ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท สามารถคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 7 มีนาคม 2532 ภายใต้ชื่อเดิม คือ บริษัท สามารถคอมเทค จำกัด โดยกลุ่มวิไลลักษณ์ ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 5 ล้านบาท เพื่อดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับงานทางด้านออกแบบและติดตั้งระบบสื่อสารโทรคมนาคม ต่อมาปี 2535 จึงได้เปลี่ยนชื่อมาเป็น “บริษัท สามารถคอร์ปอเรชั่น จำกัด” และแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนในปี 2536 ทั้งนี้ ปัจจุบันบริษัทประกอบธุรกิจโดยการลงทุนผ่านบริษัทย่อยและร่วมในลักษณะ Holding Company โดยปัจจุบันได้แบ่งโครงสร้างธุรกิจตามการบริหารธุรกิจออกเป็น 4 สายดังนี้ สายธุรกิจ Mobile Multimedia สายธุรกิจ ICT Solutions and Services สายธุรกิจ Utilities and Transportations และสายธุรกิจ Technology Related

<u>ภาพรวมการประกอบธุรกิจบริษัทย่อยและบริษัทร่วม</u>

กลุ่มบริษัท สามารถคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทใหญ่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับระบบการสื่อสารโทรคมนาคม และเป็นบริษัทร่วมทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมที่จัดตั้งขึ้นใหม่เพื่อให้เป็นผู้ดำเนินการโครงการสัมปทานที่ประมูลได้ ดำเนินธุรกิจให้บริการด้านระบบสารสนเทศผ่านโครงข่ายสื่อสารโทรคมนาคมต่างๆ รวมทั้งบริการให้คำปรึกษา รับเหมา ออกแบบติดตั้ง บริหารจัดการ และบำรุงรักษาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารครบวงจรแบบบูรณาการ (Total Solutions & Services) ให้แก่องค์กรภาครัฐและเอกชน ดำเนินธุรกิจครบวงจรด้านการจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ และสื่ออินเตอร์แอ็คทีฟต่างๆ ให้บริการข้อมูลข่าวสาร และสาระความบันเทิง (Contents) ผ่านสื่อที่ทันสมัย พร้อมอุปกรณ์สื่อสารและอุปกรณ์มัลติมีเดียต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศ ธุรกิจผลิตและจำหน่ายอุปกรณ์รับสัญญาณโทรทัศน์และจานรับสัญญาณดาวเทียม ธุรกิจด้านการบริการศูนย์บริการลูกค้าครบวงจร (Total Customer Management Solutions) ในรูปแบบการติดตั้งระบบการบริหารจัดการศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ จัดหาและบริหารเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ให้แก่หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน ธุรกิจการจำหน่ายรับเหมาติดตั้งและซ่อมบำรุงระบบรักษาความปลอดภัยและระบบสื่อสารด้านภาพและเสียง ทั้งระบบที่มีสายและไร้สาย ธุรกิจการให้บริการบริหารจัดการขยะในพื้นที่บริเวณท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ รวมทั้งธุรกิจรับเหมาก่อสร้างสถานีไฟฟ้า และระบบสายส่งไฟฟ้าแรงสูงแบบครบวงจร ตั้งแต่ ออกแบบ จัดหาอุปกรณ์ ก่อสร้าง ทดสอบ และบำรุงรักษา ตลอดจนธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยมีนโยบายที่จะเข้าไปมีส่วนร่วมในการบริหารกิจการนั้นๆ อย่างใกล้ชิด ในปี 2544 บริษัทได้ขยายขอบเขตการลงทุนในประเทศกัมพูชา โดยได้รับสัมปทานในการวางระบบและพัฒนาระบบการสื่อสารและควบคุมการจราจรทางอากาศ ซึ่งรวมถึงสิทธิในการให้บริการด้านการควบคุมจราจรทางอากาศเหนือน่านฟ้าประเทศกัมพูชา เป็นเวลารวม 32 ปี (อายุสัมปทานตั้งแต่ปี 2544 – 2576) แต่เพียงผู้เดียว ซึ่งดำเนินการผ่านบริษัท แคมโบเดีย แอร์ ทราฟฟิค เซอร์วิส จำกัด (“CATS”) นอกจากนั้น บริษัทยังได้ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายกระแสไฟฟ้าแก่โรงงานกัมปอตซีเมนต์ ในประเทศกัมพูชาด้วย

1.1 <u>วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ เป้าหมาย หรือกลยุทธ์ในการดำเนินงานของบริษัท และกลุ่มบริษัทในภาพรวมรวม</u>

<u>วิสัยทัศน์</u>

กลุ่มบริษัทสามารถมุ่งมั่นนำเสนอสินค้าและบริการทางด้านเทคโนโลยีที่ก้าวไกล
เพื่อนำมาซึ่งความเจริญที่ยั่งยืนและคุณภาพชีวิตที่ดียิ่งขึ้น

<u>พันธกิจ</u>

เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ เราจึงมีพันธกิจในการดูแลผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ดังนี้

ลูกค้า

- พัฒนาและนำเสนอสินค้าและบริการทางด้านการสื่อสารโทรคมนาคมและบริการด้านเทคโนโลยีอื่นๆ ที่เปี่ยมคุณค่า สามารถตอบสนองความต้องการสูงสุดและเสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขันทางธุรกิจให้แก่ลูกค้าและผู้ใช้บริการ

องค์กร

- พัฒนาโครงสร้างและกระบวนการในการดำเนินงาน ตลอดจนการบริหารธุรกิจให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด โปร่งใส และเป็นธรรม อันนำมาซึ่งความเชื่อมั่นและความเจริญที่ยั่งยืน

พันธมิตร

- พัฒนาความสัมพันธ์ที่แข็งแกร่งกับพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อประสานความร่วมมือในการนำเสนอสินค้าและบริการอันทรงคุณค่า และนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจร่วมกัน

พนักงาน

- พัฒนาการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลอย่างมืออาชีพ ให้ความมั่นใจในคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงาน และส่งเสริมให้ "สามารถ" เป็นองค์กรสถาบันที่พร้อมดึงดูดผู้มีความสามารถเข้าร่วมงาน

ผู้ถือหุ้น

- แสวงหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ ที่ก่อให้เกิดรายได้ประจำและสร้างฐานการเติบโตที่ยั่งยืนให้แก่องค์กร เพื่อมอบผลตอบแทนที่คุ้มค่าให้แก่ผู้ถือหุ้นอย่างต่อเนื่อง

สังคมชุมชน

- ส่งเสริมการสร้าง "คนคุณภาพและสังคมคุณธรรม" อันเป็นนโยบายหลักด้านกิจกรรมเพื่อสังคมของกลุ่มบริษัท สามารถ ผ่านโครงการและกิจกรรมอันมีประโยชน์อย่างจริงจังและต่อเนื่อง ทั้งภายในและภายนอกองค์กร

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

บริษัทมีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญๆ ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมาดังนี้

ปี 2556

- ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2556 ของบริษัท วันทูวัน คอนแทคส์ จำกัด (มหาชน) ("OTO") บริษัทย่อยที่บริษัทถือหุ้นทั้งทางตรงและทางอ้อมคิดเป็นร้อยละ 99.13 ซึ่งประชุมเมื่อวันที่ 22 พฤษภาคม 2556 ได้อนุมัติให้ OTO ออกหุ้นสามัญของ OTO จำนวน 70,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท เพื่อเสนอขาย ต่อประชาชนเป็นครั้งแรก (IPO) และรับทราบการที่บริษัทจะนำหุ้นสามัญเดิมของ OTO จำนวน 10,000,000 หุ้น ที่บริษัทถืออยู่ในปัจจุบันออกเสนอขายต่อประชาชนในคราวเดียวกับการ IPO ของ OTO ในครั้งนี้ด้วย รวมเป็นหุ้น IPO ทั้งสิ้นจำนวน 80,000,000 หุ้น และอนุมัติให้เพิ่มทุนจดทะเบียนของ OTO จากทุนจดทะเบียนเดิม 100,000,000 บาท เป็น 280,000,000 บาท โดยการออกหุ้นสามัญใหม่จำนวน 180,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท เพื่อรองรับการจ่ายเงินปันผลเป็นหุ้นจำนวน 110,000,000 หุ้น และเพื่อการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนเพื่อเสนอขายต่อประชาชนจำนวน 70,000,000 หุ้น รวมทั้งอนุมัติการจัดสรรหุ้น IPO แก่ผู้ถือหุ้นของบริษัท (SAMART) ในการจองซื้อหุ้นสามัญใหม่ตามสัดส่วนการถือหุ้น (Pre-emptive right) ได้เป็นจำนวนไม่เกิน 20,000,000 หุ้น เนื่องจากผู้ถือหุ้นของบริษัทจะได้รับผลกระทบจาก Dilution Effect จากการ IPO หุ้นของ OTO ในกรณีที่มีเศษหุ้นจากการคำนวณ ให้ปัดเศษหุ้นนั้นทิ้ง ทั้งนี้ ราคาเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนของ OTO แก่ผู้ถือหุ้นของบริษัทนี้จะเป็นราคาเดียวกับที่เสนอขายให้แก่ประชาชน อย่างไรก็ตาม OTO อยู่ระหว่างการเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ โดยสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ได้อนุมัติแบบแสดงรายการข้อมูลการเสนอขายหลักทรัพย์ (แบบ filing) เรียบร้อยแล้วเมื่อเดือนพฤศจิกายน 2556

- ที่ประชุมคณะกรรมการของบริษัท สามารถเทลคอม จำกัด (มหาชน) ("SAMTEL") เมื่อวันที่ 17 ธันวาคม 2556 ได้อนุมัติให้ บริษัท สามารถคอมมิวนิเคชั่น เซอร์วิส จำกัด ("SCS") ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่ SAMTEL ถือหุ้นร้อยละ 99.99 ของทุนชำระแล้ว จัดตั้งบริษัทร่วมใหม่ ชื่อ บริษัท เอสแอลเอ เอเชีย จำกัด ("SLA") โดยมีทุนจดทะเบียน 30 ล้านบาท (จำนวน 300,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท) เพื่อดำเนินธุรกิจให้บริการรับเหมาติดตั้งงานด้านสื่อสารโทรคมนาคม และซื้อขายวัสดุอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องทุกชนิดในต่างประเทศ และมีสัดส่วนการถือหุ้น SCS ร้อยละ 30 บริษัท ล็อกซเล่ย์ แอนด์ เอไอที โฮลดิ้ง จำกัด ร้อยละ 60 และบุคคลทั่วไป ร้อยละ 10

- ที่ประชุมคณะกรรมการ SAMTEL เมื่อวันที่ 17 ธันวาคม 2556 ได้อนุมัติให้บริษัท สามารถคอมเทค จำกัด (“SCT”) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่ SAMTEL ถือหุ้นร้อยละ 99.99 ของทุนชำระแล้ว ลงทุนในบริษัท เน็ตเซอร์วิส (ประเทศไทย) จำกัด เพื่อเป็นบริษัทพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) สำหรับภาครัฐและเอกชน โดยซื้อหุ้นสามัญ จำนวน 1,200,000 หุ้น (มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท และชำระค่าหุ้นแล้วร้อยละ 50) คิดเป็นร้อยละ 60 ของหุ้นที่ออกและจำหน่ายแล้วทั้งหมด จากผู้ถือหุ้นเดิม ซึ่งไม่เป็นบุคคลที่เกี่ยวโยงกัน ในราคารวม 6.12 ล้านบาท

- ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท สามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) (“SIM”) เมื่อวันที่ 13 สิงหาคม 2556 ได้มีมติอนุมัติให้จำหน่ายเงินลงทุนในบริษัทย่อยที่ไม่ได้ดำเนินกิจการ ได้แก่ บริษัท ไอ-โมบาย อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (“IMI”) ซึ่ง SIM ถือหุ้นร้อยละ 99.99 และบริษัท สามารถ ไอ-โมบาย (อินโดนีเซีย) จำกัด ซึ่ง IMI ถือหุ้นร้อยละ 99.80 เพื่อปรับโครงสร้างการดำเนินธุรกิจให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

- ที่ประชุมคณะกรรมการ SIM เมื่อวันที่ 12 พฤศจิกายน 2556 ได้มีมติอนุมัติให้บริษัท ไอ-โมบาย อินเตอร์เทรด จำกัด บริษัทย่อยที่ SIM ถือหุ้นโดยทางอ้อมทั้งจำนวนเข้าซื้อหุ้นร้อยละ 99.99 ของบริษัท เดอะ สกายเพลซ จำกัด มูลค่า 500,000 บาท เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าของบริษัท

ปี 2555

- ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 6/2555 เมื่อวันที่ 12 พฤศจิกายน 2555 ได้มีมติอนุมัติให้บริษัท สามารถ ยู-ทรานส์ จำกัด (“SUT”) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่บริษัท ถือหุ้นร้อยละ 99.99 เข้าซื้อเงินลงทุนในบริษัท เทด้า จำกัด (“TEDA”) ด้วยเงินลงทุนรวมจำนวน 319.89 ล้านบาท โดยบริษัทดังกล่าวประกอบธุรกิจด้านงานก่อสร้างสถานีไฟฟ้า ก่อสร้างสายส่งและสายจำหน่ายไฟฟ้า รวมทั้งงานติดตั้งระบบไฟฟ้าและเครื่องกล โดย ณ วันที่ 1 มีนาคม 2556 TEDA มีทุนจดทะเบียน 407.50 ล้านบาท มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท และ SUT ถือหุ้นในบริษัทดังกล่าวคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 80

- SAMTEL ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่บริษัทถือหุ้นร้อยละ 70.89 ได้ทำการจำหน่ายหุ้นสามัญที่ถืออยู่ในบริษัท โอเอซิส คอนซัลติ้ง จำกัด ทั้งหมดจำนวน 70,000 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 70 ของทุนชำระแล้ว ให้แก่บุคคลภายนอก ซึ่งไม่เป็นบุคคลที่เกี่ยวโยงกัน

- SAMTEL ได้ทำการจำหน่ายหุ้นสามัญที่ถืออยู่ในบริษัท ไอที เจ็น จำกัด ทั้งหมด จำนวน 624,373 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 99.99 ของทุนชำระแล้ว ให้แก่บุคคลภายนอก ซึ่งไม่เป็นบุคคลที่เกี่ยวโยงกัน

- SAMTEL ได้ทำการซื้อหุ้นสามัญของบริษัท พอร์ทัลเน็ท จำกัด ซึ่งประกอบธุรกิจให้บริการด้านการออกแบบและรับเหมาวางระบบบริหารจัดการทรัพยากรองค์กรของหน่วยงาน (Enterprise Resource Planning) โดยซื้อหุ้นสามัญ จำนวน 33,699,990 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 99.99 ของจำนวนหุ้นที่ออกและจำหน่ายแล้วทั้งหมด จากผู้ถือหุ้นเดิม ซึ่งไม่เป็นบุคคลที่เกี่ยวโยงกัน

- บริษัท สามารถบรอดแบนด์ เซอร์วิสเซส จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่บริษัทถือหุ้นทางอ้อมร้อยละ 70.89 ของทุนชำระแล้ว ได้ทำการซื้อหุ้นสามัญของบริษัท ไอที แอ๊บโซลุท จำกัด ซึ่งประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการจัดหาและจำหน่ายอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์และอุปกรณ์เทคโนโลยีต่างๆ โดยซื้อหุ้นสามัญ จำนวน 22,485,490 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 99.94 ของหุ้นที่ออกและจำหน่ายแล้วทั้งหมด จากผู้ถือหุ้นเดิม ซึ่งไม่เป็นบุคคลที่เกี่ยวโยงกัน

- เมื่อวันที่ 1 มิถุนายน 2555 ที่ประชุมคณะกรรมการของบริษัท สามารถ มัลติมีเดีย จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่บริษัทถือหุ้นทางอ้อมร้อยละ 59.89 ได้มีมติให้จัดตั้งบริษัทใหม่ชื่อ “บริษัท เอ็นเตอร์เทนเม้นท์ ทรี จำกัด” เพื่อทำการผลิต จำหน่ายและให้บริการข้อมูลทางด้านบันเทิง สื่อสิ่งพิมพ์ในรูปแบบต่างๆ ผ่านทางโทรทัศน์ โทรศัพท์ ระบบอินเตอร์เน็ต ระบบดาวเทียมและระบบสื่อสารต่างๆ ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ การติดตั้งอุปกรณ์และเครือข่าย รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกแบบครบวงจรและบริการอื่นที่เกี่ยวข้อง โดยมีสัดส่วนการถือหุ้นในอัตราร้อยละ 45 และมีทุนจดทะเบียน 5 ล้านบาท โดยได้จดทะเบียนจัดตั้งบริษัทใหม่ดังกล่าวกับกระทรวงพาณิชย์เมื่อวันที่ 14 มิถุนายน 2555

- ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 5/2551 เมื่อวันที่ 16 ตุลาคม 2551 ได้มีมติอนุมัติโครงการซื้อหุ้นคืนของบริษัท เพื่อการบริหารทางการเงิน ในวงเงินไม่เกิน 250 ล้านบาท และจำนวนหุ้นที่ซื้อคืนไม่เกิน 48,825,195 หุ้น (มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท) คิดเป็นร้อยละ 5 ของหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัท ณ วันที่ 23 มีนาคม 2552 บริษัทมีจำนวนหุ้นที่ซื้อคืนทั้งสิ้น 38,115,800 หุ้น โดยบริษัทได้ทยอยจำหน่ายหุ้นที่ซื้อคืนทั้งหมดเรียบร้อยแล้วเมื่อวันที่ 12 มีนาคม 2555

- CATS ซึ่งดำเนินธุรกิจการจัดตั้งระบบและให้บริการควบคุมการจราจรทางอากาศในประเทศกัมพูชาตามสัญญาสัมปทานที่ได้รับจากรัฐบาลกัมพูชาเป็นเวลา 22 ปี ได้ลงทุนติดตั้งอุปกรณ์เพิ่มเติม เพื่อเป็นการพัฒนาประสิทธิภาพของระบบการควบคุมการจราจรทางอากาศให้ดียิ่งขึ้น รวมทั้งการติดตั้งอุปกรณ์ในสนามบินนานาชาติ สีหนุวิลล์ ซึ่งเป็นเมืองท่าสำคัญ โดยใช้เงินลงทุนทั้งสิ้น 7 ล้านเหรียญสหรัฐฯ และได้รับการต่ออายุสัมปทานอีก 10 ปี นับจาก ปี 2567 – 2576 รวมอายุสัมปทานทั้งสิ้น 32 ปี ตั้งแต่ปี 2544 – 2576

ปี 2554

- ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นของบริษัท สามารถ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (“SI”) (บริษัทย่อยที่บริษัทถือหุ้นร้อยละ 99.99) เมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม 2554 ได้มีมติอนุมัติให้ SI เปลี่ยนชื่อบริษัทเป็น “บริษัท สามารถ ยู-ทรานส์ จำกัด” เพื่อให้สอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทในอนาคต ในด้านสาธารณูปโภค และการขนส่ง โดยได้จดทะเบียนการเปลี่ยนแปลงชื่อบริษัทกับกระทรวงพาณิชย์ เมื่อวันที่ 26 พฤษภาคม 2554

- ที่ประชุมคณะกรรมการ SAMTEL เมื่อวันที่ 10 มีนาคม 2554 ได้มีมติเห็นชอบให้บริษัทเข้าซื้อหุ้นสามัญของบริษัท เน็ท มีเดีย จำกัด จากผู้ถือหุ้นเดิมจำนวน 412,498 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 99.99 ของหุ้นที่ออกและเรียกชำระแล้วของบริษัท เน็ท มีเดีย จำกัด ในราคาหุ้นละ 2.42 บาท รวมเป็นเงิน 1 ล้านบาท

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

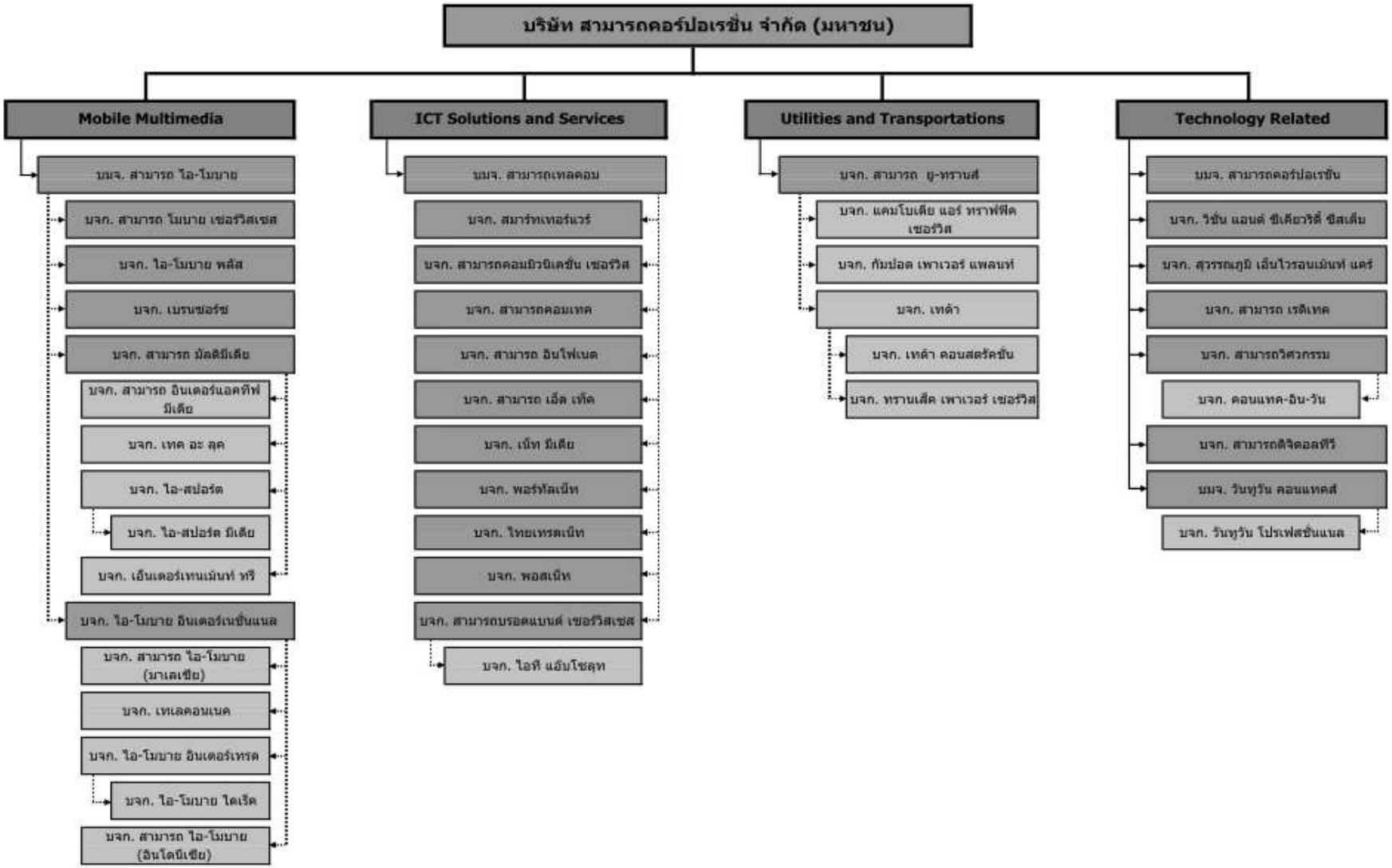
- **นโยบายการแบ่งการดำเนินงานของบริษัทในกลุ่ม**

  บริษัทได้แบ่งการดำเนินงานออกเป็น 4 สายธุรกิจ ดังนี้ 1) สายธุรกิจ Mobile Multimedia 2) สายธุรกิจ ICT Solutions and Services 3) สายธุรกิจ Technology Related และ 4) สายธุรกิจ Utilities and Transportations และมีนโยบายดำเนินธุรกิจที่ชัดเจน การดำเนินงานในโครงการต่างๆ จะแยกดำเนินการตามลักษณะของสายธุรกิจนั้นๆ

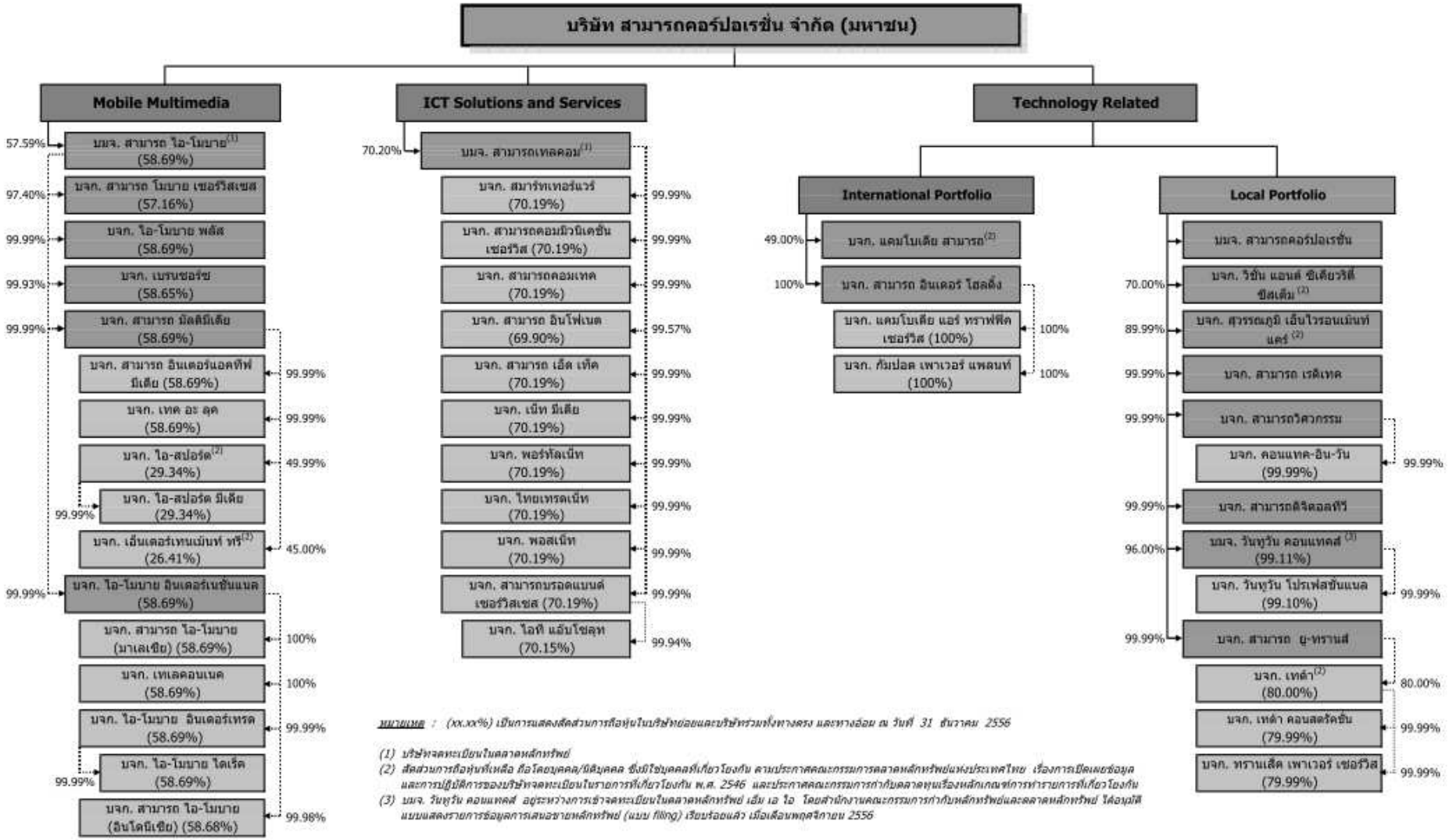
- **โครงสร้างการถือหุ้น**

  ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 บริษัทมีทุนจดทะเบียนจำนวน 1,006,503,910 บาท และมีทุนชำระแล้วจำนวน 1,002,050,910 บาท มีโครงสร้างการถือหุ้นในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม ซึ่งแยกโครงสร้างธุรกิจออกเป็น “โครงสร้างธุรกิจ (ตามการบริหารธุรกิจ)” และ “โครงสร้างธุรกิจ (ตามการถือหุ้น)” ดังนี้

โครงสร้างธุรกิจ (ตามการบริหารธุรกิจ)



โครงสร้างธุรกิจ (ตามการถือหุ้น)



ข้อมูลทั่วไปของบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

ลำดับที่	ชื่อบริษัท	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน (ล้านบาท)	หุ้นสามัญทั้งหมดที่ออกจำหน่าย	หุ้นทั้งหมดที่บริษัทถือ	
					จำนวนหุ้น	ร้อยละ
1.	**บมจ. สามารถ ไอ-โมบาย** 99/3 หมู่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 33 ถ.แจ้งวัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2502-6000 โทรสาร 0-2502-6900	จำหน่ายอุปกรณ์สื่อสาร และอุปกรณ์เทคโนโลยีสารสนเทศในลักษณะค้าส่งและค้าปลีก รวมทั้งศูนย์บริการสำหรับอุปกรณ์ดังกล่าว	444	4,373,470,000	2,518,539,400	57.59
2.	**บจก. สามารถ โมบาย เซอร์วิสเซส** 37/1 หมู่ 2 ถ.พหลโยธิน ต.คลองหนึ่ง อ.คลองหลวง จ.ปทุมธานี 12120 โทร. 0-2502-6000 โทรสาร 0-2502-6496	จัดหาและจำหน่ายอุปกรณ์สื่อสารและอุปกรณ์เทคโนโลยีสารสนเทศในลักษณะค้าส่ง (Wholesale)	490	49,000,000	47,724,999[1]	97.40
3.	**บจก. สามารถ มัลติมีเดีย** 99/12 หมู่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 24 ถ.แจ้งวัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2502-6000 โทรสาร 0-2502-8136	1) ให้บริการข้อมูล ข่าวสาร และสาระความบันเทิงผ่านเทคโนโลยีมีสายและไร้สายที่ครบถ้วน สมบูรณ์แบบ ทั้งในรูปแบบของเสียง (Voice) ผ่านระบบ Audiotext และ Call Center และในรูปแบบข้อความ หรือภาพ (Non Voice) 2) เป็นผู้ผลิต และพัฒนาข้อมูล ข่าวสาร และสาระความบันเทิง	200	2,000,000	1,999,996[1]	99.99
4.	**บจก. สามารถ อินเตอร์แอคทีฟ มีเดีย** 99/12 หมู่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 24 ถ.แจ้งวัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2502-6000 โทรสาร 0-2502-8136	ให้บริการดูดวงสดแบบตัวต่อตัวที่ร้าน HoroWorld และผ่านทางเว็บไซต์ จำหน่ายผลิตภัณฑ์และให้บริการด้านการเรียนการสอนเกี่ยวกับโหราศาสตร์และการพยากรณ์	160	16,000,000	15,999,994[2]	99.99
5.	**บจก. ไอ-สปอร์ต** 99/12 หมู่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 24 ถ.แจ้งวัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 **โทร. 0-2502-6000** **โทรสาร 0-2502-8136**	ให้บริการข้อมูลข่าวสารด้านกีฬาผ่านสื่อสมัยใหม่ในรูป Interactive Multimedia เต็มรูปแบบ ทั้งในและต่างประเทศ และให้บริการช่องกีฬาผ่านระบบเคเบิ้ลทีวี	40	4,000,000	1,999,996[2]	49.99
6.	**บจก. เทค อะ ลุค** 99/3 หมู่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 33 ถ.แจ้งวัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2502-6000 โทรสาร 0-2502-8136	ให้บริการสื่อโฆษณา และจัดทำสื่อกลางแจ้งในลักษณะจออิเล็กทรอนิกส์ (LED Billboard)	50	5,000,000	4,999,993[2]	99.99
7.	**บจก. ไอ-โมบาย อินเตอร์เนชั่นแนล** 99/3 หมู่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 33 ถ.แจ้งวัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2502-6200 โทรสาร 0-2502-8532	ลงทุนในกิจการจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่พร้อมให้บริการข้อมูล และสาระบันเทิงผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในต่างประเทศ	200	20,000,000	19,999,994[1]	99.99

