

## 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 ปัจจุบันบริษัทมีทุนจดทะเบียน 280 ล้านบาทชำระแล้วเต็มจำนวน

บริษัท วันทูวัน คอนแทคส์ จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจให้บริการบริหารจัดการงานลูกค้าสัมพันธ์แบบเต็มรูปแบบ ทั้งแบบที่เป็นดิจิทัล และแบบดั้งเดิม โดยบริษัทฯ ให้บริการออกแบบพัฒนาและติดตั้งระบบศูนย์บริการลูกค้าแบบเบ็ดเสร็จให้แก่องค์กรภาครัฐและเอกชน นอกจากนี้บริษัทยังมีบริการให้เข้าอุปกรณ์ Contact Center และบริการให้เข้าซอฟต์แวร์ ทั้งซอฟต์แวร์สำเร็จรูป และซอฟต์แวร์ระบบ Contact Center ที่ปรับเปลี่ยนระบบการทำงานให้เหมาะสมกับธุรกิจขององค์กร เพื่อให้บริการลูกค้าได้อย่างสมบูรณ์แบบที่สุด ภายใต้แนวคิด “ตอบสนองการจัดการงานบริการลูกค้าในทุกมิติอย่างครบวงจร” (Total Customer Interaction Management Solutions)

##### 1.1 วิสัยทัศน์ พันธกิจ ปรัชญาในการดำเนินธุรกิจ และค่านิยมองค์กร

บริษัทได้จัดการประชุมแผนธุรกิจเป็นประจำทุกปี เพื่อพิจารณากำหนดทิศทางทางการดำเนินธุรกิจ และกำหนดเป้าหมายที่เป็นตัวเงิน และเป้าหมายที่ไม่ใช่ตัวเงิน ได้แก่ วิสัยทัศน์ พันธกิจ ปรัชญาในการดำเนินธุรกิจ และค่านิยมองค์กร และเสนอให้คณะกรรมการบริษัทพิจารณาอนุมัติเพื่อดำเนินการ และสื่อสารให้พนักงานถือเป็นแนวปฏิบัติร่วมกัน

##### วิสัยทัศน์

เรามุ่งสู่การเป็นผู้นำในด้านการให้บริการ Total Customer Interaction Management Solutions ในกลุ่มประเทศ CLMV โดยการส่งมอบบริการที่มีคุณภาพที่เหนือกว่าความคาดหวังของลูกค้าด้วยมาตรฐานสากล

##### พันธกิจ

เรามุ่งเน้นการเป็นผู้นำที่เป็นเลิศในการให้บริการเพื่อนำเสนอ Total Customer Interaction Management Solutions ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ครบถ้วนทุกมิติด้วยสินค้าเปี่ยมด้วยคุณภาพและบริการที่ครบถ้วน เราพร้อมตอบสนองทุกความต้องการในงานด้านบริการอยู่เสมอและเราไม่หยุดนิ่งที่จะคิดค้นและพัฒนานวัตกรรมใหม่ๆ ที่จะช่วยเสริมสร้างประสิทธิภาพด้านงานบริการ ให้แก่ทุกธุรกิจของลูกค้า

## ปรัชญาในการดำเนินธุรกิจ

บริษัทให้บริการ Total Customer Interaction Management Solutions เต็มรูปแบบ โดยใส่ใจทุกรายละเอียดในการให้บริการ เพื่อยกระดับประสบการณ์ของลูกค้าในทุกมิติให้มีความพึงพอใจมากขึ้น

## ค่านิยมองค์กร

- คิดก้าวหน้าอย่างสร้างสรรค์
- เน้นใส่ใจความต้องการของลูกค้า
- มุ่งมั่นทำงานอย่างมืออาชีพ
- ท่วมเทเพื่อความเป็นเลิศ

## 1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

ปี	พัฒนาการบริษัท
2543	<ul style="list-style-type: none"> <li>• จดทะเบียนจัดตั้งบริษัทเมื่อวันที่ 7 สิงหาคม 2543 ด้วยทุนจดทะเบียนเรียกชำระแล้ว 20 ล้านบาท มีจำนวนหุ้น 2 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท โดยมี SAMART และบริษัทในกลุ่มสามารถถือหุ้นรวมกันร้อยละ 100</li> </ul>
2544	<ul style="list-style-type: none"> <li>• บริษัทเริ่มให้บริการออกแบบพัฒนาและติดตั้งระบบศูนย์บริการข้อมูลแบบเบ็ดเสร็จ (Turnkey Total Solutions) และบริการบริหารจัดการศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์แบบเต็มรูปแบบ (Fully Outsourced Contact Center Management Service) ให้แก่ลูกค้าในองค์กรภาครัฐและเอกชน</li> </ul>
2545	<ul style="list-style-type: none"> <li>• บริษัทเริ่มให้บริการจัดหาเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Service Representative Outsourced) เพื่อให้บริการรับโทรศัพท์ให้หน่วยงานภายนอก</li> </ul>
2546	<ul style="list-style-type: none"> <li>• บริษัทเริ่มให้บริการระบบศูนย์บริการข้อมูลและอุปกรณ์ (Contact Center Facility Outsourced)</li> </ul>
2548	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ในเดือนพฤษภาคม บริษัทได้เพิ่มทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้วอีก 80 ล้านบาท เป็นทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้ว 100 ล้านบาท มีจำนวนหุ้น 10 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท</li> <li>• บริษัทได้รับการรับรองคุณภาพ ISO 9001:2008 ด้าน Accredited</li> </ul>
2549	<ul style="list-style-type: none"> <li>• บริษัทได้รับรางวัลด้านการให้บริการ Contact Center No.1 Thailand Outsourcing Contact Centre จาก Frost &amp; Sullivan</li> </ul>
2550	<ul style="list-style-type: none"> <li>• บริษัทได้รับรางวัลด้านการให้บริการ Contact Center 3 รางวัล ได้แก่ <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Gold Winner APAC Best Contact Center (BUG1113)</li> <li>2) Bronze Winner of Contact Center World Awards (BUG1113)</li> <li>3) Generali's Thailand Best Telemarketing Performance</li> </ol> </li> </ul>
2551	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ในเดือนตุลาคม บริษัทได้จัดตั้งบริษัท วันทูน โปรเฟสชั่นแนล จำกัด เป็นบริษัทย่อย โดยบริษัทถือหุ้นร้อยละ 99.99 เพื่อดำเนินธุรกิจให้บริการรับเป็นที่ปรึกษา ให้คำแนะนำเกี่ยวกับการบริหารงานบุคคล และบริการด้านการจัดหาบุคลากรด้านบริการลูกค้าสัมพันธ์โดยเฉพาะ</li> <li>• บริษัทได้รับการรับรองมาตรฐาน Software development standard CMMI Level 3 (Capability Maturity</li> </ul>

ปี	พัฒนาการบริษัท
	Model Integration) ซึ่งเกี่ยวกับมาตรฐานกระบวนการในการพัฒนาและบริหารจัดการ โครงการทางด้านสารสนเทศ ที่ถูกคิดค้นโดยสถาบัน Software Engineering Institute (SEI) บนหลักการที่ว่าคุณภาพที่ดีของกระบวนการจะนำไปสู่คุณภาพที่ดีของผลิตภัณฑ์และบริการ
2552	<ul style="list-style-type: none"> <li>● บริษัทได้รับการประกันคุณภาพ ISO/IEC 20000 ด้าน IT Service Management</li> <li>● บริษัทได้รับรางวัลด้านการให้บริการ Contact Center 2 รางวัล ได้แก่ <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Silver Winner of APAC Best Contact Center (PEA Project)</li> <li>2) Silver Winner of Best Trainer</li> </ol> </li> <li>● ในเดือนกุมภาพันธ์ ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทได้มีมติให้จัดตั้ง บริษัท วันทูน เวียดนาม จำกัด เพื่อดำเนินธุรกิจในการให้คำปรึกษาและให้บริการจัดตั้งระบบศูนย์บริการข้อมูลลูกค้าแก่องค์กรภาครัฐและเอกชนในประเทศเวียดนาม โดยมีทุนจดทะเบียน 0.04 ล้านดอลลาร์สหรัฐอเมริกา โดยบริษัทจะมีสัดส่วนการถือหุ้นในอัตราร้อยละ 100</li> </ul>
2553	<ul style="list-style-type: none"> <li>● บริษัทได้พิจารณาปัจจัยต่างๆ ที่มีผลกระทบท่อการลงทุนในบริษัท วันทูน เวียดนาม จำกัด แล้วเห็นว่าควรชะลอการลงทุนไว้ก่อน</li> </ul>
2554	<ul style="list-style-type: none"> <li>● บริษัทได้จัดตั้ง Disaster Recovery Site หรือ DR Site (ศูนย์สำรอง) เพื่อรองรับเหตุการณ์ฉุกเฉิน อาทิเช่น วิกฤตการณ์น้ำท่วม เหตุการณ์จลาจล เป็นต้น เพื่อให้บริษัทสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง</li> </ul>
2555	<ul style="list-style-type: none"> <li>● บริษัทได้รับรางวัลด้านการให้บริการ Contact Center 3 รางวัล ได้แก่ <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Silver Winner of APAC Best Mid-sized Contact Center (SRT project)</li> <li>2) Bronze Winner of APAC Best Customer Service (TCCC project)</li> </ol> </li> <li>● บุคลากรของบริษัทได้รับการรับรองให้เป็น COPC Registered Coordinator จากสถาบัน COPC (Customer Operation Performance Center) ซึ่งเป็นสถาบันที่รับรองคุณภาพการบริหารจัดการ Contact Center ที่เป็นมาตรฐานสากล</li> </ul>
2556	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2556 เมื่อวันที่ 27 มีนาคม 2556 ได้มีมติให้แปรสภาพบริษัทเป็นบริษัทมหาชนจำกัด และเปลี่ยนแปลงมูลค่าที่ตราไว้จากหุ้นละ 10 บาท เป็นหุ้นละ 1 บาท</li> <li>● 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</li> <li>● 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</li> <li>● บริษัทได้รับการประกันคุณภาพ ISO/IEC 27001:2005 ด้านความปลอดภัยของข้อมูล (Information Security)</li> <li>● บริษัทได้รับรางวัล 2013 Frost &amp; Sullivan Thailand Excellence Awards: Outsourced Contact Center Vendor of the Year จาก Frost &amp; Sullivan ในฐานะองค์กรเอกชนที่ดำเนินธุรกิจด้าน Contact Center ชั้นนำของประเทศไทย</li> </ul>

