

3. การประกอบธุรกิจของแต่ละสายผลิตภัณฑ์

3.1 ธุรกิจให้บริการอินเทอร์เน็ต

ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

บริการหลักของบริษัทฯ และบริษัทย่อย สามารถแบ่งได้ดังนี้

3.1.1 บริการอินเทอร์เน็ต

บริษัทฯ และบริษัทย่อย LoxServe ให้บริการอินเทอร์เน็ตแก่ผู้ใช้บริการซึ่งเป็นบุคคลทั่วไปและองค์กรต่างๆ โดยมีพื้นที่ให้บริการครอบคลุมทั้ง 76 จังหวัดทั่วประเทศ ภายใต้ชื่อ "CS LoxInfo" โดยมีบริการอินเทอร์เน็ตที่หลากหลายตามความต้องการของผู้ใช้บริการดังนี้

บริการอินเทอร์เน็ตผ่านคู่สายโทรศัพท์ (Dial-up)

ให้บริการอินเทอร์เน็ตสำหรับผู้ให้บริการที่มีสายโทรศัพท์และอุปกรณ์โมเด็ม (Modem) มีความเร็วในการรับส่งข้อมูลสูงสุด 56 kbps สามารถเชื่อมต่อทางโทรศัพท์ผ่านจุดเชื่อมต่อ (Node) ในเครือข่ายของบริษัทฯ ได้ทั่วประเทศครอบคลุม 76 จังหวัด โดยไม่เสียค่าโทรศัพท์ทางไกล การให้บริการประเภทนี้จะเป็นที่นิยมของลูกค้ามากที่สุดโดยเฉพาะประเภทบุคคลทั่วไป เพราะค่าบริการและค่าอุปกรณ์ต่อเชื่อมถูกที่สุด อีกทั้งสะดวกและง่ายต่อการใช้งาน สามารถเลือกใช้ได้ 2 แบบคือ

- บริการแบบชำระเงินล่วงหน้า (Prepaid) เป็นชุดการใช้งานอินเทอร์เน็ตรายชั่วโมงหลากหลายรูปแบบ โดยผู้ใช้บริการชำระเงินอินเทอร์เน็ตก่อนใช้งานตามจำนวนชั่วโมงที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ไม่ต้องเสียค่าสมัครสมาชิก โดยผู้ใช้บริการจะได้รับชื่อและรหัสผ่านเพื่อเข้าใช้งานอินเทอร์เน็ต และใช้บริการอินเทอร์เน็ตได้ทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยมีอายุการใช้งานระหว่าง 1 เดือนถึง 1 ปี
- บริการแบบชำระเงินรายเดือน (Monthly Postpaid) ผู้ใช้บริการจะต้องลงทะเบียนเป็นสมาชิก โดยเสียค่าบริการเป็นรายเดือน สามารถเลือกใช้บริการเป็นรายปี หรือรายเดือน โดยจะส่งใบเรียกเก็บค่าบริการไปยังที่อยู่ที่ยืนยันไว้ มีทั้งแบบไม่จำกัดจำนวนชั่วโมงใช้บริการ แบบเลือกเติมจำนวนชั่วโมงและสะสมชั่วโมงที่เหลือ และแบบจำกัดจำนวนชั่วโมงใช้งานในแต่ละเดือน หากใช้เกินจะต้องจ่ายค่าบริการเพิ่มในส่วนที่ใช้งานเกิน ผู้ใช้บริการจะได้รับ E-mail address ของตนเอง

ทั้งนี้ รายได้ในบริการข้างต้นคิดเป็นประมาณร้อยละ 48 ของรายได้รวมทั้งหมดของบริษัทฯ ในปี 2546 โดยส่วนใหญ่มาจากการบริการแบบชำระเงินล่วงหน้า

บริการอินเทอร์เน็ตผ่านสายวงจรเช่า (Leased Line)

เป็นบริการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตในความเร็วที่สูงกว่าการเชื่อมต่อด้วยโมเด็ม และสายโทรศัพท์ ของลูกค้าที่เป็น องค์กร หรือธุรกิจต่างๆ ที่มีความจำเป็น ต้องใช้บริการอินเทอร์เน็ต โดยที่พนักงานในองค์กร สามารถใช้บริการต่างๆ ทางอินเทอร์เน็ตได้ โดยไม่จำเป็นต้องโทรเข้าศูนย์บริการอินเทอร์เน็ต เนื่องจากสาย Leased Line จะเชื่อมต่อกับ เครือข่ายอินเทอร์เน็ตตลอด 24 ชั่วโมง และไม่จำกัดชั่วโมงการใช้งาน ทำให้องค์กรที่ใช้บริการไม่ต้องเสียเบอร์โทรศัพท์หลายหมายเลขเพื่อใช้ในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต อัตราความเร็วที่ให้บริการมีตั้งแต่ 32 Kbps ไปจนถึง 10 Mbps ขึ้นไป โดยขึ้นอยู่กับลักษณะการใช้งานอินเทอร์เน็ต และจำนวนผู้ใช้ของบริษัทหรือองค์กร เปิดให้บริการทั่วประเทศ คิดค่าบริการตามความเร็วที่เช่าสายเป็นอัตราเท่ากันทุกเดือน ทั้งนี้ รายได้ในบริการดังกล่าว คิดเป็นประมาณร้อยละ 40 ของรายได้รวมทั้งหมดของบริษัทฯ ในปี 2546

บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (Broadband)

ให้บริการอินเทอร์เน็ตแก่ผู้ใช้บริการที่ต้องการรับส่งข้อมูลความเร็วสูง ที่มีประสิทธิภาพมากกว่าในระบบธรรมดาผ่านสายโทรศัพท์ สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ตลอด 24 ชั่วโมง โดยไม่จำกัดจำนวนชั่วโมงใช้งาน และไม่ต้องโทรเข้าศูนย์บริการอินเทอร์เน็ต สามารถเลือกใช้ได้หลายแบบดังนี้

- แบบ ADSL (Asymmetric Digital Subscriber Line) บริการอินเทอร์เน็ต ADSL คือบริการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต Broadband โดยใช้คู่สายโทรศัพท์ผ่านเทคโนโลยีของ ADSL Modem ซึ่งสามารถเปลี่ยนสายโทรศัพท์ธรรมดาเป็นสายดิจิทัล มีความเร็วในการรับ-ส่งข้อมูลสูงตั้งแต่ 64 Kbps (กิโลบิตต่อวินาที) จนถึง 256 Kbps สามารถรับส่งสัญญาณข้อมูล ภาพ เสียง และวิดีโอ ผ่านทางสายโทรศัพท์ได้เป็นอย่างดี อีกทั้งยังสามารถใช้บริการโทรศัพท์ไปพร้อมกับรับส่งข้อมูลได้บนคู่สายเดียวกัน ทำให้สามารถเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงได้ตลอดเวลา

ผู้ให้บริการ ADSL จะต้องใช้บริการจากผู้ให้บริการ 2 รายร่วมกัน คือผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต (Internet Service Provider) และผู้ให้บริการสื่อสารข้อมูลความเร็วสูงภายในประเทศ (ADSL Media Provider) ซึ่งในปัจจุบันยังมีการให้บริการในพื้นที่จำกัดในเขตกรุงเทพฯ ปริมณฑล และตัวอำเภอเมืองในจังหวัดใหญ่ๆ เท่านั้น โดยบริษัทฯ ให้บริการอินเทอร์เน็ต ADSL แก่บุคคลทั่วไปและองค์กรต่างๆ คิดค่าบริการตามจำนวนใช้งาน สามารถเลือกชำระค่าบริการล่วงหน้าและแบบรายเดือน

- แบบ ISDN (Integrated Service Digital Network) บริการอินเทอร์เน็ตผ่านคู่สาย ISDN สามารถรับส่งสัญญาณเสียง ข้อมูล และภาพโดยระบบดิจิทัลที่ความเร็ว 64 kbps ถึง 128 kbps ซึ่งมีคุณภาพและประสิทธิภาพในการรับส่งข้อมูลมากกว่าการสื่อสารในระบบธรรมดา ปัจจุบันให้บริการอินเทอร์เน็ต ISDN แก่บุคคลทั่วไปและองค์กรได้ครบทุก 76 จังหวัดโดยผ่านจุดเชื่อมต่อ (Node) ของบริษัทฯ เองและเครือข่าย ISDN “1248” ของ ทศท. มีระบบเชื่อมต่อได้ 2 รูปแบบ คือ Individual ISDN เหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการใช้งานภายในบ้าน หรือองค์กร ที่ไม่มีระบบ LAN และ LAN ISDN เหมาะสำหรับ องค์กรที่ต้องการให้ผู้ใช้งานหลายคนที่อยู่ในวง LAN เดียวกัน สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตพร้อมกัน โดยเชื่อมผ่านคู่สาย ISDN เพียงสายเดียว มีบริการทั้งแบบจำกัดชั่วโมงการใช้และแบบใช้ได้ตลอดเวลา สามารถเลือกชำระค่าบริการล่วงหน้าและแบบรายเดือน
- แบบไร้สายฮอตสปอต (Hot Spot) เป็นบริการอินเทอร์เน็ตไร้สายความเร็วสูงที่ใช้เทคโนโลยี Wi-Fi ที่ผู้ให้บริการสามารถเชื่อมต่อได้ในบริเวณจุดเอกเซสพอยต์ที่ได้ติดตั้งสถานีรับส่งสัญญาณ (Hot Spot) ตามบริเวณห้างสรรพสินค้า ร้านอาหาร และโรงแรม ปัจจุบัน เปิดให้บริการไปแล้วมากกว่า 30 จุดทั่วกรุงเทพมหานคร โดยต้องชำระค่าบริการล่วงหน้า

ทั้งนี้ รายได้ในบริการ ADSL, ISDN และ Hot Spot จะรวมอยู่ในรายได้จากการให้บริการแบบ Dial-up

