

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

ภาพรวมของการประกอบธุรกิจ

บริษัท วันทูวัน คอนแทคส์ จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ” หรือ “OTO”) เป็นผู้เชี่ยวชาญในธุรกิจศูนย์บริการข้อมูลลูกค้าสัมพันธ์ในประเทศไทยที่ช่วยบริหารจัดการระบบข้อมูลลูกค้าสัมพันธ์ได้อย่างครบวงจร รับประกันความพึงพอใจสูงสุด ด้วยทีมงานผู้เชี่ยวชาญระดับมืออาชีพที่พร้อมเอาใจใส่และดูแลลูกค้าเป็นอย่างดีตลอดระยะเวลาการให้บริการ นอกจากนี้บริษัทฯ ยังมีบริการให้เข้าอุปกรณ์ Contact Center ที่ทันสมัย ได้มาตรฐาน เป็นที่ยอมรับในระดับสากล และบริการให้เข้าซอฟต์แวร์ ทั้งซอฟต์แวร์สำเร็จรูป และซอฟต์แวร์ระบบ Contact Center ที่ปรับเปลี่ยนระบบการทำงานให้เหมาะสมกับธุรกิจขององค์กร เพื่อให้บริการลูกค้าได้อย่างสมบูรณ์แบบที่สุด

บริษัท เป็นบริษัทย่อยของบริษัท สามารถคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (“SAMART”) ซึ่งเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ บริษัทฯ ได้เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ เมื่อวันที่ 15 พฤษภาคม 2557

1.1 วิสัยทัศน์ และพันธกิจ

วิสัยทัศน์ และพันธกิจ

ตลอดระยะเวลาการให้บริการลูกค้ากว่า 15 ปี บริษัท วันทูวัน คอนแทคส์ จำกัด (มหาชน) มุ่งมั่นต่อวิสัยทัศน์ในการก้าวสู่การเป็นผู้ให้บริการอันดับหนึ่งในการนำเสนอ Contact Center Solutions ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทุกรูปแบบ ด้วยสินค้าและบริการที่เปี่ยมด้วยคุณภาพเราพร้อมตอบสนองทุกความต้องการในงานด้านบริการอยู่เสมอ และเราไม่เคยหยุดนิ่งที่จะคิดค้นและพัฒนานวัตกรรมใหม่ๆ ที่จะช่วยเสริมสร้างประสิทธิภาพด้านงานบริการให้แก่ทุกธุรกิจของคุณ

ปรัชญาการให้บริการ

“บริษัทฯ มีความเชื่อมั่นเป็นอย่างยิ่งว่าความสำเร็จของท่านคือความสำเร็จของเรา และมีคำมั่นสัญญาที่จะส่งมอบงานอย่างมีคุณภาพชั้นเลิศให้แก่ลูกค้า ดังคำกล่าวที่ว่าความสำเร็จทางธุรกิจของลูกค้าเปรียบเสมือนความสำเร็จของบริษัท และพนักงานทุกคน บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาธุรกิจให้มีความมั่นคงและแข็งแกร่ง โดยยึดมั่นในจริยธรรมและความซื่อสัตย์ทางธุรกิจ ทั้งนี้ เพื่อการเจริญเติบโตอย่างยั่งยืนตามความคาดหวังของลูกค้าและผู้ถือหุ้น”

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

บริษัทฯ จัดทะเบียนจัดตั้งเมื่อวันที่ 7 สิงหาคม 2543 ด้วยทุนจดทะเบียนเรียกชำระแล้วเริ่มแรก 20 ล้านบาท และในปี 2548 ได้เพิ่มทุนจดทะเบียนเรียกชำระแล้วเป็น 100 ล้านบาท บริษัทฯ มีสถานะเป็นบริษัทย่อยของบริษัท สามารถคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (“SAMART”) เพื่อดำเนินธุรกิจให้บริการบริหารจัดการงานลูกค้าสัมพันธ์และบริการข้อมูลข่าวสารครบวงจร (Fully Contact Center Management Service) ให้แก่องค์กรภาครัฐและเอกชน โดยมีบริการที่หลากหลายด้วยเทคโนโลยี อันทันสมัยและบริหารงานโดยทีมงานมืออาชีพภายใต้แนวคิด “ตอบสนองบริการลูกค้าทุกด้านอย่างครบวงจร” (Total Customer Management Solutions with Customized Services)

ความเป็นมาและพัฒนาการที่สำคัญของบริษัทฯ สามารถสรุปได้ดังนี้

ปี	พัฒนาการบริษัทฯ
ปี 2543	จดทะเบียนจัดตั้งบริษัทฯ เมื่อวันที่ 7 สิงหาคม 2543 ด้วยทุนจดทะเบียนเรียกชำระแล้ว 20 ล้านบาท มีจำนวนหุ้น 2 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท โดยมี SAMART และบริษัทในกลุ่มสามารถถือหุ้นรวมกันร้อยละ 100
ปี 2544	บริษัทฯ เริ่มให้บริการออกแบบพัฒนาและติดตั้งระบบศูนย์บริการข้อมูลแบบเบ็ดเสร็จ (Turnkey Total Solutions) และบริการบริหารจัดการศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์แบบเต็มรูปแบบ (Fully Outsourced Contact Center Management Service) ให้แก่ลูกค้าในองค์กรภาครัฐและเอกชน
ปี 2545	บริษัทฯ เริ่มให้บริการจัดหาเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Service Representative Outsourced) เพื่อให้บริการรับโทรศัพท์ให้หน่วยงานภายนอก
ปี 2546	บริษัทฯ เริ่มให้ระบบศูนย์บริการข้อมูลและอุปกรณ์ (Contact Center Facility Outsourced)
ปี 2548	- ในเดือนพฤษภาคม บริษัทฯ ได้เพิ่มทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้วอีก 80 ล้านบาท เป็นทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้ว 100 ล้านบาทมีจำนวนหุ้น 10 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท - บริษัทฯ ได้รับการรับรองคุณภาพ ISO 9001:2008 ด้าน Accredited
ปี 2549	บริษัทฯ ได้รับรางวัลด้านการให้บริการ Contact Center No.1 Thailand Outsourcing Contact Centre จาก Frost & Sullivan
ปี 2550	- บริษัทฯ ได้รับรางวัลด้านการให้บริการ Contact Center 3 รางวัล ได้แก่ - Gold Winner APAC Best Contact Center (BUG1113) - Bronze Winner of Contact Center World Awards (BUG1113) - Generali's Thailand Best Telemarketing Performance
ปี 2551	- ในเดือนตุลาคม บริษัทฯ ได้จัดตั้งบริษัท วันทูวัน โปรเฟสชั่นแนล จำกัด เป็นบริษัทย่อย โดยบริษัทถือหุ้นร้อยละ 100 เพื่อดำเนินธุรกิจให้บริการรับเป็นที่ปรึกษา ให้คำแนะนำเกี่ยวกับการบริหารงานบุคคล และบริการด้านการจัดหาบุคลากรด้านบริการลูกค้าสัมพันธ์โดยเฉพาะ อย่างไรก็ตามปัจจุบัน OTP ยังมิได้เริ่มประกอบธุรกิจแต่อย่างใด - บริษัทฯ ได้รับการรับรองมาตรฐาน Software development standard CMMI Level 3 (Capability Maturity Model Integration) ซึ่งเกี่ยวกับมาตรฐานกระบวนการในการพัฒนาและบริหารจัดการโครงการทางด้านสารสนเทศ ที่ถูกคิดค้นโดยสถาบัน Software Engineering Institute (SEI) บนหลักการที่ว่าคุณภาพที่ดีของกระบวนการจะนำไปสู่คุณภาพที่ดีของผลิตภัณฑ์และบริการ
ปี 2552	- บริษัทฯ ได้รับการประกันคุณภาพ ISO/IEC 20000 ด้าน IT Service Management - บริษัทฯ ได้รับรางวัลด้านการให้บริการ Contact Center 2 รางวัล ได้แก่ - Silver Winner of APAC Best Contact Center (PEA Project) - Silver Winner of Best Trainer - ในเดือนกุมภาพันธ์ ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทได้มีมติให้จัดตั้ง บริษัท วันทูวัน เวียดนาม จำกัด เพื่อดำเนินธุรกิจในการให้คำปรึกษาและให้บริการจัดตั้งระบบศูนย์บริการข้อมูลลูกค้าแก่องค์กรภาครัฐและเอกชนในประเทศเวียดนาม โดยมีทุนจดทะเบียน 0.04 ล้านดอลลาร์สหรัฐอเมริกา โดยบริษัทฯ จะมีสัดส่วนการถือหุ้นในอัตราร้อยละ 100

ปี	พัฒนาการบริษัทฯ
ปี 2553	บริษัทฯ ได้พิจารณาปัจจัยต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อการลงทุนในบริษัท วันทูวัน เวียดนาม จำกัด แล้วเห็นว่าควรชะลอการลงทุนไว้ก่อน
ปี 2554	บริษัทฯ ได้จัดตั้ง Disaster Recovery Site หรือ DR Site (ศูนย์สำรอง) เพื่อรองรับเหตุการณ์ฉุกเฉิน อาทิเช่น วิกฤตการณ์น้ำท่วม เหตุการณ์จลาจล เป็นต้น เพื่อให้บริษัทฯ สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง
ปี 2555	- บริษัทฯ ได้รับรางวัลด้านการให้บริการ Contact Center 3 รางวัล ได้แก่ 1) Silver Winner of APAC Best Mid-sized Contact Center (SRT project) 2) Bronze Winner of APAC Best Customer Service (TCCC project) 3) Thailand Outsourced Contact Center Vendor of the year 2012 จาก Frost & Sullivan (ประเทศไทย) ในฐานะที่เป็นองค์กรเอกชนที่ดำเนินธุรกิจด้าน Contact Center ชั้นนำของประเทศไทยที่มีการเติบโตและมีการพัฒนาองค์กรอย่างไม่หยุดยั้ง ทั้งทางด้านบุคลากร เทคโนโลยี และการบริหารจัดการ - บุคลากรของบริษัทฯ ได้รับการรับรองให้เป็น COPC Registered Coordinator จากสถาบัน COPC (Customer Operation Performance Center) ซึ่งเป็นสถาบันที่รับรองคุณภาพการบริหารจัดการ Contact Center ที่เป็นมาตรฐานสากล
ปี 2556	- ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2556 เมื่อวันที่ 27 มีนาคม 2556 ได้มีมติให้แปรสภาพบริษัทฯ เป็นบริษัทมหาชนจำกัด และเปลี่ยนแปลงมูลค่าที่ตราไว้จากหุ้นละ 10 บาท เป็นหุ้นละ 1 บาท - ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 1/2556 เมื่อวันที่ 22 พฤษภาคม 2556 ได้มีมติให้เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 100 ล้านบาทเป็น 280 ล้านบาท โดยออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 180 ล้านหุ้น แบ่งเป็นหุ้นปันผลจำนวน 110 ล้านหุ้น และเสนอขายให้แก่ประชาชนเป็นครั้งแรกจำนวน 70 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท - เมื่อวันที่ 13 กันยายน 2556 บริษัทฯ ได้จัดตั้งบริษัท วันทูวัน แคมโบเดีย จำกัด (One to One (Cambodia) Company Limited) โดยมีทุนจดทะเบียน 5,000 เหรียญสหรัฐ (เทียบเท่า 155,000 บาท) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อดำเนินธุรกิจศูนย์บริการข้อมูลลูกค้าสัมพันธ์ในประเทศกัมพูชา ซึ่งเริ่มดำเนินธุรกิจในไตรมาสที่ 1 ปี 2557 - บริษัทฯ ได้รับการประกันคุณภาพ ISO/IEC 27001:2005 ด้านความปลอดภัยของข้อมูล (Information Security)
ปี 2557	- บริษัทฯ ได้เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ เมื่อวันที่ 15 พฤษภาคม 2557 - บริษัท วันทูวัน แคมโบเดีย จำกัด (One to One (Cambodia) Company Limited) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัทฯ ได้ดำเนินการจัดตั้งแล้วเสร็จ โดยมีสำนักงานตั้งอยู่เลขที่ 18-E4, 4th Floor, The iCon Professional Building, 612 Norodom Blvd., Tonle Bassac, Chamkarmorn, Phnom Penh, Kingdom of Cambodia และได้เริ่มให้บริการบริหารจัดการศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์แบบเต็มรูปแบบ (Fully Outsourced Contact Center Management Service) ให้แก่ลูกค้าภาคเอกชนในประเทศกัมพูชา ในเดือนมีนาคม 2557 - บริษัทฯ ได้รับรางวัล Thailand Excellence Awards: Outsourced Contact Center Vendor of the Year 2014 จาก Frost & Sullivan (ประเทศไทย) ในฐานะที่เป็นองค์กรเอกชนที่ดำเนินธุรกิจด้าน Contact Center ชั้นนำของประเทศไทย

