

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 3rd Generation Mobile Network) ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ยุคที่ 4 (Long-Term Evolution : LTE) และอุปกรณ์ระบบ FTTx

โดยที่ผ่านมาทางสายธุรกิจ SI มีผลงานที่โดดเด่นและมีประสบการณ์ในการทำโครงการใหญ่หลายโครงการจนเป็นที่ยอมรับในวงการอย่างกว้างขวาง เช่น

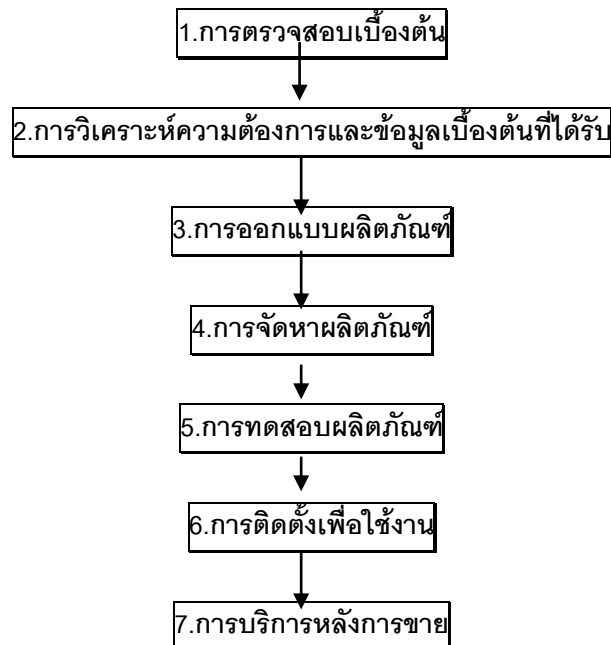
ชื่อโครงการ	หน่วยงาน	มูลค่าโครงการ (ล้านบาท)	ปี พ.ศ.
จ้างเหมาติดตั้งอุปกรณ์ระบบ IMS	การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค	282	2554
ซื้อพร้อมติดตั้งอุปกรณ์ระบบ Account Managent System	บมจ. กสท โทรคมนาคม	47.64	2554
จ้างเหมา Upgrade Datawarehouse	บมจ. กสท โทรคมนาคม	47.6	2554
ซื้อพร้อมติดตั้งอุปกรณ์ระบบ IMS Network Analyzer	บมจ. กสท โทรคมนาคม	19.89	2554
จ้างเหมา Upgrade ทูมสาย TANDEM	บมจ. กสท โทรคมนาคม	146	2554
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
ติดตั้งอุปกรณ์ทูมสายโทรศัพท์เคลื่อนที่ยุคที่ 3	บมจ.ทีโอที	80.56	2552

ชื่อโครงการ	หน่วยงาน	มูลค่าโครงการ (ล้านบาท)	ปี พ.ศ.
ระบบ Data Warehouse / Data Mining	บมจ. กสท โทรคมนาคม	190	2550
จัดทำระบบธนาคารออนไลน์ (Pay at Post)	บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด	52	2550
จัดทำระบบ ERP (ในนามกิจการร่วมค้า I.S.U)	การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย	890	2549
จัดทำระบบ ERP	บมจ.กสท โทรคมนาคม	168	2546

นอกจากให้บริการจัดหาและรวบรวมระบบแล้ว สายธุรกิจ SI ยังให้บริการหลังการขายโดยรับประกันระบบสื่อสารโทรคมนาคมตามระยะเวลาที่ตกลงกับลูกค้า 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 และระยะเวลาที่จะต้องปฏิบัติงาน โดยอาจจะศึกษาเพื่อเข้าทำการประเมินหรือขายตรง

2. การวิเคราะห์ความต้องการและข้อมูลเบื้องต้นที่ได้รับ

ขั้นตอนนี้จะมุ่งเน้นการกำหนดความต้องการของผู้ใช้ประเมินจุดอ่อน จุดแข็งของวิธีการทำงาน ซึ่งจะแตกต่างกันตามประเภทของธุรกิจเพื่อให้เกิดความเข้าใจและสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง

3. การออกแบบผลิตภัณฑ์

หลังจากการวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าแล้ว สายธุรกิจ SI จะทำการออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยอาศัยข้อมูลที่ได้จากการศึกษาและวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าโดยมีทีมงานทางด้านวิศวกรรมสื่อสารโทรคมนาคม ที่มีความรู้ความชำนาญในการออกแบบผลิตภัณฑ์เป็นผู้ออกแบบและตรวจสอบพร้อมก็นำเสนอให้กับลูกค้าเป้าหมาย

4. การจัดหาผลิตภัณฑ์

จากนั้นสายธุรกิจ SI จะทำการเสนอหรือเข้าประกวดราคาให้กับหน่วยงานต่าง ๆ โดยวิธีการจัดหาสินค้า อาจเลือกสินค้าที่สายธุรกิจ SI เป็นตัวแทนจำหน่ายหรือสินค้าจากพันธมิตรที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านขึ้นกับความต้องการของลูกค้าแต่ละราย โดยการเสนอหรือเข้าประกวดราคาจะประกอบด้วยข้อเสนอทางเทคนิคและข้อเสนอทางด้านราคา นอกจากนี้ งานที่ได้มาบางส่วนจะทำการจ้างบริษัทภายนอกเข้ามารับงานต่อ (Outsourcing) ในกรณีที่ต้องการผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านหรือสายธุรกิจ SI พิจารณาแล้วว่ามีมูลค่ามากกว่าที่จะทำงานนั้นเองตัวอย่างงานที่ให้ผู้อื่นเหมาะสมช่วงต่อ เช่น การให้บริการต่อเมื่อเกิดปัญหาทางด้านระบบกับทางลูกค้า (Corrective maintenance) สำหรับลูกค้าที่อยู่ต่างจังหวัด เป็นต้น

5. การทดสอบผลิตภัณฑ์

ขั้นตอนนี้จะเป็นการทำการทดสอบการทำงานของผลิตภัณฑ์ หมายถึง ทั้งด้านอุปกรณ์ฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ และการทำงานกับผู้ใช้งานจริง เพื่อค้นหาว่าผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการพัฒนาแล้วสามารถทำงานได้จริงหรือไม่ ถ้าไม่สามารถทำได้ตามความต้องการของลูกค้า ทางทีมงานจะทำการแก้ไขเปลี่ยนแปลงระบบจนสามารถใช้งานได้ถูกต้อง จึงจะผ่านการตรวจรับงานจากทางลูกค้า

6. การติดตั้งเพื่อใช้งาน

ทางสายธุรกิจ SI จะส่งมอบผลิตภัณฑ์และดำเนินการติดตั้ง เพื่อให้สามารถใช้งานได้ตามวัตถุประสงค์ของลูกค้า พร้อมกับจัดอบรมให้แก่ลูกค้าจนสามารถใช้งานได้

7. การบริการหลังการขาย

ภายหลังส่งมอบงานให้กับลูกค้าทางสายธุรกิจ SI 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) โดยสินค้าของบริษัท มีคุณภาพ ได้รับการยอมรับอย่างสูงจากลูกค้า นอกจากนี้ทางสายธุรกิจ SI ยังมีจุดเด่นในการสร้างความแตกต่างในการนำเสนอเทคโนโลยีที่ดีที่สุด (Solution) ในการแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า มีความชำนาญและมีศักยภาพในการบริหารโครงการนอกจากนี้ทางทีมงานเน้นการให้ความสำคัญและใส่ใจในความต้องการของลูกค้าโดยเฉพาะด้านคุณภาพการให้บริการก่อนและหลังการขายในเวลาอันรวดเร็ว โดยทีมงานจะต้องเข้าใจในธุรกิจเพื่อนำเสนอสินค้าและบริการที่ดีที่สุด การส่งมอบตรงเวลา ทำให้บริษัทมีชื่อเสียงที่ดีและได้รับการยอมรับจากลูกค้าเสมอมา

(2) ด้านพนักงาน

บริษัท มีนโยบายที่จะพัฒนาตนเองให้ทันเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอเพื่อให้ความสามารถแนะนำและรองรับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของลูกค้าและตลาด จึงเน้นพัฒนาคุณภาพของพนักงานรวมถึงการทำงานเป็นทีม การรับรู้และการปรับตามการเคลื่อนไหวตัวของธุรกิจไอ ซีทีอย่างทันทั่วถึงและต่อเนื่องส่วนหนึ่งได้จากการเป็น Certificate Partner จากเจ้าของผลิตภัณฑ์ ทำให้ทีมงานมีความยืดหยุ่นในการทำงานสามารถปรับตัวให้สอดคล้องกับ ความเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีได้อย่างดี

(3) ด้านการบริหารต้นทุน

สายธุรกิจ SI เน้นการบริหารต้นทุนการขายและการให้บริการเพื่อให้ได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน โดยยังรักษาคุณภาพสินค้าและบริการให้ได้ตามมาตรฐานโลก นอกจากนี้ สายธุรกิจ SI เน้นการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า และเจ้าของผลิตภัณฑ์เพื่อให้สามารถซื้อสินค้าได้ในราคาที่ต่ำ เข้าใจในตัวสินค้าต่างๆเป็นอย่างดีและมีความหลากหลายของสินค้า ทำให้สามารถนำเสนอสินค้าให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า และได้รับการคัดเลือกเป็นผู้ชนะการประมูลและสามารถแข่งขันกับองค์กรอื่นได้ในระยะยาว

(4) ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า

สายธุรกิจ SI มีการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าโดยการทำความเข้าใจลูกค้าค้นหาความต้องการและทำการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า ทำให้มีโอกาสรับงานจากลูกค้ารายเดิมเพิ่มขึ้น ทางสายธุรกิจ SI มีอัตราได้รับงานซ้ำจากลูกค้ารายเดิมสูงถึงร้อยละ 80

ลักษณะของกลุ่มลูกค้าและช่องทางการจัดจำหน่าย

ทางสายธุรกิจ SI มีการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ชัดเจน คือ หน่วยงานรัฐวิสาหกิจ โดยเฉพาะหน่วยงานขนาดใหญ่ เช่น บมจ. กสท โทรคมนาคม บมจ. ทีโอที การไฟฟ้าฝ่ายผลิต การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค การไฟฟ้านครหลวง เป็นต้น เนื่องจากหน่วยงานเหล่านี้มีงบประมาณในการลงทุนทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารค่อนข้างสูงเพื่อใช้ในการปรับปรุงการทำงานให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ บริษัทฯ มีจุดแข็งในด้านความรู้ ความชำนาญและประสบการณ์ที่ยาวนานมากกว่า 26 ปี ในธุรกิจนี้ จึงทำให้ลูกค้ากลุ่มนี้มีความมั่นใจในการเลือกให้บริษัทฯ เป็นผู้ดำเนินการ

รายได้ส่วนใหญ่ของสายธุรกิจ SI มาจากรัฐวิสาหกิจซึ่งทางสายธุรกิจ SI จะเข้าไปทำการประกวดราคา ขั้นตอนโดยทั่วไปจะให้พนักงาน Pre-Sale เข้าไปทำแนะนำทางด้านเทคนิค และระบบใหม่ ๆ ให้กับลูกค้าเพื่อให้ลูกค้ามองเห็น

ความสำคัญและประโยชน์ของการใช้ระบบต่างๆ ในการทำงาน จากนั้นหากลูกค้ามีความสนใจสินค้าและบริการ ทางสายงาน จะจัดส่งพนักงานขายเข้าไปเจรจาต่อรองด้านราคาและเซ็นสัญญาโครงการเพื่อทำการประกวดราคาหรือปิดงานต่อไป

กลุ่มลูกค้า	สัดส่วนรายได้ (ร้อยละ)
บมจ.กสท โทรคมนาคม และ บมจ.ทีโอที	70
กฟผ., กฟภ. และ กฟน.	30
รวม	100

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 มีปัจจัยในการพิจารณาเลือกบริษัทที่ทำบริการต่อ คือ ราคาและความชำนาญสำหรับงานนั้น ๆ

ในยุคของภาวะเศรษฐกิจที่มีแนวโน้มตกต่ำทางบริษัทได้ดำเนินการปรับแผนเพื่อรองรับโดยใช้ประสบการณ์และผลงานที่ผ่านมาของบริษัท มาทำการพัฒนา ปรับปรุงและสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added) ให้สามารถนำเสนอเป็นผลิตภัณฑ์พร้อมบริการของบริษัทเองให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัทในงบประมาณที่สอดคล้องกับภาวะดังกล่าว อันจะเป็นผลให้บริษัทสามารถรักษารฐานลูกค้าเดิมและเพิ่มโอกาสในการขยายสู่กลุ่มลูกค้าใหม่

โดยทั่วไป การประมูลงานทางภาครัฐและรัฐวิสาหกิจในขั้นตอนแรกจะต้องมีการวางหนังสือค้ำประกันการประมูลงาน (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 ระบบเครือข่ายของธนาคารที่มีสาขาทั้งในกรุงเทพและต่างจังหวัด เป็นต้น ทั้งนี้ NW ยังมีอุปกรณ์และโปรแกรมในการบริหารเครือข่ายทั้ง LAN และ WAN เพื่อให้การดูแลรักษา วิเคราะห์ปัญหา และซ่อมแซมแก้ไขเหตุขัดข้องได้รวดเร็ว และช่วยในการวางแผนงานขยายเครือข่ายในอนาคตได้อีกขั้นหนึ่งด้วย

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

รายละเอียดผลิตภัณฑ์ของสายธุรกิจ NW

ผลิตภัณฑ์	รุ่น/ประเภท	คุณสมบัติ
Trend Micro	Antivirus Solution	โปรแกรมป้องกันและทำลายไวรัส
	Network Virus Wall	อุปกรณ์ป้องกันการโจมตีและทำลายไวรัส

ผลิตภัณฑ์	รุ่น/ประเภท	คุณสมบัติ
		(Network Worm and Exploit)
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 การนำระบบการประชุมทางไกลผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Web Conference) มาใช้ประชุมระหว่างจังหวัดกับส่วนกลาง หรือการใช้ระบบโทรศัพท์ผ่านระบบเครือข่าย (Voice Over IP) เพื่อลดต้นทุนค่าใช้จ่ายโทรศัพท์ทางไกล รวมถึงการนำระบบสารสนเทศมาช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้องค์กรและติดตามงาน เช่น ศูนย์ปฏิบัติการ (Operation Center) โดยจะเห็นตัวอย่างได้จากนโยบายรัฐบาลที่ให้การสนับสนุนด้านการพัฒนาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศอย่างชัดเจนและจริงจัง ทำให้เกิดความต้องการอย่างสูงในการติดตั้งระบบโครงสร้างเครือข่ายคอมพิวเตอร์ และเมื่อมีการใช้ระบบสารสนเทศมากขึ้นสิ่งที่ตามมาคือระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูลบนระบบเครือข่าย รวมถึงการระงับตัวตนของผู้ใช้งานบนระบบเครือข่าย โดยในปี 2554 นี้ บริษัทฯ คาดว่าตลาดน่าจะมีอัตราการเติบโตเฉลี่ย ไม่น้อยกว่าปี 2553 และแนวโน้มการแข่งขันทางด้านธุรกิจทั้งภายในและภายนอกประเทศที่สูงขึ้น ทำให้องค์กรไม่ว่าจะเป็นภาครัฐหรือเอกชนต้องเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน โดยการนำเทคโนโลยีทางด้านสารสนเทศมาใช้มากขึ้น เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันทั้งด้านต้นทุนและประสิทธิภาพ และจากการที่ภาครัฐมีนโยบายประกาศให้เทคโนโลยี Broadband เป็นวาระแห่งชาติ หรือการลงทุนระบบเครือข่าย 3G ของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ซึ่งเมื่อเครือข่ายสาธารณะเกิดขึ้น นั้นหมายความว่า การเชื่อมโยงระบบเครือข่ายของหน่วยงานต่างๆ จะต้องขยายตัวตามๆ 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 26 ปี

ซึ่งในการประมูลโครงการใหญ่ ๆ ลูกค้าจะเลือกข้อเสนอที่ตรงความต้องการที่สุดและบริษัทที่มีความน่าเชื่อถือ โดยส่วนใหญ่คู่แข่งรายใหญ่ด้วยกันจะเสนอลิขิตภัณฑ์ที่ต่างผลิตภัณฑ์กัน ซึ่งบริษัทมีสินค้าที่มีมาตรฐานและได้รับการยอมรับอย่างสูงจากทั่วโลก 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

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

นอกจากนี้ บริษัทมีจุดเด่นในการสร้างความแตกต่างในด้านกาให้บริการ โดยสามารถแก้ปัญหาและสร้างทางออกทุกอย่างให้กับลูกค้าโดยอาศัยประสบการณ์ของทีมงานที่ได้รับมาตรฐานจากผู้ผลิตเป็นผู้พัฒนาสินค้าได้เป็นอย่างดี โดยบริษัทฯ ให้ความสำคัญในการสร้างเสริมความรู้ เทคโนโลยีแก่ทีมงานเสมอ โดยเจ้าหน้าที่จะต้องได้รับการฝึกอบรมอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการอบรมและได้รับการรับรองจากเจ้าของสินค้า จึงถือเป็นข้อได้เปรียบในการแข่งขัน

สำหรับปี 255 4 บริษัทฯ ได้กำหนดเป้าหมายของทีมงานในการพัฒนา Solution ที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับระบบเครือข่ายของฐานลูกค้าเดิมที่ได้ติดตั้งไปแล้ว เช่น ระบบรวบรวมการสื่อสารทั้งโทรศัพท์ , โทรสาร และ E-mail ให้เข้าทำงานเชื่อมต่อกันเป็นระบบเดียวกัน (Unify Communication) ซึ่งต้องอาศัยทีมงานที่เชี่ยวชาญทั้งด้าน Hardware และ Software และในส่วนของระบบรักษาความปลอดภัยทั้งระบบ โดยการนำระบบ CCTV เข้ามาประกอบเป็น Solution และทำงานร่วมกับระบบ IT Security ต่างๆ ที่สอดคล้องกับความต้องการของแต่ละองค์กร

(2) ด้านพนักงาน

บริษัทฯ เน้นทีมงานที่มีประสิทธิภาพและได้รับประกาศนียบัตรผู้เชี่ยวชาญด้านระบบเครือข่ายและอุปกรณ์เครือข่ายจากผู้ผลิตระบบเครือข่ายที่มีชื่อเสียงของโลก ได้แก่ Alcatel-Lucent, Tipping Point และผลิตภัณฑ์ที่ประกอบใน Solution โดยให้พนักงานทุกคนมีการติดตามเทคโนโลยีทางด้านระบบเครือข่ายซึ่งในปีนี้ได้เพิ่มสินค้าในการนำเสนอเพิ่มขึ้นจึงมีความจำเป็นในการที่จะต้องพัฒนาบุคลากรมากขึ้น สำหรับสินค้าจาก Alcatel_Lucent นั้น เนื่องจากบริษัทฯ เป็นตัวแทนอย่างเป็นทางการ ดังนั้นพนักงานของบริษัทฯ จะต้องเข้าอบรมและทดสอบความรู้เพื่อรับประกาศนียบัตรของ Alcatel ซึ่งในขณะนี้พนักงานของบริษัทฯ ได้เข้ารับการอบรมและสอบผ่านแล้วหลายคนและจะเพิ่มขึ้นทุกปี ซึ่งการได้รับประกาศนียบัตรดังกล่าวมีความจำเป็นในการดำรงสถานะตัวแทนระดับ Premium ของบริษัทฯ อันนับว่าเป็นจุดแข็งที่เหนือตัวแทนรายอื่น ๆ ในประเทศไทยด้วย ทำให้บริษัทฯ ได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าเนื่องจากมั่นใจได้ว่าพนักงานทุกคนมีการติดตามเทคโนโลยีทางด้านระบบเครือข่ายและนำความรู้ใหม่ๆ มาปรับปรุงและพัฒนาระบบให้แก่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอเพื่อที่จะสามารถนำเสนอทางออกให้กับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด

(3) ด้านการบริหารต้นทุนการขยาย

บริษัทฯ เน้นการบริหารต้นทุนการขยายและการให้บริการเพื่อให้ได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน โดยยังรักษาคุณภาพสินค้าและบริการให้ได้ตามมาตรฐานโลกซึ่งการบริหารต้นทุนนั้น หลักสำคัญคือการพัฒนาบุคลากรของบริษัทฯ ให้มีประสิทธิภาพทั้งด้านวิชาการและด้านปฏิบัติ เพราะเมื่อพนักงานทุกคนมีประสิทธิภาพ ก็ส่งผลต่อผลประกอบการในภาพรวมของบริษัทฯ

(4) ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า

บริษัทฯ ได้รับความไว้วางใจและมีความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าทั้งในส่วนของลูกค้าเดิมและสามารถขยายฐานลูกค้าใหม่ได้โดยเน้นในด้านการให้บริการ ที่ผ่านมามีบริษัทฯ ไม่เคยถูกปรับจากหน่วยงานต่าง ๆ โดยเฉพาะหน่วยงานของรัฐที่มีบทบาทในสัญญาเกือบทุกสัญญา เนื่องจากบริษัทฯ เน้นในส่วนของการทำงาน โดยจะมีการประเมินความต้องการของลูกค้าอย่างละเอียด วิเคราะห์โครงการ และความพร้อมในทุก ๆ ด้านรวมถึงจัดทำ Proposal เพื่อนำเสนอให้ลูกค้าก่อนที่จะเข้าประมูลงานเสมอเพื่อที่บริษัทฯ จะมั่นใจได้ว่าจะสามารถทำตามความต้องการของลูกค้าได้ นอกจากนั้นภายหลังจากการขาย บริษัทฯ ยังจัดสรรพนักงานให้ดูแลลูกค้าแต่ละกลุ่มอย่างทั่วถึงและตรงตามความต้องการ โดยสามารถให้ความสะดวกและบริการตอบคำถามแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ทำให้บริษัทฯ มีโอกาสได้รับงานเพิ่มเติมจากลูกค้ารายเดิมในปีต่อ ๆ ไป และมีการพูดต่อและแนะนำลูกค้าใหม่ให้ด้วย ซึ่งสถานการณ์เช่นนี้ยังส่งผลให้ W มีต้นทุนในการหาลูกค้าใหม่ต่ำอีกประการหนึ่งด้วย

ลักษณะของกลุ่มลูกค้าและช่องทางการจัดจำหน่าย

บริษัทฯ มีการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก คือ สถาบันการศึกษาและหน่วยงานในภาครัฐราชการ รัฐวิสาหกิจและภาคเอกชน โดยรายได้ส่วนใหญ่มาจากกลุ่มสถาบันการศึกษาและภาครัฐราชการ เนื่องจากกลุ่มสถาบันการศึกษาเป็นตลาดที่มีความต้องการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยและโดยทั่วไปจะเป็นผู้เริ่มใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ อยู่เสมอ ส่วนทางภาครัฐราชการนั้น เป็นตลาดที่มีกำลังซื้อค่อนข้างสูง เนื่องจากนโยบายของรัฐบาลในการที่จะนำเทคโนโลยี ICT มาทำการพัฒนาประเทศ ทำให้เป็นตลาดที่มีความน่าสนใจเป็นอย่างยิ่งประกอบกับการมีฐานะทางการเงินที่มั่นคง โดยที่ผ่านมามีบริษัทฯ ได้มีโอกาสให้บริการกับสถาบันการศึกษาและหน่วยงานภาครัฐหลายโครงการ ทำให้สามารถนำผลงานจากสถานศึกษาเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการวางระบบเครือข่ายให้กับลูกค้ารายอื่น เช่น หน่วยงานราชการและองค์กรเอกชนอื่น ๆ โดยจะเน้นเฉพาะหน่วยงานขนาดใหญ่ (Enterprise Solution) ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่บริษัทฯ มุ่งเน้นเนื่องจากเป็นหน่วยงานที่มีศักยภาพการลงทุนทางด้าน ICT และมีการตั้งงบประมาณในแต่ละปีชัดเจน แต่อย่างไรก็ตามในปี 2554 นี้ บริษัทฯ ได้เริ่มเน้นตลาดในส่วนหน่วยงานรัฐวิสาหกิจขนาดใหญ่เพิ่มมากขึ้น เพื่อเป็นฐานที่สำคัญรองรับ เนื่องจากรัฐวิสาหกิจขนาดใหญ่ กำลังต้องเร่งปรับองค์กร รวมถึงการบริการมากขึ้นจากสภาวะการแข่งขันในตลาด

โดยทั่วไปทางภาครัฐราชการและรัฐวิสาหกิจ บริษัทฯ จะเข้าไปทำการประกวดราคา ส่วนกลุ่มลูกค้าภาคเอกชนจะใช้ทีมงานขายตรง โดยใช้กลยุทธ์ส่งทีมงานขายเข้าไปขายแบบนำร่อง (pre-sale) โดยจะเข้าไปแนะนำลูกค้าเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ทางด้านเทคนิคและเน้นการให้ความรู้โดยตรงกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้ลูกค้าเข้าใจในประโยชน์ของการนำผลิตภัณฑ์ไปใช้รวมถึงเห็นความสำคัญในการใช้ระบบเครือข่ายดังกล่าวให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรซึ่งจะเป็น การ

บริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล รีเสิร์ช คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

เพิ่มความน่าเชื่อถือในธุรกิจด้วย จากนั้นจะส่งตัวแทนขาย (Sale) ไปทำการเจรจาต่อรองทางด้านราคาและสรุปราคาในการ
ทำโครงการ และในปี 2554 นี้ บริษัทฯ ได้วางแผนงานจัดสัมมนาให้มากขึ้น เพื่อขยายฐานลูกค้ามากขึ้นในแต่ละ Segment ที่
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 สาย
ธุรกิจ NW ได้รับความไว้วางใจให้ติดตั้งระบบเครือข่ายในโครงการที่สำคัญและสร้างชื่อเสียงให้กับสายธุรกิจ NW ในช่วงที่
ผ่านมาโดยมีตัวอย่างโครงการที่สำคัญ ดังต่อไปนี้

ชื่อโครงการ	หน่วยงาน	มูลค่าโครงการ (ล้านบาท)	ปี พ.ศ.
ระบบควบคุมการเรียกใช้งาน internet เครือข่าย ภายใน	บมจ. กสท โทรคมนาคม	14.6	2554
บำรุงรักษา ERP (phase 1)	การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย	17.0	2554
บำรุงรักษา ERP (phase 2)	การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย	17.82	2554
MSO Call Center	กรมพัฒนาสังคมและสวัสดิการ	9.89	2554
โครงการจัดหาระบบเครือข่ายความปลอดภัยของ เครือข่ายคอมพิวเตอร์	กรมป่าไม้	18.57	2554

นอกจากงานให้บริการออกแบบติดตั้งระบบเครือข่ายแล้ว บริษัทฯ ให้บริการหลังการขาย โดยทั่วไปจะ
รับประกันระบบเครือข่ายเป็นเวลา 1 ปี โดยแบ่งการบริการออกเป็น 2 แบบ คือ ให้บริการต่อเมื่อเกิดปัญหาทางด้านระบบ
กับทางลูกค้า (Corrective maintenance) และ ให้บริการตรวจเช็คระบบ ทุก ๆ 3 เดือน (Preventive maintenance) และยังมี
มีการเปิดให้บริการในการทำ Maintenance กับลูกค้าที่หมดระยะเวลาประกันใน 1 ปีแรก โดยเพิ่มประสิทธิภาพใน
การให้บริการเต็มรูปแบบ พร้อมหมายเลขโทรศัพท์ด่วนที่ลูกค้าสามารถแจ้งปัญหาการใช้งาน ตลอด 24 ชั่วโมง
ทั้งนี้ ลักษณะขั้นตอนการทำงานจะเป็นลักษณะเดียวกับการทำงานของสายธุรกิจ SI เพียงแต่ผลิตภัณฑ์
ส่วนใหญ่ในโครงการเป็นอุปกรณ์เครือข่ายคอมพิวเตอร์

4.2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

ในปี 2554 มีการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศในอัตราส่วนร้อยละ 80 และสั่งซื้อสินค้าในประเทศ
ในอัตราส่วนร้อยละ 20 โดยสินค้าที่สั่งซื้อจากต่างประเทศ คือ เครือข่ายขนาดใหญ่และ Backbone Switch จากบริษัท
Alcatel_Lucent ส่วนสินค้าที่เหลือสั่งซื้อภายในประเทศ เช่น บริษัท ทราเน็คชั่น (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท เดอะแวลู ซิสเต็มส์
จำกัด และบริษัท Tyco Electronics (Thailand) Limited ในส่วนการจัดหาผลิตภัณฑ์นั้นจะทำการจัดหาผลิตภัณฑ์ เมื่อมีการ
สั่งซื้อสินค้าจากลูกค้า และได้รับใบสั่งซื้อเรียบร้อยแล้วเท่านั้น ทำให้บริษัทฯ ไม่ต้องมีการเก็บสินค้าคงคลังโดยไม่จำเป็น และ
ยังคงเสาะหาแหล่งผลิตภัณฑ์และสินค้าใหม่ 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 พร้อมทั้งให้คำปรึกษาและแก้ปัญหา ให้กับงานด้านไอทีแบบครบวงจร (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 อุปกรณ์เชื่อมต่อเครือข่าย (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 พร้อมทั้งให้คำปรึกษาและแก้ปัญหาให้กับงานด้านไอทีแบบครบวงจรโดยการเลือกสรรผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นที่ยอมรับจากทั่วโลกซึ่งสามารถประยุกต์ใช้งานเพื่อความเหมาะสมตามความต้องการของลูกค้า

รายละเอียดผลิตภัณฑ์

ตราผลิตภัณฑ์	รุ่น/แบบของผลิตภัณฑ์	คุณสมบัติ/กลุ่มลูกค้า
Hewlett Packard	คอมพิวเตอร์ส่วนกลาง (Server) คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (PC) อุปกรณ์เก็บข้อมูลคอมพิวเตอร์ (Storage) เครื่องพิมพ์ (Printer)	สำหรับหน่วยงานขนาดกลาง-ใหญ่
SUN-Oracle	คอมพิวเตอร์ส่วนกลาง (Server)	สำหรับหน่วยงานขนาดใหญ่
IBM	คอมพิวเตอร์ส่วนกลาง (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 2554 ที่ผ่านมาทางสายธุรกิจ EIT มีผลงานที่โดดเด่นและมีประสบการณ์ในการทำโครงการใหญ่หลายโครงการจนเป็นที่ยอมรับในวงการอย่างกว้างขวาง เช่น

ชื่อโครงการ	หน่วยงาน	มูลค่าโครงการ (ล้านบาท)	ปี พ.ศ.
จ้างเหมา Upgrade Datawarehouse	บมจ. กสท โทรคมนาคม	47.6	2554
ปรับปรุงประสิทธิภาพศูนย์เฝ้าระวังภัยคุกคาม	บมจ. ทีโอที	20.69	2554
โครงการพัฒนาระบบความมั่นคงและปลอดภัยทางเทคโนโลยีฯ	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 ตรีเพชรรีซูซูลิซซิ่ง จำกัด	1.0	2553
Additional App develop	บริษัท ตรีเพชรรีซูซูลิซซิ่ง จำกัด	1.1	2553
จ้างบำรุงรักษาความปลอดภัยเครือข่ายสารสนเทศ	กรมประชาสัมพันธ์	3.4	2553
ครุภัณฑ์คอมพิวเตอร์	มหาวิทยาลัยขอนแก่น	8.34	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 ที่เปลี่ยนแปลงไปอยู่เสมอเพื่อให้ความสามารถแนะนำและรองรับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของลูกค้าและตลาด 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 ภาวะการแข่งขัน

ภาวะการแข่งขันของสายที่ปรึกษาและรวบรวมระบบ (EIT)

ในปัจจุบันองค์กรต่าง ๆ ให้ความสำคัญในการใช้ไอทีเข้าไปเสริมสร้างประสิทธิภาพในการทำงานมากขึ้น โดยเฉพาะองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ ซึ่งมีแนวโน้มที่จะใช้บริการจากผู้ชำนาญธุรกิจที่ปรึกษาและรวบรวมระบบคอมพิวเตอร์มากขึ้น เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการพัฒนาระบบงานสารสนเทศภายในองค์กรตนเอง นอกจากนี้ ในด้านผู้ผลิตก็มีการพัฒนาสินค้าและเทคโนโลยีใหม่ ๆ อยู่ตลอดเวลาเพื่อเป็นการกระตุ้นตลาดและตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ที่มีความต้องการระบบที่จะสามารถช่วยทำงานและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันเชิงธุรกิจ ซึ่งนับเป็นโอกาสสำหรับสายธุรกิจ EIT ในการขยายธุรกิจ ทำให้แนวโน้มของธุรกิจที่ปรึกษาและรวบรวมระบบคอมพิวเตอร์ยังมีอัตราการเจริญเติบโตที่ดีอย่างต่อเนื่อง ภาวะการแข่งขันในปัจจุบันค่อนข้างสูง โดยมีบริษัทคู่แข่งซึ่งทำธุรกิจและมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ใกล้เคียงกันได้แก่ บริษัท ซีดีจี ซิสเต็มส์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทในเครือของบริษัท ซีดีจี กรุ๊ป จำกัด บริษัท สยามเทลเทคคอมพิวเตอร์ จำกัด บริษัท สามารต คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เป็นต้น ซึ่งแต่ละบริษัทจะมีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์เฉพาะด้านต่างกันไปโดยที่บริษัทฯ มีจุดแข็งในด้านประสบการณ์ในธุรกิจที่มีกว่า 26 ปี ทำให้เข้าใจความต้องการของลูกค้า เข้าใจในธุรกิจและมีความเชี่ยวชาญในระบบงานของลูกค้าและมีประวัติการทำงานซึ่งเป็นคุณสมบัติหนึ่งที่ภาครัฐบาลกำหนดทำให้บริษัทฯ ได้เปรียบในเชิงการแข่งขันสามารถมีลูกค้าเพิ่มมากขึ้น

4.3.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

เนื่องจากสายธุรกิจ EIT ดำเนินงานโดยให้คำปรึกษาและรวบรวมระบบให้กับลูกค้า ดังนั้น วิธีการจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการจึงเป็นส่วนหนึ่งของขั้นตอนในการทำงานขั้นตอนที่ 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 จะจัดหาโดยการติดต่อเป็นผู้แทนของซอฟต์แวร์นั้น ๆ โดยจ่ายค่าสัญญาการเป็นตัวแทนจำหน่ายให้กับบริษัทผู้ผลิตโดยจ่ายค่าลิขสิทธิ์ตามยอดขายหากต้องการผู้เชี่ยวชาญในการพัฒนาและติดตั้ง บริษัทฯ จะนำสายธุรกิจ ISD(International Software Development) มาพัฒนาและติดตั้ง

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

สำหรับบุคลากรของสายธุรกิจ EIT ที่ผ่านมามีบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ 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 มาประกอบเข้าด้วยกันตามสูตรการผลิตของแต่ละผลิตภัณฑ์ แล้วทำการจัดส่งไปยังลูกค้า ซึ่งมี 2 กลุ่มคือ กลุ่มที่เป็นผู้จัดจำหน่ายที่ได้รับอนุญาต (Delivery Service Partner) และกลุ่มที่เป็นผู้ผลิตเครื่องคอมพิวเตอร์ (OEM Name Account) ซึ่งลูกค้าทั้งสองกลุ่มจะต้องเป็นบริษัทที่ได้ทำสัญญาจ่ายค่า License ตรงกับไมโครซอฟต์แล้วเท่านั้น สำหรับขั้นตอนการพิมพ์ ตลอดจนถึงการจัดส่งจะถูกควบคุมและดำเนินการโดยผ่านกระบวนการ และ เทคโนโลยีของ ไมโครซอฟต์ โดยเฉพาะ (Microsoft OEM Online) ปัจจุบันทางสายธุรกิจ AR เป็นผู้ผลิตซ้ำซอฟต์แวร์ให้กับ Microsoft แต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทยมานานกว่า 18 ปี

นอกจากการบริการรับจ้างผลิตซ้ำซอฟต์แวร์ให้กับลูกค้าแล้ว สายธุรกิจ AR ยังให้บริการทางด้านงานพิมพ์เครื่องหมายหรือตราสินค้าบนวัตถุดิบได้แก่ เช่น แป้นพิมพ์คีย์บอร์ด แก้วหรือพลาสติก ตามที่ลูกค้ากำหนดขึ้นต้น

4.4.2 การตลาดและการแข่งขัน

สัดส่วนรายได้ของทางสายธุรกิจ AR ในปี 2554 ส่วนใหญ่มาจากการผลิตซ้ำซอฟต์แวร์ของ ไมโครซอฟต์ คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 97.24 และงานพิมพ์เครื่องหมายหรือตราสินค้าบนวัตถุดิบได้แก่มีการเติบโตที่ลดลงเล็กน้อย โดยมีสัดส่วนร้อยละ 0.70 ดังนั้น ทางสายธุรกิจ AR จึงมีนโยบายการตลาดมุ่งเน้นงานทางด้านการผลิตซ้ำซอฟต์แวร์ของ ไมโครซอฟต์เป็นหลัก โดยมุ่งเน้นขยายตลาดออกไปยังต่างประเทศในภูมิภาคใกล้เคียงในปีที่ผ่านมา ซึ่งได้ลูกค้ารายใหม่มาจากทั้งในประเทศเวียดนามและภายในประเทศไทยเอง ประเทศละ 1 บริษัท ตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์และเดือนกันยายน ตามลำดับ อีกทั้งยังมีการสั่งซื้ออย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน รวมทั้งยังได้รับคะแนนความพึงพอใจอยู่ในเกณฑ์ดีมากจากทั้ง 2 บริษัท ซึ่งเดิมตลาดของประเทศเวียดนามมีคู่แข่งที่ท่าอยู่ AR ในมาเลเซีย ในขณะที่หน่วยงานเป็นผู้ทำตลาดในประเทศไทยเพียงรายเดียว ทำให้ในปัจจุบันสัดส่วนของผลิตภัณฑ์ไมโครซอฟต์ที่บริษัทจัดจำหน่ายสามารถแบ่งเป็น 2 กลุ่มตามภูมิภาคคือ ไทย และเวียดนามเป็น 84.86% : 15.14% ตามจำนวนหน่วย ส่วน สายผลิตภัณฑ์การพิมพ์บนวัตถุดิบได้แก่ นั้นจะเป็นตลาดเฉพาะสำหรับคีย์บอร์ดที่ผลิตเป็นจำนวนน้อย จึงไม่ค่อยมีการเติบโตอันเนื่องมาจากการให้บริการที่บริษัทฯ ให้กับลูกค้าในส่วนนี้จะเน้นการแก้ไขปัญหาสำหรับคีย์บอร์ดที่ยังไม่ได้พิมพ์ตัวอักษรภาษาไทยบนแป้นพิมพ์ที่นำเข้าจากต่างประเทศ ที่หากมีจำนวนมากผู้ผลิตตั้งต้นมักจะพิมพ์มาให้แล้ว สำหรับนโยบายด้านลูกค้า จะ เน้นการผลิตและจัดส่งได้อย่างรวดเร็ว มีคุณภาพได้มาตรฐานตามที่ลูกค้ากำหนด มีบริการหลังการขาย นอกจากนี้ สายธุรกิจ AR ได้จัดให้มีขั้นตอนการทำงานอย่างเป็นระบบ รวมถึงมีระบบการตรวจสอบคุณภาพและรวบรวมสถิติที่ได้มาตรฐาน และมีการจัดฝึกอบรมประเมินความพึงพอใจจากลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ 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 (หลังจากนั้น Microsoft ได้ยกเลิกการแจกรางวัลนี้ไป ด้วยเหตุผลด้านงบประมาณ) ซึ่งเป็นเครื่องยืนยันคุณภาพและความพึงพอใจของ Microsoft ที่มีต่อบริษัทได้เป็นอย่างดี

