

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

ภาพรวมของการประกอบธุรกิจ

บริษัท วันทูวัน คอนแทคส์ จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทย่อยของบริษัท สามารถคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (“SAMART”) บริษัทจดทะเบียนจัดตั้งเมื่อวันที่ 7 สิงหาคม 2543 ด้วยทุนจดทะเบียนเรียกชำระแล้วเริ่มแรก 20 ล้านบาท และในปี 2548 ได้เพิ่มทุนจดทะเบียนเรียกชำระแล้วเป็น 100 ล้านบาท บริษัทได้เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ เมื่อวันที่ 15 พฤษภาคม 2557

บริษัท วันทูวัน คอนแทคส์ จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจให้บริการบริหารจัดการงานลูกค้าสัมพันธ์แบบเต็มรูปแบบ และให้บริการออกแบบพัฒนาและติดตั้งระบบศูนย์บริการข้อมูลแบบเบ็ดเสร็จให้แก่องค์กรภาครัฐและเอกชน นอกจากนี้บริษัทยังมีบริการให้เข้าอุปกรณ์ Contact Center และบริการให้เข้าซอฟต์แวร์ ทั้งซอฟต์แวร์สำเร็จรูป และซอฟต์แวร์ระบบ Contact Center ที่ปรับเปลี่ยนระบบการทำงานให้เหมาะสมกับธุรกิจขององค์กรเพื่อให้บริการลูกค้าได้อย่างสมบูรณ์แบบที่สุด ภายใต้แนวคิด “ตอบสนองบริการลูกค้าทุกด้านอย่างครบวงจร” (Total Customer Management Solutions with Customized Services)

1.1 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และปรัชญาในการดำเนินธุรกิจ

วิสัยทัศน์

เรามุ่งสู่การเป็นผู้นำด้านการบริการ CUSTOMER MANGEMENT SOLUTIONS ในกลุ่มประเทศ CLMV โดยการส่งมอบบริการที่มากกว่าลูกค้าคาดหวังด้วยคุณภาพมาตรฐานสากล

พันธกิจ

การเป็นผู้ให้บริการอันดับหนึ่งในการนำเสนอ CONTACT CENTER SOLUTIONS ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทุกรูปแบบด้วยสินค้าและบริการที่เปี่ยมด้วยคุณภาพเราพร้อมตอบสนองทุกความต้องการในงานด้านบริการ อยู่เสมอและเราไม่เคยหยุดนิ่งที่จะคิดค้นและพัฒนานวัตกรรมใหม่ๆที่จะช่วยเสริมสร้างประสิทธิภาพด้านงานบริการให้แก่ทุกธุรกิจของลูกค้า

ปรัชญาในการดำเนินธุรกิจ

บริษัทมีความเชื่อมั่นเป็นอย่างยิ่งว่าความสำเร็จของท่านคือความสำเร็จของเรา และมีคำมั่นสัญญาที่จะส่งมอบงานอย่างมีคุณภาพชั้นเลิศให้แก่ลูกค้า ดังคำกล่าวที่ว่า ความสำเร็จทางธุรกิจของลูกค้า เปรียบเสมือน ความสำเร็จของบริษัท และพนักงานทุกคนอย่างพร้อมเพรียงกัน บริษัทมีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาธุรกิจให้มีความมั่นคงและแข็งแกร่ง โดยยึดมั่นในจริยธรรม และความซื่อสัตย์ทางธุรกิจ ทั้งนี้ เพื่อการเจริญเติบโต อย่างยั่งยืนตามความคาดหวังของลูกค้าและผู้ถือหุ้น

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

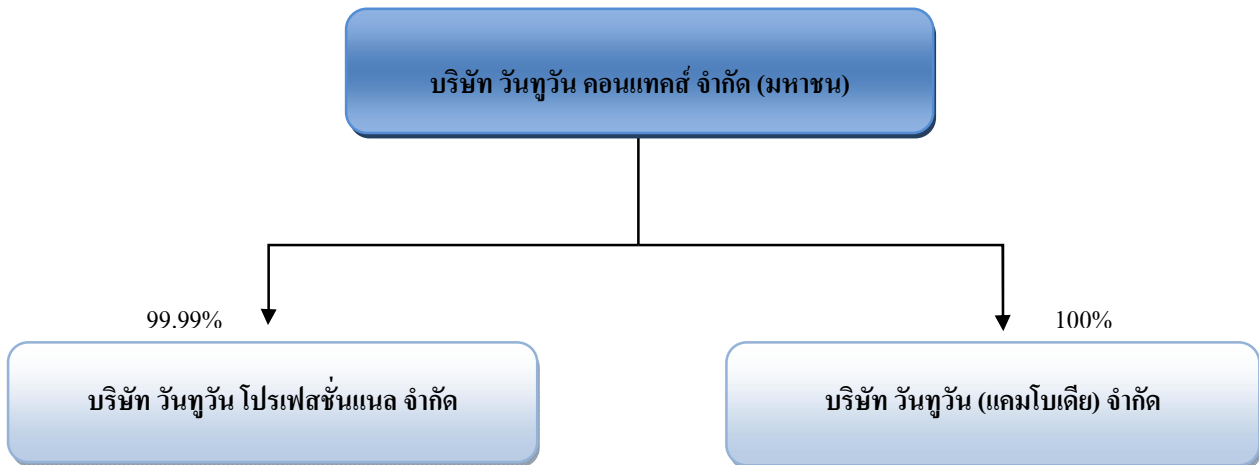
ปี	พัฒนาการบริษัท
2543	จดทะเบียนจัดตั้งบริษัทเมื่อวันที่ 7 สิงหาคม 2543 ด้วยทุนจดทะเบียนเรียกชำระแล้ว 20 ล้านบาท มีจำนวนหุ้น 2 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท โดยมี SAMART และบริษัทในกลุ่มสามารถถือหุ้นรวมกันร้อยละ 100
2544	บริษัทเริ่มให้บริการออกแบบพัฒนาและติดตั้งระบบศูนย์บริการข้อมูลแบบเบ็ดเสร็จ (Turnkey Total Solutions) และบริการบริหารจัดการศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์แบบเต็มรูปแบบ (Fully Outsourced Contact Center Management Service) ให้แก่ลูกค้าในองค์กรภาครัฐและเอกชน
2545	บริษัทเริ่มให้บริการจัดหาเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Service Representative Outsourced) เพื่อให้บริการรับโทรศัพท์ให้หน่วยงานภายนอก
2546	บริษัทเริ่มให้ระบบศูนย์บริการข้อมูลและอุปกรณ์ (Contact Center Facility Outsourced)
2548	- ในเดือนพฤษภาคม บริษัทได้เพิ่มทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้วอีก 80 ล้านบาท เป็นทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้ว 100 ล้านบาทมีจำนวนหุ้น 10 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท - บริษัทได้รับการรับรองคุณภาพ ISO 9001:2008 ด้าน Accredited
2549	บริษัทได้รับรางวัลด้านการให้บริการ Contact Center No.1 Thailand Outsourcing Contact Centre จาก Frost & Sullivan
2550	- บริษัทได้รับรางวัลด้านการให้บริการ 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
2551	- ในเดือนตุลาคม บริษัทได้จัดตั้งบริษัท วันทวัน โปรเฟสชั่นแนล จำกัด เป็นบริษัทย่อย โดยบริษัทฯถือหุ้นร้อยละ 100 เพื่อดำเนินธุรกิจให้บริการรับเป็นที่ปรึกษา ให้คำแนะนำเกี่ยวกับการบริหารงานบุคคล และบริการด้านการจัดหาบุคลากรด้านบริการลูกค้าสัมพันธ์โดยเฉพาะ อย่างไรก็ตามปัจจุบัน OTP ยังมิได้เริ่มประกอบธุรกิจแต่อย่างใด - บริษัทได้รับการรับรองมาตรฐาน Software development standard CMMI Level 3 (Capability Maturity Model Integration) ซึ่งเกี่ยวกับมาตรฐานกระบวนการในการพัฒนาและบริหารจัดการโครงการทางด้านสารสนเทศ ที่ถูกคิดค้นโดยสถาบัน Software Engineering Institute (SEI) บนหลักการที่ว่าคุณภาพที่ดีของกระบวนการจะนำไปสู่คุณภาพที่ดีของผลิตภัณฑ์และบริการ
2552	- บริษัทได้รับการประกันคุณภาพ ISO/IEC 20000 ด้าน IT Service Management - บริษัทได้รับรางวัลด้านการให้บริการ Contact Center 2 รางวัล ได้แก่ - Silver Winner of APAC Best Contact Center (PEA Project)