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

บริษัท วันทูวัน คอนแทคส์ จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจรับจ้างให้บริการศูนย์บริการข้อมูล และบริการบริหารจัดการศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์แบบเต็มรูปแบบ โดยมีบริษัทย่อย 2 แห่ง คือ บริษัท วันทูวัน แคมโบเดีย จำกัด และบริษัท วันทูวัน โปรเฟสชั่นแนล จำกัด ทั้งนี้ โดยมีรายละเอียดข้อมูลทั่วไปของบริษัทย่อยและบริษัทร่วม ดังนี้

ลำดับ ที่	ชื่อบริษัท	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน (ล้านบาท)	หุ้นสามัญ ทั้งหมด ที่ออก จำหน่าย	หุ้นทั้งหมดที่บริษัทถือ	
					จำนวนหุ้น	ร้อยละ
1.	บจก. วันทูวัน แคมโบเดีย 18-E4, 4 th floor, The Icon Professional Building 612, Norodom Blvd., Tonle Bassac, Chamkarmorn, Phnom Penh, Kingdom of Cambodia โทร. 023-932-222 โทรสาร 023-932-223	ธุรกิจศูนย์บริการข้อมูลลูกค้า สัมพันธ์	200,000 (เหรียญ สหรัฐ)	40,000	40,000	100
2.	บจก. วันทูวัน โปรเฟสชั่นแนล 126/92-95 อาคารชุด ซี.เอ็ม. ทาวเวอร์ ชั้น 24 ถนนกรุงธนบุรี แขวงบางลำภูล่าง เขตคลองสาน กรุงเทพฯ 10600 โทร. 0-2685-0059 โทรสาร 0-2685-0050	ให้บริการรับเป็นที่ปรึกษา ให้คำแนะนำเกี่ยวกับการ บริหารงานบุคคล และบริการ ด้านการจัดหาบุคลากรด้าน บริการลูกค้าสัมพันธ์ โดยเฉพาะ	1 ล้านบาท	100,000	99,997	99.99

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

โครงสร้างรายได้ของบริษัทและบริษัทย่อย สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2555 - 2557 มีดังนี้

ประเภทการให้บริการ	ปี 2555		ปี 2556		ปี 2557	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1. รับจ้างให้บริการศูนย์บริการข้อมูล (Outsourced Contact Center Services)						
ก. บริการบริหารจัดการศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์แบบเต็มรูปแบบ	446.45	50.19	493.82	72.17	498.56	64.42
ข. บริการจัดหาเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์	136.96	15.40	51.83	7.58	46.84	6.05
ค. บริการระบบศูนย์บริการข้อมูลและอุปกรณ์	69.67	7.83	49.69	7.26	62.98	8.14
รวม	653.08	73.42	595.34	87.01	608.38	78.61
2. บริการออกแบบพัฒนาและติดตั้งระบบศูนย์บริการข้อมูลแบบเบ็ดเสร็จ (Turnkey Total Solutions)						
บริการออกแบบพัฒนาและติดตั้งระบบศูนย์บริการข้อมูลแบบเบ็ดเสร็จ	218.79	24.59	67.59	9.88	139.88	18.08
บริการบำรุงรักษาระบบ	17.73	1.99	21.31	3.11	25.62	3.31
รวม	236.52	26.58	88.90	12.99	165.50	21.39
รวมทั้งหมด	889.60	100.00	684.24	100.00	773.88	100.00

ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัท วันทูวัน คอนแทคส์ จำกัด (มหาชน) แบ่งธุรกิจการให้บริการออกเป็น 2 ประเภทดังนี้

1. รับจ้างให้บริการศูนย์บริการข้อมูล (Outsourced Contact Center Services)

1. บริการบริหารจัดการศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์แบบเต็มรูปแบบ (Fully Outsourced Contact Center Management Service)

ประกอบด้วยการให้บริการที่หลากหลาย เช่น การสำรวจข้อมูลหรือความคิดเห็นทางโทรศัพท์ (Tele-survey) การขายสินค้าหรือบริการทางโทรศัพท์ (Tele-sales) การติดตามข้อมูลทางโทรศัพท์ บริการรับเรื่องร้องเรียนต่างๆ รวมถึงรับคำติชม และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการผ่านทางโทรศัพท์ (Complaint Handling) ดูแลบริหารจัดการกรรมการตลาดต่างๆ ผ่านเทคโนโลยีการให้บริการลักษณะผ่านทางโทรศัพท์ (Voice) และการให้บริการผ่านช่องทางอื่น เช่น Web chat, Internet call center, Social media, Mobile application (Non Voice)

บริษัทฯ มีการให้บริการสำหรับองค์กรที่สนใจมี Contact Center ไว้ใช้งานแต่ไม่ต้องการลงทุนจัดตั้งระบบเอง โดยสามารถลดต้นทุนการดำเนินงานด้วยการว่าจ้างให้บริการ Outsourced Contact Center แบบเบ็ดเสร็จ ซึ่งมีบริการให้ทั้งโครงการระยะยาว และโครงการระยะสั้น การทำกิจกรรมพิเศษมีระยะเวลาที่ชัดเจน ซึ่งในการบริการบริหารจัดการศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์แบบเต็มรูปแบบ (Fully Outsourced Contact Center Management Service) นี้ ทีมงานที่เชี่ยวชาญในงานบริหารการให้บริการศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ในด้านต่างๆ จะเป็นผู้บริหารจัดการ Contact Center เพื่อให้บริการข้อมูลข่าวสาร หรือศูนย์บริการข้อมูลแบบเบ็ดเสร็จแก่ลูกค้าแทน โดยที่บริษัทฯ เป็นผู้จัดเตรียมสถานที่ระบบโทรศัพท์ ระบบคอมพิวเตอร์ ทั้ง Hardware และ Software Application และเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Service Representative) ตลอดจนเจ้าหน้าที่หัวหน้างาน เจ้าหน้าที่ตรวจสอบคุณภาพให้ทั้งหมด โดยใช้ศูนย์ Contact Center ของบริษัทฯ ในการให้บริการในด้านต่างๆ

2. บริการจัดหาเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Service Representative Outsourced)

บริษัทฯ ให้บริการบริหารจัดการและจัดหาบุคลากรด้านบริการลูกค้าสัมพันธ์เต็มรูปแบบ ทั้งคัดสรร ฝึกอบรม ตรวจสอบและควบคุมมาตรฐานเพื่อรักษาระดับคุณภาพการให้บริการอย่างต่อเนื่อง จัดหาเจ้าหน้าที่ทดแทน พร้อมดูแลสวัสดิการพนักงานเพื่อให้ลูกค้าหมดความกังวลในการบริหารงานบุคลากรด้านลูกค้าสัมพันธ์ และมั่นใจได้ว่าพนักงานพร้อมให้บริการได้ในระดับมาตรฐานสากล

3. บริการระบบศูนย์บริการข้อมูลและอุปกรณ์ (Contact Center Facility Outsourced)

บริษัทฯ มีการให้บริการในกรณีที่ต้องการไม่ต้องลงทุนติดตั้งระบบ Contact Center เอง สามารถเลือกใช้บริการระบบ Contact Center เพื่อใช้งานได้ ช่วยให้องค์กรมีศูนย์บริการข้อมูลลูกค้าที่ได้มาตรฐานโดยไม่ต้องลงทุนเอง เป็นการแบ่งเบาภาระค่าใช้จ่ายในการลงทุน และยังสร้างความคล่องตัวในการบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพโดยลูกค้าสามารถเลือกบริการการเช่าระบบ Contact Center ณ สถานที่ของบริษัทฯ หรือติดตั้ง ณ สถานที่ที่ลูกค้าจัดหาไว้

2. บริการออกแบบ พัฒนา และติดตั้งระบบศูนย์บริการข้อมูลแบบเบ็ดเสร็จ (Turnkey Total Solutions)

บริษัทฯ มีบริการให้คำปรึกษา บริการออกแบบพัฒนาและติดตั้งระบบศูนย์บริการข้อมูลแบบเบ็ดเสร็จ (Turnkey Total Solutions) สำหรับองค์กรที่ต้องการจะลงทุนและติดตั้งระบบภายในองค์กรเอง ด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัยโดยทีมวิศวกรผู้เชี่ยวชาญด้าน Contact Center โดยเฉพาะ โดยบริษัทฯ ทำหน้าที่ในการจัดหาอุปกรณ์ Hardware และ Software Application ที่ใช้ใน ระบบ Contact Center รวมทั้งการ Integrate ระบบทั้งหมดเข้าด้วยกัน โดยเน้นออกแบบให้สอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจของแต่ละองค์กร เพื่อเพิ่มศักยภาพการให้บริการลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ภายหลังจากการออกแบบ พัฒนา และติดตั้งระบบศูนย์บริการข้อมูลแบบเบ็ดเสร็จ เรียบร้อยแล้ว บริษัทฯ มีการให้บริการดูแลบำรุงรักษา (Maintenance Service) ระบบ Contact Center โดยทีมงานผู้เชี่ยวชาญ ปัญหาต่างๆ จะได้รับการดูแลป้องกัน และแก้ไขอย่างมีประสิทธิภาพและด้วยความรวดเร็ว ช่วยให้ธุรกิจดำเนินไปอย่างราบรื่น

