

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

ภาพรวมการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ

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 สายธุรกิจ ดังนี้ สายธุรกิจ ICT Solution and Service สายธุรกิจ Mobile Multimedia สายธุรกิจ Call Center สายธุรกิจ Utilities and Transportations และสายธุรกิจ Technology Related Services

ภาพรวมการประกอบธุรกิจบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

กลุ่มบริษัท สามารถคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทที่มุ่งเน้นดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับระบบการสื่อสารโทรคมนาคม โดยปัจจุบันได้แบ่งโครงสร้างธุรกิจออกเป็น 5 สายธุรกิจ ดังนี้ สายธุรกิจ ICT Solution and Service สายธุรกิจ Mobile Multimedia สายธุรกิจ Call Center สายธุรกิจ Utilities and Transportations และสายธุรกิจ Technology Related Services โดยมีบริษัทย่อยและบริษัทร่วมดำเนินธุรกิจในแต่ละสายธุรกิจ ซึ่งมีลักษณะการประกอบธุรกิจดังนี้

1. **สายธุรกิจ ICT Solution and Service :** ดำเนินธุรกิจให้บริการระบบสารสนเทศและการสื่อสารโทรคมนาคมต่างๆ ทั้งด้านโครงสร้างเครือข่ายการสื่อสารโทรคมนาคม (Network Solutions) ด้านเทคโนโลยีประยุกต์ด้าน ICT (Enhanced Technology Solutions) และธุรกิจแอปพลิเคชันสนับสนุนด้านการประกอบธุรกิจ (Business Application) โดยให้บริการอย่างครบวงจร (Total Solutions and Services) ตั้งแต่การให้คำปรึกษา รับเหมา ออกแบบติดตั้ง บริหารจัดการ ตลอดจนการบำรุงรักษาระบบให้แก่องค์กรภาครัฐและเอกชน
2. **สายธุรกิจ Mobile Multimedia :** ดำเนินธุรกิจครบวงจรด้านการจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ และให้บริการขายส่งและขายต่อบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ 3G รวมทั้งให้บริการสื่ออินเทอร์เน็ตที่หลากหลาย และการให้บริการข้อมูล ข่าวสาร และสาระความบันเทิงที่ทันสมัย ทั้งยังประกอบธุรกิจบันเทิง ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ผ่านช่องทางการสื่อสารในรูปแบบใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ชมรายการผ่าน Mobile Application, Facebook, YouTube, Website ทั้งในระบบ iOS และ Android
3. **สายธุรกิจ Call Center :** ดำเนินธุรกิจด้านการบริการศูนย์บริการข้อมูลและลูกค้าสัมพันธ์ (Contact Center / Customer Management Service) ในรูปแบบการติดตั้งระบบศูนย์บริการข้อมูล จัดหา และบริหารเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์
4. **สายธุรกิจ Utilities and Transportations :** ดำเนินธุรกิจการให้บริการควบคุมจราจรทางอากาศ และธุรกิจผลิตและจำหน่ายกระแสไฟฟ้าแก่โรงงานกัมปอดชีเมนต์ ในประเทศกัมพูชา รวมถึงธุรกิจการให้บริการด้านการออกแบบ ก่อสร้าง และติดตั้งงานระบบส่งไฟฟ้าครบวงจร
5. **สายธุรกิจ Technology Related Services :** ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายอุปกรณ์รับสัญญาณโทรทัศน์และจานรับสัญญาณดาวเทียม ธุรกิจการจำหน่ายรับเหมาติดตั้งและซ่อมบำรุงระบบรักษาความปลอดภัยและระบบสื่อสารด้านภาพและเสียง ทั้งระบบที่มีสายและไร้สาย รวมทั้งธุรกิจการให้บริการบริหารจัดการขยะในพื้นที่บริเวณท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

โดยในปี 2544 บริษัทฯ ได้ขยายขอบเขตการลงทุนในประเทศกัมพูชา โดยได้รับสัมปทานในการวางระบบและพัฒนาระบบการสื่อสารและควบคุมการจราจรทางอากาศ ซึ่งรวมถึงสิทธิในการให้บริการด้านการควบคุมจราจรทางอากาศเหนือ่านฟ้าประเทศกัมพูชา เป็นเวลารวม 32 ปี (อายุสัมปทานตั้งแต่ปี 2544 – 2576) แต่เพียงผู้เดียว ซึ่งดำเนินการผ่านบริษัท แคมโบเดียแอร์ ทราฟฟิค เซอร์วิส จำกัด (“CATS”) นอกจากนั้น บริษัทฯ ยังได้ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายกระแสไฟฟ้าแก่โรงงานกัมปอดชีเมนต์ ในประเทศกัมพูชาด้วย

วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย และกลยุทธ์ขององค์กร

- **วิสัยทัศน์**

กลุ่มบริษัทสามารถมุ่งมั่นนำเสนอสินค้าและบริการทางด้านเทคโนโลยีที่ก้าวไกล เพื่อนำมาซึ่งความเจริญที่ยั่งยืน และคุณภาพชีวิตที่ดียิ่งขึ้น

- **พันธกิจ**

เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ ทางกลุ่มบริษัทสามารถจึงมีพันธกิจในการดูแลผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ดังนี้

“ลูกค้า”

พัฒนาและนำเสนอสินค้าและบริการทางด้านการสื่อสาร โทรคมนาคมและบริการด้านเทคโนโลยีอื่นๆ ที่เปี่ยมคุณค่า สามารถตอบสนองความต้องการสูงสุดและเสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขันทางธุรกิจให้แก่ลูกค้าและผู้ให้บริการ

“องค์กร”

พัฒนาโครงสร้างและกระบวนการในการดำเนินงาน ตลอดจนการบริหารธุรกิจให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด โปร่งใส และเป็นธรรม อันนำมาซึ่งความเชื่อมั่นและความเจริญที่ยั่งยืน

“พันธมิตร”

พัฒนาความสัมพันธ์ที่แข็งแกร่งกับพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อประสานความร่วมมือในการนำเสนอสินค้าและบริการอันทรงคุณค่า และนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจร่วมกัน

“พนักงาน”

พัฒนาการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลอย่างมืออาชีพ ให้ความมั่นใจในคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงาน และส่งเสริมให้ “สามารถ” เป็นองค์กรสถาบันที่พร้อมสิ่งดีผู้มีความสามารถเข้าร่วมงาน

“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 ปี ข้างหน้า เพื่อเป็นการเสริมสร้างให้บริษัทฯ สามารถเติบโตอย่างแข็งแกร่งและยั่งยืน โดยปัจจุบันกลุ่มบริษัทสามารถมีกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของแต่ละสายงานดังต่อไปนี้

สายธุรกิจ ICT Solution and Service : มุ่งเน้นในการสร้างรายได้ประจำให้แก่สายธุรกิจด้วยการนำเสนอบริการแบบครบวงจร เช่น การออกแบบ-ติดตั้ง-ดำเนินงาน พร้อมทั้งการให้บริการบำรุงรักษาระบบ เป็นต้น นอกจากนี้ ยังได้ขยายฐานลูกค้าไปสู่ภาคเอกชนมากยิ่งขึ้น เพื่อให้บริษัทมีการเติบโตอย่างยั่งยืน

สายธุรกิจ Mobile Multimedia :	มุ่งเน้นในการพัฒนาธุรกิจดิจิทัลใหม่ๆ ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป พร้อมร่วมมือกับพันธมิตรในการพัฒนาโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่เป็นที่ต้องการของลูกค้า และพัฒนาช่องทางในการจำหน่ายใหม่ๆ รวมไปถึงการพัฒนาช่องทางการสื่อสารคอนเทนต์รูปแบบใหม่ อย่างต่อเนื่อง
สายธุรกิจ Call Center:	เรามุ่งสู่การเป็นผู้นำด้านการบริการ CUSTOMER MANAGEMENT SOLUTIONS ในกลุ่มประเทศ CLMV โดยการส่งมอบบริการที่มากกว่าลูกค้าคาดหวังด้วยคุณภาพมาตรฐานสากล
สายธุรกิจ Utilities and Transportations และสายธุรกิจ Technology Related Services :	เตรียมความพร้อมเพื่อรองรับโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ ที่กำลังจะเกิดขึ้นจากการรวมตัวกันของประเทศอาเซียน 10 ประเทศ หรือ “AEC” โดยธุรกิจหลักที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญคือ ธุรกิจการควบคุมการจราจรทางอากาศและธุรกิจด้านพลังงาน

การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญในช่วง 3 ปีที่ผ่านมาดังนี้

ปี 2559

- บริษัท สามารถ เวสต์ทูเพาเวอร์ จำกัด (“SW2P”) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่บริษัทฯ ถือหุ้นทางอ้อมผ่านบริษัท สามารถ ยู-ทรานส์ จำกัด ร้อยละ 99.99 ได้จัดตั้งบริษัท เชิงใหม่ เวสต์ทูเพาเวอร์ จำกัด (“CW2P”) โดยร่วมทุนกับ บริษัท เฟอร์รีม เอ็นเนอร์ยี่ จำกัด ในสัดส่วนร้อยละ 50 และ 50 ตามลำดับ เพื่อดำเนินธุรกิจการให้บริการจัดการขยะโดยกระบวนการเปลี่ยนเป็นขยะเชื้อเพลิง (RDF) และธุรกิจผลิตกระแสไฟฟ้าจำหน่ายให้กับโรงไฟฟ้าส่วนภูมิภาค และได้จดทะเบียนจัดตั้งบริษัทดังกล่าวขึ้นเมื่อวันที่ 6 พฤษภาคม 2558 นั้น เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารงานใน CW2P บริษัท เฟอร์รีม เอ็นเนอร์ยี่ จำกัด จึงได้ขอเสนอซื้อเงินลงทุนในหุ้นสามัญใน CW2P จาก SW2P ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ ครั้งที่ 5/2559 ซึ่งประชุมเมื่อวันที่ 11 พฤษภาคม 2559 ได้มีมติอนุมัติให้ SW2P จำหน่ายเงินลงทุนในหุ้นสามัญที่ SW2P ถืออยู่ทั้งหมดใน CW2P จำนวน 99,998 หุ้น หรือคิดเป็นประมาณร้อยละ 50 ของทุนจดทะเบียนของ CW2P ให้กับบริษัท เฟอร์รีม เอ็นเนอร์ยี่ จำกัด ในราคา 130 บาทต่อหุ้น รวมเป็นจำนวนเงินประมาณ 13 ล้านบาท
- ที่ประชุมของคณะกรรมการของบริษัท สามารถ โอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) (“SIM”) ครั้งที่ 1/2559 ซึ่งประชุมเมื่อวันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2559 ได้มีมติอนุมัติให้บริษัทฯ ร่วมลงทุนกับ บริษัท พีทีอีเอ็ม เดีย กรุ๊ป จำกัด (PMG) ด้วยทุนจดทะเบียน 60 ล้านบาท โดยมีสัดส่วนการลงทุนระหว่างบริษัทฯ กับ PMG ในอัตราร้อยละ 51:49 เพื่อประกอบธุรกิจ E-Commerce โดยการเปิด E-Marketplace ภายใต้ชื่อ “Thailandmall.com” ซึ่งมีจุดเด่นในการขายสินค้าที่มีเอกลักษณ์ความเป็นไทยที่โดดเด่นไปทั่วโลกผ่านช่องทาง online และ offline ที่มีความเชื่อมโยงกัน ทั้งยังเป็นการสร้างภาพลักษณ์และกระตุ้นยอดขายสินค้าของไทยให้ชาวต่างชาติอีกด้วย
- ที่ประชุมของคณะกรรมการ SIM ครั้งที่ 3/2559 ซึ่งประชุมเมื่อวันที่ 29 มีนาคม 2559 ได้มีมติอนุมัติให้บริษัท สามารถ มัลติมีเดีย จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่บริษัทฯ ถือหุ้นร้อยละ 99.99 เข้าซื้อหุ้นสามัญจำนวน 30,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท คิดเป็นร้อยละ 100 ของหุ้นที่ออกและจำหน่ายแล้วทั้งหมดของบริษัท โฟนิแคส จำกัด จากบุคคลธรรมดา 3 ราย ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นเดิมและไม่ได้เป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน ด้วยเงินลงทุนไม่เกิน 20 ล้านบาท

บริษัท โฟนิแคส จำกัด ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับ Digital Marketing ครบวงจร ครอบคลุมทุกความต้องการด้านการตลาดของลูกค้า โดยดูแลตั้งแต่การออกแบบสื่อ Digital บริหารสื่อ Online และการผลิต เพื่อให้บรรลุเป้าหมายทางธุรกิจ การลงทุนครั้งนี้จะช่วยเสริมศักยภาพในการให้บริการของสายธุรกิจมัลติมีเดียของบริษัทให้แข็งแกร่ง และครบวงจรมากขึ้น รวมทั้งสร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ ให้กับสายงานธุรกิจนี้ รวมถึงสร้างโอกาสในการขายฐานลูกค้าและแสวงหาธุรกิจใหม่ๆ ได้มากยิ่งขึ้น เกิดการ cross sales ในระหว่างกัน

- เมื่อวันที่ 29 กันยายน 2559 SIM ได้แจ้งข่าวการปิดบริษัทย่อยที่ไม่ได้ดำเนินการกิจการจำนวน 3 บริษัท คือ บริษัท สามารถ ไอ-โมบาย อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ซึ่งบริษัทฯ ถือหุ้นทางตรงร้อยละ 99.99 บริษัท สามารถ อินเตอร์แอกทีฟ มีเดีย จำกัด และ บริษัท เดอะเนสท์บางกอก จำกัด ซึ่งบริษัทฯ ถือหุ้นทางอ้อมผ่านบริษัทย่อยร้อยละ 99.99 และร้อยละ 99.98 ตามลำดับ ซึ่งการปิดบริษัทย่อยดังกล่าวไม่ได้ส่งผลกระทบต่อภาระดำเนินงานของบริษัทฯ แต่อย่างใด เนื่องจากบริษัทย่อยดังกล่าวมิได้มีการดำเนินธุรกิจแล้ว
- ที่ประชุมของคณะกรรมการ SIM ครั้งที่ 9/2559 ประชุมเมื่อวันที่ 15 ธันวาคม 2559 ได้มีมติอนุมัติให้จำหน่ายเงินลงทุนในบริษัท มอลล์ (ไทยแลนด์) จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่บริษัทถือหุ้นร้อยละ 51 ทั้งจำนวนให้กับบริษัท ทีเพลมิดี กรุ๊ป จำกัด ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นอีกฝ่ายหนึ่งในบริษัทดังกล่าวร้อยละ 49 ในราคาตามมูลค่าที่บริษัทลงทุนซึ่งใกล้เคียงมูลค่าตามบัญชี ณ วันที่จำหน่ายเป็นเงินทั้งสิ้น 15.3 ล้านบาท ทั้งนี้เพื่อบริษัทจะได้มุ่งเน้นในการประกอบธุรกิจหลัก ภายหลังการจำหน่ายเงินลงทุนในครั้งนั้น บริษัท มอลล์ (ไทยแลนด์) จำกัด จะสิ้นสุดสภาพการเป็นบริษัทย่อยของบริษัท
- เมื่อวันที่ 28 ธันวาคม 2559 SIM ได้แจ้งข่าวการปิดบริษัทย่อยที่ไม่ได้ดำเนินการกิจการจำนวน 2 บริษัท คือ บริษัท เบรินเซอร์ จำกัด และ บริษัท ไอ-โมบาย ไคเร็กซ์ จำกัด ซึ่ง SIM ถือหุ้นทั้งทางตรงและทางอ้อมร้อยละ 99.88 ตามมติของที่ประชุมวิสามัญ ผู้ถือหุ้นของทั้ง 2 บริษัทดังกล่าวเมื่อวันที่ 28 ธันวาคม 2559 ทั้งนี้บริษัทย่อยดังกล่าวอยู่ระหว่างดำเนินการตามกระบวนการทางกฎหมายและทางบัญชี ซึ่งการปิดบริษัทย่อยดังกล่าวไม่ได้ส่งผลกระทบต่อภาระดำเนินงานของบริษัทฯ แต่อย่างใด เนื่องจากบริษัทย่อยดังกล่าวมิได้มีการดำเนินธุรกิจแล้ว

ปี 2558

- ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ เมื่อวันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2558 ได้มีมติอนุมัติให้บริษัทฯ ดำเนินการดังนี้
 - อนุมัติให้ออกและจัดสรรใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทฯ ครั้งที่ 1 (“ใบสำคัญแสดงสิทธิ SAMART-W”) จำนวนไม่เกิน 201,300,782 หน่วย ให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัทฯ ตามสัดส่วนการถือหุ้นโดยไม่คิดมูลค่า ในอัตราการจัดสรรที่ 5 หุ้นสามัญเดิมต่อ 1 หน่วยใบสำคัญแสดงสิทธิ ทั้งนี้ใบสำคัญแสดงสิทธิมีอายุ 3 ปี นับแต่วันที่ออกใบสำคัญแสดงสิทธิและราคาการใช้สิทธิอยู่ที่ 45 บาทต่อหุ้น โดยกำหนดให้วันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2558 เป็นวันกำหนดรายชื่อผู้ถือหุ้นที่มีสิทธิได้รับการจัดสรรและวันที่ 16 กุมภาพันธ์ 2558 เป็นวันปิดสมุดทะเบียน
 - อนุมัติการเพิ่มทุนจดทะเบียนจากทุนจดทะเบียน 1,007 ล้านบาท (หุ้นสามัญ 1,006,503,910 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1 บาท) เป็น 1,208 ล้านบาท (หุ้นสามัญ 1,207,804,692 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1 บาท) โดยออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนในจำนวน 201,300,782 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท ซึ่งบริษัทฯ ได้จดทะเบียนเพิ่มทุนกับกระทรวงพาณิชย์เมื่อวันที่ 9 กุมภาพันธ์ 2558
- เมื่อวันที่ 16 มีนาคม 2558 บริษัท เทต้า จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่บริษัทฯ ถือหุ้นทางอ้อมผ่านบริษัท สามารถ ยู-ทรานส์ จำกัด ร้อยละ 94.35 (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558) ได้ลงนามในหนังสือยืนยันการว่าจ้างก่อสร้างสถานีไฟฟ้าเชิงเนิน พิกัดแรงดัน 230 กิโลโวลต์ ณ จังหวัดระยอง กับบริษัท ไออาร์พีซี คลีน พาวเวอร์ จำกัด มูลค่าสัญญาก่อสร้างรวม 265,047,294.38 บาท (คำนวณตามอัตราแลกเปลี่ยน ณ วันรับหนังสือแจ้งแสดงเจตนา) โดยกำหนดการก่อสร้างแล้วเสร็จภายในวันที่ 15 มกราคม 2560 การรับรู้รายได้เป็นไปตามสัดส่วนความสำเร็จของงาน
- ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ ครั้งที่ 3/2558 เมื่อวันที่ 18 มีนาคม 2558 ได้มีมติอนุมัติให้บริษัท สามารถ เวสท์ทูเพาเวอร์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่บริษัทฯ ถือหุ้นทางอ้อมผ่าน บริษัท สามารถ ยู-ทรานส์ จำกัด ร้อยละ 99.99 จัดตั้งบริษัทร่วมทุนกับบริษัท เอ็มลิงค์ เอ็นเนอร์ยี่ จำกัด ชื่อว่า “บริษัท เชิงใหม่ เวสท์ทูเพาเวอร์ จำกัด” มีทุนจดทะเบียน 20,000,000 บาท แบ่งออกเป็น 2,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท โดยมีบริษัท สามารถ เวสท์ทูเพาเวอร์ จำกัด ถือหุ้นร้อยละ 50 และ บริษัท เอ็มลิงค์ เอ็นเนอร์ยี่ จำกัด ถือหุ้น ร้อยละ 50 เพื่อดำเนินการบริหารจัดการ การกำจัดขยะมูลฝอยให้กับหน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่นและเอกชน โดยทำการคัดแยกขยะ ทำการผลิตเชื้อเพลิงขยะ (RDF) ทำการผลิตไฟฟ้าโดยใช้เชื้อเพลิงขยะ และธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

- เมื่อวันที่ 17 กรกฎาคม 2558 บริษัท เทต้า จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่บริษัทฯ ถือหุ้นทางอ้อมผ่านบริษัท สามารถ ยู-ทรานส์ จำกัด ร้อยละ 94.35 (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558) ได้ลงนามในหนังสือยืนยันการว่าจ้างก่อสร้างสถานีไฟฟ้าดันทางพระนครใต้ พิกัดแรงดัน 69 กิโลวัตต์ ณ จังหวัดสมุทรปราการ กับบริษัท ไฟฟ้านครหลวง มูลค่าสัญญาก่อสร้างรวม 435,748,877.25 บาท (คำนวณตามอัตราแลกเปลี่ยน ณ วันเปิดซองราคา) กำหนดการก่อสร้างแล้วเสร็จภายในวันที่ 7 ธันวาคม 2559 การรับรู้รายได้เป็นไปตามสัดส่วนความสำเร็จของงาน
- เมื่อเดือนกันยายน 2558 บริษัท สามารถ ยู-ทรานส์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่บริษัทฯ ถือหุ้นร้อยละ 99.99 ได้จัดตั้งบริษัทร่วมทุนจำนวน 5 บริษัทกับบริษัท เพาเวอร์ โซลูชั่น เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัทที่ดำเนินธุรกิจออกแบบ จำหน่าย และติดตั้งระบบจ่ายไฟฟ้าและตรวจวัดจัดการ สำหรับระบบสื่อสารโทรคมนาคม และธุรกิจโรงไฟฟ้าพลังงานทดแทนต่างๆ ได้แก่บริษัท สามารถ โซลาร์ฟาร์มเพาเวอร์ จำกัด (ทุนจดทะเบียน 25 ล้านบาท), บริษัท มัลติโซลาร์ เอนเนอร์ยี จำกัด(ทุนจดทะเบียน 10 ล้านบาท), บริษัท โซลาร์ เพาเวอร์ พลัส จำกัด (ทุนจดทะเบียน 10 ล้านบาท), บริษัท เพาเวอร์ พลัส เอนเนอร์ยี จำกัด (ทุนจดทะเบียน 10 ล้านบาท), และ บริษัท ฟีเอส โซลาร์ จำกัด (ทุนจดทะเบียน 10 ล้านบาท) เพื่อดำเนินโครงการผลิตไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์และพลังงานทางเลือกอื่นๆ และธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง
- บริษัท สามารถ ยู-ทรานส์ จำกัด (“SUT”) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่บริษัทฯ สามารถคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) ถือหุ้นร้อยละ 99.99 ได้จัดตั้งบริษัท สามารถ โซลาร์ฟาร์มเพาเวอร์ จำกัด (“STP”) โดยร่วมทุนกับบริษัท เพาเวอร์ โซลูชั่น เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน) ในสัดส่วนร้อยละ 80 และ 20 ตามลำดับ และได้จดทะเบียนจัดตั้ง STP เมื่อวันที่ 21 กันยายน 2558 นั้น โดยที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ ซึ่งประชุมเมื่อวันที่ 12 พฤศจิกายน 2558 ได้มีมติอนุมัติให้ SUT จำหน่ายเงินลงทุนในหุ้นสามัญที่ SUT ถืออยู่ทั้งหมดใน STP จำนวน 1,999,700 หุ้น หรือคิดเป็นร้อยละ 79.99 ของทุนจดทะเบียนของ STP ให้กับบริษัท เฟอร์รี่ เอนเนอร์ยี จำกัด ที่ราคามูลค่าที่ตราไว้ (par value) เป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น 7,998,800 บาท (ปัจจุบัน STP มีทุนจดทะเบียน 25,000,000 บาท แบ่งออกเป็น 2,500,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท มีทุนชำระแล้ว ร้อยละ 40) เนื่องจากมีการเปลี่ยนแปลงจำนวนโครงการที่จะลงทุนจากเดิมที่คาดการณ์ว่าจะได้เป็นผู้สนับสนุนโครงการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์แบบติดตั้งบนพื้นดินให้กับหน่วยงานราชการทั้งหมด 4 โครงการ เหลือเพียง 1 โครงการ ซึ่งจะทำให้บริษัทฯ ไม่ได้รับประโยชน์ของการประหยัดจากขนาด (Economics of Scale) ทั้งในด้านบุคลากรและอำนาจต่อรองกับ ผู้จัดจำหน่ายตามที่คาดหวังไว้

ปี 2557

- ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ ครั้งที่ 9/2557 เมื่อวันที่ 19 ธันวาคม 2557 ได้มีมติอนุมัติการออกและจัดสรรใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทฯ ครั้งที่ 1 (“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 โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1) บริษัท สามารถ เวสต์ฟาร์มเพาเวอร์ จำกัด

ประเภทธุรกิจ	:	ดำเนินการบริหารจัดการ การกำจัดขยะมูลฝอยให้กับหน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่น โดยทำการคัดแยกขยะ ทำการผลิตเชื้อเพลิงขยะ (RDF) ทำการผลิตไฟฟ้า โดยใช้เชื้อเพลิงขยะ
สำนักงานที่ตั้ง	:	ประเทศไทย
ทุนจดทะเบียน	:	50,000,000 บาท
สัดส่วนการถือหุ้น	:	SUT ถือหุ้น ร้อยละ 99.99

2) บริษัท สามารถ ยู-ทรานส์ (ลาว) จำกัด

ประเภทธุรกิจ	:	ให้บริการเขียน โปรแกรมการเรียกและรับชำระเงิน ออกแบบเว็บไซต์ บำรุงรักษาสารคดีแวร์ซอฟต์แวร์เทคโนโลยีสารสนเทศซ่อมแซม ติดตั้ง พัฒนาโปรแกรมและเว็บไซต์ซึ่งเกี่ยวข้องกับระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (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

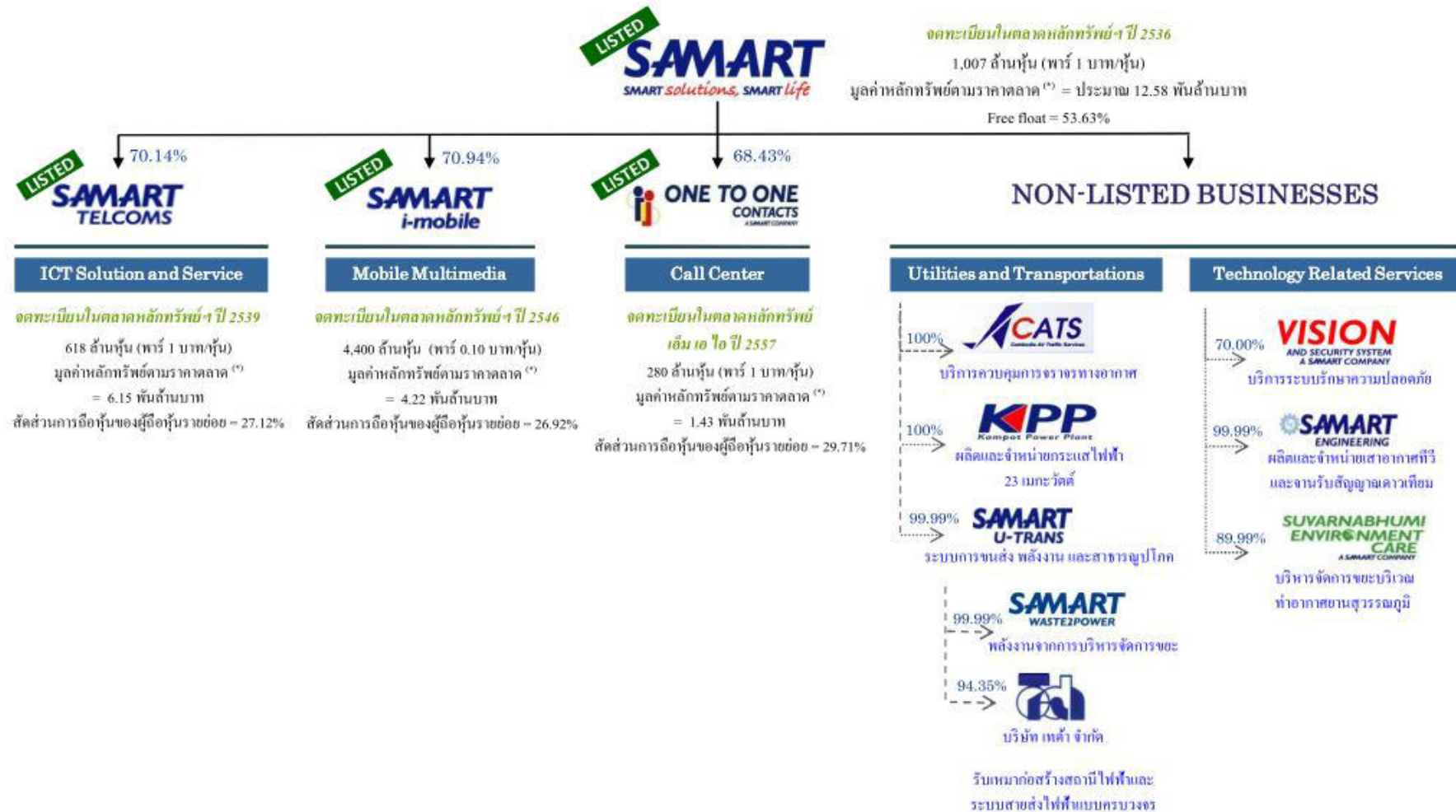
ประเภทธุรกิจ	:	ให้บริการและคำแนะนำต่างๆ ที่เกี่ยวกับการค้าในประเทศเมียนมาร์รวมถึงการดำเนินการทั่วไปอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด
สำนักงานที่ตั้ง	:	ประเทศเมียนมาร์
ทุนจดทะเบียน	:	50,000 เหรียญสหรัฐฯ (หรือประมาณ 1.6 ล้านบาท)
สัดส่วนการถือหุ้น	:	SUT ถือหุ้น ร้อยละ 99.99