ลำดับที่	ชื่อบริษัท	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน (ล้านบาท)	หุ้นสามัญทั้งหมดที่ออกจำหน่าย	หุ้นทั้งหมดที่บริษัทถือ	
					จำนวนหุ้น	ร้อยละ
8.	**บจก. สามารถ ไอ-โมบาย (มาเลเซีย)** 18B, Jalan Mutiara Raya, Taman Mutiara, 56000 Kuala Lumpur, Malaysia โทร. 603-9131-6403 โทรสาร 603-9133-4941	จำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ พร้อมให้บริการข้อมูลและสาระความบันเทิงผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ และให้บริการสื่อ Interactive Multimedia ในประเทศมาเลเซีย	5,000,000 (ริงกิตมาเลเซีย)	2,000,000	2,000,000 (3)	100.00
9.	**บจก. สามารถ ไอ-โมบาย (อินโดนีเซีย)** Wisma 46-Kota BNI, Lt. 24 Suite 24.01, Jl. Jend. Sudirman Kav.1, Jakarta 10220, Indonesia โทร. 621-5744-555 โทรสาร 621-5744-777	จำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ พร้อมให้บริการข้อมูลและสาระความบันเทิงผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ และให้บริการสื่อ Interactive Multimedia ในประเทศอินโดนีเซีย	6,420,000 (เหรียญสหรัฐ)	6,420,000	6,419,000 (3)	99.98
10.	**บจก. เทเลคอนเนค *** 23/F, Hopewell Centre, 183 Queen's Road East, Wanchai, Hong Kong โทร. 852-2980-1888 โทรสาร 852-2956-2192	จำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ พร้อมให้บริการข้อมูลและสาระความบันเทิงผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ และให้บริการสื่อ Interactive Multimedia ในประเทศฮ่องกง	5,000,000 (เหรียญฮ่องกง)	5,000,000	5,000,000 (3)	100.00
11.	**บจก. ไอ-โมบาย พลัส** 99/13 หมู่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 23 ถ.แจ้งวัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2502-6200 โทรสาร 0-2502-8532	ให้บริการด้านธุรกิจโทรคมนาคม รวมทั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายในการให้บริการโทรคมนาคมทุกชนิดทุกประเภท	100	10,000,000	9,999,993 (1)	99.99
12.	**บจก. เบรนซอร์ช** 99/12 หมู่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 24 ถ.แจ้งวัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 **โทร. 0-2502-6000** โทรสาร 0-2502-8136	ทำการวิจัยและพัฒนาระบบต่างๆ สำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่	1	10,000	9,993 (1)	99.93
13.	**บจก. ไอ-โมบาย อินเตอร์เทรด** 99/3 หมู่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 33 ถ.แจ้งวัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2502-6200 โทรสาร 0-2502-8532	จำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ พร้อมให้บริการข้อมูลและสาระความบันเทิงผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่และผลิตภัณฑ์ของบริษัท เพื่อการส่งออก	5	500,000	499,993 (3)	99.99
14.	**บจก. เอ็นเตอร์เทนเม้นท์ ทรี** 99/12 หมู่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 24 ถ.แจ้งวัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2502-6103 โทรสาร 0-2502-6361	เป็นผู้ผลิต จำหน่าย และให้บริการข้อมูลทางด้านบันเทิง สื่อสิ่งพิมพ์ ในรูปแบบต่างๆ ผ่านทางโทรทัศน์ โทรศัพท์ ระบบอินเตอร์เน็ต ระบบดาวเทียม และระบบสื่อสารต่างๆ ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ การติดตั้งอุปกรณ์และเครือข่าย รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกแบบครบวงจร และบริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง	5	500,000	225,000 (2)	45.00
15.	**บจก. ไอ-สปอร์ต มีเดีย** 99/12 หมู่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 24 ถ.แจ้งวัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2502-6000 โทรสาร 0-2502-8136	ดำเนินธุรกิจด้านการจัดการสิทธิประโยชน์เกี่ยวกับธุรกิจกีฬาต่างๆ ทั้งในด้านการจัดแข่งขัน การถ่ายทอด การจัดกิจกรรมอื่นๆ รวมทั้งการจัดการผลประโยชน์ของนักกีฬา	1	100,000	99,997 (4)	99.99

ลำดับที่	ชื่อบริษัท	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน (ล้านบาท)	หุ้นสามัญทั้งหมดที่ออกจำหน่าย	หุ้นทั้งหมดที่บริษัทถือ	
					จำนวนหุ้น	ร้อยละ
16.	**บจก. ไอ-โมบาย ไดเร็ค** 99/3 หมู่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 33 ถ.แจ้งวัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2502-6000 โทรสาร 0-2502-6900	จัดหาและจำหน่ายอุปกรณ์สื่อสารและอุปกรณ์เทคโนโลยีสารสนเทศในลักษณะขายตรง (Direct Sale)	9	90,000	89,998[5]	99.99
17.	**บมจ. สามารถเทลคอม** 99/7 หมู่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 29 ถ.แจ้งวัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2502-6610 โทรสาร 0-2502-6648	1) ให้บริการเช่าระบบสื่อสารผ่านดาวเทียมความเร็วสูง iPSTAR และ VSAT 2) ให้บริการเช่าเครือข่ายสื่อสารข้อมูลความเร็วสูงหลายสื่อ 3) ขายและให้บริการติดตั้งระบบไอทีและระบบสื่อสาร	738	616,936,000	433,064,590	70.20
18.	**บจก. สามารถคอมมิวนิเคชั่น เซอร์วิส** 99/7 หมู่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 29 ถ.แจ้งวัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2502-6610 โทรสาร 0-2502-6648	บริการด้านเครือข่ายและสื่อสารโทรคมนาคม และสารสนเทศ ซึ่งประกอบด้วยการจัดหา การดำเนินการ การซ่อมบำรุงและการซ่อมอุปกรณ์สื่อสารโทรคมนาคม	500	5,000,000	4,999,994[6]	99.99
19.	**บจก. สามารถคอมเทค** 99/2 หมู่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 34 ถ.แจ้งวัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2502-6610 โทรสาร 0-2502-6648	ออกแบบและติดตั้งระบบสื่อสารโทรคมนาคม	225	2,250,000	2,249,995[6]	99.99
20.	**บจก. สามารถบรอดแบนด์ เซอร์วิสเซส** 99/7 หมู่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 29 ถ.แจ้งวัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2502-6610 โทรสาร 0-2502-6648	ให้บริการข้อมูลผ่านข่ายสายท้องถิ่นความเร็วสูง	221	22,100,000	22,099,993[6]	99.99
21.	**บจก. ไทยเทรดเน็ท** 99/27 หมู่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 8 ถ.แจ้งวัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2502-6610 โทรสาร 0-2502-6648	ให้บริการแลกเปลี่ยนข้อมูลทางการค้าในรูปแบบมาตรฐานทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Data Interchange : EDI) และบริการเสริมครบวงจร	53	5,300,000	5,299,993[6]	99.99
22.	**บจก. พอสเน็ท** 99/4 หมู่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 32 ถ.แจ้งวัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2502-6610 โทรสาร 0-2502-6648	ให้คำปรึกษาติดตั้งบริการระบบเครือข่ายการชำระเงิน โดยใช้บัตรเป็นสื่อแบบครบวงจร	72	7,200,000	7,199,993[6]	99.99
23.	**บจก. สามารถ เอ็ด เท็ค** 99/15 หมู่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 21 ถ.แจ้งวัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2502-6610 โทรสาร 0-2502-6648	เป็นผู้ผลิต ออกแบบ รับเหมา ให้คำปรึกษาเรื่องเทคโนโลยีการศึกษา โดยการให้บริการรับจ้างพัฒนาซอฟต์แวร์การเรียนการสอนออนไลน์ พร้อมเนื้อหาราขวิชา (Courseware) ในรูปแบบ E-Learning แบบเบ็ดเสร็จ	20	200,000	199,997[6]	99.99

ลำดับที่	ชื่อบริษัท	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน (ล้านบาท)	หุ้นสามัญทั้งหมดที่ออกจำหน่าย	หุ้นทั้งหมดที่บริษัทถือ	
					จำนวนหุ้น	ร้อยละ
24.	**บจก. สามารถ อินโฟเนต** 99/12 หมู่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 24 ถ.แจ้งวัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2502-6610 โทรสาร 0-2502-6648	ให้บริการสารสนเทศและการสื่อสารผ่านระบบโครงข่ายอินเทอร์เน็ต	62	6,200,000	6,173,494[6]	99.57
25.	**บจก. สมาร์ทเทอร์แวร์** 99/25 หมู่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 10 ถ.แจ้งวัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2502-6610 โทรสาร 0-2502-6648	ดำเนินธุรกิจด้านการผลิต การบริการ และเป็นที่ปรึกษา ให้บริการรับจ้างพัฒนาซอฟต์แวร์ระบบงานแบบเบ็ดเสร็จ ให้บริการเฉพาะทางในด้านวิศวกรรมซอฟต์แวร์แบบครบวงจร	10	100,000	99,993 [6]	99.99
26.	**บจก. เน็ท มีเดีย** 99/2 หมู่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 34 ถ.แจ้งวัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2502-6610 โทรสาร 0-2502-6648	ให้บริการช่องสัญญาณดาวเทียม และการบีบอัดสัญญาณโทรทัศน์ ส่งสัญญาณโทรทัศน์ขึ้นสู่ดาวเทียม	10.32	103,200	103,198[6]	99.99
27.	**บจก. ไอที แอ๊ปโซลูท** 119 ถ.มเหสักข์ แขวงสุริยวงศ์ เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500 โทร. 0-2502-6610 โทรสาร 0-2502-6648	จัดหาและจำหน่ายอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์และอุปกรณ์เทคโนโลยีต่างๆ	225	22,500,001	22,485,595[8]	99.94
28.	**บจก. พอร์ทัลเน็ท** 73 ซอยสุขุมวิท 62 อาคารเอ็มลิงค์ ชั้น 5 ถ.สุขุมวิท แขวงบางจาก เขตพระโขนง กรุงเทพฯ 10260 โทร. 0-2502-6610 โทรสาร 0-2502-6648	ให้บริการด้านการออกแบบและรับเหมาวางระบบบริหารจัดการทรัพยากรองค์กรของหน่วยงาน (Enterprise Resource Planning)	3,370	33,700,000	33,699,990[6]	99.99
29.	**บมจ. วันทูวัน คอนแทคส์** 1 อาคารอีสท์ วอเตอร์ ชั้น 10-12 ซ.วิภาวดีรังสิต 5 ถ.วิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900 โทร. 0-2685-0000 โทรสาร 0-2685-0050	ธุรกิจด้านการบริการศูนย์บริการลูกค้า ครบวงจร (Total Customer Management Solutions) ในรูปแบบการติดตั้งระบบการบริหารจัดการศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ จัดหาและบริหารเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ให้แก่หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน	280	210,000,000	201,600,000 4,200,000[7] 2,100,000[6] 2,100,000[10]	96.00 2.00 1.00 1.00
30.	**บจก. วันทูวัน แคมโบเดีย** 18-E4, 4th floor, The Icon Professional Building 216, Norodom Blvd., Tonle Bassac , Chamkarmorn, Phnom Penh, Kingdom of Cambodia โทร. 023-932-222 โทรสาร 023-932-223	ธุรกิจด้านการบริการศูนย์บริการลูกค้า ครบวงจร (Total Customer Management Solutions) ในรูปแบบการติดตั้งระบบการบริหารจัดการศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ จัดหาและบริหารเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการในประเทศกัมพูชา	5,000 (เหรียญสหรัฐ)	1,000	1,000[9]	100
31.	**บจก. วันทูวัน โปรเฟสชั่นแนล** 126/92-95 อาคารชุด ซี.เอ็ม. ทาวเวอร์ ชั้น 24 ถนนกรุงธนบุรี แขวงบางลำภูล่าง เขตคลองสาน กรุงเทพฯ 10600 โทร. 0-2685-0059 โทรสาร 0-2685-0050	ให้บริการรับเป็นที่ปรึกษา ให้คำแนะนำเกี่ยวกับการบริหารงานบุคคล และบริการด้านการจัดหาบุคลากรด้านบริการลูกค้าสัมพันธ์โดยเฉพาะ	1	100,000	99,997[9]	99.99

ลำดับที่	ชื่อบริษัท	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน (ล้านบาท)	หุ้นสามัญทั้งหมดที่ออกจำหน่าย	หุ้นทั้งหมดที่บริษัทถือ	
					จำนวนหุ้น	ร้อยละ
32.	**บจก. แคมโบเดีย แอร์ ทราฟฟิค เซอร์วิส** CATS Building, Opposite Phnom Penh International Airport, Russian Federation Blvd, Sangkat Kakab, Khan Dangkor, Phnom Penh, Kingdom of Cambodia โทร. 855-23-866294 โทรสาร 855-23-890214	จัดตั้งระบบและให้บริการควบคุมการจราจรทางอากาศในประเทศกัมพูชา	2,500,000 (เหรียญสหรัฐ)	250,000	250,000 (11)	100.00
33.	**บจก. กัมปอต เพาเวอร์ แพลนท์** CATS Building, Opposite Phnom Penh International Airport, Russian Federation Blvd, Sangkat Kakab, Khan Dangkor, Phnom Penh, Kingdom of Cambodia โทร. 855-23-866294 โทรสาร 855-23-890214	ผลิตและจำหน่ายกระแสไฟฟ้าแก่โรงงานกัมปอตซีเมนต์ ซึ่งเป็นโรงงานผลิตปูนซีเมนต์คุณภาพสูงในเครือซีเมนต์ไทย ที่ประเทศกัมพูชา	5,000,000 (เหรียญสหรัฐ)	500,000	500,000 (11)	100.00
34.	**บจก. แคมโบเดีย สามารถ** CATS Building, Opposite Phnom Penh International Airport, Russian Federation Blvd., Sangkat Kakab, Khan Dangkor, Phnom Penh, Kingdom of Cambodia โทร. 855-23-866294 โทรสาร 855-23-890214	ให้เช่าที่ดิน	50,000,000 (เรียล)	100	49	49.00
35.	**บจก. สามารถ ยู-ทรานส์** 99/2 หมู่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 34 ถ.แจ้งวัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2502-6000 โทรสาร 0-2502-6176	จัดหา ติดตั้ง ดูแล บำรุงรักษาระบบการขนส่งพลังงาน และสาธารณูปโภคต่างๆ	500	100,000,000	99,999,994	99.99
36.	**บจก. สุวรรณภูมิ เอ็นไวรอนเม้นท์ แคร์ **** 99/2 หมู่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 34 ถ.แจ้งวัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2134-3556-8 โทรสาร 0-2134-3558 ต่อ 222	บริหารจัดการขยะในพื้นที่บริเวณท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ในลักษณะครบวงจรตั้งแต่การก่อสร้าง จัดหาระบบอุปกรณ์ พัฒนาระบบการจัดการขยะ การเก็บขน การคัดแยก และการกำจัดขยะ	50	5,000,000	4,499,994	89.99
37.	**บจก. วิชั่น แอนด์ ซีเคียวริตี้ ซีสเต็ม** 99/2 หมู่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 34 ถ.แจ้งวัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2502-6999 โทรสาร 0-2502-6393	จำหน่าย รับเหมาติดตั้งและซ่อมบำรุงระบบรักษาความปลอดภัยและระบบสื่อสารด้านภาพและเสียง ทั้งระบบที่มีสายและไร้สาย	20	2,000,000	1,400,000	70.00
38.	**บจก. สามารถวิศวกรรม** 59 หมู่ 2 ถ.พหลโยธิน ต.คลองหนึ่ง อ.คลองหลวง จ.ปทุมธานี 12120 โทร. 0-2516-8711-4 โทรสาร 0-2516-5113	ผลิตและจำหน่ายเสาอากาศวิทยุ โทรทัศน์ และจานรับสัญญาณดาวเทียมชนิดทึบและโปร่ง รวมทั้งให้บริการระบบสื่อสัญญาณภาพและเสียงครบวงจร	250	2,500,000	2,499,994	99.99

ลำดับที่	ชื่อบริษัท	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน (ล้านบาท)	หุ้นสามัญทั้งหมดที่ออกจำหน่าย	หุ้นทั้งหมดที่บริษัทถือ	
					จำนวนหุ้น	ร้อยละ
39.	**บจก. คอนแทค-อิน-วัน** 99/3 หมู่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 33 ถ.แจ้งวัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2516-8711-4 โทรสาร 0-2516-4581	โรงเรียนอบรมการติดตั้งจานรับสัญญาณดาวเทียม	1	100,000	99,993[10]	99.99
40.	**บจก. สามารถ อินเตอร์ โฮลดิ้ง** Level 54 Hopewell Centre, 183 Queen's Road East, Hong Kong โทร. 852-2980-1600 โทรสาร 852-2956-2192	เป็นบริษัทโฮลดิ้ง สำหรับการลงทุนในธุรกิจสาธารณูปโภคในภูมิภาคอินโดจีน	20,000,000 (เหรียญสหรัฐ)	20,000,000	20,000,000	100
41.	**บจก. สามารถ เรดิเทค** 99/2 หมู่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 34 ถ.แจ้งวัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2502-6326 โทรสาร 0-2502-6584	ดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีทางรังสีอาทิ การขายเครื่องมือวัดรังสีและให้บริการตรวจวัดรังสี การบริการฝึกอบรมด้านความปลอดภัยในการใช้งานรังสี และการบริหารจัดการโครงการด้านเทคโนโลยีรังสี	80	8,000,000	7,999,993	99.99
42.	**บจก. สามารถดิจิตอลทีวี** 99/2 หมู่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 34 ถ.แจ้งวัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2502-6100 โทรสาร 0-2502-6174	ให้บริการระบบโครงข่ายสื่อสัญญาณข้อมูลภาพและเสียง	1	100,000	99,997	99.99
43.	**บจก. เทด้า** 99/2 หมู่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 34 ถ.แจ้งวัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2502-6000 โทรสาร 0-2502-6904	ทำธุรกิจรับเหมาก่อสร้างสถานีไฟฟ้า และระบบสายส่งไฟฟ้าแรงสูงแบบครบวงจร ตั้งแต่ออกแบบ จัดหาอุปกรณ์ ก่อสร้าง ทดสอบ และบำรุงรักษา	407.5	40,750,000	32,600,000[12]	80.00
44.	**บจก. เทด้า คอนสตรัคชั่น** 60, 62, 64, 66 ซอยจรัญสนิทวงศ์ 83/1 ถ.จรัญสนิทวงศ์ แขวงบางอ้อ เขตบางพลัด กรุงเทพฯ 10700 โทร. 0-2502-6000 โทรสาร 0-2502-6904	ทำธุรกิจรับเหมางานโยธา เพื่อการก่อสร้างสถานีไฟฟ้า และระบบสายส่งไฟฟ้าแรงสูง โดยรวมงานออกแบบทางวิศวกรรมโยธาด้วย	4	40,000	39,994[13]	99.99
45.	**บจก. ทรานเส็ค เพาเวอร์ เซอร์วิส** 99/2 หมู่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 34 ถ.แจ้งวัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2502-6000 โทรสาร 0-2502-6904	ทำธุรกิจรับเหมาติดตั้งอุปกรณ์สถานีไฟฟ้า โดยออกแบบ ติดตั้งและทดสอบอุปกรณ์ไฟฟ้าตลอดจนการบำรุงรักษา	15	150,000	149,998[13]	99.99

หมายเหตุ

(1) ถือหุ้นโดย บมจ. สามารถ ไอ-โมบาย

(2) ถือหุ้นโดย บจก. สามารถ มัลติมีเดีย

(3) ถือหุ้นโดย บจก. ไอ-โมบาย อินเตอร์เนชั่นแนล

(4) ถือหุ้นโดย บจก. ไอ-สปอร์ต

(5) ถือหุ้นโดย บจก. ไอ-โมบาย อินเตอร์เทรด

(6) ถือหุ้นโดย บมจ. สามารถเทลคอม

(7) ถือหุ้นโดย บจก. สามารถคอมเทค

(8) ถือหุ้นโดย บจก. สามารถบรอดแบนด์ เซอร์วิสเซส

(9) ถือหุ้นโดย บมจ. วันทูวัน คอนแทคส์

(10) ถือหุ้นโดย บจก. สามารถวิศวกรรม

(11) ถือหุ้นโดย บจก. สามารถ อินเตอร์ โฮลดิ้ง

(12) ถือหุ้นโดย บจก. สามารถ ยู-ทรานส์

(13) ถือหุ้นโดย บจก. เทด้า

* เดิมชื่อ บริษัท สามารถ ไอ-โมบาย (ฮ่องกง) จำกัด

** อยู่ระหว่างการโอนธุรกิจให้กับบจก. สุวรรณภูมิ เอ็นไวรอนเม้นท์ เซอร์วิส ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่จัดตั้งขึ้นใหม่ตามคุณสมบัติเดิมของ บจก. สุวรรณภูมิ เอ็นไวรอนเม้นท์ แคร์ (ปัญหาด้านเทคนิค)

นอกจากนั้นเนื่องจาก บริษัทมีลักษณะเป็นบริษัท Holding Company มีการลงทุนหลักในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมของบริษัท ซึ่งการดำเนินธุรกิจในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมทุกบริษัทดังกล่าวถือเป็นธุรกิจหลัก โดยมีขนาดของบริษัทที่ประกอบธุรกิจหลักตามหลักเกณฑ์ของประกาศสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ที่ สจ. 20/2555 เรื่องการพิจารณาขนาดของบริษัทในส่วนที่เกี่ยวกับการอนุญาตให้บริษัทที่ประกอบธุรกิจโดยการถือหุ้นในบริษัทอื่น (holding company) เสนอขายหุ้นที่ออกใหม่ ซึ่งสรุปได้ดังนี้

1. มีขนาดของบริษัทย่อยที่ประกอบธุรกิจหลักคิดเป็นร้อยละ 99.17 ของขนาดบริษัทจดทะเบียน ซึ่งเป็นไปตามที่ประกาศดังกล่าวกำหนด ซึ่งประกาศดังกล่าวกำหนดไว้ที่ไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 ของขนาดบริษัทจดทะเบียน
2. มีขนาดของบริษัทที่ประกอบธุรกิจหลักทุกบริษัทรวมกัน เมื่อเปรียบเทียบกับขนาดของบริษัทจดทะเบียนมีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 99.17 ของขนาดของบริษัทจดทะเบียน ซึ่งประกาศดังกล่าวกำหนดไว้ที่ไม่น้อยกว่าร้อยละ 75 ของขนาดของบริษัทจดทะเบียน

อย่างไรก็ตาม บริษัทหลักดังกล่าว มีขนาดต่างกัน หากพิจารณาความมีนัยสำคัญของธุรกิจ โดยบริษัทย่อยและบริษัทร่วม ที่มีรายได้ตั้งแต่ร้อยละ 10 ของรายได้รวมของกลุ่มบริษัทมีจำนวนเพียง 3 บริษัท ประกอบด้วย บริษัท สามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) บริษัท สามารถเทลคอม จำกัด (มหาชน) และ บริษัท สามารถคอมมิวนิเคชั่น เซอร์วิส จำกัด ซึ่งสามารถดูรายละเอียดลักษณะธุรกิจ สัดส่วนการถือหุ้น และโครงสร้างรายได้ของบริษัทดังกล่าวภายใต้หัวข้อเรื่อง **“ข้อมูลทั่วไปของบริษัทย่อยและบริษัทร่วม หน้า 7 โครงสร้างธุรกิจ หน้า 5 และโครงสร้างรายได้จากการขายและบริการ หน้า 48”**

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัท สามารถคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 7 มีนาคม 2532 ภายใต้ชื่อเดิม คือ บริษัท สามารถคอมเทค จำกัด โดยกลุ่มวิไลลักษณ์ ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 5 ล้านบาท เพื่อดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการออกแบบและติดตั้งระบบสื่อสารโทรคมนาคม บริษัทได้จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนและเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยตั้งแต่ ปี 2536

บริษัท สามารถคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจ โดยแบ่งกลุ่มธุรกิจออกเป็น 4 สายธุรกิจดังนี้

ลำดับ	กลุ่มธุรกิจ	ลักษณะธุรกิจ(*)	สัดส่วนรายได้(**) ปี 2556
1	สายธุรกิจ Mobile Multimedia	ดำเนินธุรกิจครบวงจรด้านการจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ และสื่ออินเตอร์แอ็คทีฟต่างๆ รวมถึงการให้บริการข้อมูล ข่าวสาร และสาระความบันเทิง (Contents) ผ่านสื่อที่ทันสมัย พร้อมอุปกรณ์สื่อสารและอุปกรณ์มัลติมีเดียต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศ ทั้งยังเป็นผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เสมือนอีกด้วย	45.8%
2	สายธุรกิจ ICT Solutions and Services	ดำเนินธุรกิจให้บริการด้านระบบสารสนเทศผ่านโครงข่ายสื่อสารโทรคมนาคมต่างๆ รวมทั้งบริการให้คำปรึกษา รับเหมา ออกแบบติดตั้ง บริหารจัดการ และบำรุงรักษาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารครบวงจรแบบบูรณาการ (Total Solutions and Services) ให้แก่องค์กรภาครัฐและเอกชน	41.3%
3	สายธุรกิจ Technology Related	ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายอุปกรณ์รับสัญญาณโทรทัศน์และจานรับสัญญาณดาวเทียม ธุรกิจให้บริการศูนย์ประสานงานบริการลูกค้า (Contact Center) อย่างครบวงจรให้แก่องค์กรภาครัฐและเอกชน ธุรกิจการจำหน่ายรับเหมาติดตั้งและซ่อมบำรุงระบบรักษาความปลอดภัยและระบบสื่อสารด้านภาพและเสียง ทั้งระบบที่มีสายและไร้สาย รวมทั้งธุรกิจการให้บริการบริหารจัดการขยะในพื้นที่บริเวณท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ	4.6%
4	สายธุรกิจ Utilities and Transportations	ดำเนินธุรกิจการให้บริการควบคุมการจราจรทางอากาศ และธุรกิจผลิตและจำหน่ายกระแสไฟฟ้าแก่โรงงานกัมปอตซีเมนต์ ในประเทศกัมพูชา รวมถึงธุรกิจการให้บริการด้านการออกแบบ ก่อสร้างและติดตั้งงานวิศวกรรมไฟฟ้าครบวงจร	8.3%

หมายเหตุ : *(*) รายละเอียดเพิ่มเติมสามารถดูได้จากแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) ของบริษัทที่แสดงไว้บนเว็บไซต์ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (www.sec.or.th) หรือเว็บไซต์ของบริษัท (www.samartcorp.com)*

(**) มีสัดส่วนรายได้คิดเป็น สัดส่วนของรายได้รวมจากการขายและบริการของบริษัทในปี 2556

บริษัทมีรายได้จากการขายและบริการใน ปี 2556 เท่ากับ 22,315 ล้านบาท ประกอบด้วยกำไรขั้นต้น 5,382 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 24.12 ของยอดขาย โดยมีค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารเท่ากับ 2,583 ล้านบาท หรือเท่ากับร้อยละ 11.52 ของรายได้ทั้งหมด และมีค่าใช้จ่ายทางการเงิน 510 ล้านบาท ขณะที่ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้เท่ากับ 281 ล้านบาท โดยใน ปี 2556 บริษัทมีกำไรสุทธิ 1,468 ล้านบาท

สายธุรกิจ Mobile Multimedia สามารถสร้างรายได้ให้กับบริษัทคิดเป็นร้อยละ 45.8 ในขณะที่สายธุรกิจ ICT Solutions and Services มีรายได้ร้อยละ 41.3 สายธุรกิจ Technology Related มีรายได้เท่ากับร้อยละ 4.6 และสายธุรกิจ Utilities and Transportations มีรายได้ร้อยละ 8.3

โดยมีรายละเอียดการประกอบธุรกิจของแต่ละสายธุรกิจดังนี้

2.1 สายธุรกิจ Mobile Multimedia

ดำเนินธุรกิจจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่พร้อมการให้บริการข้อมูล ข่าวสารและสาระความบันเทิง (Content) ในรูปแบบของบริการเสริมพิเศษ จำหน่ายอุปกรณ์เสริมในลักษณะค้าปลีก-ค้าส่ง และการขายแฟรนไชส์ในประเทศไทย และเป็นผู้ให้บริการขายต่อบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ (MVNO) ประกอบด้วย บริษัทย่อยและร่วม 16 บริษัท ดังนี้ บริษัท สามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) บริษัท สามารถ โมบาย เซอร์วิสเซส จำกัด บริษัท เบรนซอร์ซ จำกัด บริษัท ไอ-โมบาย อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด บริษัท ไอ-โมบาย อินเตอร์เทรด จำกัด บริษัท สามารถ ไอ-โมบาย (มาเลเซีย) จำกัด บริษัท สามารถ ไอ-โมบาย (อินโดนีเซีย) จำกัด บริษัท เทเลคอนเนค จำกัด บริษัท ไอ-โมบาย ไดเร็ค จำกัด บริษัท สามารถ มัลติมีเดีย จำกัด บริษัท สามารถ อินเตอร์แอคทีฟ มีเดีย จำกัด บริษัท เทค อะ ลุค จำกัด บริษัท ไอ-สปอร์ต จำกัด บริษัท ไอ-สปอร์ต มีเดีย จำกัด บริษัท เอ็นเตอร์เทนเม้นท์ ทรี จำกัด และบริษัท ไอ-โมบาย พลัส จำกัด โดยมีบริษัทที่เป็นธุรกิจหลักของสายธุรกิจคือ บริษัท สามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) บริษัท สามารถ มัลติมีเดีย จำกัด และบริษัท ไอ-โมบาย พลัส จำกัด ในปี 2556 สายธุรกิจ Mobile Multimedia มีสัดส่วนรายได้เท่ากับ 10,217.4 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 45.8 ของรายได้รวมของกลุ่มบริษัท

ก) <u>ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ</u>

ผลิตภัณฑ์และบริการของสายธุรกิจ Mobile Multimedia แบ่งเป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. โทรศัพท์เคลื่อนที่

บริษัท สามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) (“SIM”) ได้ทำการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ในรูปแบบ OEM โดยได้ว่าจ้างผู้ผลิต เพื่อผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่ภายใต้แบรนด์ i-mobile อุปกรณ์เสริมและสินค้าแก็ตเจ็ต (gadget) ที่ใช้งานร่วมกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซิมการ์ด และบัตรเติมเงินทุกระบบที่ให้บริการ โดยจัดจำหน่ายผ่านช่องทางขายส่ง (Traditional Trade) และช่องทางขายปลีก (Modern Trade) นอกจากนี้ SIM ได้จัดจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ภายใต้แบรนด์ i-mobile ไปยังตัวแทนในต่างประเทศ เช่น สาธารณรัฐแห่งสหภาพพม่า สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ราชอาณาจักรกัมพูชา และ สาธารณรัฐอิรัก เป็นต้น

ทางด้านศูนย์บริการซ่อม SIM ยังคงพัฒนาอย่างต่อเนื่องโดยการลดระยะเวลาการซ่อม มีบริการเครื่องสำรอง และการทำ Trade-in เครื่องทดแทนการซ่อมเครื่องรุ่นเก่าที่ไม่มีอะไหล่และไม่คุ้มค่าในการซ่อม ผ่านร้าน i-mobile by SAMART และตัวแทนจำหน่ายของ SIM ทั่วประเทศ

2. การให้บริการข้อมูล ข่าวสาร และสาระความบันเทิงในรูปแบบมัลติมีเดีย

ให้บริการข้อมูล ข่าวสาร และสาระความบันเทิงที่ทันสมัย ตอบสนองต่อความต้องการในการใช้ชีวิตประจำวันของกลุ่มผู้ใช้งานทุกเพศทุกวัยในรูปแบบของเสียง (Voice) จาก BUG1113, BUG1900 และการให้บริการในรูปแบบข้อความ เสียง และภาพ (Non-Voice) หรือ Multimedia จาก BUG2Mobile โดยนำเสนอบริการข้อมูล ข่าวสาร และสาระความบันเทิงผ่านช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย ผ่านอุปกรณ์สื่อสารหลายช่องทาง (Multi-Devices) เช่น การรายงานผลกีฬาทั่วไป ทั้งรูปแบบเสียง ข้อความและภาพ การพยากรณ์ดวงชะตาผ่านศูนย์รวมนักพยากรณ์และการดูดวง (Horoworld.com) ให้บริการข้อมูลด้านไลฟ์สไตล์ “กินดื่มเที่ยว” (EDT Guide.com) ผ่านสื่อหลากหลายอาทิเช่น สื่อสิ่งพิมพ์ รายการโทรทัศน์ แอพพลิเคชั่นบนอุปกรณ์ทันสมัย รวมทั้งประกอบธุรกิจบันเทิง ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ ผ่านช่องทางในการสื่อสารในรูปแบบใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ชมรายการผ่าน Mobile Application ทั้งระบบ iOS และ Android

3. การให้บริการขายต่อบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 3G (MVNO)

บริษัท ไอ-โมบาย พลัส จำกัด (“IMP”) ประกอบธุรกิจให้บริการขายส่งและขายต่อบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ 3G บนคลื่นความถี่ย่าน 2100 MHz ครอบคลุมพื้นที่ให้บริการทั่วประเทศ ด้วยจำนวนสถานีฐานกว่า 5,000 สถานี โดย IMP ซื้อบริการสำเร็จรูป ได้แก่ เลขหมายและ Airtime จากบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) เพื่อนำมาให้บริการต่อภายใต้แบรนด์ i-mobile 3GX แก่กลุ่มผู้ใช้บริการทั่วไป (End user) และกลุ่มผู้ใช้บริการระดับองค์กร (Corporate user) โดยปัจจุบัน IMP มีบริการหลักอยู่ 5 บริการ ได้แก่ บริการ Voice call, Video call, Data (Mobile internet), SMS และ MMS รวมทั้งบริการเสริมพื้นฐาน นอกจากนี้ IMP อยู่ระหว่างดำเนินการทดสอบบริการข้ามแดนอัตโนมัติ (International roaming) และอยู่ระหว่างเจรจาธุรกิจกับผู้ให้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ (International call) ด้วยเทคโนโลยี VOIP เพื่อ IMP สามารถนำเสนออัตราค่าบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศที่ถูกขึ้นกับผู้ใช้บริการ i-mobile 3GX ซึ่ง IMP คาดการณ์ว่าทั้งสองบริการจะสามารถเปิดให้บริการได้ในช่วงไตรมาสที่ 2 ของปี 2557

