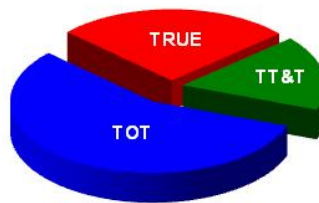
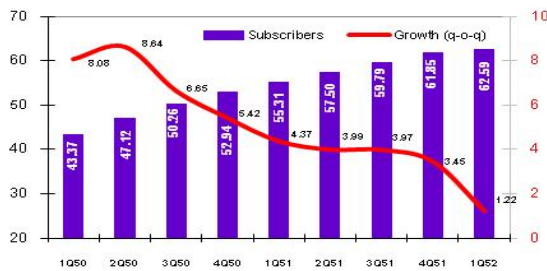




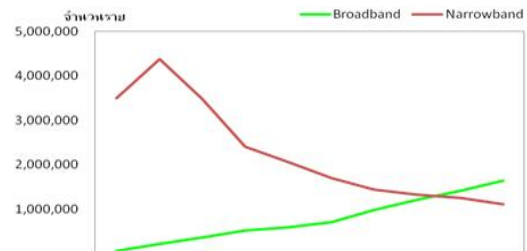
THE NATIONAL TELECOMMUNICATIONS COMMISSION



Fixed Line



Mobile



Internet

รายงานสภาพตลาดโทรคมนาคม

ณ สิ้นไตรมาสที่ 1 ปี 2552

สำนักพัฒนานโยบายและกฎกติกา
 สำนักงานคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ
 โทรศัพท์: 0-2271-0151 ext. 501, 504, 510
 e-mail address: competition_ntc@hotmail.com

สารบัญ

	หน้า
สรุปสภาพตลาดโทรคมนาคม ณ สิ้นไตรมาสที่ 1 ปี 2552	1
บทนำ	3
1 ตลาดบริการค้าปลีกโทรคมนาคม (Retail Market)	4
การกำหนดตลาดค้าปลีกบริการ	4
ตลาดบริการโทรศัพท์ประจำที่ภายในประเทศ	5
ตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ภายในประเทศ	9
ตลาดบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วต่ำและความเร็วสูง	15
2 ตลาดบริการค้าส่งโทรคมนาคม (Wholesale Market)	19
การกำหนดตลาดค้าส่งบริการโทรคมนาคม	19
ภาพรวมตลาดค้าส่งบริการโทรคมนาคม	20
การใช้โครงข่ายโทรคมนาคม	21
การเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคม	22
พฤติกรรมการแข่งขันในตลาดค้าส่งบริการโทรคมนาคม	24

สารบัญรูป

รูปที่	หน้า
1 ตลาดค้าปลีกบริการโทรคมนาคม	5
2 จำนวนผู้ใช้บริการโทรศัพท์ประจำที่ ปี 2548 – ไตรมาสที่ 1 ปี 2552	6
3 ส่วนแบ่งตลาดบริการโทรศัพท์ประจำที่ ณ สิ้นไตรมาสที่ 1 ปี 2552	6
4 ค่าดัชนี HHI ของตลาดบริการโทรศัพท์ประจำที่ ไตรมาสที่ 1 ปี 2551 - ไตรมาสที่ 1 ปี 2552	7
5 รายรับเฉลี่ยของผู้ให้บริการโทรศัพท์ประจำที่ (ARPU) ปี 2550 – 2552 รายไตรมาส	8
6 จำนวนผู้ใช้บริการและอัตราการขยายตัวของบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ปี 2550 – 2552 รายไตรมาส	9
7 สัดส่วนและแนวโน้มมูลค่าการใช้บริการทางการเสียงและมีโซ่เสียง ปี 2549 – 2552 รายไตรมาส	10

สารบัญรูป (ต่อ)

รูปที่	หน้า	
8	สัดส่วนการใช้บริการเสริม Non-voice ปี 2550 – 2552 รายไตรมาส	10
9	ส่วนแบ่งตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ณ สิ้นไตรมาสที่ 1 ปี 2552	11
10	ค่าดัชนี HHI ของตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ปี 2550 - 2552 รายไตรมาส	11
11	ส่วนแบ่งตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ แบบ Post-paid ณ สิ้นไตรมาสที่ 1 ปี 2552	12
12	ส่วนแบ่งตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบ Pre-paid ณ สิ้นไตรมาสที่ 1 ปี 2552	12
13	ค่าดัชนี HHI ของตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบ Post-paid และ Pre-paid ปี 2550 - 2552 รายไตรมาส	13
14	รายรับเฉลี่ยของผู้ให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่แบบ Post-paid (ARPU) ปี 2550 – 2552 รายไตรมาส	14
15	รายรับเฉลี่ยของผู้ให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่แบบ Pre-paid (ARPU) ปี 2550 – 2552 รายไตรมาส	14
16	คาดการณ์มูลค่าตลาดบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ปี 2550 - 2556	15
17	แนวโน้มจำนวนผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงและอินเทอร์เน็ตความเร็วต่ำ ปี 2547 – 2551 รายปี	16
18	ส่วนแบ่งตลาดอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ณ สิ้นไตรมาสที่ 1 ปี 2552	17
19	ตลาดค้าส่งบริการโทรคมนาคม (โครงข่ายและเกตเวย์)	19
20	สัดส่วนมูลค่าตลาดค้าส่งบริการ ณ สิ้นไตรมาสที่ 1 ปี 2552	20
21	ส่วนแบ่งตลาดจากผลตอบแทนการให้ใช้โครงข่าย ณ สิ้นไตรมาสที่ 1 ปี 2552	21
22	สัดส่วนมูลค่าตลาดจากการเชื่อมต่อโครงข่าย ตามประเภทของการสื่อสาร ณ สิ้นไตรมาสที่ 1 ปี 2552	23
23	สัดส่วนมูลค่าตลาดจากการใช้บริการข้ามโครงข่าย ตามประเภทของการสื่อสาร ณ สิ้นไตรมาสที่ 1 ปี 2552	23
24	สัดส่วนมูลค่าตลาดจากการเชื่อมต่อโครงข่ายตามผู้ให้บริการ ณ สิ้นไตรมาสที่ 1 ปี 2552	23

รายงานสภาพตลาดโทรคมนาคม ไตรมาสที่ 1/2552

สำนักพัฒนานโยบายและกฎกติกา สำนักงานคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ

ส่วนแบ่งตลาด พิจารณาจากจำนวนผู้ใช้บริการ TOT มีส่วนแบ่งตลาดสูงสุดในตลาด Fixed line / AIS มีส่วนแบ่งสูงสุดในตลาด Mobile และ TOT สูงสุดในตลาดค่าบริการอินเทอร์เน็ต

การกระจุกของตลาด พิจารณาการกระจุกตัว ของตลาดค่าบริการทั้ง 3 ตลาด โดยอาศัยค่าดัชนี HHI พบว่า ทั้งสามตลาดยังคงมีการกระจุกตัวค่อนข้างสูง แสดงให้เห็นว่ามีการแข่งขันในระดับต่ำ

การติดตามสภาพการแข่งขันในตลาดโทรคมนาคม ในปี 2552 พิจารณาแยกเป็นรายตลาดตามประกาศ กทช. เรื่อง นิยามของตลาดและขอบเขตตลาดโทรคมนาคมที่เกี่ยวข้อง พ.ศ.2551 แบ่งเป็น

1. ตลาดค่าบริการ (Retail Market)

1.1 ตลาดค่าบริการโทรศัพท์ประจำที่ภายในประเทศ

- จำนวนผู้ใช้บริการรวมประมาณ 7.07 ล้านราย ลดลงร้อยละ 0.22 จากไตรมาสก่อน หรือลดลง ร้อยละ 1.04 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน
- ระดับการแข่งขันในตลาดโดยคิดจากค่า HHI = 4,176.06 มีค่าเพิ่มขึ้นจากไตรมาสก่อน แสดงว่า ตลาดมีการแข่งขันในระดับต่ำ และมีแนวโน้มของการกระจุกตัวเพิ่มสูงขึ้น
- ในบริการโทรศัพท์ประจำที่ พบว่า TOT มีส่วนแบ่งตลาดสูงสุด รองลงมาคือ True และ TT&T โดยมี ส่วนแบ่งตลาดประมาณร้อยละ 56.36, 26.68 และ 16.95 ตามลำดับ

1.2 ตลาดค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ภายในประเทศ

- ในช่วงปี 2549 ถึงไตรมาส 1 ปี 2552 มีแนวโน้มของจำนวนผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลง โดยมี อัตราการเติบโตเฉลี่ยประมาณ 5.72 %
- การใช้บริการ Non -voice มีแนวโน้มการใช้งาน SMS และ MMS ลดลงร้อยละ 30.9 และ 9.8 ตามลำดับ ขณะที่การใช้บริการ Other Data (การใช้อินเทอร์เน็ตผ่าน GPRS และ 3G) รวมถึงบริการรับส่งข้อมูลอื่นๆ มี แนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง คิดเป็นร้อยละ 59.3
- จำนวนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยรวมประมาณ 63.25 ล้านราย เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.29 จาก ไตรมาสก่อนหรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 14.40 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน
- รายได้เฉลี่ยต่อหมายเลขต่อเดือนของผู้ให้บริการ (ARPU) ลดลง
- ระดับการแข่งขันในตลาดโดยคิดจากค่า HHI = 3,357 มีค่าลดลงจากไตรมาสก่อนเล็กน้อย โดยมี แนวโน้มการแข่งขันอยู่ในระดับทรงตัวตั้งแต่ปี 2550 และยังคงมีการกระจุกตัวอยู่ที่ผู้ให้บริการหลัก
- AIS มีส่วนแบ่งตลาดสูงสุด รองลงมาคือ DTAC , True Move และ Hutch+CAT โดยมีส่วนแบ่ง ตลาดประมาณร้อยละ 43.48 , 29.95 , 23.72 และ 2.69 ตามลำดับ

1.3 ตลาดค้าปลีกบริการอินเทอร์เน็ต *

- จำนวนผู้ลงทะเบียนใช้บริการรวมประมาณ 2.13 ล้านราย เพิ่มขึ้น 0.09 ล้านรายจากไตรมาสก่อนหรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.85 เมื่อเทียบกับไตรมาส 2/2551
- จำนวนผู้ลงทะเบียนใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ขณะที่จำนวนผู้ลงทะเบียนใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วต่ำ มีแนวโน้มลดลงอย่างเห็นได้ชัด
- เมื่อพิจารณาผู้ให้บริการหลักในบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง พบว่า TOT มีส่วนแบ่งตลาดสูงสุด รองลงมาคือ True และ TT&T SS

(*วิเคราะห์ภาพรวมตลาดค้าปลีกบริการอินเทอร์เน็ตทั้งความเร็วต่ำและความเร็วสูง)

2. ตลาดค้าส่งบริการ (Wholesale Market)

- จากจำนวนผู้รับใบอนุญาตที่มีโครงข่ายโทรคมนาคมและเกตเวย์อินเทอร์เน็ตทั้งสิ้น 49 ราย ในไตรมาสที่ 1 ปี 2552 มีผู้รับใบอนุญาตเพียง 11 รายนำเสนอข้อมูลมายังสำนักงาน กทช. ดังนั้น การวิเคราะห์สภาพตลาดค้าส่งบริการในรายงานฉบับนี้จึงอาศัยข้อมูลเบื้องต้นเท่าที่ได้รับจากผู้รับใบอนุญาต และการวิเคราะห์ที่พิจารณา ที่ภาพรวมของตลาดค้าส่งบริการ โดยไม่จำแนกเป็นรายตลาด
- ณ สิ้นไตรมาสที่ 1 ในปี 2552 มูลค่าจากการใช้โครงข่ายโดยเฉพาะบริการวงจรเช่า (Leased line) มีสัดส่วนเพียงร้อยละ 2.89% ของมูลค่าตลาดค้าส่ง ในขณะที่มูลค่าจากการเชื่อมต่อบริการโทรคมนาคม (Interconnection) มีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 97.1
- ส่วนแบ่งตลาดจากผลตอบแทนการให้ใช้โครงข่าย มีผู้ให้บริการได้รับผลตอบแทนสูงสุดใกล้เคียงกันจำนวน 3 ราย ได้แก่ การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (EGAT) ได้รับผลตอบแทนจากการให้ใช้โครงข่ายสูงสุดที่ 33.35% รองลงมา คือ บริษัท ซิมโฟนี่ คอมมูนิเคชั่น จำกัด (SYM) และ บริษัท ทีไอที จำกัด (มหาชน) (TOT)
- สัดส่วนมูลค่าตลาด จากการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคมตามประเภทของการสื่อสาร พบว่า ณ สิ้นไตรมาสที่ 1 ปี 2552 การสื่อสารด้วยเสียงภายในประเทศมีมูลค่ารวมสูงที่สุดที่สัดส่วนร้อยละ 98.24 รองลงมาคือ การสื่อสารแบบ SMS การโทรระหว่างประเทศ และ MMS

