

รายงานสภาพตลาดโทรคมนาคม ณ สิ้นไตรมาสที่ 2 ปี 2554

ส่วนงานพัฒนาภาคการส่งเสริมการแข่งขัน
สำนักพัฒนานโยบายและกฏกติกา

สำนักงานคณะกรรมการกิจการ
กระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการ
โทรคมนาคมแห่งชาติ

สารบัญ

	หน้า
สรุปสภาพตลาดโทรคมนาคม ณ สิ้นไตรมาสที่ 2 ปี 2554	1
ตลาดค้าปลีกบริการโทรคมนาคม (Retail Market)	4
ตลาดบริการโทรศัพท์ประจำที่ภายในประเทศ	4
ตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ภายในประเทศ	8
ตลาดบริการอินเทอร์เน็ต	13
ตลาดบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ	16
ตลาดค้าส่งบริการโทรคมนาคม (Wholesale Market)	18
ภาพรวมของการใช้และเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคม	19
การใช้โครงข่ายโทรคมนาคม	20
การเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคม	21

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 จำนวนผู้ใช้บริการโทรศัพท์ประจำที่ ณ สิ้นไตรมาสที่ 2 ปี 2554 เทียบกับไตรมาสก่อนหน้าและไตรมาสเดียวกันของปีก่อน	5
2 รายได้เฉลี่ยต่อเลขหมายของโทรศัพท์ประจำที่ ณ สิ้นไตรมาสที่ 2 ปี 2554 เทียบกับไตรมาสก่อนหน้าและไตรมาสเดียวกันของปีก่อน	7
3 จำนวนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ณ สิ้นไตรมาสที่ 2 ปี 2554 เทียบกับไตรมาสก่อนหน้าและไตรมาสเดียวกันของปีก่อน	8
4 รายได้เฉลี่ยต่อเลขหมายของโทรศัพท์เคลื่อนที่ ณ สิ้นไตรมาสที่ 2 ปี 2554 เทียบกับไตรมาสก่อนหน้าและไตรมาสเดียวกันของปีก่อน	12
5 จำนวนผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ณ สิ้นไตรมาสที่ 2 ปี 2554 เทียบกับไตรมาสก่อนหน้าและไตรมาสเดียวกันของปีก่อน	13
6 รายได้เฉลี่ยต่อเลขหมายของบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ณ สิ้นไตรมาสที่ 2 ปี 2554 เทียบกับไตรมาสก่อนหน้าและไตรมาสเดียวกันของปีก่อน	15
7 ผู้ให้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศที่มีเลขหมาย IDD Prefix	16
8 อัตราอ้างอิง (Reference Rate) การเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคม	22

สารบัญรูป

รูปที่	หน้า
1 ตลาดค้าปลีกบริการโทรคมนาคม	4
2 จำนวนผู้ใช้บริการโทรศัพท์ประจำที่ ตั้งแต่ไตรมาสที่ 1 ปี 2551 – ไตรมาสที่ 2 ปี 2554	5
3 ส่วนแบ่งตลาดบริการโทรศัพท์ประจำที่ ณ สิ้นไตรมาสที่ 2 ปี 2554	5
4 ค่าดัชนี HHI ของตลาดบริการโทรศัพท์ประจำที่ ตั้งแต่ไตรมาสที่ 1 ปี 2552 – ไตรมาสที่ 2 ปี 2554	6
5 รายได้เฉลี่ยของผู้ให้บริการโทรศัพท์ประจำที่ (ARPU) ตั้งแต่ไตรมาสที่ 1 ปี 2551 – ไตรมาสที่ 2 ปี 2554	7
6 จำนวนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ตั้งแต่ไตรมาสที่ 1 ปี 2551 – ไตรมาสที่ 2 ปี 2554	8
7 สัดส่วนจากรายรับการให้บริการ Voice Non-voice และ Others ตั้งแต่ไตรมาสที่ 1 ปี 2551 - ไตรมาสที่ 2 ปี 2554	9
8 ส่วนแบ่งตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ณ สิ้นไตรมาสที่ 2 ปี 2554	9
9 ค่าดัชนี HHI ของตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ตั้งแต่ไตรมาสที่ 1 ปี 2551 – ไตรมาสที่ 2 ปี 2554	10
10 ส่วนแบ่งตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ แบบ Post-paid ณ สิ้นไตรมาสที่ 2 ปี 2554	11
11 ส่วนแบ่งตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบ Pre-paid ณ สิ้นไตรมาสที่ 2 ปี 2554	11
12 ค่าดัชนี HHI ของตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบ Post-paid และ Pre-paid ตั้งแต่ไตรมาสที่ 1 ปี 2551 – ไตรมาสที่ 2 ปี 2554	11
13 รายได้เฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Blended ARPU) ตั้งแต่ไตรมาสที่ 1 ปี 2551 – ไตรมาสที่ 2 ปี 2554	12
14 จำนวนผู้ลงทะเบียนประเภทบุคคลทั่วไปใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ตั้งแต่ไตรมาสที่ 1 ปี 2551 – ไตรมาสที่ 2 ปี 2554	13
15 ส่วนแบ่งตลาดบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ณ สิ้นไตรมาสที่ 2 ปี 2554	14
16 ค่าดัชนี HHI ของตลาดบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ตั้งแต่ไตรมาสที่ 1 ปี 2552 – ไตรมาสที่ 2 ปี 2554	14
17 อัตราค่าบริการเฉลี่ยของบริการอินเทอร์เน็ตต่อระดับความเร็วในหน่วย Kbps	15
18 อัตราค่าบริการเฉลี่ยของบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ	17
19 ตลาดค้าส่งบริการโทรคมนาคม (โครงข่ายและเกตเวย์)	18
20 สัดส่วนมูลค่าตลาดค้าส่งบริการ ประจำไตรมาสที่ 2 ปี 2554	20

สารบัญญรูป (ต่อ)

รูปที่	หน้า	
21	ส่วนแบ่งตลาดจากผลตอบแทนการให้ใช้โครงข่าย ประจำปีไตรมาสที่ 2 ปี 2554	21
22	สัดส่วนมูลค่าตลาดจากการเชื่อมต่อโครงข่าย ตามประเภทของการสื่อสาร ประจำปีไตรมาสที่ 2 ปี 2554	22
23	สัดส่วนการใช้บริการข้ามโครงข่าย แยกตามประเภทของการสื่อสาร ประจำปีไตรมาสที่ 2 ปี 2554	22
24	สัดส่วนรายได้จากการเชื่อมต่อโครงข่าย จำแนกตามผู้ให้บริการ ประจำปีไตรมาสที่ 2 ปี 2554	23
25	สัดส่วนรายจ่ายจากการเชื่อมต่อโครงข่าย จำแนกตามผู้ให้บริการ ประจำปีไตรมาสที่ 2 ปี 2554	23

สรุปสภาพตลาดโทรคมนาคม ณ สิ้นไตรมาสที่ 2 ปี 2554

ส่วนงานพัฒนาภาคการส่งเสริมการแข่งขัน สำนักพัฒนานโยบายและกฎกติกา

การติดตามสภาพการแข่งขันในตลาดโทรคมนาคม ณ สิ้นไตรมาสที่ 2 ปี 2554 พิจารณาแยกเป็นรายตลาดตามประกาศ กทช. เรื่อง นิยามของตลาดและขอบเขตตลาดโทรคมนาคมที่เกี่ยวข้อง พ.ศ.2551 ในภาพรวมสรุปได้ ดังนี้

- ตลาดค้าปลีกบริการ (Retail Market) ในภาพรวมมีระดับการแข่งขันลักษณะทรงตัว และยังคงกระจุกตัวอยู่ที่ผู้ให้บริการรายใหญ่เท่านั้น สำหรับพฤติกรรมการแข่งขันโดยรวมในตลาดค้าปลีกบริการ ที่แสดงออกจากรูปแบบรายการส่งเสริมการขายมีทั้งการแข่งขันทางด้านราคาและการพัฒนาคุณภาพที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีใหม่ของบริการ นอกจากนี้ บางรายได้ใช้ความได้เปรียบจากความสัมพันธ์กับบริการอื่นใช้รูปแบบบริการแบบ Bundled services

บริการที่มีโอกาสแข่งขันได้ดียังคงเป็นบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ภายในประเทศ และบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง โดยที่บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ภายในประเทศ ผู้ให้บริการได้มีการพัฒนาโครงข่ายเดิมให้เป็นระบบ HSPA ซึ่งแม้ว่าจะเป็นการพัฒนาจากโครงข่ายเดิม แต่ก็เพื่อให้ครอบคลุมทั้งทางด้านพื้นที่ให้บริการและรองรับเทคโนโลยีใหม่ นอกจากนี้ กลุ่มผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ก็ยังได้มีการรวมกลุ่มทางธุรกิจกับบริการอื่นรวมทั้งอุปกรณ์เครื่องลูกข่ายเพิ่มขึ้น สำหรับบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงที่ผู้ให้บริการให้ความสนใจแข่งขันทางด้านคุณภาพ และพัฒนาเทคโนโลยีรวมถึง Content อย่างต่อเนื่อง

- ตลาดค้าส่งบริการ (Wholesale Market) ซึ่งในนี้มีเพียงข้อมูลจากตลาดให้ใช้โครงข่าย (Access) และตลาดการเชื่อมต่อโครงข่าย (Interconnection) โทรคมนาคมเท่านั้น พบว่า มูลค่าตลาดค้าส่งบริการส่วนใหญ่กระจุกตัวอยู่ที่ตลาดการเชื่อมต่อโครงข่าย

เมื่อพิจารณาเฉพาะตลาดจากการให้ใช้โครงข่าย (Access) ส่วนแบ่งตลาดกระจุกตัวอยู่ที่ บริษัท ซิมโพนี คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) (SYM) การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (EGAT) และบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) (TOT) ซึ่งเป็นผู้ที่มีโครงข่ายหลักทั่วประเทศเท่านั้น สำหรับตลาดการเชื่อมต่อโครงข่าย (Interconnection) พบว่า ส่วนแบ่งตลาดกระจุกอยู่ที่กลุ่มผู้ให้บริการเดียวกันกับผู้ให้บริการในตลาดค้าปลีกบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศเป็นหลัก

1. ตลาดค้าปลีกบริการโทรคมนาคม (Retail Market)

1.1 ตลาดบริการโทรศัพท์ประจำที่ภายในประเทศ

- จำนวนผู้ใช้บริการโทรศัพท์ประจำที่โดยรวมประมาณ 6.72 ล้านราย ลดลงร้อยละ 0.76 จากไตรมาสก่อน และลดลงร้อยละ 3.33 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน
- ระดับการแข่งขันในตลาดโดยคิดจากค่า HHI เพิ่มขึ้นจากไตรมาสก่อนเล็กน้อยมาอยู่ที่ 4,415 ซึ่งแสดงว่าตลาดโทรศัพท์ประจำที่มีการแข่งขันในระดับต่ำ และมีแนวโน้มของการกระจุกตัวเพิ่มสูงขึ้น
- ในบริการโทรศัพท์ประจำที่ พบว่า TOT มีส่วนแบ่งตลาดสูงสุดที่ร้อยละ 58.95 รองลงมาคือ TRUE และ TT&T โดยมีส่วนแบ่งตลาดประมาณร้อยละ 27.53 และ 13.52 ตามลำดับ
- รายได้เฉลี่ยต่อเลขหมายต่อเดือนของผู้ให้บริการ (ARPU) ลดลงอย่างต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี 2551 โดย ณ ไตรมาสที่ 2 ปี 2554 มาอยู่ที่ 274 บาทต่อเลขหมาย

1.2 ตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ภายในประเทศ

- จำนวนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยรวมประมาณ 74.59 ล้านราย เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.59 จากไตรมาสก่อน หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.57 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน
- เมื่อจำแนกโครงสร้างรายได้จากการให้บริการ พบว่า บริการ Voice มีสัดส่วนรายได้ถึงร้อยละ 69.38 สำหรับบริการ Non – voice มีสัดส่วนอยู่ที่ร้อยละ 15.57 และบริการอื่นๆ มีสัดส่วนรายได้อยู่ที่ร้อยละ 15.05
- AIS มีส่วนแบ่งตลาดสูงสุดที่ 43.47 เพิ่มขึ้นจากไตรมาสก่อนเล็กน้อย รองลงมาคือ DTAC , True Move , Hutch , CAT , TOT และ DPC โดยมีส่วนแบ่งตลาดประมาณร้อยละ 30.47, 24.04, 0.80 , 0.59 , 0.55 และ 0.12 ตามลำดับ
- ระดับการแข่งขันในตลาดโดยคิดจากค่า HHI = 3,394 มีค่าเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากไตรมาสก่อนหน้า
- รายได้เฉลี่ยต่อหมายเลขต่อเดือนของผู้ให้บริการ (ARPU) ปรับตัวลดลงเล็กน้อย

