

## 2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

### โครงสร้างรายได้

โครงสร้างรายได้ของกลุ่มบริษัท สำหรับงวดปี 2554-2556 แยกตามหน่วยธุรกิจ มีรายละเอียดดังตารางนี้

หน่วย: พันบาท

หน่วยธุรกิจ	ดำเนิน การโดย	% การถือ หุ้นของ บริษัท	2554		2555		2556	
			จำนวนเงิน	ร้อยละ	จำนวนเงิน	ร้อยละ	จำนวนเงิน	ร้อยละ
หน่วยธุรกิจโทรคมนาคม	IRCP	100	656,819	52.69	360,297	41.86	414,058	39.56
หน่วยธุรกิจโครงการเทคโนโลยีสารสนเทศ ระดับองค์กร	IRCP	100	166,150	13.33	135,535	15.74	232,816	22.24
หน่วยธุรกิจผลิตซ้ำซอฟต์แวร์	IRCP	100	26,793	2.15	23,282	2.70	18,720	1.79
หน่วยธุรกิจจำหน่ายสินค้าไอทีประเภท ผลิตภัณฑ์ระดับองค์กร	ITDC	99.99	245,513	19.70	308,336	35.81	327,522	31.29
หน่วยธุรกิจการพัฒนาซอฟต์แวร์**	ISD	99.99	9,548	0.77	8,211	0.95	-	-
หน่วยธุรกิจบริการให้คำปรึกษาพัฒนาระบบ สารสนเทศ	INEC	92.00	18,202	1.46	45,311	5.27	46,685	4.46
หน่วยธุรกิจระบบสนับสนุนธุรกิจโทรคมนาคม	TVT	99.99	127,894	10.26	34,464	4.00	38,189	3.65
รายได้อื่น			20,555	1.65	8,809	1.02	24,361	2.33
รวมรายได้ก่อนรายได้ระหว่างส่วนงาน			1,271,474	102.00	924,245	107.35	1,102,351	105.31
หัก รายได้ระหว่างส่วนงาน			(24,970)	(2.00)	(63,299)	(7.35)	(55,618)	(5.31)
รวมรายได้			1,246,504	100.00	860,946	100.00	1,046,733	100.00

\*\*หมายเหตุ หน่วยธุรกิจการพัฒนาซอฟต์แวร์ ดำเนินการโดย ISD ได้โอนย้ายพนักงานทั้งหมดไปยังหน่วยธุรกิจบริการให้คำปรึกษาพัฒนาระบบสารสนเทศ ดำเนินการโดย INEC ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2556 ดังนั้นรายได้ในปี 2556 ได้แสดงภายใต้หน่วยธุรกิจบริการให้คำปรึกษาพัฒนาระบบสารสนเทศ INEC จำนวน 6.67 ล้านบาท

โครงสร้างรายได้ของกลุ่มบริษัท สำหรับงวดปี 2554-2556 แยกตามหน่วยประเภทโครงการและไม่ใช่โครงการ มีรายละเอียดดังตารางนี้

หน่วย : พันบาท

ประเภทธุรกิจ	2554		2555		2556	
	จำนวนเงิน	ร้อยละ	จำนวนเงิน	ร้อยละ	จำนวนเงิน	ร้อยละ
รายได้จากธุรกิจประเภทโครงการ	978,613	78.50	583,818	67.82	731,748	69.91
รายได้จากธุรกิจประเภทที่ไม่ใช่โครงการ	272,306	21.85	331,618	38.51	346,242	33.08
รายได้อื่น	20,555	1.65	8,809	1.02	24,361	2.32
รวมรายได้ก่อนรายได้ระหว่างส่วนงาน	1,271,474	102.00	924,245	107.35	1,102,351	105.31
หัก รายได้ระหว่างส่วนงาน	24,970	2.00	63,299	7.35	55,618	5.31
รวมรายได้	1,246,504	100.00	860,946	100.00	1,046,733	100.00

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

ในปี 2556 กลุ่มบริษัท มีรายได้จากส่วนธุรกิจประเภทโครงการร้อยละ 69.91 ของรายได้รวม และจากส่วนงานธุรกิจประเภทไม่ใช่โครงการร้อยละ 33.08 ของรายได้รวม มีรายได้อื่นร้อยละ 2.33 และมีรายการระหว่างกัน ร้อยละ 5.31 ของรายได้รวม

**ข้อมูลแต่ละหน่วยธุรกิจ**
**2.1 ธุรกิจโทรคมนาคม (Telecommunication: Telecom)**
**2.1.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

ธุรกิจโทรคมนาคม (Telecommunication) ดำเนินธุรกิจการเป็นที่ปรึกษา ออกแบบ จัดหาอุปกรณ์ ติดตั้ง บริหารโครงการ และบำรุงรักษาด้านระบบสื่อสารโทรคมนาคมที่ทันสมัยแบบครบวงจร โดยนำเสนออุปกรณ์ที่มีชื่อเสียงระดับโลก และมีทีมงานที่มีประสบการณ์และผลงานเป็นที่ยอมรับในตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าองค์กรขนาดใหญ่ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด สินค้าหลักที่นำเสนอ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ Nokia Siemens Network (NSN) และผลิตภัณฑ์ Tellabs โซลูชันหลักที่เสนอขาย ได้แก่ ระบบเชื่อมโยงความเร็วสูงผ่านสายใยแก้วนำแสง (SDH Transmission system) ระบบสื่อสารโทรคมนาคมสมัยใหม่ (Next Generation Network) ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ยุคที่ 3 (the 3<sup>rd</sup> Generation Mobile Network) ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ยุคที่ 4 (Long-Term Evolution : LTE) และอุปกรณ์ระบบ FTTx

โดยที่ผ่านมาทางสายธุรกิจ SI มีผลงานที่โดดเด่นและมีประสบการณ์ในการทำโครงการใหญ่หลายโครงการจนเป็นที่ยอมรับในวงการอย่างกว้างขวาง เช่น

ชื่อโครงการ	หน่วยงาน	มูลค่าโครงการ (ล้านบาท)	ปี พ.ศ.
Upgrade VAS for HSPA	บมจ. กสท โทรคมนาคม	79.70	2556
ซื้ออุปกรณ์ BRAS สำหรับบริการ Broadband Internet	บมจ. กสท โทรคมนาคม	19.00	2556
จ้างพัฒนาระบบ GIS Cloud Computing จำนวน 1 ระบบ	บริษัท ทีไอที จำกัด (มหาชน)	49.00	2556
ซื้ออุปกรณ์และระบบควบคุมไฟส่องสว่าง ระยะใกล้ จำนวน 120 โคม	การทางพิเศษแห่งประเทศไทย	1.86	2556
จ้างเหมาติดตั้งอุปกรณ์ STP-MNP รองรับ 2.6 ล้านเลขหมาย	บริษัท ทีไอที จำกัด (มหาชน)	39.79	2556
ซื้ออุปกรณ์ MSAN	บมจ. กสท โทรคมนาคม	19.80	2556
จ้างบำรุงรักษา (MA) ระบบ NGN	บมจ. กสท โทรคมนาคม	29.90	2556
ซื้ออุปกรณ์ขยายระบบ Home Location Register (HLR) จำนวน 1 ระบบ	บมจ. กสท โทรคมนาคม	39.85	2556
ซื้ออุปกรณ์ขยายระบบ STP-MNP จำนวน 1 ระบบ	บมจ. กสท โทรคมนาคม	39.50	2556

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

ชื่อโครงการ	หน่วยงาน	มูลค่าโครงการ (ล้านบาท)	ปี พ.ศ.
ซื้ออุปกรณ์ Media Gateway จำนวน 5 ชุด	บมจ. กสท โทรคมนาคม	49.50	2556
ซื้ออุปกรณ์ขยาย Capacity อุปกรณ์ Access node Type B จำนวน 7 ชุด	บมจ. กสท โทรคมนาคม	9.80	2556
จ้างสร้างข่ายสายเชื่อมโยง Optical Fiber ภายในพื้นที่ภาคกลาง 1 ระบบ	บมจ. กสท โทรคมนาคม	16.93	2556
ซื้ออุปกรณ์ Media Gateway สำหรับ ขอนแก่น จำนวน 1 ชุด	บมจ. กสท โทรคมนาคม	9.98	2556
ปรับปรุงอุปกรณ์ระบบ STP เพื่อรองรับ TOT3G จำนวน 1 ล้านเลขหมาย	บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)	39.79	2555
ปรับปรุงอุปกรณ์ระบบโทรคมนาคม กองทัพอไทย	บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)	17.79	2555
จ้างบำรุงรักษาอุปกรณ์ MNP Gateway	บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)	12.80	2555
ซื้อพร้อมติดตั้งอุปกรณ์ระบบ DWDM (ยื่น ในนาม SIT Consortium)	บริษัท ปตท จำกัด (มหาชน)	21.60	2555
จ้างปรับปรุงระบบ MNP เพื่อรองรับ Real move จำนวน 1 ระบบ	บมจ. กสท โทรคมนาคม	2.93	2555
จ้างปรับปรุงระบบ Network Surveillance จำนวน 1 ระบบ	บมจ. กสท โทรคมนาคม	9.68	2555
จ้างปรับปรุง Data warehouse (FI Module)	บมจ. กสท โทรคมนาคม	14.80	2555
ขยายอุปกรณ์ Dummy node	บมจ. กสท โทรคมนาคม	3.67	2555
จ้างเหมาจัดทำอุปกรณ์วิเคราะห์ข้อมูลในระบบ	บมจ. กสท โทรคมนาคม	9.88	2555
จ้างจัดทำรถเคลื่อนที่เพื่อจัดทำข้อมูลแผนที่ภูมิสารสนเทศ	กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	64.00	2555
จ้างจัดทำระบบวิเคราะห์และเฝ้าระวังภัยคุกคามทางอินเทอร์เน็ต	กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร	12.99	2555
จ้างจัดทำระบบเฝ้าระวังผู้กระทำผิดตาม พ.ร.บ.คอมพิวเตอร์ 2550	กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร	23.13	2555
ขยายระบบ SDH ภาคเหนือ	บริษัท ยูไนเต็ด เทเลคอม เซลส์ แอนด์เซอร์วิส เซส จำกัด	12.98	2555

ชื่อโครงการ	หน่วยงาน	มูลค่าโครงการ (ล้านบาท)	ปี พ.ศ.
จ้างเหมาติดตั้งอุปกรณ์ระบบ IMS (ยื่นในนาม TTS CONSORTIUM)	การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค	282.00	2554
ซื้อพร้อมติดตั้งอุปกรณ์ระบบ Account Management System	บมจ. กสท โทรคมนาคม	47.64	2554
จ้างเหมา Upgrade Data warehouse	บมจ. กสท โทรคมนาคม	47.60	2554
ซื้อพร้อมติดตั้งอุปกรณ์ระบบ IMS Network Analyzer	บมจ. กสท โทรคมนาคม	19.89	2554
จ้างเหมา Upgrade ชุมสาย TANDEM	บมจ. กสท โทรคมนาคม	146.00	2554

นอกจากให้บริการจัดหาและรวบรวมระบบแล้ว หน่วยธุรกิจ Telecom ยังให้บริการหลังการขายโดยรับประกันระบบสื่อสารโทรคมนาคมตามระยะเวลาที่ตกลงกับลูกค้า ซึ่งโดยทั่วไปจะรับประกันอยู่ในช่วงเวลา 1-3 ปี โดยให้บริการถึงสถานที่ของลูกค้า (Onsite Service) โดยแบ่งการบริการออกเป็น 2 ลักษณะ ตามความต้องการของลูกค้า ได้แก่

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

### 2.1.2 การตลาดและการแข่งขัน

หน่วยธุรกิจ Telecom มีกลยุทธ์การแข่งขัน ดังนี้

#### (1) ด้านสินค้าและบริการ

หน่วยธุรกิจ Telecom ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียง ได้แก่ Nokia Siemens Networks (Value-added Reseller) และ Tellabs โดยสินค้าของบริษัทฯ มีคุณภาพ ได้รับการยอมรับอย่างสูงจากลูกค้า นอกจากนั้นทางหน่วยธุรกิจ Telecom ยังมีจุดเด่นในการสร้างความแตกต่างในการนำเสนอเทคโนโลยีที่ดีที่สุด (Solution) ในการแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า มีความชำนาญและมีศักยภาพในการบริหารโครงการ นอกจากนี้ทางทีมงานเน้นการให้ความสำคัญและใส่ใจในความต้องการของลูกค้าโดยเฉพาะด้านคุณภาพการให้บริการก่อนและหลังการขายในเวลาอันรวดเร็ว โดยทีมงานจะต้องเข้าใจในธุรกิจเพื่อนำเสนอสินค้าและบริการที่ดีที่สุด การส่งมอบตรงเวลา ทำให้บริษัทฯ มีชื่อเสียงที่ดีและได้รับการยอมรับจากลูกค้าเสมอมา

#### (2) ด้านพนักงาน

บริษัทฯ มีนโยบายที่จะพัฒนาตนเองให้ทันเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอเพื่อให้มีความสามารถแนะนำและรองรับความต้องการที่เปลี่ยนไปของลูกค้าและตลาด จึงเน้นพัฒนาคุณภาพของพนักงานรวมถึงการทำงานเป็นทีม การรับรู้และการปรับตามการเคลื่อนไหวของธุรกิจไอซีทีอย่างทันท่วงทีและต่อเนื่องส่วนหนึ่งได้จากการเป็น Certificate

Partner จากเจ้าของผลิตภัณฑ์ ทำให้ทีมงานมีความยืดหยุ่นในการทำงานสามารถปรับตัวให้สอดคล้องกับความต้องการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีได้อย่างดี

(3) ด้านการบริหารต้นทุน

หน่วยธุรกิจ Telecom เน้นการบริหารต้นทุนการขายและการให้บริการเพื่อให้ได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน โดยยังรักษาคุณภาพสินค้าและบริการให้ได้ตามมาตรฐานโลก นอกจากนี้ หน่วยธุรกิจยังเน้นการบริหารความสัมพันธ์กับคู่ค้า และเจ้าของผลิตภัณฑ์เพื่อให้สามารถซื้อสินค้าได้ในราคาที่ดีที่สุด เข้าใจในตัวสินค้าต่าง ๆ เป็นอย่างดีและมีความหลากหลายของสินค้า ทำให้สามารถนำเสนอสินค้าให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า และได้รับการคัดเลือกเป็นผู้ชนะการประมูลและสามารถแข่งขันกับองค์กรอื่นได้ในระยะยาว

(4) ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า

หน่วยธุรกิจ Telecom มีการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าโดยการทำความเข้าใจลูกค้า ค้นหาความต้องการและทำการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า ทำให้มีโอกาสรับงานจากลูกค้ารายเดิมเพิ่มขึ้น ทางหน่วยธุรกิจ มีอัตราได้รับงานซ้ำจากลูกค้ารายเดิมสูงถึงร้อยละ 80

**ลักษณะของกลุ่มลูกค้าและช่องทางการจัดจำหน่าย**

ทางหน่วยธุรกิจ Telecom มีการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ชัดเจน คือ หน่วยงานรัฐวิสาหกิจ โดยเฉพาะหน่วยงานขนาดใหญ่ เช่น บมจ. กสท โทรคมนาคม บมจ. ทีโอที การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค การไฟฟ้านครหลวง เป็นต้น เนื่องจากหน่วยงานเหล่านี้มีงบประมาณในการลงทุนทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารค่อนข้างสูงเพื่อใช้ในการปรับปรุงการทำงานให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ บริษัทฯ มีจุดแข็งในด้านความรู้ ความชำนาญและประสบการณ์ที่ยาวนานมากกว่า 27 ปี ในธุรกิจนี้ จึงทำให้ลูกค้ากลุ่มนี้มีความมั่นใจในการเลือกให้บริษัทฯ เป็นผู้ดำเนินการ

รายได้ส่วนใหญ่ของหน่วย มาจากรัฐวิสาหกิจซึ่งทางหน่วยธุรกิจ จะเข้าไปทำการประกวดราคา ขึ้นตอนโดยทั่วไปจะให้พนักงาน Pre-Sale เข้าไปทำแนะนำทางด้านเทคนิค และระบบใหม่ ๆ ให้กับลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าเล็งเห็นความสำคัญและประโยชน์ของการใช้ระบบต่าง ๆ ในการทำงาน จากนั้นหากลูกค้ามีความสนใจสินค้าและบริการ ทางสายงานจะจัดส่งพนักงานขายเข้าไปเจรจาต่อรองด้านราคาและเซ็นสัญญาโครงการเพื่อทำการประกวดราคาหรือปิดงานต่อไป

กลุ่มลูกค้า	สัดส่วนรายได้ (ร้อยละ)
กสท โทรคมนาคม และ ทีโอที	43
กฟผ. , ปตท. , กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	57
<b>รวม</b>	<b>100</b>

**2.1.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

เนื่องจากหน่วยธุรกิจ Telecom ดำเนินงานโดยให้คำปรึกษาและรวบรวมระบบให้กับลูกค้า ดังนั้น วิธีการจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการจึงเป็นส่วนหนึ่งของขั้นตอนในการทำงาน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

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

หน่วยงานจะทำการสั่งซื้อสินค้าที่ต้องรวบรวมให้กับลูกค้าเมื่อได้รับการสั่งซื้อจากลูกค้าแล้ว โดยไม่มีการเก็บสินค้าคงเหลือ การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ ทั้ง อุปกรณ์ฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ จะสั่งซื้อจากตรงจาก NSN (ประเทศไทย) และ Tellabs

เรื่องการให้บริการ หน่วยงานมีการให้บริการด้วยตนเองหรือมีการใช้ผู้เชี่ยวชาญจากผู้ผลิตร่วม รวมถึงการซื้อบริการต่อจากผู้ให้บริการอื่น (Outsource) โดยหน่วยธุรกิจ Telecom มีปัจจัยในการพิจารณาเลือกบริษัทที่ทำซื้อบริการต่อ คือ ราคาและความชำนาญสำหรับงานนั้น ๆ

ในยุคของภาวะเศรษฐกิจที่มีแนวโน้มตกต่ำทางบริษัทได้ดำเนินการปรับแผนเพื่อรองรับโดยใช้ประสบการณ์และผลงานที่ผ่านมาของบริษัท มาทำการพัฒนา ปรับปรุงและสร้างมูลค่าเพิ่ม(Value added) ให้สามารถนำเสนอเป็นผลิตภัณฑ์พร้อมบริการของบริษัทเองให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัทในงบประมาณที่สอดคล้องกับภาวะดังกล่าว อันจะเป็นผลให้บริษัทสามารถรักษฐานลูกค้าเดิมและเพิ่มโอกาสในการขยายสู่กลุ่มลูกค้าใหม่

**2.1.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ**

โครงการที่ยังไม่ได้ส่งมอบของหน่วยธุรกิจ Telecom โดยส่วนใหญ่เป็นงานประมูลทั้งจากภาคราชการและเอกชน โดยมีโครงการที่ชนะการประมูลแล้วอยู่ระหว่างดำเนินงาน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 ดังนี้

ลำดับ	ชื่อลูกค้า	ชื่อโครงการ
1	บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)	MA CAT Data Warehouse/Data Mining
2	บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)	MA ระบบ Next Generation Network (NGN)
3	บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)	Value added service (VAS)
4	บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)	จัดซื้ออุปกรณ์ขยาย Capacity Access Node Type B จำนวน 7 ชุด
5	บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)	จัดสร้างข่ายเชื่อมโยง Optical Fiber พื้นที่จังหวัดภาคกลาง
6	บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)	จ้างขยายระบบ STP - MNP จำนวน 1 ระบบ
7	บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)	จ้างดำเนินการเพิ่มประสิทธิภาพระบบปรับปรุง DW/DM
8	บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)	จ้างทำอุปกรณ์ Media Gateway (MGW) จำนวน 5 ชุด
9	บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)	จ้างออกแบบและจัดทำระบบสารสนเทศด้านการเงินเพื่อผู้บริหาร DWDM
10	บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)	ระบบบริหารจัดการข้อมูลการใช้งานโทรศัพท์(AMS)
11	บริษัท แซดทีอี (ไทยแลนด์) จำกัด	Drive test and Optimization for AIS 3G
12	บริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน)	ขยายชุมสาย STP - MNP ปี 2556
13	บริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน)	จ้างพัฒนาระบบภูมิสารสนเทศบน Cloud Computing
14	บริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน)	ปรับปรุงระบบ DWDM ระหว่างสถานี NRPP NGS และ OC
15	สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน)	ประกวดราคาซื้อระบบวิเคราะห์และเฝ้าระวังภัยคุกคามจำนวน 1 ระบบ

## 2.2 ธุรกิจโครงการเทคโนโลยีสารสนเทศระดับองค์กร (Enterprise Information Technology: EIT)

### 2.2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

หน่วยธุรกิจโครงการเทคโนโลยีสารสนเทศระดับองค์กร (EIT) ประกอบธุรกิจด้านการให้บริการรวบรวมและพัฒนาระบบสารสนเทศ พร้อมทั้งให้คำปรึกษาและแก้ปัญหาให้กับงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างครบวงจร (IT Total Solutions) โดยการนำเสนอเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศที่ได้รับการยอมรับจากทั่วโลกให้กับลูกค้า และให้บริการแบบใช้งานได้ทันที (Turnkey Solution) ทั้งนี้บริษัทจะเป็นผู้รับเหมางานทั้งหมดแบบครบวงจร กล่าวคือ รวบรวมผลิตภัณฑ์ทั้งระบบสารสนเทศ ซึ่ง ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ

(1) ฮาร์ดแวร์ ได้แก่ คอมพิวเตอร์แม่ข่าย (Server, Storage) คอมพิวเตอร์ลูกข่าย (Desktop, Mobile) พร้อมอุปกรณ์เชื่อมโยงเครือข่าย (Network Integration) และระบบรักษาความปลอดภัย (Security)

(2) ระบบซอฟต์แวร์ประยุกต์ เป็นการพัฒนาระบบงานตามความต้องการของผู้ใช้งานในหน่วยงานราชการและรัฐวิสาหกิจ ซึ่งมีกระบวนการในการพัฒนาระบบงาน ตั้งแต่ สำรวจเก็บความต้องการผู้ใช้งาน (Get Requirement) ออกแบบระบบ (Design) จัดทำต้นแบบ (Prototype) พัฒนาโปรแกรม (Coding) และนำไปใช้งาน (Implementation) ซึ่งในส่วนนี้บริษัทได้มีการว่าจ้าง Outsourcing ที่มีคุณภาพ และยอมรับเงื่อนไขการทำงานของบริษัทและลูกค้า เข้ามาเป็นพันธมิตรในการทำงานร่วมกัน

(3) ซอฟต์แวร์โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับงานต่างๆ ได้แก่ ERP, CRM, Billing, Enterprise IT Management, EAI, Document & Work Flow Management และ Business Intelligence รวมถึงการจัดทำระบบ การพัฒนา การติดตั้ง การบริหารโครงการ การฝึกอบรมทั้งด้านเทคนิคและการใช้งาน และการ Outsourcing ระบบงานด้านไอที ได้แก่ การบริหารดูแลระบบคอมพิวเตอร์ โดยเจ้าหน้าที่ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะ ในปัจจุบันสายธุรกิจ EIT ได้เป็นตัวแทนให้กับสินค้าซอฟต์แวร์ต่างๆ อาทิเช่น SAP, ORACLE, IBM เป็นต้น ทำให้บริษัทฯ สามารถพัฒนาบุคลากรให้ทันต่อเทคโนโลยีตลอดเวลา และสามารถแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าได้อย่างมีคุณภาพและตรงตามความต้องการอย่างรวดเร็ว

นอกจากนี้ในส่วนของการบริการ หน่วยงาน EIT ได้มีการให้บริการครบวงจรทั้งระบบสารสนเทศโดยการนำเสนอเทคโนโลยีระบบสารสนเทศ ที่ทันสมัยในแบบ Integrated Solutions ได้แก่ การพัฒนา การติดตั้ง การบริหารโครงการ การฝึกอบรมทั้งด้านเทคนิคและการใช้งาน และการ Outsourcing พร้อมทั้งให้คำปรึกษาและแก้ปัญหาให้กับงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างครบวงจรโดยการเลือกสรรผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นที่ยอมรับจากทั่วโลกซึ่งสามารถประยุกต์ใช้งานเพื่อความเหมาะสมตามความต้องการของลูกค้า

### 2.2.2 การตลาดและการแข่งขัน

หน่วยธุรกิจ EIT มีกลยุทธ์การแข่งขัน ดังนี้

#### (1) ด้านสินค้าและบริการ

หน่วยธุรกิจ EIT ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียง เช่น SAS, Ultimus, Microsoft (เป็น Certified Partner) โดยสินค้าของบริษัทฯ มีคุณภาพ ได้รับการยอมรับอย่างสูงจากลูกค้า นอกจากนี้ ทางหน่วยธุรกิจ EIT ยังมีจุดเด่นในการสร้างความแตกต่างในการนำเสนอเทคโนโลยีที่ดีที่สุด (Solution) ในการแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า มีความชำนาญและมีศักยภาพในการบริหารโครงการ มีทีมงานที่มีประสบการณ์ในการพัฒนาซอฟต์แวร์ รวมถึงมีทีมงานพัฒนา

ซอฟต์แวร์จากหน่วยธุรกิจ ISD (International Software Development) ซึ่งให้การสนับสนุนในกรณีที่ต้องการผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าโดยเฉพาะสินค้าของบริษัทฯ จะรับประกันเป็นระยะเวลาตามที่ตกลงกับลูกค้า นอกจากนี้ทางทีมงานเน้นการให้ความสำคัญและใส่ใจในความต้องการของลูกค้าโดยเฉพาะด้านคุณภาพการให้บริการก่อนและหลังการขายในเวลาอันรวดเร็ว โดยทีมงานจะต้องเข้าใจในธุรกิจเพื่อนำเสนอสินค้าและบริการที่ดีที่สุด การส่งมอบตรงเวลา ทำให้บริษัทฯ มีชื่อเสียงที่ดีและได้รับการยอมรับจากลูกค้าเสมอมา

#### (2) ด้านพนักงาน

บริษัทฯ มีนโยบายที่จะพัฒนาตนเองให้ทันเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่เปลี่ยนแปลงไปอยู่เสมอเพื่อให้มีความสามารถแนะนำและรองรับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของลูกค้าและตลาด จึงเน้นพัฒนาคุณภาพของพนักงานรวมถึงการทำงานเป็นทีม การรับรู้และการปรับตามการเคลื่อนไหวของธุรกิจไอซีทีอย่างทันทั่วถึงและต่อเนื่องส่วนหนึ่งได้จากการเป็น Certificate Partner จากเจ้าของผลิตภัณฑ์ ทำให้ทีมงานมีความยืดหยุ่นในการทำงานสามารถปรับตัวให้สอดคล้องกับ ความเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีได้อย่างดี โดยทีมงานของ EIT มีบุคลากรที่ได้รับประกาศนียบัตรผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีจาก Microsoft และผู้เชี่ยวชาญด้านผลิตภัณฑ์จาก Hardware Vendors (HP, IBM, SUN) ที่สามารถให้บริการลูกค้า ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

#### (3) ด้านการบริหารต้นทุน

หน่วยธุรกิจ EIT เน้นการบริหารต้นทุนการขายและการให้บริการเพื่อให้ได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน โดยยังรักษาคุณภาพสินค้าและบริการให้ได้ตามมาตรฐานโลก นอกจากนี้ หน่วยธุรกิจ EIT เน้นการบริหารความสัมพันธ์กับ คู่ค้า และเจ้าของผลิตภัณฑ์เพื่อให้สามารถซื้อสินค้าได้ในราคาที่ต่ำ เข้าใจในตัวสินค้าต่าง ๆ เป็นอย่างดีและมีความหลากหลายของสินค้า ทำให้สามารถนำเสนอสินค้าให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า และได้รับการคัดเลือกเป็นผู้ชนะ การประมูลและสามารถแข่งขันกับองค์กรอื่นได้ในระยะยาว

#### (4) ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า

หน่วยธุรกิจ EIT มีการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าโดยการทำความเข้าใจลูกค้าค้นหาความต้องการและทำการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า ทำให้มีโอกาสรับงานจากลูกค้ารายเดิมเพิ่มขึ้น ทางหน่วยธุรกิจ EIT มีอัตราได้รับงานซ้ำจากลูกค้ารายเดิมสูงถึงร้อยละ 80

#### ลักษณะของกลุ่มลูกค้าและช่องทางการจัดจำหน่าย

ทางหน่วยธุรกิจ EIT มีการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ชัดเจน คือ หน่วยงานราชการและรัฐวิสาหกิจ โดยเฉพาะหน่วยงานขนาดใหญ่ เช่น การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย การไฟฟ้านครหลวง การประปานครหลวง การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย การทำอากาศยานแห่งประเทศไทย เป็นต้น เนื่องจากหน่วยงานเหล่านี้มีงบประมาณในการลงทุนทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศค่อนข้างสูงเพื่อใช้ในการปรับปรุงการทำงานให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ บริษัทฯ มีจุดแข็งในด้านความรู้ ความชำนาญและประสบการณ์ที่ยาวนานมากกว่า 26 ปี ในธุรกิจนี้ จึงทำให้ลูกค้ากลุ่มนี้มีความมั่นใจในการเลือกให้บริษัทฯ เป็นผู้ดำเนินการ



รายได้ส่วนใหญ่ของหน่วยธุรกิจ EIT มาจากภาคราชการและรัฐวิสาหกิจซึ่งทางหน่วยงานจะเข้าไปทำการประกวดราคา ขั้นตอนโดยทั่วไปจะให้พนักงาน Pre-Sale เข้าไปทำแนะนำทางด้านเทคนิค และระบบใหม่ ๆ ให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเห็นความสำคัญและประโยชน์ของการใช้ระบบต่าง ๆ ในการทำงาน จากนั้นหากลูกค้ามีความสนใจสินค้าและบริการ ทางสายงานจะจัดส่งพนักงานขายเข้าไปเจรจาต่อรองด้านราคาและเห็นสัญญาโครงการเพื่อทำการประกวดราคาหรือปิดงานต่อไป โดยมีเป้าหมายสัดส่วนรายได้จากลูกค้าภาคราชการและรัฐวิสาหกิจร้อยละ 80 และภาคเอกชนร้อยละ 20 และโครงการที่บริษัทฯ ประมูลงานได้คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 70 ของโครงการทั้งหมดที่เข้าร่วมประมูล

กลุ่มลูกค้า	สัดส่วนรายได้ (ร้อยละ)
ราชการและรัฐวิสาหกิจ	80
เอกชน	20
<b>รวม</b>	<b>100</b>

### 2.2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

เนื่องจากหน่วยธุรกิจ EIT ดำเนินงานโดยให้คำปรึกษาและรวบรวมระบบให้กับลูกค้า ดังนั้น วิธีการจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการจึงเป็นส่วนหนึ่งของขั้นตอนในการทำงาน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

สายธุรกิจ EIT จะทำการสั่งซื้อสินค้าที่ต้องรวบรวมให้กับลูกค้าเมื่อได้รับการสั่งซื้อจากลูกค้าแล้ว โดยไม่มีการเก็บสินค้าคงเหลือ การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ สามารถแบ่งได้เป็นดังนี้

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

(2) ซอฟต์แวร์ หากเป็นซอฟต์แวร์ที่เป็นตัวแทนจำหน่ายเอง จะจัดหาโดยการติดต่อเป็นผู้แทนของซอฟต์แวร์นั้นๆ โดยจ่ายค่าสัญญาการเป็นตัวแทนจำหน่ายให้กับบริษัทผู้ผลิตโดยจ่ายค่าลิขสิทธิ์ตามยอดขายหากต้องการผู้เชี่ยวชาญในการพัฒนาและติดตั้ง บริษัทฯ จะนำหน่วยธุรกิจ ISD (International Software Development) มาพัฒนาและติดตั้ง รวมถึงจัดหา Outsourcing ที่มีความรู้ ความชำนาญ และมีประสบการณ์ในการพัฒนาโปรแกรมมาเป็น Sub-Contractor

เรื่องการให้บริการ หน่วยงานมีการให้บริการด้วยตนเองหรือมีการผู้เชี่ยวชาญจากผู้ผลิตร่วมรวมถึงการซื้อบริการต่อจากผู้ให้บริการอื่น (Outsource) โดยหน่วยธุรกิจ EIT มีปัจจัยในการพิจารณาเลือกบริษัทที่ทำซื้อบริการต่อ คือ ราคาและความชำนาญสำหรับงานนั้นๆ

### 2.2.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

โครงการที่ยังไม่ได้ส่งมอบของหน่วยธุรกิจ EIT โดยส่วนใหญ่เป็นงานประมูลทั้งจากภาคราชการและเอกชน โดยมีโครงการที่ชนะการประมูลแล้วอยู่ระหว่างดำเนินงาน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 ดังนี้

ลำดับ	ชื่อลูกค้า	ชื่อโครงการ
1	กรมปศุสัตว์	จ้างบำรุงรักษาระบบฐานข้อมูลเกษตรกรผู้เลี้ยงสัตว์ งบปี 2557
2	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	MA Kaspersky Antivirus – TAT

ลำดับ	ชื่อลูกค้า	ชื่อโครงการ
3	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	Ma log management
4	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	จ้างบริหารจัดการและซ่อมบำรุงรักษาระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ ปี 2557
5	การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย	จ้างบำรุงรักษาและแก้ไข SAN และอุปกรณ์คอมพิวเตอร์
6	การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย	จ้างบำรุงรักษาอุปกรณ์ของระบบ ERP
7	การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย	บำรุงรักษาเครื่องแม่ข่าย 3 ปี EGAT
8	บริษัท ไอ.ซี.ซี.อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล จำกัด (มหาชน)	บำรุงรักษาระบบเครือข่าย – ICC
9	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร	จ้างบำรุงรักษาเครือข่ายสารสนเทศ
10	สำนักงานองค์การบริหารส่วนจังหวัดบุรีรัมย์ (หลังใหม่)	จัดหาพัฒนาระบบบริหารจัดการระบบการเรียนฯ-อบจ.บุรีรัมย์
11	สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล กรุงเทพมหานคร	จ้างบำรุงรักษา ระบบเครือข่ายและโปรแกรมประยุกต์-กทม. ระยะที่2
12	สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล กรุงเทพมหานคร	ซื้อระบบคอมพิวเตอร์และโปรแกรมคลังข้อมูล BMA data warehouse

## 2.3 ธุรกิจระบบวิทยุและโทรทัศน์กระจายเสียง (Digital Broadcasting Radio and Television: DB)

### 2.3.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ธุรกิจระบบวิทยุและโทรทัศน์กระจายเสียง (Digital Broadcasting) เป็นหน่วยธุรกิจใหม่ของบริษัทที่เปิดดำเนินการตั้งแต่กลางปี 2556 โดยดำเนินธุรกิจการเป็นที่ปรึกษา ออกแบบ จัดหาอุปกรณ์ ติดตั้ง บริหารโครงการ และบำรุงรักษาด้านระบบวิทยุและโทรทัศน์กระจายเสียงที่ทันสมัยแบบครบวงจร โดยนำเสนออุปกรณ์ที่มีชื่อเสียงระดับชั้นนำของโลก และมีทีมงานที่มีประสบการณ์และผลงานเป็นที่ยอมรับในตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าองค์กรขนาดใหญ่ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด สินค้าหลักที่นำเสนอ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เครื่องส่งวิทยุและโทรทัศน์ Plisch ระบบสายอากาศ Kathrein และระบบรวมสัญญาณ Spinner ไซลูชั่นหลักที่เสนอขาย ได้แก่ ระบบส่งสัญญาณโทรทัศน์ในระบบดิจิตอลภาคพื้นดิน (DVB-T2) ซึ่งเป็นระบบกระจายเสียงของโทรทัศน์ที่ทันสมัยที่สุด ระบบในการส่งสัญญาณวิทยุดิจิตอล ( DAB +) รวมทั้งอุปกรณ์ในการส่งสัญญาณผ่านดาวเทียม ( DVB-S/S2) อุปกรณ์ในการผลิตเนื้อหารายการวิทยุและโทรทัศน์ รวมไปถึงจนถึงอุปกรณ์ในการควบคุมการออกอากาศ

โดยปีที่ผ่านมาจากทางหน่วยธุรกิจ Digital Broadcasting มีผลงานที่โดดเด่นและมีประสบการณ์ในการทำโครงการใหญ่จนเป็นที่ยอมรับในวงการอย่างกว้างขวาง เช่น

ชื่อโครงการ	หน่วยงาน	มูลค่าโครงการ (ล้านบาท)	ปี พ.ศ.
สอบราคาซื้ออุปกรณ์ Video Encoder HD	องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพ สภาวระณะแห่งประเทศไทย	4.130	2556

นอกจากให้บริการจัดหาและรวบรวมระบบแล้ว หน่วยธุรกิจ Digital Broadcasting ยังให้บริการหลังการขายโดยรับประกันอุปกรณ์และระบบบรอดแคสต์ ตามระยะเวลาที่ตกลงกับลูกค้า ซึ่งโดยทั่วไปจะรับประกันอยู่ในช่วงเวลา 1-2 ปี โดยให้บริการถึงสถานที่ของลูกค้า (Onsite Service) โดยแบ่งการบริการออกเป็น 2 ลักษณะ ตามความต้องการของลูกค้า ได้แก่

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

### 2.3.2 การตลาดและการแข่งขัน

หน่วยธุรกิจ Digital Broadcasting มีกลยุทธ์การแข่งขัน ดังนี้

#### (1) ด้านสินค้าและบริการ

หน่วยธุรกิจ Digital Broadcasting ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียง ได้แก่ Spinner Kathrein และ Plisch โดยสินค้าของบริษัทฯ มีคุณภาพ ได้รับการยอมรับอย่างสูงจากลูกค้า นอกจากนั้น ทางสายธุรกิจ SI ยังมีจุดเด่นในการสร้างความแตกต่างในการนำเสนอเทคโนโลยีที่ดีที่สุด (Solution) ในการแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า มีความชำนาญและมีศักยภาพในการบริหารโครงการ นอกจากนี้ทางทีมงานเน้นการให้ความสำคัญและใส่ใจในความต้องการของลูกค้าโดยเฉพาะด้านคุณภาพการให้บริการก่อนและหลังการขายในเวลาอันรวดเร็ว โดยทีมงานจะต้องเข้าใจในธุรกิจเพื่อนำเสนอสินค้าและบริการที่ดีที่สุด การส่งมอบตรงเวลา ทำให้บริษัทฯ มีชื่อเสียงที่ดีและได้รับการยอมรับจากลูกค้าเสมอมา

#### (2) ด้านพนักงาน

บริษัทฯ มีนโยบายที่จะพัฒนาตนเองให้ทันเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เปลี่ยนแปลงไปอยู่เสมอเพื่อให้มีความสามารถแนะนำและรองรับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของลูกค้าและตลาด จึงเน้นพัฒนาคุณภาพของพนักงานรวมถึงการทำงานเป็นทีม การรับรู้และการปรับตามการเคลื่อนไหวตัวของธุรกิจดิจิทัลบรอดแคสต์ได้อย่างทัน่วงที่และต่อเนื่องส่วนหนึ่งได้จากการเป็น Certificate Partner จากเจ้าของผลิตภัณฑ์ ทำให้ทีมงานมีความยืดหยุ่นในการทำงานสามารถปรับตัวให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีได้อย่างดี

#### (3) ด้านการบริหารต้นทุน

หน่วยธุรกิจ Digital Broadcasting เน้นการบริหารต้นทุนการขายและการให้บริการเพื่อให้ได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน โดยยังรักษาคุณภาพสินค้าและการบริการให้ได้ตามมาตรฐานโลก นอกจากนี้หน่วยงานยังเน้นการบริหารความสัมพันธ์กับคู่ค้า และเจ้าของผลิตภัณฑ์เพื่อให้สามารถซื้อสินค้าได้ในราคาที่ต่ำ เข้าใจในตัวสินค้าต่างๆ เป็นอย่างดีและมีความหลากหลายของสินค้า ทำให้สามารถนำเสนอสินค้าให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า และได้รับการคัดเลือกเป็นผู้ชนะการประมูลและสามารถแข่งขันกับองค์กรอื่นได้ในระยะยาว

#### (4) ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า

หน่วยธุรกิจ Digital Broadcasting มีการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าโดยการทำความเข้าใจลูกค้า ค้นหาความต้องการและทำการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า เพื่อให้มีโอกาสรับงานจากลูกค้ารายเดิมเพิ่มขึ้น

### ลักษณะของกลุ่มลูกค้าและช่องทางการจัดจำหน่าย

ทางหน่วยธุรกิจ Digital Broadcasting มีการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ชัดเจน คือ หน่วยงานที่ได้รับใบอนุญาตเป็นผู้ให้บริการแพร่ภาพโทรทัศน์ดิจิทัล ได้แก่ องค์กรกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (ไทยพีบีเอส) บมจ. อสมท สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 และกรมประชาสัมพันธ์ เนื่องจากหน่วยงานเหล่านี้มีงบประมาณในการลงทุนทางด้านเทคโนโลยีวิทยุและโทรทัศน์กระจายเสียงค่อนข้างมาก นอกจากนี้ บริษัทฯ มีจุดแข็งในด้านความรู้ ความชำนาญและประสบการณ์ของทีมงานในธุรกิจนี้ จึงทำให้ลูกค้ากลุ่มนี้มีความมั่นใจในการเลือกให้บริษัทเป็นผู้ดำเนินการ

รายได้ส่วนใหญ่ของหน่วยธุรกิจ Digital Broadcasting มาจากการประกวดราคา ขั้นตอนโดยทั่วไปจะให้นักพนักงาน Pre-Sale เข้าไปทำแนะนำทางด้านเทคนิค และระบบใหม่ ๆ ให้กับลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าเล็งเห็นความสำคัญและประโยชน์ของการใช้ระบบต่าง ๆ ในการทำงาน จากนั้นหากลูกค้ามีความสนใจสินค้าและบริการ ทางสายงานจะจัดส่งพนักงานขายเข้าไปเจรจาต่อรองด้านราคาและเห็นสัญญาโครงการเพื่อทำการประกวดราคาหรือปิดงานต่อไป

#### 2.3.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

เนื่องจากหน่วยธุรกิจ Digital Broadcasting ดำเนินงานโดยให้คำปรึกษาและรวบรวมระบบให้กับลูกค้า ดังนั้นวิธีการจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการจึงเป็นส่วนหนึ่งของขั้นตอนในการทำงาน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

หน่วยงานจะทำการสั่งซื้อสินค้าที่ต้องรวบรวมให้กับลูกค้าเมื่อได้รับการสั่งซื้อจากลูกค้าแล้ว โดยไม่มีการเก็บสินค้าคงเหลือ การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการทั้งอุปกรณ์ฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ จะสั่งซื้อจากตรงจาก Plisch Kathrein และ Spinner

