

3 การประกอบธุรกิจของแต่ละสายผลิตภัณฑ์

บริษัทประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารด้วยระบบดิจิทัล ซึ่งสามารถแบ่งตามประเภทธุรกิจ 3 กลุ่ม ได้แก่ ธุรกิจบริการเสริมสำหรับผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Wireless Value Added Service) ธุรกิจบริการค่าปรึกษาและพัฒนาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อไร้สาย (Interactive Solutions) และธุรกิจสื่อดิจิทัล (Digital Media)

3.1 ธุรกิจบริการเสริมสำหรับผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Wireless Value Added Service)

3.1.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทเป็นผู้จัดหา รวบรวม และพัฒนาข้อมูลและข่าวสารต่างๆ เพื่อให้บริการเสริมกับผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งเป็นการให้บริการเสริมที่นอกเหนือจากการให้บริการตามปกติของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ บริการเสริมของบริษัทมีส่วนช่วยให้ผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สามารถใช้ประโยชน์โทรศัพท์เคลื่อนที่ได้มากกว่าการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล โดยใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สามารถเลือกใช้บริการเสริมสำหรับผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อติดตามข้อมูลข่าวสารต่างๆ และเพื่อสร้างความบันเทิง การให้บริการเสริมสำหรับผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ประกอบด้วยบุคคลที่เกี่ยวข้อง 3 ฝ่าย ได้แก่ ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ และผู้ให้บริการเสริม

บริษัทเริ่มให้บริการเสริมสำหรับผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ GSM 900 ของ AIS ตั้งแต่ปี 2544 ต่อมาบริษัทได้ขยายการให้บริการเสริมไปสู่ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ GSM 1800 ของ DTAC ตั้งแต่ปี 2545 และระบบ GSM 1800 ของ Orange ตั้งแต่ปี 2546 ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้ง 3 รายจัดเป็นผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่รายใหญ่ภายในประเทศ มีสัดส่วนผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่รวมกันประมาณร้อยละ 97 ของจำนวนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้งหมดภายในประเทศ ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2547 โดยเงื่อนไขการให้บริการเสริมดังกล่าวและการแบ่งรายได้ค่าบริการเสริมเป็นไปตามสัญญาการให้บริการข้อมูลบริการเสริมที่บริษัททำร่วมกับผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละราย (รายละเอียดเกี่ยวกับสัญญาการให้บริการข้อมูลบริการเสริมระบุอยู่ในข้อ 5.2.1) บริษัทมีทีมงานซึ่งทำหน้าที่ศึกษาและติดตามการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีของผู้ผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละรายอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้บริการเสริมสำหรับผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของบริษัทสามารถใช้งานได้กับโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ผลิตที่มีเทคโนโลยีที่แตกต่างกัน ในขณะเดียวกันผู้ผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่เองก็ให้ความร่วมมือกับบริษัทในการให้ข้อมูลทางด้านเทคนิคของโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละรุ่นเป็นอย่างดีมาตลอดเพื่อให้บริษัทสามารถพัฒนาบริการเสริมที่สามารถใช้งานได้กับโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ผลิตรายนั้นๆ ได้ เนื่องจากการที่โทรศัพท์เคลื่อนที่สามารถรองรับบริการเสริมได้ก็มีส่วนช่วยให้โทรศัพท์เคลื่อนที่ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นในกลุ่มผู้บริโภค

การให้บริการเสริมสำหรับผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของบริษัทสามารถแบ่งตามลักษณะข้อมูลบริการเสริมได้เป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ การให้บริการส่งข้อมูลบริการเสริมแบบพื้นฐาน (Basic Content) และการให้บริการส่งข้อมูลบริการเสริมแบบพิเศษ (Premium Content) รายละเอียดสรุปได้ดังนี้

1. การให้บริการส่งข้อมูลบริการเสริมแบบพื้นฐาน (Basic Content)

ข้อมูลบริการเสริมแบบพื้นฐานเป็นข้อมูลที่มีลักษณะไม่ซับซ้อนจึงมีขนาดข้อมูลไม่ใหญ่มาก ทำให้ไม่จำเป็นต้องใช้เทคโนโลยีที่สูงมากในการรับส่งข้อมูลและแสดงผลข้อมูล ข้อมูลบริการเสริมแบบพื้นฐานสามารถแบ่งได้เป็น 3 ชนิด ได้แก่ เสียงเรียกเข้าโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบโมโนโฟนิก (Monophonic Ringtone) รูปภาพขาวดำ (Black and White Graphic) และข้อความ (Text) รายละเอียดสรุปได้ดังนี้

- ข้อมูลบริการเสริมประเภทเสียงเรียกเข้าโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบโมโนโฟนิก (Monophonic Ringtone)

โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้งานกันในปัจจุบันผู้ผลิตได้ออกแบบให้โทรศัพท์เคลื่อนที่สามารถเปลี่ยนเสียงเรียกเข้าโทรศัพท์ได้ โดยผู้ผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละรายได้ติดตั้งเสียงเรียกเข้าโทรศัพท์จำนวนหนึ่งไว้ในโทรศัพท์เคลื่อนที่ เพื่อให้ผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สามารถเลือกใช้ได้ตามความต้องการ แต่เนื่องจากเสียงเรียกเข้าโทรศัพท์ที่ติดตั้งอยู่ในโทรศัพท์เคลื่อนที่มีจำนวนจำกัด จึงอาจไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ต้องการเสียงเรียกเข้าโทรศัพท์ที่สามารถแสดงความรู้สึกและเอกลักษณ์เฉพาะตัวได้ ผู้ผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่จึงออกแบบและพัฒนาให้โทรศัพท์เคลื่อนที่สามารถรับข้อมูลบริการเสริมประเภทเสียงเรียกเข้าโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อนำมาใช้งานเป็นเสียงเรียกเข้าโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ บริษัทเล็งเห็นถึงโอกาสจากความต้องการของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่และการพัฒนาโทรศัพท์เคลื่อนที่

ของผู้ผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่ จึงเริ่มพัฒนาข้อมูลบริการเสริมประเภทเสียงเรียกเข้าโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ดังกล่าว

เสียงเรียกเข้าโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่บริษัทเริ่มพัฒนาเป็นเสียงเรียกเข้าโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบโมโนโฟนิก ซึ่งเป็นเสียงเรียกเข้าโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีลักษณะเป็นทำนองเพลงที่มีหลายโน้ตเพลง แต่มีชุดความถี่ของเสียงเพียงโทนเสียงเดียว ทำให้เสียงเพลงที่ได้ยินเป็นเหมือนเพลงที่บรรเลงโดยเครื่องดนตรีเพียงชิ้นเดียว เสียงเรียกเข้าโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบโมโนโฟนิกจึงไม่มีความซับซ้อนและขนาดข้อมูลไม่ใหญ่มาก เหมาะสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่รุ่นแรกๆ ที่มีความสามารถในการแสดงเสียงไม่สูง และไม่สามารถรับส่งข้อมูลขนาดใหญ่ได้

บริษัทพัฒนาข้อมูลบริการเสริมประเภทเสียงเรียกเข้าโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบโมโนโฟนิกโดยคัดเลือกเพลงที่กำลังได้รับความนิยมจากหลายค่ายเพลงในหลายลักษณะ เช่น เพลงไทย เพลงสากล เพลงโฆษณา เพลงประกอบภาพยนตร์และการ์ตูน เพลงบรรเลงในโอกาสพิเศษต่างๆ เป็นต้น เมื่อคัดเลือกเพลงที่ต้องการได้แล้ว พนักงานของบริษัทจะนำเพลงดังกล่าวมาพัฒนาให้เป็นเสียงเรียกเข้าโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบโมโนโฟนิก และจัดเก็บอยู่ในเครื่องแม่ข่าย (Server) ของบริษัท เพื่อเตรียมจัดส่งให้กับผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ต้องการต่อไป ปัจจุบันผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ต้องจ่ายค่าบริการเสริมประเภทเสียงเรียกเข้าโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบโมโนโฟนิกในอัตรา 20 - 40 บาทต่อครั้ง ตัวอย่างบริการเสริมประเภทเสียงเรียกเข้าโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบโมโนโฟนิกของบริษัทสรุปได้ดังนี้

เสียงเรียกเข้าโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบโมโนโฟนิก

ชื่อเพลง	ศิลปิน	รหัสข้อมูล
เหลวเหลก	Hyper	87983
กลับมารักกันได้ไหม	แอน มาแรง	87981
เธอจะไปกับฉันไหม (Are You Ready)	Rule Dark	87852
แกลั๊งรัก	Showroom	87837
อย่าให้ฉันรักคนเดียว	Groove Riders	87820
ขอบคุณ	P.O.P	87825
Soul Mate	Playground	87836
แกลั๊งรัก	Showroom	87837
นายเจ็บฉันเจ็บ	D2B	87946

- ข้อมูลบริการเสริมประเภทรูปภาพขาวดำ (Black and White Graphic)

นอกจากผู้ผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ออกแบบให้โทรศัพท์เคลื่อนที่สามารถเปลี่ยนเสียงเรียกเข้าโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้แล้ว ผู้ผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่ก็ยังออกแบบให้หน้าจอโทรศัพท์เคลื่อนที่สามารถแสดงรูปภาพได้ ทำให้ผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่สามารถใช้ประโยชน์จากหน้าจอโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้มากกว่าการแสดงสถานะและข้อมูลการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ การที่ผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่สามารถเปลี่ยนรูปภาพบนหน้าจอโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ ช่วยให้เกิดความสวยงามและเป็นการสร้างเอกลักษณ์ให้กับโทรศัพท์เคลื่อนที่ นอกจากนี้ การที่ผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่สามารถรับส่งรูปภาพระหว่างผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยกัน จึงช่วยเพิ่มประโยชน์ใช้สอยให้กับโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้

โทรศัพท์เคลื่อนที่รุ่นแรกๆ ที่สามารถแสดงรูปภาพบนหน้าจอโทรศัพท์เคลื่อนที่นั้น ผู้ผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีการติดตั้งรูปภาพไว้ภายในเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ ทำให้ผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่จำเป็นต้องรับข้อมูลบริการเสริมประเภทรูปภาพจากผู้ให้บริการเสริมเพื่อนำไปใช้งาน บริษัทจึงพัฒนาข้อมูลบริการเสริมประเภทรูปภาพเพื่อให้บริการเสริมสำหรับผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ แต่เนื่องจากจอภาพโทรศัพท์เคลื่อนที่รุ่นแรกๆ ไม่สามารถแสดงรูปภาพที่มีความละเอียดสูงและแสดงผลได้เฉพาะสีขาวดำเท่านั้น ข้อมูลบริการเสริมประเภทรูปภาพที่ใช้งานกับโทรศัพท์เคลื่อนที่รุ่นแรกๆ จึงเป็นข้อมูลบริการเสริมประเภทรูปภาพขาวดำ (Black and White Graphic) ที่มีลักษณะเป็นรูปภาพที่เกิดจากจุดสีดำที่เรียงต่อกันเป็นรูปภาพ ข้อมูลบริการเสริมประเภทรูปภาพขาวดำสามารถแบ่งออกตามรูปแบบและลักษณะการใช้งานได้ ดังนี้

รูปภาพ	ลักษณะของรูปภาพ
1. โลโก้ (Logo)	รูปภาพที่แสดงแทนภาพโลโก้ของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Operator Logo) ที่แสดงอยู่บนหน้าจอโทรศัพท์เคลื่อนที่
2. สกรีนเซฟเวอร์ (Screensaver)	รูปภาพทั้งที่เป็นภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว สำหรับแสดงบนหน้าจอโทรศัพท์เคลื่อนที่ เมื่อผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่ได้มีการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระยะเวลาหนึ่ง
3. รูปภาพแสดงกลุ่มผู้ใช้ (Group Graphic)	รูปภาพที่จะแสดงบนหน้าจอโทรศัพท์เคลื่อนที่ เมื่อหมายเลขโทรศัพท์ที่เรียกเข้าในขณะนั้นเป็นหมายเลขโทรศัพท์ในกลุ่มที่กำหนดไว้ รูปภาพแสดงกลุ่มผู้ใช้ช่วยให้ผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่สามารถจำแนกผู้โทรเข้าได้นอกจากการแสดงชื่อของผู้ที่โทรศัพท์เข้ามา
4. ข้อความที่เป็นรูปภาพ (Picture Message)	ข้อความที่เป็นรูปภาพที่แทนความรู้สึกหรือความหมายต่างๆ ที่ผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่สามารถส่งให้กับผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยกันในลักษณะเดียวกับการส่งข้อความ

บริษัทพัฒนาข้อมูลบริการเสริมประเภทรูปภาพขาวดำด้วยวิธีวาดภาพและออกแบบภาพ และจัดเก็บข้อมูลบริการเสริมประเภทรูปภาพขาวดำที่พัฒนาแล้วไว้ในเครื่องแม่ข่าย (Server) ของบริษัท เพื่อเตรียมจัดส่งให้กับผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ต้องการต่อไป ปัจจุบันผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ต้องจ่ายค่าบริการเสริมประเภทรูปภาพขาวดำในอัตรา 20 – 40 บาทต่อครั้ง ตัวอย่างบริการเสริมประเภทรูปภาพขาวดำของบริษัทสรุปได้ดังนี้

ข้อความที่เป็นรูปภาพ



สกรีนเซฟเวอร์



โลโก้และรูปภาพแสดงกลุ่มผู้ใช้



- ข้อมูลบริการเสริมประเภทข้อความ (Text)

ข้อมูลบริการเสริมประเภทข้อความ เป็นข้อมูลที่สามารถแสดงผลบนหน้าจอโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบตัวอักษร ทำให้สามารถใช้งานได้กับโทรศัพท์เคลื่อนที่รุ่นแรกๆ และรุ่นใหม่ ข้อความที่บริษัทให้บริการเสริมกับผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีทั้งที่เป็นประเภทให้สาระความรู้และให้ความบันเทิง โดยแบ่งออกเป็น 5 หมวดหมู่ ประกอบด้วย

หมวดหมู่	ตัวอย่างข้อความที่ให้บริการ
1. ข่าวสารบ้านเมือง	- ข่าวการเมือง - ข่าวเด่นประจำวัน - ข่าวต่างประเทศ
2. ข่าวเศรษฐกิจและการลงทุน	- รายงานผลราคาหุ้นและดัชนีตลาดหลักทรัพย์ - บทวิเคราะห์หุ้น
3. ข่าวกีฬา	- การรายงานผลการแข่งขันฟุตบอลสโมสรในต่างประเทศ - รายงานข่าวกีฬาไทย - ตารางการถ่ายทอดสดกีฬาแต่ละประเภท
4. ข่าวสารแวดวงบันเทิงและข้อมูลเพื่อความบันเทิง	- ข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับดารานักแสดง - เนื้อเรื่องย่อละครไทยที่ออกอากาศในแต่ละวัน - รายงานอันดับเพลงประจำสัปดาห์

หมวดหมู่	ตัวอย่างข้อความที่ให้บริการ
5. อื่นๆ	■ การทำนายโชคชะตาจากราศีเกิด ■ บทกวี ■ ข้อความตัวอักษร (Text SMS) ■ ข้อความที่เสมือนเคลื่อนไหว (Animated SMS)

บริษัททำหน้าที่รวบรวม และเรียบเรียงข่าวสาร รวมถึงสรุปเนื้อหาสาระที่สำคัญที่เกิดขึ้นในแต่ละวันจากแหล่งข่าวที่เปิดเผยอยู่ในสาธารณะ ก่อนที่จะนำไปพัฒนาให้อยู่ในรูปแบบที่พร้อมให้บริการกับผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ ข้อความที่บริษัทพัฒนาขึ้นมาแล้วจะถูกแบ่งเป็นหมวดหมู่และจัดเก็บอยู่ในเครื่องแม่ข่าย (Server) ของบริษัท เพื่อเตรียมจัดส่งให้กับผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ต้องการต่อไป โดยข้อความทั้งหมดจะถูกจัดส่งให้ผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบข้อความประเภท SMS การให้บริการส่งข้อความให้กับผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นบริการเสริมที่เหมาะกับผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ต้องการความสะดวกสบายในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่ตนเองสนใจโดยตรงผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของตนเอง อย่างไรก็ตาม ผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สามารถเลือกใช้บริการเสริมประเภทข้อความได้ใน 2 ลักษณะ คือ การใช้บริการเสริมเป็นครั้งคราว ซึ่งบริษัทจะส่งข้อความให้ก็ต่อเมื่อบริษัทได้รับรหัสข้อมูลบริการเสริมจากผู้โทรศัพท์เคลื่อนที่ และการสมัครใช้บริการเสริมเป็นประจำ ซึ่งบริษัทจะส่งข้อความในหมวดหมู่ที่ผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่สมัครใช้บริการเสริมเป็นประจำตามช่วงเวลาที่กำหนดไว้สำหรับบริการเสริมแต่ละหมวดหมู่ โดยบางหมวดหมู่จะส่งข้อความให้ลูกค้าวันละครั้ง ในขณะที่บางหมวดหมู่จะส่งข้อความให้ลูกค้าสัปดาห์ละครั้ง ปัจจุบันผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ต้องจ่ายค่าบริการเสริมประเภทข้อความในอัตรา 5 – 20 บาทต่อครั้ง โดยขึ้นอยู่กับประเภทของข้อความ

2. การให้บริการส่งข้อมูลบริการเสริมแบบพิเศษ (Premium Content)

ข้อมูลบริการเสริมแบบพิเศษเป็นข้อมูลบริการเสริมที่เหมาะสมสำหรับใช้งานกับโทรศัพท์เคลื่อนที่รุ่นใหม่ๆ ที่ผู้ผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้นำมาพัฒนาให้สามารถแสดงผลข้อมูลที่มีความละเอียดและซับซ้อนได้มากขึ้นและสามารถรับส่งข้อมูลได้เร็วขึ้นกว่าโทรศัพท์เคลื่อนที่รุ่นแรกๆ ทำให้ผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่รุ่นใหม่นิยมใช้บริการส่งข้อมูลบริการเสริมแบบพิเศษอย่างมาก ข้อมูลบริการเสริมแบบพิเศษสามารถแบ่งได้ 3 ชนิด ได้แก่ เสียงเรียกเข้าโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบโพลีโฟนิก (Polyphonic Ringtone) รูปภาพสี (Color Graphic) และเกมส์ (Games Application) รายละเอียดสรุปได้ดังนี้

- ข้อมูลบริการเสริมประเภทเสียงเรียกเข้าโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบโพลีโฟนิก (Polyphonic Ringtone)