1.3 ตลาดบริการอินเทอร์เน็ต

- จำนวนผู้ลงทะเบียนใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงอยู่ที่ 3.48 ล้านราย เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.19 จากไตรมาสก่อน และร้อยละ 21.25 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน
- ผู้ให้บริการแข่งขันทั้งทางด้านราคาและด้านคุณภาพมากขึ้น โดยเสนอราคาแบบรายเดือนต่ำลง และมีบริการรวมในลักษณะ Bundle services กับบริการโทรศัพท์ประจำที่และบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่มากขึ้น
- เมื่อพิจารณาผู้ให้บริการหลักในบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง พบว่า True Internet มีส่วนแบ่งตลาดสูงสุด รองลงมาคือ TOT และ 3BB
- ระดับการแข่งขันในตลาดค้าปลีกบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงโดยคิดจากค่า HHI = 3,191 มีค่าใกล้เคียงกับไตรมาสก่อน

1.4 ตลาดบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ

- บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศสามารถแบ่งตามลักษณะของบริการได้ 3 ลักษณะ คือ ระบบต่อตรง (IDD) ระบบ VoIP และระบบบัตรโทรศัพท์ระหว่างประเทศ
- สำหรับผู้ให้บริการอาจจำแนกได้ตามบริการที่มี IDD Prefix (หรือ Access Code) และไม่มี IDD Prefix
- อัตราค่าบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศโดยเฉลี่ยของผู้ให้บริการ IDD Prefix ในช่วงไตรมาสที่ 2 ปี 2554 อยู่ที่นาทีละ 23.08 บาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาสก่อนหน้า

2. ตลาดค้าส่งบริการ (Wholesale Market)

- ในไตรมาสที่ 2 ปี 2554 มีจำนวนผู้รับใบอนุญาตที่มีโครงข่ายโทรคมนาคมและเกตเวย์อินเทอร์เน็ตทั้งสิ้น 58 ราย แต่มีผู้รับใบอนุญาตเพียง 10 รายนำส่งข้อมูลมายังสำนักงาน กทช. ดังนั้น การวิเคราะห์สภาพตลาดค้าส่งบริการในรายงานฉบับนี้จึงอาศัยข้อมูลเบื้องต้นเท่าที่ได้รับจากผู้รับใบอนุญาต และการวิเคราะห์พิจารณาที่ภาพรวมของตลาดค้าส่งบริการ โดยไม่จำแนกเป็นรายตลาด

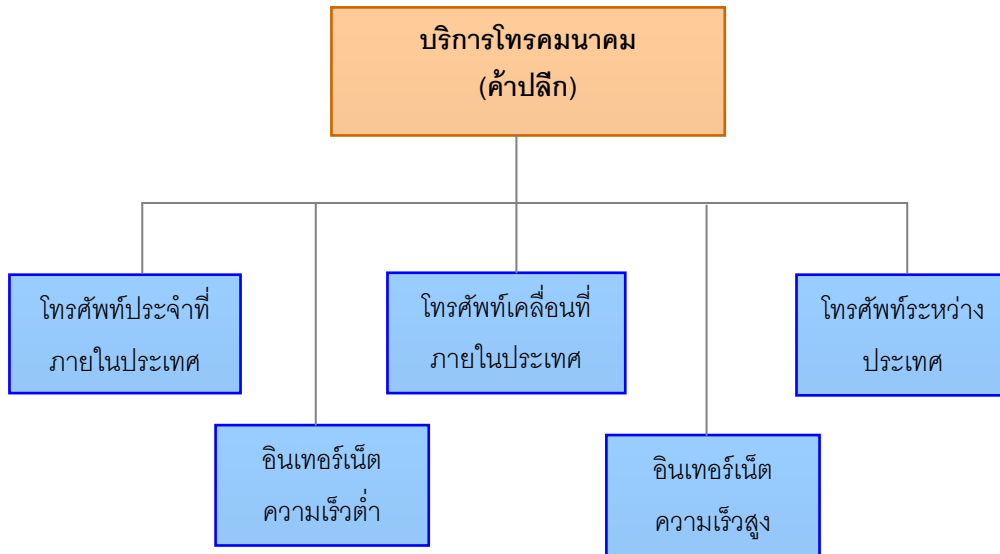
- มูลค่าโดยรวมจากการใช้โครงข่ายโดยเฉพาะบริการวงจรเช่า (Leased line) มีสัดส่วนเพียงร้อยละ 3.00 ของมูลค่าการใช้และเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคม ขณะที่มูลค่าจากการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคม (Interconnection) มีสัดส่วนอยู่ที่ร้อยละ 97.00 ของมูลค่าการใช้และเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคม

- ส่วนแบ่งตลาดจากผลตอบแทนการให้ใช้โครงข่าย มีผู้ให้บริการได้รับผลตอบแทนสูงสุดใกล้เคียงกันจำนวน 3 ราย ได้แก่ บริษัท ซิมโฟนี่ คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) (SYM) ได้รับผลตอบแทนจากการให้ใช้โครงข่ายสูงสุดที่ ร้อยละ 40.37 รองลงมา คือ การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (EGAT) บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) (TOT) และการไฟฟ้านครหลวง (MEA) โดยมีสัดส่วนผลตอบแทนจากการให้ใช้โครงข่ายที่ร้อยละ 33.75 18.30 และ 7.59 ตามลำดับ

- สัดส่วนรายได้และรายจ่ายจากการเชื่อมต่อโครงข่าย (Interconnection) พบว่า ส่วนแบ่งตลาดกระจุกอยู่ที่กลุ่มผู้ให้บริการเดียวกันกับผู้ให้บริการในตลาดค้าปลีกบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศเป็นหลัก

- สัดส่วนมูลค่าตลาดจากการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคมตามประเภทของการสื่อสาร พบว่าการสื่อสารด้วยเสียงภายในประเทศมีมูลค่ารวมสูงที่สุดที่สัดส่วนร้อยละ 96.81 รองลงมาคือ การสื่อสารแบบ SMS การโทรระหว่างประเทศ และ MMS ที่สัดส่วนร้อยละ 1.99 ร้อยละ 1.03 และร้อยละ 0.17 ตามลำดับ

ตลาดค้าปลีกบริการโทรคมนาคม (Retail Market)



รูปที่ 1 ตลาดค้าปลีกบริการโทรคมนาคม

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ

หมายเหตุ : ในเบื้องต้น สำนักงาน กสทช. จัดทำการวิเคราะห์สภาพการแข่งขันภายใต้ข้อจำกัดด้านข้อมูลที่สามารถรวบรวมได้อย่างเร็วที่สุด โดยอาศัยหลักการ Best Available Evaluation ซึ่งสามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ในตลาดค้าปลีกบริการ 4 ตลาด ได้แก่ ตลาดบริการโทรศัพท์ประจำที่ภายในประเทศ ตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ภายในประเทศ ตลาดบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ และตลาดบริการอินเทอร์เน็ตโดยเน้นไปที่บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง

ตลาดบริการโทรศัพท์ประจำที่ภายในประเทศ

บริการโทรศัพท์ประจำที่มีผู้ให้บริการทั้งสิ้น 5 ราย ได้แก่ บมจ.ทีโอที (TOT), บมจ.ทรู คอร์ปอเรชั่น (TRUE), บมจ.ทีทีแอนด์ที (TT&T), บมจ.ทรูวิชั่นส์ บรอดแบนด์ (TTTBB) และ บจก. ทรู ยูนิเวอร์แซล คอนเวอร์จันซ์ (TUC) โดย TRUE และ TT&T เป็นผู้ให้บริการเอกชนรายเดิมที่เกิดขึ้นภายใต้ระบบสัญญาร่วมการงานแบบ “สร้าง-โอน-ดำเนินการ (Build-Transfer-Operate)” กับ TOT สำหรับ TTTBB และ TUC เป็นผู้ให้บริการที่ได้รับใบอนุญาตในปี 2549 ให้บริการทั้งโทรศัพท์พื้นฐาน โทรศัพท์สาธารณะ VoIP โครงข่ายโทรศัพท์ประจำที่ บริการข้อมูลและอื่นๆ แม้ว่าทั้งสองบริษัทได้รับใบอนุญาตและเปิดให้บริการโทรศัพท์พื้นฐานและบริการข้อมูลแล้วตั้งแต่ต้นปี 2551 แต่ข้อจำกัดของจำนวนเลขหมายที่ได้รับจัดสรรคือ 131,000 เลขหมายสำหรับ TTTBB และ 50,000 เลขหมายสำหรับ TUC¹ ประกอบกับความพร้อมในการเปิดให้บริการมีอยู่เพียงบางส่วน ทำให้ข้อมูลการให้บริการของทั้งสองบริษัทดังกล่าว ยังไม่มีนัยสำคัญมากนักต่อสภาพการแข่งขันในตลาดบริการโทรศัพท์ประจำที่ในปัจจุบัน ดังนั้น

¹ <http://numbering.ntc.or.th/uploadfiles/utilization/>

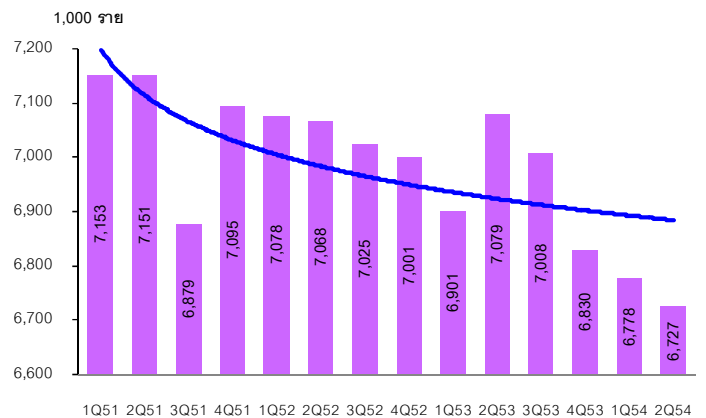
สำนักงาน กสทช. จึงไม่นำข้อมูลส่วนดังกล่าวมาใช้ในการพิจารณาในขณะนี้ และยังคงวิเคราะห์โดยใช้ข้อมูลการประกอบการของผู้ให้บริการรายหลักในตลาดเพียง 3 ราย

จำนวนผู้ใช้บริการ มีแนวโน้มลดลงตั้งแต่ช่วงปี 2551 เป็นต้นมา โดย ณ ไตรมาสที่ 2 ปี 2554 มี **จำนวนผู้ลงทะเบียนใช้บริการประมาณ 6,726,567 เลขหมาย** ลดลงร้อยละ 0.76 เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และลดลงร้อยละ 3.33 จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน (ตารางที่ 1 และรูปที่ 2) โดยจำแนกตามพื้นที่เป็นเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล 3,460,099 เลขหมาย และส่วนภูมิภาค 3,266,477 เลขหมาย โดยการลดลงเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการใช้งานจากบริการโทรศัพท์ประจำที่ไปเป็นบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่อย่างไรก็ตาม บริการดังกล่าวยังคงมีผู้ใช้งานและมีความจำเป็นในการเชื่อมต่อบริการอินเทอร์เน็ต รวมถึงใช้งานในภาคธุรกิจและหน่วยงานภาครัฐ

ตารางที่ 1 จำนวนผู้ใช้บริการโทรศัพท์ประจำที่ ณ ไตรมาสที่ 2 ปี 2554 เทียบกับไตรมาสก่อนหน้าและไตรมาสเดียวกันของปีก่อน

จำนวนผู้ใช้บริการ (Sub.) (ราย)	Q2/2554	Q2/2553		Q1/2554	
		Sub.	Y-o-Y (%)	Sub.	Q-o-Q (%)
ทั่วประเทศ	6,726,576	6,958,148	-3.33%	6,778,365	-0.76%
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	3,460,099	3,526,696	-1.89%	3,463,133	-0.09%
ภูมิภาค	3,266,477	3,431,452	-4.81%	3,315,232	-1.47%