ปี	พัฒนาการบริษัท
	2) Silver Winner of Best Trainer ในเดือนกุมภาพันธ์ ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทได้มีมติให้จัดตั้ง บริษัท วันทูน เวียดนาม จำกัด เพื่อดำเนินธุรกิจในการให้คำปรึกษาและให้บริการจัดตั้งระบบศูนย์บริการข้อมูลลูกค้าแก่องค์กรภาครัฐและเอกชนในประเทศเวียดนาม โดยมีทุนจดทะเบียน 0.04 ล้านดอลลาร์สหรัฐอเมริกา โดยบริษัทจะมีสัดส่วนการถือหุ้นในอัตราร้อยละ 100
2553	บริษัทได้พิจารณาปัจจัยต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อการลงทุนในบริษัท วันทูน เวียดนาม จำกัด แล้วเห็นว่าควรชะลอการลงทุนไว้ก่อน
2554	บริษัทได้จัดตั้ง Disaster Recovery Site หรือ DR Site (ศูนย์สำรอง) เพื่อรองรับเหตุการณ์ฉุกเฉิน อาทิเช่น วิกฤตการณ์น้ำท่วม เหตุการณ์จลาจล เป็นต้น เพื่อให้บริษัทสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง
2555	- บริษัทได้รับรางวัลด้านการให้บริการ Contact Center 2 รางวัล ได้แก่ 1) Silver Winner of APAC Best Mid-sized Contact Center (SRT project) 2) Bronze Winner of APAC Best Customer Service (TCCC project) - บุคลากรของบริษัทได้รับการรับรองให้เป็น COPC Registered Coordinator จากสถาบัน COPC (Customer Operation Performance Center) ซึ่งเป็นสถาบันที่รับรองคุณภาพการบริหารจัดการ Contact Center ที่เป็นมาตรฐานสากล
2556	- ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2556 เมื่อวันที่ 27 มีนาคม 2556 ได้มีมติให้แปรสภาพบริษัทเป็นบริษัทมหาชนจำกัด และเปลี่ยนแปลงมูลค่าที่ตราไว้จากหุ้นละ 10 บาท เป็นหุ้นละ 1 บาท - ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 1/2556 เมื่อวันที่ 22 พฤษภาคม 2556 ได้มีมติให้เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 100 ล้านบาท เป็น 280 ล้านบาท โดยออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 180 ล้านหุ้น แบ่งเป็นหุ้นปันผลจำนวน 110 ล้านหุ้น และเสนอขายให้แก่ประชาชนเป็นครั้งแรกจำนวน 70 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท - เมื่อวันที่ 13 กันยายน 2556 บริษัทได้จัดตั้งบริษัท วันทูน แคมโบเดีย จำกัด (One to One (Cambodia) Company Limited) โดยมีทุนจดทะเบียน 5,000 เหรียญสหรัฐ (เทียบเท่า 155,000 บาท) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อดำเนินธุรกิจศูนย์บริการข้อมูลลูกค้าสัมพันธ์ในประเทศกัมพูชา ซึ่งเริ่มดำเนินธุรกิจในไตรมาสที่ 1 ปี 2557 - บริษัทได้รับการประกันคุณภาพ ISO/IEC 27001:2005 ด้านความปลอดภัยของข้อมูล (Information Security) - Thailand Outsourced Contact Center Vendor of the year 2013 จาก Frost & Sullivan (ประเทศไทย) ในฐานะที่เป็นองค์กรเอกชนที่ดำเนินธุรกิจด้าน Contact Center ชั้นนำของประเทศไทยที่มีการเติบโตและมีการพัฒนาองค์กรอย่างไม่หยุดยั้ง ทั้งทางด้านบุคลากร เทคโนโลยี และการบริหารจัดการ
2557	- บริษัทฯ ได้เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ เมื่อวันที่ 15 พฤษภาคม 2557 - บริษัท วันทูน (แคมโบเดีย) จำกัด (One to One (Cambodia) Company Limited) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัทฯ ได้ดำเนินการจัดตั้งแล้วเสร็จ โดยมีสำนักงานตั้งอยู่เลขที่ 18-E4, 4th Floor, The iCon Professional

ปี	พัฒนาการบริษัท
	Building, 612 Norodom Blvd., Tonle Bassac, Chamkarmorn, Phnom Penh, Kingdom of Cambodia และได้เริ่มให้บริการบริหารจัดการศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์แบบเต็มรูปแบบ (Fully Outsourced Contact Center Management Service) ให้แก่ลูกค้าภาคเอกชนในประเทศกัมพูชา ในเดือนมีนาคม 2557 ● บริษัทได้รับรางวัล Thailand Excellence Awards: Outsourced Contact Center Vendor of the Year 2014 จาก Frost & Sullivan (ประเทศไทย) ในฐานะที่เป็นองค์กรเอกชนที่ดำเนินธุรกิจด้าน Contact Center ชั้นนำของประเทศไทย
2558	● คณะกรรมการบริษัทได้แต่งตั้งนางสาวรุ่งจิรา ไกรวิวัฒน์ ดำรงตำแหน่ง ผู้จัดการทั่วไป โดยดูแลรับผิดชอบงานของกรรมการผู้จัดการ แทนนางสุกัญญา วนิชจักรวงศ์ ซึ่งลาออกจากตำแหน่งกรรมการผู้จัดการ ● บริษัทนำเสนอเทคโนโลยีใหม่ของบริการ Customer Management Service ในการให้บริการลูกค้า - Cloud Contact Center - Social Monitoring & Social CRM - Telecom Expense Management Service ● บริษัทได้เริ่มโครงการ Work Anywhere ซึ่งเป็นการปรับรูปแบบการทำงานของพนักงานในรูปแบบใหม่ ● บริษัทได้รับรางวัล Thailand Outsourced Contact Center Service Provider of the Year Award 2015 จาก Frost & Sullivan ในฐานะที่เป็นองค์กรเอกชนที่ดำเนินธุรกิจด้าน Contact Center ชั้นนำของประเทศไทย

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

บริษัท วันทูวัน คอนแทคส์ จำกัด (มหาชน) มีโครงสร้างการถือหุ้นในบริษัทย่อย ดังนี้



ข้อมูลทั่วไปของบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

ลำดับ ที่	ชื่อบริษัท	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน (ล้านบาท)	หุ้นสามัญ ทั้งหมด ที่ออก จำหน่าย (หุ้น)	หุ้นทั้งหมดที่บริษัทถือ	
					จำนวนหุ้น	ร้อยละ
1.	บจก. วันทูวัน (แคมโบเดีย) 18-E4, 4 th floor, The Icon Professional Building, 216, Norodom Blvd., Tonle Bassac, Chamkarmorn, Phnom Penh, Kingdom of Cambodia โทร (855) 23-932-222 โทรสาร (855) 23-932-223	ธุรกิจด้านการบริการ ศูนย์บริการข้อมูลลูกค้า สัมพันธ์ (Contact Center Management Service) ใน รูปแบบการติดตั้งระบบ ศูนย์บริการข้อมูล จัดหา และ บริหารเจ้าหน้าที่ลูกค้า สัมพันธ์ให้บริการในประเทศ กัมพูชา	200,000 (เหรียญสหรัฐ)	40,000	40,000	100
2.	บจก. วันทูวัน โปรไฟล์ชิ้นแนล เลขที่ 99/19 หมู่ที่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 17 ถนนแจ้งวัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2685-0000 โทรสาร 0-2685-0050	ให้บริการที่ปรึกษาการ บริหารงานบุคคล การจัดหา บุคลากร และธุรกิจ ศูนย์บริการข้อมูลลูกค้า สัมพันธ์	1	100,000	99,997	99.99

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

โครงสร้างรายได้

โครงสร้างรายได้ของบริษัทสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2556-2558 มีดังนี้

ประเภทการให้บริการ	ปี 2556		ปี 2557		ปี 2558	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1. บริการบริหารจัดการศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ (Outsource Contact Center)						
ก. บริการบริหารจัดการศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์แบบเต็มรูปแบบ	493.82	72.17	498.56	64.42	618.85	62.62
ข. บริการบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์	51.83	7.58	46.84	6.05	88.71	8.98
ค. บริการระบบศูนย์บริการข้อมูลและอุปกรณ์	49.69	7.26	62.98	8.14	114.54	11.59
รวมบริการระบบศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์	595.34	87.01	608.38	78.61	822.10	83.19
2. บริการออกแบบพัฒนาและติดตั้งระบบศูนย์บริการข้อมูลแบบเบ็ดเสร็จ (Turnkey Total Solutions)						
บริการออกแบบพัฒนาและติดตั้งระบบศูนย์บริการข้อมูลแบบเบ็ดเสร็จ	67.59	9.88	139.88	18.08	142.89	14.46
บริการบำรุงรักษาระบบศูนย์บริการข้อมูล	21.31	3.11	25.62	3.31	23.19	2.35
รวมบริการออกแบบพัฒนาและติดตั้งระบบศูนย์บริการข้อมูลแบบเบ็ดเสร็จ	88.90	12.99	165.50	21.39	166.08	16.81
รวมทั้งหมด	684.24	100.00	773.88	100.00	988.18	100.00

2.1 การประกอบธุรกิจของแต่ละสายผลิตภัณฑ์

บริษัทให้บริการศูนย์บริการข้อมูล (Outsourced Contact Center Services) และให้บริการออกแบบ พัฒนา และติดตั้งระบบศูนย์บริการข้อมูลแบบเบ็ดเสร็จ (Turnkey Total Solutions) ระบบศูนย์บริการข้อมูล (Contact Center) ของบริษัทมีขนาดกว่า 2,000 ที่นั่ง ออกแบบและติดตั้งด้วยระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัยสามารถรองรับการติดต่อได้จากหลากหลายช่องทาง พร้อมเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ที่ให้บริการข้อมูล (Customer Service Representative: CSR) กว่า 1,800 คน (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558) ให้บริการรับสายได้มากกว่า 2 ล้านสายต่อเดือน ภายหลังเสร็จสิ้นการทำงาน บริษัทจะจัดส่งรายงานการทำงานพร้อมทั้งข้อมูลต่างๆ ของผู้ใช้สินค้าและบริการ และรายละเอียดการดำเนินการต่างๆ ให้แก่ลูกค้า นอกจากนี้ลูกค้าสามารถตรวจสอบรายงานการดำเนินงานได้จากระบบ On-line Web Report อีกทางหนึ่งด้วย

บริษัทแบ่งธุรกิจการให้บริการออกเป็น 2 ประเภทดังนี้

1) รับจ้างให้บริการศูนย์บริการข้อมูล (Outsourced Contact Center Services)

บริษัทมีศูนย์ในการให้บริการหลักที่ให้บริการบริหารจัดการ 3 แห่ง รองรับการให้บริการกว่า 2,000 ที่นั่ง โดยสามารถปรับขยายเพิ่มบริการได้ภายใน 2 สัปดาห์ เพื่อรองรับกับการขยายตัวของการใช้บริการของลูกค้า