ปี	พัฒนาการบริษัท
2557	<ul style="list-style-type: none"> <li>● บริษัทได้เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ เมื่อวันที่ 15 พฤษภาคม 2557</li> <li>● บริษัท วันทูวัน (แคมโบเดีย) จำกัด (One To One (Cambodia) Company Limited) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัทได้ดำเนินการจัดตั้งแล้วเสร็จ โดยมีสำนักงานตั้งอยู่เลขที่ 18-E4, 4<sup>th</sup> 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 และคณะกรรมการบริษัทมีมติเพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 200,000 เหรียญสหรัฐ</li> <li>● บริษัทได้รับรางวัล 2014 Frost &amp; Sullivan Thailand Excellence Awards: Outsourced Contact Center Vendor of the Year จาก Frost &amp; Sullivan ในฐานะองค์กรเอกชนที่ดำเนินธุรกิจด้าน Contact Center ชั้นนำของประเทศไทย</li> </ul>
2558	<ul style="list-style-type: none"> <li>● คณะกรรมการบริษัทได้แต่งตั้งนางสาวรุ่งจิรา ไกรวิวัฒน์ ดำรงตำแหน่ง ผู้จัดการทั่วไป โดยดูแลรับผิดชอบงานของกรรมการผู้จัดการ แทนนางสุกัญญา วนิชจักรวงศ์ ซึ่งลาออกจากตำแหน่งกรรมการผู้จัดการ</li> <li>● บริษัทนำเสนอเทคโนโลยีใหม่ของบริษัท Customer Management Service ในการให้บริการลูกค้า <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cloud Contact Center</li> <li>- Social Monitoring &amp; Social CRM</li> <li>- Telecom Expense Management Service</li> </ul> </li> <li>● บริษัทได้ริเริ่มโครงการ Work Anywhere ซึ่งเป็นการปรับรูปแบบการทำงานของพนักงานในรูปแบบใหม่</li> <li>● บริษัทได้รับรางวัล 2015 Frost &amp; Sullivan Thailand Excellence Awards: Outsourced Contact Center Vendor of the Year จาก Frost &amp; Sullivan ในฐานะองค์กรเอกชนที่ดำเนินธุรกิจด้าน Contact Center ชั้นนำของประเทศไทย</li> </ul>
2559	<ul style="list-style-type: none"> <li>● บริษัทนำเสนอบริการ Social One ในการบริหารจัดการข้อมูลของลูกค้าบนสื่อสังคมออนไลน์ ที่อาจจะส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์องค์กร</li> <li>● บริษัทนำเสนอเทคโนโลยี Omni-Channel ในการเชื่อมโยงข้อมูลในทุกช่องทางการติดต่อให้มีความต่อเนื่อง</li> <li>● บริษัทติดตั้งระบบสำรองข้อมูลบนระบบ Cloud เพื่อป้องกันการสูญหายของข้อมูลซึ่งไปตามแผนการบริหารความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ (Business Continuity Plan)</li> <li>● บริษัทได้ผ่านการรับรองมาตรฐานการรับประกันคุณภาพในการบริหารองค์กรระดับสากล (ISO9001) version 2015</li> <li>● บริษัท วันทูวัน (แคมโบเดีย) จำกัด เพิ่มทุนจดทะเบียน เป็น 440,000 เหรียญสหรัฐ</li> <li>● คณะกรรมการบริษัทมีมติอนุมัติจัดตั้งบริษัทย่อยในประเทศพม่าโดยมีทุนจดทะเบียน 5,000 เหรียญสหรัฐ</li> <li>● บริษัทได้รับรางวัล 2016 Frost &amp; Sullivan Thailand Excellence Awards: Outsourced Contact Center Service Provider of the Year จาก Frost &amp; Sullivan ในฐานะองค์กรเอกชนที่ดำเนินธุรกิจด้าน Contact Center ชั้นนำของประเทศไทย</li> </ul>

ปี	พัฒนาการบริษัท
2560	<ul style="list-style-type: none"> <li>บริษัทได้รับรางวัล 2017 Frost &amp; Sullivan Thailand Excellence Awards: Outsourced Contact Center Service Provider of the Year จาก Frost &amp; Sullivan ในฐานะองค์กรเอกชนที่ดำเนินธุรกิจด้าน Contact Center ชั้นนำของประเทศไทยเป็นปีที่ 5 ติดต่อกัน</li> <li>บริษัทได้รับรางวัลองค์กรนวัตกรรมยอดเยี่ยม (Top Innovative Organization) จากสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) จากการที่บริษัทมีการจัดการนวัตกรรมทั้งองค์กรได้เป็นอย่างดี</li> </ul>
2561	<ul style="list-style-type: none"> <li>บริษัทได้รับรางวัล “2018 Thailand Outsourced Contact Center Service Provider of the Year” จาก Frost &amp; Sullivan ในฐานะองค์กรเอกชนที่ดำเนินธุรกิจด้าน Contact Center ชั้นนำของประเทศไทยเป็นปีที่ 6 ติดต่อกัน</li> <li>บริษัทได้รับรางวัล “Asia's Most Trusted Contact Center and Customer Management Services Company” ในฐานะ “ศูนย์บริการข้อมูลลูกค้าที่ได้รับความนิยมไว้มากที่สุดในเอเชีย และการให้บริการลูกค้าสัมพันธ์” ซึ่งจัดขึ้นโดย International Brand Consulting Corporation, USA</li> <li>บริษัทจัดตั้งบริษัทย่อยชื่อ บริษัท อิน โน ฮับ จำกัด เพื่อดำเนินการพัฒนานวัตกรรมบริการดิจิทัล</li> </ul>

### 1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

บริษัท วันทูวัน คอนแทคส์ จำกัด มีโครงสร้างการถือหุ้นในบริษัทย่อย ดังนี้ (มหาชน)



## ข้อมูลทั่วไปของบริษัทย่อย

ลำดับ ที่	ชื่อบริษัท	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน	หุ้นสามัญ ทั้งหมด ที่ออก จำหน่าย (หุ้น)	หุ้นทั้งหมด ที่บริษัทถือ	
					จำนวน หุ้น	ร้อยละ
1.	บจก. วันทูวัน (แคมโบเดีย) 18-E4, 4 <sup>th</sup> 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 ศูนย์บริการข้อมูลและลูกค้า สัมพันธ์ และการติดตั้งระบบ ศูนย์บริการข้อมูลแบบ เบ็ดเสร็จ ให้บริการใน ประเทศกัมพูชา	440,000 (เหรียญสหรัฐ)	88,000	88,000	100
2.	บจก. วันทูวัน โปรเฟสชั่นแนล เลขที่ 99/19 หมู่ที่ อาคารซอฟต์แวร์ 4 ถนนแจ้งวัฒนะ ต 17 ปาร์ค ชั้น.คตอง เกลื่อ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2685-0000	ให้บริการที่ปรึกษาการ บริหารงานบุคคล การจัดหา บุคลากร และธุรกิจ ศูนย์บริการข้อมูลและลูกค้า สัมพันธ์ ธุรกิจทวงถามหนี้ และสถาบันฝึกอบรม	2 (ล้านบาท)	200,000	199,997	99.99
3.	บจก. อินโน ฮับ เลขที่ 99/19 หมู่ที่ อาคารซอฟต์แวร์ 4 ถนนแจ้งวัฒนะ ต 17 ปาร์ค ชั้น.คตอง เกลื่อ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 0-2685-0000	ให้บริการพัฒนานวัตกรรม ด้านดิจิทัล	3 (ล้านบาท)	300,000	299,997	99.99

## 2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

โครงสร้างรายได้

ประเภทรายได้	ปี 2559		ปี 2560		ปี 2561	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
<b>.1รายได้จากการขายและงานตามสัญญา</b>						
1.1 การให้บริการออกแบบ พัฒนา และติดตั้งระบบศูนย์บริการข้อมูลแบบเบ็ดเสร็จ	87.68	9.11	21.43	2.62	14.89	2.09
<b>รวมรายได้จากการขายและงานตามสัญญา</b>	<b>87.68</b>	<b>9.11</b>	<b>21.43</b>	<b>2.62</b>	<b>14.89</b>	<b>2.09</b>
<b>.2รายได้จากการบริการ</b>						
2.1 การให้บริการบริหารจัดการศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์แบบเต็มรูปแบบ	647.03	67.25	540.35	66.05	499.45	70.26
2.2 การให้บริการระบบศูนย์บริการข้อมูลและอุปกรณ์	86.58	9.00	53.99	6.60	28.05	3.95
2.3 การให้บริการจัดหาเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์	99.20	10.31	141.98	17.35	141.17	19.86
2.4 การให้บริการบำรุงรักษาศูนย์บริการข้อมูล	41.64	4.33	60.40	7.38	27.30	3.84
<b>รวมรายได้จากการบริการ</b>	<b>874.45</b>	<b>90.89</b>	<b>796.72</b>	<b>97.38</b>	<b>695.97</b>	<b>97.91</b>
<b>รวมทั้งหมด</b>	<b>962.13</b>	<b>100.00</b>	<b>818.15</b>	<b>100.00</b>	<b>710.86</b>	<b>100.00</b>

### 2.1 การประกอบธุรกิจของแต่ละสายผลิตภัณฑ์

บริษัท วันทวัน คอนแทคส์ จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจการให้บริการศูนย์บริการข้อมูล (Outsourced Contact Center Service) ซึ่งประกอบด้วยบริการบริหารจัดการศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ (Outsourced Contact Center and Customer Management Services) และบริการออกแบบ พัฒนา และติดตั้งระบบศูนย์บริการข้อมูลแบบเบ็ดเสร็จ (Turnkey Total Solutions) -ออกแบบและติดตั้งด้วยระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัย สามารถรองรับการติดต่อได้จากหลากหลายช่องทาง พร้อมเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ที่ให้บริการข้อมูล บริษัทสามารถจัดทำรายงานการทำงานพร้อมทั้งข้อมูลต่างๆ ของผู้ใช้บริการ และรายละเอียดการดำเนินการต่างๆ ให้แก่ลูกค้าภายหลังเสร็จสิ้นการทำงาน นอกจากนี้ลูกค้าสามารถตรวจสอบรายงานการดำเนินงานได้จากระบบ On-line Web Report ได้ตลอดเวลา บริษัทแบ่งธุรกิจการให้บริการออกเป็น 2 ประเภทดังนี้