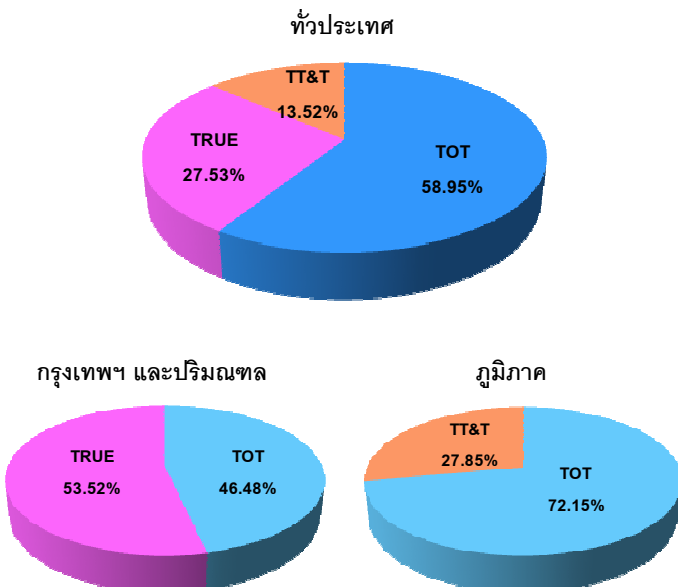
ที่มา : สำนักพัฒนานโยบายและกฎกติกา, 2554



รูปที่ 2 จำนวนผู้ใช้บริการโทรศัพท์ประจำที่

ตั้งแต่ไตรมาสที่ 1 ปี 2551 – ไตรมาสที่ 2 ปี 2554

ที่มา : สำนักพัฒนานโยบายและกฎกติกา



รูปที่ 3 ส่วนแบ่งตลาดบริการโทรศัพท์ประจำที่ ณ ไตรมาสที่ 2 ปี 2554

ที่มา : สำนักพัฒนานโยบายและกฎกติกา

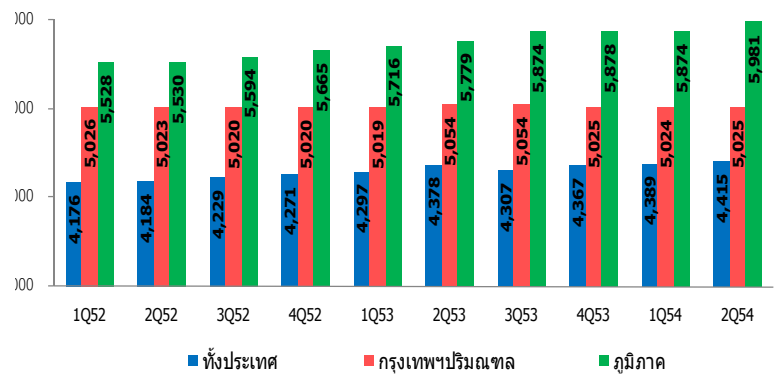
สภาพการแข่งขัน จาก การใช้งานโทรศัพท์ประจำที่ที่มีแนวโน้มลดลง ส่งผลทำให้ผู้ให้บริการหลักจัดทำรายการส่งเสริมการขายเพื่อมุ่งหวังรักษารฐานลูกค้าเดิมไว้ ในภาพรวมของตลาดบริการโทรศัพท์ประจำที่ ณ ไตรมาสที่ 2 ปี 2554 พบว่า TOT มีส่วนแบ่งตลาดจากจำนวนเลขหมายมากที่สุด อยู่ที่ร้อยละ 58.95 รองลงมาคือ TRUE มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 27.53 ในขณะที่ TT&T มีส่วนแบ่งตลาดลดลงจากไตรมาสก่อนมาอยู่ที่ร้อยละ 13.52 (รูปที่ 3)

หากพิจารณาแยกพื้นที่การให้บริการ ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑลซึ่งมีผู้ให้บริการ 2 ราย (TOT และ TRUE) พบว่า TRUE มีส่วนแบ่งตลาด ณ ไตรมาสที่ 2 ปี 2554 อยู่ที่ร้อยละ 53.52 โดยมากกว่า TOT ที่อยู่ที่ร้อยละ 46.48 สำหรับพื้นที่การให้บริการในส่วนภูมิภาคมีผู้ให้บริการ 2 รายเช่นกัน (TOT และ TT&T) พบว่า TOT มีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นจากไตรมาสก่อนเล็กน้อยมาอยู่ที่ร้อยละ 72.15 ซึ่งผลการเพิ่มขึ้นดังกล่าวเป็นผลมาจาก TOT เป็นผู้นำเสนอรายการส่งเสริมการขายเพียงรายเดียว ในขณะที่ TT&T นั้นมีส่วนแบ่งตลาดลดลงจากไตรมาสก่อนมาอยู่ที่ร้อยละ 27.85 (รูปที่ 3)

สำหรับระดับการแข่งขันของตลาดบริการโทรศัพท์ประจำที่ทั่วประเทศ โดยใช้ดัชนี Herfindahl-Hirschman Index (HHI)² พบว่า ตั้งแต่ปี 2552 จนถึงปี 2554 ค่าการกระจุกตัวดัชนี HHI ยังคงมีค่ามากกว่า 1,800 ในทุกไตรมาส โดยข้อมูลล่าสุด ณ ไตรมาสที่ 2 ปี 2554 ค่า HHI เท่ากับ 4,415

หากจำแนกตามพื้นที่ของการให้บริการโทรศัพท์ประจำที่ พบว่า ค่าการกระจุกตัวดัชนี HHI มีค่ามากกว่า 1,800

เช่นเดียวกันกับพื้นที่ทั่วประเทศ โดยในไตรมาสที่ 2 ปี 2554 ค่าการกระจุกตัวดัชนี HHI ของพื้นที่ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล และเขตภูมิภาคเท่ากับ 5,025 และ 5,981 ตามลำดับ (รูปที่ 4) จากค่าดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าตลาดบริการโทรศัพท์ประจำที่มีการแข่งขันในระดับต่ำ และมีส่วนแบ่งการตลาดกระจุกตัวอยู่ที่ผู้นำตลาดค่อนข้างมาก ซึ่งอาจเป็นผลมาจากเงื่อนไขของสัญญาความร่วมมือร่วมการทำงาน และลักษณะการผูกขาดโดยธรรมชาติในตลาดบริการโทรศัพท์ประจำที่ ทำให้มีจำนวนผู้เล่นในตลาดน้อยราย (Oligopoly)



รูปที่ 4 ค่าดัชนี HHI ของตลาดบริการโทรศัพท์ประจำที่ ตั้งแต่ไตรมาสที่ 1 ปี 2552 – ไตรมาสที่ 2 ปี 2554

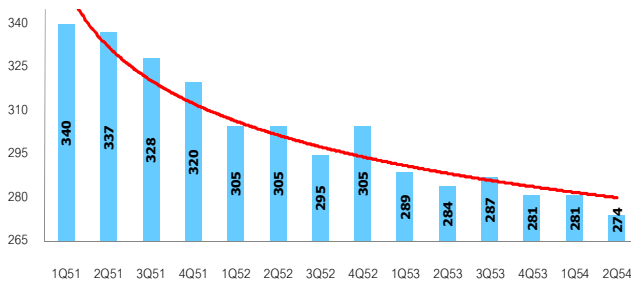
ที่มา : สำนักพัฒนานโยบายและกฎกติกา

² HHI เป็นดัชนีชี้วัดระดับการแข่งขันในตลาดหรืออุตสาหกรรมซึ่งใช้ตามหลักสากลทั่วไป ซึ่งหากผลการคำนวณที่ได้มีค่าน้อยกว่า 1,000 หมายถึง ตลาดมีการแข่งขันสูง หากว่าผลการคำนวณอยู่ระหว่าง 1,000 - 1,800 อาจกล่าวได้ว่าตลาดมีการแข่งขันในระดับปานกลาง แต่หากว่าผลการคำนวณมีค่ามากกว่า 1,800 อาจกล่าวได้ว่าตลาดมีการแข่งขันในระดับต่ำ และมีความเป็นไปได้ที่อาจมีผู้ให้บริการรายใหญ่อยู่ในตลาด สำหรับตลาดใดที่มีผลการคำนวณเท่ากับ 10,000 หมายถึง ตลาดนั้นเป็นตลาดผูกขาดมีผู้ให้บริการเพียงรายเดียว

ตารางที่ 2 รายได้เฉลี่ยต่อเลขหมายของโทรศัพท์ประจำที่
ณ ไตรมาสที่ 2 ปี 2554 เทียบกับไตรมาสก่อนหน้า
และไตรมาสเดียวกันของปีก่อน

	Q2/2554	Q2/2553		Q1/2554	
	(บาท/ เลขหมาย)	บาท/ เลขหมาย	Y-o-Y (%)	บาท/ เลขหมาย	Q-o-Q (%)
ARPU	274	284	-3.52%	281	-2.49%

ที่มา : สำนักพัฒนานโยบายและกฎกติกา, 2554



รูปที่ 5 รายได้เฉลี่ยของผู้ให้บริการโทรศัพท์ประจำที่ (ARPU)
ตั้งแต่ไตรมาสที่ 1 ปี 2551 ถึงไตรมาสที่ 2 ปี 2554

ที่มา : สำนักพัฒนานโยบายและกฎกติกา

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่อเลขหมาย

(Average Revenue Per User: ARPU) ของตลาดบริการโทรศัพท์ประจำที่ในไตรมาสที่ 2 ปี 2554 อยู่ที่ 274 บาทต่อเลขหมาย ลดลงจากไตรมาสก่อนร้อยละ 3.52 และลดลงจากช่วงเดียวกันของปีก่อนที่ร้อยละ 2.49 เห็นได้ว่า ARPU ของตลาดบริการโทรศัพท์ประจำที่ลดลงอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2551 จนถึงปี 2554 (ตารางที่ 2 และรูปที่ 5) เป็นผลมาจากพฤติกรรมการใช้งานของผู้ใช้บริการได้เปลี่ยนแปลงไป อีกทั้งรูปแบบการนำเสนอรายการส่งเสริมการขายของผู้ให้บริการโทรศัพท์พื้นฐานยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้

สำหรับพฤติกรรมการแข่งขันของตลาดบริการโทรศัพท์ประจำที่ พบว่า จากผลกระทบของความต้องการใช้โทรศัพท์ประจำที่ที่ลดลง และแนวโน้มของรายได้เฉลี่ยของผู้ให้บริการโทรศัพท์ประจำที่ (ARPU) ลดลงด้วย ทำให้ผู้ให้บริการโทรศัพท์ประจำที่พยายามนำเสนอรายการส่งเสริมการขายในลักษณะที่มีรูปแบบคล้ายคลึงกับรายการส่งเสริมการขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดย TOT เป็นผู้นำเสนอรายการส่งเสริมการขายเพียงรายเดียว ซึ่งสะท้อนออกถึงพฤติกรรมการแข่งขันทางด้านราคา เป็นการนำเสนอรายการส่งเสริมการขายในลักษณะการใช้งานแบบเหมาจ่ายเพื่อใช้งานโทรศัพท์ประจำที่ควบคู่กับบริการอื่นๆ เช่น บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ โทรศัพท์ระหว่งประเทศ หรือแม้กระทั่งอินเทอร์เน็ต โดยการให้สิทธิโทรศัพท์ไม่จำกัดหรืออัตราค่าบริการพิเศษสำหรับการโทรออกเมื่อผู้ใช้บริการจ่ายค่าบริการรายเดือนตามรายการส่งเสริมการขายที่กำหนด เพื่อดึงดูดให้ผู้ใช้บริการใช้งานในโครงข่ายสูงขึ้น³

³ ดูเพิ่มเติมจาก รายงานอัตราค่าบริการโทรคมนาคมประจำไตรมาสที่ 2/2554 (เมษายน – มิถุนายน 2554), สำนักเศรษฐกิจโทรคมนาคม สำนักงาน กสทช. , 2554.

ตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่

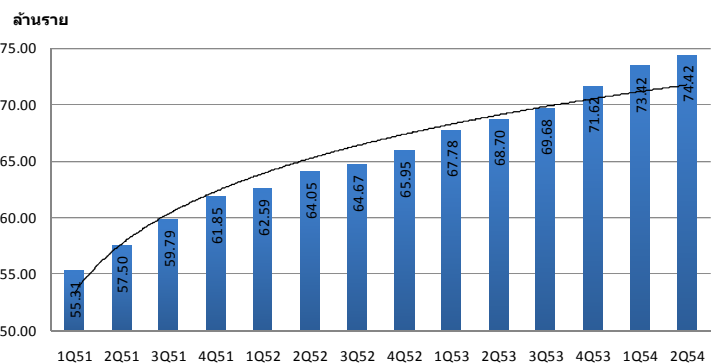
ปัจจุบันตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่มีจำนวนผู้ให้บริการ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้ **กลุ่ม 1)** ผู้ที่มีสิทธิในโครงข่าย มีจำนวนทั้งสิ้น 6 ราย (1) บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส (AIS) (2) บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น (DTAC) (3) บริษัท ดิจิตอลโฟน จำกัด (DPC) (4) บริษัท ทูมูฟ จำกัด (TMV) (5) บริษัท ฮัทชิสัน ซีเอที ไรร์เลส มัลติมีเดีย จำกัด (Hutch) โดยเป็นผู้ดูแลลูกค้าให้กับ บริษัท เรียวมูฟ จำกัด⁴ (6) บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) (CAT CDMA) และ (7) TOT3G **กลุ่ม 2)** ผู้ที่เข้าใช้โครงข่ายเสมือนจริง หรือ MVNOs (Mobile Visual Network Operators) ซึ่งเป็น Partner ทดลองให้บริการร่วมกับ TOT 3G มีจำนวน 5 ราย ได้แก่ กลุ่มสามารถ ไบ-โมบายภายใต้ตราสินค้า i-mobile 3G, กลุ่มลือคชเลย์ ภายใต้ตราสินค้า i-KooL 3G, กลุ่มไออีซี ภายใต้ตราสินค้า IEC 3G, กลุ่มเอ็ม คอลซัลด์ ภายใต้ตราสินค้า MOJO 3G และบริษัท 365 ภายใต้ตราสินค้า 365 โดย Partner ทั้ง 5 รายนี้จะอยู่ภายใต้สัญญาความร่วมมือกับทาง TOT 3G

ตารางที่ 3 จำนวนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ณ สิ้นไตรมาสที่ 2 ปี 2554
เทียบกับไตรมาสก่อนหน้าและไตรมาสเดียวกันของปีก่อน

จำนวน ผู้ใช้บริการ (Sub.) (ราย)	Q2/2554	Q2/2553		Q1/2554	
		Sub.	Y-o-Y (%)	Sub.	Q-o-Q (%)
ผู้ใช้บริการ	74,592,012	68,704,964	8.57%	73,423,575	1.59%
ประเภท Pre-paid	67,129,494	61,615,449	8.95%	66,056,188	1.62%
ประเภท Post-paid	7,462,518	7,089,515	5.26%	7,367,387	1.29%

ที่มา : สำนักพัฒนานโยบายและกฎกติกา, ตุลาคม 2554

จำนวนผู้ใช้บริการ จำนวนผู้ใช้บริการโดยรวม ณ สิ้นไตรมาสที่ 2 ปี 2554 อยู่ที่ 74.59 ล้านราย เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.59 จากไตรมาสก่อนหน้า และเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.57 จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน (ตารางที่ 3 และรูปที่ 6) อย่างไรก็ตาม โอกาสที่การแข่งขันในตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่จะมีแนวโน้มสูงขึ้นและน่าจับตามอง ต่อเมื่อมีการขยายโครงข่าย 3G และการจัดสรรคลื่นความถี่ให้ครอบคลุมทั้งทางด้านพื้นที่ให้บริการและเทคโนโลยี เพื่อให้ผู้ใช้บริการมีทางเลือกมากขึ้นและผู้ใช้บริการรายใหม่เข้ามาแข่งขันมากขึ้นในตลาด

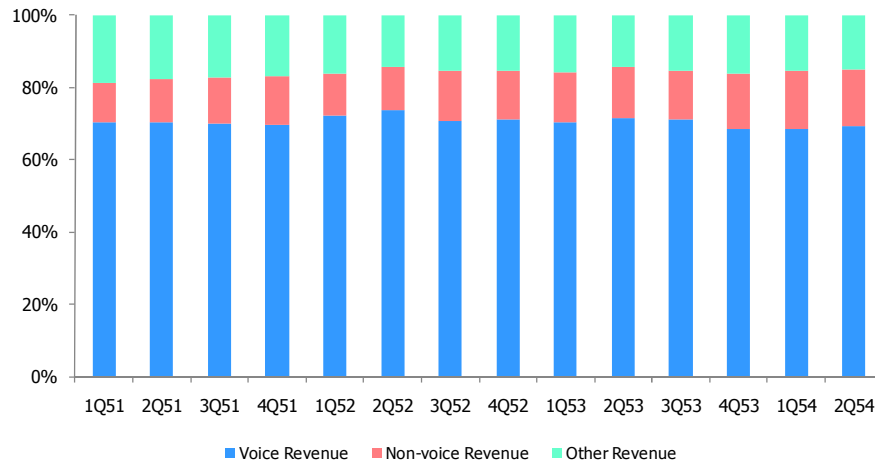


รูปที่ 6 จำนวนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่
ตั้งแต่ไตรมาสที่ 1 ปี 2551 – ไตรมาสที่ 2 ปี 2554

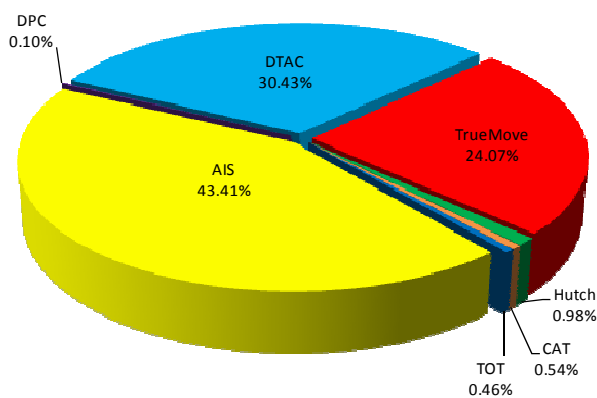
ที่มา : สำนักพัฒนานโยบายและกฎกติกา

⁴ บริษัท เรียว มูฟ จำกัด ได้เข้าซื้อหุ้นในบริษัท ฮัทชิสัน ไรร์เลส มัลติมีเดีย โฮลดิ้งส์ จำกัด ทำให้สามารถขยายฐานธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยเป็นผู้ดูแลลูกค้าจาก HUTCH

หากพิจารณาในรายละเอียดของสัดส่วนโครงสร้างรายได้ที่มีการให้บริการ 3 บริการ คือ บริการทางเสียง (Voice) บริการที่มีใช้เสียง (Non-voice) ได้แก่ บริการ SMS และ MMS และบริการอื่นๆ (Others) ได้แก่ บริการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต และบริการเสียงรอสาย เป็นต้น พบว่า ณ สิ้นไตรมาสที่ 2 ปี 2554 รายได้จากบริการ Voice ยังคงมีสัดส่วนมากที่สุด อยู่ที่ร้อยละ 69.38 ของรายได้จากการให้บริการ สำหรับบริการ Non-voice มีสัดส่วนเพิ่มขึ้นจากไตรมาสก่อนหน้ามาอยู่ที่ร้อยละ 15.57 ของรายได้จากการให้บริการ และบริการอื่นๆ กลับมีสัดส่วนที่ลดลงอยู่ที่ร้อยละ 15.05 ของรายได้จากการให้บริการ (รูปที่ 7)



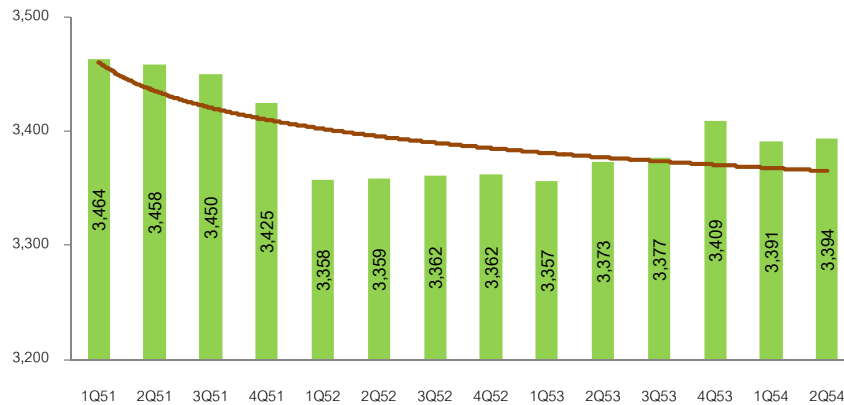
รูปที่ 7 สัดส่วนจากรายรับบริการให้บริการ Voice Non-voice และ Others ตั้งแต่ไตรมาสที่ 1 ปี 2551 – ไตรมาสที่ 2 ปี 2554
ที่มา : สำนักพัฒนานโยบายและกฎกติกา



รูปที่ 8 ส่วนแบ่งตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ณ สิ้นไตรมาสที่ 2 ปี 2554
ที่มา : สำนักพัฒนานโยบายและกฎกติกา

สภาพการแข่งขัน จากจำนวนผู้ลงทะเบียนใช้บริการโดยรวม พบว่า ณ สิ้นไตรมาสที่ 2 ปี 2554 AIS ยังคงมีส่วนแบ่งตลาดมากที่สุด อยู่ที่ร้อยละ 43.43 โดยเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากไตรมาสก่อนหน้า ซึ่งมีสัดส่วนที่ร้อยละ 43.41 รองลงมา คือ DTAC มีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นมาอยู่ที่ร้อยละ 30.47 ตามมาด้วย True Move ที่มีส่วนแบ่งตลาดที่ร้อยละ 24.04 ลดลงเล็กน้อย สำหรับ Hutch⁴, CAT, TOT, และ DPC ซึ่งเป็นผู้ให้บริการรายเล็กมีส่วนแบ่งตลาด ณ สิ้นไตรมาสที่ 2 ปี 2554 อยู่ที่ร้อยละ 0.80, 0.59 , 0.55 และ 0.12 ตามลำดับ (รูปที่ 8)

เมื่อพิจารณาถึงระดับการแข่งขันของตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยใช้ดัชนี Hefindahl-Hirschman Index (HHI) พบว่า บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในไตรมาสที่ 2 ปี 2554 มีค่าดัชนี HHI อยู่ที่ 3,394 (รูปที่ 9) เพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากไตรมาสก่อนหน้า ซึ่งมีแนวโน้มการแข่งขันอยู่ในระดับทรงตัวตั้งแต่ ปี 2552 เป็นต้นมา โดยยังคงมี การกระจุกตัวอยู่ที่ผู้ให้บริการหลักเท่านั้น

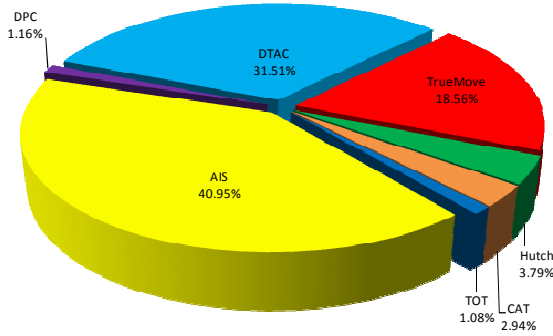


รูปที่ 9 ค่าดัชนี HHI ของตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ตั้งแต่ไตรมาสที่ 1 ปี 2551 - ไตรมาสที่ 2 ปี 2554
ที่มา : สำนักพัฒนานโยบายและกฎกติกา

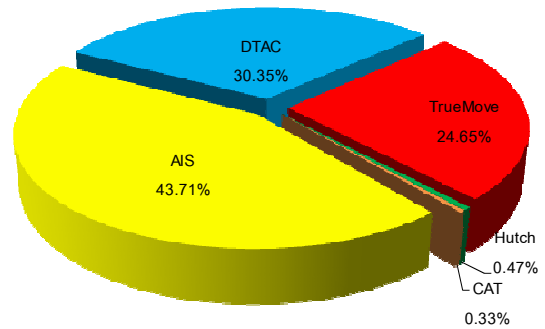
สำหรับสภาพการแข่งขันแบ่งตามประเภทของผู้ใช้บริการที่ตอบสนองต่ออัตราค่าบริการที่แตกต่างกัน สามารถแบ่งออกเป็นตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภท Post – paid และ Pre – paid ดังนี้

ส่วนแบ่งตลาดของตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภท Post – paid ณ สิ้นไตรมาสที่ 2 ปี 2554 AIS มีส่วนแบ่งตลาดสูงสุด อยู่ที่ร้อยละ 40.95 รองลงมาคือ DTAC, TRUE Move, Hutch , CAT, DPC และ TOT มีส่วนแบ่งตลาดคิดเป็น ร้อยละ 31.51, 18.56, 3.79, 2.94, 1.16 และ 1.08 ตามลำดับ (รูปที่ 10)