การประกอบธุรกิจของแต่ละสายผลิตภัณฑ์**ก) ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

บริษัทฯ รับจ้างให้บริการศูนย์บริการข้อมูล (Outsourced Contact Center Services) และให้บริการออกแบบ พัฒนา และติดตั้งระบบศูนย์บริการข้อมูลแบบเบ็ดเสร็จ (Turnkey Total Solutions) ระบบศูนย์บริการข้อมูล (Contact Center) ของบริษัทฯ มีขนาดกว่า 2,000 ที่นั่ง (จำนวนที่นั่งสูงสุดที่บริษัทฯ จะรองรับได้ (Capacity)) ในปัจจุบัน (รวมการให้บริการทั้งประเภทการบริหารจัดการศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์แบบเต็มรูปแบบ และ บริการระบบศูนย์บริการข้อมูลและอุปกรณ์) ถูกออกแบบและติดตั้งด้วยระบบเทคโนโลยีอันทันสมัยระดับโลก สามารถรองรับการติดต่อได้จากหลากหลายช่องทาง พร้อมเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ที่ให้ข้อมูล (Customer Service Representative: CSR) กว่า 1,990 คน (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557) ให้บริการรับสายได้มากกว่า 2.36 ล้านสายต่อเดือน ทีมเจ้าหน้าที่ของบริษัทฯ จะเป็นเสมือนตัวแทนของลูกค้าในการให้บริการอย่างมืออาชีพ โดยภายหลังเสร็จสิ้นการทำงาน บริษัทฯ จะจัดส่งรายงานการทำงานพร้อมทั้งข้อมูลต่างๆ ของผู้สมัครและบริการ และรายละเอียดการดำเนินการต่างๆ ให้แก่ลูกค้า นอกจากนี้ลูกค้าสามารถตรวจสอบรายงานการดำเนินงานได้จากระบบ On-line Web Report อีกทางหนึ่งด้วย โดยในปี 2557 บริษัทฯ มีรายได้จากการขายและบริการรวมทั้งสิ้น 773.8 ล้านบาท

ประเภทการให้บริการของบริษัทฯ สามารถแบ่งได้ดังนี้

1) รับจ้างให้บริการศูนย์บริการข้อมูล (Outsourced Contact Center Services)

บริษัทฯ มีศูนย์ในการให้บริการหลักที่บริการบริหารจัดการ 3 แห่ง รองรับการให้บริการถึงกว่า 2,000 ที่นั่ง โดยสามารถปรับขยายเพิ่มบริการได้ภายใน 2 สัปดาห์ เพื่อรองรับกับการขยายตัวของการให้บริการของลูกค้าหลักของ บริษัทฯ และเพื่อให้บริการแก่ลูกค้าที่ต้องการจ้างเหมาแบบเต็มรูปแบบ หรือต้องการใช้ระบบและอุปกรณ์ นอกจากนี้ในบางกรณีลูกค้าอาจต้องการให้ บริษัทฯ จัดให้มีศูนย์บริการข้อมูล ณ สถานที่ที่ลูกค้าจัดหาให้ บริษัทฯ จะดำเนินการออกแบบและติดตั้งอุปกรณ์ระบบโทรศัพท์ และคอมพิวเตอร์ ให้ตามที่ต้องการ ซึ่งปัจจุบันมีการให้บริการในสถานที่ของลูกค้าอยู่มากกว่า 450 ที่นั่ง บริษัทฯ แบ่งการให้บริการศูนย์ข้อมูลออกเป็น 3 ประเภทย่อยๆ ดังนี้

1.1) บริการบริหารจัดการศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์แบบเต็มรูปแบบ (Fully Outsourced Contact Center Management Service)

บริษัทฯ ให้บริการรับจ้างเหมาดำเนินศูนย์บริการข้อมูลอย่างเต็มรูปแบบแก่องค์กรที่ต้องการมี Contact Center ไว้ใช้งานแต่ไม่ต้องการที่จะลงทุนจัดตั้งระบบเอง ลูกค้าของ บริษัทฯ สามารถลดต้นทุนการดำเนินงานโดยการว่าจ้างใช้บริการ Outsourced Contact Center แบบเต็มรูปแบบ โดยบริษัทฯ มีการให้บริการแก่ลูกค้าทั้งที่เป็นแบบโครงการระยะยาว และโครงการระยะสั้น เช่น

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

ในการจ้างเหมาการให้บริการบริหารจัดการศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์แบบเต็มรูปแบบ (Fully Outsourced Contact Center Management Service) นี้ ทีมงานที่เชี่ยวชาญในงานบริหารการให้บริการศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ในด้านต่างๆ จะเป็นผู้บริหารจัดการ Contact Center เพื่อให้บริการข้อมูลข่าวสาร หรือศูนย์บริการข้อมูลแบบเบ็ดเสร็จแก่ผู้ใช้บริการ (End User) แทนลูกค้าของบริษัทฯ โดยที่บริษัทฯ เป็นผู้จัดเตรียมสถานที่ ระบบโทรศัพท์ ระบบคอมพิวเตอร์ทั้ง ฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ แอปพลิเคชัน และ เจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Service Representative) ตลอดจนเจ้าหน้าที่หัวหน้างาน เจ้าหน้าที่ตรวจสอบคุณภาพให้ทั้งหมด โดยใช้ศูนย์ Contact Center ของ บริษัทฯ ในการให้บริการในด้านต่างๆ

1.2) บริการจัดหาเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Service Representative Outsourced)

บริษัทฯ ให้บริการจัดหาเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์แบบเต็มรูปแบบ เริ่มตั้งแต่การคัดสรร ฝึกอบรมเกี่ยวกับพื้นฐานงานบริการ หลังจากนั้นเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์จะเริ่มเข้าปฏิบัติงาน ณ สถานที่ทำการที่ได้ตกลงกับ

ลูกค้าตามสัญญา หลังจากเริ่มปฏิบัติงานแล้ว บริษัทฯ จะตรวจสอบคุณภาพการให้บริการของเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องเพื่อควบคุมมาตรฐานและรักษาระดับคุณภาพการให้บริการของบริษัทฯ

นอกจากนี้ในการส่งเจ้าหน้าที่ให้บริการที่สถานที่ทำงานของลูกค้า บริษัทฯ จะดูแลสวัสดิการพนักงานของเจ้าหน้าที่ เพื่อให้ลูกค้าหมดความกังวลในการบริหารงานบุคลากรด้านลูกค้าสัมพันธ์ และมั่นใจได้ว่าพนักงานมีความพร้อมที่จะให้บริการได้ในระดับมาตรฐานสากล

การให้บริการจัดหาเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ทั้งที่อยู่ในรูปแบบการบริหารจัดการศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์แบบเต็มรูปแบบ (Fully Outsourced Contact Center Management Service) และการบริการจัดหาเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Service Representative) ในกรณีที่เป็นการขายสินค้าและบริการทางการเงิน (Financial Product) ได้แก่ การขายประกันภัย เจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัทฯ จะต้องมีใบอนุญาตนายหน้า/ตัวแทนในการปฏิบัติงาน ตามระเบียบของสำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย

1.3) บริการระบบศูนย์บริการข้อมูลและอุปกรณ์ (Contact Center Facility Outsourced)

กรณีที่องค์กรไม่ต้องการลงทุนติดตั้งระบบ Contact Center เอง บริษัทฯ ให้บริการระบบศูนย์บริการข้อมูลและอุปกรณ์ ให้องค์กรได้เลือกใช้บริการ การให้บริการดังกล่าวช่วยให้องค์กรมีศูนย์บริการข้อมูลที่ได้มาตรฐานโดยไม่ต้องลงทุนเอง เป็นการแบ่งเบาภาระค่าใช้จ่ายในการลงทุน และยังสร้างความคล่องตัวในการบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพ

บริษัทฯ ให้บริการใช้ระบบทั้งแบบภายในและภายนอกสถานที่ โดยแบ่งการบริการออกเป็น 3 รูปแบบด้วยกันคือ

1) การบริการใช้ระบบศูนย์บริการข้อมูลและอุปกรณ์ ณ สถานที่ของบริษัท

เป็นการให้บริการเหมาระบบแบบเบ็ดเสร็จเพื่อให้ลูกค้าสามารถใช้อุปกรณ์ระบบศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์และทำงานบนอุปกรณ์และระบบการใช้งานของบริษัทฯ โดยบริษัทฯ จัดระบบสถานที่ อุปกรณ์ เพื่อเป็นศูนย์บริการข้อมูลลูกค้า โดยลูกค้าสามารถเลือกจัดส่งเจ้าหน้าที่เข้ามาปฏิบัติงานเอง หรือให้บริษัทฯ จัดหาเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานให้ ทั้งนี้เจ้าหน้าที่จะปฏิบัติงานเสมือนหนึ่งเป็นพนักงานขององค์กรนั้นๆ เอง

2) การบริการใช้ระบบศูนย์บริการข้อมูลและอุปกรณ์ภายนอกสถานที่

บริษัทฯ จะออกแบบและติดตั้งระบบ Contact Center ระดับชั้นนำ ที่องค์กรของลูกค้า หรือบนทำเลพื้นที่ที่ลูกค้าเลือกเองได้ตามความต้องการ พร้อมจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ครบครัน และบริษัทฯ จะเป็นผู้ดูแลรักษาระบบเพื่อให้สามารถให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพตลอดระยะเวลาสัญญาการบริการ

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

พัฒนาการทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) ในปัจจุบัน ทำให้หลายประเทศได้นำระบบ Cloud Network มาใช้ในการให้บริการลูกค้า ซึ่งช่วยให้ลูกค้าสามารถใช้บริการ Contact Center บนระบบ Online ได้โดยไม่ต้องลงทุนติดตั้งระบบที่มีความซับซ้อนและต้นทุนสูงด้วยตนเอง และลูกค้าสามารถปรับเปลี่ยนหรือลดจำนวนที่นั่งในการให้บริการให้เหมาะสมกับวาระและโอกาสได้ตลอดเวลา

2) บริการออกแบบ พัฒนา และติดตั้งระบบศูนย์บริการข้อมูลแบบเบ็ดเสร็จ (Turnkey Total Solutions)

