

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 ปัจจุบันบริษัทฯ ประกอบธุรกิจโดยการลงทุนผ่านบริษัทย่อยและบริษัทร่วมในลักษณะ Holding Company โดยปัจจุบันได้แบ่งโครงสร้างธุรกิจออกเป็น 5 สายดังนี้ สายธุรกิจ ICT Solutions and Services สายธุรกิจ Mobile Multimedia สายธุรกิจ Call Center สายธุรกิจ Utilities and Transportations และสายธุรกิจ Technology Related Services

ภาพรวมการประกอบธุรกิจบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

กลุ่มบริษัท สามารถคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทใหญ่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับระบบการสื่อสารโทรคมนาคม และเป็นบริษัทร่วมทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมที่จัดตั้งขึ้นใหม่เพื่อให้เป็นผู้ดำเนินการโครงการสัมปทานที่ประมูลได้ ดำเนินธุรกิจให้บริการด้านระบบสารสนเทศผ่านโครงข่ายสื่อสารโทรคมนาคมต่างๆ รวมทั้งบริการให้คำปรึกษา รับเหมา ออกแบบติดตั้ง บริหารจัดการ และบำรุงรักษาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารครบวงจรแบบบูรณาการ (Total Solutions & Services) ให้แก่องค์กรภาครัฐและเอกชน ดำเนินธุรกิจครบวงจรด้านการจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ และสื่ออินเทอร์เน็ตที่หลากหลาย ให้บริการข้อมูลข่าวสาร และสาระความบันเทิง (Contents) ผ่านสื่อที่ทันสมัย พร้อมอุปกรณ์สื่อสารและอุปกรณ์มัลติมีเดียต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศ ธุรกิจผลิตและจำหน่ายอุปกรณ์รับสัญญาณโทรทัศน์และจานรับสัญญาณดาวเทียม ธุรกิจด้านการบริการศูนย์บริการลูกค้าครบวงจร (Total Customer Management Solutions) ในรูปแบบการติดตั้งระบบการบริหารจัดการศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ จัดหาและบริหารเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ให้แก่หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน ธุรกิจการจำหน่ายรับเหมาติดตั้งและซ่อมบำรุงระบบรักษาความปลอดภัยและระบบสื่อสารด้านภาพและเสียง ทั้งระบบที่มีสายและไร้สาย ธุรกิจการให้บริการบริหารจัดการขยะในพื้นที่บริเวณท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ รวมทั้งธุรกิจรับเหมาก่อสร้างสถานีไฟฟ้า และระบบสายส่งไฟฟ้าแรงสูงแบบครบวงจร ตั้งแต่ออกแบบจัดหาอุปกรณ์ ก่อสร้าง ทดสอบ และบำรุงรักษา ตลอดจนธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยมีนโยบายที่จะเข้าไปมีส่วนร่วมในการบริหารกิจการนั้นๆ อย่างใกล้ชิด ในปี 2544 บริษัทฯ ได้ขยายขอบเขตการลงทุนในประเทศกัมพูชา โดยได้รับสัมปทานในการวางระบบและพัฒนาระบบการสื่อสารและควบคุมการจราจรทางอากาศ ซึ่งรวมถึงสิทธิในการให้บริการด้านการควบคุมจราจรทางอากาศเหนือ่านฟ้าประเทศกัมพูชา เป็นเวลารวม 32 ปี (อายุสัมปทานตั้งแต่ปี 2544 – 2576) แต่เพียงผู้เดียว ซึ่งดำเนินการผ่านบริษัท แคมโบเดียแอร์ ทราฟฟิค เซอร์วิส จำกัด (“CATS”) นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายกระแสไฟฟ้าแก่โรงงานกัมปอดซีเมนต์ ในประเทศกัมพูชาด้วย

วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย และกลยุทธ์ขององค์กร• วิสัยทัศน์

กลุ่มบริษัทสามารถมุ่งมั่นนำเสนอสินค้า และบริการทางด้านเทคโนโลยีที่ก้าวไกล เพื่อนำมาซึ่งความเจริญที่ยั่งยืนและคุณภาพชีวิตที่ดียิ่งขึ้น

• พันธกิจ

เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ ทางกลุ่มบริษัทสามารถจึงมีพันธกิจในการดูแลผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ดังนี้

“ลูกค้า”

พัฒนาและนำเสนอสินค้าและบริการทางด้านเทคโนโลยีโทรคมนาคมและบริการด้านเทคโนโลยีอื่นๆ ที่เปี่ยมคุณค่า สามารถตอบสนองความต้องการสูงสุดและเสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขันทางธุรกิจให้แก่ลูกค้าและผู้ให้บริการ

“องค์กร”

พัฒนาโครงสร้างและกระบวนการในการดำเนินงาน ตลอดจนการบริหารธุรกิจให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด โปร่งใส และเป็นธรรม อันนำมาซึ่งความเชื่อมั่นและความเจริญที่ยั่งยืน

“พันธมิตร”

พัฒนาความสัมพันธ์ที่แข็งแกร่งกับพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อประสานความร่วมมือในการนำเสนอสินค้าและบริการอันทรงคุณค่า และนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจร่วมกัน

“พนักงาน”

พัฒนาการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลอย่างมืออาชีพ ให้ความมั่นใจในคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงาน และส่งเสริมให้ “สามารถ” เป็นองค์กรสถาบันที่พร้อมดึงดูดผู้มีความสามารถเข้าร่วมงาน

“ผู้ถือหุ้น”

แสวงหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ ที่ก่อให้เกิดรายได้ประจำและสร้างฐานการเติบโตที่ยั่งยืนให้แก่องค์กร เพื่อมอบผลตอบแทนที่คุ้มค่าให้แก่ผู้ถือหุ้นอย่างต่อเนื่อง

“สังคมและชุมชน”

ส่งเสริมการสร้าง “คนคุณภาพและสังคมคุณธรรม” อันเป็นนโยบายหลักด้านกิจกรรมเพื่อสังคมของกลุ่มบริษัทสามารถ ผ่านโครงการและกิจกรรมอันมีประโยชน์อย่างจริงจังและต่อเนื่อง ทั้งภายในและภายนอกองค์กร

เป้าหมายและกลยุทธ์ขององค์กร

กลุ่มบริษัทสามารถ มีเป้าหมายที่จะเป็นผู้นำในการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ พร้อมกับการเป็นผู้นำในการนำเสนอสินค้าและบริการในด้านต่างๆ ในประเทศไทย อีกทั้งบริษัทฯ ยังมีความมุ่งมั่นตั้งใจในการขยายธุรกิจไปยังประเทศในแถบ CLMV (กัมพูชา เวียดนาม เมียนมาร์ และลาว) อีกเช่นกัน นอกจากนั้นแล้ว บริษัทฯ ยังมีเป้าหมายที่จะเพิ่มสัดส่วนของรายได้ประจำให้เพิ่มสูงขึ้นเป็นร้อยละ 50 ของรายได้ทั้งหมดในอีก 3-5 ปีข้างหน้า เพื่อเป็นการเสริมสร้างให้บริษัทฯ สามารถเติบโตได้อย่างแข็งแกร่งและยั่งยืน โดยปัจจุบันกลุ่มบริษัทสามารถมีกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของแต่ละสาขางานดังต่อไปนี้

สายธุรกิจ ICT Solutions and Services :	มุ่งเน้นในการสร้างรายได้ประจำให้แก่สายธุรกิจด้วยการนำเสนอบริการแบบครบวงจร เช่น การออกแบบ-ติดตั้ง-ดำเนินงาน พร้อมทั้งการให้บริการบำรุงรักษาระบบเป็นต้น นอกจากนี้ ยังได้ขยายฐานลูกค้าไปสู่ภาคเอกชนมากยิ่งขึ้น
สายธุรกิจ Mobile Multimedia :	มุ่งเน้นในการพัฒนาโทรศัพท์เคลื่อนที่คุณภาพดีในราคาที่เหมาะสม พร้อมทั้งขยายช่องทางในการจัดจำหน่ายให้ครอบคลุมทั้งในและต่างประเทศ นอกจากนี้ยังคงให้ความสำคัญกับการพัฒนาคอนเทนต์ใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง
สายธุรกิจ Call Center:	มุ่งมั่นในการสร้างฐานลูกค้าที่มั่นคงในประเทศไทย พร้อมทั้งขยายธุรกิจไปยังประเทศในแถบ CLMV
สายธุรกิจ Utilities and Transportations และสายธุรกิจ Technology Related Services :	เตรียมความพร้อมเพื่อรองรับโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ ที่กำลังจะเกิดขึ้นจากการรวมตัวกันของประเทศอาเซียน 10 ประเทศ หรือ “AEC” โดยธุรกิจหลักที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญคือ ธุรกิจการควบคุมการจราจรทางอากาศและธุรกิจด้านพลังงาน

การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญในช่วง 3 ปีที่ผ่านมาดังนี้

ปี 2557

- ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ ครั้งที่ 9/2557 เมื่อวันที่ 19 ธันวาคม 2557 ได้มีมติอนุมัติการออกและจัดสรรใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทฯ (“ใบสำคัญแสดงสิทธิ SAMART-W”) ในจำนวนไม่เกิน 201,300,782 หน่วย ให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัทฯ ตามสัดส่วนการถือหุ้น (Rights Offering) โดยไม่คิดมูลค่า ในอัตราการจัดสรรที่ 5 หุ้นสามัญเดิม ต่อ 1 หน่วยใบสำคัญแสดงสิทธิ ในการคำนวณสิทธิที่จะได้รับจัดสรรใบสำคัญแสดงสิทธิ SAMART-W ของผู้ถือหุ้นแต่ละรายนั้น หากเกิดเศษจากการคำนวณตามอัตราการจัดสรรดังกล่าวข้างต้น ให้ปัดเศษนั้นทิ้ง ทั้งนี้ ใบสำคัญแสดงสิทธิ SAMART-W จะมีอายุ 3 ปี นับแต่วันที่ออกใบสำคัญแสดงสิทธิ และราคาการใช้สิทธิอยู่ที่ 45.00 บาท ต่อหุ้น
- ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ ครั้งที่ 8/2557 ประชุมเมื่อวันที่ 13 พฤศจิกายน 2557 ได้มีมติอนุมัติให้บริษัท สามารถ ยู-ทรานส์ จำกัด (“SUT”) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่บริษัทฯ ถือหุ้นร้อยละ 99.99 จัดตั้งบริษัทใหม่ 3 บริษัท โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) บริษัท สามารถ เวสต์ทูปเพาเวอร์ จำกัด

ประเภทธุรกิจ :	ดำเนินการบริหารจัดการ การกำจัดขยะมูลฝอยให้กับหน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่น โดย ทำการคัดแยกขยะ ทำการผลิตเชื้อเพลิงขยะ (RDF) ทำการผลิตไฟฟ้า โดยใช้เชื้อเพลิงขยะ ทำการบริหารจัดการขยะที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ (Recycle) และบริหารจัดการขยะ ในส่วนที่เหลือโดยวิธีฝังกลบหรือวิธีอื่นๆ และธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง
สำนักงานที่ตั้ง :	ประเทศไทย
ทุนจดทะเบียน :	50,000,000 บาท
สัดส่วนการถือหุ้น :	SUT ถือหุ้น ร้อยละ 99.99

2) บริษัท สามารถ ยู-ทรานส์ (ลาว) จำกัด

ประเภทธุรกิจ :	ให้บริการเขียนโปรแกรมการเรียกและรับชำระเงิน ออกแบบเว็บไซต์ บำรุงรักษาฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์เทคโนโลยีสารสนเทศ ซ่อมแซม ติดตั้ง พัฒนาโปรแกรมและเว็บไซต์ซึ่งเกี่ยวข้องกับ กับระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (เรียกรวมกันว่า “ระบบไอที”)
สำนักงานที่ตั้ง :	ประเทศลาว
ทุนจดทะเบียน :	1,000,000,000 Lao Kip (หรือประมาณ 4,000,000 บาท)
สัดส่วนการถือหุ้น :	SUT ถือหุ้น ร้อยละ 99.00

3) บริษัท สามารถ ยู-ทรานส์ (เมียนมาร์) จำกัด

ประเภทธุรกิจ :	ให้บริการและคำแนะนำต่างๆ ที่เกี่ยวกับการค้าในประเทศเมียนมาร์รวมถึงการค้าและการ ทั่วไปอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด
สำนักงานที่ตั้ง :	ประเทศเมียนมาร์
ทุนจดทะเบียน :	50,000 เหรียญสหรัฐฯ (หรือประมาณ 1.6 ล้านบาท)
สัดส่วนการถือหุ้น :	SUT ถือหุ้น ร้อยละ 99.99

- บริษัทฯ ได้ลงนามในสัญญาการซื้อหุ้นสามัญในบริษัท สามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) (“SIM”) จำนวน 1,053,000,000 หุ้น (หรือคิดเป็นร้อยละ 23.93 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้ทั้งหมดของ SIM) คืนจากบริษัท Axiata Group Berhad (“AXIATA”) ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ของ SIM ในราคาหุ้นละ 2.73 บาท เมื่อวันที่ 2 กรกฎาคม 2557 ส่งผลให้บริษัทฯ ถือหุ้นใน SIM ในอัตรา ร้อยละ 70.02 และ AXIATA มิได้เป็นผู้ถือหุ้นของ SIM อีกต่อไป การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างผู้ถือหุ้นรายใหญ่นี้ดังกล่าว ไม่มีผลกระทบต่อโครงสร้างการจัดการ และนโยบายในการดำเนินธุรกิจของ SIM แต่อย่างใด
- บริษัท ไอ-สปอร์ต จำกัด (“I-SPORT”) ซึ่งเป็นบริษัทร่วมที่บริษัทฯ ถือหุ้นโดยทางอ้อมผ่านบริษัท สามารถ มัลติมีเดีย จำกัด (“BUG”) ร้อยละ 50 ได้ทำการเพิ่มทุนจดทะเบียนอีก 80 ล้านบาท จากทุนจดทะเบียนเดิม 40 ล้านบาท เป็นทุนจดทะเบียนใหม่ 120 ล้านบาท โดยการเพิ่มทุนตามสัดส่วนกับผู้ถือหุ้นอีกฝ่ายหนึ่ง เพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจที่ต่อเนื่องกับกีฬา

และคอนเทนท์กีฬาต่างๆ โดย I-SPORT ได้เข้าซื้อหุ้นสามัญจำนวน 6 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท คิดเป็นร้อยละ 100 ของหุ้นที่ออกและจำหน่ายแล้วทั้งหมดของบริษัท สยามสปอร์ต เทเลวิชั่น จำกัด (“SSTV”) จากบริษัท สยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นอีกฝ่ายหนึ่งใน I-SPORT ด้วยราคารวม 60 ล้านบาท การลงทุนครั้งนี้จะทำให้บริษัทฯ เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและขยายฐานรายได้ไปสู่ธุรกิจสื่อทีวี ลิขสิทธิ์กีฬา และธุรกิจที่ต่อเนื่องกับกีฬาต่างๆ รวมทั้งเพิ่มความหลากหลายในการให้บริการครบวงจรมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงทางรายได้ และกำไรในอนาคตของบริษัทฯ โดยรวม

ปี 2556

- ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2556 ของบริษัท วันทวัน คอนแทคส์ จำกัด (มหาชน) (“OTO”) บริษัทย่อยที่บริษัทฯ ถือหุ้นทั้งทางตรงและทางอ้อมคิดเป็นร้อยละ 99.13 (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556) ซึ่งประชุมเมื่อวันที่ 22 พฤษภาคม 2556 ได้อนุมัติให้ OTO ออกหุ้นสามัญของ OTO จำนวน 70,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท เพื่อเสนอขายต่อประชาชนเป็นครั้งแรก (IPO) และรับทราบการที่บริษัทฯ จะนำหุ้นสามัญเดิมของ OTO จำนวน 10,000,000 หุ้น ที่บริษัทฯ ถืออยู่ในปัจจุบันออกเสนอขายต่อประชาชนในคราวเดียวกับการ 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 แก่ผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ (SAMART) ในการจองซื้อหุ้นสามัญใหม่ตามสัดส่วนการถือหุ้น (Pre-emptive right) ได้เป็นจำนวนไม่เกิน 20,000,000 หุ้น เนื่องจากผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ จะได้รับผลกระทบจาก Dilution Effect จากการ IPO หุ้นของ OTO ในกรณีที่มิใช่หุ้นจากการคำนวณ ให้ปันผลหุ้นนั้นทั้งนี้ ทั้งนี้ ราคาเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนของ OTO แก่ผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ นี้จะเป็นราคาเดียวกับที่เสนอขายให้แก่ประชาชน อย่างไรก็ตาม OTO อยู่ระหว่างการเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ โดยสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ได้อนุมัติแบบแสดงรายการข้อมูลการเสนอขายหลักทรัพย์ (แบบ filing) เรียบร้อยแล้วเมื่อเดือนพฤศจิกายน 2556
- ที่ประชุมคณะกรรมการของบริษัท สามารถเทลคอม จำกัด (มหาชน) (“SAMTEL”) เมื่อวันที่ 17 ธันวาคม 2556 ได้อนุมัติให้บริษัท สามารถคอมมิวนิเคชั่น เซอร์วิส จำกัด (“SCS”) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่ SAMTEL ถือหุ้นร้อยละ 99.99 (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556) 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 ล็อกซ์เลย์ แอนด์ เอไอที โซลูชั่น จำกัด ร้อยละ 60 และบุคคลทั่วไป ร้อยละ 10
- ที่ประชุมคณะกรรมการ SAMTEL เมื่อวันที่ 17 ธันวาคม 2556 ได้อนุมัติให้บริษัท สามารถคอมเทค จำกัด (“SCT”) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่ SAMTEL ถือหุ้นร้อยละ 99.99 (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556) ของทุนชำระแล้ว ลงทุนในบริษัท เน็ตเซอร์วิส (ประเทศไทย) จำกัด เพื่อเป็นบริษัทพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) สำหรับภาครัฐและเอกชน โดยซื้อหุ้นสามัญจำนวน 1,200,000 หุ้น (มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท และชำระค่าหุ้นแล้วร้อยละ 50) คิดเป็นร้อยละ 60 ของหุ้นที่ออกและจำหน่ายแล้วทั้งหมด จากผู้ถือหุ้นเดิม ซึ่งไม่เป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน ในราคารวม 6.12 ล้านบาท
- ที่ประชุมคณะกรรมการ SIM เมื่อวันที่ 13 สิงหาคม 2556 ได้มีมติอนุมัติให้จำหน่ายเงินลงทุนในบริษัทย่อยที่ไม่ได้ดำเนินการ ได้แก่ บริษัท ไอ-โมบาย อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล จำกัด (“IMI”) ซึ่ง SIM ถือหุ้นร้อยละ 99.99 (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556) และบริษัท สามารถ ไอ-โมบาย (อินโดนีเซีย) จำกัด ซึ่ง IMI ถือหุ้นร้อยละ 99.80 (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556) เพื่อปรับโครงสร้างการดำเนินงานธุรกิจให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
- ที่ประชุมคณะกรรมการ SIM เมื่อวันที่ 12 พฤศจิกายน 2556 ได้มีมติอนุมัติให้บริษัท ไอ-โมบาย อินเทอร์เน็ต จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่ SIM ถือหุ้นโดยทางอ้อมทั้งจำนวนเข้าซื้อหุ้นร้อยละ 99.99 ของบริษัท เดอะ สกายเพลซ จำกัด มูลค่า 500,000 บาท เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าของ SIM

ปี 2555

- ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ ครั้งที่ 6/2555 เมื่อวันที่ 12 พฤศจิกายน 2555 ได้มีมติอนุมัติให้ SUT ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่บริษัทฯ ถือหุ้นร้อยละ 99.99 (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2555) เข้าซื้อเงินลงทุนในบริษัท เทต้า 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 ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่บริษัทฯ ถือหุ้นร้อยละ 70.89 (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2555) ได้ทำการจำหน่ายหุ้นสามัญที่ถืออยู่ในบริษัท โอเอซิส คอนสตรัคชั่น จำกัด ทั้งหมดจำนวน 70,000 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 70 ของทุนชำระแล้ว ให้แก่นุศลภายนอก ซึ่งไม่เป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน
- SAMTEL ได้ทำการจำหน่ายหุ้นสามัญที่ถืออยู่ในบริษัท ไอที เจ็น จำกัด ทั้งหมด จำนวน 624,373 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 99.99 ของทุนชำระแล้ว ให้แก่นุศลภายนอก ซึ่งไม่เป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน
- SAMTEL ได้ทำการซื้อหุ้นสามัญของบริษัท พอร์ตเทล จำกัด ซึ่งประกอบธุรกิจให้บริการด้านการออกแบบและรับเหมาวางระบบบริหารจัดการทรัพยากรองค์กรของหน่วยงาน (Enterprise Resource Planning) โดยซื้อหุ้นสามัญ จำนวน 33,699,990 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 99.99 ของจำนวนหุ้นที่ออกและจำหน่ายแล้วทั้งหมด จากผู้ถือหุ้นเดิม ซึ่งไม่เป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน
- บริษัท สามารถบรอดแบนด์ เซอร์วิส จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่บริษัทฯ ถือหุ้นทางอ้อมร้อยละ 70.89 (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2555) ของทุนชำระแล้ว ได้ทำการซื้อหุ้นสามัญของบริษัท ไอที แอ็บ โซลูท จำกัด ซึ่งประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการจัดหาและจำหน่ายอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์และอุปกรณ์เทคโนโลยีต่างๆ โดยซื้อหุ้นสามัญ จำนวน 22,485,490 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 99.94 ของหุ้นที่ออกและจำหน่ายแล้วทั้งหมด จากผู้ถือหุ้นเดิม ซึ่งไม่เป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน
- เมื่อวันที่ 1 มิถุนายน 2555 ที่ประชุมคณะกรรมการของบริษัท สามารถ มัลติมีเดีย จำกัด (“BUG”) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่บริษัทฯ ถือหุ้นทางอ้อม ร้อยละ 59.89 (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2555) ได้มีมติให้จัดตั้งบริษัทใหม่ชื่อ “บริษัท เอ็นเตอร์เทนเมนท์ ทรี จำกัด” เพื่อทำการผลิต จำหน่ายและให้บริการข้อมูลทางด้านบันเทิง สื่อสิ่งพิมพ์ในรูปแบบต่างๆ ผ่านทางโทรทัศน์ โทรศัพท์ ระบบอินเตอร์เน็ต ระบบดาวเทียมและระบบสื่อสารต่างๆ ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ การติดตั้งอุปกรณ์และเครือข่าย รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกแบบครบวงจรและบริการอื่นที่เกี่ยวข้อง โดย BUG มีสัดส่วนการถือหุ้นในบริษัทดังกล่าวในอัตราร้อยละ 45 (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2555) และมีทุนจดทะเบียน 5 ล้านบาท โดยได้จดทะเบียนจัดตั้งบริษัทใหม่ดังกล่าวกับกระทรวงพาณิชย์เมื่อวันที่ 14 มิถุนายน 2555
- ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ ครั้งที่ 5/2551 เมื่อวันที่ 16 ตุลาคม 2551 ได้มีมติอนุมัติโครงการซื้อหุ้นคืนของบริษัทฯ เพื่อการบริหารทางการเงิน ในวงเงินไม่เกิน 250 ล้านบาท และจำนวนหุ้นที่ซื้อคืนไม่เกิน 48,825,195 หุ้น (มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท) คิดเป็นร้อยละ 5 ของหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัทฯ ณ วันที่ 23 มีนาคม 2552 บริษัทฯ มีจำนวนหุ้นที่ซื้อคืนทั้งสิ้น 38,115,800 หุ้น โดยบริษัทฯ ได้ทยอยจำหน่ายหุ้นที่ซื้อคืนทั้งหมดเรียบร้อยแล้วเมื่อวันที่ 12 มีนาคม 2555
- CATS ซึ่งดำเนินธุรกิจการจัดตั้งระบบและให้บริการควบคุมการจราจรทางอากาศในประเทศกัมพูชาตามสัญญาสัมปทานที่ได้รับจากรัฐบาลกัมพูชาเป็นเวลา 22 ปี ได้ลงทุนติดตั้งอุปกรณ์เพิ่มเติมเพื่อเป็นการพัฒนาประสิทธิภาพของระบบการควบคุมการจราจรทางอากาศให้ดียิ่งขึ้น รวมทั้งการติดตั้งอุปกรณ์ในสนามบินนานาชาติ สีหนุวิลล์ ซึ่งเป็นเมืองท่าสำคัญ โดยใช้เงินลงทุนทั้งสิ้น 7 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และได้รับการต่ออายุสัมปทานอีก 10 ปี นับจาก ปี 2567 – 2576 รวมอายุสัมปทานทั้งสิ้น 32 ปี ตั้งแต่ปี 2544 – 2576

โครงสร้างการถือหุ้น

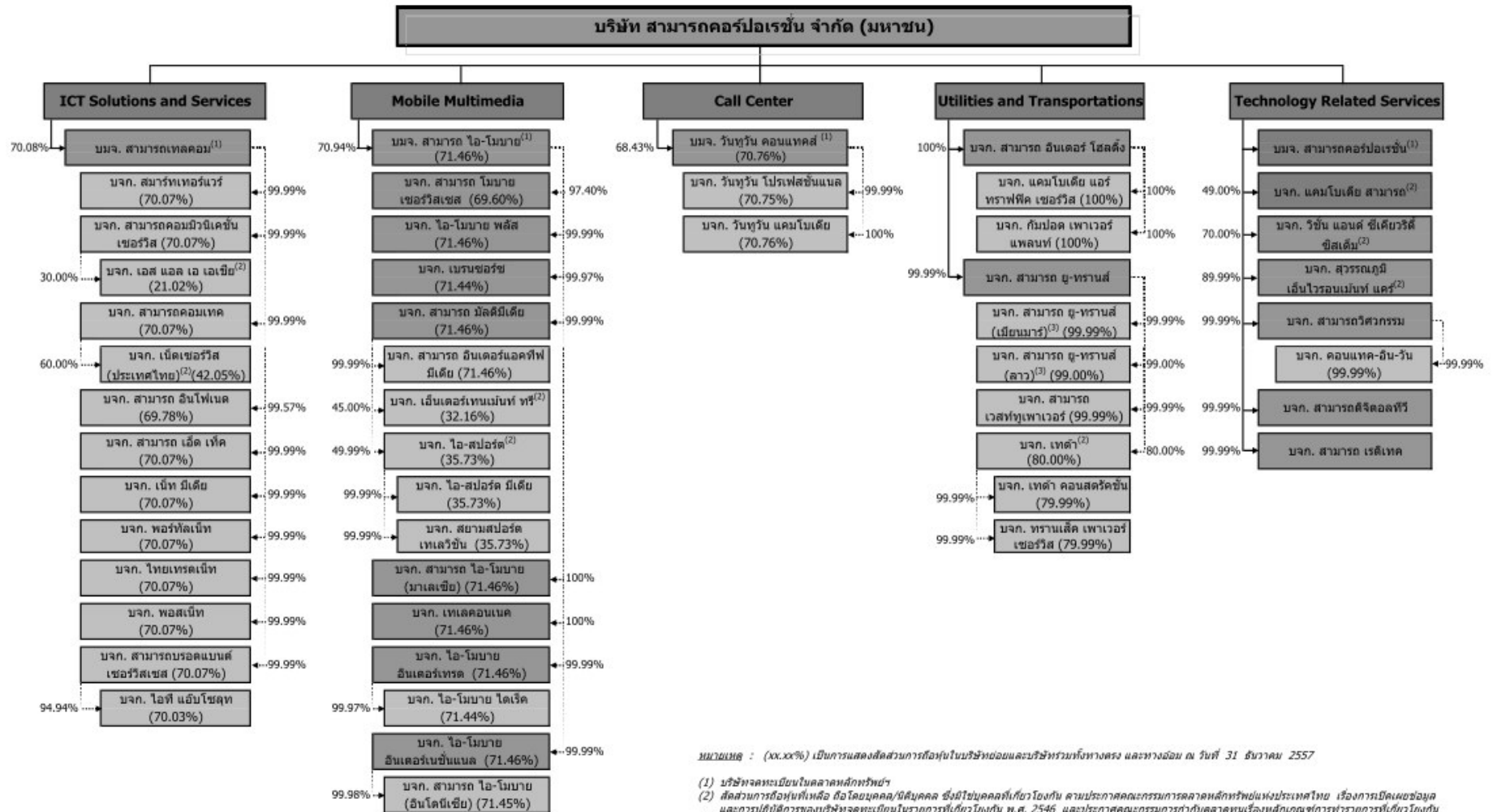
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 บริษัทฯ มีทุนจดทะเบียนจำนวน 1,006,503,910 บาท และมีทุนชำระแล้วจำนวน 1,006,503,910 บาท มีโครงสร้างการถือหุ้นในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม ซึ่งแยกโครงสร้างธุรกิจออกเป็น “โครงสร้างธุรกิจ (ตามการถือหุ้น)” และ “โครงสร้างธุรกิจ (ตามการบริหารธุรกิจ)” ดังนี้