หลักของบริษัทและเพื่อให้บริการแก่ลูกค้าที่ต้องการจ้างเหมาแบบเต็มรูปแบบ หรือต้องการใช้ระบบและอุปกรณ์ นอกจากนี้ในบางกรณีลูกค้าอาจต้องการให้ บริษัทจัดให้มีศูนย์บริการข้อมูล ณ สถานที่ที่ลูกค้าจัดหาให้ บริษัทจะดำเนินการออกแบบและติดตั้งอุปกรณ์ระบบ โทรศัพท์ และคอมพิวเตอร์ ให้ตามที่ลูกค้าต้องการ ซึ่งปัจจุบันมีการให้บริการในสถานที่ของลูกค้าอยู่มากกว่า 450 ที่นั่ง

1.1) บริการบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (Total Customer Management Service)

บริษัทให้บริการรับจ้างเหมาดำเนินการบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์สำหรับองค์กรที่ต้องการบริหารจัดการลูกค้าผ่าน Contact Center แต่ไม่ต้องการที่จะลงทุนจัดตั้งระบบเอง บริษัทสามารถลดต้นทุนการดำเนินงานโดยการบริการ Outsourced Contact Center แบบเต็มรูปแบบ โดยบริษัทมีการให้บริการแก่ลูกค้าทั้งที่เป็นแบบโครงการระยะยาว และ โครงการระยะสั้น เช่น

- การบริการลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Service) อาทิ บริการให้บริการข้อมูล (Information Provider) บริการรับเรื่องร้องเรียนต่างๆ รวมถึงรับคำติชม และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Complaint Handling) การลงทะเบียนและยืนยันการใช้บริการ (Register and Activated) บริการแนะนำการแก้ปัญหาและการให้บริการ (Help Desk / Managed Service) และ บริหารจัดการสมาชิก (Membership Management)
- การสำรวจข้อมูลหรือความคิดเห็นผู้ใช้บริการ (Survey Solutions) อาทิ บริการสำรวจข้อมูลหรือความคิดเห็นทางโทรศัพท์ (Tele Survey) บริการตรวจสอบข้อมูล (Data Cleansing) หรือบริการบันทึกข้อมูล (Data Entry)
- การขายสินค้าหรือส่งเสริมการขาย (Sales Solutions) อาทิ การนำเสนอขายสินค้า และดูแลลูกค้าแบบ DRTV (Direct Response Television) บริการรับคำสั่งซื้อ (Order Taking) บริการรับจองและสำรองการใช้บริการ (Booking and Reservation)
- การดูแลบริหารกิจกรรมทางการตลาด (Marketing Campaign)

ในการให้บริการรับจ้างเหมาดำเนินการบริหารจัดการลูกค้านี้ บริษัทจะเป็นผู้บริหารจัดการ Contact Center เพื่อให้บริการข้อมูลข่าวสาร หรือศูนย์บริการข้อมูลแบบเบ็ดเสร็จแก่ผู้ใช้บริการแทนลูกค้าของบริษัทโดยที่บริษัทเป็นผู้จัดเตรียมสถานที่ ระบบโทรศัพท์ ระบบคอมพิวเตอร์ ทั้งฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ แอปพลิเคชัน และเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ ตลอดจนเจ้าหน้าที่หัวหน้างาน เจ้าหน้าที่ตรวจสอบคุณภาพให้ทั้งหมด โดยใช้ศูนย์ Contact Center ของบริษัทในการให้บริการในด้านต่างๆ โดยมีระบบการให้บริการรองรับช่องทาง Voice Call, Social Media, Internet Contact Center, Web Chat, Web Collaboration และ Mobile Application

1.2) บริการจัดหาเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Service Representative Outsourced)

บริษัทให้บริการบริหารจัดการ และจัดหาบุคลากรด้านบริการลูกค้าสัมพันธ์แบบเต็มรูปแบบ ทั้งคัดสรร ฝึกอบรม ตรวจสอบคุณภาพการให้บริการ และควบคุมมาตรฐานเพื่อรักษาระดับคุณภาพการให้บริการของบริษัท จัดหาเจ้าหน้าที่ทดแทน พร้อมดูแลสวัสดิการพนักงานเพื่อให้ลูกค้าเกิดความ

กังวลในการบริหารงานบุคลากรด้านลูกค้าสัมพันธ์ และมั่นใจได้ว่าพนักงานมีความพร้อมที่จะให้บริการได้ในระดับมาตรฐานสากล

ในการให้บริการบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ และการบริการจัดหาเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ที่เป็นการขายสินค้าและบริการทางการเงิน ได้แก่ การขายประกันภัย เจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัทจะต้องมีใบอนุญาตนายหน้า หรือใบอนุญาตตัวแทนในการปฏิบัติงาน ตามระเบียบของสำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย

1.3) บริการระบบศูนย์บริการข้อมูลและอุปกรณ์ (Contact Center Facility Outsourced)

บริษัทให้บริการระบบศูนย์บริการข้อมูลและอุปกรณ์ สำหรับองค์กรที่ไม่ต้องการลงทุนติดตั้งระบบ Contact Center เอง การให้บริการดังกล่าวช่วยให้องค์กรมีศูนย์บริการข้อมูลที่ได้มาตรฐานโดยไม่ต้องลงทุนเอง เป็นการแบ่งเบาภาระค่าใช้จ่ายในการลงทุน และยังสร้างความคล่องตัวในการบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพ บริษัทสามารถให้บริการระบบได้ทั้งแบบภายใน และภายนอกสถานที่ โดยแบ่งการบริการออกเป็น 4 รูปแบบ คือ

1) การบริการใช้ระบบศูนย์บริการข้อมูลและอุปกรณ์ ณ สถานที่ของบริษัท

เป็นการให้บริการเหมาระบบแบบเบ็ดเสร็จเพื่อให้ลูกค้าสามารถใช้อุปกรณ์ระบบศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ และทำงานบนอุปกรณ์และระบบการใช้งานของบริษัทโดยบริษัทจัดระบบ สถานที่ และอุปกรณ์ เพื่อเป็นศูนย์บริการข้อมูลลูกค้า โดยลูกค้าสามารถเลือกจัดส่งเจ้าหน้าที่เข้ามาปฏิบัติงานเอง หรือให้บริษัทจัดหาเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานให้ ทั้งนี้เจ้าหน้าที่จะปฏิบัติงานเสมือนหนึ่งเป็นพนักงานขององค์กรนั้นๆ เอง

2) การบริการใช้ระบบศูนย์บริการข้อมูลและอุปกรณ์ภายนอกสถานที่

บริษัทจะออกแบบและติดตั้งระบบ Contact Center ที่องค์กรของลูกค้า หรือสถานที่ที่ลูกค้าเลือกเอง พร้อมจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ครบครัน และบริษัทจะเป็นผู้ดูแลรักษาระบบ เพื่อให้สามารถให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพตลอดระยะเวลาสัญญาการบริการ

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

ในปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศมีการพัฒนาการมากขึ้นทำให้หลายประเทศได้นำระบบ Network มาใช้ในการให้บริการลูกค้า ซึ่งช่วยให้ลูกค้าสามารถใช้บริการ Contact Center บนระบบ Online ได้โดยไม่ต้องลงทุนติดตั้งระบบที่มีความซับซ้อนและต้นทุนสูงด้วยตนเอง และลูกค้าสามารถปรับเปลี่ยนหรือลดจำนวนที่นั่งในการให้บริการให้เหมาะสมกับสถานการณ์ได้ตลอดเวลา

4) การบริการใช้ระบบศูนย์บริการข้อมูลและอุปกรณ์บนระบบ Cloud (Cloud Contact Center)

การให้บริการระบบ Contact Center บนระบบ Cloud จะช่วยลดระยะเวลาและความยุ่งยากในการติดตั้งระบบ โดยสามารถให้บริการได้ทันทีภายใน 24 ชั่วโมง และมีการจัดเก็บข้อมูลใน Data Center ผ่าน Internet Network ที่มีมาตรฐานความปลอดภัยเทียบเท่ามาตรฐานสากล

บริการให้เข้าระบบ Cloud Contact Center จะสนับสนุนการทำงานแบบ Anywhere Anytime และมีความยืดหยุ่นสามารถปรับขนาดการใช้บริการได้ตามความต้องการ

2) บริการออกแบบ พัฒนา และติดตั้งระบบศูนย์บริการข้อมูลแบบเบ็ดเสร็จ (Turnkey Total Solutions)

บริษัทบริการให้คำปรึกษา ออกแบบ พัฒนา และติดตั้งระบบศูนย์บริการข้อมูล (Turnkey Total Solutions) สำหรับองค์กรที่ต้องการจะลงทุนและติดตั้งระบบภายในองค์กรเอง ด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย โดยทีมวิศวกรผู้เชี่ยวชาญด้าน Contact Center โดยเฉพาะ โดยบริษัทให้บริการศึกษาและเก็บข้อมูลจากลูกค้า เพื่อให้ทราบถึงวัตถุประสงค์ที่ลูกค้าต้องการ และนำมาออกแบบระบบให้เหมาะสมกับแต่ละธุรกิจ หลังจากนั้นบริษัทจะนำเสนอระบบที่เหมาะสมกับประเภทธุรกิจ นอกจากนี้ บริษัททำหน้าที่จัดหาอุปกรณ์ Hardware และ Software Application ที่ใช้ในระบบ Contact Center รวมทั้งการ Integrate ระบบทั้งหมดเข้าด้วยกัน โดยเน้นการออกแบบให้สอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจของแต่ละองค์กร เพื่อเพิ่มศักยภาพการให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2.2 การตลาดและภาวะการแข่งขัน