- 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 ในอัตราร้อยละ 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 เพื่อบริการขยายตัวของธุรกิจที่ต่อเนื่องกับกีฬา และคอนเทนต์กีฬาต่างๆ 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 ทั้งนี้เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงทางรายได้และกำไรในอนาคตของบริษัทฯ โดยรวม

โครงสร้างการถือหุ้น

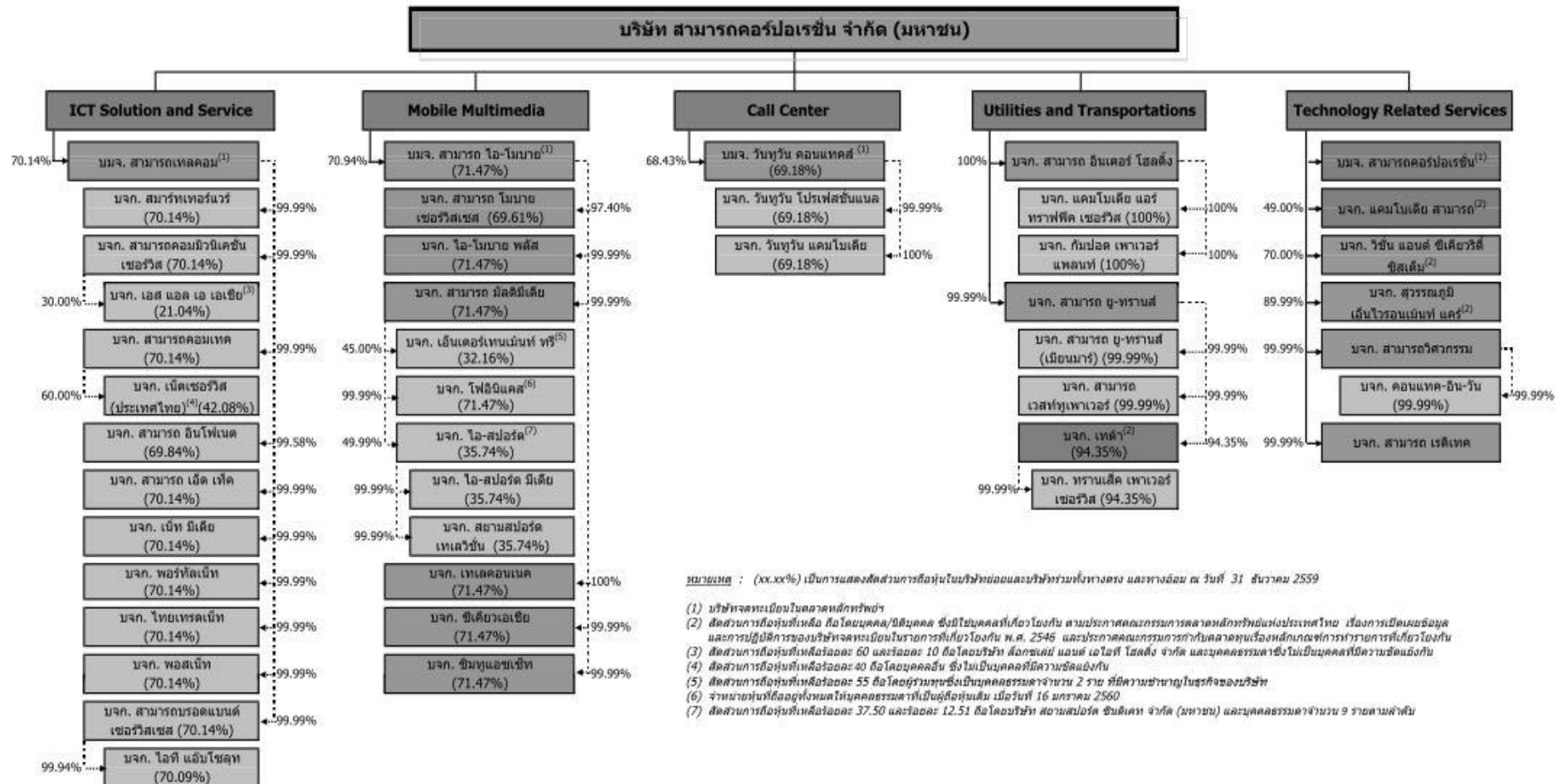
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทฯ มีทุนจดทะเบียนจำนวน 1,207,804,692 บาท และมีทุนชำระแล้วจำนวน 1,006,503,910 บาท มีโครงสร้างการถือหุ้นในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม ซึ่งแยกโครงสร้างธุรกิจออกเป็น “โครงสร้างธุรกิจ (ตามการถือหุ้น)” และ “โครงสร้างธุรกิจ (ตามการบริหารธุรกิจ)” โดยสามารถดูรายละเอียดได้ภายใต้หัวข้อ “โครงสร้างธุรกิจ” ดังนี้

โครงสร้างธุรกิจ (ตามการบริหารธุรกิจ)



หมายเหตุ: ^(*) มูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด ณ วันที่ 30 ธันวาคม 2559

โครงสร้างธุรกิจ (ตามการถือหุ้น)



ข้อมูลทั่วไปของบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

ลำดับที่	ชื่อบริษัท	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน (ล้านบาท)	หุ้นสามัญ ทั้งหมดที่ ออกจำหน่าย	หุ้นทั้งหมดที่บริษัทฯ ถือ	
					จำนวนหุ้น	ร้อยละ
1.	บมจ. สามารต ไอ-โมบาย 99/10 หมู่ที่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 26 ถ.แจ้งวัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2502-6000 โทรสาร 0-2502-6900	ดำเนินธุรกิจครบวงจรด้านการจำหน่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่ และให้บริการขายส่งและขาย ต่อบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ 3G รวมทั้ง ให้บริการสื่ออินเทอร์เน็ตแอฟฟต่าง ๆ และการ ให้บริการข้อมูล ข่าวสาร และสาระความบันเทิงที่ ทันสมัย ทั้งยังประกอบธุรกิจบันเทิง ผู้ผลิตรายการ โทรทัศน์ผ่านช่องทางการสื่อสารในรูปแบบใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ชมรายการผ่าน Mobile Application, Facebook, YouTube, Website ทั้งในระบบ iOS และ Android	440	4,400,250,000	3,121,579,000	70.94
2.	บจก. สามารต โมบาย เซอร์วิส 37/1 หมู่ที่ 2 ถ.พหลโยธิน ต.คลองหนึ่ง อ.คลองหลวง จ.ปทุมธานี 12120 โทร. 0-2502-6000 โทรสาร 0-2502-6496	ให้บริการขายส่งและขายต่อบริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 3G และให้บริการ โทรคมนาคมทุกชนิดทุกประเภท	490	49,000,000	47,724,999 ⁽¹⁾	97.40
3.	บจก. สามารต มัลติมีเดีย 99/12 หมู่ที่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 24 ถ.แจ้งวัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2502-6000 โทรสาร 0-2502-8136	ให้บริการข้อมูล ข่าวสาร และสาระความบันเทิง ผ่านเทคโนโลยีมีสายและไร้สายที่ครบถ้วน สมบูรณ์แบบ ทั้งในรูปแบบของเสียง (Voice) ผ่านระบบ Audiotext และ Call Center และใน รูปแบบข้อความ หรือภาพ (Non Voice) รวมทั้ง เป็นผู้ผลิต และพัฒนาข้อมูล ข่าวสาร และสาระ ความบันเทิง	200	2,000,000	1,999,997 ⁽¹⁾	99.99
4.	บจก. ไอ-สปอร์ต 99/12 หมู่ที่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 24 ถ.แจ้งวัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2502-6000 โทรสาร 0-2502-8136	ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับกีฬาครบวงจร ตั้งแต่ ให้บริการข้อมูลข่าวสารด้านกีฬาผ่านช่องทาง digital, จัด event กีฬา, ทัวร์กีฬา, e-commerce สินค้ากีฬา และการบริหารสิทธิประโยชน์ให้ นักกีฬา	120	12,000,000	5,999,996 ⁽²⁾	49.99
5.	บจก. เทเลคอนเนค 183 Hopewell Centre, 23/F, Queen's Road East, Wanchai, Hong Kong โทร. 852-2980-1888 โทรสาร 852-2956-2192	จำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ พร้อมให้บริการข้อมูล และสาระความบันเทิงผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ และ ให้บริการสื่อ Interactive Multimedia ในประเทศ ฮ่องกง	5,000,000 (เหรียญฮ่องกง)	5,000,000	5,000,000 ⁽¹⁾	100.00
6.	บจก. ไอ-โมบาย พลัส 99/10 หมู่ที่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 26 ถ.แจ้งวัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2502-6200 โทรสาร 0-2502-8532	ให้บริการขายส่งและขายต่อบริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 3G และให้บริการ โทรคมนาคมทุกชนิดทุกประเภท	100	10,000,000	9,999,997 ⁽¹⁾	99.99

ลำดับที่	ชื่อบริษัท	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน (ล้านบาท)	หุ้นสามัญ ทั้งหมดที่ ออกจำหน่าย	หุ้นทั้งหมดที่บริษัทฯ ถือ	
					จำนวนหุ้น	ร้อยละ
7.	บจก. ซีเคียวเอเซีย (เดิมคือ บจก. ไอ-โมบาย อินเทอร์เน็ต) 99/10 หมู่ที่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 26 ถ.แจ้งวัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2502-6200 โทรสาร 0-2502-8532	จำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ พร้อมให้บริการข้อมูลและสาระความบันเทิงผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ รวมทั้งจำหน่ายสินค้าและโซลูชันเกี่ยวกับการรักษาความปลอดภัย	1.25	125,000	124,997 ⁽¹⁾	99.99
8.	บจก. เอ็นเตอร์เทนเมนท์ ทรี 99/12 หมู่ที่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 24 ถ.แจ้งวัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2502-6103 โทรสาร 0-2502-6361	เป็นผู้ผลิตจำหน่าย และให้บริการข้อมูลทางด้านบันเทิง ในรูปแบบต่างๆ ผ่านทางโทรทัศน์ โทรศัพท์ ระบบอินเตอร์เน็ต ระบบดาวเทียม และระบบสื่อสารต่างๆ การติดตั้งอุปกรณ์เครือข่าย สิ่งอำนวยความสะดวกแบบครบวงจร และบริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง	5	500,000	225,000 ⁽²⁾	45.00
9.	บจก. ไอ-สปอร์ต มีเดีย 99/12 หมู่ที่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 24 ถ.แจ้งวัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2502-6000 โทรสาร 0-2502-8136	ดำเนินธุรกิจด้านการจัดการสิทธิประโยชน์เกี่ยวกับธุรกิจกีฬาต่างๆ ทั้งในด้านการจัดแข่งขัน การถ่ายทอด การจัดการกิจกรรมอื่นๆ รวมทั้งการจัดการผลประโยชน์ของนักกีฬา	1	100,000	99,997 ⁽³⁾	99.99
10.	บจก. สยามสปอร์ต เทเลวิชั่น 66/26 ถ.รามอินทรา แขวงจวนจักรี เขตปทุมธานี กรุงเทพฯ 10230 โทร. 0-2502-6000 โทรสาร 0-2502-8136	เจ้าของรายการโทรทัศน์ทางช่องทีวีดิจิตอล เจ้าของช่องกีฬา 3 ช่องบนระบบทรูวิชั่น รับจ้างผลิตรายการ รับถ่ายทอดสด และบันทึกเทปการแข่งขันกีฬาต่างๆ	60	6,000,000	5,999,994 ⁽³⁾	99.99
11.	บจก. โฟอินแคส⁽¹³⁾ 555 ถ.พหลโยธิน แขวงจตุจักร เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900 โทรศัพท์ 0-2502-6000 โทรสาร 0-2502-8136	ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับ Digital Marketing ครบวงจร ครอบคลุมทุกความต้องการด้านโฆษณาและการตลาดของลูกค้า	3	30,000	29,998 ⁽²⁾	99.99
12.	บจก. ซิมูแอชเช็ท 99/10 หมู่ที่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 26 ถ.แจ้งวัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2502-6000 โทรสาร 0-2502-6491	ประกอบธุรกิจขายฝากสังหาริมทรัพย์	5 วิชาชีพแล้ว 25 ล้านบาท	500,000	499,997 ⁽¹⁾	99.99
13.	บมจ. สามารถเทลคอม 99/7 หมู่ที่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 29 ถ.แจ้งวัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2502-6610 โทรสาร 0-2502-6648	1) ให้บริการเช่าระบบสื่อสารผ่านดาวเทียมความเร็วสูง iSTAR และ VSAT 2) ให้บริการเช่าเครือข่ายสื่อสารข้อมูลความเร็วสูงหลายสื่อ 3) ขายและให้บริการติดตั้งระบบไอทีและระบบสื่อสาร	738	618,000,000	433,464,590	70.14

ลำดับที่	ชื่อบริษัท	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน (ล้านบาท)	หุ้นสามัญ ทั้งหมดที่ ออกจำหน่าย	หุ้นทั้งหมดที่บริษัทฯ ถือ	
					จำนวนหุ้น	ร้อยละ
14.	บจก. สามารถคอมมิวนิตีชั่น เซอร์วิส 99/7 หมู่ที่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 29 ถ.แจ้งวัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2502-6610 โทรสาร 0-2502-6648	ให้บริการด้านเครือข่ายสื่อสารโทรคมนาคม ซึ่ง ประกอบด้วยการจัดหา การดำเนินการ การซ่อม บำรุง และการซ่อมอุปกรณ์สื่อสารโทรคมนาคม	500	5,000,000	4,999,994 ⁽⁴⁾	99.99
15.	บจก. สามารถคอมเทค 99/2 หมู่ที่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 34 ถ.แจ้งวัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2502-6610 โทรสาร 0-2502-6648	ให้บริการรับเหมาให้คำปรึกษา ออกแบบ คิดตั้ง บริหารจัดการ และบำรุงรักษาอุปกรณ์ ทางด้าน ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร รวมถึง เทคโนโลยีขั้นสูงเฉพาะด้าน	225	2,250,000	2,249,995 ⁽⁴⁾	99.99
16.	บจก. สามารถบรอดแบนด์ เซอร์วิส 99/7 หมู่ที่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 29 ถ.แจ้งวัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2502-6610 โทรสาร 0-2502-6648	ให้บริการข้อมูลผ่านข่ายสายท้องถิ่นความเร็วสูง	55.25	5,525,000	5,524,997 ⁽⁴⁾	99.99
17.	บจก. ไทยเทรคเน็ท 99/27 หมู่ที่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 8 ถ.แจ้งวัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2502-6610 โทรสาร 0-2502-6648	ให้บริการแลกเปลี่ยนข้อมูลทางการค้าในรูปแบบ มาตรฐานทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Data Interchange : EDI) และบริการเสริมครบวงจร	53	5,300,000	5,299,993 ⁽⁴⁾	99.99
18.	บจก. พอสเน็ท 99/4 หมู่ที่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 32 ถ.แจ้งวัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2502-6610 โทรสาร 0-2502-6648	ให้บริการด้านระบบการรับชำระเงินผ่านเครือข่าย อิเล็กทรอนิกส์ (E-Payment Solution) และเป็น Solution Provider ในด้านของ Smart Card ทำ การพัฒนา Smart Card Application ให้แก่ธนาคาร พาณิชย์ในประเทศไทย และผู้ประกอบการธุรกิจบัตร เครดิตอื่นๆ แบบครบวงจร	72	7,200,000	7,199,993 ⁽⁴⁾	99.99
19	บจก. สามารถ เอ็ด เท็ค 99/29 หมู่ที่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 6 ถ.แจ้งวัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2502-6610 โทรสาร 0-2502-6648	บริการให้เข้าและพัฒนาระบบบริหารจัดการการเรียน การสอน (Learning Management System) และ เทคโนโลยีด้านการศึกษาแบบครบวงจร พร้อมการ พัฒนาเนื้อหาวิชา (Courseware) รวมถึงการพัฒนา Digital Content เช่น e-Magazine e-Books และ Mobile Application	20	200,000	199,997 ⁽⁴⁾	99.99

ลำดับที่	ชื่อบริษัท	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน (ล้านบาท)	หุ้นสามัญ ทั้งหมดที่ ออกจำหน่าย	หุ้นทั้งหมดที่บริษัทฯ ถือ	
					จำนวนหุ้น	ร้อยละ
20	บจก. สยาม อินโฟเควสท์ 99/12 หมู่ที่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 24 ถ.แจ้งวัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2502-6610 โทรสาร 0-2502-6648	ให้บริการอินเทอร์เน็ตคุณภาพสูงครบวงจรสำหรับ ลูกค้าภาครัฐและองค์กรธุรกิจ ด้วยเทคโนโลยี ต่างๆ ได้แก่ FTTx, G.SHDSL, MPLS, Leased Line และ Gigabit Internet พร้อมบริการ Co-Location และ Cloud Hosting รวมถึงบริการ Zimple ซึ่งเป็น บริการระบบ Cloud ERP ขนาดย่อมที่ใช้งานง่าย ผ่านเครือข่าย ช่วยบริหารจัดการด้านบัญชี การเงิน คลังสินค้า และอื่นๆ สำหรับลูกค้า SME	62	6,200,000	6,173,794 ⁽⁴⁾	99.58
21	บจก. สมาร์ทเทอร์แวร์ 99/25 หมู่ที่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 10 ถ.แจ้งวัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2502-6610 โทรสาร 0-2502-6648	ดำเนินธุรกิจด้านการให้บริการและเป็นที่ปรึกษา ให้บริการรับจ้างพัฒนาซอฟต์แวร์ระบบงาน และ ให้บริการเฉพาะทางในด้านวิศวกรรมซอฟต์แวร์ แบบครบวงจร	10	100,000	99,993 ⁽⁴⁾	99.99
22	บจก. เนท์ มีเดีย 99/2 หมู่ที่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 34 ถ.แจ้งวัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2502-6610 โทรสาร 0-2502-6648	ให้บริการการบีบอัดสัญญาณโทรทัศน์ และส่ง สัญญาณโทรทัศน์ผ่านเครือข่ายและขึ้นสู่ดาวเทียม	10.32	103,200	103,198 ⁽⁴⁾	99.99
23	บจก. ไอที แอ็บโซลูท 99/2 หมู่ที่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 34 ถ.แจ้งวัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2502-6610 โทรสาร 0-2502-6648	จัดหาและจำหน่ายอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์และ อุปกรณ์เทคโนโลยีต่างๆ	225	22,500,001	22,485,593 ⁽⁵⁾	99.94
24	บจก. พอร์ทัลเนท 99/7 หมู่ที่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 29 ถ.แจ้งวัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2502-6610 โทรสาร 0-2502-6648	ให้บริการด้านการออกแบบ และรับเหมาวางระบบ บริหารจัดการทรัพยากรองค์กร (Enterprise Resource Planning) โดยศึกษาความต้องการและ เสนอบริการที่เหมาะสมแบบครบวงจร (Total Solution) รวมถึงระบบ Customer Relationship Management (CRM) และระบบ Human Capital Management (HCM) ให้แก่ลูกค้าทั้งภาครัฐและ เอกชน	3,370	33,700,000	33,699,990 ⁽⁴⁾	99.99
25	บจก. เน็ตเซอร์วิส (ประเทศไทย) 62 อาคารธานี ชั้น 10 ถ.สีลม แขวงสุริยวงค์ เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500 โทร. 0-2632-9396-9 โทรสาร 0-2632-9395	ให้บริการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ รวมถึงการออกแบบและพัฒนาซอฟต์แวร์ที่ เกี่ยวข้องสำหรับภาครัฐและเอกชน	20	2,000,000	1,199,999 ⁽⁶⁾	60.00

ลำดับที่	ชื่อบริษัท	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน (ล้านบาท)	หุ้นสามัญ ทั้งหมดที่ ออกจำหน่าย	หุ้นทั้งหมดที่บริษัทฯ ถือ	
					จำนวนหุ้น	ร้อยละ
26	บจก. เอส แอล เอ เอเชีย 99/7 หมู่ที่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 29 ถ.แจ้งวัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2502-6610 โทรสาร 0-2502-6648	ให้บริการรับเหมาติดตั้งงานด้านเครือข่ายสื่อสาร โทรคมนาคม และงานด้านระบบสารสนเทศ รวมถึงการซื้อขาย และการบำรุงรักษาอุปกรณ์ ระบบที่เกี่ยวข้องทุกชนิดในกลุ่มประเทศ CLMV ประกอบด้วย ประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ คือ กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ และเวียดนาม	30	300,000	90,000 ⁽⁷⁾	30.00
27	บมจ. วันทูวัน คอนแทคส์ 99/19 หมู่ที่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 17 ถ.แจ้งวัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2685-0000 โทรสาร 0-2685-0050	ธุรกิจด้านการบริการศูนย์บริการข้อมูลลูกค้า สัมพันธ์ (Contact Center / Customer Management Service) ในรูปแบบการติดตั้งระบบ ศูนย์บริการข้อมูล จัดหา และบริหารเจ้าหน้าที่ ลูกค้าสัมพันธ์	280	280,000,000	191,600,000	68.43
28	บจก. วันทูวัน (แคมโบเดีย) 18-E4, 4 th floor, The Icon Professional Building 216, Norodom Blvd., Tonle Bassac, Chamkarmorn, Phnom Penh, Kingdom of Cambodia โทร. (855) 23-932-222 โทรสาร (855) 23-932-223	ธุรกิจด้านการบริการศูนย์บริการข้อมูลและลูกค้า สัมพันธ์ (Contact Center / Customer Management Service) ในรูปแบบการติดตั้งระบบศูนย์บริการ ข้อมูล จัดหา และบริหารเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ ให้บริการในประเทศกัมพูชา	440,000 (เหรียญสหรัฐ)	88,000	88,000 ⁽⁸⁾	100
29	บจก. วันทูวัน โปรเฟสชั่นแนล 99/19 หมู่ที่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 17 ถ.แจ้งวัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2685-0000 โทรสาร 0-2685-0050	ให้บริการที่ปรึกษาการบริหารงานบุคคล การจัดหา บุคลากร และธุรกิจศูนย์บริการข้อมูลและลูกค้า สัมพันธ์ และธุรกิจทวงถามหนี้	1	100,000	99,997 ⁽⁸⁾	99.99
30	บจก. แคมโบเดีย แอร์ 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	จัดตั้งระบบและให้บริการควบคุมการจราจรทาง อากาศในประเทศกัมพูชา	2,500,000 (เหรียญสหรัฐ)	250,000	250,000 ⁽¹⁰⁾	100.00
31	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	ผลิตและจำหน่ายกระแสไฟฟ้าแก่โรงงานกัมปอต ซิเมนต์ ซึ่งเป็นโรงงานผลิตปูนซิเมนต์คุณภาพสูง ในเครือซิเมนต์ไทย ที่ประเทศกัมพูชา	5,000,000 (เหรียญสหรัฐ)	500,000	500,000 ⁽¹⁰⁾	100.00
32	บจก. แคมโบเดีย สามาร 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	จำหน่ายอุปกรณ์สื่อสารโทรคมนาคมในประเทศ กัมพูชา	50,000,000 (เรียล)	100	49	49.00

ลำดับที่	ชื่อบริษัท	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน (ล้านบาท)	หุ้นสามัญ ทั้งหมดที่ ออกจำหน่าย	หุ้นทั้งหมดที่บริษัทฯ ถือ	
					จำนวนหุ้น	ร้อยละ
33	บจก. สามารถ ยู-ทรานส์ 99/2 หมู่ที่ 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
34	บจก. สุวรรณภูมิ เอ็นไวรอนเม้นท์ แคร์ 99/2 หมู่ที่ 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 (โดย ณ วันที่ 14 ก.ย. 2559 ได้ครบกำหนดสัญญาจ้างบริหารจัดการขยะในพื้นที่ดังกล่าว)	50	5,000,000	4,499,994	89.99
35	บจก. วิชั่น แอนด์ ซิเคียวตี้ ซีเอสเอ็ม 99/2 หมู่ที่ 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
36	บจก. สามารถวิศวกรรม 59 หมู่ที่ 2 ถ.พหลโยธิน ต.คลองหนึ่ง อ.คลองหลวง จ.ปทุมธานี 12120 โทร. 0-2516-1188 โทรสาร 0-2516-4589	ผลิตและจำหน่ายเสาอากาศวิทยุ โทรทัศน์ และจานรับสัญญาณดาวเทียมชนิดทิปและโปร่ง และให้บริการระบบสื่อสารสัญญาณภาพและเสียงครบวงจร รวมทั้งออกแบบและผลิต ผลิตภัณฑ์ Metal Sheet หรือ โลหะภัณฑ์ต่างๆ ที่ใช้กับงานระบบไฟฟ้า อุปกรณ์ตู้ไฟฟ้า มิเตอร์ไฟฟ้าทุกประเภท ตู้ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ 3G / 4G ตลอดจนทั้งผลิตภัณฑ์ชิ้นรูปเหล็ก อลูมิเนียมและสังกะสีต่างๆ	250	2,500,000	2,499,994	99.99
37	บจก. คอนแทค-อิน-วัน 99/3 หมู่ที่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 33 ถ.แจ้งวัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2516-1188 โทรสาร 0-2516-4589	โรงเรียนอบรมการติดตั้งจานรับสัญญาณดาวเทียม	1	100,000	99,993 ⁽⁹⁾	99.99
38	บจก. สามารถ อินเตอร์ โฮลดิ้ง Level 54 Hopewell Centre, 183 Queen's Road East, Hong Kong โทร. 852-2980-1600 โทรสาร 852-2956-2192	เป็นบริษัทโฮลดิ้ง สำหรับการลงทุนในธุรกิจสาธารณูปโภคในภูมิภาคอินโดจีน	20,000,000 (เหรียญสหรัฐ)	17,000,000	17,000,000	100.00
39	บจก. สามารถ เรดิเทค 99/2 หมู่ที่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 34 ถ.แจ้งวัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2502-6278 โทรสาร 0-2502-6584	ดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีทางรังสี อาทิ การขายเครื่องมือวัดรังสีและให้บริการตรวจวัดรังสี และการบริหารจัดการโครงการด้านเทคโนโลยีรังสี	80	8,000,000	7,999,993	99.99

