งานที่ง่ายกว่าอีกด้วย ในปีนี้บริษัทฯ เน้นตลาดองค์กรที่มีสำนักงานสาขา ไซร์วม ไซต์งานนอกสถานที่และองค์กรที่ผู้บริหารหรือพนักงานเดินทางเพื่อทำธุรกิจมาๆ ซึ่งระบบของอะรุบามีคุณสมบัติที่จะตอบสนองการทำงานแบบนี้ทั้งในด้านความปลอดภัยของข้อมูล การนำมาใช้งานที่ง่ายไม่ยุ่งยาก และมีราคาที่เหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับทางเลือกอื่นที่มีในตลาด บริษัทฯ เห็นว่าสินค้ากลุ่มนี้จะมีการเติบโตที่สูงในปี 2553 และปีต่อไป

### 3.5.1.3 สินค้ากลุ่มระบบความปลอดภัยข้อมูลไอที (IT Security)

ระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูลขององค์กรเป็นความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องให้มีไว้โดยเฉพาะองค์กรที่จะต้องติดต่อกับโลกภายนอกไม่ว่าจะเป็นการติดต่อผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ระบบ Extranet หรือแม้แต่ระบบ Intranet ขององค์กร โดยเฉพาะเมื่อมีการนำเอาการสื่อสารไร้สายที่ไม่มีระบบรักษาความปลอดภัยที่เพียงพอเนื่องจากปัจจุบันนี้ภัยคุกคามต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น ไวรัส หนอน ม้าโทรจัน สปายแวร์ การดักรับข้อมูล ในรูปแบบต่าง ๆ หรือแม้แต่การโจมตีเพื่อให้ระบบหยุดทำงาน ภัยคุกคามเหล่านี้ล้วนส่งผลให้องค์กรต่าง ๆ ได้รับความเสียหายได้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่องค์กรจะต้องเสริมความปลอดภัยให้เครือข่ายมีความแข็งแกร่งมากที่สุด สินค้าและโซลูชันที่ ITDC เป็นตัวแทนจำหน่ายประกอบด้วย

### 1) ระบบความปลอดภัยไอทีของ Fortinet

ระบบความปลอดภัยไอทีของ Fortinet เป็นต้นแบบระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูลในรูปแบบของ UTM (Unified Threat Management) โดยได้รวบรวมเอาความสามารถทางด้านการรักษาความปลอดภัยในรูปแบบต่างๆ มาทำงานบนอุปกรณ์ตัวเดียว ไม่ว่าจะเป็น Anti-Virus, IDS-IPS, Web filtering, Anti-Spam, VPN IPsec, SSL-TLS และล่าสุด Fortinet ได้เพิ่มความสามารถของอุปกรณ์เครือข่ายหลายอย่างให้กับอุปกรณ์ UTM ความสามารถใหม่ๆ นี้ได้แก่การป้องกันข้อมูลรั่วไหล (Data Loss Prevention – DLP) การปรับสภาพการทำงานเครือข่าย WAN ให้เหมาะสม (WAN Optimization) การแจกแจงและควบคุมการทำงานของแอปพลิเคชัน (Application Control) การตรวจสอบข้อมูลจราจรที่เข้ารหัสแบบ SSL (SSL-Encrypted Traffic Inspection) และการแบ่งปริมาณข้อมูลให้กับลิงค์และเซิร์ฟเวอร์ให้มีความเหมาะสม (Load Balance) ซึ่งทำให้ Fortinet เป็นมากกว่าอุปกรณ์ UTM อื่นๆ ในตลาดหรือเป็น Super UTM นอกเหนือจากนี้การทำงานของ Fortinet ใช้ชุดของ ASIC Chip ซึ่งถูกออกแบบมาทำหน้าที่ดังกล่าวโดยเฉพาะ จึงทำให้การทำงานเร็วมีประสิทธิภาพ การเป็นระบบ UTM นั้นทำให้การลงทุนของลูกค้าต่ำเนื่องจากไม่ต้องซื้ออุปกรณ์หลายตัวเพื่อให้ความสามารถครบตามที่กล่าวซึ่งยังส่งผลให้การใช้และบริหารจัดการลดจนการดูแลอุปกรณ์ไม่ยุ่งยาก ไม่ต้องเรียนรู้อุปกรณ์หลายชนิดทำให้ไม่จำเป็นต้องมีบุคลากรในการดูแลอุปกรณ์หลายคน Fortinet เป็นอุปกรณ์ยี่ห้อเดียวที่ได้รับการรับรองประสิทธิภาพจาก ICSA ในด้าน Firewall, Anti-Virus, IDS-IPS, VPN IPsec และ SSL-TLS จึงมั่นใจได้ว่าการปกป้องข้อมูลที่สำคัญจากเหล่าร้ายร้ายต่างๆ บนอินเทอร์เน็ตเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพยิ่ง Fortinet ได้ออกแบบรุ่นต่างๆ ออกมาตั้งแต่ขนาดเล็กถึงใหญ่ จึงเหมาะสมกับการนำไปใช้งานกับทุกๆ ขนาดของหน่วยงานตั้งแต่องค์กรขนาดเล็กจนถึงระดับผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ดังนั้น Fortinet จึงเป็นอุปกรณ์ความปลอดภัยที่มีความสมราคา (Price Performance) ที่ดีที่สุดในตลาดเหมาะกับลูกค้าที่มีงบประมาณและมีจำนวนเจ้าหน้าที่ด้านไอทีจำกัด และนอกจากอุปกรณ์ Super UTM ที่กล่าวไปแล้ว Fortinet ยังมีระบบอุปกรณ์การเก็บล็อกจราจรข้อมูล วิเคราะห์และหาความสัมพันธ์ของข้อมูลจราจรเพื่อตรวจหาต้นตอการบุกรุก การรายงานและแจ้งเตือนการบุกรุกต่างๆ โดยจะเก็บรวบรวมจราจรข้อมูลที่ไหลผ่านอุปกรณ์ Fortinet ซึ่งระบบนี้จะเหมาะกับองค์กรตั้งแต่ขนาดเล็กไปจนถึงขนาดใหญ่ที่ต้องการวิเคราะห์ข้อมูลการโจมตีจากข้างนอกเครือข่ายที่จะเข้ามาในองค์กรหรือจากองค์กรจะออกไปโจมตีภายนอก

### 2) ระบบความปลอดภัยไอทีของ Enterasys

ระบบความปลอดภัยไอทีของ Enterasys ซึ่งจะประกอบด้วยอุปกรณ์ตรวจและดักจับการบุกรุกและการโจมตีต่างๆ (Intrusion Detection/Prevention System - Dragon IDS/IPS) อุปกรณ์ควบคุมการเข้าสู่เครือข่ายและตรวจสอบคุณสมบัติอุปกรณ์เครือข่าย (Network Access Control - NAC) และระบบจัดเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ล็อกและเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในเครือข่าย (Security Information and Event Management) การสร้างความสัมพันธ์ของข้อมูลเหล่านี้เพื่อหาสาเหตุและต้นตอของการบุกรุกและจัดการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น ระบบนี้เหมาะกับองค์กรขนาดใหญ่หรือองค์กรที่มีเครือข่ายที่ซับซ้อนมีอุปกรณ์เครือข่ายหลายประเภท

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

แม้ว่าองค์กรจะมีระบบการรักษาความปลอดภัยจากการโจมตีจากภายนอกแล้วก็ตามก็ยังมี ความจำเป็นที่ต้องดูแลความปลอดภัยของระบบ Workstations, Servers ตลอดจน Personnel Computer จำนวนมากที่อยู่ในเครือข่ายขององค์กรเนื่องจากไม่มีระบบไหนที่จะป้องกันการโจมตีได้ 100 เปอร์เซ็นต์มีโอกาสที่จะมี Virus ต่างๆ หลุดรอด