บริษัทฯ บริการให้คำปรึกษา ออกแบบ พัฒนา และติดตั้งระบบศูนย์บริการข้อมูล (Turnkey Total Solutions) สำหรับองค์กรที่ต้องการจะลงทุนและติดตั้งระบบภายในองค์กรเอง ด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย โดยทีมวิศวกรผู้เชี่ยวชาญด้าน Contact Center โดยเฉพาะ โดยบริษัทฯ ให้บริการศึกษาและเก็บข้อมูลจากลูกค้า เพื่อให้ทราบถึงวัตถุประสงค์ที่ลูกค้าต้องการ และนำมาออกแบบระบบให้เหมาะสมกับแต่ละธุรกิจ หลังจากนั้นบริษัทฯ จะนำเสนอระบบ ที่เหมาะสม (Solution) กับประเภทธุรกิจ นอกจากนี้ บริษัทฯ ทำหน้าที่จัดหาอุปกรณ์ Hardware และ Software Application ที่ใช้ในระบบ Contact Center รวมทั้งการ Integrate ระบบทั้งหมดเข้าด้วยกัน โดยเน้นการออกแบบให้สอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจของแต่ละองค์กร เพื่อเพิ่มศักยภาพการให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ข) การตลาดและการแข่งขัน

1) กลยุทธ์การแข่งขันของบริษัทฯ

บริษัทฯ อยู่ในธุรกิจการให้บริการศูนย์ข้อมูลลูกค้าสัมพันธ์มากกว่า 15 ปี ถือได้ว่าเป็นผู้เริ่มบุกเบิกการให้บริการดังกล่าว ในปัจจุบันองค์กรในธุรกิจต่างๆ ให้ความสำคัญต่อการบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า เป็นอย่างยิ่ง เพราะถือได้ว่าเป็นภาพสะท้อนการบริการขององค์กร ข้อมูลลูกค้าที่ได้รับผ่านการติดต่อเข้ามา (Inbound) ของ Contact Center ไม่ว่าจะเป็นผ่านทางโทรศัพท์ โทรสาร อีเมล หรือ Web Chat ช่วยให้องค์กรต่างๆ ทราบว่าผู้ใช้นั้นค่าและ บริการที่ติดต่อเข้ามาเป็นใคร เคยซื้อสินค้า/บริการอะไรบ้าง ปัญหาที่เคยพบมีอะไร ปัญหาใดที่ได้รับการแก้ไขแล้ว ปัญหาใดที่ยังไม่ได้รับการแก้ไข ในขณะที่เดียวกันหากเป็นกรณีของการติดต่อออก (Outbound) ไปยังผู้ใช้นั้นค่าและบริการจาก Contact Center ผ่านช่องทางสื่อสารต่างๆ ข้อมูลที่ถูกบันทึกลงไป ใน Customer Contact History Management (CCHM) จะช่วยให้องค์กรต่างๆ ทราบข้อมูลที่เป็นของผู้ใช้นั้นค่าและบริการก่อนที่จะติดต่อเพื่อทำกิจกรรมทางการตลาด

ดังนั้นข้อมูลจาก Software CRM จึงไม่เพียงแต่แค่ชื่อ นามสกุล เบอร์โทร ที่อยู่ แต่จะมีการรวบรวมเป็นข้อมูลที่เป็นประวัติการทำกิจกรรมต่างๆ ขององค์กรนั้นๆ กับลูกค้า ซึ่งข้อมูลเหล่านี้ก็จะมีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง และมีความเกี่ยวข้องกับหลายๆ แผนกหรือบุคคลในแต่ละองค์กร เช่น ข้อมูลประวัติการขอบริการจากแผนกบริการหลังขาย ข้อมูลประวัติการซื้อสินค้าและบริการจากแผนกขาย ข้อมูลการเข้าร่วมกิจกรรมทางการตลาดจากแผนกการตลาด หรือแม้แต่ความสนใจในสินค้าแต่ละประเภทเป็นพิเศษของลูกค้าแต่ละราย ซึ่งข้อมูลต่างๆ เหล่านี้เมื่อได้

ถูกรวบรวมเข้าด้วยกันและนำมาใช้ในการวิเคราะห์เพื่อทำความเข้าใจพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้องแม่นยำ จะส่งผลให้องค์กรสามารถพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี ซึ่งหมายถึงโอกาสในการเติบโตอย่างมั่นคงในธุรกิจนั่นเอง ธุรกิจ Contact Center จึงเป็นธุรกิจที่มีความน่าสนใจอย่างมากในปัจจุบัน อีกทั้งมีพัฒนาการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดย Contact Center เป็นเครื่องมือที่สำคัญที่จะทำให้การบริหารความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรและลูกค้าเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ จึงทำให้มีผู้ให้บริการ Contact Center เกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก การแข่งขันจึงมีค่อนข้างสูง อีกทั้งคู่แข่งของบริษัทฯ พยายามแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดอย่างต่อเนื่อง

กลยุทธ์การแข่งขันในด้านต่างๆ ของ บริษัทฯ มีดังนี้

- **ด้านเทคโนโลยี**

บริษัทฯ ได้วางกลยุทธ์ที่ใช้ในการแข่งขันด้านเทคโนโลยี โดยเลือกใช้ Software ที่มีคุณภาพและมาตรฐาน ได้รับการยอมรับจากทั่วโลก สามารถประยุกต์เข้ากับลูกค้าแต่ละราย อีกทั้งสามารถสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างเหมาะสม พร้อมทั้งสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ใช้บริการระบบทุกราย

- **ด้านกระบวนการทำงาน**

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

- **ด้านบุคลากร**

บุคลากรโดยเฉพาะเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์เป็นอีกปัจจัยที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในการดำเนินธุรกิจการให้บริการบริหารจัดการศูนย์บริการข้อมูล เนื่องจากธุรกิจการบริการของบริษัทฯ จะดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น ต้องมีเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ซึ่งเป็นผู้ให้บริการจะต้องมีทักษะและความสามารถในการให้บริการได้เป็นอย่างดี ดังนั้น บริษัทฯ จึงมีการฝึกอบรมพนักงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างจิตสำนึกในการให้บริการให้พนักงานมีความเต็มใจในการให้บริการ (Service Mind) อีกทั้งอบรมให้เจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ได้เรียนรู้ทักษะและใส่ใจในความต้องการของผู้รับบริการ (End User) เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจสูงสุด

2) **กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย**

ลูกค้าเป้าหมายของบริษัทฯ คือ กลุ่มองค์กรธุรกิจที่มีความประสงค์จะบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า และไม่มีการจัดตั้งศูนย์บริการลูกค้าเป็นของตนเอง ดังนั้นลูกค้าของบริษัทฯ จึงเป็นได้ทั้งลูกค้าที่เป็นหน่วยงานราชการ อาทิ รัฐบาล รัฐวิสาหกิจ และเอกชน รวมทั้งบริษัทในเครือของกลุ่มสามารถ ที่ต้องการบริหารจัดการงานด้านลูกค้าสัมพันธ์และบริการข้อมูลข่าวสาร โดยลูกค้าดังกล่าวอยู่ในธุรกิจหลากหลายประเภท เช่น ประกันภัย สายการบิน โทรคมนาคม การเงินและธนาคาร และ ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น ทั้งนี้ในปี 2556-2557 ประเภทลูกค้าของบริษัทฯ สามารถแบ่งเป็นกลุ่มได้ดังนี้

กลุ่มลูกค้า	ปี 2556		ปี 2557	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1. รับจ้างบริการศูนย์บริการข้อมูล	616.65	90.12	634.00	81.93
รัฐบาล	360.80	52.73	292.25	37.77
เอกชน	255.85	37.39	341.75	44.16
2. บริการออกแบบ พัฒนา และติดตั้งระบบศูนย์บริการข้อมูลแบบเบ็ดเสร็จ	67.59	9.88	139.88	18.07
รัฐบาล	55.92	8.17	75.64	9.77
เอกชน	11.67	1.71	64.24	8.30
รวม	684.24	100.00	773.88	100.00
รัฐบาล	416.72	60.90	367.89	47.54
เอกชน	267.52	39.10	405.99	52.46

3) นโยบายการกำหนดราคา

ในการกำหนดราคานี้ บริษัทฯ จะคำนึงถึงต้นทุนหลัก 3 ส่วน ดังนี้

1) ระบบอุปกรณ์ และสถานที่ให้บริการ

บริษัทฯ จะคำนึงถึงรูปแบบการใช้งานที่เหมาะสมในการให้บริการแก่ลูกค้ารายนั้นๆ และติดต่อผู้ขายระบบและ/หรืออุปกรณ์ เพื่อให้ผู้ขายระบบและ/หรืออุปกรณ์พิจารณาความเหมาะสมและนำเสนอราคา หลังจากนั้นบริษัทฯ จะต่อรองราคาเพื่อให้ได้ราคาที่เหมาะสม นอกจากนี้บริษัทฯ จะพิจารณาความเหมาะสมด้านสถานที่ว่าสถานที่ที่บริษัทฯ ใช้อยู่ในปัจจุบันสามารถรองรับความต้องการของลูกค้าได้หรือไม่ หากต้องจัดหาสถานที่เพิ่มเติม บริษัทฯ จะพิจารณาด้านทุนค่าเช่าสถานที่เป็นหลัก ทั้งนี้ บริษัทฯ มีความยืดหยุ่นในการจัดหาสถานที่ เนื่องจากการให้บริการ Contact Center สามารถให้บริการได้จากสถานที่ใดก็ได้ถ้ามีการวางระบบและอุปกรณ์ครบครัน

2) บุคลากร

เจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ถือเป็นปัจจัยหลักของการให้บริการ โดยบริษัทฯ จะพิจารณาถึงความต้องการของลูกค้า อาทิ จำนวนสายที่ต้องรับต่อวัน คุณภาพการให้บริการ ลักษณะเจ้าหน้าที่ที่ต้องให้บริการ และจำนวนเจ้าหน้าที่ที่เหมาะสม การคำนวณต้นทุนด้านบุคลากรจะประกอบด้วยอัตราค่าจ้าง และสวัสดิการอื่นๆ

3) การบริหารจัดการ

บริษัทฯ จะพิจารณาด้านทุนในการบริหารจัดการให้เป็นไปตามข้อตกลงระดับการให้บริการ (Service Level Agreement: SLA) และระดับคุณภาพของการบริการ การให้บริการที่มี SLA และระดับคุณภาพของการบริการสูงจะมีการกำหนดอัตราค่าบริการที่สูงตามไปด้วย เนื่องจากต้องใช้ระบบ/เจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ที่มีทักษะ ความรู้และประสบการณ์เป็นพิเศษ