บทนำ

ประกาศ กทช. เรื่อง กำหนดลักษณะและประเภทของกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2548 ได้กำหนดลักษณะของโครงข่ายกิจการโทรคมนาคมและบริการโทรคมนาคม ซึ่งเป็นการกำหนดลักษณะโครงข่ายและบริการตามหลักการทางวิศวกรรม อย่างไรก็ตาม การตรวจสอบการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมจำเป็นต้องพิจารณากำหนดตลาดที่เกี่ยวข้อง (Relevant market) โดยพิจารณาจากบริการที่ที่ทดแทนกันได้ในตลาด และการกำหนดตลาดที่เกี่ยวข้องมีความจำเป็นต้องดำเนินการเพื่อให้การติดตามสภาพการแข่งขันสามารถดำเนินการได้โดยพิจารณาภายในขอบเขตตลาดที่เกี่ยวข้องกัน นับจากปี 2549 เป็นต้นมา คณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กทช.) ได้ออกหลักเกณฑ์ขึ้นหลายฉบับเพื่อเป็นกรอบในการกำกับดูแลการแข่งขัน ประกาศที่นำมาสู่การจัดแบ่งตลาดในปัจจุบันได้แก่ ประกาศ กทช. เรื่อง นิยามของตลาดและขอบเขตตลาดโทรคมนาคมที่เกี่ยวข้อง พ.ศ. 2551 นอกเหนือจากนั้น กทช. มีประกาศที่ใช้ในการกำกับดูแลการแข่งขันอีกหลายฉบับ อาทิ ประกาศ กทช. เรื่อง มาตรการเพื่อป้องกันมิให้มีการกระทำอันเป็นการผูกขาดหรือก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรมในการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2549 ประกาศ กทช. เรื่อง การใช้และเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคม พ.ศ. 2549 และประกาศ กทช. เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการพิจารณากำหนดผู้มีอำนาจเหนือตลาดในกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2552 เป็นต้น เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการแข่งขัน

การจัดทำรายงานสภาพการแข่งขันในตลาดโทรคมนาคม โดยสำนักงานคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กทช.) ที่ผ่านมามีดำเนินการภายใต้ข้อกำหนดในข้อ 13 ของ ประกาศ กทช. เรื่อง มาตรการเพื่อป้องกันมิให้มีการกระทำอันเป็นการผูกขาดฯ โดยดำเนินการเป็นรายไตรมาส พิจารณาตลาดบริการโทรคมนาคม 3 ตลาดหลักที่ส่งผลกระทบต่อผู้ใช้บริการโดยตรง คือ ตลาดบริการโทรศัพท์ประจำที่ ตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ และตลาดบริการอินเทอร์เน็ต ทั้งนี้ นับจากปี 2552 เป็นต้นไป สำนักงาน กทช. จะดำเนินการจัดทำรายงานวิเคราะห์ตลาดให้สอดคล้องกับ ประกาศ กทช. เรื่อง นิยามตลาดและขอบเขตตลาดโทรคมนาคมที่เกี่ยวข้อง พ.ศ. 2551 และพัฒนาไปสู่รายงานติดตามระดับการแข่งขันในแต่ละตลาดตามเกณฑ์ในประกาศ กทช. เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการกำหนดผู้มีอำนาจเหนือตลาด พ.ศ. 2552 ภายหลังจากได้เสนอรายงานวิเคราะห์ผู้มีอำนาจเหนือตลาดเป็นที่เรียบร้อยแล้วในต้นปี 2553 ด้วย ดังนั้น รายงานสภาพการแข่งขันนับจากฉบับนี้เป็นต้นไปจะปรับรูปแบบการนำเสนอรายงานสภาพการแข่งขันออกเป็น 2 ตลาดหลัก ได้แก่ ตลาดค้าส่งบริการ และตลาดค้าปลีกบริการ โดยอาศัยข้อมูลที่สามารถรวบรวมได้ในเบื้องต้น

1. ตลาดค้าปลีกบริการโทรคมนาคม (Retail Market)

การกำหนดตลาดค้าปลีกบริการ

การจำแนกตลาดค้าปลีกบริการในกิจการโทรคมนาคมให้พิจารณาจากประเภทและลักษณะของบริการโทรคมนาคมที่ผู้ประกอบการปลายทางเสนอให้กับผู้ใช้บริการ (ทั้งส่วนบุคคลและธุรกิจอื่นๆ) ในปัจจุบันประเภทบริการค้าปลีกเหล่านี้ ทั้งที่ส่งผ่านโครงข่ายโทรศัพท์ประจำที่และโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่มีลักษณะแตกต่างกันน้อยมาก เนื่องจากการหลอมรวมทางเทคโนโลยีทำให้บริการปลีกชนิดหนึ่งๆ สามารถเข้าถึงผู้ใช้ได้หลายทาง ผ่านโครงข่ายที่แตกต่างกันได้

ข้อสังเกตสำคัญคือ การจำแนกตลาดในระดับค้าปลีกบริการอาศัยการวิเคราะห์ปัจจัยทางเศรษฐศาสตร์ โดยพิจารณาจากมุมมองผู้ใช้เป็นหลัก ฉะนั้น บริการหนึ่งๆ เช่น การสื่อสารด้วยการสนทนาทางโทรศัพท์ อาจกระทำผ่านโทรศัพท์ประจำที่ หรือผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ และจากมุมมองของผู้ใช้แล้ว อาจมีความแตกต่างกันไม่มาก สามารถทดแทนกันได้ดี แต่ในแง่เทคโนโลยีแล้ว อาจแตกต่างกันมากทั้งเครื่องโทรศัพท์และการเชื่อมต่อสัญญาณผ่านโครงข่ายที่แตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง แต่ในทางเศรษฐศาสตร์ถือว่าเป็นบริการที่เกี่ยวข้องเนื่องกันและทดแทนกันได้ดี เป็นต้น ทั้งนี้ ตามประกาศ กทช. เรื่อง นโยบายของตลาดและขอบเขตตลาดโทรคมนาคมที่เกี่ยวข้อง พ.ศ. 2551 ได้จำแนกตลาดค้าปลีกบริการโทรคมนาคม ออกเป็น 5 ตลาด (รูปที่ 1) ดังนี้

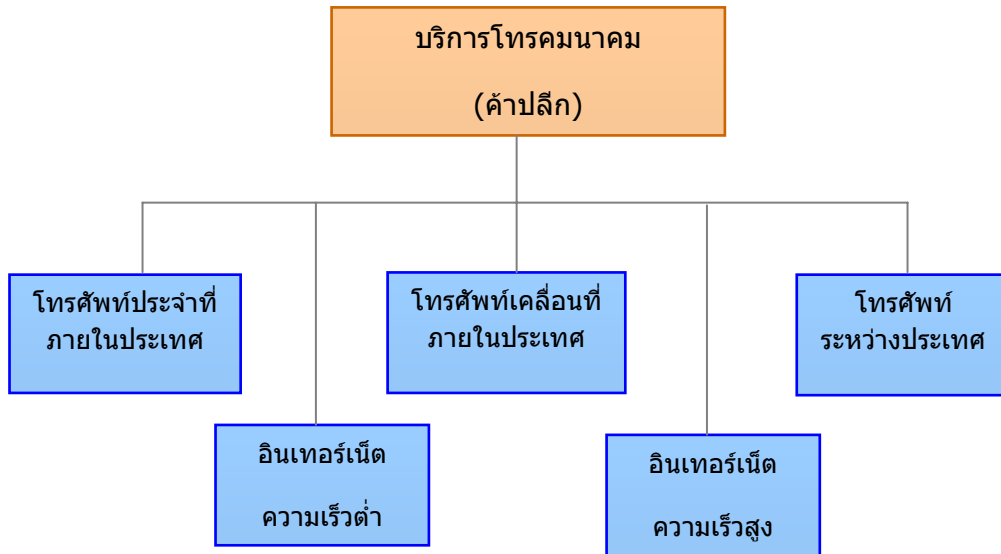
(1) บริการโทรศัพท์ประจำที่ในประเทศ (Domestic Fixed Line Service) เป็นบริการสนทนาภายในประเทศทางโทรศัพท์ผ่านโครงข่ายโทรศัพท์ประจำที่ การใช้บริการถูกจำกัดให้ต้องกระทำผ่านวงจรโทรศัพท์ในเคสสถานไปยังชุมสายโทรศัพท์ (Local Loops and Central Offices) การใช้บริการอาจกระทำผ่านเครื่องโทรศัพท์ที่มีสายหรือเครื่องโทรศัพท์ไร้สายก็ได้ รวมทั้งระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่บางชนิด (เช่น ระบบ PCT) ซึ่งมีรัศมีการใช้จำกัดอยู่ที่ชุมสายโทรศัพท์เฉพาะ

(2) บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศ (Domestic Mobile Telephone Service) เป็นบริการสนทนาภายในประเทศทางโทรศัพท์ผ่านโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยเครื่องโทรศัพท์ลูกข่ายสามารถเชื่อมต่อเข้ากับโครงข่าย ณ จุดใด สถานีใดก็ได้ภายในพื้นที่ให้บริการของโครงข่ายนั้นๆ

(3) บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ (International Telephone Service) เป็นบริการสนทนายาระหว่างประเทศจากเครื่องโทรศัพท์ประจำที่หรือโทรศัพท์เคลื่อนที่เข้าสู่โครงข่ายโทรศัพท์ที่ใดๆ ผ่านเกตเวย์ไปสู่โครงข่ายระหว่างประเทศ ไปยังคู่สนทนาในต่างประเทศ

(4) บริการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตแบบความเร็วต่ำ (Narrowband Internet Access) ส่วนใหญ่กระทำผ่านโครงข่ายโทรศัพท์ประจำที่ โดยใช้สายโทรศัพท์ปกติ หรือผ่านโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ แต่มีช่องสัญญาณแคบและความเร็วต่ำ

(5) บริการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตแบบความเร็วสูง (Broadband Internet Access) สามารถกระทำผ่านโครงข่ายโทรศัพท์ประจำที่หรือโทรศัพท์เคลื่อนที่ก็ได้ โดยมีช่องสัญญาณกว้างและความเร็วสูง



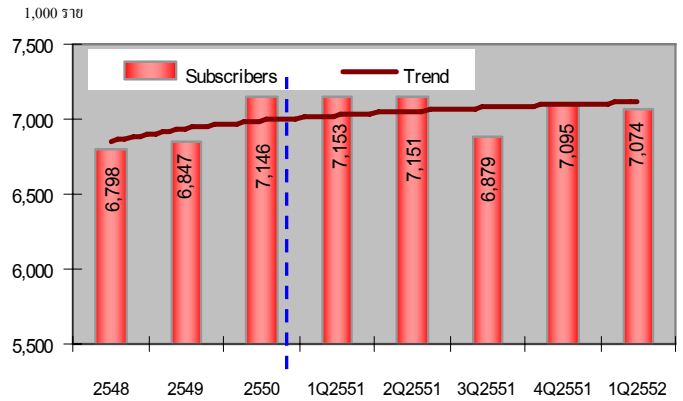
รูปที่ 1 ตลาดค้าปลีกบริการโทรคมนาคม
ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ

หมายเหตุ : ในเบื้องต้น สำนักงาน กทช. ได้ทำการวิเคราะห์สภาพการแข่งขันภายใต้ข้อจำกัดด้านข้อมูลที่สามารถรวบรวมได้อย่างเร็วที่สุด โดยอาศัยหลักการ Best Available Evaluation ซึ่งสามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ในตลาดค้าปลีกบริการ 3 ตลาด ได้แก่ ตลาดบริการโทรศัพท์ประจำที่ภายในประเทศ ตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ภายในประเทศ และตลาดบริการอินเทอร์เน็ตโดยจำแนกเป็นบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วต่ำและบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงต่ำ

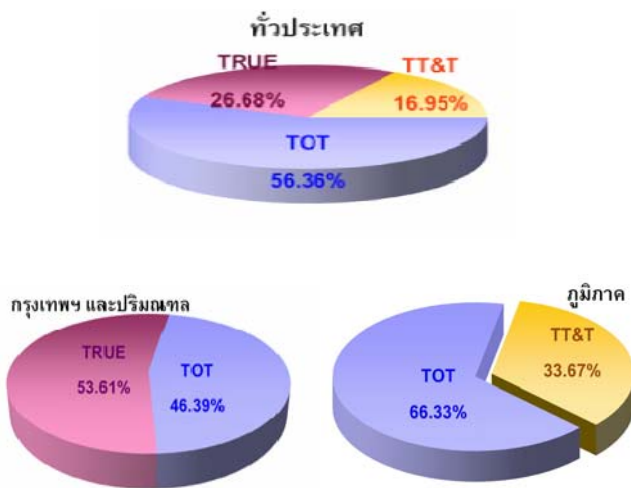
1. ตลาดบริการโทรศัพท์ประจำที่ภายในประเทศ

บริการโทรศัพท์ประจำที่มีผู้ให้บริการทั้งสิ้น 5 ราย ได้แก่ บมจ.ทีโอที (TOT) บมจ.ทรู คอร์ปอเรชั่น (TRUE) บมจ.ทีทีแอนด์ที (TT&T) บมจ.ทริปเปิ้ลทีบรอดแบนด์ (TTBB) และ บมจ.ทรูยูนิเวอร์แซลคอนเวอร์เจนซ์ (TUC) โดย TRUE และ TT&T เป็นผู้ให้บริการเอกชนรายเดิมที่เกิดขึ้นภายใต้ระบบสัญญาร่วมการงานแบบ “สร้าง-โอน-ดำเนินการ” กับ TOT สำหรับ TTBB และ TUC เป็นเพียงผู้ให้บริการที่เกิดจากการขยายขอบเขตการดำเนินงานธุรกิจของรายเก่าเพื่อให้สามารถให้บริการนอกกรอบของสัญญาร่วมการงานฯ เท่านั้น จึงอาจกล่าวได้ว่าในบริการโทรศัพท์ประจำที่มีจำนวนผู้แข่งขันในตลาดเพียง 3 ราย

จำนวนผู้ใช้บริการ ณ สิ้นไตรมาส 1 ปี 2552 มีแนวโน้มทรงตัว โดยมีจำนวนผู้ลงทะเบียนใช้บริการจำนวน 7,078,865 เลขหมาย (รูปที่ 2) จำแนกเป็นเขตกรุงเทพฯและปริมณฑลประมาณ 3,523,541 เลขหมาย และส่วนภูมิภาคประมาณ 3,555,324 เลขหมาย จำนวนผู้ใช้บริการโดยรวมลดลงร้อยละ 0.22 จากไตรมาสก่อน และลดลงร้อยละ 1.04 % จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน



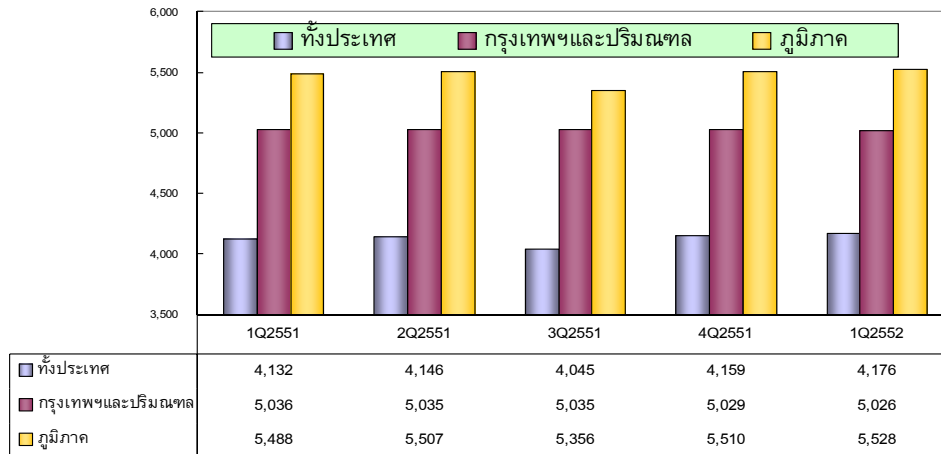
รูปที่ 2 จำนวนผู้ใช้บริการโทรศัพท์ประจำที่ ปี 2548 – ไตรมาสที่ 1 ปี 2552
ที่มา : สำนักพัฒนานโยบายและกฎกติกา



รูปที่ 3 ส่วนแบ่งตลาดบริการโทรศัพท์ประจำที่ สิ้นไตรมาสที่ 1 ปี 2552
ที่มา : สำนักพัฒนานโยบายและกฎกติกา

สภาพการแข่งขัน ในภาพรวมของตลาดบริการโทรศัพท์ประจำที่ในไตรมาสที่ 1 ปี 2552 พบว่าจากจำนวนผู้ลงทะเบียนใช้บริการ TOT มีส่วนแบ่งตลาดมากที่สุด เท่ากับร้อยละ 56.36% โดยเพิ่มขึ้นจากไตรมาสก่อน ร่วงลงมาคือ True มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 26.68 ใกล้เคียงกับลดลงจากไตรมาสก่อนหน้าที่ 26.70% ในขณะที่ TT&T มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 16.95 ลดลงจากไตรมาสก่อนคือ 16.90

เมื่อพิจารณาแยกพื้นที่การให้บริการ ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล พบว่า TRUE มีส่วนแบ่งตลาดสูงสุดเท่ากับ 53.61% ลดลงจากไตรมาสก่อนเล็กน้อย และ TOT มีส่วนแบ่งตลาดเท่ากับ 46.39% เพิ่มขึ้นจากไตรมาสก่อนเล็กน้อย สำหรับพื้นที่ในส่วนภูมิภาค พบว่า TOT มีส่วนแบ่งตลาดประมาณ 66.24% เพิ่มขึ้นจากไตรมาสก่อน ขณะที่ TT&T มีส่วนแบ่งตลาดประมาณ 33.76% ลดลงจากไตรมาสก่อน (รูปภาพที่ 3)



รูปที่ 4 ค่าดัชนี HHI ของตลาดบริการโทรศัพท์ประจำที่ ปี 2546 - ไตรมาสที่ 1 ปี 2552

ที่มา : สำนักพัฒนานโยบายและกฎกติกา

ด้วยเงื่อนไขของสัญญาร่วมการงานและการมีผู้เล่นน้อยราย (Oligopoly) ในตลาดบริการโทรศัพท์ประจำที่ ทำให้เมื่อพิจารณาถึงระดับการแข่งขันของตลาดบริการนี้ทั้งประเทศ โดยใช้ดัชนี Hefindahl-Hirschman Index (HHI) ¹ พบว่า ตั้งแต่ปี 2546 จนถึงไตรมาสที่ 1 ปี 2552 ค่าการกระจุกตัวดัชนี HHI มีค่ามากกว่า 1,800 ในทุกปี และในไตรมาสที่ 1 ปี 2552 ค่า HHI เท่ากับ 4,176 (จากรูปที่ 4) แสดงให้เห็นว่าตลาดมีการแข่งขันในระดับต่ำ และมีแนวโน้มของการกระจุกตัวเพิ่มสูงขึ้นเมื่อเทียบกับไตรมาสที่ผ่านมา นั่นหมายถึง **ตลาดบริการโทรศัพท์ประจำที่มีส่วนแบ่งการตลาดกระจุกตัวอยู่ที่ผู้นำตลาดค่อนข้างมาก**

หากจำแนกตามพื้นที่ของการให้บริการโทรศัพท์ประจำที่ พบว่า ในช่วงปี 2546 จนถึงไตรมาสที่ 1 ปี 2552 พื้นที่ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล และเขตภูมิภาคมีการแข่งขันกันในระดับต่ำกว่าระดับการแข่งขันทั้งประเทศ (รูปที่ 4) โดยในไตรมาสที่ 1 ปี 2552 ค่า HHI ของพื้นที่ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล และเขตภูมิภาค เท่ากับ 5,026 และ 5,527 ตามลำดับ จะเห็นได้ว่าการกระจุกตัวของเขตภูมิภาคจะมากกว่ากรณีเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ทั้งนี้เป็นเพราะในกรณีของเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลส่วนแบ่งตลาดของ TOT และ TRUE ไม่ต่างกันมากนัก ในขณะที่ในเขตภูมิภาค TOT มีส่วนแบ่งตลาดมากกว่าสองเท่าของส่วนแบ่งตลาด TT&T

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

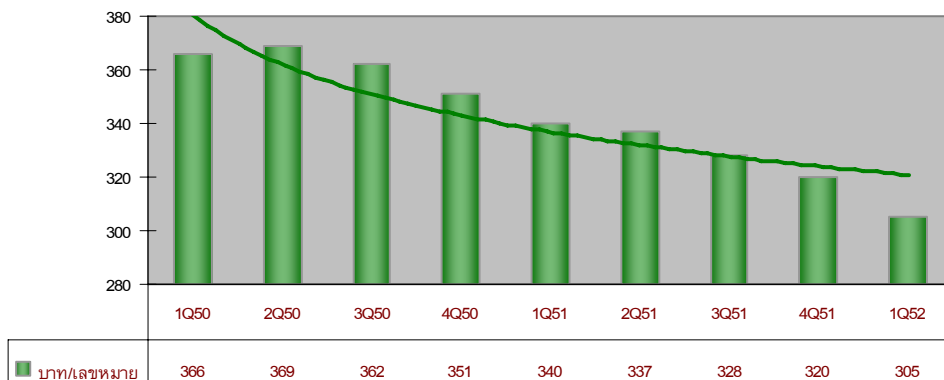
พฤติกรรมการแข่งขันของผู้ให้บริการ (Market Conduct)

1. ความสามารถในการเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็น (Essential facility)

เนื่องจากข้อจำกัดในสัญญาร่วมการงานฯ ของผู้ให้บริการโทรศัพท์ประจำที่ไม่เอื้อให้การจัดทำรายการส่งเสริมการขายได้คล่องตัวเท่าที่ควร แต่อย่างไรก็ตาม TRUE และ TT&T ที่ทำสัญญาร่วมการงานฯ กับ TOT ยังคงเป็นผู้ได้รับสิทธิในการให้บริการโทรศัพท์ประจำที่ และถือเป็นผู้ได้รับสิทธิเหนือโครงข่ายโทรศัพท์ประจำที่ ซึ่งถือได้ว่าเป็นผู้ที่สามารถเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็น (Essential facility) ประกอบกับ TRUE และ TT&T ดำเนินการตั้งบริษัทในเครือเพื่อขอรับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคม และให้สิทธิพิเศษในการเข้าถึงโครงข่ายโทรศัพท์ประจำที่กับบริษัทในเครือของตนในบริการที่เกี่ยวข้องกับบริการโทรศัพท์ประจำที่ รวมทั้งออกรายการส่งเสริมการขายลักษณะควบกับบริการอื่น เพื่อรักษาฐานลูกค้าและส่วนแบ่งทางการตลาด

2. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่อเลขหมาย (Average Revenue Per Usage: ARPU)

