



THE NATIONAL TELECOMMUNICATIONS COMMISSION

รายงานสภาพตลาดโทรศัพท์พื้นฐาน โทรศัพท์เคลื่อนที่ และ บริการอินเทอร์เน็ต ไตรมาสที่ 3 ปี 2549

นางอังคณา จริณทิพย์พิทักษ์ นายประถมพงศ์ ศรีนวล และ นางสาววิจิตรา หาญเชิงชัย

โทรศัพท์: 0-2271-0151 ext. 501, 504, 507

e-mail address: psrinuan@yahoo.com,

ข้อคิดเห็นที่ปรากฏอยู่รายงานฉบับนี้เป็นความเห็นส่วนตัวของผู้เขียนโดยเฉพาะซึ่งไม่จำเป็นต้องสอดคล้อง
กับนโยบายของสำนักงานคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ

สภาพตลาดโทรศัพท์พื้นฐาน โทรศัพท์เคลื่อนที่ และบริการอินเทอร์เน็ต

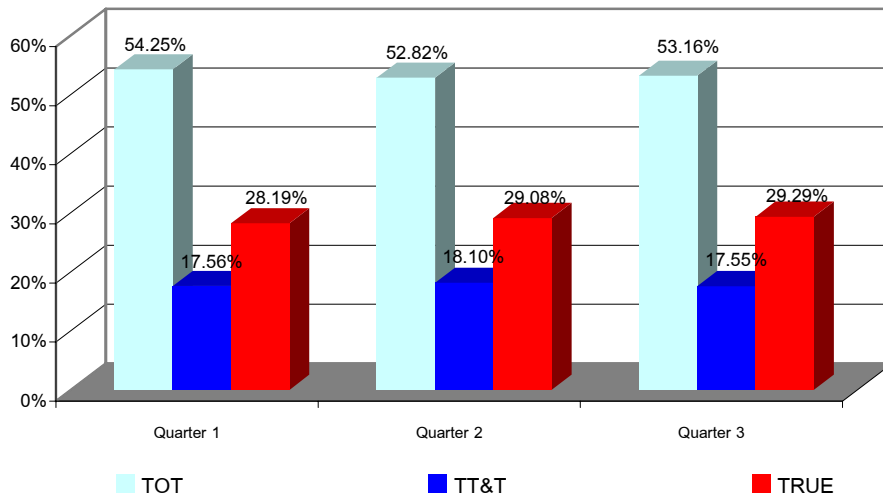
ณ ไตรมาสที่ 3 ปี 2549

การติดตามตรวจสอบติดตามสภาพการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมเป็นสิ่งจำเป็นในการกำกับดูแล แต่เนื่องจากประกาศ กทช. เรื่อง กำหนดลักษณะและประเภทของกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2548 ได้กำหนดลักษณะของโครงข่ายกิจการโทรคมนาคม และบริการโทรคมนาคม ซึ่งเป็นการกำหนดลักษณะโครงข่ายและบริการตามหลักการทางวิศวกรรม แต่การตรวจสอบการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคม มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องดำเนินการกำหนดตลาดที่เกี่ยวข้อง (Relevant market) ก่อน ทั้งนี้ เพื่อกำหนดขอบเขตของบริการโทรคมนาคมที่อยู่ในตลาดเดียวกัน ซึ่งจะทำให้สามารถพิจารณาการแข่งขันในตลาดนั้น ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่อย่างไรก็ตาม การดำเนินการกำหนดตลาดที่เกี่ยวข้อง (Relevant market) ใช้ระยะเวลาในการดำเนินการ เพื่อให้การตรวจสอบสภาพการแข่งขันสามารถดำเนินการต่อไปได้ จึงขอเสนอรายงานสภาพการแข่งขันในตลาดบริการโทรคมนาคม 3 ตลาดหลักที่ส่งผลกระทบต่อผู้ใช้บริการโดยตรง คือ ตลาดบริการโทรศัพท์พื้นฐาน ตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ตลาดบริการอินเทอร์เน็ต

1. ตลาดบริการโทรศัพท์พื้นฐาน

1.1 โครงสร้างตลาดบริการโทรศัพท์พื้นฐาน (Market Structure)

การให้บริการโทรศัพท์พื้นฐานในปัจจุบันประกอบด้วยผู้ลงทุนและผู้ดำเนินงาน 3 หน่วยงาน ได้แก่ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) (TOT) ให้บริการโทรศัพท์พื้นฐานทั่วประเทศ บริษัท ทูร์คอปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (TRUE) ให้บริการโทรศัพท์พื้นฐานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และบริษัท ทีทีแอนด์ที จำกัด (มหาชน) (TT&T) ให้บริการโทรศัพท์พื้นฐานในเขตภูมิภาค