ทางสายธุรกิจ AR มีการสำรวจระดับความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction Level) ทุกปี โดยทำแบบสอบถามไปถึงลูกค้าโดยตรงเพื่อให้คะแนนในหัวข้อต่าง ๆ ที่ทางสายธุรกิจ AR คาดว่าเป็นปัจจัยสำคัญ เช่น คุณภาพสินค้า ราคา การจัดส่งและการให้บริการ เป็นต้น เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงและพัฒนากระบวนการผลิตให้ลูกค้ามีความพึงพอใจสูงสุด ซึ่งผลการสำรวจตลอดปี 2554 ที่ผ่านมาพบว่า ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจในเกณฑ์ ดี ถึง ดีมาก เฉลี่ยถึงร้อยละ 93

เนื่องจากสายธุรกิจ AR ประกอบธุรกิจหลัก คือ การผลิตฮาร์ดแวร์ของ ไมโครซอฟท์ ซึ่งขายให้กับลูกค้าตามที่ไมโครซอฟท์ เป็นผู้กำหนดให้ โดย Microsoft Licensing ประเทศสหรัฐอเมริกา จะเป็นผู้มอบหมายนโยบายให้กับไมโครซอฟท์ ประเทศไทยซึ่งเป็นตัวแทนในประเทศ เพื่อให้เป็นผู้กำหนดนโยบายทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ รวมถึงการปราบปรามซอฟต์แวร์ที่ผิดกฎหมายอีกทอดหนึ่ง ดังนั้น นโยบายการตลาดส่วนใหญ่จะถูกกำหนดโดยไมโครซอฟท์ โดยหากในปีใดทางไมโครซอฟท์ มีนโยบายการปราบปรามซอฟต์แวร์ละเมิดลิขสิทธิ์อย่างเข้มงวด ก็จะส่งผลให้รายได้ของสายธุรกิจลดลงไปด้วย ในขณะที่เดียวกัน สำหรับผลิตภัณฑ์หรือรุ่นสินค้าของ ไมโครซอฟท์ ซึ่งมีออกมาใหม่เป็นระยะเพื่อกระตุ้นและตอบสนองความต้องการของลูกค้า สายธุรกิจ AR ก็จะได้รับความสะดวกใจให้เป็นผู้ผลิตฮาร์ดแวร์เหล่านั้น ทำให้สายธุรกิจ AR สามารถผลิตผลิตภัณฑ์ได้หลากหลายและมียอดขายเพิ่มขึ้น อย่างเช่น ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2554 นี้ทางไมโครซอฟท์ได้มีการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ในตระกูล Windows 7 SP1 และ Windows Server 2008 R2 SP1 ที่ได้มีการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องในการใช้งาน รวมทั้งได้มีแผนการออกผลิตภัณฑ์ใหม่คือ Windows 8 ที่เพิ่มความสามารถในการใช้งานใหม่ๆ เพิ่มขึ้น ใช้งานง่ายขึ้น ตอบสนองการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี ให้รองรับการเติบโตของผลิตภัณฑ์ประเภท tablet ที่เป็นที่นิยมในปัจจุบัน รวมทั้งเหมาะกับคอมพิวเตอร์รุ่นใหม่ที่มีชื่อว่า Ultra Book เป็นอย่างดี ทำให้ผลิตภัณฑ์มีความสดใหม่ และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

(2) ด้านการลดต้นทุนการผลิต

บริษัทฯ มีการดำเนินงานตามมาตรฐานที่ทาง Microsoft กำหนด และได้มีการปรับปรุงพัฒนากระบวนการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยยึดหลักการ ง่าย เร็ว ประหยัด และมีประสิทธิภาพ (Easier, Faster, Saver และ More Efficient) ในปี พ.ศ. 2554 มีปรับเปลี่ยนกระบวนการรับคำสั่งซื้อเป็นแบบ paperless มีการติดตามสถานะของการผลิตแต่ละขั้นตอนแบบออนไลน์ ซึ่งช่วยลดค่าใช้จ่ายในกระบวนการผลิตและการตรวจสอบได้ถึง 20% ในขณะที่ต้นทุนค่าแรงทางตรง (Direct Labor cost) ลดลง 4.98% และต้นทุนวัตถุดิบทางตรง (Direct Material Cost) ลดลงเพียง 1.85% จากผลกระทบของอัตราแลกเปลี่ยน ซึ่งค่าเงินบาทอ่อนลงเมื่อเทียบกับดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งเป็นเงินสกุลหลักที่ใช้ซื้อวัตถุดิบจากต่างประเทศมากกว่า 6% แต่โดยภาพรวมการปรับปรุงกระบวนการในช่วงปีที่ผ่านมาถือว่าประสบความสำเร็จ อัน เป็นผล

จากการวิเคราะห์ตลาดและการวางแผนจัดการวัตถุดิบอย่างมีประสิทธิภาพ และมีการปรับเปลี่ยนวิธีการเฉพาะสำหรับคำสั่งซื้อ lot ใหญ่ที่เป็นงานโครงการภาครัฐ โดยความพยายามรวบรวมคำสั่งซื้อให้มีปริมาณมากต่อครั้ง และการเจรจาต่อรองด้านราคากับ Supplier ทำให้มีความประหยัดต่อขนาดสูง ทั้งนี้ ทุกเป้าหมายมีการติดตามและจัดเก็บเป็นดัชนีชี้วัด (KPI) อย่างต่อเนื่อง เป็นระบบ และสอดคล้องกับนโยบายโดยรวมของบริษัทฯ ทำให้มั่นใจได้ว่า ปีต่อไป ต้นทุนการผลิต จะสามารถลดลงได้อย่างสม่ำเสมอเช่นอดีตที่ผ่านมา

ลักษณะของกลุ่มลูกค้าและช่องทางการจัดจำหน่าย

สำหรับซอฟต์แวร์ของไมโครซอฟต์ทางสายธุรกิจAR จะจำหน่ายให้เฉพาะลูกค้าที่Microsoft เป็นผู้กำหนดให้เท่านั้น โดยแบ่งลูกค้าออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

(1) DSP (Delivery Service Partner) คือบริษัทที่เป็นตัวแทนกระจายสินค้าของ ไมโครซอฟต์ ซึ่งในประเทศไทยมี 3 รายและประเทศเวียดนาม 2 ราย โดย DSP เหล่านี้จะขายสินค้าให้กับกลุ่มลูกค้าหลัก 2 กลุ่มคือ กลุ่มบริษัทผู้ผลิตคอมพิวเตอร์ขยายย่อย (System Builder) ที่ไม่ได้ซื้อลิขสิทธิ์โดยตรงกับไมโครซอฟต์และกลุ่มองค์กรต่าง ๆ ที่ต้องการซอฟต์แวร์ที่มีลิขสิทธิ์ถูกต้องของไมโครซอฟต์โดยในปี 2554 สายธุรกิจAR มีสัดส่วนรายได้จากDSP ประมาณร้อยละ 63.69

(2) บริษัทผู้ผลิตคอมพิวเตอร์ (PC OEMers) ที่ได้ซื้อลิขสิทธิ์โดยตรงกับ Microsoft USA ซึ่งในปัจจุบันมีลูกค้ากลุ่มนี้ในประเทศไทยจำนวน 2 ราย และในประเทศเวียดนาม 2 ราย โดยในปี 2554 มีสัดส่วนรายได้จากลูกค้ากลุ่มนี้ร้อยละ 36.31

ส่วนงานด้านการพิมพ์เครื่องหมายหรือตราสินค้าบนวัตถุดิบโค้ง ส่วนใหญ่เป็นการให้บริการกับกลุ่มของลูกค้า Microsoft เช่น งานการพิมพ์ตัวหนังสือภาษาไทยลงบนแป้นพิมพ์ เป็นต้น นอกจากนี้ อาจจะมีลูกค้าเพิ่มเติมคือ ผู้ผลิตเครื่องภายในประเทศที่ต้องการพิมพ์ตราสินค้าของตัวเอง

4.4.2.2 ภาวะการแข่งขันและแนวโน้มอุตสาหกรรม

ภาวะการแข่งขัน

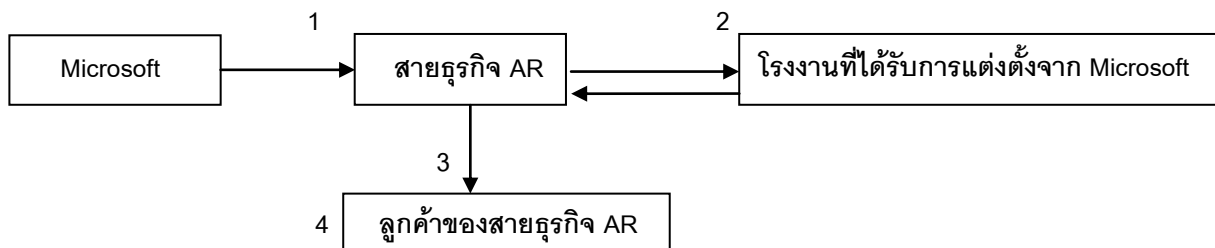
ซอฟต์แวร์ปฏิบัติการและซอฟต์แวร์ประยุกต์ ของ ไมโครซอฟต์ เป็นสินค้าที่มีผู้ใช้งานสูงสุดในตลาดซอฟต์แวร์ของประเทศไทย และเนื่องจากทางสายธุรกิจ AR ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นผู้ผลิตซ้ำซอฟต์แวร์ของ ไมโครซอฟต์เพียงรายเดียวในประเทศไทย ดังนั้น ปัจจุบันบริษัทฯ ครองตลาด 100 % และสามารถครองส่วนแบ่งตลาดในเวียดนามได้มากกว่า 90% สำหรับสินค้าที่มีลิขสิทธิ์ที่ถูกต้อง อย่างไรก็ตาม คู่แข่งทั้งในประเทศไทย และเวียดนาม มีทางเลือกที่จะซื้อสินค้าจากผู้ผลิตซ้ำซอฟต์แวร์ประเทศสิงคโปร์และมาเลเซีย ที่ได้รับอนุญาตจากไมโครซอฟต์ คือ บริษัท International Press Softcom Limited และ Mentor Media Limited แต่สายธุรกิจ AR มีความได้เปรียบทางด้านสถานที่ตั้งโรงงานผลิตซ้ำ และบรรจุหีบห่อที่อยู่ในประเทศไทย ประกอบกับนโยบายด้านราคาที่มีความคุ้มค่าและการจัดส่งที่รวดเร็ว ทำให้เป็นที่พึงพอใจแก่ลูกค้า ทำให้ค่าขนส่งและระยะเวลาในการจัดส่งน้อยกว่า อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีคู่แข่งทางอ้อมที่สำคัญ คือ ซอฟต์แวร์ละเมิดลิขสิทธิ์ซึ่งมีราคาที่ถูกกว่าและครองส่วนแบ่งการตลาดประมาณร้อยละ 75-80

แนวโน้มอุตสาหกรรมการผลิตซ้ำซอฟต์แวร์

จากการที่ซอฟต์แวร์ที่ผลิตซ้ำเป็นซอฟต์แวร์ของ ไมโครซอฟต์ ทั้งระบบปฏิบัติการและซอฟต์แวร์ประยุกต์ ซึ่งผลิตให้กับ OEMERS และ DSP โดยตรง เป็นซอฟต์แวร์ที่ครองส่วนแบ่งการตลาดอันดับหนึ่ง ดังนั้น การพิจารณา ยอดขายซอฟต์แวร์จึงสามารถพิจารณาได้จากยอดขายของจำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์ที่จำหน่ายในประเทศเป็นหลัก โดยในช่วงปี 2545 – 2551 มีอัตราการเติบโตของตลาดพีซีไม่ต่ำกว่าปีละ 10-20% ยกเว้นปี 2552 ที่ทั่วโลกประสบภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ ส่งผลให้ช่วงต้นปี มีอัตราการเติบโตติดลบ อย่างไรก็ตามจากแนวโน้มเศรษฐกิจช่วงปลายปี 2552 ตลอดจนมาจนถึงปี 2554 มีสัญญาณบวกทั้งจากงบประมาณภาครัฐ ทำให้สามารถประมาณการได้ ว่าในปี 2554 อัตราการเติบโตก็จะคงอยู่ในราว 10-20% ขึ้นไป ถึงแม้ว่าในปีที่ผ่านมากระแสของ Tablet จะเข้ามาแย่งส่วนแบ่งการตลาดพีซีไปบ้าง ซึ่งก็เป็นในส่วนของผู้ใช้เพื่อการบันเทิงเป็นส่วนใหญ่ โดยกลุ่มผู้ใช้งานในส่วนนี้ ปกติไม่ค่อยซื้อซอฟต์แวร์ถูกกฎหมาย ทำให้ไม่ส่งผลกระทบต่ออัตราการเติบโตของหน่วยงานผลิตซ้ำซอฟต์แวร์ แต่อย่างไรก็ตาม ผลกระทบที่เห็นได้ชัดเจน เกิดขึ้นเนื่องจากภาวะน้ำท่วมในช่วงไตรมาส 4 ของปี 54 ซึ่งโรงงานผู้ผลิตฮาร์ดแวร์ถูกน้ำท่วม ส่งผลให้เกิดการชะงักงันของห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ของการผลิตคอมพิวเตอร์ ทำให้ตลาดซอฟต์แวร์พลอยได้รับผลกระทบไปด้วย แต่จากแนวทางฟื้นฟูหลังน้ำท่วมในปัจจุบัน ทำให้คาดว่าสถานการณ์ของตลาดในธุรกิจนี้จะกลับเข้าสู่ภาวะปกติภายในไตรมาส 2 ของปี 55 อย่างไรก็ตามในปี 54 ก็มีการเติบโตจากปี 53 ถึง 8.96%

4.4.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

ทางสายธุรกิจ AR เป็นผู้รับจ้างผลิตซ้ำซอฟต์แวร์ให้กับ Microsoft และสายธุรกิจ ISD โดยมีขั้นตอนการทำงาน และการจัดหาผลิตภัณฑ์ ดังนี้



1. ไมโครซอฟต์เป็นผู้ส่งโปรแกรมต้นฉบับให้กับทางสายธุรกิจ AR และทางสายธุรกิจ AR เป็นผู้พิมพ์ฉลากแสดงสิทธิกันปลอม (Certificate of Authenticity) และจัดหาวัสดุชิ้นส่วนต่าง ๆ ที่เหลือ เช่น แผ่นซีดี กล่องพลาสติก และหีบห่อ เป็นต้น เพื่อประกอบเป็นโปรแกรมสำเร็จรูปตามความต้องการของลูกค้า
2. สายธุรกิจ AR เป็นผู้จัดส่งโปรแกรมให้กับโรงงานประเทศสิงคโปร์ที่ได้รับอนุญาตจากไมโครซอฟต์ ให้เป็นผู้ลงโปรแกรมลงแผ่นซีดีหรือโรงงานที่ไว้วางใจเป็นผู้ลงโปรแกรมใส่แผ่นซีดี / ดีวีดี
3. โรงงานที่ลงโปรแกรมส่งแผ่นซีดีกลับมาที่สายธุรกิจ AR เพื่อทำการผลิตซ้ำซอฟต์แวร์โดยการปิดฉลากแสดงสิทธิกันปลอม (Certificate of Authenticity) บรรจุหีบห่อ และตรวจสอบคุณภาพก่อนส่งสินค้าให้ลูกค้า
4. สายธุรกิจ AR ส่งโปรแกรมสำเร็จรูปให้กับลูกค้า

บริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล รีเสิร์ช คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

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

ส่วนเครื่องจักรที่สั่งซื้อในประเทศ ได้แก่ เครื่องอบหม้อสินค้าจำนวน 2 เครื่อง และเครื่องสกรีนบนวัสดุผิวโค้ง 2 เครื่อง โดยมีบุคลากรในสายธุรกิจ AR ทั้งหมด 8 คน มีกำลังการผลิตซอฟต์แวร์และปริมาณการผลิตจริงมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปีตามความต้องการของตลาด ดังแสดงในตาราง

หัวข้อ	ปี 2551	ปี 2552	ปี 2553	ปี 2554
กำลังการผลิต (จำนวนแผ่น)	260,000	260,000	260,000	350,000
ปริมาณการผลิตจริง (จำนวนแผ่น)	198,443	179,833	253,197	275,883

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. 2551 - 2554 แสดงดังตารางด้านล่าง

(หน่วย : ร้อยละ)

วัตถุดิบ	ปี 2551	ปี 2552	ปี 2553	ปี 2554
ฉลากแสดงสิทธิ์กันปลอม+แผ่นซีดี+สิ่งพิมพ์ เช่น แผ่นพับ คู่มือ	90	90	90	90
อื่น ๆ	10	10	10	10
รวม	100	100	100	100

ทั้งนี้ สัดส่วนของการซื้อวัตถุดิบจากแหล่งวัตถุดิบต่างประเทศและในประเทศปี พ.ศ. 2551 - 2554 เป็นดังนี้

(หน่วย : ร้อยละ)

แหล่งที่มาวัตถุดิบ	ปี 2550	ปี 2551	ปี 2552	ปี 2553
ต่างประเทศ	70	70	70	70
ในประเทศ	30	30	30	30
รวม	100	100	100	100

หมายเหตุ สัดส่วนการพึ่งพาวัตถุดิบจากต่างประเทศในช่วง 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	5164260271	
วันเริ่มต้นของสัญญา	1 กรกฎาคม 2554	
ระยะเวลาของสัญญา	สิ้นสุดเมื่อมีการยกเลิกสัญญาหรือ 30 มิถุนายน 2555	
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 จะต้องขอใช้ไมโครซอฟต์ฉลากละ 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 5164260272

วันเริ่มต้นของสัญญา 1 กรกฎาคม 2554

ระยะเวลาของสัญญา สิ้นสุดเมื่อมีการยกเลิกสัญญาหรือ 30 มิถุนายน 2555

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 สายธุรกิจสินค้าเพื่อความมั่นคง (Homeland Security Systems Department : HSS)

4.5.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

HSS เป็นสายธุรกิจเปิดใหม่เพื่อดำเนินกิจการจำหน่าย ให้คำปรึกษา เกี่ยวกับเครื่องมือ อุปกรณ์ โปรแกรม ที่เกี่ยวข้องกับความมั่นคงปลอดภัยและการรักษาความสงบเรียบร้อยภายในประเทศ เพื่อตอบสนองความต้องการของ หน่วยงานภาครัฐที่มีมากขึ้นอันเป็นผลพวงจากความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่สามารถนำมาใช้ในการก่อความไม่สงบ ได้ หน่วยงานด้านความมั่นคงจึงต้องปรับเปลี่ยนเครื่องมือเครื่องใช้ให้มีความสามารถในการป้องกันภัยให้เท่าทันกันเสมอ และในการพัฒนาความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีของสินค้าที่ไม่หยุดยั้ง ทำให้มีผลิตภัณฑ์เกิดใหม่ทั้งจากผู้ผลิตรายเดิมและ ผู้ผลิตรายใหม่ เกิดการแข่งขันกันตลอดเวลา

บริษัทจึงมุ่งคัดเลือกผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่ที่จะทดแทนผลิตภัณฑ์รุ่นเก่าในกลุ่มใหญ่ๆ คือ

- (1) เครื่องป้องกันภัยส่วนบุคคล (Personal Protection)
- (2) เครื่องมืองานเก็บกู้วัตถุระเบิด (EOD Equipment)
- (3) ระบบสงครามอิเล็กทรอนิกส์ (Electronics Warfare)
- (4) ระบบตรวจ-สังเกตการณ์ (Surveillance Security)
- (5) ระบบสำรวจ (Survey System)
- (6) ระบบติดตามพิกัด (GPS Tracking System)

ทั้งนี้การนำเสนอผลิตภัณฑ์ต่อลูกค้าอาจต้องผนวกแนวคิดการประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมสอดคล้องกับ กิจกรรมของลูกค้าให้เกิดประโยชน์มากที่สุด