ตามที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นว่า ข้อจำกัดในสัญญาร่วมการงานฯ และพฤติกรรมของผู้ให้บริการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้บริการจากบริการโทรศัพท์ประจำที่มาเป็นบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่และอินเทอร์เน็ตนั้น ได้ส่งผลให้รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่อเลขหมาย (Average Revenue Per Usage: ARPU) มีแนวโน้มอัตราค่าบริการลดลงมาตั้งแต่ไตรมาสแรกของปี 2550 โดยราคาค่าบริการของตลาดบริการโทรศัพท์ประจำที่ในไตรมาสที่ 1 ปี 2551 อยู่ที่ 305 บาทต่อเลขหมาย (รูปที่ 5) อย่างไรก็ตาม การลดลงมาของราคาค่าบริการในปี 2550 จนถึงปี 2551 อาจสันนิษฐานได้ว่าผู้ใช้บริการโทรศัพท์ประจำที่มีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมไปใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่มากขึ้น



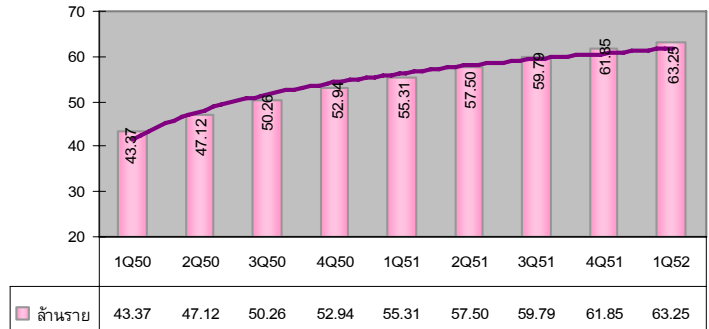
รูปที่ 5 รายรับเฉลี่ยของผู้ให้บริการโทรศัพท์ประจำที่ (ARPU) ปี 2550 – 2552 รายไตรมาส

ที่มา : สำนักพัฒนานโยบายและกฏกติกา

2. ตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ภายในประเทศ

ตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีจำนวนผู้ให้บริการทั้งสิ้น 6 ราย คือ (1) บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส (AIS) (2) บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น (DTAC) (3) บริษัท ดิจิตอลโฟน จำกัด(DPC) (4) บริษัท ทรูมูฟ จำกัด (True Move) (5) บริษัท ฮัทชิสัน ซีเอที ไวร์เลส มัลติมีเดีย จำกัด (Hutch) ร่วมกับบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (CAT) (Hutch+CAT) (6) บริษัท ไทยโมบายจำกัด (Thai Mobile) ทั้งนี้ ส่วนใหญ่เป็นผู้ให้บริการเอกชนรายเดิมที่เกิดขึ้นภายใต้ระบบสัญญาร่วมการงานแบบ “สร้าง-โอน-ดำเนินการ” กับ TOT และ CAT ซึ่งผู้รับสัมปทานจะมีสิทธิในการใช้ประโยชน์จากอุปกรณ์ดำเนินการธุรกิจตามสัญญาสัมปทานตลอดอายุสัมปทาน ขณะที่โครงข่าย เครื่องมือ/อุปกรณ์ระบบทั้งหมดให้เป็นกรรมสิทธิ์ของคู่สัญญา ซึ่งได้แก่ TOT และ CAT

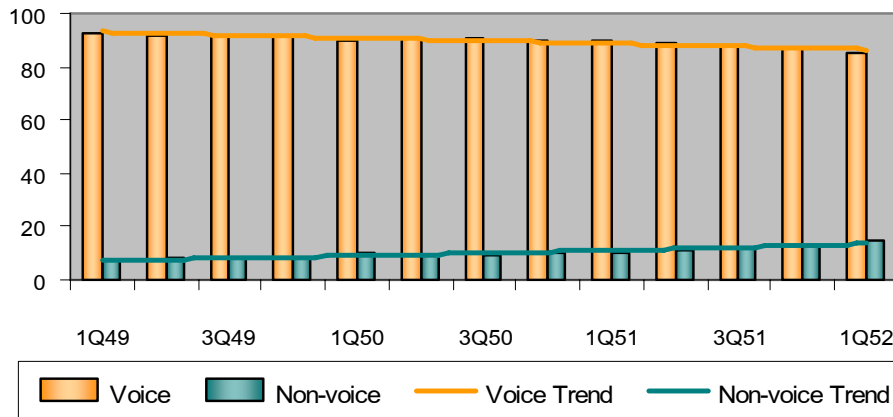
จำนวนผู้ใช้บริการ ณ สิ้นไตรมาส 1 ปี 2552 มีจำนวนทั้งสิ้น 63.25 ล้านราย เพิ่มขึ้น 2.26% จากไตรมาสก่อนหน้า แม้ว่าการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทยมีความก้าวหน้ามาตลอดโดยในช่วงปี 2549 จนถึงไตรมาสที่ 1 ปี 2552 มีอัตราการเติบโตเฉลี่ย 5.72% แต่แนวโน้มจำนวนผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลง อาจแสดงให้เห็นว่าการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เริ่มมีแนวโน้มอิ่มตัว



รูปที่ 6 จำนวนผู้ใช้บริการและอัตราการขยายตัวของบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ปี 2550 - 2552 รายไตรมาส

ที่มา : สำนักพัฒนานโยบายและกฎกติกา

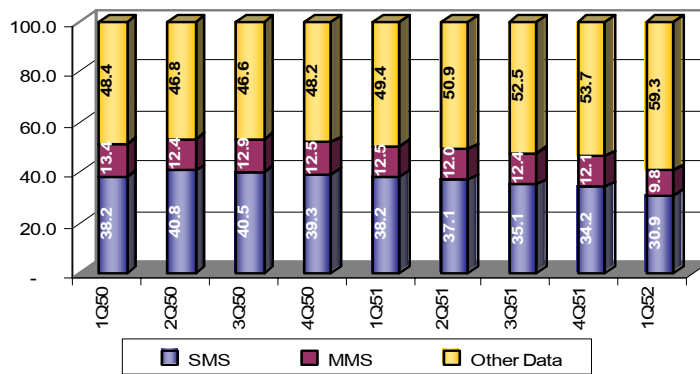
หากพิจารณาในรายละเอียดของสัดส่วนโครงสร้างรายได้ที่มีการให้บริการ 2 บริการ คือ Voice และ Non – Voice พบว่า ณ ไตรมาสที่ 1 ปี 2552 รายได้จากบริการ Voice ยังคงมีสัดส่วนมากกว่าบริการ Non – Voice ประมาณ 6 เท่า และรายได้จากบริการ Non – voice ของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่รายได้จากบริการ Voice ของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่มีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง (รูปที่ 7) แสดงให้เห็นว่าผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่มีพฤติกรรมการใช้งานบริการที่เป็น Non – voice เพิ่มขึ้น ซึ่งอาจจะนำไปสู่การใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ในยุคที่ 3 (3G) ที่เริ่มมีการนำมาใช้ในช่วงไตรมาสนี้ ซึ่งเน้นการใช้งานเกี่ยวกับ Non – voice มากกว่า Voice



รูปที่ 7 สัดส่วนและแนวโน้มมูลค่าการใช้บริการทางเสียงและมีโซเสียง ปี 2549 – 2552 รายไตรมาส

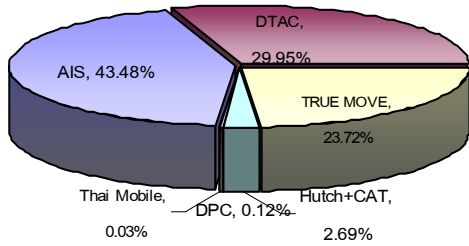
ที่มา : สำนักพัฒนานโยบายและกฎกติกา

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดสำหรับบริการเสริม Non – voice เทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ให้บริการอยู่ในปัจจุบันประกอบด้วย 3 บริการ คือ (1) SMS (2) MMS และ (3) บริการอื่น พบว่า **การใช้งานบริการ Non – voice มีแนวโน้มของการใช้งาน SMS และ MMS ลดลงเป็นลำดับ** โดยบริการ SMS ลดลงจาก 34.2% ของสัดส่วนการใช้งานบริการ Non – voice ณ สิ้นไตรมาสที่ 4 ปี 2551 เป็น 30.9% ณ สิ้น ไตรมาสที่ 1 ปี 2552 ส่วนบริการ MMS ลดลงจาก 12.1% ณ สิ้นไตรมาสที่ 4 ปี 2551 เป็น 9.8% ณ สิ้นไตรมาสที่ 1 ปี 2552 ในขณะที่การใช้งานบริการ Other Data ซึ่งเป็นการใช้งานอินเทอร์เน็ตผ่าน GPRS และผ่านระบบ 3G รวมไปถึงบริการรับส่งข้อมูลอื่นๆ มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเพิ่มขึ้นจาก 53.7% ณ สิ้นไตรมาสที่ 4 ปี 2551 เป็น 59.3% ณ สิ้นไตรมาสที่ 1 ปี 2552 (รูปที่ 8)



รูปที่ 8 สัดส่วนการใช้บริการเสริม Non-voice ปี 2550 - 2552 รายไตรมาส

ที่มา : สำนักพัฒนานโยบายและกฎกติกา

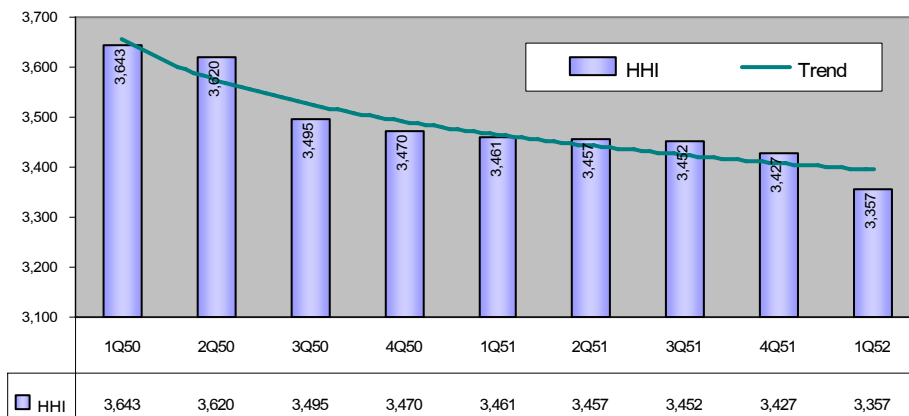


รูปที่ 9 ส่วนแบ่งตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่
สิ้นไตรมาสที่ 1 ปี 2552

ที่มา : สำนักพัฒนานโยบายและกฎกติกา

สภาพการแข่งขัน จากจำนวนผู้ลงทะเบียนใช้บริการโดยรวม พบว่า ณ สิ้นไตรมาส 1 ปี 2552 AIS ยังคงมีส่วนแบ่งตลาดมากที่สุด คือ 43.48% แต่ลดลงจากไตรมาสก่อนหน้า ซึ่งมีสัดส่วนที่ 44.66% รองลงมา คือ DTAC มีส่วนแบ่งตลาดคงที่เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนที่ 29.95% ในขณะที่ True Move มีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นมาอยู่ที่ 23.72% จาก 22.88% ในไตรมาสก่อนหน้า สำหรับ Hutch+CAT, DPC และ Thai mobile ซึ่งเป็นผู้ให้บริการรายเล็กมีส่วนแบ่งตลาด ณ สิ้นไตรมาสที่ 1 ปี 2552 อยู่ที่ 2.69% 0.12% และ 0.03% ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาถึงระดับการแข่งขันของตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยใช้ดัชนี Hefindahl-Hirschman Index (HHI) พบว่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในไตรมาสที่ 1 ปี 2552 ค่าดัชนี HHI อยู่ที่ 3,357 (รูปที่ 10) ลดลงประมาณเพียงร้อยละ 2.03 เมื่อเทียบกับไตรมาสที่ 4 ปี 2551 โดยมีแนวโน้มการแข่งขันอยู่ในระดับทรงตัวตั้งแต่ ปี 2550 เป็นต้นมา ซึ่งแสดงให้เห็นว่าระดับการแข่งขันยังคงกระจุกตัวอยู่ที่ผู้ให้บริการหลักเท่านั้น