เรื่องการให้บริการ หน่วยงานมีการให้บริการด้วยตนเองหรือมีการใช้ผู้เชี่ยวชาญจากผู้ผลิตร่วม รวมถึงการซื้อบริการต่อจากผู้ให้บริการอื่น (Outsource) โดยหน่วยงานมีปัจจัยในการพิจารณาเลือกบริษัทที่ทำซื้อบริการต่อ คือ ราคาและความชำนาญสำหรับงานนั้น ๆ

#### 2.3.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

โครงการที่ยังไม่ได้ส่งมอบของหน่วยธุรกิจ Digital Broadcasting โดยส่วนใหญ่เป็นงานประมูลทั้งจากภาคราชการและเอกชน โดยมีโครงการที่ชนะการประมูลแล้วอยู่ระหว่างดำเนินงาน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 ดังนี้

ลำดับ	ชื่อลูกค้า	ชื่อโครงการ
1	องค์กรกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย	จัดหา Combiner พร้อมอุปกรณ์ส่วนควบโครงการโทรทัศน์ดิจิทัล

### 2.4 ธุรกิจการผลิตซ้ำซอฟต์แวร์ (Authorized Replicator: AR)

#### 2.4.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

หน่วยธุรกิจ 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) มาทำการพิมพ์ข้อความ

แสดงสิทธิการใช้งานในแต่ละผลิตภัณฑ์ พร้อมทั้งนำวัตถุดิบและวัตถุดิบที่แปรรูปแล้ว มาประกอบเข้าด้วยกันตามสูตรการผลิตของแต่ละผลิตภัณฑ์ แล้วทำการจัดส่งไปยังลูกค้า ซึ่งมี 2 กลุ่มคือ กลุ่มที่เป็นผู้จัดจำหน่ายที่ได้รับอนุญาต (Delivery Service Partner) และกลุ่มที่เป็นผู้ผลิตเครื่องคอมพิวเตอร์ (OEM Name Account) ซึ่งลูกค้าทั้งสองกลุ่มจะต้องเป็นบริษัทที่ได้ทำสัญญาจ่ายค่า License ตรงกับไมโครซอฟต์แล้วเท่านั้น สำหรับขั้นตอนการพิมพ์ ตลอดจนจนถึงการจัดส่ง จะถูกควบคุมและดำเนินการโดยผ่านกระบวนการ และเทคโนโลยีของไมโครซอฟต์ โดยเฉพาะ (Microsoft OEM Online) ปัจจุบันทางสายธุรกิจ AR เป็นผู้ผลิตซ้ำซอฟต์แวร์ให้กับ Microsoft แต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทยมานานกว่า 20 ปี

นอกจากการบริการรับจ้างผลิตซ้ำซอฟต์แวร์ให้กับลูกค้าแล้ว หน่วยธุรกิจ AR ยังให้บริการทางด้านงานพิมพ์ เครื่องหมายหรือตราสินค้าบนวัตถุดิบโค้ง เช่น แป้นพิมพ์คีย์บอร์ด แก้วหรือพลาสติก ตามที่ลูกค้ากำหนด เป็นต้น

#### 2.4.2 การตลาดและการแข่งขัน

สัดส่วนรายได้ของหน่วยธุรกิจ AR ในปี 2556 ส่วนใหญ่มาจากการผลิตซ้ำซอฟต์แวร์ของไมโครซอฟต์ คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 99.5 และงานพิมพ์เครื่องหมายหรือตราสินค้าบนวัตถุดิบโค้งมีการเติบโตที่ลดลงเล็กน้อย โดยมีสัดส่วนร้อยละ 0.5 ดังนั้น ทางหน่วยธุรกิจ AR จึงมีนโยบายการตลาดมุ่งเน้นงานทางด้านการผลิตซ้ำซอฟต์แวร์ของไมโครซอฟต์เป็นหลัก โดยมุ่งเน้นตลาดในประเทศและตลาดเวียดนาม ซึ่งมีการสั่งซื้ออย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน โดยเฉพาะตลาดเวียดนามมีอัตราการเติบโตมากกว่าร้อยละ 10 ในแต่ละปีตลอดช่วงระยะเวลา 4 ปีที่ได้เริ่มขยายตลาดเข้าไป ในขณะที่ตลาดในประเทศหดตัวลงประมาณร้อยละ 20 จากผลกระทบจากโครงการ Tablet ภาคการศึกษาซึ่งขยายตัวเข้ามาแย่งตลาดพีซีไปบางส่วน อย่างไรก็ตามหน่วยงานยังได้รับคะแนนความพึงพอใจอยู่ในเกณฑ์ดีมากเต็ม 100% จากการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าทั้งหมดทั้งในเดือนมกราคมและกรกฎาคม ซึ่งเดิมตลาดของประเทศเวียดนามมีคู่แข่งที่ทำอยู่คือ AR ในมาเลเซียและสิงคโปร์ ในขณะที่หน่วยงานเป็นผู้ทำตลาดในประเทศไทยเพียงรายเดียว ทำให้ในปัจจุบันสัดส่วนของผลิตภัณฑ์ไมโครซอฟต์ที่บริษัทจัดจำหน่ายสามารถแบ่งเป็น 2 กลุ่มตามภูมิภาคคือ ไทย และเวียดนามเป็น 80 : 20% ตามจำนวนหน่วย ส่วนสายผลิตภัณฑ์การพิมพ์บนวัตถุดิบโค้งนั้นจะเป็นตลาดเฉพาะสำหรับคีย์บอร์ดที่ผลิตเป็นจำนวนน้อย จึงไม่ค่อยมีการเติบโตอันเนื่องมาจากการให้บริการที่บริษัทฯ ให้กับลูกค้าในส่วนนี้จะเน้นการแก้ไขปัญหาสำหรับคีย์บอร์ดที่ยังไม่ได้พิมพ์ตัวอักษรภาษาไทยบนแป้นพิมพ์ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ ที่หากมีจำนวนมากผู้ผลิตตั้งต้นมักจะพิมพ์มาให้แล้ว สำหรับนโยบายด้านลูกค้า จะเน้นการผลิตและจัดส่งได้อย่างรวดเร็ว มีคุณภาพได้มาตรฐานตามที่ลูกค้ากำหนด มีบริการหลังการขาย นอกจากนี้ หน่วยธุรกิจ AR ได้จัดให้มีขั้นตอนการทำงานอย่างเป็นระบบ รวมถึงมีระบบการตรวจสอบคุณภาพและรวบรวมสถิติที่ได้มาตรฐาน และมีการจัดทำแบบประเมินความพึงพอใจจากลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งลูกค้ายังคงไว้วางใจเสมอมา

หน่วยธุรกิจ AR มีกลยุทธ์การแข่งขัน ดังนี้

##### (1) ด้านสินค้าและบริการ

หน่วยธุรกิจ AR เน้นการให้บริการผลิตสินค้าและการให้บริการที่รวดเร็ว และมีคุณภาพ ซึ่งหน่วยงานมีการให้สัญญาโดยกำหนดระดับการให้บริการที่รวดเร็วและมีคุณภาพ (Service Level Agreement) แก่ลูกค้า คือจัดส่งให้เรียบร้อย ภายใน 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

ทางหน่วยธุรกิจ AR มีการสำรวจระดับความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction Level) ทุกปี โดยทำแบบสอบถามไปถึงลูกค้าโดยตรงเพื่อให้คะแนนในหัวข้อต่าง ๆ ที่ทางหน่วยงานคาดว่าจะสำคัญ เช่น คุณภาพสินค้า ราคา การจัดส่งและการให้บริการ เป็นต้น เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงและพัฒนากระบวนการผลิตให้ลูกค้ามีความพึงพอใจสูงสุด ซึ่งผลการสำรวจตลอดปี 2556 ที่ผ่านมาพบว่า ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจในเกณฑ์ ดี ถึง ดีมากเฉลี่ยถึงร้อยละ 100

เนื่องจากหน่วยธุรกิจ AR ประกอบธุรกิจหลัก คือ การผลิตฮาร์ดแวร์ของไมโครซอฟต์ ซึ่งขายให้กับลูกค้าตามที่ไมโครซอฟต์ เป็นผู้กำหนดให้ โดย Microsoft Licensing ประเทศสหรัฐอเมริกาจะเป็นผู้มอบหมายนโยบายให้กับไมโครซอฟต์ ประเทศไทยซึ่งเป็นตัวแทนในประเทศ เพื่อให้เป็นผู้กำหนดนโยบายทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ รวมถึงการปราบปรามซอฟต์แวร์ที่ผิดกฎหมายอีกทอดหนึ่ง ดังนั้น นโยบายการตลาดส่วนใหญ่จะถูกกำหนดโดยไมโครซอฟต์ โดยหากในปีใดทางไมโครซอฟต์ มีนโยบายการปราบปรามซอฟต์แวร์ละเมิดลิขสิทธิ์อย่างเข้มงวด ก็จะส่งผลให้รายได้ของหน่วยงานโตตามไปด้วย ในขณะที่เดียวกัน สำหรับผลิตภัณฑ์หรือรุ่นสินค้าของไมโครซอฟต์ ซึ่งมีออกมาใหม่เป็นระยะเพื่อกระตุ้นและตอบสนองความต้องการของลูกค้า หน่วยงานก็จะได้รับความไว้วางใจให้เป็นผู้ผลิตฮาร์ดแวร์เหล่านั้น ทำให้หน่วยธุรกิจ AR สามารถผลิตผลิตภัณฑ์ได้หลากหลาย อย่างเช่น ในช่วงเดือนตุลาคมปี พ.ศ. 2556 นี้ ทางไมโครซอฟต์ ได้มีการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ในตระกูล Windows 8.1 และ Windows Server 2012 R2 ที่เพิ่มความสามารถในการใช้งานใหม่ๆ เพิ่มขึ้น ใช้งานง่ายขึ้น ตอบสนองการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี ให้รองรับการเติบโตของผลิตภัณฑ์ประเภท Tablet ที่เป็นที่ยอมรับในปัจจุบัน รวมทั้งเหมาะกับคอมพิวเตอร์รุ่นใหม่ที่เราเรียกว่า Ultra Book เป็นอย่างดี ทำให้ผลิตภัณฑ์มีความสดใหม่ และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

## (2) ด้านการลดต้นทุนการผลิต

หน่วยงานมีการดำเนินงานตามมาตรฐานที่ทาง Microsoft กำหนด และได้มีการปรับปรุงพัฒนากระบวนการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยยึดหลักการ ง่าย เร็ว ประหยัด และมีประสิทธิภาพ (Easier, Faster, Saver และ More Efficient) มาอย่างต่อเนื่อง โดยในปี พ.ศ. 2556 มีปรับเปลี่ยน Packaging แบบใหม่สำหรับสินค้าเดิมซึ่งยังคงได้รับความนิยมอย่าง Windows 7 ให้มีรูปลักษณะที่คล้ายคลึงกับ Windows 8 ซึ่งมีต้นทุนต่ำลง 20% โดยการลดจำนวนชิ้นส่วนลงจากเดิมเกือบเท่าตัว และส่งผลให้ผลิตได้เร็วขึ้นกว่าเดิม 20% ซึ่งโดยภาพรวมการปรับปรุงกระบวนการในช่วงปีที่ผ่านมาถือว่าประสบความสำเร็จ อันเป็นผลจากการวิเคราะห์ตลาดและการวางแผนจัดการวัตถุดิบอย่างมีประสิทธิภาพ และมีการปรับเปลี่ยนวิธีการเฉพาะสำหรับคำสั่งซื้อ lot ใหญ่ที่เป็นงานโครงการภาครัฐ โดยความพยายามรวมการสั่งซื้อให้มีปริมาณมากต่อครั้ง และการเจรจาต่อรองด้านราคากับ Supplier ทำให้มีความประหยัดต่อขนาดสูง ทั้งนี้ ทุกเป้าหมายมีการติดตามและจัดเก็บเป็นดัชนีชี้วัด (KPI) อย่างต่อเนื่อง เป็นระบบ และสอดคล้องกับนโยบายโดยรวมของบริษัทฯ ทำให้มั่นใจได้ว่าปีต่อไป ต้นทุนการผลิตจะสามารถลดลงได้อย่างสม่ำเสมอเช่นอดีตที่ผ่านมา

### ลักษณะของกลุ่มลูกค้าและช่องทางการจัดจำหน่าย

สำหรับซอฟต์แวร์ของไมโครซอฟต์ทางหน่วยธุรกิจ AR จะจำหน่ายให้เฉพาะลูกค้าที่ Microsoft เป็นผู้กำหนดให้เท่านั้น โดยแบ่งลูกค้าออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

(1) DSP (Delivery Service Partner) คือบริษัทที่เป็นตัวแทนกระจายสินค้าของไมโครซอฟต์ ซึ่งในประเทศไทยมี 3 รายและประเทศเวียดนาม 3 ราย ซึ่งในปี 2556 ที่ผ่านมานี้ ไมโครซอฟต์เวียดนามได้แต่งตั้งตัวแทนกระจายสินค้ารายใหม่ในประเทศเวียดนามเพิ่ม 1 ราย โดย DSP เหล่านี้จะขายสินค้าให้กับกลุ่มลูกค้าหลัก 2 กลุ่มคือ กลุ่มบริษัทผู้ผลิตคอมพิวเตอร์รายย่อย (System Builder) ที่ไม่ได้ซื้อลิขสิทธิ์โดยตรงกับไมโครซอฟต์ และกลุ่มองค์กรต่าง ๆ ที่ต้องการซอฟต์แวร์ที่มีลิขสิทธิ์ถูกต้องของไมโครซอฟต์ โดยในปี 2556 สายธุรกิจ AR มีสัดส่วนรายได้จาก DSP ประมาณร้อยละ 93.72

(2) บริษัทผู้ผลิตคอมพิวเตอร์ที่ซื้อลิขสิทธิ์โดยตรงกับ Microsoft USA (Named Account) ซึ่งในปัจจุบันมีลูกค้ากลุ่มนี้ในประเทศไทยจำนวน 2 ราย และในประเทศเวียดนาม 1 ราย โดยในปี 2556 มีสัดส่วนรายได้จากลูกค้ากลุ่มนี้ ร้อยละ 6.28 อย่างไรก็ตามสำหรับผู้ผลิตคอมพิวเตอร์ที่เป็น Named Account นี้ในประเทศเวียดนามได้มีการแต่งตั้งเพิ่มขึ้นมาอีก 1 ราย คาดว่าจะเริ่มขายได้ภายในไตรมาสแรกของปี 2557

ส่วนงานด้านการพิมพ์เครื่องหมายหรือตราสินค้าบนวัตถุผิวโค้ง ส่วนใหญ่เป็นการให้บริการกับกลุ่มของลูกค้า Microsoft เช่น งานการพิมพ์ตัวหนังสือภาษาไทยลงบนแป้นพิมพ์ เป็นต้น นอกจากนี้ อาจจะมีลูกค้าเพิ่มเติม คือ ผู้ผลิตเครื่องภายในประเทศที่ต้องการพิมพ์ตราสินค้าของตัวเอง

### ภาวะการแข่งขัน

ซอฟต์แวร์ปฏิบัติการและซอฟต์แวร์ประยุกต์ ของไมโครซอฟต์ เป็นสินค้าที่มีผู้ใช้งานสูงสุดในตลาดซอฟต์แวร์ของประเทศไทย และเนื่องจากทางหน่วยธุรกิจ AR ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นผู้ผลิตซ้ำซอฟต์แวร์ของไมโครซอฟต์ เพียงรายเดียวในประเทศไทย ดังนั้น ปัจจุบันบริษัทฯ ครองตลาด 100 % และสามารถครองส่วนแบ่งตลาดในเวียดนามได้ 100% ในปีที่ผ่านมาแล้วเช่นกัน สำหรับสินค้าที่มีลิขสิทธิ์ที่ถูกต้อง อย่างไรก็ตาม คู่แข่งทั้งในประเทศไทยและเวียดนามมีทางเลือกที่จะซื้อสินค้าจากผู้ผลิตซ้ำซอฟต์แวร์ประเทศสิงคโปร์และมาเลเซีย ที่ได้รับอนุญาตจากไมโครซอฟต์ คือ บริษัท International Press Softcom Limited และ Mentor Media Limited แต่หน่วยธุรกิจ AR มีความได้เปรียบทางด้านสถานที่ตั้งโรงงานผลิตซ้ำ และบรรจุหีบห่อที่อยู่ในประเทศไทย ประกอบกับนโยบายด้านราคาที่มีความคุ้มค่าและการจัดส่งที่รวดเร็ว ทำให้เป็นที่พึงพอใจแก่ลูกค้า ทำให้ค่าขนส่งและระยะเวลาในการจัดส่งน้อยกว่า อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีคู่แข่งทางอ้อมที่สำคัญ คือ ซอฟต์แวร์ละเมิดลิขสิทธิ์ซึ่งมีราคาที่ถูกกว่าและครองส่วนแบ่งการตลาดประมาณร้อยละ 75-80

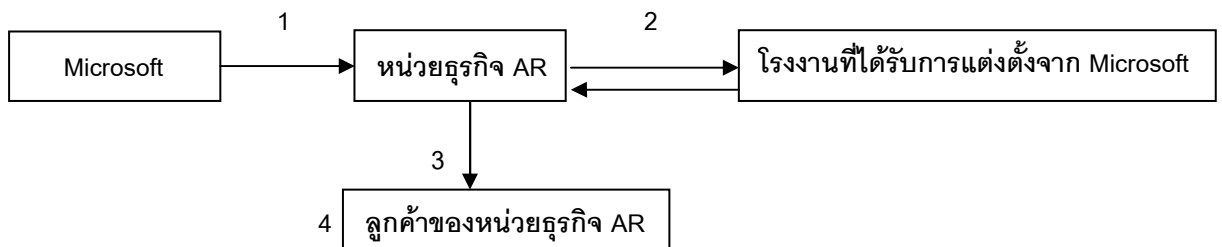
### แนวโน้มอุตสาหกรรมการผลิตซ้ำซอฟต์แวร์

จากการที่ซอฟต์แวร์ที่ผลิตซ้ำเป็นซอฟต์แวร์ของไมโครซอฟต์ ทั้งระบบปฏิบัติการและซอฟต์แวร์ประยุกต์ ซึ่งผลิตให้กับ OEMERS และ DSP โดยตรง เป็นซอฟต์แวร์ที่ครองส่วนแบ่งการตลาดอันดับหนึ่งสำหรับการใช้งานเพื่อธุรกิจ ดังนั้น การพิจารณายอดขายซอฟต์แวร์จึงสามารถพิจารณาได้จากยอดขายของจำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์ที่จำหน่ายในประเทศเป็นหลัก โดยในช่วงปี 2545 – 2551 มีอัตราการเติบโตของตลาดพีซีไม่ต่ำกว่าปีละ 10-20% ยกเว้นปี 2552 ที่ทั่วโลกประสบภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ ส่งผลให้ช่วงต้นปี มีอัตราการเติบโตติดลบ อย่างไรก็ตามจากแนวโน้มเศรษฐกิจช่วงปลายปี 2552 ตลอดมาจนถึงปี 2554 มีสัญญาณบวกทั้งจากงบประมาณภาครัฐ แต่จากผลกระทบจากเหตุการณ์น้ำท่วมใหญ่ปลายปี 2554 ส่งผลให้เกิดการขาดแคลนของฮาร์ดแวร์ ซึ่งเป็นส่วนประกอบหลักของเครื่องคอมพิวเตอร์ ตั้งแต่

ช่วงเดือนพฤศจิกายน 2554 ถึง เดือนมีนาคม 2555 และได้ส่งผลกระทบต่อเนื่องมายังซอฟต์แวร์ของไมโครซอฟท์ด้วย อีกทั้งในปีที่ผ่านมากระแสของ Tablet จะเข้ามาแย่งส่วนแบ่งของตลาดพีซีไปพอสมควร ซึ่งก็เป็นในส่วนของผู้ใช้เพื่อการบันเทิงแลโครงการ Tablet ในภาคการศึกษา ทำให้ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา (55-56) ก็มีการเติบโตลดลงเฉลี่ย 15% การคาดการณ์แนวโน้มการผลิตซ้ำซอฟต์แวร์จะยังคงตัวจากการเติบโตของตลาดเวียดนามมากกว่า 20% แต่ตลาดในประเทศอาจลดลง 10-15%

#### 2.4.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

หน่วยธุรกิจ AR เป็นผู้รับจ้างผลิตซ้ำซอฟต์แวร์ให้กับ Microsoft โดยมีขั้นตอนการทำงานและการจัดหาผลิตภัณฑ์ดังนี้



1. ไมโครซอฟท์เป็นผู้ส่งโปรแกรมต้นฉบับให้กับทางหน่วยธุรกิจ AR และทางหน่วยงานเป็นผู้พิมพ์ฉลากแสดงสิทธิกันปลอม (Certificate of Authenticity) และจัดหาวัตถุดิบส่วนต่าง ๆ ที่เหลือ เช่น แผ่นซีดี กล่องพลาสติก และหีบห่อ เป็นต้น เพื่อประกอบเป็นโปรแกรมสำเร็จรูปตามความต้องการของลูกค้า
2. หน่วยธุรกิจ AR เป็นผู้จัดส่งโปรแกรมให้กับโรงงานประเทศสิงคโปร์ที่ได้รับอนุญาตจากไมโครซอฟท์ ให้เป็นผู้ลงโปรแกรมลงแผ่นซีดีหรือโรงงานที่ไว้วางใจเป็นผู้ลงโปรแกรมใส่แผ่นซีดี / ดีวีดี
3. โรงงานที่ลงโปรแกรมส่งแผ่นซีดีกลับมายังหน่วยธุรกิจ AR เพื่อทำการผลิตซ้ำซอฟต์แวร์โดยการปิดฉลากแสดงสิทธิกันปลอม (Certificate of Authenticity) บรรจุหีบห่อ และตรวจสอบคุณภาพก่อนส่งสินค้าให้ลูกค้า
4. หน่วยธุรกิจ AR ส่งโปรแกรมสำเร็จรูปให้กับลูกค้า