4.5.2 การตลาดและภาวะการแข่งขัน

4.6.2.1 การตลาด

กลยุทธ์การแข่งขัน

(1) ด้านสินค้าและบริการ

สายธุรกิจ HSS มุ่งหาสินค้าและบริการที่มีความโดดเด่น มีคุณสมบัติในระดับผู้นำ เพื่อให้เกิดความ ได้เปรียบทางด้านการแข่งขันทางเทคโนโลยี โดยสินค้าที่จำหน่ายจะเป็นสินค้าที่มีการใช้งานในหน่วยงานที่เชื่อถือได้ เช่น UN, NATO, หน่วยงานทางทหารและความมั่นคง ในอเมริกาและยุโรป เป็นหลัก นอกจากนั้น บริษัทผู้ผลิตสินค้ายังมีขีด ความสามารถในการให้บริการแนะนำปรึกษา และอบรมการใช้งานจนใช้งานได้จริง อันเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้ลูกค้า ว่าระบบจะสามารถใช้งานได้ตามที่คาดหวัง นอกจากนั้นบริษัทเน้นการติดตามผลการใช้งานและให้บริการอย่างต่อเนื่องเพื่อ ปรับปรุงสินค้าและบริการของบริษัทให้ดียิ่งขึ้น

(2) ด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า

ลูกค้ากลุ่มสายธุรกิจ HSS เป็นกลุ่มที่มีความพิเศษ จะมีความไว้วางใจกับลูกค้าที่มีความซื่อสัตย์และ ความรับผิดชอบ การดำรงความสัมพันธ์อันดีด้วยความจริงใจกับลูกค้าจึงเป็นสิ่งสำคัญ และเป็นเครื่องมือในการเพิ่มโอกาส ในการขยายการขายต่อไปยังกลุ่มอื่นๆ ได้อีก

(3) ด้านการบริหารต้นทุน

นอกจากการคัดเลือกสินค้าและบริการที่มีคุณภาพแล้ว ในกลุ่มสินค้าชนิดเดียวกับคู่แข่งบริษัทยังมีแนวทางในการคัดเลือกสินค้าที่มีราคาถูกกว่า และกำหนดราคาจำหน่ายอย่างเป็นธรรม

4.5.3 ลักษณะของกลุ่มลูกค้าและช่องทางการจัดจำหน่าย

สินค้ากลุ่มธุรกิจ HSS เป็นสินค้าเฉพาะกลุ่มลูกค้า ซึ่งได้แก่ ทหาร ตำรวจ หน่วยงานด้านความมั่นคงของรัฐและรัฐวิสาหกิจ สินค้าบางชนิดสามารถจำหน่ายให้หน่วยงานราชการได้ การจัดจำหน่ายจึงเป็นการจำหน่ายผ่านโครงการจัดซื้อของภาครัฐตามขั้นตอนราชการ

4.5.4 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

เนื่องจากการจำหน่ายในลักษณะงานโครงการ การจัดจึงสามารถจัดหาได้ตามจำนวนสินค้าที่ต้องการ โดยไม่ต้องเก็บสต็อกสินค้า เนื่องจากมีระยะเวลาการส่งสินค้าและการฝึกอบรมการใช้งานที่ระบุแน่นอน ตามการเสนอราคาที่ตกลงกันไว้ก่อนการจำหน่าย

4.6 ธุรกิจช่องทางจัดจำหน่ายสินค้าไอทีประเภทผลิตภัณฑ์ระดับองค์กร

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

4.6.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ปัจจุบันบริษัท ไอที ดิสทริบิวชั่น จำกัด (ITDC) ได้ดำเนินธุรกิจด้านการจัดจำหน่ายสินค้าไอทีและอุปกรณ์เครือข่ายสำหรับตลาดลูกค้าองค์กร (Corporate Customer) เน้นการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ให้กับสินค้า บริการ และขั้นตอนการจัดจำหน่าย เน้นการทำความเข้าใจและทำงานร่วมกันกับลูกค้าเพื่อให้เกิดพลังเสริม (Synergy) เน้นการมีและให้บริการสนับสนุนก่อนและหลังการขายเพื่อเสริมจุดแข็งและปิดจุด ด้อยซึ่งกันและกันกับลูกค้า ตลอดจนสร้างบริการและโซลูชันใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า เช่นการให้ข้อมูลสินค้าทั้งข้อมูลเทคนิคและข้อมูลเฉพาะของสินค้า (Technical Information and Specification) การให้คำปรึกษา (Consultancy) การทำโซลูชันที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าแต่ละอุตสาหกรรม การออกแบบระบบ (System Design) การให้การสนับสนุนในด้านอุปกรณ์และบุคลากรในการทดสอบการใช้งานสินค้า (Proof of Concept or Product Testing) การร่วมกับลูกค้าในการนำเสนอสินค้าและปิดการขาย การมีสต็อกสินค้าเพื่อลดระยะเวลาการส่งสินค้าให้กับลูกค้า การบริการติดตั้งอุปกรณ์และระบบงาน การให้การอบรมด้านเทคนิคของสินค้า เป็นภาษาไทยให้แก่ลูกค้าและลูกจ้าง การแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นกับตัวสินค้าและโซลูชัน การบริการการซ่อมบำรุงตลอดจนการมีอุปกรณ์ทดแทนในช่วงเวลาการซ่อมอุปกรณ์ นอกเหนือจากนั้นบริษัทมุ่งการให้บริการที่สม่าเสมอและต่อเนื่อง เป็นต้น

ในปี 2554 ที่ผ่านมามีบริษัทได้หาสินค้าใหม่ๆ ปรับและจัดกลุ่มสินค้าที่บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาดและได้เพิ่มความสำคัญไปที่พฤติกรรมการทำงานของลูกค้าผู้ใช้งานซึ่งมีแนวโน้มที่จะมีการทำงานนอกสถานที่ที่ทำงานประจำ การทำงานจากภายนอกสำนักงาน การทำงานแบบเคลื่อนที่ การนำอุปกรณ์ลูกข่ายส่วนบุคคลชนิดใหม่ๆ มาใช้ในงานขององค์กรเช่น Tablet, Smart Phone ความต้องการในการทำให้เกิดความต่อเนื่อง (Business Continuity) ในการทำธุรกิจของลูกค้าที่ไม่ต้องการให้ธุรกิจหยุดชะงักในภาวะเกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติเช่นน้ำท่วม ไฟไหม้ แผ่นดินไหว หรือแม้แต่เหตุการณ์การจราจรทางทะเลที่เกิดขึ้นอย่างที่ผ่านมา ความ ต้องการของลูกค้าในการใช้งบประมาณการลงทุนหรืองบค่าใช้จ่ายให้มีประสิทธิภาพสูงสุด เป็นต้น โดยบริษัท ได้เน้นลงไปในเรื่องระบบความปลอดภัยของเครือข่าย (IT Security) ระบบเครือข่ายและ ระบบการสื่อสารไร้สาย (Wired and Wireless Network) เพื่อตอบสนองการทำงานแบบเคลื่อนที่ การทำงานจากนอกสำนักงาน (Mobility and Remote Access) และการสนับสนุนการทำงานของอุปกรณ์ลูกข่ายชนิดใหม่ ระบบสนับสนุนการทำศูนย์ข้อมูลสำรอง (Data Center & Disaster Recovery Site) ระบบการทำงานแบบ Virtualization เป็นต้น ซึ่งระบบอุปกรณ์ที่บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายประกอบด้วย

4.6.1.1 สินค้ากลุ่มระบบอุปกรณ์เครือข่ายและอุปกรณ์เครือข่ายไร้สายสำหรับศูนย์ข้อมูลและเพื่อตอบสนองการทำงานแบบนอกสถานที่ การทำงานจากระยะไกล รองรับการใช้งานอุปกรณ์ลูกข่ายส่วนบุคคลชนิดใหม่ๆ (Networking and Network Infrastructure)

ผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ประกอบด้วยอุปกรณ์เครือข่ายพื้นฐานต่างๆ ได้แก่

1) High Performance Enterprise Data Network ของ Alcatel-Lucent

Alcatel-Lucent เป็นผู้นำเทคโนโลยีอุปกรณ์เครือข่ายข้อมูลระดับองค์กรสมรรถนะสูงที่รองรับการทำงานของข้อมูลทั้งประเภทข้อมูลดาต้า เสียง และวีดิโอ (Convergent Network) ประกอบด้วย Switch, Router, DNS,

NAC และซอฟต์แวร์ระบบบริหารอุปกรณ์เครือข่าย ระบบอุปกรณ์เครือข่ายข้อมูลของ Alcatel Lucent จะนำมาใช้ในการสร้างเครือข่ายสมรรถนะสูงของศูนย์ข้อมูล และติดตั้งเป็นเครือข่าย LAN หรือเครือข่าย WAN ขององค์กรที่ให้ความเชื่อมั่นความปลอดภัยและมีประสิทธิภาพสูง

2) Secured Wireless Network ของ Aruba Networks

Aruba เป็นผู้นำเทคโนโลยีอุปกรณ์การสื่อสารไร้สายที่ให้ความปลอดภัย ของข้อมูลแก่ผู้ใช้งานสูง ระบบอุปกรณ์และซอฟต์แวร์บริหารจัดการเครือข่ายของ Aruba ให้ความยืดหยุ่นและความง่ายในการจัดการการใช้งานเพื่อสนับสนุนการทำงานนอกสถานที่หรือการทำงานจากระยะไกลไม่ว่าจะเป็นการใช้งานจากสำนักงานสาขา การใช้งานจากบ้านหรือการใช้งานจากสถานที่สาธารณะใดๆโดยที่ยังให้ความปลอดภัยของข้อมูลสูงเช่นเดียวกับการใช้งานในสำนักงานโดยที่การจัดการไม่ได้เพิ่มภาระให้กับเจ้าหน้าที่ไอทีขององค์กรแต่อย่างใด เหมาะกับองค์กรที่มีสำนักงานสาขามาก องค์กรที่ผู้บริหารและพนักงานเดินทางออกนอกสถานที่ทำงานบ่อยๆหรือทำงานจากบ้าน ด้วยความสามารถของระบบดังกล่าวจึงสามารถรองรับเหตุการณ์ที่พนักงานไม่สามารถเดินทางเข้ามาทำงานที่สำนักงานไม่ว่าสาเหตุนั้นจะเกิดภัยพิบัติใดๆก็ตามได้ นอกจากนี้ Aruba ยังมีโซลูชัน Wireless Meshed Network ซึ่งเป็นเครือข่ายไร้สายระยะไกลสำหรับการใช้งานภายนอกอาคารในลักษณะการทำงานแบบ One-to-One, One-to-Many หรือ Many-to-Many เพื่อใช้งานเป็นเครือข่ายไร้สายเชื่อมระหว่างอาคารกับอาคารที่ห่างกัน หรือให้บริการเครือข่ายที่อยู่นอกอาคาร หรือสำหรับเป็นเครือข่ายเมือง (Metropolitan Network) ที่มีจุดต่อเชื่อมเครือข่ายหลายจุดกระจายทั่วเมือง โซลูชันนี้มีคุณสมบัติของความสามารถในการค้นหาจุดต่อเชื่อมจุดต่อไปที่เหมาะสมที่สุดได้เองโดยอัตโนมัติเพื่อให้ได้สมรรถนะของการสื่อสารสูงสุด และยังมีอัลกอริทึมที่ได้รับการพัฒนาให้เหมาะสมกับรับส่งข้อมูล Video ได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดที่ให้ภาพคมชัดไม่สะดุด เหมาะกับการเป็นเครือข่ายเพื่อรองรับระบบ Video Surveillance และระบบบรรเทาสาธารณภัย (Public Safety) ของหน่วยงานราชการเช่น ตำรวจ ทหาร หรือหน่วยดับเพลิง เป็นต้น

3) ระบบสายส่งสัญญาณและระบบจัดการ Systimax ของ CommScope

Systimax เป็นระบบอุปกรณ์สายส่งสัญญาณคุณภาพสูง ได้แก่สาย Ethernet CAT5E, CAT6, CAT6A และ Fiber optic นอกจากนี้ยังมี I-Patch และ VisiPatch ซึ่งเป็นระบบบริหารอุปกรณ์สายสัญญาณ (Cabling Monitoring & Management System) ที่จะช่วยให้ผู้บริหารระบบสามารถตรวจสอบเส้นทางและสถานะของสายสัญญาณจากตู้กระจายสายไปยังปลายทางหรือ Work Area ได้อย่างง่ายดาย จากความรู้และประสบการณ์ที่ยาวนานหลายสิบปีของการค้นคว้าพัฒนาทำให้ Systimax เป็นสินค้าที่มีเทคโนโลยีที่ยอดเยี่ยมเป็นสายสัญญาณที่เป็นต้นแบบให้กับมาตรฐาน EIA/TIA ซึ่งเป็นมาตรฐานของสายสัญญาณในปัจจุบัน Systimax ยังเป็นสายสัญญาณที่เอาชนะขีดความสามารถหลายๆอย่างที่คุณไม่สามารถทำได้ เช่น การเชื่อมต่อผ่านอุปกรณ์ที่เป็น inactive เช่น แผงกระจายสาย (Patch panel) หรือ Telecom Outlet ได้ถึง 6 การเชื่อมต่อ ซึ่งส่งผลให้การปรับเปลี่ยน และการเพิ่มขยายเครือข่ายทำได้ง่าย ลดความผิดพลาดได้นอกเหนือจากนั้น Systimax เป็นรายแรก ที่ผลิตสาย UTP 10 Gigabit ตรงตามข้อกำหนดการจัดทำมาตรฐาน IEEE 802.3an ล่าสุด และยังมีคุณสมบัติบางประการเหนือกว่าที่มาตรฐานกำหนดไว้ ยิ่งกว่านั้น Systimax ยังมีการรับประกันคุณภาพสัญญาณยาวนานถึง 20 ปี ดังนั้น Systimax จึงเหมาะกับการเป็นสายสัญญาณสำหรับศูนย์ข้อมูลและสายสัญญาณของเครือข่าย LAN ขององค์กรที่ต้องการสมรรถนะและความเชื่อมั่นสูง

4) ระบบสายส่งสัญญาณและระบบจัดการของ Schneider

บริษัทได้รับการแต่งตั้งให้เป็นตัวแทนเพื่อจำหน่ายสินค้า ระบบสายส่งสัญญาณและระบบจัดการของ Schneider ซึ่งเป็นบริษัทเทคโนโลยีชั้นนำของ Europe ตั้งแต่ปลายปี 2554 ระบบสายส่งสัญญาณและระบบจัดการของ Schneider เป็นสินค้าคุณภาพ Europe ที่มีราคาเหมาะสมเหมาะกับการติดตั้งเครือข่าย LAN ขององค์กรที่เน้นความประหยัดหรือมีงบประมาณจำกัด

4.6.1.2 สินค้ากลุ่มระบบความปลอดภัยข้อมูลไอที (IT Security)

ระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูลขององค์กรเป็นความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีไว้โดยเฉพาะองค์กรที่จะต้องติดต่อกับโลกภายนอกไม่ว่าจะเป็น การติดต่อผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ระบบ Extranet หรือแม้แต่ระบบ Intranet ขององค์กร โดยเฉพาะเมื่อมีการนำเอาการสื่อสารไร้สายที่ไม่มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ ดีเพียงพอมาใช้งาน เนื่องจากปัจจุบันนี้ภัยคุกคามต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น ไวรัส หนอน ม้าโทรจัน สปายแวร์ การดักรับข้อมูล ในรูปแบบต่าง ๆ หรือแม้แต่การโจมตีเพื่อให้ระบบหยุดทำงานมีผลต่อระดับ Business Continuity ขององค์กรได้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่องค์กรจะต้องเสริมความปลอดภัยให้เครือข่ายมีความแข็งแกร่งมากที่สุด สินค้าและโซลูชันที่ ITDC เป็นตัวแทนจำหน่าย ประกอบด้วย

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) การปรับปรุงการทำงานเครือข่ายแวนให้เหมาะสม (WAN Optimization) การแจกแจงและควบคุมการทำงานของแอปพลิเคชัน (Application Control) การตรวจสอบข้อมูลจราจรที่เข้ารหัสแบบ SSL (SSL-Encrypted Traffic Inspection) และการแบ่งปริมาณข้อมูลให้กับลิงค์และเซิร์ฟเวอร์ให้มีความเหมาะสม (Load Balance) ล่าสุด Fortinet ยังเพิ่มความสามารถในการจัดการและให้บริการการสื่อสารไร้สายแบบรวมศูนย์ให้กับอุปกรณ์ UTM ของ Fortinet ซึ่งทำให้ลูกค้าที่ใช้งาน UTM ของ Fortinet อยู่แล้วสามารถจัดหา Access Point ไร้สายของ Fortinet ติดตั้งเพิ่มในเครือข่ายก็สามารถให้บริการการสื่อสารไร้สายในองค์กรได้ ในขณะที่ผู้ใช้งานแบบไร้สายขององค์กรยังได้รับการบริการด้านความปลอดภัยของข้อมูลจากอุปกรณ์ UTM ของ Fortinet ได้เช่นเดิม นอกจากนี้ Fortinet ยังพัฒนาโซลูชันความปลอดภัยของข้อมูลสำหรับ Server Virtualization ซึ่งกำลังได้รับความนิยมอย่างสูงในขณะนี้ โดยที่โซลูชันนี้จะช่วยป้องกันการโจมตีหรือการแพร่กระจายของอันตรายที่มาจากแอปพลิเคชันหนึ่งไปสู่แอปพลิเคชันอื่นๆ ที่ทำงานอยู่บน Server ตัวเดียวกัน ด้วยความสามารถหลากหลายในอุปกรณ์ตัวเดียวจึงทำให้ Fortinet เป็นมากกว่าอุปกรณ์ UTM อื่นๆ ในตลาด Fortinet ได้ออกแบบอุปกรณ์มาหลายรุ่นตั้งแต่ขนาดเล็กถึงใหญ่ เพื่อให้มีความเหมาะสมกับการนำไปใช้งานกับทุกๆ ขนาดของหน่วยงานตั้งแต่องค์กรขนาดเล็กจนถึงระดับผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต

นอกจากอุปกรณ์ UTM ที่กล่าวไปแล้ว Fortinet ยังมีระบบอุปกรณ์การเก็บล็อกจราจรข้อมูลวิเคราะห์และหาความสัมพันธ์ของข้อมูลจราจรเพื่อตรวจหาต้นตอการบุกรุก การรายงานและแจ้งเตือนการบุกรุกต่างๆ โดยจะเก็บรวบรวมจราจรข้อมูลที่ไหลผ่านอุปกรณ์ Fortinet ซึ่งระบบนี้จะเหมาะกับองค์กรตั้งแต่ขนาดเล็กไปจนถึงขนาดใหญ่ที่ต้องการวิเคราะห์ข้อมูลการโจมตีจากข้างนอกเครือข่ายที่จะเข้ามาในองค์กรหรือจากองค์กรจะออกไปโจมตีภายนอก

2) ระบบความปลอดภัยไอทีของ Enterasys

ระบบความปลอดภัยไอทีของ Enterasys ซึ่งจะประกอบด้วยอุปกรณ์ตรวจและดักจับการบุกรุก และการโจมตีต่างๆ (Intrusion Detection/Prevention System - Dragon IDS/IPS) อุปกรณ์ควบคุมการเข้าสู่เครือข่ายและตรวจสอบคุณสมบัติอุปกรณ์ลูกข่าย (Network Access Control - NAC) และระบบจัดเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ลึกลับและเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในเครือข่าย (Security Information and Event Management) การสร้างความสัมพันธ์ของข้อมูลเหล่านี้เพื่อหาสาเหตุและต้นตอของการบุกรุกและจัดการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น ระบบนี้เหมาะกับองค์กรขนาดใหญ่หรือองค์กรที่มีเครือข่ายที่ซับซ้อนมีอุปกรณ์เครือข่ายหลายประเภท

3) ระบบการป้องกันไวรัสสำหรับอุปกรณ์ลูกข่ายที่เป็นแบบ Cloud Service ของ Panda Security