ปัจจุบันผู้ผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละรายได้มีการพัฒนาโทรศัพท์เคลื่อนที่รุ่นใหม่ๆ ให้สามารถแสดงเสียงเรียกเข้าโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีรายละเอียดมากกว่าโทรศัพท์เคลื่อนที่รุ่นแรกๆ ทำให้เสียงเรียกเข้าโทรศัพท์เคลื่อนที่รุ่นใหม่เป็นเสียงเรียกเข้าโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบโพลีโฟนิก ซึ่งเป็นเสียงเรียกเข้าโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีลักษณะเป็นทำนองเพลงที่มีหลายโน้ตเพลงและมีชุดความถี่ของเสียงหลายโทน ทำให้เสียงเพลงที่ได้ยินเป็นเหมือนเพลงที่บรรเลงโดยเครื่องดนตรีหลายชิ้นร่วมกัน โดยเสียงเรียกเข้าโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบโพลีโฟนิกที่ใช้งานกับโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละยี่ห้อตั้งแต่ที่เป็นเครื่องดนตรี 4 ชิ้นบรรเลงร่วมกันจนไปถึงเครื่องดนตรี 32 ชิ้นบรรเลงร่วมกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับการออกแบบของผู้ผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละราย จากการที่เสียงเรียกเข้าโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบโพลีโฟนิกมีความไพเราะและสามารถแสดงเสียงที่เหมือนจริงได้มากกว่าเสียงเรียกเข้าโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบโมโนโฟนิก ประกอบกับแนวโน้มของโทรศัพท์เคลื่อนที่รุ่นใหม่จะสนับสนุนเสียงเรียกเข้าโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบโพลีโฟนิกมากขึ้น บริษัทจึงเน้นพัฒนาข้อมูลบริการเสริมประเภทเสียงเรียกเข้าโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบโพลีโฟนิก เพื่อให้บริการผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่รุ่นใหม่มากขึ้น

ปัจจุบันนอกจากบริษัทพัฒนาเสียงเรียกเข้าโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบโพลีโฟนิกจากเสียงเพลงที่กำลังได้รับความนิยม เช่นเดียวกับที่พัฒนาเป็นเสียงเรียกเข้าโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบโมโนโฟนิกแล้ว บริษัทยังพัฒนาเสียงเรียกเข้าโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบโพลีโฟนิกที่เรียกว่าเสียงเรียกเข้าเสมือนจริง (Sound Effect) ซึ่งเป็นการเลียนแบบเสียงธรรมชาติเหมือนกับเกิดเหตุการณ์นั้นขึ้นจริงๆ ไม่ว่าจะเป็นเสียงสัตว์ชนิดต่างๆ เสียงในชีวิตประจำวัน (เสียงรถ เสียงเปิดประตู) เสียงพูดของผู้ชายและผู้หญิง เสียงธรรมชาติ (เสียงฝน เสียงฟ้าผ่า) เพื่อเพิ่มทางเลือกให้แก่ผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่นอกเหนือจากการใช้บริการเสริมประเภทเสียงเรียกเข้าโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นแบบเสียงเพลงทั่วไป

นอกจากนี้ บริษัทได้ออกแบบพัฒนาเสียงเรียกเข้าโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบโพลีโฟนิกพลัส (Polyphonic Plus) ซึ่งเป็นเสียงเรียกเข้าโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบโพลีโฟนิกที่มีการผสมผสานเสียงเพลงหรือเสียงเรียกเข้าเสมือนจริง ควบคู่กับแสงไฟกระพริบหรือระบบสั่น (Vibrating Alert) ตามจังหวะของเสียงเพลง ทำให้เกิดความแปลกใหม่กับผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่

การที่บริษัทพัฒนาเสียงเรียกเข้าโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบเสมือนจริงและแบบโพลีโฟนิกพลัสมากขึ้น ทำให้บริษัทสามารถลดค่าใช้จ่ายในการเช่าใช้สิทธิ์เพลงของบริษัทค่ายเพลงต่างๆ ลงได้ จึงช่วยลดต้นทุนในการให้บริการเสริมกับผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ เสียงเรียกเข้าโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบโพลีโฟนิกที่พนักงานของบริษัทพัฒนาเสร็จแล้วจะถูกจัดเก็บอยู่ในเครื่องแม่ข่าย (Server) ของบริษัท เพื่อเตรียมจัดส่งให้กับผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ต้องการต่อไป ปัจจุบันผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ต้องจ่ายค่าบริการเสริมประเภทเสียงเรียกเข้าโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบโพลีโฟนิกในอัตรา 20 – 40 บาทต่อครั้ง ตัวอย่างบริการเสริมประเภทเสียงเรียกเข้าโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบโพลีโฟนิกของบริษัทสรุปได้ดังนี้

เสียงเรียกเข้าโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบโพลีโฟนิก

ชื่อเพลง	ศิลปิน	รหัสข้อมูล
เรื่องโกหก	Audy	21883
คนในฝัน	นรเทพมาแสง	21941
ปลดปล่อย	Rule Dark	21953
อย่างน้อย	Slot Machine	21965
อย่าให้อันรักคนเดียว	Groove Riders	21923

เสียงเรียกเข้าโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบเสมือนจริง

ชื่อเพลง	รหัสข้อมูล
กลัวผีสุดขีด	28429
เคาะประตู(ไม้)	28430
ข้าวยาวข้าว	28431
ทูลนทรา	28434
ที่ควรรับโทรศัพท์ด้วยครับ	28425

เสียงเรียกเข้าโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบโพลีโฟนิกพลัส

ชื่อเพลง	รหัสข้อมูล
หัวใจเต้น(ก่อนสารภาพรัก)	26132
คนหลงตัวเอง	26133
ข้างน้อยเพื่อนรัก	26135
ตะลึงในความสวย	26136
ดูแลตัวเองด้วยนะจ๊ะ	26128

- ข้อมูลบริการเสริมประเภทรูปภาพสี (Color Graphic)

สำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่รุ่นใหม่ ผู้ผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้พัฒนาจอภาพโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สามารถแสดงผลในลักษณะสีและสามารถแสดงภาพที่มีความละเอียดสูงได้ ทำให้ข้อมูลบริการเสริมประเภทรูปภาพที่ใช้งานกับโทรศัพท์เคลื่อนที่รุ่นใหม่จึงเป็นข้อมูลบริการเสริมประเภทรูปภาพสี ซึ่งสามารถแสดงรูปภาพได้อย่างสวยงามและเหมือนจริงมากกว่ารูปภาพที่ได้จากข้อมูลบริการเสริมประเภทรูปภาพขาวดำ ผู้ผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละรายได้มีการติดตั้งรูปภาพสีสำหรับใช้งานบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ของตนมาบางส่วน รวมทั้งออกแบบให้ผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สามารถสร้างภาพสีสำหรับใช้งานบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้เองโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ แต่เนื่องจากการสร้างมีขั้นตอนที่ค่อนข้างยุ่งยากและซับซ้อน โดยผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่จะต้องสร้างรูปภาพหรือค้นหารูปภาพที่ตรงกับความต้องการและนำมาพัฒนาโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ผู้ผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่นำมา ผู้สร้างจึงจำเป็นต้องมีความรู้ทางด้านคอมพิวเตอร์และการออกแบบพอสมควร บริษัทพัฒนาข้อมูลบริการเสริมประเภทรูปภาพสีเพื่อให้บริการผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่รุ่นใหม่ โดยการให้บริการข้อมูลบริการเสริมประเภทรูป

ภาพสีช่วยให้ผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่ต้องสร้างรูปภาพสีเอง ผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สามารถเลือกและดาวน์โหลดข้อมูลบริการเสริมประเภทภาพสีที่ต้องการมาติดตั้งและใช้งานได้ทันที ทำให้ผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ได้รับความสะดวกสบายในการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ยิ่งขึ้น ข้อมูลบริการเสริมประเภทรูปภาพสีสามารถแบ่งออกตามรูปแบบและลักษณะการใช้งานได้ ดังนี้

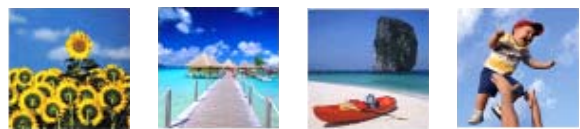
หมวดหมู่	ลักษณะของรูปภาพ
1. วอลเปเปอร์ (Wallpaper)	รูปภาพที่แสดงเป็นพื้นหลัง (Background) บนหน้าจอโทรศัพท์เคลื่อนที่
2. โลโก้ (Logo)	รูปภาพที่แสดงแทนภาพโลโก้ของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Operator Logo) ที่แสดงอยู่บนหน้าจอโทรศัพท์เคลื่อนที่
3. สกรีนเซฟเวอร์ (Screensaver)	รูปภาพทั้งที่เป็นภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว สำหรับแสดงบนหน้าจอโทรศัพท์เคลื่อนที่ เมื่อผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ไม่ได้มีการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระยะเวลาหนึ่ง

ข้อมูลบริการเสริมประเภทรูปภาพสีที่บริษัทให้บริการ พนักงานบริษัทพัฒนาขึ้นมาจากรูปภาพสีที่ผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ส่วนใหญ่นิยม เช่น ภาพถ่ายสถานที่ต่างๆ และภาพกราฟิกที่สร้างขึ้นโดยใช้คอมพิวเตอร์ เป็นต้น ข้อมูลบริการเสริมประเภทรูปภาพสีที่พัฒนาแล้วจะถูกจัดเก็บอยู่ในเครื่องแม่ข่าย (Server) ของบริษัท เพื่อเตรียมจัดส่งให้กับผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ต้องการต่อไป ปัจจุบันผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ต้องจ่ายค่าบริการเสริมประเภทรูปภาพสีในอัตรา 20 – 40 บาทต่อครั้ง ตัวอย่างบริการเสริมประเภทรูปภาพสีของบริษัทสรุปได้ดังนี้

วอลเปเปอร์สีแบบรูปวาด



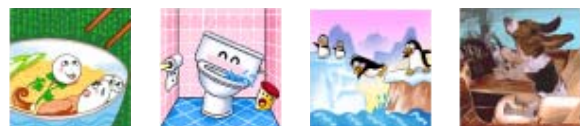
วอลเปเปอร์สีแบบภาพถ่าย



โลโก้สี



สกรีนเซฟเวอร์สี



- ข้อมูลบริการเสริมประเภทเกมส์ (Game Application)

นอกจากแอปพลิเคชันหลักในโทรศัพท์เคลื่อนที่ (เช่น การบันทึกหมายเลขโทรศัพท์ การสร้างข้อความอักษร (Text SMS) เพื่อส่งให้ผู้อื่น การปรับแต่งการแสดงผลของโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นต้น) ที่ผู้ผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่ติดตั้งในโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อให้ผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สามารถติดต่อสื่อสารและช่วยบริหารและจัดการเกี่ยวกับการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แล้ว ผู้ผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ออกแบบให้โทรศัพท์เคลื่อนที่สามารถเพิ่มเติมแอปพลิเคชันในหน่วยความจำของโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ ทำให้โทรศัพท์เคลื่อนที่สามารถใช้งานได้มากกว่าที่ผู้ผลิตออกแบบมา ซึ่งเกมส์แอปพลิเคชัน (Game Application) จัดเป็นแอปพลิเคชันอย่างหนึ่งที่มีการออกแบบพัฒนาเพื่อสร้างความบันเทิงให้กับผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่

เกมส์แอปพลิเคชันที่บริษัทให้บริการสำหรับผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นเกมส์ที่พัฒนาขึ้นจากภาษาจาวา (Java Script) ซึ่งเป็นภาษาที่นิยมใช้ในการพัฒนาแอปพลิเคชันสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่และแอปพลิเคชันที่ใช้งานบนอินเทอร์เน็ต เกมส์แอปพลิเคชันที่บริษัทให้บริการทั้งหมดถูกพัฒนาขึ้นโดยผู้ผลิตเกมส์แอปพลิเคชันในต่างประเทศ โดยบริษัทเช่าใช้สิทธิ์มาเพื่อให้บริการกับผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่รูปแบบของเกมส์แอปพลิเคชันที่บริษัทให้บริการมีหลายลักษณะ เช่น เกมส์ที่ต้องใช้สายตา เกมส์ที่ต้องใช้ความจำ เกมส์เกี่ยวกับกีฬา เกมส์แนวต่อสู้ เป็นต้น เพื่อให้ผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สามารถดาวน์โหลดและติดตั้งตามความชื่นชอบของแต่ละบุคคล ปัจจุบันผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ต้องจ่ายค่าบริการเสริมประเภทเกมส์ในอัตรา 40 บาทต่อครั้ง ตัวอย่างบริการเสริมประเภทเกมส์ของบริษัทสรุปได้ดังนี้

เกมส์แอปพลิเคชัน



ผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สามารถใช้บริการเสริมประเภทเกมส์แอปพลิเคชันจะเป็นกลุ่มที่มีโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สามารถติดตั้งแอปพลิเคชันอื่นเพิ่มเติมบนโทรศัพท์เคลื่อนที่และรองรับการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตด้วยวิธี GPRS เนื่องจากเกมส์แอปพลิเคชันโดยมากมักมีขนาดข้อมูลขนาดใหญ่กว่าเมื่อเปรียบเทียบกับข้อมูลบริการเสริมประเภทอื่นๆ นอกจากนี้ เกมส์แอปพลิเคชันส่วนใหญ่ออกแบบมาให้ใช้งานกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีจอสีและแสดงเสียงประเภทโพลีโฟนิก เพื่อให้เกมส์มีความสวยงามและน่าเล่น ดังนั้น โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สามารถใช้บริการเสริมประเภทนี้ได้จะต้องมีจอภาพเป็นชนิดสี และสามารถแสดงเสียงประเภทโพลีโฟนิกได้ ซึ่งโทรศัพท์เคลื่อนที่รุ่นใหม่เกือบทั้งหมดมีจอภาพเป็นชนิดสี แสดงเสียงแบบโพลีโฟนิกได้ สามารถติดตั้งแอปพลิเคชันอื่นเพิ่มเติม และสามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตด้วยวิธี GPRS จึงสามารถใช้บริการเสริมประเภทเกมส์แอปพลิเคชันได้

สัดส่วนการให้บริการเสริมสำหรับผู้ที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของบริษัทฯ แบ่งตามลักษณะข้อมูลบริการเสริม

ลักษณะข้อมูลบริการเสริม	2544		2545		2546		2547	
	รายได้ (พันบาท)	ร้อยละ	รายได้ (พันบาท)	ร้อยละ	รายได้ (พันบาท)	ร้อยละ	รายได้ (พันบาท)	ร้อยละ
1. การให้บริการส่งข้อมูลบริการเสริมแบบพื้นฐาน *	311	100.00	18,498	100.00	56,900	82.83	48,565	46.63
2. การให้บริการส่งข้อมูลบริการเสริมแบบพิเศษ *	-	-	-	-	11,794	17.17	55,577	53.37
รวม	311	100.00	18,498	100.00	68,694	100.00	104,142	100.00

* รายได้จากบริการส่งข้อมูลบริการเสริมจำแนกตามประเภทข้อมูลบริการเสริม ซึ่งอ้างอิงจากข้อมูลการให้บริการเสริมแต่ละประเภทที่บันทึกอยู่ในฐานข้อมูลของบริษัท

ในช่วงปี 2544 - 2545 บริษัทให้บริการส่งข้อมูลบริการเสริมแบบพื้นฐานเพียงอย่างเดียว เนื่องจากโทรศัพท์เคลื่อนที่ในช่วงนั้นๆ สามารถใช้งานได้เฉพาะข้อมูลบริการเสริมแบบพื้นฐาน ทำให้รายได้จากการให้บริการเสริมสำหรับผู้ที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้งหมดเป็นรายได้จากการให้บริการส่งข้อมูลบริการเสริมแบบพื้นฐาน ต่อมาในปี 2546 ผู้ผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้นำโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สามารถใช้งานข้อมูลบริการเสริมแบบพิเศษได้ บริษัทจึงเริ่มพัฒนาข้อมูลบริการเสริมแบบพิเศษและให้บริการส่งข้อมูลบริการเสริมทั้งแบบพิเศษและแบบพื้นฐาน แต่รายได้ส่วนใหญ่เป็นรายได้จากการส่งข้อมูลบริการเสริมแบบพื้นฐาน โดยรายได้จากการให้บริการส่งข้อมูลบริการเสริมแบบพื้นฐานเท่ากับร้อยละ 82.83 ของรายได้จากการให้บริการเสริมสำหรับผู้ที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้งหมดในปี 2546 และเท่ากับร้อยละ 46.63 ของรายได้จากการให้บริการเสริมสำหรับผู้ที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้งหมดในปี 2547 ในขณะที่รายได้จากการให้บริการส่งข้อมูลบริการเสริมแบบพิเศษเท่ากับร้อยละ 17.17 ของรายได้จากการให้บริการเสริมสำหรับผู้ที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้งหมดในปี 2546 และเท่ากับร้อยละ 53.37 ของรายได้จากการให้บริการเสริมสำหรับผู้ที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้งหมดในปี 2547 จะเห็นได้ว่าการให้บริการส่งข้อมูลบริการเสริมแบบพิเศษได้รับความนิยมจากกลุ่มผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากผู้ผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่มีแนวโน้มที่จะเลือกพัฒนาโทรศัพท์เคลื่อนที่รุ่นใหม่ๆ ให้จอภาพโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สามารถแสดงผลเป็นสีและสามารถสนับสนุนระบบเสียงเรียกเข้าโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบโพลีโฟนิกทั้งหมด ทั้งนี้ เป็นเพราะจอภาพโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่แสดงผลเป็นสีจะทำให้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสวยงามน่าใช้ยิ่งขึ้น และเสียงเรียกเข้าโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบโพลีโฟนิกสามารถแสดงระดับเสียงและคุณภาพเสียงที่ดีมากกว่าเสียงเรียกเข้าโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบโมโนโฟนิก ในขณะที่ราคาของโทรศัพท์เคลื่อนที่รุ่นใหม่มีราคาไม่สูงมาก อย่างไรก็ตาม บริษัทมีการศึกษาและติดตามการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อพัฒนาบริการเสริมสำหรับผู้ที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สามารถใช้งานได้กับโทรศัพท์เคลื่อนที่รุ่นใหม่ๆ ที่เป็นที่ยอมรับในกลุ่มผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่

3.1.2 การตลาดและการแข่งขัน

3.1.2.1 กลยุทธ์การแข่งขัน

จากการที่ผู้ผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละรายแข่งขันกันพัฒนาเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ให้มีความสามารถในการแสดงผลข้อมูลบริการเสริมและความสามารถในการใช้งานให้สูงขึ้น บริษัทจึงต้องมีการพัฒนาการให้บริการเสริมให้มีความง่ายและสะดวกในการใช้งานมากขึ้น และมีการพัฒนาข้อมูลบริการเสริมให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่และคุณสมบัติของเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่ใช้บริการเสริมของบริษัท ซึ่งบริษัทมีการกำหนดกลยุทธ์การแข่งขัน สำหรับธุรกิจบริการเสริมสำหรับผู้โทรศัพท์เคลื่อนที่ดังนี้

