

## 2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

### โครงสร้างรายได้

โครงสร้างรายได้ของกลุ่มบริษัท สำหรับงวดปี 2555-2557 แยกตามหน่วยธุรกิจ มีรายละเอียดดังตารางนี้

หน่วย: พันบาท

หน่วยธุรกิจ	ดำเนินการโดย	% การถือ หุ้นของ บริษัท	2555		2556		2557	
			จำนวนเงิน	ร้อยละ	จำนวนเงิน	ร้อยละ	จำนวนเงิน	ร้อยละ
หน่วยธุรกิจโทรคมนาคม	IRCP	100	360,297	52.69	414,058	39.56	358,172	21.51
หน่วยธุรกิจโครงการเทคโนโลยีสารสนเทศระดับองค์กร	IRCP	100	143,746	14.10	232,816	22.24	676,433	40.62
ธุรกิจระบบวิทยุและโทรทัศน์กระจายเสียง**	IRCP	100	-	-	-	-	196,235	11.78
หน่วยธุรกิจผลิตซ้ำซอฟต์แวร์	IRCP	100	23,282	2.15	18,720	1.79	21,925	1.32
หน่วยธุรกิจจำหน่ายสินค้าไอทีประเภทผลิตภัณฑ์ระดับองค์กร	ITDC	99.99	308,336	19.70	327,522	31.29	364,336	21.88
หน่วยธุรกิจบริการให้คำปรึกษาพัฒนาระบบสารสนเทศ	INEC	92.00	45,311	1.46	46,685	4.46	35,681	2.14
หน่วยธุรกิจระบบสนับสนุนธุรกิจโทรคมนาคม	TVT	99.99	34,464	10.26	38,189	3.65	42,052	2.52
รวมรายได้ค่าบริการพัฒนาระบบและรายได้จากการขายก่อนรายได้ระหว่างส่วนงาน			915,436	106.33	1,077,990	102.99	1,694,834	100.02
หัก รายได้ระหว่างส่วนงาน			(63,299)	(2.00)	(55,618)	(5.31)	(47,503)	(2.85)
รวมรายได้ค่าบริการพัฒนาระบบและรายได้จากการขายก่อนรายได้อื่น			852,137	98.98	1,022,372	97.67	1,647,331	98.92
รายได้อื่น			8,809	1.02	24,361	2.33	18,042	1.08
รวมรายได้			860,946	100.00	1,046,733	100.00	1,665,373	100.00

\*\*หมายเหตุ หน่วยธุรกิจระบบวิทยุและโทรทัศน์กระจายเสียง เริ่มดำเนินการในปี 2556 และเริ่มมีรายได้ในปี 2557

โครงสร้างรายได้ของกลุ่มบริษัท สำหรับงวดปี 2555-2557 แยกตามหน่วยประเภทโครงการและไม่ใช่โครงการ มีรายละเอียดดังตารางนี้

หน่วย : พันบาท

ประเภทธุรกิจ	2555		2556		2557	
	จำนวนเงิน	ร้อยละ	จำนวนเงิน	ร้อยละ	จำนวนเงิน	ร้อยละ
รายได้จากธุรกิจประเภทโครงการ	583,818	67.82	731,748	69.91	1,323,256	79.46
รายได้จากธุรกิจประเภทที่ไม่ใช่โครงการ	331,618	38.51	346,242	33.08	371,578	22.31
รายได้อื่น	8,809	1.02	24,361	2.32	18,042	1.08
รวมรายได้ก่อนรายได้ระหว่างส่วนงาน	924,245	107.35	1,102,351	105.31	1,712,876	102.85
หัก รายได้ระหว่างส่วนงาน	(63,299)	(7.35)	(55,618)	(5.31)	(47,503)	(2.85)
รวมรายได้	860,946	100.00	1,046,733	100.00	1,665,373	100.00

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

ในปี 2557 กลุ่มบริษัท มีรายได้จากส่วนธุรกิจประเภทโครงการร้อยละ 79.46 ของรายได้รวม และจากส่วนงานธุรกิจประเภทไม่ใช่โครงการร้อยละ 22.31 ของรายได้รวม มีรายได้อื่นร้อยละ 1.08 และมีรายการระหว่างกัน ร้อยละ 2.85 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), Elite Core และผลิตภัณฑ์ Coriant โซลูชันหลักที่เสนอขาย ได้แก่ ระบบเชื่อมโยงความเร็วสูงผ่านสายใยแก้วนำแสง (DWDM 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 มีผลงานที่โดดเด่นและมีประสบการณ์ในการทำโครงการใหญ่หลายโครงการจนเป็นที่ยอมรับในวงการอย่างกว้าง

ชื่อโครงการ	หน่วยงาน	มูลค่าโครงการ (ล้านบาท)	ปี พ.ศ.
ปรับปรุงชุมสายระบบ Intelligent Network (IN)	บมจ. กสท โทรคมนาคม	124.10	2557
ซื้อระบบ Event Base Marketing (EBM)	บมจ. กสท โทรคมนาคม	78.38	2557
ซื้อระบบบริหารจัดการฐานข้อมูล (RDBMS)	บมจ. กสท โทรคมนาคม	29.00	2557
ปรับปรุงชุมสาย DACS 1/0 จำนวน 2 ชุด	บมจ. กสท โทรคมนาคม	29.68	2557
จ้างบำรุงรักษาชุมสาย TANDEM	บมจ. กสท โทรคมนาคม	13.10	2557
โครงการพัฒนาระบบบริหารจัดการโครงข่ายไร้สาย (WiFi Management System)	บมจ. ทีโอที	44.94	2557
ซื้อพร้อมติดตั้งอุปกรณ์ระบบ DWDM node at OC-BV612 & BV13	บมจ. ปตท	14.40	2557
ซื้อพร้อมติดตั้งระบบควบคุมระยะไกลของไฟฟ้าส่งสว่าง ทางพิเศษของหลวงรัฐ	การทางพิเศษแห่งประเทศไทย	5.88	2557
Upgrade VAS for HSPA	บมจ. กสท โทรคมนาคม	79.70	2556
ซื้ออุปกรณ์ BRAS สำหรับบริการ Broadband Internet	บมจ. กสท โทรคมนาคม	19.00	2556

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

ชื่อโครงการ	หน่วยงาน	มูลค่าโครงการ (ล้านบาท)	ปี พ.ศ.
จ้างพัฒนาระบบ GIS Cloud Computing จำนวน 1 ระบบ	บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)	49.00	2556
ซื้ออุปกรณ์และระบบควบคุมไฟส่องสว่าง ระยะไกล จำนวน 120 โคม	การทางพิเศษแห่งประเทศไทย	1.86	2556
จ้างเหมาติดตั้งอุปกรณ์ STP-MNP รองรับ 2.6 ล้านเลขหมาย	บริษัท ทีโอที 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
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 กองทัพ ไทย	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

ชื่อโครงการ	หน่วยงาน	มูลค่าโครงการ (ล้านบาท)	ปี พ.ศ.
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

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 ผลิตภัณฑ์ Nokia Siemens Network (NSN), Elite Core และผลิตภัณฑ์ Coriant โดยสินค้าของบริษัทฯ มีคุณภาพ ได้รับการยอมรับอย่างสูงจากลูกค้า นอกจากนั้น ทางหน่วยธุรกิจ Telecom ยังมีจุดเด่นในการสร้างความแตกต่างในการนำเสนอเทคโนโลยีที่ดีที่สุด (Solution) ในการแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า มีความชำนาญและมีศักยภาพในการบริหารโครงการ นอกจากนี้ทางทีมงานเน้นการให้ความสำคัญและใส่ใจในความต้องการของลูกค้าโดยเฉพาะด้านคุณภาพการให้บริการก่อนและหลังการขายในเวลาอันรวดเร็ว โดยทีมงานจะต้องเข้าใจในธุรกิจเพื่อนำเสนอสินค้าและบริการที่ดีที่สุด การส่งมอบตรงเวลา ทำให้บริษัทฯ มีชื่อเสียงที่ดีและได้รับการยอมรับจากลูกค้าเสมอมา

(2) ด้านพนักงาน

บริษัทฯ มีนโยบายที่จะพัฒนาตนเองให้ทันเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เปลี่ยนไปอยู่เสมอเพื่อให้มีความสามารถแนะนำและรองรับความต้องการที่เปลี่ยนไปของลูกค้าและตลาด จึงเน้นพัฒนาคุณภาพของพนักงานรวมถึงการทำงานเป็นทีม การรับรู้และการปรับตามการเคลื่อนไหวของธุรกิจไอซีทีอย่างทันทั่วทั้งที่และต่อเนื่องส่วนหนึ่งได้จากการเป็น Certificate Partner จากเจ้าของผลิตภัณฑ์ ทำให้ทีมงานมีความยืดหยุ่นในการทำงานสามารถปรับตัวให้สอดคล้องกับความต้องการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีได้อย่างดี

(3) ด้านการบริหารต้นทุน

หน่วยธุรกิจ Telecom เน้นการบริหารต้นทุนการขายและการให้บริการเพื่อให้ได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน โดยยังรักษาคุณภาพสินค้าและบริการให้ได้ตามมาตรฐานโลก นอกจากนี้ หน่วยธุรกิจยังเน้นการบริหารความสัมพันธ์กับคู่ค้า และเจ้าของผลิตภัณฑ์เพื่อให้สามารถซื้อสินค้าได้ในราคาที่ต่ำ 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 การทางพิเศษแห่งประเทศไทย ปตท. การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เป็นต้น เนื่องจากหน่วยงานเหล่านี้มีงบประมาณในการลงทุนทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารค่อนข้างสูงเพื่อใช้ในการปรับปรุงการทำงานให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ บริษัทฯ มีจุดแข็งในด้านความรู้ ความชำนาญและประสบการณ์ที่ยาวนานมากกว่า 28 ปี ในธุรกิจนี้ จึงทำให้ลูกค้ากลุ่มนี้มีความมั่นใจในการเลือกให้บริษัทฯ เป็นผู้ดำเนินการ

รายได้ส่วนใหญ่ของหน่วย มาจากรัฐวิสาหกิจซึ่งทางหน่วยธุรกิจ จะเข้าไปทำการประกวดราคา ขั้นตอนโดยทั่วไปจะให้พนักงาน Pre-Sale เข้าไปทำแนะนำทางด้านเทคนิค และระบบใหม่ ๆ ให้กับลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าเล็งเห็นความสำคัญและประโยชน์ของการใช้ระบบต่าง ๆ ในการทำงาน จากนั้นหากลูกค้ามีความสนใจสินค้าและบริการ ทางสายงานจะจัดส่งพนักงานขายเข้าไปเจรจาต่อรองด้านราคาและเห็นสัญญาโครงการเพื่อทำการประกวดราคาหรือปิดงานต่อไป

กลุ่มลูกค้า	สัดส่วนรายได้ (ร้อยละ)
กสท โทรคมนาคม และ ทีโอที	93
ปตท. , การทางพิเศษแห่งประเทศไทย	7
<b>รวม</b>	<b>100</b>

### 2.1.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

เนื่องจากหน่วยธุรกิจ Telecom ดำเนินงานโดยให้คำปรึกษาและรวบรวมระบบให้กับลูกค้า ดังนั้น วิธีการจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการจึงเป็นส่วนหนึ่งของขั้นตอนในการทำงาน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

หน่วยงานจะทำการสั่งซื้อสินค้าที่ต้องรวบรวมให้กับลูกค้าเมื่อได้รับการสั่งซื้อจากลูกค้าแล้ว โดยไม่มีการเก็บสินค้าคงเหลือ การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ ทั้ง อุปกรณ์ฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ จะสั่งซื้อจากตรงจาก Nokia Siemens Network (NSN), Elite Core และผลิตภัณฑ์ Corian

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

ในยุคของภาวะเศรษฐกิจที่มีแนวโน้มตกต่ำทางบริษัทได้ดำเนินการปรับแผนเพื่อรองรับโดยใช้ประสบการณ์และผลงานที่ผ่านมาของบริษัท มาทำการพัฒนา ปรับปรุงและสร้างมูลค่าเพิ่ม(Value added) ให้สามารถนำเสนอเป็นผลิตภัณฑ์พร้อมบริการของบริษัทเองให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัทในงบประมาณที่สอดคล้องกับภาวะดังกล่าว อันจะเป็นผลให้บริษัทสามารถรักษาสถานลูกค้าเดิมและเพิ่มโอกาสในการขยายสู่กลุ่มลูกค้าใหม่

### 2.1.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

โครงการที่ยังไม่ได้ส่งมอบของหน่วยธุรกิจ Telecom โดยส่วนใหญ่เป็นงานประมูลทั้งจากภาคราชการและเอกชน โดยมีโครงการที่ชนะการประมูลแล้วอยู่ระหว่างดำเนินงาน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 ดังนี้

ลำดับ	ชื่อลูกค้า	ชื่อโครงการ
1	บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)	ปรับปรุงชุมสายระบบ Intelligent Network (IN)
2	บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)	ซื้อระบบ Event Base Marketing (EBM)
3	บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)	จ้างบำรุงรักษาชุมสาย TANDEM
4	บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)	ซื้อระบบบริหารจัดการฐานข้อมูล (RDBMS)
5	บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)	ปรับปรุงชุมสาย DACS 1/0 จำนวน 2 ชุด
6	บริษัท ทีไอที จำกัด (มหาชน)	โครงการพัฒนาระบบบริหารจัดการโครงข่ายไร้สาย
7	บริษัท ปตท จำกัด (มหาชน)	ซื้อพร้อมติดตั้งอุปกรณ์ระบบ DWDM node at OC-BV612 & BV13
8	การทางพิเศษแห่งประเทศไทย	ซื้อพร้อมติดตั้งระบบควบคุมระยะไกลของไฟฟ้าส่องสว่าง ทางพิเศษฉลองรัช
9	บริษัท ทีไอที จำกัด(มหาชน)	จ้างพัฒนาระบบภูมิสารสนเทศบน Cloud Computing

## 2.2 ธุรกิจโครงการเทคโนโลยีสารสนเทศระดับองค์กร (Enterprise Information Technology: EIT)

### 2.2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

หน่วยธุรกิจโครงการเทคโนโลยีสารสนเทศระดับองค์กร (EIT) ประกอบธุรกิจด้านการให้บริการรวบรวมและพัฒนาระบบสารสนเทศ พร้อมทั้งให้คำปรึกษาและแก้ปัญหาให้กับงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างครบวงจร (IT Total Solutions) โดยการนำเสนอเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศที่ได้รับการยอมรับจากทั่วโลกให้กับลูกค้า และให้บริการแบบ