แม้ว่าองค์กรจะมีระบบการรักษาความปลอดภัยจากการโจมตีจากภายนอกแล้วก็ตามก็ยังมี ความจำเป็นที่ต้องดูแลความปลอดภัยของระบบ Workstations, Servers, Personnel Computer ตลอดจนอุปกรณ์ลูกข่าย ต่างๆ จำนวนมากที่อยู่ในเครือข่ายขององค์กรเนื่องจากไม่มีระบบ รักษาความปลอดภัยใดๆ ที่จะป้องกันการโจมตีได้ 100 เปอร์เซ็นต์ มีโอกาสที่จะมี Virus ต่างๆ หลุดรอดเข้ามาในเครือข่ายได้ซึ่งอาจจะติดมาจาก Notebook ที่พนักงานนำไปใช้นอก เครือข่าย หรือติดมาจากอุปกรณ์ภายนอกอื่นๆ เช่น แผ่น CD หรือ Flash Memory เป็นต้น อย่างไรก็ตามการติดตั้งระบบ ป้องกันไวรัสสำหรับอุปกรณ์ลูกข่ายที่ใช้งานทั่วๆ ไปนั้นจะต้องมีการติดตั้งระบบซอฟต์แวร์ในเครือข่ายขององค์กรซึ่งจะมี ภาระเรื่องการลงทุนและค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษาเซิร์ฟเวอร์ตลอดจนการค่าใช้จ่ายในการบริหารการใช้งานระบบดังกล่าว Panda Security ได้พัฒนาการบริการระบบรักษาความปลอดภัยอุปกรณ์ลูกข่ายแบบ Cloud Service ขึ้นมาเพื่อลดปัญหา ภาระของผู้ใช้งานดังกล่าวโดยเสนอเป็นบริการต่อลูกค้าไม่ว่าจะเป็นส่วนบุคคลหรือระดับองค์กร โดยที่ลูกค้าไม่ต้องติดตั้ง ระบบรักษาความปลอดภัยของ PANDA Security ลงในเครือข่ายของตนเอง การ Update Signatures ต่างๆ สามารถทำได้โดย อัตโนมัติไม่ยุ่งยากผ่านอินเทอร์เน็ต

4.6.1.3 ระบบสนับสนุนการทำงานของ Data Center & Disaster Recovery

ซึ่งเป็นระบบอุปกรณ์และซอฟต์แวร์ที่ทำให้การส่งข้อมูลระหว่าง Data Center กับ Disaster Recovery หรือระหว่าง Data Center กับ สำนักงานสาขา หรือกับอุปกรณ์ลูกข่ายที่ทำงานจากระยะไกลมีประสิทธิภาพและ สมรรถนะสูงขึ้น ระบบอุปกรณ์ในกลุ่มนี้ประกอบด้วย

1) WAN Optimization – SteelHead ของ Riverbed Technology

Riverbed Technology เป็นผู้นำเทคโนโลยี ในด้านการเพิ่มประสิทธิภาพเครือข่าย ระบบ ตรวจสอบและจัดการประสิทธิภาพการใช้งาน แอปพลิเคชัน และ สตอเรจ ซึ่ง SteelHead ของ Riverbed จะเป็นระบบ อุปกรณ์เพิ่มประสิทธิภาพการส่งข้อมูลระหว่าง DataCenter กับ Disaster Recovery Center หรือระหว่าง DataCenter กับ สำนักงานสาขา หรือกับอุปกรณ์ลูกข่ายที่ใช้งานจากระยะไกลภายนอกสำนักงาน SteelHead ใช้เทคนิคหลายประเภทที่ เหมาะสมในการเพิ่มประสิทธิภาพการรับส่งข้อมูลดังกล่าวเช่นการบีบอัดข้อมูล การทำ Data Dictionary การทำ Caching การลดการซ้ำซ้อนและความล่าช้าของ Protocol บางประเภท เทคโนโลยีของ SteelHead นั้นได้รับการยอมรับจากผู้ใช้งาน ทั่วโลกจนมีส่วนแบ่งตลาดเป็นอันดับหนึ่งของโลก

2) Application Delivery Solution - Stringray ของ Riverbed Technology

ในปัจจุบันองค์กรต่างๆมีการใช้ Web Application มากยิ่งขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากเป็นมาตรฐานเปิดตอบสนองต่อการเรียกใช้งานที่หลากหลายของพนักงานทั้งจากภายในและภายนอกองค์กร ได้อย่างสะดวก เพิ่มขยายขีดความสามารถของระบบได้ง่าย สามารถทำงานในสภาพแวดล้อมได้หลายแบบเช่น Virtual หรือ Cloud ในการทำให้การส่งข้อมูลระหว่าง Web Servers ต่างๆไปยังอุปกรณ์ลูกข่ายให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น รวดเร็วขึ้น และมีความปลอดภัยของข้อมูลมากขึ้นนั้น Riverbed มีโซลูชันในการสนับสนุนดังนี้

2.1) Stringray Traffic Manager เป็น Software-Based Solution ที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและความเร็วในการรับส่งข้อมูลระหว่าง Web Server กับอุปกรณ์ลูกข่าย ด้วยเทคนิคต่างๆ เช่นการแบ่งโหลดงานระหว่าง Web Servers การทำ Caching การบีบอัดข้อมูล การรวมการสื่อสาร (multiplex connection) ของเครื่องลูกข่ายที่จะไปยัง Server เป็นต้น

2.2) Stringray Application Firewall เป็นโซลูชันป้องกันความปลอดภัยข้อมูล ป้องกันการโจมตีและปิดรูรั่วของโปรแกรมในระดับ Application (Application-awared, web application Firewall) เหมาะสำหรับ Web Application ที่มีความซับซ้อนและหรือมีข้อมูลที่ต้องการความปลอดภัยสูง (sensitive data)

2.3) Stringray Aptimizer เป็นโซลูชันในการทำให้ Application ที่พัฒนาด้วย Web Application โดยเฉพาะโปรแกรมที่ออกแบบและเขียนไว้ไม่ดี (poorly designed program) หรือระยะทางในการรับส่งข้อมูลไกลๆให้ทำงานได้มีประสิทธิภาพและเร็วขึ้น โดยการจับกลุ่มคำสั่งการทำงานของโปรแกรมเพื่อลดจำนวน roundtrip การจัด Priority ของการโหลดหน้าเว็บ การบีบอัดข้อมูล เป็นต้น

3) Application-Aware Network Performance Management - Cascade ของ Riverbed Technology

เป็นโซลูชันในการวิเคราะห์และรายงานการทำงานของเครือข่ายในระดับแอปพลิเคชันของ Riverbed Technology โดยจะตรวจจับ Flow และ Packet ของข้อมูลเพื่อดูการทำงานของ Server, อุปกรณ์เครือข่าย ในการรับส่งข้อมูลลงลึกลงไปในแต่ละแอปพลิเคชันเพื่อดู response time และ delayed time ต่างๆ และ alert ขึ้นมาก่อนที่ปัญหาจะรุนแรง

4) Desktop Virtualization ของ Citrix

เป็นโซลูชันในการใช้งานทรัพยากรที่มีอยู่ให้มีประสิทธิภาพและประหยัดให้มากขึ้น โดยการทำให้ Server Virtualization คือการทำให้ Server หรือกลุ่มของ Server ทำตัวเหมือนเป็น Server มากกว่า 1 ตัวคือทำงานได้มากขึ้น การทำให้ Desktop Virtualization คือการทำให้ Application ถูกเรียกใช้งานจากอุปกรณ์ลูกข่ายได้หลากหลายประเภท เช่น จาก Notebook ที่ไม่ได้รับการติดตั้ง Microsoft Office ก็สามารถเรียกใช้งาน MS Excell หรือ MS Word หรือ MS Powerpoint ได้ หรือใช้ IPAD หรือ iPhone หรือ Andriod Tablet เรียกโปรแกรม ERP มาทำงานได้เป็นต้น และนอกจากนี้โซลูชันนี้ยังทำหน้าที่ในการเพิ่มประสิทธิภาพในการรับส่งข้อมูลระหว่าง Server และตัวอุปกรณ์ลูกข่ายให้ทำงานได้เร็วขึ้น ด้วยเทคนิคต่างๆที่เหมาะสม

4.6.1.4 Voice Over IP (VoIP) and Collaboration สินค้ากลุ่มนี้ตอบสนองต่อแนวโน้มในความต้องการประหยัดค่าใช้จ่ายและต้องการเพิ่มความสามารถประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเช่นกัน กล่าวคือเป็นระบบที่สามารถใช้งานโทรศัพท์ผ่านเครือข่ายข้อมูลซึ่งจะทำให้ลดค่าใช้จ่ายโทรศัพท์โดยเฉพาะโทรศัพท์ทางไกลลงได้ VoIP นั้นเป็นระบบโทรศัพท์เสียง ส่วน Collaboration เป็นระบบการติดต่อที่มีทั้งภาพและเสียง ที่ผ่านมาราคาของทั้ง 2 ระบบมีราคาสูงมากทำให้มีการนำมาใช้งานในวงจำกัดเฉพาะในองค์กรใหญ่ๆ เท่านั้น แต่ปัจจุบันราคาระบบและอุปกรณ์ของทั้ง 2 ระบบลดลงอย่างมาก และสินค้าที่บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายขณะนี้สำหรับ VoIP คือ Pexxel และ Collaboration คือ Citrix GoTo Meeting, GoTo Training, GoTo Presentation และ GoTo Support เป็นสินค้าที่มีราคาสมเหตุสมผลที่สุด และบริษัทวางเป้าหมายไปที่ตลาดลูกค้าขนาดกลางที่มีสาขา หรือทำธุรกิจแบบ B2B ติดต่อกับลูกค้าที่เป็นองค์กร

4.6.1.5 Video Surveillance สินค้ากลุ่มนี้ตอบสนองต่อตลาดเพื่อความปลอดภัยของทรัพย์สินหรือบุคคล (Physical Security) ตั้งแต่มีเหตุการณ์ก่อการร้าย วางเพลิงและวินาศกรรมในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา ทั้งหน่วยงานราชการและบริษัทเอกชนได้ให้ความสำคัญต่อการบันทึกภาพการเกิดเหตุเพื่อเป็นการป้องกันและป้องปราม แต่ที่ผ่านมาหลายครั้งภาพที่ได้รับการบันทึกมีความไม่ชัดเจนไม่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้อย่างเต็มที่ บริษัทได้เป็นตัวแทนสินค้า Pelco จากประเทศอเมริกา เน้นที่ระบบกล้องถ่ายวิดีโอแบบดิจิทัลที่มีความชัดเจนสูงสามารถขยายดิงภาพให้เข้ามาใกล้ให้เห็นได้ชัดเจนขึ้นได้ บริษัทวางเป้าหมายไปที่ตลาดลูกค้าขนาดใหญ่และหน่วยงานราชการ

4.6.2 การตลาดและภาวะการแข่งขัน

4.6.2.1 การตลาด

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

กลยุทธ์การแข่งขัน

(1) ด้านสินค้าและบริการ

เพื่อให้สอดคล้องกับปรัชญาในการทำธุรกิจ บริษัทเน้นการกำหนดประเภทของสินค้าและบริการที่จะนำมาจำหน่ายซึ่งจะต้องเป็นสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของตลาดในปัจจุบันและตอบสนองแนวโน้มตลาดที่กำลังเกิดขึ้น และควรเป็นสินค้าที่เกื้อหนุนซึ่งกันและกัน (Complimentary) และต้องเป็นสินค้าที่ต้องการประเภทของความเชี่ยวชาญและความชำนาญของบุคลากรใกล้เคียงกันเพื่อที่จะสร้างความชำนาญและความเชี่ยวชาญในการให้บริการในตัวบุคคลากรได้อย่างมีประสิทธิภาพสามารถสร้างความมั่นใจในการให้บริการกับลูกค้า คัดเลือกสินค้าที่มีคุณภาพทั้งด้านตัวสินค้าและบริษัทผู้ผลิต สินค้าที่มีคุณสมบัติที่ตรงกับความต้องการของตลาด มีคุณภาพสูง และมีศักยภาพทางการตลาดสูง มีกลยุทธ์ มีอนาคต เป็นสินค้าแบรนด์ที่ต้องการชิงตลาดหรือเจาะตลาดของแบรนด์ที่เป็นผู้นำคือเป็นแบรนด์ท้าทายผู้นำ (Challenging Brand) ซึ่งบริษัทได้ช่วยทำตลาดให้สินค้าที่มีคุณสมบัติอย่างนี้มาแล้วเช่น Fortinet ซึ่งปัจจุบันได้กลายเป็นผู้นำในตลาด Unified Thread Management ไปแล้ว หรือ CommScope ซึ่งเป็นระบบและ

สายสัญญาณ (Cabling System) ยี่ห้อ Systimax ซึ่งปัจจุบันเป็นหนึ่งในกลุ่มผู้นำในตลาดสายสัญญาณ และ Aruba เป็นอุปกรณ์ระบบเครือข่ายแลนไร้สายที่ได้รับความนิยมและมีการเติบโตสูงมากกลายมาเป็นคู่แข่งรายสำคัญของ Cisco ในด้านเครือข่ายไร้สายไปแล้ว นอกเหนือจากนี้บริษัทยังได้ขอเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าของ Riverbed ซึ่งสินค้าที่มีสัดส่วนครองตลาด WANOpt สูงที่สุดทั่วโลก

(2) ด้านพนักงาน

พนักงานเป็นทรัพยากรที่สำคัญของบริษัทซึ่งจะเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างและส่งมอบคุณค่าเพิ่มให้กับสินค้าและการจัดจำหน่าย จะได้รับการคัดสรรมาจากผู้ที่มีความรู้ความสามารถ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และต้องสามารถทำงานเป็นทีม และเมื่อได้รับบรรจุในทีมงานแล้วจะได้รับการอบรมความรู้เกี่ยวกับสินค้าโดยตรงจากเจ้าของสินค้าและจากผู้ร่วมงานในทีมงาน บริษัทมีเป้าหมายที่ชัดเจนในการให้พนักงานส่วนใหญ่ผ่านการรับรองความรู้ความสามารถ และมีใบประกาศนียบัตรรับรองจากผู้ผลิตสินค้าที่บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่าย (Certified Training) พนักงานแต่ละท่านจะได้รับการกำหนดตัวสินค้าที่จะต้องรับผิดชอบอย่างชัดเจนเพื่อจะได้พัฒนาความรู้ความเชี่ยวชาญในสินค้าและเป็นหลักในการให้บริการในเรื่องเกี่ยวกับสินค้านั้นๆ และจะเป็นผู้ถ่ายทอดความรู้ความเชี่ยวชาญนั้นๆ ให้กับทีมงานท่านอื่นๆ เพื่อช่วยกันพัฒนาความรู้ความเชี่ยวชาญร่วมกัน สามารถทำงานทดแทนกันได้ และสามารถทำงานในลักษณะเสนองานเป็นระบบโดยรวม (Solution หรือ System) ได้ สามารถให้คำปรึกษา การบริการและตอบคำถามให้กับลูกค้าได้ไม่ว่าจะเป็นด้านทางเทคนิคของสินค้าแต่ละชนิดหรือปัญหาของระบบที่เสนอได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว นอกเหนือจากนั้นพนักงานต้องสามารถทำหน้าที่เป็นผู้อบรม (Trainer) ความรู้เกี่ยวกับสินค้าที่เป็นตัวแทนจำหน่ายให้กับผู้จำหน่ายช่วงหรือลูกค้าได้

บริษัทมีนโยบายที่ชัดเจนในการรักษาพนักงานให้ทำงานกับบริษัท ทั้งในเรื่องผลตอบแทนในการทำงาน การเติบโตในสายงาน สวัสดิการ สภาพแวดล้อมการทำงาน การให้โอกาสในการพัฒนาตนเอง การบริหารงานภายในบริษัทตลอดจนการสร้างให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างทีมงานเพื่อให้เกิดความต่อเนื่องในการทำงานและการให้บริการโดยไม่เปลี่ยนแปลงบุคลากรผู้ให้บริการบ่อย

(3) ด้านช่องทางการจำหน่าย

บริษัทจำหน่ายสินค้าโดยผ่านตัวแทนจำหน่ายหรือบริษัทร่วมค้า (Dealer หรือ Reseller หรือ Partner) รวมเรียกว่าคู่ค้าซึ่งได้แก่บริษัทที่จำหน่ายและติดตั้งระบบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และเครือข่าย (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) ซึ่งได้แก่การจัดสัมมนาด้านเทคนิคเกี่ยวกับตัวสินค้าให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและบุคคลที่สนใจ การจัดงานสัมมนาด้านเทคนิคร่วมกับตัวแทนจำหน่ายสำหรับลูกค้า โรงงาน อุตสาหกรรม โดยเฉพาะโรงงานในเขตอุตสาหกรรมที่ถูกน้ำท่วม การเข้าร่วมงานนิทรรศการเพื่อแสดงสินค้าและการใช้งาน (Exhibition and Trade Show) การให้ข้อมูลเทคนิคเกี่ยวกับคุณสมบัติของสินค้า และนำไปใช้ในงานจริงผ่านช่องทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) และเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์

(5) ด้านราคา

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

(6) ด้านการควบคุมสินเชื่อ

ในการให้เครดิตกับลูกค้าบริษัทเน้นนโยบายการ ให้วงเงินแก่คู่ค้าที่มีความน่าเชื่อถือในลักษณะยืดหยุ่น เพื่อให้เกิดความคล่องตัวในการทำตลาดร่วมกันและจะ ใช้นโยบายเข้มงวดกับคู่ค้าที่เริ่มมีการผิดนัดการชำระเงิน การพิจารณาให้วงเงินเครดิตของลูกค้าแต่ละราย จะให้ตามความน่าเชื่อถือในการดำเนินธุรกิจ โดยพิจารณาข้อมูลได้แก่ ผลประกอบการย้อนหลัง 2 ปี ทุนจดทะเบียน รายการฝากถอนเงินในบัญชี (Bank Statement) เพื่อนำมาประกอบการตัดสินใจในการให้วงเงินเครดิต นอกจากนี้จะพิจารณาประวัติ ความตั้งใจในการทำธุรกิจและการบริหารงานของผู้บริหารของลูกค้า ส่วนลูกค้ารายใหม่ที่ยังไม่เคยทำธุรกิจมาก่อนจะพยายามทำการซื้อขายเป็นเงินสดก่อนเพื่อดูผลการทำงานร่วมกันไประยะหนึ่งก่อนแล้วจึงจะพิจารณาให้เครดิตต่อไป ที่ผ่านมามีหนี้สูญน้อยมากไม่เกิน 0.5% ของยอดขาย

4.6.2.2 ภาวะการแข่งขันและแนวโน้มอุตสาหกรรม

ภาวะการแข่งขันและแนวโน้มการเติบโตของสินค้าที่เป็นตัวแทน

ตลอด 5 ปีที่ผ่านมาแม้ว่าจะมีปัญหาภาวะเศรษฐกิจทั่วโลกและของประเทศไทย และแม้ในปีที่มีความขัดแย้งทางการเมืองในประเทศอย่างรุนแรง มีภัยพิบัติน้ำท่วมอย่างหนักก็ตามยอดขายของบริษัทก็เติบโตด้วยดีมาตลอด ในปี 2555 นี้ นักวิเคราะห์จากหลายสถาบันประมาณการณไว้ว่าเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศไทยน่าจะฟื้นตัวเติบโตประมาณ 3.9-4.5% ส่วนหนึ่งเนื่องจากฐานต่ำและเกิดจากมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลด้วยการขึ้นเงินเดือนปริญญาตรีเป็น 15,000 บาท ขึ้นค่าแรงขั้นต่ำเป็น 300 บาทต่อวัน มาตรการเยียวยาและฟื้นฟูความเสียหายที่เกิดจากน้ำท่วม มาตรการลดหย่อนภาษีสำหรับ SMEs และบุคคลธรรมดา การกู้เงินของรัฐบาลเพื่อลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานของประเทศหลายโครงการ อย่างไรก็ตามการเติบโตดังกล่าวอาจจะประจวบด้วยปัจจัยด้านการเมืองและเสถียรภาพของรัฐบาล ความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจโลกและวิกฤติความรุนแรงของปัญหาสถาบันการเงินของยุโรปและสหรัฐฯ

ในส่วนของตลาดไอทีนั้น นักวิเคราะห์คาดว่า การใช้ iPhone, IPAD และ Tablet จะเพิ่มขึ้นและจะกระตุ้นให้ระบบเครือข่ายไร้สายตลอดจนระบบสนับสนุนการทำงานแบบเคลื่อนที่และการทำงานจากนอกสถานที่เติบโตขึ้นทั้งที่เป็น