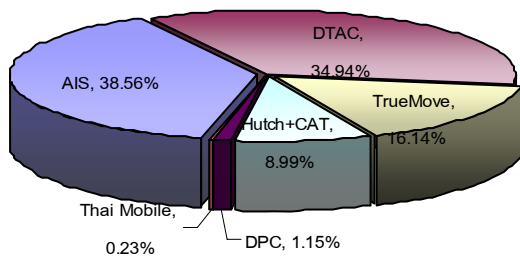
รูปที่ 10 ค่าดัชนี HHI ของตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่
ปี 2550 - 2552 รายไตรมาส

ที่มา : สำนักพัฒนานโยบายและกฎกติกา

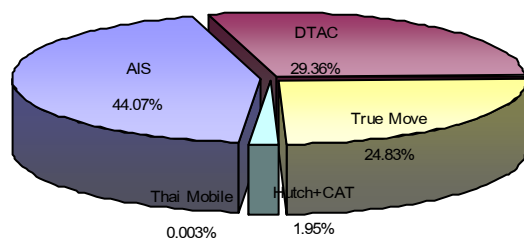
สภาพการแข่งขันแบ่งตามประเภทของผู้ใช้บริการที่ตอบสนองต่ออัตราค่าบริการที่แตกต่างกันได้เป็นตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภท Post – paid และ Pre – paid ซึ่งมีผู้ให้บริการกลุ่มเดียวกัน ดังนี้

ตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบ Post – paid ณ สิ้นไตรมาสที่ 1 ปี 2552 AIS มีส่วนแบ่งตลาดเป็นอันดับหนึ่ง คือมีส่วนแบ่งตลาด 38.56% รองลงมาคือ DTAC, TRUE Move, Hutch+CAT, DPC และ Thai Mobile มีส่วนแบ่งตลาดคิดเป็น ร้อยละ 34.94%, 16.14%, 8.99%, 1.15% และ 0.23% ตามลำดับ (รูปที่ 11) ซึ่งจะเห็นได้ว่าในตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภท Post – paid ส่วนแบ่งตลาดของ AIS และ DTAC อยู่ในระดับที่ไม่แตกต่างกันมากนัก

ส่วนแบ่งตลาดของตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภท Pre – paid ณ สิ้นไตรมาสที่ 1 ปี 2552 พบว่า AIS ก็มีส่วนแบ่งตลาดเป็นอันดับที่ 1 เช่นเดียวกับตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภท Post – paid กล่าวคือ มีส่วนแบ่งตลาด 44.07% รองลงมาคือ DTAC, TRUE Move Hutch+CAT และ Thai Mobile ซึ่งมีส่วนแบ่งตลาดคิดเป็น 29.36%, 24.83% และ 1.95% และ 0.003% ตามลำดับ (รูปที่ 12)

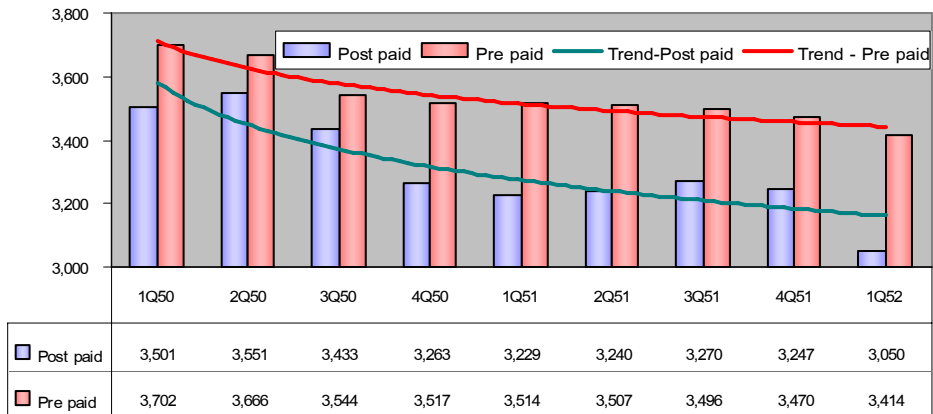


รูปที่ 11 ส่วนแบ่งตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบ Post-paid สิ้นไตรมาสที่ 1 ปี 2552
ที่มา : สำนักพัฒนานโยบายและกฎกติกา



รูปที่ 12 ส่วนแบ่งตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบ Pre-paid สิ้นไตรมาสที่ 1 ปี 2552
ที่มา : สำนักพัฒนานโยบายและกฎกติกา

เมื่อพิจารณาถึงระดับการแข่งขันของตามประเภทของผู้ใช้บริการ พบว่า ณ สิ้นไตรมาสที่ 1 ปี 2552 ทั้งตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภท Pre paid และ Post paid มีระดับการกระจุกตัวของตลาดมีแนวโน้มลดลงมาตั้งแต่ไตรมาสที่ 1 ของปี 2550 (รูปที่ 13)



รูปที่ 13 ค่าดัชนี HHI ของตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบ Post-paid และ Pre-paid

ปี 2550 - 2552 รายไตรมาส

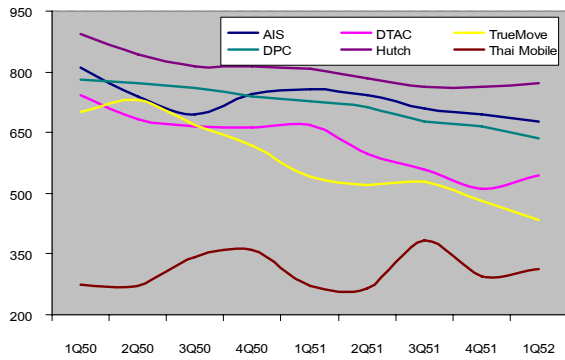
ที่มา : สำนักพัฒนานโยบายและกฎกติกา

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าในตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีระดับการแข่งขันที่สูงขึ้น แต่ค่าดัชนี HHI ของตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ยังคงอยู่ในระดับสูง (HHI > 3,000) ซึ่งชี้ให้เห็นว่าการแข่งขันในตลาดนี้ยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร ซึ่งอาจเกิดจากการมีผู้ให้บริการที่มีอำนาจเหนือตลาดในบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่

พฤติกรรมการแข่งขันของผู้ให้บริการ (Market Conduct)

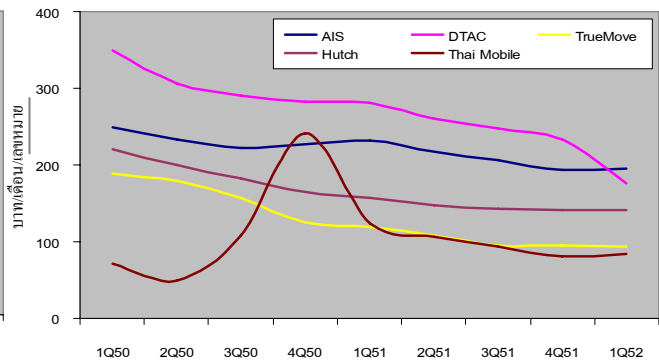
1. การจัดรายการส่งเสริมการขายลักษณะควบกับบริการอื่น เช่น บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงด้วยเทคโนโลยี WiFi, EDGE และ GPRS บริการเคเบิลทีวี และบริการเสริมอื่นๆ มีส่วนเพิ่มส่วนแบ่งในตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ รวมถึงบริการอื่นในกิจการโทรคมนาคม เนื่องจากรายการส่งเสริมการขายแบบพวงบริการจูงใจให้ลูกค้าเปิดใช้บริการในเครือข่าย ตลอดจนลงทะเบียนใช้งานเลขหมายใหม่เพิ่มมากขึ้น

2. ราคาค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เฉลี่ยต่อเดือน โดยพิจารณาจากรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่อเลขหมาย (Average Revenue Per Usage : ARPU) พบว่าผู้ให้บริการโดยส่วนใหญ่ทั้งบริการแบบ Post-paid และ Pre-paid ได้รับ ARPU ในลักษณะที่มีแนวโน้มลดลงมาตั้งแต่ปี 2550 จนถึงไตรมาสที่ 1 ปี 2552 (รูปที่ 14 และรูปที่ 15) เมื่อพิจารณา ARPU ในบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบ Post-paid ณ สิ้นไตรมาสที่ 1 ปี 2552 พบว่า ราคาค่าบริการเมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า Hutch ลดลงมากที่สุดที่ 10.35% รองลงมาคือ Thai Mobile และ AIS ลดลงที่ 4.50% และ 2.45% ตามลำดับ ในขณะที่ TrueMove DPC และ DTAC เพิ่มขึ้นที่ 6.52% 6.26% และ 1.44% ตามลำดับ สำหรับบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบ Pre-paid พบว่า ARPU ณ สิ้นไตรมาสที่ 1 ปี 2552 เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า Hutch Thai Mobile และ DTAC ลดลงที่ 24.79% 1.05% และ 0.70% ตามลำดับ ในขณะที่ TRUE Move และ AIS เพิ่มขึ้นที่ 3.90% และ 1.04% ตามลำดับ



รูปที่ 14 รายรับเฉลี่ยของผู้ให้บริการ
โทรศัพท์เคลื่อนที่แบบ Post-paid (ARPU) ปี
2550 – 2552 รายไตรมาส

ที่มา : สำนักพัฒนานโยบายและกฏกติกา



รูปที่ 15 รายรับเฉลี่ยของผู้ให้บริการ
โทรศัพท์เคลื่อนที่แบบ Pre-paid (ARPU) ปี
2550 – 2552 รายไตรมาส

ที่มา : สำนักพัฒนานโยบายและกฏกติกา

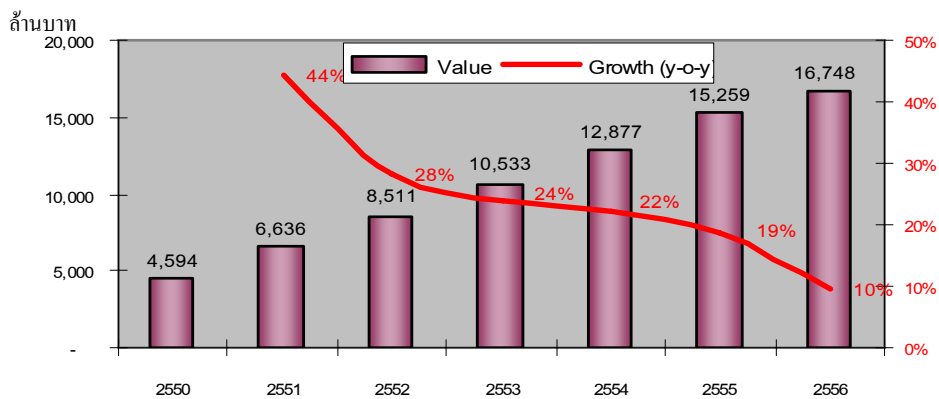
3. กลยุทธ์การกำหนดราคาในรายการส่งเสริมการขาย สังเกตเห็นได้ว่าในช่วงครึ่งหลังของปี 2551 ต่อเนื่องจนถึงไตรมาสที่ 1 ปี 2552 ผู้ให้บริการหลายรายมีการนำเสนอเทคโนโลยียุคที่สาม (3G) บนบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ส่งผลให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความตื่นตัว รวมทั้งมีการตอบโต้กันทั้งในด้านราคาและคุณภาพของบริการอย่างรุนแรง จนส่งผลให้ผู้ให้บริการแต่ละรายนำเสนอรายการส่งเสริมการขายในลักษณะรักษาฐานลูกค้าเก่าและการดึงดูดลูกค้าใหม่ อย่างไรก็ตาม รายงานส่งเสริมการขายต่างๆ มีการปรับให้เข้ากับพฤติกรรมผู้บริโภคตามปริมาณการใช้โทร และการนำเสนอนวัตกรรมใหม่เข้ามาประกอบเพื่อดึงดูดลูกค้า high-end แต่ทั้งนี้ **กลยุทธ์ในการตั้งราคาที่มีผลกระทบต่อการแข่งขันภายในตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในช่วงไตรมาสนี้ก็มิได้มีกลยุทธ์ที่แตกต่างจากช่วงที่ผ่านมา** ได้แก่ กลยุทธ์ในการกำหนดช่วงเวลาในการโทรที่มีการกำหนดราคาแบบสองส่วน (two-part tariff)² และกลยุทธ์การคิดค่าบริการที่แตกต่างกันสำหรับการโทรภายในโครงข่าย (On Net) และการโทรภายนอกโครงข่าย (Off Net)