เข้ามาในเครือข่ายได้ซึ่งอาจจะติดมาจาก Notebook ที่พนักงานนำไปใช้นอกเครือข่าย หรือติดมาจากอุปกรณ์ภายนอกอื่นๆ เช่น แผ่น CD หรือ Flash Memory เป็นต้น BitDefender มีความสามารถในการตรวจจับไวรัสที่เข้ามาในอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ได้ดีกว่าและมากกว่าคู่แข่งอื่นๆ 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 ทำงานแล้วผู้ใช้งานจะแปลกใจว่าทำไมถึงพบไวรัสอยู่ในคอมพิวเตอร์จำนวนหลายๆตัวทั้งที่แต่ก่อนหน้านี้ไม่เคยมีไวรัสพวกนี้มาก่อนเลยนั่นเป็นเพราะซอฟต์แวร์ป้องกันไวรัสตัวที่เคยใช้งานอยู่ไม่สามารถตรวจพบไวรัสเหล่านี้ต่างหากไม่ใช่เพราะ BitDefender ปล่อยให้ไวรัสเหล่านี้หลุดเข้ามาในคอมพิวเตอร์ที่ใช้ นอกเหนือจากนี้ BitDefender ยังได้ปรับปรุงให้กะทัดรัดลงเพื่อให้ใช้ทรัพยากรให้น้อยลงและยังให้มีการทำงานแบบ Background Job และสามารถกำหนดขนาดทรัพยากรที่จะใช้ด้วยคือให้ทำงานอยู่ด้านหลังโดยให้ใช้ทรัพยากรน้อยๆเพื่อไม่ให้กระทบกับสมรรถนะของคอมพิวเตอร์เครื่องนั้นๆ

**3.5.1.4 Network Performance Improvement Solution** เป็นระบบช่วยเสริมประสิทธิภาพและเสถียรภาพของการทำงานของเครือข่ายเป็นผลให้การทำงานของ Application ต่างๆ ดีขึ้น 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 อื่นๆให้สามารถทำงานได้เร็วขึ้นเป็นการปรับการใช้ทรัพยากรเครือข่ายให้มีประโยชน์สูงสุดแก่องค์กรสอดคล้องกับนโยบายและลำดับความสำคัญทางธุรกิจ 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



3.5.1.5 Virtualization and Application Delivery System เป็นสินค้ากลุ่มใหม่ที่บริษัทมองเห็นโอกาสทางการตลาดและต้องการพัฒนาศักยภาพในการตอบสนองตลาดนี้ เนื่องจากว่าแนวโน้มในปัจจุบันในตลาดคือผู้ใช้งานมีการทำงานแบบห่างไกล นอกสถานที่และเดินทางมากขึ้นเช่นการทำงานจากบ้าน การทำงานจากสถานที่สาธารณะเช่นร้านอาหารหรือสถานพักผ่อนช่วงบั้นน้ำมัน การทำงานจากโรงแรม การทำงานระหว่างเดินทาง และอุปกรณ์ลูกข่ายที่ใช้ก็มีหลากหลายตั้งแต่โน้ตบุ๊ก เน็ตบุ๊ก Palm, iPhone, BlackBerry, Android, PCMobile เป็นต้น และการติดต่อกลับมาที่สำนักงานใหญ่ก็ต้องการมากกว่าการเข้าดูเว็บขององค์กร ดังนั้นการที่จะต้องมีระบบที่สามารถตอบสนองการทำงานแบบ Anywhere, Any Time และ Any Device จึงมีความจำเป็นต่อองค์กรที่จะหลีกเลี่ยงไม่ได้ บริษัทได้ขอเป็นตัวแทนและได้รับการแต่งตั้งให้จำหน่ายระบบ Virtualization and Application Delivery Solution ของ Citrix ตั้งแต่ปี 2553 เป็นต้นไป ซึ่ง Citrix มีระบบที่สามารถทำให้อุปกรณ์ลูกข่ายทั้งหลายดังกล่าวสามารถเรียกใช้งานแอปพลิเคชันที่อยู่บนเซิร์ฟเวอร์ที่ติดตั้งในสำนักงานใหญ่ขององค์กรจากสถานที่ใดก็ตามผ่านเครือข่ายขององค์กรหรือเครือข่ายสาธารณะได้ ซึ่งระบบดังกล่าวจะประกอบด้วยอุปกรณ์ Application Delivery System ซึ่งจะเพิ่มประสิทธิภาพและสมรรถนะของการส่งข้อมูลของเว็บแอปพลิเคชันระหว่างสำนักงานใหญ่กับเครื่องลูกข่ายผ่านเครือข่ายระยะไกล อุปกรณ์ Access Gateway เป็นระบบที่ทำให้การสื่อสารหรือการเชื่อมต่อระหว่างสำนักงานใหญ่กับเครื่องลูกข่ายผ่านเครือข่ายระยะไกลมีความปลอดภัยที่สูงขึ้นมีการตรวจสอบสิทธิการใช้งานของผู้ใช้งานและเข้ารหัสข้อมูลที่ส่งระหว่างกัน อุปกรณ์ Branch Repeater (WAN Optimization) เป็นระบบเพิ่มประสิทธิภาพและสมรรถนะของการส่งข้อมูลระหว่างสำนักงานใหญ่กับสาขา ลดปริมาณข้อมูลที่ส่ง เพิ่มความเร็วในการรับส่งข้อมูล ระบบการทำ Virtualization โดยเฉพาะ Desktop Virtualization สามารถทำให้อุปกรณ์ลูกข่ายทั้งหลายสามารถเรียกใช้งานแอปพลิเคชันที่อยู่บนเซิร์ฟเวอร์ที่ติดตั้งในสำนักงานใหญ่ขององค์กรจากสถานที่ใดก็ตามผ่านเครือข่ายขององค์กรหรือเครือข่ายสาธารณะได้ไม่ว่าจะเป็น Business Application หรือ Application ทั้งหมดของ Microsoft Office หรือการทำให้เครื่องเซิร์ฟเวอร์เครื่องเดียวทำงานเหมือนกับเป็นเครื่องเซิร์ฟเวอร์หลายตัวในเครื่องเดียวกันได้ เป็นต้น ซึ่งโซลูชันเหล่านี้จะทำให้ลูกค้ามีความคล่องตัวและความยืดหยุ่นสูงและช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและสมรรถนะให้กับระบบงานและยังช่วยลดค่าใช้จ่ายในการทำงานลงอีกด้วย

### 3.5.2 การตลาดและภาวะการแข่งขัน

#### 3.5.2.1 การตลาด

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

#### กลยุทธ์การแข่งขัน

##### (1) ด้านสินค้าและบริการ

เพื่อให้สอดคล้องกับปรัชญาในการทำธุรกิจ PD เน้นการกำหนดประเภทของสินค้าและบริการที่จะนำมาจำหน่ายซึ่งจะต้องอยู่ในประเภทที่กำหนดไว้เพื่อให้เกิดการเกื้อหนุนซึ่งกันและกัน (Complimentary) และต้องเป็นสินค้าที่ต้องการประเภทของความเชี่ยวชาญและความชำนาญของบุคลากรใกล้เคียงกันเพื่อที่จะสร้างความชำนาญและ