ลำดับที่	ชื่อบริษัท	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน (ล้านบาท)	หุ้นสามัญ ทั้งหมดที่ ออกจำหน่าย	หุ้นทั้งหมดที่บริษัทฯ ถือ	
					จำนวนหุ้น	ร้อยละ
40	บจก. เทต้า 99/2 หมู่ที่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 34 ถ.แจ้งวัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2502-6000 โทรสาร 0-2502-6904	ทำธุรกิจรับเหมาก่อสร้างสถานีไฟฟ้า และระบบ สายส่งไฟฟ้าแรงสูงแบบครบวงจร ตั้งแต่ ออกแบบ จัดหาอุปกรณ์ ก่อสร้าง ทดสอบ และ บำรุงรักษา	407.5	40,750,000	38,448,707 ⁽¹¹⁾	94.35
41	บจก. ทราเน็ค เพาเวอร์ เซอร์วิส 99/2 หมู่ที่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 34 ถ.แจ้งวัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2502-6000 โทรสาร 0-2502-6904	ทำธุรกิจรับเหมาก่อสร้างอุปกรณ์สถานีไฟฟ้า โดย ออกแบบ ติดตั้งและทดสอบอุปกรณ์ไฟฟ้า ตลอดจนการบำรุงรักษา	15	150,000	149,998 ⁽¹²⁾	99.99
42	บจก. สามารถ เวสท์ทิวเพาเวอร์ 99/2 หมู่ที่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 34 ถ.แจ้งวัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2502-6000 โทรสาร 0-2502-6176	ดำเนินการบริหารจัดการ การกำจัดขยะมูลฝอย ให้กับหน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่น โดยทำการ คัดแยกขยะ ทำการผลิตเชื้อเพลิงขยะ (RDF) ทำการ ผลิตไฟฟ้าโดยใช้เชื้อเพลิงขยะ ทำการบริหาร จัดการขยะที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ (Recycle) และบริหารจัดการขยะในส่วนที่เหลือโดยวิธีฝัง กลบหรือวิธีอื่นๆ และธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง	50	5,000,000	4,999,800 ⁽¹¹⁾	99.99
43	บจก. สามารถ ยู-ทรานส์ (เมียนมาร์) No.40, Baho Street, Sanchaung Township, Yangon, Myanmar โทร. (951) 657-792, 650-740 โทรสาร (951) 650-466	ให้บริการและคำแนะนำต่างๆ ที่เกี่ยวกับการค้าใน ประเทศเมียนมาร์ รวมถึงการดำเนินการทั่วไป อื่นๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด	50,000 (เหรียญสหรัฐ)	50,000	49,999 ⁽¹¹⁾	99.99

หมายเหตุ

- | | |
|---|--|
| (1) ถือหุ้นโดย บมจ. สามารถ ไอ-โมบาย | (7) ถือหุ้นโดย บจก. สามารถคอมมิวนิเคชั่น เซอร์วิส |
| (2) ถือหุ้นโดย บจก. สามารถ มัลติมีเดีย | (8) ถือหุ้นโดย บมจ. วันทูวัน คอนแทคส์ |
| (3) ถือหุ้นโดย บจก. ไอ-สปอร์ต | (9) ถือหุ้นโดย บจก. สามารถวิศวกรรม |
| (4) ถือหุ้นโดย บมจ. สามารถเทลคอม | (10) ถือหุ้นโดย บจก. สามารถ อินเทอร์เน็ต โซลูชั่น |
| (5) ถือหุ้นโดย บจก. สามารถบรอดแบนด์ เซอร์วิสเชส | (11) ถือหุ้นโดย บจก. สามารถ ยู-ทรานส์ |
| (6) ถือหุ้นโดย บจก. สามารถคอมเทค | (12) ถือหุ้นโดย บจก. เทต้า |
| | (13) จำหน่ายเงินลงทุนทั้งจำนวนให้กับบุคคลธรรมดาที่เป็นผู้ถือหุ้นเดิม
เมื่อวันที่ 16 มกราคม 2560 |

นอกจากนี้เนื่องจาก บริษัทฯ มีลักษณะเป็นบริษัท Holding Company มีการลงทุนหลักในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมของ บริษัทฯ ซึ่งการดำเนินธุรกิจของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมทุกบริษัทดังกล่าวถือเป็นธุรกิจหลักโดยมีขนาดของบริษัทฯ ที่ประกอบธุรกิจหลักตาม หลักเกณฑ์ของประกาศสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ที่ สจ. 20/2555 เรื่องการพิจารณาขนาดของบริษัทในส่วนที่ เกี่ยวกับการอนุญาตให้บริษัทที่ประกอบธุรกิจโดยการถือหุ้นในบริษัทอื่น (holding company) เสนอขายหุ้นที่ออกใหม่ ซึ่งสรุปได้ดังนี้

1. มีขนาดของบริษัทย่อยที่ประกอบธุรกิจหลักคิดเป็นร้อยละ 99.62 ของขนาดบริษัทจดทะเบียน ซึ่งเป็นไปตามที่ประกาศ ดังกล่าวกำหนด โดยกำหนดไว้ที่ไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 ของขนาดบริษัทจดทะเบียน
2. มีขนาดของบริษัทที่ประกอบธุรกิจหลักทุกบริษัทรวมกัน เมื่อเปรียบเทียบกับขนาดของบริษัทจดทะเบียนมีสัดส่วนคิดเป็น ร้อยละ 99.63 ของขนาดของบริษัทจดทะเบียน ซึ่งประกาศดังกล่าวกำหนดไว้ที่ไม่น้อยกว่าร้อยละ 75 ของขนาดของ บริษัทจดทะเบียน

ทั้งนี้ บริษัทหลักดังกล่าว มีขนาดต่างกัน หากพิจารณาความมีนัยสำคัญของธุรกิจ โดยบริษัทย่อยและบริษัทร่วม ที่มีรายได้ ตั้งแต่ร้อยละ 10 ของรายได้รวมของกลุ่มบริษัทมีจำนวน 3 บริษัท คือ บริษัท สามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) บริษัท สามารถ คอมเทค จำกัด และบริษัท แคมโบเดีย แอร์ ทราฟฟิค เซอร์วิส จำกัด อย่างไรก็ตาม บริษัท สามารถเทลคอม จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาด หลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และประกอบธุรกิจหลักของบริษัทฯ บริษัทฯ จึงได้เปิดเผยข้อมูลของบริษัทดังกล่าวเพิ่มเติม โดยสามารถดูรายละเอียด ลักษณะธุรกิจ สัดส่วนการถือหุ้น และโครงสร้างรายได้ของบริษัทดังกล่าวภายใต้หัวข้อเรื่อง “โครงสร้างธุรกิจ หน้า 7 ข้อมูลทั่วไปของบริษัทย่อย และบริษัทร่วม หน้า 9 และโครงสร้างรายได้จากการขายและบริการ หน้า 47 ”

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 2559
1	สายธุรกิจ ICT Solution and Service	ดำเนินธุรกิจให้บริการระบบสารสนเทศและการสื่อสารโทรคมนาคมต่างๆ ทั้งด้านโครงสร้างเครือข่ายการสื่อสารโทรคมนาคม (Network Solutions) ด้านเทคโนโลยีประยุกต์ด้าน ICT (Enhanced Technology Solutions) และธุรกิจแอปพลิเคชันสนับสนุนด้านการประกอบธุรกิจ (Business Application) โดยให้บริการอย่างครบวงจร (Total Solutions and Services) ตั้งแต่การให้คำปรึกษา รับเหมา ออกแบบติดตั้ง บริหารจัดการ ตลอดจนการบำรุงรักษาระบบให้แก่องค์กรภาครัฐและเอกชน	40.8%
2	สายธุรกิจ Mobile Multimedia	ดำเนินธุรกิจครบวงจรด้านการจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ และให้บริการขายส่งและขายต่อบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ 3G รวมทั้งให้บริการสื่ออินเทอร์เน็ตที่หลากหลาย และการให้บริการข้อมูล ข่าวสาร และสาระความบันเทิงที่ทันสมัย ทั้งยังประกอบธุรกิจบันเทิง ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ผ่านช่องทางการสื่อสารในรูปแบบใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ชมรายการผ่าน Mobile Application, Facebook, YouTube, Website ทั้งในระบบ iOS และ Android	24.6%
3	สายธุรกิจ Call Center	ดำเนินธุรกิจด้านการบริการศูนย์บริการข้อมูลและลูกค้าสัมพันธ์ (Contact Center / Customer Management Service) ในรูปแบบการติดตั้งระบบศูนย์บริการข้อมูล จัดหา และบริหารเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์	6.7%
4	สายธุรกิจ Utilities and Transportations	ดำเนินธุรกิจการให้บริการควบคุมจราจรทางอากาศ และธุรกิจผลิตและจำหน่ายกระแสไฟฟ้าแก่โรงงานกัมปอดชีเมนต์ ในประเทศกัมพูชา รวมถึงธุรกิจการให้บริการด้านการออกแบบ ก่อสร้างและติดตั้งงานระบบส่งไฟฟ้าครบวงจร	23.3%
5	สายธุรกิจ Technology Related Services	ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายอุปกรณ์รับสัญญาณโทรทัศน์และจานรับสัญญาณดาวเทียม ธุรกิจการจำหน่ายรับเหมาติดตั้งและซ่อมบำรุงระบบรักษาความปลอดภัยและระบบสื่อสารด้านภาพและเสียง ทั้งระบบที่มีสายและไร้สาย รวมทั้งธุรกิจการให้บริการบริหารจัดการขยะในพื้นที่บริเวณท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ	4.6%

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

^(**) มีสัดส่วนรายได้คิดเป็น สัดส่วนของรายได้รวมจากการขาย งานตามสัญญาและบริการของบริษัทฯ ในปี 2559

บริษัทฯ มีรายได้จากการขาย งานตามสัญญาและบริการใน ปี 2559 เท่ากับ 13,676 ล้านบาท ประกอบด้วยกำไรขั้นต้น 2,635 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 19.27 ของยอดขาย โดยมีค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารเท่ากับ 2,239 ล้านบาท หรือเท่ากับร้อยละ 16.13 ของรายได้ทั้งหมด และมีค่าใช้จ่ายทางการเงิน 502 ล้านบาท ขณะที่ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้เท่ากับ 59 ล้านบาท โดยในปี 2559 บริษัทฯ มีกำไรสุทธิ 71 ล้านบาท

สายธุรกิจ ICT Solution and Service สามารถสร้างรายได้ให้กับบริษัทฯ คิดเป็นร้อยละ 40.8 ในขณะที่สายธุรกิจ Mobile Multimedia มีรายได้ร้อยละ 24.6 สายธุรกิจ Call Center มีรายได้เท่ากับร้อยละ 6.7 สายธุรกิจ Utilities and Transportations มีรายได้ ร้อยละ 23.3 และสายธุรกิจ Technology Related Services มีรายได้ร้อยละ 4.6

โดยมีรายละเอียดการประกอบธุรกิจของแต่ละสายธุรกิจดังนี้

2.1 สายธุรกิจ ICT Solution and Service

ดำเนินธุรกิจบริการด้านระบบสารสนเทศและการสื่อสารโทรคมนาคมต่างๆ โดยแบ่งออกเป็น 3 สายธุรกิจหลัก ครอบคลุมระบบบูรณาการ (Total Solutions & Services) ครอบคลุมเทคโนโลยีและโซลูชันทันสมัยรอบด้าน ประกอบด้วย สายธุรกิจโครงสร้างเครือข่ายการสื่อสารโทรคมนาคม (Network Solutions) สายธุรกิจเทคโนโลยีประยุกต์ด้าน ICT (Enhanced Technology Solutions) และสายธุรกิจแอปพลิเคชันสนับสนุนด้านการประกอบธุรกิจ (Business Application) โดยมีบริษัทย่อยที่ให้บริการหลายรูปแบบในลักษณะครบวงจร ตั้งแต่การให้คำปรึกษา รับเหมาออกแบบ ติดตั้ง บริหารจัดการ และบำรุงรักษาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ให้บริการแก่หน่วยงานเอกชนขนาดใหญ่ รัฐวิสาหกิจ หน่วยงานราชการ โดยปี 2559 สายธุรกิจนี้มีรายได้รวม 5,583.2 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 40.8 ของรายได้รวมของกลุ่มบริษัท สายธุรกิจนี้ประกอบด้วย บริษัทย่อย 14 บริษัท ดังนี้ บริษัท สามารถเทลคอม จำกัด (มหาชน) บริษัท สามารถคอมมิวนิเคชั่น เซอร์วิส จำกัด บริษัท สามารถคอมเทล จำกัด บริษัท สามารถ บรอดแบนด์ เซอร์วิสเชส จำกัด บริษัท ไทยเทรคเน็ต จำกัด บริษัท พอสเน็ต จำกัด บริษัท สามารถ อินโฟเนต จำกัด บริษัท สมาร์ทเทอร์แวร์ จำกัด บริษัท สามารถ เอ็ด เทคโนโลยี จำกัด บริษัท เน็ต จำกัด บริษัท เน็ต มีเดีย จำกัด บริษัท พอร์ตเทลเน็ต จำกัด บริษัท ไอที แอปโซลูท จำกัด บริษัท เน็ตเซอร์วิส (ประเทศไทย) จำกัด และบริษัท เอส แอล เอ เอเชีย จำกัด

ก) ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

สายธุรกิจสารสนเทศและการสื่อสารโทรคมนาคม ได้แบ่งลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการออกเป็น 3 สายธุรกิจ ดังนี้

1. สายธุรกิจโครงสร้างเครือข่ายการสื่อสารโทรคมนาคม (Network Solutions)

ดำเนินธุรกิจด้านระบบสื่อสารโทรคมนาคมและเครือข่ายสื่อสารข้อมูลทันสมัยอย่างครบวงจร ตั้งแต่การให้คำปรึกษา สำรวจ ออกแบบ ติดตั้งและวางระบบ การบริหารจัดการ ตลอดจนการบำรุงรักษา ได้รับความไว้วางใจจากองค์กรภาครัฐและเอกชนชั้นนำ ด้วยความสามารถที่ให้บริการทั้งในรูปแบบเบ็ดเสร็จ (Turnkey) รวมถึงการบริหารจัดการแบบ Outsource Service ภายใต้อาณัติความรู้ความสามารถและประสบการณ์ของวิศวกร และความเป็นเลิศด้านการบริหารโครงการที่สร้างความมั่นใจในการส่งมอบงานคุณภาพ รวมถึงคุณภาพบริการในระดับสูงด้วยมาตรฐาน ISO 20000 ด้านการบริหารคุณภาพและประสิทธิภาพงานบริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และ ISO 9001 ด้านการควบคุมคุณภาพการบริการ พร้อมศูนย์บริการ 38 แห่ง ครอบคลุมทั่วประเทศและบริการจากศูนย์ Network Operation Center (NOC) ที่ให้บริการรับแจ้งและวิเคราะห์เหตุขัดข้องให้กับลูกค้า ตลอด 24 ชั่วโมง ด้วยบริการที่มุ่งเน้นความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสำคัญ โดยโซลูชันและบริการในสายธุรกิจนี้ ได้แก่

โซลูชันและเทคโนโลยีสำหรับเครือข่ายแบบสายความเร็วสูง

- บริการออกแบบ ติดตั้ง วางระบบ พร้อมบำรุงรักษาเครือข่ายสื่อสารความเร็วสูงผ่านใยแก้วนำแสง ด้วยเทคโนโลยีทันสมัย ได้แก่ DWDM (Dense Wavelength Division Multiplexing) และ FTTX (Fiber to the X)
- บริการสื่อสารความเร็วสูงหลายรูปแบบและเทคโนโลยีทั้ง Leased line, MPLS (Multiprotocol Label Switching), DSL (Digital Subscriber Line), Frame Relay, ATM (Asynchronous Transfer Mode)

โซลูชันและเทคโนโลยีไร้สายความเร็วสูง

- โซลูชันสำหรับเทคโนโลยี 3G / 4G / LTE
- โซลูชันระบบ Digital Trunked Radio System และอุปกรณ์ Handset
- บริการระบบสื่อสารข้อมูลความเร็วสูงผ่านดาวเทียม : VSAT (Very Small Aperture Terminal), SCPC (Single Channel Per Carrier) และ iPStar

สายธุรกิจโครงสร้างเครือข่ายการสื่อสารโทรคมนาคม (Network Solutions) มีบริษัท สามารถคอมมิวนิเคชั่น เซอร์วิส จำกัด เป็นผู้ดำเนินการหลัก รวมถึงบริษัท สามารถเทลคอม จำกัด (มหาชน) และบริษัท สามารถ อินโฟเนต จำกัด บริษัทเอส แอล เอ เอเชีย จำกัด บริษัท สามารถบรอดแบนด์ เซอร์วิส จำกัด บริษัท ไอทีแอ็บ โซลูท จำกัด และบริษัท เน็ต มีเดีย จำกัด

นอกจากนี้ บริษัท สามารถเทลคอม จำกัด (มหาชน) ยังได้รับแต่งตั้งจากบริษัท Cisco Systems ผู้ผลิตอุปกรณ์ระบบ เครือข่ายสื่อสารชั้นนำของโลก ให้เป็นพันธมิตรทางธุรกิจระดับสูงสุด หรือ Gold Certified Partner เพื่อร่วมมือใน การยกระดับการทำตลาด การให้บริการ และการพัฒนาศักยภาพของบุคลากร ทางด้านผลิตภัณฑ์ระบบเครือข่ายและ โซลูชันของ Cisco เพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในระยะยาว

โครงการที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทมีโครงการที่ยังไม่ได้ส่งมอบ ได้แก่ ระบบชุมสายโทรศัพท์ระหว่างประเทศ โครงการระบบสื่อสารสัญญาณบนเครือข่ายใยแก้วนำแสงความเร็วสูง โดยมีมูลค่างานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 รวม 220.0 ล้านบาท

2. สายธุรกิจเทคโนโลยีประยุกต์ด้าน ICT (Enhanced Technology Solutions)

ดำเนินธุรกิจให้บริการวางระบบโซลูชันด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่ผสมผสานและรวบรวมเทคโนโลยีต่างๆ เพื่อ ประยุกต์ร่วมสำหรับตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งรวมไปถึงโซลูชันสำหรับเทคโนโลยีขั้นสูงเฉพาะด้าน รองรับงานสำคัญของลูกค้าที่ต้องการความถูกต้อง แม่นยำ และมีความเสถียรสูง จัดทำขึ้นเพื่อลูกค้าแต่ละราย โดยเฉพาะให้เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ โดยบริการครอบคลุมตั้งแต่การให้คำปรึกษา (Consulting Services) ดำเนินงานวิศวกรรมทั้งด้านการออกแบบระบบและด้านการพัฒนาโปรแกรมระบบงานประยุกต์ (Engineering Design & Software Development) และการติดตั้ง (Implementation) ภายใต้การบริหารโครงการอย่างมืออาชีพ (Professional Project Management) รวมถึงบริการบริหารจัดการ (Outsourcing Services) และบริการบำรุงรักษา (Maintenance Services) ให้กับลูกค้าทั้งภาครัฐและเอกชนโดยรักษามาตรฐานการให้บริการตามมาตรฐาน ISO 9001 และมาตรฐาน CMMI ซึ่งเป็นมาตรฐานด้านการพัฒนาซอฟต์แวร์คุณภาพเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางใน อุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ทั่วโลก โดยบริษัท สามารถคอมเทค จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทหลักของสายธุรกิจ รวมถึงบริษัท สามารถ เทลคอม จำกัด (มหาชน) และบริษัท สมาร์ท เทอร์แวร์ จำกัด ที่ต่างได้รับการรับรอง CMMI Level 3 สำหรับโซลูชัน และบริการที่สำคัญสำหรับสายธุรกิจนี้ ประกอบด้วย

- Airport Solutions ได้แก่ ระบบ Common Use Terminal Equipment (CUTE), Common Use Self Service (CUSS), Airport Information Management System รวมถึงระบบ Advance Passenger Processing System (APPS)
- Automatic Meter Reading (AMR)
- Multimedia Solutions : IPTV, Video Conference System และอื่นๆ
- Security Solutions ได้แก่ ระบบ CCTV, Suspect Alert/Search, Finger Print Security และ Cyber Security
- Geographic Information System (GIS)
- Digital TV Solutions : Transmission, Media Asset Management, Studio & Control Room
- Energy Savings : Building Energy Management System (BEMS)
- Cloud Computing, Data Center และ Big Data Analytic Solutions

สายธุรกิจเทคโนโลยีประยุกต์ด้าน ICT (Enhanced Technology Solutions) นอกจากบริษัท สามารถคอมเทค จำกัด ที่เป็นบริษัทหลักของสายธุรกิจนี้แล้วนั้น ยังมีบริษัท บริษัท สามารถเทลคอม จำกัด (มหาชน) บริษัท สมาร์ทเทอร์แวร์ จำกัด และบริษัท เน็ตเซอร์วิส (ประเทศไทย) จำกัด

นอกจากนี้บริษัท สามารถคอมเทค จำกัด ยังเป็นตัวแทนจำหน่ายหลัก (Strategic Reseller) ของซิด้า (SITA) ผู้นำตลาดของโลกในด้านการให้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับสนามบินชั้นนำทั่วโลกอีกด้วย

โครงการที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทมีโครงการที่ยังไม่ได้ส่งมอบ ได้แก่ โครงการติดตั้งเพื่อปรับปรุงเครือข่ายระบบโทรคมนาคม โครงการปรับปรุงและพัฒนาอุปกรณ์เชื่อมโยงเครือข่ายระบบสื่อสาร โครงการจัดซื้อและพัฒนาระบบ Cloud Computing โครงการเพิ่มศักยภาพระบบประชุมทางไกลผ่านจอภาพ (Video Conference system) โครงการจ้างเหมาติดตั้งระบบวิทยุสื่อสารเคลื่อนที่แบบดิจิทัล Digital Trunked Radio โครงการพัฒนาและปรับปรุงเครือข่ายสื่อสารและระบบดาวเทียม ซึ่งโครงการเหล่านี้มีมูลค่างานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 รวม 711.6 ล้านบาท

3. สายธุรกิจแอปพลิเคชันสนับสนุนด้านการประกอบธุรกิจ (Business Application)

ดำเนินธุรกิจให้บริการโซลูชันและบริการด้านซอฟต์แวร์แอปพลิเคชัน ที่ช่วยเพิ่มขีดความสามารถและประสิทธิภาพในการดำเนินงานในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ให้กับหน่วยงานของรัฐบาลเพื่อการพัฒนาประชาชน และให้กับหน่วยงานภาคเอกชนและองค์กรธุรกิจ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันรวมถึงสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าและผู้ให้บริการ

สายธุรกิจนี้ให้บริการซอฟต์แวร์แอปพลิเคชันที่หลากหลาย โดยกลุ่มบริษัทที่ได้รับมาตรฐาน CMMI Level 3 ซึ่งเป็นมาตรฐานสำหรับการพัฒนาซอฟต์แวร์คุณภาพ นอกจากนี้ยังให้บริการออกแบบและพัฒนาซอฟต์แวร์ระบบงานแบบครบวงจร สายธุรกิจนี้มีบริษัท สามารถเทลคอม จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทหลัก โดยโซลูชันและบริการของสายธุรกิจนี้ประกอบด้วย

- ระบบบริหารทรัพยากรองค์กร (Enterprise Resource Planning – ERP) รวมถึงระบบ Customer Relationship Management (CRM) และระบบ Human Capital Management (HCM)
- โซลูชันระบบซอฟต์แวร์สำหรับกลุ่มลูกค้าธนาคารและสถาบันการเงิน (Core Banking & Finance Solutions)
- บริการระบบการรับชำระเงินผ่านเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Payment Solution) ระบบ Electronic Data Capture (เครื่อง EDC) ระบบ Smart Card รวมถึงบริการ Loyalty Services
- บริการซอฟต์แวร์ประยุกต์สำหรับการแลกเปลี่ยนข้อมูลธุรกรรมทางธุรกิจผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Data Interchange – EDI) บริการซอฟต์แวร์ประยุกต์ด้านบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานหรือระบบ Supply Chain Management รวมถึงบริการ Cloud Computing
- บริการระบบการเรียนการสอน e-Learning บริการพัฒนาบทเรียนอิเล็กทรอนิกส์ (e-Courseware) และ Digital Content รวมถึง Mobile Application

ข) การตลาดและการแข่งขัน

1. การตลาดและภาวะการแข่งขัน

สายธุรกิจ ICT Solution & Service มีเป้าหมายที่จะเป็นผู้ให้บริการ ICT แบบครบวงจรที่ได้รับการยอมรับในความรู้ ความชำนาญ มีความน่าเชื่อถือจากกลุ่มลูกค้าองค์กร และลูกค้ารายย่อย โดยผนวกความแข็งแกร่งในเครือข่ายกลุ่ม สามารถ และพันธมิตรเทคโนโลยีชั้นนำต่างๆ ซึ่งการดำเนินธุรกิจจะมุ่งพัฒนาบริการแก่โครงการขนาดใหญ่ และโครงการที่มีการเติบโตต่อเนื่อง ด้วยการมุ่งสร้างมูลค่าเพิ่มในบริการที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ ความรวดเร็ว และลด ต้นทุนการดำเนินการให้กับลูกค้า ตลอดจนการเข้าร่วมลงทุนกับพันธมิตรธุรกิจ โดยมีรายได้จากการเป็นที่ปรึกษา การพัฒนาระบบงาน โครงการ การออกแบบ การจัดซื้อและจัดหาอุปกรณ์และผู้รับเหมา ตลอดจนให้บริการใช้งาน ระบบสารสนเทศและสื่อสาร โทรคมนาคมที่พัฒนาขึ้น

สายธุรกิจต่างๆ ได้มีความร่วมมือในการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันให้มีศักยภาพสูงมากขึ้นจาก ความสามารถในการขายสินค้าและบริการจากกลุ่มหนึ่งไปอีกกลุ่มหนึ่ง ซึ่งเป็นการเพิ่มขีดความสามารถทางการ แข่งขันและศักยภาพการให้บริการเทคโนโลยีสูงขึ้น สำหรับงานโครงการของหน่วยงานรัฐและเอกชนขนาดใหญ่ นั้น บริษัทมุ่งเน้นการขายธุรกิจไปสู่งานโครงการขนาดใหญ่มากขึ้นมากกว่าที่จะไปแข่งขันในงานขนาดเล็กที่มี การแข่งขันด้านราคาสูง โดยบริษัทจะเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มและคุณภาพของสินค้าและบริการที่ให้กับลูกค้า รวมถึงเน้นการให้บริการซึ่งสร้างรายได้ประจำให้กับบริษัท ซึ่งในการเสนอสินค้าและบริการจะใช้กลยุทธ์ร่วมมือ กับพันธมิตรทางธุรกิจในการนำเสนอสินค้าและบริการ และเข้าประมูลแข่งกับคู่แข่งรายอื่นๆ นอกจากนี้สำหรับ งานบริการที่ให้กับลูกค้า นั้น บริษัทเน้นการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ ด้วยระบบที่มีความแม่นยำและมีความ เสถียรสูง สร้างความไว้วางใจให้กับลูกค้า และดำเนินการภายใต้มาตรฐานบริการระดับสากลเพื่อสร้างความพึง พอใจสูงสุดให้กับลูกค้า

2. ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

ภาพรวมเศรษฐกิจไทยในปี 2559 มีการขยายตัวร้อยละ 3.2 มากกว่าในปี 2558 ที่มีการเติบโตร้อยละ 2.8¹ โดยมี ปัจจัยภายนอกมาจากการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า สำหรับปัจจัยสนับสนุนภายในมาจากการใช้จ่าย ภาครัฐที่มีการขยายตัวต่อเนื่อง รัฐบาลมีการเร่งรัดการเบิกจ่าย รวมถึงการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานภายใต้ แผนปฏิบัติการด้านคมนาคมขนส่งในระยะเร่งด่วน พ.ศ. 2559 และมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ สำหรับการส่งออก ปรับตัวดีขึ้น โดยเฉพาะในครึ่งปีหลัง นอกจากนี้อัตราเงินเฟ้อทั่วไปในปี 2559 อยู่ที่ร้อยละ 0.2¹

สำหรับตลาดเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) ในปี 2559 นั้น สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจาย เสี่ยง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ได้ประมาณการมูลค่ารวมไว้เฉพาะของตลาด สื่อสารไร้ที่ 597,584 ล้านบาท² ขยายตัวจากปี 2558 ร้อยละ 11.5 โดยแบ่งเป็นตลาดบริการสื่อสาร 341,850 ล้าน บาท และตลาดอุปกรณ์สื่อสาร 255,734 ล้านบาท โดยตลาดอุปกรณ์สื่อสารมีมูลค่าอุปกรณ์โครงข่าย (Core Network Equipment and Infrastructure Cabling) 78,780 ล้านบาท อุปกรณ์สื่อสารใช้สาย (Wireline Equipment) 17,980 ล้านบาท อุปกรณ์สื่อสารไร้สาย 50,860 ล้านบาท และอุปกรณ์ปลายทาง (Handset) 108,114 ล้านบาท²

สำหรับประมาณการเศรษฐกิจไทยปี 2560 นั้น คาดว่าจะมีแนวโน้มขยายตัวมากขึ้นที่ร้อยละ 3.6 โดยมีช่วง คาดการณ์ที่ร้อยละ 3.1-4.1 ซึ่งมาจากการใช้จ่ายและการลงทุนของภาครัฐที่เพิ่มขึ้น ได้แก่ โครงการลงทุน โครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมที่จะเริ่มดำเนินการได้ในปี 2560 เช่น โครงการรถไฟทางคู่และรถไฟฟ้า การ ก่อสร้างทางหลวงพิเศษระหว่างเมือง รวมถึงโครงการพัฒนาท่าอากาศยาน นอกจากนี้ การบริโภคและการ ลงทุนภาคเอกชนก็จะมีขยายตัวร้อยละ 3.0 และ 2.7 ตามลำดับ รวมถึงเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าที่คาดว่าจะมีการ เติบโตมากขึ้น สำหรับเงินเฟ้อทั่วไปคาดว่า จะอยู่ในอัตราร้อยละ 1.8 อันส่งผลมาจากแนวโน้มราคาลงทุนที่จะ เพิ่มขึ้น¹

ด้านตลาดสื่อสารโทรคมนาคมในปี 2560 ทางศูนย์วิจัยกสิกรไทยคาดว่า จะมีการเติบโตร้อยละ 4.6³ จากบริการสื่อสารข้อมูลที่มีการเน้นสร้างรายได้เสริมจากธุรกิจบนเทงออนไลน์ และโซลูชันทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ มีการเติบโตในการใช้ Mobile Internet Broadband มากขึ้นในการใช้ชีวิตประจำวันของผู้คนในสังคม ซึ่งจะทำให้ภาคเอกชนในภาพรวมมีการลงทุนในการขยายโครงข่าย 4G โครงข่ายใยแก้วนำแสง บริการศูนย์จัดเก็บข้อมูลที่เติบโตตามคอนเทนต์ มหาศาล รวมถึงบริการ Cloud Computing การบริการโครงสร้างพื้นฐานเทคโนโลยีสารสนเทศ (Infrastructure as a Service : IaaS) และการให้บริการพัฒนาซอฟต์แวร์ทางอินเทอร์เน็ต (Software as a Service : SaaS) จะมีการเติบโตสูงขึ้น เช่น ซอฟต์แวร์สำหรับการบริหารจัดการสินค้าคงคลัง ระบบบัญชี ระบบ Business Intelligence ไปจนถึงบริการ Big Data Analytics เนื่องจากเป็นที่ต้องการของภาครัฐกิจเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขัน รวมถึง Cyber Security ที่ช่วยเพิ่มการรักษาความปลอดภัยสำหรับการสื่อสารข้อมูลออนไลน์ในยุคดิจิทัล

ปัจจัยจากการผลักดันนโยบายของภาครัฐ จะทำให้ภาพรวมตลาด ICT มีการเติบโตสูงขึ้น เช่น นโยบายประเทศไทย 4.0 ที่จะช่วยให้มีการนำ ICT มาใช้สร้างนวัตกรรมในอุตสาหกรรมต่างๆ เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) มากขึ้น อีกทั้ง นโยบาย National Broadband ที่จะทำให้เกิดการประมูลติดตั้งโครงข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงเข้าสู่ชุมชน ในระดับหมู่บ้าน ในปี 2560 นอกจากนี้ การผลักดันนโยบาย National e-Payment หรือโครงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติของภาครัฐ ที่เป็นรูปธรรมมากขึ้น และจะเห็นการเติบโตของธุรกิจที่เกี่ยวข้องได้ชัดเจนในปี 2560 เป็นต้นไป

ดังนั้น การแข่งขันในอุตสาหกรรม ICT จะเติบโตสูงขึ้น มีการแข่งขันเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม มีการเรียนรู้เพื่อการเข้าถึงความต้องการลูกค้าให้มากขึ้น นอกเหนือไปจากการพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการ ผู้ให้บริการจะมีการเตรียมความพร้อมในเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในด้าน IoT (Internet of Things) ที่จะทำให้อุปกรณ์เครื่องใช้ต่างๆ ในชีวิตประจำวันสามารถติดต่อสื่อสารระหว่างกัน และถูกควบคุมการปฏิบัติการด้วยระบบเซ็นเซอร์ ผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ต นอกจากนี้ International Data Corporation (IDC) ได้คาดว่าจะองค์กรต่างๆ ในประเทศไทยจำนวนมากจะเริ่มมีการลงทุนและค่าใช้จ่ายในการปรับเปลี่ยนตัวเองเข้าสู่ยุคดิจิทัล (Digital Transformation – DX) ในปี 2560⁴ ซึ่งจะทำให้ผู้ให้บริการในอุตสาหกรรม ICT มีการแข่งขันเพื่อสร้างแพลตฟอร์มต่างๆ ที่จำเป็น เพื่อรองรับการให้บริการองค์กรเหล่านั้น

นอกจากนี้ ยังมีการเกิดใหม่ของธุรกิจลักษณะ Digital Tech Startup ซึ่งเป็นกลุ่มธุรกิจที่ใช้นวัตกรรมหรือเทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจบนแพลตฟอร์มต่างๆ ในโลกออนไลน์ ซึ่งมีการขยายตัวของธุรกิจนี้อย่างต่อเนื่อง มีกลุ่มผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามาดำเนินธุรกิจในตลาดมากขึ้น มีการคิดค้นรูปแบบธุรกิจ (Business Model) ใหม่ๆ ตลอดจนสินค้าและบริการใหม่ๆ ที่หลากหลายเพิ่มมากขึ้น โดยจะมีผู้ประกอบการโทรคมนาคม และในอุตสาหกรรมต่างๆ ให้การสนับสนุนด้านเงินทุนหรือเข้าร่วมลงทุน ก็จะเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ตลาดมีการแข่งขันสูงขึ้นมาก

อย่างไรก็ตามการแข่งขันที่สูงขึ้น อาจส่งผลให้ตลาดมีการเติบโตขึ้น แต่มีการเติบโตในอัตราที่ลดลง เนื่องจากการแข่งขันด้านราคา โดยการแข่งขันด้านราคาและการตลาดจะเข้มข้นขึ้น หากเศรษฐกิจภาพรวมของประเทศไม่เป็นไปตามที่คาดการณ์ จึงจำเป็นต้องติดตามปัจจัยความเสี่ยงต่างๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรม เช่น ความผันผวนของเศรษฐกิจโลก การเติบโตของประเทศคู่ค้า ประสิทธิภาพการเบิกจ่ายงบประมาณของภาครัฐ รวมถึงการลงทุนภาคเอกชน

เอกสารอ้างอิง

1. สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง กระทรวงการคลัง. 2560. รายงานประมาณการเศรษฐกิจไทยปี 2559 และ 2560. เข้าถึงได้จาก http://www.fpo.go.th/FPO/member_profile/it-admin/upload/file/7-2560.pdf
2. สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.). 2560. มูลค่าตลาดสื่อสารของประเทศไทยปี 2558 และประมาณการปี 2559. เข้าถึงได้จาก <http://webstats.nbtc.go.th/netnbtc/DL.php?act=SUNUbWFya2V0NThIRmluYWwucGRm&public=true>
3. ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 2559. ตลาดโทรคมนาคมไร้สายปี 60. เข้าถึงได้จาก <https://www.kasikornresearch.com/TH/K-EconAnalysis/Pages/ViewSummary.aspx?docid=35838>
4. Thailand Press Release. 2015. The Start of Thailand's DX Era in 2016; IDC Thailand Predicts Digital Transformation and Massive Adoption of the 3rd Platform. Available at <http://www.thaipr.net/it/667823>
5. MGR Online. 2559. ประเมินกลุ่มธุรกิจสื่อสารปี 2560 โตร้อยละ 4.6 รับเทรนด์ดิจิทัล. <http://www.manager.co.th/iBizChannel/ViewNews.aspx?NewsID=9590000109512>

ก) การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

สายธุรกิจ ICT Solution & Service มีการจัดหาผลิตภัณฑ์ในด้านระบบโทรคมนาคม คอมพิวเตอร์ และระบบเครือข่ายจากผู้ผลิต และตัวแทนจำหน่ายจากทั้งภายในและภายนอกประเทศ สำหรับนำมาใช้ในแต่ละโครงการ เพื่อให้บรรลุซึ่งวัตถุประสงค์ของลูกค้านั้น ซึ่งการจัดหาอุปกรณ์ส่วนใหญ่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ เนื่องจากอุปกรณ์ส่วนใหญ่จะเป็นอุปกรณ์สื่อสารโทรคมนาคม และเทคโนโลยีระดับสูงที่ซับซ้อน และยังไม่มียุติผลภายในประเทศ ซึ่งจะต้องมีคุณสมบัติตามที่ลูกค้ากำหนดอย่างใดก็ตามบริษัทไม่มีปัญหาจากการผูกขาดโดยผู้ผลิตรายใดรายหนึ่ง เนื่องจากสามารถจัดซื้อจากผู้ผลิตอุปกรณ์หลายราย ทั้งในแถบยุโรป อเมริกา และในเอเชีย โดยบริษัทไม่มีนโยบายในการตั้งซื้อผลิตภัณฑ์และบริการล่วงหน้า เนื่องจากโครงการต่างๆ ที่บริษัทดำเนินการจะมีกำหนดลักษณะ และ/หรือคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์และบริการแตกต่างกันไป ทั้งที่ขายและส่งมอบให้ลูกค้า รวมถึงการพัฒนาสารสนเทศและข้อมูลธุรกิจ เพื่อสร้างบริการที่มีมูลค่าเพิ่มบนเครือข่ายสื่อสาร และด้วยการประสานงานกับพันธมิตรทางธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ ทำให้สามารถจัดหาผลิตภัณฑ์ได้ง่าย ซึ่งเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการให้บริการได้อย่างรวดเร็ว แตกต่างจากผู้ประกอบการรายอื่น และใช้ประโยชน์จากการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อสารที่ทันสมัยมาประยุกต์ใช้

ในส่วนของการให้บริการติดตั้ง การบริหารจัดการ และบริการหลังการขาย ส่วนใหญ่ทางบริษัทจะเป็นผู้ดำเนินการติดตั้งเอง โดยใช้ทีมงานภายในของบริษัทซึ่งผ่านการฝึกอบรมและมีประสบการณ์ ตลอดจนมีความชำนาญเกี่ยวกับการติดตั้งระบบโทรคมนาคมและสารสนเทศเป็นอย่างดี มีศูนย์ข้อมูล Data Center ที่ทันสมัยและมีเครือข่ายบริการด้านเทคนิคและการบำรุงรักษาอยู่ทั่วประเทศ ซึ่งรองรับการให้บริการแบบ 24 x 7 โดยมี 38 ศูนย์บริการทั่วประเทศ ทั้งนี้บริษัทได้มีพันธมิตรทางธุรกิจจำแนกตามสายธุรกิจ ได้แก่

ด้านโซลูชั่นระบบเครือข่าย	: Cisco, Nokia, Motorola, Juniper, Paloalto
ด้านเครือข่ายสื่อสาร	: TOT, CAT, TRUE, AIS, DTAC, UIH, ADC, SYMPHONY, ThaiCom
ด้านอุปกรณ์ระบบคอมพิวเตอร์และระบบสารสนเทศ	: SITA, IBM, EMC, Hitachi, Dell, Polycom, NEC, NICE
ด้านซอฟต์แวร์ระบบ	: SAP, Oracle, Microsoft, Ingenico, Opentext

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

2.2 สายธุรกิจ Mobile Multimedia

ดำเนินธุรกิจครบวงจรด้านการจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ และให้บริการขายส่งและขายต่อบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ 3G รวมทั้งให้บริการสื่ออินเทอร์เน็ตที่หลากหลาย และการให้บริการข้อมูล ข่าวสาร และสาระความบันเทิงที่ทันสมัย ทั้งยังประกอบธุรกิจบันเทิง ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ผ่านช่องทางการสื่อสารในรูปแบบใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ชมรายการผ่าน Mobile Application, Facebook, YouTube, Website ทั้งในระบบ iOS และ Android ประกอบด้วยบริษัทย่อยและร่วม 12 บริษัท ดังนี้ บริษัท สามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) บริษัท สามารถ โมบาย เซอร์วิส เซส จำกัด บริษัท ไอ-โมบาย พลัส จำกัด บริษัท ซีเลียเวเซีย จำกัด บริษัท เทเลคอนเนค จำกัด บริษัท ซิมทูแอสเซีย จำกัด บริษัท สามารถ มัลติมีเดีย จำกัด บริษัท เอ็นเตอร์เทนเมนท์รี จำกัด บริษัท โฟนิแอส จำกัด บริษัท ไอ-สปอร์ต จำกัด บริษัท ไอ-สปอร์ต มีเดีย จำกัด และบริษัท สยามสปอร์ต เทเลวิชั่น จำกัด โดยมีบริษัทที่เป็นธุรกิจหลักของสายธุรกิจคือ บริษัท สามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) และบริษัท สามารถ มัลติมีเดีย จำกัด โดย ปี 2559 สายธุรกิจ Mobile Multimedia มีสัดส่วนรายได้เท่ากับ 3,357.3 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 24.6 ของรายได้รวมของกลุ่มบริษัท

ก) ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

ผลิตภัณฑ์และบริการของสายธุรกิจ Mobile Multimedia แบ่งเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. Mobile Business ซึ่งมี 2 ธุรกิจหลัก คือ

โทรศัพท์เคลื่อนที่

โทรศัพท์เคลื่อนที่แบรนด์ i-mobile แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่

- กลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทเบสิกโฟนภายใต้ชื่อผลิตภัณฑ์ “ฮิตซ์” (Hitz) เป็นโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้งานง่ายราคาข้อมเยา
- กลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทสมาร์โฟน ภายใต้ชื่อผลิตภัณฑ์ “ไอ-สไตล์” (i-STYLE) เป็นโทรศัพท์สมาร์โฟนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ที่นำเสนอในระดับราคาที่เข้าถึงได้
- กลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทสมาร์โฟนภายใต้ชื่อผลิตภัณฑ์ “ไอคิว” (IQ) เป็นโทรศัพท์สมาร์โฟนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ที่มีความโดดเด่นด้วยประสิทธิภาพและวัสดุคุณภาพที่เหนือกว่าคู่แข่งในระดับราคาเดียวกัน
- กลุ่มผลิตภัณฑ์สมาร์โฟนภายใต้ชื่อผลิตภัณฑ์ “ไอคิวแซท” (IQZ) เป็นโทรศัพท์สมาร์โฟนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ระดับพรีเมียมที่มีประสิทธิภาพสูงทัดเทียมกับแบรนด์ระดับโลกโดดเด่นด้วยการออกแบบและวัสดุที่มีคุณภาพ

โดยในปี 2560 บริษัท สามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) จะมีการออกผลิตภัณฑ์ โทรศัพท์เคลื่อนที่กลุ่มใหม่ขึ้นทดแทน 4 กลุ่มดังกล่าวข้างต้นในช่วงตั้งแต่ไตรมาสที่ 2 เป็นต้นไป ซึ่งจะมีจุดเด่นของแต่ละกลุ่มที่แตกต่างกันไป เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดในแต่ละกลุ่มลูกค้าอย่างเหมาะสม โดยจะแบ่งเป็น 3 กลุ่มดังนี้

- กลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทสมาร์โฟนภายใต้ชื่อผลิตภัณฑ์ “เอ็กซ์ ซีรีส์” (X Series) เป็นโทรศัพท์สมาร์โฟนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ที่ใช้งานง่ายราคาข้อมเยา
- กลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทสมาร์โฟน ภายใต้ชื่อผลิตภัณฑ์ “วาย ซีรีส์” (Y Series) เป็นโทรศัพท์สมาร์โฟนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ที่นำเสนอในระดับราคาที่เข้าถึงได้
- กลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทสมาร์โฟนภายใต้ชื่อผลิตภัณฑ์ “แซด ซีรีส์” (Z Series) เป็นโทรศัพท์สมาร์โฟนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ที่มีความโดดเด่นด้วยประสิทธิภาพและวัสดุคุณภาพที่เหนือกว่าคู่แข่งในระดับราคาเดียวกัน

นอกจากนี้แล้ว บริษัท สามารถ โอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) (“SIM”) ยังเป็นตัวแทนจำหน่ายสมาร์ตโฟนแบรนด์ต่างๆ ได้แก่ Huawei, OPPO และ Samsung และยังมีแผนในการเป็นตัวแทนจำหน่ายแบรนด์ชั้นนำอื่นๆ เพิ่มขึ้นอีก ทั้งยังมีการจำหน่ายอุปกรณ์เสริมอื่นๆ เช่น แบตเตอรี่สำรองแบบพกพา (Power Bank) ที่ชาร์จไฟสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ และกรอบใส่สมาร์ตโฟนรุ่นต่างๆ

SIM มีศูนย์บริการซ่อม (O’Fix) และจุดบริการรับชำระเงินค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ผ่านร้านสาขา Open by i-mobile และร้านตัวแทนจำหน่ายของบริษัทฯ บริการของร้าน Open by i-mobile นั้น ครอบคลุมทั้งก่อนและหลังการขาย โดยการให้คำแนะนำแก่ลูกค้าเกี่ยวกับวิธีการเลือกประเภทและรุ่นของโทรศัพท์เคลื่อนที่ให้ตรงกับลักษณะการใช้งานของลูกค้าแต่ละราย ซึ่งรวมถึงการให้ความรู้และแนะนำวิธีใช้งานอย่างถูกต้อง นอกจากนี้ยังแนะนำเนื้อหาข้อมูลต่างๆ ที่เป็นประโยชน์และเหมาะสมกับการใช้งานและตรงตามความต้องการของลูกค้าแต่ละรายด้วย โดยทางร้านจะจัดเตรียมเอาไว้พร้อมให้บริการ ลูกค้าสามารถดาวน์โหลดได้ด้วยตนเองจากเว็บไซต์ i-mobile หรือให้เจ้าหน้าที่ประจำร้านสาขาอำนวยความสะดวกให้ได้เช่นเดียวกัน ในส่วนของการให้บริการหลังการขายนั้น SIM จะมีศูนย์บริการซ่อมทั่วประเทศ ซึ่งจะทำให้การตรวจเช็คและซ่อมโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดย SIM มีการจัดเครื่องสำรองไว้ให้ลูกค้านำกลับไปใช้งานในระหว่างการซ่อมด้วย

การให้บริการขายค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 3G (MVNO)

บริษัท โอ-โมบาย พลัส จำกัด (“IMP”) ประกอบธุรกิจให้บริการขายส่งและขายค่าบริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ 3G บนคลื่นความถี่ย่าน 2.1 GHz ครอบคลุมพื้นที่ให้บริการกรุงเทพ ปริมณฑล และจังหวัดหลักทั่วประเทศ ด้วยจำนวนสถานีฐานกว่า 5 พันสถานี โดย IMP ซื้อบริการสำเร็จรูป (เลขหมายโทรคมนาคมและ Airtime) จากบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) เพื่อนำมาให้บริการต่อภายใต้แบรนด์ i-mobile 3GX แก่กลุ่มผู้ใช้บริการทั่วไป (End user) และกลุ่มผู้ใช้บริการระดับองค์กร (Corporate user) โดยปัจจุบันIMPมีบริการหลักอยู่ 5 บริการ ได้แก่ บริการ Voice call , Video call, Data (Mobile internet), SMS, MMS, International call และบริการเสริมต่างๆ เป็นต้น

นอกจากนี้บริษัท สามารถ โอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) ได้ลงนามในสัญญาฉบับทางบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) (กสท) ผู้ให้บริการโครงข่าย 3G บนคลื่นความถี่ย่าน 850 MHz เมื่อวันที่ 22 ตุลาคม 2558 โดยโครงข่ายของกสท มีพื้นที่ให้บริการทั่วประเทศ ด้วยจำนวนสถานีฐานกว่า 14,000 สถานี สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายหลักของบริษัทและได้เปิดให้บริการภายใต้แบรนด์ Open ตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2559

2. Non-Mobile Business

การให้บริการข้อมูล ข่าวสาร และสาระความบันเทิงในรูปแบบมัลติมีเดีย

บริษัท สามารถ มัลติมีเดีย จำกัด (“BUG”) ให้บริการข้อมูล ข่าวสาร และสาระความบันเทิงที่ทันสมัย ตอบสนองต่อความต้องการในการใช้ชีวิตประจำวันของกลุ่มผู้ใช้งานทุกเพศทุกวัยในรูปแบบของเสียง (Voice) จาก BUG 1900, BUG 1113 และการให้บริการในรูปแบบข้อความ เสียง และภาพ, Multimedia หรือ Application จาก BUG โดยผ่านอุปกรณ์สื่อสารหลายช่องทาง (Multi-Devices) เช่นการพยากรณ์ดวงชะตาผ่านศูนย์รวมนักพยากรณ์และการดูดวง (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

ข) การตลาดและภาวะการแข่งขัน

1. กลยุทธ์ทางการตลาดและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

1.1) Mobile Business

SIM ยังคงมุ่งมั่นในการสร้างแบรนด์ i-mobile ให้เป็นที่รู้จักผ่านผลิตภัณฑ์คุณภาพมาตรฐานระดับโลก ในราคาที่คนไทยเข้าถึงได้ ด้วยประสิทธิภาพการทำงานที่เหนือกว่าคู่แข่งในระดับราคาเดียวกัน นอกจากนี้ SIM ยังคงพัฒนาคุณภาพของศูนย์บริการอย่างต่อเนื่องด้วยการลดระยะเวลาการซ่อม และมีบริการเครื่องสำรองระหว่างการซ่อมเครื่อง

SIM สื่อสารกับตลาดเพื่อสร้างการรับรู้ให้แก่ลูกค้าผ่านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และกิจกรรมส่งเสริมการขาย ทั้งในรูปแบบ Above the Line เช่น การลงโฆษณาตามสื่อต่างๆ ทั้งทางโทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์และดิจิทัลมีเดีย และในรูปแบบ Below the Line เช่น การจัดทำกิจกรรม ณ จุดขาย รวมถึงกิจกรรมโรดโชว์ทั่วประเทศอย่างต่อเนื่อง และมีการสื่อสารกับลูกค้าผ่านโซเชียลมีเดียและบทความรีวิวผลิตภัณฑ์ตามเว็บไซต์ต่างๆ อีกด้วย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

SIM แบ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายออกเป็น 5 กลุ่มตามลักษณะการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่และรูปแบบการใช้ชีวิต ดังนี้

- กลุ่มที่ 1 คือผู้ที่ชื่นชอบเทคโนโลยีที่ทันสมัยชอบความตื่นเต้นและท้าทายสิ่งใหม่และมีความต้องการใช้งานสมาร์ตโฟนที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นและทรงประสิทธิภาพ
- กลุ่มที่ 2 คือผู้ที่มีความคุ้นเคยในการใช้งานสมาร์ตโฟนและตัดสินใจเลือกซื้อสมาร์ตโฟนตามการใช้งานจริง
- กลุ่มที่ 3 คือผู้ที่ต้องการเปลี่ยนจากฟิเจอร์โฟนมาเป็นสมาร์ตโฟนโดยมองหาสมาร์ตโฟนที่มีราคาไม่แตกต่างจากฟิเจอร์โฟนมากนักแต่สามารถตอบสนองประสบการณ์การใช้งานแบบสมาร์ตโฟนได้
- กลุ่มที่ 4 คือผู้ที่ยังพอใจกับโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบฟิเจอร์โฟนซึ่งยังคงใช้งานง่ายแต่รองรับการใช้งานมัลติมีเดียอื่นๆ ด้วย
- กลุ่มที่ 5 คือผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออกและรับสายเป็นหลัก

การให้บริการขายค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 3G(MVNO)

กลยุทธ์ความยืดหยุ่นด้านราคา (Price Strategy)

IMP เน้นใช้กลยุทธ์ด้านราคาเป็นสำคัญในการแข่งขันกับผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่รายอื่น โดยมอบความคุ้มค่าสูงสุดในการใช้งานให้กับผู้ใช้บริการของ IMP โดยมีโปรโมชั่นแพ็คเกจให้ลูกค้าได้เลือกใช้งานอย่างหลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ

ในส่วนของ Open เน้นโปรโมชั่นแพ็คเกจให้ผู้ใช้บริการสามารถใช้งานอินเทอร์เน็ตได้อย่างคุ้มค่าซึ่งผู้ใช้บริการสามารถใช้งานอินเทอร์เน็ตได้อย่างรวดเร็ว ครอบคลุมทุกพื้นที่ทั่วประเทศ ในอัตราค่าบริการที่สามารถแข่งขันได้ในตลาด

ในส่วนของ SIM มุ่งเน้นที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีเทคโนโลยีที่ล้ำสมัยกว่าคู่แข่ง ในราคาที่ลูกค้าเข้าถึงได้ และตอบสนองความเปลี่ยนแปลงทางด้านโครงข่ายโทรคมนาคมในระบบ 4G โดยหลักการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริษัทฯ จะมุ่งเน้นไปที่คุณสมบัติการใช้งานที่มีความเสถียรและใช้งานง่าย เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในแต่ละกลุ่มเป้าหมาย

กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategy)

i-mobile 3GX และ Open มีการนำเสนอแพ็คเกจบริการที่มีความหลากหลายครอบคลุมกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีพฤติกรรมใช้งานที่แตกต่างกัน โดยแพ็คเกจบริการที่ i-mobile 3GX และ Open ได้นำเสนอในปี 2559 ที่ผ่านมามีดังนี้

- Bundled package กับเครื่องลูกข่ายของ i-mobile
แพ็คเกจดังกล่าวเป็นแพ็คเกจที่ทำให้ i-mobile 3GX ประสบความสำเร็จในการขยายฐานผู้ให้บริการ 3G ได้เป็นจำนวนมากและเป็นการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์โดยรวม (value proposition) ด้วยการจัดจำหน่ายเครื่องลูกข่าย และบริการ content ในรูปแบบ mobile application อีกด้วย โดย Open ได้ดำเนินการในแนวทางเดียวกัน โดยมุ่งเน้นในการรองรับการใช้งานของลูกค้าให้ได้ทั่วประเทศ
- Smartphone Package
แพ็คเกจสำหรับการโทรและเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตสำหรับเจาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีการใช้งานสมาร์ทโฟนเป็นหลัก โดย i-mobile 3GX นำเสนออัตราค่าบริการหลากหลายระดับราคาตั้งแต่เดือนละ 199 จนถึง 699 บาทต่อเดือนเพื่อเจาะกลุ่มลูกค้าที่เป็นกลุ่ม Entry level จนถึงกลุ่ม Premium level สำหรับ Open ได้เจาะกลุ่มลูกค้าที่ต้องการใช้งานอินเทอร์เน็ตที่ครอบคลุมทุกพื้นที่ และเป็นทางเลือกให้กลุ่มลูกค้าที่ต้องการควบคุมค่าใช้จ่ายจากการใช้งาน

กลยุทธ์ด้านการสื่อสารทางการตลาด (Marketing Communication Strategy)

ในช่วงปีที่ผ่านมา i-mobile 3GX และ Open เน้นการสื่อสารทางการตลาด Below the line และการใช้สื่อ Online เป็นหลัก โดยการจัดกิจกรรมทางการตลาด (Event marketing) ตามงานแสดงสินค้าทางด้านไอทีสำคัญอย่างต่อเนื่อง เช่น งาน Mobile Expo และงาน Commart เป็นต้น ซึ่งในส่วนงานของ Open เน้นการทำโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ (Online marketing) เป็นหลัก เนื่องจากเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพและสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

ในส่วนงานของ SIM สำหรับปี 2559 มีการเน้นสื่อสารทางการตลาดแบบ Below the line และ Digital Marketing เป็นหลัก โดยจะมีการจัดกิจกรรมทางการตลาด ของทั้งบริษัทฯ เอง และร่วมกับแบรนด์ชั้นนำต่างๆ ในหน้าร้าน Open by i-mobile และจะมีกิจกรรม Road Show ไปยังสถานที่ต่างๆ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในแต่ละกลุ่ม และมีแผนจะเข้าร่วมงานแสดงสินค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่ Mobile Expo อีกด้วย

กลยุทธ์ด้านการบริการหลังการขาย (After Sale Service Strategy)

การให้บริการหลังการขายนั้น i-mobile 3GX และ Open แบ่งงานด้านบริการหลังการขายออกเป็น 4 ประเภทหลัก ดังนี้

- บริการรับเรื่องร้องเรียนปัญหาในการใช้งาน
ปัจจุบัน i-mobile 3GX และ Open มีช่องทางติดต่อสื่อสารกับผู้ให้บริการผ่าน 3 ช่องทางหลักๆ คือ Call center, LINE, Facebook ในการอำนวยความสะดวกสบายในการติดต่อกับ i-mobile 3GX ซึ่งทั้ง 3 ช่องทางลูกค้าสามารถแจ้งปัญหาหรือปรึกษาปัญหาของผลิตภัณฑ์ต่างๆ ผ่านหน้าร้าน Open by i-mobile ทุกสาขาทั่วประเทศ หรือสามารถสื่อสารผ่าน call center ได้ตลอด 24 ชั่วโมง
- บริการเติมเงิน
ในปัจจุบัน i-mobile 3GX และ Open มีช่องทางให้บริการเติมเงินครบทุกช่องทางเทียบเท่ากับ ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่รายอื่นๆ สำหรับช่องทางเติมเงิน Online เช่นร้าน i-mobile ตัวแทนจัด

จำหน่ายร้านสะดวกซื้อห้าง Hyper mart ตู้ATM ตู้บุญเติม ร้านหนังสือชั้นนำ, 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 i-mobile 3GX มีช่องทางรับชำระค่าบริการรายเดือนครอบคลุมในทุกรูปแบบเทียบเท่ากับ ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่รายอื่นๆ ทั้งช่องทาง Offline และ Online โดยช่องทาง Offline เช่น ร้าน i-mobile, Counter service, ตู้ATM และเคาน์เตอร์ธนาคารหักค่าบริการผ่านบัตรเครดิตห้าง Tesco Lotus, Big C เป็นต้น สำหรับช่องทาง Online เช่น Internet banking, Mobile banking เป็นต้น สำหรับ Open ในปี 2559 ยังไม่ได้รับการให้บริการแบบรายเดือน

- แอปพลิเคชัน i-mobile 3GX

IMP ได้เปิดตัวแอปพลิเคชัน i-mobile 3GX ให้บริการกับกลุ่มผู้ใช้บริการระบบเติมเงินเพื่ออำนวยความสะดวกเช่นตรวจสอบยอดเงินคงเหลือ โบนัสคงเหลือ ช่องทางในการสมัครแพ็คเกจเสริมช่องทางการเติมเงินและช่องทางการตรวจสอบและรับสิทธิพิเศษต่างๆ รวมถึงเป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์ข้อมูลและการให้บริการของบริษัทในเครือ เช่น ข้อมูลกินดื่มเที่ยว จาก EDT guide และข้อมูลทำนายดวงจาก HoroWorld เป็นต้น

กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ i-mobile 3GX และ Open ได้ดำเนินกิจกรรมทางการตลาดอย่างต่อเนื่องในปี 2559 จะเป็นกลุ่มลูกค้าประเภท Budget user โดยกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักประกอบด้วย 4 กลุ่ม ดังนี้

- กลุ่มนักเรียนนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครและตามเมืองเศรษฐกิจหลักๆ
- กลุ่มพนักงานโรงงานตามนิคมอุตสาหกรรมต่างๆ
- กลุ่มข้าราชการ
- กลุ่มลูกค้าองค์กร(Enterprise and SME)

1.2) Non-Mobile Business

BUG มุ่งมั่นกับการคิดสรรเนื้อหาสาระใหม่ๆ ทันต่อเหตุการณ์และยุคสมัย เพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค รวมไปถึงการพัฒนาในรูปแบบในการนำเสนอที่แปลกใหม่และแตกต่างจากคู่แข่งในตลาด เช่น ธุรกิจ Horoworld ที่ไม่ได้หยุดเพียงแค่การรับดูดวงทางหน้าร้าน เว็บไซต์ และโทรศัพท์ แต่ BUG ค่อยๆ ขยับไปถึงการจัดกิจกรรมพิเศษที่เกี่ยวข้องกับโหราศาสตร์ตามรูปแบบที่ลูกค้าต้องการ นอกจากนี้ BUG ยังพัฒนา Mobile Application เป็นการพัฒนาโปรแกรมประยุกต์สำหรับอุปกรณ์เคลื่อนที่เพื่อเพิ่มช่องทางการสื่อสารกับลูกค้ามากขึ้นซึ่งเพิ่มยอดขายได้อีกทางหนึ่งด้วย

ด้วยความทุ่มเทและใส่ใจในรายละเอียด ธุรกิจ EDT GUIDE จึงมีการเติบโตBUGจึงขยายธุรกิจมากกว่าการบริหารผ่านทางเว็บไซต์ โดยการจัดทำสิ่งพิมพ์เพื่อจำหน่ายและแจกฟรี การจัดทำรายการโทรทัศน์“EDT by Travel Channel Thailand” เพื่อสร้างแบรนด์ EDT GUIDE ให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น รวมถึงการพัฒนาe-book และแอปพลิเคชัน เพื่อให้บริการของเราเข้าถึงลูกค้าได้ทุกกลุ่ม

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของ BUG คือคนทุกเพศทุกวัยที่ต้องการเข้าถึงข่าวสารข้อมูล เพื่อตอบสนองการใช้ชีวิตประจำวัน ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลทั่วไป และสาระความบันเทิงต่างๆผ่านบริการ BUG หรือข้อมูลเกี่ยวกับดวงชะตาผ่านทางบริการ Horoworld หรือข้อมูลเพื่อการสังสรรค์อย่างบริหาร EDT Guide ซึ่ง BUG เชื่อว่าข้อมูลเหล่านี้เป็นข้อมูลที่อยู่ในความสนใจของลูกค้าทุกกลุ่ม ไม่จำกัดเฉพาะอยู่ที่สาขาอาชีพ รายได้ หรือถิ่นฐาน

2. ช่องทางการจัดจำหน่าย

2.1) Mobile Business

โทรศัพท์เคลื่อนที่

SIM มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านหน้าร้าน Open by i-mobile ไอเปอร์มาร์เก็ต ร้านขายเครื่องใช้ไฟฟ้าขนาดใหญ่ กลุ่มร้านขายอุปกรณ์สื่อสาร กลุ่มร้านขายอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ ร้านค้าของผู้ให้บริการโครงข่าย รวมถึงเว็บไซต์อีคอมเมิร์ซ และการจำหน่ายผ่านเว็บไซต์ i-mobile ในรูปแบบของ Online Store

นอกจากนี้ SIM ยังจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในรูปแบบของการค้าส่ง ให้กับตัวแทนจำหน่ายโดยสินค้าทั้งหมดจะได้รับการประกันคุณภาพจาก SIM

การให้บริการขายค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 3G(MVNO)

ในปี 2559 นั้น IMP เน้นกระจายทีมงานขายตรง (Direct sales) และสร้างเครือข่ายตัวแทนจำหน่ายซิมการ์ด และเติมเงินรายย่อย เพื่อกระจายซิมการ์ดให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย นอกจากนี้ช่องทางที่ IMP ยังคงจัดจำหน่ายในช่องทางเดิมที่ IMP มีอยู่ ดังนี้

- ร้าน Open by i-mobile
- ตัวแทนจัดจำหน่าย (Dealer)
- ร้านสะดวกซื้อ (Convenient store) เช่น 7-11, Tesco Lotus Express
- Hyper Mart เช่น Tesco Lotus
- IT Chain เช่น Banana IT, IT City, J.I.B Computer, M-Link
- Corporate Sale โดยแบ่งทีมงานตามประเภทขององค์กรเช่นกลุ่ม Enterprise กลุ่ม Government กลุ่ม SME

2.2) Non-Mobile Business

เนื่องจาก BUG ตระหนักว่าลูกค้าของเรามีความต้องการในการเข้าถึงข้อมูลในรูปแบบที่แตกต่างกันไป BUG จึงพยายามนำเสนอบริการผ่านช่องทางที่หลากหลาย เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างสะดวกที่สุด โดยอาจแยกตามประเภทของบริการได้ ดังนี้

- BUG 1900 ให้บริการผ่านระบบตอบรับอัตโนมัติทางโทรศัพท์และให้บริการในรูปแบบของสื่อผสม
- BUG 1113 ให้บริการผ่านเจ้าหน้าที่รับสาย
- Horoworld ให้บริการผ่านเว็บไซต์โทรศัพท์และกิจกรรมพิเศษ
- EDT ให้บริการผ่านทางเว็บไซต์สื่อสิ่งพิมพ์และรายการโทรทัศน์

3. ภาพอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

3.1) Mobile Business

โทรศัพท์เคลื่อนที่

สภาพการแข่งขัน

ปัจจุบัน โทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับชีวิตประจำวันของคนในสังคม จากผลการสำรวจการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือนของสำนักงานสถิติแห่งชาติในปี 2559 โดยสำรวจจากประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไปทั้งสิ้นประมาณ 62.8 ล้านคน พบว่ามีผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าที่มีจำนวน 49.6 ล้านคนหรือคิดเป็นร้อยละ 79.3 เป็น 51.1 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 81.4 โดยประชาชนในเขตเทศบาลจะมีสัดส่วนการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่อยู่ที่ร้อยละ 86.6 มากกว่าประชาชนนอกเขตเทศบาลซึ่งมีสัดส่วนการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ร้อยละ 77.2 นอกจากนี้ ผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ตั้งแต่ 2 เครื่องขึ้นไปเริ่มมีจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ และจำนวนผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภทสมาร์ตโฟนยังคงมีจำนวนมากขึ้น เนื่องจากโทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภทสมาร์ตโฟนได้ตอบสนองการใช้ชีวิตที่สะดวกสบายขึ้น โดยถูกนำมาใช้งานด้านฟังก์ชันต่างๆ มากขึ้น เช่น ใช้งานโซเชียลเน็ตเวิร์ค การซื้อสินค้าออนไลน์ ธนาคารทางอินเทอร์เน็ต การซื้อขายหุ้นและอื่นๆ จึงส่งผลให้ยอดขายหน่วยโทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภทสมาร์ตโฟนเพิ่มสูงขึ้น ตลาดสมาร์ตโฟนจึงมีการเติบโตแบบก้าวกระโดดในช่วงหลายปีที่ผ่านมา

นอกจากปริมาณการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในส่วนของการแข่งขันกลุ่มผู้ขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ก็ยังคงมีการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้นเช่นกัน โดยในปี 2559 ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีการใช้กลยุทธ์ส่งเสริมการขายในรูปแบบการให้ส่วนลดค่าเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ เพื่อดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการเครือข่ายของตน และเพิ่มการใช้บริการด้านข้อมูล (Non-voice service) มากขึ้น ส่งผลให้การแข่งขันทวีความรุนแรงเพิ่มขึ้น

แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต

จากแนวโน้มการสื่อสารออนไลน์ที่สูงขึ้น ประกอบกับการแข่งขันด้านคุณภาพและค่าบริการจากผู้ให้บริการเครือข่ายที่กระตุ้นให้ผู้บริโภคใช้งานมากขึ้น ทำให้เชื่อว่าตลาดสมาร์ตโฟนในปีหน้าจะยังเติบโตต่อเนื่อง เบียดบทบาทของพีเออร์โฟนให้มีความสำคัญลดลง ซึ่งคาดว่าประเทศไทยจะมีผู้ใช้สมาร์ตโฟนเพิ่มขึ้นมาก ตลาดสมาร์ตโฟนระดับกลางและล่างยังคงเป็นตลาดที่น่าจับตามอง ด้วยเหตุผลที่เทคโนโลยีในปัจจุบันมีต้นทุนถูกลง และผู้ผลิตสมาร์ตโฟนสามารถเข้าถึงได้ง่ายกว่าเดิม รวมทั้งมีผู้ผลิตชิ้นส่วนหลักๆ อยู่เพียงไม่กี่ราย ไม่ว่าจะเป็น หน้าจอ กล้อง และหน่วยประมวลผล ทำให้สมาร์ตโฟนที่ผลิตออกมาจากแต่ละแบรนด์ มีความแตกต่างกันเพียงเล็กน้อยในแง่ของประสิทธิภาพและการใช้งาน อีกทั้งพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เมื่อมีทางเลือกมากขึ้น ก็มีความยึดติดในแบรนด์น้อยลง และตัดสินใจเลือกซื้อสมาร์ตโฟนตามการใช้งานจริงมากขึ้น มีความคุ้มค่าด้านราคา และมีการออกแบบและวัสดุการผลิตที่ดีมีคุณภาพ ซึ่งแนวโน้มนี้จะผลักดันให้ผู้ผลิตสมาร์ตโฟนหันไปให้ความสำคัญกับการสร้างแบรนด์ ประสบการณ์การใช้งานสมาร์ตโฟนที่ผู้ใช้งานจะได้รับให้แตกต่างจากคู่แข่ง และการออกแบบการใช้งานที่สอดคล้องกับกลุ่มลูกค้ามากขึ้น

อีกหนึ่งสิ่งที่คาดว่าจะได้เห็นคือการเข้ามาจับตลาดจากคู่แข่งรายใหม่โดยเฉพาะแบรนด์ใหม่ๆ จากจีนที่เน้นกลยุทธ์ความคุ้มค่าด้านราคาเป็นหลัก ซึ่งจะทำให้แบรนด์ระดับโลกอย่าง “ซัมซุง” หันมาสนใจกับการทำสมาร์ตโฟนในตลาดระดับกลางและล่างอย่างจริงจัง เพื่อรักษาส่วนแบ่งตลาด โดยเน้นไปที่ความน่าเชื่อถือของแบรนด์ และมีการสร้างความแตกต่างให้กับแบรนด์ตนเอง ผ่านนวัตกรรมการทำงานร่วมกันของอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์แบรนด์เดียวกัน

การให้บริการขายต่อบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 3G(MVNO)

สภาพการแข่งขัน

ในช่วงปีที่ผ่านมา ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เข้ามาทำตลาดเครื่องถูกขายมากขึ้น ด้วยกลยุทธ์ลด แลก แจก แถมรวมถึงการแข่งขันทางด้านราคาอย่างรุนแรง ทั้งแพ็คเกจค่าโทรและอินเทอร์เน็ต เพื่อเชิญชวนให้ผู้ให้บริการย้ายค่าย

แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต

จากพฤติกรรมในการใช้งานของผู้บริโภคในปี 2559 ที่เกิดขึ้นนั้น จะเห็นได้ว่าความต้องการในการใช้งานบริการข้อมูล (Data service) มีการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากความต้องการของลูกค้าในการเข้าถึงข้อมูลอินเทอร์เน็ตผ่านอุปกรณ์สื่อสารไร้สายมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นสื่อสังคมออนไลน์ (Social media) การแชทออนไลน์ หรือการค้นหาข้อมูล (Search) หรือการดูคลิปวิดีโอ รายการย้อนหลัง ละครย้อนหลัง ผ่าน YouTube ที่มีการเติบโตในการใช้งานมากขึ้นอย่างก้าวกระโดด จากการเติบโตของความต้องการในการใช้งานบริการ Data service ของลูกค้าส่วนใหญ่ ทำให้พฤติกรรมในการเลือกใช้งานบริการ Data service เริ่มมีการเปลี่ยนแปลงจากการสมัครใช้งานแบบคิดค่าบริการเป็น MB เป็นแพ็คเกจประเภทเหมาจ่าย (Unlimited package) ซึ่งจะช่วยให้ลูกค้าสามารถควบคุมค่าใช้จ่ายได้ ทำให้แนวโน้มของแพ็คเกจบริการที่จะได้รับความนิยมในปีหน้าจะเป็นแพ็คเกจประเภทเหมาจ่าย (Unlimited package) ทั้งในรูปแบบแพ็คเกจหลัก และแพ็คเกจเสริม

3.2) Non-Mobile Business

สภาพการแข่งขัน

ภาวะอุตสาหกรรมในปีที่ผ่านมา เปลี่ยนแปลงไปมากเนื่องจากเทคโนโลยีของอุปกรณ์พกพาที่พัฒนามากขึ้น ทำให้ตลาดการให้บริการเปลี่ยนไป ผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงข้อมูลหรือบริการที่คล้ายคลึงกันได้ด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่าและสะดวกกว่าเดิม ทำให้การแข่งขันไม่ได้จำกัดอยู่เพียงการแข่งขันระหว่างหน่วยธุรกิจเท่านั้น แต่ทุกบริษัทต่างต้องแข่งขันกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ซึ่งพึ่งพาแหล่งข้อมูลข่าวสารแบบเดิมน้อยลง แต่ให้ความสนใจกับความเคลื่อนไหวบนสังคมออนไลน์ ความคิดเห็นจากประสบการณ์ตรงของผู้ใช้งานด้วยกันเองมากขึ้น ปัจจัยเหล่านี้ล้วนทำให้ทุกธุรกิจต้องพยายามปรับตัวตามพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต

ตามที่ได้กล่าวมาแล้วว่าเทคโนโลยีการสื่อสารในปัจจุบันมีการพัฒนาไปอย่างก้าวกระโดด และทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร และความบันเทิงรูปแบบต่างๆ ได้สะดวกมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังมีต้นทุนที่ต่ำกว่าเดิมมาก ทำให้ธุรกิจต่างต้องปรับตัว โดยการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับบริการของตน รวมทั้งสร้างแหล่งรายได้ใหม่ ที่พึ่งพิงรายได้ทางตรงจากผู้บริโภคน้อยลง แต่พัฒนารูปแบบการให้บริการแบบใหม่และสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ

ก) การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

1. โทรศัพท์เคลื่อนที่

โทรศัพท์เคลื่อนที่

SIM ทำการออกแบบและพัฒนาโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบ OEM (Original Equipment Manufacturer) ผ่านการว่าจ้างผู้ผลิตในต่างประเทศ ให้ทำการผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่ภายใต้แบรนด์ "i-mobile" และยังเป็นตัวแทนจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่แบรนด์ชั้นนำอื่นๆ อีก เช่น Huawei, OPPO และ Samsung ส่วนผลิตภัณฑ์อื่นๆ เช่น อุปกรณ์เสริมต่างๆ จะเป็นการจัดหาเพื่อจำหน่ายต่อ

ด้านงานบริการหลังการขาย SIM ให้บริการผ่านร้าน Open by i-mobile และร้าน O'Fix และตัวแทนจำหน่ายที่ได้รับอนุญาตใน 3 ลักษณะ คือ ศูนย์บริการซ่อม จุดบริการซ่อม และจุดรับฝากเครื่องซ่อม ซึ่งทั้งหมดนี้จะดำเนินงานภายใต้มาตรฐานของ SIM

การให้บริการขายค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 3G (MVNO)

IMPซื้อบริการสำเร็จรูป (เลขหมายโทรคมนาคมและ Airtime) จากผู้ให้บริการโครงข่ายได้แก่ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) โดยจำหน่ายแบรนด์ i-mobile 3GX ส่วนแบรนด์ Open บริษัทซื้อบริการสำเร็จรูปจากบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) เพื่อนำมาให้บริการขายค่าบริการแก่กลุ่มผู้ใช้บริการทั่วไป (End user) และกลุ่ม ผู้ใช้บริการระดับองค์กร (Corporate user) โดยมีรูปแบบการชำระค่าบริการแก่ผู้ให้บริการโครงข่ายตามปริมาณ Traffic ที่เกิดขึ้นจากการใช้งานจริง

2. Non-Mobile Business

ข้อมูลข่าวสารที่BUG ให้บริการมีทั้งส่วนที่ BUG พัฒนาขึ้นมาเอง และส่วนที่รวบรวมมาจากภายนอกโดยการซื้อ ลิขสิทธิ์หรือการร่วมมือกับพันธมิตร โดย BUG ทำการจัดเก็บรวบรวมในรูปแบบของฐานข้อมูลขนาดใหญ่ และ เรียบเรียงอย่างเป็นระบบ เพื่อให้สอดคล้องกับแต่ละช่องทางการให้บริการ รวมถึงระบบเชื่อมต่อข้อมูลกับ ผู้ให้บริการภายนอกที่มีความชำนาญเฉพาะทาง เพื่อให้ข้อมูลที่ถูกนำเสนอออกไปมีความถูกต้องมากที่สุด

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

2.3 สายธุรกิจ Call Center

ดำเนินธุรกิจให้บริการศูนย์ประสานงานบริการลูกค้า (Contact Center) อย่างครบวงจรให้แก่องค์กรภาครัฐและเอกชน โดย ปี 2559 สายธุรกิจ Call Center มีสัดส่วนรายได้เท่ากับ 923.5 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 6.7 ของรายได้รวมของกลุ่มบริษัท สายธุรกิจนี้ประกอบด้วย 3 บริษัท ดังนี้ 1) บริษัท วันทูน คอนแทคส์ จำกัด (มหาชน) 2) บริษัท วันทูน โปรเฟสชันแนล จำกัด และ 3) บริษัท วันทูน (แอมโบบีเดีย) จำกัด

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

OTO แบ่งธุรกิจการให้บริการออกเป็น 2 ประเภท คือ รับจ้างบริการศูนย์บริการข้อมูลและลูกค้าสัมพันธ์ (Outsourced Contact Center and Customer Management Services) และบริการออกแบบ พัฒนา และติดตั้งระบบศูนย์บริการข้อมูล แบบเบ็ดเสร็จ (Turnkey Total Solutions) ระบบศูนย์บริการข้อมูลและลูกค้าสัมพันธ์ของ OTO มีขนาดกว่า 2,000 ที่นั่ง ออกแบบและติดตั้งด้วยระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัย สามารถรองรับการติดต่อได้จากหลากหลายช่องทาง พร้อมเจ้าหน้าที่ ลูกค้าสัมพันธ์ที่ให้บริการข้อมูล (Customer Service Representative: CSR) ให้บริการรับสายได้มากกว่า 2 ล้านสายต่อ เดือน OTO จัดทำรายงานการทำงานพร้อมทั้งข้อมูลต่างๆ ของผู้ใช้สินค้าและบริการ และรายละเอียดการดำเนินการต่างๆ ให้แก่ลูกค้าภายหลังเสร็จสิ้นการทำงาน นอกจากนี้ลูกค้าสามารถตรวจสอบรายงานการดำเนินงานได้จากระบบ Online Web Report อีกทางหนึ่ง

OTO แบ่งธุรกิจการให้บริการออกเป็น 2 ประเภทดังนี้

1) บริการศูนย์บริการข้อมูลและลูกค้าสัมพันธ์ (Outsourced Contact Center and Customer Management Services)

OTO มีศูนย์ในการให้บริการหลักที่ให้บริการบริหารจัดการ 3 แห่ง รองรับการให้บริการกว่า 2,000 ที่นั่ง โดย สามารถขยายเพิ่มบริการได้เพื่อรองรับกับการขยายตัวของการใช้บริการของลูกค้าการให้บริการศูนย์บริการ ข้อมูลและลูกค้าสัมพันธ์แบ่งออกเป็น 4 รูปแบบดังนี้

1.1) บริการบริหารจัดการศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์แบบเต็มรูปแบบ (Fully Outsourced Contact Center Management Service)

OTO ให้บริการสำหรับองค์กรที่มีความต้องการบริหารจัดการลูกค้าผ่าน Contact Center หรือ Customer Management Center โดยไม่ต้องการลงทุนจัดตั้งระบบเองซึ่งสามารถลดต้นทุนการดำเนินงานด้วยการใช้บริการ Outsourced Contact Center หรือ Customer Management Center แบบเต็มรูปแบบ ซึ่งมีบริการด้านการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ครอบคลุมวงจรทางธุรกิจ (Business Cycle) ทั้งโครงการระยะสั้น ระยะยาว และการทำกิจกรรมพิเศษ ได้แก่ การตลาดและส่งเสริมการขาย การขายสินค้าหรือบริการทางโทรศัพท์ การให้บริการลูกค้าสัมพันธ์ และบริการหลังการขาย การรักษาและสร้างความภักดีของลูกค้า และการสำรวจความพึงพอใจทั้งลูกค้าภายในและภายนอก เป็นต้น

ในการให้บริการบริหารจัดการศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์แบบเต็มรูปแบบนี้ OTO จะเป็นผู้บริหารจัดการให้บริการข้อมูลข่าวสาร หรือศูนย์บริการข้อมูลแบบเต็มรูปแบบแก่ลูกค้าแทน โดยที่ OTO เป็นผู้จัดเตรียมสถานที่ ระบบโทรศัพท์ ระบบคอมพิวเตอร์ ทั้ง Hardware และ Software Application และเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Service Representative) ตลอดจนเจ้าหน้าที่หัวหน้างาน เจ้าหน้าที่ตรวจสอบคุณภาพ ให้ทั้งหมดโดยใช้ศูนย์บริการข้อมูลแบบเต็มรูปแบบของ OTO ในการให้บริการในด้านต่างๆ โดยมีระบบที่รองรับการให้บริการที่หลากหลายช่องทางทั้งการให้บริการผ่านทางโทรศัพท์ (Voice Channel) และผ่านช่องทางอื่น (Non-Voice Channel) อาทิ Web chat, Email, Social Media, Mobile Application, Fax และ Documents

1.2) บริการจัดหาเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ (Outsourced Customer Service Representative)

OTO ให้บริการบริหารจัดการและจัดหาบุคลากรด้านบริการลูกค้าสัมพันธ์แบบเต็มรูปแบบ ทั้งคัดสรร ฝึกอบรม ตรวจสอบและควบคุมมาตรฐานเพื่อรักษาระดับคุณภาพการให้บริการอย่างต่อเนื่อง จัดหาเจ้าหน้าที่ทดแทน พร้อมดูแลสวัสดิการพนักงานเพื่อให้ลูกค้าหมดความกังวลในการบริหารงานบุคลากรด้านลูกค้าสัมพันธ์ และมั่นใจได้ว่าพนักงานพร้อมให้บริการได้ในระดับมาตรฐานสากล

1.3) บริการระบบศูนย์บริการข้อมูลและอุปกรณ์ (Contact Center Facility Outsourced)

OTO มีการให้บริการระบบศูนย์บริการข้อมูลและอุปกรณ์ สำหรับองค์กรที่ไม่ต้องการลงทุนจัดตั้งระบบเอง ช่วยให้องค์กรมีศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ที่ได้มาตรฐานโดยไม่ต้องลงทุนเอง เป็นการแบ่งเบาภาระค่าใช้จ่ายในการลงทุน และยังสร้างความคล่องตัวในการบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพ โดยแบ่งการบริหารออกเป็น 5 รูปแบบ ได้แก่

1. การบริการใช้ระบบศูนย์บริการข้อมูลและอุปกรณ์ ณ สถานที่ของ OTO
2. การบริการใช้ระบบศูนย์บริการข้อมูลและอุปกรณ์ภายนอกสถานที่
3. การบริการใช้ระบบศูนย์บริการข้อมูลและอุปกรณ์บนระบบออนไลน์ (Contact Center on Demand and Hosted Contact Center)
4. การบริการใช้ระบบศูนย์บริการข้อมูลและอุปกรณ์บนระบบ Cloud (Cloud Contact Center)
5. การบริการใช้ระบบบริหารลูกค้าบนสื่อสังคมออนไลน์ (Social CRM Management)

1.4) บริการบำรุงรักษาศูนย์บริการข้อมูล (Contact center Maintenance Service)

OTO มีการให้บริการดูแลบำรุงรักษาระบบ Contact Center / Customer Management โดยทีมงานผู้เชี่ยวชาญ ปัญหาต่างๆ จะได้รับการดูแลป้องกันและแก้ไขอย่างมีประสิทธิภาพและด้วยความรวดเร็ว ช่วยให้ธุรกิจดำเนินไปอย่างราบรื่น

2) บริการออกแบบ พัฒนา และติดตั้งระบบศูนย์บริการข้อมูลแบบเบ็ดเสร็จ (Turnkey Total Solutions)

OTO มีบริการให้คำปรึกษา บริการออกแบบพัฒนาและติดตั้งระบบศูนย์บริการข้อมูลแบบเบ็ดเสร็จ (Turnkey Total Solutions) สำหรับองค์กรที่ต้องการจะลงทุนและติดตั้งระบบภายในองค์กรเอง ด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย โดยทีมวิศวกรผู้เชี่ยวชาญด้าน Contact Center / Customer Management โดยเฉพาะ โดย OTO ทำหน้าที่ในการจัดหาอุปกรณ์ Hardware และ Software Application ที่ใช้ในระบบ Contact Center/ Customer Management รวมทั้งการ Integrate ระบบทั้งหมดเข้าด้วยกัน โดยเน้นออกแบบให้สอดคล้องกับการดำเนินงานธุรกิจของแต่ละองค์กร เพื่อเพิ่มศักยภาพการให้บริการลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ข) การตลาดและการแข่งขัน

1) กลยุทธ์การแข่งขันของ OTO

OTO ดำเนินธุรกิจการให้บริการศูนย์ข้อมูลลูกค้าสัมพันธ์มากกว่า 16 ปี ถือได้ว่าเป็นผู้เริ่มบุกเบิกการให้บริการดังกล่าว ในปัจจุบันองค์กรในธุรกิจต่างๆ ให้ความสำคัญต่อการบริหารความสัมพันธ์ลูกค้าเป็นอย่างยิ่ง เพราะถือได้ว่าเป็นภาพสะท้อนการบริการขององค์กร ข้อมูลลูกค้าที่ได้รับผ่านการติดต่อเข้ามา ทาง Contact Center เช่น ทางโทรศัพท์ โทรสาร อีเมล หรือ Web Chat ช่วยให้องค์กรสามารถทราบว่าลูกค้าที่ติดต่อเข้ามาเป็นใคร เคยซื้อสินค้าหรือบริการอะไรบ้าง ปัญหาที่เคยพบมีอะไร ปัญหาใดที่ได้รับการแก้ไขแล้ว ปัญหาใดที่ยังไม่ได้รับการแก้ไข ในขณะที่หากเป็นกรณีของการติดต่อออกไปยังผู้ใช้สินค้าและบริการจาก Contact Center ผ่านช่องทางสื่อสารต่างๆ ข้อมูลที่ถูกบันทึกลงไปใน Customer Contact History Management (CCHM) จะช่วยให้องค์กร ทราบข้อมูลที่จำเป็นของผู้ใช้สินค้าและบริการก่อนที่จะติดต่อเพื่อทำกิจกรรมทางการตลาด

ดังนั้นข้อมูลจาก Software CRM จะสามารถบันทึกข้อมูลลูกค้า และประวัติการร่วมกิจกรรมต่างๆ ขององค์กรนั้นๆ กับลูกค้า ซึ่งข้อมูลเหล่านี้ก็จะมีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง และมีความเกี่ยวข้องกับหลายๆ แผนกหรือบุคคลในแต่ละองค์กร เช่น ข้อมูลประวัติการขอบริการจากแผนกบริการหลังขาย ข้อมูลประวัติการซื้อสินค้าและบริการจากแผนกขาย ข้อมูลการเข้าร่วมกิจกรรมทางการตลาดจากแผนกการตลาด หรือแม้แต่ความสนใจในสินค้าแต่ละประเภทเป็นพิเศษของลูกค้าแต่ละราย ซึ่งข้อมูลต่างๆ เหล่านี้เมื่อได้ถูกรวบรวมเข้าด้วยกันและนำมาใช้ในการวิเคราะห์เพื่อทำความเข้าใจพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้องแม่นยำ จะส่งผลให้องค์กรสามารถพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการตอบสนองความต้องการของ ผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี ซึ่งหมายถึงโอกาสในการเติบโตอย่างมั่นคงในธุรกิจนั่นเอง ธุรกิจ Contact Center จึงเป็นธุรกิจที่มีความน่าสนใจอย่างมากในปัจจุบัน อีกทั้งมีพัฒนาการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดย Contact Center เป็นเครื่องมือที่สำคัญที่จะทำให้การบริหารความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรและลูกค้าเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ จึงทำให้มีผู้ให้บริการ Contact Center เกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก การแข่งขันจึงมีค่อนข้างสูง อีกทั้งคู่แข่งของ OTO พยายามแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดอย่างต่อเนื่อง

กลยุทธ์การแข่งขันในด้านต่างๆ ของ OTO มีดังนี้

● **ด้านเทคโนโลยี**

OTO ได้วางกลยุทธ์ที่ใช้ในการแข่งขันด้านเทคโนโลยี โดยเลือกใช้ Software ที่มีคุณภาพและมาตรฐานได้รับการยอมรับจากทั่วโลก สามารถประยุกต์เข้ากับลูกค้าแต่ละราย อีกทั้งสามารถสนองตอบต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างเหมาะสม พร้อมทั้งสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ใช้บริการระบบทุกราย

ทั้งนี้ ทาง OTO ได้นำเทคโนโลยีที่กำลังเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลายในต่างประเทศเข้ามาเป็นบทบาทที่สำคัญในการพัฒนาธุรกิจ อาทิ Cloud Contact Center และ Omni-channel management รวมไปถึงการพัฒนาซอฟต์แวร์ (Social CRM) เพื่อรองรับการบริหารจัดการลูกค้าบนสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อตอบสนองกับสภาวะการเปลี่ยนแปลงทางตลาดในปัจจุบัน

● **ด้านกระบวนการทำงาน**

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

● **ด้านบุคลากร**

บุคลากรโดยเฉพาะเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์เป็นอีกปัจจัยที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในการดำเนินธุรกิจการให้บริการบริหารจัดการศูนย์บริการข้อมูล เนื่องจากธุรกิจการบริการของ OTO จะดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้นต้องมีเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ซึ่งเป็นผู้ให้บริการจะต้องมีทักษะและความสามารถในการให้บริการได้เป็นอย่างดี ดังนั้น OTO จึงมีการฝึกอบรมพนักงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างจิตสำนึกในการให้บริการให้พนักงานมีความเต็มใจในการให้บริการ (Service Mind) และอบรมให้เจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ได้เรียนรู้ทักษะและใส่ใจในความต้องการของผู้รับบริการเพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจสูงสุด

อีกทั้ง เพื่อรองรับรูปแบบการให้บริการของ Contact Center ในปัจจุบันที่มีสัดส่วนการให้บริการแบบ Non-Voice service เพิ่มขึ้น บุคลากรของ OTO ได้รับการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะทางด้านการสื่อสารแบบ Text/Non-voice และการสื่อสารบนสื่อสังคมออนไลน์ ที่ต้องการทักษะที่แตกต่างจากการสื่อสารด้วยเสียง ทั้งนี้ เพื่อให้ลูกค้าได้รับการบริการบนความพึงพอใจสูงสุด

2) **กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย**

ลูกค้าเป้าหมายของ OTO คือ กลุ่มองค์กรธุรกิจที่มีความประสงค์จะบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า และไม่มีการจัดตั้งศูนย์บริการลูกค้าเป็นของตนเอง ดังนั้นลูกค้าของ OTO จึงเป็นทั้งหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ และเอกชน รวมทั้งบริษัทในเครือของกลุ่มสามารถ ที่ต้องการบริหารจัดการงานด้านลูกค้าสัมพันธ์และบริการข้อมูลข่าวสาร โดยลูกค้าดังกล่าวอยู่ในธุรกิจหลากหลายประเภท เช่น ประกันภัย สายการบิน โทรคมนาคม การเงินและธนาคาร ห้างสรรพสินค้า และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นต้น

OTO สามารถแบ่งประเภทของลูกค้าออกเป็นกลุ่มได้ดังนี้

กลุ่มลูกค้า	2558		2559	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1. รับจ้างบริการศูนย์บริการข้อมูล	845.3	85.5	874.5	90.9
รัฐบาล และรัฐวิสาหกิจ	453.0	45.8	469.4	48.8
เอกชน	392.3	39.7	405.1	42.1
2. บริการออกแบบ พัฒนา และติดตั้งระบบศูนย์บริการข้อมูลแบบเบ็ดเสร็จ	142.9	14.5	87.7	9.1
รัฐบาล และรัฐวิสาหกิจ	93.5	9.5	26.5	2.8
เอกชน	49.3	5.0	61.2	6.4
รวม	988.2	100.0	962.1	100.0
รัฐบาล และรัฐวิสาหกิจ	546.5	55.3	495.8	51.5
เอกชน	441.6	44.7	466.3	48.5

3) นโยบายการกำหนดราคา

ในการกำหนดราคานี้ OTO จะคำนึงถึงต้นทุนหลัก 3 ส่วน ดังนี้

- **ระบบอุปกรณ์ และสถานที่ให้บริการ**

OTO คำนึงถึงรูปแบบการใช้งานที่เหมาะสมในการให้บริการแก่ลูกค้าแต่ละราย และติดต่อผู้ขายระบบและ/หรืออุปกรณ์ เพื่อพิจารณาความเหมาะสมของระบบและราคา เพื่อให้ได้ราคาที่เหมาะสม นอกจากนี้ OTO จะพิจารณาความเหมาะสมด้านสถานที่ในการให้บริการว่าสามารถรองรับตามความต้องการของลูกค้าได้หรือไม่ หากต้องจัดหาสถานที่เพิ่มเติม OTO จะพิจารณาค่าเช่าสถานที่เป็นหลัก ทั้งนี้ OTO มีความยืดหยุ่นในการจัดหาสถานที่ เนื่องจากการให้บริการ Contact Center สามารถให้บริการได้จากสถานที่ใดก็ได้ถ้ามีการวางระบบและอุปกรณ์ครบครัน

- **บุคลากร**

เจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ถือเป็นปัจจัยหลักของการให้บริการ โดย OTO จะพิจารณาถึงความต้องการของลูกค้า อาทิ จำนวนสายที่ต้องรับต่อวัน คุณภาพการให้บริการ ลักษณะเจ้าหน้าที่ที่ต้องให้บริการ และจำนวนเจ้าหน้าที่ที่เหมาะสม การคำนวณต้นทุนด้านบุคลากรจะประกอบด้วยอัตราค่าจ้าง และสวัสดิการอื่นๆ

- **การบริหารจัดการ**

OTO จะพิจารณาค่าต้นทุนในการบริหารจัดการให้เป็นไปตามข้อตกลงระดับการให้บริการ (Service Level Agreement: SLA) และระดับคุณภาพของการบริการ การให้บริการที่มี SLA และระดับคุณภาพของการบริการสูงจะมีการกำหนดอัตราค่าบริการที่สูงตามไปด้วย เนื่องจากต้องใช้ระบบและเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ที่มีทักษะความรู้และประสบการณ์เป็นพิเศษ

เมื่อทราบต้นทุนทั้งหมดแล้ว OTO จะพิจารณาอัตรากำไรที่เหมาะสมที่สามารถแข่งขันกับตลาด และคู่แข่งได้ และนำเสนอราคาการให้บริการแก่ลูกค้าต่อไป

4) ภาวะอุตสาหกรรม Contact Center

ในปัจจุบันองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนส่วนใหญ่หันมาให้ความสำคัญกับการให้บริการเพิ่มมากขึ้น เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้าหรือประชาชนผู้ใช้บริการ การให้บริการ Contact Center ก็เป็นทางเลือกในการให้บริการอีกแบบหนึ่งที่ถูกมองว่าเป็นจุดแรกที่จะสามารถสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าที่เข้ามาติดต่อกับองค์กรหรือบริษัทนั้นๆ ในช่วง 10 กว่าปีที่ผ่านมาการให้บริการ Contact Center ได้ถูกพัฒนาและถูกนำมาใช้เป็นจุดหลักในการให้บริการของหน่วยงานหลายภาคส่วน อย่างไรก็ตามการคำนวณต้นทุนในการให้บริการก็มีความสำคัญต่อสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน หลายธุรกิจจึงต้องปรับลดค่าใช้จ่ายหรือปรับเปลี่ยนกระบวนการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพและคุ้มค่ามากขึ้น โดยหนึ่งในวิธีการที่เป็นที่นิยม คือ การเปลี่ยนไปใช้บริการบางส่วนจากผู้ให้บริการภายนอก (Outsourcing) ที่ผู้ให้บริการมีความเชี่ยวชาญ อีกทั้งมีต้นทุนในการดำเนินการที่ต่ำกว่า โดยเฉพาะบริการระบบศูนย์บริการข้อมูล (Contact Center) ซึ่งปัจจุบันถือว่าเป็นเครื่องมือที่สำคัญอย่างยิ่งในการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship Management) ในยุคที่มุ่งเน้นกลยุทธ์ให้ลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (Customer Centric Strategy) เพื่อที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ตรงตามความต้องการมากที่สุด ส่งผลให้เกือบทุกธุรกิจจะต้องมีบริการระบบศูนย์บริการข้อมูล (Contact Center) ที่จะคอยซักถามและรับฟังปัญหาเพื่อส่งต่อไปยังฝ่ายที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาและปรับปรุงธุรกิจ ประกอบกับวิกฤตเศรษฐกิจยังผลักดันให้หลายธุรกิจหันมาใช้บริการระบบศูนย์บริการข้อมูลจากผู้ให้บริการภายนอกมากขึ้น ด้วยเหตุนี้ระบบศูนย์บริการข้อมูลจึงเป็นธุรกิจหนึ่งที่มีการพัฒนาและเติบโตอย่างต่อเนื่อง ธุรกิจที่ให้ความสำคัญต่อระบบศูนย์บริการข้อมูล ได้แก่ ธนาคารและสถาบันการเงิน ประกันภัย โทรคมนาคม เป็นต้น เนื่องจากเป็น

ธุรกิจที่มีฐานลูกค้ากว้าง ประกอบกับผู้บริโภคมีความต้องการข้อมูลสูง นอกจากนี้ยังมีการแข่งขันจากบริษัทข้ามชาติมากขึ้น สำหรับธุรกิจที่มีฐานลูกค้าขนาดใหญ่อาจเลือกที่จะติดตั้งระบบศูนย์บริการข้อมูลของตนเอง (In-house Contact Center) ส่วนธุรกิจที่มีฐานลูกค้าขนาดกลางถึงขนาดเล็กอาจพิจารณาใช้บริการศูนย์บริการข้อมูลโดยจ้างผู้เชี่ยวชาญ (Outsourced Contact Center Services) ให้เป็นผู้ดำเนินการ จากการศึกษาของบริษัท ศูนย์บริการข้อมูล (Contact Center) ในประเทศไทยสามารถแบ่งรูปแบบการให้บริการออกเป็น 4 ประเภทหลักได้แก่

1. บริการให้บริการข้อมูลและบริหารจัดการระบบอย่างครบวงจร (Outsourced Contact Center Service) โดยกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการจะเป็นทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในหลายธุรกิจ เช่น ธุรกิจค้าปลีก ธนาคารและสถาบันการเงิน สินค้าอุปโภคบริโภค สายการบิน เป็นต้น
2. บริการจัดวางระบบและซอฟต์แวร์ด้านศูนย์บริการข้อมูล (Total Turnkey Solutions Service) โดยการให้บริการเริ่มตั้งแต่ติดตั้งระบบไอทีและซอฟต์แวร์ที่เกี่ยวข้องกับงานบริการศูนย์บริการข้อมูล โดยส่วนใหญ่กลุ่มลูกค้าจะเป็นหน่วยงานภาครัฐหรือภาคเอกชนรายใหญ่ที่ต้องการเพียงการจ้างเหมาผู้ผู้เชี่ยวชาญในการติดตั้งระบบ แต่ทำการบริหารจัดการเอง
3. บริการรับขายสินค้าและบริการผ่านช่องทางต่างๆ เช่น โทรศัพท์ (Telemarketing Service) มีหลากหลายธุรกิจ ตั้งแต่ขายบัตรเครดิต ขายประกัน ขายสมาชิก ขายของใช้ ขายเครื่องสำอาง ขายยา และอื่นๆ กระแสของตลาดนี้จะมุ่งเน้นในเรื่องการสร้างกำไรจากการให้บริการ
4. การติดตั้งระบบและบริหารจัดการศูนย์บริการข้อมูลด้วยตนเอง (In-house Contact Center) หมายถึงหน่วยงานภาครัฐหรือภาคเอกชนรายใหญ่ที่มีการจัดหาและทำการบริหารจัดการศูนย์บริการข้อมูลด้วยตนเอง

จากการศึกษาพบว่าแนวโน้มของอุตสาหกรรม Contact Center มีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกับ การเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ซึ่งมีการเข้าถึงเทคโนโลยีที่ทันสมัยมากขึ้น และสื่อสังคมออนไลน์ก็เข้ามามีส่วนร่วมในการเปลี่ยนแปลงเป็นอย่างมาก ผู้ให้บริการด้าน Contact Center ได้มีการปรับตัวกับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวผ่านเทคโนโลยีที่รองรับการให้บริการที่นอกเหนือจากทางเสียง (Voice Service) ไปสู่ Non-Voice Service มากขึ้น อาทิ การให้บริการผ่าน Email Web chat รวมไปถึงการให้บริการบนสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media)

ส่วนแบ่งตลาด

ธุรกิจศูนย์บริการข้อมูล (Contact Center) ในประเทศไทยมีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยบริษัทประมาณการว่าในปี 2559 ที่ผ่านมา ธุรกิจศูนย์บริการข้อมูลในประเทศไทยมีมูลค่าตลาดรวมมากกว่า 4,000 ล้านบาท (อ้างอิงจากข้อมูลงานวิจัยของ Frost & Sullivan และจากการประมาณการของบริษัท) โดยในปี 2559 OTO มีส่วนแบ่งการตลาดในบริการบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (Total Customer Management Service) อยู่ที่ประมาณร้อยละ 22 และคาดว่าในปี 2560-2561 ธุรกิจศูนย์บริการข้อมูลในประเทศไทยจะมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 11

OTO มีการให้บริการลูกค้าทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน ในปี 2559 OTO มีการขยายฐานลูกค้าภาคเอกชนสูงขึ้นกว่าปีที่ผ่านมาโดยขยายตัวในกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีอัตราการเติบโตสูง เช่น กลุ่มธุรกิจให้บริการทางการเงิน กลุ่มประกัน กลุ่มสายการบิน กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค และกลุ่มพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับลูกค้าภาครัฐ

OTO ยังคงรักษาฐานลูกค้าไว้ได้ในสัดส่วนใกล้เคียงกับปีที่ผ่านมา แม้ว่าในปีนี้มีรัฐบาลมีการชะลอตัวการลงทุนการจัดตั้งระบบศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ เนื่องจากจัดสรรงบประมาณในการพัฒนาด้านสาธารณสุขเป็นหลัก

แนวโน้มการแข่งขันและคู่แข่งในตลาดปัจจุบัน

ธุรกิจ Contact Center ในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงตามพฤติกรรมของผู้บริโภค และการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี ประกอบกับการสนับสนุนการประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพ ซึ่งเป็นผู้ประกอบการรายย่อยที่ใช้ระบบเทคโนโลยีเข้ามาเป็นส่วนสำคัญในการดำเนินธุรกิจ OTO จึงต้องปรับปรุงการให้บริการ Contact Center เป็นลักษณะ Non-voice Service มากขึ้น เช่น email web chat หรือการสื่อสารทางสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) และจัดฝึกอบรมพัฒนาพนักงานให้สามารถให้บริการทั้งรูปแบบ Voice และ Non-Voice Service ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลง และตอบสนองตรงตามความต้องการของลูกค้า และ OTO เชื่อว่าจะสามารถขยายการให้บริการกับทั้งลูกค้าปัจจุบันและลูกค้าใหม่ได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

อย่างไรก็ดีการดำเนินธุรกิจ Contact Center ต้องอาศัยความรู้ความชำนาญเป็นพิเศษ และต้องใช้เงินลงทุน รวมทั้งต้องอาศัยประสบการณ์ในการทำงานของบุคลากรที่มีอยู่จำกัดในธุรกิจนี้ การแข่งขันจากคู่แข่งรายใหม่อาจจะยังไม่สามารถเพิ่มมากขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ แต่อาจมีการแข่งขันจากคู่แข่งเดิมที่ต้องการเข้ามาแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดที่ค่อนข้างสูง

จากการศึกษาและวิจัยของ Frost & Sullivan เกี่ยวกับมูลค่าตลาดของระบบที่ใช้กับศูนย์บริการข้อมูล (Contact Center Applications) ในประเทศไทยในช่วงปี 2553 ถึงปี 2561 แสดงให้เห็นว่าธุรกิจ Contact Center จะมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องโดยเฉลี่ย (CAGR) ประมาณร้อยละ 11 ซึ่งระบบที่ใช้กับศูนย์บริการข้อมูลที่เป็นที่นิยมในประเทศไทย คือ Computer Telephony Integration (CTI), Interactive Voice Response (IVR), Outbound System (OB) และ Automatic Call Distributor (ACD) รวมไปถึงแนวโน้มการให้บริการด้าน Social Media Monitoring, Cloud Contact Center และ Omni-Channel Contact Center ที่มีอัตราการเติบโตอย่างมีนัยสำคัญ ที่ OTO มีทิศทางที่ชัดเจนที่จะขยายการให้บริการที่ครอบคลุมทั้งหมดไปสู่ผู้รับบริการ เพื่อรักษาความเป็นผู้นำในตลาด Contact Center

ก) การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

1) การจัดการระบบและอุปกรณ์สำหรับ Contact Center

OTO มีประสบการณ์และความชำนาญในการบริหารและให้บริการศูนย์บริการข้อมูลลูกค้า (Contact Center) ในระดับมาตรฐานสากล และ OTO มีพร้อมให้บริการที่สมบูรณ์แบบด้วยความร่วมมือจากบริษัทคู่ค้าชั้นนำที่มีชื่อเสียงในด้านต่างๆ มากมาย ที่มีความเชี่ยวชาญในการให้บริการด้านเทคนิค การให้คำแนะนำ และการปฏิบัติงานจริง ซึ่งจะแบ่งความเชี่ยวชาญออกเป็นหลายประเภทตามลักษณะความชำนาญเฉพาะด้าน

OTO จะพิจารณาคัดเลือกระบบที่เหมาะสมกับคุณสมบัติหรือลักษณะของบริการตามความต้องการของลูกค้า และพิจารณาเปรียบเทียบราคา ก่อนเสนอรายละเอียดให้กับลูกค้าเพื่อพิจารณาต่อไป เช่นเดียวกันกับการคัดเลือกผู้ให้บริการระบบ OTO จะดำเนินการสั่งซื้ออุปกรณ์จากผู้ขายที่เสนอสินค้าที่มีคุณภาพและการใช้งานที่ OTO ต้องการ และมีราคาที่เหมาะสม อย่างไรก็ตามในบางช่วง OTO อาจมีการสั่งซื้อสินค้าเก็บไว้ล่วงหน้า หากช่วงนั้นอุปกรณ์ที่ OTO ใช้ประจำมีการลดราคา หรือสามารถซื้อได้ในราคาที่ถูกลง เพื่อลดต้นทุนในการให้บริการ

2) การจัดหาสถานที่

สำหรับกรณีการให้บริการแบบการจ้างเหมาดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าเต็มรูปแบบ และการบริการใช้ระบบ Contact Center นอกสถานที่ OTO ได้จัดสถานที่ให้บริการหมุนเวียนสลับเปลี่ยนในแต่ละโครงการ 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 และพนักงานฝ่ายสนับสนุนในตำแหน่งอื่นๆ โดยมีวิธีหาดังนี้

บุคลากรตามวิชาชีพของ Contact Center

OTO เปิดรับสมัครเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Service Representative) อย่างสม่ำเสมอ โดยพนักงานในส่วนบริการทุกรายต้องผ่านการทดสอบทักษะพื้นฐานและการสัมภาษณ์จากเจ้าหน้าที่ของ OTO และลูกค้าแต่ละราย เพื่อพิจารณาคุณสมบัติให้ตรงตามข้อกำหนดที่ได้กำหนดไว้กับลูกค้าแต่ละราย ภายหลังจากที่รับพนักงานแล้ว OTO จะอบรมทักษะการให้บริการ รวมถึงการอบรมความรู้ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ โปรแกรมและกระบวนการให้บริการของลูกค้า การใช้ระบบงานผลิตภัณฑ์ของลูกค้าก่อนการให้บริการเป็นระยะเวลา 15-45 วัน ขึ้นอยู่กับลักษณะบริการที่ลูกค้าต้องการก่อนเริ่มปฏิบัติงานจริง

พนักงานฝ่ายสนับสนุน (Back Office)

OTO มีการจัดหาพนักงานฝ่ายสนับสนุนอื่นๆ โดยการรับสมัครงานผ่านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ การประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร รวมถึงการร่วมมือกับเครือข่ายสถาบันการศึกษาในการรับสมัครงาน และการร่วมมือกับ บมจ. สามารถคอร์ปอเรชั่น ในดำเนินการรับสมัครงาน โดย OTO แจกจ่ายตำแหน่งและคุณสมบัติของบุคคลที่ต้องการรับสมัคร หลังจากนั้น บมจ. สามารถคอร์ปอเรชั่น จะจัดหาผู้สมัครที่มีลักษณะตามที่ต้องการส่งให้ OTO เพื่อดำเนินการสัมภาษณ์และคัดเลือกต่อไป

ง) โครงการที่ยังไม่ส่งมอบ

-ไม่มี-

--รายละเอียดเพิ่มเติมสามารถดูได้จากแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) ของบริษัท วันทูวัน คอนแทคส์ จำกัด (มหาชน)---

2.4 สายธุรกิจ Utilities and Transportations

สายธุรกิจ Utilities and Transportations ดำเนินธุรกิจการให้บริการควบคุมจราจรทางอากาศ และธุรกิจผลิตและจำหน่ายกระแสไฟฟ้าแก่โรงงานกัมปอดชีเมนต์ในประเทศกัมพูชา รวมถึงธุรกิจการให้บริการด้านการออกแบบ ก่อสร้างและติดตั้งงานระบบส่งไฟฟ้าครบวงจร โดยปี 2559 สายธุรกิจ Utilities and Transportations มีสัดส่วนรายได้เท่ากับ 3,182.7 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 23.3 ของรายได้รวมของกลุ่มบริษัท สายธุรกิจนี้ประกอบด้วย 8 บริษัท ดังนี้ 1) บริษัท สามารถ อินเตอร์โฮลดิ้ง จำกัด 2) บริษัท แคมโบเดีย แอร์ ทราฟฟิค เซอร์วิส จำกัด 3) บริษัท กัมปอด เพาเวอร์ แพลนท์ จำกัด 4) บริษัท สามารถ ยู-ทรานส์ จำกัด 5) บริษัท เทต้า จำกัด 6) บริษัท ทรานส์เค เพาเวอร์ เซอร์วิส จำกัด 7) บริษัท สามารถ เวสต์ทู เพาเวอร์ จำกัด และ 8) บริษัท สามารถ ยู-ทรานส์ (เมียนมาร์) จำกัด

• **บริษัท สามารต ยู-ทรานส์ จำกัด (“SUT”)**

ก) **ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

ให้บริการจ้างเหมาติดตั้งระบบที่เกี่ยวข้องกับด้านคมนาคม เช่น ระบบอาณัติสัญญาณสำหรับการเดินรถไฟ ระบบที่ใช้สำหรับการควบคุมจราจรทางอากาศ เป็นต้น ซึ่งรวมถึงการติดตั้งโครงการ การจัดซื้อจัดหาอุปกรณ์ และผู้รับเหมางานการทดสอบระบบ ตลอดจนการให้บริการหลังการขาย การซ่อมบำรุง และการเป็นตัวแทนขายบริการรับประกันผลิตภัณฑ์ (Warranty Service) โดย ปี 2559 SUT มีรายได้รวมทั้งสิ้น 37.6 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนรายได้ประมาณร้อยละ 0.3 ของรายได้รวมของกลุ่มบริษัท

ข) **การตลาดและสถานการณ์แข่งขัน**

สินค้าและบริการเป็นสินค้าที่จัดทำเฉพาะให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า และมีเทคโนโลยีที่ทันสมัย การจัดทำจำหน่ายเป็นการขายตรง โดยส่วนใหญ่จะทำการเข้าประมูลแข่งรายอื่นๆ ทั้งนี้ SUT เน้นเป็นการสร้างสัมพันธที่ดีกับลูกค้า ซึ่งเป็นหน่วยงานราชการ และรัฐวิสาหกิจ งานที่จัดทำจำหน่ายและให้บริการมีการแข่งขันทางด้านราคา และต้องอยู่ในงบประมาณที่ภาครัฐกำหนดไว้ SUT จะคัดเลือกพันธมิตรทางธุรกิจที่มีความพร้อมทางเทคโนโลยี และการสนับสนุนเพื่อตอบสนองให้ตรงกับความต้องการลูกค้า สถานการณ์แข่งขันเนื่องจากเป็นเทคโนโลยีเฉพาะ ฉะนั้นการประมูลก็จะมีโอกาสต่อยอด และผูกพันงานต่อเนื่องไปอีกหลายโครงการ