4. การทำสัญญาผูกพันกับผู้ใช้บริการรายใหม่ เป็นการกำหนดเงื่อนไขโดยใช้แรงจูงใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ดึงดูดให้ลูกค้ารายใหม่เข้ามาใช้บริการของตนในลักษณะที่เข้มงวดกว่าหรือมีสัญญาผูกพันระยะเวลายาวนานกว่าลูกค้ารายเก่า เพื่อเพิ่มฐานลูกค้าและส่วนแบ่งทางการตลาด ในขณะที่ได้ให้สิทธิเพิ่มขึ้นกับลูกค้ารายเดิมในบริการอื่นเพื่อคงสถานะลูกค้ารายเดิมนั้นไว้ไม่ให้ย้ายไปใช้บริการเครือข่ายอื่น (Loyalty Program)

² การกำหนดอัตราค่าบริการแบบสองส่วน (two – part tariff) การตั้งราคาให้ผู้ให้บริการจะเรียกเก็บเงินจำนวนหนึ่ง (Lump-sum fee) เพื่อเป็นค่าสิทธิในการใช้บริการหรือเป็นค่าสมาชิกซึ่งเป็นราคาส่วนที่หนึ่ง และผู้ซื้อต้องจ่ายค่าบริการตามราคาต่อหน่วยของสินค้าหรือบริการนั้น (Price or usage fee) ซึ่งเป็นราคาส่วนที่สอง

3. ตลาดบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วต่ำและความเร็วสูง

ปัจจุบันตลาดอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยมีศักยภาพ (Potential market) เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ และจากการกำกับดูแลบริการโทรคมนาคมให้มีการแข่งขันอย่างเสรีโดยคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กทช.) ได้เปิดให้มีการขอใบอนุญาตเพื่อให้บริการอินเทอร์เน็ตและบริการอินเทอร์เน็ตเกตเวย์เพิ่มขึ้น เป็นการเพิ่มทางเลือกให้ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต (ISPs) ภายในประเทศได้ใช้บริการความเร็วอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นโดยการขยายช่องสัญญาณ (Bandwidth) รองรับบริการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องของตลาดอินเทอร์เน็ต เนื่องจากความต้องการของประชาชนในประเทศที่ต้องการบริโภคข้อมูลที่มีปริมาณสูงขึ้น ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเฉพาะมูลค่าของตลาดค้าปลีกอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง พบว่า ในปี 2551 มีมูลค่าสูงถึง 6,636 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 44% จากปี 2550 และคาดว่าในปี 2552 จะมีมูลค่าสูงถึง 8,510.96 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 28% จากปี 2551 (รูปที่ 16) โดยเทียบกับจำนวนผู้ลงทะเบียนใช้บริการอยู่ที่ประมาณ 2.03 ล้านราย ในปี 2552³



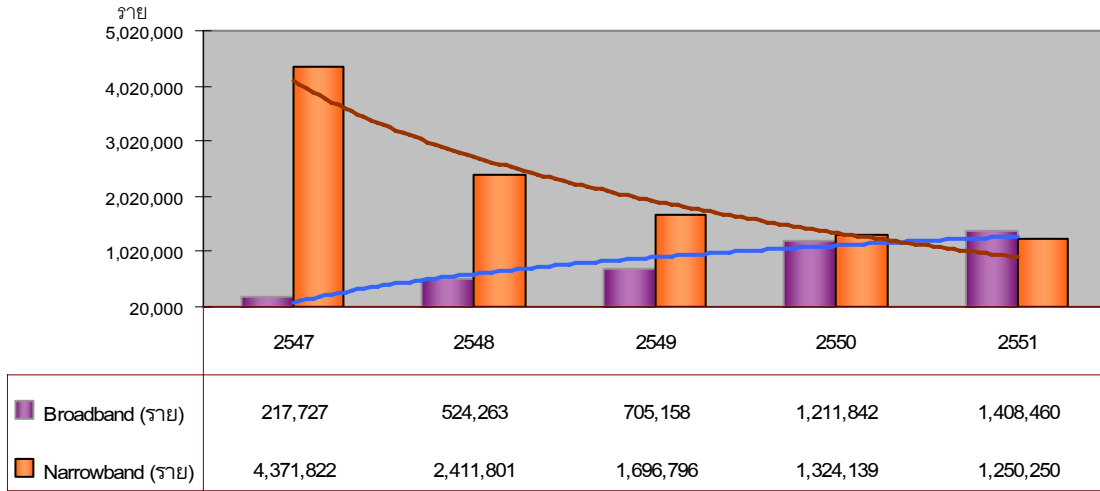
รูปที่ 16 คาดการณ์มูลค่าตลาดบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ปี 2550 - 2556

ที่มา : IDC Thailand

ในขณะเดียวกันตลาดอินเทอร์เน็ตความเร็วต่ำมีจำนวนผู้ใช้งานลดลงอย่างชัดเจนนับจากปี 2548 เป็นต้นมา (รูปที่ 17) โดยผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตในเมืองเกือบทั้งหมดเปลี่ยนจากการใช้งานระบบ dial up ไปสู่บริการ Broadband อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันส่วนใหญ่ของผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วต่ำเป็นผู้ที่อยู่ในพื้นที่ต่างจังหวัดหรือพื้นที่ที่ไม่สนใจในการทำกำไร และมีความเป็นไปได้ค่อนข้างมากที่ตลาดบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงจะเข้าแทนที่ตลาดบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วต่ำในอนาคตอันใกล้ ประกอบกับเมื่อบริการโทรศัพท์ประจำที่มีศักยภาพตลาดลดลง ผู้ให้บริการจำนวนหนึ่งได้หันมาเพิ่มมูลค่าการตลาดโดยส่งเสริมการให้บริการโทรศัพท์ประจำที่ในลักษณะควบคู่ไปกับบริการอินเทอร์เน็ต และพัฒนาบริการไปสู่อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงเพื่อให้แข่งขันได้ และเมื่อเทคโนโลยีใหม่อย่าง WiMAX และ 3G เริ่มเข้าสู่ตลาด จะมีผลทำ

³ โครงการวิจัยความต้องการของตลาดบรอดแบนด์ของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2552 – 2556 โดย IDC Thailand, เมษายน 2552

ให้โครงสร้างพื้นฐานในการสื่อสารสัญญาณของ ADSL บางส่วนถูกปรับปรุงหรือแทนที่ด้วยเทคโนโลยีแก้วนำแสง (Fiber Optic) เพื่อให้สามารถเสนอบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงพิเศษ และขยายไปสู่การให้บริการ IP-based transit แก่ผู้ให้บริการรายย่อยได้ในอนาคต ซึ่งจะเป็นการขยายจำนวนประชากรผู้ใช้อินเทอร์เน็ตให้เพิ่มมากขึ้นต่อไป ทั้งนี้ต้องใช้เวลาพอสมควรในการดำเนินการให้ครอบคลุมในทุกพื้นที่ทั่วประเทศ

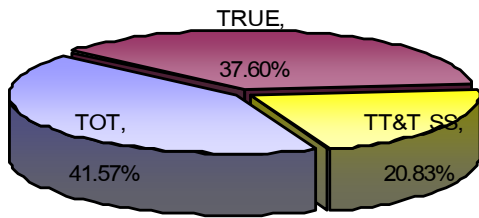


รูปที่ 17 แนวโน้มจำนวนผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงและอินเทอร์เน็ตความเร็วต่ำ ปี 2547 – 2551 รายปี

ที่มา : IDC Thailand

เมื่อพิจารณาการขยายตัวของตลาดจากจำนวนผู้รับใบอนุญาต ในไตรมาสที่ 1 ปี 2552 มีจำนวนผู้รับใบอนุญาตเพื่อให้บริการอินเทอร์เน็ตทั้งสิ้น 113 ราย โดยแบ่งเป็นผู้ได้รับใบอนุญาตให้บริการอินเทอร์เน็ตแบบที่ 1 จำนวน 95 ราย แบบที่ 2 จำนวน 15 รายและแบบที่ 3 จำนวน 3 ราย⁴ กล่าวได้ว่ามีการแข่งขันในระดับที่สูง แต่เมื่อพิจารณาในลักษณะการรวมตัวในแนวตั้ง (Vertical Integration) ของบริการจะพบว่า มีเพียงผู้ให้บริการบางรายเท่านั้นที่เป็นผู้ให้บริการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตเกตเวย์ (Internet Gateway) หรือมีสิทธิในโครงสร้างโทรคมนาคมพื้นฐาน หรืออาจกล่าวได้ว่า มีเพียงผู้ให้บริการบางรายที่ดำเนินการทั้งในระบบค้าส่งและระดับค้าปลีกอินเทอร์เน็ต

⁴ จำนวนผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตนับเฉพาะผู้ให้บริการที่ขอใบอนุญาตให้บริการกับ กทช. เท่านั้น สามารถดูเพิ่มเติมได้จาก www.ntc.or.th



รูปที่ 18 ส่วนแบ่งตลาดอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง
สิ้นไตรมาสที่ 1 ปี 2552
ที่มา : สำนักพัฒนานโยบายและกฎกติกา

สภาพการแข่งขันในตลาดบริการค่าปลีกอินเทอร์เน็ต เมื่อพิจารณาเฉพาะผู้ให้บริการที่มีโครงข่ายโทรศัพท์ประจำที่เป็นตัวแทนแสดงการแข่งขันของตลาดอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ถือได้ว่า TOT เป็นผู้เล่นสำคัญในตลาดนี้ ภายหลังจากการเปลี่ยนสถานะจากผู้ให้เช่าโครงข่ายโทรศัพท์ประจำที่มาเป็นผู้ดำเนินการเอง ด้วยความได้เปรียบในฐานะผู้ครอบครองโครงข่ายโทรศัพท์ประจำที่ทั่วประเทศ ทำให้ TOT กลายเป็นผู้ประกอบการที่มีส่วนแบ่งตลาดสูงสุดในกลุ่มผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในไตรมาสที่ 1 ปี 2552 อยู่ที่ 41.57% รองลงมาคือ TRUE และ TT&T SS มีส่วนแบ่งตลาดที่ 37.60% และ 20.83% ตามลำดับ (รูปที่ 18)

พฤติกรรมการแข่งขันของผู้ให้บริการ (Market Conduct)

1. รายการส่งเสริมการขาย

สำหรับในไตรมาสที่ 1 ปี 2552 ยังไม่มีการเปลี่ยนแปลงรายการส่งเสริมการขายใหม่สำหรับลูกค้าทั่วไป จะมีก็เพียงรายการส่งเสริมการขายใหม่สำหรับลูกค้า SME & Business จำนวน 2 รายการด้วยกัน จึงทำให้การนำเสนออัตราค่าบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงโดยการเชื่อมต่อบน DSL สำหรับลูกค้าทั่วไปไม่แตกต่างจากอัตราค่าบริการในปีที่ผ่านมา⁵ สังเกตเห็นได้จากอัตราราคาค่าบริการอินเทอร์เน็ตที่ใช้ตัวแทนจากรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่อผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (Average Revenue Per Usage : ARPU) ของบริษัท TRUE Internet พบว่า มีอัตราราคาที่อยู่ในช่วง 700 – 725 บาท มาตั้งแต่ปี 2549 จนถึงไตรมาสที่ 1 ปี 2552 ที่อยู่ที่ 723 บาท จากอัตราราคาที่ดังกล่าวสังเกตเห็นได้ว่าผู้ให้บริการทั้งหลายให้ความสนใจแข่งขัน

⁵ สำนักเศรษฐกิจโทรคมนาคม สำนักงานคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, รายงานอัตราค่าบริการโทรคมนาคม ประจำไตรมาสที่ 1/2552, มิถุนายน 2552.