ข) <u>การตลาดและภาวะการแข่งขัน</u>

1. กลยุทธ์ทางการตลาดและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

1.1) โทรศัพท์เคลื่อนที่

SIM ยังครองความเป็นผู้นำโทรศัพท์เคลื่อนที่แบรนด์ไทยอันดับ 1 ด้วยยอดขายมากกว่า 21 ล้านเครื่อง ในปี 2556 ภายใต้แนวคิด “i-mobile...เพราะเราเข้าใจ” พร้อมนำเสนอผลิตภัณฑ์ และเทคโนโลยีคุณภาพ รวมถึงการบริการมาตรฐานแก่ลูกค้าคนไทย และตอบโจทย์การใช้งานที่หลากหลายของทุกกลุ่มเป้าหมายในยุคที่โทรศัพท์เคลื่อนที่ก้าวไปไกลกว่าอุปกรณ์สื่อสารสำหรับพกพา

ปัจจุบัน ไอ-โมบาย ทำตลาดครอบคลุมกลุ่มผลิตภัณฑ์ ได้แก่

1. กลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทเบสิกโฟน โทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่มีฟังก์ชั่นการใช้งานง่าย ราคาย่อมเยาว์ ภายใต้ชื่อผลิตภัณฑ์ตระกูล “ฮิตส์ ” (Hitz)
2. กลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทฟีเจอร์โฟน โทรศัพท์เคลื่อนที่รองรับความบันเทิงแบบมัลติมีเดีย การใช้งานอินเตอร์เน็ตและการใช้งานโซเชียลเน็ตเวิร์ค ภายใต้ชื่อผลิตภัณฑ์ตระกูล “ซ่า” (ZAA)
3. กลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทสมาร์ทโฟน โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ รองรับการใช้งานอินเตอร์เน็ต 3G และการเชื่อมต่อไร้สายความเร็วสูง ที่สามารถใช้งานแอพพลิเคชั่นพื้นฐาน เช่น โซเชียล เน็ตเวิร์คได้อย่างไม่ติดขัด ภายใต้ชื่อ ผลิตภัณฑ์ตระกูล “ไอ-สไตล์ “ (i-STYLE)
4. กลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทสมาร์ทโฟนระดับกลาง โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ที่มีความโดดเด่นด้วยวัสดุคุณภาพ รองรับการใช้งานอินเตอร์เน็ต 3G และการเชื่อมต่อไร้สายความเร็วสูง รองรับการใช้งานแอพพลิเคชั่นยอดนิยมได้อย่างครบครัน ภายใต้ชื่อผลิตภัณฑ์ตระกูล “ไอคิว” (IQ)
5. กลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทสมาร์ทโฟนระดับพรีเมี่ยม โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ที่มีประสิทธิภาพสูงทัดเทียมแบรนด์ชั้นนำอื่นๆ เพิ่มความโดดเด่นด้วยดีไซน์เครื่องและการใช้วัสดุที่มีคุณภาพในการประกอบ รองรับการใช้งานอินเตอร์เน็ต 3G และการเชื่อมต่อไร้สายความเร็วสูง สามารถใช้งานแอพพลิเคชั่นทุกประเภทได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ ภายใต้ชื่อผลิตภัณฑ์ตระกูล “ไอคิว เอ็กซ์” (IQX)
6. กลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทแท็บเลตพีซี แท็บเลตระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ ที่รองรับการใช้งานแอพพลิเคชั่นทั่วไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ ภายใต้ชื่อผลิตภัณฑ์ตระกูล “ไอ-โน้ต” (i-note)
7. กลุ่มอุปกรณ์เสริมและสินค้าแก็ดเจ็ต (gadget) เช่น แบตเตอรี่สำรองสำหรับพกพา (power bank) ที่ชาร์จไฟ (charger) กรอบใส่โทรศัพท์มือถือ (case) โปรเจคเตอร์พกพา (i-Pro) ภายใต้แบรนด์ i-mobile ซึ่งมีแนวโน้มการเติบโตสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมถึงกลุ่มแอร์การ์ดหรือยูเอสบี โมเดม เพื่อรองรับการ

เชื่อมต่ออินเตอร์เน็ตระบบ 3G และอุปกรณ์เสริมภายใต้ตราสินค้า i-mobile ซึ่งมีแนวโน้มการเติบโตสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ในส่วนของการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และกิจกรรมการส่งเสริมการขาย SIM วางแผนการตลาด เพื่อสร้างการรับรู้ให้แก่ผู้บริโภค ทั้งในรูปแบบ Above The Line เช่น การลงโฆษณาตามสื่อต่างๆ ทั้งทางโทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์ และดิจิตอลมีเดีย ส่วนในรูปแบบ Below The Line นั้น SIM ได้จัดทำกิจกรรม ณ จุดขาย รวมถึงกิจกรรมโรดโชว์ ทั่วประเทศอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการตอกย้ำภาพลักษณ์ของแบรนด์สินค้า i-mobile ให้เป็นที่รู้จักกว้างขวางมากขึ้น อีกทั้งยังสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าด้วยการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management : CRM) ผ่าน i-club, i-mobile เช่น การมอบพริวิเลจแก่ลูกค้าในการซื้อสินค้าและบริการจากร้าน i-mobile และร้านค้าชั้นนำต่างๆ อีกมากมาย

1.2) การให้บริการข้อมูล ข่าวสาร และสาระความบันเทิงในรูปแบบมัลติมีเดีย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายในสายธุรกิจข้อมูลข่าวสารและสาระความบันเทิง

บริการ	กลุ่มลูกค้าเป้าหมายในสายธุรกิจข้อมูลข่าวสารและสาระความบันเทิง
BUG 1113	กลุ่มคนทำงาน อายุ 21 - 40 ปี อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ปริมณฑล และเมืองใหญ่
BUG 1900	กลุ่มเป้าหมายหลัก : กลุ่มวัยรุ่นชายอายุ 15 - 35 ปี อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร และเมืองใหญ่ ที่ชอบกีฬาเป็นพิเศษ : กลุ่มแม่บ้านอายุ 30-60 ปี ที่สนใจในโหราศาสตร์ กลุ่มเป้าหมายรอง : กลุ่มวัยรุ่นอายุ 15 - 21 ปี อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร และเมืองใหญ่
BUG2Mobile	กลุ่มวัยรุ่นและคนทำงานอายุ 15 - 35 ปี อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร และเมืองใหญ่ เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ชอบความทันสมัย และสนใจในเทคโนโลยี
EDT Guide	กลุ่มคนทำงานชายและหญิง อายุ 21-50 ปี และกลุ่มครอบครัว อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร และเมืองใหญ่ที่ให้ความสำคัญกับการใช้ชีวิต การพักผ่อน เที่ยว และสังสรรค์
i-Sport	กลุ่มวัยรุ่น และคนทำงานชาย อายุ 15-50 ปี ที่สนใจด้านกีฬา และติดตามข่าวสารกีฬาหลากหลายประเภทเป็นชีวิตจิตใจ

กลยุทธ์การตลาด

1. คิดค้นและพัฒนาการให้บริการด้วยเทคโนโลยีที่นำสมัย และง่ายต่อการใช้งาน
2. นำเสนอเนื้อหาสาระข้อมูลใหม่ และทันสมัย เพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละกลุ่มอย่างดีที่สุด
3. พัฒนาและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับพันธมิตรธุรกิจที่มีชื่อเสียง และมีความเชี่ยวชาญในข้อมูลเฉพาะด้าน เพื่อสร้างความแตกต่างให้กับบริการข้อมูลประเภทต่างๆ
4. ประสานงานกิจกรรมทางการตลาดอย่างใกล้ชิดกับบริษัท สามารถ มัลติมีเดีย จำกัด (“BUG”) ในเครือ ได้แก่ การให้บริการคอนเทนต์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ i-mobile ผ่านบริการ คอนเทนต์ Cafe เป็นต้น

1.3) การให้บริการขายต่อบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 3G (MVNO)

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Target Customer)

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ IMP ได้ดำเนินกิจกรรมทางการตลาดอย่างต่อเนื่องในปี 2556 จะเป็นกลุ่มลูกค้าประเภท Budget user โดย IMP จะมีทีมงานขายตรงไปนำเสนอบริการ 3G ตามสถานศึกษา นิคมอุตสาหกรรม หน่วยงานราชการต่างๆ โดยกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักประกอบด้วย 5 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มนักเรียน นักศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร ปริมณฑล และตามเมืองเศรษฐกิจหลักๆ
2. กลุ่มพนักงานโรงงานตามนิคมอุตสาหกรรมต่างๆ
3. กลุ่มแรงงานต่างด้าว
4. กลุ่มข้าราชการ
5. กลุ่มลูกค้าองค์กร (Enterprise and SME)

กลยุทธ์การตลาด

กลยุทธ์ด้านราคา (Price Strategy)

IMP เน้นใช้กลยุทธ์ด้านราคาเป็นหลักสำคัญในการแข่งขันกับผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่รายอื่น โดยมอบความคุ้มค่าสูงสุดในการใช้งานให้กับผู้ใช้บริการของ IMP ซึ่งอัตราค่าบริการที่นำเสนอจะเป็นอัตราเดียว (One rate) โดยบริการเสียงอยู่ที่ 0.49 บาท/นาที และบริการข้อมูลที่ 0.20 บาท/MB เพื่อง่ายต่อการทำความเข้าใจของผู้ใช้บริการ

กลยุทธ์ด้านการสื่อสารทางการตลาด (Marketing Communication Strategy)

ในช่วงปีที่ผ่านมา IMP เน้นการสื่อสารทางการตลาด Below The Line เป็นหลัก โดยการจัดกิจกรรมทางการตลาด (Event marketing) ตามห้างสรรพสินค้า อาคารสำนักงาน นิคมอุตสาหกรรม เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายโดยตรง รวมถึงได้ร่วมงานแสดงสินค้าทางด้านไอทีสำคัญอย่างต่อเนื่อง อาทิเช่น งาน Mobile Expo และงาน Commart เป็นต้น โดยรูปแบบบูธของ IMP จะมี Experience zone เพื่อสร้างประสบการณ์ตรงในการใช้งานของลูกค้า ซึ่งในโซนดังกล่าวลูกค้าสามารถทดสอบความเร็วในการใช้งานได้ด้วยตัวเอง นอกจากนี้ IMP ก็ได้มีการประชาสัมพันธ์บริการผ่านสื่อ Above The Line ควบคู่กับกิจกรรม Below The Line เพื่อสร้างการรับรู้ในแบรนด์ (Brand awareness) ของ i-mobile 3GX ซึ่ง IMP เน้นโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ (Online marketing) เป็นหลัก เนื่องจากเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพและสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด รวมทั้งยังเป็นสื่อที่มีต้นทุนทางการตลาดที่ต่ำสุดเช่นกัน รวมถึงการโฆษณาตามนิตยสารด้าน IT Gadget อาทิเช่น Stuff Mobile maG เป็นต้น เพื่อให้ IMP สามารถใช้งบประมาณทางการตลาดอย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุด

กลยุทธ์ด้านการบริการหลังการขาย (After Sale Service Strategy)

การให้บริการหลังการขายนั้น IMP แบ่งงานด้านบริการหลังการขายออกเป็น 3 ประเภทหลัก ดังนี้

1. บริการรับแจ้งเรื่องร้องเรียนปัญหาในการใช้บริการ

   ปัจจุบัน IMP มีช่องทางติดต่อสื่อสารกับผู้ใช้บริการผ่าน 4 ช่องทาง คือ Call center, LINE, Facebook และ Twitter ทำให้ผู้ใช้บริการมีความสะดวกสบายมากขึ้น ซึ่งทั้ง 4 ช่องทางดังกล่าว IMP ให้บริการกับผู้ใช้บริการตลอด 24 ชั่วโมง นอกจาก Call center จะเป็นช่องทางในการรับเรื่องร้องเรียนปัญหาในการใช้บริการแล้วนั้น ยังเพิ่มฟังก์ชั่นการให้บริการเพิ่มเติม อาทิเช่น บริการชำระค่าบริการผ่าน Call center บริการเติมเงินผ่าน Call center และบริการลงทะเบียนสำหรับลูกค้ารายเดือน เป็นต้น เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าที่ไม่สะดวกไปรับบริการตามช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ

2. บริการเติมเงิน

   ในปัจจุบัน IMP ได้พัฒนาช่องทางและรูปแบบการเติมเงินได้ครบทุกรูปแบบที่สามารถให้บริการได้ในปัจจุบัน เทียบเท่ากับผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่รายอื่นๆ สำหรับช่องทางเติมเงิน Offline อาทิเช่น ร้าน i-mobile 3GX ร้าน i-mobile ตัวแทนจัดจำหน่าย ร้านสะดวกซื้อ ห้าง Hyper mart ตู้ ATM ตู้บุญเติม ร้านหนังสือชั้นนำ ePay U top up Call center เป็นต้น ช่องทางเติมเงิน Online อาทิเช่น Internet banking, Mobile banking เว็บไซต์ของ i-mobile 3GX (www.i-mobile3gx.com) และ Paysbuy เป็นต้น

3. บริการชำระค่าบริการรายเดือน

ในปัจจุบัน IMP ได้พัฒนาช่องทางและรูปแบบในการชำระค่าบริการรายเดือนได้ครอบคลุมในทุกรูปแบบ ใกล้เคียงกับผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่รายอื่นๆ ทั้งช่องทางแบบ Offline และ Online โดยช่องทางแบบ Offline อาทิเช่น ร้าน i-mobile ร้าน i-mobile 3GX, Counter service ตู้ ATM และเคาน์เตอร์ธนาคาร หักค่าบริการผ่านบัตรเครดิต ห้าง Tesco Lotus และ Big C เป็นต้น สำหรับช่องทางแบบ Online อาทิเช่น Internet banking และ Mobile banking เป็นต้น

<u>กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution Channel Strategy)</u>

ในปี 2556 นั้น IMP เน้นเพิ่มจำนวนพนักงานทีมงานขายตรง (Direct sales) และขยายเครือข่ายของผู้จำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่และซิมการ์ดรายย่อยประเภทลูกตู้ โดย IMP จะกระจายสินค้าตรงไปยังลูกตู้รายย่อยโดยตรง เพื่อให้สินค้าและบริการของ IMP สามารถกระจายถึงลูกค้าได้อย่างทั่วถึง และรวดเร็วกว่าการกระจายสินค้าในรูปแบบเดิมที่เน้นการกระจายสินค้าไปยังตัวแทนจำหน่ายรายใหญ่ๆ ที่ทำหน้าที่กระจายให้กับลูกตู้รายย่อยอีกทอดหนึ่ง ซึ่งจากการดำเนินการทั้ง 2 รูปแบบดังกล่าวทำให้ IMP ประสบความสำเร็จอย่างมากในการกระจายสินค้าไปถึงลูกค้าเป้าหมายได้เพิ่มมากขึ้น นอกจากช่องทาง 2 ช่องทางดังกล่าวที่บริษัทได้เน้นหนักในปีที่ผ่านมา IMP ก็ยังคงจะขยายช่องทางการจัดจำหน่ายที่ IMP มีความแข็งแกร่งอยู่แล้วในปัจจุบันเพิ่มเติมอย่างต่อเนื่องครอบคลุมพื้นที่ให้บริการทั่วประเทศ โดย IMP ได้มีการขยายช่องทางจัดจำหน่ายบางส่วนที่ยังครอบคลุมเฉพาะในส่วนของกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ให้ครอบคลุมพื้นที่ให้บริการทั่วประเทศ

2. ช่องทางการจัดจำหน่าย

2.1) โทรศัพท์เคลื่อนที่

SIM ขยายช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่เข้าสู่ร้านออนไลน์ เพื่อตอบสนองต่อไลฟ์สไตล์ที่เปลี่ยนไปของผู้บริโภค ปัจจุบัน SIM ได้วางจำหน่ายสินค้ากับเว็บไซต์ที่มีชื่อเสียง เช่น Lazada, To Home, O-shopping นับว่าเป็นความสำเร็จที่ทำให้แบรนด์ i-mobile ก้าวไปอีกขั้นในปีที่ผ่านมา ยิ่งไปกว่านั้น SIM ได้เริ่มทดสอบช่องทางอีคอมเมิร์ซของตัวเองบนเว็บไซต์หลักในช่วงปลายปี 2556 และจะเปิดให้บริการเต็มรูปแบบภายในเดือนมกราคม 2557 รวมถึงการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายผ่าน Specialty Shop เช่น ร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ร้านขายอุปกรณ์ไอที ร้านขายเครื่องใช้ไฟฟ้า และผู้ให้บริการเครือข่าย ซึ่งก็ได้ผลตอบรับเป็นอย่างดี ยิ่งไปกว่านั้น SIM ยังขยายจุดขายในไฮเปอร์มาร์เก็ต และทำตลาดแบบเฉพาะจุดตามแต่ละภูมิภาค (Local Marketing) เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าที่แตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ได้ดียิ่งขึ้น ส่วนร้านสาขาของ i-mobile by SAMART นั้นก็มีการเปิดสาขาเพิ่มเพื่อให้ครอบคลุมทุกจังหวัดทั่วประเทศ ทั้งในรูปแบบแฟรนไชส์และตัวแทนจำหน่าย i-mobile กว่าหลายร้อยร้านค้าในปีที่ผ่านมา โดยการเปิดสาขาเพิ่มนั้นยังช่วยเพิ่มคุณภาพบริการหลังการขายลูกค้าที่จะได้รับให้เป็นไปตามมาตรฐานและครอบคลุมทุกจังหวัดเพื่อให้ผู้บริโภคมั่นใจในผลิตภัณฑ์ และมาตรฐานการบริการทั้งก่อนและหลังการขายภายใต้แบรนด์ i-mobile

2.2) การให้บริการข้อมูล ข่าวสาร และสาระความบันเทิงในรูปแบบมัลติมีเดีย

บริษัท สามารถ มัลติมีเดีย จำกัด (“BUG”) วางตำแหน่งทางการตลาด (Market Positioning) เป็นผู้นำด้านคอนเทนต์ หลากหลายประเภท โดยผ่านช่องทางสื่อโทรคมนาคมที่หลากหลายไม่ว่าจะเป็นโทรศัพท์พื้นฐาน โทรศัพท์เคลื่อนที่ คอมพิวเตอร์ คอมพิวเตอร์พกพา ตู้บริการข้อมูลอัตโนมัติ สื่อโทรคมนาคมในอนาคตอื่นๆ โดยมีจุดประสงค์ในการนำเสนอข้อมูล ข่าวสารและสาระความบันเทิง ถึงมือผู้บริโภคในรูปแบบที่มีคุณภาพมากที่สุด สอดคล้องกับการดำเนินชีวิตประจำวันของผู้บริโภคมากที่สุด และสะดวกสบายที่สุด โดยผ่าน

ช่องทางในการนำเสนอข้อมูลในลักษณะต่างๆ ที่ตรงตามความต้องการ และครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน อันประกอบด้วย

1. ช่องทางบริการข้อมูลด้วยเสียง (Audiotext) ภายใต้แบรนด์ BUG 1900
2. ช่องทางเจ้าหน้าที่รับสาย (Call Center) ภายใต้แบรนด์ BUG 1113
3. ช่องทาง Multimedia ภายใต้แบรนด์ BUG2Mobile
4. ช่องทางผ่านสื่อ ไลฟ์สไตล์ “กินดื่มเที่ยว” EDT Guide
5. ช่องทางผ่านรายการโทรทัศน์ภายใต้แบรนด์ i-Sport
6. ช่องทางผ่านเว็บไซต์ภายใต้แบรนด์ Horoworld
7. ช่องทางผ่านหน้าร้านค้าภายใต้แบรนด์ HoroWorld
8. ช่องทางการสื่อสารใหม่ ที่ไร้รูปแบบ โดยการใช้สื่อดิจิตอลเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้นภายใต้แบรนด์ Entertainment Tree

2.3) การให้บริการขายต่อบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 3G (MVNO)

IMP ขยายช่องทางในการจำหน่ายสินค้าและบริการไปยังต่างจังหวัดทุกภูมิภาคของประเทศที่สัญญาณบริการ TOT 3G สามารถให้บริการได้ ซึ่งปัจจุบัน IMP มีช่องทางกระจายผลิตภัณฑ์อยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานครปริมณฑล และ18 จังหวัดหลัก เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายมากที่สุด โดยช่องทางปัจจุบันที่ IMP มีอยู่มีทั้งสิ้น 6 ช่องทางด้วยกัน ได้แก่

1. ร้าน i-mobile by SAMART และร้าน i-mobile 3GX
2. ตัวแทนจัดจำหน่าย (Dealer) ในปัจจุบัน IMP สามารถขยายตัวแทนจำหน่ายสินค้าและบริการได้ครอบคลุมทุกภูมิภาค และครอบคลุมจังหวัดหลักๆ ทั่วประเทศ
3. ร้านสะดวกซื้อ (Convenient store) อาทิเช่น 7-11, Lotus Express และ 108 shop เป็นต้น ปัจจุบัน 7-11 ได้จัดจำหน่ายสินค้าและบริการของ i-mobile 3GX ทุกสาขาทั่วประเทศ ในขณะที่ Lotus Express และ 108 shop มีจำหน่ายกว่าร้อยละ 50 ของจำนวนสาขาในปัจจุบัน
4. Hypermart อาทิเช่น Tesco Lotus เป็นต้น
5. ช่องทางร้านจำหน่ายอุปกรณ์ IT ได้แก่ Banana IT เป็นต้น และในปี 2557 IMP วางแผนที่จะขยายช่องทางจัดจำหน่ายไปยังร้าน IT City, J.I.B Computer และ TG Fone เป็นต้น
6. Corporate sale ปัจจุบัน IMP ได้เพิ่มทีมงานดูแลลูกค้าองค์กรมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยแบ่งทีมงานตามประเภทขององค์กร อาทิเช่น กลุ่ม Enterprise กลุ่ม Government และกลุ่ม SME เป็นต้น

3. ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

3.1) โทรศัพท์เคลื่อนที่

อุตสาหกรรมโทรศัพท์เคลื่อนที่ในปี 2556 ยังเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะโทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภทสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตที่มีอัตราการเติบโตที่สดใส แม้ในช่วง 2 ไตรมาสแรกของปีที่แล้วจะเติบโตช้าเมื่อเทียบกับปี 2555 อย่างไรก็ตามการเติบโตอย่างรวดเร็วของสมาร์ทโฟนราคาปานกลางในครึ่งปีหลังก็ช่วยให้ตลาดโดยรวมยังมีทิศทางที่สดใส

ถึงแม้การเปิดตัวสมาร์ทโฟนไฮเอนด์รุ่นใหม่ๆ เช่น Apple iPhone 5s, iPhone 5c และ Samsung Galaxy S4, Galaxy Note 3 อาจไม่ประสบความสำเร็จมากเท่าที่นักวิเคราะห์คาดการณ์ไว้ในกลุ่มพรีเมี่ยม แต่สมาร์ทโฟนระดับกลางและล่างยังได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากผู้บริโภค ทำให้เกิดการแข่งขันอย่างดุเดือด โดยเฉพาะ

การทำตลาดของผู้ผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่รายใหม่ๆ โดยเฉพาะแบรนด์ที่มีชื่อเสียงจากประเทศจีน เช่น Lenovo, Huawei และ ZTE ที่พยายามเสนอความคุ้มค่าเช่นเดียวกับ i-mobile

ในขณะที่ตลาดสมาร์ทโฟนยังเติบโตได้ต่อเนื่องจากปีที่แล้ว ตลาดฟีเจอร์โฟนก็เริ่มหดตัวลงและถูกแทนที่โดยผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายอุปกรณ์โทรศัพท์เคลื่อนที่ได้นำสมาร์ทโฟนหลากหลายรุ่นเข้ามาทำตลาดด้วยระดับราคาที่ใกล้เคียงกับราคาฟีเจอร์โฟนมากในปี 2556 ประกอบกับการผลักดันของผู้ให้บริการเครือข่ายให้ผู้บริโภคเปลี่ยนไปใช้เครือข่ายใหม่ 3G 2100 MHz ด้วยวิธีการลดค่าบริการ 3G ให้มีราคาถูกลงไปพร้อมๆ กับการเสนอส่วนลดราคาเครื่องใหม่ที่ซื้อพร้อมแพ็คเกจแบบติดสัญญาบริการสำหรับลูกค้ารายเดือน (Postpaid) ส่งผลให้ยอดขายฟีเจอร์โฟนลดลงเรื่อยๆ การเปลี่ยนอีกอย่างหนึ่งที่น่าสนใจในช่วงหลังของปี 2556 คือการปรับตัวของช่องทางการขายที่นำโดยผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่และกลุ่มร้านค้าอุปกรณ์ไอทีขนาดใหญ่ที่เริ่มจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่มากขึ้นอย่างมีนัยสำคัญเนื่องมาจากการหดตัวของตลาดสินค้าไอทีที่โดนแทนที่ด้วยสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ต ส่วนผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่นั้นมองไกลกว่าการเป็นแค่ช่องทางจำหน่ายโดยจ้างผลิตสมาร์ทโฟนของผู้ให้บริการเครือข่ายเองออกมาแข่งขัน รวมไปถึงการเปิดช่องทางขายใหม่ที่ไม่เคยมีผู้ผลิตใดทำมาก่อนในประเทศไทยอย่างร้านสะดวกซื้อ

ในส่วนของ SIM นั้น ในปี 2556 SIM เองหันมาผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตมากขึ้นเป็นสัดส่วนถึงร้อยละ 40 ของยอดขายทั้งหมด โดยมุ่งมั่นว่าในปี 2557 จะมียอดขายโทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตแบรนด์ i-mobile มากถึงร้อยละ 70 ของยอดขายทั้งหมด SIM จะยังเน้นการผลิตสมาร์ทโฟนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ซึ่งได้รับความนิยมสูงสุดเช่นเดียวกับปีที่ผ่านมา โดยพยายามพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้ดีทัดเทียมกับแบรนด์ชั้นนำอย่าง Apple และ Samsung ด้วยการออกสมาร์ทโฟนระดับพรีเมี่ยมเพิ่มขึ้น รวมทั้งเติมนวัตกรรมใหม่ๆทั้งซอฟต์แวร์และฮาร์ดแวร์ เช่น ฟังก์ชั่นดูทีวีดิจิตอล ลงในสมาร์ทโฟน i-mobile เพื่อสร้างความแตกต่างจากแบรนด์อื่นๆจากประเทศจีนที่จะเข้ามาแข่งด้วยราคา รวมทั้งจัดทำแพ็กเกจการใช้งาน 3G บนเครือข่ายบริษัทย่อยที่ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบ MVNO ควบคู่ไปด้วย อาทิเช่น เล่น Facebook หรือ Line บนสมาร์ทโฟนของ i-mobile ได้ฟรีทั้งปีไม่จำกัดปริมาณการใช้งาน ซึ่งน่าจะเป็นทางเลือกหนึ่งในการเสริมจุดแข็งด้วยธุรกิจที่มีอยู่ในกลุ่มบริษัทเดียวกันมาเพิ่มความสามารถในแข่งขันกับคู่แข่ง

อย่างไรก็ตาม มีการคาดการณ์ว่าอัตราการเติบโตของตลาดสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตอาจจะเริ่มชะลอตัวในปี 2557 เนื่องจากตลาดเริ่มอิ่มตัวและปัจจัยลบจากภายนอก เช่น สภาวะเศรษฐกิจและความไม่แน่นอนทางการเมือง ซึ่งทาง SIM ก็ไม่ได้นิ่งนอนใจและยังมองหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ เช่น ผลิตอุปกรณ์เสริมและสินค้าแก็ตเจ็ตที่คาดว่าตลาดยังเติบโตอยู่ รวมไปถึงโอกาสทางธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องกับบริการทีวีดิจิตอล

ยิ่งไปกว่านั้น SIM ยังมีจุดแข็งในการมีบริษัทย่อยเป็นผู้ผลิตและพัฒนาคอนเท้นท์ และแอพพลิเคชั่น คอยช่วยสนับสนุนการประกอบธุรกิจของ SIM ด้วยการเพิ่มคอนเท้นท์ และแอพพลิเคชั่นใหม่ๆ ที่เหมาะกับความต้องการของลูกค้าคนไทย เช่น การทำนายผล การรับฟังผลฟุตบอล และการชิงรางวัล เป็นต้น ด้วยแนวทางดังกล่าว SIM สามารถพัฒนาไปเป็นผู้ให้บริการด้านการสื่อสารความเร็วสูงครบวงจรที่สามารถเข้าถึงได้ในทุกชีวิตประจำวันเพื่อการเติบโตที่ยั่งยืนได้ต่อไปในอนาคต ดังนั้น SIM จึงมองว่า SIM มีความได้เปรียบในการดำเนินธุรกิจมากกว่าบริษัทอื่นๆ ที่ประกอบธุรกิจในลักษณะเดียวกัน

3.2) การให้บริการข้อมูล ข่าวสาร และสาระความบันเทิงในรูปแบบมัลติมีเดีย

1. <u>ธุรกิจให้บริการในรูปของเสียง (Voice) ด้วยระบบ Audiotext</u>

   BUG1900 นี้รองรับการใช้บริการได้ทั้งจากโทรศัพท์พื้นฐาน และโทรศัพท์เคลื่อนที่ทุกระบบ ประกอบไปด้วยหมายเลขรหัสการให้บริการ 10 หลัก

- เลขรหัส 4 รหัสแรก : 1900 รหัสมาตรฐานของบริษัท
- เลขรหัส 3 หลักกลาง : รหัสระบุผู้ให้บริการ
- เลขรหัส 3 หลักสุดท้าย : รหัสระบุประเภทรายการที่ให้บริการ

การให้บริการจะเริ่มต้นด้วยการรับฟังคำแนะนำในการใช้บริการ ตามด้วยการรับฟังสาระความบันเทิงต่างๆ ได้ตามที่ต้องการ ซึ่งรูปแบบข้อมูลสาระบันเทิงที่ให้บริการ ประกอบไปด้วย ข้อมูล สาระ ความรู้ อาทิ การพยากรณ์ดวงชะตาชีวิตกับนักโหราศาสตร์ชื่อดัง ข้อมูลวิเคราะห์ และสรุปผลทางกีฬา ตลอดจนความบันเทิงต่างๆ อาทิเช่น Entertainment, Horoscope, Information และ Sport จำนวนมากกว่า 400 รายการทางโทรศัพท์ ซึ่งเป็นการให้บริการข้อมูลทั้งในส่วนที่ BUG ผลิตขึ้นเอง รวมทั้งข้อมูลที่ได้ร่วมกับผู้ให้บริการข้อมูลจัดเตรียมข้อมูลนี้ หรือที่ได้ร่วมกับสื่อโทรทัศน์ วิทยุ และสิ่งพิมพ์ต่างๆ ให้บริการรับฟังข้อมูลในรูปของเสียง โดยมีขีดความสามารถในการรับลูกค้าได้สูง 720 คู่สายในเวลาเดียวกัน

2. <u>ธุรกิจให้บริการในรูปของเสียง (Voice) ผ่านเจ้าหน้าที่รับสาย หรือ Information Call Center</u>

การบริการข้อมูลในลักษณะผู้ช่วยส่วนบุคคล ผ่านการให้บริการโดยพนักงานตอบรับ (Live Agent) ที่คอยตอบคำถามและให้คำแนะนำแก่ผู้รับบริการตลอด 24 ชั่วโมง ไม่มีวันหยุด เพื่ออำนวยความสะดวกต่อการใช้ชีวิตประจำวันในปัจจุบันของผู้ใช้บริการทุกเพศ ทุกวัย ภายใต้ชื่อบริการ BUG1113

โดยบริการ BUG1113 มีระบบฐานข้อมูลขนาดใหญ่ เพื่อจัดเก็บและรวบรวมข้อมูลเชิงลึกที่ละเอียดครอบคลุมบริการหลากหลาย พร้อมผ่านการตรวจสอบจากระบบที่ทันสมัยและน่าเชื่อถือ เพื่อให้ข้อมูลอัพเดทอยู่ตลอดเวลา โดยข้อมูลดังกล่าวประกอบด้วย ข้อมูลรายนามผู้ใช้โทรศัพท์ ข้อมูลร้านอาหาร โรงแรม สถานที่ท่องเที่ยว หน่วยงานราชการ และธนาคาร เป็นต้น โดยมีพนักงาน และหน่วยงานสนับสนุนที่มีความเชี่ยวชาญในการจัดการฐานข้อมูลคอยให้การสนับสนุนการให้บริการ