- บริษัทจัดทำระบบฐานข้อมูลการใช้บริการ โดยการรวบรวมข้อมูลการใช้บริการเสริมตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันของลูกค้ากลุ่มต่างๆ จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมการใช้บริการเสริมของลูกค้าแต่ละกลุ่ม และพัฒนาบริการเสริมให้เข้ากับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปและความนิยมของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในขณะนั้น เพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการมากขึ้น
- พยายามใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ไม่ให้เป็นเว็บไซต์ www.siam2you.com และเว็บไซต์ wap.siam2you.com ของบริษัทในการสร้างรายได้และกำไรให้กับบริษัท เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่บริษัท
- สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับเจ้าของสิทธิ์ ที่บริษัทนำข้อมูลของเจ้าของสิทธิ์นั้นๆ มาพัฒนาเป็นบริการเสริมสำหรับผู้โทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภทต่างๆ เช่น เจ้าของค่ายเพลง เจ้าของตัวการ์ตูน เป็นต้น เพื่อให้บริษัทสามารถเช่าใช้สิทธิ์ข้อมูลจากเจ้าของสิทธิ์ดังกล่าวได้โดยง่าย
- สร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้ผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่ เพื่อให้ทราบถึงความสามารถในการทำงานของโทรศัพท์เคลื่อนที่รุ่นต่างๆ และการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีใหม่ๆ ของโทรศัพท์เคลื่อนที่ เพื่อนำมาพัฒนาบริการเสริมสำหรับผู้โทรศัพท์เคลื่อนที่ให้สอดคล้องกับความสามารถในการทำงานของโทรศัพท์เคลื่อนที่และเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป

3.1.2.2 นโยบายราคา

บริษัทไม่มีนโยบายในการแข่งขันโดยการตัดราคาเพื่อขยายฐานลูกค้าสำหรับธุรกิจบริการเสริมสำหรับผู้โทรศัพท์เคลื่อนที่ แต่มีนโยบายในการกำหนดอัตราค่าบริการให้เหมาะสมกับประเภทสินค้าและรูปแบบของการให้บริการเสริม โดยพิจารณาปัจจัยในเรื่องต้นทุนการดำเนินงานของบริษัทเป็นหลัก และอิงกับอัตราค่าบริการของคู่แข่ง เพื่อให้บริษัทสามารถแข่งขันได้

3.1.2.3 ลักษณะลูกค้าและช่องทางการจำหน่าย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ใช้บริการเสริมสำหรับผู้โทรศัพท์เคลื่อนที่ คือ กลุ่มผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ทั่วประเทศที่ชื่นชอบเทคโนโลยีและติดตามแฟชั่นที่เป็นที่นิยม ซึ่งส่วนมากเป็นผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีอายุระหว่าง 15 ถึง 35 ปี ที่นิยมใช้บริการรับส่งข้อมูลผ่านเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้งข้อมูลบริการเสริมแบบพื้นฐานและข้อมูลบริการเสริมแบบพิเศษ การเพิ่มจำนวนของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่อย่างต่อเนื่องในแต่ละปี รวมถึงพฤติกรรมของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ให้ความสนใจในการใช้บริการเสริมสำหรับผู้โทรศัพท์เคลื่อนที่มากขึ้นเป็นอย่างมาก จึงทำให้บริการเสริมได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นในกลุ่มผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มขึ้น ทั้งหมดนี้ส่งผลในแง่บวกต่อธุรกิจบริการเสริมสำหรับผู้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของบริษัท

สำหรับช่องทางการจำหน่ายบริการเสริมสำหรับผู้บริโภคที่บริษัทสามารถแบ่งตามสื่อที่ใช้ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ บริการเสริมสำหรับผู้บริโภคที่ ซึ่งสัดส่วนการให้บริการข้อมูลบริการเสริมจำแนกตามช่องทางการจำหน่ายสรุปได้ดังนี้

(หน่วย : ร้อยละ)

ช่องทางการจำหน่าย *	2544	2545 **	2546 **	2547
1. การจำหน่ายภายใต้ชื่อ Siam2you (Branded Value Added Services)	100.00	NA.	NA.	99.49
- การจำหน่ายผ่านสื่อมวลชน (Mass Media)	100.00	NA.	NA.	67.11
- การจำหน่ายผ่านสื่อทางตรง (Direct Media)	-	NA.	NA.	32.38
2. การจำหน่ายผ่านตัวแทนจำหน่ายที่มีช่องทางจำหน่ายเป็นของตนเอง (Affiliate Program)	-	NA.	NA.	0.51
- การจำหน่ายผ่านตัวแทนจำหน่ายผ่านเว็บไซต์ในอินเทอร์เน็ต (Online Affiliate)	-	NA.	NA.	0.31
- การจำหน่ายผ่านตัวแทนจำหน่ายที่จำหน่ายผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ (Offline Affiliate)	-	NA.	NA.	0.20
รวม	100.00			100.00

หมายเหตุ * รายได้จากการให้บริการข้อมูลบริการเสริมจำแนกตามช่องทางจำหน่าย ซึ่งอ้างอิงจากข้อมูลการให้บริการเสริมที่บันทึกอยู่ในฐานข้อมูลของบริษัท

** ในปี 2545 - 2546 บริษัทเริ่มจำหน่ายบริการเสริมผ่านตัวแทนจำหน่ายที่มีช่องทางจำหน่ายเป็นของตนเอง แต่บริษัทไม่สามารถให้ข้อมูลที่แน่ชัดได้ เนื่องจากในช่วงปีนั้นๆ บริษัทยังไม่มีงบแยกรายได้ในส่วนนี้ออกมาจากรายได้จากการจำหน่ายผ่านตัวแทนจำหน่ายที่มีช่องทางจำหน่ายเป็นของตนเอง

1) การจำหน่ายภายใต้ชื่อ Siam2you (Branded Value Added Services)

ธุรกิจบริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ของบริษัทส่วนใหญ่เป็นการจำหน่ายภายใต้ชื่อ Siam2you เป็นหลัก โดยเป็นการลงโฆษณาประชาสัมพันธ์การให้บริการเสริมภายใต้ชื่อ Siam2you ผ่านสื่อต่างๆ ในการเลือกลงโฆษณาประชาสัมพันธ์ในสื่อใดก็ตาม บริษัทจะใช้วิธีการพิจารณาจากผลตอบรับของจำนวนครั้งที่ผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ใช้บริการเสริมของบริษัทภายใต้ชื่อ Siam2you เมื่อมีการลงโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ทั้งนี้ ในการพิจารณาผลตอบรับจากลูกค้า บริษัทจะรวบรวมจำนวนครั้งที่ลูกค้าสั่งซื้อบริการเสริมภายใต้ชื่อ Siam2you ที่ได้จากฐานข้อมูลในเครื่องแม่ข่าย (Server) ของบริษัทที่มีการบันทึกข้อมูลของบริการเสริมที่ลูกค้าใช้บริการในช่วงที่ผ่านมา รหัสข้อมูลดังกล่าวมีรายละเอียดเกี่ยวกับประเภทของข้อมูลบริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ หมวดหมู่ของข้อมูลบริการเสริม และช่องทางจำหน่ายข้อมูลบริการเสริม ทำให้บริษัทสามารถสรุปจำนวนครั้งที่ลูกค้าดาวน์โหลดข้อมูล ซึ่งจะสะท้อนถึงพฤติกรรมการใช้บริการเสริมของลูกค้า และบริษัทสามารถใช้ข้อมูลดังกล่าวเพื่อช่วยในการตัดสินใจลงโฆษณาประชาสัมพันธ์บริการเสริมในครั้งต่อไปได้

การโฆษณาประชาสัมพันธ์การให้บริการเสริมภายใต้ชื่อ Siam2you สามารถแบ่งประเภทสื่อที่ใช้ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ได้ 2 ประเภท ได้แก่ การโฆษณาประชาสัมพันธ์การให้บริการเสริมภายใต้ชื่อ Siam2you ผ่านสื่อมวลชน (Mass Media) และการโฆษณาประชาสัมพันธ์การให้บริการเสริมภายใต้ชื่อ Siam2you ผ่านสื่อทางตรง (Direct Media) รายละเอียดสรุปได้ดังนี้

1.1) การโฆษณาประชาสัมพันธ์การให้บริการเสริมภายใต้ชื่อ Siam2you ผ่านสื่อมวลชน (Mass Media)

เป็นการโฆษณาประชาสัมพันธ์การให้บริการเสริมภายใต้ชื่อ Siam2you ผ่านสื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าในลักษณะกระจายในวงกว้าง ประกอบด้วย สื่อสิ่งพิมพ์และสื่อดิจิทัล สำหรับการโฆษณาประชาสัมพันธ์การให้บริการเสริมภายใต้ชื่อ Siam2you ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์สามารถทำได้โดยผ่านสื่อหนังสือพิมพ์และนิตยสารต่างๆ ตัวอย่างหนังสือพิมพ์และนิตยสารที่บริษัทลงโฆษณาประชาสัมพันธ์การให้บริการเสริมภายใต้ชื่อ Siam2you เช่น ไทยรัฐ เดลินิวส์ ไทยโพสต์ สตาร์ชอคเกอร์ ข่าวสด คมชัดลึก ยูพีซีแมกกาซีน ทิวพูแล แพรว เธอกับฉัน เนชั่นจูเนียร์ ควิกพีซี และชายหัวเราะ เป็นต้น ในขณะที่การโฆษณาประชาสัมพันธ์การให้บริการเสริมภายใต้ชื่อ Siam2you ผ่านสื่อดิจิทัลจะกระทำผ่านเว็บไซต์ www.siam2you.com และเว็บไซต์ wap.siam2you.com ของบริษัท เพื่อเป็นการใช้ทรัพยากรที่บริษัทมีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

ทั้งนี้ บริษัทมีรายได้จากการให้บริการเสริมภายใต้ชื่อ Siam2you ผ่านสื่อมวลชนคิดเป็นร้อยละ 67.11 ของรายได้จากการให้บริการเสริมทั้งหมดในปี 2547

1.2) การโฆษณาประชาสัมพันธ์การให้บริการเสริมภายใต้ชื่อ Siam2you ผ่านสื่อทางตรง (Direct Media)

เป็นการโฆษณาประชาสัมพันธ์การให้บริการเสริมภายใต้ชื่อ Siam2you ผ่านสื่อที่ส่งถึงผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่โดยตรง ได้แก่ แผ่นพับที่บริษัทเป็นผู้จัดพิมพ์เองและแจกให้กับผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ และแผ่นพับที่บริษัทผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นผู้จัดพิมพ์และจัดส่งให้กับผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่

ในแต่ละเดือนบริษัทจะโฆษณาประชาสัมพันธ์การให้บริการเสริมโดยวิธีแจกแผ่นพับที่มีรายละเอียดของสินค้าและบริการของบริษัท โดยสามารถแบ่งการจัดแจกแผ่นพับออกเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ การจัดแจกให้กับผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่โดยตรง (Active Distribution) และการจัดแจกแผ่นพับให้กับผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่โดยวางแจกตามร้านค้าและสถานที่ต่างๆ (Passive Distribution) ปัจจุบัน ในแต่ละเดือนบริษัทแจกแผ่นพับให้กับผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่โดยการวางแจกตามร้านค้าและสถานที่ต่างๆ เป็นหลัก คิดเป็นประมาณร้อยละ 75 ของปริมาณการแจกแผ่นพับทั้งหมด ส่วนที่เหลือเป็นการแจกให้กับผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่โดยตรง

สำหรับการโฆษณาประชาสัมพันธ์การให้บริการเสริมผ่านแผ่นพับที่จัดพิมพ์โดยผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่นั้น ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ส่งแผ่นพับโฆษณาบริการเสริมดังกล่าวรวมไปกับใบเรียกเก็บเงินค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ส่งให้ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในแต่ละเดือน บริษัทจะส่งรายละเอียดเกี่ยวกับข้อมูลบริการเสริมและรหัสข้อมูลบริการเสริมให้กับผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ เพื่อดำเนินการออกแบบแผ่นพับ จัดพิมพ์แผ่นพับ และส่งแผ่นพับให้กับผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ การลงโฆษณาในแผ่นพับของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่มี 2 ลักษณะคือ แผ่นพับที่มีการลงโฆษณาข้อมูลบริการเสริมของผู้ให้บริการเสริมหลายรายรวมกัน และแผ่นพับที่มีการลงโฆษณาข้อมูลบริการเสริมของผู้ให้บริการเสริมเพียงรายเดียว ซึ่งอัตราค่าโฆษณาในแผ่นพับที่มีการลงโฆษณาข้อมูลบริการเสริมของผู้ให้บริการเสริมหลายรายรวมกันจะถูกกว่าอัตราค่าโฆษณาในแผ่นพับที่มีการลงโฆษณาข้อมูลบริการเสริมของผู้ให้บริการเสริมเพียงรายเดียว การชำระค่าโฆษณาให้กับผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่จะใช้การหักจากยอดเงินค่าบริการเสริมที่บริษัทเรียกเก็บจากผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเดือนถัดไป ที่ผ่านมามีบริษัทลงโฆษณากับผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เพียงรายเดียว โดยลงโฆษณาในแผ่นพับที่มีการลงโฆษณาข้อมูลบริการเสริมของผู้ให้บริการเสริมหลายรายรวมกันเพียงอย่างเดียว การลงโฆษณาในลักษณะนี้แผ่นพับจะถูกจัดส่งให้กับผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ทุกราย บริษัทจึงไม่สามารถส่งข้อมูลบริการเสริมจำแนกตามพฤติกรรมของกลุ่มผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่จะส่งให้ได้ ดังนั้น บริษัทจึงไม่เน้นการโฆษณาประชาสัมพันธ์การให้บริการเสริมภายใต้ชื่อ Siam2you ผ่านแผ่นพับของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เท่าใดนัก

ทั้งนี้ บริษัทมีรายได้จากการให้บริการเสริมภายใต้ชื่อ Siam2you ผ่านสื่อทางตรงคิดเป็นร้อยละ 32.38 ของรายได้จากการให้บริการเสริมทั้งหมดในปี 2547

2) การจำหน่ายผ่านตัวแทนจำหน่ายที่มีช่องทางจำหน่ายเป็นของตนเอง (Affiliate Program)

ตั้งแต่ปี 2545 บริษัทเริ่มจัดจำหน่ายบริการเสริมสำหรับผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ผ่านตัวแทนจำหน่าย (Partner) ที่มีศักยภาพในการให้บริการเสริมภายใต้ชื่อของตัวแทนจำหน่ายเอง โดยบริษัททำหน้าที่จัดส่งข้อมูลบริการเสริมสำหรับผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ให้กับผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เมื่อได้รับคำสั่งซื้อเข้ามา และเป็นตัวแทนของตัวแทนจำหน่ายแต่ละรายในการเรียกเก็บเงินจากผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ผ่านผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ จากนั้นบริษัทจะนำรายได้จากการให้บริการมาจัดสรรให้กับตัวแทนจำหน่ายแต่ละรายตามจำนวนครั้งที่ลูกค้าดาวน์โหลดข้อมูลบริการเสริมผ่านตัวแทนจำหน่ายรายนั้นๆ ตามสัดส่วนที่ได้ระบุไว้ในสัญญาแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายที่บริษัทตกลงไว้กับตัวแทนจำหน่ายเป็นรายๆ ไป

ตัวแทนจำหน่ายของบริษัทสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทตามช่องทางจำหน่าย ได้แก่ 1) ตัวแทนจำหน่ายที่จำหน่ายผ่านเว็บไซต์ในอินเทอร์เน็ต (Online Affiliate) ซึ่งเป็นตัวแทนจำหน่ายที่เป็นเจ้าของเว็บไซต์ต่างๆ บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ปัจจุบันบริษัทมีตัวแทนจำหน่ายที่จำหน่ายผ่านเว็บไซต์ในอินเทอร์เน็ตจำนวนทั้งหมด 12 ราย เช่น เว็บไซต์ www.siamzone.com เว็บไซต์ www.thaissecondhand.com และเว็บไซต์ www.majorcineplex.com และ 2) ตัวแทนจำหน่ายที่จำหน่ายผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ (Offline Affiliate) ซึ่งเป็นตัวแทนจำหน่ายที่เป็นผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร เป็นต้น ปัจจุบันบริษัทมีตัวแทนจำหน่ายที่จำหน่ายผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ จำนวน 3 ราย ได้แก่ วารสาร eLife วารสาร e-commerce และวารสาร e-management

การที่ตัวแทนจำหน่ายมีสื่อเป็นของตนเองทั้งที่เป็นเว็บไซต์และสื่อสิ่งพิมพ์ ทำให้ตัวแทนจำหน่ายสามารถใช้ชื่อของตัวแทนจำหน่ายเองเป็นช่องทางจำหน่ายบริการเสริมสำหรับผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อสร้างรายได้ให้กับตัวแทนจำหน่ายเอง โดยทั่วไปบริษัทมีการทบทวนการต่ออายุสัญญาแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายทุก 2 ปี โดยพิจารณาจากศักยภาพในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งวัดผลจากจำนวนครั้งที่ผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ดาวน์โหลดข้อมูลบริการเสริมผ่านตัวแทนจำหน่ายรายนั้นๆ

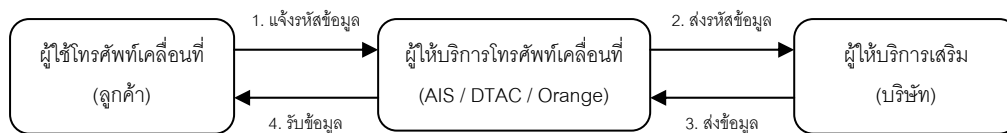
ทั้งนี้ บริษัทมีรายได้จากการให้บริการเสริมผ่านตัวแทนจำหน่ายคิดเป็นร้อยละ 0.51 ของรายได้จากการให้บริการเสริมทั้งหมดในปี 2547

การใช้บริการเสริมสำหรับผู้โทรศัพท์เคลื่อนที่

เมื่อข้อมูลถูกพัฒนาขึ้นเป็นข้อมูลบริการเสริมเป็นที่เรียบร้อยแล้วบริษัทจะกำหนดรหัสข้อมูลให้กับข้อมูลบริการเสริมแต่ละรายการ โดยรหัสข้อมูลที่กำหนดจะแสดงถึงประเภทของข้อมูลบริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ (เสียงเรียกเข้าโทรศัพท์แบบโพลีโฟนิก หรือ วอลเปเปอร์รูปแบบภาพถ่าย) และช่องทางจำหน่ายสำหรับข้อมูลบริการเสริม (ตัวแทนจำหน่ายบริษัท ก. เว็บไซต์ของบริษัท สื่อมวลชน (Mass Media) หรือสื่อทางตรง (Direct Media)) วิธีการและขั้นตอนในการดาวน์โหลดข้อมูลบริการเสริมสำหรับผู้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่แตกต่างกันไปตามลักษณะข้อมูลบริการเสริม แต่จะไม่ขึ้นอยู่กับการจำหน่ายบริการเสริมที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เลือกข้อมูลบริการเสริมสำหรับผู้โทรศัพท์เคลื่อนที่ ดังนั้น การดาวน์โหลดข้อมูลบริการเสริมแบบพื้นฐานและข้อมูลบริการเสริมแบบพิเศษ มีขั้นตอนและรายละเอียดดังนี้