- บริการอินเทอร์เน็ตผ่านดาวเทียม นอกเหนือจากการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงภาคพื้นดินแล้ว บริษัทฯ ได้เข้าซื้อสัญญาณสื่อสาร (Transponders) ของดาวเทียมไทยคม 3 และในอนาคตจะใช้ Transponder ของดาวเทียมดวงใหม่คือ iSTAR เพื่อให้บริการดังนี้
 - **IPSTAR** เป็นบริการอินเทอร์เน็ต Broadband ผ่านช่องสัญญาณของดาวเทียมแบบ 2 ทาง (Two-ways Broadband Internet) มีการเชื่อมต่อแบบตลอดเวลา (Always-on) ผ่านอุปกรณ์ชุดรับส่งสัญญาณดาวเทียม โดยไม่ต้องต่อสายโทรศัพท์เมื่อต้องการใช้อินเทอร์เน็ต สามารถรับ-ส่งข้อมูลขนาดใหญ่ ประเภทไฟล์ข้อมูล ภาพนิ่ง เสียง หรือข้อมูลประเภทมัลติมีเดีย เช่น ประชุมทางไกลด้วยภาพ หรือรายการด้านการศึกษา (E-Learning) รวมทั้งยังสามารถใช้เป็นวงจรสำรองเมื่อวงจรหลัก Leased Line ของลูกค้ามีปัญหาหรือต้องการเพิ่มความเร็วแบบชั่วคราวด้วย ปัจจุบันบริษัทฯ ให้บริการ iSTAR ในความเร็วตั้งแต่ 64 kbps ถึง 4 Mbps โดยเน้นไปที่ลูกค้าที่เป็นองค์กรธุรกิจต่างๆ การคิดค่าบริการเป็นรายเดือนแบบไม่จำกัดการใช้งานและแบบตามปริมาณข้อมูลรับส่ง (DATA IN/OUT) นอกจากนั้นยังมีบริการแบบ **Star Express** ซึ่งเป็นการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงผ่านทางเครือข่ายดาวเทียม โดยรูปแบบบริการที่ถูกออกแบบมาเพื่อให้บริการในลักษณะการบริหารช่องสัญญาณ (Share Bandwidth) โดยเป็นอัตราส่วนการ Share Bandwidth ที่เหมาะสมกับพฤติกรรมการใช้งาน ทำให้ผู้ให้บริการสามารถใช้งานอินเทอร์เน็ตได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ
 - **IPTV** เป็นบริการอินเทอร์เน็ต Broadband ผ่านช่องสัญญาณของดาวเทียมแบบทางเดียว คือผู้ให้บริการสามารถรับข้อมูลผ่านดาวเทียมที่ระดับความเร็ว 256 Kbps และส่งข้อมูลทางสายโทรศัพท์ด้วยความเร็ว 56 kbps ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ที่มักจะรับข้อมูลมากกว่าส่งข้อมูล ด้วยประสิทธิภาพในการรับข้อมูลขนาดใหญ่ IPTV สามารถรองรับความต้องการด้านการดาวน์โหลด ไฟล์ข้อมูลขนาดใหญ่ รูปภาพที่มีความละเอียดสูง เล่นเกมออนไลน์ หรือการดูหนัง ฟังเพลงผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยบริษัทฯ ได้ร่วมมือกับ SBI เปิดให้บริการ Internet Protocol TV ผ่านทางเว็บไซต์ www.ip-tv.tv โดยผู้ใช้บริการสามารถเลือกชมรายการทีวีช่องปกติ เลือกดูทีวีย้อนหลัง หรือเลือกชมรายการที่ต้องการเมื่อใดก็ได้ ปัจจุบัน IPTV สามารถให้บริการครอบคลุมทั่วประเทศ 76 จังหวัด ในพื้นที่ที่มีสายโทรศัพท์เพื่อติดต่อเข้าสู่ศูนย์ของบริษัทฯ ปัจจุบัน เปิดให้บริการแก่บุคคลทั่วไปและองค์กรต่างๆ คิดค่าบริการเป็นรายเดือนแบบไม่จำกัดการใช้งานและแบบตามปริมาณข้อมูลรับส่ง (DATA IN/OUT)

ทั้งนี้ รายได้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านดาวเทียมคิดเป็นประมาณร้อยละ 7 ของรายได้รวมทั้งหมดของบริษัทฯ ในปี 2546

บริการเสริมบนอินเทอร์เน็ต

- **International Roaming** คือบริการเสริมสำหรับลูกค้าสมาชิกทั้งประเภทบุคคลและองค์กร และต้องการใช้บัญชีอินเทอร์เน็ตของบริษัท เพื่อการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตในต่างประเทศ บริการนี้ช่วยให้ผู้ใช้บริการไม่ต้องเสียค่าโทรศัพท์ทางไกลในการเชื่อมต่อเข้าสู่อินเทอร์เน็ต เมื่อเดินทางไปต่างประเทศ และไม่จำเป็นต้องสมัครสมาชิกอินเทอร์เน็ตกับผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ในประเทศนั้นๆ
- **Net Security** คือบริการสำหรับป้องกันการบุกรุกเครือข่ายขององค์กร โดยทำหน้าที่ ควบคุม การเข้าถึงข้อมูลของผู้ใช้งานโดยจะกำหนดว่าบุคคลใดบ้างที่จะสามารถเข้าใช้งานทรัพยากรส่วนใดของระบบได้ เพื่อป้องกันปัญหา Hacker, Worms, Trojan Horse และการค้นหาข้อมูล ภายในเครือข่ายของผู้ใช้บริการโดยไม่ได้รับอนุญาต รวมทั้ง จะทำหน้าที่ตรวจสอบ ป้องกันและกำจัดไวรัส (Anti-Virus Gateway) ที่อาจจะติดมากับ E-mail
- **Mail 4 Messaging** คือบริการเพื่อรองรับความต้องการขององค์กรที่ต้องการมี E-Mail Address เป็นของตนเองตามจำนวนที่ต้องการ มีความปลอดภัยสูงและสามารถบริหาร Mailbox ได้ด้วยตนเอง โดยสามารถแยกส่วนการบริหาร เพิ่ม ลด แก้ไข และกำหนดพื้นที่เก็บ Mail ของ User ได้เองทั้งหมด

ทั้งนี้ รายได้ในบริการเสริมบนอินเทอร์เน็ตข้างต้น จะรวมอยู่ในรายได้จากการบริการแบบ Dial-up

3.1.2 บริการรับส่งสัญญาณโทรทัศน์ (Uplink/Downlink)

บริษัทฯ ให้บริการรับส่งสัญญาณโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมที่ครบวงจรในสถานี Thaicom Teleport and DTH Center ที่ลาดหลุมแก้ว ประกอบด้วย การให้บริการส่งสัญญาณโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม บริการถ่ายทอดสดผ่านดาวเทียม และบริการถ่ายทอดรายการบันทึกเทปทั้งในระบบอนาล็อกและระบบดิจิทัล โดยบริการทั้งแบบ Full Time ซึ่งเหมาะสำหรับรายการที่มีกำหนดการออกอากาศที่ชัดเจนและแน่นอนทุกวันภายใต้การควบคุมและการดำเนินงานของเจ้าหน้าที่ตลอด 24 ชั่วโมง และแบบ Occasional เหมาะสำหรับการถ่ายทอดรายการสด รายการข่าว หรือรายการกีฬาที่มีการแข่งขันเป็นฤดูกาล ธุรกิจให้บริการดังกล่าวจะร่วมมือกับ บริษัท ชินแซทเทลไลท์ จำกัด (มหาชน) โดยจะมุ่งเน้นกับกลุ่มผู้ให้บริการแพร่ภาพสัญญาณโทรทัศน์ เช่น ผู้ประกอบสถานีโทรทัศน์ ผู้ให้บริการสัญญาณโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมระบบบอกรับสมาชิก องค์กรการศึกษาหรือหน่วยงานบริการการศึกษา โดยจะขายร่วมกันเป็นลักษณะ Turnkey Service ทั้งนี้ รายได้ของบริการดังกล่าวคิดเป็นประมาณร้อยละ 4 ของรายได้รวมทั้งหมดของบริษัทฯ ในปี 2546

3.1.3 บริการศูนย์ข้อมูลอินเทอร์เน็ต (Internet Data Center หรือ IDC)

IDC คือศูนย์ข้อมูลอินเทอร์เน็ตแบบครบวงจร ซึ่งรวมถึงบริการด้านฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ บริการพัฒนาเว็บไซต์ บริการให้คำปรึกษาและจัดทำธุรกิจบนอินเทอร์เน็ต IDC ตั้งอยู่บนศูนย์บริการอินเทอร์เน็ตของบริษัทฯ ที่เชื่อมต่อดังวงจรไฟเบอร์ออปติกความเร็วสูงทั้งวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูงระหว่างประเทศและในประเทศขนาดใหญ่ โดยได้จัดเตรียมสภาพแวดล้อมให้เหมาะสมกับการให้บริการ IDC ที่นับตั้งแต่ ระบบไฟฟ้าหลักและสำรอง ระบบควบคุมกระแสไฟ ระบบป้องกันไฟ และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด รวมทั้งการรักษาความปลอดภัยด้วยระบบตรวจสอบมือ (Biometric Hand Scanning) ที่วิ่งจอร์ปิดยามรักษาการณ์ตลอด 24 ชั่วโมง พร้อมทั้งการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลที่ประกอบด้วย ระบบไฟร์วอลล์ ระบบป้องกันไวรัส ระบบป้องกันการบุกรุก และระบบการตรวจสอบช่องโหว่ของเครือข่าย ภายใต้การดูแลของทีมนักวิชาการที่ได้รับการอบรม และมีความรู้ความสามารถ นอกจากนี้ ยังให้บริการ Dedicated Server Hosting โดยจะจัดหาและเป็นผู้ดูแลระบบ Server ให้กับลูกค้า จึงทำให้ลูกค้าสามารถลดการลงทุนในเรื่องอุปกรณ์และซอฟต์แวร์ลงได้ ปัจจุบันรายได้จากธุรกิจบริการศูนย์ข้อมูลอินเทอร์เน็ตเป็นส่วนน้อยมากเมื่อเทียบกับธุรกิจหลักอื่นๆ ทั้งนี้ รายได้บริการดังกล่าวจะรวมอยู่ในรายได้จากการบริการแบบ Dial-up

การตลาดและการแข่งขันของบริการอินเทอร์เน็ต

บริษัทฯ เชื่อว่าความสำเร็จในการดำเนินงานมาจากจุดแข็งทางการแข่งขัน ดังต่อไปนี้

- 1) บริการอินเทอร์เน็ตภายใต้ชื่อ CS Internet และ LoxInfo ซึ่งภายหลังได้เปลี่ยนเป็น CS LoxInfo ได้รับการยอมรับจากกลุ่มลูกค้าบุคคลทั่วไปและลูกค้าองค์กร ในด้านชื่อเสียงและผู้นำบริการอินเทอร์เน็ตในระดับคุณภาพ ด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัยและบริการหลังการขายที่มีประสิทธิภาพ
- 2) มีส่วนแบ่งยอดขายทางการตลาด (Revenue Market Share) ของบริษัทฯ และ LoxServe รวมกันในปี 2545 ประมาณร้อยละ 40 ของรายได้ของผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตรวมมูลค่าประมาณ 3,100 ล้านบาท (ข้อมูลประกอบการเงินของกรมทะเบียนการค้า กระทรวงพาณิชย์)
- 3) มีต้นทุนการดำเนินงานบางส่วนที่ลดลงภายหลังการรวมกิจการ เนื่องจาก ได้ใช้ประโยชน์จากการประหยัดต่อขนาด (Economy of Scale) ในการเช่าวงจรรีสื่อสัญญาณความเร็วสูงระหว่างประเทศ (International Link) และในประเทศ (Domestic) ที่มีขนาดความกว้างช่องสัญญาณ (Bandwidth) ที่ใหญ่ ทำให้มีต้นทุนต่อหน่วยของสื่อสัญญาณความเร็วสูงที่ต่ำลง
- 4) มีเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงผ่านดาวเทียมแบบ iSTAR ที่ให้บริการในประเทศเพียงรายเดียวในปัจจุบัน ที่สามารถรองรับความต้องการ Broadband Internet และบริการ Content ด้านมัลติมีเดียของผู้ใช้บริการได้ทั่วประเทศรวมทั้งในพื้นที่ห่างไกล โดยไม่จำกัดเพียงในเฉพาะกรุงเทพฯ หรือเมืองใหญ่ในต่างจังหวัดบางแห่ง เช่นบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบอื่น
- 5) มีพันธมิตรที่แข็งแกร่งในกลุ่มชิน คอร์ปอเรชั่นในการร่วมมือกันทำการตลาด การใช้เครือข่าย (Network) และการพัฒนาเนื้อหา (Contents) เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มในบริการอินเทอร์เน็ตของ CS LoxInfo ให้แตกต่างจากผู้ประกอบการอื่น
- 6) มีคณะผู้บริหารที่มาจากบริษัท ซี.เอส. คอมมูนิเคชั่นส์ จำกัดและ บริษัท ล็อกซเลย์ อินฟอร์เมชั่น เซอร์วิส จำกัด ที่มีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจนี้มาเป็นเวลานาน