โครงสร้างธุรกิจ (ตามการบริหารธุรกิจ)



หมายเหตุ: (*) มูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557

โครงสร้างธุรกิจ (ตามการถือหุ้น)



ข้อมูลทั่วไปของบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

ลำดับ ที่	ชื่อบริษัท	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน (ล้านบาท)	หุ้นสามัญ ทั้งหมดที่ ออกจำหน่าย	หุ้นทั้งหมดที่บริษัทฯ ถือ	
					จำนวนหุ้น	ร้อยละ
1.	บมจ. สามารถ ไอ-โมบาย 99/3 หมู่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 33 ถ.แจ้ง วัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2502-6000 โทรสาร 0-2502-6900	จำหน่ายอุปกรณ์สื่อสาร และอุปกรณ์ เทคโนโลยีสารสนเทศในลักษณะค้าส่งและค้า ปลีก รวมทั้งศูนย์บริการสำหรับอุปกรณ์ ดังกล่าว	444	4,400,250,000	3,121,579,000	70.94
2.	บจก. สามารถ โมบาย เซอร์วิส 37/1 หมู่ 2 ถ.พหลโยธิน ต.คลองหนึ่ง อ.คลองหลวง จ.ปทุมธานี 12120 โทร. 0-2502-6000 โทรสาร 0-2502-6496	จัดหาและจำหน่ายอุปกรณ์สื่อสารและ อุปกรณ์เทคโนโลยีสารสนเทศในลักษณะค้าส่ง (Wholesale)	490	49,000,000	47,724,999 ⁽¹⁾	97.40
3.	บจก. สามารถ มัลติมีเดีย 99/12 หมู่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 24 ถ.แจ้ง วัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2502-6000 โทรสาร 0-2502-8136	1) ให้บริการข้อมูล ข่าวสาร และสาระความ บันเทิงผ่านเทคโนโลยีมีสายและไร้สายที่ ครบถ้วน สมบูรณ์แบบ ทั้งในรูปแบบของ เสียง (Voice) ผ่านระบบ Audiotext และ Call Center และในรูปแบบข้อความ หรือ ภาพ (Non Voice) 2) เป็นผู้ผลิต และพัฒนาข้อมูล ข่าวสาร และ สาระความบันเทิง	200	2,000,000	1,999,997 ⁽¹⁾	99.99
4.	บจก. สามารถ อินเตอร์แอคทีฟ มีเดีย 99/12 หมู่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 24 ถ.แจ้ง วัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2502-6000 โทรสาร 0-2502-8136	ให้บริการดูดวงสดแบบตัวต่อตัวที่ร้าน HoroWorld และผ่านทางเว็บไซต์ จำหน่าย ผลิตภัณฑ์และให้ บริการด้านการเรียนการ สอนเกี่ยวกับโหราศาสตร์ และการพยากรณ์	160	16,000,000	15,999,997 ⁽²⁾	99.99
5.	บจก. ไอ-สปอร์ต 99/12 หมู่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 24 ถ.แจ้ง วัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2502-6000 โทรสาร 0-2502-8136	ให้บริการข้อมูลข่าวสารด้านกีฬาผ่านสื่อ สมัยใหม่ในรูปแบบ Interactive Multimedia เพิ่ม รูปแบบ ทั้งในและต่างประเทศ และให้บริการ ช่องกีฬาผ่านระบบเคเบิลทีวี	120	12,000,000	5,999,996 ⁽²⁾	49.99
6.	บจก. ไอ-โมบาย อินเตอร์เนชั่นแนล 99/3 หมู่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 33 ถ.แจ้ง วัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2502-6200 โทรสาร 0-2502-8532	ลงทุนในกิจการจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ พร้อมให้บริการข้อมูล และสาระบันเทิงผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่ในต่างประเทศ	200	20,000,000	19,999,997 ⁽¹⁾	99.99
7.	บจก. สามารถ ไอ-โมบาย (มาเลเซีย) 18B, Jalan Mutiara Raya, Taman Mutiara, 56000 Kuala Lumpur, Malaysia โทร. 603-9131-6403 โทรสาร 603-9133-4941	จำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ พร้อมให้บริการ ข้อมูล และ สาระ ความ บัน ทิง ผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่ และให้บริการ สื่อ Interactive Multimedia ในประเทศมาเลเซีย	5,000,000 (ริงกิตมาเลเซีย)	2,000,000	2,000,000 ⁽¹⁾	100.00

ลำดับ ที่	ชื่อบริษัท	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน (ล้านบาท)	หุ้นสามัญ ทั้งหมดที่ ออกจำหน่าย	หุ้นทั้งหมดที่บริษัทฯ ถือ	
					จำนวนหุ้น	ร้อยละ
8.	บจก. สามารต 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 พร้อมให้บริการ ข้อมูล และ สาระ ความ บั น เ ท ง ผ่ า น โทรศัพท์เคลื่อนที่ และ ให้บริการสื่อ Interactive Multimedia ในประเทศอินโดนีเซีย	6,420,000 (เหรียญ สหรัฐ)	6,420,000	6,419,000 ⁽³⁾	99.98
9.	บจก. เทเลคอนเนค 23/F, Hopewell Centre, 183 Queen's Road East, Wanchai, Hong Kong โทร. 852-2980-1888 โทรสาร 852-2956-2192	จำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ พร้อมให้บริการ ข้อมูล และ สาระ ความ บั น เ ท ง ผ่ า น โทรศัพท์เคลื่อนที่ และ ให้บริการสื่อ Interactive Multimedia ในประเทศฮ่องกง	5,000,000 (เหรียญฮ่องกง)	5,000,000	5,000,000 ⁽¹⁾	100.00
10.	บจก. ไอ-โมบาย พลัส 99/13 หมู่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 23 ถ.แจ้ง วัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2502-6200 โทรสาร 0-2502-8532	ให้บริการด้านธุรกิจโทรคมนาคม รวมทั้งเป็น ตัวแทนจำหน่ายในการให้บริการโทรคมนาคม ทุกชนิดทุกประเภท	100	10,000,000	9,999,997 ⁽¹⁾	99.99
11.	บจก. เบรินเซอร์ 99/12 หมู่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 24 ถ.แจ้ง วัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2502-6000 โทรสาร 0-2502-8136	ทำการวิจัยและพัฒนาระบบต่างๆ สำหรับ โทรศัพท์เคลื่อนที่	1	10,000	9,997 ⁽¹⁾	99.97
12.	บจก. ไอ-โมบาย อินเทอร์เน็ต 99/3 หมู่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 33 ถ.แจ้ง วัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2502-6200 โทรสาร 0-2502-8532	จำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ พร้อมให้บริการ ข้อมูล และ สาระ ความ บั น เ ท ง ผ่ า น โทรศัพท์เคลื่อนที่และผลิตภัณฑ์ของบริษัท เพื่อการส่งออก	5	500,000	499,997 ⁽¹⁾	99.99
13.	บจก. เอ็นเตอร์เทนเมนท์ ทรี 99/12 หมู่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 24 ถ.แจ้ง วัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2502-6103 โทรสาร 0-2502-6361	เป็นผู้ผลิต จำหน่าย และให้บริการข้อมูล ทางด้านบันเทิง สื่อสิ่งพิมพ์ ในรูปแบบต่างๆ ผ่านทางโทรทัศน์ โทรศัพท์ ระบบ อินเทอร์เน็ต ระบบดาวเทียม และ ระบบสื่อสารต่างๆ ทั้งภายใน ประเทศและ ต่างประเทศ การติดตั้งอุปกรณ์และเครือข่าย รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกแบบครบวงจร และบริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง	5	500,000	225,000 ⁽²⁾	45.00
14.	บจก. ไอ-สปอร์ต มีเดีย 99/12 หมู่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 24 ถ.แจ้ง วัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2502-6000 โทรสาร 0-2502-8136	ดำเนินธุรกิจด้านการจัดการสิทธิประโยชน์ เกี่ยวกับธุรกิจกีฬาต่างๆ ทั้งในด้านการจัด แข่งขัน การถ่ายทอด การจัดกิจกรรมอื่นๆ รวมทั้งการจัดการผลประโยชน์ของนักกีฬา	1	100,000	99,997 ⁽⁴⁾	99.99

ลำดับ ที่	ชื่อบริษัท	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน (ล้านบาท)	หุ้นสามัญ ทั้งหมดที่ ออกจำหน่าย	หุ้นทั้งหมดที่บริษัทฯ ถือ	
					จำนวนหุ้น	ร้อยละ
15.	บจก. ไอ-โมบาย ไคเรค 99/3 หมู่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 33 ถ.แจ้ง วัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2502-6000 โทรสาร 0-2502-6900	จัดหาและจำหน่ายอุปกรณ์สื่อสารและอุปกรณ์ เทคโนโลยีสารสนเทศในลักษณะขายตรง (Direct Sale)	0.6	6,000	5,998 ⁽⁵⁾	99.97
16.	บจก. สยามสปอร์ต เทเลวิชั่น 66/26 ถ.รามอินทรา แขวงนวลจันทร์ เขตบึงกุ่ม กรุงเทพฯ 10230 โทร. 0-2502-6000 โทรสาร 0-2502-8136	เจ้าของรายการโทรทัศน์ทางช่องทีวีดิจิตอล เจ้าของช่องกีฬา 3 ช่องบนระบบทรูวิชั่น รับจ้างผลิตรายการ รับถ่ายทอดสด และบันทึก เทปการแข่งขันกีฬาต่างๆ	60	6,000,000	5,999,994 ⁽⁴⁾	99.99
17.	บมจ. สามารถเทลคอม 99/7 หมู่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 29 ถ.แจ้ง วัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2502-6610 โทรสาร 0-2502-6648	1) ให้บริการเช่าระบบสื่อสารผ่านดาวเทียม ความเร็วสูง iPSTAR และ VSAT 2) ให้บริการเช่าเครือข่ายสื่อสารข้อมูลความเร็ว สูง หลายสื่อ 3) ขายและให้บริการติดตั้งระบบไอทีและ ระบบ สื่อสาร	738	618,000,000	433,064,590	70.08
18.	บจก. สามารถคอมมิวนิเคชั่น เซอร์วิส 99/7 หมู่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 29 ถ.แจ้ง วัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2502-6610 โทรสาร 0-2502-6648	บริการด้านเครือข่ายและสื่อสารโทรคมนาคม ซึ่งประกอบด้วยการจัดหา การดำเนินการ การ ซ่อมบำรุง และการซ่อมอุปกรณ์สื่อสาร โทรคมนาคม	500	5,000,000	4,999,994 ⁽⁶⁾	99.99
19.	บจก. สามารถคอมเทค 99/2 หมู่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 34 ถ.แจ้ง วัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2502-6610 โทรสาร 0-2502-6648	ออกแบบและติดตั้งระบบสารสนเทศและ สื่อสารโทรคมนาคม	225	2,250,000	2,249,995 ⁽⁶⁾	99.99
20.	บจก. สามารถบรอดแบนด์ เซอร์วิสเชส 99/7 หมู่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 29 ถ.แจ้ง วัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2502-6610 โทรสาร 0-2502-6648	ให้บริการข้อมูลผ่านข่ายสายท้องถิ่นความเร็ว สูง	55.25	5,525,000	5,524,997 ⁽⁶⁾	99.99
21.	บจก. ไทยเทรคเน็ท 99/27 หมู่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 8 ถ.แจ้ง วัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2502-6610 โทรสาร 0-2502-6648	ให้บริการแลกเปลี่ยนข้อมูลทางการค้าใน รูปแบบมาตรฐานทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Data Interchange : EDI) และ บริการเสริมครบวงจร	53	5,300,000	5,299,993 ⁽⁶⁾	99.99

ลำดับ ที่	ชื่อบริษัท	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน (ล้านบาท)	หุ้นสามัญ ทั้งหมดที่ ออกจำหน่าย	หุ้นทั้งหมดที่บริษัทฯ ถือ	
					จำนวนหุ้น	ร้อยละ
22.	บจก. พอสเนท 99/4 หมู่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 32 ถ.แจ้ง วัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2502-6610 โทรสาร 0-2502-6648	ให้คำปรึกษา ติดตั้ง บริการระบบชำระเงิน ผ่านเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์ และบริการ จัดหาและพัฒนา Smart Card ครบวงจร	72	7,200,000	7,199,993 ⁽⁶⁾	99.99
23.	บจก. สามารถ เอ็ด เทค 99/29 หมู่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 6 ถ.แจ้ง วัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2502-6610 โทรสาร 0-2502-6648	บริการให้เช่า และพัฒนาระบบบริหารจัดการ การเรียนรู้การสอน (Learning Management System) และเทคโนโลยีด้านการศึกษาแบบ ครบวงจร	20	200,000	199,997 ⁽⁶⁾	99.99
24.	บจก. สามารถ อินโฟเนต 99/12 หมู่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 24 ถ.แจ้ง วัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2502-6610 โทรสาร 0-2502-6648	ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงด้วย เทคโนโลยีต่างๆ ได้แก่ ADSL, MPLS, Leased Line และ Gigabit Internet	62	6,200,000	6,173,594 ⁽⁶⁾	99.57
25.	บจก. สมาร์ทเทอร์แวร์ 99/25 หมู่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 10 ถ.แจ้ง วัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2502-6610 โทรสาร 0-2502-6648	ดำเนินธุรกิจด้านการผลิต การบริการ และเป็น ที่ปรึกษา ให้บริการรับจ้างพัฒนาซอฟต์แวร์ ระบบงานแบบเบ็ดเสร็จ ให้บริการเฉพาะทาง ในด้านวิศวกรรมซอฟต์แวร์แบบครบวงจร	10	100,000	99,993 ⁽⁶⁾	99.99
26.	บจก. เน็ท มีเดีย 99/2 หมู่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 34 ถ.แจ้ง วัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2502-6610 โทรสาร 0-2502-6648	ให้บริการการบีบอัดสัญญาณโทรทัศน์ และ ส่งสัญญาณโทรทัศน์ผ่านเครือข่ายและขึ้นสู่ ดาวเทียม	10.32	103,200	103,198 ⁽⁶⁾	99.99
27.	บจก. ไอที แอ็บโซลูท 119 ถ.มเหล็ก แขวงสุริยวงส์ เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500 โทร. 0-2502-6610 โทรสาร 0-2502-6648	จัดหาและจำหน่ายอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์และ อุปกรณ์เทคโนโลยีต่างๆ	225	22,500,001	22,485,593 ⁽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	ให้บริการด้านการออกแบบและรับเหมาวาง ระบบบริหารจัดการทรัพยากรองค์กรของ หน่วยงาน (Enterprise Resource Planning)	3,370	33,700,000	33,699,990 ⁽⁶⁾	99.99

ลำดับ ที่	ชื่อบริษัท	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน (ล้านบาท)	หุ้นสามัญ ทั้งหมดที่ ออกจำหน่าย	หุ้นทั้งหมดที่บริษัทฯ ถือ	
					จำนวนหุ้น	ร้อยละ
29.	บจก. เน็ตเซอร์วิส (ประเทศไทย) 62 อาคารนิยะ ชั้น 10 ถ.สีลม แขวงสุริยวงศ์ เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500 โทร. 0-2632-9396-9 โทรสาร 0-2632-9395	ให้บริการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ รวมถึงการออกแบบและพัฒนาซอฟต์แวร์ที่ เกี่ยวข้องสำหรับภาครัฐและเอกชน	20	2,000,000	1,199,999 ⁽⁷⁾	60.00
30.	บจก. เอส แอล เอ เอเชีย 99/2 หมู่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 34 ถ.แจ้ง วัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2502-6610 โทรสาร 0-2502-6648	ให้บริการรับเหมาติดตั้งงานด้านเครือข่าย สื่อสารโทรคมนาคม และงานด้านระบบ สารสนเทศ รวมถึงการซื้อขาย และการ บำรุงรักษาอุปกรณ์ระบบที่เกี่ยวข้องทุกชนิด ในกลุ่มประเทศ CLMV ประกอบด้วย ประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้คือ กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ และเวียดนาม	30	300,000	90,000 ⁽⁹⁾	30.00
31.	บมจ. วันทูวัน คอนแทคส์ 99/19 หมู่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 17 ถ.แจ้ง วัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2685-0000 โทรสาร 0-2685-0050	ธุรกิจด้านการบริการศูนย์บริการลูกค้า ครบ วงจร (Total Customer Management Solutions) ในรูปแบบการติดตั้งระบบการ บริหารจัดการศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ จัดหาและ บริหารเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ให้แก่หน่วยงาน ทั้งภาครัฐและเอกชน	280	280,000,000	191,600,000 4,200,000 ⁽⁷⁾ 2,100,000 ⁽⁶⁾ 2,100,000 ⁽¹¹⁾	68.43 1.50 0.75 0.75
32.	บจก. วันทูวัน (แคมโบเดีย) 18-E4, 4 th 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 ครบ วงจร (Total Customer Management Solutions) ในรูปแบบการติดตั้งระบบการ บริหารจัดการศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ จัดหาและ บริหารเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการในประเทศ กัมพูชา	5,000 (เหรียญ สหรัฐ)	1,000	1,000 ⁽¹⁰⁾	100
33.	บจก. วันทูวัน โปรเฟสชั่นแนล 126/92-95 อาคารชุด ซี.เอ็ม. ทาวเวอร์ ชั้น 24 ถ.กรุง ธนบุรี แขวงบางลำภูล่าง เขตคลองสาน กรุงเทพฯ 10600 โทร. 0-2685-0059 โทรสาร 0-2685-0050	ให้บริการรับเป็นที่ปรึกษา ให้คำแนะนำ เกี่ยวกับการบริหารงานบุคคล และบริการ ด้านการจัดหาบุคลากรด้านบริการลูกค้า สัมพันธ์โดยเฉพาะ	1	100,000	99,997 ⁽¹⁰⁾	99.99
34.	บจก. แคมโบเดียแอร์ ทราฟฟิค เซอร์วิส CATS Building, Opposite Phnom Penh International Airport, Russian Federation Blvd, Sangkat Kakab, Khan Posen Chey, Phnom Penh, Kingdom of Cambodia โทร. 855-23-866294 โทรสาร 855-23-890214	จัดตั้งระบบและให้บริการควบคุมการจราจร ทางอากาศในประเทศกัมพูชา	2,500,000 (เหรียญสหรัฐ)	250,000	250,000 ⁽¹²⁾	100.00

ลำดับ ที่	ชื่อบริษัท	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน (ล้านบาท)	หุ้นสามัญ ทั้งหมดที่ ออกจำหน่าย	หุ้นทั้งหมดที่บริษัทฯ ถือ	
					จำนวนหุ้น	ร้อยละ
35.	บจก. กัมปอต เพาเวอร์ แพลนท์ CATS Building, Opposite Phnom Penh International Airport, Russian Federation Blvd, Sangkat Kakab, Khan Posen Chey, Phnom Penh, Kingdom of Cambodia โทร. 855-23-866294 โทรสาร 855-23-890214	ผลิตและจำหน่ายกระแสไฟฟ้าแก่โรงงานกัมปอตซีเมนต์ ซึ่งเป็น โรงงานผลิตปูนซีเมนต์คุณภาพสูงในเครือซีเมนต์ไทย ที่ประเทศกัมพูชา	5,000,000 (เหรียญสหรัฐ)	500,000	500,000 ⁽¹²⁾	100.00
36.	บจก. แคมโบเดีย สามารถ CATS Building, Opposite Phnom Penh International Airport, Russian Federation Blvd., Sangkat Kakab, Khan Posen Chey, Phnom Penh, Kingdom of Cambodia โทร. 855-23-866294 โทรสาร 855-23-890214	ให้เช่าที่ดิน	50,000,000 (เรียล)	100	49	49.00
37.	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
38.	บจก. สุวรรณภูมิ เอ็นไวรอนเมนต์ แคร่ * 99/2 หมู่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 34 ถ.แจ้งวัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2134-3556 โทรสาร 0-2134-3558	บริหารจัดการขยะในพื้นที่บริเวณท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ในลักษณะครบวงจรตั้งแต่การก่อสร้าง จัดหาระบบอุปกรณ์ พัฒนาระบบการจัดการขยะ การเก็บขน การคัดแยก และการกำจัดขยะ	50	5,000,000	4,499,994	89.99
39.	บจก. วิชั่น แอนด์ ซิเคียวตี้ ซิสเต็ม 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
40.	บจก. สามารถวิศวกรรม 59 หมู่ 2 ถ.พหลโยธิน ต.คลองหนึ่ง อ.คลองหลวง จ.ปทุมธานี 12120 โทร. 0-2516-8711 โทรสาร 0-2516-4581	ผลิตและจำหน่ายเสาอากาศวิทยุ โทรทัศน์ และงานรับสัญญาณดาวเทียมชนิดทีบีและโปร่ง รวมทั้งให้บริการระบบสื่อสารสัญญาณภาพและเสียงครบวงจร	250	2,500,000	2,499,994	99.99
41.	บจก. คอนแทค-อิน-วัน 99/3 หมู่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 33 ถ.แจ้งวัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2516-8711 โทรสาร 0-2516-4581	โรงเรียนอบรมการติดตั้งงานรับสัญญาณดาวเทียม	1	100,000	99,993 ⁽¹¹⁾	99.99

ลำดับ ที่	ชื่อบริษัท	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน (ล้านบาท)	หุ้นสามัญ ทั้งหมดที่ ออกจำหน่าย	หุ้นทั้งหมดที่บริษัทฯ ถือ	
					จำนวนหุ้น	ร้อยละ
42.	บจก. สามารต อินเตอร์ โฮลดิ้ง Level 54 Hopewell Centre, 183 Queen's Road East, Hong Kong โทร. 852-2980-1600 โทรสาร 852-2956-2192	เป็นบริษัทโฮลดิ้ง สำหรับการลงทุนในธุรกิจ สาธารณูปโภคในภูมิภาคอินโดจีน	20,000,000 (เหรียญ สหรัฐ)	20,000,000	20,000,000	100
43.	บจก. สามารต เบริเทค 99/2 หมู่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 34 ถ.แจ้ง วัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2502-6278 โทรสาร 0-2502-6584	ดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีทาง รังสี อาทิ การขายเครื่องมือวัดรังสีและ ให้บริการตรวจวัดรังสี และการบริหาร จัดการโครงการด้านเทคโนโลยีรังสี	80	8,000,000	7,999,993	99.99
44.	บจก. สามารตดิจิทัลทีวี 99/2 หมู่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 34 ถ.แจ้ง วัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2502-6100 โทรสาร 0-2502-6174	ให้บริการระบบโครงข่ายสื่อสัญญาณ ข้อมูลภาพและเสียง	1	100,000	99,997	99.99
45.	บจก. เทต้า 99/2 หมู่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 34 ถ.แจ้ง วัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2502-6000 โทรสาร 0-2502-6904	ทำธุรกิจรับเหมาก่อสร้างสถานีไฟฟ้า และ ระบบสายส่งไฟฟ้าแรงสูงแบบครบวงจร ตั้งแต่ ออกแบบ จัดหาอุปกรณ์ ก่อสร้าง ทดสอบ และบำรุงรักษา	407.5	40,750,000	32,600,000 ⁽¹³⁾	80.00
46.	บจก. เทต้า คอนสตรัคชั่น 60, 62, 64, 66 ซอยเจริญสนิทวงศ์ 83/1 ถ.เจริญสนิท วงศ์ แขวงบางอ้อ เขตบางพลัด กรุงเทพฯ 10700 โทร. 0-2502-6000 โทรสาร 0-2502-6904	ทำธุรกิจรับเหมาก่อสร้างโยธา เพื่อการก่อสร้าง สถานีไฟฟ้า และระบบสายส่งไฟฟ้าแรงสูง โดยรวมงานออกแบบทางวิศวกรรมโยธา ด้วย	4	40,000	39,994 ⁽¹⁴⁾	99.99
47.	บจก. ทรานส์เล็ค เพาเวอร์ เซอร์วิส 99/2 หมู่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 34 ถ.แจ้ง วัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2502-6000 โทรสาร 0-2502-6904	ทำธุรกิจรับเหมาก่อสร้างอุปกรณ์สถานีไฟฟ้า โดยออกแบบ ติดตั้งและทดสอบอุปกรณ์ ไฟฟ้า ตลอดจนการบำรุงรักษา	15	150,000	149,998 ⁽¹⁴⁾	99.99
48.	บจก. สามารต เวสต์ทิวพาเวอร์ 99/2 หมู่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 34 ถ.แจ้ง วัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2502-6000 โทรสาร 0-2502-6176	ดำเนินการบริหารจัดการ การกำจัดขยะมูล ฝอยให้กับหน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่น โดยทำการคัดแยกขยะ ทำการผลิตเชื้อเพลิง ขยะ (RDF) ทำการผลิตไฟฟ้าโดยใช้เชื้อเพลิง ขยะ ทำการบริหารจัดการขยะที่สามารถนำ กลับมาใช้ใหม่ได้ (Recycle) และบริหาร จัดการขยะในส่วนที่เหลือโดยวิธีฝังกลบ หรือวิธีอื่นๆ และธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง	50	5,000,000	4,999,800 ⁽¹³⁾	99.99

ลำดับ ที่	ชื่อบริษัท	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน (ล้านบาท)	หุ้นสามัญ ทั้งหมดที่ ออกจำหน่าย	หุ้นทั้งหมดที่บริษัทฯ ถือ	
					จำนวนหุ้น	ร้อยละ
49.	บจก. สามารถ ยู-ทรานส์ (เมียนมาร์) ** Room 117, Inya Lake Hotel, 37 Kaba Aye Pagoda Road, Mayangone Township, Yanggon, Myanmar โทร. (951) 657-792, 650-740 โทรสาร (951) 650-466	ให้บริการและคำแนะนำต่างๆ ที่เกี่ยวกับ การค้าในประเทศเมียนมาร์ รวมถึงการ ดำเนินการทั่วไปอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด	50,000 (เหรียญ สหรัฐ)	50,000	49,995 ⁽¹³⁾	99.99
50.	บจก. สามารถ ยู-ทรานส์ (ลาว) ** 33 Lane Xang Ave., Ban Hatsady, Chanthabuly District, Lao PDR โทร. 856 (21) 222 732 โทรสาร 8569 (21) 222 732	ให้บริการเขียนโปรแกรมการเรียกและรับ ชำระเงิน ออกแบบเว็บไซต์ บำรุงรักษา ฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์เทคโนโลยีสารสนเทศ ซ่อมแซม ติดตั้ง พัฒนาโปรแกรมและ เว็บไซต์ซึ่งเกี่ยวข้องกับระบบเทคโนโลยี สารสนเทศ (เรียกรวมกันว่า “ระบบไอที”)	1,000,000,000 (ก๊ป)	100,000	99,000 ⁽¹³⁾	99.00

หมายเหตุ

- | | |
|--|---|
| (1) ถือหุ้นโดย บมจ. สามารถ ไอ-โมบาย | (8) ถือหุ้นโดย บจก. สามารถบรอดแบนด์ เซอร์วิสเชส |
| (2) ถือหุ้นโดย บจก. สามารถ มัลติมีเดีย | (9) ถือหุ้นโดย บจก. สามารถคอมมิวนิเคชั่น เซอร์วิส |
| (3) ถือหุ้นโดย บจก. ไอ-โมบาย อินเทอร์เน็ตชั่นแนล | (10) ถือหุ้นโดย บมจ. วันทูวัน คอนแทคส์ |
| (4) ถือหุ้นโดย บจก. ไอ-สปอร์ต | (11) ถือหุ้นโดย บจก. สามารถวิศวกรรม |
| (5) ถือหุ้นโดย บจก. ไอ-โมบาย อินเทอร์เน็ต | (12) ถือหุ้นโดย บจก. สามารถ อินเทอร์เน็ต โฮสติ้ง |
| (6) ถือหุ้นโดย บมจ. สามารถเทลคอม | (13) ถือหุ้นโดย บจก. สามารถ ยู-ทรานส์ |
| (7) ถือหุ้นโดย บจก. สามารถคอมเทค | (14) ถือหุ้นโดย บจก. เทต้า |
- * อยู่ระหว่างการโอนธุรกิจให้กับบจก. สุวรรณภูมิ เอ็นไวรอนเมนต์ เซอร์วิส ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่จัดตั้งขึ้นใหม่ตามคุณสมบัติเดิมของ
บจก. สุวรรณภูมิ เอ็นไวรอนเมนต์ แคร์ (ปัญหาด้านเทคนิค)
- ** อยู่ระหว่างดำเนินการจดทะเบียนจัดตั้งบริษัท

