

#### 4. การประกอบธุรกิจของแต่ละสายผลิตภัณฑ์

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

###### กลุ่มธุรกิจโทรคมนาคม (Telecom Department)

###### 4.1.1 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) ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ยุคที่ 4 (Long-Term Evolution : LTE) และอุปกรณ์ระบบ FTTx

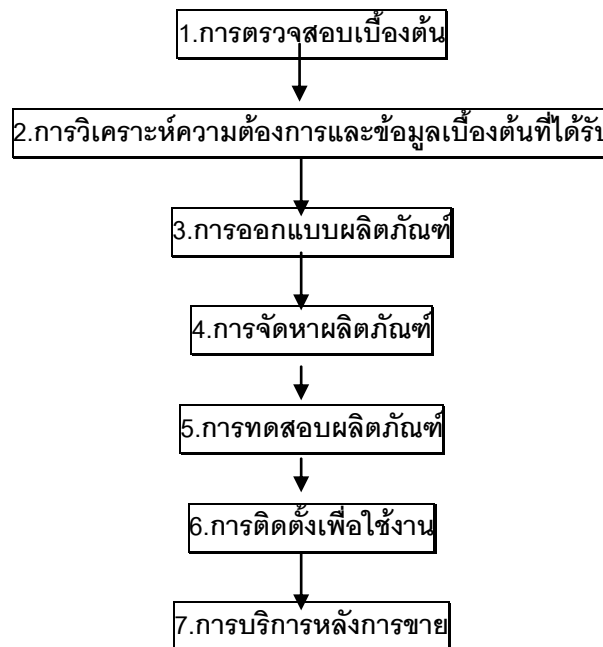
โดยที่ผ่านมาทางสายธุรกิจ SI มีผลงานที่โดดเด่นและมีประสบการณ์ในการทำโครงการใหญ่หลายโครงการจนเป็นที่ยอมรับในวงการอย่างกว้างขวาง เช่น

ชื่อโครงการ	หน่วยงาน	มูลค่าโครงการ (ล้านบาท)	ปี พ.ศ.
จ้างเหมาติดตั้งอุปกรณ์ MNP Gateway สำหรับเชื่อมต่อ Clearing House และ พัฒนาระบบบิลลิ่งเพื่อรองรับ MNP	บมจ.ทีโอที	59	2553
จ้างจัดทำระบบ Mobile Numberportability database	บมจ.ทีโอที	59	2553
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
จัดทำระบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (Pay at Post)	บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด	52	2550
จัดทำระบบ ERP (ในนามกิจการร่วมค้า I.S.U)	การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย	890	2549
จัดทำระบบ ERP	บมจ.กสท โทรคมนาคม	168	2546

นอกจากให้บริการจัดหาระบบแล้ว 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 พิจารณาแล้วว่าจะมีความคุ้มค่ามากกว่าที่จะทำงานนั้นเอง ตัวอย่างงานที่ให้ผู้อื่นเหมาะสมที่สุด เช่น การให้บริการต่อเมื่อเกิดปัญหาทางด้านระบบกับทางลูกค้า (Corrective maintenance) สำหรับลูกค้าที่อยู่ต่างจังหวัด เป็นต้น

### 5. การทดสอบผลิตภัณฑ์

ขั้นตอนนี้จะเป็นการทำการทดสอบการทำงานของผลิตภัณฑ์ หมายถึง ทั้งด้านอุปกรณ์ฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ และการทำงานกับผู้ใช้จริง เพื่อค้นหาว่าผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการพัฒนาแล้วสามารถทำงานได้จริงหรือไม่ ถ้าไม่สามารถทำได้ตามความต้องการของลูกค้า ทางทีมงานจะทำการแก้ไขเปลี่ยนแปลงระบบจนสามารถใช้งานได้ถูกต้อง จึงจะผ่านการตรวจรับงานจากทางลูกค้า

### 6. การติดตั้งเพื่อใช้งาน

ทางสายธุรกิจ SI จะส่งมอบผลิตภัณฑ์และดำเนินการติดตั้ง เพื่อให้สามารถใช้งานได้ตามวัตถุประสงค์ของลูกค้า พร้อมกับจัดอบรมให้แก่ลูกค้าจนสามารถใช้งานได้

### 7. การบริการหลังการขาย

ภายหลังส่งมอบงานให้กับลูกค้าทางสายธุรกิจ SI จัดให้มีการบริการหลังการขาย ได้แก่ การให้บริการบำรุงรักษา โดยให้บริการลูกค้าอย่างใกล้ชิดในระหว่างที่อยู่ในช่วงรับประกันสินค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในคุณภาพสินค้า ซึ่งสามารถขยายผลไปสู่การทำสัญญาบำรุงรักษากับลูกค้าในปีต่อไปหลังจากหมดช่วงการรับประกันสินค้า

## 4.1.2 การตลาดและภาวะการแข่งขัน

### 4.1.2.1 การตลาด

#### กลยุทธ์การแข่งขัน

#### (1) ด้านสินค้าและบริการ

สายธุรกิจ SI ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียง ได้แก่ Nokia Siemens Networks (Value-added Reseller) โดยสินค้าของบริษัทฯ มีคุณภาพ ได้รับการยอมรับอย่างสูงจากลูกค้า นอกจากนี้ ทางสายธุรกิจ SI ยังมีจุดเด่นในการสร้างความแตกต่างในการนำเสนอเทคโนโลยีที่ดีที่สุด (Solution) ในการแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า มีความชำนาญและมีศักยภาพในการบริหารโครงการ นอกจากนี้ทางทีมงานเน้นการให้ความสำคัญและใส่ใจในความ

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

ต้องการของลูกค้าโดยเฉพาะด้านคุณภาพการให้บริการก่อนและหลัง การขายในเวลาอันรวดเร็ว โดยทีมงานจะต้องเข้าใจ ในธุรกิจเพื่อนำเสนอสินค้าและบริการที่ดีที่สุด การส่งมอบตรงเวลา ทำให้บริษัทฯ มีชื่อเสียงที่ดีและได้รับการยอมรับจาก ลูกค้าเสมอมา

**(2) ด้านพนักงาน**

บริษัทฯ มีนโยบายที่จะพัฒนาตนเองให้ทันเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เปลี่ยนไปอยู่เสมอเพื่อให้มีความสามารถแนะนำและรองรับความต้องการที่เปลี่ยนไปของลูกค้าและตลาด จึงเน้นพัฒนาคุณภาพของพนักงานรวมถึงการทำงานเป็นทีม การรับรู้และการปรับตามการเคลื่อนไหวของธุรกิจไอ ซีทีอย่างทันทั่วถึงและต่อเนื่องส่วนหนึ่งได้จากการเป็น Certificate Partner จากเจ้าของผลิตภัณฑ์ ทำให้ทีมงานมีความยืดหยุ่นในการทำงานสามารถปรับตัวให้สอดคล้องกับ ความเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีได้อย่างดี

**(3) ด้านการบริหารต้นทุน**

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

**(4) ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า**

สายธุรกิจ SI มีการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าโดยการทำความเข้าใจลูกค้าค้นหาความต้องการ และทำการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า ทำให้มีโอกาสรับงานจากลูกค้ารายเดิมเพิ่มขึ้น ทางสายธุรกิจ SI มีอัตราได้รับงานซ้ำจาก ลูกค้ารายเดิมสูงถึงร้อยละ 80

**ลักษณะของกลุ่มลูกค้าและช่องทางการจัดจำหน่าย**

ทางสายธุรกิจ SI มีการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ชัดเจน คือ หน่วยงานรัฐวิสาหกิจ โดยเฉพาะ หน่วยงานขนาดใหญ่ เช่น บมจ. กสท โทรคมนาคม บมจ. ทีโอที การไฟฟ้าฝ่ายผลิต การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค การไฟฟ้านครหลวง เป็นต้น เนื่องจากหน่วยงานเหล่านี้มีงบประมาณในการลงทุนทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารค่อนข้างสูงเพื่อใช้ในการปรับปรุงการทำงานให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ บริษัทฯ มีจุดแข็งในด้านความรู้ ความชำนาญและประสบการณ์ที่ยาวนานมากกว่า 23 ปี ในธุรกิจนี้ จึงทำให้ลูกค้ากลุ่มนี้มีความมั่นใจในการเลือกให้บริษัทฯ เป็นผู้ดำเนินการ

รายได้ส่วนใหญ่ของสายธุรกิจ SI มาจากรัฐวิสาหกิจซึ่งทางสายธุรกิจ SI จะเข้าไปทำ การประกวดราคา ขั้นตอนโดยทั่วไปจะให้พนักงาน Pre-Sale เข้าไปทำแนะนำทางด้านเทคนิค และระบบใหม่ ๆ ให้กับลูกค้าเพื่อให้ลูกค้า เห็นความสำคัญและประโยชน์ของการใช้ระบบต่าง ๆ ในการทำงาน จากนั้นหากลูกค้ามีความสนใจสินค้าและบริการ ทางสายงานจะจัดส่งพนักงานขายเข้าไปเจรจาต่อรองด้านราคาและเซ็นสัญญาโครงการเพื่อทำการประกวดราคาหรือปิดงานต่อไป

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

#### 4.1.3 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 มีปัจจัยในการพิจารณาเลือกบริษัทที่ทำซื้อบริการต่อ 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

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

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

##### 4.2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

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

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

**4.2.1.2 เครือข่ายไร้สาย (Wireless LAN)** คือ ระบบการเชื่อมโยงข้อมูลโดยผ่านช่องสัญญาณแบบไร้สายเพื่อเชื่อมโยงเครื่องคอมพิวเตอร์หรือระบบงานคอมพิวเตอร์ ซึ่งในปัจจุบันการเชื่อมโยงแบบดังกล่าวกำลังเป็นที่นิยมมากเนื่องจากสะดวกสามารถเข้าถึงข้อมูลโดยไม่จำเป็นต้องอยู่ที่ใดที่หนึ่ง และระบบเครือข่ายไร้สายยังสามารถรองรับการเชื่อมต่อกับอุปกรณ์สื่อสารได้หลากหลายประเภทเช่น เครื่องคอมพิวเตอร์พกพา, โทรศัพท์มือถือแบบ Smart Phone

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

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

##### รายละเอียดผลิตภัณฑ์ของสายธุรกิจ NW

ผลิตภัณฑ์	รุ่น/ประเภท	คุณสมบัติ
Trend Micro	Antivirus Solution	โปรแกรมป้องกันและทำลายไวรัส
	Network Virus Wall	อุปกรณ์ป้องกันการโจมตีและทำลายไวรัส (Network Worm and Exploit)

ผลิตภัณฑ์	รุ่น/ประเภท	คุณสมบัติ
Alcatel	Omni Switch 9000	อุปกรณ์กระจายสัญญาณหลัก
	OmniSwitch 6800	อุปกรณ์กระจายสัญญาณแบบ Layer 2,3 และ 4
	Omniswitch 6200/6400	อุปกรณ์กระจายสัญญาณแบบ Layer 2
	OmniAccess WLAN	อุปกรณ์เครือข่ายไร้สาย (Wireless LAN System)
	OmniVista NMS	โปรแกรมระบบบริหารจัดการอุปกรณ์
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
Mcafee	Intrushield Network IPS Appliances	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
EMC	Celerra NSX NAS Gateway	อุปกรณ์ NAS System
	CLARiiON	อุปกรณ์ Network Storage System
Tyco	AMP Fiber Optic	ระบบสายสัญญาณใยแก้วนำแสง
	AMP UTP	ระบบสายสัญญาณทองแดง

## 4.2.2 การตลาดและภาวะการแข่งขัน

### 4.2.2.1 การตลาด

เนื่องจากเทคโนโลยีกำลังเข้ามามีบทบาทในทุกด้านในการดำเนินธุรกรรมในทุกสายงานธุรกิจ และการทำงานมากขึ้นทั้งในปัจจุบันและในอนาคต การติดต่อสื่อสารต่าง ๆ ทั้งภายในองค์กรและระหว่างองค์กรมีความสำคัญและจำเป็นมากขึ้น ดังนั้น ทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชน จึงให้ความสำคัญในการลงทุน ติดตั้ง และขยายระบบเครือข่ายสื่อสารอยู่ตลอดเวลา สำหรับการลดต้นทุนการดำเนินงาน เช่น การนำระบบการประชุมทางไกลผ่านระบบเครือข่าย อินเทอร์เน็ต (Web Conference) มาใช้ประชุมระหว่างจังหวัดกับส่วนกลาง หรือการใช้ระบบโทรศัพท์ผ่านระบบเครือข่าย (Voice Over IP) เพื่อลดต้นทุนค่าใช้จ่ายโทรศัพท์ทางไกล รวมถึงการนำระบบสารสนเทศมาช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้องค์กรและติดตามงาน เช่น ศูนย์ปฏิบัติการ (Operation Center) โดยจะเห็นตัวอย่างได้จากนโยบายรัฐบาลที่ให้การสนับสนุนด้านการพัฒนาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศอย่างชัดเจนและจริงจัง ทำให้เกิดความต้องกรอย่างสูงในการติดตั้งระบบโครงสร้างเครือข่ายคอมพิวเตอร์ และเมื่อมีการใช้ระบบสารสนเทศมากขึ้นสิ่งที่ตามมาคือระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูลบนระบบเครือข่าย รวมถึงการระมัดระวังตัวของผู้ใช้งานบนระบบเครือข่าย โดยในปี 2554 นี้ บริษัทฯ คาดว่าตลาดน่าจะมีอัตราการเติบโตเฉลี่ย ไม่น้อยกว่าปี 2553 และแนวโน้มการแข่งขันทางด้านธุรกิจทั้งภายในและภายนอกประเทศที่สูงขึ้น ทำให้องค์กรไม่ว่าจะเป็นภาครัฐหรือเอกชนต้องเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน โดยการนำเทคโนโลยีทางด้านสารสนเทศมาใช้มากขึ้น เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันทั้งด้านต้นทุนและประสิทธิภาพ และจากการที่ภาครัฐมีนโยบายประกาศให้เทคโนโลยี Broadband เป็นวาระแห่งชาติ หรือการลงทุนระบบเครือข่าย 3G ของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ซึ่งเมื่อเครือข่ายสาธารณะเกิดขึ้น นั้นหมายความว่าเครือข่ายของหน่วยงานต่างๆจะต้องขยายตัวตาม จ ดังนั้นแต่ละหน่วยงานต้องมีการปรับปรุงระบบสารสนเทศภายในหน่วยงานให้เชื่อมโยง และก้าวสู่นโยบายรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (e-Government) ซึ่งจัดเป็นลูกค้ารายใหญ่ที่สุดโดยมีส่วนแบ่งราวร้อยละ 30-40 โดยมีงบประมาณการใช้จ่ายด้านไอทีกว่า 10,000 ล้านบาท และระบบเครือข่ายในหน่วยงานภาคเอกชนที่มุ่งเน้นการให้บริการครบวงจรและทุกรูปแบบ (One-stop Service) หรือธุรกรรมออนไลน์(On-line) โดยเฉพาะหน่วยงานทางด้านธนาคารและประกันภัย ประกอบกับการเติบโตของตลาดอุปกรณ์ระบบเครือข่าย คาดว่าตลาดสินค้าและบริการติดตั้งระบบเครือข่ายจะมีแนวโน้มที่ดีตลอดระยะเวลาตามกรอบนโยบายเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT 2011) ของรัฐบาล

ภาวะการแข่งขันในปัจจุบันค่อนข้างสูง แต่มีคู่แข่งในระดับเดียวกับ IRCP นั้นมีไม่มากภายในประเทศไทย เพราะเนื่องจากธุรกิจของ IRCP มีความเป็นเฉพาะทาง คือ การออกแบบระบบสารสนเทศให้กับหน่วยงานหรือองค์กรขนาดใหญ่ (Enterprise account) ซึ่งต้องอาศัยประสบการณ์ของผู้ชำนาญการเฉพาะทางเพื่อออกแบบให้มีความเหมาะสมและคุ้มค่ามากที่สุดสำหรับแต่ละองค์กรที่มีลักษณะธุรกิจที่แตกต่างกัน รวมถึงความน่าเชื่อถือขององค์กรของ IRCP ที่อยู่ในธุรกิจ ICT มากกว่า 25 ปี

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



## กลยุทธ์การแข่งขัน

### (1) ด้านสินค้าและบริการ

ในระยะเวลาที่ผ่านมาบริษัทฯ ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียงระดับโลก เช่น อุปกรณ์เครือข่ายของ Alcatel-Lucent, Trend-Micro, Fortigate, F5, Iron Port และในการแข่งขันนั้นคู่แข่งชั้นมักจะเสนอสินค้าจากตราสินค้าที่แตกต่างกันซึ่งสินค้าของบริษัทฯ 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 บริษัทฯ มีจุดเด่นในการสร้างความแตกต่างในด้านการให้บริการ โดยสามารถแก้ปัญหาและสร้างทางออกทุกอย่างให้กับลูกค้าโดยอาศัยประสบการณ์ของทีมงานที่ได้รับมาตรฐานจากผู้ผลิตเป็นผู้พัฒนาสินค้าได้เป็นอย่างดี โดยบริษัทฯ ให้ความสำคัญในการสร้างเสริมความรู้ เทคโนโลยีแก่ทีมงานเสมอ โดยเจ้าหน้าที่จะต้องได้รับการฝึกอบรมอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการอบรมและได้รับการรับรองจากเจ้าของสินค้า จึงถือเป็นข้อได้เปรียบในการแข่งขัน

สำหรับปี 2554 บริษัทฯ ได้กำหนดเป้าหมายของทีมงานในการพัฒนา Solution ที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับระบบเครือข่ายของฐานลูกค้าเดิมที่ได้ติดตั้งไปแล้ว เช่น ระบบรวบรวมการสื่อสารทั้งโทรศัพท์ , โทรสาร และ E-mail ให้เข้าทำงานเชื่อมต่อกันเป็นระบบเดียวกัน (Unify Communication) ซึ่งต้องอาศัยทีมงานที่เกี่ยวข้องทางด้าน Hardware และ Software และในส่วนของระบบรักษาความปลอดภัยทั้งระบบ โดยการนำระบบ CCTV เข้ามาประกอบเป็น Solution และทำงานร่วมกับระบบ IT Security ต่างๆ ที่สอดคล้องกับความต้องการของแต่ละองค์กร

### (2) ด้านพนักงาน

บริษัทฯ เน้นทีมงานที่มีประสิทธิภาพและได้รับประกาศนียบัตรผู้เชี่ยวชาญด้านระบบเครือข่ายและอุปกรณ์เครือข่ายจากผู้ผลิตระบบเครือข่ายที่มีชื่อเสียงของโลก ได้แก่ Alcatel-Lucent, Tipping Point และผลิตภัณฑ์ที่ประกอบใน Solution โดยให้พนักงานทุกคนมีการติดตามเทคโนโลยีทางด้านระบบเครือข่ายซึ่งในปีนี้ได้เพิ่มสินค้าในการนำเสนอเพิ่มขึ้น จึงมีความจำเป็นในการที่จะต้องพัฒนาบุคลากรมากขึ้น สำหรับสินค้าจาก Alcatel\_Lucent นั้น เนื่องจากบริษัทฯ เป็นตัวแทนอย่างเป็นทางการ ดังนั้น พนักงานของบริษัทฯ จะต้องเข้าอบรมและทดสอบความรู้เพื่อรับประกาศนียบัตรของ Alcatel ซึ่งในขณะนี้พนักงานของบริษัทฯ ได้เข้ารับการอบรมและสอบผ่านแล้วหลายคนและจะเพิ่มขึ้นทุกปี ซึ่งการได้รับประกาศนียบัตรดังกล่าวมีความจำเป็นในการดำรงสถานะตัวแทนระดับ Premium ของบริษัทฯ อันนับว่าเป็นจุดแข็งที่เหนือตัวแทนรายอื่น ๆ ในประเทศไทยด้วย ทำให้บริษัทฯ ได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าเนื่องจากมั่นใจได้ว่าพนักงานทุกคนมีการติดตามเทคโนโลยีทางด้านระบบเครือข่ายและนำความรู้ใหม่ ๆ มาปรับปรุงและพัฒนาระบบให้แก่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ เพื่อที่จะสามารถนำเสนอทางออกให้กับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด

### (3) ด้านการบริหารต้นทุนการขาย

บริษัทฯ เน้นการบริหารต้นทุนการขายและการให้บริการเพื่อให้ได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน โดยยังรักษาคุณภาพสินค้าและบริการให้ได้ตามมาตรฐานโลกซึ่งการบริหารต้นทุนนั้น หลักสำคัญคือการพัฒนาบุคลากรของบริษัทฯ ให้มีประสิทธิภาพทั้งด้านวิชาการและด้านปฏิบัติ เพราะเมื่อพนักงานทุกคนมีประสิทธิภาพ ก็ส่งผลต่อผลประกอบการในภาพรวมของบริษัทฯ