กลยุทธ์การตลาด

บริษัทฯ มุ่งเน้นการให้บริการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตระดับคุณภาพ ด้วยประสิทธิภาพสัญญาณที่มีความต่อเนื่องและมีความเร็วสูงตามประเภทของเทคโนโลยีของบริการนั้น เพื่อเพิ่มปริมาณการใช้และขยายฐานกลุ่มผู้ใช้บริการ โดยไม่มีนโยบายการทำการตลาดด้วยราคาต่ำกว่าคู่แข่ง ซึ่งบริษัทฯ มีกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อให้บรรลุแนวทางข้างต้นดังนี้

1) สร้างภาพลักษณ์สินค้า (Brand Image) ด้านผู้นำให้บริการ

โดยวางตำแหน่งของบริการอินเทอร์เน็ต CS LoxInfo อยู่ในระดับคุณภาพสูง (Premium Service) มีบริการอินเทอร์เน็ตตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของผู้ใช้บริการ โดยสื่อให้ผู้บริโภคได้ทราบถึงจุดเด่นของบริการแต่ละตัว พร้อมด้วยการให้บริการแบบครบวงจรทั้งให้คำปรึกษาในการวางระบบก่อนใช้บริการ และบริการหลังการขายเพื่อให้คำปรึกษาและช่วยเหลือลูกค้าเมื่อเกิดปัญหาตลอด 24 ชั่วโมง

2) มุ่งเน้นคุณภาพและบริการ

เพื่อให้บริการอินเทอร์เน็ตมีประสิทธิภาพของสัญญาณมีความต่อเนื่องและมีความเร็วสูงตามประเภทของเทคโนโลยีของบริการนั้น บริษัทฯ มีนโยบายที่จะเพิ่มขนาดวงจรรีสื่อสัญญาณความเร็วสูงทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ และจำนวนคู่สายโทรศัพท์ให้เพียงพอและสอดคล้องกับปริมาณผู้ใช้บริการที่เพิ่มขึ้น พร้อมทั้งพัฒนาปรับปรุงประสิทธิภาพของโครงข่ายทั่วประเทศอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้ใช้บริการ โดยใช้ระบบควบคุมคุณภาพ ISO 9002 และระบบบริหารและจัดการแบบ Balanced Score Card ที่มีการกำหนดตัววัดและการติดตามผลที่ชัดเจน

3) สร้างผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง

พัฒนารูปแบบบริการอินเทอร์เน็ตให้หลากหลายเพื่อสร้างความแตกต่างจาก ISP รายอื่นๆ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าในกลุ่มต่างๆ เช่น กลุ่มวัยรุ่น กลุ่มคนทำงาน กลุ่มผู้ประกอบการให้บริการอินเทอร์เน็ต

คาเฟ่ ร้านค้าขนาดเล็ก จนถึงบริษัทหรือองค์กรขนาดใหญ่ รวมทั้งมีบริการเสริมใหม่ที่เพิ่มมูลค่าให้แก่ลูกค้า เช่น มี email account ของตนเอง บริการฟิเตอร์สแปมเมล และระบบรักษาความปลอดภัยบนอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

4) การใช้เทคโนโลยีเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน

โดยนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงผ่านดาวเทียมแบบ iSTAR ที่ออกแบบมาเพื่อรองรับระบบอินเทอร์เน็ต Broadband ซึ่งมีประสิทธิภาพการทำงานที่ดีและสามารถให้บริการครอบคลุมได้ทั่วประเทศ แม้ในพื้นที่ห่างไกลที่เครือข่ายสื่อสารเข้าไม่ถึงหรือมีปัญหาในการใช้บริการมาให้บริการแก่กลุ่มลูกค้าดังกล่าว เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันตลาดอินเทอร์เน็ต Broadband เหนือผู้ประกอบการอื่น และรองรับความต้องการที่คาดว่าจะเพิ่มขึ้นในอนาคตด้วย นอกจากนี้ สามารถใช้เป็นบริการสำรอง (Backup) ให้กับลูกค้าที่มีบริการอินเทอร์เน็ตอยู่แล้วในการให้บริการหลักที่ใช้อยู่มีปัญหา

5) พัฒนาเครือข่ายการจำหน่ายให้แข็งแกร่ง

ขยายเข้าสู่ทุกช่องทางทางการจัดจำหน่าย เน้นการสร้างสัมพันธ์อันดีกับพันธมิตรทางธุรกิจ โดยสนับสนุนกิจกรรมต่างๆ ส่งเสริมและสนับสนุนการขายและบริการอย่างต่อเนื่องรวมทั้งจัดอบรมให้ความรู้ด้านเทคนิคและบริการใหม่ๆ

6) สร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า

ให้ความสำคัญและสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า โดยจัดให้มีบริการให้คำปรึกษาทางระบบแก่ลูกค้า เพื่อตอบสนองความต้องการและเกิดประสิทธิภาพในการใช้งานให้มากที่สุด จัดให้มีการอบรมสัมมนาให้ความรู้ด้านเทคโนโลยีแก่ลูกค้าที่ศูนย์ฝึกอบรมอินเทอร์เน็ตของบริษัทฯ มีบริการหลังการขายให้คำปรึกษาด้านเทคนิคทางโทรศัพท์ตลอด 24 ชั่วโมง นอกจากนี้ ยังจัดระบบการชำระเงินเพื่ออำนวยความสะดวกและตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการมากที่สุดด้วยระบบ Electronic Payment เช่น ชำระผ่านตู้ ATM ชำระผ่านโทรศัพท์มือถือ ชำระเงินผ่านเว็บไซต์ เป็นต้น

7) การส่งเสริมการขาย

จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น เพิ่มจำนวนชั่วโมงอินเทอร์เน็ตสำหรับลูกค้าทั่วไปเพื่อรักษาลูกค้าเดิมและกระตุ้นปริมาณการใช้งาน ทำการตลาดร่วมกับพันธมิตรเพื่อเปิดตลาดใหม่และดึงดูดลูกค้าใหม่ให้ลองใช้บริการ โดยประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ และจัดกิจกรรมตลาด Market Event กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายโดยตรงอย่างต่อเนื่อง

ลักษณะลูกค้า กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายสามารถแบ่งออกเป็นกลุ่มลูกค้า Dial-up และกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการ Broadband และ Leased Line มีรายละเอียดดังนี้

- **กลุ่มลูกค้า Dial-up** เป็นกลุ่มลูกค้าซึ่งเป็นบุคคลทั่วไปและลูกค้าองค์กรที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตเพื่อการติดต่อสื่อสาร ความบันเทิง และเล่นเกมส์ ประกอบด้วย กลุ่มนักเรียน นักศึกษา และคนทำงานทุกเพศทุกวัยที่มีความสนใจและมีความรู้อินเทอร์เน็ตขั้นพื้นฐาน ณ สิ้นปี 2546 บริษัทฯ มีลูกค้ากลุ่มดังกล่าวประมาณ 356,000 ราย
- **กลุ่มลูกค้า Broadband และ Leased Line** เป็นกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตเป็นประจำเพื่อใช้ติดต่อ ทำธุรกรรมธุรกิจ และพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ให้ความสำคัญต่อคุณภาพและประสิทธิภาพของบริการอินเทอร์เน็ต ต้องการคำปรึกษาทั้งก่อนและหลังการให้บริการ ประกอบด้วย กลุ่มหน่วยงานราชการและรัฐวิสาหกิจ กลุ่มการเงินธนาคาร กลุ่มธุรกิจท่องเที่ยว โรงแรม รีสอร์ทต่างๆ บริษัทเอกชนที่รวมถึงผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง (SME Business) และกลุ่มสถาบันการศึกษา ณ สิ้นปี 2546 บริษัทฯ มีลูกค้ากลุ่มดังกล่าวประมาณ 4,200 ราย

ทั้งนี้ ในระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา ไม่มีการพึงพิงรายได้จากลูกค้ารายใดเกินกว่า 30% ของรายได้ทั้งหมด

การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

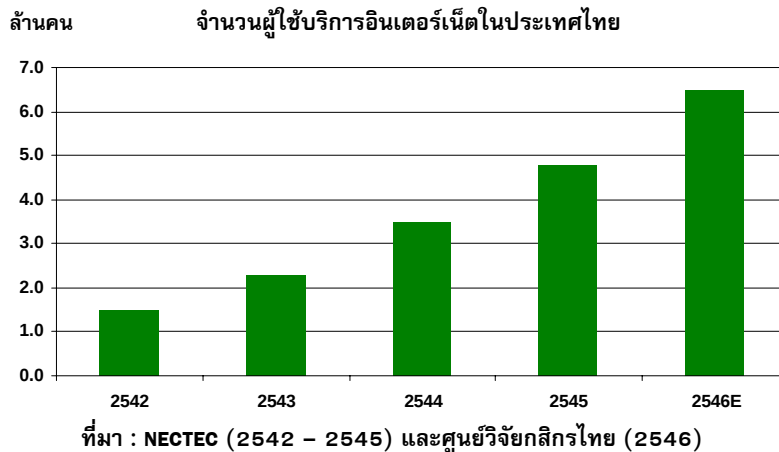
บริการอินเทอร์เน็ตของบริษัทฯ และบริษัทย่อย จะจำหน่ายแบบขายขาดโดยไม่ได้มีการฝากขาย ผ่านช่องทางดังต่อไปนี้

- **พนักงานขายตรง** เป็นช่องทางจำหน่ายหลัก มีพนักงานขายและทีมงานให้คำแนะนำ คำปรึกษาแก่ลูกค้าองค์กร และผู้แทนจำหน่าย โดยจะเน้นกับการจำหน่ายบริการอินเทอร์เน็ตแบบ Leased line
- **ผู้แทนจำหน่าย (Dealer)** เป็นร้านค้าที่ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นตัวแทนจำหน่ายบริการอินเทอร์เน็ตและคอยดูแลให้บริการคำปรึกษาแก่ลูกค้าในต่างจังหวัดครอบคลุมทั่วประเทศทุกจังหวัด รวมจำนวนผู้แทนจำหน่ายมากกว่า 300 ราย
- **ร้านค้าจำหน่าย (Outlet)** เป็นร้านค้าที่วางจำหน่ายบริการอินเทอร์เน็ตที่ใช้สำหรับลูกค้าทั่วไปทั่วประเทศ โดยวางจำหน่ายผ่านร้านค้าคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ทั่วไป ร้านสะดวกซื้อ (Convenience Store) เช่น เซเว่นอีเลเว่น JIFFY ร้านหนังสือ เช่น ซีเอ็ด Bookazine B2S ห้างสรรพสินค้า (Modern Trade) เช่น เพาเวอร์บาย บิ๊กซี คาร์ฟู ซูเปอร์มาร์เก็ต เช่น วิลล่าซูเปอร์มาร์เก็ต มีจำนวนร้านค้าจำหน่ายในกรุงเทพฯและต่างจังหวัดมากกว่า 4,000 แห่ง โดยจะเน้นกับการจำหน่ายบริการอินเทอร์เน็ต Dial-up แบบ Prepaid
- **ตู้เบิกเงินสด (ATM)** เพื่ออำนวยความสะดวกในการจำหน่ายและรับชำระเงินบริการอินเทอร์เน็ตแบบเติมจำนวน ชั่วโมง ปัจจุบันมีธนาคารที่เข้าร่วม 2 แห่งได้แก่ ธนาคารกรุงเทพ และธนาคารไทยพาณิชย์
- **โทรศัพท์มือถือ (Mobile Phone)** เป็นอีกช่องทางหนึ่งเพื่ออำนวยความสะดวกในการให้บริการสั่งซื้อชั่วโมงอินเทอร์เน็ตผ่านเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของ บมจ. แอดวานซ์ อินโฟ เซอร์วิส (AIS) ที่หมายเลข “*8181”
- **เว็บไซต์ของบริษัทฯ** โดยลูกค้าสามารถลงทะเบียนเพื่อเปิดใช้บริการและรับชำระเงินเพื่อซื้อชั่วโมงอินเทอร์เน็ตเพิ่มเติมทางออนไลน์ผ่านทางเว็บไซต์ www.csloxinfo.com