นอกจากนั้นเนื่องจาก บริษัทฯ มีลักษณะเป็นบริษัท Holding Company มีการลงทุนหลักในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมของบริษัทฯ ซึ่งการดำเนินธุรกิจของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมทุกบริษัทดังกล่าวถือเป็นธุรกิจหลัก โดยมีขนาดของบริษัทฯ ที่ประกอบธุรกิจหลักตามหลักเกณฑ์ของประกาศสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ที่ สจ. 20/2555 เรื่องการพิจารณาขนาดของบริษัทในส่วนที่เกี่ยวกับการอนุญาตให้บริษัทที่ประกอบธุรกิจโดยการถือหุ้นในบริษัทอื่น (holding company) เสนอขายหุ้นที่ออกใหม่ ซึ่งสรุปได้ดังนี้

1. มีขนาดของบริษัทย่อยที่ประกอบธุรกิจหลักคิดเป็นร้อยละ 98.45 ของขนาดบริษัทจดทะเบียน ซึ่งเป็นไปตามที่ประกาศดังกล่าวกำหนด โดยกำหนดไว้ที่ไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 ของขนาดบริษัทจดทะเบียน
2. มีขนาดของบริษัทที่ประกอบธุรกิจหลักทุกบริษัทรวมกัน เมื่อเปรียบเทียบกับขนาดของบริษัทจดทะเบียนมีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 98.47 ของขนาดของบริษัทจดทะเบียน ซึ่งประกาศดังกล่าวกำหนดไว้ที่ไม่น้อยกว่าร้อยละ 75 ของขนาดของบริษัทจดทะเบียน

ทั้งนี้ บริษัทหลักดังกล่าว มีขนาดต่างกัน หากพิจารณาความมีนัยสำคัญของธุรกิจ โดยบริษัทย่อยและบริษัทร่วม ที่มีรายได้ตั้งแต่ร้อยละ 10 ของรายได้รวมของกลุ่มบริษัทมีจำนวนเพียง 1 บริษัท คือ บริษัท สามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) อย่างไรก็ตาม บริษัท สามารถเทลคอม จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และประกอบธุรกิจหลักของบริษัทฯ บริษัทฯ จึงได้เปิดเผยข้อมูลของบริษัทดังกล่าวเพิ่มเติม โดยสามารถดูรายละเอียดลักษณะธุรกิจ สัดส่วนการถือหุ้น และโครงสร้างรายได้ของบริษัทดังกล่าวภายใต้หัวข้อเรื่อง “ข้อมูลทั่วไปของบริษัทย่อยและบริษัทร่วม หน้า 9 โครงสร้างธุรกิจ หน้า 7 และโครงสร้างรายได้จากการขายและบริการ หน้า 51”

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

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

บริษัท สามารถคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจ โดยแบ่งกลุ่มธุรกิจออกเป็น 5 สายธุรกิจดังนี้

ลำดับ	กลุ่มธุรกิจ	ลักษณะธุรกิจ ^(*)	สัดส่วนรายได้ ^(**) ปี 2557
1	สายธุรกิจ ICT Solutions and Services	ดำเนินธุรกิจให้บริการด้านระบบสารสนเทศผ่านโครงข่ายสื่อสารโทรคมนาคมต่างๆ รวมทั้งบริการให้คำปรึกษา รับเหมา ออกแบบติดตั้ง บริหารจัดการ และบำรุงรักษาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารครบวงจรแบบบูรณาการ (Total Solutions and Services) ให้แก่องค์กรภาครัฐและเอกชน	27.3%
2	สายธุรกิจ Mobile Multimedia	ดำเนินธุรกิจครบวงจรด้านการจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ และสื่ออินเทอร์เน็ตเอ็กทิฟต่างๆ รวมถึงการให้บริการข้อมูล ข่าวสาร และสาระความบันเทิง (Contents) ผ่านสื่อที่ทันสมัย พร้อมอุปกรณ์สื่อสารและอุปกรณ์มัลติมีเดียต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศ ทั้งยังเป็นผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เสมือนอีกด้วย	51.7%
3	สายธุรกิจ Call Center	ธุรกิจด้านการบริการศูนย์บริการลูกค้า ครบวงจร (Total Customer Management Solutions) ในรูปแบบการติดตั้งระบบการบริหารจัดการศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ จัดหาและบริหารเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ให้แก่หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน	2.8%
4	สายธุรกิจ Utilities and Transportations	ดำเนินธุรกิจการให้บริการควบคุมการจราจรทางอากาศ และธุรกิจผลิตและจำหน่ายกระแสไฟฟ้าแก่โรงงานกัมปอดชีเมนต์ ในประเทศกัมพูชา รวมถึงธุรกิจการให้บริการด้านการออกแบบ ก่อสร้างและติดตั้งงานวิศวกรรมไฟฟ้าครบวงจร	10.2%
5	สายธุรกิจ Technology Related Services	ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายอุปกรณ์รับสัญญาณโทรทัศน์และจานรับสัญญาณดาวเทียม ธุรกิจการจำหน่ายรับเหมาติดตั้งและซ่อมบำรุงระบบรักษาความปลอดภัยและระบบสื่อสารด้านภาพและเสียง ทั้งระบบที่มีสายและไร้สาย รวมทั้งธุรกิจการให้บริการบริหารจัดการขยะในพื้นที่บริเวณท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ	8%

หมายเหตุ : ^(*) รายละเอียดเพิ่มเติมสามารถดูได้จากแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) ของบริษัทฯ ที่แสดงไว้บนเว็บไซต์ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (www.sec.or.th) หรือเว็บไซต์ของบริษัทฯ (www.samartcorp.com)

^(**) มีสัดส่วนรายได้คิดเป็น สัดส่วนของรายได้รวมจากการขายและบริการของบริษัทฯ ในปี 2557

บริษัทฯ มีรายได้จากการขายและบริการใน ปี 2557 เท่ากับ 23,880 ล้านบาท ประกอบด้วยกำไรขั้นต้น 5,227 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 21.89 ของยอดขาย โดยมีค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารเท่ากับ 2,762 ล้านบาท หรือเท่ากับร้อยละ 11.42 ของรายได้ทั้งหมด และมีค่าใช้จ่ายทางการเงิน 452 ล้านบาท ขณะที่ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้เท่ากับ 305 ล้านบาท โดยในปี 2557 บริษัทฯ มีกำไรสุทธิ 1,484 ล้านบาท

สายธุรกิจ ICT Solutions and Services สามารถสร้างรายได้ให้กับบริษัทฯ คิดเป็นร้อยละ 27.3 ในขณะที่สายธุรกิจ Mobile Multimedia มีรายได้ร้อยละ 51.7 สายธุรกิจ Call Center มีรายได้เท่ากับร้อยละ 2.8 สายธุรกิจ Utilities and Transportations มีรายได้ ร้อยละ 10.2 และสายธุรกิจ Technology Related Services มีรายได้ร้อยละ 8

โดยมีรายละเอียดการประกอบธุรกิจของแต่ละสายธุรกิจดังนี้

2.1 สายธุรกิจ ICT Solutions and Services

ดำเนินธุรกิจบริการด้านระบบสารสนเทศผ่านโครงข่ายสื่อสารโทรคมนาคมต่างๆ รวมทั้งบริการให้คำปรึกษา รับเหมา ออกแบบติดตั้ง บริหารจัดการ และ บำรุงรักษา ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ครบวงจรแบบบูรณาการ (Total Solutions & Services) ให้บริการระบบแก่หน่วยงานเอกชนขนาดใหญ่ รัฐวิสาหกิจ หน่วยงานราชการ โดยในปี 2557 สายธุรกิจนี้มีรายได้รวม 6,523.5 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 27.3 ของรายได้รวมของกลุ่มบริษัท สายธุรกิจนี้ประกอบด้วย บริษัทย่อย 14 บริษัท ดังนี้ บริษัท สามารถเทลคอม จำกัด (มหาชน) บริษัท สามารถคอมมิวนิเคชั่น เซอร์วิส จำกัด บริษัท สามารถคอมเทค จำกัด บริษัท สามารถบรอดแบนด์ เซอร์วิสเชส จำกัด บริษัท ไทยเทรคเน็ท จำกัด บริษัท พอสเน็ท จำกัด บริษัท สามารถ อินโฟเนต จำกัด บริษัท สมาร์ทเทอร์แวร์ จำกัด บริษัท สามารถ เอ็ด เท็ค จำกัด บริษัท เน็ท มีเดีย จำกัด บริษัท พอร์ทัลเน็ท จำกัด บริษัท ไอที แอ็บโซลูท จำกัด บริษัท เน็ตเซอร์วิส (ประเทศไทย) จำกัด และบริษัท เอส แอล เอ เอเชีย จำกัด

ก) ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

สายธุรกิจสารสนเทศและสื่อสารโทรคมนาคม ได้แบ่งลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการออกเป็น 5 กลุ่มบริการ ดังนี้

1. ธุรกิจบริการเครือข่ายสื่อสาร (Network Services)

ให้บริการระบบสื่อสารความเร็วสูงผ่านดาวเทียม iPSTAR และ VSAT ดำเนินการโดยบริษัท สามารถเทลคอม จำกัด (มหาชน) (“SAMTEL”) ซึ่งเป็นบริษัทเอกชนรายแรกที่ให้บริการการสื่อสารข้อมูลภาพและเสียงผ่านดาวเทียม โดยได้รับสัมปทานจากกรมไปรษณีย์โทรเลข ตั้งแต่ปี 2538 ซึ่งปัจจุบันเปลี่ยนเป็นใบอนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) เรียบร้อยแล้ว โดยมีโครงการสำคัญที่ผ่านมา ได้แก่ โครงการอินเทอร์เน็ตโรงเรียน (School Net) เป็นการติดตั้งและให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงผ่านดาวเทียม (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 ซึ่งได้มีติดตั้งระบบโครงข่ายใน 35 ชุมสายโทรศัพท์ ที่สามารถรองรับพื้นที่การให้บริการได้ครอบคลุมประมาณร้อยละ 80 ของกรุงเทพฯ เพื่อให้บริการสื่อสารข้อมูลความเร็วสูงที่สามารถรองรับความต้องการใช้งานธุรกิจที่หลากหลาย นอกจากนั้นยังให้บริการประชุมทางไกลผ่านจอภาพ บริการระบบสื่อสารภายในองค์กร และบริการกระจายสัญญาณวิทยุโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม (Digital Broadcasting) ตลอดจนให้คำปรึกษาออกแบบ ติดตั้ง บำรุงรักษา และบริหารระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อสารโทรคมนาคมที่มีความเหมาะสมกับความต้องการในการใช้งานของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด รวมถึงการให้บริการซ่อมอุปกรณ์เครือข่ายที่ได้รับมาตรฐาน ISO 9000:2008 โดยมีศูนย์บริการกระจายอยู่ทั่วประเทศจำนวน 38 แห่งซึ่งดำเนินการโดย บริษัท สามารถเทลคอม จำกัด (มหาชน) และบริษัท สามารถคอมมิวนิเคชั่น เซอร์วิส จำกัด

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

โครงการที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

สำหรับงานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ จากการให้เข้าช่องสัญญาณดาวเทียมและบริการส่งสัญญาณความเร็วสูง รวมถึงโครงการระบบวิทยุสื่อสารสำหรับลูกค้ากลุ่มปิโตรเลียมและปิโตรเคมี มีมูลค่างานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 รวม 60.61 ล้านบาท และโครงการสัญญาจ้างโครงการสร้างโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ยุคที่ 3 (3G) กับบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 งานมีความคืบหน้า 99.44% มีมูลค่างานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ 60.31 ล้านบาท นอกจากนี้ โครงการติดตั้งและเชื่อมโยงระบบ DWDM โครงการวางระบบ Optical Fiber การติดตั้งอุปกรณ์ชุมสาย Multi Service Access Node (MSAN) รวมถึงการปรับปรุงวงจรสื่อสารสัญญาณระหว่างประเทศ (IIG) มีมูลค่างานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 รวม 356.88 ล้านบาท

2. ธุรกิจบริการรับเหมาออกแบบติดตั้งระบบ (System Integration)

ธุรกิจการให้บริการรับเหมา ออกแบบ ติดตั้งระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร และการจัดจำหน่าย/ซ่อมบำรุงอุปกรณ์สื่อสาร/ระบบคอมพิวเตอร์ และระบบสื่อสารทั้งภาพและเสียง กับหน่วยงานราชการ ให้บริการแบบครบวงจร (Turnkey Project) ตลอดจนถึงการให้บริการหลังการขาย โดยผลิตภัณฑ์ที่ทางบริษัท สามารถคอมเทค จำกัด (“SCT”) จัดจำหน่ายจะเป็นผลิตภัณฑ์และบริการทางด้านสื่อสารโทรคมนาคม และเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นหลัก ดำเนินการโดย SCT

SCT ได้พัฒนาการทำงานต่อเนื่องเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลขององค์กรในด้านการขาย (Sales) ทีมงานวิศวกรรมทั้งด้านการออกแบบระบบและด้านการพัฒนาซอฟต์แวร์ (Engineering & Software Development) รวมทั้งทีมงานการติดตั้งและการบริการหลังการขาย (Implementation & Services) เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจในปัจจุบัน รวมทั้งยังรักษามาตรฐานการให้บริการที่สอดคล้องกับมาตรฐาน ISO 9001:2008 และมาตรฐาน CMMI Level 3 ซึ่งเป็นมาตรฐานด้านการพัฒนาระบบซอฟต์แวร์ ทำให้ระบบงานและการบริการลูกค้าดีขึ้น อันเป็นส่วนสำคัญในการแข่งขันในระยะยาว

โครงการที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 SCT มีโครงการที่ยังไม่ได้ส่งมอบ ได้แก่ โครงการนำเข้าข้อมูลที่ดินพร้อมติดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ โครงการติดตั้งเพื่อปรับปรุงเครือข่ายระบบโทรคมนาคมทหารพร้อมอุปกรณ์ประกอบ รวมถึงโครงการจ้างบำรุงรักษาและซ่อมแซมแก้ไขครุภัณฑ์คอมพิวเตอร์และซอฟต์แวร์ในโครงการระบบเครือข่ายความเร็วสูง ซึ่งโครงการเหล่านี้มีมูลค่างานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ รวม 494.93 ล้านบาท

3. ธุรกิจนวัตกรรมและเทคโนโลยีประยุกต์ (Innovation Business Application Solutions & Services)

ให้บริการซอฟต์แวร์ประยุกต์ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงให้คำปรึกษาออกแบบประยุกต์เทคโนโลยีสารสนเทศแบบบูรณาการให้กับลูกค้า ตั้งแต่เริ่มติดตั้งระบบจนเสร็จสมบูรณ์ พร้อมด้วยการบริหารระบบงานครบวงจร เช่น บริการเกตเวย์สำหรับการแลกเปลี่ยนข้อมูลธุรกรรมทางธุรกิจผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ หรือ Electronic Data Interchange (EDI) Gateway บริการแลกเปลี่ยนข้อมูลธุรกรรมทางธุรกิจผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์บนอินเทอร์เน็ต (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 เช่น ทรู รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด ซึ่งเป็นผู้ให้บริการห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ ที่จะช่วยลดค่าใช้จ่ายพร้อมยกระดับการดำเนินงานในห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งดำเนินการโดยบริษัท ไทยเทคนิทั 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 พอสเน็ต จำกัด

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

4. ธุรกิจบริการ ICT Outsourcing Services

ให้บริการดำเนินการบริหารจัดการแบบครบวงจรทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อสารโทรคมนาคมสำหรับองค์กร ตั้งแต่การรับออกแบบ ติดตั้ง ดำเนินการ ดูแลประสิทธิภาพการใช้งาน และบำรุงรักษา ซึ่งเป็นส่วนขยายของการให้บริการแบบครบวงจรของสายธุรกิจบริการเครือข่ายสื่อสารและสายธุรกิจรับเหมาออกแบบติดตั้งระบบ (System Integration) โดยสอดคล้องกับการบริหารแบบใหม่ของกลุ่มองค์กรธุรกิจต่างๆ ที่มุ่งเน้นการพัฒนาเพิ่มศักยภาพการแข่งขัน ประสิทธิภาพ ประสานกับพันธมิตรในห่วงโซ่อุปทาน สร้างบริการที่รวดเร็ว ต้นทุนต่ำ ดังนั้นกลุ่มธุรกิจทั้งภาครัฐและเอกชน จึงมีแนวโน้มที่จะพิจารณาจ้างหน่วยงานภายนอกที่มีความชำนาญมาดำเนินการทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารให้แทนการดำเนินการด้วยตนเอง เพื่อลดความยุ่งยาก และได้รับประสิทธิภาพที่คุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นกว่าการดำเนินการด้วยตนเอง ซึ่งกลุ่มบริษัทสามารถ ได้เล็งเห็นโอกาสนี้ จึงได้มีการนำเสนอบริการดำเนินการแบบครบวงจรด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อสารโทรคมนาคมในด้านต่างๆ สำหรับกลุ่มลูกค้าองค์กร ในรูปแบบ Business Process Outsourcing Services เพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการดำเนินการขององค์กรลูกค้าให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นด้วยต้นทุนที่คุ้มค่ากว่าการดำเนินการด้วยองค์กรลูกค้าเอง โดย SAMTEL เป็นบริษัทที่ดูแลงานของกลุ่มธุรกิจนี้โดยตรง ซึ่งในการดำเนินการจะมีการจัดตั้งและพัฒนาการให้บริการเฉพาะสำหรับลูกค้า โดยเปิดกว้างที่จะลงทุนร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจเพื่อให้บริการกับกลุ่มพันธมิตรโดยเฉพาะ อาทิเช่น ธุรกิจด้านโทรคมนาคม การธนาคาร และ การขนส่ง

สำหรับโครงสร้างการให้บริการในสายธุรกิจนี้แบ่งการให้บริการออกเป็น 4 บริการหลักด้วยกันได้แก่ บริการบริหารจัดการข้อมูลแบบอัตโนมัติผ่านเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ (Machine-to-Machine – M2M) บริการจัดหาและ

วางระบบโปรแกรมสำเร็จรูปครบวงจร (Application Software Package Service) บริการพัฒนาระบบโปรแกรมตามความต้องการของลูกค้า (Application Software Development Service) และบริการบริหารจัดการระบบเครือข่ายสื่อสารและศูนย์การประมวลผลครบวงจร (Managed Network Services)

ในปี 2557 กลุ่มธุรกิจบริการ ICT Outsourcing Services ได้ดำเนินโครงการต่างๆ ที่สำคัญ ได้แก่ โครงการจ้างเหมาพร้อมติดตั้งระบบอ่านหน่วยไฟฟ้าอัตโนมัติ (Automatic Meter Reading - AMR) ระยะที่ 2 โครงการจ้างบำรุงรักษาระบบอ่านหน่วยไฟฟ้าอัตโนมัติ (Automatic Meter Reading - AMR) ระยะที่ 1 ให้กับผู้ใช้ไฟฟ้ารายใหญ่ทั่วประเทศ โครงการก่อสร้างปรับปรุงและต่อเติมอาคารศูนย์ AMR Data Center พร้อมปรับปรุงอาคารทดสอบมิเตอร์ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค (กฟภ.) นอกจากนี้บริษัทได้มีการซื้อขาย รวมถึงให้เช่าอุปกรณ์เครื่องส่งโทรทัศน์ระบบดิจิทัล พร้อมอุปกรณ์ส่วนควบให้กับสถานีโทรทัศน์อีกด้วย

โครงการที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 SAMTEL ยังคงมีการดำเนินการโครงการจ้างบำรุงรักษาระบบ AMR ระยะที่ 1 โดยมีมูลค่างานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ 87 ล้านบาท

5. ธุรกิจบริการ IP Business

ให้บริการสารสนเทศและการสื่อสารผ่านระบบโครงข่ายอินเทอร์เน็ต หรือ IP (Internet Protocol) Network ซึ่งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสาร โดยเฉพาะการสื่อสารทางไกลระหว่างประเทศให้เป็นไปได้ด้วยความสะดวกรวดเร็วปลอดภัย และด้วยต้นทุนต่ำกว่า ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารข้อมูล ภาพ หรือเสียง ประกอบกับการต่อยอดด้วยบริการเสริมที่หลากหลาย สอดคล้องและช่วยสนับสนุนประสิทธิภาพในการทำธุรกิจในแต่ละสาขา ซึ่งเป็นหนึ่งในปัจจัยที่สำคัญของการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันสำหรับการทำธุรกิจในปัจจุบัน ซึ่งดำเนินการโดยบริษัท สามารถ อินโฟเนต จำกัด โดยได้รับใบอนุญาตให้บริการอินเทอร์เน็ตและใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคมประเภทที่ 1 จากคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กทช.) เพื่อให้บริการอินเทอร์เน็ต (Internet Service) ในชื่อ บริการ SAMART Connect และบริการสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Internet Telephony Service) ให้แก่ลูกค้าทั่วไปทั้งประเภทบุคคลรายย่อย ธุรกิจขนาดกลาง ขนาดย่อม (SME) และองค์กรขนาดใหญ่

ข) การตลาดและการแข่งขัน

1. การตลาดและภาวะการแข่งขัน

สายธุรกิจ ICT Solutions and Services มีเป้าหมายที่จะเป็นผู้ให้บริการ ICT แบบครบวงจรที่ได้รับการยอมรับในความรู้ ความชำนาญ มีความน่าเชื่อถือจากกลุ่มลูกค้าองค์กร และลูกค้ารายย่อย โดยผนวกความแข็งแกร่งในเครือข่ายกลุ่มสามารถ และพันธมิตรเทคโนโลยีชั้นนำต่างๆ ซึ่งการดำเนินธุรกิจจะมุ่งพัฒนาบริการแก่โครงการขนาดใหญ่ และโครงการที่มีการเติบโตต่อเนื่อง ด้วยการมุ่งสร้างมูลค่าเพิ่มในบริการที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ ความรวดเร็ว และลดต้นทุนการดำเนินการให้กับลูกค้า ตลอดจนการเข้าร่วมลงทุนกับพันธมิตรธุรกิจ โดยมีรายได้จากการเป็นที่ปรึกษาพัฒนาระบบงาน โครงการ การออกแบบ การจัดซื้อและจัดหาอุปกรณ์และผู้รับเหมา ตลอดจนให้บริการใช้งานระบบสารสนเทศและสื่อสาร โทรคมนาคมที่พัฒนาขึ้น ผนวกกับระบบเครือข่ายสื่อสารความเร็วสูงผ่านเครือข่ายภาคพื้นดิน ดาวเทียม ระบบอินเทอร์เน็ต โดยมีการแข่งขันตามประเภทของกลุ่มธุรกิจดังกล่าวตามข้อ ก)

สายธุรกิจนี้มีรายได้หลักที่มีการกระจายแบบสมดุลจาก 5 กลุ่มธุรกิจดังกล่าวข้างต้น ตลอดจนแต่ละกลุ่มธุรกิจได้มีความร่วมมือในการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันให้มีศักยภาพสูงมากขึ้นจากความสามารถในการขยาย

สินค้าและบริการจากกลุ่มหนึ่งไปอีกรวมหนึ่ง ซึ่งเป็นการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันและศักยภาพการให้บริการเทคโนโลยีสูงขึ้น โดยมุ่งเน้นการขยายธุรกิจไปสู่งานโครงการขนาดใหญ่ขึ้นมากกว่าที่จะไปแข่งขันในงานขนาดเล็กที่มีการแข่งขันด้านราคาสูง ซึ่งในการเสนอสินค้าและบริการจะใช้กลยุทธ์ร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจในการขายตรงให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ด้วยการเข้าประมูลแข่งขันคู่แข่งรายอื่นๆ ประกอบกับเน้นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นหน่วยงานภาครัฐและเอกชนขนาดใหญ่ โดยงานที่จัดจำหน่ายและให้บริการจะมีการแข่งขันทางด้านราคาที่ต้องอยู่ในงบประมาณที่กำหนดไว้

2. ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ แลงอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศไทยในปี 2557 อยู่ที่ ร้อยละ 0.7 ะลดตัวเมื่อเทียบกับปี 2556 ที่มีอัตราการขยายตัวที่ร้อยละ 2.9¹ อันเป็นผลเนื่องมาจากภาวะเศรษฐกิจโลกที่ฟื้นตัวช้ากว่าที่ประมาณการ มีการชะลอตัวของเศรษฐกิจในกลุ่มประเทศยุโรป ญี่ปุ่น และจีน ซึ่งส่งผลกระทบต่อภาคการส่งออกของประเทศ นอกจากนี้ในภาคท่องเที่ยวยังคงชะลอตัว ด้านการใช้จ่ายของภาคเอกชนและภาครัฐ โดยเฉพาะในด้านการลงทุนขยายตัวต่ำกว่าที่คาดการณ์เนื่องจากข้อจำกัดด้านการเบิกจ่ายงบประมาณของหน่วยงานรัฐ และการทบทวนแผนการลงทุนของรัฐวิสาหกิจ ซึ่งอัตราการเบิกจ่ายเงินงบประมาณปี 2557 จะเบิกจ่ายได้จริงร้อยละ 89 จากเดิมที่คาดว่าจะเบิกจ่ายได้ร้อยละ 91.4²

ทั้งนี้ ภาพรวมการลงทุนและการใช้จ่ายด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (IT Spending) ในปี 2557 นั้น จากรายงานของ International Data Corporation (IDC) พบว่ามีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นจากปีก่อนประมาณร้อยละ 5.0 คิดเป็นมูลค่ารวมประมาณ 398,595 ล้านบาท³ โดยแบ่งเป็นการใช้จ่ายด้านฮาร์ดแวร์ มูลค่า 299,290 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2556 ร้อยละ 3.0 การใช้จ่ายด้านซอฟต์แวร์สำเร็จรูป มูลค่า (Packaged Software) 30,659 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.3 จากปี 2556 และการใช้จ่ายสำหรับบริการสารสนเทศและการสื่อสาร (IT Services) มูลค่า 68,647 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.0 จากปี 2556⁴

สำหรับภาพรวมประมาณการเศรษฐกิจประเทศไทยในปี 2558 นั้น สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้ประมาณการอัตราการขยายตัวไว้ที่ร้อยละ 3.5-4.5¹ และอัตราเงินเฟ้อจะอยู่ในระดับต่ำที่ร้อยละ 0.0-1.0 ซึ่งเศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป โดยเศรษฐกิจโลกยังมีความผันผวนจากหลายปัจจัย ทั้งในเรื่องของราคาน้ำมันโลกที่ลดต่ำลงอย่างมีนัยสำคัญ ปัญหาภาคการเงินและการชะลอตัวของจีน ญี่ปุ่น และกลุ่มประเทศยุโรป นอกจากนี้มีการประเมินเรื่องการเบิกจ่ายของภาครัฐยังคงมีความล่าช้า และได้ปรับลดประมาณการอัตราเบิกจ่าย งบประมาณปี 2558 ลงจากร้อยละ 93.7 เป็นร้อยละ 92.6² อย่างไรก็ตามการขยายตัวด้านเศรษฐกิจของประเทศจะมีปัจจัยสนับสนุนจากการใช้จ่ายของภาครัฐที่เพิ่มขึ้น โดยมีการเร่งรัดการลงทุนที่สำคัญ มีการพิจารณาการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการคมนาคมขนส่งที่จะช่วยลดต้นทุนการขนส่งและเอื้อให้มีการลงทุนของภาคธุรกิจตามมา อีกทั้งยังมีการผลักดันนโยบายเศรษฐกิจดิจิทัลให้เป็นรูปธรรม รวมถึงการลงทุนของรัฐวิสาหกิจ นอกจากนี้ภาคการส่งออกและการท่องเที่ยวมีแนวโน้มฟื้นตัวต่อเนื่อง การบริโภคและการลงทุนของภาคเอกชนก็คาดว่าจะปรับตัวดีขึ้นตามการฟื้นตัวของเศรษฐกิจในภาพรวมและนโยบายภาครัฐที่มีความชัดเจนมากขึ้น มีการขยายการลงทุนเพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน รวมถึงการเร่งรัดอนุมัติส่งเสริมการลงทุนในครึ่งปีหลังของปี 2557 ทำให้มีการลงทุนจริงส่วนหนึ่งในปี 2558¹