เมื่อทราบต้นทุนทั้งหมดแล้ว บริษัทฯ จะรวมราคาด้านทุนทั้งหมดและพิจารณาอัตรากำไรที่เหมาะสมที่สามารถแข่งขันกับตลาดและคู่แข่งได้ และนำเสนอราคาแก่ลูกค้าต่อไป

4) ภาวะอุตสาหกรรม Contact Center

ในปัจจุบันองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนส่วนใหญ่ ได้หันมาให้ความสำคัญกับการให้บริการเพิ่มมากขึ้น เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้าหรือประชาชนผู้ให้บริการ การให้บริการ Contact Center ก็เป็นบริการหนึ่งที่ถูกมองว่าเป็นจุดแรกที่จะสามารถสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าที่ติดต่อกับบริษัทฯ ดังนั้น ในช่วง 10 กว่าปีที่ผ่านมา การให้บริการ Contact Center ได้ถูกพัฒนาและถูกนำมาใช้เป็นจุดหลักในการให้บริการของหน่วยงานหลายภาคส่วน อย่างไรก็ตาม การคำนวณจุดคุ้มทุนในการให้บริการก็มีความสำคัญต่อสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน หลายธุรกิจจึงต้องปรับลดค่าใช้จ่ายหรือปรับเปลี่ยนกระบวนการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพและคุ้มค่ามากขึ้น โดยมีวิธีการหนึ่งที่เป็นที่นิยมคือ การเปลี่ยนไปใช้บริการบางส่วนจากผู้ให้บริการภายนอก (Outsourcing) ที่มีความเชี่ยวชาญและมีต้นทุนในการดำเนินการที่ต่ำกว่า โดยเฉพาะบริการระบบศูนย์บริการข้อมูล (Contact Center) ซึ่งปัจจุบันถือว่าเป็นเครื่องมือที่สำคัญอย่างยิ่งในการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship Management) ในยุคที่มุ่งเน้นกลยุทธ์ให้ลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (Customer Centric Strategy) เพื่อที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ตรงตามความต้องการมากที่สุด ส่งผลให้เกือบทุกธุรกิจจะต้องมีบริการระบบศูนย์บริการข้อมูล (Contact Center) ที่จะตอบข้อซักถามและรับฟังปัญหาเพื่อนำส่งต่อไปยังฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ประกอบกับวิกฤตเศรษฐกิจก็ยังผลักดันให้หลายธุรกิจหันมาใช้บริการระบบศูนย์บริการข้อมูลจากผู้ให้บริการภายนอกมากขึ้น

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

ส่วนแบ่งตลาด

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

นอกเหนือจากนี้ เนื่องจากสถานะความไม่แน่นอนทางการเมืองที่เกิดขึ้นในระหว่างปี 2556-2557 ต่อเนื่องไปจนถึงปี 2558 ส่งผลให้งานโครงการภาครัฐได้รับผลกระทบ หลายโครงการถูกเลื่อนหรือยกเลิกไป ทางบริษัทฯ จึงได้กำหนดทิศทางการดำเนินธุรกิจโดยให้บริการภาคเอกชนในสัดส่วนที่มากขึ้น โดยให้ความสำคัญกับกลุ่มธุรกิจที่มีแนวโน้มการเติบโตสูง และให้ความสำคัญกับการให้บริการที่ดีสำหรับผู้ใช้บริการ อาทิ กลุ่มธุรกิจสายการบิน ธุรกิจประกัน ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ และธุรกิจโรงพยาบาล เพื่อส่งเสริมให้บริษัทมีรายได้ที่มั่นคงในระยะยาว

แนวโน้มการแข่งขันและคู่แข่งในตลาดปัจจุบัน

เนื่องจากธุรกิจ Contact Center เป็นบริการที่กำลังได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในเกือบทุกธุรกิจโดยมีวัตถุประสงค์หลัก คือ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ดังนั้น การเข้ามาของกลุ่มแข่งรายใหม่ต้องอาศัยความรู้ความชำนาญเป็นพิเศษ และต้องใช้เงินลงทุน รวมทั้งต้องอาศัยประสบการณ์ในการทำงานของบุคลากรที่มีอยู่จำกัดในตลาด การแข่งขันจากคู่แข่งรายใหม่อาจจะยังไม่เพิ่มมากขึ้น แต่อาจมีการแข่งขันจากคู่แข่งเดิมที่ต้องการเข้ามาแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดที่ค่อนข้างสูง

อย่างไรก็ตาม การแข่งขันของกลุ่มแข่งในตลาดปัจจุบันไม่ได้จำกัดเพียงแค่ผู้ให้บริการ Contact Center เท่านั้น แต่ยังรวมถึงคู่แข่งที่พัฒนาและลงทุนทำระบบ Contact Center เองภายในบริษัทฯ (In-house Contact Center) ซึ่งปัจจุบันในหลายธุรกิจที่ต้องมีการใช้ Contact Center ในการขาย มีแนวโน้มที่จะทำระบบ Contact Center เอง อาทิเช่น

- ธุรกิจประกันภัย ที่เน้นการขายเป็นหลัก หรือติดตามในการชำระเบี้ยประกัน
- ธุรกิจสถาบันการเงิน / ธนาคารที่มีการเพิ่มช่องทางการให้บริการในการทำธุรกรรมทางโทรศัพท์ เช่น การอายัดบัตรเครดิต หรือการแลกเปลี่ยนเงิน เป็นต้น
- ธุรกิจการสื่อสาร ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่
- ธุรกิจบริการ ที่ต้องการเพิ่มช่องทางการสั่งซื้อสินค้า การจองโรงแรม การส่งของ และการชำระเงิน เป็นต้น
- ธุรกิจซื้อของ Online และ Home Shopping

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)

ก) การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

1) การจัดการระบบและอุปกรณ์สำหรับ Contact Center

นอกจากประสบการณ์และความชำนาญของทีมงาน ในการบริหารและให้บริการศูนย์บริการข้อมูลลูกค้า (Contact Center) ในระดับมาตรฐานสากลแล้ว บริษัทฯ ยังพร้อมให้บริการที่สมบูรณ์แบบ ด้วยความร่วมมือจากบริษัทผู้ค้าชั้นนำที่มีชื่อเสียงในด้านต่างๆ มากมาย ที่มีความเชี่ยวชาญในการให้บริการด้านเทคนิค การให้คำแนะนำ และการปฏิบัติงานจริง ซึ่งจะแบ่งความเชี่ยวชาญออกเป็นหลายประเภทตามลักษณะความชำนาญเฉพาะด้าน

ทั้งนี้ เมื่อลูกค้าแจ้งคุณสมบัติหรือลักษณะของบริการที่ต้องการ บริษัทฯ จะพิจารณาคัดเลือกกระบวนที่เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า หลังจากนั้นให้ลูกค้าเสนอราคามาให้พิจารณา เมื่อบริษัทฯ พิจารณาเปรียบเทียบการเสนอราคาแล้ว จะส่งรายละเอียดผู้ให้บริการที่มีคุณสมบัติที่เหมาะสมให้กับลูกค้าเพื่อพิจารณาต่อไป เช่นเดียวกันกับการคัดเลือกผู้ให้บริการระบบ บริษัทฯ จะดำเนินการสั่งซื้ออุปกรณ์จากผู้ขายที่เสนอสินค้าที่มีคุณภาพและการใช้งานที่ บริษัทฯ ต้องการและมีราคาที่เหมาะสม อย่างไรก็ตาม ในบางช่วงบริษัทฯ อาจมีการสั่งซื้อสินค้าเก็บไว้ล่วงหน้า หากช่วงนั้นอุปกรณ์ที่บริษัทฯ ใช้ประจำมีการลดราคา หรือสามารถซื้อได้ในราคาที่ถูกลง เพื่อลดต้นทุนในการให้บริการ ทำให้ บริษัทฯ มีผลกำไรที่เพิ่มขึ้น

2) การจัดหาสถานที่

สำหรับกรณีการให้บริการแบบการจ้างเหมาดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าเต็มรูปแบบ และการบริการใช้ระบบ Contact Center นอกสถานที่ บริษัทฯ ได้จัดสถานที่ให้บริการหมุนเวียนสลับเปลี่ยนในแต่โครงการ โดยปัจจุบัน บริษัทฯ มีสถานที่ให้บริการของบริษัทฯ 3 แห่ง สามารถรองรับการให้บริการได้กว่า 2,000 ที่นั่ง

ทั้งนี้การให้บริการด้านสถานที่เป็นทางเลือกของลูกค้า โดยลูกค้าสามารถเลือกใช้สถานที่ที่มีอยู่ของบริษัทฯ หรือ อาจเสนอสถานที่ที่ลูกค้าต้องการให้บริษัทดำเนินการปรับปรุงสถานที่ให้เป็นศูนย์บริการข้อมูลก็ได้

3) การจัดหาบุคลากร

การคัดเลือกพนักงานของ บริษัทฯ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ บุคลากรตามวิชาชีพของ Contact Center และ บุคลากรในตำแหน่งอื่นๆ โดยมีวิธีหาดังนี้

บุคลากรตามวิชาชีพของ Contact Center

บริษัทฯ เปิดรับสมัครเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Service Representative) อยู่อย่างสม่ำเสมอ โดยพนักงานในส่วนบริการทุกรายต้องผ่านการทดสอบทักษะพื้นฐานและการสัมภาษณ์จากเจ้าหน้าที่ของบริษัทฯ และลูกค้าแต่ละราย เพื่อพิจารณาคุณสมบัติให้ตรงตามข้อกำหนดที่ได้กำหนดไว้กับลูกค้าแต่ละราย ภายหลังจากที่รับพนักงานแล้ว บริษัทฯ จะอบรมทักษะการให้บริการ รวมถึงการอบรมความรู้ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ โปรแกรมและกระบวนการให้บริการของลูกค้า การใช้ระบบงานผลิตภัณฑ์ของลูกค้าก่อนการให้บริการเป็นระยะเวลา 15-30 วัน ขึ้นอยู่กับลักษณะบริการที่ลูกค้าต้องการ หลังจากนั้นจึงเริ่มให้ปฏิบัติงานจริง

พนักงานในฝ่ายสนับสนุน (Back Office)

บริษัทฯ มีการจัดหาพนักงานในฝ่ายสนับสนุนอื่นๆ โดยการรับสมัครงานผ่านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ รวมถึงการร่วมมือกับเครือข่ายสถาบันการศึกษาในการรับสมัครงาน และร่วมมือกับบมจ. สามารถคอร์ปอเรชั่น ในอีกทางหนึ่ง ดำเนินการรับสมัครงาน โดย บริษัทฯ แจ้งตำแหน่งและคุณสมบัติของบุคคลที่ต้องการรับสมัครไปยังกับบมจ. สามารถคอร์ปอเรชั่น หลังจากนั้นกับบมจ. สามารถคอร์ปอเรชั่น จะจัดหาผู้สมัครที่มีลักษณะตามที่ต้องการส่งให้บริษัทฯ เพื่อดำเนินการสัมภาษณ์และตัดสินใจต่อไป