นอกจากนี้ ยังมีบริการเสริมต่างๆ อาทิเช่น บริการสอบถามรอบภาพยนตร์ บริการส่งข้อความสั้น (SMS) บริการ SMS อัพเดทข้อมูลข่าวสาร สาระความบันเทิง ราคาน้ำมัน ราคาทองคำ ตรวจผลสลากกินแบ่งรัฐบาล และทำนายดวงชะตา เป็นต้น ทั้งยังเพิ่มความสะดวกสบายให้แก่ผู้รับบริการ โดยสามารถเลือกรับข้อมูลที่ต้องการ ผ่าน SMS หรือบริการโอนสายไปยังเลขหมายปลายทางได้อีกด้วย อย่างไรก็ดี การพัฒนาของเทคโนโลยี ทำให้การเข้าถึงข้อมูล เป็นไปได้อย่างสะดวกรวดเร็ว ทุกที่ ทุกเวลายิ่งขึ้น ทำให้เกิดบริการทดแทนหลากหลายประเภท อาทิ การค้นหาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตผ่าน Search Engine เช่น Google หรือ Yahoo การค้นหาข้อมูลผ่านเครือข่ายทางสังคม (Social Network) เช่น Facebook หรือ Twitter ตลอดจนการค้นหาข้อมูลผ่าน Mobile แอพพลิเคชั่นที่ออกแบบเพื่อใช้งานบนอุปกรณ์ทันสมัย เช่น FastTel Hotline หรือ TYP on Mobile เป็นต้น บริการทดแทนเหล่านี้เป็นตัวแปรสำคัญต่อการใช้งานบริการข้อมูลในรูปแบบเสียง Directory Service ที่ลดลง BUG จึงจำเป็นต้องวางแผนกลยุทธ์เพื่อสร้างความแตกต่าง โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาข้อมูลเชิงลึกที่สามารถให้คำแนะนำโดยเจ้าหน้าที่ Live Agent ได้ แตกต่างจากข้อมูลที่ไม่เคลื่อนไหวผ่านทางอินเทอร์เน็ต หรือโทรศัพท์เคลื่อนที่ อีกทั้งยังให้ความสำคัญกับการวางตำแหน่งทางการตลาด (Market positioning) ในแง่ของความสะดวกสบายเสมือนมีผู้ช่วยส่วนตัวทุกที่ทุกเวลา สามารถใช้บริการส่ง SMS ข้อมูลเพื่อเก็บบันทึก และโอนสายไปยังปลายทางอัตโนมัติ โดยไม่จำเป็นต้องใช้เวลาอันมีค่าไปกับการค้นหาข้อมูลที่มากมาย ซับซ้อนบนโลกออนไลน์ สิ่งเหล่านี้นับเป็นปัจจัยสร้างความแตกต่างและยังคงทำให้ธุรกิจการให้บริการข้อมูลในรูปแบบเสียง Directory Service ยังคงดำเนินไปได้อย่างมั่นคง

3. ธุรกิจการให้บริการในรูปของข้อความ หรือภาพ (Non-Voice)

BUG2mobile บริการข้อมูลสาระบันเทิงสำเร็จรูป ผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ให้บริการข้อมูลสาระบันเทิงสำเร็จรูป ผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบ Non-Voice เพื่อเพิ่มความหลากหลายให้แก่โทรศัพท์เคลื่อนที่หลากหลายรุ่น หลากหลายแบรนด์ ของผู้ใช้งานสมบูรณ์แบบยิ่งขึ้น โดย BUG ให้บริการข้อมูลข่าวสารผ่านทางข้อความบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ ไม่ว่าจะเป็นการดาวน์โหลดภาพ วีดีโอคลิป ริงโทน เกมส์ และข้อมูลอื่นๆ โดยใช้สื่อ Non-Voice ช่องทางต่างๆ เช่น SMS, MMS และ WAP SITE โดยมีอัตราค่าบริการเริ่มต้นตั้งแต่ 3 บาทจนถึง 100 บาทตามอัตราที่ BUG กำหนด

3.3) การให้บริการขายต่อบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 3G (MVNO)

ในช่วงปีที่ผ่านมานั้น จากการที่ผู้ผลิตสมาร์ทโฟน แท็บเล็ต ทั้ง International brand และ Local brand ได้นำเสนอสมาร์ทโฟน และแท็บเล็ต ในราคาระดับกลางและล่างมากขึ้น ส่งผลให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงอุปกรณ์ดังกล่าวได้ง่ายขึ้น ทำให้เกิดกระแสความนิยมของสมาร์ทโฟน แท็บเล็ต ที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับกระแสความนิยมของเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Instagram, LINE, Whatsapp และ Youtube เป็นต้น ที่มีการใช้งานอย่างแพร่หลายในผู้บริโภคทุกกลุ่ม ซึ่งทั้งสองปัจจัยเป็นแรงขับเคลื่อนที่สำคัญที่ทำให้เกิดความต้องการใช้งานบริการข้อมูล (Data service) ผ่านอุปกรณ์สื่อสารไร้สายมากขึ้น ดังจะเห็นได้จากจำนวนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ 3G มีอัตราการเติบโตอย่างก้าวกระโดด โดยข้อมูลจำนวนเลขหมายบนระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ 3G ณ สิ้นปี 2556 คาดการณ์ว่าจะมีจำนวนประมาณ 25.6 ล้านเลขหมาย เติบโตจากสิ้นปี 2555 ที่มีเลขหมายบนระบบ 3G เพียง 6.04 ล้านเลขหมาย ซึ่งคิดเป็นอัตราการเติบโตกว่าร้อยละ 324 โดยผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ทุกรายต่างร่วมมือกับพันธมิตรผู้ผลิตสมาร์ทโฟน แท็บเล็ต อาทิเช่น Apple, Samsung, HTC และ LG เป็นต้น ในการนำเสนอสมาร์ทโฟนรุ่นใหม่เป็นรายแรก นอกจากนี้ยังได้นำเสนอสมาร์ทโฟนหลากหลายระดับราคาให้ลูกค้าในทุกกลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าถึงได้ง่ายขึ้น ผ่านการจัดแคมเปญต่างๆ อาทิเช่น ผ่อนค่าเครื่อง 0% 10 เดือน คืนเงินส่วนลดเป็นโบนัสในการใช้งานซื้อเครื่องพร้อมสมัครแพ็กเกจลดค่าเครื่อง 50% เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการนำเสนอแพ็กเกจที่หลากหลายเหมาะสมกับการใช้งานสมาร์ทโฟนและอุปกรณ์เชื่อมต่อแต่ละประเภท เช่น แพ็กเกจโทรและบริการข้อมูลสำหรับกลุ่มผู้ใช้สมาร์ทโฟน แพ็กเกจเฉพาะบริการข้อมูลสำหรับกลุ่มผู้ใช้แท็บเล็ต เป็นต้น ซึ่งแพ็กเกจหลักมีทั้งแบบคิดค่าบริการตามปริมาณการใช้งานเป็นนาที MB และค่าบริการแบบเหมาจ่าย โดยระดับราคาค่าบริการของลูกค้าระบบเติมเงินเริ่มต้นตั้งแต่ 199 จนถึง 999 บาท ซึ่งครอบคลุมผู้บริโภคทุกกลุ่มตั้งแต่กลุ่มระดับล่างจนถึงกลุ่มระดับพรีเมี่ยม

จากพฤติกรรมในการใช้งานของผู้บริโภคในปี 2556 ที่เกิดขึ้นนั้น จะเห็นได้ว่าความต้องการในการใช้งานบริการข้อมูล (Data service) มีการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากความต้องการของผู้บริโภคในการเข้าถึงข้อมูลอินเตอร์เน็ตผ่านอุปกรณ์สื่อสารไร้สายมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นสื่อสังคมออนไลน์ (Social media) หรือการค้นหาข้อมูล (Search) เป็นต้น ซึ่งในปีหน้าบริการข้อมูลจะเป็นบริการหลักในการสร้างการเติบโตในภาพรวมของอุตสาหกรรมบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในขณะที่บริการเสียงคาดการณ์ว่ารายได้จากบริการเสียงจะลดลงอย่างต่อเนื่องตามการลดลงในปี 2556 เนื่องจากวิธีการติดต่อสื่อสารของผู้บริโภคจะเปลี่ยนจากการติดต่อทางเสียงมาติดต่อกันผ่านแอพพลิเคชั่นแชทมากขึ้น ซึ่งจะเห็นได้จากจำนวนผู้ใช้งานแอพพลิเคชั่น LINE ที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็วในปี 2556 ที่ผ่านมา จากแนวโน้มดังกล่าวจะเป็นแรงผลักดันทำให้ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละรายต่างตั้งเป้าหมายเป็นผู้นำในการให้บริการข้อมูล (Data service) เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างครบวงจร โดยการเร่งขยายโครงข่าย 3G บนคลื่นความถี่ 2.1 GHz ให้ครอบคลุมพื้นที่ให้บริการทั่วประเทศ พร้อมกับนำเสนอแพ็กเกจบริการที่มีความหลากหลายมากขึ้น ตามพฤติกรรมและวัตถุประสงค์การใช้งานของผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม รวมถึงการพัฒนาแอพพลิเคชั่นรูปแบบใหม่ๆ และบริการเสริมต่างๆ นอกเหนือจากบริการหลัก เพื่อสร้างความแตกต่างให้กับบริการของตนเอง

ค) **<u>การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ</u>**

1. โทรศัพท์เคลื่อนที่

SIM ได้ทำการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ในรูปแบบ OEM โดยได้ว่าจ้างผู้ผลิต เพื่อผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่ภายใต้แบรนด์ i-mobile โดยมีองค์ประกอบในการคัดเลือกผู้ผลิตดังนี้

- ความต้องการของตลาด
- รูปลักษณ์ คุณลักษณะและคุณภาพของผลิตภัณฑ์
- ระยะเวลาในการผลิต และการตรงต่อเวลา
- นโยบายด้านราคา
- นโยบายสนับสนุนและส่งเสริมการขาย
- นโยบายการรับประกันหลังการขาย
- ศักยภาพในการแข่งขันของผู้ผลิต

SIM ได้ทำการตลาดเชิงรุกให้กับโทรศัพท์เคลื่อนที่ภายใต้แบรนด์ i-mobile อย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลานานหลายปี ซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากลูกค้าในประเทศไทย โดยมีส่วนแบ่งทางการตลาดอยู่ในลำดับที่ 3 ในตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทย

2. การให้บริการข้อมูล ข่าวสาร และสาระความบันเทิงในรูปแบบมัลติมีเดีย

สืบเนื่องจากรูปแบบของการให้บริการข้อมูล ข่าวสาร และสาระความบันเทิงของ BUG เป็นการนำเสนอบริการข้อมูลไปสู่กลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายทั้งอายุ เพศ อาชีพ และรูปแบบวิถีชีวิตที่แตกต่างกันออกไป ทาง BUG จึงมีเป้าหมายในการรวบรวมข้อมูล ข่าวสาร และสาระความบันเทิงต่างๆ (Content) ที่มีความหลากหลาย ครบครัน ตอบสนองต่อความต้องการใช้งาน เพื่อให้การนำเสนอบริการตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการมากที่สุด

ข้อมูล Content ที่ BUG นำเสนอประกอบด้วย ข้อมูลที่ BUG คิดค้นพัฒนา และเก็บรวบรวมด้วยตนเอง ในฐานะ Content Provider และ ข้อมูลที่ BUG ครอบครองลิขสิทธิ์จากผู้ผลิต และพันธมิตรต่างๆ ในฐานะ Content Aggregator โดยมีการจัดเก็บรวบรวมข้อมูลบนฐานข้อมูลขนาดใหญ่ และเรียบเรียงอย่างเป็นระบบ ทั้งในรูปแบบของตัวอักษร ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เพื่อรองรับกับช่องทางการจัดจำหน่าย และเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปในอนาคต เอื้ออำนวยต่อการร่วมใช้งานข้อมูลระหว่างบริการต่างๆ ตลอดจนมีระบบเชื่อมต่อข้อมูล คอนเทนต์ จากผู้ผลิต และพันธมิตร ผู้ให้บริการภายนอกที่มีความชำนาญเฉพาะทาง เพื่อรวมเป็นระบบการให้บริการด้านคอนเทนต์ ครบวงจร ที่มีการพัฒนาเนื้อหาให้ทันสมัยได้ทุกขณะ

นอกจากนี้ ยังมีการคัดสรรผู้ดำเนินรายการที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในแต่ละกลุ่มบริการ ไม่ว่าจะเป็น กีฬา บันเทิง โหราพยากรณ์ เป็นต้น เข้ามาให้คำแนะนำในเรื่องที่ผู้ใช้บริการมีความสนใจ โดยเนื้อหาข้อมูล ข่าวสาร และสาระความบันเทิงต่างๆ แบ่งออกเป็น 6 กลุ่มหลัก ดังนี้

1. Sport ให้บริการข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับกีฬา เช่น ตารางการแข่งขัน ผลการแข่งขัน สนามแข่งขัน และข่าวสารเกี่ยวกับแวดวงกีฬา เป็นต้น
2. Game ให้บริการเกมส์โดยผ่านบริการข้อมูลด้วยเสียง (Audiotext) เช่น 1900 เกมส์ ดาวน์โหลดเกมส์อินเตอร์แอคทีฟ และเกมส์ออนไลน์ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งมีทั้งเกมส์ที่ BUG เป็นผู้พัฒนาเอง และพันธมิตรที่เชี่ยวชาญทางด้านเกมส์ทั้งในและต่างประเทศ
3. Entertainment เป็นกลุ่มที่ให้บริการข้อมูลเชิงลึกทางด้านบันเทิง เช่น เรื่องย่อและรอบภาพยนตร์ และข้อมูลบันเทิงยามค่ำคืน เช่น ผับ บาร์ คาราโอเกะ เป็นต้น

4. Lifestyle ให้บริการข้อมูลในเชิงลึกเกี่ยวกับไลฟ์สไตล์ “กินดื่มเที่ยว” เช่น ร้านอาหาร โรงแรม บริษัททัวร์ แพ็คเกจทัวร์ ช้อปปิ้ง ส่วนลดร้านค้า Massage & Spa เป็นต้น

5. News & Information เป็นกลุ่มที่ให้บริการข้อมูลเกี่ยวกับหมายเลขโทรศัพท์พื้นฐาน และข้อมูล ข่าวสารต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณชน ได้แก่ ข้อมูลหุ้น ข้อมูลสายการบินและตารางการบิน รายงานอากาศ รายงานจราจร อัตราแลกเปลี่ยน ราคาทองคำ และข้อมูลเกี่ยวกับการติดต่อหน่วยงานราชการต่างๆ ข้อมูลสถานทูต ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว เป็นต้น

6. Consultancy ให้บริการข้อมูลทางด้านการให้คำปรึกษา คำแนะนำโดยผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านโดยบริการ 1900 เช่นบริการทางด้านการแพทย์ จิตวิทยา การดูแลเกี่ยวกับความสวยงาม เพศศึกษา และโหราศาสตร์จากโหรที่มีชื่อเสียงที่สุดในประเทศไทย

3. การให้บริการขายต่อบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 3G (MVNO)

IMP ยังคงเน้นกลยุทธ์การขายควบ (Bundle package) นำเสนอแพ็กเกจบริการ 3G ร่วมกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่างๆ เข้าด้วยกัน โดยหลักๆ แล้วจะเน้น Bundle package กับสมาร์ทโฟนของ i-mobile เป็นหลัก เนื่องจากเครื่องสมาร์ทโฟนกำลังเป็นที่นิยมในตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ รวมถึงกลยุทธ์ Bundle package ยังมีข้อดีที่ช่วยให้กลุ่มผู้ใช้บริการ 3G มีอัตราการยกเลิกบริการที่ต่ำลง และแพ็กเกจที่นำเสนอส่วนใหญ่จะเป็นแพ็กเกจ Unlimited data usage เพื่อให้สามารถแข่งขันกับผู้ให้บริการรายอื่นๆ ได้ โดยแพ็กเกจที่จะนำเสนอในปีที่ผ่านมามีทั้งหมด 7 กลุ่มแพ็กเกจหลัก ดังนี้

1. <u>Bundle package กับโทรศัพท์เคลื่อนที่ของ i-mobile</u>

   แพ็กเกจดังกล่าวเป็นแพ็กเกจที่ทำให้ IMP ประสบความสำเร็จเป็นอย่างมากในการขยายฐานผู้ใช้บริการ 3G ได้เป็นจำนวนมาก โดย IMP ได้มีการ Bundled ซิมการ์ดกับทั้งสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ต นอกจากนี้ Bundled package ยังมีข้อดีที่ช่วยให้กลุ่มผู้ใช้บริการ 3G มีอัตราการยกเลิกบริการที่ค่อนต่ำ

2. <u>สมาร์ทโฟนpackage</u>

   แพ็กเกจสำหรับการโทรและเชื่อมต่ออินเตอร์เน็ต สำหรับเจาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีการใช้งานสมาร์ทโฟนเป็นหลัก โดย IMP นำเสนออัตราค่าบริการหลากหลายระดับราคา ตั้งแต่เดือนละ 199 จนถึง 699 บาทต่อเดือน เพื่อเจาะกลุ่มลูกค้าที่เป็นกลุ่ม Entry level จนถึงกลุ่ม Premium level

3. <u>Net package</u>

   แพ็กเกจสำหรับการเชื่อมต่ออินเตอร์เน็ตเท่านั้น สำหรับเจาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีการใช้งานแท็บเล็ตเป็นหลัก โดย IMP นำเสนออัตราค่าบริการหลากหลายระดับราคา ตั้งแต่เดือนละ 199 จนถึง 799 บาทต่อเดือน เพื่อเจาะกลุ่มลูกค้าที่เป็นกลุ่ม Entry level จนถึงกลุ่ม Premium level

4. <u>Segment SIM</u>

   IMP นำเสนอ Segment SIM ซึ่งเป็นซิมการ์ดที่มีบริการ คอนเทนต์ สำหรับลูกค้าที่มีความสนใจเฉพาะกลุ่ม อาทิเช่น ซิมซอคเก้อร์ จะเป็นเน้นเจาะกลุ่มลูกค้าที่มีความสนใจในกีฬาฟุตบอล โดยซิมการ์ดดังกล่าวจะให้บริการส่งข้อมูลข่าวสารของลีกฟุตบอลชั้นนำทั้งในและต่างประเทศ ซิมเลขมงคล เป็นซิมการ์ดเลขมงคลที่ใช้แมน การิน เป็นพรีเซ็นเตอร์ ในการวิเคราะห์เลขหมายโทรศัพท์ว่าเลขหมายใดเหมาะสมกับดวงของลูกค้าคนนั้น ในแต่ละกลุ่มอาชีพ ใช้เลขหมายใดแล้วเสริมพลังให้ประสบความสำเร็จในอาชีพการงาน เป็นต้น

5. Social media package

แพ็กเกจสำหรับกลุ่มลูกค้าที่มีการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ อาทิเช่น Facebook, YouTube, Instagram, LINE และ Whatsapp เป็นต้น โดยแพ็กเกจที่นำเสนอจะเป็นแพ็กเกจประเภทเหมาจ่าย เพื่อลดความกังวลในเรื่องของค่าใช้จ่ายต่อเดือน

6. Unlimited package

แพ็กเกจสำหรับกลุ่มลูกค้าที่มีการใช้งานบริการข้อมูลที่ค่อนข้างสูง และต้องการควบคุมค่าใช้จ่ายในการใช้บริการแต่ละเดือน โดยลูกค้าสามารถใช้งานบริการข้อมูลได้อย่างไม่จำกัด โดยจะมีเงื่อนไขว่าหากลูกค้ามีการใช้เงินเกินกว่าจำนวน MB ที่กำหนด ความเร็วในการใช้งานจะถูกลดลงเหลือเพียง 384 kbps

7. Corporate package

แพ็กเกจสำหรับกลุ่มผู้ใช้บริการประเภทองค์กร เช่น ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) และกลุ่มองค์กรขนาดใหญ่ (Enterprise) เป็นต้น

----รายละเอียดเพิ่มเติมสามารถดูได้จากแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) ของบริษัท สามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) ---

2.2 สายธุรกิจ ICT Solutions and Services

ดำเนินธุรกิจบริการด้านระบบสารสนเทศผ่านโครงข่ายสื่อสารโทรคมนาคมต่างๆ รวมทั้งบริการให้คำปรึกษา รับเหมาออกแบบติดตั้ง บริหารจัดการ และ บำรุงรักษา ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ครบวงจรแบบบูรณาการ (Total Solutions & Services) ให้บริการระบบแก่หน่วยงานเอกชนขนาดใหญ่ รัฐวิสาหกิจ หน่วยราชการ โดยในปี 2556 สายธุรกิจนี้มีรายได้รวม 9,226.6 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 41.3 ของรายได้รวมของกลุ่มบริษัท สายธุรกิจนี้ประกอบด้วย บริษัทย่อย 12 บริษัท ดังนี้ บริษัท สามารถเทลคอม จำกัด (มหาชน) บริษัท สามารถคอมมิวนิเคชั่น เซอร์วิส จำกัด บริษัท สามารถคอมเทค จำกัด บริษัท สามารถบรอดแบนด์ เซอร์วิสเซส จำกัด บริษัท ไทยเทรดเน็ท จำกัด บริษัท พอสเน็ท จำกัด บริษัท สามารถ อินโฟเนต จำกัด บริษัท สมาร์ทเทอร์แวร์ จำกัด บริษัท สามารถ เอ็ด เท็ค จำกัด บริษัท เน็ท มีเดีย จำกัด บริษัท พอร์ทัลเน็ท และ บริษัท ไอที แอ๊บโซลูท จำกัด

ก) ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

สายธุรกิจสารสนเทศและสื่อสารโทรคมนาคม ได้แบ่งลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการออกเป็น 5 กลุ่มบริการ ดังนี้

1. ธุรกิจบริการเครือข่ายสื่อสาร (Network Services)

ให้บริการเช่าระบบสื่อสารผ่านดาวเทียมความเร็วสูง iPSTAR และ VSAT ดำเนินการโดย บริษัท สามารถเทลคอม จำกัด (มหาชน) (“SAMTEL”) ซึ่งเป็นบริษัทเอกชนรายแรกที่ให้บริการการสื่อสารข้อมูลภาพและเสียงผ่านดาวเทียม โดยได้รับสัมปทานจากกรมไปรษณีย์โทรเลข ตั้งแต่ปี 2538 ซึ่งปัจจุบันเปลี่ยนเป็นใบอนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) เรียบร้อยแล้ว โดยมีโครงการสำคัญที่ผ่านมา ได้แก่ โครงการอินเตอร์เน็ตโรงเรียน (School Net) เป็นการติดตั้งและให้บริการอินเตอร์เน็ตความเร็วสูงผ่านดาวเทียม (iPSTAR) ให้กับโรงเรียนในสังกัดกระทรวงศึกษาธิการจำนวน 10,600 โรงเรียนซึ่งกระจายอยู่ทั่วประเทศ

ให้บริการเครือข่ายสื่อสารความเร็วสูงหลายสื่อแบบสายเช่าพิเศษ Leased line, DSL (Digital Subscriber Line), Frame Relay และ ATM รวมถึงบริการสื่อสารข้อมูลไร้สาย โดยได้ทำสัญญาเช่าเครือข่ายจากบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) อายุสัญญา 15 ปี ตั้งแต่ปี 2543 จนถึงปี 2558 สำหรับการให้บริการดังกล่าว ซึ่งได้มีติดตั้งระบบโครงข่าย

ใน 35 ชุมสายโทรศัพท์ ที่สามารถรองรับพื้นที่การให้บริการได้ครอบคลุมประมาณร้อยละ 80 ของกรุงเทพมหานคร เพื่อให้บริการสื่อสารข้อมูลความเร็วสูงที่สามารถรองรับความต้องการใช้งานธุรกิจที่หลากหลาย นอกจากนั้นยังให้บริการประชุมทางไกลผ่านจอภาพ บริการระบบสื่อสารภายในองค์กร และบริการกระจายสัญญาณวิทยุโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม (Digital Broadcasting) ตลอดจนให้คำปรึกษาออกแบบ ติดตั้ง บำรุงรักษา และบริหารระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อสารโทรคมนาคมที่มีความเหมาะสมกับความต้องการในการใช้งานของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด รวมถึงการให้บริการซ่อมอุปกรณ์เครือข่ายที่ได้รับมาตรฐาน ISO 9000-2000 โดยมีศูนย์บริการกระจายอยู่ทั่วประเทศจำนวน 38 แห่งซึ่งดำเนินการโดย SAMTEL และบริษัท สามารถคอมมิวนิเคชั่น เซอร์วิส จำกัด

นอกจากนี้ SAMTEL ยังได้รับแต่งตั้งจากบริษัท Cisco Systems ผู้ผลิตอุปกรณ์ระบบเครือข่ายสื่อสารชั้นนำของโลก ให้เป็นพันธมิตรทางธุรกิจระดับสูงสุด หรือ Gold Certified Partner เพื่อร่วมมือในการยกระดับการทำตลาด การให้บริการ และการพัฒนาศักยภาพของบุคลากร ทางด้านผลิตภัณฑ์ระบบเครือข่ายและโซลูชั่นของ Cisco เพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในระยะยาว

โครงการที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 กลุ่มธุรกิจบริการเครือข่ายสื่อสารมีโครงการที่ยังไม่ได้ส่งมอบ ดังนี้

ลำดับที่	รายชื่อลูกค้า	ชื่อโครงการ	สัญญา		มูลค่าโครงการ [1] (ล้านบาท)	ความคืบหน้า [2] (%)
			วันที่เริ่ม	วันที่สิ้นสุด		
1.	บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)	โครงการสร้างโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ยุคที่ 3 (3G Nationwide)	25/5/54	31/3/57	15,999	94%
2.	บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)	โครงการจ้างเหมาติดตั้งวิทยุสั่งการ ยี่ห้อ Motorola	15/7/56	12/3/57	19.90	85%
3.	บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)	โครงการเช่าใช้สถานที่และหรือเสา (Tower) ภายนอกอาคาร จำนวนไม่เกิน 205 แห่ง	11/3/56	11/3/59	229.99	30%
4.	บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)	โครงการจ้างติดตั้งทดแทนอุปกรณ์ชุมสาย SPC ที่เสื่อมสภาพกรณีเร่งด่วนปี 2556 (Pre – NGN 56)	12/11/56	11/5/57	55.60	15%

หมายเหตุ : [1] *มูลค่างานโครงการเป็นตัวเลขที่ยังไม่รวม VAT*

[2] *การรับรู้รายได้ของแต่ละโครงการจะเป็นไปตามสัดส่วนความสำเร็จของงาน (ความคืบหน้า %)*

2. ธุรกิจบริการรับเหมาออกแบบติดตั้งระบบ (System Integration)

ธุรกิจการให้บริการรับเหมา ออกแบบ ติดตั้งระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร และการจัดจำหน่าย/ซ่อมบำรุงอุปกรณ์สื่อสาร/ระบบคอมพิวเตอร์ และระบบสื่อสารทั้งภาพและเสียง กับหน่วยงานราชการ ให้บริการแบบครบวงจร (Turn-key Project) ตลอดจนถึงการให้บริการหลังการขาย โดยผลิตภัณฑ์ที่ทางบริษัท สามารถคอมเทค จำกัด (“SCT”) จัดจำหน่ายจะเป็นผลิตภัณฑ์และบริการทางด้านสื่อสารโทรคมนาคม และเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นหลัก ดำเนินการโดย SCT

SCT ได้พัฒนาการทำงานต่อเนื่องเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลขององค์กรในด้านการขาย (Sales) ทีมงานวิศวกรรมทั้งด้านการออกแบบระบบและด้านการพัฒนาซอฟต์แวร์ (Engineering & Software Development) รวมทั้งทีมงานการติดตั้งและการบริการหลังการขาย (Implementation & Services) เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจในปัจจุบัน รวมทั้งยังคงรักษามาตรฐานการให้บริการที่สอดคล้องกับมาตรฐาน ISO 9001:2000 และ

มาตรฐาน CMMI Level 3 ซึ่งเป็นมาตรฐานด้านการพัฒนาระบบซอฟต์แวร์ ทำให้ระบบงานและการบริการลูกค้าดีขึ้น อันเป็นส่วนสำคัญในการแข่งขันในระยะยาว

โครงการที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 กลุ่มธุรกิจบริการรับเหมาออกแบบติดตั้งระบบมีโครงการที่ยังไม่ได้ส่งมอบ ดังนี้

ลำดับที่	รายชื่อลูกค้า	ชื่อโครงการ	สัญญา		มูลค่าโครงการ [1] (ล้านบาท)	ความคืบหน้า [2] (%)
			วันที่เริ่ม	วันที่สิ้นสุด		
1.	กรมที่ดิน กระทรวงมหาดไทย	โครงการพัฒนาระบบสารสนเทศที่ดิน (DOL-11L-08)	3/11/52	2/5/56	691.59	90%
2.	สำนักสิ่งแวดล้อม กรุงเทพมหานคร	โครงการจ้างเหมาพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม	22/11/55	16/12/56	429.5	95%
3.	สำนักงานการระบายน้ำ กรุงเทพมหานคร	โครงการตรวจวัดสภาพน้ำในคลองที่จัดให้มีระบบไหลเวียน กรุงเทพมหานคร	29/9/55	28/9/57	46.65	95%
4.	กรมที่ดิน กระทรวงมหาดไทย	โครงการนำเข้าข้อมูลที่ดินพร้อมติดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ จำนวน 4 ระบบ ตามโครงการศูนย์ข้อมูลที่ดินและแผนที่แห่งชาติ (ระยะที่ 1)	28/9/56	22/9/57	1,089.25	10%
5.	สำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม	โครงการพัฒนาปรับปรุงระบบสื่อสารข้อมูลแบบไร้สาย กระทรวงกลาโหม	23/9/56	22/3/57	13.93	60%
6.	สำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย	โครงการจ้างพัฒนาและปรับปรุงเครือข่ายสื่อสารและระบบดาวเทียมของกระทรวงมหาดไทย	24/7/56	17/9/57	180.42	30%
7.	สำนักงาปลัดกระทรวงยุติธรรม	โครงการสัญญาจ้างบำรุงรักษาและซ่อมแซมแก้ไขครุภัณฑ์คอมพิวเตอร์และซอฟต์แวร์ในโครงการระบบเครือข่ายความเร็วสูง กระทรวงยุติธรรม ระยะที่ 2	1/11/56	31/10/57	15.32	25%
8.	สำนักงาปลัดกระทรวงยุติธรรม	โครงการติดตั้งระบบประชุมทางไกล (Video Conference System)	20/12/56	19/4/58	22.73	5%

หมายเหตุ : [1] *มูลค่างานโครงการเป็นตัวเลขที่ยังไม่รวม VAT*

[2] *การรับรู้รายได้ของแต่ละโครงการจะเป็นไปตามสัดส่วนความสำเร็จของงาน (ความคืบหน้า %)*

3. ธุรกิจนวัตกรรมและเทคโนโลยีประยุกต์ (Innovation Business Application Solutions & Services)

ให้บริการซอฟต์แวร์ประยุกต์ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงให้คำปรึกษาออกแบบประยุกต์เทคโนโลยีสารสนเทศแบบบูรณาการให้กับลูกค้า ตั้งแต่เริ่มติดตั้งระบบจนเสร็จสมบูรณ์ พร้อมด้วยการบริหารระบบงานครบวงจร เช่น บริการเกตเวย์สำหรับการแลกเปลี่ยนข้อมูลธุรกรรมทางธุรกิจผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ หรือ Electronic Data Interchange (EDI) Gateway บริการแลกเปลี่ยนข้อมูลธุรกรรมทางธุรกิจผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์บนอินเตอร์เน็ต (Web EDI) บริการรับฝากเว็บไซต์ (Web Hosting Services) บริการซอฟต์แวร์ประยุกต์ทางการจัดการกระบวนการทำงาน (Electronic Workflow) บริการซอฟต์แวร์ประยุกต์ด้านบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management - SCM) รวมถึงให้บริการเสริมต่างๆ ในการแลกเปลี่ยนข้อมูลธุรกรรมทางธุรกิจอย่างครบวงจร โดยกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่จะมีการใช้งานในลักษณะการทำธุรกรรมระหว่างภาคธุรกิจ (Business to Business) และระหว่างภาคธุรกิจกับภาครัฐ (Business to Government) ได้แก่ องค์กรรัฐบาล กลุ่มธุรกิจธนาคาร โรงงานอุตสาหกรรม และกลุ่มผู้ค้าปลีก เป็นต้น อาทิเช่น การให้บริการซอฟต์แวร์ประยุกต์ด้านการแลกเปลี่ยนข้อมูลทาง