สำหรับสภาพตลาดสื่อสารในภาพรวมปี 2558 นั้นจะมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นได้มากกว่าร้อยละ 10 ซึ่งส่วนหนึ่งมาจากการผลักดันนโยบายเศรษฐกิจดิจิทัล ที่ครอบคลุมทั้งในด้านการขยายโครงสร้างพื้นฐานด้านการสื่อสารโทรคมนาคม การขยาย การเข้าถึงเครือข่ายสื่อสารข้อมูลไปยังพื้นที่ห่างไกล การส่งเสริมการทำธุรกรรมผ่านเครือข่าย และการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การพัฒนาอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ และการผลิตคอนเทนต์ดิจิทัล รวมถึงการปรับโครงสร้างหน่วยงานภาครัฐและปรับแก้กฎหมายให้สอดคล้อง มีประสิทธิภาพมากขึ้น อีกทั้งยังมีการลงทุนจากภาครัฐวิสาหกิจและเอกชนสำหรับการขยายโครงข่าย 3G และ 4G เพื่อรองรับความต้องการที่เพิ่มขึ้น นอกจากนี้การขยายตัวของตลาดเทคโนโลยีสื่อสารและโทรคมนาคมยังมาจากเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่เปลี่ยนแปลง

อย่างรวดเร็ว การใช้รูปแบบชีวิตที่พึ่งพาเทคโนโลยีและการเข้าสู่สังคมออนไลน์มากขึ้น รวมถึงการขยายตัวของโทรศัพท์มือถือที่จะเพิ่มมากขึ้นกว่าที่ผ่านมา นอกจากนี้ จากงานศึกษาของ International Data Corporation (IDC) ได้ประมาณการใช้จ่ายในด้านเทคโนโลยีสื่อสารโทรคมนาคม ของประเทศไทยจะมีการเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 10.6 โดยสูงขึ้นมาเป็นมูลค่ารวมของตลาดที่ 441,000 ล้านบาท⁴ และอัตราการใช้ Smart Phone ของประชากรในประเทศ (Smart-Phone Penetration) จะเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 37.7 สู่ระดับร้อยละ 50.0 ในปี 2558⁵ และจะเติบโตได้มากกว่าที่คาดการณ์หากตลาดของคลาวด์ (Cloud), Big Data และการทำธุรกิจทางสังคมออนไลน์ (Social Business) ขยายตัวอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้ในระยะยาวได้มีการประเมินว่าหากนโยบายเศรษฐกิจดิจิทัลถูกผลักดันได้ด้วยอย่างต่อเนื่องแล้วนั้น เศรษฐกิจดิจิทัลจะมีมูลค่าถึงร้อยละ 30 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติในปี 2563⁶

สำหรับสภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรม มีการแข่งขันที่สูงขึ้น ทั้งในด้านราคา คุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการที่จะต้องตอบสนองความคาดหวังของลูกค้า (Customer Expectation) ซึ่งในปัจจุบันมีความคาดหวังสูงขึ้น รวมถึงบริการหลังการขายที่จะต้องตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) เพื่อการสร้างประสบการณ์ (Customer Experience) ที่ดีของลูกค้าที่เป็นเงื่อนไขสำคัญ ทั้งนี้ลูกค้ามีทางเลือกในเทคโนโลยีที่หลากหลายขึ้น และการแข่งขันที่สูงก็ทำให้ลูกค้ามีอำนาจต่อรองกับผู้ประกอบการมากขึ้น นอกจากนี้ผู้ประกอบการหลายรายต่างมีการเรียนรู้เทคโนโลยีที่ทันสมัยที่สูงขึ้น ในขณะที่ราคาอุปกรณ์ระบบด้านเทคโนโลยีสารสนเทศมีราคาลดลง จึงต้องมีการแข่งขันในการให้ได้มาซึ่งมาตรฐานสากล และการเพิ่มคุณค่า รวมถึงการพัฒนานวัตกรรมใหม่ๆ ที่สร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์และบริการที่น่าสู่ตลาด

เอกสารอ้างอิง

1. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2558). “GDP ไตรมาสที่สี่และทั้งปี 2557 และแนวโน้มปี 2558” (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : http://www.nesdb.go.th/Portals/0/eco_datas/economic/eco_state/4_57/PPTQ4-2014.pdf
2. คณะกรรมการนโยบายการเงิน ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2557). “รายงานนโยบายการเงิน ธันวาคม 2557”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก http://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/Inflation/Documents/MPR_December2557.pdf
3. IDC. (2014). IDC Worldwide Black Book Volume 3 referred in Predictions 2015: Accelerating Innovation and Growth on the 3rd Platform.
4. IDC. (2014). IT Spending in Thailand. Referred in The Nation, Thai ICT market looks set to return to solid growth, December 25, 2014. Available at : <http://www.nationmultimedia.com/technology/Thai-ICT-market-looks-set-to-return-to-solid-growth-30250655.html>
5. IDC. (2014). IDC Thailand: Revival of Thai ICT Market will Rely on Third Platform Technologies. November 27, 2014. Available at : <http://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prTH25281014>
6. IDC (2014). IDC Thailand: 2015 a Year of Hyper-competition among Thai Telcos; Digital Economy to Contribute 30% of GNP by 2020, January 12, 2015. Available at : <http://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prTH25373015>

ก) การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

สายธุรกิจ ICT Solutions and Services มีการจัดหาผลิตภัณฑ์ในด้านระบบโทรคมนาคม คอมพิวเตอร์ และระบบเครือข่ายจากผู้ผลิต และตัวแทนจำหน่ายจากทั้งภายในและภายนอกประเทศ สำหรับนำมาใช้ในแต่ละโครงการ เพื่อให้บรรลุซึ่งวัตถุประสงค์ของลูกค้า ซึ่งการจัดหาอุปกรณ์ส่วนใหญ่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ เนื่องจากอุปกรณ์ส่วนใหญ่จะเป็นอุปกรณ์สื่อสารโทรคมนาคม และเทคโนโลยีระดับสูงที่ซับซ้อน และยังไม่มียุติผลภายในประเทศ ซึ่งจะต้องมีคุณสมบัติตามที่ลูกค้ากำหนด อย่างไรก็ตาม SAMTEL และบริษัทย่อยไม่มีปัญหาจากการผูกขาดโดยผู้ผลิตรายใดรายหนึ่ง เนื่องจากสามารถจัดซื้อจากผู้ผลิตอุปกรณ์หลายราย ทั้งในแอฟริกา อเมริกา และในเอเชีย โดย SAMTEL และบริษัทย่อยไม่มีนโยบายในการตั้งซื้อผลิตภัณฑ์และบริการล่วงหน้าเนื่องจากโครงการต่างๆ ที่ SAMTEL และบริษัทย่อยดำเนินการจะมีกำหนดลักษณะ และ/หรือคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์และบริการแตกต่างกันไป ทั้งที่ขายและส่งมอบให้ลูกค้า รวมถึงการพัฒนาสารสนเทศและข้อมูลธุรกิจ เพื่อสร้างบริการที่มีมูลค่าเพิ่มบนเครือข่าย สื่อสาร และด้วยการ

ประสานงานกับพันธมิตรทางธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ ทำให้สามารถจัดหาผลิตภัณฑ์ได้ง่าย ซึ่งเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการให้บริการได้อย่างรวดเร็ว แตกต่างจากผู้ประกอบการรายอื่น และใช้ประโยชน์จากการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อสารที่ทันสมัยมาประยุกต์ใช้

ในส่วนของการให้บริการติดตั้งและให้บริการหลังการขาย ส่วนใหญ่ทาง SAMTEL และบริษัทย่อยจะเป็นผู้ดำเนินการติดตั้ง โดยใช้ทีมงานภายในของ SAMTEL และบริษัทย่อยซึ่งผ่านการฝึกอบรมและมีประสบการณ์ ตลอดจนมีความชำนาญเกี่ยวกับการติดตั้งระบบโทรคมนาคมและสารสนเทศเป็นอย่างดี มีศูนย์ข้อมูล Data Center ที่ทันสมัยและมีเครือข่ายบริการด้านเทคนิคและการบำรุงรักษาอยู่ทั่วประเทศ ซึ่งรองรับการให้บริการแบบ 24 x 7 โดยมี 38 ศูนย์บริการทั่วประเทศ ทั้งนี้ SAMTEL และบริษัทย่อยได้มีพันธมิตรทางการค้าตามประเภทกิจการ ได้แก่

ระบบเครือข่ายสัญญาณดาวเทียม	:	Thaicom, iPSat
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
ซอฟต์แวร์ระบบ	:	SAP, Oracle, Smart & Under, X possible

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

2.2 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 เซอร์วิส เซส จำกัด บริษัท เบรนซอร์ซ จำกัด บริษัท ไอ-โมบาย อินเทอร์เน็ต เซ็นแนล จำกัด บริษัท ไอ-โมบาย อินเทอร์เน็ต จำกัด บริษัท สามารถ ไอ-โมบาย (มาเลเซีย) จำกัด บริษัท สามารถ ไอ-โมบาย (อินโดนีเซีย) จำกัด บริษัท เทลคอมเนก จำกัด บริษัท ไอ-โมบาย ไดรฟ์ จำกัด บริษัท สามารถ มัลติมีเดีย จำกัด บริษัท สามารถ อินเทอร์เน็ต ทีวี จำกัด บริษัท ไอ-สปอร์ต จำกัด บริษัท ไอ-สปอร์ต มีเดีย จำกัด บริษัท เอ็นเตอร์เทนเมนท์ ทีวี จำกัด บริษัท ไอ-โมบาย พลัส จำกัด และบริษัท สยามสปอร์ต เทเลวิชั่น จำกัด โดยมีบริษัทที่เป็นธุรกิจหลักของสายธุรกิจคือ บริษัท สามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) บริษัท สามารถ มัลติมีเดีย จำกัด และบริษัท ไอ-โมบาย พลัส จำกัด ในปี 2557 สายธุรกิจ Mobile Multimedia มีสัดส่วนรายได้เท่ากับ 12,353.8 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 51.7 ของรายได้รวมของกลุ่มบริษัท

ก) ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

ผลิตภัณฑ์และบริการของสายธุรกิจ Mobile Multimedia แบ่งเป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. โทรศัพท์เคลื่อนที่

โทรศัพท์เคลื่อนที่แบรนด์ไอ-โมบาย แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่

- กลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทเบสิกโฟน ภายใต้ชื่อผลิตภัณฑ์ “ฮิตซ์” (Hitz) เป็นโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้งานง่าย ราคาประหยัด
- กลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทฟิเจอร์โฟน ภายใต้ชื่อผลิตภัณฑ์ “ซ่า” (Zaa) เป็นโทรศัพท์เคลื่อนที่ รองรับการใช้งานสื่อบันเทิงแบบมัลติมีเดีย การใช้งานอินเทอร์เน็ตและการใช้งานโซเชียลเน็ตเวิร์ก
- กลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทสมาร์ทโฟน ภายใต้ชื่อผลิตภัณฑ์ “ไอ-สไตล์” (i-STYLE) เป็นโทรศัพท์สมาร์ทโฟนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ที่น่าเสนอในระดับราคาที่เข้าถึงได้

- กลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทสมาร์ตโฟน ภายใต้ชื่อผลิตภัณฑ์ “ไอคิว” (IQ) เป็นโทรศัพท์สมาร์ตโฟนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ ที่มีความโดดเด่นด้วยประสิทธิภาพและวัสดุคุณภาพที่เหนือกว่าคู่แข่งในระดับราคาเดียวกัน
- กลุ่มผลิตภัณฑ์สมาร์ตโฟน ภายใต้ชื่อผลิตภัณฑ์ “ไอคิวเอ็กซ์” เป็นโทรศัพท์สมาร์ตโฟนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ระดับพรีเมียม ที่มีประสิทธิภาพสูงทัดเทียมกับแบรนด์ระดับโลก โดดเด่นด้วยการออกแบบและวัสดุที่มีคุณภาพ

นอกจากนี้แล้ว บริษัท สามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) (“SIM”) ยังจำหน่ายอุปกรณ์เสริมอื่นๆ เช่น แบตเตอรี่สำรองแบบพกพา (Power Bank) ที่ชาร์จไฟสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ และกรอบใส่สมาร์ตโฟนรุ่นต่างๆ ของไอ-โมบาย

SIM มีศูนย์บริการซ่อม และจุดบริการรับชำระเงินค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ผ่านร้านสาขา i-mobile by SAMART และร้านตัวแทนจำหน่าย บริการของร้าน i-mobile by SAMART นั้น ครอบคลุมทั้งก่อนและหลังการขาย โดยการให้คำแนะนำแก่ลูกค้าเกี่ยวกับวิธีการเลือกประเภทและรุ่นของโทรศัพท์เคลื่อนที่ให้ตรงกับลักษณะการใช้งานของลูกค้าแต่ละราย ซึ่งรวมถึงการให้ความรู้และแนะนำวิธีใช้งานอย่างถูกต้อง นอกจากนี้ยังแนะนำเนื้อหาข้อมูลต่างๆ ที่เป็นประโยชน์และเหมาะสมกับการใช้งานและตรงตามความต้องการของลูกค้าแต่ละรายด้วย โดยทางร้านจะจัดเตรียมเอาไว้พร้อมให้บริการ ลูกค้าสามารถดาวน์โหลดได้ด้วยตนเองจากเว็บไซต์ i-mobile หรือให้เจ้าหน้าที่ประจำร้านสาขาอำนวยความสะดวกให้ก็ได้เช่นเดียวกัน ในส่วนของการให้บริการหลังการขายนั้น SIM จะมีศูนย์บริการซ่อมทั่วประเทศ ซึ่งจะมีการตรวจเช็คและซ่อมโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยบริษัทมีการจัดเครื่องสำรองไว้ให้ลูกค้านำกลับไปใช้งานในระหว่างการซ่อมด้วย

2. การให้บริการข้อมูล ข่าวสาร และสาระความบันเทิงในรูปแบบมัลติมีเดีย

ให้บริการข้อมูล ข่าวสาร และสาระความบันเทิงที่ทันสมัย ตอบสนองต่อความต้องการในการใช้ชีวิตประจำวันของกลุ่มผู้ใช้งานทุกเพศทุกวัยในรูปแบบของเสียง (Voice) จาก BUG1113, BUG1900 และการให้บริการในรูปแบบข้อความ เสียง และภาพ (Non-Voice) หรือ Multimedia จาก BUG2Mobile โดยผ่านอุปกรณ์สื่อสารหลายช่องทาง (Multi-Devices) เช่น การรายงานผลกีฬาทั่วไป การพยากรณ์ดวงชะตาผ่านศูนย์รวมนักพยากรณ์และการดูดวง (Horoworld.com) ให้บริการข้อมูลด้านไลฟ์สไตล์ “กินดื่มเที่ยว” (www.EDTGuide.com) ผ่านสื่อหลากหลาย เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ รายการโทรทัศน์ แอปพลิเคชันบนอุปกรณ์ทันสมัย รวมทั้งประกอบธุรกิจบันเทิง ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ ผ่านช่องทางในการสื่อสารในรูปแบบใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ชมรายการผ่าน Mobile Application, Facebook, YouTube, Website ทั้งระบบ iOS และ Android

3. การให้บริการขายต่อบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 3G (MVNO)

บริษัท ไอ-โมบาย พลัส จำกัด (“IMP”) ประกอบธุรกิจให้บริการขายส่งและขายต่อบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ 3G บนคลื่นความถี่ย่าน 2.1 GHz ครอบคลุมพื้นที่ให้บริการทั่วประเทศ ด้วยจำนวนสถานีฐานกว่า 5 พันสถานี โดย IMP ซื้อบริการสำเร็จรูป (เลขหมายโทรคมนาคมและ 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, MMS, International call และบริการเสริมต่างๆ เป็นต้น นอกจากนี้ IMP อยู่ระหว่างดำเนินการทดสอบบริการข้ามแดนอัตโนมัติ (International roaming) และทดสอบบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ (International call) ด้วยเทคโนโลยี VoIP โดยข้อได้เปรียบในการให้บริการ International call โดยบริษัทเองแทนที่จะให้บริการผ่าน บมจ.ทีโอที เนื่องจากบริษัทมีต้นทุนในการให้บริการที่ต่ำกว่า ดังนั้นจะส่งเสริมให้บริษัทสามารถให้บริการในอัตราค่าบริการที่ต่ำกว่า สามารถแข่งขันได้กับผู้ให้บริการ International call รายใหญ่ได้

ข) การตลาดและภาวะการแข่งขัน

1. กลยุทธ์ทางการตลาดและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

1.1) โทรศัพท์เคลื่อนที่

SIM ยังคงมุ่งมั่นในการสร้างแบรนด์ i-mobile ให้เป็นที่รู้จักทั้งในประเทศและต่างประเทศ ในฐานะผู้นำโทรศัพท์เคลื่อนที่แบรนด์ไทยอันดับ 1 ภายใต้นามคิด “i-mobile เพราะเราเข้าใจ” ผ่านผลิตภัณฑ์คุณภาพมาตรฐานระดับโลก ในราคาที่คนไทยเข้าถึงได้ ด้วยประสิทธิภาพการทำงานที่เหนือกว่าคู่แข่งในระดับราคาเดียวกัน นอกจากนี้ SIM ยังคงพัฒนาคุณภาพของศูนย์บริการอย่างต่อเนื่องด้วยการลดระยะเวลาการซ่อมบริการเครื่องสำรอง และการรับซื้อเครื่องรุ่นเก่าที่ไม่คุ้มค่าสำหรับลูกค้าในการที่จะส่งซ่อม ผ่านร้าน i-mobile by SAMART และตัวแทนจำหน่ายของ SIM ทั่วประเทศ

SIM สื่อสารกับตลาดเพื่อสร้างการรับรู้ให้แก่ลูกค้าผ่านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และกิจกรรมส่งเสริมการขาย ทั้งในรูปแบบ Above the Line เช่น การลงโฆษณาตามสื่อต่างๆ ทั้งทางโทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์ และดิจิทัลมีเดีย และในรูปแบบ Below the Line เช่น การจัดทำกิจกรรม ณ จุดขาย รวมถึงกิจกรรมโรดโชว์ทั่วประเทศอย่างต่อเนื่อง อีกทั้ง การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าผ่านการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management: CRM) ผ่าน i-Club เช่น การมอบสิทธิพิเศษแก่ลูกค้าในการซื้อสินค้าและบริการจากร้าน i-mobile by SAMART และร้านค้าชั้นนำต่างๆ อีกมากมาย รวมไปถึงการสื่อสารกับลูกค้าผ่านโซเชียลมีเดียและบทความรีวิวผลิตภัณฑ์ตามเว็บไซต์ต่างๆ

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

SIM แบ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายออกเป็น 5 กลุ่มตามลักษณะการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ และรูปแบบการใช้ชีวิต ดังนี้

- กลุ่มที่ 1 คือ ผู้ที่ชื่นชอบเทคโนโลยีที่ทันสมัย ชอบความตื่นเต้น และท้าทายสิ่งใหม่ และมีความต้องการใช้งานสมาร์โฟนที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นและทรงประสิทธิภาพ
- กลุ่มที่ 2 คือ ผู้ที่มีความคุ้นเคยในการใช้งานสมาร์โฟนและตัดสินใจเลือกซื้อสมาร์โฟนตามการใช้งานจริง
- กลุ่มที่ 3 คือ ผู้ที่ต้องการเปลี่ยนจากพีเจียร์โฟนมาเป็นสมาร์โฟน โดยมองหาสมาร์โฟนที่มีราคาไม่แตกต่างจากพีเจียร์โฟนมากนัก แต่สามารถตอบสนองประสิทธิภาพการใช้งานแบบสมาร์โฟนได้
- กลุ่มที่ 4 คือ ผู้ที่ยังพอใจกับโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบพีเจียร์โฟน ซึ่งยังคงใช้งานง่าย แต่รองรับการใช้งานมัลติมีเดียอื่นๆ ด้วย
- กลุ่มที่ 5 คือ ผู้ที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออกและรับสายเป็นหลัก

1.2) การให้บริการข้อมูล ข่าวสาร และสาระความบันเทิงในรูปแบบมัลติมีเดีย

SIM มุ่งมั่นกับการคิดสรรเนื้อหาสาระใหม่ๆ ทันต่อเหตุการณ์และยุคสมัย เพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค รวมไปถึงการพัฒนาในรูปแบบในการนำเสนอที่แปลกใหม่และแตกต่างจากคู่แข่งในตลาด เช่น ธุรกิจ Horoworld ที่ไม่ได้หยุดเพียงแค่การรับดูดวงทางหน้าร้าน เว็บไซต์ และโทรศัพท์ แต่ SIM ดอยอดไปถึงการจัดกิจกรรมพิเศษที่เกี่ยวข้องกับโหราศาสตร์ตามรูปแบบที่ลูกค้าต้องการ นอกจากนี้ SIM ยังพัฒนาหลักสูตรโหราศาสตร์ที่ผ่านการรับรองจากสำนักงานการศึกษาอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยเพื่อเป็นการสนับสนุนวิชาชีพโหราศาสตร์อีกทางหนึ่งด้วย

ด้วยความทุ่มเทและใส่ใจในรายละเอียด ธุรกิจ EDT GUIDE จึงเติบโตขึ้นอย่างโดดเด่น SIM จึงขยายธุรกิจมากกว่าการบริหารผ่านทางเว็บไซต์ โดยการจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อจำหน่ายและแจกฟรี การจัดทำรายการโทรทัศน์ “EDT by Travel Channel Thailand” เพื่อสร้างแบรนด์ EDT GUIDE ให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น รวมถึงการพัฒนา e-book และแอปพลิเคชัน เพื่อให้บริการของเราเข้าถึงลูกค้าได้ทุกกลุ่ม

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัทคือคนทุกเพศทุกวัยที่ต้องการเข้าถึงข่าวสารข้อมูล เพื่อตอบสนองการใช้ชีวิตประจำวัน ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลทั่วไป และสาระความบันเทิงต่างๆ ผ่านบริการ BUG หรือข้อมูลเกี่ยวกับดวงชะตาผ่านทางบริการ Horoworld หรือข้อมูลเพื่อการสังสรรค์อย่างบริหาร EDT Guide ซึ่งบริษัทเชื่อว่าข้อมูลเหล่านี้เป็นข้อมูลที่อยู่ในความสนใจของลูกค้าทุกกลุ่ม ไม่จำกัดเฉพาะอยู่ที่สาขาอาชีพ รายได้ หรือถิ่นฐาน

1.3) การให้บริการขายค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 3G (MVNO)

กลยุทธ์ด้านราคา (Price Strategy)

SIM เน้นใช้กลยุทธ์ด้านราคาเป็นหลักสำคัญในการแข่งขันกับผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่รายอื่น โดยมอบความคุ้มค่าสูงสุดในการใช้งานให้กับผู้ใช้บริการของ SIM ซึ่งอัตราค่าบริการที่นำเสนอจะเป็นอัตราเดียว (Single rate) 0.49 บาท ทุกบริการ

กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategy)

SIM มีการนำเสนอแพ็คเกจบริการ 3G ที่มีความหลากหลายครอบคลุมกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีพฤติกรรมการใช้งานที่แตกต่างกัน โดยแพ็คเกจบริการที่ SIM ได้นำเสนอในปี 2557 ที่ผ่านมามีดังนี้

- Bundled package กับเครื่องลูกข่ายของ i-mobile
แพ็คเกจดังกล่าวเป็นแพ็คเกจที่ทำให้ SIM ประสบความสำเร็จเป็นอย่างมากในการขยายฐานผู้ใช้บริการ 3G ได้เป็นจำนวนมาก โดย SIM ได้มีการ Bundled ซิมการ์ดกับทั้งสมาร์ตโฟน และแท็บเล็ตนอกจากนี้ Bundled package ยังมีข้อดีที่ช่วยให้กลุ่มผู้ใช้บริการ 3G มีอัตราการยกเลิกบริการที่ค่อนข้างต่ำ
- Bundled package กับเครื่องลูกข่ายที่จำหน่ายบน IT Chain
SIM เพิ่มช่องทางในการ Bundle ซิมการ์ดกับเครื่องลูกข่าย โดย SIM ได้ออก Bundled package กับเครื่องลูกข่ายที่จำหน่ายบนช่องทาง IT Chain เช่น Banana IT, IT City, J.I.B. Computer, M-Link, พีทีอี, วิตัน มาลี, แกรมมีอะ โกร เป็นต้น ซึ่งจากการดำเนินการดังกล่าวในช่วงปีที่ผ่านมา ถือว่าช่องทาง IT chain เป็นช่องทางที่มีศักยภาพเป็นอย่างมากในการขยายจำนวนผู้ใช้บริการ i-mobile 3GX
- Smartphone Package
แพ็คเกจสำหรับการโทรและเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต สำหรับเจาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีการใช้งานสมาร์ตโฟนเป็นหลัก โดย SIM นำเสนออัตราค่าบริการหลากหลายระดับราคา ตั้งแต่เดือนละ 199 จนถึง 699 บาทต่อเดือน เพื่อเจาะกลุ่มลูกค้าที่เป็นกลุ่ม Entry level จนถึงกลุ่ม Premium level
- Net Package
แพ็คเกจสำหรับการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตเท่านั้น สำหรับเจาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีการใช้งานแท็บเล็ตเป็นหลัก โดย SIM นำเสนออัตราค่าบริการหลากหลายระดับราคา ตั้งแต่เดือนละ 199 จนถึง 799 บาทต่อเดือน เพื่อเจาะกลุ่มลูกค้าที่เป็นกลุ่ม Entry level จนถึงกลุ่ม Premium level
- Segment SIM
ในปีที่ผ่านมา SIM เน้นกลยุทธ์นำเสนอการแบ่งแยกตามความต้องการในการใช้งาน และไลฟ์สไตล์ในการบริโภค Content ที่แตกต่างกัน โดยซิมการ์ดรูปแบบใหม่จะเจาะกลุ่มลูกค้าแต่ละกลุ่ม เช่น ซิมผลรวม ซิมพม่า เป็นต้น
- On Top Package
SIM ได้นำเสนอแพ็คเกจเสริมเพื่อตอบสนองความต้องการในการใช้งานบางบริการที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่มผู้ใช้งาน เช่น Unlimited Facebook, Unlimited LINE, Net unlimited, Unlimited Whatsapp เป็นต้น โดยแพ็คเกจเหล่านี้ค่อนข้างได้รับความนิยมในการสมัครใช้งานจากผู้ให้บริการ เนื่องจากผู้ให้บริการสามารถควบคุมค่าใช้จ่ายต่อเดือน

- Unlimited Package
แพ็คเกจสำหรับกลุ่มลูกค้าที่มีการใช้งานบริการข้อมูลมาก่อนข้างสูง และต้องการควบคุมค่าใช้จ่ายในการใช้บริการแต่ละเดือน โดยลูกค้าสามารถใช้งานบริการข้อมูลได้อย่างไม่จำกัด โดยจะมีเงื่อนไขว่าหากลูกค้ามีการใช้เงินเกินกว่าจำนวน MB ที่กำหนด ความเร็วในการใช้งานจะถูกลดลงเหลือเพียง 384 kbps
- Corporate Package
แพ็คเกจสำหรับกลุ่มผู้ใช้บริการประเภทองค์กร เช่น ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) และกลุ่มองค์กรขนาดใหญ่ (Enterprise) เป็นต้น

กลยุทธ์ด้านการสื่อสารทางการตลาด (Marketing Communication Strategy)

ในช่วงปีที่ผ่านมา SIM เน้นการสื่อสารทางการตลาด Below the line เป็นหลัก โดยการจัดกิจกรรมทางการตลาด (Event marketing) ตามห้างสรรพสินค้า อาคารสำนักงาน นิคมอุตสาหกรรม เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายโดยตรง รวมถึงได้ร่วมงานแสดงสินค้าทางด้านไอทีที่สำคัญอย่างต่อเนื่อง เช่น งาน Mobile Expo และงาน Commart เป็นต้น โดยรูปแบบของธุรกิจจะมี Experience zone เพื่อสร้างประสบการณ์ตรงในการใช้งานของลูกค้า ซึ่งในโซนดังกล่าวลูกค้าสามารถทดสอบความเร็วในการใช้งานได้ด้วยตัวเอง นอกจากนี้ SIM ก็ได้มีการประชาสัมพันธ์บริการผ่านสื่อ Above the line ควบคู่กับกิจกรรม Below the line เพื่อสร้างการรับรู้ในแบรนด์ (Brand awareness) ของ i-mobile 3GX ซึ่งบริษัทเน้นโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ (Online marketing) เป็นหลัก เนื่องจากเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพและสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