เครือข่ายสาธารณะและเครือข่ายขององค์กร ปี 2555 นี้องค์กรต่างๆจะให้ความสำคัญในด้านระบบหรืออุปกรณ์ไอทีที่ตอบสนองต่อความต้องการของธุรกิจในเรื่องการประหยัดค่าใช้จ่าย การเพิ่มประสิทธิภาพของทรัพยากร การตอบสนองพฤติกรรมการทำงานแบบเคลื่อนที่ การตอบสนองต่อความต้องการความปลอดภัยของข้อมูลและความปลอดภัยของบุคคลและทรัพย์สิน และจากเหตุการณ์ความรุนแรงทางการเมืองของ 2-3 ปีที่ผ่านมา อุทกภัยที่เกิดขึ้นในปีที่ผ่านมาจะทำให้องค์กรต่างๆให้ความสนใจในด้านการให้มีความต่อเนื่องของธุรกิจ (Business Continuity) เช่นการทำ Disaster Recovery Site ระบบสนับสนุนการทำงานจากนอกสถานที่ของพนักงาน ซึ่งระบบอุปกรณ์ดังกล่าวจะมีการเติบโตที่สูงกว่าการเติบโตเฉลี่ยของตลาดไอที

ซึ่งสินค้าที่บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่าย ซึ่งได้แก่ Aruba, Enterasys, Fortinet, Citrix, PlexTel, Pelco, PANDA Security, CommScope, Riverbed, Alcatel-Lucent และ Schneider นั้นสามารถตอบสนองต่อความต้องการข้างต้นเป็นอย่างดีด้วยราคาที่เหมาะสมที่สุด นอกจากนี้การทำธุรกิจของบริษัทที่เน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและขั้นตอนการขาย รวมทั้งการสร้างความแตกต่างของสินค้าจากผู้ผลิตสินค้า จะช่วยลดการแข่งขันจากคู่แข่งลงได้ และธุรกิจของบริษัทนั้นอยู่ในช่วงของการเติบโตซึ่งมีการเติบโตทุกปีมาตลอด 5 ปีที่ผ่านมาและเป็นการเติบโตจากการทำธุรกิจที่อาศัยฐานของการสร้างความสามารถในการให้บริการลูกค้าของบริษัท ซึ่งคาดว่าปี 2555 หากบริษัททำธุรกิจอย่างระมัดระวังและเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มอย่างต่อเนื่องเช่นที่ผ่านมา ตลอดจนการได้เพิ่มสินค้าใหม่ๆเข้ามาในช่วงปลายปี 2554 บริษัทมีความเชื่อมั่นว่าจะสามารถเติบโตได้อีก

4.6.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

ฝ่ายธุรกิจ PD จัดหาผลิตภัณฑ์ โดยการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศจากบริษัทผู้ผลิต หรือสั่งซื้อจากสำนักงานตัวแทนในประเทศบริษัทผู้ผลิต

4.6.4 สัญญาสำคัญที่เกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจช่องทางจัดจำหน่ายสินค้า

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

บริษัท	บริษัท ไอที ดิสทริบิวชั่น จำกัด
คู่สัญญา	บริษัท Fortinet, Inc
สัญญาเลขที่	-
วันเริ่มต้นของสัญญา	10 มิถุนายน 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) 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) สัญญาจัดจำหน่ายสินค้าอุปกรณ์ WAN Optimization and Application Delivery Solution

ระหว่างบริษัท ไอที ดิสทริบิวชั่น จำกัด กับ บริษัท Riverbed Technology Pte

บริษัท	บริษัท ไอที ดิสทริบิวชั่น จำกัด
คู่สัญญา	Riverbed Technology Pte
สัญญาเลขที่	-
วันเริ่มต้นของสัญญา	15 พฤศจิกายน 2554
ระยะเวลาของสัญญา	สัญญานี้สิ้นสุดวันที่ 14 พฤศจิกายน 2555 และสามารถต่ออายุออกไปอีกครั้งละ 1 ปี
ค่าตอบแทน	ไม่มี
สาระสำคัญ	1.สัญญาแต่งตั้งเป็นผู้แทนจัดจำหน่ายสินค้าประเภท Distributor Agreement 2.การบอกเลิกสัญญาโดยฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง ต้องแจ้งล่วงหน้าอย่างน้อย 60 วัน

- (5) สัญญาจัดจำหน่ายสินค้าระบบอุปกรณ์เครือข่าย (Networking System)
ระหว่างบริษัท ไอที ดิสทริบิวชั่น จำกัด กับ บริษัท Alcatel-Lucent Enterprise

บริษัท	บริษัท ไอที ดิสทริบิวชั่น จำกัด
คู่สัญญา	บริษัท Alcatel-Lucent Enterprise
สัญญาเลขที่	-
วันเริ่มต้นของสัญญา	14 ธันวาคม 2554
ระยะเวลาของสัญญา	สัญญานี้สิ้นสุดวันที่ 13 ธันวาคม 2555 และสามารถต่ออายุออกไปอีกครั้งละ 1 ปี
ค่าตอบแทน	ไม่มี
สาระสำคัญ	1.สัญญาแต่งตั้งเป็นผู้แทนจัดจำหน่ายสินค้าประเภท Value Added Distributor Agreement 2.การบอกเลิกสัญญาโดยฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง ต้องแจ้งล่วงหน้าอย่างน้อย 30 วัน

- (6) สัญญาจัดจำหน่ายสินค้าระบบอุปกรณ์สายสัญญาณ (Cabling Solutions)
ระหว่างบริษัท ไอที ดิสทริบิวชั่น จำกัด กับ บริษัท Schneider (Thailand) Limited

บริษัท	บริษัท ไอที ดิสทริบิวชั่น จำกัด
คู่สัญญา	บริษัท Schneider (Thailand) Limited
สัญญาเลขที่	-
วันเริ่มต้นของสัญญา	7 ธันวาคม 2554
ระยะเวลาของสัญญา	สัญญานี้สิ้นสุดวันที่ 6 ธันวาคม 2555 และสามารถต่ออายุออกไปอีกครั้งละ 1 ปี
ค่าตอบแทน	ไม่มี
สาระสำคัญ	1.สัญญาแต่งตั้งเป็นผู้แทนจัดจำหน่ายสินค้าประเภท Distributor Agreement 2.การบอกเลิกสัญญาโดยฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง ต้องแจ้งล่วงหน้าอย่างน้อย 30 วัน

4.7 สายธุรกิจการพัฒนาซอฟต์แวร์ (International Software Development Company Limited : ISD)

4.7.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

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

- Business Process Management Development Tools

เป็นเครื่องมือที่จะทำให้ทำให้ความต้องการทางธุรกิจ (Business Requirement) สอดคล้องกับระบบไอทีที่จะพัฒนาขึ้น ทั้งนี้เพราะ BPM ช่วยให้ผู้ใช้งานทางฝ่ายธุรกิจสามารถจำลอง Business Process แล้วมอบหมายให้ฝ่ายไอทีพัฒนาซอฟต์แวร์หรือระบบเพื่อที่จะทำงานให้สอดคล้องกับ Business Process เหล่านี้ เพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานและลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานโดยการพัฒนา Business Process ให้เป็นระบบอัตโนมัติ ประหยัดค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรม และ นำข้อมูลที่เกิดขึ้นจากการทำงานมาวิเคราะห์ถึงปัญหาที่เกิดขึ้นกับกระบวนการทำงานในปัจจุบัน ทำให้ผู้บริหารสามารถปรับปรุงกระบวนการทำงานเพื่อลดความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นกับองค์กรได้อย่างรวดเร็ว ทำให้เกิดการแข่งขันทางธุรกิจได้ ปัจจุบันทาง ISD ได้ Implement ให้กับสถาบันการงานและเอกชนต่าง ๆ เช่น ธนาคารกสิกร , ธนาคารออมสิน , อีซูซู ตรีเพชร และ บางจากปิโตรเลียม เป็นต้น

- Customize Development Tools

เป็นเครื่องมือที่จะใช้ในการพัฒนา Application ต่าง ๆ ที่จะใช้ในการขบวนการทางธุรกิจ ในแต่ละขั้นตอนการทำงาน (Step) ที่ได้รับการออกแบบมาจาก Business Process Management Development Tools

- Implementation Skill

เป็นความเชี่ยวชาญในการประยุกต์ใช้ BPM ในกระบวนการทางธุรกิจ เช่น

- Credit Approval Solution

การพิจารณาอนุมัติเครดิตเป็นอีกกระบวนการหนึ่งในระบบธุรกิจที่มีความสำคัญกับการดำเนินการขององค์กร เพื่อคัดเลือกลูกค้าที่ดี และ ลดความเสี่ยงที่จะเกิดความเสี่ยงภัยกับธุรกิจ การวิเคราะห์เครดิตของลูกค้าจะมีการขบวนการที่คล้าย ๆ กันในหลาย ๆ ธุรกิจ โดยเริ่มจากการตรวจสอบเอกสารเอกสารประกอบการขอเครดิตต่าง ๆ ที่ลูกค้าส่งมาให้ จากนั้นก็จะนำไปตรวจสอบกับฐานข้อมูลเดิม

ที่มีอยู่แล้วในองค์กร และ ตรวจสอบกับเครดิตบูโร จากนั้นจึงนำค่าที่ได้มาทำการประเมินเพื่อประกอบการตัดสินใจว่าจะอนุมัติเครดิตให้กับลูกค้ารายนั้น ๆ หรือไม่ จากกระบวนการที่กล่าวมาข้างต้น ถ้าไม่มีเครื่องมือเข้ามาช่วยเหลือในการการทำงานอาจจะทำให้เกิดความล่าช้าในการให้บริการกับลูกค้า ไม่สามารถตรวจสอบและติดตามได้ บางครั้งข้อมูลที่ได้อาจจะผิดพลาดจากความเป็นจริงเนื่องจากการวัดจากบุคคลากรภายใน ซึ่งจะทำให้เกิดความเสียหายกับธุรกิจตามมา ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้าเพื่อนำมาพิจารณาเครดิตอาจจะมีการประยุกต์ใช้ในหลาย ๆ รูปแบบ เช่น ระบบเช่าซื้อรถยนต์ ระบบการขออนุมัติบัตรเครดิต ระบบที่เป็นการบวกรวมในการดำเนินงานต่าง ๆ ในองค์กร

ในปี 2554 ได้มีการพัฒนาระบบงานเพิ่มเติมเพื่อให้รองรับกับเงื่อนไขและรายละเอียดเกี่ยวกับการเช่าซื้อรถยนต์ของ ISUZU TRIPECH LEASING CO.LTD. โดยจะมีการแบ่งเป็นระบบงานย่อย ๆ ซึ่งจะเรียกว่า Additional ต่าง ๆ จำนวน 30 Additional (30 โครงการย่อย) รวมมูลค่า 1.5 ล้านบาท

- E-Procurement Solution

กระบวนการจัดหาสินค้าและบริการที่เกิดจากการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้เพื่อปรับปรุงให้กระบวนการทำงานมีการเชื่อมโยงอย่างมีประสิทธิภาพ สะดวก รวดเร็ว และประหยัดต้นทุนค่าใช้จ่าย ซึ่งการใช้ระบบจัดซื้ออิเล็กทรอนิกส์เข้ามาช่วยจะทำให้องค์กรลดความเสี่ยงเกี่ยวกับลูกค้าที่ไม่ได้มาตรฐานในการให้บริการ และ ซื้อสินค้าราคาแพงเกินไป ซึ่งทำให้เกิดความเสียหายต่อองค์กร ถ้าองค์กรต้องการซื้อขายกับหลายผู้ผลิตและบริการเพื่อให้เกิดการแข่งขัน ต้องการลดขั้นตอนของการใช้กระดาษในการทำธุรกรรม ต้องการที่จะปรับปรุงกระบวนการจัดซื้อขององค์กรให้ทันสมัยเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ และ ต้องการที่จะลดงบประมาณที่ใช้ในการบริหารการจัดซื้อได้มากกว่าครึ่ง นี่คือเหตุผลที่จะใช้ระบบงาน E-Procurement

ในปี 2554 ISD ได้ธนาคารออมสินเป็นลูกค้าเพิ่มเติม ซึ่งเป็นการพัฒนาระบบ E-Procurement ให้กับฝ่ายจัดซื้อจัดหาพัสดุและบริการ มูลค่า 1.9 ล้านบาท

- Documents Management Solution

ด้วยธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วเอกสารจำนวนมากใน องค์กรเป็นเรื่องยากสำหรับการจัดการ และ ติดตาม ทำให้ เอกสารเกิดการสูญหาย หรือ ยากต่อการค้นหา และ นำมาใช้งาน การ Scan เอกสารเก็บในรูปแบบ อิเล็กทรอนิกส์ ดูจะเป็นทางออกที่ดีในปัจจุบัน แต่ในความเป็นจริงเอกสารเหล่านั้น มีการเชื่อมโยงกับข้อมูลภายในองค์กรอย่างซับซ้อน ดังนั้นจึง- จำเป็นอย่างยิ่งที่จะมีกระบวนการเข้ามาทำหน้าที่เกี่ยวกับการ SCAN ทำดัชนี การค้นหา เมิก ยืม คืน ยกเลิก ทำลาย ขอบภาพถ่ายสำเนา การติดตามเอกสาร และ เชื่อมโยงกับ ข้อมูลเดิมที่มีอยู่แล้วในองค์กร

ทุกวันนี้องค์กรสูญเสียวเวลาและความรู้มากมายในแต่ละวัน อาทิเช่น พนักงานเก็บไฟล์ข้อมูลในเครื่องแล็ปท็อปของตนเอง เก็บสำเนาเอกสารของข้อมูลที่สำคัญเป็นกระดาษ ไม่สามารถเก็บบันทึกการประชุมหรือการสนทนาสำคัญอื่น ๆ ไว้ได้ ฯลฯ ปัญหาเหล่านี้ก่อให้เกิดการปฏิบัติงานที่ขาด

ประสิทธิภาพ ข้อมูลไม่ถูกต้องเที่ยงตรง ซึ่งจะส่งผลให้องค์กรสูญเสียเงิน มูลค่ามหาศาล Document Management Module ช่วยให้องค์กรสามารถดักจับ , ทำดัชนี และ ทำคลังเนื้อหา ข้อมูลทางธุรกิจที่สำคัญๆได้อย่างมีประสิทธิภาพและชาญฉลาด

เราสามารถนำ Document Management มาใช้ประมวลผลข้อมูลสารคดีที่อยู่ในเอกสารให้ กลายมาเป็นข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งจะช่วยให้คุณพัฒนาประสิทธิภาพผลการทำงานของ พนักงาน เพิ่มความร่วมมือภายในองค์กร ลดระยะเวลาการทำงาน และลดจำนวนการสูญหายของ เอกสาร โซลูชั่นที่อินทิเกรตกันอย่างสมบูรณ์นี้จะช่วยในการทำให้ขั้นตอนทางธุรกิจที่เป็น Back-Office ทำงานได้อัตโนมัติและเสริมการทำงานของระบบงานแอปพลิเคชันที่มีอยู่เดิม สำหรับการ Capture เอกสารทั้งที่เป็นข้อมูลบนกระดาษและข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์

ในปี 2554 ธนาคารกสิกรไทย ได้ซื้อบริการดูแลรักษาระบบจาก ISD ให้ดูแลระบบงานเดิมที่ได้ พัฒนาแล้วเสร็จในปีก่อนหน้า มูลค่า 4.2 ล้านบาท

- Banking Document Generate

ในระบบ BANKING เองในส่วนที่เป็น Core หลักของระบบ BANKING จะมีปัญหาเกี่ยวกับการสร้าง เอกสารสัญญาในรูปแบบต่าง ๆ ที่แตกต่างกันไปในแต่ละพื้นที่ ดังนั้นระบบนี้จะพัฒนาขึ้นมาเพื่อ เชื่อมต่อกับระบบ Core BANK เพื่อรับข้อมูลการดำเนินการทางธุรกรรมต่าง ๆ มาดำเนินการสร้างเป็น เอกสารสัญญาและจัดส่งไปให้ผู้ดูแลลูกค้าที่อยู่ปลายทาง ทำให้ลูกค้าสามารถทำสัญญาได้เร็วขึ้น ในปี 2554 ได้มีการพัฒนาเพิ่มเติมให้กับธนาคารกสิกรไทย เพื่อให้สามารถรองรับกับเงื่อนไขใน การดำเนินการทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป โดยมีโครงการย่อย ๆ ดังต่อไปนี้

1. New 16 Product and Mail System เป็นการพัฒนาเพื่อให้รองรับกับ Product ใหม่ที่ เพิ่มขึ้นจำนวน 16 รายการ และ มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบในการส่ง Mail ให้กับผู้ที่ เกี่ยวข้องตามเงื่อนไขใหม่
2. Product Parameter เป็นการพัฒนาระบบงานเพิ่มเติมเพื่อให้สามารถกำหนด Parameter ในแต่ละ Product ต่าง ๆ ที่มีอยู่เดิม ให้สามารถรองรับเงื่อนไขที่เปลี่ยนแปลงไปได้

รวมมูลค่าโครงการ 1.3 ล้านบาท

- Credit Cards Approval And Tracking

เป็น Workflow ที่ใช้ในการขออนุมัติและจัดทำบัตรเครดิตสำหรับลูกค้าของธนาคารและสถาบัน การเงิน โดยระบบจะมีกระบวนการตรวจสอบ อนุมัติ ติดตาม และ ส่งแจ้งผลให้ผู้ที่เกี่ยวข้องได้รับ ทราบผ่านทาง E-Mail หรือ SMS

ในปี 2554 ได้มีการพัฒนาเพิ่มเติมระบบงาน Credit Card Approval And Tracking ให้ ทันสมัยเพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจของธนาคารกสิกรไทย ซึ่งจะประกอบไปด้วย โครงการย่อยต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. Credit Card Approval And Tracking Phase 5,6 และ 7 โดยการพัฒนาด้านของSLA การแบ่งทีมทำงานใหม่ การปรับปรุงเงื่อนไขต่าง ๆ ให้ทันกับนโยบายทางการตลาด
 2. K-Express Card เป็นการพัฒนาระบบงานใหม่เพื่อใช้กับระบบ Credit Card ใหม่ โดยจะเป็นระบบที่จะมาช่วยเหลือในด้านการ Random เงื่อนไขต่าง ๆ ในการแจกงานให้ได้ตามสัดส่วนที่เท่าเทียมกัน แสดงผลปริมาณงานเข้า-ออก ของแต่ละทีมงาน โดยผ่าน LCD TV ติดตามสถานะของใบสมัครบัตร K-Express Cash อยู่กับทีมงานใดและ ผู้ปฏิบัติงานท่านใด ควบคุมให้ใบสมัครบัตรบัตร K-Express Cash ถูกส่งต่อไปยังทีมงานอื่น ๆ ได้ถูกต้อง โดยใบคุม Batch งาน ลดเวลาในการรับงานของAdmin เนื่องจาก ระบบ KEK_DATA รับงานเป็น Batch (1 Batch = 25 ราย) และจัดทำรายงานต่าง ๆ เพื่อใช้บริหารจัดการในการแจกงานได้อย่างมีประสิทธิภาพรวมมูลค่าโครงการ 2.3 ล้านบาท
- ในปี 2554 ได้มีการพัฒนาเพิ่มเติมให้กับธนาคารกสิกรไทย เพื่อให้สามารถรองรับกับเงื่อนไขในการดำเนินการทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป โดยมีโครงการย่อย ๆ ดังต่อไปนี้

- LTV of Commodity Collateral Calculator (LCCC)