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

ความเชี่ยวชาญในการให้บริการในส่วนบุคคลกรได้อย่างมีประสิทธิภาพสามารถสร้างความมั่นใจในการให้บริการกับลูกค้า เน้นคัดสรรสินค้าที่มีคุณภาพทั้งด้านตัวสินค้าและบริษัทผู้ผลิต สินค้าที่มีคุณสมบัติที่ตรงกับความต้องการของตลาด มีคุณภาพสูง และมีศักยภาพทางการตลาดสูง มีส่วนแบ่งทางการตลาดสูงเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งชั้น มีขนาดตลาดและขณะเดียวกันบริษัทผู้ผลิตจะต้องมีความมั่นคงมีความเข้มแข็งทางการเงินเพื่อที่จะมีความคงอยู่ พัฒนาและผลิตสินค้าป้อนตลาดและให้บริการลูกค้าอย่างต่อเนื่อง เช่น Fortinet ซึ่งมีส่วนแบ่งการตลาดในตลาด Unified Thread Management สูงสุดเป็นอันดับหนึ่งของโลก บริษัทยังเป็นตัวแทนจำหน่ายระบบและสายสัญญาณ (Cabling System) ยี่ห้อ Systimax ของคอมสโคป (CommScope) ซึ่งเป็นระบบสายสัญญาณชั้นของโลก และ Aruba ที่ทางบริษัทได้รับการแต่งตั้งให้เป็นผู้แทนจำหน่ายล่าสุดนี้ก็เป็นอุปกรณ์ระบบเครือข่ายแลนไร้สายที่ได้รับความนิยมและมีการเติบโตสูงมาก เป็นคู่แข่งรายสำคัญของ 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) ทั้งในกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัดโดยเน้นที่จังหวัดหัวเมืองใหญ่ในแต่ละภาคเช่น เชียงใหม่ พิษณุโลก อุตรดิตถ์ ขอนแก่น อุบลราชธานี นครราชสีมา ระยอง นครศรีธรรมราช สงขลา ภูเก็ต เป็นต้น โดยบริษัทมุ่งเน้นด้านคุณภาพในการเลือกพันธมิตรร่วมค้าไม่เน้นขนาดของบริษัทแต่เน้นความตั้งใจในการทำธุรกิจ เน้นเรื่องการทำงานร่วมกันกับผู้ร่วมค้าอย่างยุติธรรมและ

เสมอภาค ตั้งกฎเกณฑ์กติกาเพื่อเป็นบรรทัดฐานในการทำธุรกิจ ตัดสินใจบนกติกาที่วางไว้ทำให้สามารถเป็นที่คาดการณ์ได้ (Predictability) ซึ่งจะทำให้เกิดการเชื่อมั่นและเชื่อถือในระยะยาว

ฝ่ายธุรกิจ PD เน้นการร่วมพัฒนาความสามารถของทีมงานของผู้ร่วมค้าโดยจัดการอบรมเกี่ยวกับตัวสินค้า ทั้งด้านเทคนิคและด้านการขายให้แก่ผู้ร่วมค้าอย่างต่อเนื่องทุกๆเดือนทั้งโดยบุคลากรของฝ่ายธุรกิจ PD และบุคลากรของ เจ้าของสินค้า จัดให้มีห้องทดสอบอุปกรณ์โดยจะมีอุปกรณ์ที่จำหน่ายทั้งหมดและอุปกรณ์เสริมที่จำเป็นในการต่อให้เป็น ระบบองค์รวม (Solution) เพื่อให้ผู้ร่วมค้าได้มาทดสอบหรือเรียนรู้การใช้งานเป็นการพัฒนาความรู้ให้กับผู้ร่วมค้าอย่างมีประสิทธิภาพอีกทางหนึ่ง

#### (4) ด้านการสนับสนุนการจำหน่ายสินค้า

ฝ่ายธุรกิจ PD มีนโยบายการจัดกิจกรรมเพื่อให้ข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า (Create Product and Brand Awareness) การกระตุ้นตลาดและสร้างความต้องการให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Demand Generation Activities) ซึ่งได้แก่การจัดสัมมนาด้านเทคนิคเกี่ยวกับตัวสินค้าให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและบุคคลที่สนใจ การจัดงานสัมมนาด้าน เทคนิคร่วมกับตัวแทนจำหน่ายสำหรับลูกค้าเฉพาะกลุ่มอุตสาหกรรม (Vertical Industry Solution Seminar) การเข้าร่วมงานนิทรรศการเพื่อแสดงสินค้าและการใช้งาน (Exhibition and Trade Show) การให้ข้อมูลเทคนิคเกี่ยวกับคุณสมบัติ ของสินค้าและนำไปใช้ในงานจริงผ่านช่องทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) และเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ นอกจากนี้ฝ่าย ธุรกิจ PD เน้นเป็นพิเศษในการจัดอบรมให้กับตัวแทนจำหน่าย (Reseller) เพื่อเป็นการเสริมสร้างความรู้และให้ความเข้าใจ ในตัวผลิตภัณฑ์เพื่อกระตุ้นยอดขาย โดยได้รับเงินสนับสนุนจากทางบริษัทและเจ้าของผลิตภัณฑ์อีกทอดหนึ่งด้วย

#### (5) ด้านราคา

เนื่องจากฝ่ายธุรกิจ PD เน้นคุณภาพ และการสร้างคุณค่าเพิ่ม (Value added) แก่สินค้าและการบริการ จึง ไม่มีนโยบายแข่งขันทางด้านราคา อย่างไรก็ตาม บริษัทพยายามบริหารต้นทุนสินค้าให้อยู่ในระดับต่ำ โดยมีการบริหาร สินค้าคงคลังที่มีประสิทธิภาพ และยังได้ประโยชน์จากพนักงานที่มีคุณภาพ มีความเชี่ยวชาญ ลดความจำเป็นที่จะต้อง พึ่งพาผู้เชี่ยวชาญหรือการบริการจากต่างประเทศ ทำให้บริษัทมีศักยภาพที่จะแข่งขันด้านราคาหากมีความจำเป็น และใน ที่สุดส่งผลดีต่อสถานะการทำกำไรของบริษัท

#### (6) ด้านการควบคุมสินเชื่อ

ในการให้เครดิตกับลูกค้าฝ่ายธุรกิจ PD เน้นนโยบายการใช้ระบบควบคุมวงเงินสินเชื่อที่รัดกุม โดยการ กำหนดวงเงินเครดิตของลูกค้าแต่ละรายตามความน่าเชื่อถือในการดำเนินธุรกิจ โดยพิจารณาข้อมูลได้แก่ ผลประกอบการ ย้อนหลัง 2 ปี ทุนจดทะเบียน รายการฝากถอนเงินในบัญชี (Bank Statement) เพื่อนำมาประกอบการตัดสินใจในการให้ วงเงินเครดิต ส่วนลูกค้ารายใหม่ที่ยังไม่เคยทำธุรกิจมาก่อนจะทำการซื้อขายเป็นเงินสดเท่านั้น ซึ่งผลจากการดูแลการปล่อย เครดิตอย่างใกล้ชิดและมีการติดตามทวงถามอย่างทันท่วงทีเมื่อคาดว่าลูกหนี้รายใดจะเป็นปัญหา โดยไม่มีหนี้เสียตั้งแต่ตั้ง ฝ่ายธุรกิจ PD มา