กลยุทธ์ด้านการบริการหลังการขาย (After Sale Service Strategy)

การให้บริการหลังการขายนั้น SIM แบ่งงานด้านบริการหลังการขายออกเป็น 4 ประเภทหลัก ดังนี้

- บริการรับเรื่องร้องเรียนปัญหาในการใช้งาน
ปัจจุบัน SIM มีช่องทางติดต่อสื่อสารกับผู้ใช้บริการผ่าน 3 ช่องทางหลักๆ คือ Call center, LINE, Facebook ในการอำนวยความสะดวกสบายในการติดต่อกับ SIM ซึ่งทั้ง 3 ช่องทางให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง
- บริการเติมเงิน
ในปัจจุบัน SIM มีช่องทางให้บริการเติมเงินครบทุกช่องทางเทียบเท่ากับผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่รายอื่นๆ สำหรับช่องทางเติมเงิน Offline เช่น ร้าน i-mobile 3GX ร้าน i-mobile ตัวแทนจำหน่าย ร้านสะดวกซื้อ ห้าง Hyper mart ตู้ ATM ตู้บุญเติม ร้านหนังสือชั้นนำ ePay, U top up, Call center เป็นต้น ช่องทางเติมเงิน Online เช่น Internet banking, Mobile banking, เว็บไซต์ของ i-mobile 3GX (www.i-mobile3gx.com), i-mobile 3GX mobile application, Paysbuy เป็นต้น
- บริการชำระค่าบริการรายเดือน
ในปัจจุบัน SIM มีช่องทางรับชำระค่าบริการรายเดือนครอบคลุมในทุกรูปแบบ เทียบเท่ากับผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่รายอื่นๆ ทั้งช่องทาง Offline และ Online โดยช่องทาง Offline เช่น ร้าน i-mobile, ร้าน i-mobile 3GX, Counter service, ตู้ ATM และเคาน์เตอร์ธนาคาร หักค่าบริการผ่านบัตรเครดิต ห้าง Tesco Lotus, Big C เป็นต้น สำหรับช่องทาง Online เช่น Internet banking, Mobile banking เป็นต้น
- แอปพลิเคชัน i-mobile 3GX
SIM ได้เปิดตัวแอปพลิเคชัน i-mobile 3GX ให้บริการกับกลุ่มผู้ใช้บริการระบบเติมเงิน เพื่ออำนวยความสะดวก เช่น ตรวจสอบยอดเงินคงเหลือ, โบนัสคงเหลือ, ช่องทางในการสมัครแพ็คเกจเสริม, ช่องทางในการเติมเงิน และช่องทางในการตรวจสอบและรับสิทธิพิเศษต่างๆ เป็นต้น

กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ SIM ได้ดำเนินกิจกรรมทางการตลาดอย่างต่อเนื่องในปี 2557 จะเป็นกลุ่มลูกค้าประเภท Budget user โดย SIM จะมีทีมงานขายตรงไปนำเสนอบริการ 3G ตามสถานศึกษา นิคมอุตสาหกรรม หน่วยงานราชการต่างๆ โดยกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักประกอบด้วย 4 กลุ่ม ดังนี้

- กลุ่มนักเรียน นักศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร ปริมณฑล และตามเมืองเศรษฐกิจหลักๆ
- กลุ่มพนักงานโรงงานตามนิคมอุตสาหกรรมต่างๆ
- กลุ่มแรงงานต่างด้าว
- กลุ่มข้าราชการ
- กลุ่มลูกค้าองค์กร (Enterprise and SME)

2. ช่องทางการจัดจำหน่าย

2.1) โทรศัพท์เคลื่อนที่

SIM มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านหน้าร้าน i-mobile by SAMART ไฮเปอร์มาร์เก็ต ร้านขายเครื่องใช้ไฟฟ้าขนาดใหญ่ กลุ่มร้านขายอุปกรณ์สื่อสาร กลุ่มร้านขายอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ ร้านค้าของผู้ให้บริการเครือข่าย รวมถึงเว็บไซต์อีคอมเมิร์ซ และการจำหน่ายผ่านเว็บไซต์ i-mobile ในรูปแบบของ Online Store

นอกจากนี้ SIM ยังจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในรูปแบบของการค้าส่ง ให้กับตัวแทนจำหน่ายทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ โดยสินค้าทั้งหมดจะได้รับการประกันคุณภาพจาก SIM

สำหรับร้านค้าในรูปแบบแฟรนไชส์นั้น SIM ได้เปิดโอกาสให้กับผู้ที่สนใจเข้าร่วมเป็นแฟรนไชส์ใน 2 ลักษณะ คือ

- 1) แฟรนไชส์ในรูปแบบของของร้าน i-mobile by SAMART ซึ่งเป็นร้านค้าที่มีพื้นที่ขนาดกลางถึงขนาดใหญ่ โดย SIM จะเป็นผู้จัดเตรียมระบบคอมพิวเตอร์ ระบบการเงิน และการบริหารสินค้าคงคลัง โดยระบบการบริหารสินค้าคงคลังจะถูกเชื่อมต่อกับสำนักงานใหญ่ เพื่อให้สามารถบริหารสินค้าคงคลังได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 2) แฟรนไชส์ในรูปแบบของผู้จำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Kiosk) โดยบริษัทจะเป็นผู้จัดเตรียมผู้จำหน่าย พร้อมกับการสนับสนุนด้านการจัดส่งสินค้าให้กับแฟรนไชส์

2.2) การให้บริการข้อมูล ข่าวสาร และสาระความบันเทิงในรูปแบบมัลติมีเดีย

เนื่องจาก SIM ตระหนักว่าลูกค้าของเรามีความต้องการในการเข้าถึงข้อมูลในรูปแบบที่แตกต่างกันไป SIM จึงพยายามนำเสนอบริการผ่านช่องทางที่หลากหลาย เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างสะดวกที่สุด โดยอาจแยกตามประเภทของบริการได้ ดังนี้

- BUG1900 ให้บริการผ่านระบบตอบรับอัตโนมัติทางโทรศัพท์
- BUG1113 ให้บริการผ่านเจ้าหน้าที่รับสาย
- BUG2Mobile ให้บริการในรูปแบบของสื่อผสม
- Horoworld ให้บริการผ่านเว็บไซต์ หน้าร้าน โทรศัพท์ และกิจกรรมพิเศษ
- EDT ให้บริการผ่านทางเว็บไซต์ สื่อสิ่งพิมพ์ และรายการโทรทัศน์

2.3) การให้บริการขายค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 3G (MVNO)

ในปี 2557 นั้น SIM เน้นกระจายทีมงานขายตรง (Direct sales) และสร้างเครือข่ายตัวแทนจำหน่ายซิมการ์ด และเติมเงินรายย่อย เพื่อกระจายซิมการ์ดให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย นอกจากนี้ช่องทางที่ SIM ยังคงจัดจำหน่ายในช่องทางเดิมที่ SIM มีอยู่ ดังนี้

- ร้าน i-mobile by SAMART และร้าน i-mobile 3GX
- ตัวแทนจัดจำหน่าย (Dealer)
- ร้านสะดวกซื้อ (Convenient store) เช่น 7-11, Tesco Lotus Express, 108 shop เป็นต้น
- Hyper mart เช่น Tesco Lotus, Big C เป็นต้น
- IT Chain เช่น Banana IT, IT City, J.I.B Computer, M-Link เป็นต้น
- Corporate sale ปัจจุบัน SIM ได้เพิ่มทีมงานดูแลลูกค้าองค์กรมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยแบ่งทีมงานตามประเภทขององค์กร เช่น กลุ่ม Enterprise กลุ่ม Government กลุ่ม SME เป็นต้น

3. ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

3.1) โทรศัพท์เคลื่อนที่

สภาพการแข่งขัน

ความรุ่งเรืองของธุรกิจในยุคดิจิทัลเป็นเรื่องที่เปลี่ยนได้อย่างรวดเร็วชั่วข้ามคืน ในแง่ของตลาดสมาร์ทโฟนในตลาดโลก มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมาก ที่เห็นได้ชัดคือ เหตุการณ์ที่ยักษ์ใหญ่แห่งวงการอิเล็กทรอนิกส์อย่าง “ซัมซุง” (Samsung) จากเกาหลีใต้ ที่ขึ้นครองตำแหน่งผู้นำตลาดของสมาร์ทโฟนอันดับหนึ่งของโลก แทน “โนเกีย” (Nokia) ตั้งแต่ปี 2554 นั้น กลับมียอดขายลดลงเป็นครั้งแรกในปีที่ผ่านมา ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากการก้าวขึ้นมาท้าชิงตำแหน่งผู้นำตลาดของบริษัทผลิตมือถือจากจีน ไม่ว่าจะเป็น “เสี่ยวหมี่” (Xiaomi) ซึ่งเป็นบริษัทผลิตสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ของจีน ที่เพิ่งจะเปิดตัวโทรศัพท์มือถือของตัวเองเมื่อ 3 ปีก่อนเท่านั้น แต่สามารถทำยอดขายกระโดดขึ้นมาเป็นอันดับ 3 สำหรับไตรมาส 3 ของปีที่ผ่านมา เป็นรองแค่ “ซัมซุง” และ “แอปเปิล” (Apple) เท่านั้น

แต่ “เสี่ยวหมี่” ก็ครองตำแหน่งที่ 3 ได้ไม่กี่ชั่วโมง เพราะในวันเดียวกันนั่นเอง “เลโนโว” (Lenovo) จากจีนก็ประกาศซื้อ Motorola Mobility จาก “กูเกิล” (Google) ซึ่งมีผลให้ “เลโนโว” อ้างยอดขายมือถือตำแหน่งที่ 3 ได้ทันที ทำให้ตำแหน่งที่ 3 กลายเป็นการแย่งชิงกันระหว่าง “เสี่ยวหมี่” “เลโนโว” และ “หัวเหว่ย” (Huawei) จากจีน กับ “แอลจี” (LG) จากเกาหลีใต้ ปัญหาของเจ้าตลาดอย่าง “ซัมซุง” คือ แม้จะยังขายได้มาก แต่กำไรกลับหดตัวลงอย่างมาก แสดงให้เห็นว่าการมีส่วนแบ่งตลาดมากที่สุด ไม่ได้แปลว่าจะมีกำไรสูงสุด เพราะนี่คือยุคดิจิทัลที่กติกาการแข่งขันปรับเปลี่ยนตลอดเวลา

ในปีที่ผ่านมา จะเห็นว่าสมาร์ทโฟนที่มีราคาถูกกว่าและประสิทธิภาพไม่ด้อยกว่าจากจีนกำลังเข้ามาบีบหนทางกับตลาดอย่างมาก จีนกำลังมาแรงในด้านสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ และพร้อมจะสู้กับแบรนด์ที่ติดตลาดมาก่อนในทุกสนาม ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องราคา เทคโนโลยี การตลาด และที่สำคัญคือการสร้างแบรนด์ระดับโลกที่ผู้เล่นในตลาดต่างทราบกันดีว่าไม่มีใครสามารถอ้างความเป็นผู้นำได้ยืนยาว เพราะพฤติกรรมผู้บริโภคปรับเปลี่ยนตลอดเวลา และเมื่อมีทางเลือกมากขึ้น ผู้บริโภคจึงยึดติดกับแบรนด์น้อยลงอย่างมาก

สำหรับตลาดในประเทศไทย ภาพรวมทั้งสมาร์ทโฟนและฟีเจอร์โฟนต้องยอมรับว่าค่อนข้างอิ่มตัว โดยที่สัดส่วนของสมาร์ทโฟนเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน และเป็นปีแรกที่ยอดขายของสมาร์ทโฟนมากกว่าฟีเจอร์โฟน ซึ่งประเทศไทยเป็นประเทศที่ 3 ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ตามหลังสิงคโปร์และมาเลเซีย ที่มีสัดส่วนสมาร์ทโฟนสูงกว่าฟีเจอร์โฟน ปรากฏการณ์ที่ต้องจับตามองสำหรับตลาดไทยคือ การเติบโตอย่างต่อเนื่องของสมาร์ทโฟนตลาดล่าง (ระดับราคาต่ำกว่าสามพันบาท) และการอิ่มตัวของเทคโนโลยีสมาร์ทโฟน ซึ่งปัญหานี้เกิดขึ้นกับทุกแบรนด์ ทำให้การแข่งขันในปีที่ผ่านมาเป็นไปอย่างยากลำบาก โดยจะเน้นไปที่การนำเสนอ

ความคุ้มค่าด้านราคา ประสิทธิภาพที่เหนือกว่า และการสร้างเอกลักษณ์ของแบรนด์ตนเองให้โดดเด่นเป็นที่จดจำกับกลุ่มลูกค้า

ในตลาดบน (สมาร์ตโฟนระดับสองหมื่นบาทขึ้นไป) ภาวะตลาดเริ่มอิ่มตัวแล้ว คือ ลูกค้ากลุ่มที่มีรายได้พอจะซื้อสมาร์ตโฟนระดับนี้ ต่างก็มีสมาร์ตโฟนกันหมดแล้ว และยังไม่เห็นแนวโน้มที่จะเปลี่ยนเครื่องใหม่มากนัก เนื่องจากสมาร์ตโฟนรุ่นใหม่เองก็ยังไม่มีการเปลี่ยนแปลงมากนักทั้งในด้านของรูปลักษณ์และเทคโนโลยี

ในตลาดกลาง คู่แข่งต่างปรับตัวให้สามารถแข่งขันกับเจ้าตลาดอย่าง “ซัมซุง” ได้ เทียบกับเมื่อ 2-3 ปีก่อน สมาร์ตโฟนของบริษัทเหล่านี้ อย่าง “โซนี่” (Sony) “แอลจี” (LG) และ “เอชทีซี” (HTC) มีความสามารถที่ด้อยกว่ามาก แต่ในปัจจุบัน สมาร์ตโฟนเหล่านี้มีความแตกต่างกันไม่มากในแง่ของประสิทธิภาพ อีกทั้ง ชิ้นส่วนที่ใช้ผลิตส่วนใหญ่ก็มาจากบริษัทเดียวกันแทบทั้งหมด จุดต่างมีแค่แบรนด์และการออกแบบเท่านั้น นอกจากนี้ ยังมีผู้เล่นหน้าใหม่อย่าง “เอซุส” (Asus) ที่ร่วมมือกับ “อินเทล” (Intel) ซึ่งสามารถแย่งส่วนแบ่งตลาดไปได้อย่างสมควร และสร้างตัวเองขึ้นมาเป็นคู่แข่งสำคัญในวงการได้สำเร็จ

แต่ที่น่าสนใจที่สุดคือตลาดล่าง ที่ถึงแม้ว่าไอ-โมบายจะยังคงความเป็นผู้นำตลาดอยู่ในปัจจุบัน แต่ในปีที่ผ่านมาก็ต้องพินาศกับการแข่งขันจากแบรนด์จีนและอินเดียที่ทำของดีราคาถูกมาเจาะตลาดบ้านเรา รวมทั้งสมาร์ตโฟนจากตลาดกลางที่แข่งขันกันด้านราคาอย่างดุเดือด ประกอบกับการที่คนเริ่มมีรายได้เพียงพอที่จะหาซื้อสมาร์ตโฟนเครื่องแรกมาใช้งาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับการกลยุทธ์ด้านการตลาดของ AIS ที่จัดโปรโมชันค่าบริการพร้อมเสนอขายสมาร์ตโฟนแบรนด์ “ลาวา” (Lava) เพื่อกระตุ้นการโอนย้ายเครือข่ายจาก 2G เป็น 3G ซึ่งประสบความสำเร็จอย่างมาก จนถึงได้ว่าเป็นไฮไลต์ของตลาดล่างในปีที่ผ่านมา

แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต

จากแนวโน้มการสื่อสารออนไลน์ที่สูงขึ้น ประกอบกับการแข่งขันด้านคุณภาพและค่าบริการจากผู้ให้บริการเครือข่ายที่กระตุ้นให้ผู้บริโภคใช้งานมากขึ้น ทำให้เชื่อว่าตลาดสมาร์ตโฟนในปีหน้าจะยังเติบโตต่อเนื่อง เบื้องต้นพบว่าของพีเจียโฟนให้มีความสำคัญลดลง ซึ่งคาดว่าภายในปีหน้า ประเทศไทยจะมีผู้ใช้สมาร์ตโฟนเป็นสัดส่วนครึ่งหนึ่งของประชากรทั้งหมด

ตลาดสมาร์ตโฟนระดับกลางและล่างยังคงเป็นตลาดที่น่าจับตามอง ด้วยเหตุผลที่เทคโนโลยีในปัจจุบันมีต้นทุนถูกลง และผู้ผลิตสมาร์ตโฟนสามารถเข้าถึงได้ง่ายกว่าเดิม รวมทั้งมีผู้ผลิตชิ้นส่วนหลักอยู่เพียงไม่กี่ราย ไม่ว่าจะเป็น หน้าจอ กล้อง และหน่วยประมวลผล ทำให้สมาร์ตโฟนที่ผลิตออกมาจากแต่ละบริษัทไม่มีความแตกต่างกันในแง่ของประสิทธิภาพและการใช้งาน อีกทั้งพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีทางเลือกมากขึ้น ก็จะทำให้มีความยืดหยุ่นในแบรนด์น้อยลง และตัดสินใจเลือกซื้อสมาร์ตโฟนตามการใช้งานจริงมากขึ้น มีความคุ้มค่าด้านราคา และมีการออกแบบและวัสดุการผลิตที่ดีมีคุณภาพ ซึ่งแนวโน้มนี้จะผลักดันให้ผู้ผลิตสมาร์ตโฟนหันไปให้ความสำคัญกับการสร้างแบรนด์ ประสบการณ์การใช้งานสมาร์ตโฟนที่ผู้ใช้งานจะได้รับให้แตกต่างจากคู่แข่ง และการออกแบบการใช้งานที่สอดคล้องกับกลุ่มลูกค้ามากขึ้น

อีกหนึ่งสิ่งที่คาดว่าจะได้เห็นกันในปีนี้ คือ การเข้ามาจับตลาดจากคู่แข่งรายใหม่ โดยเฉพาะแบรนด์ใหม่ๆ จากจีนที่เน้นกลยุทธ์ความคุ้มค่าด้านราคาเป็นหลัก ซึ่งจะทำให้แบรนด์ระดับโลกอย่าง “ซัมซุง” “โซนี่” “แอลจี” และ “เอชทีซี” หันมาสนใจกับการทำสมาร์ตโฟนในตลาดระดับกลางและล่างอย่างจริงจัง เพื่อรักษาส่วนแบ่งตลาด โดยเน้นไปที่ความน่าเชื่อถือของแบรนด์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง “ซัมซุง” และ “โซนี่” ที่จะอาศัยความเป็นผู้นำด้านเทคโนโลยีและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์มาสร้างความแตกต่างให้กับแบรนด์ตนเอง ผ่านนวัตกรรมการทำงานร่วมกันของอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์แบรนด์เดียวกัน หรือแม้กระทั่ง “โนเกีย” (Nokia) ที่ถูกควบรวมกิจการไปเรียบร้อยแล้ว และจะมีการรีแบรนด์ใหม่ในปีนี้ โดยจะขยับขึ้นมาเป็น “วินโดวส์ โฟน” (Windows Phone) อย่างเต็มตัว พร้อมทั้งความพยายามที่จะสร้างจุดแข็งของตนเองผ่านการใช้ระบบปฏิบัติการของตนเองอย่าง “แอปเปิล” เคยทำสำเร็จมาแล้ว

3.2) การให้บริการข้อมูล ข่าวสาร และสาระความบันเทิงในรูปแบบมัลติมีเดีย สภาพการแข่งขัน

ภาวะอุตสาหกรรมในปีที่ผ่านมา เปลี่ยนแปลงไปมากเนื่องจากเทคโนโลยีของอุปกรณ์พกพาที่พัฒนามากขึ้น ทำให้ตลาดการให้บริการเปลี่ยนไป ผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงข้อมูลหรือบริการที่คล้ายคลึงกันได้ด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่าและสะดวกกว่าเดิม ทำให้การแข่งขันไม่ได้จำกัดอยู่เพียงการแข่งขันระหว่างหน่วยธุรกิจเท่านั้น แต่ทุกบริษัทต่างต้องแข่งขันกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ซึ่งพึ่งพาแหล่งข้อมูลข่าวสารแบบเดิมน้อยลง แต่ให้ความสนใจกับความเคลื่อนไหวบนสังคมออนไลน์ ความคิดเห็นจากประสบการณ์ตรงของผู้ใช้งานด้วยกันเองมากขึ้น ปัจจัยเหล่านี้ล้วนทำให้ทุกธุรกิจต้องพยายามปรับตัวตามพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต

ตามที่ได้กล่าวมาแล้วว่าเทคโนโลยีการสื่อสารในปัจจุบันมีการพัฒนาไปอย่างก้าวกระโดด และทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร และความบันเทิงรูปแบบต่างๆ ได้สะดวกมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังมีต้นทุนที่ต่ำกว่าเดิมมาก ทำให้ธุรกิจต่างต้องปรับตัว โดยการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับบริการของตน รวมทั้งสร้างแหล่งรายได้ใหม่ ที่พึ่งพิงรายได้ทางตรงจากผู้บริโภคน้อยลง แต่พัฒนารูปแบบการให้บริการแบบใหม่และสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ

3.3) การให้บริการขายต่อบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 3G (MVNO)

สภาพการแข่งขัน

ในช่วงปีที่ผ่านมา ราคาของอุปกรณ์ประเภท Smartphone, Tablet PC ทั้ง Inter brand และ Local brand มีราคาลดลงอย่างต่อเนื่อง โดยราคาของ Smartphone มีราคา 2 พันกว่าๆ และ Tablet PC ราคา 4 พันกว่าๆ ที่สามารถใช้งานเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 3G ได้ ส่งผลให้ลูกค้าส่วนใหญ่สามารถเข้าถึงอุปกรณ์ดังกล่าวได้ง่ายขึ้น ประกอบกับกระแสความนิยมของเครือข่ายสังคมออนไลน์ และแอปพลิเคชันแชทออนไลน์ เช่น Facebook Instagram Youtube LINE Whatsapp เป็นต้น ที่มีการใช้งานอย่างแพร่หลายในทุกกลุ่มผู้บริโภค ทุกสาขาอาชีพ และทุกเพศทุกวัย จากทั้งสองปัจจัยดังกล่าวเป็นแรงขับเคลื่อนที่สำคัญที่ทำให้ความต้องการใช้งานบริการข้อมูล (Data service) ผ่านอุปกรณ์สื่อสารไร้สายมีการเติบโตขึ้นอย่างมาก ดังจะเห็นได้จากจำนวนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ 3G มีอัตราการเติบโตอย่างก้าวกระโดด โดยข้อมูลจำนวนเลขหมายบนระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ 3G ณ สิ้นปี 2557 คาดการณ์ว่าจะมีจำนวนประมาณ 73.5 ล้านเลขหมาย เติบโตจากสิ้นปี 2556 ที่มีเลขหมายบนระบบ 3G เพียง 25.6 ล้านเลขหมาย โดยผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ทุกรายต่างร่วมมือกับพันธมิตรผู้ผลิตสมาร์ตโฟน แท็บเล็ต เช่น Apple, Samsung, HTC และ LG เป็นต้น ในการนำเสนอสมาร์ตโฟนรุ่นใหม่เป็นรายแรก นอกจากนี้ออก Smartphone แปรต้นตนเอง ราคาถูก เพื่อโน้มน้าวให้ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 2G เปลี่ยนมาจากระบบ 3G อย่างง่าย รวมทั้งมีการนำเสนอแพ็คเกจที่หลากหลายเหมาะสมกับการใช้งานสมาร์ตโฟนและอุปกรณ์เชื่อมต่อแต่ละประเภท เช่น แพ็คเกจโทรและบริการข้อมูลสำหรับกลุ่มผู้ใช้สมาร์ตโฟน แพ็คเกจเฉพาะบริการข้อมูลสำหรับกลุ่มผู้ใช้แท็บเล็ต เป็นต้น ซึ่งแพ็คเกจหลักมีทั้งแบบคิดค่าบริการตามปริมาณการใช้งานเป็นนาฬิกา MB และค่าบริการแบบเหมาจ่าย โดยระดับราคาค่าบริการของลูกค้าระบบเดิมเงินเริ่มต้นตั้งแต่ 199 จนถึง 999 บาท ซึ่งครอบคลุมผู้บริโภคทุกกลุ่มตั้งแต่กลุ่มระดับล่างจนถึงกลุ่มระดับพรีเมียม

แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต

จากพฤติกรรมในการใช้งานของผู้บริโภคในปี 2557 ที่เกิดขึ้นนั้น จะเห็นได้ว่าความต้องการในการใช้งานบริการข้อมูล (Data service) มีการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากความต้องการของลูกค้าในการเข้าถึงข้อมูลอินเทอร์เน็ตผ่านอุปกรณ์สื่อสารไร้สายมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นสื่อสังคมออนไลน์ (Social media) การแชทออนไลน์ หรือการค้นหาข้อมูล (Search) หรือการดูคลิปวิดีโอ รายการย้อนหลัง ละครย้อนหลัง ผ่าน YouTube ที่มีการเติบโตในการใช้งานมากอย่างก้าวกระโดด จากการเติบโตของความต้องการในการใช้งานบริการ Data service ของลูกค้าส่วนใหญ่ ทำให้พฤติกรรมในการเลือกใช้งานบริการ Data service เริ่มมีการเปลี่ยนแปลงจากการสมัครใช้งานแบบคิดค่าบริการเป็น MB เป็นแพ็คเกจประเภทเหมาจ่าย (Unlimited package) ซึ่งจะช่วย

ทำให้ลูกค้าสามารถควบคุมค่าใช้จ่ายได้ ทำให้แนวโน้มของแพ็คเกจบริการที่จะได้รับความนิยมในปีหน้าจะเป็นแพ็คเกจประเภทเหมาจ่าย (Unlimited package) ทั้งในรูปแบบแพ็คเกจหลัก และแพ็คเกจเสริม

ค) **การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

1. **โทรศัพท์เคลื่อนที่**

SIM ทำการออกแบบและพัฒนาโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบ OEM (Original Equipment Manufacturer) ผ่านการว่าจ้างผู้ผลิตในต่างประเทศ ให้ทำการผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่ภายใต้แบรนด์ “ไอ-โมบาย” ส่วนผลิตภัณฑ์อื่นๆ เช่น อุปกรณ์เสริม ซิมการ์ด และบัตรเติมเงิน จะเป็นการจัดหาเพื่อจำหน่ายต่อ

ด้านงานบริการหลังการขาย SIM ให้บริการผ่านร้าน i-mobile by SAMART และตัวแทนจำหน่ายที่ได้รับอนุญาตใน 3 ลักษณะ คือ ศูนย์บริการซ่อม จุดบริการซ่อม และจุดรับฝากเครื่องซ่อม ซึ่งทั้งหมดนี้จะดำเนินงานภายใต้มาตรฐานของ SIM

2. **การให้บริการข้อมูล ข่าวสาร และสาระความบันเทิงในรูปแบบมัลติมีเดีย**

ข้อมูลข่าวสารที่ SIM ให้บริการมีทั้งส่วนที่ SIM พัฒนาขึ้นมาเอง และส่วนที่รวบรวมมาจากภายนอกโดยการซื้อลิขสิทธิ์หรือการร่วมมือกับพันธมิตร โดย SIM ทำการจัดเก็บรวบรวมในรูปแบบของฐานข้อมูลขนาดใหญ่ และเรียบเรียงอย่างเป็นระบบ เพื่อให้สอดคล้องกับแต่ละช่องทางการให้บริการ รวมถึงระบบเชื่อมต่อข้อมูลกับผู้ใช้บริการภายนอกที่มีความชำนาญเฉพาะทาง เพื่อให้ข้อมูลที่ถูกนำเสนอออกไปมีความถูกต้องมากที่สุด

3. **การให้บริการขายค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 3G (MVNO)**

SIM ซื้อบริการสำเร็จรูป (เลขหมายโทรคมนาคมและ Airtime) จากบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) เพื่อนำมาให้บริการต่อภายใต้แบรนด์ i-mobile 3GX แก่กลุ่มผู้ใช้บริการทั่วไป (End user) และกลุ่มผู้ใช้บริการระดับองค์กร (Corporate user) SIM เน้นใช้กลยุทธ์ด้านราคาเป็นหลักสำคัญในการแข่งขันกับผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่รายอื่น โดยมอบความคุ้มค่าสูงสุดในการใช้งานให้กับผู้ใช้บริการของ SIM มีการนำเสนอแพ็คเกจบริการ 3G ที่มีความหลากหลายครอบคลุมกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีพฤติกรรมการใช้งานที่แตกต่างกัน