ใช้งานได้ทันที (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) โดยสินค้าของบริษัท มีคุณภาพ ได้รับการยอมรับอย่างสูงจากลูกค้า นอกจากนี้ ทางหน่วยธุรกิจ EIT ยังมีจุดเด่นในการสร้างความแตกต่างในการนำเสนอเทคโนโลยีที่ดีที่สุด (Solution) ในการแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า มีความชำนาญและมีศักยภาพในการบริหารโครงการ มีทีมงานที่มีประสบการณ์ในการพัฒนาซอฟต์แวร์ รวมถึงมีทีมงานพัฒนาซอฟต์แวร์จากหน่วยธุรกิจ ISD (International Software Development) ซึ่งให้การสนับสนุนในกรณีที่ต้องการผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าโดยเฉพาะสินค้าของบริษัท จะรับประกันเป็นระยะเวลาตามที่ตกลงกับลูกค้า นอกจากนี้ทางทีมงานเน้นการให้ความสำคัญและใส่ใจในความต้องการของลูกค้าโดยเฉพาะด้านคุณภาพการให้บริการก่อนและหลังการขายในเวลาอันรวดเร็ว โดยทีมงานจะต้องเข้าใจในธุรกิจเพื่อนำเสนอสินค้าและบริการที่ดีที่สุด การส่งมอบตรงเวลา ทำให้บริษัทฯ มีชื่อเสียงที่ดีและได้รับการยอมรับจากลูกค้าเสมอมา

## (2) ด้านพนักงาน

บริษัทฯ มีนโยบายที่จะพัฒนาตนเองให้ทันเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่เปลี่ยนไปอยู่เสมอเพื่อให้มีความสามารถแนะนำและรองรับความต้องการที่เปลี่ยนไปของลูกค้าและตลาด จึงเน้นพัฒนาคุณภาพของพนักงานรวมถึงการทำงานเป็นทีม การรับรู้และการปรับตามการเคลื่อนไหวของธุรกิจไอซีที่อย่างทันทั่วทั้งที่และต่อเนื่องส่วนหนึ่งได้จากการเป็น Certificate Partner จากเจ้าของผลิตภัณฑ์ ทำให้ทีมงานมีความยืดหยุ่นในการทำงานสามารถปรับตัวให้สอดคล้องกับ ความเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีได้อย่างดี โดยทีมงานของ EIT มีบุคลากรที่ได้รับประกาศนียบัตรผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยี จาก 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 โดยเฉพาะ หน่วยงานขนาดใหญ่ เช่น การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย การไฟฟ้านครหลวง การประปานครหลวง การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย การท่าอากาศยานแห่งประเทศไทย เป็นต้น เนื่องจากหน่วยงานเหล่านี้มีงบประมาณในการลงทุนทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศค่อนข้างสูงเพื่อใช้ในการปรับปรุงการทำงานให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ บริษัทฯ มีจุดแข็งในด้านความรู้ ความชำนาญและประสบการณ์ที่ยาวนานมากกว่า 27 ปี ในธุรกิจนี้ จึงทำให้ลูกค้ากลุ่มนี้มีความมั่นใจในการเลือกให้บริษัทฯ เป็นผู้ดำเนินการ

รายได้ส่วนใหญ่ของหน่วยธุรกิจ EIT มาจากภาครัฐราชการและรัฐวิสาหกิจซึ่งทางหน่วยงานจะเข้าไปทำการประกวดราคา ขั้นตอนโดยทั่วไปจะให้พนักงาน Pre-Sale เข้าไปทำแนะนำทางด้านเทคนิค และระบบใหม่ ๆ ให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเล็งเห็นความสำคัญและประโยชน์ของการใช้ระบบต่าง ๆ ในการทำงาน จากนั้นหากลูกค้ามีความสนใจสินค้าและบริการ ทางสายงานจะจัดส่งพนักงานขายเข้าไปเจรจาต่อรองด้านราคาและเซ็นสัญญาโครงการเพื่อทำการประกวดราคาหรือปิดงานต่อไป โดยมีเป้าหมายสัดส่วนรายได้จากลูกค้าภาครัฐราชการและรัฐวิสาหกิจร้อยละ 80 และภาคเอกชน ร้อยละ 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 อุปกรณ์ฮาร์ดแวร์ทั้งหมดสั่งซื้อจากลูกค้า (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 หน่วยงานมีการให้บริการด้วยตนเองหรือมีการใช้ผู้เชี่ยวชาญจากผู้ผลิตร่วมรวมถึงการซื้อบริการต่อจากผู้ให้บริการอื่น (Outsource) โดยหน่วยธุรกิจ EIT มีปัจจัยในการพิจารณาเลือกบริษัทที่ทำซื้อบริการต่อ คือ ราคาและความชำนาญสำหรับงานนั้นๆ

### 2.2.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

โครงการที่ยังไม่ได้ส่งมอบของหน่วยธุรกิจ EIT โดยส่วนใหญ่เป็นงานประมูลทั้งจากภาครัฐและเอกชน โดยมีโครงการที่ชนะการประมูลแล้วอยู่ระหว่างดำเนินงาน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 ดังนี้

ลำดับ	ชื่อลูกค้า	ชื่อโครงการ
1	กรมปศุสัตว์	จ้างทำระบบทะเบียนเกษตรกรผู้เลี้ยงสัตว์รายครัวเรือน
2	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	MA Network security and log management
3	กรมประชาสัมพันธ์	บำรุงรักษาระบบป้องกันไวรัสผ่านเครือข่ายสารสนเทศฯ
4	การทางพิเศษแห่งประเทศไทย	จัดซื้อระบบควบคุมระยะไกลของไฟฟ้าส่องสว่างทางพิเศษของรัฐ
5	การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย	งานซื้อพร้อมติดตั้งคอมพิวเตอร์แม่ข่ายประจำปี 2557
6	บริษัท บางจาก ปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)	พัฒนาระบบ Security and Safety Management (SSM)
7	บริษัท อสมท จำกัด(มหาชน)	เช่าเครื่องส่งโทรทัศนิตยอลพร้อมอุปกรณ์ส่วนควบ ครั้งที่ 2

ลำดับ	ชื่อลูกค้า	ชื่อโครงการ
8	สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล กรุงเทพมหานคร	จ้างบำรุงรักษาระบบเครือข่ายโปรแกรมประยุกต์ระยะที่ 2 ปี 2557
9	สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย กรม ประชาสัมพันธ์	พัฒนาประสิทธิภาพสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย กิจกรรมย่อยฯ
10	บริษัท คาซิสม่า จำกัด	บำรุงรักษาเครือข่ายอุปกรณ์และโปรแกรมการผลิตรายการ
11	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี	ปรับปรุงห้อง MCR, Web studio , Electronic Room
12	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี	ระบบวีดีโอคอนเฟอร์เรนซ์และการผลิตสื่อการเรียนการสอน
13	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี	ระบบฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์พร้อมอุปกรณ์ต่อพ่วง
14	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี	อุปกรณ์สำหรับจังหวัดบึงกาฬ ระบบฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์
15	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี	อุปกรณ์สำหรับจังหวัดบึงกาฬ VDO Conference

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

### 2.3.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

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

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

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

### 2.3.2 การตลาดและการแข่งขัน

หน่วยธุรกิจ Digital Broadcasting มีกลยุทธ์การแข่งขัน ดังนี้

- (1) ด้านสินค้าและบริการ

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

#### (2) ด้านพนักงาน

บริษัทฯ มีนโยบายที่จะพัฒนาตนเองให้ทันเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอเพื่อให้มีความสามารถแนะนำและรองรับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของลูกค้าและตลาด จึงเน้นพัฒนาคุณภาพของพนักงานรวมถึงการทำงานเป็นทีม การรับรู้และการปรับตามการเคลื่อนไหวตัวของธุรกิจดิจิทัลตลอดแคสดี้อย่างทันท่วงทีและต่อเนื่องส่วนหนึ่งได้จากการเป็น Certificate Partner จากเจ้าของผลิตภัณฑ์ ทำให้ทีมงานมีความยืดหยุ่นในการทำงานสามารถปรับตัวให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีได้อย่างดี

#### (3) ด้านการบริหารต้นทุน

หน่วยธุรกิจ Digital Broadcasting เน้นการบริหารต้นทุนการขายและการให้บริการเพื่อให้ได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน โดยยังรักษาคุณภาพสินค้าและบริการให้ได้ตามมาตรฐานโลก นอกจากนี้หน่วยงานยังเน้นการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า และเจ้าของผลิตภัณฑ์เพื่อให้สามารถซื้อสินค้าได้ในราคาที่ต่ำ เข้าใจในตัวสินค้าต่างๆ เป็นอย่างดีและมีความหลากหลายของสินค้า ทำให้สามารถนำเสนอสินค้าให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า และได้รับการคัดเลือกเป็นผู้ชนะการประมูลและสามารถแข่งขันกับองค์กรอื่นได้ในระยะยาว

#### (4) ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า

หน่วยธุรกิจ Digital Broadcasting มีการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าโดยการทำความเข้าใจลูกค้า ค้นหาความต้องการและทำการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า เพื่อให้มีโอกาสสร้างงานจากลูกค้ารายเดิมเพิ่มขึ้น

### **ลักษณะของกลุ่มลูกค้าและช่องทางจัดจำหน่าย**

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

รายได้ส่วนใหญ่ของหน่วยธุรกิจ Digital Broadcasting มาจากการประกวดราคา ขั้นตอนโดยทั่วไปจะให้พนักงาน Pre-Sale เข้าไปทำแนะนำทางด้านเทคนิค และระบบใหม่ ๆ ให้กับลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าเล็งเห็นความสำคัญและ

ประโยชน์ของการใช้ระบบต่าง ๆ ในการทำงาน จากนั้นหากลูกค้ามีความสนใจสินค้าและบริการ ทางสายงานจะจัดส่งพนักงานขายเข้าไปเจรจาต่อรองด้านราคาและเซ็นสัญญาโครงการเพื่อทำการประกวดราคาหรือปิดงานต่อไป

เนื่องจาก กสทช มีนโยบายเปลี่ยนระบบการแพร่ภาพกระจายเสียง ของวิทยุโทรทัศน์ภาคพื้นดิน (Terrestrial) จากระบบ Analog ไปเป็น ระบบ Digital โดยมีระยะเวลาดำเนินการ ในส่วนของ โทรทัศน์ 4 ปี และต่อ เนื่องด้วยระบบ ดิจิตอล เรดิโอ ของวิทยุ

ในช่วงปี 2556 ยังไม่ได้ เข้า แข่งขันประกวดราคา ของโครงข่าย ของสถานี โทรทัศน์กองทัพบก ช่อง5

ในช่วงปี 2557 ปีแรกที่เข้าแข่งขัน ด้วยงบประมาณ เจ็ดร้อยล้าน บาท IRCP สามารถ ดำเนินการ ได้ส่วนแบ่ง 237 ล้านบาท เป็น 34% ของตลาด ซึ่งถือว่า IRCP เป็น หนึ่งในสามของบริษัท ชำนาญ ที่ดำเนินการในธุรกิจนี้

ในปี 2558 จะเป็นปีที่มีการลงทุนสูงสุด เนื่องจาก โครงข่ายของ อสมท และ กรมประชาสัมพันธ์ เพิ่งจะเริ่ม ดำเนินการจัดซื้อ โดยมีงบลงทุน ทั้งหมด ถึง 4000 ล้านบาท และในส่วนของ IRCP ที่ดำเนินในธุรกิจโครงข่ายการส่ง สัญญาณ ออกอากาศ แล้ว จะเป็นปีที่เราขยาย งานเข้าสู่ การขายอุปกรณ์การ ผลิตรายการ โทรทัศน์ ซึ่งมีผู้ผลิตรายการ ด้านธุรกิจ 24 ช่อง และสาธารณะส่วนราชการ และชุมชน อีก 24 ช่อง ส่วนนี้มีผู้ดำเนินการเดิม อยู่ 3 ช่อง ได้แก่ TPBS , TV5 , TV11 นอกนั้นจะเป็นผู้ที่ต้องลงทุนใหม่

### 2.3.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

เนื่องจากหน่วยธุรกิจ Digital Broadcasting ดำเนินงานโดยให้คำปรึกษาและรวบรวมระบบให้กับลูกค้า ดังนั้น วิธีการจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการจึงเป็นส่วนหนึ่งของการขั้นตอนในการทำงาน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

หน่วยงานจะทำการสั่งซื้อสินค้าที่ต้องรวบรวมให้กับลูกค้าเมื่อได้รับการสั่งซื้อจากลูกค้าแล้ว โดยไม่มีการเก็บ สินค้าคงเหลือ การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการทั้งอุปกรณ์ฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ จะสั่งซื้อจากตรงจาก Plisch Kathrein และ Spinner

เรื่องการให้บริการ หน่วยงานมีการให้บริการด้วยตนเองหรือมีการใช้ผู้เชี่ยวชาญจากผู้ผลิตร่วม รวมถึงการซื้อ บริการต่อจากผู้ให้บริการอื่น (Outsource) โดยหน่วยงานมีปัจจัยในการพิจารณาเลือกบริษัทที่ทำซื้อบริการต่อ คือ ราคา และความชำนาญสำหรับงานนั้น ๆ

### 2.3.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

โครงการที่ยังไม่ได้ส่งมอบของหน่วยธุรกิจ Digital Broadcasting โดยส่วนใหญ่เป็นงานประมูลทั้งจากภาค ราชการและเอกชน โดยมีโครงการที่ชนะการประมูลแล้วอยู่ระหว่างดำเนินงาน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 ดังนี้

ลำดับ	ชื่อลูกค้า	ชื่อโครงการ
1	องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะ แห่งประเทศไทย	ซื้ออุปกรณ์ Video Encoder HD
2	องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะ แห่งประเทศไทย	จัดหา Combiner พร้อมอุปกรณ์ส่วนควบ โครงการโทรทัศน์ดิจิตอล
3	องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะ แห่งประเทศไทย	จัดหารถวัดสัญญาณพร้อมเครื่องมือวัดสำหรับโครงข่ายดิจิตอล

## 2.4 ธุรกิจการผลิตซ้ำซอฟต์แวร์ (Authorized Replicator: AR)

### 2.4.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

หน่วยธุรกิจ AR ดำเนินงานภายใต้บริษัท IRCP ประกอบธุรกิจเป็นผู้ผลิตซ้ำซอฟต์แวร์ให้กับ Microsoft ประเภทรับจ้างผลิต OEM ของ Microsoft มีขั้นตอน คือ บริษัท เป็นผู้จัดหาวัตถุดิบ อันได้แก่ CD/DVD และ ฉลากแสดงสิทธิ์ใช้งาน (Certificate of Authenticity) แล้วนำฉลากแสดงสิทธิ์ใช้งาน (Certificate of Authenticity) มาทำการพิมพ์ข้อความแสดงสิทธิ์การใช้งานในแต่ละผลิตภัณฑ์ พร้อมทั้งนำวัตถุดิบและวัตถุดิบที่แปรรูปแล้ว มาประกอบเข้าด้วยกันตามสูตรการผลิตของแต่ละผลิตภัณฑ์ แล้วทำการจัดส่งไปยังลูกค้า ซึ่งมี 2 กลุ่มคือ กลุ่มที่เป็นผู้จัดจำหน่ายที่ได้รับอนุญาต (Delivery Service Partner) และกลุ่มที่เป็นผู้ผลิตเครื่องคอมพิวเตอร์ (OEM Name Account) ซึ่งลูกค้าทั้งสองกลุ่มจะต้องเป็นบริษัทที่ได้ทำสัญญาจ่ายค่า License ตรงกับไมโครซอฟต์แล้วเท่านั้น สำหรับขั้นตอนการพิมพ์ ตลอดจนถึงการจัดส่ง จะถูกควบคุมและดำเนินการโดยผ่านกระบวนการ และเทคโนโลยีของไมโครซอฟต์ โดยเฉพาะ (Microsoft OEM Online) ปัจจุบันทางสายธุรกิจ AR เป็นผู้ผลิตซ้ำซอฟต์แวร์ให้กับ Microsoft แต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทยมานานกว่า 20 ปี