คาดการณ์จำนวนผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ณ สิ้นไตรมาสที่ 1 ปี 2552 ของบริษัท TT&T SS จาก Bass's Model : $SUB_t = C_1 + C_2 * SUB_{t-1} + C_3 * SUB_{t-1}^2$ ณ ช่วงเวลา t, โดย สำนักพัฒนานโยบายและกฎกติกา สำนักงานคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, 2552.

ทางด้านราคาลดลง แต่ในทางกลับกันได้หันมาสนใจแข่งขันทางด้านคุณภาพโดยการขยายช่องสัญญาณ (Bandwidth) เพื่อเพิ่มความเร็วอินเทอร์เน็ต

2. ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการโทรศัพท์ประจำที่ (Fixed line) กับ ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต (Internet Service Providers)

ในช่วงไตรมาสที่ 1 ปี 2552 ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตยังคงดำเนินกลยุทธ์การแข่งขันในลักษณะที่ใช้ความได้เปรียบของการเป็นผู้ให้บริการโทรศัพท์ประจำที่อยู่เดิมมาให้บริการโทรคมนาคมอื่นที่เกี่ยวข้อง นั่นคือบริการอินเทอร์เน็ต โดยดำเนินการให้บริการทั้งบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วต่ำและอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง การที่บริษัทผู้ให้บริการโทรศัพท์ประจำที่เป็นผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตด้วยนั้น อาจจะทำให้เกิดปัญหาเกี่ยวกับการแข่งขันในตลาดบริการอินเทอร์เน็ตได้ เนื่องจากผู้ให้บริการโทรศัพท์ประจำที่ให้บริการอินเทอร์เน็ตด้วยอาจมีพฤติกรรมกีดกันมิให้ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตที่ไม่มีโครงข่ายโทรศัพท์ประจำที่เข้ามาให้โครงข่ายในการให้บริการ หรืออาจจะกำหนดค่าเช่าใช้โครงข่ายในอัตราที่สูงซึ่งจะส่งผลให้ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตที่ไม่มีโครงข่ายไม่สามารถทำการแข่งขันกับผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตที่มีโครงข่ายโทรศัพท์ประจำที่ได้ ซึ่งในปัจจุบันมีผู้ให้บริการโทรศัพท์ประจำที่บางราย ให้สิทธิผู้บริโภคในการเข้าใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงโดยไม่มีค่าใช้จ่ายในการติดตั้ง

3. การอุดหนุนไขว้ระหว่างบริการโทรคมนาคม (Cross Subsidies)

ผู้ให้บริการโทรคมนาคมบางรายประกอบธุรกิจทางด้านโทรคมนาคมหลายประเภท และประกอบธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจโทรคมนาคม (Down Stream) เป็นผลให้ผู้ให้บริการโทรคมนาคมมีความได้เปรียบในการแข่งขันเหนือคู่แข่งที่ไม่ได้ประกอบธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจโทรคมนาคม โดยผู้ให้บริการที่ประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องจัดทำรายการส่งเสริมการขายในบริการโทรคมนาคมร่วมกับธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น สามารถนำค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ไปใช้บริการเคเบิลทีวีได้ฟรีหรือบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง เป็นต้น

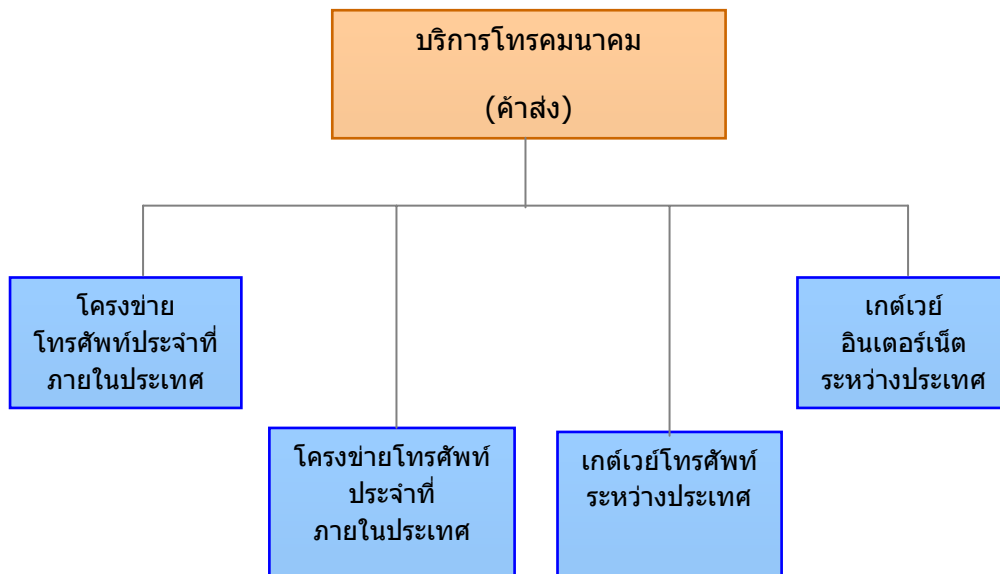
2. ตลาดค้าส่งบริการโทรคมนาคม (Wholesale Market)

การกำหนดตลาดค้าส่งบริการโทรคมนาคม

การกำหนดตลาดบริการโทรคมนาคมในระดับค้าส่งบริการตามประกาศ กทช. เรื่อง นโยบายตลาดและขอบเขตตลาดโทรคมนาคมที่เกี่ยวข้อง พ.ศ. 2551 เป็นการแบ่งแยกตลาดโดยการวิเคราะห์ลักษณะโครงข่ายพื้นฐานประเภทต่างๆ สำหรับการเชื่อมต่อสัญญาณโดยธุรกิจค้าปลีกบริการอีกทอดหนึ่ง (รูปที่ 19) ดังนี้

- (1) บริการโครงข่ายโทรศัพท์ประจำที่ภายในประเทศ
- (2) บริการโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ภายในประเทศ

- (3) บริการเกตเวย์โทรศัพท์ระหว่างประเทศ
- (4) บริการเกตเวย์อินเทอร์เน็ตระหว่างประเทศ



รูปที่ 19 ตลาดค้ำส่งบริการโทรคมนาคม (โครงข่ายและเกตเวย์)

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ

ด้วยปัจจุบันสำนักงาน กทช. ยังคงมีข้อจำกัดทางด้านข้อมูลในส่วนในตลาดค้ำส่งบริการโทรคมนาคมดังนั้นการจัดทำข้อวิเคราะห์ในรายงานฉบับนี้จึงไม่สามารถแยกวิเคราะห์เป็นรายตลาดได้ตามประกาศฯ จึงขอเสนอการวิเคราะห์ในเชิงภาพรวมของการใช้งานระหว่างโครงข่ายโทรคมนาคมเป็นหลัก โดยพิจารณาสัดส่วนการใช้โครงข่ายบริการโทรคมนาคมโดยเฉพาะวงจรเช่า (Leased line) รวมถึงสัดส่วนมูลค่าของการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคม (Interconnection) เป็นตัวแทนในการวิเคราะห์สภาพการแข่งขันในตลาดค้ำส่งบริการโทรคมนาคม ดังนี้

ภาพรวมตลาดค้ำส่งบริการโทรคมนาคม

ในไตรมาสที่ 1 ปี 2552 มีจำนวนผู้รับใบอนุญาตที่มีโครงข่ายโทรคมนาคมและเกตเวย์อินเทอร์เน็ตทั้งสิ้น 49 ราย โดยแบ่งเป็นผู้ได้รับใบอนุญาตให้บริการโครงข่ายโทรคมนาคมแบบที่ 2 จำนวน 13 ราย ผู้ได้รับใบอนุญาตให้บริการโครงข่ายโทรคมนาคมแบบที่ 3 จำนวน 17 ราย ผู้ได้รับใบอนุญาตให้บริการ IIG และ NIX จำนวน 15 ราย และผู้ได้รับใบอนุญาตให้บริการโครงข่ายอินเทอร์เน็ตแบบที่ 1 จำนวน 3 ราย⁶

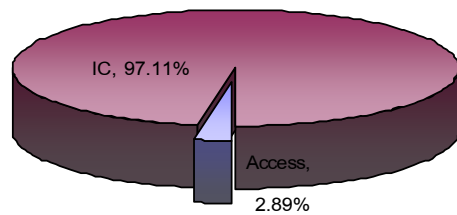
⁶ จำนวนผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตนับเฉพาะผู้ให้บริการที่ขออนุญาตให้บริการกับ กทช. เท่านั้น สามารถดูเพิ่มเติมได้จาก www.ntc.or.th

ทั้งนี้ จากประกาศ กทช. เรื่อง หลักเกณฑ์การแจ้ง การเก็บรักษา และการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการใช้และเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคมสำหรับผู้รับใบอนุญาตที่มีโครงข่ายโทรคมนาคม พ.ศ. 2551 ได้กำหนดให้มีการจัดส่งข้อมูล แต่ในช่วงไตรมาสที่ 1 ปี 2552 มีผู้รับใบอนุญาตเพียง 11 รายเท่านั้นที่จัดส่งข้อมูล จากข้อจำกัดด้านข้อมูลดังกล่าว จึงขอใช้ข้อมูลจากผู้ได้รับใบอนุญาต 11 รายดังกล่าวเป็นตัวแทนผู้ให้บริการในตลาดค้าส่งบริการโทรคมนาคมทั้งหมด

สินค้าและบริการ โดยทั่วไปสินค้าและบริการในตลาดค้าส่งบริการโทรคมนาคมจะหมายถึงโครงสร้างพื้นฐานของเครือข่าย (Network infrastructure or Radio infrastructure) เช่น สถานีฐาน (Cell site) เสาสัญญาณ (Mast) ตลอดจนการใช้พื้นที่/สิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นร่วม เป็นต้น ดังนั้นจึงอาจแบ่งลักษณะของบริการขายส่งออกเป็น 2 กลุ่มหลัก ได้แก่

- 1) บริการขายส่งแก่ผู้ให้บริการปลายทางที่ไม่มีเครือข่ายเป็นของตนเอง เช่น บริการใช้โครงข่าย และ
- 2) บริการขายส่งของผู้ให้บริการปลายทางที่มีเครือข่ายของตนเอง ซึ่งสินค้าที่ซื้อ/ขายเป็นลักษณะของการเชื่อมต่อหรือบริการเชื่อมต่อ (Interconnection)⁷

มูลค่าตลาดค้าส่งบริการโทรคมนาคม เมื่อพิจารณาจากการใช้และเชื่อมต่อบริการโครงข่าย พบว่า ณ สิ้นไตรมาสที่ 1 ในปี 2552 มูลค่าจากการใช้โครงข่าย โดยเฉพาะบริการวงจรเช่า (Leased line) มีสัดส่วนเพียง 2.89% ของมูลค่าตลาดค้าส่ง และมูลค่าจากการเชื่อมต่อบริการโทรคมนาคม (Interconnection) มีสัดส่วนสูงถึง 97.11% ของมูลค่าตลาดค้าส่ง (รูปที่ 20)



รูปที่ 20 สัดส่วนมูลค่าตลาดค้าส่งบริการ ณ สิ้นไตรมาสที่ 1 ปี 2552

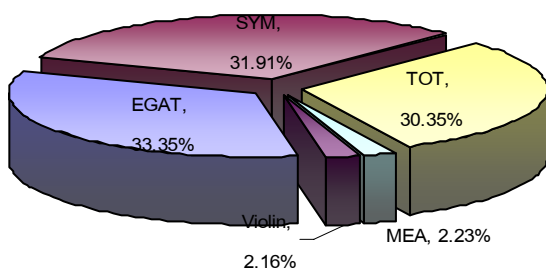
ที่มา : สถาบันการใช้และเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคม

⁷ ศูนย์ศึกษาความร่วมมือระหว่างประเทศ, โครงการศึกษากำหนดตลาดที่เกี่ยวข้องในกิจการโทรคมนาคม การประเมินสภาพการแข่งขันตลาดที่เกี่ยวข้อง และการวิเคราะห์พฤติกรรมที่เป็นการลด หรือจำกัดหรือกีดกันการแข่งขัน เสนอต่อ สำนักงานคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, 2552.