การดาวน์โหลดข้อมูลบริการเสริมแบบพื้นฐาน

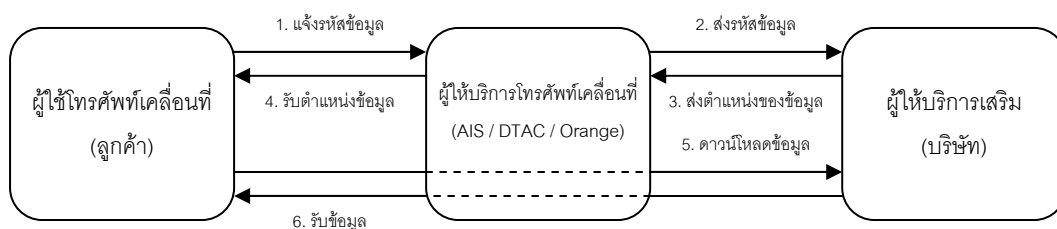
ข้อมูลบริการเสริมแบบพื้นฐานเป็นข้อมูลบริการเสริมสำหรับใช้งานในโทรศัพท์เคลื่อนที่รุ่นแรกๆ ซึ่งมีความสามารถในการรับส่งข้อมูลไม่สูงมากนัก ทำให้สามารถดาวน์โหลดข้อมูลบริการเสริมที่มีขนาดไม่ใหญ่มากนัก ดังนั้น ขั้นตอนการดาวน์โหลดข้อมูลจึงไม่มีความซับซ้อนมากนัก ขั้นตอนการดาวน์โหลดข้อมูลสรุปได้ดังนี้



การดาวน์โหลดข้อมูลบริการเสริมแบบพิเศษ

เนื่องจากมีการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่ ทำให้ขีดความสามารถในการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่รุ่นใหม่ๆ มีมากขึ้น บริษัทจึงพัฒนาข้อมูลบริการเสริมแบบพิเศษขึ้น เพื่อรองรับเทคโนโลยีใหม่ดังกล่าว โดยข้อมูลบริการเสริมแบบพิเศษเป็นข้อมูลบริการเสริมที่เหมาะสมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่รุ่นใหม่นั้น เนื่องจากข้อมูลมีขนาดใหญ่ การดาวน์โหลดข้อมูลจึงมีขั้นตอนที่ซับซ้อนและมีขั้นตอนปลีกย่อยมากขึ้น ดังนั้น ขั้นตอนในการดาวน์โหลดข้อมูลแบบพิเศษสามารถแบ่งได้เป็น 2 วิธี ได้แก่ การดาวน์โหลดข้อมูลแบบพิเศษสำหรับผู้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ไม่ได้เลือกข้อมูลผ่านเว็บไซต์ และการดาวน์โหลดข้อมูลแบบพิเศษสำหรับผู้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เลือกข้อมูลผ่านเว็บไซต์ ขั้นตอนการดาวน์โหลดแต่ละวิธีสรุปได้ดังนี้

- การดาวน์โหลดข้อมูลแบบพิเศษสำหรับผู้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ไม่ได้เลือกข้อมูลผ่านเว็บไซต์



- การดาวน์โหลดข้อมูลแบบพิเศษสำหรับผู้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เลือกข้อมูลผ่านเว็บไซต์



การรับเงินค่าบริการเสริมจากผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่

ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่จะทำหน้าที่เรียกเก็บเงินค่าบริการเสริมจากผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้บริการเสริมของบริษัท โดยในแต่ละเดือนผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สรุปยอดรายได้การให้บริการเสริมและส่งรายงานการให้บริการเสริมในแต่ละเดือนให้กับบริษัท รายงานการให้บริการเสริมจะมีรายละเอียดของจำนวนครั้งที่บริษัทให้บริการเสริมแต่ละประเภทกับลูกค้าและผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สามารถเรียกเก็บเงินค่าบริการเสริมดังกล่าวได้จากลูกค้าเป็นที่เรียบร้อยแล้ว อัตราค่าบริการของบริการเสริมแต่ละประเภท และยอดรายได้สุทธิจากการให้บริการเสริมสำหรับผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ซึ่งหักส่วนแบ่งรายได้ในส่วนของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แล้ว ดังนั้น ในส่วนของการให้บริการเสริมแก่ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ Prepaid ยอดการให้บริการเสริมของบริษัทผ่านลูกค้าประเภทนี้จะถูกสรุปอยู่ในรายงานการให้บริการเสริมทุกสิ้นเดือนที่ได้ให้บริการ แต่ในส่วนของการให้บริการเสริมแก่ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ Post-paid ยอดการให้บริการเสริมของบริษัทผ่านลูกค้าประเภทนี้จะถูกสรุปอยู่ในรายงานการให้บริการเสริม ซึ่งจะช้าหรือเร็วขึ้นอยู่กับการชำระเงินของลูกค้าเหล่านั้น เมื่อบริษัทได้รับรายงานการให้บริการเสริมจากผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ บริษัทจะออกใบแจ้งหนี้เพื่อเรียกเก็บเงินค่าบริการเสริมจากผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ตามยอดรายได้สุทธิจากการให้บริการเสริมสำหรับผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ซึ่งหักส่วนแบ่งรายได้ในส่วนของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แล้ว โดยอิงจากรายงานการให้บริการเสริมของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นหลัก ทั้งนี้ ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่จะชำระเงินค่าบริการเสริมให้กับบริษัทภายใน 30 วันภายหลังจากได้รับใบแจ้งหนี้

อย่างไรก็ตาม เมื่อบริษัทได้รับรายงานการให้บริการเสริมในแต่ละเดือน บริษัทจะทำการเปรียบเทียบจำนวนครั้งที่บริษัทให้บริการเสริมแต่ละประเภทกับผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ตามที่แจ้งไว้ในรายงานการให้บริการเสริมที่ส่งมาจากผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ กับยอดรายได้การให้บริการเสริมที่สรุปจากข้อมูลที่บันทึกอยู่ในฐานข้อมูลของบริษัท โดยฐานข้อมูลของบริษัทจะสรุปข้อมูลการให้บริการเสริมประเภทต่างๆ กับผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในแต่ละเดือน ทั้งนี้ บริษัทมีสิทธิ์ที่จะขอให้ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ตรวจสอบและแก้ไขข้อมูลร่วมกับบริษัทอีกครั้งในกรณีที่ยอดรายได้ตามรายงานการให้บริการเสริมแตกต่างจากยอดรายได้ตามที่บันทึกไว้ในระบบฐานข้อมูลของบริษัทเกินกว่าร้อยละ 10

การแบ่งรายได้ให้กับตัวแทนจำหน่ายของบริษัทและการชำระเงินค่าเช่าใช้สิทธิข้อมูลให้กับเจ้าของสิทธิที่บริษัทนำมาพัฒนา

ภายหลังจากที่บริษัทได้รับเงินค่าบริการเสริมจากผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แล้ว บริษัทจะทำการแบ่งรายได้ค่าบริการเสริมในอัตราร้อยละที่กำหนดไว้ในสัญญาให้กับตัวแทนจำหน่ายและเจ้าของสิทธิ โดยบริษัทจะแบ่งรายได้ค่าบริการเสริมที่เกิดขึ้นจากการจำหน่ายผ่านช่องทางจำหน่ายของตัวแทนจำหน่ายให้กับตัวแทนจำหน่าย และแบ่งรายได้ค่าบริการเสริมที่เกิดจากการจำหน่ายข้อมูลบริการเสริมที่พัฒนาขึ้นมาจากข้อมูลที่บริษัทเช่าใช้สิทธิมาจากเจ้าของลิขสิทธิ์ บริษัทคำนวณสัดส่วนรายได้จากการให้บริการที่บริษัทให้บริการข้อมูลบริการเสริมที่พัฒนาขึ้นมาจากข้อมูลที่บริษัทเช่าใช้สิทธิมาจากเจ้าของลิขสิทธิ์ที่บันทึกอยู่ในเครื่องแม่ข่ายของบริษัทโดยอิงกับรายงานการให้บริการเสริมจากผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ทั้งนี้ บริษัทชำระส่วนแบ่งรายได้ให้กับตัวแทนจำหน่ายหรือเจ้าของสิทธิเป็นรายเดือนตามรอบการเก็บเงินและชำระเงินของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยที่ผ่านมามีบริษัทแบ่งรายได้ค่าบริการเสริมที่เกิดจากการจำหน่ายข้อมูลบริการเสริมที่พัฒนาขึ้นมาจากข้อมูลที่บริษัทเช่าใช้สิทธิมาจากเจ้าของลิขสิทธิ์เท่ากับ 6.65 ล้านบาทในปี 2546 หรือคิดเป็นร้อยละ 9.68 ของรายได้จากการให้บริการเสริมสำหรับผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในปี 2546 และเท่ากับ 7.47 ล้านบาทในปี 2547 หรือคิดเป็นร้อยละ 7.18 ของรายได้จากการให้บริการเสริมสำหรับผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในปี 2547

3.1.2.4 ภาวะอุตสาหกรรม

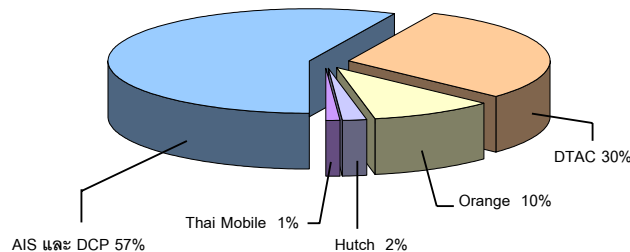
การขยายตัวของธุรกิจการให้บริการที่เป็นบริการเสริมสำหรับผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Wireless Value Added Service) มีลักษณะที่ผันแปรโดยตรงตามการขยายตัวของธุรกิจการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ดังนั้น จำนวนผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มากขึ้นอาจส่งผลทำให้มีผู้ใช้บริการเสริมมากขึ้นตามไปด้วย

ปัจจุบันธุรกิจการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทยอยู่ภายใต้การควบคุมของหน่วยงานหลัก 2 หน่วยงาน คือ บริษัท ทศท คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และ บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) ซึ่งหน่วยงานทั้งสองเป็นผู้ให้สัมปทานการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่กับบริษัทผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ภายในประเทศ ปัจจุบันมีผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทยทั้งสิ้น 6 ราย ประกอบไปด้วย

- 1) บริษัท แอดวานซ์อินโฟเทคส์ จำกัด (มหาชน) ("AIS") ซึ่งได้รับสัมปทานจากบริษัท ทศท คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) โดยให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ NMT 900 และ GSM 900 ภายใต้ชื่อ AIS

- 2) บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) (“DTAC”) ซึ่งได้รับสัมปทานจากบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) โดยให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ AMP 800 Band B และ GSM 1800 ภายใต้ชื่อ DTAC
- 3) บริษัท ทีเอ ออเรนจ์ จำกัด (“Orange”) ซึ่งได้รับสัมปทานจากบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) โดยให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ GSM 1800 ภายใต้ชื่อ Orange
- 4) บริษัท ดิจิตอล โฟน จำกัด (“DCP”) ซึ่งได้รับสัมปทานจากบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) โดยให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ GSM 1800 ภายใต้ชื่อ DCP
- 5) บริษัท ฮัทชิสัน ซีเอที ไร้เลส มัลติมีเดีย จำกัด (“Hutch”) ซึ่งได้รับสัมปทานจากบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) โดยให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ CDMA 800 – Band A ภายใต้ชื่อ Hutch
- 6) กิจการร่วมค้า ไทย-โมบาย (“Thai-Mobile”) ซึ่งบริษัท ทศท คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) ร่วมกันให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ GSM 1900 ภายใต้ชื่อ Thai-Mobile

สัดส่วนจำนวนเลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละราย



ที่มา : PriMetrica's GlobalComms Database ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2547

ในช่วงที่ผ่านมาจำนวนผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทยมีจำนวนเพิ่มสูงขึ้นในอัตราที่สูงมากในแต่ละปี การเพิ่มจำนวนผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สามารถพิจารณาได้จากการเพิ่มจำนวนของเลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่ แม้ว่าจะมีผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่บางรายที่ใช้เลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่มากกว่า 1 เลขหมายก็ตาม จากข้อมูลสัดส่วนจำนวนเลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละราย ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2547 พบว่าผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่รายใหญ่ที่ครองส่วนแบ่งตลาดการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทย ได้แก่ บริษัท แอดวานซ์อินโฟเซอวิส จำกัด (มหาชน) (และบริษัท ดิจิตอล โฟน จำกัด ที่มีบริษัทแม่เป็นบริษัท ชิน คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เหมือนกัน) บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) และบริษัท ทีเอ ออเรนจ์ จำกัด มีสัดส่วนจำนวนเลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวมกันร้อยละ 97 ของจำนวนเลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้งหมดในประเทศไทย โดยจำนวนเลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่รายใหญ่ 3 ราย และสัดส่วนจำนวนเลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อจำนวนประชากรในประเทศระหว่างปี 2544 – 2546 สรุปได้ดังนี้

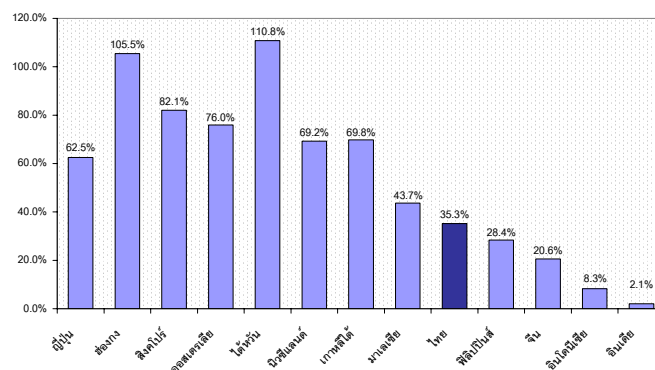
(หน่วย : ล้านเลขหมาย)

ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่	2544	2545	2546
บริษัท แอดวานซ์อินโฟเซอวิส จำกัด (มหาชน) ¹	4.81	10.37	13.04
บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) ²	2.74	5.45	6.55
บริษัท ดิจิตอล โฟน จำกัด ¹	0.39	0.30	0.20
บริษัท ทีเอ ออเรนจ์ จำกัด ³	-	1.34	1.83
รวม	7.94	17.46	21.62
จำนวนประชากรในประเทศ (ล้านคน) ⁴	62.31	62.80	63.08
สัดส่วนจำนวนเลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อจำนวนประชากรในประเทศ (ร้อยละ)	12.74	27.80	34.27

- ที่มา 1. บริษัท ซินคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
 2. บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน)
 3. บริษัท ทีเอ ออเรนจ์ จำกัด
 4. สำนักงานสถิติแห่งชาติ (www.nso.go.th)

จากตารางข้างต้นพบว่าจำนวนเลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่รายใหญ่ 3 รายที่ครองส่วนแบ่งตลาดการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เกือบทั้งหมดมีจำนวนทั้งสิ้น 7.94 ล้านเลขหมายในปี 2544 คิดเป็นร้อยละ 12.74 ของจำนวนประชากรภายในประเทศ เพิ่มขึ้นเป็น 17.46 ล้านเลขหมายในปี 2545 คิดเป็นร้อยละ 27.80 ของจำนวนประชากรภายในประเทศ และ 21.62 ล้านเลขหมายในปี 2546 คิดเป็นร้อยละ 34.27 ของจำนวนประชากรภายในประเทศ

สัดส่วนจำนวนเลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อจำนวนประชากรในประเทศ (Penetration Rate)



ที่มา : Gartner ณ วันที่ 30 กันยายน 2546

เมื่อเปรียบเทียบสัดส่วนเลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อประชากรรวมภายในประเทศ (Penetration) ของประเทศไทยและประเทศต่างๆ ในทวีปเอเชีย จะเห็นได้ว่า ประเทศไทยมีสัดส่วนเลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อประชากรรวมภายในประเทศ คิดเป็นร้อยละ 35.26 ของจำนวนประชากรในประเทศ ในขณะที่หลายประเทศในทวีปเอเชียมีสัดส่วนเลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อประชากรรวมภายในประเทศสูงกว่าประเทศไทยมาก เช่น ประเทศสิงคโปร์ที่มีจำนวนเลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่คิดเป็นร้อยละ 82.07 ของจำนวนประชากรในประเทศ ประเทศมาเลเซียที่มีจำนวนเลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่คิดเป็นร้อยละ 43.72 ของจำนวนประชากรในประเทศ เป็นต้น การที่ประเทศไทยมีสัดส่วนเลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อประชากรรวมภายในประเทศที่ไม่สูงนักเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงแนวโน้มของธุรกิจการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทยที่ยังมีโอกาสเติบโตได้อีกในอนาคต ซึ่งแนวโน้มการเติบโตดังกล่าวส่งผลในเชิงบวกต่อธุรกิจบริการเสริมสำหรับผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ให้มีโอกาสเติบโตขึ้นตามการเพิ่มขึ้นของจำนวนเลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่ภายในประเทศ

การเพิ่มจำนวนเลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่อย่างมากในช่วงที่ผ่านมา มีสาเหตุจากภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศที่เริ่มฟื้นตัวโดยผลผลิตมวลรวมภายในประเทศ (GDP) ในปี 2546 ปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.7 จากปี 2545 และในปี 2545 ปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.4 จากปี 2544 ประชาชนจึงมีความสามารถในการซื้อสินค้าและบริการต่างๆ มากขึ้น ประกอบกับการที่ผู้ผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่หลายรายพยายามพัฒนาเทคโนโลยีสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่รุ่นใหม่ๆ ให้มีความสามารถในการใช้งานและความสามารถในการแสดงผลที่สูงขึ้น เช่น จากเดิมที่โทรศัพท์เคลื่อนที่มีจอภาพสีที่แสดงผลได้เพียง 4096 สี ปัจจุบันมีการพัฒนาให้จอภาพโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สามารถแสดงผลได้ 65,536 สี ทำให้รูปภาพสีที่แสดงผลมีความสวยงามยิ่งขึ้น หรือการเพิ่มหน่วยความจำในเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ให้มากขึ้น ทำให้เครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่สามารถบันทึกข้อมูลบริการเสริมสำหรับผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้มากขึ้น โทรศัพท์เคลื่อนที่รุ่นใหม่ๆ จึงมีคุณสมบัติและความสามารถในการใช้งานที่หลากหลายยิ่งขึ้น ในขณะที่ราคาขายโทรศัพท์เคลื่อนที่รุ่นใหม่ที่มีความสามารถสูงขึ้นก็ไม่ได้มีราคาสูงมาก จึงช่วยกระตุ้นให้ผู้ต้องการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ ปัจจัยอื่นๆ ที่ช่วยสนับสนุนให้ตลาดบริการเสริมสำหรับผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เติบโตขึ้น ได้แก่ แนวโน้มของจำนวนผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี เนื่องจากผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่รายใหญ่ขยายฐานผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ออกไป โดยขยายฐานผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ไปสู่กลุ่มผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แบบบัตรเติมเงิน (Prepaid) มากขึ้น และจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดในลักษณะการปรับลดอัตราค่าบริการรายเดือน การกำหนดรูปแบบในการคิดอัตราค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่

หลากหลายเพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้งานของประชาชนในกลุ่มต่างๆ มากยิ่งขึ้น รวมทั้งการให้บริการผ่านช่องทางเคื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นรายเดือนได้ เพื่อดึงดูดให้ผู้สนใจใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่มากขึ้น ทำให้การใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่กระจายตัวสู่ประชาชนโดยทั่วไป

จากการที่ผู้ผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละรายให้ความสำคัญในการพัฒนาเทคโนโลยีของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ทำให้ผู้ใช้สามารถใช้งานได้หลากหลายขึ้น เช่น การรับส่งข้อความในรูปแบบ SMS การรับส่งข้อความ ภาพ และเสียงในรูปแบบ MMS การใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่พัฒนาจากภาษา Java การพัฒนาระบบแสดงผลบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่พัฒนาจากจอภาพขาวดำเป็นจอภาพสี หรือเสียงเรียกเข้าโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบโมโนโฟนิกเป็นโพลีโฟนิก เป็นต้น ทำให้ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่หลายรายเน้นบริการเสริมสำหรับผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มขึ้นนอกเหนือไปจากการติดต่อสื่อสารด้วยเสียงพูดกับผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่รายอื่น เนื่องจากเป็นช่องทางในการสร้างรายได้เพิ่มเติมช่องทางหนึ่ง ดังนั้น จึงมีส่วนช่วยกระตุ้นกระแสความนิยมใช้บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ในกลุ่มผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ให้เพิ่มสูงขึ้น ซึ่งส่งผลดีกับธุรกิจบริการเสริมสำหรับผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่จะได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น

3.1.2.5 สถานะการแข่งขัน

การแข่งขันในธุรกิจบริการเสริมสำหรับผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ มีแนวโน้มการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นจากการที่มีผู้ประกอบการรายใหม่ๆ ให้ความสนใจเข้ามาทำธุรกิจบริการเสริมสำหรับผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากธุรกิจบริการเสริมสำหรับผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่มีอุปสรรคในการเข้าสู่ธุรกิจของคู่แข่งรายใหม่ค่อนข้างต่ำ (Low Barrier of Entry) และเป็นการยากสำหรับผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่จะทราบถึงคุณภาพและจุดเด่นของสินค้าและบริการได้ (Low Product Differentiation) จนกระทั่งผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ดาวน์โหลดสินค้าและบริการปัจจุบันมีจำนวนผู้ประกอบการในธุรกิจบริการเสริมสำหรับผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นจำนวนมาก แต่เนื่องจากธุรกิจบริการเสริมสำหรับผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นธุรกิจที่ค่อนข้างใหม่ ประกอบกับยังไม่มีหน่วยงานใดทำการรวบรวมข้อมูลทางการตลาดของธุรกิจนี้ ส่งผลให้ไม่สามารถประเมินส่วนแบ่งการตลาดสำหรับธุรกิจนี้ได้ชัดเจน อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาในแง่ของความสามารถในการทำกำไร บริษัทสามารถทำกำไรอยู่ในอันดับต้นๆ ของกลุ่มผู้ให้บริการเสริมสำหรับผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยคู่แข่งภายในประเทศของบริษัทสามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มได้แก่ กลุ่มที่เน้นให้บริการเสริมเป็นหลัก (บริษัทอยู่ในกลุ่มนี้) กลุ่มเจ้าของสิทธิ์ และกลุ่มผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ตารางเปรียบเทียบการประกอบธุรกิจและข้อมูลทางการเงินของบริษัทและผู้ให้บริการเสริมรายอื่น สรุปได้ดังนี้

(หน่วย ล้านบาท)

รายชื่อคู่แข่ง	ประเภทธุรกิจ	สินทรัพย์รวม (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2546)	รายได้รวม (ปี 2546)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ปี 2546)
บริษัท สยามทูยู จำกัด (มหาชน)	1) ธุรกิจบริการเสริมสำหรับผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ ภายใต้ชื่อ Siam2you 2) ธุรกิจบริการคำปรึกษาและพัฒนาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อไร้สาย 3) ธุรกิจสื่อดิจิทัล	66.88	83.45	23.92
บริษัท สาม คคลิก จำกัด	1) ธุรกิจบริการเสริมสำหรับผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ ภายใต้ชื่อ Tigermob	38.10	122.61	7.64
บริษัท ชินเน็ตคอม จำกัด	1) ธุรกิจสื่อดิจิทัล 2) ธุรกิจบริการเสริมสำหรับผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ ภายใต้ชื่อ Shinnee	175.65	89.46	(11.23)
บริษัท เอ็มเว็บ (ประเทศไทย) จำกัด	1) ธุรกิจสื่อดิจิทัล 2) ธุรกิจบริการเสริมสำหรับผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ ภายใต้ชื่อ Sanook	386.95	180.47	(261.69)
บริษัท สามารถ อินโฟ มีเดีย จำกัด	1) ธุรกิจสื่อดิจิทัล 2) ธุรกิจบริการเสริมสำหรับผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ ภายใต้ชื่อ Bug	329.45	570.52	62.67
บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน)	1) ธุรกิจเพลง 2) ธุรกิจสื่อ 3) ธุรกิจภาพยนตร์ 4) ธุรกิจบริการเสริมสำหรับผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ ภายใต้ชื่อ Eotoday 5) ธุรกิจการศึกษา	4,479.83	3,615.86	525.17

ที่มา www.bol.co.th และ www.set.or.th

จากตารางข้างต้นจะเห็นได้ว่าบริษัทมีสินทรัพย์ค่อนข้างน้อยเมื่อเทียบกับคู่แข่งรายอื่น เนื่องจากบริษัทดำเนินธุรกิจให้บริการเสริมสำหรับผู้บริโภคที่เคลื่อนที่เป็นหลัก ในขณะที่การดำเนินธุรกิจบริการเสริมสำหรับผู้บริโภคที่เคลื่อนที่ของคู่แข่งรายอื่นเป็นเพียงธุรกิจที่ช่วยเสริมธุรกิจหลักเท่านั้น ทำให้คู่แข่งดังกล่าวต้องมีการลงทุนในทรัพย์สินเป็นจำนวนมาก และรายได้จากธุรกิจบริการเสริมสำหรับผู้บริโภคที่เคลื่อนที่ก็มีสัดส่วนน้อยเมื่อเทียบกับรายได้รวมทั้งหมด

บริษัทดำเนินธุรกิจบริการเสริมสำหรับผู้บริโภคที่เคลื่อนที่ตั้งแต่ธุรกิจนี้เริ่มเป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ภายในประเทศ ทำให้บริษัทมีความรู้และความชำนาญ มีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจมาก มีสถิติข้อมูลการใช้บริการเสริมของผู้บริโภคที่เคลื่อนที่ที่ยาวนานกว่า ทำให้เข้าใจและสามารถวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการเสริมของผู้บริโภคที่เคลื่อนที่แต่ละกลุ่มได้อย่างถูกต้อง สามารถพัฒนาข้อมูลบริการเสริมได้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคที่เคลื่อนที่ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ ยังมีผู้ประกอบการรายอื่นๆ บางรายที่เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ข้อมูลและข่าวสารที่ได้รับความนิยม เช่น บริษัทค่ายเพลงต่างๆ บริษัทเจ้าของลิขสิทธิ์ภาพยนตร์ต่างๆ เป็นต้น เริ่มเข้ามาดำเนินธุรกิจการให้บริการเสริมสำหรับผู้บริโภคที่เคลื่อนที่ เนื่องจากเชื่อมั่นว่าการเข้าถึงผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่โดยตรงผ่านเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ช่วยส่งเสริมให้เพลงหรือภาพยนตร์ที่ตนเป็นเจ้าของได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น ประกอบกับพฤติกรรมในการนิยมใช้บริการเสริมของผู้บริโภคที่เคลื่อนที่ที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้สามารถสร้างรายได้จากธุรกิจประเภทนี้ได้ ผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ข้อมูลเองจะมีข้อได้เปรียบเหนือคู่แข่งในเรื่องต้นทุนการให้บริการที่ต่ำกว่าเนื่องจากไม่ต้องเสียค่าเช่าใช้สิทธิ์ข้อมูลให้เจ้าของสิทธิ์ อย่างไรก็ตาม บริษัทที่มีข้อมูลเป็นของตัวเองส่วนใหญ่พึ่งเข้าสู่ธุรกิจบริการเสริมสำหรับผู้บริโภคที่เคลื่อนที่ ทำให้อาจยังไม่มี ความชำนาญเท่ากับผู้ใช้บริการเสริมที่อยู่ในธุรกิจนี้มาตั้งแต่แรก ดังนั้นผู้ใช้บริการเสริมรายที่ไม่มีลิขสิทธิ์ข้อมูลเป็นของตัวเองจึงจำเป็นต้องเร่งปรับตัว โดยเน้นการออกแบบและสร้างสรรค์ข้อมูลและข่าวสารขึ้นเอง เพื่อลดค่าใช้จ่ายด้านค่าเช่าใช้สิทธิ์ที่ต้องจ่ายให้กับเจ้าของลิขสิทธิ์ข้อมูล และเน้นการพัฒนารูปแบบบริการเสริมให้มีความหลากหลายและน่าสนใจสำหรับผู้บริโภคที่เคลื่อนที่มากขึ้น เช่น การผลิตเกมบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ การผลิตเสียงเสมือนจริง (Sound Effect) และการผสมเสียงดนตรีเข้ากับเสียงเสมือนจริง (Polyphonic Plus) เป็นต้น เพื่อเป็นการขยายส่วนแบ่งทางการตลาดอันจะนำไปสู่รายได้ที่เพิ่มมากขึ้น และเน้นการวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าในปัจจุบันและแนวโน้มที่จะเปลี่ยนแปลงไป เพื่อให้สามารถพัฒนาบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าได้

ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่บางรายได้เข้ามาทำธุรกิจบริการเสริมสำหรับผู้บริโภคที่เคลื่อนที่เอง เนื่องจากต้องการทำให้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สามารถใช้งานได้หลากหลายขึ้น เพื่อช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ และสร้างความนิยมใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้จำนวนผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มมากขึ้น นำไปสู่รายได้ที่เพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้ ผู้ประกอบการที่เป็นผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ไม่มีเป้าหมายในการแข่งขันกับผู้ใช้บริการเสริมสำหรับผู้บริโภคที่เคลื่อนที่รายอื่นๆ อย่างรุนแรง เนื่องจากการที่มีจำนวนผู้ใช้บริการเสริมสำหรับผู้บริโภคที่เคลื่อนที่เป็นจำนวนมาก ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่จะได้รับประโยชน์จากส่วนแบ่งการให้บริการเสริมระหว่างผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่และผู้ประกอบการแต่ละราย

แม้ว่าธุรกิจบริการเสริมสำหรับผู้บริโภคที่เคลื่อนที่จะมีแนวโน้มการแข่งขันที่ค่อนข้างรุนแรงก็ตาม แต่การแข่งขันส่วนใหญ่เป็นการแข่งขันในด้านการให้บริการและการพัฒนาข้อมูลบริการเสริมสำหรับผู้บริโภคที่เคลื่อนที่มากกว่าการแข่งขันในด้านราคาเพื่อแย่งชิงฐานลูกค้า ซึ่งแต่เดิมอัตราค่าบริการของผู้ให้บริการเสริมเกือบทุกรายอยู่ในระดับเดียวกัน แต่เมื่อเทคโนโลยีการส่งข้อมูลของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความเปลี่ยนแปลง ทำให้ส่งข้อมูลที่มีรูปแบบซับซ้อนได้มากขึ้น ผู้ให้บริการเสริมบางรายที่มีความสามารถพัฒนาบริการเสริมรูปแบบใหม่ๆ จึงมองเห็นโอกาสในการตั้งค่าบริการใหม่ให้สูงขึ้น รวมถึงการปรับระดับค่าบริการเดิมเพื่อเพิ่มส่วนต่างกำไรให้มากขึ้น แม้ว่าจะมีผู้ใช้บริการเสริมบางรายที่ไม่ปรับราคาค่าบริการเพิ่มขึ้นตาม แต่ก็ไม่มีการลดราคาลงมาเพื่อแข่งขันกัน จึงทำให้อัตราค่าบริการในปัจจุบันของผู้ให้บริการเสริมแต่ละรายอยู่ในระดับใกล้เคียงกัน เช่น อัตราค่าบริการดาวน์โหลดเสียงเรียกเข้าโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบโพลีโฟนิกอยู่ที่ประมาณ 20 – 40 บาทต่อครั้ง อัตราค่าบริการดาวน์โหลดเพลงบีบีซีอยู่ที่ประมาณ 20 – 40 บาทต่อครั้ง หรืออัตราค่าบริการดาวน์โหลดเกมส์แอปพลิเคชันอยู่ที่ประมาณ 40 – 60 บาทต่อครั้ง

ปัจจุบันยังไม่มีผู้ใช้บริการเสริมสำหรับผู้บริโภคที่เคลื่อนที่ภายในประเทศที่เป็นผู้ประกอบการจากต่างประเทศ เนื่องจากอัตราการเพิ่มจำนวนผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในแต่ละประเทศอยู่ในระดับสูง ทำให้ผู้ประกอบการในต่างประเทศส่วนใหญ่มุ่งเน้นทำตลาดบริการเสริมในประเทศตัวเองมากกว่าที่จะขยายการให้บริการเสริมไปยังกลุ่มผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในต่างประเทศ รวมทั้งการที่อัตราค่าบริการเสริมในต่างประเทศมีมูลค่าสูงกว่าอัตราค่าบริการในประเทศไทยมาก โดยอัตราค่าบริการดาวน์โหลดเสียงเรียกเข้าโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบโพลีโฟนิกอยู่

ที่ประมาณ 40 – 80 บาทต่อครั้ง อัตราค่าบริการดาวน์โหลดเพลงฟรีที่ประมาณ 40 – 80 บาทต่อครั้ง หรืออัตราค่าบริการดาวน์โหลดเกมส์แอปพลิเคชันอยู่ที่ประมาณ 100 บาทต่อครั้ง ทำให้ในปัจจุบันผู้ประกอบการจากต่างประเทศยังไม่เข้ามาลงทุนธุรกิจนี้ในประเทศไทย

3.1.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

องค์ประกอบสำคัญสำหรับธุรกิจบริการเสริมสำหรับผู้บริโภคที่เคลื่อนที่ คือ ข้อมูลบริการเสริมสำหรับใช้งานร่วมกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 4 กลุ่มหลัก ประกอบด้วย ข้อมูลบริการเสริมประเภทเสียงเรียกเข้าโทรศัพท์ (Ringtone) ข้อมูลบริการเสริมประเภทรูปภาพ (Graphic) ข้อมูลบริการเสริมประเภทข้อความ (Text) และข้อมูลบริการเสริมประเภทเกมส์ (Game Application)

1) การจัดหาข้อมูลบริการเสริมประเภทเสียงเรียกเข้าโทรศัพท์ (Ringtone) รูปภาพ (Graphic) และข้อความ (Text)

บริษัทเป็นผู้พัฒนาข้อมูลบริการเสริมประเภทเสียงเรียกเข้าโทรศัพท์เคลื่อนที่ ข้อมูลบริการเสริมประเภทรูปภาพ ข้อมูลบริการเสริมประเภทข้อความ สำหรับให้บริการแก่ผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เอง โดยเจ้าหน้าที่แผนกพัฒนาผลิตภัณฑ์ของบริษัททำหน้าที่วางแผนการผลิตและกำหนดลักษณะข้อมูลแต่ละประเภท รวมถึงคัดเลือกข้อมูลที่จะนำมาพัฒนาเป็นข้อมูลบริการเสริมแต่ละประเภท เช่น ผลิตเสียงเรียกเข้าโทรศัพท์เคลื่อนที่จากเพลงเก่าที่เคยได้รับความนิยมในอดีต ผลิตดาวน์โหลดรูปสัตว์เลี้ยงต่างๆ ผลิตข้อความที่เกี่ยวกับผลการแข่งขันกีฬา เป็นต้น บริษัทกำหนดประเภทข้อมูลบริการเสริมที่จะพัฒนาโดยพิจารณาจากผลตอบรับของจำนวนครั้งที่ผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ใช้บริการเสริมแต่ละประเภทเมื่อมีการลงโฆษณาข้อมูลบริการเสริมสำหรับผู้บริโภคที่ผ่านสื่อต่างๆ ข้อมูลที่บริษัทนำมาพัฒนาจะต้องมีการตรวจสอบลิขสิทธิ์ของข้อมูลนั้นๆ ก่อนโดยเจ้าหน้าที่หลายแผนกไม่ว่าจะเป็นเจ้าหน้าที่แผนกพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ทำหน้าที่วางแผนการผลิต และกำหนดลักษณะและรวบรวมข้อมูลที่จะนำมาพัฒนาเป็นข้อมูลบริการเสริม และเจ้าหน้าที่แผนกบริหารการจัดจำหน่ายผ่านสื่อมวลชนและเจ้าหน้าที่แผนกบริหารการจัดจำหน่ายผ่านช่องทางตรงที่ทำหน้าที่คัดเลือกข้อมูลเพื่อนำเสนอผ่านช่องทางจำหน่ายต่างๆ เพื่อลดปัญหาการถูกเจ้าของลิขสิทธิ์เรียกร้องสิทธิในภายหลัง

เมื่อกำหนดลักษณะข้อมูลที่จะพัฒนาได้แล้ว เจ้าหน้าที่แผนกพัฒนาผลิตภัณฑ์จะเริ่มรวบรวมข้อมูลที่ต้องการนำมาพัฒนาจากแหล่งต่างๆ ซึ่งข้อมูลแต่ละประเภทจะมีวิธีการรวบรวมที่แตกต่างกันออกไป โดยการรวบรวมเสียงเพลงเจ้าหน้าที่จะต้องใช้คีย์บอร์ดบรรเลงเพลง หรือใช้ไมโครโฟนบันทึกเสียงผ่านคอมพิวเตอร์เพื่อสร้างไฟล์เพลงขึ้นมา การรวบรวมรูปภาพโดยส่วนใหญ่เจ้าหน้าที่จะเป็นผู้ออกแบบและสร้างสรรค์รูปภาพขึ้นมาเองหรือใช้รูปภาพที่ไม่มีผู้ใดเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ เช่น รูปภาพสถานที่ และรูปทิวทัศน์ เป็นต้น มีเพียงส่วนน้อยที่พัฒนาขึ้นมาจากรูปภาพที่มีผู้อื่นเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ และการรวบรวมข้อมูลข่าวสารต่างๆ เจ้าหน้าที่จะรวบรวมข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่เกิดขึ้นในแต่ละวันจากแหล่งข่าวที่เปิดเผยสู่สาธารณะชน มีข้อมูลข่าวสารเพียงบางส่วนที่จำเป็นต้องมีผู้อื่นทำหน้าที่รวบรวมให้กับบริษัท หลังจากนั้นบริษัทจะนำข้อมูลที่รวบรวมได้แต่ละประเภทมาพัฒนาโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อทำให้ข้อมูลเหล่านั้นอยู่ในรูปแบบที่พร้อมให้บริการกับผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อไป