รูปที่ 1 แนวโน้มส่วนแบ่งตลาดของตลาดบริการโทรศัพท์พื้นฐาน

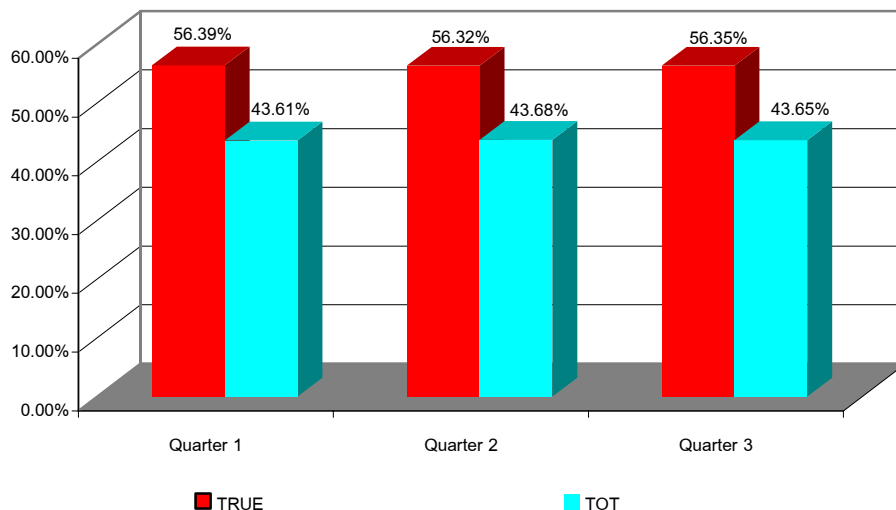
ที่มา: กลุ่มเฉพาะกิจด้านเลขหมายโทรคมนาคม สกทช.

การแข่งขันในภาพรวมของตลาดบริการโทรศัพท์พื้นฐานในสามไตรมาสที่ผ่านมาของปี 2549 บมจ. ทีโอที ยังคงครอบครองส่วนแบ่งการตลาดเป็นอันดับหนึ่ง แม้ว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงบ้างในระหว่างไตรมาส แต่โดยเฉลี่ยแล้ว บมจ. ทีโอที ครอบครองส่วนแบ่งตลาดประมาณร้อยละ 50 (ดูรูปที่ 1) ในขณะที่บริษัทเอกชนคู่แข่ง คือ บมจ. TRUE และ บมจ. TT&T มีส่วนแบ่งตลาดโดยเฉลี่ยทั้งสามไตรมาสประมาณ ร้อยละ 30 และ 20 ตามลำดับ ซึ่งโครงสร้างส่วนแบ่งตลาดในตลาดบริการโทรศัพท์พื้นฐานไม่ค่อยมีการเปลี่ยนแปลงมากนักเนื่องจากในอดีต บมจ.ทีโอที มีฐานะเป็นรัฐวิสาหกิจและเป็นผู้มีอำนาจในการให้สิทธิในการเป็นผู้ให้บริการโทรศัพท์พื้นฐานมาก่อน ด้วยข้อได้เปรียบของ บมจ.ทีโอที นี้เองจึงเป็นอุปสรรคสำคัญในการเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการรายอื่น

ทั้งนี้เมื่อแบ่งการพิจารณาตลาดโทรศัพท์พื้นฐานตามพื้นที่การให้บริการ เนื่องจากบริการโทรศัพท์พื้นฐานไม่สามารถใช้งานของผู้ให้บริการรายอื่นที่ไม่มีโครงข่ายในการให้บริการในพื้นที่นั้น ๆ ได้ แม้ว่าราคาค่าบริการของผู้ให้บริการรายอื่นจะมีราคาถูกกว่าก็ตาม อย่างไรก็ตามสามารถสรุปข้อมูลตามพื้นที่การให้บริการในไตรมาสที่ 3 ของปี 2549 ได้ดังต่อไปนี้

1) ตลาดโทรศัพท์พื้นฐานในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล

จากที่กล่าวไปแล้วว่าโครงสร้างส่วนแบ่งตลาดของตลาดบริการโทรศัพท์พื้นฐานไม่ค่อยมีการเปลี่ยนแปลงมากนัก ซึ่งในตลาดโทรศัพท์พื้นฐานในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลในสามไตรมาสแรก ของปี 2549 พบว่า บมจ. TRUE ยังคงมีส่วนแบ่งตลาดโทรศัพท์พื้นฐานในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล คิดเป็นร้อยละ 56 ซึ่งมากกว่า บมจ.ทีโอที แต่เป็นสัดส่วนที่แตกต่างกันไม่มากนัก (ดูรูปที่ 2) โดยในไตรมาสที่ 3 ของปี 2549 บมจ. TRUE มีเลขหมายที่ให้บริการประมาณ 1.99 ล้านเลขหมาย ในขณะที่ บมจ.ทีโอที ให้บริการประมาณ 1.54 ล้านเลขหมาย



รูปที่ 2 แนวโน้มส่วนแบ่งตลาดบริการโทรศัพท์พื้นฐานของผู้ประกอบการ 2 ราย ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล
ที่มา: กลุ่มเฉพาะกิจด้านเลขหมายโทรคมนาคม สกทช.