### (4) ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า

บริษัทฯ ได้รับความไว้วางใจและมีความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าทั้งในส่วนของลูกค้าเดิมและสามารถขยายฐานลูกค้าใหม่ได้โดยเน้นในด้านการให้บริการ ที่ผ่านมามีบริษัทฯ ไม่เคยถูกปรับจากหน่วยงานต่าง ๆ โดยเฉพาะหน่วยงานของรัฐที่มีบทบาทในสัญญาเกือบทุกสัญญา เนื่องจากบริษัทฯ เน้นในส่วนของการทำงาน โดยจะมีการประเมินความต้องการของลูกค้าอย่างละเอียด วิเคราะห์โครงการ และความพร้อมในทุก ๆ ด้านรวมถึงจัดทำ Proposal เพื่อนำเสนอให้ลูกค้าก่อนที่จะเข้าประมูลงานเสมอเพื่อที่บริษัทจะมั่นใจได้ว่าจะสามารถทำตามความต้องการของลูกค้าได้ นอกจากนี้ภายหลังจากการขาย บริษัทฯ ยังจัดสรรพนักงานให้ดูแลลูกค้าแต่ละกลุ่มอย่างทั่วถึงและตรงตามความต้องการ โดยสามารถให้ความสะดวกและบริการตอบคำถามแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้อย่างรวดเร็วทำให้บริษัทมีโอกาสได้รับงานเพิ่มเติมจากลูกค้ารายเดิมในปีต่อ ๆ ไป และมีการพูดต่อและแนะนำลูกค้าใหม่ให้ด้วย ซึ่งสถานการณ์เช่นนี้ยังส่งผลให้ W มีต้นทุนในการหาลูกค้าใหม่ต่ำกว่าอีกประการหนึ่งด้วย

### ลักษณะของกลุ่มลูกค้าและช่องทางการจัดจำหน่าย

บริษัทฯ มีการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก คือ สถาบันการศึกษาและหน่วยงานในภาคราชการ รัฐวิสาหกิจและภาคเอกชน โดยรายได้ส่วนใหญ่มาจากกลุ่มสถาบันการศึกษาและภาคราชการ เนื่องจากกลุ่มสถาบันการศึกษาเป็นตลาดที่มีความต้องการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยและโดยทั่วไปจะเป็นผู้เริ่มใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ อยู่เสมอ ส่วนทางภาคการศึกษานั้น เป็นตลาดที่มีกำลังซื้อค่อนข้างสูง เนื่องจากนโยบายของรัฐบาลในการที่จะนำเทคโนโลยี ICT มาทำการพัฒนาประเทศ ทำให้เป็นตลาดที่มีความน่าสนใจเป็นอย่างยิ่งประกอบกับการมีฐานะทางการเงินที่มั่นคง โดยที่ผ่านมามีบริษัทฯ ได้มีโอกาสให้บริการกับสถาบันการศึกษาและหน่วยงานภาครัฐหลายโครงการ ทำให้สามารถนำผลงานจากสถานศึกษาเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการวางระบบเครือข่ายให้กับลูกค้ารายอื่น เช่น หน่วยงานราชการและองค์กรเอกชนอื่น ๆ โดยจะเน้นเฉพาะหน่วยงานขนาดใหญ่ ( Enterprise Solution ) ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ที่บริษัทฯ มุ่งเน้นเนื่องจากเป็นหน่วยงานที่มีศักยภาพการลงทุนทางด้าน ICT และมีการตั้งงบประมาณในแต่ละปีชัดเจน แต่อย่างไรก็ตามในปี 2554 นี้ บริษัทฯ ได้เริ่มเน้นตลาดในส่วนหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ ขนาดใหญ่เพิ่มมากขึ้น เพื่อเป็นฐานที่สำคัญรองรับ เนื่องจากรัฐวิสาหกิจขนาดใหญ่ กำลังต้องเร่งปรับองค์กร รวมถึงการบริการมากขึ้นจากสภาวะการแข่งขันในตลาด

โดยทั่วไปงานทางภาคราชการและรัฐวิสาหกิจ บริษัทฯ จะเข้าไปทำการประกวดราคา ส่วนกลุ่มลูกค้าภาคเอกชนจะใช้ทีมงานขายตรง โดยใช้กลยุทธ์ส่งทีมงานขายเข้าไปขายแบบนำร่อง ( pre-sale ) โดยจะเข้าไปแนะนำลูกค้าเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ทางด้านเทคนิคและเน้นการให้ความรู้โดยตรงกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้ลูกค้าเข้าใจในประโยชน์ของการนำผลิตภัณฑ์ไปใช้รวมถึงเห็นความสำคัญในการใช้ระบบเครือข่ายดังกล่าวให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรซึ่งจะเป็น การเพิ่มความน่าเชื่อถือในธุรกิจด้วย จากนั้นจะส่งตัวแทนขาย ( Sale ) ไปทำการเจรจาต่อรองทางด้านราคาและสรุปราคาในการทำโครงการ และในปี 2554 นี้ บริษัทฯ ได้วางแผนงานจัดสรรมาให้มากขึ้น เพื่อขยายฐานลูกค้ามากขึ้นในแต่ละ Segment ที่

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

บริษัทฯ มี Site Reference แล้ว และ Segment อื่น ๆ ที่มีการใช้งานในลักษณะคล้ายกัน

ในปัจจุบันบริษัทฯ ยังเป็นพันธมิตรทางธุรกิจกับบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) และบริษัท CAT Telecom จำกัด (มหาชน) โดยร่วมรับงานทั้งภาครัฐและเอกชนโดยอาศัยจุดแข็งของพันธมิตรซึ่งเป็นผู้ให้บริการโครงข่าย Internet อีกด้วย บริษัทฯ มีพนักงานที่เกี่ยวข้องและมีประสบการณ์ในการติดตั้งระบบเครือข่ายเป็นอย่างดี นอกจากนี้ สายธุรกิจ NW ได้รับความไว้วางใจให้ติดตั้งระบบเครือข่ายในโครงการที่สำคัญและสร้างชื่อเสียงให้กับสายธุรกิจ NW ในช่วงที่ผ่านมาโดยมีตัวอย่างโครงการที่สำคัญ ดังต่อไปนี้

ชื่อโครงการ	หน่วยงาน	มูลค่าโครงการ (ล้านบาท)	ปี พ.ศ.
โครงการซื้อครุภัณฑ์คอมพิวเตอร์และระบบเครือข่าย	มหาวิทยาลัยขอนแก่น	8.1	2553
โครงการบำรุงรักษาโครงการระบบรักษาความปลอดภัยประจำปี 2554	กรุงเทพมหานคร	5.0	2553
โครงการปรับปรุงระบบเครือข่ายอาคารการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	8.0	2553
โครงการพัฒนาระบบเฝ้าระวังภัยการกระทำผิดทางอินเทอร์เน็ต	กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร	53.0	2553
โครงการบำรุงรักษาระบบเครือข่ายไร้สาย	โรงพยาบาลพระราม 9	3.0	2553
โครงการจ้างเหมาติดตั้งระบบรักษาความปลอดภัยระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ และบำรุงรักษา	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	3.0	2553

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

ทั้งนี้ ลักษณะขั้นตอนการทำงานจะเป็นลักษณะเดียวกับการทำงานของสายธุรกิจ SI เพียงแต่ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ในโครงการเป็นอุปกรณ์เครือข่ายคอมพิวเตอร์

#### 4.2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

ในปี 2553 มีการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศในอัตราส่วนร้อยละ 80 และสั่งซื้อสินค้าในประเทศในอัตราส่วนร้อยละ 20 โดยสินค้าที่สั่งซื้อจากต่างประเทศ คือ เครือข่ายขนาดใหญ่และ Backbone Switch จากบริษัท Alcatel\_Lucent ส่วนสินค้าที่เหลือสั่งซื้อภายในประเทศ เช่น บริษัททรานซิชั่น (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท เดอะแวลู ซิสเต็มส์ จำกัด และบริษัท Tyco Electronics (Thailand) Limited ในส่วนการจัดหาผลิตภัณฑ์นั้นจะทำการจัดหาผลิตภัณฑ์ เมื่อมีการสั่งซื้อสินค้าจากลูกค้า และได้รับใบสั่งซื้อเรียบร้อยแล้วเท่านั้น ทำให้บริษัทฯ ไม่ต้องมีการเก็บสินค้าคงคลังโดยไม่จำเป็น และยังคงเสาะหาแหล่งผลิตภัณฑ์และสินค้าใหม่ ๆ เพื่อสนองตอบความต้องการและเป็นทางเลือกใหม่ ๆ ให้กับลูกค้า

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

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

##### 4.3.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

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

##### 4.3.1.1 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 ทำให้บริษัทฯ สามารถพัฒนาบุคลากรให้ทันต่อเทคโนโลยีตลอดเวลา และสามารถแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าได้อย่างมีคุณภาพและตรงตามความต้องการอย่างรวดเร็ว

##### 4.3.1.2 การให้บริการครบวงจรทั้งระบบสารสนเทศ

โดยการนำเสนอเทคโนโลยีระบบสารสนเทศ ที่ทันสมัยในรูปแบบ Integrated Solutions ได้แก่ การพัฒนา การติดตั้ง การบริหารโครงการฝึกอบรม ทั้งด้านเทคนิคและการใช้งาน และการ Outsourcing พร้อมทั้งให้คำปรึกษาและแก้ปัญหาให้กับงานด้านไอทีแบบครบวงจร โดยการเลือกสรรผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นที่ยอมรับจากทั่วโลกซึ่งสามารถประยุกต์ใช้งานเพื่อความเหมาะสมตามความต้องการของลูกค้า

##### รายละเอียดผลิตภัณฑ์

ตราผลิตภัณฑ์	รุ่น/แบบของผลิตภัณฑ์	คุณสมบัติ/กลุ่มลูกค้า
Hewlett Packard	คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล (Server) คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (PC) อุปกรณ์เก็บข้อมูลคอมพิวเตอร์ (Storage) เครื่องพิมพ์ (Printer)	สำหรับหน่วยงานขนาดกลาง-ใหญ่
SUN-Oracle	คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล (Server)	สำหรับหน่วยงานขนาดใหญ่
IBM	คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล (Server) คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (PC)	สำหรับหน่วยงานขนาดกลาง-ใหญ่

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

ตราผลิตภัณฑ์	รุ่น/แบบของผลิตภัณฑ์	คุณสมบัติ/กลุ่มลูกค้า
Dell	คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (PC)	สำหรับหน่วยงานทุกองค์กร
Microsoft	ลิขสิทธิ์ซอฟต์แวร์ (License)	ลิขสิทธิ์ซอฟต์แวร์สำหรับหน่วยงานต่าง ๆ
SAS	Business Intelligent / Datawarehouse	สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลองค์กร
K2,Ultimus	Enterprise	สำหรับการพัฒนาระบบงาน (Workflow)
ORACLE-Sun	ซอฟต์แวร์ประยุกต์	สำหรับการเก็บฐานข้อมูลขององค์กร
SAP	ซอฟต์แวร์ประยุกต์	สำหรับการจัดการและบริหารองค์กร

โดยในปี 2553 ที่ผ่านมาทางสายธุรกิจ EIT มีผลงานที่โดดเด่นและมีประสบการณ์ในการทำโครงการใหญ่หลายโครงการจนเป็นที่ยอมรับในวงการอย่างกว้างขวาง เช่น

ชื่อโครงการ	หน่วยงาน	มูลค่าโครงการ (ล้านบาท)	ปี พ.ศ.
โครงการพัฒนาระบบความมั่นคงและปลอดภัยทางเทคโนโลยี	สำนักงานปลัดกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร	53.4	2553
EGAT DR-Site	การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย	70.6	2553
ซื้อพร้อมติดตั้งคอมพิวเตอร์ จำนวน 36 ชุด	การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย	11.0	2553
จ้างบำรุงซ่อมแซมแก้ไขคอมพิวเตอร์ระบบ Blade Server	การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย	1.3	2553
โครงการจัดซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์พร้อมอุปกรณ์ และซอฟต์แวร์	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	34.8	2553
โปรแกรมป้องกันไวรัส	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	1.4	2553
จ้างบริหารจัดการและซ่อมบำรุงรักษาระบบเครือข่าย ประจำปี 2554	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	2.9	2553
จ้างเก็บรักษาข้อมูลจราจรทางคอมพิวเตอร์ ประจำปี 2554	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	2.4	2553
TAS CA MA 53	บริษัท ตรีเพชรรีซูซูลิชั่น จำกัด	1.0	2553
Additional App develop	บริษัท ตรีเพชรรีซูซูลิชั่น จำกัด	1.1	2553
จ้างบำรุงรักษาความปลอดภัยเครือข่ายสารสนเทศ	กรมประชาสัมพันธ์	3.4	2553
ครุภัณฑ์คอมพิวเตอร์	มหาวิทยาลัยขอนแก่น	8.34	2553
ระบบจัดซื้อจัดจ้างอิเล็กทรอนิกส์ (GSB-E-Procurement)	ธนาคารออมสิน (สำนักงานใหญ่)	1.9	2553
DMS MA 53	บมจ. ธนาคารกสิกรไทย	4.0	2553
Additional App Develop	บมจ. ธนาคารกสิกรไทย	5.2	2553

#### 4.3.2 การตลาดและภาวะการแข่งขัน

##### 4.3.2.1 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 โดยเฉพาะด้านคุณภาพการให้บริการก่อนและหลังการขายในเวลาอันรวดเร็ว โดยทีมงานจะต้องเข้าใจในธุรกิจเพื่อนำเสนอสินค้าและบริการที่ดีที่สุด การส่งมอบตรงเวลา ทำให้บริษัทฯ มีชื่อเสียงที่ดีและได้รับการยอมรับจากลูกค้าเสมอมา

###### (2) ด้านพนักงาน

บริษัทฯ มีนโยบายที่จะพัฒนาตนเองให้ทันเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอเพื่อให้มีความสามารถแนะนำและรองรับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของลูกค้าและตลาด จึงเน้นพัฒนาคุณภาพของพนักงานรวมถึงการทำงานเป็นทีม การรับรู้และการปรับตามการเคลื่อนไหวตัวของธุรกิจไอซีทีอย่างทันทั่วทั้งที่และต่อเนื่องส่วนหนึ่งได้จากการเป็น 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

### 4.3.2.2 ภาวะการแข่งขันและแนวโน้มอุตสาหกรรม

#### ภาพรวมของอุตสาหกรรม

ตลาดรวมของธุรกิจสารสนเทศในประเทศไทย	มูลค่า (ล้านบาท)		อัตราเติบโต (มูลค่า Y/Y (%))	
	2552	2553/F	2551/2552	2552/2553
1 ตลาดฮาร์ดแวร์	80,869	88,040	NA	8.9
2 ตลาดซอฟต์แวร์	64,365	67,884	2.3	5.5
3 ตลาดบริการด้านคอมพิวเตอร์	48,372	57,392	NA	18.6
4. ตลาดอุปกรณ์เครือข่ายไร้สาย	361,895	382,288	0.5	5.6
ตลาดรวมธุรกิจไอที	555,501	595,604	6.0	7.2

ที่มา : จัดทำโดยสำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (SIPA) และสมาคมอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศไทย

บริษัทฯ มีความเชื่อมั่นว่าธุรกิจด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นธุรกิจที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องใน 10 ปีที่ผ่านมา มีอัตราการเติบโตอยู่ในช่วงร้อยละ 15 - 25 ต่อปีอย่างสม่ำเสมอและมีโอกาสที่เติบโตสูงต่อไปในอนาคต จะเห็นได้จากจำนวนคอมพิวเตอร์ต่อประชากรของประเทศไทยยังอยู่ในระดับที่ต่ำคือ ร้อยละ 10 เมื่อเทียบกับประเทศเพื่อนบ้าน เช่น มาเลเซีย และเกาหลี อีกทั้งนโยบายของรัฐบาลที่ส่งเสริมธุรกิจนี้อย่างชัดเจนจากการตั้งกระทรวงวิทยาศาสตร์และ

เทคโนโลยี รวมถึงการที่รัฐบาลได้จัดทำแผนแม่บทเทคโนโลยีสารสนเทศของประเทศไทย โดยมุ่งเน้นให้รัฐบาลและเอกชน นำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ให้เกิดประโยชน์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกระทรวง ทบวง กรม ต่าง ๆ เพื่อเป็นโครงการนำร่อง เพื่อส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมไอที โดยมีโครงการหลัก เช่น เทคโนโลยีเพื่อการพัฒนาด้านภาครัฐหรือโครงการรัฐบาล อิเล็กทรอนิกส์ (e-Government), เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการพัฒนาด้านการพาณิชย์ (e-Commerce), การพัฒนาด้าน อุตสาหกรรม (e-Industry), การศึกษา (e-Education) และด้านสังคม (e-Society) และนอกจากนี้ยังสนับสนุนสินค้า ซอฟต์แวร์เป็นสินค้าหลักหนึ่งในห้าของประเทศไทยจึงเป็นเครื่องยืนยันได้ว่าตลาดรวมของธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ จะยังคงมีแนวโน้มที่จะเติบโตอย่างต่อเนื่องต่อไป

#### **ภาวะการแข่งขันของสายที่ปรึกษาและรวบรวมระบบ (EIT)**

ในปัจจุบันองค์กรต่าง ๆ ให้ความสำคัญในการใช้ไอทีเข้าไปเสริมสร้างประสิทธิภาพในการทำงานมากขึ้น โดยเฉพาะองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ ซึ่งมีแนวโน้มที่จะใช้บริการจากผู้ชำนาญธุรกิจที่ปรึกษาและรวบรวมระบบคอมพิวเตอร์ มากขึ้น เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการพัฒนาระบบงานสารสนเทศภายในองค์กรตนเอง นอกจากนี้ ในด้านผู้ผลิตก็มีการพัฒนา สินค้าและเทคโนโลยีใหม่ ๆ อยู่ตลอดเวลาเพื่อเป็นการกระตุ้นตลาดและตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ที่มีความต้องการ ระบบที่จะสามารถช่วยทำงานและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันเชิงธุรกิจ ซึ่งนับเป็นโอกาสสำหรับสายธุรกิจ EIT ในการขยายธุรกิจ ทำให้แนวโน้มของธุรกิจที่ปรึกษาและรวบรวมระบบคอมพิวเตอร์ยังมีอัตราการเจริญเติบโตที่ต่อเนื่อง ต่อเนื่อง ภาวะการแข่งขันในปัจจุบันค่อนข้างสูง โดยมีบริษัทคู่แข่งซึ่งทำธุรกิจและมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ใกล้เคียงกัน ได้แก่ บริษัท ซีดีจี ซิสเต็มส์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทในเครือของบริษัท ซีดีจี กรุ๊ป จำกัด บริษัท สยามเทลเทคคอมพิวเตอร์ จำกัด บริษัท สามารท คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เป็นต้น ซึ่งแต่ละบริษัทจะมีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์เฉพาะด้าน ต่างกันไปโดยที่บริษัทฯ มีจุดแข็งในด้านประสบการณ์ในธุรกิจที่มีกว่า 25 ปี ทำให้เข้าใจความต้องการของลูกค้า เข้าใจใน ธุรกิจและมีความเชี่ยวชาญในระบบงานของลูกค้าและมีประวัติการทำงานซึ่งเป็นคุณสมบัติหนึ่งที่ภาครัฐบาลกำหนด ทำให้บริษัทฯ ได้เปรียบในเชิงการแข่งขันสามารถมีลูกค้าเพิ่มมากขึ้น

#### **4.3.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ**

เนื่องจากสายธุรกิจ EIT ดำเนินงานโดยให้คำปรึกษาและรวบรวมระบบให้กับลูกค้า ดังนั้น วิธีการจัดหา ผลิตภัณฑ์และบริการจึงเป็นส่วนหนึ่งของขั้นตอนในการทำงานขั้นตอนที่ 4 โดยมีรายละเอียด ดังนี้

สายธุรกิจ EIT จะทำการสั่งซื้อสินค้าที่ต้องรวบรวมให้กับลูกค้าเมื่อได้รับการสั่งซื้อจากลูกค้าแล้ว โดยไม่มีการเก็บสินค้าคงเหลือ การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ สามารถแบ่งได้เป็นดังนี้

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

**ซอฟต์แวร์** หากเป็นซอฟต์แวร์ที่เป็นตัวแทนจำหน่ายเอง จะจัดหาโดยการติดต่อเป็นผู้แทนของซอฟต์แวร์ นั้น ๆ โดยจ่ายค่าสัญญาการเป็นตัวแทนจำหน่ายให้กับบริษัทผู้ผลิต โดยจ่ายค่าลิขสิทธิ์ตามยอดขาย หากต้องการ ผู้เชี่ยวชาญในการพัฒนาและติดตั้ง บริษัทฯ จะนำสายธุรกิจ ISD(International Software Development) มาพัฒนาและ ติดตั้ง