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

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

หัวข้อ	ปี 2553	ปี 2554	ปี 2555	ปี 2556
กำลังการผลิต (จำนวนแผ่น)	260,000	350,000	350,000	250,000
ปริมาณการผลิตจริง (จำนวนแผ่น)	253,197	275,883	219,265	156,654



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

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

การจัดหาวัตถุดิบ จะแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกคือ วัตถุดิบคุณภาพระดับสูงป้องกันการปลอมแปลง ต้องสั่งซื้อจากผู้ขายที่ Microsoft เป็นผู้กำหนดให้เท่านั้น ได้แก่

- แผ่นซีดี/ดีวีดี มีการสั่งซื้อจาก 1 บริษัทในประเทศสิงคโปร์
- ฉลากแสดงสิทธิ์กันปลอม (Certificate of Authenticity) มีการสั่งซื้อจาก 1 บริษัท ซึ่งตั้งอยู่ที่ประเทศอังกฤษ โดยติดต่อผ่านสำนักงานสาขาในมาเลเซีย

ส่วนวัตถุดิบที่ไม่จำเป็นต้องซื้อจากผู้ผลิตที่ Microsoft กำหนด ได้แก่ สิ่งพิมพ์และหีบห่อ โดยจะสั่งซื้อจากภายในประเทศไทย โดยมีสัดส่วนต้นทุนของวัตถุดิบในปี พ.ศ. 2553 - 2556 แสดงดังตารางด้านล่าง

หน่วย : ร้อยละ

วัตถุดิบ	ปี 2553	ปี 2554	ปี 2555	ปี 2556
ฉลากแสดงสิทธิ์กันปลอม+แผ่นซีดี+สิ่งพิมพ์ เช่น แผ่นพับ คู่มือ	90	90	90	90
อื่น ๆ	10	10	10	10
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

ทั้งนี้ สัดส่วนของการซื้อวัตถุดิบจากแหล่งวัตถุดิบจากต่างประเทศและในประเทศ ปี พ.ศ. 2553 - 2556 เป็นดังนี้

หน่วย : ร้อยละ

แหล่งที่มาวัตถุดิบ	ปี 2553	ปี 2554	ปี 2555	ปี 2556
ต่างประเทศ	70	70	70	70
ในประเทศ	30	30	30	30
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

**หมายเหตุ** สัดส่วนการพึ่งพาวัตถุดิบจากต่างประเทศในช่วง 4 ปีที่ผ่านมา มีสัดส่วนคงที่ และจะยังคงมีแนวโน้มเช่นนี้ต่อไปในปีหน้า เนื่องจากรูปแบบผลิตภัณฑ์โดยเฉพาะอย่างยิ่ง Windows 8 ที่แม้ว่าจะลดการใช้กล่องพลาสติกไปและเปลี่ยนไปใช้ของกระดาษแทน แต่ชิ้นส่วนหลักยังคงเป็น ฉลากแสดงสิทธิ์กันปลอม (Certificate of Authenticity) กับแผ่นซีดี/ดีวีดีเหมือนเดิม

**สัญญาสำคัญที่เกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจการผลิตซ้ำซอฟต์แวร์**

(1) สัญญาระหว่างบริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล รีเสิร์ช คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) กับ

บริษัท MICROSOFT LICENSING, GP

บริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล รีเสิร์ช คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

คู่สัญญา บริษัท MICROSOFT LICENSING, GP

สัญญาเลขที่ 5166710202

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

วันเริ่มต้นของสัญญา 1 กรกฎาคม 2555  
 ระยะเวลาของสัญญา สิ้นสุดเมื่อมีการยกเลิกสัญญาหรือ 30 มิถุนายน 2557  
 ค่าตอบแทน ไม่มี  
 สาระสำคัญ เป็นสัญญาที่ระบุข้อตกลงในการผลิตซ้ำซอฟต์แวร์และการให้บริการทั่วไปไม่เกี่ยวข้องกับช่องทางบริหารจัดการ โดยช่องทางบริหารจัดการจะถูกแยกสัญญาออกเป็น 2 กลุ่มตามรายละเอียดของสัญญา 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 5166710203  
 วันเริ่มต้นของสัญญา 1 กรกฎาคม 2555  
 ระยะเวลาของสัญญา สิ้นสุดเมื่อมีการยกเลิกสัญญาหรือ 30 มิถุนายน 2556  
 ค่าตอบแทน ไม่มี  
 สาระสำคัญ 1. เป็นผู้ผลิตเฉพาะสินค้าประเภท OEM ได้แก่ ซอฟต์แวร์ปฏิบัติการและ ซอฟต์แวร์ประยุกต์ โดยขายให้แก่กลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้ผลิตเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ได้รับอนุญาตโดยตรงจากไมโครซอฟต์ (Name Account) ที่อยู่ในประเทศไทยและประเทศในภูมิภาคเอเชียทั้งหมด รวมถึงประเทศ ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์ ส่วนการขายวัตถุดิบสามารถขายให้กับผู้ผลิตประเภทเดียวกันในต่างประเทศได้  
 2. กรณีฉลากแสดงสิทธิ์กันปลอม (Certificate of Authenticity, COA) หาย ในขณะที่ยังอยู่ในความรับผิดชอบของบริษัทฯ จะต้องชดใช้ให้ไมโครซอฟต์ฉลากละ US\$ 50 ทุกกรณี

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

บริษัท บริษัทอินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล รีเสิร์ช คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)  
 คู่สัญญา บริษัท MICROSOFT LICENSING, GP  
 สัญญาเลขที่ 5166710204  
 วันเริ่มต้นของสัญญา 1 กรกฎาคม 2555  
 ระยะเวลาของสัญญา สิ้นสุดเมื่อมีการยกเลิกสัญญาหรือ 30 มิถุนายน 2556  
 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 จะต้องชดเชยให้ไม่ใคร่ขอฟ้ฉลากละ US\$ 50 ทุกกรณี

(4) สัญญาระหว่างบริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล รีเสิร์ช คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) กับ

บริษัท MICROSOFT LICENSING, GP

บริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล รีเสิร์ช คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

คู่สัญญา บริษัท MICROSOFT LICENSING, GP

สัญญาเลขที่ 5166710205

วันเริ่มต้นของสัญญา 1 กรกฎาคม 2555

ระยะเวลาของสัญญา ไม่มีกำหนดไว้ แต่ให้เป็นไปตามสัญญาเกี่ยวกับการขายและบริการให้กับ OEM

ค่าตอบแทน ไม่มี

สาระสำคัญ เป็นการแก้ไขเปลี่ยนแปลงบางส่วนในสัญญาเลขที่ 5166710203 ในเรื่องบริการให้กับ OEM

(5) สัญญาระหว่างบริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล รีเสิร์ช คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) กับ

บริษัท MICROSOFT LICENSING, GP

บริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล รีเสิร์ช คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

คู่สัญญา บริษัท MICROSOFT LICENSING, GP

สัญญาเลขที่ 5174800019

วันเริ่มต้นของสัญญา 1 กรกฎาคม 2556

ระยะเวลาของสัญญา สิ้นสุดเมื่อมีการยกเลิกสัญญาหรือ 30 มิถุนายน 2557

ค่าตอบแทน ไม่มี

สาระสำคัญ เป็นการแก้ไขอายุของสัญญาเลขที่ 5166710203 โดยขยายออกไปอีก 1 ปี

(6) สัญญาระหว่างบริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล รีเสิร์ช คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) กับ

บริษัท MICROSOFT LICENSING, GP

บริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล รีเสิร์ช คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

คู่สัญญา บริษัท MICROSOFT LICENSING, GP

สัญญาเลขที่ 5174800020

วันเริ่มต้นของสัญญา 1 กรกฎาคม 2556

ระยะเวลาของสัญญา สิ้นสุดเมื่อมีการยกเลิกสัญญาหรือ 30 มิถุนายน 2557

ค่าตอบแทน ไม่มี

สาระสำคัญ เป็นการแก้ไขอายุของสัญญาเลขที่ 5166710204 โดยขยายออกไปอีก 1 ปี

#### 2.4.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

หน่วยธุรกิจ AR ไม่ได้ดำเนินธุรกิจเป็นงานโครงการ แต่เป็นการผลิตและจำหน่าย จึงไม่มีงานที่ยังไม่ส่งมอบ

## 2.5 ธุรกิจช่องทางจัดจำหน่ายสินค้าไอทีประเภทผลิตภัณฑ์ระดับองค์กร (IT Distribution Company Limited: ITDC)

### 2.5.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัท ไอที ดิสทริบิวชั่น จำกัด (ITDC) เริ่มดำเนินธุรกิจด้านการจัดจำหน่าย (ขายส่ง) สินค้าไอทีมาตั้งแต่ปี 2540 และได้ปรับรูปแบบการดำเนินงานให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าและการแข่งขันตลอดมา จนปัจจุบันเป็นการจัดจำหน่าย (ขายส่ง) สินค้าไอทีและระบบอุปกรณ์เครือข่ายเฉพาะสำหรับตลาดลูกค้าระดับองค์กร (Corporate Customer) มุ่งเน้นที่การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ให้กับตัวสินค้าและบริการ และให้กับขั้นตอนของการจัดจำหน่ายทุกขั้นตอน เน้นการทำความเข้าใจและทำงานร่วมกันกับลูกค้าเพื่อให้เกิดการเสริมพลัง (Synergy) เน้นการสร้างและให้บริการสนับสนุนก่อนและหลังการขายเพื่อเสริมจุดแข็งและปิดจุดด้อยซึ่งกันและกันกับลูกค้า ตลอดจนพัฒนาสร้างบริการและโซลูชันใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าในแต่ละอุตสาหกรรม รวมถึงการให้ข้อมูลด้านเทคนิคและข้อมูลเฉพาะของสินค้า (Technical Information and Specification) การให้คำปรึกษา (Consultancy) การออกแบบระบบ (System Design) การให้การสนับสนุนในด้านอุปกรณ์และบุคลากรในการทดสอบการใช้งานสินค้า (Proof of Concept or Product Testing) การวางแผนธุรกิจร่วมกับลูกค้า การจัดอบรมเพื่อพัฒนาทักษะในการขายให้กับลูกค้า การร่วมกับลูกค้าในการนำเสนอสินค้าและปิดการขาย (Joint Customer Visit) หรือเพื่อแสดงสินค้า (Joint Exhibition/Seminar) การมีสต็อกสินค้าเพื่อลดระยะเวลาการส่งสินค้าให้กับลูกค้า การบริการติดตั้งอุปกรณ์และระบบงาน การให้การอบรมด้านเทคนิคของสินค้าเป็นภาษาไทยให้แก่ลูกค้าและลูกจ้าง การแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นกับตัวสินค้าและโซลูชัน การบริการการซ่อมบำรุงตลอดจนการมีอุปกรณ์ทดแทนในช่วงเวลาการซ่อมอุปกรณ์ นอกเหนือจากนั้นบริษัทมุ่งเน้นการให้บริการที่สม่ำเสมอและต่อเนื่อง เป็นต้น

ในปี 2556 ที่ผ่านมามีบริษัทได้หาสินค้าใหม่ๆ เพิ่มขึ้น ปรับและจัดกลุ่มสินค้าที่บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาดและได้มุ่งความสำคัญไปที่ธุรกิจ พฤติกรรมการทำงานและการใช้งานของลูกค้า ซึ่งมีแนวโน้มของพฤติกรรมการทำงานที่เปลี่ยนไปกล่าวคือ พฤติกรรมที่เกิดจากความจำเป็นในการทำธุรกิจเช่น ความต้องการในการทำธุรกิจให้ต่อเนื่อง (Business Continuity) เพื่อไม่ให้เกิดการหยุดชะงักในกรณีเกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติต่างๆ เช่นน้ำท่วม ไฟไหม้ แผ่นดินไหว หรือแม้แต่เหตุการณ์การจราจรทางทะเลที่เคยเกิดขึ้นอย่างที่ผ่านมา ความต้องการในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานให้สูงสุดภายใต้การใช้งบประมาณการลงทุนหรือของค่าใช้จ่ายที่จำกัด พฤติกรรมที่เกิดจากการแข่งขันและการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมและเทคโนโลยี จะมีการทำงานนอกสถานที่จากสถานที่ทำงานประจำมากขึ้น การทำงานจากภายนอกสำนักงาน การทำงานแบบเคลื่อนที่ การนำอุปกรณ์เครือข่ายของส่วนบุคคลซึ่งเป็นอุปกรณ์ที่องค์กรไม่ได้เป็นผู้จัดหาให้มาใช้ในงานในองค์กรมากขึ้น (Bring Your Own Device – BYOD) ซึ่งอุปกรณ์เหล่านี้จะมีหลากหลายเช่น Note Book ที่ใช้ Microsoft, Linux, Apple หรือ Tablet และ SmartPhone ที่ใช้ Apple, Android หรือ MobilePC เป็นต้น นอกเหนือจากนี้ยังมีการนำแอปพลิเคชันส่วนบุคคล เช่น Facebook, Line, Messaging มาใช้ในงานธุรกิจอีกด้วย ซึ่งพฤติกรรมการทำงานและการใช้งานเหล่านี้จะกระทบกับการลงทุนในเทคโนโลยีไอทีที่องค์กรต่างๆจะนำมาใช้ได้แก่ การบริหารจัดการเรื่องระบบความปลอดภัยของเครือข่าย (IT Security) ระบบเครือข่ายแบบมีสายและระบบการสื่อสารไร้สาย (Wired and Wireless Network) เพื่อตอบสนองการทำงานแบบเคลื่อนที่ การทำงานจากนอกสำนักงาน (Mobility and Remote Access) และสนับสนุนรองรับการทำงานของอุปกรณ์เครือข่ายของบุคคลชนิดใหม่ๆ (BYOD) ระบบสนับสนุนการทำศูนย์ข้อมูลสำรอง (Data Center & Disaster Recovery Site) ระบบการทำงานแบบ Virtualization เป็นต้น

ระบบอุปกรณ์ที่บริษัทฯ เป็นตัวแทนจำหน่ายประกอบด้วย

(1) สินค้ากลุ่มระบบอุปกรณ์เครือข่ายมีสายและอุปกรณ์เครือข่ายไร้สายสำหรับเพื่อรองรับการทำงานแบบ BYOD และรองรับการใช้งานอุปกรณ์ลูกข่ายชนิดใหม่ๆ การทำงานแบบเคลื่อนที่ การทำงานจากนอกสถานที่ การทำงานจากระยะไกล (Mobility and Bring Your Own Device Network)

ผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ประกอบด้วยระบบอุปกรณ์เครือข่ายต่างๆ ได้แก่

(1.1) High Performance Enterprise LAN and Wireless Network ของ Alcatel-Lucent

Alcatel-Lucent เป็นอุปกรณ์เครือข่าย LAN and Wireless ที่มีสมรรถนะสูงสามารถรองรับการทำงาน ของข้อมูลทั้งประเภทข้อมูลดาต้า เสียง และวีดีโอ (Convergent Network) รองรับ เข้าใจ รู้จัก บริหารและ จัดการกับอุปกรณ์ลูกข่ายชนิดใหม่ๆที่นำมาใช้งานในเครือข่ายโดยอัตโนมัติ สนับสนุนการทำงานแบบ Mobility และ BYOD ประกอบด้วย Switch, Router, DNS, NAC และซอฟต์แวร์ระบบบริหารอุปกรณ์เครือข่าย และยัง เหมาะกับการสร้างเครือข่ายสมรรถนะสูงราคาประหยัดสำหรับศูนย์ข้อมูลเพื่อรองรับการส่งข้อมูลจำนวน มหาศาลระหว่างเซิร์ฟเวอร์กับเซิร์ฟเวอร์ภายในศูนย์ข้อมูลและกับเครื่องลูกข่ายต่างๆในเครือข่าย

(1.2) Secured Wireless Network ของ Aruba Networks

Aruba เป็นผู้นำเทคโนโลยีอุปกรณ์การสื่อสารไร้สายที่ให้ความปลอดภัยของข้อมูลแก่ผู้ใช้งานสูง ระบบอุปกรณ์และซอฟต์แวร์บริหารจัดการเครือข่ายของ Aruba ให้ความยืดหยุ่นและง่ายในการจัดการการใช้งานเพื่อสนับสนุนการทำงานนอกสถานที่ หรือการทำงานจากระยะไกลไม่ว่าจะเป็นการใช้งานจากสำนักงาน สาขา การใช้งานจากบ้าน หรือการใช้งานจากสถานที่สาธารณะใดๆ โดยที่ยังให้ความปลอดภัยของข้อมูลสูง เช่นเดียวกับการใช้งานในสำนักงานโดยที่การจัดการไม่ได้เพิ่มภาระให้กับเจ้าหน้าที่ไอทีขององค์กรแต่อย่างใด เหมาะกับองค์กรที่มีสำนักงานสาขาจำนวนมาก องค์กรที่ผู้บริหารและพนักงานเดินทางออกนอกสถานที่ทำงาน บ่อยๆหรือทำงานจากบ้าน ด้วยความสามารถของระบบดังกล่าวจึงสามารถรองรับเหตุการณ์ที่พนักงานไม่ สามารถเดินทางเข้ามาทำงานที่สำนักงานไม่ว่าสาเหตุนั้นจะเกิดภัยพิบัติใดๆก็ตามได้ และมีความสามารถ รองรับ เข้าใจ รู้จัก บริหารและจัดการกับอุปกรณ์ลูกข่ายชนิดใหม่ๆที่นำมาใช้งานในเครือข่ายโดยอัตโนมัติ สนับสนุนการทำงานแบบ Mobility และ BYOD อย่างดีเช่นกัน นอกจากนี้ Aruba ยังมีโซลูชั่น Wireless Meshed Network ซึ่งเป็นเครือข่ายไร้สายระยะไกลสำหรับการใช้งานภายนอกอาคารในลักษณะการทำงานแบบ One-to-One, One-to-Many หรือ Many-to-Many เพื่อใช้งานเป็นเครือข่ายไร้สายเชื่อมระหว่างอาคารกับอาคาร ที่ห่างกัน หรือให้บริการเครื่องลูกข่ายที่อยู่นอกอาคาร หรือสำหรับเป็นเครือข่ายเมือง (Metropolitan Network) ที่มีจุดต่อเชื่อมเครือข่ายหลายจุดกระจายทั่วเมือง โซลูชั่นนี้มีคุณสมบัติของความสามารถในการค้นหาจุดต่อเชื่อม จุดต่อไปที่เหมาะสมที่สุดได้เองโดยอัตโนมัติ เพื่อให้การสื่อสารเกิดสมรรถนะสูงสุด และยังมีอัลกอริทึมที่ได้รับการ พัฒนาให้เหมาะสมกับรับส่งข้อมูล Video ได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดที่ทำให้ภาพคมชัดไม่สะดุด เหมาะกับการ เป็นเครือข่ายเพื่อรองรับระบบ Video Surveillance และระบบบรรเทาสาธารณภัย (Public Safety) ของ หน่วยงานราชการเช่น ตำรวจ ทหาร หรือหน่วยดับเพลิง เป็นต้น

(2) **สินค้ากลุ่มระบบความปลอดภัยข้อมูลไอที (IT Security)**

ระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูลขององค์กรนั้นมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมิได้โดยเฉพาะองค์กรที่จะต้องติดต่อกับโลกภายนอกไม่ว่าจะเป็นการติดต่อผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ระบบ Extranet หรือแม้แต่ระบบ Intranet ขององค์กร โดยเฉพาะเมื่อมีการนำการสื่อสารแบบไร้สายที่ไม่มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดีเพียงพอมาใช้งาน เนื่องจากปัจจุบันนี้ภัยคุกคามต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น ไวรัส หนอน ม้าโทรจัน สปายแวร์ การดักรับข้อมูล ในรูปแบบต่าง ๆ หรือแม้แต่การโจมตีเพื่อให้ระบบหยุดทำงานมีผลต่อระดับ Business Continuity ขององค์กรได้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่องค์กรจะต้องเสริมสร้างความปลอดภัยให้เครือข่ายมีความแข็งแกร่งมากที่สุด สินค้าและโซลูชันที่ ITDC เป็นตัวแทนจำหน่ายประกอบด้วย

(2.1) **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) การปรับสภาพการทำงานของเครือข่ายแวนให้เหมาะสม (WAN Optimization) การแจกแจงและควบคุมการทำงานของแอปพลิเคชัน (Application Control) การตรวจสอบข้อมูลจราจรที่เข้ารหัสแบบ SSL (SSL-Encrypted Traffic Inspection) และการแบ่งปริมาณข้อมูลให้กับลิ้งค์และเซิร์ฟเวอร์ให้มีความเหมาะสม (Load Balance) ล่าสุด Fortinet ยังเพิ่มความสามารถในด้านการจัดการและให้บริการการสื่อสารไร้สายแบบรวมศูนย์ให้กับอุปกรณ์ UTM ของ Fortinet ซึ่งทำให้ลูกค้าที่ใช้งาน UTM ของ Fortinet อยู่แล้วสามารถจัดหา Access Point ไร้สายของ Fortinet ติดตั้งเพิ่มในเครือข่ายก็สามารถให้บริการการสื่อสารไร้สายในองค์กรได้ในขณะที่ผู้ใช้งานแบบไร้สายขององค์กรยังได้รับการบริการด้านความปลอดภัยของข้อมูลจากอุปกรณ์ UTM ของ Fortinet ได้เช่นเดิม นอกจากนี้ Fortinet ยังพัฒนาโซลูชันความปลอดภัยของข้อมูลสำหรับ Server Virtualization ซึ่งกำลังได้รับความนิยมอย่างสูงในขณะนี้ โดยที่โซลูชันนี้จะช่วยป้องกันการโจมตีหรือการแพร่กระจายของอันตรายที่มาจากแอปพลิเคชันหนึ่งไปสู่แอปพลิเคชันอื่นๆ ที่ทำงานอยู่บน Server ตัวเดียวกัน ด้วยการมีความสามารถหลากหลายในอุปกรณ์ตัวเดียวจึงทำให้ Fortinet เป็นมากกว่าอุปกรณ์ UTM อื่นๆ ในตลาด Fortinet ได้ออกแบบอุปกรณ์มาหลายรุ่นตั้งแต่ขนาดเล็กถึงใหญ่ เพื่อให้มีความเหมาะสมกับการนำไปใช้งานกับทุกขนาดของหน่วยงานตั้งแต่องค์กรขนาดเล็กจนถึงระดับผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต

นอกจากอุปกรณ์ UTM ที่กล่าวไปแล้ว Fortinet ยังมีระบบอุปกรณ์การเก็บล็อกจราจรข้อมูล วิเคราะห์และหาความสัมพันธ์ของข้อมูลจราจรเพื่อตรวจหาต้นตอการบุกรุก การรายงานและแจ้งเตือนการบุกรุกต่างๆ โดยจะเก็บรวบรวมจราจรข้อมูลที่ไหลผ่านอุปกรณ์ Fortinet ซึ่งระบบนี้จะเหมาะกับองค์กรตั้งแต่ขนาดเล็กไปจนถึงขนาดใหญ่ที่ต้องการวิเคราะห์ข้อมูลการโจมตีจากข้างนอกเครือข่ายที่จะเข้ามาในองค์กรหรือจากองค์กรจะออกไปโจมตีภายนอก

(2.2) **ระบบการป้องกันไวรัสและการโจมตีสำหรับอุปกรณ์เครือข่ายที่เป็นแบบ Cloud Service ของ ZScaler**

องค์กรที่พนักงานขององค์กรติดต่อกับโลกภายนอกผ่านอินเทอร์เน็ตหรือ Web โดยเฉพาะองค์กรที่มีสาขาหลายสำนักงาน หรือมีพนักงานทำงานนอกสำนักงานจำนวนมาก การที่เมื่อพนักงานเหล่านี้จะทำธุรกรรม

กับโลกภายนอกหากต้องดึงจรรยาของข้อมูลเข้าสู่ส่วนกลางก่อนที่จะออกสู่หรือเข้าจากภายนอกเพื่อตรวจสอบอันตรายที่ติดมากับข้อมูลเหล่านี้จะเป็นการสิ้นเปลืองแบนด์วิธของเครือข่ายหลักขององค์กรซึ่งมีปริมาณจำกัดและมีราคาแพง หรือหากต้องมีอุปกรณ์ตรวจจับอันตรายของข้อมูลดังกล่าวเพื่อติดตั้งอยู่ที่ทุกสำนักงานสาขาทุกสาขาจะเป็นการลงทุนที่สูงมาก และหากองค์กรละเลยการตรวจสอบดังกล่าวยิ่งเป็นการตัดสินใจที่สร้างต้นทุนที่สูงมากให้กับองค์กรหากมีอันตรายหลุดเข้ามาพร้อมกับข้อมูลดังกล่าว ซึ่งอาจจะก่อให้เกิดการล้มเหลวของเครือข่ายหรือสร้างความเสียหายให้กับข้อมูลธุรกิจหลักขององค์กรได้ ดังนั้นการบริการตรวจจับอันตรายที่จะติดมากับข้อมูลดังกล่าวผ่านการให้บริการแบบ Cloud Service นั้นเป็นคำตอบที่มีประสิทธิภาพและประหยัดค่าใช้จ่ายให้กับองค์กรได้อย่างสูงสุด ระบบนี้สนับสนุนการทำงานแบบ Mobility และ Remote Access

(2.3) ระบบการป้องกันไวรัสสำหรับอุปกรณ์ลูกข่ายที่เป็นแบบ Cloud Service ของ Panda Security

แม้ว่าองค์กรจะมีระบบการรักษาความปลอดภัยจากการโจมตีจากภายนอกแล้วก็ตาม ก็ยังมีความจำเป็นที่ต้องดูแลความปลอดภัยของระบบ Workstations, Servers, Personnel Computer ตลอดจนอุปกรณ์ลูกข่ายต่างๆ จำนวนมากที่อยู่ในเครือข่ายขององค์กรเนื่องจากไม่มีระบบรักษาความปลอดภัยใดๆ ที่จะป้องกันการโจมตีได้ 100 เปอร์เซ็นต์ มีโอกาสที่ Virus ต่างๆ หลุดรอดเข้ามาในเครือข่ายได้ซึ่งอาจจะติดมาจาก Notebook ที่พนักงานนำไปใช้นอกเครือข่าย หรือติดมาจากอุปกรณ์ภายนอกอื่นๆ เช่น แผ่น CD หรือ Flash Memory เป็นต้น อย่างไรก็ตามการติดตั้งระบบป้องกันไวรัสสำหรับอุปกรณ์ลูกข่ายที่ใช้งานทั่วๆ ไปนั้นจะต้องมีการติดตั้งระบบซอฟต์แวร์ในเครือข่ายขององค์กร ซึ่งจะมีภาระเรื่องการลงทุนและค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษาเซิร์ฟเวอร์ตลอดจนการค่าใช้จ่ายในการบริหารการใช้นาระบบดังกล่าว Panda Security ได้พัฒนาการบริการระบบรักษาความปลอดภัยอุปกรณ์ลูกข่ายแบบ Cloud Service ขึ้นมาเพื่อลดปัญหาภาระของผู้ใช้งานดังกล่าวโดยเสนอเป็นบริการต่อลูกค้าไม่ว่าจะเป็นส่วนบุคคลหรือระดับองค์กร โดยที่ลูกค้าไม่ต้องติดตั้งระบบรักษาความปลอดภัยของ PANDA Security ลงในเครือข่ายของตนเอง รวมถึงการ Update Signatures ต่างๆ สามารถทำผ่านอินเทอร์เน็ตโดยอัตโนมัติ และไม่ยุ่งยาก

(3) ระบบสนับสนุนการทำงานของ Data Center & Disaster Recovery

ซึ่งเป็นระบบอุปกรณ์และซอฟต์แวร์ที่ทำให้การส่งข้อมูลระหว่าง Data Center กับ Disaster Recovery หรือระหว่าง Data Center กับ สำนักงานสาขา หรือกับอุปกรณ์ลูกข่ายที่ทำงานจากระยะไกลมีประสิทธิภาพและสมรรถนะสูงขึ้น สนับสนุนการทำงานแบบธุรกิจต่อเนื่อง (Business Continuity) ระบบอุปกรณ์ในกลุ่มนี้ประกอบด้วย

(3.1) WAN Optimization – SteelHead ของ Riverbed Technology

Riverbed Technology เป็นผู้นำเทคโนโลยีในด้านการเพิ่มประสิทธิภาพเครือข่าย ระบบตรวจสอบและจัดการประสิทธิภาพการใช้งาน แอปพลิเคชัน และ สตอเรจ ซึ่ง SteelHead ของ Riverbed จะเป็นระบบอุปกรณ์เพิ่มประสิทธิภาพการส่งข้อมูลระหว่าง DataCenter กับ Disaster Recovery Center หรือระหว่าง DataCenter กับสำนักงานสาขา หรือกับอุปกรณ์ลูกข่ายที่ใช้งานจากระยะไกลภายนอกสำนักงาน SteelHead ใช้เทคนิคหลายประเภทที่เหมาะสมในการเพิ่มประสิทธิภาพการรับส่งข้อมูลดังกล่าวเช่นการบีบอัดข้อมูล การทำ Data Dictionary การทำ Caching การลดการซ้ำซ้อนและความล่าช้าของ Protocol บางประเภท เทคโนโลยีของ SteelHead นั้นได้รับการยอมรับจากผู้ใช้กันทั่วโลกจนมีส่วนแบ่งตลาดเป็นอันดับหนึ่งของโลก

(3.2) Application Delivery Solution - Stringray ของ Riverbed Technology

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

3.2.1) String ray Traffic Manager เป็น Software-Based Solution ที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและความเร็วในการรับ-ส่งข้อมูลระหว่าง Web Server กับอุปกรณ์ลูกข่าย ด้วยเทคนิคต่างๆ เช่นการแบ่งโหลดงานระหว่าง Web Servers การทำ Caching การบีบอัดข้อมูล การรวมการสื่อสาร (multiplex connection) ของเครื่องลูกข่ายที่จะไปยัง Servers เป็นต้น

3.2.2) String ray Application Firewall เป็นโซลูชันป้องกันความปลอดภัยข้อมูล ป้องกันการโจมตีและปิดรูรั่วของโปรแกรมในระดับ Application (Application-aware, web application Firewall) เหมาะสำหรับ Web Application ที่มีความซับซ้อนและหรือมีข้อมูลที่ต้องการความปลอดภัยสูง (sensitive data)

3.2.3) String ray Aptimizer เป็นโซลูชันในการทำให้ Application ที่พัฒนาด้วย Web Application โดยเฉพาะโปรแกรมที่ออกแบบและเขียนได้ไม่ดี (poorly designed program) หรือระยะทางในการรับส่งข้อมูลไกลๆให้ทำงานได้มีประสิทธิภาพและเร็วขึ้น โดยการจับกลุ่มคำสั่งการทำงานของโปรแกรมเพื่อลดจำนวน roundtrip การจัด Priority ของการโหลดหน้าเว็บ การบีบอัดข้อมูล เป็นต้น

(3.3) DNS, DHCP and IPAM ของ Infoblox

เป็นโซลูชันของ Network Infrastructure ในการจัดการ DNS, DHCP และ IPAM คุณภาพสูงสำหรับศูนย์ข้อมูลขนาดกลางและขนาดใหญ่ที่มีจำนวนผู้ใช้งานจำนวนมากเกินกว่า 500 รายขึ้นไป และเหมาะกับองค์กรที่มีศูนย์ข้อมูลของสำนักสาขาหลายสาขากระจายอยู่ต่างพื้นที่

(3.4) Application-Aware Network Performance Management - Cascade ของ Riverbed Technology

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

(3.5) Uninterruptible Power Supply ของ Eaton

เป็นระบบอุปกรณ์ปรับสภาพและสำรองพลังงานไฟฟ้าคุณภาพสูงสำหรับศูนย์ข้อมูล ระบบของ Eaton มีความสามารถพิเศษในการเข้าใจและทำงานร่วมกับการทำงานของระบบเวอร์ช่วลไลซ์ของ VMWare, Citrix หรือ Microsoft เพื่อกำหนดระดับความสำคัญของเวอร์ช่วลแมชชีนบนเซิร์ฟเวอร์ และทยอยสั่งปิดการทำงานระดับเวอร์ช่วลแมชชีนตามลำดับความสำคัญที่กำหนดไว้ล่วงหน้า และหรือย้ายการทำงานของเวอร์ช่วลแมชชีนจากศูนย์ข้อมูลหลักไปยังศูนย์สำรองได้ในกรณีไฟฟ้ามีปัญหา เป็นการสนับสนุนการทำงานแบบ Business Continuity



## 2.5.2 การตลาดและการแข่งขัน

### การตลาด

บริษัท ITDC มีนโยบายในการดำเนินธุรกิจที่ชัดเจนโดยเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า และขั้นตอนการจัดจำหน่าย เพื่อหลีกเลี่ยงการแข่งขันด้านราคา ในด้านการตลาด ITDC จะร่วมมือกับเจ้าของสินค้าในการสร้างการรับรู้ของตลาดในตัวของสินค้าโดยการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ จัดสัมมนาให้ข้อมูลสินค้าแก่ลูกค้าและลูกค้า รวมถึงการจัดอบรมด้านเทคนิค เป็นต้น ในด้านการจัดจำหน่าย ITDC จะร่วมมือกับลูกค้าในการร่วมแสดงสินค้า การเยี่ยมและนำเสนอการขายต่อลูกค้า การทำโปรโมชั่น

บริษัท ITDC ได้สร้างชื่อให้เป็นที่รู้จักและยอมรับ ในด้านการเป็นคู่ค้าที่ดี มีคุณภาพ มีบริการที่ดี เชื่อสัตย์เชื่อถือได้ โดยการเลือกทำตลาดสินค้าที่มีคุณภาพ การเลือกสรรและการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่องให้มีการทำงานและพฤติกรรมที่สอดคล้องและเหมาะสมกับปรัชญาในการทำงานของบริษัทที่เน้นความต่อเนื่องในการทำธุรกิจ (Continuity) ความเชื่อมั่นไว้ใจได้ (Reliability) ความมั่นคง (Stability) และความน่าเชื่อถือสามารถคาดการณ์ได้ (Predictability)

ITDC มีกลยุทธ์การแข่งขัน ดังนี้

#### (1) ด้านสินค้าและบริการ

เพื่อให้สอดคล้องกับปรัชญาในการทำธุรกิจ บริษัทเน้นการกำหนดประเภทของสินค้าและบริการที่จะนำมาจำหน่ายซึ่งจะต้องเป็นสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของตลาดในปัจจุบันและตอบสนองแนวโน้มตลาดที่กำลังเกิดขึ้น และควรเป็นสินค้าที่เกื้อหนุนซึ่งกันและกัน (Complimentary) และต้องเป็นสินค้าที่ต้องการประเภทของความเชี่ยวชาญและความชำนาญของบุคลากรใกล้เคียงกันเพื่อที่จะสร้างความชำนาญและความเชี่ยวชาญในการให้บริการในตัวบุคลากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถสร้างความมั่นใจในการให้บริการกับลูกค้า คัดเลือกสินค้าที่มีคุณภาพทั้งด้านตัวสินค้าและบริษัทผู้ผลิต สินค้าที่มีคุณสมบัติที่ตรงกับความต้องการของตลาด มีคุณภาพสูง และมีศักยภาพทางการตลาดสูง มีกลยุทธ์ มีอนาคต เป็นสินค้าแบรนด์ที่ต้องการชิงตลาดหรือเจาะตลาดของแบรนด์ที่เป็นผู้นำ คือเป็นแบรนด์ท้าทายผู้นำ (Challenging Brand) ซึ่งบริษัทได้ช่วยทำตลาดให้สินค้าที่มีคุณสมบัติอย่างนี้มาแล้วเช่น Fortinet ซึ่งปัจจุบันได้กลายเป็นผู้นำในตลาด Unified Thread Management ไปแล้ว หรือ InfoBlox ซึ่งเป็นระบบบริหารจัดการ DNS, DHCP และ IPAM ซึ่งปัจจุบันเป็นหนึ่งในกลุ่มผู้นำในตลาดในด้านนี้ และ Aruba เป็นอุปกรณ์ระบบเครือข่ายแลนไร้สายที่ได้รับความนิยมและมีการเติบโตสูงมากและต่อเนื่อง จนกลายมาเป็นคู่แข่งรายสำคัญของ Cisco ในด้านเครือข่ายไร้สายไปแล้ว นอกเหนือจากนี้บริษัทยังได้รับการแต่งตั้งให้เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าของ Riverbed ซึ่งเป็นสินค้าที่มีสัดส่วนครองตลาด WANOpt สูงที่สุดทั่วโลก และสินค้าของ ZScaler ซึ่งเป็นระบบการตรวจจับภัยไอทีที่จะมากับข้อมูลที่มาจากภายนอกองค์กรซึ่งระบบนี้เป็นระบบที่ให้บริการแบบ Cloud Service ซึ่งทำให้ลูกค้าประหยัดค่าใช้จ่ายอย่างมาก และล่าสุดบริษัทยังได้รับการแต่งตั้งให้เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าของ Eaton ซึ่งเป็นอุปกรณ์ปรับสภาพและสำรวจพลังงานไฟฟ้าที่มีชื่อเสียงของโลกอีกบริษัทหนึ่งอีกด้วย

#### (2) ด้านพนักงาน

พนักงานเป็นทรัพยากรที่สำคัญของบริษัทซึ่งจะเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างและส่งมอบคุณค่าให้กับสินค้าและการจัดจำหน่าย พนักงานจะได้รับการคัดสรรมาจากกลุ่มผู้ที่มีความรู้ความสามารถ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และต้อง

สามารถทำงานเป็นทีม และเมื่อได้รับบรรจุในทีมงานแล้วจะได้รับการอบรมความรู้เกี่ยวกับสินค้าโดยตรงจากเจ้าของสินค้าและจากผู้ร่วมงานในทีมงาน บริษัทมีเป้าหมายที่ชัดเจนในการให้พนักงานส่วนใหญ่ผ่านการรับรองความรู้ความสามารถ และมีใบประกาศนียบัตรรับรองจากผู้ผลิตสินค้าที่บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่าย (Certified Training) พนักงานแต่ละท่านจะได้รับการกำหนดตัวสินค้าที่จะต้องรับผิดชอบอย่างชัดเจนเพื่อจะได้พัฒนาความรู้ความเชี่ยวชาญในสินค้าและเป็นหลักในการให้บริการเกี่ยวกับสินค้านั้นๆ และจะเป็นผู้ถ่ายทอดความรู้ความเชี่ยวชาญต่างๆ ให้กับทีมงานท่านอื่นๆ เพื่อช่วยกันพัฒนาความรู้ความเชี่ยวชาญร่วมกัน สามารถทำงานทดแทนกันได้ และสามารถทำงานในลักษณะเสนองานเป็นระบบโดยรวม (Solution หรือ System) ได้ สามารถให้คำปรึกษา การบริการและตอบคำถามให้กับลูกค้าได้ไม่ว่าจะเป็นด้านทางเทคนิคของสินค้าแต่ละชนิดหรือปัญหาของระบบที่เสนอได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว นอกเหนือจากนั้นพนักงานต้องสามารถทำหน้าที่เป็นผู้อบรม (Trainer) ความรู้เกี่ยวกับสินค้าที่เป็นตัวแทนจำหน่ายให้กับผู้จำหน่ายช่วงหรือลูกค้าได้

บริษัทมีนโยบายที่ชัดเจนในการรักษาพนักงานให้ทำงานกับบริษัท ทั้งในเรื่องผลตอบแทนในการทำงาน การเติบโตในสายงาน สวัสดิการ สภาพแวดล้อมการทำงาน การให้โอกาสในการพัฒนาตนเอง การบริหารงานภายในบริษัทตลอดจนการสร้างให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างทีมงานเพื่อให้เกิดความต่อเนื่องในการทำงานและการให้บริการโดยไม่เปลี่ยนบุคลากรผู้ให้บริการบ่อย

### (3) ด้านช่องทางการจำหน่าย

บริษัทจำหน่ายสินค้าโดยผ่านตัวแทนจำหน่ายหรือบริษัทร่วมค้าหรือคู่ค้า (Dealer หรือ Reseller หรือ Partner) รวมเรียกว่าคู่ค้าซึ่งได้แก่บริษัทที่จำหน่ายและติดตั้งระบบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และเครือข่าย (Network Integrator) หรือเป็นบริษัทที่จำหน่ายและติดตั้งระบบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และโปรแกรมธุรกิจ (System Integrator) ทั้งในกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด โดยบริษัทจะคัดสรรผู้ร่วมค้าโดยมุ่งเน้นคุณภาพ เน้นความตั้งใจในการทำธุรกิจ ไม่เน้นขนาดของบริษัท บริษัทจะทำงานร่วมกันกับผู้ร่วมค้าอย่างยุติธรรมและเสมอภาค มีกฎเกณฑ์กติกาในการทำธุรกิจ และตัดสินใจบนกติกาที่วางไว้ทำให้สามารถเป็นที่คาดการณ์ได้ (Predictability) ของผู้ร่วมค้า ซึ่งจะทำให้เกิดการเชื่อมั่นและเชื่อถือซึ่งกันและกันในระยะยาว

บริษัทให้ความสำคัญในการร่วมพัฒนาความสามารถของทีมงานของคู่ค้าโดยจัดการอบรมเกี่ยวกับตัวสินค้าทั้งด้านเทคนิคและด้านการขายให้แก่ผู้ร่วมค้าอย่างต่อเนื่องทุกๆ เดือนทั้งโดยบุคลากรของบริษัท และโดยบุคลากรของเจ้าของสินค้า จัดให้มีห้องทดสอบอุปกรณ์โดยจะมีอุปกรณ์ที่จำหน่ายทั้งหมดและอุปกรณ์เสริมที่จำเป็นต่อระบบของค์รวม (Solution) เพื่อให้ผู้ร่วมค้าได้มาทดสอบหรือเรียนรู้การใช้งานเป็นการพัฒนาความรู้ให้กับผู้ร่วมค้าอย่างมีประสิทธิภาพอีกทางหนึ่ง

### (4) ด้านการสนับสนุนการจำหน่ายสินค้า

บริษัทมีนโยบายการจัดกิจกรรมเพื่อให้ข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า (Create Product and Brand Awareness) การกระตุ้นตลาดและสร้างความต้องการให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Demand Generation Activities) ซึ่งได้แก่การจัดสัมมนาด้านเทคนิคเกี่ยวกับตัวสินค้าให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและบุคคลที่สนใจ การจัดงานสัมมนาด้านเทคนิคร่วมกับตัวแทนจำหน่ายสำหรับลูกค้าโรงงานอุตสาหกรรมโดยเฉพาะโรงงานในเขตอุตสาหกรรมที่ภูมิลำเนา การเข้าร่วมงาน