1) กลยุทธ์การแข่งขันของบริษัท

บริษัทดำเนินธุรกิจการให้บริการศูนย์ข้อมูลลูกค้าสัมพันธ์มากกว่า 15 ปี ถือได้ว่าเป็นผู้เริ่มบุกเบิกการให้บริการดังกล่าว ในปัจจุบันองค์กรในธุรกิจต่างๆ ให้ความสำคัญต่อการบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า เป็นอย่างยิ่ง เพราะถือได้ว่าเป็นภาพสะท้อนการบริการขององค์กร ข้อมูลลูกค้าที่ได้รับผ่านการติดต่อเข้ามาทาง Contact Center เช่นทางโทรศัพท์ โทรสาร อีเมลล์ หรือ Web Chat ช่วยให้องค์กรสามารถทราบว่าลูกค้าที่ติดต่อเข้ามาเป็นใคร เคยซื้อสินค้าหรือบริการอะไรบ้าง ปัญหาที่เคยพบมีอะไร ปัญหาใดที่ได้รับการแก้ไขแล้ว ปัญหาใดที่ยังไม่ได้รับการแก้ไข ในขณะเดียวกันหากเป็นกรณีของการติดต่อออกไปยังผู้ใช้สินค้าและบริการจาก Contact Center ผ่านช่องทางสื่อสารต่างๆ ข้อมูลที่ถูกบันทึกลงไป ใน Customer Contact History Management (CCHM) จะช่วยให้องค์กร ทราบข้อมูลที่เป็นของผู้ใช้สินค้าและบริการก่อนที่จะติดต่อเพื่อทำกิจกรรมทางการตลาด

ดังนั้นข้อมูลจาก Software CRM จะสามารถบันทึกข้อมูลลูกค้า และประวัติการร่วมกิจกรรมต่างๆ ขององค์กรนั้นๆ กับลูกค้า ซึ่งข้อมูลเหล่านี้ก็จะมีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง และมีความเกี่ยวข้องกับหลายๆ แผนกหรือบุคคลในแต่ละองค์กร เช่น ข้อมูลประวัติการขอบริการจากแผนกบริการหลังขาย ข้อมูลประวัติการซื้อสินค้าและบริการจากแผนกขาย ข้อมูลการเข้าร่วมกิจกรรมทางการตลาดจากแผนกการตลาด หรือแม้แต่ความสนใจในสินค้าแต่ละประเภทเป็นพิเศษของลูกค้าแต่ละราย ซึ่งข้อมูลต่างๆ เหล่านี้เมื่อได้ถูกรวบรวมเข้าด้วยกันและนำมาใช้ในการวิเคราะห์เพื่อทำความเข้าใจพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้องแม่นยำ จะส่งผลให้องค์กรสามารถพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี ซึ่งหมายถึงโอกาสในการเติบโตอย่างมั่นคงในธุรกิจนั่นเอง ธุรกิจ Contact Center จึง

เป็นธุรกิจที่มีความน่าสนใจอย่างมากในปัจจุบัน อีกทั้งมีพัฒนาการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดย Contact Center เป็นเครื่องมือที่สำคัญที่จะทำให้การบริหารความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรและลูกค้าเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ จึงทำให้มีผู้ให้บริการ Contact Center เกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก การแข่งขันจึงมีค่อนข้างสูง อีกทั้งคู่แข่งของบริษัทพยายามแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดอย่างต่อเนื่อง

กลยุทธ์การแข่งขันในด้านต่างๆ ของ บริษัทมีดังนี้

- **ด้านเทคโนโลยี**

บริษัทได้วางกลยุทธ์ที่ใช้ในการแข่งขันด้านเทคโนโลยี โดยเลือกใช้ Software ที่มีคุณภาพและมาตรฐานได้รับการยอมรับจากทั่วโลก สามารถประยุกต์เข้ากับลูกค้าแต่ละราย อีกทั้งสามารถสนองตอบต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างเหมาะสม พร้อมทั้งสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ใช้บริการระบบทุกราย

ทั้งนี้ ทางบริษัทได้นำเทคโนโลยีที่กำลังเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลายในต่างประเทศเข้ามามีบทบาทที่สำคัญในการพัฒนาธุรกิจ อาทิ Cloud Contact Center และ Social Media Monitoring เพื่อตอบสนองกับสถานการณ์เปลี่ยนแปลงทางตลาดในปัจจุบัน อีกทั้งยังเป็นดอกย้าการความเป็นผู้นำของตลาดอุตสาหกรรมผู้ให้บริการระบบ Contact Center อีกด้วย

- **ด้านกระบวนการทำงาน**

การแข่งขันในธุรกิจ Contact Center ไม่ได้แข่งขันทางด้านราคาเป็นหลักเพียงอย่างเดียว ปัจจัยที่สำคัญอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ลูกค้าจะตัดสินใจเลือกใช้บริการ คือ คุณภาพของการให้บริการ ดังนั้น บริษัทจึงให้ความสำคัญเป็นอย่างมากในเรื่องของคุณภาพของงาน โดยตั้งแต่เริ่มให้บริการลูกค้า บริษัทจะทำการวัดผลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอย่างต่อเนื่อง และนำผลที่ได้มาปรับปรุงและพัฒนาภายในองค์กรอย่างสม่ำเสมอ

- **ด้านบุคลากร**

บุคลากรโดยเฉพาะเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์เป็นอีกปัจจัยที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในการดำเนินธุรกิจ การให้บริการบริหารจัดการศูนย์บริการข้อมูล เนื่องจากธุรกิจการบริการของบริษัทจะดำเนินไปได้ อย่างมีประสิทธิภาพนั้น ต้องมีเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ซึ่งเป็นผู้ให้บริการจะต้องมีทักษะและความสามารถในการให้บริการได้เป็นอย่างดี ดังนั้น บริษัทจึงมีการฝึกอบรมพนักงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างจิตสำนึกในการให้บริการให้พนักงานมีความเต็มใจในการให้บริการ (Service Mind) และอบรมให้เจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ได้เรียนรู้ทักษะและใส่ใจในความต้องการของผู้รับบริการเพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจสูงสุด

2) กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ลูกค้าเป้าหมายของบริษัทคือ กลุ่มองค์กรธุรกิจที่มีความประสงค์จะบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า และไม่มี การจัดตั้งศูนย์บริการลูกค้าเป็นของตนเอง ดังนั้นลูกค้าของบริษัทจึงเป็นทั้งหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ

และเอกชน รวมทั้งบริษัทในเครือของกลุ่มสามารถ ที่ต้องการบริหารจัดการงานด้านลูกค้าสัมพันธ์และบริการข้อมูลข่าวสาร โดยลูกค้าดังกล่าวอยู่ในธุรกิจหลากหลายประเภท เช่น ประกันภัย สายการบิน โทรคมนาคม การเงินและธนาคาร ห้างสรรพสินค้า และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นต้น

3) นโยบายการกำหนดราคา

ในการกำหนดราคานี้ บริษัทจะคำนึงถึงต้นทุนหลัก 3 ส่วน ดังนี้

4) ระบบอุปกรณ์และสถานที่ให้บริการ

บริษัทจะคำนึงถึงรูปแบบการใช้งานที่เหมาะสมในการให้บริการแก่ลูกค้ารายนั้นๆ และติดต่อผู้ขายระบบและ/หรืออุปกรณ์ เพื่อให้ผู้ขายระบบและ/หรืออุปกรณ์พิจารณาความเหมาะสมและนำเสนอราคา หลังจากนั้นบริษัทจะต่อรองราคาเพื่อให้ได้ราคาที่เหมาะสม นอกจากนี้บริษัทจะพิจารณาความเหมาะสมด้านสถานที่ว่าสถานที่ที่บริษัทใช้อยู่ในปัจจุบันสามารถรองรับความต้องการของลูกค้าได้หรือไม่ หากต้องจัดหาสถานที่เพิ่มเติม บริษัทจะพิจารณาด้านต้นทุนค่าเช่าสถานที่เป็นหลัก ทั้งนี้ บริษัทมีความยืดหยุ่นในการจัดหาสถานที่ เนื่องจากการให้บริการ Contact Center สามารถให้บริการได้จากสถานที่ใดก็ได้ถ้ามีการวางระบบและอุปกรณ์ครบครัน

5) บุคลากร

เจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ถือเป็นปัจจัยหลักของการให้บริการ โดยบริษัทจะพิจารณาถึงความต้องการของลูกค้า อาทิ จำนวนสายที่ต้องรับต่อวัน คุณภาพการให้บริการ ลักษณะเจ้าหน้าที่ที่ต้องให้บริการ และจำนวนเจ้าหน้าที่ที่เหมาะสม การคำนวณต้นทุนด้านบุคลากรจะประกอบด้วยอัตราค่าจ้าง และสวัสดิการอื่นๆ

6) การบริหารจัดการ

บริษัทจะพิจารณาด้านต้นทุนในการบริหารจัดการให้เป็นไปตามข้อตกลงระดับการให้บริการ (Service Level Agreement: SLA) และระดับคุณภาพของการบริการ การให้บริการที่มี SLA และระดับคุณภาพของการบริการสูงจะมีการกำหนดอัตราค่าบริการที่สูงตามไปด้วย เนื่องจากต้องใช้ระบบและเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ที่มีทักษะ ความรู้และประสบการณ์เป็นพิเศษ

เมื่อทราบต้นทุนทั้งหมดแล้ว บริษัทจะรวมราคาด้านต้นทุนทั้งหมดและพิจารณาอัตรากำไรที่เหมาะสมที่สามารถแข่งขันกับตลาดและคู่แข่งได้ และนำเสนอราคาแก่ลูกค้าต่อไป

7) ภาวะอุตสาหกรรม Contact Center

ในปัจจุบันองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนส่วนใหญ่ ได้หันมาให้ความสำคัญกับการให้บริการเพิ่มมากขึ้น เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้าหรือประชาชนผู้ใช้บริการ การให้บริการ Contact Center ก็เป็นบริการหนึ่งที่ถูกมองว่าเป็นจุดแรกที่จะสามารถสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าที่ติดต่อกับบริษัทตานั้น ในช่วง 10 กว่าปีที่ผ่านมา การให้บริการ Contact Center ได้ถูกพัฒนาและถูกนำมาใช้เป็นจุดหลักในการให้บริการของ