**การให้บริการ** มีการให้บริการด้วยตนเองหรือมีการใช้ผู้เชี่ยวชาญจากผู้ผลิตร่วม 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

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

##### 4.4.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

สายธุรกิจ AR ดำเนินงานภายใต้บริษัท IRCP ประกอบธุรกิจเป็นผู้ผลิตซ้ำซอฟต์แวร์ให้กับ Microsoft ประเภทรับจ้างผลิต OEM ของ Microsoft มีขั้นตอน คือ บริษัทฯ เป็นผู้จัดหาวัตถุดิบ อันได้แก่ CD/DVD และ ฉลากแสดงสิทธิ์ใช้งาน (Certificate of Authenticity) แล้วนำฉลากแสดงสิทธิ์ใช้งาน (Certificate of Authenticity) มาทำการพิมพ์ข้อความแสดงสิทธิ์การใช้งานในแต่ละผลิตภัณฑ์ พร้อมทั้งนำวัตถุดิบและวัตถุดิบที่แปรรูปแล้ว มาประกอบเข้าด้วยกันตามสูตรการผลิตของแต่ละผลิตภัณฑ์แล้ว ทำการจัดส่งไปยังลูกค้า ซึ่งมี 2 กลุ่มคือ กลุ่มที่เป็นผู้จัดจำหน่ายที่ได้รับอนุญาต (Delivery Service Partner) และกลุ่มที่เป็นผู้ผลิตเครื่องคอมพิวเตอร์ (OEM Name Account) ซึ่งลูกค้าทั้งสองกลุ่มจะต้องเป็นบริษัทที่ได้ทำสัญญาจ่ายค่า License ตรงกับไมโครซอฟต์แล้วเท่านั้น สำหรับขั้นตอนการพิมพ์ ตลอดจนจนถึงการจัดส่งจะถูกควบคุมและดำเนินการโดยผ่านกระบวนการ และ เทคโนโลยีของ ไมโครซอฟต์ โดยเฉพาะ (Microsoft OEM Online) ปัจจุบันทางสายธุรกิจ AR เป็นผู้ผลิตซ้ำซอฟต์แวร์ให้กับ Microsoft แต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทยมานานกว่า 17 ปี

นอกจากการบริการรับจ้างผลิตซ้ำซอฟต์แวร์ให้กับลูกค้าแล้ว สายธุรกิจ AR ยังให้บริการทางด้านงานพิมพ์เครื่องหมายหรือตราสินค้าบนวัตถุดิบโค้งงอ เป็นพิมพ์คีย์บอร์ด แก้วหรือพลาสติกตามที่ลูกค้ากำหนด เป็นต้น

##### 4.4.2 การตลาดและการแข่งขัน

สัดส่วนรายได้ของทางสายธุรกิจ AR ในปี 2553 ส่วนใหญ่มาจากการผลิตซ้ำซอฟต์แวร์ของ ไมโครซอฟต์ คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 98.05 และงานพิมพ์เครื่องหมายหรือตราสินค้าบนวัตถุดิบโค้งงอมีการเติบโตที่ลดลงเล็กน้อย โดยมีสัดส่วนร้อยละ 1.27 ดังนั้น ทางสายธุรกิจ AR จึงมีนโยบายการตลาดมุ่งเน้นงานทางด้านการผลิตซ้ำซอฟต์แวร์ของ ไมโครซอฟต์เป็นหลัก โดยมุ่งเน้นขยายตลาดออกไปยังต่างประเทศในภูมิภาคใกล้เคียงในปีที่ผ่านมา ซึ่งได้ลูกค้ารายใหม่มา 2 บริษัท 3 Account จากเวียดนามตั้งแต่ช่วงปลายของไตรมาส 2 เป็นต้นมา และยังมีการสั่งซื้ออย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน รวมทั้งยังได้รับคะแนนความพึงพอใจอยู่ในเกณฑ์ดีมากกว่าทั้ง 2 บริษัท ซึ่งเดิมตลาดของประเทศเวียดนามมีคู่แข่งที่ทำอยู่ AR ในมาเลเซีย ในขณะที่หน่วยงานเป็นผู้ทำตลาดในประเทศไทยเพียงรายเดียว ทำให้ในปัจจุบันสัดส่วนของผลิตภัณฑ์ ไมโครซอฟต์ที่บริษัทจัดจำหน่ายสามารถแบ่งเป็น 2 กลุ่มตามภูมิภาคคือ ไทย และเวียดนามเป็น 84% : 16% ตามจำนวนหน่วย (ข้อมูลนับตั้งแต่ไตรมาสสามและสี่เท่านั้น) ส่วนสายผลิตภัณฑ์การพิมพ์บนวัตถุดิบโค้งงอ นั้นจะเป็นตลาดเฉพาะสำหรับคีย์บอร์ดที่ผลิตเป็นจำนวนน้อย จึงไม่มีการเติบโตมากนักอันเนื่องมาจากการให้บริการที่บริษัทฯ ให้กับลูกค้าในส่วนนี้จะเน้นการแก้ไขปัญหาสำหรับคีย์บอร์ดที่ยังไม่ได้พิมพ์ตัวอักษรภาษาไทยบนแป้นพิมพ์ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ ที่หากมีจำนวนมากผู้ผลิตตั้งต้นมักจะพิมพ์มาให้แล้ว สำหรับนโยบายด้านลูกค้า จะ เน้นการผลิตและจัดส่งได้อย่างรวดเร็ว มีคุณภาพได้มาตรฐานตามที่ลูกค้ากำหนด มีบริการหลังการขาย นอกจากนี้ สายธุรกิจ AR ได้จัดให้มีขั้นตอนการทำงานอย่างเป็นระบบ รวมถึงมีระบบการตรวจสอบคุณภาพและรวบรวมสถิติที่ได้มาตรฐาน และมีการจัดทำแบบประเมินความพึงพอใจจากลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งลูกค้ายังคงไว้วางใจเสมอมา

#### 4.4.2.1 การตลาด

##### กลยุทธ์การแข่งขัน

##### (1) ด้านสินค้าและบริการ

สายธุรกิจ AR เน้นการให้บริการผลิตสินค้าและการให้บริการที่รวดเร็ว และมีคุณภาพ ซึ่งหน่วยงานมีการให้สัญญาโดยกำหนดระดับการให้บริการที่รวดเร็วและมีคุณภาพ (Service Level Agreement) แก่ลูกค้า คือจัดส่งให้เรียบร้อยภายใน 3 วัน ในอัตราความสำเร็จที่ 100% ซึ่งปัจจุบันสามารถจัดส่งได้ภายใน 1 วันในอัตรามากกว่า 90% ของจำนวนคำสั่งซื้อทั้งหมดในปี นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้รับการประเมินผลการปฏิบัติงาน (Performance Evaluation) จาก Microsoft จนได้รับรางวัล Commitment to Excellence ประจำปี 2004 และได้รางวัล System Builder Channel AR Performance Award ทุกเดือนตลอดปี 2550-2552 ซึ่งเป็นเครื่องยืนยันคุณภาพและความพึงพอใจของ Microsoft ที่มีต่อบริษัทได้เป็นอย่างดี

ทางสายธุรกิจ AR มีการสำรวจระดับความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction Level) ทุกปี โดยทำแบบสอบถามไปถึงลูกค้าโดยตรงเพื่อให้คะแนนในหัวข้อต่าง ๆ ที่ทางสายธุรกิจ AR คาดว่าเป็นปัจจัยสำคัญ เช่น คุณภาพสินค้า ราคา การจัดส่งและการให้บริการ เป็นต้น เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงและพัฒนากระบวนการผลิตให้ลูกค้ามีความพึงพอใจสูงสุด ซึ่งผลการสำรวจตลอดปี 2553 ที่ผ่านมาพบว่า ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจในเกณฑ์ ดี ถึง ดีมาก เฉลี่ยถึงร้อยละ 91

เนื่องจากสายธุรกิจ AR ประกอบธุรกิจหลัก คือ การผลิตซ้ำซอฟต์แวร์ของ ไมโครซอฟต์ ซึ่งขายให้กับลูกค้าตามที่ไมโครซอฟต์ เป็นผู้กำหนดให้ โดย Microsoft Licensing ประเทศสหรัฐอเมริกา จะเป็นผู้มอบหมายนโยบายให้กับไมโครซอฟต์ ประเทศไทยซึ่งเป็นตัวแทนในประเทศ เพื่อให้เป็นผู้กำหนดนโยบายทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ รวมถึงการปราบปรามซอฟต์แวร์ที่ผิดกฎหมายอีกทอดหนึ่ง ดังนั้น นโยบายการตลาดส่วนใหญ่จะถูกกำหนดโดยไมโครซอฟต์ โดยหากในปีใดทางไมโครซอฟต์ มีนโยบายการปราบปรามซอฟต์แวร์ละเมิดลิขสิทธิ์อย่างเข้มงวด ก็จะส่งผลให้รายได้ของสายธุรกิจลดลงไปด้วย ในขณะที่เดียวกัน สำหรับผลิตภัณฑ์หรือรุ่นสินค้าของ ไมโครซอฟต์ ซึ่งมีออกมาใหม่เป็นระยะเพื่อกระตุ้นและตอบสนองความต้องการของลูกค้า สายธุรกิจ AR ก็จะได้รับความสะดวกใจให้เป็นผู้ผลิตซ้ำซอฟต์แวร์เหล่านั้นทำให้สายธุรกิจ AR สามารถผลิตผลิตภัณฑ์ได้หลากหลายและมียอดขายเพิ่มขึ้นอย่างเช่น ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ปี พ.ศ. 2554 นี้ทางไมโครซอฟต์ จะมีการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ในตระกูล Windows 7 SP1 และ Windows Server 2008 R2 SP1 ที่ได้มีการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องในการใช้งาน รวมทั้งเพิ่มความสามารถในการใช้งานใหม่ๆ เพิ่มขึ้น จากรุ่นก่อนซึ่งมีขีดความสามารถสูง และใช้งานง่ายอยู่แล้ว ทำให้ผลิตภัณฑ์มีความสดใหม่ และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

##### (2) ด้านการลดต้นทุนการผลิต

บริษัทฯ มีการดำเนินงานตามมาตรฐานที่ทาง Microsoft กำหนด ในปี พ.ศ. 2552 มีปริมาณของเสียโดยรวมต่ำกว่า 200 PPM (200 ชิ้นต่อ 1,000,000 ชิ้น) โดยสามารถทำได้ถึง 10.11 PPM ซึ่งถือว่าต่ำมาก โดยของเสียในการผลิต เช่น กาวเปื้อนบนแผ่นซีดี หรือ ซิลิกันปลอมหรือบรรจุภัณฑ์ไม่สมบูรณ์ เป็นต้น โดยในปี พ.ศ. 2554 ยังคงเป้าหมายที่จะลดของเสียลงให้ต่ำกว่า 200 PPM เนื่องจากในช่วงปลายปี 2553 ที่ได้มีการเปลี่ยนแปลงกระบวนการใหม่บางส่วนโดยเฉพาะอย่างยิ่งผลิตภัณฑ์ของไมโครซอฟต์เพื่อป้องกันการปลอมแปลง ทำให้ขั้นตอนการผลิตอาจยุ่งยากขึ้นมาบ้าง ซึ่งอาจส่งผลให้เกิดของเสียเพิ่มขึ้นในช่วงดังกล่าวได้ จึงมิได้ปรับเปลี่ยนเป้าหมายจากปีที่ผ่านมา โดยปัจจัยสำคัญ คือ พนักงานที่เกี่ยวข้องในแต่ละขบวนการ จะต้องได้รับการฝึกอบรมให้เข้าใจและสามารถปฏิบัติตามขั้นตอนได้อย่างถูกต้อง

รวมทั้งมีการปรับปรุงขบวนการในการผลิต ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งส่งผลให้การทำงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ รวดเร็วขึ้น ในขณะที่ของเสียลดลง นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้ดำเนินการตามแผนการลดต้นทุนวัตถุดิบลง โดยยังคงเป้าหมายไว้ที่ 3% ต่อจากปีที่ผ่านมา ทั้งนี้ ในปี 2553 สามารถทำได้ทะลุเป้า 9.56% ซึ่งเป็นผลจากการวิเคราะห์ตลาดและการวางแผนจัดการวัตถุดิบอย่างมีประสิทธิภาพ และมีการปรับเปลี่ยนวิธีการเฉพาะสำหรับคำสั่งซื้อ lot ใหญ่ที่เป็นงานโครงการภาครัฐ โดยความพยายามรวบรวมการสั่งซื้อให้มีปริมาณมากต่อครั้ง และการเจรจาต่อรองด้านราคากับ Supplier ทำให้มีความประหยัดต่อขนาดสูง ทั้งนี้ ทุกเป้าหมายมีการติดตามและจัดเก็บเป็นดัชนีชี้วัด (KPI) อย่างต่อเนื่อง เป็นระบบ และสอดคล้องกับนโยบายโดยรวมของบริษัทฯ ทำให้มั่นใจได้ว่าปีต่อไป ต้นทุนการผลิตจะสามารถลดลงได้อย่างแน่นอน

### **ลักษณะของกลุ่มลูกค้าและช่องทางการจัดจำหน่าย**

สำหรับซอฟต์แวร์ของไมโครซอฟท์ทางสายธุรกิจ AR จะจำหน่ายให้เฉพาะลูกค้าที่ Microsoft เป็นผู้กำหนดให้เท่านั้น โดยแบ่งลูกค้าออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

(1) DSP (Delivery Service Partner) คือบริษัทที่เป็นตัวแทนกระจายสินค้าของ ไมโครซอฟท์ ซึ่งในประเทศไทยมี 2 รายและประเทศเวียดนาม 2 ราย โดย DSP เหล่านี้จะขายสินค้าให้กับกลุ่มลูกค้าหลัก 2 กลุ่มคือ กลุ่มบริษัทผู้ผลิตคอมพิวเตอร์รายย่อย (System Builder) ที่ไม่ได้ซื้อลิขสิทธิ์โดยตรงกับไมโครซอฟท์และกลุ่มองค์กรต่างๆ ที่ต้องการซอฟต์แวร์ที่มีลิขสิทธิ์ถูกต้องของไมโครซอฟท์โดยในปี 2553 สายธุรกิจ AR มีสัดส่วนรายได้จาก DSP ประมาณร้อยละ 65

(2) บริษัทผู้ผลิตคอมพิวเตอร์ (PC OEMers) ที่ได้ซื้อลิขสิทธิ์โดยตรงกับ Microsoft USA ซึ่งในปัจจุบันมีลูกค้ากลุ่มนี้ในประเทศไทยจำนวน 2 ราย และในประเทศเวียดนาม 1 ราย โดยในปี 2553 มีสัดส่วนรายได้จากลูกค้ากลุ่มนี้ร้อยละ 35

ส่วนงานด้านการพิมพ์เครื่องหมายหรือตราสินค้าบนวัตถุดิบได้ ส่วนใหญ่เป็นการให้บริการกับกลุ่มของลูกค้า Microsoft เช่น งานการพิมพ์ตัวหนังสือภาษาไทยลงบนแป้นพิมพ์ เป็นต้น นอกจากนี้ อาจจะมีลูกค้าเพิ่มเติม คือ ผู้ผลิตเครื่องภายในประเทศที่ต้องการพิมพ์ตราสินค้าของตัวเอง

#### **4.4.2.2 ภาวะการแข่งขันและแนวโน้มอุตสาหกรรม**

##### **ภาวะการแข่งขัน**

ซอฟต์แวร์ปฏิบัติการและซอฟต์แวร์ประยุกต์ ของไมโครซอฟท์ เป็นสินค้าที่มีผู้ใช้งานสูงสุดในตลาดซอฟต์แวร์ของประเทศไทย และเนื่องจากทางสายธุรกิจ AR ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นผู้ผลิตซ้ำซอฟต์แวร์ของ ไมโครซอฟท์เพียงรายเดียวในประเทศไทย ดังนั้น ปัจจุบันบริษัทฯ ครอบครองตลาด 100% และกำลังรุกทำตลาดในเวียดนามเพื่อให้สามารถครองส่วนแบ่งของตลาดให้ได้มากกว่า 70% สำหรับสินค้าที่มีลิขสิทธิ์ที่ถูกต้อง อย่างไรก็ตาม คู่แข่งทั้งในประเทศไทยและเวียดนามมีทางเลือกที่จะซื้อสินค้าจากผู้ผลิตซ้ำซอฟต์แวร์ประเทศสิงคโปร์และมาเลเซีย ที่ได้รับอนุญาตจากไมโครซอฟท์คือ บริษัท International Press Softcom Limited และ Mentor Media Limited แต่สายธุรกิจ AR มีความได้เปรียบทางด้านสถานที่ตั้งโรงงานผลิตซ้ำ และบรรจุหีบห่อที่อยู่ในประเทศไทย ประกอบกับนโยบายด้านราคาที่มีความคุ้มค่าและการจัดส่งที่รวดเร็ว ทำให้เป็นที่พึงพอใจแก่ลูกค้า ทำให้ค่าขนส่ง และระยะเวลาในการจัดส่งน้อยกว่า อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีคู่แข่งทางอ้อมที่สำคัญ คือ ซอฟต์แวร์ละเมิดลิขสิทธิ์ซึ่งมีราคาที่ถูกลงและครองส่วนแบ่งการตลาดประมาณร้อยละ 75

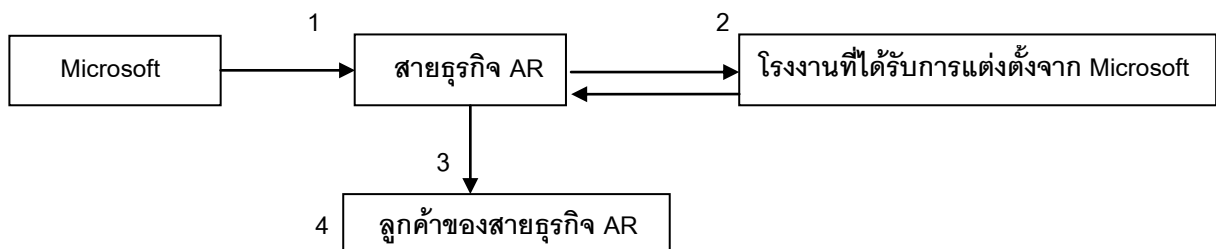
### แนวโน้มอุตสาหกรรมการผลิตซ้ำซอฟต์แวร์

จากการที่ซอฟต์แวร์ที่ผลิตซ้ำเป็นซอฟต์แวร์ของ ไมโครซอฟต์ ทั้งระบบปฏิบัติการและซอฟต์แวร์ประยุกต์ ซึ่งผลิตให้กับ OEMERS และ DSP โดยตรง เป็นซอฟต์แวร์ที่ครองส่วนแบ่งการตลาดอันดับหนึ่ง ดังนั้น การพิจารณายอดขายซอฟต์แวร์จึงสามารถพิจารณาได้จากยอดขายของจำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์ที่จำหน่ายในประเทศเป็นหลัก โดยในช่วงปี 2545 – 2551 มีอัตราการเติบโตของตลาดพีซีไม่ต่ำกว่าปีละ 10-20% ยกเว้นปี 2552 ที่ทั่วโลกประสบภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ ส่งผลให้ช่วงต้นปี มีอัตราการเติบโตติดลบ อย่างไรก็ตามจากแนวโน้มเศรษฐกิจช่วงปลายปี 2552 ตลอดจนปี 2553 มีสัญญาณบวกทั้งจากงบประมาณภาครัฐ และความแรงของ Windows 7 ทำให้สามารถประมาณการได้ว่าในปี 2554 อัตราการเติบโตก็จะอยู่ในราว 10-20% ขึ้นไป ซึ่งจะส่งผลให้การเติบโตของหน่วยงานผลิตซ้ำซอฟต์แวร์มีการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องเช่นกัน

นอกจากนั้น ในช่วงปลายปี 2553 ทางภาครัฐได้มีมาตรการในการปราบปรามซอฟต์แวร์ละเมิดลิขสิทธิ์ ทำให้ซอฟต์แวร์ละเมิดลิขสิทธิ์ดังกล่าวลดลงพอสมควร ซึ่งจะส่งผลดีต่อตลาดซอฟต์แวร์และธุรกิจผลิตซ้ำซอฟต์แวร์ของ สายธุรกิจ AR โดยรวม

#### 4.4.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

ทางสายธุรกิจ AR เป็นผู้รับจ้างผลิตซ้ำซอฟต์แวร์ให้กับ Microsoft และสายธุรกิจ ISD โดยมีขั้นตอนการทำงาน และการจัดหาผลิตภัณฑ์ ดังนี้



