

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท เมโทรซิสเต็มส์คอร์ปอเรชัน จำกัด (มหาชน) ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 6 มกราคม พ.ศ. 2529 ด้วยทุนจดทะเบียน 4 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจเป็นตัวแทนจำหน่ายเครื่องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ภายใต้ตราผลิตภัณฑ์ไอบีเอ็ม ซึ่งบริษัทได้รับการแต่งตั้งจากบริษัท ไอบีเอ็ม (ประเทศไทย) จำกัด ให้เป็นหนึ่งในตัวแทนจำหน่ายสินค้าของไอบีเอ็ม และเป็นคู่ค้ารายแรกของไอบีเอ็มในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ บริษัทได้ขยายขอบข่ายการดำเนินธุรกิจสู่การนำเสนอโซลูชันและบริการด้านไอทีแบบครบวงจร ครอบคลุมผลิตภัณฑ์ไอทีชั้นนำของโลก อาทิ ไอบีเอ็ม ฮิวเลตต์-แพคการ์ด เลอโนโว เดลล์ เอเซอร์ ไมโครซอฟท์ โซลิเวิร์ค และอีกมากมาย เพื่อครอบคลุมตามความต้องการของลูกค้า

ในปี 2538 บริษัทได้แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน เพื่อเข้าจดทะเบียนเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยมีการจดทะเบียนเพิ่มทุนเป็น 180 ล้านบาท และเริ่มเข้าทำการซื้อขายหุ้นสามัญในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในวันที่ 9 พฤษภาคม 2539 บริษัทมีการปรับเปลี่ยนทุนจดทะเบียนตามความเหมาะสมกับขนาดของธุรกิจ ณ ปัจจุบันบริษัทมีทุนจดทะเบียนและเรียกชำระ 360 ล้านบาท โดยแบ่งการบริหารออกเป็น 3 กลุ่มธุรกิจ ได้แก่ กลุ่มธุรกิจดิจิทัลโซลูชัน กลุ่มธุรกิจซอฟต์แวร์โซลูชัน และกลุ่มธุรกิจดิจิทัลพรีนติ้ง

นอกจากนี้ บริษัทมีการบริหารงานโดยกลุ่มบริษัทย่อยและบริษัทร่วม จำนวน 6 บริษัท เพื่อให้ครอบคลุมภาคการค้าและอุตสาหกรรมต่างๆ อย่างทั่วถึง

1.1 นโยบายในการดำเนินงานของบริษัท

วิสัยทัศน์

เราจะเป็นผู้นำการบริการด้านไอทีแบบครบวงจรที่ช่วยให้องค์กรของลูกค้าบริหารธุรกิจด้วยความต่อเนื่องในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล

พันธกิจ

- มุ่งมั่นสู่ความเป็นเลิศทางด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย รองรับและตอบสนองเศรษฐกิจดิจิทัล
- มุ่งเน้นการให้บริการแบบครบวงจร และที่ปรึกษาการใช้ระบบ ซึ่งสามารถตอบสนองพฤติกรรมของผู้บริโภคยุคดิจิทัล เพื่อสร้างความประทับใจเกินความคาดหวังของลูกค้าและความสัมพันธ์ที่ดียั่งยืน
- มุ่งพัฒนาบุคลากร ให้เป็นมืออาชีพทั้งในด้านนวัตกรรมสารสนเทศและการบริการแบบครบวงจร
- มุ่งมั่นสร้างวัฒนธรรมแห่งความคิดสร้างสรรค์ ที่เปิดโอกาสให้บุคลากรกล้าคิด และลงมือปฏิบัติ เพื่อเป็นการหล่อหลอมองค์ความรู้ และพัฒนาศักยภาพขององค์กรให้เติบโตอย่างยั่งยืน
- มุ่งมั่นการบริหารจัดการองค์กรตามหลักธรรมาภิบาลที่ดี รวมถึงส่งเสริมการมีส่วนร่วมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและให้ความสำคัญกับการรักษาสิ่งแวดล้อม

วัตถุประสงค์

- มุ่งสู่ความเป็นเลิศด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีสารสนเทศ
- สร้างศักยภาพที่แตกต่างอย่างมีคุณค่า
- สร้างพื้นฐานที่เติบโตอย่างยั่งยืน

เป้าหมายการดำเนินธุรกิจ

บริษัทได้กำหนดเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจอย่างชัดเจน ทั้งระยะสั้นและระยะยาว มีการกำหนดกรอบการดำเนินงานและแผนงานอย่างเป็นรูปธรรมโดยอ้างอิงจากสถานะเศรษฐกิจภายในประเทศ สถานะการแข่งขันในตลาด และผลการดำเนินงานในปีที่ผ่านมา พร้อมทั้งมีการติดตามการดำเนินงานให้สำเร็จลุล่วงตามเป้าหมายที่วางไว้ โดยคณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง ซึ่งในปี พ.ศ. 2561 บริษัทมีเป้าหมายในการสร้างการเติบโตของรายได้และอัตรากำไรขั้นต้นอย่างต่อเนื่อง มีการสร้างฐานธุรกิจใหม่ และจัดประกวดโครงการนวัตกรรมด้านเทคโนโลยีเพื่อให้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัย ตลอดจนจัดตั้งทีมงานที่มีความรู้และความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านมาช่วยเหลือลูกค้าในการก้าวสู่โลกดิจิทัลที่มีการเปลี่ยนแปลงมากขึ้น ซึ่งสิ่งต่างๆ เหล่านี้ บริษัทได้ดำเนินการสำเร็จลุล่วงเกินกว่าเป้าหมายที่วางไว้ และพร้อมที่จะพัฒนาไปข้างหน้าอย่างต่อเนื่อง

กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ

การผลักดันวิสัยทัศน์และพันธกิจให้บรรลุเป้าหมาย บริษัทได้กำหนดกลยุทธ์ไว้ 5 ด้าน ควบคู่ไปกับการสร้างวัฒนธรรมองค์กรบนค่านิยม Metro Way ภายใต้กรอบการกำกับดูแลกิจการที่ดี ด้วยการกำหนดทิศทางการกลยุทธ์ ดังนี้

1.Digital Transformation Excellences

บริษัทมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจตามแนวโน้มของเทคโนโลยีสารสนเทศ คือ คลาวด์คอมพิวติ้ง บิ๊กดาต้า ซีเคียวริตี้ ดิจิทัลพรีนติ้ง ให้สอดคล้องกับยุคดิจิทัลทรานส์ฟอร์มเมชัน ยุคที่เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมมีบทบาทสำคัญต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ เพื่อรองรับสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วในปัจจุบันร่วมไปถึงสามารถตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างต่อเนื่อง

2.Product & Service Excellence

กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านจัดจำหน่ายสินค้าและบริการด้านไอที รวมไปถึงการเป็นองค์กรที่ให้คำปรึกษาเกี่ยวกับเทคโนโลยีที่เรามุ่งคัดสรรสินค้าเทคโนโลยีใหม่ๆ จากตราสินค้าชั้นนำระดับสากล ไม่ว่าจะเป็นฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์โซลูชันส์ เพื่อขยายกลุ่มผลิตภัณฑ์ให้รองรับกับทุกความต้องการของลูกค้าในยุคดิจิทัล อีกทั้งการให้บริการแบบครบวงจร (Total Solution Service Provider) ด้วยทีมงานที่ได้รับการรับรองคุณภาพจากเจ้าของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งยังมีประสบการณ์และความชำนาญเฉพาะทางเพื่อมอบบริการที่ดีที่สุดให้กับลูกค้า

3. People Excellence

กลยุทธ์การสร้างศักยภาพด้านทรัพยากรมนุษย์ พัฒนาและยกระดับทักษะความรู้ ความสามารถของบุคลากร เพื่อให้เป็นมืออาชีพ บริษัทสนับสนุนการสร้างนวัตกรรมด้านเทคโนโลยีภายในองค์กร เพื่อให้เกิดแรงบันดาลใจ ในการริเริ่มสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ ส่งเสริมให้บุคลากรกล้าคิด นำเสนอไอเดียใหม่ และกล้าลงมือปฏิบัติ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ และมุ่งสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มด้านศักยภาพ

4.Customer Retention Excellence

กลยุทธ์การรักษาฐานลูกค้า กลุ่มลูกค้าของบริษัทส่วนใหญ่เป็นลูกค้าภาคเอกชนเป็นหลัก บริษัทมีการดูแลและประเมินความพึงพอใจของลูกค้า เพื่อนำมาวิเคราะห์ ปรับปรุง ทั้งด้านการหาสินค้า และการให้บริการที่ทันสมัยตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

5. Collaboration Excellence

กลยุทธ์การขยายเครือข่ายและประสานความร่วมมือที่ดีกับคู่ค้า ลูกค้า นักลงทุน พนักงาน ด้วยการยึดหลักการประกอบธุรกิจควบคู่ไปกับการมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคม ทั้งด้านจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ การพัฒนาชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม ภายใต้กรอบวัฒนธรรมหลักขององค์กร (METRO Way) เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน

นโยบายคุณภาพขององค์กร

“ถูกต้อง ตรงเวลา มุ่งมั่นพัฒนาอย่างต่อเนื่อง”