หน่วยงานหลายภาคส่วน อย่างไรก็ตาม การคำนวณจุดคุ้มทุนในการให้บริการก็มีความสำคัญต่อสภาพเศรษฐกิจ ในปัจจุบัน หลายธุรกิจจึงต้องปรับลดค่าใช้จ่ายหรือปรับเปลี่ยนกระบวนการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพ และคุ้มค่ามากขึ้น โดยหนึ่งในวิธีการที่เป็นที่นิยมคือ การเปลี่ยนไปใช้บริการบางส่วนจากผู้ให้บริการภายนอก (Outsourcing) ที่มีความเชี่ยวชาญและมีต้นทุนในการดำเนินการที่ต่ำกว่า โดยเฉพาะบริการระบบ ศูนย์บริการข้อมูล (Contact Center) ซึ่งปัจจุบันถือว่าเป็นเครื่องมือที่สำคัญอย่างยิ่งในการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship Management) ในยุคที่มุ่งเน้นกลยุทธ์ให้ลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (Customer Centric Strategy) เพื่อที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ตรงตามความต้องการมากที่สุด ส่งผลให้เกือบทุกธุรกิจจะต้องมีบริการระบบศูนย์บริการข้อมูล (Contact Center) ที่จะตอบข้อซักถามและรับฟังปัญหาเพื่อนำส่งต่อไปยังฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ประกอบกับวิกฤตเศรษฐกิจก็ยิ่งผลักดันให้หลายธุรกิจหันมาใช้บริการระบบศูนย์บริการข้อมูลจากผู้ให้บริการภายนอกมากขึ้น

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

จากการศึกษาของบริษัท ศูนย์บริการข้อมูล (Contact Center) ในประเทศไทยสามารถแบ่งรูปแบบการให้บริการออกเป็น 4 ประเภทหลักๆ ได้แก่

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

ส่วนแบ่งตลาด

สำหรับในประเทศไทยธุรกิจศูนย์บริการข้อมูล (Contact Center) มีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยบริษัทประมาณการว่าในปี 2558 ที่ผ่านมา ธุรกิจศูนย์บริการข้อมูลในประเทศไทยมีมูลค่าตลาดรวมมากกว่า 4,000 ล้านบาท (อ้างอิงจากข้อมูลงานวิจัยของ Frost & Sullivan และจากการประมาณการของบริษัท) โดยในปี 2558 บริษัทมีส่วนแบ่งการตลาดในบริการบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (Total Customer Management Service) อยู่ที่ประมาณร้อยละ 25 และคาดว่าในปี 2559-2560 ธุรกิจศูนย์บริการข้อมูลในประเทศไทยจะมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 11.6

นอกเหนือจากนี้ เนื่องจากสภาวะความไม่แน่นอนทางการเมืองที่เกิดขึ้นในระหว่างปี 2556-2558 ส่งผลให้งานโครงการภาครัฐได้รับผลกระทบ หลายโครงการถูกละเลินหรือยกเลิกไป ทางบริษัทจึงได้กำหนดทิศทางการดำเนินธุรกิจโดยให้บริการภาคเอกชนในสัดส่วนที่มากขึ้น โดยให้ความสำคัญกับกลุ่มธุรกิจที่มีแนวโน้มการเติบโตสูง และให้ความสำคัญกับการให้บริการที่ดีสำหรับผู้ให้บริการ อาทิ กลุ่มธุรกิจสายการบิน ธุรกิจประกัน ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ และธุรกิจโรงพยาบาล เพื่อส่งเสริมให้บริษัทมีรายได้ที่มั่นคงในระยะยาว

แนวโน้มการแข่งขันและคู่แข่งในตลาดปัจจุบัน

เนื่องจากธุรกิจ Contact Center เป็นบริการที่กำลังได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในเกือบทุกธุรกิจโดยมีวัตถุประสงค์หลัก คือ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ดังนั้น การเข้ามาของกลุ่มรายใหม่ต้องอาศัยความรู้ความชำนาญเป็นพิเศษ และต้องใช้เงินลงทุน รวมทั้งต้องอาศัยประสบการณ์ในการทำงานของบุคลากรที่มีอยู่จำกัดในตลาด การแข่งขันจากกลุ่มรายใหม่อาจจะยังไม่เพิ่มมากขึ้น แต่อาจมีการแข่งขันจากคู่แข่งเดิมที่ต้องการเข้ามาแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดที่ค่อนข้างสูง

อย่างไรก็ตาม การแข่งขันของกลุ่มในตลาดปัจจุบันไม่ได้จำกัดเพียงแต่ผู้ให้บริการ Contact Center เท่านั้น แต่ยังรวมถึงคู่แข่งที่พัฒนาและลงทุนทำระบบ Contact Center เองภายในบริษัท (In-house Contact Center) ซึ่งปัจจุบันในหลายธุรกิจที่ต้องมีการใช้ Contact Center ในการขาย มีแนวโน้มที่จะทำระบบ Contact Center เอง อาทิเช่น

- ธุรกิจประกันภัย ที่เน้นการขายเป็นหลัก หรือติดตามในการชำระเบี้ยประกัน
- ธุรกิจสถาบันการเงิน ธนาคารที่มีการเพิ่มช่องทางการให้บริการในการทำธุรกรรมทางโทรศัพท์ เช่น การอนุมัติบัตรเครดิต หรือการแลกเปลี่ยนเงิน เป็นต้น
- ธุรกิจการสื่อสาร ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่
- ธุรกิจบริการที่ต้องการเพิ่มช่องทางการสั่งซื้อสินค้า 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) รวมไปถึงแนวโน้มการให้บริการด้าน Social Media Monitoring , Cloud Contact Center และ Multi-Channel Contact Center ที่บริษัทมีทิศทางที่ชัดเจนที่จะขยายการให้บริการที่ครอบคลุมทั้งหมดไปสู่ผู้รับบริการ เพื่อรักษาความเป็นผู้นำในตลาด Contact Center

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

1) การจัดการระบบและอุปกรณ์สำหรับ Contact Center

บริษัทมีประสบการณ์และความชำนาญในการบริหารและให้บริการศูนย์บริการข้อมูลลูกค้า (Contact Center) ในระดับมาตรฐานสากล และบริษัทมีพร้อมให้บริการที่สมบูรณ์แบบด้วยความร่วมมือจากบริษัทคู่ค้าชั้นนำที่มีชื่อเสียงในด้านต่างๆ มากมาย ที่มีความเชี่ยวชาญในการให้บริการด้านเทคนิค การให้คำแนะนำ และการปฏิบัติงาน ซึ่งจะแบ่งความเชี่ยวชาญออกเป็นหลายประเภทตามลักษณะความชำนาญเฉพาะด้าน

ทั้งนี้ เมื่อลูกค้าแจ้งคุณสมบัติหรือลักษณะของบริการที่ต้องการ บริษัทจะพิจารณาคัดเลือกระบบที่เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า หลังจากนั้นให้ลูกค้าเสนอราคามาให้พิจารณา เมื่อบริษัทพิจารณาเปรียบเทียบการเสนอราคาแล้ว จะส่งรายละเอียดผู้ให้บริการที่มีคุณสมบัติที่เหมาะสมให้กับลูกค้าเพื่อพิจารณาต่อไป เช่นเดียวกันกับการคัดเลือกผู้ให้บริการระบบ บริษัทจะดำเนินการสั่งซื้ออุปกรณ์จากผู้ขายที่เสนอสินค้าที่มีคุณภาพและการใช้งานที่บริษัทต้องการและมีราคาที่เหมาะสม อย่างไรก็ตามในบางช่วงบริษัทอาจมีการสั่งซื้อสินค้าเก็บไว้ล่วงหน้า หากช่วงนั้นอุปกรณ์ที่บริษัทใช้ประจำมีการลดราคา หรือสามารถซื้อได้ในราคาที่ถูกลง เพื่อลดต้นทุนในการให้บริการ

2) การจัดหาสถานที่

สำหรับกรณีการให้บริการแบบการจ้างเหมาดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าเต็มรูปแบบ และการบริการใช้ระบบ Contact Center นอกสถานที่ บริษัทได้จัดสถานที่ให้บริการหมุนเวียนสลับเปลี่ยนในแต่ละโครงการ โดยปัจจุบันบริษัทมีสถานที่ให้บริการของบริษัท 3 แห่ง สามารถรองรับการให้บริการถึงกว่า 2,000 ที่นั่ง

ทั้งนี้การให้บริการด้านสถานที่เป็นทางเลือกของลูกค้า โดยลูกค้าสามารถเลือกใช้สถานที่ที่มีอยู่ของบริษัท หรืออาจเสนอสถานที่ที่ลูกค้าต้องการให้บริษัทดำเนินการปรับปรุงสถานที่ให้เป็นศูนย์บริการข้อมูลก็ได้

3) การจัดหาบุคลากร

การคัดเลือกพนักงานของบริษัท แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ บุคลากรตามวิชาชีพของ Contact Center และบุคลากรในตำแหน่งอื่นๆ โดยมีวิธีหาดังนี้

บุคลากรตามวิชาชีพของ Contact Center

บริษัท เปิดรับสมัครเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Service Representative) อยู่อย่างสม่ำเสมอ โดยพนักงานในส่วนบริการทุกรายต้องผ่านการทดสอบทักษะพื้นฐานและการสัมภาษณ์จากเจ้าหน้าที่ของบริษัท และลูกค้าแต่ละราย เพื่อพิจารณาคุณสมบัติให้ตรงตามข้อกำหนดที่ได้กำหนดไว้กับลูกค้าแต่ละราย ภายหลังที่รับพนักงานแล้ว บริษัทจะอบรมทักษะการให้บริการ รวมถึงการอบรมความรู้ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ โปรแกรมและกระบวนการให้บริการของลูกค้า การใช้ระบบงานผลิตภัณฑ์ของลูกค้าก่อนการให้บริการเป็นระยะเวลา 15-30 วัน ขึ้นอยู่กับลักษณะบริการที่ลูกค้าต้องการ หลังจากนั้นจึงเริ่มให้ปฏิบัติงานจริง

พนักงานฝ่ายสนับสนุน (Back Office)