อิเล็กทรอนิกส์ระหว่างบริษัทคู่ค้า (SupplyNET) ให้กับกลุ่มบริษัท เซ็นทรัล รีเทล คอร์ปอร์เรชั่น จำกัด ซึ่งเป็นผู้ให้บริการห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ ที่จะช่วยลดค่าใช้จ่ายพร้อมยกระดับการดำเนินงานในห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งดำเนินการโดยบริษัท ไทยเทรดเน็ท จำกัด

ระบบชำระเงินโดยใช้บัตรเป็นสื่อ ณ จุดขาย (Electronic Fund Transfer at Point of Sale หรือ EFT/POS) และเชื่อมโยงเครือข่ายการชำระเงินในการสั่งซื้อสินค้าด้วยบัตรเครดิต (Secured E-Payment Gateway) โดยระบบจะทำการโอนเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ณ จุดที่ทำการซื้อขายเชื่อมโยงไปยังระบบฝากเงินของธนาคาร ทำให้ร้านค้าที่มีอุปกรณ์ปลายทางติดตั้งอยู่ สามารถรับชำระค่าสินค้าหรือบริการด้วยบัตรที่ออกให้โดยธนาคาร อาทิ Credit Card, Debit Card หรือ Smart Card ได้ นอกจากนี้ยังเป็น Solutions Provider ในด้านของ Smart Card Application ให้แก่ธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย และองค์กรผู้ออกบัตร เช่น การพัฒนาและติดตั้งระบบ e-Refill สำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบ Prepaid ให้กับบริษัท แอดวานซ์ อินโฟเซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ดำเนินการโดยบริษัท พอสเน็ท จำกัด

บริการ Cyber University หรือบริการระบบการเรียนการสอนอิเล็กทรอนิกส์ (e-Learning) แบบครบวงจร ที่ให้กับสถาบันการศึกษาที่ต้องการช่องทางที่เป็นทางเลือกในการให้การศึกษาและความรู้ ผ่านบทเรียนอิเล็กทรอนิกส์ (e- Courseware) คุณภาพ ที่บริษัท สามารถ เอ็ด เท็ค จำกัด (“SAET”) ทำการผลิต เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการด้านการศึกษา และยังเป็นประโยชน์กับนักศึกษาโดยเพิ่มความสะดวกในการเข้าถึงบทเรียนผ่านเครือข่ายสื่อสาร สามารถให้บริการการศึกษาตามหลักสูตรเต็มรูปแบบ (Full Program) ซึ่งนักศึกษาสามารถสำเร็จการศึกษาและได้รับปริญญาเช่นเดียวกับการศึกษาหลักสูตรปกติ ปัจจุบัน SAET ได้ร่วมกับมหาวิทยาลัยรังสิตเพื่อให้บริการทั้งในหลักสูตรปริญญาตรีและปริญญาโท และร่วมกับมหาวิทยาลัยหอการค้าไทยเพื่อให้บริการ MBA Online สำหรับหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ สำหรับลูกค้าองค์กรที่เป็นเอกชนและหน่วยงานรัฐนั้น ยังมีบริการ Human Resource / Professional Development (HRD) ที่ประยุกต์ใช้ระบบ e-Learning ในด้านการฝึกอบรมและการพัฒนาทรัพยากรบุคคล นอกจากนี้มีแนวทางที่จะให้บริการ e-Testing สำหรับการบริหารจัดการคลังข้อสอบและการสอบ รวมถึงบริการ e-Books ที่เป็นบริการใหม่สำหรับการแปลง จัดทำ และบริหารคลังหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ทั้งนี้บริการดังกล่าวดำเนินการโดย SAMTEL และ SAET จำกัด

4. ธุรกิจบริการ ICT Outsourcing Services

ให้บริการดำเนินการบริหารจัดการแบบครบวงจรทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อสารโทรคมนาคมสำหรับองค์กร ตั้งแต่การรับออกแบบ ติดตั้ง ดำเนินการ ดูแลประสิทธิภาพการใช้งาน และบำรุงรักษา ซึ่งเป็นส่วนขยายของการให้บริการแบบครบวงจรของสายธุรกิจบริการเครือข่ายสื่อสารและสายธุรกิจรับเหมาออกแบบติดตั้งระบบ (System Integration) โดยสอดคล้องกับการบริหารแบบใหม่ของกลุ่มองค์กรธุรกิจต่างๆ ที่มุ่งเน้นการพัฒนาเพิ่มศักยภาพการแข่งขัน ประสิทธิผล ประสิทธิภาพ ประสานกับพันธมิตรในห่วงโซ่ธุรกิจ สร้างบริการที่รวดเร็ว ต้นทุนต่ำ ดังนั้นกลุ่มธุรกิจทั้งภาครัฐและเอกชน จึงมีแนวโน้มที่จะพิจารณาจ้างหน่วยงานภายนอกที่มีความชำนาญมาดำเนินการทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารให้แทนการดำเนินการด้วยตนเอง เพื่อลดความยุ่งยากและได้รับประสิทธิภาพที่คุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นกว่าการดำเนินการด้วยตนเอง ซึ่งกลุ่มบริษัทสามารถ ได้เล็งเห็นโอกาสนี้ จึงได้มีการนำเสนอบริการดำเนินการแบบครบวรจรด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อสารโทรคมนาคมในด้านต่างๆ สำหรับกลุ่มลูกค้าองค์กร ในรูปแบบ Business Process Outsourcing Services เพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการดำเนินการขององค์กรลูกค้าให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นด้วยต้นทุนที่คุ้มค่ากว่าการดำเนินการด้วยองค์กรลูกค้าเอง โดย SAMTEL เป็นบริษัทที่ดูแลงานของกลุ่มธุรกิจนี้โดยตรง ซึ่งในการดำเนินการจะมีการจัดตั้งและพัฒนาการให้บริการเฉพาะสำหรับลูกค้า โดยเปิดกว้างที่จะลงทุนร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจเพื่อการให้บริการกับกลุ่มพันธมิตรโดยเฉพาะ อาทิเช่น ธุรกิจด้านโทรคมนาคม การธนาคาร และการขนส่ง

สำหรับโครงสร้างการให้บริการในสายธุรกิจนี้แบ่งการให้บริการออกเป็น 4 บริการหลักด้วยกันได้แก่ บริการบริหารจัดการข้อมูลแบบอัตโนมัติผ่านเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ (Machine-to-Machine – M2M) บริการจัดหาและวางระบบโปรแกรมสำเร็จรูปครบวงจร (Application Software Package Service) บริการพัฒนาระบบโปรแกรมตามความต้องการของลูกค้า (Application Software Development Service) และบริการบริหารจัดการระบบเครือข่ายสื่อสารและศูนย์การประมวลผลครบวงจร (Managed Network Services)

ในปี 2556 กลุ่มธุรกิจบริการ ICT Outsourcing Services ได้ดำเนินโครงการต่างๆ ที่สำคัญ สรุปได้ดังต่อไปนี้

- ได้ลงนามสัญญาจ้างโครงการพัฒนาศักยภาพด้านความปลอดภัยบริเวณพื้นที่สาธารณะเสี่ยงภัยและเส้นทางคมนาคมขององค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี ระยะที่ 3 มูลค่า 108.96 ล้านบาท (ไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม) ซึ่งเป็นการติดตั้งอุปกรณ์กล้องโทรทัศน์วงจรปิด (CCTV) ระบบบันทึกภาพแบบดิจิตอลพร้อมซอฟต์แวร์ ในบริเวณพื้นที่สาธารณะเสี่ยงภัยชุมชน ในเขตความรับผิดชอบของสถานีตำรวจภูธรสัตหีบ สถานีตำรวจหนองขาม และสถานีตำรวจภูธรนาจอมเทียน โดยมีระยะเวลาแล้วเสร็จ 240 วัน พร้อมรับประกัน 2 ปี
- ได้ลงนามสัญญาจ้างโครงการก่อสร้างปรับปรุงและต่อเติมอาคารศูนย์ AMR Data Center พร้อมปรับปรุงอาคารทดสอบมิเตอร์ ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค (กฟภ.) มูลค่าโครงการ 13.59 ล้านบาท (ไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม) ระยะเวลาแล้วเสร็จ 150 วัน พร้อมรับประกัน 2 ปี ซึ่งเป็นโครงการต่อเนื่องจากโครงการ AMR ระยะที่ 2 โดยแบ่งเป็น 2 ส่วนงานคือ งานปรับปรุงอาคารศูนย์ AMR Data Center ที่อาคาร 12 และอาคารทดสอบมิเตอร์ ให้เป็นห้องเก็บอุปกรณ์มิเตอร์และห้องซ่อมบำรุงรักษามิเตอร์ พร้อมติดตั้งอุปกรณ์ระบบคอมพิวเตอร์ ณ สำนักงานใหญ่ การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค
- ได้ลงนามบันทึกข้อตกลง (MOU) กับ บริษัท อสมท. จำกัด (มหาชน) เพื่อร่วมทำการทดลองออกอากาศโทรทัศน์ในระบบดิจิตอล DVB-T2 โดยสนับสนุนอุปกรณ์เครื่องส่งสัญญาณโทรทัศน์ระบบดิจิตอล ติดตั้งที่สถานีออกอากาศโทรทัศน์ อสมท. หนองแขม เพื่อวัตถุประสงค์ในการศึกษาหาค่าพารามิเตอร์ทางเทคนิคที่เหมาะสม และผลกระทบต่าง ๆ ในการเปลี่ยนผ่านจากการออกอากาศโทรทัศน์ระบบอนาล็อกไปสู่ระบบดิจิตอล สำหรับช่อง 9 อสมท. ซึ่งจะเป็นโอกาสทางธุรกิจในการพัฒนาบริการใหม่ได้ต่อไปในอนาคต
- ได้ลงนามตามสัญญากับการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เพื่อปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงระบบคอมพิวเตอร์ซอฟต์แวร์สำเร็จรูปสำหรับธุรกิจหลักเพิ่มเติม เมื่อวันที่ 26 ธันวาคม 2556 โดยมีมูลค่าโครงการตามสัญญาทั้งสิ้นประมาณ 23 ล้านบาท ซึ่งบริษัท พอร์ทัลเน็ท จำกัด คาดว่าจะส่งมอบงานได้ทั้งหมดภายในวันที่ 31 มีนาคม 2557
- ได้จัดส่งบุคลากรเข้ารับการอบรมในสาขาวิชาต่างๆ ที่จำเป็นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาระบบ SAP เพื่อให้มั่นใจได้ว่าบุคลากรสามารถให้บริการได้ตามมาตรฐานสากล

โครงการที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 กลุ่มธุรกิจบริการ ICT Outsourcing Services มีโครงการที่ยังไม่ได้ส่งมอบ ดังนี้

ลำดับที่	รายชื่อลูกค้า	ชื่อโครงการ	สัญญา		มูลค่าโครงการ [1] (ล้านบาท)	ความคืบหน้า [2] (%)
			วันที่เริ่ม	วันที่สิ้นสุด		
1.	การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค	จ้างเหมาพร้อมติดตั้งระบบอ่านหน่วยมิเตอร์อัตโนมัติสำหรับผู้ใช้ไฟฟ้ารายใหญ่ AMR ระยะที่ 2 จำนวน 50,000 ชุด	17/11/54	31/7/58	1,445.50	70%
2.	การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค	จ้างบำรุงรักษาระบบ AMR ระยะที่ 1 จำนวน 35,940 ชุด ให้กับผู้ใช้ไฟฟ้ารายใหญ่ทั่วประเทศ	27/9/55	17/11/60	399.14	40%

ลำดับที่	รายชื่อลูกค้า	ชื่อโครงการ	สัญญา		มูลค่าโครงการ [1] (ล้านบาท)	ความคืบหน้า [2] (%)
			วันที่เริ่ม	วันที่สิ้นสุด		
3.	การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค	ก่อสร้างปรับปรุงและต่อเติมอาคารศูนย์ AMR Data Center พร้อมปรับปรุงอาคารทดสอบมิเตอร์	10/7/56	9/7/58	13.59	90%
4.	องค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี	พัฒนาศักยภาพด้านความปลอดภัยบริเวณพื้นที่สาธารณะเสี่ยงภัยและเส้นทางคมนาคมขององค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี ระยะที่ 3	25/6/56	20/2/57	108.96	75%

หมายเหตุ : [1] *มูลค่างานโครงการเป็นตัวเลขที่ยังไม่รวม VAT*

[2] *การรับรู้รายได้ของแต่ละโครงการจะเป็นไปตามสัดส่วนความสำเร็จของงาน (ความคืบหน้า %)*

5. ธุรกิจบริการ IP Business

ให้บริการสารสนเทศและการสื่อสารผ่านระบบโครงขายอินเตอร์เน็ต หรือ IP (Internet Protocol) Network ซึ่งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารโดยเฉพาะการสื่อสารทางไกลระหว่างประเทศให้เป็นไปได้ด้วยความสะดวกรวดเร็ว ปลอดภัย และด้วยต้นทุนต่ำกว่า ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารข้อมูล ภาพ หรือเสียง ประกอบกับการต่อยอดด้วยบริการเสริมที่หลากหลาย สอดคล้อง และช่วยสนับสนุนประสิทธิภาพในการทำธุรกิจในแต่ละสายงาน ซึ่งเป็นหนึ่งในปัจจัยที่สำคัญของการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันสำหรับการทำธุรกิจในปัจจุบัน ซึ่งดำเนินการโดยบริษัท สามารถ อินโฟเนต จำกัด โดยได้รับใบอนุญาตให้บริการอินเทอร์เน็ตและใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคมประเภทที่ 1 จากคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กทช.) เพื่อให้บริการอินเทอร์เน็ต (Internet Service) ในชื่อบริการ SAMART Connect และบริการสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเตอร์เน็ต (Internet Telephony Service) ให้แก่ลูกค้าทั่วไปทั้งประเภทบุคคลรายย่อย ธุรกิจขนาดกลาง ขนาดย่อม (SME) และองค์กรขนาดใหญ่

ข) การตลาดและการแข่งขัน

1. การตลาดและภาวะการแข่งขัน

สายธุรกิจ ICT Solutions & Services มีเป้าหมายที่จะเป็นผู้ให้บริการ ICT แบบครบวงจรที่ได้รับการยอมรับในความรู้ ความชำนาญ มีความน่าเชื่อถือจากกลุ่มลูกค้าองค์กร และลูกค้ารายย่อย โดยผนวกความแข็งแกร่งในเครือข่ายกลุ่มสามารถ และพันธมิตรเทคโนโลยีชั้นนำต่างๆ ซึ่งการดำเนินธุรกิจจะมุ่งพัฒนาบริการแก่โครงการขนาดใหญ่ และโครงการที่มีการเติบโตต่อเนื่อง ด้วยการมุ่งสร้างมูลค่าเพิ่มในบริการที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ ความรวดเร็ว และลดต้นทุนการดำเนินการให้กับลูกค้า ตลอดจนการเข้าร่วมลงทุนกับพันธมิตรธุรกิจ โดยมีรายได้จากการเป็นที่ปรึกษาพัฒนาระบบงานโครงการ การออกแบบ การจัดซื้อและจัดหาอุปกรณ์และผู้รับเหมา ตลอดจนให้บริการใช้งานระบบสารสนเทศและสื่อสารโทรคมนาคมที่พัฒนาขึ้น ผนวกกับระบบเครือข่ายสื่อสารความเร็วสูงผ่านเครือข่ายภาคพื้นดิน ดาวเทียม ระบบอินเตอร์เน็ต โดยมีการแข่งขันตามประเภทของกลุ่มธุรกิจดังกล่าวตามข้อ ก)

สายธุรกิจนี้มีรายได้หลักที่มีการกระจายแบบสมดุลจาก 5 กลุ่มธุรกิจดังกล่าวข้างต้น ตลอดจนแต่ละกลุ่มธุรกิจได้มีความร่วมมือในการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันให้มีศักยภาพสูงมากขึ้นจากความสามารถในการขยายสินค้าและบริการจากกลุ่มหนึ่งไปอีกกลุ่มหนึ่ง ซึ่งเป็นการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันและศักยภาพการให้บริการเทคโนโลยีสูงขึ้น โดยมุ่งเน้นการขยายธุรกิจไปสู่งานโครงการขนาดใหญ่มากขึ้นมากกว่าที่จะไปแข่งขันในงานขนาดเล็กที่มีการแข่งขันด้านราคาสูง ซึ่งในการเสนอสินค้าและบริการจะใช้กลยุทธ์ร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจในการขายตรงให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ด้วยการเข้าประมูลแข่งกับคู่แข่งรายอื่นๆ ประกอบกับเน้นการสร้าง

ความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นหน่วยงานภาครัฐและเอกชนขนาดใหญ่ โดยงานที่จัดจำหน่ายและให้บริการจะมีการแข่งขันทางด้านราคาที่ต้องอยู่ในงบประมาณที่กำหนดไว้

2. ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

สภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทยในปี 2556 มีอัตราขยายตัวอยู่ที่ประมาณร้อยละ 2.8 เนื่องจากเศรษฐกิจโลกที่ฟื้นตัวอย่างล่าช้าส่งผลกระทบต่อการส่งออกของไทยลดลง ประกอบกับอุปสงค์ภายในประเทศทั้งการบริโภคและการลงทุนภาคเอกชนมีแนวโน้มปรับตัวลดลงจากความเชื่อมั่นของผู้บริโภคและผู้ประกอบการที่ปรับตัวลดลงส่งผลให้ครัวเรือนและภาคธุรกิจระมัดระวังการใช้จ่ายและการลงทุนมากขึ้น นอกจากนี้การลงทุนภาครัฐยังมีแนวโน้มลดลงเป็นผลจากความล่าช้าของการเบิกจ่ายงบประมาณตามแผนบริหารทรัพยากรน้ำ สำหรับเสถียรภาพในประเทศอัตราเงินเฟ้อทั่วไปอยู่ที่ประมาณร้อยละ 2.2 ลดลงจากปีก่อน ตามการชะลอตัวลงของอุปสงค์ภาคเอกชน ประกอบกับราคาน้ำมันและสินค้าโภคภัณฑ์ในตลาดโลกที่มีแนวโน้มลดลงจากอุปสงค์ในตลาดโลกที่ชะลอตัวลง [1]

สำหรับภาพรวมตลาดสื่อสารปี 2556 นั้น มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นจากปีก่อนประมาณร้อยละ 5.2 คิดเป็นมูลค่าตลาดรวมประมาณ 466,526 ล้านบาท ซึ่งปัจจัยขับเคลื่อนหลักมาจากตลาดบริการสื่อสาร โดยเฉพาะการใช้งานอินเตอร์เน็ตผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ต่าง ๆ (Mobile Internet) มีมูลค่า 11,571 ล้านบาท เป็นผลมาจากปัจจุบันประชากรในเขตเมืองนิยมรับข่าวสารทางสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) มากขึ้น ในขณะที่ตลาดบริการอินเตอร์เน็ตซึ่งรวมทั้งตลาดอินเตอร์เน็ตความเร็วสูงตามบ้านเรือน (ADSL) และตลาดอินเตอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย (Wi-Fi Hotspot) มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นจากปีก่อนประมาณร้อยละ 5.6 คิดเป็นมูลค่าตลาดรวม 30,765 ล้านบาท ทางด้านตลาดเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Smart Phone) มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นจากปีก่อนประมาณร้อยละ 24.2 คิดเป็นมูลค่าตลาดรวม 46,209 ล้านบาท ตลาดอุปกรณ์โครงข่าย มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นจากปีก่อนประมาณร้อยละ 8.4 คิดเป็นมูลค่าตลาดรวม 59,554 ล้านบาท และตลาดบริการสื่อสารข้อมูลมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นจากปีก่อนประมาณร้อยละ 4.1 คิดเป็นมูลค่าตลาดรวม 29,184 ล้านบาท [2]

สำหรับสภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทยในปี 2557 คาดว่าจะมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่องในอัตราประมาณร้อยละ 4.0 โดยมีปัจจัยหลักจากการลงทุนในส่วนที่เกี่ยวข้องกับโครงการลงทุนขนาดใหญ่ของภาครัฐที่อาจมีความล่าช้าจากสถานการณ์ทางการเมือง อย่างไรก็ตามเศรษฐกิจไทยคาดว่าจะยังคงได้รับผลจากเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าที่มีแนวโน้มฟื้นตัวดีขึ้น ซึ่งจะช่วยสนับสนุนการขยายตัวของการส่งออกสินค้าและบริการ นอกจากนี้สถานการณ์การจ้างงานที่ยังอยู่ในเกณฑ์ดีและภาวะทางการเงินที่ผ่อนคลายจากอัตราดอกเบี้ยที่อยู่ในระดับต่ำจะช่วยสนับสนุนให้การบริโภคและการลงทุนภาคเอกชนสามารถขยายตัวได้ คาดว่าอัตราเงินเฟ้อทั่วไปจะอยู่ที่อัตราร้อยละประมาณ 2.4 [1]

สำหรับสภาพตลาดสื่อสารในภาพรวมปี 2557 นั้น คาดว่าจะเติบโตเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 8.4 คิดเป็นมูลค่าตลาดรวมประมาณ 505,831 ล้านบาท โดยตลาดบริการอินเทอร์เน็ต คาดว่าจะเติบโตประมาณร้อยละ 9.6 คิดเป็นมูลค่าตลาดรวมประมาณ 61,703 ล้านบาท ตลาดเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Smart Phone) คาดว่าจะเติบโตประมาณร้อยละ 32.5 คิดเป็นมูลค่าตลาดรวมประมาณ 60,996 ล้านบาท ตลาดอุปกรณ์เครือข่าย คาดว่าจะเติบโตประมาณร้อยละ 12.8 คิดเป็นมูลค่าตลาดรวมประมาณ 67,914 ล้านบาท และตลาดบริการสื่อสารข้อมูล คาดว่าจะเติบโตประมาณร้อยละ 3.5 คิดเป็นมูลค่าตลาดรวมประมาณ 30,194 ล้านบาท ซึ่งปัจจัยแรงขับเคลื่อนหลักของตลาดมาจากกระแสของโทรทัศน์ระบบดิจิตอล (Digital TV) และการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ ที่เพิ่มมากขึ้น [2]

เอกสารอ้างอิง

1. กลุ่มสารนิเทศการคลัง สำนักงานปลัดกระทรวงการคลัง, ***รายงานประมาณการเศรษฐกิจไทยปี 2556 และ 2557***, ข่าวกระทรวงการคลัง ฉบับที่ 126/2556, วันที่ 26 ธันวาคม 2556
2. สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, ***เอการประกอบการแถลงข่าวผลการสำรวจมูลค่าตลาดสื่อสารและตลาดคอมพิวเตอร์ฮาร์ดแวร์ ของประเทศไทยประจำปี 2555, 2556 และประมาณการปี 2557***, โรงแรมเซ็นจูรี่ พาร์ค กรุงเทพฯ, 20 ธันวาคม 2556

ค) การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

สายธุรกิจ ICT Solutions and Services มีการจัดหาผลิตภัณฑ์ในด้านระบบโทรคมนาคม คอมพิวเตอร์ และระบบเครือข่ายจากผู้ผลิต และตัวแทนจำหน่ายจากทั้งภายในและภายนอกประเทศ สำหรับนำมาใช้ในแต่ละโครงการ เพื่อให้บรรลุซึ่งวัตถุประสงค์ของลูกค้า ซึ่งการจัดหาอุปกรณ์ส่วนใหญ่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ เนื่องจากอุปกรณ์ส่วนใหญ่จะเป็นอุปกรณ์สื่อสารโทรคมนาคม และเทคโนโลยีระดับสูงที่ซับซ้อน และยังไม่มีผู้ผลิตภายในประเทศ ซึ่งจะต้องมีคุณสมบัติตามที่ลูกค้ากำหนด อย่างไรก็ตาม SAMTEL และบริษัทย่อย ไม่มีปัญหาจากการผูกขาดโดยผู้ผลิตรายใดรายหนึ่ง เนื่องจากสามารถจัดซื้อจากผู้ผลิตอุปกรณ์หลายราย ทั้งในแถวยุโรป อเมริกา และในเอเชีย โดย SAMTEL และบริษัทย่อย ไม่มีนโยบายในการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์และบริการล่วงหน้า เนื่องจากโครงการต่างๆ ที่ SAMTEL และบริษัทย่อย ดำเนินการจะมีกำหนดลักษณะ และ/หรือคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์และบริการแตกต่างกันไป ทั้งที่ขายและส่งมอบให้ลูกค้า รวมถึงการพัฒนาสารสนเทศและข้อมูลธุรกิจ เพื่อสร้างบริการที่มีมูลค่าเพิ่มบนเครือข่าย สื่อสาร และด้วยการประสานงานกับพันธมิตรทางธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ ทำให้สามารถจัดหาผลิตภัณฑ์ได้ง่าย ซึ่งเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการให้บริการได้อย่างรวดเร็ว แตกต่างจากผู้ประกอบการรายอื่น และใช้ประโยชน์จากการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อสารที่นำสมัยมาประยุกต์ใช้

ในส่วนของการให้บริการติดตั้งและให้บริการหลังการขาย ส่วนใหญ่ทาง SAMTEL และบริษัทย่อย จะเป็นผู้ดำเนินการติดตั้งเอง โดยใช้ทีมงานภายในของ SAMTEL และบริษัทย่อย ซึ่งผ่านการฝึกอบรมและมีประสบการณ์ ตลอดจนมีความชำนาญเกี่ยวกับการติดตั้งระบบโทรคมนาคมและสารสนเทศเป็นอย่างดี มีศูนย์ข้อมูล Data Center ที่ทันสมัยและมีเครือข่ายบริการด้านเทคนิคและการบำรุงรักษาอยู่ทั่วประเทศ ซึ่งรองรับการให้บริการแบบ 24 x 7 โดยมี 38 ศูนย์บริการทั่วประเทศ ทั้งนี้ SAMTEL และบริษัทย่อย ได้มีพันธมิตรทางการค้าตามประเภทกิจการ ได้แก่

ระบบเครือข่ายสัญญาณดาวเทียม	:	Thaicom, iPStar
ระบบสื่อสารแบบมีสาย	:	TOT, CAT, TRUE, TT&T, UIH, ADC, SYMPHONY
ระบบสื่อสารแบบไร้สาย	:	AIS, DTAC, TRUE, Motorola, HYT
คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์เครือข่าย	:	Sun, HP, ACER, CISCO, Nortel, 3Com, Polycom, Axalto, NICE

-------รายละเอียดเพิ่มเติมสามารถดูได้จากแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) ของบริษัท สามารถเทลคอม จำกัด (มหาชน)------

2.3 สายธุรกิจ Technology Related

ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายอุปกรณ์รับสัญญาณโทรทัศน์และจานรับสัญญาณดาวเทียม ธุรกิจให้บริการศูนย์ประสานงานบริการลูกค้า (Contact Center) อย่างครบวงจรให้แก่องค์กรภาครัฐและเอกชน ธุรกิจการจำหน่ายรับเหมาติดตั้งและซ่อมบำรุงระบบรักษาความปลอดภัยและระบบสื่อสารด้านภาพและเสียง ทั้งระบบที่มีสายและไร้สาย รวมทั้งธุรกิจการให้บริการบริหารจัดการขยะในพื้นที่บริเวณท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยในปี 2556 สายธุรกิจ Technology Related มีสัดส่วนรายได้เท่ากับ 1,026.1 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 4.6 ของรายได้รวมของกลุ่มบริษัท สายธุรกิจนี้ประกอบด้วย 9 บริษัท ดังนี้ บริษัท สามารถคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) บริษัท วิชั่น แอนด์ ซีเคียวริตี้ ซีสเต็ม จำกัด บริษัท สุวรรณภูมิ เอ็นไวรอนเม้นท์ แคร์ จำกัด บริษัท สามารถ เรดิเทค จำกัด บริษัท สามารถวิศวกรรม จำกัด บริษัท คอนแทค-อิน-วัน จำกัด บริษัท วันทูวัน คอนแทคส์ จำกัด (มหาชน) บริษัท วันทูวัน โปรเฟสชั่นแนล จำกัด และบริษัท สามารถดิจิตอลทีวี จำกัด

- **<u>บริษัท วันทูวัน คอนแทคส์ จำกัด (มหาชน) ("OTO")</u>**

OTO อยู่ระหว่างการเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ โดยสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ได้อนุมัติแบบแสดงรายการเสนอขายหลักทรัพย์ (แบบ filing) เรียบร้อยแล้วเมื่อเดือนพฤศจิกายน 2556

ก) ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ให้บริการศูนย์บริการข้อมูล (Outsourced Contact Center Services) และให้บริการออกแบบ พัฒนา และติดตั้งระบบศูนย์บริการข้อมูลแบบเบ็ดเสร็จ (Turnkey Total Solutions) ระบบศูนย์บริการข้อมูล (Contact Center) ของ OTO มีขนาดกว่า 2,000 ที่นั่ง (จำนวนที่นั่งสูงสุดที่ OTO จะรองรับได้ (Capacity))ในปัจจุบัน (รวมการให้บริการทั้งประเภทบริการบริหารจัดการศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์แบบเต็มรูปแบบ และ บริการระบบศูนย์บริการข้อมูลและอุปกรณ์) ถูกออกแบบและติดตั้งด้วยระบบเทคโนโลยีอันทันสมัยระดับโลก สามารถรองรับการติดต่อได้จากหลากหลายช่องทาง พร้อมเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ที่ให้ข้อมูล (Customer Service Representative: CSR) กว่า 1,159 คน (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556) ให้บริการรับสายได้มากกว่า 2.36 ล้านสายต่อเดือน ทีมเจ้าหน้าที่ของ OTO จะเป็นเสมือนตัวแทนของลูกค้าในการให้บริการอย่างมืออาชีพ โดยภายหลังเสร็จสิ้นการทำงาน OTO จะจัดส่งรายงานการทำงานพร้อมทั้งข้อมูลต่างๆ ของผู้ใช้สินค้าและบริการ และรายละเอียดการดำเนินการต่างๆ ให้แก่ลูกค้า นอกจากนี้ลูกค้าสามารถตรวจสอบรายงานการดำเนินงานได้จากระบบ On-line Web Report อีกทางหนึ่งด้วย โดยในปี 2556 OTO มีรายได้รวมทั้งสิ้น 630.3 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนรายได้ประมาณ ร้อยละ 2.8 ของรายได้รวมของกลุ่ม

OTO แบ่งประเภทการให้บริการเป็นดังนี้

1) รับจ้างให้บริการศูนย์บริการข้อมูล (Outsourced Contact Center Services)

OTO มีศูนย์ในการให้บริการหลักที่บริการบริหารจัดการ 3 แห่ง รองรับการให้บริการถึงกว่า 1,550 ที่นั่ง โดยสามารถปรับขยายเพิ่มบริการได้ภายใน 2 สัปดาห์ เพื่อรองรับกับการขยายตัวของการใช้บริการของลูกค้าหลักของOTO และเพื่อให้บริการแก่ลูกค้าที่ต้องการจ้างเหมาแบบเต็มรูปแบบ หรือต้องการใช้ระบบและอุปกรณ์นอกจากนี้ในบางกรณีลูกค้าอาจต้องการให้ OTO จัดให้มีศูนย์บริการข้อมูล ณ สถานที่ที่ลูกค้าจัดหาให้ OTO จะดำเนินการออกแบบและติดตั้งอุปกรณ์ระบบโทรศัพท์ และคอมพิวเตอร์ ให้ตามที่ลูกค้าต้องการ ซึ่งปัจจุบันมีการให้บริการในสถานที่ของลูกค้าอยู่มากกว่า 450 ที่นั่ง OTO แบ่งการให้บริการศูนย์ข้อมูลออกเป็น 3 ประเภทย่อยๆ ดังนี้

1.1) บริการบริหารจัดการศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์แบบเต็มรูปแบบ (Fully Outsourced Contact Center Management Service)

OTO ให้บริการรับจ้างเหมาดำเนินศูนย์บริการข้อมูลอย่างเต็มรูปแบบแก่องค์กรที่ต้องการมี Contact Center ไว้ใช้งานแต่ไม่ต้องการที่จะลงทุนจัดตั้งระบบเอง ลูกค้าของ OTO สามารถลดต้นทุนการดำเนินงานโดยการว่าจ้างใช้บริการ Outsourced Contact Center แบบเต็มรูปแบบ โดย OTO มีการให้บริการแก่ลูกค้าทั้งที่เป็นแบบโครงการระยะยาว และโครงการระยะสั้น เช่น

- การสำรวจข้อมูลหรือความคิดเห็นทางโทรศัพท์ (Tele-survey)
- การขายสินค้าหรือบริการทางโทรศัพท์ (Tele-sales)
- การบริการลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Care)
- บริการรับเรื่องร้องเรียนต่างๆ รวมถึงรับคำติชม และ ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Complaint Handling)
- การดูแลบริหารกิจกรรมการตลาดต่างๆ