นอกจากการบริการรับจ้างผลิตซ้ำซอฟต์แวร์ให้กับลูกค้าแล้ว หน่วยธุรกิจ AR ยังให้บริการทางด้านงานพิมพ์เครื่องหมายหรือตราสินค้าบนวัตถุดิบได้แก่ เช่น แผ่นพิมพ์คีย์บอร์ด แก้วหรือพลาสติก ตามที่ลูกค้ากำหนด เป็นต้น

### 2.4.2 การตลาดและการแข่งขัน

สัดส่วนรายได้ของหน่วยธุรกิจ AR ในปี 2557 ส่วนใหญ่มาจากการผลิตซ้ำซอฟต์แวร์ของไมโครซอฟต์ คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 99.57 และงานพิมพ์เครื่องหมายหรือตราสินค้าบนวัตถุดิบได้มีการเติบโตที่ลดลงเล็กน้อย โดยมีสัดส่วนร้อยละ 0.43 ดังนั้น ทางหน่วยธุรกิจ AR จึงมีนโยบายการตลาดมุ่งเน้นงานทางด้านการผลิตซ้ำซอฟต์แวร์ของไมโครซอฟต์เป็นหลัก โดยมุ่งเน้นตลาดในประเทศและตลาดเวียดนาม ซึ่งมีการสั่งซื้ออย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน โดยเฉพาะตลาดเวียดนามมีอัตราการเติบโตมากกว่าร้อยละ 10 ในแต่ละปีตลอดช่วงระยะเวลา 5 ปีที่ได้เริ่มขยายตลาดเข้าไป ในขณะที่ตลาดในประเทศตรงตัว จากผลกระทบของสถานการณ์การเมืองช่วงต้นปี และสภาวะเศรษฐกิจโลกที่ชะลอตัวลง การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค ในขณะที่ช่วงครึ่งหลังของปีก็ยังมีกำลังซื้อออกมาพอสมควรหลังมีการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองในเดือนพฤษภาคม อย่างไรก็ตามหน่วยงานยังได้รับคะแนนความพึงพอใจอยู่ในเกณฑ์ดีมากเต็ม 100% จากการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าทั้งหมดทั้งในเดือนมกราคมและกรกฎาคม ซึ่งเดิมตลาดของประเทศเวียดนามมีคู่แข่งที่ทำอยู่คือ AR ในมาเลเซียและสิงคโปร์ ในขณะที่หน่วยงานเป็นผู้ทำตลาดในประเทศไทยเพียงรายเดียว ทำให้ในปัจจุบันสัดส่วนของผลิตภัณฑ์ไมโครซอฟต์ที่บริษัทจัดจำหน่ายสามารถแบ่งเป็น 2 กลุ่มตามภูมิภาคคือไทย และเวียดนามเป็น 80 : 20% ตามจำนวนหน่วย ส่วนสายผลิตภัณฑ์การพิมพ์บนวัตถุดิบนั้นจะเป็นตลาดเฉพาะสำหรับคีย์บอร์ดที่ผลิตเป็นจำนวนน้อย จึงไม่ค่อยมีการเติบโตอันเนื่องมาจากการให้บริการที่บริษัทฯ ให้กับลูกค้าในส่วนนี้จะเน้นการแก้ไขปัญหาสำหรับคีย์บอร์ดที่ยังไม่ได้พิมพ์ตัวอักษรภาษาไทยบนแผ่นพิมพ์ที่นำเข้าจากต่างประเทศ 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 2557 ที่ผ่านมามีลูกค้ามีระดับความพึงพอใจในเกณฑ์ ดี ถึง ดีมากเฉลี่ยถึงร้อยละ 100

เนื่องจากหน่วยธุรกิจ AR ประกอบธุรกิจหลัก คือ การผลิตซ้ำซอฟต์แวร์ของไมโครซอฟต์ ซึ่งขายให้กับลูกค้าตามที่ไมโครซอฟต์ เป็นผู้กำหนดให้ โดย Microsoft Licensing ประเทศสหรัฐอเมริกาจะเป็นผู้มอบหมายนโยบายให้กับไมโครซอฟต์ ประเทศไทยซึ่งเป็นตัวแทนในประเทศ เพื่อให้เป็นผู้กำหนดนโยบายทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ รวมถึงการปราบปรามซอฟต์แวร์ที่ผิดกฎหมายอีกทอดหนึ่ง ดังนั้น นโยบายการตลาดส่วนใหญ่จะถูกกำหนดโดยไมโครซอฟต์ โดยหากในปีใดทางไมโครซอฟต์ มีนโยบายการปราบปรามซอฟต์แวร์ละเมิดลิขสิทธิ์อย่างเข้มงวด ก็จะส่งผลให้รายได้ของหน่วยงานโตตามไปด้วย ในขณะที่เดียวกัน สำหรับผลิตภัณฑ์หรือรุ่นสินค้าของไมโครซอฟต์ ซึ่งมีออกมาใหม่เป็นระยะเพื่อกระตุ้นและตอบสนองความต้องการของลูกค้า หน่วยงานก็จะได้รับความไว้วางใจให้เป็นผู้ผลิตซ้ำซอฟต์แวร์เหล่านั้น ทำให้หน่วยธุรกิจ AR สามารถผลิตผลิตภัณฑ์ได้หลากหลาย อย่างเช่น ในช่วงเดือนสิงหาคม 2557 ทางไมโครซอฟต์ ได้มีการเปลี่ยนแปลงและออกผลิตภัณฑ์ใหม่ในตระกูล Office 365 ในชื่อผลิตภัณฑ์ Activation for Office (AFO) and One Drive ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป โดยสนับสนุนการทำงานแบบคลาวด์ เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถใช้งานได้แบบทุกที่ ทุกเวลา และรองรับการทำงานทุกแพลตฟอร์มโดยเฉพาะอย่างยิ่งบนอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ต่างๆ ที่เป็นที่ยอมรับ เช่น โทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต เป็นต้น ทำให้ผลิตภัณฑ์มีความสดใหม่ ใช้งานง่ายและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

(2) ด้านการลดต้นทุนการผลิต

หน่วยงานมีการดำเนินงานตามมาตรฐานที่ทาง Microsoft กำหนด และได้มีการปรับปรุงพัฒนากระบวนการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยยึดหลักการ ง่าย เร็ว ประหยัด และมีประสิทธิภาพ (Easier, Faster, Saver และ More Efficient) มาอย่างต่อเนื่อง โดยในปี พ.ศ. 2557 มีปรับเปลี่ยน Packaging แบบใหม่สำหรับสินค้าเดิมต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมา ให้อยู่ในรูปแบบเดียวกันทั้งหมด ซึ่งประหยัดวัสดุที่ใช้ลงอย่างมาก โดยตลอดทั้งปีหน่วยงานนี้สามารถลดต้นทุน

สินค้าโดยรวมได้ถึง 14% ทั้งนี้ในภาพรวมการปรับปรุงกระบวนการในช่วงปีที่ผ่านมาถือว่าประสบความสำเร็จ อันเป็นผลจากการวิเคราะห์ตลาดและการวางแผนจัดการวัตถุดิบอย่างมีประสิทธิภาพ และมีการปรับเปลี่ยนวิธีการเฉพาะสำหรับคำสั่งซื้อ lot ใหญ่ที่เป็นงานโครงการภาครัฐ โดยความพยายามรวบรวมคำสั่งซื้อให้มีปริมาณมากต่อครั้ง และการเจรจาต่อรองด้านราคากับ Supplier ทำให้มีความประหยัดต่อขนาดสูง ทั้งนี้ ทุกเป้าหมายมีการติดตามและจัดเก็บเป็นดัชนีชี้วัด (KPI) อย่างต่อเนื่อง เป็นระบบ และสอดคล้องกับนโยบายโดยรวมของบริษัทฯ ทำให้มั่นใจได้ว่าปีต่อไป ต้นทุนการผลิตจะสามารถลดลงได้อย่างสม่ำเสมอดังเช่นอดีตที่ผ่านมา

### ลักษณะของกลุ่มลูกค้าและช่องทางการจัดจำหน่าย

สำหรับซอฟต์แวร์ของไมโครซอฟท์ทางหน่วยธุรกิจ AR จะจำหน่ายให้เฉพาะลูกค้าที่ Microsoft เป็นผู้กำหนดให้เท่านั้น โดยแบ่งลูกค้าออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

(1) DSP (Delivery Service Partner) คือบริษัทที่เป็นตัวแทนกระจายสินค้าของไมโครซอฟท์ ซึ่งในประเทศไทยมี 3 รายและประเทศเวียดนาม 3 ราย โดย DSP เหล่านี้จะขายสินค้าให้กับกลุ่มลูกค้าหลัก 2 กลุ่มคือ กลุ่มบริษัทผู้ผลิตคอมพิวเตอร์รายย่อย (System Builder) ที่ไม่ได้ซื้อลิขสิทธิ์โดยตรงกับไมโครซอฟท์ และกลุ่มองค์กรต่าง ๆ ที่ต้องการซอฟต์แวร์ที่มีลิขสิทธิ์ถูกต้องของไมโครซอฟท์ โดยในปี 2557 สายธุรกิจ AR มีสัดส่วนรายได้จาก DSP ประมาณร้อยละ 97.75

(2) บริษัทผู้ผลิตคอมพิวเตอร์ที่ได้ซื้อลิขสิทธิ์โดยตรงกับ Microsoft USA (Named Account) ซึ่งในปัจจุบันมีลูกค้ากลุ่มนี้ในประเทศไทยจำนวน 2 ราย และในประเทศเวียดนาม 2 ราย ซึ่งในปี 2557 ที่ผ่านมานี้ ไมโครซอฟท์เวียดนามได้แต่งตั้งบริษัทที่เป็น Named Account แบบนี้ในประเทศเวียดนามเพิ่ม 1 ราย โดยในปี 2557 มีสัดส่วนรายได้จากลูกค้ากลุ่มนี้ ร้อยละ 1.76 อย่างไรก็ตามสำหรับผู้ผลิตคอมพิวเตอร์ที่เป็น Named Account นี้ในประเทศไทยอาจมีการแต่งตั้งเพิ่มขึ้นมาอีก 1 ราย คาดว่าจะเริ่มขายได้ภายในไตรมาสสองของปี 2558

ส่วนงานด้านการพิมพ์เครื่องหมายหรือตราสินค้าบนวัตถุผิวโค้ง ส่วนใหญ่เป็นการให้บริการกับกลุ่มของลูกค้า Microsoft เช่น งานการพิมพ์ตัวหนังสือภาษาไทยลงบนแป้นพิมพ์ เป็นต้น นอกจากนี้ อาจจะมีลูกค้าเพิ่มเติม คือ ผู้ผลิตเครื่องภายในประเทศที่ต้องการพิมพ์ตราสินค้าของตัวเอง

### ภาวะการแข่งขัน

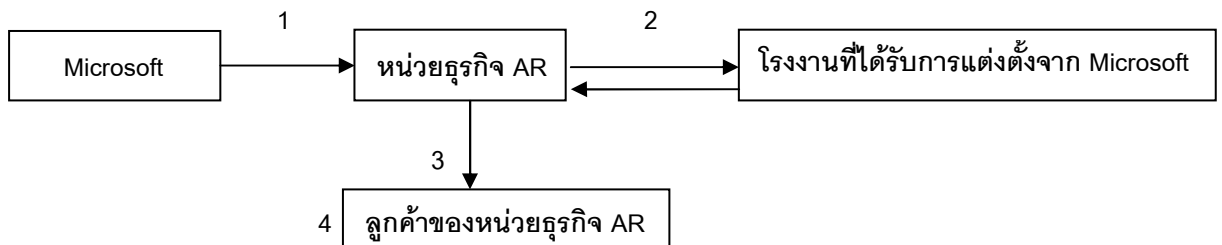
ซอฟต์แวร์ปฏิบัติการและซอฟต์แวร์ประยุกต์ ของไมโครซอฟท์ เป็นสินค้าที่มีผู้ใช้งานสูงสุดในตลาดซอฟต์แวร์ของประเทศไทย และเนื่องจากทางหน่วยธุรกิจ AR ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นผู้ผลิตซ้ำซอฟต์แวร์ของไมโครซอฟท์ เพียงรายเดียวในประเทศไทย ดังนั้น ปัจจุบันบริษัทฯ ครองตลาด 100 % และสามารถครองส่วนแบ่งตลาดในเวียดนามได้ 100% ในปีที่ผ่านมาแล้วเช่นกัน สำหรับสินค้าที่มีลิขสิทธิ์ที่ถูกต้อง อย่างไรก็ตาม คู่แข่งทั้งในประเทศไทยและเวียดนามมีทางเลือกที่จะซื้อสินค้าจากผู้ผลิตซ้ำซอฟต์แวร์ประเทศสิงคโปร์และมาเลเซีย ที่ได้รับอนุญาตจากไมโครซอฟท์ 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

จากการที่ซอฟต์แวร์ที่ผลิตซ้ำเป็นซอฟต์แวร์ของไมโครซอฟท์ 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 ส่งผลให้เกิดการขาดแคลนของฮาร์ดไดรฟ์ ซึ่งเป็นส่วนประกอบหลักของเครื่องคอมพิวเตอร์ ตั้งแต่ช่วงเดือนพฤศจิกายน 2554 ถึง เดือนมีนาคม 2555 และได้ส่งผลกระทบต่อเนื่องมายังซอฟต์แวร์ของไมโครซอฟท์ด้วย อีกทั้งในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมากระแสของ Tablet และอุปกรณ์แบบโมบายต่างๆ ยังคงเข้ามาแย่งส่วนแบ่งการตลาดพีซีไปพอสมควร ซึ่งก็เป็นในส่วนของผู้ใช้เพื่อการบันเทิงและโครงการ Tablet ในภาคการศึกษา ทำให้ในช่วงปี 55-56 อย่างไรก็ตามในระหว่างปี 2557 หลังจากมีการเปลี่ยนแปลงการเมือง กลับพบว่าสินค้าและบริการของหน่วยงานนี้ค่อยๆ เติบโตขึ้นเรื่อยๆ โดยเฉพาะในไตรมาส 3 และ 4 จนทำให้สามารถทำได้เกินเป้าหมายไป 3-4% หรือคิดเป็นอัตราการเติบโตเทียบปีก่อนหน้ามากกว่า 20% ดังนั้นการคาดการณ์แนวโน้มการผลิตซ้ำซอฟต์แวร์ในปี 2558 จะสามารถจากการเติบโตได้มากกว่า 10% โดยอัตราการเติบโตของตลาดเวียดนามจะอยู่ราว 20% แต่ตลาดในประเทศน่าจะเติบโตขึ้น 10-15%