### 3.5.2.2 ภาวะการแข่งขันและแนวโน้มอุตสาหกรรม

#### ภาวะการแข่งขันและแนวโน้มการเติบโตของสินค้าที่เป็นตัวแทน

เศรษฐกิจโดยรวมของประเทศไทยในปี 2552 เป็นปีแห่งการปรับตัวทางเศรษฐกิจของโลกและของไทย รัฐบาลผสมของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะได้ออกนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจต่างๆตลอดจนนโยบายไทยเข้มแข็งออกมา แต่ความขัดแย้งทางการเมืองตลอดจนข่าวการทุจริตต่างๆ ทำให้รัฐบาลยังไม่สามารถขับเคลื่อนนโยบายให้ได้ผลมากนักและยังไม่สามารถใช้งบประมาณที่วางไว้ได้ทัน เศรษฐกิจจึงไม่สามารถฟื้นขึ้นมาได้ตามแผนที่วางไว้ อย่างไรก็ตามมีแนวโน้มที่ดีขึ้นในไตรมาส 3 และ 4 ที่อุตสาหกรรมบางประเภทได้แสดงให้เห็นถึงการเริ่มฟื้นตัวเริ่มมีการจ้างงานและลงทุนใหม่ๆมากขึ้น ราคาน้ำมันซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการผลิตไม่สูงขึ้นมากนัก เงินบาทที่แข็งขึ้นและไม่ผันผวน เป็นปัจจัยบวกที่ทำให้ธุรกิจเริ่มมีความมั่นใจมากขึ้น ในปลายไตรมาส 4 สถาบันการเงินเริ่มผ่อนคลายการปล่อยสินเชื่อให้กับธุรกิจขนาดกลางและเล็กมากขึ้น ภาวะดังกล่าวน่าจะส่งผลในปี 2553 นี้ สถานะการณ์ทางการเมืองน่าจะคลี่คลายลง รัฐบาลน่าจะสามารถบริหารงานได้สะดวกขึ้นและน่าจะสามารถใช้งบประมาณได้มากขึ้นและมีโครงการใหญ่ๆมากขึ้น ธุรกิจเอกชนก็น่าจะฟื้นตัวได้อีกหลายเซกเตอร์ ที่ต้องระวังและต้องจับตาดูทิศทางก็คือเรื่องการเมืองในประเทศ เศรษฐกิจของสหรัฐที่ยังไม่ฟื้นตัวตามที่คาดไว้ โดยเฉพาะภาคธนาคาร เศรษฐกิจจีนที่ภาครัฐได้ส่งสัญญาณการชะลอตัวโดยการเข้มงวดเรื่องนโยบายการเงินและการคลัง

ผู้เชี่ยวชาญด้านเศรษฐกิจทำนายว่าเศรษฐกิจประเทศไทยในปี 2553 จะเติบโตประมาณ 2-3% โดยในครึ่งปีแรกจะมีการเติบโตสูงถึง 4-4.5% และจะชะลอตัวลงในช่วงครึ่งปีหลังเหลือ 2-2.5% การเติบโตจะมาจากภาคการท่องเที่ยว การส่งออก และการลงทุนภาคเอกชน ภาคการก่อสร้างจะได้รับผลบวกจากนโยบายลงทุนโครงการขนาดใหญ่ ภาครัฐบาล เงินบาทยังคงแข็งค่าขึ้นจนถึงไตรมาส 2 จากการไหลเข้าของเงินทุนมายังภูมิภาคเอเชียและการเกินดุลการค้า แต่การแข็งค่านี้จะไม่มีผลต่อการส่งออกมากนักเนื่องจากการแข็งค่าเกาะกลุ่มกันในภูมิภาค และค่าเงินบาทจะเริ่มผันผวนมากขึ้นในครึ่งปีหลังผลจากราคาน้ำมันที่สูงขึ้น อัตราเงินเฟ้อ ราคาสินค้าเกษตรที่สูงขึ้น

บริษัทมองว่าเศรษฐกิจไทยโดยรวมในปี 2553 น่าจะดีและโตขึ้น ในส่วนของเศรษฐกิจระดับจุลภาคที่บริษัทเป็นส่วนหนึ่งอยู่นั้นจากการลงทุนภาครัฐและภาคเอกชนที่เพิ่มขึ้นบริษัทมองว่าจะส่งผลต่อตลาดไอทีและเครือข่ายให้โตขึ้น การฟื้นตัวของภาคธุรกิจเอกชนจะมีการขยายและปรับสถานที่ทำงาน พฤติกรรมการทำงานจะเริ่มเป็นการทำงานแบบนอกสถานที่และเคลื่อนที่มากขึ้น เพื่อให้เกิดการผสมงานให้มีประสิทธิภาพการทำธุรกรรมต่างๆต้องพึ่งพาระบบไอทีมากขึ้น แอปพลิเคชันใหม่ๆทั้งที่ใช้ในงานธุรกิจและที่ใช้ในการสื่อสารและการบันเทิงส่วนตัวจะมากขึ้น แอปพลิเคชันแบบเว็บเบสจะถูกใช้มากขึ้น ความหลากหลายประเภทของอุปกรณ์ลูกข่ายจะมากขึ้น ตลาดเครือข่ายไร้สายที่เป็นระบบที่มีระบบการรักษาความปลอดภัยและการจัดการจากส่วนกลางจะขยายตัวมากขึ้น ตลาดระบบรักษาความปลอดภัยไอทีตลอดจนระบบ Virtualization ก็จะได้ขึ้นตามไปด้วย

สินค้าและบริการของ PD ตามที่กล่าวไว้ข้างต้นสามารถตอบสนองต่อความต้องการของตลาดในเรื่องการสื่อสารไร้สายและเคลื่อนที่และระบบรักษาความปลอดภัยของระบบข้อมูลสารสนเทศ การทำ Virtualization ซึ่งได้แก่ Aruba, Enterasys, Fortinet, BitDefender, Citrix ระบบการเดินสายสื่อสารสัญญาณความถี่สูงซึ่งได้แก่ Systemax ของ CommScope ระบบเพิ่มประสิทธิภาพการส่งข้อมูลบนเครือข่ายของ BlueCoat PacketShaper เป็นต้น นอกจากนี้การทำธุรกิจของ PD ที่เน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและขั้นตอนการขายก็สามารถจูงใจผู้ร่วมค้าให้ช่วยขายสินค้าให้ตลอดจนเป็นการสร้างความแตกต่างจากผู้แทนจำหน่ายสินค้าคู่แข่งที่อยู่ในธุรกิจเดียวกันจะทำให้ลดการแข่งขันลงได้ และธุรกิจของ PD นั้นอยู่ในช่วงของการเติบโตซึ่งมีการเติบโตทุกปีมาตลอด 4 ปีที่ผ่านมาและเป็นการเติบโตจากการทำธุรกิจที่

อาศัยฐานของการสร้างความสามารถในการให้บริการลูกค้าของธุรกิจ PD ซึ่งคาดว่าจะปี 2553 หากธุรกิจ PD ทำธุรกิจอย่าง ะมัดระวังและเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มอย่างต่อเนื่องเช่นที่ผ่านมาก็ยังมั่นใจได้ว่าบริษัทจะสามารถเติบโตได้อีก

### 3.5.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

ฝ่ายธุรกิจ PD จัดหาผลิตภัณฑ์ โดยการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศจากบริษัทผู้ผลิต หรือสั่งซื้อจาก สำนักงานตัวแทนในประเทศบริษัทผู้ผลิต

### 3.5.4 สัญญาสำคัญที่เกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจช่องทางจัดจำหน่ายสินค้า

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

บริษัท	บริษัท ไอที ดิสทริบิวชั่น จำกัด
คู่สัญญา	บริษัท Fortinet, Inc
สัญญาเลขที่	-
วันเริ่มต้นของสัญญา	10 มิถุนายน 2548
ระยะเวลาของสัญญา	สัญญานี้สิ้นสุดวันที่ 9 มิถุนายน 2549 และสามารถต่ออายุออกไปอีกครั้งละ 1 ปี
ค่าตอบแทน	ไม่มี
สาระสำคัญ	1.สัญญาแต่งตั้งเป็นผู้แทนจัดจำหน่ายสินค้าประเภท Distributor Agreement 2.การบอกเลิกสัญญาโดยฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง ต้องแจ้งล่วงหน้าอย่างน้อย 60 วัน