ค) **การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

การจัดหาเทคโนโลยี และอุปกรณ์ของระบบต่าง ๆ นั้น ส่วนใหญ่ SUT จะมีพันธมิตรธุรกิจที่มีความพร้อมในการผลิต โดยพันธมิตรดังกล่าวจะเป็นผู้ผลิตในต่างประเทศ และผลิตภัณฑ์ก็เป็นที่ยอมรับในวงการอยู่แล้ว

ง) **โครงการที่ยังไม่ส่งมอบ**

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 SUT มีโครงการที่ยังไม่ส่งมอบ ดังนี้

ลำดับที่	รายชื่อลูกค้า	ชื่อโครงการ	สัญญา		มูลค่าโครงการ (ล้านบาท)	ความ คืบหน้า*
			วันที่เริ่มต้น	วันที่สิ้นสุด		
1	บริษัท สามารตคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ดำเนินงานให้กับบริษัท วิทยุการบินแห่งประเทศไทย จำกัด	Thailand Modernization CNS/ATM System : TMCS	8/11/2556	7/12/2562	1,628	99%
		SBA/DMA Upgrade Project	19/9/2557	24/12/2562	434	99%
2	การรถไฟแห่งประเทศไทย	ติดตั้งเครื่องกั้นอาณัติสัญญาณ	28/9/2559	26/2/2560	70.42	48%
3	บริษัท วิทยุการบินแห่งประเทศไทย จำกัด	จัดหาและติดตั้งตำแหน่ง ปฏิบัติการ - CWP	30/11/2559	26/1/2061	74	10%

หมายเหตุ : * การรับรู้รายได้ของแต่ละโครงการจะเป็นไปตามสัดส่วนความคืบหน้าของงาน (ความคืบหน้า %)

• **บริษัท เทต้า จำกัด (“TEDA”)**

ก) **ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

ให้บริการก่อสร้างสถานีไฟฟ้า และระบบสายส่งไฟฟ้าแรงสูง ครอบคลุมแบบ EPC คือ ออกแบบทางวิศวกรรม (Engineering) ทั้งด้านโยธาและไฟฟ้า จัดหาอุปกรณ์ (Procurement) และการก่อสร้าง (Construction) เพื่อส่งมอบงานทั้งระบบให้ลูกค้าพร้อมใช้งาน พร้อมบริการติดตั้งและทดสอบระบบ รวมถึงการบำรุงรักษาด้วย โดย ปี 2559

TEDA มีรายได้รวมทั้งสิ้น 1,073.5 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนรายได้ประมาณร้อยละ 7.9 ของรายได้รวมของกลุ่มบริษัท

ข) การตลาดและสภาพการแข่งขัน

กลุ่มลูกค้าหลักคือการไฟฟ้าของรัฐทั้ง 3 แห่งคือ การไฟฟ้าฝ่ายผลิตฯ (กฟผ.) การไฟฟ้านครหลวง (กฟน.) และการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค (กฟภ.) โดยเข้าไปแข่งขันโดยการประมูลงานร่วมกับคู่แข่งรายอื่น ทั้งนี้ TEDA เน้นเรื่องการสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า และคู่ค้า (มีทั้งผู้ผลิตสินค้าและผู้รับเหมา) ทุกอย่างอย่างต่อเนื่อง เพื่อช่วยสนับสนุนและขยายตัวเติบโตไปด้วยกัน

ค) การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

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

ง) โครงการที่ยังไม่ส่งมอบ

ซึ่งดำเนินการโดย TEDA มีโครงการที่ยังไม่ได้ส่งมอบ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 ดังนี้

ลำดับที่	รายชื่อลูกค้า	ชื่อโครงการ	สัญญา		มูลค่าโครงการ (ล้านบาท)	ความคืบหน้า * (%)
			วันที่เริ่ม	วันที่สิ้นสุด		
1	กฟผ.	จัดหาและก่อสร้างสถานีไฟฟ้าย่อย 3 สถานี คือ สฟ.ปลวกแดง (ระยอง), สฟ.วังน้อย (อยุธยา), สฟ.หนองจอก (กรุงเทพ)	5/2/57	4/1/59	263.15	97.7 %
2	กฟน.	จัดหาและก่อสร้างสถานีไฟฟ้าย่อย 2 สถานี คือ สฟ.ประเวศ (กรุงเทพ), สฟ.ขุนศรี (ปทุมธานี)	29/5/57	1/7/59	766.8	58.7 %
3	กฟผ.	จัดหาและก่อสร้างสถานีไฟฟ้าย่อยสุราษฎร์ธานี	5/1/58	5/1/60	488.68	10.0 %
4	IRPC	จัดหาและก่อสร้างสถานีไฟฟ้าย่อยเชิงเนิน จ. ระยอง	16/3/58	15/1/60	267.84	12.8 %
5	กฟน.	จัดหาและก่อสร้างสถานีไฟฟ้าดันทางพระนครไธ จ. สมุทรปราการ	17/7/58	8/12/59	455.47	1.7 %

หมายเหตุ : * การรับรู้รายได้ของแต่ละโครงการจะเป็นไปตามสัดส่วนความสำเร็จของงาน (ความคืบหน้า %)

- กฟน. : การไฟฟ้านครหลวง
- กฟผ. : การไฟฟ้าฝ่ายผลิต

• บริษัท ทรานส์เล็ค เพาเวอร์ เซอร์วิส จำกัด (“TS”)

ก) ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ให้บริการออกแบบ ติดตั้งและทดสอบอุปกรณ์สถานีไฟฟ้า โรงไฟฟ้าและระบบไฟฟ้าแรงสูงของโรงงานตลอดจนให้บริการบำรุงรักษาระบบที่ได้ส่งมอบลูกค้าไปให้ใช้งานได้อย่างต่อเนื่อง โดยปี 2559 TS มีรายได้รวมทั้งสิ้น 185.5 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนรายได้ประมาณร้อยละ 1.4 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 ทางผู้ว่าจ้างจะเป็นผู้จัดหาให้ โดย TS จะเป็นผู้จัดหาอุปกรณ์ประกอบที่เหลือให้พร้อมทำงาน โดยมีพันธมิตรที่เป็นผู้ผลิต จากทั้งในและต่างประเทศให้การสนับสนุน อีกทั้ง TS ยังมีช่างที่วิศวกรและช่างผู้ชำนาญการ ที่พร้อมให้บริการอย่างเพียงพอ

ง) โครงการที่ยังไม่ส่งมอบ

ซึ่งดำเนินการโดย TS มีโครงการที่ยังไม่ได้ส่งมอบ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 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	95%	แก้ไขอาคารและเก็บงานโยธา
2	TOP SPP	Engineering, Procurement and Construction of 115kV Substation No.117	11/4/57	21/4/58	41,500,000	99%	มีงานเพิ่ม
3	การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค	งานติดตั้งอุปกรณ์ภายในสถานีไฟฟ้า 115/10.5 เควี บริษัท เซนจูรี่ ไทร์ (ประเทศไทย) จำกัด จังหวัดระยอง	30/9/58	20/11/58	12,964,000	99%	มีการขยายสัญญา
4	ช.การช่าง	จ้างเหมาก่อสร้างงานก่อสร้าง Substation 115 kV สำหรับโครงการก่อสร้างโรงผลิตน้ำประปาแห่งที่สองเพื่อขยายกำลังการผลิตน้ำประปาในพื้นที่ สมุทรสาคร-นครปฐม	3/8/58	21/12/58	29,500,000	98%	อยู่ระหว่างตรวจรับงาน
5	บริษัท พาวเวอร์แพลนท์ บิวท์เคอร์ จำกัด	จ้างก่อสร้าง 115-22 kV. Conventional Substation ภายในโครงการโรงงานผลิตไฟฟ้าด้วยแสงอาทิตย์ ขนาด 8MW บริเวณตำบลหลุมรัง อำเภอบ่อพลอย จังหวัดกาญจนบุรี	22/9/58	25/12/58	10,300,000	31.3%	มีการขยายสัญญา

ลำดับที่	รายชื่อลูกค้า	ชื่อโครงการ	สัญญา		มูลค่าโครงการ (บาท)	ความคืบหน้า * (%)	หมายเหตุ
			วันที่เริ่ม	วันที่สิ้นสุด			
6	TEDA	งานออกแบบติดตั้งและทดสอบอุปกรณ์ไฟฟ้าแรงสูง พร้อมทั้งอุปกรณ์ระบบป้องกันและควบคุม ณ สฟ.วังน้อย, หนองจอก, ปทุมธานี	6/10/57	4/3/59	16,350,000	98.5%	คงเหลืองานสฟ. ปทุมธานี รอจ่ายไฟเดือนมค.'59
7	การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค	จ้างช่วงงานก่อสร้างสถานีไฟฟ้าและสายส่งระบบ 115KV ภายในแบบระบบเคเบิลใต้ดิน ให้ บริษัท ทรินา โซลาร์ โซลูชัน แอนด์ เทคโนโลยี (ประเทศไทย) จำกัด นิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ อำเภอปทุมธานี จังหวัดระยอง	17/9/58	10/3/59	20,745,600	30%	
8	กัณฑ์ เอ็นจิเนียริง	สัญญาจ้างก่อสร้าง 115-22 kV. Conventional Substation ภายในโครงการวายุวิวัฒน์ฟาร์ม ขนาด 50 MW บริเวณตำบลห้วยบง อำเภอด่านขุนทด จังหวัดนครราชสีมา	22/7/58	10/3/59	47,150,000	44.7%	
9	TEDA	งานก่อสร้างสถานีไฟฟ้า 115/22 KV การไฟฟ้านครหลวง สฟ.ขุนศรี และสฟ.ประเวศ	29/5/58	1/7/60	27,933,558	42.9%	

หมายเหตุ * การรับรู้รายได้ของแต่ละโครงการจะเป็นไปตามสัดส่วนความสำเร็จของงาน (ความคืบหน้า %)

2.5 สายธุรกิจ Technology Related Services

สายธุรกิจ Technology Related Services ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายอุปกรณ์รับสัญญาณโทรทัศน์และจานรับสัญญาณดาวเทียม ธุรกิจการจำหน่ายรับเหมาติดตั้งและซ่อมบำรุงระบบรักษาความปลอดภัยและระบบสื่อสารด้านภาพและเสียง ทั้งระบบที่มีสายและไร้สาย รวมทั้งธุรกิจการให้บริการบริหารจัดการขยะในพื้นที่บริเวณท่าอากาศยานสุวรรณภูมิโดย ปี 2559 สายธุรกิจ Technology Related Services มีสัดส่วนรายได้ 628.8 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 4.6 ของรายได้รวมของกลุ่มบริษัท สายธุรกิจนี้ประกอบด้วย 7 บริษัท ดังนี้ 1) บริษัท สามารถคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) 2) บริษัท วิชั่น แอนด์ ซีเคียวริตี้ ซิสเต็ม จำกัด 3) บริษัท สุวรรณภูมิ เอ็นไวรอนเม้นท์ แคร์ จำกัด 4) บริษัท สามารถ เรดิเทค จำกัด 5) บริษัท สามารถวิศวกรรม จำกัด 6) บริษัท คอนแทค-อิน-วัน จำกัด และ 7) บริษัท แคมโบเดีย สามารถ จำกัด

• บริษัท สามารถวิศวกรรม จำกัด (“SE”)

ข) ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

- ผลิตและจำหน่ายแผงสายอากาศรับสัญญาณโทรทัศน์ระบบ Digital TV สำหรับใช้งานภายในและภายนอกอาคาร ชุดอุปกรณ์ DMATV (Digital Master Antenna Television) สำหรับใช้งานในอาคารสูง และกล่องรับสัญญาณดิจิตอลทีวีภาคพื้นดิน (DVB-T2) ตลอดจนรับจ้างผลิตกล่องรับสัญญาณดิจิตอลเคเบิลทีวี (DVB-C) สำหรับใช้งานเฉพาะระบบเคเบิลทีวีในอาคาร

2. ให้บริการโครงข่ายโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม
3. รับจ้างผลิตงานตู้โลหะกันขโมยประเภทต่างๆ ได้แก่ งานตู้ควบคุมระบบไฟฟ้า ระบบควบคุมกล้องวงจรปิด ตู้แร็คสำหรับใช้งาน IT ตลอดจนชิ้นส่วนโลหะกันขโมยที่สำเร็จรูปต่างๆ

โดยปี 2559 SE มีรายได้รวมทั้งสิ้น 322.7 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนรายได้ประมาณ ร้อยละ 2.4 ของรายได้รวมของกลุ่มบริษัท

ข) การตลาดและภาวะการแข่งขัน

ธุรกิจผลิตและจำหน่ายแผงสายอากาศรับสัญญาณโทรทัศน์ งานรับสัญญาณดาวเทียมระบบต่างๆ 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 ปัจจุบันมีการขยายฐานการผลิตและจำหน่ายสินค้าและบริการติดตั้งระบบดิจิทัลทีวี สำหรับกลุ่มลูกค้า ประเภทอาคารสูง เช่น อาคารสำนักงาน โรงแรม โรงพยาบาล เป็นต้น

ภาวะการแข่งขันในปัจจุบัน ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการจะใช้กลยุทธ์การตลาดด้านราคาเป็นหลักเพื่อให้มีส่วนแบ่งตลาด (Market Share) เพิ่มขึ้น และจะต้องคำนึงถึงเรื่องบริการหลังการขายเข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่งจะเป็นปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งที่ผู้บริโภคใช้ประกอบการตัดสินใจ

ธุรกิจให้บริการโครงข่ายโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม ปัจจุบัน ผู้ให้บริการโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมมีจำนวนรายลดน้อยลงมาก สืบเนื่องจาก มีหน่วยงาน กสทช. กำกับดูแล เนื้อหารายการออกอากาศที่ไม่เหมาะสม ภาวะการแข่งขันในตลาดยังอยู่ในระดับต่ำ ส่วนใหญ่ผู้ให้บริการจะเน้นเรื่องคุณภาพของการให้บริการเป็นหลัก

ค) การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ปัจจุบันในระบบการส่งสัญญาณโทรทัศน์มีการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาใช้มากขึ้น เช่น มีการเปลี่ยนแปลงการส่งสัญญาณจากระบบอนาล็อกมาเป็นดิจิทัล และการใช้ดาวเทียมในการส่งสัญญาณ โดยได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ รองรับการใช้งานดิจิทัลในระบบอาคาร มีการนำเทคโนโลยีจากต่างประเทศเข้ามาพัฒนาปรับปรุงคุณภาพสินค้า ตลอดจนการหาพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลง

สำหรับอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการใช้งานในการรับสัญญาณโทรทัศน์ในระบบ ดิจิตอลนั้น ทาง SE ได้เตรียมความพร้อม และได้ทำการพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์สินค้าจนได้อุปกรณ์ที่มีประสิทธิภาพ และตอบสนองความต้องการของผู้ใช้เป็นอย่างดี

• บริษัท วิชั่น แอนด์ ซีเคียวริตี้ ซีเอสเอ็ม จำกัด (“VSS”)

ก) ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ดำเนินธุรกิจการจำหน่าย ออกแบบ รับเหมาติดตั้งและซ่อมบำรุง ระบบรักษาความปลอดภัย ระบบโทรทัศน์วงจรปิด (CCTV) ระบบเสียงประกาศทั่วไป ระบบสื่อสารต่างๆ ภายในอาคาร และระบบภาพระบบเสียงสำหรับห้องประชุม ห้องจัดเลี้ยงขนาดใหญ่ (Auditorium) รวมทั้งระบบสื่อสารส่งการสำหรับห้องศูนย์ปฏิบัติการ (Operation

and Command Center) ซึ่ง VSS เน้นการทำตลาดเฉพาะกับลูกค้าภาครัฐและเอกชนขนาดใหญ่ โดยคำนึงถึงหลักการด้านวิศวกรรม ความทันสมัยของระบบเพื่อให้ลูกค้าได้รับผลตอบแทนที่คุ้มค่า

ข) การตลาดและสถานการณ์แข่งขัน

การตลาด

VSS มุ่งเน้นลูกค้าราชการ รัฐวิสาหกิจและเอกชนขนาดใหญ่ โดยเข้าถึงลูกค้าสม่ำเสมอเพื่อเข้าใจถึงความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าเพื่อนำเสนอและแบ่งปันประสบการณ์ของบริษัททั้งด้านผลิตภัณฑ์และเทคโนโลยี

เน้นคุณภาพสินค้าทั้งด้านความทันสมัยและคงทนถาวรตลอดจนความประณีตในการติดตั้ง เพื่อให้ลูกค้าได้ประโยชน์และมีความพึงพอใจสูงสุด

เน้นบริการหลังการขายโดยดูแลลูกค้าระหว่างรับประกันสม่ำเสมอและเสนอขายบริการซ่อมบำรุงรักษาหลังจากหมดระยะเวลาประกัน

สถานะการแข่งขัน

ตลาดด้านระบบการรักษาความปลอดภัยโดยเฉพาะระบบกล้องโทรทัศน์วงจรปิดเติบโตเร็วต่อเนื่องมาหลายปี และจะเติบโตต่อไป VSS จึงเน้นกลุ่มลูกค้าที่มีความจำเป็นต้องใช้เงินลงทุนในระบบความปลอดภัยสูง ทั้งหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ และบริษัทเอกชนขนาดใหญ่ (ตลาดบน) ซึ่งมีการแข่งขันน้อย VSS มีผลงานและมีชื่อเสียงดีเป็นที่ยอมรับของลูกค้ากลุ่มนี้มาช้านานทำให้มีโอกาสขยายงานได้มาก มีผู้ประกอบการนำเข้าอุปกรณ์โทรทัศน์วงจรปิดจากประเทศจีนเข้ามาจำหน่ายเป็นจำนวนมาก VSS จึงไม่ร่วมเข้าแข่งขันในตลาดกลุ่มนี้ (ตลาดล่าง) แต่ VSS ยังคงนำเข้าอุปกรณ์โทรทัศน์วงจรปิดจากประเทศจีน เกาหลี และไต้หวัน ไว้ให้บริการลูกค้ากลุ่มนี้อยู่บ้างเพื่อให้ครบวงจร

ค) การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

1. เป็นตัวแทนจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียวสำหรับระบบบันทึกภาพและบริหารจัดการระบบกล้องโทรทัศน์วงจรปิด (CCTV Recording And Management) ยี่ห้อ Nice Vision และระบบบริหารจัดการสถานการณ์ฉุกเฉิน (Situation Management) ยี่ห้อ Qognify จากประเทศอิสราเอล
2. เป็นคู่ค้ากับบริษัทโรเบิร์ตบ็อกซ์ (ประเทศไทย) จำกัด โดยเป็นตัวแทนจำหน่ายอุปกรณ์กล้องโทรทัศน์วงจรปิดระบบเสียงประกาศทั่วไปและระบบควบคุมการเข้าออกประตู
3. เป็นคู่ค้ากับบริษัทครีเอตัส คอร์ปอเรชั่นจำกัด โดยเป็นตัวแทนจำหน่ายระบบ X-Ray ตรวจหาอาวุธ ยี่ห้อ Astrophysic และเครื่องตรวจโลหะ ยี่ห้อ CEIA
4. เป็นคู่ค้ากับ บริษัท Axis (Thailand) จำกัด โดยเป็นตัวแทนจำหน่ายอุปกรณ์กล้องโทรทัศน์วงจรปิด
5. เป็นคู่ค้ากับ บริษัท Mopho Detection ประเทศฝรั่งเศส โดยเป็นตัวแทนจำหน่ายอุปกรณ์ตรวจหาร่องรอยสารเสพติดและสารระเบิด และระบบตรวจหาสารระเบิดและสารต้องห้ามในกระเป๋าสัมภาระในกิจการการบิน

นอกจากนี้ยังนำเข้าอุปกรณ์กล้องโทรทัศน์วงจรปิดและชุดบันทึกภาพแบบต่างๆ จากประเทศจีน เกาหลีและไต้หวัน เพื่อไว้รองรับลูกค้าโรงงาน บ้านพักอาศัย และร้านค้า

ง) โครงการที่ยังไม่ส่งมอบ

ซึ่งดำเนินการโดย VSS มีโครงการที่ยังไม่ส่งมอบ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 ดังนี้

ลำดับที่	รายชื่อลูกค้า	ชื่อโครงการ	สัญญา		มูลค่าโครงการ (ล้านบาท)	ความคืบหน้า (%)
			วันที่เริ่ม	วันที่สิ้นสุด		
1	สนามบินสุวรรณภูมิ	ซ่อมบำรุง CCTV	01/10/58	12/03/60	13.46	80
2	ธนาคารออมสิน	ซ่อมบำรุง ระบบห้องประชุม	12/12/59	11/12/60	0.67	5
3	สำนักงานการจราจรและขนส่ง กรุงเทพมหานคร	ซ่อมบำรุง CCTV 11 เขต	01/10/59	30/09/60	12.57	25
4	สำนักงานการจราจรและขนส่ง กรุงเทพมหานคร	ซ่อมบำรุง CCTV 28 เขต	01/10/59	30/09/60	8.24	25
5	สำนักงานการจราจรและขนส่ง กรุงเทพมหานคร	ซ่อมบำรุง CCTV สวนสาธารณะ	01/10/59	30/09/60	21.54	25
6	สำนักงานการจราจรและขนส่ง กรุงเทพมหานคร	เช่าระบบ CCTV 6 อำเภอภาคใต้	29/09/59	30/04/65	570.23	2
7	สำนักงานการจราจรและขนส่ง กรุงเทพมหานคร	จ้างสร้างอาคารปฏิบัติการและปรับปรุง ห้องควบคุมงาน CCTV 6 อำเภอภาคใต้	29/09/59	30/06/60	73.3	15

- หมายเหตุ: 1. การรับรู้รายได้ของแต่ละโครงการจะเป็นไปตามสัดส่วนความสำเร็จของงาน (ความคืบหน้า %)
2. การรับรู้รายได้ของงาน กอ.รมน. เช่าระบบ CCTV 6 อำเภอใต้จะรับรู้เป็นรายเดือน เดือนละ 9.50 ล้านบาท เป็นเวลา 60 เดือน นับตั้งแต่เดือน เม.ย. 2560

โครงสร้างรายได้จากการขายและบริการ

(หน่วย : ล้านบาท)

สายธุรกิจ	ดำเนินการโดย	สัดส่วนการถือหุ้นปี 2559 (%) ⁽¹⁾	2557		2558		2559	
			รายได้ ⁽²⁾	%	รายได้ ⁽²⁾	%	รายได้ ⁽²⁾	%
1) ICT Solution and Service	บจก. สามารถคอมเทค	70.14	1,781.8	7.5	2,164.9	11.8	2,470.7	18.1
	บมจ. สามารถเทลคอม	70.14	1,723.3	7.2	1,118.2	6.1	891.5	6.5
	บจก. สามารถคอมมิวนิเคชั่น เซอร์วิส	70.14	1,792.7	7.5	1,200.2	6.5	802.5	5.9
	บริษัทย่อยอื่นๆ	-	1,225.7	5.1	1,173.8	6.4	1,418.5	10.3
รวม			6,523.5	27.3	5,657.1	30.8	5,583.2	40.8
2) Mobile Multimedia	บมจ. สามารถ ไอ-โมบาย	71.47	9,566.1	40.1	6,334.8	34.5	2,474.2	18.1
	บริษัทย่อยอื่นๆ	-	2,787.7	11.6	1,369.7	7.4	883.1	6.5
รวม			12,353.8	51.7	7,704.5	41.9	3,357.3	24.6
3) Call Center	บมจ. วันทูวัน คอนแทคส์	69.18	668.5	2.8	936.6	5.1	916.2	6.7
	บริษัทย่อยอื่นๆ	-	-	-	3.9	0.0	7.3	0.0
รวม			668.5	2.8	940.5	5.1	923.5	6.7
4) Utilities and Transportations	บจก. แคม โบเดีย แอร์ ทราฟฟิค เซอร์วิส	100	1,207.5	5.1	1,490.4	8.1	1,770.3	12.9
	บริษัทย่อยอื่นๆ	-	1,206.2	5.1	1,089.9	6.0	1,412.4	10.4
รวม			2,413.7	10.2	2,580.3	14.1	3,182.7	23.3
5) Technology Related Services	บจก. สามารถวิศวกรรม	99.99	495.6	2.1	586.0	3.2	322.7	2.4
	บริษัทย่อยอื่นๆ	-	1,424.6	5.9	897.7	4.9	306.1	2.2
รวม			1,920.2	8.0	1,483.7	8.1	628.8	4.6
รวมรายได้จากการขายสินค้าและบริการ			23,879.7	100.0	18,366.1	100.0	13,675.5	100.0

หมายเหตุ : ⁽¹⁾ เป็นการแสดงสัดส่วนการถือหุ้นในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมทั้งทางตรงและทางอ้อม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559

⁽²⁾ เป็นรายได้จากการขายและบริการ หลังหักรายการระหว่างกัน

3. ปัจจัยความเสี่ยง

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

1. ความเสี่ยงจากการดำเนินงาน

ความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ ICT Solution and Service

เนื่องจาก ICT Solution and Service ดำเนินธุรกิจการติดตั้งและให้บริการระบบ ICT ครบวงจร โดยมีลูกค้าหลักคือหน่วยงานของภาครัฐและรัฐวิสาหกิจ ดังนั้นหากภาครัฐมีการชะลอการใช้จ่ายงบประมาณด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารลง ก็จะส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ อย่างไรก็ดี บริษัทฯ ได้พยายามลดความเสี่ยงโดยการกระจายฐานลูกค้าให้กว้างขึ้น ครอบคลุมกระทรวงและหน่วยงานรัฐวิสาหกิจที่หลากหลายมากขึ้น เพื่อลดความเสี่ยงในการเปลี่ยนแปลงนโยบาย ความล่าช้าในการประมูลงาน หรือการถูกตัดงบประมาณของแต่ละหน่วยงาน อีกทั้งยังมีแผนจะขยายฐานลูกค้าที่ไม่ใช่หน่วยงานภาครัฐเพิ่มเติม เพื่อลดความเสี่ยงจากการพึ่งพาหน่วยงานภาครัฐมากเกินไป อีกทั้งบริษัทฯ มีการดำเนินนโยบายเพิ่มแหล่งรายได้ประจำ (Recurring Revenues) เนื่องจากการมีรายได้ประจำจะช่วยลดความเสี่ยงในเรื่องของความเสี่ยงของรายได้บริษัทฯ นอกจากนี้ยังมีความเสี่ยงจากการที่บริษัทฯ มีการให้บริการด้วยเทคโนโลยีที่หลากหลาย อาจทำให้พนักงานมีความรู้หรือความเชี่ยวชาญไม่เพียงพอในเทคโนโลยีนั้นๆ ทำให้แก้ปัญหาไม่ถูกจุด ซึ่งความเสี่ยงในด้านนี้ ทางบริษัทฯ ได้มีการจัดแบ่งทีมงานออกเป็นกลุ่มที่มีความเชี่ยวชาญในแต่ละด้าน และจัดอบรมอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงหา partner ที่เป็นผู้นำด้านเทคโนโลยี เพื่อพัฒนาให้พนักงานมีความรู้ความชำนาญที่เพียงพอ

ความเสี่ยงจากการดำเนินงานในธุรกิจ Mobile Multimedia

● ธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่

เนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคมีความต้องการใช้งานด้าน data เพิ่มขึ้น ส่งผลให้ยอดขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภทสมาร์ตโฟนเพิ่มสูงขึ้น นอกจากนี้ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่รายใหญ่ทั้งสามรายทำแบรนด์โทรศัพท์เคลื่อนที่ของตนเอง โดยมีการจัดการการส่งเสริมการขายลดราคาเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ผู้ถือกับการใช้แพ็คเกจการใช้งาน ซึ่งทางบริษัทฯ เองได้เตรียมรับความเสี่ยงในเรื่องนี้โดยการปรับกลยุทธ์โดยลดสัดส่วนผลิตภัณฑ์พีเจียโฟน และเพิ่มสัดส่วนสมาร์ตโฟนให้สูงขึ้น เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป และหลีกเลี่ยงความเสี่ยงจากสงครามราคาของสมาร์ตโฟน โดยจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์ให้ชัดเจน โดยมี fighting model ที่คุ้มค่าที่สุดในแต่ละรุ่น นอกจากนี้ การให้บริการหลังการขายก็นับเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญ เนื่องจากการแข่งขันในการให้บริการแก่ลูกค้า มีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภคซึ่งจะส่งผลกระทบต่อยอดขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยบริษัทฯ มีการเพิ่มจุดให้บริการ และพนักงานในศูนย์บริการในพื้นที่สำคัญฝึกอบรมช่างเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ รวมทั้งลดขั้นตอนการทำงานเพื่อบริการลูกค้าได้อย่างรวดเร็วขึ้น รวมทั้งทำสื่อการตลาดและโฆษณาเพื่อสร้างความเชื่อมั่นและวางใจในมาตรฐานการให้บริการหลังการขาย และปัจจัยเสี่ยงประการสุดท้ายของกลุ่มโทรศัพท์เคลื่อนที่คือ ความเสี่ยงด้านการจัดการสินค้าคงคลัง จากยอดขายสมาร์ตโฟนที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว และยอดขายพีเจียโฟนที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง ทำให้บริษัทฯ เพิ่มความเข้มงวดในมาตรการบริหารสินค้าคงคลังให้มีความแม่นยำมากยิ่งขึ้น บริษัทฯ จึงได้กำหนดนโยบายกระจายความเสี่ยงโดยการลดจำนวนการสั่งซื้อสินค้าใหม่ และควบคุมอัตราการหมุนเวียนของสินค้าคงคลังอย่างใกล้ชิด

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

จากการที่บริษัทฯ เป็นผู้ประกอบการให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่เสมือน (MVNO) ซึ่งไม่มีโครงข่ายเป็นของตัวเอง แต่เป็นการดำเนินธุรกิจในลักษณะของการซื้อบริการสำเร็จรูปมาจากบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) และบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นเจ้าของโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ และนำไปให้บริการต่อแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ซึ่งโครงข่ายของทีโอทีในเฟส 1 นั้นมีสถานีฐานไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ ส่งผลให้ไม่สามารถให้บริการได้ทั่วประเทศ และการทำการตลาดยาก ทำให้มีโอกาสที่ผู้ให้บริการจะยกเลิกได้ในภายหลังการเปิดให้บริการ

• **ธุรกิจให้บริการข้อมูลข่าวสารและบันเทิง (Content)**

สำหรับธุรกิจคอนเทนต์นั้น ปัจจัยความเสี่ยงหลักที่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจคือการลดลงของผู้ใช้งานอันเนื่องมาจากการเปลี่ยนถ่าย และวิวัฒนาการในการเข้าถึงข้อมูล จากระบบโทรศัพท์พื้นฐาน ระบบอินเทอร์เน็ตสำหรับคอมพิวเตอร์ คอมพิวเตอร์พกพา ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่จากยุค 2 จี ในอดีต มาถึง 4 จี ในปัจจุบัน 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 การเปิดกว้างทางเทคโนโลยียังส่งผลกระทบต่อเนื่องไปยังบทบาทความสำคัญของบริษัทฯ ที่ทำหน้าที่เป็น Content Provider หรือตัวกลางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร เมื่อผู้ผลิตคอนเทนต์ สามารถผันตัวขึ้นมาเป็นผู้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้แก่ผู้ใช้งานได้เอง โดยอาศัยการลงทุนด้านโครงข่าย ระบบจัดการข้อมูล และการเชื่อมต่อกับผู้ให้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน และโทรศัพท์เคลื่อนที่ ภายใต้งานที่สามารรถลงทุนได้ บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงภาวะความเสี่ยงที่เกิดขึ้น และมีกลยุทธ์เพื่อต่อรองสิทธิพิเศษจากผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น ข้อความประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมายหลักอย่างต่อเนื่องเพื่อกระตุ้นการใช้งาน ซึ่งผู้ประกอบการรายเล็ก ไม่สามารถมีอำนาจต่อรองได้ ตลอดจนโครงสร้างส่วนแบ่งรายได้ที่เป็นธรรม รวมถึงการสนับสนุนทางเทคนิคอย่างใกล้ชิดเมื่อเกิดปัญหา ทำให้บริษัทฯ ยังคงความสัมพันธ์อันดีกับผู้ผลิตคอนเทนต์ทุกราย และดำเนินงานอย่างราบรื่นด้วยดีเสมอมา

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

ความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ Call Center

- **ธุรกิจให้บริการศูนย์ประสานงานลูกค้า (Call Center)**

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

ความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ Utilities and Transportations

- **ธุรกิจการจราจรทางอากาศ**

ความเสี่ยงในธุรกิจการจราจรทางอากาศนั้น โดยมากแล้วมักเกี่ยวข้องกับระบบความปลอดภัย โดยระบบการปฏิบัติงานต่างๆ ระบบสื่อสารกับนักบิน หรือระบบคอมพิวเตอร์ต่างๆ ไม่สามารถหยุดการทำงานได้ โดยทางบริษัทฯ ได้มีการติดตั้งอุปกรณ์สำรอง เป็นจำนวน 2 ระบบ เพื่อป้องกันความเสี่ยงในด้านนี้ นอกจากนี้ เรายังมีช่างเทคนิคที่คอยปฏิบัติงานอยู่ตลอด 24 ชั่วโมงและมีการ ตรวจสอบความพร้อม และความสมบูรณ์ของอุปกรณ์ในทุกๆ 3 เดือน

- **ธุรกิจรับจ้างก่อสร้างสถานีไฟฟ้าและสายส่ง**

สำหรับธุรกิจรับจ้างก่อสร้างสถานีไฟฟ้าและสายส่งนั้น ลูกค้าส่วนใหญ่เป็น โครงการของภาครัฐ ทำให้มีความเสี่ยงจากความล่าช้า ของการประมูลโครงการเมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง ดังนั้นทางบริษัทฯ จึงมีนโยบายในการหาโครงการของเอกชนที่ได้รับ อนุมัติแล้วเพิ่มเติมเพื่อลดความเสี่ยงทางด้านนี้ นอกจากนี้ยังมีความเสี่ยงด้านการแข่งขันสูงในตลาด จากคู่แข่งทั้งในและต่างประเทศ โดยที่คู่แข่งบางรายเป็นผู้ผลิตอุปกรณ์เองด้วย ทำให้บริษัทฯ มีความเสียเปรียบด้านราคา ซึ่งเรื่องนี้ทางบริษัทฯ ได้ลดความเสี่ยง โดยการหาช่องทางการเป็นพันธมิตรกับผู้ผลิตอุปกรณ์ที่มีศักยภาพ เพื่อให้มีต้นทุนสินค้าต่ำลง และสามารถแข่งขันได้

ความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ Technology Related Services

- **ธุรกิจผลิตและจำหน่ายอุปกรณ์รับสัญญาณโทรทัศน์ในระบบดิจิตอลทีวี**

ความเสี่ยงของธุรกิจผลิตและจำหน่ายอุปกรณ์รับสัญญาณโทรทัศน์ในระบบดิจิตอลทีวีคือ เรื่องของการแข่งขันในตลาด เนื่องจากตัว ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างเพียงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับคู่แข่ง บริษัทฯ จึงเน้นพัฒนาคุณภาพของเสาอากาศทีวี โดยจะมีการพัฒนาเสาอากาศให้มีขนาดเล็กลง และจะเน้นผลิตและจำหน่ายเสาอากาศสำหรับภายนอก เพื่อเพิ่มโอกาสในการแข่งขัน

2. ความเสี่ยงด้านการเงิน

ความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

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

โดยบริษัทฯ ได้มีการทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้าและมีการติดตามสถานการณ์ความเคลื่อนไหวของอัตราแลกเปลี่ยนอย่างใกล้ชิด

ความเสี่ยงด้านอัตราดอกเบี้ย

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

ความเสี่ยงจากหนี้สงสัยจะสูญ

บริษัทฯ มีความเสี่ยงจากความสามารถในการชำระหนี้จากลูกหนี้ทางการค้าประเภทต่างๆ จากงบการเงินรวม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทฯ มีบัญชีลูกหนี้การค้ารวม 8,681.33 ล้านบาท โดยลูกหนี้จำนวน 2,265.14 ล้านบาท เป็นลูกหนี้ที่มียอดค้างชำระนานกว่า 12 เดือน อย่างไรก็ดีตาม บริษัทฯ ทำการตั้งค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญไว้แล้วเป็นจำนวนทั้งสิ้น 124.75 ล้านบาท บริษัทฯ ได้กำหนดนโยบายอย่างรอบคอบ เพื่อประเมินการปล่อยสินเชื่อสำหรับลูกค้าอย่างเคร่งครัดและติดตามให้มีการจัดเก็บเงินเชื่อเพื่อลดปัญหาความเสี่ยงจากปัญหานี้ด้วยดังกล่าว

ความเสี่ยงจากการเป็นบริษัทที่ประกอบธุรกิจโดยการถือหุ้นในบริษัทอื่น (Holding Company)

ในฐานะที่เป็นบริษัทที่ประกอบธุรกิจโดยการถือหุ้นในบริษัทอื่น ซึ่งผลประโยชน์ของบริษัทฯ จึงขึ้นอยู่กับผลการดำเนินงานของบริษัทย่อย อีกทั้งการจ่ายเงินปันผลของบริษัทฯ ยังขึ้นอยู่กับผลประโยชน์และการกระจายเงินสดของบริษัทย่อยเหล่านั้น หากผลประโยชน์ของบริษัทย่อยไม่เป็นไปตามเป้าหมายจะส่งผลกระทบต่อจ่ายเงินปันผลของบริษัทฯ ได้ บริษัทฯ ได้บริหารความเสี่ยงดังกล่าว โดยมีนโยบายการลงทุนที่มุ่งเน้นการลงทุนในธุรกิจที่มีศักยภาพและมีแนวโน้มการเติบโตสูง มีรายได้ที่แน่นอน ความเสี่ยงต่ำ และให้ผลตอบแทนในการลงทุนสูงแก่บริษัทฯ นอกจากนี้ยังกำหนดให้บริษัทในกลุ่มจัดทำแผนธุรกิจ และเสนอแผนดำเนินการและงบประมาณประจำปี ซึ่งต้องผ่านการพิจารณาและอนุมัติของคณะกรรมการบริษัทฯ รวมทั้งมีการติดตามผลงานของแต่ละธุรกิจอย่างใกล้ชิดเพื่อวางแผนรับความเสี่ยงอย่างทันทั่วทั้ง

ทั้งนี้ การจ่ายเงินปันผลของบริษัทย่อยและบริษัทรวม เป็นไปตามกฎหมายที่บังคับใช้และ/หรือ ข้อจำกัดอื่นๆ รวมถึงสัญญาทางการเงินต่างๆ อย่างครบถ้วนทุกประการ

ความเสี่ยงจากการลงทุนระยะสั้นในหลักทรัพย์

จากงบการเงิน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทฯ มีการลงทุนระยะสั้นในหลักทรัพย์เป็นจำนวน 70.27 ล้านบาท หลักทรัพย์ดังกล่าวจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ภาวะความผันผวนในตลาด การเปลี่ยนแปลงทางการเมือง รวมถึงผลกระทบต่างๆ จากภาวะเศรษฐกิจจะมีผลต่อราคาหลักทรัพย์ที่บริษัทฯ ถือไว้ ทั้งนี้บริษัทฯ ได้มีการติดตามความเคลื่อนไหวต่างๆ อันจะนำมาสู่ความเสี่ยงดังกล่าวอย่างใกล้ชิดและบริษัทฯ มีการประชุมความเสี่ยงเป็นประจำ เพื่อติดตามข่าวสารการลงทุน เพื่อที่จะได้ดำเนินการอย่างทันทั่วทั้งที่เมื่อจำเป็น

3. ความเสี่ยงด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม

ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ที่จะดำรงอยู่ได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืนนั้น ต้องพึ่งพาการสนับสนุนจากชุมชนและสังคม การดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ที่ส่งผลกระทบต่อทางลบต่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม อาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของบริษัทฯ นำมาซึ่งผลกระทบต่อผล

การดำเนินงานของบริษัทฯ ในระยะยาว บริษัทฯ จึงได้ให้ความสำคัญด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม การพัฒนาคุณภาพชีวิต พัฒนาความเจริญให้แก่ชุมชน โดยบริษัทฯ ได้กำหนดนโยบายและแนวทางปฏิบัติ โดยมีการสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน ตลอดจนผู้นำชุมชน เพื่อประสานความร่วมมือในการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืนและเป็นรูปธรรม โดยบริษัทฯ มีการจัดประกวดนวัตกรรมทางด้านเทคโนโลยี การให้ทุนการศึกษา การปรับปรุงห้องสมุดและสนามเด็กเล่นให้กับ โรงเรียน ในต่างจังหวัด การสนับสนุนเครื่องคอมพิวเตอร์แก่เด็กนักเรียนในพื้นที่ห่างไกล และการจัดฝึกอบรมความรู้เสริมทักษะวิชาชีพในสายเทคโนโลยีสื่อสารโทรคมนาคม เพื่อสร้างบุคลากรที่มีคุณภาพผู้สังคมไทย นอกจากนี้ บริษัทฯ มีการดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่า โดยบริษัทฯ มีนโยบายเพื่อการส่งเสริมให้ความรู้ และฝึกอบรมพนักงานในองค์กรเรื่องสิ่งแวดล้อม เพื่อปลูกฝังให้พนักงานทุกคนคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมในการปฏิบัติหน้าที่อยู่เสมอ และมีการสร้างจิตสำนึกให้พนักงาน ผ่านสื่อภายในและโครงการณรงค์ประหยัดพลังงานอย่างต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี บริษัทฯ ยังคงดำเนินงานตามนโยบายด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งหวังให้บริษัทฯ และชุมชนสามารถอยู่ร่วมกัน และเติบโตไปด้วยกันอย่างเกื้อกูลและยั่งยืน

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์

ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ของบริษัทฯ และบริษัทย่อย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 และ 2558 มีดังนี้

(หน่วย : ล้านบาท)

สินทรัพย์	มูลค่าสุทธิตามบัญชี	
	ณ 31 ธันวาคม 2559	ณ 31 ธันวาคม 2558
ที่ดิน	561.48	561.50
อาคารและส่วนปรับปรุง	57.03	69.45
อุปกรณ์สำนักงาน	520.74	542.36
เครื่องจักรและอุปกรณ์	4,034.23	4,320.22
ยานพาหนะ	64.25	65.97
สินทรัพย์ระหว่างดำเนินการ	145.56	209.46
รวม	5,383.29	5,768.96

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมียอดคงเหลือของเครื่องจักร ยานพาหนะ และอุปกรณ์ซึ่งได้มาภายใต้สัญญาเช่าทางการเงิน โดยมีมูลค่าสุทธิตามบัญชีเป็นจำนวนเงิน 50 ล้านบาท และงบการเงินเฉพาะกิจการ 18 ล้านบาท (2558: 63 ล้านบาท และงบการเงินเฉพาะกิจการ 25 ล้านบาท)

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีอาคารและอุปกรณ์จำนวนหนึ่งซึ่งตัดค่าเสื่อมราคาหมดแล้วแต่ยังใช้งานอยู่ มูลค่าตามบัญชีก่อนหักค่าเสื่อมราคาสะสมและค่าเผื่อการด้อยค่าของสินทรัพย์ดังกล่าวมีจำนวนเงินประมาณ 7,346 ล้านบาท และงบการเงินเฉพาะกิจการ 680 ล้านบาท (2558: 5,460 ล้านบาท และงบการเงินเฉพาะกิจการ 601 ล้านบาท)

บริษัทฯ และบริษัทย่อยได้จัดให้มีการประเมินราคาที่ดินในระหว่างไตรมาสสี่ของปี 2557 โดยผู้ประเมินราคาอิสระซึ่งใช้วิธีเปรียบเทียบกับข้อมูลราคาตลาด โดยผลจากการประเมินราคาใหม่ทำให้มูลค่าของที่ดินและส่วนเกินทุนจากการตีราคาที่ดินในงบการเงินรวมเพิ่มขึ้นประมาณ 82 ล้านบาท (งบการเงินเฉพาะกิจการ: 24 ล้านบาท) หากบริษัทฯ และบริษัทย่อยแสดงมูลค่าของที่ดินดังกล่าวด้วยวิธีราคาทุนมูลค่าสุทธิตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 และ 2558 จะเป็นดังนี้

(หน่วย : ล้านบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2559	2558	2559	2558
ที่ดิน	97.74	97.74	62.70	62.70

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

ในปี 2559 บริษัท กัมปอด พาวเวอร์ แพลนท์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยได้ตั้งค่าเผื่อการด้อยค่าของสินทรัพย์ถาวรจำนวน 17 ล้านบาท (2558: ไม่มี) ที่บันทึกในงบการเงินรวม เนื่องจากบริษัทย่อยได้พิจารณาประมาณการกระแสเงินสดในอนาคตมีมูลค่าต่ำกว่ามูลค่าสุทธิตามบัญชีของเครื่องจักรสำหรับโครงการผลิตและจำหน่ายกระแสไฟฟ้าในประเทศกัมพูชา

บริษัท สยามสปอร์ต เทเลวิชั่น จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยได้นำอุปกรณ์มูลค่าสุทธิตามบัญชี จำนวนประมาณ 40 ล้านบาท (2558: 50 ล้านบาท) ไปกำกับงเงินสินเชื่อที่ได้รับจากธนาคาร

สินทรัพย์ที่มีไว้เพื่อโครงการในอนาคต

มูลค่าสินทรัพย์ที่มีไว้เพื่อโครงการในอนาคต - สุทธิ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 และ 2558 มีดังนี้

(หน่วย : ล้านบาท)

สินทรัพย์	มูลค่าสุทธิตามบัญชี	
	ณ 31 ธันวาคม 2559	ณ 31 ธันวาคม 2558
ที่ดิน	23.25	23.25
อาคารและส่วนปรับปรุง	0.45	0.66
รวม	23.70	23.91

สินทรัพย์ให้เช่า

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

ผู้เช่า	พื้นที่ (ตารางเมตร)	ค่าเช่าต่อเดือน (บาท)
บริษัท สามารถเทลคอม จำกัด (มหาชน)	50.00	2,383.00
บริษัท สามารถคอมมิวนิเคชั่น เซอร์วิส จำกัด	721.23	34,373.82
บริษัท พอสเน็ต จำกัด	55.68	2,653.71
บริษัท สามารถ อินโฟเนด จำกัด	15.91	758.27
บริษัท สามารถ มัลติมีเดีย จำกัด	37.50	1,787.25
บริษัท สามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน)	450.00	21,447.00

หมายเหตุ: อายุสัญญาเช่า 3 ปี

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

ผู้เช่า	พื้นที่ (ตารางเมตร)	ค่าเช่าต่อเดือน (บาท)
บริษัท สามารถคอมเทค จำกัด	430.00	17,561.00
บริษัท สามารถวิศวกรรม จำกัด	2,270.00	92,000.00

หมายเหตุ: อายุสัญญาเช่า 3 ปี

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

ผู้เช่า	พื้นที่ (ตารางเมตร)	ค่าเช่าต่อเดือน (บาท)
บริษัท สามารถคอมเทค จำกัด	374.72	46,765.06
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	1,222.86	152,612.93
บริษัท สามารถ อินโฟเนด จำกัด	265.70	33,159.36
บริษัท สามารถคอมมิวนิเคชั่น เซอร์วิส จำกัด	647.22	80,773.06

ผู้เช่า	พื้นที่ (ตารางเมตร)	ค่าเช่าต่อเดือน (บาท)
บริษัท สามารถเทลคอม จำกัด (มหาชน)	885.64	110,527.87
บริษัท วิชั่น แอนด์ ซิเคียวตี้ ซิสเต็ม จำกัด	627.00	78,249.60
บริษัท สุวรรณภูมิ เอ็นไวรอนเม้นท์ แคร์ จำกัด	13.00	1,622.40
บริษัท พอสเน็ท จำกัด	841.35	105,000.48
บริษัท เอ็นเตอร์เทนเม้นท์ ทรี จำกัด	15.00	1,872.00
บริษัท เทค้า จำกัด	45.00	5,616.00
บริษัท ทรานส์เล็ค เพาเวอร์ เซอร์วิส จำกัด	15.00	1,872.00
บริษัท พอร์ตแลนด์ จำกัด	139.29	17,383.39
บริษัท สามารถวิศวกรรม จำกัด	5.00	624.00
บริษัท สามารถ ไอ-สปอร์ต จำกัด	150.00	18,720.00
บริษัท มอลส์ไทยแลนด์ จำกัด	65.00	8,112.00
หมายเหตุ: อายุสัญญาเช่า 3 ปี		

ค่าเช่าจ่ายล่วงหน้า บริษัทฯ มีมูลค่าของค่าเช่าจ่ายล่วงหน้าสุทธิ ดังแสดงในตารางต่อไปนี้

มูลค่าค่าเช่าจ่ายล่วงหน้า - สุทธิ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559

รายการ	อายุงานทั้งหมด (ปี)	ระยะเวลาเช่า เหลือ	มูลค่าสุทธิตามบัญชี (ล้านบาท)	ลักษณะ กรรมสิทธิ์	หลักประกัน เงินกู้
ค่าเช่าจ่ายล่วงหน้า ⁽¹⁾	30	12 ปี 4 เดือน	154.44	สิทธิการเช่า	- ไม่มี -
รวม			154.44		

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

ทรัพย์สินที่ไม่มีตัวตนที่สำคัญ

• สัญญาสัมปทาน

บริษัท แคมโบเดียแอร์ ทรานส์พอร์ต เซอร์วิส จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยมีข้อตกลงสัญญาสัมปทานซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

ชื่อสัญญาสัมปทาน: Contract to build, cooperate and transfer on air traffic control system (BCT contract)

ลักษณะสัมปทาน: เพื่อจัดตั้งระบบและให้บริการควบคุมการจราจรทางอากาศในประเทศกัมพูชา

อายุสัมปทาน: 32 ปี สิ้นสุดในปี 2576

เงื่อนไขที่สำคัญตามสัญญา: บริษัทย่อยให้ผลประโยชน์ตอบแทนแก่รัฐบาลประเทศกัมพูชาตามสัดส่วนของรายได้ที่เก็บได้ นอกจากนี้ บริษัทย่อยต้องโอนกรรมสิทธิ์ในระบบและอุปกรณ์ทั้งหมดให้แก่รัฐบาลประเทศกัมพูชาเมื่อสิ้นสุดอายุสัมปทานโดยไม่คิดมูลค่า

• สิทธิบัตร

เมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2554 สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ได้มีมติอนุมัติการออกใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคมแบบที่สอง ที่ไม่มีโครงข่ายเป็นของตนเอง เพื่อให้บริการสื่อสารผ่านดาวเทียมที่ใช้จานสายอากาศขนาดเล็ก (Very Small Aperture Terminal (VSAT) Service) ให้แก่บริษัท สามารถเทลคอม จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยโดยมีระยะเวลาใบอนุญาต 5 ปี ทั้งนี้ ใบอนุญาตดังกล่าวมีผลต่อเนื่องนับตั้งแต่วันที่ยกเลิกสัญญาการให้บริการสื่อสารข้อมูลภาพและเสียงผ่านดาวเทียมภายในประเทศนับเดิมแล้วเสร็จ (13 กันยายน 2554) บริษัทย่อยผูกพันที่จะต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดต่างๆ ซึ่งรวมข้อมูลพื้นที่จะต้องส่งมอบอุปกรณ์สื่อสารที่ใช้ในการให้บริการสื่อสารข้อมูลผ่านดาวเทียมให้แก่สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ภายในวันที่ 11 ธันวาคม 2554 และจ่ายค่าธรรมเนียมรายปี อย่างไรก็ตาม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทย่อยได้แจ้งส่งมอบอุปกรณ์สื่อสารดังกล่าวให้แก่ กสทช. แล้วและผู้บริหารของบริษัทฯ เชื่อว่าจะไม่มีการเรียกเก็บค่าปรับจากการส่งมอบอุปกรณ์ดังกล่าวล่าช้า ดังนั้นจึงไม่ได้บันทึกค่าปรับดังกล่าวไว้ในบัญชี

• สิทธิช่วงเวลาในการออกอากาศ

เมื่อวันที่ 26 ธันวาคม 2557 บริษัท ไอ-สปอร์ต จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยได้ซื้อหุ้นในบริษัท สยามสปอร์ต เทเลวิชั่น จำกัด (บริษัทย่อย) ตามราคาที่ตกลงร่วมกัน ผลจากการซื้อเงินลงทุนดังกล่าวตามวิธีซื้อทำให้บริษัทย่อยได้บันทึกสิทธิช่วงเวลาในการออกอากาศรายการกีฬาเป็นสินทรัพย์ไม่มีตัวตน ซึ่งมีอายุการให้ประโยชน์ 5 ปี

4.2 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

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

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ปัจจุบันคดีที่บริษัทฯ และบริษัทย่อยถูกดำเนินคดีฟ้องร้องอยู่ในชั้นศาลหาได้มีผลกระทบต่อสินทรัพย์ของบริษัทฯ แต่อย่างใดไม่ เนื่องจากทุนทรัพย์ที่พิพาทมีมูลค่าต่ำกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ ที่ปรากฏในงบการเงินของบริษัทฯ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

6.1 ข้อมูลบริษัท

- (1) ชื่อบริษัทที่ออกหลักทรัพย์ : บริษัท สามารถคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
- สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : เลขที่ 99/1 หมู่ที่ 4 ชั้น 35 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ถนนแจ้งวัฒนะ ตำบลคลองเกลือ อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 11120
- ประเภทธุรกิจ : ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับระบบการสื่อสารโทรคมนาคมทั้งในและต่างประเทศ โดยปัจจุบันได้แบ่งโครงสร้างธุรกิจออกเป็น 5 สายธุรกิจ ดังนี้ 1) สายธุรกิจ ICT Solution and Service 2) สายธุรกิจ Mobile Multimedia 3) สายธุรกิจ Call Center 4) สายธุรกิจ Utilities and Transportations และ 5) สายธุรกิจ Technology Related Services โดยมีบริษัทย่อยและบริษัทร่วมดำเนินธุรกิจในแต่ละสายธุรกิจ
- เลขทะเบียนบริษัท : 0107536000188
- โฮมเพจ : <http://www.samartcorp.com>
- โทรศัพท์ : 0-2502-6000
- โทรสาร : 0-2502-6186
- ทุนจดทะเบียน : 1,207,804,692 บาท (ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559)
- ชนิดของหุ้น : หุ้นสามัญ
- จำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้ทั้งหมด : 1,006,503,910 หุ้น (ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559)
- มูลค่าที่ตราไว้ต่อหุ้น : หุ้นละ 1 บาท
- (2) นิติบุคคลที่บริษัทถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป
รายละเอียดสามารถดูได้จากข้อมูลทั่วไปของบริษัทย่อยและร่วม หน้า 9
- (3) บุคคลอ้างอิง
- นายทะเบียนหุ้น : บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด
- ที่ตั้งสำนักงาน : เลขที่ 93 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ชั้น 14 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400
- โทรศัพท์ : 0-2009-9000, 0-2009-9378
- โทรสาร : 0-2009-9476
- ผู้สอบบัญชี : นางสาวศิริวรรณ สุรเทพินทร์
- ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตทะเบียนเลขที่ 4604
- ที่ตั้งสำนักงาน : บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด
- เลขที่ 193/136-137 อาคารเลคซ์ดา ชั้น 33
- ถนนรัชดาภิเษก คลองเตย กรุงเทพฯ 10110

โทรศัพท์ : 0-2264-0777
 โทรสาร : 0-2264-0789-90

นักลงทุนสัมพันธ์ : นายพงษ์เทพ วิชัยกุล
 อีเมล : Pongthep.V@samartcorp.com
 โทรศัพท์ : 0-2502-6583
 โทรสาร : 0-2502-6186

เลขานุการบริษัทฯ : นางจิรวรรณ รุจิสนธิ
 อีเมล : Jirawan.R@samartcorp.com
 โทรศัพท์ : 0-2502-6042
 โทรสาร : 0-2502-6043

ฝ่ายตรวจสอบภายใน : นางสาวนันทนา คะรุ่ง
 อีเมล : Nantana.K@samartcorp.com
 โทรศัพท์ : 0-2502-6192
 โทรสาร : 0-2502-6186

6.2 ข้อมูลสำคัญอื่นๆ

ผู้ลงทุนสามารถศึกษาข้อมูลของบริษัทเพิ่มเติมได้จากเว็บไซต์ของบริษัท (www.samartcorp.com)