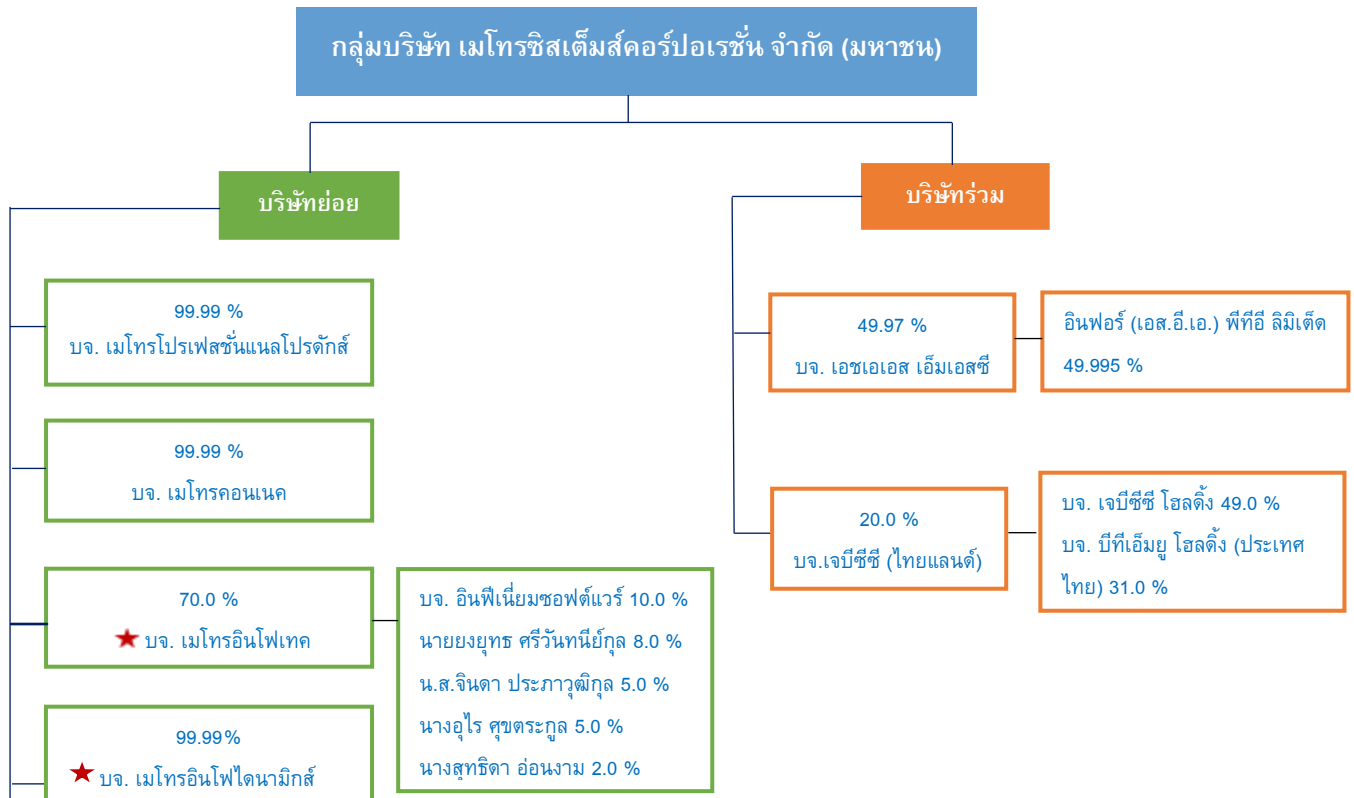
1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

บริษัท เมโทรซิสเต็มส์คอร์ปอเรชัน จำกัด (มหาชน) ได้มีการพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ สำหรับพัฒนาการที่สำคัญใน 3 ปีที่ผ่านมาของ บริษัท มีดังนี้

ปี	เหตุการณ์สำคัญ
2561	บริษัทได้ปรับปรุงโครงสร้างการถือหุ้นโดยได้หยุดประกอบกิจการของบริษัท เมโทรอินโฟเทค จำกัด และบริษัท เมโทรอินโฟไดนามิกส์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อย เนื่องจากบริษัทมีนโยบายในการปรับโครงสร้างธุรกิจให้มีความกระชับขึ้น สำหรับธุรกิจของบริษัท บริษัทได้เปลี่ยนชื่อกลุ่มผลิตภัณฑ์ซอฟต์แวร์โซลูชันเป็นกลุ่มธุรกิจซอฟต์แวร์โซลูชัน รวมถึงขยายธุรกิจด้วยการเพิ่มกลุ่มธุรกิจย่อยด้านดิจิทัลทรานส์ฟอร์มเมชัน เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในการรองรับกับการเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัยให้ได้มากยิ่งขึ้น
2560	บริษัทได้ปรับปรุงระบบบริหารคุณภาพตามมาตรฐานสากลจาก ISO 9001:2008 เป็น ISO 9001:2015 โดยได้รับการรับรองเมื่อวันที่ 14 มีนาคม 2560 ซึ่งมีการเพิ่มข้อกำหนดในเรื่องการทำความเข้าใจกับองค์กรและบริบทองค์กร การทำความเข้าใจกับความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อใช้สำหรับการดำเนินการกับความเสถียร รวมถึงข้อกำหนดอื่นๆ ซึ่งเป็นพื้นฐานหนึ่งที่จะช่วยให้องค์กรสามารถมุ่งสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนได้ต่อไป อีกทั้งสถาบันไทยพัฒนา ได้ประกาศให้บริษัทได้เป็น 1 ใน 13 บริษัทหลักทรัพย์จดทะเบียนในกลุ่มเทคโนโลยี (Technology - TECH) ที่ได้รับคัดเลือกให้เป็น 1 ใน 100 บริษัทหลักทรัพย์จดทะเบียนที่มีความโดดเด่นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG100) เมื่อวันที่ 30 พฤษภาคม 2560 นอกจากนี้บริษัทได้ขายเงินลงทุนของบริษัท เมโทรซอฟต์แวร์ จำกัด ในสัดส่วนที่บริษัทเป็นผู้ถือหุ้นทั้งหมด จำนวนร้อยละ 49 ของทุนจดทะเบียน เมื่อวันที่ 24 มกราคม 2560
2559	คณะกรรมการบริษัทมีมติในการประชุม ครั้งที่ 2/2559 อนุมัติให้บริษัทยื่นขอรับรองเป็นแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน โดยบริษัทได้รับการรับรองเป็นแนวร่วมฯ เมื่อวันที่ 22 เมษายน 2559 และบริษัทยังได้จัดทำนโยบายเกี่ยวกับการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา นโยบายจัดหาและตรวจสอบคู่ค้า ระเบียบเกี่ยวกับการประมวลงานจัดซื้อจัดจ้าง นโยบายการบริหารความเสี่ยง และนโยบายกำกับการดูแลการดำเนินงานของบริษัทย่อย เพื่อให้ผู้บริหารและพนักงานประพฤติปฏิบัติตัวอย่างเคร่งครัด อีกทั้งยังมีการปรับปรุงโครงสร้างของธุรกิจเพื่อความสอดคล้องกับกลยุทธ์ของบริษัทในการปรับโครงสร้างและสร้างความแข็งแกร่ง บริษัทได้ขายเงินลงทุนของบริษัท พี เอส พี (ไทยแลนด์) ในสัดส่วนที่บริษัทเป็นผู้ถือหุ้นทั้งหมด จำนวนร้อยละ 49.8 ของทุนจดทะเบียน เมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2559

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

บริษัทได้ลงทุนในธุรกิจซึ่งเกี่ยวข้องกับระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงานในธุรกิจหลักของบริษัทให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างครบถ้วนและมีประสิทธิภาพ โดยมีบริษัทในเครือรวม 6 บริษัท ประกอบด้วยบริษัทย่อย 4 บริษัท ได้แก่ บริษัท เมโทรโปรเฟสชันแนลโปรดักส์ จำกัด บริษัท เมโทรคอนเนค จำกัด บริษัท เมโทรอินโฟเทค จำกัด บริษัท เมโทรอินโฟไดนามิกส์ จำกัด และบริษัทร่วมจำนวน 2 บริษัท ได้แก่ บริษัท เอชไอเอส เอ็มเอสซี จำกัด บริษัท เจบีซีซี (ไทยแลนด์) จำกัด ซึ่งมีความแตกต่างในการเข้าถือหุ้นและการกำหนดนโยบายการบริหารโดยบริษัทหลัก ดังนี้



หมายเหตุ: ★ บริษัท เมโทรอินโฟเทค จำกัด และบริษัท เมโทรอินโฟไดนามิกส์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อย ได้หยุดประกอบกิจการ เนื่องจากบริษัทมีนโยบายในการปรับโครงสร้างธุรกิจให้มีความกระชับ

1.4 ความสัมพันธ์ของกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

ปัจจุบันกลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่ของบริษัทประกอบด้วยบริษัทที่มีกลุ่มผู้ถือหุ้นกลุ่มเดียวกัน และครอบครัวจากรูจนะ ซึ่งเป็นผู้ก่อตั้งบริษัท

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัทประกอบธุรกิจจัดจำหน่ายคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ต่อพ่วงคอมพิวเตอร์ ซอฟต์แวร์โซลูชัน ระบบสารสนเทศ วัสดุสิ้นเปลืองที่ใช้กับคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์ต่อพ่วงคอมพิวเตอร์ รวมทั้งการให้บริการติดตั้งระบบ การเขียนโปรแกรมตามความต้องการของลูกค้า รวมถึงซอฟต์แวร์ที่บริษัทพัฒนาและเป็นเจ้าของทรัพย์สินทางปัญญา และฝึกอบรมแบบครบวงจร

บริษัทมีการจัดแบ่งแนวทางการดำเนินงานของบริษัทและบริษัทย่อยให้มีความชัดเจนครอบคลุมผลิตภัณฑ์และบริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยบริษัทมีการจัดแบ่งการดำเนินงานออกเป็นแต่ละกลุ่มธุรกิจ ดังต่อไปนี้

กลุ่มธุรกิจดิจิทัลโซลูชัน

จำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐานสูง ทั้งด้านฮาร์ดแวร์ ประกอบด้วย คอมพิวเตอร์ขนาดกลาง เซิร์ฟเวอร์ขนาดใหญ่ สตอเรจ วีดีโอโซลูชัน กล้องวงจรปิด ระบบคีย์การ์ด คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ โน้ตบุ๊ก และด้านผลิตภัณฑ์ซอฟต์แวร์ ประกอบด้วย ซอฟต์แวร์เพื่อการกู้คืนข้อมูล ระบบความปลอดภัย โมบิลิตี้ โดยในปี 2561 มีสัดส่วนต่อรายได้รวมเท่ากับ ร้อยละ 35.6

กลุ่มธุรกิจซอฟต์แวร์โซลูชัน

จัดจำหน่ายซอฟต์แวร์โซลูชัน พร้อมให้บริการติดตั้งระบบ และบริการให้คำปรึกษาด้านไอที เช่น โซลูชันสำหรับศูนย์ดาต้าเซ็นเตอร์ ระบบเครือข่าย ผลิตภัณฑ์ด้านเทคโนโลยีไอที โซลูชันเพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจของผู้บริหาร ระบบสำรองฉุกเฉินสำหรับธุรกิจ ซอฟต์แวร์เพื่อการออกแบบ ซอฟต์แวร์ที่บริษัทพัฒนาและเป็นเจ้าของทรัพย์สินทางปัญญา การบริการ Managed Services บริการฝึกอบรมและจัดทดสอบความรู้ด้านไอที เป็นต้น โดยในปี 2561 มีสัดส่วนต่อรายได้รวมเท่ากับ ร้อยละ 39.9

กลุ่มธุรกิจดิจิทัลพรีนติ้ง

จำหน่ายเครื่องพิมพ์ วัสดุสิ้นเปลืองที่ใช้ในสำนักงาน เช่น หมึกสำหรับเครื่องพิมพ์ เทปบันทึกข้อมูลสำหรับเครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่องพิมพ์ขนาดเล็ก กล้องถ่ายรูป เครื่องโปรเจกเตอร์ สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต โดยในปี 2561 มีสัดส่วนต่อรายได้รวมเท่ากับร้อยละ 23.5