ในการจ้างเหมาการให้บริการบริหารจัดการศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์แบบเต็มรูปแบบ (Fully Outsourced Contact Center Management Service) นี้ ทีมงานที่เชี่ยวชาญในงานบริหารการให้บริการศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ในด้านต่างๆ จะเป็นผู้บริหารจัดการ Contact Center เพื่อให้บริการข้อมูลข่าวสาร หรือศูนย์บริการข้อมูลแบบเบ็ดเสร็จแก่ผู้ใช้บริการ (End User) แทนลูกค้าของ OTO โดยที่ OTO เป็น

ผู้จัดเตรียมสถานที่ ระบบโทรศัพท์ ระบบคอมพิวเตอร์ทั้ง ฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ แอพพลิเคชั่น และเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Service Representative) ตลอดจนเจ้าหน้าที่หัวหน้างาน เจ้าหน้าที่ตรวจสอบคุณภาพให้ทั้งหมด โดยใช้ศูนย์ Contact Center ของ OTO ในการให้บริการในด้านต่างๆ

1.2) บริการจัดหาเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Service Representative Outsourced)

OTO ให้บริการจัดหาเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์แบบเต็มรูปแบบ เริ่มตั้งแต่การคัดสรร ฝึกอบรมเกี่ยวกับพื้นฐานงานบริการ หลังจากนั้นเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์จะเริ่มเข้าปฏิบัติงาน ณ สถานที่ทำการที่ได้ตกลงกันกับลูกค้าตามสัญญา ภายหลังจากเริ่มปฏิบัติงานแล้ว OTO จะตรวจสอบคุณภาพการให้บริการของเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องเพื่อควบคุมมาตรฐานและรักษาระดับคุณภาพการให้บริการของ OTO

นอกจากนี้ในการส่งเจ้าหน้าที่ให้บริการที่สถานที่ทำงานของลูกค้า OTO จะดูแลสวัสดิการพนักงานของเจ้าหน้าที่ เพื่อให้ลูกค้าหมดความกังวลในการบริหารงานบุคลากรด้านลูกค้าสัมพันธ์ และมั่นใจได้ว่าพนักงานมีความพร้อมที่จะให้บริการได้ในระดับมาตรฐานสากล

การให้บริการจัดหาเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ทั้งที่อยู่ในรูปแบบการบริการบริหารจัดการศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์แบบเต็มรูปแบบ (Fully Outsourced Contact Center Management Service) และการบริการจัดหาเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Service Representative) ในกรณีที่เป็นการขายสินค้าและบริการทางการเงิน (Financial Product) ได้แก่ การขายประกันภัย เจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ของ OTO จะต้องมีใบอนุญาตนายหน้า/ตัวแทนในการปฏิบัติงาน ตามระเบียบของสำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย ด้วย

1.3) บริการระบบศูนย์บริการข้อมูลและอุปกรณ์ (Contact Center Facility Outsourced)

กรณีที่องค์กรไม่ต้องการลงทุนติดตั้งระบบ Contact Center เอง OTO ให้บริการระบบศูนย์บริการข้อมูลและอุปกรณ์ ให้องค์กรได้เลือกใช้บริการ การให้บริการดังกล่าวช่วยให้องค์กรมีศูนย์บริการข้อมูลที่ได้มาตรฐานโดยไม่ต้องลงทุนเอง เป็นการแบ่งเบาภาระค่าใช้จ่ายในการลงทุน และยังสร้างความคล่องตัวในการบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพ

OTO ให้บริการใช้ระบบทั้งแบบภายในและภายนอกสถานที่ โดยแบ่งการบริการออกเป็น 3 รูปแบบด้วยกันคือ

1) การบริการใช้ระบบศูนย์บริการข้อมูลและอุปกรณ์ ณ สถานที่ของ OTO

เป็นการให้บริการเหมาระบบแบบเบ็ดเสร็จเพื่อให้ลูกค้าสามารถใช้อุปกรณ์ระบบศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ และทำงานบนอุปกรณ์ และระบบการใช้งานของ OTO โดย OTO จัดระบบสถานที่อุปกรณ์ เพื่อเป็นศูนย์บริการข้อมูลลูกค้า โดยลูกค้าสามารถเลือกจัดส่งเจ้าหน้าที่เข้ามาปฏิบัติงานเอง หรือให้ OTO จัดหาเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานให้ ทั้งนี้เจ้าหน้าที่จะปฏิบัติงานเสมือนหนึ่งเป็นพนักงานขององค์กรนั้นๆ เอง

2) การบริการใช้ระบบศูนย์บริการข้อมูลและอุปกรณ์ภายนอกสถานที่

OTO จะออกแบบและติดตั้งระบบ Contact Center ระดับชั้นนำ ที่องค์กรของลูกค้า หรือบนทำเลพื้นที่ที่ลูกค้าเลือกเองได้ตามความต้องการ พร้อมจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ครบครัน และ OTO จะเป็นผู้ดูแลรักษาระบบเพื่อให้สามารถให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพตลอดระยะเวลาสัญญาการบริการ

3) การบริการใช้ระบบศูนย์บริการข้อมูลและอุปกรณ์บนระบบออนไลน์ (Contact Center on Demand / Hosted Contact Center)

พัฒนาการทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) ในปัจจุบัน ทำให้หลายประเทศได้นำระบบ Cloud Network มาใช้ในการให้บริการลูกค้า ซึ่งช่วยให้ลูกค้าสามารถใช้บริการ Contact Center บนระบบ Online ได้โดยไม่จำเป็นต้องลงทุนติดตั้งระบบที่มีความซับซ้อนและต้นทุนสูงด้วยตนเอง และลูกค้าสามารถปรับเพิ่มหรือลดจำนวนที่นั่งในการให้บริการให้เหมาะสมกับวาระและโอกาสได้ตลอดเวลา

2) บริการออกแบบ พัฒนา และติดตั้งระบบศูนย์บริการข้อมูลแบบเบ็ดเสร็จ (Turnkey Total Solutions)

OTO บริการให้คำปรึกษา ออกแบบ พัฒนา และติดตั้งระบบศูนย์บริการข้อมูล (Turnkey Total Solutions) สำหรับองค์กรที่ต้องการจะลงทุนและติดตั้งระบบภายในองค์กรเอง ด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย โดยทีมวิศวกรผู้เชี่ยวชาญด้าน Contact Center โดยเฉพาะ โดย OTO ให้บริการศึกษาและเก็บข้อมูลจากลูกค้า เพื่อให้ทราบถึงวัตถุประสงค์ที่ลูกค้าต้องการ และนำมาออกแบบระบบให้เหมาะสมกับแต่ละธุรกิจ หลังจากนั้น OTO จะนำเสนอระบบ ที่เหมาะสม (Solution) กับประเภทธุรกิจ นอกจากนี้ OTO ทำหน้าที่จัดหาอุปกรณ์ Hardware และ Software Application ที่ใช้ใน ระบบ Contact Center รวมทั้งการ Integrate ระบบทั้งหมดเข้าด้วยกัน โดยเน้นการออกแบบให้สอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจของแต่ละองค์กร เพื่อเพิ่มศักยภาพการให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ข) การตลาดและสภาวการณ์แข่งขัน

1) กลยุทธ์การแข่งขันของ OTO

OTO อยู่ในธุรกิจการให้บริการศูนย์ข้อมูลลูกค้าสัมพันธ์มากว่า 13 ปี ถือได้ว่าเป็นผู้เริ่มบุกเบิกการให้บริการดังกล่าว ในปัจจุบันองค์กรในธุรกิจต่างๆ ให้ความสำคัญต่อการบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า เป็นอย่างยิ่ง เพราะถือได้ว่าเป็นภาพสะท้อนการบริการขององค์กร ข้อมูลลูกค้าที่ได้รับผ่านการติดต่อเข้ามา (Inbound) ของ Contact Center ไม่ว่าจะเป็นผ่านทางโทรศัพท์ โทรสาร อีเมล์ หรือ Web Chat ช่วยให้องค์กรต่างๆ ทราบว่าผู้ใช้สินค้าและบริการที่ติดต่อเข้ามาเป็นใคร เคยซื้อสินค้า/บริการอะไรบ้าง ปัญหาที่เคยพบมีอะไร ปัญหาใดที่ได้รับการแก้ไขแล้ว ปัญหาใดที่ยังไม่ได้รับการแก้ไข ในขณะเดียวกันหากเป็นกรณีของการติดต่อออก (Outbound) ไปยังผู้ใช้สินค้าและบริการจาก Contact Center ผ่านช่องทางสื่อสารต่างๆ ข้อมูลที่ถูกบันทึกลงไปใน Customer Contact History Management (CCHM) จะช่วยให้องค์กรต่างๆ ทราบข้อมูลที่จำเป็นของผู้ใช้สินค้าและบริการก่อนที่จะติดต่อเพื่อทำกิจกรรมทางการตลาด

ดังนั้นข้อมูลจาก Software CRM จึงไม่เป็นเพียงแค่ชื่อ นามสกุล เบอร์โทร ที่อยู่ แต่จะมีการรวบรวมเป็นข้อมูลที่เป็นประวัติการทำกิจกรรมต่างๆ ขององค์กรนั้นๆ กับลูกค้า ซึ่งข้อมูลเหล่านี้ก็จะมีการเปลี่ยนแปลง

อย่างต่อเนื่อง และมีความเกี่ยวข้องกับหลายๆ แผนกหรือบุคคลในแต่ละองค์กร เช่น ข้อมูลประวัติการขอบริการจากแผนกบริการหลังขาย ข้อมูลประวัติการซื้อสินค้าและบริการจากแผนกขาย ข้อมูลการเข้าร่วมกิจกรรมทางการตลาดจากแผนกการตลาด หรือแม้แต่ความสนใจในสินค้าแต่ละประเภทเป็นพิเศษของลูกค้าแต่ละราย ซึ่งข้อมูลต่างๆ เหล่านี้เมื่อได้ถูกรวบรวมเข้าด้วยกันและนำมาใช้ในการวิเคราะห์เพื่อทำความเข้าใจพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้องแม่นยำ จะส่งผลให้องค์กรสามารถพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการตอบสนองความต้องการของ ผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี ซึ่งหมายถึงโอกาสในการเติบโตอย่างมั่นคงในธุรกิจนั่นเอง ธุรกิจ Contact Center จึงเป็นธุรกิจที่มีความน่าสนใจอย่างมากในปัจจุบัน อีกทั้งมีพัฒนาการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดย Contact Center เป็นเครื่องมือที่สำคัญที่จะทำให้การบริหารความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรและลูกค้า เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ จึงทำให้มีผู้ให้บริการ Contact Center เกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก การแข่งขันจึงมีค่อนข้างสูง อีกทั้งคู่แข่งของ OTO พยายามแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดอย่างต่อเนื่อง

กลยุทธ์การแข่งขันในด้านต่างๆ ของ OTO มีดังนี้

- ***ด้านเทคโนโลยี***

  OTO ได้วางกลยุทธ์ที่ใช้ในการแข่งขันด้านเทคโนโลยี โดยเลือกใช้ Software ที่มีคุณภาพและมาตรฐานได้รับการยอมรับจากทั่วโลก สามารถประยุกต์เข้ากับลูกค้าแต่ละราย อีกทั้งสามารถสนองตอบต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างเหมาะสม พร้อมทั้งสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ให้บริการระบบทุกราย

- ***ด้านกระบวนการทำงาน***

  การแข่งขันในธุรกิจ Contact Center ไม่ได้แข่งขันทางด้านราคาเป็นหลักเพียงอย่างเดียว ปัจจัยที่สำคัญอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ลูกค้าจะตัดสินใจเลือกใช้บริการ คือ คุณภาพของการให้บริการ ดังนั้น OTO จึงให้ความสำคัญเป็นอย่างมากในเรื่องของคุณภาพของงาน โดยตั้งแต่เริ่มให้บริการลูกค้า OTO จะทำการวัดผลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอย่างต่อเนื่อง และนำผลที่ได้มาปรับปรุงและพัฒนาภายในองค์กรอย่างสม่ำเสมอ

- ***ด้านบุคลากร***

  บุคลากรโดยเฉพาะเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์เป็นอีกปัจจัยที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในการดำเนินธุรกิจการให้บริการบริหารจัดการศูนย์บริการข้อมูล เนื่องจากธุรกิจการบริการของ OTO จะดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น ต้องมีเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ซึ่งเป็นผู้ให้บริการจะต้องมีทักษะและความสามารถในการให้บริการได้เป็นอย่างดี ดังนั้น OTO จึงมีการฝึกอบรมพนักงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างจิตสำนึกในการให้บริการ ให้พนักงานมีความเต็มใจ ในการให้บริการ (Service Mind) อีกทั้งอบรมให้เจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ได้เรียนรู้ทักษะและใส่ใจในความต้องการของผู้รับบริการ (End User) เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจสูงสุด

2) กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ลูกค้าเป้าหมายของ OTO คือ กลุ่มองค์กรธุรกิจที่มีความประสงค์จะบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า และไม่มีการจัดตั้งศูนย์บริการลูกค้าเป็นของตนเอง ดังนั้นลูกค้าของ OTO จึงเป็นได้ทั้งลูกค้าที่เป็นหน่วยงานราชการ อาทิ รัฐบาล รัฐวิสาหกิจ และเอกชน รวมทั้งบริษัทในเครือของกลุ่มสามารถ ที่ต้องการบริหารจัดการงานด้านลูกค้าสัมพันธ์และบริการข้อมูลข่าวสาร โดยลูกค้าดังกล่าวอยู่ในธุรกิจหลากหลายประเภท เช่น ประกันภัย สายการบิน โทรคมนาคม การเงินและธนาคาร และ ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น

3) นโยบายการกำหนดราคา

ในการกำหนดราคานั้น OTO จะคำนึงถึงต้นทุนหลัก 3 ส่วน ดังนี้

1) ระบบอุปกรณ์ และสถานที่ให้บริการ

OTO จะคำนึงถึงรูปแบบการใช้งานที่เหมาะสมในการให้บริการแก่ลูกค้ารายนั้นๆ และติดต่อผู้ขายระบบและ/หรืออุปกรณ์ เพื่อให้ผู้ขายระบบและ/หรืออุปกรณ์ พิจารณาความเหมาะสมและนำเสนอราคา หลังจากนั้นOTO จะต่อรองราคาเพื่อให้ได้ราคาที่เหมาะสม นอกจากนี้ OTO จะพิจารณาความเหมาะสมด้านสถานที่ว่าสถานที่ที่ OTO ใช้อยู่ในปัจจุบันสามารถรองรับความต้องการของลูกค้าได้หรือไม่ หากต้องจัดหาสถานที่เพิ่มเติม OTO จะพิจารณาต้นทุนค่าเช่าสถานที่เป็นหลัก ทั้งนี้ OTO มีความยืดหยุ่นในการจัดหาสถานที่ เนื่องจากการให้บริการ Contact Center สามารถให้บริการได้จากสถานที่ใดก็ได้ถ้ามีการวางระบบและอุปกรณ์ครบครัน

2) บุคลากร

เจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ถือเป็นปัจจัยหลักของการให้บริการ โดย OTO จะพิจารณาถึงความต้องการของลูกค้า อาทิ จำนวนสายที่ต้องรับต่อวัน คุณภาพการให้บริการ ลักษณะเจ้าหน้าที่ที่ต้องให้บริการ และจำนวนเจ้าหน้าที่ที่เหมาะสม การคำนวณต้นทุนด้านบุคลากรจะประกอบด้วยอัตราค่าจ้าง และสวัสดิการอื่นๆ

3) การบริหารจัดการ

OTO จะพิจารณาต้นทุนในการบริหารจัดการให้เป็นไปตามข้อตกลงระดับการให้บริการ (Service Level Agreement: SLA) และระดับคุณภาพของการบริการ การให้บริการที่มี SLA และระดับคุณภาพของการบริการสูงจะมีการกำหนดอัตราค่าบริการที่สูงตามไปด้วย เนื่องจากต้องใช้ระบบ/ เจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ที่มีทักษะ ความรู้และประสบการณ์เป็นพิเศษ

เมื่อทราบต้นทุนทั้งหมดแล้ว OTO จะรวมราคาต้นทุนทั้งหมดและพิจารณาอัตรากำไรที่เหมาะสมที่สามารถแข่งขันกับตลาดและคู่แข่งได้ และนำเสนอราคาแก่ลูกค้าต่อไป

4) ภาวะอุตสาหกรรม Contact Center

ในปัจจุบันองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนส่วนใหญ่ ได้หันมาให้ความสำคัญกับการให้บริการเพิ่มมากขึ้น เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้าหรือประชาชนผู้ใช้บริการ การให้บริการ Contact Center ก็เป็นบริการหนึ่งที่ถูกมองว่าเป็นจุดแรกที่จะสามารถสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าที่ติดต่อกับ OTO ดังนั้น ในช่วง 10 กว่าปีที่ผ่านมา การให้บริการ Contact Center ได้ถูกพัฒนาและถูกนำมาใช้เป็นจุดหลักในการให้บริการของหน่วยงานหลายภาคส่วน อย่างไรก็ดี การคำนวณจุดคุ้มทุนในการให้บริการก็มีความสำคัญต่อสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน หลายธุรกิจจึงต้องปรับลดค่าใช้จ่ายหรือปรับเปลี่ยนกระบวนการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพและคุ้มค่ามากยิ่งขึ้น โดยมีวิธีการหนึ่งที่เป็นที่นิยม คือ การเปลี่ยนไปใช้บริการบางส่วนจากผู้ให้บริการภายนอก (Outsourcing) ที่มีความเชี่ยวชาญและมีต้นทุนในการดำเนินการที่ต่ำกว่า โดยเฉพาะบริการระบบศูนย์บริการข้อมูล (Contact Center) ซึ่งปัจจุบันถือว่าเป็นเครื่องมือที่สำคัญอย่างยิ่งในการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship Management) ในยุคที่มุ่งเน้นกลยุทธ์ให้ลูกค้าเป็นศูนย์กลาง

(Customer Centric Strategy) เพื่อที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ตรงตามความต้องการมากที่สุด ส่งผลให้เกือบทุกธุรกิจจะต้องมีบริการระบบศูนย์บริการข้อมูล (Contact Center) ที่จะตอบข้อซักถามและรับฟังปัญหาเพื่อนำส่งต่อไปยังฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ประกอบกับวิกฤตเศรษฐกิจก็ยิ่งผลักดันให้หลายธุรกิจหันมาใช้บริการระบบศูนย์บริการข้อมูลจากผู้ให้บริการภายนอกมากขึ้น

ด้วยเหตุนี้ ระบบศูนย์บริการข้อมูลจึงเป็นธุรกิจหนึ่งที่มีการพัฒนาและเติบโตอย่างต่อเนื่อง ธุรกิจที่ให้ความสำคัญต่อระบบศูนย์บริการข้อมูล ได้แก่ ธนาคารและสถาบันการเงิน ประกันภัย โทรคมนาคม เป็นต้น เนื่องจากเป็นธุรกิจที่มีฐานลูกค้ากว้าง ประกอบกับผู้บริโภคมีความต้องการข้อมูลสูง นอกจากนี้ยังมีการแข่งขันจากบริษัทข้ามชาติมากขึ้น สำหรับธุรกิจที่มีฐานลูกค้าขนาดใหญ่อาจเลือกที่จะติดตั้งระบบศูนย์บริการข้อมูลของตนเอง (In-house Contact Center) ส่วนธุรกิจที่มีฐานลูกค้าขนาดกลางถึงขนาดเล็กอาจพิจารณาใช้บริการศูนย์บริการข้อมูลโดยว่าจ้างผู้เชี่ยวชาญ (Outsourced Contact Center Services) ให้เป็นผู้ดำเนินการ

ส่วนแบ่งตลาด

สำหรับในประเทศไทยธุรกิจศูนย์บริการข้อมูล (Contact Center) มีแนวโน้มที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง โดย OTO ประมาณการว่าในปี 2555 ที่ผ่านมาธุรกิจศูนย์บริการข้อมูลในประเทศไทยมีมูลค่าตลาดกว่า 4,100 ล้านบาท (ที่มา: OTO อ้างอิงจากข้อมูลศูนย์วิจัยกสิกรไทยและประมาณการของ OTO) โดย OTO มีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ประมาณร้อยละ 22 ทั้งนี้ OTO คาดว่าในปี 2556 ธุรกิจศูนย์บริการข้อมูลจะมีอัตราการเติบโตประมาณร้อยละ 11 ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการเติบโตของธุรกิจระบบที่ใช้กับศูนย์บริการข้อมูลที่ประมาณการไว้โดย Frost & Sullivan

นอกจากนี้ Frost & Sullivan ยังได้แบ่งประเภทศูนย์บริการข้อมูลซึ่งรวมถึงศูนย์บริการข้อมูลของตนเอง (In-house Contact Center) และผู้รับจ้างให้บริการศูนย์บริการข้อมูล (Outsourced Contact Center Services) ตามขนาดออกเป็น 3 ประเภท (ข้อมูลสำหรับปี 2554) คือ

- ศูนย์บริการขนาดใหญ่ ซึ่งสามารถให้บริการได้ตั้งแต่ 200 ที่นั่งขึ้นไป มีสัดส่วนประมาณร้อยละ 30.7
- ศูนย์บริการขนาดกลางซึ่งสามารถให้บริการได้ระหว่าง 51 – 200 ที่นั่ง มีสัดส่วนประมาณร้อยละ 48.8
- ศูนย์บริการขนาดเล็กซึ่งสามารถให้บริการได้ไม่เกิน 50 ที่นั่ง มีสัดส่วนประมาณร้อยละ 20.5

แนวโน้มการแข่งขันและคู่แข่งในตลาดปัจจุบัน

เนื่องจากธุรกิจ Contact Center เป็นบริการที่กำลังได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในเกือบทุกธุรกิจ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า นอกจากนี้การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ ต้องอาศัยความรู้ความชำนาญเป็นพิเศษและต้องใช้เงินลงทุน รวมทั้งต้องอาศัยประสบการณ์ในการทำงานของบุคลากรที่มีอยู่จำกัดในตลาด ดังนั้นการแข่งขันจากคู่แข่งรายใหม่อาจจะยังไม่เพิ่มมากขึ้นเท่าไร แต่อาจมีการแข่งขันจากคู่แข่งเดิมที่ต้องการเข้ามาแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดที่ค่อนข้างสูง

ค) การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

1) การจัดหาระบบและอุปกรณ์สำหรับ Contact Center

นอกจากประสบการณ์และความชำนาญของทีมงาน ในการบริหาร และให้บริการศูนย์บริการข้อมูลลูกค้า (Contact Center) ในระดับมาตรฐานสากลแล้ว OTO ยังพร้อมให้บริการที่สมบูรณ์แบบ ด้วยความร่วมมือจากบริษัทคู่ค้าชั้นนำที่มีชื่อเสียงในด้านต่างๆ มากมาย ที่มีความเชี่ยวชาญในการให้บริการด้านเทคนิค การให้

คำแนะนำ และการปฏิบัติจริง ซึ่งจะแบ่งความเชี่ยวชาญออกเป็นหลายประเภทตามลักษณะความชำนาญเฉพาะด้าน

ทั้งนี้ เมื่อลูกค้าแจ้งคุณสมบัติหรือลักษณะของบริการที่ต้องการ OTO จะพิจารณาคัดเลือกระบบที่เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า หลังจากนั้นให้คู่ค้าเสนอราคามาให้พิจารณา เมื่อ OTO พิจารณาเปรียบเทียบการเสนอราคาแล้ว จะส่งรายละเอียดผู้ให้บริการที่มีคุณสมบัติที่เหมาะสมให้กับลูกค้าเพื่อพิจารณาต่อไป เช่นเดียวกันกับการคัดเลือกผู้ให้บริการระบบ OTO จะดำเนินการสั่งซื้ออุปกรณ์จากผู้ขายที่เสนอสินค้าที่มีคุณภาพและการใช้งานที่ OTO ต้องการและมีราคาที่เหมาะสม อย่างไรก็ตาม ในบางช่วง OTO อาจมีการสั่งซื้อสินค้าเก็บไว้ล่วงหน้าหากช่วงนั้น อุปกรณ์ที่ OTO ใช้ประจำมีการลดราคา หรือสามารถซื้อได้ในราคาที่ถูก เพื่อลดต้นทุนในการให้บริการ ทำให้ OTO มีผลกำไรที่เพิ่มขึ้น

2) การจัดหาสถานที่

สำหรับกรณีการให้บริการแบบการจ้างเหมาดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าเต็มรูปแบบ และการบริการใช้ระบบ Contact Center นอกสถานที่ OTO ได้จัดสถานที่ให้บริการ หมุนเวียนสับเปลี่ยนในแต่โครงการ โดยปัจจุบัน OTO มีสถานที่ให้บริการของ OTO 3 แห่ง สามารถรองรับการให้บริการถึงกว่า 1,550 ที่นั่ง

ทั้งนี้การให้บริการด้านสถานที่เป็นทางเลือกของลูกค้า โดยลูกค้าสามารถเลือกใช้สถานที่ที่มีอยู่ของ OTO หรืออาจเสนอสถานที่ที่ลูกค้าต้องการให้ OTO ดำเนินการปรับปรุงสถานที่ให้เป็นศูนย์บริการข้อมูลก็ได้

3) การจัดหาบุคลากร

การคัดเลือกพนักงานของ OTO แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ บุคลากรตามวิชาชีพของ Contact Center และบุคลากรในตำแหน่งอื่นๆ โดยมีวิธีจัดหาดังนี้

<u>บุคลากรตามวิชาชีพของ Contact Center</u>

OTO เปิดรับสมัครเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Service Representative) อยู่อย่างสม่ำเสมอ โดยพนักงานในส่วนบริการทุกรายต้องผ่านการทดสอบทักษะพื้นฐานและการสัมภาษณ์จากเจ้าหน้าที่ของ OTO และลูกค้าแต่ละราย เพื่อพิจารณาคุณสมบัติให้ตรงตามข้อกำหนดที่ได้กำหนดไว้กับลูกค้าแต่ละราย ภายหลังที่รับพนักงานแล้ว OTO จะอบรมทักษะการให้บริการ รวมถึงการอบรมความรู้ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ โปรแกรมและกระบวนการให้บริการของลูกค้า การใช้ระบบงานผลิตภัณฑ์ของลูกค้าก่อนการให้บริการเป็นระยะเวลา 15-30 วัน ขึ้นอยู่กับลักษณะบริการที่ลูกค้าต้องการ หลังจากนั้นจึงเริ่มให้ปฏิบัติงานจริง

<u>พนักงานในฝ่ายสนับสนุน (Back Office)</u>

OTO มีการจัดหาพนักงานในฝ่ายสนับสนุนอื่นๆ โดยการรับสมัครงานผ่านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆรวมถึงการร่วมมือกับเครือข่ายสถาบันการศึกษาในการรับสมัครงาน และร่วมมือกับกลุ่มสามารถ ในอีกทางหนึ่ง ดำเนินการรับสมัครงาน โดย OTO แจ้งตำแหน่งและคุณสมบัติของบุคคลที่ต้องการรับสมัครไปยัง SAMART หลังจากนั้น SAMART จะจัดหาผู้สมัครที่มีลักษณะตามที่ต้องการส่งให้ OTO เพื่อดำเนินการสัมภาษณ์และตัดสินต่อไป

ง) โครงการที่ยังไม่ส่งมอบ

ซึ่งดำเนินการโดย บริษัท วันทูวัน คอนแทคส์ จำกัด (มหาชน) มีโครงการที่ยังไม่ส่งมอบ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 ดังนี้

รายชื่อลูกค้า	ชื่อโครงการ	สัญญา		มูลค่าโครงการ (ล้านบาท)	ความคืบหน้า * (%)
		วันที่เริ่ม	วันที่สิ้นสุด		
บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)	โครงการ สัญญาการจ้างจัดทำระบบบริการลูกค้า (CRM)	28/6/53	20/9/54	417.9	98%
บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)	โครงการ จัดทำระบบสำรองของระบบ SCOMS	6/9/56	31/5/57	24.5	58%

*หมายเหตุ: * การรับรู้รายได้ของแต่ละโครงการจะเป็นไปตามสัดส่วนความสำเร็จของงาน (ความคืบหน้า %)*

--รายละเอียดเพิ่มเติมสามารถดูได้จากแบบแสดงรายการข้อมูลการเสนอขายหลักทรัพย์ (แบบ 69-1) ของบริษัท วันทูวัน คอนแทคส์ จำกัด (มหาชน)--

- **บริษัท สามารถวิศวกรรม จำกัด ("SE")**

ก) ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

1. ผลิตและจำหน่ายแผงสายอากาศรับสัญญาณโทรทัศน์ในระบบ VHF, UHF เสารับสัญญาณระบบ Digital TV จานรับสัญญาณดาวเทียมระบบ C-Band KU-Band และกล่องรับสัญญาณระบบ Digital TV
2. ให้บริการโครงข่ายโทรทัศน์ผ่านช่องสัญญาณดาวเทียม

โดยในปี 2556 SE มีรายได้รวมทั้งสิ้น 142.8 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนรายได้ประมาณ ร้อยละ0.6 ของรายได้รวมของกลุ่ม

ข) การตลาดและภาวะการแข่งขัน

ธุรกิจผลิตและจำหน่ายแผงสายอากาศรับสัญญาณโทรทัศน์ จานรับสัญญาณดาวเทียมระบบต่างๆ ได้ใช้กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์และราคา โดยผ่านตัวแทนจำหน่าย เพื่อให้บริการด้านการขาย การบริการติดตั้ง และการบริการหลังการขาย นอกจากนั้นยังได้มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกับตัวแทนจำหน่ายตามภาคต่างๆ ทั่วประเทศ

สำหรับช่องทางการจำหน่ายสินค้าจะแบ่งออกเป็น การจำหน่ายผ่านตัวแทนจำหน่าย (Dealer) ซึ่งตัวแทนจำหน่ายของ SEมีอยู่กว่า 500 รายทั่วประเทศ การจำหน่ายผ่านห้างสรรพสินค้า Discount store ต่างๆ โดยกลุ่มลูกค้าเป้าหมายส่วนใหญ่ของ SE คือ ผู้บริโภคที่ต้องการเปลี่ยนอุปกรณ์รับสัญญาณโทรทัศน์ (Replacement) ผู้บริโภคที่มีบ้านใหม่ที่ต้องการติดตั้งอุปกรณ์การรับสัญญาณโทรทัศน์

ภาวะการณ์แข่งขันในปัจจุบัน ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการจะใช้กลยุทธ์การตลาดด้านราคาเป็นหลักเพื่อให้มีส่วนแบ่งตลาด (Market Share) เพิ่มมากขึ้น แต่เนื่องจากสินค้าประเภทแผงสายอากาศรับสัญญาณโทรทัศน์และจานรับสัญญาณดาวเทียม จะต้องมีเรื่องบริการหลังการขายมาเกี่ยวข้อง ดังนั้นจึงเป็นปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งที่ผู้บริโภคใช้ประกอบการตัดสินใจ

ธุรกิจให้บริการโครงข่ายโทรทัศน์ผ่านช่องสัญญาณดาวเทียม ปัจจุบันยังมีผู้ให้บริการน้อยราย ภาวะการแข่งขันในตลาดยังอยู่ในระดับต่ำ ส่วนใหญ่ผู้ให้บริการจะเน้นเรื่องคุณภาพของการให้บริการเป็นหลัก ได้เริ่มจำหน่ายสินค้าอุปกรณ์รับสัญญาณและเสาอากาศ ในระบบ Digital TV

ค) การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ปัจจุบันในระบบการส่งสัญญาณโทรทัศน์มีการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาใช้มากขึ้น เช่น มีการเปลี่ยนแปลงการส่งสัญญาณจากระบบอนาล็อกมาเป็นดิจิตอล และการใช้ดาวเทียมในการส่งสัญญาณ และได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ นำเทคโนโลยีจากต่างประเทศเข้ามาพัฒนา ตลอดจนการหาพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลง

สำหรับอุปกรณ์รับสัญญาณระบบ Digital และเสาอากาศนั้น ทาง SE ได้เตรียมความพร้อม และได้ทำการพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์สินค้าจนได้อุปกรณ์ที่มีประสิทธิภาพ และตอบสนองความต้องการของผู้ใช้เป็นอย่างดี

- **<u>บริษัท วิชั่น แอนด์ ซีเคียวริตี้ ซีสเต็ม จำกัด ("VSS")</u>**

ก) ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ดำเนินธุรกิจการจำหน่าย ออกแบบรับเหมาติดตั้งและซ่อมบำรุง ระบบรักษาความปลอดภัย ระบบโทรทัศน์วงจรปิด (CCTV) ระบบเสียงประกาศทั่วไป ระบบสื่อสารต่างๆ ภายในอาคาร และระบบภาพ ระบบเสียงสำหรับห้องประชุม ห้องจัดเลี้ยงขนาดใหญ่ (Auditorium) รวมทั้งระบบสื่อสารสั่งการสำหรับห้องศูนย์ปฏิบัติการ (Operation and Command Center) ซึ่ง VSS เน้นการทำตลาดเฉพาะกับลูกค้าภาครัฐ และเอกชนขนาดใหญ่ โดยคำนึงถึงหลักการด้านวิศวกรรม ความทันสมัยของระบบ เพื่อให้ลูกค้าได้รับผลตอบแทนที่คุ้มค่า โดยในปี 2556 VSS มีรายได้รวมทั้งสิ้น 196.8 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนรายได้ประมาณ ร้อยละ 0.9 ของรายได้รวมของกลุ่ม