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

บริษัทมีศูนย์ในการให้บริการหลักที่ให้บริการบริหารจัดการ 3 แห่ง รองรับการให้บริการประมาณ 2,200 ที่นั่ง โดยสามารถปรับขยายเพิ่มบริการได้ เพื่อรองรับกับการขยายตัวของการใช้บริการของลูกค้า การให้บริการศูนย์บริการข้อมูลและลูกค้าสัมพันธ์แบ่งออกเป็น 4 รูปแบบดังนี้

##### 1.1 บริการบริหารจัดการศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์แบบเต็มรูปแบบ (Fully Outsourced Contact Center Management Service)

บริษัทให้บริการสำหรับองค์กรที่มีความต้องการบริหารจัดการลูกค้าผ่าน Contact Center หรือ Customer Management Center โดยไม่ต้องการลงทุนจัดตั้งระบบเองซึ่งสามารถลดต้นทุนการดำเนินงานด้วยการใช้

บริการ Outsourced Contact Center หรือ Customer Management Center แบบเต็มรูปแบบ ซึ่งมีบริการด้านการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ครอบคลุมวงจรทางธุรกิจ (Business Cycle) ทั้งโครงการระยะสั้น ระยะยาว และ การทำกิจกรรมพิเศษ ได้แก่ การตลาดและส่งเสริมการขาย การขายสินค้าหรือบริการทางโทรศัพท์ การให้บริการลูกค้าสัมพันธ์ และบริการหลังการขาย การรักษาและสร้างความภักดีของลูกค้า และการสำรวจความพึงพอใจทั้งลูกค้าภายในและภายนอก เป็นต้น

ในการให้บริการบริหารจัดการศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์แบบเต็มรูปแบบนี้ บริษัทจะเป็นผู้บริหารจัดการให้บริการข้อมูลข่าวสาร หรือศูนย์บริการข้อมูลแบบเต็มรูปแบบแก่ลูกค้าแทน โดยที่บริษัทเป็นผู้จัดเตรียมสถานที่ ระบบโทรศัพท์ ระบบคอมพิวเตอร์ ทั้ง Hardware และ Software Application และเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Service Representative) ตลอดจนเจ้าหน้าที่หัวหน้างาน เจ้าหน้าที่ตรวจสอบคุณภาพ ให้ทั้งหมด โดยใช้ศูนย์ Contact Center / Customer Management Center ของบริษัทในการให้บริการในด้านต่างๆ โดยมีระบบที่รองรับการให้บริการที่หลากหลายช่องทางทั้งการให้บริการผ่านทางโทรศัพท์ (Voice Channel) และผ่านช่องทางอื่น (Non-Voice Channel) อาทิ web chat, email, social media และ mobile application

โดยในปี 2561 บริษัทพัฒนาสินค้าและบริการที่เป็นดิจิทัลให้กับลูกค้ามากขึ้น เช่น Web Admin, Chatbot, Digital Survey และ Social CRM เป็นต้น บริษัทเริ่มให้บริการ Chatbot ในชื่อ “ChatOne” เป็นการให้ข้อมูลสินค้า หรือบริการ ได้ตอบอัตโนมัติกับผู้ใช้บริการ ผ่านทั้งระบบเสียง (Voice Bot) และข้อความ (Chatbot) และสนับสนุนการซื้อขาย การประสานงาน บริการนี้เป็นการช่วยลดระยะเวลา และค่าใช้จ่ายในการดำเนินการให้กับลูกค้า ผ่านหลากหลายช่องทาง เช่น web chat, facebook messenger ตลอดจนมีการเก็บข้อมูลผู้ใช้บริการ โดยเชื่อมกับ CRM เพื่อการพัฒนาการให้บริการในอนาคต นอกจากนี้บริษัทยังพัฒนาระบบพนักงานต้อนรับที่โต้ตอบด้วยระบบ AI (Virtual Receptionist) ในชื่อ ซึ่งเป็นระบบที่จดจำ “บุ๋บ” ใบบนหน้า และสนทนาได้ตอบกับผู้ที่มาสอบถามข้อมูล

## 1.2 บริการระบบศูนย์บริการข้อมูลและอุปกรณ์ (Outsourced Contact Center Facility)

บริษัทมีการให้บริการระบบศูนย์บริการข้อมูลและอุปกรณ์ สำหรับองค์กรที่ไม่ต้องการลงทุนติดตั้งระบบเอง ช่วยให้องค์กรมีศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ที่ได้มาตรฐานโดยไม่ต้องลงทุนเอง เป็นการแบ่งเบาภาระค่าใช้จ่ายในการลงทุน และยังสร้างความคล่องตัวในการบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพ โดยแบ่งการบริการออกเป็น 5 รูปแบบ ได้แก่

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



### 1.3 บริการจัดหาเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ (Outsourced Customer Service Representative)

บริษัทให้บริการบริหารจัดการและจัดหาบุคลากรด้านบริการลูกค้าสัมพันธ์เต็มรูปแบบ ทั้งคัดสรร ฝึกอบรม ตรวจสอบและควบคุมมาตรฐานเพื่อรักษาระดับคุณภาพการให้บริการอย่างต่อเนื่อง จัดหาเจ้าหน้าที่ทดแทน พร้อมดูแลสวัสดิการพนักงานเพื่อให้ลูกค้าหมดความกังวลในการบริหารงานบุคลากรด้านลูกค้าสัมพันธ์ และมั่นใจได้ว่าพนักงานพร้อมให้บริการได้ในระดับมาตรฐานสากล

### 1.4 บริการบำรุงรักษาศูนย์บริการข้อมูล (Contact Center Maintenance Service)

บริษัทมีการให้บริการดูแลบำรุงรักษาระบบ Contact Center โดยทีมงานผู้เชี่ยวชาญ ปัญหาต่างๆ จะได้รับการดูแลป้องกันและแก้ไขอย่างมีประสิทธิภาพและด้วยความรวดเร็ว ช่วยให้ธุรกิจดำเนินไปอย่างราบรื่น

## 2. บริการออกแบบ พัฒนา และติดตั้งระบบศูนย์บริการข้อมูลแบบเบ็ดเสร็จ (Turnkey Total Solutions)

บริษัทมีบริการให้คำปรึกษา บริการออกแบบพัฒนาและติดตั้งระบบศูนย์บริการข้อมูลแบบเบ็ดเสร็จ (Turnkey Total Solutions) สำหรับองค์กรที่ต้องการจะลงทุนและติดตั้งระบบภายในองค์กรเอง ด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย โดยทีมวิศวกรผู้เชี่ยวชาญด้าน Contact Center / Customer Management โดยเฉพาะ โดยบริษัททำหน้าที่ในการจัดหาอุปกรณ์ Hardware และ Software Application ที่ใช้ในระบบ Contact Center / Customer Management รวมทั้งการ Integrate ระบบทั้งหมดเข้าด้วยกัน โดยเน้นออกแบบให้สอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจของแต่ละองค์กร เพื่อเพิ่มศักยภาพการให้บริการลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

## 2.2 การตลาดและภาวะการแข่งขัน

### 1) กลยุทธ์การแข่งขันของบริษัท

ธุรกิจ Contact Center ก็เป็นธุรกิจหนึ่งที่ต้องปรับตัวตามกระแสเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การให้บริการข้อมูลในช่องทางเสียงเพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอกับการให้บริการในยุคดิจิทัลอีกแล้ว บริษัทได้ปรับกระบวนการในการดำเนินธุรกิจด้วยการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการผลิตสินค้าและบริการ ตลอดจนพัฒนารูปแบบการให้บริการเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ บริษัทได้ปรับการให้บริการ Contact Center เป็น non voice มากขึ้น โดยเน้นการให้บริการผ่าน social media, digital service, Artificial Intelligence (AI)

บริษัทพัฒนานวัตกรรมบริการดิจิทัลอย่างต่อเนื่องตลอดปี 2561 เพื่อให้สอดคล้อง และตอบสนองพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งทำให้บริษัทพัฒนาสินค้าและบริการที่เป็นดิจิทัลให้กับลูกค้าได้มากขึ้นดังนี้

- “ChatOne” เป็นระบบการให้ข้อมูลสินค้า หรือบริการ ได้ตอบกับผู้ใช้บริการอัตโนมัติผ่านทั้งระบบเสียง และข้อความผ่านหลากหลายช่องทาง เช่น web chat, facebook messenger
- “บุษบา” เป็นระบบพนักงานต้อนรับที่ได้ตอบด้วยระบบ AI (Virtual Receptionist) ซึ่งเป็นระบบที่จดจำใบหน้า และสนทนาได้ตอบกับผู้ที่มาสอบถามข้อมูล

- “Job matching” เป็นระบบการค้นหาสายงานอัตโนมัติ เป็น Platform ในการวิเคราะห์บุคลิกภาพ ความถนัด และจิตวิทยาของผู้สมัครงานด้วยแบบทดสอบ และใช้ machine learning ในการวิเคราะห์หาความใกล้เคียงของผู้สมัครกับตำแหน่งงานขององค์กร
- “Recommender system” เป็นระบบการประมวลผลพฤติกรรมของลูกค้าผ่านช่องทางการใช้งานของ mobile application และ website เพื่อเสนอสินค้าและบริการที่คาดว่าจะตรงกับความต้องการของลูกค้ามากที่สุด

นอกจากนี้บริษัทอาศัยประสบการณ์ ความรู้ และความชำนาญในธุรกิจ Outsourced Contact Center ในการแข่งขัน และพัฒนาสินค้าและบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่หลากหลาย โดยสามารถปรับให้เหมาะสมสำหรับลูกค้าแต่ละราย เพื่อให้สินค้าและบริการของบริษัทมีความแตกต่าง และมีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง ซึ่งถือว่าเป็นความได้เปรียบในการแข่งขัน

บริษัทมีกลยุทธ์การแข่งขันในด้านต่างๆ ดังนี้

#### ● ด้านเทคโนโลยี

บริษัทวางกลยุทธ์ในการแข่งขันด้านเทคโนโลยี โดยเลือกใช้ Software ที่มีคุณภาพและมาตรฐานได้รับการยอมรับจากทั่วโลก สามารถประยุกต์เข้ากับลูกค้าแต่ละราย อีกทั้งสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างเหมาะสม