นอกจากนี้ ในปี 2561 กลุ่มธุรกิจดิจิทัลพรีนติ้งมีนโยบายในการปรับรูปแบบการดำเนินธุรกิจแบบใหม่ มุ่งสู่ธุรกิจการพิมพ์อย่างครบวงจร ปรับเปลี่ยนรูปแบบจากการขายสินค้าเป็นหลักมาเป็นการให้บริการมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการบริการให้เช่าซื้อเครื่องพิมพ์หรือบริการให้เช่าใช้เครื่องพิมพ์ รวมถึงมีการจัดจำหน่ายวัสดุสิ้นเปลืองสำหรับเครื่องพิมพ์ทุกยี่ห้อ สินค้าไอทีในสำนักงานอีกด้วย

โครงสร้างรายได้

โครงสร้างรายได้บริษัทหลักและบริษัทในเครือต่างๆ แยกตามประเภทการดำเนินธุรกิจ ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา

(หน่วย:ล้านบาท)

ผลิตภัณฑ์/บริการ	ดำเนินการโดย	2561		2560		2559	
		รายได้	ร้อยละ	รายได้	ร้อยละ	รายได้	ร้อยละ
ส่วนที่ 1 รายได้จากการขายและบริการ							
กลุ่มธุรกิจดิจิทัลโซลูชัน	MSC/MPP/MCC/MID	2,869	35.6	2,560	34.4	2,472	32.1
กลุ่มธุรกิจซอฟต์แวร์โซลูชัน	MSC/MIT	3,211	39.9	2,841	38.2	3,046	39.6
กลุ่มธุรกิจดิจิทัลพรีนติ้ง	MSC	1,893	23.5	1,994	26.8	2,133	27.7
รวมรายได้จากการขายและบริการ		7,974	99.0	7,395	99.3	7,651	99.4
ส่วนที่ 2 รายได้อื่นๆ		78	1.0	49	0.7	50	0.6
รวมรายได้ของบริษัทและบริษัทย่อย		8,051	100.0	7,444	100.0	7,701	100.0
ส่วนที่ 3 ส่วนแบ่งกำไรจากเงินลงทุนในบริษัทร่วม	HIS/JBTH	2		1		(8)	
รวมรายได้ทั้งหมด		8,053		7,445		7,693	

ที่มา : งบการเงินรวม

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

ปัจจุบัน บริษัทดำเนินธุรกิจเป็นผู้จัดจำหน่ายและให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศแบบครบวงจร ภายใต้ตราสินค้าชั้นนำของโลก เช่น ไอบีเอ็ม ฮิวเลตต์-แพคการ์ด แคนนอน เลอโนโว ซิสโก เดลล์ เอเซอร์ เอปสัน ฮิตาชิ ไมโครซอฟท์ โซลิตเวิร์ค คลิกวิว เคทู เป็นต้น ซึ่งบริษัทได้แบ่งธุรกิจการขายออกเป็น 3 กลุ่มธุรกิจ ซึ่งแต่ละกลุ่มธุรกิจมีกลยุทธ์การดำเนินงานตามความแตกต่างของสภาพการแข่งขันทางธุรกิจ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

กลุ่มธุรกิจดิจิทัลโซลูชัน

กลุ่มธุรกิจดิจิทัลโซลูชันดำเนินธุรกิจเป็นผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ฮาร์ดแวร์ ประกอบด้วยเซิร์ฟเวอร์ สตอเรจ คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ โน้ตบุ๊ก เวิร์คสเตชัน เครื่องพิมพ์ และระบบเน็ตเวิร์ค รวมถึงการให้บริการออกแบบและติดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ ซอฟต์แวร์และโซลูชันต่างๆ อาทิ ระบบค่าปลีก (เครื่อง Point-Of-Sale และซอฟต์แวร์) ระบบ Video Surveillance (IP Camera และซอฟต์แวร์ระบบรักษาความปลอดภัย) รวมถึงโซลูชันเพื่อการกู้คืนข้อมูล ระบบความปลอดภัย โมบิลิตี้ นอกจากนี้ยังให้บริการเขียนโปรแกรมตามความต้องการของลูกค้า และอบรมการเขียนโปรแกรม RPG การให้บริการต่างๆ ดังกล่าวในรูปแบบเช่าใช้ และการขายผลิตภัณฑ์ รวมถึงการให้บริการในรูปแบบ Managed-Service (MSP)

ในปี 2561 กลุ่มธุรกิจดิจิทัลโซลูชันขยายขอบเขตการขายด้วยการนำเสนอ Cloud Solution เพื่อรองรับการขยายตัวของการใช้บริการ Cloud Service ด้วยการเป็นพันธมิตรกับ AWS (Amazon Web Services) และ Salesforce (CRM on Cloud) รวมถึงการให้บริการเคลื่อนย้ายระบบงานเดิมจากเครื่องของลูกค้าขึ้นไปยังคลาวด์ และติดตามการใช้งาน ให้คำปรึกษาและแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดจากการใช้งาน โดยมีลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้แก่ กลุ่มธุรกิจการเงินการธนาคาร กลุ่มอุตสาหกรรม ลูกค้าองค์กรขนาดกลางถึงขนาดใหญ่ทั่วไป

กลยุทธ์หลัก คือ การให้บริการการขาย ติดตั้ง และบริการหลังการขายโดยทีมงานผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน โดยบริษัทเน้นการพัฒนาความเชี่ยวชาญของบุคลากรที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างครบถ้วน และคัดสรรตราสินค้าทางด้านไอทีที่มีคุณภาพเพิ่มเติม เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์และบริการแทนการใช้กลไกด้านราคาเพียงอย่างเดียว รวมถึงการร่วมมือกับบริษัทผู้ผลิต พันธมิตรธุรกิจ และผู้พัฒนาซอฟต์แวร์อื่นๆ เพื่อนำเสนอ

โซลูชันที่ครบวงจรทั้งฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ในการขยายตลาดไปยังลูกค้าภาคธุรกิจและอุตสาหกรรมต่างๆ อย่างไรก็ตาม บริษัทสนใจขยายตลาดสู่ลูกค้ากลุ่ม EEC (Eastern Economic Corridor) โดยเฉพาะกลุ่มบริษัทและนักลงทุนจากญี่ปุ่น บริษัทได้จัดเตรียมบุคลากรและกลุ่มพันธมิตรด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อนำเสนอโซลูชันในกลุ่มตลาดดังกล่าว และเพื่อเป็นการเพิ่มวิธีการจัดจำหน่ายและเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันกับธุรกิจคลาวด์ซึ่งเติบโตมากขึ้น บริษัทจึงออกนโยบายการขายแบบ Managed Service Provider โดยการเก็บค่าใช้งานเป็นรายเดือน ซึ่งสามารถทำได้ทั้งในแบบ On Premise คือการติดตั้งเครื่องคอมพิวเตอร์ที่สถานที่ของลูกค้า และแบบ On Cloud คือการติดตั้งเครื่องที่พันธมิตรทางธุรกิจ (CAT) ให้ลูกค้าใช้งานผ่านอินเทอร์เน็ต

กลุ่มธุรกิจซอฟต์แวร์โซลูชัน

จัดจำหน่ายซอฟต์แวร์โซลูชัน พร้อมให้บริการติดตั้งระบบ และบริการให้คำปรึกษาด้านไอทีเพื่อการบริหารธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ เช่น โซลูชันสำหรับศูนย์ดาต้าเซ็นเตอร์ ระบบเครือข่าย ผลิตภัณฑ์ด้านเทคโนโลยี ไอพี โซลูชันเพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจของผู้บริหาร ระบบสำรองฉุกเฉินสำหรับธุรกิจ ซอฟต์แวร์เพื่อการออกแบบ ซอฟต์แวร์ที่บริษัทพัฒนาและเป็นเจ้าของทรัพย์สินทางปัญญา บริการ Managed Services บริการฝึกอบรมและจัดทดสอบความรู้ด้านไอที เป็นต้น และเป็นผู้จัดจำหน่ายหลักของผลิตภัณฑ์ไอพีเอ็ม ซีสโก้ ไมโครซอฟท์ โซลิดเวิร์ค คลิกวิว เคทู เป็นต้น

นอกจากนี้ กลุ่มธุรกิจซอฟต์แวร์โซลูชันได้จัดงานต่างๆ ตลอดปี 2561 ในรูปแบบการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ต่างๆ ทั้งการพัฒนาขึ้นเอง และการร่วมมือกับคู่ค้าทางธุรกิจ อีกทั้ง มีการจัดการสัมมนาให้ความรู้พร้อมอัปเดตเทคโนโลยีให้แก่ลูกค้า คู่ค้า และผู้ที่เกี่ยวข้องด้วย

กลยุทธ์หลักคือ เน้นการช่วยปรับเปลี่ยนระบบซอฟต์แวร์เดิมของลูกค้าที่ใช้มาเป็นเวลายาวนานให้สามารถรองรับกับความท้าทายด้านธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วรวมถึงปัญหาการเลิกสนับสนุนด้านระบบปฏิบัติการและระบบฐานข้อมูลจากเจ้าของผลิตภัณฑ์ซึ่งจะทำให้เกิดผลกระทบกับการใช้ซอฟต์แวร์เดิมอย่างมาก โดยบริษัทได้เตรียมทีมงานชื่อ Digital Transformation Services (DTS) ซึ่งมีศักยภาพพร้อมที่จะให้คำปรึกษา ออกแบบ และ พัฒนา ระบบโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ทันสมัยสามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีได้อย่างเหมาะสม เพื่อช่วยให้ลูกค้าทุกระดับก้าวไปสู่ความทันสมัยของเทคโนโลยีในยุคดิจิทัล

กลุ่มธุรกิจดิจิทัลโซลูชัน

จัดจำหน่ายเครื่องพิมพ์ วัสดุสิ้นเปลืองที่ใช้ในสำนักงาน อาทิ หมึกสำหรับเครื่องพิมพ์ เทปบันทึกข้อมูลสำหรับเครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่องพิมพ์ขนาดเล็ก กล้องถ่ายรูป เครื่องโปรเจกเตอร์ สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต ผ่านระบบการขายตรงแบบเทลมาร์เก็ตติ้งและการขายผ่านตัวแทนรายย่อย

จากการที่บริษัทได้รับการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าของฮิวเลตต์-แพคการ์ด บริษัทจึงได้นำเครื่องพิมพ์ HP PageWide รุ่นต่างๆ ที่ผู้ใช้งานสามารถส่งพิมพ์ออกมาได้อย่างเสมือนจริงมาจัดแสดงไว้ในบริษัท ณ ศูนย์สาธิตเทคโนโลยีใหม่ที่บริษัทได้ลงทุนสร้างขึ้น เพื่อแสดงให้เห็นถึงความเป็นผู้นำด้านเทคโนโลยีและเป็นประโยชน์ต่อลูกค้าที่ต้องการสัมผัสประสบการณ์ใช้งานด้านการพิมพ์คุณภาพสูงในต้นทุนที่คุ้มค่าโดยลูกค้าสามารถสัมผัสและทดลองการใช้งานสินค้าได้ก่อนตัดสินใจลงทุนเพื่อนำไปใช้งานจริง นอกจากนี้ บริษัทยังได้ลงทุนจัดโรงพิมพ์ขึ้นภายในบริษัท และรับงานพิมพ์ในทุกลักษณะ เช่น นามบัตร โปสเตอร์ ปฏิทิน รวมถึงหนังสือในรูปแบบต่างๆ ด้วย