ส่วนแบ่งตลาดของตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภท Pre – paid ณ สิ้นไตรมาสที่ 2 ปี 2554 พบว่า AIS มีส่วนแบ่งตลาดสูงสุด เช่นเดียวกับตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภท Post – paid คือ มีส่วนแบ่งตลาดที่ร้อยละ 43.71 รองลงมาคือ DTAC, TRUE Move, Hutch , TOT, และ CAT ซึ่งมีส่วนแบ่งตลาดคิดเป็น ร้อยละ 30.35, 24.65, 0.47, 0.49 และ 0.33 ตามลำดับ (รูปที่ 11)

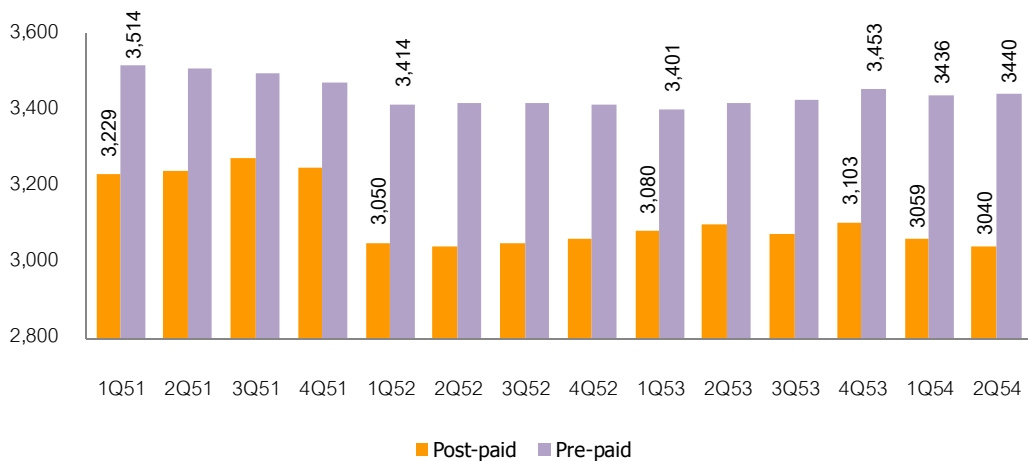


รูปที่ 10 ส่วนแบ่งตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบ Post-paid ณ สิ้นไตรมาสที่ 2 ปี 2554
ที่มา : สำนักพัฒนานโยบายและกฎกติกา



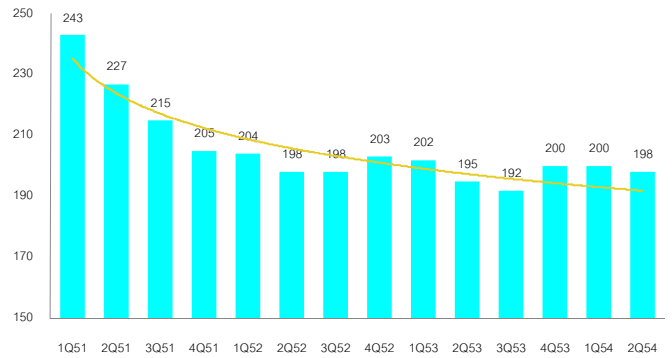
รูปที่ 11 ส่วนแบ่งตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบ Pre-paid ณ สิ้นไตรมาสที่ 2 ปี 2554
ที่มา : สำนักพัฒนานโยบายและกฎกติกา

เมื่อพิจารณาถึงระดับการแข่งขันแบ่งตามประเภทของผู้ใช้บริการ ณ สิ้นไตรมาสที่ 2 ปี 2554 ทั้งตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภท Pre paid และ Post paid มีระดับใกล้เคียงกับระดับการแข่งขัน ณ ไตรมาสที่ 1 ปี 2554 ซึ่งยังคงมีแนวโน้มการแข่งขันอยู่ในระดับทรงตัวมาตั้งแต่ปี 2551 (รูปที่ 12) และถึงแม้ว่าในตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่จะมีระดับการแข่งขันที่สูงขึ้น แต่ค่าดัชนี HHI ของตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ยังคงอยู่ในระดับสูง ($HHI > 3,000$) เนื่องจากการใช้บริการยังคงกระจุกตัวอยู่กับผู้ให้บริการรายหลักเพียง 3 ราย ซึ่งแสดงถึงความไม่มีประสิทธิภาพของตลาด



รูปที่ 12 ค่าดัชนี HHI ของตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบ Post-paid และ Pre-paid ตั้งแต่ไตรมาสที่ 1 ปี 2551 - ไตรมาสที่ 2 ปี 2554
ที่มา : สำนักพัฒนานโยบายและกฎกติกา

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่อเลขหมาย (Average Revenue Per Usage : ARPU) ทั้งบริการแบบ Post-paid และ Pre-paid ของตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ เมื่อพิจารณาด้วยวิธีการทางสถิติเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (Weighted Average) พบว่า ในปี 2551 จนถึงไตรมาสที่ 4 ปี 2553 ARPU มีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง โดยไตรมาสที่ 2 ปี 2554 มีค่าเท่ากับ 198 ซึ่งลดลงเล็กน้อยจากไตรมาสที่แล้ว (รูปที่ 13 และตารางที่ 4) จากแนวโน้มของ ARPU ดังกล่าว สะท้อนได้ว่า ตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่มีลักษณะทรงตัวมาตั้งแต่ปี 2551 ซึ่งแสดงถึงความใกล้ชิดตัวของตลาดเนื่องจากการแข่งขันด้านราคากันอย่างรุนแรงนั้น อาจสามารถปรับตัวหรือกระตุ้นให้เกิดการแข่งขันทางด้านอื่นมากขึ้นได้ เมื่อมีบริการเสริมหรือเทคโนโลยีใหม่เข้าสู่ตลาด โดยเฉพาะบริการบนโครงข่าย 3G



รูปที่ 13 รายได้เฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Blended ARPU) ตั้งแต่ไตรมาสที่ 1 ปี 2551 - ไตรมาสที่ 2 ปี 2554

ที่มา : สำนักพัฒนานโยบายและกฎกติกา

ตารางที่ 4 รายได้เฉลี่ยต่อเลขหมายของโทรศัพท์เคลื่อนที่ ณ สิ้นไตรมาสที่ 2 ปี 2554 เทียบกับไตรมาสก่อนหน้า และไตรมาสเดียวกันของปีก่อน

ARPU	Q2/2554	Q2/2553		Q1/2554	
	(บาท/ เลขหมาย)	บาท/ เลขหมาย	Y-o-Y (%)	บาท/ เลขหมาย	Q-o-Q (%)
Pre-paid	156	154	1.30%	158	-1.43%
Post-paid	586	575	1.91%	584	0.38%
Blended	198	195	1.54%	200	-1.00%

ที่มา : สำนักพัฒนานโยบายและกฎกติกา, ตุลาคม 2554

เมื่อพิจารณาจากรายการส่งเสริมการขายในไตรมาสนี้ ผู้ให้บริการเน้นนำเสนอรายการส่งเสริมการขายในระบบ post-paid มากกว่าระบบ pre-paid เน้นกลยุทธ์คุณภาพในการให้บริการและบริการในลักษณะ Bundle services เป็นหลัก โดยผู้ให้บริการนำเสนอรายการส่งเสริมการขายเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับไตรมาสที่ 1 ปี 2554 สำหรับการนำเสนอรายการส่งเสริมการขายของบริการเสริม (on-top) ซึ่งเป็นทางเลือกของผู้ใช้บริการที่นอกเหนือจากการใช้รายการส่งเสริมการขายหลักมีการนำเสนอรายการส่งเสริมการขายเพิ่มขึ้น ขณะที่กลุ่มผู้ใช้บริการประเภทนิติบุคคล ผู้ให้บริการก็ยังคงนำเสนอรายการส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง การเพิ่มขึ้นของรายการส่งเสริมการขายอาจมีสาเหตุจากไตรมาสที่ 2 เป็นช่วง Low season ของการใช้งาน ทำให้ผู้ให้บริการพยายามกระตุ้นยอดการใช้งานโดยการออกรายการส่งเสริมการขายที่หลากหลายมากขึ้น⁵

สำหรับพฤติกรรมที่กำหนดอัตราค่าบริการร่วมกับพฤติกรรมแบบ Bundle services นั้น เป็นการรวมบริการด้านเสียงและข้อมูลไว้ด้วยกัน เพื่อให้สอดคล้องกับความนิยมในการใช้บริการโครงข่ายทางสังคม (Social

⁵ ดูเพิ่มเติมได้ใน รายงานอัตราค่าบริการโทรคมนาคมประจำไตรมาสที่ 2/2554 (เมษายน – มิถุนายน 2554), สำนักเศรษฐกิจโทรคมนาคม สำนักงาน กสทช., 2554.

network) การขยายตัวของเครื่องโทรศัพท์สมาร์ทโฟน การใช้บริการอินเทอร์เน็ตเคลื่อนที่ และปริมาณการใช้บริการข้อมูลที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยลักษณะทั่วไปของอัตราค่าบริการแบบ Bundle services จะแบ่งเป็นรายการส่งเสริมการขายตามลักษณะการใช้บริการ ซึ่งมีการกำหนดรูปแบบการใช้บริการแบบจำกัดปริมาณการรับส่งข้อมูลหรือจำกัดความเร็ว และอัตราค่าบริการด้านเสียงไม่ได้อยู่ในระดับที่ต่ำนักเมื่อเทียบกับราคาเฉลี่ยของตลาด นอกเหนือจากพฤติกรรมด้านราคาแล้ว ผู้ให้บริการรายใหญ่ได้พัฒนาคุณภาพโครงข่ายที่ตนเองได้รับสิทธิการให้บริการ เพื่อรองรับระบบ 3G จากคลื่นความถี่เดิม (In-band migration) ก่อนที่ กสทช. จะมีการจัดสรรคลื่นความถี่ใหม่

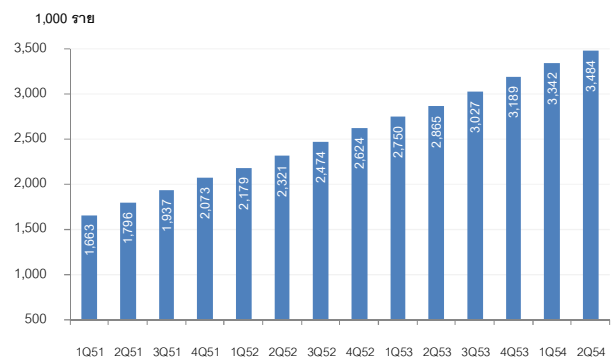
ตลาดบริการอินเทอร์เน็ต

ปัจจุบันบริการอินเทอร์เน็ตได้กลายเป็นบริการพื้นฐานที่นำไปสู่การพัฒนาประเทศในการสร้างสังคมความรู้และพัฒนานวัตกรรมทางเทคโนโลยี โดยที่บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงเป็นแรงขับเคลื่อนหลักที่ทำให้ตลาดอินเทอร์เน็ตมีอัตราการขยายตัวต่อเนื่องทุกปีอย่างแพร่หลาย โดยมีผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงรายใหญ่จำนวน 3 ราย คือ บมจ. ทีโอที (TOT) บจก. ทรู อินเทอร์เน็ต (True Internet)⁶ และบจก. ทริปเปิ้ลที บอร์ดแบนด์ (3BB) และมีจำนวนผู้ลงทะเบียนใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงประเภทบุคคลทั่วไป (Individual หรือ Access) และผู้ใช้งาน Corporate Internet Business เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดย ณ สิ้นไตรมาสที่ 2 ปี 2554 มีผู้ลงทะเบียนทั้งสิ้น 3,483,736 ราย เพิ่มขึ้นจากไตรมาสเดียวกันของปีก่อนถึงร้อยละ 21.25 และเพิ่มขึ้นจากไตรมาสก่อนหน้าที่ร้อยละ 4.19 (รูปที่ 14 และตารางที่ 5)

ตารางที่ 5 จำนวนผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ณ สิ้นไตรมาสที่ 2 ปี 2554 เทียบกับไตรมาสก่อนหน้าและไตรมาสเดียวกันของปีก่อน

	Q2/2554 (ล้านราย)	Q2/2553		Q1/2554	
		ล้านราย	Y-o-Y (%)	ล้านราย	Q-o-Q (%)
จำนวน	3.48	2.87	21.25%	3.34	4.19%