ภาวะอุตสาหกรรมบริการอินเทอร์เน็ต

จำนวนผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย

จากผลสำรวจของศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (NECTEC) จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยเติบโตขึ้นอย่างมากในช่วงระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา โดยมีจำนวนผู้ใช้บริการประมาณ 1.5 ล้านรายในปี 2542 เพิ่มขึ้นเป็น 4.8 ล้านรายโดยประมาณในปี 2545 คิดเป็นอัตราเติบโตเฉลี่ยประมาณร้อยละ 47 ต่อปี และยังคงมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องทำให้คาดการณ์ว่าจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในปี 2546 จะมีประมาณ 6.5 ล้านราย



ขนาดของวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง

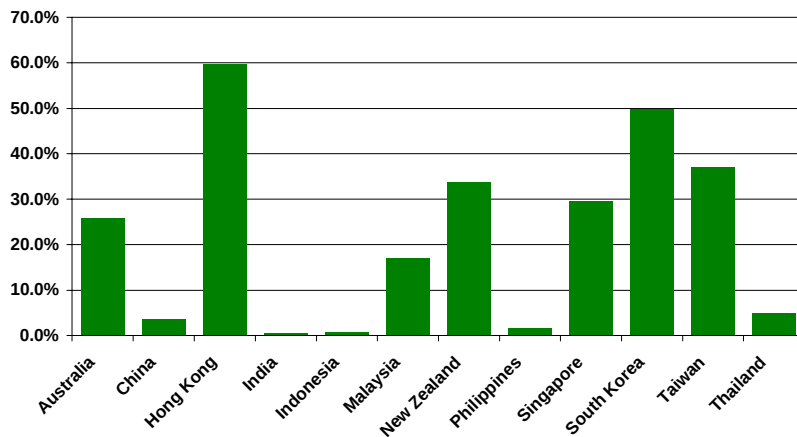
ขนาดความต้องการของวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูงต่างประเทศ (International bandwidth) และวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูงในประเทศ (Domestic exchange bandwidth) ที่ใช้เชื่อมต่อเพื่อให้บริการอินเทอร์เน็ตของผู้ประกอบการ สามารถใช้พิจารณาถึงการเติบโตของบริการอินเทอร์เน็ตได้ทางหนึ่ง ซึ่งที่ผ่านมาเติบโตอย่างต่อเนื่อง จากรายงานของ NECTEC ณ สิ้นปี 2546 ประเทศไทยมีขนาดของ International bandwidth และ Domestic bandwidth ประมาณ 1,437.87 และ 10,409.10 เมกกะบิต ซึ่งในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา มีอัตราเติบโตเฉลี่ยต่อปีร้อยละ 75 และ 157 ตามลำดับ เนื่องจากจำนวนผู้ใช้บริการที่เพิ่มขึ้น ทำให้ความต้องการใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศและต่างประเทศเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ความนิยมในเกมออนไลน์ภายในประเทศที่เพิ่มขึ้นอย่างมากในปี 2546 ทำให้ความต้องการ Domestic exchange bandwidth เพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน

ปัจจัยหลักที่ทำให้บริการอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยยังคงมีการเติบโตต่อไปในอนาคต สามารถสรุปได้ดังนี้

▪ อัตราผู้ใช้อินเทอร์เน็ตต่อประชากรทั้งหมด (Penetration Rate) ต่ำ

จากข้อมูลของ Gartner Dataquest ในปี 2545 ประเทศไทยมีอัตราผู้ใช้อินเทอร์เน็ตต่อประชากรทั้งหมดประมาณร้อยละ 6.0 – 7.0 และในปี 2546 คาดว่าอัตรา Penetration rate ของประเทศไทย เมื่อคำนวณจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ต 6.5 ล้านคน จะเพิ่มขึ้นเป็นประมาณร้อยละ 10 ซึ่งยังค่อนข้างต่ำเมื่อเทียบกับ Penetration rate ของประเทศอื่นๆ เช่น มาเลเซีย เกาหลีใต้ และสิงคโปร์ เป็นต้น ทั้งนี้เนื่องจาก (1) ประชากรมีกำลังซื้อต่ำ (2) มีจำนวนคอมพิวเตอร์ต่อประชากรทั้งประเทศอยู่ในระดับต่ำ (3) มีอุปสรรคในการใช้ภาษาอังกฤษสำหรับสื่อสาร หรือใช้งานและ (4) มีเนื้อหาที่เป็นภาษาท้องถิ่น (Local Content) ค่อนข้างน้อย และอย่างไรก็ตาม อัตราที่ต่ำทำให้มีโอกาสที่จะเติบโตในระดับสูงในอนาคต

อัตราผู้ใช้อินเทอร์เน็ตต่อประชากร (Penetration rate) ในปี 2545



ที่มา : Gartner Dataquest (มิถุนายน 2546)

■ การสนับสนุนของภาครัฐ

รัฐบาลโดยกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารหรือ ไอซีที มีนโยบายที่ต้องการผลักดันให้ประชาชนมีโอกาสใช้อินเทอร์เน็ตอย่างกว้างขวางในราคาถูก จึงได้จัดทำโครงการคอมพิวเตอร์เอื้ออาทร หรือ คอมพิวเตอร์ราคาถูกของไอซีที ซึ่งได้รับการตอบรับจากประชาชนทั่วไปและข้าราชการด้วยยอดจองเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลและคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก รวมประมาณ 161,000 เครื่อง และยังได้ร่วมกับการสื่อสารแห่งประเทศไทย (กสท.) และ ทศท. เปิดโครงการ “คลีนเน็ต” ซึ่งเป็นโครงการต่อเนื่องให้แก่ประชาชนโดยทั่วไป โดยคิดค่าบริการชั่วโมงละ 1 บาท สามารถใช้งานได้เฉพาะเว็บไซต์ในประเทศที่ถูกคัดเลือกว่ามีประโยชน์เท่านั้น โครงการอินเทอร์เน็ตชั่วโมงละบาทนั้น จะช่วยกระตุ้นให้ตลาดการให้บริการอินเทอร์เน็ตของประเทศมีการเคลื่อนไหวอย่างต่อเนื่อง และกระตุ้นปริมาณการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศให้เพิ่มจำนวนมากขึ้น

■ การลดอัตราค่าบริการอินเทอร์เน็ต

ที่ผ่านมาอัตราค่าบริการอินเทอร์เน็ตได้ลดลงอย่างมาก โดยในปี 2543 อัตราค่าบริการอินเทอร์เน็ตแบบผ่านสายโทรศัพท์อยู่ที่ประมาณ 45 บาทต่อชั่วโมง และในปี 2546 อัตราค่าบริการลดลงเหลือ 4-5 บาทต่อชั่วโมงในช่วง Time Zone Pricing สำหรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศ และอัตราค่าบริการ 7-15 บาทต่อชั่วโมงในช่วงเวลาปกติสำหรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งเป็นผลมาจากเกิดความประหยัดต่อขนาด (Economy of Scale) จากขนาดช่องสัญญาณ (Bandwidth) ที่เพิ่มขึ้น รวมถึงค่าเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูงระหว่างประเทศ และค่าบริการศูนย์แลกเปลี่ยนข้อมูลอินเทอร์เน็ตในประเทศ (National Internet Exchange) ของกสท. ที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดการแข่งขันกันด้านราคาของผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต

■ เทคโนโลยีทางอินเทอร์เน็ตที่พัฒนามากยิ่งขึ้น

ปัจจุบันเทคโนโลยีทางอินเทอร์เน็ตได้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เช่น บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงหรือบรอดแบนด์ ที่ให้บริการในรูปแบบไร้สายหรือ WI-FI และบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงผ่านดาวเทียมด้วยเทคโนโลยีของ iSTAR เป็นต้น ทำให้ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตมีความสะดวกและสามารถใช้ได้ทั้งในพื้นที่สาธารณะ พื้นที่ภายในและนอกอาคาร และพื้นที่ห่างไกล ด้วยความเร็วรับส่งที่สูง นอกจากนี้ คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ต่อพ่วงแบบไร้สายได้มีการพัฒนาให้มีประสิทธิภาพที่ดีขึ้น ในขณะที่ราคามีแนวโน้มที่ลดลงตลอดมา จะกระตุ้นให้มีความต้องการใช้อินเทอร์เน็ตที่เพิ่มขึ้นอย่างมาก

บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (Broadband Internet)

การขยายตัวเพิ่มขึ้นของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศ ทำให้ความต้องการใช้งานอินเทอร์เน็ตเพื่อเป็นแหล่งหาข้อมูลต่างๆ เพื่อประโยชน์ทางการค้าหรืออี-คอมเมิร์ซ เพื่อความบันเทิง หรือเพื่อการดำเนินธุรกิจหรือ อี-บิสซิเนส มีบทบาทเพิ่มมากขึ้น ทำให้การจราจร (Internet Traffic) หรือการใช้อินเทอร์เน็ตค่อนข้างล่าช้า ประกอบกับการรับส่งภาพเคลื่อนไหวและเสียงผ่านอินเทอร์เน็ตมีมาก ซึ่งการส่งข้อมูลผ่านสายโทรศัพท์ด้วยเทคโนโลยี Narrowband ซึ่งมีความเร็วต่ำ ไม่สามารถรองรับได้ ทำให้เกิดความต้องการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงหรือบรอดแบนด์ (Broadband) โดยผู้ให้บริการสามารถรับข้อมูลภาพและ

เสียงได้รวดเร็วยิ่งขึ้นและสามารถทำได้พร้อมกัน เช่น การพูดคุยผ่านจอภาพ (Web Camera) การรับชม TV ผ่านอินเทอร์เน็ต การเรียนการสอนทางไกลผ่านอินเทอร์เน็ต การประชุมทางไกล การซื้อขายสินค้า และการเล่นเกมออนไลน์ เป็นต้น

ปัจจุบัน ตลาดอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของประเทศไทยเติบโตไม่มากและมีเฉพาะในกรุงเทพฯ และจังหวัดใหญ่ๆ เท่านั้น เนื่องจากมีข้อจำกัดด้านโครงข่ายสื่อสัญญาณที่ไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ อีกทั้งอัตราค่าบริการยังสูงเมื่อเทียบกับบริการอินเทอร์เน็ตผ่านสายโทรศัพท์ บริษัทฯ คาดว่ามีผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในประเทศจำนวนประมาณ 12,000 - 15,000 ราย คิดเป็นสัดส่วนต่ำกว่าร้อยละ 1 ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ทั้งนี้ เนื่องจากเป็นช่วงที่เริ่มให้บริการประกอบกับบริษัทฯ เชื่อว่ามีสาเหตุที่ทำให้บริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ขยายตัวไม่สูงมาก ดังต่อไปนี้

- ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่มีโครงข่ายสื่อสัญญาณพื้นฐานความเร็วสูงภายในประเทศเป็นของตนเอง เนื่องจากการลงทุนที่สูง
- การใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงมีอัตราค่าใช้จ่ายสูงกว่าการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วปกติ เนื่องจากผู้ให้บริการต้องรับภาระค่าใช้จ่ายสื่อสัญญาณพื้นฐานความเร็วสูงจากผู้ให้บริการสื่อ (Media Provider) นอกเหนือจากค่าบริการอินเทอร์เน็ต และอุปกรณ์เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์
- อุปกรณ์เชื่อมต่อไม่ว่าจะเป็นโมเด็มสำหรับการเชื่อมต่อโดยผ่านสายโทรศัพท์ จานดาวเทียมสำหรับการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตผ่านดาวเทียม หรือเคเบิลโมเด็มสำหรับการเชื่อมต่อผ่านสายเคเบิล มีราคาแพงและมีความยุ่งยากในการติดตั้งไม่สามารถดำเนินการได้โดยผู้ใช้งานเอง
- พื้นที่ให้บริการจำกัดโดยปัจจุบันใช้งานได้เพียงในบางพื้นที่เท่านั้น แม้แต่ในเขตกรุงเทพฯ นอกจากนั้นระบบโครงข่ายพื้นฐาน เช่น ระบบเครือข่ายเคเบิล หรือระบบสายโทรศัพท์ ยังไม่สามารถใช้งานได้ครอบคลุมทั่วประเทศ
- เนื้อหาการให้บริการหรือคอนเทนต์ (Content) ยังมีน้อยหรือยังไม่จูงใจให้เข้าใช้บริการมากนัก เนื้อหาหรือข้อมูลที่ต้องใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงที่มีให้บริการในปัจจุบันยังอยู่ที่ บริการดูภาพยนตร์ออนไลน์ การดาวน์โหลดเพลง ซึ่งเป็นบริการเพื่อความบันเทิงเป็นส่วนใหญ่ เพื่อต้องการดึงดูดผู้ใช้บริการในกลุ่มเยาวชน ซึ่งจัดว่าเป็นกลุ่มผู้ใช้บริการหลักในปัจจุบัน

อย่างไรก็ตาม จากนโยบายของรัฐที่ต้องการผลักดันให้หน่วยงานของรัฐใช้อินเทอร์เน็ตตามโครงการ E-Government อีกทั้งทางภาคเอกชนมีความต้องการใช้งานรับส่งข้อมูลขนาดใหญ่ เกมออนไลน์ และบริการด้านเนื้อหาแบบมัลติมีเดีย ได้กระตุ้นให้มีการใช้งานอินเทอร์เน็ต Broadband เพิ่มขึ้น ประกอบกับราคาสื่อสัญญาณ (Transmission) ที่ใช้ร่วมกับบริการอินเทอร์เน็ต Broadband ที่ถูกลง ทำให้ตลาดอินเทอร์เน็ต Broadband มีโอกาสเติบโตอย่างรวดเร็ว

นอกจากนี้ บริษัทฯ เชื่อว่าในระยะยาวบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงจะเป็นที่ต้องการของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นในอัตราก้าวกระโดด เนื่องจาก มีการปรับลดอัตราค่าบริการ มีการเติบโตของธุรกิจเกมออนไลน์ มีการพัฒนาเนื้อหาข้อมูลใหม่ๆ ขึ้นมา โดยเฉพาะเนื้อหาทางด้านการศึกษา เนื้อหาสำหรับใช้ในชีวิตประจำวันพร้อมความบันเทิงที่หลากหลาย และเนื้อหาสำหรับการใช้ประโยชน์สำหรับองค์กรธุรกิจที่เพิ่มมากขึ้น รวมทั้งการสนับสนุนของภาครัฐในการส่งเสริมการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในโครงการต่างๆ และส่งเสริมให้ราคาค่าเช่าสายเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตสำหรับการเชื่อมต่อเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของไทยกับเครือข่ายระหว่างประเทศลดลง ซึ่งจะทำให้เอกชนสามารถลดต้นทุนของการให้บริการได้

ภาวะการแข่งขัน

ปัจจุบัน มีผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตในเชิงพาณิชย์ (Internet Service Provider - ISP) รวม 18 ราย จากข้อมูลงบการเงินกรมทะเบียนการค้า กระทรวงพาณิชย์ ในปี 2545 ผู้ให้บริการ 4 ราย ได้แก่ CS LoxInfo, INET, KSC และ Asia Infonet มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 40, 20, 14 และ 12 ตามลำดับ ซึ่งรวมกันมีส่วนแบ่งการตลาดมากกว่าร้อยละ 85 ของมูลค่าตลาดรวมประมาณ 3,100 ล้านบาท ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตได้รับสัมปทานจาก กสท. เป็นระยะเวลา 10 ปี ซึ่งส่วนใหญ่จะสิ้นสุดในปี 2548 - 2550 ยกเว้น บริษัท อินเทอร์เน็ตประเทศไทย จำกัด (มหาชน) หรือ INET ที่ไม่กำหนดเวลาสิ้นสุดการได้สิทธิดำเนินการธุรกิจอินเทอร์เน็ต

ปัจจุบัน ในส่วนของการบริการอินเทอร์เน็ตแบบผ่านคู่สายโทรศัพท์ประเภท Prepaid และ Postpaid จะมีภาวะการแข่งขันค่อนข้างสูง โดยที่ผ่านมาการให้บริการของ ISP ส่วนใหญ่ใช้กลยุทธ์ลดราคาชั่วโมงอินเทอร์เน็ตเพื่อดึงดูดลูกค้าให้ใช้บริการ โดยเฉพาะบริการอินเทอร์เน็ตแบบชำระเงินล่วงหน้า ในขณะที่ต้นทุนการให้บริการอยู่ในระดับสูง โดยเฉพาะต้นทุนการเช่าสัญญาวงจรเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตคิดเป็นร้อยละ 40-50 ของต้นทุนทั้งหมด ทำให้ ISP รายเล็กไม่มีอำนาจในการต่อรองราคาส่งผลให้ ISP หลายรายประสบกับภาวะการขาดทุนอย่างต่อเนื่อง และไม่มีกระแสเงินสดนำมาพัฒนาหรือรักษาคุณภาพการให้บริการให้แก่ลูกค้า ทำให้สูญเสียความสามารถในการแข่งขันและโอกาสในขยายตลาดได้ในระยะยาว ในขณะที่บริษัทฯ จะหลีกเลี่ยงการตัดราคาและหันมาเน้นคุณภาพให้บริการและปรับราคาให้สอดคล้องกับต้นทุนการให้บริการ โดยจะนำข้อได้เปรียบด้านการประหยัดต่อขนาด (Economy of Scale) ของวงจรเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตขนาดใหญ่ที่มีอยู่ และการบริหารและจัดการการใช้งานของลูกค้าในช่วงเวลาต่างๆ ให้มีประสิทธิภาพ เพื่อไม่ให้ช่องสัญญาณแน่นเกินไปในเวลาใดเวลาหนึ่งและมีส่วนที่ว่างอยู่มากในอีกเวลาหนึ่ง เช่น การลดราคาค่าบริการอินเทอร์เน็ตในช่วงเวลาหลังเที่ยงคืนถึงตอนเช้าซึ่งเป็นช่วงที่มีผู้ใช้งานน้อย เป็นต้น

ในส่วนของการบริการอินเทอร์เน็ตแบบผ่านสายวงจรเช่า (Leased Line) นั้น การแข่งขันทางด้านราคาไม่รุนแรงเท่ากับบริการข้างต้น เนื่องจากลูกค้าที่ใช้บริการจะเป็นลูกค้าองค์กรที่เน้นความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการในด้านคุณภาพของการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตและบริการเสริมอื่นๆ ดังนั้น จึงมีแต่ผู้ให้บริการรายใหญ่เท่านั้นที่ให้บริการอินเทอร์เน็ตประเภทนี้ โดยบริษัทฯ มีชื่อเสียงด้านคุณภาพการให้บริการ Leased Line รวมทั้งบริการเสริมต่างๆ ที่สร้างความพึงพอใจในการใช้บริการแก่ลูกค้า

สำหรับภาวะการแข่งขันในตลาดอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ ปัจจุบันยังอยู่ในระดับไม่สูงมากนักและเป็นช่วงเริ่มต้น จึงมีแต่เพียงผู้ประกอบการรายใหญ่เพียงไม่กี่รายที่สามารถให้บริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ได้เนื่องจากใช้เงินลงทุนที่สูง และสามารถบริการได้จำกัดอยู่เพียงบางพื้นที่ที่โครงข่ายสื่อสัญญาณความเร็วสูงพื้นฐานเข้าถึงเท่านั้น ในขณะที่ บริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ด้วยเทคโนโลยี iSTAR ซึ่งบริษัทฯ เชื่อว่ามีศักยภาพในการให้บริการได้ทุกบริเวณพื้นที่ที่สัญญาณดาวเทียมครอบคลุมถึง และคาดว่าจะการแข่งขันในอนาคตคาดว่าจะสูงขึ้น เนื่องจาก ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตด้วยความเร็วปกติ จะเปลี่ยนไปใช้อินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์มากขึ้น โดยอัตราค่าบริการ คุณภาพ และบริการ Content บนอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์จะเป็นปัจจัยสำคัญในการแข่งขัน

ในอนาคต กสท. และ ทศท. อาจมีนโยบายที่จะเข้ามาดำเนินธุรกิจให้บริการอินเทอร์เน็ตในเชิงพาณิชย์ ซึ่งจะได้เปรียบผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตรายอื่นๆ จากการที่มีเครือข่ายโทรคมนาคมเป็นของตนเอง อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ เชื่อว่า ณ ปัจจุบัน กสท. และ ทศท. ไม่มีนโยบายที่จะดำเนินธุรกิจแข่งขันกับผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตอย่างเต็มรูปแบบ เนื่องจากบริษัทฯ คาดว่ารายได้จากธุรกิจอินเทอร์เน็ตจะมีสัดส่วนรายได้ที่น้อยเมื่อเปรียบเทียบกับรายได้ธุรกิจหลักขององค์กรของรัฐดังกล่าว นอกจากนั้นบริษัทฯ ยังได้รับความร่วมมือกับกลุ่มบริษัทในเครือที่มีเครือข่ายโทรคมนาคมเพื่อช่วยเสริมจุดแข็งในการให้บริการด้วย