กลยุทธ์หลัก คือ การใช้เจ้าหน้าที่ตำแหน่ง Tele Sales ในการนำเสนอสินค้าที่เป็นของแท้ มีคุณภาพ และมีความหลากหลายให้กับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่เป็นหน่วยธุรกิจตั้งแต่กลุ่มลูกค้าระดับ SME จนถึงกลุ่มลูกค้ารายใหญ่ รวมถึงกลุ่มราชการและสถาบันการศึกษาทั่วประเทศสามารถเลือกสรรสินค้าได้ตามความต้องการ โดยใช้ฐานข้อมูล

บริษัทจดทะเบียนในประเทศไทย และระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารฐานข้อมูลลูกค้าและกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งยังใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารงานขายครบวงจรทั้งก่อนและหลังการขาย

2.2 การตลาดและการแข่งขัน

นโยบายทางการตลาด

บริษัทมีนโยบายในการดำเนินธุรกิจที่ชัดเจน โดยพยายามสร้างความแตกต่างในเรื่องการให้บริการ และคำปรึกษาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการของบริษัท ซึ่งภาพรวมของการแข่งขันทางธุรกิจในตลาดขณะนี้ จะไม่มีความแตกต่างในเรื่องตราสินค้า หรือคุณลักษณะของสินค้ามากนัก ผู้จัดจำหน่ายส่วนใหญ่จึงมักมุ่งกิจกรรมการตลาดที่เน้นการแข่งขันเรื่องราคา และประสิทธิภาพของบริการเป็นหลัก ด้วยเหตุนี้ บริษัทจึงมีกลยุทธ์ทางการตลาดในภาพรวม เพื่อลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ กล่าวคือ

1. การเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และมุ่งเน้นการนำเสนอโซลูชันให้แก่ลูกค้า เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มในสายตาของลูกค้า โดยอาศัยความเชี่ยวชาญของบุคลากรให้เกิดความแตกต่างจากตัวแทนจำหน่ายรายอื่น ตลอดจนคู่แข่งในตลาด

2. การขยายฐานลูกค้าองค์กรภาคเอกชนทั้งในระดับเอสเอ็มอีไปจนถึงองค์กรขนาดใหญ่ และในหลายภาคอุตสาหกรรมมากขึ้น เช่น อุตสาหกรรมชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ ยานยนต์ สถาบันการเงิน เพื่อกระจายความเสี่ยงกรณีภาคอุตสาหกรรมใดเกิดชะลอการลงทุน การร่วมมือกับบริษัทผู้ผลิตและบริษัทผู้พัฒนาซอฟต์แวร์ เพื่อขยายฐานลูกค้ากลุ่มใหม่ เช่น สถาบันการศึกษา การหลีกเลี่ยงการทำธุรกิจที่มีการแข่งขันรุนแรง เช่น การประมูลโครงการขนาดใหญ่ โดยบริษัทยังมีแผนจัดการความเสี่ยงทางธุรกิจ โดยกระจายยอดรายได้ไม่ให้กระจุกตัวอยู่ที่ลูกค้ารายใดรายหนึ่ง หรือฐานลูกค้ากลุ่มใดกลุ่มหนึ่งมากเกินไป เพื่อลดผลกระทบกรณีต้องสูญเสียลูกค้ารายนั้นไป ทั้งนี้ ยังรวมถึงการพัฒนากิจกรรมการขายและการตลาดเพื่อรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า และเนื่องจากปัจจุบันในการขายผลิตภัณฑ์คอมพิวเตอร์ และโน้ตบุ๊ก มีการแข่งขันทางด้านราคาสูงมาก เพราะสินค้ามีลักษณะคล้ายกัน และการให้บริการไม่มีความจำเป็นมาก ซึ่งส่งผลต่อกำไรโดยรวมขององค์กร บริษัทจึงออกนโยบายด้านกำไรขั้นต่ำในการขายผลิตภัณฑ์ในกลุ่มสินค้าประเภทนี้

3. บริษัทมีนโยบายในการจัดองค์กรและบุคลากร โดยแบ่งสายบุคลากรในการดูแลผลิตภัณฑ์ที่บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายแต่ละตราผลิตภัณฑ์ เพื่อให้พนักงานของบริษัทสามารถดูแลสินค้านั้นๆ ได้อย่างทั่วถึง การดำเนินการดังกล่าวจะช่วยสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าว่าบริษัทจะสามารถสนองตอบความต้องการของลูกค้าได้ตามความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์และสอดคล้องตามนโยบายของลูกค้า

4. การบริหารช่องทางจัดจำหน่ายทั้งในรูปแบบขายตรง (Direct Sale) ซึ่งเป็นแนวทางที่บริษัทมีความถนัดสามารถขยายตลาดได้มาก มีอัตรากำไรสูง ตลอดจนสามารถบริหารความเสี่ยงเกี่ยวกับเครดิตลูกหนี้ได้มีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังมีการทำธุรกิจโดยมีความร่วมมือกับบริษัทคู่ค้าอื่นๆ เพื่อเป็นการเพิ่มพันธมิตรทางธุรกิจในการนำเสนอสินค้าและบริการที่ให้การสนับสนุนในการขายต่อกัน และลูกค้าจะได้รับประโยชน์จากการได้รับบริการแบบครบวงจร

5. การพัฒนาความเชี่ยวชาญของบุคลากรอย่างต่อเนื่อง เพื่อสามารถให้คำปรึกษาการลงทุนระบบไอที และนำเสนอโซลูชันที่ตอบสนองความต้องการให้กับลูกค้า ซึ่งจะสร้างมูลค่าเพิ่มและความแตกต่างของประสิทธิภาพการใช้งานมากกว่ากลไกการแข่งขันด้านราคาเพียงอย่างเดียว รวมถึงการพัฒนาศูนย์สาธิตทางเทคโนโลยีต่างๆ ตามแนวคิด Proof of Concept ซึ่งให้ประโยชน์ในการเรียนรู้และทดสอบประสิทธิภาพการใช้งานจริง เพื่อสร้างความมั่นใจในการตัดสินใจลงทุนด้านไอทีของลูกค้า

6. บริษัทได้ลงทุนเกี่ยวกับเทคโนโลยีโดยการสร้างศูนย์สาธิตไว้ให้ลูกค้าเข้าเยี่ยมชมเทคโนโลยีอันทันสมัยขั้นภายในบริษัท เพื่อแสดงศักยภาพการใช้งานหรือการเชื่อมต่อฮาร์ดแวร์และ/หรือซอฟต์แวร์ ซึ่งการลงทุนดังกล่าว บริษัท

ได้ให้ความสำคัญและถือเป็นหัวใจในการดำเนินธุรกิจที่จะก่อให้เกิดความมั่นใจในประสิทธิภาพของสินค้าก่อนที่ลูกค้าจะซื้อสินค้า และเพื่อเป็นการรับประกันถึงความคุ้มค่าด้านการลงทุนและความสำเร็จทางธุรกิจที่ลูกค้าจะได้รับอย่างแท้จริง

ลักษณะและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัทส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มบริษัทธุรกิจขนาดเล็กถึงขนาดใหญ่ สถาบันการเงิน กลุ่มราชการ กลุ่มรัฐวิสาหกิจ และสถาบันการศึกษา บริษัทมุ่งเน้นลูกค้าภาคเอกชนเป็นหลัก โดยในปี 2561 มีสัดส่วนการขายอยู่ที่ร้อยละ 92

ในปี 2561 บริษัทมีอัตราการซื้อซ้ำโดยลูกค้าเดิม คิดเป็นร้อยละ 89 ของจำนวนลูกค้า และมียอดขายรวมสูงถึงร้อยละ 98 ของรายได้รวมบริษัท

ทั้งนี้ บริษัทไม่มีลูกค้ารายใหญ่ที่มียอดซื้อสินค้าและบริการจากบริษัทสูงถึงร้อยละ 10 ของรายได้รวม จึงช่วยลดผลกระทบหากต้องสูญเสียลูกค้ารายใหญ่ไป

การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

บริษัทให้ความสำคัญของการกระจายสินค้าสู่ลูกค้าอย่างทั่วถึง ซึ่งได้จัดระบบการจัดจำหน่ายผ่านการขายสินค้าโดยตรงและขายผ่านตัวแทนจำหน่าย โดยให้ความสำคัญในการออกแบบ คัดเลือกสินค้าที่มีคุณภาพ พร้อมให้บริการจัดส่ง ติดตั้งด้วยทีมงานที่มีความชำนาญงาน และดูแลการให้บริการหลังการขายโดยคำนึงถึงความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ ทั้งนี้ อัตราส่วนของรูปแบบการจัดจำหน่ายตรงถึงลูกค้ากับการขายผ่านตัวแทนจำหน่ายของบริษัทอยู่ในอัตราส่วนเท่ากับ 88:12

สัดส่วนการจำหน่ายในประเทศและต่างประเทศ

ผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายส่วนใหญ่เป็นการซื้อจากบริษัทผู้ผลิตที่มีสาขาดำเนินงานในประเทศไทยเป็นหลัก เพื่อลดความเสี่ยงจากความผันผวนของค่าเงิน ซึ่งส่งผลกระทบต่อต้นทุนสินค้า และกลไกการตั้งราคาขาย ยกเว้นบางผลิตภัณฑ์ที่จำเป็นต้องสั่งซื้อจากต่างประเทศ เช่น การซื้อซอฟต์แวร์จากตัวแทนจำหน่ายในประเทศสิงคโปร์ และสหรัฐอเมริกา ซึ่งการดำเนินการสั่งซื้อแต่ละครั้ง จะมีการทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า โดยมีสัดส่วนการซื้อสินค้าในประเทศและต่างประเทศในปี 2561 เป็นอัตราร้อยละ 71:29

สภาพการแข่งขันปัจจุบัน

ภาพรวมของอุตสาหกรรมมีสภาพการแข่งขันกันอย่างมาก เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี ทำให้เกิดคู่แข่งทางธุรกิจใหม่จากทั้งในและต่างประเทศ โดยจะให้บริการทั้งในระบบ คลาวด์ และลงทุนให้บริการศูนย์ข้อมูล รวมถึงการขายเป็นค่าบริการในรูปแบบ As-a-Service ซึ่งขายเป็นค่าบริการ แต่ให้บริการแบบเหมารวมทั้งแอปพลิเคชัน ซอฟต์แวร์ ฮาร์ดแวร์ ค่าที่ปรึกษา ค่าติดตั้งและค่าบำรุงรักษา โดยมีผลกระทบโดยตรงต่อผู้ขายผลิตภัณฑ์ ทำให้ต้องปรับการเสนอขายจาก CAPEX เป็น OPEX ทั้งในรูปแบบเช่า (Rental) เช่าซื้อ (Leasing) และ Managed-Service ให้มากขึ้น เพื่อเป็นทางเลือกให้แก่ลูกค้า

ในอนาคตจะมีผู้ให้บริการแบบ Total Solution ใหม่ ๆ มากขึ้น โดยจะมีการให้บริการครบวงจรแบบพันธมิตรจากผู้ให้บริการผลิตภัณฑ์ ผู้พัฒนาโซลูชันยุคใหม่และผู้ให้บริการเครือข่าย โดยจะสร้างโซลูชันเฉพาะในแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรม เช่น สถาบันการเงิน การธนาคาร โรงพยาบาล กลุ่มสถาบัน การศึกษา เป็นต้น

ทั้งนี้ บริษัทได้รับความร่วมมือจากลูกค้าทุกรายในการสนับสนุนการนำเสนอโซลูชันทุกรูปแบบเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด เช่น การให้ข้อมูลแนวโน้มของเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลง การแนะนำโซลูชัน Partner ในการ

ร่วมมือการทำงานการตลาด และการให้การสนับสนุนด้านการเงินในการลงทุนด้านผลิตภัณฑ์และโซลูชัน เพื่อการสาธิตต่างๆ อีกด้วย

แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

ไอดีซี ประเทศไทยได้คาดการณ์ 10 แนวโน้มที่เกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัลที่จะส่งผลกระทบต่อประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2561 และคาดว่าจะมีอิทธิพลถึงปี 2564 ภายใต้รายงานชื่อ “FutureScapes 2018” ซึ่งการคาดการณ์ของไอดีซี มุ่งเน้นไปที่การใช้งานเทคโนโลยีแพลตฟอร์ม ทั้งคลาวด์ โมบิลิตี้ บิ๊กดาต้า และโซเชี่ยล ประกอบกับการใช้งานเทคโนโลยีตัวเร่งนวัตกรรม ไม่ว่าจะเป็น เออาร์/วีอาร์ ระบบคอมพิวเตอร์เสมือนมนุษย์ ระบบซีเคียวริตี้ยุคใหม่ อินเทอร์เน็ตออฟฟิงส์ (ไอโอที) การพิมพ์ 3 มิติ และระบบหุ่นยนต์ โดยแนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขันนี้จัดขึ้นโดยผู้บริหารไอดีซีประจำประเทศไทยและทีมนักวิเคราะห์ของไอดีซีประเทศไทย ดังนี้

1: Digital Transformation Platform

ภายในปี 2563 องค์กรขนาดใหญ่ในประเทศไทยในอัตราร้อยละ 20 จะมีการกำหนดกลยุทธ์การสร้าง “แพลตฟอร์มดิจิทัลทรานส์ฟอร์มเมชัน” ที่ชัดเจน และจะเริ่มดำเนินการติดตั้งแพลตฟอร์มนี้เพื่อเป็นเครื่องมือหลักในการแข่งขันในเศรษฐกิจดิจิทัล โดยจะมีการแยกระบบหลังบ้าน และสร้างนวัตกรรมให้ทันสมัย วิเคราะห์ข้อมูลดาต้าให้มากที่สุด มีการเปิดระบบเชื่อมภายนอกไปสู่ธุรกิจอื่นให้เป็น Ecosystem ซึ่งจะได้เห็นแนวคิดเช่นนี้มากขึ้น

2: Open API Ecosystem

ภายในปี 2564 มากกว่าหนึ่งในสามของ 500 บริษัทที่ใหญ่ที่สุดของไทยจะพบว่าโดยเฉลี่ยแล้วหนึ่งในสามของการใช้งานบริการดิจิทัลของตนจะผ่านระบบเอพียูแบบเปิด โดยเพิ่มขึ้นจากแทบร้อยละ 0 ในปี 2560 ซึ่งทำให้สามารถขยายบริการดิจิทัลให้ไปได้ไกลกว่าแค่เฉพาะลูกค้าของตนเท่านั้น เช่น Agoda ที่เปิด API ทำให้ได้รับข้อมูลจาก Skyscanner ทำให้ได้ลูกค้ามากขึ้น ผู้เล่นต่างๆ จะเปิด API มากขึ้นเพื่อเป็นพาร์ทเนอร์กับแบรนด์นอกอุตสาหกรรม

3: Digital Business

ภายในปี 2561 ผู้บริหารด้านไอทีไม่น้อยกว่าร้อยละ 30 จะต้องให้ความสำคัญกับการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า การสร้างรายได้จากดาต้า และการสร้างธุรกิจดิจิทัล โดยถือว่าเป็นวาระสำคัญขององค์กร เช่น UEM บริหารธุรกิจทางด่วนในมาเลเซีย มีข้อมูลผู้ใช้ทางด่วนในแต่ละวัน และได้นำดาต้าไปขายให้กับผู้พัฒนาสังหาริมทรัพย์ และหาพาร์ทเนอร์ในกลุ่มอาหาร และเครื่องดื่มมาเติมในจุดพักรถ

4: Cloud 2.0

จะได้เห็นคลาวด์เข้าสู่ยุค 2.0 มีการออกแบบตอบสนองความต้องการเฉพาะ โดยที่ภายในปี 2564 การลงทุนขององค์กรในบริการคลาวด์ ฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ และบริการที่ใช้งานผ่านคลาวด์ จะเพิ่มจนสูงกว่า 4.8 หมื่นล้านบาท โดยจะใช้งานระบบคลาวด์ที่หลากหลายขึ้น ซึ่งจะอยู่ที่ “Edge” ร้อยละ 15 จะมีการใช้เครื่องมือคอมพิวเตอร์เฉพาะทางกว่าร้อยละ 10 และจะมีการใช้งานมัลติคลาวด์กว่าร้อยละ 30

5: Risk and Trust

ภายในปี 2561 ร้อยละ 30 ของผู้บริหารด้านไอทีจะหันกลับมาสนใจการตรวจสอบผู้ใช้งานระบบ เนื่องจากเป็นยุคที่มีการปกป้องดาต้าให้ได้มากที่สุด และการสร้างความเชื่อมั่นในระบบไอที เพื่อบริหารความเสี่ยงต่างๆ ซึ่งจะทำให้ระบบไซเบอร์ซีเคียวริตี้เดิมที่ไม่สามารถปกป้องดาต้าได้นั้นถูกปลดระวางไป ความท้าทายคือต้องสร้างจุดสมดุลระหว่างความปลอดภัยกับประสบการณ์การใช้งานของลูกค้า ต้องไม่ให้เป็นอุปสรรคในการทำดิจิทัลทรานส์ฟอร์มเมชัน

6: Digital Transformation Talent

ภายในปี 2563 ร้อยละ 25 ของตำแหน่งงานด้านเทคนิคที่เปิดใหม่จะต้องการผู้สมัครที่มีทักษะการวิเคราะห์และเอไอ เพื่อช่วยองค์กรให้ดำเนินโครงการทรานส์ฟอร์มเมชันที่เกี่ยวข้องกับดาต้าได้ ซึ่งไม่จำเป็นต้องว่าจ้างบุคลากรด้านดาต้าโดยเฉพาะแต่จำเป็นต้องมีทักษะทางด้านเทคโนโลยีด้วย

7: Digital Assistants

จากที่ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาได้รับผลกระทบจาก Chatbot มาเยอะ ภายในปี 2562 จึงมีการปรับให้ผู้ช่วยดิจิทัล (Digital Assistants) และบอทจะมีส่วนเกี่ยวข้องกับเพียงร้อยละ 3 ของธุรกรรมทั้งหมด แต่จะช่วยสร้างให้ยอดขายเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 10 ของธุรกรรมทั้งหมด ซึ่งจะช่วยให้ลดต้นทุนให้องค์กรที่ใช้งานเทคโนโลยีนี้ให้เติบโตได้ เช่น การกระตุ้นการซื้อสินค้าของสตาร์บัคในต่างประเทศมีการจับมือกับอเมซอน โดยเก็บข้อมูลการซื้อกาแฟ 10 ครั้งหลังสุด (Starbucks Reorder) ซึ่งสามารถเสนอการขายแก่ผู้บริโภคได้ตามข้อมูลที่มี

8: 5G/ Mobile IoT

ภายในปี 2564 บริการ 5G จะช่วยผลักดันการใช้งาน IoT และจะกระตุ้นให้ร้อยละ 50 ของ 500 บริษัทที่ใหญ่ที่สุดของไทยลงทุนในโซลูชันด้านการจัดการการเชื่อมต่อเป็นมูลค่ากว่า 200 ล้านบาท อุปกรณ์ต่างๆ จะรองรับโซลูชันของ IoT ได้ ความพิเศษของ 5G คือ Network Slicing ซึ่งเป็นตัวช่วยในการจัดการ (operator) สามารถดีไซน์ตามความต้องการของแต่ละโซลูชันได้

9: Home IoT Security

ภายในปี 2563 กว่าร้อยละ 22 ของโซลูชัน IoT ภายในบ้านที่ติดตั้งด้วยตนเองจะถูกเจาะระบบ แต่จะมีเพียงร้อยละ 12 ของโซลูชันไอโอทีภายในบ้านที่ติดตั้งโดยผู้ให้บริการเท่านั้นที่จะถูกเจาะระบบ จึงต้องมีการทำระบบให้มีความปลอดภัยมากยิ่งขึ้นโดยใช้บริการผ่านผู้ให้บริการ

10: Mobile Payment

ภายในปี 2563 อุปกรณ์เคลื่อนที่จะกลายเป็นจุดรับชำระเงินในประเทศไทย และในกลุ่มร้านค้า SME โดยการใช้งานนี้จะผลักดันให้รายได้ของผู้ประกอบการขนาดย่อมเติบโตขึ้นร้อยละ 10 รวมถึงพฤติกรรมการใช้เงินสดของผู้บริโภคที่มีน้อยลง การชำระเงินมีทางเลือกมากขึ้นทั้ง NFC, QR Code มีการผลักดันจากภาครัฐ รวมทั้งผู้เล่นธนาคารและ Non-Bank ต่างทำตลาดอย่างหนัก ในการทำให้การชำระเงินเติบโตขึ้น