ตารางที่ 2 ส่วนแบ่งการตลาด จำนวนผู้ใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล และดัชนี HHI ระหว่างไตรมาสที่ 1 - 3

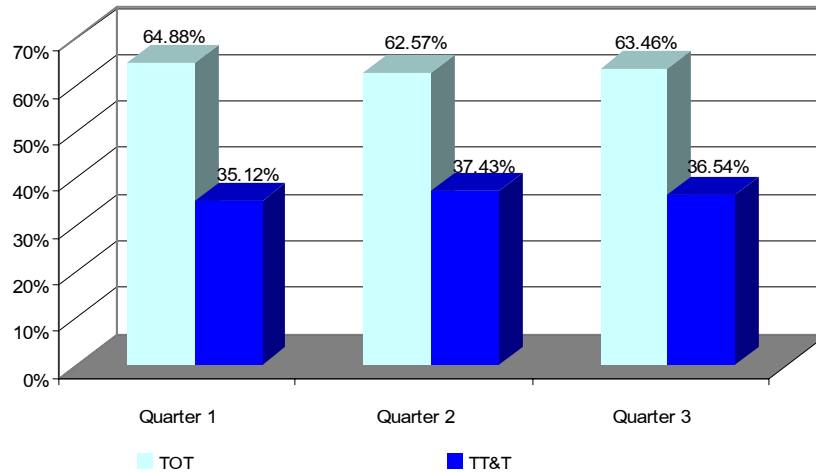
ผู้ให้บริการ	ไตรมาสที่ 1		ไตรมาสที่ 2		ไตรมาสที่ 3		เปลี่ยนแปลง (3เทียบ2)	
	Market Share	HHI	Market Share	HHI	Market Share	HHI	Market Share	HHI
TOT	56.41%	1900.07	56.41%	1900.07	56.37%	1903.23	-0.04%	3.16
	1.98		1.98		1.99		0.01	
TRUE	43.59%	3182.12	43.59%	3182.12	43.63%	3178.02	0.04%	-4.1
	1.53		1.53		1.54		0.01	
รวม	100%	5082.19	100%	5082.19	100%	5081.25	0.00%	-0.94
	3.51		3.51		3.53		0.02	

เมื่อพิจารณาถึงระดับการแข่งขันของตลาดบริการโทรศัพท์พื้นฐานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยใช้ดัชนี Hefindahl-Hirschman Index (HHI)¹ พบว่าค่าดัชนี HHI ในไตรมาสที่ 3 ลดลงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับไตรมาสที่ 1 และ 2 (ไตรมาสที่ 3 ค่าดัชนี HHI อยู่ที่ 5081.25 ในขณะที่ไตรมาสที่ 1 และ 2 มีค่าดัชนี HHI อยู่ที่ 5082.19 และ 5082.19 ตามลำดับ) ซึ่งแสดงถึงตลาดบริการโทรศัพท์พื้นฐานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมีระดับการแข่งขันที่ดีขึ้น แต่อย่างไรก็ตาม ตลาดบริการโทรศัพท์พื้นฐานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลยังมีระดับการแข่งขันที่ไม่สูงนัก เนื่องจากยังคงมีผู้ให้บริการเพียงสองรายซึ่งอาจกล่าวได้ว่าตลาดบริการโทรศัพท์พื้นฐานเป็นตลาดผู้ขายน้อยราย หรือ Oligopoly Market

2) ตลาดโทรศัพท์พื้นฐานในเขตภูมิภาค

สำหรับในเขตภูมิภาค จากข้อมูลการให้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน ณ สิ้นไตรมาส 3 ของปี 2549 พบว่า บมจ. ทีโอที มีสัดส่วนในการครองตลาดยังคงมากกว่า บมจ. TT&T เกือบสองเท่า นั่นคือ บมจ. ทีโอทีมีส่วนแบ่งตลาดถึงร้อยละ 63.46 ของผู้ใช้บริการทั้งหมด ซึ่งเปลี่ยนแปลงในทิศทางเพิ่มขึ้นจากไตรมาสที่ 2 ไม่มากนัก (ดูรูป 3)

¹ HHI เป็นดัชนีชี้วัดระดับการแข่งขันในตลาดหรืออุตสาหกรรมซึ่งใช้ตามหลักสากลทั่วไป ซึ่งหากผลการคำนวณที่ได้มีค่าน้อยกว่า 1,000 หมายถึง ตลาดมีการแข่งขันแล้ว แต่หากว่าผลการคำนวณอยู่ระหว่าง 1,000 – 1,800 อาจกล่าวได้ว่าตลาดมีการแข่งขันในระดับหนึ่งแต่มีความเป็นไปได้มากกว่ามีผู้ให้บริการรายใหญ่อยู่ในตลาด สำหรับตลาดใดที่มีผลการคำนวณเท่ากับ 10,000 หมายถึง ตลาดนั้นเป็นตลาดผูกขาดมีผู้ให้บริการเพียงรายเดียว



รูปที่ 3 แนวโน้มส่วนแบ่งตลาดบริการโทรศัพท์พื้นฐานของผู้ประกอบการ 2 ราย ในเขตภูมิภาค

ที่มา: กลุ่มเฉพาะกิจด้านเลขหมายโทรคมนาคม สกทช.