เป็นการพัฒนาระบบงานให้กับธนาคารกสิกรไทย เพื่อที่จะใช้ในการตรวจสอบและคำนวณสัดส่วน LTV ของวงเงิน Packing Stock และ PN Inventory Financing ก่อนและหลังการใช้วงเงิน เพื่อรองรับการทำงานของฝ่ายปค. สำหรับ หน่วยงาน PSOU และ ฝ่ายนค. โดยที่ระบบสามารถที่จะออกรายงานจากการคำนวณต่าง ๆ ได้ และระบบยังต้องสามารถที่จะนำเข้าข้อมูลจากระบบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเข้ามายังระบบงานนี้ เนื่องจากที่ผ่านมามีการทำงานจะต้องรวบรวมข้อมูลจากระบบต่าง ๆ ถึง 3 ระบบงานสำหรับการตรวจสอบในงาน ๆ หนึ่ง ดังนั้นถ้าหากระบบงานนี้พัฒนาเสร็จแล้วก็จะช่วยให้การทำงานของทั้งฝ่าย ปค. และ นค. มีความถูกต้องและประสิทธิภาพมากขึ้น รวมมูลค่าโครงการ 0.9 ล้านบาท

4.7.2 การตลาดและภาวะการแข่งขัน

4.7.2.1 การตลาด

กลยุทธ์การแข่งขัน

(1) ด้านสินค้าและบริการ

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

(2) ด้านพนักงาน

พนักงานของสายธุรกิจ ISD มีประสบการณ์มากกว่า 1 4 ปี ทำให้มีความรู้ ความเข้าใจในซอฟต์แวร์ที่ทำการพัฒนาเป็นอย่างดี และเนื่องจากธุรกิจนี้เป็นธุรกิจที่ต้องพึ่งพาความรู้ความสามารถของพนักงานเป็นหลัก ทางสายธุรกิจ ISD จึงมีนโยบายมุ่งใจให้พนักงานทำงานกับบริษัท ฯ ในระยะยาว โดยมีการจ่ายผลตอบแทนในรูปของแรงจูงใจ (Incentive) ที่มีความเป็นธรรม โดยคำนวณผลตอบแทนเทียบกับปริมาณความสำเร็จในโครงการ

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายและช่องทางการจัดจำหน่าย

สายธุรกิจ ISD มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คือ ภาคสถาบันการเงิน และเอกชน เนื่องจากบริษัทเหล่านี้ เป็นองค์กรที่มีขั้นตอนการทำงานหลาย ๆ ขั้นตอน และ มีความซับซ้อนในกระบวนการ การที่จะเรียนรู้กระบวนการทำงานจะใช้เวลานาน ถึงแม้จะเรียนรู้ได้แล้วก็ไม่สามารถควบคุมการทำงานแต่ละงานในกระบวนการเดียวกันให้เป็นมาตรฐานเดียวกันได้ จากปัญหาเหล่านี้องค์กรขนาดใหญ่จึงได้มีนโยบายทุ่มงบประมาณในการพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อจะมากอดอำนวยความสะดวกและยกมาตรฐานการทำงานขององค์กร ซึ่งนโยบายเหล่านี้ตรงกับความต้องการของสายธุรกิจ ISD นอกจากนี้ การที่สายธุรกิจ ISD มีการพัฒนาโปรแกรมให้กับลูกค้าและพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่องทำให้ ISD เป็นกลุ่มคนที่มีความเชี่ยวชาญในธุรกิจ BPM ทำให้สามารถนำความรู้มาพัฒนาให้กับลูกค้ากลุ่มใหม่ได้โดยใช้เวลาน้อยลง และมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น ส่งผลให้สายธุรกิจ ISD สามารถขยายฐานลูกค้าไปในกลุ่มเดียวกันได้ง่ายขึ้น

4.7.2.2 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 ซึ่งจำนวนคนที่เข้าถึงมากขึ้นก็ย่อมหมายถึงปริมาณข้อมูล

จะต้องจัดการต้องมากขึ้นเป็นเงาตามตัวดังนั้น การจัดการกับข้อมูลมากมายมหาศาลเหล่านั้นจำเป็นต้องมีซอฟต์แวร์ที่เข้ามาช่วยบริหารและจัดการให้ทันต่อความเปลี่ยนแปลงไปของสังคมยุค IT และ รัฐบาลได้มีการส่งเสริมอุตสาหกรรมพัฒนาซอฟต์แวร์ไทยโดยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการธุรกิจชาวไทยได้หันมาใช้ซอฟต์แวร์ที่ผลิตโดยคนไทยมากขึ้น

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

- ให้มีการผลิตนักวิจัยและพัฒนาซอฟต์แวร์ที่มีคุณภาพโดยส่งเสริมให้มีการทดสอบเพื่อวัดระดับความรู้ในการพัฒนาซอฟต์แวร์ ให้มีหน่วยงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ (Software Industry Promotion Agency : SIPA) พร้อมทั้งมีมาตรการให้บริษัทซอฟต์แวร์ไทยรวมตัวกันสร้างกลุ่มรับงานพัฒนาซอฟต์แวร์จากต่างประเทศอย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรม (consortium) เพื่อให้เกิดอำนาจในการต่อรองเพื่อผลักดันให้เกิดการลงทุนและสร้างอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ไทยให้เจริญเติบโตจากปัจจุบัน
- อำนวยความสะดวกให้ผู้ลงทุนแบบ One-Stop-Shop ตั้งแต่ปี 2546 พร้อมกับการส่งเสริมให้มีการใช้ Open Source ซอฟต์แวร์ควบคู่กับซอฟต์แวร์ที่ผลิตในประเทศไทยเทียบมูลค่าไม่ต่ำกว่าร้อยละ 50 ของมูลค่าซอฟต์แวร์รวมในแต่ละปี
- มีนโยบายปรับปรุงอัตราภาษีอากรนำเข้าและส่งออกของปัจจัยในการผลิตสินค้าไอทีเพื่อเป็นการสนับสนุนผู้ประกอบการในไทยให้มีต้นทุนที่ต่ำลงเพื่อไม่ให้เสียเปรียบสินค้าที่นำเข้าแบบสำเร็จรูป
- มาตรการในการสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้ผลิตโดยการบังคับใช้กฎหมายเกี่ยวข้องกับคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา โดยกำหนดโทษให้มีความรุนแรงมากขึ้น
- มาตรการยกเว้นภาษีเงินได้ให้แก่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์อย่างน้อย 5 ปีแรกและ
- การส่งเสริมการพัฒนาและผลิตซอฟต์แวร์ด้านสื่อประสม เช่น สื่อการสอน เป็นต้น

จากการที่รัฐบาลให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมพัฒนาซอฟต์แวร์อย่างจริงจังโดยรัฐบาลเองมีเป้าหมายว่า “มีเมืองที่เป็นศูนย์กลางพัฒนา ICT ในระดับโลกในประเทศไทย”

4.7.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

ปัจจุบันสายธุรกิจ ISD พัฒนาซอฟต์แวร์ด้าน Business Process Management ของทีมงานเน้นไปที่การแก้ปัญหาในกระบวนการทำงานของลูกค้าเพื่อให้กระบวนการทำงานมีความกระชับ สามารถตรวจสอบและติดตามงานในกระบวนการได้ และนำข้อมูลที่เกิดจากการทำงานในกระบวนการมาวิเคราะห์และนำเสนอแผนเพื่อปรับปรุงและแก้ไขการบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

ISD มีแนวนโยบายที่จะส่งเจ้าหน้าที่ไปเรียนรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับธุรกิจของลูกค้าและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เพื่อที่จะนำความรู้ที่ได้มาทำการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการอย่างต่อเนื่องเพื่อประโยชน์สูงสุดของลูกค้า และ เพื่อเป็นการพัฒนาขีดความสามารถของบุคลากรของ ISD อย่างต่อเนื่อง

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

4.8.1 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

4.8.1.1 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

4.8.1.2 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 การให้บริการตรวจเช็คระบบทุกๆช่วงเวลาที่คุณลูกค้ากำหนด เช่น 3 เดือน 6 เดือน เป็นต้น

4.8.1.3 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

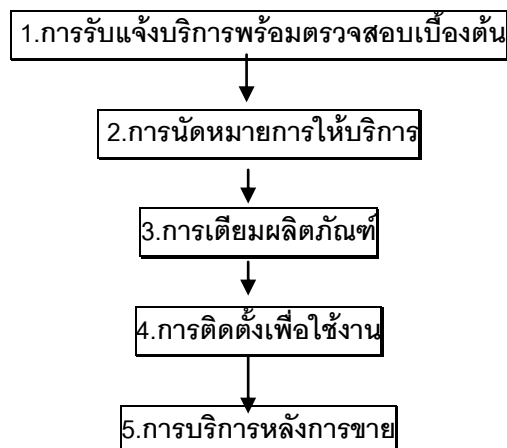
โดยที่ผ่านมาจากสายธุรกิจ SERVICE มีผลงานและมีประสบการณ์ในการทำโครงการใหญ่หลายโครงการจนเป็นที่ยอมรับในวงการอย่างกว้างขวาง เช่น

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
ปรับปรุงระบบ Data Warehouse / Data Mining	บมจ. กสท โทรคมนาคม	50.9	2554
โครงการบริการบำรุงรักษาและ ซ่อมแซมแก้ไขระบบ ERP	การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย	18.2	2554

ขั้นตอนการทำงานของสายธุรกิจ

Services มีดังนี้



1. การการรับแจ้งบริการพร้อมตรวจสอบเบื้องต้น (Call Service Center)
ขั้นตอนแรกของกระบวนการทำงานเริ่มจากการรับแจ้งบริการ ตรวจสอบเบื้องต้นโดยระบุปัญหา ความต้องการของลูกค้า และพยายามให้คำแนะนำทางเทคนิคและ ความเป็นไปได้ในทางการปฏิบัติ แก่ลูกค้า
2. การนัดหมายให้บริการ(Service Call Dispatch)
ขั้นตอนนี้จะบริการนัดหมายเวลากับลูกค้า เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่าง ถูกต้องและตรงต่อเวลา
3. การเตรียมผลิตภัณฑ์ (QC : Quality Control)
ขั้นตอนนี้จะเป็นการทำทดสอบการทำงานของผลิตภัณฑ์หมายถึง ทั้งด้านอุปกรณ์ฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ และการทำงาน เพื่อค้นหาว่าผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการพัฒนาแล้วสามารถทำงานได้จริงหรือไม่ ถ้าไม่สามารถทำได้ตามความต้องการของลูกค้า ทางทีมงานจะทำการแก้ไขเปลี่ยนแปลงระบบจนสามารถใช้งานได้ถูกต้องจึงจะสามารถนำส่งลูกค้า
4. การติดตั้งเพื่อใช้งาน (Installation / Implementation)
ทางสายธุรกิจ Service จะส่งมอบผลิตภัณฑ์และดำเนินการติดตั้ง เพื่อให้สามารถใช้งานได้ตาม วัตถุประสงค์ของลูกค้า พร้อมกับชี้แจงให้แก่ลูกค้าจนสามารถใช้งานได้
5. การบริการหลังการขาย (Warranty / Maintenance Service)
ภายหลังส่งมอบงานให้กับลูกค้าทางสายธุรกิจ Service จัดให้มีการบริการหลังการขาย ได้แก่ การให้บริการ บำรุงรักษา โดยให้บริการลูกค้าอย่างใกล้ชิดในระหว่างที่อยู่ในช่วงรับประกันสินค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในคุณภาพ การให้บริการ ซึ่งสามารถขยายผลไปสู่การทำสัญญาบำรุงรักษากับลูกค้าในปีต่อไปหลังจากหมดช่วงการรับประกันสินค้า

4.8.2 การตลาดและภาวะการแข่งขัน

4.8.2.1 การตลาด / กลยุทธ์

(1) ด้านบริการ

สายธุรกิจ Service ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียง เช่น SAS, Microsoft (เป็น Certified Partner)โดยสินค้าของบริษัท มีคุณภาพ ได้รับการยอมรับอย่างสูงจากลูกค้า นอกจากนี้ ทางสายธุรกิจ Service ยังมีจุดเด่นในการสร้างความแตกต่างในการนำเสนอเทคโนโลยีที่ใช้ในการแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า มีความชำนาญและมีศักยภาพในการบริหารโครงการ มีทีมงานที่มีประสบการณ์ในการปรับแต่งระบบ (System Performance Management and System Customization) รวมถึงมีทีมงานที่ปรึกษาพัฒนาซอฟต์แวร์ จากสายธุรกิจ SI (System Integration) ซึ่งให้การสนับสนุนในกรณีที่ต้องการผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าโดยเฉพาะสินค้าของบริษัท จะรับประกันเป็นระยะเวลาตามที่ตกลงกับลูกค้า นอกจากนี้ทางทีมงานเน้นการให้ความสำคัญและใส่ใจในความต้องการของลูกค้าโดยเฉพาะด้านคุณภาพ การให้บริการก่อนและหลังการขายในเวลาอันรวดเร็ว โดยทีมงานจะต้องเข้าใจในธุรกิจเพื่อนำเสนอสินค้าและบริการที่ดีที่สุด การส่งมอบตรงเวลา ทำให้บริษัท มีชื่อเสียงที่ดีและได้รับการยอมรับจากลูกค้าเสมอมา

(2) ด้านพนักงาน

บริษัทฯ มีนโยบายที่จะพัฒนาตนเองให้ทันเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอเพื่อให้มีความสามารถแนะนำและรองรับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของลูกค้าและตลาด จึงเน้นพัฒนาคุณภาพของพนักงานรวมถึงการทำงานเป็นทีม การรับรู้และการปรับตามการเคลื่อนไหวของธุรกิจไอซีทีอย่างทันทั่วถึงและต่อเนื่องส่วนหนึ่งได้จากการเป็น 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 และเจ้าของผลิตภัณฑ์เพื่อให้สามารถซื้อสินค้าได้ในราคาที่ดีกว่า 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 มีจุดแข็งในด้านความรู้ความชำนาญและประสบการณ์ที่ยาวนานกว่า 25 ปี ในธุรกิจนี้ จึงทำให้ลูกค้ากลุ่มนี้มีความมั่นใจในการเลือกให้บริษัทฯ เป็นผู้ดำเนินการ

รายได้ส่วนใหญ่ของสายธุรกิจ Service มาจากภาครัฐราชการและรัฐวิสาหกิจซึ่งทางสายธุรกิจ Service จะเข้าไปทำการประกวดราคา ขั้นตอนโดยทั่วไปจะให้พนักงาน Service Manager/Specialist เข้าไปทำแนะนำบริการ และระบบใหม่ ๆ ให้กับลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าเล็งเห็นความสำคัญและประโยชน์ของการใช้บริการต่าง ๆ ในการทำงาน จากนั้นหากลูกค้ามีความสนใจสินค้าและบริการ ทางสายงานจะจัดส่งพนักงานขายเข้าไปเจรจาต่อรองทางด้านราคาและเห็นสัญญาโครงการเพื่อทำการประกวดราคาหรือปิดงานต่อไป โดยมีเป้าหมายสัดส่วนรายได้จากลูกค้าภาครัฐราชการและรัฐวิสาหกิจร้อยละ 90 และภาคเอกชน ร้อยละ 10 และโครงการที่บริษัทฯ ประมูลงานในส่วนบริการได้คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 10 ของมูลค่าโครงการทั้งหมดที่เข้าร่วมประมูล

กลุ่มลูกค้า	สัดส่วนรายได้ (ร้อยละ)
ราชการและรัฐวิสาหกิจ	90
เอกชน	10
รวม	100

4.8.2.2 ภาวะการแข่งขันและแนวโน้มอุตสาหกรรม

ภาพรวมของอุตสาหกรรม

ที่มา : idc

การสำรวจตลาดเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (Information and Telecommunication Technology : ICT) ของประเทศไทยปี 2554-55 ขึ้น โดยทำการสำรวจเพื่อประเมินมูลค่าตลาด ICT ซึ่งครอบคลุม 3 ตลาดหลักคือ ตลาดฮาร์ดแวร์ ตลาดซอฟต์แวร์ ตลาดบริการด้านคอมพิวเตอร์

1) ภาพรวมการลงทุนในอุตสาหกรรมไอซีทีที่จะยังเติบโต 10-10.6% มีอุปกรณ์ประเภทสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตเป็นตัวผลักดันสำคัญ คิดเป็นมูลค่า 16,800 ล้านดอลลาร์หรือ 504,000 ล้านบาท เทียบกับปี 2554 เติบโต 13% มูลค่ารวม 15,200 ล้านดอลลาร์ หรือ 456,000 ล้านบาท

อย่างไรก็ตาม การเติบโตอาจไม่ราบรื่นนักเพราะยังได้รับผลกระทบจากน้ำท่วม ขณะที่องค์กรใหญ่ต่างกระชับการลงทุนไอซีที คาดว่าในอีกไม่เกิน 2 ปีข้างหน้ายอดการลงทุนด้านไอซีทีของไทยจะไม่โตเลขสองหลักจากฐานที่ใหญ่ขึ้น

2) แบ่งเป็นการลงทุนด้านฮาร์ดแวร์ 70% ไอทีเซอร์วิส 20-25% และซอฟต์แวร์ 5-10% โดยไอทีเซอร์วิสปีนี้จะโต 14-15% คิดเป็นมูลค่า 47,000 ล้านบาท ส่วนปีที่แล้วได้รับผลกระทบจากน้ำท่วมทำให้การลงทุนลดลงแต่ไม่เกิน 2% มูลค่ารวมอยู่ที่ 44,527 ล้านบาท ด้านซอฟต์แวร์จะโตกว่าปีที่แล้ว 10.1% น้ำท่วมทำให้การลงทุนปีที่แล้วเหลือ 4.6% จากที่คาดไว้ 17% มูลค่า 18,960 ล้านบาท

3) การที่อุปกรณ์ไอทีส่วนบุคคลจะเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการใช้งานในองค์กร ปัจจุบันพนักงานมีอุปกรณ์ไอทีพกพาทั้งส่วนตัวและองค์กร บางครั้งพนักงานหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่ต้องใช้อุปกรณ์ส่วนตัวกับการใช้งานในองค์กร ที่ผ่านมาองค์กรต่าง ๆ ยังกังวลเรื่องความปลอดภัย แต่ในปีนี้จะสนใจลงทุนอุปกรณ์ไอทีส่วนตัวมาเป็นส่วนหนึ่งของการทำงาน รวมทั้งปรับกฎระเบียบข้อบังคับในบริษัทให้รองรับกับพฤติกรรมการใช้งานไอทีของพนักงานมากขึ้น

4) คลาวด์คอมพิวเตอร์ยังเติบโต ได้แก่ ไพรมารี เซอร์วิส (Primary Service) และแวลู แอดดีด เซอร์วิส (Value Added Service) และจะมีคลาวด์เซอร์วิสทั้งในระดับแอปพลิเคชัน แอส ๑๖ เซอร์วิส และอินฟราสตรักเจอร์ แอส ๑๖ เซอร์วิส เกิดขึ้นหลายรูปแบบ

5) จะเกิดโครงข่ายแบบใหม่โดยเฉพาะการขยายตัวของเครือข่าย "เอฟ ดีดีไอซี" ในกลุ่มโทรคมนาคม เนื่องจากสายทองแดงมีข้อจำกัดเรื่องแบนด์วิดท์ต่ำ และปีนีไฟเบอร์ที่เข้าถึงตามบ้านจะระดับราคาจับต้องได้มากขึ้น

6) ปีนี้เป็นปีแรกที่ยอดขายสมาร์ทดีไวซ์ (แท็บเล็ตและสมาร์ทโฟน) ในไทยจะมากกว่าพีซี (เดสก์ทอป และแล็ปทอป) โดยตลาดพีซีปี 2554 มียอดขายรวม 3.7-3.8 ล้านเครื่อง โต 14% ในครึ่งปีแรกปี 2555 ตลาดพีซีจะยังมีปัญหาขาดซัพพลายฮาร์ดดิสก์ และกำลังซื้อของผู้บริโภคยังไม่เป็นปกติ ยอดทั้งปีอยู่ที่ 4.1 ล้านเครื่อง โต 7-10%

ด้านสมาร์ตดีไวซ์จะมียอดขายรวมกัน 6.7 ล้านเครื่อง โดยสมาร์ตโฟนที่ผ่านมาอยู่ที่ 3 ล้านเครื่อง โต 50% และปีนี้จะมียอดรวม 6 ล้านเครื่อง โต 100% ส่วนแท็บเล็ตปี 2554 มียอดขายรวม 500,000 เครื่อง เนื่องจากยังมีปัญหาซัพพลายสินค้าในครึ่งปีแรก และปี 2555 จะมียอดขายไม่ต่ำกว่า 6-7 แสนเครื่อง