บริษัท ในฐานะบริษัทชั้นนำในธุรกิจด้านอุตสาหกรรมเทคโนโลยีมีความเตรียมพร้อมต่อสถานการณ์แนวโน้มในแง่มุมมองโอกาสทางธุรกิจ และปัจจัยความเสี่ยงต่างๆที่จะเกิดขึ้น พร้อมทั้งจะพัฒนาก้าวหน้าให้ไปพร้อมกับโลกดิจิทัลที่มีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทั้งคลาวด์คอมพิวติ้ง แอปพลิเคชันใหม่ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ บิ๊กดาต้า ซึ่งจะช่วยในการประมวลผลและบริหารจัดการข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว มีประสิทธิภาพและเป็นการประหยัดต้นทุนการบริหารจัดการระบบไอที การบริการไอที แบบ SaSS นำเสนอสินค้าและเน็ทเวิร์คเกี่ยวกับเทคโนโลยีไอพี เพื่อรองรับการเข้าถึงข้อมูลในทุกระดับและเพิ่มศักยภาพการทำงานผ่านระบบเครือข่าย รวมทั้งจัดหาซอฟต์แวร์เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล การพัฒนาแอปพลิเคชัน และซอฟต์แวร์ด้านความปลอดภัยบนมือถือ และการบริการด้าน Business Continuity เพื่อรองรับการทำงานอย่างต่อเนื่องในยามเกิดวิกฤตการณ์ เพิ่มบริการซอฟต์แวร์ในรูปแบบเซอร์วิสจากซอฟต์แวร์ที่บริษัทพัฒนาและเป็นเจ้าของทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Properties) การบริการอย่างสุดความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุดและมีประสิทธิภาพ ตลอดจนพัฒนาบุคลากรในการเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ๆ อย่างสม่ำเสมอเพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันในสภาวะที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยบริษัทได้มีทีมงานที่พร้อมที่จะให้ข้อมูลแก่ลูกค้าในสภาวะที่มีการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง องค์กรลูกค้าจะให้ความสนใจในการนำอินเทอร์เน็ตออฟริงส์และบิ๊กดาต้ามาใช้งานมากขึ้น นอกจากนั้นการตลาดในรูปแบบของดิจิทัลมาร์เก็ตติ้งที่องค์กรให้ความสำคัญ จะเป็นปัจจัยที่กระตุ้นให้เกิดการลงทุนในการสร้างไอทีแพลตฟอร์มเพื่อมารองรับกลยุทธ์การตลาดใหม่ๆ ขององค์กรลูกค้า



2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

ลักษณะการจัดให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์

บริษัทจัดซื้อสินค้าซึ่งผ่านช่องทางหลัก 2 ช่องทาง คือ

1. สั่งซื้อจากบริษัทผู้ผลิตโดยตรง ซึ่งส่วนใหญ่เป็นบริษัทที่เป็นผู้ผลิตสินค้ารายใหญ่ เช่น ไอบีเอ็ม ไมโครซอฟท์ ฮิวเลตต์-แพคการ์ด เอพสัน โซลิตเวิร์ค ซิสโก้ คลิกวิว เป็นต้น และมีการทำสัญญาทางการค้าแต่งตั้งให้บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่าย อายุของสัญญาอยู่ระหว่าง 1-2 ปี ในปี 2561 บริษัทมีสัดส่วนการซื้อสินค้าจากผู้ผลิตคิดเป็นร้อยละ 56
2. สั่งซื้อจากบริษัทตัวแทนจำหน่ายหลักของสินค้านั้นๆ โดยมีสัดส่วนการซื้อสินค้าคิดเป็น ร้อยละ 44

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

เนื่องจากบริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายไม่ใช่ผู้ผลิต และไม่มีโรงงานในการผลิต จึงไม่มีการดำเนินการที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในด้านของการจัดจำหน่าย อย่างไรก็ตาม ผลิตภัณฑ์เหลือใช้ภายในองค์กร เช่น ตลับหมึกพิมพ์ บริษัทได้นำส่งคืนให้แก่เจ้าของผลิตภัณฑ์เพื่อดำเนินการกำจัดตามนโยบายของเจ้าของผลิตภัณฑ์ต่อไป

งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

-ไม่มี-

2.4 สัญญาสำคัญที่เกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจ

การดำเนินธุรกิจของบริษัทและบริษัทย่อยในกลุ่มเกือบทั้งหมดอยู่ในรูปของสัญญาการแต่งตั้งตัวแทนจำหน่าย โดยมีรายละเอียดของคู่สัญญาดังต่อไปนี้

คู่สัญญา	รายละเอียดสัญญา
1. IBM (Thailand) Co.,Ltd	สัญญาแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายเครื่องคอมพิวเตอร์ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ IBM Power Systems และอุปกรณ์สำรองข้อมูล <u>ระยะเวลา</u> : มีการต่ออายุสัญญาโดยอัตโนมัติ ครั้งละ 2 ปี
2. Hewlett-Packard (Thailand) Ltd.	สัญญาแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายสินค้ากลุ่มคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล เครื่องพิมพ์ หน่วยเก็บข้อมูล และวัสดุสิ้นเปลือง <u>ระยะเวลา</u> : ตลอดระยะเวลาของสัญญา
3. Dell Corporation (Thailand) Co.,Ltd	สัญญาแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ DELL สินค้ากลุ่มคอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะ, โน้ตบุ๊ก, เซิร์ฟเวอร์, จอภาพ, อุปกรณ์สำรองข้อมูล และวัสดุสิ้นเปลือง <u>ระยะเวลา</u> : มีการต่ออายุสัญญาโดยอัตโนมัติ ครั้งละ 1 ปี
4. Microsoft Regional Sales Corporation, Singapore	สัญญาแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายซอฟต์แวร์ไมโครซอฟท์ <u>ระยะเวลา</u> : 1 กันยายน 2561 – 31 สิงหาคม 2562
5. Dassault Systems SolidWorks Corporation	สัญญาแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของโซลิดเวิร์ค <u>ระยะเวลา</u> : ตลอดระยะเวลาของสัญญา
6. QlikTech Singapore PTE Ltd.	สัญญาแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายซอฟต์แวร์ QlikView เพื่อการบริหารจัดการ วิเคราะห์ข้อมูล การแสดงผล และการกระจายข้อมูล <u>ระยะเวลา</u> : มกราคม 2561 - ธันวาคม 2562
7. Cisco International Limited	สัญญาแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายอุปกรณ์เชื่อมต่อคอมพิวเตอร์ระบบโทรศัพท์, ระบบประชุมทางไกล, ระบบรักษาความปลอดภัยของเครื่องคอมพิวเตอร์, ระบบประมวลผลข้อมูลคอมพิวเตอร์และระบบส่งสัญญาณอินเทอร์เน็ตไร้สาย <u>ระยะเวลา</u> : พฤษภาคม 2561 – พฤษภาคม 2562
8. Epson (Thailand) Ltd.	สัญญาแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เอปสัน ทั้งตัวเครื่องและวัสดุสิ้นเปลือง <u>ระยะเวลา</u> : เมษายน 2561 - มีนาคม 2562
9. PTC Inc.	สัญญาแต่งตั้งตัวแทนจำหน่าย Software ThingWorx <u>ระยะเวลา</u> : 17 เมษายน 2561 - 16 เมษายน 2562
10. Lenovo(Thailand) Limited	สัญญาแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์และบริการของ Lenovo <u>ระยะเวลา</u> : 1 ตุลาคม 2561 – 30 กันยายน 2563

3. ปัจจัยความเสี่ยงและมาตรการรองรับความเสี่ยง

การบริหารความเสี่ยง เป็นการบริหารจัดการที่สำคัญขององค์กรและสามารถนำองค์กรให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ รวมถึงตอบสนองต่อความต้องการของผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อสะท้อนถึงการบริหารจัดการที่ดี จึงได้มีการพิจารณาจำแนกเป็นปัจจัยที่เกิดจากภายนอกองค์กร ซึ่งได้รับผลกระทบจากสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงตามกระแสโลกาภิวัตน์และการแข่งขันที่สูงขึ้นในปัจจุบัน และอีกปัจจัยหนึ่งเกิดจากภายในองค์กรเอง อันเนื่องมาจากประสิทธิภาพในกระบวนการดำเนินงาน รวมถึงกลยุทธ์ต่างๆ ที่สามารถตอบสนองการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน โดยปัจจัยความเสี่ยงหลักๆ ที่มีผลต่อเสถียรภาพในการดำเนินทางธุรกิจในลักษณะตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์และบริการด้านไอที สามารถสรุปได้ ดังนี้

3.1 ความเสี่ยงสำคัญที่เกิดจากปัจจัยภายนอก

ความเสี่ยงจากเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลง ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีทำให้รูปแบบการดำเนินชีวิต การประกอบธุรกิจ และเศรษฐกิจโลกเปลี่ยนแปลงไป โดยเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่เกิดขึ้น ต่างมีศักยภาพที่แตกต่างและคุณสมบัติขั้นสูง ซึ่งบริษัทเริ่มเตรียมความพร้อมสำหรับผลกระทบที่จะเกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นผลต่อตลาดการขายสินค้าทั้งฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ รวมถึงลูกค้า อาจยกเลิกการขายผลิตภัณฑ์บางชนิดที่คาดการณ์ว่าอาจทำตลาดไม่ได้แล้ว ทำให้บริษัทต้องหาผลิตภัณฑ์จากคู่ค้ารายอื่นๆ ที่มีเทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อทดแทน รวมถึงการพิจารณาเพิ่มการบริการที่ครบวงจรมากขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด

ความเสี่ยงจากพฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลง เนื่องจากสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงตามกระแสโลกาภิวัตน์และการแข่งขันที่สูงขึ้นในปัจจุบัน ส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคโดยตรง ซึ่งในปัจจุบันอาจเรียกได้ว่าพฤติกรรมบนโลกออนไลน์ (Digital Behavior) ทำให้บริษัทต้องเตรียมความพร้อมในการให้บริการลูกค้าในทุกรูปแบบ โดยเรียนรู้ เข้าใจความต้องการพื้นฐานของลูกค้า พร้อมทั้งสนับสนุนการบริการที่ประทับใจเกินความคาดหวังของลูกค้า เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ตื้ออย่างยั่งยืน

ความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม ปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงสิ่งแวดล้อมและสภาพแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง โดยจะส่งผลกระทบให้เกิดภัยพิบัติ ไม่ว่าจะเป็นอุทกภัย แผ่นดินไหว รวมไปถึงอาจทำให้เกิดความล้มเหลวและหยุดให้บริการของระบบสาธารณูปโภคต่างๆ เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา หรือแม้กระทั่งระบบอินเทอร์เน็ต เป็นต้น ซึ่งผลกระทบเหล่านี้จะกระทบต่อการดำเนินงานของธุรกิจหากไม่มีการวางแผนจัดการความเสี่ยงเรื่องนี้ไว้ล่วงหน้า ดังนั้น บริษัทจึงได้จัดทำแผนฉุกเฉินตามปัจจัยความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น และแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจ รวมถึงได้จัดทำแผนฉุกเฉินประจำปี โดยกำหนดพนักงานหลัก (Key Person) ให้ไปปฏิบัติงานที่พื้นที่สำรอง (DR Site) เพื่อเป็นการทดสอบการดำเนินงานทั้งในส่วนระบบงานและขั้นตอนการปฏิบัติงานว่าสามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่อง