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

2.3 **สายธุรกิจ Call Center**

ดำเนินธุรกิจให้บริการศูนย์ประสานงานบริการลูกค้า (Contact Center) อย่างครบวงจรให้แก่องค์กรภาครัฐและเอกชน โดยในปี 2557 สายธุรกิจ Call Center มีสัดส่วนรายได้เท่ากับ 668.5 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 2.8 ของรายได้รวมของกลุ่มบริษัท สายธุรกิจนี้ประกอบด้วย 3 บริษัท ดังนี้ บริษัท วันทูน คอนแทคส์ จำกัด (มหาชน) บริษัท วันทูน โปรเฟสชั่นแนล จำกัด และบริษัท วันทูน (แคมโบเดีย) จำกัด

● **บริษัท วันทูน คอนแทคส์ จำกัด (มหาชน) (“OTO”)**

OTO เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ โดยสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ แล้วเมื่อวันที่ 15 พฤษภาคม 2557 และดำเนินการจัดตั้ง บริษัท วันทูน แคมโบเดีย จำกัด (One To One (Cambodia) Company Limited) ซึ่งเป็นบริษัทย่อย ตั้งอยู่ที่ Phnom Penh, Cambodia เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าเอกชนในประเทศกัมพูชาในเดือนมีนาคม 2557

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 (รวมการให้บริการทั้งประเภทการบริหารจัดการศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์แบบเต็มรูปแบบ และ บริการระบบศูนย์บริการข้อมูลและอุปกรณ์) ถูกออกแบบและติดตั้งด้วยระบบเทคโนโลยีขั้นสูงทันสมัยระดับโลก สามารถรองรับการติดต่อได้จากหลากหลายช่องทาง พร้อมเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ที่ให้ข้อมูล (Customer Service Representative: CSR) กว่า 1,990 คน (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557) ให้บริการรับสายได้มากกว่า 2.36 ล้านสายต่อเดือน ทีมเจ้าหน้าที่ของ OTO จะเป็นเสมือนตัวแทนของลูกค้าในการให้บริการอย่างมืออาชีพ โดยภายหลังเสร็จสิ้นการทำงาน OTO จะจัดส่งรายงานการทำงานพร้อมทั้งข้อมูลต่างๆ ของผู้ใช้สินค้าและบริการ และรายละเอียดการดำเนินการต่างๆ ให้แก่ลูกค้า นอกจากนี้ลูกค้าสามารถตรวจสอบรายงานการดำเนินงานได้จากระบบ On-line Web Report อีกทางหนึ่ง

OTO แบ่งประเภทการให้บริการเป็นดังนี้

1) รับจ้างให้บริการศูนย์บริการข้อมูล (Outsourced Contact Center Services)

OTO มีศูนย์ในการให้บริการหลักที่การบริหารจัดการ 3 แห่ง รองรับการให้บริการถึงกว่า 2,000 ที่นั่ง โดยสามารถปรับขยายเพิ่มบริการได้ภายใน 2 สัปดาห์ เพื่อรองรับกับการขยายตัวของการใช้บริการของลูกค้าหลักของ OTO และเพื่อให้บริการแก่ลูกค้าที่ต้องการจ้างเหมาแบบเต็มรูปแบบ หรือต้องการใช้ระบบและอุปกรณ์ นอกจากนี้ในบางกรณีลูกค้าอาจต้องการให้ OTO จัดให้มีศูนย์บริการข้อมูล ณ สถานที่ที่ลูกค้าจัดหาให้ OTO จะดำเนินการออกแบบและติดตั้งอุปกรณ์ระบบโทรศัพท์ และคอมพิวเตอร์ ให้ตามที่ต้องการ ซึ่งปัจจุบันมีการให้บริการในสถานที่ของลูกค้าอยู่มากกว่า 450 ที่นั่ง OTO แบ่งการให้บริการศูนย์ข้อมูลออกเป็น 3 ประเภทย่อยๆ ดังนี้

1.1) บริการบริหารจัดการศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์แบบเต็มรูปแบบ (Fully Outsourced Contact Center Management Service)

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

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

ในการจ้างเหมาการให้บริการบริหารจัดการศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์แบบเต็มรูปแบบ (Fully Outsourced Contact Center Management Service) นี้ ทีมงานที่เชี่ยวชาญในงานบริหารการให้บริการศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ในด้านต่างๆ จะเป็นผู้บริหารจัดการ Contact Center เพื่อให้บริการข้อมูลข่าวสาร หรือศูนย์บริการข้อมูลแบบเบ็ดเสร็จแก่ผู้ใช้บริการ (End User) แทนลูกค้าของ OTO โดยที่ OTO เป็นผู้จัดเตรียมสถานที่ ระบบโทรศัพท์ ระบบคอมพิวเตอร์ทั้ง ฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ แอปพลิเคชัน และ

เจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ (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

การให้บริการจัดหาเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ทั้งที่อยู่ในรูปแบบการบริหารจัดการศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์แบบเต็มรูปแบบ (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 จัดระบบสถานที่ อุปกรณ์ 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 ได้โดยไม่ต้องลงทุนติดตั้งระบบที่มีความซับซ้อนและต้นทุนสูงด้วยตนเอง และลูกค้าสามารถปรับเปลี่ยนหรือลดจำนวนที่นั่งในการให้บริการให้เหมาะสมกับวาระและโอกาสได้ตลอดเวลา

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 จะนำเสนอระบบที่เหมาะสม (Solution) กับประเภทธุรกิจ นอกจากนี้ OTO ทำหน้าที่จัดหาอุปกรณ์ Hardware และ Software Application ที่ใช้ใน ระบบ Contact Center รวมทั้งการ Integrate ระบบทั้งหมดเข้าด้วยกัน โดยเน้นการออกแบบให้สอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจของแต่ละองค์กร เพื่อเพิ่มศักยภาพการให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ข) การตลาดและสถานการณ์แข่งขัน

1) กลยุทธ์การแข่งขันของ OTO

OTO อยู่ในธุรกิจการให้บริการศูนย์ข้อมูลลูกค้าสัมพันธ์มากกว่า 15 ปี ถือได้ว่าเป็นผู้เริ่มบุกเบิกการให้บริการดังกล่าว ในปัจจุบันองค์กรในธุรกิจต่างๆ ให้ความสำคัญต่อการบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า เป็นอย่างยิ่ง เพราะถือได้ว่าเป็นภาพสะท้อนการบริการขององค์กร ข้อมูลลูกค้าที่ได้รับผ่านการติดต่อเข้ามา (Inbound) ของ Contact Center ไม่ว่าจะเป็นผ่านทางโทรศัพท์ โทรสาร อีเมลล์ หรือ Web Chat ช่วยให้องค์กรต่างๆ ทราบว่าผู้ซื้อสินค้าและบริการที่ติดต่อเข้ามาเป็นใคร เคยซื้อสินค้า/บริการอะไรบ้าง ปัญหาที่เคยพบมีอะไร ปัญหาใดที่ได้รับการแก้ไขแล้ว ปัญหาใดที่ยังไม่ได้รับการแก้ไข ในขณะที่เดียวกันหากเป็นกรณีของการติดต่อออก (Outbound) ไปยังผู้ซื้อสินค้าและบริการจาก Contact Center ผ่านช่องทางสื่อสารต่างๆ ข้อมูลที่ถูกบันทึกลงไปใน Customer Contact History Management (CCHM) จะช่วยให้องค์กรต่างๆ ทราบข้อมูลที่เป็นของ ผู้ซื้อสินค้าและบริการก่อนที่จะติดต่อเพื่อทำกิจกรรมทางการตลาด

ดังนั้นข้อมูลจาก Software CRM จึงไม่เป็นเพียงแค่ชื่อ นามสกุล เบอร์โทร ที่อยู่ แต่จะมีการรวบรวมเป็นข้อมูลที่เป็นประวัติการทำกิจกรรมต่างๆ ขององค์กรนั้นๆ กับลูกค้า ซึ่งข้อมูลเหล่านี้ก็จะมีการเปลี่ยนแปลง

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

กลยุทธ์การแข่งขันในด้านต่างๆ ของ OTO มีดังนี้

- **ด้านเทคโนโลยี**

OTO ได้วางกลยุทธ์ที่ใช้ในการแข่งขันด้านเทคโนโลยี โดยเลือกใช้ Software ที่มีคุณภาพและมาตรฐาน ได้รับการยอมรับจากทั่วโลก สามารถประยุกต์เข้ากับลูกค้าแต่ละราย อีกทั้งยังสามารถสนองตอบต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างเหมาะสม พร้อมทั้งสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ใช้บริการระบบทุกราย

- **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 ให้นักงานมีความเต็มใจ ในการให้บริการ (Service Mind) อีกทั้งอบรมให้เจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ได้เรียนรู้ทักษะและใส่ใจในความต้องการของผู้รับบริการ (End User) เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจสูงสุด

2) กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ลูกค้าเป้าหมายของ OTO คือ กลุ่มองค์กรธุรกิจที่มีความประสงค์จะบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า และไม่มี การจัดตั้งศูนย์บริการลูกค้าเป็นของตนเอง 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 หลังจากนั้น OTO จะต่อรองราคาเพื่อให้ได้ราคาที่เหมาะสม นอกจากนี้ OTO จะพิจารณาความเหมาะสมด้านสถานที่ว่าสถานที่ที่ OTO ใช้อยู่ในปัจจุบันสามารถรองรับความต้องการของลูกค้าได้หรือไม่ หากต้องจัดหาสถานที่เพิ่มเติม OTO จะพิจารณาค่าเช่าสถานที่เป็นหลัก ทั้งนี้ OTO มีความยืดหยุ่นในการจัดหาสถานที่ เนื่องจากการให้บริการ Contact Center สามารถให้บริการได้จากสถานที่ใดก็ได้ถ้ามีการวางระบบและอุปกรณ์ครบครัน

2) บุคลากร

เจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ถือเป็นปัจจัยหลักของการให้บริการ โดย OTO จะพิจารณาถึงความต้องการของลูกค้า อาทิ จำนวนสายที่ต้องรับต่อวัน คุณภาพการให้บริการ ลักษณะเจ้าหน้าที่ที่ต้องให้บริการ และจำนวนเจ้าหน้าที่ที่เหมาะสม การคำนวณต้นทุนด้านบุคลากรจะประกอบด้วยอัตราค่าจ้าง และสวัสดิการอื่นๆ

3) การบริหารจัดการ

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

เมื่อทราบต้นทุนทั้งหมดแล้ว OTO จะรวมราคาคำนวณทั้งหมดและพิจารณาอัตรากำไรที่เหมาะสมที่สามารถแข่งขันกับตลาดและคู่แข่งได้ และนำเสนอราคาแก่ลูกค้าต่อไป

4) ภาวะอุตสาหกรรม Contact Center

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

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

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

ส่วนแบ่งตลาด

สำหรับในประเทศไทยธุรกิจศูนย์บริการข้อมูล (Contact Center) มีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยบริษัทประมาณการว่าในปี 2557 ที่ผ่านมา ธุรกิจศูนย์บริการข้อมูลในประเทศไทยมีมูลค่าตลาดรวมมากกว่า 4,000 ล้านบาท (อ้างอิงจากข้อมูลงานวิจัยของ Frost & Sullivan และจากการประมาณการของ OTO) โดยในปี 2557 OTO มีส่วนแบ่งการตลาดในบริการบริหารจัดการศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์แบบเต็มรูปแบบ (Fully Outsource Contact Center Management Service) อยู่ที่ประมาณร้อยละ 22 และคาดว่าในปี 2558-2560 ธุรกิจศูนย์บริการข้อมูลในประเทศไทยจะมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 11.6

นอกเหนือจากนี้ เนื่องจากสภาวะความไม่แน่นอนทางการเมืองที่เกิดขึ้นในระหว่างปี 2556-2557 ต่อเนื่องไปจนถึงปี 2558 ส่งผลให้งานโครงการภาครัฐได้รับผลกระทบ หลายโครงการถูกเลื่อนหรือยกเลิกไป ทาง OTO จึงได้กำหนดทิศทางการดำเนินธุรกิจโดยให้บริการภาคเอกชนในสัดส่วนที่มากขึ้น โดยให้ความสำคัญกับกลุ่มธุรกิจที่มีแนวโน้มการเติบโตสูง และให้ความสำคัญกับการให้บริการที่ดีสำหรับผู้ให้บริการ อาทิ กลุ่มธุรกิจสายการบิน ธุรกิจประกัน ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ และธุรกิจโรงพยาบาล เพื่อส่งเสริมให้ OTO มีรายได้ที่มั่นคงในระยะยาว

แนวโน้มการแข่งขันและคู่แข่งในตลาดปัจจุบัน

เนื่องจากธุรกิจ Contact Center เป็นบริการที่กำลังได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในเกือบทุกธุรกิจโดยมีวัตถุประสงค์หลัก คือ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ดังนั้น การเข้ามาของกลุ่มคู่แข่งรายใหม่ต้องอาศัยความรู้ความชำนาญเป็นพิเศษ และต้องใช้งบลงทุน รวมทั้งต้องอาศัยประสบการณ์ในการทำงานของบุคลากรที่มีอยู่จำกัดในตลาด การแข่งขันจากคู่แข่งรายใหม่อาจจะยังไม่เพิ่มมากขึ้น แต่อาจมีการแข่งขันจากคู่แข่งเดิมที่ต้องการเข้ามาแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดที่ค่อนข้างสูง

ก) การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

1) การจัดการระบบและอุปกรณ์สำหรับ Contact Center

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

คำแนะนำ และการปฏิบัติจริง ซึ่งจะแบ่งความเชี่ยวชาญออกเป็นหลายประเภทตามลักษณะความชำนาญเฉพาะด้าน

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

2) การจัดหาสถานที่

สำหรับกรณีการให้บริการแบบการจ้างเหมาดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าเต็มรูปแบบ และการบริการใช้ระบบ Contact Center นอกสถานที่ OTO ได้จัดสถานที่ให้บริการ หมุนเวียนสลับเปลี่ยนในแต่ละโครงการ โดยปัจจุบัน OTO มีสถานที่ให้บริการของ OTO 3 แห่ง สามารถรองรับการให้บริการถึงกว่า 2,000 ที่นั่ง

ทั้งนี้การให้บริการด้านสถานที่เป็นทางเลือกของลูกค้า โดยลูกค้าสามารถเลือกใช้สถานที่ที่มีอยู่ของ OTO หรืออาจเสนอสถานที่ที่ลูกค้าต้องการให้ OTO ดำเนินการปรับปรุงสถานที่ให้เป็นศูนย์บริการข้อมูลก็ได้

3) การจัดหาบุคลากร

การคัดเลือกพนักงานของ OTO แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ บุคลากรตามวิชาชีพของ Contact Center และบุคลากรในตำแหน่งอื่นๆ โดยมีวิธีหาดังนี้

บุคลากรตามวิชาชีพของ Contact Center

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

พนักงานในฝ่ายสนับสนุน (Back Office)

OTO มีการจัดหาพนักงานในฝ่ายสนับสนุนอื่นๆ โดยการรับสมัครงานผ่านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ รวมถึงการร่วมมือกับเครือข่ายสถาบันการศึกษาในการรับสมัครงาน และร่วมมือกับกลุ่มสมาคม ในอีกทางหนึ่ง ดำเนินการรับสมัครงาน โดย OTO แจ้งตำแหน่งและคุณสมบัติของบุคคลที่ต้องการรับสมัครไปยัง SAMART หลังจากนั้น SAMART จะจัดหาผู้สมัครที่มีลักษณะตามที่ต้องการส่งให้ OTO เพื่อดำเนินการสัมภาษณ์และตัดสินใจต่อไป

ง) โครงการที่ยังไม่ส่งมอบ

ซึ่งดำเนินการ โดย OTO มีโครงการที่ยังไม่ส่งมอบ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 ดังนี้

รายชื่อลูกค้า	ชื่อโครงการ	สัญญา		มูลค่าโครงการ (ล้านบาท)	ความคืบหน้า * (%)
		วันที่เริ่ม	วันที่สิ้นสุด		
ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร	โครงการ สัญญาซื้อขายระบบบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (CRM)	14/03/57	7/08/58	43.4	94.4%

หมายเหตุ: * การรับรู้รายได้ของแต่ละโครงการจะเป็นไปตามสัดส่วนความสำเร็จของงาน (ความคืบหน้า %)

--รายละเอียดเพิ่มเติมสามารถดูได้จากแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) ของบริษัท วันทูน คอนเทคส์ จำกัด (มหาชน)--

2.4 สายธุรกิจ Utilities and Transportations

สายธุรกิจ Utilities and Transportations ประกอบธุรกิจดำเนินธุรกิจการให้บริการควบคุมการจราจรทางอากาศ และธุรกิจผลิตและจำหน่ายกระแสไฟฟ้าแก่โรงงานกัมปอดซีเมนต์ ในประเทศกัมพูชา รวมถึงธุรกิจการให้บริการด้านการออกแบบ ก่อสร้างและติดตั้งงานวิศวกรรมไฟฟ้าครบวงจร โดยในปี 2557 สายธุรกิจ Utilities and Transportations มีสัดส่วนรายได้เท่ากับ 2,413.7 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 10.2 ของรายได้รวมของกลุ่มบริษัท สายธุรกิจนี้ประกอบด้วย 6 บริษัท ดังนี้ บริษัท แคมโบเดีย แอร์ ทราฟฟิค เซอร์วิส จำกัด บริษัท กัมปอด เพาเวอร์ แพลนท์ จำกัด บริษัท สามารต ยู-ทรานส์ จำกัด บริษัท เทต้า จำกัด บริษัท เทต้า คอนสตรัคชั่น และบริษัท ทรานส์เล็ค เพาเวอร์ เซอร์วิส จำกัด

อย่างไรก็ตาม ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ ครั้งที่ 8/2557 ซึ่งประชุมเมื่อวันที่ 13 พฤศจิกายน 2557 ได้มีมติอนุมัติให้มีการจัดตั้งบริษัทย่อย ภายใต้ บริษัท สามารต ยู-ทรานส์ จำกัด อีกจำนวน 3 บริษัท ดังนี้

- 1) บริษัท สามารต เวสท์เพาเวอร์ จำกัด จัดตั้งขึ้นเพื่อรองรับการขยายตัวทางธุรกิจไปสู่ธุรกิจใหม่ คือ การบริหารจัดการขยะมูลฝอย และการผลิตไฟฟ้าโดยใช้เชื้อเพลิงขยะ (ได้จดทะเบียนจัดตั้งบริษัทเรียบร้อยแล้วเมื่อวันที่ 9 มกราคม 2558)
 - 2) บริษัท สามารต ยู-ทรานส์ (ลาว) จำกัด จัดตั้งขึ้นเพื่อรองรับการขยายธุรกิจด้าน Utilities and Transportations ในประเทศลาว (อยู่ระหว่างดำเนินการจัดตั้งบริษัท)
 - 3) บริษัท สามารต ยู-ทรานส์ (เมียนมาร์) จำกัด จัดตั้งขึ้นเพื่อรองรับการขยายธุรกิจด้าน Utilities and Transportations ในประเทศเมียนมาร์ (อยู่ระหว่างดำเนินการจัดตั้งบริษัท)
- บริษัท แคมโบเดีย แอร์ ทราฟฟิค เซอร์วิส จำกัด (“CATS”)

ก) ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ให้บริการจัดการจราจรทางอากาศบนน่านฟ้าประเทศกัมพูชา โดยได้รับสัญญาสัมปทานจากรัฐบาลกัมพูชาเป็นเวลา 32 ปี ตั้งแต่ปี 2544 - 2576 ในปี 2557 CATS มีรายได้รวมทั้งสิ้น 1,207.5 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนรายได้ประมาณร้อยละ 5.1 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) การตลาดและภาวะการแข่งขัน

เนื่องจาก CATS เป็นผู้ได้รับสัมปทานในการให้บริการจัดการจราจรทางอากาศจากรัฐบาลกัมพูชาแต่เพียงผู้เดียว จึงไม่มีคู่แข่ง และไม่ต้องดำเนินการทางการตลาดแต่อย่างใด โดยมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คือ สายการบินต่างๆ

ค) การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

เป้าหมายของการให้บริการควบคุมการจราจรทางอากาศ เพื่อให้อากาศยานถึงที่หมายด้วยความปลอดภัย สะดวก และรวดเร็ว ดังนั้น CATS จึงมุ่งเน้นให้มีการพัฒนาปรับปรุง และลงทุนในเครื่องมืออุปกรณ์สำหรับการควบคุมการจราจรทางอากาศ เช่น Radar System, Navigation Systems, Communication Systems และ Simulation System เป็นต้น เพื่อให้การจัดระบบการทำงานมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งมีการฝึกอบรมให้ความรู้แก่พนักงานผู้ปฏิบัติ เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความปลอดภัยสูงสุด

● **บริษัท กัมปอด เพาเวอร์ แพลนท์ จำกัด (“KPP”)**

KPP เป็นบริษัทย่อยของบริษัท ดำเนินธุรกิจผลิตไฟฟ้าเพื่อจำหน่ายให้กับโรงงานกัมปอดซีเมนต์ (KCC) ในจังหวัดกัมปอด ประเทศกัมพูชา โดยได้มีการลงนามในสัญญาซื้อขายไฟฟ้า กับ KCC เป็นระยะเวลา 10 ปี ซึ่งโรงไฟฟ้า ใช้ Heavy Fuel Oil (HFO) เป็นเชื้อเพลิง และมีเครื่องผลิตกระแสไฟฟ้า จำนวน 4 เครื่อง มีกำลังผลิตรวม 23 เมกกะวัตต์ ทั้งนี้เนื่องจาก KPP เป็นผู้จำหน่ายไฟฟ้าเพียงรายเดียวให้กับ โรงงานกัมปอดซีเมนต์ จึงไม่มีคู่แข่ง และไม่ต้องดำเนินการทางการตลาดแต่อย่างใด นอกจากนั้น KPP ได้ลงทุนในเครื่องผลิตกระแสไฟฟ้ารวมทั้งอุปกรณ์ประกอบต่างๆ พร้อมทั้งมีการฝึกอบรมให้ความรู้แก่พนักงานผู้ปฏิบัติ เพื่อให้การผลิต และจำหน่ายกระแสไฟฟ้ามีความน่าเชื่อถือ และมีประสิทธิภาพสูงสุด ในปี 2557 KPP มีรายได้รวมทั้งสิ้น 184.2 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนรายได้ประมาณร้อยละ 0.8 ของรายได้รวมของกลุ่มบริษัท

● **บริษัท สามารอ ยู-ทรานส์ จำกัด (“SUT”)**

ก) ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ให้บริการจ้างเหมาติดตั้งระบบที่เกี่ยวข้องกับด้านคมนาคม เช่น ระบบอาณัติสัญญาณสำหรับการเดินรถไฟ, ระบบที่ใช้สำหรับการควบคุมจราจรทางอากาศ เป็นต้น ซึ่งรวมถึงการติดตั้งโครงการ การจัดซื้อจัดหาอุปกรณ์ และ

ผู้รับเหมางานการทดสอบระบบ ตลอดจนการให้บริการหลังการขาย การซ่อมบำรุง และการเป็นตัวแทนขาย
บริการรับประกันผลิตภัณฑ์ (Warranty Service)

ข) การตลาดและสถานะการแข่งขัน

สินค้าและบริการเป็นสินค้าที่จัดทำเฉพาะให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า และมีเทคโนโลยีที่ทันสมัย การ
จัดจำหน่ายเป็นการขายตรง โดยส่วนใหญ่จะทำการเข้าประมูลแข่งรายอื่น ๆ ทั้งนี้ SUT เน้นเป็นการสร้างสัมพันธ์
ที่ดีกับลูกค้า ซึ่งเป็นหน่วยงานราชการ และรัฐวิสาหกิจ งานที่จัดจำหน่ายและให้บริการมีการแข่งขันทางด้านราคา
และต้องอยู่ในงบประมาณที่ภาครัฐกำหนดไว้ SUT จะคัดเลือกพันธมิตรทางธุรกิจที่มีความพร้อมทางเทคโนโลยี
และการสนับสนุนเพื่อตอบสนองให้ตรงกับความต้องการลูกค้า สถานะการแข่งขันเนื่องจากเป็นเทคโนโลยี
เฉพาะ ถ้าชนะการประมูลก็จะมีโอกาสต่อยอด และผูกพันงานต่อเนื่องไปอีกหลายโครงการ

ค) การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

การจัดหาเทคโนโลยี และอุปกรณ์ของระบบต่าง ๆ นั้น ส่วนใหญ่ SUT จะมีพันธมิตรธุรกิจที่มีความพร้อมในการ
ผลิต โดยพันธมิตรดังกล่าวจะเป็นผู้ผลิตในต่างประเทศ และผลิตภัณฑ์ก็เป็นที่ยอมรับในวงการอยู่แล้ว

ง) โครงการที่ยังไม่ส่งมอบ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 SUT มีโครงการที่ยังไม่ส่งมอบ ดังนี้

รายชื่อลูกค้า	ชื่อโครงการ	สัญญา		มูลค่าโครงการ (ล้านบาท)	ความคืบหน้า*
		วันที่เริ่มต้น	วันที่สิ้นสุด		
บริษัท สามารถคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ดำเนินงานให้กับบริษัท วิทยุการบินแห่งประเทศไทย จำกัด	Thailand Modernization CNS/ATM System : TMCS	8/11/2556	5/1/2560	1,628	61.84%
	SBA/DMA Upgrade Project	19/9/2557	5/1/2560	434	-

หมายเหตุ : * การรับรู้รายได้ของแต่ละโครงการจะเป็นไปตามสัดส่วนความสำเร็จของงาน (ความคืบหน้า %)

• **บริษัท เทต้า จำกัด (“TEDA”)**

ก) ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ให้บริการก่อสร้างสถานีไฟฟ้า และระบบสายส่งไฟฟ้าแรงสูง ครอบคลุมแบบ EPC คือ ออกแบบทางวิศวกรรม
(Engineering) ทั้งด้านโยธาและไฟฟ้า จัดหาอุปกรณ์ (Procurement) และการก่อสร้าง (Construction) เพื่อส่งมอบ
งาน ทั้งระบบให้ลูกค้าพร้อมใช้งาน พร้อมบริการติดตั้งและทดสอบระบบ รวมถึงการบำรุงรักษาด้วย ในปี 2557
TEDA มีรายได้รวมทั้งสิ้น 873.4 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนรายได้ประมาณร้อยละ 3.7 ของรายได้รวมของกลุ่ม
บริษัท

ข) การตลาดและสถานะการแข่งขัน

กลุ่มลูกค้าหลักคือการไฟฟ้าของรัฐทั้ง 3 แห่งคือ การไฟฟ้าฝ่ายผลิตฯ (กฟผ.) การไฟฟ้านครหลวง (กฟน.) และการ
ไฟฟ้าส่วนภูมิภาค (กฟภ.) โดยเข้าไปแข่งขันโดยการประมูลงานร่วมกับคู่แข่งรายอื่น ทั้งนี้ TEDA เน้นเรื่องการ
สร้างสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า และลูกค้า (มีทั้งผู้ผลิตสินค้า และผู้รับเหมา) ทุกอย่างอย่างต่อเนื่อง เพื่อช่วยสนับสนุนและ
ขยายตัวเติบโตไปด้วยกัน

ค) การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

การจัดหาอุปกรณ์ด้านไฟฟ้าแรงสูง TEDA มีพันธมิตรเป็นผู้ผลิตสินค้าและเจ้าของสินค้า ที่มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับจากลูกค้าอยู่หลายราย เพื่อให้ได้ราคาที่แข่งขันได้ ส่วนด้านงานให้บริการติดตั้งและทดสอบอุปกรณ์ไฟฟ้า TEDA ได้ใช้บริการจาก บริษัทในกลุ่ม คือ บริษัท ทรานส์เล็ค เพาเวอร์ เซอร์วิส จำกัด ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านมาเป็นผู้รับงานในทุกโครงการ

ง) โครงการที่ยังไม่ส่งมอบ

ซึ่งดำเนินการโดย TEDA มีโครงการที่ยังไม่ได้ส่งมอบ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 ดังนี้