การใช้โครงข่ายโทรคมนาคม

การใช้โครงข่ายโทรคมนาคม (Access) นั้นตามประกาศ กทช. ว่าด้วยการใช้และเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคม พ.ศ. 2549 การใช้โครงข่ายโทรคมนาคม หมายถึง การเข้าถึงโครงข่ายโทรคมนาคม โดยผู้ประกอบการกิจการโทรคมนาคมภายใต้ความตกลงทางเทคนิคและทางพาณิชย์ เพื่อให้บริการโครงข่ายโทรคมนาคม หรือให้บริการโทรคมนาคมผ่านโครงข่ายโทรคมนาคมได้ และให้หมายความรวมถึง การให้บริการโครงข่ายโทรคมนาคมสำหรับรับ-ส่งสัญญาณโทรคมนาคมแบบไร้สาย เพื่อให้ผู้ให้บริการโทรคมนาคมรายอื่น (Roaming) ตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่คณะกรรมการประกาศกำหนดด้วย

หากกล่าวโดยสรุปการใช้โครงข่าย (Access) คือ กิจกรรมที่ผู้ประกอบการรายหนึ่ง เข้าไปเช่าใช้โครงข่ายของผู้ประกอบการที่มีโครงข่ายอีกรายหนึ่ง เพื่อให้บริการแก่ผู้ใช้บริการของตนเอง



รูปที่ 21 ส่วนแบ่งตลาดจากผลตอบแทนการให้ใช้โครงข่าย ณ สิ้นไตรมาสที่ 1 ปี 2552

ที่มา : สถาบันการใช้และเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคม

ส่วนแบ่งตลาดของตลาดค้าส่งบริการจากผลตอบแทนการให้ใช้โครงข่ายจากผู้ให้บริการให้ใช้โครงข่ายโทรคมนาคมโดยเฉพาะวงจรเช่า (Leased line) มีจำนวน 5 รายที่ทำการจัดส่งข้อมูลพบว่า ณ สิ้นไตรมาส 1 ปี 2552 มีผู้ให้บริการได้รับผลตอบแทนสูงสุดใกล้เคียงกันจำนวน 3 ราย ได้แก่ การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (EGAT) ได้รับผลตอบแทนจากการให้ใช้โครงข่ายสูงสุดที่ 33.35% รองลงมา คือ บริษัท ซิมโฟนี่ คอมมูนิเคชั่น จำกัด (SYM) และ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) (TOT) ที่สัดส่วน 31.91% และ 30.35% ตามลำดับ สำหรับผู้ให้บริการอีก 2 ราย คือ การไฟฟ้านครหลวง (MEA) และบริษัท โกลบอลครอสซิง เซอร์วิสซีส จำกัด (Violin) มีสัดส่วนอยู่ที่เพียง 2.23% และ 2.16% ตามลำดับ (รูปที่ 21)

การเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคม

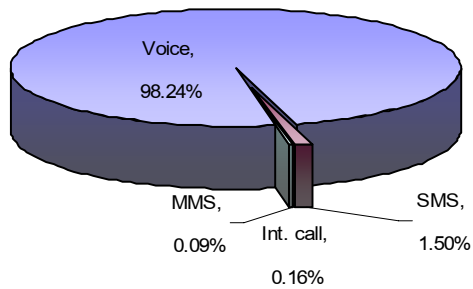
ลักษณะของการเชื่อมต่อโครงข่าย (Interconnection) สามารถแบ่งบริการพื้นฐานได้เป็น 3 บริการหลัก ตามลักษณะของการเชื่อมต่อและทิศทางการสื่อสาร คือ Call Termination, Call Transit และ Call Origination โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- การให้บริการ Call Termination คือ การให้บริการจัดส่งสัญญาณเสียงของผู้ใช้บริการของโครงข่ายหนึ่ง ไปยังผู้ให้บริการอีกโครงข่ายหนึ่งถือได้ว่าเป็นบริการพื้นฐาน ที่เมื่อมีการเชื่อมต่อโครงข่ายกันแล้ว จำเป็นที่จะต้องให้บริการนี้ เนื่องจากบริการนี้จะเป็นการตอบสนองของหลักการ ที่ผู้ให้บริการโทรคมนาคมติดต่อถึงกันได้ (Any to any connectivity)
- การให้บริการ Call Transit หรือการต่อผ่าน เป็นบริการส่งต่อสัญญาณจากโครงข่ายหนึ่งไปยังอีกโครงข่ายหนึ่ง เพื่อให้โครงข่ายนั้นส่งต่อไปยังโครงข่ายปลายทาง
- การให้บริการ Call Origination หรือการบริการเรียกออกไปยังอีกโครงข่ายหนึ่ง โดยทั่วไปแล้ว การให้บริการ Call Origination จะเกิดจากผู้ให้บริการรายหนึ่ง ไม่มีโครงข่ายไปถึงผู้ให้บริการ ดังนั้นจึงจำเป็นที่จะต้องยืมโครงข่ายผู้อื่น ในการให้ผู้ให้บริการเรียกออกมายังโครงข่ายตน

นอกจากนี้ หากพิจารณาตามประเภทของการสื่อสารอาจแบ่งบริการออกเป็น 2 ประเภทหลักได้แก่

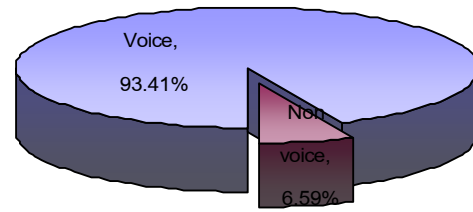
- ประเภทการสื่อสารด้วยเสียง (Voice) เช่น บริการโทรออกและรับสายทั้งภายในและต่างประเทศ
- ประเภทการสื่อสารที่มีไม่ใช่เสียง (Non Voice) เช่น ภาพ ข้อความ ข้อมูล

สัดส่วนมูลค่าตลาดจากการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคมตามประเภทของการสื่อสาร ณ สิ้นไตรมาสที่ 1 ปี 2552 การสื่อสารด้วยเสียงภายในประเทศมีมูลค่ารวมสูงที่สุดที่สัดส่วน 98.24% รองลงมา คือ การสื่อสารแบบ SMS การโทรระหว่างประเทศ และ MMS ที่สัดส่วน 1.50% 0.16% และ 0.09% ตามลำดับ (รูปที่ 22) หรืออาจกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า รายรับจากค่าเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคมประเภทใช้เสียงมีสัดส่วนสูงถึง 98.40% ในขณะที่สัดส่วนรายรับประเภทการสื่อสารที่มีไม่ใช่เสียงอยู่ที่เพียง 1.60% เท่านั้น กอปรกับสัดส่วนของการใช้บริการสื่อสารที่มีไม่ใช่เสียงระหว่างโครงข่ายอยู่ที่เพียง 6.59% (รูปที่ 23)



รูปที่ 22 สัดส่วนมูลค่าตลาดจากการเชื่อมต่อโครงข่ายตามประเภทของการสื่อสาร ณ สิ้นไตรมาสที่ 1 ปี 2552

ที่มา : สถาบันการใช้และเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคม

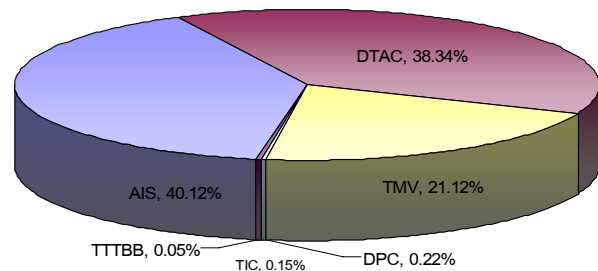


รูปที่ 23 สัดส่วนมูลค่าตลาดจากการใช้บริการข้ามโครงข่ายตามประเภทของการสื่อสาร ณ สิ้นไตรมาสที่ 1 ปี 2552

ที่มา : สถาบันการใช้และเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคม

การสื่อสารที่มีค่าใช้จ่ายยังไม่เป็นที่นิยมเท่าที่ควรและมีอัตราค่าบริการที่ค่อนข้างต่ำเมื่อเทียบกับการสื่อสารโดยใช้เสียง

สัดส่วนของมูลค่าตลาดจากการเชื่อมต่อโครงข่ายตามผู้ให้บริการ มีจำนวน 6 รายที่ทำการส่งข้อมูล ณ สิ้นไตรมาสที่ 1 ปี 2552 พบว่า ผู้ให้บริการรายใหญ่ที่มีโครงข่ายและให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีส่วนแบ่งตลาดสูงสุด ได้แก่ บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) (AIS) บริษัท โทเทิล แอ็ดเจ็ส อมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) (DTAC) และ บริษัท ทูมูฟ จำกัด (TMV) ที่สัดส่วน 40.12% 38.34% และ 21.12% ตามลำดับ สำหรับผู้ให้บริการรายอื่นคือ บริษัท ดิจิตอล โฟน จำกัด (DPC) บริษัท ทูอินเตอร์เนชั่นแนล คอมมิวนิเคชั่น จำกัด (TIC) และ บริษัท ทริปเปิ้ลทีบรอดแบนด์ จำกัด (TTTBB) มีส่วนแบ่งตลาดของมูลค่าจากการเชื่อมต่อโครงข่ายที่สัดส่วน 0.22% 0.15% และ 0.05% ตามลำดับ (รูปที่ 24)



รูปที่ 24 สัดส่วนมูลค่าตลาดจากการเชื่อมต่อโครงข่ายตามผู้ให้บริการ ณ สิ้นไตรมาสที่ 1 ปี 2552

ที่มา : สถาบันการใช้และเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคม

พฤติกรรมการแข่งขันในตลาดค้าส่งบริการโทรคมนาคม

1. พฤติกรรมเชิงกลยุทธ์ของผู้ให้บริการรายเดิมในตลาด (Strategic Barriers)

เนื่องจากผู้ให้บริการค้าส่งบริการโทรคมนาคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ให้บริการรายใหญ่ที่มีความพร้อมด้านทรัพยากรมากกว่า หรือผู้ให้บริการที่มีการรวมตัวของบริการในแนวตั้ง (Vertical Integration) จากตลาดโครงข่ายสู่ตลาดค้าปลีก จะมีความได้เปรียบผู้ให้บริการรายย่อยรายอื่น ๆ เนื่องจากมีต้นทุนในการดำเนินการที่ต่ำกว่า จึงอาจมีการตั้งราคาที่ต่ำกว่าผู้ให้บริการรายอื่น ๆ (Predatory Pricing) หรืออาจคิดอัตราค่าบริการการเช่าใช้โครงข่ายโทรคมนาคมในราคาสูงกว่าที่ควร (Price Squeeze) เพื่อเป็นการจำกัดการแข่งขันหรือกำจัดคู่แข่งรายอื่น ๆ ในตลาด รวมถึงกีดกันผู้ประกอบการที่ต้องการเข้ามาเป็นผู้ให้บริการรายใหม่ในตลาด

2. การควบคุมโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็น (Control of Infrastructure)

โครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นต่อการให้บริการขายส่งโทรคมนาคม ได้แก่ โครงข่ายโทรศัพท์พื้นฐานและชุมสาย ช่องสัญญาณการแลกเปลี่ยนข้อมูลอินเทอร์เน็ตภายในและระหว่างประเทศ ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นโครงสร้างพื้นฐานที่ยากแก่การทำซ้ำ (Not Easily Duplicated) เนื่องจากมีต้นทุนที่สูงมาก ดังนั้น ผู้ให้บริการที่เป็นเจ้าของหรือมีสิทธิในการควบคุมโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นดังกล่าวจึงอาจกีดกันการเข้าถึงหรือเข้าใช้บริการในโครงสร้างพื้นฐานนั้นต่อผู้ให้บริการรายอื่น ๆ ที่ไม่ได้เป็นเจ้าของและไม่มีสิทธิในการควบคุมโครงสร้างพื้นฐานได้