สำหรับการพัฒนาข้อมูลบริการเสริมสำหรับผู้บริโภคที่เคลื่อนที่ประเภทต่างๆ ที่จะต้องพัฒนาขึ้นมาจากข้อมูลที่มีเจ้าของลิขสิทธิ์ บริษัทจะดำเนินการติดต่อขอเช่าใช้สิทธิ์จากเจ้าของลิขสิทธิ์ข้อมูลนั้นๆ เพื่อลดปัญหาการถูกเจ้าของลิขสิทธิ์เรียกร้องค่าเสียหายในภายหลัง ซึ่งบริษัทจะเสียค่าเช่าใช้สิทธิ์ให้กับเจ้าของลิขสิทธิ์โดยการแบ่งรายได้จากการให้บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่เมื่อมีการส่งข้อมูลบริการเสริมที่พัฒนาขึ้นมาจากข้อมูลของเจ้าของลิขสิทธิ์เท่านั้น ทำให้ค่าเช่าใช้สิทธิ์จะแปรผันตามจำนวนครั้งที่มีการดาวน์โหลดข้อมูลบริการเสริมนั้นๆ ถ้าไม่มีผู้ดาวน์โหลดข้อมูลบริการเสริมนั้นๆ บริษัทก็ไม่จำเป็นต้องเสียค่าเช่าใช้สิทธิ์ให้กับเจ้าของลิขสิทธิ์นั้นๆ แต่อย่างไรก็ตาม แม้ว่าบริษัทจะได้นำข้อมูลดังกล่าวมาพัฒนาเป็นข้อมูลบริการเสริมแล้วก็ตาม

อย่างไรก็ตาม ข้อมูลบริการเสริมประเภทเสียงเรียกเข้าโทรศัพท์เคลื่อนที่ รูปภาพ และข้อความของบริษัท ส่วนใหญ่แล้วเป็นข้อมูลบริการเสริมที่พัฒนาขึ้นมาจากข้อมูลที่พนักงานของบริษัทเป็นผู้ออกแบบและสร้างสรรค์ขึ้นเองเป็นหลัก โดยรายได้จากการบริการเสริมสำหรับผู้บริโภคที่เคลื่อนที่ประเภทเสียงเรียกเข้าโทรศัพท์เคลื่อนที่ รูปภาพ และข้อความ เป็นข้อมูลบริการเสริมที่บริษัทเป็นผู้พัฒนาขึ้นมาเอง คิดเป็นร้อยละ 74.82 ของรายได้จากการบริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้งหมดในปี 2546 และคิดเป็นร้อยละ 69.64 ของรายได้จากการให้บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้งหมดในปี 2547

2) การจัดหาข้อมูลประเภทเกมส์ (Game Application)

เกมส์แอปพลิเคชันที่บริษัทให้บริการเสริมกับผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ถูกพัฒนาขึ้นโดยบริษัทในต่างประเทศทั้งหมด โดยบริษัทเช่าใช้สิทธิ์จากผู้ผลิตเกมส์แอปพลิเคชันจากต่างประเทศ บริษัทต้องชำระค่าเช่าใช้สิทธิ์ให้กับผู้ผลิตเกมส์แอปพลิเคชันในลักษณะการแบ่งรายได้ตามสัดส่วนที่ตกลงกันในลักษณะเดียวกับข้อมูลบริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภทอื่นที่พัฒนาจากข้อมูลที่มีเจ้าของสิทธิ์ เจ้าหน้าที่บริหารการจัดจำหน่ายผ่านสื่อมวลชนและเจ้าหน้าที่แผนกบริหารการจัดจำหน่ายผ่านสื่อทางตรงทำหน้าที่คัดเลือกเกมส์แอปพลิเคชันที่คาดว่าจะได้รับความนิยมในกลุ่มผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทย โดยพิจารณาจากผลตอบรับของจำนวนครั้งที่ผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ใช้บริการเสริมประเภทเกมส์เมื่อมีการลงโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เมื่อคัดเลือกเกมส์แอปพลิเคชันที่ต้องการได้แล้ว บริษัทจะกำหนดรหัสข้อมูลบริการเสริมให้กับเกมส์แอปพลิเคชันและจัดเก็บในเครื่องแม่ข่าย (Server) ของบริษัทเพื่อเตรียมให้บริการต่อไป

ทั้งนี้ บริษัทมีนโยบายในการพัฒนาข้อมูลบริการเสริมเพื่อให้บริการแก่ผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยตนเองเป็นหลัก โดยเน้นการนำข้อมูลที่พนักงานเป็นผู้ออกแบบและสร้างสรรค์ขึ้นมาเองมาพัฒนาเป็นข้อมูลบริการเสริมประเภทต่างๆ เพื่อลดภาระค่าใช้จ่ายด้านค่าเช่าใช้สิทธิ์ให้เหลือน้อยที่สุด อย่างไรก็ตาม บริษัทยังคงพัฒนาข้อมูลบริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่จากข้อมูลที่มีเจ้าของสิทธิ์หรือเช่าใช้สิทธิ์ข้อมูลที่พัฒนาจากบุคคลภายนอกเป็นบางครั้งตามความเหมาะสม เพื่อให้เกิดความหลากหลายของบริการเสริมสำหรับผู้โทรศัพท์เคลื่อนที่ให้มากที่สุด

3.2 ธุรกิจบริการคำปรึกษาและพัฒนาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อไร้สาย (Interactive Solutions)

3.2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

เครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารและรับส่งข้อมูลที่มีผู้ใช้บริการเป็นจำนวนมาก โดยมีเว็บไซต์เป็นสื่อที่สำคัญที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารกับผู้ใช้อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์จึงจัดเป็นสื่อที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตได้อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากเว็บไซต์สามารถนำเสนอข้อมูลในลักษณะรูปภาพและข้อความที่สร้างความน่าสนใจกับผู้ใช้อินเทอร์เน็ต และผู้ใช้อินเทอร์เน็ตสามารถรับและส่งข้อมูลได้ตอบกับผู้ใช้อินเทอร์เน็ตด้วยกันหรือกับระบบฐานข้อมูลผ่านเน็ตเวิร์กทั้งประเภทอินเทอร์เน็ตที่เป็นเน็ตเวิร์กขนาดใหญ่ที่เชื่อมต่อกันทั่วโลกและประเภทอินเทอร์เน็ตที่เป็นเน็ตเวิร์กขนาดเล็กที่เชื่อมต่อกันเฉพาะภายในองค์กรหรือบริษัทเท่านั้น แต่การใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์ในการสื่อสารกับผู้ใช้อินเทอร์เน็ตได้อย่างมีประสิทธิภาพจำเป็นต้องมีการวางแผนและออกแบบเว็บไซต์ที่ดี บริษัทเล็งเห็นถึงการนำประโยชน์จากสื่อออนไลน์อินเทอร์เน็ตจึงเริ่มให้บริการคำปรึกษาและพัฒนาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อไร้สายที่ตรงกับจุดประสงค์การใช้งานและประโยชน์ที่ลูกค้าต้องการแก่กลุ่มลูกค้าที่เป็นหน่วยงานราชการและบริษัทเอกชนขนาดใหญ่ตั้งแต่ปี 2544 ซึ่งที่ผ่านมาบริษัทมีรายได้จากการให้บริการคำปรึกษาและพัฒนาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อไร้สายที่มาจากการให้บริการกับกลุ่มบริษัทเอกชนเป็นหลัก การให้บริการคำปรึกษาและพัฒนาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อไร้สายของบริษัทสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะ คือ การให้บริการคำปรึกษาและจัดทำโครงการอย่างครบวงจร (Total Interactive Solution) และการออกแบบและพัฒนาระบบ (Design and Development Solution) รายละเอียดโดยสรุปเป็นดังนี้

1) การให้บริการคำปรึกษาและพัฒนาโครงการอย่างครบวงจร (Total Interactive Solution)

การให้บริการคำปรึกษาและพัฒนาโครงการอย่างครบวงจรของบริษัทเป็นการให้บริการคำปรึกษาและคำแนะนำในการออกแบบเว็บไซต์ที่เหมาะสมกับบริษัทของลูกค้าและการทำการตลาดของลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นการให้คำแนะนำในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด (Strategic Consulting) การให้คำแนะนำในการสร้างตราสินค้าผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต (Online Brand Building) และการช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร (Corporate Image Enhancement) การให้บริการคำปรึกษาและพัฒนาโครงการอย่างครบวงจรของบริษัทยังครอบคลุมไปถึงการพัฒนาเว็บไซต์ตามที่ได้แนะนำกับลูกค้าและลูกค้าเห็นชอบด้วย โดยบริษัทมีทีมงานที่มีความชำนาญในการออกแบบทำงานร่วมกับลูกค้าในการศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับบริษัทลูกค้า สินค้าที่ลูกค้าต้องการทำการตลาดผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต และคู่แข่ง ซึ่งบริษัทจะนำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาศึกษาและวิเคราะห์ปัจจัยทางธุรกิจ วิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า รวมทั้งศึกษารูปแบบการนำเสนอข้อมูลบนเว็บไซต์ของบริษัทที่เป็นคู่แข่ง เพื่อออกแบบเว็บไซต์ที่เหมาะสมกับลูกค้า เพราะเว็บไซต์ที่ปรากฏสู่สายตาของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตไม่ได้เป็นเพียงช่องทางสื่อสารที่ใช้สำหรับรับส่งข้อมูลข่าวสารระหว่างลูกค้ากับกลุ่มเป้าหมายเท่านั้น แต่เว็บไซต์ยังแสดงถึงภาพลักษณ์ของสินค้าและบริการ

ของบริษัทลูกค้าได้ บริษัทจึงพยายามออกแบบเว็บไซต์ให้มีเนื้อหาสาระที่น่าสนใจ มีการนำเสนอข้อมูลที่ถูกต้อง และมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้เว็บไซต์ดังกล่าวช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ของบริษัทลูกค้าสู่สายตาของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ใช้อินเตอร์เน็ต และช่วยให้ผู้ใช้อินเตอร์เน็ตสามารถจดจำตราสินค้าและบริการของบริษัทลูกค้าได้

นอกจากนี้ บริษัทให้บริการสร้างช่องทางสื่อสารและกิจกรรมทางการตลาดผ่านสื่ออินเตอร์เน็ต (Online Communication and Online Campaign Development) โดยช่วยวางแผนและพัฒนาแผนโฆษณา รวมทั้งช่วยให้คำแนะนำและคัดสรรวิธีการในการส่งข้อมูลที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายของลูกค้าผ่านเครื่องมือต่างๆ ที่อยู่ในเครือข่ายอินเตอร์เน็ต ได้แก่ การลงโฆษณาผ่านป้ายโฆษณาในเว็บไซต์ (Banner) การส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ให้กับผู้ใช้อินเตอร์เน็ตโดยตรง (Direct E-mail) การลงบทความที่เกี่ยวข้องกับสินค้าและบริการของลูกค้า เพื่อช่วยประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการของบริษัทลูกค้าไปยังกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ใช้อินเตอร์เน็ต โดยบริษัทให้บริการในการจัดหาสื่ออินเตอร์เน็ตที่เหมาะสมสำหรับการส่งข้อมูลไปยังกลุ่มเป้าหมาย ตัวอย่างของการให้บริการสร้างช่องทางสื่อสารและกิจกรรมทางการตลาดผ่านสื่ออินเตอร์เน็ตของบริษัท เช่น การจัดหาเว็บไซต์ที่มีผู้ใช้งานตรงกับกลุ่มเป้าหมายของลูกค้าเพื่อลงโฆษณานบนป้ายโฆษณา ลงบทความโฆษณาสินค้าและบริการ และตอบปัญหาชิงรางวัลผ่านเว็บไซต์นั้นๆ รวมถึงการจัดหารายชื่อผู้ใช้อินเตอร์เน็ตที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายของลูกค้า เพื่อส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ให้โดยตรง เป็นต้น

2) การออกแบบและพัฒนาระบบ (Design and Development Solution)

การออกแบบและพัฒนาระบบของบริษัทเป็นการให้บริการพัฒนาเว็บไซต์และเว็บแอปพลิเคชัน (Web Application) ตามแบบที่ลูกค้ากำหนด รวมถึงให้บริการในการดูแล ติดตาม และตรวจสอบเว็บไซต์และเว็บแอปพลิเคชันของลูกค้า เพื่อทำการปรับปรุงข้อมูลให้ถูกต้องและทันสมัยตลอดเวลา ซึ่งจะช่วยอำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้อินเตอร์เน็ตที่เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ของลูกค้าให้สามารถรับทราบข้อมูลข่าวสารของสินค้าและบริการที่ใช้งานอยู่หรือคาดว่าจะซื้อหรือใช้บริการได้ รวมถึงผู้ใช้อินเตอร์เน็ตที่เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์สามารถเข้าร่วมกิจกรรมทางการตลาดต่างๆ ที่เจ้าของสินค้าและบริการจัดขึ้น ทั้งนี้เพื่อให้การบริการของบริษัทครบวงจรมากขึ้น บริษัทจึงขยายการให้บริการจัดหาข้อมูลข่าวสารเพื่อนำเสนอบนเว็บไซต์ของลูกค้า (Content Licensing) โดยบริษัทมีเจ้าหน้าที่แผนกบริหารโครงการที่ทำหน้าที่รวบรวมข้อมูลข่าวสารและคัดสรรข้อมูลข่าวสารที่เป็นที่สนใจและเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้อินเตอร์เน็ต

การให้บริการของบริษัทยังรวมไปถึงการให้บริการพัฒนาระบบการเชื่อมโยงเว็บไซต์ของลูกค้าเข้ากับระบบฐานข้อมูล (System Integration) โดยออกแบบและพัฒนาเซิร์ฟเวอร์แอปพลิเคชัน (Server Application) ที่ทำหน้าที่ส่งข้อมูลให้กับเว็บแอปพลิเคชัน (Web Application) ที่ออกแบบให้อยู่ในเว็บไซต์ เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารที่แสดงอยู่บนเว็บไซต์เป็นข้อมูลที่ทันสมัยอยู่ตลอดเวลาและตรงกับความต้องการของผู้ใช้อินเตอร์เน็ต บริการดังกล่าวจะช่วยลดการใช้ทรัพยากรบุคคลในการปรับปรุงข้อมูลข่าวสาร ซึ่งอาจต้องเสียเวลาในการดำเนินงานหากข้อมูลที่ต้องการมีจำนวนมากและมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา อีกทั้งอาจก่อให้เกิดความล่าช้าในการปรับปรุงข้อมูล และอาจเกิดความผิดพลาดได้ง่ายกว่าการปรับปรุงข้อมูลผ่านเว็บแอปพลิเคชันที่ได้ออกแบบโครงสร้างไว้แล้ว ตัวอย่างเช่น เว็บไซต์ที่นำเสนอข้อมูลและราคาของสินค้าที่จำหน่ายและสินค้าที่ทำโปรโมชั่นทางด้านราคา การกำหนดบุคลากรที่ทำหน้าที่ปรับปรุงข้อมูลอาจเกิดความผิดพลาดได้ง่าย และเมื่อข้อมูลที่แสดงไม่ตรงกับในระบบฐานข้อมูลอาจส่งผลให้ผู้ใช้งานเกิดความไม่เชื่อถือข้อมูลที่ได้จากเว็บไซต์บนอินเตอร์เน็ต ซึ่งอาจทำให้ภาพลักษณ์ของบริษัทด้อยลงได้

นอกจากนี้ บริษัทให้บริการพัฒนาเว็บไซต์สำหรับเป็นช่องทางสื่อสารกับกลุ่มผู้ใช้งานภายในองค์กร (Intranet Solution) ซึ่งเป็นการให้บริการออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์สำหรับใช้งานบนเน็ตเวิร์คขนาดเล็กที่ใช้งานเฉพาะภายในองค์กรที่เรียกว่าอินทราเน็ต โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้เป็นช่องทางสื่อสารที่ให้อุปกรณ์และความรู้กับผู้ใช้งานภายในองค์กร ใช้ในการบริหารและการจัดการข้อมูลสำหรับบุคคลภายในองค์กรได้อย่างเหมาะสม ทำให้ใช้ประโยชน์จากทรัพยากรภายในองค์กรได้อย่างคุ้มค่าและช่วยลดต้นทุนขั้นตอนในการปฏิบัติงานขั้นตอนในการออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์สำหรับใช้งานในระบบอินทราเน็ตจะคล้ายกับขั้นตอนในการออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์สำหรับใช้งานในระบบอินเตอร์เน็ต

กลุ่มลูกค้าสำหรับบริการคำปรึกษาและพัฒนาผ่านสื่ออินเตอร์เน็ตและสื่อไร้สาย (Interactive Solutions) ของบริษัท ได้แก่ หน่วยงานราชการและบริษัทเอกชนขนาดใหญ่ โดยทั่วไปบริษัทใช้เวลาในการออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์สำหรับลูกค้าประมาณ 60 – 90 วันต่อโครงการ ซึ่งระยะเวลาในการทำงานจะขึ้นอยู่กับความซับซ้อนในการออกแบบและปริมาณข้อมูลที่ต้องการนำเสนอ โดยบริษัทคิดค่าบริการเป็นรายโครงการ

3.2.2 การตลาดและสภาวะการแข่งขัน

3.2.2.1 กลยุทธ์การแข่งขัน

จากการที่บริษัทมีความเชี่ยวชาญในการให้บริการคำปรึกษาและพัฒนาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อไร้สาย ประกอบกับบริษัททราบถึงพฤติกรรมของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ทำให้หน่วยงานราชการและเอกชนให้ความไว้วางใจบริษัทในการพัฒนาช่องทางสื่อสารผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต บริษัทมีกลุ่มบุคลากรที่มีความรู้ ความชำนาญ และมีประสบการณ์ในการออกแบบและพัฒนาช่องทางสื่อสารผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ให้สามารถเข้าถึงข้อมูลที่ต้องการและสามารถใช้งานได้ง่าย บริษัทกำหนดกลยุทธ์การแข่งขันสำหรับธุรกิจบริการคำปรึกษาและพัฒนาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อไร้สายไว้ดังนี้

- เน้นการออกแบบและพัฒนาช่องทางสื่อสารผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อไร้สายที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพการให้บริการของบริษัท
- สร้างความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มลูกค้าเพื่อเป็นการรักษารฐานลูกค้าเดิม โดยบริษัทเน้นการบริการหลังการขายในด้านการให้ความช่วยเหลือและให้คำปรึกษาเมื่อลูกค้าเกิดปัญหาในเรื่องการใช้งานช่องทางสื่อสารผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อไร้สายที่บริษัทเป็นผู้ออกแบบและพัฒนา
- เน้นการขยายฐานลูกค้าใหม่ให้มากขึ้น โดยมุ่งการให้บริการไปยังหน่วยงานราชการและบริษัทเอกชนที่มีศักยภาพในการจัดทำโครงการสื่อสารผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อไร้สาย

