

ส่วนที่ 1
การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

1.1 ประวัติความเป็นมาและพัฒนาการที่สำคัญ

บริษัท แพลนเน็ต คอมมิวนิเคชั่น เอเชีย จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) ก่อตั้งเมื่อวันที่ 27 เมษายน 2537 ภายใต้ชื่อ บริษัท เทคโนโลยีเกตเวย์เอเชีย จำกัด ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มแรกจำนวน 2 ล้านบาท โดยนายประพัฒน์ รัฐเลิศกานต์ และนาย เทรเวอร์ ทอมสัน ซึ่งมีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ในธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศมากกว่า 30 ปี โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อประกอบธุรกิจให้คำปรึกษา พัฒนา และวางระบบสื่อสารผ่านดาวเทียม (Satellite Communication) สำหรับลูกค้าทั้งภาครัฐและเอกชน ต่อมาเมื่อวันที่ 20 ตุลาคม 2541 บริษัทฯ ได้ทำการเปลี่ยนชื่อเป็นบริษัท แพลนเน็ต คอมมิวนิเคชั่น เอเชีย จำกัด

จากการที่ผู้บริหารของบริษัทฯ มีประสบการณ์ ความสามารถ และมีความชำนาญในธุรกิจสื่อสารโทรคมนาคม ส่งผลทำให้บริษัทฯ สามารถขยายธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง โดยบริษัทฯ ได้รับการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจโทรคมนาคมชั้นนำมากมาย ไม่ว่าจะเป็น CISCO, CODAN, Sony, THALES และ ClearOne รวมทั้งขยายสายผลิตภัณฑ์ให้ครอบคลุมโทรคมนาคมแบบครบวงจร ทั้งระบบการสื่อสารแบบไร้สาย (Wireless Network) ระบบการสื่อสารแบบโครงข่ายสัญญาณ (Wired Network) ระบบมัลติมีเดีย (Multimedia) รวมทั้งระบบถ่ายทอดสัญญาณโทรทัศน์และดิจิตอลทีวี (Broadcast / Digital TV) บริษัทฯ ยังได้มีการออกแบบ พัฒนาและต่อเชื่อมอุปกรณ์ต่างๆ ให้ทำงานร่วมกันเป็นโซลูชัน เพื่อเป็นผลิตภัณฑ์ ภายใต้ชื่อ “PlanetComm” นอกจากนี้ ด้วยความรู้ความชำนาญและประสบการณ์ในธุรกิจการสื่อสารโทรคมนาคม ทำให้บริษัทฯ ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นศูนย์ซ่อมบำรุงอุปกรณ์ของ CODAN รวมทั้งบริษัทฯ ยังมีอุปกรณ์ทดสอบและทีมงานที่มีความสามารถในการซ่อมบำรุงอุปกรณ์ของผู้ผลิตชั้นนำอื่นๆ อีก อาทิเช่น GE และ Comtech EF Data เป็นต้น ส่งผลทำให้ปัจจุบันบริษัทฯ สามารถให้บริการด้านเทคโนโลยีการสื่อสารแบบครบวงจร

พัฒนาการที่สำคัญของบริษัทฯ ในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา มีรายละเอียดดังนี้

ปี	เหตุการณ์สำคัญ
2537	ก่อตั้งขึ้นเพื่อประกอบธุรกิจให้คำปรึกษา พัฒนา และวางระบบสื่อสารผ่านดาวเทียม ภายใต้ชื่อ “บริษัท เทคโนโลยีเกตเวย์เอเชีย จำกัด” โดยได้รับการแต่งตั้งให้เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าประเภทระบบสื่อสารผ่านดาวเทียม (Satellite Communications) จากผู้ผลิต Prodelin/Vertex (GD SATCom), Comtech EF Data และ ViaSat
2539	- เพิ่มทุนชำระแล้วเป็น 5,000,000 บาท เพื่อเป็นเงินทุนหมุนเวียนในการรองรับการขยายตัวของธุรกิจ - ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าประเภทระบบสื่อสารผ่านดาวเทียมจากผู้ผลิต CODAN
2541	- เปลี่ยนชื่อบริษัทเป็นบริษัท แพลนเน็ต คอมมิวนิเคชั่น เอเชีย จำกัด - เพิ่มทุนชำระแล้วเป็น 15,000,000 บาท เพื่อเป็นเงินทุนหมุนเวียนในการรองรับการขยายตัวของธุรกิจ
2542	- เพิ่มทุนชำระแล้วเป็น 25,000,000 บาท เพื่อเป็นเงินทุนหมุนเวียนในการรองรับการขยายตัวของธุรกิจ - เริ่มเข้าสู่ธุรกิจระบบสื่อสารแบบโครงข่ายสัญญาณ (Wired Network) โดยได้รับการแต่งตั้งให้เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าประเภท Data Network จากผู้ผลิต Patton และ ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าประเภท Security Network จากผู้ผลิต Thales
2543	เริ่มเข้าสู่ธุรกิจมัลติมีเดีย (MultiMedia) โดยได้รับการแต่งตั้งให้เป็นตัวแทนจำหน่ายระบบประชุมทางไกลผ่านจอภาพจากผู้ผลิต Polycom
2544	ได้รับใบรับรองมาตรฐาน ISO 9001:2000
2545	- เริ่มทำธุรกิจด้าน Broadcast โดยจำหน่ายอุปกรณ์สถานีดาวเทียมภาคพื้นดินให้กับสถานีโทรทัศน์ต่างๆ ทั่วประเทศไทย และประเทศกลุ่มอาเซียน - วิจัยพัฒนาและผลิตอุปกรณ์ 1:1 Redundant LNB/LNA ภายใต้ชื่อ PlanetComm
2548	- เข้าสู่ธุรกิจด้านระบบสื่อสารไร้สายความเร็วสูงภาคพื้นดิน (Terrestrial Wireless Communications) และระบบสื่อสารวิทยุ (Radio Communication) โดยได้รับการแต่งตั้งให้เป็นตัวแทนจำหน่ายจากผู้ผลิต Motorola และ CODAN HF - วิจัยพัฒนาและประกอบชุดสื่อสารดาวเทียมเคลื่อนที่ (Satellite Mobile Vehicle) ภายใต้ชื่อ PlanetComm

ปี	เหตุการณ์สำคัญ
2553	<ul style="list-style-type: none"> - ย้ายสำนักงานมาอยู่อาคารแพลนเน็ตคอม ถนนรามอินทรา ซึ่งเป็นสำนักงานแห่งใหม่ ซึ่งเป็นอาคารอัจฉริยะพร้อมอุปกรณ์ด้านสื่อสารโทรคมนาคมและมัลติมีเดียครบครัน เพื่อให้สามารถบริหารจัดการใช้งานให้แก่ลูกค้าได้เสมือนจริง รวมทั้งรองรับการเติบโตในอนาคต - ได้รับใบรับรองมาตรฐาน ISO 9001:2008 - ได้รับการแต่งตั้งจากผู้ผลิต Motorola ให้เป็นบริษัทคู่ค้าระดับแพลตตินัม (Wireless Platinum Partner) - ได้รับรางวัล Telecom Innovation Award 2010 สินค้า 1:1 LNX Redundant Controller จากสถาบันวิจัยและพัฒนาอุตสาหกรรมโทรคมนาคม (TRIDI) - ได้รับรางวัล Sales Growth Achievement 2010 (Asia Pacific Region) จาก Broadcast Pix - ได้รับรางวัล Top Enterprise Partners Award 2010 จากผู้ผลิต Zyxel Communication Corp.
2554	<ul style="list-style-type: none"> - ทำวิจัยพัฒนา ร่วมกับ ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (NECTEC) ในการผลิตเครื่องรบกวนสัญญาณโทรศัพท์เคลื่อนที่ T-Box 3.0 - เริ่มเข้าสู่ธุรกิจด้านระบบถ่ายทอดสัญญาณโทรทัศน์ระบบดิจิตอลภาคพื้นดิน (DBV-T2/Digital TV) เพื่อรองรับการเปลี่ยนผ่านระบบโทรทัศน์แบบอนาล็อก เป็นโทรทัศน์ระบบดิจิตอล ตามนโยบายของ กสทช และรัฐบาล
2555	<ul style="list-style-type: none"> - ได้รับการแต่งตั้งจาก CODAN ให้เป็นศูนย์ให้บริการด้านซ่อมบำรุง อุปกรณ์วิทยุสื่อสารโทรคมนาคม - เป็นบริษัทในประเทศไทยรายเดียวที่ผ่านคุณสมบัติและได้รับการแต่งตั้ง ให้เป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ TelePresence ระดับสูงสุด (TelePresence Video Master Authorized Technology Partner) จาก CISCO - ได้รับรางวัล FY12 Public Sector Partner of the Year จาก CISCO - ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประเภทระบบการถ่ายทอดสัญญาณโทรทัศน์และดิจิตอลทีวี จากผู้ผลิต Cobham, TVU และ Thomson
2556	<ul style="list-style-type: none"> - ได้รับรางวัล The Top Congeniality Collaboration Partner Award รางวัล Premier Certified Partner (Cisco Channel Partner Program) รางวัล FY13 Top YoY Growth of the Year (2 Tier) และรางวัล FY13 Public Sector Partner of the Year จาก CISCO - ได้รับแต่งตั้งอย่างเป็นทางการจากผู้ผลิต ThinKom ให้เป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์และบริการ (Authorized Distributor & Service Center) ของระบบจานดาวเทียมสื่อสารแบบเคลื่อนที่ (Satcom on the Move) สำหรับประเทศไทยและเวียดนาม - ได้รับการแต่งตั้งจาก CODAN ให้เป็น Authorized Partner - ได้รับรางวัล Best Performance / Marketing Penetration Award จาก TVU Network - ได้รับรางวัล Best Growth Partner of the Year จาก ClearOne - ดำเนินการแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน - เปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้จาก 10.00 บาท เป็น 1.00 บาท ส่งผลทำให้จำนวนหุ้นสามัญของบริษัทฯ เพิ่มขึ้นจาก 2,500,000 หุ้น เป็น 25,000,000 หุ้น - เพิ่มทุนจดทะเบียนจำนวน 225,000,000 บาท จากทุนจดทะเบียนเดิม 25,000,000 ล้านบาท เป็น 250,000,000 ล้านบาท โดยการออกหุ้นสามัญใหม่จำนวน 225,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1.00 บาท ซึ่งรายละเอียดการจัดสรรเป็นดังนี้ <ol style="list-style-type: none"> (1) หุ้นสามัญจำนวน 150,000,000 หุ้น จัดสรรให้กับผู้ถือหุ้นเดิม ซึ่งจัดสรรเรียบร้อยแล้ว ส่งผลทำให้หุ้นชำระแล้วของบริษัทฯ เท่ากับ 175,000,000 หุ้น (2) หุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 70,000,000 หุ้น เสนอขายให้แก่ประชาชนทั่วไปครั้งแรก (3) หุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 5,000,000 หุ้น เสนอขายให้แก่กรรมการและพนักงานของบริษัทฯ

ปี	เหตุการณ์สำคัญ
2557	<ul style="list-style-type: none"> - ดำเนินการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุน IPO รวม 75,000,000 หุ้น โดยเสนอขายหุ้นแก่ประชาชนทั่วไปครั้งแรกจำนวน 70,000,000 หุ้น และ เสนอขายหุ้นแก่กรรมการและพนักงานของบริษัทจำนวน 5,000,000 หุ้น ในราคาเสนอขายหุ้นละ 2.80 บาท - เริ่มซื้อขายหุ้นสามัญของบริษัทภายใต้ชื่อย่อหลักทรัพย์ "PCA" ในตลาดรอง MAI เมื่อวันที่ 23 มิถุนายน 2557 - ได้รับการแต่งตั้งจาก Cisco ให้เป็น Premier Partner
2558	<ul style="list-style-type: none"> - ได้รับรางวัล MOST IMPROVED VAR YEAR-ON-YEAR REVENUE INCREASE จาก Cobham - แพลนเน็ตไฟเบอร์ ได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคมแบบที่ 3 เมื่อวันที่ 2 กันยายน 2558 จากสำนักงานกำกับกิจการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม (กสทช.)
2559	<ul style="list-style-type: none"> - ได้รับรางวัลองค์กรนวัตกรรมดีเด่น ในงานองค์กรนวัตกรรมสู่ความยั่งยืนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย Total Innovation Management Awards (TIM 2016) ดำเนินโครงการโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) ตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (mai) ร่วมกับ สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ - ได้รับรางวัล Excellence in Industry for APAC จาก Polycom - ได้รับรางวัล Platinum Partner จาก Polycom

1.2 ภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัทฯ เป็นผู้ให้บริการทางด้านเทคโนโลยีสื่อสารโทรคมนาคมและดิจิทัลทีวี โดยให้บริการออกแบบ ติดตั้ง จำหน่ายระบบสื่อสารและระบบดิจิทัลทีวีแบบครบวงจร สำหรับหน่วยงานและองค์กรชั้นนำ ในเขตประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN ECONOMIC COMMUNITY : AEC) ครอบคลุม 3 กลุ่มผลิตภัณฑ์และบริการ ได้แก่

1. ผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ เป็นตัวแทนจำหน่าย แบ่งออกเป็นดังนี้

(1) ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับระบบสื่อสารโทรคมนาคม (Telecommunication) ประกอบด้วย

- ระบบสื่อสารแบบไร้สาย (Wireless Network) คือระบบโครงข่ายสื่อสารที่ใช้เทคโนโลยีการรับ-ส่งข้อมูลแบบดิจิทัลผ่านคลื่นวิทยุหลายรูปแบบ ได้แก่ ระบบสื่อสารผ่านดาวเทียม (Satellite Communications) ระบบสื่อสารไร้สายความเร็วสูงภาคพื้นดิน (Terrestrial Wireless Communication) และระบบสื่อสารวิทยุ (Radio Communication)
- ระบบสื่อสารแบบโครงข่ายสายสัญญาณ (Wired Network) คือระบบโครงข่ายสื่อสารที่ใช้เทคโนโลยีการรับส่งข้อมูลแบบดิจิทัลผ่านสายนำสัญญาณ ได้แก่ ระบบสื่อสารเครือข่ายข้อมูล (Data Network) ระบบสื่อสารความเร็วสูงผ่านใยแก้วนำแสง (Optical Fiber Network) และระบบรักษาความปลอดภัยข้อมูล (Security Network)
- ระบบมัลติมีเดีย (Multimedia) คือระบบและอุปกรณ์เกี่ยวกับการรับ-ส่ง ภาพ เสียงและข้อมูลผ่านโครงข่ายสื่อสารรับ-ส่งข้อมูลแบบดิจิทัล ได้แก่ ระบบประชุมทางไกลเสมือนจริง (Telepresence) ระบบสื่อสารรวมศูนย์ (Unified Collaboration) ระบบประชุมเสียง (Audio Conference) และอุปกรณ์ประกอบสำหรับการประชุมทางไกล (Audio & Visual Accessories)

(2) ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับระบบถ่ายทอดสัญญาณโทรทัศน์และดิจิทัลทีวี (Broadcast / Digital TV) คือ ระบบและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการถ่ายทอดสัญญาณโทรทัศน์แบบดิจิทัลที่ครบวงจร ตั้งแต่ระบบผลิตรายการโทรทัศน์ สื่อมัลติมีเดียและระบบสตูดิโอ (Content Production & Studio) จนถึงระบบกระจายสัญญาณและส่งสัญญาณโทรทัศน์ (Content Distribution & Transmission)

2. ผลิตภัณฑ์ภายใต้ชื่อ PlanetComm คืออุปกรณ์สื่อสารโทรคมนาคมที่บริษัทฯ ได้ ออกแบบ วิจัย พัฒนา และ ประกอบให้เป็นชุดภายใต้ชื่อ PlanetComm ประกอบด้วย

- (1) อุปกรณ์สื่อสารเทคโนโลยีขั้นสูง ที่ออกแบบ พัฒนา ประกอบ ให้เฉพาะตามความต้องการของลูกค้า ได้แก่
 - รถสื่อสารผ่านดาวเทียมเคลื่อนที่ (Satellite Mobile Vehicle)
 - อุปกรณ์สำรองการทำงานภาครับสัญญาณดาวเทียม LNB/LNA (1:1 LNx Redundant Controller)
 - อุปกรณ์ตัดสัญญาณวิทยุสำหรับโทรศัพท์มือถือ (Radio Jammer)
 - (2) ซอฟต์แวร์ควบคุมระบบสื่อสารโทรคมนาคม ได้แก่
 - ระบบบริหารจัดการและควบคุมอุปกรณ์สถานีดาวเทียมภาคพื้นดิน (Monitor & Control for Satellite Earth Station Terminal)
 - (3) ผลิตภัณฑ์ทั่วไปที่บริษัทฯ จัดจำหน่ายภายใต้ชื่อ PlanetComm ได้แก่
 - Feeder Cables & Connectors สำหรับใช้ติดตั้งสถานีเครื่องส่งโทรศัพท์เคลื่อนที่
 - อุปกรณ์เกี่ยวกับใยแก้วนำแสง (Passive Fiber Optic Component) สำหรับโครงข่ายสัญญาณความเร็วสูง FTTx
 - กล่องรับสัญญาณโทรทัศน์แบบดิจิตอลภาคพื้นดิน (Set Top Box / DVB-T2) สำหรับโทรทัศน์ระบบดิจิตอลทีวี
3. บริการ หมายถึง บริการที่ฝ่ายเทคนิคและส่วนของศูนย์บริการของบริษัทฯ มีให้กับลูกค้า ได้แก่ บริการให้คำปรึกษา ออกแบบ ติดตั้งและฝึกอบรม รวมทั้งบริการบำรุงรักษา และการซ่อมแซม

1.3 เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ

บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นที่จะเป็นผู้ให้บริการด้านเทคโนโลยีสื่อสารโทรคมนาคมและดิจิตอลทีวี ที่ได้รับความเชื่อถือจากองค์กรและหน่วยงานชั้นนำในเขตประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และมีศักยภาพที่ทัดเทียมกับผู้ให้บริการชั้นนำของโลก ดังนั้น จึงเล็งเห็นถึงความสำคัญในการนำเสนอเทคโนโลยีและผลิตภัณฑ์ใหม่ล่าสุด การเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันให้มีความพร้อมทั้งบุคลากรที่มีความรู้ สิ่งอำนวยความสะดวกและเครื่องมือเครื่องทดสอบที่ทันสมัย การบริการอย่างมืออาชีพด้วยคุณภาพมาตรฐาน ISO 9001:2008 รวมทั้งประสบการณ์ ความไว้วางใจจากผู้ผลิต และสำนึกในความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและสร้างความพึงพอใจในสินค้าและบริการของบริษัทฯ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. นโยบายทางด้านผลิตภัณฑ์ในกลุ่มระบบการสื่อสารโทรคมนาคม รวมทั้งระบบถ่ายทอดสัญญาณโทรทัศน์แบบดิจิตอล
 - มุ่งเน้นที่จะเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าและบริการให้กับผู้ผลิตและบริษัทคู่ค้าชั้นนำของโลก
 - มุ่งเน้นที่จะเป็นผู้นำเสนอเทคโนโลยีซึ่งเป็นนวัตกรรมล่าสุดเข้าสู่ตลาดเขตประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
 - มุ่งเน้นในการนำเสนอระบบและเทคโนโลยีต้นน้ำจนถึงปลายน้ำแบบครบวงจรเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้มีประสิทธิภาพ คุณภาพ และคุ้มค่าต่อการลงทุน
2. นโยบายทางด้านผลิตภัณฑ์ภายใต้ชื่อ PlanetComm
 - สร้างตราสินค้า PlanetComm ให้เป็นที่รู้จักและยอมรับในตลาดสื่อสารโทรคมนาคมรวมทั้งตลาดดิจิตอลทีวี เพื่อเป็นที่ยอมรับจากลูกค้า
 - สรรหาผลิตภัณฑ์และเทคโนโลยีใหม่ล่าสุดที่มีโอกาสขยายตัวสูง และเป็นที่ต้องการของตลาด
 - วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างนวัตกรรมทางด้านเทคโนโลยีใหม่ๆ
3. นโยบายด้านการให้บริการ
 - ให้บริการอย่างมืออาชีพด้วยคุณภาพมาตรฐาน ISO 9001:2008 เพื่อให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจสูงสุด
 - มุ่งเน้นที่จะเป็นผู้นำในการให้บริการ ออกแบบ ติดตั้ง และการบริการหลังการขาย ระบบและเทคโนโลยีแบบครบวงจร ให้สามารถทำงานร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตรงกับความต้องการของลูกค้า
 - มุ่งเน้นที่จะพัฒนารูปแบบการให้บริการใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วของลักษณะธุรกิจ และความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนไป

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

โครงสร้างรายได้ของบริษัทฯ

รายได้	ปี 2559		ปี 2558		ปี 2557	
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ที่เป็นตัวแทนจำหน่าย						
- ระบบสื่อสารโทรคมนาคม	421.19	58.72	643.32	62.60	587.83	61.00
- ระบบถ่ายทอดสัญญาณโทรทัศน์และดิจิทัลทีวี	83.12	11.58	77.18	7.51	156.18	16.21
รวมรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ที่เป็นตัวแทนจำหน่าย	504.31	70.30	720.50	70.11	744.01	77.21
รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ภายใต้ชื่อ PlanetComm	97.12	13.54	181.63	17.67	119.90	12.44
รายได้บริการ	114.03	15.90	117.09	11.39	87.42	9.07
รวมรายได้จากการขายและบริการ	715.46	99.74	1019.22	99.17	951.33	98.72
รายได้อื่น*	1.86	0.26	8.51	0.83	12.36	1.28
รวมรายได้	717.32	100.00	1,027.73	100.00	963.69	100.00

หมายเหตุ - * รายได้อื่นที่สำคัญ ประกอบด้วย กำไรจากอัตราแลกเปลี่ยน กำไรจากการขายสินทรัพย์ รายได้จากค่าเช่าอุปกรณ์ ดอกเบี้ยรับ

- มีการจัดประเภทตัวเลขในส่วนของรายได้จากการขาย รายได้จากการบริการ และต้นทุนขายและบริการของปี 2557 และ 2558 ใหม่ เพื่อให้สอดคล้องกับการจัดประเภทในปี 2559

2.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์และบริการ

บริษัทฯ เป็นผู้ให้บริการออกแบบ ติดตั้ง จำหน่ายระบบสื่อสารและระบบดิจิทัลทีวีแบบครบวงจร สำหรับหน่วยงานและองค์กรชั้นนำ ในเขตประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (Asean Economic Community) โดยบริษัทฯ เป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชั้นนำของโลก ทั้งที่เกี่ยวกับระบบสื่อสารโทรคมนาคม และระบบถ่ายทอดสัญญาณโทรทัศน์และดิจิทัลทีวี (Broadcast / Digital TV) นอกจากนี้บริษัทฯ ยังได้มีการพัฒนาและต่อเชื่อมอุปกรณ์ต่างๆ ให้ใช้งานร่วมกันเป็นโซลูชันเพื่อเป็นผลิตภัณฑ์ภายใต้ชื่อ “PlanetComm” และด้วยความรู้ความชำนาญและประสบการณ์ในธุรกิจการสื่อสารโทรคมนาคม รวมทั้งความพร้อมในด้านอุปกรณ์ทดสอบ ทำให้บริษัทฯ มีความสามารถในการซ่อมบำรุงอุปกรณ์ของผู้ผลิตชั้นนำต่างๆ ส่งผลทำให้บริษัทฯ สามารถให้บริการด้านเทคโนโลยีการสื่อสารแบบครบวงจร โดยรายละเอียดลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัทฯ สามารถอธิบายได้ดังนี้

2.1.1 ผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ เป็นตัวแทนจำหน่าย

บริษัทฯ ได้รับการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจโทรคมนาคมชั้นนำมากมาย ครอบคลุมผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับระบบสื่อสารโทรคมนาคมแบบครบวงจร ทั้งระบบการสื่อสารแบบไร้สาย (Wireless Network) ระบบการสื่อสารแบบโครงข่ายสัญญาณ (Wired Network) และระบบมัลติมีเดีย (Multimedia) (ในช่วงปี 2554 - งวด 3 เดือนแรกปี 2558 ผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ จำหน่ายเกี่ยวกับระบบมัลติมีเดียมีส่วนรายได้สูงสุด) รวมทั้งผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับระบบถ่ายทอดสัญญาณโทรทัศน์และดิจิทัลทีวี (Broadcast / Digital TV) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับระบบสื่อสารโทรคมนาคม ประกอบด้วย

- 1.1 ระบบสื่อสารแบบไร้สาย (Wireless Network) หมายถึง ระบบการสื่อสารข้อมูลที่มีรูปแบบในการรับส่งสัญญาณระหว่างกันแบบไม่ใช้สายนำสัญญาณ โดยการสื่อสารลักษณะนี้ จะใช้การส่งสัญญาณผ่านคลื่นความถี่วิทยุ (Radio Frequency : RF) หรือคลื่นอินฟราเรด (Infrared) โดยสามารถสื่อสารกันผ่านอากาศ ทะลุกำแพง เพดานหรือสิ่งก่อสร้างอื่นๆ ได้ การที่ไม่ต้องใช้สายนำสัญญาณ ทำให้การเคลื่อนย้ายตำแหน่งของการใช้งานทำได้โดยสะดวก และเหมาะสำหรับการสื่อสารที่อุปกรณ์ปลายทางอยู่ห่างไกล หรือไม่สามารถเข้าถึงได้ด้วยการเดินสาย ทั้งนี้ ความต้องการใช้เทคโนโลยีระบบสื่อสารแบบไร้สายประเภทต่างๆ นั้นจะขึ้นอยู่กับระยะทางและ