#### 2.4.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

หน่วยธุรกิจ AR เป็นผู้รับจ้างผลิตซ้ำซอฟต์แวร์ให้กับ Microsoft โดยมีขั้นตอนการทำงานและการจัดหาผลิตภัณฑ์ดังนี้



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



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

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

ส่วนเครื่องจักรที่สั่งซื้อในประเทศ ได้แก่ เครื่องอบห่อสินค้าจำนวน 2 เครื่อง และเครื่องสกรีนบนวัตถุผิวโค้ง 2 เครื่อง โดยมีบุคลากรในหน่วยธุรกิจ AR ทั้งหมด 7 คน มีกำลังการผลิตซอฟต์แวร์และปริมาณการผลิตจริงมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปีตามความต้องการของตลาด ดังแสดงในตาราง

หัวข้อ	ปี 2554	ปี 2555	ปี 2556	ปี 2557
กำลังการผลิต (จำนวนชุด)	350,000	350,000	250,000	250,000
ปริมาณการผลิตจริง (จำนวนชุด)	275,883	219,265	156,654	184,948

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 โดยติดต่อผ่านสำนักงานสาขาในจีน

ส่วนวัตถุดิบที่ไม่จำเป็นต้องซื้อจากผู้ผลิตที่ Microsoft กำหนด ได้แก่ สิ่งพิมพ์และหีบห่อ โดยจะสั่งซื้อจากภายในประเทศไทย โดยมีสัดส่วนต้นทุนของวัตถุดิบในปี พ.ศ. 2554 - 2557 แสดงดังตารางด้านล่าง

หน่วย : ร้อยละ

วัตถุดิบ	ปี 2554	ปี 2555	ปี 2556	ปี 2557
ฉลากแสดงสิทธิ์กันปลอม+แผ่นซีดี+สิ่งพิมพ์ เช่น แผ่นพับ คู่มือ	90	90	90	95
อื่น ๆ	10	10	10	5
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

ทั้งนี้ สัดส่วนของการซื้อวัตถุดิบจากแหล่งวัตถุดิบจากต่างประเทศและในประเทศปี พ.ศ. 2554 - 2557 เป็นดังนี้

หน่วย : ร้อยละ

แหล่งที่มาวัตถุดิบ	ปี 2554	ปี 2555	ปี 2556	ปี 2557
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 ที่แม้ว่าจะลดการใช้กล่องพลาสติกไปและเปลี่ยนไปใช้ซองกระดาษแทน แต่ชิ้นส่วนหลักยังคงเป็น ฉลากแสดงสิทธิ์กันปลอม (Certificate of Authenticity) กับแผ่นซีดี/ดีวีดีเหมือนเดิม

### สัญญาสำคัญที่เกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจการผลิตซ้ำซอฟต์แวร์

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

บริษัท	บริษัทอินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล รีเสิร์ช คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
คู่สัญญา	บริษัท MICROSOFT LICENSING, GP
สัญญาเลขที่	5174800299
วันเริ่มต้นของสัญญา	1 กรกฎาคม 2557
ระยะเวลาของสัญญา	2ปี คือ 30 มิถุนายน 2559 หรือสิ้นสุดเมื่อมีการยกเลิกสัญญา
ค่าตอบแทน	ไม่มี
สาระสำคัญ	เป็นสัญญาที่ระบุข้อตกลงในการผลิตซ้ำซอฟต์แวร์และการให้บริการทั่วไปไม่เกี่ยวข้องกับ ช่องทางการจัดจำหน่าย โดยช่องทางการจัดจำหน่ายจะถูกแยกสัญญาออกเป็น 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	5174800300
วันเริ่มต้นของสัญญา	1 กรกฎาคม 2557
ระยะเวลาของสัญญา	2ปี คือ 30 มิถุนายน 2559 หรือสิ้นสุดเมื่อมีการยกเลิกสัญญา
ค่าตอบแทน	ไม่มี
สาระสำคัญ	1. เป็นผู้ผลิตเฉพาะสินค้าประเภท OEM ได้แก่ ซอฟต์แวร์ปฏิบัติการและ ซอฟต์แวร์ ประยุกต์ โดยขายให้แก่กลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้ผลิตเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ได้รับอนุญาตโดยตรงจากไมโครซอฟต์ (Name Account) ที่อยู่ในประเทศไทยและประเทศในภูมิภาคเอเชียทั้งหมด รวมถึงประเทศ ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์ ส่วนการ ขายวัตถุดิบสามารถขายให้กับผู้ผลิตประเภทเดียวกันในต่างประเทศได้ 2. กรณีฉลากแสดงสิทธิ์กันปลอม (Certificate of Authenticity, COA) หาย ในขณะที่ยัง อยู่ในความรับผิดชอบของบริษัทฯ จะต้องชดใช้ให้ไมโครซอฟต์ฉลากละ US\$ 50 ทุกกรณี

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

บริษัท	บริษัทอินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล รีเสิร์ช คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
--------	---

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

คู่สัญญา	บริษัท MICROSOFT LICENSING, GP
สัญญาเลขที่	5174800301
วันเริ่มต้นของสัญญา	1 กรกฎาคม 2557
ระยะเวลาของสัญญา	2 ปี คือ 30 มิถุนายน 2559 หรือสิ้นสุดเมื่อมีการยกเลิกสัญญา
ค่าตอบแทน	ไม่มี
สาระสำคัญ	<p>1. เป็นผู้ผลิตเฉพาะสินค้าประเภท OEM ได้แก่ ซอฟต์แวร์ปฏิบัติการและซอฟต์แวร์ประยุกต์ โดยขายให้แก่กลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้กระจายสินค้า DSP ที่ได้รับอนุญาตจากไมโครซอฟต์ (Delivery Service Partner) ที่อยู่ในประเทศไทยและประเทศในภูมิภาคเอเชียทั้งหมด รวมถึงประเทศ ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์ ส่วนการขายวัตถุดิบสามารถขายให้กับผู้ผลิตประเภทเดียวกันในต่างประเทศได้</p> <p>2. กรณีฉลากแสดงสิทธิ์กันปลอม (Certificate of Authenticity, COA) หาย ในขณะที่ยังอยู่ในความรับผิดชอบของบริษัทฯ จะต้องชดใช้ให้ไมโครซอฟต์ฉลากละ US\$ 50 ทุกกรณี</p>

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

บริษัท	บริษัทอินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล รีเสิร์ช คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
คู่สัญญา	บริษัท MICROSOFT LICENSING, GP
สัญญาเลขที่	5174800301
วันเริ่มต้นของสัญญา	1 กรกฎาคม 2557
ระยะเวลาของสัญญา	ไม่มีกำหนดไว้ แต่ให้เป็นไปตามสัญญาเกี่ยวกับการขายและบริการให้กับ OEM
ค่าตอบแทน	ไม่มี
สาระสำคัญ	เป็นการแก้ไขเปลี่ยนแปลงบางส่วนในสัญญาเลขที่ 5174800300 ในเรื่องบริการให้กับ OEM

#### 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 และได้ปรับปรุงแบบการดำเนินงานให้เหมาะสมกับสภาพตลาด ความต้องการของลูกค้าและการแข่งขันตลอดมา จนปัจจุบันเป็นการจัดจำหน่าย (ขายส่ง) สินค้าไอทีและระบบอุปกรณ์เครือข่ายเฉพาะสำหรับตลาดลูกค้าระดับองค์กร (Corporate Customer) มุ่งเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ให้กับตัวสินค้าและบริการ ในทุกขั้นตอนของการจัดจำหน่าย การทำความเข้าใจและทำงานร่วมกันกับลูกค้าเพื่อให้เกิดการเสริมพลัง (Synergy) ซึ่งกันและกัน การสร้างและให้บริการสนับสนุนก่อนและหลังการขาย เช่นการสร้างบริการและโซลูชันใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าแต่ละกลุ่ม การให้ข้อมูลด้านเทคนิคและข้อมูลเฉพาะของสินค้า (Technical Information and Specification) การให้คำปรึกษา (Consultancy) การออกแบบระบบ (System Design) การให้การสนับสนุนในด้านอุปกรณ์และ

บุคลากรในการทดสอบการใช้งานสินค้า (Proof of Concept or Product Testing) การวางแผนธุรกิจร่วมกับลูกค้า การจัดอบรมเพื่อพัฒนาทักษะในการขายให้กับลูกค้า การร่วมกับลูกค้าในการนำเสนอสินค้าและปิดการขาย (Joint Customer Visit) หรือเพื่อแสดงสินค้า (Joint Exhibition/Seminar) การมีสต็อกสินค้าเพื่อลดระยะเวลาการส่งสินค้าให้กับลูกค้า การบริการติดตั้งอุปกรณ์และระบบงาน การให้การอบรมด้านเทคนิคของสินค้าเป็นภาษาไทยให้แก่ลูกค้าและลูกค้า การแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นกับตัวสินค้าและโซลูชัน การบริการการซ่อมบำรุงตลอดจนการมีอุปกรณ์ทดแทนในช่วงเวลาการซ่อมอุปกรณ์ นอกเหนือจากนั้นบริษัทมุ่งเน้นการให้บริการที่สม่ำเสมอและต่อเนื่อง เป็นต้น

ในปี 2557 ที่ผ่านมามีบริษัทได้เพิ่ม ลด และจัดกลุ่มสินค้าที่บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาด พฤติกรรมการทำงานและการใช้งานของลูกค้า ได้เน้นไปที่ พฤติกรรมของลูกค้าในการทำงานนอกสถานที่หรือจากสถานที่นอกเหนือจากสถานที่ทำงานประจำ การทำงานแบบไม่ประจำที่ และมีการนำอุปกรณ์ลูกข่ายส่วนบุคคลซึ่งเป็นอุปกรณ์ที่องค์กรไม่ได้เป็นผู้จัดหาให้มาใช้ในงานในองค์กรมากขึ้น (Bring Your Own Device – BYOD) ความต้องการในด้านการบริหารจัดการเรื่องระบบความปลอดภัยของเครือข่าย (IT Security) ระบบเครือข่ายแบบมีสายและระบบการสื่อสารไร้สาย (Wired and Wireless Network) เพื่อตอบสนองการทำงานแบบเคลื่อนที่ ระบบสนับสนุนการทำศูนย์ข้อมูลสำรอง (Data Center & Disaster Recovery Site) และระบบการทำงานแบบ 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 ที่มีสมรรถนะสูงสามารถรองรับการทำงานของผู้ใช้ข้อมูลทั้งประเภทข้อมูลดาต้า เสียง และวิดีโอ (Convergent Network) รองรับ เข้าใจ รู้จัก บริหารและจัดการกับอุปกรณ์ลูกข่ายชนิดใหม่ๆ ที่นำมาใช้งานในเครือข่ายโดยอัตโนมัติ สนับสนุนการทำงานแบบ Mobility และ BYOD ประกอบด้วย Switch, Router, DNS, NAC และซอฟต์แวร์ระบบบริหารอุปกรณ์เครือข่าย และยังคงเหมาะกับการสร้างเครือข่ายสมรรถนะสูงราคาประหยัดสำหรับศูนย์ข้อมูลเพื่อรองรับการส่งข้อมูลจำนวนมหาศาลระหว่างเซิร์ฟเวอร์กับเซิร์ฟเวอร์ภายในศูนย์ข้อมูลและกับเครื่องลูกข่ายต่างๆ ในเครือข่าย นอกจากนี้ Alcatel-Lucent ยังพัฒนาอุปกรณ์รุ่นใหม่ที่ใช้ซอฟต์แวร์ในการกำหนดคุณสมบัติหรือนโยบายของการทำงานหรือนโยบายความปลอดภัยของเครือข่าย (Software Defined Network) ที่มีความฉลาดและมีสมรรถนะสูง

(1.2) Secured Wireless Network ของ Aruba Networks

Aruba เป็นผู้นำเทคโนโลยีอุปกรณ์การสื่อสารไร้สายที่ให้ความสำคัญปลอดภัยของข้อมูลแก่ผู้ใช้งานสูง มีระบบจัดการการใช้คลื่นสัญญาณที่ฉลาดเพื่อให้ได้สมรรถนะการทำงานของระบบและสนองผู้ใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด มีระบบอุปกรณ์และซอฟต์แวร์บริหารจัดการเครือข่ายของ Aruba ให้ความยืดหยุ่นและง่ายในการจัดการการใช้งานเพื่อสนับสนุนการทำงานนอกสถานที่ หรือการทำงานจากระยะไกลไม่ว่าจะเป็นการใช้งานจากสำนักงานสาขา การใช้งานจากบ้าน หรือการใช้งานจากสถานที่สาธารณะใดๆ โดยที่ยังให้ความสำคัญ

ปลอดภัยของข้อมูลสูงเช่นเดียวกับการใช้งานในสำนักงานโดยที่การจัดการไม่ได้เพิ่มภาระให้กับเจ้าหน้าที่ไอทีขององค์กรแต่อย่างใด เหมาะกับองค์กรที่มีสำนักงานสาขาจำนวนมาก องค์กรที่ผู้บริหารและพนักงานเดินทางออกนอกสถานที่ทำงานบ่อยๆหรือทำงานจากบ้าน ด้วยความสามารถของระบบดังกล่าวจึงสามารถรองรับเหตุการณ์ที่พนักงานไม่สามารถเดินทางเข้ามาทำงานที่สำนักงานไม่ว่าสาเหตุนั้นจะเกิดภัยพิบัติใดๆก็ตามได้ และมีความสามารถ รองรับ เข้าใจ รู้จัก บริหารและจัดการกับอุปกรณ์ลูกข่ายชนิดใหม่ๆที่นำมาใช้งานในเครือข่ายโดยอัตโนมัติ สนับสนุนการทำงานแบบ Mobility และ BYOD อย่างดีเช่นกัน นอกจากนี้ Aruba ยังออกสินค้าใหม่เพื่อรองรับการทราบตัวตนของผู้ใช้งานผ่านสัญญาณบลูทูธกับคุณสมบัติของเครื่องลูกข่ายของผู้ใช้งานแล้วส่งข้อมูลที่มีประโยชน์เฉพาะตัวไปยังผู้ใช้งานรายนั้นๆ ซึ่งสามารถปรับใช้กับความต้องการของกลุ่มองค์กรได้หลายประเภท