ที่มา : สำนักพัฒนานโยบายและกฎกติกา



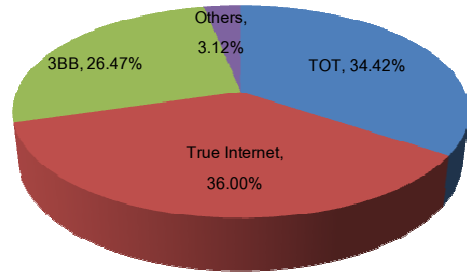
รูปที่ 14 จำนวนผู้ลงทะเบียนประเภทบุคคลทั่วไปใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ตั้งแต่ไตรมาสที่ 1 ปี 2551 – ไตรมาสที่ 2 ปี 2554

ที่มา : สำนักพัฒนานโยบายและกฎกติกา

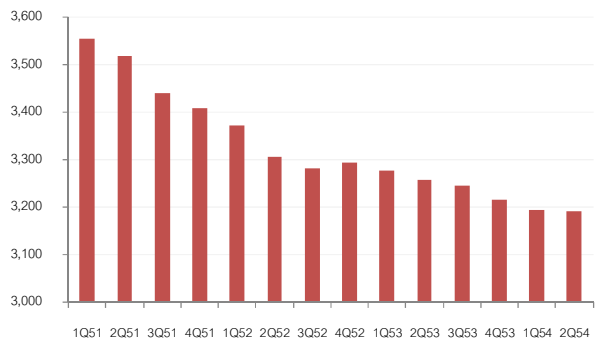
⁶ ทรู อินเทอร์เน็ต ได้มีปรับปรุงข้อมูลย้อนหลังของจำนวนผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตตั้งแต่ 2Q2007 – ปัจจุบัน (โดยเป็นข้อมูลผู้ใช้ระบบ Cable, ADSL และผู้ใช้ Corporate Internet Business) จึงทำให้มีการเปลี่ยนแปลงอันดับ และส่วนแบ่งตลาดในปีที่ผ่านมา ดูเพิ่มเติมหรือตรวจสอบข้อมูลได้ที่ ส่วนงานศูนย์ข้อมูลแลวิจัยเศรษฐกิจโทรคมนาคม สำนักพัฒนานโยบายและกฎกติกา.

แม้ว่าจำนวนผู้ใช้บริการในตลาดอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงจะก้าวกระโดดอย่างรวดเร็ว แต่การแข่งขันระหว่างผู้ให้บริการนั้น ยังคงกระจุกตัวในกลุ่มผู้ให้บริการรายหลัก นอกจากนี้ผู้ให้บริการหลักยังคงมีความได้เปรียบเหนือกว่าผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตรายย่อย เนื่องจากอยู่ในกลุ่มหรือบริการในเครือของผู้ให้บริการโทรศัพท์ประจำที่ ดังนั้น เพื่อรองรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงที่กำลังขยายตัวเพิ่มขึ้น จึงเป็นการดึงดูดผู้เป็นเจ้าของโครงข่ายโทรศัพท์พื้นฐาน (PSTN) จากฐานะผู้เช่าโครงข่ายมาเป็นผู้ให้บริการเอง ดังนั้นจึงเห็นได้ว่า ผู้ให้บริการโทรศัพท์ประจำที่ทุกรายต่างก็เป็นผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตทั้งสิ้น โดยการตั้งบริษัทในเครือสำหรับให้บริการอินเทอร์เน็ต

สภาพการแข่งขัน จากความได้เปรียบในฐานะเป็นหรือมีบริษัทในเครือเป็นผู้ครอบครองโครงข่ายโทรศัพท์ประจำที่ รวมถึงการตลาดในรูปแบบ Convergent ทำให้ True Internet เป็นผู้ให้บริการที่มีส่วนแบ่งตลาดสูงสุดในกลุ่มผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ณ สิ้นไตรมาสที่ 2 ปี 2554 อยู่ที่ร้อยละ 36.00 รองลงมาคือ TOT, 3BB และผู้ให้บริการ ISPs รายอื่น โดยมีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ร้อยละ 34.42, 26.47 และ 3.12 ตามลำดับ (รูปที่ 15) และระดับการแข่งขันจากดัชนี Herfindahl-Hirschman Index (HHI) มีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่องจากปี 2551 จนมาถึง ณ สิ้นไตรมาสที่ 2 ปี 2554 ค่าดัชนี HHI อยู่ที่ 3,191 (รูปที่ 16) แสดงให้เห็นว่าส่วนแบ่งตลาดยังคงกระจุกตัวอยู่ที่ผู้ให้บริการหลัก โดยเฉพาะผู้ที่มีโครงข่ายโทรศัพท์ประจำที่



รูปที่ 15 ส่วนแบ่งตลาดบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ณ สิ้นไตรมาสที่ 2 ปี 2554
ที่มา : สำนักพัฒนานโยบายและกฎกติกา



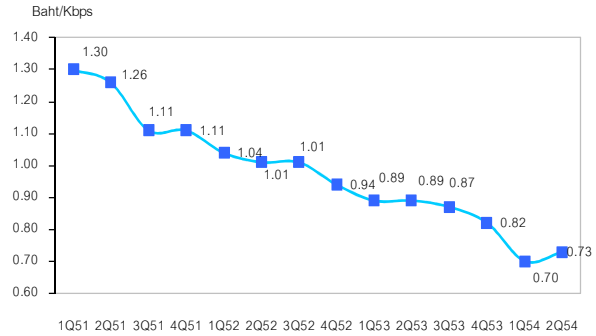
รูปที่ 16 ค่าดัชนี HHI ของตลาดบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ณ สิ้นไตรมาสที่ 1 ปี 2552 – ไตรมาสที่ 2 ปี 2554
ที่มา : สำนักพัฒนานโยบายและกฎกติกา

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่อผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (Average Revenue Per User : ARPU) ณ สิ้นไตรมาสที่ 2 ปี 2554 ที่มีอัตราอยู่ที่ 702 บาท ลดลงร้อยละ 0.43 จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และลดลงร้อยละ 0.57 จากไตรมาสก่อนหน้า (ตารางที่ 6)

ตารางที่ 6 รายได้เฉลี่ยต่อเลขหมายของบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง
ณ สิ้นไตรมาสที่ 2 ปี 2554 เทียบกับไตรมาสก่อนหน้า
และไตรมาสเดียวกันของปีก่อน

ARPU	Q2/2554		Q2/2553		Q1/2554	
	(บาท/ เลขหมาย)	เลขหมาย	บาท/ เลขหมาย	Y-o-Y (%)	บาท/ เลขหมาย	Q-o-Q (%)
Broadband	702	699	699	0.43%	706	-0.57%

ที่มา : สำนักพัฒนานโยบายและกฎกติกา



รูปที่ 17 อัตราค่าบริการเฉลี่ยของบริการอินเทอร์เน็ต

ต่อระดับความเร็วในหน่วย Kbps

ที่มา : สำนักเศรษฐกิจโทรคมนาคม

พฤติกรรมการแข่งขัน (Market Conduct) ในตลาดบริการอินเทอร์เน็ต มีทั้งพฤติกรรมทางด้านราคาและมีช่องทางด้านราคา กล่าวคือ ผู้ให้บริการรายใหญ่บางรายได้เพิ่มรายการส่งเสริมการขายที่หลากหลาย เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงของกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีรายได้ไม่สูงมากนัก ตัวอย่างเช่น มีการนำเสนอการใช้งานแบบรายเดือนเหมาจ่ายที่ต่ำลง และคิดการใช้บริการในแบบรายชั่วโมงสำหรับผู้ที่ต้องการใช้งานแต่มีจำนวนชั่วโมงการใช้งานไม่สูงมากนัก รวมถึงการนำเสนอรายการส่งเสริมการขายบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงร่วมกับบริการประเภทอื่น (Bundle services) ยกตัวอย่างเช่น ร่วมกับบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ บริการ Net sim หรือแม้กระทั่งบริการ WiFi hotspot โดยเมื่อพิจารณาอัตราค่าบริการต่อระดับความเร็วในหน่วย Kilobit per second (kbps) จะพบว่า อัตราค่าบริการเฉลี่ยในไตรมาสที่ 2 ปี 2554 เพิ่มขึ้นจากไตรมาสที่ 1 ปี 2554 (0.70 บาท ต่อ kbps) เล็กน้อยมาอยู่ที่ระดับ 0.73 บาทต่อ kbps แต่ลดลงจากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน 0.16 บาท ต่อ kbps หรือคิดเป็นร้อยละ 17 ในช่วงไตรมาสที่ 2 ปี 2553⁷ (รูปที่ 17)

สำหรับในไตรมาสที่ 2 ปี 2554 นี้ มีผู้ให้บริการนำเสนอรายการส่งเสริมการขายใหม่ 11 รายการ โดย TOT เป็นผู้ให้บริการที่ออกรายการส่งเสริมการขายสูงสุด 9 รายการ และ True Internet 2 รายการ ซึ่งรายการส่งเสริมการขายมีความสอดคล้องกับลักษณะการใช้งานของผู้ใช้บริการ รวมถึงสอดคล้องกับ Content และ Application ที่มีขนาดใหญ่ขึ้น

⁷ ดูเพิ่มเติมจาก รายงานอัตราค่าบริการโทรคมนาคมประจำไตรมาสที่ 2/2554 (เมษายน – มิถุนายน 2554),

สำนักเศรษฐกิจโทรคมนาคม สำนักงาน กสทช. , 2554.

ตลาดบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ

ลักษณะของบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศตามระบบการให้บริการที่มีการใช้งานแพร่หลายในปัจจุบันสามารถแบ่งได้ 3 ลักษณะใหญ่ คือ

(1) ระบบต่อตรง (International Direct Dialing: IDD) ผ่าน Access Code หรือ IDD Prefix ให้บริการระบบต่อตรงอัตโนมัติผ่านระบบเลขหมาย 3 หลัก (Three Digits Number) ผ่านจากการใช้บริการผ่านโทรศัพท์ประจำที่ (Public Switched Telephone Network: PSTN) และโทรศัพท์เคลื่อนที่ ผ่านไปยังชุมสายโทรศัพท์ระหว่างประเทศ แล้วเชื่อมต่อไปยังเคเบิลใยแก้วใต้น้ำต่อไป

(2) ระบบการสื่อสารทางเสียงผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (VoIP) เป็นลักษณะการเชื่อมต่อผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ตโพรโทคอล (Internet Protocol: IP) ซึ่งเป็นการใช้บริการผ่านโทรศัพท์ประจำที่ (Public Switched Telephone Network: PSTN) และโทรศัพท์เคลื่อนที่ ผ่านไปยังชุมสายโทรศัพท์ระหว่างประเทศ แล้วเชื่อมต่อไปยังเกตเวย์และโครงข่ายอินเทอร์เน็ตระหว่างประเทศต่อไป ระบบ VoIP มีทั้งที่มีเลขหมายและไม่มีการใช้เลขหมายโทรศัพท์ ผู้ให้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศที่มีระบบ IDD มักจะมีการให้บริการผ่านระบบ VoIP ที่มีเลขหมายควบคู่กัน

(3) ระบบบัตรโทรศัพท์ (International Calling Card) เป็นการโทรออกต่างประเทศผ่านระบบเชื่อมต่อส่วนกลาง ซึ่งจะใช้เลขหมายกลางของศูนย์บริการ (Access Number) เป็นเลขหมายศูนย์กลางสำหรับการเชื่อมต่อไปยังเกตเวย์ โดยผู้ให้บริการในระบบนี้จะอาศัยการเช่าช่วงช่องสัญญาณจากเจ้าของโครงข่ายและเกตเวย์ เพื่อเชื่อมต่อออกต่างประเทศ

ผู้ให้บริการในตลาดบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ เมื่อจำแนกตามบริการที่มี IDD Prefix และไม่มี IDD Prefix ดังนี้

(1) ผู้ให้บริการที่มี IDD Prefix ตามตารางที่ 7 ดังนี้

ตารางที่ 7 : ผู้ให้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศที่มีเลขหมาย IDD Prefix

ผู้ให้บริการ	เลขหมาย IDD Prefix	
	ผ่านเทคโนโลยี TDM	ผ่านเทคโนโลยี VoIP
บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) (CAT)	001, 100	009,00900
บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) (TOT)	007	008
บริษัท ดีแทค เนทเวิร์ค จำกัด (DTAC Network)	004	
บริษัท เอไอเอ็น โกลบอลคอม จำกัด (AIN)	005	00500

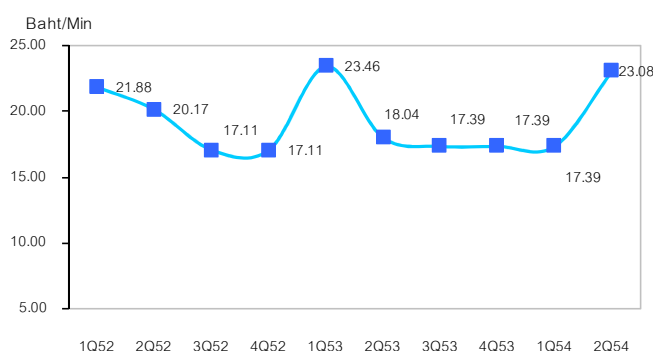
การนำข้อมูลในรายงานฉบับนี้ไปใช้หรือเผยแพร่ต่อขอความร่วมมืออ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูลด้วย
Reproducing data and materials in this report is requested to be given their sources.