1. ไมโครซอฟต์เป็นผู้ส่งโปรแกรมต้นฉบับให้กับทางสายธุรกิจ AR และทางสายธุรกิจ AR เป็นผู้พิมพ์ฉลากแสดงสิทธิกันปลอม (Certificate of Authenticity) และจัดหาวัตถุดิบส่วนต่าง ๆ ที่เหลือ เช่น แผ่นซีดี กล่องพลาสติก และหีบห่อ เป็นต้น เพื่อประกอบเป็นโปรแกรมสำเร็จรูปตามความต้องการของลูกค้า

2. สายธุรกิจ AR เป็นผู้จัดส่งโปรแกรมให้กับโรงงานประเทศสิงคโปร์ที่ได้รับอนุญาตจากไมโครซอฟต์ ให้เป็นผู้ลงโปรแกรมลงแผ่นซีดีหรือโรงงานที่ไว้วางใจเป็นผู้ลงโปรแกรมใส่แผ่นซีดี

3. โรงงานที่ลงโปรแกรมส่งแผ่นซีดีกลับมาที่สายธุรกิจ AR เพื่อทำการผลิตซ้ำซอฟต์แวร์โดยการปิดฉลากแสดงสิทธิกันปลอม (Certificate of Authenticity) บรรจุหีบห่อ และตรวจสอบคุณภาพก่อนส่งสินค้าให้ลูกค้า

4. สายธุรกิจ AR ส่งโปรแกรมสำเร็จรูปให้กับลูกค้า

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

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

ส่วนเครื่องจักรที่สั่งซื้อในประเทศ ได้แก่ เครื่องอบห่อสินค้าจำนวน 2 เครื่อง และเครื่องสกรีนบนวัตถุผิวโค้ง 2 เครื่อง โดยมีบุคลากรในสายธุรกิจ AR ทั้งหมด 8 คน มีกำลังการผลิตซอฟต์แวร์และปริมาณการผลิตจริงมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปีตามความต้องการของตลาด ดังแสดงในตาราง

หัวข้อ	ปี 2550	ปี 2551	ปี 2552	ปี 2553
กำลังการผลิต (จำนวนแผ่น)	260,000	260,000	260,000	260,000
ปริมาณการผลิตจริง (จำนวนแผ่น)	164,963	198,443	179,833	253,197

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. 2550 - 2553 แสดงดังตารางด้านล่าง

(หน่วย : ร้อยละ)

วัตถุดิบ	ปี 2550	ปี 2551	ปี 2552	ปี 2553
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 สัดส่วนของการซื้อวัตถุดิบจากแหล่งวัตถุดิบต่างประเทศและในประเทศ พ.ศ. 2550 - 2553 เป็นดังนี้

(หน่วย : ร้อยละ)

แหล่งที่มาวัตถุดิบ	ปี 2550	ปี 2551	ปี 2552	ปี 2553
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** สัดส่วนการพึ่งพาวัตถุดิบจากต่างประเทศใน ช่วง 4 ปีที่ผ่านมา มีสัดส่วนคงที่ และจะยังคงมีแนวโน้มเช่นนี้ต่อไปในปีหน้า เนื่องจากรูปแบบผลิตภัณฑ์โดยเฉพาะอย่างยิ่ง Windows 7 ยังคงรูปแบบของผลิตภัณฑ์คล้ายคลึงกับ Windows Vista และ Windows XP ที่เพิ่งยกเลิกสายการผลิตไปเมื่อกลางปีที่ผ่านมา

#### 4.4.4 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	5164260045	
วันเริ่มต้นของสัญญา	1 กรกฎาคม 2553	
ระยะเวลาของสัญญา	สิ้นสุดเมื่อมีการยกเลิกสัญญาหรือ 30 มิถุนายน 2555	
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	5164260046	
วันเริ่มต้นของสัญญา	1 กรกฎาคม 2553	
ระยะเวลาของสัญญา	สิ้นสุดเมื่อมีการยกเลิกสัญญาหรือ 30 มิถุนายน 2554	
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 5164260047

วันเริ่มต้นของสัญญา 1 กรกฎาคม 2553

ระยะเวลาของสัญญา สิ้นสุดเมื่อมีการยกเลิกสัญญาหรือ 30 มิถุนายน 2554

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



#### 4.5 ธุรกิจช่องทางจัดจำหน่ายสินค้าไอทีประเภทผลิตภัณฑ์ระดับองค์กร

(Enterprise Products Distribution Business – IT Distribution Company Limited (ITDC))

##### 4.5.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ที่ผ่านมาบริษัท ไอที ดิสทริบิวชั่น จำกัด (ITDC) ได้ดำเนินธุรกิจด้านการจัดจำหน่ายสินค้าไอทีและอุปกรณ์เครือข่ายสำหรับตลาดลูกค้าองค์กร (Corporate Customer) เน้นเนื้อหาของการทำธุรกิจเพื่อให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า บริการ และขั้นตอนการจัดจำหน่ายมาโดยตลอดโดยมุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก เน้นการให้บริการสนับสนุนก่อนและหลังการขายเพื่อเสริมจุดแข็งและปิดจุดพ่วงให้กับดีลเลอร์ 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 ในด้านการบริการบริษัทเน้นการบริการที่สม่ำเสมอและต่อเนื่อง

ในปี 2553 บริษัทได้ปรับและจัดกลุ่มสินค้าที่จำหน่ายให้เหมาะสมกับสภาพตลาดโดยยังคงเน้นในเรื่องระบบความปลอดภัยของเครือข่ายและระบบการสื่อสารไร้สาย แต่จะเพิ่มความสำคัญไปที่แนวโน้มและพฤติกรรมการทำงานของลูกค้าซึ่งมีแนวโน้มที่จะมีการทำงานนอกสถานที่จากที่ทำงานประจำ การทำงานจากภายนอกสำนักงาน การทำงานแบบเคลื่อนที่ การใช้อุปกรณ์ลูกข่ายชนิดใหม่เช่น Smart Phone ความต้องการของลูกค้าที่ต้องการประหยัดค่าใช้จ่ายแต่ขณะเดียวกันก็ต้องการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน การขยายและเติบโตของเมืองใหญ่ที่ต้องมีการบริการประชาชนในเรื่องการสื่อสารทั้งด้านพื้นที่ครอบคลุม ปริมาณและคุณภาพ และการบริการด้านคุณภาพชีวิตของประชาชนในเรื่องความปลอดภัย เป็นต้น ซึ่งบริษัทได้เพิ่มประเภทของสินค้าและเน้นลงรายละเอียดในการนำสินค้าที่บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายอยู่เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการเหล่านี้ให้เป็นรูปธรรมให้มากขึ้น ดังนี้

- สินค้ากลุ่มระบบอุปกรณ์เครือข่ายและอุปกรณ์เครือข่ายโครงสร้างพื้นฐาน (Networking and Network Infrastructure)
- สินค้ากลุ่มระบบการสื่อสารไร้สายที่เน้นเรื่องความปลอดภัย (Secured Wireless Solution) บริษัทได้เพิ่มจำหน่าย เครือข่ายไร้สายแบบ Meshed Network เพื่อเป็นโซลูชันสำหรับเครือข่ายหลักของเมืองใหญ่ที่ไม่ต้องการขุดถนนเพื่อวางสายส่งของเครือข่าย
- สินค้ากลุ่มระบบความปลอดภัยข้อมูลไอที (IT Security) ได้เพิ่มระบบความปลอดภัยสำหรับระบบ Virtualization ป้องกันการโจมตีและการแพร่ของอันตรายภายในตัว Server ที่ทำระบบ Virtualized System ซึ่งกำลังมีการนำมาใช้งานมากขึ้นในปัจจุบัน
- สินค้ากลุ่มระบบการเพิ่มประสิทธิภาพ/สมรรถภาพให้เครือข่าย (Network Performance Improvement Solution)

- สินค้ากลุ่ม Virtualization and Application Delivery System ปีนี้ตลาดจะโตมากขึ้นตามแนวโน้มของความต้องการประหยัดค่าใช้จ่ายแต่ยังต้องการสร้างความสามารถในการแข่งขันและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน บริษัทได้เน้นโซลูชันของ Virtualization ทั้งด้านของ Server และด้านของ Client และการทำให้ Application ของลูกค้าสามารถทำงานได้บน Client ชนิดใหม่โดยไม่ต้องแก้ไขโปรแกรม ตลอดจนการเพิ่มประสิทธิภาพและสมรรถนะของการทำงานระหว่าง Client กับ Server
- สินค้ากลุ่มการสื่อสารในองค์กรและระหว่างบุคคล (Communication and Collaboration) บริษัทได้เพิ่มสินค้า Voice over IP (VoIP) และการประชุมทางไกลและการให้บริการทางไกลแบบเห็นภาพ (Teleconference)
- สินค้ากลุ่มความปลอดภัยสาธารณะ (Public Safety) บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายระบบบันทึกภาพเพื่อความปลอดภัย (Video Surveillance)
- สินค้าด้านการบริการหลังการขาย เช่น การติดตั้ง การอบรม การดูแลรักษาอุปกรณ์ การมีอุปกรณ์ทดแทนในการซ่อม การบริการแบบ 8X5 และ 24X7 เป็นต้น

นอกจากนี้บริษัทยังมีบริการเพื่อสนับสนุนการขาย เช่น

- การอบรมด้านเทคนิคให้กับดีลเลอร์
- การให้คำปรึกษาและออกแบบระบบ
- การบริการช่วยเหลือสินค้าเพื่อเติมแก้ระบบที่นำเสนอให้ครบถ้วนตามความต้องการลูกค้า
- บริการด้านการสนับสนุนด้านเทคนิคก่อนการขายและการสาธิตสินค้า (Prove of Concept: PoC)
- การร่วมทำการตลาดกับดีลเลอร์

โดยมีรายละเอียดสินค้าและบริการดังนี้

#### 4.5.1.1 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 ที่ผลิตสายUTP 10 Gigabit ตรงตามข้อกำหนดการจัดทำมาตรฐานIEEE 802.3an ล่าสุด และยังมีคุณสมบัติบางประการเหนือกว่าที่มาตรฐานกำหนดไว้ ยิ่งกว่านั้น Systemax ยังมีการรับประกันคุณภาพสัญญาณยาวนานถึง 20 ปี

#### 4.5.1.2 สินค้ากลุ่มระบบเครือข่ายไร้สายที่เน้นเรื่องความปลอดภัย (Secured Wireless Solution)

บริษัทฯให้ความสำคัญกับการสื่อสารไร้สายที่ให้ความปลอดภัยสูงจึงได้แยกการทำตลาดของสินค้ากลุ่มนี้ออกจากกลุ่มสินค้ากลุ่มระบบอุปกรณ์เครือข่ายและอุปกรณ์เครือข่ายโครงสร้างพื้นฐาน ในปัจจุบันการทำงานแบบไร้สายและเคลื่อนที่นั้นมีความแพร่หลายที่สูงมากเนื่องจากให้ความสะดวกและความคล่องตัวในการทำงาน เครือข่ายสาธารณะที่ใช้ในการสื่อสารก็มีความเร็วสูงขึ้นและมีราคาลดลง พนักงานขององค์กรมีความคุ้นเคยกับการใช้งานแบบไร้สายมาแล้วจากการใช้งานที่บ้าน หรือจากสถานศึกษา หรือจากสถานที่สาธารณะอื่นๆ ก็จะเรียกร้องสภาพแวดล้อมการทำงานแบบที่เคยได้รับกับองค์กรที่ตนเองทำงานอยู่หรือนำมาใช้เองในที่ทำงานก็เป็นได้ ตลอดจนอุปกรณ์ไอทีที่จำหน่ายในท้องตลาดนั้นมีความสามารถของการสื่อสารแบบไร้สายมาพร้อมแล้วจากโรงงานผู้ผลิต การนำเอาอุปกรณ์ไอทีเหล่านี้มาใช้ในองค์กรเพื่อความสะดวกโดยไม่ตระหนักถึงข้อเสียหรือโทษของอุปกรณ์ไอทีเหล่านี้และองค์กรก็ไม่มีมาตรการที่เหมาะสมในการป้องกันอันตรายในการนำมาใช้งาน จึงกลายเป็นความจำเป็นที่หลายๆองค์กรต้องนำระบบการสื่อสารไร้สายมาใช้ในองค์กรอย่างเป็นทางการอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ตัวอย่างเช่นธนาคารซึ่งเดิมเคยเห็นว่าการใช้อุปกรณ์ไร้สายเป็นสิ่งต้องห้ามในองค์กรเพราะจะเป็นเป้าหมายและเป็นแหล่งที่มาของการบุกรุกและโจมตีจากบุคคลที่ไม่หวังดีต่างๆแต่ปัจจุบันหลายๆธนาคารได้นำเอาระบบเครือข่ายไร้สายมาใช้ในองค์กรแล้ว การที่ธุรกิจต้องปรับวิธีการทำงานและการปรับปรุงสถานที่ทำงานเพื่อตอบสนองการสร้างความสามารถในการแข่งขันและการปรับตัวของธุรกิจซึ่งนับวันก็จะเกิดบ่อยและเร็วขึ้น เครือข่ายแบบมีสายไม่สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงที่เร็วอย่างนี้ได้ทันและยังมีค่าใช้จ่ายที่สูง เครือข่ายไร้สายจึง

เข้ามาตอบความต้องการเหล่านี้แทน การใช้เครือข่ายผสมระหว่างเครือข่ายแบบมีสายและเครือข่ายไร้สายจึงเป็นทางเลือกที่เหมาะสมกับสถานะการณ์ปัจจุบัน สิ่งสำคัญของเครือข่ายแลนไร้สายก็คือต้องเป็นระบบที่ให้ความปลอดภัยที่สูงมากที่สุดซึ่งบางครั้งอาจจะต้องสูงกว่าความปลอดภัยของระบบเครือข่ายแลนแบบมีสายอีกด้วย บริษัทฯได้นำเอาระบบเครือข่ายแลนไร้สายของอะรุบา (Aruba's secured wireless solution) มาจำหน่าย โดยระบบนี้ให้คุณสมบัติของความปลอดภัยแบบรวมศูนย์ทั้งเรื่องของการพิสูจน์ตัวตนผู้ใช้งาน การให้สิทธิแก่ผู้ใช้งาน การเข้ารหัส การป้องกันการบุกรุกไร้สาย การจัดการการใช้คลื่นสัญญาณเป็นต้น ซึ่งระบบความปลอดภัยแบบรวมศูนย์นี้จะให้ความปลอดภัยที่สูงกว่า การจัดการที่ง่ายกว่า และการติดตั้งใช้งานที่ง่ายกว่าอีกด้วย อะรุบายังมีโซลูชันที่เรียกว่า Virtual Branch Network เพื่อตอบสนองการทำงานแบบเคลื่อนที่ การทำงานจากนอกสถานที่ทำงาน เช่นจากบ้าน โรงแรมที่พัก สถานที่สาธารณะ หรือสำนักงานสาขา ไม่ว่าจะเป็นการทำงานของพนักงานคนเดียว หรือของกลุ่มพนักงานก็ได้ เป็นโซลูชันที่ติดตั้งง่ายและให้ความปลอดภัยของการติดต่อสูง และมีราคาที่เหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับทางเลือกอื่นที่มีในตลาด เหมาะกับลูกค้าประเภทที่มีสำนักงานสาขา ไซร์รุ่ม ไซต์งานนอกสถานที่หรือเป็นองค์กรที่มีผู้บริหารหรือพนักงานเดินทางเพื่อทำธุรกิจมากๆ หรือทำงานจากบ้าน เป็นต้น อะรุบายังมีโซลูชัน Wireless Meshed Network ซึ่งเป็นเครือข่ายไร้สายระยะไกลสำหรับการใช้งานภายนอกอาคารในลักษณะการทำงานแบบ One-to-One, One-to-Many หรือ Many-to-Many เพื่อใช้งานเป็นเครือข่ายไร้สายเชื่อมระหว่างอาคารกับอาคารที่ห่างกัน หรือให้บริการเครื่องลูกข่ายที่อยู่นอกอาคาร หรือสำหรับเป็นเครือข่ายเมืองที่มีจุดต่อเชื่อมเครือข่ายหลายจุดกระจายทั่วเมือง โซลูชันนี้มีคุณสมบัติของความสามารถในการค้นหาจุดต่อเชื่อมจุดต่อไปที่เหมาะสมที่สุดได้เองโดยอัตโนมัติ เพื่อให้ได้สมรรถนะของการสื่อสารสูงสุด และยังมีอัลกอริทึมที่ได้รับการพัฒนาให้เหมาะกับรับส่งข้อมูล Video ได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดที่ให้ภาพคมชัดไม่สะดุด เหมาะกับการเป็นเครือข่ายเพื่อรองรับระบบ Video Surveillance และระบบบรรเทาสาธารณภัย (Public Safety) ของหน่วยงานราชการเช่น ตำรวจ ทหาร หรือหน่วยดับเพลิง เป็นต้น

#### 4.5.1.3 สินค้ากลุ่มระบบความปลอดภัยข้อมูลไอที (IT Security)

ระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูลขององค์กรเป็นความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมิได้โดยเฉพาะองค์กรที่จะต้องติดต่อกับโลกภายนอกไม่ว่าจะเป็น การติดต่อผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ระบบ Extranet หรือแม้แต่วระบบ 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 Firewall, Anti-Virus, IDS-IPS, Web filtering, Anti-Spam, VPN IPSec, SSL-TLS, การป้องกันข้อมูลรั่วไหล (Data Loss Prevention – DLP) การปรับปรุงสภาพการทำงานเครือข่ายแลนให้เหมาะสม (WAN Optimization) การแจกแจงและควบคุมการทำงานของแอปพลิเคชัน (Application Control) การตรวจสอบข้อมูลจราจรที่เข้ารหัสแบบ SSL (SSL-Encrypted Traffic Inspection) และการแบ่งปริมาณข้อมูลให้กับลิงค์

และเซิร์ฟเวอร์ให้มีความเหมาะสม (Load Balance) ล่าสุด Fortinet ยังเพิ่มความสามารถในการจัดการและให้บริการ การสื่อสารไร้สายแบบรวมศูนย์ให้กับอุปกรณ์ UTM ของ Fortinet ซึ่งทำให้ลูกค้าที่ใช้งาน UTM ของ Fortinet อยู่แล้ว สามารถจัดหา Access Point ไร้สายของ Fortinet ติดตั้งเพิ่มในเครือข่ายก็สามารถให้บริการการสื่อสารไร้สายในองค์กรได้ ในขณะที่ผู้ใช้งานแบบไร้สายขององค์กรยังได้รับการบริการด้านความปลอดภัยของข้อมูลจากอุปกรณ์ UTM ของ Fortinet ได้เช่นเดิม นอกจากนี้ Fortinet ยังพัฒนาโซลูชันความปลอดภัยของข้อมูลสำหรับ Server Virtualization ซึ่งกำลังได้รับความนิยมอย่างสูงในขณะนี้ โดยที่โซลูชันนี้จะช่วยป้องกันการโจมตีหรือการแพร่กระจายของอันตรายที่มาจากแอปพลิเคชันหนึ่ง ไปสู่แอปพลิเคชันอื่นที่ทำงานอยู่บน Server ตัวเดียวกัน ด้วยการมีความสามารถหลากหลายในอุปกรณ์ตัวเดียวจึงทำให้ Fortinet เป็นมากกว่าอุปกรณ์ UTM อื่นๆในตลาด Fortinet ได้ออกแบบอุปกรณ์มาหลายรุ่นตั้งแต่ขนาดเล็กถึงใหญ่ เพื่อให้มีความเหมาะสมกับการนำไปใช้งานกับทุกขนาดของหน่วยงานตั้งแต่องค์กรขนาดเล็กจนถึงระดับผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต

นอกจากอุปกรณ์ UTM ที่กล่าวไปแล้ว Fortinet ยังมีระบบอุปกรณ์การเก็บล็อกจรรยาจรข้อมูล วิเคราะห์และหาความสัมพันธ์ของข้อมูลจรรยาจรเพื่อตรวจหาต้นตอการบุกรุก การรายงานและแจ้งเตือนการบุกรุกต่างๆ โดย จะเก็บรวบรวมจรรยาจรข้อมูลที่ไหลผ่านอุปกรณ์ Fortinet ซึ่งระบบนี้จะเหมาะกับองค์กรตั้งแต่ขนาดเล็กไปจนถึงขนาดใหญ่ที่ต้องการวิเคราะห์ข้อมูลการโจมตีจากข้างนอกเครือข่ายที่จะเข้ามาในองค์กรหรือจากองค์กรจะออกไปโจมตีภายนอก