ตารางที่ 3 ส่วนแบ่งการตลาด จำนวนผู้ใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานในเขตภูมิภาค และดัชนี HHI ระหว่างไตรมาสที่ 1 - 3

ผู้ให้บริการ	ไตรมาสที่ 1		ไตรมาสที่ 2		ไตรมาสที่ 3		เปลี่ยนแปลง (3เทียบ2)	
	Market Share	HHI	Market Share	HHI	Market Share	HHI	Market Share	HHI
TOT	64.96%	4,219.45	62.61%	3,920.51	63.50%	4,031.86	0.88%	111.3497
	2.28		2.06		2.07		0.01	
TT&T	35.04%	1227.99	37.39%	1397.71	36.50%	1,332.47	-0.88%	-65.24042
	1.23		1.23		1.19		-0.04	
รวม	100.00%	5,447.44	100.00%	5,318.23	100.00%	5,364.33	0.00%	46.1093
	3.51		3.29		3.26		-0.03	

เมื่อพิจารณาถึงระดับการแข่งขันของตลาดบริการโทรศัพท์พื้นฐานในเขตภูมิภาค โดยใช้ดัชนี Hefindahl-Hirschman Index (HHI) พบว่าค่าดัชนี HHI ในไตรมาสที่ 3 เพิ่มขึ้นเล็กน้อยเมื่อเทียบกับไตรมาสที่ 2 (ไตรมาสที่ 3 ค่าดัชนี HHI อยู่ที่ 5,364.33 ในขณะที่ไตรมาสที่ 2 มีค่าดัชนี HHI อยู่ที่ 5,318.23) ซึ่งแสดงถึงตลาดบริการโทรศัพท์พื้นฐานในเขตภูมิภาคมีระดับการแข่งขันที่ลดลง แต่อย่างไรก็ตาม ตลาดบริการโทรศัพท์พื้นฐานในเขตภูมิภาคยังมีระดับการแข่งขันที่ไม่สูงนักเช่นเดียวกับตลาดบริการโทรศัพท์พื้นฐานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เนื่องจากยังคงมีผู้ให้บริการเพียงสองราย

1.2 ประพฤติกรรมการตลาดบริการโทรศัพท์พื้นฐาน (Market Conduct)

1) รายการส่งเสริมการขายของตลาดบริการโทรศัพท์พื้นฐานในไตรมาสที่ 3 ปี 2549

การจัดทำรายการส่งเสริมการขายของผู้ให้บริการโทรศัพท์พื้นฐานในไตรมาสที่ 3 ของปี 2549 ยังคงเน้นการจัดทำรายการส่งเสริมการขายในบริการโทรศัพท์พื้นฐานร่วมกับการให้ติดตั้งอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในราคาถูกลง และใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในราคาถูกลง โดยผู้ให้บริการโทรศัพท์พื้นฐานทั้ง 3 รายจัดทำรายการส่งเสริมการขายในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เป็นการส่งเสริมให้ผู้ใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานใช้งานบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงเพื่อเพิ่มรายได้และเพิ่มประสิทธิภาพการใช้โครงข่ายให้มีความคุ้มค่ามากยิ่งขึ้น

2) ราคาค่าบริการของตลาดบริการโทรศัพท์พื้นฐาน

เนื่องจากอัตราค่าบริการของผู้ให้บริการโทรศัพท์พื้นฐานไม่สามารถทำการรวบรวมได้ครบถ้วนทั้ง 3 ราย รายงานฉบับนี้จึงขอเสนอแนวโน้มอัตราค่าบริการโทรศัพท์พื้นฐานของ บมจ. TRUE เป็นตัวแทนราคาค่าบริการของตลาดบริการโทรศัพท์พื้นฐานทั้งในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และเขตภูมิภาค โดยราคาค่าบริการของตลาดบริการโทรศัพท์พื้นฐานในไตรมาสที่ 3 มีค่าลดลงจากไตรมาสที่ 2 ร้อยละ 6.37 ซึ่งใกล้เคียงกับการลดลงของราคาค่าบริการของไตรมาสที่ 2 จากไตรมาสที่ 1 (ดูตารางที่ 4) การลดลงของราคาค่าบริการในไตรมาสที่ 1 – 3 ของปี 2549 อาจสันนิษฐานได้ว่าตลาดบริการโทรศัพท์พื้นฐานมีระดับการแข่งขันที่ดีขึ้นเป็นลำดับก็ได้

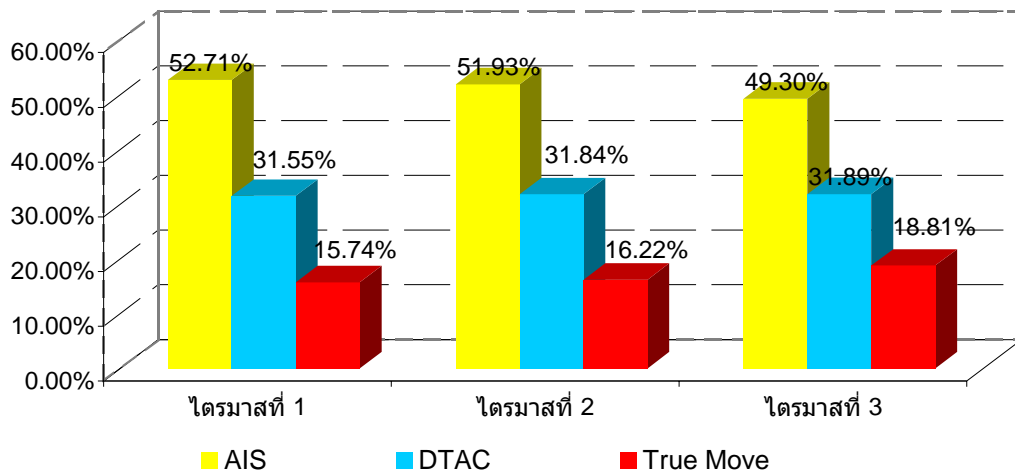
ตารางที่ 4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่อเลขหมายของตลาดบริการโทรศัพท์พื้นฐาน