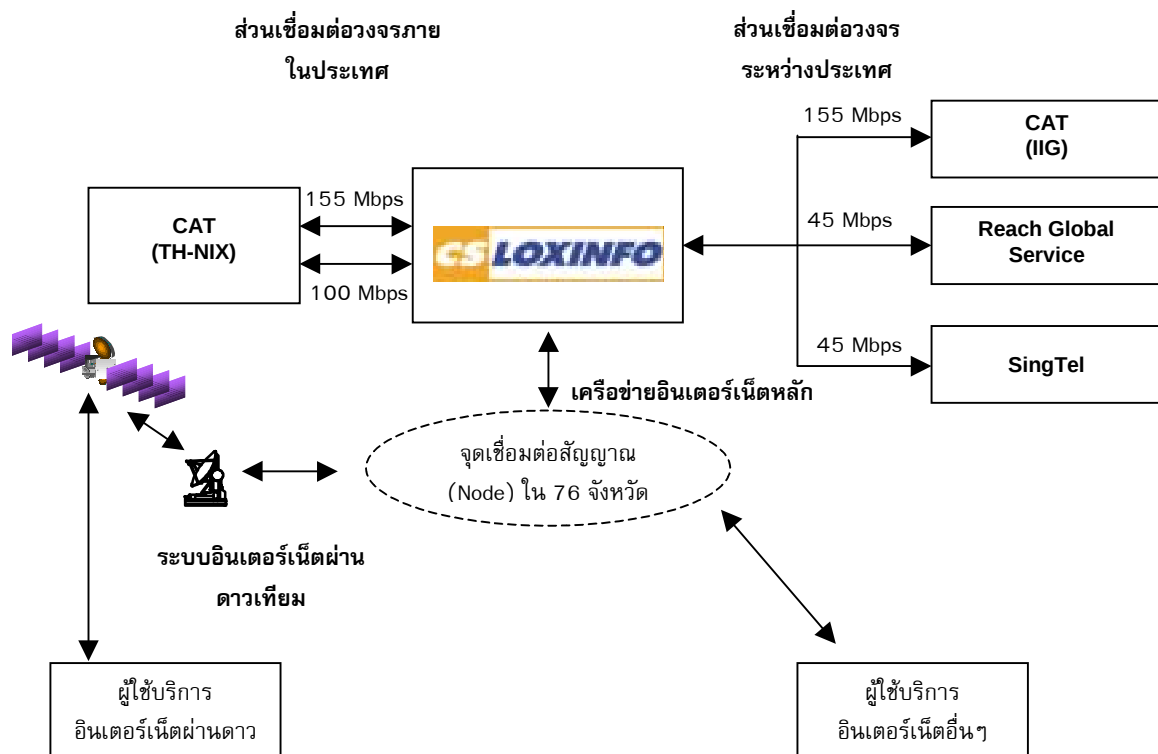
การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ปัจจุบันบริษัทฯ มีเครือข่ายที่ครอบคลุมถึง 76 จังหวัดทั่วประเทศ เป็นการลงทุนติดตั้งเครือข่ายในแต่ละ Node เอง จึงทำให้บริษัทฯ มีความคล่องตัวในการบริหารงานและการพัฒนาเครือข่าย ในส่วนของกรุงเทพฯ นั้นบริษัทฯ มีคู่สายโทรศัพท์รองรับจำนวน 8,070 คู่สาย และในต่างจังหวัดอีก 10,530 คู่สาย รวมเป็น 18,600 คู่สาย เพื่อรองรับการต่อเชื่อม (Log-in) หากกรณีจุดใดจุดหนึ่งมีปัญหาเรื่องความหนาแน่นของชุมสายโทรศัพท์ บริษัทฯ ยังมีทีมงานบริการด้านเทคนิคที่มีความเชี่ยวชาญและมีความสามารถในการให้คำปรึกษา พร้อมให้ความช่วยเหลือ 24 ชั่วโมงทุกวัน

ลักษณะของเครือข่าย

โครงสร้างพื้นฐานของเครือข่ายในการให้บริการอินเทอร์เน็ตของบริษัทฯ ประกอบด้วย 4 ส่วนประกอบหลักคือ

- ส่วนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตหลัก (Internet backbone)
- ส่วนระบบอินเทอร์เน็ตผ่านดาวเทียม (Internet via satellite system)
- ส่วนเชื่อมต่อวงจรภายในประเทศ (Domestic connectivities)
- ส่วนเชื่อมต่อวงจรระหว่างประเทศ (International connectivities)



■ ส่วนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตหลัก (Internet backbone)

โครงสร้างเครือข่ายอินเทอร์เน็ตหลักของบริษัทฯ ประกอบด้วยอุปกรณ์จัดเส้นทางการรับส่งข้อมูล (Router) และ Server ส่วนกลางที่ตั้งอยู่ 3 แห่ง ได้แก่ ตึกชินวัตร 1 สถานีดาวเทียมไทยคมที่ลาดหลุมแก้ว และ ตึกล็อกซเลย์ ที่ถนนเลี้ยว โดยการเชื่อมต่อระหว่างอาคารด้วยสายใยแก้วนำแสง ที่ความเร็ว 155 Mbps และมีวงจรสำรองระหว่างอาคาร ที่ความเร็วขนาด 155 Mbps โดยเครือข่ายของบริษัทฯ ที่เป็นจุดเชื่อมต่อสัญญาณ (Node) ในต่างจังหวัดทั้ง 76 จังหวัดทั่วประเทศจะมีการเชื่อมต่อเข้ามายัง Router และ Server หลักนี้ ซึ่งบริษัทฯ และบริษัทย่อยได้มีการทำสัญญาเช่าวงจรสื่อสารความเร็วสูงเพื่อเชื่อมต่อ Node ดังต่อไปนี้

สรุปสาระสำคัญของสัญญาเช่า ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2546

- บริษัทฯ และบริษัทย่อยทำสัญญาการเช่าบริการวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูงภายในประเทศกับบริษัท ยูไนเต็ด อินฟอร์เมชั่น ไฮเวย์ จำกัด (UIH) ความเร็วรวมทั้งสิ้น 86.75 Mbps เป็นเวลา 12 เดือน สิ้นสุดเดือนธันวาคม 2547
- บริษัทฯ และบริษัทย่อยทำสัญญาการเช่าบริการวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูงภายในประเทศกับบริษัท แอดวานซ์ ดาต้าเน็ตเวิร์ค คอมมูนิเคชั่นส์ จำกัด ความเร็วรวมทั้งสิ้น 80.25 Mbps เป็นเวลา 12 เดือน สิ้นสุดเดือนธันวาคม 2547
- บริษัทฯ และบริษัทย่อยทำสัญญาการเช่าบริการวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูงภายในประเทศกับบริษัท ทีทีแอนด์ที จำกัด (มหาชน) บริษัท ทศท คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และบริษัท กสท. คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ความเร็วรวมทั้งสิ้น 21 Mbps เป็นเวลา 12 เดือน สิ้นสุดเดือนธันวาคม 2547

■ ส่วนระบบอินเทอร์เน็ตผ่านดาวเทียม (Internet via satellite system)

บริษัทฯ ได้เช่าช่องสัญญาณสื่อสาร (Transponders) ของดาวเทียมไทยคม 3 และในอนาคตจะใช้ Transponder ของดาวเทียมดวงใหม่คือ iSTAR ในการให้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านดาวเทียมแบบ IPTV และ iSTAR

สรุปสาระสำคัญของสัญญาเช่า ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2546

บริษัทฯ ได้ทำสัญญาเช่าใช้ Transponder กับ บริษัท ชินแซทเทลไลท์ จำกัด (มหาชน) เพื่อให้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านดาวเทียมแก่ลูกค้าของบริษัทฯ บนดาวเทียมไทยคม 1A ย่านความถี่ Ku-Band จำนวน 512 Kbps เป็นเวลา 1 ปี สิ้นสุดเดือนกันยายน 2547 โดยสามารถขยายระยะเวลาได้ปีต่อไป

■ ส่วนเชื่อมต่อวงจรภายในประเทศ (Domestic Connectivities)

ปัจจุบันเครือข่ายอินเทอร์เน็ตหลักของบริษัทฯ ได้มีการเชื่อมต่อเข้ากับวงจรสื่อสารภายในประเทศ เพื่อให้ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลภายในประเทศและเชื่อมต่อไปยังผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต (Internet Service Provider: ISP) รายอื่นในประเทศได้อย่างรวดเร็ว โดยทำการเชื่อมต่อเข้ากับเครือข่าย National Internet Exchange (NIX) ของ กสท. ผ่านทางระบบเคเบิลใยแก้วความเร็วสูง ที่ความเร็ว 255 Mbps

สรุปสาระสำคัญของสัญญาเช่า ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2546

บริษัทฯ และบริษัทย่อยทำสัญญาการเช่าบริการวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูงภายในประเทศกับ กสท. ใช้ในการเชื่อมต่อระหว่างศูนย์แลกเปลี่ยนข้อมูลอินเทอร์เน็ตในประเทศ (National Internet Exchange หรือ NIX) ของการสื่อสารแห่งประเทศไทย กับ Server และอุปกรณ์อินเทอร์เน็ตส่วนกลางของบริษัทฯ และบริษัทย่อยที่ดักล็อกซ์เลย์ ถนนเลิปปา ด้วยความเร็ว 255 Mbps เป็นเวลา 1 ปี สิ้นสุดเดือนกันยายน 2547

■ ส่วนเชื่อมต่อวงจรระหว่างประเทศ (International Connectivities)

บริษัทฯ มีการลงทุนอย่างต่อเนื่องในส่วนของวงจรระหว่างประเทศเพื่อรักษาประสิทธิภาพในการเชื่อมต่อไปยังเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในต่างประเทศ ในปัจจุบันบริษัทฯ มีการเชื่อมต่อช่องสัญญาณอินเทอร์เน็ตไปยังต่างประเทศด้วยความสามารถในการรับส่งข้อมูลรวมสูงถึง 245 Mbps แบบส่งสัญญาณได้ทั้งสองทาง คือทั้งขาเข้าและขาออก (full duplex) โดยการเชื่อมต่อวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูงระหว่างประเทศของบริษัทฯ ดังต่อไปนี้ ทั้งนี้ เพื่อให้สามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและครอบคลุมพื้นที่ทั่วโลก

- 1) การเชื่อมต่อกับศูนย์แลกเปลี่ยนข้อมูลอินเทอร์เน็ตระหว่างประเทศ (International Internet Gateway หรือ IIG) ของการสื่อสารแห่งประเทศไทย ที่ความเร็ว 155 Mbps
- 2) การเชื่อมต่อผ่านสายเคเบิลใยแก้วนำแสงของบริษัท Reach Global Services Limited ที่ความเร็ว 45 Mbps
- 3) การเชื่อมต่อผ่านสายเคเบิลใยแก้วนำแสงของบริษัท Singapore Telecommunications Ltd. ที่ความเร็ว 45 Mbps

สรุปสาระสำคัญของสัญญาเช่า ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2546

- บริษัทฯ ทำสัญญาเช่าบริการวงจรเพื่อใช้เชื่อมต่อระหว่างกับศูนย์แลกเปลี่ยนข้อมูลอินเทอร์เน็ตระหว่างประเทศ (International Internet Gateway หรือ IIG) ของการสื่อสารแห่งประเทศไทย กับ Server และอุปกรณ์อินเทอร์เน็ตส่วนกลางของบริษัทฯ และบริษัทย่อยที่ติ๊กล็อกสเลี่ยนหนเลื่อปา ด้วยความเร็ว 155 Mbps เป็นเวลา 3 ปี สิ้นสุดเดือนกันยายน 2549
- บริษัทฯ ทำสัญญาเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูงเพื่อให้บริการอินเทอร์เน็ตระหว่างประเทศกับบริษัท Reach Global Service ด้วยความเร็ว 45 Mbps เป็นเวลา 1 ปี สิ้นสุดเดือนกรกฎาคม 2547
- บริษัทฯ ทำสัญญาเช่าวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูงเพื่อให้บริการอินเทอร์เน็ตระหว่างประเทศกับบริษัท Singapore Telecommunications Ltd. ด้วยความเร็ว 45 Mbps เป็นเวลา 1 ปี สิ้นสุดเดือนมกราคม 2548

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้ทำสัญญาเช่าใช้เครือข่ายบรอดแบนด์ล่วงหน้ากับบริษัทแอดวานซ์ ดาต้าเน็ตเวิร์ค คอมมิวนิเคชันส์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทในเครือของชิน คอร์ปอเรชั่น เป็นระยะเวลา 5 ปีข้างหน้า ในอัตราราคาขายส่ง (Wholesale price) เพื่อเตรียมพร้อมการให้บริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ สรุปสัญญาได้ดังนี้

สรุปสัญญาเช่าใช้ระบบโครงข่ายสื่อสารสัญญาณอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง

คู่สัญญา	: บริษัทฯ และกับบริษัท แอดวานซ์ ดาต้าเน็ตเวิร์ค คอมมิวนิเคชันส์ จำกัด (ADC)
สิทธิในการใช้	: บริษัทฯ มีสิทธิในการใช้ระบบโครงข่ายสื่อสารสัญญาณอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงซึ่งมีความเร็ว 2.5 Gbps ของ ADC และอุปกรณ์การสื่อสาร DSL จำนวน 3,200 ชุดซึ่ง ADC ได้ติดตั้งไว้ที่ชุมสายโทรศัพท์และอาคารต่างๆ
ระยะเวลา	: ตั้งแต่ประมาณกลางปี 2547 เป็นต้นไป โดยบริษัทฯ ตกลงที่จะใช้ระบบโครงข่ายไม่ต่ำกว่า 60 เดือน โดยขึ้นอยู่กับอัตราค่าเช่าใช้ดังรายละเอียดด้านล่าง
มูลค่าสัญญา	: บริษัทฯ จะทยอยจ่ายค่าเช่าใช้ระบบโครงข่ายเป็นรายปีในช่วงระยะเวลา 60 เดือนแรกเป็นจำนวนรวมทั้งสิ้น 204 ล้านบาท โดยมีการจ่ายค่าเช่าใช้ล่วงหน้าในวันที่ทำสัญญา 30 ล้านบาท
อัตราค่าเช่าใช้	: บริษัทฯ และ ADC ตกลงกันว่าอัตราค่าเช่าใช้ในสัญญานี้เป็นอัตราที่ไม่สูงกว่าราคาตลาดทั่วไปในช่วงเวลานั้นๆ ถ้าอัตราในตลาดมีการเปลี่ยนแปลงลดลง ADC ตกลงที่จะลดอัตราค่าเช่าใช้ให้แก่บริษัทฯ เป็นอัตราที่ไม่สูงกว่าอัตราตลาดในขณะนั้นๆ ถ้าไม่มีการดำเนินการดังกล่าว บริษัทฯ มีสิทธิที่จะยกเลิกสัญญานี้ได้ตลอดเวลา
การยกเลิกสัญญา	: บริษัทฯ มีสิทธิได้รับเงินค่าเช่าใช้ล่วงหน้าที่ยังชำระไปแล้วและยังไม่ใช่เป็นค่าเช่าใช้ระบบโครงข่ายคืน ในกรณีที่ ADC ไม่สามารถให้บริการตามมาตรฐานและเงื่อนไขที่กำหนดไว้

ทั้งนี้ ปัจจุบัน บริษัทฯ และบริษัทย่อยไม่มีการพึ่งพิงการจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการจากผู้จัดจำหน่าย (Supplier) รายใดๆ เกินกว่า 30% ของยอดซื้อรวมทั้งหมดของบริษัทฯ ในระยะ 3 ปี ที่ผ่านมา

3.2 ธุรกิจสมุดโทรศัพท์ฉบับธุรกิจและโฆษณา (Yellow Pages)

บริษัท เทเลอินโฟ มีเดีย จำกัด (TMC) เดิมชื่อบริษัท ชินวัตร ไตรเรศทอริส จำกัด เป็นผู้ได้สิทธิในการจัดพิมพ์สมุดรายนามผู้ใช้โทรศัพท์ (White Pages) ทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ และสมุดรายนามผู้ใช้โทรศัพท์ฉบับธุรกิจและโฆษณา (Yellow Pages) ทั่วประเทศจากองค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย เป็นระยะเวลา 10 ปี นับตั้งแต่ฉบับประจำปี พ.ศ. 2539 ถึงฉบับประจำปี พ.ศ. 2548 ในปี 2541 ทศท. ได้เข้าถือหุ้นใน TMC และได้มีการแก้ไขลดส่วนแบ่งรายได้เป็นร้อยละ 30 ตั้งแต่ปี 2541 - 2548 ต่อมาในปี 2546 ทศท. ตกลงให้ TMC มีภาระในการจัดพิมพ์ White Pages ฉบับประจำปี 2546 เป็นปีสุดท้าย และตั้งแต่ปี 2547 เป็นต้นไป TMC ไม่ต้องมีภาระในการจัดพิมพ์สมุดโทรศัพท์หน้าขาวอีกต่อไป ซึ่งเป็นไปตามสัญญาระหว่างผู้ถือหุ้น (โปรดดูรายละเอียดในส่วนสรุปสัญญาผู้ถือหุ้นของ TMC) นอกจากนี้ TMC ยังได้เจรจากับทศท. เพื่อขอลดส่วนแบ่งรายได้ที่ TMC ต้องชำระจากร้อยละ 30 ของรายได้ในแต่ละปีเหลือเป็นขั้นต่ำปีละ 5 ล้านบาทต่อ 1 ล้านเลขหมายโทรศัพท์และส่วนเกิน 1 ล้านเลขหมายให้คิดอีกเลขหมายละ 5 บาท เริ่มตั้งแต่ปี 2546 เป็นต้นไป

บริษัทฯ เชื่อว่าการเข้าซื้อ TMC ทำให้เกิดการดำเนินธุรกิจที่เกื้อหนุนซึ่งกันและกัน (Synergy) ทั้งในการทำธุรกิจอินเทอร์เน็ตและธุรกิจสมุดหน้าเหลืองทั้งแบบ Off-Line และ On-Line โดยการพัฒนาบริการต่างๆ ที่หลากหลายและผสมผสานการบริการในหลายรูปแบบผ่านทางอินเทอร์เน็ต, โทรศัพท์มือถือ, Call Center หรือสมุดหน้าเหลืองแบบกระดาษ ซึ่งจะช่วยสนับสนุนการเติบโตของธุรกิจอินเทอร์เน็ตและอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของบริษัทฯ เพิ่มศักยภาพการให้บริการเนื้อหาได้อย่างรวดเร็ว และสร้างความแข็งแกร่งด้านบริการในระยะยาว โดยสามารถสรุปได้ดังนี้

- ขยายธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอินเทอร์เน็ตอย่างครบวงจรทั้งในด้านบริการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ด้านบริการเนื้อหาทั้งในรูปแบบข้อมูลและมัลติมีเดีย และด้านบริการด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce Service)
- ใช้ฐานข้อมูลของธุรกิจที่อยู่ใน Yellow Pages มาพัฒนาเพื่อให้บริการในลักษณะสมุดโทรศัพท์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Directory) บนเว็บไซต์ในหลายรูปแบบแก่ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต เช่น การจัดทำแผนที่อิเล็กทรอนิกส์ของร้านค้าบนอินเทอร์เน็ตที่ลูกค้าสามารถเปิดดูได้จากโทรศัพท์มือถือ การจัดการโฆษณาให้กับร้านค้าต่างๆ ผ่านสื่อหลายรูปแบบของบริษัทฯ เป็นต้น โดยสามารถพัฒนาให้รองรับการให้บริการ E-Commerce ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตซึ่งลูกค้าจะสามารถสั่งซื้อสินค้าได้ทันที รวมถึงการจัดทำสมุดหน้าเหลืองเฉพาะกลุ่มลูกค้าเพื่อเพิ่มรายได้
- สร้างรายได้จากการให้บริการเนื้อหา เช่น บริการค้นหา (Search) หรือ บริการส่งเสริมแผนการขายสินค้าหรือบริการของลูกค้าใน Yellow Pages ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่และอินเทอร์เน็ต ซึ่งจะช่วยสนับสนุนการเติบโตของบริษัทฯ ในอนาคต
- ใช้ศักยภาพของทีมงานขายของ TMC ในการทำการตลาดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอินเทอร์เน็ตได้อย่างเต็มที่ โดยอาศัยฐานลูกค้าที่เป็นธุรกิจขนาดเล็ก จนถึงธุรกิจขนาดกลางที่สามารถเข้าถึงได้มากกว่า 100,000 รายทั่วประเทศ

นอกจากนี้ การเข้าซื้อ TMC ทำให้บริษัทฯ มีรายได้ที่หลากหลายทั้งจากบริการอินเทอร์เน็ต จากบริการโฆษณาใน Yellow Pages และจากบริการเนื้อหาบนอินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์มือถือ ซึ่งมีโอกาสเติบโตอย่างมากในอนาคต อีกทั้งคาดว่า TMC จะสามารถมีกระแสเงินสดส่วนเกินจากธุรกิจมากพอที่จะนำมาสนับสนุนการลงทุนใหม่ๆ ของบริษัทฯ ได้ในอนาคต อย่างไรก็ตามรายได้จากธุรกิจการพัฒนาบริการร่วมกันดังกล่าวข้างต้นจะยังไม่เกิดขึ้นในปี 2547

ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

ปัจจุบัน TMC มีธุรกิจหลักคือ ธุรกิจสมุดโทรศัพท์ฉบับธุรกิจ Yellow Pages ซึ่งมีรายได้จากการให้บริการโฆษณาในสมุดหน้าเหลืองของบริษัทฯ และห้างร้านต่างๆ โดยเฉพาะบริษัทที่มีธุรกิจขนาดเล็กและกลาง หรือ SME นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีรายได้จากการให้บริการโฆษณาในสมุดรายนามผู้ใช้โทรศัพท์เฉพาะธุรกิจ (Special Directories) ยกตัวอย่างเช่น กลุ่มธุรกิจส่งออก คู่มือซื้อขายอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม และคู่มือท่องเที่ยวไทย เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีธุรกิจอื่นๆ ที่ให้บริการได้แก่ การให้บริการ Audiotex 1900 TMC Service ซึ่งเป็นบริการการให้ข้อมูลทางโทรศัพท์และโทรสาร และการให้บริการจัดพิมพ์และจัดทำสื่อส่งเสริมการขายประเภทต่างๆ เช่น CD-ROM ที่บรรจุข้อมูลของสินค้าประเภทต่างๆ เป็นต้น มีรายละเอียดดังนี้

3.2.1 สมุดโทรศัพท์ฉบับธุรกิจ Yellow Pages

■ สมุดรายนามผู้ใช้โทรศัพท์หน้าเหลืองไทยแลนด์ เยลโล่เพจเจส

สมุดโทรศัพท์ธุรกิจที่รวบรวมรายชื่อ ที่อยู่ และหมายเลขโทรศัพท์ของสินค้าและบริการกว่า 600,000 ร้านค้า ครอบคลุมกว่า 3,000 หมวดธุรกิจ มากที่สุดในประเทศไทย ซึ่งผู้ใช้สามารถพลิก (Flip) สมุดโทรศัพท์ค้นหาได้ง่ายด้วยการแบ่งหมวดหมู่ และจัดเรียงตามลำดับอักษร จัดพิมพ์ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยทั่วไปธุรกิจและร้านค้าที่มีการขอหมายเลขโทรศัพท์จาก ทศท. จะมีรายชื่ออยู่ใน Yellow Pages เป็นตัวหนังสือขนาดเล็กแบบธรรมดา อย่างไรก็ตาม หากธุรกิจและร้านค้าเหล่านั้นต้องการให้ชื่อของตัวเองมีความเด่นสะดุดตาถูกค่า จะต้องซื้อโฆษณาใน Yellow Pages เพื่อที่จะให้ชื่อของตัวเองมีลักษณะเด่นขึ้น เช่น ตัวหนังสือหนาขึ้นตัวใหญ่ขึ้น ตัวหนังสือเป็นสีแดง เพิ่มโฆษณารูปภาพ เป็นต้น

■ 1154 Yellow Plus

ให้บริการสอบถามข้อมูลโดยโทรศัพท์ (Call) หมายเลข 1154 ในการค้นหาหมายเลขโทรศัพท์ของธุรกิจ ร้านค้า และบุคคลทั่วประเทศไทยกว่า 6 ล้านเลขหมาย ครอบคลุมทุกหมวดสินค้าบริการ และอีกหลากหลายข้อมูลในชีวิตประจำวันได้ตลอด 24 ชม. ด้วยค่าบริการปกติตามอัตราของ ทศท. และผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่