บริษัทมีการจัดหาพนักงานฝ่ายสนับสนุนอื่นๆ โดยการรับสมัครงานผ่านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ รวมถึงการร่วมมือกับเครือข่ายสถาบันการศึกษาในการรับสมัครงาน และร่วมมือกับ บมจ. สามารถคอร์ปอเรชั่น ในอีกทางหนึ่งดำเนินการรับสมัครงาน โดยบริษัทแจ้งตำแหน่งและคุณสมบัติของบุคคลที่ต้องการรับสมัคร ไปยังกับ บมจ. สามารถคอร์ปอเรชั่น หลังจากนั้นกับ บมจ. สามารถคอร์ปอเรชั่น จะจัดหาผู้สมัครที่มีลักษณะตามที่ต้องการส่งให้บริษัทเพื่อดำเนินการสัมภาษณ์และคัดเลือกต่อไป

2.4 โครงการที่ยังไม่ส่งมอบ

-ไม่มี-

3. ปัจจัยความเสี่ยง

1. ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ

1.1 ความเสี่ยงจากอัตราการเข้าออก ของบุคลากรที่มีทักษะและประสบการณ์ในงานให้บริการศูนย์บริการสูง

การประกอบธุรกิจของบริษัท อาศัยบุคลากรที่มีทักษะทางการสื่อสาร งานทางด้านการบริการ และการบริหารความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลจำนวนมาก นอกจากนี้ในการให้บริการลูกค้าในบางโครงการ เจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์จะต้องอาศัยทักษะด้านภาษาอังกฤษด้วย ซึ่งบริษัท ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรด้วยการฝึกอบรมเพื่อเพิ่มพูนทักษะอย่างต่อเนื่อง บริษัทจัดให้มีการฝึกอบรมบุคลากรก่อนที่จะปฏิบัติงานจริง เพื่อให้สามารถให้บริการลูกค้าได้ตามมาตรฐานการปฏิบัติงาน ดังนั้นการสูญเสียบุคลากรที่มีประสบการณ์ ความสามารถและทักษะเหล่านั้นไปไม่ว่าด้วยเหตุใดก็ตาม อาจมีผลกระทบต่อกำลังคนในการให้บริการ ทำให้บริษัทมีต้นทุนในการบริหารจัดการบุคลากรสูง รวมทั้งบริษัท ต้องใช้ระยะเวลาในการพัฒนาบุคลากรทดแทนมาใหม่ให้สามารถแทนที่บุคลากรลาออก

อย่างไรก็ดี บริษัท มีมาตรการในการลดความเสี่ยงจากการสูญเสียบุคลากรดังกล่าว โดยมีมาตรการการวางแผนอัตราจำนวนบุคลากรสำรองเพื่อรองรับอัตราการหมุนเวียนของพนักงาน และไม่ให้เกิดกระทบกับการวางแผนกำลังคนตามที่ได้ตกลงไว้กับลูกค้า รวมไปถึงการวางแผนการจ้างและผลตอบแทนในระดับที่แข่งขันกับตลาดได้อย่างเหมาะสม อีกทั้งเพื่อที่จะสร้างความชำนาญในระยะยาวในการบริการได้ มีการวางแผนการเติบโตในสายอาชีพเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ในตำแหน่งต่างๆ (Career Path) ของบุคลากร เพื่อให้เกิดแรงจูงใจในการทำงานและลดความเสี่ยงในการลาออกของพนักงาน นอกจากนี้ยังมีแรงจูงใจอื่นๆ ในการทำงานของพนักงาน อาทิ การให้สวัสดิการที่เหมาะสม การให้รางวัลในการทำงานในรูปแบบต่างๆ สำหรับพนักงานที่มีผลงานดีเด่นในเรื่องต่างๆ โดยได้ส่งเสริมในการฝึกอบรม รวมถึงการไปศึกษาดูงานในต่างประเทศ เป็นต้น

1.2 ความเสี่ยงจากการที่ลูกค้าเปลี่ยนแปลงนโยบายจากการจ้างให้บริการศูนย์บริการข้อมูลของ มาดำเนินการตั้งศูนย์บริการข้อมูลของตนเอง

เนื่องด้วยบริษัทมีการให้บริการศูนย์บริการข้อมูล (Outsourced Contact Center Service) ซึ่งประกอบด้วยบริการบริหารจัดการศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์แบบเต็มรูปแบบ (Total Customer Management Service) บริการจัดหาเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Service Representative Outsourced) และบริการระบบศูนย์บริการข้อมูลและอุปกรณ์ (Contact Center Facility Outsourced)

การให้บริการดังกล่าวจะมีการทำสัญญา与客户 โดยมีความสัญญาตั้งแต่ 1-3 ปี สามารถต่ออายุสัญญาได้โดยการแจ้งล่วงหน้า และบริษัทคิดค่าบริการจากลูกค้าเป็นรายเดือน ดังนั้น หากลูกค้ามีการเปลี่ยนแปลงนโยบายจากการว่าจ้างบริษัทมาเป็นการลงทุนและบริหารจัดการศูนย์บริการข้อมูลของตนเอง (In-house Contact Center) บริษัทอาจมีความเสี่ยงที่จะสูญเสียรายได้ในส่วนดังกล่าว

บริษัทเชื่อมั่นว่าการให้บริการที่มีคุณภาพสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี เป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างยิ่งที่ทำให้ลูกค้าตระหนักถึงประโยชน์ที่ได้รับ เทียบกับการบริหารจัดการศูนย์บริการข้อมูลด้วยตนเอง นอกจากนี้จากประสบการณ์ที่ผ่านมาลูกค้าที่เคยใช้บริการศูนย์บริการข้อมูล (Outsourced Contact Center) แล้ว เปลี่ยนเป็นบริหารจัดการศูนย์บริการข้อมูลด้วยตนเอง (In-house Contact Center) ลูกค้ามากกว่าร้อยละ 70 ที่นำไปบริหารจัดการเอง จะประสบปัญหาในการบริหารจัดการต้นทุน ทั้งทางด้านบุคลากรเฉพาะด้าน ที่ต้องมีความรู้ ความชำนาญในการบริหารจัดการ และต้นทุนแฝงที่ไม่ได้คาดการณ์ไว้ ทำให้ในอนาคตมีโอกาสกลับมาใช้บริการ ศูนย์บริการข้อมูลของบริษัท ไม่ทั้งหมดก็บางส่วนแทนการลงทุนติดตั้งศูนย์บริการข้อมูลของตนเอง

1.3 ความเสี่ยงจากการเปิดเสรีทางการค้าในระดับภูมิภาค

บริษัทอาจมีความเสี่ยงจากการเปิดเสรีทางการค้าในระดับภูมิภาค โดยคู่แข่งที่เป็นบริษัทขนาดใหญ่ในประเทศ เพื่อนบ้านหรือประเทศอื่นอาจเข้ามาเปิดตลาดในประเทศไทย ทำให้มีคู่แข่งเพิ่มมากขึ้น และอาจสูญเสียบุคลากร ในธุรกิจให้กับคู่แข่ง จะทำให้บริษัท มีต้นทุนค่าใช้จ่ายในการอบรมพัฒนาบุคลากรสูงขึ้น และอาจมีค่าใช้จ่ายด้าน เงินเดือน และผลตอบแทนแก่พนักงานสูงขึ้น นอกจากนี้หากลูกค้าที่บริษัทให้บริการอยู่ในปัจจุบันมีบริษัทแม่อยู่ใน ประเทศที่คู่แข่งให้บริการอยู่แล้ว ลูกค้าของบริษัทอาจเปลี่ยนแปลงไปใช้บริการกับผู้ให้บริการเดียวกันกับ บริษัทแม่ได้

แต่ในทางกลับกัน บริษัทมีศักยภาพในการแข่งขัน และมีการให้บริการที่เป็นมาตรฐานเป็นที่ยอมรับในระดับสากล ดังนั้นการเปิดเสรีทางการค้าระดับภูมิภาค จึงเป็นโอกาสที่จะเปิดช่องทางธุรกิจในตลาดต่างประเทศได้เช่นกัน ซึ่งจะ ทำให้บริษัทสามารถขยายฐานลูกค้าได้เพิ่มขึ้น และธุรกิจสามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง

1.4 ความเสี่ยงในเรื่องการต่ออายุสัญญา

การให้บริการบริหารจัดการศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์แบบเต็มรูปแบบ (Total Customer Management Service) บริการ จัดหาเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Service Representative Outsourced) การบริการระบบศูนย์บริการข้อมูล และอุปกรณ์ (Contact Center Facility Outsourced) และการให้บริการบำรุงรักษาศูนย์บริการข้อมูล (Maintenance Service) รวมเรียกว่า การให้บริการแบบรับจ้างบริการศูนย์บริการข้อมูล (Outsourced Contact Center) ซึ่งคิดเป็น สัดส่วนรายได้การให้บริการต่อรายได้จากการขายและบริการรวม เท่ากับร้อยละ 90.12 ร้อยละ 81.93 และร้อยละ 85.54 ใน ปี 2556 ปี 2557 และปี 2558 ตามลำดับ โดยการให้บริการดังกล่าว จะมีการทำสัญญากับลูกค้าซึ่งมีอายุ สัญญาตั้งแต่ 1-3 ปี โดยมีเงื่อนไขให้สามารถต่ออายุสัญญาได้เมื่อมีการแจ้งล่วงหน้าพร้อมทั้งการเจรจาเงื่อนไข อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง บริษัทอาจมีความเสี่ยงที่จะไม่ได้รับการต่ออายุสัญญาเมื่อครบกำหนดอายุสัญญา ซึ่งจะทำให้ บริษัทมีรายได้จากการบริการลดลง

ที่ผ่านมา ลูกค้าโดยส่วนใหญ่มีการต่อสัญญากับบริษัทอย่างต่อเนื่อง และระยะเวลาการต่อสัญญาจากเดิมนานขึ้น เช่น จากสัญญา 1 ปี ปรับเป็นการต่อสัญญา 3 ปี และการต่อสัญญาจาก 3 ปี เป็นการต่อสัญญา 5 ปี เนื่องจากบริษัท ให้บริการลูกค้าเสมือนเป็นพันธมิตรมากกว่าการเป็นคู่ค้า