3.2.2.2 นโยบายราคา

บริษัทไม่มีนโยบายในการแข่งขันโดยการตัดราคาสำหรับธุรกิจบริการคำปรึกษาและพัฒนาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อไร้สาย แต่มีนโยบายในการกำหนดอัตราค่าบริการให้เหมาะสม โดยพิจารณาปัจจัยในเรื่องต้นทุนการดำเนินงานของบริษัทเป็นหลัก และอิงกับอัตราค่าบริการของคู่แข่ง เพื่อให้บริษัทสามารถแข่งขันได้

3.2.2.3 ลักษณะลูกค้าและช่องทางการจำหน่าย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายสำหรับธุรกิจบริการคำปรึกษาและพัฒนาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อไร้สาย ได้แก่ หน่วยงานราชการและบริษัทเอกชนขนาดใหญ่ เนื่องจากบริษัทเอกชนและหน่วยงานราชการเหล่านี้มักมีงบประมาณในการลงทุนด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่อยู่ในระดับค่อนข้างสูง บริษัทเน้นการให้บริการที่ดีแก่ลูกค้าทั้งก่อนและหลังการขาย ไม่ว่าจะเป็นการให้คำปรึกษาในเบื้องต้น และการทำงานที่รวดเร็วและแม่นยำ จากการที่บริษัทมีเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ความชำนาญและมีประสบการณ์ในธุรกิจบริการคำปรึกษาและพัฒนาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อไร้สายมานาน ประกอบกับบริษัทมีผลงานในอดีตจากการให้บริการบริษัทเอกชนและหน่วยงานราชการหลายแห่ง บริษัทจึงได้รับความไว้วางใจให้เป็นผู้จัดทำโครงการสื่อสารผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อไร้สายให้กับองค์กรและบริษัทต่างๆ อย่างต่อเนื่อง ตัวอย่างผลงานการให้บริการคำปรึกษาและพัฒนาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อไร้สายที่บริษัทให้บริการเป็นดังนี้

รายชื่อลูกค้า	โครงการ	ระยะเวลา
บริษัท ไบโคโนซูเมอร์ จำกัด	โครงการพัฒนาเว็บไซต์ จำนวน 3 โครงการ	2545 – 2547
บริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน)	โครงการพัฒนาเว็บไซต์ และโครงการพัฒนาระบบ Intranet	2545 – 2546
บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน วรธน จำกัด	โครงการพัฒนาระบบ Internet Trading System	2545
กระทรวงสาธารณสุข	โครงการพัฒนาเว็บไซต์ภาษาไทยและอังกฤษ	2545 – 2546
บริษัท ยูนิลีเวอร์ ไทย โฮลดิ้ง จำกัด	โครงการพัฒนาเว็บไซต์ จำนวน 4 โครงการ	2545 - 2548
บริษัท ฟอร์โมสดี ฟรอสแลนด์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)	โครงการพัฒนาเว็บไซต์	2546 – 2547
บริษัท เอลก้า ประเทศไทย จำกัด	โครงการพัฒนาเว็บไซต์ เครื่องสำอางค์คลีนิกซ์	2546 – 2547
กรมทรัพยากรน้ำ	โครงการพัฒนาเว็บไซต์	2547 – 2548
บริษัท แอมเวย์ ประเทศไทย (จำกัด)	โครงการพัฒนาเว็บไซต์ จำนวน 2 โครงการ	2547 - 2548
บริษัท อีวีว่า ประกันภัย จำกัด	โครงการพัฒนาเว็บไซต์	2547 - 2548
บริษัท ทีซีซี ฟาร์มูติคอล จำกัด	โครงการพัฒนาเว็บไซต์ผลิตภัณฑ์ Redbull และ Sponsor	2548
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	โครงการพัฒนาเว็บไซต์	2548

สัดส่วนของรายได้จากการให้บริการคำปรึกษาและพัฒนาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อไร้สายในระหว่างปี 2544 ถึงปี 2547 จำแนกตามประเภทของลูกค้าได้ดังต่อไปนี้

(หน่วย: ร้อยละ)

กลุ่มลูกค้า	2544	2545	2546	2547
ภาคเอกชน *	100.00	93.38	86.99	85.37
ราชการและรัฐวิสาหกิจ *	0.00	6.62	13.01	14.62
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ * ร้อยละของยอดขายรายได้จากการให้บริการคำปรึกษาและพัฒนาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อไร้สาย

ที่ผ่านมาบริษัทให้บริการคำปรึกษาและพัฒนาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อไร้สายกับทั้งหน่วยงานราชการและบริษัทเอกชนขนาดใหญ่ โดยสัดส่วนรายได้จากการให้บริการคำปรึกษาและพัฒนาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อไร้สายกับภาคเอกชนต่อภาครัฐเท่ากับ 100 ต่อ 0 ในปี 2544 เท่ากับ 93.38 ต่อ 6.62 ในปี 2545 เท่ากับ 86.99 ต่อ 13.01 ในปี 2546 และเท่ากับ 85.37 ต่อ 14.62 ในปี 2547 เนื่องจากบริษัทมีการขยายฐานลูกค้าออกไปยังกลุ่มหน่วยงานราชการที่มีงบประมาณในการพัฒนาระบบการติดต่อกับผู้ใช้งานมากขึ้น แต่รายได้จากการให้บริการคำปรึกษาและพัฒนาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อไร้สายส่วนใหญ่ยังคงมาจากการให้บริการกับกลุ่มบริษัทเอกชนเป็นหลัก

บริษัทเริ่มให้บริการคำปรึกษาและพัฒนาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อไร้สายตั้งแต่เดือนตุลาคม 2544 ซึ่งที่ผ่านมาลูกค้าส่วนหนึ่งมีการติดต่อและใช้บริการกับบริษัทเรื่อยมา โดยในปี 2547 การให้บริการให้คำปรึกษาออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ของบริษัทเป็นการให้บริการกับลูกค้าที่เคยใช้บริการของบริษัทร้อยละ 80.00 ซึ่งการใช้บริการส่วนใหญ่เป็นในลักษณะการต่อสัญญาเพื่อให้บริษัทดูแลและปรับปรุงข้อมูลภายในเว็บไซต์และการทำสัญญาเพื่อให้บริษัทออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ให้อีกครั้ง

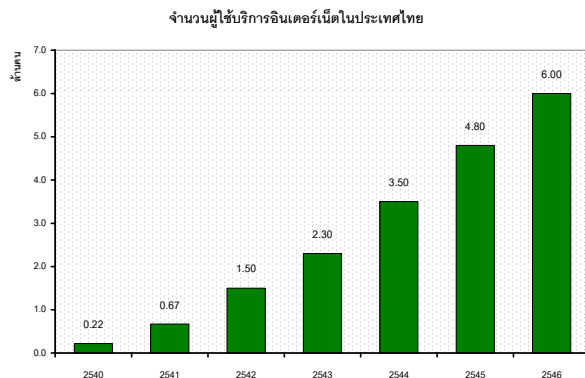
เจ้าหน้าที่แผนกขายและบริการลูกค้าของบริษัททำหน้าที่ติดต่อกับบริษัทเอกชนเพื่อเสนอการให้บริการคำปรึกษาและพัฒนาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อไร้สาย ซึ่งเจ้าหน้าที่แผนกขายและบริการลูกค้าเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถและมีประสบการณ์ในธุรกิจบริการคำปรึกษาและพัฒนาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อไร้สายเป็นอย่างดี จึงสามารถให้คำแนะนำกับลูกค้าถึงประโยชน์ที่จะได้รับการจัดทำโครงการผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อไร้สายให้เข้ากับการดำเนินธุรกิจของลูกค้า และสามารถเสนอรูปแบบการให้บริการที่เหมาะสมกับความต้องการหลักของลูกค้าและธุรกิจของลูกค้า ซึ่งช่วยให้ลูกค้าสามารถตัดสินใจใช้บริการกับบริษัทได้ง่ายขึ้น หากลูกค้าสนใจที่จะให้บริษัทเป็นผู้คำปรึกษาและพัฒนาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อไร้สาย บริษัทจะประเมินต้นทุนในการออกแบบและพัฒนาตามวัตถุประสงค์และความต้องการของลูกค้า และทำการเสนอราคาให้กับลูกค้า ภายหลังจากที่ได้ข้อสรุปในเรื่องขอบเขตการให้บริการและอัตราค่าบริการแล้ว บริษัทจะศึกษาบริษัทลูกค้าอย่างละเอียดเพื่อออกแบบและจัดทำโครงการสื่อสารสื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อไร้สายที่เหมาะสมกับบริษัทลูกค้า

สำหรับลูกค้ากลุ่มราชการและรัฐวิสาหกิจ การจัดจ้างมักอยู่ในรูปของการประมูลโครงการทั้งหมด ซึ่งการประมูลโครงการของภาครัฐบาลจะเริ่มจากการขอรับแบบข้อกำหนดและขอบเขตของระบบงานโครงการ (Terms of Reference หรือ "TOR") โดยบริษัทมีเจ้าหน้าที่แผนกขายและบริการลูกค้าทำหน้าที่ศึกษาข้อกำหนดและขอบเขตของโครงการจากแบบ TOR ที่แสดงรายละเอียดต่างๆ เช่น คุณสมบัติบริษัทที่มีสิทธิ์เข้าสอบราคา ขอบเขตการดำเนินงาน ข้อกำหนดด้านโครงสร้างของระบบ ข้อกำหนดด้านเนื้อหาที่นำเสนอ การติดตั้ง ระยะเวลาในการทำงาน เป็นต้น เจ้าหน้าที่แผนกขายและบริการลูกค้าที่รับผิดชอบในการจัดทำเอกสารข้อเสนอทางเทคนิค ซึ่งประกอบด้วย การดำเนินการออกแบบเว็บไซต์ที่ตรงกับขอบเขตและข้อกำหนดของโครงการเบื้องต้น และประเมินและสรุปราคาในการจัดทำโครงการ เพื่อนำตัวอย่างเว็บไซต์ที่ออกแบบและราคาค่าบริการเข้าสอบราคาแข่งกับผู้ประกอบการรายอื่นๆ ถ้าบริษัทได้รับการอนุมัติให้เป็นผู้รับจ้างจากหน่วยงานราชการนั้นๆ เจ้าหน้าที่แผนกพัฒนาระบบโปรแกรมก็จะดำเนินการพัฒนาเว็บไซต์ให้เป็นไปตามข้อกำหนดและขอบเขตของโครงการและส่งมอบให้กับหน่วยงานราชการต่อไป

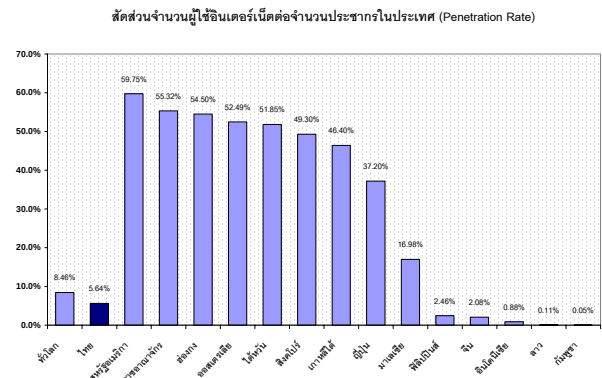
3.2.2.4 ภาวะอุตสาหกรรม

การขยายตัวของอุตสาหกรรมธุรกิจอินเทอร์เน็ตมีผลโดยตรงต่อการขยายตัวของธุรกิจบริการคำปรึกษาและพัฒนาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อไร้สาย เนื่องจากจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เพิ่มสูงขึ้นจะทำให้สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มคนได้มากขึ้นและกระจายไปสู่วงกว้างได้มากขึ้น ทำให้สื่ออินเทอร์เน็ตได้รับความสนใจจากหน่วยงานราชการและบริษัทเอกชนขนาดใหญ่ในการใช้เป็นช่องทางสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น

ที่ผ่านมาธุรกิจอินเทอร์เน็ตมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง การพิจารณาการเพิ่มจำนวนของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นวิธีการหนึ่งซึ่งสามารถวัดการขยายตัวของธุรกิจอินเทอร์เน็ต จากผลสำรวจของ NECTEC พบว่าจำนวนผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยเติบโตขึ้นอย่างมาก โดยจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตภายในประเทศมีจำนวนเพียง 0.22 ล้านคนในปี 2540 เพิ่มขึ้นเป็น 6.00 ล้านคนในปี 2546

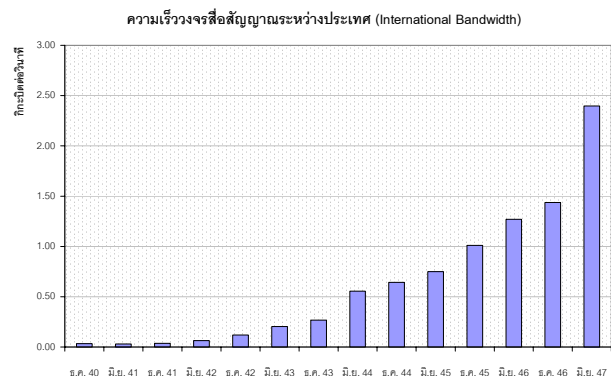


ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (NECTEC)

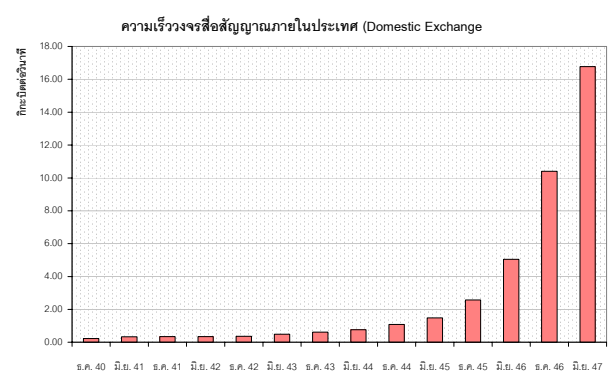


ที่มา : สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ (NITC) และ www.nua.net ณ เดือน มกราคม 2545

จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยยังคงมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นทุกปี เมื่อเปรียบเทียบกับสัดส่วนจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตต่อจำนวนประชากรทั้งหมดของประเทศไทยกับประเทศอื่น จะเห็นว่าประเทศไทยที่ใช้จำนวนอินเทอร์เน็ตอยู่ในระดับต่ำ โดยสัดส่วนจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยคิดเป็นร้อยละ 5.64 ของจำนวนประชากรทั้งหมด ในขณะที่ประเทศที่ในทวีปยุโรปและอเมริกา เช่น สหรัฐอเมริกาที่มีจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตคิดเป็นร้อยละ 59.75 ของจำนวนประชากรทั้งหมด และอังกฤษที่มีจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตคิดเป็นร้อยละ 55.32 ของจำนวนประชากรทั้งหมด แม้แต่ประเทศในทวีปเอเชีย เช่น ฮองกงที่มีจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตคิดเป็นร้อยละ 54.50 ของจำนวนประชากรทั้งหมด และได้หวันที่มีจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตคิดเป็นร้อยละ 51.85 ของจำนวนประชากรทั้งหมด โดยเฉลี่ยแล้วทั่วโลกจะมีจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตคิดเป็นร้อยละ 8.46 ของจำนวนประชากรทั้งหมด ทั้งหมดนี้ชี้ให้เห็นถึงโอกาสที่ธุรกิจอินเทอร์เน็ตจะเติบโตขึ้นในระดับสูงในอนาคต



ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (NECTEC)



การขยายตัวของอุตสาหกรรมธุรกิจอินเทอร์เน็ตสามารถวัดได้จากการเพิ่มขึ้นของความเร็วของวงจรรีสัญญาณความเร็วสูงระหว่างประเทศ (International Bandwidth) และวงจรรีสัญญาณความเร็วสูงภายในประเทศ (Domestic Exchange Bandwidth) ที่ใช้งานในเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้วิธีหนึ่ง จากรายงานของ NECTEC ณ สิ้นเดือนมิถุนายน 2547 ความเร็วของวงจรรีสัญญาณความเร็วสูงระหว่างประเทศมีขนาดประมาณ 2,397.88 เมกกะบิตต่อวินาที และความเร็วของวงจรรีสัญญาณความเร็วสูงภายในประเทศมีขนาดประมาณ 16,773.00 เมกกะบิตต่อวินาที เพิ่มขึ้นจากเดิมที่ ณ สิ้นเดือนธันวาคม 2546 ความเร็วของวงจรรีสัญญาณความเร็วสูงระหว่างประเทศมีขนาดประมาณ 1,437.88 เมกกะบิตต่อวินาที และความเร็วของวงจรรีสัญญาณความเร็วสูงภายในประเทศมีขนาดประมาณ 10,409.10 เมกกะบิตต่อวินาที การเพิ่มขึ้นของความเร็วของวงจรรีสัญญาณเป็นเพราะความต้องการรับส่งข้อมูลที่เพิ่มขึ้นจากการเพิ่มจำนวนผู้ใช้

อินเทอร์เน็ตภายในประเทศ โดยปริมาณข้อมูลที่ไหลเวียนในระบบแลกเปลี่ยนข้อมูลภายในประเทศ (Domestic Internet Traffic Volume) เท่ากับ 7,618.60 กิกะบิตต่อวันในเดือนมิถุนายน 2547 เพิ่มขึ้นจาก 5,438.20 กิกะบิตต่อวันในเดือนธันวาคม 2546

สาเหตุสำคัญที่ทำให้มีจำนวนผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้น คือ การลดอัตราค่าบริการอินเทอร์เน็ตที่เกิดขึ้นในช่วงที่ผ่านมา เนื่องจากการแข่งขันของผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย การสนับสนุนและผลักดันจากภาครัฐให้ประชาชนมีโอกาสได้ใช้อินเทอร์เน็ตอย่างกว้างขวางโดยมีอัตราค่าบริการที่ถูก เช่น โครงการคอมพิวเตอร์เพื่ออาหารและคอมพิวเตอร์ราคาประหยัดของไอซีที (กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร) และโครงการคลื่นเน็ตเพื่อให้บริการอินเทอร์เน็ตในราคาถูกกับประชาชน และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตที่ช่วยให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตสามารถใช้งานอินเทอร์เน็ตได้ง่ายขึ้น เช่น การใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (Broad Band Internet) ร่วมกับระบบเครือข่ายไร้สาย (Wireless LAN) ทำให้การใช้งานอินเทอร์เน็ตไม่ได้จำกัดอยู่เฉพาะภายในบ้านหรือที่ทำงาน ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตยังสามารถใช้บริการอินเทอร์เน็ตภายในร้านค้า ร้านอาหาร และพื้นที่สาธารณะอื่นที่มีการติดตั้งระบบเครือข่ายไร้สายเพื่อให้บริการ