ง) โครงการที่ยังไม่ส่งมอบ

บริษัท วันทูวัน คอนแทคส์ จำกัด (มหาชน) มีโครงการที่ยังไม่ส่งมอบ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 ดังนี้

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

หมายเหตุ: * การรับรู้รายได้ของแต่ละ โครงการจะเป็นไปตามสัดส่วนความสำเร็จของงาน (ความคืบหน้า %)

3. ปัจจัยเสี่ยง

1. ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ

1.1. ความเสี่ยงจากอัตราการเข้าออกของบุคลากรที่มีทักษะและประสบการณ์ในงานให้บริการศูนย์บริการข้อมูลสูง

การประกอบธุรกิจของบริษัทฯ อาศัยบุคลากรที่มีทักษะทางการสื่อสาร งานทางการบริการ และการบริหารความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลจำนวนมาก นอกจากนี้ในการให้บริการลูกค้าในบางโครงการ เจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Service Staff: CSS) จะต้องอาศัยทักษะด้านภาษาอังกฤษด้วย ซึ่งบริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรด้วยการฝึกอบรมเพื่อเพิ่มพูนทักษะอย่างต่อเนื่อง ในกรณีที่พนักงานที่ยังไม่มีประสบการณ์ บริษัทฯ จะจัดให้มีการฝึกอบรมบุคลากรก่อนที่จะปฏิบัติงานจริง เพื่อให้สามารถให้บริการลูกค้าได้ตามมาตรฐานการปฏิบัติงาน ดังนั้นการสูญเสียบุคลากรที่มีประสบการณ์ ความสามารถ และทักษะเหล่านั้นไปไม่ว่าด้วยเหตุใดก็ตาม อาจมีผลกระทบต่อกำลังคนในการให้บริการ ทำให้บริษัทมีต้นทุนในการบริหารจัดการบุคลากรสูง รวมทั้งบริษัทฯ ต้องใช้ระยะเวลาในการพัฒนาบุคลากรทดแทนมาใหม่ให้สามารถแทนที่บุคลากรลาออกไป

อย่างไรก็ดี บริษัทฯ มีมาตรการในการลดความเสี่ยงจากการสูญเสียบุคลากรดังกล่าว โดย มีมาตรการการวางแผนอัตราจำนวนบุคลากรสำรองเพื่อรองรับอัตราการหมุนเวียนของพนักงาน และไม่ให้เกิดกระทบกับการวางแผนกำลังคนตามที่ได้ตกลงไว้กับลูกค้า รวมไปถึงการวางแผนค่าจ้างและผลตอบแทนในระดับที่แข่งขันกับตลาดได้อย่างเหมาะสม อีกทั้งเพื่อที่จะสร้างความชำนาญในระยะยาวในการบริการได้ มีการวางแผนการเติบโตในสายอาชีพเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ในตำแหน่งต่างๆ (Career Path) ของบุคลากร เพื่อให้เกิดแรงจูงใจในการทำงานและลดความเสี่ยงในการลาออกของพนักงาน นอกจากนี้ยังมีแรงจูงใจอื่นๆ ในการทำงานของพนักงาน อาทิ การให้สวัสดิการที่เหมาะสม การให้รางวัลในการทำงานในรูปแบบต่างๆ สำหรับพนักงานที่มีผลงานดีเด่นในเรื่องต่างๆ โดยได้ส่งเสริมในการฝึกอบรม รวมถึงการไปศึกษาดูงานในต่างประเทศ เป็นต้น

1.2. ความเสี่ยงจากการเพิ่มขึ้นของค่าจ้างบุคลากรอันเนื่องมาจากนโยบายรัฐบาล

ตามที่ได้กล่าวมาข้างต้นแล้วว่าการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ ต้องอาศัยเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์จำนวนมากในการดำเนินงาน ดังนั้น นโยบายของรัฐบาลตั้งแต่ปี 2555 ที่มีการปรับอัตราค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำ เป็นผลกระทบทางอ้อมต่อฐานอัตราค่าจ้างงานในระดับอื่นๆ ให้สูงขึ้นด้วยทำให้บริษัทฯ มีภาระค่าใช้จ่ายในการจ้างเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์เพิ่มขึ้น โดยค่าจ้างเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์เป็นต้นทุนส่วนใหญ่ในการให้บริการ หากในอนาคตรัฐบาลมีการปรับอัตราค่าจ้างในระดับอื่นขึ้นอีก บริษัทฯ จะมีความเสี่ยงที่ต้องรับภาระค่าใช้จ่ายดังกล่าว และอาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานและกำไรสุทธิของบริษัทฯ

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้กำหนดเงื่อนไขให้สามารถปรับอัตราค่าบริการได้หากรัฐบาลมีการปรับอัตราค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำ นอกจากนี้ลักษณะสัญญาของบริษัทฯ เป็นสัญญาระยะสั้นที่มีอายุสัญญาระหว่าง 1-3 ปี ทำให้บริษัทฯ สามารถปรับขึ้นค่าบริการได้เมื่อมีการต่ออายุสัญญาไปในแต่ละครั้ง

1.3 ความเสี่ยงจากการที่ลูกค้าเปลี่ยนแปลงนโยบายจากการจ้างให้บริการศูนย์บริการข้อมูลของบริษัทฯ (Outsourced Contact Center Service) มาดำเนินการตั้งศูนย์บริการข้อมูลของตนเอง (In-house Contact Center)

เนื่องด้วยบริษัทมีการให้บริการศูนย์บริการข้อมูล (Outsourced Contact Center Service) ซึ่งประกอบด้วย บริการบริหารจัดการศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์แบบเต็มรูปแบบ (Fully Outsourced Contact Center Management Service) บริการจัดหาเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Service Representative Outsourced) และบริการ ระบบศูนย์บริการข้อมูลและอุปกรณ์ (Contact Center Facility Outsourced)

การให้บริการดังกล่าวจะมีการทำสัญญากับลูกค้า โดยมีอายุสัญญาตั้งแต่ 1-3 ปี สามารถต่ออายุสัญญาได้โดยการแจ้งล่วงหน้า และบริษัทฯ คิดค่าบริการจากลูกค้าเป็นรายเดือน ดังนั้น หากลูกค้ามีการเปลี่ยนแปลงนโยบายจากการว่าจ้างบริษัทฯ มาเป็นการลงทุนและบริหารจัดการศูนย์บริการข้อมูลของตนเอง (In-house Contact Center) บริษัทฯ อาจมีความเสี่ยงที่จะสูญเสียรายได้ในส่วนดังกล่าว

อย่างไรก็ตาม การบริหารจัดการศูนย์บริการข้อมูลลูกค้าต้องอาศัยประสบการณ์ และความชำนาญในด้านต่างๆ เช่น การเลือกใช้อุปกรณ์ทั้งฮาร์ดแวร์ และซอฟต์แวร์แอปพลิเคชัน ให้เหมาะสมกับงานแต่ละประเภท การคัดเลือกเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ การบริหารจัดการบุคลากรที่มีความซับซ้อน ผสมกับการฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ให้สามารถให้ข้อมูล และตอบข้อซักถามได้อย่างถูกต้อง การออกแบบฐานข้อมูลที่ใช้ประกอบการให้ข้อมูลของเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ การออกแบบรายงานผลการให้บริการ เป็นต้น บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นที่จะให้บริการที่เป็นเลิศแก่ลูกค้าทุกราย บริษัทฯ เชื่อมั่นว่า การให้บริการที่มีคุณภาพสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี เป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างยิ่งที่ทำให้ลูกค้าตระหนักถึงประโยชน์ที่ได้รับ เทียบกับการบริหารจัดการศูนย์บริการข้อมูลด้วยตนเอง นอกจากนี้จากประสบการณ์ที่ผ่านมาลูกค้าที่เคยใช้บริการศูนย์บริการข้อมูล (Outsourced Contact Center) แล้วเปลี่ยนเป็นบริหารจัดการศูนย์บริการข้อมูลด้วยตนเอง (In-house Contact Center) ลูกค้ามากกว่าร้อยละ 70 ที่นำไปบริหารจัดการเอง จะประสบปัญหาในการบริหารจัดการต้นทุน ทั้งทางด้านบุคลากรเฉพาะด้าน ที่ต้องมีความรู้ความชำนาญในการบริหารจัดการ และต้นทุนแฝงที่ไม่ได้คาดการณ์ไว้ ทำให้ในอนาคตมีโอกาสกลับมาใช้บริการศูนย์บริการข้อมูลของบริษัทฯ ไม่ทั้งหมดก็บางส่วนแทนการลงทุนติดตั้งศูนย์บริการข้อมูลของตนเอง

1.4 ความเสี่ยงจากการเปิดเสรีทางการค้าในระดับภูมิภาค

บริษัทฯ อาจมีความเสี่ยงจากการเปิดเสรีทางการค้าในระดับภูมิภาค โดยคู่แข่งที่เป็นบริษัทขนาดใหญ่ในประเทศเพื่อนบ้านหรือประเทศอื่นอาจเข้ามาเปิดตลาดในประเทศไทย ทำให้มีคู่แข่งเพิ่มมากขึ้น และอาจสูญเสียบุคลากรในธุรกิจให้กับคู่แข่ง จะทำให้บริษัทฯ มีต้นทุนค่าใช้จ่ายในการอบรมพัฒนาศักยภาพบุคลากรสูงขึ้น และอาจมีค่าใช้จ่ายด้านเงินเดือน และผลตอบแทนแก่พนักงานสูงขึ้น

นอกจากนี้ หากลูกค้าที่บริษัทฯ ให้บริการอยู่ในปัจจุบันมีบริษัทแม่อยู่ในประเทศที่คู่แข่งให้บริการอยู่แล้ว ลูกค้าของบริษัทฯ อาจเปลี่ยนแปลงไปใช้บริการกับคู่แข่งให้บริการเดียวกันกับบริษัทแม่ได้

แต่ในทางกลับกัน บริษัทฯ มีศักยภาพในการแข่งขัน และมีการให้บริการที่เป็นมาตรฐานเป็นที่ยอมรับในระดับสากล ดังนั้นการเปิดเสรีทางการค้าระดับภูมิภาค จึงเป็นโอกาสที่จะเปิดช่องทางธุรกิจใหม่ต่างประเทศได้เช่นกัน ซึ่งจะทำให้บริษัทฯ มีจำนวนเดบิตลูกค้าเพิ่มขึ้น ธุรกิจสามารถได้อย่างต่อเนื่อง

1.5 ความเสี่ยงในเรื่องการต่ออายุสัญญา

การให้บริการบริหารจัดการศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์แบบเต็มรูปแบบ (Fully Outsourced Contact Center Management Service) บริการจัดหาเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Service Representative Outsourced) การบริการระบบศูนย์บริการข้อมูลและอุปกรณ์ (Contact Center Facility Outsourced) และการให้บริการบำรุงรักษาศูนย์บริการข้อมูล (Maintenance Service) รวมเรียกว่า การให้บริการแบบรับจ้างบริการศูนย์บริการข้อมูล (Outsourced Contact Center) ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนรายได้การให้บริการต่อรายได้รวม ร้อยละ 75.41 ร้อยละ 90.12 และร้อยละ 81.93 ในปี 2555 ปี 2556 และปี 2557 ตามลำดับ โดยการให้บริการดังกล่าว จะมีการทำสัญญากับลูกค้าซึ่งมีอายุสัญญาตั้งแต่ 1-3 ปี โดยมีเงื่อนไขให้สามารถต่ออายุสัญญาได้เมื่อมีการแจ้งล่วงหน้า พร้อมทั้งการเจรจาเงื่อนไขอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง บริษัทฯ อาจมีความเสี่ยงที่จะไม่ได้รับการต่ออายุสัญญาเมื่อครบกำหนดอายุสัญญา ซึ่งจะทำให้บริษัทฯ มีรายได้จากการบริการลดลง

ที่ผ่านมา ลูกค้าโดยส่วนใหญ่มีการต่อสัญญากับบริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง และ ระยะเวลาการต่อสัญญาจากเดิมนานขึ้น เช่น จากสัญญา 1 ปี ปรับเป็นการต่อสัญญา 3 ปี และ การต่อสัญญาจาก 3 ปี เป็นการต่อสัญญา 5 ปี เนื่องจากบริษัทฯ มีการให้บริการลูกค้าได้เป็นอย่างดี ในฐานะ Partnership ไม่ใช่ Supplier

1.6 ความเสี่ยงจากการเพิ่มขึ้นของค่าเช่า

ปัจจุบันบริษัทฯ ทำสัญญาเช่าอาคาร 3 แห่งเพื่อใช้เป็นศูนย์บริการข้อมูล (Contact Center) นอกเหนือจากการใช้สถานประกอบการของลูกค้า โดยสัญญาเช่าอาคารทั้ง 3 แห่งเป็นสัญญาเช่าระยะสั้น อายุสัญญาไม่เกิน 3 ปี และจะมีการตกลงค่าเช่ากันใหม่ (โดยปรับขึ้นได้ไม่เกินอัตราที่ได้ตกลงกันไว้) เมื่อมีการต่ออายุสัญญา ดังนั้นหากสัญญาเช่าอาคารหมดอายุ และมีการปรับอัตราค่าเช่าสูงขึ้น บริษัทฯ ต้องรับภาระค่าใช้จ่ายดังกล่าว ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทฯ อีกทั้งยังมีในส่วนของค่าแอร์อาคาร East Water ที่ใช้นอกเวลาทำการสูงขึ้นเกือบ 60 % ซึ่งส่งผลกระทบต่อต้นทุนกับโครงการที่ผูกพันในระยะยาวอีกด้วย

อย่างไรก็ตาม ที่ผ่านมามีบริษัทฯ ได้รับการต่ออายุสัญญาเช่าอาคารมาอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ก่อนการทำสัญญาการให้บริการประเภทรับจ้างบริการศูนย์บริการข้อมูล (Outsourced Contact Center) บริษัทฯ มีการประมาณการต้นทุน โดยคำนึงถึงอัตราค่าเช่าไว้แล้ว กรณีที่มีการปรับขึ้นค่าเช่าอาคาร บริษัทฯ ก็สามารถปรับค่าบริการได้ตามต้นทุนที่สูงขึ้น เมื่อมีการต่อสัญญาการให้บริการกับลูกค้า นอกจากนี้การให้บริการของบริษัทฯ เป็นการให้บริการผ่านเครือข่ายโทรศัพท์เป็นหลัก สถานที่ตั้งของอาคารจึงไม่ใช่ปัจจัยที่สำคัญ บริษัทฯ จึงมีความยืดหยุ่นในการเลือกสถานที่ โดยไม่จำเป็นต้องเช่าพื้นที่อาคารที่ตั้งอยู่ใจกลางเมือง ซึ่งมีอัตราค่าเช่าสูง อีกทั้งบริษัทฯ ได้ดำเนินการแก้ไขในส่วน of ค่าแอร์ที่ใช้นอกเวลาทำการสูงขึ้น โดยติดตั้งแอร์แยกส่วนไว้ในส่วนที่ดำเนินการได้

1.7 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีในการให้บริการ

ระบบการให้บริการ Contact Center ถือเป็นอีกองค์ประกอบที่มีความสำคัญในการให้บริการของบริษัทฯ ซึ่งในปัจจุบันเทคโนโลยีที่ใช้สำหรับระบบการให้บริการมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา การคิดค้นผลิตภัณฑ์/ระบบการทำงานใหม่ที่มีความสามารถพิเศษเพิ่มขึ้นดังกล่าว อาจทำให้ระบบปฏิบัติการ Contact Center ที่บริษัทฯ ใช้อยู่ไม่ทันสมัย ไม่สามารถรองรับกับความต้องการของลูกค้าที่เพิ่มขึ้นได้ และอาจทำให้บริษัทฯ มีความเสี่ยงที่จะสูญเสียลูกค้าให้แก่คู่แข่งได้

บริษัทฯ มีนโยบายลงทุนในระบบล่าสุดที่มีความทันสมัย มีอายุการใช้งานได้น้อยกว่า 5 ปี นอกจากนี้มูลค่าของบริษัทฯ ในต่างประเทศที่มีชื่อเสียงเป็นผู้ดำเนินการจัดหาระบบให้กับบริษัทฯ โดยมีข้อตกลงที่ครอบคลุมการพัฒนากระบวนการทำงาน เช่น การ Upgrade ระบบ การเปลี่ยนเวอร์ชันของโปรแกรมให้มีความทันสมัย และมีขีดความสามารถทัดเทียมกับระบบที่ได้รับการคิดค้นขึ้นมาใหม่ นอกจากนี้บริษัทฯ มีการวิจัยและพัฒนาในด้านงานซอฟต์แวร์แอปพลิเคชัน อย่างต่อเนื่อง ดังนั้นความเสี่ยงในการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีค่อนข้างต่ำ ทำให้ไม่มีผลกระทบต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ

1.8 ความเสี่ยงจากการใช้ระบบบริการระบบศูนย์บริการเทคโนโลยีสารสนเทศและการให้ความช่วยเหลือด้านการบริหารจัดการจากบริษัทแม่

บริษัทฯ เป็นบริษัทย่อยของ บมจ. สามารถคอร์ปอเรชั่น (“SAMART”) ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 SAMART ถือหุ้นทั้งทางตรงและทางอ้อมในบริษัทร้อยละ 71.43 บริษัทฯ ได้พึ่งพิง SAMART ในเรื่องต่างๆ ดังนี้

การใช้บริการระบบศูนย์บริการเทคโนโลยีสารสนเทศ

SAMART ได้ให้ความช่วยเหลือแก่บริษัทฯ ในการให้บริการระบบศูนย์บริการเทคโนโลยีสารสนเทศ ได้แก่ การให้บริการที่เกี่ยวกับการบริหารจัดการเกี่ยวกับระบบความปลอดภัย (ISO 27001) และด้านการบริหารจัดการเกี่ยวกับการบริการ (ITIL) สำหรับการพัฒนาองค์กร และบุคลากรภายในองค์กรของบริษัทฯ ให้มีมาตรฐานสากลในการบริหารจัดการองค์กรที่ดี และประสิทธิภาพในการดำเนินกิจการที่ดีขึ้น โดยบริษัทฯ มีการจ่ายค่าตอบแทนเป็นรายเดือน ให้แก่ SAMART (โปรดดูข้อมูลเพิ่มเติมในเรื่องรายการระหว่างกัน) หาก SAMART ไม่ให้ความช่วยเหลือดังกล่าว บริษัทฯ จะต้องลงทุนในระบบศูนย์บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้วยตนเอง หรือต้องเช่าระบบดังกล่าวจากบริษัทอื่น ซึ่งจะทำให้บริษัทฯ ต้องใช้เงินทุนมากขึ้น หรือต้องจ่ายค่าเช่าระบบในอัตราที่สูงกว่าปัจจุบัน

การให้ความช่วยเหลือด้านการบริหารจัดการ (Management Agreement)

SAMART ได้ให้ความช่วยเหลือแก่บริษัทฯ ในด้านการบริหารและจัดการทั่วไป อาทิ เป็นที่ปรึกษาด้านการเงินและการบัญชี ให้บริการด้านกฎหมาย ให้บริการด้านการบริหารงานธุรการสำนักงาน เป็นที่ปรึกษาด้านทรัพยากรบุคคล เป็นต้น โดยบริษัทฯ มีการจ่ายค่าตอบแทนเป็นรายเดือนให้แก่ SAMART (โปรดดูข้อมูลเพิ่มเติมในเรื่องรายการระหว่างกัน) หาก SAMART ไม่ให้ความช่วยเหลือดังกล่าว บริษัทฯ จะต้องว่าจ้างที่ปรึกษาภายนอก เช่น ที่ปรึกษาเรื่องการวางแผนภาษีอากร ที่ปรึกษากฎหมาย เป็นต้น หรือมีอำนาจต่อรองในการจัดซื้อสินค้าบริการลดลง ซึ่งอาจทำให้บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในส่วนดังกล่าวเพิ่มขึ้น

การให้ความช่วยเหลือของ SAMART ดังกล่าว ถือเป็นการบริหารจัดการทรัพยากรที่มีอยู่อย่างมีประสิทธิภาพของกลุ่มสามารถ บริษัทฯ เชื่อว่าจะได้รับการสนับสนุน และความช่วยเหลือจาก SAMART ต่อไป

2. ความเสี่ยงด้านการบริหารและการจัดการ

2.1 ความเสี่ยงจากการที่บริษัทฯ มีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ถือหุ้นรวมกันมากกว่าร้อยละ 50

ณ วันที่ 30 ธันวาคม 2557 กลุ่มวิไลลักษณ์ ซึ่งรวมบริษัท สามารถคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และบริษัท ข่อย ถือหุ้นในบริษัท วันทวัน คอนแทคส์ จำกัด (มหาชน) รวมจำนวน 203,179,536 หุ้น หรือคิดเป็นร้อยละ 72.56 ของจำนวนหุ้นที่ออกจำหน่ายและชำระเต็มมูลค่าแล้วของบริษัท ทำให้สามารถที่จะควบคุมการลงมติในที่ประชุมผู้ถือหุ้นเกือบทั้งหมดในเรื่องสำคัญต่างๆ เช่น การแต่งตั้งกรรมการ หรือการขอมติในเรื่องอื่นที่ต้องใช้เสียงส่วนใหญ่ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ยกเว้นเรื่องที่กฎหมายหรือข้อบังคับบริษัทกำหนดให้ต้องได้รับเสียง 3 ใน 4 ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ดังนั้น ผู้ถือหุ้นรายอื่นๆ อาจไม่สามารถรวบรวมคะแนนเสียงเพื่อถ่วงดุลกับผู้ถือหุ้นรายใหญ่ได้