ARPU	2549			เปลี่ยนแปลง (2เทียบ1)	เปลี่ยนแปลง (3เทียบ2)
	ไตรมาสที่ 1	ไตรมาสที่ 2	ไตรมาสที่ 3		
Fixed - line					
TOT	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
TT&T	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
TRUE	453	424	397	-6.40%	-6.37%

2. ตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่

2.1 โครงสร้างตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Market Structure)

ตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ยังคงมีจำนวนผู้ให้บริการทั้งสิ้น 6 ราย คือ (1) AIS (2) DTAC (3) True Move (4) DPC (5) THAI Mobile (6) HUTCH ในรายงานนี้ขอเสนอเฉพาะผู้ให้บริการรายใหญ่ในตลาด 3 ราย คือ AIS DTAC และ True Move โดยมีส่วนแบ่งตลาดซึ่งคำนวณจากจำนวนผู้ใช้บริการในไตรมาสที่ 3 ของปี 2549 คือ ร้อยละ 49.30 ร้อยละ 31.89 และร้อยละ 18.81 และเมื่อพิจารณาแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาดในสามไตรมาสของปี 2549 พบว่า ส่วนแบ่งการตลาดของ AIS มีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง กล่าวคือ ในไตรมาสที่ 1 AIS มีส่วนแบ่งตลาดประมาณร้อยละ 52.71 และลดลงเป็นร้อยละ 51.93 และร้อยละ 49.30 ในไตรมาสที่ 2 และ 3 ตามลำดับ สำหรับสาเหตุของการลดลงของของส่วนแบ่งการตลาดของ AIS นั้น อาจจะมาจากการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง และผลของการการแข่งขันทางด้านราคาที่ยืดหยุ่นในตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งจะกล่าวถึงต่อไป ในขณะที่ส่วนแบ่งการตลาดของ DTAC และ True Move มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น โดย DTAC มีส่วนแบ่งการตลาดในไตรมาสที่ 1 ประมาณร้อยละ 31.55 และเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 31.84 และร้อยละ 31.89 ในไตรมาสที่ 2 และ 3 ตามลำดับ สำหรับส่วนแบ่งการตลาดของ True Move ก็มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นเช่นเดียวกับ DTAC โดย True Move มีส่วนแบ่งการตลาดในไตรมาสที่ 1 ประมาณร้อยละ 15.74 และเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 16.22 และ ร้อยละ 18.81 ในไตรมาสที่ 2 และ 3 ตามลำดับ



รูปที่ 4 แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดในผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่

ตารางที่ 4 ส่วนแบ่งการตลาด จำนวนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ และดัชนี HHI ระหว่างไตรมาสที่ 1 - 3

ผู้ให้บริการ	ไตรมาสที่ 1		ไตรมาสที่ 2		ไตรมาสที่ 3		เปลี่ยนแปลง (3เทียบ2)	
	Market Share	HHI	Market Share	HHI	Market	HHI	Market Share	HHI
AIS	52.71%	2778.81	51.93%	2697.14	49.30%	2430.93	-2.63%	-266.21
	16.41		17.32		17.72		0.4	
DTAC	31.55%	995.1	31.84%	1014.05	31.89%	1016.75	0.04%	2.7
	9.82		10.62		11.46		0.84	
True Move	15.74%	247.76	16.22%	263.15	18.81%	353.78	2.59%	90.63
	4.9		5.41		6.76		1.35	
รวม	100%	4021.67	100%	3974.34	100%	3801.46	0.00%	-172.88
	31.13		33.35		35.94		2.59	

เมื่อพิจารณาถึงระดับการแข่งขันของตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยใช้ดัชนี Hefindahl-Hirschman Index (HHI) พบว่าค่าดัชนี HHI ในไตรมาสที่ 3 ลดลงเมื่อเทียบกับไตรมาสที่ 1 และ 2 (ไตรมาสที่ 3 ค่าดัชนี HHI อยู่ที่ 3801.46 ในขณะที่ไตรมาสที่ 1 และ 2 มีค่าดัชนี HHI อยู่ที่ 3974.34 และ 4021.67 ตามลำดับ) ซึ่งแสดงถึงตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่มีระดับการแข่งขันที่ดีขึ้น แต่อย่างไรก็ตาม ตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ยังมีระดับการแข่งขันที่ไม่สูงนัก เนื่องจากยังคงมีผู้ให้บริการรายใหญ่ที่มีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ในระดับสูงในทั้งสามไตรมาสของปี 2549