บริษัทมุ่งพัฒนาการให้บริการด้วยการนำเทคโนโลยีมาใช้ บริษัทจัดตั้งบริษัทย่อย เพื่อดำเนินการพัฒนานวัตกรรมบริการดิจิทัลอย่างจริงจัง ซึ่งทำให้ในปีที่ผ่านมาบริษัทพัฒนาสินค้าและบริการที่เป็นดิจิทัลให้กับลูกค้าได้หลายประเภท

#### ● ด้านกระบวนการทำงาน

การแข่งขันในธุรกิจ Contact Center ไม่ได้แข่งขันทางด้านราคาเป็นหลักเพียงอย่างเดียว ปัจจัยที่สำคัญอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ลูกค้าจะตัดสินใจเลือกใช้บริการคือ คุณภาพของการให้บริการ ดังนั้น บริษัทจึงให้ความสำคัญเป็นอย่างมากในเรื่องของคุณภาพของงาน โดยตั้งแต่เริ่มให้บริการลูกค้า บริษัทจะทำการวัดผลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอย่างต่อเนื่อง และนำผลที่ได้มาปรับปรุงและพัฒนาภายในองค์กรอย่างสม่ำเสมอ โดยมีการดำเนินการทำงานตามนโยบายการควบคุมคุณภาพของสินค้าและบริการตามมาตรฐาน ISO 9001 มีการจัดการความปลอดภัยของข้อมูลตามมาตรฐาน ISO 27001 และบริหารจัดการการบริการด้าน IT ตามมาตรฐาน ISO 20000 และมีมาตรฐานกระบวนการในการพัฒนางานด้านไอทีและซอฟต์แวร์ ตามมาตรฐาน CMMI ซึ่งบริษัทได้รับการรับรองมาตรฐานอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้เจ้าหน้าที่ของบริษัทยังได้รับการรับรองให้เป็น Implementation Leader ตามมาตรฐาน COPC ซึ่งเป็นมาตรฐานงานบริการลูกค้าในระดับสากลมาปรับใช้ในการบริหารงานบริการลูกค้า

#### ● ด้านบุคลากร

บริษัทยังคงให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพของบุคลากร ซึ่งบุคลากรเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในการดำเนินธุรกิจการให้บริการบริหารจัดการศูนย์บริการข้อมูลเนื่องจากธุรกิจการบริการของบริษัทจะ

ดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น ต้องมีเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ซึ่งเป็นผู้ให้บริการต้องมีทักษะและความสามารถในการให้บริการได้เป็นอย่างดี ดังนั้นบริษัทได้จัดตั้งหน่วยงาน Academy center รับผิดชอบโดยตรงในการพัฒนาศักยภาพ และการสร้างแรงบันดาลใจ ให้กับพนักงานอย่างเป็นระบบ โดยมีกลยุทธ์ทั้งหมด 4 ด้าน ได้แก่

- High Quality Training เพื่อพัฒนาหลักสูตรการฝึกอบรมให้บุคลากรที่มีคุณภาพ
- Professional Trainer เพื่อพัฒนาวิทยากรให้มีคุณภาพแบบมืออาชีพ
- Business Co-Operation สร้างความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาทั้งภาครัฐ และเอกชน เพื่อเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้มีส่วนร่วมทดลองงานและสร้างแรงจูงใจในการเข้าร่วมทำงานกับบริษัทในอนาคต
- Effective Training Tools & Materials เพื่อพัฒนาเครื่องมือในการอบรมให้ทันสมัยดิจิทัล และมีความสนุกในการเรียนรู้ เช่น Digital learning และ Fun Game

บริษัทมีการฝึกอบรมพนักงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างจิตสำนึกในการให้บริการให้พนักงานมีความเต็มใจในการให้บริการ (Service Mind) และอบรมให้เจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ได้เรียนรู้ทักษะและใส่ใจในความต้องการของผู้รับบริการเพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจสูงสุด

## 2) กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ปัจจุบันธุรกิจให้ความสำคัญกับกาสร้างประสบการณ์ที่ประทับใจให้กับลูกค้า (Customer Experience) ซึ่งจะเป็นการสร้างความพึงพอใจในการให้บริการ ลูกค้าเป้าหมายของบริษัทยังคงเป็นกลุ่มธุรกิจที่มีความประสงค์จัดการงานด้านลูกค้าสัมพันธ์และบริการข้อมูล และไม่มีการจัดตั้งศูนย์บริการลูกค้าเป็นของตนเอง ดังนั้นลูกค้าของบริษัทจึงเป็นทั้งหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ และเอกชน ลูกค้าเอกชนที่เป็นลูกค้ากลุ่มหลักของบริษัท ยังคงเป็นกลุ่มสายการบิน กลุ่มธนาคาร กลุ่มธุรกิจประกัน และกลุ่มค้าปลีก

บริษัทสามารถแบ่งประเภทของลูกค้าออกเป็นกลุ่มได้ดังนี้

กลุ่มลูกค้า	2560		2561	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
<b>1. รับจ้างบริการศูนย์บริการข้อมูล</b>	<b>796.8</b>	<b>97.4</b>	<b>696.0</b>	<b>97.9</b>
รัฐบาล และรัฐวิสาหกิจ	435.4	53.2	341.2	48.0
เอกชน	361.4	44.2	354.8	49.9
<b>2. บริการออกแบบ พัฒนา และติดตั้งระบบศูนย์บริการข้อมูลแบบเบ็ดเสร็จ</b>	<b>21.4</b>	<b>2.6</b>	<b>14.9</b>	<b>2.1</b>
รัฐบาล และรัฐวิสาหกิจ	21.4	2.6	5.8	0.8
เอกชน	-	-	9.1	1.3
<b>รวม</b>	<b>818.2</b>	<b>100.0</b>	<b>710.9</b>	<b>100.0</b>
<b>รัฐบาล และรัฐวิสาหกิจ</b>	<b>456.8</b>	<b>55.8</b>	<b>347.0</b>	<b>48.8</b>
<b>เอกชน</b>	<b>361.4</b>	<b>44.2</b>	<b>363.9</b>	<b>51.2</b>

### 3) นโยบายการกำหนดราคา

ในการกำหนดราคานี้ บริษัทจะคำนึงถึงต้นทุนหลัก 4 ส่วน ดังนี้

- **ระบบอุปกรณ์ และสถานที่ให้บริการ**

บริษัทคำนึงถึงรูปแบบการใช้งานที่เหมาะสมในการให้บริการแก่ลูกค้าแต่ละราย และติดต่อผู้ขายระบบ และหรืออุปกรณ์ เพื่อพิจารณาความเหมาะสมของระบบและราคา เพื่อให้ได้ราคาที่เหมาะสม นอกจากนี้/ บริษัทจะพิจารณาความเหมาะสมด้านสถานที่ในการให้บริการว่าสามารถรองรับตามความต้องการของลูกค้าได้หรือไม่ หากต้องจัดหาสถานที่เพิ่มเติม บริษัทจะพิจารณาค่าเช่าสถานที่เป็นหลัก ทั้งนี้ บริษัทมีความยืดหยุ่นในการจัดหาสถานที่ เนื่องจากการให้บริการ Contact Center สามารถให้บริการได้จากสถานที่ใดก็ได้ถ้ามีการวางระบบและอุปกรณ์ครบครัน

- **บุคลากร**

เจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ถือเป็นปัจจัยหลักของการให้บริการ โดยบริษัทจะพิจารณาถึงความต้องการของลูกค้า อาทิ จำนวนสายที่ต้องรับต่อวัน คุณภาพการให้บริการ ลักษณะเจ้าหน้าที่ที่ต้องให้บริการ และจำนวนเจ้าหน้าที่ที่เหมาะสม การคำนวณต้นทุนด้านบุคลากรจะประกอบด้วยอัตราค่าจ้าง และสวัสดิการอื่นๆ

- **การบริหารจัดการ**

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

- **การพัฒนาซอฟต์แวร์ที่เกี่ยวข้อง (Software Development Life Cycle; SDLC )**

บริษัทจะพัฒนาซอฟต์แวร์ให้สอดคล้องกับโครงการต่างๆ เพื่อให้โครงการสำเร็จลุล่วงตามความต้องการของลูกค้า ซึ่งปัจจัยในส่วนราคาจะขึ้นอยู่กับความสามารถของซอฟต์แวร์ในแต่ละประเภท หากลูกค้ามีความต้องการซอฟต์แวร์ในระดับสูงหรือมีความซับซ้อน บริษัทจะพิจารณาค่าต้นทุนในส่วนนี้เพิ่มขึ้นตามความเหมาะสมของซอฟต์แวร์และโครงการนั้นๆ

บริษัทจะวิเคราะห์ต้นทุนในการดำเนินการทั้งหมดเพื่อพิจารณาอัตราค่าใดที่เหมาะสมที่สามารถแข่งขันกับตลาดและคู่แข่งได้ และนำเสนอราคาการให้บริการแก่ลูกค้าต่อไป

### 4) ภาวะอุตสาหกรรมธุรกิจ Contact Center

การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีมีบทบาทสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อทุกธุรกิจมีการปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินต่อไปได้ในยุคดิจิทัล ธุรกิจ Contact Center ก็เป็นธุรกิจหนึ่งที่ต้องปรับตัวตามกระแสเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค การให้บริการข้อมูลในช่องทาง Voice เพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอในการให้บริการได้อีกแล้ว ธุรกิจ Contact Center จะต้องให้บริการ Voice

ร่วมกับ Non-voice ควบคู่กันไป เห็นได้ว่าเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในการพัฒนาการให้บริการ Contact Center อย่างมาก ผู้ให้บริการ Contact Center มีการพัฒนาสินค้าและบริการเป็นดิจิทัล ตลอดจนปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานเพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงตามเทคโนโลยี ดังนี้