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

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

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

#### 3.6.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

สายธุรกิจ ISD ดำเนินงานภายใต้บริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนลซอฟต์แวร์ เดเวลลอปเม้นท์ จำกัด ประกอบธุรกิจให้บริการพัฒนาระบบซอฟต์แวร์ Business Process Management(BPM) เพื่อที่จะทำให้ทำให้ความต้องการทางธุรกิจ (Business Requirement) สอดคล้องกับระบบไอทีที่จะพัฒนาขึ้น โดยใช้วิธีการจำลองกระบวนการทางธุรกิจ (Business Process) เพื่อตรวจสอบความเข้าใจให้ถูกต้องตรงกันก่อนที่จะมอบหมายให้ฝ่ายไอทีพัฒนาซอฟต์แวร์หรือระบบงานเพื่อให้กระบวนการที่พัฒนาขึ้นมาใหม่สามารถใช้งานได้ตรงตามความต้องการของ Business User และ สอดคล้องกับกระบวนการทางธุรกิจ(Business Process) ของแต่ละองค์กร จะเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานและลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรม และสามารถนำข้อมูลที่เกิดขึ้นจากการทำงานมาวิเคราะห์ถึงปัญหาที่เกิดขึ้นกับกระบวนการทำงานในปัจจุบัน ทำให้ผู้บริหารสามารถปรับปรุงกระบวนการทำงานเพื่อลดความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นกับองค์กรได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งจะส่งผลทำให้ธุรกิจสามารถแข่งขันได้ โดยที่ BPM เองจะแบ่งออกเป็นกลุ่มต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

- Business Process Management Development Tools  
เป็นเครื่องมือที่จะใช้ในการพัฒนากระบวนการ และ จำลองการทำงานของกระบวนการทางธุรกิจ ISD ได้เลือกใช้ K2 Workflow, Oracle BPM เป็นเครื่องมือหลักในการ Implement ระบบงาน
- Customize Development Tools  
เป็นเครื่องมือที่จะใช้ในการพัฒนา Application ต่าง ๆ ที่จะใช้ในการบวนการทางธุรกิจ ในแต่ละขั้นตอนการทำงาน(Step)ที่ได้รับการออกแบบมาจาก Business Process Management Development Tools
- Implementation Skill  
เป็นความเชี่ยวชาญในการประยุกต์ใช้ BPM ในกระบวนการทางธุรกิจ เช่น
  - Credit Approval Solution
  - E-Procurement Solution
  - Documents Management Solution
  - Banking Document Generate

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>	5.0 51 1.0
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

### 3.6.2 การตลาดและภาวะการแข่งขัน

#### 3.6.2.1 การตลาด

##### กลยุทธ์การแข่งขัน

##### (1) ด้านสินค้าและบริการ

ทางสายธุรกิจ ISD มีความเชี่ยวชาญ เป็นพิเศษ ด้านการพัฒนาซอฟต์แวร์ Business Process Management ซึ่งปัจจุบันองค์กรต่าง ๆ มีความต้องการทางด้านซอฟต์แวร์ในการจัดกระบวนการทำงานในองค์กรให้เป็นระบบเพื่อประสิทธิภาพและความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ และ ISD เองก็ได้เป็นพันธมิตรกับ K2 Workflow และ Oracle ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงและที่เป็นที่ยอมรับในวงการไอที นอกจากนี้ ISD ยังมีพนักงานที่มีความชำนาญที่ได้รับการอบรมจากเจ้าของผลิตภัณฑ์พร้อมประสบการณ์ในการพัฒนาระบบให้ลูกค้าทั้งภาครัฐและเอกชน อีกทั้ง ISD ยังได้ผ่านมาตรฐาน CMMI Level 3 ซึ่งจะมีผลทำให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจ และ มั่นใจในกระบวนการทำงานที่เป็นมาตรฐาน

##### (2) ด้านพนักงาน

พนักงานของสายธุรกิจ ISD มีประสบการณ์มากกว่า 1 2 ปี ทำให้มีความรู้ ความเข้าใจในซอฟต์แวร์ที่ทำการพัฒนาเป็นอย่างดี และเนื่องจากธุรกิจนี้เป็นธุรกิจที่ต้องพึ่งพาความรู้ความสามารถของพนักงานเป็นหลัก ทางสายธุรกิจ ISD จึงมีนโยบายมุ่งใจให้พนักงานทำงานกับบริษัทฯ ในระยะยาว โดยเสนอให้พนักงานที่มีความเชี่ยวชาญเข้าไปถือหุ้นเพื่อให้พนักงานมีความรู้สึกเป็นส่วนร่วมในความเป็นเจ้าของบริษัทฯ ทุ่มเทกับการทำงานและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานพร้อมกับเน้นนโยบายพัฒนาและส่งเสริมทักษะให้กับพนักงานโดยส่งพนักงานเข้าอบรมความรู้เพิ่มเติมอย่างต่อเนื่อง และสอบ Certify อีกด้วย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2552 มีบุคลากรทั้งสิ้น 7 คน

### กลุ่มลูกค้าเป้าหมายและช่องทางการจัดจำหน่าย

สายธุรกิจ ISD มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย 4 กลุ่ม คือ ภาคสถาบันการเงิน ภาคการสื่อสารโทรคมนาคม ภาคอุตสาหกรรมพลังงาน และภาครัฐบาล เนื่องจากบริษัทเหล่านี้เป็นองค์กรที่มีขั้นตอนการทำงานหลาย ๆ ขั้นตอน และมีความซับซ้อนในกระบวนการ การที่จะเรียนรู้กระบวนการทำงานจะใช้เวลานาน ถึงแม้จะเรียนรู้ได้แล้วก็ไม่สามารถควบคุมการทำงานแต่ละงานในกระบวนการเดียวกันให้เป็นมาตรฐานเดียวกันได้ จากปัญหาเหล่านี้้องค์กรขนาดใหญ่จึงได้มีนโยบายทุ่มงบประมาณในการพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อจะมากอบอ้อมอำนวยความสะดวกและยกมาตรฐานการทำงานขององค์กร ซึ่งนโยบายเหล่านี้ตรงกับความต้องการของสายธุรกิจ ISD นอกจากนี้ การที่สายธุรกิจ ISD มีการพัฒนาโปรแกรมให้กับลูกค้าและพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่องทำให้ ISD เป็นกลุ่มคนที่มีความเชี่ยวชาญในธุรกิจ BPM ทำให้สามารถนำความรู้มาพัฒนาให้กับลูกค้ากลุ่มใหม่ได้โดยใช้เวลาน้อยลง และมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น ส่งผลให้สายธุรกิจ ISD สามารถขยายฐานลูกค้าไปในกลุ่มเดียวกันได้ง่ายขึ้น

### 3. 6.2.2 ภาวะการแข่งขันและแนวโน้มอุตสาหกรรม

#### ภาวะการแข่งขัน

ธุรกิจการพัฒนาซอฟต์แวร์ด้าน Business Process Management อยู่ในช่วงเติบโตอย่างมากเนื่องจากเป็นระบบที่มุ่งเน้นไปที่การปรับปรุงกระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพเพื่อก่อให้เกิดการแข่งขันได้ในทางธุรกิจ ซึ่งกระบวนการ Business Process จะมีอยู่ในทุก ๆ องค์กร ซึ่งเป็นการบวนการที่พัฒนาขึ้นมาให้สามารถดำเนินการทางธุรกิจได้ แต่ไม่สามารถที่จะนำเอาข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อปรับปรุงและแก้ไขกระบวนการได้มากนัก เนื่องจากกระบวนการทำงานเดิม ๆ ไม่มีรูปแบบของข้อมูลที่แน่นอนทำให้ยากต่อการนำมาวิเคราะห์และปรับปรุง การนำ BPM มาใช้ในองค์กร จะทำให้ข้อมูลมีรูปแบบที่แน่นอนและเป็นมาตรฐานซึ่งจะสามารถนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อเป็นข้อมูลในการสนับสนุนการตัดสินใจของผู้บริหารต่อการลงทุน และ ให้บริการได้เป็นอย่างดี