### 2) ระบบความปลอดภัยไอทีของ Enterasys

ระบบความปลอดภัยไอทีของ Enterasys ซึ่งจะประกอบด้วยอุปกรณ์ตรวจและดักจับการบุกรุก และการโจมตีต่างๆ (Intrusion Detection/Prevention System - Dragon IDS/IPS) อุปกรณ์ควบคุมการเข้าสู่เครือข่ายและ ตรวจสอบคุณสมบัติอุปกรณ์ลูกข่าย (Network Access Control - NAC) และระบบจัดเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ล็อกและเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในเครือข่าย (Security Information and Event Management) การสร้างความสัมพันธ์ของข้อมูลเหล่านี้เพื่อ หาสาเหตุและต้นตอของการบุกรุกและจัดการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น ระบบนี้เหมาะกับองค์กรขนาดใหญ่หรือองค์กรที่มีเครือข่าย ที่ซับซ้อนมีอุปกรณ์เครือข่ายหลายประเภท

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

Server/Client based Antivirus ของ BitDefender แม้ว่าองค์กรจะมีระบบการรักษาความปลอดภัยจากการโจมตีจากภายนอกแล้วก็ตามก็ยังคงมีความจำเป็นต้องดูแลความปลอดภัยของระบบ Workstations, Servers ตลอดจน Personnel Computer จำนวนมากที่อยู่ในเครือข่ายขององค์กรเนื่องจากไม่มีระบบไหนที่จะป้องกันการ โจมตีได้ 100 เปอร์เซ็นต์มีโอกาสที่จะมี Virus ต่างๆหลุดรอดเข้ามาในเครือข่ายได้ซึ่งอาจจะติดมาจาก Notebook ที่พนักงาน นำไปใช้นอกเครือข่าย หรือติดมาจากอุปกรณ์ภายนอกอื่น ๆ เช่น แผ่น CD หรือ Flash Memory เป็นต้น BitDefender มีความสามารถในการตรวจจับไวรัสที่เข้ามาในอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ได้ดีกว่าและมากกว่าคู่แข่งอื่นๆ BitDefender มีการ ตรวจหาไวรัสใน 2 รูปแบบคือทั้งแบบที่เป็น Signature-based และ Behavioral-based

4.5.1.4 Network Performance Improvement Solution เป็นระบบช่วยเสริมประสิทธิภาพและ เสถียรภาพของการทำงานของเครือข่ายเป็นผลให้การทำงานของ Application ต่างๆ ดีขึ้น อุปกรณ์ในกลุ่มนี้ประกอบด้วย

#### 1) 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 สามารถการปรับขนาดการรับส่ง packet ให้ขนาดของข้อมูลสอดคล้องกับสถานะของเครือข่าย เป็นการทำให้ QoS ในระดับ Applications

#### 2) อุปกรณ์ Citrix - Branch Repeater (WAN Optimization)

เป็นระบบเพิ่มประสิทธิภาพและสมรรถนะของการส่งข้อมูลระหว่างสำนักงานใหญ่กับสาขา ลดปริมาณข้อมูลที่ส่ง เพิ่มความเร็วในการรับส่งข้อมูล โดยใช้เทคนิค การบีบอัดข้อมูลให้มีขนาดเล็กลง , การปรับเปลี่ยนโปรโตคอลเพื่อเร่งความเร็วข้อมูล การทำ QoS และการทำ Cache เป็นต้น

**4.5.1.5 Virtualization and Application Delivery System** เป็นสินค้ากลุ่มที่มีการเติบโตสูงตามแนวโน้มการเติบโตของ Virtualization และ Web Application เนื่องจากแนวโน้มในปัจจุบันนั้นองค์กรต้องการลดค่าใช้จ่ายแต่ยังคงต้องการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงาน ซึ่งจะมีการใช้ Server ที่มีอยู่แล้วให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นโดยการทำ Virtualization คือให้แอปพลิเคชันหลายชนิดทำงานบน Server ตัวเดียวกันหรือกลุ่มเดียวกัน มีการเขียนแอปพลิเคชันให้เป็นแบบ Web Application ตอบสนองต่อการเรียกใช้งานของพนักงานจากทั้งในและภายนอกองค์กรให้สะดวกขึ้นเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานและเพิ่มการครอบคลุมตลาดเพราะพนักงานสามารถเดินทางไปเยี่ยมลูกค้าหรือพัฒนาตลาดนอกสถานที่ทำงานและยังสามารถเรียกใช้ข้อมูลขององค์กรหรือทำงานในขณะที่อยู่ภายนอกได้ และหากมีโซลูชันที่เหมาะสมก็สามารถเรียกใช้งานจากอุปกรณ์เครือข่ายหลากหลายประเภทได้ซึ่งมีตั้งแต่โน้ตบุ๊ก เน็ตบุค Palm, iPhone, BlackBerry, Android, PCMobile เป็นต้น และการติดต่อกลับมาที่สำนักงานใหญ่ซึ่งต้องการมากกว่าการเข้าดูเว็บขององค์กรนั้นต้องการระบบที่สามารถตอบสนองการทำงานแบบ Anywhere, Any Time และ Any Device ซึ่งโซลูชันของ Citrix ที่ตอบสนองในเรื่องนี้ประกอบด้วยระบบ Virtualization ได้แก่ ZenServer, ZenApplication และ ZenDesktop ระบบ Application Delivery Solution ได้แก่ Citrix NetScaler และ Citrix Access Gateway

**4.5.1.6 Voice Over IP (VoIP) and Collaboration** สินค้ากลุ่มนี้ตอบสนองต่อแนวโน้มในความต้องการประหยัดค่าใช้จ่ายและต้องการเพิ่มความสามารถประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเช่นกัน กล่าวคือเป็นระบบที่สามารถใช้งานโทรศัพท์ผ่านเครือข่ายข้อมูลซึ่งจะทำให้ลดค่าใช้จ่ายโทรศัพท์โดยเฉพาะโทรศัพท์ทางไกลลงได้ VoIP นั้นเป็นระบบโทรศัพท์เสียง ส่วน Collaboration เป็นระบบการติดต่อที่มีทั้งภาพและเสียง ที่ผ่านมาราคาของทั้ง 2 ระบบมีราคาสูงมากทำให้มีการนำมาใช้งานในวงจำกัดเฉพาะในองค์กรใหญ่ๆ เท่านั้น แต่ปัจจุบันราคาและอุปกรณ์ของทั้ง 2 ระบบลดลงอย่างมาก และสินค้าที่บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายขณะนี้สำหรับ VoIP คือ Pexxel และ Collaboration คือ Citrix GoTo

Meeting, GoTo Training, GoTo Presentation และ GoTo Support เป็นสินค้าที่มีราคาสมเหตุสมผลที่สุด และบริษัทวางเป้าหมายไปที่ตลาดลูกค้าขนาดกลางที่มีสาขา หรือทำธุรกิจแบบ B2B ติดต่อกับลูกค้าที่เป็นองค์กร

**4.5.1.7 Video Surveillance** สินค้ากลุ่มนี้ตอบสนองต่อตลาดเพื่อความปลอดภัยของทรัพย์สินหรือบุคคล (Physical Security) ตั้งแต่มีเหตุการณ์ก่อการร้าย วางเพลิงและวินาศกรรมในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา ทั้งหน่วยงานราชการและบริษัทเอกชนได้ให้ความสำคัญต่อการบันทึกภาพการเกิดเหตุเพื่อเป็นการป้องกันและป้องปราม แต่ที่ผ่านมาหลายครั้งภาพที่ได้รับการบันทึกก็มีความไม่ชัดเจนไม่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้อย่างเต็มที่ บริษัทได้เป็นตัวแทนสินค้า Pelco จากประเทศอเมริกา เน้นที่ระบบกล้องถ่ายวิดีโอแบบดิจิทัล ที่มีความชัดเจนสูงสามารถขยายดึงภาพให้เข้ามาใกล้ให้เห็นได้ชัดเจนขึ้นได้ บริษัทวางเป้าหมายไปที่ตลาดลูกค้าขนาดใหญ่และหน่วยงานราชการ

## 4.5.2 การตลาดและภาวะการแข่งขัน

### 4.5.2.1 การตลาด

ไอที ดิสทริบิวชัน มีนโยบายในการดำเนินธุรกิจที่ชัดเจนโดยเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและขั้นตอนการจัดจำหน่าย โดยจะไม่เน้นการแข่งขันด้านราคา ปรัชญาในการทำธุรกิจของบริษัทจะเน้นความต่อเนื่องในการทำธุรกิจ (Continuity) ความเชื่อมั่นไว้ใจได้ (Reliability) ความมั่นคง (Stability) และความน่าเชื่อถือสามารถคาดการณ์ได้ (Predictability)

### กลยุทธ์การแข่งขัน

#### (1) ด้านสินค้าและบริการ

เพื่อให้สอดคล้องกับปรัชญาในการทำธุรกิจ บริษัทเน้นการกำหนดประเภทของสินค้าและบริการที่จะนำมาจำหน่ายซึ่งจะต้องอยู่ในประเภทที่ตอบสนองความต้องการของตลาดในปัจจุบันและตอบสนองแนวโน้มตลาดที่กำลังเกิดขึ้น และควรเป็นสินค้าที่เกื้อหนุนซึ่งกันและกัน (Complimentary) และต้องเป็นสินค้าที่ต้องการประเภทของความเชี่ยวชาญและความชำนาญของบุคลากรใกล้เคียงกันเพื่อที่จะสร้างความชำนาญและความเชี่ยวชาญในการให้บริการในตัวบุคคลากรได้อย่างมีประสิทธิภาพสามารถสร้างความมั่นใจในการให้บริการกับลูกค้า คัดเลือกสินค้าที่มีคุณภาพทั้งด้านตัวสินค้าและบริษัทผู้ผลิต สินค้าที่มีคุณสมบัติที่ตรงกับความต้องการของตลาด มีคุณภาพสูง และมีศักยภาพทางการตลาดสูง มีกลยุทธ์ มีอนาคต เป็นสินค้าแบรนด์ที่ต้องการชิงตลาดหรือเจาะตลาดของแบรนด์ที่เป็นผู้นำ คือเป็นแบรนด์ท้าทายผู้นำ (Challenging Brand) ซึ่งบริษัทได้ช่วยทำตลาดให้สินค้าที่มีคุณสมบัติอย่างนี้มาแล้วเช่น Fortinet ซึ่งปัจจุบันได้กลายเป็นผู้นำในตลาด Unified Thread Management ไปแล้ว หรือ CommScope ซึ่งเป็นระบบและสายสัญญาณ (Cabling System) ยี่ห้อ Systemax ซึ่งปัจจุบันเป็นหนึ่งในกลุ่มผู้นำในตลาดสายสัญญาณ และ Aruba เป็นอุปกรณ์ระบบเครือข่ายแลนไร้สายที่ได้รับความนิยมและมีการเติบโตสูงมากกลายมาเป็นคู่แข่งรายสำคัญของ Cisco ในด้านเครือข่ายไร้สายไปแล้ว

#### (2) ด้านพนักงาน

พนักงานเป็นทรัพยากรที่สำคัญของบริษัทซึ่งจะเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างและส่งมอบคุณค่าเพิ่มให้กับสินค้าและการจัดจำหน่าย จะได้รับการคัดสรรมาจากผู้ที่มีความรู้ความสามารถ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และต้องสามารถ

ทำงานเป็นทีม และเมื่อได้รับบรรจุในทีมงานแล้วจะได้รับกรอบความรู้เกี่ยวกับสินค้าโดยตรงจากเจ้าของสินค้าและจากผู้ร่วมงานในทีมงาน บริษัทมีเป้าหมายที่ชัดเจนในการให้พนักงานส่วนใหญ่ผ่านการรับรองความรู้ความสามารถ และมีใบประกาศนียบัตรรับรองจากผู้ผลิตสินค้าที่บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่าย ( Certified Training) พนักงานแต่ละท่านจะได้รับข้อกำหนดตัวสินค้าที่จะต้องรับผิดชอบอย่างชัดเจนเพื่อจะได้พัฒนาความรู้ความเชี่ยวชาญในสินค้าและเป็นหลักในการให้บริการในเรื่องเกี่ยวกับสินค้านั้นๆ และจะเป็นผู้ถ่ายทอดความรู้ความเชี่ยวชาญนั้นๆ ให้กับทีมงานท่านอื่นๆ เพื่อช่วยกันพัฒนาความรู้ความเชี่ยวชาญร่วมกัน สามารถทำงานทดแทนกันได้ และสามารถทำงานในลักษณะเสนองานเป็นระบบโดยรวม (Solution หรือ System) ได้ สามารถให้คำปรึกษา การบริการและตอบคำถามให้กับลูกค้าได้ไม่ว่าจะเป็นด้านทางเทคนิคของสินค้าแต่ละชนิดหรือปัญหาของระบบที่เสนอได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว นอกเหนือจากนั้นพนักงานต้องสามารถทำหน้าที่เป็นผู้อบรม (Trainer) ความรู้เกี่ยวกับสินค้าที่เป็นตัวแทนจำหน่ายให้กับผู้จำหน่ายช่วงหรือลูกค้าได้

บริษัทมีนโยบายที่ชัดเจนในการรักษาพนักงานให้ทำงานกับบริษัท ทั้งในเรื่องผลตอบแทนในการทำงาน การเติบโตในสายงาน สวัสดิการ สภาพแวดล้อมการทำงาน การให้โอกาสในการพัฒนาตนเอง การบริหารงานภายในบริษัทตลอดจนการสร้างให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างทีมงานเพื่อให้เกิดความต่อเนื่องในการทำงานและการให้บริการโดยไม่เปลี่ยนแปลงบุคลากรผู้ให้บริการบ่อยๆ

### (3) ด้านช่องทางการจำหน่าย

บริษัทจำหน่ายสินค้าโดยผ่านตัวแทนจำหน่ายหรือบริษัทร่วมค้า (Dealer หรือ Reseller หรือ Partner) รวมเรียกว่าผู้ร่วมค้าซึ่งได้แก่บริษัทที่จำหน่ายและติดตั้งระบบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และเครือข่าย (Network Integrator) หรือเป็นบริษัทที่จำหน่ายและติดตั้งระบบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และโปรแกรมธุรกิจ (System Integrator) ทั้งในกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด โดยบริษัทจะเลือกเฟ้นผู้ร่วมค้าโดยมุ่งเน้นคุณภาพ เน้นความตั้งใจในการทำธุรกิจไม่เน้นขนาดของบริษัท บริษัทจะทำงานร่วมกันกับผู้ร่วมค้าอย่างยุติธรรมและเสมอภาค มีกฎเกณฑ์กติกาในการทำธุรกิจ และตัดสินใจบนกติกาที่วางไว้ทำให้สามารถเป็นที่คาดการณ์ได้ (Predictability) ของผู้ร่วมค้าซึ่งจะทำให้เกิดการเชื่อมั่นและเชื่อถือซึ่งกันและกันในระยะยาว

บริษัทให้ความสำคัญในการร่วมพัฒนาความสามารถของทีมงานของผู้ร่วมค้าโดยจัดการอบรมเกี่ยวกับตัวสินค้าทั้งด้านเทคนิคและด้านการขายให้แก่ผู้ร่วมค้าอย่างต่อเนื่องทุกๆ เดือนทั้งโดยบุคลากรของบริษัทและโดยบุคลากรของเจ้าของสินค้า จัดให้มีห้องทดสอบอุปกรณ์โดยจะมีอุปกรณ์ที่จำหน่ายทั้งหมดและอุปกรณ์เสริมที่จำเป็นในการต่อให้เป็นระบบองค์รวม (Solution) เพื่อให้ผู้ร่วมค้าได้มาทดสอบหรือเรียนรู้การใช้งานเป็นการพัฒนาความรู้ให้กับผู้ร่วมค้าอย่างมีประสิทธิภาพอีกทางหนึ่ง

### (4) ด้านการสนับสนุนการจำหน่ายสินค้า

บริษัทมีนโยบายการจัดกิจกรรมเพื่อให้ข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า ( Create Product and Brand Awareness) การกระตุ้นตลาดและสร้างความต้องการให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ( Demand Generation Activities) ซึ่งได้แก่การจัดสัมมนาทางเทคนิคเกี่ยวกับตัวสินค้าให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและบุคคลที่สนใจ การจัดงานสัมมนาทางเทคนิคร่วมกับตัวแทนจำหน่ายสำหรับลูกค้าเฉพาะกลุ่มอุตสาหกรรม ( Vertical Industry Solution Seminar) การเข้าร่วมงานนิทรรศการเพื่อแสดงสินค้าและการใช้งาน ( Exhibition and Trade Show) การให้ข้อมูลเทคนิคเกี่ยวกับคุณสมบัติของสินค้าและนำไปใช้ในงานจริงผ่านช่องทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) และเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์



#### (5) ด้านราคา

เนื่องจากบริษัทเน้นคุณภาพ และการสร้างคุณค่าเพิ่ม ( Value added) แก่สินค้าและบริการ จึงไม่มีนโยบายแข่งขันทางด้านราคา อย่างไรก็ตาม บริษัทพยายามบริหารต้นทุนสินค้าให้อยู่ในระดับต่ำ โดยมีการบริหารสินค้าคงคลังที่มีประสิทธิภาพ และยังได้ประโยชน์จากพนักงานที่มีคุณภาพ มีความเชี่ยวชาญ ลดความจำเป็นที่จะต้องพึ่งพาผู้เชี่ยวชาญหรือการบริการจากต่างประเทศ ทำให้บริษัทมีศักยภาพที่จะแข่งขันด้านราคาหากมีความจำเป็น และในที่สุดส่งผลดีต่อสถานะการทำกำไรของบริษัท

#### (6) ด้านการควบคุมสินเชื่อ

ในการให้เครดิตกับลูกค้าบริษัทเน้นนโยบายการใช้ระบบควบคุมวงเงินสินเชื่อที่รัดกุมแต่ยืดหยุ่น โดยการพิจารณาให้วงเงินเครดิตของลูกค้าแต่ละรายตามความน่าเชื่อถือในการดำเนินธุรกิจ โดยพิจารณาข้อมูลได้แก่ ผลประกอบการย้อนหลัง 2 ปี ทุนจดทะเบียน รายการฝากถอนเงินในบัญชี (Bank Statement) เพื่อนำมาประกอบการตัดสินใจในการให้วงเงินเครดิต นอกจากนี้จะพิจารณาประวัติ ความตั้งใจในการทำธุรกิจและการบริหารงานของผู้บริหารของลูกค้า ส่วนลูกค้ารายใหม่ที่ยังไม่เคยทำธุรกิจมาก่อนจะพยายามทำการซื้อขายเป็นเงินสดก่อนเพื่อดูผลการทำงานร่วมกันไประยะหนึ่งก่อนแล้วจึงจะพิจารณาให้เครดิตต่อไป ที่ผ่านมามีหนี้เสียเล็กน้อยไม่เกิน 0.5% ของยอดขาย

#### 4.5.2.2 ภาวะการแข่งขันและแนวโน้มอุตสาหกรรม

##### ภาวะการแข่งขันและแนวโน้มการเติบโตของสินค้าที่เป็นตัวแทน

ที่ผ่านมายอดขายของบริษัทเติบโตมาตลอด 4 ปีที่ผ่านมาแม้ว่าจะมีปัญหาระยะของโลกและของประเทศไทยแม้ในปีที่มีความขัดแย้งทางการเมืองในประเทศอย่างรุนแรงก็ตาม ในปี 2554 นี้เศรษฐกิจโดยรวมของประเทศไทยในปี 2554 จะเติบโตลดลงเหลือ 3.5-4% นักวิเคราะห์ที่เชื่อว่าการขัดแย้งทางการเมืองของไทยน่าจะค่อยๆคลี่คลายลง น่าจะทำให้นักธุรกิจมีความมั่นใจในการลงทุนมากขึ้น อย่างไรก็ตามนักธุรกิจของไทยคงไม่แตกต่างจากแนวโน้มของนักธุรกิจอื่นทั่วโลกคือในขณะนี้ยังต้องการขยายธุรกิจ ต้องสร้างความสามารถในการแข่งขันแต่ยังระมัดระวังเรื่องการควบคุมค่าใช้จ่ายและการลงทุนซึ่งจะให้ความสำคัญกับการใช้จ่ายอย่างมีเหตุผล การเพิ่มประสิทธิภาพของการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด แนวโน้มที่เกิดขึ้นแล้วในประเทศไทยและจะขยายตัวต่อไปอีกคือการทำงานนอกสำนักงาน การทำงานแบบเคลื่อนที่ การนำอุปกรณ์พกพาชนิดใหม่ๆ เช่น Smart Phone, iPhone, iPad มาใช้ในงานธุรกิจจะมีมากขึ้น ในส่วนของรัฐบาลนั้นได้ให้ความสำคัญในเรื่องความปลอดภัยของประชาชนมากขึ้น นายกรัฐมนตรีประกาศเป็นนโยบายว่าจะให้มีการติดตั้งกล้องบันทึกภาพวีดีโอในจุดที่มีประชาชนพลุกพล่าน จุดล่อแหลมอันตราย จุดยุทธศาสตร์ จุดที่เป็นสัญลักษณ์ทางการเมือง เพื่อเป็นการป้องกันและป้องปรามการเกิดเหตุร้ายหรืออันตรายต่อประชาชนและทรัพย์สินของรัฐ