- Cloud Contact Center เป็นทางเลือกที่ได้รับความนิยมจากลูกค้า เนื่องจากการตั้งศูนย์บริการข้อมูลลูกค้าไม่จำกัดพื้นที่ สามารถติดตั้งระบบ และให้บริการได้ทุกที่ ใช้เวลาติดตั้งระบบที่รวดเร็ว มีค่าใช้จ่ายลดลง มีความยืดหยุ่นสูงสามารถลดหรือขยายจำนวนที่นั่งในการให้บริการได้โดยใช้ระยะเวลาสั้น
- การให้บริการ Voice ร่วมกับ Non-voice ผ่านช่องทาง Social Media เช่น Facebook, Twitter, Line, Youtube, Webchat และ E-mail โดยเชื่อมโยงข้อมูลการสื่อสารทุกช่องทางที่ลูกค้าติดต่อมาให้เป็นหนึ่งเดียว (Omni Channel) ทำให้ทราบข้อมูลการติดต่อของลูกค้าได้ทันทีและต่อเนื่อง เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า
- Virtual Agent เจ้าหน้าที่เสมือนจริงที่ให้บริการตอบข้อมูลอัตโนมัติในรูปแบบข้อความ (Chatbot) และระบบเสียง (Voice AI) เสมือนกับเจ้าหน้าที่จริงคอยตอบข้อมูลให้กับลูกค้าผ่านเสียง การนัดหมาย การจอง หรือการเปลี่ยนโปรโมชั่น เป็นต้น ระบบนี้จะช่วยให้ผู้ให้บริการสามารถลดต้นทุนการดำเนินการ Contact Center ได้ด้วย
- VDO Contact Center เป็นการบริการ Contact Center แบบเห็นหน้าเจ้าหน้าที่ในการให้บริการ ช่วยให้ลูกค้าสามารถสื่อสารกับ Agent ได้อย่างมั่นใจ สามารถแสดงความต้องการในรูปแบบที่ละเอียดมากกว่าการอธิบายทางเสียง เช่น Agent สามารถเห็นสถานที่เกิดเหตุ หรืออุปกรณ์สิ่งของที่ลูกค้าต้องการให้ช่วยเหลือ แก้ไข เห็นเอกสารที่ลูกค้ากรอกแล้วไม่เข้าใจ เป็นต้น

### ส่วนแบ่งการตลาด

ในปีที่ผ่านมา ธุรกิจ Contact Center มีแนวโน้มการเติบโตแบบคงที่ ธุรกิจศูนย์บริการข้อมูลในประเทศไทยมีมูลค่าตลาดโดยรวมประมาณ 3,500 ล้านบาท บริษัทประมาณการส่วนแบ่งตลาดของบริษัทอยู่ที่ประมาณร้อยละ 20 โดยคาดว่าใน ปี 2562 และปี 2563 ธุรกิจ Contact Center จะมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 5-15

กลุ่มลูกค้าของบริษัทมีทั้งกลุ่มลูกค้าภาครัฐและภาคเอกชน ในปี 2561 บริษัทมีการขยายฐานลูกค้าไปยังภาคเอกชนมากขึ้น เพื่อลดความเสี่ยงจากโครงการภาครัฐบาลที่นโยบายจัดซื้อจัดจ้างแบบ e-bidding ซึ่งส่วนใหญ่มักใช้เกณฑ์ราคาในการเลือกผู้ให้บริการ

### แนวโน้มการแข่งขันและคู่แข่งในตลาดปัจจุบัน

แนวโน้มการแข่งขันในธุรกิจ Contact Center เปลี่ยนแปลงไปจากอดีตที่มีการแข่งขันเฉพาะผู้ประกอบการรายใหญ่ เนื่องจากเป็นธุรกิจที่มีการลงทุนสูง การบริหารจัดการต้องอาศัยทักษะ และความชำนาญเฉพาะทาง แต่เมื่อเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทมากขึ้น การเข้าถึงเทคโนโลยีมีความสะดวกรวดเร็ว และมีราคาถูกกว่าในอดีต ทำให้ผู้ประกอบการรายย่อยเข้ามาแข่งขันมากขึ้น หรือแม้กระทั่งการจัดหน่วยงาน Contact Center ภายในบริษัทของลูกค้าเอง ซึ่งทำให้ส่วนแบ่งทางการตลาดลดลง แต่สำหรับธุรกิจที่ต้องการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า หรือต้องการ

คุณภาพการบริการลูกค้าที่ไม่เป็นเพียงการบริการให้ข้อมูลสินค้าเพียงอย่างเดียวก็ยังต้องใช้บริการผู้ให้บริการรายใหญ่ที่มีคุณภาพการบริการที่ได้มาตรฐานสากล ปัจจุบันธุรกิจ Contact Center มีการแข่งขันในการดำเนินงานเพื่อสร้างจุดแข็งในการขายดังนี้

- สร้างมูลค่าในการบริการ ผู้ให้บริการพัฒนาสินค้าและบริการให้เป็น Digital Service ทันกับเทคโนโลยี
- สร้างเอกลักษณ์ในการบริการ ระบบ Contact Center ต้องสามารถปรับเปลี่ยนและประยุกต์ให้มีความยืดหยุ่นพร้อมที่จะปรับปรุงได้อย่างต่อเนื่องสามารถใช้งาน และเหมาะกับธุรกิจของลูกค้าโดยเฉพาะ
- สร้างการเชื่อมต่อของข้อมูล มีบริการที่สามารถเชื่อมต่อข้อมูลของผู้บริโภคในทุกช่องทางติดต่อ และจัดเก็บเพื่อนำมาวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคในอนาคต เพื่อเสนอสินค้าและบริการที่เหมาะสมกับผู้บริโภค
- สร้างคุณภาพของการให้บริการที่ได้มาตรฐาน และมีราคาที่เหมาะสม
- สร้างความสัมพันธ์ การมีพันธมิตรที่สามารถเอื้อประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจไปด้วยกัน เป็นอีกช่องทางในการขยายธุรกิจในระยะเวลายาวนาน และต่อยอดธุรกิจซึ่งกันและกัน

ในปีนี้ผู้ให้บริการ Contact Center ให้ความสำคัญกับการสร้างประสบการณ์ที่ประทับใจให้กับลูกค้า(Customer Experience) ซึ่งจะเน้นการสร้างความพึงพอใจในการให้บริการเพื่อรักษาลูกค้าอยู่กับบริษัทได้นานที่สุด ดังนั้น ผู้ให้บริการ Contact Center จึงพัฒนาคุณภาพของพนักงานให้มีความรู้ในการใช้เทคโนโลยีที่เปลี่ยนไป พัฒนาศักยภาพสื่อสารให้มีประสิทธิภาพ และมาตรฐานการให้บริการไปพร้อมๆ กับการพัฒนาเทคโนโลยีในการให้บริการ

## 2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

### 1) การจัดหาระบบและอุปกรณ์สำหรับ Contact Center

บริษัทมีประสบการณ์และความชำนาญในการบริหารและให้บริการศูนย์บริการข้อมูลลูกค้า (Contact Center) ในระดับมาตรฐานสากล และบริษัทมีพร้อมให้บริการที่สมบูรณ์แบบด้วยความร่วมมือจากบริษัทคู่ค้าชั้นนำที่มีความเชี่ยวชาญในการให้บริการด้านเทคนิค การให้คำแนะนำ และการปฏิบัติงานจริง ซึ่งจะแบ่งความเชี่ยวชาญออกเป็นหลายประเภทตามลักษณะความชำนาญเฉพาะด้าน

บริษัทจะพิจารณาคัดเลือกระบบที่เหมาะสมกับคุณสมบัติหรือลักษณะของบริการตามความต้องการของลูกค้า และพิจารณาเปรียบเทียบราคา ก่อนเสนอรายละเอียดให้กับลูกค้าเพื่อพิจารณาต่อไป เช่นเดียวกันกับการคัดเลือกผู้ให้บริการระบบ บริษัทจะดำเนินการสั่งซื้ออุปกรณ์จากผู้ขายที่เสนอสินค้าที่มีคุณภาพและการใช้งานที่บริษัทต้องการและมีราคาที่เหมาะสม อย่างไรก็ตามในบางช่วงบริษัทอาจมีการสั่งซื้อสินค้าเก็บไว้ล่วงหน้า หากช่วงนั้นอุปกรณ์ที่บริษัทใช้ประจำมีการลดราคา หรือสามารถซื้อได้ในราคาที่ถูกลง เพื่อลดต้นทุนในการให้บริการ

### 2) การจัดหาสถานที่

สำหรับกรณีการให้บริการแบบกระจายศูนย์บริการลูกค้าเต็มรูปแบบ และการบริการใช้ระบบ Contact Center นอกสถานที่ บริษัทได้จัดสถานที่ให้บริการหมุนเวียนสลับเปลี่ยนในแต่ละโครงการ โดยปัจจุบันบริษัทมีสถานที่รองรับการให้บริการทั้งหมด 3 แห่ง สามารถรองรับการให้บริการประมาณ 2,200 ที่นั่ง ทั้งนี้การ

ให้บริการด้านสถานที่เป็นทางเลือกของลูกค้า โดยลูกค้าสามารถเลือกใช้สถานที่ที่มีอยู่ของบริษัทหรืออาจเสนอสถานที่ที่ลูกค้าต้องการให้บริษัทดำเนินการปรับปรุงสถานที่ให้เป็นศูนย์บริการข้อมูลก็ได้

### 3) การจัดหาบุคลากร

การคัดเลือกพนักงานของบริษัทแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ บุคลากรตามวิชาชีพของ Contact Center และพนักงานฝ่ายสนับสนุนในตำแหน่งอื่นๆ โดยมีวิธีหาดังนี้

#### บุคลากรตามวิชาชีพของ Contact Center

บริษัทเปิดรับสมัครเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Service Representative) อยู่อย่างสม่ำเสมอ โดยพนักงานในส่วนบริการทุกรายต้องผ่านการทดสอบทักษะพื้นฐานและการสัมภาษณ์จากเจ้าหน้าที่ของบริษัทและลูกค้าแต่ละราย เพื่อพิจารณาคุณสมบัติให้ตรงตามข้อกำหนดที่ได้กำหนดไว้กับลูกค้าแต่ละราย ภายหลังจากที่รับพนักงานแล้ว บริษัทจะอบรมทักษะการให้บริการ รวมถึงการอบรมความรู้ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ โปรแกรมและกระบวนการให้บริการของลูกค้า การใช้ระบบงานผลิตภัณฑ์ของลูกค้าก่อนการให้บริการเป็นระยะเวลา 15-45 วัน ขึ้นอยู่กับลักษณะบริการที่ลูกค้าต้องการก่อนเริ่มปฏิบัติงานจริง

#### พนักงานฝ่ายสนับสนุน (Back Office)

บริษัทมีการจัดหาพนักงานฝ่ายสนับสนุนอื่นๆ โดยการรับสมัครงานผ่านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ การประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร รวมถึงการร่วมมือกับเครือข่ายสถาบันการศึกษาในการรับสมัครงาน และการร่วมมือกับ บมจ. สามารถคอร์ปอเรชั่น ในการดำเนินการรับสมัครงาน โดยบริษัทแจ้งตำแหน่งและคุณสมบัติของบุคคลที่ต้องการรับสมัคร หลังจากนั้น บมจ. สามารถคอร์ปอเรชั่น จะจัดหาผู้สมัครที่มีลักษณะตามที่ต้องการส่งให้บริษัทเพื่อดำเนินการสัมภาษณ์และคัดเลือกต่อไป

## 2.4 โครงการที่ยังไม่ส่งมอบ

-ไม่มี-



### 3. ปัจจัยเสี่ยง

#### 1. ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ

- 1.1 ความเสี่ยงจากอัตราการเข้าออกของบุคลากรที่มีทักษะและประสบการณ์ในงานให้บริการศูนย์บริการข้อมูลสูง**
- การประกอบธุรกิจของบริษัท อาศัยบุคลากรที่มีทักษะทางการสื่อสาร งานทางด้านการบริการ และการบริหารความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลจำนวนมาก นอกจากนี้ในการให้บริการลูกค้าในบางโครงการ เจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ จะต้องอาศัยทักษะด้านภาษาอังกฤษด้วย ซึ่งบริษัทได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรด้วยการฝึกอบรมเพื่อเพิ่มพูนทักษะอย่างต่อเนื่อง บริษัทจัดให้มีการฝึกอบรมบุคลากรก่อนที่จะปฏิบัติงานจริง เพื่อให้สามารถให้บริการลูกค้าได้ตามมาตรฐานการปฏิบัติงาน ดังนั้นการสูญเสียบุคลากรที่มีประสบการณ์ความสามารถและทักษะเหล่านั้นไปไม่คุ้มค่าด้วยเหตุใดก็ตาม อาจมีผลกระทบต่อกำลังคนในการให้บริการ ทำให้บริษัทมีต้นทุนในการบริหารจัดการบุคลากรสูง รวมทั้งบริษัทต้องใช้เวลาในการพัฒนาบุคลากรทดแทนมาใหม่ให้สามารถแทนที่บุคลากรลาออก

อย่างไรก็ดี บริษัทมีมาตรการในการลดความเสี่ยงจากการสูญเสียบุคลากรดังกล่าว โดยมีมาตรการการวางแผนอัตราจำนวนบุคลากรสำรองเพื่อรองรับอัตราการหมุนเวียนของพนักงานเพื่อไม่ให้กระทบกับการวางแผนกำลังคนตามที่ได้ตกลงไว้กับลูกค้า รวมไปถึงการวางแผนการค่าจ้างและผลตอบแทนในระดับที่แข่งขันกับตลาดได้อย่างเหมาะสม มีการวางแผนการเติบโตในสายอาชีพเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ในตำแหน่งต่างๆ (Career Path) ของบุคลากร เพื่อให้เกิดแรงจูงใจในการทำงานและลดความเสี่ยงในการลาออกของพนักงาน ตลอดจนจัดหาเทคโนโลยีเพื่ออำนวยความสะดวกในการปฏิบัติงาน Contact Center นอกจากนี้ยังมีแรงจูงใจอื่นๆ ในการทำงานของพนักงาน อาทิ การให้สวัสดิการที่เหมาะสม การให้รางวัลในการทำงานในรูปแบบต่างๆ สำหรับพนักงานที่มีผลงานดีเด่นในเรื่องต่างๆ โดยได้ส่งเสริมในการฝึกอบรม รวมถึงการไปศึกษาดูงานในต่างประเทศ เป็นต้น

นอกจากนี้ บริษัทลดความเสี่ยงการเข้าออกของพนักงาน โดยทำการขยาย Site ไปในต่างจังหวัดทำให้บุคลากรที่ไม่สะดวกเข้ามาทำงานในเมืองหลวงสามารถที่จะทำงานที่บ้านเกิดได้ บริษัทได้ทำการสำรวจและได้ศึกษาแล้วเห็นว่าจังหวัดบุรีรัมย์ เป็นจังหวัดที่เหมาะสมเนื่องจากมีสิ่งอำนวยความสะดวกและมีมหาวิทยาลัยที่พร้อมจะสนับสนุนบุคลากรที่มีคุณภาพให้แก่บริษัท

- 1.2 ความเสี่ยงจากการที่ลูกค้าเปลี่ยนแปลงนโยบายจากการจ้างให้บริการศูนย์บริการข้อมูลของบริษัท (Outsourced Contact Center Service) มาดำเนินการตั้งศูนย์บริการข้อมูลของตนเอง (In-house Contact Center)**

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



การให้บริการดังกล่าวจะมีการทำสัญญากับลูกค้า โดยมีอายุสัญญาตั้งแต่ 1-3 ปี สามารถต่ออายุสัญญาได้โดยการแจ้งล่วงหน้า และบริษัทคิดค่าบริการจากลูกค้าเป็นรายเดือน ดังนั้น หากลูกค้ามีการเปลี่ยนแปลงนโยบายจากการว่าจ้างบริษัทมาเป็นการลงทุนและบริหารจัดการศูนย์บริการข้อมูลของตนเอง (In-house Contact Center) บริษัทอาจมีความเสี่ยงที่จะสูญเสียรายได้ในส่วนดังกล่าว

บริษัทเชื่อมั่นว่าการให้บริการที่มีคุณภาพสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี เป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างยิ่งที่ทำให้ลูกค้าตระหนักถึงประโยชน์ที่ได้รับ เทียบกับการบริหารจัดการศูนย์บริการข้อมูลด้วยตนเอง นอกจากนี้จากประสบการณ์ที่ผ่านมาลูกค้าที่เคยใช้บริการศูนย์บริการข้อมูล (Outsourced Contact Center) แล้วเปลี่ยนเป็นบริหารจัดการศูนย์บริการข้อมูลด้วยตนเอง (In-house Contact Center) ลูกค้ามากกว่าร้อยละ 70 ที่นำไปบริหารจัดการเอง จะประสบปัญหาในการบริหารจัดการต้นทุน ทั้งทางด้านบุคลากรเฉพาะด้าน ที่ต้องมีความรู้ความชำนาญในการบริหารจัดการ และต้นทุนแฝงที่ไม่ได้คาดการณ์ไว้ ทำให้ในอนาคตมีโอกาสกลับมาใช้บริการศูนย์บริการข้อมูลของบริษัท ไม่ทั้งหมดก็บางส่วนแทนการลงทุนติดตั้งศูนย์บริการข้อมูลของตนเอง

### 1.3 ความเสี่ยงจากการเปิดเสรีทางการค้าในระดับภูมิภาค

บริษัทอาจมีความเสี่ยงจากการเปิดเสรีทางการค้าในระดับภูมิภาค โดยคู่แข่งที่เป็นบริษัทขนาดใหญ่ในประเทศเพื่อนบ้านหรือประเทศอื่นอาจเข้ามาเปิดตลาดในประเทศไทย ทำให้มีคู่แข่งเพิ่มมากขึ้น และอาจสูญเสียบุคลากรในธุรกิจให้กับคู่แข่ง จะทำให้บริษัทมีต้นทุนค่าใช้จ่ายในการอบรมพัฒนาบุคลากรสูงขึ้น และอาจมีค่าใช้จ่ายด้านเงินเดือน และผลตอบแทนแก่พนักงานสูงขึ้น นอกจากนี้หากลูกค้าที่บริษัทให้บริการอยู่ในปัจจุบันมีบริษัทแม่อยู่ในประเทศที่คู่แข่งให้บริการอยู่แล้ว ลูกค้าของบริษัทอาจเปลี่ยนแปลงไปใช้บริการกับผู้ให้บริการเดียวกันกับบริษัทแม่ได้

แต่ในทางกลับกัน บริษัทมีศักยภาพในการแข่งขัน และมีการให้บริการที่เป็นมาตรฐานเป็นที่ยอมรับในระดับสากล ดังนั้นการเปิดเสรีทางการค้าระดับภูมิภาค จึงเป็นโอกาสที่จะเปิดช่องทางธุรกิจในต่างประเทศได้เช่นกัน ซึ่งจะทำให้บริษัทสามารถขยายฐานลูกค้าได้เพิ่มขึ้น และธุรกิจสามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันบริษัทได้จัดตั้งบริษัทย่อยที่ประเทศกัมพูชา เพื่อดำเนินธุรกิจ Contact Center

### 1.4 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) ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนรายได้การให้บริการต่อรายได้จากการขาย และบริการรวม เท่ากับร้อยละ 85.54 ร้อยละ 90.89 และร้อยละ 97.38 ใน ปี 2558 ปี 2559 และปี 2560 ตามลำดับ โดยการให้บริการดังกล่าว จะมีการทำสัญญากับลูกค้าซึ่งมีอายุสัญญาตั้งแต่ 1-3 ปี โดยมีเงื่อนไขให้สามารถต่ออายุสัญญาได้เมื่อมีการแจ้งล่วงหน้าพร้อมทั้งการเจรจาเงื่อนไขอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง บริษัทอาจมีความเสี่ยงที่จะไม่ได้รับการต่ออายุสัญญาเมื่อครบกำหนดอายุสัญญา ซึ่งจะทำให้บริษัทมีรายได้จากการบริการลดลง

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

### 1.5 ความเสี่ยงจากการเพิ่มขึ้นของค่าเช่า

ปัจจุบันบริษัททำสัญญาเช่าอาคาร 3 แห่ง เพื่อใช้เป็นศูนย์บริการข้อมูล (Contact Center) นอกเหนือจากการใช้สถานที่ประกอบการของลูกค้า โดยสัญญาเช่าอาคารทั้ง 3 แห่ง เป็นสัญญาเช่าระยะสั้นอายุสัญญาไม่เกิน 3 ปี และจะมีการตกลงค่าเช่ากันใหม่ (โดยปรับขึ้นได้ไม่เกินอัตราที่ได้ตกลงกันไว้) เมื่อมีการต่ออายุสัญญา ดังนั้น หากสัญญาเช่าอาคารหมดอายุ และมีการปรับอัตราค่าเช่าสูงขึ้น บริษัทต้องรับภาระค่าใช้จ่ายดังกล่าว ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัท

อย่างไรก็ตาม ที่ผ่านมามีบริษัทได้รับการต่ออายุสัญญาเช่าอาคารมาอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ก่อนการทำสัญญาการให้บริการประเภทรับจ้างบริการศูนย์บริการข้อมูล มีการประมาณการต้นทุน โดยคำนึงถึงอัตราค่าเช่าไว้แล้ว กรณีที่มีการปรับขึ้นค่าเช่าอาคาร บริษัทก็สามารถปรับค่าบริการได้ตามต้นทุนที่สูงขึ้น เมื่อมีการต่อสัญญาการให้บริการกับลูกค้า นอกจากนั้นการให้บริการของบริษัทเป็นการให้บริการผ่านเครือข่ายโทรศัพท์เป็นหลัก สถานที่ตั้งของอาคารจึงไม่ใช่ปัจจัยที่สำคัญ บริษัทจึงมีความยืดหยุ่นในการเลือกสถานที่โดยไม่จำเป็นต้องเช่าพื้นที่อาคารที่ตั้งอยู่ใจกลางเมืองซึ่งมีอัตราค่าเช่าสูง

นอกจากนี้บริษัทได้ลดพื้นที่การทำงานในจังหวัดกรุงเทพมหานครและเริ่มขยายที่นั่งพนักงาน Contact Center บางส่วนไปยังต่างจังหวัดเพื่อเป็นการลดต้นทุนค่าเช่าพื้นที่และค่าแรงของพนักงาน ในอนาคตบริษัทมีแผนที่จะทำการปรับสัดส่วนให้มีการทำงานจากพื้นที่ต่างจังหวัดเพิ่มมากขึ้น

### 1.6 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีในการให้บริการ

ปัจจุบันแนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงไปสู่ยุคดิจิทัล การให้บริการ Contact Center ที่มีลักษณะเป็น Non-Voice Service เช่น E-mail Webchat หรือการสื่อสารทางสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) จะเข้ามามีบทบาทมากขึ้นทดแทนการให้บริการทางเสียง (Voice Service) ประกอบกับระบบ Contact Center ในปัจจุบันจะเน้นรูปแบบการให้บริการ Non-voice เช่นกัน หากบริษัทไม่ปรับตัวเพื่อรองรับเทคโนโลยีและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค อาจส่งผลกระทบกับการให้บริการไม่ตอบสนองความต้องการและมีความเสี่ยงที่จะสูญเสียลูกค้ามากขึ้น

บริษัทมีนโยบายลงทุนและพัฒนาปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการแบบ Non-Voice Service ล่วงหน้ามาแล้วหลายปี โดยมีการลงทุนพัฒนาระบบ Contact Center ที่รองรับการให้บริการแบบ Non-Voice การพัฒนาซอฟต์แวร์เพื่อรองรับการให้บริการบนสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Chat bot, Social Monitoring รวมไปถึงการจัดฝึกอบรมพัฒนาพนักงานให้สามารถให้บริการทั้งรูปแบบ Voice & Non-Voice Service ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยปัจจุบันได้มีการให้บริการในรูปแบบ Non-Voice กับลูกค้าแล้ว และมีอัตราการเติบโตการให้บริการดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง

### 1.7 ความเสี่ยงจากการให้บริการระบบศูนย์บริการเทคโนโลยีสารสนเทศและการให้ความช่วยเหลือด้านการบริหารจัดการจากบริษัทแม่

บริษัทเป็นบริษัทในกลุ่ม บมจ. สามารถคอร์ปอเรชั่น (“SAMART”) ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 SAMART ถือหุ้นทั้งทางตรงและทางอ้อมในบริษัทร้อยละ 69.23 บริษัทได้พึ่งพิง SAMART ในเรื่องต่างๆ ดังนี้

#### การใช้บริการระบบศูนย์บริการเทคโนโลยีสารสนเทศ

SAMART ได้ให้ความช่วยเหลือแก่บริษัท ในการให้บริการระบบศูนย์บริการเทคโนโลยีสารสนเทศ ได้แก่ การให้บริการที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการเกี่ยวกับระบบความปลอดภัย (ISO 27001) และด้านการบริหารจัดการเกี่ยวกับการบริการ (ITIL) สำหรับการพัฒนาองค์กรและบุคลากรภายในองค์กรของบริษัท ให้มีมาตรฐานสากลในการบริหารจัดการองค์กรที่ดีและประสิทธิภาพในการดำเนินกิจการที่ดีขึ้น โดยบริษัทมีการจ่ายค่าตอบแทนเป็นรายเดือนให้แก่ SAMART (โปรดดูข้อมูลเพิ่มเติมในเรื่องรายการระหว่างกัน) หาก SAMART ไม่ให้ความช่วยเหลือดังกล่าว บริษัทจะต้องลงทุนในระบบศูนย์บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้วยตนเอง หรือต้องเช่าระบบดังกล่าวจากบริษัทอื่น ซึ่งจะทำให้บริษัทต้องใช้งบประมาณมากขึ้น หรือต้องจ่ายค่าเช่าระบบในอัตราที่สูงกว่าปัจจุบัน

#### การให้ความช่วยเหลือด้านการบริหารจัดการ (Management Agreement)

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

### 1.8 ความเสี่ยงทางด้านการต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ (Business Continuity Management)

ปัจจุบันบริษัทให้บริการดังนี้

- การบริหารจัดการศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์แบบเต็มรูปแบบ (Fully Outsourced Contact Center Management Service)
- บริการจัดหาเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Service Representative Outsourced)
- การบริการระบบศูนย์บริการข้อมูลและอุปกรณ์ (Contact Center Facility Outsourced)
- การให้บริการบำรุงรักษาศูนย์บริการข้อมูล (Maintenance Service)

ซึ่งการให้บริการที่กล่าวมาข้างต้นรวมเรียกว่าการให้บริการแบบรับจ้างบริการศูนย์บริการข้อมูล (Outsourced Contact Center) รวมถึงการให้บริการแบบ Non-Voice จึงทำให้มีข้อมูลของลูกค้าอยู่เป็นจำนวนมาก บริษัทจึงอาจมีความเสี่ยงในด้านการสำรองข้อมูลและการให้บริการอย่างต่อเนื่องในกรณีที่เกิดเหตุไม่คาดคิดหรือเกิด

ภัยพิบัติ เช่น น้ำท่วม ไฟไหม้ ไฟฟ้าดับเป็นเวลานาน โดยบริษัทได้จัดตั้ง Site สำรองกรณีฉุกเฉิน (DR Site) ที่ จังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องในการให้บริการกับลูกค้าและธุรกิจของลูกค้า

## 2. ความเสี่ยงด้านการบริหารและการจัดการ

### 2.1 ความเสี่ยงจากการที่บริษัทมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ถือหุ้นรวมกันมากกว่าร้อยละ 50

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 กลุ่มวิไลลักษณ์ ซึ่งรวมบริษัท สามารถคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และบริษัท ย่อย ถือหุ้นในบริษัท วันทวัน คอนแทคส์ จำกัด (มหาชน) รวมจำนวน 193,856,016 หุ้น หรือคิดเป็นร้อยละ 69.23 ของจำนวนหุ้นที่ออกจำหน่ายและชำระเต็มมูลค่าแล้วของบริษัท ทำให้สามารถที่จะควบคุมการลงมติในที่ประชุมผู้ถือหุ้นเกือบทั้งหมดในเรื่องสำคัญต่างๆ เช่น การแต่งตั้งกรรมการ หรือการขอมติในเรื่องอื่นที่ต้องใช้เสียงส่วนใหญ่ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ยกเว้นเรื่องที่กฎหมายหรือข้อบังคับบริษัทกำหนดให้ต้องได้รับเสียงไม่น้อยกว่า 3 ใน 4 ของจำนวนเสียงทั้งหมดของผู้ถือหุ้นที่มา ประชุมและมีสิทธิออกเสียงลงคะแนน ดังนั้นผู้ถือหุ้นรายอื่นๆ อาจไม่สามารถรวบรวมคะแนนเสียงเพื่อถ่วงดุลกับผู้ถือหุ้นรายใหญ่ได้

อย่างไรก็ตามคณะกรรมการบริษัทประกอบด้วยกรรมการทั้งหมด 9 ท่าน ในจำนวนนี้มีกรรมการที่เป็น กรรมการอิสระจำนวน 4 ท่าน เพื่อทำหน้าที่ตรวจสอบถ่วงดุลการตัดสินใจและพิจารณาอนุมัติรายการต่างๆ ก่อนนำเสนอต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้นนอกจากนี้ในกรณีที่เข้าทำรายการที่เกี่ยวข้องกับกรรมการ ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ผู้มีอำนาจควบคุมกิจการ กิจการที่เกี่ยวข้อง รวมถึงบุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง บุคคลดังกล่าวจะไม่มีสิทธิออกเสียงในการอนุมัติรายการดังกล่าว และในการอนุมัติรายการจะต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ของสำนักงาน ก.ล.ต.กับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

#### 4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

##### 4.1 ทรัพย์สินหลักที่บริษัทและบริษัทย่อยใช้ในการประกอบธุรกิจ

###### 4.1.1 สินทรัพย์ถาวร

รายละเอียดสินทรัพย์ถาวรของบริษัท ที่ใช้ในการประกอบธุรกิจที่สำคัญ สรุปได้มีดังนี้

หน่วย: ล้านบาท

ประเภทลักษณะของสินทรัพย์/	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ ณ วันที่		ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน
	31 ธันวาคม 2561	31 ธันวาคม 2560		
อุปกรณ์สำนักงาน	9.83	5.55	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
เครื่องมือและอุปกรณ์	37.35	40.06	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
คอมพิวเตอร์	23.77	23.43	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
ยานพาหนะ	-	0.45	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
เครื่องมือและอุปกรณ์ระหว่างติดตั้ง	9.45	-	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
<b>รวม</b>	<b>80.40</b>	<b>69.49</b>		

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทและบริษัทย่อยมีอุปกรณ์จำนวนหนึ่งซึ่งตัดค่าเสื่อมราคาหมดแล้วแต่ยังใช้งานอยู่ มูลค่าตามบัญชีก่อนหักค่าเสื่อมราคาสะสมของสินทรัพย์ดังกล่าวมีจำนวนเงินประมาณ 822 ล้านบาท (2560: 813.5 ล้านบาท)

###### 4.1.2 สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 และ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทมีสินทรัพย์ไม่มีตัวตน ได้แก่ ค่าใช้สิทธิ (License) สำหรับโปรแกรมที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ Contact Center และคอมพิวเตอร์ซอฟต์แวร์ โดยมีมูลค่าตามบัญชีสุทธิเท่ากับ 24.40 ล้านบาท และ 26.38 ล้านบาท หรือ คิดเป็นร้อยละ 2.6 และร้อยละ 2.8 ของสินทรัพย์รวมของบริษัทตามลำดับ

#### 4.1.3 เครื่องหมายการค้า

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทเป็นเจ้าของเครื่องหมายบริการ ดังนี้

ลำดับที่	รูปเครื่องหมายการค้า	เครื่องหมายใช้สำหรับบริการ	เลขทะเบียน เครื่องหมาย	ระยะเวลาคุ้มครอง
1		จำพวก 38 บริการรับส่งข้อมูลข่าวสารทางวิทยุ และเครื่องมือสื่อสาร,เช่าเครื่องมือและอุปกรณ์สื่อสาร	บ 47696	26 มิ.ย. 2562
2		จำพวก 38 บริการรับส่งข้อมูลข่าวสารทางวิทยุ และเครื่องมือสื่อสาร,เช่าเครื่องมือและอุปกรณ์สื่อสาร	บ 47697	26 มิ.ย. 2562
3		จำพวก 36 บริการ ตัวแทนซื้อขายประกันทางโทรศัพท์	บ 47698	26 มิ.ย. 2562
4		จำพวก 36 บริการ ตัวแทนซื้อขายประกันทางโทรศัพท์	บ 47699	26 มิ.ย. 2562
5		จำพวก 37 บริการ ติดตั้ง- ซ่อมแซม บำรุงรักษาเครื่องคอมพิวเตอร์	บ 41723	27 ก.ย. 2570
6		จำพวก 37 บริการ ติดตั้ง- ซ่อมแซม บำรุงรักษาเครื่องคอมพิวเตอร์	บ 41726	27 ก.ย. 2570
7		จำพวก 35 บริการจัดการธุรกิจด้านการซื้อ และการจำหน่ายสินค้า	บ 39781	27 ก.ย. 2570
8		จำพวก 38 บริการเช่าเครื่องมือและอุปกรณ์สื่อสาร	บ 39782	27 ก.ย. 2570
9		จำพวก 37 บริการ ติดตั้ง- ซ่อมแซม บำรุงรักษาเครื่องคอมพิวเตอร์	บ 41724	27 ก.ย. 2570
10		จำพวก 37 บริการ ติดตั้ง- ซ่อมแซม บำรุงรักษาเครื่องคอมพิวเตอร์	บ 41727	27 ก.ย. 2570
11		จำพวก 41 บริการ จัดอบรมพนักงานทั้งในและนอกสถานที่	บ 39780	27 ก.ย. 2570
12		จำพวก 41 บริการ จัดอบรมพนักงานทั้งในและนอกสถานที่	บ 39778	27 ก.ย. 2570
13		จำพวก 37 บริการ ติดตั้งซ่อมแซม - บำรุงรักษาเครื่องคอมพิวเตอร์	บ 41725	27 ก.ย. 2570
14		จำพวก 37 บริการ ติดตั้งซ่อมแซม - บำรุงรักษาเครื่องคอมพิวเตอร์	บ 41728	27 ก.ย. 2570

#### 4.1.4 สัญญาที่สำคัญ

สัญญาเช่าอาคารสำนักงาน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทฯ มีสัญญาเช่าอาคาร โดยมีรายละเอียดดังนี้

ลำดับ	สถานที่	คู่สัญญา	อายุสัญญา	วันครบกำหนดสัญญา
1.	อาคารซอฟต์แวร์ ปาร์ค ชั้น 1	บริษัท วิไลลักษณ์อินเตอร์เนชั่นแนล โซลคิง จำกัด	3 ปี	30 เม.ย. 2563
2.	อาคารซอฟต์แวร์ ปาร์ค ชั้น 17	บริษัท วิไลลักษณ์อินเตอร์เนชั่นแนล โซลคิง จำกัด	3 ปี	30 เม.ย. 2563
3.	อาคารซอฟต์แวร์ ปาร์ค ชั้น 26	บริษัท สามารถคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)	3 ปี	30 เม.ย. 2563
4.	อาคารซอฟต์แวร์ ปาร์ค ชั้น 27	บริษัท สามารถคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)	3 ปี	30 เม.ย. 2563
5.	อาคารซอฟต์แวร์ ปาร์ค ชั้น 34	บริษัท สามารถคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)	2 เดือน	28 ก.พ. 2562
6.	อาคารไทยศรี	บริษัท พลังมิตรทรานสปอร์ต จำกัด	3 ปี	30 ก.พ. 2564
7.	บุรีรัมย์คาสเซิล	บริษัท ศิวะ บาร์นา จำกัด	3 ปี	8 ต.ค. 2563

#### 4.2 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

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

#### 4.3 ข้อมูลเกี่ยวกับทรัพย์สินที่มีการประเมินราคา และราคาประเมิน

บริษัท และบริษัทย่อยไม่มีการประเมินราคาทรัพย์สินใดๆ ในระหว่างปี 2561

## 5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัท และบริษัทย่อยไม่มีข้อพิพาททางกฎหมาย ซึ่งอาจก่อให้เกิดผลเสียหายต่อบริษัท และบริษัทย่อยสูงกว่าร้อยละ ของส่วนของผู้ถือหุ้น และไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายอื่นใดที่อาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อการ 5 ดำเนินธุรกิจของบริษัท และบริษัทย่อยอย่างมีนัยสำคัญ



## 6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

ข้อมูลบริษัท	
ชื่อบริษัท	บริษัท วันทูน คอนแทคส์ จำกัด (มหาชน)
ชื่อย่อ	OTO
ประเภทธุรกิจ	บริการศูนย์บริการข้อมูลและลูกค้าสัมพันธ์
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	เลขที่ /9919 หมู่ที่ ถนนแจ้งวัฒนะ 17 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 4 ตำบลคลองเกลือ อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 11120
ที่ตั้งสำนักงานสาขา	เลขที่ 444/8 หมู่ที่ 15 ตำบลอิสาน อำเภอเมืองบุรีรัมย์ จังหวัดบุรีรัมย์ 31000
เลขทะเบียนบริษัท	0107556000281
โฮมเพจ	www.onetonecontacts.com
โทรศัพท์	0 2685 0000
ทุนจดทะเบียน	280,000,000 บาท
หุ้นที่ออกจำหน่ายและชำระเต็มมูลค่า	280,000,000 หุ้น
มูลค่าที่ตราไว้ต่อหุ้น	1 บาท ต่อหุ้น

นิติบุคคลที่บริษัทถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 10	
ชื่อบริษัท	บริษัท วันทูน โปรเฟสชันแนล จำกัด
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	เลขที่ /9919 หมู่ที่ ถนนแจ้งวัฒนะ 17 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 4 ตำบลคลองเกลือ อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 11120
ประเภทธุรกิจ	ให้บริการที่ปรึกษาการบริหารงานบุคคล การจัดหาบุคลากร ธุรกิจศูนย์บริการข้อมูลและลูกค้าสัมพันธ์ ธุรกิจทวงถามหนี้ และสถาบันฝึกอบรม
เลขทะเบียนบริษัท	0105551118940
โทรศัพท์	0 2685 0000
ทุนจดทะเบียน	2,000,000 บาท
หุ้นที่ออกจำหน่ายและชำระเต็มมูลค่า	200,000 หุ้น
มูลค่าที่ตราไว้ต่อหุ้น	10 บาท ต่อหุ้น

นิติบุคคลที่บริษัทถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 10	
<b>ชื่อบริษัท</b>	<b>บริษัท วันทูนัน (แอมโอบีเดีย) จำกัด</b>
<b>ที่ตั้งสำนักงานใหญ่</b>	18-E4, 4 <sup>th</sup> floor, The Icon Professional Building, 216, Norodom Blvd., Tonle Bassac, Chamkarmorn, Phnom Penh, Kingdom of Cambodia
<b>ประเภทธุรกิจ</b>	บริการศูนย์บริการข้อมูลและลูกค้าสัมพันธ์ ในประเทศกัมพูชา
<b>เลขทะเบียนบริษัท</b>	00004142
<b>โทรศัพท์</b>	023 932 222
<b>โทรสาร</b>	023 932 223
<b>โฮมเพจ</b>	www.otoc.com.kh
<b>ทุนจดทะเบียน</b>	440,000 เหรียญสหรัฐ
<b>หุ้นที่ออกจำหน่ายและชำระเต็มมูลค่า</b>	88,000 หุ้น
<b>มูลค่าที่ตราไว้ต่อหุ้น</b>	5 เหรียญสหรัฐ ต่อหุ้น
<b>ชื่อบริษัท</b>	<b>บริษัท อินโน อับ จำกัด</b>
<b>ที่ตั้งสำนักงานใหญ่</b>	เลขที่ 9919 หมู่ที่ ถนนแจ้งวัฒนะ 17 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 4 ตำบลคลองเกลือ อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 11120
<b>ประเภทธุรกิจ</b>	ให้บริการพัฒนานวัตกรรมด้านดิจิทัล
<b>เลขทะเบียนบริษัท</b>	0205561009107
<b>โทรศัพท์</b>	0 26850000
<b>ทุนจดทะเบียน</b>	3,000,000 บาท
<b>หุ้นที่ออกจำหน่ายและชำระเต็มมูลค่า</b>	300,000 หุ้น
<b>มูลค่าที่ตราไว้ต่อหุ้น</b>	10 บาท ต่อหุ้น
บุคคลอ้างอิง	
<b>นายทะเบียนหุ้น</b>	<b>บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ จำกัด (ประเทศไทย)</b>
<b>ที่ตั้งสำนักงาน</b>	เลขที่ 93 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400
<b>โทรศัพท์</b>	0 2009 9999
<b>โทรสาร</b>	0 2009 9476
<b>ผู้สอบบัญชี</b>	<b>นางสาวศิริวรรณ สุรเทพินทร์</b>
<b>ที่ตั้งสำนักงาน</b>	ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตทะเบียนเลขที่ 4604 บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด เลขที่ 33 อาคารเลอรัชดา ชั้น 137-136/193 ถนนรัชดาภิเษก แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
<b>โทรศัพท์</b>	0 2264 9090
<b>โทรสาร</b>	0 2264 0789-90