คู่แข่งโดยตรงของสายธุรกิจ ISD มีจำนวนน้อยราย เนื่องจากผลิตภัณฑ์ด้าน Business Process Management ที่ ISD เป็นพันธมิตรที่อยู่ในกลุ่มระดับ Medium และ Enterprise ประกอบกับทาง ISD เองมีทีมงานที่มีประสบการณ์ที่ยาวนาน และมีกลุ่มลูกค้าเดิมในระดับ Enterprise ที่ ISD เป็นคน Implement ระบบงานให้แล้วประสบความสำเร็จรวดเร็วด้วยดีตลอดมาทำให้ลูกค้าไว้วางใจและมีการให้พัฒนาระบบงานอย่างต่อเนื่อง

คู่แข่งโดยอ้อมของสายธุรกิจ ISD มีจำนวนน้อยราย เนื่องจากทีมงานมีประสบการณ์ในธุรกิจที่ยาวนาน มีฐานลูกค้าในระดับ Enterprise และ ทางตรงข้าม ISD ยังมีนโยบายในการปรับคู่แข่งให้หันมาเป็นพันธมิตรโดยการร่วมมือการพัฒนาระบบงานให้กับลูกค้าเพื่อรองรับปริมาณลูกค้าที่เพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด

#### แนวโน้มอุตสาหกรรม

จากแผนแม่บทเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของประเทศไทย พ.ศ. 2552-2556 ทางรัฐบาลได้มีการส่งเสริมให้ประชาชนทั่วไปสามารถเข้าถึง ICT ได้มากขึ้น ซึ่งจำนวนคนที่เข้าถึงมากขึ้นก็ย่อมหมายถึงปริมาณข้อมูลที่จะต้องจัดการต้องมากขึ้นเป็นเงาตามตัวดังนั้น การจัดการกับข้อมูลมากมายมหาศาลเหล่านั้นจำเป็นต้องมีซอฟต์แวร์ที่

เข้ามาช่วยบริหารและจัดการให้ทันต่อความเปลี่ยนแปลงไปของสังคมยุค IT และ รัฐบาลได้มีการส่งเสริมอุตสาหกรรมพัฒนาซอฟต์แวร์ไทยโดยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการธุรกิจชาวไทยได้หันมาใช้ซอฟต์แวร์ที่ผลิตโดยคนไทยมากขึ้น

นอกจากนี้ทางรัฐบาลยังได้ตั้งเป้าหมายไว้ว่าเป้าหมายในการเติบโตไม่ต่ำกว่า 100,000 ล้านบาท มีซอฟต์แวร์ที่ผลิตในประเทศไม่น้อยกว่า 50% ของมูลค่าทั้งหมด และ มูลค่าในการส่งออกเพิ่มขึ้น 30% และ ทางรัฐบาลก็ได้มีมาตรการส่งเสริมตลาดซอฟต์แวร์ที่เป็นรูปธรรมที่ชัดเจนโดย

- 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

จากการที่รัฐบาลให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมพัฒนาซอฟต์แวร์อย่างจริงจังโดยรัฐบาลเองมีเป้าหมายว่า “มีเมืองที่เป็นศูนย์กลางพัฒนา ICT ในระดับโลกในประเทศไทย”

### 3.6.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

ปัจจุบันสายธุรกิจ ISD พัฒนาซอฟต์แวร์ด้าน Business Process Management ของทีมงานเน้นไปที่การแก้ปัญหาในกระบวนการทำงานของลูกค้าเพื่อให้กระบวนการทำงานมีความกระชับ สามารถตรวจสอบและติดตามงานในกระบวนการได้ และนำข้อมูลที่เกิดจากการทำงานในกระบวนการมาวิเคราะห์และนำเสนอแผนเพื่อปรับปรุงและแก้ไขกระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

ISD มีแนวนโยบายที่จะส่งเจ้าหน้าที่ไปเรียนรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับธุรกิจของลูกค้าและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เพื่อที่จะนำความรู้ที่ได้มาทำการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการอย่างต่อเนื่องเพื่อประโยชน์สูงสุดของลูกค้า และ เพื่อเป็นการพัฒนาขีดความสามารถของบุคลากรของ ISD อย่างต่อเนื่อง

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

#### 3.7.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

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

ธุรกิจของบริษัทสามารถแบ่ง ได้เป็น 2 ประเภทหลัก ได้แก่

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

#### 3.7.1.1 ธุรกิจบริการให้คำปรึกษาและพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Consulting and Development)

บริษัทประกอบธุรกิจให้คำปรึกษาและพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อหาทางออกสำหรับตอบสนองความต้องการในการใช้งานของลูกค้า ( Solution Providing) เช่น การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้ในการพาณิชย์ (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) โดยพัฒนาบนเทคโนโลยีของ JAVA ซึ่งสามารถประยุกต์การทำงานร่วมกับซอฟต์แวร์วิเคราะห์เชิงธุรกิจ ( Business Intelligent Application) เช่น Cognos ฯลฯ ในการพัฒนาไปสู่ระบบประมวลผลและวัดประสิทธิภาพการทำงาน (KPI) ตลอดจนระบบการสนับสนุนการตัดสินใจสำหรับผู้บริหาร ( Decision Support System) ซึ่ง จะดำเนินการจำหน่ายผ่านตัวแทนจำหน่ายซึ่งเป็นที่ปรึกษาด้านระบบบัญชีการเงิน โดยตรงเข้าสู่กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ โรงงานอุตสาหกรรม กลุ่มบริษัทธุรกิจเอกชนขนาดกลาง ( SME) และขนาดใหญ่ องค์กรรัฐวิสาหกิจ หน่วยงานราชการพลเรือนและทหาร ฯลฯ ทั้งนี้จะใช้ระยะเวลาในการวิจัยและพัฒนาประมาณ 8 – 12 เดือน โดยจะใช้เงินทุนในการดำเนินการจากค่าจ้างที่บริษัทฯ ได้รับจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

### 3.7.1.2 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

### 3.7.2 กลยุทธ์ด้านการตลาด

#### กลยุทธ์การแข่งขัน

ในการกำหนดกลยุทธ์การแข่งขันและนโยบายการดำเนินธุรกิจ บริษัทมุ่งเน้นที่การสร้างผลประโยชน์ที่ดีและการเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว โดยกลยุทธ์การแข่งขันและนโยบายการดำเนินธุรกิจของบริษัทมีดังนี้

#### (1) การรักษาระดับอัตราส่วนกำไร

บริษัทมีนโยบายหลักในการรักษาระดับอัตราส่วนกำไรให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม อย่างไรก็ตาม ธุรกิจด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นธุรกิจที่มีจำนวนคู่แข่งค่อนข้างมาก อีกทั้งเทคโนโลยีที่ใช้อยู่ยังมีการเปลี่ยนแปลงพัฒนาอย่างรวดเร็ว ซึ่งเมื่อเทคโนโลยีที่มีอยู่ได้รับการใช้งานกันอย่างแพร่หลาย การแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการจะเป็นการแข่งขันด้านราคาเป็นสำคัญ และเพื่อให้บริษัทสามารถรักษาอัตราส่วนกำไรและอัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้นในระดับที่เหมาะสม บริษัทจึงให้ความสำคัญกับการสร้างอำนาจการแข่งขันโดยเน้นการสร้างความแตกต่างให้กับบริษัท โดยวางตำแหน่งบริษัทให้เป็นผู้ให้บริการที่มีคุณภาพสูง 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