## (2) สินค้ากลุ่มระบบความปลอดภัยข้อมูลไอที (IT Security)

ระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูลขององค์กรนั้นมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมิไว้โดยเฉพาะองค์กรที่จะต้องติดต่อกับโลกภายนอกไม่ว่าจะเป็นการติดต่อผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ระบบ Extranet หรือแม้แต่วิธีระบบ 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) การปรับสภาพการทำงานเครือข่ายแนวให้เหมาะสม (WAN Optimization) การแจกแจงและควบคุมการทำงานของแอปพลิเคชัน (Application Control) การตรวจสอบข้อมูลจราจรที่เข้ารหัสแบบ SSL (SSL-Encrypted Traffic Inspection) และการแบ่งปริมาณข้อมูลให้กับลิงค์และเซิร์ฟเวอร์ให้มีความเหมาะสม (Load Balance) ล่าสุด Fortinet ยังเพิ่มความสามารถในด้านการจัดการและให้บริการการสื่อสารไร้สายแบบรวมศูนย์ให้กับอุปกรณ์ UTM ของ Fortinet ซึ่งทำให้ลูกค้าที่ใช้ UTM ของ Fortinet อยู่แล้วสามารถจัดหา Access Point ไร้สายของ Fortinet ติดตั้งเพิ่มในเครือข่ายก็สามารถให้บริการการสื่อสารไร้สายในองค์กรได้ในขณะที่ผู้ใช้งานแบบไร้สายขององค์กรยังได้รับการบริการด้านความปลอดภัยของข้อมูลจากอุปกรณ์ UTM ของ Fortinet ได้เช่นเดิม นอกจากนี้ Fortinet ยังพัฒนาโซลูชันความปลอดภัยของข้อมูลสำหรับ Server Virtualization ซึ่งกำลังได้รับความนิยมอย่างสูงในขณะนี้ โดยที่โซลูชันนี้จะช่วยป้องกันการโจมตีหรือการแพร่กระจายของอันตรายที่มาจากแอปพลิเคชันหนึ่ง ไปสู่แอปพลิเคชันอื่นๆที่ทำงานอยู่บน Server ตัวเดียวกัน ด้วยการมีความสามารถหลากหลายในอุปกรณ์ตัวเดียวจึงทำให้ Fortinet เป็นมากกว่าอุปกรณ์ UTM อื่นๆในตลาด Fortinet ได้ออกแบบอุปกรณ์มา

หลายรุ่นตั้งแต่ขนาดเล็กถึงใหญ่ เพื่อให้มีความเหมาะสมกับการนำไปใช้งานกับทุกขนาดของหน่วยงานตั้งแต่องค์กรขนาดเล็กจนถึงระดับผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต

นอกจากอุปกรณ์ UTM ที่กล่าวไปแล้ว Fortinet ยังมีระบบอุปกรณ์การเก็บล็อกจรรยาจรข้อมูลวิเคราะห์และหาความสัมพันธ์ของข้อมูลจรรยาจรเพื่อตรวจหาต้นตอการบุกรุก การรายงานและแจ้งเตือนการบุกรุกต่างๆโดยจะเก็บรวบรวมจรรยาจรข้อมูลที่ไหลผ่านอุปกรณ์ Fortinet ซึ่งระบบนี้จะเหมาะกับองค์กรตั้งแต่ขนาดเล็กไปจนถึงขนาดใหญ่ที่ต้องการวิเคราะห์ข้อมูลการโจมตีจากข้างนอกเครือข่ายที่จะเข้ามาในองค์กรหรือจากองค์กรจะออกไปโจมตีภายนอก

(2.2) ระบบการป้องกันไวรัสและการโจมตีสำหรับอุปกรณ์ลูกข่ายที่เป็นแบบ Cloud Service ของ ZScaler

องค์กรที่พนักงานขององค์กรติดต่อกับโลกภายนอกผ่านอินเทอร์เน็ตหรือ Web โดยเฉพาะองค์กรที่มีสาขาหลายสำนักงาน หรือมีพนักงานทำงานนอกสำนักงานจำนวนมาก การที่เมื่อพนักงานเหล่านี้จะทำธุรกรรมกับโลกภายนอกหากต้องดึงจรรยาจรของข้อมูลเข้าสู่ส่วนกลางก่อนที่จะออกสู่หรือเข้าจากภายนอกเพื่อตรวจสอบอันตรายที่ติดมากับข้อมูลเหล่านี้จะเป็นการสิ้นเปลืองแบนด์วิธของเครือข่ายหลักขององค์กรซึ่งมีปริมาณจำกัดและมีราคาแพง หรือหากต้องมีอุปกรณ์ตรวจจับอันตรายของข้อมูลดังกล่าวเพื่อติดตั้งอยู่ที่ทุกสำนักงานสาขาทุกสาขาจะเป็นการลงทุนที่สูงมาก และหากองค์กรละเลยการตรวจสอบดังกล่าวยิ่งเป็นการตัดสินใจที่สร้างต้นทุนที่สูงมากให้กับองค์กรหากมีอันตรายหลุดเข้ามาพร้อมกับข้อมูลดังกล่าว ซึ่งอาจจะก่อให้เกิดการล้มเหลวของเครือข่ายหรือสร้างความเสียหายให้กับข้อมูลธุรกิจหลักขององค์กรได้ ดังนั้นการบริการตรวจจับอันตรายที่จะติดมากับข้อมูลดังกล่าวผ่านการให้บริการแบบ Cloud Service นั้นเป็นคำตอบที่มีประสิทธิภาพและประหยัดค่าใช้จ่ายให้กับองค์กรได้อย่างสูงสุด ระบบนี้สนับสนุนการทำงานแบบ Mobility และ Remote Access

(2.3) ระบบการแจ้งเตือนและป้องกันการแก้ไขข้อมูลในตัวเซิร์ฟเวอร์ (ServerAlarm and WebAlarm) ของ eLock

เป็นระบบซอฟต์แวร์ที่จะคอยตรวจสอบการเข้าถึงและแก้ไขไฟล์ข้อมูลที่อยู่ในเครื่องคอมพิวเตอร์ และแจ้งเตือนหากมีการเข้าถึงหรือแก้ไขโดยบุคคลที่ไม่มีสิทธิ ไม่ว่าจะไฟล์ข้อมูลนั้นจะเป็นข้อความ ภาพ เสียง หรือฐานข้อมูล หรือ หน้าเว็บ ก็ตาม และสามารถที่จะนำข้อมูลชุดก่อนที่จะถูกแก้ไขกลับมาคืนสภาพเดิมให้ได้ (Recovery)

องค์กรธุรกิจปัจจุบันให้ความสำคัญและใช้เทคโนโลยีไอทีและข้อมูลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ข้อมูลจึงเป็นทรัพย์สินที่สำคัญยิ่งและยังเป็นชื่อเสียงและหน้าตาขององค์กร การถูกเข้าถึงและแก้ไขข้อมูลหรือหน้าเว็บขององค์กรโดยบุคคลภายนอกที่ไม่มีสิทธิจะสะท้อนถึงความน่าเชื่อถือขององค์กรต่อลูกค้าอย่างยิ่ง

(2.4) ระบบการตรวจสอบตัวตนและพิสูจน์สิทธิ์การใช้งาน (Authorization, Authentication and Access Control) ของ Aruba เรียกว่า ClearPass Policy Manager (CPPM)

ระบบ CPPM เป็นระบบกำหนดนโยบายให้กับอุปกรณ์ประเภทต่างๆ เช่น Macbook, Iphone, Ipad, Android, Galaxy Tab, WiFi Phone, Printer หรืออุปกรณ์อื่นๆ เพื่อให้เข้าถึงระบบเครือข่ายขององค์กร โดยที่ CPPM สามารถรองรับการเชื่อมต่อได้ทั้งเครือข่ายแบบใช้สายและเครือข่ายแบบไร้สายได้ โดย CPPM จะมีโมดูล 3 โมดูลด้วยกัน ซึ่งโมดูลแรกเรียกว่า Clear Pass Self Service Registration/Provisioning (Guest):

เป็นระบบการลงทะเบียนสำหรับบุคคลภายนอกเพื่อให้อุปกรณ์สามารถเข้าใช้งานในระบบเครือข่ายได้โดยผู้ใช้งานเป็นผู้ลงทะเบียนด้วยตนเองผ่านทางหน้าจอบ Captive Portal และระบบจะจัดเก็บข้อมูลของอุปกรณ์ไว้ใน Database ให้โดยอัตโนมัติ ซึ่งทำให้สะดวกและง่ายต่อการใช้งานและจะช่วยลดงานของเจ้าหน้าที่บริหารไอทีลง อย่างเห็นได้ชัดและในความง่ายระบบ CPPM ได้ทำการ โมดูลที่ 2 เรียกว่า ClearPass Onboard : เป็นระบบที่ช่วยในการตั้งค่า ติดตั้งโปรแกรมด้านความปลอดภัยต่างๆ และจัดเตรียมทรัพยากรของการระบุตัวตนและพิสูจน์ทราบตัวตนภายใต้มาตรฐาน 802.1x ให้กับอุปกรณ์ที่กำลังจะเชื่อมต่อกับเครือข่าย ทำให้สามารถทราบและระบุตัวตนผู้ที่กำลังใช้งานระบบเครือข่ายได้เป็นการรองรับและจัดการกับอุปกรณ์แบบ BYOD และโมดูลที่ 3 คือ ClearPass OnGuard : เป็นระบบที่ทำหน้าที่เป็น NAC (Network Access Control) เพื่อทำหน้าที่ตรวจสอบอุปกรณ์ที่กำลังจะต่อเชื่อมกับระบบเครือข่ายว่ามีระบบรักษาความปลอดภัยและข้อกำหนดต่างๆ เป็นไปตามที่องค์กรกำหนดไว้ หรือไม่ เช่น ในเครื่องมีซอฟต์แวร์ป้องกันไวรัสหรือไม่ เปิดไฟร์วอลล์ไว้หรือไม่ หรือมีซอฟต์แวร์ที่ไม่ได้กำหนดให้ใช้งานอยู่หรือไม่ ซึ่งทั้งหมดที่กล่าวมาจะทำให้ระบบเครือข่ายขององค์กรทำงานได้อย่างสมบูรณ์แบบทั้ง Monitor, Control, Protect, Reports ได้อย่างครบถ้วน

(3) ระบบสนับสนุนการทำงานของ Data Center & Disaster Recovery

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

(3.1) DNS, DHCP and IPAM ของ Infoblox

เป็นโซลูชันของ Network Infrastructure ในการจัดการ DNS DHCP และ IPAM ที่สามารถทำงานทั้ง 3 ฟังก์ชันได้พร้อมกันใน Appliance เครื่องเดียว สามารถใช้เป็น DNS/DHCP Server แบบ IPv4/IPv6 ที่มีประสิทธิภาพสูงทำ DNS fail over และ DHCP fail over ซึ่ง DNS/DHCP โดยใช้ Windows และ Bind opensource ไม่สามารถทำได้ ทนทานต่อภัยคุกคามและการโจมตีเข้าระบบด้วยคุณสมบัติของ DNSSECURE ระหว่าง domain และ sub domain ทนต่อการโจมตี แบบ DDOS สามารถเพิ่มคุณสมบัติ DNS Firewall เพื่อใช้ป้องกัน user จากการไป access DNS ที่เป็น bad site สามารถทำ High Availability ได้ทุกรุ่น และขยายการทำงานไปยังสาขาต่างๆด้วย Grid Technology ซึ่งเป็นเทคโนโลยีเฉพาะของ Infoblox เพื่อให้การ update DNS/DHCP/IP เป็นไปอย่างอัตโนมัติ นอกจากนี้ยังใช้เป็น IP Address Management สามารถใช้จัดการ IP ขององค์กรแบบอัตโนมัติทั้ง IPv4 และ IPv6 ทั้งที่เป็น Physical และ Virtual Systems ให้ความสะดวกกับผู้ดูแลระบบ สามารถทำบริหาร DNS/DHCP/IP ได้จากส่วนกลาง (Centralize Management ) ทำให้แก้ปัญหาเน็ตเวิร์คได้อย่างรวดเร็วกว่าการจัดการแบบเดิม ลด Business Disruption และการสูญเสียรายได้จากการที่ต้องหยุดทำธุรกรรมจากสาเหตุที่ระบบสารสนเทศและเครือข่ายทำงานไม่ได้อันเนื่องมาจากอุปกรณ์ DNS/DHCP/IPAM อ่อนแอ ไม่แข็งแรง ทำงานไม่ได้และหรือทำงานผิดพลาด เหมาะกับศูนย์ข้อมูลขนาดกลางและขนาดใหญ่ที่มีจำนวนผู้ใช้งานจำนวนมากเกินกว่า 500 รายขึ้นไป และเหมาะกับองค์กรที่มีศูนย์ข้อมูลของสำนักงานหลายสาขากระจายอยู่ต่างพื้นที่

(3.2) Internet Gateway และ Mobile Offload ของ Antlabs

Antlabs เป็นผลิตภัณฑ์ซึ่งมีคุณสมบัติเป็น Internet gateway ระดับ Enterprise สำหรับการจัดการผู้ใช้งาน Wired และ Wireless โดยมีลักษณะที่เรียกว่า Visitor-base network คือจะทำให้การใช้งาน Internet สำหรับ user ที่เข้ามาในพื้นที่บริการ Wifi ประเภทต่างๆ ใช้งานได้อย่างเป็นที่น่าสนใจ โดยโซลูชันของ Antlabs สำหรับกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ประกอบด้วย

(3.2.1) โซลูชัน Hospitality สำหรับกลุ่มลูกค้า โรงแรม, service apartment, Exhibition

Hall สามารถทำ Multi-tier QOS เพื่อใช้จัดการ Internet Bandwidth ผ่าน Network ทั้งแบบ Wired และ Wireless สำหรับผู้ใช้แต่ละประเภท ตัวอย่างเช่นลูกค้าเข้าพักโรงแรมทั่วไป สามารถใช้ Free wifi ได้ bandwidth 256 KB ต่อคน สามารถใช้งานได้รวม 24 ชั่วโมง หากเป็น VIP หรือ จ่ายเพิ่มจะได้ bandwidth 1 MB จนกว่าจะ checkout หรือต้องการทำ Conference call สามารถทำ Fixed bandwidth ขนาด 2 MB ให้ได้โดยไม่มีคนอื่นมาแชร์ bandwidth ร่วม นอกจากนี้ยังสามารถ Integrate ร่วมกับ Front Office Software ของโรงแรมชั้นนำส่วนใหญ่ได้เช่น Micros Fidelio, Opera ฯลฯ โดยไม่ต้องเขียนโปรแกรมเพิ่มเติม เพื่อส่งค่าการใช้งานหรือแจ้งเตือนแขกที่เข้าพักเรื่องค่าใช้จ่ายต่างๆ อุปกรณ์สำหรับโซลูชันนี้จะมีคุณสมบัติเบ็ดเสร็จอยู่ใน Appliance เครื่องเดียวรวมถึงคุณสมบัติที่สามารถทำ DHCP, DNS, Lawful Intercept (Log management), payment gateway interface และยังสามารถทำ HA(High Availability) เพื่อให้ระบบสามารถใช้งานได้ 24 ชั่วโมง โดยประมาณการ device สูงสุดไม่เกิน 5,000 device