อย่างไรก็ตามคณะกรรมการบริษัทประกอบด้วยกรรมการทั้งหมด 10 ท่านในจำนวนนี้มีกรรมการที่เป็นกรรมการอิสระจำนวน 4 ท่านเพื่อทำหน้าที่ตรวจสอบถ่วงดุลการตัดสินใจและพิจารณาอนุมัติรายการต่างๆ ก่อนนำเสนอต่อที่ประชุม ผู้ถือหุ้นนอกจากนี้ในกรณีที่เข้าทำรายการที่เกี่ยวข้องกับกรรมการผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ผู้มีอำนาจควบคุมกิจการ กิจการที่เกี่ยวข้อง รวมถึงบุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง บุคคลดังกล่าวจะไม่มีสิทธิออกเสียงในการอนุมัติรายการดังกล่าว และในการอนุมัติรายการจะต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ของสำนักงานกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 สินทรัพย์ถาวร

รายละเอียดสินทรัพย์ถาวรของบริษัท ที่ใช้ในการประกอบธุรกิจที่สำคัญ สรุปได้มีดังนี้

หน่วย: ล้านบาท

ประเภท/ลักษณะของสินทรัพย์	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ ณ วันที่		ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน
	31 ธันวาคม 2557	31 ธันวาคม 2556		
อุปกรณ์สำนักงาน	11.27	14.17	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
เครื่องมือและอุปกรณ์	196.78	83.11	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
คอมพิวเตอร์	19.51	16.72	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
ยานพาหนะ	2.02	2.54	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
เครื่องมือและอุปกรณ์ระหว่างติดตั้ง	6.43	6.32	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
รวม	236.01	122.86		

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 บริษัทฯ มีอุปกรณ์จำนวนหนึ่งซึ่งตัดค่าเสื่อมราคาหมดแล้วแต่ยังใช้งานอยู่ มูลค่าตามบัญชีก่อนหักค่าเสื่อมราคาสะสมของสินทรัพย์ดังกล่าวมีจำนวนเงินประมาณ 437.9 ล้านบาท (2556 : 414.4 ล้านบาท)

4.2 สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 และ 31 ธันวาคม 2556 บริษัทฯ มีสินทรัพย์ไม่มีตัวตน ได้แก่ ค่าใช้สิทธิ (License) สำหรับโปรแกรมที่เกี่ยวกับการให้บริการ Contact Center และคอมพิวเตอร์ซอฟต์แวร์ โดยมีมูลค่าตามบัญชีสุทธิเท่ากับ 19.52 ล้านบาท และ 25.80 ล้านบาท หรือ คิดเป็นร้อยละ 2.16 และ ร้อยละ 5.24 ของสินทรัพย์รวมของบริษัทฯ ตามลำดับ

4.3 เครื่องหมายการค้า

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 บริษัทฯ เป็นเจ้าของเครื่องหมายบริการ ดังนี้

ลำดับ ที่	เลข ทะเบียน เครื่องหมาย	เครื่องหมายใช้สำหรับบริการ	ระยะเวลาคู่ครอง	รูปเครื่องหมายการค้า
1	บ. 47696	จำพวก 38 บริการรับส่งข้อมูลข่าวสารทางวิทยุ และเครื่องมือสื่อสาร,เช่าเครื่องมือและอุปกรณ์สื่อสาร	26 มิ.ย. 2562	
2	บ. 47697	จำพวก 38 บริการรับส่งข้อมูลข่าวสารทางวิทยุ และเครื่องมือสื่อสาร,เช่าเครื่องมือและอุปกรณ์สื่อสาร	26 มิ.ย. 2562	
3	บ. 47698	จำพวก 36 บริการ ตัวแทนซื้อขายประกันทางโทรศัพท์	26 มิ.ย. 2562	
4	บ. 47699	จำพวก 36 บริการ ตัวแทนซื้อขายประกันทางโทรศัพท์	26 มิ.ย. 2562	
5	บ. 41723	จำพวก 37 บริการ ติดตั้ง- ซ่อมแซม บำรุงรักษาเครื่องคอมพิวเตอร์	28 ก.ย. 2560	
6	บ. 41726	จำพวก 37 บริการ ติดตั้ง- ซ่อมแซม บำรุงรักษาเครื่องคอมพิวเตอร์	28 ก.ย. 2560	
7	บ. 39781	จำพวก 35 บริการจัดการธุรกิจด้านการซื้อ และการจำหน่ายสินค้า	28 ก.ย. 2560	
8	บ. 39782	จำพวก 38 บริการเช่าเครื่องมือและอุปกรณ์สื่อสาร	28 ก.ย. 2560	
9	บ. 41724	จำพวก 37 บริการ ติดตั้ง- ซ่อมแซม บำรุงรักษาเครื่องคอมพิวเตอร์	28 ก.ย. 2560	
10	บ. 41727	จำพวก 37 บริการ ติดตั้ง- ซ่อมแซม บำรุงรักษาเครื่องคอมพิวเตอร์	28 ก.ย. 2560	
11	บ. 39780	จำพวก 41 บริการ จัดอบรมพนักงานทั้งในและนอกสถานที่	28 ก.ย. 2560	
12	บ. 39778	จำพวก 41 บริการ จัดอบรมพนักงานทั้งในและนอกสถานที่	28 ก.ย. 2560	
13	บ. 39779	จำพวก 35 บริการให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจ ซื้อ-ขาย จำหน่ายสินค้า จัดหาพนักงานไปทำงานที่ Call Center	28 ก.ย. 2560	

4.4 สัญญาที่สำคัญ

สัญญาเช่าอาคารสำนักงาน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 บริษัทฯ มีสัญญาเช่าอาคารทั้งหมด 8 สัญญา มีรายละเอียดดังนี้

ลำดับ	คู่สัญญา	ค่าเช่าและค่าบริการ	วันครบกำหนดสัญญา	เงื่อนไขการต่ออายุ
1.	บริษัท จัดการน้ำภาคตะวันออก จำกัด (มหาชน)	276,318 บาทต่อเดือน	15 ก.ค. 2559	ต่ออายุได้ครั้งละ 3 ปี และปรับค่าเช่าและค่าบริการได้ไม่เกินร้อยละ 15 และร้อยละ 5 ของค่าเช่าปีสุดท้ายตามลำดับ
2.	บริษัท จัดการน้ำภาคตะวันออก จำกัด (มหาชน)	40,054.50 บาทต่อเดือน	31 ต.ค. 2560	ต่ออายุได้ครั้งละ 3 ปี และปรับค่าเช่าและค่าบริการตามราคากลางแต่ไม่เกินร้อยละ 15
3.	บริษัท จัดการน้ำภาคตะวันออก จำกัด (มหาชน)	335,965 บาทต่อเดือน	30 ก.ย. 2558	ต่ออายุได้ครั้งละ 3 ปี และปรับค่าเช่าและค่าบริการตามราคากลางแต่ไม่เกินร้อยละ 5
4.	บริษัท จัดการน้ำภาคตะวันออก จำกัด (มหาชน)	140,625 บาทต่อเดือน	14 ต.ค. 2558	ต่ออายุได้ครั้งละ 3 ปี และปรับค่าเช่าและค่าบริการได้ร้อยละ 5
5.	บริษัท จัดการน้ำภาคตะวันออก จำกัด (มหาชน)	935,361 บาทต่อเดือน	30 ก.ย. 2558	ต่ออายุได้ครั้งละ 3 ปี และปรับค่าเช่าและค่าบริการได้ร้อยละ 5
6.	บริษัท วิไลลักษณ์ อินเตอร์เนชั่นแนล โฮลดิ้ง จำกัด	740,154.69 บาทต่อเดือน	31 ก.ค. 2558	ต่ออายุได้ครั้งละ 3 ปี และปรับค่าเช่าและค่าบริการได้ไม่เกินร้อยละ 15
7.	บริษัท พลังมิตร ทรานสปอร์ต จำกัด	243,792 บาทต่อเดือน	31 ก.ค. 2558	ผู้ให้เช่าให้สิทธิผู้เช่าก่อนใครๆ ที่ประสงค์จะใช้สิทธิต่ออายุหรือไม่ต่ออายุ โดยแจ้งล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 30 วันก่อนสิ้นสุดอายุสัญญา
8.	นิติบุคคลอาคารชุด ซีเอ็ม ทาวเวอร์	26,817.12 บาทต่อเดือน	31 ก.ค. 2558	

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

วันที่ 31 ธันวาคม 2557 บริษัทฯ และบริษัทย่อยไม่มีข้อพิพาททางกฎหมาย ซึ่งอาจก่อให้เกิดผลเสียหายต่อบริษัทฯ และบริษัทย่อยสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น และไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายอื่นใดที่อาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ และบริษัทย่อยอย่างมีนัยสำคัญ

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

ข้อมูลบริษัท

ชื่อบริษัท	บริษัท วันทูน คอนแทคส์ จำกัด (มหาชน)
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	เลขที่ 99/19 หมู่ที่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 17 ถนนแจ้งวัฒนะ ตำบลคลองเกลือ อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 11120
ที่ตั้งสำนักงานสาขา	เลขที่ 1 อาคารอีสทวอเตอร์ ชั้นที่ 10-12 ซอยวิภาวดีรังสิต 5 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900
เลขทะเบียนบริษัท	0107556000281
ทุนจดทะเบียน	280,000,000 บาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญ 280,000,000 หุ้น
หุ้นที่ออกจำหน่ายและชำระเต็มมูลค่า	280,000,000 บาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญ 280,000,000 หุ้น
มูลค่าที่ตราไว้ต่อหุ้น	1 บาท
เว็บไซต์	www.onetoonecontacts.com
โทรศัพท์	02-685-0000
โทรสาร	02-685-0090

บุคคลอ้างอิง

นายทะเบียนหุ้น	บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด
ที่ตั้งสำนักงาน	เลขที่ 62 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ถนนรัชดาภิเษก แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
โทรศัพท์	02-229-2113
โทรสาร	02-359-1259
ผู้สอบบัญชี	นางสาวศิริวรรณ สุรเทพินทร์ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตทะเบียนเลขที่ 4604
ที่ตั้งสำนักงาน	บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด เลขที่ 193/136-137 อาคารเลกซ์ดา ชั้น 33 ถนนรัชดาภิเษก แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
โทรศัพท์	02-264-9090
โทรสาร	02-264-0789-90