ความเร็วที่ต้องการใช้ในการรับส่งข้อมูล โดยกลุ่มสินค้าและเทคโนโลยีในระบบการสื่อสารแบบไร้สายที่บริษัท เป็นตัวแทนจำหน่ายในปัจจุบัน ประกอบด้วย

(ก) ระบบสื่อสารผ่านดาวเทียม (Satellite Communications) คือ การส่งสัญญาณข้อมูลในลักษณะคลื่นวิทยุ จากสถานีดาวเทียมภาคพื้นดินแห่งหนึ่ง ไปยังสถานีดาวเทียมภาคพื้นดินอีกแห่งหนึ่ง ผ่านดาวเทียม สื่อสารในย่านความถี่ C-band, Ku-Band, Ka-Band หรือ X-Band โดยระบบสื่อสารผ่านดาวเทียม สามารถรับส่งสัญญาณข้อมูลได้ครอบคลุมพื้นที่ ในรัศมีประมาณ 3,000-5,000 กิโลเมตรรอบทิศทางของ ดาวเทียมสื่อสารนั้นๆ เหมาะสำหรับกิจการและภารกิจของหน่วยงานต่างๆ เช่น หน่วยงานของรัฐ หน่วยงานทหาร ผู้ให้บริการสื่อสารสาธารณะ (Service Provider) และการถ่ายทอดสัญญาณโทรทัศน์ผ่าน ดาวเทียม โดยอุปกรณ์สำหรับสถานีดาวเทียมภาคพื้นดินที่บริษัท จำหน่าย ประกอบด้วย

- เครื่องผสมสัญญาณรับและส่งข้อมูลผ่านดาวเทียม (Satellite Modem) ทำหน้าที่ผสมสัญญาณข้อมูล เข้ากับคลื่นความถี่วิทยุ แบบ IF และ L-Band
- อุปกรณ์แปลงสัญญาณรับและส่งคลื่นวิทยุ (Up/Down Converter) ทำหน้าที่แปลงคลื่นความถี่วิทยุ แบบ IF ให้เป็นคลื่นความถี่สูงแบบ C-Band หรือ Ku-Band เพื่อทำการรับ-ส่งสัญญาณผ่าน ดาวเทียม
- อุปกรณ์รับ-ส่งสัญญาณวิทยุผ่านดาวเทียม (Satellite Transceiver) ใช้ในขยายสัญญาณวิทยุสำหรับการ รับ-ส่งสัญญาณผ่านดาวเทียม โดยมีลักษณะการทำงานแบบสองทิศทาง (Full Duplex) ซึ่ง สามารถขยายการรับและส่งสัญญาณผ่านดาวเทียมได้ในชุดเดียวกัน
- อุปกรณ์เครื่องส่งสัญญาณวิทยุผ่านดาวเทียม (BUC) ทำหน้าที่ขยายสัญญาณวิทยุจากความถี่ L-Band ให้เป็นความถี่ C-Band, Ku-Band, Ka-Band หรือ X-Band
- อุปกรณ์รับสัญญาณผ่านดาวเทียม (LNA/LNB) ใช้ในการลดสัญญาณรบกวนและเพิ่มคุณภาพของ สัญญาณ ขณะทำการรับสัญญาณวิทยุผ่านดาวเทียมทั้งในย่านความถี่แบบ C-Band, Ku-Band, Ka-Band หรือ X-Band
- สายอากาศสำหรับระบบสื่อสารผ่านดาวเทียม (Satellite Antenna) โดยสินค้าของบริษัท ครอบคลุม ทั้งสายอากาศสำหรับรับ-ส่งสัญญาณผ่านดาวเทียมแบบประจำที่ (Satellite Transmit and Receive Earth Station Antenna) สายอากาศสำหรับรับสัญญาณผ่านดาวเทียม (Satellite Receive-Only Antenna) และสายอากาศสำหรับรับ-ส่งสัญญาณผ่านดาวเทียมแบบเคลื่อนที่ (Satellite Mobile Antenna) ซึ่งขึ้นอยู่กับกรออกแบบและลักษณะการใช้งาน ให้เหมาะสมกับสถานีดาวเทียม ภาคพื้นดินแต่ละประเภท
- ระบบโครงข่ายสถานีดาวเทียมภาคพื้นดินขนาดเล็ก (VSAT: Very Small Aperture Terminal) เป็น ระบบสถานีดาวเทียมขนาดเล็กที่สามารถติดตั้งได้ง่าย ใช้ในการรับ-ส่งข้อมูลความเร็วสูงผ่าน ดาวเทียม ในลักษณะเครือข่าย สามารถรองรับผู้ใช้จำนวนมาก

โดยบริษัท เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าจากผู้ผลิตชั้นนำระดับโลก ได้แก่ GD Satcom, CODAN, CPI, Comtech EF Data, Viasat, Cobham (Sea Tel), Thinkom และอื่นๆ



ภาพแสดงตัวอย่างอุปกรณ์ในระบบสื่อสารผ่านดาวเทียม

- (ข) ระบบสื่อสารไร้สายความเร็วสูงภาคพื้นดิน (Terrestrial Wireless Communications) เป็นเทคโนโลยีสื่อสารรับ-ส่งข้อมูลความเร็วสูงผ่านคลื่นวิทยุภาคพื้นดิน มีหลายรูปแบบตามลักษณะการใช้งานคือ
- ระบบสื่อสารไร้สายความเร็วสูง แบบ Broadband (Wireless Broadband) สามารถรับ-ส่งข้อมูลที่ความเร็วสูงในระยะทางประมาณ 50-80 กิโลเมตร เหมาะสำหรับการติดตั้งภายนอกอาคาร เพื่อใช้ในการสื่อสารข้อมูลระยะไกล โดยบริษัท จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของ Cambium จากประเทศสหรัฐอเมริกา
 - ระบบสื่อสารไร้สายแบบ Wi-Fi เป็นระบบการรับ-ส่งข้อมูลความเร็วสูงสำหรับอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ในระยะใกล้ ผ่านเครือข่ายไร้สาย เหมาะสำหรับการติดตั้งทั้งภายในและภายนอกอาคาร ภายในรัศมีประมาณ 30-100 เมตร โดยบริษัท จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของ Cisco จากประเทศสหรัฐอเมริกา



ภาพแสดงตัวอย่างอุปกรณ์ในระบบสื่อสารไร้สายความเร็วสูงภาคพื้นดิน

- (ค) ระบบสื่อสารวิทยุ (Radio Communication) เป็นเทคโนโลยีที่ช่วยในการสื่อสารรับ-ส่งข้อมูล ภาพและเสียงระยะไกลผ่านคลื่นวิทยุ โดยบริษัท เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าจากผู้ผลิตชั้นนำระดับ ไม่ว่าจะเป็นระบบวิทยุสื่อสารแบบดิจิทัลจาก CODAN และวิทยุสื่อสารแบบดิจิทัล P25 จาก Harris ระบบสื่อสารวิทยุแบบประสานข่ายทั้ง High Frequency (HF), Very-High Frequency (VHF), Ultra-High Frequency (UHF) และ Global System for Mobile Communications (GSM) จาก Raytheon นอกจากนี้ยังรวมถึงอุปกรณ์สื่อสารในระบบ Supervisory Control and Data Acquisition (SCADA) ซึ่งเป็นระบบระบบสื่อสารที่ใช้สำหรับรับ-ส่งข้อมูลเพื่อใช้ในการควบคุม เครื่องจักร และอุปกรณ์ ผ่านความถี่วิทยุ เหมาะกับผู้ผลิตไฟฟ้าและกิจการอุตสาหกรรมน้ำมัน ซึ่งบริษัท เป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์จาก GE MDS ประเทศสหรัฐอเมริกา



ภาพแสดงตัวอย่างอุปกรณ์ในระบบสื่อสารวิทยุ

1.2 ระบบสื่อสารแบบโครงข่ายสายสัญญาณ (Wired Network) หมายถึง ระบบการสื่อสารข้อมูลที่มีรูปแบบในการรับส่งสัญญาณระหว่างกันผ่านสายนำสัญญาณ เช่น สายทองแดง สายใยแก้วนำแสง เป็นต้น สำหรับกลุ่มสินค้าและเทคโนโลยีที่บริษัท จำหน่ายในปัจจุบัน ประกอบด้วย

- (ก) ระบบสื่อสารเครือข่ายข้อมูล (Data Network) ประกอบด้วยอุปกรณ์สื่อสารข้อมูลที่ใช้ภายในเครือข่ายของหน่วยงาน เช่น เราต์เตอร์ (Router), อุปกรณ์กระจายสัญญาณ (Switch), อุปกรณ์แปลงสัญญาณ และอุปกรณ์ประกอบอื่นๆ โดยบริษัท จำหน่ายสินค้าชั้นนำ อาทิเช่น CISCO, Patton, GE, Comtech Memotech, Siemens เป็นต้น



ภาพแสดงตัวอย่างอุปกรณ์ในระบบสื่อสารเครือข่ายข้อมูล

- (ข) ระบบสื่อสารความเร็วสูงผ่านใยแก้วนำแสง (Optical Fiber Network) ได้แก่
- อุปกรณ์รับ-ส่งสัญญาณความเร็วสูงผ่านใยแก้วนำแสง ภายใต้ตราสินค้า Calix
 - สายสัญญาณใยแก้วนำแสง และอุปกรณ์ประกอบ (Passive Component) สำหรับการติดตั้งโครงข่ายใยแก้วนำแสง ภายใต้ตราสินค้า Tyco Electronics (TE), Senko และ Yamasaki เป็นต้น



ภาพแสดงตัวอย่างอุปกรณ์ในระบบสื่อสารผ่านใยแก้วนำแสง

- ระบบรักษาความปลอดภัยข้อมูล (Security Network) เป็นระบบรักษาความปลอดภัยข้อมูลที่มีระดับความปลอดภัยสูง เหมาะสำหรับหน่วยงานรัฐบาล หน่วยงานเกี่ยวกับความมั่นคง และสถาบันการเงิน เป็นต้น โดยระบบดังกล่าว ทำหน้าที่ในการป้องกันการลักลอบดักจับสัญญาณข้อมูลภายในเครือข่ายสื่อสาร ทั้งนี้ บริษัท จำหน่ายสินค้าชั้นนำ ได้แก่ ระบบเข้ารหัสและรักษาความปลอดภัยข้อมูลภายใต้ตราสินค้า Thales



ภาพแสดงตัวอย่างอุปกรณ์ในระบบรักษาความปลอดภัยข้อมูล

1.3 ระบบมัลติมีเดีย (Multimedia) หมายถึง ระบบประยุกต์ใช้งานและนำเสนอข้อมูลร่วมกับการผสมผสานสื่อหลายชนิด เช่น ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว (Animation) เสียง (Sound) และวีดิทัศน์ (Video) เป็นต้น การใช้ระบบมัลติมีเดียในลักษณะสื่อสารและปฏิสัมพันธ์ จะช่วยให้ผู้ใช้สามารถเรียนรู้ แบ่งปัน ถ่ายทอด หรือทำกิจกรรมร่วมกันผ่านทางสื่อต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งในช่วงปี 2554 - งวด 3 เดือนปี 2558 ผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ จำหน่ายเกี่ยวกับระบบมัลติมีเดียมีส่วนรายได้สูงสุด โดยกลุ่มสินค้าและเทคโนโลยีที่บริษัทฯ จำหน่ายในปัจจุบัน ประกอบด้วย

(ก) ระบบประชุมทางไกลเสมือนจริง (TelePresence & Video Conference) ประกอบด้วยสินค้าในกลุ่มชุดประชุมทางไกลเสมือนจริง ระบบจัดการประชุมทางไกลแบบหลายจุด (Multipoint Conference Unit), ระบบบันทึกการประชุมทางไกล (Recording & Streaming Server) และระบบประกอบอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยปัจจุบันบริษัทฯ เป็นตัวแทนจำหน่ายของผู้ผลิตรายใหญ่อันดับหนึ่งของโลกคือ CISCO โดยได้รับการแต่งตั้งเป็น TelePresence Video Master Authorized Technology Provider (ATP) และ Polycom โดยได้รับการแต่งตั้งเป็น Platinum Partner



ภาพแสดงตัวอย่างอุปกรณ์ในระบบประชุมทางไกลผ่านจอภาพ

(ข) ระบบสื่อสารรวมศูนย์ (Unified Collaboration) ถือเป็นกลุ่มสินค้าใหม่ของบริษัทฯ ที่เริ่มทำการตลาด เพื่อตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าในกลุ่มระบบประชุมทางไกลผ่านจอภาพให้ครบวงจรมากยิ่งขึ้น โดยระบบสื่อสารรวมศูนย์ หรือที่เรียกว่า “Unified Collaboration” นั้น เป็นระบบที่รองรับรูปแบบการใช้งานและการสื่อสารภายในองค์กรที่หลากหลายเข้าด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นโทรศัพท์แบบ IP (Internet Protocol Communication) ระบบประชุมผ่านคอมพิวเตอร์หรืออุปกรณ์พกพา (Mobile) ระบบส่งข้อความ (Messaging) และระบบประชุมด้วยภาพและเสียง เป็นต้น ทั้งนี้ ปัจจุบันบริษัทฯ เป็นตัวแทนจำหน่ายของผู้ผลิตรายใหญ่อันดับหนึ่งของโลกคือ CISCO



ภาพแสดงตัวอย่างอุปกรณ์ในระบบสื่อสารรวมศูนย์

- (ค) ระบบประชุมเสียง (Audio Conference) ประกอบด้วยสินค้าที่ใช้สำหรับการประชุมแบบเสียง และใช้ประกอบในการติดตั้งในห้องประชุม ได้แก่ ระบบ Audio Conference ของ Polycom และ Clearone



ภาพแสดงตัวอย่างระบบประชุมเสียง

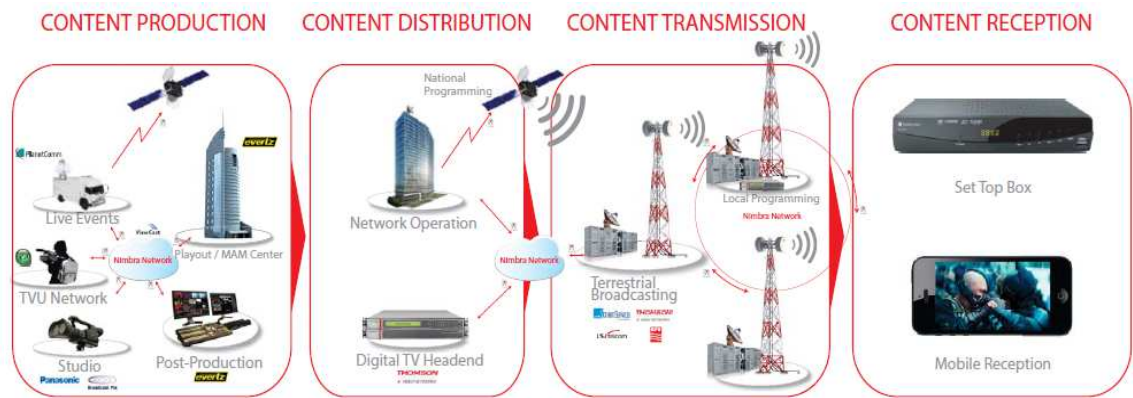
- (ง) อุปกรณ์ประกอบสำหรับการประชุมทางไกล (Audio & Visual Accessories) ได้แก่
- อุปกรณ์ถ่ายทอดสัญญาณภาพ 3 มิติ (Visualizer) ภายใต้ตราสินค้า Wolfvision
 - ระบบกล้องความคมชัดสูง (HD Camera) ภายใต้ตราสินค้า Vaddio
 - ระบบแสดงภาพสำหรับ Mobile Device ภายใต้ตราสินค้า Mersive
 - ระบบไมโครโฟนสำหรับห้องประชุม ภายใต้ตราสินค้า ClockAudio



ภาพแสดงตัวอย่างอุปกรณ์ในระบบภาพและเสียงสำหรับการประชุม

2. ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับระบบถ่ายทอดสัญญาณโทรทัศน์และดิจิตอลทีวี (Broadcast / Digital TV)

ระบบถ่ายทอดสัญญาณโทรทัศน์และดิจิตอลทีวี (Broadcast / Digital TV) หมายถึง ระบบและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการถ่ายทอดสัญญาณโทรทัศน์แบบดิจิตอล เริ่มตั้งแต่เทคโนโลยีในการบีบอัดและการเข้ารหัสสัญญาณภาพและเสียง ตลอดจนระบบการถ่ายทอดสัญญาณโทรทัศน์ผ่านช่องทางต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น ระบบแพร่ภาพดิจิตอลผ่านดาวเทียม (DVB-S) ระบบแพร่ภาพดิจิตอลผ่านสายเคเบิล (DVB-C) และระบบแพร่ภาพดิจิตอลภาคพื้นดิน (DVB-T) เป็นต้น ซึ่งระบบดังกล่าวจะช่วยให้การถ่ายทอดสัญญาณโทรทัศน์นั้นมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยทำให้สามารถถ่ายทอดสัญญาณภาพในระบบความคมชัดสูง หรือที่เรียกว่า ระบบ High Definition (HD) และเพิ่มจำนวนช่องสัญญาณโทรทัศน์ (TV Channel) ที่ใช้ออกอากาศเดิมให้มีมากยิ่งขึ้นอีกด้วย โดยสินค้าและเทคโนโลยีที่บริษัทฯ เป็นตัวแทนจำหน่ายนั้น ครอบคลุมในทุกกลุ่มเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องตลอดต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ ตั้งแต่ระบบผลิตรายการโทรทัศน์ และสื่อมัลติมีเดีย (Content Production) จนถึงระบบกระจายสัญญาณและระบบส่งสัญญาณโทรทัศน์ (Content Distribution & Transmission) ดังรายละเอียดที่แสดงด้านล่างนี้ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการวิจัยและพัฒนาในส่วนของผู้รับสัญญาณ (Content Reception) ภายใต้ชื่อ PlanetComm ซึ่งจะกล่าวถึงในส่วนถัดไป



ภาพแสดงองค์ประกอบของระบบถ่ายทอดสัญญาณโทรทัศน์และดิจิตอลทีวี

2.1 ระบบผลิตรายการโทรทัศน์ สื่อมัลติมีเดียและระบบสตูดิโอ (Content Production & Studio) ประกอบด้วย

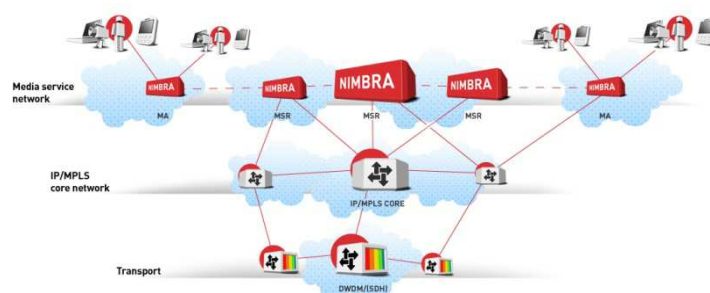
- (ก) ระบบกล้องโทรทัศน์สำหรับงาน Studio (Professional Camera) ของ Sony
- (ข) ระบบกล้องโทรทัศน์แบบไร้สาย (Wireless Professional Camera) ของ Cobham
- (ค) ระบบตัดต่อสัญญาณภาพ (Video Switcher) สำหรับงาน Studio ของ Sony และ BroadcastPix
- (ง) ระบบ Video Router, ระบบ MultiView และระบบ Media Asset Management (MAM) สำหรับห้อง Master Control Room (MCR), ห้อง Studio, ห้องตัดต่อ, ห้องออกอากาศ ของ Evertz
- (จ) ระบบถ่ายทอดสัญญาณโทรทัศน์ผ่านเครือข่าย 3G ของ TVU



ภาพแสดงตัวอย่างอุปกรณ์ในระบบผลิตรายการโทรทัศน์และสื่อมัลติมีเดียและระบบสตูดิโอ

2.2 ระบบกระจายสัญญาณและส่งสัญญาณโทรทัศน์ (Content Distribution & Transmission) ประกอบด้วย

- (ก) ระบบกระจายสัญญาณวิดีโอผ่านใยแก้วนำแสง (Video over Fiber Network) อุปกรณ์ที่ออกแบบมาเพื่อรองรับการส่งสัญญาณโทรทัศน์ระบบดิจิตอล ผ่านเครือข่ายใยแก้วนำแสง เพื่อใช้ในการถ่ายทอดสัญญาณโทรทัศน์ระบบดิจิตอลไปทั่วประเทศ โดยปัจจุบันบริษัทฯ เป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ Nimbra ของ Net Insight ประเทศสวีเดน



ภาพแสดงตัวอย่างระบบกระจายสัญญาณวิดีโอผ่านใยแก้วนำแสง

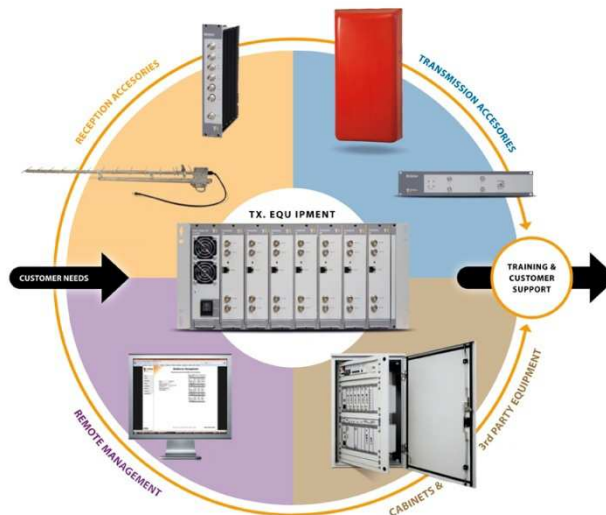
- (ข) ระบบประมวลผลและเข้ารหัสสัญญาณโทรทัศน์ (Television Headend) คือระบบการเข้ารหัสและแปลงสัญญาณภาพวิดีโอให้เป็นดิจิทัล แล้วทำการบีบอัดให้มีขนาดเล็กลงตามมาตรฐาน MPEG-2/MPEG-4 เพื่อใช้ในการส่งสัญญาณโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดิน ผ่านดาวเทียม และ อินเทอร์เน็ต ไปยังผู้ชมที่บ้าน ทั้งนี้ ปัจจุบันบริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าชั้นนำระดับโลก ได้แก่ Thomson และ Envivio



ภาพแสดงตัวอย่างอุปกรณ์ในระบบประมวลผลและเข้ารหัสสัญญาณโทรทัศน์

- (ค) ระบบส่งสัญญาณโทรทัศน์ (Television Transmitter) และอุปกรณ์สำหรับโครงข่ายพื้นฐาน (Infrastructure) ประกอบด้วย

- ระบบเครื่องส่งโทรทัศน์ (TV Transmitter) เป็น ระบบและอุปกรณ์เครื่องส่งสัญญาณโทรทัศน์ ที่ใช้ในการถ่ายทอดโทรทัศน์แบบดิจิทัลไปยังผู้ชมที่บ้าน ตามมาตรฐาน DVB-T2 ซึ่งปัจจุบัน บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายและติดตั้งระบบเครื่องส่งโทรทัศน์ของ Tredess จากประเทศสเปน



ภาพแสดงตัวอย่างระบบเครื่องส่งสัญญาณโทรทัศน์

- อุปกรณ์ประกอบสถานีถ่ายทอดสัญญาณโทรทัศน์ (RF Component) ได้แก่สายอากาศ (Antenna) สายนำสัญญาณ (Feeder Cable) และอุปกรณ์รวมกำลังคลื่นความถี่สำหรับออกอากาศ (Antenna Combiner) โดยใช้สำหรับรวมสัญญาณออกอากาศในระบบดิจิทัลและระบบอนาล็อกที่ออกอากาศเดิม เพื่อป้องกันสัญญาณทั้งสองสัญญาณแก่ระบบสายอากาศ UHF สำหรับสถานีส่งสัญญาณโทรทัศน์ภายใต้ตราสินค้า Kathrein ของประเทศเยอรมัน และ Jampro ของประเทศสหรัฐอเมริกา



ภาพแสดงตัวอย่างสายสัญญาณและอุปกรณ์ประกอบสำหรับระบบส่งสัญญาณ

2.1.2 ผลิตภัณฑ์ภายใต้ชื่อ PlanetComm

ผลิตภัณฑ์ภายใต้ชื่อ PlanetComm หมายถึงผลิตภัณฑ์ที่ได้ ออกแบบ วิจัยพัฒนา และผลิต หรือนำมาประยุกต์เชื่อมต่อกัน ให้ใช้งานเป็นโซลูชันภายใต้ชื่อ PlanetComm ประกอบด้วย

1. อุปกรณ์สื่อสารเทคโนโลยีขั้นสูง ที่ออกแบบ พัฒนา ประกอบ เฉพาะตามความต้องการของลูกค้า ได้แก่

- 1.1 รถสื่อสารผ่านดาวเทียมเคลื่อนที่ (Satellite Mobile Vehicle) คือ รถสื่อสารเคลื่อนที่ พร้อมติดตั้งจานดาวเทียม และอุปกรณ์สื่อสารภายในไม่ว่าจะเป็นระบบสื่อสารผ่านดาวเทียม ระบบสื่อสารแบบไร้สาย ระบบสื่อสารวิทยุ ระบบประชุมทางไกลผ่านจอภาพ ระบบเข้ารหัสข้อมูล และ ระบบถ่ายทอดสัญญาณโทรทัศน์ เป็นต้น เพื่อใช้ในกิจกรรมด้านสื่อสารโทรคมนาคมและด้านการถ่ายทอดสัญญาณโทรทัศน์ โดยบริษัทฯ มีความเชี่ยวชาญในการออกแบบ พัฒนาและผลิตรถสื่อสารเคลื่อนที่ ทั้งขนาดเล็ก ขนาดกลาง ขนาดใหญ่ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น รถสื่อสารทางการทหาร และรถถ่ายทอดสัญญาณโทรทัศน์ (DSNG)



ภาพแสดงตัวอย่างรถสื่อสารเคลื่อนที่

- 1.2 อุปกรณ์ควบคุมการสำรองการทำงานของภาครับสัญญาณดาวเทียม LNB/LNA (1:1 LNB/LNA Redundant Controller) เป็นชุดควบคุมและสั่งการอุปกรณ์สื่อสารต่างๆ ที่ใช้ในสถานีดาวเทียมภาคพื้นดิน โดยสามารถตั้งค่า ควบคุม และมอนิเตอร์การทำงานได้จากกระยะไกลผ่าน Web Browser



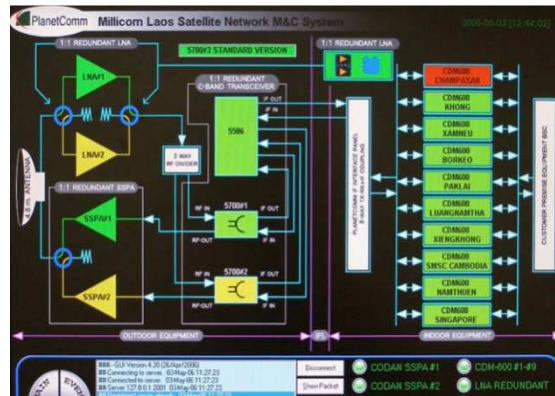
ภาพแสดงอุปกรณ์ควบคุมการสำรองการทำงานของภาครับสัญญาณดาวเทียม

- 1.3 อุปกรณ์ตัดสัญญาณวิทยุสำหรับโทรศัพท์มือถือ (Radio Jammer) เป็นระบบที่พัฒนาร่วมกับศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (เนคเทค) โดยทำหน้าที่ในการตัดสัญญาณโทรศัพท์เคลื่อนที่ในการสั่งการทำงานอุปกรณ์ต่างๆ ซึ่งอุปกรณ์ดังกล่าวเป็นอุปกรณ์ที่สามารถผลิตและจำหน่ายให้กับหน่วยงานราชการของประเทศไทยที่มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับการป้องกันและรักษาความมั่นคง หรือดูแลความสงบเรียบร้อยของประเทศไทยเท่านั้น



ภาพแสดงตัวอย่างอุปกรณ์ตัดสัญญาณวิทยุสำหรับโทรศัพท์มือถือ

2. ซอฟต์แวร์ควบคุมระบบสื่อสารโทรคมนาคม ได้แก่ ระบบบริหารจัดการและควบคุมอุปกรณ์สถานีดาวเทียมภาคพื้นดิน (Monitor & Control for Satellite Earth Station Terminal) เป็นระบบที่ใช้สำหรับควบคุมและบริหารจัดการอุปกรณ์ต่างๆ ภายในสถานีดาวเทียม สำหรับสื่อสารระหว่างชุดควบคุมและอุปกรณ์สื่อสารดาวเทียมแต่ละตัว เพื่อให้สามารถแสดงผลและปรับแต่งค่าการทำงานต่างๆ ได้จากระยะไกลผ่านทางเครือข่าย IP



ภาพแสดงระบบ Network Management สำหรับสถานีสื่อสารดาวเทียม

3. ผลิตภัณฑ์ทั่วไปที่บริษัทฯ จัดจำหน่ายภายใต้ชื่อ PlanetComm ได้แก่

- 3.1 Feeder Cables & Connectors คือสายนำสัญญาณแบบ Coaxial ซึ่งบริษัทฯ นำเข้ามาจำหน่ายภายใต้ชื่อ PlanetComm โดยใช้สำหรับติดตั้งเครื่องส่งโทรศัพท์เคลื่อนที่ รองรับโครงข่ายโทรศัพท์มือถือ เช่น AIS, TrueMove, DTAC เป็นต้น
- 3.2 อุปกรณ์เกี่ยวกับเครือข่ายใยแก้วนำแสง (Fiber Optic Passive Component) คือสายสัญญาณใยแก้วนำแสง (Optical Fiber Cable) และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องซึ่งบริษัทฯ นำเข้ามาจำหน่ายภายใต้ชื่อ PlanetComm เช่น หัวต่อ กล่อง Encloser ตัวแยกสัญญาณ (Splitter) สำหรับตลาดอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง FTTx
- 3.3 กล่องรับสัญญาณโทรทัศน์แบบดิจิตอลภาคพื้นดิน (Set Top Box/DVB-T2) คือเครื่องรับสัญญาณทีวีดิจิตอลภาคพื้นดินระบบ DVB-T2 แบบกล่องรับสัญญาณ หรือที่เรียกว่า Set Top Box โดยแสดงภาพและเสียงผ่านสาย HDMI หรือ AV บนเครื่องรับโทรทัศน์ในระบบเดิม ซึ่งบริษัทฯ นำเข้าส่วนประกอบ และจ้างบริษัทในประเทศประกอบ และจำหน่ายภายใต้ชื่อ PlanetComm โดยมีคุณสมบัติดังนี้
- รองรับการแสดงผลภาพทั้งในแบบความคมชัดมาตรฐาน (Standard Definition) และแบบความคมชัดสูง (High Definition)
 - มีเมนูภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
 - รองรับการแสดงผลผังรายการอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Program Guide)
 - รองรับการแสดงผลภาพและเสียงได้หลายภาษา
 - สามารถแสดงผลระดับความแรง (Signal Strength) และคุณภาพ (Signal Quality) ของสัญญาณบนหน้าจอภาพได้
 - ได้รับการรับรองมาตรฐานตามที่กสทช.กำหนด
 - ผ่านการรับรองมาตรฐานความปลอดภัย มอก. 1195-2536

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีแผนที่จะพัฒนา Setopbox รุ่นที่ 2 ซึ่งเป็นรุ่นที่สามารถรับสัญญาณได้ 2 สัญญาณพร้อมๆ กัน คือ สัญญาณแบบ DVB-T2 และสัญญาณจากเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ทั้งนี้ เพื่อรองรับการทำงานร่วมกับระบบ Hybrid Interactive Broadband TV (HbbTV) เพื่อเป็นการต่อยอดและเกิดประโยชน์สูงสุดกับ

ผู้บริโภค ด้วยระบบใหม่ที่กล่าวมานี้ ผู้บริโภคจะสามารถโต้ตอบกับผู้ให้บริการได้ เช่น สามารถกำหนดหรือเลือกรายการที่ต้องการดูได้ด้วยตัวเอง เป็นต้น



ภาพตัวอย่างผลิตภัณฑ์ทั่วไปที่จัดจำหน่ายภายใต้ชื่อ PlanetComm

2.1.3 บริการ

การให้บริการของบริษัทฯ เป็นการให้บริการแบบครบวงจร ซึ่งครอบคลุม ตั้งแต่การให้คำปรึกษาถึงประเภทของเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า ตลอดจนการออกแบบ ติดตั้ง ฝึกอบรม ตลอดจนบริการบำรุงรักษาและการซ่อมแซม ซึ่งได้แก่

1. **บริการก่อนการขาย (Pre-Sales Services)** โดยวิศวกรที่ได้รับการฝึกฝนและฝึกอบรมเป็นอย่างดี เพื่อให้คำปรึกษาออกแบบ ระบบสื่อสารโทรคมนาคมแบบครบวงจร และระบบดิจิทัลทีวีแบบ End-To-End Solution ตามความต้องการของลูกค้า
2. **บริการติดตั้งระบบและอุปกรณ์ (Implement & Installation Services)** โดยวิศวกรที่มีความเชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ ในการประกอบ ติดตั้ง ทดสอบระบบ ทั้งระบบสื่อสารโทรคมนาคม และระบบดิจิทัลทีวีเพื่อให้บริการแก่ลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ
3. **บริการหลังการขาย (After Sales Services)** โดยศูนย์บริการ (Service Center) ของบริษัทฯ ประกอบด้วย ช่างผู้ชำนาญ เครื่องมือทดสอบ พร้อมอุปกรณ์สำรอง ที่พร้อมให้บริการหลังการขายให้แก่ลูกค้าอย่างมีคุณภาพ โดยบริการหลังการขายของบริษัทฯ ได้แก่
 - 3.1 การขยายเวลาการรับประกันสินค้า (Extended Product Warranty) บริษัทฯ ให้บริการรับประกันสินค้าที่บริษัทฯ จำหน่ายเพิ่มเติม ตามระยะเวลาที่กำหนดในสัญญา โดยปกติประมาณ 1-3 ปี โดยลูกค้าไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการซ่อม หากสินค้าเกิดชำรุดเสียหายตามเงื่อนไขที่ระบุไว้ในสัญญา
 - 3.2 การบำรุงรักษาตามกำหนดเวลา (Maintenance Services) บริษัทฯ ให้บริการบำรุงรักษาเครื่องมือสื่อสารโทรคมนาคมและดิจิทัลทีวีตามกำหนดเวลา อาทิเช่น บริการตรวจเช็คระบบทุก 3 เดือน หรือ 6 เดือน เป็นต้น เพื่อให้ระบบสื่อสารโทรคมนาคมและดิจิทัลทีวีทำงานได้เต็มประสิทธิภาพตลอดเวลาและอย่างต่อเนื่อง ป้องกันความเสี่ยงของการหยุดทำงานของระบบ ไม่เป็นอุปสรรคในการทำงานขององค์กรและหน่วยงานนั้นๆ
 - 3.3 บริการซ่อมเครื่องมืออุปกรณ์วิทยุสื่อสาร (RF Repair Labotary) บริษัทฯ ให้บริการรับซ่อมเครื่องมืออุปกรณ์วิทยุสื่อสารความถี่สูง อาทิเช่น อุปกรณ์ของ CODAN, GE และ Comtech EF Data เป็นต้น โดยวิศวกรที่ได้รับการฝึกอบรมการซ่อมจากโรงงานผู้ผลิต ซึ่งมีความรู้ความชำนาญและประสบการณ์ในอุปกรณ์การสื่อสารโทรคมนาคม พร้อมเครื่องมือทดสอบและอะไหล่คุณภาพสูง เพื่อให้ผลงานการซ่อมมีคุณภาพดี ทำให้บริษัทฯ ได้รับการยอมรับจากโรงงานผู้ผลิตและลูกค้าเสมอมา นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้รับการแต่งตั้งให้เป็นศูนย์ซ่อมบำรุงอุปกรณ์ของ CODAN เพียงแห่งเดียวในประเทศไทยอีกด้วย
 - 3.4 บริการให้เช่าเครื่องมือสื่อสารโทรคมนาคม อาทิเช่น ให้ บริษัทฯ ทาทา มอเตอร์ จำกัด เช่าห้องประชุมทางไกลผ่านจอภาพ
 - 3.5 PlanetFiber บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงผ่านสายใยแก้วนำแสงตั้งแต่ต้นทางไปยังห้องพัก (FTTR) ให้บริการในอาคารสูง อาทิเช่น อาคารคอนโดมิเนียม Centric, Quinn, ศุภาลัย เป็นต้น

2.2 การตลาดและการแข่งขัน

2.2.1 กลยุทธ์การแข่งขัน

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีระบบสื่อสารโทรคมนาคมและดิจิทัลที่มีมากกว่า 20 ปี โดยเป็นทั้งตัวแทนจำหน่าย (Distributor) ผู้จัดจำหน่าย (Reseller) และผู้ให้บริการสินค้าและบริการอย่างครบวงจร (System Integrator) บริษัทฯ เล็งเห็นถึงความสำคัญของการนำเสนอสินค้าและบริการที่มีคุณภาพสูงพร้อมเทคโนโลยีล่าสุด รวมทั้งการสร้างทีมงานมืออาชีพที่สามารถให้บริการทั้งก่อนและหลังการขายได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยบริษัทฯ มีแนวทางในการเสริมสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และการพัฒนากลยุทธ์เพื่อให้เกิดความแตกต่างจากคู่แข่ง ดังนี้

1. ด้านนวัตกรรม (Innovation) [3NEW] ได้แก่

1.1 นวัตกรรมด้านเทคโนโลยีและผลิตภัณฑ์ (New Products & Technology)

เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันและเป็นผู้นำในตลาดสื่อสารโทรคมนาคมและดิจิทัลที่วุ่นวายในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน บริษัทฯ เน้นการนำเสนอนวัตกรรมด้านเทคโนโลยี ผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ เพื่อสนองตอบความต้องการของลูกค้า โดยมีรายละเอียด คือ

- บริษัทฯ มีนโยบายสรรหาสินค้าใหม่ๆ ที่มีประสิทธิภาพสูงและเป็นเทคโนโลยีใหม่ล่าสุดอย่างต่อเนื่อง ทั้งจากโรงงานผู้ผลิตอุปกรณ์สื่อสารโทรคมนาคมชั้นนำของโลกที่บริษัทฯ เป็นตัวแทนจำหน่าย และผู้ผลิตรายใหม่ๆ ที่มีการวิจัยพัฒนา เทคโนโลยีใหม่ล่าสุด ทำให้บริษัทฯ มีสินค้าใหม่ เทคโนโลยีใหม่ แนะนำสู่ตลาด ซึ่งจะทำให้บริษัทฯ มีความแตกต่างทางด้านผลิตภัณฑ์และประโยชน์ในการใช้งาน สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างครบวงจร
- บริษัทฯ มีทีมงานวิจัยพัฒนา และวิศวกรที่มีความเชี่ยวชาญในการติดตั้งและต่อเชื่อมระบบ (System Integration) ทำให้สามารถปรับแต่งโซลูชันให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าและสร้างโซลูชันใหม่ๆ สำหรับตลาดที่แตกต่างกัน ซึ่งทำให้โซลูชันที่นำเสนอให้กับลูกค้ามีความเป็นเอกลักษณ์และตอบโจทย์การใช้งานของลูกค้าได้เป็นอย่างดี

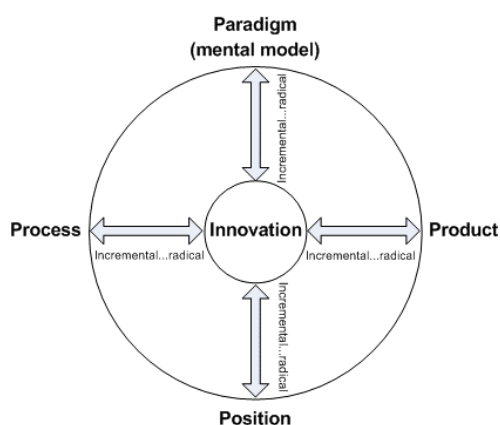
1.2 การมีรูปแบบการบริการใหม่ๆ (New Service Solution)

- บริษัทฯ มีการพัฒนารูปแบบการให้บริการใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น การให้บริการระบบสื่อสารผ่านดาวเทียมแบบเคลื่อนที่ การให้บริการระบบประชุมทางไกลแบบ On-Demand เป็นต้น ซึ่งรูปแบบการให้บริการใหม่ๆ เหล่านี้ สามารถถูกนำไปใช้เป็นกลยุทธ์ในการขาย และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับลูกค้าได้ อาทิเช่น PlanetFiber บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 1 Gbps ผ่านสายใยแก้วนำแสงจากต้นทางไปยังห้องพัก (FTTR), PlanetCloud บริการ SaaS

1.3 การใช้นวัตกรรมด้านธุรกิจ (New Way of Business/Work)

บริษัทฯ สรรหาธุรกิจรูปแบบใหม่ๆ โดยการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจไม่ว่าจะเป็นโรงงานผู้ผลิต หน่วยงานผู้ให้บริการ บริษัทคู่ค้า เป็นต้น เพื่อสร้างรูปแบบใหม่ของโซลูชันและบริการร่วมกัน ในการนำเสนอทางเลือกให้แก่ลูกค้ามากยิ่งขึ้น

ประเภทของนวัตกรรม ในการผลักดันให้องค์กรเติบโตขึ้น ('4Ps' of innovation)



Product Innovation มีการเปลี่ยนแปลงใน “ผลิตภัณฑ์หรือบริการ” ขององค์กร ให้มีความทันสมัย และมีความ สอดคล้องกับสถานการณ์ เทคโนโลยีในปัจจุบัน และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทุกสถานการณ์

Process Innovation การเปลี่ยนแปลงกระบวนการผลิต หรือ กระบวนการนำเสนอผลิตภัณฑ์ หรือกระบวนการนำนวัตกรรมสู่ตลาด ที่สามารถบริหารจัดการและนำเสนอสินค้าและบริการได้ทันตามกำหนดเวลา

Position Innovation การเปลี่ยนแปลงรูปแบบของสินค้าหรือบริการ หรือ เปลี่ยนตำแหน่งนวัตกรรมสินค้าหรือบริการที่เคยออกสู่ตลาดมาแล้วให้การเข้าใจและรับรู้ใหม่ ให้มีความทันสมัยต่อยุคสมัยนั้นๆ

Paradigm Innovation การมุ่งให้เกิดนวัตกรรมที่เปลี่ยนแปลงกรอบ

ความคิด (Change in Mental Model) เกิดการคิดสร้างสรรค์ในสินค้าและบริการ

2. ด้านความสามารถในการแข่งขัน (Competency)

2.1 ความพร้อมของบุคลากร (People Knowledge)

บริษัทฯ ให้ความสำคัญของบุคลากรที่ต้องมีความรู้ ความชำนาญในการทำงาน จึงมีนโยบายส่งเสริมให้มีการฝึกอบรมพนักงานทุกระดับชั้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งทางด้านเทคโนโลยีและผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ และทักษะในการทำงาน ทักษะคิด จริยธรรม โดยผู้เชี่ยวชาญจากโรงงานผู้ผลิตทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ รวมทั้งนักวิชาการ ผู้ชำนาญแต่ละด้าน ได้แก่

- Vendor's Certificate บริษัทฯ มีการจัดอบรมความรู้ทางด้านเทคโนโลยีและผลิตภัณฑ์จากโรงงานผู้ผลิตให้แก่วิศวกรของบริษัทฯ ทำให้วิศวกรส่วนใหญ่ได้รับใบรับรองจากโรงงานผู้ผลิตที่เป็นไปตามมาตรฐานที่โรงงานกำหนด
- General Skills Training บริษัทฯ จัดให้มีการฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างทัศนคติและทักษะการทำงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้กับพนักงานอย่างต่อเนื่อง โดยผู้เชี่ยวชาญเฉพาะในแต่ละด้าน เช่น การอบรมเรื่อง 5ส, การอบรมเรื่องการทำงานเป็นทีม (Teamwork) เป็นต้น
- English Language Training บริษัทฯ จัดให้มีการอบรมในด้านภาษาต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง เพื่อเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่การแข่งขันในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (Asean Economic Community: AEC)
- Factory Training บริษัทฯ ส่งเสริมให้พนักงานได้รับโอกาสในการไปดูงานในต่างประเทศ เพื่อเป็นการเปิดวิสัยทัศน์และสร้างมุมมองในการนำเสนอสินค้าและบริการใหม่ๆ ให้กับลูกค้า

2.2 ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities Competency)

ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้บริษัทฯ มีศักยภาพที่พร้อมให้บริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพและประสิทธิภาพสูงสุด บริษัทฯ จึงได้ลงทุนจัดเตรียม จัดหา สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ อาทิเช่น สถานที่อุปกรณ์สำรอง เครื่องมือทดสอบ ให้มีความพร้อมเสมอ ได้แก่

- สถานที่การทำงาน (Facility) บริษัทฯ มีพื้นที่ทำงาน 4,000 ตารางเมตร ทำให้สามารถจัดสรรพื้นที่ในการทำงานเป็นสัดส่วน และเพียงพอต่อการใช้งาน อาทิเช่น ห้องประชุม 8 ห้อง ห้องทดสอบอุปกรณ์ ห้องซ่อมอุปกรณ์ พื้นที่ซ่อมรถมอเตอร์ไซด์เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ
- อุปกรณ์สำรอง (Spare Units) บริษัทฯ จัดเตรียมอุปกรณ์สำรองเพื่อใช้ในการสาธิตและทดสอบการใช้งานสินค้าที่บริษัทฯ จำหน่ายให้กับลูกค้าอย่างเพียงพอ เพื่อให้ลูกค้าสามารถตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าจากบริษัทฯ ได้อย่างมั่นใจ นอกจากนี้ อุปกรณ์สำรองยังมีไว้เพื่อให้บริการหลังการขาย โดยในกรณีที่สินค้าที่ลูกค้าซื้อจากบริษัทฯ ชำรุดเสียหาย บริษัทฯ จะจัดเตรียมอุปกรณ์สำรองให้ลูกค้าใช้ทดแทนเป็นการชั่วคราว ในระหว่างที่บริษัทฯ นำอุปกรณ์ที่ชำรุดเสียหายดังกล่าวไปทำการซ่อมแซม
- ศูนย์ซ่อมอุปกรณ์วิทยุสื่อสาร (RF Repair Center) บริษัทฯ จัดเตรียมห้องปฏิบัติการสำหรับการซ่อมอุปกรณ์วิทยุสื่อสาร พร้อมลงทุนเครื่องมือทดสอบเป็นเงินกว่า 30 ล้านบาท พร้อมทั้งชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ และสิ่งสำคัญที่สุดคือ วิศวกร 3 คนที่ผ่านการฝึกอบรมจากโรงงานผู้ผลิตอุปกรณ์วิทยุสื่อสาร CODAN พร้อมใบรับรองโดยบริษัทฯ ได้รับการรับรองให้เป็นศูนย์ซ่อมอุปกรณ์วิทยุสื่อสารมาตรฐานของ CODAN เพียงแห่งเดียวในประเทศไทย นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังสามารถซ่อมอุปกรณ์สื่อสารจากผู้ผลิตอื่นๆ ได้แก่ Comtech EF Data, Xicom, CPI, Advantech เป็นต้น

2.3 ความพร้อมทางด้านบริการอย่างมืออาชีพ (Professional Services)

- บริษัทฯ มีเป้าหมายที่จะดำเนินธุรกิจและให้บริการแก่ลูกค้าอย่างมืออาชีพ บริษัทฯ จึงได้ดำเนินงานและจัดระบบการทำงานภายใต้มาตรฐาน ISO 9001 มาตั้งแต่ ปี 2001 เพื่อเป็นการรับประกันคุณภาพของระบบการทำงานและการให้บริการของบริษัทฯ ที่เป็นระดับระดับสากลและมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

3. ผู้ให้บริการที่ได้รับการไว้วางใจจากลูกค้า (Trusted Provider)

ด้วยความพร้อมทางด้านสินค้าที่มีคุณภาพสูงและเทคโนโลยีล่าสุด บุคลากรและวิศวกรที่มีความรู้ความชำนาญในการออกแบบ ติดตั้งแบบครบวงจร สิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงาน ทั้งทางด้านสถานที่ อุปกรณ์สำรอง เครื่องมือทดสอบ ศูนย์บริการ และประสบการณ์ในการทำงานที่ผ่านมา บริษัทฯ จึงได้รับความไว้วางใจจากหน่วยงานชั้นนำ โรงงานผู้ผลิตที่

สามารถให้บริการออกแบบ ติดตั้ง ระบบสื่อสารโทรคมนาคมและดิจิทัลทีวีให้แก่ลูกค้า ได้อย่างมีคุณภาพและคุ้มค่าในการลงทุน รวมทั้งบริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับการรับผิดชอบต่อสังคม โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.1 ความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ในการให้บริการอย่างยาวนาน (Proven Experiences)

- บริษัทฯ มีประสบการณ์เป็นผู้ให้บริการทางด้านเทคโนโลยีสื่อสารโทรคมนาคมมาเป็นเวลานานตั้งแต่ปี 2537
- บริษัทฯ ได้รับความไว้วางใจให้เป็นผู้ให้คำปรึกษา ออกแบบ ติดตั้ง ระบบสื่อสารโทรคมนาคมและดิจิทัลทีวีแบบครบวงจรตามความต้องการของหน่วยงานชั้นนำทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้ให้บริการสื่อสาร สถานีโทรทัศน์ อาทิเช่น กองทัพบก กระทรวงการคลัง และ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) สถานีโทรทัศน์ช่อง 3, 5, 7, 9, 11 และ TPBS เป็นต้น รวมทั้งลูกค้าในกลุ่มประเทศที่อยู่ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เช่น Telekom Malaysia Berhad, Camintel S.A., Department of Civil Aviation Myanmar เป็นต้น

3.2 ความเชื่อมั่นจากโรงงานผู้ผลิตชั้นนำระดับโลกให้เป็นตัวแทนจำหน่าย (Vendor Recognition)