2.2 ประพฤติกรรมการตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Market Conduct)

1) รายการส่งเสริมการขายในไตรมาสที่ 3 พ.ศ. 2549

การแข่งขันในตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในไตรมาสที่ 3 ของปี 2549² พบว่าผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ยังคงนำเสนอรายการส่งเสริมการขายในลักษณะมุ่งเน้นอัตราค่าบริการราคาถูกลงในโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบรายเดือน (Post - paid) และและเติมเงิน (Pre-paid) โดยมีการออกรายการส่งเสริมการขายของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่รายใหญ่ (AIS DTAC และ True Move) ในไตรมาสที่ 3 ทั้งสิ้น 28 รายการ แบ่งเป็น AIS จำนวน 13 รายการ DTAC จำนวน 10 รายการ และ True Move จำนวน 5 รายการ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการแข่งขันทางด้านราคา โดยมีการเปลี่ยนแปลงจากการคิดอัตราค่าบริการเป็นรายนาที เป็นการคิดอัตราค่าบริการรายครั้ง นอกจากนี้ยังมีการคิดอัตราค่าบริการสำหรับการโทรภายในโครงข่าย (On Net) และ การโทรภายนอกโครงข่าย (Off Net) อีกด้วย

² แนวทางการกำกับดูแลและพัฒนากิจการโทรคมนาคม กลุ่มภารกิจด้านแผนกลยุทธ์ สำนักงานคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ

ตารางที่ 5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่อเลขหมายของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่รายใหญ่

ARPU	2549			เปลี่ยนแปลง (2เทียบ1)	เปลี่ยนแปลง (3เทียบ2)
	ไตรมาสที่ 1	ไตรมาสที่ 2	ไตรมาสที่ 3		
Post-paid					
AIS	1,098	1,015	884	-7.56%	-12.91%
DTAC	911	796	790	-12.62%	-0.75%
True Move	866	745	734	-13.97%	-1.48%
Pre-paid					
AIS	327	277	265	-15.29%	-4.33%
TAC	310	271	261	-12.58%	-3.69%
True Move	307	253	277	-17.59%	9.49%

3. ตลาดบริการอินเทอร์เน็ต

3.1 โครงสร้างตลาดบริการอินเทอร์เน็ต (Market Structure)

ตลาดบริการอินเทอร์เน็ต ณ ไตรมาสที่ 3 ปี 2549 มีจำนวนผู้รับใบอนุญาตที่ขอรับใบอนุญาตเพื่อให้บริการอินเทอร์เน็ตกับคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ทั้งสิ้น 28 ราย³ (รายละเอียดดูภาคผนวก) เมื่อพิจารณาสภาพการแข่งขันจากจำนวนผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตอาจกล่าวได้ว่าตลาดบริการอินเทอร์เน็ตมีระดับการแข่งขันที่สูง เนื่องจากมีจำนวนผู้ให้บริการจำนวนมาก⁴

3.2 ประพฤติกรรมการตลาดบริการอินเทอร์เน็ต (Market Conduct)

1) รายการส่งเสริมการขายในไตรมาสที่ 3 ปี 2549

ในตลาดบริการอินเทอร์เน็ตอาจกล่าวได้ว่าการแบ่งแยกตลาดย่อยสองเป็น 2 ตลาด คือ ตลาดอินเทอร์เน็ตความเร็วต่ำ (Narrow Band) นั่นคือ การให้บริการอินเทอร์เน็ตโดยใช้การเชื่อมต่อแบบหมุนโทรศัพท์ (Dial-up) ซึ่งมีความเร็วในการส่งผ่านข้อมูลน้อยกว่า 128 กิโลบิตต่อวินาที และตลาดอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (Broad Band) นั่นคือ การให้บริการอินเทอร์เน็ตโดยใช้การเชื่อมต่อแบบ ADSL ซึ่งมีความเร็วในการส่งผ่านข้อมูลมากกว่า 128 กิโลบิตต่อวินาที โดยรายการส่งเสริมการขายของตลาดบริการอินเทอร์เน็ตในไตรมาสที่ 3 ปี 2549 ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตยังคงมีลักษณะเกี่ยวกับการนำเสนอรายการส่งเสริมการขายในไตรมาสที่ 2 กล่าวคือ ตลาดอินเทอร์เน็ตความเร็วต่ำ (Narrow Band) มีนำเสนอรายการส่งเสริมการขายโดยคิดอัตราค่าบริการจะมีความแตกต่างกันตามความต้องการใช้งานของผู้บริโภค ซึ่งผู้ให้บริการได้จัดหาทางเลือกไว้หลากหลาย ทั้งผู้บริโภคที่มีความต้องการใช้งานมาก ผู้บริโภคที่ใช้งานค่อนข้างน้อย และผู้บริโภคที่ใช้งานปานกลาง สำหรับตลาดอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (Broad Band) ซึ่งมีพื้นที่การให้บริการในปัจจุบันค่อนข้างจำกัดอยู่ในเฉพาะเขตเมืองที่มีความหนาแน่นของการใช้งานอินเทอร์เน็ตค่อนข้างสูง ผู้ให้บริการส่วนใหญ่เสนอทางเลือกการให้บริการอินเทอร์เน็ต 2 ทางเลือก คือ เหม่าจ่ายรายเดือน (Post-paid) สำหรับผู้บริโภคที่ต้องการใช้งานมาก และ เติมเงิน (pre-paid) สำหรับผู้บริโภคที่ต้องการใช้งานปานกลางและน้อย