■ www.yellowpages.co.th

เป็นบริการค้นหาข้อมูลซื้อขายสินค้าและบริการ หรือรายนามผู้ใช้โทรศัพท์หน้าเหลืองแบบ On-Line บนอินเทอร์เน็ต ครอบคลุม 600,000 ร้านค้ากว่า 3,000 หมวดธุรกิจ และหมายเลขโทรศัพท์กว่า 6 ล้านเลขหมายทั่วประเทศ รวมทั้งข้อมูลข่าวสารอื่นๆ โดยลูกค้าของผู้ลงโฆษณาในประเทศหรือต่างประเทศทั่วโลกโดยสามารถคลิก (Click) ที่ www.yellowpages.co.th เพื่อค้นหาข้อมูลสินค้าและบริการของธุรกิจได้ทันที

3.2.2 ไดเร็คทอรีอื่นๆ

จัดทำไดเร็คทอรีพิเศษเฉพาะธุรกิจ เช่น รายชื่อของผู้ส่งออก-นำเข้า (Thailand Export-Import Yellow Pages) คู่มือซื้อขายอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม (Food & Beverage Industrial Guide) และคู่มือท่องเที่ยวไทย (Visitors' Guide to Thailand) เป็นต้น ในรูปแบบหนังสือและซีดี-รอม

3.2.3 บริการอื่นๆ

■ Publishing Service

บริการทางด้านสิ่งพิมพ์ รับออกแบบ และผลิตสิ่งพิมพ์ทุกประเภท รวมทั้งบริการออกแบบ-จัดทำสื่อซีดีรอม ทุกประเภท เพื่อการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการตลาด

■ Audiotex

ให้บริการข้อมูลอัตโนมัติทั้งสาระและบันเทิงต่างๆ (1900 TMC Service) ผ่านทางโทรศัพท์ตลอด 24 ชม. อาทิ บริการข้อมูลท่องเที่ยว กิน ดื่ม เกมส์ บริการข้อมูลความรู้ก่อนตัดสินใจซื้อ และบริการข้อมูลที่เป็นประโยชน์ทั่วไป นอกจากนี้ ยังเป็นผู้ให้บริการ Infotainment หนึ่งบริการใน MobileLIFE Basic จาก GSM Advance และ One-2-Call! เช่น Horoscope กด *941, Lottery Info กด *942, Matching Check *949, Joke กด *943 เป็นต้น

■ Precision Marketing

ให้บริการการทำการตลาดแบบเจาะจง ด้วยการเลือกสารที่ส่งไปตรงใจลูกค้า (precise message) ตรงเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่แท้จริงของสินค้าและบริการ (Precise target) และการเลือกใช้สื่อในช่องทางสื่อสารที่เหมาะสมที่สุด (precise channel) ด้วย 3 บริการหลัก ได้แก่ การให้เขาฐานข้อมูลรายชื่อที่เลือกกลุ่มเป้าหมายได้ การทำ Telemarketing ผ่านสายด่วน 1154 Yellow Plus และบริการจัดการและบริหารฐานข้อมูล ให้มีข้อมูลที่ทันสมัย (update)

ในปี 2545 และ 2546 รายได้หลักของ TMC มาจากการขายพื้นที่โฆษณาใน Yellow Pages คิดเป็นประมาณร้อยละ 86 และร้อยละ 78 ตามลำดับ มีรายละเอียดดังนี้

หน่วย : ล้านบาท

ประเภทรายได้	ปี 2545	ร้อยละ	ปี 2546	ร้อยละ
รายได้จากโฆษณาใน Yellow Pages	619.23	85.89	682.59	78.36
รายได้จากโฆษณาใน White Pages	28.18	3.91	30.50	3.50
รายได้การขายและบริการอื่นๆ	60.33	8.37	62.55	7.18
รวมรายได้จากการให้บริการ	707.73	98.16	775.64	89.04
รายได้อื่นๆ	13.26	1.84	95.44	10.96
รวมรายได้	720.99	100.00	871.08	100.00

หมายเหตุ : ตั้งแต่ปี 2547 เป็นต้นไป TMC จะไม่มีรายได้จากโฆษณาใน White Pages

การตลาดและการแข่งขัน

ในอดีตที่ผ่านมา TMC เป็นผู้ได้รับสิทธิจากทศท. ให้เป็นผู้จัดทำสมุดโทรศัพท์ฉบับธุรกิจและโฆษณาแต่เพียงผู้เดียว อย่างไรก็ตาม ภายหลังจากที่พระราชบัญญัติการโทรศัพท์แห่งประเทศไทย พ.ศ. 2497 ได้ถูกยกเลิกโดยพระราชกฤษฎีกาในเดือนกรกฎาคม 2545 ได้ส่งผลให้เกิดการแข่งขันเสรีในธุรกิจดังกล่าว ปัจจุบัน TMC ยังไม่มีคู่แข่งโดยตรง มีแต่เพียงผู้ประกอบการรายย่อยที่จัดทำสมุดโทรศัพท์เฉพาะอุตสาหกรรม หรือขายโฆษณาย่อยในหนังสือพิมพ์และนิตยสาร โดย TMC คาดว่า จะมีส่วนแบ่งการตลาดในด้านรายได้โฆษณาในธุรกิจ Yellow Pages ประมาณร้อยละ 80 ของธุรกิจประเภทนี้ทั้งหมดในประเทศไทย โดยในส่วนที่เหลือประมาณร้อยละ 20 เป็นของคู่แข่งรายย่อย โดยในส่วนของผู้กิจร้านค้าที่ลงโฆษณากับ TMC แบ่งเป็นลูกค้าในเขตกรุงเทพฯ จำนวน 12,000 ราย มีรายได้โฆษณาเฉลี่ยต่อรายประมาณ 52,000 บาท และเขตต่างจังหวัดอีก 6,000 ราย มีรายได้โฆษณาเฉลี่ยต่อรายประมาณ 8,300 บาท รวมร้านค้าจำนวนทั้งสิ้นประมาณ 18,000 ราย ซึ่งคิดเป็นประมาณร้อยละ 4 ของจำนวนธุรกิจร้านค้าทั้งหมดที่จดทะเบียนไว้กับกระทรวงพาณิชย์

ในอนาคต เมื่อมีการเปิดเสรีโทรคมนาคมเต็มรูปแบบ หรือหลังสิ้นสุดสัญญาสัมปทานในปี 2548 คาดว่าจะมีคู่แข่งทั้งในประเทศและต่างประเทศที่จะเข้าแข่งในธุรกิจดังกล่าว ทั้งนี้ ผู้ประกอบการใดต้องการใช้ฐานข้อมูลของ ทศท. ผู้ประกอบการก็จะต้องจ่ายค่าตอบแทนในอัตราไม่น้อยกว่าที่ TMC จ่ายให้แก่ ทศท. อย่างไรก็ตามจากการที่ TMC มีประสบการณ์ในธุรกิจ Yellow Pages มาเป็นระยะเวลานาน ประกอบกับการที่ TMC มีระบบจัดเก็บข้อมูลที่มีประสิทธิภาพสูง มีบุคลากรฝ่ายขายที่มีความสามารถ มีสายสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้ามาเป็นเวลานาน และดูแลครอบคลุมทุกกลุ่มลูกค้าทั่วประเทศ จึงคาดว่า TMC จะยังครองความได้เปรียบในฐานะผู้นำตลาด เนื่องจากผู้ที่เข้ามาเป็นคู่แข่งนั้น จะต้องมีเงินลงทุน ความสามารถในการจัดการฐานข้อมูลรายชื่อผู้ใช้โทรศัพท์ทั่วประเทศ รวมทั้งยังต้องมีพนักงานที่มีความชำนาญในการจัดทำสมุดโทรศัพท์และเข้าใจอุตสาหกรรมนี้เป็นอย่างดี

ภาวะตลาดโฆษณา

จากข้อมูลของ Nielsen Media Research ประเทศไทยมีการใช้จ่ายโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ (ไม่รวมสื่อสมุดโทรศัพท์) ประมาณ 39,107 ล้านบาท ในระหว่างเดือนมกราคม - สิงหาคม 2545 เพิ่มขึ้นเป็น 45,768 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 17 จากช่วงระยะเวลาเดียวกันในปี 2546 โดยมูลค่าตลาดสื่อโฆษณาประเภทสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับหนังสือพิมพ์และนิตยสารในช่วงเวลาดังกล่าวเป็นจำนวนประมาณ 10,918 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 17 จากปี 2545 เช่นกัน ทั้งนี้ เป็นผลมาจากความเชื่อมั่นในการเติบโตของเศรษฐกิจของบริษัทต่างๆ ทำให้บริษัทเหล่านั้นเพิ่มงบประมาณค่าใช้จ่ายในการโฆษณาสินค้าและบริการของตนในการทำการตลาดมากขึ้น ทั้งนี้ ตลาดสื่อโฆษณาประเภทสมุดโทรศัพท์จะมีการเติบโตในทิศทางเดียวกันกับตลาดสื่อโฆษณาประเภทสื่อสิ่งพิมพ์และมีความสัมพันธ์กับอัตราเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวม (GDP) โดยสภาพพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้ประมาณการว่า ในปี 2546 ประเทศไทยจะมี GDP อัตราเติบโตประมาณร้อยละ 6.7 และคาดว่าจะเติบโตอีกประมาณร้อยละ 7.0 - 8.0 ในปี 2547

กลยุทธ์การตลาด

เพื่อรักษาความเป็นผู้นำธุรกิจ Yellow Pages ในด้านยอดขายและส่วนแบ่งการตลาด รวมถึงการสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ใช้และผู้ลงโฆษณาอย่างต่อเนื่อง TMC มีกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อบรรลุแนวทางข้างต้นดังนี้

- **ปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการ** โดยการออกแบบและปรับปรุงผลิตภัณฑ์สมุดโทรศัพท์ Yellow Pages ใหม่เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการและความสะดวกในการใช้งานของผู้ใช้ประเภทต่างๆ เช่น บุคคลทั่วไป บ้าน องค์กร บริษัท หรือห้างร้านต่างๆ เป็นต้น รวมทั้งพัฒนาผลิตภัณฑ์ในรูปแบบของซีดี เพื่อสามารถกระจายสินค้าเข้าถึงผู้ใช้งานมากขึ้น นอกจากนี้ จะพัฒนาฐานข้อมูลของบริษัทให้ทันสมัยตลอดเวลา เพื่อสามารถนำไปประยุกต์การใช้งานในบริการ 1154 และบนอินเทอร์เน็ตอีกด้วย
- **สร้างภาพลักษณ์ด้านผู้นำให้บริการ** ใช้แผนการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ วิทยุ หรือการจัดกิจกรรมทางการตลาด อย่างเหมาะสมเพื่อให้ผู้ใช้และผู้ลงโฆษณาสามารถจดจำภาพลักษณ์ (Brand) ในฐานะผู้นำธุรกิจ Yellow Pages ในรูปแบบการพลิก (Flip) สมุดโทรศัพท์ การโทร (Call) หมายเลข 1154 และการคลิก (Click) ที่ www.yellowpages.co.th
- **ขยายฐานผู้ลงโฆษณา** เน้นจุดเด่นและประโยชน์การลงโฆษณาใน Yellow Pages และการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ใช้ผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท นำเสนอแก่ร้านค้าต่างๆ ที่ยังไม่เคยลงโฆษณาใน Yellow Pages รวมทั้งการปรับปรุงโครงสร้างอัตราโฆษณาให้เหมาะสมกับค่าใช้จ่ายโฆษณาของร้านค้าต่างๆ