- บริษัทฯ ได้รับการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าและบริการจากโรงงานผู้ผลิตชั้นนำระดับโลก อาทิเช่น CISCO, Thales, GE, Comtech EF Data, CODAN, Viasat, Thomson, Net Insight, และ Sony เป็นต้น โดยนอกจากจะได้รับการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายอย่างเป็นทางการแล้ว บริษัทฯ และพนักงานยังได้รับรางวัลและประกาศนียบัตรต่างๆ จากผู้ผลิตดังกล่าวทั้งในด้านเทคนิค และความสามารถในการทำการตลาดให้กับผู้ผลิตเหล่านั้น ซึ่งเป็นการรับประกันถึงคุณภาพของสินค้าและบริการของบริษัทฯ อีกทางหนึ่ง

3.3 การให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR)

- บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจอย่างมีอาชีพ ควบคู่กับความใส่ใจในการรับผิดชอบต่อสังคม ด้วยความตั้งใจที่จะเป็นบริษัท ที่เติบโตอย่างยั่งยืนและเป็นบริษัทที่ดีของประเทศ ทำให้บริษัทฯ เล็งเห็นถึงความสำคัญของการเข้าร่วมในกิจกรรมต่างๆ ทางสังคม เพื่อร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างสรรค์ เสริมสร้าง และให้โอกาสดีๆ กลับคืนสู่สังคม บริษัทฯ มีนโยบาย 3 ส่วนหลัก ได้แก่ ด้านสนับสนุนการศึกษา ด้านการรักษาสีสิ่งแวดล้อม และด้านการสนับสนุนชุมชน สำหรับตัวอย่างโครงการเพื่อสังคมที่บริษัทฯ ได้ดำเนินการไปแล้ว เช่น กิจกรรมเพื่อสังคมเพื่อให้พนักงานได้มีโอกาสช่วยเหลือสังคมและสร้างจิตอาสา โดยพร้อมใจกันทำความสะอาดบริเวณหาดทรายแก้ว เกาะเสม็ด จ.ระยอง และโครงการมอบปฏิทินแบบตั้งโต๊ะ เพื่อใช้สำหรับทำอักษรเบรลล์เป็นสื่อการเรียนการสอนพร้อมเงินสนับสนุน ให้แก่มูลนิธิช่วยคนตาบอดแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ เป็นต้น

2.2.2 ช่องทางการจำหน่าย และกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

บริษัทฯ มีช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์และบริการใน 2 ลักษณะดังนี้

(1) การจำหน่ายผลิตภัณฑ์และบริการโดยตรง

ฝ่ายขายของบริษัทฯ จะทำการติดต่อและเจรจากับลูกค้าโดยตรง โดยบริษัทฯ มีการแบ่งทีมงานขายออกเป็น 5 กลุ่มตามลักษณะของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เนื่องจากแต่ละกลุ่มลูกค้ามีลักษณะและวิธีการว่าจ้างแตกต่างกัน โดยฝ่ายขายจะทำหน้าที่ดูแลและนำเสนอบริการต่างๆ ให้แก่ลูกค้า รวมทั้งเพิ่มขีดความสามารถในการให้บริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยลูกค้าของบริษัทฯ ครอบคลุมทั้งกลุ่มลูกค้าเอกชน และหน่วยงานของภาครัฐ ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็นกลุ่มต่างๆ ได้ดังนี้

1. **กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจด้านการถ่ายทอดสัญญาณวิทยุโทรทัศน์และธุรกิจเกี่ยวเนื่อง (Broadcasting Sector)** หมายถึง ผู้ประกอบการสถานีวิทยุและโทรทัศน์ภาคพื้นดิน (Terrestrial TV) ผู้ประกอบการสถานีวิทยุและโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม (Satellite TV) ผู้ประกอบการสถานีวิทยุและโทรทัศน์ผ่านสายสัญญาณ (Cable TV) ผู้ประกอบการสถานีวิทยุและโทรทัศน์ผ่านอินเทอร์เน็ต (IPTV) รวมทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้อง โดยธุรกิจเหล่านี้จะทำการถ่ายทอดสัญญาณภาพและเสียงไปยังประชาชนทั่วไปภายในประเทศ เช่น บริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ

จำกัด (ช่อง 7) สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 บริษัท ทรูวิชั่นส์ เคเบิล จำกัด (มหาชน) บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) บริษัท บีอีซี มิลล์มีเดีย จำกัด (ช่อง 3) บริษัท เดอะ วัน เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด (GMM One) และ บริษัท ทริปเปิล วี บรอดคาสท์ จำกัด (ไทยรัฐทีวี) เป็นต้น

2. **กลุ่มผู้ประกอบการให้บริการด้านการสื่อสารและโทรคมนาคม (Telecommunications Service Provider Sector)** หมายถึง ผู้ประกอบการที่ให้บริการด้านโครงข่ายสื่อสารข้อมูล บริการด้านระบบ โทรศัพท์เคลื่อนที่ บริการด้านระบบอินเทอร์เน็ต เช่น บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) และบริษัท ไทยคม จำกัด (มหาชน) เป็นต้น
3. **กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจอื่นๆ (Commercial Sector)** หมายถึง กลุ่มธุรกิจที่ต้องการวางระบบเครือข่ายสำหรับการรับ-ส่งข้อมูลภายในบริษัทหรือหน่วยงานของตน เพื่อพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานและแอปพลิเคชันทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารภายในองค์กร เช่น บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) บริษัท นิสสัน มอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด และบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) เป็นต้น
4. **กลุ่มลูกค้าที่เป็นองค์กรภาครัฐและสาธารณูปโภค (Public Sector)** หมายถึง หน่วยงานภาครัฐ และรัฐวิสาหกิจ ซึ่งจะรวมไปถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับทหาร ตำรวจ สถานศึกษา และสาธารณูปโภคต่างๆ ที่ต้องการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารภายในองค์กร เช่น สำนักงานตำรวจแห่งชาติ สำนักงานศาลยุติธรรม กระทรวงการคลัง กองบัญชาการกองทัพไทย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ การไฟฟ้านครหลวง และการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เป็นต้น ซึ่งส่วนใหญ่จะใช้วิธีจัดซื้อจัดจ้างในลักษณะเดียวกันกับระเบียบของทางราชการ เช่น มีการสอบราคา การประกวดราคาทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-Auction) เป็นต้น
5. **กลุ่มลูกค้าต่างประเทศ (International Sector)** บริษัทฯ มีการส่งสินค้าไปจำหน่ายยังประเทศต่างๆ ซึ่งส่วนมากจะเป็นกลุ่มประเทศที่อยู่ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ไม่ว่าจะเป็นประเทศเวียดนาม มาเลเซีย กัมพูชา พม่า สำหรับตัวอย่างลูกค้า เช่น Telekom Malaysia Berhad, Camintel S.A, ScopeTel Sdn Bhd, Department of Civil Aviation Myanmar เป็นต้น

(2) การจำหน่ายผลิตภัณฑ์และบริการผ่านพันธมิตรทางธุรกิจ

พันธมิตรทางธุรกิจของบริษัทฯ ส่วนใหญ่จะอยู่ในอุตสาหกรรมเทคโนโลยี สารสนเทศและสื่อสารเช่นเดียวกับบริษัทฯ โดยพันธมิตรเหล่านี้จะซื้อผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัทฯ เพื่อไปจำหน่ายควบคู่กับผลิตภัณฑ์และบริการของตนเอง หรือการเข้าประมูลงานต่างๆ เช่น บริษัท สามารท เทลคอม จำกัด (มหาชน) บริษัท ลีอกซ์เลย์ ไวร์เลส จำกัด (มหาชน) บริษัท เอสวีไอโอ จำกัด (มหาชน) และบริษัท สุปรีม ดิสทริบิวชั่น (ไทยแลนด์) จำกัด เป็นต้น

โดยในปี 2557 – 2559 บริษัทมีรายได้จากการขายและบริการ แบ่งตามช่องทางการจำหน่าย และกลุ่มลูกค้าต่างๆ เป็นดังนี้

	ปี 2559		ปี 2558		ปี 2557	
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
การจำหน่ายผลิตภัณฑ์และบริการโดยตรง	565.12	78.99	965.36	94.27	801.13	84.21
▪ ผู้ประกอบการธุรกิจด้านการแพร่กระจายสัญญาณ	126.78	12.44	94.16	9.24	127.15	13.37
▪ ผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการด้านการสื่อสารและโทรคมนาคม	89.88	12.56	270.81	26.57	62.52	6.57
▪ ผู้ประกอบการธุรกิจอื่นๆ	146.74	20.51	214.38	21.03	391.79	41.18
▪ องค์กรภาครัฐและสาธารณูปโภค	174.88	24.44	379.83	37.27	203.01	21.34
▪ ลูกค้าต่างประเทศ	26.84	3.75	6.19	0.61	16.66	1.75
การจำหน่ายผลิตภัณฑ์และบริการผ่านพันธมิตรทางธุรกิจ	150.34	21.01	53.86	5.28	150.20	15.79
รวม	715.46	100.00	1,019.22	100.00	951.33	100.00

ตัวอย่างผลงานที่ผ่านมาของบริษัทฯ ในช่วงปี 2557 – 2559

ปีที่ส่งมอบ	ลูกค้า	โครงการ / สินค้า	มูลค่างาน (ล้านบาท)
ผลิตภัณฑ์ระบบสื่อสารโทรคมนาคม			
ปี 2559	กองทัพเรือ	ติดตั้งชุมสายโทรศัพท์กลาง กองทัพเรือ และติดตั้งระบบโทรศัพท์กองบังคับการสี่กองเรือ	25.60
ปี 2559	กองทัพอากาศ	อุปกรณ์รับสัญญาณภาพจากเครื่องบินลาดตระเวนและวิทยุ Multi Band	16.64
ปี 2559	บริษัท วิทยุการบินแห่งประเทศไทย จำกัด	ติดตั้งสถานีดาวเทียม VSAT สำหรับฉุกเฉิน	13.64
ปี 2558	กรมการทหารสื่อสาร	ปรับปรุงระบบประชุมทางไกลผ่านจอภาพ (VTC) ของศูนย์ปฏิบัติการ กองทัพบก	22.44
ปี 2558	กรมการทหารสื่อสาร	ระบบเฝ้าตรวจเคลื่อนที่ พร้อมอุปกรณ์ประกอบ	39.07
ปี 2558	วิทยุการบินแห่งประเทศไทย	ระบบสื่อสารดาวเทียม โครงการปรับปรุง/พัฒนาระบบสื่อสารดาวเทียม TES (Telephony Earth Station) พร้อมติดตั้ง	103.18
ปี 2558	บริษัท ไทยคม จำกัด (มหาชน)	Fixed Remote Station & Dynamic Bandwidth VSAT Network	23.49
ปี 2557	ศาลยุติธรรม	ระบบสื่อสารทางไกลผ่านจอภาพที่ใช้เทคโนโลยีแบบ Web Conference	43.40
ปี 2557	Department of Civil Aviation, Myanmar	Upgrade of Vsat System & RCAG	24.00
ปี 2557	กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร	ระบบข้อมูลสารสนเทศภูมิศาสตร์เพื่อเตรียมความพร้อมและป้องกันภัยพิบัติธรรมชาติ	21.50
ผลิตภัณฑ์ระบบถ่ายทอดสัญญาณโทรทัศน์และดิจิตอลทีวี			
ปี 2559	บริษัท บีอีซี - มัลติมีเดีย จำกัด	ระบบรอตถ่ายทอดนอกสถานที่ระบบคมชัดสูง	85.31
ปี 2558	บริษัท บีอีซี - มัลติมีเดีย จำกัด	ซื้อขายรถยนต์และอุปกรณ์พร้อมติดตั้งระบบงานโครงการรอตถ่ายทอดสัญญาณผ่านดาวเทียม	49.95
ผลิตภัณฑ์ภายใต้ชื่อ PlanetComm			
ปี 2558	บริษัท ไทยคม จำกัด (มหาชน)	C-Band Satellite Mobile Car	47.36

2.2.3 นโยบายราคา

นโยบายราคาของบริษัทฯ จะแตกต่างกันไปตามประเภทสินค้าและบริการ

- 1) กรณีที่เป็นผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ เป็นตัวแทนจำหน่าย บริษัทฯ จะกำหนดราคาขายด้วยต้นทุนบวกอัตรากำไรขั้นต้นที่เหมาะสม (Cost-Plus Pricing) โดยคำนึงถึงราคาสินค้าของคู่แข่งในท้องตลาด เพื่อให้สามารถแข่งขันได้
- 2) กรณีที่เป็นผลิตภัณฑ์ภายใต้ชื่อ PlanetComm บริษัทฯ จะกำหนดราคาขายโดยคำนึงถึงราคาสินค้าเทียบเคียงหรือสินค้าทดแทนของคู่แข่งในท้องตลาด เพื่อให้สามารถแข่งขันได้

2.2.4 ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

ภาวะอุตสาหกรรม

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจหลักเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและอุปกรณ์สื่อสารโทรคมนาคมจากผู้ผลิตชั้นนำจากทั่วโลก รวมทั้งเป็นผู้ให้บริการและติดตั้งระบบสารสนเทศต่างๆ แก่ภาครัฐและเอกชน เพื่อที่จะ

รองรับความต้องการของลูกค้าได้ครบวงจร ดังนั้นอุตสาหกรรมที่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ คืออุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศและอุปกรณ์สื่อสาร

Economic Intelligence Center (EIC) ประเมินเศรษฐกิจไทยปี 2559 เติบโตดีขึ้น จากเดิมที่คาดว่าจะเติบโตที่ร้อยละ 2.5 เป็นขยายตัวร้อยละ 2.8 หลังสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) รายงานตัวเลขผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ของไทยในไตรมาส 1 ปี 2559 ขยายตัวร้อยละ 3.2 จากช่วงเดียวกันของปี 2558 หรือเติบโตร้อยละ 0.9 จากไตรมาสก่อน ซึ่งสูงกว่าที่คาดไว้ โดยปัจจัยสนับสนุนเศรษฐกิจไทยในปีนี้เป็นมาจากการบริโภค การใช้จ่ายของภาครัฐ มาตรการสนับสนุนของรัฐ การลงทุนของรัฐที่เติบโตต่อเนื่อง จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เติบโตสูง การลงทุนของภาคเอกชนมีแนวโน้มเติบโตดีขึ้น รวมถึงอัตราดอกเบี้ยต่ำสนับสนุนการใช้จ่ายและการลงทุน ขณะที่ปัจจัยเสี่ยง มาจากรายได้ครัวเรือนภาคเกษตรที่ยังได้รับผลกระทบจากราคาสินค้าเกษตรตกต่ำและภัยแล้ง กำลังซื้อครัวเรือนนอกภาคเกษตรอ่อนแรงจากการจ้างงานและชั่วโมงการทำงานที่ลดลง ความล่าช้าของโครงการลงทุนขนาดใหญ่ของภาครัฐ การส่งออกและการค้าโลกที่ชะลอตัว รวมถึงความผันผวนในตลาดการเงินโลก

ประมาณการเศรษฐกิจในปี 2559 และอัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจในปี 2560

- การบริโภคภาคเอกชน ปี 2559 ขยายตัวใกล้เคียงเดิม ขณะที่ปี 2560 ชะลอลงตามการส่งออกสินค้า
- การลงทุนภาคเอกชนปี 2559 ขยายตัวสูงกว่าคาดจากผลของมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐ
- การลงทุนภาครัฐปี 2559 เบิกจ่ายได้ต่อเนื่อง ขณะที่ปี 2560 คาดว่า จะปรับเพิ่มขึ้นตามการเร่งใช้จ่ายของภาครัฐ
- ปริมาณการส่งออกสินค้า ปรับลดลงตามเศรษฐกิจคู่ค้าที่ขยายตัวต่ำกว่าคาดทำให้มูลค่าการส่งออกสินค้าปรับลดลง แม้ราคาสินค้าส่งออกจะปรับเพิ่มขึ้นตามราคาสินค้าโภคภัณฑ์
- จำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เพิ่มขึ้นมาช่วยชดเชยผลจากการส่งออกสินค้าที่ลดลง ทำให้ปริมาณการส่งออกสินค้าและบริการเพิ่มขึ้น
- ราคาน้ำมันสูงกว่าคาดจากปัญหาด้านการผลิตของกลุ่มประเทศผู้ส่งออกน้ำมัน และมีแนวโน้มปรับเพิ่มขึ้นต่อเนื่องในปีหน้า ตามอุปสงค์ที่มีทิศทางฟื้นตัว

%YoY	2559		2560	
	มี.ค. 59	มี.ย. 59	มี.ค. 59	มี.ย. 59
อัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจ	3.1	3.1	3.3	3.2
- การบริโภคภาคเอกชน	1.8	1.8	2.4	2.1
- การลงทุนภาคเอกชน	2.4	3.1	4.0	2.3
- การอุปโภคภาครัฐ	3.3	3.5	2.8	2.8
- การลงทุนภาครัฐ	10.7	10.1	4.5	5.2
- ปริมาณการส่งออกสินค้าและบริการ	1.0	2.2	1.7	0.9
- ปริมาณการนำเข้าสินค้าและบริการ	0.6	-1.9	1.5	2.4
ดัชนีชี้วัดเศรษฐกิจ (พันล้านดอลลาร์ สรอ.)	34.8	37.8	32.7	32.3
- มูลค่าการส่งออกสินค้า	-2.0	-2.5	0.1	0.0
- มูลค่าการนำเข้าสินค้า	-6.1	-6.0	3.6	5.3
ราคาน้ำมันดิบ (ดอลลาร์ สรอ./บาร์เรล)	37.3	43.1	47.0	53.0
จำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศ (ล้านคน)	32.4	34.0	34.4	36.7

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย

EIC ประมาณการ GDP 2560



* มูลค่าการส่งออกในรูปแบบดอลลาร์สหรัฐ

** จำนวนนักท่องเที่ยว

ที่มา: การคาดการณ์ของ EIC

ภาพรวมมูลค่าตลาดสื่อสารปี 2558-2559

ภาพรวมมูลค่าตลาดสื่อสารในปี 2558 มีการเติบโต 7.3% หรือคิดเป็นมูลค่า 535,989 ล้านบาท โดยเป็นการเติบโตแบบชะลอตัวลง จากเดิมที่คาดการณ์ว่าจะโตมากถึง 12.3% เนื่องจากภาคครัวเรือนซึ่งเป็นผู้ใช้หลักในตลาด มีสัดส่วนการใช้จ่าย 55.7% กระทบการใช้จ่ายมากขึ้น ประกอบกับระดับราคาของผลิตภัณฑ์และบริการมีแนวโน้มลดลงจากการแข่งขันทางด้านราคา จึงส่งผลต่อสัดส่วนการใช้จ่ายภาคครัวเรือน ขณะที่ภาคธุรกิจเอกชนและภาครัฐ มีสัดส่วนการใช้จ่าย 44.3% ซึ่งเป็นสัดส่วนที่เพิ่มขึ้น แม้ภาพรวมจะมีการใช้จ่ายและลงทุนมากขึ้น แต่ไม่สามารถดันตลาดให้โตเป็น 2 หลักได้ นอกจากนี้ นโยบายดิจิทัลอีโคโนมีของภาครัฐยังไม่ได้ส่งผลต่อตลาดมากนักในปี 2558

ในปี 2559 มูลค่าตลาดสื่อสารจะสามารถเติบโต 11.5% หรือมีมูลค่า 597,584 ล้านบาท โดยมีปัจจัยสำคัญจากแรงกระตุ้นของการขยายโครงข่าย 3G/4G การดำเนินนโยบายดิจิทัลอีโคโนมีด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน รวมถึงการให้ความสำคัญต่อการเปลี่ยนรูปแบบการบริหารจัดการองค์กร และการให้บริการให้เป็นดิจิทัลมากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม ความเสี่ยงจากสถานะทางเศรษฐกิจยังเป็นแรงกดดันการเติบโตของตลาดสื่อสาร ขณะเดียวกันหากภาคธุรกิจและภาครัฐไม่สามารถปรับตัวได้ทันต่อการแข่งขันในยุคดิจิทัล จะเป็นอีกข้อจำกัดต่อการเติบโตทั้งในมูลค่าตลาดสื่อสาร และของตัวภาคธุรกิจนั้นๆ

ปัจจัยที่จะส่งผลในภาพรวม

1. สถานะทางเศรษฐกิจ
2. สถานะทางการเมือง
3. การขยายโครงข่าย 3G/4G ของ Operator
4. นโยบาย Digital Economy เป็นรูปธรรมมากขึ้น เช่น บรอดแบนด์ทั่วประเทศ, โครงสร้างพื้นฐานภาครัฐ, การบ่มเพาะธุรกิจ Startup และสร้างร้านค้าออนไลน์ชุมชน เป็นต้น
5. National e-Payment พัฒนาระบบการรับจ่ายทางอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ จะเริ่มมีการใช้งานบางส่วนในปี 2559
6. การลงทุนโครงการขนาดใหญ่ภาครัฐ เช่น โครงการรถไฟฟ้ามหานครสายใหม่ใต้ Fiber Optic เพื่อให้บริการขนส่งมวลชน และบริการโทรคมนาคม
7. Digital Transformation ของธุรกิจขนาดต่างๆ เพื่อการให้บริการแก่ลูกค้า และการบริหารจัดการองค์กร
8. Industry 4.0 มีการนำ IoT/ M2M เข้าไปใช้ในกระบวนการผลิตของภาคอุตสาหกรรม
9. การแข่งขันมหกรรมกีฬาระดับนานาชาติ เช่น ฟุตบอลชิงแชมป์ยุโรป และโอลิมปิก

ปัจจัยบวกตลาดสื่อสาร

1. สภาพการเมืองที่นิ่งขึ้น
2. เทรนด์การใช้งานดิจิทัลขยายตัว ภาคธุรกิจขนาดต่างๆ เริ่มเรียนรู้การนำ ICT ไปใช้ในการดำเนินธุรกิจมากขึ้น
3. การใช้งาน Social Media ยังมีความนิยมสูง
4. พฤติกรรมการรับชมสื่อทางออนไลน์เพิ่มสูงขึ้น
5. การขยายโครงข่ายให้บริการ 3G/4G ครอบคลุม และ Mobile Device มีราคาถูกลง ผู้ใช้เข้าถึงได้ง่ายขึ้น

ปัจจัยลบตลาดสื่อสาร

1. เศรษฐกิจยังชะลอตัว ภาคธุรกิจ และประชาชนระงับการใช้จ่ายมากขึ้น
2. การลงทุนภาครัฐชะลอตัว
3. นโยบาย Digital Economy ยังไม่มีการลงทุนจริง
4. การขยายสาขาใหม่ของภาคธุรกิจมีขนาดเล็กลง



การจำแนกผลการศึกษาดังกล่าวออกเป็นตลาดย่อยจากข้อมูลของสำนักงานกสทช. ร่วมกับ สวทช. ในปี 2558 พบว่า มูลค่าตลาดบริการสื่อสารยังมีสัดส่วนหลักถึง 57.7% ของภาพรวมมูลค่าตลาดสื่อสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งบริการ Non voice ในบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ซึ่งมีการเติบโตกว่า 21.5% หรือมีมูลค่า 107,540 ล้านบาท และคาดการณ์ว่าในปี 2559 จะเติบโตได้ถึง 41.2% หรือมีมูลค่าถึง 151,847 ล้านบาท ขณะที่บริการ Voice ในตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีทิศทางหดตัวลงจากในปี 2557 มีมูลค่า 108,864 ล้านบาท และคาดว่าจะตลาดปี 2559 จะหดตัวลงเหลือ 94,712 ล้านบาท ซึ่งเป็นการติดลบ 13.0% ขณะที่บริการอินเทอร์เน็ต (ไม่รวมอินเทอร์เน็ตบนโทรศัพท์เคลื่อนที่หรือ Mobile Data) ในปี 2558 มีมูลค่า 53,578 ล้านบาท เติบโต 10.1% และคาดการณ์ว่าในปี 2559 จะเติบโต 10.9% หรือมีมูลค่า 59,396 ล้านบาท

ในส่วนของตลาดบริการสื่อสารข้อมูล (Data Communication Service) ปี 2558 มีการเติบโต 5.2% หรือมีมูลค่า 14,302 ล้านบาท และคาดว่าจะในปี 2559 จะเติบโตอีก 5.4% หรือมีมูลค่า 15,071 ล้านบาท โดยทิศทางมูลค่าตลาดลักษณะนี้ชี้ให้เห็นว่า บริการที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคข้อมูลหรือดาต้ามีแนวโน้มขยายตัวต่อเนื่อง แต่ในทางกลับกัน ตลาดบริการประเภทเสียงมีแนวโน้มหดตัวลงต่อเนื่องเช่นกัน โดยในปี 2558 ตลาดบริการโทรศัพท์ประจำที่ติดลบ 7.4% หรือมีมูลค่า 14,809 ล้านบาท และคาดว่าจะหดตัวลงเป็นติดลบ 12.1% หรือมีมูลค่า 13,016 ล้านบาท เช่นเดียวกับตลาดโทรศัพท์ระหว่างประเทศในปี 2558 มีมูลค่า 10,357 ล้านบาท ซึ่งติดลบ 16.6% และคาดว่าจะในปี 2559 ตลาดจะยังคงหดตัวลงเป็นติดลบ 24.6% ซึ่งการหดตัวลงเหล่านี้เกิดจากการที่ผู้บริโภคหันไปใช้บริการสื่อสารผ่านการ Chat หรือโทรผ่านบริการ OTT ทดแทน