2) ราคาค่าบริการอินเทอร์เน็ต

โดยตลาดบริการอินเทอร์เน็ตทั้งสองตลาดมีอัตราค่าบริการที่ต่างกันตามคุณภาพการให้บริการหรือความเร็วในการส่งผ่านข้อมูล กล่าวคือ ตลาดอินเทอร์เน็ตความเร็วต่ำ (Narrow Band) จะมีอัตราค่าบริการที่ต่ำกว่าตลาดอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (Broad Band) โดยแนวโน้มของอัตราค่าบริการอินเทอร์เน็ตมีแนวโน้มลดลงมาโดยตลอด ในปัจจุบันอัตราค่าบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วต่ำโดยเฉลี่ยอยู่ประมาณ 6 บาทต่อชั่วโมง ในขณะที่อัตราค่าบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงโดยเฉลี่ยอยู่ประมาณ 350 บาทต่อเดือน

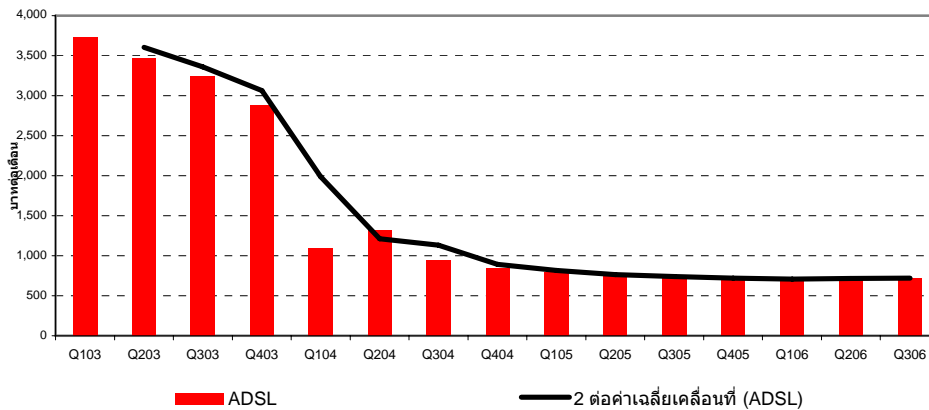
เนื่องจากข้อจำกัดทางด้านข้อมูล การพิจารณาจึงขอใช้ตัวแทนอัตราค่าบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของบริษัท TRUE Internet เป็นตัวแทนการตรวจสอบสภาพการแข่งขัน และ

³ จำนวนผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตนับเฉพาะผู้ให้บริการที่ขออนุญาตให้บริการกับ กทช. เท่านั้น

⁴ แต่เนื่องจากความจำกัดด้านข้อมูลจึงไม่อาจแสดงส่วนแบ่งการตลาดและดัชนี HHI เพื่อตรวจสอบสภาพการแข่งขันที่ถูกต้องตามหลักวิชาการได้

เมื่อพิจารณาจากรูปข้างต้นจะเห็นได้ว่าอัตราค่าบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของบริษัท TRUE Internet มีค่าลดลงอย่างต่อเนื่องซึ่งอาจจะสะท้อนให้เห็นถึงสภาพการแข่งขันในตลาดบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงที่มีการแข่งขันที่พัฒนาไปในแนวทางเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับจำนวนผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตที่มีการขยายตัวอย่างมากในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา

อัตราค่าบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของ บ. TRUE Internet



รูปที่ อัตราค่าบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของบริษัท TRUE Internet

3) ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน (Fixed line) กับ ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต (Internet Service Providers)

ผู้ให้บริการโทรศัพท์พื้นฐานรายใหญ่มักจะเป็นผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตทั้งบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วต่ำและอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง เช่น บมจ. TRUE เป็นผู้ให้บริการโทรศัพท์พื้นฐานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ในขณะที่ยิวบริษัทลูกของ บมจ. TRUE นั่นคือ บ. TRUE Internet ก็เป็นผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลเช่นกัน นอกจากนี้ยังมีบริษัทเอกชนดำเนินการเช่นเดียวกับ บมจ. TRUE คือ บมจ. TT&T แต่เป็นการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในเขตภูมิภาค และ บมจ. TOT ก็เป็นทั้งผู้ให้บริการโทรศัพท์พื้นฐานและบริการอินเทอร์เน็ตทั้งความเร็วต่ำและความเร็วสูง ทั่วทั้งประเทศ การที่บริษัทผู้ให้บริการโทรศัพท์พื้นฐานเป็นผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตด้วยนั้น อาจจะทำให้เกิดปัญหาเกี่ยวกับการแข่งขันในตลาดบริการอินเทอร์เน็ตได้ เนื่องจากผู้ให้บริการโทรศัพท์พื้นฐานที่ให้บริการอินเทอร์เน็ตด้วยอาจจะกีดกันมิให้ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตที่ไม่มีโครงข่ายโทรศัพท์พื้นฐานเข้ามาให้โครงข่ายในการให้บริการ หรืออาจจะกำหนดค่าเช่าใช้โครงข่ายในอัตราที่สูงซึ่งอาจจะส่งผลให้ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตที่ไม่มีโครงข่ายไม่สามารถทำการแข่งขันกับผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตที่มีโครงข่ายโทรศัพท์พื้นฐานเป็นของตนเองได้ ซึ่งในปัจจุบันมีผู้ให้บริการโทรศัพท์พื้นฐานบางราย ให้สิทธิผู้บริโภคนในการเข้าใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงโดยไม่มีค่าใช้จ่ายในการติดตั้ง