นิทรรศการเพื่อแสดงสินค้าและการใช้งาน (Exhibition and Trade Show) การให้ข้อมูลเทคนิคเกี่ยวกับคุณสมบัติของสินค้าและนำไปใช้ในงานจริงผ่านช่องทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) และเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์

ในปี 2556 ที่ผ่านมามีบริษัท ITDC มีเป้าหมายที่จะขยายตลาดไปในต่างจังหวัด และประเทศใกล้เคียงที่กำลังเติบโตเช่น พม่า ลาว และกัมพูชา ให้มากขึ้น โดยการมีบุคคลากรประจำในพื้นที่เพื่อเป็นตัวแทนของบริษัทในการศึกษาความต้องการของตลาดและพัฒนาโอกาสในการทำธุรกิจ การให้ข้อมูลของบริษัทและสินค้าแก่ตลาด การคัดเลือกสนับสนุนและร่วมมือในการทำธุรกิจกับบริษัทคู่ค้าในพื้นที่ เพื่อสร้างการรับรู้ สร้างความมั่นใจและให้บริการที่เหมาะสมและทันเวลาที่ต่อคู่ค้าและลูกค้าในพื้นที่ ซึ่งได้เริ่มทำที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือก่อนเป็นพื้นที่แรก และมีแผนจะขยายไปสู่พื้นที่ภาคตะวันออก ภาคเหนือ ภาคใต้ ประเทศพม่า ประเทศลาว และประเทศกัมพูชาต่อไป

#### (5) ด้านราคา

เนื่องจากบริษัทเน้นคุณภาพ และการสร้างมูลค่า/คุณค่าเพิ่ม (Value added) แก่สินค้าและบริการ จึงไม่มีนโยบายการแข่งขันทางด้านราคา อย่างไรก็ตาม บริษัทพยายามบริหารต้นทุนสินค้าให้อยู่ในระดับต่ำ โดยมีการบริหารสินค้าคงคลังที่มีประสิทธิภาพ และยังได้ประโยชน์จากการที่มีพนักงานที่มีคุณภาพ มีความเชี่ยวชาญ ลดความจำเป็นที่จะต้องพึ่งพาผู้เชี่ยวชาญหรือการบริการจากต่างประเทศ ทำให้บริษัทมีศักยภาพที่จะแข่งขันด้านราคา หากมีความจำเป็นและส่งผลดีต่อสภาวะการทำกำไรของบริษัทในที่สุด

#### (6) ด้านการควบคุมสินเชื่อ

การให้เครดิตกับลูกค้า บริษัทเน้นนโยบายการให้วงเงินแก่คู่ค้าที่มีความน่าเชื่อถือในลักษณะยืดหยุ่นเพื่อให้เกิดความคล่องตัวในการทำตลาดร่วมกันและจะใช้นโยบายเข้มงวดกับคู่ค้าที่เริ่มมีการผิดนัดการชำระเงิน การพิจารณาให้วงเงินเครดิตของลูกค้าแต่ละรายจะให้ตามความน่าเชื่อถือในการดำเนินธุรกิจ โดยพิจารณาข้อมูลได้แก่ ผลประกอบการย้อนหลัง 2 ปี ทุนจดทะเบียน รายการฝากถอนเงินในบัญชี (Bank Statement) เพื่อนำมาประกอบการตัดสินใจในการให้วงเงินเครดิต นอกจากนี้จะพิจารณาประวัติ ความตั้งใจในการทำธุรกิจและการบริหารงานของผู้บริหารของลูกค้า ส่วนลูกค้ารายใหม่ที่ยังไม่เคยทำธุรกิจมาก่อนจะพยายามทำการซื้อขายเป็นเงินสดก่อนเพื่อดูผลการดำเนินงานร่วมกันไประยะหนึ่ง แล้วจึงจะพิจารณาให้เครดิตต่อไป ที่ผ่านมามีหนี้เสียน้อยมากไม่เกิน 0.5% ของยอดขาย

#### **สภาพเศรษฐกิจ ภาวะการแข่งขันและแนวโน้มการเติบโตของสินค้าที่เป็นตัวแทน**

ช่วงปีที่ผ่านมาปี 2556 เป็นปีที่ความไม่แน่นอนสูงกว่าปกติ ช่วงต้นปีนักทำนายเศรษฐกิจหลายสำนักคาดหวังว่าเศรษฐกิจไทยจะขยายตัวได้ดีถึงร้อยละ 5-6% แต่เมื่อมาถึงกลางปีเริ่มมีสัญญาณอ่อนตัวของเศรษฐกิจเนื่องจากผลของมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจทยอยหมดลง โดยเฉพาะมาตรการรถยนต์คันแรกที่ทำให้คนไทยซื้อรถมากเป็นประวัติการณ์ในปี 2555 ในขณะที่เดียวกันปัจจุบันกักตุนที่จะเข้ามาช่วยชดเชยแรงกระตุ้นเดิมที่กำลังหมดไป ก็ลดน้อยถอยลงกว่าที่คาดไว้ กล่าวคือ (1) เศรษฐกิจโลกฟื้นตัวช้า แม้เศรษฐกิจสหรัฐที่ดูจะมีการฟื้นตัวเข้มแข็งกว่าประเทศอุตสาหกรรมหลักอื่นๆ ก็เป็นการฟื้นตัวของกิจกรรมในประเทศเป็นหลักเช่น ภาคที่อยู่อาศัย ประกอบกับสินค้าที่เติบโตสูงในตลาดโลกเป็นสินค้าที่เป็นเทคโนโลยีใหม่ๆ เช่น Smart Phone ซึ่งไทยยังผลิตไม่ได้ ส่งผลให้การส่งออกของไทยยัง

ไม่ได้รับอานิสงส์จากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกมากนัก (2) การใช้จ่ายของภาครัฐต่ำกว่าแผน ทั้งเงินในงบประมาณและเงินนอกงบประมาณ โดยเฉพาะส่วนที่แสดงความชัดเจนของการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ซึ่งส่งผลต่อเนื่องถึงการตัดสินใจลงทุนของภาคเอกชนที่ส่วนหนึ่งยังรื้อหรือให้ “ภาครัฐนำ” และ “ภาคเอกชนตาม” (3) ความเชื่อมั่นของภาคเอกชนเริ่มลดลง และถูกซ้ำเติมเมื่อเกิดสถานการณ์ความไม่แน่นอนทางการเมือง เช่นเดียวกับการท่องเที่ยวก็ได้รับผลกระทบเช่นกันโดยเฉพาะในช่วงปลายปี ส่งผลให้เศรษฐกิจของไทยในช่วงครึ่งหลังของปี 2556 ขยายตัวต่ำกว่าในช่วงครึ่งแรกของปีอย่างชัดเจน และล่าสุดจากการประเมินของนักเศรษฐศาสตร์ทั้งหลายประเมินว่า ทั้งปี 2556 เศรษฐกิจจะขยายตัวได้ประมาณ 2.8-3% เท่านั้น

ตลาดไอทีในประเทศได้รับผลกระทบจากสภาพเศรษฐกิจเร็วกว่าสินค้าอื่นๆ กล่าวคือในช่วงครึ่งปีแรกของ 2556 ตลาดไอทีมีการเติบโตที่ลดลงอย่างมาก ผลประกอบการของบริษัทจำหน่ายสินค้าไอทีหลายบริษัทโดยเฉพาะบริษัทใหญ่ๆ มีผลประกอบการลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับครึ่งปีแรกของปี 2555 ประมาณ 10-15% และกระตือรือร้นบ้างในครึ่งปีหลังส่งผลให้ยอดขายทั้งปีใกล้เคียงกับปี 2555

ในปี 2557 นักเศรษฐศาสตร์หลายสำนักมองแนวโน้มการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกไปในทิศทางเดียวกันว่า เศรษฐกิจโลกจะขยายตัวดีกว่าปีที่แล้ว รายงานแนวโน้มเศรษฐกิจโลก (World Economic Outlook) ของ IMF คาดว่าเศรษฐกิจโลกในปี 2557 นี้จะขยายตัวร้อยละ 3.7 สูงกว่าปีที่แล้ว ที่ขยายตัวร้อยละ 3 โดยมีการปรับตัวด้านเศรษฐกิจที่ดีขึ้นของกลุ่มประเทศอุตสาหกรรมหลักซึ่งนำโดยสหรัฐฯ ซึ่งเป็นเศรษฐกิจใหญ่อันดับหนึ่งของโลกซึ่งจะส่งผลต่อไปยังประเทศอื่นๆ ให้ขยายตัวดีเป็นทอดๆ ซึ่งจะเป็นปัจจัยบวกให้การส่งออกของไทยอย่างค่อนข้างแน่นอน สำหรับประเทศไทย อย่างไรก็ตามเนื่องจากความที่แรงส่งของเศรษฐกิจจากปี 2556 อยู่ในระดับที่ไม่ค่อยสูงประจวบกับเกิดสถานการณ์ทางการเมืองที่อาจจะยืดเยื้อ ทำให้บทบาทของภาครัฐในการกระตุ้นเศรษฐกิจทำได้ไม่เต็มที่ในปีนี้ เพราะแม้งบประมาณปี 2557 จะสามารถใช้ได้ค่อนข้างเป็นปกติ แต่กระบวนการงบประมาณในปี 2558 มีแนวโน้มจะล่าช้าออกไป และการลงทุนในโครงสร้างสาธารณูปโภคพื้นฐานบางโครงการคงต้องเลื่อนออกไปเช่นกัน ส่งผลให้การลงทุนของภาคเอกชนในโครงการที่เกี่ยวข้องจะถูกเลื่อนออกไปด้วย แม้แรงส่งของการเติบโตทางเศรษฐกิจจะดูไม่สดใส แต่ปัจจัยพื้นฐานของเศรษฐกิจไทยหลายประการยังเข้มแข็งอยู่ ไม่มีปัญหาเรื้อรัง ของปัญหาเงินเฟ้อสูง หรือไม่มีการขาดดุลบัญชีเดินสะพัดอย่างต่อเนื่อง ซึ่งไม่เป็นสัญญาณของความไม่สมดุลของระบบเศรษฐกิจ หรือไม่เป็นสัญญาณของการเสื่อมถอยของความสามารถในการแข่งขันของประเทศ และการมีระบบอัตราแลกเปลี่ยนที่ยืดหยุ่น สามารถทำหน้าที่ช่วยปรับสมดุลให้กับเศรษฐกิจหรือช่วยเป็น automatic stabilizer ในการรับมือกับสถานการณ์ทางการเมืองและความผันผวนของตลาดการเงินโลกได้ต่อไปอีกระยะหนึ่ง เงินทุนสำรองของประเทศยังอยู่ในระดับสูง ภาคธุรกิจเอกชนโดยรวมมีฐานะมั่นคง ระบบสถาบันการเงินค่อนข้างเข้มแข็ง รวมทั้งมีการดูแลเงินกองทุนเพื่อเป็น cushion เมื่อช่วงเศรษฐกิจชะลอตัวไว้แล้ว ทำให้เชื่อมั่นได้ว่าระบบสถาบันการเงินจะทำหน้าที่หล่อลื่นระบบเศรษฐกิจได้เป็นปกติ ปัจจัยดังกล่าวนี้ถือเป็นปัจจัยพื้นฐานของเศรษฐกิจไทยที่ยังคงมีความแข็งแกร่งและเป็นภูมิคุ้มกันที่ดี ยืนยันได้จากการที่ไทยยังมีความน่าเชื่อถือในสายตาของนักลงทุนต่างชาติ โดยที่สถาบันจัดอันดับเครดิต Moody's และ S&P ได้คงแนวโน้มและอันดับความน่าเชื่อถือของไทยไว้ อย่างไรก็ตาม ภูมิคุ้มกันที่กล่าวนี้อาจอ่อนแอลงหากปัญหาต่างๆ มีความยืดเยื้อ โดยเฉพาะสถานการณ์การเมืองในประเทศที่ขณะนี้ยังไม่มีทางออกที่ชัดเจน ซึ่งผลเสียจะมาในรูปแบบของต้นทุนการทำกิจกรรมต่างๆ ที่สูงขึ้น เช่น ค่าใช้จ่ายด้านโลจิสติกส์ ต้นทุน

ผู้มีส่วนที่ต้องจ่ายแพงขึ้นเพื่อชดเชยกับที่เจ้าหน้าที่เห็นว่าประเทศของเรามีความเสี่ยงสูงขึ้น และที่จะน่าห่วงมากคือการเสียจังหวะที่จะพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและศักยภาพของประเทศ เพื่อให้เรามีความสามารถในการแข่งขันที่สูงขึ้น

จากสถานการณ์ดังกล่าวนักเศรษฐศาสตร์หลายรายลงความเห็นว่าการขยายตัวทางเศรษฐกิจของไทยในปี 2557 น่าจะอยู่ในกรอบ 3.7-4.5% ซึ่งต้องจับตามองไปที่สถานการณ์ทางการเมือง การเบิกจ่ายเงินงบประมาณของรัฐ การส่งออก นโยบายของรัฐในการพัฒนาทักษะของแรงงานเพื่อลดการอุดหนุนในนโยบายประชานิยมต่างๆ

สำหรับนโยบายธุรกิจของบริษัท ITDC ท่ามกลางความผันผวนและความไม่แน่นอนในเศรษฐกิจและการเมืองในปี 2557 นี้ ITDC จะดำเนินธุรกิจอย่างระมัดระวังโดยมองว่ายังมีโอกาสของการเติบโตของรายได้โดยมุ่งเน้นไปที่การตอบสนองของพฤติกรรมของการทำธุรกิจ พฤติกรรมของในทำงาน และพฤติกรรมของการนำระบบไอทีมาใช้งานในองค์กรตามที่ได้กล่าวมาแล้วในช่วงต้นกล่าวคือ จะมุ่งตอบสนองต่อพฤติกรรมการทำงานแบบ Mobility การทำงานจากนอกสำนักงาน การทำงานจากระยะไกล การนำอุปกรณ์ของส่วนบุคคลมาใช้งานในองค์กร การนำเอาแอปพลิเคชันส่วนบุคคลมาใช้งานในองค์กร การต้องการทำงานอย่างต่อเนื่อง (Business Continuity) เป็นต้น โดยบริษัท ITDC จะมุ่งไปที่การพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงานให้เข้าใจในพฤติกรรมที่เกิดขึ้นดังกล่าวของลูกค้า ความท้าทายหรือปัญหาที่จะเกิดขึ้นเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมดังกล่าว วิธีการแก้ไขหรือวิธีเพิ่มประสิทธิภาพ เทคโนโลยีและโซลูชันที่จะเป็นประโยชน์ตลอดจนบริการที่จะเป็นประโยชน์ต่อลูกค้า และปรับและพัฒนาต่อยอดสินค้าและโซลูชันที่มีอยู่ ซึ่งได้แก่ Aruba, Fortinet, PANDA Security, Riverbed, Alcatel-Lucent, InfoBlox, ZScaler และ EATON นั้นสามารถตอบสนองต่อความต้องการและโอกาสทางการตลาดข้างต้นเป็นอย่างดีด้วยราคาที่เหมาะสมที่สุด และหาสินค้าใหม่ๆที่ยังขาดเข้ามาเพิ่มเติม นอกจากนี้การทำธุรกิจของบริษัทที่เน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและขั้นตอนการขาย รวมทั้งการสร้าง ความแตกต่างของสินค้าจากผู้ผลิตสินค้า จะทำให้ลดการแข่งขันจากคู่แข่งได้ และธุรกิจของบริษัทนั้นอยู่ในช่วงของการเติบโตซึ่งมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องมาตลอด 5 ปีที่ผ่านมา และเป็นการเติบโตจากการทำธุรกิจที่อาศัยฐานของการสร้างความสามารถในการให้บริการลูกค้าของบริษัท ซึ่งคาดว่าปี 2557 หากบริษัททำธุรกิจอย่างระมัดระวังและเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มอย่างต่อเนื่องเช่นที่ผ่านมา การหาสินค้าใหม่ๆเพิ่มเข้ามา การพัฒนาตลาดต่างจังหวัดและตลาดประเทศใกล้เคียง บริษัทมีความเชื่อมั่นว่าองค์กรจะสามารถเติบโตได้อีก

### 2.5.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัท ITDC จัดหาผลิตภัณฑ์ โดยการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศจากบริษัทผู้ผลิต หรือสั่งซื้อจากสำนักงานตัวแทนในประเทศบริษัทผู้ผลิต

#### สัญญาสำคัญที่เกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจช่องทางจัดจำหน่ายสินค้า

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

บริษัท	บริษัท ไอที ดิสทริบิวชั่น จำกัด
คู่สัญญา	บริษัท Fortinet, Inc
สัญญาเลขที่	-

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

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) สัญญาจัดจำหน่ายสินค้าระบบอุปกรณ์เครือข่ายแลนไร้สาย (Secured Wireless LAN) ระหว่างบริษัท ไอที ดิสทริบิวชั่น จำกัด กับ บริษัท Aruba Networks Inc	
บริษัท	บริษัท ไอที ดิสทริบิวชั่น จำกัด
คู่สัญญา	บริษัท Aruba Networks Inc
สัญญาเลขที่	SPA1108-00025527
วันเริ่มต้นของสัญญา	16 ธันวาคม 2551
ระยะเวลาของสัญญา	สัญญานี้สิ้นสุดวันที่ 15 ธันวาคม 2552 และสามารถต่ออายุออกไปอีกครั้งละ 1 ปี
ค่าตอบแทน	ไม่มี
สาระสำคัญ	1. สัญญาแต่งตั้งเป็นผู้แทนจัดจำหน่ายสินค้าประเภท Distributor Agreement 2. การบอกเลิกสัญญาโดยฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง ต้องแจ้งล่วงหน้าอย่างน้อย 30 วัน
 (3) 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
 (4) 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

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

คำตอบแทน	ไม่มี
สาระสำคัญ	1. สัญญาแต่งตั้งเป็นผู้แทนจัดจำหน่ายสินค้าประเภท Value Added Distributor Agreement 2. การบอกเลิกสัญญาโดยฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง ต้องแจ้งล่วงหน้าอย่างน้อย 30 วัน
(5)	สัญญาจัดจำหน่ายสินค้าระบบอุปกรณ์สนับสนุนเครือข่าย (DNS, DHCP and IPAM) ระหว่างบริษัท ไอที ดิสทริบิวชั่น จำกัด กับ บริษัท Infoblox Inc. USA
บริษัท	บริษัท ไอที ดิสทริบิวชั่น จำกัด
คู่สัญญา	บริษัท Infoblox Inc.
สัญญาเลขที่	-
วันเริ่มต้นของสัญญา	16 มีนาคม 2555
ระยะเวลาของสัญญา	สัญญานี้สิ้นสุดวันที่ 15 มีนาคม 2556 และสามารถต่ออายุออกไปอีกครั้งละ 1 ปี
คำตอบแทน	ไม่มี
สาระสำคัญ	1. สัญญาแต่งตั้งเป็นผู้แทนจัดจำหน่ายสินค้าประเภท Distributor Agreement 2. การบอกเลิกสัญญาโดยฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง ต้องแจ้งล่วงหน้าอย่างน้อย 30 วัน
(6)	สัญญาจัดจำหน่ายสินค้าระบบบริการตรวจจับภัยของข้อมูลที่มีการบริการแบบ Cloud Service ระหว่างบริษัท ไอที ดิสทริบิวชั่น จำกัด กับ บริษัท ZScaler Inc, USA
บริษัท	บริษัท ไอที ดิสทริบิวชั่น จำกัด
คู่สัญญา	บริษัท ZScaler Inc, USA
สัญญาเลขที่	-
วันเริ่มต้นของสัญญา	20 พฤศจิกายน 2555
ระยะเวลาของสัญญา	สัญญานี้สิ้นสุดวันที่ 19 พฤศจิกายน 2556 และสามารถต่ออายุออกไปอีกครั้งละ 1 ปี
คำตอบแทน	ไม่มี
สาระสำคัญ	1. สัญญาแต่งตั้งเป็นผู้แทนจัดจำหน่ายสินค้าประเภท Distributor Agreement 2. การบอกเลิกสัญญาโดยฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง ต้องแจ้งล่วงหน้าอย่างน้อย 30 วัน
(7)	สัญญาจัดจำหน่ายสินค้าระบบปรับสภาพและสำรองพลังงานไฟฟ้า Uninterruptible Power Supply ระหว่างบริษัท ไอที ดิสทริบิวชั่น จำกัด กับ บริษัท EATON Industries Pte, Singapore
บริษัท	บริษัท ไอที ดิสทริบิวชั่น จำกัด
คู่สัญญา	บริษัท EATON Industries Pte, Singapore
สัญญาเลขที่	-
วันเริ่มต้นของสัญญา	1 มกราคม 2557
ระยะเวลาของสัญญา	สัญญานี้สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2557 และสามารถต่ออายุออกไปอีกครั้งละ 1 ปี
คำตอบแทน	ไม่มี

- สาระสำคัญ
1. สัญญาแต่งตั้งเป็นผู้แทนจัดจำหน่ายสินค้าประเภท Distributor Agreement
  2. การบอกเลิกสัญญาโดยฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง ต้องแจ้งล่วงหน้าอย่างน้อย 30 วัน

#### 2.5.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

หน่วยธุรกิจ ITDC ไม่ได้ดำเนินธุรกิจเป็นงานโครงการ แต่เป็นการซื้อมาและจำหน่ายไป จึงไม่มีงานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