ด้านตลาดอุปกรณ์สื่อสารในปี 2558 มีสัดส่วนมูลค่าตลาด 42.3% ของตลาดสื่อสารภาพรวม โดยที่น่าสนใจคือการลงทุนขยายโครงข่าย 3G/4G สะท้อนให้ตลาดอุปกรณ์ไร้สาย ปี 2558 มีการเติบโต 31.0% หรือมีมูลค่า 35,809 ล้านบาท และคาดว่าจะการขยายโครงข่าย 4G จะผลักดันให้ตลาดปี 2559 เติบโตอีก 42.0% คิดเป็นมูลค่า 50,860 ล้านบาท ในส่วนของตลาดอุปกรณ์โครงข่ายหลักปี 2558 มีการเติบโต 9.3% หรือมีมูลค่า 69,680 ล้านบาท แบ่งเป็นอุปกรณ์ Core Network มูลค่า 45,160 ล้านบาท และ Cabling 24,520 ล้านบาท โดยคาดการณ์ว่าปี 2559 ตลาดอุปกรณ์โครงข่ายหลักจะเติบโตได้ถึง 13.1% หรือมีมูลค่า 78,780 ล้านบาท สำหรับตลาดอุปกรณ์ใช้สายปี 2558 มีการเติบโต 7.0% หรือมีมูลค่า 16,030 ล้านบาท และคาดว่าจะปี 2559 จะสามารถเติบโตอีก 12.2% หรือมีมูลค่า 17,980 ล้านบาท ซึ่งการเติบโตของตลาดอุปกรณ์โครงข่ายหลัก และตลาดอุปกรณ์สื่อสารใช้สายนั้น จะได้รับแรงกระตุ้นจากนโยบายดิจิทัลอีโคโนมี ด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลของรัฐบาล ทั้งการขยายบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงทุกหมู่บ้าน การพัฒนาบริการ Data Center และ Cloud ของภาครัฐ

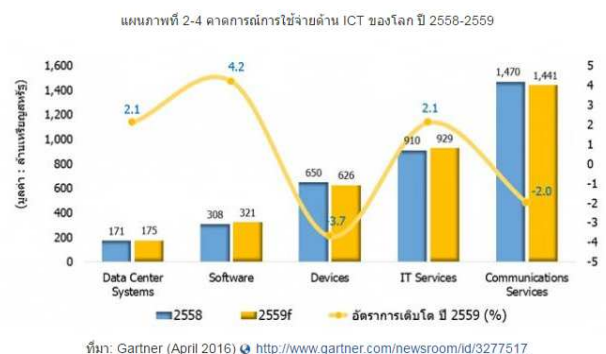
ผลการสำรวจอีกด้านหนึ่งคือ ตลาดเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่มีแนวโน้มเติบโตแบบชะลอตัวลง โดยในปี 2558 มีการเติบโต 12.9% หรือมีมูลค่า 103,725 ล้านบาท และคาดว่าจะในปี 2559 จะมีการเติบโต 3.1% หรือมีมูลค่า 106,960 ล้านบาท ทั้งนี้พบว่า มูลค่าตลาดเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ส่วนใหญ่เป็นตลาดเครื่อง Smartphone ซึ่งในปี 2558 มีมูลค่า 103,050 ล้านบาท และ

ในปี 2559 มีมูลค่า 106,700 ล้านบาท หรือเติบโต 3.5% ขณะที่ตลาด Feature Phone ในปี 2558 มีมูลค่า 675 ล้านบาท โดยคาดการณ์ว่าปี 2559 จะเหลือมูลค่าตลาดเพียง 260 ล้านบาท การชะลอตัวของตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นผลจากระดับราคาเครื่องมีแนวโน้มลดลงเรื่อยๆ ทั้งจากการส่งเสริมการขายของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ค่ายต่างๆ เอง และการเข้ามาทำตลาดของเครื่องราคาถูกที่มากขึ้น นอกจากนี้ภาวะเศรษฐกิจยังมีส่วนสำคัญที่ทำให้การตัดสินใจเปลี่ยนเครื่องโทรศัพท์ราคาสูงของผู้บริโภคทำได้ยากขึ้นด้วย ขณะที่ตลาดเครื่องโทรศัพท์ประจำที่ยังมีแนวโน้มหดตัวลงอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2558 หดตัวติดลบ 14.1% มีมูลค่า 1,295 ล้านบาท และคาดว่าในปี 2559 จะหดตัวติดลบ 10.9%

ทั้งนี้ ในปี 2558 พบว่า ภาคครัวเรือนยังคงเป็นกลุ่มผู้ใช้จ่ายหลักในตลาดสื่อสาร โดยมีสัดส่วนการใช้จ่าย 55.7% ต่อมูลค่าตลาดสื่อสารภาพรวม ซึ่งสัดส่วนดังกล่าวมีทิศทางลดลงจากปีที่ผ่านมา สะท้อนให้เห็นถึงความสามารถในการใช้จ่ายกลุ่มครัวเรือนที่ลดลง ประกอบกับระดับราคาของผลิตภัณฑ์และบริการมีแนวโน้มลดลงจากการแข่งขันทางด้านราคา จึงส่งผลต่อสัดส่วนการใช้จ่ายภาคครัวเรือน ขณะที่ภาครัฐกิจเอกชนและภาครัฐ มีสัดส่วนการใช้จ่าย 44.3% ซึ่งเป็นสัดส่วนที่เพิ่มขึ้น โดยส่วนใหญ่เกิดจากการพัฒนาโครงข่ายการให้บริการของผู้ให้บริการโทรคมนาคม และอีกส่วนที่สำคัญคือการลงทุนปรับเปลี่ยนและยกระดับการใช้เทคโนโลยีในองค์กรที่เริ่มเห็นอยู่บ้าง แม้การทำให้ธุรกิจจะยากลำบากในสภาวะเศรษฐกิจชะลอตัวก็ตาม แม้ผลการสำรวจมูลค่าตลาดสื่อสารของไทยยังเติบโตได้ดี แต่แนวโน้มการทำรายได้จากการให้บริการแบบเดิมๆ ของผู้ให้บริการโทรคมนาคมจะยากขึ้น ซึ่งผู้ให้บริการโทรคมนาคมต้องเพิ่มบริการที่เข้ากับการใช้ชีวิตประจำวันทั่วไปมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นบริการ OTT หรือระบบการชำระเงินผ่านเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Payment) เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่เครือข่าย และรวมถึงภาคธุรกิจอื่นๆ ไม่สามารถละเลยต่อการพัฒนาบริการผ่านดิจิทัลได้ เพราะแนวโน้มกลุ่มธุรกิจเกิดใหม่อย่าง Tech Startup เริ่มเข้ามามีบทบาทมากขึ้น ดังเช่น FinTech ในภาคบริการทางการเงิน เป็นต้น

การใช้จ่ายด้าน ICT ของโลก

การใช้จ่ายด้านไอซีทีจากทั่วโลกของปี 2558 และปี 2559 โดยคาดการณ์ว่า ในปี 2559 การใช้จ่ายด้าน Devices เช่น พีซี แท็บเล็ต โทรศัพท์เคลื่อนที่ และเครื่องพิมพ์ มีแนวโน้มลดลงเมื่อเทียบกับปี 2558 คิดเป็นร้อยละ 1.9 อันเนื่องมาจากความต้องการอุปกรณ์ด้าน PCs ในภูมิภาคหลักๆ อย่างเช่น ญี่ปุ่น, รัสเซีย และยุโรปตะวันตก ลดลง รวมทั้งความอิ่มตัวของผู้บริโภคที่มีต่ออุปกรณ์พีซี และแท็บเล็ต ส่วนการใช้จ่ายด้าน Communications Services คาดการณ์ว่าจะลดลงร้อยละ 1.2

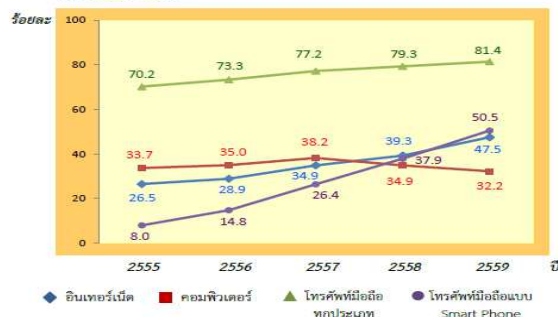


การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ. 2559

การใช้คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต และโทรศัพท์มือถือ

สรุปแล้วสำคัญ: สังคมจะมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ. 2559

แผนภูมิ 1 ร้อยละของประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไปที่ใช้คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต โทรศัพท์มือถือทุกประเภท และโทรศัพท์มือถือแบบ Smart Phone พ.ศ. 2555-2559



ผลการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไปประมาณ 62.8 ล้านคน พบว่ามีผู้ใช้คอมพิวเตอร์ 20.2 ล้านคน (ร้อยละ 32.2) ผู้ใช้อินเทอร์เน็ต 29.8 ล้านคน (ร้อยละ 47.5) และผู้ใช้โทรศัพท์มือถือ 51.1 ล้านคน (ร้อยละ 81.4) เมื่อพิจารณาแนวโน้มการใช้คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต และโทรศัพท์มือถือของประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไปในช่วงระยะเวลา 5 ปีระหว่างปี 2555-2559 พบว่าผู้ใช้คอมพิวเตอร์ ลดลงจาก ร้อยละ 33.7 (จำนวน 21.2 ล้านคน) เป็นร้อยละ 32.2 (จำนวน 20.2 ล้านคน) ผู้ใช้

อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 26.5 (จำนวน 16.6 ล้านคน) เป็นร้อยละ 47.5 (จำนวน 29.8 ล้านคน) ผู้ใช้โทรศัพท์มือถือทุกประเภทเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 70.2 (จำนวน 44.1 ล้านคน) เป็นร้อยละ 81.4 (จำนวน 51.1 ล้านคน) และผู้ใช้โทรศัพท์มือถือแบบ Smart Phone เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 8.0 (จำนวน 5.0 ล้านคน) เป็นร้อยละ 50.5 (จำนวน 31.7 ล้านคน)

ส่วนอุปกรณ์ในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตพบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตใช้โทรศัพท์มือถือแบบ Smart Phone ในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตค่อนข้างสูงคือ ร้อยละ 90.4 ใช้ PC ร้อยละ 50.1 ใช้ Notebook ร้อยละ 24.9 และ Tablet ร้อยละ 15.2

แผนภาพ 1 ร้อยละของประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไปที่ใช้อินเทอร์เน็ตตามอุปกรณ์ในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต



ภาคธุรกิจและภาคเทคโนโลยีของประเทศไทย

การทำดิจิทัลทรานส์ฟอร์มเมชันนั้นจะช่วยให้องค์กรในประเทศไทยประสบความสำเร็จในการใช้เทคโนโลยีแพลตฟอร์มรุ่นที่ 3 และ เน้นย้ำถึงความจำเป็นที่องค์กรต้องทำการเปลี่ยนแปลงเพื่อรักษาความเป็นผู้นำเอาไว้ เทคโนโลยีแพลตฟอร์มรุ่นที่ 3 นั้นประกอบด้วย 4 เสาหลัก ได้แก่ Cloud, Mobility, Big data/Analytics และ Social Business ตลอดจนตัวเร่งนวัตกรรม 6 อย่าง ได้แก่ Internet of Thing, ระบบ Cognitive, เทคโนโลยีหุ่นยนต์, การพิมพ์ 3 มิติ, เวอร์ช่วล หรือออกเมนต์เรียลลิตี้ และระบบ Next Gen Security

ภาพรวมของอุตสาหกรรมไอที มีการคาดการณ์เม็ดเงินในการใช้จ่ายในปี 2558 อยู่ที่ 372,400 ล้านบาท เติบโต 2% ซึ่งต่ำกว่า GDP ที่อยู่ที่ 29% และคาดการณ์ถึงปี 2559 มีเม็ดเงิน 383,700 ล้านบาท เติบโต 3% ถ้าแยกตามอุตสาหกรรม กลุ่ม Consumer ยังเป็นกลุ่มใหญ่ด้วยปัจจัยของสมาร์ทโฟน และแท็บเล็ต ทำให้มีมูลค่า 180,869 ล้านบาท รองลงมาเป็นกลุ่มสื่อสาร เพราะการลงทุนด้าน 3G และ 4G ทำให้มีมูลค่า 56,348 ล้านบาท

แนวโน้มสำคัญของภาคธุรกิจและภาคเทคโนโลยีของประเทศไทย

1. ดิจิทัลทรานส์ฟอร์มเมชัน

ภายในสิ้นปี 2560 กว่าครึ่งขององค์กรในประเทศไทยจะเริ่มกระบวนการดิจิทัลทรานส์ฟอร์มเมชัน ซึ่งจะเป็นปัจจัยหลักในการผลักดันการลงทุนทางไอทีขององค์กรในปี 2559 เป็นต้นไป โดยดิจิทัลทรานส์ฟอร์มเมชันนั้นเป็นการนำเทคโนโลยีแพลตฟอร์มรุ่นที่ 3 มาพัฒนาประสิทธิภาพการใช้งานของผู้บริโภค และเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้สูงขึ้น เชื่อว่ากลยุทธทรานส์ฟอร์มเมชันจะมุ่งเน้นไปที่ความชำนาญด้านดิจิทัลทั้งในเรื่องของความสัมพันธ์ การปฏิบัติงาน และสินค้าหรือบริการที่มีฐานมาจากข้อมูล

2. คลาวด์ (Cloud) จะกลายเป็นการลงทุนพื้นฐานทางด้านไอที

ภายในปี 2561 การลงทุนด้านคลาวด์จะมีสัดส่วนเป็นอย่างน้อยหนึ่งในสี่ของค่าใช้จ่ายด้านไอทีทั้งหมด และภายในปี 2563 คิดเป็น 30% ของการลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐานไอทีทั้งหมดจะเกี่ยวข้องกับคลาวด์ ในขณะที่สัดส่วนของคลาวด์จะสูงถึง 30-35% ของค่าใช้จ่ายด้านซอฟต์แวร์ เซอร์วิส และเทคโนโลยีทั้งหมด

ในปี 2559 นั้นองค์กรต่าง ๆ มีความจำเป็นจะต้องพัฒนาขีดความสามารถในการใช้งานบริการผ่านคลาวด์ โครงการที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีแพลตฟอร์มรุ่นที่ 3 หรือดิจิทัลทรานส์ฟอร์มเมชันในเชิงธุรกิจนั้นจะเกิดขึ้นได้ยาก หากไม่มีคลาวด์เป็นพื้นฐาน ซึ่งหมายความว่าองค์กรเหล่านั้น จะต้องเพิ่มการใช้บริการผ่านคลาวด์ขึ้นอย่างมากในช่วงหลายปีข้างหน้า

ภายในปี 2563 การใช้จ่ายขององค์กรสำหรับบริการผ่านคลาวด์ ฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์เพื่อซอฟต์แวร์บริการผ่านคลาวด์ และการบริการเพื่อใช้งาน และจัดการบริการผ่านคลาวด์จะมีมูลค่าสูงกว่า 350 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งถือเป็นการเติบโตขึ้น 100% จากปัจจุบัน ฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ส่วนใหญ่ที่แวนเดอร์ผลิตก็จะเป็นแบบ “คลาวด์เฟิร์ส” เช่นกัน การเปลี่ยนแปลงของบริการผ่านคลาวด์จากความเป็นสถาปัตยกรรม “ใหม่” ไปสู่ความเป็นเทคโนโลยีขั้นพื้นฐานนั้นจะมีความสำคัญสำหรับผู้นำด้านไอทีและธุรกิจ

3. ผู้ใช้สมาร์ทโฟนจะเพิ่มขึ้นอีก 25 ล้านคน

ภายในปี 2561 ประเทศไทยจะมีผู้เข้าถึงอินเทอร์เน็ตด้วยสมาร์ทโฟนเป็นอุปกรณ์แรกเป็นจำนวน 50 ล้านคน ซึ่งคิดเป็น 73% ของประชากรทั้งหมด การที่มีผู้ใช้สมาร์ทโฟนเข้าถึงอินเทอร์เน็ตกว่า 50 ล้านคนนั้น ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเป็นวงกว้างต่อองค์กรต่าง ๆ พบเห็นการเปลี่ยนแปลงในกระบวนการทางธุรกิจภายในองค์กร เช่น กลยุทธ์และการพัฒนาแอปพลิเคชันสำหรับสมาร์ทโฟน องค์กรต่าง ๆ ต้องสร้างวิธีใหม่ ๆ ในการนำเสนอสินค้าและบริการผ่านทางมือถือมากขึ้นแบบโมบายล์เฟิร์ส การปรับให้เหมาะสมกับตลาดท้องถิ่น และการนำเครือข่ายสังคมออนไลน์มาใช้เป็นมิติใหม่ในการมีส่วนร่วมของลูกค้า การเปลี่ยนแปลงนี้ยังผลักดันให้เกิดการใช้ระบบคอนนิกทิฟในการวิเคราะห์ การรองรับการใช้งานแบบออฟไลน์ และประสิทธิภาพของบิกดาต้าอย่างมาก เนื่องจากข้อมูลทั้งที่มีอยู่ และที่เกิดขึ้นใหม่นั้นจะถูกจัดเก็บในรูปแบบดิจิทัลซึ่งพร้อมใช้งานได้ทันทีเพื่อตอบสนองผู้ใช้ 50 ล้านราย

4. รูปแบบธุรกิจแบบใหม่จะประสบความสำเร็จ

ภายในปี 2560 กว่า 20% ขององค์กรขนาดใหญ่จะได้รับผลกระทบจากนวัตกรรมทางโมเดลธุรกิจรูปแบบใหม่ ในอดีตนั้นผลกระทบต่าง ๆ มักเกิดจากนวัตกรรมทางสินค้าและบริการ แต่อินเทอร์เน็ตและองค์ประกอบของแพลตฟอร์มรุ่นที่ 3 นั้น จะช่วยให้ธุรกิจสามารถสร้างรูปแบบการนำเสนอสินค้าและบริการที่แตกต่างไปจากเดิมได้ไม่ช้า ธุรกิจแบบเดิมจะได้รับผลกระทบจากธุรกิจแบบใหม่ที่กำลังเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ซึ่งเป็นธุรกิจที่เกิดจากการนำทรัพยากรที่ไม่ได้รับการใช้งานเต็มที่ต่าง ๆ มารวมเข้าไว้ด้วยกัน จนก่อให้เกิดสินค้า บริการ และตลาดใหม่ที่ตัวเองเป็นเจ้าของผู้เดียวได้

5. รูปแบบใหม่ของการชำระเงิน

ภายในปี 2560 ผู้นำในภาคอุตสาหกรรมค้าปลีก 10 อันดับแรก จะมีการใช้การตรวจสอบหลายขั้นตอนสำหรับการชำระเงินในร้าน โดยระบบ Near Field Communication (NFC) สแกนนิ้วมือและไร้สัมผัส

ภายในตุลาคม 2561 นโยบาย “การปรับภาระความรับผิดชอบ” จะมีผลบังคับใช้ในประเทศไทย และทำให้ร้านค้าทั่วประเทศต้องระวางโทษต่อการทุจริตที่เกี่ยวข้องกับบัตรเครดิตในร้าน เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในต่างประเทศในช่วงที่ผ่านมา ชี้ให้เห็นว่าการละเมิดความปลอดภัยนั้น ส่งผลกระทบต่อลูกค้านับล้านรายและมีค่าใช้จ่ายสูงมาก ซึ่งร้านค้าปลีกในประเทศไทยไม่ว่าจะเป็นขนาดใดต่างก็มีความกังวลอย่างเห็นได้ชัด

เนื่องจากการซื้อขายส่วนมากนั้นเกิดขึ้นภายในร้าน แนนอนว่าร้านค้าปลีกมีหน้าที่ป้องกันการฉ้อโกง ทั้งนี้ยังมีร้านค้าออนไลน์อีกหลายร้านต้องทำให้การซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ตมีความปลอดภัยด้วย หนึ่งในช่องโหว่ที่พบบ่อยคือการตรวจสอบตัวตนโดยเฉพาะกระบวนการตรวจสอบการชำระเงินและการอนุมัติ การตรวจสอบหลายขั้นตอนนี้สามารถช่วยลดความเสี่ยงการฉ้อโกงได้ไม่ว่าจะเป็นช่องทางการเข้าถึงลูกค้าใดๆ ก็ตาม

ในปี 2560 ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ต่าง ๆ จะนำระบบชำระเงินในบริเวณใกล้เคียงมาใช้โดยเฉพาะระบบที่ใช้ NFC ระบบดังกล่าวนี้จะช่วยผลักดันความสะดวกให้แก่การตรวจสอบหลายขั้นตอน

6. เครื่องพิมพ์ประเภทสมาร์ตมัลติฟังก์ชัน

ภายในปี 2561 เครื่องพิมพ์ประเภทสมาร์ตมัลติฟังก์ชัน (Multifunction Printers – MFPs) จะกลายเป็นอุปกรณ์พื้นฐานที่ตอบโจทย์โซลูชันการพิมพ์จำนวนมากที่ใช้ในออฟฟิศขนาดใหญ่ ไม่นานมานี้ องค์กรต่างๆ เริ่มนำเอารูปแบบความสามารถขั้นสูงเข้าไปใช้กับกลุ่มเครื่องพิมพ์ประเภทมัลติฟังก์ชันผ่านสถาปัตยกรรมโครงสร้างของอุปกรณ์ ซึ่งเริ่มต้นจากความสามารถในการสแกนแบบพื้นฐาน และ/หรือสามารถรองรับการจัดการด้านเอกสารทั่วไป อย่างไรก็ตาม ไอทีซีคาดว่าโซลูชันดังกล่าวจะได้รับการใช้งานแพร่หลายมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด การเปลี่ยนอุปกรณ์สำหรับพิมพ์หรือทำสำเนาเป็นอุปกรณ์สำหรับดำเนินงานแบบอัจฉริยะของเครื่องพิมพ์ประเภทมัลติฟังก์ชัน จะเด่นชัดมากขึ้นไปอีก 2 ปีข้างหน้า เมื่อองค์กรต่างๆ เริ่มคำนึงถึงขอบเขตความสามารถที่กว้างขึ้นของเครื่องพิมพ์ประเภทนี้

การซัพพอร์ตด้านความปลอดภัย โมบิลิตี้ และคลาวด์จะกลายเป็นมาตรฐานหลัก โดยพีเจเอชเหล่านี้ต่างช่วยส่งเสริมโครงสร้างอุปกรณ์การพิมพ์ให้ประสิทธิภาพที่ดีขึ้น ซึ่งจะช่วยประหยัดต้นทุน และในขณะเดียวกันก็ยังผลักดันประสิทธิภาพขององค์กร องค์กรต่างๆ ที่ใช้งานเครื่องพิมพ์ประเภทนี้นั้นจะได้รับประโยชน์ทางธุรกิจสูงสุด

7. การเปลี่ยนสถานะของซัพพลายเออร์และพาร์ทเนอร์

ดิจิทัลทรานส์ฟอร์มเมชันที่กำลังเกิดขึ้นจะสร้างผลกระทบและแนวโน้มใหม่ๆ ตลอดจน ผู้เล่นรายใหม่เกิดขึ้นในตลาด ทำให้เกิดแรงกดดันอย่างมากต่อซัพพลายเออร์ไอทีแบบดั้งเดิมและผลักดันให้ผู้เล่นรายใหม่กลายเป็นผู้นำในตลาด ในช่วงหลายปีข้างหน้า จะพบเห็นการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องในกลุ่มเวเนเตอร์ โดยหนึ่งในสามของซัพพลายเออร์ชั้นนำในปัจจุบันจะมีการควบรวมกิจการ ลดขนาด หรือเปลี่ยนสถานะ

- จะมีผู้ให้บริการผ่านคลาวด์อยู่เพียงไม่กี่รายซึ่งครองส่วนแบ่งการตลาดมากถึง 75-80%
- กลุ่มเทคโนโลยี IOT จะมีการควบรวมกิจการ
- บริษัท StartUp จะมีความสำคัญเพิ่มขึ้นอีกมาก

เนื่องจากแพลตฟอร์มที่ 3 และดิจิทัลทรานส์ฟอร์มเมชันจะเพิ่มขึ้นอย่างมากในช่วงหลายปีข้างหน้า ซัพพลายเออร์บางส่วนนั้นจะประสบความสำเร็จ ในขณะที่บางส่วนนั้นจะดับสูญไป