ผู้ให้บริการ	เลขหมาย IDD Prefix	
	ผ่านเทคโนโลยี	ผ่านเทคโนโลยี
	TDM	VoIP
บริษัท ทรู อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล คอมมิวนิเคชั่น จำกัด (TIC)	006	00600
บริษัท ทริปเปิลที โกลบอล เน็ต จำกัด (Triple T)	102	

ที่มา: สำนักเศรษฐกิจโทรคมนาคม และกลุ่มภารกิจจัดสรรเลขหมายโทรคมนาคม สำนักงาน กสทช.

(2) ผู้ให้บริการที่ไม่มี IDD Prefix แบ่งเป็น ผู้ได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคม ประเภทบริการบัตรโทรศัพท์ระหว่างประเทศ แบบที่ 1 มีจำนวน 50 ราย และผู้ได้รับใบอนุญาตการให้บริการอินเทอร์เน็ตประเภท VoIP โดยไม่ใช้เลขหมาย มีจำนวนประมาณ 60 ราย

เมื่อพิจารณาถึงอัตราค่าบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศโดยเฉลี่ยของผู้ให้บริการที่มี IDD Prefix แล้วนั้น ในไตรมาสที่ 2 ปี 2554 มีราคาเฉลี่ยเพิ่มขึ้นจากไตรมาสก่อนโดยไตรมาสนี้มีราคาเฉลี่ยอยู่ที่นาทีละ 23.08 บาท (รูปที่ 18) สาเหตุที่เพิ่มขึ้นเนื่องจากรายการที่หมดลงจึงทำให้อัตราค่าบริการปรับสูงขึ้นในทุกทวีป สำหรับการนำเสนออัตราค่าบริการในแต่ละทวีปนั้น ผู้ให้บริการนำเสนออัตราค่าบริการใน Asia เฉลี่ยนาทีละ 18.43 บาท ยุโรป นาทีละ 22.11 บาท อเมริกาเหนือ 27.41 บาท/นาที และตะวันออกกลางเฉลี่ยนาทีละ 24.38 บาท⁸



หมายเหตุ: 1 อัตราเฉลี่ยค่าบริการดังกล่าวเป็นอัตราที่โทรออกไปกลุ่มทวีปเอเชีย ยุโรป อเมริกาเหนือ และตะวันออกกลางเท่านั้น
2 เป็นอัตราที่โทรเข้าโทรศัพท์เคลื่อนที่

รูปที่ 18 อัตราค่าบริการเฉลี่ยของบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ
ที่มา : สำนักเศรษฐกิจโทรคมนาคม

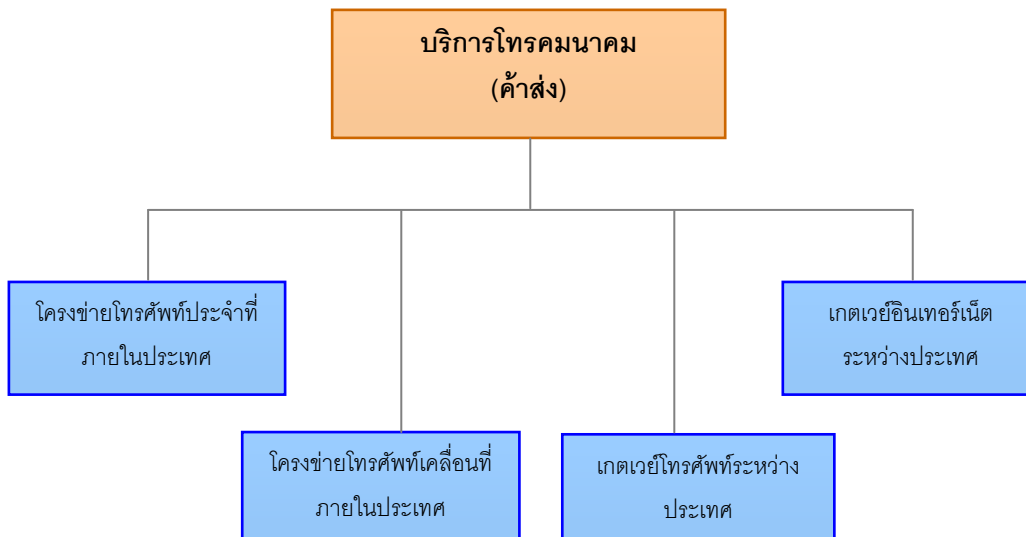
สำหรับพฤติกรรมการแข่งขัน (Market Conduct) ของตลาดบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ ในรูปแบบรายการส่งเสริมการขายนั้น ยังไม่มีผู้ให้บริการรายใดนำเสนอรายการส่งเสริมการขายใหม่ โดยยังใช้รายการส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่องในช่วงที่ผ่านมาที่ใช้การแข่งขันทางด้านราคาเป็นหลัก และบางรายได้ใช้ความได้เปรียบจากความเชื่อมโยงกับบริการอื่นร่วมด้วย

⁸ ดูเพิ่มเติมจากรายงานอัตราค่าบริการโทรคมนาคมประจำไตรมาสที่ 2/2554 (เมษายน – มิถุนายน 2554), สำนักเศรษฐกิจโทรคมนาคม สำนักงาน กสทช. , 2554.

ตลาดค้าส่งบริการโทรคมนาคม (Wholesale Market)

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

- (1) บริการโครงข่ายโทรศัพท์ประจำที่ภายในประเทศ
- (2) บริการโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ภายในประเทศ
- (3) บริการเกตเวย์โทรศัพท์ระหว่างประเทศ
- (4) บริการเกตเวย์อินเทอร์เน็ตระหว่างประเทศ



รูปที่ 19 ตลาดค้าส่งบริการโทรคมนาคม (โครงข่ายและเกตเวย์)

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ

ด้วยปัจจุบันสำนักงาน กทช. ยังคงมีข้อจำกัดทางด้านข้อมูลในส่วนของตลาดค้าส่งบริการโทรคมนาคม ดังนั้นการจัดทำข้อวิเคราะห์ในรายงานฉบับนี้จึงไม่สามารถแยกวิเคราะห์เป็นรายตลาดได้ตามประกาศฯ จึงขอเสนอการวิเคราะห์ในเชิงภาพรวม โดยใช้ข้อมูลการใช้และเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคมที่มีอยู่เป็นตัวตั้ง เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ไปยังตลาดค้าส่งบริการที่เกี่ยวข้อง โดยพิจารณาจากสัดส่วนการใช้โครงข่ายโทรคมนาคมโดยเฉพาะวงจรเช่า (Leased line) และสัดส่วนมูลค่าของการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคม (Interconnection) ดังนี้

ปัจจุบันมีจำนวนผู้รับใบอนุญาตที่มีโครงข่ายโทรคมนาคมและเกตเวย์อินเทอร์เน็ตทั้งสิ้น 58 ราย โดยแบ่งเป็นผู้ได้รับใบอนุญาตให้บริการโครงข่ายโทรคมนาคมแบบที่ 2 จำนวน 17 ราย ผู้ได้รับใบอนุญาตให้บริการโครงข่ายโทรคมนาคมแบบที่ 3 จำนวน 23 ราย ผู้ได้รับใบอนุญาตให้บริการ IIG และ NIX จำนวน 15 ราย และผู้ได้รับใบอนุญาตให้บริการโครงข่ายอินเทอร์เน็ตแบบที่ 3 จำนวน 3 ราย⁹

ทั้งนี้ จากประกาศ กทช. เรื่อง หลักเกณฑ์การแจ้ง การเก็บรักษา และการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการใช้ และเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคมสำหรับผู้รับใบอนุญาตที่มีโครงข่ายโทรคมนาคม พ.ศ. 2551 ได้กำหนดให้มีการจัดส่งข้อมูล และในช่วงไตรมาสที่ 2 ปี 2554 มีผู้รับใบอนุญาตเพียง 10 รายเท่านั้นที่จัดส่งข้อมูลให้สำนักงาน กทช. ดังนั้นสำนักงาน กทช. จึงพิจารณาใช้ข้อมูลจากผู้ได้รับใบอนุญาต 10 รายดังกล่าวเป็นตัวแทนผู้ให้บริการในตลาดค้าส่งบริการโทรคมนาคมทั้งหมด ซึ่งอาจยังมีได้สะท้อนสภาพตลาดที่แท้จริงของการใช้และเชื่อมต่อโครงข่าย

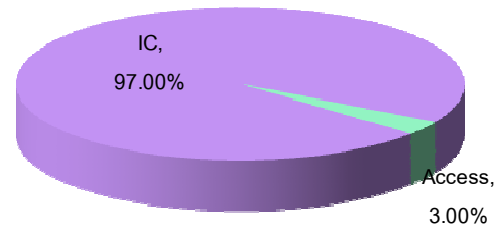
สินค้าและบริการ โดยทั่วไปสินค้าและบริการในตลาดค้าส่งบริการโทรคมนาคมจะหมายถึงโครงสร้างพื้นฐานของเครือข่าย (Network infrastructure or Radio infrastructure) เช่น สถานีฐาน (Cell site) เสาสัญญาณ (Mast) ตลอดจนการใช้พื้นที่/สิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นร่วม เป็นต้น ดังนั้นจึงอาจแบ่งลักษณะของบริการขายส่งออกเป็น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

- 1) บริการขายส่งแก่ผู้ให้บริการปลายทางที่ไม่มีโครงข่ายเป็นของตนเอง เช่น บริการใช้โครงข่าย และ
- 2) บริการขายส่งของผู้ให้บริการปลายทางที่มีโครงข่ายของตนเอง ซึ่งสินค้าที่ซื้อ/ขายเป็นลักษณะของการเชื่อมต่อหรือบริการเชื่อมต่อ (Interconnection)¹⁰

⁹ จำนวนผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตนับเฉพาะผู้ให้บริการที่ขออนุญาตให้บริการกับ กทช. เท่านั้น สามารถดูเพิ่มเติมได้จาก www.ntc.or.th, ตุลาคม 2554.

¹⁰ ศูนย์ศึกษาความร่วมมือระหว่างประเทศแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, โครงการศึกษากำหนดตลาดที่เกี่ยวข้องของในกิจการโทรคมนาคม การประเมินสภาพการแข่งขันตลาดที่เกี่ยวข้อง และการวิเคราะห์พฤติกรรมที่เป็นการลดหรือจำกัดหรือกีดกันการแข่งขัน เสนอต่อ สำนักงานคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, 2552.