ข) การตลาดและสภาวะการณ์แข่งขัน

การตลาด

VSS มุ่งเน้นลูกค้าราชการ รัฐวิสาหกิจ และเอกชนขนาดใหญ่ โดยเข้าถึงลูกค้าสม่ำเสมอเพื่อเข้าใจถึงความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าและแนะนำ แบ่งปันประสบการณ์ของ VSS ทั้งด้านผลิตภัณฑ์และเทคโนโลยี

เน้นคุณภาพสินค้าทั้งด้านความทันสมัยและคงทนถาวรตลอดจนความประณีตในการติดตั้ง เพื่อให้ลูกค้าได้ประโยชน์และมีความพึงพอใจสูงสุด

เน้นบริการหลังการขายโดยดูแลลูกค้าระหว่างรับประกันสม่ำเสมอและเสนอขายบริการซ่อมบำรุงรักษาหลังจากหมดระยะเวลารับประกัน

สภาวะการณ์แข่งขัน

ตลาดด้านระบบการรักษาความปลอดภัยโดยเฉพาะระบบกล้องโทรทัศน์วงจรปิดเติบโตรวดเร็วต่อเนื่องมาหลายปี และจะเติบโตต่อไป VSS จึงเน้นกลุ่มลูกค้าที่มีความจำเป็นต้องใช้เงินลงทุนในระบบความปลอดภัยสูง ทั้งหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ และบริษัทเอกชนขนาดใหญ่ (ตลาดบน) ซึ่งมีการแข่งขันน้อย VSS มีผลงานและมีชื่อเสียงดีเป็นที่ยอมรับของลูกค้ากลุ่มนี้มายาวนานทำให้มีโอกาสขยายงานได้มาก

มีผู้ประกอบการนำเข้าอุปกรณ์โทรทัศน์วงจรปิดจากประเทศจีนเข้ามาจำหน่ายเป็นจำนวนมาก VSS จึงไม่ร่วมเข้าแข่งขันในตลาดกลุ่มนี้ (ตลาดล่าง) แต่ VSS ยังคงนำเข้าอุปกรณ์โทรทัศน์วงจรปิดจากเกาหลี และได้หวันไว้ให้บริการลูกค้ากลุ่มนี้อยู่บ้างเพื่อให้ครบวงจร

ค) การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

3.1 เป็นตัวแทนจำหน่ายระบบบันทึกภาพและบริหารจัดการเหตุฉุกเฉิน (CCTV Recording And Alram Management) ยี่ห้อ Nice Vision จากประเทศอิสราเอล แต่เพียงผู้เดียว

3.2 เป็นคู่ค้ากับ บริษัท โรเบิร์ตบ๊อช (ประเทศไทย) จำกัด โดยเป็นตัวแทนจำหน่ายอุปกรณ์กล้องโทรทัศน์วงจรปิด ระบบเสียงประกาศทั่วไป ระบบควบคุมการเข้าออกประตู

3.3 เป็นคู่ค้ากับ บริษัท พานาโซนิค ซิว (ประเทศไทย) จำกัด โดยเป็นตัวแทนจำหน่ายอุปกรณ์กล้องโทรทัศน์วงจรปิด

3.4 เป็นคู่ค้ากับ บริษัท Axis (Thailand) จำกัด โดยเป็นตัวแทนจำหน่ายอุปกรณ์กล้องโทรทัศน์วงจรปิด

3.5 เป็นคู่ค้ากับ บริษัท Mopho Detection ประเทศฝรั่งเศส สำนักงานในสิงคโปร์ โดยเป็นตัวแทนจำหน่ายอุปกรณ์ตรวจสอบหาร่องรอยสารเสพติดและสาร ระเบิดและเป็นตัวแทนจำหน่ายระบบ X-Ray ตรวจหาอาวุธและสารเสพติด

นอกจากนี้ยังนำเข้าอุปกรณ์กล้องโทรทัศน์วงจรปิดและชุดบันทึกภาพแบบง่ายๆ จากประเทศเกาหลีและไต้หวันเพื่อไว้รองรับลูกค้าโรงงาน บ้านพักอาศัย และร้านค้า

ง) โครงการที่ยังไม่ส่งมอบ

ซึ่งดำเนินการโดย บริษัท วิชั่น แอนด์ ซีเคียวริตี้ ซีสเต็ม จำกัด มีโครงการที่ยังไม่ส่งมอบ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 ดังนี้

รายชื่อลูกค้า	ชื่อโครงการ	สัญญา		มูลค่าโครงการ (ล้านบาท)	ความคืบหน้า * (%)
		วันที่เริ่ม	วันที่สิ้นสุด		
1. สนามบินสุวรรณภูมิ	ซ่อมบำรุง CCTV	17/6/56	16/6/57	7.02	58%
2. สนามบินสุวรรณภูมิ	ซ่อมบำรุง FIDS	18/9/56	17/9/57	5.60	33%
3. บ.ชิโนไทยฯ	CCTVสนามบินภูเก็ต	16/9/56	30/9/58	36.90	53%
4. บ.ชิโนไทยฯ	ระบบเสียง สนามบินภูเก็ต	23/8/56	30/9/58	14.95	73%
5. บ. เรืองณรงค์	CCTV + ระบบเสียง Transfer Baggage Terminal สนามบินสุวรรณภูมิ	26/11/56	28/2/57	9.23	98%

*หมายเหตุ: * การรับรู้รายได้ของแต่ละโครงการจะเป็นไปตามสัดส่วนความสำเร็จของงาน (ความคืบหน้า %)*

2.4 สายธุรกิจ Utilities and Transportations

สายธุรกิจ Utilities and Transportations ประกอบธุรกิจดำเนินธุรกิจการให้บริการควบคุมการจราจรทางอากาศ และธุรกิจผลิตและจำหน่ายกระแสไฟฟ้าแก่โรงงานกัมปอตซีเมนต์ ในประเทศกัมพูชา รวมถึงธุรกิจการให้บริการด้านการออกแบบ ก่อสร้างและติดตั้งงานวิศวกรรมไฟฟ้าครบวงจร โดยในปี 2556 สายธุรกิจ Utilities and Transportations มีสัดส่วนรายได้เท่ากับ 1,845.2 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 8.3 ของรายได้รวมของกลุ่มบริษัท สายธุรกิจนี้ประกอบด้วย 6 บริษัท ดังนี้ บริษัท แคมโบเดีย แอร์ ทราฟฟิค เซอร์วิส จำกัด บริษัท กัมปอต เพาเวอร์ แพลนท์ จำกัด บริษัท สามารถ ยู-ทรานส์ จำกัด บริษัท เทด้า จำกัด บริษัท เทด้า คอนสตรัคชั่น และบริษัท ทรานเส็ค เพาเวอร์ เซอร์วิส จำกัด

- **<u>บริษัท แคมโบเดีย แอร์ ทราฟฟิค เซอร์วิส จำกัด ("CATS")</u>**

ก) ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ให้บริการจัดการจราจรทางอากาศบนน่านฟ้าประเทศกัมพูชา โดยได้รับสัญญาสัมปทานจากรัฐบาลกัมพูชาเป็นเวลา 32 ปี ตั้งแต่ปี 2544 - 2576 ในปี 2556 CATS มีรายได้รวมทั้งสิ้น 1,078.7 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนรายได้ประมาณร้อยละ 4.8 ของรายได้รวมของกลุ่มบริษัท การบริการแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

1.1) ให้บริการควบคุมการจราจรทางอากาศตามเส้นทางบินทั่วอาณาเขตของประเทศกัมพูชา เป็นการจัดระบบการขนส่งทางอากาศตามระเบียบและมาตรฐานสากล รวมทั้งการแจ้งข่าวสารให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจของนักบิน (Flight Information service) และบริการเตือนภัย (Alerting service) เพื่อให้อากาศยานถึงจุดหมายปลายทางได้อย่างปลอดภัย สะดวก และรวดเร็ว พร้อมทั้งให้ความร่วมมือในการค้นหาและช่วยเหลืออากาศยานที่ประสบอุบัติเหตุ ซึ่งพื้นที่การให้บริการควบคุมจะควบคุมการจราจรทางอากาศบริเวณท่าอากาศยาน (Aerodrome control service) เขตประชิดท่าอากาศยาน (Approach control service) และบริการควบคุมการจราจรทางอากาศตามเส้นทางบิน (Area control service)

1.2) ให้บริการสื่อสารการบิน โดยการรับ-ส่ง และถ่ายทอดข่าวแผนการบิน แผนกำหนดการบิน รวมทั้งข่าวอื่นๆ ที่จำเป็นต่อการปฏิบัติการบิน

1.3) ให้บริการวิทยุเครื่องช่วยการเดินอากาศ ซึ่งเป็นการบริการอุปกรณ์เครื่องช่วยในการนำอากาศยานขึ้น-ลงจอดบริเวณท่าอากาศยาน

ข) การตลาดและภาวการณ์แข่งขัน

เนื่องจาก CATS เป็นผู้ได้รับสัมปทานในการให้บริการจัดการจราจรทางอากาศจากรัฐบาลกัมพูชาแต่เพียงผู้เดียว จึงไม่มีคู่แข่งขัน และไม่ต้องดำเนินกิจกรรมทางการตลาดแต่อย่างใด โดยมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คือ สายการบินต่างๆ

ค) การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

เป้าหมายของการให้บริการควบคุมการจราจรทางอากาศ เพื่อให้อากาศยานถึงที่หมายด้วยความปลอดภัย สะดวกและรวดเร็ว ดังนั้น CATS จึงมุ่งเน้นให้มีการพัฒนาปรับปรุง และลงทุนในเครื่องมืออุปกรณ์สำหรับการควบคุมการจราจรทางอากาศ เช่น Radar System, Navigation Systems, Communication Systems และ Simulation System เป็นต้น เพื่อให้การจัดระบบการทำงานมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งมีการฝึกอบรมให้ความรู้แก่พนักงานผู้ปฏิบัติเพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความปลอดภัยสูงสุด

- **<u>บริษัท กัมปอต เพาเวอร์ แพลนท์ จำกัด ("KPP")</u>**

KPP เป็นบริษัทย่อยของบริษัท ดำเนินธุรกิจผลิตไฟฟ้าเพื่อจำหน่ายให้กับโรงงานกัมปอตซีเมนต์ (KCC) ในจังหวัดกัมปอต ประเทศกัมพูชา โดยได้มีการลงนามในสัญญาซื้อ-ขายไฟฟ้า กับ KCC เป็นระยะเวลา 10 ปี ซึ่งโรงไฟฟ้า ใช้ Heavy Fuel Oil (HFO) เป็นเชื้อเพลิง และมีเครื่องผลิตกระแสไฟฟ้า จำนวน 4 เครื่อง มีกำลังผลิตรวม 23 เมกกะวัตต์ ทั้งนี้เนื่องจาก KPP เป็นผู้จำหน่ายไฟฟ้าเพียงรายเดียวให้กับโรงงานกัมปอตซีเมนต์ จึงไม่มีคู่แข่งขัน และไม่ต้องดำเนินกิจกรรมทางการตลาดแต่อย่างใด นอกจากนั้น KPP ได้ลงทุนในเครื่องผลิตกระแสไฟฟ้ารวมทั้งอุปกรณ์ประกอบต่างๆ พร้อมทั้งมีการฝึกอบรมให้ความรู้แก่พนักงานผู้ปฏิบัติ เพื่อให้การผลิต และจำหน่ายกระแสไฟฟ้ามีความน่าเชื่อถือ และมีประสิทธิภาพสูงสุด ในปี 2556 KPP มีรายได้รวมทั้งสิ้น 202.2 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนรายได้ประมาณร้อยละ 0.9 ของรายได้รวมของกลุ่มบริษัท

- **<u>บริษัท เทด้า จำกัด ("TEDA")</u>**

ก) ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ให้บริการก่อสร้างสถานีไฟฟ้า และระบบสายส่งไฟฟ้าแรงสูง ครบวงจรแบบ EPC คือ ออกแบบทางวิศวกรรม (Engineering) ทั้งด้านโยธาและไฟฟ้า จัดหาอุปกรณ์ (Procurement) และการก่อสร้าง (Construction) เพื่อส่งมอบงาน ทั้งระบบให้ลูกค้าพร้อมใช้งาน พร้อมบริการติดตั้งและทดสอบระบบ รวมถึงการบำรุงรักษาด้วย ในปี 2556 TEDA มีรายได้รวมทั้งสิ้น 354.2 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนรายได้ประมาณร้อยละ 1.6 ของรายได้รวมของกลุ่มบริษัท

ข) การตลาดและสภาวะการณ์แข่งขัน

กลุ่มลูกค้าหลักคือการไฟฟ้าของรัฐทั้ง 3 แห่งคือ การไฟฟ้าฝ่ายผลิตฯ (กฟผ.) การไฟฟ้านครหลวง (กฟน.) และการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค (กฟภ.) โดยเข้าไปแข่งขันโดยการประมูลงานร่วมกับคู่แข่งรายอื่น ทั้งนี้ TEDA เน้นเรื่องการสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า และคู่ค้า (มีทั้งผู้ผลิตสินค้า และผู้รับเหมา) ทุกรายอย่างต่อเนื่อง เพื่อช่วยสนับสนุนและขยายตัวเติบโตไปด้วยกัน

ค) การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

การจัดหาอุปกรณ์ด้านไฟฟ้าแรงสูง TEDA มีพันธมิตรเป็นผู้ผลิตสินค้าและเจ้าของสินค้า ที่มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับจากลูกค้าอยู่หลายราย เพื่อให้ได้ราคาที่แข่งขันได้ ส่วนด้านงานให้บริการติดตั้งและทดสอบอุปกรณ์ไฟฟ้า TEDA ได้ใช้บริการจาก บริษัทในกลุ่ม คือ บริษัท ทรานเส็ค พาวเวอร์ เซอร์วิส จำกัด ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านมาเป็นผู้รับงานในทุกโครงการ

ง) โครงการที่ยังไม่ส่งมอบ

ซึ่งดำเนินการโดย บริษัท เทด้า จำกัด มีโครงการที่ยังไม่ได้ส่งมอบ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 ดังนี้

ลำดับที่	รายชื่อลูกค้า	ชื่อโครงการ	สัญญา		มูลค่าโครงการ (ล้านบาท)	ความคืบหน้า * (%)	หมายเหตุ
			วันที่เริ่ม	วันที่สิ้นสุด			
1.	กฟผ.	จัดหาและก่อสร้างสถานีไฟฟ้าย่อย 2 สถานีที่จังหวัดสงขลา (คลองแงะ และสงขลา 2)	8/3/55	8/2/57	183.05	92.04%	
2.	กฟน.	จัดหาและก่อสร้างสถานีไฟฟ้าย่อย สถานีคลองสรรพสามิต	16/3/55	8/12/56	154.14	99.00%	จ่ายไฟฟ้าแล้วเมื่อวันที่ 4 ธ.ค. 2556 ปัจจุบันอยู่ระหว่างการทดสอบความเสถียรของระบบ 3
3.	กฟผ.	จัดหาและก่อสร้างสถานีไฟฟ้าย่อย จังหวัดน่าน เพื่อรับไฟฟ้าจากโรงไฟฟ้าหงสา ประเทศลาว	4/12/55	4/3/58	954.78	16.25%	
4.	กฟผ.	จัดหาและก่อสร้างระบบสายส่งไฟฟ้าแรงสูง 3 โครงการย่อย คือ ท่าตะโก-บึงสัมพันธ์ ตาก-แม่สอด เชียงราย-แม่จันทน์	5/9/56	5/6/58	47.67	0%	อยู่ระหว่างเตรียมการก่อสร้าง
5.	กฟผ.	จัดหาและก่อสร้างสถานีไฟฟ้าย่อย สถานีแควน้อย	6/9/56	7/2/58	55.62	0.12%	

หมายเหตุ : * *การรับรู้รายได้ของแต่ละโครงการจะเป็นไปตามสัดส่วนความสำเร็จของงาน (ความคืบหน้า %)*

- *กฟน. : การไฟฟ้านครหลวง*
- *กฟผ. : การไฟฟ้าฝ่ายผลิต*

- **<u>บริษัท ทรานเส็ค เพาเวอร์ เซอร์วิส จำกัด ("TS")</u>**

ก) ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ให้บริการออกแบบ ติดตั้งและทดสอบอุปกรณ์สถานีไฟฟ้า โรงไฟฟ้า และระบบไฟฟ้าแรงสูงของโรงงานตลอดจนให้บริการบำรุงรักษาระบบที่ได้ส่งมอบลูกค้าไปให้ใช้งานได้ดีอย่างต่อเนื่อง ในปี 2556 TS มีรายได้รวมทั้งสิ้น 196.6 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนรายได้ประมาณร้อยละ 0.9 ของรายได้รวมของกลุ่มบริษัท

ข) การตลาดและสภาวการณ์แข่งขัน

งานส่วนใหญ่ที่ได้มาจะได้มาจากผู้รับเหมาหลัก (Prime Contractor) ที่เป็นเอกชน (รวม TEDA ด้วย) โดย TS จะเป็นผู้รับเหมาช่วง (Sub contractor) ด้านงานติดตั้งและทดสอบระบบไฟฟ้าแรงสูง โดยพยายามเลี่ยงการแข่งขันด้านราคา โดยเน้นด้านคุณภาพงานที่ได้มาตรฐาน มีความรับผิดชอบ การส่งมอบได้ตามกำหนด ทำให้ลูกค้าเชื่อถือและประทับใจ นอกจากนี้ การสร้างและรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้รับเหมาหลัก และลูกค้าของเขา จึงเป็นเรื่องที่ TS ให้ความสำคัญมาตลอด

ค) การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

การจัดหาอุปกรณ์ ถ้าเป็นวัสดุอุปกรณ์ขนาดใหญ่ และมีราคาสูง ทางผู้ว่าจ้างจะเป็นผู้จัดหาให้ โดย TS จะเป็นผู้จัดหาอุปกรณ์ประกอบที่เหลือให้พร้อมทำงาน โดยมีพันธมิตรที่เป็นผู้ผลิตจากทั้งในและต่างประเทศให้การสนับสนุน อีกทั้ง TS ยังมีช่างทีมวิศวกรและช่างผู้ชำนาญการ ที่พร้อมให้บริการอย่างเพียงพอ

ง) โครงการที่ยังไม่ส่งมอบ

ซึ่งดำเนินการโดย บริษัท ทรานเส็ค พาวเวอร์ เซอร์วิส จำกัด มีโครงการที่ยังไม่ได้ส่งมอบ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 ดังนี้

ลำดับที่	รายชื่อลูกค้า	ชื่อโครงการ	สัญญา		มูลค่าโครงการ (ล้านบาท)	ความคืบหน้า * (%)	หมายเหตุ
			วันที่เริ่ม	วันที่สิ้นสุด			
1.	MASTER ELECTRIC	ระบบไฟฟ้าแรงสูงของโรงงาน Sica New Materials (Thailand) Co., Ltd.	29/10/55	20/3/56	10.30	98.00%	รออนุมัติการก่อสร้างสายส่งในพื้นที่ทหาร คาดว่าจะได้รับอนุญาตใน 6 เดือน
2.	Global Power Synergy	งานปรับปรุงอาคาร 115 kV Substation จ้างออกแบบติดตั้งระบบ GIS 3 Bays และ 2nd 115kV Feeder to CUP4	6/2/56	30/12/56	17.83	25.00%	ผู้ว่าจ้างยังส่งมอบพื้นที่ให้ไม่ได้
3.	TEDA	งานติดตั้งและทดสอบอุปกรณ์สถานีไฟฟ้าคลองสรรพสามิต	9/4/55	18/12/56	5.39	82.58%	จ่ายไฟฟ้าแล้ว เมื่อวันที่ 4 ธ.ค. 2556
4.	Magotteaux	Substation 115 kV of MCL3 Factory Project	2/5/56	10/10/56	31.83	94.00%	นัดจ่ายไฟฟ้า วันที่ 25 ม.ค. 2557
5	Toshiba Asia Pacific (Thailand)	115 kV Outdoor GIS Substation Kawasaki	1/11/56	30/1/57	18.49	100%	นัดส่งมอบงาน
6.	TEDA	งานติดตั้งและทดสอบอุปกรณ์สถานีไฟฟ้าที่อำเภอคลองแงะและอำเภอจะนะ จังหวัดสงขลา	20/8/55	25/2/57	7.14	89.30%	
7.	สหโคเจน	งานติดตั้งและทดสอบอุปกรณ์ 115 kV Circuit Breaker พร้อมระบบควบคุม ระบบป้องกันและระบบสื่อสาร	9/10/56	10/4/57	25.34	5.00%	
8.	การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค	งานเพิ่มเบย์ สถานีไฟฟ้า 115/22 kV ให้กับบริษัท ไทยเรยอน จำกัด (มหาชน) จังหวัดอ่างทอง	6/1/57	15/6/57	18.73	0%	อยู่ในช่วงเตรียมงาน
9.	TEDA	งานติดตั้งและทดสอบอุปกรณ์สถานีไฟฟ้า จังหวัดน่าน	2/1/56	4/3/58	38.23	0%	การก่อสร้างอาคารสำหรับติดตั้งอุปกรณ์ยังไม่แล้วเสร็จ

หมายเหตุ * *การรับรู้รายได้ของแต่ละโครงการจะเป็นไปตามสัดส่วนความสำเร็จของงาน (ความคืบหน้า %)*

โครงสร้างรายได้จากการขายและบริการ

(หน่วย : ล้านบาท)

สายธุรกิจ	ดำเนินการโดย	สัดส่วนการถือหุ้น (%)(*)	2554		2555		2556	
			รายได้	%	รายได้	%	รายได้	%
1) Mobile Multimedia	บมจ. สามารถ ไอ-โมบาย	58.69	4,845.4	24.5	5,568.4	33.3	8,932.5	40.0
	บริษัทย่อยอื่นๆ	-	2,067.0	10.5	1,304.7	7.8	1,284.9	5.8
รวม			**6,912.4**	**35.0**	**6,873.1**	**41.1**	**10,217.4**	**45.8**
2) ICT Solutions and Services	บจก. สามารถคอมมิวนิเคชั่น เซอร์วิส	70.19	6,430.7	32.5	3,565.6	21.3	3,811.1	17.1
	บจก. สามารถคอมเทค	70.19	1,259.3	6.4	1,328.0	7.9	2,095.8	9.4
	บมจ. สามารถเทลคอม	70.20	1,739.3	8.8	1,981.2	11.9	2,085.8	9.3
	บริษัทย่อยอื่นๆ	-	656.5	3.3	638.6	3.8	1,233.9	5.5
รวม			**10,085.8**	**51.0**	**7,513.4**	**44.9**	**9,226.6**	**41.3**
3) Utilities and Transportations	บจก. แคมโบเดีย แอร์ ทราฟฟิค เซอร์วิส	100	854.6	4.3	913.8	5.5	1,078.7	4.8
	บริษัทย่อยอื่นๆ	-	200.8	1.0	218.4	1.3	766.5	3.5
รวม			**1,055.4**	**5.3**	**1,132.2**	**6.8**	**1,845.2**	**8.3**
4) Technology Related	บมจ. วันทูวัน คอนแทคส์	99.11	846.0	4.3	822.1	4.9	630.3	2.8
	บริษัทย่อยอื่นๆ	-	867.3	4.4	392.1	2.3	395.8	1.8
รวม			**1,713.3**	**8.7**	**1,214.2**	**7.2**	**1,026.1**	**4.6**
รวมรายได้จากการขายสินค้าและบริการ			**19,766.9**	**100.00**	**16,732.9**	**100.00**	**22,315.3**	**100.0**

หมายเหตุ : (*) เป็นการแสดงสัดส่วนการถือหุ้นในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมทั้งทางตรงและทางอ้อม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556

3. ปัจจัยความเสี่ยง

ปัจจุบัน บริษัท สามารถคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจหลักใน 4 สายธุรกิจ คือ 1) Mobile Multimedia 2) ICT Solutions and Services 3) Technology Related และ 4) Utilities and Transportations โดยการประกอบธุรกิจทั้ง 4 สายธุรกิจนั้น ย่อมมีปัจจัยความเสี่ยงในการบริหารงานที่แตกต่างกัน ทั้งจากปัจจัยภายในและภายนอกที่อาจส่งผลกระทบต่อฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานของบริษัท ด้วยเหตุนี้บริษัทจึงมีความจำเป็นที่จะต้องมีระบบจัดการบริหารความเสี่ยง รวมทั้งได้มีการแต่งตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง เพื่อทำหน้าที่ในการกำหนดนโยบาย จัดอันดับความเสี่ยง พิจารณาทบทวน รวมทั้งประเมินความเสี่ยงอย่างสม่ำเสมอ โดยปัจจัยเสี่ยงสามารถจำแนกได้ตามประเภทต่างๆ ดังนี้

1) ความเสี่ยงจากการดำเนินงาน

1.1) ความเสี่ยงจากการดำเนินงานในธุรกิจ Mobile Multimedia

- **ธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่**

เนื่องจากในปีที่ผ่านมา ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่หลักทั้งสามราย ได้เปิดให้บริการ 3จี อย่างเป็นทางการ ส่งผลให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป โดยผู้บริโภคมีความต้องการใช้งานด้าน data เพิ่มสูงขึ้น ส่งผลให้ยอดขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภท Featured phone ลดลงอย่างต่อเนื่อง ในทางกลับกัน การใช้งานด้าน data ที่เพิ่มสูงขึ้นนั้นส่งผลให้ยอดขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภท smart phone เพิ่มสูงขึ้นตาม จากความเสี่ยงด้านพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว โดยบริษัทได้มีการติดตามพฤติกรรมของผู้บริโภคอย่างใกล้ชิด ทั้งจากการรายงานสภาพตลาดโดยทีมวิจัยทางการตลาดของบริษัทเอง รวมถึงการใช้บริการของบริษัทวิจัยซึ่งมีความเชี่ยวชาญ นอกจากความเสี่ยงด้านพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็วแล้ว การเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีก็นับเป็นอีกหนึ่งปัจจัยเสี่ยงที่บริษัทให้ความสำคัญ เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีอาจส่งผลกระทบต่อยอดขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ทำให้บริษัทต้องทำงานอย่างใกล้ชิดกับทางผู้ผลิตชิ้นส่วนอุปกรณ์โทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือ Suppliers อีกทั้งยังได้จัดตั้งทีมงานขึ้นมาเพื่อพัฒนา software และ แอพพลิเคชั่นรูปแบบใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และปัจจัยเสี่ยงประการสุดท้ายของกลุ่มโทรศัพท์เคลื่อนที่คือ ความเสี่ยงด้านการจัดการสินค้าคงคลัง จากยอดขายสมาร์ทโฟนที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว และยอดขายฟีเจอร์โฟนที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง ทำให้บริษัทเพิ่มความเข้มงวดในมาตรการการจัดการสินค้าคงคลัง เนื่องจากหากมีสินค้าคงเหลือมากเกินไป อาจก่อให้เกิดความเสียหายแก่บริษัทได้ บริษัทจึงได้กำหนดนโยบายกระจายความเสี่ยงโดยการเพิ่มจำนวนรุ่นของสมาร์ทโฟนให้มากขึ้น และผลิตสินค้าในแต่ละรุ่นในจำนวนที่น้อยลง

- **ธุรกิจการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบ MVNO (Mobile Virtual Network Operator)**

จากการที่บริษัทเป็นผู้ประกอบการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เสมือน (MVNO) ซึ่งไม่มีโครงข่ายเป็นของตัวเอง แต่เป็นการดำเนินธุรกิจในลักษณะของการซื้อบริการสำเร็จรูปมาจาก บมจ. ทีโอที ซึ่งเป็นเจ้าของโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ และนำไปให้บริการต่อแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ด้วยเหตุนี้ บริษัทจึงไม่สามารถควบคุมแผนการลงทุนเพิ่มเติมเพื่อขยายโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการครอบคลุมการให้บริการในบางพื้นที่

- **ธุรกิจให้บริการข้อมูลข่าวสารและบันเทิง (Content)**

สำหรับธุรกิจคอนเทนท์นั้น ปัจจัยความเสี่ยงหลักที่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจคือการเปลี่ยนถ่าย และวิวัฒนาการของสื่อตัวกลางในการเข้าถึงข้อมูล จากระบบโทรศัพท์พื้นฐาน ระบบอินเทอร์เน็ตสำหรับคอมพิวเตอร์ คอมพิวเตอร์พกพา ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่จากยุค 2จี ในอดีต มาถึง 3จี ในปัจจุบัน ตลอดจน 4จี ในอนาคต อุปสรรค และข้อจำกัดในการเข้าถึงข้อมูลได้ถูกลดทอนลงอย่างต่อเนื่อง แปรผกผันกับการพัฒนาในเชิงของความรวดเร็วในการเชื่อมต่อ (Connectivity) ความสะดวกในการพกพาอุปกรณ์สื่อตัวกลาง (Mobility) ในการเข้าถึงข้อมูล ส่งผลให้ตลาดการ

แข่งขันที่เคยแยกออกจากกันตามรูปแบบของการเข้าถึง ถูกหลอมรวมกันเป็นตลาดหนึ่งเดียวที่มีขนาดใหญ่ เต็มไปด้วยผู้แข่งขันหลากหลายราย กอปรกับอิสรภาพที่มากขึ้นของผู้ใช้งานในการแบ่งปันข้อมูลข่าวสารให้แก่ผู้ใช้งานด้วยกันผ่านเครือข่ายสังคม (Social Network) ส่งผลให้บทบาทและความสำคัญของผู้ประกอบการลดลง ในตลาดที่มีการแข่งขันที่สูงขึ้น โดยจะเห็นได้จากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีการใช้งานคอนเทนท์ทั้งประเภทเสียง (Voice) และข้อความภาพและเสียง (Non-Voice) มีอัตราเฉลี่ยการใช้งานที่น้อยลงและสั้นลง ดังนั้นบริษัทจึงได้มีการนำเสนอการให้บริการคอนเท้นท์ในรูปแบบต่างๆ ที่ตอบสนองต่อพฤติกรรมผู้ใช้งานที่เปลี่ยนไป เช่น การนำเสนอข้อมูลสาระบันเทิงผ่านช่องทางเว็บไซต์ และแอพพลิเคชั่นบนอุปกรณ์พกพาทันสมัย รายการโทรทัศน์ รวมถึงสื่อสิ่งพิมพ์ที่ยังคงเป็นสื่อการเข้าถึงข้อมูลหลักของทุกเพศทุกวัย โดยในขณะเดียวกัน บริษัทก็ให้ความสำคัญกับธุรกิจในรูปแบบเดิม เพื่อคงฐานลูกค้าเดิมซึ่งมีอยู่เป็นจำนวนมาก

นอกจากนี้ การเปิดกว้างทางเทคโนโลยี ยังส่งผลกระทบต่อเนื่องไปยังบทบาทความสำคัญของบริษัท ที่ทำหน้าที่เป็น Content Provider หรือ ตัวกลาง ในการเผยแผ่ข้อมูลข่าวสาร เมื่อผู้ผลิตคอนเทนท์ สามารถผันตัวขึ้นมาเป็นผู้เผยแผ่ข้อมูลข่าวสารให้แก่ผู้ใช้งานได้เอง โดยอาศัยการลงทุนด้านโครงข่าย ระบบจัดการข้อมูล และการเชื่อมต่อกับผู้ให้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน และโทรศัพท์เคลื่อนที่ ภายใต้ต้นทุนที่สามารถลงทุนได้ บริษัทได้ตระหนักถึงภาวะความเสี่ยงที่เกิดขึ้น และมีกลยุทธ์เพื่อต่อรองสิทธิพิเศษจากผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่นข้อความประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมายหลักอย่างต่อเนื่องเพื่อกระตุ้นการใช้งาน ซึ่งผู้ประกอบการรายเล็ก ไม่สามารถมีอำนาจต่อรองได้ตลอดจนโครงสร้างส่วนแบ่งรายได้ที่เป็นธรรม รวมถึงการสนับสนุนทางเทคนิคอย่างใกล้ชิดเมื่อเกิดปัญหา ทำให้บริษัทยังคงความสัมพันธ์อันดีกับผู้ผลิตคอนเทนท์ทุกราย และดำเนินงานอย่างราบรื่นด้วยดีเสมอมา