1.5 ความเสี่ยงจากการเพิ่มขึ้นของค่าเช่า

ปัจจุบันบริษัททำสัญญาเช่าอาคาร 3 แห่งเพื่อใช้เป็นศูนย์บริการข้อมูล (Contact Center) นอกเหนือจากการใช้สถานประกอบการของลูกค้า โดยสัญญาเช่าอาคารทั้ง 3 แห่งเป็นสัญญาเช่าระยะสั้นอายุสัญญาไม่เกิน 3 ปี และจะมีการตกลงค่าเช่ากันใหม่ (โดยปรับขึ้นได้ไม่เกินอัตราที่ได้ตกลงกันไว้) เมื่อมีการต่ออายุสัญญา ดังนั้นหากสัญญาเช่าอาคารหมดอายุ และมีการปรับอัตราค่าเช่าสูงขึ้น บริษัทต้องรับภาระค่าใช้จ่ายดังกล่าว ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัท

อย่างไรก็ตาม ที่ผ่านมามีบริษัทได้รับการต่ออายุสัญญาเช่าอาคารอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ก่อนการทำสัญญาการให้บริการประเภทรับจ้างบริการศูนย์บริการข้อมูล มีการประมาณการต้นทุน โดยคำนึงถึงอัตราค่าเช่าไว้แล้ว กรณีมีการปรับขึ้นค่าเช่าอาคาร บริษัทก็สามารถปรับค่าบริการได้ตามต้นทุนที่สูงขึ้น เมื่อมีการต่ออายุสัญญาการให้บริการกับลูกค้า นอกจากนี้การให้บริการของบริษัท เป็นการให้บริการผ่านเครือข่ายโทรศัพท์เป็นหลัก สถานที่ตั้งของอาคารจึงไม่ใช่ปัจจัยที่สำคัญ บริษัทจึงมีความยืดหยุ่นในการเลือกสถานที่ โดยไม่จำเป็นต้องเช่าพื้นที่อาคารที่ตั้งอยู่ใจกลางเมือง ซึ่งมีอัตราค่าเช่าสูง

1.6 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีในการให้บริการ

ระบบการให้บริการ Contact Center ถือเป็นอีกองค์ประกอบที่มีความสำคัญในการให้บริการของบริษัท ซึ่งในปัจจุบันเทคโนโลยีที่ใช้สำหรับระบบการให้บริการมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา การคิดค้นผลิตภัณฑ์และระบบการทำงานใหม่ที่มีความสามารถพิเศษเพิ่มขึ้นดังกล่าว อาจทำให้ระบบปฏิบัติการ Contact Center ที่บริษัทใช้อยู่ไม่ทันสมัย ไม่สามารถรองรับกับความต้องการของลูกค้าที่เพิ่มขึ้นได้ และอาจทำให้บริษัทมีความเสี่ยงที่จะสูญเสียลูกค้าให้แก่คู่แข่งได้

บริษัท มีนโยบายลงทุนในระบบล่าสุดที่มีความทันสมัย มีอายุการใช้งานได้อย่างน้อย 5 ปี นอกจากนี้มูลค่าของบริษัท ในต่างประเทศที่มีชื่อเสียงเป็นผู้ดำเนินการจัดหาระบบให้กับบริษัท โดยมีข้อตกลงที่ครอบคลุมการพัฒนาการทำงาน เช่น การ Upgrade ระบบ การเปลี่ยนเวอร์ชันของโปรแกรมให้มีความทันสมัย และมีขีดความสามารถทัดเทียมกับระบบที่ได้รับการคิดค้นขึ้นมาใหม่ นอกจากนี้บริษัทมีการวิจัย และพัฒนาในด้านการซอฟต์แวร์แอปพลิเคชันอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นความเสี่ยงในการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีค่อนข้างต่ำ ทำให้ไม่มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัท

1.7 ความเสี่ยงจากการใช้ระบบบริการระบบศูนย์บริการเทคโนโลยีสารสนเทศและการให้ความช่วยเหลือด้านการบริหารจัดการจากบริษัทแม่

บริษัทเป็นบริษัทในกลุ่ม บมจ. สามารถคอร์ปอเรชั่น (“กลุ่มสามารถ”) ณ วันที่ 30 ธันวาคม 2558 SMART ถือหุ้นทั้งทางตรงและทางอ้อมในบริษัทร้อยละ 68.43 บริษัทได้พึ่งพิง SMART ในเรื่องต่างๆ ดังนี้

การใช้บริการระบบศูนย์บริการเทคโนโลยีสารสนเทศ

SAMART ได้ให้ความช่วยเหลือแก่บริษัท ในการให้บริการระบบศูนย์บริการเทคโนโลยีสารสนเทศ ได้แก่ การให้บริการที่เกี่ยวกับการบริหารจัดการเกี่ยวกับระบบความปลอดภัย (ISO 27001) และด้านการบริหารจัดการเกี่ยวกับการบริการ (ITIL) สำหรับการพัฒนาองค์กร และบุคลากรภายในองค์กรของบริษัท ให้มีมาตรฐานสากลในการบริหารจัดการองค์กรที่ดี และประสิทธิภาพในการดำเนินงานที่ดีขึ้น โดยบริษัทมีการจ่ายค่าตอบแทนเป็นรายเดือนให้แก่ SAMART (โปรดดูข้อมูลเพิ่มเติมในเรื่องรายการระหว่างกัน) หาก SAMART ไม่ให้ความช่วยเหลือดังกล่าว บริษัท จะต้องลงทุนในระบบศูนย์บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้วยตนเอง หรือต้องเช่าระบบดังกล่าวจากบริษัทอื่น ซึ่งจะทำให้บริษัทต้องใช้เงินทุนมากขึ้น หรือต้องจ่ายค่าเช่าระบบในอัตราที่สูงกว่าปัจจุบัน

การให้ความช่วยเหลือด้านการบริหารจัดการ

SAMART ได้ให้ความช่วยเหลือแก่บริษัท ในด้านการบริหารและจัดการทั่วไป อาทิ เป็นที่ปรึกษาด้านการเงิน และการบัญชี ให้บริการด้านกฎหมาย ให้บริการด้านการบริหารงานธุรการสำนักงาน เป็นที่ปรึกษาด้านทรัพยากรบุคคล เป็นต้น โดยบริษัทมีการจ่ายค่าตอบแทนเป็นรายเดือนให้แก่ SAMART (โปรดดูข้อมูลเพิ่มเติมในเรื่องรายการระหว่างกัน) หาก SAMART ไม่ให้ความช่วยเหลือดังกล่าว บริษัทจะต้องว่าจ้างที่ปรึกษาภายนอก เช่น ที่ปรึกษาเรื่องการวางแผนภาษีอากร ที่ปรึกษากฎหมาย เป็นต้น หรือมีอำนาจต่อรองในการจัดซื้อสินค้าบริการลดลง ซึ่งอาจทำให้บริษัทมีค่าใช้จ่ายในส่วนดังกล่าวเพิ่มขึ้น การให้ความช่วยเหลือของ SAMART ดังกล่าวถือเป็นการบริหารจัดการทรัพยากรที่มีอยู่อย่างมีประสิทธิภาพของกลุ่มสามารถ บริษัทเชื่อว่าจะได้รับการสนับสนุน และความช่วยเหลือจาก SAMART ต่อไป เนื่องจาก SAMART ยังคงถือหุ้นในบริษัท ทั้งทางตรงและทางอ้อม ร้อยละ 68.43

2. ความเสี่ยงด้านการบริหารและการจัดการ

2.1 ความเสี่ยงจากการที่บริษัทมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ถือหุ้นรวมกันมากกว่าร้อยละ 50

ณ วันที่ 30 ธันวาคม 2558 กลุ่มวิไลลักษณ์ ซึ่งรวมบริษัท สามารถคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อยถือหุ้นในบริษัท วันทูวัน คอนแทคส์ จำกัด (มหาชน) รวมจำนวน 196,884,536 หุ้น หรือคิดเป็นร้อยละ 70.32 ของจำนวนหุ้นที่ออกจำหน่ายและชำระเต็มมูลค่าแล้วของบริษัท ทำให้สามารถที่จะควบคุมการลงมติในที่ประชุมผู้ถือหุ้นเกือบทั้งหมดในเรื่องสำคัญต่างๆ เช่น การแต่งตั้งกรรมการ หรือการขอมติในเรื่องอื่นที่ต้องใช้เสียงส่วนใหญ่ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ยกเว้นเรื่องที่กฎหมายหรือข้อบังคับบริษัทกำหนดให้ต้องได้รับเสียง 3 ใน 4 ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ดังนั้นผู้ถือหุ้นรายอื่นๆ อาจไม่สามารถรวบรวมคะแนนเสียงเพื่อถ่วงดุลกับผู้ถือหุ้นรายใหญ่ได้

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

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ทรัพย์สินหลักที่บริษัทและบริษัทย่อยใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1.1 สินทรัพย์ถาวร

รายละเอียดสินทรัพย์ถาวรของบริษัท ที่ใช้ในการประกอบธุรกิจที่สำคัญ สรุปได้มีดังนี้

หน่วย: ล้านบาท

ประเภท/ลักษณะของสินทรัพย์	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ ณ วันที่		ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน
	31 ธันวาคม 2558	31 ธันวาคม 2557		
อุปกรณ์สำนักงาน	6.45	11.27	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
เครื่องมือและอุปกรณ์	107.03	196.78	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
คอมพิวเตอร์	24.22	19.51	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
ยานพาหนะ	1.50	2.02	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
เครื่องมือและอุปกรณ์ระหว่างติดตั้ง	36.86	6.43	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
รวม	176.06	236.01		