4) การอุดหนุนไขว้ระหว่างบริการโทรคมนาคม (Cross Subsidies)

ผู้ให้บริการโทรคมนาคมบางรายประกอบธุรกิจทางด้านโทรคมนาคมหลายประเภท และประกอบธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจโทรคมนาคม (Down Stream) เป็นผลให้ผู้ให้บริการโทรคมนาคมมีความได้เปรียบในการแข่งขันเหนือคู่แข่งที่ไม่ได้ประกอบธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจโทรคมนาคม โดยผู้ให้บริการที่ประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องจัดทำรายการส่งเสริมการขายในบริการโทรคมนาคมร่วมกับธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น สามารถนำค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ไปใช้บริการเคเบิลทีวีได้ฟรีหรือบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง เป็นต้น

ภาคผนวก

จำนวนผู้รับใบอนุญาตจาก กทช. ให้บริการอินเทอร์เน็ตทั้งประเภท 1 และ 3

ผู้ยื่นขอรับใบอนุญาต	ขอรับใบอนุญาต
1. บริษัท ทริปเปิลที บรอดแบนด์ จำกัด	แบบที่สาม
2. บริษัท ทู แอสเสท คอร์ปอเรชั่น จำกัด	แบบที่หนึ่ง
3. บริษัท ไอทูปhone จำกัด	แบบที่หนึ่ง
4. บริษัท แมนดาลา คอมมูนิเคชั่น จำกัด	แบบที่หนึ่ง
5. บริษัท มิลคอมซิสเต็มส์ จำกัด	แบบที่หนึ่ง
6. บริษัท ไทย ซิสเต็ม อินทิเกรชั่น จำกัด	แบบที่หนึ่ง
7. บริษัท เอเน็ต จำกัด	แบบที่หนึ่ง
8. บริษัท สาโท อินเทอร์เน็ต จำกัด	แบบที่หนึ่ง
9. บริษัท ออล เทเลคอม จำกัด	แบบที่หนึ่ง
10. บริษัท แอดวานซ์ เทเลโฟน แอนด์ เทเลคอมมิวนิเคชั่น จำกัด	แบบที่หนึ่ง
11. บริษัท สวัสดิ์ซ้อป จำกัด	แบบที่หนึ่ง
12. บริษัท ล็อกซเลย์ อินฟอร์เมชั่น เซอร์วิส จำกัด	แบบที่หนึ่ง
13. บริษัท กลุ่มแอดวานซ์ รีเสิร์ช จำกัด	แบบที่หนึ่ง
14. บริษัท พอร์ตัลเน็ต จำกัด	แบบที่หนึ่ง
15. บริษัท ซิมเบิลเน็ตเวิร์ค คอร์ปอเรชั่น จำกัด	แบบที่หนึ่ง
16. บริษัท จัสมิน อินเทอร์เน็ต จำกัด	แบบที่หนึ่ง
17. บริษัท แพลนเน็ต คอมเมิร์ซ จำกัด	แบบที่หนึ่ง
18. บริษัท สามารถ อินโฟเน็ต จำกัด	แบบที่หนึ่ง
19. บริษัท บีบีเทลล์ จำกัด	แบบที่หนึ่ง
20. บริษัท ดีแทค เนทเวิร์ค จำกัด	แบบที่หนึ่ง
21. บริษัท ซิฟโฟน (ประเทศไทย) จำกัด	แบบที่หนึ่ง
22. บริษัท โตกิ เนท จำกัด	แบบที่หนึ่ง
23. บริษัท พลัสวัน พาวเวอร์ จำกัด	แบบที่หนึ่ง
24. บริษัท พรบงกช คอมมูนิเคชั่น จำกัด	แบบที่หนึ่ง
25. บริษัท ซิน บรอดแบนด์ อินเทอร์เน็ต (ประเทศไทย) จำกัด	แบบที่หนึ่ง
26. บริษัท อินเทอร์เน็ต เซอร์วิส โพรวายเดอร์ จำกัด	แบบที่หนึ่ง
27. บริษัท ที.ซี.ซี. เทคโนโลยี จำกัด	แบบที่หนึ่ง
28. บริษัท เวิลด์ เนท แอนด์ เซอร์วิสเชส จำกัด	แบบที่หนึ่ง