8. การเข้าถึงและเข้าใจผู้บริโภคที่มากขึ้นในวงกว้าง

ในปี 2560 บริษัทไทยจะใช้บิ๊กดาต้าเพื่อเข้าถึงและเข้าใจผู้บริโภคที่มากขึ้น ทั้งทางอุปกรณ์พกพา ออมนิแชนแนล และโซเชียลมีเดีย องค์กรในไทยนั้นประสบความสำเร็จในการสร้างฐานลูกค้าใหม่มากขึ้น ผ่านการสร้างความผูกพันทางดิจิทัลกับลูกค้า ช่องทางเหล่านี้มีข้อมูลจำนวนมากซึ่งพร้อมสำหรับการวิเคราะห์เนื่องจากโครงสร้างและเครื่องมือที่หาได้ง่ายและมีราคาถูกกว่าเมื่อก่อน หากแต่ช่องทางเหล่านี้ไม่ได้ถูกใช้ประโยชน์อย่างเต็มศักยภาพ เพราะขาดวิสัยทัศน์ และ ความรู้ความชำนาญด้านวิทยาศาสตร์ข้อมูล ในเรื่องวิทยาศาสตร์ข้อมูลนี้ องค์กร และสถาบันการศึกษาได้รับรู้ถึงการขาดแคลนความชำนาญดังกล่าว และ เริ่มสร้างความเชี่ยวชาญที่จำเป็นออกสู่ตลาด ในขณะเดียวกันมีเพียงไม่กี่องค์กรเท่านั้นที่เพิ่งจะเริ่มดำเนินกลยุทธ์บิ๊กดาต้า ในปี 2560 บริษัทจะสามารถนำแนวความคิด “การเข้าถึงและเข้าใจผู้บริโภคที่มากขึ้นในวงกว้าง” มาใช้อย่างมีนัยสำคัญได้มากขึ้น

9. การจัดการความเสี่ยง

ภายในปี 2560 กว่า 30% ของฝ่ายไอทีในองค์กรจะเปลี่ยนความสนใจจากการวางแผนด้านรักษาความปลอดภัยเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการโจมตีระบบ มาเป็นมุ่งเน้น “จำกัดและควบคุม” ความเสียหายแทน ในเมื่อองค์กรเริ่มกระบวนการทำดิจิทัลทรานส์ฟอร์มเมชัน ย่อมมีการใช้งานเทคโนโลยีแพลตฟอร์มที่ 3 อย่างเข้มข้นขึ้น ซึ่งถึงแม้เทคโนโลยีใหม่ ๆ จะสามารถสร้างประโยชน์อย่างมากมาย แต่ก็เพิ่มความเสี่ยงมากขึ้นด้วย เนื่องจากทำให้ “พื้นที่” ที่สามารถถูกโจมตีได้ เพิ่มขึ้นอย่างก้าว

กระโดด อีกทั้งภัยคุกคามเองก็อันตรายขึ้นเรื่อย ๆ นั้นหมายความว่า การสร้าง “แนวกัน” เพื่อป้องกันการโจมตีนั้นไม่ใช่ตัวเลือกที่มีประสิทธิภาพอีกต่อไป แต่จะมาเน้นการ “จำกัดและควบคุม” ความเสียหายที่อาจจะเกิดขึ้นแทน ผ่านการจำกัดการเข้าถึงข้อมูลและเพิ่มการตรวจตราด้านซีเคียวริตี้มากขึ้น

10. กลุ่มธุรกิจประกันภัยจะเป็นผู้นำด้าน IoT

ภายในปี 2560 การเพิ่มขึ้นของงบประมาณด้านไอที และ จำนวนนวัตกรรมในกลุ่มธุรกิจประกันภัยจะสูงกว่ากลุ่มธุรกิจธนาคาร เนื่องมาจากโครงการ IoT ในกลุ่มธุรกิจประกันภัยนั้นจะได้รับการจัดอันดับ นอกจากนั้นยังมีเทคโนโลยีอื่นๆ ช่วยส่งเสริมภาคอุตสาหกรรมดังกล่าวอีกด้วย การใช้งานคลาวด์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในสำนักงาน และ บริการการจัดการนั้นช่วยผลักดันกลุ่มธุรกิจประกันภัยเข้าสู่แพลตฟอร์มที่ 3 ภายในปี 2559 นี้คาดว่าจะมีการอัปเดตระบบหลักของภาคอุตสาหกรรมสามครั้ง ซึ่งจะผลักดันการใช้จ่ายด้านไอทีของกลุ่มอุตสาหกรรมให้เติบโตถึง 10% ในขณะที่กลุ่มธุรกิจธนาคารจะเติบโตเพียง 6%

คาดการณ์ภายใต้บริบทของปีแห่งการผูกติดกับดิจิทัล

- ในปี 2560 มากกว่าร้อยละ 50 ขององค์กรธุรกิจต่าง ๆ จะบริการผ่านผู้ให้บริการบุคคลที่ 3 ในการประยุกต์ใช้ API ที่สามารถติดต่อสื่อสารแบบเรียลไทม์
- ในปี 2561 SD WAN จะถูกใช้งานราวร้อยละ 30 ในองค์กรธุรกิจต่าง ๆ ซึ่งจะเป็นส่วนประกอบที่สำคัญในการควบคุมการติดต่อสื่อสารระหว่างสาขาต่าง ๆ
- ในปี 2561 แม้ว่าการกระตุ้นถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้งาน WAN ประหยัดพลังงาน (low power WAN) อย่างเช่น LoRa และ Sigfox แต่การไม่มีการออกใบอนุญาตและขาดความสามารถเรื่อง QoS จะเป็นเหตุให้บริษัทต่าง ๆ เน้นการทำ IoT ให้กับการใช้งานต่าง ๆ ที่มีกระทบต่อการทำงานของธุรกิจ
- ในปี 2561 การเติบโตของการรับชมโทรทัศน์ด้วยเทคโนโลยี OTT จะเป็นจุดเริ่มต้นทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนระบบเพย์ทีวีแบบดั้งเดิมไปสู่การให้บริการผ่านคลาวด์
- ในปี 2562 องค์กรธุรกิจต่าง ๆ เริ่มที่จะใช้เครื่องมือช่วยวิเคราะห์มากขึ้นเมื่อบริการนี้สามารถให้บริการผ่านเครือข่ายปลายทาง

ที่มา IDC

แนวโน้มเทคโนโลยีไอซีที



เทคโนโลยีเด่น ในปี 2560 ของประเทศไทย

1) Cloud Computing

ในปัจจุบันข้อมูลต่างๆ และแนวโน้มของอุตสาหกรรมไอทีได้บ่งชี้ให้เห็นแล้วว่า Cloud Computing กำลังเข้ามาเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมจริงๆ โดยเฉพาะแนวโน้มของตลาดโลกที่น่าจะต้องมีผลกระทบต่อการอุตสาหกรรมไอทีไทย โดยตลาด Tradition IT ด้าน IT Infrastructure จะลดลงไปเรื่อยๆ และตลาด Public Cloud จะโตขึ้นอย่างรวดเร็ว คาดการณ์ว่าตลาด Tradition IT จะเหลือเพียงแค่ 55% ในปี 2562 นอกจากนี้ ตลาด Cloud Computing ทำให้ผู้เล่นในตลาดเปลี่ยนไป

2) Big Data Analytics

กลุ่มอุตสาหกรรมโทรคมนาคมและสถาบันการเงิน เริ่มมีการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานทางด้านนี้มากขึ้น มีการจัดหาเทคโนโลยี Hadoop เพื่อให้สามารถเก็บข้อมูลที่เป็น Semi-structure/Unstructure ได้มากขึ้น และเริ่มมีการคิดที่จะนำข้อมูลขนาดใหญ่มาวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางการทำธุรกิจใหม่ ให้ได้ข้อมูลการตลาดและลูกค้ามากขึ้น ตลอดจนภาครัฐเองก็ให้ความสำคัญกับเรื่องของ Open Data และมีนโยบายในการที่จะพัฒนาข้อมูลขนาดใหญ่ในภาครัฐ ซึ่งก็มีสำนักงานรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (องค์กรมหาชน) ที่ได้ทำงานในด้านนี้อย่างต่อเนื่อง มีการจัดกิจกรรมและความร่วมมือต่างๆ ในกลุ่มนักพัฒนาและสถาบันการศึกษาต่างๆ ก็เริ่มให้ความสำคัญกับนักวิทยาศาสตร์ข้อมูล (Data Scientist) มากขึ้น

ในปี 2560 คาดว่าความตื่นตัวทางด้านนี้จะมีมากยิ่งขึ้น องค์กรจะเริ่มให้ความสนใจกับการนำข้อมูลขนาดใหญ่ไปวิเคราะห์ โดยเฉพาะภาคการเงินการธนาคาร การตลาด โทรคมนาคม และค้าปลีก การแข่งขันทางด้านนี้จะมีมากยิ่งขึ้น องค์กรต่างๆ ก็จะมีการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานมากขึ้น และก็จะเริ่มจะหาเครื่องมือที่สามารถจะวิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ทั้งจาก RDBMS, Data Warehouse, NoSQL และ Hadoop มากขึ้น หน่วยงานจะเน้นความสำคัญกับการทำ Data Visualisation มากขึ้น และก็จะเริ่มมีการทำ Predictive Analytics มากขึ้น พร้อมทั้งจะมีความต้องการหานักวิทยาศาสตร์ข้อมูลมากขึ้น

3) Internet of Things

IoT (Internet of Things) เป็นหนึ่งในแนวโน้มเทคโนโลยีที่จะเข้ามาเปลี่ยนแปลงโลก และมีผลต่อเรื่องของอุตสาหกรรม 4.0 อย่างมากเพราะต่อไปเราจะเห็นอุปกรณ์ต่างๆ เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตอย่างมากมายและธุรกิจต่างๆ จำเป็นต้องจะนำอุปกรณ์เหล่านี้มาประยุกต์ใช้เพื่อสร้างศักยภาพในการแข่งขันและเกิดมูลค่าเพิ่ม ประเทศไทยกำลังเน้นคำว่า Thailand 4.0 (โมเดลการพัฒนาเศรษฐกิจของรัฐบาลไทย) ซึ่งก็หนีไม่พ้นกับเรื่องของอุตสาหกรรม 4.0 และก็จะเน้นเรื่องของ Digital Economy มีการวางแผนเรื่องของ Smart City ซึ่งจะต้องมีการวางโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และคงหนีไม่พ้นที่ต้องมีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี IoT ชุมชนนักพัฒนาบ้านเราก็ให้ความสนใจกับด้าน IoT อย่างมากมีการตั้ง Maker Club หลายแห่ง มีการจัดตั้งกลุ่ม Thailand IoT Consortium และมีกิจกรรมต่างๆ อย่างต่อเนื่อง ตลอดจนเราเห็นคนไทยเข้าไปเป็นประธาน South East Asia Makerspace Network หน่วยงานภาครัฐอย่าง NECTEC ก็มีการส่งเสริม IoT Platform อย่าง NETPIE และมีบริษัทเอกชนหลายแห่งที่เริ่มทำเรื่อง IoT ร่วมมือกับต่างประเทศเพื่อผลักดันออกไปสู่ระดับโลกอย่าง บอร์ด Nano32 ซึ่งคนไทยเป็นผู้พัฒนาเป็นบอร์ด ESP32 บอร์ดเดียวในโลกที่มีจำหน่าย

4) Webscale IT

การใช้อินเทอร์เน็ตในบ้านเราเพิ่มขึ้นอย่างมหาศาลซึ่งหมายถึงมีการใช้บริการออนไลน์ต่างๆ มากขึ้นเช่นการใช้ข้อมูลรับบริการต่างๆ รวมถึงการใช้ E-Commerce ที่เพิ่มขึ้นมากมาย ทำให้การออกแบบระบบบริการออนไลน์จำเป็นต้องรองรับผู้ใช้จำนวนมากที่เข้ามาทำงานพร้อมกันให้ได้

5) FinTech

Financial Technology เป็นเรื่องที่สถาบันการเงินบ้านเรากำลังให้ความสนใจอย่างมาก ธนาคารในบ้านเราหลายๆ แห่งมีการตั้งหน่วย FinTech เพื่อพยายามหานวัตกรรมใหม่ๆ ที่จะเข้ามาแทนที่รูปแบบการเงินแบบเดิมๆ และก็มีผู้เล่นรายใหม่ที่ไม่ใช่สถาบันการเงินและกลุ่ม Start-up ที่สนใจเริ่มนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้งานด้านธุรกรรมการเงิน จนเริ่มมีการพูดกันว่าในอนาคตผู้คนจะใช้เทคโนโลยีในการทำธุรกรรมทางการเงินมากขึ้นและอาจทำให้จำนวนสาขาแบงก์น้อยลง ข้อมูลจากธนาคารแห่งประเทศไทยแสดงให้เห็นว่าในปัจจุบันเรามีบัญชี Mobile Banking มากกว่า 10 ล้านบัญชี และ Internet Banking มากกว่า 12 ล้านบัญชี ซึ่งเป็นการบ่งชี้ให้เห็นว่ามีการทำธุรกรรมออนไลน์มากขึ้น

6) PromptPay

“พร้อมเพย์” (AnyID) คือเรื่องที่ถูกกล่าวขานกันมากที่สุดเรื่องหนึ่งในปีที่ผ่านมา ถือว่าเป็นแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญของนวัตกรรมทางการเงินของประเทศ จะเป็นการลดการทำธุรกรรมทางการเงินโดยใช้เงินสด แล้วหันไปใช้เลขประจำตัวประชาชน หรือเบอร์โทรศัพท์มือถือ แทนเลขที่บัญชีธนาคาร ผ่านช่องทางต่างๆ เช่น อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง โอนแบบแบงก์กิ้ง เครื่องเอทีเอ็ม แม้โครงการจะถูกเลื่อนออกไปเป็นไตรมาสแรกในปี 2560 แต่ด้วยการผลักดันของรัฐบาลและกลุ่มธนาคารต่างๆ ก็คงยังจะทำให้พร้อมเพย์เป็นเรื่องที่น่าสนใจและจะมีการลงทุนกันอย่างมากในเรื่องนี้ ทั้งในการปรับโครงสร้างด้านไอทีของกลุ่มธนาคาร การรองรับการชำระเงินแบบใหม่ของหน่วยงานต่างๆ ตลอดจนการคำนึงถึงระบบความปลอดภัยที่เกี่ยวข้อง

7) IT Security

แนวโน้มของการใช้ไอทีมากขึ้น ทำให้องค์กรต่างๆ จำเป็นต้องมีความตื่นตัวด้านความปลอดภัยของเทคโนโลยีสารสนเทศมากขึ้น ในปีนี้เราจะเห็นได้ว่ามีข่าวเรื่องของการโจรกรรมข้อมูล การโจมตีเว็บ การปล่อยมัลแวร์ หรือล่าสุดจะเห็นข่าวการโจรกรรมเงินในตู้เอทีเอ็มของธนาคารในประเทศ ตลอดจนความต้องการการให้บริการออนไลน์มากขึ้นทำให้หน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องจำเป็นต้องมีการลงทุนและสร้างความตระหนักให้แก่ผู้ใช้งานมากขึ้น ด้วยความซับซ้อนของเทคโนโลยีที่มีมากขึ้น ประกอบกับการเข้ามาของเทคโนโลยีใหม่ๆ อย่าง IoT จะทำให้องค์กรต่างๆ ต้องพิจารณาปรับปรุงระบบความปลอดภัยไอทีให้มีความเข้มแข็งขึ้น เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ใช้งานที่จะเพิ่มขึ้นอย่างมาก

8) Digital Transformation

การเข้ามาของเทคโนโลยีสารสนเทศทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในธุรกิจและอุตสาหกรรมอย่างมาก เกิดธุรกิจใหม่ๆ มากมายเช่น Airbnb, Uber หรือ Agoda การเข้ามาของธุรกิจเหล่านี้ทำให้มีผลกระทบต่อธุรกิจเดิมๆ ที่เคยทำ

9) Mobility

แม้ตัวเลขการใช้เทคโนโลยี Smartphone, Tablet หรือ 4G ในบ้านเราจะมีจำนวนเพิ่มขึ้นค่อนข้างมาก แต่การใช้งานส่วนใหญ่ยังมุ่งไปเพื่อความบันเทิงมากกว่าการใช้เพื่อทำงานหรือสร้างมูลค่าเพิ่มเชิงธุรกิจ แต่เนื่องจากพฤติกรรมการทำงานของคนรุ่นใหม่เปลี่ยนไปมีความเป็น Mobile มากขึ้นคือการทำงานในทุกที่ ทุกอุปกรณ์ ประกอบกับปัญหาการจราจรในเมืองใหญ่ต่างๆ ของบ้านเรา จะทำให้หน่วยงานจะต้องเตรียมปรับเทคโนโลยี และรูปแบบการทำงานให้รองรับ Mobility มากขึ้น เช่น การประชุมออนไลน์ การทำงานแบบร่วมกัน การแชร์ข้อมูลผ่าน Share Drive หรือ การทำเอกสารแบบออนไลน์โดยใช้เครื่องมืออย่าง Google Docs หรือ Office 365 หน่วยงานในบ้านเราจะมีการปรับวัฒนธรรมในองค์กรให้เป็นดิจิทัลมากขึ้น เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นครั้งใหญ่

10) Business Value Dashboard

การทำ Data Visualization จากข้อมูลพื้นฐานในองค์กร หน่วยงานจำนวนมากก็ยังจัดทำเรื่องของ Data Warehouse และ Business Intelligence เพื่อให้ผู้บริหารสามารถตัดสินใจในการทำงานได้ ดังนั้นเรื่องของการทำ Business Dashboard ก็ยังเป็นแนวโน้มเทคโนโลยีที่สำคัญมากเรื่องหนึ่งสำหรับองค์กรต่างๆ เพื่อที่จะนำเสนอข้อมูลในองค์กรให้อยู่ในรูปแบบที่ผู้บริหารตัดสินใจได้ เราจะเห็นการลงทุนของหน่วยงานต่างๆ ที่จะซื้อเครื่องมือเหล่านี้ในการประมวลผล และมีการจัดทำโครงการต่างๆ ด้าน Business Intelligence ที่มากขึ้น

ที่มา Gartner

ภาวะการแข่งขันอุตสาหกรรมเทคโนโลยีระบบสื่อสารโทรคมนาคม

จากการที่ผู้ให้บริการและภาครัฐให้ความสำคัญในด้านการพัฒนาระบบการสื่อสารโทรคมนาคมของประเทศ ซึ่งมีจุดมุ่งหมายที่จะพัฒนาให้โครงสร้างพื้นฐานทางด้านการสื่อสารโทรคมนาคมของไทยให้มีมาตรฐานในระดับที่ทัดเทียมกับนานาชาติ และมีการกระจายที่ทั่วถึงไปยังสังคมที่อยู่ห่างไกลมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะโครงการ Smart Thailand ซึ่งเป็นโครงการที่สอดคล้องกับนโยบายบรรดแบรด์แห่งชาติ และนโยบายเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของประเทศไทยสำหรับปี 2554-2563 หรือ ICT 2020 โดยกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร จะดำเนินงานหลักใน 2 ส่วน คือ Smart Network เพื่อจัดทำโครงสร้างพื้นฐานของโครงข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ส่วนที่ 2 คือ Smart Government เป็นการส่งเสริมการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ ของหน่วยงานภาครัฐผ่านโครงข่าย Smart Network รวมทั้งมีนโยบายส่งเสริมให้หน่วยงานเอกชนนำ

เทคโนโลยีที่เกี่ยวกับสารสนเทศและการสื่อสารมาใช้ในการประกอบธุรกิจมากยิ่งขึ้น ด้วยนโยบายดังกล่าวจึงทำให้มีเม็ดเงินลงทุนจำนวนมากสำหรับพัฒนาระบบการสื่อสารและการโทรคมนาคมภายในประเทศจากทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชน ซึ่งนอกจากจะเป็นมูลค่าการลงทุนที่สูงแล้ว ยังมีอัตราการเติบโตที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา

ด้วยมูลค่าการลงทุนที่สูงทั้งจากภาครัฐ และภาคเอกชน จึงเป็นการดึงดูดให้ผู้ประกอบการหลายรายให้ความสนใจในอุตสาหกรรมนี้มากยิ่งขึ้น จึงมีผลทำให้การแข่งขันภายในอุตสาหกรรมค่อนข้างสูง ซึ่งโดยส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้ประกอบการที่อยู่ในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีระบบการสื่อสารโทรคมนาคมอยู่แล้ว ทั้งนี้เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับระบบการสื่อสารโทรคมนาคมนั้น สามารถแบ่งย่อยออกเป็น กลุ่มเทคโนโลยี 3 กลุ่ม ได้แก่ 1.กลุ่มระบบสื่อสารแบบไร้สาย (Wireless Network) 2.กลุ่มระบบสื่อสารแบบโครงข่ายสายสัญญาณ (Wired Network) และ 3.กลุ่มระบบมัลติมีเดีย (Multimedia)

ในปัจจุบันผู้ประกอบการที่เป็นผู้ให้บริการเทคโนโลยี (Technology Provider) ที่เกี่ยวเนื่องกับเทคโนโลยีระบบสื่อสารโทรคมนาคมที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีหลายบริษัท เช่น บมจ. แอ็ดวานซ์ อินโฟร์เมชัน เทคโนโลยี (AIT) บมจ. เอ็ม เอฟ อี ซี (MFEC) บมจ. สามารถเทลคอม (SAMTEL) และ บมจ. ล็อกซเลีย์ (LOXLEY) เป็นต้น ซึ่งแต่ละบริษัทมีความเชี่ยวชาญในแต่ละระบบสื่อสารโทรคมนาคมแตกต่างกัน

สำหรับการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ นั้น บริษัทฯ เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าครอบคลุมทุกระบบ โดยบริษัทฯ จัดหาผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิต และ/หรือ ผู้จัดจำหน่ายเทคโนโลยีชั้นนำต่างๆ จากทั่วโลก เช่น CISCO, CODAN, Raytheon, Thales และ Cambium เป็นต้น จากการที่บริษัทฯ มีผลิตภัณฑ์ที่ครอบคลุมความต้องการในทุกกลุ่มเทคโนโลยี ทำให้บริษัทฯ สามารถนำระบบเทคโนโลยีทั้ง 3 ระบบมาเชื่อมต่อเข้าด้วยกัน โดยเฉพาะระบบสื่อสารแบบไร้สาย และระบบมัลติมีเดีย ซึ่งบริษัทฯ มีความเชี่ยวชาญเป็นอย่างมาก ทำให้สามารถรวมเป็นโซลูชันที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีทีมงานวิจัยและพัฒนาที่จะออกแบบ วางแผนและติดตั้งโซลูชันที่แตกต่างออกไปตามความต้องการให้กับลูกค้า (Customized Solution) ด้วยเทคโนโลยีที่ซับซ้อนและล้ำสมัย อาทิเช่น การผลิตรถสื่อสารแบบเคลื่อนที่ (Satcom-on-the-move Mobile Vehicle) การพัฒนาระบบบริหารจัดการสถานีดาวเทียม (Network Management System for Satellite Station) เป็นต้น ทำให้บริษัทฯ ได้รับความไว้วางใจให้เป็นผู้แนะนำเสนอเทคโนโลยีการสื่อสารในรูปแบบ Hybrid ที่ช่วยให้ลูกค้าสามารถติดต่อสื่อสารกันได้ทั้งภาพ เสียง และข้อมูล รวมทั้งมีการให้บริการหลังการขายเพื่อสร้างความพึงพอใจและความสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องอีกด้วย

อุตสาหกรรมเทคโนโลยีระบบสื่อสารสัญญาณโทรทัศน์และดิจิตอลทีวี

ระบบถ่ายทอดสัญญาณโทรทัศน์และดิจิตอลทีวี (Television Broadcasting / Digital TV) หมายถึง ระบบที่เกี่ยวกับการถ่ายทอดสัญญาณโทรทัศน์ในแบบดิจิตอล โดยใช้เทคโนโลยีในการบีบอัดและการเข้ารหัสสัญญาณภาพและเสียง และทำการถ่ายทอดสัญญาณโทรทัศน์ผ่านช่องทางต่างๆ ไปยังผู้ชม ไม่ว่าจะเป็นการถ่ายทอดสัญญาณโทรทัศน์ดิจิตอลผ่านดาวเทียม การถ่ายทอดสัญญาณโทรทัศน์ดิจิตอลผ่านสายเคเบิล และการถ่ายทอดสัญญาณโทรทัศน์ดิจิตอลภาคพื้นดิน เป็นต้น ด้วยการพัฒนาเทคโนโลยีการถ่ายทอดสัญญาณโทรทัศน์ในแบบดิจิตอล ทำให้คุณภาพของสัญญาณภาพและเสียงมีความคมชัดมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ การถ่ายทอดสัญญาณโทรทัศน์ในระบบดิจิตอลยังช่วยให้ส่งข้อมูลได้มากขึ้น เมื่อเปรียบเทียบกับการถ่ายทอดสัญญาณในระบบอนาล็อก (Analog) แบบเดิม ส่งผลให้มีช่องสัญญาณโทรทัศน์ (TV Channel) ที่ใช้ออกอากาศมากยิ่งขึ้นอีกด้วย โดยในปัจจุบัน หลายๆ ประเทศได้เปลี่ยนการถ่ายทอดสัญญาณโทรทัศน์จากระบบอนาล็อกเป็นระบบดิจิตอล และได้มีการกำหนดมาตรฐานต่างๆ ไว้ เช่น ระบบถ่ายทอดสัญญาณโทรทัศน์ดิจิตอลผ่านดาวเทียม (DVB-S: Digital Video Broadcasting - Satellite) ระบบถ่ายทอดสัญญาณโทรทัศน์ดิจิตอลผ่านสายเคเบิล (DVB-C: Digital Video Broadcasting - Cable) และระบบถ่ายทอดสัญญาณโทรทัศน์ดิจิตอลภาคพื้นดิน (DVB-T: Digital Video Broadcasting - Terrestrial) เป็นต้น โดยที่ผู้ดูแลกิจการโทรคมนาคมในประเทศไทยและเหล่าสมาชิกอาเซียนได้มีการตกลงร่วมกันที่จะใช้ระบบถ่ายทอดสัญญาณโทรทัศน์ดิจิตอลภาคพื้นดินในมาตรฐานเดียวกัน คือ มาตรฐาน DVB-T ซึ่งล่าสุดได้มีการพัฒนาเป็นมาตรฐาน DVB-T2 ในปัจจุบัน