ลำดับที่	รายชื่อลูกค้า	ชื่อโครงการ	สัญญา		มูลค่าโครงการ (ล้านบาท)	ความคืบหน้า * (%)
			วันที่เริ่ม	วันที่สิ้นสุด		
1	กฟผ.	จัดหาและก่อสร้างสถานีไฟฟ้า ย่อย จังหวัดน่าน เพื่อรับไฟฟ้า จากโรงไฟฟ้าหงสา ประเทศลาว	4/12/55	4/3/58	954.78	79.4 %
2	กฟผ.	จัดหาและก่อสร้างระบบสายส่ง ไฟฟ้าแรงสูง 3 โครงการย่อย คือ ท่าตะโก-บึงสามพันส์ ดาก-แม่ สออด เชียงราย-แม่จันทน์	5/9/56	5/6/58	47.67	35.6 %
3	กฟผ.	จัดหาและก่อสร้างสถานีไฟฟ้า ย่อย สถานีแควน้อย	6/9/56	7/2/58	55.62	84.1 %
4.	กฟผ.	จัดหาและก่อสร้างสถานีไฟฟ้า ย่อย 3 สถานี คือ สฟ.ปลวกแดง (ระยอง), สฟ.วังน้อย (อยุธยา), สฟ.หนองจอก (กรุงเทพ)	8/3/55	8/2/57	183.05	33.4 %
5.	กฟน.	จัดหาและก่อสร้างสถานีไฟฟ้า ย่อย 2 สถานี คือ สฟ.ประเวศ (กรุงเทพ), สฟ.ขุนศรี (ปทุมธานี)	29/5/57	20/10/58	768.5	3.3 %

หมายเหตุ : * การรับรู้รายได้ของแต่ละโครงการจะเป็นไปตามสัดส่วนความสำเร็จของงาน (ความคืบหน้า %)

- กฟน. : การไฟฟ้านครหลวง
- กฟผ. : การไฟฟ้าฝ่ายผลิต

• บริษัท ทรานส์เล็ค เพาเวอร์ เซอร์วิส จำกัด (“TS”)

ก) ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ให้บริการออกแบบ ติดตั้งและทดสอบอุปกรณ์สถานีไฟฟ้า โรงไฟฟ้า และระบบไฟฟ้าแรงสูงของโรงงานตลอดจนให้บริการบำรุงรักษาระบบที่ได้ส่งมอบลูกค้าไปให้ใช้งานได้ดียิ่งขึ้น ในปี 2557 TS มีรายได้รวมทั้งสิ้น 120.9 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนรายได้ประมาณร้อยละ 0.5 ของรายได้รวมของกลุ่มบริษัท

ข) การตลาดและสถานการณ์แข่งขัน

งานส่วนใหญ่ที่ได้มาจะได้มาจากรับเหมาหลัก (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 ทางผู้จ้างจะเป็นผู้จัดหาให้ โดย TS จะเป็นผู้จัดหาอุปกรณ์ประกอบที่เหลือให้พร้อมทำงาน โดยมีพันธมิตรที่เป็นผู้ผลิตจากทั้งในและต่างประเทศให้การสนับสนุน อีกทั้ง TS ยังมีช่างทีมวิศวกรและช่างผู้ชำนาญการ ที่พร้อมให้บริการอย่างเพียงพอ

ง) โครงการที่ยังไม่ส่งมอบ

ซึ่งดำเนินการโดย TS มีโครงการที่ยังไม่ได้ส่งมอบ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 ดังนี้

ลำดับที่	รายชื่อลูกค้า	ชื่อโครงการ	สัญญา		มูลค่าโครงการ (บาท)	ความคืบหน้า *	หมายเหตุ
			วันที่เริ่ม	วันที่สิ้นสุด			
1.	Global Power Synergy	งานปรับปรุงอาคาร 115 kV Substation จ้างออกแบบติดตั้งระบบ GIS 3 Bays และ 2 nd 11 5kV Feeder to CUP4	6/2/56	30/12/56	17,830,000	83.53%	ผู้จ้างยังส่งมอบพื้นที่ให้ไม่ได้
2.	สหโคเจน	งานติดตั้งและทดสอบอุปกรณ์ 115 kV Circuit Breaker พร้อมระบบควบคุม ระบบป้องกัน และระบบสื่อสาร	9/10/56	10/4/57	25,340,000	100.00%	
3.	การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค	งานจ้างจัดหาและติดตั้งอุปกรณ์สถานีไฟฟ้า 115/22 เควี พร้อมก่อสร้างสายส่ง 115 เควี ให้บริษัท แคล-คอมพ์ อิเล็กทรอนิกส์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) อำเภอเขาชัย จังหวัดเพชรบุรี	15/5/14	15/9/14	9,302,750	86.45%	
4.	การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค	จ้างงานก่อสร้างสถานีไฟฟ้า 115 เควี ภายในบริษัท จี.เอส.เอ็นเนอร์จี้ จำกัด จังหวัดราชบุรี	13/10/14	15/11/14	11,300,000 666,500 1,500,000	59.03%	*ขยายสัญญามิงานเพิ่ม

ลำดับที่	รายชื่อลูกค้า	ชื่อโครงการ	สัญญา		มูลค่าโครงการ (บาท)	ความคืบหน้า * (%)	หมายเหตุ
			วันที่เริ่ม	วันที่สิ้นสุด			
5	TOP SPP	Engineering, Procurement and Construction of 115kV Substation No.117	11/4/14	21/4/15	41,500,000	60.28%	
6	PTTGC	Communication system for UMM Meter, IP and RTU	16/9/14	24/10/14	4,581,900	67.07%	
7	TEDA	งานติดตั้งและทดสอบอุปกรณ์สถานีไฟฟ้า จังหวัดน่าน	2/1/13	4/3/15	38.23	55.94%	
8	การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค	งานจัดหาและติดตั้งอุปกรณ์สถานีไฟฟ้า 115 เควี พร้อมก่อสร้างสายส่ง 115 เควี ภายในบริษัท เอ็นเอ็มบี มินิแบไทย จำกัด จังหวัดลพบุรี	3/10/14	15/4/15	18,395,000	17.39%	
9	TEDA	งานออกแบบติดตั้งและทดสอบอุปกรณ์ไฟฟ้าแรงสูง พร้อมทั้งอุปกรณ์ระบบป้องกันและควบคุม ณ สฟ.วังน้อย, หนองจอก, ปทุมธานี	6/10/14	5/10/15	16,350,000	11.95%	

หมายเหตุ * การรับรู้รายได้ของแต่ละโครงการจะเป็นไปตามสัดส่วนความสำเร็จของงาน (ความคืบหน้า %)

2.5 สายธุรกิจ Technology Related Services

ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายอุปกรณ์รับสัญญาณโทรทัศน์และจานรับสัญญาณดาวเทียม ธุรกิจการจำหน่ายรับเหมาติดตั้งและซ่อมบำรุงระบบรักษาความปลอดภัยและระบบสื่อสารด้านภาพและเสียง ทั้งระบบที่มีสายและไร้สาย รวมทั้งธุรกิจการให้บริการบริหารจัดการขยะในพื้นที่บริเวณท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยในปี 2557 สายธุรกิจ Technology Related Services มีสัดส่วนรายได้เท่ากับ 1,920.2 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 8.0 ของรายได้รวมของกลุ่มบริษัท สายธุรกิจนี้ประกอบด้วย 8 บริษัท ดังนี้ บริษัท สามารถคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) บริษัท วิชั่น แอนด์ ซิสเต็มส์ จำกัด บริษัท สุวรรณภูมิเอ็นไวรอนเม้นท์ แคร จำกัด บริษัท สามารถ เรดิเทค จำกัด บริษัท สามารถวิศวกรรม จำกัด บริษัท คอนแทค-อิน-วัน จำกัด บริษัท แคมโบเดีย สามารถ จำกัด และบริษัท สามารถดิจิทัลทีวี จำกัด

● บริษัท สามารถวิศวกรรม จำกัด (“SE”)

ก. ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

- ผลิตและจำหน่ายแผงสายอากาศรับสัญญาณโทรทัศน์ในระบบ VHF, UHF เสาร์รับสัญญาณระบบ Digital TV จานรับสัญญาณดาวเทียมระบบ C-Band KU-Band และกล่องรับสัญญาณระบบ Digital TV
- ให้บริการโครงข่ายโทรทัศน์ผ่านช่องสัญญาณดาวเทียม
- ผลิตและจำหน่ายตู้ Metering ไฟฟ้า ตู้ rack-computer และกล้องติดตั้งกล้อง CCTV

โดยในปี 2557 SE มีรายได้รวมทั้งสิ้น 495.6 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนรายได้ประมาณ ร้อยละ 2.1 ของรายได้รวมของกลุ่มบริษัท

ข) การตลาดและภาวะการแข่งขัน

ธุรกิจผลิตและจำหน่ายแผงสายอากาศรับสัญญาณโทรทัศน์ จานรับสัญญาณดาวเทียมระบบต่างๆ ได้ใช้กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์และราคา โดยผ่านตัวแทนจำหน่าย เพื่อให้บริการด้านการขาย การบริการติดตั้ง และการบริการหลังการขาย นอกจากนี้ยังได้มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกับตัวแทนจำหน่ายตามภาคต่างๆ ทั่วประเทศ

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

ภาวะการแข่งขันในปัจจุบัน ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการจะใช้กลยุทธ์การตลาดด้านราคาเป็นหลักเพื่อให้มีส่วนแบ่งตลาด (Market Share) เพิ่มขึ้น แต่เนื่องจากสินค้าประเภทแผงสายอากาศรับสัญญาณโทรทัศน์และจานรับสัญญาณดาวเทียม จะต้องมีเรื่องบริการหลังการขายมาเกี่ยวข้อง ดังนั้นจึงเป็นปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งที่ผู้บริโภคใช้ประกอบการตัดสินใจ

ธุรกิจให้บริการโครงข่ายโทรทัศน์ผ่านช่องสัญญาณดาวเทียม ปัจจุบันยังมีผู้ให้บริการน้อยราย ภาวะการแข่งขันในตลาดยังอยู่ในระดับต่ำ ส่วนใหญ่ผู้ให้บริการจะเน้นเรื่องคุณภาพของการให้บริการเป็นหลัก ได้เริ่มจำหน่ายสินค้าอุปกรณ์รับสัญญาณและเสาอากาศ ในระบบ Digital TV

ค) การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ปัจจุบันในระบบการส่งสัญญาณโทรทัศน์มีการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาใช้มากขึ้น เช่น มีการเปลี่ยนแปลงการส่งสัญญาณจากระบบอนาล็อกมาเป็นดิจิทัล และการใช้ดาวเทียมในการส่งสัญญาณ และได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ นำเทคโนโลยีจากต่างประเทศเข้ามาพัฒนา ตลอดจนการหาพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลง

สำหรับอุปกรณ์รับสัญญาณระบบ Digital และเสาอากาศนั้น ทาง SE ได้เตรียมความพร้อม และได้ทำการพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์สินค้าจนได้อุปกรณ์ที่มีประสิทธิภาพ และตอบสนองความต้องการของผู้ใช้เป็นอย่างดี

● **บริษัท วิชั่น แอนด์ ซีเคียวริตี้ ซีเอสเอ็ม จำกัด (“VSS”)**

ก) ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ดำเนินธุรกิจการจำหน่าย ออกแบบรับเหมาติดตั้งและซ่อมบำรุง ระบบรักษาความปลอดภัย ระบบโทรทัศน์วงจรปิด (CCTV) ระบบเสียงประกาศทั่วไป ระบบสื่อสารต่างๆภายในอาคาร และระบบภาพ ระบบเสียงสำหรับห้องประชุม ห้องจัดเลี้ยงขนาดใหญ่ (Auditorium) รวมทั้งระบบสื่อสารสั่งการสำหรับห้องศูนย์ปฏิบัติการ (Operation and Command Center) ซึ่ง VSS เน้นการทำตลาดเฉพาะกับลูกค้าภาครัฐ และเอกชนขนาดใหญ่ โดยคำนึงถึงหลักการด้านวิศวกรรม ความทันสมัยของระบบ เพื่อให้ลูกค้าได้รับผลตอบแทนที่คุ้มค่า

ข) การตลาดและสภาวะการแข่งขัน

การตลาด

VSS มุ่งเน้นลูกค้าราชการ รัฐวิสาหกิจ และเอกชนขนาดใหญ่ โดยเข้าถึงลูกค้าผ่านสมาคมเพื่อเข้าใจถึงความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าและแนะนำ แบ่งปันประสบการณ์ของบริษัททั้งด้านผลิตภัณฑ์และเทคโนโลยี

เน้นคุณภาพสินค้าทั้งด้านความทันสมัย และคงทนถาวรตลอดจนความประณีตในการติดตั้ง เพื่อให้ลูกค้าได้ประโยชน์และมีความพึงพอใจสูงสุด

เน้นบริการหลังการขายโดยดูแลลูกค้าระหว่างรับประกันสม่ำเสมอและเสนอขายบริการซ่อมบำรุงรักษาหลังจากหมดระยะเวลาประกัน

สถานการณ์แข่งขัน

ตลาดด้านระบบการรักษาความปลอดภัยโดยเฉพาะระบบกล้องโทรทัศน์วงจรปิดเติบโตต่อเนื่องมาหลายปี และจะเติบโตต่อไป VSS จึง เน้นกลุ่มลูกค้าที่มีความจำเป็นต้องใช้เงินลงทุนในระบบความปลอดภัยสูง ทั้งหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ และบริษัทเอกชนขนาดใหญ่ (ตลาดบน) ซึ่งมีการแข่งขันน้อย VSS มีผลงานและมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับของลูกค้ากลุ่มนี้มายาวนานทำให้มีโอกาสขยายงานได้มาก

มีผู้ประกอบการนำเข้าอุปกรณ์โทรทัศน์วงจรปิดจากประเทศจีนเข้ามาจำหน่ายเป็นจำนวนมาก VSS จึงไม่ร่วมแข่งขันในตลาดกลุ่มนี้ (ตลาดล่าง) แต่ VSS ยังคงนำเข้าอุปกรณ์โทรทัศน์วงจรปิดจากเกาหลี และได้หันไว้ให้บริการลูกค้ากลุ่มนี้อยู่บ้างเพื่อให้ครบวงจร

ค) การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

- 3.1 เป็นตัวแทนจำหน่ายระบบบันทึกภาพและบริหารจัดการเหตุฉุกเฉิน (CCTV Recording And Alarm Management) ยี่ห้อ Nice Vision จากประเทศอิสราเอล แต่เพียงผู้เดียว
- 3.2 เป็นคู่ค้ากับ บริษัท โรเบิร์ตบ็อกซ์ (ประเทศไทย) จำกัด โดยเป็นตัวแทนจำหน่ายอุปกรณ์กล้องโทรทัศน์วงจรปิดระบบเสียงประกาศทั่วไป ระบบควบคุมการเข้าออกประตู
- 3.3 เป็นคู่ค้ากับ บริษัท พานาโซนิค ชิว (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 จากประเทศเกาหลีและได้หันเพื่อไว้รองรับลูกค้าโรงงาน บ้านพักอาศัย และร้านค้า

ง) โครงการที่ยังไม่ส่งมอบ

ซึ่งดำเนินการโดย VSS มีโครงการที่ยังไม่ส่งมอบ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 ดังนี้

รายชื่อลูกค้า	ชื่อโครงการ	สัญญา		มูลค่าโครงการ (ล้านบาท)	ความคืบหน้า (%)
		วันที่เริ่ม	วันที่สิ้นสุด		
1. สนามบินสุวรรณภูมิ	ซ่อมบำรุง CCTV	14/08/57	30/09/58	8.64	35.7
2. สนามบินสุวรรณภูมิ	ซ่อมบำรุง FIDS	08/09/57	30/09/58	5.64	33
3. กรุงเทพมหานคร	ซ่อมบำรุง CCTV พื้นที่ 11 เขต	01/10/57	30/09/58	12.06	25
4. บ.ชินไทยฯ	CCTV สนามบินภูเก็ต	16/09/56	30/09/58	36.90	75

รายชื่อลูกค้า	ชื่อโครงการ	สัญญา		มูลค่าโครงการ (ล้านบาท)	ความคืบหน้า (%)
		วันที่เริ่ม	วันที่ สิ้นสุด		
5. บ.ชินไทยฯ	ระบบเสียง สนามบินภูเก็ต	23/08/56	30/09/58	14.95	83
6. บ. ชินไทยฯ	FIDS (Flight Information Display System) ระบบจอแสดงตารางเที่ยวบิน สนามบิน ภูเก็ต	23/12/57	22/09/58	19.50	0

หมายเหตุ: * การรับรู้รายได้ของแต่ละโครงการจะเป็นไปตามสัดส่วนความสำเร็จของงาน (ความคืบหน้า %)

โครงสร้างรายได้จากการขายและบริการ

(หน่วย : ล้านบาท)

สายธุรกิจ	ดำเนินการโดย	สัดส่วนการถือหุ้นปี 2557 (%) ⁽¹⁾	2555		2556		2557	
			รายได้ ⁽²⁾	%	รายได้ ⁽²⁾	%	รายได้ ⁽²⁾	%
1) ICT Solutions and Services	บจก. สามารถคอมมิวนิเคชั่น เซอร์วิส	70.07	3,565.6	21.3	3,811.1	17.1	1,792.7	7.5
	บจก. สามารถคอมเทค	70.07	1,328.0	7.9	2,095.8	9.4	1,781.8	7.5
	บมจ. สามารถเทลคอม	70.08	1,981.2	12.0	2,085.8	9.4	1,723.3	7.2
	บริษัทย่อยอื่นๆ	-	638.6	3.8	1,233.9	5.5	1,225.7	5.1
รวม			7,513.4	45.0	9,226.6	41.4	6,523.5	27.3
2) Mobile Multimedia	บมจ. สามารถ ไอ-โมบาย	71.46	5,568.4	33.3	8,932.5	40.1	9,566.1	40.1
	บริษัทย่อยอื่นๆ	-	1,304.7	7.8	1,284.9	5.8	2,787.7	11.6
รวม			6,873.1	41.1	10,217.4	45.9	12,353.8	51.7
3) Call Center	บมจ. วันทูน คอนแทคส์	70.76	832.4	5.0	630.3	2.8	668.5	2.8
	บริษัทย่อยอื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-
รวม			832.4	5.0	630.3	2.8	668.5	2.8
4) Utilities and Transportations	บจก. แคม โบเดีย แอร์ ทราฟฟิค เซอร์วิส	100	913.8	5.5	1,078.7	4.8	1,207.5	5.1
	บริษัทย่อยอื่นๆ	-	196.0	1.1	744.1	3.4	1,206.2	5.1
รวม			1,109.8	6.6	1,822.8	8.2	2,413.7	10.2
5) Technology Related Services	บจก. สามารถวิศวกรรม	99.99	191.3	1.2	142.8	0.6	495.6	2.1
	บริษัทย่อยอื่นๆ	-	190.5	1.1	253.0	1.1	1,424.6	5.9
รวม			381.8	2.3	395.8	1.7	1,920.2	8.0
รวมรายได้จากการขายสินค้าและบริการ			16,710.5	100	22,292.9	100	23,879.7	100

หมายเหตุ : ⁽¹⁾ เป็นการแสดงสัดส่วนการถือหุ้นในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมทั้งทางตรงและทางอ้อม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557

⁽²⁾ เป็นรายได้จากการขายและบริการ หลังหักรายการระหว่างกัน

3. ปัจจัยความเสี่ยง

ปัจจุบัน บริษัท สามารถคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจหลักใน 5 สาขาธุรกิจ คือ 1) ICT Solutions and Services 2) Mobile Multimedia 3) Call Center 4) Utilities and Transportations และ 5) Technology Related Services โดยการประกอบธุรกิจทั้ง 5 สาขาธุรกิจนั้นย่อมมีปัจจัยความเสี่ยงในการบริหารงานที่แตกต่างกัน ทั้งจากปัจจัยภายในและภายนอกที่อาจส่งผลกระทบต่อฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ด้วยเหตุนี้นี้บริษัทฯ จึงมีความจำเป็นที่จะต้องมีการบริหารจัดการความเสี่ยง รวมทั้งได้มีการแต่งตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง เพื่อทำหน้าที่ในการกำหนดนโยบาย จัดอันดับความเสี่ยง พิจารณาทบทวน รวมทั้งประเมินความเสี่ยงอย่างสม่ำเสมอ โดยปัจจัยเสี่ยงสามารถจำแนกได้ตามประเภทต่างๆ ดังนี้

1. ความเสี่ยงจากการดำเนินงาน

1.1 ความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ ICT Solutions and Services

เนื่องจาก ICT Solutions and Services ดำเนินธุรกิจการติดตั้งและให้บริการระบบ ICT ครบวงจร และที่ผ่านมามีลูกค้าหลักคือหน่วยงานของภาครัฐและรัฐวิสาหกิจ ดังนั้นหากภาครัฐมีการชะลอการใช้จ่ายงบประมาณด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารลง ก็จะส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ อย่างเช่นในปี 2557 ที่ผ่านมามีสถานการณ์ทางการเมืองที่ทำให้โครงการที่จะทำกับภาครัฐล่าช้า และไม่สามารถกำหนดแผนงานในปี 2558 ได้ อย่างไรก็ตามบริษัทฯ ได้พยายามลดความเสี่ยงโดยการกระจายฐานลูกค้าให้กว้างขึ้น ครอบคลุมกระทรวงและหน่วยงานรัฐวิสาหกิจมากขึ้น เพื่อลดความเสี่ยงในการเปลี่ยนแปลงนโยบาย ความล่าช้าในการประมูลงาน หรือการถูกตัดงบประมาณของแต่ละหน่วยงาน และบริษัทฯ จะขยายฐานลูกค้าที่ไม่ใช่หน่วยงานภาครัฐเพิ่มเติม เพื่อลดความเสี่ยงจากการพึ่งพาหน่วยงานภาครัฐมากเกินไป อีกทั้งบริษัทฯ ยังมีแผนในการสร้างรายได้ประจำให้มากขึ้น เนื่องจากการมีรายได้ประจำจะช่วยลดความเสี่ยงของความไม่แน่นอนด้านรายได้ให้แก่บริษัทฯ ได้ นอกจากนี้ยังมีความเสี่ยงจากการที่บริษัทฯ ต้อง support การให้บริการด้วยเทคโนโลยีที่หลากหลาย อาจทำให้พนักงานไม่รู้จักในเทคโนโลยีนั้นๆ และทำให้เกิดปัญหาได้ไม่ถูกจุด ซึ่งเรื่องนี้ทางบริษัทฯ ก็ได้จัดแบ่งทีมงานออกเป็นกลุ่มที่มีความเชี่ยวชาญในแต่ละด้าน และจัดอบรมอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงหา partner ที่เป็นผู้นำด้านเทคโนโลยีเพื่อทำให้พนักงานมีความชำนาญครบทุกด้าน

1.2 ความเสี่ยงจากการดำเนินงานในธุรกิจ Mobile Multimedia

● ธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่

เนื่องจากในปีที่ผ่านมา ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่หลักทั้งสามราย ได้เปิดให้บริการ 3จี อย่างเป็นทางการ ส่งผลให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป มีความต้องการใช้งานด้าน data เพิ่มขึ้น ส่งผลให้ยอดขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภท featured phone ลดลงอย่างต่อเนื่อง ส่วนยอดขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภท smart phone เพิ่มขึ้นตาม นอกจากนี้ยังมีความเสี่ยงจากการที่ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่หลักทั้งสามรายทำแบรนด์โทรศัพท์เคลื่อนที่ของตนเองและเป็นผู้แข่งขันกับบริษัทฯ ซึ่งทางบริษัทฯ เองได้เตรียมรับความเสี่ยงในเรื่องนี้โดยการปรับกลยุทธ์โดยลดสัดส่วนผลิตภัณฑ์ featured phone และเพิ่มสัดส่วน smart phone ให้สูงขึ้น เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป และหลีกเลี่ยงความเสี่ยงจากสงครามราคาของ smart phone โดยจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์ให้ชัดเจน โดยมี fighting model ที่คุ้มค่าที่สุดในแต่ละรุ่น นอกจากความเสี่ยงด้านพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็วแล้ว การให้บริการหลังการขายก็นับเป็นอีกหนึ่งปัจจัยเสี่ยงที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญ เนื่องจากการแข่งขันในการให้บริการแก่ลูกค้า มีส่วนสำคัญต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค และอาจส่งผลกระทบต่อยอดขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ทำให้บริษัทฯ เพิ่มจุดให้บริการ และพนักงานในศูนย์บริการในพื้นที่สำคัญ ฝึกอบรมช่างเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ รวมทั้งลดขั้นตอนการทำงานเพื่อบริการลูกค้าได้รวดเร็วขึ้น รวมทั้งทำสื่อการตลาดและโฆษณาเพื่อสร้างความเชื่อมั่นและวางใจในมาตรฐานการให้บริการหลังการขาย และปัจจัยเสี่ยงประการสุดท้ายของกลุ่มโทรศัพท์เคลื่อนที่คือ ความเสี่ยงด้านการจัดการสินค้าคงคลัง จากยอดขายสมาร์ทโฟนที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว และยอดขายพีเจอาร์โฟนที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง ทำให้บริษัทฯ เพิ่มความเข้มงวดในมาตรการบริหาร

สินค้าคงคลังให้มีความแม่นยำมากยิ่งขึ้น บริษัทฯ จึงได้กำหนดนโยบายกระจายความเสี่ยงโดยการส่งสินค้าให้มีจำนวนรุ่นที่หลากหลาย และควบคุมอัตราการหมุนเวียนของสินค้าคงคลังอย่างใกล้ชิด

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

จากการที่บริษัทฯ เป็นผู้ประกอบการให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่เสมือน (MVNO) ซึ่งไม่มีโครงข่ายเป็นของตัวเอง แต่เป็นการดำเนินธุรกิจในลักษณะของการซื้อบริการสำเร็จรูปมาจากบมจ. ทีโอที ซึ่งเป็นเจ้าของโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ และนำไปให้บริการต่อแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ซึ่งโครงข่ายของทีโอทีในเฟส 1 นั้นมีสถานีฐานไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ ส่งผลให้ไม่สามารถให้บริการได้ทั่วประเทศ และการทำการตลาดยาก ทำให้มีโอกาสที่ผู้ให้บริการจะยกเลิกได้ในภายหลังการเปิดให้บริการ

● **ธุรกิจให้บริการข้อมูลข่าวสารและบันเทิง (Content)**

สำหรับธุรกิจคอนเทนต์นั้น ปัจจัยความเสี่ยงหลักที่มีผลกระทบต่อการค้าบริการคือการลดลงของผู้ใช้งานอันเนื่องมาจากการเปลี่ยนถ่าย และวิวัฒนาการในการเข้าถึงข้อมูลจากระบบโทรศัพท์พื้นฐาน ระบบอินเทอร์เน็ตสำหรับคอมพิวเตอร์ คอมพิวเตอร์พกพา ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่จากยุค 2 จี ในอดีต มาถึง 3 จี ในปัจจุบัน ตลอดจน 4 จี ในอนาคต ซึ่งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวทำให้อุปสรรคและข้อจำกัดในการเข้าถึงข้อมูลลดลงอย่างต่อเนื่อง และมีการพัฒนาในเชิงของความเร็วในการเชื่อมต่อ (Connectivity) ความสะดวกในการพกพาอุปกรณ์สื่อสาร (Mobility) ส่งผลให้การแข่งขันที่เคยแยกออกจากกันตามรูปแบบของการเข้าถึง ถูกหลอมรวมกันเป็นตลาดหนึ่งเดียวที่มีขนาดใหญ่ เต็มไปด้วยผู้แข่งขันหลากหลายราย ผู้ใช้งานมีอิสระในการแบ่งปันข้อมูลข่าวสารให้แก่ผู้ใช้งานด้วยกันผ่านเครือข่ายสังคม (Social Network) ส่งผลให้บทบาทและความสำคัญของผู้ประกอบการลดลง โดยจะเห็นได้จากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีการใช้งานคอนเทนต์ทั้งประเภทเสียง (Voice) และข้อความภาพและเสียง (Non-Voice) มีอัตราเฉลี่ยการใช้งานที่น้อยลงและสั้นลง ดังนั้นบริษัทฯ จึงได้มีการนำเสนอการให้บริการคอนเทนต์ในรูปแบบต่างๆ ที่ตอบสนองต่อพฤติกรรมผู้ใช้งานที่เปลี่ยนไป เช่น การนำเสนอข้อมูล สารบันเทิงผ่านช่องทางเว็บไซต์ และแอปพลิเคชันบนอุปกรณ์พกพาทันสมัย รายการโทรทัศน์ รวมถึงสื่อสิ่งพิมพ์ที่ยังคงเป็นสื่อการเข้าถึงข้อมูลหลักของทุกเพศทุกวัย โดยในขณะเดียวกัน บริษัทฯ ก็ให้ความสำคัญกับธุรกิจในรูปแบบเดิม เพื่อคงฐานลูกค้าเดิมซึ่งมีอยู่เป็นจำนวนมาก