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทฯ มีอุปกรณ์จำนวนหนึ่งซึ่งตัดค่าเสื่อมราคาหมดแล้วแต่ยังใช้งานอยู่ มูลค่าตามบัญชีก่อนหักค่าเสื่อมราคาสะสมของสินทรัพย์ดังกล่าวมีจำนวนเงินประมาณ 464.6 ล้านบาท (2557 : 437.9 ล้านบาท)

4.1.2 สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 และ 31 ธันวาคม 2557 บริษัทฯ มีสินทรัพย์ไม่มีตัวตน ได้แก่ ค่าใช้สิทธิ (License) สำหรับโปรแกรมที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ Contact Center และคอมพิวเตอร์ซอฟต์แวร์โดยมีมูลค่าตามบัญชีสุทธิเท่ากับ 12.84 ล้านบาท และ 19.52 ล้านบาท หรือ คิดเป็นร้อยละ 1.26 และ ร้อยละ 2.16 ของสินทรัพย์รวมของบริษัทฯ ตามลำดับ

4.1.3 เครื่องหมายการค้า

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทฯ เป็นเจ้าของเครื่องหมายบริการ ดังนี้

ลำดับที่	รูปเครื่องหมายการค้า	เครื่องหมายใช้สำหรับบริการ	เลขทะเบียน เครื่องหมาย	ระยะเวลาคุ้มครอง
1		จำพวก 38 บริการรับส่งข้อมูลข่าวสารทาง วิทยุ และเครื่องมือสื่อสาร,เข้าเครื่องมือ และอุปกรณ์สื่อสาร	บ. 47696	26 มิ.ย. 2562
2		จำพวก 38 บริการรับส่งข้อมูลข่าวสารทาง วิทยุ และเครื่องมือสื่อสาร,เข้าเครื่องมือ และอุปกรณ์สื่อสาร	บ. 47697	26 มิ.ย. 2562
3		จำพวก 36 บริการ ตัวแทนซื้อขายประกัน ทางโทรศัพท์	บ. 47698	26 มิ.ย. 2562
4		จำพวก 36 บริการ ตัวแทนซื้อขาย ประกันทางโทรศัพท์	บ. 47699	26 มิ.ย. 2562
5		จำพวก 37 บริการ ติดตั้ง- ซ่อมแซม บำรุงรักษาเครื่องคอมพิวเตอร์	บ. 41723	28 ก.ย. 2560
6		จำพวก 37 บริการ ติดตั้ง- ซ่อมแซม บำรุงรักษาเครื่องคอมพิวเตอร์	บ. 41726	28 ก.ย. 2560
7		จำพวก 35 บริการจัดการธุรกิจด้านการซื้อ และการจำหน่ายสินค้า	บ. 39781	28 ก.ย. 2560
8		จำพวก 38 บริการเข้าเครื่องมือและ อุปกรณ์สื่อสาร	บ. 39782	28 ก.ย. 2560
9		จำพวก 37 บริการ ติดตั้ง- ซ่อมแซม บำรุงรักษาเครื่องคอมพิวเตอร์	บ. 41724	28 ก.ย. 2560
10		จำพวก 37 บริการ ติดตั้ง- ซ่อมแซม บำรุงรักษาเครื่องคอมพิวเตอร์	บ. 41727	28 ก.ย. 2560
11		จำพวก 41 บริการ จัดอบรมพนักงานทั้งใน และนอกสถานที่	บ. 39780	28 ก.ย. 2560
12		จำพวก 41 บริการ จัดอบรมพนักงานทั้งใน และนอกสถานที่	บ. 39778	28 ก.ย. 2560
13		จำพวก 35 บริการให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการ จัดการธุรกิจ ซื้อ-ขาย จำหน่ายสินค้า จัดหา พนักงานไปทำงานที่ Call Center	บ. 39779	28 ก.ย. 2560

4.1.4 สัญญาที่สำคัญ

สัญญาเช่าอาคารสำนักงาน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทฯ มีสัญญาเช่าอาคารทั้งหมด 8 สัญญา มีรายละเอียดดังนี้

ลำดับ	สถานที่	คู่สัญญา	อายุสัญญา	ค่าเช่าและ ค่าบริการ (บาทต่อเดือน)	วันครบกำหนด สัญญา	เงื่อนไขการต่ออายุ
1.	อาคารอีสท์ วอเตอร์ ชั้น 22	บริษัท จัดการน้ำภาค ตะวันออก จำกัด (มหาชน)	3 ปี	276,318	15 ก.ค. 2559	ต่ออายุได้ครั้งละ 3 ปี และปรับค่าเช่า และค่าบริการได้ไม่เกินร้อยละ 15 และร้อยละ 5 ของค่าเช่าปีสุดท้าย ตามลำดับ
2.	อาคารอีสท์ วอเตอร์ ชั้น 1	บริษัท จัดการน้ำภาค ตะวันออก จำกัด (มหาชน)	3 ปี	40,055	31 ต.ค. 2560	ต่ออายุได้ครั้งละ 3 ปี และปรับค่าเช่า และค่าบริการตามราคาตลาดแต่ไม่ เกินร้อยละ 15
3.	อาคารอีสท์ วอเตอร์ ชั้น 19	บริษัท จัดการน้ำภาค ตะวันออก จำกัด (มหาชน)	3 ปี	352,764	30 ก.ย. 2561	
4.	อาคารอีสท์ วอเตอร์ ชั้น 10 - 12	บริษัท จัดการน้ำภาค ตะวันออก จำกัด (มหาชน)	3 ปี	1,130,180	30 ก.ย. 2561	
5.	อาคารอีสท์ วอเตอร์ ชั้น 14	บริษัท จัดการน้ำภาค ตะวันออก จำกัด (มหาชน)	3 ปี	147,656	14 ต.ค. 2561	
6.	อาคารชอฟต์แวร์ ปาร์ค ชั้น 17	บริษัท วิไลลักษณ์อินเตอร์ เนชั่นแนล โฮลดิ้ง จำกัด	1 ปี 9 เดือน	761,669	30 เม.ย. 2560	
7.	อาคารซี.เอ็ม. ทาวเวอร์ ชั้น 22	บริษัท พลัสมิตร ทราน สปอร์ต จำกัด	2 ปี	268,171	31 ก.ค. 2560	ต่ออายุสัญญาได้โดยต้องแจ้งล่วงหน้า ไม่น้อยกว่า 30 วันก่อนวันสิ้นสุดอายุ สัญญา
8.	อาคารซี.เอ็ม. ทาวเวอร์ ชั้น 22	นิติบุคคลอาคารชุดซี.เอ็ม. ทาวเวอร์	2 ปี	32,506	31 ก.ค. 2560	

4.2 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัทมีนโยบายที่จะลงทุนในธุรกิจที่มีแนวโน้มการเติบโตสูง มีรายได้แน่นอน และมีความเสี่ยงในระดับที่เหมาะสมกับผลตอบแทนในการลงทุน ทั้งนี้การขออนุมัติในการลงทุนดังกล่าวจะต้องสอดคล้องเป็นไปตามประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุน เรื่อง หลักเกณฑ์ในการทำรายการที่มีนัยสำคัญที่เข้าข่ายเป็นการได้และจำหน่ายไปซึ่งทรัพย์สิน และประกาศคณะกรรมการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เรื่องการเปิดเผยข้อมูลและการปฏิบัติการของบริษัทจดทะเบียนในการได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งทรัพย์สิน พ.ศ. 2547 โดยบริษัทจะกำหนดนโยบายการบริหารตลอดจนส่งตัวแทนเข้าร่วมเป็นกรรมการตามสัดส่วนการถือหุ้น และเข้าร่วมประชุมในฐานะผู้ถือหุ้น โดยตัวแทนของบริษัทมีหน้าที่ออกเสียงในที่ประชุมตามแนวทางหรือทิศทางที่คณะกรรมการบริษัทพิจารณาไว้

4.3 ข้อมูลเกี่ยวกับทรัพย์สินที่มีการประเมินราคา และราคาประเมิน

บริษัท และบริษัทย่อยไม่มีการประเมินราคาทรัพย์สินใดๆ ในระหว่างปี 2558

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทฯ และบริษัทย่อยไม่มีข้อพิพาททางกฎหมาย ซึ่งอาจก่อให้เกิดผลเสียหายต่อบริษัทฯ และบริษัทย่อยสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น และไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายอื่นใดที่อาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ และบริษัทย่อยอย่างมีนัยสำคัญ

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

ข้อมูลบริษัท

ชื่อบริษัท	บริษัท วันทูน คอนแทคส์ จำกัด (มหาชน)
ชื่อย่อ	OTO
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	เลขที่ 99/19 หมู่ที่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 17 ถนนแจ้งวัฒนะ ตำบลคลองเกลือ อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 11120
ที่ตั้งสำนักงานสาขา	เลขที่ 1 อาคารอีสท์วอเตอร์ ชั้นที่ 10-12 ซอยวิภาวดีรังสิต 5 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900
เลขทะเบียนบริษัท	0107556000281
โฮมเพจ	http://www.onetoonecontacts.com
โทรศัพท์	0-2685-0000
โทรสาร	0-2685-0090
ทุนจดทะเบียน	280,000,000 บาท
หุ้นที่ออกจำหน่ายและชำระเต็มมูลค่า	280,000,000 หุ้น
มูลค่าที่ตราไว้ต่อหุ้น	1 บาทต่อหุ้น

บุคคลอ้างอิง

นายทะเบียนหุ้น	บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด
ที่ตั้งสำนักงาน	เลขที่ 93 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400
โทรศัพท์	0-2009-9999
โทรสาร	0-2009-9476
ผู้สอบบัญชี	นางสรินดา หิรัญประเสริฐวุฒิ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตทะเบียนเลขที่ 4799
ที่ตั้งสำนักงาน	บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด เลขที่ 193/136-137 อาคารเลอรัชดา ชั้น 33 ถนนรัชดาภิเษก แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
โทรศัพท์	0-2264-9090
โทรสาร	0-2264-0789-90