สำหรับประเทศไทย คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ได้กำหนดการเปลี่ยนระบบการรับชมโทรทัศน์ของประเทศไทยให้เปลี่ยนเป็นระบบทีวีดิจิตอลทั้งหมดซึ่งจะทำให้เสร็จภายในปี พ.ศ. 2559

โดย กสทช. ได้กำหนดแผนความถี่วิทยุสำหรับกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ซึ่งจะทำให้ประเทศไทยมีฟรีทีวีถึง 48 ช่อง เพิ่มขึ้นจากเดิมที่มีเพียง 6 ช่อง (ช่อง 3, 5, 7, 9, NBT และ Thai PBS) โดยแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ช่องรายการที่วีดิจิตอลประเภทธุรกิจ จำนวน 24 ช่อง ซึ่งจะเปิดให้ประมูลโดยมีรายละเอียดดังนี้
 - ช่องรายการที่วีดิจิตอลแบบ High Definition (HD) 7 ช่อง หรือ ช่องรายการประเภทความคมชัดสูง
 - ช่องรายการที่วีดิจิตอลแบบมาตรฐาน (Standard Definition: SD) ประเภททั่วไป 7 ช่อง
 - ช่องรายการที่วีดิจิตอลแบบคมชัดธรรมดา SD ประเภทข่าว 7 ช่อง
 - ช่องรายการที่วีดิจิตอลแบบคมชัดธรรมดา SD ประเภทช่องรายการเด็ก 3 ช่อง
 2. ช่องรายการที่วีดิจิตอล ประเภทชุมชน จำนวน 12 ช่อง
 3. ช่องรายการที่วีดิจิตอล ประเภทสาธารณะ จำนวน 12 ช่อง
- โดยเบื้องต้นจำนวน 3 ช่อง ได้จัดสรรให้กับผู้ประกอบการของรัฐเดิม คือ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก (ช่อง 5), กรมประชาสัมพันธ์ (ช่อง 11) และสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส (Thai PBS) ซึ่งจะออกอากาศแบบคู่ขนานกับระบบเดิม และอีก 1 ช่องสำหรับ Thai PBS เพื่อออกอากาศรายการสำหรับเด็ก เยาวชน ในแบบสาธารณะ ไม่มีโฆษณา ตามบันทึกข้อตกลงระหว่าง กสทช. กับ Thai PBS ส่วนอีก 8 ช่องที่จะจัดสรรใหม่กสทช. จะเปิดให้เอกชนที่สนใจ ยื่นคุณสมบัติเพื่อเป็นเจ้าของช่องกิจการสาธารณะได้ ในลักษณะเปิดยื่นข้อเสนอโครงการที่ดีและเหมาะสมหรือเป็นการประมูลแบบ Beauty Contest โดยแบ่งเป็นช่องต่างๆ ตามภาพประกอบ

1	2	3	4
5 การศึกษา วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี	6 ศาสนา ศิลปะ วัฒนธรรม อาชีพ เกษตร	7 สุขภาพ อนามัย กีฬา คุณภาพ ชีวิต	8 ความมั่นคงของรัฐ หน่วยงานของรัฐ
9 ความปลอดภัย สาธารณะ	10 รัฐบาล รัฐสภา	11 การปกครองใน ระบอบ ประชาธิปไตยฯ	12 คนพิการ ด้อย โอกาส เด็ก เยาวชน

ทั้งนี้ โครงสร้างของระบบที่วีดิจิตอล (Digital TV) จะแตกต่างจากที่วีระบบอนาล็อก (Analog) ซึ่งแต่ละช่องจะตั้งเสาส่งสัญญาณและออกอากาศกันเอง แต่ระบบดิจิทัลจะแยกผู้ให้บริการที่เกี่ยวข้องเป็น 3 กลุ่ม คือ

1. ผู้ให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวก (Facility Provider) คือ โครงสร้างพื้นฐาน หรือสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการให้บริการกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ ไม่ว่าจะเป็น ที่ดิน อาคาร สิ่งปลูกสร้าง เสา ระบบสาย สายอากาศ ท่อ โดยในที่ประชุมคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (กสท.) เมื่อวันที่ 15 กรกฎาคม 2556 ได้มีมติเห็นชอบออกใบอนุญาตการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านกระจายเสียงหรือโทรทัศน์แก่องค์กรกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (Thai PBS) เป็นเวลา 15 ปี
 2. ผู้ให้บริการโครงข่าย (Network Provider หรือ Multiplex หรือ MUX) ให้บริการระบบเชื่อมโยงของกลุ่มเครื่องส่งหรือถ่ายทอดสัญญาณเสียงหรือภาพที่ใช้ในการส่งข่าวสารสาธารณะหรือรายการจากสถานีไปยังเครื่องรับ ไม่ว่าจะเป็น โดยสื่อตัวนำที่เป็นสาย คลื่นความถี่ แสง คลื่นแม่เหล็กไฟฟ้า หรือสื่อตัวนำใด โดยในที่ประชุมคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (กสท.) วันที่ 17 มิถุนายน 2556 มีมติให้ใบอนุญาตให้บริการโครงข่ายโทรทัศน์ ประเภทที่ใช้คลื่นความถี่ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล เป็นระยะเวลา 15 ปี จำนวน 4 ใบอนุญาต จาก 6 ใบอนุญาต ให้แก่ สถานีโทรทัศน์กองทัพบก (ช่อง 5), กรมประชาสัมพันธ์ (ช่อง 11), สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส และบริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) และเมื่อวันที่ 30 กันยายน 2556 กสท. ได้มีมติให้ใบอนุญาตให้บริการโครงข่ายโทรทัศน์ ประเภทที่ใช้คลื่นความถี่ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล เป็นระยะเวลา 15 ปี แก่สถานีโทรทัศน์กองทัพบก (ช่อง 5) เพิ่มเติมอีก 1 ใบอนุญาต
- โดย กสทช. ยังได้กำหนดให้ผู้ให้บริการโครงข่ายโทรทัศน์ประเภทที่ใช้คลื่นความถี่ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ต้องขยายโครงข่ายให้สามารถครอบคลุมครัวเรือนทั่วประเทศ อย่างน้อยดังนี้
- ร้อยละ 50 ของจำนวนครัวเรือนภายใน 1 ปีนับจากวันที่ได้รับใบอนุญาต
 - ร้อยละ 80 ของจำนวนครัวเรือนภายใน 2 ปีนับจากวันที่ได้รับใบอนุญาต

- ร้อยละ 90 ของจำนวนครัวเรือนภายใน 3 ปีนับจากวันที่ได้รับใบอนุญาต
 - ร้อยละ 95 ของจำนวนครัวเรือนภายใน 4 ปีนับจากวันที่ได้รับใบอนุญาต
3. ผู้ให้บริการโทรทัศน์ (TV Service Provider) คือ ผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์เพื่อให้บริการส่งข่าวสารหรือรายการโดยใช้บริการจากผู้ให้บริการโครงข่ายในการออกอากาศรายการทีวี โดยในปัจจุบัน กสทช. ได้เตรียมเปิดประมูลทีวีดิจิตอลประเภทธุรกิจจำนวน 24 ช่อง และได้เปิดให้ซื้อเอกสารการประมูลขอรับใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ระบบดิจิตอล ประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ ระหว่างวันที่ 10-12 กันยายน 2556 โดยได้มีบริษัทซื้อซองประมูล Digital TV ทั้งหมด 33 บริษัท รวม 49 ซองดังนี้
- หมวดหมู่ ทั่วไปแบบความคมชัดสูง (ทั่วไป HD) จำนวน 12 ราย
 - หมวดหมู่ ทั่วไปแบบความคมชัดปกติ (ทั่วไป SD) จำนวน 17 ราย
 - หมวดหมู่ ข่าวสารและสาระ จำนวน 12 ราย
 - หมวดหมู่ เด็ก เยาวชน และครอบครัว จำนวน 8 ราย
- ทั้งนี้ กสทช. มีกำหนดเวลาการประมูลช่องทีวีดิจิตอลประเภทธุรกิจ ดังนี้
- 28-29 ตุลาคม 2556 : เปิดให้ยื่นคำขอรับใบอนุญาต และจะประกาศรายชื่อผู้เข้าร่วมการประมูลภายใน 45 วัน หลังวันสิ้นสุดเวลายื่นแบบคำขอรับใบอนุญาต
 - ต้นเดือนธันวาคม 2556 : ประกาศรายชื่อผู้เข้าร่วมประมูล
 - กลางเดือนธันวาคม 2556 : คาดว่าจะสามารถเปิดประมูลได้ จะมีการประกาศ วันที่ สถานที่ และหมวดหมู่ที่จะประมูลก่อนหลัง 15 วันก่อนการประมูล

ทั้งนี้ เมื่อวันที่ 6 มกราคม 2557 กสทช.ได้ประกาศรับรองผลการประมูลทีวีดิจิตอล ซึ่งประมูลเสร็จสิ้นไปในวันที่ 26-27 ธันวาคม 2556 ซึ่งมีผู้ชนะการประมูลทั้งสิ้น 17 ราย 24 ช่อง โดยมีมูลค่าการประมูลรวม 50,862 ล้านบาท และกสทช.ได้กำหนดให้สถานีวิทยุคมนาคมสำหรับกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิตอลดำเนินการติดตั้งแล้วเสร็จ ในปีที่ 1 จำนวน 11 จังหวัด ได้แก่ กรุงเทพฯ, นครราชสีมา, เชียงใหม่, สงขลา มีกำหนดการให้บริการ 1 เมษายน 2557 อุบลราชธานี, สุราษฎร์ธานี, ระยอง มีกำหนดการให้บริการ 1 พฤษภาคม 2557 และสิงห์บุรี, สุโขทัย, ขอนแก่น, อุตรดิตถ์ มีกำหนดการให้บริการ 1 มิถุนายน 2557

จากการเปลี่ยนระบบการรับชมโทรทัศน์ดังกล่าวจะส่งผลให้เกิดความต้องการในสินค้าประเภทเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นจำนวนมาก ทั้งในด้านของผู้ให้บริการที่จะพัฒนาระบบปัจจุบันให้รองรับการแพร่สัญญาณในระบบดิจิตอล เช่น ระบบกล่องโทรทัศน์, ระบบส่งสัญญาณวิดีโอความเร็วสูง และผู้รับบริการที่จะต้องเปลี่ยนอุปกรณ์ที่ใช้อยู่เดิมเพื่อให้สามารถรับชมโทรทัศน์ระบบดิจิตอลดังกล่าวได้ ซึ่งปัจจุบันนี้มีทางเลือกอยู่สองวิธี คือ ซื้อโทรทัศน์ที่รองรับระบบดิจิตอล DVB-T2 หรืออุปกรณ์เครื่องรับสัญญาณ DVB ที่เรียกว่า STB (Set Top Box) ซึ่งใช้ถอดรหัสสัญญาณให้กับเครื่องรับโทรทัศน์อนาล็อกที่มีใช้งานทั่วไปโดยไม่จำเป็นต้องซื้อโทรทัศน์เครื่องใหม่ นอกจากนี้ กลุ่มผู้ผลิตรายการ (Content Provider) จะต้องมีการลงทุนในการเปลี่ยนอุปกรณ์การผลิตรายการเป็นระบบดิจิตอลตามไปด้วย โดยจากข้อมูลของศูนย์วิจัยกสิกรไทย (ปีที่ 19 ฉบับที่ 2443 วันที่ 24 ธันวาคม 2556) คาดว่าการเปลี่ยนผ่านสู่ระบบดิจิตอลที่จะทำให้ภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับโทรทัศน์มีการเติบโตอย่างก้าวกระโดดซึ่งสามารถสรุปธุรกิจในส่วนที่เกี่ยวข้องกับบริษัทฯ ได้ดังนี้

ธุรกิจให้บริการโครงข่ายและวางโครงข่ายทีวีดิจิตอล	ปัจจุบัน มีผู้ประกอบการที่ได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโครงข่ายโทรทัศน์ที่ใช้คลื่นความถี่ภาคพื้นดินระบบดิจิตอลทีวีทั้งหมด 4 ราย เพื่อให้บริการเช่าโครงข่ายแก่ผู้ประกอบการช่องรายการทีวีดิจิตอล ทั้งนี้ผู้ประกอบการโครงข่ายมีแผนจะขยายโครงข่ายครอบคลุมทั่วประเทศในระยะเวลา 3 ปี และมีมูลค่าการลงทุนรวมกว่า 7,400 ล้านบาท
ธุรกิจให้บริการผลิตรายการโทรทัศน์และธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่อง	ทีวีดิจิตอลที่กำลังจะเกิดขึ้นนั้น คาดว่าจะกลายเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญในการผลักดันธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์ให้เติบโตอย่างก้าวกระโดดในปี 2557 เพราะช่องรายการที่มีมากกว่า 24 ช่อง จะส่งผลให้มีเวลาในการออกอากาศมากขึ้น เป็นการนำมาซึ่งความต้องการรายการโทรทัศน์จำนวนมากขึ้นเช่นกัน โดยผู้ประกอบการช่องรายการทีวีดิจิตอลต่างๆ ต้องสรรหารายการโทรทัศน์เพื่อให้เพียงพอต่อการนำมาแพร่ภาพออกอากาศ เป็นการเพิ่มโอกาสให้แก่ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์รายใหม่ รวมถึงผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ขนาดเล็ก

	จากความต้องการรายการโทรทัศน์เพื่อป้อนเข้าสู่ช่องฟรีทีวีที่มีมากขึ้น จะนำมาซึ่งโอกาสทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการผลิตรายการโทรทัศน์ด้วยเช่นกัน ไม่ว่าจะเป็น ธุรกิจให้เช่าสตูดิโอ อุปกรณ์การถ่ายทำสื่อผ่านนักแสดง และธุรกิจให้บริการเทคนิคพิเศษ เป็นต้น โดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่าตลาดผลิตรายการโทรทัศน์ในปี 2557 ภายหลังจากการเกิดทีวีดิจิตอล จะมีมูลค่าสูงถึง 32,690-33,260 ล้านบาท เติบโตกว่าร้อยละ 14 -16 จากปี 2556 ที่มีมูลค่าอยู่ที่ 28,780 ล้านบาท
ธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายเครื่องรับโทรทัศน์และกล่องรับสัญญาณดิจิตอล (Set Top Box)	ในการรับชมทีวีระบบดิจิตอลภาคพื้นดิน ผู้บริโภคจำเป็นต้องใช้อุปกรณ์รับสัญญาณดิจิตอล ไม่ว่าจะเป็นเครื่องรับโทรทัศน์ที่มีจูนเนอร์ระบบดิจิตอลแบบ DBV-T2 ในตัวหรือกล่องรับสัญญาณดิจิตอล (Set Top Box) โดยในปัจจุบัน กสทช. ได้มีการรับรองมาตรฐานและอนุญาตให้จัดจำหน่ายเครื่องรับโทรทัศน์รุ่นใหม่ที่มิใช่จูนเนอร์ระบบดิจิตอลแบบ DBV-T2 ในตัว หรือ กล่องรับสัญญาณดิจิตอล (Set-Top-Box)

ภาวะการแข่งขันอุตสาหกรรมเทคโนโลยีระบบสื่อสารสัญญาณโทรทัศน์และดิจิตอลทีวี

จากที่ คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) มีนโยบายที่ชัดเจนในด้านการแพร่ภาพที่จะเปลี่ยนจากระบบอนาล็อกสู่ระบบดิจิตอล และด้วยนโยบายดังกล่าวจะเกิดการเปลี่ยนแปลงในเชิงโครงสร้างของระบบการแพร่ภาพและกระจายเสียงในประเทศ ซึ่งจะทำให้เกิดการลงทุนในด้านเทคโนโลยีระบบถ่ายทอดสัญญาณโทรทัศน์และดิจิตอลทีวี เป็นจำนวนมาก โดยองค์ประกอบของเทคโนโลยีระบบถ่ายทอดสัญญาณโทรทัศน์และดิจิตอลทีวีนั้นสามารถแบ่งย่อยออกเป็น กลุ่มเทคโนโลยี 4 ประเภทได้แก่

1. ระบบผลิตรายการโทรทัศน์และสื่อมัลติมีเดีย (Content Production)
2. ระบบกระจายสัญญาณ (Content Distribution)
3. ระบบส่งสัญญาณ (Content Transmission) และ
4. อุปกรณ์ทางด้านผู้รับสัญญาณ (Content Reception)

โดยในปัจจุบันการแข่งขันในกลุ่มเทคโนโลยีระบบถ่ายทอดสัญญาณโทรทัศน์และดิจิตอลทีวีนั้นเป็นตลาดที่มีผู้ประกอบการเป็นจำนวนมาก โดยผู้ประกอบการแต่ละรายนั้นจะมีผลิตภัณฑ์ และ/หรือ การให้บริการจำกัดในกลุ่มเทคโนโลยีเพียงประเภทใดประเภทหนึ่ง ในขณะที่การลงทุนในระดับโครงสร้างของระบบการแพร่ภาพและกระจายเสียงในประเทศต้องอาศัยเทคโนโลยีจากหลายๆ กลุ่มนำมาประกอบรวมกันเป็นระบบที่สามารถเชื่อมโยงถึงกันได้เป็นระบบเดียว ซึ่งเป็นอุปสรรคที่สำคัญสำหรับผู้ประกอบส่วนใหญ่ในปัจจุบัน ซึ่งมีความชำนาญเพียงแค่ว่าเทคโนโลยีประเภทเดียว และขาดความชำนาญในการออกแบบระบบเพื่อใช้ในการเชื่อมโยงเทคโนโลยีแต่ละประเภทเข้าด้วยกัน

จากเป้าหมายของบริษัทฯ ซึ่งมุ่งเน้นในการเป็นผู้ให้บริการเทคโนโลยีที่ครบวงจร บริษัทฯ จึงมีผลิตภัณฑ์ในกลุ่มเทคโนโลยีระบบถ่ายทอดสัญญาณโทรทัศน์และดิจิตอลทีวี ที่หลากหลายและครอบคลุมในทุกกลุ่มเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องตลอดต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ ตั้งแต่ระบบผลิตรายการโทรทัศน์และสื่อมัลติมีเดีย (Content Production) ระบบกระจายสัญญาณ (Content Distribution) ระบบส่งสัญญาณ (Content Transmission) จนถึงอุปกรณ์ทางด้านผู้รับสัญญาณ (Content Reception) โดยเทคโนโลยีในแต่ละประเภทนั้น มีทั้งส่วนที่บริษัทฯ จัดหาจากผู้ผลิต และ/หรือ ผู้จัดจำหน่ายเทคโนโลยีชั้นนำต่างๆ จากทั่วโลก และส่วนที่บริษัทฯ วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ขึ้นภายใต้ตราสินค้าของบริษัทฯ โดยสามารถแยกตราสินค้าต่างๆ ที่บริษัทฯ เป็นผู้จัดจำหน่ายตามประเภทกลุ่มเทคโนโลยีได้ ดังนี้

ระบบผลิตรายการโทรทัศน์ สื่อ มัลติมีเดีย และระบบสตูดิโอ (Content Production)	ระบบกระจายสัญญาณ (Content Distribution)	ระบบส่งสัญญาณ (Content Transmission)	อุปกรณ์ทางด้านผู้รับ สัญญาณ (Content Reception)
<ul style="list-style-type: none"> - Sony/Camera - Cobham/Radio - Evertz/Video Switcher - TVU/3G Video Broadcasting - PlanetComm/ Mobile Vechile/OB Van 	<ul style="list-style-type: none"> - Net Insight/Fiber Mux - Evertz/Network Transmission - Thomson/Video Encoder 	<ul style="list-style-type: none"> - Tredress/DBV-T2 Transmitter - Thomson/DVB-T2 Transmitter - GD Satcom/Satellite Antenna - Xicom/BUC - Comtech EFDData/Satellite Modem 	<ul style="list-style-type: none"> - PlanetComm (Set Top box)

ทั้งนี้ บริษัทฯ คาดว่าการเปลี่ยนผ่านระบบแพร่ภาพสัญญาณโทรทัศน์จากระบบอนาล็อกสู่ระบบดิจิทัลจะเป็นโอกาสในการเติบโตที่สำคัญของบริษัทฯ เพราะนอกจากความพร้อมทางด้านผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ซึ่งครอบคลุมในทุกหมวดเทคโนโลยีต่างๆ ในระบบถ่ายทอดสัญญาณโทรทัศน์และดิจิทัลทีวีแล้ว บริษัทฯ ยังมีความพร้อมทั้งทางด้านพนักงาน ซึ่งมีประสบการณ์ และความชำนาญในการออกแบบและพัฒนาระบบในการเชื่อมโยงเทคโนโลยีแต่ละประเภทเข้าด้วยกันเป็นโซลูชันที่เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าแต่ละราย และที่สำคัญไปกว่านั้น บริษัทฯ ยังมีพร้อมทางด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ ซึ่งใช้ในการทดสอบการทำงานของเทคโนโลยีประเภทต่างๆ ซึ่งจะช่วยให้อุปกรณ์ที่ออกแบขึ้นนั้น สามารถทำงานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพตามมาตรฐานที่ออกแบบไว้ และจากความพร้อมทางด้านต่างๆ ของบริษัทฯ ทั้งทางด้านผลิตภัณฑ์ บุคลากร และเครื่องมืออุปกรณ์ จะเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่ช่วยบริษัทฯ สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า ในด้านเทคโนโลยีระบบถ่ายทอดสัญญาณโทรทัศน์และดิจิทัลทีวีได้อย่างมีประสิทธิภาพและครบวงจร

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์

ในการจัดหาผลิตภัณฑ์ บริษัทฯ จะคัดเลือกและจัดหาผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่มีคุณภาพจากแหล่งที่เหมาะสม โดยบริษัทฯ จะสั่งซื้อสินค้าส่วนใหญ่จากผู้ผลิตที่บริษัทฯ ได้รับการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่าย ซึ่งบริษัทฯ มีความรู้ความเชี่ยวชาญในตัวอุปกรณ์และมีความมั่นใจในคุณภาพ สำหรับสินค้าที่บริษัทฯ ยังไม่ได้รับการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายบริษัทฯ จะสั่งซื้อจากผู้จัดจำหน่ายที่อยู่ในรายชื่อผู้จัดจำหน่ายสินค้าที่ผ่านการพิจารณาจากบริษัทฯ ในเรื่องของคุณภาพและบริการจนเป็นที่ยอมรับในเบื้องต้น (Approved Venders List) แล้วเท่านั้น โดยมีรายละเอียดดังนี้

(ก) ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับระบบสื่อสารโทรคมนาคม

- ระบบสื่อสารแบบไร้สาย

กลุ่มผลิตภัณฑ์	ประเภท	ตราสินค้า - ผู้จัดจำหน่าย
ระบบสื่อสารผ่านดาวเทียม	เครื่องผสมสัญญาณรับ-ส่งข้อมูลผ่านดาวเทียม อุปกรณ์แปลงสัญญาณรับและส่งคลื่นวิทยุ อุปกรณ์รับ-ส่งสัญญาณวิทยุผ่านดาวเทียม สายอากาศสำหรับระบบสื่อสารผ่านดาวเทียม ระบบโครงข่ายสถานีดาวเทียมภาคพื้นดินขนาดเล็ก	CODAN - CPI International, Inc. Comtech - Comtech EF Data Corporation Viasat - ViaSat, Inc. Cobham - Sea Tel Inc GD Satcom - SATCOM technologies Thinkom - ThinKom Solution, Inc.

กลุ่มผลิตภัณฑ์	ประเภท	ตราสินค้า - ผู้จัดจำหน่าย
ระบบสื่อสารไร้สาย ความเร็วสูง ภาคพื้นดิน	ระบบสื่อสารไร้สายความเร็วสูงแบบ Broadband	Cambium - ผ่านผู้จัดจำหน่ายหลายราย
	ระบบสื่อสารไร้สายความเร็วสูงแบบ Wi-Fi	CISCO - ผ่านผู้จัดจำหน่ายหลายราย
ระบบสื่อสารวิทยุ	ระบบวิทยุสื่อสารแบบดิจิทัล	CODAN - Codan limited
	ระบบสื่อสารวิทยุแบบประสาน	Raytheon - JPS Communication, Inc.
	ระบบวิทยุสื่อสารสำหรับ SCADA	GE MDS - General electric International, Inc.

- ระบบสื่อสารแบบโครงข่ายสายสัญญาณ

กลุ่มผลิตภัณฑ์	ประเภท	ตราสินค้า - ผู้จัดจำหน่าย
ระบบสื่อสารเครือข่าย ข้อมูล	เราต์เตอร์	CISCO - ผ่านผู้จัดจำหน่ายหลายราย
	อุปกรณ์กระจายสัญญาณ	GE - General electric International, Inc.
	อุปกรณ์แปลงสัญญาณ	PATTON - Patton electronics Company
ระบบสื่อสารความเร็ว สูงผ่านใยแก้วนำแสง	อุปกรณ์รับ-ส่งสัญญาณความเร็วสูงผ่านใยแก้วนำแสง	Calix - Calix, Inc.
	สายใยแก้วนำแสงและอุปกรณ์ประกอบโครงข่าย	TE - TYCO Electronics (Thailand) Limited
ระบบรักษาความปลอดภัย	ระบบรักษาความปลอดภัยข้อมูล	Thales - Thales Transport & Security (Hong Kong) Ltd.