นอกจากนี้ การเปิดกว้างทางเทคโนโลยี ยังส่งผลกระทบต่อเนื่องไปยังบทบาทความสำคัญของบริษัทฯ ที่ทำหน้าที่เป็น Content Provider หรือตัวกลาง ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร เมื่อผู้ผลิตคอนเทนต์ สามารถผันตัวขึ้นมาเป็นผู้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้แก่ผู้ใช้งานได้เอง โดยอาศัยการลงทุนด้านโครงข่าย ระบบจัดการข้อมูล และการเชื่อมต่อกับผู้ให้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน และโทรศัพท์เคลื่อนที่ ภายใต้นวัตกรรมที่สามารถลงทุนได้ บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงภาวะความเสี่ยงที่เกิดขึ้น และมีกลยุทธ์เพื่อรองรับสิทธิพิเศษจากผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น ข้อความประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมายหลักอย่างต่อเนื่องเพื่อกระตุ้นการใช้งาน ซึ่งผู้ประกอบการรายเล็ก ไม่สามารถมีอำนาจต่อรองได้ ตลอดจนโครงสร้างส่วนแบ่งรายได้ที่เป็นธรรม รวมถึงการสนับสนุนทางเทคนิคอย่างใกล้ชิดเมื่อเกิดปัญหา ทำให้บริษัทฯ ยังคงความสัมพันธ์อันดีกับผู้ผลิตคอนเทนต์ทุกราย และดำเนินงานอย่างราบรื่นด้วยดีเสมอมา

ปัจจัยความเสี่ยงอีกข้อหนึ่งที่มีความสำคัญ คือการพึ่งพาคอนเทนต์ของผู้ผลิตรายอื่นเป็นสัดส่วนที่สูงเกินไป ส่งผลให้ผลกำไรที่บริษัทฯ ได้รับน้อยกว่าคอนเทนต์ที่บริษัทฯ เป็นเจ้าของเอง เมื่อคำนึงถึงส่วนแบ่งให้แก่เจ้าของคอนเทนต์ และผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์พื้นฐานและโทรศัพท์เคลื่อนที่ นอกจากนี้ภาวะการพึ่งพาคอนเทนต์จากภายนอกมากเกินไปยังเพิ่มอำนาจการต่อรองให้แก่เจ้าของคอนเทนต์ ซึ่งอาจนำไปสู่การเสียสิทธิคอนเทนต์ให้กับผู้ประกอบการคู่แข่งที่พร้อมยอมทุ่มตลาด อย่างไรก็ดี บริษัทฯ ได้เล็งเห็นถึงปัจจัยความเสี่ยงข้อนี้และมีมาตรการกลยุทธ์ในการคิดค้น พัฒนา ปรับปรุงรูปแบบข้อมูลข่าวสารที่เป็นลิขสิทธิ์ของบริษัทฯ เพื่อนำเสนอต่อฐานลูกค้า กลุ่มผู้ให้บริการของบริษัทฯ ในปัจจุบัน อีกทั้งยังนำเสนอรูปแบบธุรกิจใหม่ๆ ที่จะนำมาซึ่งรายได้ในรูปแบบอื่นๆ นอกเหนือจากรายได้จากผู้ให้บริการเพียงอย่างเดียว อาทิ รายได้จากค่าโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อหลากหลายของบริษัทฯ รวมถึงการต่อรองสิทธิพิเศษร่วมกับพันธมิตรในอุตสาหกรรมต่างๆ เพื่อนำมาเป็นสิ่งดึงดูดผู้ให้บริการ

1.3 ความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ Call Center

- **ธุรกิจให้บริการศูนย์ประสานงานลูกค้า (Call Center)**

สำหรับศูนย์ประสานงานลูกค้า หรือ คอลเซ็นเตอร์นั้น บุคลากรถือเป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินงาน ดังนั้นความเสี่ยงหลักในการดำเนินธุรกิจนี้จึงเป็นด้านบุคลากร เนื่องจากอัตราการลาออกของบุคลากรที่อยู่ในระดับสูงของธุรกิจประเภทนี้ อาจส่งผลกระทบต่อ การดำเนินงานของบริษัทฯ ได้ โดยบริษัทฯ ได้พยายามหาแนวทางในการลดอัตราการลาออกของพนักงานโดยการให้ค่าตอบแทน ในระดับที่เหมาะสม ให้สวัสดิการต่างๆ พร้อมทั้งมีการอบรมให้ความรู้ ความเข้าใจในเส้นทางความก้าวหน้าในสายอาชีพนี้ นอกจากนี้บริษัทฯ ยังได้มีการเตรียมความพร้อมรับมือสำหรับสถานการณ์ฉุกเฉินต่างๆ เช่น ไฟไหม้ น้ำท่วม เป็นต้น โดยบริษัทฯ ได้มีการจัดตั้งศูนย์เก็บข้อมูล รวมทั้งศูนย์ปฏิบัติงานสำรอง ไว้รองรับสำหรับสถานการณ์ฉุกเฉิน ดังนั้นหากเกิดเหตุการณ์ฉุกเฉิน เหล่านี้ จะช่วยให้สามารถลดผลกระทบต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ ได้

1.4 ความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ Utilities and Transportations

- **ธุรกิจการจราจรทางอากาศ**

ความเสี่ยงในธุรกิจการจราจรทางอากาศนั้น โดยมากแล้วมักเกี่ยวข้องกับระบบความปลอดภัย โดยระบบการปฏิบัติงานต่างๆ ระบบสื่อสารกับนักบิน หรือระบบคอมพิวเตอร์ต่างๆ ไม่สามารถล้มได้ โดยทางบริษัทฯ ได้มีการติดตั้งอุปกรณ์สำรองเป็นจำนวน 2 ระบบ เพื่อป้องกันความเสี่ยงในด้านนี้ นอกจากนี้ เรายังมีช่างเทคนิคที่คอยปฏิบัติงานอยู่ตลอด 24 ชั่วโมง และมีการตรวจสอบความ พร้อม และความสมบูรณ์ของอุปกรณ์ทุกๆ 3 เดือน

- **ธุรกิจรับจ้างก่อสร้างสถานีไฟฟ้าและสายส่ง**

สำหรับธุรกิจรับจ้างก่อสร้างสถานีไฟฟ้าและสายส่งนั้น ลูกค้ามักจะเป็นโครงการของภาครัฐ ทำให้มีความเสี่ยงจากความล่าช้าของ การประมูลโครงการเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองเข้ามาเกี่ยวข้อง ดังนั้นทางบริษัทฯ จึงมีความพยายามสำรวจหาโครงการของ เอกชนที่ได้รับอนุมัติแล้วเพิ่มเติมเพื่อลดความเสี่ยงทางด้านนี้ และยังมีความเสี่ยงด้านการแข่งขันสูงในตลาด จากคู่แข่งทั้งในและ ต่างประเทศ โดยที่คู่แข่งบางรายเป็นผู้ผลิตสินค้าเองด้วย ทำให้มีความเสียเปรียบด้านราคา ซึ่งเรื่องนี้ทางบริษัทฯ ก็ได้ลดความ เสี่ยงโดยการหาช่องทางที่จะเป็นพันธมิตรกับผู้ผลิตสินค้าที่มีศักยภาพ เพื่อให้มีต้นทุนสินค้าต่ำลง และสามารถแข่งขันได้

1.5 ความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ Technology Related Services

- **ธุรกิจผลิตและจำหน่ายอุปกรณ์รับสัญญาณโทรทัศน์ในระบบดิจิตอลทีวี**

ความเสี่ยงของธุรกิจผลิตและจำหน่ายอุปกรณ์รับสัญญาณโทรทัศน์ในระบบดิจิตอลทีวีคือ เรื่องของการแข่งขันในตลาด เนื่องจากตัว ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างกันอย่างมากเมื่อเทียบกับคู่แข่ง บริษัทฯ จึงเน้นพัฒนาคุณภาพของเสาอากาศทีวีเพื่อเพิ่มโอกาสในการแข่งขัน และมีความเสี่ยงในเรื่องของเทคโนโลยีและราคาสินค้าในตลาดมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ซึ่งบริษัทฯ ได้ทำการติดตามความ เคลื่อนไหวอย่างใกล้ชิด เพื่อที่จะวางแผนการตลาดให้สอดคล้องกับความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว

2. ความเสี่ยงด้านการเงิน

2.1 ความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

การดำเนินงานบางกิจการของบริษัทฯ สร้างรายได้ในสกุลเงินต่างประเทศ เช่น ธุรกิจการจราจรทางอากาศ และธุรกิจโรงไฟฟ้าขนาดเล็ก ในประเทศกัมพูชา ซึ่งสร้างรายได้ให้แก่บริษัทฯ เป็นสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐฯ หรือการดำเนินงานในบางกิจการก็ก่อให้เกิดต้นทุนในสกุล เงินต่างประเทศเช่นกัน เช่น ธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ ธุรกิจผลิตและจำหน่ายอุปกรณ์รับสัญญาณโทรทัศน์ในระบบดิจิตอลทีวี หรือธุรกิจ ICT Solutions and Services ที่มีการจ่ายเงินค่าอุปกรณ์เป็นสกุลเงินต่างประเทศ ดังนั้นบริษัทฯ จึงตระหนักถึงความเสี่ยงของความผันผวน ของอัตราแลกเปลี่ยนในหลายปีที่ผ่านมา และได้ดำเนินนโยบายอย่างรอบคอบเพื่อลดความเสี่ยงจากความผันผวนดังกล่าวมาโดยตลอด

โดยบริษัทฯ ได้มีการทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้าและมีการติดตามสถานการณ์ความเคลื่อนไหวของอัตราแลกเปลี่ยนอย่างใกล้ชิด

2.2 ความเสี่ยงด้านอัตราดอกเบี้ย

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินทั้งเงินกู้ยืมระยะสั้นและระยะยาว ซึ่งความผันผวนของอัตราดอกเบี้ยอาจส่งผลกระทบต่อต้นทุนทางการเงินของบริษัทฯ ได้ อย่างไรก็ดี เงินกู้ยืมส่วนใหญ่ร้อยละ 89 เป็นเงินกู้ระยะสั้นซึ่งอัตราดอกเบี้ยจะเปลี่ยนแปลงตามภาวะตลาดเงิน ความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ยจึงค่อนข้างต่ำ สำหรับดอกเบี้ยเงินกู้ระยะยาว บริษัทฯ ได้รับอัตราดอกเบี้ยสำหรับเงินกู้ยืมระยะยาวสกุลเงินบาทที่มีอัตราดอกเบี้ยสำหรับลูกค้าชั้นดี (MLR) โดยหักส่วนต่างที่ตกลงไว้ล่วงหน้า ในขณะที่เงินกู้ยืมสกุลดอลลาร์สหรัฐฯ ได้รับดอกเบี้ยที่ LIBOR บวกส่วนต่างที่ได้ตกลงไว้ อัตราดอกเบี้ยทั้งหมดที่มีการตกลงไว้เป็นอัตราดอกเบี้ยลอยตัว บริษัทฯ จึงได้ทำการติดตามสถานการณ์อัตราดอกเบี้ยอย่างใกล้ชิด ดังนั้นหากมีสัญญาณของความผันผวนเกิดขึ้น บริษัทฯ อาจใช้เครื่องมือป้องกันความเสี่ยงทางการเงินต่างๆ เพื่อจำกัดความเสี่ยงดังกล่าว

2.3 ความเสี่ยงจากหนี้สงสัยจะสูญ

บริษัทฯ มีความเสี่ยงจากความสามารถในการชำระหนี้จากลูกหนี้ทางการค้าประเภทต่างๆ จากงบการเงินรวม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 บริษัทฯ มีบัญชีลูกหนี้การค้ารวม 8,646 ล้านบาท โดยลูกหนี้จำนวน 518 ล้านบาท เป็นลูกหนี้ที่มียอดค้างชำระนานกว่า 12 เดือน ซึ่งเป็นลูกหนี้ที่หนี้ค้างชำระในบริษัทย่อยของกลุ่ม อย่างไรก็ตามบริษัทฯ ทำการตั้งค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญไว้แล้วเป็นจำนวนทั้งสิ้น 107 ล้านบาท บริษัทฯ ได้กำหนดนโยบายอย่างรอบคอบ เพื่อประเมินการปล่อยสินเชื่อสำหรับลูกค้าอย่างเคร่งครัดและติดตามให้มีการจัดเก็บสินเชื่อเพื่อลดปัญหาความเสี่ยงจากปัญหานี้สูญดังกล่าว

2.4 ความเสี่ยงจากการเป็นบริษัทที่ประกอบธุรกิจโดยการถือหุ้นในบริษัทอื่น (Holding Company)

ในฐานะที่เป็นบริษัทที่ประกอบธุรกิจโดยการถือหุ้นในบริษัทอื่น ซึ่งผลประโยชน์ของบริษัทฯ จึงขึ้นอยู่กับผลการดำเนินงานของบริษัทย่อย อีกทั้งการจ่ายเงินปันผลของบริษัทฯ ยังขึ้นอยู่กับผลประโยชน์และกระแสเงินสดของบริษัทย่อยเหล่านั้น หากผลประโยชน์ของบริษัทย่อยไม่เติบโตตามเป้าหมาย จะส่งผลต่อการจ่ายเงินปันผลของบริษัทฯ ได้ บริษัทฯ ได้บริหารความเสี่ยงดังกล่าว โดยมีนโยบายการลงทุนที่มุ่งเน้นการลงทุนในธุรกิจที่มีศักยภาพและมีแนวโน้มการเติบโตสูง มีรายได้ที่แน่นอน ความเสี่ยงต่ำ และให้ผลตอบแทนในการลงทุนสูงแก่บริษัทฯ นอกจากนี้ยังกำหนดให้บริษัทในกลุ่มจัดทำแผนธุรกิจ และเสนอแผนดำเนินการและงบประมาณประจำปี ซึ่งต้องผ่านการพิจารณาและอนุมัติของคณะกรรมการบริษัทฯ รวมทั้งมีการติดตามผลงานของแต่ละธุรกิจอย่างใกล้ชิดเพื่อวางแผนรับความเสี่ยงอย่างทันทั่วทั้งที่

ทั้งนี้ การจ่ายเงินปันผลของบริษัทย่อยและบริษัทร่วม เป็นไปตามกฎหมายที่บังคับใช้ และ/หรือ ข้อจำกัดอื่นๆ รวมถึงสัญญาทางการเงินต่างๆ อย่างครบถ้วนทุกประการ

2.5 ความเสี่ยงจากการลงทุนระยะสั้นในหลักทรัพย์

จากงบการเงิน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 บริษัทฯ มีการลงทุนระยะสั้นในหลักทรัพย์เป็นจำนวน 123 ล้านบาท หลักทรัพย์ดังกล่าวจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ภาวะความผันผวนในตลาด การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ รวมถึงผลกระทบต่างๆ จากภาวะเศรษฐกิจจะมีผลต่อราคาหลักทรัพย์ที่บริษัทฯ ถือไว้ ทั้งนี้บริษัทฯ ได้มีการติดตามความเคลื่อนไหวต่างๆ อันจะนำมาสู่ความเสี่ยงดังกล่าวอย่างใกล้ชิดและบริษัทฯ มีการประชุมความเสี่ยงเป็นประจำ เพื่อติดตามข่าวสารการลงทุน เพื่อที่จะได้ดำเนินการอย่างทันทั่วทั้งที่เมื่อจำเป็น

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์

ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ของบริษัทฯ และบริษัทย่อย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 และ 2557 มีดังนี้

(หน่วย : ล้านบาท)

สินทรัพย์	มูลค่าสุทธิตามบัญชี	
	ณ 31 ธันวาคม 2556 ปรับปรุงใหม่	ณ 31 ธันวาคม 2557
ที่ดิน	518.22	561.20
อาคารและส่วนปรับปรุง	101.14	82.95
อุปกรณ์สำนักงาน	258.24	477.97
เครื่องจักรและอุปกรณ์	3,287.47	3,317.49
ยานพาหนะ	77.64	78.56
สินทรัพย์ระหว่างดำเนินการ	319.25	126.26
รวม	4,561.96	4,644.43

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมียอดคงเหลือของเครื่องจักร ยานพาหนะ และอุปกรณ์ซึ่งได้มาภายใต้สัญญาเช่าทางการเงินโดยมีมูลค่าสุทธิตามบัญชีเป็นจำนวนเงิน 57 ล้านบาท และงบการเงินเฉพาะกิจการ 4 ล้านบาท (2556: 36 ล้านบาท และงบการเงินเฉพาะกิจการ 6 ล้านบาท)

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีอาคารและอุปกรณ์จำนวนหนึ่งซึ่งตัดค่าเสื่อมราคาหมดแล้วแต่ยังใช้งานอยู่ มูลค่าตามบัญชีก่อนหักค่าเสื่อมราคาสะสมและค่าเผื่อการด้อยค่าของสินทรัพย์ดังกล่าวมีจำนวนเงินประมาณ 5,440 ล้านบาท และงบการเงินเฉพาะกิจการ 586 ล้านบาท (2556: 4,971 ล้านบาท และงบการเงินเฉพาะกิจการ 578 ล้านบาท)

บริษัทฯ และบริษัทย่อยได้จัดให้มีการประเมินราคาที่ดินและอาคารในระหว่างไตรมาสสี่ของปี 2557 โดยผู้ประเมินราคาอิสระโดยใช้วิธีเปรียบเทียบกับข้อมูลราคาตลาด โดยผลจากการประเมินราคาใหม่ทำให้มูลค่าของที่ดินและส่วนเกินทุนจากการตีราคาที่ดินในงบการเงินรวมเพิ่มขึ้นประมาณ 82 ล้านบาท (งบการเงินเฉพาะกิจการ: 24 ล้านบาท) หากบริษัทฯ และบริษัทย่อยแสดงมูลค่าของที่ดินดังกล่าวด้วยวิธีราคาทุน มูลค่าสุทธิตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 และ 2557 จะเป็นดังนี้

(หน่วย : ล้านบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2556	2557	2556	2557
ที่ดิน	97.74	97.74	62.70	62.70

บริษัท แคมโบเดีย แอร์ ทราฟฟิค เซอร์วิส จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อย ได้รับโอนอุปกรณ์บางส่วนจาก The Cambodian State Secretariat of Civil Aviation (“SSCA”) ภายใต้สัญญา Build Cooperate and Transfer กับรัฐบาลสาธารณรัฐกัมพูชา ซึ่งบริษัทย่อยนี้มีการผูกพันในการโอนอุปกรณ์ทั้งหมดคืน SSCA เมื่อหมดอายุของสัญญาดังกล่าว ซึ่งปัจจุบันอุปกรณ์ดังกล่าวได้โอนไปเป็นสินทรัพย์ไม่มีตัวตน (สัมปทานบริการ) ตามการตีความมาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับที่ 12 ข้อตกลงสัมปทานบริการ

บริษัทฯ และบริษัทย่อยได้นำสินทรัพย์มูลค่าสุทธิตามบัญชีจำนวนประมาณ 33 ล้านบาท (งบการเงินเฉพาะกิจการ: 12 ล้านบาท) ไปค้าประกันเงินกู้ยืมระยะยาวที่ได้รับจากธนาคารพาณิชย์ ในระหว่างปี 2557 บริษัทฯ และบริษัทย่อยได้ไถ่ถอนการจำนองสินทรัพย์ดังกล่าวจากธนาคาร เนื่องจากบริษัทฯ และบริษัทย่อยได้จ่ายชำระเงินกู้ยืมดังกล่าวแล้วทั้งจำนวน

บริษัท สยามสปอร์ต เทเลวิชั่น จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยได้นำสินทรัพย์มูลค่าสุทธิ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 จำนวนประมาณ 59 ล้านบาท ไปค้าประกันวงเงินสินเชื่อที่ได้รับจากสถาบันการเงิน

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 พอสเน็ต 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	592.42	73,934.02
บริษัท สามารถ ยู-ทรานส์ จำกัด	162.00	20,217.60
บริษัท สามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน)	2,648.85	330,576.48
บริษัท สามารถ มัลติมีเดีย จำกัด	1,237.86	154,484.93
บริษัท สามารถ อินโฟเนต จำกัด	48.00	5,990.40
บริษัท สามารถคอมมิวนิเคชั่น เซอร์วิส จำกัด	647.22	80,773.06
บริษัท สามารถเทลคอม จำกัด (มหาชน)	885.64	110,527.87
บริษัท วิชั่น แอนด์ ซิเคียวริตี้ ซิสเต็ม จำกัด	627.00	78,249.60
บริษัท เบรนซอร์ซ จำกัด	200.00	23,042.00
บริษัท สุวรรณภูมิ เอ็นไวรอนเม้นท์ แคร์ จำกัด	13.00	1,622.40
บริษัท พอสเน็ต จำกัด	841.35	105,000.48
บริษัท เอนเตอร์เทนเม้นท์ ทรี จำกัด	15.00	1,872.00
บริษัท เทต้า จำกัด	45.00	5,616.00
บริษัท ทรานส์เคค เพาเวอร์ เซอร์วิส จำกัด	15.00	1,872.00
บริษัท พอร์ตเทลเน็ต จำกัด	139.29	17,383.39
บริษัท สามารถวิศวกรรม จำกัด	5.00	624.00

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

ผู้เช่า	พื้นที่ (ตารางเมตร)	ค่าเช่าต่อเดือน (บาท)
บริษัท สามารถคอมมิวนิเคชั่น เซอร์วิส จำกัด	288.00	45,734.40
บริษัท สามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน)	1,060.00	87,504.40
บริษัท พอสเน็ต จำกัด	48.00	7,622.40
บริษัท ไอ คิว ไลน์ จำกัด	70.40	11,179.52
บริษัท เทต้า จำกัด	624.00	99,091.20
บริษัท ทรานส์เค็ค เพาเวอร์ เซอร์วิส จำกัด	264.00	41,923.20

ค่าเช่าจ่ายล่วงหน้า บริษัทฯ มีมูลค่าของค่าเช่าจ่ายล่วงหน้าสุทธิ ดังแสดงในตารางต่อไปนี้

มูลค่าค่าเช่าจ่ายล่วงหน้า - สุทธิ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557

รายการ	อายุงานทั้งหมด (ปี)	ระยะเวลาเช่าเหลือ	มูลค่าสุทธิตามบัญชี (ล้านบาท)	ลักษณะกรรมสิทธิ์	หลักประกัน เงินกู้
ค่าเช่าจ่ายล่วงหน้า ⁽¹⁾	30	14 ปี 4 เดือน	179.49	สิทธิการเช่า	- ไม่มี -
รวม			179.49		

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

สินทรัพย์ที่มีไว้เพื่อโครงการในอนาคต

มูลค่าสินทรัพย์ที่มีไว้เพื่อโครงการในอนาคต - สุทธิ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 และ 2557 ดังนี้

(หน่วย : ล้านบาท)

สินทรัพย์	มูลค่าสุทธิตามบัญชี	
	ณ 31 ธันวาคม 2556 ปรับปรุงใหม่	ณ 31 ธันวาคม 2557
ที่ดิน	60.70	23.25
อาคารและส่วนปรับปรุง	1.08	0.87
เครื่องจักรและอุปกรณ์	-	-
รวม	61.78	24.12

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 ได้โอนยอดคงเหลือของมูลค่าสิทธิการใช้อุปกรณ์สื่อสารรอดัชนีจำนวน 235.5 ล้านบาท ไปเป็นสินทรัพย์ไม่มีตัวตน ภายใต้หัวข้อ “สิทธิบัตร” ซึ่ง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 ใบอนุญาตฯ ดังกล่าวมีมูลค่าสุทธิตามบัญชี 77.10 ล้านบาท โดยยังมีระยะเวลาคงเหลืออีก 1 ปี 7 เดือน ทั้งนี้หากใบอนุญาตฯ หมดอายุ SAMTEL สามารถต่อสัญญาต่อไปได้ ดังนั้นจึงไม่มีผลกระทบต่อการดำเนินกิจการของ SAMTEL แต่อย่างใด

4.2 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัทฯ มีนโยบายการลงทุนที่มุ่งเน้นการลงทุนในธุรกิจที่มีศักยภาพและมีแนวโน้มการเติบโตสูง มีรายได้ที่แน่นอน ความเสี่ยงต่ำ และให้ผลตอบแทนในการลงทุนสูงแก่บริษัทฯ โดยบริษัทฯ กำหนดนโยบายการบริหาร ตลอดจนส่งตัวแทนเข้าร่วมเป็นกรรมการตามสัดส่วนการถือหุ้น และเข้าร่วมประชุมในฐานะผู้ถือหุ้น โดยตัวแทนของบริษัทฯ มีหน้าที่ออกเสียงในที่ประชุมตามแนวทางหรือทิศทางที่คณะกรรมการบริษัท ได้พิจารณาไว้

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ปัจจุบันคดีที่บริษัทฯ และบริษัทย่อยถูกดำเนินการฟ้องร้องอยู่ในชั้นศาลหาได้มีผลกระทบต่อสินทรัพย์ของบริษัทฯ แต่อย่างใดไม่ เนื่องจากทุนทรัพย์ที่พิพาทมีมูลค่าต่ำกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ ที่ปรากฏในงบการเงินของบริษัทฯ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

6.1 ข้อมูลบริษัท

(1) ชื่อบริษัทที่ออกหลักทรัพย์	:	บริษัท สามารถคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	เลขที่ 99/1 หมู่ 4 ชั้น 35 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ถนนแจ้งวัฒนะ ตำบล คลองเกลือ อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 11120
ประเภทธุรกิจ	:	ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับระบบการสื่อสารโทรคมนาคมทั้งในประเทศและต่างประเทศ ธุรกิจครบวงจรด้านการจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ และสื่อ อินเทอร์เน็ตต่างๆ การให้บริการข้อมูล ข่าวสาร และสาระความบันเทิง (Contents) ผ่านสื่อที่ทันสมัย รวมทั้งให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เสมือน ธุรกิจให้บริการด้านระบบสารสนเทศผ่านโครงข่ายสื่อสารโทรคมนาคมต่างๆ รวมทั้งบริการให้คำปรึกษา รับเหมาออกแบบติดตั้ง บริหารจัดการ และ บำรุงรักษาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารครบวงจรแบบบูรณาการ ธุรกิจให้บริการศูนย์ประสานงานบริการลูกค้า(Contact Center) อย่าง ครบวงจรให้แก่องค์กรภาครัฐและเอกชน ธุรกิจผลิตและจำหน่ายอุปกรณ์รับ สัญญาณโทรทัศน์และงานรับสัญญาณดาวเทียม ธุรกิจให้บริการควบคุม การจราจรทางอากาศ และธุรกิจผลิตและจำหน่ายกระแสไฟฟ้าแก่โรงงาน กัมปอดซีเมนต์ในประเทศไทยกัมพูชา รวมทั้งธุรกิจการให้บริการด้านการ ออกแบบ ก่อสร้างและติดตั้งงานวิศวกรรมไฟฟ้าครบวงจร
เลขทะเบียนบริษัท	:	0107536000188
โฮมเพจ	:	http://www.samartcorp.com
โทรศัพท์	:	0-2502-6000
โทรสาร	:	0-2502-6186
ทุนจดทะเบียน	:	1,006,503,910 บาท (ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557)
ชนิดของหุ้น	:	หุ้นสามัญ
จำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้ทั้งหมด	:	1,006,503,910 หุ้น (ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557)
มูลค่าที่ตราไว้ต่อหุ้น	:	หุ้นละ 1 บาท

(2) นิติบุคคลที่บริษัทถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป

รายละเอียดสามารถดูได้จากข้อมูลทั่วไปของบริษัทย่อยและร่วม หน้า 9

(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	:	นางสาวศิริวรรณ สุรเทพินทร์
	:	ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตทะเบียนเลขที่ 4604
ที่ตั้งสำนักงาน	:	บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด เลขที่ 193/136-137 อาคารเลครัชดา ชั้น 33 ถนนรัชดาภิเษก คลองเตย กรุงเทพฯ 10110
โทรศัพท์	:	0-2264-9090
โทรสาร	:	0-2264-0789-90

6.2 ข้อมูลสำคัญอื่นๆ

ผู้ลงทุนสามารถศึกษาข้อมูลของบริษัทเพิ่มเติมได้จากเว็บไซต์ของบริษัทฯ (www.samartcorp.com)