(3.2.2) โซลูชัน BYOD เหมาะสำหรับ Campus เช่น มหาวิทยาลัย ซึ่งสามารถจัดการ

Authentication และจัด QOS profile ให้เหมาะกับอุปกรณ์ต่างๆ ได้ทั้ง Notebook, Smart phone, Tablet โดยมี portal ซึ่งมีขนาดจอเหมาะกับอุปกรณ์แต่ละประเภท และสามารถระบุให้อุปกรณ์ที่ออกจากบริเวณวง network ไปแล้วเมื่อนำเข้ามาใหม่สามารถใช้ได้ทันทีโดยไม่ต้อง login ใหม่อีกครั้งหากว่าผู้ใช้นั้นๆ ยังมีสิทธิและโควตาในการใช้งานอยู่ โซลูชันนี้จะมีคุณสมบัติเบ็ดเสร็จอยู่ใน Appliance เครื่องเดียวเหมือนโซลูชัน Hospitality โดยประมาณการ device สูงสุดไม่เกิน 20,000 devices

(3.2.3) โซลูชัน Carrier Wifi เหมาะสำหรับ Provider ในการจัดการ Wifi ที่ติดตั้งในพื้นที่บริเวณ

กว้างเช่น เทศบาลหรือจังหวัด ซึ่งจะมี รุ่นและอุปกรณ์เสริมจาก Antlabs เป็น ชุด Appliance หลายตัว โดยจะมีการสำรวจและออกแบบให้เหมาะสมกับความต้องการของโครงการ

(3.2.4) โซลูชัน Mobile offload เป็น โซลูชันสำหรับ Mobile Provider หรือ Campus ที่ปัจจุบัน

Mobile Provider มีการนำ Wifi access point ไปวางไว้ทดแทนการขยาย 3G node ซึ่งมีราคาแพง โดยหากเครื่องลูกข่ายสนับสนุน protocol EAP-SIM (เครื่อง Mobile รุ่นใหม่จะมีทั้งหมด) จะสามารถใช้ Internet 3G ของค่ายมือถือที่ใช้อยู่ผ่าน Wifi access point ที่ใกล้ที่สุดได้ทันทีโดยไม่ต้องใช้ผ่าน 3G Internet Node ซึ่งอาจมีผู้ใช้งานจำนวนมากและอยู่ในระยะใกล้กว่า

(3.3) ระบบและอุปกรณ์สายสัญญาณ (Cabling System) ของ Panduit

Panduit มีระบบอุปกรณ์สายสัญญาณและตู้ใส่อุปกรณ์ (Cable and Cable Rack) คุณภาพสูงและมีหลายประเภทสำหรับการใช้งานในสภาพแวดล้อมต่างๆ มีทั้งสายสัญญาณที่เป็นสายทองแดง CAT5E หรือ



CAT6A หรือสาย Optic Fiber มีสายสัญญาณที่ใช้ในโรงงานที่อ่อนไหวต่อคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้า สายสัญญาณที่ติดตั้งกับเครื่องมือที่เคลื่อนที่หรือบิดไปมา สายสัญญาณที่ติดตั้งในสภาพแวดล้อมที่มีอุณหภูมิร้อนหรือเย็นกว่าปกติ หรือมีความชื้นหรือมีเคมี เป็นต้น Panduit ยังมีอุปกรณ์เสริมของสายสัญญาณเพื่อเพิ่มความมั่นใจในการใช้งานมีระบบการป้องกันการถอดเปลี่ยนสลับสายสัญญาณโดยพลั้งเผลอหรือไม่ตั้งใจ มีระบบการบริหารจัดการการติดตั้งใช้งานสายสัญญาณที่ฉลาด เหมาะกับการเดินสายแลนในสำนักงาน ศูนย์ข้อมูล หรือโรงงานอุตสาหกรรม

#### (3.4) Uninterruptible Power Supply ของ EATON

เป็นระบบอุปกรณ์ปรับสภาพและสำรองพลังงานไฟฟ้าคุณภาพสูงสำหรับศูนย์ข้อมูล ระบบของ EATON มีความสามารถพิเศษในการเข้าใจและทำงานร่วมกับการทำงานของระบบเวอร์ชวลไลซ์ของ VMWare, Citrix หรือ Microsoft เพื่อกำหนดระดับความสำคัญของเวอร์ชวลแมชชีนบนเซิร์ฟเวอร์ และทะยอยสั่งปิดการทำงานระดับเวอร์ชวลแมชชีนตามลำดับความสำคัญที่กำหนดไว้ล่วงหน้า และหรือย้ายการทำงานของเวอร์ชวลแมชชีนจากศูนย์ข้อมูลหลักไปยังศูนย์สำรองได้ในกรณีไฟฟ้ามีปัญหา เป็นการสนับสนุนการทำงานแบบ Business Continuity

## 2.5.2 การตลาดและการแข่งขัน

### การตลาด

บริษัท ITDC มีนโยบายในการดำเนินธุรกิจที่ชัดเจนโดยเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า และขั้นตอนการจัดจำหน่าย เพื่อหลีกเลี่ยงการแข่งขันด้านราคา ในด้านการตลาด ITDC จะร่วมมือกับเจ้าของสินค้าในการสร้างการรับรู้ของตลาดในตัวของสินค้าโดยการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ จัดสัมมนาให้ข้อมูลสินค้าแก่คู่ค้าและลูกค้า รวมถึงการจัดอบรมด้านเทคนิค เป็นต้น ในด้านการจัดจำหน่าย ITDC จะร่วมมือกับคู่ค้าในการร่วมแสดงสินค้า การเยี่ยมและนำเสนอการขายต่อลูกค้า การทำโปรโมชั่น

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

ITDC มีกลยุทธ์การแข่งขัน ดังนี้

#### (1) ด้านสินค้าและบริการ

เพื่อให้สอดคล้องกับปรัชญาในการทำธุรกิจ บริษัทเน้นการกำหนดประเภทของสินค้าและบริการที่จะนำมาจำหน่ายซึ่งจะต้องเป็นสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของตลาดในปัจจุบันและตอบสนองแนวโน้มตลาดที่กำลังเกิดขึ้น และควรเป็นสินค้าที่เกื้อหนุนซึ่งกันและกัน (Complimentary) และต้องเป็นสินค้าที่ต้องการประเภทของความเชี่ยวชาญและความชำนาญของบุคลากรใกล้เคียงกันเพื่อที่จะสร้างความชำนาญและความเชี่ยวชาญในการให้บริการในตัวบุคคลากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถสร้างความมั่นใจในการให้บริการกับลูกค้า คัดเลือกสินค้าที่มีคุณภาพทั้งด้านตัวสินค้าและบริษัทผู้ผลิต สินค้าที่มีคุณสมบัติที่ตรงกับความต้องการของตลาด มีคุณภาพสูง และมีศักยภาพ

ทางการตลาดสูง มีกลยุทธ์ มีอนาคต เป็นสินค้าแบรนด์ที่ต้องการชิงตลาดหรือเจาะตลาดของแบรนด์ที่เป็นผู้นำ คือเป็นแบรนด์ท้าทายผู้นำ (Challenging Brand) ในปี 2557 ที่ผ่านมาและปี 2558 บริษัทมุ่งตอบสนองนโยบายของรัฐในเรื่องการขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยระบบดิจิทัล (Digital Economy) ได้แก่การค้าด้วยอิเล็กทรอนิกส์และการใช้เทคโนโลยีไอทีเพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งจะแตกย่อยไปเป็นระบบคอมพิวเตอร์สำหรับงานสำนักงาน งานขาย งานผลิต การนำไอทีมาช่วยในไลน์ผลิตหรือ shop floor (Industry Automation) การค้าแบบออนไลน์ การทำอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง การทำเว็บไซต์ขององค์กร การทำงานจากภายนอกองค์กร (Remote Workforce หรือ Workforce Mobility) ระบบความปลอดภัยของข้อมูล (IT Security) ระบบข้อมูลแบบคลาวด์ เป็นต้น ซึ่งบริษัทก็ได้เป็นตัวแทนสินค้าหลายตัวตามที่ได้อ้างมาแล้ว เช่น Fortinet, Alcatel-Lucent, Aruba, InfoBlox, ZScaler, AntLabs, eLock, EATON, Panduit เป็นต้น และบริษัทก็จะเสาะหาคัดเลือกสินค้าใหม่ๆ ที่สนับสนุนแนวโน้มที่กล่าวไปแล้วเพิ่มเติมอีกด้วย

## (2) ด้านพนักงาน

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

ในปี 2558 เพื่อรองรับนโยบาย Digital Economy บริษัทจะเพิ่มพนักงานด้านการตลาดและพนักงานที่ดูแลตลาด SME เพื่อสร้างการสื่อสารกับตลาดและลูกค้าผ่าน เว็บไซต์ อีเมล หรือการสื่อสารส่วนบุคคล การจัดสัมมนา การจัดนิทรรศการ และการติดต่อลูกค้าทางโทรศัพท์ เพื่อสอบถามและให้ข้อมูลแก่ลูกค้าเพื่อหาโอกาสในการขาย (Sales Leads)

บริษัทมีนโยบายในการรักษาพนักงานให้ทำงานกับบริษัท ทั้งในเรื่องผลตอบแทนในการทำงาน การเติบโตในสายงาน สวัสดิการ สภาพแวดล้อมการทำงาน การให้โอกาสในการพัฒนาตนเอง การบริหารงานภายในบริษัท ตลอดจนการสร้างให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างทีมงานเพื่อให้เกิดความต่อเนื่องในการทำงานและการให้บริการโดยไม่เปลี่ยนแปลงบุคลากรผู้ให้บริการบ่อย

### (3) ด้านช่องทางการจำหน่าย

บริษัทจำหน่ายสินค้าโดยผ่านตัวแทนจำหน่ายหรือบริษัทร่วมค้าหรือคู่ค้า (Dealer หรือ Reseller หรือ Partner) รวมเรียกว่าคู่ค้าซึ่งได้แก่บริษัทที่จำหน่ายและติดตั้งระบบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และเครือข่าย (Network Integrator) หรือเป็นบริษัทที่จำหน่ายและติดตั้งระบบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และโปรแกรมธุรกิจ (System Integrator) ทั้งในกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด โดยบริษัทจะคัดสรรผู้ร่วมค้าโดยมุ่งเน้นคุณภาพ เน้นความตั้งใจในการทำธุรกิจไม่เน้นขนาดของบริษัท บริษัทจะทำงานร่วมกันกับผู้ร่วมค้าอย่างยุติธรรมและเสมอภาค มีกฎเกณฑ์กติกาในการทำธุรกิจและตัดสินใจบนปกติที่วางไว้ทำให้สามารถเป็นที่คาดการณ์ได้ (Predictability) ของผู้ร่วมค้า ซึ่งจะทำให้เกิดการเชื่อมั่นและเชื่อถือซึ่งกันและกันในระยะยาว

บริษัทให้ความสำคัญในการร่วมพัฒนาความสามารถของทีมงานของคู่ค้าโดยจัดการอบรมเกี่ยวกับตัวสินค้าทั้งด้านเทคนิคและด้านการขายให้แก่ผู้ร่วมค้าอย่างต่อเนื่องทุกเดือนทั้งโดยบุคลากรของบริษัท และโดยบุคลากรของเจ้าของสินค้า จัดให้มีห้องทดสอบอุปกรณ์โดยจะมีอุปกรณ์ที่จำหน่ายทั้งหมดและอุปกรณ์เสริมที่จำเป็นต่อระบบของครวม (Solution) เพื่อให้ผู้ร่วมค้าได้มาทดสอบหรือเรียนรู้การใช้งานเป็นการพัฒนาความรู้ให้กับผู้ร่วมค้าอย่างมีประสิทธิภาพอีกทางหนึ่ง

เพื่อสนับสนุนช่องทางการจัดจำหน่ายให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น นอกเหนือจากการเพิ่มบุคลากรด้านการตลาดแล้วบริษัทจะเพิ่มบุคลากรเพื่อติดต่อตรงถึงลูกค้า (Direct Touch) เพื่อพัฒนาโอกาสในการขายในลูกค้าสำคัญๆ เป็นการสนับสนุนการสร้าง Sales Leads ให้กับคู่ค้าของบริษัท

### (4) ด้านการสนับสนุนการจำหน่ายสินค้า

บริษัทมีนโยบายการจัดกิจกรรมเพื่อให้ข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า (Create Product and Brand Awareness) การกระตุ้นตลาดและสร้างความต้องการให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Demand Generation Activities) ซึ่งได้แก่การจัดสัมมนาด้านเทคนิคเกี่ยวกับตัวสินค้าให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและบุคคลที่สนใจ การจัดงานสัมมนาด้านเทคนิคร่วมกับตัวแทนจำหน่ายสำหรับลูกค้าโรงงานอุตสาหกรรมโดยเฉพาะโรงงานในเขตอุตสาหกรรมที่ถูกนำท่วม การเข้าร่วมงานนิทรรศการเพื่อแสดงสินค้าและการใช้งาน (Exhibition and Trade Show) การให้ข้อมูลเทคนิคเกี่ยวกับคุณสมบัติของสินค้าและนำไปใช้ในงานจริงผ่านช่องทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) และเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์

ในปี 2558 บริษัท ITDC มีเป้าหมายที่จะขยายตลาดไปในต่างจังหวัด และประเทศใกล้เคียงที่กำลังเติบโตเช่น พม่า ลาว และกัมพูชา ให้มากขึ้น โดยการมีบุคลากรประจำในพื้นที่เพื่อเป็นตัวแทนของบริษัทในการศึกษาความต้องการของตลาดและพัฒนาโอกาสในการทำธุรกิจ การให้ข้อมูลของบริษัทและสินค้าแก่ตลาด การคัดเลือก สนับสนุน และร่วมมือในการทำธุรกิจกับบริษัทคู่ค้าในพื้นที่ เพื่อสร้างการรับรู้ สร้างความมั่นใจและให้บริการที่เหมาะสมและทันเวลาที่ต่อคู่ค้าและลูกค้าในพื้นที่ ซึ่งได้เริ่มทำที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือก่อนเป็นพื้นที่แรก และมีแผนจะขยายไปสู่พื้นที่ภาคตะวันออกเฉียง ภาคเหนือ ภาคใต้ ประเทศพม่า ประเทศลาว และประเทศกัมพูชาต่อไป

### (5) ด้านราคา

เนื่องจากบริษัทเน้นคุณภาพ และการสร้างมูลค่า/คุณค่าเพิ่ม (Value added) แก่สินค้าและบริการ จึงไม่มีนโยบายการแข่งขันทางด้านราคา อย่างไรก็ตาม บริษัทพยายามบริหารต้นทุนสินค้าให้อยู่ในระดับต่ำ โดยมีการบริหาร