- ระบบมัลติมีเดีย

กลุ่มผลิตภัณฑ์	ประเภท	ตราสินค้า - ผู้จัดจำหน่าย
ระบบประชุมทางไกล เสมือนจริง	ระบบจัดการประชุมทางไกลเสมือนจริงและระบบประกอบ	CISCO - Cisco International Ltd.
ระบบสื่อสารรวมศูนย์	โทรศัพท์แบบ IP	CISCO - Cisco International Ltd.
	ระบบประชุมผ่านคอมพิวเตอร์	
	ระบบประชุมด้วยภาพและเสียง	
ระบบประชุมเสียง	ระบบการประชุมแบบเสียงและอุปกรณ์ประกอบ	PolyCom - Polycom Asia Pacific Pte Ltd. Clearone - ClearOne Communications, Inc.
อุปกรณ์ประกอบ สำหรับการประชุม ทางไกล	อุปกรณ์ถ่ายทอดสัญญาณภาพ 3 มิติ	Wolfvision - WolfVision GmbH
	ระบบกล้องความคมชัดสูง	Vaddio - Vaddio Holdings, LLC
	ระบบแสดงภาพสำหรับ Mobile Device	Mersive - Mersive Technologies, Inc.
	ระบบไมโครโฟนสำหรับห้องประชุม	ClockAudio - ClockAudio Inc.

(ข) ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับระบบการถ่ายทอดสัญญาณโทรทัศน์และดิจิทัลทีวี

กลุ่มผลิตภัณฑ์	ประเภท	ตราสินค้า - ผู้จัดจำหน่าย
ระบบผลิตรายการ โทรทัศน์ สื่อ มัลติมีเดียและระบบ สตูดิโอ	ระบบกล้องโทรทัศน์สำหรับงาน Studio	Sony – Sony Corporation
	ระบบกล้องโทรทัศน์แบบไร้สาย	Cobham - Cobham Plc.
	ระบบตัดต่อสัญญาณภาพ	Evertz – Evertz Inc.

กลุ่มผลิตภัณฑ์	ประเภท	ตราสินค้า - ผู้จัดจำหน่าย
		Sony – Sony Corporation
	ระบบ Media Asset Management	Evertz - Evertz Microsystems Ltd.
	ระบบถ่ายทอดสัญญาณโทรทัศน์ผ่านเครือข่าย 3G	TVU - TVU Networks Corp.
ระบบกระจายสัญญาณและส่งสัญญาณโทรทัศน์	ระบบกระจายสัญญาณวีดีโอผ่านใยแก้วนำแสง	Net Insight - Net Insight AB
	ระบบประมวลผลและเข้ารหัสสัญญาณโทรทัศน์	Thomson - Thomson Video Networks Asia Pacific Pte. Ltd, Envivio - Envivio Inc.
	ระบบเครื่องส่งสัญญาณโทรทัศน์	Tredess – Tredess 2010 S.L.
	ซอฟต์แวร์สำหรับออกแบบและวางแผนโครงข่าย	LS Telcom - LS telcom AG
	อุปกรณ์ประกอบสถานีถ่ายทอดสัญญาณโทรทัศน์	Kathrein – Kathrein Indochina Co., Ltd. Jampro – Jampro Antennas, INC.

สัญญาในการแต่งตั้งบริษัทฯ เป็นตัวแทนจำหน่ายต่างๆ โดยทั่วไปจะมีอายุประมาณ 1 - 2 ปี ซึ่งเป็นลักษณะโดยปกติของสัญญาแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายในธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้า เนื่องจากส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจร่วมกันมาเป็นเวลานาน ทำให้บริษัทฯ มั่นใจว่าจะสามารถเป็นตัวแทนจำหน่ายให้กับผู้ผลิตดังกล่าวต่อไป นอกจากนี้ การมีความสัมพันธ์ที่ดี ช่วยเอื้อประโยชน์ในการประกอบธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นการให้ความช่วยเหลือทางเทคนิค การให้ส่วนลดพิเศษในการสั่งซื้อ การส่งมอบของทันตามกำหนดเวลา การป้องกันภาวะขาดแคลนสินค้า เป็นต้น โดยการซื้อสินค้าของบริษัทฯ จะมีการสั่งซื้อจากผู้ผลิตและผู้จำหน่ายทั้งในประเทศ และต่างประเทศ

มูลค่าและสัดส่วนการซื้อผลิตภัณฑ์หรือสินค้าจากแหล่งที่มาในประเทศและต่างประเทศของบริษัทฯ

แหล่งที่มา	ปี 2559		ปี 2558		ปี 2557	
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
ในประเทศ	278.67	50.62	454.24	51.16	395.52	51.68
ต่างประเทศ	271.84	49.38	433.69	48.84	369.76	48.32
มูลค่าการซื้อสินค้ารวม	550.51	100.00	887.93	100.00	765.28	100.00

2.4 งานที่ยังไม่ส่งมอบ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทฯ มีงานที่ยังไม่ส่งมอบมูลค่าประมาณ 179.68 ล้านบาท ซึ่งคาดว่าจะสามารถส่งมอบให้เสร็จสิ้นภายใน ปี 2560 โดยคาดว่าจะประมาณร้อยละ 25.87 จะส่งมอบได้ภายในไตรมาส 1 และประมาณร้อยละ 38.90 จะส่งมอบได้ภายในไตรมาส 2

2.5 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

เนื่องจากบริษัทฯ เป็นผู้ให้บริการ และเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางด้านเทคโนโลยีสื่อสารโทรคมนาคม และดิจิทัลทีวี โดยให้บริการออกแบบ ติดตั้ง จำหน่ายระบบสื่อสารและระบบดิจิทัลทีวีแบบครบวงจร ไม่ได้เป็นผู้ผลิตสินค้าจึงไม่มีการดำเนินงานที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมโดยตรง อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นที่จะช่วยป้องกันมลพิษที่เกิดขึ้นจากการให้บริการด้าน System Integrator และกิจกรรมอื่นๆ ของบริษัทฯ เพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานการจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งสนับสนุนให้พนักงานทุกคนตระหนักและมีส่วนร่วมในการจัดการสิ่งแวดล้อม เช่น การคัดแยกของเสีย การลดมลพิษทางน้ำและทางอากาศ เป็นต้น

3. ปัจจัยความเสี่ยง

3.1 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจให้บริการด้านเทคโนโลยีสื่อสารโทรคมนาคม และดิจิทัลทีวี ซึ่งธุรกิจเทคโนโลยีสื่อสารโทรคมนาคม เป็นธุรกิจที่มีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ดังนั้นหากมีการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีอาจจะก่อให้เกิดผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ทั้งในด้านสินค้าคงคลัง รวมทั้งต้นทุนโครงการและโอกาสในการได้งานจากการเข้าประมูลโครงการต่างๆ

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวที่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา จากการที่ผู้บริหารของบริษัทฯ มีความเชี่ยวชาญในธุรกิจเทคโนโลยีสื่อสารสารสนเทศมานานกว่า 30 ปี ทำให้มีความเข้าใจในอุตสาหกรรมเป็นอย่างดี รวมทั้งจากการที่บริษัทฯ เป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชั้นนำระดับโลก บริษัทฯ จะได้รับทราบข้อมูลข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับแนวโน้ม หรือเทคโนโลยีต่างๆ จากเจ้าของผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง ประกอบกับบริษัทฯ มีฝ่ายวิจัยและพัฒนาของตนเอง ซึ่งจะเป็นฝ่ายที่มีการติดตามข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาของเทคโนโลยีใหม่ๆ อย่างใกล้ชิด บริษัทฯ ยังมีนโยบายส่งเสริมให้บุคลากรในสายงานที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะวิศวกรและบุคลากรด้านการตลาดและการขายให้เข้ารับการอบรมผลิตภัณฑ์และเทคโนโลยีใหม่ๆ อย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้ บริษัทฯ มีนโยบายในการจัดเก็บสินค้าคงคลังเฉพาะสินค้าทั่วไปที่มีการขายต่อเนื่องและมีการหมุนเวียนสินค้าคงคลังสม่ำเสมอ เช่น ระบบประชุมทางไกลด้วยเสียง (Audio Conference) ระบบประชุมทางไกลเสมือนจริง (TelePresence) เป็นต้น เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างทันที และสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ส่วนกรณีการจำหน่ายสินค้าที่เป็นโครงการ บริษัทฯ จะสั่งซื้อสินค้าภายหลังจากการได้รับการว่าจ้างในแต่ละโครงการเท่านั้น ซึ่งจะช่วยลดความเสี่ยงที่เกิดจากความล้าสมัยหรือลดลงของมูลค่าราคาสินค้าได้

3.2 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้จำหน่ายสินค้ารายใหญ่

ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ สินค้าที่จำหน่ายให้แก่ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่สั่งซื้อจากผู้ผลิตหรือตัวแทนจำหน่ายของผู้ผลิต โดยเฉพาะอุปกรณ์สำหรับระบบประชุมทางไกลผ่านจอภาพ ซึ่งบริษัทฯ เป็นตัวแทนจำหน่ายและพันธมิตรธุรกิจของผู้ผลิตรายใหญ่และมีชื่อเสียงของโลก คือ Cisco Systems International B.V. ("CISCO") ซึ่งถือเป็นผู้ผลิตอุปกรณ์สำหรับระบบสารสนเทศและการสื่อสารชั้นนำของโลก ที่ผลิตสินค้าที่มีคุณภาพสูง มีความทนทานในการใช้งาน และเป็นที่ยอมรับจากผู้ใช้อย่างกว้างขวาง ปี 2558 และ ปี 2559 บริษัทฯ สั่งซื้อสินค้าจาก CISCO คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 12.2 และร้อยละ 7.89 ของมูลค่าการสั่งซื้อสินค้าโดยรวมของบริษัทฯ ตามลำดับ ดังนั้นหากในอนาคต CISCO มีการเปลี่ยนแปลงนโยบายทางธุรกิจ โดยเข้ามาจำหน่ายผลิตภัณฑ์เอง หรือไม่แต่งตั้งให้บริษัทฯ เป็นตัวแทนจำหน่าย อาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อการทำงานของบริษัทฯ ได้

อย่างไรก็ตาม CISCO มีนโยบายอย่างชัดเจนมาโดยตลอดที่จะขยายธุรกิจโดยผ่านทางพันธมิตรและตัวแทนจำหน่าย ซึ่งนอกจากจะสามารถลดค่าใช้จ่ายแล้ว ยังสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่หลากหลายผ่านทางพันธมิตรและตัวแทนจำหน่ายอีกด้วย อีกทั้งบริษัทฯ มีความสัมพันธ์ทางการค้ากับ CISCO มาเป็นเวลานานมากกว่า 10 ปี โดยตลอดเวลาที่ผ่านมาบริษัทฯ มีนโยบายในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับ CISCO รวมถึงการพัฒนาปรับปรุงกระบวนการทำงานให้ได้ตามมาตรฐานที่ CISCO กำหนด ทำให้บริษัทฯ ได้รับความไว้วางใจจาก CISCO โดยเป็นบริษัทในประเทศไทยรายเดียวที่ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นตัวแทนจำหน่าย TelePresence ระดับสูงสุด (TelePresence Video - Master Authorized Technology Partner) ตั้งแต่ปี 2555 รวมทั้งได้รับรางวัล Top Congeniality Collaboration Partner Award และ รางวัล Premier Certified Partner (Cisco Channel Partner Program) จาก CISCO ในปี 2556 อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีนโยบายที่จะรักษาความสัมพันธ์กับผู้จำหน่ายรายอื่นๆ เพื่อลดความเสี่ยงจากการพึ่งพาผู้ผลิตรายใดรายหนึ่งมากเกินไป

3.3 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงบุคลากร

ธุรกิจด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นธุรกิจที่ต้องพึ่งพาบุคลากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในการออกแบบและวางระบบในการทำการตลาดและการปฏิบัติงาน รวมถึงการให้คำแนะนำที่เหมาะสมแก่ลูกค้าแต่ละราย ดังนั้นหากบริษัทฯ สูญเสียพนักงานที่มีความเชี่ยวชาญ ประสบการณ์ รวมทั้งวิศวกรที่ได้รับการประกาศนียบัตรจากตัวแทนจำหน่ายต่างๆ เช่น CISCO, CODAN เป็นต้น อาจส่งผลกระทบต่อการทำงานของบริษัทฯ ได้

บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อบริการการบริหารทรัพยากรบุคคล โดยการส่งเสริมและลงทุนในการพัฒนาความรู้ความสามารถของบุคลากรในทุกระดับ ไม่ว่าจะเป็นความรู้เฉพาะด้านที่เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ยังรวมถึงการฝึกอบรมให้มีความรู้เกี่ยวกับ สินค้าและเทคโนโลยีในกลุ่มสินค้าต่าง ๆ ที่บริษัทฯ เป็นตัวแทนจำหน่าย ขณะเดียวกัน บริษัทฯ สร้างแรงจูงใจในเรื่องสวัสดิการและผลตอบแทน โดยการกำหนดค่าตอบแทนที่เหมาะสมอยู่ในระดับที่สามารถเทียบเคียงได้กับบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมเดียวกัน

สำหรับ วิศวกรของบริษัทฯ ที่ได้รับประกาศนียบัตรจาก CISCO และจาก CODAN เป็นพนักงานที่ร่วมงานกับบริษัทฯ เป็นเวลานานกว่า 10 ปี นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีนโยบายส่งเสริมความรู้ และการอบรมเพื่อให้พนักงานได้รับประกาศนียบัตรของ CISCO, CODAN และตัวแทนจำหน่ายรายอื่นเพิ่มมากยิ่งขึ้นด้วย

3.4 ความเสี่ยงจากความล่าช้าในการส่งมอบโครงการให้ลูกค้า ซึ่งอาจมีค่าปรับ

เนื่องจากการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ เป็นการให้บริการด้านเทคโนโลยีสื่อสารสารสนเทศ ซึ่งงานบางส่วนมีลักษณะเป็นงานโครงการ ซึ่งมีระยะเวลาดำเนินงานเฉลี่ยประมาณ 3-6 เดือน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับขนาดและความซับซ้อนของโครงการ ซึ่งหากบริษัทฯ ไม่สามารถดำเนินงานและส่งมอบได้ตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ในสัญญา บริษัทฯ อาจต้องเสียค่าปรับให้แก่ผู้ว่าจ้าง ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อรายได้ในการดำเนินงานของบริษัทฯ อย่างไรก็ตาม ในช่วงที่ผ่านมาบริษัทฯ ยังไม่เคยถูกลูกค้าปรับค่าเสียหายอย่างมีนัยสำคัญอันเนื่องมาจากบริษัทฯ ส่งมอบงานล่าช้า ทั้งนี้ บริษัทฯ เคยถูกปรับเนื่องจากส่งสินค้าล่าช้าเพียงครั้งเดียวใน ปี 2554 ซึ่งค่าปรับดังกล่าวคิดเป็นเพียงร้อยละ 0.008 ของรายได้รวมในงวดดังกล่าว

อย่างไรก็ตาม เพื่อเป็นการป้องกันความเสี่ยงดังกล่าว บริษัทฯ ได้มีการจัดตั้งแผนกบริหารโครงการ (Project Management Office) เพื่อรับผิดชอบในการบริหาร จัดการ วางแผนตารางการทำงาน โดยมีการปรับปรุงแผนงานให้สอดคล้องกับระยะเวลาที่กำหนดและส่งมอบงานให้กับลูกค้าเป็นระยะอย่างมีระบบและต่อเนื่อง ซึ่งจะทำให้บริษัทฯ สามารถแก้ไขปัญหาที่อาจเกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็วและทันเวลาโดยไม่กระทบต่อโครงการโดยรวม

3.5 ความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยน

บริษัทฯ มีความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยน เนื่องจากสินค้าของบริษัทฯ บางส่วนต้องสั่งซื้อจากต่างประเทศ ในขณะที่รายได้จากการขายสินค้าและบริการส่วนใหญ่ในรูปเงินบาท ส่งผลให้บริษัทฯ มีภาระผูกพันในการชำระเงินในรูปสกุลเงินตราต่างประเทศ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐ โดยในปี 2558 และ ปี 2559 บริษัทฯ มีการสั่งซื้อสินค้าที่จะต้องชำระเป็นเงินตราต่างประเทศเป็นจำนวน 433.69 ล้านบาท และ 271.84 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ ร้อยละ 48.84 และ ร้อยละ 49.38 ของมูลค่าการสั่งซื้อสินค้ารวม ตามลำดับ

บริษัทฯ มีนโยบายป้องกันความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน โดยการกำหนดค่าความเสี่ยงของอัตราแลกเปลี่ยนเพิ่มเติมในการคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์ และต้นทุนโครงการ รวมทั้งทำสัญญาซื้อขายเงินตราล่วงหน้า (Forward Contract) ตามสถานการณ์และความจำเป็น ทั้งนี้ ในปี 2558 บริษัทฯ มีผลขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนเท่ากับ 10.10 ล้านบาทซึ่งเป็นผลกระทบจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนตามสถานะของเศรษฐกิจโลก และในปี 2559 บริษัทฯ มีผลขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนเท่ากับ 0.89 ล้านบาท ซึ่งลดลงจากปี 2558 อย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากบริษัทฯ มีการจัดการและวิเคราะห์อัตราแลกเปลี่ยนที่ดีขึ้นและระมัดระวังมากขึ้น

3.6 ความเสี่ยงจากความผันผวนของรายได้

รายได้ของบริษัทฯ อิงกับหน่วยงานภาครัฐเป็นสัดส่วนร้อยละ 21.34 ในปี 2557 และร้อยละ 37.27 ในปี 2558 และร้อยละ 24.44 สำหรับปี 2559 จึงอาจทำให้มีผลกระทบต่อผลประกอบการในแต่ละไตรมาสของบริษัทฯ จากการอนุมัติงบประมาณของหน่วยงานราชการซึ่งส่วนใหญ่จะอยู่ในช่วงไตรมาส 3-4 อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันหน่วยงานราชการมีการกระจายไม่ให้เป็นงบประมาณมีการกระจุกตัวอยู่ในช่วงไตรมาส 3-4 ซึ่งจะทำให้รายได้ของบริษัทฯ มีความสม่ำเสมอมากขึ้น

3.7 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้บริหาร

บริษัทฯ ก่อตั้งโดยนายประพัฒน์ รัฐเลิศกานต์ และนายเทรเวอร์ ทอมสัน ซึ่งมีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ในอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสื่อสารโทรคมนาคมมานานกว่า 30 ปี ส่งผลทำให้ทั้ง 2 ท่านเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการบริหารบริษัทฯ จึงมีความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้บริหารทั้ง 2 ท่าน อย่างไรก็ตาม ทั้งนายประพัฒน์ และ นายเทรเวอร์ จะยังคงสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 31.58 ของทุนจดทะเบียนและชำระแล้วของบริษัทฯ (แต่ละราย) หลังการเสนอขายหุ้น (รวมการถือหุ้นของผู้ที่เกี่ยวข้อง) ซึ่งนับว่าเป็นสัดส่วนที่สูงและเป็นแรงจูงใจให้ผู้บริหารทั้ง 2 ท่าน ในการบริหารงานให้บริษัทฯ เจริญเติบโตต่อไป นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีนโยบายผลักดันให้มีการบริหารงานเป็นทีมงานเพิ่มมากขึ้น มีการว่าจ้างบุคลากรมืออาชีพจากภายนอกเข้ามาช่วยบริหาร โดยคำนึงถึงการพัฒนาประสิทธิภาพและศักยภาพของบริษัทฯ เป็นสำคัญ บริษัทฯ ยังดำเนินโครงการสร้างผู้บริหารระดับ CEO จากผู้บริหารระดับ EVP/VP (Succession Plan) เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับหัวหน้าผู้บริหารในยุคต่อไป

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 รายละเอียดของทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทฯ มีทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจดังต่อไปนี้

ประเภท/ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ ณ วันที่ 31 ธ.ค. 59 (ล้านบาท)
ส่วนปรับปรุงอาคารเช่า	เป็นเจ้าของ	ไม่ติดภาระผูกพัน	1.00
อุปกรณ์ทดสอบและอุปกรณ์โครงข่าย	เป็นเจ้าของ	ไม่ติดภาระผูกพัน	60.44
ยานพาหนะ	เป็นเจ้าของ	บางส่วนติดภาระผูกพัน ตามสัญญาเช่าซื้อ	11.88
เครื่องตกแต่งและติดตั้งและเครื่องใช้สำนักงาน	เป็นเจ้าของ	ไม่ติดภาระผูกพัน	10.26
รวม			83.58

4.2 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทฯ ไม่มีเงินลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม อย่างไรก็ตาม ในอนาคตบริษัทฯ อาจพิจารณาลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องและเอื้อประโยชน์ต่อการทำธุรกิจของบริษัทฯ หรือเป็นธุรกิจซึ่งอยู่ในอุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มการเจริญเติบโต โดยจะคำนึงถึงอัตราผลตอบแทนที่ได้รับจากการลงทุนเป็นสำคัญ ทั้งนี้ บริษัทฯ จะดำเนินการต่างๆ ให้เป็นไปตามข้อกำหนดและประกาศของคณะกรรมการกำกับตลาดทุน และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย รวมทั้งกฎหมายที่เกี่ยวข้อง โดยบริษัทฯ จะพิจารณาส่งกรรมการเข้าไปเป็นตัวแทนเพื่อร่วมกำหนดนโยบาย และ/หรือส่งตัวแทนไปเป็นผู้บริหารเข้าร่วมการบริหารงานซึ่งในการพิจารณาดังกล่าวจะขึ้นอยู่กับความเหมาะสมและจำเป็นในแต่ละกรณี

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทฯ ไม่เป็นคู่ความหรือคู่กรณี ในคดีดังต่อไปนี้

1. คดีที่อาจมีผลกระทบด้านลบต่อสินทรัพย์ของบริษัทฯ หรือบริษัทย่อยที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557
2. คดีที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ แต่ไม่สามารถประเมินผลกระทบเป็นตัวเลขได้
3. คดีที่ไม่ได้เกิดจากการประกอบธุรกิจโดยปกติของบริษัทฯ

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

(1) บริษัทที่ออกหลักทรัพย์

ชื่อบริษัท	บริษัท แพลนเน็ต คอมมูนิเคชั่น เอเชีย จำกัด (มหาชน)
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	157 ซอยรามอินทรา 34 ถนนรามอินทรา แขวงท่าแร้ง เขตบางเขน กรุงเทพฯ 10230
วันที่ก่อตั้งบริษัท	27 เมษายน 2537
วันที่จดทะเบียนกับ Mai	23 มิถุนายน 2557
กลุ่มอุตสาหกรรม	เทคโนโลยี
ลักษณะการประกอบธุรกิจ	ให้บริการด้านเทคโนโลยีสื่อสารโทรคมนาคม และดิจิทัลทีวี ครอบคลุม 3 กลุ่มผลิตภัณฑ์ ได้แก่ (1) ผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ เป็นตัวแทนจำหน่าย ทั้งระบบสื่อสารโทรคมนาคม และระบบถ่ายทอดสัญญาณโทรทัศน์ และดิจิทัลทีวี (2) ผลิตภัณฑ์ ภายใต้ชื่อ PlanetComm (3) บริการของ PlanetComm
เลขทะเบียนบริษัท	0105537049391
เว็บไซต์	www.planetcomm.com
โทรศัพท์	02-792-2400
โทรสาร	02-792-2499

(2) นายทะเบียนหลักทรัพย์

ชื่อบริษัท	บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	เลขที่ 93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400
เว็บไซต์	www.set.or.th/tsd
โทรศัพท์	02-009-9000
โทรสาร	02-009-9991

(3) ผู้สอบบัญชี

ชื่อบริษัท	บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	เลครัชดา ออฟฟิศ คอมเพล็กซ์ เลขที่ 193/136-137 ชั้น 33 ถนนรัชดาภิเษกตัดใหม่ เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110
เว็บไซต์	www.ey.com
โทรศัพท์	02-264 0777, 02-661-9190
โทรสาร	02-264-0789-90

(4) ที่ปรึกษา

(4.1) การควบคุมภายใน

ชื่อบริษัท

บริษัท พีแอนด์แอล อินเทอร์เน็ต ออดีท จำกัด

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่

92/204 หมู่ที่ 5 หมู่บ้านนนทนาการเดิน ซอยท่าอิฐ, ถนนรัตนวิเบศร์, ตำบล
บางรักน้อย อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี, 11000

เว็บไซต์

-

โทรศัพท์

02-526-6100, 02-526-7811

โทรสาร

02-526-6100

(4.2) ที่ปรึกษาด้านกฎหมาย

ชื่อบริษัท

บริษัท ธรรมนิติ จำกัด (มหาชน)

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่

267/1 ถ.ประชากรราษฎร์ สาย 1 แขวงบางซื่อ เขตบางซื่อ กรุงเทพฯ 10800

เว็บไซต์

www.dharmniti.co.th

โทรศัพท์

02-587-8080

โทรสาร

02-585-9204