### 2.6 ธุรกิจการพัฒนาซอฟต์แวร์ (International Software Development Company Limited: ISD)

#### 2.6.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

หน่วยธุรกิจ ISD ดำเนินงานภายใต้บริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนลซอฟต์แวร์ เดเวลลอปเม้นท์ จำกัด ประกอบธุรกิจให้บริการพัฒนาระบบซอฟต์แวร์ Business Process Management (BPM) เพื่อที่จะทำให้เกิดความต้องการทางธุรกิจ (Business Requirement) สอดคล้องกับระบบไอทีที่จะพัฒนาขึ้น โดยใช้วิธีการจำลองขบวนการทางธุรกิจ (Business Process) เพื่อตรวจสอบความเข้าใจให้ถูกต้องตรงกันก่อนที่จะมอบหมายให้ฝ่ายไอทีพัฒนาซอฟต์แวร์หรือระบบงาน เพื่อให้กระบวนการที่พัฒนาขึ้นมาใหม่สามารถใช้งานได้ตรงตามความต้องการของ Business User และ สอดคล้องกับขบวนการทางธุรกิจ (Business Process) ของแต่ละองค์กร จะเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานและลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรม และสามารถนำข้อมูลที่เกิดขึ้นจากการทำงานมาวิเคราะห์ถึงปัญหาที่เกิดขึ้นกับกระบวนการทำงานในปัจจุบัน ทำให้ผู้บริหารสามารถปรับปรุงกระบวนการทำงานเพื่อลดความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นกับองค์กรได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งจะส่งผลทำให้ธุรกิจสามารถแข่งขันได้

ทั้งนี้ ปี 2556 บริษัทปิดกิจการ แต่ยังคงดำเนินงานอยู่ภายใต้บริษัท อินเทลลิเจนท์ เอ็นเตอร์ไพรส์ คอมพิวติ้ง จำกัด (INEC) โดยโอนย้ายพนักงานไปทั้งหมด

#### 2.6.2 การตลาดและการแข่งขัน

หน่วยธุรกิจ ISD มีกลยุทธ์การแข่งขัน ดังนี้

##### (1) ด้านสินค้าและบริการ

หน่วยธุรกิจ ISD มีความเชี่ยวชาญเป็นพิเศษด้านการพัฒนาซอฟต์แวร์ 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

พนักงานของหน่วยธุรกิจ ISD มีประสบการณ์ ความรู้ ความเข้าใจในซอฟต์แวร์ที่ทำการพัฒนาเป็นอย่างดี และเนื่องจากธุรกิจนี้เป็นธุรกิจที่ต้องพึ่งพาความรู้ความสามารถของพนักงานเป็นหลัก ทางหน่วยงานจึงมีนโยบายจูงใจให้พนักงานทำงานกับบริษัทฯ ในระยะยาว โดยมีการจ่ายผลตอบแทนในรูปแบบของแรงจูงใจ(Incentive) ที่มีความเป็นธรรม



โดยคำนวณผลตอบแทนเทียบกับปริมาณความสำเร็จในโครงการ ทั้งนี้ ปี 2556 บริษัทปิดกิจการ แต่ยังคงดำเนินงานอยู่ภายใต้บริษัท อินเทลลิเจนท์ เอ็นเตอร์ไพรส์ คอมพิวติ้ง จำกัด (INEC) และได้โอนย้ายพนักงานไปทั้งหมด

### ลักษณะของกลุ่มลูกค้าและช่องทางการจัดจำหน่าย

ธุรกิจ ISD มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คือ ภาคสถาบันการเงิน และเอกชน เนื่องจากบริษัทเหล่านี้เป็นองค์กรที่มีขั้นตอนการทำงานหลาย ๆ ขั้นตอน และ มีความซับซ้อนในกระบวนการ การที่จะเรียนรู้กระบวนการทำงานจะใช้เวลานาน ถึงแม้จะเรียนรู้ได้แล้วก็ไม่สามารถควบคุมการทำงานแต่ละงานในกระบวนการเดียวกันให้เป็นมาตรฐานเดียวกันได้ จากปัญหาเหล่านี้้องค์กรขนาดใหญ่จึงได้มีนโยบายทุ่มงบประมาณในการพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อจะมาคอยอำนวยความสะดวกและยกมาตรฐานการทำงานขององค์กร ซึ่งนโยบายเหล่านี้ตรงกับความต้องการของหน่วยธุรกิจ ISD นอกจากนี้ การที่หน่วยธุรกิจ ISD มีการพัฒนาโปรแกรมให้กับลูกค้าและพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่องทำให้ ISD เป็นกลุ่มคนที่มีความเชี่ยวชาญในธุรกิจ BPM ทำให้สามารถนำความรู้มาพัฒนาให้กับลูกค้ากลุ่มใหม่ได้โดยใช้เวลาน้อยลง และมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น ส่งผลให้หน่วยงาน ISD สามารถขยายฐานลูกค้าไปในกลุ่มเดียวกันได้ง่ายขึ้น

### ภาวะการแข่งขัน

ธุรกิจการพัฒนาซอฟต์แวร์ด้าน Business Process Management อยู่ในช่วงเติบโตอย่างมากเนื่องจากเป็นระบบที่มุ่งเน้นไปที่การปรับปรุงกระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพเพื่อก่อให้เกิดการแข่งขันได้ในทางธุรกิจ ซึ่งกระบวนการ Business Process จะมีอยู่ในทุก ๆ องค์กร ซึ่งเป็นการบวนการที่พัฒนาขึ้นมาให้สามารถดำเนินการทางธุรกิจได้ แต่ไม่สามารถที่จะนำเอาข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อปรับปรุงและแก้ไขกระบวนการได้มากนัก เนื่องจากกระบวนการทำงานเดิมๆ ไม่มีรูปแบบของข้อมูลที่แน่นอนทำให้ยากต่อการนำมาวิเคราะห์และปรับปรุง การนำ BPM มาใช้ในองค์กรจะทำให้ข้อมูลมีรูปแบบที่แน่นอนและเป็นมาตรฐานซึ่งจะสามารถนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อเป็นข้อมูลในการสนับสนุนการตัดสินใจของผู้บริหารต่อการลงทุน และ ให้บริการได้เป็นอย่างดี

คู่แข่งโดยตรงของหน่วยธุรกิจ 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 ยังมีนโยบายในการปรับคู่แข่งให้หันมาเป็นพันธมิตรโดยการร่วมมือการพัฒนากระบวนการให้กับลูกค้าเพื่อรองรับปริมาณลูกค้าที่เพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด

### แนวโน้มอุตสาหกรรม

จากแผนแม่บทเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของประเทศไทย พ.ศ. 2552-2556 ทางรัฐบาลได้มีการส่งเสริมให้ประชาชนทั่วไปสามารถเข้าถึง ICT ได้มากขึ้น ซึ่งจำนวนคนที่เข้าถึงมากขึ้นก็ย่อมหมายถึงปริมาณข้อมูลที่จะต้องจัดการต้องมากขึ้นเป็นเงาตามตัวดังนั้น การจัดการกับข้อมูลมากมายมหาศาลเหล่านั้นจำเป็นต้องมีซอฟต์แวร์ที่เข้ามาช่วยบริหารและจัดการให้ทันต่อความเปลี่ยนแปลงไปของสังคมยุค IT และ รัฐบาลได้มีการส่งเสริมอุตสาหกรรมพัฒนาซอฟต์แวร์ไทยโดยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการธุรกิจชาวไทยได้หันมาใช้ซอฟต์แวร์ที่ผลิตโดยคนไทยมากขึ้น

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

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

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

จากการที่รัฐบาลให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมพัฒนาซอฟต์แวร์อย่างจริงจังโดยรัฐบาลเองมีเป้าหมายว่า “มีเมืองที่เป็นศูนย์กลางพัฒนา ICT ในระดับโลกในประเทศไทย”

**2.6.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

ปัจจุบันหน่วยธุรกิจ ISD พัฒนาซอฟต์แวร์ด้าน Business Process Management ของทีมงานเน้นไปที่การแก้ปัญหาในกระบวนการทำงานของลูกค้าเพื่อให้กระบวนการทำงานมีความกระชับ สามารถตรวจสอบและติดตามงานในกระบวนการได้ และนำข้อมูลที่เกิดจากการทำงานในกระบวนการมาวิเคราะห์และนำเสนอแผนเพื่อปรับปรุงและแก้ไขกระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

ISD มีแนวนโยบายที่จะส่งเจ้าหน้าที่ไปเรียนรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับธุรกิจของลูกค้าและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เพื่อที่จะนำความรู้ที่ได้มาทำการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการอย่างต่อเนื่องเพื่อประโยชน์สูงสุดของลูกค้า และเพื่อเป็นการพัฒนาขีดความสามารถของบุคลากรของ ISD อย่างต่อเนื่อง

**2.6.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ**

โครงการที่ยังไม่ได้ส่งมอบของหน่วยธุรกิจ ISD ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 ดังนี้

ลำดับ	ชื่อลูกค้า	ชื่อโครงการ
1	ธนาคารออมสิน (สำนักงานใหญ่)	E-Procurement-MA 56

## 2.7 ธุรกิจการให้บริการและพัฒนาระบบสารสนเทศ (Intelligent Enterprise Computing Company Limited: INEC)

### 2.7.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

หน่วยธุรกิจให้บริการและพัฒนาระบบสารสนเทศ (Service) ดำเนินงานภายใต้บริษัท INEC (Intelligent Enterprise Computing Limited) ประกอบธุรกิจด้านการให้บริการระบบสารสนเทศ พร้อมทั้งให้คำปรึกษาและแก้ปัญหาให้กับงานด้านไอทีแบบครบวงจร (IT Total Service Solutions) โดยการนำเสนอบริการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศให้กับลูกค้า และสามารถให้บริการแบบเบ็ดเสร็จ (Turnkey Solution) ทั้งหมด 3 ประเภทหลักๆ คือ

#### (1) ธุรกิจบริการหลังการขายโดยสัญญาการบริการบำรุงรักษา (Maintenance)

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

(1.1) Corrective maintenance คือ การให้บริการแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าในกรณีเกิดปัญหาให้กับระบบหรือการใช้งานอุปกรณ์

(1.2) Preventive maintenance คือ การให้บริการตรวจเช็คระบบและอุปกรณ์ เพื่อป้องกันหรือลดการเกิดปัญหาของอุปกรณ์ (Hardware) รวมถึงการปรับปรุง (Software) การ Update Patch และปรับปรุงประสิทธิภาพของระบบ (Performance Tuning and Customization) โดยมีการกำหนดการไว้ก่อนล่วงหน้า เช่น ทุกๆ เดือน 3 เดือน หรือ 6 เดือน เป็นต้น

#### (2) ธุรกิจบริการด้านการบริหารโครงการ (Project Management)

ธุรกิจการให้บริการด้านการบริหารโครงการ เป็นการให้บริการวางแผนงาน ควบคุมการปฏิบัติงาน จัดสรรทรัพยากร โดยคำนึงถึงทรัพยากรของบริษัทที่มีอยู่อย่างจำกัด เพื่อให้เกิดประโยชน์และประสิทธิภาพสูงสุด และเพื่อให้ส่งมอบสินค้าและบริการให้กับลูกค้า ตรงต่อเวลา และเป็นไปตามแผนงานที่กำหนดไว้

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

การให้บริการเทคโนโลยีระบบสารสนเทศ ที่ทันสมัยในรูปแบบ Integrated Solutions ได้แก่ การพัฒนา การออกแบบ การติดตั้ง การบริหารโครงการ และการฝึกอบรม ทั้งด้านเทคนิคและการใช้งาน และพร้อมทั้งให้คำปรึกษาและแก้ปัญหาให้กับงานบริการไอทีแบบครบวงจร โดยการเลือกสรรผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นที่ยอมรับจากทั่วโลกซึ่งสามารถประยุกต์ใช้งานเพื่อความเหมาะสมตามความต้องการของลูกค้า

บริการผลิตภัณฑ์ (Product Service) ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

(1) ฮาร์ดแวร์ ได้แก่ คอมพิวเตอร์แม่ข่าย (Server, Storage) คอมพิวเตอร์ลูกข่าย (Desktop, Notebook, Peripherals) พร้อมอุปกรณ์เชื่อมโยงเครือข่ายและอุปกรณ์รักษาความปลอดภัยระบบ (Network Switch, Firewall, IPS, Load balance)

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

ในปัจจุบันหน่วยงานได้ให้บริการสินค้าซอฟต์แวร์ต่างๆ อาทิเช่น SAP, SAS, ORACLE, IBM , K2, Ultimus เป็นต้น นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังเป็น Certified Partner ของไมโครซอฟท์ ซึ่งบริษัทจะได้รับสิทธิประโยชน์จากการเป็น Microsoft Certified Partner ดังนี้

- (1) สิทธิพิเศษในการเข้าไปดู Microsoft partner website ที่ให้ข้อมูลต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ในการวางแผนทางธุรกิจ
- (2) สิทธิใน License สินค้าของ Microsoft ที่สามารถนำมาใช้ในองค์กร หรือใช้เพื่อการทดลอง ศึกษา และทดสอบต่างๆ
- (3) สิทธิในเรื่องของความรู้ที่จะได้จาก MSDN and TechNet subscriptions, Partner Guides และอื่น ๆ
- (4) สิทธิในการรับข่าวสาร Update โปรโมชัน 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 - 5x8 Maintenance Onsite Services
  - 003 - Up-time committed Onsite Services
- Software Maintenance (CM/PM :Corrective/Preventive)
  - 011 - 7x24 Maintenance offsite Services
  - 012 - 5x8 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, Blade) คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (PC, Notebook) อุปกรณ์เก็บข้อมูลคอมพิวเตอร์ (Storage) เครื่องพิมพ์ (Printer)	สำหรับหน่วยงานขนาดใหญ่
SUN-Oracle	คอมพิวเตอร์ส่วนกลาง (Server)	สำหรับหน่วยงานขนาดใหญ่
IBM	คอมพิวเตอร์ส่วนกลาง (Server) คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (PC)	สำหรับหน่วยงานขนาดใหญ่
Dell	คอมพิวเตอร์ส่วนกลาง (Server, Blade) คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (PC, Notebook) อุปกรณ์เก็บข้อมูลคอมพิวเตอร์ (Storage)	สำหรับหน่วยงานขนาดใหญ่
Microsoft	ลิขสิทธิ์ซอฟต์แวร์ (License)	ลิขสิทธิ์ซอฟต์แวร์สำหรับหน่วยงานต่างๆ
SAS	Business Intelligent / Data warehouse	สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลองค์กร
Alcatel-Lucent	Enterprise Network and Wireless Solution	สำหรับหน่วยงานกลางและขนาดใหญ่
Aluba	Enterprise Network and Wireless Solution	สำหรับหน่วยงานกลางและขนาดใหญ่
Cisco	Enterprise Network Solution	สำหรับหน่วยงานกลางและขนาดใหญ่
Huawei	Enterprise Network Solution	สำหรับหน่วยงานขนาดเล็กและขนาดกลาง
Symantec	ซอฟต์แวร์ประยุกต์	สำหรับการจัดการและบริหารระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ
SAP	ซอฟต์แวร์ประยุกต์	สำหรับการจัดการและบริหารองค์กร
VMware	ซอฟต์แวร์ประยุกต์	สำหรับการจัดการและบริหารระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ
Fortinet	อุปกรณ์รักษาความปลอดภัยในเครือข่าย	สำหรับหน่วยงานขนาดใหญ่

โดยที่ผ่านมาผลงานของทางสายธุรกิจ SERVICE จะเน้นการให้การสนับสนุนกับบริษัทแม่ (IRCP) ในการให้บริการทั้ง Solution เช่น การออกแบบระบบ การติดตั้งอุปกรณ์ รวมถึงการรับประกัน ซึ่งสามารถดำเนินงานในโครงการต่างๆ เช่น

ชื่อโครงการ	หน่วยงาน	มูลค่าโครงการ (ล้านบาท)	ปี พ.ศ.
ซื้อพร้อมติดตั้งอุปกรณ์จัดเก็บข้อมูลและระบบสำรองข้อมูลฯ	การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย	37.45	2556

ชื่อโครงการ	หน่วยงาน	มูลค่าโครงการ (ล้านบาท)	ปี พ.ศ.
ซื้อคอมพิวเตอร์แม่ข่าย ปี 2556 จำนวน 16 รายการ	การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย	23.78	2556
จัดหาพัฒนาระบบบริหารจัดการระบบการเรียนฯ-อบจ.บุรีรัมย์	สำนักงานองค์การบริหารส่วนจังหวัดบุรีรัมย์	39.4	2556
ซื้อระบบคอมพิวเตอร์และโปรแกรมคลังข้อมูล BMA data warehouse	สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล กรุงเทพมหานคร	37.12	2556
ระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์	ศูนย์รักษาความปลอดภัยแห่งชาติ	12	2556
จัดหาอุปกรณ์กระจายสัญญาณหลัก	กรมป่าไม้	2	2556
โครงการพัฒนาประสิทธิภาพระบบการจัดการศูนย์ประชาชนดี 1300 (2)	กรมพัฒนาสังคมและสวัสดิการ	33.54	2556
พัฒนาประสิทธิภาพสายด่วน 1300 เพื่อรองรับ OSCC ช่วยเหลือสังคม	กรมพัฒนาสังคมและสวัสดิการ	9.32	2556
จัดซื้อเครื่องพิมพ์ จำนวน 6 รายการ	กรมบังคับคดี	4.49	2556
ซื้อ Printer จำนวน 3 รายการ	กรมบังคับคดี	3.47	2556
ศึกษาและออกแบบฐานข้อมูลกลางด้านการตรวจรับรองมาตรฐานคุณภาพ	กรมการข้าว	2.5	2556
จ้างพัฒนาระบบสนับสนุนการให้คำปรึกษา (help desk)	สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง	1.84	2556

งานบำรุงรักษา (Maintenance) Service ได้รับความไว้วางใจจากลูกค้า ให้ดูแลงานบำรุงรักษาระบบอย่างต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมา เช่น

ชื่อโครงการ	หน่วยงาน	มูลค่าโครงการ (ล้านบาท)	ปี พ.ศ.
บำรุงรักษาระบบ ERP/ HW	การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย	69.99	2556
บำรุงรักษาระบบเครือข่ายและโปรแกรมประยุกต์-กทม. ระยะที่ 2	สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล กรุงเทพมหานคร	5.13	2556
บำรุงรักษา Kaspersky Antivirus	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	1	2556
บำรุงรักษาระบบเครือข่าย	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	4	2556
บำรุงรักษาระบบ LOG ตาม พรบ.	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	2	2556
ระบบคอมพิวเตอร์และระบบเครือข่าย	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร	6	2556
ระบบจัดเก็บข้อมูลระบบ MIS	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร	2.74	2556

ชื่อโครงการ	หน่วยงาน	มูลค่าโครงการ (ล้านบาท)	ปี พ.ศ.
บำรุงรักษาระบบเครือข่ายไร้สาย	โรงพยาบาลพระราม 9	0.55	2556
บำรุงรักษาระบบเครือข่าย	บมจ. ไอ.ซี.ซี. อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล	0.57	2556
บำรุงรักษาระบบ SAN	การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย	0.47	2556

## 2.7.2 การตลาดและการแข่งขัน

INEC มีกลยุทธ์การแข่งขัน ดังนี้

### (1) ด้านบริการ

หน่วยธุรกิจได้รับการแต่งตั้งให้เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียง เช่น Microsoft (เป็น Certified Partner) โดยสินค้าของบริษัทฯ มีคุณภาพ ได้รับการยอมรับอย่างสูงจากลูกค้า นอกจากนั้น ทาง INEC ยังมีจุดเด่นในการสร้างความแตกต่างในการนำเสนอเทคโนโลยีที่ใช้ในการแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า เริ่มจากออกแบบระบบ (System Design) การติดตั้งอุปกรณ์ (Setup and Configuration) ได้ตรงตามความต้องการและตามมาตรฐาน รวมถึงการปรับแต่งระบบ (Performance Tuning) โดยทีมงานที่มีประสบการณ์และมีความชำนาญเฉพาะด้าน มีทีมงานบริหารโครงการที่มีคุณภาพและศักยภาพในการบริหารโครงการทำให้ให้ส่งมอบงานให้ลูกค้าได้ถูกต้องและตรงตามข้อกำหนด รวมถึงมีทีมงานที่ปรึกษาพัฒนาซอฟต์แวร์จากหน่วยธุรกิจอื่น ซึ่งให้การสนับสนุนในกรณีที่ต้องการผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าโดยเฉพาะสินค้าของบริษัทฯ จะรับประกันเป็นระยะเวลาตามที่ตกลงกับลูกค้า นอกจากนี้ทางทีมงานเน้นการให้ความสำคัญและใส่ใจในความต้องการของลูกค้าโดยเฉพาะด้านคุณภาพการให้บริการก่อนและหลังการขายในเวลาอันรวดเร็ว โดยทีมงานจะต้องเข้าใจในธุรกิจเพื่อนำเสนอสินค้าและบริการที่ดีที่สุด การส่งมอบตรงเวลา ทำให้บริษัทฯ มีชื่อเสียงที่ดีและได้รับการยอมรับจากลูกค้าเสมอมา