สินค้าคงคลังที่มีประสิทธิภาพ และยังสามารถประโยชน์จากการที่มีพนักงานที่มีคุณภาพ มีความเชี่ยวชาญ ลดความจำเป็นที่จะต้องพึ่งพาผู้เชี่ยวชาญหรือการบริการจากต่างประเทศ ทำให้บริษัทมีศักยภาพที่จะแข่งขันด้านราคา หากมีความจำเป็นและส่งผลดีต่อสภาวะการทำกำไรของบริษัทในที่สุด

#### (6) ด้านการควบคุมสินเชื่อ

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

#### สภาพเศรษฐกิจ ภาวะการแข่งขันและแนวโน้มการเติบโตของสินค้าที่เป็นตัวแทน

ช่วงปีที่ผ่านมาปี 2557 นักทำนายเศรษฐกิจหลายสำนักคาดหวังว่าเศรษฐกิจไทยจะขยายตัวได้ถึงร้อยละ 3.7-4.5% แต่เนื่องจากมีปัญหาทางการเมืองรุนแรงจนมีการยึดอำนาจการบริหารประเทศและคงไว้ของการใช้กฎอัยการศึกตลอดปีและเลยเข้ามาปี 2558 ซึ่งอาจมีผลกระทบต่อการลงทุนและการท่องเที่ยว การส่งออกลดลงจากเศรษฐกิจคู่ค้าต่างประเทศซบเซาหรือเติบโตไม่มาก กำลังซื้อระดับครัวเรือนลดลงผลจากสินค้าเกษตรตกต่ำและหนี้ครัวเรือนสูงขึ้นจากนโยบายประชานิยมต่างๆ นโยบายจ่าน้ำท่วมที่ผิดพลาดทำให้รัฐบาลมีภาระด้านงบประมาณสูงขึ้นกระทบต่อรายจ่ายและการเบิกจ่ายงบประมาณประจำปีของรัฐ ปัจจุบันเหล่านี้ส่งผลให้การขยายตัวทางเศรษฐกิจไทยลดลงจากที่ประมาณการไว้เหลือต่ำกว่า 1 %

นักเศรษฐศาสตร์หลายสำนักมองว่าเศรษฐกิจของไทยในปี 2558 จะได้รับผลจากเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าอ่อนแอจะกระทบต่อการส่งออกสินค้าหลักเช่นรถยนต์และเครื่องใช้ไฟฟ้า การกระตุ้นเศรษฐกิจและการเบิกจ่ายภาครัฐล่าช้ากว่าที่คาดเช่นการเบิกจ่ายงบลงทุนภาครัฐทำได้ช้า มาตราการช่วยเหลือเกษตรกรไม่ทันท่วงที หนี้ครัวเรือนยังอยู่ในระดับสูงกระทบต่อการบริโภคภาคครัวเรือน อย่างไรก็ตามยังมีแรงขับเคลื่อนทางบวกอยู่เช่นมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นตั้งแต่ปลายปี 2557 คาดว่าปี 2558 การท่องเที่ยวจากต่างประเทศจะเพิ่มมากขึ้น และนโยบายของรัฐในการกระตุ้นการท่องเที่ยวภายในประเทศ น่าจะทำให้ภาคท่องเที่ยวดีขึ้น การลงทุนภาครัฐชัดเจนขึ้นเช่นแผนการลงทุนโครงสร้างพื้นฐาน การขนส่งระบบรางและการลงทุนป้องกันอุทกภัยจะทำให้เกิดแรงขับเคลื่อนจากการลงทุนภาครัฐ นโยบาย Digital Economy ของรัฐบาลที่จะส่งเสริมให้เกิดการค้าผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น การส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีไอทีมาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและความสามารถในการแข่งขันขององค์กรระดับ SME นอกจากนี้ราคาลงงานที่ลดต่ำลงจะมีผลให้ต้นทุนการผลิตและการขนส่งลดลงจะส่งผลให้แรงกดดันของเงินเฟ้อมีน้อย คาดว่าจากปัจจัยเหล่านี้เศรษฐกิจของประเทศไทยปี 2558 น่าจะขยายตัวที่ 3-3.5% และจากภาวะเงินทุนไหลออกจากตลาดเกิดใหม่ตามแนวโน้มของการขึ้นดอกเบี้ย

ของธนาคารกลางสหรัฐฯ และจากการดำเนินนโยบายการเงินแบบผ่อนคลายเป็นของธนาคารแห่งประเทศไทยเพื่อสนับสนุนการขยายตัวทางเศรษฐกิจของไทยอาจจะทำให้ค่าเงินบาทมีแนวโน้มอ่อนตัวลงเป็นประมาณ 33.5 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ

สำหรับนโยบายธุรกิจของบริษัท ITDC ท่ามกลางการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจอย่างช้าๆ ในปี 2558 นี้ ITDC จะดำเนินธุรกิจอย่างระมัดระวังโดยมุ่งไปที่โครงการของรัฐในด้านการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานระบบราง นโยบาย Digital Economy ของรัฐในการสนับสนุน SME โดยมุ่งไปที่เทคโนโลยีที่สนับสนุนการค้าแบบ e-commerce การทำเว็บไซต์ เทคโนโลยีที่สนับสนุนการทำงานแบบ Mobility การทำงานจากนอกสำนักงาน การทำงานจากระยะไกล การนำอุปกรณ์ของส่วนบุคคลมาใช้งานในองค์กร การนำเอาแอปพลิเคชันส่วนบุคคลมาใช้งานในองค์กร การนำเทคโนโลยีไอทีมาปรับปรุงระบบการผลิตของโรงงาน การทำให้เกิดระบบความปลอดภัยของข้อมูลไอที (IT Security) ในทุกองค์กร เป็นต้น โดยบริษัท ITDC จะมุ่งไปที่การพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงานให้เข้าใจในพฤติกรรมที่เกิดขึ้นดังกล่าวของลูกค้า ความท้าทายหรือปัญหาที่จะเกิดขึ้นเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมดังกล่าว วิธีการแก้ไขหรือวิธีเพิ่มประสิทธิภาพ เทคโนโลยีและโซลูชันตลอดจนบริการที่จะเป็นประโยชน์ต่อลูกค้า และปรับและพัฒนาต่อยอดสินค้าและโซลูชันที่มีอยู่ ซึ่งได้แก่ Aruba, Fortinet, Alcatel-Lucent, InfoBlox, ZScaler, ANTLabs, eLock, Panduit และ Eaton ระบบอุปกรณ์ที่บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายในขณะนี้สามารถตอบสนองต่อความต้องการและโอกาสทางการตลาดข้างต้นเป็นอย่างดีด้วยราคาที่สมเหตุสมผลที่สุด และบริษัทยังจะหาสินค้าใหม่ๆ เข้ามาเพิ่มเติมเพื่อให้เกิดโซลูชันที่ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้การทำธุรกิจของบริษัทที่เน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและขั้นตอนการขาย รวมทั้งการสร้างความแตกต่างของสินค้าจากผู้ผลิตสินค้า จะทำให้ลดการแข่งขันจากคู่แข่งลงได้ และธุรกิจของบริษัทนั้นอยู่ในช่วงของการเติบโตซึ่งมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องมาตลอด 5 ปีที่ผ่านมา และเป็นการเติบโตจากการทำธุรกิจที่อาศัยฐานของการสร้างความสามารถในการให้บริการลูกค้าของบริษัท ซึ่งคาดว่าปี 2558 หากบริษัททำธุรกิจอย่างระมัดระวังและเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มอย่างต่อเนื่องเช่นที่ผ่านมา การหาสินค้าใหม่ๆ เข้ามา 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	-
วันเริ่มต้นของสัญญา	10 มิถุนายน 2548
ระยะเวลาของสัญญา	สัญญานี้สิ้นสุดวันที่ 9 มิถุนายน 2549 และสามารถต่ออายุออกไปอีกครั้งละ 1 ปี

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

คำตอบแทน	ไม่มี
สาระสำคัญ	1. สัญญาแต่งตั้งเป็นผู้แทนจัดจำหน่ายสินค้าประเภท Distributor Agreement 2. การบอกเลิกสัญญาโดยฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง ต้องแจ้งล่วงหน้าอย่างน้อย 60 วัน
(2)	สัญญาจัดจำหน่ายสินค้าระบบอุปกรณ์เครือข่ายไร้สาย (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
คำตอบแทน	ไม่มี
สาระสำคัญ	1. สัญญาแต่งตั้งเป็นผู้แทนจัดจำหน่ายสินค้าประเภท Distributor Agreement 2. การบอกเลิกสัญญาโดยฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง ต้องแจ้งล่วงหน้าอย่างน้อย 30 วัน
(3)	สัญญาจัดจำหน่ายสินค้าอุปกรณ์ระบบสายสัญญาณ Cable System ระหว่างบริษัท ไอที ดิสทริบิวชั่น จำกัด กับ บริษัท Panduit Inc
บริษัท	บริษัท ไอที ดิสทริบิวชั่น จำกัด
คู่สัญญา	Panduit Inc
สัญญาเลขที่	-
วันเริ่มต้นของสัญญา	ธันวาคม 2557
ระยะเวลาของสัญญา	สัญญานี้สิ้นสุดวันที่ ธันวาคม 2558 และสามารถต่ออายุออกไปอีกครั้งละ 1 ปี
คำตอบแทน	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
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
ค่าตอบแทน	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
ค่าตอบแทน	ไม่มี
สาระสำคัญ	1. สัญญาแต่งตั้งเป็นผู้แทนจัดจำหน่ายสินค้าประเภท Distributor Agreement 2. การบอกเลิกสัญญาโดยฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง ต้องแจ้งล่วงหน้าอย่างน้อย 30 วัน

- (7) สัญญาจัดจำหน่ายสินค้าระบบบริหารจัดการการใช้อินเทอร์เน็ต

ระหว่างบริษัท ไอที ดิสทริบิวชั่น จำกัด กับ บริษัท ANTLabs Pte, Singapore

บริษัท	บริษัท ไอที ดิสทริบิวชั่น จำกัด
คู่สัญญา	บริษัท ANTLabs Pte, Singapore
สัญญาเลขที่	-
วันเริ่มต้นของสัญญา	1 มกราคม 2558
ระยะเวลาของสัญญา	สัญญานี้สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2558 และสามารถต่ออายุออกไปอีกครั้งละ 1 ปี
ค่าตอบแทน	ไม่มี
สาระสำคัญ	1. สัญญาแต่งตั้งเป็นผู้แทนจัดจำหน่ายสินค้าประเภท Distributor Agreement 2. การบอกเลิกสัญญาโดยฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง ต้องแจ้งล่วงหน้าอย่างน้อย 30 วัน

#### 2.5.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

หน่วยธุรกิจ ITDC ไม่ได้ดำเนินธุรกิจเป็นงานโครงการ แต่เป็นการซื้อมาและจำหน่ายไป จึงไม่มีงานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

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

#### 2.6.1 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 การให้บริการแก้ไขปัญหาลูกค้าในกรณีเกิดปัญหาเกี่ยวกับระบบหรือการใช้งานอุปกรณ์

(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, Mobile Tablet) พร้อมอุปกรณ์เชื่อมต่อเครือข่ายและอุปกรณ์รักษาความปลอดภัยระบบ (Network Switch, Firewall, IPS, Load balance)



(2) ซอฟต์แวร์ ได้แก่ ซอฟต์แวร์ (Operating System, DataBase, Middleware) รวมถึงโปรแกรมสำเร็จรูป สำหรับงานต่างๆ 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 ของไมโครซอฟต์ 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 และสามารถแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและตรงตาม 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.
จัดทำห้องเรียนอิเล็กทรอนิกส์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี	185	2557

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

ชื่อโครงการ	หน่วยงาน	มูลค่าโครงการ (ล้านบาท)	ปี พ.ศ.
ระบบ Video Conference และการผลิตสื่อการเรียนการสอน อาชีวศึกษา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี	253	2557
ติดตั้ง H/WและS/W พร้อมอุปกรณ์ต่อพ่วงระบบเครือข่าย อาชีวศึกษา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี	195	2557
Security and Safety Management	บมจ. บางจาก ปีโตเลียม	3.2	2557
จ้างเหมาจัดทำระบบบริหารคุณภาพข้าว(ระบบ GAP ข้าว)	กรมการข้าว	1.7	2557
ติดตั้งHardware และ Software ระบบบริหารจัดการโครงข่ายไร้สาย	บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)	44.9	2557
อุปกรณ์ระบบเครือข่ายไร้สายพร้อมติดตั้ง	กรมการค้าต่างประเทศ	3.2	2557
พัฒนาระบบเครือข่ายข้อมูลเทคโนโลยีสารสนเทศ	ศูนย์รักษาความปลอดภัยกองบัญชาการกองทัพไทย	32	2557
ซื้อ mail sever พร้อมติดตั้งและรับประกัน 6 ปี	การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย	9.3	2557
จ้างเหมาจัดทำระบบ Event Based Marketing (EBM)	การสื่อสารแห่งประเทศไทย	83.8	2557
ศึกษาและออกแบบฐานข้อมูลกลางด้านการตรวจรับรองมาตรฐานคุณภาพ	กรมการข้าว	2.5	2557
อุปกรณ์เครือข่ายไร้สาย	บมจ. ไอ.ซี.ซี. อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล	2.5	2557

งานบำรุงรักษา (Maintenance) Service ได้รับความไว้วางใจจากลูกค้า ให้ดูแลงานบำรุงรักษาระบบอย่างต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมา เช่น

ชื่อโครงการ	หน่วยงาน	มูลค่าโครงการ (ล้านบาท)	ปี พ.ศ.
จ้างบำรุงรักษาและซ่อมแซมแก้ไข DW/DM ในส่วน Hardware	การสื่อสารแห่งประเทศไทย	5.6	2557
บำรุงรักษาระบบเครือข่ายและโปรแกรมประยุกต์-กทม. ระยะที่ 2	สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล กรุงเทพมหานคร	5.4	2557
จ้างบริหารจัดการและบำรุงรักษาระบบเครือข่ายและความปลอดภัย	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	11.36	2557

ชื่อโครงการ	หน่วยงาน	มูลค่าโครงการ (ล้านบาท)	ปี พ.ศ.
จ้างบำรุงรักษาระบบเครือข่าย สารสนเทศ	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร	2.2	2557
บำรุงรักษาระบบการประชุมทางไกล	กรมพัฒนาธุรกิจ กระทรวงพาณิชย์	1.4	2557
บำรุงรักษาระบบเครือข่ายอุปกรณ์ โปรแกรมการผลิตรายการ	สถานีวิทยุแห่งประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์	7.9	2557
บำรุงรักษาระบบเครือข่าย	บมจ. ไอ.ซี.ซี. อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล	0.57	2557
บำรุงรักษาระบบสำรองข้อมูล	การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย	40	2557
บำรุงรักษาระบบ Virtualization VMWARE	การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย	10	2557
วิเคราะห์การกระทำความผิดตาม พรบ. คอมพิวเตอร์	MICT	2.5	2557

## 2.6.2 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 มีทีมงานบริหารโครงการที่มีคุณภาพและศักยภาพในการบริหารโครงการทำให้ส่งมอบงานให้ลูกค้าได้ถูกต้องและตรงตามข้อกำหนด รวมถึงมีทีมงานที่ปรึกษาพัฒนาซอฟต์แวร์จากหน่วยธุรกิจอื่น ซึ่งให้การสนับสนุนในกรณีที่ต้องการผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าโดยเฉพาะสินค้าของบริษัทฯ จะรับประกันเป็นระยะเวลาตามที่ตกลงกับลูกค้า นอกจากนี้ทางทีมงานเน้นการให้ความสำคัญและใส่ใจในความต้องการของลูกค้าโดยเฉพาะด้านคุณภาพการให้บริการก่อนและหลังการขายในเวลาอันรวดเร็ว โดยทีมงานจะต้องเข้าใจในธุรกิจเพื่อนำเสนอสินค้าและบริการที่ดีที่สุด การส่งมอบตรงเวลา ทำให้บริษัทฯ มีชื่อเสียงที่ดีและได้รับการยอมรับจากลูกค้าเสมอมา

### (2) ด้านพนักงาน

บริษัทฯ มีนโยบายที่จะพัฒนาตนเองให้ทันเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอเพื่อให้มีความสามารถแนะนำและรองรับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของลูกค้าและตลาด จึงเน้นพัฒนาคุณภาพของพนักงานรวมถึงการทำงานเป็นทีม การรับรู้และการปรับตัวตามธุรกิจไอซีทีอย่างทันทั่วถึงและต่อเนื่อง ส่วนหนึ่งได้จากการเป็น Certified Partner จากเจ้าของผลิตภัณฑ์ ทำให้ทีมงานมีความยืดหยุ่นในการทำงานสามารถปรับตัวให้สอดคล้องกับความต้องการเปลี่ยนแปลงด้าน

เทคโนโลยีได้อย่างดี 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 รวมไปถึงบริการหลังการขายทั้งยังรักษาคุณภาพสินค้าและบริการให้ได้ตามมาตรฐานโลก นอกจากนี้หน่วยธุรกิจยังเน้นการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า และเจ้าของผลิตภัณฑ์เพื่อให้สามารถซื้อสินค้าได้ในราคาที่คุ้มค่า เข้าใจในตัวสินค้าต่าง ๆ เป็นอย่างดีและมีความหลากหลายของสินค้า ทำให้สามารถนำเสนอสินค้าให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า และได้รับการคัดเลือกเป็นผู้ชนะการประมูลและสามารถแข่งขันกับองค์กรอื่นได้ในระยะยาว

### (4) ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า

หน่วยธุรกิจมีการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าโดยการให้ผู้เชี่ยวชาญหรือวิศวกรระบบ ประจำ Site เข้า ให้คำแนะนำการใช้งานอุปกรณ์ และระบบ รวมถึงรับฟังปัญหาและความต้องการลูกค้า เพื่อทำการแก้ไขปัญหาและปรับปรุงการให้บริการให้กับลูกค้าได้ตรงตามความต้องการ 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 ทางสายงานจะจัดส่งพนักงานขายเข้าไปเจรจาต่อรองด้านราคาและเห็นสัญญาโครงการเพื่อทำการประกวดราคาหรือปิดงานต่อไป โดยมีเป้าหมายสัดส่วนรายได้จากลูกค้าภาคราชการและรัฐวิสาหกิจร้อยละ 90 และภาคเอกชน ร้อยละ 10 และโครงการที่บริษัทฯ ประมูลงานในส่วนบริการได้คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 10 ของมูลค่า

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

### ภาวะการแข่งขันและแนวโน้มอุตสาหกรรม

ในอุตสาหกรรมการให้บริการครบวงจรด้านสารสนเทศไอที สารสนเทศเทเลคอม นับว่ามีการเจริญเติบโตสูงในช่วง 5 ปีหลัง และจะยังคงเจริญเติบโตในอัตราสูงต่อไปในอนาคต ทั้งนี้มีผลมาจากการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยี ที่มีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว และต่อเนื่อง การนำเทคโนโลยีมาใช้ประยุกต์ใช้กับภาคธุรกิจ ภาครัฐที่มีความสำคัญในการกำหนดงบประมาณด้านไอทีและโทรคมนาคม เพื่อพัฒนาประเทศให้เจริญและแข่งขันกับประเทศอื่นในภูมิภาคได้

ในปี 2557 นับว่าเป็นก้าวสำคัญของประเทศที่จะมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านไอทีและโทรคมนาคม โดย กสทช. ได้ออกใบอนุญาต 3G บนคลื่นความถี่ 2.1 MHz ให้กับ โอเปอเรเตอร์ทั้ง 3 ราย ซึ่งเป็นระบบโครงข่ายไร้สายที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพและความเร็วสูง และจะก่อให้เกิดธุรกิจต่อเนื่องอีกมากมาย การตื่นตัวในการรวมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2559 ก็มีผลทำให้อุตสาหกรรมการให้บริการไอทีและโทรคมนาคม มีการเจริญเติบโต เพราะในภูมิภาคอาเซียน ยังมีความต้องการในการลงทุนด้าน ไอทีและโทรคมนาคม เพื่อสนับสนุนให้การทำธุรกิจในภูมิภาคนี้มีความใกล้ชิดกันมากขึ้น

ในปัจจุบันองค์กรต่าง ๆ ให้ความสำคัญในการใช้ไอทีเข้าไปเสริมสร้างประสิทธิภาพในการทำงานมากขึ้น โดยเฉพาะองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ ซึ่งมีแนวโน้มที่จะใช้บริการจากผู้ชำนาญธุรกิจที่ปรึกษาและรวบรวมระบบคอมพิวเตอร์มากขึ้น เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการพัฒนาระบบงานสารสนเทศภายในองค์กรตนเอง นอกจากนี้ ในด้านผู้ผลิตก็มีการพัฒนาสินค้าและเทคโนโลยีใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลาเพื่อเป็นการกระตุ้นตลาดและตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ที่มีความต้องการระบบที่จะสามารถช่วยทำงานและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันเชิงธุรกิจ ซึ่งนับเป็นโอกาสสำหรับหน่วยธุรกิจในการขยายธุรกิจ ทำให้แนวโน้มของธุรกิจบริการยังมีอัตราการเจริญเติบโตที่ต่อเนื่อง

ภาวะการแข่งขันในปัจจุบันค่อนข้างสูง โดยมีบริษัทคู่แข่งซึ่งทำธุรกิจและมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ใกล้เคียงกันได้แก่ บริษัท ซีดีจี ซิสเต็มส์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทในเครือของบริษัท ซีดีจี กรุ๊ป จำกัด บริษัท สยามเทเลเทคคอมพิวเตอร์ จำกัด บริษัท สามารท คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เป็นต้น ซึ่งแต่ละบริษัทจะมีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์เฉพาะด้านต่างกันไป โดยที่บริษัทฯ มีจุดแข็งในด้านประสบการณ์ในธุรกิจที่มีกว่า 25 ปี ทำให้เข้าใจความต้องการของลูกค้า เข้าใจในธุรกิจและมีความเชี่ยวชาญในระบบงานของลูกค้าและมีประวัติการทำงานซึ่งเป็นคุณสมบัติหนึ่งที่ภาครัฐบาลกำหนด ทำให้บริษัทฯ ได้เปรียบในเชิงการแข่งขันสามารถมีลูกค้าเพิ่มมากขึ้น

### 2.6.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

เนื่องจากหน่วยธุรกิจ INEC ดำเนินงานโดยให้คำปรึกษาและบริการให้กับลูกค้า ดังนั้น วิธีการจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการจึงเป็นส่วนหนึ่งของขั้นตอนในการทำงาน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

(1) อุปกรณ์ฮาร์ดแวร์ อุปกรณ์ฮาร์ดแวร์ทั้งหมดสั่งซื้อจากคู่ค้า (Partner) ในประเทศไทย เช่น คอมพิวเตอร์ส่วนกลาง คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ อุปกรณ์สำรองข้อมูล เป็นต้น โดยบริษัทคู่ค้าที่สำคัญ เช่น บริษัท เดอะแวลู ซิสเต็มส์ 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 ที่ผ่านมามีบุคลากรผู้มีความเชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ที่อยู่กับบริษัทฯ มาอย่างยาวนานและสามารถให้คำแนะนำและพัฒนาพนักงานรุ่นใหม่ๆ เพื่อให้สามารถทำงานให้กับบริษัทฯ ได้อย่างมีประสิทธิภาพได้ในระยะเวลาอันรวดเร็ว โดยสายธุรกิจ Service สามารถจัดหาบุคลากรได้จากในสายอุตสาหกรรมไอทีทั่วไปและจากการพัฒนาผู้สำเร็จการศึกษาใหม่ๆ ในสาขาที่เกี่ยวข้อง

#### 2.6.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

หน่วยธุรกิจ INEC เป็นหน่วยที่รับงานสนับสนุนงานโครงการของบริษัทแม่ (IRCP) และปัจจุบันยังไม่ได้รับงานตรง รับเพียงแ่่งงานจากบริษัทแม่เท่านั้น งานที่ยังไม่ส่งมอบสู่ภายนอกจึงไม่มี

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

#### 2.7.1 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.
จ้างบำรุงรักษาและซ่อมแซมแก้ไขระบบไบแจ้งหนี้สำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 3G ปี พ.ศ. 2557	บมจ.ทีไอที	29	2556-2557
จ้างพัฒนาและปฏิบัติงานระบบจัดเก็บเงินโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 3GX ปี พ.ศ.2557	บ.สามารถไอโมบาย พลัส	1.8	2556-2557

ชื่อโครงการ	หน่วยงาน	มูลค่าโครงการ (ล้านบาท)	ปี พ.ศ.
จ้างบริหารจัดการระบบเติมเงิน Online สำหรับระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบ 3GX แบบเติมเงิน พ.ศ.2557	บ.สามารถไอโมบาย พลัส	0.6	2556-2557
จ้างพัฒนาระบบโปรแกรม Network monitoring สำหรับอุปกรณ์ TOT Wi-Fi โครงการ 2	บมจ.ทีไอที	13	2557
จ้างบำรุงรักษาและซ่อมแซมแก้ไขระบบไบแจ้งหนี้สำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 3G ปี พ.ศ. 2556	บมจ.ทีไอที	29	2555-2556
จ้างพัฒนาและปฏิบัติงานระบบจัดเก็บเงิน โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 3GX ปี พ.ศ.2556	บ.สามารถไอโมบาย พลัส	1.8	2555-2556
จ้างพัฒนาและบริหารจัดการระบบเติมเงิน Online สำหรับระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบ 3GX แบบเติมเงิน พ.ศ.2556	บ.สามารถไอโมบาย พลัส	1.2	2555-2556
จ้างพัฒนาระบบโปรแกรม Network monitoring สำหรับอุปกรณ์ TOT Wi-Fi	บมจ.ทีไอที	5	2556

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

## 2.7.2 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 มีความ



ชำนาญและมีศักยภาพในการบริหารโครงการ นอกจากนี้ทางทีมงานเน้นการให้ความสำคัญและใส่ใจในความต้องการของลูกค้าโดยเฉพาะด้านคุณภาพการให้บริการก่อนและหลังการขายในเวลาอันรวดเร็ว โดยทีมงานจะต้องเข้าใจในธุรกิจเพื่อนำเสนอสินค้าและบริการที่ดีที่สุด การส่งมอบตรงเวลา ทำให้บริษัทฯ มีชื่อเสียงที่ดีและได้รับการยอมรับจากลูกค้าเสมอมา

#### (2) ด้านพนักงาน

บริษัทฯ มีนโยบายที่จะพัฒนาตนเองให้ทันเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เปลี่ยนแปลงไปอยู่เสมอเพื่อให้มีความสามารถแนะนำและรองรับความต้องการที่เปลี่ยนไปของลูกค้าและตลาด จึงเน้นพัฒนาคุณภาพของพนักงานรวมถึงการทำงานเป็นทีม การรับรู้และการปรับตามการเคลื่อนไหวของธุรกิจไอซีทีอย่างทันท่วงทีและต่อเนื่องส่วนหนึ่งได้จากการเป็น Certificate Partner จากเจ้าของผลิตภัณฑ์ ทำให้ทีมงานมีความยืดหยุ่นในการทำงานสามารถปรับตัวให้สอดคล้องกับ ความเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีได้อย่างดี

#### (3) ด้านการบริหารต้นทุน

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

#### (4) ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า

หน่วยธุรกิจ TVT มีการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าโดยการทำความเข้าใจลูกค้าค้นหาความต้องการและทำการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า ทำให้มีโอกาสรับงานจากลูกค้ารายเดิมเพิ่มขึ้น ทางหน่วยงาน มีอัตราได้รับงานซ้ำจากลูกค้ารายเดิมสูงถึงร้อยละ 100

### ลักษณะของกลุ่มลูกค้าและช่องทางการจัดจำหน่าย

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

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

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

### 2.7.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

เนื่องจากหน่วยธุรกิจ TVT ดำเนินงานโดยให้คำปรึกษาและรวบรวมระบบให้กับลูกค้า ดังนั้น วิธีการจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการจึงเป็นส่วนหนึ่งของขั้นตอนในการทำงาน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

หน่วยงานจะทำการสั่งซื้อสินค้าที่ต้องรวบรวมให้กับลูกค้าเมื่อได้รับการสั่งซื้อจากลูกค้าแล้ว โดยไม่มีการเก็บสินค้าคงเหลือ การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ ทั้งอุปกรณ์ฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ จะสั่งซื้อจากผู้ขายสินค้าทั้งในและต่างประเทศ

เรื่องการให้บริการ หน่วยงานมีการให้บริการด้วยตนเองหรือมีการใช้ผู้เชี่ยวชาญจากผู้ผลิตร่วม รวมถึงการซื้อบริการต่อจากผู้ให้บริการอื่น (Outsource) โดยหน่วยธุรกิจ TVT มีปัจจัยในการพิจารณาเลือกบริษัทที่ทำซื้อบริการต่อ คือ ราคาและความชำนาญสำหรับงานนั้นๆ

### 2.7.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

โครงการที่ยังไม่ได้ส่งมอบของ TVT โดยส่วนใหญ่เป็นงานประมูลทั้งจากภาครัฐและเอกชน โดยมีโครงการที่ชนะการประมูลแล้วอยู่ระหว่างดำเนินงาน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 ดังนี้

ลำดับ	ชื่อลูกค้า	ชื่อโครงการ
1	บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)	จ้างพัฒนาระบบโปรแกรม Network monitoring สำหรับอุปกรณ์ TOT Wi-Fi โครงการ 2