บริษัทมีเป้าหมายที่ชัดเจนในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายโดยอาศัยการสร้าง ความสัมพันธ์ในระดับผู้บริหารระดับสูงขององค์กรนั้น ๆ และผู้บริหารทุกระดับชั้น รวมทั้งระดับเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงาน เพื่อให้เกิดการเกื้อหนุนในด้านการดำเนินงานโครงการให้เกิดผลสำเร็จ ซึ่งเป็นส่วนที่ทางบริษัทฯ มีความชำนาญ

### 3.7.3 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และช่องทางการตลาด

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

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

### 3.7.4 ด้านการจัดองค์กรและการบริหาร

#### 3.7.4.1 การสรรหาและการคัดเลือก

การคัดสรรบุคลากร บริษัทมีนโยบายที่จะมุ่งเน้นไปยังกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้และประสบการณ์ในงานเทคโนโลยีสารสนเทศอยู่แล้วรวมทั้งสร้างบุคลากรขึ้นมาใหม่ให้สามารถรองรับกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ สำหรับความพยายามในการรักษาบุคลากรเหล่านี้ บริษัทมีนโยบายในการบริหารทรัพยากรบุคคลที่ดี โดยมุ่งเน้นการพัฒนาความสามารถและความรับผิดชอบของบุคลากร การวางแผนทางวิชาชีพ ( Career Path) ของบุคลากรในแต่ละระดับให้ชัดเจน การเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคลากรภายในองค์กร

#### 3.7.4.2 การกำหนดค่าตอบแทนและสวัสดิการ

ค่าตอบแทนและสวัสดิการ จะประกอบด้วย สวัสดิการพื้นฐาน เช่นการประกันสังคม ประกันสุขภาพ กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ โบนัสตามผลประกอบการ เป็นต้น

#### 3.7.4.3 การพัฒนาบุคลากร

การพัฒนาบุคลากร บริษัทจะสนับสนุนให้เกิดการเรียนรู้จากประสบการณ์ที่ถ่ายทอดจากหัวหน้างาน การถ่ายทอดของผู้ผลิตหรือเจ้าของผลิตภัณฑ์ที่บริษัททำตลาด รวมถึงการให้ทุนการศึกษาสำหรับพนักงานที่มีความสามารถและอยู่กับบริษัทมาเป็นระยะเวลาอันยาวนาน อันจะเป็นการพัฒนาบุคลากรและสร้างขวัญและกำลังใจในการทำงานได้อีกทางหนึ่ง รวมทั้งการให้ผลตอบแทนที่เหมาะสมและสามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นได้ โดยระดับของผลตอบแทนจะขึ้นอยู่กับความสามารถของแต่ละบุคคลเป็นสำคัญ

#### 3.7.4.4 การปฏิบัติงาน

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

### 3.8 โครงการที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

โครงการที่ยังไม่ได้ส่งมอบของบริษัทโดยส่วนใหญ่เป็นงานประมูลทั้งจากภาครัฐและเอกชน โดยมีโครงการที่ชนะการประมูลแล้วอยู่ระหว่างดำเนินงาน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2552 ดังนี้

ลำดับ	ชื่อลูกค้า	ชื่อโครงการ
1	บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)	จ้างพัฒนาระบบ Data WareHouse / Data Mining จำนวน 1 ระบบ (IBACC)
2	บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)	จ้างพัฒนาระบบ Data WareHouse / Data Mining จำนวน 1 ระบบ ( MA ปี 3 - 5)
3	บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)	เช่าเครื่องคอมพิวเตอร์ จำนวน 11 เครื่อง ระยะเวลา 3 ปี
4	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	โครงการเก็บ log พบ. การท่องเที่ยว
5	บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)	CAT - เช่าเครื่อง Notebook 81 เครื่อง ระยะเวลา 3 ปี
6	บมจ. ธนาคารกสิกรไทย	Credit Card Distribute Job System & SMS
7	บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)	Desktop management จำนวน 1 ระบบ
8	บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)	เช่าเครื่องคอมพิวเตอร์สำหรับบริการe-auction 26 เครื่อง 3 ปี
9	บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด	จัดซื้อเครื่อง/อุปกรณ์ CA POS
10	บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)	จ้างซ่อมบำรุงรักษาและซ่อมแซมแก้ไขอุปกรณ์
11	บริษัท โนเกีย ซีเมนส์ เน็ตเวิร์คส(ประเทศไทย) จำกัด	โครงการ ACT3G Initial phase (Services)
12	กรมการสื่อสารทหาร กองบัญชาการกองทัพไทย	จ้างซ่อมอุปกรณ์ระบบวิทยุสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง
13	บริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน)	งานจะซื้อจะขายอะไหล่อุปกรณ์ EWSD ยี่ห้อ NSN จำนวน 1 รายการ
14	บริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน)	จะซื้อจะขายอะไหล่อุปกรณ์สื่อสารสัญญาณ SDH ยี่ห้อ NSN
15	บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)	ซื้อการ์ดของอุปกรณ์ hiT 7070 สำหรับระบบเชื่อมโยง 11 รายการ
16	บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)	บำรุงรักษาและซ่อมแซมแก้ไขระบบ (SSTP)
17	บริษัท สแตนดีไท จำกัด	PTT-Hinkong FOTE
18	บริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน)	โครงการศูนย์เฝ้าระวังภัยคุกคามการกระทำผิดด้านเทคโนโลยี
19	สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล กรุงเทพมหานคร	จ้างบำรุงรักษาระบบคอมพิวเตอร์พร้อมระบบโปรแกรม
20	สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์	ซื้ออุปกรณ์และปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานระบบเครือข่าย
21	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	ระบบฐานข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงการตลาด
22	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	จ้างบริหารจัดการและซ่อมบำรุงรักษาระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์
23	บริษัท ไอ-เทล โซลูชั่นส์ จำกัด	พัฒนาเทคโนโลยีการนำเสนอสื่อเพื่อขยายค่าบริการของสถานี11ช่อง
24	กรมประชาสัมพันธ์	โครงการจัดซื้อพร้อมติดตั้งระบบเชื่อมโยงเครือข่ายที่ทำการ สนข
25	บริษัท ไอ-เทล โซลูชั่นส์ จำกัด	ซื้ออุปกรณ์เพิ่มโครงการพัฒนาประสิทธิภาพสถานีวิทยุ 11 ช่อง
26	บริษัท อธิ เทเลคอม จำกัด	ซ่อมอุปกรณ์ Card Alcatel
27	บริษัท อินเทลลิเจนท์ บิสซิเนส โซลูชั่น จำกัด	IBSC- MA CMU_53
28	สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง สำนักงานการคลัง กรุงเทพมหานคร	จ้างพัฒนาหน้าเว็บหลักพร้อมจัดฝึกอบรมศูนย์ข้อมูล ฯ