ในส่วนของตลาดไอทีนั้น นักวิเคราะห์ประมาณการว่าจะเติบโตเฉลี่ยปีละ 10-12% ซึ่งบริษัทมีความเห็นว่าเป็นระบบหรืออุปกรณ์ด้านไอทีที่ตอบสนองต่อความต้องการของธุรกิจในเรื่องการประหยัดค่าใช้จ่าย การเพิ่มประสิทธิภาพของทรัพยากร การตอบสนองพฤติกรรมการทำงานแบบเคลื่อนที่ การทำงานนอกสถานที่ ตลอดจนตอบสนองต่อความต้องการความปลอดภัยของข้อมูลและความปลอดภัยของบุคคลและทรัพย์สินดังที่กล่าวมาแล้ว จะมีการเติบโตที่สูงกว่าการเติบโตเฉลี่ยของตลาดไอที

ซึ่งสินค้าที่บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่าย ซึ่งได้แก่ Aruba, Enterasys, Fortinet, Citrix, PlexTel, Pelco, BitDefender และ CommScope นั้นสามารถตอบสนองต่อความต้องการข้างต้นเป็นอย่างดีด้วยราคาที่สมเหตุสมผลที่สุด นอกจากนี้การทำธุรกิจของบริษัทที่เน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและขั้นตอนการขาย รวมทั้งการสร้างความแตกต่างของสินค้าจากผู้ผลิตสินค้า จะทำให้ลดการแข่งขันจากคู่แข่งได้ และธุรกิจของบริษัทนั้นอยู่ในช่วงของการเติบโตซึ่งมีการเติบโตทุกปีมาตลอด 4 ปีที่ผ่านมาและเป็นการเติบโตจากการทำธุรกิจที่อาศัยฐานของการสร้างความสามารถในการให้บริการลูกค้าของบริษัท ซึ่งคาดว่าปี 2554 หากบริษัททำธุรกิจอย่างระมัดระวังและเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มอย่างต่อเนื่อง เช่นที่ผ่านมาก็ยังมั่นใจได้ว่าบริษัทจะสามารถเติบโตได้อีก

#### 4.5.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

ฝ่ายธุรกิจ PD จัดหาผลิตภัณฑ์โดยการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศจากบริษัทผู้ผลิต หรือสั่งซื้อจากสำนักงานตัวแทนในประเทศบริษัทผู้ผลิต

#### 4.5.4 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) 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

- (3) 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

- (4) 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

- (5) 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

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

##### 4.6.1 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
  - Credit Cards Approval And Tracking

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> </ul>	5.0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ร้อยละขั้นต่ำของการถือหุ้นของผู้ถือหุ้นสัญชาติไทย</li> </ul>	51
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ขนาดการลงทุนไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียนขั้นต่ำ (ล้านบาท)</li> </ul>	1.0
หัวข้อ	รายละเอียด
<b>สิทธิและผลประโยชน์ (ระยะเวลายกเว้น)</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิ</li> </ul>	01/01/50 – 31/12/50
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ไม่ต้องนำเงินปันผลจากกิจการที่ได้รับการส่งเสริมมาคำนวณภาษีเงินได้ตลอดระยะเวลาการ</li> </ul>	

#### 4.6.2 การตลาดและภาวะการแข่งขัน

##### 4.6.2.1 การตลาด

##### กลยุทธ์การแข่งขัน

##### (1) ด้านสินค้าและบริการ

ทางสายธุรกิจ ISD มีความเชี่ยวชาญ เป็นพิเศษ ด้าน การพัฒนาซอฟต์แวร์ 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 3 ปี ทำให้มีความรู้ ความเข้าใจในซอฟต์แวร์ที่ทำ การพัฒนาเป็นอย่างดี และเนื่องจากธุรกิจนี้เป็นธุรกิจที่ต้องพึ่งพาความรู้ความสามารถของพนักงานเป็นหลัก ทางสายธุรกิจ ISD จึงมีนโยบายจูงใจให้พนักงานทำงานกับบริษัท ฯ ในระยะยาว โดยมีการจ่ายผลตอบแทนในรูปแบบของแรงจูงใจ (Incentive) ที่มีความเป็นธรรม โดยคำนวณผลตอบแทนเทียบกับปริมาณความสำเร็จในโครงการ

##### กลุ่มลูกค้าเป้าหมายและช่องทางการจัดจำหน่าย

สายธุรกิจ ISD มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย 4 กลุ่ม คือ ภาคสถาบันการเงิน ภาคการสื่อสารโทรคมนาคม ภาคอุตสาหกรรมพลังงาน และภาครัฐบาล เนื่องจากบริษัทเหล่านี้เป็นองค์กรที่มีขั้นตอนการทำงานหลาย ๆ ขั้นตอน และมี

ความซับซ้อนในกระบวนการ การที่จะเรียนรู้กระบวนการทำงานจะใช้เวลานาน ถึงแม้จะเรียนรู้ได้แล้วก็ไม่สามารถควบคุมการทำงานแต่ละงานในกระบวนการเดียวกันให้เป็นมาตรฐานเดียวกันได้ จากปัญหาเหล่านี้องค์กรขนาดใหญ่จึงได้มีนโยบายทุ่มงบประมาณในการพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อจะมากอบอ้อมอำนวยความสะดวกและยกมาตรฐานการทำงานขององค์กร ซึ่งนโยบายเหล่านี้ตรงกับความต้องการของสายธุรกิจ ISD นอกจากนี้ การที่สายธุรกิจ ISD มีการพัฒนาโปรแกรมให้กับลูกค้าและพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่องทำให้ ISD เป็นกลุ่มคนที่มีความเชี่ยวชาญในธุรกิจ BPM ทำให้สามารถนำความรู้มาพัฒนาให้กับลูกค้ากลุ่มใหม่ได้โดยใช้เวลาน้อยลง และมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น ส่งผลให้สายธุรกิจ ISD สามารถขยายฐานลูกค้าไปในกลุ่มเดียวกันได้ง่ายขึ้น

#### 4.6.2.2 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 ระบบงานให้แล้วประสบความสำเร็จด้วยดีตลอดมาทำให้ลูกค้าไว้วางใจและมีการให้พัฒนาระบบงานอย่างต่อเนื่อง และ ทางตรงข้าม ISD ยังมีนโยบายในการปรับคู่แข่งให้หันมาเป็นพันธมิตรโดยการร่วมมือการพัฒนาระบบงานให้กับลูกค้าเพื่อรองรับปริมาณลูกค้าที่เพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด

##### แนวโน้มอุตสาหกรรม

จากแผนแม่บทเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของประเทศไทย พ.ศ. 2552-2556 ทางรัฐบาลได้มีการส่งเสริมให้ประชาชนทั่วไปสามารถเข้าถึง ICT ได้มากขึ้น ซึ่งจำนวนคนที่เข้าถึงมากขึ้นก็ย่อมหมายถึงปริมาณข้อมูลที่จะต้องจัดการต้องมากขึ้นเป็นเงาตามตัวดังนั้น การจัดการกับข้อมูลมากมายมหาศาลเหล่านี้จำเป็นต้องมีซอฟต์แวร์ที่เข้ามาช่วยบริหารและจัดการให้ทันต่อความเปลี่ยนแปลงไปของสังคมยุค IT และ รัฐบาลได้มีการส่งเสริมอุตสาหกรรมพัฒนาซอฟต์แวร์ไทยโดยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการธุรกิจภายในไทยได้หันมาใช้ซอฟต์แวร์ที่ผลิตโดยคนไทยมากขึ้น

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

- ให้มีการผลิตนักวิจัยและพัฒนาซอฟต์แวร์ที่มีคุณภาพโดยส่งเสริมให้มีการทดสอบเพื่อวัดระดับความรู้ในการพัฒนาซอฟต์แวร์ ให้มีหน่วยงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ (Software Industry Promotion Agency : SIPA) พร้อมทั้งมีมาตรการให้บริษัทซอฟต์แวร์ไทยรวมตัวกันสร้างกลุ่มรับงานพัฒนาซอฟต์แวร์จากต่างประเทศอย่างเป็นรูปธรรม (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”

#### 4.6.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

ปัจจุบันสายธุรกิจ ISD พัฒนาซอฟต์แวร์ด้าน Business Process Management ของทีมงานเน้นไปที่การแก้ปัญหาในกระบวนการทำงานของลูกค้าเพื่อให้กระบวนการทำงานมีความกระชับ สามารถตรวจสอบและติดตามงานในกระบวนการได้ และนำข้อมูลที่เกิดจากการทำงานในกระบวนการมาวิเคราะห์และนำเสนอแผนเพื่อปรับปรุงและแก้ไขการบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

ISD มีแนวนโยบายที่จะส่งเจ้าหน้าที่ไปเรียนรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับธุรกิจของลูกค้าและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เพื่อที่จะนำความรู้ที่ได้มาทำการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการอย่างต่อเนื่องเพื่อประโยชน์สูงสุดของลูกค้า และ เพื่อเป็นการพัฒนาขีดความสามารถของบุคลากรของ ISD อย่างต่อเนื่อง

#### 4.7 ธุรกิจการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ (Intelligent Enterprise Computing Company Limited : INEC) / ธุรกิจบริการ (Service Business Department : SV)

##### 4.7.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

สายธุรกิจบริการ(Service)ดำเนินงานภายใต้บริษัท INEC (Intelligent Enterprise Computing Limited: Group of IRCP) ประกอบธุรกิจด้านการให้บริการระบบสารสนเทศ พร้อมทั้งให้คำปรึกษาและแก้ปัญหาให้กับงานด้านไอทีแบบครบวงจร (IT Total Service Solutions) โดยการนำเสนอบริการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศให้กับลูกค้า และสามารถให้บริการแบบเบ็ดเสร็จ(Turnkey Solution) ทั้งหมด 3 ประเภทหลักๆ กล่าวคือ

##### 4.7.1.1 ธุรกิจบริการหลังการขายโดยรับประกัน

บริการหลังการขายโดยรับประกันระบบคอมพิวเตอร์ตามระยะเวลาที่ตกลงกับลูกค้า ซึ่งโดยทั่วไปจะรับประกันอยู่ในช่วงเวลา 1-3 ปี โดยให้บริการถึงสถานที่ของลูกค้า( Onsite Service) และบริการ Remote /Online Service ทางไกลผ่านเครือข่ายการสื่อสาร ( Offsite Service) โดยแบ่งการบริการออกเป็น 2 ลักษณะ ตามความต้องการของลูกค้า ได้แก่

- 1) Installation Service คือ การให้บริการติดตั้งระบบให้กับลูกค้า
- 2) Maintenance Service คือ การให้บริการบำรุงรักษาโดยการตรวจสอบ ปรับปรุง แก้ไขระบบให้กับลูกค้า

##### 4.7.1.2 ธุรกิจบริการหลังการขายโดยสัญญาการบริการบำรุงรักษา

บริการหลังการขายโดยสัญญาการบริการบำรุงรักษาระบบคอมพิวเตอร์ตามระยะเวลาที่ตกลงกับลูกค้า ซึ่งโดยทั่วไปจะรับจ้างบริการอยู่ในช่วงเวลา 1 ,3,5 ปี โดยให้บริการถึงสถานที่ของลูกค้า ( Onsite & Offsite Service) โดยแบ่งการบริการออกเป็น 2 ลักษณะ ตามความต้องการของลูกค้า ได้แก่

- 1) Corrective maintenance คือ การให้บริการต่อเมื่อเกิดปัญหาในระบบให้กับลูกค้า
- 2) Preventive maintenance คือ การให้บริการตรวจเช็คระบบทุกๆช่วงเวลาที่ลูกค้ากำหนด เช่น 3 เดือน 6 เดือน เป็นต้น

##### 4.7.1.3 การให้บริการครบวงจรทั้งระบบสารสนเทศ(Total IT Outsourcing Service)

การให้บริการเทคโนโลยีระบบสารสนเทศ ที่ทันสมัยในแบบ Integrated Solutions ได้แก่ การพัฒนา การติดตั้ง การบริหารโครงการฝึกอบรม ทั้งด้านเทคนิคและการใช้งาน และพร้อมทั้งให้คำปรึกษาและแก้ปัญหาให้กับงานบริการไอทีแบบครบวงจร โดยการเลือกสรรผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นที่ยอมรับจากทั่วโลกซึ่งสามารถประยุกต์ใช้งานเพื่อความเหมาะสมตามความต้องการของลูกค้า

##### บริการผลิตภัณฑ์ (Product Service) ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

- 1) ฮาร์ดแวร์ ได้แก่ คอมพิวเตอร์แม่ข่าย (Server,Storage) คอมพิวเตอร์ลูกข่าย (Desktop, Peripherals ) พร้อมอุปกรณ์เชื่อมต่อเครือข่าย (Network )



2) ซอฟต์แวร์ ได้แก่ ซอฟต์แวร์ (Operating System, DataBase, Middleware) รวมถึงโปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับงานต่าง ๆ เช่น ERP, CRM, Billing, Enterprise IT Management, EAI, Document & Work Flow Management และ Business Intelligence

ในปัจจุบันสายธุรกิจ Service ได้ให้บริการสินค้าซอฟต์แวร์ต่างๆ อาทิเช่น SAS, ORACLE, IBM ,K2 , Ultimus เป็นต้น นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังเป็น Certified Partner ของไมโครซอฟต์ ซึ่งบริษัทจะได้รับสิทธิประโยชน์จากการเป็น Microsoft Certified Partner ดังนี้

1. สิทธิพิเศษในการเข้าไปดู Microsoft partner website ที่ให้ข้อมูลต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ในการวางแผนทางธุรกิจ
2. สิทธิใน License สินค้าของ Microsoft ที่สามารถนำมาใช้ในองค์กร หรือใช้เพื่อการศึกษา และทดสอบต่าง ๆ
3. สิทธิในเรื่องของความรู้ที่จะได้จาก MSDN and TechNet subscriptions, Partner Guides และอื่น ๆ
4. สิทธิในการรับข่าวสาร Update โปรโมชัน หรือข้อมูลอื่นๆ ที่ทาง Microsoft แจ้งให้ทราบก่อนใคร เป็นต้น

ทั้งนี้ บริษัทฯ จะต้องส่งเจ้าหน้าที่เพื่อไปรับการฝึกอบรมและเข้ารับการทดสอบความรู้ในแต่ละด้าน ( Certified Engineering) เพื่อที่จะดำรงคุณสมบัติในการเป็น Certified Partner ของ Microsoft การที่บริษัทฯ ได้รับสิทธิประโยชน์ข้างต้น รวมทั้งข้อกำหนดในการดำรงสถานะทำให้บริษัทฯ สามารถพัฒนาบุคลากรให้ทันต่อเทคโนโลยีตลอดเวลา และสามารถแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าได้อย่างมีคุณภาพและตรงตาม ความต้องการอย่างรวดเร็ว

#### รายละเอียดงานบริการ (Service Product lines) ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศให้บริการกับลูกค้า

- Hardware Maintenance (CM/PM :Corrective/Preventive)
  - 001 - 7x24 Maintenance onsite Services
  - 002 - 5 x8 Maintenance Onsite Services
  - 003 - Up-time committed Onsite Services
- Software Maintenance (CM/PM :Corrective/Preventive)
  - 011 - 7x24 Maintenance offsite Services
  - 012 - 5 x8 Maintenance Offsite Services
  - 013 - Onsite Maintenance Services
- Hardware Business Supply
  - 021 - Hardware Spare Parts/Units
  - 022 - Business Supplies ( CD,TAPE,INK,TONER, IT Accessary)
  - 023 - Workshop Repair Unit

- Maintenance Support
  - 031 - Per Call Service ( Time & Material )
  - 032 - System Support Onsite (System/Network/Security)
  - 033 - User Support Onsite (Helpdesk,Desktop)

**รายละเอียดผลิตภัณฑ์(Support Product lists) ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศให้บริการกับลูกค้า**

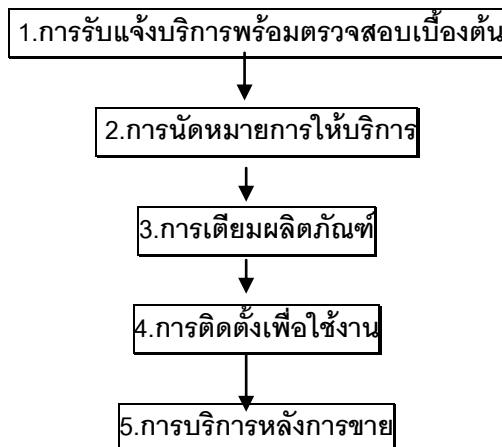
ตราผลิตภัณฑ์	รุ่น/แบบของผลิตภัณฑ์	คุณสมบัติ/กลุ่มลูกค้า
Hewlett Packard	คอมพิวเตอร์ส่วนกลาง (Server) คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (PC) อุปกรณ์เก็บข้อมูลคอมพิวเตอร์ (Storage) เครื่องพิมพ์ (Printer)	สำหรับหน่วยงานขนาดใหญ่
SUN-Oracle	คอมพิวเตอร์ส่วนกลาง (Server)	สำหรับหน่วยงานขนาดใหญ่
IBM	คอมพิวเตอร์ส่วนกลาง (Server) คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (PC)	สำหรับหน่วยงานขนาดใหญ่
Dell	คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (PC)	สำหรับหน่วยงานขนาดใหญ่
Microsoft	ลิขสิทธิ์ซอฟต์แวร์ (License)	ลิขสิทธิ์ซอฟต์แวร์สำหรับหน่วยงานต่าง ๆ
SAS	Business Intelligent / Datawarehouse	สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลองค์กร
Alcatel-Lucent	Enterprise Network Solution	สำหรับหน่วยงานขนาดใหญ่
ORACLE-Sun	ซอฟต์แวร์ประยุกต์	สำหรับการเก็บฐานข้อมูลขององค์กร
SAP	ซอฟต์แวร์ประยุกต์	สำหรับการจัดการและบริหารองค์กร
CA, Computer Associate	ซอฟต์แวร์ประยุกต์	สำหรับการจัดการและบริหารระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ
Fortinet	ระบบรักษาความปลอดภัยในเครือข่าย (Network Security)	สำหรับหน่วยงานขนาดใหญ่

โดยที่ผ่านมาทางสายธุรกิจ SERVICE มีผลงานและมีประสบการณ์ในการทำโครงการใหญ่หลายโครงการจนเป็นที่ยอมรับในวงการอย่างกว้างขวาง เช่น

ชื่อโครงการ	หน่วยงาน	มูลค่าโครงการ (ล้านบาท)	ปี พ.ศ.
ระบบ Data Warehouse / Data Mining	บมจ. กสท โทรคมนาคม	178.4	2550
บริหารเครื่องคอมพิวเตอร์ ( Desktop Management)	บมจ. กสท โทรคมนาคม	14.3	2552

ชื่อโครงการ	หน่วยงาน	มูลค่าโครงการ (ล้านบาท)	ปี พ.ศ.
โครงการพัฒนาและจัดทำฐานข้อมูล การท่องเที่ยวเชิงการตลาด	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	3.2	2552
ระบบบริหารจัดการฐานข้อมูล (RDBMS) สำหรับที่ทำการ	บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด	36.2	2552
โครงการซื้อขายและติดตั้งอุปกรณ์ คอมพิวเตอร์พร้อมบริการบำรุงรักษา และซ่อมแซมแก้ไข	การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย	41.6	2552
โครงการซื้อขายอุปกรณ์ Disk Storage พร้อมบริการบำรุงรักษา 4 ปี	การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย	9.1	2552
จัดทำฐานข้อมูลการท่องเที่ยวเชิง การตลาด (ระยะที่ 3)	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	4.6	2552
จ้างบริหารจัดการและซ่อมแซม บำรุงรักษาระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	4.7	2552

### ขั้นตอนการทำงานของสายธุรกิจ Services มีดังนี้



#### 1. การการรับแจ้งบริการพร้อมตรวจสอบเบื้องต้น (Call Service Center)

ขั้นตอนแรกของกระบวนการทำงานเริ่มจากการรับแจ้งบริการ ตรวจสอบเบื้องต้นโดยระบุปัญหา ความต้องการของลูกค้า และพยายามให้คำแนะนำทางเทคนิคและ ความเป็นไปได้ในทางการปฏิบัติ แก่ลูกค้า

2. การนัดหมายให้บริการ(Service Call Dispatch)  
ขั้นตอนนี้จะบริการนัดหมายเวลากับลูกค้า เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้องและตรงต่อเวลา
3. การเตรียมผลิตภัณฑ์ (QC : Quality Control)  
ขั้นตอนนี้จะเป็นการทำการทดสอบการทำงานของผลิตภัณฑ์หมายถึง ทั้งด้านอุปกรณ์ฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ และการทำงาน เพื่อค้นหาว่าผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการพัฒนาแล้วสามารถทำงานได้จริงหรือไม่ ถ้าไม่สามารถทำได้ตามความต้องการของลูกค้า ทางทีมงานจะทำการแก้ไขเปลี่ยนแปลงระบบจนสามารถใช้งานได้ถูกต้องจึงจะสามารถนำส่งลูกค้า
4. การติดตั้งเพื่อใช้งาน (Installation / Implementation )  
ทางสายธุรกิจ Service จะส่งมอบผลิตภัณฑ์และดำเนินการติดตั้ง เพื่อให้สามารถใช้งานได้ตามวัตถุประสงค์ของลูกค้า พร้อมกับชี้แจงให้แก่ลูกค้าจนสามารถใช้งานได้
5. การบริการหลังการขาย (Warranty / Maintenance Service )  
ภายหลังจากส่งมอบงานให้กับลูกค้าทางสายธุรกิจ Service จัดให้มีการบริการหลังการขายได้แก่ การให้บริการบำรุงรักษา โดยให้บริการลูกค้าอย่างใกล้ชิดในระหว่างที่อยู่ในช่วงรับประกันสินค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในคุณภาพการให้บริการ ซึ่งสามารถขยายผลไปสู่การทำสัญญาบำรุงรักษากับลูกค้าในปีต่อไปหลังจากหมดช่วงการรับประกันสินค้า

#### 4.7.2 การตลาดและภาวะการแข่งขัน

##### 4.7.2.1 การตลาด / กลยุทธ์

###### (1) ด้านบริการ

สายธุรกิจ Service ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียง เช่น SAS, Microsoft (เป็น Certified Partner )โดยสินค้าของบริษัท มีคุณภาพ ได้รับการยอมรับอย่างสูงจากลูกค้า นอกจากนั้น ทางสายธุรกิจ Service ยังมีจุดเด่นในการสร้างความแตกต่างในการนำเสนอเทคโนโลยีที่ใช้ในการแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า มีความชำนาญและมีศักยภาพในการบริหารโครงการ มีทีมงานที่มีประสบการณ์ในการปรับแต่งระบบ ( System Performance Management and System Customization) รวมถึงมีทีมงานที่ปรึกษาพัฒนาซอฟต์แวร์จากสายธุรกิจ SI (System Integration) ซึ่งให้การสนับสนุนในกรณีที่ต้องการผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าโดยเฉพาะสินค้าของบริษัท จะรับประกันเป็นระยะเวลาตามที่ตกลงกับลูกค้า นอกจากนี้ทางทีมงานเน้นการให้ความสำคัญและใส่ใจในความต้องการของลูกค้าโดยเฉพาะด้านคุณภาพการให้บริการก่อนและหลังการขายในเวลาอันรวดเร็ว โดยทีมงานจะต้องเข้าใจในธุรกิจเพื่อนำเสนอสินค้าและบริการที่ดีที่สุด การส่งมอบตรงเวลา ทำให้บริษัทฯ มีชื่อเสียงที่ดีและได้รับการยอมรับจากลูกค้าเสมอมา

###### (2) ด้านพนักงาน

บริษัทฯ มีนโยบายที่จะพัฒนาตนเองให้ทันเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เปลี่ยนไปอยู่เสมอเพื่อให้มีความสามารถแนะนำและรองรับความต้องการที่เปลี่ยนไปของลูกค้าและตลาด จึงเน้นพัฒนาคุณภาพของ

พนักงานรวมถึงการทำงานเป็นทีม การรับรู้และการปรับตามการเคลื่อนไหวของธุรกิจไอซีทีอย่างทันท่วงทีและต่อเนื่องส่วนหนึ่งได้จากการเป็น Certificate Partner จากเจ้าของผลิตภัณฑ์ ทำให้ทีมงานมีความยืดหยุ่นในการทำงานสามารถปรับตัวให้สอดคล้องกับ ความเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีได้อย่างดี โดยทีมงานของ Service มีบุคลากรที่ได้รับประกาศนียบัตรผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีจาก Microsoft และผู้เชี่ยวชาญด้านผลิตภัณฑ์จาก Hardware Vendors (HP,IBM,SUN) ที่สามารถให้บริการลูกค้า ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

### (3) ด้านการบริหารต้นทุน

สายธุรกิจ Service เน้นการบริหารต้นทุนการขายและการให้บริการเพื่อให้ได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน โดยยังรักษาคุณภาพสินค้าและบริการให้ได้ตามมาตรฐานโลก นอกจากนี้ สายธุรกิจ Service เน้นการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า และเจ้าของผลิตภัณฑ์เพื่อให้สามารถซื้อสินค้าได้ในราคาที่คุ้มค่า เข้าใจในตัวสินค้าต่างๆ เป็นอย่างดีและมีความหลากหลายของสินค้า ทำให้สามารถนำเสนอสินค้าให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า และได้รับการคัดเลือกเป็นผู้ชนะการประมูลและสามารถแข่งขันกับองค์กรอื่นได้ในระยะยาว

### (4) ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า

สายธุรกิจ Service มีการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าโดยการทำความเข้าใจลูกค้าค้นหาความต้องการและทำการแก้ไขปัญหาและปรับปรุงบริการให้ลูกค้า ทำให้มีโอกาสรับงานจากลูกค้ารายเดิมเพิ่มขึ้น ทางสายธุรกิจ Service มีอัตราได้รับงานซ้ำจากลูกค้ารายเดิมสูงถึงร้อยละ 80

### ลักษณะของกลุ่มลูกค้าและช่องทางการจัดจำหน่าย

ทางสายธุรกิจ Service 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 Service มาจากภาคราชการและรัฐวิสาหกิจซึ่งทางสายธุรกิจ Service จะเข้าไปทำ การประกวดราคา ขั้นตอนโดยทั่วไปจะให้พนักงาน Service Manager/Specialist เข้าไปทำแนะนำบริการ และระบบใหม่ ๆ ให้กับลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าได้เห็นความสำคัญและประโยชน์ของการใช้บริการต่าง ๆ ในการทำงาน จากนั้นหากลูกค้ามีความสนใจสินค้าและบริการ ทางสายงานจะจัดส่งพนักงานขายเข้าไปเจรจาต่อรองทางด้านราคาและเห็นสัญญาโครงการเพื่อทำการประกวดราคาหรือปิดงานต่อไป โดยมีเป้าหมายสัดส่วนรายได้จากลูกค้าภาคราชการและรัฐวิสาหกิจร้อยละ 90 และภาคเอกชน ร้อยละ 10 และโครงการที่บริษัทฯ ประมูลงานในส่วนบริการได้คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 10 ของมูลค่าโครงการทั้งหมดที่เข้าร่วมประมูล

กลุ่มลูกค้า	สัดส่วนรายได้ (ร้อยละ)
ราชการและรัฐวิสาหกิจ	90
เอกชน	10
รวม	100

#### 4.7.2.2 ภาวะการแข่งขันและแนวโน้มอุตสาหกรรม

##### ภาพรวมของอุตสาหกรรม

ตลาดรวมของธุรกิจสารสนเทศในประเทศไทย	มูลค่า (ล้านบาท)		อัตราเติบโต (มูลค่า Y/Y (%))	
	2553	2554/F	2552/2553	2553/2554F
1 ตลาดฮาร์ดแวร์	51,543	56,390	0.0	9.4
2 ตลาดซอฟต์แวร์	15,039	16,690	6.1	10.8
3 ตลาดบริการด้านคอมพิวเตอร์	41,881	46,620	14	11.2
ตลาดรวมธุรกิจไอที	108,453	119,700	6	10.3

ที่มา : idc

การสำรวจตลาดเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (Information and Telecommunication Technology : ICT) ของประเทศไทยปี 2553-54 ขึ้น โดยทำการสำรวจเพื่อประเมินมูลค่าตลาด ICT ซึ่งครอบคลุม 3 ตลาดหลักคือ ตลาดฮาร์ดแวร์ ตลาดซอฟต์แวร์ ตลาดบริการด้านคอมพิวเตอร์

ผลการสำรวจตลาด ดังแสดงในตาราง พบว่า ตลาด IT มีมูลค่ากว่า 108,453 ล้านบาทปี 2553 โดยตลาดฮาร์ดแวร์ถือครองส่วนแบ่งสูงที่สุดอยู่ที่ร้อยละ 47 ในขณะที่ตลาดซอฟต์แวร์มีอัตราอยู่ที่ร้อยละ 14 ในส่วนของตลาดบริการด้านคอมพิวเตอร์มีอัตราอยู่ที่ร้อยละ 39 ซึ่งมีการสำรวจกลุ่มธุรกิจ 5 กิจกรรม ได้แก่ การให้เข้าคอมพิวเตอร์ การให้คำปรึกษาด้านฮาร์ดแวร์ การให้บริการด้านการประมวลผลข้อมูล การให้บริการกิจกรรม ที่เกี่ยวกับฐานข้อมูล และกิจกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการคอมพิวเตอร์ โดยตลาดด้านการบริการ (Service) เจริญเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว

บริษัทฯ มีความเชื่อมั่นว่าธุรกิจด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นธุรกิจที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องใน 10 ปีที่ผ่านมา มีอัตราการเติบโตอยู่ในช่วงร้อยละ 15 -25 ต่อปีอย่างสม่ำเสมอและมีโอกาสที่เติบโตสูงต่อไปในอนาคต จึงเป็นเครื่องยืนยันได้ว่าตลาดรวมของธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ จะยังคงมีแนวโน้มที่จะเติบโตอย่างต่อเนื่องต่อไป

##### ภาวะการแข่งขันของสายบริการและระบบ Enterprise Information Technology

ในปัจจุบันองค์กรต่าง ๆ ให้ความสำคัญในการใช้ไอทีเข้าไปเสริมสร้างประสิทธิภาพในการทำงานมากขึ้น โดยเฉพาะองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ ซึ่งมีแนวโน้มที่จะใช้บริการจากผู้ชำนาญธุรกิจที่ปรึกษาและรวบรวมระบบคอมพิวเตอร์มากขึ้น เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการพัฒนาระบบงานสารสนเทศภายในองค์กรตนเอง นอกจากนี้ ในด้านผู้ผลิตก็มีการพัฒนาสินค้าและเทคโนโลยีใหม่ ๆ อยู่ตลอดเวลาเพื่อเป็นการกระตุ้นตลาดและตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ที่มีความต้องการระบบที่จะสามารถช่วยทำงานและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันเชิงธุรกิจ ซึ่งนับเป็นโอกาสสำหรับสายธุรกิจ Service ในการขยายธุรกิจ ทำให้แนวโน้มของธุรกิจบริการยังมีอัตราการเจริญเติบโตที่ต่อเนื่องต่อไป

ภาวะการแข่งขันในปัจจุบันค่อนข้างสูง โดยมีบริษัทคู่แข่งซึ่งทำธุรกิจและมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ใกล้เคียงกัน ได้แก่ บริษัท ซีดีจี ซิสเต็มส์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทในเครือของบริษัท ซีดีจี กรุ๊ป จำกัด บริษัท สยามเทลเทคคอมพิวเตอรส์ จำกัด บริษัท สามารท คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เป็นต้น ซึ่งแต่ละบริษัทจะมีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์เฉพาะด้านต่างกันไป โดยที่บริษัทฯ มีจุดแข็งในด้านประสบการณ์ในธุรกิจที่มีกว่า 25 ปี ทำให้เข้าใจความต้องการของลูกค้า เข้าใจในธุรกิจและมีความเชี่ยวชาญในระบบงานของลูกค้าและมีประวัติการทำงานซึ่งเป็นคุณสมบัติหนึ่งที่ภาครัฐบาลกำหนดทำให้บริษัทฯ ได้เปรียบในเชิงการแข่งขันสามารถมีลูกค้าเพิ่มมากขึ้น

#### 4.7.3 การจัดหาบริการ

เนื่องจากสายธุรกิจ SERVICE ดำเนินงานโดยให้คำปรึกษาและบริการให้กับลูกค้า ดังนั้น วิธีการจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการจึงเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินงานตามขั้นตอนโดยมีรายละเอียด ดังนี้

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

**ซอฟต์แวร์** หากเป็นซอฟต์แวร์ที่เป็นตัวแทนจำหน่ายเอง จะจัดหาโดยการติดต่อเป็นผู้แทนของซอฟต์แวร์นั้น ๆ โดยจ่ายค่าสัญญาการเป็นตัวแทนจำหน่ายให้กับบริษัทผู้ผลิตโดยจ่ายค่าลิขสิทธิ์ตามยอดขายหากต้องการผู้เชี่ยวชาญในการพัฒนาและติดตั้ง บริษัทฯ จะนำสายธุรกิจSD(International Software Development) มาพัฒนาและติดตั้ง

**การให้บริการ** มีการให้บริการด้วยตนเองหรือมีการใช้ผู้เชี่ยวชาญจากผู้ผลิตร่วม รวมถึงการซื้อบริการต่อจากผู้ให้บริการอื่น (Outsource) โดยสายธุรกิจ Service มีปัจจัยในการพิจารณาเลือกบริษัทที่ทำซื้อบริการต่อ คือ ราคาและความชำนาญสำหรับงานนั้น ๆ

สำหรับบุคลากรของสายธุรกิจ Service ที่ผ่านมามีบุคลากรผู้มีความเชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ ที่อยู่กับบริษัทฯ มาอย่างยาวนานและสามารถให้คำแนะนำและพัฒนาพนักงานรุ่นใหม่ ๆ เพื่อให้สามารถทำงานให้กับบริษัทฯ ได้อย่างมีประสิทธิภาพได้ในระยะเวลาอันรวดเร็ว โดยสายธุรกิจ Service สามารถจัดหาบุคลากรได้จากในสายอุตสาหกรรมไอทีทั่วไปและจากการพัฒนาผู้สำเร็จการศึกษาใหม่ ๆ ในสาขาที่เกี่ยวข้องกัน

ในปัจจุบันมีบุคลากรทั้งสิ้นจำนวน 20 คน โดยบุคลากรมีประกาศนียบัตรผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีจากบริษัทเจ้าของสินค้า และผู้เชี่ยวชาญด้านผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ ยังมีบุคลากรผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ทั้งด้านการออกแบบด้านเทคโนโลยี รวมถึงด้านการให้คำปรึกษาอีกด้วย

โดยทั่วไป การประมูลงานทางภาครัฐและรัฐวิสาหกิจ 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

#### 4.8 ธุรกิจระบบสนับสนุนธุรกิจโทรคมนาคม

(Telecommunication's Business Supporting System - TV Telecom Company Limited : TVT)

##### 4.8.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

สายธุรกิจระบบสนับสนุนธุรกิจโทรคมนาคม (Telecommunication's Business Supporting System) ดำเนินงานภายใต้ชื่อบริษัท ทีวีเทลคอม จำกัด (TV Telecom Co., Ltd. หรือ TVT) โดยทำธุรกิจการเป็นที่ปรึกษา ออกแบบ จัดหาอุปกรณ์ ติดตั้ง พัฒนาระบบ บริหารโครงการ และบำรุงรักษาด้านระบบสนับสนุนการดำเนินธุรกิจ (Business Supporting System หรือ BSS) ให้แก่หน่วยงานที่ให้บริการโทรคมนาคมที่ทันสมัยแบบครบวงจร ได้แก่ระบบบิลลิ่งสำหรับ บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Billing System for Mobile Business) ระบบคงสิทธิ์เลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Number Portability System) เป็นต้น

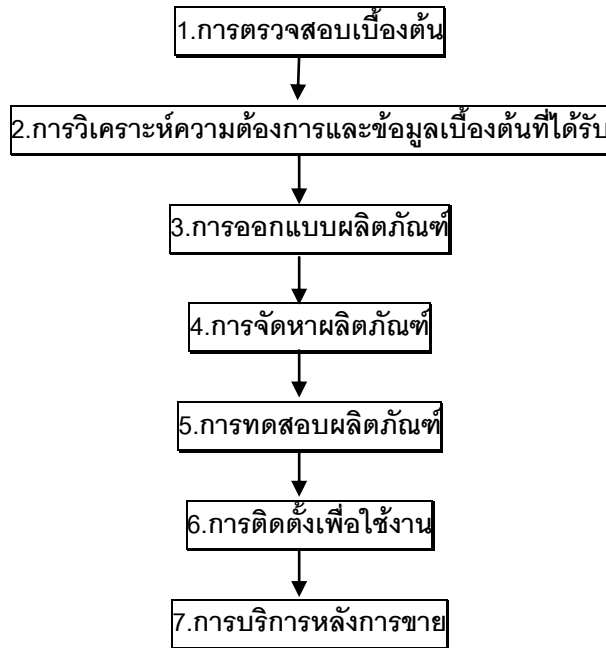
โดยที่ผ่านมาจากสายธุรกิจ TVT มีผลงานที่โดดเด่นและมีประสิทธิผลในการทำโครงการใหญ่หลาย โครงการจนเป็นที่ยอมรับในวงกว้างขวาง เช่น

ชื่อโครงการ	หน่วยงาน	มูลค่าโครงการ (ล้านบาท)	ปี พ.ศ.
จ้างบำรุงรักษาและซ่อมแซมแก้ไขระบบไบแจงหนี สำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 3G ปีพ.ศ. 2553	บมจ.ทีไอที	29	2553
พัฒนาระบบไบแจงหนีสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 3G	บมจ. ทีไอที	17.3	2553
พัฒนาระบบคงสิทธิ์เลขหมายสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 3G	บมจ.ทีไอที	18	2553
จ้างบำรุงรักษาและซ่อมแซมแก้ไขระบบไบแจงหนี สำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 3G ปีพ.ศ. 2554	บมจ.ทีไอที	29	2554
จัดหาอุปกรณ์สำหรับติดตั้งโครงข่าย MSAN	บมจ. จัสมิน อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล	100	2553-2554

นอกจากให้บริการ พัฒนาและติดตั้ง ระบบแล้ว สายธุรกิจ TVT ยังให้บริการ แบบ Outsourcing และ บำรุงรักษาระบบสื่อสารโทรคมนาคม ตามระยะเวลาที่ตกลงกับลูกค้า ซึ่งโดยทั่วไปจะรับประกันอยู่ในช่วงเวลา 1-3 ปี โดยให้บริการถึงสถานที่ของลูกค้า (Onsite Service) โดยแบ่งการบริการออกเป็น 2 ลักษณะ ตามความต้องการของลูกค้า ได้แก่

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



**ขั้นตอนการทำงานของสายธุรกิจ TVT มีดังนี้**

**1. การตรวจสอบเบื้องต้น**

ขั้นตอนแรกของกระบวนการทำงานเริ่มจากการตรวจสอบเบื้องต้นโดยระบุปัญหาของลูกค้าตามเป็นไปในทางการปฏิบัติงานประมาณของลูกค้าและระยะเวลาที่ต้องปฏิบัติงาน โดยอาจจะศึกษาเพื่อเข้าทำการประมวลหรือขายตรง

**2. การวิเคราะห์ความต้องการและข้อมูลเบื้องต้นที่ได้รับ**

ขั้นตอนนี้จะมุ่งเน้นการกำหนดความต้องการของผู้ใช้การประเมินจุดอ่อน จุดแข็งของวิธีการทำงาน ซึ่งจะแตกต่างกันตามประเภทของธุรกิจเพื่อให้เกิดความเข้าใจและสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง

**3. การออกแบบผลิตภัณฑ์**

หลังจากการวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าแล้ว สายธุรกิจ TVT จะทำการออกแบบผลิตภัณฑ์และวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าโดยมีทีมงานทางด้าน วิศวกรรมสื่อสารโทรคมนาคม ที่มีความรู้ความชำนาญในการออกแบบผลิตภัณฑ์เป็นผู้ออกแบบและตรวจสอบ พร้อมกับนำเสนอให้กับลูกค้าเป้าหมาย

**4. การจัดหาผลิตภัณฑ์**

จากนั้นสายธุรกิจTVT จะทำการเสนอหรือเข้าประกวดราคากับหน่วยงานต่างๆ โดยวิธีการจัดหาสินค้า อาจเลือกสินค้าที่สายธุรกิจ TVT เป็นตัวแทนจำหน่ายหรือสินค้าจากพันธมิตรที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ขึ้นกับความต้องการของลูกค้าแต่ละรายโดยการเสนอหรือเข้าประกวดราคาจะประกอบด้วยข้อเสนอทางเทคนิคและข้อเสนอทางด้านราคา นอกจากนี้ งานที่ได้มาบางส่วนจะทำการจ้างบริษัทภายนอกเข้ามาปฏิบัติงานต่อ (Outsourcing) ในกรณีที่ต้องการผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านหรือสายธุรกิจTVT พิจารณาแล้วว่ามีมูลค่ามากกว่าที่จะทำงานนั้นเองตัวอย่างงานที่ให้ผู้อื่นเหมาะสมช่วงต่อ เช่น การให้บริการต่อเมื่อเกิดปัญหาทางด้านระบบกับทางลูกค้า(Corrective maintenance) สำหรับลูกค้าที่อยู่ต่างจังหวัด เป็นต้น

**5. การทดสอบผลิตภัณฑ์**

ขั้นตอนนี้จะเป็นการทำการทดสอบการทำงานของผลิตภัณฑ์ หมายถึง ทั้งด้านอุปกรณ์ฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ และการทำงานกับผู้ใช้จริง เพื่อค้นหาว่าผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการพัฒนาแล้วสามารถทำงานได้จริงหรือไม่ทางทีม

งานจะทำการแก้ไขเปลี่ยนแปลงระบบจนสามารถใช้งานได้อย่างถูกต้อง จึงจะผ่านการตรวจรับงานจากทางลูกค้า

#### 6. การติดตั้งเพื่อใช้งาน

ทางสายธุรกิจ TVT จะส่งมอบผลิตภัณฑ์และดำเนินการติดตั้ง เพื่อให้สามารถใช้งานได้ตามวัตถุประสงค์ของลูกค้า พร้อมกับจัดอบรมให้แก่ลูกค้าจนสามารถใช้งานได้

#### 7. การบริการหลังการขาย

ภายหลังส่งมอบงานให้กับลูกค้า ทางสายธุรกิจ TVT จัดให้มีการบริการหลังการขาย ได้แก่ การให้บริการบำรุงรักษา โดยให้บริการลูกค้าอย่างใกล้ชิดในระหว่างที่อยู่ในช่วงรับประกันสินค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในคุณภาพสินค้า ซึ่งสามารถขยายผลไปสู่การทำสัญญาบำรุงรักษากับลูกค้าในปีต่อไปหลังจากหมดช่วงการรับประกันสินค้า

### 4.1.2 การตลาดและภาวะการแข่งขัน

#### 4.1.2.1 การตลาด

##### กลยุทธ์การแข่งขัน

#### (1) ด้านสินค้าและบริการ

สายธุรกิจ TVT เป็นหน่วยงานที่มีความเชี่ยวชาญด้าน Business Supporting System for Telecommunication services ซึ่งพนักงานมีประสบการณ์ในการทำงานระบบที่เกี่ยวข้องกับระบบบิลลิ่งทั้ง Prepaid และ Postpaid ของผลิตภัณฑ์ INTEC จากประเทศสหรัฐอเมริกา โดยได้รับการยอมรับอย่างสูงจากลูกค้า นอกจากนี้ ทางสายธุรกิจ TVT ยังมีจุดเด่นในการสร้างความแตกต่างในการนำเสนอเทคโนโลยีที่ดีที่สุด (Solution) ในการแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า มีความชำนาญและมีศักยภาพในการบริหารโครงการนอกจากนี้ทางทีมงานเน้นการให้ความสำคัญและใส่ใจในความต้องการของลูกค้าโดยเฉพาะด้านคุณภาพการให้บริการก่อนและหลังการขายในเวลาอันรวดเร็ว โดยทีมงานจะต้องเข้าใจในธุรกิจเพื่อนำเสนอสินค้าและบริการที่ดีที่สุด การส่งมอบตรงเวลาทำให้บริษัทฯ มีชื่อเสียงที่ดีและได้รับการยอมรับจากลูกค้าเสมอมา

#### (2) ด้านพนักงาน

บริษัทฯ มีนโยบายที่จะพัฒนาตนเองให้ทันเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอเพื่อให้มีความสามารถแนะนำและรองรับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของลูกค้าและตลาด จึงเน้นพัฒนาคุณภาพของพนักงานรวมถึงการทำงานเป็นทีม การรับรู้และการปรับตามการเคลื่อนไหวของธุรกิจไอ ซีทีอย่างทันท่วงทีและต่อเนื่องส่วนหนึ่งได้จากการเป็น Certificate Partner จากเจ้าของผลิตภัณฑ์ ทำให้ทีมงานมีความยืดหยุ่นในการทำงานสามารถปรับตัวให้สอดคล้องกับ ความเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีได้อย่างดี

#### (3) ด้านการบริหารต้นทุน

สายธุรกิจ TVT เน้นการบริหารต้นทุนการขายและการให้บริการเพื่อให้ได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน โดยยังรักษาคุณภาพสินค้าและบริการให้ได้ตามมาตรฐานโลก นอกจากนี้ สายธุรกิจ TVT เน้นการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า และเจ้าของผลิตภัณฑ์เพื่อให้สามารถซื้อสินค้าได้ในราคาที่ต่ำ เข้าใจในตัวสินค้าต่าง ๆ เป็นอย่างดีและมีความหลากหลายของสินค้า ทำให้สามารถนำเสนอสินค้าให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า และได้รับการคัดเลือกเป็นผู้ชนะการประมูลและสามารถแข่งขันกับองค์กรอื่นได้ในระยะยาว

#### (4) ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า

สายธุรกิจ TVT มีการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าโดยการทำความเข้าใจลูกค้าค้นหาความต้องการและทำการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า ทำให้มีโอกาสรับงานจากลูกค้ารายเดิมเพิ่มขึ้น ทางสายธุรกิจ TVT มีอัตราได้รับงานซ้ำจากลูกค้ารายเดิมสูงถึงร้อยละ 80

#### ลักษณะของกลุ่มลูกค้าและช่องทางการจัดจำหน่าย

ทางสายธุรกิจ TVT มีการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ชัดเจน คือ หน่วยงานที่ให้บริการด้านโทรคมนาคม โดยเฉพาะหน่วยงานขนาดใหญ่ เช่น บมจ. กสท โทรคมนาคม บมจ.ทีโอที เป็นต้น เนื่องจากหน่วยงานเหล่านี้มีงบประมาณในการลงทุนทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารค่อนข้างสูงเพื่อใช้ในการปรับปรุงการทำงานให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น บริษัทฯ มีจุดแข็งในด้านความชำนาญและความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ที่ยาวนานในธุรกิจนี้ จึงทำให้ลูกค้ากลุ่มนี้มีความมั่นใจในการเลือกใช้บริการจากผู้ดำเนินการ

รายได้ส่วนใหญ่ของสายธุรกิจ TVT มาจากผู้ให้บริการโทรคมนาคมซึ่งทางสายธุรกิจ TVT จะเข้าไปทำการประกวดราคา ขั้นตอนโดยทั่วไปจะให้พนักงาน Pre-Sale เข้าไปทำแนะนำทางด้านเทคนิคและระบบใหม่ ๆ ให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าได้เห็นความสำคัญและประโยชน์ของการใช้ระบบต่าง ๆ ในการทำงาน จากนั้นหากลูกค้ามีความสนใจสินค้าและบริการ ทางสายงานจะจัดส่งพนักงานขายเข้าไปประกวดราคาและเซ็นสัญญาโครงการต่อไป

กลุ่มลูกค้า	สัดส่วนรายได้ (ร้อยละ)
บมจ.ทีโอที	80
อื่นๆ	20
<b>รวม</b>	<b>100</b>

#### 4.1.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

เนื่องจากสายธุรกิจ TVT ดำเนินงานโดยให้คำปรึกษาและรวบรวมระบบให้กับลูกค้า ดังนั้น วิธีการจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการจึงเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินงานขั้นตอนที่ 4 โดยมีรายละเอียด ดังนี้

สายธุรกิจ TVT จะทำการสั่งซื้อสินค้าที่ต้องรวบรวมให้กับลูกค้าเมื่อได้รับการสั่งซื้อจากลูกค้าแล้ว โดยไม่มีการเก็บสินค้าคงเหลือ การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ สามารถแบ่งได้เป็นดังนี้

#### อุปกรณ์ฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ สั่งซื้อจากผู้ขายสินค้าทั้งในและต่างประเทศ

**การให้บริการ** การให้บริการด้วยตนเองหรือมีการใช้ผู้เชี่ยวชาญจากผู้ผลิตหรือการซื้อบริการต่อจากผู้ให้บริการอื่น (Outsource) โดยสายธุรกิจ TVT มีปัจจัยในการพิจารณาเลือกบริษัทที่ทำซื้อบริการคือ ราคาค่าและความชำนาญรับงานนั้นๆ

โดยทั่วไปการประมูลงานทางภาคราชการและรัฐวิสาหกิจ ขั้นตอนแรกจะต้องมีการวางหนังสือค้ำประกันการประมูลงาน (Bid Bond) เพื่อทำการประมูลงานหลังจากนั้นเมื่อได้รับการเซ็นสัญญาแล้วบริษัทฯ จะต้องนำหนังสือ ค้ำประกันการรับเงินล่วงหน้า (Advance Payment Bond) มาค้ำประกันโดยที่บริษัทฯ จะได้รับเงินประมาณร้อยละ 10-15 ของโครงการเพื่อนำมาเป็นเงินทุนหมุนเวียนและทางบริษัทฯ จะต้องวางหนังสือค้ำประกันสัญญา (Performance Bond) เพื่อรับประกันว่าบริษัทฯ จะทำงานจนเสร็จสิ้นโครงการซึ่งมีระยะเวลาเฉลี่ย เดือนถึง 2 ปี หลังจากทำงานเสร็จสิ้นแล้วบริษัทฯ อาจจะต้องวางหนังสือค้ำประกันผลงาน (Retention Bond) เพื่อรับประกันผลงานต่อไปอีกประมาณ 2 ปี ขึ้นกับความต้องการของลูกค้า

#### 4.9 โครงการที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

โครงการที่ยังไม่ได้ส่งมอบของบริษัทโดยส่วนใหญ่เป็นงานประมูลทั้งจากภาครัฐและเอกชน โดยมีโครงการที่ชนะการประมูลแล้วอยู่ระหว่างดำเนินงาน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2553 ดังนี้

ลำดับ	ชื่อลูกค้า	ชื่อโครงการ
1	กรมประชาสัมพันธ์	โครงการจัดจ้างบำรุงรักษาความปลอดภัยเครือข่ายสารสนเทศ (งวด 9-12)
2	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	ระบบฐานข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงการตลาด (งวด 3)
3	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	บริหารจัดการและซ่อมบำรุงรักษาระบบเครือข่าย ประจำปี 2554 (งวด 4-12)
4	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	โครงการจ้างเก็บรักษาข้อมูลจราจรทางคอมพิวเตอร์ ประจำปี 2554 (งวด 4-12)
5	การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย	จ้างบำรุงซ่อมแซมแก้ไขคอมพิวเตอร์ระบบ Blade Server ( งวด 3-8)
6	การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย	จ้างบำรุงรักษาอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ (งวด 1 – 3)
7	การรถไฟฟ้ามหานครแห่งประเทศไทย	บำรุงรักษาระบบสารสนเทศของ รฟม.สำหรับระบบที่พัฒนาในปี 2548 (งวด 4-12)
8	ธนาคารออมสิน (สำนักงานใหญ่)	ระบบจัดซื้อจัดจ้างอิเล็กทรอนิกส์ (GSB-E-Procurement)
9	ธนาคารออมสิน (สำนักงานใหญ่)	บำรุงรักษาเครื่อง Serverและอุปกรณ์จำนวน 2 เครื่อง
10	บมจ. ธนาคารกสิกรไทย	CC-Reside & CC_DATA Change Request
11	บมจ. ธนาคารกสิกรไทย	CC_DATA Phase V
12	บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)	เช่าเครื่อง Notebook 81 เครื่อง ระยะเวลา 3 ปี
13	บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)	จ้างพัฒนาระบบ Data WareHouse / Data Mining จำนวน 1 ระบบ (เชื่อมต่อ IBACC)
14	บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)	จ้างพัฒนาระบบ Data WareHouse / Data Mining จำนวน 1 ระบบ ( MA ปี 3 - 5)
15	บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)	เช่าเครื่องคอมพิวเตอร์สำหรับบริการe-auction 26 เครื่อง 3 ปี
16	บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)	โครงการจ้างเหมาจัดทำระบบ NGN
17	บริษัท ทีไอที จำกัด(มหาชน)	โครงการศูนย์เฝ้าระวังภัยคุกคามการกระทำผิดด้านเทคโนโลยี
18	บริษัท บางจาก ปีโตรเลียม จำกัด (มหาชน)	BCP Data Warehouse (Financial)
19	บริษัท ล็อกซ์เลย์ จำกัด (มหาชน)	จ้างเหมาออกแบบจัดหาพร้อมติดตั้งอุปกรณ์ความเร็วสูง
20	บริษัท อินเทลลิเจนท์ บิสซิเนส โซลูชั่น จำกัด	โครงการ IBSC-MA CMU-54
21	บริษัท ไอ.ซี.ซี.อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล จำกัด(มหาชน)	ซื้ออุปกรณ์กระจายสัญญาณ
22	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร	โครงการจัดจ้างบำรุงรักษาอุปกรณ์ระบบสารสนเทศ
23	โรงพยาบาลพระรามเก้า	โครงการซ่อมบำรุงรักษาเครือข่ายไร้สาย
24	สำนักงานคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ	ระบบติดตามการประเมินผลการปฏิบัติงานตามแผน
25	สำนักงานปลัดกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร	โครงการพัฒนาระบบความมั่นคงและปลอดภัยทางเทคโนโลยีฯ

ลำดับ	ชื่อลูกค้า	ชื่อโครงการ
26	สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล กรุงเทพมหานคร	โครงการระบบรักษาความปลอดภัยระบบสารสนเทศของ กรุงเทพฯ ระยะที่ 2 ( งวด 2-6)
27	สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล กรุงเทพมหานคร	จ้างบำรุงรักษาระบบเครือข่ายและโปรแกรม BMAOC ( งวด 2-6)
28	บริษัท โนเกีย ซีเมนส์ เน็ตเวิร์คส(ประเทศไทย) จำกัด	โครงการ ACT3G Initial phase (Services)
29	บริษัท ตรีเพชรรีซูซูลิซซิ่ง จำกัด	TAS-Additional 45: Retrieve Free Insurance Information
30	บริษัท ตรีเพชรรีซูซูลิซซิ่ง จำกัด	New Requirement No.50.1 : New Occupation
31	บริษัท ตรีเพชรรีซูซูลิซซิ่ง จำกัด	New Requirement No.55:เปลี่ยนการดึงข้อมูลจาก TBL-SALESMAN
32	บริษัท ตรีเพชรรีซูซูลิซซิ่ง จำกัด	New Requirement No.66: Change Installment to Full Baht base
33	บริษัท ตรีเพชรรีซูซูลิซซิ่ง จำกัด	New Requirement No.69:Add field Risk sharing for support
34	บริษัท ตรีเพชรรีซูซูลิซซิ่ง จำกัด	New Requirement No.60: New COM 11 & COM12 & COM13 & COM 14
35	บริษัท ตรีเพชรรีซูซูลิซซิ่ง จำกัด	New Requirement No.45-1 : Retrieve Free Insurance
36	บริษัท ตรีเพชรรีซูซูลิซซิ่ง จำกัด	New Requirement No.69-1 : Add field Com Sales
37	บริษัท ตรีเพชรรีซูซูลิซซิ่ง จำกัด	New Requirement No.45-2 : Retrieve Free Insurance
38	บริษัท ตรีเพชรรีซูซูลิซซิ่ง จำกัด	New Requirement No.73 : New Authorize : Individual
39	บริษัท ตรีเพชรรีซูซูลิซซิ่ง จำกัด	New Requirement No.46: Contract Validity
40	บริษัท ตรีเพชรรีซูซูลิซซิ่ง จำกัด	New Requirement No.69-2 : Add field Com Sales
41	บริษัท ตรีเพชรรีซูซูลิซซิ่ง จำกัด	New Requirement No.74 : Hide COM11,COM12 Before
42	บริษัท ทีจี โซลูชั่นส์ กรุ๊ป จำกัด	ชื่อ SAMSUNG-UD Video wall

#### 4.10 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

##### นโยบายด้านสิ่งแวดล้อม

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

1. การปรับขบวนการให้เป็น e-workflow เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและความรวดเร็วในการดำเนินงาน และลดการใช้เอกสารที่เป็นกระดาษในขบวนการลง ซึ่งสามารถลดการใช้กระดาษในแต่ละขบวนการได้ไม่ต่ำกว่า 50% ตัวอย่างของขบวนการที่ปรับเป็น e-workflow สำเร็จสมบูรณ์และได้แก่ ระบบการรับแจ้งและแก้ไขปัญหาด้านโครงสร้างพื้นฐานและงานธุรการ ( GA Hotline), ระบบการลาของพนักงาน และระบบการรับข้อ

- ร้องเรียนและปัญหาจากลูกค้า (Call Center) เป็นต้น ซึ่งการปรับปรุงขบวนการเหล่านี้นับเป็นการช่วยให้เกิดการลดการใช้ทรัพยากรที่ไม่จำเป็นได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. การใช้กระดาษให้ครบทั้ง 2 หน้า บริษัทให้ผู้บังคับบัญชาของแต่ละหน่วยงานจัดให้พนักงานในหน่วยงานมีการคัดแยกกระดาษใช้แล้วทิ้งไปที่ไม่เป็นความลับหรือสำคัญ 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

ในส่วนของดูแลรับผิดชอบต่อสังคม บริษัท IRCP ได้มีการนำสิ่งของเครื่องใช้ไปบริจาคตามต่างๆ อาทิเช่น วัดถ้ำเขาค้อ จังหัดกาญจนบุรี วัดพระบาทน้ำพุ โรงเรียนวัดหนองข้อมตะเคียนงาม จังหวัดสระบุรี เป็นต้น และมีการจัดให้พนักงานไปร่วมเลี้ยงอาหารเด็กที่บ้านเด็กอ่อน พญาไท เป็นต้น โดยจัดในรูปแบบลักษณะของ Rally เพื่อสร้างแรงจูงใจให้พนักงานเข้ามามีส่วนร่วมมากยิ่งขึ้น ซึ่งกิจกรรมที่ผ่านมาส่วนใหญ่ได้ผลตอบรับเป็นอย่างดี มีความสุขทั้งผู้ให้และผู้รับ ทั้งในส่วนของสถานที่ที่ได้รับบริจาคก็ได้รับประโยชน์จากสิ่งของและอาหาร ส่วนบริษัทก็ได้ประโยชน์ในการส่งเสริมความสามัคคีในหมู่พนักงาน

นอกจากนี้บริษัท IRCP ยังมีโครงการบริจาคคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ที่ไม่ได้ใช้งานแล้ว แต่ยังมีสภาพที่ดีและยังใช้งานได้อยู่ ให้กับโรงเรียนที่ขาดแคลน ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวช่วยแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมที่ IRCP และยังคงสนับสนุนกิจกรรมเหล่านี้อย่างต่อเนื่องให้คงอยู่ตลอดไป

#### นโยบายด้านธรรมาภิบาล

IRCP ได้เริ่มนำระบบธรรมาภิบาลมาใช้ตั้งแต่วันแรกที่ก่อตั้งบริษัท เมื่อ 22 ปีที่ผ่านมา ปัจจุบันบริษัทฯ ได้กำหนดเป็นนโยบายเพื่อให้พนักงานทุกระดับได้นำไปปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง ผู้บริหารและพนักงานทุกคนล้วนยึดหลักปฏิบัติในเรื่อง

ความซื่อสัตย์สุจริต 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 อิงภากรณ์ เพื่อส่งเสริมธรรมาภิบาล” ซึ่งเป็นรางวัลแห่งความภาคภูมิใจที่ทำให้บริษัทยังคงมุ่งมั่นรักษาคุณภาพให้คงอยู่ต่อไป

หลักธรรมาภิบาลที่บริษัท IRCP ได้ยึดถือปฏิบัติ มีดังนี้

#### 1. การเปิดเผยข้อมูล

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

#### 2. การดำเนินธุรกิจอย่างระมัดระวัง

##### 2.1. การจัดตั้งระบบบริหารความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ

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

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

- การประเมินความเสี่ยงก่อนการขาย ขั้นตอนนี้จะเริ่มตั้งแต่ก่อนการขาย โดย คณะทำงาน จะประเมินโอกาสที่จะส่งมอบโครงการได้สำเร็จ ประเมินความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นและแผนปฏิบัติ หากเกิดความเสี่ยงนั้นขึ้น และประเมินผลกระทบต่อองค์กร อันได้แก่ ผลกระทบด้านการเงิน ผลกระทบด้านการบริการ เป็นต้น
- คัดกรองโครงการที่มีความเสี่ยงสูงออกไป หลังจากประเมินความเสี่ยงของโครงการแล้ว
- หลังจากการขนะการประกวดโครงการ จะมีการถ่ายทอดงานจากฝ่ายขายไปยังฝ่ายบริหารโครงการ (Project Management)
- เมื่อสิ้นสุดโครงการ จะมีการถ่าย โหลดงานให้ฝ่ายบริการหลังการขาย 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 เพื่อให้นักลงทุนได้ทราบถึงภาวะและความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งเป็นไปตามหลักธรรมาภิบาลที่ดี