7) ไอทีซีมองว่า ผู้ให้บริการโทรคมนาคมจะขยายจุดให้บริการไว-ไฟ กระจายมากขึ้น เนื่องจากไม่ทราบว่าการประมูล 3G เซิงพาณิชย์จะเสร็จเมื่อไร จึงต้องนำเทคโนโลยีไว-ไฟมาทดแทนความต้องการใช้ดาต้า คาดว่า จำนวนแอ็กทีฟไว-ไฟหลาย ฮอตสปอต ในไทยในปี 2555 จะไม่ต่ำกว่า 60,000 จุด

8) "เซอริวิตีไอที" ประเภท Business Continuity and Disaster Recovery จะเป็นความจำเป็นขององค์กรเริ่มแพร่หลายหลังเหตุการณ์การเมืองปี 2553 รวมเข้ากับวิกฤตน้ำท่วมปีที่ผ่านมาทำให้เซอริวิตีทั้งสองประเภทในปีนับเติบโตไม่ต่ำกว่า 23% มูลค่ารวมอยู่ที่ 46.9 ล้านบาท (1,407 ล้านบาท)

9) การมองลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (Customer Centric) โดยองค์กรต่าง ๆ มองว่า การทำธุรกิจปัจจุบันไม่ใช่เรื่องง่าย เนื่องจากมีการแข่งขันกันสูงจึงต้องทำแคมเปญดึงดูดลูกค้าให้ได้มากขึ้น จะทำได้ต้องเข้าใจลูกค้า ทำให้องค์กรเริ่มมองว่า จะนำไอทีมาช่วยได้อย่างไร

สรุปการคาดการณ์ว่าความต้องการใช้งานข้อมูลจำนวนมากและโซลูชันด้านการวิเคราะห์จะเติบโตมากทั้งในกลุ่มผู้บริโภคและองค์กร จากการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ในภาคอุตสาหกรรม, การแบ่งประเภทลูกค้าในกลุ่มร้านค้าปลีกและสถาบันการเงิน, นโยบายภาคสาธารณสุขและภาครัฐ, การเพิ่มผลผลิตของภาครัฐ และการเก็บข้อมูลลูกค้า รวมถึงข้อมูลดิจิทัลคอนเทนต์ในกลุ่มผู้ให้บริการโทรคมนาคมผลการสำรวจตลาด พบว่า ตลาด IT มีมูลค่ากว่า 108,453 ล้านบาทปี2553 โดยตลาดฮาร์ดแวร์ถือครองส่วนแบ่งสูงที่สุดอยู่ที่ร้อยละ 47 ในขณะที่ตลาดซอฟต์แวร์มีอัตราอยู่ที่ร้อยละ 14 ในส่วนของตลาดบริการด้านคอมพิวเตอร์มีอัตราอยู่ที่ร้อยละ 39 ซึ่งมีการสำรวจกลุ่มธุรกิจ 5 กิจกรรม ได้แก่ การให้เช่าคอมพิวเตอร์ การให้คำปรึกษาด้านฮาร์ดแวร์ การให้บริการด้านการประมวลผลข้อมูล การให้บริการกิจกรรม ที่เกี่ยวกับฐานข้อมูล และกิจกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับคอมพิวเตอร์ โดยตลาดด้านการบริการ (Service) เจริญเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว

บริษัทฯ มีความเชื่อมั่นว่าธุรกิจด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นธุรกิจที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องใน 10 ปีที่ผ่านมา มีอัตราการเติบโตอยู่ในช่วงร้อยละ 15 -25 ต่อปีอย่างสม่ำเสมอและมีโอกาสที่เติบโตสูงต่อไปในอนาคต จึงเป็นเครื่องยืนยันได้ว่าตลาดรวมของธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศจะยังคงมีแนวโน้มที่จะเติบโตอย่างต่อเนื่องต่อไป

ภาวะการแข่งขันของสายบริการและระบบ Enterprise Information Technology

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

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 เข้าใจในธุรกิจและมีความเชี่ยวชาญในระบบงานของลูกค้าและมีประวัติการทำงานซึ่งเป็นคุณสมบัติหนึ่งที่ภาคีรัฐบาลกำหนดทำให้บริษัทฯ ได้เปรียบในเชิงการแข่งขันสามารถมีลูกค้าเพิ่มมากขึ้น

4.8.3 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 โดยจ่ายค่าสัญญาการเป็นตัวแทนจำหน่ายให้กับบริษัทผู้ผลิตโดยจ่ายค่าลิขสิทธิ์ตามยอดขาย หากต้องการผู้เชี่ยวชาญในการพัฒนาและติดตั้ง บริษัทฯ จะนำสายธุรกิจISD(International Software Development) มาพัฒนาและติดตั้ง

การให้บริการ มีการให้บริการด้วยตนเองหรือมีการใช้ผู้เชี่ยวชาญจากผู้ผลิตรวม 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

4.9 ธุรกิจระบบสนับสนุนธุรกิจโทรคมนาคม

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

4.9.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

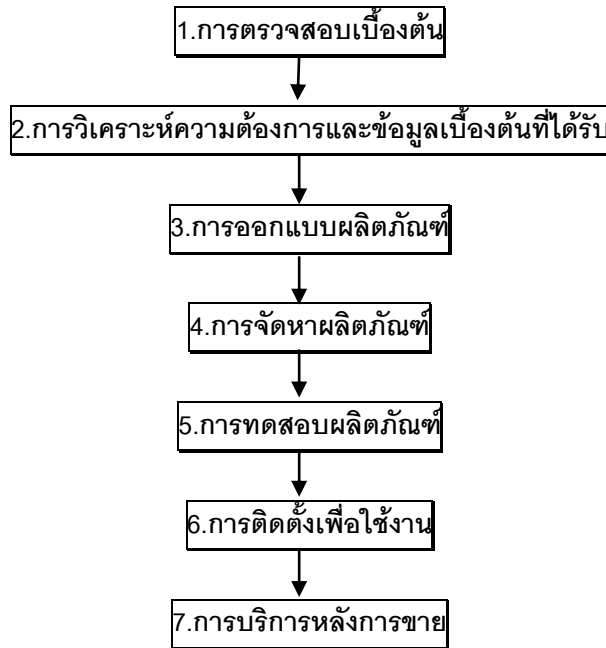
สายธุรกิจระบบสนับสนุนธุรกิจโทรคมนาคม (Telecommunication's Business Supporting System) ดำเนินงานภายใต้ชื่อบริษัท ทีวีเทเลคอม จำกัด (TV Telecom Co., Ltd. หรือ TVT) โดยทำธุรกิจการเป็นที่ปรึกษา ออกแบบ จัดหาอุปกรณ์ ติดตั้ง พัฒนาระบบ บริหารโครงการ และบำรุงรักษาด้านระบบสนับสนุนการดำเนินธุรกิจ (Business Supporting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

โดยที่ผ่านมาจากสายธุรกิจ TVT มีผลงานที่โดดเด่นและมีประสพการณ์ในการทำโครงการใหญ่หลาย โครงการจนเป็นที่ยอมรับในวงกว้างขวาง เช่น

ชื่อโครงการ	หน่วยงาน	มูลค่าโครงการ (ล้านบาท)	ปี พ.ศ.
จ้างบำรุงรักษาและซ่อมแซมแก้ไขระบบไบ แจ้งหนี้สำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 3G ปี พ.ศ. 2553	บมจ.ทีไอที	29	2553
พัฒนาระบบไบแจ้งหนี้สำหรับ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 3G	บมจ. ทีไอที	17.3	2553
พัฒนาระบบคงสิทธิ์เลขหมายสำหรับ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 3G	บมจ.ทีไอที	18	2553
จ้างบำรุงรักษาและซ่อมแซมแก้ไขระบบไบ แจ้งหนี้สำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 3G ปี พ.ศ. 2554	บมจ.ทีไอที	29	2554
จัดหาอุปกรณ์สำหรับติดตั้งโครงข่ายMSAN	บมจ.จัสมิน อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล	100	2553-2554
งานบำรุงรักษาซ่อมแซมแก้ไขระบบจัดเก็บ เงิน	บมจ.ทีไอที	29	2554-2555

นอกจากให้บริการพัฒนาและติดตั้งระบบแล้ว สายธุรกิจ TVT ยังให้บริการแบบ Outsourcing และ บำรุงรักษาระบบสื่อสารโทรคมนาคมตามระยะเวลาที่ตกลงกับลูกค้า ซึ่งโดยทั่วไปจะรับประกันอยู่ในช่วงเวลา 1-3 ปี โดย ให้บริการถึงสถานที่ของลูกค้า (Onsite Service) โดยแบ่งการบริการออกเป็น 2 ลักษณะ ตามความต้องการของลูกค้า ได้แก่

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

ขั้นตอนการทำงานของสายธุรกิจ TVT มีดังนี้

1. การตรวจสอบเบื้องต้น

ขั้นตอนแรกของกระบวนการทำงานเริ่มจากการตรวจสอบเบื้องต้นโดยระบุปัญหาของลูกค้าตามเป็นไปในทางการปฏิบัติงานประมาณของลูกค้า และระยะเวลาที่ต้องปฏิบัติงาน โดยอาจจะศึกษาเพื่อเข้าทำการประมูลหรือขายตรง

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 พิจารณาแล้วว่ามีมูลค่ามากกว่าที่จะทำงานนั้นเองตัวอย่างงานที่ให้ผู้อื่นเหมาะสมช่วงต่อการให้บริการเมื่อเกิดปัญหาทางด้านระบบกับทางลูกค้า(Corrective maintenance) สำหรับลูกค้าที่อยู่ต่างจังหวัดเป็นต้น

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

4.9.2 การตลาดและภาวะการแข่งขัน

4.9.2.1 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

บริษัท ฯ 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
รวม	100

4.9.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

เนื่องจากสายธุรกิจ TVT ดำเนินงานโดยให้คำปรึกษาและรวบรวมระบบให้กับลูกค้า ดังนั้น วิธีการจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการจึงเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินงานขั้นตอนที่ 4 โดยมีรายละเอียด ดังนี้

สายธุรกิจ TVT จะทำการสั่งซื้อสินค้าที่ต้องรวบรวมให้กับลูกค้าเมื่อได้รับการสั่งซื้อจากลูกค้าแล้ว โดยไม่มีการเก็บสินค้าคงเหลือ การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ สามารถแบ่งได้เป็นดังนี้

อุปกรณ์ฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ สั่งซื้อจากผู้ขายสินค้าทั้งในและต่างประเทศ

การให้บริการ การให้บริการด้วยตนเองหรือมีการใช้ผู้เชี่ยวชาญจากผู้ผลิตหรือการซื้อบริการต่อจากผู้ให้บริการอื่น (Outsource) โดยสายธุรกิจ TVT มีปัจจัยในการพิจารณาเลือกบริษัทที่ทำซื้อบริการคือ ราคาค่าและความชำนาญรับงานนั้นๆ

โดยทั่วไปการประมูลงานทางภาครัฐราชการและรัฐวิสาหกิจ 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

4.10 โครงการที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

โครงการที่ยังไม่ได้ส่งมอบของบริษัทโดยส่วนใหญ่เป็นงานประมูลทั้งจากภาครัฐและเอกชน โดยมีโครงการที่ชนะการประมูลแล้วอยู่ระหว่างดำเนินงาน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2554 ดังนี้

ลำดับ	ชื่อลูกค้า	ชื่อโครงการ
1	บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)	จ้างการปรับปรุงโครงข่ายโทรศัพท์ภายในประเทศ (Tandem)
2	การไฟฟ้านครหลวง	Toner Samsung 70 sets
3	บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)	ระบบบริหารจัดการข้อมูลการใช้งานโทรศัพท์(AMS)
4	บริษัท ไทยทรานสมิซัน อินดัสทรี จำกัด	โครงการจ้างเหมา จัดหา ออกแบบพร้อมติดตั้งระบบ IMS
5	บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)	จัดซื้อ IMS Network Analyzer
6	บริษัท กฟผ. อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล จำกัด	จัดซื้ออุปกรณ์คอมพิวเตอร์ 14 รายการ
7	บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)	จ้างดำเนินการเพิ่มประสิทธิภาพระบบปรับปรุง DW/DM
8	บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)	ระบบควบคุมการเรียกใช้งาน Internet จากเครือข่ายภายใน
9	บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)	เพิ่มประสิทธิภาพศูนย์เฝ้าระวังภัยคุกคาม
10	กรมป่าไม้	วางระบบเครือข่ายในส่วนภูมิภาค
11	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	จัดซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์แม่ข่าย Blade Server
12	บมจ. ธนาคารกสิกรไทย	DMS-BP เพิ่ม Product Parameter
13	บมจ. ธนาคารกสิกรไทย	LTV of Commodity Collateral Calculator (LCCC)
14	บริษัท ไทยออดีเทลส์ จำกัด	Credit Approval- Additional 57
15	การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย	EGAT SAN MA
16	การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย	จ้างบำรุงซ่อมแซมแก้ไขคอมพิวเตอร์ระบบ Blade Server
17	ธนาคารออมสิน	จ้างบำรุงรักษาเครื่องคอมพิวเตอร์ พร้อมอุปกรณ์ จำนวน 2 เครื่อง
18	บริษัท ตรีเพชรรีซูซูซิซิ่ง จำกัด	New Credit Approval MA 54
19	บมจ. ไอ.ซี.ซี. อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล	จ้างบำรุงรักษาระบบเครือข่าย(Preventive Maintenance)
20	บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)	โครงการจ้างพัฒนาระบบคลังข้อมูล/เหมืองข้อมูล Data Warehouse/Data Mining)
21	การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย	ซ่อมบำรุงรักษา แก้ไข File Server เครื่องแม่ข่าย 3 ปี
22	สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล กรุงเทพมหานคร	บำรุงรักษาระบบเครือข่ายรักษาความปลอดภัย ระยะที่ 2
23	สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล กรุงเทพมหานคร	บำรุงรักษาระบบเครือข่ายปฏิบัติการกรุงเทพฯ (MAOC)
24	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	MA Core Switch & Network
25	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	Logging Service 1 year
26	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	MA Antivirus Kaspersky
27	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร	บำรุงรักษาอุปกรณ์เก็บข้อมูลและเครื่องแม่ข่าย

4.11 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

นโยบายด้านสิ่งแวดล้อม

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

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

จากนโยบายดังกล่าว ได้สะท้อนให้เห็นถึงการให้ความสำคัญต่อการดูแลรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นสิ่งที่บริษัทยึดถือปฏิบัติและส่งเสริมให้มีต่อเนื่องต่อไป

นอกเหนือจากนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมแล้ว บริษัท ยังเล็งเห็นถึงความสำคัญของการรับผิดชอบต่อสังคมและการดำเนินธุรกิจโดยยึดหลักธรรมาภิบาล จึงได้เกิดเป็นนโยบายของบริษัทจากเรื่องดังกล่าว ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

นโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

ในส่วนการดูแลรับผิดชอบต่อสังคม บริษัท ได้มีการนำสิ่งของเครื่องใช้ไปบริจาคตามที่ต่างๆ อาทิเช่น วัดถ้ำเขาองค์จ้ จังหวัดกาญจนบุรี วัดพระบาทน้ำพุ โรงเรียนวัดหนองซอมตะเคียนงาม จังหวัดสระบุรี และในปี 2554 ที่ผ่านมา บริษัท ได้ถือโอกาสในเดือนครบรอบการก่อตั้งของบริษัท นำเงินและสิ่งของไปบริจาคที่บ้านราชวดีหญิง ปากเกร็ด นอกจากนี้ บริษัทยังเคยมีการจัดให้พนักงานไปร่วมเลี้ยงอาหารเด็กที่บ้านเด็กอ่อนพญาไท โดยจัดในรูปแบบลักษณะของ Rally เพื่อสร้างแรงจูงใจให้พนักงานเข้ามามีส่วนร่วมมากยิ่งขึ้น ซึ่งกิจกรรมที่ผ่านมาส่วนใหญ่ได้ผลตอบรับเป็นอย่างดี มีความสุขทั้งผู้ให้และผู้รับ ทั้งในส่วนของสถานที่ที่ได้รับบริจาคก็ได้รับประโยชน์จากสิ่งของและอาหาร ส่วนบริษัทก็ได้ประโยชน์ในการสร้างเสริมความสามัคคีในหมู่พนักงาน

นอกจากนี้บริษัท IRCP ยังมีโครงการบริจาคคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ที่ไม่ได้ใช้งานแล้ว แต่ยังมีสภาพที่ดีและยังใช้งานได้อยู่ ให้กับโรงเรียนที่ขาดแคลน ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวช่วยส่งเสริมถึงความรับผิดชอบต่อสังคมที่ IRCP และยังคงสนับสนุนกิจกรรมเหล่านี้อย่างต่อเนื่องให้คงอยู่ตลอดไป

นโยบายด้านธรรมาภิบาล

IRCP ได้เริ่มนำระบบธรรมาภิบาลมาใช้ตั้งแต่วันแรกที่ก่อตั้งบริษัท กว่า 26 ปีที่ผ่านมา ปัจจุบันบริษัทฯ ได้กำหนดเป็นนโยบายเพื่อให้พนักงานทุกระดับได้นำไปปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง ผู้บริหารและพนักงานทุกคนล้วนยึดหลักปฏิบัติในเรื่องความซื่อสัตย์สุจริต โปร่งใส มีคุณธรรมและจริยธรรม มีการทำงานเป็นทีม มีความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้น ลูกค้า คู่ค้า แม้กระทั่งคู่แข่งทางการค้า ตลอดจนมุ่งมั่นรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวม

นอกจากนี้ บริษัทยังได้นำเทคโนโลยีและการบริหารงานสมัยใหม่เข้ามาใช้ อาทิ ระบบ KPIs รวมถึงระบบอื่นๆ ที่จำเป็น เพื่อสร้างความโปร่งใส เท่าเทียม และยุติธรรมกับทุกฝ่าย และเพื่อให้บรรลุต่อหลักธรรมาภิบาลได้อย่างดียิ่ง

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

หลักธรรมาภิบาลที่บริษัท IRCP ได้ยึดถือปฏิบัติ มีดังนี้

1. การเปิดเผยข้อมูล

บริษัทได้เปิดเผยข้อมูลให้แก่นักลงทุน และผู้ที่สนใจในการดำเนินธุรกิจของบริษัทผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัท คือ www.ircp.co.th นอกจากนี้บริษัทยังได้มีการแจ้งข่าวสารสำคัญต่างๆ ของบริษัทต่อตลาดหลักทรัพย์ ผ่านระบบของตลาดหลักทรัพย์ เพื่อสามารถเปิดเผยต่อนักลงทุนต่อไปได้

2. การดำเนินธุรกิจอย่างระมัดระวัง

2.1. การจัดตั้งระบบบริหารความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ

2.1.1. ธุรกิจที่เป็นโครงการ (Project Based Business)

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

- การประเมินความเสี่ยงก่อนการขาย ขั้นตอนนี้จะเริ่มตั้งแต่ก่อนการขาย โดยคณะกรรมการจะประเมินโอกาสที่จะส่งมอบโครงการได้สำเร็จ ประเมินความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นและแผนปฏิบัติ หากเกิดความเสี่ยงนั้นขึ้น และประเมินผลกระทบต่อองค์กร อันได้แก่ผลกระทบต่อด้านการเงิน ผลกระทบด้านการบริการ เป็นต้น
- คัดกรองโครงการที่มีความเสี่ยงสูงออกไป หลังจากประเมินความเสี่ยงของโครงการแล้ว
- หลังจากการขนะการประกวดโครงการ จะมีการถ่ายทอดงานจากฝ่ายขายไปยังฝ่ายบริหารโครงการ (Project Management)
- เมื่อสิ้นสุดโครงการ จะมีการถ่ายทอดงานให้ฝ่ายบริการหลังการขาย ดูแลจนถึงสิ้นสุดระยะเวลาการรับประกันตามสัญญา

2.1.2. ธุรกิจที่ไม่ใช่โครงการ (Non Project Business)

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

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

3. การใช้หลักการบัญชีแบบอนุรักษ์นิยม

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