### (2) ด้านพนักงาน

บริษัทฯ มีนโยบายที่จะพัฒนาตนเองให้ทันเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เปลี่ยนไปอยู่เสมอเพื่อให้มีความสามารถแนะนำและรองรับความต้องการที่เปลี่ยนไปของลูกค้าและตลาด จึงเน้นพัฒนาคุณภาพของพนักงานรวมถึงการทำงานเป็นทีม การรับรู้และการปรับตัวตามธุรกิจไอซีทีอย่างทันทั่วถึงและต่อเนื่อง ส่วนหนึ่งได้จากการเป็น Certified Partner จากเจ้าของผลิตภัณฑ์ ทำให้ทีมงานมีความยืดหยุ่นในการทำงานสามารถปรับตัวให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีได้อย่างดี โดยทีมงานของ Service มีบุคลากรที่ผ่านการอบรมและได้รับประกาศนียบัตรผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยี Software จาก Microsoft, VMWare, Symantec และผู้เชี่ยวชาญด้านผลิตภัณฑ์จาก Hardware Vendors (HP, DELL, IBM, SUN, ACER) รวมถึง Network and Security (Alcatel-Lucent, Ciaco, Aluba, Fortinet) ที่พร้อมและสามารถให้บริการลูกค้าในด้านต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

### (3) ด้านการบริหารต้นทุน

INEC เน้นการบริหารต้นทุนการขายและการให้บริการเพื่อให้ได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน โดยทีม Service เองสามารถให้บริการ Solution ได้ครบวงจร เช่น การออกแบบและติดตั้ง รวมไปถึงบริการหลังการขายที่ยังรักษาคุณภาพ

สินค้าและบริการให้ได้ตามมาตรฐานโลก นอกจากนี้หน่วยธุรกิจยังเน้นการบริหารความสัมพันธ์กับคู่ค้า และเจ้าของผลิตภัณฑ์เพื่อให้สามารถซื้อสินค้าได้ในราคาที่คุ้มค่า เข้าใจในตัวสินค้าต่าง ๆ เป็นอย่างดีและมีความหลากหลายของสินค้า ทำให้สามารถนำเสนอสินค้าให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า และได้รับการคัดเลือกเป็นผู้ชนะการประมูลและสามารถแข่งขันกับองค์กรอื่นได้ในระยะยาว

(4) ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า

หน่วยธุรกิจมีการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าโดยการให้ผู้เชี่ยวชาญหรือวิศวกรระบบ ประจำ Site เข้า ใจคำแนะนำลูกค้าค้นหาความต้องการและทำการแก้ไขปัญหาและปรับปรุงบริการให้ลูกค้า ทำให้มีโอกาสได้งานจากลูกค้ารายเดิมเพิ่มขึ้น ทางหน่วยงานมีอัตราได้รับงานซ้ำจากลูกค้ารายเดิมสูงถึงร้อยละ 80

**ลักษณะของกลุ่มลูกค้าและช่องทางการจัดจำหน่าย**

ทางหน่วยธุรกิจมีการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ชัดเจน คือ หน่วยงานราชการและรัฐวิสาหกิจ โดยเฉพาะหน่วยงานขนาดใหญ่ เช่น บมจ.กสท โทรคมนาคม, บมจ.ทศท คอร์ปอเรชั่น, บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด, การไฟฟ้าฝ่ายผลิต, การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค, การไฟฟ้านครหลวง, กรมประชาสัมพันธ์, กรมป่าไม้, การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร, ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย เป็นต้น เนื่องจากหน่วยงานเหล่านี้มีงบประมาณในการลงทุนทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศค่อนข้างสูงเพื่อใช้ในการปรับปรุงการทำงานให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ บริษัทฯ มีจุดแข็งในด้านความรู้ ความชำนาญและประสบการณ์ที่ยาวนานมากกว่า 25 ปี ในธุรกิจนี้ จึงทำให้ลูกค้ากลุ่มนี้มีความมั่นใจในการเลือกให้บริษัทฯ เป็นผู้ดำเนินการ

รายได้ส่วนใหญ่ของหน่วยธุรกิจมาจากภาคราชการและรัฐวิสาหกิจซึ่งทางหน่วยธุรกิจจะเข้าไปทำการประกวดราคา ขั้นตอนโดยทั่วไปจะให้พนักงาน Service Manager/ Specialist เข้าไปแนะนำบริการระบบใหม่ๆ ให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเล็งเห็นถึงความสำคัญและประโยชน์ของการใช้บริการต่าง ๆ ในการทำงาน จากนั้นหากลูกค้ามีความสนใจสินค้าและบริการ ทางสายงานจะจัดส่งพนักงานขายเข้าไปเจรจาต่อรองด้านราคาและเซ็นสัญญาโครงการเพื่อทำการประกวดราคาหรือปิดงานต่อไป โดยมีเป้าหมายสัดส่วนรายได้จากลูกค้าภาคราชการและรัฐวิสาหกิจร้อยละ 90 และภาคเอกชน ร้อยละ 10 และโครงการที่บริษัทฯ ประมูลงานในส่วนบริการได้คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 10 ของมูลค่า

กลุ่มลูกค้า	สัดส่วนรายได้ (ร้อยละ)
ราชการและรัฐวิสาหกิจ	90
เอกชน	10
<b>รวม</b>	<b>100</b>

**ภาวะการแข่งขันและแนวโน้มอุตสาหกรรม**

ในอุตสาหกรรมการให้บริการครบวงจรด้านสารสนเทศที่ สารสนเทศเทคโนโลยี นับว่ามีการเจริญเติบโตสูงในช่วง 5 ปีหลัง และจะยังคงเจริญเติบโตในอัตราสูงต่อไปในอนาคต ทั้งนี้มีผลมาจากการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยี ที่มีการ



พัฒนาอย่างรวดเร็ว และต่อเนื่อง การนำเทคโนโลยีมาใช้ประยุกต์ใช้กับภาคธุรกิจ ภาครัฐที่ให้ความสำคัญในการกำหนดงบประมาณด้านไอทีและโทรคมนาคม เพื่อพัฒนาประเทศให้เจริญและแข่งขันกับประเทศอื่นในภูมิภาคได้

ในปี 2556 นับว่าเป็นก้าวสำคัญของประเทศที่จะมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านไอทีและโทรคมนาคม โดย กสทช. ได้ออกใบอนุญาต 3G บนคลื่นความถี่ 2.1 MHz ให้กับ โอเปอเรเตอร์ทั้ง 3 ราย ซึ่งเป็นระบบโครงข่ายไร้สายที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพและความเร็วสูง และจะก่อให้เกิดธุรกิจต่อเนื่องอีกมากมาย การตื่นตัวในการรวมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558 ก็มีส่วนทำให้อุตสาหกรรมการให้บริการไอทีและโทรคมนาคม มีการเจริญเติบโต เพราะในภูมิภาคอาเซียน ยังมีความต้องการในการลงทุนด้าน ไอทีและโทรคมนาคม เพื่อสนับสนุนให้การทำธุรกิจในภูมิภาคนี้มีความใกล้ชิดกันมากขึ้น

ในปัจจุบันองค์กรต่าง ๆ ให้ความสำคัญในการใช้ไอทีเข้าไปเสริมสร้างประสิทธิภาพในการทำงานมากขึ้น โดยเฉพาะองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ ซึ่งมีแนวโน้มที่จะใช้บริการจากผู้ชำนาญธุรกิจที่ปรึกษาและรวบรวมระบบคอมพิวเตอร์มากขึ้น เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการพัฒนาระบบงานสารสนเทศภายในองค์กรตนเอง นอกจากนี้ ในด้านผู้ผลิตก็มีการพัฒนาสินค้าและเทคโนโลยีใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลาเพื่อเป็นการกระตุ้นตลาดและตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ที่มีความต้องการระบบที่จะสามารถช่วยทำงานและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันเชิงธุรกิจ ซึ่งนับเป็นโอกาสสำหรับหน่วยธุรกิจในการขยายธุรกิจ ทำให้แนวโน้มของธุรกิจบริการยังมีอัตราการเจริญเติบโตที่ดียิ่งอย่างต่อเนื่อง

ภาวะการแข่งขันในปัจจุบันค่อนข้างสูง โดยมีบริษัทคู่แข่งซึ่งทำธุรกิจและมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ใกล้เคียงกันได้แก่ บริษัท ซีดีจี ซีเอสเอ็มเอส จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทในเครือของบริษัท ซีดีจี กรุ๊ป จำกัด บริษัท สยามเทลเทคคอมพิวเตอร์ จำกัด บริษัท สามารท คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เป็นต้น ซึ่งแต่ละบริษัทจะมีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์เฉพาะด้านต่างกันไป โดยที่บริษัทฯ มีจุดแข็งในด้านประสบการณ์ในธุรกิจที่มีกว่า 25 ปี ทำให้เข้าใจความต้องการของลูกค้าเข้าใจในธุรกิจและมีความเชี่ยวชาญในระบบงานของลูกค้าและมีประวัติการทำงานซึ่งเป็นคุณสมบัติหนึ่งที่ภาครัฐบาลกำหนด ทำให้บริษัทฯ ได้เปรียบในเชิงการแข่งขันสามารถมีลูกค้าเพิ่มมากขึ้น

### 2.7.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

เนื่องจากหน่วยธุรกิจ INEC ดำเนินงานโดยให้คำปรึกษาและบริการให้กับลูกค้า ดังนั้น วิธีการจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการจึงเป็นส่วนหนึ่งของขั้นตอนในการทำงาน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

(1) อุปกรณ์ฮาร์ดแวร์ อุปกรณ์ฮาร์ดแวร์ทั้งหมดสั่งซื้อจากคู่ค้า (Partner) ในประเทศไทย เช่น คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ อุปกรณ์สำรองข้อมูล เป็นต้น โดยบริษัทคู่ค้าที่สำคัญ เช่น บริษัท เดอะแวลู ซีเอสเอ็มเอส จำกัด เป็นต้น

(2) ซอฟต์แวร์ หากเป็นซอฟต์แวร์ที่เป็นตัวแทนจำหน่ายเอง จะจัดหาโดยการติดต่อเป็นผู้แทนของซอฟต์แวร์นั้นๆ โดยจ่ายค่าสัญญาการเป็นตัวแทนจำหน่ายให้กับบริษัทผู้ผลิต จ่ายค่าลิขสิทธิ์ตามยอดขาย หากต้องการผู้เชี่ยวชาญในการพัฒนาและติดตั้ง บริษัทฯ จะนำหน่วยธุรกิจ ISD (International Software Development) มาพัฒนาและติดตั้ง

เรื่องการให้บริการ หน่วยงานมีการให้บริการด้วยตนเองหรือมีการใช้ผู้เชี่ยวชาญจากผู้ผลิตร่วมรวมถึงการซื้อบริการต่อจากผู้ให้บริการอื่น (Outsource) โดยหน่วยธุรกิจ มีปัจจัยในการพิจารณาเลือกบริษัทที่ทำซื้อบริการต่อ คือ ราคาและความชำนาญสำหรับงานนั้นๆ

สำหรับบุคลากรของสายธุรกิจ Service ที่ผ่านมามีบุคลากรผู้มีความเชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ ที่อยู่กับบริษัทฯ มาอย่างยาวนานและสามารถให้คำแนะนำและพัฒนาพนักงานรุ่นใหม่ๆ เพื่อให้สามารถทำงานให้กับบริษัทฯ

ได้อย่างมีประสิทธิภาพได้ในระยะเวลาอันรวดเร็ว โดยสายธุรกิจ Service สามารถจัดหาบุคลากรได้จากในสายอุตสาหกรรมไอทีทั่วไปและจากการพัฒนาผู้สำเร็จการศึกษาใหม่ๆ ในสาขาที่เกี่ยวข้อง

#### 2.7.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

หน่วยธุรกิจ INEC เป็นหน่วยที่รับงานสนับสนุนงานโครงการของบริษัทแม่ (IRCP) และปัจจุบันยังไม่ได้รับงานตรง รับเพียงแ่่งงานจากบริษัทแม่เท่านั้น งานที่ยังไม่ส่งมอบสู่ภายนอกจึงไม่มี

### 2.8 ธุรกิจระบบสนับสนุนธุรกิจโทรคมนาคม (TV Telecom Company Limited: TVT)

#### 2.8.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

หน่วยธุรกิจระบบสนับสนุนธุรกิจโทรคมนาคม (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 ได้แก่ระบบบิลลิ่งสำหรับบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Billing System for Mobile Business) ระบบคงสิทธิ์เลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Number Portability System) ระบบเติมเงิน Online ของโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบเติมเงิน ระบบการบริหารจัดการอุปกรณ์ Wifi เป็นต้น

โดยที่ผ่านมาทางหน่วยธุรกิจ TVT มีผลงานที่โดดเด่นและมีประสบการณ์ในการทำโครงการใหญ่หลายโครงการจนเป็นที่ยอมรับในวงการอย่างกว้างขวาง เช่น

ชื่อโครงการ	หน่วยงาน	มูลค่าโครงการ (ล้านบาท)	ปี พ.ศ.
จ้างพัฒนาและบริหารจัดการระบบเติมเงิน Online สำหรับระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบ 3GX แบบเติมเงิน	บ.สามารถไอโมบาย พลัส	1.2	2556
จ้างบำรุงรักษาและซ่อมแซมแก้ไขระบบไบแจ็งห์สำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 3G ปี พ.ศ. 2556	บมจ.ทีไอที	29	2555-2556
จ้างพัฒนาและปฏิบัติงานระบบจัดเก็บเงินโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 3GX ปี พ.ศ.2556	บ.สามารถไอโมบาย พลัส	1.8	2555-2556
จ้างพัฒนาระบบโปรแกรม Network monitoring สำหรับอุปกรณ์ TOT Wi-Fi	บมจ.ทีไอที	5	2555
งานบำรุงรักษาซ่อมแซมแก้ไขระบบจัดเก็บเงิน	บมจ.ทีไอที	29	2554-2555
จ้างบำรุงรักษาและซ่อมแซมแก้ไขระบบไบแจ็งห์สำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 3G ปี พ.ศ. 2554	บมจ.ทีไอที	29	2554

ชื่อโครงการ	หน่วยงาน	มูลค่าโครงการ (ล้านบาท)	ปี พ.ศ.
จัดหาอุปกรณ์สำหรับติดตั้งโครงข่าย MSAN	บมจ. จัสมิน อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล	100	2553-2554
จ้างบำรุงรักษาและซ่อมแซมแก้ไขระบบไบ แจ้งหนี้สำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 3G ปี พ.ศ. 2553	บมจ. ทีไอที	29	2553
พัฒนาระบบไบแจ้งหนี้สำหรับโทรศัพท์ เคลื่อนที่ระบบ 3G	บมจ. ทีไอที	17.3	2553
พัฒนาระบบคงสิทธิ์เลขหมายสำหรับ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 3G	บมจ. ทีไอที	18	2553

นอกจากให้บริการพัฒนาและติดตั้งระบบแล้ว หน่วยธุรกิจ TVT ยังให้บริการแบบ Outsourcing และบำรุงรักษา ระบบสื่อสารโทรคมนาคมตามระยะเวลาที่ตกลงกับลูกค้า ซึ่งโดยทั่วไปจะรับประกันอยู่ในช่วงเวลา 1-3 ปี โดยให้บริการ ถึงสถานที่ของลูกค้า (Onsite Service) โดยแบ่งการบริการออกเป็น 2 ลักษณะ ตามความต้องการของลูกค้า ได้แก่

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

## 2.8.2 การตลาดและภาวะการแข่งขัน

หน่วยธุรกิจ TVT มีกลยุทธ์การแข่งขัน ดังนี้

### (1) ด้านสินค้าและบริการ

หน่วยธุรกิจ TVT เป็นหน่วยงานที่มีความเชี่ยวชาญด้าน Business Supporting System for Telecommunication services ซึ่งพนักงานมีประสบการณ์ในการทำงานระบบที่เกี่ยวข้องกับระบบบิลลิ่งทั้ง Prepaid และ Postpaid ของผลิตภัณฑ์ INTEC จากประเทศสหรัฐอเมริกา โดยได้รับการยอมรับอย่างสูงจากลูกค้า นอกจากนั้น ทางหน่วยธุรกิจ TVT ยังมีจุดเด่นในการสร้างความแตกต่างในการนำเสนอเทคโนโลยีที่ดีที่สุด (Solution) ในการแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า มีความชำนาญและมีศักยภาพในการบริหารโครงการ นอกจากนี้ทางทีมงานเน้นการให้ความสำคัญและใส่ใจในความต้องการของลูกค้าโดยเฉพาะด้านคุณภาพการให้บริการก่อนและหลังการขายในเวลาอันรวดเร็ว โดยทีมงานจะต้องเข้าใจในธุรกิจเพื่อนำเสนอสินค้าและบริการที่ดีที่สุด การส่งมอบตรงเวลา ทำให้บริษัทฯ มีชื่อเสียงที่ดีและได้รับการยอมรับจากลูกค้าเสมอมา

### (2) ด้านพนักงาน

บริษัทฯ มีนโยบายที่จะพัฒนาตนเองให้ทันเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอเพื่อให้มีความสามารถแนะนำ และรองรับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของลูกค้าและตลาด จึงเน้นพัฒนาคุณภาพของพนักงานรวมถึงการทำงานเป็นทีม การรับรู้และการปรับตามการเคลื่อนไหวของธุรกิจไอซีทีอย่างทันท่วงทีและต่อเนื่องส่วนหนึ่งได้จากการเป็น Certificate

Partner จากเจ้าของผลิตภัณฑ์ ทำให้ทีมงานมีความยืดหยุ่นในการทำงานสามารถปรับตัวให้สอดคล้องกับ ความเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีได้อย่างดี

(3) ด้านการบริหารต้นทุน

หน่วยธุรกิจ TVT เน้นการบริหารต้นทุนการขายและการให้บริการเพื่อให้ได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน โดยยังรักษาคุณภาพสินค้าและการบริการให้ได้ตามมาตรฐานโลก นอกจากนี้ หน่วยงานเน้นการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า และเจ้าของผลิตภัณฑ์เพื่อให้สามารถซื้อสินค้าได้ในราคาที่ต่ำ เข้าใจในตัวสินค้าต่าง ๆ เป็นอย่างดีและมีความหลากหลายของสินค้า ทำให้สามารถนำเสนอสินค้าให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า และได้รับการคัดเลือกเป็นผู้ชนะการประมูลและสามารถแข่งขันกับองค์กรอื่นได้ในระยะยาว

(4) ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า

หน่วยธุรกิจ TVT มีการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าโดยการทำความเข้าใจลูกค้าค้นหาความต้องการและทำการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า ทำให้มีโอกาสรับงานจากลูกค้ารายเดิมเพิ่มขึ้น ทางหน่วยงาน มีอัตราได้รับงานซ้ำจากลูกค้ารายเดิมสูงถึงร้อยละ 80

**ลักษณะของกลุ่มลูกค้าและช่องทางการจัดจำหน่าย**

ทางหน่วยธุรกิจ TVT มีการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ชัดเจน คือ หน่วยงานที่ให้บริการด้านโทรคมนาคม โดยเฉพาะหน่วยงานขนาดใหญ่ เช่น บมจ. กสท โทรคมนาคม บมจ.ทีโอที เป็นต้น เนื่องจากหน่วยงานเหล่านี้มีงบประมาณในการลงทุนทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารค่อนข้างสูงเพื่อใช้ในการปรับปรุงการทำงานให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ บริษัทฯ มีจุดแข็งในด้านความรู้ ความชำนาญและประสบการณ์ที่ยาวนาน ในธุรกิจนี้ จึงทำให้ลูกค้ากลุ่มนี้มีความมั่นใจในการเลือกให้บริษัทฯ เป็นผู้ดำเนินการ

รายได้ส่วนใหญ่ของหน่วยธุรกิจ TVT มาจากผู้ให้บริการโทรคมนาคมซึ่งทางหน่วยธุรกิจ TVT จะเข้าไปทำการประกวดราคา ขั้นตอนโดยทั่วไปจะให้พนักงาน Pre-Sale เข้าไปทำแนะนำทางด้านเทคนิคและระบบใหม่ๆ ให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าได้เห็นความสำคัญและประโยชน์ของการใช้ระบบต่างๆ ในการทำงาน จากนั้นหากลูกค้ามีความสนใจสินค้าและบริการ ทางสายงานจะจัดส่งพนักงานขายเข้าไปประกวดราคาและเซ็นสัญญาโครงการต่อไป

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

**2.8.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

เนื่องจากหน่วยธุรกิจ TVT ดำเนินงานโดยให้คำปรึกษาและรวบรวมระบบให้กับลูกค้า ดังนั้น วิธีการจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการจึงเป็นส่วนหนึ่งของขั้นตอนในการทำงาน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

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

หน่วยงานจะทำการสั่งซื้อสินค้าที่ต้องรวบรวมให้กับลูกค้าเมื่อได้รับการสั่งซื้อจากลูกค้าแล้ว โดยไม่มีการเก็บสินค้าคงเหลือ การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ ทั้งอุปกรณ์ฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ จะสั่งซื้อจากผู้ขายสินค้าทั้งในและต่างประเทศ

เรื่องการให้บริการ หน่วยงานมีการให้บริการด้วยตนเองหรือมีการใช้ผู้เชี่ยวชาญจากผู้ผลิตร่วม รวมถึงการซื้อบริการต่อจากผู้ให้บริการอื่น (Outsource) โดยหน่วยธุรกิจ TVT มีปัจจัยในการพิจารณาเลือกบริษัทที่ทำซื้อบริการต่อ คือ ราคาและความชำนาญสำหรับงานนั้นๆ

**2.8.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ**

โครงการที่ยังไม่ได้ส่งมอบของ TVT โดยส่วนใหญ่เป็นงานประมูลทั้งจากภาคราชการและเอกชน โดยมีโครงการที่ชนะการประมูลแล้วอยู่ระหว่างดำเนินงาน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 ดังนี้

ลำดับ	ชื่อลูกค้า	ชื่อโครงการ
1	บริษัท ทีไอที จำกัด (มหาชน)	บำรุงรักษาและซ่อมแซมแก้ไขระบบใบแจ้งหนี้ (MA TOT Billing)