ลำดับ	ชื่อลูกค้า	ชื่อโครงการ
29	กองพัฒนาระบบงานคอมพิวเตอร์ สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล	บำรุงรักษาระบบคอมพิวเตอร์พร้อมระบบโปรแกรมฯ
30	สำนักงานคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ	ระบบติดตามการประเมินผลการปฏิบัติงานตามแผน
31	บริษัท เอเอ็มอาร์ เอเชีย จำกัด	โครงการสำรวจสถานภาพบ่อน้ำบาดาล
32	สำนักงานคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ	จัดหาและพัฒนาระบบสนับสนุน การออกใบอนุญาตประกอบกิจการ
33	สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง สำนักการคลัง กรุงเทพมหานคร	จ้างบำรุงรักษาระบบคอมพิวเตอร์ศูนย์ข้อมูลด้านเศรษฐกิจการคลังฯ
34	บริษัท บางจาก ปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)	ปรับปรุง e-Procurement For WAS
35	บริษัท ไทยออดีเซลส์ จำกัด	TAS-Additional 50
36	บริษัท ไทยออดีเซลส์ จำกัด	TAS-Additional 52
37	ธนาคาร กรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)	SAS ETL Development&REporting Outsourcing Services for700m
38	บริษัท บางจาก ปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)	BCP Data Warehouse (Financial)
39	บมจ. ธนาคารกสิกรไทย	CC-Reside & CC_DATA Change Request
40	บมจ. ธนาคารกสิกรไทย	โครงการ DQ-Developer Outsourcing Services (Phase II)
41	การรถไฟฟ้ามหานครแห่งประเทศไทย	จ้างบำรุงรักษาระบบสารสนเทศ 5 ระบบ ปีงบประมาณ 2553

### 3.9 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 ซึ่งการปรับขบวนการเหล่านี้ นับเป็นการช่วยให้เกิดการลดการใช้ทรัพยากรที่ไม่จำเป็นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. การใช้กระดาษให้ครบทั้ง 2 หน้า บริษัทให้ผู้บังคับบัญชาของแต่ละหน่วยงานจัดให้พนักงานในหน่วยงานมีการคัดแยกกระดาษใช้แล้วทิ้งที่ไม่เป็นความลับหรือสำคัญ ให้นำกลับมาใช้ในการพิมพ์เอกสารใหม่ เป็นการสนับสนุนให้เกิดการใช้ซ้ำและมีประสิทธิภาพ และช่วยลดต้นทุนด้านเอกสารควบคู่ไปด้วย
3. สำหรับกระดาษที่ใช้ครบทุกหน้าแล้ว รวมถึงเอกสารความลับและสำคัญ เมื่อครบกำหนดการเก็บรักษา บริษัทก็มีการกำหนดผู้รับผิดชอบที่ทำหน้าที่เก็บรักษาและทำลายของเอกสารแต่ละชนิดโดยแยกตามชนิดของ Media ที่ใช้ในการจัดเก็บเช่น กระดาษ และ CD ให้ขออนุมัติเพื่อทำลาย โดยในขั้นตอนการทำลายจะแยกเอกสารที่ถูกเก็บในรูปแบบของ Media ต่างชนิดกัน ออกจากกันโดยสิ้นเชิง และเมื่อทำลายเรียบร้อยแล้วขยะที่เกิดจากการทำลายจะนำไปขายให้กับโรงงานกระดาษ และโรงพลาสติก เพื่อนำไปแปรรูปกลับมาใช้ใหม่

จากนโยบายดังกล่าว ได้สะท้อนให้เห็นถึงการให้ความสำคัญต่อการดูแลรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นสิ่งที่บริษัทยึดถือปฏิบัติและส่งเสริมให้มีต่อเนื่องต่อไป

นอกเหนือจากนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมแล้ว บริษัท ยังเล็งเห็นถึงความสำคัญของความรับผิดชอบต่อสังคมและการดำเนินธุรกิจโดยยึดหลักธรรมาภิบาล จึงได้เกิดเป็นนโยบายของบริษัทจากเรื่องดังกล่าว ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

#### นโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

ในส่วนการดูแลรับผิดชอบต่อสังคม บริษัท IRCP ได้มีการนำสิ่งของเครื่องใช้ไปบริจาคตามที่ต่างๆ อาทิเช่น วัดถ้ำเขาวงศ์ จังหัดกาญจนบุรี วัดพระบาทน้ำพุ โรงเรียนวัดหนองซ่มตะเคียนงาม จังหวัดสระบุรี เป็นต้น และมีการจัดให้พนักงานไปร่วมเลี้ยงอาหารเด็กที่บ้านเด็กอ่อน พญาไท เป็นต้น โดยจัดในรูปแบบลักษณะของ Rally เพื่อสร้างแรงจูงใจให้พนักงานเข้ามามีส่วนร่วมมากยิ่งขึ้น ซึ่งกิจกรรมที่ผ่านมาส่วนใหญ่ได้ผลตอบรับเป็นอย่างดี มีความสุขทั้งผู้ให้และผู้รับ ทั้งในส่วนของสถานที่ที่ได้รับบริจาคก็ได้รับประโยชน์จากสิ่งของและอาหาร ส่วนบริษัทก็ได้ประโยชน์ในการส่งเสริมความสามัคคีในหมู่พนักงาน

นอกจากนี้บริษัท IRCP ยังมีโครงการบริจาคคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ที่ไม่ได้ใช้งานแล้ว แต่ยังมีสภาพที่ดีและยังใช้งานได้อยู่ ให้กับโรงเรียนที่ขาดแคลน ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวช่วยส่งเสริมถึงความรับผิดชอบต่อสังคมที่ IRCP และยังคงสนับสนุนกิจกรรมเหล่านี้อย่างต่อเนื่องให้คงอยู่ตลอดไป

#### นโยบายด้านธรรมาภิบาล

IRCP ได้เริ่มนำระบบธรรมาภิบาลมาใช้ตั้งแต่วันแรกที่ก่อตั้งบริษัท 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 อี้ชี่ภากรณ์ 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 ซึ่งที่ผ่านมามีบริษัทได้ลดความเสี่ยงในการดำเนินโครงการ โดยจัดตั้งเป็นคณะทำงานด้านบริหารความเสี่ยง (Risk Management Committee) ซึ่งมีกระบวนการ ดังนี้

- การประเมินความเสี่ยงก่อนการขาย ขั้นตอนนี้จะเริ่มตั้งแต่ก่อนการขาย โดย คณะทำงาน จะประเมินโอกาสที่จะส่งมอบโครงการได้สำเร็จ ประเมินความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นและแผนปฏิบัติ หากเกิดความเสี่ยงนั้นขึ้น และประเมินผลกระทบต่อองค์กร อันได้แก่ ผลกระทบด้านการเงิน ผลกระทบด้านการบริการ เป็นต้น
- คัดกรองโครงการที่มีความเสี่ยงสูงออกไป หลังจากประเมินความเสี่ยงของโครงการแล้ว
- หลังจากการขนะการประกวดโครงการ จะมีการถ่ายทอดงานจากฝ่ายขายไปยังฝ่ายบริหารโครงการ (Project Management)
- เมื่อสิ้นสุดโครงการ จะมีการถ่ายทอดงานให้ฝ่ายบริการหลังการขาย ดูแลจนถึงสิ้นสุดระยะเวลาการรับประกันตามสัญญา

### 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 บริษัทจะพิจารณาจัดตั้งสำรองทางบัญชีให้เพียงพอต่อความเสียหายที่อาจจะเกิดขึ้น ได้แก่ การตั้งสำรองด้วยค่าการลงทุน การตั้งสำรองหนี้สงสัยจะสูญ การตั้งสำรองจากค่าเบี้ยปรับโครงการล่าช้า ซึ่งหากปรากฏว่าไม่พบการขาดทุนดังกล่าว บริษัทจะคืนเงินสำรองดังกล่าวในรอบบัญชีถัดไป เพื่อให้พนักงานลงทุนได้ทราบถึงภาวะและความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งเป็นไปตามหลักธรรมาภิบาลที่ดี