ความเสี่ยงจากความผันผวนของตลาดการเงิน รวมถึงอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ บริษัทได้มีมาตรการในการเลือกทำธุรกรรมกับธนาคารอย่างน้อย 3 ธนาคารขึ้นไปโดยเลือกการทำธุรกรรมกับธนาคารที่ให้ต้นทุนทางการเงินต่ำ อัตราดอกเบี้ยคงที่ และมีความสะดวก รวดเร็ว ในการให้บริการหรือให้คำปรึกษา เพื่อลดความเสี่ยงเรื่องความผันผวนของตลาดการเงิน นอกจากนี้ยังได้จัดทำสัญญาซื้อขายอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า เพื่อลดความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนดังกล่าวที่อาจส่งผลกระทบต่อต้นทุนสินค้า

ความเสี่ยงด้านกฎหมาย เนื่องจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่มีบทบาทกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของทุกคน รวมถึงการประกอบธุรกิจ ทำให้กฎระเบียบของหน่วยงานกำกับดูแลต้องมีความเข้มข้นมากขึ้น เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคและกำกับดูแลการพัฒนานวัตกรรม ซึ่งประเด็นนี้สร้างความกังวลให้แก่ธุรกิจที่มีการเข้าถึงข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า เช่น การบังคับใช้กฎหมายให้ความคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลฉบับใหม่ หรือ General Data Protection

Regulation (GDPR) ดังนั้น บริษัทต้องเตรียมความพร้อมให้ลูกค้าและพนักงานตระหนักถึงกฎระเบียบดังกล่าว พร้อมทั้งกำหนดแผนการควบคุมภายในองค์กร

ความเสี่ยงจากการเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ รวมถึงการควบรวมกิจการของคู่แข่งรายเดิม อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจและยอดขายรวมของบริษัท เนื่องจากการเข้ามาของสินค้าและเกิดตลาดการขายแบบใหม่ รวมถึงธุรกิจที่เป็น Open source หรือ Startup ซึ่งจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในการตัดสินใจซื้อของลูกค้า อย่างไรก็ตาม บริษัทได้เพิ่มรายได้จากการเป็นที่ปรึกษาการใช้ระบบ การให้บริการแบบครบวงจร การให้บริการเชื่อมต่อข้อมูล และอื่นๆ ไว้แล้ว

ความเสี่ยงด้านนโยบายของบริษัทผู้ผลิต ซึ่งสามารถแต่งตั้งตัวแทนเพิ่มเติม หรือเปลี่ยนรูปแบบทางธุรกิจไปขายตรงถึงผู้บริโภค ประกอบกับการที่บริษัทอาจดำเนินงานไม่ปฏิบัติตามสัญญาหรือจรรยาบรรณทางธุรกิจ (Code of Conduct) ของผู้ผลิตที่อาจส่งผลให้เกิดการยกเลิกสัญญา หรือการถูกลดบทบาทการเป็นตัวแทนจำหน่าย ตลอดเวลาที่ผ่านมามีบริษัทยังคงได้รับการต่อสัญญาจากผู้ผลิตรายใหญ่อีกอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ บริษัทยังคงมีกลยุทธ์ในการเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และบริการให้ทันสมัยเป็นไปตามเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปอยู่เสมอ รวมทั้งบริหารสัดส่วนของยอดขายและผลกำไรจากผลิตภัณฑ์และบริการประเภทต่างๆ ให้เหมาะสมและถ่วงดุลซึ่งกันและกัน เพื่อเป็นการกระจายความเสี่ยงอีกด้วย

3.2 ความเสี่ยงสำคัญที่เกิดจากปัจจัยภายใน

ความเสี่ยงด้านกระบวนการดำเนินงาน การเปลี่ยนแปลงของปัจจัยภายนอก ส่งผลกระทบต่อทั้งทางตรงและทางอ้อมกับการดำเนินงานในปัจจุบันของทุกองค์กร ทั้งในแง่เทคโนโลยีสารสนเทศที่มีการเติบโตและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และความต้องการของลูกค้าที่มีพฤติกรรมเปลี่ยนแปลง ทำให้การดำเนินงานขององค์กรต้องมีการปรับปรุงและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง บริษัทจึงได้จัดทำแผนพัฒนากระบวนการดำเนินงานในภายในองค์กรให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้เสีย และทันต่อการเปลี่ยนแปลงของกระแสโลกาภิวัตน์

ความเสี่ยงด้านการจัดการข้อมูลสารสนเทศที่สำคัญ เนื่องจากเทคโนโลยีในปัจจุบันมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง รวมถึงถูกนำมาเป็นส่วนหนึ่งทั้งในชีวิตประจำวันและการดำเนินงานในแต่ละขั้นตอนของธุรกิจ จึงทำให้ข้อมูลสำคัญถูกจัดเก็บและส่งผ่านช่องทางสารสนเทศต่างๆ เช่น อินเทอร์เน็ต คลาวด์ และสื่อสังคมออนไลน์ ที่มีการใช้งานอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน ซึ่งอาจก่อให้เกิดความเสี่ยงกับข้อมูลหรือส่งผลกระทบต่อความมั่นคงของธุรกิจได้ และเพื่อเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการควบคุมภายในและกระบวนการบริหารความเสี่ยง บริษัทจึงดำเนินงานเตรียมความพร้อมและพัฒนากระบวนการดำเนินงานภายในองค์กรให้สอดคล้องกับระบบมาตรฐานสากล

ความเสี่ยงด้านบุคลากร ปัจจุบันพนักงานที่มีอายุน้อยยังคงมีอัตราการลาออกค่อนข้างสูง อันเนื่องมาจากตลาดแรงงานด้านเทคโนโลยีและสารสนเทศเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ทุกองค์กรต้องการบุคลากรในสายงานด้านเทคโนโลยีเพิ่มขึ้น และอีกหนึ่งความเสี่ยงที่สำคัญคือ บุคลากรที่มีอยู่อาจมีทักษะ ความรู้ หรือความสามารถ ไม่เพียงพอต่อการเปลี่ยนแปลงของกระแสโลกาภิวัตน์และด้านเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทำให้การสรรหาและการพัฒนาบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ และตรงตามความต้องการขององค์กรยากขึ้น บริษัทจึงได้จัดทำแผนสรรหาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง โดยการเพิ่มช่องทางการสรรหาให้ทั่วถึง รวมถึงจัดทำแผนพัฒนาบุคลากรให้ครอบคลุมกับหน้าที่การดำเนินงานในปัจจุบันและทันต่อการเปลี่ยนแปลงในอนาคต ตลอดจนสร้างความผูกพันในองค์กรผ่านกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้บุคลากรเกิดความรู้สึกผูกพันในองค์กร

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ทรัพย์สินถาวรหลัก

ณ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทและบริษัทย่อยมีที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ที่ดินและอาคาร

(หน่วย : ล้านบาท)

ที่ตั้ง	ประเภท	มูลค่าตามบัญชี	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพันค้ำประกันเงินกู้	วงเงินค้ำประกัน	วัตถุประสงค์ในการถือครองสินทรัพย์
400 ถนนเฉลิมพระเกียรติ ร.9 แขวงหนองบอน เขตประเวศ กทม.	ที่ดินอาคาร	224.62 0.40	เป็นเจ้าของ	-	-	ใช้เป็นที่ตั้งของอาคารสำนักงานใหญ่และให้บริการลูกค้า
98/44 แฟคตอรีแลนด์ 2 ซอย 3 หมู่ 11 ถ.พุทธมณฑลสาย 5 ต.ไร่ขิง อ.สามพราน จ. นครปฐม	ที่ดินอาคาร	5.71 0.40	MPP ซึ่งเป็นบริษัทย่อยเป็นเจ้าของ	ธ.กสิกรไทย	100	ใช้เป็นที่ตั้งของอาคารของบริษัท เมโทรโปรเฟสชันแนลโปรดักส์ จำกัด
979/27-31 อาคารเอสเอ็มทาวเวอร์ ชั้น 16 ถนนพหลโยธิน แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กทม.	อาคารชุด	0.00	เป็นเจ้าของ	-	-	ใช้เป็นศูนย์ฝึกอบรมและสำนักงาน
141/ 15- 18 อาคารสกุลไทยสุรวงศ์ทาวเวอร์ ชั้น 15-16 ถนนสุรวงศ์ บางรัก กทม.	อาคารชุด	0.00	เป็นเจ้าของ	-	-	ให้บริษัทร่วมเช่า
รวม		231.13				

2. อุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงาน

(หน่วย : ล้านบาท)

ประเภท	มูลค่าตามบัญชี	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพันค้ำประกันเงินกู้
คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์	90.95	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์	32.05	ภายใต้สัญญาเช่าการเงิน	ไม่มี
อื่น ๆ	212.45	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
รวม	335.45		

4.2 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัทมีนโยบายการลงทุนในธุรกิจ ซึ่งเกี่ยวเนื่องกับระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงานในธุรกิจหลักของบริษัท ให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างครบถ้วน และมีประสิทธิภาพ ทั้งด้านการครอบคลุมตลาด (Market Coverage) และการพัฒนาโซลูชันสำหรับอุตสาหกรรมต่างๆ

4.3 ราคาประเมินทรัพย์สิน หากมีการได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งทรัพย์สิน หรือมีการตีราคาทรัพย์สินใหม่

- ไม่มี -

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

เมื่อวันที่ 29 พฤษภาคม 2558 บริษัทได้รับจ้างออกแบบ พัฒนา และติดตั้งโปรแกรมระบบงานสหกรณ์ออมทรัพย์เพื่อสหกรณ์สมาชิก และบริการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ให้แก่ชุมนุมสหกรณ์ออมทรัพย์แห่งประเทศไทย จำกัด (“ชสอ.”) แบ่งออกเป็น 4 งานย่อย รวมมูลค่าจ้างตามสัญญา เป็นเงินประมาณ 285,800,000 บาท โดยบริษัทได้ทำงานตามเงื่อนไขและข้อตกลงของสัญญาจ้างเรื่อยมาตามลำดับทุกประการ แต่ระหว่างการดำเนินงานในโครงการตามสัญญาจ้างดังกล่าว ปรากฏว่า ชสอ. ผิดนัดไม่ชำระค่าจ้างและ/หรือค่าบริการ เป็นเงินประมาณ 29,583,350 บาท และไม่ทำการตรวจรับมอบงานในส่วนของงวดงานที่บริษัทดำเนินการแล้วเสร็จ เป็นเงินค่าจ้างประมาณ 62,525,616 บาท นอกจากนี้ ชสอ.ยังขอให้บริษัทชะลอการทำงานที่อยู่ระหว่างการดำเนินงานไว้ก่อน อันเป็นการไม่ปฏิบัติตามเงื่อนไขข้อตกลงของสัญญาจ้าง ซึ่งทำให้เกิดผลกระทบในการทำงานและเกิดความเสียหายกับบริษัท ดังนั้นเมื่อวันที่ 26 ธันวาคม 2559 บริษัทจึงได้มีหนังสือบอกกล่าวทวงถามและบอกเลิกสัญญาจ้างกับ ชสอ. โดยเรียกให้ ชสอ. ชำระค่างานดังกล่าวข้างต้น พร้อมทั้งให้ส่งมอบหลักประกันสัญญาและการปฏิบัติตามสัญญา มูลค่า 14,290,000 บาท คืนให้แก่บริษัท แต่ปรากฏว่า ชสอ. ไม่ปฏิบัติตามที่บริษัทมีหนังสือบอกกล่าวทวงถามและบอกเลิกสัญญา