นอกจากนี้ ภายหลังจากที่เศรษฐกิจเริ่มฟื้นตัว บริษัทเอกชนและหน่วยงานราชการเริ่มมีการลงทุนพัฒนาระบบเครือข่ายสำหรับใช้งานภายในองค์กรเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะภาคเอกชนที่มีแนวโน้มในการลงทุนพัฒนาระบบเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน เช่น กลุ่มธนาคารพาณิชย์ที่มีการขยายการลงทุนพัฒนาระบบเครือข่ายเพื่อเชื่อมโยงข้อมูลภายในองค์กรและรับส่งข้อมูลระหว่างธนาคารกับลูกค้าธนาคาร เพื่อรองรับการค้าผ่านเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์ตลอดจนเพิ่มศักยภาพการให้บริการ กลุ่มโทรคมนาคมและการสื่อสารที่มีความจำเป็นต้องใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ เพื่อใช้เป็นกลยุทธ์ในการแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่น เป็นต้น ดังจะเห็นได้จากตลาดคอมพิวเตอร์สำหรับระบบเครือข่ายภายในองค์กรที่มีมูลค่าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีมูลค่าเท่ากับ 3,540 ล้านบาทในปี 2544 ปรับตัวเพิ่มขึ้นเป็น 4,120 ล้านบาทในปี 2545 หรือปรับเพิ่มขึ้นร้อยละ 16.38 จากปี 2544 และทรงตัวอยู่ที่ 4,100 ล้านบาทในปี 2546 โดยในปี 2547 ATCI และ ATSI คาดว่าตลาดคอมพิวเตอร์สำหรับระบบเครือข่ายจะขยายคิดเป็นมูลค่าประมาณ 4,490 ล้านบาท หรือปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 9.51 จากปี 2546 ทั้งนี้เป็นผลมาจากการเพิ่มการลงทุนพัฒนาระบบเครือข่ายสำหรับใช้งานภายในองค์กร

การสนับสนุนของภาครัฐของก็เป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยให้เกิดการขยายตัวของธุรกิจบริการค้าปลีกและพัฒนาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อไร้สาย โดยที่ผ่านมารัฐบาลมีการพิจารณาแผนแม่บทเทคโนโลยีสารสนเทศของประเทศไทย ซึ่งได้ดำเนินการส่งเสริมและผลักดันการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศของประเทศ โดยเน้นการสร้างพื้นฐานด้านต่างๆ ทั้งในด้านโครงสร้างพื้นฐานสารสนเทศ การเสริมสร้างทรัพยากรมนุษย์ การบริหารงานภาครัฐ และนโยบายส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในภาครัฐและเอกชนมากขึ้น เช่น โครงการ E-Government ที่มีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยการบริหารจัดการงานในหน่วยงานราชการ การใช้งานระบบ Enterprise Resource Planning (ERP) และ ระบบ Customer Relationship Management (CRM) เพื่อสร้างศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจสาขาสื่ออินเทอร์เน็ตที่เปิดเสรีมากยิ่งขึ้น

ทั้งหมดนี้เป็นปัจจัยที่สำคัญที่จะทำให้ธุรกิจบริการค้าปลีกและพัฒนาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อไร้สาย ซึ่งประกอบด้วย การให้บริการให้คำปรึกษาการออกแบบและพัฒนาระบบ การพัฒนาแอปพลิเคชันสำหรับระบบ และการบำรุงรักษาระบบมีโอกาสดิบโตอย่างต่อเนื่อง

3.2.2.5 สภาวะการแข่งขัน

จากการที่หน่วยงานราชการและบริษัทเอกชนหลายรายให้ความสนใจในการพัฒนาเว็บไซต์ของตัวเอง เพื่อวัตถุประสงค์ในการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีจำนวนเพิ่มสูงขึ้นอย่างมากในช่วงที่ผ่านมา และเพื่อเป็นการเสริมสร้างภาพลักษณ์ให้กับองค์กร ทำให้ตลาดธุรกิจบริการค้าปลีกและพัฒนาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อไร้สายเริ่มขยายตัวมากขึ้น ส่งผลให้ผู้ประกอบการเป็นจำนวนมากทั้งรายเล็กและรายใหญ่หันมาให้ความสนใจให้บริการที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการค้าปลีกและพัฒนาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อไร้สาย เมื่อพิจารณาจากชื่อเสียงและผลงานที่ผ่านมาของผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจบริการค้าปลีกและพัฒนาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อไร้สายแต่ละราย ผู้ประกอบการในปัจจุบันที่ถือเป็นคู่แข่งของบริษัท ประกอบด้วย บริษัท ธอมัสไอเดีย จำกัด บริษัท ลีอกซิป จำกัด บริษัท ไอเน็ตเอเชีย โซลูชั่น จำกัด และบริษัท สยามเว็บ จำกัด (มหาชน) แม้ว่าคู่แข่งแต่ละรายจะให้บริการพัฒนาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อไร้สายเหมือนกัน แต่ลักษณะการดำเนินธุรกิจและขอบเขตการดำเนินธุรกิจจะแตกต่างกันออกไป เช่น บางรายให้บริการเฉพาะการพัฒนาเว็บไซต์และเว็บแอปพลิเคชันตามที่ลูกค้าเป็นผู้กำหนด หรือ บางรายให้บริการออกแบบและพัฒนาระบบเว็บไซต์ที่เหมาะสมกับลูกค้า แต่ไม่ครอบคลุมไปถึงการให้บริการด้านการตลาดสื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อไร้สายควบคู่กันไป เป็นต้น ในขณะที่บริษัทพยายามเน้นการให้บริการที่ครบวงจร โดยเริ่มตั้งแต่

ให้บริการออกแบบเว็บไซต์ที่เหมาะสมกับลักษณะธุรกิจของลูกค้า พัฒนาเว็บไซต์และเว็บแอปพลิเคชันที่จำเป็นสำหรับการทำงานในเว็บไซด์ของลูกค้า ให้บริการข้อมูลข่าวสารเพื่อสร้างความน่าสนใจให้กับเว็บไซด์ของลูกค้า รวมทั้งการดูแลและปรับปรุงเว็บไซต์ให้มีรูปแบบและข้อมูลที่ทันสมัยตลอดเวลา รูปแบบการให้บริการที่ครอบคลุมในทุกๆ ด้านของบริษัทช่วยสร้างความได้เปรียบในด้านการแข่งขันเหนือคู่แข่งบางรายได้

การเพิ่มจำนวนผู้ให้บริการคำปรึกษาและพัฒนาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อไร้สายอย่างมากในช่วงที่ผ่านมา ทำให้เกิดภาวะการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นทั้งในด้านราคาและบริการ โดยจะมีการแข่งขันกันลดราคาค่าบริการในขณะที่เพิ่มการให้บริการกับลูกค้า ซึ่งเป็นผลให้กำไรจากการให้บริการของผู้ประกอบการแต่ละรายมีแนวโน้มที่ลดลง ดังนั้น บริษัทมีนโยบายเน้นการให้บริการที่มีคุณภาพสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ โดยไม่เน้นการแข่งขันด้านราคา บริษัทเน้นเสนอบริการแก่หน่วยงานราชการและบริษัทเอกชนขนาดใหญ่ที่มีชื่อเสียง จึงเชื่อได้ว่ากลุ่มลูกค้าเหล่านี้จะให้ความสำคัญกับคุณภาพของบริการมากกว่าการให้ความสำคัญในด้านอัตราค่าบริการเพียงอย่างเดียว

เนื่องจากเว็บไซด์ที่ปรากฏสู่สายตาของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตแสดงถึงภาพลักษณ์ของสินค้าและบริการของลูกค้า ถ้าเว็บไซด์ออกแบบมาไม่ดีพออาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของสินค้าและบริการได้ นอกจากนี้ บริษัทมีเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้และมีประสบการณ์ในการให้บริการคำปรึกษาและพัฒนาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อไร้สาย ทำให้บริษัทสามารถแข่งขันในตลาดได้แม้ว่าธุรกิจนี้จะมีคู่แข่งจำนวนมากก็ตาม

3.2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

การให้บริการคำปรึกษาและพัฒนาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อไร้สายจะเริ่มต้นจากเจ้าหน้าที่ทุกแผนกในฝ่ายอินเทอร์เน็ตที่ฟิสิกส์ชั้นที่มีความชำนาญในการออกแบบจะศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับบริษัทลูกค้า สินค้าและบริการของลูกค้า ศึกษาแข่งของลูกค้านำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์และกำหนดรูปแบบที่เหมาะสมสำหรับเว็บไซด์ลูกค้า สำหรับเนื้อหาที่จะแสดงภายในเว็บไซด์ของลูกค้าแต่ละรายจะขึ้นอยู่กับความต้องการของลูกค้าว่าต้องการบอกกล่าวข้อมูลด้านใดให้แก่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตได้รู้และรับทราบ เช่น ประวัติบริษัท รายละเอียดของสินค้าและบริการ รูปภาพตราสัญลักษณ์ของบริษัท รูปภาพตัวอย่างสินค้า เป็นต้น โดยบริษัทจะนำเสนอข้อมูลแก่ลูกค้าเพื่อหาข้อสรุปแนวทางการพัฒนาช่องทางสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตตามความต้องการของลูกค้าก่อนจะเริ่มพัฒนาเว็บไซด์จริงทุกครั้ง เมื่อสามารถกำหนดแนวทางการพัฒนาที่เหมาะสมและตรงกับความต้องการของลูกค้า เจ้าหน้าที่แผนกสร้างสรรค์ของบริษัทจะดำเนินการออกแบบเว็บไซด์และพัฒนาเว็บไซด์ตามแนวทางที่กำหนด

ในการให้บริการคำปรึกษาและพัฒนาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อไร้สายให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุจุดประสงค์ที่ตั้งไว้ นั้น บุคลากรของบริษัทจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดความสามารถในการดำเนินธุรกิจของบริษัท ดังนั้น บริษัทจึงมีนโยบายในการจัดการทรัพยากรบุคคลอย่างมีประสิทธิภาพโดยคัดเลือกบุคลากรที่มีประสิทธิภาพเข้าร่วมงานกับบริษัท รวมถึงวางแผนพัฒนาทักษะในการทำงานของบุคลากรให้สอดคล้องกับการกลยุทธ์ในการเติบโตของบริษัท โดยปัจจุบันบริษัทมีนักพัฒนาเว็บไซด์จำนวน 10 คน เพื่อทำหน้าที่พัฒนาช่องทางสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตให้กับลูกค้า นอกจากนี้ ปัจจัยสำคัญอีกปัจจัยหนึ่งในการทำธุรกิจบริการคำปรึกษาและพัฒนาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อไร้สาย คือ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในการพัฒนาเว็บไซด์ ซึ่งบริษัทได้ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ทันสมัยหลายๆ ชนิด ร่วมกันในการพัฒนาเว็บไซด์ให้มีความเหมาะสมและตรงกับความต้องการใช้ของลูกค้าให้ได้มากที่สุด

3.3 ธุรกิจสื่อดิจิทัล (Digital Media)

บริษัทเป็นผู้ให้บริการสื่อดิจิทัลผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อไร้สายสำหรับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ การจัดกิจกรรม และการติดต่อสื่อสารต่างๆ ให้กับลูกค้าที่สนใจที่การโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการไปยังกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตและผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ บริษัทพยายามพัฒนาเว็บไซด์ www.siam2you.com ของบริษัทให้เป็นที่น่าสนใจและง่ายต่อการใช้งาน ซึ่งจะส่งผลให้มีจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตใช้งานเว็บไซด์ของบริษัทมากขึ้นและจะช่วยดึงดูดให้บริษัทผู้ประกอบการสนใจที่จะทำการตลาดผ่านทางเว็บไซด์ของบริษัท โดยบริษัทมีการพัฒนาเว็บไซด์และรูปแบบการให้บริการให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีและกระแสนิยมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต รวมทั้งนำเสนอข้อมูลและเนื้อหาสาระที่น่าสนใจและเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้อินเทอร์เน็ต

การที่เว็บไซด์ของบริษัทเป็นสื่อบนอินเทอร์เน็ตที่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นจำนวนมากได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้บริษัทสามารถสร้างรายได้ค่าโฆษณาในแผ่นป้ายโฆษณา (Banner) ในรูปแบบและขนาดต่างๆ บนหน้าเว็บ (Web Page) ที่อยู่ในเว็บไซด์ www.siam2you.com ของบริษัท ซึ่งมีรูปแบบคล้ายการลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้อ่านหนังสือและนิตยสาร ในขณะที่การลงโฆษณาในเว็บไซด์มีกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตที่เข้ามาใช้งานเว็บไซด์ของบริษัท นอกจากนี้ บริษัทยังให้บริการลงบทความ

โฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการบนเว็บไซต์ของบริษัท การจัดให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตตอบปัญหาชิงรางวัลผ่านเว็บไซต์ของบริษัทและผ่านการส่งข้อความทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ และการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ให้กับสมาชิกของเว็บไซต์ของบริษัทอีกด้วย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจสื่อดิจิทัล คือ กลุ่มบริษัทที่สนใจที่จะโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์เคลื่อนที่ บริษัทจะมีเจ้าหน้าที่แผนกขายและบริการลูกค้าทำหน้าที่หาลูกค้าที่สนใจจัดกิจกรรมทางการตลาดผ่านสื่อดิจิทัล โดยเฉพาะ ที่ผ่านมามีบริษัทเน้นการให้บริการแก่บริษัทเอกชนที่มีสินค้าและบริการที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นวัยรุ่นและคนในวัยทำงานที่มีอายุไม่มากเป็นหลัก เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายนี้ส่วนใหญ่มีการใช้งานอินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ทันสมัย การทำโฆษณาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์เคลื่อนที่จึงเหมาะสมกับสินค้าและบริการประเภทนี้เป็นอย่างยิ่ง นอกจากนี้ บริษัทเน้นการให้บริการที่ดี สะดวก รวดเร็ว รวมทั้งมีค่าบริการที่สมเหตุสมผล เพื่อสร้างความประทับใจแก่ลูกค้าและทำให้ความต้องการของลูกค้าที่จะนำเสนอสินค้าและบริการบรรลุตามความต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพที่สุด

ทั้งนี้ นับตั้งแต่บริษัทเริ่มดำเนินธุรกิจสื่อดิจิทัลในเดือนตุลาคม 2542 เป็นต้นมา บริษัทมีการให้บริการโฆษณาผ่านสื่อดิจิทัลของบริษัทกับลูกค้าเป็นจำนวนมาก และมีลูกค้าบางกลุ่มที่ได้ผลตอบรับที่ดีจากการโฆษณาผ่านสื่อดิจิทัลของบริษัทก็จะลงโฆษณาผ่านสื่อดิจิทัลของบริษัทเป็นประจำ โดยในปี 2547 ลูกค้าที่เคยลงโฆษณาผ่านสื่อดิจิทัลของบริษัทและกลับมาลงโฆษณาผ่านสื่อดิจิทัลของบริษัทอีกครั้งคิดเป็นร้อยละ 57.14 ซึ่งส่วนใหญ่เป็นลูกค้าที่ได้รับผลตอบรับจากการโฆษณาผ่านสื่อดิจิทัลที่ดี จึงมีการทำสัญญาเพื่อให้บริษัทจัดกิจกรรมทางการตลาดให้อีกครั้ง

แม้ว่าธุรกิจสื่อดิจิทัลมิได้เป็นธุรกิจหลักที่สร้างรายได้ให้กับบริษัท แต่การให้บริการข้อมูลข่าวสารต่างๆ และการจัดกิจกรรมการตลาดให้กับลูกค้าผ่านเว็บไซต์ของบริษัท ทำให้เว็บไซต์ของบริษัทได้รับความนิยม บริษัทจึงสามารถใช้เว็บไซต์ของบริษัทเป็นช่องทางจำหน่ายข้อมูลบริการเสริมสำหรับผู้บริโภคโทรศัพท์เคลื่อนที่อีกทางหนึ่ง

3.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

ณ วันที่ 25 มกราคม 2548 บริษัทมีโครงการในส่วนของธุรกิจบริการคำปรึกษาและพัฒนาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อไร้สายที่อยู่ระหว่างการดำเนินการทั้งสิ้น 13 โครงการ ซึ่งคิดเป็นมูลค่างานรวมทั้งสิ้น 8.97 ล้านบาท โดยมีรายละเอียดสรุปได้ดังนี้

ลูกค้า	โครงการ	มูลค่างาน (ล้านบาท)	กำหนดส่งมอบ
1. กรมทรัพยากรน้ำ	โครงการพัฒนาเว็บไซต์	1.87	กำหนดส่งมอบ 31 มกราคม 2548 *
2. บริษัท โบอิคอนซูเมอร์ จำกัด	โครงการพัฒนาเว็บไซต์	0.65	กำหนดส่งมอบ 31 มกราคม 2548 *
3. ศูนย์สรีรวิทยาการฟื้นฟูสมรรถภาพทางการแพทย์แห่งชาติ	โครงการพัฒนาระบบข้อมูล	0.57	กำหนดส่งมอบ 10 กุมภาพันธ์ 2548 *
4. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	โครงการพัฒนาเว็บไซต์	0.20	กำหนดส่งมอบ 25 กุมภาพันธ์ 2548 *
5. บริษัท ไทยซัมซุง อิเลคทรอนิกส์ จำกัด	โครงการพัฒนาเว็บไซต์	0.35	กำหนดส่งมอบ 1 มีนาคม 2548 *
6. กองการกีฬา กรุงเทพมหานคร	โครงการพัฒนาเว็บไซต์	0.60	กำหนดส่งมอบ 15 มีนาคม 2548 *
7. บลจ. เอ็มเอฟซี	โครงการพัฒนาเกมส์หุ้น	0.30	กำหนดส่งมอบ 31 มีนาคม 2548 *
8. บริษัท อีวีว่า ประกันภัย จำกัด	โครงการปรับปรุงเว็บไซต์	0.40	กำหนดส่งมอบ 30 เมษายน 2548
9. บริษัท คาราต มีเดีย จำกัด	โครงการพัฒนาเว็บไซต์	0.17	กำหนดส่งมอบ 30 เมษายน 2548
10. บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด	โครงการพัฒนาเว็บไซต์ (2)	1.64	กำหนดส่งมอบ 30 มิถุนายน 2548
11. บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด	โครงการพัฒนาเว็บไซต์ (1)	1.15	กำหนดส่งมอบ 30 มิถุนายน 2548
12. บริษัท ทีซีซี ฟาร์มาซูติคอล จำกัด	โครงการพัฒนาเว็บไซต์	0.80	กำหนดส่งมอบ 30 มิถุนายน 2548
13. บริษัท สยามร่วมมิตร จำกัด	โครงการพัฒนาเว็บไซต์	0.27	กำหนดส่งมอบ 31 กรกฎาคม 2548
รวมทั้งหมด		8.97	

หมายเหตุ * ณ วันที่ 31 มีนาคม 2548 โครงการดังกล่าวแล้วเสร็จและส่งมอบให้กับลูกค้าแล้ว

ทั้งนี้ นับตั้งแต่บริษัทเริ่มดำเนินธุรกิจบริการคำปรึกษาและพัฒนาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อไร้สายในปี 2544 มีโครงการพัฒนาเว็บไซต์กับหน่วยราชการแห่งหนึ่งที่บริษัทไม่สามารถส่งมอบได้ภายในกำหนดเพียง 1 โครงการ มูลค่างาน 0.86 ล้านบาท ปัจจุบันบริษัทได้ส่งมอบงานดังกล่าวเป็นที่เรียบร้อยแล้ว และบริษัทต้องเสียค่าปรับจากการส่งมอบงานล่าช้าจำนวน 50,000 บาท