ปัจจัยความเสี่ยงอีกข้อหนึ่งที่มีความสำคัญ คือการพึ่งพาคอนเทนท์ของผู้ผลิตรายอื่นเป็นสัดส่วนที่สูงเกินไป ส่งผลให้ผลกำไรที่บริษัทได้รับน้อยกว่าคอนเทนท์ที่บริษัทเป็นเจ้าของเอง เมื่อคำนึงถึงส่วนแบ่งให้แก่เจ้าของคอนเทนท์ และผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์พื้นฐานและโทรศัพท์เคลื่อนที่ นอกจากนี้ภาวะการพึ่งพาคอนเทนท์จากภายนอกมากเกินไปยังเพิ่มอำนาจการต่อรองให้แก่เจ้าของคอนเทนท์ ซึ่งอาจนำไปสู่การเสียสิทธิคอนเทนท์ไปให้กับผู้ประกอบการคู่แข่งที่พร้อมยอมทุ่มตลาด อย่างไรก็ดี บริษัทได้เล็งเห็นถึงปัจจัยความเสี่ยงข้อนี้และมีมาตรการกลยุทธ์ในการคิดค้นพัฒนา ปรับปรุงรูปแบบข้อมูลข่าวสารที่เป็นลิขสิทธิ์ของบริษัท เพื่อนำเสนอต่อฐานลูกค้า กลุ่มผู้ใช้บริการของบริษัทในปัจจุบัน อีกทั้งยังนำเสนอรูปแบบธุรกิจใหม่ๆ ที่จะนำมาซึ่งรายได้ในรูปแบบอื่นๆ นอกเหนือจากรายได้จากผู้ใช้บริการเพียงอย่างเดียว อาทิ รายได้จากค่าโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อหลากหลายของบริษัท รวมถึงการต่อรองสิทธิพิเศษร่วมกับพันธมิตรในอุตสาหกรรมต่างๆ เพื่อนำมาเป็นสิ่งดึงดูดผู้ใช้บริการ

1.2) ความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ ICT Solutions and Services

ICT Solutions and Services ดำเนินธุรกิจการติดตั้งและให้บริการระบบ ICT ครบวงจร โดยมีลูกค้าหลักคือหน่วยงานของภาครัฐและรัฐวิสาหกิจ ดังนั้นหากภาครัฐมีการชะลอการใช้จ่ายงบประมาณด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารลง ก็จะส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ อย่างไรก็ดี บริษัทได้พยายามลดความเสี่ยงโดยการกระจายฐานลูกค้าให้กว้างขึ้น ครอบคลุมกระทรวงต่างๆ รวมถึงหน่วยงานรัฐวิสาหกิจมากขึ้น เพื่อลดความเสี่ยงในการเปลี่ยนแปลงนโยบาย ความล่าช้าในการประมูลงาน หรือการถูกตัดงบประมาณของแต่ละหน่วยงาน อีกทั้ง บริษัทยังมีแผนในการสร้างรายได้ประจำให้มากขึ้น เนื่องจากการมีรายได้ประจำจะช่วยลดความเสี่ยงของความไม่แน่นอนด้านรายได้ให้แก่บริษัทได้ นอกจากนี้ในบางโครงการ ยังมีความเสี่ยงเรื่องการขัดข้องของสินค้า เช่น บริการเคาเตอร์เช็คอิน ที่ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ หากระบบคอมพิวเตอร์ล่มอาจก่อให้เกิดความเสียหายแก่ลูกค้า อีกทั้งบริษัทอาจถูกลูกค้าปรับตามสัญญาได้ ดังนั้นบริษัทมีความพยายามในการลดความเสี่ยงดังกล่าว โดยการส่งช่างเทคนิคไปทำงานประจำ เพื่อดูแล และแก้ไขปัญหาที่สนามบินสุวรรณภูมิตลอด 24 ชั่วโมง อีกทั้งยังมีการตรวจสอบสภาพของระบบและอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ต่างๆ อยู่เป็นประจำ

1.3) ความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ Technology Related

- **ธุรกิจให้บริการศูนย์ประสานงานลูกค้า (Contact Center)**

สำหรับศูนย์ประสานงานลูกค้า หรือ คอลเซ็นเตอร์นั้น บุคลากรถือเป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินงาน ดังนั้นความเสี่ยงหลักในการดำเนินธุรกิจนี้จึงเป็นด้านบุคลากร เนื่องจากอัตราการลาออกของบุคลากรที่อยู่ในระดับสูงของธุรกิจประเภทนี้ อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานของบริษัทได้ โดยบริษัทได้พยายามหาแนวทางในการลดอัตราการลาออกของพนักงานโดยการให้ค่าตอบแทนในระดับที่เหมาะสม ให้สวัสดิการต่างๆ พร้อมทั้งมีการอบรมให้ความรู้ความเข้าใจในเส้นทางความก้าวหน้าในสายอาชีพนี้ นอกจากความเสี่ยงด้านบุคลากรแล้ว บริษัทยังได้มีการวางรับเตรียมพร้อมรับมือสำหรับสถานการณ์ฉุกเฉินต่างๆ เช่น ไฟไหม้ น้ำท่วม เป็นต้น โดยบริษัทได้มีการจัดตั้งศูนย์เก็บข้อมูล รวมทั้งศูนย์ปฏิบัติงานสำรอง ไว้รองรับสำหรับสถานการณ์ฉุกเฉิน ดังนั้นหากเกิดเหตุการณ์ฉุกเฉินเหล่านี้ จะช่วยให้สามารถลดผลกระทบต่อการดำเนินงานของบริษัทได้

- **ธุรกิจผลิตและจำหน่ายอุปกรณ์รับสัญญาณโทรทัศน์ในระบบดิจิตอลทีวี**

ความเสี่ยงของธุรกิจผลิตและจำหน่ายอุปกรณ์รับสัญญาณโทรทัศน์ในระบบดิจิตอลทีวีคือ การบริหารและจัดการสินค้าคงคลัง เนื่องจากการออกอากาศในระบบดิจิตอลทีวีซึ่งเป็นระบบใหม่ จะเริ่มมีการออกอากาศอย่างเป็นทางการในปี 2557 ซึ่งการคาดการณ์ความต้องการของตลาดจึงเป็นสิ่งสำคัญ ดังนั้นทางบริษัทจึงได้มีการทำการศึกษาและวิจัยความต้องการของตลาดเป็นอย่างดี รวมถึงการเพิ่มความเข้มงวดในมาตรการการจัดการสินค้าคงคลัง เพื่อป้องกันความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นแก่บริษัท

1.4) ความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ Utilities and Transportations

- **ธุรกิจการจราจรทางอากาศ**

การดำเนินงานในธุรกิจการจราจรทางอากาศนั้น บริษัทได้รับสัมปทานจากรัฐบาลกัมพูชา โดยสัญญาสัมปทานนี้จะหมดอายุลงในปี 2575 และสามารถขยายสัญญาเพิ่มได้อีก 10 ปี ภายใต้เงื่อนไขที่มีการตกลงไว้ก่อนหน้า สำหรับความเสี่ยงในธุรกิจประเภทนี้ โดยมากแล้วมักเกี่ยวโยงกับระบบความปลอดภัย โดยระบบการปฏิบัติงานต่างๆ ระบบสื่อสารกับนักบิน หรือระบบคอมพิวเตอร์ต่างๆ ไม่สามารถล่มได้ โดยทางบริษัทได้มีการติดตั้งอุปกรณ์สำรองเป็นจำนวน 2 ระบบ เพื่อป้องกันความเสี่ยงในด้านนี้ นอกจากนี้ เรายังมีช่างเทคนิคที่คอยปฏิบัติงานอยู่ตลอด 24 ชั่วโมง และมีการตรวจสอบความพร้อม และความสมบูรณ์ของอุปกรณ์ในทุกๆ 3 เดือน

- **ธุรกิจโรงไฟฟ้าขนาดย่อย**

สำหรับธุรกิจโรงไฟฟ้านั้น ได้มีการทำสัญญาซื้อขายไฟฟ้าในระยะยาวไว้กับบริษัท เค ซีเมนต์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทผลิตปูนซีเมนต์ในประเทศกัมพูชา ดังนั้นความเสี่ยงที่บริษัทจะต้องควบคุมเพื่อไม่ให้กระทบต่อการดำเนินงานคือ ความพร้อมของเครื่องยนต์ที่ใช้ในการผลิตไฟฟ้า หากเครื่องยนต์เกิดการขัดข้องและไม่สามารถทำการผลิตกระแสไฟฟ้าได้ อาจก่อให้เกิดความเสียหายต่อบริษัท บริษัทจึงควบคุมความเสี่ยงนี้โดยการสำรองอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตไฟฟ้า อีกทั้งยังมีการตรวจสอบสภาพเครื่องยนต์อย่างสม่ำเสมอ และมีช่างผู้ชำนาญคอยกำกับดูแลการผลิตไฟฟ้าอยู่ตลอดเวลา

2) ความเสี่ยงด้านการเงิน

2.1) ความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

การดำเนินงานบางกิจการของบริษัทสร้างรายได้ในสกุลเงินต่างประเทศ เช่น ธุรกิจการจราจรทางอากาศ และธุรกิจโรงไฟฟ้าขนาดย่อยในประเทศกัมพูชา ซึ่งสร้างรายได้ให้แก่บริษัทเป็นสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐฯ หรือการดำเนินงานในบางกิจการก็ก่อให้เกิดต้นทุนในสกุลเงินต่างประเทศเช่นกัน เช่น ธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ ธุรกิจผลิตและจำหน่ายอุปกรณ์รับสัญญาณโทรทัศน์ในระบบดิจิตอลทีวี หรือธุรกิจ ICT Solutions and Services ที่มีการจ่ายเงินค่าอุปกรณ์เป็นสกุลเงินต่างประเทศ ดังนั้นบริษัทจึงตระหนักถึงความเสี่ยงของความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนในหลายปีที่ผ่านมา และได้ดำเนินนโยบายอย่าง

รอบคอบเพื่อลดความเสี่ยงจากความผันผวนดังกล่าวมาโดยตลอด โดยบริษัทได้มีการทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้าและมีการติดตามสถานการณ์ความเคลื่อนไหวของอัตราแลกเปลี่ยนอย่างใกล้ชิด

2.2) ความเสี่ยงด้านอัตราดอกเบี้ย

บริษัทและบริษัทย่อยมีเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินทั้งเงินกู้ยืมระยะสั้นและระยะยาว ซึ่งความผันผวนของอัตราดอกเบี้ยอาจส่งผลกระทบต่อต้นทุนทางการเงินของบริษัทได้ อย่างไรก็ดี เงินกู้ยืมส่วนใหญ่ร้อยละ 89 เป็นเงินกู้ระยะสั้นซึ่งอัตราดอกเบี้ยจะเปลี่ยนแปลงตามภาวะตลาดเงิน ความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ยจึงค่อนข้างต่ำ สำหรับดอกเบี้ยเงินกู้ระยะยาว บริษัทได้รับอัตราดอกเบี้ยสำหรับเงินกู้ยืมระยะยาวสกุลเงินบาทที่มีอัตราดอกเบี้ยสำหรับลูกค้าชั้นดี (MLR) โดยหักส่วนต่างที่ตกลงไว้ล่วงหน้า ในขณะที่เงินกู้ยืมสกุลดอลลาร์สหรัฐฯ ได้รับดอกเบี้ยที่ LIBOR บวกส่วนต่างที่ได้ตกลงไว้ อัตราดอกเบี้ยทั้งหมดที่มีการตกลงไว้นั้นเป็นอัตราดอกเบี้ยลอยตัว บริษัทจึงได้ทำการติดตามสถานการณ์อัตราดอกเบี้ยอย่างใกล้ชิด ดังนั้นหากมีสัญญาณของความผันผวนเกิดขึ้น บริษัทอาจใช้เครื่องมือป้องกันความเสี่ยงทางการเงินต่างๆ เพื่อจำกัดความเสี่ยงดังกล่าว

2.3) ความเสี่ยงจากหนี้สงสัยจะสูญ

บริษัทมีความเสี่ยงจากความสามารถในการชำระหนี้จากลูกหนี้ทางการค้าประเภทต่างๆ จากงบการเงินรวม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 บริษัทมีบัญชีลูกหนี้การค้ารวม 7,669 ล้านบาท โดยลูกหนี้จำนวน 527 ล้านบาท เป็นลูกหนี้ที่มียอดค้างชำระนานกว่า 12 เดือน ซึ่งเป็นลูกหนี้ที่หนี้ค้างชำระในบริษัทย่อยของกลุ่ม อย่างไรก็ตามบริษัททำการตั้งค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญไว้แล้วเป็นจำนวนทั้งสิ้น 112 ล้านบาท บริษัทได้กำหนดนโยบายอย่างรอบคอบ เพื่อประเมินการปล่อยสินเชื่อสำหรับลูกค้าอย่างเคร่งครัดและการจัดเก็บสินเชื่อเพื่อลดปัญหาความเสี่ยงจากปัญหาหนี้สูญดังกล่าว

2.4) ความเสี่ยงจากการเป็นบริษัทที่ประกอบธุรกิจโดยการถือหุ้นในบริษัทอื่น (Holding Company)

ในฐานะที่เป็นบริษัทที่ประกอบธุรกิจโดยการถือหุ้นในบริษัทอื่น ซึ่งผลประกอบการของบริษัท จึงขึ้นอยู่กับผลการดำเนินงานของบริษัทย่อย อีกทั้งการจ่ายเงินปันผลของบริษัทยังขึ้นอยู่กับผลประกอบการและกระแสเงินสดของบริษัทย่อยเหล่านั้น หากผลประกอบการของบริษัทย่อยไม่เป็นไปตามเป้าหมาย จะส่งผลต่อการจ่ายเงินปันผลของบริษัทได้ บริษัทได้บริหารความเสี่ยงดังกล่าว โดยมีนโยบายการลงทุนที่มุ่งเน้นการลงทุนในธุรกิจที่มีศักยภาพและมีแนวโน้มการเติบโตสูง มีรายได้ที่แน่นอน ความเสี่ยงต่ำ และให้ผลตอบแทนในการลงทุนสูงแก่บริษัท นอกจากนั้นยังกำหนดให้บริษัทในกลุ่มจัดทำแผนธุรกิจ และเสนอแผนดำเนินการและงบประมาณประจำปี ซึ่งต้องผ่านการพิจารณาและอนุมัติของคณะกรรมการบริษัท รวมทั้งมีการติดตามผลงานของแต่ละธุรกิจอย่างใกล้ชิดเพื่อวางแผนรับความเสี่ยงอย่างทันท่วงที

ทั้งนี้ การจ่ายเงินปันผลของบริษัทย่อยและบริษัทร่วม เป็นไปตามกฎหมายที่บังคับใช้และ/หรือ ข้อจำกัดอื่นๆ รวมถึงสัญญาทางการเงินต่างๆ อย่างครบถ้วนทุกประการ

2.5) ความเสี่ยงจากการลงทุนระยะสั้นในหลักทรัพย์

จากงบการเงิน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 บริษัทมีการลงทุนระยะสั้นในหลักทรัพย์เป็นจำนวน 23 ล้านบาท หลักทรัพย์ดังกล่าวจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ภาวะความผันผวนในตลาด การเปลี่ยนแปลงทางการเมือง รวมถึงผลกระทบต่างๆ จากภาวะเศรษฐกิจจะมีผลต่อราคาหลักทรัพย์ที่บริษัทถือไว้ ทั้งนี้บริษัทได้มีการติดตามความเคลื่อนไหวต่างๆ อันจะนำมาสู่ความเสี่ยงดังกล่าวอย่างใกล้ชิดและบริษัทมีการประชุมความเสี่ยงเป็นประจำ เพื่อติดตามข่าวสารการลงทุน เพื่อที่จะได้ดำเนินการอย่างทันท่วงทีเมื่อจำเป็น

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์

ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ของบริษัทและบริษัทย่อย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2555 และ 2556 มีดังนี้

(หน่วย : ล้านบาท)

สินทรัพย์	มูลค่าสุทธิตามบัญชี	
	ณ 31 ธันวาคม 2555	ณ 31 ธันวาคม 2556
ที่ดิน	518.01	518.22
อาคารและส่วนปรับปรุง	247.41	269.79
อุปกรณ์สำนักงาน	351.38	258.25
เครื่องจักรและอุปกรณ์	3,766.08	3,519.39
ยานพาหนะ	69.75	77.64
สินทรัพย์ระหว่างดำเนินการ	212.30	319.25
รวม	**5,164.93**	**4,962.53**

บริษัทและบริษัทย่อยมียอดคงเหลือของเครื่องจักร ยานพาหนะ และอุปกรณ์ซึ่งได้มาภายใต้สัญญาเช่าทางการเงินโดยมีมูลค่าสุทธิตามบัญชีเป็นจำนวนเงิน 36 ล้านบาท และงบการเงินเฉพาะกิจการ 6 ล้านบาท (2555: 41 ล้านบาท และงบการเงินเฉพาะกิจการ 8 ล้านบาท)

บริษัทและบริษัทย่อยมีอาคารและอุปกรณ์จำนวนหนึ่งซึ่งตัดค่าเสื่อมราคาหมดแล้วแต่ยังใช้งานอยู่ มูลค่าตามบัญชีก่อนหักค่าเสื่อมราคาสะสมและค่าเผื่อการด้อยค่าของสินทรัพย์ดังกล่าวมีจำนวนเงินประมาณ 4,971 ล้านบาท และงบการเงินเฉพาะกิจการ 578 ล้านบาท (2555: 4,370 ล้านบาท และงบการเงินเฉพาะกิจการ 561 ล้านบาท)

บริษัท และบริษัทย่อยสองแห่งได้จัดให้มีการประเมินราคาที่ดินและอาคารในระหว่างไตรมาสสองของปี 2552 โดยผู้ประเมินราคาอิสระโดยใช้วิธีเปรียบเทียบกับข้อมูลราคาตลาดสำหรับการประเมินราคาที่ดินและวิธีคิดต้นทุนหรือมูลค่าทดแทนสำหรับการประเมินราคาอาคาร ซึ่งผลจากการประเมินราคาใหม่ทำให้มูลค่าสุทธิของสินทรัพย์รวมและส่วนเกินทุนจากการตีราคาที่ดิน อาคารและส่วนปรับปรุงอาคารในงบการเงินรวมเพิ่มขึ้นประมาณ 89 ล้านบาท (งบการเงินเฉพาะกิจการ: 42 ล้านบาท) หากบริษัทและบริษัทย่อยแสดงมูลค่าของสินทรัพย์ดังกล่าวด้วยราคาทุนมูลค่าสุทธิตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2555 และ 2556 จะเป็นดังนี้

(หน่วย : ล้านบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2555	2556	2555	2556
ที่ดิน	97.74	97.74	62.70	62.70
อาคารและส่วนปรับปรุง	81.87	72.97	54.48	43.38

บริษัท แคมโบเดีย แอร์ ทราฟฟิค เซอร์วิส จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อย ได้รับโอนอุปกรณ์บางส่วนจาก The Cambodian State Secretariat of Civil Aviation (“SSCA”) ภายใต้สัญญา Build Cooperate and Transfer กับรัฐบาลสาธารณรัฐกัมพูชา ซึ่งบริษัทย่อยนี้มีภาระผูกพันในการโอนอุปกรณ์ทั้งหมดคืน SSCA เมื่อหมดอายุของสัญญาฉบับดังกล่าว

บริษัทและบริษัทย่อยได้นำสินทรัพย์มูลค่าสุทธิตามบัญชีจำนวนประมาณ 33 ล้านบาท (2555: 34 ล้านบาท) ไปค้ำประกันวงเงินสินเชื่อที่ได้รับจากสถาบันการเงิน (งบการเงินเฉพาะกิจการ : 12 ล้านบาท (2555: 12 ล้านบาท)

สินทรัพย์ให้เช่า

- พื้นที่โกดัง เลขที่ 101/41 เขตอุตสาหกรรมนวนคร หมู่ 20 ถ.พหลโยธิน ต.คลองหนึ่ง อ.คลองหลวง จ.ปทุมธานี โดยมีบริษัทในเครือเป็นผู้เช่า โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ผู้เช่า	พื้นที่ (ตารางเมตร)	ค่าเช่าต่อเดือน (บาท)
บริษัท สามารถเทลคอม จำกัด (มหาชน)	50.00	2,200.00
บริษัท สามารถคอมมิวนิเคชั่น เซอร์วิส จำกัด	721.23	31,734.12
บริษัท พอสเน็ท จำกัด	55.68	2,449.92
บริษัท สามารถ อินโฟเนต จำกัด	15.91	700.04
บริษัท สามารถ มัลติมีเดีย จำกัด	37.50	1,650.00
บริษัท สามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน)	125.00	5,500.00

หมายเหตุ อายุสัญญาเช่า 3 ปี

- พื้นที่อาคารโรงงาน เลขที่ 37/1 หมู่ 2 ถ.พหลโยธิน ต.คลองหนึ่ง อ.คลองหลวง จ.ปทุมธานี โดยมีบริษัทในเครือเป็นผู้เช่า โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ผู้เช่า	พื้นที่ (ตารางเมตร)	ค่าเช่าต่อเดือน (บาท)
บริษัท สามารถคอมเทค จำกัด	970.00	36,575.00
บริษัท สามารถวิศวกรรม จำกัด	2,270.00	92,000.00

หมายเหตุ อายุสัญญาเช่า 3 ปี

- พื้นที่สำนักงาน อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ถ.แจ้งวัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี โดยมีรายละเอียดการเช่าดังนี้

ผู้เช่า	พื้นที่ (ตารางเมตร)	ค่าเช่าต่อเดือน (บาท)
บริษัท สามารถคอมเทค จำกัด	1,630.50	187,849.90
บริษัท สามารถ ยู-ทรานส์ จำกัด	162.00	18,664.02
บริษัท สามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน)	2,648.85	305,174.01
บริษัท สามารถ มัลติมีเดีย จำกัด	1,237.86	142,613.85
บริษัท สามารถ อินโฟเนต จำกัด	48.00	5,530.08
บริษัท สามารถคอมมิวนิเคชั่น เซอร์วิส จำกัด	457.77	52,739.68
บริษัท สามารถเทลคอม จำกัด (มหาชน)	948.68	109,297.42
บริษัท สามารถบรอดแบนด์ เซอร์วิสเซส จำกัด	60.00	6,912.60
บริษัท วิชั่น แอนด์ ซีเคียวริตี้ ซีสเต็ม จำกัด	630.00	72,582.30
บริษัท เบรนซอร์ช จำกัด	200.00	23,042.00
บริษัท สุวรรณภูมิ เอ็นไวรอนเม้นท์ แคร์ จำกัด	15.00	1,728.15
บริษัท พอสเน็ท จำกัด	841.35	96,931.93
บริษัท เอ็นเตอร์เทนเม้นท์ ทรี จำกัด	15.00	1,728.15
บริษัท เทด้า จำกัด	45.00	5,184.45
บริษัท ทรานเสิ็ด เพาเวอร์ เซอร์วิส จำกัด	15.00	1,728.15

- พื้นที่สำนักงาน อาคารสมาร์ทวัน เลขที่ 99/49 หมู่ 4 ถ.แจ้งวัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี โดยมีรายละเอียดการเช่าดังนี้

ผู้เช่า	พื้นที่ (ตารางเมตร)	ค่าเช่าต่อเดือน (บาท)
บริษัท สามารถคอมมิวนิเคชั่น เซอร์วิส จำกัด	288.00	45,734.40
บริษัท สามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน)	942.00	68,766.00
บริษัท พอสเน็ท จำกัด	48.00	7,622.40
บริษัท ไอ คิว ไวน์ จำกัด	70.40	11,179.52
บริษัท เทค้า จำกัด	624.00	99,091.20
บริษัท ทรานเส็ค เพาเวอร์ เซอร์วิส จำกัด	264.00	41,923.20

ค่าเช่าจ่ายล่วงหน้า บริษัทมีมูลค่าของค่าเช่าจ่ายล่วงหน้าสุทธิ ดังแสดงในตารางต่อไปนี้

มูลค่าค่าเช่าจ่ายล่วงหน้า - สุทธิ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556

รายการ	อายุงานทั้งหมด (ปี)	ระยะเวลาเช่าเหลือ	มูลค่าสุทธิตามบัญชี (ล้านบาท)	ลักษณะกรรมสิทธิ์	หลักประกัน เงินกู้
ค่าเช่าจ่ายล่วงหน้า[1]	30	15 ปี 4 เดือน	192.01	สิทธิการเช่า	- ไม่มี -
รวม			**192.01**		

หมายเหตุ : [1] *บริษัท สามารถคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ได้เช่าพื้นที่อาคารสำนักงานเป็นระยะเวลา 30 ปี จากบริษัท วิไลลักษณ์ อินเตอร์เนชั่นแนลโฮลดิ้ง จำกัด ตั้งอยู่อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ถ.แจ้งวัฒนะ หมู่ 4 อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 จำนวน 11,926 ตร.ม. ในอัตราค่าเช่าตารางเมตรละ 31, 500 บาท ตลอดอายุการเช่า โดยมีการจดทะเบียนสัญญาการเช่าดังกล่าวกับทางกรมที่ดินเมื่อวันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2545*

สินทรัพย์ที่มีไว้เพื่อโครงการในอนาคต

มูลค่าสินทรัพย์ที่มีไว้เพื่อโครงการในอนาคต – สุทธิ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2555 และ 2556 ดังนี้

(หน่วย : ล้านบาท)

สินทรัพย์	มูลค่าสุทธิตามบัญชี	
	ณ 31 ธันวาคม 2555	ณ 31 ธันวาคม 2556
ที่ดิน	60.70	60.70
อาคารและส่วนปรับปรุง	1.51	1.27
เครื่องจักรและอุปกรณ์	-	-
รวม	**62.21**	**61.97**

ทรัพย์สินที่ไม่มีตัวตนที่สำคัญ

สิทธิบัตร

เดิมบริษัท สามารถเทลคอม จำกัด (มหาชน)("SAMTEL") ได้ทำสัญญากับสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กสทช.) (เดิมชื่อ "กรมไปรษณีย์โทรเลข") ในการดำเนินการให้บริการสื่อสารข้อมูลภาพและเสียงผ่านดาวเทียมภายในประเทศเป็นระยะเวลา 22 ปี เริ่มดำเนินการให้บริการดังกล่าวเมื่อวันที่ 1 มิถุนายน 2538 โดยบริษัทต้องจ่ายผลประโยชน์ตอบแทนรายปีคิดจากรายได้ก่อนหักค่าใช้จ่ายให้แก่สำนักงาน กสทช.

ต่อมาเมื่อวันที่ 13 กันยายน 2554 SAMTEL ได้รับอนุมัติให้ยกเลิกสัญญาการให้บริการสื่อสารข้อมูลภาพ และเสียงผ่านดาวเทียมภายในประเทศ และเปลี่ยนเป็นใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคมแบบที่สอง ที่ไม่มีโครงข่ายเป็นของตนเอง ซึ่งออกโดยสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2554 ผลจากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว SAMTEL ได้โอนยอดคงเหลือของมูลค่าสิทธิการใช้อุปกรณ์สื่อสารรอตัดบัญชี จำนวน 235.5 ล้านบาท ไปเป็นสินทรัพย์ไม่มีตัวตน ภายใต้หัวข้อ " สิทธิบัตร " ซึ่ง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 ใบอนุญาตฯ ดังกล่าวมีมูลค่าสุทธิตามบัญชี 125.0 ล้านบาท โดยยังมีระยะเวลาคงเหลืออีก 2 ปี 7 เดือน ทั้งนี้หากใบอนุญาตฯ หมดอายุ SAMTEL สามารถต่อสัญญาต่อไปได้ ดังนั้นจึงไม่มีผลกระทบต่อการดำเนินกิจการของ SAMTEL แต่อย่างใด

4.2 <u>นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม</u>

บริษัทมีนโยบายการลงทุนที่มุ่งเน้นการลงทุนในธุรกิจที่มีศักยภาพและมีแนวโน้มการเติบโตสูง มีรายได้ที่แน่นอน ความเสี่ยงต่ำ และให้ผลตอบแทนในการลงทุนสูงแก่บริษัทโดยบริษัทกำหนดนโยบายการบริหาร ตลอดจนส่งตัวแทนเข้าร่วมเป็นกรรมการตามสัดส่วนการถือหุ้น และเข้าร่วมประชุมในฐานะผู้ถือหุ้น โดยตัวแทนของบริษัท มีหน้าที่ออกเสียงในที่ประชุมตามแนวทางหรือทิศทางที่คณะกรรมการบริษัท ได้พิจารณาไว้

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ปัจจุบันคดีที่บริษัทและบริษัทย่อยถูกดำเนินการฟ้องร้องอยู่ในชั้นศาลหาได้มีผลกระทบต่อสินทรัพย์ของบริษัทแต่อย่างใดไม่ เนื่องจากทุนทรัพย์ที่พิพาทมีมูลค่าต่ำกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทที่ปรากฏในงบการเงินบริษัท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 นอกจากนั้นคดีที่บริษัทและบริษัทย่อยถูกฟ้องร้องดังกล่าว คดีหนึ่งศาลฎีกาได้พิพากษาให้บริษัทเป็นฝ่ายชนะคดีโดยพิพากษายกฟ้องและคดีได้ถึงที่สุดแล้ว ส่วนอีกคดีหนึ่งคณะอนุญาโตตุลาการได้มีคำชี้ขาดให้บริษัทเป็นฝ่ายชนะคดีโดยได้ยกคำเสนอข้อพิพาทของผู้เรียกร้องเสียทั้งสิ้น เนื่องจากสิทธิเรียกร้องของผู้เรียกร้องขาดอายุความแล้ว แต่ผู้เรียกร้องได้ยื่นคำร้องต่อศาลแพ่งให้เพิกถอนคำชี้ขาดของคณะอนุญาโตตุลาการ

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลอื่น

6.1 ข้อมูลบริษัท

(1)	**ชื่อบริษัทที่ออกหลักทรัพย์**	**:**	**บริษัท สามารถคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)**
	สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	เลขที่ 99/1 หมู่ 4 ชั้น 35 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ถนนแจ้งวัฒนะ ตำบลคลองเกลือ อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 11120
	ประเภทธุรกิจ	:	ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับระบบการสื่อสารโทรคมนาคมทั้งในประเทศและต่างประเทศ ธุรกิจครบวงจรด้านการจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ และสื่ออินเตอร์แอ็คทีฟต่างๆ การให้บริการข้อมูล ข่าวสาร และสาระความบันเทิง (Contents) ผ่านสื่อที่ทันสมัย รวมทั้งให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เสมือน ธุรกิจให้บริการด้านระบบสารสนเทศผ่านโครงข่ายสื่อสารโทรคมนาคมต่างๆ รวมทั้งบริการให้คำปรึกษา รับเหมาออกแบบติดตั้ง บริหารจัดการ และบำรุงรักษาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารครบวงจรแบบบูรณาการ ธุรกิจให้บริการศูนย์ประสานงานบริการลูกค้า(Contact Center) อย่างครบวงจรให้แก่องค์กรภาครัฐและเอกชน ธุรกิจผลิตและจำหน่ายอุปกรณ์รับสัญญาณโทรทัศน์และจานรับสัญญาณดาวเทียม ธุรกิจให้บริการควบคุมการจราจรทางอากาศ และธุรกิจผลิตและจำหน่ายกระแสไฟฟ้าแก่โรงงานกัมปอตซีเมนต์ในประเทศกัมพูชา รวมทั้งธุรกิจการให้บริการด้านการออกแบบ ก่อสร้างและติดตั้งงานวิศวกรรมไฟฟ้าครบวงจร
	เลขทะเบียนบริษัท	:	0107536000188
	โฮมเพจ	:	http://www.samartcorp.com
	โทรศัพท์	:	0-2502-6000
	โทรสาร	:	0-2502-6186
	ทุนจดทะเบียน	:	1,006,503,910 บาท
	ชนิดของหุ้น	:	หุ้นสามัญ
	จำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้ทั้งหมด	:	1,002,095,910 หุ้น (ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556)
	มูลค่าที่ตราไว้ต่อหุ้น	:	หุ้นละ 1 บาท

(2) นิติบุคคลที่บริษัทถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป

รายละเอียดสามารถดูได้จากข้อมูลทั่วไปของบริษัทย่อยและร่วม หน้า 7

(3) บุคคลอ้างอิง

นายทะเบียนหุ้น	**:**	**บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด**
ที่ตั้งสำนักงาน	:	เลขที่ 62 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ชั้น 7 ถนนรัชดาภิเษก แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
โทรศัพท์	:	0-2229-2800, 0-2229-2000 ต่อ 2877
โทรสาร	:	0-2654-5642, 0-2654-5645
ผู้สอบบัญชี	**:**	**นางสาวกมลทิพย์ เลิศวิทย์วรเทพ** ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตทะเบียนเลขที่ 4377
ที่ตั้งสำนักงาน	:	บริษัท สำนักงาน เอินส์ท แอนด์ ยัง จำกัด เลขที่ 193/136 -137 อาคารเลครัชดา ชั้น 33 ถนนรัชดาภิเษก คลองเตย กรุงเทพฯ 10110
โทรศัพท์	:	0-2264-0777
โทรสาร	:	0-2264-0789-90

6.2 ข้อมูลสำคัญอื่นๆ

ผู้ลงทุนสามารถศึกษาข้อมูลของบริษัทเพิ่มเติมได้จากเว็บไซต์ของบริษัท (www.samartcorp.com)