ตามที่บริษัทได้เป็นโจทก์ยื่นฟ้องชสอ. เป็นจำเลยต่อศาลจังหวัดนนทบุรี ความแพ่งคดีหมายเลขดำที่ พ.277/2560 ในข้อหาบอกเลิกสัญญา เรียกค่าเสียหาย ทุนทรัพย์ที่เรียกร้อง เป็นเงิน 204,409,552 บาท และ ชสอ.ได้ยื่นฟ้องบริษัทเป็นจำเลยต่อศาลจังหวัดนนทบุรี ความแพ่ง คดีหมายเลขดำที่ พ.2295/2560 ข้อหาผิดสัญญาว่าจ้างทำของ เรียกค่าเสียหาย ทุนทรัพย์ที่เรียกร้อง เป็นเงิน 312,389,794.45 บาท ซึ่งศาลมีคำสั่งให้รวมการพิจารณาคดีทั้งสองสำนวนไปในคราวเดียวกัน โดยคดีดังกล่าวได้ทำการสืบพยานโจทก์และพยานจำเลยเสร็จสิ้นแล้ว

ปัจจุบันศาลจังหวัดนนทบุรีได้นัดฟังคำพิพากษาในวันอังคารที่ 12 มีนาคม 2562 ทั้งนี้ บริษัทคาดว่า บริษัทมีโอกาที่จะเป็นฝ่ายชนะคดี และจะได้รับชำระหนี้ภายหลังจากคดีถึงที่สุดแล้ว

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

รายละเอียดของบริษัท บริษัทย่อย บริษัทร่วม และบุคคลอ้างอิง

บริษัท เมโทรซิสเต็มส์คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

สำนักงานใหญ่

ชื่อบริษัท	บริษัท เมโทรซิสเต็มส์คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
กลุ่มอุตสาหกรรม / หมวดธุรกิจ	เทคโนโลยี / เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร
ลักษณะการประกอบธุรกิจ	ตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์คอมพิวเตอร์ฮาร์ดแวร์ และซอฟต์แวร์โซลูชัน พร้อมบริการด้านไอทีแบบครบวงจร
เลขทะเบียนบริษัท	0107538000347
ทุนจดทะเบียนและเรียกชำระแล้ว	360,000,000 บาท
จำนวนหุ้น	360,000,000 หุ้น
ราคาหุ้น	1 บาท
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	400 ถนนเฉลิมพระเกียรติ ร.9 แขวงหนองบอน เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร 10250
โทรศัพท์	02-089-4000
โทรสาร	02-726-2630
Web Site	http://www.metrosystems.co.th

สาขา

บางกอกแอดวานซ์เลิร์นนิ่ง (Bangkok Advanced Learning)	979/27-31 ชั้น 16 อาคารเอสเอ็มทาวเวอร์คอนโดมิเนียม ถนนพหลโยธิน แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร 10400
วัตถุประสงค์	ศูนย์ฝึกอบรมและสาธิตซอฟต์แวร์ Microsoft
โทรศัพท์	02-089-4724, 02-089-4015
โทรสาร	02-298-0260
Web Site	http://www.bal2001.com
เอ็นวิชั่นนิ่ง เซ็นเตอร์ (Envisioning Center)	888/15-17 อาคารมหาพลาซ่า ถนนเพลินจิต แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330
วัตถุประสงค์	ศูนย์ฝึกอบรมและสาธิตซอฟต์แวร์ IBM
โทรศัพท์	02-089-4135
โทรสาร	02-253-0563
Web Site	-

บริษัทย่อย

ชื่อบริษัท	บริษัท เมโทรโพรเฟสชันแนลโปรดักส์ จำกัด
กลุ่มอุตสาหกรรม / หมวดธุรกิจ	เทคโนโลยี / เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร
ลักษณะการประกอบธุรกิจ	เป็นผู้จัดจำหน่ายคอมพิวเตอร์/ ให้บริการวางระบบคอมพิวเตอร์แบบครบวงจร ตลอดจนการให้เข้าใช้
ทุนจดทะเบียนและเรียกชำระแล้ว	20,000,000 บาท
จำนวนหุ้น	200,000 หุ้น
ราคาพาร์	100 บาท
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	98/44 แฟคตอรีแลนด์ 2 ซอย 3 หมู่ 11 ถนนพุทธมณฑลสาย 5 ตำบลไร่ขิง อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม 73210
โทรศัพท์	02-019-9399
โทรสาร	02-019-9398
Web Site	http://www.mpp.co.th

ชื่อบริษัท	บริษัท เมโทร อินโฟเทค จำกัด
กลุ่มอุตสาหกรรม / หมวดธุรกิจ	เทคโนโลยี / เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร
ลักษณะการประกอบธุรกิจ	บริการติดตั้งและจัดจำหน่ายซอฟต์แวร์ Customer Relationship Management, Business Process Management และ Business Intelligence
ทุนจดทะเบียนและเรียกชำระแล้ว	5,000,000 บาท
จำนวนหุ้น	50,000 หุ้น
ราคาพาร์	100 บาท
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	400 ถนนเฉลิมพระเกียรติ ร.9 แขวงหนองบอน เขตประเวศ กทม.
โทรศัพท์	02-089-4551, 02-089-4552
โทรสาร	02-726-2530
Web Site	http://www.metroinfotech.co.th

ชื่อบริษัท	บริษัท เมโทรคอนเนค จำกัด
กลุ่มอุตสาหกรรม / หมวดธุรกิจ	เทคโนโลยี / เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร
ลักษณะการประกอบธุรกิจ	จำหน่ายผลิตภัณฑ์คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ต่อพ่วงและซอฟต์แวร์ผ่านบริษัทผู้ให้บริการด้านไอที
ทุนจดทะเบียนและเรียกชำระแล้ว	10,000,000 บาท
จำนวนหุ้น	1,000,000 หุ้น
ราคาพาร์	10 บาท
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	400 ถนนเฉลิมพระเกียรติ ร.9 แขวงหนองบอน เขตประเวศ กทม.10250
โทรศัพท์	02-089-4000
โทรสาร	02-726-2539
Web Site	http://www.metroconnect.co.th



ชื่อบริษัท	บริษัท เมโทรอินโฟไดนามิกส์ จำกัด
กลุ่มอุตสาหกรรม / หมวดธุรกิจ	เทคโนโลยี / เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร
ลักษณะการประกอบธุรกิจ	จำหน่ายผลิตภัณฑ์คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ต่อพ่วงและซอฟต์แวร์
ทุนจดทะเบียนและเรียกชำระแล้ว	10,000,000 บาท
จำนวนหุ้น	100,000 หุ้น
ราคาพาร์	100 บาท
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	400 ถนนเฉลิมพระเกียรติ ร.9 แขวงหนองบอน เขตประเวศ กทม. 10250
โทรศัพท์	02-089-4000
โทรสาร	02-726-2630
Web Site	-

บริษัทร่วม

ชื่อบริษัท	บริษัท เอชไอเอส เอ็มเอสซี จำกัด
กลุ่มอุตสาหกรรม / หมวดธุรกิจ	เทคโนโลยี / เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร
ลักษณะการประกอบธุรกิจ	บริการและจัดจำหน่ายซอฟต์แวร์ระบบงานสำหรับกิจการโรงแรม
ทุนจดทะเบียนและเรียกชำระแล้ว	4,000,000 บาท
จำนวนหุ้น	40,000 หุ้น
ราคาพาร์	100 บาท
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	400 ถนนเฉลิมพระเกียรติ ร.9 แขวงหนองบอน เขตประเวศ กทม. 10250
โทรศัพท์	02-089-4101, 02-089-4107-8
โทรสาร	02-726-2910
Web Site	http://www.hismsc.com

ชื่อบริษัท	บริษัท เจบีซีซี (ไทยแลนด์) จำกัด
กลุ่มอุตสาหกรรม / หมวดธุรกิจ	เทคโนโลยี / เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร
ลักษณะการประกอบธุรกิจ	จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สารสนเทศสำหรับลูกค้าญี่ปุ่น
ทุนจดทะเบียนและเรียกชำระแล้ว	10,000,000 บาท
จำนวนหุ้น	10,000 หุ้น
ราคาพาร์	1,000 บาท
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	591 อาคารสมัชชชวานิช 2 ชั้น 21 ถนนสุขุมวิท แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กทม.
โทรศัพท์	02-662-2218
โทรสาร	02-662-2219
Web Site	-

บุคคลอ้างอิงอื่นๆ

นายทะเบียนหลักทรัพย์	บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด 93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400 โทร. 02-009-9000	
ผู้สอบบัญชี	นายวีระชัย รัตนจรสกุล นางสาวมาริษา ธาราบรรพกุล นางสาวปัทมวรรณ วัฒนกุล นายโชคชัย งามวุฒิกุล	ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 4323 และ/หรือ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 5752 และ/หรือ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 9832 และ/หรือ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 9728 และ/หรือ บริษัท เคพีเอ็มจี ภูมิไชย สอบบัญชี จำกัด 1 อาคารเอ็มไพร์ทาวเวอร์ ชั้น 50-51 ถนนสาทรใต้ แขวงยานนาวา เขตสาทร กรุงเทพมหานคร 10120 โทรศัพท์ : 02-677-2000 Fax : 02-677-2222 E-mail : somboon@kpmg.co.th charoen@kpmg.co.th
ที่ปรึกษากฎหมาย	นายสุเมธ อาศิริพจน์ สำนักงานกฎหมายของบริษัท เมโทรซิสเต็มส์คอร์ปอเรชัน จำกัด (มหาชน) โทรศัพท์ 02-089-4349	
ที่ปรึกษาทางการเงิน	- ไม่มี -	
ที่ปรึกษาหรือผู้จัดการ ภายใต้สัญญาการจัดการ	- ไม่มี -	