มูลค่าตลาดค้าส่งบริการโทรคมนาคม เมื่อพิจารณาเฉพาะข้อมูลจากการใช้และเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคม พบว่า มูลค่าประจำไตรมาสที่ 2 ในปี 2554 ที่มาจากการใช้โครงข่ายโทรคมนาคม โดยเฉพาะบริการวงจรเช่า (Leased line) มีสัดส่วนเพิ่มขึ้นจากไตรมาสก่อนมาอยู่ที่ร้อยละ 3.00 ของมูลค่าการใช้และเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคม สำหรับมูลค่าจากการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคม (Interconnection) มีสัดส่วนลดลงเล็กน้อยจากไตรมาสก่อนที่ร้อยละ 97.44 มาอยู่ที่ร้อยละ 97.00 ของมูลค่าการใช้และเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคม (รูปที่ 20)

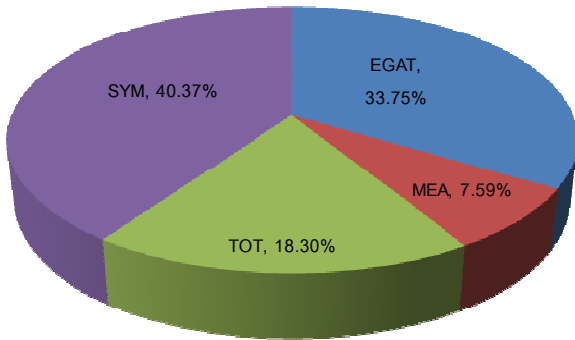


รูปที่ 20 สัดส่วนมูลค่าตลาดค้าส่งบริการ ประจำไตรมาสที่ 2 ปี 2554 ที่มา : สถาบันการใช้และเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคม

การใช้โครงข่ายโทรคมนาคม

การใช้โครงข่ายโทรคมนาคม (Access) นั้น ตามประกาศ กทช. ว่าด้วยการใช้และเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคม พ.ศ. 2549 การใช้โครงข่ายโทรคมนาคม หมายถึง การเข้าถึงโครงข่ายโทรคมนาคม โดยผู้ประกอบการโทรคมนาคมภายใต้ความตกลงทางเทคนิคและทางพาณิชย์ เพื่อใช้บริการโครงข่ายโทรคมนาคม หรือให้บริการโทรคมนาคมผ่านโครงข่ายโทรคมนาคมได้ และให้หมายความรวมถึง การให้บริการโครงข่ายโทรคมนาคมสำหรับรับ-ส่งสัญญาณโทรคมนาคมแบบไร้สาย เพื่อผู้ให้บริการโทรคมนาคมรายอื่น (Roaming) ตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่คณะกรรมการประกาศกำหนดด้วย

หากกล่าวโดยสรุป การใช้โครงข่าย (Access) คือ กิจกรรมที่ผู้ประกอบการรายหนึ่งเข้าไปเช่าใช้โครงข่ายของผู้ประกอบการที่มีโครงข่ายอีกรายหนึ่ง เพื่อให้บริการแก่ผู้ใช้บริการของตนเอง



รูปที่ 21 ส่วนแบ่งตลาดจากผลตอบแทนการให้ใช้โครงข่าย
ประจำไตรมาสที่ 2 ปี 2554

ที่มา : สถาบันการใช้และเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคม

ส่วนแบ่งตลาดของตลาดค้าส่งบริการจากผลตอบแทนการให้ใช้โครงข่ายจากผู้ให้บริการให้ใช้โครงข่ายโทรคมนาคมโดยเฉพาะวงจรเช่า (Leased line) มีจำนวน 4 รายที่ได้จัดส่งข้อมูลให้สำนักงาน กทช. พบว่า ในไตรมาสที่ 2 ปี 2554 มีผู้ให้บริการได้รับผลตอบแทนสูงสุด ได้แก่ บริษัท ซิมโฟนีส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) (SYM) ได้รับผลตอบแทนจากการให้ใช้โครงข่ายสูงสุดที่ร้อยละ 40.37 รองลงมา คือ การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (EGAT) ที่สัดส่วนร้อยละ 33.75 และบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) (TOT) มีสัดส่วนอยู่ที่ร้อยละ 18.30 นอกจากนี้ ยังมีผู้ให้บริการให้ใช้โครงข่ายที่จัดส่งข้อมูลอีก คือ การไฟฟ้านครหลวง (MEA) มีสัดส่วนอยู่ที่เพียงร้อยละ 7.59 เท่านั้น (รูปที่ 21)

การเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคม

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

- การให้บริการ Call Termination คือ การให้บริการจัดส่งสัญญาณเสียงของผู้ใช้บริการของโครงข่ายหนึ่ง ไปยังผู้ใช้บริการอีกโครงข่ายหนึ่ง ถือได้ว่าเป็นบริการพื้นฐานที่เมื่อมีการเชื่อมต่อโครงข่ายกันแล้ว จำเป็นที่จะต้องให้บริการนี้ เนื่องจากบริการนี้จะเป็นการตอบสนองของหลักการที่ผู้ใช้บริการโทรคมนาคมติดต่อถึงกันได้ (Any to any connectivity)

- การให้บริการ Call Transit หรือการต่อผ่าน เป็นบริการส่งต่อสัญญาณจากโครงข่ายหนึ่งไปยังอีกโครงข่ายหนึ่ง เพื่อให้โครงข่ายนั้นส่งต่อไปยังโครงข่ายปลายทาง

- การให้บริการ Call Origination หรือการบริการเรียกออกไปยังอีกโครงข่ายหนึ่ง โดยทั่วไปแล้วการให้บริการ Call Origination จะเกิดจากผู้ให้บริการรายหนึ่งที่ไม่มีโครงข่ายไปถึงผู้ใช้บริการ ดังนั้นจึงจำเป็นที่จะต้องยืมโครงข่ายผู้อื่นในการให้ผู้ใช้บริการเรียกออกมายังโครงข่ายตน

นอกจากนี้ หากพิจารณาตามประเภทของการสื่อสารอาจแบ่งบริการออกเป็น 2 ประเภทหลัก ได้แก่

การนำข้อมูลในรายงานฉบับนี้ไปใช้หรือเผยแพร่ต่อขอความร่วมมืออ้างแหล่งที่มาของข้อมูลด้วย
Reproducing data and materials in this report is requested to be given their sources.

- ประเภทการสื่อสารด้วยเสียง (Voice) เช่น บริการโทรออกและรับสายทั้งภายในและต่างประเทศ
- ประเภทการสื่อสารที่ไม่มีเสียง (Non-voice) เช่น ภาพ ข้อความ ข้อมูล

โดยที่ กทข. ได้มีการกำกับดูแลทางด้านอัตราค่าบริการในการเชื่อมต่อระหว่างโครงข่ายโทรคมนาคม โดยการกำหนดอัตราอ้างอิง (Reference Rate) ในกรณีที่ผู้ให้บริการไม่สามารถตกลงอัตรากันได้ ตามตารางที่ 8 ดังนี้

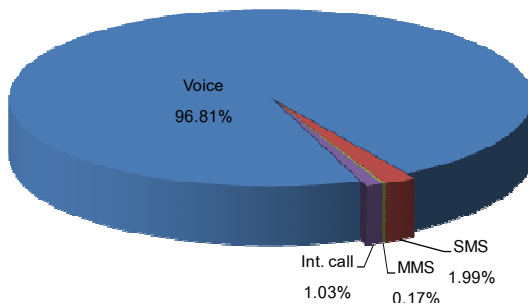
ตารางที่ 8 : อัตราอ้างอิง (Reference Rate) การเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคม

	Mobile	Fixed line
Call Originate	0.50	0.49
Call Terminate	0.50	0.36
Call Transit	0.20	0.08

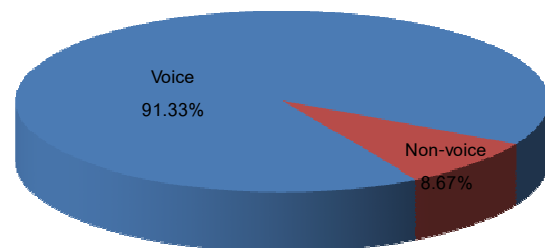
ที่มา : สถาบันการใช้และเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคม

หมายเหตุ : คำสั่ง ณ วันที่ 20 เมษายน 2553

แม้การสื่อสารระหว่างผู้ใช้บริการระดับค้าปลีกภายในประเทศเริ่มมีการสื่อสารผ่าน Non-voice มากขึ้นในบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ แต่เมื่อพิจารณาในระดับโครงข่ายแล้ว **มูลค่าของตลาด**ในการเชื่อมต่อโครงข่ายส่วนใหญ่ยังคงอยู่ที่การเชื่อมต่อผ่านบริการทางเสียงภายในประเทศ ซึ่งมีสัดส่วนมากถึงร้อยละ 96.81 รองลงมาคือการสื่อสารแบบ SMS การโทรระหว่างประเทศ และ MMS ที่สัดส่วนร้อยละ 1.99 ร้อยละ 1.03 และร้อยละ 0.17 ตามลำดับ (รูปที่ 22) ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาถึง**ปริมาณการใช้บริการข้ามโครงข่าย**แล้ว สัดส่วนการใช้บริการข้ามโครงข่ายผ่านบริการทางเสียงอยู่ที่ร้อยละ 91.33 ในขณะที่การใช้บริการข้ามโครงข่ายผ่านบริการที่มีใช้เสียงอยู่ที่ร้อยละ 8.67 (รูปที่ 23)



รูปที่ 22 สัดส่วนมูลค่าตลาดจากการเชื่อมต่อโครงข่ายตามประเภทของการสื่อสาร ประจำปีไตรมาสที่ 2 ปี 2554
ที่มา : สถาบันการใช้และเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคม

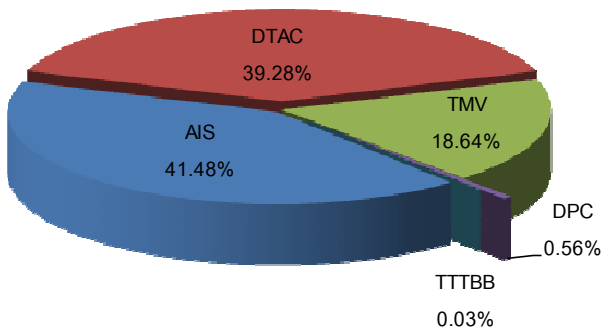


รูปที่ 23 สัดส่วนการใช้บริการข้ามโครงข่ายแยกตามประเภทของการสื่อสาร ประจำปีไตรมาสที่ 2 ปี 2554
ที่มา : สถาบันการใช้และเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคม

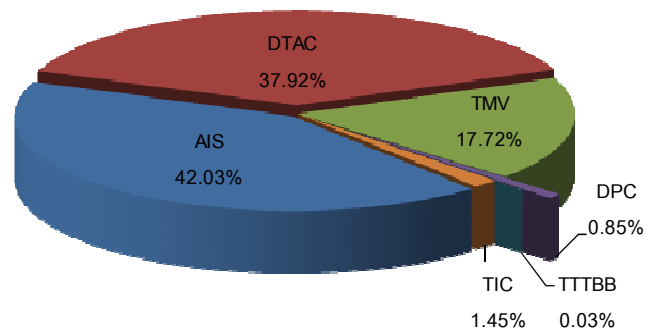
เมื่อจำแนกตามสัดส่วนของรายได้จากการเชื่อมต่อโครงข่ายของผู้ให้บริการที่ทำการส่งข้อมูลให้สำนักงาน กทข. ในไตรมาสที่ 2 ปี 2554 พบว่า **ผู้ให้บริการรายใหญ่ที่มีโครงข่ายเป็นผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีส่วนแบ่งตลาดสูงที่สุด** ได้แก่ บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) (AIS) บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส

คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) (DTAC) และ บริษัท โทร มูฟ จำกัด (TMV) ที่สัดส่วนร้อยละ 41.48 ร้อยละ 39.28 และร้อยละ 18.64 ตามลำดับ สำหรับผู้ให้บริการรายเล็กอื่น คือ บริษัท ดิจิตอล โฟน จำกัด (DPC) และบริษัท ทริป เปิลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) (TTTBB) มีส่วนแบ่งตลาดของรายได้จากการเชื่อมต่อโครงข่ายที่สัดส่วนร้อยละ 0.56 และ 0.03 ตามลำดับ (รูปที่ 24)

สำหรับรายจ่ายจากการเชื่อมต่อโครงข่ายของผู้ให้บริการ พบว่า ในไตรมาสที่ 2 ปี 2554 มีสัดส่วนใกล้เคียงกับรายได้จากการเชื่อมต่อโครงข่าย กล่าวคือ ผู้ที่มีสัดส่วนสูงที่สุด 3 อันดับแรก ยังคงเป็น บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) (AIS) บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) (DTAC) และบริษัท โทร มูฟ จำกัด (TMV) ที่ร้อยละ 42.03 ร้อยละ 37.92 และร้อยละ 17.72 ตามลำดับ สำหรับสัดส่วนของผู้ให้บริการรายอื่น คือ บริษัท โทร อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล คอมมิวนิเคชั่น จำกัด (TIC) บริษัท ดิจิตอล โฟน จำกัด (DPC) และบริษัท ทริปเปิลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) (TTTBB) มีสัดส่วนอยู่ที่ร้อยละ 1.45 ร้อยละ 0.85 และร้อยละ 0.03 ตามลำดับ (รูปที่ 25)



รูปที่ 24 สัดส่วนรายได้จากการเชื่อมต่อโครงข่าย
จำแนกตามผู้ให้บริการ ประจำไตรมาสที่ 2 ปี 2554
ที่มา : สถาบันการใช้และเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคม



รูปที่ 25 สัดส่วนรายจ่ายจากการเชื่อมต่อโครงข่าย
จำแนกตามผู้ให้บริการ ประจำไตรมาสที่ 2 ปี 2554
ที่มา : สถาบันการใช้และเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคม