



รายงานการศึกษาฉบับสมบูรณ์
(Final Report) โครงการจ้างที่ปรึกษา
การศึกษาและกำหนดตัวชี้วัดหลัก
ทางการแข่งขัน ประเมินสภาพการแข่งขัน
และประเมินมูลค่าส่วนเกินของผู้บริโภค
(Consumer Surplus) ในกิจการโทรคมนาคม

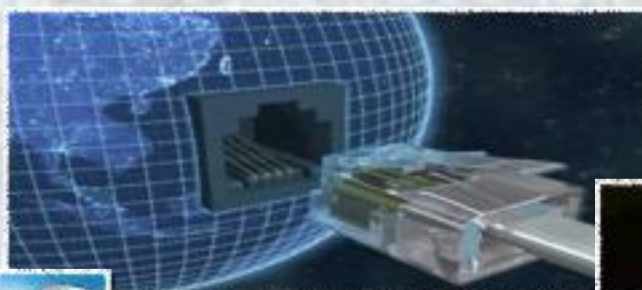
จัดทำโดย



บริษัท นิวแอสเซท แอดไวซอรี จำกัด

เสนอต่อ

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง
กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.)



รายงานการศึกษาฉบับสมบูรณ์ (Final Report)
โครงการจ้างที่ปรึกษาการศึกษาและกำหนด
ตัวชี้วัดหลักทางการแข่งขัน ประเมินสภาพการ
แข่งขัน และประเมินมูลค่าส่วนเกินของผู้บริโภค
(Consumer surplus) ในกิจการโทรคมนาคม

เสนอ



สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง
กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.)

จัดทำโดย

บริษัท นิวแอสเซท แอดไวเซอร์ จำกัด

สถานที่ : เลขที่ 9 ซอยบางนา – ตราด 17
ถนนบางนา-ตราด แขวงบางนา เขตบางนา
กรุงเทพฯ 10260
หมายเลขติดต่อ: โทรศัพท์ 0-2393-7800-1
โทรสาร 0-2393-7810
Website : www.newasset.co.th



สารบัญ

| | หน้า |
|---|------|
| สารบัญ | 1 |
| บทสรุปผู้บริหาร | 13 |
| Executive Summary | 31 |
| รายการอักษรย่อ | 44 |
| รายนามคณะผู้วิจัย | 46 |
| 1. บทนำ | |
| 1.1 หลักการและเหตุผล | 47 |
| 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา | 48 |
| 1.3 ขอบเขตของการดำเนินงานโครงการ | 48 |
| 1.4 องค์ประกอบของรายงานการศึกษา | 50 |
| 2. ตัวชี้วัดหลักของการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคม และรายงานการประเมินสภาพ การแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมสำหรับประเทศไทย | |
| 2.1 การวัดการแข่งขันด้วยดัชนีเชิงปริมาณ (Quantitative Indicators) ของสหภาพโทรคมนาคมระหว่างประเทศ (International Telecommunication Union: ITU) | 51 |
| 2.2 การแข่งขันที่มีประสิทธิภาพตามนิยามและภาพแบบของตลาดโทรคมนาคมที่ใช้วิเคราะห์การแข่งขันของกลุ่มประเทศ OECD | 58 |
| 2.3 การกำกับดูแลการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมกรณีประเทศสหรัฐอเมริกา | 61 |
| 2.4 การกำกับดูแลการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมกรณีประเทศสหราชอาณาจักร | 74 |
| 2.5 การกำกับดูแลการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมกรณีประเทศแคนาดา | 79 |
| 2.6 การกำกับดูแลการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมกรณีประเทศญี่ปุ่น | 83 |
| 2.7 การกำกับดูแลการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมกรณีเขตปกครองพิเศษฮ่องกง | 87 |
| 2.8 การกำกับดูแลการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมกรณีประเทศออสเตรเลีย | 89 |
| 2.9 ตัวชี้วัดในกิจการโทรคมนาคมของประเทศไทยที่เคยใช้มาในอดีต | 90 |



| | หน้า |
|--|------|
| 2.10 สรุปและเหตุผลของการเลือกศึกษาตัวชี้วัดของประเทศที่ศึกษา | 92 |
| 3. กำหนดตัวชี้วัดหลักของการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมสำหรับประเทศไทย | |
| 3.1 ข้อเสนอตัวชี้วัดหลักของการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมสำหรับประเทศไทย | 95 |
| 3.2 กรอบแนวทางในการประเมินสภาพตลาดจากการแข่งขันที่มีประสิทธิผล | 118 |
| 3.3 ประเด็นที่เป็นจุดอ่อนของการใช้ตัวชี้วัดวิเคราะห์สภาพการแข่งขันในตลาด | 120 |
| 3.4 กระบวนการในการกำหนดตัวชี้วัดหลักการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมสำหรับประเทศไทย | 126 |
| 4. ประเมินสภาพการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคม (พ.ศ. 2548-2554) | |
| 4.1 สภาพการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคม | 127 |
| 4.2 สภาพตลาดการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมตามตัวชี้วัดที่นำเสนอ | 130 |
| 4.3 การประเมินสภาพตลาดจากกลุ่มที่ 3 ตัวชี้วัดประสิทธิภาพของการให้บริการ | 159 |
| 4.4 บทสรุปการประเมินสภาพตลาดจากตัวชี้วัด | 191 |
| 4.5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม | 195 |
| 5. สภาพปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันในการประกอบกิจการโทรคมนาคม | |
| 5.1 ปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันในบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Services) | 211 |
| 5.2 ปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันในบริการโทรศัพท์ประจำที่ (Fixed Line Services) | 234 |
| 5.3 ปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันในบริการอินเทอร์เน็ต (Internet Services) | 240 |
| 5.4 ปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันในบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ (International Call Services) | 245 |
| 5.5 บทบาทของรัฐวิสาหกิจในตลาดกิจการโทรคมนาคม | 252 |
| 5.6 การเตรียมความพร้อมของการกำกับดูแลการแข่งขันเพื่อรองรับ | 264 |



| | หน้า |
|---|------|
| การเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) | |
| 5.7 บทสรุปและข้อเสนอแนะ | 266 |
| 5.8 ข้อจำกัดในการศึกษา | 286 |
| 6. การประเมินส่วนเกินผู้บริโภค (Consumer Surplus) | |
| 6.1 นิยามของส่วนเกินผู้บริโภคและปัจจัยที่มีผลต่อส่วนเกินผู้บริโภค | 288 |
| 6.2 การประมาณค่าส่วนเกินผู้บริโภคจากข้อมูลเชิงประจักษ์ | 289 |
| 6.3 การทบทวนวรรณกรรม | 291 |
| 6.4 การคำนวณหาส่วนเกินผู้บริโภค | 296 |
| 6.5 ผลการคำนวณส่วนเกินผู้บริโภคธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ | 300 |
| 6.6 ผลการคำนวณส่วนเกินผู้บริโภคธุรกิจโทรศัพท์ประจำที่ | 317 |
| 6.7 ผลการคำนวณส่วนเกินผู้บริโภคธุรกิจอินเทอร์เน็ต | 326 |
| 6.8 ผลการคำนวณส่วนเกินผู้บริโภคธุรกิจโทรศัพท์ระหว่างประเทศ | 335 |
| 6.9 ข้อจำกัดด้านข้อมูลและแนวทางในการจัดเก็บข้อมูลเพิ่มเติมใน อนาคต | 343 |
| 7. บทสรุปและข้อเสนอแนะ | |
| 7.1 บทสรุป | 352 |
| 7.2 ข้อเสนอแนะจากการศึกษา | 367 |
| 7.3 ข้อจำกัดในการศึกษา | 369 |
| บรรณานุกรม | 370 |
| ภาคผนวกที่ 3.1 คำนิยามประเภทของชุมชน ชุมชนเมือง (Urban) และชุมชนชนบท (Rural) | 373 |
| ภาคผนวกที่ 3.2 ตัวอย่างกลุ่มเก็บข้อมูลที่ใช้ในการจัดทำตัวชี้วัดหลักของการ แข่งขันในกิจการโทรคมนาคมสำหรับประเทศไทย | 375 |
| ภาคผนวกที่ 3.3 สรุปผลการประชุมรับฟังความคิดเห็นเฉพาะกลุ่ม (Focus group) | 387 |
| ภาคผนวกที่ 5.1 รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ของผู้ประกอบการแต่ละราย | 398 |
| ภาคผนวกที่ 5.2 รายละเอียดการสัมภาษณ์คณะกรรมการ กสทช. | 399 |
| ภาคผนวกที่ 5.3 รายงานผลการสำรวจผู้ใช้บริการด้วยแบบสอบถาม | 411 |
| ภาคผนวกที่ 5.4 ประเด็นคำถามในการจัดประชุมกลุ่มเฉพาะ (Focus Group) ครั้งที่ 1 | 458 |
| ภาคผนวกที่ 5.5 ประเด็นคำถามในการจัดประชุมกลุ่มเฉพาะ (Focus Group) ครั้งที่ 2 | 466 |



| | หน้า |
|--|------|
| ภาคผนวกที่ 5.6 แบบสอบถามโครงการศึกษาและกำหนดตัวชี้วัดหลักทางการแข่งขัน ประเมินสภาพการแข่งขันและประเมินมูลค่าส่วนเกินของผู้บริโภค (Consumer surplus) ในกิจการโทรคมนาคม | 478 |



สารบัญตาราง

| ตารางที่ | หน้า | |
|----------|---|-----|
| 2-1 | แสดงกลุ่มดัชนีและความสัมพันธ์ระหว่างดัชนีของสภาพโทรคมนาคม ระหว่างประเทศ | 51 |
| 2-2 | แสดงรายละเอียดของตัวชี้วัดต่างๆ จากการประเมินสถานการณ์ผู้นำตลาด ของ FCC ราย AT&T | 71 |
| 2-3 | ตัวชี้วัดที่ใช้ในการประเมินการแข่งขันที่มีประสิทธิผลในกิจการโทรคมนาคม ในประเทศสหราชอาณาจักร | 76 |
| 2-4 | ตัวชี้วัดหลักในด้านการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมของญี่ปุ่น | 84 |
| 2-5 | ตัวชี้วัดกิจการโทรคมนาคมในเขตปกครองพิเศษฮ่องกง | 87 |
| 2-6 | เหตุผลในการเลือกกรณีศึกษา | 92 |
| 3-1 | องค์ประกอบของกลุ่มตัวชี้วัดที่ควรจะใช้ในการประเมินสภาพการแข่งขันใน การประกอบกิจการโทรคมนาคมในประเทศไทย | 98 |
| 3-2 | ตัวอย่างตารางแสดงข้อมูลที่ใช้ในการจัดทำตัวชี้วัดจากดัชนีราคาผู้บริโภค ด้านการสื่อสาร | 103 |
| 3-3 | สถิติด้านรายจ่ายการให้ข้อมูลข่าวสาร กิจกรรมการตลาด การจำหน่าย การ โฆษณา | 114 |
| 4-1 | ดัชนีราคาค่าบริการการสื่อสาร (Communication Services) | 131 |
| 4-2 | ดัชนีราคาเครื่องรับอุปกรณ์สื่อสาร | 132 |
| 4-3 | รายรับเฉลี่ยต่อเลขหมายของผู้ให้บริการโทรศัพท์ประจำที่ (ARPU-Fixed line) | 133 |
| 4-4 | รายรับเฉลี่ยของผู้ให้บริการ (ARPU) โทรศัพท์เคลื่อนที่แบบ Pre-paid, Post-paid และ Blended | 133 |
| 4-5 | รายได้เฉลี่ยต่อเลขหมาย (ARPU) ของบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ณ สิ้นไตรมาส | 135 |
| 4-6 | อัตราค่าบริการเฉลี่ยของบริการอินเทอร์เน็ตต่อระดับความเร็วในหน่วย Kbps | 135 |
| 4-7 | เหตุผลในการใช้โทรศัพท์ประจำที่ | 136 |
| 4-8 | สัดส่วนผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ จำแนกตามการใช้บริการอื่นผ่านทางโทรศัพท์ เคลื่อนที่ และจำแนกตาม ภาค และเขตการปกครอง | 138 |
| 4-9 | จำนวนผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ จำแนกตามจำนวนเครื่องที่มี ภาค และเขต การปกครอง | 139 |



| ตารางที่ | หน้า |
|---|------|
| 4-10 จำนวนครัวเรือนที่มีอุปกรณ์/เครื่องมือเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร จำแนกตามภาค และเขตการปกครอง | 140 |
| 4-11 จำนวนอุปกรณ์/เครื่องมือเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่มีใน ครัวเรือน จำแนกตามภาค และเขตการปกครอง | 142 |
| 4-12 ความพึงพอใจในการใช้บริการโทรศัพท์ประจำที่ | 147 |
| 4-13 แนวโน้มของระดับความพึงพอใจในการบริการโทรศัพท์ประจำที่ในช่วง 3 ปี ที่ผ่านมา | 148 |
| 4-14 ความพึงพอใจในระดับใดในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ | 148 |
| 4-15 แนวโน้มของระดับความพึงพอใจในการบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในช่วง 3 ปีที่ ผ่านมา | 149 |
| 4-16 ความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ต | 149 |
| 4-17 แนวโน้มของระดับความพึงพอใจในการบริการอินเทอร์เน็ตในช่วง 3 ปีที่ ผ่านมา | 150 |
| 4-18 ความพึงพอใจในการใช้บริการโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศ | 150 |
| 4-19 แนวโน้มของระดับความพึงพอใจในการบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา | 151 |
| 4-20 แนวโน้มของระดับความพึงพอใจในการบริการโทรศัพท์ข้ามแดนอัตโนมัติ ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา | 151 |
| 4-21 ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะ | 152 |
| 4-22 แนวโน้มของระดับความพึงพอใจในการบริการโทรศัพท์สาธารณะในช่วง 3 ปีที่ ผ่านมา | 152 |
| 4-23 ระดับความพึงพอใจในการบริการ Free WiFi | 153 |
| 4-24 จำนวนผู้ไม่มีโทรศัพท์เคลื่อนที่ จำแนกตามเหตุผลที่ไม่มีโทรศัพท์เคลื่อนที่ แยกตามภาค และเขตการปกครอง | 154 |
| 4-25 จำนวนครัวเรือนที่ไม่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต จำแนกตามเหตุผลที่ไม่เชื่อมต่อ อินเทอร์เน็ต ภาค และเขตการปกครอง | 155 |
| 4-26 จำนวนครัวเรือน จำแนกตามต้องการให้ภาครัฐเข้ามาควบคุมดูแล เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ภาค และเขตการปกครอง | 157 |
| 4-27 จำนวนครัวเรือน จำแนกตามความต้องการให้ภาครัฐเข้ามาช่วยเหลือในการ เข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร แยกตามภาค และเขตการ ปกครอง | 158 |



| ตารางที่ | หน้า | |
|----------|--|-----|
| 4-28 | ตัวชี้วัดการตอบสนองความต้องการเทคโนโลยีเพื่อการสื่อสาร (ทั้งเสียงและข้อมูล) ของภาคธุรกิจ | 158 |
| 4-29 | ตัวชี้วัด Public and Private Sector Ventures ที่สนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยีด้านโทรคมนาคม | 159 |
| 4-30 | จำนวนของโทรศัพท์ประจำที่ต่อประชากร 1,000 คน (No. of main lines per 1,000 inhabitants) | 160 |
| 4-31 | จำนวนผู้ใช้บริการโทรศัพท์ประจำที่ ปี 2546-2551 | 160 |
| 4-32 | จำนวนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อประชากร 1,000 คน (Mobile Telephone Subscribers – No. of Subscribers per 1,000 inhabitants) | 162 |
| 4-33 | จำนวนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่และอัตราการเติบโตระหว่างปี พ.ศ. 2549-2555 | 162 |
| 4-34 | สัดส่วนการให้บริการบนโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ | 164 |
| 4-35 | สัดส่วนและแนวโน้มมูลค่าการใช้บริการ Voice และ Non-voice | 165 |
| 4-36 | สัดส่วนรายรับของบริการที่ไม่ใช่เสียง/บริการเสียง | 166 |
| 4-37 | จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตต่อจำนวนประชากร 1,000 คน (Internet Users – No. of internet users per 1,000 people) | 167 |
| 4-38 | จำนวนสมาชิกของการใช้อินเทอร์เน็ตในแต่ละประเภท | 167 |
| 4-39 | ความครอบคลุมของพื้นที่บริการ | 168 |
| 4-40 | ร้อยละของประชากรอายุตั้งแต่ 6 ปี ที่มีโทรศัพท์เคลื่อนที่ | 169 |
| 4-41 | สัดส่วนของประชากรอายุตั้งแต่ 6 ปีที่ใช้อินเทอร์เน็ตแยกตามภูมิภาค | 169 |
| 4-42 | สัดส่วนประชากรที่มีโทรศัพท์เคลื่อนที่แยกตามเขตเทศบาล และนอกเขตเทศบาล | 170 |
| 4-43 | สถิติการบริการโทรศัพท์ พ.ศ. 2548 – 2555 | 170 |
| 4-44 | จำนวนประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไป จำแนกตามการใช้คอมพิวเตอร์/อินเทอร์เน็ต/โทรศัพท์เคลื่อนที่ แยกตามกลุ่มอายุ | 171 |
| 4-45 | ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ตของคนไทย | 174 |
| 4-46 | ภาพแบบการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต (ร้อยละ) | 174 |
| 4-47 | พฤติกรรมการเคยใช้บรอดแบนด์ (ร้อยละ) | 175 |
| 4-48 | ส่วนแบ่งตลาดในบริการโทรศัพท์ประจำที่ จำแนกตามพื้นที่เป็นรายไตรมาส ประเภททั่วประเทศ | 177 |
| 4-49 | ส่วนแบ่งตลาดของตลาดบริการโทรศัพท์ประจำที่ จำแนกตามพื้นที่เป็นรายไตรมาส ประเภทกรุงเทพฯและปริมณฑล | 178 |



| ตารางที่ | หน้า | |
|----------|--|-----|
| 4-50 | ส่วนแบ่งตลาดในบริการโทรศัพท์ประจำที่จำแนกตามพื้นที่เป็นรายไตรมาส ประเภทภูมิภาค | 179 |
| 4-51 | ส่วนแบ่งตลาดของตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่รายไตรมาส | 181 |
| 4-52 | ส่วนแบ่งตลาดของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบ Post-paid | 182 |
| 4-53 | ส่วนแบ่งตลาดของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบ Pre-paid | 183 |
| 4-54 | ดัชนีวัดการกระจุกตัวของ HHI ของตลาดบริการโทรศัพท์ประจำที่ จำแนก ตามพื้นที่และรายไตรมาส | 184 |
| 4-55 | ดัชนี HHI ของตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ รายไตรมาส | 185 |
| 4-56 | ค่าดัชนี HHI ของตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบ Post-paid และ Pre-paid | 187 |
| 4-57 | Investment in communications | 189 |
| 4-58 | ข้อมูลการเงินที่สะท้อนความสามารถในการทำกำไรของผู้ประกอบการ | 189 |
| 4-59 | รายได้และรายจ่ายบางส่วนของผู้ประกอบการ | 190 |
| 4-60 | สรุปการประเมินสภาพตลาดจากตัวชี้วัด | 191 |
| 4-61 | แนวทางการพิจารณา Bundle | 196 |
| 5-1 | กำหนดงวดการจ่ายเงินอุดหนุน | 227 |
| 5-2 | ปัญหาและอุปสรรคเพิ่มเติมในบริการกิจการโทรคมนาคม | 268 |
| 5-3 | การแก้ไขปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันในตลาด | 270 |
| 5-4 | สภาพปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันในการประกอบกิจการ โทรคมนาคมของผู้รับใบอนุญาต | 274 |
| 6-1 | ตัวแปรที่ใช้เป็นตัวแทนของปริมาณการใช้บริการและราคาของการใช้บริการ ที่นำมาใช้ในการสร้างแบบจำลองเพื่อการประเมินส่วนเกินผู้บริโภค | 292 |
| 6-2 | ตัวอย่างการจำแนกค่าใช้จ่ายโครงข่าย (p_s) และค่าโทรศัพท์ (p_c) จากข้อมูล การเก็บค่าบริการในแต่ละประเภทในทางปฏิบัติของผู้ให้บริการเครือข่าย | 293 |
| 6-3 | ผลการศึกษาจากการประมาณค่าด้วยวิธี Ordinary Least Squares และวิธี Generalized Least Squares โดยใช้ข้อมูลก่อนและหลังเดือนกรกฎาคมใน ปี พ.ศ. 2531 เพื่อเปรียบเทียบผลของนโยบายที่ส่งเสริมการแข่งขันในช่วงปี ในปี พ.ศ. 2531 | 294 |
| 6-4 | ส่วนเกินผู้บริโภค(CS) รายรับรวมของอุตสาหกรรม (Revenues) และส่วน เปลี่ยนแปลงส่วนเกินผู้บริโภคทั้งหมด (ΔCS_{Total}) และส่วนเปลี่ยนแปลง ส่วนเกินผู้บริโภคที่มาจากการเปลี่ยนแปลงในราคา (ΔCS_{Price}) ค่าบริการ ของธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ (กรณี 1) | 308 |
| 6-5 | ส่วนเกินผู้บริโภค(CS) รายรับรวมของอุตสาหกรรม (Revenues) และส่วน | 311 |



| ตารางที่ | หน้า |
|--|------|
| เปลี่ยนแปลงส่วนเกินผู้บริโภคทั้งหมด ($\Delta\text{CSTotal}$) และส่วนเปลี่ยนแปลง ส่วนเกินผู้บริโภคที่มาจากการเปลี่ยนแปลงในราคา ($\Delta\text{CSPrice}$) ค่าบริการ ของธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ (กรณีที่ 2) | |
| 6-6 ส่วนเกินผู้บริโภค(CS) รายรับรวมของอุตสาหกรรม (Revenues) และส่วน เปลี่ยนแปลงส่วนเกินผู้บริโภคทั้งหมด ($\Delta\text{CSTotal}$) และส่วนเปลี่ยนแปลง ส่วนเกินผู้บริโภคที่มาจากการเปลี่ยนแปลงในราคา ($\Delta\text{CSPrice}$) ค่าบริการ ของธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ (กรณีที่ 3) | 312 |
| 6-7 ผลการประมาณค่าส่วนเกินผู้บริโภคและสัดส่วนต่อรายรับรวมของ อุตสาหกรรมโทรศัพท์เคลื่อนที่ในสหรัฐอเมริกา | 316 |
| 6-8 ส่วนเกินผู้บริโภค (CS) รายรับรวมของอุตสาหกรรม (Revenues) และส่วน เปลี่ยนแปลงส่วนเกินผู้บริโภคทั้งหมด ($\Delta\text{CSTotal}$) และส่วนเปลี่ยนแปลง ส่วนเกินผู้บริโภคที่มาจากการเปลี่ยนแปลงในราคา ($\Delta\text{CSPrice}$) ค่าบริการ ของธุรกิจโทรศัพท์ประจำที่ ในกรณีที่ 1 (Scenario 1) | 322 |
| 6-9 ส่วนเกินผู้บริโภค (CS) รายรับรวมของอุตสาหกรรม (Revenues) และส่วน เปลี่ยนแปลงส่วนเกินผู้บริโภคทั้งหมด ($\Delta\text{CSTotal}$) และส่วนเปลี่ยนแปลง ส่วนเกินผู้บริโภคที่มาจากการเปลี่ยนแปลงในราคา ($\Delta\text{CSPrice}$) ค่าบริการ ของธุรกิจโทรศัพท์ประจำที่ ในกรณีที่ 2 (Scenario 2) | 323 |
| 6-10 ส่วนเกินผู้บริโภค (CS) รายรับรวมของอุตสาหกรรม (Revenues) และส่วน เปลี่ยนแปลงส่วนเกินผู้บริโภคทั้งหมด ($\Delta\text{CSTotal}$) และส่วนเปลี่ยนแปลง ส่วนเกินผู้บริโภคที่มาจากการเปลี่ยนแปลงในราคา ($\Delta\text{CSPrice}$) ค่าบริการ ของธุรกิจโทรศัพท์ประจำที่ ในกรณีที่ 3 (Scenario 3) | 324 |
| 6-11 ส่วนเกินผู้บริโภค (CS) รายรับรวมของอุตสาหกรรม (Revenues) และส่วน เปลี่ยนแปลงส่วนเกินผู้บริโภคทั้งหมด ($\Delta\text{CSTotal}$) และส่วนเปลี่ยนแปลง ส่วนเกินผู้บริโภคที่มาจากการเปลี่ยนแปลงในราคา ($\Delta\text{CSPrice}$) ค่าบริการ ของธุรกิจอินเทอร์เน็ตในกรณีที่ 1 (Scenario 1) | 331 |
| 6-12 ส่วนเกินผู้บริโภค (CS) รายรับรวมของอุตสาหกรรม (Revenues) และส่วน เปลี่ยนแปลงส่วนเกินผู้บริโภคทั้งหมด ($\Delta\text{CSTotal}$) และส่วนเปลี่ยนแปลง ส่วนเกินผู้บริโภคที่มาจากการเปลี่ยนแปลงในราคา ($\Delta\text{CSPrice}$) ค่าบริการ ของธุรกิจอินเทอร์เน็ตในกรณีที่ 2 (Scenario 2) | 332 |
| 6-13 ส่วนเกินผู้บริโภค (CS) รายรับรวมของอุตสาหกรรม (Revenues) และส่วน เปลี่ยนแปลงส่วนเกินผู้บริโภคทั้งหมด ($\Delta\text{CSTotal}$) และส่วนเปลี่ยนแปลง | 333 |



| ตารางที่ | หน้า |
|--|------|
| ส่วนเกินผู้บริโภคที่มาจากการเปลี่ยนแปลงในราคา ($\Delta CSPrice$) ค่าบริการ ของธุรกิจอินเทอร์เน็ตในกรณีที่ 3 (Scenario 3) | |
| 6-14 ส่วนเกินผู้บริโภค (CS) รายรับรวมของอุตสาหกรรม (Revenues) และส่วน เปลี่ยนแปลงส่วนเกินผู้บริโภคทั้งหมด ($\Delta CSTotal$) และส่วนเปลี่ยนแปลง ส่วนเกินผู้บริโภคที่มาจากการเปลี่ยนแปลงในราคา ($\Delta CSPrice$) ค่าบริการ ของธุรกิจโทรศัพท์ระหว่างประเทศในกรณีที่ 1 (Scenario 1) | 339 |
| 6-15 ส่วนเกินผู้บริโภค (CS) รายรับรวมของอุตสาหกรรม (Revenues) และส่วน เปลี่ยนแปลงส่วนเกินผู้บริโภคทั้งหมด ($\Delta CSTotal$) และส่วนเปลี่ยนแปลง ส่วนเกินผู้บริโภคที่มาจากการเปลี่ยนแปลงในราคา ($\Delta CSPrice$) ค่าบริการ ของธุรกิจโทรศัพท์ระหว่างประเทศในกรณีที่ 2 (Scenario 2) | 340 |
| 6-16 ส่วนเกินผู้บริโภค (CS) รายรับรวมของอุตสาหกรรม (Revenues) และส่วน เปลี่ยนแปลงส่วนเกินผู้บริโภคทั้งหมด ($\Delta CSTotal$) และส่วนเปลี่ยนแปลง ส่วนเกินผู้บริโภคที่มาจากการเปลี่ยนแปลงในราคา ($\Delta CSPrice$) ค่าบริการ ของธุรกิจโทรศัพท์ระหว่างประเทศในกรณีที่ 3 (Scenario 3) | 341 |
| 6-17 ข้อมูลรายรับจากบริการแบ่งตามประเภท ตั้งแต่ปี พ.ศ.2551-2556 | 345 |
| 6-18 ข้อมูลบริการดาวนโหลด Mobile Internet ตั้งแต่ปี พ.ศ.2550-2552 | 347 |
| 6-19 FIXED NETWORK RETAIL SUBSCRIBER CALLS - TOTAL จำนวน ครั้งของการใช้บริการโทรศัพท์ประจำที่ของบริษัท TOT | 348 |
| 6-20 FIXED NETWORK RETAIL SUBSCRIBER CALLS - TOTAL จำนวน นาทีของการใช้บริการโทรศัพท์ประจำที่ | 348 |
| 6-21 ปริมาณการดาวน์โหลดต่อผู้ใช้บริการต่อเดือนของบริษัท TOT | 349 |
| 6-22 ปริมาณการกราฟฟิกโทรศัพท์ระหว่างประจำปี พ.ศ.2555 | 350 |
| 6-23 อัตราค่าบริการเฉลี่ยของบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553-2556 | 351 |



สารบัญญภาพ

| ภาพที่ | หน้า | |
|--------|--|-----|
| 6-1 | แสดงส่วนเกินของผู้บริโภค | 289 |
| 6-2 | การวัดการเพิ่มขึ้นของส่วนเกินผู้บริโภคจากการลดลงของราคาการใช้บริการ | 297 |
| 6-3 | การคำนวณหาส่วนเกินที่ผู้บริโภคได้รับ (Consumer Surplus) ในกรณีที่อุปสงค์มีการเปลี่ยนแปลงเนื่องจากปัจจัยที่ไม่ใช่ราคาเกิดการเปลี่ยนแปลง | 297 |
| 6-4 | การวัดการเพิ่มขึ้นของส่วนเกินผู้บริโภคจากการลดลงของราคาการใช้บริการ ในกรณีที่อุปสงค์ไม่ใช่เส้นตรง | 298 |
| 6-5 | การประมาณค่า Virtual Price ในอุปสงค์ที่มีรูปแบบฟังก์ชัน Log-linear | 299 |
| 6-6 | ข้อมูลรายรับเฉลี่ยต่อเลขหมาย (Average Revenue Per User - ARPU) เฉลี่ยของอุตสาหกรรมโดยรวมของธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ | 301 |
| 6-7 | จำนวนนาทีที่ใช้บริการต่อเลขหมายต่อเดือน (MOU) เฉลี่ยอุตสาหกรรมโดยรวมและอัตราค่าบริการต่อนาทีเฉลี่ย (P) อุตสาหกรรมโดยรวมของธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ | 302 |
| 6-8 | ข้อมูลจำนวนเลขหมายรวม (Number of Subscribers) และจำนวนนาทีที่ใช้บริการทั้งหมดของธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ | 303 |
| 6-9 | ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) | 304 |
| 6-10 | มูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคต่อเลขหมายต่อเดือน (Consumer Surplus per Subscribers) และมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคทั้งหมดไตรมาสหนึ่ง ๆ (กรณีที่ 1) | 308 |
| 6-11 | มูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคต่อเลขหมายต่อเดือน (Consumer Surplus per Subscribers) และมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคทั้งหมดไตรมาสหนึ่ง ๆ (กรณีที่ 2) | 310 |
| 6-12 | มูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคต่อเลขหมายต่อเดือน (Consumer Surplus per Subscribers) และมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคทั้งหมดไตรมาสหนึ่ง ๆ (กรณีที่ 3) | 312 |
| 6-13 | มูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคทั้งหมดในธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ในกรณีที่ 1 ถึง 3 | 315 |
| 6-14 | สัดส่วนของส่วนเกินผู้บริโภคต่อรายรับรวมของธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ในกรณีที่ 1 ถึง 3 | 316 |
| 6-15 | ข้อมูลจำนวนเลขหมายรวม (Number of Subscribers) แยกตามผู้ให้บริการรายใหญ่ของของธุรกิจโทรศัพท์ประจำที่ | 319 |
| 6-16 | ข้อมูลรายรับเฉลี่ยต่อเลขหมาย (Average Revenue per User - ARPU) เฉลี่ยของอุตสาหกรรมโดยรวมแยกตามผู้ให้บริการรายใหญ่ของธุรกิจโทรศัพท์ประจำที่ | 319 |
| 6-17 | มูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคของธุรกิจโทรศัพท์ประจำที่ในกรณีที่ 1 ถึง 3 | 325 |



| ภาพที่ | หน้า | |
|--------|---|-----|
| 6-18 | สัดส่วนของมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคต่อรายรับรวมของธุรกิจโทรศัพท์ประจำที่ ในกรณีที่ 1 ถึง 3 | 326 |
| 6-19 | ข้อมูลจำนวนผู้ใช้บริการรวม (Number of Subscribers) แยกตาม ผู้ให้บริการ รายใหญ่ของธุรกิจอินเทอร์เน็ต | 328 |
| 6-20 | ข้อมูลรายรับเฉลี่ยต่อเลขหมาย (Average Revenue per User - ARPU) เฉลี่ยของอุตสาหกรรมโดยรวมแยกตามผู้ให้บริการรายใหญ่ของธุรกิจ อินเทอร์เน็ต | 328 |
| 6-21 | มูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคของธุรกิจอินเทอร์เน็ตกรณีที่ 1 ถึง 3 | 334 |
| 6-22 | สัดส่วนของมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคต่อรายรับรวมของธุรกิจอินเทอร์เน็ต ใน กรณีที่ 1 ถึง 3 | 335 |
| 6-23 | อัตราค่าบริการเฉลี่ยของบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ และจำนวนนาทีของ การโทรออกรวมจากผู้ให้บริการทุกราย | 336 |
| 6-24 | มูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคของธุรกิจโทรศัพท์ระหว่างประเทศในกรณีที่ 1 ถึง 3 | 342 |
| 6-25 | สัดส่วนของมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคต่อรายรับรวมของธุรกิจโทรศัพท์ระหว่าง ประเทศในกรณีที่ 1 ถึง 3 | 342 |



บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

ประเทศไทยเข้าสู่ยุคการเปิดเสรีทางการค้า จึงทำให้ธุรกิจการให้บริการโทรคมนาคมต้องเข้าสู่ระบบการแข่งขันอย่างเต็มที่ไม่ว่าจะเป็นการแข่งขันในการให้บริการโทรศัพท์ประจำที่ บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ บริการอินเทอร์เน็ต และบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ รวมทั้งสภาพการแข่งขันในตลาดเพิ่มมากขึ้น ผู้ใช้บริการต้องการได้รับบริการที่มีคุณภาพ ประสิทธิภาพ รวดเร็ว ถูกต้อง และเป็นธรรม ซึ่งตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2550 มาตรา 47 กำหนดให้ “องค์กรของรัฐที่เป็นอิสระองค์กรหนึ่งทำหน้าที่จัดสรรคลื่นความถี่และกำกับกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมโดยต้องคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของประชาชน” จึงเป็นที่มาของบทบาทและภาระหน้าที่ของ กสทช. ในการบริหารและจัดสรรคลื่นความถี่เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดตามพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับกิจการการประกอบกิจการกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 มาตรา 27 ได้กำหนดให้คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) มีอำนาจหน้าที่ในการพิจารณาอนุญาตและกำกับดูแลการประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อให้เกิดแข่งขันเสรีอย่างเป็นธรรมระหว่างผู้ประกอบการโทรคมนาคมและกิจการที่เกี่ยวข้อง และเพื่อให้ผู้ใช้บริการได้รับบริการที่มีคุณภาพ ประสิทธิภาพ รวดเร็ว ถูกต้อง และเป็นธรรม ประกอบกับมาตรา 40 กำหนดให้ คณะกรรมการกิจการโทรคมนาคม (กทค.) มีอำนาจหน้าที่ปฏิบัติการใดๆ แทน กสทช. ตามมาตรา 27 ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับกิจการโทรคมนาคมและกิจการวิทยุคมนาคม คณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กทช.) และ กสทช. ได้ดำเนินการกำหนดนโยบาย และประกาศหลักเกณฑ์ กฎและกติกาต่างๆ เพื่อใช้บังคับ รวมทั้งการอนุญาตและกำกับดูแลการประกอบกิจการโทรคมนาคมเพื่อให้เกิดการแข่งขันเสรีอย่างเป็นธรรมมาระยะหนึ่งแล้ว (พ.ศ. 2548 – 2553) โดยที่การดำเนินการกำหนดนโยบายและประกาศหลักเกณฑ์ดังกล่าว ยังผลต่อการเข้าสู่ตลาดของผู้ให้บริการ ตลอดจนคุณภาพของบริการ และอัตราค่าบริการโทรคมนาคมที่ส่งผลกระทบต่อผู้บริโภค การดำเนินการในห้วงระยะเวลา 6 ปีที่ผ่านมา มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องประเมินผลของการดำเนินนโยบาย ประกาศและหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องในภาพรวมเพื่อใช้เป็นข้อมูลสำหรับการปรับปรุงนโยบาย ประกาศและหลักเกณฑ์ต่อไปและรวมถึงนำไปประกอบการพิจารณาของ กทค. ในการกำหนดทิศทางการพัฒนากิจการโทรคมนาคม และกำกับดูแลการประกอบกิจการโทรคมนาคมให้มีการแข่งขันที่เป็นธรรมและเป็นสากล

การศึกษาและกำหนดตัวชี้วัดหลักทางการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคม และศึกษาผลกระทบของการกำกับดูแลกิจการโทรคมนาคมที่มีต่ออุตสาหกรรมในภาพรวม ผู้บริโภค และผู้ให้บริการโทรคมนาคม ประเมินมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภค (Consumer Surplus) มีวัตถุประสงค์ของการศึกษา ได้แก่ 1) เพื่อสำรวจและศึกษาเกี่ยวกับตัวชี้วัดหลักทางการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคม ที่องค์กรกำกับดูแลกิจการโทรคมนาคมของประเทศต่างๆ อาทิ ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศใน



สหภาพยุโรป และประเทศอื่นๆ ใช้ในการประเมินผลการกำกับดูแลด้านการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคม 2) เพื่อกำหนดตัวชี้วัดหลักของการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมสำหรับประเทศไทย และจัดทำรายงานประเมินสภาพการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมตามตัวชี้วัดหลักของการแข่งขันที่ได้กำหนดไว้ในห้วงระยะเวลาที่ผ่านมา (พ.ศ. 2548 – 2554) 3) เพื่อทราบถึงปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันในการประกอบกิจการและการเข้าสู่ตลาดในกิจการโทรคมนาคมของผู้รับ

ขอบเขตของการศึกษาตัวชี้วัดหลักทางการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคม และศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันในการประกอบกิจการและการเข้าสู่ตลาดในกิจการโทรคมนาคมของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคมหลัก และการประเมินมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคในบริการโทรคมนาคมหลัก 4 บริการ ได้แก่ 1) บริการโทรศัพท์ประจำที่ (Fixed Line Services) 2) บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Services) 3) บริการอินเทอร์เน็ต (Internet Services) และ 4) บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ (International Call Services)

ผลการศึกษา

การดำเนินการตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา มีผลการศึกษาแต่ละส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การศึกษาตัวชี้วัดหลักทางการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคม

การศึกษานี้ได้ทำการสำรวจและศึกษาตัวชี้วัดหลักทางการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมที่องค์กรกำกับดูแลกิจการโทรคมนาคมของประเทศต่างๆ ในการประเมินผลการกำกับดูแลด้านการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคม และจากนั้นได้กำหนดตัวชี้วัดหลักของการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมสำหรับประเทศไทยและจัดทำรายงานประเมินสภาพการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมตามตัวชี้วัดหลักของการแข่งขันที่ได้กำหนดไว้ในห้วงระยะเวลาที่ผ่านมา (พ.ศ. 2548-2554) โดยผ่านความเห็นจากการจัดการประชุมกลุ่มเฉพาะ (Focus Group) ผู้ประกอบกิจการโทรคมนาคมจำนวน 2 ครั้ง และคณะผู้วิจัยได้จัดทำรายงานกำหนดตัวชี้วัดหลักของการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมสำหรับประเทศไทย และรายงานประเมินสภาพการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมตามตัวชี้วัดหลักของการแข่งขันที่ได้กำหนดไว้ในห้วงระยะเวลาดังกล่าว

ตัวชี้วัดทางการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคม คณะผู้วิจัยได้ทำการทบทวนตัวชี้วัดทางการแข่งขันจากองค์การระหว่างประเทศ และประเทศในภูมิภาคต่างๆ ได้แก่ OECD ITU สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร แคนาดา ญี่ปุ่น เขตปกครองพิเศษฮ่องกง และออสเตรเลีย และได้กำหนดตัวชี้วัดหลักเพื่อใช้ในการประเมินสภาพการแข่งขันกิจการโทรคมนาคมในประเทศประกอบด้วย 4 กลุ่มตัวชี้วัดหลัก ได้แก่

กลุ่มที่ 1 กลุ่มตัวชี้วัดด้านราคาและประโยชน์ต่อผู้บริโภค

กลุ่มที่ 2 กลุ่มตัวชี้วัดด้านคุณภาพของบริการ



กลุ่มที่ 3 กลุ่มตัวชี้วัดประสิทธิภาพของการให้บริการ

กลุ่มที่ 4 กลุ่มตัวชี้วัดด้านผลประกอบการของผู้ประกอบกิจการ

แม้ว่าการศึกษานี้จะประสบปัญหาข้อจำกัดทางด้านข้อมูล เนื่องจากตัวชี้วัดที่นำเสนอไม่มีการจัดเก็บข้อมูลไว้มาก่อนก็ตาม ดังนั้น การประเมินสภาพการแข่งขันหลายตัวชี้วัดย่อมต้องมีการใช้ตัวแปรแทน เพื่อสะท้อนสภาพการแข่งขันตามตัวชี้วัดดังกล่าว ผลการศึกษาสภาพตลาดจากตัวชี้วัดที่เสนอสามารถสรุปแยกตามกลุ่มตัวชี้วัด ได้ดังนี้

กลุ่มที่ 1 กลุ่มตัวชี้วัดด้านราคาและประโยชน์ต่อผู้บริโภค ผู้รับบริการได้รับประโยชน์จากระดับราคาที่ปรับตัวลดลง โดยเฉพาะในบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ สะท้อนจากการลดลงของตัวชี้วัดจากดัชนีราคาผู้บริโภคด้านการสื่อสาร และตัวชี้วัดแนวโน้มรายรับโดยเฉลี่ยต่อผู้ใช้ (ARPU) แต่ยังไม่สามารถสะท้อนสภาพการแข่งขันจากตัวชี้วัดจำนวนเลขหมายที่ใช้บริการแบบ Unlimited ได้ชัดเจนนัก แต่ข้อมูลตัวแทนชี้ว่ามีการให้บริการแก่ลูกค้าแบบ Unlimited มากขึ้น ผ่านบรอดแบนด์ ในขณะที่ระดับราคาของการให้บริการยังคงเพิ่มขึ้นตามคุณภาพของการให้บริการ และตัวชี้วัดจำนวนหมายเลขที่ใช้บริการแบบ Bundle ยังมีความไม่ชัดเจนนักที่จะสะท้อนสภาพการแข่งขัน เนื่องจากยังไม่มีกรอบในการกำกับดูแลการให้บริการ Bundle ที่ชัดเจน ซึ่ง กสทช. ควรจะให้ความสนใจและติดตามการกำหนดราคาของบริการในลักษณะนี้ โดยอาจพิจารณาปรับการกำกับจากการแยกตามประเภทของบริการโทรคมนาคมเป็นการกำกับแบบรวมกลุ่มเพิ่มมากขึ้น

กลุ่มที่ 2 กลุ่มตัวชี้วัดด้านคุณภาพของบริการ จากตัวชี้วัดแนวโน้มการใช้บริการ (Usage) ในเชิงพฤติกรรมสะท้อนว่าผู้ใช้บริการได้รับบริการโทรคมนาคมที่มีคุณภาพดีขึ้น มีความครอบคลุม และมีการเข้าถึงบริการโทรคมนาคมมากขึ้น ตัวชี้วัดด้านเครื่องรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ อุปกรณ์และซอฟต์แวร์ พบว่ามีการใช้อุปกรณ์ที่มีคุณภาพมากขึ้น อย่างเช่น สมาร์ทโฟน ในบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมา และแนวโน้มนี้คาดว่าจะยังคงเพิ่มขึ้นต่อไป ในขณะที่โทรศัพท์ประจำที่มีจำนวนลดลง และมีจำนวนครัวเรือนที่ใช้อุปกรณ์นี้ลดลง มีผลการสำรวจพบว่ามีผู้ใช้บริการที่เริ่มมีจำนวนโทรศัพท์เคลื่อนที่มากกว่า 1 เครื่องเพิ่มขึ้น และมีความหลากหลายของอุปกรณ์รูปแบบใหม่ ที่จะป็นช่องทางการใช้บริการเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ ประเด็นเรื่องความพอใจของผู้บริโภค พบว่า ระดับราคาค่าบริการที่แพง และความครอบคลุมของสัญญาณ มีผลทำให้มีผู้บริโภคบางส่วนตัดสินใจไม่ใช้โทรศัพท์ประจำที่และโทรศัพท์เคลื่อนที่ รวมทั้งไม่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง

กลุ่มที่ 3 กลุ่มตัวชี้วัดประสิทธิภาพของการให้บริการ ตัวชี้วัดด้านแนวโน้มการใช้ประโยชน์จากโครงข่าย การประเมินพบว่ามีผู้ใช้ประโยชน์จากโครงข่ายไปในการให้บริการอื่นนอกเหนือจากบริการเสียงมากขึ้น และมีแนวโน้มของการใช้ประโยชน์จากโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มมากขึ้น การประเมินด้วยตัวชี้วัดด้านแนวโน้มของจำนวนผู้ลงทะเบียนใช้บริการ จำนวนการเชื่อมต่อ และจำนวนรายการที่เพิ่มสุทธิ (Net Adds) พบว่า จำนวนการใช้บริการมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในเกือบทุกช่วงอายุของผู้บริโภค จำนวนผู้ลงทะเบียนใช้บริการ ในกรณีของ



โทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อประชากร 1,000 คน เกินกว่า 1,000 คน แสดงถึงการเพิ่มขึ้นของจำนวนการใช้ โดยสุทธิด้วย สำหรับตัวชี้วัดด้านแนวโน้มของการบริหารคลื่นความถี่ พบว่า จำนวนของการใช้ บริการยังมีการจำกัดในบางระบบเท่านั้น ยังไม่กระจายออกไปในทุกๆระบบ จึงยังเป็นประเด็นที่ควร จะให้ความสำคัญและเพิ่มการจัดสรรคลื่นความถี่เป็นสำคัญในอนาคต และเมื่อพิจารณาตัวชี้วัดด้าน การกระจุกตัวของตลาดและการมีอำนาจเหนือตลาด พบว่า มีการกระจุกตัวของตลาด และมี ผู้ประกอบการที่มีอำนาจการผูกขาดในตลาด โดยเฉพาะในกรณีของโทรศัพท์ประจำที่ และในส่วน ภูมิภาค ในขณะที่การกระจุกตัวของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ยังอยู่ที่ AIS เป็นสำคัญ เป็นสภาพตลาดที่ ต้องการการพิจารณาหาก กสทช. ให้ความสำคัญกับการลดการกระจุกตัวของตลาด สำหรับแนวโน้ม ของการแข่งขันในการให้บริการที่ต่อเนื่องกันหลายรูปแบบตามช่วงอายุของพฤติกรรม (Intermodal) พบว่า การใช้บริการกระจายออกไปในทุกช่วงอายุมากขึ้น ซึ่งแสดงถึงการแข่งขันในการเข้าถึงลูกค้า ของผู้ประกอบการแต่ละราย และตัวชี้วัดด้านการเปรียบเทียบสถานะการให้บริการของประชากรใน เขตตัวเมืองและชนบท พบว่า การให้บริการยังมีการกระจุกตัวในกรุงเทพฯและปริมณฑล แต่สัดส่วน ของการใช้บริการของผู้ใช้ในภูมิภาคได้เพิ่มขึ้นมากอยู่ในระดับที่น่าพอใจมากขึ้น

กลุ่มที่ 4 กลุ่มตัวชี้วัดด้านผลประกอบการของผู้ประกอบการ พิจารณาจากตัวชี้วัด ด้านแนวโน้มของการลงทุนด้านเครื่องมืออุปกรณ์ โครงข่าย และระบบที่สำคัญ (Capital Investment) ยังไม่มีข้อมูลเพียงพอที่จะสรุปประเด็นนี้ได้อย่างชัดเจน เนื่องจากระยะเวลาที่พิจารณา เกิดก่อนที่จะมีการจัดสรรคลื่นความถี่ที่ทำให้ผู้ประกอบการขยายการลงทุนใน 3G ซึ่ง กสทช. อาจจะต้องติดตามข้อมูลในส่วนนี้ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557 เป็นต้นไป สำหรับตัวชี้วัดด้านแนวโน้มของ ความสามารถในการทำกำไร (Profitability Metrics) ผลการประเมินในส่วนนี้ สอดคล้องกับข้อสรุปที่ แสดงว่ามีการกระจุกตัวของตลาดและมีการผูกขาดทางการตลาด เพราะอัตราความสามารถในการ ทำกำไรวัดจาก EBITDA Margin ที่พิจารณาของผู้ประกอบการรายใหญ่สูงมากกว่าร้อยละ 50 ขณะที่ผู้ประกอบการอันดับ 2 และ 3 เกินกว่า ร้อยละ 30 เมื่อพิจารณาตัวชี้วัดด้านกิจกรรม การตลาด การโฆษณาที่เพิ่มข้อมูลข่าวสาร ผู้ประกอบการแต่ละรายมีนโยบายและกลยุทธ์ในการทำ กิจกรรมการตลาดที่แตกต่างกัน ซึ่งในช่วงที่ผ่านมา สัดส่วนของรายจ่ายในด้านนี้ค่อนข้างคงที่ในแต่ ละกิจการ โดยผู้ประกอบการที่มีส่วนแบ่งตลาดอันดับ 2 และ 3 มีสัดส่วนของการทำกิจกรรมทางการ ตลาดมากกว่าผู้ประกอบการรายใหญ่ที่สุดของตลาด และตัวชี้วัดความสามารถในการเข้าและออก จากตลาดของผู้ประกอบการ แม้ว่าในในส่วนนี้ยังไม่มีข้อมูลที่เป็นตัวแทนของการประเมินอย่างมี หลักฐานและเอกสารประกอบที่สำคัญ แต่ก็ยังเป็นประเด็นสำคัญที่จะสะท้อนถึงสภาพการแข่งขันของ ตลาดได้ทางหนึ่ง ซึ่งในอนาคตคงต้องมีการเก็บข้อมูลเพื่อตอบโจทย์การประเมินในส่วนนี้ต่อไป



ส่วนที่ 2 การศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันในการประกอบกิจการ

การศึกษาส่วนนี้ ได้ระบุปัญหา อุปสรรค และข้อจำกัดที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันในการประกอบกิจการและการเข้าสู่ตลาดในกิจการโทรคมนาคมของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคม และจัดทำรายงานปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันในการประกอบกิจการและการเข้าสู่ตลาดในกิจการโทรคมนาคมของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคมหลักประกอบด้วย 6 มิติ ได้แก่ 1) การเข้าสู่ตลาดของผู้ให้บริการรายใหม่ (Market Entry) 2) การจัดสรรทรัพยากรที่มีจำกัด (Scarce Resources) เช่น คลื่นความถี่ หรือ เลขหมายโทรศัพท์ 3) การเชื่อมต่อโครงข่ายระหว่างกัน (Interconnection) 4) อัตราค่าบริการ (Tariff Regulation) 5) การกำกับดูแลเพื่อการแข่งขันอย่างเป็นธรรม (Regulation of Anti Competitive Practices) 6) การให้บริการอย่างทั่วถึง (Universal Service Obligation: USO) และ 7) คุณภาพบริการ (Quality of Service: QOS) นอกจากนี้ ยังมีประเด็นปัญหาเพิ่มเติมที่เกี่ยวข้องกับบทบาทรัฐวิสาหกิจในตลาดกิจการโทรคมนาคม และปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับการแข่งขันเพื่อรองรับ AEC

2.1 ปัญหา อุปสรรค และข้อจำกัดที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันในแต่ละบริการ

2.1.1 บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่

ปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันในบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในแต่ละมิติสรุปรายละเอียดได้ดังนี้

มิติที่ 1 การเข้าสู่ตลาดของผู้ให้บริการรายใหม่ (Market Entry) จะพบว่าปัญหาจะอยู่ที่ข้อจำกัดในการเข้าสู่ตลาด ซึ่งในช่วงที่ผ่านมาไม่มีผู้ให้บริการรายใหม่เข้ามาสู่ตลาดจากการที่ตลาดมีการกระจุกค่อนข้างสูงในกลุ่มผู้ประกอบการเดิม กอปรกับการลงทุนในโครงข่ายและโครงสร้างพื้นฐานในบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีเงินลงทุนสูงสำหรับผู้มีสิทธิในโครงข่าย จึงทำให้เป็นอุปสรรคสำคัญในการเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการรายใหม่ในกลุ่มนี้โดยปริยาย นอกจากนี้ยังมีประเด็นเรื่องการพัฒนาตลาดของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบโครงข่ายเสมือนจริง (MVNOs) ซึ่งที่ผ่านมา อุปสรรคสำคัญของการพัฒนา MVNOs อาจเกิดจากการตีความมาตรา 46 ในพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 ที่ระบุไว้ “..ให้ใช้คลื่นความถี่เพื่อกิจการโทรคมนาคมเป็นสิทธิเฉพาะตัวของผู้ได้รับใบอนุญาต จะโอนแก่กันมิได้ ผู้ได้รับใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่เพื่อกิจการโทรคมนาคม ต้องประกอบกิจการด้วยตนเอง จะมอบการบริหารจัดการทั้งหมดหรือบางส่วนหรือยินยอมให้บุคคลอื่นเป็นผู้มีอำนาจประกอบกิจการแทนมิได้” ดังนั้นสำหรับบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบโครงข่ายเสมือนจริง (MVNOs) หากตีความตามมาตรา 46 จะทำให้เป็นอุปสรรคสำคัญสำหรับการเข้าตลาดของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่รายเล็กได้ นอกจากนี้ การ



พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าและสร้างความแตกต่างได้ เป็นอีกหนึ่งความท้าทายของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบโครงข่ายเสมือนจริง (MVNOs)

มติที่ 2 เรื่องการจัดสรรทรัพยากรที่มีจำกัด (Scarce Resources) เช่น คลื่นความถี่ เลขหมายโทรศัพท์ ฯลฯ ยังมีประเด็นเรื่องระยะเวลาการพิจารณาจัดสรรเลขหมายใช้ระยะเวลานานเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาธุรกิจของผู้ประกอบกิจการ ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติตามประกาศ เรื่องการไม่ให้มีวันหมดอายุสำหรับหมายเลขโทรศัพท์ประเภทเติมเงิน ซึ่งทำให้มีเลขหมายค้างอยู่ในระบบโดยที่ไม่มีการใช้งาน และปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการจัดสรรคลื่นความถี่ที่ครบอายุสัมปทานยังขาดความชัดเจน จากกรณีที่สัญญาสัมปทานคลื่นความถี่ 1.8 GHz จะสิ้นสุดอายุสัญญา รวมถึงปัญหาคลื่นความถี่ที่ได้รับจัดสรรไปแต่ไม่ได้ใช้ประโยชน์ เช่น 2.3 GHz ที่ กสท.ได้รับจัดสรรไป ฯลฯ และปัญหาที่เกี่ยวข้องกับที่ปักเสาและการพาดสาย ตลอดจน ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับบริการคงสิทธิเลขหมาย หรือ (Mobile Number Portability : MNP)

มติที่ 3 การเชื่อมโยงโครงข่ายระหว่างกัน จะเป็นประเด็นในเรื่องของการกำหนดอัตราค่าเชื่อมโยงโครงข่าย การกำหนดอัตราค่าเชื่อมต่อโครงข่ายโดยไม่สะท้อนต้นทุนที่แท้จริงของผู้ประกอบการ อาจเป็นการเอื้อประโยชน์ให้แก่ผู้ประกอบการบางรายโดยเฉพาะผู้ประกอบการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีฐานลูกค้ามาก และทำให้ผู้บริโภคต้องเสียค่าบริการสูง

มติที่ 4 อัตราค่าบริการ มีประเด็นเรื่องการกำหนดอัตราค่าบริการขั้นสูงเป็นอุปสรรคต่อการลงทุนเพื่อพัฒนาธุรกิจในอนาคต ในขณะที่ไม่มีการกำหนดอัตราค่าบริการขั้นต่ำ ซึ่งอาจนำไปสู่การแข่งขันด้านราคาที่รุนแรง และเกิดความได้เปรียบเสียเปรียบระหว่างผู้ประกอบการที่มีความสามารถในการแข่งขันและต้นทุนที่แตกต่างกัน กอปรกับการแข่งขันด้านราคาที่รุนแรงมาก จะทำให้ลดทอนความสามารถในการลงทุนในอนาคตของผู้ประกอบกิจการได้

มติที่ 5 การกำกับดูแลเพื่อการแข่งขันอย่างเป็นธรรม มีประเด็นพิจารณาที่เกี่ยวข้อง 3 ประเด็น ได้แก่ 1) รูปแบบการส่งเสริมการขายและการให้บริการพ่วงกับสินค้าและบริการอื่น 2) การลงทะเบียนเลขหมายการให้บริการในรูปแบบเติมเงิน (prepaid) และ 3) บทบาทของผู้ประกอบกิจการที่เป็นรัฐวิสาหกิจในตลาดกิจการโทรคมนาคม ซึ่งประเด็นทั้งสามยังมีปัญหาที่ต้องการความชัดเจนในการกำกับดูแลเพิ่มมากขึ้น

มติที่ 6 การให้บริการอย่างทั่วถึง (Universal Service Obligation: USO) มีประเด็นในเรื่องของการจัดบริการให้ครอบคลุมอย่างทั่วถึงของผู้ให้บริการแต่ละราย จึงทำให้มีผู้บริโภคจำนวนหนึ่งที่ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่มากกว่า 2 เลขหมายด้วยเหตุผลของการให้บริการไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่หรือคุณภาพบริการในแต่ละพื้นที่ของผู้ให้บริการแต่ละรายไม่เท่ากัน นอกจากนี้ ยังมีประเด็นปัญหาที่เกี่ยวข้องกับความชัดเจนของแผนการจัดให้มีบริการโทรคมนาคมพื้นฐานโดยทั่วถึงและบริการเพื่อสังคม ซึ่งจากการเก็บข้อมูลพบว่ามี ความสนใจจากผู้ประกอบการทั้งที่เป็นภาคเอกชนและรัฐวิสาหกิจที่จะเข้ามาจัดบริการตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่กำหนด หากเป็นหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่มีความเป็นไปได้ในการพัฒนาธุรกิจ



มิตินี้ 7 คุณภาพของบริการ ประเด็นปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันมิตินี้
ในบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ แม้ว่าคุณภาพของบริการจะดีขึ้นโดยสะท้อนจากความพึงพอใจของ
ผู้บริโภคที่ค่อนข้างมาก แต่ทั้งนี้ยังมีความแตกต่างระหว่างคุณภาพของบริการระหว่างพื้นที่ในเขต
เมือง และเขตชนบทที่สะท้อนออกมาจากการสำรวจ รวมถึงความสามารถในการเข้าถึงตลาดของ
ผู้ใช้บริการในพื้นที่ห่างไกลยังคงไม่เท่าเทียมกัน จากการลงทุนและการขยายธุรกิจที่ไม่ทั่วถึงของ
ผู้ประกอบการ นอกจากนี้ ในมิติคุณภาพของบริการมีข้อมูลจากการศึกษา พบว่า ยังขาด
หลักเกณฑ์ในการกำกับดูแลด้านคุณภาพของการบริการอย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรม

2.1.2 บริการโทรศัพท์ประจำที่

ปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันในบริการโทรศัพท์ประจำที่ใน
แต่ละมิติ มีรายละเอียดสรุปได้ ดังนี้

มิตินี้ 1 การเข้าสู่ตลาดของผู้ให้บริการรายใหม่ ในห้วงเวลาที่ผ่านมามี
การเข้ามาให้บริการของผู้ประกอบการรายใหม่ เนื่องจากธุรกิจบริการโทรศัพท์ประจำที่มีแนวโน้มลดลง
จากการแข่งขันที่มาจากสินค้าทดแทน คือ โทรศัพท์เคลื่อนที่ ทำให้โอกาสทางธุรกิจของตลาดนี้มีไม่
มาก จึงไม่เป็นแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการรายใหม่เข้าสู่ตลาด และอุปทานของบริการมีเหลืออย่าง
เพียงพอ จนไม่ทำให้เกิดความจำเป็นของการเข้าตลาดของผู้ประกอบการรายใหม่ ประเด็นที่
เกี่ยวข้องกับการแข่งขันควรพิจารณาการปรับเปลี่ยนรูปแบบใบอนุญาตของบริการโทรศัพท์ประจำที่
ควรเน้นไปที่การสื่อสารทางสาย (Fiber to Home) เพิ่มมากขึ้น ซึ่งเป็นแนวโน้มที่เกิดขึ้นจริงใน
ปัจจุบันและเป็นทิศทางในอนาคต

มิตินี้ 2 การจัดสรรทรัพยากรที่มีจำกัด ในบริการโทรศัพท์ประจำที่ ไม่มี
ประเด็นที่เป็นปัญหาและอุปสรรคในการแข่งขัน เหตุผลหนึ่งเป็นเพราะอุปทานของบริการยังมีมาก
เพียงพอในขณะที่อุปสงค์ของตลาดลดลงอย่างต่อเนื่อง

มิตินี้ 3 การเชื่อมต่อโครงข่ายระหว่างกัน ปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้อง
กับการแข่งขันในมิตินี้มี 3 ประเด็น ได้แก่ 1) อัตราค่าบริการโทรคมนาคมที่จัดเก็บจากผู้บริโภคยังไม่
สะท้อนต้นทุน โดยอัตราค่าโทรศัพท์ในปัจจุบันยังไม่ได้ปรับให้สะท้อนต้นทุน ซึ่งเมื่อราคาขาย
ปลีกยังไม่กำหนดให้ลงตัว เป็นความยากที่จะสามารถกำหนดราคาขายส่งหรือค่าเชื่อมต่อโครงข่าย
ระหว่างผู้ประกอบการที่เหมาะสมได้ 2) การคิดค่าเชื่อมต่อโครงข่ายยังไม่มีเกณฑ์ที่เป็นมาตรฐาน
และไม่สะท้อนต้นทุน และ 3) การขาดหน่วยงานระดับข้อพิพาทที่เกิดขึ้นในการเชื่อมต่อโครงข่าย
ทั้งนี้ แม้ว่ากฎหมายการประกอบกิจการโทรคมนาคมของไทยได้มีกติกาบางอย่าง ในการกำกับดูแล
การเชื่อมต่อโครงข่ายแต่จะไม่ครบถ้วนและไม่ได้ลงในรายละเอียดนัก

มิตินี้ 4 อัตราค่าบริการ ประเด็นปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการ
แข่งขันในมิติของการกำหนดอัตราค่าบริการ คือ การที่ยังไม่มีหลักเกณฑ์การกำกับดูแลที่ชัดเจนใน
ตลาดบริการโทรศัพท์ประจำที่ ซึ่งแตกต่างจากในโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีการกำหนดอัตราขึ้นสูง โดย
การกำหนดหลักเกณฑ์ในการกำกับดูแลอัตราค่าบริการควรต้องคำนึงถึงศักยภาพในการพัฒนาธุรกิจ



ในระยะยาว เพราะหากกำหนดอัตราค่าบริการไว้ต่ำเกินไป ทำให้ผู้ประกอบการไม่สามารถที่จะลงทุนในอนาคตได้ และต้องคำนึงถึงการลดความเสี่ยงในการแข่งขันอย่างรุนแรงทางด้านราคา ซึ่งทำให้ผู้ประกอบการกำหนดอัตราค่าบริการที่ต่ำเกินไป และไม่เป็นผลต่อการพัฒนาตลาดในระยะยาวเช่นกัน

มติที่ 5 การกำกับดูแลเพื่อการแข่งขันอย่างเป็นธรรม ในมตินี้ไม่มีประเด็นที่โดดเด่นนักสำหรับบริการโทรศัพท์ประจำที่ แต่จะเชื่อมโยงกับการกำกับดูแลการแข่งขันที่เกิดจากการทำการส่งเสริมการขายในลักษณะการให้บริการฟ่วงกับสินค้าและบริการอื่น เพราะโทรศัพท์ประจำที่จะเป็นบริการหนึ่งที่ถูกนำไปใช้เพื่อการส่งเสริมการขายในลักษณะดังกล่าว

มติที่ 6 การให้บริการอย่างทั่วถึง หรือ USO ในบริการโทรศัพท์ประจำที่ ยังคงเป็นเรื่องของการขาดความชัดเจนของแผนการจัดให้มีบริการโทรคมนาคมพื้นฐานโดยทั่วถึงและบริการเพื่อสังคม

มติที่ 7 คุณภาพของบริการ ปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขัน ในมิติคุณภาพของบริการ คือ การกำกับดูแลการแข่งขันในเรื่องคุณภาพบริการที่ยังไม่มีหลักเกณฑ์ในการกำกับดูแลคุณภาพของบริการอย่างเป็นรูปธรรมในบริการโทรศัพท์ประจำที่ รวมถึงปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะที่แม้ว่าความต้องการใช้จะลดลงไปมาก แต่ความคาดหวังต่อบริการของผู้บริโภคยังมีอยู่ ดังนั้น การจัดให้มีบริการที่มีคุณภาพจึงยังจะเลยไปไม่ได้

2.1.3 บริการอินเทอร์เน็ต

ปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันในบริการอินเทอร์เน็ตในแต่ละมิติ มีรายละเอียดสรุปได้ ดังนี้

มติที่ 1 การเข้าสู่ตลาดของผู้ให้บริการรายใหม่ แม้ว่าจะมีการเข้ามาแข่งขันในตลาดของผู้ให้บริการรายใหม่ค่อนข้างมากในช่วงที่ผ่านมา และส่วนมากจะเป็นใบอนุญาตประเภท 1 แต่ทั้งนี้ ยังมีข้อกำหนดของการให้ใบอนุญาตสำหรับผู้ประกอบการขนาดเล็กที่อาจไม่เอื้อต่อกิจการขนาดเล็กเท่าที่ควร

มติที่ 2 การจัดสรรทรัพยากรที่มีจำกัด ในตลาดบริการอินเทอร์เน็ต ความเร็วสูงไม่มีประเด็นที่เป็นปัญหาและอุปสรรคในการแข่งขัน เพราะตลาดมีแนวโน้มเติบโตสูง และผู้ให้บริการสามารถเข้าสู่ตลาดได้โดยไม่มีอุปสรรคมากนัก ประเด็นปัญหาเรื่องการเข้าถึงทรัพยากรที่มีอยู่จำกัด ยังเป็นเรื่องการขยายโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับการให้บริการยังกระจุกตัวอยู่เฉพาะในเขตเมือง ไม่ครอบคลุมพื้นที่ในเขตชนบท ซึ่งส่งผลอัตราค่าบริการอินเทอร์เน็ตในเขตภูมิภาคหรือพื้นที่ชนบทค่อนข้างมีราคาสูง และมีความแตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ค่อนข้างมาก

มติที่ 3 การเชื่อมต่อโครงข่ายระหว่างกัน ปัญหาที่เกิดขึ้นในตลาดบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง คือ กฎเกณฑ์ในการกำกับดูแลการเชื่อมโยงโครงข่ายในบริการอินเทอร์เน็ต ยังไม่มีความชัดเจนเท่าที่ควร เห็นได้จากการมีข้อพิพาทที่เกิดขึ้นระหว่างผู้ให้บริการที่เป็น



รัฐวิสาหกิจและเอกชนผู้รับสัมปทาน ซึ่งยังไม่มีข้อสรุปในแนวทางการลดข้อขัดแย้ง และ กสทช. ไม่มีความชัดเจนต่อทางออกของปัญหาดังกล่าว

มติที่ 4 อัตราค่าบริการ ปัญหาของการแข่งขันในการตลาดบริการ อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงด้านอัตราค่าบริการ คือ การขาดหลักเกณฑ์ในการกำกับดูแลในเรื่องของ กำหนดอัตราค่าบริการที่ยังไม่มีหลักเกณฑ์การกำกับดูแลที่ชัดเจนในตลาดบริการอินเทอร์เน็ต ทำให้ ผู้ให้บริการที่มีอำนาจเหนือตลาดสามารถกำหนดอัตราค่าบริการค่อนข้างสูง

มติที่ 5 การกำกับดูแลเพื่อการแข่งขันอย่างเป็นธรรม ในตลาดบริการ อินเทอร์เน็ต กสทช. ยังไม่มีกฎเกณฑ์การกำกับดูแลแนวปฏิบัติที่จะใช้ในการดูแลการแข่งขันอย่างเป็นธรรมที่ชัดเจน แม้ว่าปัญหาที่เกิดจากการกำกับดูแลเพื่อการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในตลาด บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ไม่มีประเด็นที่โดดเด่นนัก แต่จะเชื่อมโยงกับการกำกับดูแล การแข่งขันที่เกิดจากการทำการส่งเสริมการขายในลักษณะการให้บริการฟังก์ชันกับสินค้าและบริการอื่น เพราะบริการอินเทอร์เน็ตจะเป็นบริการหนึ่งที่ถูกนำไปใช้เพื่อส่งเสริมการขายในลักษณะดังกล่าว

มติที่ 6 การให้บริการอย่างทั่วถึง หรือ USO ปัญหาที่เกี่ยวข้องของบริการ อินเทอร์เน็ตยังคงเป็นเรื่องของการขาดความชัดเจนของแผนการจัดให้มีบริการโทรคมนาคมพื้นฐาน โดยทั่วถึงและบริการเพื่อสังคม รวมถึงความแตกต่างของบริการในเขตเมือง เขตชนบท และพื้นที่ ห่างไกลมีค่อนข้างสูงในบริการอินเทอร์เน็ต ซึ่งสะท้อนจากการที่อัตราค่าบริการของบริการ อินเทอร์เน็ตในเขตชนบทและพื้นที่ห่างไกลมีราคาสูงมาก รวมถึงบริการ Free Wifi ที่รัฐจัดให้ยังไม่มี เสถียรภาพและคุณภาพของบริการยังไม่ดีพอ

มติที่ 7 คุณภาพบริการ ปัญหาและอุปสรรคในการแข่งขันยังคงเป็นเรื่อง การไม่มีหลักเกณฑ์ในการกำกับดูแลคุณภาพของบริการอย่างเป็นรูปธรรมในบริการอินเทอร์เน็ต รวมถึงกฎเกณฑ์ในการตรวจสอบคุณภาพของผู้ให้บริการแต่ละรายว่าถูกต้องตรงตามที่โฆษณาไว้ กับลูกค้าหรือไม่ ยังไม่มีแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจน

2.1.4 บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ

ปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันในบริการโทรศัพท์ระหว่าง ประเทศในแต่ละมิติ มีรายละเอียดสรุปได้ ดังนี้

มติที่ 1 การเข้าสู่ตลาดของผู้ให้บริการรายใหม่ ในตลาดบริการโทรศัพท์ ระหว่างประเทศ จะมีอุปสรรคในการเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการรายใหม่สำหรับการบริการระบบ ต่อตรง (IDD) เพราะมักจะต้องผู้ให้บริการที่มีฐานลูกค้าจากบริการอื่นรองรับ แต่การเข้าสู่ตลาด โทรศัพท์ระหว่างประเทศสำหรับผู้ให้บริการระบบการสื่อสารทางเสียงผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (VoIP) และระบบบัตรโทรศัพท์จะมีอุปสรรคไม่มากนัก ซึ่งมีผู้ได้รับใบอนุญาตจำนวนมาก นอกจากนั้น ยังมี ประเด็นปัญหาและอุปสรรคที่มาจากกรณีที่ผู้ให้บริการจากต่างประเทศเข้ามาให้บริการได้โดยไม่ จำเป็นต้องมีใบอนุญาตเหมือนผู้ให้บริการภายในประเทศ ทำให้เกิดการแย่งลูกค้า เนื่องจากผู้ ให้บริการต่างประเทศมีต้นทุนที่ถูกกว่า และไม่ต้องเสียค่าธรรมเนียมใบอนุญาต ทำให้สามารถลด



ราคาค่าบริการลงได้มาก ซึ่งส่งผลกระทบต่อหน่วยงานรัฐวิสาหกิจที่เป็นผู้ให้บริการเกตเวย์ (Gateway) อย่างมาก

นอกจากนั้น ยังมีประเด็นเรื่องความชัดเจนต่อขอบเขตของการให้บริการในแต่ละประเภทของใบอนุญาตที่ทำให้เกิดความเสียเปรียบในกลุ่มผู้ให้บริการที่เป็นเจ้าของโครงข่ายที่มีการลงทุนสูง กับใบอนุญาตของผู้ที่ไม่ได้เป็นเจ้าของโครงข่าย แต่สามารถให้บริการได้ไม่แตกต่างกัน ทำให้เกิดความเสียเปรียบในเชิงต้นทุน และไม่สามารถแข่งขันได้ อีกทั้งในตลาดบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศมีแนวโน้มของการแข่งขันที่มาจากบริการโทรศัพท์ไปต่างประเทศผ่านทาง VoIP ซึ่งทำให้การแข่งขันในตลาดนี้จะเริ่มรุนแรงมากขึ้น การกำกับดูแลจึงต้องคำนึงถึงความเป็นธรรมในการแข่งขันเป็นหลัก

มติที่ 2 การจัดสรรทรัพยากรที่มีจำกัด ในตลาดบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศไม่มีประเด็นที่เป็นปัญหาและอุปสรรคในการแข่งขันในมิติเรื่องการจัดสรรทรัพยากรที่มีจำกัด เนื่องจากไม่มีอุปสรรคในการเข้าสู่ตลาดมากนัก โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ให้บริการที่ไม่มี IDD Prefix

มติที่ 3 การเชื่อมต่อโครงข่ายระหว่างกัน จากการที่การใช้รหัสโทรศัพท์ระหว่างประเทศโดยการโทรไปต่างประเทศจะมี 2 ประเภทได้แก่ การโทรไปยังปลายทางที่เป็นต่างประเทศ และการโทรจากต่างประเทศมายังประเทศไทย โดยหากพิจารณาแล้ว การโทรไปยังปลายทางในต่างประเทศนั้น ควรจะให้สิทธิแก่ลูกค้าในการเลือกใช้รหัสระหว่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็นการโทรจากโทรศัพท์ประจำที่หรือโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งในกรณีนี้ กสทช. ได้ประกาศให้ทุกโครงข่ายสามารถเข้าถึงได้ทุกรหัสระหว่างประเทศ แต่ปัญหาของการดำเนินการ คือ บางโครงข่ายไม่สามารถตกลงกันได้ในเรื่องค่าธรรมเนียมในการเชื่อมโยงโครงข่าย ทำให้ไม่เปิดโครงข่ายระหว่างกันและยังไม่มีข้อยุติในเรื่องดังกล่าว

มติที่ 4 อัตราค่าบริการ ปัญหาของการแข่งขันในการตลาดบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านอัตราค่าบริการที่สำคัญ คือ การขาดหลักเกณฑ์ในการกำกับดูแลในเรื่องของการกำหนดอัตราค่าบริการเช่นเดียวกับในตลาดบริการโทรศัพท์ประจำที่ และตลาดอินเทอร์เน็ต ทำให้ผู้ให้บริการที่มีอำนาจเหนือตลาดสามารถกำหนดอัตราค่าบริการค่อนข้างสูง แต่ทั้งนี้ผู้ประกอบการก็สามารถกำหนดอัตราค่าบริการที่มีความหลากหลาย และสร้างความแตกต่างของบริการให้ชัดเจนขึ้นได้ เพื่อให้ผู้บริโภคมีสิทธิเลือกบริการที่ตนต้องการ เพียงแต่ผู้บริโภคอาจไม่เข้าใจและไม่มีข้อมูลเปรียบเทียบมากเพียงพอในการเรื่องใช้บริการตามอัตราค่าบริการที่ตนต้องการ เพราะส่วนมากการแข่งขันในส่วนของบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศจะมีความได้เปรียบจากการที่ผู้ให้บริการจะให้ฐานผู้ใช้บริการของตนเองใช้รหัสโทรศัพท์ทางไกลของผู้ให้บริการรายนั้นเป็นหลัก ก่อน โดยที่ผู้ใช้บริการไม่ได้เป็นผู้ตัดสินใจเลือกด้วยตนเอง

นอกจากนั้น ปัญหาการแข่งขันสำหรับบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศที่สำคัญและมีผลกระทบต่อผู้รับบริการ คือ บริการโทรศัพท์ข้ามแดนอัตโนมัติ (International



Roaming) โดยเฉพาะปัญหาที่เกิดกับการใช้ข้อมูลจากบริการข้ามแดนอัตโนมัติ (Data Roaming) ปัญหาที่เกิดจากค่าบริการสูงโดยผู้ใช้บริการขาดความรู้ในการใช้งานโทรศัพท์มือถือ ปัญหาเหล่านี้ทำให้ผู้ใช้บริการมีต้นทุนที่สูงเกินความต้องการใช้งานจริง ซึ่ง กสทช. ควรมีการวางกฎเกณฑ์ให้ผู้ประกอบการดูแลผู้ใช้บริการอย่างเป็นธรรม และควรเป็นแนวทางที่ผู้ใช้บริการแต่ละรายต้องดำเนินการเพื่อดูแลผู้ใช้บริการอย่างเป็นธรรมและไม่สร้างความเหลื่อมล้ำในการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการได้

มิติที่ 5 การกำกับดูแลเพื่อการแข่งขันอย่างเป็นธรรม ในตลาดบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ ประเด็นเรื่องความชัดเจนของขอบเขตใบอนุญาตแต่ละประเภทในการให้บริการ เพราะหากใบอนุญาตประเภทที่ต้องลงทุนสูงและเป็นเจ้าของโครงข่ายต้องแข่งขันกับใบอนุญาตประเภทที่ไม่ต้องลงทุนในโครงข่าย แต่สามารถให้บริการในลักษณะเดียวกันได้ย่อมเกิดความไม่เป็นธรรมในการแข่งขัน นอกจากนี้ ปัญหาที่เกิดจากการขายสินค้าพ่วงกับบริการอื่นๆ ซึ่งจะมีแต่ผู้ประกอบการรายใหญ่เท่านั้นที่ดำเนินการได้ เพราะเมื่อมีการคิดเฉลี่ยค่าบริการแล้ว ก็ยังคงมีกำไรอยู่ตามหลักการประหยัดจากขนาด (Economies of Scale) ผู้เสียเปรียบจะเป็นผู้ประกอบการขนาดเล็ก และยังคงส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการรายใหม่ที่จะเข้าสู่ตลาดด้วย

มิติที่ 6 การให้บริการอย่างทั่วถึง ประเด็นปัญหามิตินี้ในตลาดบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศอาจมีไม่มากนัก เพราะเป็นบริการที่ค่อนข้างเฉพาะกลุ่ม แต่ทั้งนี้การให้บริการที่ทั่วถึงเพื่อรองรับแรงงานที่จะเคลื่อนย้ายเข้ามาในประเทศไทยมากขึ้น เมื่อมีการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) จะต้องให้น้ำหนักกับเรื่องนี้เพิ่มมากขึ้นด้วย สำหรับการวางแผนการจัดให้มีบริการโทรคมนาคมพื้นฐานโดยทั่วถึงและบริการเพื่อสังคม

มิติที่ 7 คุณภาพบริการ จากผลการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศสะท้อนถึงระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศส่วนมากจะอยู่ในระดับค่อนข้างมาก โดยประเด็นที่มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ ด้านคุณภาพและมาตรฐาน รองลงมา คือ ด้านบริการหลังการขาย และอัตราค่าบริการ ตามลำดับ ประเด็นสำคัญของปัญหาในเรื่องคุณภาพบริการ ยังคงเป็นเรื่องของการที่ยังไม่มีหลักเกณฑ์ในการกำกับดูแลคุณภาพของบริการอย่างเป็นรูปธรรมในบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ เช่นเดียวกับบริการอื่นๆ ในกิจการโทรคมนาคม

2.2 บทบาทของรัฐวิสาหกิจในตลาดกิจการโทรคมนาคม

ปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันของผู้ประกอบการที่เป็นรัฐวิสาหกิจในกิจการโทรคมนาคม ซึ่งมีผู้ประกอบการโทรคมนาคมที่เป็นรัฐวิสาหกิจมี 2 ราย คือ TOT และ CAT ซึ่งจากการที่นโยบายและโครงสร้างการบริหารมีความแตกต่างกับผู้ประกอบการที่เป็นเอกชน จึงทำให้ผู้ประกอบการรัฐวิสาหกิจมีอุปสรรคต่อการแข่งขันในตลาดมากกว่าผู้ประกอบการเอกชน ประกอบกับการเปลี่ยนแปลงของบทบาทของรัฐวิสาหกิจที่มาจากการปรับ



นโยบายและการแทรกแซงทางการเมืองในกระบวนการตัดสินใจมีส่วนทำให้ฐานะของรัฐวิสาหกิจทั้งสองแห่งมีแนวโน้มอ่อนแอลงมาตามลำดับ ขณะที่ส่วนแบ่งตลาดของผู้ประกอบกิจการโทรคมนาคมเอกชนกลายเป็นผู้นำตลาดและมีอำนาจเหนือตลาดในปัจจุบัน

อย่างไรก็ดี รัฐวิสาหกิจทั้งสองแห่งยังคงมีโอกาสที่จะทำให้สภาพการแข่งขันในตลาดกิจการโทรคมนาคมเป็นตลาดที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นได้ หากมีการดำเนินงานและการปรับบทบาทของรัฐวิสาหกิจไปในทางที่เหมาะสม แต่ทั้งนี้ผู้มีอำนาจหน้าที่ในการกำหนดนโยบายในการพัฒนาตลาดโทรคมนาคมของไทยจะต้องเล็งเห็นความจำเป็นในการพัฒนารัฐวิสาหกิจทั้งสองแห่งให้เป็นตัวจักรสำคัญในการขับเคลื่อนนโยบายดังกล่าว

2.3 ปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับการแข่งขันเพื่อรองรับ AEC

การเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ในปี พ.ศ. 2558 ได้มีการกำหนดให้กิจการโทรคมนาคมถือเป็นกิจการที่อยู่ในสาขาเร่งรัดของการเปิดเสรีภาคบริการ คือ ต้องไม่มีข้อจำกัดการให้บริการข้ามพรมแดน ทาย่อยให้ต่างชาติถือหุ้นได้ร้อยละ 70 และเปิดให้คนต่างชาติเข้ามาทำงานด้านกิจการโทรคมนาคมในประเทศไทยได้ภายในปี พ.ศ. 2556 มีความเชื่อกันว่าการเปิดเสรีในสาขากิจการโทรคมนาคมนี้มีประโยชน์ต่อคนไทย โดยเฉพาะผู้บริโภคชาวไทยจะมีทางเลือกในการใช้บริการจากผู้ให้บริการที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ การเข้าสู่ AEC น่าจะมีผลต่อรูปแบบการแข่งขันในตลาดกิจการโทรคมนาคมของไทยในอนาคต

ประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนปี พ.ศ. 2558 ซึ่งคาดว่าจะทำให้การเชื่อมโยงติดต่อกันของผู้ใช้บริการโทรคมนาคมไทยกับประเทศในอาเซียนมีขอบเขตและปริมาณความถี่เพิ่มขึ้น การแก้ไขปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันในตลาดจึงเป็นส่วนหนึ่งของการสนับสนุนแนวทางดังกล่าว และต้องเร่งปรับเปลี่ยนปัจจัยหลักที่เป็นอุปสรรคสู่ตัวขับเคลื่อนการแข่งขันในตลาดแทน

ส่วนที่ 3 การประเมินมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภค (Consumer surplus)

การดำเนินการตามแผนแม่บทกิจการโทรคมนาคมที่ผ่านมา มีการประเมินผลเบื้องต้นจากการพิจารณาการขยายตัวของผู้ใช้บริการโทรคมนาคมเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง และขณะเดียวกันราคาค่าบริการมีแนวโน้มลดลง ซึ่งคาดว่าประโยชน์ที่บริโภคได้รับน่าจะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม การประเมินผลการดำเนินงานตามแผนแม่บทจะมีความชัดเจนขึ้นหากได้มีการประเมินมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคในช่วงเวลาที่ผ่านมา โดยการประเมินมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคจะทำการประมาณค่าสมการอุปสงค์ เพื่อคำนวณหาส่วนเกินผู้บริโภคของบริการโทรคมนาคมแต่ละประเภท เพื่อเป็นข้อมูลในการประเมินผลการดำเนินงานตามแผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม ดังนี้



3.1 บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่

การวิเคราะห์ส่วนเกินผู้บริโภคของโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นบริการที่มีข้อมูลครบถ้วนที่สุดในบรรดา 4 บริการโทรคมนาคมที่ศึกษาในรายงานนี้ โดยข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาอ้างอิงข้อมูลจากฐานข้อมูล Thai Telecom Database ของ กสทช.เป็นหลักในการคำนวณ โดยตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์ ตัวแปรปริมาณการใช้บริการ (Y) เป็นตัวแทนอุปสงค์ของบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่จะใช้ตัวแปร จำนวนนาทีเฉลี่ยที่ใช้ในแต่ละเดือน หรือ Minutes of Use (MOU) เฉลี่ยของทุกบริษัทที่มีข้อมูลให้ซึ่งเป็นตัวเลขที่จัดทำโดย กสทช. โดยข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์เป็นข้อมูลเฉลี่ยต่อเดือนต่อผู้ใช้บริการเลขหมาย (Subscribers)

สำหรับตัวแปรราคาค่าใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ (P) ในการศึกษานี้จะใช้ข้อมูลรายรับเฉลี่ยต่อเดือนต่อเลขหมาย (Average Revenue Per User - ARPU) เป็นตัวแทน เนื่องจากข้อมูลอัตราค่าบริการต่อนาที (Rate per Minute: RPM) ของ กสทช. มิได้ครบทุกช่วงเวลาและช่วงเวลาส่วนใหญ่จะไม่มีข้อมูลดังกล่าว ดังนั้น การศึกษานี้จะใช้ข้อมูลผลหารระหว่างข้อมูลรายรับเฉลี่ยต่อเดือนต่อเลขหมาย (ARPU) และข้อมูล MOU เฉลี่ยของอุตสาหกรรมโดยรวม (Industry Average) เป็นตัวแทนของราคาค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ (P) กล่าวคือ $P = ARPU/MOU$ โดยข้อมูลที่ใช้เป็นข้อมูลเฉลี่ยต่อเดือนต่อผู้ใช้บริการเลขหมาย (Subscribers) มีหน่วยเป็นบาทต่อนาที เช่นเดียวกับกรณีของข้อมูลปริมาณการใช้บริการ (Minute of Use: Y)

เมื่อพิจารณารูปแบบของการเปลี่ยนแปลงในส่วนเกินผู้บริโภคต่อเลขหมาย ส่วนเกินผู้บริโภครวม และการเปลี่ยนแปลงในส่วนเกินของผู้บริโภคที่มาจากการเปลี่ยนแปลงของราคาจะพบว่า การใช้สมการในรูปแบบต่างกัน คือใช้สมการเส้นตรง และใช้สมการเส้นโค้ง Log-linear ซึ่งมีการคำนวณค่าราคา Virtual Price ที่ต่างกัน ล้วนแต่ให้ข้อสรุปเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงส่วนเกินผู้บริโภคที่คล้ายคลึงกัน คือ ระหว่างช่วงปี พ.ศ. 2545 - 2547 ก่อนแผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2548 - 2550) และแผนแม่บทฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2551 - 2554) การเปลี่ยนแปลงในส่วนเกินผู้บริโภครวมมีน้อยมาก และส่วนเกินผู้บริโภคต่อเลขหมายมีค่าลดลง ซึ่งสาเหตุสำคัญมาจากการที่ราคาค่าบริการต่อนาทีมีค่าที่สูง แต่ภายหลังแผนแม่บทกิจการโทรคมนาคมฉบับที่ 1 ราคาค่าบริการต่อนาทีมีการปรับตัวลดลงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งราคาที่ปรับตัวลดลงในอุตสาหกรรมโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นเครื่องสะท้อนพัฒนาการของการแข่งขันในธุรกิจที่มีสูงขึ้น หลังปี พ.ศ. 2548 ซึ่งเป็นเครื่องชี้วัดความสำเร็จประการหนึ่งของแผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม โดยการเพิ่มขึ้นของส่วนเกินผู้บริโภคมาจาก 2 ส่วน คือ การเพิ่มขึ้นของการใช้งานจากปริมาณการโทรต่อเลขหมายที่ส่วนสำคัญมาจากการลดลงของราคาค่าบริการต่อนาที ซึ่งเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2548 - 2550 ในขณะที่ช่วงปี พ.ศ. 2551 เป็นต้นไป การเพิ่มขึ้นของส่วนเกินผู้บริโภคจะมาจาก การเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นของจำนวนเลขหมายทำให้ส่วนเกินผู้บริโภครวมสูงขึ้น



3.2 บริการโทรศัพท์ประจำที่

ตัวแปรที่ใช้เป็นตัวแทนอุปสงค์ของบริการโทรศัพท์ประจำที่ในรายงานฉบับนี้จะใช้ตัวแปรจำนวนเลขหมายผู้ใช้บริการ (Subscribers – SUB) เป็นตัวแทน เนื่องจากไม่มีข้อมูลจำนวนนาที่ที่ใช้บริการใน Thai Telecom Database ทำให้ไม่มีข้อมูลปริมาณการใช้โดยตรง ส่วนตัวแปรราคาที่ใช้บริการจะใช้ข้อมูลรายรับเฉลี่ยต่อเดือนต่อเลขหมาย (ARPU) เป็นตัวแทนโดยตรง เนื่องจากเป็นข้อมูลราคาที่ตรงกับข้อมูลจำนวนเลขหมายที่ใช้แทนตัวแปรปริมาณ เนื่องจากข้อมูล ARPU ที่ครบถ้วนจะมีเฉพาะข้อมูลของบริษัท TRUE ในขณะที่ข้อมูลของบริษัท TOT และ TT&T จะมีข้อมูลที่สั้นมากตั้งข้อจำกัดของข้อมูลที่กล่าวถึงข้างต้น ดังนั้น ในการประมาณค่าจึงใช้ข้อมูล ARPU ของบริษัท TRUE เป็นตัวแทนของ ARPU ในบริษัทอื่นๆ ด้วย

ข้อสรุปที่สำคัญคือ การเปลี่ยนแปลงของราคาค่าบริการที่ลดลงอย่างต่อเนื่องมีผลต่อส่วนเกินผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้นประมาณเฉลี่ยปีละ 200–300 ล้านบาทต่อปี ซึ่งแสดงถึงผลของการแข่งขันและการกำกับดูแลตามแผนแม่บทกิจการโทรคมนาคมในช่วงเวลาดังกล่าว แต่หากพิจารณาถึงแนวโน้มธุรกิจจะพบว่า มูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคจะค่อยๆ ลดลงเรื่อยๆ จากปี พ.ศ. 2551 เนื่องจากผลการลดลงของความต้องการใช้บริการโทรศัพท์ประจำที่ตามการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี ซึ่งมูลค่าการลดลงนี้ประมาณ 2,000-3,000 ล้านบาทต่อปี ซึ่งจะเห็นว่าการลดลงของมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคจากแนวโน้มเทคโนโลยีมีขนาดสูงกว่าการเพิ่มขึ้นของที่มาจากการลดลงของราคาและความแตกต่างระหว่างการคำนวณในกรณีที่ 1 และ 3 เกิดจากค่ามูลค่าส่วนเกินผู้บริโภค ณ จุดเริ่มต้นในปี พ.ศ. 2551 จำนวน 55,192 ล้านบาท ในกรณีที่ 1 และ 45,518 ล้านบาทในกรณีที่ 3 ซึ่งมาจากความแตกต่างในการกำหนดค่า Virtual Price ที่ต่างกัน แต่ความแตกต่างนี้มีไม่มาก

3.3 บริการอินเทอร์เน็ต

การวิเคราะห์ส่วนเกินผู้บริโภคในธุรกิจอินเทอร์เน็ตจะมีปัญหาข้อจำกัดด้านข้อมูลเช่นเดียวกับในธุรกิจโทรศัพท์ประจำที่ โดยข้อมูลจาก Thai Telecom Database จะมีเฉพาะข้อมูลจำนวนผู้ใช้บริการเลขหมายโทรศัพท์ประจำที่ (Fixed Broadband Subscribers) และข้อมูลรายรับเฉลี่ยต่อเดือนต่อเลขหมาย (ARPU) เช่นเดียวกัน ดังนั้น การศึกษาในส่วนนี้จึงใช้แนวทางเดียวกับการศึกษาบริการโทรศัพท์ประจำที่ กล่าวคือ ข้อมูลจำนวนผู้ใช้บริการเลขหมายโทรศัพท์ประจำที่ (Fixed Broadband Subscribers) เป็นตัวแทนของปริมาณการใช้บริการ และใช้ข้อมูลรายรับเฉลี่ยต่อเดือนต่อเลขหมาย (ARPU) เป็นตัวแทนของราคาค่าบริการ (คิดเฉลี่ยต่อผู้ใช้บริการ) โดยตัวแปรที่ใช้เป็นตัวแทนอุปสงค์ของบริการอินเทอร์เน็ตในรายงานนี้ใช้ตัวแปรจำนวนเลขหมายผู้ใช้บริการ (Subscribers – SUB) เป็นตัวแทนเช่นเดียวกับธุรกิจโทรศัพท์ประจำที่ เนื่องจากไม่มีข้อมูลปริมาณการดาวน์โหลดหรือข้อมูลจำนวนแบนด์วิธที่ใช้บริการอย่างต่อเนื่องเป็นข้อมูลอนุกรมเวลา ส่วนตัวแปรราคาที่ใช้บริการจะใช้ข้อมูลรายรับเฉลี่ยต่อเดือนต่อเลขหมาย (ARPU) เป็นตัวแทนโดยตรง เนื่องจากเป็นข้อมูลราคาที่ตรงกับข้อมูลจำนวนเลขหมายที่ใช้แทนตัวแปรปริมาณ เนื่องจากข้อมูล ARPU ที่ครบถ้วนจะมีเฉพาะข้อมูลของบริษัท TRUE ในขณะที่ข้อมูลของบริษัท TOT และ 3BB จะ



มีข้อมูลที่สันมากดังนั้น ในการประมาณค่าจึงใช้ข้อมูล ARPU ของ TRUE เป็นตัวแทนของ ARPU ในบริษัทอื่นๆ ด้วยเนื่องจากข้อจำกัดด้านข้อมูลที่กำลังมาข้างต้น

ข้อสรุปที่สำคัญคือ ราคาค่าบริการมีค่าที่ค่อนข้างคงที่ในช่วงหลังปี พ.ศ. 2548 แต่อย่างไรก็ตาม ปริมาณการใช้บริการมีการปรับตัวเพิ่มขึ้นโดยวัดจากจำนวนผู้ใช้บริการ (Subscribers) ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่การแข่งขันในอุตสาหกรรมกรณีธุรกิจอินเทอร์เน็ต จะมีการแข่งขันกันด้านคุณภาพ การขยายเครือข่าย และความเร็วของการบริการในการดาวน์โหลด ข้อมูลมากกว่าการแข่งขันด้านราคา ทำให้ราคาค่าบริการต่อผู้ใช้บริการต่อเลขหมายค่อนข้างคงที่ แต่หากจะพิจารณาด้านปริมาณการใช้บริการที่วัดจากการดาวน์โหลดข้อมูลน่าจะปรับตัวเพิ่มขึ้นตามคุณภาพของบริการที่มีความเร็วการดาวน์โหลดที่เร็วขึ้น แต่เนื่องจากข้อจำกัดของข้อมูลปริมาณการดาวน์โหลดทำให้ไม่สามารถวิเคราะห์ปริมาณการดาวน์โหลดได้ในการศึกษา

ดังนั้น ธุรกิจอินเทอร์เน็ตจึงเป็นธุรกิจด้านโทรคมนาคมที่มีแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว แต่เมื่อเทียบจำนวนสัดส่วนของมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคต่อรายรับยังอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่และโทรศัพท์ประจำที่ แต่จากการเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วคาดว่าในอนาคตสัดส่วนนี้จะเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จนใกล้เคียงกับธุรกิจอื่นอีก 2 ธุรกิจในอนาคต

3.4 บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ

การวิเคราะห์ส่วนเกินผู้บริโภคในธุรกิจโทรศัพท์ระหว่างประเทศ จะมีข้อจำกัดเกี่ยวกับข้อมูลมากกว่าธุรกิจอื่นๆ เนื่องจากฐานข้อมูล Thai Telecom Database ไม่มีการจำแนกข้อมูลการใช้โทรศัพท์ระหว่างประเทศออกมาเป็นการเฉพาะจากการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่หรือโทรศัพท์ประจำที่ ทำให้การวิเคราะห์ส่วนเกินผู้บริโภคในธุรกิจโทรศัพท์ระหว่างประเทศจะใช้ข้อมูลปริมาณการใช้งานโทรศัพท์ระหว่างประเทศ ซึ่งรวบรวมจากรายงานสรุปข้อมูลการเชื่อมโยงโครงข่าย (Interconnection Report) ของ กสทช. และข้อมูลอัตราค่าบริการเฉลี่ยของบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศใช้ข้อมูล ซึ่งคำนวณโดยกลุ่มงานค่าธรรมเนียมและอัตราค่าบริการในกิจการโทรคมนาคม กสทช. เป็นตัวแทนของราคาค่าบริการ โดยข้อมูลทั้งปริมาณและราคานี้จะเริ่มตั้งแต่ไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ. 2552 ถึงไตรมาสที่ 4 ปี พ.ศ. 2555

ข้อสรุปที่สำคัญ คือ ธุรกิจโทรศัพท์ระหว่างประเทศมีค่าความยืดหยุ่นต่อราคาที่ดี (-0.265) ทำให้ผู้ให้บริการมีแรงจูงใจในการปรับลดราคาเพื่อแข่งขันกันดึงดูดลูกค้าด้วย โดยการปรับลดของราคามีลักษณะชั่วคราวตามการจัดรายการส่งเสริมการขายซึ่งเป็นเฉพาะในบางช่วงเวลา เช่น ระหว่างไตรมาสที่ 3 ในปี พ.ศ. 2552 ถึงไตรมาสที่ 4 ปีเดียวกัน และในช่วงระหว่างไตรมาสที่ 2 ปี พ.ศ. 2553 ถึงไตรมาสที่ 1 ปี 2554 ทำให้หากพิจารณาการเปลี่ยนแปลงส่วนเกินผู้บริโภคจากการเปลี่ยนแปลงของราคาเพียงปัจจัยเดียวจะพบว่า การส่วนเกินผู้บริโภคปรับลดลงเล็กน้อย เฉลี่ยประมาณ 100 ล้านบาทต่อปีในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2552 ถึงปี พ.ศ. 2555



อย่างไรก็ตามหากพิจารณาปริมาณการเปลี่ยนแปลงส่วนเกินผู้บริโภคของธุรกิจ
โทรศัพท์ระหว่างประเทศโดยรวม พบว่ามีแนวโน้มของส่วนเกินผู้บริโภคเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตาม
ปัจจัยแนวโน้มระยะเวลา ส่งผลให้ส่วนเกินผู้บริโภคเพิ่มขึ้นประมาณเฉลี่ยปีละ 4,800 – 23,000 ล้าน
บาทต่อปี ซึ่งเป็นมูลค่าที่สูงกว่าผลจากการเปลี่ยนแปลงอัตราค่าบริการมาก ดังนั้นการกำกับดูแล
ธุรกิจโทรศัพท์ระหว่างประเทศจึงควรให้ความสำคัญกับความต้องการที่เพิ่มขึ้นตามแนวโน้ม
ระยะเวลาซึ่งเกิดจากการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศและตามแนวโน้มเทคโนโลยี

นอกจากนี้แนวโน้มเทคโนโลยีที่สำคัญในปัจจุบัน ได้แก่ การทดแทนกันระหว่างการ
สื่อสารระหว่างประเทศโดยโทรศัพท์ และโดยระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลมากขึ้นในช่วง
ต่อจากนี้ตามการพัฒนาธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ 3G ซึ่งทำให้การใช้งานอินเทอร์เน็ตจาก
โทรศัพท์เคลื่อนที่ทำได้สะดวกและรวดเร็วมากขึ้นกว่าช่วงก่อนหน้านี้ ซึ่งปัจจัยนี้เป็นปัจจัย
สำคัญที่น่าจะส่งผลต่อส่วนเกินผู้บริโภคในธุรกิจโทรศัพท์ระหว่างประเทศหลังปี พ.ศ. 2556 เป็นต้น
ไป

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาตามวัตถุประสงค์ของการศึกษามีผลการศึกษาและข้อเสนอแนะในแต่ละ
ส่วนดังที่ได้กล่าวไว้แล้วข้างต้น นอกจากนี้ การศึกษามีข้อเสนอแนะในภาพรวมสรุปไว้ ดังนี้

1) การพัฒนาตัวชี้วัดสภาพการแข่งขันของบริการแบบรวมกลุ่ม (Bundle)

เนื่องจากมีแนวโน้มของการใช้กลยุทธ์การตลาดนำเสนอสินค้าและบริการหลายอย่างในการเสนอ
ขายครั้งเดียว (Combined Product) และมีการกำหนดราคาแบบรวมกลุ่ม Bundle (Product
Bundling) โดยอาจจะเป็นราคาแบบให้ส่วนลดที่มากกว่าการซื้อสินค้าและบริการแยกแต่ละประเภท
ซึ่งกลยุทธ์ทางการตลาดแบบนี้จะพบได้ในกิจการที่มีผลิตภัณฑ์หลายชนิดและหลายประเภทอยู่ใน
กลุ่มธุรกิจ โดยกิจการโทรคมนาคมเป็นหนึ่งในกิจการที่มีลักษณะดังกล่าว

การนำเอาสินค้าและบริการหลายประเภทมารวมกันเป็นแพ็คเกจขาย จึงเป็นกล
ยุทธ์ที่เกิดขึ้นอยู่แล้วในกิจการโทรคมนาคม การใช้กลยุทธ์การตลาดแบบรวมกลุ่ม Bundle นี้เกิดขึ้น
จากการที่ผู้ประกอบการรับรู้ว่าคุณใช้บริการบางส่วนต้องการสินค้าและบริการหลายอย่างพร้อมกัน ซึ่ง
จะได้รับประโยชน์มากกว่าการแยกบริการแต่ละประเภทออกจากกัน จึงต้องยอมรับว่าการตลาดแบบ
Bundle ให้ประโยชน์แก่ผู้ประกอบการโทรคมนาคมและผู้ให้บริการ การกำกับดูแลจึงต้อง
ครอบคลุมถึงกลยุทธ์การตลาดในลักษณะนี้ซึ่งมีแนวโน้มจะเพิ่มมากขึ้นในอนาคต

2) การเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ของกิจการโทรคมนาคม การเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจะทำให้ตลาดของการให้บริการ
โทรคมนาคมขยายตัวมากขึ้น ผู้ใช้บริการในประเทศไทยและประเทศสมาชิกในอาเซียนมีแนวโน้มที่
จะมีอำนาจซื้อเพิ่มมากขึ้น และมีความสามารถในการที่จะรับภาระค่าบริการผ่านการใช้บริการ



โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนอันเนื่องมาจากความต้องการข้อมูลที่เพิ่มขึ้น ประกอบกับ การเดินทาง
ของประชาชนในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนคาดว่าจะมีความถี่เพิ่มมากขึ้นในอนาคต ซึ่งจะส่งผล
ต่อฐานผู้ใช้บริการกิจการโทรคมนาคมเพิ่มขึ้นตามไปด้วย

สถานการณ์ดังกล่าวน่าจะเป็นโอกาสที่ดีที่ผู้ประกอบการกิจการโทรคมนาคมของ
ไทยควรจะมีมือในการดำเนินงานร่วมกับผู้ประกอบการกิจการโทรคมนาคมของประเทศอาเซียน
ด้วยกัน ทั้งในการให้บริการข้ามแดนอัตโนมัติหรือโรมมิ่งและแพ็คเกจการให้บริการในระหว่างอยู่ใน
ต่างประเทศที่ดีขึ้น

ขณะเดียวกัน ผู้ใช้บริการมีแนวโน้มที่จะหันไปเพิ่มสัดส่วนการใช้บริการผ่าน
ระบบ WiFi และบริการประเภท Over the Top (OTT) ที่เป็นบริการในรูปแบบของแอปพลิเคชันผ่าน
โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนเพิ่มขึ้น ซึ่งหากผู้ประกอบการสามารถตอบสนองกับความต้องการ
ด้วยการปรับราคาแพ็คเกจการข้ามแดนอัตโนมัติให้เหมาะสมมากขึ้น ก็จะไม่ส่งผลให้ผู้ใช้บริการ
พึ่งพาแต่ WiFi อย่างเดียว ก็จะเป็นโอกาสทางธุรกิจของผู้ประกอบการในอนาคตได้

การเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของ
ผู้ประกอบการโทรคมนาคมควรมาจากแรงขับเคลื่อนจากภาครัฐกิจการและการนำเสนอด้วยความ
ตั้งใจของผู้ประกอบการเองมากกว่าที่จะเป็นแรงเคลื่อนของหน่วยงานกำกับเป็นหลัก ซึ่งจะช่วย
แก้ปัญหาบริการข้ามแดนอัตโนมัติที่เป็นอุปสรรคสำคัญที่ทำให้ผู้ใช้บริการไม่พอใจในการเปิดใช้
บริการข้ามแดนอัตโนมัติเมื่อเดินทางระหว่างประเทศได้

**3) โอกาสในการพัฒนาธุรกิจและการแข่งขันของผู้ประกอบการ
โทรคมนาคมมีแนวโน้มจะเปลี่ยนแปลงไป จึงควรต้องสร้างความเข้าใจและการรับรู้แก่ผู้ประกอบการว่า รายได้จากการใช้บริการของลูกค้าทุกรายมีความสำคัญ แม้แต่ผู้ใช้บริการในพื้นที่ห่างไกล
ซึ่งนับวันจะมีการขยายฐานกระจายตัวเชิงพื้นที่มากขึ้น ขณะเดียวกันอุปสรรคของการแข่งขันควรจะ
ลดลง หากผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับการพัฒนาบริการรูปแบบใหม่ เช่น Mobile Banking
หรือ Wallet-to-Wallet Transfer หรือ Mobile Remittance และ Utilities Transfer ซึ่งมาจาก
นโยบายของสถาบันการเงินในไทยและการสนับสนุนของหน่วยงานกำกับด้วย เนื่องจากบริการ
เหล่านี้จะเป็นบริการที่มีความซับซ้อนมากขึ้น ต้องการระบบการรักษาความปลอดภัยสูงเพื่อคุ้มครอง
ผู้บริโภค และมีระบบการเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลมีเพียงพอ มีการวางแนวทางและวิธีปฏิบัติใน
การมอบอำนาจที่ชัดเจน ซึ่งประเด็นเหล่านี้ต้องอาศัยนโยบายและเกณฑ์การกำกับของธนาคารแห่ง
ประเทศไทยด้วย และบริการเหล่านี้สามารถขยายตัวได้ แม้มีการรวมตัวของประเทศสมาชิกอาเซียน
เป็น AEC และเกิดความตกลงรวมตัวในภาคการเงินและการธนาคาร**



ข้อจำกัดในการศึกษา

การดำเนินการศึกษาที่ผ่านมาข้อจำกัดของการศึกษาที่สำคัญ คือ การจัดเก็บข้อมูล
เพื่อรองรับการประเมินสภาพการแข่งขันตามตัวชี้วัดที่กำหนด และการประเมินส่วนเกินผู้บริโภค
โดยเฉพาะข้อมูลที่ต้องจัดเก็บจากผู้ประกอบกิจการ แหล่งที่มาของข้อมูลที่จะใช้ในแต่ละตัวชี้วัด มี
ที่มาจากหลายแหล่งทั้งส่วนที่มาจาก

- (1) ผู้ประกอบการแต่ละรายนำเสนอเป็นรายงาน
- (2) ข้อมูลจาก ITU ที่ประกาศและเปิดเผยเป็นทางการ
- (3) หน่วยงานอื่นที่ได้จัดทำไว้แล้ว เช่น กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการ
สื่อสาร กระทรวงพาณิชย์ ฯลฯ
- (4) ผลการสำรวจจากผู้บริโภค และ
- (5) แหล่งอื่นๆ

ตัวชี้วัดที่นำเสนอเป็นตัวชี้วัดที่ต่อยอดและเพิ่มเติมจากตัวชี้วัดที่ กสทช. จัดเก็บอยู่ จึง
ไม่ได้ทดแทนตัวชี้วัดที่เคยมีการจัดเก็บไว้แล้ว และส่วนใหญ่ยังไม่เคยมีการจัดเก็บข้อมูลมาก่อน จึง
เป็นตัวชี้วัดไม่สามารถยกตัวอย่างจากตัวเลขในอดีตมาแสดงประกอบตัวชี้วัดได้

นอกจากนั้น ข้อมูลที่จำเป็นในการประเมินส่วนเกินผู้บริโภคโดยเฉพาะข้อมูลปริมาณ
การใช้บริการวัดจากจำนวนนาที่ของการใช้บริการทั้งหมด และข้อมูลอัตราค่าบริการเฉลี่ย
โดยเฉพาะของบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ ซึ่งไม่เคยมีการจัดเก็บไว้ เป็นข้อจำกัดสำคัญใน
การศึกษานี้ ซึ่งในอนาคตควรต้องมีการกำหนดการให้ผู้ประกอบกิจการนำเสนอข้อมูล เพื่อการจัดทำ
รายงานตามตัวชี้วัดการแข่งขัน และการประเมินส่วนเกินผู้บริโภคเป็นประจำต่อไป



Executive Summary

Thailand has been moving forward into the era of trade and service liberalization. The industry of telecommunication is facing the increasingly competitive environment in providing the fixed line, mobile, internet, and international call services. Users have become more demanding, that is they expect to get high quality services in terms of speed and strength of the signal. According to the Constitution of the Kingdom of Thailand, BE 2550, Section 47 requires that "...There shall be an independent regulatory agency having the duty to allocate the frequencies and exercise supervision over the operation of radio or television broadcasting businesses and telecommunication businesses as provided by law....shall be had to optimal benefits of the people at national and local levels in education, culture, State security, other public interests and free and fair competition, provided that public participate in the operation of public mass media shall also be encouraged...." This has originated the roles and obligations of the NBTC in order to manage and allocate spectrum and frequency to achieve maximum benefits, according to the frequency allocation and regulatory affairs for broadcasting, television, and the telecommunications Act B.E. 2553. NBTC has set forth its policies and regulations to ensure top-quality services in terms of speed, accuracy and efficiency. The implementation of policies and regulations in the past 6 years has affected market entrance, quality of services as well as service costs. It is necessary to evaluate the effectiveness of the implementation so as to develop better policies and regulations required in improving Thai telecommunication markets.

There are four main objectives of this study as follows:

1) To survey and examine fundamental indicators used by overseas telecom regulators in order to evaluate the degree of competition. This study will review indicators from a number of countries including the United States of America, countries in the European Union.

2) To determine appropriate indicators which will be employed in assessing the degree of competition in the telecommunication business in Thailand. In addition, a report on the competition conditions during the implementation of the Telecommunication Master Plans BE 2548-2554 (AD 2005-2011) based on the proposed indicators will be provided.



3) To determine the problems and barriers related to competition among the operators in telecommunication business in Thailand.

4) To study and evaluate the impact of the Telecommunications Master Plan 2548 - 2554 implementation by evaluating the consumer surplus in telecommunication services.

Results

This study will cover four main services, namely fixed line services, mobile services, Internet services and international calling services. There are three sections in this study and each section will be briefly summarized as follows.

Section I reviews the indicators employed by international organizations and some countries for assessing the degree of competition in telecommunication market. A wide range of indicators are thoroughly examined, including those used by International Telecommunication Union (ITU), OECD, the United States, England, Canada, Japan, Hong Kong, and Australia as well as those recently used in Thailand. The report, in addition, presents a framework used for evaluating the effectiveness of market conditions based on the review of market regulations in OECD countries. Besides, the report points out concerns in the use of indicators to analyze market competition.

The proposed indicators were presented at focus group meeting in order to obtain suggestions and recommendations from telecommunication operators in the market.

The indicators are categorized into four groups;

1. Indicators regarding prices and consumers' benefit from telecommunication services – 4 indices

2. Indicators regarding quality of services – 3 indices

3. Indicators regarding efficiency of service provision – 6 indices

4. Indicators regarding operators' performance – 4 indices

Due to data unavailability, it is impossible to obtain some indicators so proxies are used instead. The findings based on indicators in each group will be summarized in turn.

1.1 Prices and consumers' benefit indicators

Consumers benefit from a reduction in prices particularly in mobile services. This can be seen from a general decrease in average revenue per user (ARPU). In terms of advantage from using unlimited packages, there is no information on the overall number



of users in this group. But a proxy indicates an increase in unlimited package services via broadband while the cost of the services rises with improved quality. The number of customers with bundled products cannot be used to provide a clear competition condition as there are no regulations in place yet. Our recommendation is that NBTC should also focus on product bundling as it affects operators' ability to compete against each other.

1.2 Quality of services indicators

With respect to quality of services, the findings indicate that the service quality has improved with greater coverage and accessibility. Besides, the quality of mobile phone hardware and software is better and this trend is likely continue over time. On the contrary, the number of fixed-line phones and households which are still using fixed line services have become lower. According to the survey results, some people now have more than one mobile phone. This might be because new smartphones provide a wider range of services hence, stimulating demand of mobile phone services. However, some customers do not use fixed line, mobile or Internet services due to high costs and limited signal coverage.

1.3 Network deployment indicators

Indicators regarding utilization of networks suggest that networks are now used for multi-purpose, not limited to only voice services. Moreover, the number of registered users, interconnections and net adds increases in almost all age groups. The number of mobile phone users per 1,000 persons is greater than 1,000 indicating growing usage in mobile services. Spectrum allocation is found to be limited to only some system, more attention should be paid to this aspect. In terms of market concentration, some operators have a certain degree of market power especially in fixed line services and outside Bangkok. As for mobile services, AIS is found to have market power over other providers. In addition, there is growing usage in all age groups of customers reflecting penetration ability of telecommunication providers. Ratio of consumer per population is greater in Bangkok and vicinity than other regions. But the number of customers in other regions has gradually increasing.

1.4 Operators' performance indicators

The period considered in this report is prior to NBTC frequency allocation. Therefore the indicator on capital investment during that period may not fully capture the firms' performance. It is essential for NBTC to monitor capital investment closely so as to evaluate competition in the telecommunication market in Thailand. With regards to



profitability metrics, EBITDA margin of the largest operator is greater than 50% whereas that of the second and the third largest are more than 30%. Ratio of advertising expenditure to revenue has remained mostly constant in all types of business. Unfortunately there is insufficient data to determine the ease of entering and exiting telecommunication market at the moment. It is of the essence to gather information needed as this indicator can well reflect competition condition.

Section II attempts to identify problems and barriers relating to competition among existing operators and newcomers. Various obstacles and limitations will then be categorized into 6 aspects. These include 1) market entry 2) scarce resource allocation 3) interconnection 4) tariff regulations 5) regulation of anti-competition practices and 6) Universal Service Obligation (USO). Problems and barriers relating to competition in each service will be summarized. In additions, other two issues considering as problems relating to competition in the market also are mentioned as follows.

2.1 Problems and barriers in telecommunication services

2.1.1 Mobile Services

Firstly, during the period considered, no new mobile licenses have been issued and the market shares are concentrated among three major operators. Normally a considerable amount of initial investment is required to start a mobile service business. So this might effectively hinder market entrance. Moreover, the Article 46 of National Telecom and Broadcasting Act 2010 may implicitly prohibit MVNOs and thus, preventing the entrance of small mobile service providers. Taking all into consideration, there seems to be market entry barriers indeed.

In terms of scarce resource allocation, there are problems relating to the delay in number allocation process and some of NBTC regulations which do not well facilitate the service operation. In addition, there are problems about non-expiration of pre-paid numbers resulting in many inactive numbers which could not be utilized by operators. Another problem in the market relates to unclear allocation measures for spectrum, which concession will be soon terminated. Besides, infrastructure sharing, which is important to efficiency improvement in the industry, has not been in place and thus hindering success in the process.



Operators' having to pay interconnection charges results in relatively high cost of the service. The main problem is that the regulated interconnection charges do not reflect the actual cost. This is beneficial to certain operators with a large number of customers whereas some smaller service providers are at a disadvantage.

There are regulated ceiling of service charges. This might hinder capital investment as operators will be unable to charge a higher price for improved quality (owing to greater capital investment). On the other hand, there are no price floors. This is of concern as it might instigate severe price competition which is not beneficial in the long run.

Regarding anti-competitive practices, there are three main problems; product bundling, registration requirement for the users in the prepaid system, and the disadvantages of being state enterprises. All these problems need to be carefully addressed by NBTC.

When considering the aspect of universal service obligation (USO), there are problems of coverage to some extent. Some customers have more than two numbers owing to limited coverage in some areas. Although NBTC has launched the USO implementation plan for a telecommunication services, yet its detailed procedures are still unclear. Service providers, both private and state enterprises are willing to oblige if the regulations are in line with business prospect.

With respect to quality of services, there is some evidence that the service quality in rural areas are inferior to that in urban areas possibly due to limited capital investment. Also, some people do not have access to the services. Another pressing issue is lack of regulatory guidelines for the quality of services.

2.1.2 Fixed line services

There are no new operators entering the fixed line market during the period considered. This is because fixed line services have been replaced by mobile services. Besides, the use of fixed line services has fallen significantly and existing operators still have sufficient capacity to offer new customers. This provides no incentives for new firms to enter the market. A recommendation would be to modify types of licenses with concentration on fiber to home business.

There appears no problem concerning scarce resource allocation in fixed line business. This is a consequence of excess supply whereas demand has declining continuously. The following problems are found in interconnection services. Firstly, the current service charges do not fully reflect true cost of the service. While there is no



appropriate service charge scheme, it is difficult to determine proper wholesale or interconnection charges. Secondly, there are no clear tariff regulations on interconnection charges. Interconnection mandate provides a general monitoring framework for the regulator, yet it does not provide much detail. Besides, there is no specific regulatory body for dispute settlement regarding disputes over interconnection issues.

Unlike the mobile services, there is no clear tariff regulation for fixed line services. When setting tariff regulations, NBTC ought to take long-run business opportunity into account. If the regulated tariff charges are too low, operators may not expand their capital investment as it is not profitable. Moreover, the regulators should be cautious about price competition in which operators will provide services for very low prices and this will harm investment prospect in the longer run.

With respect to anti-competitive practices, there are no pressing issues. However, fixed line services are normally bundled to other services which will, to some degree, affect operators' competitiveness. The problem of unclear detailed procedures in universal service obligations (USO) is also seen in this market. Besides, lack of regulatory guidelines for the quality of services is substantial for the fixed line services.

2.1.3 Internet services

For the Internet service market, several broadband licenses have been issued, yet small operators still face some unfavorable regulations. There is no issue in resource allocation in broadband Internet market owing to an increase in demand and few market entry barriers. A critical problem is found in rural areas where basic infrastructure for Internet services is not sufficient resulting in relatively high service charge and also different service quality.

Lack of "right-of-way" regulations hinder expansion of wired network. At present, there are legal disputes between state operators and concessionaires regarding the use of network. There is no conclusive approach to deal with this matter. Like the fixed line services, one problem in the Internet market is lack of tariff regulations. As a result, dominating operators are able to charge high tariffs. Lack of detailed procedures for USO and different quality of services in urban and rural areas seem to be of importance in the Internet market as well. The quality of free Wi-Fi provided by the government is not satisfying hence the issue should be dealt with right away. Lack of clear guidelines to oversee the quality of the service is another crucial problem in the Internet service market.



2.1.4 International calling services

There are entry barriers to newcomers particularly in International Direct Dialing (IDD) services since IDD service providers will need customers who are already with them in other services. As for voice over IP (VoIP) and calling card services, there are not any barriers which results in a large number of new licensees. Overseas providers are able to offer services to customers at lower prices as they do not have to pay for license fees. This adversely affects the state enterprise which is a gateway provider.

An important matter in international calling market concerns unclear scope of service provision for each type of license. Currently, there are some overlaps in services among operators holding different types of license. This causes disadvantages to some licensees, e.g. licensees with high costs due to the requirements of type I license and the licensees who have lower costs with lower requirements of the type II and type III licenses. In addition, international calling services are facing severe competition from VoIP service. It is imperative for regulator to promote fair competition amongst these service providers.

There are no issues regarding scarce resource allocation in international calling market as there are few entry barriers especially for those providers without IDD prefix. With respect to interconnection, there seems to be some problems. According to NBTC announcement, customers should have access to all available prefix numbers whether they call from a fixed line or mobile phones. But some operators have not agreed upon interconnection charges so they simply refuse to open up their network. Up to date, this problem remains unresolved.

Like fixed line and Internet markets, lack of tariff regulations is present in the international calling market. This enables dominating operators to set up high tariffs. However, other service providers can offer attractive tariffs based on different needs of customers. A difficulty is that consumers may not spend time comparing tariffs from various operators as they might use their service provider's prefix number.

Another main problem concerns international roaming services especially data roaming. Some smartphone users do not fully understand how data roaming works and this causes them to pay more than they should. NBTC is to set up clear regulations to guarantee appropriate cost of services and to promote fair competition between operators.



With regards to anti-competitive practices, there are two pressing issues. Firstly, there must be a clear-cut scope of service provision for each type of license otherwise some certain providers will benefit at the expense of others. Secondly, product bundling may also create advantages to some operators specifically the major ones. Product bundling strategy can only be exercised by major operators as it is still possible for them to obtain profits from economies of scale whereas minor operators and newcomers will be adversely affected.

USO in international calling market might not be of great importance at present as the service is particular to some group only. But with movement of people across countries after AEC integration, basic telecommunication services should be accessible to all. Based on consumer survey conducted for this report, consumers are very satisfied especially with the quality of services, after-sale services and service tariffs. Another pressing issue is lack of regulatory guidelines for the quality of services.

2.2 Roles of state enterprises in telecommunication market

There are two state enterprises which are currently operating in telecommunication market, namely TOT and CAT. They are obliged to follow specific regulations which put them at a disadvantageous position. Moreover, changes in government policies and political influence also affect its capability to compete in the market. Most of the market shares are concentrated among private enterprises whereas those of state enterprises are relatively small.

With appropriate role transformation of the two state enterprises, it is plausible that they will promote efficiency in the market. However, the role of the two state enterprises as a key driving force will depend on policymakers' decisions.

2.3 Problems and barriers in telecommunication market concerning AEC integration

In BE 2558, Thailand will fully be part of AEC. Telecommunication sector is one of priority integrated sectors (PIS) in service liberalization. By BE 2556, Thailand is committed to remove all limitations in cross border consumption and to allow ASEAN investors to own up to 70% of company shares. Moreover, ASEAN workers in telecommunication business must be permitted to work in Thailand. It is believed that the telecommunication liberalization will be beneficial to Thailand particularly Thai customers who will have a greater selection of service providers. This, in a way, will promote competition in the market.



AEC integration in BE 2558 will certainly affect the telecom markets in Thailand and other ASEAN countries. With easier movement of people and fewer business restrictions, there will be higher demand in telecom markets in general. Removing barriers in domestic telecom market enables Thai operators to compete against ASEAN operators.

Section III provides an estimation of consumer surplus. In the past two and a half years, there has never been an official estimation of demand equation nor consumer surplus. When considering changes in consumers' benefit, previously only trends in prices of services were taken into account. But this section attempts to quantify benefit which users derive from their consumption of telecommunication services.

3.1 Mobile phone services

The data used in this section are gathered mainly from Thai Telecom Database, by NBTC. In estimating the demand equation, the dependent variable is the number of minutes of use (MOU) per month of each subscriber. Ideally, the rate per minute (RPM) should be used to represent the prices of mobile services. But due to lack of data, a proxy is employed instead. Prices of the service are average revenue per user (ARPU) divided by minutes of use (industry average). Two different forms of model have been estimated, namely linear equation and log-linear equation. The findings from both models are consistent. Prior to the implementation of the First Telecommunications Master Plan, there was little change in overall consumer surplus and a slight decrease in consumer surplus per subscriber. This could be a result of relatively high service charge in that period. After the implementation of the First Telecommunications Master Plan, the prices of the services have declined steadily, indicating a higher degree of competition in mobile services in Thailand. From BE 2548 onwards, an improvement in consumer surplus has been witnessed. The increase in consumer surplus is potentially a reflection of the fact that MOU is higher (due to lowering service prices during BE 2548-2550). On the other hand, an improvement in aggregate consumer surplus from BE 2551 onwards is a consequence of an expansion in number of subscribers.

3.2 Fixed line services

Due to limitation of data on MOU, the dependent variable (representing demand) used in the estimation is number of subscribers whereas the proxy of prices is ARPU. Unfortunately ARPU data from TOT and TT&T are unavailable, so TRUE ARPU is used to represent the ARPU of the two operators. Consumer surplus has been increasing



approximately 200-300 million baht per year (due to lower prices) reflecting the effectiveness of the Telecommunications Mater Plan implementation. But the total revenues in fixed line market will be likely to continuously decline in the future since consumers might switch to other services because of enhanced technology. This decrease in consumer surplus potentially amounts to 2,000-3,000 million baht per annum. The reduction in consumer surplus resulting from service substitution offsets the rise in consumer surplus from lower prices. Taking all this into account, overall consumer surplus in fixed line market will be lower over time.

3.3 Internet services

When estimating consumer surplus from internet services, there are also problems of data unavailability. It is inevitable to use proxies rather than actual data. As there are no data on download amount nor bandwidth so the number of subscribers will be a proxy of quantity of services whereas ARPU is a proxy of prices. Due to data limitation on ARPU from two major players, namely TOT and 3BB, TRUE ARPU will be used as a proxy for TOT and 3BB as well.

The price of internet services remains nearly the same while the number of subscribers have been increasing steadily. In terms of competition strategy, internet service providers do not normally compete on pricing basis, but they focus on speed as well as strength of connection. So it is not surprising that a reduction on prices has not been witnessed thus far. As previously mentioned, we do not have data on download amount so we cannot make conclusive remarks regarding it. But judging from improvement in internet speed, internet download is likely to increase considerably.

To sum up, total consumer surplus in the internet market will grow continuously and significantly over time. However, the current ratio of consumer surplus to revenue in the internet business is lower than that in fixed line and mobile services. But with steady increase in total consumer surplus, the ratio will soon be of comparable level.

3.4 International calling services

Estimating consumer surplus in international calling services is highly problematic as required data are extremely limited. Internationally calls are made through both fixed line and mobile phones. But the fixed line and mobile service operators do not collect data on international calling and domestic calling separately. Hence data on actual quantity of minutes used are not obtainable. Data on interconnection, collected from the



Interconnection report are therefore used as proxy of quantity of international calling services whereas the data on prices are gathered from NBTC.

Price elasticity in international calling market is rather low (-0.265) so operators have no incentive to compete against one another on pricing basis. However, special pricing schemes have been witnessed from time to time, for instance, during the last two quarters in BE 2552, and between the second quarter of BE 2553 and the first quarter in BE 2554. Estimated consumer surplus during BE 2552-2555, based on changes in prices has slightly dropped, approximately 100 million baht per annum.

However, when considering overall consumer surplus, it has been increasing over time around 4,800– 23,000 million baht per year owing to the fact that international calling services have become more accessible. Therefore it is essential for the regulator to promote accessibility in order to ensure an improvement in consumer surplus. Moreover, advancement in 3G technology on mobile phones and internet services is also likely to affect consumer surplus in the international calling services due to substitutability between international phone calls and other services (e.g. VoIP which can be made through mobile phones and PC).

Recommendations

Based on the findings discovered in this report, there are additional recommendations as follows.

1. It is imperative to construct new indicators so as to monitor product bundling. Product bundling strategy is practiced in telecommunication market. It is common in a market where sellers/providers offer different kinds of products whereas consumers normally use them in conjunction. Consumers pay less for bundled package than for each product/service separately thus encouraging consumers to choose bundled products. Product bundling is witnessed in Thai telecommunication market, creating favorable market power to certain operators. Hence it is essential to monitor this strategy in order to ensure fair competition amongst service providers.

2. As a consequence of AEC integration, people are likely to be more mobile, making international or intra-region trips more frequently. Thai telecommunication service providers and those from other ASEAN countries ought to develop partnership so that they can offer their customers better roaming services and other calling/data packages while



they are abroad. Besides, consumers now have access to the Internet via Wi-Fi and DTT connection more than before so providers will have to offer attractive roaming packages otherwise a number of customers might switch to Wi-Fi and OTT.

Partnership among ASEAN operators must be driven mainly from operators themselves rather than the regulatory bodies. Strong partnership will, to some extent, alleviate the problems regarding international roaming services.

3. The telecommunication markets are evolving which will certainly affect business prospects of service providers. These providers should be made aware that all market segments are equally important even the customers in rural areas. Furthermore, the regulator should promote competition among existing and new operators especially in some growing services like Mobile banking, Wallet-to-Wallet, Mobile Remittances and Utilities Transfer. These services will require sophisticated system in order to ensure transaction security and personal financial protection. In doing so, support from various organizations including the Bank of Thailand as a key financial regulatory body will be needed.

Limitations of the study

In the preparation of this report, there are a number of limitations. One of the most important limitations is that there were not adequate data so as to determine competition condition based on the selected indicators. Moreover, estimating consumer surplus was also problematic due to data unavailability especially those from operators. The data used in this study were gathered from various sources. For instance, 1) Reports from operators 2) Official ITU data 3) other governmental bodies e.g. Ministry of ICT and Ministry of Commerce 4) Consumer surveys and 5) other sources.

Some of the proposed indicators have never been used in Thai telecommunication markets and these are not to replace existing indicators. It is however impossible to present some of them due to lack of data. But with regular data collecting from operators, these indicators will be extremely useful in examining competition conditions in Thai telecommunication business.

Consumer surplus estimating in this report is problematic to some extent. The difficulty is largely due to lack of data. In order to precisely estimate consumer surplus in the future, it is essential to have access to data on number of minutes used and cost of services particularly in the international calling services in which the required data were



never collected. It is imperative for operators to gather needed data which will enable regulator to closely monitor competition and to estimate consumer surplus in the telecommunication business more accurately.



รายการอักษรย่อ

| อักษรย่อ | คำเต็ม |
|------------------|--|
| กทค. | คณะกรรมการกิจการโทรคมนาคม |
| กทช. | คณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ |
| กสทช. | คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ |
| ACCC | Australia Competition and Consumer Commission |
| ACI | The American Consumer Institute |
| ADVANC | บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) |
| AIS | บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) |
| ARPU | รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่อหมายเลข (Average Revenue Per User) |
| AT&T | America Telephone and Telegraph |
| AWN | บริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวอร์ค จำกัด |
| 3BB | บริษัท ทริปเปิลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) |
| CAT | บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) |
| CRTC | Canadian Radio-Television and Telecommunications Commission |
| CTIA | Cellular Telephone Industry Association |
| DPC | บริษัท ดิจิตอลโฟน (จำกัด) |
| DTAC | บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) |
| DTAC Trinet หรือ | บริษัท ดีแทค ไตรเน็ต จำกัด |
| DTN | |
| EBITDA | Earning Before Interest and Tax and Depreciation and Amortization |
| Eviews | ชื่อโปรแกรมวิเคราะห์ทางสถิติ |
| FCC | คณะกรรมการกำกับดูแลกิจการสื่อสารของประเทศสหรัฐอเมริกา หรือ Federal Communication Commission |
| GATS | General Agreement on Trade and Service |
| HHI | Herfindahl-Hirschman Index |
| Hutch | บริษัท ฮัทชิสัน ซีเอที ไวร์เลส มัลติมีเดีย จำกัด |
| ITU | สหภาพโทรคมนาคมระหว่างประเทศหรือ International Telecommunication Union |
| MIC | Ministry of Internal Affairs and Communication |
| MNP | Mobile Number Portability |



| อักษรย่อ | คำเต็ม |
|----------------|---|
| MOU | จำนวนนาทีเฉลี่ยที่ใช้ในแต่ละเดือน หรือ Minutes of Use |
| MOUs | จำนวนนาทีเฉลี่ยต่อผู้ใช้บริการ หรือ Average billable minutes of use |
| MVNOs | Mobile Virtual Network Operators |
| NTT | Nippon Telegraph and Telephone |
| OECD | องค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา |
| Ofcom | หน่วยงานกำกับกิจการโทรคมนาคมของสหราชอาณาจักร |
| OFTA | The Office of the Telecommunications Authority |
| OTT | Over-The-Top |
| RPM | รายรับการให้บริการด้านเสียงต่อนาที หรือ Revenue per minute |
| RF | บริษัท เรียวล ฟิวเจอร์ จำกัด |
| RFID | Radio Frequency Identification |
| STATA | ชื่อโปรแกรมวิเคราะห์ทางสถิติ |
| TOT | บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) |
| Triple T | บริษัท ทริปเปิลที โกลบอล เน็ต จำกัด |
| TRUE | บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) |
| True Move หรือ | บริษัท ทรูมูฟ จำกัด |
| TMV | |
| TT&T | บริษัท ทีทีแอนด์ที จำกัด (มหาชน) |
| TUC | บริษัท ทรู ยูนิเวอร์แซล คอนเวอร์เจนซ์ จำกัด |
| USO | การจัดให้มีบริการโทรคมนาคมพื้นฐานโดยทั่วถึงและบริการเพื่อสังคม หรือ Universal Service Obligation |
| QoS | คุณภาพการให้บริการโทรคมนาคม หรือ Quality of Service |



รายนามคณะผู้วิจัย

1) รายชื่อบุคลากรหลัก

| | | | |
|-----|-----------------|-----------------|---|
| 1.1 | ดร.พีรสิทธิ์ | บุญยคุปต์ | ผู้จัดการโครงการ |
| 1.2 | นายวรภัทร | ภัทรธรรม | ผู้เชี่ยวชาญด้านโทรคมนาคม |
| 1.3 | ดร.สุรัตน์ | พลาลิขิต | ผู้เชี่ยวชาญด้านวิศวกรรมสารสนเทศ |
| 1.4 | รศ.ดร.รุ่งเรือง | พิทยศิริ | ผู้เชี่ยวชาญด้านบริหารจัดการและวิศวกรรม |
| 1.5 | ผศ.ดร.ณดา | จันทร์สม | ผู้เชี่ยวชาญด้านเศรษฐศาสตร์ |
| 1.6 | นางจิรพร | สุเมธีประสิทธิ์ | ผู้เชี่ยวชาญด้านพัฒนาแบบจำลอง |

2) รายชื่อบุคลากรสนับสนุน

| | | | |
|-----|--------------|---------------|----------------------------------|
| 2.1 | ผศ.ดร.ยุทธนา | เศรษฐปราโมทย์ | บุคลากรสนับสนุน (เศรษฐมิติ) |
| 2.2 | ดร.นิรมล | อริยาภาภมม | บุคลากรสนับสนุน (สถิติและข้อมูล) |
| 2.3 | นางสาวเยาวดี | สารถิ | บุคลากรสนับสนุน (คณิตศาสตร์) |
| 2.4 | นายกุลเชษฐ | วุฒิมานานนท์ | บุคลากรสนับสนุน (เศรษฐศาสตร์) |
| 2.5 | นายदनัย | ศุณย์สวัสดิ์ | บุคลากรสนับสนุน (เศรษฐศาสตร์) |



บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

ประเทศไทยเข้าสู่ยุคการเปิดเสรีทางการค้า จึงทำให้ธุรกิจการให้บริการโทรคมนาคมต้องเข้าสู่ระบบการแข่งขันมากขึ้น ในปัจจุบันสภาพแวดล้อมของการพัฒนาเทคโนโลยีเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ส่งผลต่อการให้บริการในกิจการโทรคมนาคม เช่น การให้บริการโทรศัพท์ประจำที่ บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ และการให้บริการอินเทอร์เน็ต รวมทั้งสภาพการแข่งขันในตลาดเพิ่มมากขึ้น ผู้ใช้บริการต้องการได้รับบริการที่มีคุณภาพ ประสิทธิภาพ รวดเร็ว ถูกต้อง และเป็นธรรม ในการพัฒนาธุรกิจโทรคมนาคมจึงต้องมีการแข่งขันและพัฒนาอยู่อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้องค์กรสามารถทราบถึงขีดความสามารถและแนวทางการพัฒนาองค์กร จึงควรที่จะมีการศึกษาและกำหนดตัวชี้วัดหลักทางการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคม

ตามพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ.2553 มาตรา 27 ได้กำหนดให้ กสทช. มีอำนาจหน้าที่ในการพิจารณาอนุญาตและกำกับดูแลการประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมเพื่อให้เกิดแข่งขันเสรีอย่างเป็นธรรมระหว่างผู้ประกอบการโทรคมนาคมและกิจการที่เกี่ยวข้อง และเพื่อให้ผู้ใช้บริการได้รับบริการที่มีคุณภาพ ประสิทธิภาพ รวดเร็ว ถูกต้อง และเป็นธรรม ประกอบกับมาตรา 40 กำหนดให้ กทค. มีอำนาจหน้าที่ปฏิบัติการใดๆ แทน กสทช. ตามมาตรา 27 ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับ กทช. และ กสทช. ได้ดำเนินการกำหนดนโยบาย และประกาศหลักเกณฑ์ กฎและกติกาดังกล่าว เพื่อใช้บังคับ รวมทั้งการอนุญาตและกำกับดูแลการประกอบกิจการโทรคมนาคมเพื่อให้เกิดการแข่งขันเสรีอย่างเป็นธรรมมาระยะหนึ่งแล้ว (พ.ศ. 2548-2553) โดยที่การดำเนินการกำหนดนโยบายและประกาศหลักเกณฑ์ดังกล่าว ยังผลต่อการเข้าสู่ตลาดของผู้ให้บริการ ตลอดจนคุณภาพของบริการ และอัตราค่าบริการโทรคมนาคมที่ส่งผลกระทบต่อผู้บริโภคการดำเนินการในห้วงระยะเวลา 6 ปีที่ผ่านมา มีความจำเป็นอย่างยิ่งในการประเมินผลของการดำเนินนโยบาย ประกาศและหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องในภาพรวมเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงนโยบาย ประกาศและหลักเกณฑ์ต่อไปและรวมถึงนำไปประกอบการพิจารณาของ กทค. ในการกำหนดทิศทางการพัฒนากิจการโทรคมนาคม และกำกับดูแลการประกอบกิจการโทรคมนาคมให้มีการแข่งขันที่เป็นธรรมและเป็นสากล

ดังนั้น จึงมีความจำเป็นที่จะต้องดำเนินการศึกษาและกำหนดตัวชี้วัดหลักทางการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคม และศึกษาผลกระทบของการกำกับดูแลกิจการโทรคมนาคมที่มีต่ออุตสาหกรรมในภาพรวม ผู้บริโภค และผู้ให้บริการโทรคมนาคม ประเมินมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภค



(Consumer Surplus) โดยใช้วิธีทางเศรษฐมิติ สำหรับการศึกษาดัชนีชี้วัดหลักทางการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคม และศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันในการประกอบกิจการและการเข้าสู่ตลาดในกิจการโทรคมนาคมของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคมหลัก และเฉพาะบริการโทรคมนาคมค่าบริการหลักสำหรับการประเมินมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภค การศึกษาจะครอบคลุมบริการโทรคมนาคมหลัก ได้แก่ โทรศัพท์ประจำที่ โทรศัพท์เคลื่อนที่ บริการอินเทอร์เน็ตและบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศโดยประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษาในครั้งนี้ จะทำให้มีการประเมินสภาพการแข่งขันด้วยตัวชี้วัดหลักทางการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคม ประเมินมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม และทราบถึงปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันในการประกอบกิจการและเข้าสู่ตลาดในกิจการโทรคมนาคม

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1.2.1 เพื่อสำรวจและศึกษาเกี่ยวกับตัวชี้วัดหลักทางการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมที่องค์กรกำกับดูแลกิจการโทรคมนาคมของประเทศต่างๆ อาทิ ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศในสหภาพยุโรป และประเทศอื่นๆ ใช้ในการประเมินผลการกำกับดูแลด้านการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคม

1.2.2 เพื่อกำหนดตัวชี้วัดหลักของการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมสำหรับประเทศไทย และจัดทำรายงานประเมินสภาพการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมตามตัวชี้วัดหลักของการแข่งขันที่ได้กำหนดไว้ในห้วงระยะเวลาที่ผ่านมา (พ.ศ. 2548-2554)

1.2.3 เพื่อทราบถึงปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันในการประกอบกิจการและการเข้าสู่ตลาดในกิจการโทรคมนาคมของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคมหลัก

1.2.4 เพื่อศึกษาและประเมินผลกระทบของการดำเนินการตามแผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2548-2554 โดยให้แสดงการประเมินมูลค่าส่วนเกินของผู้บริโภค (Consumer Surplus) ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินการตามแผนแม่บทดังกล่าวในแต่ละบริการโทรคมนาคมหลัก

1.3 ขอบเขตของการดำเนินงานโครงการ

1.3.1 ขอบเขตของบริการโทรคมนาคม

การศึกษาดัชนีชี้วัดหลักทางการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคม และศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันในการประกอบกิจการและการเข้าสู่ตลาดในกิจการโทรคมนาคมของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคมหลัก และการประเมินมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคในบริการโทรคมนาคมหลัก 4 บริการ ได้แก่



- 1) บริการโทรศัพท์ประจำที่ (Fixed Line Services)
- 2) บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Services)
- 3) บริการอินเทอร์เน็ต (Internet Services)
- 4) บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ (International Call Services)

แต่ทั้งนี้ แม้ว่าการศึกษาจะกำหนดขอบเขตครอบคลุมบริการทั้งค้าปลีก (Retail) และค้าส่ง (Wholesale) อย่างไรก็ตาม การศึกษาต้องคำนึงถึงข้อจำกัดของการมีอยู่ของข้อมูลในการศึกษา เนื่องจากแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาโดยส่วนมากจะได้จากการรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากผู้ประกอบกิจการ ซึ่งอาจไม่ได้จัดทำข้อมูลหรือจัดเก็บรวบรวมข้อมูลในรูปแบบที่สามารถนำมาใช้ในการศึกษาได้ตามวัตถุประสงค์ได้

1.3.2 ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษานี้จะครอบคลุมงานเนื้อหาทางด้านวิชาการ 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 การศึกษาตัวชี้วัดหลักทางการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมประกอบ ด้วยกิจกรรม 3 กิจกรรมที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

1) การสำรวจและศึกษาเกี่ยวกับตัวชี้วัดหลักทางการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคม ที่องค์กรกำกับดูแลกิจการโทรคมนาคมของประเทศต่างๆ อาทิ สหภาพโทรคมนาคมระหว่างประเทศ (International Telecommunication Union : ITU) กลุ่มประเทศ OECD ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศญี่ปุ่น เขตปกครองพิเศษฮ่องกง ออสเตรเลีย อังกฤษ และแคนาดา เพื่อใช้ในการประเมินผลการกำกับดูแลด้านการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคม

2) การกำหนดตัวชี้วัดหลักของการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมสำหรับประเทศไทยและจัดทำรายงานประเมินสภาพการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมตามตัวชี้วัดหลักของการแข่งขันที่ได้กำหนดไว้ในห้วงระยะเวลาที่ผ่านมา (พ.ศ.2548-2554)

3) การจัดทำรายงานกำหนดตัวชี้วัดหลักของการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมสำหรับประเทศไทยและจัดทำรายงานประเมินสภาพการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมตามตัวชี้วัดหลักของการแข่งขันที่ได้กำหนดไว้ในห้วงระยะเวลาที่ผ่านมา

ส่วนที่ 2 การศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันในการประกอบกิจการและการเข้าสู่ตลาดในกิจการโทรคมนาคมของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคมหลัก การศึกษาส่วนนี้ ได้ระบุปัญหา อุปสรรค และข้อจำกัดที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันในการประกอบกิจการและการเข้าสู่ตลาดในกิจการโทรคมนาคมของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคมและจัดทำรายงานปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันในการประกอบกิจการและการเข้าสู่ตลาดในกิจการโทรคมนาคมของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคมหลักประกอบด้วย 6 มิติ ได้แก่ 1) การเข้าสู่ตลาดของผู้ให้บริการรายใหม่ (Market Entry) 2) การจัดสรรทรัพยากรที่มีจำกัด (Scarce Resources) เช่น คลื่นความถี่หรือเลขหมายโทรศัพท์ 3) การเชื่อมต่อโครงข่ายระหว่างกัน (Interconnection) 4) อัตราค่าบริการ (Tariff Regulation) 5) การกำกับดูแลเพื่อการ



แข่งขันอย่างเป็นธรรม (Regulation of Anti Competitive Practices) 6) การให้บริการอย่างทั่วถึง (Universal Service Obligation: USO) และ 7) คุณภาพบริการ (Quality of Service: QOS) นอกจากนี้ ยังมีประเด็นปัญหาเพิ่มเติมที่เกี่ยวข้องกับบทบาทรัฐวิสาหกิจในตลาดกิจการโทรคมนาคม รายงานการศึกษาในส่วนนี้แสดงในรายงานบทที่ 5 ของรายงานฉบับสมบูรณ์นี้

ส่วนที่ 3 การประเมินมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภค (Consumer surplus) ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินการตามแผนแม่บทในแต่ละบริการโทรคมนาคมหลักการศึกษาและจัดทำรายงานการประเมินมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภค (Consumer Surplus) จะดำเนินการโดยการใช้แบบจำลองทางเศรษฐมิติ (Econometric) ในแต่ละบริการโทรคมนาคมหลัก และจัดทำรายงานการประเมินมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภค (Consumer Surplus) ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินการตามแผนแม่บทในแต่ละบริการโทรคมนาคมหลักแสดงในบทที่ 6 ของรายงานฉบับสมบูรณ์นี้

1.4 องค์ประกอบของรายงานการศึกษา

รายงานการศึกษามีองค์ประกอบแบ่งเป็น 7 บท ประกอบด้วย

บทที่ 1 บทนำเป็นการนำเสนอหลักการและเหตุผล วัตถุประสงค์ของการศึกษา และขอบเขตของการดำเนินโครงการ

บทที่ 2 ตัวชี้วัดหลักของการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคม

บทที่ 3 กำหนดตัวชี้วัดหลักของการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมสำหรับประเทศไทย

บทที่ 4 ประเมินสภาพการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคม (พ.ศ. 2548-2554)

บทที่ 5 นำเสนอสภาพปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันในการประกอบกิจการโทรคมนาคมในแต่ละบริการโทรคมนาคมหลัก

บทที่ 6 นำเสนอรายงานการประเมินส่วนเกินผู้บริโภค (Consumer Surplus) ศึกษาและประเมินผลกระทบของการดำเนินการตามแผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม พ.ศ.2548-2554 โดยการประเมินมูลค่าส่วนเกินของผู้บริโภค (Consumer Surplus) ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินการตามแผนแม่บทดังกล่าวในแต่ละบริการโทรคมนาคมหลัก

บทที่ 7 บทสรุปและข้อเสนอแนะนำเสนอบทสรุปของการศึกษาและข้อเสนอแนะจากการศึกษา



บทที่ 2

ตัวชี้วัดหลักของการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคม

รายงานการศึกษาตัวชี้วัดหลักของการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมที่องค์กรกำกับดูแลกิจการโทรคมนาคมของประเทศต่างๆ ใช้ในการประเมินผลการกำกับดูแลด้านการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคม ซึ่งการศึกษานี้ได้ทำการศึกษาคำชี้วัดหลักที่องค์การระหว่างประเทศ กลุ่มประเทศ และประเทศตัวอย่างบางประเทศใช้ในการประเมินผลการกำกับดูแลด้านการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคม ประกอบด้วย สหภาพโทรคมนาคมระหว่างประเทศ (International Telecommunication Union: ITU) กลุ่มประเทศ OECD ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศสหราชอาณาจักร ประเทศแคนาดา ประเทศญี่ปุ่น เขตปกครองพิเศษฮ่องกง ประเทศออสเตรเลีย รวมถึงการนำเสนอตัวชี้วัดในกิจการโทรคมนาคมของประเทศไทยที่เคยใช้มาในอดีตเพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดตัวชี้วัดในการจัดทำรายงานประเมินสภาพการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมจากผลการกำกับดูแลในห้วงเวลาที่ผ่านมาสำหรับประเทศไทย

2.1 การวัดการแข่งขันด้วยดัชนีเชิงปริมาณ (Quantitative Indicators) ของสหภาพโทรคมนาคมระหว่างประเทศ (International Telecommunication Union: ITU)

สหภาพโทรคมนาคมระหว่างประเทศ (ITU) เป็นหน่วยงานในสังกัดขององค์การสหประชาชาติมีจุดมุ่งหมายเพื่อกำหนดแนวทางการสื่อสารที่เป็นมาตรฐานระดับสากล ได้เสนอแนะแนวทาง (Guidelines) กับหน่วยงานกำกับกิจการโทรคมนาคมของประเทศสมาชิก 185 ประเทศ รวมทั้งประเทศไทยก็เป็นสมาชิกด้วย ในการจัดทำดัชนีชี้วัด (Indicator) เกี่ยวกับกิจการโทรคมนาคมรวม 81 ดัชนีโดยสามารถแยกเป็นกลุ่มดัชนีได้ ดังตารางที่ 2-1 ดังนี้

ตารางที่ 2-1 แสดงกลุ่มดัชนีและความสัมพันธ์ระหว่างดัชนีของสหภาพโทรคมนาคมระหว่างประเทศ

| กลุ่มดัชนี | ชื่อดัชนี | ความสัมพันธ์ระหว่างดัชนี |
|---|--|---------------------------------------|
| กลุ่ม 1 เครือข่ายโทรศัพท์ประจำที่ (Fixed Telephone Networks) | | |
| | 1.Total Capacity of local public switching exchanges | 1=3+9+สายที่ไม่ได้จดทะเบียนเป็นสมาชิก |
| | 2. Fixed Telephone | 2=3+4+5+9+75 |



| กลุ่มดัชนี | ชื่อดัชนี | ความสัมพันธ์ระหว่างดัชนี |
|---|--|--------------------------|
| | Subscription | |
| | 3. Analogue fixed-telephone lines | 3 เป็นส่วนหนึ่งของ 2 |
| | 4. VoIP subscriptions | 4 เป็นส่วนหนึ่งของ 2 |
| | 5. Fixed wireless local loop subscriptions | 5 เป็นส่วนหนึ่งของ 2 |
| | 6. Percentage of fixed-telephone subscriptions that are residential | |
| | 7. Percentage of fixed-telephone subscriptions in urban areas | |
| | 8. ISDN subscriptions | |
| | 9. ISDN voice-channel equivalents | |
| กลุ่ม 2 เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile-Cellular Networks) | | |
| | 11. Mobile-cellular telephone subscriptions, by postpaid/prepaid | 11 เป็นส่วนเสริมของ 12 |
| | 12. Mobile-cellular telephone subscriptions, by speed of data access | 12 เป็นส่วนเสริมของ 11 |
| | 13. Percentage of the land area covered by mobile-cellular network | 13 เป็นส่วนเสริมของ 14 |
| | 14. Percentage of the population covered by a mobile-cellular network | 14 เป็นส่วนเสริมของ 13 |
| | 15. Percentage of the population covered by at least a 3G mobile network | 15 เป็นส่วนเสริมของ 14 |



| กลุ่มดัชนี | ชื่อดัชนี | ความสัมพันธ์ระหว่างดัชนี |
|--|--|--------------------------|
| กลุ่ม 3 อินเทอร์เน็ต | | |
| Internet bandwidth | | |
| | 17. International Internet bandwidth, in Mbit/s ¹ | |
| | 18. Domestic Internet bandwidth, in Mbit/s Fixed (wired) Internet subscriptions | |
| | 19. Fixed (wired) Internet subscriptions | |
| Fixed (wired)-broadband subscriptions | | |
| | 20. Fixed (wired)-broadband subscriptions by technology | 20 เป็นส่วนเสริมของ 21 |
| | 21. Fixed (wired)-broadband subscriptions by speed | 15 เป็นส่วนเสริมของ 20 |
| Wireless-broadband subscriptions | | |
| | 22. Wireless-broadband subscriptions | 22=23+24+25 |
| | 23. Satellite broadband subscriptions | 23 เป็นส่วนเสริมของ 22 |
| | 24. Terrestrial fixed wireless broadband subscriptions | 24 เป็นส่วนเสริมของ 22 |
| | 25. Active mobile-broadband subscriptions | 25 เป็นส่วนเสริมของ 22 |
| กลุ่ม 4 Traffic | | |
| Fixed-telephone traffic | | |
| | 26. Domestic fixed-to-fixed telephone traffic, in minutes | |

¹ เมกะบิตต่อวินาที (ใช้อักษรว่า Megabit Per Second, Mbps , Mbit/s) เป็นหน่วยปริมาณข้อมูลที่วัดขนาดในการส่งข้อมูลหน่วยหนึ่ง ใช้บนระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่ง 1 Mbps = 1,000 Kbps ซึ่งหน่วยของ Mbits เป็นหนึ่งในหน่วยนับที่มีหลายแบบ คือ bit/s, kbit/s, Mbit/s, Gbit/s



| กลุ่มดัชนี | ชื่อดัชนี | ความสัมพันธ์ระหว่างดัชนี |
|--|---|--------------------------|
| | 27. Fixed-to-mobile telephone traffic, in minutes | |
| | 28. International incoming and outgoing fixed-telephone traffic, in minutes | |
| Mobile-telephone traffic | | |
| | 29. Domestic mobile-telephone traffic, in minutes | |
| | 30. Outgoing mobile traffic to international, in minutes | |
| | 31. Incoming international traffic to mobile network, in minutes | |
| | 32. Roaming by home subscribers abroad (outbound roaming), in minutes | |
| | 33. Roaming by foreign subscribers (inbound roaming), in minutes | |
| | 34. SMS sent | 34 รวม 35 |
| | 35. SMS international | |
| | 36. MMS sent | |
| Other | | |
| | 37. VoIP traffic, in minutes | |
| | 38. Total international incoming and outgoing telephone traffic, in minutes | |
| | Domestic Internet traffic | |
| | 39. Domestic Internet traffic | |
| กลุ่ม 5 Tariffs | | |
| Fixed local telephone service tariffs | | |



| กลุ่มดัชนี | ชื่อดัชนี | ความสัมพันธ์ระหว่างดัชนี |
|---|---|--------------------------|
| | 40. Installation fee for residential telephone service | |
| | 41. Monthly subscription for residential telephone service | |
| | 42. Price of a three-minute local call to a fixed-telephone line | |
| | 43. Price of a three-minute local call to a mobile-cellular phone | |
| | 44. Installation fee for business telephone service | |
| | 45. Monthly subscription for business telephone service | |
| Mobile-cellular tariffs | | |
| | 46. Mobile-cellular prepaid connection charge | |
| | 47. Mobile-cellular cheapest recharge card value | |
| | 48. Mobile-cellular prepaid price of a one-minute local call | |
| | 49. Mobile-cellular prepaid – price of SMS | |
| Fixed (wired)-broadband Internet tariffs | | |
| | 50. Fixed (wired)-broadband connection charge | |
| | 51. Fixed (wired)-broadband monthly subscription charge | |
| | 52. Fixed (wired)-broadband speed, in Mbit/s | |
| | 53. Fixed (wired)-broadband | |



| กลุ่มดัชนี | ชื่อดัชนี | ความสัมพันธ์ระหว่างดัชนี |
|-----------------------------------|--|--------------------------|
| | cap, in GB | |
| | 54. Fixed (wired)-broadband - price of excess usage | |
| กลุ่ม 6 Quality of service | | |
| | 55. Faults per 100 fixed-telephone lines per year | |
| | 56. Percentage of fixed-telephone faults cleared by next working day | |
| กลุ่ม 7 Persons employed | | |
| | 57. Full-time equivalent telecommunication employees, by operator type | 57 เป็นส่วนเสริม 58 |
| | 58. Full-time equivalent telecommunication employees, by gender | 58 เป็นส่วนเสริม 57 |
| กลุ่ม 8 Revenue | | |
| | 59. Revenue from all telecommunication services | 59=60+64+65+66+67+68+69 |
| | 60. Revenue from fixed-telephone services | 60=61+62+63 |
| | 61. Revenue from fixed-telephone connection charges | 61 เป็นส่วนหนึ่งของ 60 |
| | 62. Revenue from fixed-telephone subscription charges | 62 เป็นส่วนหนึ่งของ 60 |
| | 63. Revenue from fixed-telephone calls | 63 เป็นส่วนหนึ่งของ 60 |
| | 65. Revenue from fixed (wired) Internet services | 65 เป็นส่วนหนึ่งของ 59 |
| | 66. Revenue from other wireless-broadband services | 66 เป็นส่วนหนึ่งของ 59 |



| กลุ่มดัชนี | ชื่อดัชนี | ความสัมพันธ์ระหว่างดัชนี |
|---|--|--------------------------|
| | 67. Revenue from leased lines | 67 เป็นส่วนหนึ่งของ 59 |
| | 69. Other telecommunication revenue | 69 เป็นส่วนหนึ่งของ 59 |
| | 70. Revenue from international inbound roaming | |
| กลุ่ม 9 Investment | | |
| | 71. Annual investment in telecommunication services | |
| | 72. Annual investment in non-tangible assets | 72 รวมใน 71 |
| | 73. Annual foreign investment in telecommunications | |
| กลุ่ม 10 Public access | | |
| | 74. Percentage of localities with telephone service | |
| | 75. Public payphones | |
| | 76. PWLAN access points | |
| กลุ่ม 11 Broadcasting and other indicators | | |
| | 77. Multichannel TV subscriptions | |
| | 78. Terrestrial multichannel TV subscriptions | |
| | 79. Direct-to-home (DTH) satellite antenna subscriptions | |
| | 80. Homes passed by cable TV | |
| | 81. Leased-line subscriptions | |

ที่มา: ITU. (2011). *The Handbook for the Collection of Administrative Data on Telecommunication/ICT*, Chapter 1 Introduction.



2.2 การแข่งขันที่มีประสิทธิภาพตามนิยามและรูปแบบของตลาดโทรคมนาคมที่ ใช้วิเคราะห์การแข่งขันของกลุ่มประเทศ OECD

ในการวิเคราะห์การแข่งขันที่มีประสิทธิภาพของ OECD (2003)² เริ่มต้นจากการกำหนดนิยามของตลาดโทรคมนาคมให้ชัดเจนในส่วนของมิติด้านบริการและมิติของพื้นที่ โดยนิยามที่สำคัญ ได้แก่

2.2.1 การทดแทนกันด้านอุปสงค์และอุปทาน

ประเด็นนี้เป็นแนวคิดของตลาดแข่งขันที่มีประสิทธิผลในอุดมคติของนักเศรษฐศาสตร์ว่า การแข่งขันที่มีประสิทธิผลจะต้องสร้างการทดแทนกันได้อย่างสมบูรณ์ ทั้งในด้านผู้บริโภคหรืออุปสงค์ และด้านผู้ประกอบการที่ให้บริการหรืออุปทาน จึงใช้แนวคิดนี้ในกรณีของการศึกษาเพื่อหาตัวชี้วัดการแข่งขันที่มีประสิทธิผลในกิจการโทรคมนาคมด้วย

ในตลาดที่มีการทดแทนกันได้อย่างสมบูรณ์ด้านอุปสงค์และอุปทานจะส่งผลต่อการกำหนดราคาของผู้ประกอบการที่ให้บริการ เพราะเมื่อใดที่ผู้ประกอบการปรับเพิ่มราคาบริการ หรือลดคุณภาพของบริการ ผู้บริโภคจะหันไปใช้บริการของผู้ประกอบการรายอื่นทันที หากการทดแทนด้านการใช้บริการสมบูรณ์

ขณะเดียวกัน หากต้นทุนเริ่มต้นที่เป็นต้นทุนจม (Sunk costs) ไม่สูงมากนักและไม่มียุทธศาสตร์ในการเข้าสู่ตลาดโทรคมนาคม ผู้ประกอบการรายใหม่จะเข้าสู่ตลาดทันทีที่ระดับราคาบริการปรับเพิ่มสูงขึ้น และทำให้ปริมาณการให้บริการทางด้านอุปทานเพิ่มขึ้นได้ทันที และเป็นทางเลือกใหม่ของผู้บริโภค ซึ่งกระบวนการปรับตัวเหล่านี้สะท้อนว่าการปรับเพิ่มราคาขายบริการหรือลดคุณภาพของบริการไม่ได้สร้างกำไรส่วนเกิน (Excess Profit) ให้กับผู้ประกอบการรายใด การทดแทนกันด้านอุปสงค์จะเกิดขึ้นได้ มาจากการพิจารณาประเด็นต่อไปนี้

- มีผลิตภัณฑ์และบริการใดเป็นทางเลือกแก่ผู้บริโภคได้บ้าง
- ปัจจัยใดบ้างที่ผู้บริโภคใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากผู้ประกอบการรายใด ๆ

- วิธีการหรือลักษณะของการใช้บริการของผู้บริโภคเป็นอย่างไร
- การเลือกผลิตภัณฑ์และบริการใหม่จากผู้ให้บริการเดิมและผู้ให้บริการรายใหม่เป็นอย่างไร

ประเด็นเหล่านี้มีส่วนช่วยในการวิเคราะห์การย้ายผู้ประกอบการที่ให้บริการไปสู่รายอื่น ส่วนการทดแทนกันด้านอุปทานจะเกิดขึ้นได้ มาจากการพิจารณาในประเด็นต่อไปนี้

²OECD (2003). **Working Party on Telecommunication and Information Services Policy**, Indicators for the Assessment of Telecommunications Competition, OECD, 17 Jan 2003.



- การผลิตบริการต้องพึ่งพาเทคโนโลยีหรืออุปกรณ์พิเศษมากน้อยเพียงใด
- ช่องทางการนำส่งบริการถึงลูกค้าเป็นอย่างไร
- ผู้ประกอบการรายใหม่มีความพร้อมทางเทคนิค และความคุ้มค่าเชิงพาณิชย์

อย่างไร

นอกจากนั้น ในการศึกษาของ OECD ได้พิจารณาข้อมูลประกอบการหาข้อสรุปด้านการแข่งขันที่มีประสิทธิภาพตามหลักการทดแทนกันของอุปทานจากประเด็นเพิ่มเติมต่อไปนี้

- พฤติกรรมของผู้บริโภคที่เกิดขึ้นจริงในการย้ายบริการจากผู้ประกอบการรายหนึ่งไปยังผู้ประกอบการที่ให้บริการรายอื่น
- พฤติกรรมที่เกิดขึ้นจริงของผู้ให้บริการในการปรับตัวทางธุรกิจ อันเนื่องมาจากการที่ผู้บริโภคย้ายไปใช้บริการจากผู้ให้บริการรายอื่นที่เป็นคู่แข่ง
- ระยะเวลาและต้นทุนของการปรับเปลี่ยนผู้ประกอบการที่ให้บริการจากรายหนึ่งไปยังรายอื่นของผู้บริโภค

2.2.2 ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีร่วมกันในการให้บริการ

ประเด็นนี้เป็นการพิจารณาว่าเทคโนโลยีมีแนวโน้มที่จะใช้ร่วมกันในหลายธุรกิจหลายสาขาในการให้บริการด้านโทรคมนาคม เช่น การใช้ผ่านอินเทอร์เน็ต การใช้สัญญาณเสียงผ่านเทคโนโลยีสมัยใหม่ บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เข้าไปทดแทนโทรศัพท์ประจำที่แบบเดิม มีส่วนทำให้การแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมสามารถข้ามประเภทกันได้ และเกิดการทดแทนกันของการใช้บริการข้ามประเภทธุรกิจ การแข่งขันจึงเป็นการแข่งขันข้ามประเภท ไม่ใช่การแข่งขันระหว่างกิจการประเภทเดียวกันเท่านั้น

ด้วยเหตุนี้ การพิจารณาการแข่งขันที่มีประสิทธิผลของกิจการโทรคมนาคมจึงอาจจะต้องพิจารณาการแข่งขันข้ามประเภทธุรกิจ (Cross-sector Competition) ด้วย เพื่อให้สะท้อนสภาพการแข่งขันกันอย่างแท้จริง

การพิจารณาการแข่งขันที่มีประสิทธิผลของ OECD จึงพิจารณาจากมุมมองของผู้บริโภคที่ใช้บริการมากกว่าผู้ประกอบการที่ให้บริการ ยกเว้นกรณีของการใช้บริการโทรศัพท์ประจำที่ที่ไม่ถือว่าเป็นคู่แข่งของบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ และไม่อาจจะเข้าไปทดแทนกันได้ แม้ว่าระดับราคาบริการของโทรศัพท์ประจำที่ จะลดลง ก็ไม่อาจจะทำให้ผู้บริโภคเปลี่ยนจากการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ไปสู่โทรศัพท์ประจำที่ได้ หรืออาจจะพิจารณาได้ว่าโทรศัพท์ประจำที่เป็นสินค้าด้อยคุณภาพ (inferior goods) เทียบกับโทรศัพท์เคลื่อนที่

ตามแนวคิดของ OECD เห็นว่า “การแข่งขันที่มีประสิทธิผล” (Effective Competition) ในกิจการโทรคมนาคมจะผลักดันให้ระดับราคาที่ให้บริการมีแนวโน้มลดลงสู่ระดับที่เหมาะสม และจะช่วยกระตุ้นให้เกิดนวัตกรรมและการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ และการแข่งขันที่มีประสิทธิผลควรจะเน้นหนักที่ผลลัพธ์ที่เกิดกับผู้บริโภคที่ใช้บริการเป็นสำคัญ



นิยามของ OECD “การแข่งขันที่มีประสิทธิผล” ครอบคลุมถึงสภาวะที่ผู้ประกอบการในกิจการโทรคมนาคมทุกราย ไม่มีอำนาจทางการตลาด (Market power) อย่างมีนัยสำคัญ หรือมีบทบาทในการขึ้นราคาตลาด ในลักษณะที่มีอิทธิพลต่อราคาและไม่ได้มีอัตราการทำกำไรสูงจากการที่เป็นกิจการที่มีอำนาจทางการตลาด หรือมีบทบาทในการขึ้นราคาตลาด (Market leaders) เหนือกว่าโดยเปรียบเทียบกับผู้ประกอบการรายอื่นที่เล็กกว่า ขณะเดียวกันผู้บริโภคที่ใช้บริการก็ต้องได้รับประโยชน์และมีสถานะที่ดีขึ้น อันเนื่องมาจากความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ และ/หรือระดับราคาที่ลดลง และคุณภาพบริการที่ดีขึ้นกว่ากรณีในตลาดขาดการแข่งขันที่มีประสิทธิผล หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งผู้บริโภคที่ใช้บริการได้รับบริการที่ดีที่สุดทั้งในรูปแบบของค่าบริการที่จ่าย และคุ่มค่าเงินที่จ่าย ขณะที่ผู้ประกอบการเองก็มีประสิทธิภาพด้านการดำเนินงาน และความหลากหลายของบริการที่มีนวัตกรรมเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค

2.2.3 ความแตกต่างของแนวคิดการแข่งขันที่มีประสิทธิผล (Effective Competition) กับ “อำนาจทางการตลาด” (Market power)

นิยามของ “การแข่งขันที่มีประสิทธิผล” แตกต่างจากแนวคิดของ “อำนาจทางการตลาด” (Market Power) ดังนี้

(1) การวิเคราะห์การแข่งขันที่มีประสิทธิผลไม่ได้ให้ความสำคัญเฉพาะความสามารถในการควบคุมระดับราคาและต้นทุนของการสร้างผลิตภัณฑ์และบริการเท่านั้น หากแต่ให้ความสำคัญกับผลประโยชน์ที่ตกแก่ผู้บริโภค (Consumer Benefit) อย่างเช่น คุณภาพของบริการ ความหลากหลายของบริการ ประสิทธิภาพการดำเนินกิจการของผู้ประกอบการในตลาด และการเพิ่มขึ้นของบริการจากการใช้นวัตกรรมด้วย

(2) การวิเคราะห์การแข่งขันที่มีประสิทธิผลจึงสนใจผลลัพธ์ที่เกิดจากการแข่งขัน (Competition Results) เป็นสำคัญไม่ใช่สถานะทางการตลาดของผู้ประกอบการเท่านั้น

(3) ผลจากการวิเคราะห์การแข่งขันที่มีประสิทธิผลมีความสำคัญต่อหน่วยงานกำกับกิจการโทรคมนาคม ในการพิจารณากำหนดเงื่อนไขที่เป็นข้อจำกัดบางประการ เพื่อสกัดกั้นหรือป้องกันพฤติกรรมที่ขัดขวาง (Anti-competition) การแข่งขันที่มีประสิทธิผล ขณะที่การวิเคราะห์อำนาจทางการตลาด จะช่วยสนับสนุนหน่วยงานกำกับกิจการโทรคมนาคมให้พุ่งเป้าหมายไปที่ผู้ประกอบการได้ถูกต้องและชัดเจน

(4) แนวคิดของอำนาจทางการตลาด มีความเฉพาะเจาะจงและมุ่งเน้นในวงที่แคบและจำกัดในประเด็นบางประเด็นของการแข่งขัน ขณะที่การวิเคราะห์การแข่งขันที่มีประสิทธิผลเป็นการวิเคราะห์ในกรอบกว้างครอบคลุมประเด็นต่างๆ ที่เป็นลักษณะการดำเนินธุรกิจของกิจการโทรคมนาคมทั้งหมด



2.2.4 ดัชนีที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจโดยตรง

(1) ดัชนีส่วนของโครงสร้างตลาด (Market Structure) ได้แก่ ส่วนแบ่งทางการตลาด อุปสรรคที่ขัดขวางการเข้าตลาด(Barriers) ของกิจการรายใหม่

(2) ดัชนีของส่วนพฤติกรรมของผู้ประกอบการที่ให้บริการ (Behavior of Seller) ได้แก่ นโยบายด้านการแข่งขันด้านราคาว่าเข้มข้นแตกต่างกัน พฤติกรรมการคุกคามคู่แข่งในการดำเนินธุรกิจ การนำเสนอบริการเชิงนวัตกรรมอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ ความสามารถในการแข่งขัน

(3) ดัชนีส่วนของผู้บริโภคที่ให้บริการ ได้แก่ ความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร (Information Access) ที่จำเป็นต่อการตัดสินใจ ความสามารถในการนำข้อมูลข่าวสารไปใช้ประโยชน์ในการใช้บริการ ข้อจำกัดหรืออุปสรรคในการปรับเปลี่ยนผู้ให้บริการที่ไม่กระทบกระเทือนต่อพฤติกรรมการใช้หรือไม่ต้องเปลี่ยนหมายเลข อำนาจในการตอบโต้ของผู้บริโภค

(4) ดัชนีส่วนที่เป็นผลประโยชน์ของผู้บริโภค ได้แก่ การนำเสนอรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่เป็นทางเลือกและเปรียบเทียบกันได้ระหว่างผู้ประกอบการ ความพอใจที่มีต่อระดับราคาบริการ และคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการ

2.3 การกำกับดูแลการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมกรณีประเทศสหรัฐอเมริกา

คณะกรรมการกำกับดูแลกิจการสื่อสารของประเทศสหรัฐอเมริกาหรือ Federal Communication Commission (FCC) มีภารกิจประการหนึ่ง คือ จัดทำรายงานสถานการณ์การแข่งขันของตลาดบริการไร้สายประจำปี โดยกรอบการนำเสนอรายงานจะต้องเป็นไปตาม The Communication Act ของสหรัฐอเมริกา

สหรัฐอเมริกาเป็นตัวแทนของประเทศที่มีตัวชี้วัดการแข่งขันกิจการโทรคมนาคมในส่วนของบริการแบบไร้สาย (Wireless Services) ผ่านอุปกรณ์ประเภทโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยการวิเคราะห์จะใช้การวางมิติที่หลากหลายตามความซับซ้อนของตลาดแต่ละส่วน (Segment) และตามรูปแบบบริการและวิเคราะห์ด้วยแนวโน้มของการแข่งขันที่เปลี่ยนแปลงไปจากปีก่อนหน้า โดยไม่ได้มีการสรุปว่ามีการแข่งขันที่มีประสิทธิผลหรือไม่

จากการศึกษารายงานของสภาพการแข่งขันของ FCC พบว่ารายงานมีการนำเสนอในส่วนของตัวชี้วัดด้านแนวโน้มการแข่งขันของตลาดโทรคมนาคม มีการเปรียบเทียบสภาพการแข่งขันกับดัชนีระหว่างประเทศ และจะได้มีการนำเสนอบทวิจารณ์การใช้ตัวชี้วัดด้านการแข่งขันของสหรัฐอเมริกาจากองค์กรผู้บริโภค



2.3.1 ตัวชี้วัดด้านแนวโน้มการแข่งขันของตลาดโทรคมนาคมของ FCC

กลุ่มของตัวชี้วัดหลักด้านแนวโน้มการแข่งขันของตลาดโทรคมนาคมแบบไร้สาย
ของ FCC ประกอบด้วย

1) แนวโน้มการใช้ประโยชน์จากโครงข่าย (Network Deployment)

เป็นการพิจารณาความครอบคลุมในการให้บริการ (Service Provider Coverage) ของผู้ประกอบการแต่ละราย โดยคำนวณเป็น

- (1) ร้อยละของความครอบคลุมเทียบกับประชากรทั้งหมด (% of US Population)
- (2) ร้อยละของความครอบคลุมเทียบกับระยะทางเป็นไมล์ของถนน (% of Road miles)
- (3) ร้อยละของความครอบคลุมเทียบกับขนาดของพื้นที่เป็นตารางไมล์ (% of Square miles)

ตัวชี้วัดนี้พิจารณาด้วยจำนวนของผู้ให้บริการในพื้นที่และความสามารถในการครอบคลุมของบริการด้านเสียงผ่านอุปกรณ์ไร้สาย เพื่อนำไปใช้เป็นข้อมูลฐาน (baseline) ที่จะใช้เปรียบเทียบสภาพของตลาดในแต่ละช่วงเวลาตามรูปแบบของโครงข่าย ตามประเภทของเทคโนโลยี และตามผู้ให้บริการแก่ผู้บริโภคที่เกิดจริง ได้แก่ ประมาณการแทนค่าที่เกิดจริง

จำนวนของผู้ให้บริการในพื้นที่และความสามารถในการครอบคลุมของบริการบรอดแบนด์ผ่านอุปกรณ์ไร้สาย เพื่อนำไปวิเคราะห์ว่าผู้ให้บริการได้มีการขยายเครือข่ายด้วยเทคโนโลยี 3G และ 4G ที่ทำให้การเชื่อมต่อมีความรวดเร็วเพิ่มขึ้นเพียงใด โดยการวิเคราะห์หลังถึงรายละเอียดการใช้ประโยชน์จากเครือข่ายของผู้ให้บริการแต่ละรายด้วย

2) แนวโน้มจำนวนผู้ลงทะเบียนใช้บริการ จำนวนการเชื่อมต่อ และจำนวนรายการที่เพิ่มสุทธิ (Subscribers, Connections, and Net Adds)

เป็นการพิจารณาจากจำนวนหมายเลขโทรศัพท์ที่มีผู้ลงทะเบียนและมีการเปิดใช้งานบนอุปกรณ์ไร้สาย ซึ่งเป็นการสื่อสารด้วยเสียง และการสื่อสารที่ไม่ใช้เสียงผ่านอุปกรณ์การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตแบบอื่น เช่น USB Modem, Notebook/Netbook และ Wi-Fi hotspot ด้วยโทรศัพท์เคลื่อนที่หรืออุปกรณ์อื่นที่ไม่ได้ผูกติดกับโทรศัพท์เคลื่อนที่เพียงอย่างเดียว เช่น e-reader แท็บเล็ตและอุปกรณ์อื่นๆ บางกรณีผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงอาจไม่ได้ใช้อุปกรณ์บนเครือข่ายของผู้ประกอบการก็ได้

สถานการณ์ดังกล่าวทำให้การนำจำนวนหมายเลขโทรศัพท์ที่มีผู้ลงทะเบียนมาวิเคราะห์เพื่อใช้ประโยชน์ต่อแนวโน้มการแข่งขันได้น้อยลง เพียงแต่ใช้ในการประมาณการจำนวนการเชื่อมต่อผ่านระบบไร้สาย (Mobile wireless connections) หรือผ่านอุปกรณ์การเชื่อมต่อได้ระดับหนึ่ง เพราะการเพิ่มขึ้นของการเชื่อมต่อบนอุปกรณ์ไร้สายย่อมสะท้อนถึงสถานะของการ



แข่งขันและการได้ประโยชน์ของผู้บริโภค และสามารถวิเคราะห์ได้ว่าการเพิ่มขึ้นของจำนวนการ
เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตบนระบบไร้สายโดยสุทธิในรอบปีที่ผ่านมาหรือไม่

ตัวชี้วัดในส่วนนี้มีการแยกรายละเอียดออกเป็นจำนวนหมายเลขโทรศัพท์ที่
สื่อสารด้วยเสียงและเป็นการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงเปรียบเทียบกันว่าแบบใดมีอัตราการ
เติบโตสูงกว่ากัน

ในการรายงานตัวชี้วัดดังกล่าว FCC ได้เปรียบเทียบข้อมูลที่มาจาก 3 แหล่ง
ประกอบกันเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วน โดยสรุปข้อมูลเป็น

- (1) จำนวนอุปกรณ์เชื่อมต่อ (Connected devices) (ล้านเครื่อง)
- (2) จำนวนเพิ่มขึ้นหรือลดลงจากปีก่อน (ล้านเครื่อง)
- (3) จำนวนการเชื่อมต่อที่เกิดต่อประชากร 100 คน

การเพิ่มขึ้นหรือลดลงของจำนวนการเชื่อมต่อโดยสุทธิ (Net Additions) โดย
แยกเป็นการเชื่อมต่อผ่านระบบเติมเงิน ตลาดบริการค่าส่ง อุปกรณ์เชื่อมต่ออื่นและโทรศัพท์เคลื่อนที่
ระบบรายเดือน และวิเคราะห์ว่าการเชื่อมต่อผ่านผู้ให้บริการรายใดบ้าง และมีผู้ประกอบการรายใดที่
มีจำนวนการเชื่อมต่อของลูกค้าน่าลดลงจากปีก่อนหน้า

3) แนวโน้มการใช้บริการ (Usage)

เป็นการพิจารณาว่าแนวโน้มการใช้บริการโทรคมนาคมผ่านระบบไร้สายมีการ
ปรับเปลี่ยนโครงสร้างหรือพฤติกรรมจากที่เคยเน้นการใช้บริการสื่อสารด้านเสียงเป็นหลัก มาเป็น
การใช้บริการสื่อสารด้วยข้อมูล (Data) เป็นหลัก

ตัวชี้วัดจึงเป็นการพิจารณาว่าการเติบโตของพฤติกรรมการใช้บริการด้าน
ข้อมูลมีความถี่และปริมาณเพิ่มขึ้นดังกล่าวมีความสอดคล้องกับจำนวนนาทีเฉลี่ยต่อผู้ใช้บริการ
(Average billable minutes of use: MOUs) รายเดือนของการใช้บริการสื่อสารด้วยเสียงหรือไม่

นอกจากนั้น ตัวชี้วัดส่วนนี้ยังพิจารณาว่า อัตราการเติบโต (Growth Rate) ของ
อัตราการใช้บริการผ่านการส่งข้อความอักษรและข้อความมัลติมีเดีย (SMS and MMS) ต่อลูกค้าน่าแต่
ละคนมีลักษณะทรงตัว สม่ำเสมอ หรือลดลง ในช่วงเวลาที่มีบริการด้านข้อมูลเกิดใหม่ที่มีคุณสมบัติ
การใช้งานคล้าย SMS และ MMS

การวิเคราะห์ตัวชี้วัดนี้ พิจารณาครอบคลุมถึงเหตุผลที่ทำให้ปริมาณการใช้และ
ความถี่ในการใช้บริการด้านข้อมูลเพิ่มขึ้น เนื่องจาก

- (1) การเติบโตของการเชื่อมต่อผ่านอุปกรณ์โทรศัพท์เคลื่อนที่จากผู้ให้บริการ
แต่ละราย หรือ
- (2) การเติบโตของการใช้อุปกรณ์โทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการด้านข้อมูล
อย่างเดียว เช่น แล็ปท็อป, USB Modem, e-readers, แท็บเล็ต หรือ



- (3) การเพิ่มขึ้นของความนิยมในแอปพลิเคชันที่ช่วยทำงานของผู้ใช้บนอุปกรณ์สื่อสารแบบพกพา (Mobile Application) ที่มีความกว้างแถบความถี่สูงขึ้น หรือ
- (4) การใช้ประโยชน์จากโครงข่ายที่มีความเร็วเพิ่มขึ้น (The deployment of faster networks)
- ตัวชี้วัดย่อยในส่วนนี้ ได้แก่
- (1) รายจ่ายรายนาทีโดยเฉลี่ยรายเดือนของผู้ใช้แต่ละคน (Average Expenses per minute)
- (2) การใช้บริการรับ-ส่งข้อความ(Text Message)โดยเฉลี่ยของผู้ใช้แต่ละคนรายเดือน
- (3) การใช้บริการส่งและรับข่าวสารไร้สายที่รวมภาพ เสียง และคลิปวิดีโอเพิ่มจากข้อความ
- (4) ปริมาณการใช้ข้อมูล (Data Consumption) โดยเฉลี่ยของผู้ใช้แต่ละคนรายเดือน(หน่วยนับ mega bits (MB)ต่อคน)

4) แนวโน้มด้านราคาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่อหมายเลข Average revenue per user (ARPU)

เป็นตัวชี้วัดหลักด้านราคา ซึ่งสหรัฐอเมริกาใช้ 2 ตัวชี้วัดนี้เป็นส่วนหนึ่งของการคำนวณดัชนีราคาผู้บริโภค (Consumer Price Index) การวิเคราะห์จะให้ความสำคัญกับแนวโน้มของราคาค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่และราคาค่าบริการด้านเสียงต่อนาทีว่าลดลงจากเดิมหรือไม่ และลดลงมากน้อยเพียงใด ในส่วนของดัชนีราคาผู้บริโภคและภาคบริการโทรศัพท์ไร้สายจะพิจารณาด้วยว่าอัตราการลดลงของบริการโทรคมนาคมลดลงเร็วหรือช้ากว่าดัชนีราคาผู้บริโภคและไปในทิศทางเดียวกันหรือไม่

ในส่วนของราคาบริการด้านเสียง FCC ใช้รายรับการให้บริการด้านเสียงต่อนาทีหรือ Revenue per Minute (RPM) เป็นตัวแทนแสดงถึงการแข่งขันจากแนวโน้มการลดลงของรายรับดังกล่าว และในอนาคตตัวชี้วัดนี้จะขยายออกไปวิเคราะห์รายรับเฉลี่ยของบริการข้อความอักษรและข้อความมัลติมีเดีย (SMS and MMS) และบริการด้านข้อมูลด้วย

ในการวิเคราะห์ตัวชี้วัดนี้ FCC ใช้การจัดเก็บข้อมูลจากหน่วยงานและองค์กรภายนอก ได้แก่ Cellular Telephone Industry Association (CTIA), Nielsen และ Recon Analysis

นอกจากการวิเคราะห์ราคาต่อหน่วยแล้ว FCC ยังให้ความสำคัญกับรายรับรวมของอุตสาหกรรมบริการระบบไร้สายโดยแยกเป็นรายรับจากการให้บริการด้านเสียง บริการด้านข้อความและบริการด้านข้อมูล รวมถึงรายได้เฉลี่ยต่อเลขหมายต่อเดือนของผู้ให้บริการ (Average revenue per user: ARPU) ตามประเภทของบริการด้วย



5) แนวโน้มคลื่นความถี่ (Spectrum)

เป็นการพิจารณาความสามารถในการเข้าถึงคลื่นความถี่ของสัญญาณ (Access to Spectrum) เป็นข้อมูลที่มีความสำคัญลำดับต้นๆ ของ FCC ในการประเมินสภาพภาพการให้บริการของระบบไร้สาย เนื่องจากปริมาณความต้องการบริการประเภทนี้ได้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วทั้งในอดีตและในอนาคต ซึ่งในการตอบสนองความต้องการ ผู้ประกอบการจำเป็นต้องนำคลื่นความถี่ใหม่มาใช้และทำให้คลื่นความถี่ของสัญญาณที่มีอยู่ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ด้วยการใช้แบบดัดชั้นต่างกันตามรูปแบบของบริการพื้นที่เชิงภูมิศาสตร์ (Geography) ความหนาแน่น (Density) หรือปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้องผู้ประกอบการจะมีสถานะที่ดีที่สุด หากครอบครองคลื่นความถี่ของสัญญาณที่สนับสนุนการให้บริการ

ตัวชี้วัดนี้จะใช้แถบความถี่สูงและต่ำกว่า 1 GHz โดยเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักด้วยจำนวนประชากร (Population-weighted average megahertz under/over 1 GHz) แยกเป็นรายผู้ประกอบการในการวิเคราะห์ตลาดและรองรับภาระงานใหม่ตามกฎหมายว่าด้วยคลื่นความถี่ (Spectrum Act) เมื่อวันที่ 22 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2555 ที่กำหนดให้ FCC เป็นผู้ดูแลในเรื่องนี้ และตอบสนองความต้องการบริการบรอดแบนด์ไร้สายที่เพิ่มขึ้น พร้อมกับส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมและการลงทุนเรื่องนี้ในธุรกิจสื่อสารบนระบบไร้สาย เพื่อให้สหรัฐอเมริกามีความก้าวหน้าในการพัฒนาด้านการสื่อสารไร้สายตามการปรับเปลี่ยนในตลาดโลก โดยใช้วิธีการเปิดประมูลและการออกมาตรการส่งเสริมประสิทธิภาพของการใช้แถบหรือย่านความถี่ของสัญญาณ ตลอดจนปรับเงื่อนไขทางเทคนิคตามความจำเป็น

6) การกระจุกตัวของตลาดและการมีอำนาจเหนือตลาด (Market Concentration and Market power)

FCC ใช้แบบจำลองตาม The Herfindahl-Hirschman Index (HHI) ในการวัดการกระจุกตัวของตลาด ซึ่งเป็นแนวคิดเชิงกว้างในการวิเคราะห์การแข่งขัน ที่ใช้ส่วนแบ่งตลาดของผู้ประกอบการแต่ละราย โดยใช้เกณฑ์การวิเคราะห์ตามที่ Antitrust Authorities ในสหรัฐอเมริกาได้จำแนกไว้เป็น 3 รูปแบบคือ

- กรณีที่ 1 หากค่า HHI ต่ำกว่า 1500 ($HHI < 1500$) ถือว่าตลาดไม่มีการกระจุกตัว (Unconcentrated)
- กรณีที่ 2 หากค่า HHI มีค่าระหว่าง 1500 ถึง 2500 ($1500 < HHI < 2500$) ถือว่า ตลาดมีการกระจุกตัวระดับปานกลาง (Moderately concentrated)
- กรณีที่ 3 หากค่า HHI มากกว่า 2500 ($HHI > 2500$) ถือว่าตลาดมีการกระจุกตัวสูง (Concentrated)



สำหรับการให้บริการในระบบไร้สาย ยังมีการคำนวณค่า HHI เฉลี่ยถ่วงน้ำหนักด้วยจำนวนประชากรใน 172 เขตเศรษฐกิจในสหรัฐอเมริกา และพิจารณาแนวโน้มของค่า HHI ในแต่ละเขตเศรษฐกิจ และพิจารณาว่าค่า HHI ในแต่ละเขตเศรษฐกิจจะมีความแตกต่างและเหลื่อมล้ำกันอย่างไร

7) แนวโน้มของการลงทุนด้านเครื่องมืออุปกรณ์ โครงข่ายระบบ (Capital Investment)

เป็นการวิเคราะห์การลงทุนของผู้ประกอบการแต่ละรายในด้านเครื่องมืออุปกรณ์ และระบบว่าเพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าอย่างไร โดยใช้ตัวเลขจาก Cellular Telephone Industry Association (CTIA) และ US Census Bureau และวิเคราะห์ว่าการลงทุนใหม่ดังกล่าวสอดคล้องกับแนวโน้มการปรับตัวและความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่ใช้ในการให้บริการของการสื่อสารไร้สายหรือไม่ และเป็นการปรับตัวที่เป็นการเปลี่ยนถ่ายจากเทคโนโลยีโครงข่าย 3G สู่ 4G หรือไม่

8) แนวโน้มของความสามารถในการทำกำไร (Profitability Metrics)

เนื่องจากในสหรัฐอเมริกายังขาดข้อมูลที่จำเป็นเพื่อให้เพียงพอและมั่นใจในการประมาณการกำไรทางเศรษฐศาสตร์ (Economic Profit) นักวิเคราะห์ในตลาดจึงใช้วิธีการประเมินจากประมาณการกำไรทางบัญชีจากรายงานทางการเงินของผู้ประกอบการแต่ละรายที่เปิดเผยในตลาดหลักทรัพย์ ได้แก่ EBITDA ที่เป็นรายรับก่อนหักรายจ่ายดอกเบี้ยและภาษีเงินได้บวกค่าเสื่อมราคาและรายการรอกการตัดจ่ายแทน

ตัวชี้วัดย่อยในส่วนนี้ได้แก่

(1) EBITDA ต่อผู้จดทะเบียนให้บริการ 1 ราย

(2) EBITDA Margin คำนวณจากร้อยละของ EBITDA จากรายรับการ

ให้บริการ

9) แนวโน้มของโทรศัพท์เคลื่อนที่ อุปกรณ์ และซอฟต์แวร์

เป็นการวิเคราะห์ประสิทธิภาพในการใช้บริการบนระบบไร้สายของผู้บริโภคที่ส่วนหนึ่งมาจากรูปแบบของโทรศัพท์เคลื่อนที่และอุปกรณ์ นอกจากนั้น โทรศัพท์เคลื่อนที่และอุปกรณ์ยังเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ที่ผู้ให้บริการแต่ละรายนำเสนอในตลาด ซึ่งกรณีของสหรัฐอเมริกา ผู้ผลิตเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้พัฒนาแบบจำลองต่างๆ ออกมานำเสนอแก่ผู้ให้บริการระบบไร้สายนับร้อยแบบจำลอง และยังมีระบบปฏิบัติการบนระบบโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟนที่หลากหลายให้ผู้ประกอบการเลือกใช้กับระบบการให้บริการ และที่ผู้บริโภคสามารถใช้เป็นปัจจัยหนึ่งในการตัดสินใจเลือกใช้บริการกับผู้ประกอบการรายใด อย่างเช่นระบบปฏิบัติการ Android ของ Google ระบบ IOS ของ Apple ตัวชี้วัดในส่วนนี้จึงเปรียบเทียบส่วน



แบ่งตลาดของฮาร์ดแวร์และระบบปฏิบัติการแต่ละระบบในตลาดและพัฒนาการที่ก้าวหน้าจากปีที่ผ่านมา

10) แนวโน้มของการพัฒนาด้านแอปพลิเคชันที่ช่วยทำงานของผู้ใช้บนอุปกรณ์สื่อสารแบบพกพา (Mobile Application)

เป็นการพิจารณาจำนวนและรูปแบบแอปพลิเคชันที่ช่วยทำงานของผู้ใช้บนอุปกรณ์สื่อสารแบบพกพาที่มีการเปิดตัวในตลาด และจำนวนของแอปพลิเคชันที่ช่วยทำงานของผู้ใช้บนอุปกรณ์สื่อสารแบบพกพาที่มีการดาวน์โหลดของผู้บริโภค เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการของผู้บริโภค โดย FCC รวบรวมข้อมูลมาจากแหล่งข้อมูล BGR³

ตัวชี้วัดย่อยในกลุ่มนี้ ได้แก่

(1) จำนวนของแอปพลิเคชันที่ช่วยทำงานของผู้ใช้บนอุปกรณ์สื่อสารแบบพกพาที่มีจำหน่ายในร้านจำหน่ายแอปพลิเคชันที่ช่วยทำงานของผู้ใช้บนอุปกรณ์สื่อสารแบบพกพาแต่ละราย เช่น Apple App Store, Google Play, Blackberry App World, Nokia Ovi Store, Windows Mobile Marketplace

(2) ประเภทของแอปพลิเคชันที่ช่วยทำงานของผู้ใช้บนอุปกรณ์สื่อสารแบบพกพาที่มีความนิยมในการดาวน์โหลดเช่น web searching, news and information, e-mail and messaging, games, social network, location-based services, photo sharing, music and video streaming, VoIP

11) แนวโน้มของการแข่งขันในการให้บริการที่ต่อเนื่องกันหลายรูปแบบตามช่วงอายุของพฤติกรรม (Intermodal)

เป็นการพิจารณาว่าผู้ใหญ่ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป เน้นการใช้บริการสื่อสารด้านเสียงผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ตัวชี้วัดในกลุ่มนี้จะสะท้อนว่ามีผู้ใหญ่จำนวนร้อยละเท่าใดที่ดำเนินชีวิตอยู่ในครอบครัวที่ใช้เฉพาะระบบโทรศัพท์ไร้สายอย่างเดียว และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นหรือลดลงจากเดิม

กลุ่มผู้ใหญ่ตามนิยามในตัวชี้วัดนี้ แบ่งออกเป็นช่วงอายุต่างๆ ดังนี้

- (1) กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 18-24 ปี
- (2) กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 25-29 ปี
- (3) กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 30-34 ปี
- (4) กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 35-44 ปี
- (5) กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 45-64 ปี
- (6) กลุ่มที่มีอายุตั้งแต่ 65 ปีขึ้นไป

³ เว็บไซต์ <http://BGR.com>



นอกจากกลุ่มผู้ใหญ่นี้แล้ว ก็มีการรวบรวมตัวชี้วัดของเด็กที่อยู่ในครอบครัวที่มี
เฉพาะบริการในระบบไร้สายเพียงอย่างเดียวและแนวโน้มการเติบโตของการใช้บริการด้วย

นอกจากนั้น ตัวชี้วัดในกลุ่มนี้ยังให้ความสนใจวิเคราะห์แนวโน้มของการ
เชื่อมต่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านเสียงเปรียบเทียบกับ การเชื่อมต่อด้านข้อมูลที่มีความเร็วสูงเกินกว่า
200 kbps และวิเคราะห์ว่ามีอุปกรณ์ที่สามารถใช้ส่งหรือรับข้อมูลข่าวสารด้วยความเร็วเกินกว่า 200
kbps จำนวนเท่าใด และแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าอย่างไร เพราะการให้บริการบรอดแบนด์ไร้
สายเป็นภาพสะท้อนการแข่งขันในตลาดได้ทางหนึ่ง และเป็นทางเลือกของการใช้บริการผ่าน
โทรศัพท์ประจำที่ของผู้บริโภคที่ชอบความเร็วสูง

12) การเปรียบเทียบสถานการณ์ให้บริการของประชากรในเขตตัวเมือง และในชนบท (Coverage in Rural and Non-Rural Areas)

ประชากรในสหรัฐอเมริกาที่อาศัยอยู่ในชนบทมีประมาณร้อยละ 19 แต่
กระจายครอบคลุมอยู่ในพื้นที่ร้อยละ 86 ของพื้นที่ทั่วประเทศ ขณะที่ร้อยละ 81 ของประชากรอาศัย
ในเขตเมืองที่มีพื้นที่ครอบคลุมเพียงร้อยละ 15 ของพื้นที่ทั้งประเทศ

ตัวชี้วัดนี้จึงวิเคราะห์ว่าการให้บริการสื่อสารด้านเสียงและการสื่อสารผ่าน
โครงข่ายบรอดแบนด์ในพื้นที่ชนบทมีความครอบคลุมดีขึ้นกว่าปีก่อนหน้าเพียงใด โดยใช้ข้อมูลจาก
Mosaik Solutions⁴ มาใช้ในการวิเคราะห์

นอกจากนั้น ตัวชี้วัดนี้ยังพิจารณาว่าประชากรในชนบทที่มีผู้ให้บริการอย่าง
น้อย 1 ราย มีสัดส่วนร้อยละเท่าใด เพิ่มขึ้นเป็นอย่างไร 2 ราย 3 ราย 4 ราย และ 5 ราย มีสัดส่วน
ร้อยละเท่าใด เมื่อเปรียบเทียบกับ การให้บริการของประชากรในเขตตัวเมืองแล้วมีความเหลื่อมล้ำกัน
มากน้อยเพียงใด (Total Number of Providers with Coverage in a Block)

ตัวชี้วัดย่อยในกลุ่มนี้ ประกอบด้วย

(1) จำนวนผู้ให้บริการแต่ละขนาด (อย่างน้อย 1 ราย 2 ราย 3 ราย 4 ราย
ตามลำดับ) คิดเป็นร้อยละของประชากรเปรียบเทียบกันระหว่างประชากรในตัวเมืองและในชนบท

(2) จำนวนผู้ให้บริการแต่ละขนาด คิดเป็นร้อยละของพื้นที่คิดเป็นตารางไมล์
เปรียบเทียบกันระหว่างประชากรในตัวเมืองและในชนบท

(3) จำนวนผู้ให้บริการแต่ละขนาด คิดเป็นร้อยละของความยาวของถนนเป็น
ไมล์ เปรียบเทียบกันระหว่างประชากรในตัวเมืองและในชนบท

⁴ <http://www.mosaik.com/showcase/case-studies/>



2.3.2 การเปรียบเทียบสภาพตลาดโทรคมนาคมด้วยดัชนีระหว่างประเทศ

นอกเหนือจากการวิเคราะห์สภาพการแข่งขันด้วยตัวชี้วัดที่ FCC กำหนดขึ้นตาม
กฎหมายเพื่อแสดงสภาพตลาดโทรคมนาคมภายในประเทศแล้ว FCC ยังนำเอาข้อมูลตัวชี้วัดของ
ประเทศอื่นบางประเทศจากในยุโรปและเอเชียที่มีระดับรายได้ประชาชาติใกล้เคียงกัน มา
เปรียบเทียบกันว่าผลดำเนินงานของตลาดโทรคมนาคมผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่หรือระบบไร้สาย
แตกต่างกันอย่างไร

ตัวชี้วัดย่อยที่ใช้ในการเปรียบเทียบสถานการณ์แข่งขันระหว่างประเทศมี 6 รายการ
ดังนี้

- (1) ตัวชี้วัดการทะลุทะลวง (Penetration) โดยวัดจากร้อยละต่อจำนวนประชากร
- (2) ตัวชี้วัดการใช้บริการในระบบเติมเงิน โดยวัดจากร้อยละของจำนวนผู้ที่จัด
ทะเบียนใช้บริการ
- (3) ตัวชี้วัดพฤติกรรมการใช้บริการ โดยวัดจากจำนวนนาทีเฉลี่ยต่อผู้ใช้บริการ
(MOUs)
- (4) ตัวชี้วัดด้านราคา โดยวัดจากรายรับการให้บริการด้านเสียงต่อนาที (RPM)
- (5) ตัวชี้วัดด้านราคา โดยวัดจากรายได้เฉลี่ยต่อหมายเลขต่อเดือนของผู้ใช้บริการ
(ARPU)
- (6) ตัวชี้วัดการใช้บริการด้านข้อมูล โดยวัดจากรายรับการให้บริการด้านข้อมูลคิด
เป็นร้อยละของรายรับเฉลี่ยต่อหมายเลขต่อเดือนของผู้ใช้บริการ (บริการด้านข้อมูลหรือ Data คิด
เป็นร้อยละต่อ ARPU)

ในการเปรียบเทียบตัวชี้วัดระหว่างประเทศดังกล่าว FCC ได้แบ่งกลุ่มประเทศที่ใช้
เปรียบเทียบออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 ประเทศที่ผู้รับสายปลายทางรับภาระรายจ่าย ได้แก่ สหรัฐอเมริกา
แคนาดา และสิงคโปร์

กลุ่มที่ 2 ประเทศที่ผู้โทรออกต้นทางรับภาระรายจ่าย ได้แก่ อังกฤษ เยอรมนี
อิตาลี สวีเดน ฝรั่งเศส ฟินแลนด์ ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และออสเตรเลีย

จากการที่ FCC ให้ความสำคัญกับการมีอำนาจเหนือตลาดของผู้ประกอบการราย
ใหญ่และหาทางลดอำนาจทางการตลาดของผู้ประกอบการรายใหญ่ เพื่อให้สภาพการแข่งขันใน
ตลาดโทรคมนาคมดีขึ้น⁵ จึงมีการวิเคราะห์สภาพการแข่งขันผ่านแนวโน้มการมีส่วนแบ่งทาง
การตลาดลดลง ควบคู่กับการปรับระดับความยืดหยุ่นของอุปสงค์และอุปทานจากศักยภาพด้านการ
ประกอบการของคุณแข่งขันว่าสามารถกดดันการปรับโครงสร้างราคาของผู้นำตลาดได้มากน้อย

⁵ที่มา : ITU. **The Handbook for the Collection of Administrative Data on Telecommunication/ICT**,
Chapter1 Introduction.



เพียงใด โครงสร้างต้นทุน ขนาดของกิจการ และทรัพยากรที่ใช้ในการประกอบกิจการมีความโดดเด่นกว่าผู้ประกอบการรายอื่นมากน้อยเพียงใด

การประเมินสถานการณ์ของผู้ประกอบการรายใหญ่อย่าง AT&T ได้พบว่า

(1) ส่วนแบ่งทางการตลาดของผู้ประกอบการรายนี้ลดลงตลอด

(2) คู่แข่งขันมีศักยภาพในการให้บริการไม่ด้อยกว่า AT&T เท่าใดนัก จึงทำให้

AT&T ระมัดระวังในการปรับลดราคาและความยืดหยุ่นของอุปทานสะท้อนสภาพการแข่งขัน

(3) ผู้บริโภคที่เป็นครัวเรือนและภาคธุรกิจมีความไวต่อการเปลี่ยนแปลงราคา (Price Sensitivity) ค่อนข้างสูงจึงมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนไปใช้บริการของผู้ให้บริการรายอื่นได้มาก

(4) AT&T มีความได้เปรียบในด้านระดับราคาที่ลดต่ำลงและต่ำกว่ารายอื่น มีทรัพยากรที่โดดเด่นมีสถานะทางการเงินที่เข้มแข็งและศักยภาพทางเทคนิคเหนือกว่าคู่แข่ง แต่ไม่ได้สะท้อนว่า AT&T มีอำนาจทางการตลาดมากกว่าผู้ประกอบการรายอื่น

ผลการประเมินดังกล่าวทำให้ FCC ตัดสินใจผ่อนคลายการกำกับดูแลบางประการลง ซึ่งเป็นไปในแนวทางเดียวกัน เมื่อพิจารณากรณีของอังกฤษ หน่วยงานกำกับชื่อ Ofcom⁶ พบว่าการยกเลิกการใช้บริการเพื่อย้ายค่ายไปสู่ผู้ประกอบการรายอื่นมีสถานะของการแข่งขันสูงอย่างน่าพอใจ หน่วยงานนี้ยังพยายามประเมินอำนาจทางการตลาดของผู้ประกอบการซึ่งเป็นการประเมินการทดแทนกันของอุปสงค์และอุปทานประเมินผลกระทบทางลบที่เกิดจากการมีอำนาจทางการตลาดของผู้ประกอบการรายใดรายหนึ่งด้วย ผลการประเมินพบว่าในระดับค่าบริการหรือรายย่อยลูกค้ารายย่อยตอบโต้ค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนเครือข่ายผู้ให้บริการอย่างเพียงพอจนผู้ประกอบการไม่กล้าตั้งราคาแตกต่างจากผู้ประกอบการรายอื่นๆ

กรณีของญี่ปุ่นบทบาทของหน่วยงานกำกับกิจการโทรคมนาคมเริ่มจากการแปรรูป NTT เป็นเอกชนและเปิดเสรีกับโทรคมนาคมมาตั้งแต่ทศวรรษ 1980 ให้สอดคล้องกับแนวนโยบายในสหรัฐอเมริกา และประเทศ OECD อื่นๆ โดยดำเนินการในลักษณะค่อยเป็นค่อยไป หลังจากการแปรรูปกิจการ NTT เป็นเอกชนแล้วก็เริ่มเปิดให้มีผู้ประกอบการในตลาดเพิ่มขึ้นและส่งเสริมการเชื่อมโยงข้ามโครงข่ายให้สะดวกและมีราคาถูกลงและขยายมาสู่ e-Japan และสู่ระบบ DSL

การเปิดเสรีของตลาดโทรคมนาคมทำให้บริการโทรคมนาคมเติบโตสูงมากในญี่ปุ่นจนทำให้ระดับราคาต่ำลงมาก และมีบริการใหม่ออกมาให้บริการอย่างครอบคลุมและที่สำคัญผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้มีส่วนอย่างมากในการหลอหลอมนโยบายการกำกับดูแลกิจการโทรคมนาคมและปรับเปลี่ยนทิศทางการนโยบายไปสู่แนวทางที่เป็นประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมากขึ้น

บทสรุปจากการประเมินสถานการณ์ผู้นำตลาดของ FCC กรณีผู้ประกอบการรายใหญ่ AT&T ได้ประเด็นที่น่าสนใจตามตัวชี้วัดที่พิจารณา สรุปในตารางที่ 2-2 ดังนี้

⁶ The Office of Communication (Ofcom) เป็นหน่วยงานที่ทำหน้าที่กำกับดูแลการแข่งขันในกิจการกระจายเสียง โทรคมนาคม และอุตสาหกรรมไปรษณีย์ในสหราชอาณาจักร



**ตารางที่ 2-2 รายละเอียดของตัวชี้วัดต่าง ๆ จากการประเมินสถานการณ์ผู้นำตลาดของ
FCC ราย AT&T**

| ตัวชี้วัด | รายละเอียดของตัวชี้วัด |
|----------------|---|
| ตัวชี้วัดที่ 1 | <p>Market Share Trend</p> <p>แม้ว่าส่วนแบ่งตลาดของ AT&T จะสูงที่สุดเทียบกับผู้ประกอบการรายอื่น แต่เมื่อพิจารณาแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาด ได้พบว่าส่วนแบ่งตลาดของ AT&T ลดลงอย่างต่อเนื่องจากร้อยละ 90 เหลือร้อยละ 55.2</p> <p>และแม้ว่าส่วนแบ่งตลาดของ AT&T จะถือว่าเกินร้อยละ 50 หรือเป็นผู้ครองตลาดส่วนใหญ่แต่ลำพังเพียงส่วนแบ่งตลาดอย่างเดียวไม่ได้สะท้อนอำนาจทางการตลาดของผู้ประกอบการรายใหญ่ เนื่องจาก</p> <p>(1) AT&T ไม่ได้ควบคุมเครือข่ายพื้นฐานที่จำเป็น (Necessary Network) เพียงรายเดียว แต่มีคู่แข่งสำคัญอีกถึง 2 รายที่สามารถให้บริการแก่ลูกค้าของ AT&T ได้เกือบทั้งหมด</p> <p>(2) ผู้บริโภคมีโอกาสเลือกได้ค่อนข้างมาก</p> |
| ตัวชี้วัดที่ 2 | <p>Supply Elasticity</p> <p>FCC ได้พิจารณาใน 2 ส่วนคือ</p> <p>(1) ศักยภาพด้านการให้บริการของกลุ่มแข่งขันปัจจุบัน</p> <p>(2) กำแพงและอุปสรรคการเข้าสู่ตลาด</p> <p>การประเมินของ FCC พบว่าความยืดหยุ่นของอุปทานค่อนข้างสูง เมื่อคู่แข่งปัจจุบันมีศักยภาพส่วนเกิน (Excess Capacity) หรือสามารถจัดหาหรือซื้อศักยภาพเพิ่มเติมในระยะสั้น และความยืดหยุ่นสูงหมายถึงการผลิตสินค้าทดแทนรายอื่นเพื่อให้บริการแก่ผู้บริโภคไม่ยากมากและความยืดหยุ่นจะสูงหากคู่แข่งรายใหม่เข้าสู่ตลาดเพื่อเพิ่มศักยภาพได้อย่างรวดเร็ว</p> |
| ตัวชี้วัดที่ 3 | <p>Demand Elasticity</p> <p>การประเมินพบว่าลูกค้ากลุ่มครัวเรือนมีความยืดหยุ่นต่อราคาสูงและจะย้ายผู้ให้บริการเพื่อให้ได้ราคาค่าบริการที่ลดลงหรือเงื่อนไขบางประการที่ต้องการ</p> <p>นอกจากนั้น ร้อยละ 20 ของลูกค้าครัวเรือนที่เป็นแหล่งรายได้คิดเป็นร้อยละ 19 ของรายได้รวมทั้งปีของ AT&T มีการโอนย้ายผู้ให้บริการอย่างน้อย 1 ครั้งต่อปี แสดงว่ารูปแบบบริการของ AT&T และคู่แข่งกันทดแทนกันได้</p> <p>นอกจากนั้น ผู้ประกอบการรายใหญ่ๆ ในตลาดล้วนแต่ให้ความสำคัญกับการจัดแคมเปญโฆษณาใกล้เคียงกันและเป็นการลดราคาโปรโมชั่นทำให้ระดับราคาของแต่ละรายไม่ได้แตกต่างกันมากนัก</p> <p>ความยืดหยุ่นต่อการเปลี่ยนแปลงราคาของลูกค้า (องค์กร) ก็อยู่ในเกณฑ์สูง</p> |



| ตัวชี้วัด | รายละเอียดของตัวชี้วัด |
|----------------|---|
| | เช่นกัน และเห็นว่าบริการของผู้ประกอบการทดแทนกันได้ |
| ตัวชี้วัดที่ 4 | โครงสร้างต้นทุน ขนาดการประกอบการและทรัพยากร การแข่งขันของ FCC ไม่พบความโดดเด่นเป็นพิเศษในส่วนนี้ที่จะทำให้ AT&T มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเหนือกว่าคู่แข่งอื่น จนทำให้มีอำนาจทาง การตลาดในการขึ้นราคาตลาด |

2.3.3 บทวิจารณ์การใช้ตัวชี้วัดด้านการแข่งขันของสหรัฐอเมริกาจากองค์กร ผู้บริโภค

The American Consumer Institute (ACI) ได้วิจารณ์รายงานของ FCC เกี่ยวกับสถานการณ์การแข่งขันของตลาดไร้สาย (Wireless Competition) ของหน่วยงานกำกับอย่าง FCC ที่มีความเชื่อว่าผู้บริโภคจะตกอยู่ในภาวะอันตรายหากมีคู่แข่งน้อยรายในกิจการโทรคมนาคม⁷ จากการศึกษาผลการวิจัยทางเศรษฐศาสตร์ที่เป็นที่ยอมรับโดยทั่วไปไม่พบหลักฐานที่ชัดเจนว่า การกระจุกตัวของตลาดเป็นเพียงปัจจัยเดียวที่จะตอบคำถามเกี่ยวกับผลดำเนินงานของตลาดได้ เนื่องจากโครงสร้างของตลาดและผลกระทบต่อสวัสดิการและความเป็นอยู่ของผู้บริโภคมีความซับซ้อนมากกว่านั้น นอกจากนี้ ACI ยังเห็นว่า โครงสร้างของตลาดที่พิจารณาจากจำนวนรายของผู้ประกอบการไม่ได้สะท้อนดัชนีชี้วัดความล้มเหลวของตลาดโทรคมนาคมเสมอไป เพราะถ้าการดำเนินงานของผู้ประกอบการออกมาน่าพอใจและมีอัตราการเติบโตของธุรกิจสูงมาก ระดับราคาค่าบริการโน้มลดลง และมีการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ๆ อย่างต่อเนื่องก็เกิดประโยชน์ต่อผู้บริโภคได้เช่นกัน

ประเด็นที่ ACI สรุปในรายงานการศึกษาดังกล่าว มีดังนี้

ประการที่ 1

- การแข่งขันสมบูรณ์ไม่ได้ก่อให้เกิดประโยชน์เสมอไป
- สถาบัน ACI ไม่เห็นด้วยว่าแนวคิดของตลาดแข่งขันสมบูรณ์สามารถใช้ได้กับ

กิจการทุกประเภท เพราะแนวคิดตลาดแข่งขันสมบูรณ์น่าจะทำให้ผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการในตลาดมีประสิทธิภาพดีที่สุด และมีผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของราคา อุปทาน และปัจจัยอื่นที่ดีที่สุด

- แนวคิดตลาดแข่งขันสมบูรณ์มักจะใช้ได้เมื่อสินค้าในตลาดนั้นมีลักษณะใกล้เคียงกันในผู้ประกอบการทุกราย จึงไม่เกิดความแตกต่างในตัวสินค้าและบริการ
- แนวคิดด้านการแข่งขันสมบูรณ์เชื่อว่าผู้ประกอบการจะไม่มีอิทธิพลในการกำหนดราคา หมายถึง ผู้บริโภคจะไม่ได้รับส่วนลด โปรโมชั่นหรือการลดราคาเป็นพิเศษและไม่มีใคร

⁷ที่มา: The American Consumer Institute (2012). **Finding Effective Competition: A look at the Wireless Telecommunications Market.** 2012.



มีลิขสิทธิ์ในนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่พัฒนาและก้าวหน้าขึ้น อีกทั้งไม่เกิดการประหยัดจากขนาด (Economies of scale) จากการผลิตขนาดใหญ่และไม่มีข้อจำกัดกีดกันคู่แข่ง

- การศึกษาวิจัยได้พบว่าในระยะสั้น การแข่งขันสมบูรณ์ไม่ได้สามารถอธิบายการประหยัดจากการมีเครือข่ายที่สมบูรณ์และนวัตกรรมทางเทคโนโลยี
- การศึกษาจากโลกแห่งความเป็นจริง การกระจุกตัวของตลาดกลับมีส่วนช่วยให้ต้นทุนดำเนินงานของผู้ประกอบการลดลง และทำให้ราคาค่าบริการลดลงมากกว่าตลาดที่มีการแข่งขันสูงกว่า เพราะประโยชน์จากการประหยัดจากขนาดและจากขอบเขตการดำเนินงานธุรกิจมีมากกว่าปัจจัยอื่น
- หน่วยงานกำกับกิจการโทรคมนาคมที่เน้นการเพิ่มจำนวนผู้ประกอบการในตลาดเป็นหลักผู้บริโภคอาจจะเผชิญหน้ากับระดับราคาที่แพงขึ้นแทนที่จะลดลงเพราะหน่วยงานกำกับไม่สามารถรู้ว่าจะขนาดประกอบการขั้นต่ำระดับใดที่เหมาะสม (Minimal Optimal Scale)

ประการที่ 2

- การมีผู้ประกอบการหลายรายทำให้ผู้บริโภคมีอำนาจทางการตลาดเพียงพอที่จะผลักดันให้ตนได้รับบริการตามที่ต้องการและจำเป็น ณ ระดับราคาที่เป็นธรรม มีทางเลือกของแพ็คเกจ การใช้บริการหลากหลาย และสามารถกดดันพฤติกรรมของผู้ให้บริการให้ปรับโครงสร้างธุรกิจ
- การศึกษาวิจัยในสหรัฐอเมริกาพบว่า ในความเป็นจริงผู้ประกอบการยังคงมีอิทธิพลในการตั้งดุลูกค้า ผ่านการเปิดตัวโทรศัพท์เคลื่อนที่หรืออุปกรณ์ที่ใช้ในนวัตกรรมล่าสุดและยังมีอิทธิพลในการกำหนดราคาได้
- ผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตอุปกรณ์ พัฒนาระบบปฏิบัติการอย่างเช่น Google, Microsoft, Rim และ Apple ก็ยังคงมีส่วนในการกำหนดทิศทางการพัฒนาของตลาดโทรคมนาคมมากกว่าผู้บริโภค
- การแข่งขันที่เกิดขึ้นระหว่างช่องทางต่างๆ ของกิจการโทรคมนาคมระหว่าง Wi-Fi Networks กับดาวเทียมและสายเคเบิลในการให้บริการเสียงข้อมูลและวีดีโอ อินเทอร์เน็ต และ Cloud Computing ก็มีผลผลักดันการเติบโตของการสื่อสารผ่านเสียงหรือ การประชุมทางวิดีโอ การส่งข้อความ การประชุมผ่าน Video และ Voice mail โดยไม่ได้ทำให้ต้นทุนเพิ่มขึ้นแต่อย่างใดกับผู้บริโภค

ประการที่ 3

- การลดลงของระดับราคาเกิดขึ้นแม้ว่าปริมาณความต้องการจะเพิ่มขึ้น
- ข้อมูลสถิติของ Cellular Telephone Industry Association (CTIA) พบว่ารายจ่ายค่าบริการสื่อสารไร้สายในสหรัฐอเมริการายเดือนที่ปรับด้วยเงินเฟ้อแล้วของปี พ.ศ. 2539 มีแนวโน้มลดลงจากร้อยละ 61 ในปี พ.ศ. 2531 หรือลดลงร้อยละ 11 ต่อปี
- การลดลงของระดับราคา มาจากการประหยัดจากขนาดที่มาจากผู้ประกอบการ 2 รายที่แข่งขันกัน ทำให้ต้นทุนต่อหน่วยลดลง และการปรับลดราคาค่าบริการในที่สุด



และเมื่อจำนวนผู้ประกอบการเพิ่มขึ้น ระดับราคายังลดลง พร้อมกับการลดลงของรายรับดำเนินงาน
ต่อมาที่

- การศึกษาพบว่า การลดลงของระดับราคาที่เป็นตัวเงินระหว่างปี พ.ศ. 2536-2553 เกิดขึ้น ในขณะที่จำนวนนาทีเฉลี่ยที่ใช้ในแต่ละเดือน (MOU) เพิ่มขึ้น ซึ่งสะท้อนว่าสวัสดิการของผู้บริโภคดีขึ้น และไม่ใช้ความล้มเหลวของตลาดแต่อย่างใด จนสหรัฐอเมริกาเป็นประเทศหนึ่งในโลกที่มีอัตราค่าโทรศัพท์ต่ำที่สุดในโลก

- รายงานของ FCC ปี พ.ศ. 2553 พบว่า อัตราค่าบริการของสหรัฐอเมริกาเป็นรองจากฮ่องกงเพียงประเทศเดียว ขณะที่อังกฤษ แคนาดา เยอรมนีและฝรั่งเศส มีอัตราค่าโทรศัพท์แพงกว่าสหรัฐอเมริกามากกว่าเท่าตัว ทั้งนี้มาจากการที่อัตราค่าโทรศัพท์ในสหรัฐอเมริกาลดลงถึงร้อยละ 40

- อัตราค่าโทรศัพท์และอัตราค่าบริการด้านข้อมูลมีระดับราคาต่ำกว่าประเทศส่วนใหญ่ในยุโรปด้วย เนื่องจากประโยชน์ของการเกิดนวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ๆอย่างต่อเนื่อง จนทำให้การให้บริการขยายจากระบบเสียงเป็นการส่งข้อความ (texting) การเข้าถึงอินเทอร์เน็ต บริการบรอดแบนด์ และระบบวิดีโอ และในอนาคตการพัฒนาสู่ระบบ 4G จะยิ่งทำให้ประโยชน์ในส่วนนี้เพิ่มขึ้น

ประการที่ 4

- การแข่งขันในสหรัฐอเมริกาเป็นการแข่งขันด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี
- ผลของการแข่งขันด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ ทำให้ความต้องการใช้บริการด้านโทรคมนาคมเพิ่มขึ้นและส่งผลกระทบต่อระดับราคาลดลง

2.4 การกำกับดูแลการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมกรณีประเทศสหราชอาณาจักร

หน่วยงานกำกับกิจการโทรคมนาคมของสหราชอาณาจักรหรือ Ofcom ให้ความสำคัญกับการแข่งขันที่มีประสิทธิภาพ (Effective Competition) เพื่อจะทำให้ผู้บริโภคได้รับบริการที่ดีที่สุด

โดยคำว่า “การแข่งขันที่มีประสิทธิภาพ” ในกรณีของสหราชอาณาจักร หมายถึง สภาพการแข่งขันที่ก่อประโยชน์เชิงประจักษ์แก่ผู้บริโภค ผ่านระดับราคาค่าบริการที่ลดลง คุณภาพบริการที่ดีขึ้น และทางเลือกในการใช้บริการที่เพิ่มขึ้น รวมทั้งสภาพการแข่งขันที่ทำให้ผู้บริโภคสามารถตัดสินใจใช้ทางเลือกด้านบริการโทรคมนาคมที่มีอย่างมีประสิทธิภาพ ขณะเดียวกันตลาดที่มีการแข่งขันอย่างมีประสิทธิภาพจะไม่ต้องการมาตรการทางกฎหมายพิเศษเพื่อส่งเสริมการแข่งขัน

การที่ Ofcom ให้ความสำคัญกับเรื่องนี้เพราะสถานการณ์ของตลาดโทรคมนาคมในสหราชอาณาจักรมีการแข่งขันเพิ่มขึ้น ทำให้หน่วยงานกำกับเห็นว่าประสิทธิภาพของการแข่งขันเป็นเรื่องที่สำคัญ บทบาทการกำกับดูแลกิจการโทรคมนาคมจึงควรจะเหมาะสมกับสภาพการแข่งขัน และเข้า



ไปแทรกแซงน้อยลงหรือทั้งหมด ตลอดจนเพิ่มกิจกรรมการสร้างความสำเร็จถึงกระบวนการทบทวน
การแข่งขันที่มีประสิทธิผลให้แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างทั่วถึง เพื่อให้
สามารถบรรลุตามเป้าประสงค์ของการแข่งขันที่มีประสิทธิผลที่เน้นการก่อบริษัทของผู้บริโภค
Ofcom ได้เพิ่มบทบาทในการทบทวนสถานการณ์ในตลาดโทรคมนาคม เพื่อให้เกิดความเข้าใจและ
การรับรู้แนวโน้มและพัฒนาการในตลาดโทรคมนาคมว่ามีการพัฒนาไปอย่างไร ก่อนที่จะวาง
เป้าประสงค์ของการกำกับดูแลให้เหมาะสมและกำหนดตัวชี้วัดที่สอดคล้องกับเป้าประสงค์ดังกล่าว

การค้นหาระบบและประเมินสภาพการแข่งขันที่มีประสิทธิผลของ Ofcom เน้นที่แนวโน้ม
ด้านการรับรู้ของผู้บริโภคการใช้ประโยชน์จากทางเลือกในการได้รับบริการที่มีอยู่ในตลาด และระดับ
ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการโทรคมนาคม

เป้าประสงค์สำคัญของ Ofcom มาจากหลักการสำคัญ 2 ประการคือ

หลักการที่ 1 ในกรณีที่สภาพการแข่งขันในตลาดเพิ่มขึ้นแต่ยังไม่เกิดประสิทธิผล การส่งเสริมการ
แข่งขันยังคงเป็นเรื่องที่ยอมรับได้จนกระทั่งเกิดความยั่งยืนด้านการแข่งขัน โดยไม่
ต้องมีมาตรการทางกฎหมายส่งเสริมเป็นพิเศษและการลดลงของบทบาทในการ
แทรกแซงตลาดของหน่วยงานกำกับ

หลักการที่ 2 หน่วยงานกำกับจะยุติบทบาทการส่งเสริมการแข่งขันเมื่อเกิดการแข่งขันที่มี
ประสิทธิผล โดยการเข้าถึงสภาพการแข่งขันที่มีประสิทธิผลจะยึดเอาประโยชน์ด้าน
ผู้บริโภคเป็นสำคัญ

เนื่องจากผลประโยชน์ต่อผู้บริโภคคือหัวใจของแนวคิดในการกำกับดูแลกิจการ
โทรคมนาคมของ Ofcom จึงมีการนำเอาประเด็นที่ผู้บริโภคสนใจมาเป็นแนวทางกำหนดตัวชี้วัดการ
แข่งขันของกิจการโทรคมนาคม โดยเฉพาะการปรับปรุงด้านคุณภาพของบริการ การใช้ทางเลือกที่มี
ให้เป็นประโยชน์ และความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายเป็นค่าบริการและการลงทุนในอุปกรณ์ที่จำเป็น โดย
ผู้บริโภคที่ Ofcom สนใจมากที่สุดคือผู้บริโภคคนสุดท้าย ทั้งที่เป็นครัวเรือนและภาคธุรกิจ (องค์กร)

การประเมินการแข่งขันที่มีประสิทธิภาพผ่านตัวชี้วัดจึงอยู่บนหลักการ 2 ประการ

(1) การวิเคราะห์ตลาด เน้นการหาว่ามีการแข่งขันที่มีประสิทธิผลในการดำเนินกิจการของ
ผู้ประกอบการในกิจการโทรคมนาคมหรือไม่ รวมทั้งการวิเคราะห์อำนาจทางการตลาด

(2) การวิเคราะห์ผลลัพธ์ที่ส่งต่อถึงผู้บริโภคว่าได้รับประโยชน์สอดคล้องกับตลาดที่มีการ
แข่งขันอย่างมีประสิทธิภาพหรือไม่

ตัวชี้วัดที่ใช้ในการทบทวนการแข่งขันที่มีประสิทธิผล กำหนดโดยพิจารณาถึง

- ประเด็นที่ใช้พัฒนาตัวชี้วัดเป็นประเด็นที่มีความสอดคล้องกับเนื้อหาที่ปรากฏใน
Competition Act, 1998 Guideline, Significant Market Power determinations and Market
Influence determinations ของ Ofcom เอง

- พิจารณาเพิ่มเติมตัวชี้วัดที่เป็นตัวแทนสะท้อนถึงผลลัพธ์ (Outcomes) ของการแข่งขัน
ที่มีประสิทธิผลที่ควรจะทำให้เกิดประโยชน์ในด้านการกินดีอยู่ดี (Well-Being) ต่อผู้บริโภคเพิ่มขึ้น



และตัวชี้วัดที่ใช้ติดตามและสอดส่องพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งสามารถสะท้อนให้เห็นถึงผลการดำเนินงานในการกำกับดูแลที่ยึดความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคตามหน้าที่ของ Ofcom

นอกจากใช้ตัวชี้วัดที่กำหนดขึ้นเองตามแนวทางที่กล่าวมาแล้ว Ofcom ยังเปิดกว้างให้พิจารณาเพิ่มเติมตัวชี้วัดตามบรรทัดฐานระหว่างประเทศด้วย เพื่อให้สามารถเปรียบเทียบได้ว่าผู้บริโภคในสหราชอาณาจักรได้รับการปฏิบัติที่ดีกว่าประเทศอื่นที่น่าจะให้ความสนใจหรือไม่

ตัวชี้วัดที่ใช้ในการประเมินการแข่งขันที่มีประสิทธิภาพในกิจการโทรคมนาคมสรุปได้ 4 ตัวชี้วัดหลัก โดยแต่ละตัวชี้วัดมีเกณฑ์การพิจารณาสำคัญตามตาราง 2-3 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2-3 ตัวชี้วัดที่ใช้ในการประเมินการแข่งขันที่มีประสิทธิภาพในกิจการโทรคมนาคมในประเทศไทย

| ตัวชี้วัดหลัก | เกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณา |
|----------------------------|---|
| 1. ผลลัพธ์ต่อผู้บริโภค | <p>ผู้บริโภคควรจะได้รับบริการที่ดีที่สุด โดยเปรียบเทียบกับผู้บริโภคในประเทศที่มีระบบเศรษฐกิจคล้ายคลึงกันโดยได้รับบริการที่ดีที่สุดพิจารณาจาก</p> <ol style="list-style-type: none">(1) ขอบเขตและประเภทของบริการที่มีให้ผู้บริโภคได้ตัดสินใจเลือก(2) ผู้บริโภคที่มีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการที่ได้รับคิดเป็นสัดส่วนของผู้บริโภคทั้งหมด(3) ชุดของอัตราค่าบริการซึ่งสะท้อนถึงต้นทุนของการให้บริการ ซึ่งสะท้อนว่าปราศจากการสร้างกำไรส่วนเกินอย่างต่อเนื่อง |
| 2. พฤติกรรมของผู้บริโภค | <ol style="list-style-type: none">(1) ผู้บริโภคควรจะสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่เพียงพอที่จะช่วยให้สามารถตัดสินใจเลือกรูปแบบของบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ(2) ผู้บริโภคควรจะมี ความมั่นใจและองค์ความรู้ในการที่จะนำเอาข้อมูลข่าวสารไปใช้ และสามารถฉวยโอกาสในตลาดที่เปิดกว้างอยู่ให้เป็นประโยชน์แก่ตนเองได้อย่างเหมาะสม(3) ควรจะปราศจากอุปสรรคที่ขัดขวางผู้บริโภคในการเปลี่ยนไปใช้บริการจากผู้ประกอบการรายอื่นเมื่อใดก็ได้ |
| 3. พฤติกรรมของผู้ให้บริการ | <ol style="list-style-type: none">(1) การแข่งขันด้านราคาและคุณภาพของบริการและการสร้างนวัตกรรมเพื่อปรับปรุงการให้บริการเป็นไปอย่างคึกคักมีความกระตือรือร้นและมีการตื่นตัวอย่างมีนัยสำคัญ(2) ปราศจากพฤติกรรมที่ขัดขวางการแข่งขันจากผู้ให้บริการ |



| ตัวชี้วัดหลัก | เกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณา |
|------------------------|--|
| | <p>รายใดๆ</p> <p>(3) ปรากฏจากการรวมหัวกัน การทำความตกลงร่วมมือกันในการแสวงหาประโยชน์ทางการค้าที่เอาเปรียบผู้ประกอบการอื่น</p> <p>(4) การดำเนินกิจการเป็นไปเพื่อตอบสนองความต้องการและความจำเป็นของผู้บริโภค</p> <p>(5) การนำเสนอรูปแบบของบริการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ</p> <p>(6) มีการเข้าสู่การแข่งขันในการให้บริการเพิ่มขึ้น</p> |
| 4. ปัจจัยเชิงโครงสร้าง | <p>(1) อุปสรรคในการเข้าตลาดได้จำกัด จนเป็นภัยคุกคามต่อการเข้าสู่ตลาดจะต้องนำไปยึดถือเป็นข้อห้ามการดำเนินกิจการอย่างเคร่งครัดในการรักษาวินัยด้านการแข่งขัน (Competitive discipline)</p> <p>(2) ปรากฏจากผู้ประกอบการที่ไม่มีประสิทธิภาพ</p> <p>(3) มีการจำกัดผู้ประกอบการมิให้อำนาจทางการตลาด (Market Power) ไม่ว่าจะเป็นการรวมตัวในแนวดิ่งหรือแนวนอน</p> <p>(4) มีการเปลี่ยนแปลงด้านโครงสร้างของตลาดในระยะยาวที่แสดงว่าแนวโน้มของการกระจุกตัวในตลาดลดลง</p> |

สิ่งที่ Ofcom พบในการนำเอาตัวชี้วัดด้านการแข่งขันมาใช้มีหลายประการ ได้แก่

- ประการที่ 1 ตัวชี้วัดหลักที่อิงกับบรรทัดฐานระหว่างประเทศไม่สามารถจะใช้ในการเปรียบเทียบผลลัพธ์ของผู้บริโภคระหว่างประเทศได้อย่างครบถ้วน ตัวชี้วัดหลักที่ใช้ในการกำกับดูแลการแข่งขันที่มีประสิทธิภาพในสหราชอาณาจักร จึงเป็นตัวชี้วัดที่ใช้ข้อมูลเฉพาะภายในสหราชอาณาจักรเท่านั้น
- ประการที่ 2 การประเมินว่าตลาดปราศจากการฮั้วกัน (Collusion) หรือการทำความร่วมมือกันในการแสวงหาประโยชน์ทางการค้าที่เป็นการเอาเปรียบผู้ประกอบการอื่น วัดผลได้ยากเพราะอาจจะมีพฤติกรรมดังกล่าวหลบซ่อนอยู่บ้าง จนยากที่จะระบุอย่างมั่นใจว่าปราศจากพฤติกรรมเช่นนี้
- ประการที่ 3 ตัวชี้วัดว่าการดำเนินงานของผู้ประกอบการเป็นไปเพื่อตอบสนองความต้องการความจำเป็นของผู้บริโภคและความถี่หรือความรวดเร็วในการนำเสนอบริการหรือผลิตภัณฑ์จากนวัตกรรมในตลาด



ในการวิเคราะห์และตีความตัวชี้วัดที่จัดเก็บได้ Ofcom ใช้การพิจารณาจากปัจจัยต่อไปนี้ ประกอบด้วย

(1) ความสัมพันธ์ระหว่างตัวชี้วัดแต่ละกลุ่ม ได้แก่ พฤติกรรมผู้บริโภค พฤติกรรมผู้ประกอบการ และปัจจัยเชิงโครงสร้าง

(2) ความสัมพันธ์กับการประเมินสภาพการแข่งขันอื่น ๆ ได้แก่

- ตลาดที่มีอิทธิพลต่อความเชื่อมั่น
- การสำรวจกฎหมายกำกับการแข่งขันและเงื่อนไขการออกใบอนุญาต
- ทบทวนการมีอำนาจเหนือตลาดอย่างมีนัยสำคัญ

(3) ผลกระทบของการควบคุมด้วยกฎเกณฑ์ที่ใช้กำกับในตลาดบางส่วน โดยพิจารณาว่าหากยกเลิกการควบคุม สถานการณ์แข่งขันในตลาดจะเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรในอนาคต

(4) การให้น้ำหนักความสำคัญของตัวชี้วัดแต่ละด้าน

(5) คุณภาพและความเชื่อถือได้ของแหล่งให้ข้อมูล โดยอาจจะทำการสำรวจตลาดเพิ่มเติมตามความจำเป็นและอาจจะขอข้อมูลเพิ่มเติมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อเทียบเคียง

Ofcom ได้แบ่งส่วนตลาดโทรคมนาคม (Market Segment) ที่พิจารณาว่าเหมาะสมในช่วงเวลาที่ประเมิน ซึ่งโดยปกติจะมีช่วงเวลา 5 ปี โดยส่วนของตลาดที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน ได้แก่

- (1) ตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่
- (2) ตลาดการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต
- (3) ตลาดบริการโทรศัพท์ประจำที่ที่ถูกควบคุมราคา
- (4) ตลาดการเช่าคู่สาย (Leased Lines)
- (5) ตลาดบริการแบนด์วิธประจำที่

หลังจากจัดเก็บข้อมูลซึ่งใช้เวลาประมาณ 3 เดือน จะมีการประชุมหารือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและยกยกร่างความเห็นผลการประเมินสถานการณ์แข่งขันที่มีประสิทธิผลในตลาด และส่งร่างผลการประเมินให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียพิจารณาภายในเวลา 3 เดือนว่ามีความเห็นแตกต่างหรือเพิ่มเติมอย่างไร หลังจากนั้นจึงจะออกรายงานสถานการณ์ทบทวนการแข่งขันที่มีประสิทธิผล และนำรายงานสถานะดังกล่าวไปกำหนดนโยบายที่เหมาะสมต่อไป

การทบทวนส่วนแบ่งตลาดแต่ละตลาดข้างต้นจะจัดทำทุก 2 ปีและใช้เวลาในการดำเนินการกระบวนการนี้ราว 36 สัปดาห์ โดยตลอดเวลาการดำเนินการจะให้ความสำคัญกับการเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใสและดึงเอาผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้ามามีส่วนร่วมอย่างเพียงพอตามความจำเป็น



2.5 การกำกับดูแลการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมกรณีประเทศแคนาดา⁸

จากการทบทวนการศึกษาของ Neil Quigley (2004) ศาสตราจารย์ทางด้านเศรษฐศาสตร์ แห่งมหาวิทยาลัยโตรอนโต ประเทศแคนาดา ที่นำเสนอแนวทางในการกำกับดูแลกิจการ โทรคมนาคมในประเทศแคนาดาด้านการแข่งขัน ได้เห็นถึงประเด็นที่สำคัญประการหนึ่งที่จะต้อง นำมาพิจารณาในการเลือกตัวชี้วัดหลักทางการแข่งขัน คือ การเปลี่ยนแปลงทางด้าน เทคโนโลยีเป็นตัวขับเคลื่อนสำคัญด้านการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคม ที่ทำให้เกิดผลประโยชน์ เพิ่มขึ้นแก่ผู้บริโภคโดยไม่จำเป็นต้องมีจำนวนของผู้ประกอบการเพิ่มขึ้นในตลาดโทรคมนาคม

การศึกษาดังกล่าวยังชี้ว่า การลงทุนในเทคโนโลยีใหม่และบริการใหม่มีส่วนทำให้ ผู้ประกอบการแข่งขันกับบริการเดิมของตนเองที่ยังใช้เทคโนโลยีเดิมในการให้บริการ ซึ่งมีความสำคัญกว่าการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการหลายรายในเทคโนโลยีเดียวกัน

นอกจากนั้น ผลการศึกษายังระบุว่า การกำกับดูแลหน่วยงานภาครัฐ Canadian Radio-Television and Telecommunications Commission (CRTC) ทำให้อัตราค่าบริการของกิจการ โทรคมนาคมในประเทศแคนาดาต่ำกว่าในประเทศสหรัฐอเมริกา แต่ก็ได้สร้างอุปสรรคสำคัญในการ เข้าตลาดจากผู้ประกอบการรายใหม่ทั้งที่เป็นกรณีของการใช้เทคโนโลยีเดิมในการให้บริการหรือ ลงทุนในเทคโนโลยีใหม่เช่น VoIP

สภาการณ์ที่กิจการโทรคมนาคมในประเทศแคนาดามีการปรับเปลี่ยนด้านเทคโนโลยีนี้มี ผลกระทบต่อรูปแบบการรับบริการของผู้บริโภคดังกล่าว ทำให้เกิดข้อเสนองว่า CRTC ไม่ควรใช้ ตัวชี้วัดการแข่งขันของกิจการโทรคมนาคมในประเทศแคนาดาจากการพิจารณาจำนวนของ ผู้ประกอบการที่แข่งขันกันในตลาด และการส่งเสริมให้เกิดการเข้าสู่ตลาดเพิ่มขึ้นจากผู้ประกอบการ รายใหม่บนเทคโนโลยีเดิมและโครงข่ายโทรคมนาคมเดิมที่มีอยู่แล้ว อาจจะยิ่งลดแรงจูงใจในการ ลงทุนในเทคโนโลยีใหม่ ซึ่งถือเป็นการแข่งขันในตลาดที่จะสร้างผลประโยชน์ในระยะยาวแก่ผู้บริโภค มากกว่า

การศึกษาของประเทศแคนาดาได้นำไปสู่ข้อเสนองแนะว่า ประสิทธิภาพในการผลิตแบบ พลวัต (Dynamic Efficiency) กล่าวคือ ตลาดมีความผันผวนและเปลี่ยนแปลงรวดเร็วและตลอดเวลา ซึ่งมีความสำคัญต่อการแข่งขันและขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจมากกว่าประสิทธิภาพแบบ สถิต (Static Efficiency) เพราะประสิทธิภาพที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีทำให้เกิด ประโยชน์ทางสังคมสูงสุดจากการลงทุนในโครงข่ายโทรคมนาคมและในเทคโนโลยีใหม่ๆ ซึ่งถือเป็นการแข่งขันจากการปรับเปลี่ยนเทคโนโลยี (Dynamic Competition)

⁸ที่มา: Neil, Quigley (2004). **Dynamic Competition in Telecommunication--Implications for Regulatory Policy.**C.D. Howe Institute Commentary,February.สืบค้นจากเว็บไซต์ www.cdhowe.org



กรณีของประเทศแคนาดาได้มีการเสนอให้ CRTC พิจารณาส่งเสริมการแข่งขันจาก
แพ็คเกจของการให้บริการที่มีทั้งบริการด้านเสียง ข้อมูล เอนเตอร์เทนเมนต์ ผ่านช่องทางเคเบิล
ดาวเทียม ระบบไร้สายมากกว่าบริการแก่ผู้บริโภคในลักษณะบริการที่บูรณาการและเชื่อมโยงกัน

การศึกษาของ Neil Quigley (2004) ได้พยายามทบทวนความเข้าใจเกี่ยวกับความหมาย
ของคำว่า การแข่งขันและประสิทธิภาพด้านการแข่งขันซึ่งมีประเด็นที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนา
ตัวชี้วัดด้านการแข่งขันสำหรับกิจการโทรคมนาคมของไทย สามารถสรุปได้ดังนี้

ประการที่ 1

การแข่งขันที่ผู้ศึกษาใช้เป็นกระบวนการที่เกิดมาจากการแข่งขันกันทางธุรกิจระหว่าง
ผู้ประกอบการที่ครอบคลุมถึงการแข่งขันกันทางด้านราคา การเปลี่ยนแปลงหรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์
หรือเทคนิคการผลิต ความตระหนักและรับรู้เกี่ยวกับแบรนด์ และชื่อเสียงความไว้วางใจในแบรนด์
และการเสนอข้อมูลแก่ผู้บริโภค

การแข่งขันจะช่วยสร้างประโยชน์แก่ผู้บริโภคและสังคมโดยรวมเพราะการแข่งขันทำให้
ผู้ประกอบการต้องหาทางสร้างประสิทธิภาพภายในกิจการ การใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด
และการตัดสินใจลงทุนที่จะสร้างความได้เปรียบด้านการแข่งขันและคุ้มค่าด้านผลตอบแทนจากการ
ลงทุน

ประการที่ 2

แนวคิดมาตรฐานทางเศรษฐศาสตร์ได้จำแนกประสิทธิภาพไว้ 3 รูปแบบคือ

(1) ประสิทธิภาพที่มาจากการจัดสรรทรัพยากรได้อย่างเหมาะสม (Allocative Efficiency)

(2) ประสิทธิภาพที่มาจากกระบวนการรูปแบบการผลิตที่เหมาะสม (Productive Efficiency)

ประสิทธิภาพที่มาจากการเปลี่ยนแปลงกรอบการดำเนินงาน

(3) โครงสร้างธุรกิจเมื่อเวลาเปลี่ยนไปซึ่งมาจากการลงทุนในสินทรัพย์ใหม่และองค์ความรู้
ใหม่จนนำไปสู่ผลิตภัณฑ์และบริการใหม่

ประการที่ 3

ประสิทธิภาพในการผลิตแบบพลวัต (Dynamic Efficiency) จะทำให้การไร้ประสิทธิภาพ
แบบสถิตย์หรือความไร้ประสิทธิภาพจากการดำเนินงานที่ย่ำอยู่กับที่ (Static inefficiency) ค่อยๆ
หมดไป และความไร้ประสิทธิภาพจากการดำเนินงานที่ย่ำอยู่กับที่มักจะมาจากความไม่แน่นอนและ
ความสามารถที่ไม่เพียงพอในการพยากรณ์อนาคตและคาดหมายทุกเรื่องได้ครบถ้วนและเพียงพอ

หากปล่อยให้เกิดความไร้ประสิทธิภาพจากการดำเนินงานที่ย่ำอยู่กับที่ดำเนินต่อเนื่องกัน
เป็นเวลานานจะส่งผลเสียหรือการสูญเสียประโยชน์ในด้านส่วนเกินของผู้บริโภคและส่วนเกินของ
ผู้ผลิต (Consumer and Producer Surplus) ซึ่งการสูญเสียที่อาจจะมีขนาดใหญ่กว่าความสูญเสียที่
เกิดจากการตั้งราคาและผูกขาดก็ได้และที่สำคัญหากความไร้ประสิทธิภาพจากการดำเนินงานที่ย่ำ
อยู่กับที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการลงทุนในเทคโนโลยีใหม่ให้ไม่เกิดขึ้นอย่างที่ควรจะเป็น ก็จะมีผลต่อ
การเติบโตของเศรษฐกิจโดยรวม ให้เกิดการชะลอตัวของการพัฒนาและการปรับตัวด้านนวัตกรรมที่



มีผลต่อต้นทุนทางสังคม การคำนวณและประมาณการขนาดของความสูญเสียจากความไร้ประสิทธิภาพในด้านนี้ยังคงเป็นประเด็นที่มีการถกเถียงกันว่าควรจะใช้วิธีการแบบใดจึงจะเหมาะสม

ความสูญเสียจากความไร้ประสิทธิภาพมาจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเป็นประเด็นที่น่าเป็นห่วงในลำดับต้นๆ สำหรับกิจการโทรคมนาคมเพราะหน่วยงานกำกับไม่อาจจะมั่นใจได้ว่าขนาดของความสูญเสียจะส่งผลกระทบต่อผู้บริโภคมากน้อยเพียงใด จึงควรติดตามและหาทางแก้ไขให้เกิดประสิทธิภาพด้าน Dynamic Efficiency ขึ้นในกิจการโทรคมนาคมอย่างเพียงพอ

ประการที่ 4

การที่หน่วยงานกำกับมีนโยบายที่จะให้ผู้ประกอบการรายใหม่หรือผู้ประกอบการปัจจุบันในตลาดเข้าไปใช้หรือแบ่งปันประโยชน์จากโครงข่ายโทรคมนาคมและเทคโนโลยีที่ผู้ประกอบการรายใหญ่ได้ลงทุนไปแล้วโดยถือว่าการลงทุนจม (Sunk Investment) และสินทรัพย์ถาวร โดยการกำหนดราคาค่าใช้จ่ายบริการจากโครงข่ายและเทคโนโลยีแบบต้นทุนส่วนเพิ่ม (Marginal Cost) อาจจะมีประเด็นด้านการแข่งขัน เพราะผู้ประกอบการเจ้าของโครงข่ายและเทคโนโลยีจะไม่สามารถได้ผลตอบแทนคุ้มกับต้นทุนรวมของโครงการที่ลงทุน จึงควรพิจารณาว่าควรยกเลิกรูปแบบการกำหนดราคาแบบต้นทุนส่วนเพิ่ม (Marginal Cost) เพื่อผลักดันการแข่งขันเข้าสู่จุดที่เหมาะสม (Optimal) มากขึ้น

นอกจากนั้น การกำหนดราคาจากต้นทุนส่วนเพิ่ม (Marginal-cost-pricing Model) อาจจะไม่ใช่วิธีการทางตรงที่จะทำให้หน่วยงานกำกับมั่นใจได้ว่าผู้ประกอบการรายใหม่หรือที่ไม่มีโครงข่ายโทรคมนาคมจะมีทางเลือกอย่างอิสระที่จะใช้เทคโนโลยีบนโครงข่ายของผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของโครงข่าย และเมื่อใดที่เกิดความก้าวหน้าในด้านเทคโนโลยีและเกิดการลงทุนในเทคโนโลยีใหม่ก็จะเป็นประเด็นปัญหาความได้เปรียบเสียเปรียบในการประกอบการตามมา และทำให้การลงทุนต่ำกว่าระดับที่เหมาะสม (Under-investment)

ประการที่ 5

การดำเนินกิจการโทรคมนาคมจะเกี่ยวข้องกับการประหยัดจากขนาด (Economies of Scale) ของการลงทุนในด้านโครงข่ายขนาดใหญ่ด้วย ทำให้การแข่งขันจากการดำเนินงานย่ออยู่กับที่ (Static Competition) จำกัดอยู่กับสถานการณ์ที่ผู้ประกอบการแต่ละรายแข่งขันกันในการใช้เทคโนโลยีที่แตกต่างกันออกไป หรือแข่งขันกันในตลาดบริการแบบคำสั่งหรือการให้เข้าโครงข่ายภายใต้การส่งเสริมของหน่วยงานกำกับแต่ในทางปฏิบัติ กิจการโทรคมนาคมยังต้องแข่งขันกันในการลงทุนด้านเทคโนโลยีใหม่ เพื่อนำเสนอบริการใหม่ ซึ่งจะแข่งขันกับบริการเดิมที่อยู่บนเทคโนโลยีเดิมด้วย

การแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมจึงประกอบด้วย

- (1) การแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการแต่ละรายในบริการรูปแบบเดียวกัน
- (2) การแข่งขันกันเองระหว่างบริการที่อยู่บนเทคโนโลยีต่างกันของผู้ประกอบการรายเดียวกัน



ดังนั้น หน่วยงานกำกับจึงต้องติดตามและกำกับการแข่งขันที่ครอบคลุมทั้ง 2 ประเด็นให้ครบถ้วน แทนที่จะกำกับการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการแต่ละรายแต่เพียงด้านเดียว มิฉะนั้นจะไม่สามารถสะท้อนประสิทธิภาพจากการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีซึ่งเป็นการแข่งขันที่เกิดผลในระยะยาวได้

ประการที่ 6

การแข่งขันเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพจากการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีมีประเด็นที่ต้องระมัดระวังที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือ ประเด็นด้านอัตราค่าบริการโทรคมนาคม เพราะบางกรณีการสูงขึ้นของอัตราค่าบริการอาจจะจำเป็นหากเกิดการลงทุนในเทคโนโลยีใหม่ที่ก้าวหน้ามากขึ้น เพราะผู้ประกอบการจะตัดสินใจลงทุนในเทคโนโลยีใหม่ก็ต่อเมื่อผลตอบแทนจากการลงทุนคุ้มค่างบเงินลงทุนในโครงการ และราคาค่าบริการที่สูงขึ้นก็อาจจะจำเป็นในการตอบแทนการลงทุนของผู้ประกอบการ ควบคู่กับการเพิ่มผลประโยชน์แก่ผู้บริโภคอย่างเหมาะสม

ซึ่งหากขาดแรงจูงใจด้านอัตราค่าบริการอย่างเพียงพอก็จะไม่เกิดการลงทุนปรับเปลี่ยนเทคโนโลยีของผู้ประกอบการ และไม่เกิดการเพิ่มประสิทธิภาพที่เป็นการแข่งขันรูปแบบหนึ่งที่สำคัญในกรณีของกิจการโทรคมนาคม

ประการที่ 7

หากเป้าหมายของการกำกับดูแลกิจการโทรคมนาคมเป็นเป้าหมายของความกินดีอยู่ดี คุณภาพชีวิตในระยะยาวแล้ว ควรให้ความสำคัญกับการติดตามการแข่งขันจากความเปลี่ยนแปลงและยกระดับด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมว่า มีผลให้เกิดผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ที่มีคุณภาพของบริการดีขึ้น แทนการให้ความสำคัญกับการแข่งขันด้านราคาในระยะสั้น

สิ่งที่เป็นประเด็นสำคัญคือ การพัฒนาทางเทคโนโลยีและนวัตกรรมยังมีผลต่อโครงสร้างทางด้านตลาด ทำให้ผู้ประกอบการที่มาพร้อมบริการด้วยเทคโนโลยีใหม่และนวัตกรรมสามารถเข้าสู่ตลาดได้ ขณะที่ทำให้ผู้ประกอบการที่คุณภาพบริการด้อยกว่าออกจากตลาดไปโดยอัตโนมัติ

ประการที่ 8

ประเด็นที่หน่วยงานกำกับยังคงวิตกอยู่ตลอดเวลาคือพฤติกรรมการรวมหัวกันหรือฮั้วกัน (Collusion) หรือการทำความตกลงร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการแทนที่จะแข่งขันกัน ซึ่งหากพฤติกรรมเช่นนี้เกิดขึ้นย่อมจะทำให้ประสิทธิภาพที่ได้จากการแข่งขันลดลงไป

การศึกษาดังกล่าวเชื่อว่า กิจการโทรคมนาคมมีความไม่แน่นอนด้านเทคโนโลยีสูง โอกาสที่จะเกิดการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี ดังกล่าวทำให้พฤติกรรมการรวมหัวกันหรือทำความตกลงร่วมกันที่จะขัดขวางการแข่งขันเกิดได้ยากในตลาดที่มีการแข่งขันด้านประสิทธิภาพในการผลิตแบบพลวัต (Dynamic Efficiency) เพราะผู้ประกอบการแต่ละรายอาจจะอยู่บนฐานด้านเทคโนโลยีที่แตกต่างกัน ผู้ประกอบการที่ลงทุนในเทคโนโลยีที่ใหม่กว่าย่อมมีความได้เปรียบในการให้บริการด้วยมูลค่าเพิ่มได้สูงขึ้น จึงไม่มีเหตุผลทางธุรกิจที่จะทำความตกลงร่วมมือกับผู้ประกอบการที่ยังอยู่บนเทคโนโลยีแบบดั้งเดิม



2.6 การกำกับดูแลการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมกรณีประเทศญี่ปุ่น

Ministry of Internal Affairs and Communication (MIC) ให้ความสำคัญลำดับต้นๆ กับ การกำกับดูแลกิจการโทรคมนาคมให้สอดคล้องกับนโยบายด้าน ICT ของรัฐโดยพิจารณาผลกระทบ ต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจ ผ่านอัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมโดยรวม ผ่านการขยายกิจการใน เชิงลึก และการเพิ่มขึ้นของผลิตภาพการผลิต

ประวัติศาสตร์ที่สำคัญของญี่ปุ่นคือการแปรรูป NTT (Nippon Telegraph and Telephone) เป็นเอกชนเมื่อปีพ.ศ. 2528 ซึ่งมีส่วนให้เกิดการผ่อนคลายกฎเกณฑ์การควบคุมและส่งเสริมการ ลงทุนของภาคเอกชนในกิจการโทรคมนาคมจนทำให้เกิดการขยายตัวอย่างรวดเร็วจากสภาพตลาด ที่มีการผูกขาดสู่ตลาดที่มีการแข่งขันมากขึ้นโดยเฉพาะในกิจการโทรคมนาคมแบบที่ 1 (Type 1) ที่ ไม่ได้มีการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพอย่างชัดเจน

นอกเหนือจากเป้าหมายที่จะให้ผู้บริโภคได้รับบริการด้านโทรคมนาคมแล้ว รัฐบาลญี่ปุ่น ยังให้ความสำคัญกับการให้กิจการโทรคมนาคมเป็นช่องทางในการทำให้ประชาชนได้รับทราบ ประกาศที่สำคัญระหว่างเกิดภาวะฉุกเฉินและภัยพิบัติหรือวิกฤติการณ์อย่างทันทีทันใด เนื่องจาก ญี่ปุ่นตั้งอยู่ในพื้นที่ที่เกิดภัยธรรมชาติบ่อยครั้งและคาดการณ์ล่วงหน้าได้ยาก

การดำเนินงานของหน่วยงานกำกับ MIC ที่ผ่านมาจึงเน้นการปรับสภาพแวดล้อมที่เพิ่ม บรรยากาศด้านการแข่งขัน เสริมสร้างโครงสร้างของโครงข่ายที่เข้มแข็งและส่งเสริมผู้ประกอบการ ใหม่ในตลาดตลอดจนพฤติกรรมการแข่งขันที่เป็นธรรมระหว่างผู้ประกอบการในตลาด และผลของ ความสำเร็จในการกำกับดูแลกิจการโทรคมนาคมทำให้ญี่ปุ่นติดอันดับ 2 ของผลการจัดอันดับของ ITU ในดัชนี Digital Opportunity Index (DOI) ที่พิจารณาจาก 11 ปัจจัย ได้แก่ ความครอบคลุมของ โทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อประชากรทั้งหมด ค่าธรรมเนียมการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต การเข้าถึง อินเทอร์เน็ตผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ สัดส่วนความครอบคลุมของบรอดแบนด์ โดยมีเกาหลีใต้อยู่ใน อันดับหนึ่งของการจัดอันดับดังกล่าว และโดยเปรียบเทียบแล้ว ญี่ปุ่นเป็นประเทศที่มี ค่าธรรมเนียมบรอดแบนด์ต่ำที่สุด และผู้ใช้บริการได้รับบริการด้วยความเร็วสูงสุดถึง 51.2 Mbps

ตัวชี้วัดหลักในด้านการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมของญี่ปุ่น⁹ ประกอบด้วยตัวชี้วัดด้าน ผู้บริโภคเป็นสำคัญ ดังนี้

⁹ที่มา: Hideo Shimiza, Kuniko Ogawa, and Koichi Fujinuma. (2007). *ICT Policy in Japan--Meeting the Challenges Ahead*.



ตารางที่ 2-4 ตัวชี้วัดหลักในด้านการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมของญี่ปุ่น

| ชื่อตัวชี้วัด | คำอธิบาย |
|---|---|
| 1.แนวโน้มการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ต | ควรจะครอบคลุมประชากรส่วนใหญ่ |
| ร้อยละของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตผ่านช่องทางสำคัญ | ช่องทางสำคัญได้แก่ คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์โทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น โทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยการแยกเป็นร้อยละของผู้ที่ใช้ผ่านคอมพิวเตอร์อย่างเดียว ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่อย่างเดียว และผ่านทั้ง 2 ช่องทาง |
| ร้อยละของการครอบคลุมของบรอดแบนด์ต่อประชากรทั้งหมด | พิจารณาแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของการติดต่อผ่านบรอดแบนด์โดยพิจารณาว่าผ่านช่องทาง DSL, FTTH, Cable Internet และ FWA มีสัดส่วนแต่ละช่องทางอย่างไร พิจารณาพื้นที่ที่ใช้บรอดแบนด์ว่าครอบคลุมทุกภูมิภาคตามนโยบาย ที่เรียกว่า U-Japan Policy หรือไม่ นอกจากนั้นทางการญี่ปุ่นยังมีนโยบายจะเปลี่ยนช่องทางไปสู่ FTTH ให้มากขึ้นและให้มีสัดส่วนมากกว่า DSL |
| ร้อยละของผู้ใช้บริการที่ใช้โทรศัพท์ที่ใช้ IP เทคโนโลยี | พิจารณาจากผู้ใช้จ่ายเงินเป็นสมาชิกของ DSL และโครงข่ายเส้นใยนำแสงและการย้ายจากโครงข่ายโทรศัพท์สาธารณะสู่ IP infrastructure |
| 2.แนวโน้มความครอบคลุมของการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ | พิจารณาการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการสื่อสารทางเสียงและการเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศ ผ่านการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตทางโทรศัพท์เคลื่อนที่หรือเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศอื่นเทียบเท่ากับประชากรทั้งหมดและการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่เทียบกับการเข้าถึงผ่านคอมพิวเตอร์ โดยคาดหมายว่าการใช้ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สูงกว่าผ่านทางเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนตัว |
| ประเภทบริการที่ใช้ผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความหลากหลายมากขึ้น | พิจารณาการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านสันทนาการ เช่น เล่นเกม ดาวน์โหลดเพลง ฟังเพลง ชมรายการโทรทัศน์และใช้เป็นโทรศัพท์ถ่ายวิดีโอ พิจารณาการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เชื่อมโยงกับข้อมูลบนสัญลักษณ์รหัสแท่งที่ใช้แทนข้อมูลตัวเลขหรือตัวอักษร(Barcode) การใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ และชำระค่าตัวผ่านระบบสมาร์ต หรือเทคโนโลยีหนึ่งที่ใช้ในการระบุสิ่งต่าง ๆ โดยอาศัยคลื่นวิทยุ (RFID) พิจารณาจากมูลค่าการทำธุรกิจบนการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทั้งหมด |



| ชื่อตัวชี้วัด | คำอธิบาย |
|---|---|
| | พิจารณาจากการทำงานกิจกรรมนอกที่ทำงาน โดยใช้ประโยชน์จากบริการที่เปิดให้สามารถเลือกใช้ได้จากโทรศัพท์เคลื่อนที่ |
| โปรแกรมการจ่ายเงิน อุดหนุนแก่ผู้จำหน่าย ตัวเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ | พิจารณาจากการที่ผู้ประกอบการโทรคมนาคมจ่ายเงินอุดหนุนแก่ผู้ซื้อเพื่อส่งเสริมการขายตัวเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ทำให้ราคาโทรศัพท์เคลื่อนที่ถูกลงจนผู้บริโภคสามารถซื้อตัวเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีคุณสมบัติของการทำงานและหน้าที่การทำงานที่มีความหลากหลายและการให้บริการครอบคลุมประชากรมากขึ้น |
| 3.ปริมาณความหนาแน่นใน การใช้อินเทอร์เน็ต | พิจารณาจากความถี่และปริมาณการใช้งานในแต่ละช่วงเวลา |
| สัดส่วนการใช้บริการผ่าน IP เป็นประจำ | พิจารณาจากความถี่และปริมาณการใช้งานในแต่ละช่วงเวลา |
| จำนวนผู้ใช้ที่จดทะเบียน เป็นสมาชิกบรอดแบนด์ | พิจารณาจากความถี่และปริมาณการใช้งานในแต่ละช่วงเวลา |
| จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ต และพฤติกรรมการใช้ | พิจารณาจากความถี่และปริมาณการใช้งานในแต่ละช่วงเวลา |
| จำนวนการแบ่งปันข้อมูล ระหว่างเพื่อนในกลุ่ม | พิจารณาจากความถี่และปริมาณการใช้งานในแต่ละช่วงเวลา |
| 4. การรวมตัวของบริการ การกระจายเสียง (broadcasting) และการ สื่อสาร | พิจารณาจากการใช้บริการด้วยโทรศัพท์เคลื่อนที่กับรายการที่ออกอากาศผ่านทีวีดิจิทัลที่เริ่มมาตั้งแต่ปี พ.ศ.2546 เปรียบเทียบรายพื้นที่และประชากรรายพื้นที่ |
| การใช้บริการรับชมรายการ ทีวีผ่านช่องทางการสื่อสาร เส้นใยนำแสง (Fiber optic) | เป็นการรับชมรายการที่วินอกที่พักอาศัยและต้อยอดจากทีวีตามบ้าน พิจารณาจากการที่กิจการโทรคมนาคมใช้โครงข่ายเส้นใยนำแสง (Fiber optic) ในการเป็นช่องทางร่วมของบริการออกอากาศรายการทางทีวีและบริการด้านสื่อสารตามปกติและการใช้อินเทอร์เน็ตเชื่อมโยงงานออกอากาศและการสื่อสาร bi-directional Service ในด้าน <ul style="list-style-type: none">- การชมภาพยนตร์และฟังเพลงทางออนไลน์ (online)- การแบ่งปันช่องทางและโครงข่ายในการให้บริการ- การเข้าถึงข้อมูลด้านการสื่อสารและการออกอากาศได้บนช่องทางเดียวกัน พิจารณาจากการใช้บริการของผู้บริโภคเป็นแพ็คเกจที่เรียกว่า |



| ชื่อตัวชี้วัด | คำอธิบาย |
|---------------|--|
| | Triple Play แพคเกจที่ครอบคลุมการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต การรับชมวิดีโอและการใช้บริการโทรศัพท์บน IP |

นอกจากนี้ จากการศึกษาได้พบว่า ญี่ปุ่นเป็นตัวอย่างที่ดีของประเทศที่พัฒนาตัวชี้วัดในการแข่งขันบริการอินเทอร์เน็ตคุณภาพสูงในระดับราคาย่อมเยา และเปิดให้เข้าถึงได้อย่างกว้างขวาง จนได้ชื่อว่าเป็นประเทศที่ให้บริการอินเทอร์เน็ตที่มีความเร็วสูงในลำดับต้นๆ ของโลก และใกล้เคียงกับเกาหลีใต้ในการพัฒนาเทคโนโลยี ควบคู่กับการกำหนดราคาต่ำใกล้เคียงกันระหว่างผู้ประกอบการในตลาดแต่ละราย¹⁰

สถานการณ์ดังกล่าวเกิดขึ้นภายหลังจากปี พ.ศ.2528 ที่รัฐบาลญี่ปุ่นได้แปรรูปกิจการ NTT เป็นเอกชน รัฐบาลญี่ปุ่นได้เพิ่มความสำคัญในการวัดระดับของการแข่งขันของกิจการโทรคมนาคมเพิ่มขึ้น เพื่อให้มั่นใจว่าตลาดโทรคมนาคมจะยังคงมีสภาพแวดล้อมของการแข่งขันที่เหมาะสม โดยเฉพาะในด้านนวัตกรรมและอัตราการเติบโตของการเข้าถึงบริการ

ดังนั้น ตัวชี้วัดด้านการแข่งขันในญี่ปุ่นดังกล่าวข้างต้นจึงอาจจะแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบที่สำคัญคือ

รูปแบบที่ 1 Facilities-based Competition
ผู้ประกอบการรายใหม่มีความสามารถในการเข้าตลาดได้สมบูรณ์เมื่อสามารถสร้างโครงข่ายพื้นฐานได้ครบถ้วนและเพียงพอที่ต้องวัดผลการแข่งขันจากประเด็นนี้ เพราะสถานการณ์เช่นนี้เป็นการยากในกรณีของกิจการโทรคมนาคม เนื่องจากมีค่าใช้จ่ายระยะแรก (Upfront Costs) และขั้นตอนการขออนุญาตประกอบการเป็นอุปสรรคสำคัญในการเข้าสู่ตลาด นอกจากนี้ ความสามารถในการมีโครงข่ายพื้นฐานเป็นองค์ประกอบสำคัญของการสร้างประสิทธิภาพในระยะยาว โดยเฉพาะโครงข่ายเพื่อการให้บริการใหม่ในอนาคต

รูปแบบที่ 2 Service-based Competition
เป็นการวัดว่าโครงข่ายพื้นฐานได้นำมาใช้ประโยชน์ในการให้เช่าแก่คู่แข่งในระดับราคาขายส่ง (Wholesale Prices) ได้อย่างไรข้อจำกัด เป็นการแบ่งปันการใช้ประโยชน์จากโครงข่ายพื้นฐาน จนทำให้ผู้ประกอบการรายใหม่เข้าตลาดได้ แม้ว่าจะไม่ได้มีการลงทุนโครงข่ายที่ครบถ้วนการแข่งขันในส่วนนี้ ยังรวมถึงวิธีปฏิบัติหรือพฤติกรรมในการบริหารความคับคั่งของการใช้บริการ (Traffic Management Practices) ด้วย ซึ่งต้องมีความโปร่งใสในการเปิดเผยข้อมูลแก่ผู้ให้บริการอย่างเพียงพอ

¹⁰ที่มา: เว็บไซต์ <http://openmedia.ca/plan/international-comparisons/japan>



2.7 การกำกับดูแลการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมกรณีเขตปกครองพิเศษ ฮ่องกง

ฮ่องกงเป็นตัวอย่างของผู้นำในด้านโทรคมนาคมที่มีโครงสร้างพื้นฐานด้านการตลาด (Market infrastructure) ที่แข็งแกร่งสูงโดยมีการใช้โทรศัพท์ประจำที่ภาคครัวเรือนถึงร้อยละ 102.3 ของจำนวนครัวเรือนทั้งหมดซึ่งเป็นอัตราที่สูงที่สุดประเทศหนึ่งในโลก มีการจดทะเบียนเป็นเจ้าของโทรศัพท์เคลื่อนที่กว่า 14 ล้านหมายเลขจากประชากรที่มีเพียง 7 ล้านคนและเกินกว่าร้อยละ 50 ของผู้ที่จดทะเบียนเป็นการใช้บริการ 2.5G และ 3G และจำนวนบัญชีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงหรือบรอดแบนด์มีกว่า 2.2 ล้านราย ทำให้อัตราการใช้บริการสูงถึงร้อยละ 85

นอกจากนั้นฮ่องกงยังเป็นพื้นที่ที่มีการเปิดเสรีเต็มรูปแบบและไม่มีข้อจำกัดด้านการเปิดให้ชาวต่างประเทศเข้าไปประกอบกิจการโทรคมนาคมด้วย จึงมีผู้ประกอบการโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 5 ราย บริการโทรศัพท์ประจำที่ในระดับพื้นที่ 17 ราย บริการอินเทอร์เน็ตกว่า 187 ราย ณ สิ้นกันยายน 2554

ความก้าวหน้าของกิจการโทรคมนาคมทำให้ฮ่องกงเป็นเจ้าภาพในการประชุมของ ITU เมื่อพ.ศ.2549 และทำให้ฮ่องกงสามารถเติบโตเป็นศูนย์กลางระดับภูมิภาคได้อย่างต่อเนื่อง

การกำกับดูแลของ The Office of the Telecommunications Authority (OFTA) ของเขตปกครองพิเศษฮ่องกง มีส่วนสำคัญในการพัฒนากิจการโทรคมนาคมให้มีการแข่งขันในตลาดเพิ่มขึ้น ด้วยการเน้นการกำกับดูแลการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมหลังการเปิดเสรีได้ ฮ่องกงเป็นศูนย์กลางทางการเงิน ขณะเดียวกัน การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีก็ทำให้เกิดการแข่งขันในตลาดเพิ่มขึ้น (Lui, 2007)¹¹ การแข่งขันที่เห็นได้ชัดในกรณีของฮ่องกงคือการใช้บริการจากผู้บริโภคมีอิสระในการเลือกใช้บริการจากผู้ให้บริการ ส่งเสริมการคิดนวัตกรรม และท้ายที่สุดยกระดับคุณภาพบริการ นอกจากนี้การมีผู้ประกอบการเพิ่มขึ้นทำให้การจ้างงานเพิ่มขึ้น โดยฮ่องกงมีอัตราค่าบริการเพียง 1 ใน 10 ของค่าบริการโทรคมนาคมในเมืองสำคัญอีก 6 เมืองของจีน ขณะที่คุณภาพอยู่ในระดับสูง

ตัวชี้วัดกิจการโทรคมนาคมในเขตปกครองพิเศษฮ่องกงแสดงตารางที่ 2-5 ประกอบด้วย

ตารางที่ 2-5 ตัวชี้วัดกิจการโทรคมนาคมในเขตปกครองพิเศษฮ่องกง

| ชื่อตัวชี้วัด | คำอธิบายตัวชี้วัด | ตัวเลข ณ มี.ค. 2554 |
|---------------------|--------------------------------------|------------------------|
| 1. โครงข่ายโทรศัพท์ | | |
| ร้อยละของสายหลักที่ | เป็นร้อยละของสายหลักที่เชื่อมต่อผ่าน | 100% |

¹¹ Lui, Cliff (2007). **Telecommunication Competition Regulation in Hong Kong**. สืบค้นจากเว็บไซต์ www.viperfusion.com/wp-content/2007/05/telecommunications-competition-regulation-in-hk.pdf



| ชื่อตัวชี้วัด | คำอธิบายตัวชี้วัด | ตัวเลข ณ มี.ค. 2554 |
|--|--|------------------------|
| เชื่อมต่อผ่านดิจิทัล (Digital main lines) | ดิจิทัลอาหารด้วยจำนวนสายหลักทั้งหมด | |
| ร้อยละสายโทรศัพท์หลัก ของครัวเรือน | เป็นร้อยละสายหลักที่ผู้ใช้เป็นครัวเรือน อาหารด้วยจำนวนสายหลักทั้งหมด | 56.47% |
| จำนวนโทรศัพท์หยอดเงิน ตามพื้นที่สาธารณะ | จำนวนรวมโทรศัพท์หยอดเงินหรือใช้ การ์ดตามพื้นที่สาธารณะ และรวมที่ติดตั้ง ในสถานที่ส่วนบุคคลด้วย | 4,724 |
| 2. บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ | | |
| ร้อยละของการสมัครสมาชิก โทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อ ประชากรประชากร | จำนวนผู้สมัครสมาชิกของ โทรศัพท์เคลื่อนที่ รวมโทรศัพท์เคลื่อนที่ ทั้งระบบ Analog and Digital system | 194.2% |
| 3. บริการประเภทอื่น | | |
| จำนวนสมาชิกจดทะเบียน IDSN | การสื่อสารเป็นtext และข้อมูลและบริการ โครงข่ายที่เป็นมูลค่าเพิ่มอื่น | 10,179 |
| จำนวน IDSNB channel Equivalentents | การแปลงจำนวนสมาชิก ISDN เป็น ช่องทางสื่อสารเสียง | 83,931 |
| 4. ปริมาณการใช้ในระหว่างประเทศ | | |
| นาทีที่โทรออกต่างประเทศ | ปริมาณการใช้ หน่วยนับเป็นนาที | 7.64 พันล้าน |
| นาทีที่โทรเข้าจาก ต่างประเทศ | ปริมาณการใช้ หน่วยนับเป็นนาที | 2.70 พันล้าน |
| นาทีที่โทรทั้งเข้า-ออกระหว่าง ประเทศ | ปริมาณการใช้ หน่วยนับเป็นนาที | 10.24 พันล้าน |
| 5. อัตราค่าธรรมเนียม | | |
| การเชื่อมต่อครั้งแรกผู้ใช้ ครัวเรือน | อัตราค่าธรรมเนียม หน่วยนับเป็นดอลลาร์ฮ่องกง | 0 |
| การเชื่อมต่อครั้งแรกผู้ใช้ ภาคธุรกิจ(องค์กร) | อัตราค่าธรรมเนียม หน่วยนับเป็นดอลลาร์ฮ่องกง | 0 |
| ค่าบริการรายเดือนของผู้ใช้ ครัวเรือน | อัตราค่าธรรมเนียม หน่วยนับเป็นดอลลาร์ฮ่องกง | 66 |
| ค่าบริการรายเดือนของผู้ใช้ ภาคธุรกิจ(องค์กร) | อัตราค่าธรรมเนียม หน่วยนับเป็นดอลลาร์ฮ่องกง | 78 |



| ชื่อตัวชี้วัด | คำอธิบายตัวชี้วัด | ตัวเลข ณ มี.ค. 2554 |
|---|---|--|
| 6. ส่วนแบ่งตลาด | | |
| โทรศัพท์ประจำที่ของ ผู้ประกอบการหลัก 5 ราย | อัตราส่วนแบ่งตลาดของผู้ประกอบการ หลัก 5 ราย ได้แก่ PCCW, Wharf T&T, HGC, New World, City Telecom | 88.65%, 5.08%, 9.81%, 1.27%, 0.53% |
| โทรศัพท์เคลื่อนที่ของ ผู้ประกอบการหลัก 6 ราย (จากจำนวนสมาชิก) | อัตราส่วนแบ่งตลาดของผู้ประกอบการ หลัก 6 ราย CSL, Hutchison, Smart Tone, Sunday, New World, People | 17%, 29%, 13%, 9%, 17%, 15% |

2.8 การกำกับดูแลการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมกรณีประเทศออสเตรเลีย

ประเทศออสเตรเลียเป็นตัวอย่างของประเทศในทวีปออสเตรเลียและตัวอย่างของประเทศที่ใช้ความพยายามและทุ่มเทในการปรับระดับการแข่งขันในการประกอบกิจการโทรคมนาคมอย่างต่อเนื่องมาเป็นเวลายาวนาน จนกระทั่งถึงปัจจุบัน

หน่วยงานกำกับในออสเตรเลียชื่อ ACCC ทำการติดตามผลและรายงานผลการติดตามสภาพการแข่งขันของกิจการโทรคมนาคมทุกปีต่อกระทรวงคมนาคม เทคโนโลยีสารสนเทศและศิลป์ ตามกรอบของกฎหมายกำกับกิจการโทรคมนาคม ที่ประกาศใช้มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540

ประเด็นที่ปรากฏในรายงานเน้นหนักที่ประเด็นต่อไปนี้

1) การพัฒนา ปรับปรุงที่สำคัญในกิจการโทรคมนาคมที่เกิดขึ้นในรอบปี
2) ผลการดำเนินงานที่วัดจากตัวแปรค่าคงที่ที่แสดงลักษณะของประชากร (Parameter) ด้านส่วนแบ่งตลาด เช่น จำนวนจุดเชื่อมต่อ การพัฒนาเพื่อออกบริการใหม่ และผลการสำรวจระดับความพึงพอใจของผู้บริโภค

3) ประเด็นเชิงนโยบายที่เปลี่ยนแปลงและมีกระทบที่สำคัญจะนำไปพิจารณาทบทวนในรายงาน แต่ไม่ได้นำไปใช้เป็นตัวชี้วัดระดับการแข่งขันที่มีประสิทธิผล

4) การนำเอาเงื่อนไขบริการแบบรอบด้านของ Telstra มาพิจารณาควบคู่กับช่องทางในการเข้าถึงบริการขั้นพื้นฐานด้านโทรคมนาคม

5) การรายงานถึงตลาดโทรคมนาคมแต่ละตลาดย่อยว่ามีการกำหนดเงื่อนไขเชิงคุณภาพของบริการที่แตกต่างกัน และใช้เงื่อนไขดังกล่าวเป็นบรรทัดฐานในการประเมินผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการ เช่น มาตรฐานการประกันคุณภาพบริการแก่ลูกค้าก็จะมีเงื่อนไขที่กำหนดให้ผู้ประกอบการแต่ละรายต้องดำเนินการให้แก่ลูกค้าของตน และยังนำประเด็นดังกล่าวไปทำเป็นคำถามในแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ เพื่อสอบถามอีกครั้งว่าผู้บริโภครับรู้ประเด็น



ครบถ้วนตามเงื่อนไขที่ผู้ประกอบการต้องดำเนินการหรือไม่ เพียงใด ไม่รับรู้ในประเด็นใด ที่ผู้ประกอบการต้องปรับปรุง แก้ไข

6) วางเกณฑ์การคำนวณประโยชน์ต่อผู้บริโภคจากผลที่เกิดจากการปรับลดราคาการให้บริการของผู้ประกอบการ โดยกำหนดสมมติฐานที่เกี่ยวข้องไว้ล่วงหน้าก่อนดำเนินการ

ที่ผ่านมา ออสเตรเลียให้ความสำคัญกับการพัฒนาสภาพแวดล้อมระดับประเทศที่เอื้ออำนวยต่อการกำกับดูแลการแข่งขันของผู้ประกอบการรายใหญ่ และถือว่านโยบายการกำกับดูแลกิจการโทรคมนาคมควรมีแนวทางการดำเนินการและกรอบการดำเนินนโยบายไม่แตกต่างจากบริการด้านสาธารณูปโภคอื่น ๆ หรือถือว่าบริการด้านการโทรคมนาคมเป็นกิจการบริการสาธารณะ (Public services) ประเภทหนึ่ง

การให้ความสำคัญกับบริการจากกิจการโทรคมนาคมเทียบเท่ากับบริการสาธารณูปโภคอื่น ๆ ทำให้เกิดมาตรการการกำกับดูแลที่กำหนดให้บริการโทรศัพท์ประจำที่ (Fixed lines) ต้องสำแดงต้นทุนเทียบกับอัตราค่าบริการที่กำหนดขึ้น การมีนโยบายชัดเจนในการประมูลจัดสรรคลื่นความถี่ การให้สัมปทาน การออกใบอนุญาตการประกอบกิจการโทรคมนาคมใหม่ ๆ

ออสเตรเลียมีผู้ประกอบการรายใหญ่ที่สุดคือ Telstra ที่ถูกแปรรูปจากการเป็นหน่วยงานของรัฐสู่เอกชน โดยแยกกิจการออกเป็นส่วน ๆ เพื่อมิให้มีการรวมตัวกันในแนวดิ่ง และมีอำนาจเหนือตลาด ตลอดจนเกณฑ์ที่กำกับการดำเนินงานที่สวนทางกับการแข่งขันจนกระทบต่อระดับการแข่งขันในตลาด ทำให้ส่วนแบ่งทางการตลาดของ Telstra ลดลงตามลำดับ แม้ว่าจะยังเป็นกิจการที่มีขนาดใหญ่ที่สุดมาถึงปัจจุบันก็ตาม

ด้วยแนวนโยบายดังกล่าว ทำให้กิจการโทรคมนาคมในออสเตรเลีย ไม่เพียงแต่อยู่ในสายตาของหน่วยงานกำกับเท่านั้น หากแต่ยังอยู่ในสายตาของสาธารณะชน ที่ติดตามการเคลื่อนไหวของผู้ประกอบการแต่ละรายอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในช่วงที่มีการแปรรูปกิจการของ Telstra ผลที่เกิดจากการสร้างความสนใจของสาธารณะชนนี้ ทำให้ออสเตรเลียเป็นประเทศหนึ่งที่อัตราค่าบริการโทรศัพท์ประจำที่ลดลงตามลำดับ ควบคู่กับคุณภาพบริการ และขอบเขตของการให้บริการของกิจการโทรคมนาคมเพิ่มขึ้นอย่างกว้างขวาง

2.9 ตัวชี้วัดในกิจการโทรคมนาคมของประเทศไทยที่เคยใช้มาในอดีต¹²

สำนักงาน กสทช. ได้จัดทำรายงานสภาพตลาดโทรคมนาคมรายไตรมาส และรายงานดัชนีชี้วัดในกิจการโทรคมนาคมรายไตรมาส โดยในรายงานได้รวบรวมตัวชี้วัดในบริการตลาดค้าส่งและ

¹²อ้างอิงข้อมูลจากรายงานสภาพตลาดโทรคมนาคมประจำไตรมาสที่ 2 พ.ศ. 2549 ถึง ไตรมาสที่ 1 พ.ศ. 2555; รายงานดัชนีชี้วัดในกิจการโทรคมนาคมประจำปี พ.ศ. 2552-2553; รายงานอัตราค่าบริการโทรคมนาคมประจำไตรมาสที่ 1/2551 ถึงไตรมาสที่ 1/2555 สืบค้นจากเว็บไซต์ <http://nbtc.go.th/>



ตลาดค้าปลีก โดยในตลาดค้าปลีกนั้น ได้แบ่งดัชนีชี้วัดตามประเภทของบริการในตลาดค้าปลีก
ได้แก่

- 1) บริการโทรศัพท์ประจำที่
- 2) บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่
- 3) บริการอินเทอร์เน็ต

ในบริการค้าปลีกโทรคมนาคมแต่ละบริการจะมีตัวชี้วัดที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันคือ ในแต่ละประเภทบริการจะมีตัวชี้วัดด้านสถานะทางการตลาดของผู้ให้บริการ กล่าวคือ ส่วนแบ่งตลาด รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่อเลขหมาย และใช้ดัชนี HHI เพื่อใช้วัดความรุนแรงในการแข่งขัน นอกจากนี้ยังมีตัวชี้วัดอื่นๆที่ใช้เพื่อประเมินความครอบคลุมของบริการแต่ละประเภท ได้แก่ สัดส่วนของเลขหมายต่อจำนวนประชากร สัดส่วนเลขหมายต่อจำนวนครัวเรือน เป็นต้น

รายละเอียดตัวชี้วัดที่แสดงในรายงานสภาพตลาดโทรคมนาคมและรายงานดัชนีชี้วัดในกิจการโทรคมนาคมในประเทศไทย มีดังนี้

- 1) บริการโทรศัพท์ประจำที่
 - 1.1) จำนวนผู้ลงทะเบียนใช้บริการ (เลขหมาย)
 - 1.2) สัดส่วนต่อจำนวนประชากร (ร้อยละ)
 - 1.3) สัดส่วนต่อจำนวนครัวเรือน (ร้อยละ)
 - 1.4) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่อหมายเลข (Average Revenue Per User: ARPU)
 - 1.5) ส่วนแบ่งตลาด วัดจากจำนวนเลขหมาย (ร้อยละ)
 - 1.6) ดัชนี Herfindahl-Hirschman Index (HHI)
- 2) บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่
 - 2.1) จำนวนผู้ลงทะเบียนใช้บริการ แบ่งเป็นแบบเติมเงิน และรายเดือน (เลขหมาย)
 - 2.2) อัตราการเติบโต (ร้อยละ)
 - 2.3) สัดส่วนต่อจำนวนประชากร (ร้อยละ)
 - 2.4) ส่วนแบ่งตลาดของผู้ให้บริการแต่ละราย (ร้อยละ)
 - 2.5) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่อหมายเลข (Average Revenue Per User: ARPU)
 - 2.6) จำนวนนาทีที่ใช้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)
 - 2.7) สัดส่วนการใช้บริการภายใน/นอกโครงข่าย (ร้อยละ)
 - 2.8) รายรับและสัดส่วนรายรับจากบริการแต่ละประเภท ทั้งทางเสียง ไม่ใช่ทางเสียง และอื่นๆ (ร้อยละ)
 - 2.9) ดัชนี HHI
- 3) บริการอินเทอร์เน็ต
 - 3.1) จำนวนผู้ลงทะเบียนใช้อินเทอร์เน็ต (เลขหมาย)
 - 3.2) สัดส่วนบริการบรอดแบนด์ต่อจำนวนประชากร (ร้อยละ)
 - 3.3) สัดส่วนบริการบรอดแบนด์ต่อครัวเรือน (ร้อยละ)



- 3.4) สัดส่วนบริการบรอดแบนด์ต่อโทรศัพท์ประจำที่ (ร้อยละ)
- 3.5) อัตราค่าบริการ (บาทต่อ kbps)
- 3.6) ส่วนแบ่งตลาด (ร้อยละ)
- 3.7) ดัชนี HHI
- 4) ตลาดบริการค่าส่ง
 - 4.1) ส่วนแบ่งตลาดบริการค่าส่ง (ร้อยละ)
 - 4.2) สัดส่วนมูลค่าตลาดจากการเชื่อมต่อโครงข่าย (ร้อยละ)
 - 4.3) สัดส่วนรายได้จากการเชื่อมต่อโครงข่าย จำแนกตามผู้ให้บริการ (ร้อยละ)
 - 4.4) สัดส่วนรายจ่ายจากการเชื่อมต่อโครงข่าย จำแนกตามผู้ให้บริการ (ร้อยละ)

2.10 สรุปและเหตุผลของการเลือกศึกษาตัวชี้วัดของประเทศที่ศึกษา

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับตัวชี้วัดของประเทศต่างๆ จะเห็นได้ว่า ตัวชี้วัดที่ต่างประเทศนำมาใช้นั้นมีทั้งตัวชี้วัดอำนาจทางการตลาด (Market power) และการแข่งขันที่มีประสิทธิผลโดยมุ่งเน้นให้ความสำคัญกับผลลัพธ์ที่เกิดจากการแข่งขันไม่ใช่สถานะทางการตลาดของผู้ประกอบการเท่านั้น อย่างไรก็ตาม ตัวชี้วัดในตลาดโทรคมนาคมที่ประเทศไทยเคยใช้มาในอดีตนั้นเป็นตัวชี้วัดที่เน้นอำนาจทางการตลาดเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้น การเพิ่มตัวชี้วัดด้านการแข่งขันที่มีประสิทธิผล (ซึ่งอาจจะเป็นตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ) ย่อมจะทำให้การกำกับดูแลกิจการโทรคมนาคมในประเทศไทยเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ทั้งนี้ ในการกำหนดตัวชี้วัดหลักของประเทศไทยทางคณะผู้วิจัยจะพิจารณาจากความเหมาะสมของตัวชี้วัดและจัดทำรายงานสภาพการแข่งขันตามข้อมูลที่สามารถจัดเก็บได้โดยเหตุผลที่เลือกศึกษา 6 ประเทศดังกล่าวข้างต้น (สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร แคนาดา ญี่ปุ่น เขตปกครองพิเศษฮ่องกง และออสเตรเลีย) เพื่อใช้เป็นกรอบแนวทางการกำหนดตัวชี้วัดหลักการแข่งขันสำหรับการพัฒนาตัวชี้วัดสำหรับการประเมินสภาพการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมของไทย สามารถสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 2-6 เหตุผลในการเลือกกรณีศึกษา

| ประเทศที่เลือก | เหตุผลในการเลือก |
|----------------|---|
| 1.สหรัฐอเมริกา | เป็นตัวแทนของประเทศที่ประเมินผลการกำกับดูแลกิจการโทรคมนาคมที่ให้ความสำคัญกับแนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงในตลาดโทรคมนาคม และมีการเปิดเผยข้อมูลผลการประเมินสภาพการแข่งขันในตลาดอย่างชัดเจน มีการแจกแจงที่ละเอียดตามส่วนของตลาด (Market Segment) โดยเฉพาะตลาดไร้สาย ข้อมูลกรณีของสหรัฐสามารถนำมาใช้เป็นต้นแบบในการประเมิน |



| ประเทศที่เลือก | เหตุผลในการเลือก |
|------------------|---|
| | สภาพการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมในประเทศไทยในช่วงที่ผ่านมาได้ดี |
| 2. สหราชอาณาจักร | เป็นตัวแทนที่ดีที่สุดประเทศหนึ่งจากกลุ่มประเทศสมาชิกในกลุ่ม OECD ที่มีการพัฒนาแนวทางการประเมินสภาพการแข่งขันในตลาดโทรคมนาคม ในส่วนของการแข่งขันด้วยคุณภาพของบริการหรือตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ ที่ไม่ใช้การแข่งขันด้านราคาหรือเชิงปริมาณ ข้อมูลกรณีของสหราชอาณาจักรสามารถนำมาใช้ในการเลือกเป็นตัวชี้วัดหลักทางด้านคุณภาพของงานบริการของประเทศไทยได้ |
| 3. แคนาดา | เป็นตัวแทนของประเทศที่ให้ความสำคัญกับการแข่งขันที่มีประสิทธิผล (Effective competition) ที่มีความชัดเจน โดยเฉพาะประสิทธิภาพในการผลิตแบบพลวัต (Dynamic Efficiency) กล่าวคือตลาดมีความผันผวนและเปลี่ยนแปลงรวดเร็วและตลอดเวลา ซึ่งมีความสำคัญต่อการแข่งขันและขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจมากกว่าประสิทธิภาพจากการคงสถานะเดิมของเทคโนโลยี (Static Efficiency) จนทำให้อัตราค่าบริการในแคนาดาต่ำกว่าของสหรัฐอเมริกา ข้อมูลตัวชี้วัดของแคนาดา จึงสามารถใช้เป็นตัวแทนของการพัฒนาตัวชี้วัดในด้านประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่ไม่มีข้อมูลในประเทศอื่นเทียบเคียงได้ |
| 4. ญี่ปุ่น | เป็นตัวแทนของประเทศที่มีกิจการของรัฐ NTT เป็นผู้นำรายใหญ่ในตลาด และเปิดเสรีตลาดโทรคมนาคม เพื่อผ่อนคลายกฎเกณฑ์การกำกับดูแลกิจการโทรคมนาคม ซึ่งมีผลในการกระตุ้นการแข่งขันในตลาดโทรคมนาคม การปรับบทบาทกิจการรัฐวิสาหกิจของญี่ปุ่น ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ในการแข่งขันด้านกิจการโทรคมนาคมของญี่ปุ่น ข้อมูลของญี่ปุ่นสามารถนำมาเป็นแนวทางในการประเมินผลการกำกับดูแลกิจการโทรคมนาคมในกรณีของรัฐวิสาหกิจของไทย 2 แห่ง ที่ควรจะมีบทบาทเป็นพันธมิตรของ กสทช. ในการพัฒนาสภาพการแข่งขันในตลาดในส่วนของตลาดที่เอกชนไม่สนใจจะลงทุนขยายธุรกิจ |
| 5. ฮอลแลนด์ | เป็นตัวแทนของความสำเร็จในการบริหารกิจการโทรคมนาคมที่มีจำนวนผู้ประกอบการหลายราย ฮอลแลนด์เป็นผู้นำในด้านโทรคมนาคมที่มีโครงสร้างพื้นฐานด้าน |



| ประเทศที่เลือก | เหตุผลในการเลือก |
|----------------|---|
| | <p>การตลาด (Market infrastructure) ที่แข็งแกร่งสูง โดยมีการใช้โทรศัพท์ประจำที่ภาคครัวเรือนถึงร้อยละ 102.3 ของจำนวนครัวเรือนทั้งหมดซึ่งเป็นอัตราที่สูงที่สุดประเทศหนึ่งในโลก มีการจดทะเบียนเป็นเจ้าของโทรศัพท์เคลื่อนที่กว่า 14 ล้านหมายเลขจากประชากรที่มีเพียง 7 ล้านคนและเกินกว่าร้อยละ 50 ของผู้ที่จดทะเบียนเป็นการใช้บริการ 2.5G และ 3G และจำนวนบัญชีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงหรือบรอดแบนด์มีกว่า 2.2 ล้านราย ทำให้อัตราการใช้บริการสูงถึงร้อยละ 85</p> <p>ฮ่องกงยังเป็นพื้นที่ที่มีการเปิดเสรีเต็มรูปแบบและไม่มีข้อจำกัดด้านการเปิดให้ชาวต่างประเทศเข้าไปประกอบกิจการโทรคมนาคมด้วย มีผู้ประกอบการโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 5 ราย บริการโทรศัพท์ประจำที่ในระดับพื้นที่ 17 ราย บริการอินเทอร์เน็ตกว่า 187 ราย ณ สิ้นกันยายน พ.ศ. 2554</p> <p>ข้อมูลจากฮ่องกงจึงสามารถใช้เป็นตัวแทนในการกำหนดตัวชี้วัดที่ให้ความสำคัญกับการที่ผู้บริโภคมีอิสระในการเลือกใช้บริการจากผู้ให้บริการ ส่งเสริมการคิดนวัตกรรม และทำยที่สุดยกระดับคุณภาพบริการ</p> |
| 6. ออสเตรเลีย | <p>เป็นตัวแทนของประเทศในทวีปออสเตรเลีย ในขณะที่ประเทศนิวซีแลนด์ได้นำเอากรอบแนวคิดและรับงานจากออสเตรเลียไปใช้ในกิจการโทรคมนาคมในประเทศออสเตรเลียมีความใกล้เคียงกับไทยใน ส่วนที่มี Teletar เป็นกิจการรายใหญ่ที่สุด ซึ่งทำให้หน่วยงานกำกับมีความวิตกเกี่ยวกับอำนาจเหนือตลาด (Market Power) และพยายามสร้างสภาพการแข่งขันในตลาดอย่างต่อเนื่องได้</p> |



บทที่ 3

กำหนดตัวชี้วัดหลักของการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคม สำหรับประเทศไทย

การศึกษาในส่วนนี้จะได้นำตัวชี้วัดที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมในรายงานตัวชี้วัดหลักของการแข่งขันกิจการโทรคมนาคมที่องค์กรกำกับดูแลกิจการโทรคมนาคมในประเทศต่างๆ ได้แก่ ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศสหราชอาณาจักร ประเทศแคนาดา ประเทศญี่ปุ่น เขตปกครองพิเศษฮ่องกง และประเทศออสเตรเลีย ได้พัฒนาขึ้นมาเพื่อใช้ในการกำกับดูแลการแข่งขันกิจการโทรคมนาคมของประเทศนั้น เพื่อใช้ในการกำหนดตัวชี้วัดหลักทางการแข่งขันสำหรับประเทศไทย ที่ครอบคลุมบริการในกิจการโทรคมนาคม 4 บริการ ได้แก่

บริการโทรคมนาคมหลัก 4 บริการ ได้แก่

- 1) บริการโทรศัพท์ประจำที่ (Fixed Line Services)
- 2) บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Services)
- 3) บริการอินเทอร์เน็ต (Internet Services)
- 4) บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ (International Call Services)

โดยรายงานส่วนนี้จะได้นำเสนอข้อเสนอตัวชี้วัดหลักของการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมสำหรับประเทศไทย

3.1 ข้อเสนอตัวชี้วัดหลักของการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมสำหรับประเทศไทย

3.1.1 ข้อเสนอแนวทางพัฒนาตัวชี้วัดการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคม

การศึกษาจากประสบการณ์ในต่างประเทศทำให้เห็นได้ชัดเกี่ยวกับการประเมินระดับการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมด้วยตัวชี้วัด ซึ่งหน่วยงานกำกับกิจการโทรคมนาคมในทุกประเทศถือว่าแนวโน้มของตัวชี้วัดการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมเป็นเป้าหมายหนึ่งของการกำกับดูแลกิจการโทรคมนาคม

การที่ กสทช. จะนำเอาตัวชี้วัดระดับการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมมาใช้ในการกำกับกิจการโทรคมนาคมในประเทศไทยจึงสอดคล้องและเป็นไปตามแนวโน้มการปฏิบัติของหน่วยงานกำกับในต่างประเทศ ซึ่งคณะผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะที่สำคัญ ดังนี้

- ประการที่ 1 การวัดระดับการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคม ไม่อาจใช้ตัวชี้วัดเพียงตัวใดตัวหนึ่งได้ หากแต่ต้องใช้ตัวชี้วัดหลายตัวชี้วัดประกอบกัน ทั้งจากมุมมองด้านการปรับปรุงการบริหารจัดการ การสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจ สังคมและประโยชน์



แก่ผู้บริโภคที่เป็นผู้ใช้บริการ ความรับผิดชอบในการรายงานผลดำเนินงานตาม
ตัวชี้วัดที่สะท้อนระดับการแข่งขันควรมาจาก 3 ฝ่าย ได้แก่

(1) การประเมินตนเองของผู้ประกอบการ ซึ่งนอกจากการเปรียบเทียบผล
ดำเนินงานตามตัวชี้วัดที่เป็นเป้าหมายกิจการเองแล้ว ควรจะเปรียบเทียบผล
ดำเนินงานตามตัวชี้วัดกับผู้ประกอบการรายอื่นด้วย อย่างน้อยก็ควร
ครอบคลุมผู้ประกอบการสำคัญที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ให้ครบถ้วนทุก
ราย และจุดเด่นของกิจการที่ชัดเจน

(2) การประเมินของ กสทช. ในฐานะหน่วยงานกำกับกิจการโทรคมนาคม
บนเป้าประสงค์ตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องและนโยบายของทางการ โดยนโยบาย
ทางการควรระบุความสำคัญให้ชัดเจน และใช้เป็นน้ำหนัก (Weighted) ที่กำหนด
ในแต่ละตัวชี้วัด ซึ่งผลการศึกษาในต่างประเทศยังพบว่ามีการให้ความสำคัญใน
ประเด็นนี้ไม่มาก ทำให้ตัวชี้วัดที่ใช้วัดผลแต่ละตัวเสมือนมีน้ำหนักความสำคัญ
เท่ากัน

(3) การประเมินความเห็นของผู้บริโภคที่มาจากการสำรวจเชิงพฤติกรรม
และความคิดเห็นจริง โดยดำเนินการให้เป็นไปเป็นประจำและต่อเนื่อง

ประการที่ 2 ในการประเมินผลการดำเนินงานด้านระดับการแข่งขันของแต่ละฝ่ายข้างต้นมี
ประเด็นเพิ่มเติมที่สำคัญที่เป็นขั้นตอนของการดำเนิน

(1) การประเมินตนเองของผู้ประกอบการแต่ละราย

กสทช. ควรจะนำตัวชี้วัดหลักและตัวชี้วัดย่อยเป็นรายการ (Checklist) ให้
ผู้ประกอบการแต่ละรายใช้เป็นกรอบแนวทางเดียวกันและเลือกว่าจะทำการ
ประเมินตนเองด้วย ตัวชี้วัดใดบ้างโดยต้องมีมิติครบถ้วนทั้ง 4 ด้านตามข้อเสนอ
ในรายงานฉบับนี้ในจำนวนไม่น้อยกว่าในแต่ละมิติ พร้อมทั้งระบุเหตุผลที่เลือก
ตัวชี้วัดใดและระบุเหตุผลที่ไม่เลือกตัวชี้วัดใดเป็นเกณฑ์การประเมินอย่างชัดเจน
ซึ่งเหตุผลที่ระบุจะต้องเกี่ยวข้องกับการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมด้วย

แม้ว่าตัวชี้วัดที่ผู้ประกอบการแต่ละรายเลือกประเมินตนเองจะแตกต่างกัน
กัน แต่การที่ต้องประเมินตนเองเปรียบเทียบกับคู่แข่งอื่นในตลาดหลักทรัพย์ ก็
จะทำให้ กสทช. สามารถวิเคราะห์และประเมินระดับการแข่งขันได้ นอกจากนั้น
การให้โอกาสผู้ประกอบการเลือกตัวชี้วัดที่จะประเมินตนเอง ก็จะทำให้ได้ถึง
จุดเด่นและธรรมชาติของการประกอบกิจการของผู้ประกอบการแต่ละราย ที่มี
ความแตกต่างกันในด้านตัวผลิตภัณฑ์และบริการ ตลอดจนเทคโนโลยีและ
นวัตกรรมได้ดีขึ้น

(2) การประเมินแนวโน้มการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมของ กสทช. ใน
ฐานะผู้กำกับกิจการโทรคมนาคม

การที่ กสทช. จะบรรลุเป้าหมายของการส่งเสริมการแข่งขันในกิจการ



โทรคมนาคมได้ไม่อาจจะยึดติดกับตัวชี้วัด กลุ่มใดกลุ่มหนึ่งได้ตลอดไป เพราะโครงสร้างตลาดและลักษณะหรือส่วนผสมของธุรกิจอาจจะมีการเปลี่ยนแปลง ขณะเดียวกัน เป้าประสงค์ของการกำกับกิจการโทรคมนาคมอาจจะปรับเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ในอนาคต กสทช. จึงควรที่จะปรับเปลี่ยนน้ำหนักความสำคัญของตัวชี้วัดแต่ละตัวไปตามสถานการณ์และเป้าหมายขององค์กร

ภาระหลักของ กสทช. จึงมิใช่การวิเคราะห์และประเมินตัวชี้วัดการแข่งขันซึ่งมีการพัฒนาขึ้นใช้อย่างกว้างขวางในระดับระหว่างประเทศ หากแต่เป็นเรื่องของการกำหนดน้ำหนักความสำคัญของประเด็นชี้วัดที่ยังเป็นจุดอ่อนและควรได้รับความสนใจในช่วงเวลานั้นๆ

ศักยภาพและความสามารถของ กสทช. ในส่วนนี้จึงขึ้นอยู่กับความพร้อมและการตื่นตัวในการติดตามสถานการณ์และพยากรณ์แนวโน้มของตลาดล่วงหน้าได้อย่างเพียงพอจนสามารถวางแผนชี้ในการกำกับด้วยตัวชี้วัดที่เหมาะสมสอดคล้องกัน

การตื่นตัวในการติดตามสถานการณ์และพยากรณ์แนวโน้มของ กสทช. ควรจะแยกออกเป็น 2 กรณีคือ กรณีที่สถานการณ์การแข่งขันในตลาดเป็นภาวะปกติหรืออยู่ภายใต้สภาพแวดล้อมเหมือนเดิมและกรณีที่เกิดภัยพิบัติหรือวิกฤติบางประการหรือเกิดการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างของธุรกิจอย่างรวดเร็วที่กระทบต่อสภาพการแข่งขันพร้อมกันทั้งตลาด

กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ ดัชนีหรือตัวชี้วัดการแข่งขันที่นำเสนอตามโครงการนี้ ยังมีความสำคัญน้อยกว่าความสามารถในการปรับองค์ประกอบและโครงสร้างการกำกับดูแลกิจการโทรคมนาคมของ กสทช.เอง

(3) การกำหนดช่องทางการรายงานแบบคู่ขนาน

การกำกับดูแลการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมด้วยตัวชี้วัดเป็นภาระทั้งผู้ประกอบการและบุคลากรของ กสทช.เอง และเป็นการจัดการเก็บข้อมูลอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เพียงพอในการประเมินการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคม

ตัวชี้วัดที่เป็นผลดำเนินงานและมีลักษณะเป็นเชิงปริมาณซึ่งมาจากการดำเนินงานประจำวันของผู้ประกอบการเอง ควรจะนำขึ้นระบบผ่านระบบงานสนับสนุนของ กสทช. ที่เป็นระบบงานอัตโนมัติ (Automation) เพื่อให้เกิดความสะดวกแก่ผู้ประกอบการ โดยอาจจะเทียบเคียงกับการกำกับสถาบันการเงินของธนาคารแห่งประเทศไทยที่มีระบบงานให้สถาบันการเงินกรอกข้อมูลทางออนไลน์ได้เอง

อย่างไรก็ตาม มีตัวชี้วัดบางส่วนที่เป็นเชิงคุณภาพที่ผู้ประกอบการจะต้องจัดทำด้วยคู่มือก่อนและสอบถามให้ถูกต้องก่อนที่จะจัดส่งให้แก่ กสทช. ขณะเดียวกัน กสทช.เองก็ต้องทำการวิเคราะห์และประเมิน ดีความตัวชี้วัด หรือ



นำเอาข้อมูลจากผู้ประกอบกิจการมาผ่านการคำนวณ หรือผ่านการวิเคราะห์ผ่านแบบจำลองบางประการก็อาจจะแยกช่องทางการส่งรายงานต่างหากได้ตามความเหมาะสม

3.1.2 กลุ่มตัวชี้วัดการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคม

จากผลการศึกษาตัวชี้วัดในต่างประเทศตามที่กล่าวมาแล้ว คณะผู้วิจัย เห็นว่า กสทช. ควรจะมีองค์ประกอบของกลุ่มตัวชี้วัดที่ควรจะใช้ในการประเมินสภาพการแข่งขันในการประกอบกิจการโทรคมนาคมในประเทศไทย ดังนี้

ตารางที่ 3-1 องค์ประกอบของกลุ่มตัวชี้วัดที่ควรจะใช้ในการประเมินสภาพการแข่งขันในการประกอบกิจการโทรคมนาคมในประเทศไทย

| กลุ่มตัวชี้วัด | ลักษณะของตัวชี้วัดในกลุ่ม | ประเภทบริการที่เกี่ยวข้อง | | | | |
|--------------------------------------|---|---------------------------|------------|--------|----------|--------------------|
| | | ภาพรวม | Fixed Line | Mobile | Internet | International Call |
| 1. กลุ่มตัวชี้วัดด้านราคา | 1. ตัวชี้วัดจากจำนวนหมายเลขที่ใช้บริการแบบ Unlimited | ✓ | -- | ✓ | ✓ | ✓ |
| | 2. ตัวชี้วัดจากจำนวนหมายเลขที่ใช้บริการแบบ Bundle | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | -- |
| | 3. ตัวชี้วัดจากดัชนีราคาผู้บริโภคด้านการสื่อสาร | ✓ | -- | -- | -- | -- |
| | 4. ตัวชี้วัดแนวโน้มรายรับโดยเฉลี่ยต่อผู้ใช้ (ARPU) | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| 2. กลุ่มตัวชี้วัดด้านคุณภาพของบริการ | 1. ตัวชี้วัดแนวโน้มการใช้บริการ (Usage) ในเชิงพฤติกรรม | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| | 2. ตัวชี้วัดแนวโน้มของเครื่องรับ โทรศัพท์เคลื่อนที่และอุปกรณ์และซอฟต์แวร์ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| | 3. ตัวชี้วัดระดับความพอใจของผู้บริโภค จากผลการสำรวจ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| 3. กลุ่มตัวชี้วัดประสิทธิภาพของการ | 1. ตัวชี้วัดด้านแนวโน้มการใช้ประโยชน์จากโครงข่าย (Network Deployment) | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |



| กลุ่มตัวชี้วัด | ลักษณะของตัวชี้วัดในกลุ่ม | ประเภทบริการที่เกี่ยวข้อง | | | | |
|--|--|--|------------|--------|----------|--------------------|
| | | ภาพรวม | Fixed Line | Mobile | Internet | International Call |
| ให้บริการ | 2. ตัวชี้วัดด้านแนวโน้มของจำนวนผู้ลงทะเบียนใช้บริการ จำนวนการเชื่อมต่อ และจำนวนรายการที่เพิ่มสุทธิ (Net Adds) | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| | 3. ตัวชี้วัดด้านแนวโน้มของการบริหารคลื่นความถี่ (Spectrum) | ✓ | -- | -- | -- | -- |
| | 4. ตัวชี้วัดด้านการกระจุกตัวของตลาดและการมีอำนาจเหนือตลาด (Market Concentration) | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| | 5. ตัวชี้วัดด้านแนวโน้มของการแข่งขันในการให้บริการที่ต่อเนื่องกันหลายรูปแบบตามช่วงอายุของพฤติกรรม (Intermodal) | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| | 6. ตัวชี้วัดด้านการเปรียบเทียบสถานะ การใช้บริการของประชากรในเขตตัวเมืองและในชนบท | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| | 4. กลุ่มตัวชี้วัดด้านผลประกอบการของผู้ประกอบกิจการ | 1. ตัวชี้วัดด้านแนวโน้มของการลงทุนด้านเครื่องมือ อุปกรณ์ โครงข่าย และระบบที่สำคัญ (Capital Investment) | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| 2. ตัวชี้วัดด้านแนวโน้มของความสามารถในการทำกำไร (Profitability Metrics) | | ✓ | -- | -- | -- | -- |
| 3. ตัวชี้วัดด้านกิจกรรมการตลาด การโฆษณาที่เพิ่มข้อมูลข่าวสารและการรับรู้แก่ผู้บริโภค | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| 4. ตัวชี้วัดความสามารถในการเข้าและออกจากตลาดของผู้ประกอบกิจการ | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |



3.1.2.1 กลุ่มที่ 1 ตัวชี้วัดด้านราคาและประโยชน์ต่อผู้บริโภค

ตัวชี้วัดในกลุ่มที่ 1 นี้ประกอบด้วย

- 1) ตัวชี้วัดจากจำนวนหมายเลขที่ใช้บริการแบบ Unlimited
- 2) ตัวชี้วัดจากจำนวนหมายเลขที่ใช้บริการแบบ Bundle
- 3) ตัวชี้วัดจากดัชนีราคาผู้บริโภคด้านการสื่อสาร
- 4) ตัวชี้วัดแนวโน้มค่าเฉลี่ยรายได้ต่อบุคคล (ARPU)

1) ตัวชี้วัดจากจำนวนหมายเลขที่ใช้บริการแบบ Unlimited

การให้บริการด้านโทรศัพท์ด้วยเสียงและอินเทอร์เน็ต มีการพัฒนารูปแบบของการให้บริการไปจากเดิมจนมีความหลากหลายมากขึ้น บริการลักษณะหนึ่งที่ กสทช. ควรจะพิจารณานำมาใช้เป็นตัวชี้วัดสภาพการแข่งขัน คือ แผนการให้บริการที่เสนอจำนวนการให้บริการแบบไม่จำกัดจำนวนนาที แต่เรียกเก็บค่าบริการแบบเหมาจ่ายรายเดือน ซึ่งอาจจะมีความเป็นไปได้หลายแนวทาง ตัวชี้วัดในกลุ่มนี้จะเป็นตัวสะท้อนตัวชี้วัดทางด้านราคาและประโยชน์ที่ผู้บริโภคได้รับ หากผู้ประกอบการมีการให้บริการลักษณะนี้ในรูปแบบของการให้บริการแบบไม่จำกัดเพิ่มมากขึ้น และมีผู้ใช้บริการจดทะเบียนใช้บริการ ชีวัดด้วยจำนวนเลขหมายเพิ่มขึ้นย่อมสะท้อนถึงประโยชน์ที่ผู้บริโภคได้รับเพิ่มมากขึ้น

ตัวชี้วัดในการกลุ่มนี้จะเป็นการเก็บข้อมูลจากจำนวนเลขหมายที่ผู้ให้บริการแต่ละรายให้บริการในลักษณะของบริการแบบไม่จำกัด หรือ Unlimited รูปแบบของบริการ อาทิ

- (1) การสื่อสารด้วยเสียงผ่านโทรศัพท์มือถือแบบไม่จำกัดนาที การโทรออกและรับสายเข้าภายในพื้นที่โทรเดียวกัน
- (2) การรับและส่งข้อความภายในพื้นที่แบบไม่จำกัดจำนวนครั้ง
- (3) การสื่อสารด้วยเสียงได้ทุกเวลาในราคาเดียวกัน
- (4) การไม่จำกัดการสื่อสารด้วยเสียงในช่วงเวลาที่กำหนด เช่น ทั้งวันในวันหยุดสุดสัปดาห์ และเฉพาะเวลาในวันจันทร์ถึงศุกร์
- (5) รับสายเรียกเข้าไม่จำกัด จากหมายเลขภายในพื้นที่โดยไม่เสียค่าบริการ

ตัวอย่างตารางแสดงการจัดเก็บข้อมูลสำหรับตัวชี้วัดแสดงดัง (ภาคผนวก

3.2 : ตารางที่ 1)

2) ตัวชี้วัดจากจำนวนหมายเลขที่ใช้บริการแบบ Bundle

ตัวชี้วัดนี้ยังคงมีความสำคัญในประเทศไทย จากการสำรวจสภาพตลาดกิจการโทรคมนาคม แสดงให้เห็นว่าภาพรวมในด้านการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ของทั่วโลก รวมทั้ง



ประเทศไทยมีแนวโน้มของการเติบโตขึ้นมาด้วยปัจจัยหลายด้าน รวมทั้งการที่ผู้ประกอบการด้านการผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่ป้อนโทรศัพท์เคลื่อนที่ใหม่ ๆ เข้ามาในตลาด ทำให้ราคาการให้บริการลดต่ำลง บวกกับค่าบริการจากผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีต้นทุนที่ต่ำลง ทำให้การใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่แพร่หลายอย่างรวดเร็ว

ข้อมูลที่ใช้ในการจัดทำตัวชี้วัดประกอบด้วยจำนวนการจดทะเบียนการใช้บริการลักษณะเดียวที่ไม่ใช่บริการแบบ Bundle และ จำนวนการจดทะเบียนการใช้บริการแบบ Bundle เปรียบเทียบภาพรวมของตลาดในปีปัจจุบัน ปีก่อนหน้า และข้อมูลสะสม 3 ปี และข้อมูลลักษณะเดียวกันแยกแต่ละรายผู้ประกอบการ ดังตัวอย่าง (ภาคผนวก 3.2 : ตารางที่ 2)

3) ตัวชี้วัดจากดัชนีราคาผู้บริโภคด้านการสื่อสาร

การค้นหาข้อมูลโดยตรงเพื่อวิเคราะห์สภาพการแข่งขันด้านราคาของการประกอบกิจการโทรคมนาคมมีข้อจำกัดมาก จนไม่สามารถทำได้

คณะผู้วิจัยฯ จึงใช้ข้อมูลดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไป จำแนกตามหมวดสินค้าที่ราชอาณาจักร พ.ศ. 2546 – 2555 ของสำนักดัชนีเศรษฐกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ในหมวดพาหนะ การขนส่ง และการสื่อสารเป็นตัวแทนในการวิเคราะห์ ซึ่งในหมวดพาหนะ การขนส่ง และการสื่อสารนี้ได้แยกดัชนีราคาของการสื่อสารออกเป็น 2 กลุ่ม คือ ค่าบริการการสื่อสาร และค่าเครื่องรับอุปกรณ์สื่อสาร ซึ่งดัชนีราคาผู้บริโภคจะเป็นตัวสะท้อนถึงราคาสินค้าและบริการในส่วนของค่าบริการการสื่อสาร และค่าอุปกรณ์การสื่อสาร จะเห็นได้ว่าเมื่อเปรียบเทียบข้อมูลจากดัชนีราคาผู้บริโภค ค่าบริการการสื่อสาร และค่าอุปกรณ์การสื่อสาร ระหว่างปี พ.ศ. 2553-2555 จะพบแนวโน้มของราคาที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งดัชนีผู้บริโภคด้านการสื่อสารนี้จะ เป็นข้อมูลที่สะท้อนทางด้านราคาและประโยชน์ที่ผู้บริโภคได้รับได้ระดับหนึ่ง รายละเอียดตามตารางที่ 3-2

ตารางที่ 3-2 ตัวอย่างตารางแสดงข้อมูลที่ใช้ในการจัดทำตัวชี้วัดจากดัชนีราคาผู้บริโภค
ด้านการสื่อสาร

| รายการ | 2546 | 2547 | 2548 | 2549 | 2550 | 2551 | 2552 | 2553 | 2554 | 2555 |
|----------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| หมวดพาหนะ การขนส่ง และการสื่อสาร | 8.4 | 1.7 | 9.8 | 7.9 | 00.0 | 06.2 | 5.6 | 9.2 | 0.9 | 2.5 |
| ค่าโดยสารสาธารณะ | 0.8 | 2.6 | 2.1 | 6.9 | 00.0 | 00.5 | 3.0 | 3.5 | 3.2 | 4.1 |
| ค่าโดยสารในท้องถิ่น | 8.9 | 0.6 | 2.7 | 7.4 | 00.0 | 03.3 | 0.7 | 0.7 | 0.6 | 1.5 |
| ค่าโดยสารนอกท้องถิ่น | 4.7 | 6.5 | 1.0 | 5.8 | 00.0 | 4.9 | 7.7 | 9.1 | 8.4 | 9.4 |
| ยานพาหนะ น้ำมันเชื้อเพลิง | 1.2 | 6.0 | 7.4 | 7.4 | 00.0 | 11.5 | 6.1 | 2.7 | 6.2 | 8.9 |
| ค่าซื้อยานพาหนะ | 0.5 | 9.7 | 8.5 | 9.5 | 00.0 | 9.5 | 0.2 | 1.2 | 1.4 | 2.1 |
| น้ำมันเชื้อเพลิง | 7.7 | 4.2 | 1.5 | 6.3 | 00.0 | 17.9 | 2.7 | 17.0 | 24.8 | 30.3 |



| รายการ | 2546 | 2547 | 2548 | 2549 | 2550 | 2551 | 2552 | 2553 | 2554 | 2555 |
|----------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| ค่าบริการบำรุงรักษายานยนต์ | 2.1 | 5.8 | 9.4 | 9.9 | 00.0 | 1.4 | 1.8 | 3.3 | 4.1 | 4.9 |
| ค่าภาษีและประกันภัยรถยนต์ | 5.8 | 3.4 | 00.0 | 00.0 | 00.0 | 6.8 | 6.1 | 6.1 | 6.1 | 6.0 |
| ค่าภาษี | 00.0 | 00.0 | 00.0 | 00.0 | 00.0 | 00.0 | 00.0 | 00.0 | 00.0 | 00.0 |
| ค่าประกันภัยรถ | 12.3 | 7.2 | 00.0 | 00.0 | 00.0 | 5.8 | 4.9 | 4.9 | 4.9 | 4.9 |
| ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวกับรถ | | | | | | | 0.1 | 0.2 | 0.0 | 9.5 |
| การสื่อสาร | 8.0 | 6.7 | 4.6 | 00.2 | 00.0 | 9.7 | 9.4 | 9.4 | 9.2 | 9.1 |
| ค่าบริการการสื่อสาร | 7.8 | 6.6 | 4.5 | 00.0 | 00.0 | 9.9 | 9.8 | 9.9 | 9.7 | 9.7 |
| เครื่องรับอุปกรณ์สื่อสาร | 11.6 | 10.5 | 8.3 | 05.0 | 00.0 | 3.9 | 1.3 | 9.9 | 6.8 | 4.7 |

4) ตัวชี้วัดด้านแนวโน้มค่าเฉลี่ยรายได้ต่อบุคคล (ARPU)

รายรับจากการให้บริการของผู้ประกอบการ เป็นตัวแทนที่สะท้อนราคาหรือรายจ่ายของผู้บริโภคได้อีกทางหนึ่ง ซึ่งที่ผ่านมาผู้ประกอบการไม่ได้แยกประเภทของรายรับเพราะลูกค้าใช้บริการเสียงเพียงอย่างเดียว จนกระทั่งเมื่อไม่นานมานี้ การใช้บริการด้านข้อมูล (Data) มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

ดังนั้นรายรับโดยเฉลี่ยต่อผู้ใช้ที่เป็น Financial Metric จึงควรแยกเป็นรายรับด้านเสียง และรายรับด้านข้อมูล และข้อความ โดยใช้จำนวนลูกค้าที่มีการใช้บริการทั้งหมดหารด้วยเพื่อให้ได้รายรับโดยเฉลี่ยต่อผู้ใช้ ซึ่งอาจจะแยกในส่วนของบริการเสียงออกเป็นบริการที่ใช้เพื่อการสื่อสารภายในประเทศและการสื่อสารระหว่างประเทศ

ตัวชี้วัดด้านแนวโน้มของ ARPU นี้ สามารถวิเคราะห์ได้ว่ารายรับของผู้ประกอบการแต่ละรายมาจากบริการลักษณะใด และสะท้อนอำนาจเหนือตลาดของผู้ประกอบการรายใหญ่ได้หรือไม่ การลดลงของ ARPU ในบริการประเภทเสียง มีรายรับจาก ARPU ด้านข้อมูลและข้อความเพิ่มขึ้นมาทดแทนหรือไม่ หากสภาพตลาดมีการแข่งขันที่เพียงพอ ARPU ของผู้ประกอบการรายใหญ่จะไม่มีรูปแบบที่ได้เปรียบกว่าผู้ประกอบการรายเล็กกว่า

ข้อมูลที่ใช้ในการจัดทำตัวชี้วัดนี้ประกอบด้วย รายรับโดยเฉลี่ยต่อผู้ใช้ของบริการแต่ละประเภท ได้แก่ บริการด้านเสียง บริการด้านข้อความ บริการด้านข้อมูล และบริการด้านอินเทอร์เน็ต และรายรับรวม ตัวอย่างตารางแสดงการจัดเก็บข้อมูลเพื่อใช้ในการจัดทำตัวชี้วัดจากแนวโน้มค่าเฉลี่ยรายได้ต่อบุคคล (ARPU) (ภาคผนวก 3.2 : ตารางที่ 3)

3.1.2.2 กลุ่มที่ 2 ตัวชี้วัดด้านคุณภาพของบริการ

ตัวชี้วัดในกลุ่มที่ 2 นี้ประกอบด้วย

- 1) ตัวชี้วัดแนวโน้มการใช้บริการ (Usage) ในเชิงพฤติกรรม



- 2) ตัวชี้วัดแนวโน้มของเครื่องรับ โทรศัพท์เคลื่อนที่และอุปกรณ์และซอฟต์แวร์
- 3) ตัวชี้วัดระดับความพอใจของผู้บริโภคที่มาจากผลการสำรวจ

1) ตัวชี้วัดด้านแนวโน้มการใช้บริการ (Usage) ในเชิงพฤติกรรม

เป็นตัวชี้วัดที่นำเอาพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ใช้บริการสื่อสารจากผู้ประกอบการกิจการโทรคมนาคมทั้งหมดมาแจกแจงสัดส่วนการใช้งานแต่ละประเภทที่ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

ข้อมูลที่ใช้ในการจัดทำตัวชี้วัด ได้แก่ โครงสร้างพฤติกรรมการใช้บริการแต่ละประเภทที่เปลี่ยนแปลงไป ได้แก่

- (1) การใช้บริการเสียง (Voice) โดยเฉลี่ยของผู้ใช้แต่ละคน รายเดือน
- (2) การใช้บริการส่ง-รับข้อความ (Text Message) โดยเฉลี่ยของผู้ใช้แต่ละคนรายเดือน

(3) การใช้บริการส่งและรับข่าวสารไร้สายที่รวมภาพ เสียง และคลิปวิดีโอเพิ่มจากข้อความ (MMS Message) โดยเฉลี่ยของผู้ใช้แต่ละคนรายเดือน

ข้อมูลที่ใช้ในการจัดทำตัวชี้วัดนี้ประกอบด้วย ข้อมูลจำนวนการใช้ของบริการแต่ละประเภท ได้แก่ 1) การสื่อสารด้วยข้อมูล (Instant Messaging) 2) การเข้าถึงเว็บไซต์หรืออินเทอร์เน็ต 3) การใช้ e-mail 4) การสื่อสารด้วย Texting และสัดส่วนการใช้ของผู้ใช้ทั้งหมดเปรียบเทียบปัจจุบัน ปีก่อนหน้า และเฉลี่ยย้อนหลัง 3 ปี ตัวอย่างตารางแสดงการจัดเก็บข้อมูลสำหรับตัวชี้วัดนี้ (ภาคผนวก 3.2 ตารางที่ 4)

แนวโน้มการใช้บริการอาจจะแยกออกเป็นรูปแบบหลักๆ เพื่อวิเคราะห์แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงด้านการแข่งขัน

- (1) การใช้บริการในแบบ Postpaid รวม
- (2) การใช้บริการในแบบ Postpaid แบบดั้งเดิมและแบบ Unlimited
- (3) การใช้บริการในแบบ Prepaid
- (4) การใช้บริการผ่านช่องทางคำสั่ง

การประเมินสภาพการแข่งขันด้วยพฤติกรรมการใช้นี้ อาจจะต้องใช้ผลจากการสำรวจพฤติกรรมของผู้บริโภคมาช่วยในการประเมิน โดยแยกเป็น

- (1) พฤติกรรมการใช้ของผู้ใช้ในพื้นที่พักอาศัยหรือภูมิลำเนา
- (2) พฤติกรรมการใช้ของผู้ใช้ระหว่างการทำงาน ที่อาจจะเป็นการทำงานต่างถิ่น

(3) พฤติกรรมการใช้ของผู้ที่เดินทางไปในที่ต่างๆ ในฐานะของนักท่องเที่ยว



2) ตัวชี้วัดด้านแนวโน้มของโทรศัพท์เคลื่อนที่และอุปกรณ์และซอฟต์แวร์

การวิเคราะห์ประสบการณ์ในการใช้บริการบนระบบไร้สายของผู้บริโภคพบว่าส่วนหนึ่งมาจากรูปแบบของโทรศัพท์เคลื่อนที่และอุปกรณ์ที่ผู้บริโภคเลือกใช้ เพราะเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่และอุปกรณ์เป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ที่ผู้ให้บริการแต่ละรายนำเสนอตลาด

การศึกษาได้พบว่าผู้ประกอบการรายใหญ่ๆ ในตลาดล้วนแต่ให้ความสำคัญกับการจัดแคมเปญโฆษณาใกล้เคียงกันในแต่ละราย คือเป็นการใช้แคมเปญการส่งเสริมการขายด้วยการปรับลดราคาค่าบริการในระยะแรก แคมเปญโปรโมชั่นที่ใช้ส่งเสริมการตลาดที่ออกมาใช้เป็นช่วง ๆ เหล่านี้มีส่วนที่ทำให้ระดับราคาของแต่ละรายในแต่ละช่วงเวลาไม่ได้แตกต่างกันมากนัก เมื่อใดที่ผู้ประกอบการเห็นว่าราคาค่าบริการของตนสูงกว่าคู่แข่ง จะมีการออกแคมเปญส่งเสริมการตลาดที่เน้นการลดราคาค่าบริการในช่วงแรกออกมาเพื่อตอบโต้กับสถานะการแข่งขันในตลาด

อุปกรณ์โทรศัพท์เคลื่อนที่และอุปกรณ์อื่นเป็นสื่อกลางที่นำไปสู่จุดปลายทางของโครงข่ายของธุรกิจที่เชื่อมต่อกับผู้บริโภค เป็นการสร้างประสบการณ์และความคุ้นเคยในการใช้บริการด้านโทรคมนาคมของผู้บริโภคจนเกิดการยอมรับ และในที่สุดจะมีผลให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการว่าจะเป็นรายใด

โครงสร้างด้านอุปกรณ์และโทรศัพท์เคลื่อนที่ ตลอดจนซอฟต์แวร์ที่เป็นเทคโนโลยีที่ผู้ประกอบการแต่ละรายนำมาใช้จึงมีส่วนในการสร้างสภาพการแข่งขันในตลาดผ่านกลยุทธ์การตลาด ในส่วนที่เป็นการแข่งขันที่ไม่ใช่ด้านราคา ซึ่งถือว่าเป็นตัวชี้วัดที่กำลังมีความสำคัญในกิจการโทรคมนาคมของไทย แม้ว่าผู้ผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่และอุปกรณ์ที่ผลิตฮาร์ดแวร์จะไม่ได้ผลิตสินค้าเพื่อใช้กับผู้ประกอบการโทรคมนาคมรายใดรายหนึ่งโดยเฉพาะ แต่อาจจะมีบางกรณีที่อุปกรณ์ฮาร์ดแวร์ หรือซอฟต์แวร์ มีข้อจำกัดในการใช้ได้กับบริการสื่อสารของผู้ประกอบการโทรคมนาคมบางรายเป็นการเฉพาะ การที่ผู้ประกอบการโทรคมนาคมจะเข้าสู่ตลาดเพื่อแข่งขันกับผู้ประกอบการรายที่เจาะตลาดผู้บริโภคได้อยู่แล้ว จึงมีข้อจำกัดหรือล่าช้าด้านการเข้าสู่ตลาดจากประเด็นของโครงสร้างด้านอุปกรณ์และโทรศัพท์เคลื่อนที่ ตลอดจนซอฟต์แวร์ด้วย

การใช้ตัวชี้วัดที่ติดตามแนวโน้มของอุปกรณ์ฮาร์ดแวร์ และซอฟต์แวร์ที่อยู่ในรูปแบบของโทรศัพท์เคลื่อนที่และอุปกรณ์ จึงมีส่วนทำให้เห็นภาพของการผูกขาดตลาดของผู้ประกอบการได้ส่วนหนึ่ง

3) ตัวชี้วัดด้านระดับความพอใจของผู้บริโภค

ตามทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์เชื่อว่าพฤติกรรมของผู้บริโภคและระดับความพอใจที่แสดงออก เป็นการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของราคาและไม่ใช่ราคา เช่น ตัว



บริการของผู้ประกอบการกิจการ การสำรวจผู้บริโภคจึงเป็นตัวชี้วัดที่สำคัญในการประเมินระดับการ
แข่งขันในการประกอบกิจการโทรคมนาคม

แนวทางในการสำรวจอาจจะต้องพิจารณาความเหมาะสมของสมมติฐาน
ประกอบการวิเคราะห์และตีความผลสำรวจในภายหลัง โดยสมมติฐานสำคัญได้แก่

(1) ผู้บริโภคได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างพอเพียง จนเกิดการรับรู้ที่ถูกต้อง
และเหมาะสม ไม่มีความสับสนหรือไม่แน่ใจ ซึ่งสมมติฐานนี้ทำให้ผู้บริโภคมีสถานะที่เหมาะสมในการ
เลือกผู้ให้บริการรายที่มีเงื่อนไขและข้อเสนอดีที่สุดในที่สุดสำหรับตน

(2) มีผู้บริโภคในสัดส่วนที่มากเพียงพอ ที่มีความสามารถและมีแนวโน้ม
ที่จะเปลี่ยนตัวผู้ให้บริการ เพื่อตอบโต้กับปัจจัยด้านราคาและปัจจัยด้านอื่นที่ไม่ใช่ราคา ซึ่ง
สมมติฐานนี้ทำให้ผู้ประกอบการมีแนวโน้มที่จะแข่งขันกันในการแสวงหาและดึงดูดลูกค้าของคู่แข่ง
แข่งขัน และชำระรักษาฐานลูกค้าทั้งหมดในปัจจุบันของกิจการไว้ให้ได้มากที่สุดและยาวนานที่สุด

การที่ทำให้ผู้บริโภคมีการตัดสินใจอย่างเหมาะสม จะต้องมาจากข้อมูล
เกี่ยวกับช่องทางการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร และการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของผู้ประกอบการ เพื่อ
ช่วยประกอบการตัดสินใจของผู้บริโภค ตลอดจนข้อมูลข่าวสารที่มาจากแหล่งอื่นที่เป็นข้อมูล
สาธารณะ เช่น สื่อมวลชน หรือสื่อสังคมออนไลน์

อย่างไรก็ตาม พฤติกรรมของผู้บริโภคอาจจะถูกกำกับหรือจำกัดจากผู้
ประกอบการมากขึ้น โดยเฉพาะในรูปแบบของการควบคุมการใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นอย่างทันทีจน
อาจจะเกินความสามารถในการชำระค่าใช้จ่ายดังกล่าว (Bill shock) เช่น

(1) การเปลี่ยนแปลงแพ็คเกจการใช้บริการก่อนที่จะถึงรอบเวลาในการ
ชำระค่าบริการ

(2) การส่งข้อมูลทาง SMS เตือนล่วงหน้าว่ารายจ่ายที่ใช้ไปแล้วใกล้ถึง
เพดานจำกัดของการใช้จ่ายรายเดือน

(3) การปรับวงเงินใช้จ่ายรายเดือนตามพฤติกรรมการใช้ และประวัติการ
จ่ายเงินค่าบริการในอดีตแก่ผู้ใช้บริการรายตัว

การสำรวจในส่วนนี้เน้นที่ผู้บริโภคที่เคยมีประสบการณ์ในการใช้จ่ายสูง
เกินเพดาน หรือสูงกว่าปกติ และความพอใจต่อการช่วยเหลือและความเอาใจใส่ของผู้ประกอบ
กิจการ

นอกจากการใช้ผลสำรวจโดยตรงจากผู้บริโภคแล้ว ความพอใจอาจจะใช้
ข้อมูลประเด็นที่มีข้อร้องเรียนในการใช้บริการจากผู้ประกอบการโทรคมนาคม มาพิจารณาในการ
ตั้งคำถามกับผู้บริโภคคนอื่นๆ ด้วย

เป็นตัวชี้วัดที่ต้องรวบรวมมาจากผลการสำรวจทางการตลาดจริง โดย
กรอบของความพอใจที่อาจจะนำมาพิจารณาพัฒนาเป็นข้อมูลประกอบตัวชี้วัด ได้แก่

(1) ความพอใจของผู้บริโภคจากการใช้บริการติดตั้ง เปิดใช้บริการครั้งแรก



- (2) ความพอใจของผู้บริโภคจากบริการแก้ไขความผิดพลาด
- (3) ความพอใจของผู้บริโภคจากแพ็คเกจที่ใช้บริการอยู่ และการรับรู้แพ็คเกจของผู้ให้บริการรายอื่น
- (4) ความพอใจของผู้บริโภคจากบริการโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศ
- (5) ความพอใจของผู้บริโภคจากกิจกรรมการขายและการตลาด
- (6) ความพอใจของผู้บริโภคจากบริการโทรศัพท์ภายในพื้นที่เดียวกัน
- (7) ความพอใจของผู้บริโภคจากบริการโทรศัพท์ทางไกลในประเทศ
- (8) ความพอใจของผู้บริโภคจากการช่วยเหลือและใส่ใจ เมื่อมีการใช้จ่ายในระหว่างเดือนมากผิดปกติ
- (9) ความพอใจของผู้บริโภคต่อการกำหนดวงเงินการใช้จ่ายประจำเดือน
- (10) ความพอใจต่อการเสนอแนะการปรับเปลี่ยนแพ็คเกจที่เหมาะสมกับพฤติกรรมการใช้จ่าย
- (11) อัตราความสำเร็จของการติดต่อ หรืออัตราการล้มเหลวในการติดต่อ

3.1.2.3 กลุ่มที่ 3 ตัวชี้วัดประสิทธิภาพของการให้บริการ

ตัวชี้วัดในกลุ่มที่ 3 นี้ประกอบด้วย

- 1) ตัวชี้วัดด้านแนวโน้มการใช้ประโยชน์จากโครงข่าย (Network Deployment)
- 2) ตัวชี้วัดด้านแนวโน้มของจำนวนผู้ลงทะเบียนใช้บริการ จำนวนการเชื่อมต่อ และจำนวนรายการที่เพิ่มสุทธิ (Net Adds)
- 3) ตัวชี้วัดด้านแนวโน้มของการบริหารคลื่นความถี่
- 4) ตัวชี้วัดด้านการกระจุกตัวของตลาดและการมีอำนาจเหนือตลาด (Market Concentration)
- 5) ตัวชี้วัดด้านแนวโน้มของการแข่งขันในการให้บริการที่ต่อเนื่องกันหลายรูปแบบตามช่วงอายุของพฤติกรรม (Intermodal)
- 6) ตัวชี้วัดด้านการเปรียบเทียบสถานะ การใช้บริการของประชากรในเขตตัวเมืองและในชนบท

1) ตัวชี้วัดด้านแนวโน้มการใช้ประโยชน์จากโครงข่าย (Network Deployment)

เป็นการพิจารณาความครอบคลุมในการให้บริการของผู้ประกอบกิจการแต่ละราย โดยคำนวณเป็น

- (1) ร้อยละของความครอบคลุมเทียบกับประชากรทั้งหมด



- (2) ร้อยละของความครอบคลุมเทียบกับระยะทางเป็นกิโลเมตรของถนน
- (3) ร้อยละของความครอบคลุมเทียบกับขนาดของพื้นที่เป็นตาราง

กิโลเมตร

การใช้ตัวชี้วัดในการประเมินสภาพการแข่งขัน

ตัวชี้วัดนี้จะช่วยเสริมและควบคู่กับการประเมินสภาพการแข่งขันของตลาดในด้านการกระจุกตัวของตลาด (Market Concentration) ที่ใช้ดัชนี HHI เป็นเกณฑ์ เพื่อให้เชื่อมโยงและสอบทานกับการจัดเก็บข้อมูลของ กสทช. ที่ดำเนินการอยู่แล้ว เพราะถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของการประเมินเงื่อนไขของการเข้าและออกจากตลาดของผู้ประกอบกิจการที่สำคัญประการหนึ่งสำหรับตลาดกิจการโทรคมนาคมของไทยในอนาคต

ในการประเมินสภาพการแข่งขันในตลาดกิจการโทรคมนาคมที่ผ่านมา ทำให้เห็นว่าเงื่อนไขในการเข้าและออกจากตลาดของผู้ประกอบกิจการ ส่วนหนึ่งเกิดจากเกณฑ์ที่มาจากข้อกฎหมาย โดยเฉพาะเงื่อนไขที่กำกับการร่วมการงานของผู้ประกอบกิจการภาคเอกชนกับรัฐวิสาหกิจที่ผ่านมา และจะเกิดต่อไปในอนาคต ที่ทำให้ผู้ร่วมการงานต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขในสัญญา และเมื่อเกิดมีปัญหาเกี่ยวกับข้อสัญญา ก็ไม่สามารถหาข้อยุติได้ ทำให้ผู้ประกอบกิจการเอกชนไม่สามารถเข้าสู่ตลาดได้

นอกจากนั้น การใช้ระบบสัมปทานในการให้ใบอนุญาตและจัดสรรคลื่นความถี่ที่ขึ้นอยู่กับนโยบายและเงื่อนไข เกณฑ์ที่ออกมาของหน่วยงานกำกับกิจการโทรคมนาคม ทำให้การเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบกิจการล่าช้าออกไป ทั้งที่ผู้ประกอบกิจการได้เตรียมความพร้อมที่จะพัฒนาธุรกิจรองรับการขยายกิจการในคลื่นความถี่ใหม่ ๆ อยู่แล้ว ความไม่ชัดเจนในนโยบายในระดับรัฐ ทำให้ผู้ประกอบกิจการไม่อาจจะวางแผนการพัฒนาธุรกิจและการลงทุนในโครงข่ายล่วงหน้าได้ และกระทบต่อการเข้าสู่ตลาด ที่ไม่เป็นไปตามกลไกของตลาด

ข้อมูลที่ต้องการในการจัดทำตัวชี้วัด ประกอบด้วย จำนวนผู้ประกอบกิจการโทรคมนาคมที่ให้บริการครอบคลุมตามจำนวนพื้นที่ที่ครอบคลุม (ตาราง กม.) จำนวนประชากรในพื้นที่ที่ครอบคลุม (ล้านคน)คิดเป็น % ของประชากรทั้งประเทศ จำนวนผู้ประกอบกิจการเอกชน จำนวนรัฐวิสาหกิจที่ให้บริการ โดยเปรียบเทียบข้อมูลปัจจุบัน ปีก่อนหน้า และแนวโน้ม 3 ปี ตัวอย่างตารางการจัดเก็บข้อมูลสำหรับตัวชี้วัดนี้แสดงดัง(ภาคผนวก 3.2 :ตารางที่ 5)

การลงทุนและการใช้ประโยชน์ในด้านโครงข่ายการประกอบกิจการโทรคมนาคม ยังควรจะเป็นตัวชี้วัดที่สำคัญของกิจการโทรคมนาคมในไทยต่อไปเพราะเป็นส่วนสำคัญที่เปลี่ยนแปลงประสบการณ์และการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคในตลาด โดยเฉพาะเทคโนโลยีที่มีความเร็วในการส่งข้อมูลในงานบริการด้านข้อมูล และโครงข่ายบรอดแบนด์ของโทรศัพท์เคลื่อนที่ ตลอดจนผลิตภัณฑ์ บริการและแอปพลิเคชันที่ต้องพึ่งพาเทคโนโลยีดังกล่าว ซึ่งจะมีส่วนสำคัญที่ทำให้สภาพการแข่งขันแตกต่างออกไป



เมื่อเทียบกับประเทศที่มีความก้าวหน้าในกิจการโทรคมนาคม ก็อาจจะคาดหมายได้ว่าขนาดของประเทศไทยจะมีความอึดตัวของบริการด้านเสียง ผู้ประกอบกิจการโทรคมนาคมจะหันไปแข่งขันกันด้านความเร็ว ระบบการให้บริการที่เสถียร ศักยภาพที่เหนือกว่ารายอื่น และความครอบคลุมของโครงข่ายบรอดแบนด์ ที่ทำให้อุปกรณ์ต่างๆ ใช้งานได้ดีขึ้น

ตัวชี้วัดนี้ จึงสะท้อนไปถึงศักยภาพการให้บริการที่ดีขึ้น ความครอบคลุมมากขึ้น คุณภาพบริการที่มีความเชื่อมโยงถึงคลื่นความถี่ที่ได้มา และการประหยัดจากขนาดที่ควรจะเกิดขึ้น จนทำให้ต้นทุนการดำเนินงานต่อหน่วยลดลง และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันด้านราคาด้วย

ข้อมูลที่ใช้ในการจัดทำตัวชี้วัดนี้ ประกอบด้วย ข้อมูลเทคโนโลยี และรายละเอียดการใช้ประโยชน์ที่สะท้อนถึงศักยภาพบริการ ความครอบคลุม คุณภาพบริการและต้นทุนดำเนินงานที่ลดลง ตัวอย่างตารางแสดงการจัดเก็บข้อมูลเทคโนโลยีและรายละเอียดการใช้ประโยชน์ (ภาคผนวก 3.2 : ตารางที่ 6)

การประเมินสภาพการแข่งขันจากความครอบคลุมของเทคโนโลยีอาจจะเพิ่มการจัดเก็บข้อมูลเป็นรายประเภทของเทคโนโลยี และนำไปเทียบกับประชากรในพื้นที่ที่ดำเนินการนำเทคโนโลยีไปใช้ประโยชน์และให้บริการแล้ว ดังตัวอย่างตารางแสดงการจัดเก็บข้อมูลตาม(ภาคผนวก 3.2 : ตารางที่ 7)

2) ตัวชี้วัดด้านแนวโน้มจำนวนผู้ลงทะเบียนใช้บริการ จำนวนการเชื่อมต่อ และจำนวนรายการที่เพิ่มสุทธิ (Net Adds)

(1) จำนวนผู้ลงทะเบียนใช้บริการ

เป็นการพิจารณาจากจำนวนหมายเลขโทรศัพท์ที่มีผู้ลงทะเบียนและมีการเปิดใช้งานบนอุปกรณ์ไร้สายซึ่งเป็นการใช้สื่อสารด้วยเสียง และการสื่อสารที่ไม่ใช่เสียงผ่านอุปกรณ์การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตแบบอื่น เช่น USB Modem, Notebook/Netbook และ Wi-Fi hotspot ด้วยโทรศัพท์เคลื่อนที่หรืออุปกรณ์อื่นที่ไม่ได้ผูกติดกับโทรศัพท์เคลื่อนที่เพียงอย่างเดียว เช่น e-reader แท็บเล็ต และอุปกรณ์อื่นๆ บางกรณีผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง อาจจะไม่ได้อุปกรณ์บนเครือข่ายของผู้ประกอบการก็ได้

ความสามารถในการเข้าสู่ตลาดเพื่อสร้างการแข่งขัน ยังขึ้นอยู่กับ การตลาดและการจัดจำหน่ายของผู้ประกอบกิจการแต่ละราย ทั้งในการจำหน่ายสื่อสารด้านอินเทอร์เน็ต และโครงข่ายที่กระจายตัวของกิจการ เนื่องจากกิจกรรมการตลาดและการจัดจำหน่ายที่มีความเข้มข้นและรุนแรงระหว่างผู้ประกอบกิจการแต่ละราย มีส่วนในการนำส่งข้อมูลข่าวสารและการสร้างการจดจำในแบรนด์ของสินค้า จึงต้องถือว่า กิจกรรมการตลาดและการจำหน่ายเป็นตัวชี้วัด



สภาพการแข่งขันที่สำคัญประการหนึ่งในกรณีของกิจการโทรคมนาคมในไทย(ภาคผนวก 3.2 : ตารางที่ 8)

(2) จำนวนการเชื่อมต่อ

ข้อมูลเพื่อใช้ในการวิเคราะห์การเชื่อมต่อผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่แบ่งตามรูปแบบของบริการและอุปกรณ์ที่ใช้ในการเชื่อมต่อ อาจจะจัดเก็บได้ตามตาราง (ภาคผนวก 3.2 : ตารางที่ 9)

(3) การเพิ่มขึ้นของพฤติกรรมการใช้โดยสุทธิ (Net Adds)

ตัวชี้วัดย่อยในส่วนนี้จะช่วยให้ความชัดเจนเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการได้ว่า การเพิ่มขึ้นของการใช้บริการโดยสุทธิมีพฤติกรรมไปในทางใด และมีผลให้เกิดการเพิ่มขึ้นของความครอบคลุมการใช้บริการและการกระจุกตัวมากน้อยเพียงใด

การเชื่อมต่อเกิดใหม่ที่เพิ่มขึ้นมาในแต่ละปี (Net Connection) ที่ต่อเนื่องและมีอัตราที่เสถียรมีส่วนสะท้อนสภาพการแข่งขันที่ดีขึ้น ทั้งในด้านความสามารถในการเข้าถึงลูกค้าของผู้ประกอบกิจการและความสามารถในการเข้าถึงบริการในด้านของผู้บริโภคเอง หรืออาจจะมาจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีและอุปกรณ์การเชื่อมต่อ

การจัดทำข้อมูลตัวชี้วัดนี้ หากจะให้เห็นภาพชัดเจน อาจจะต้องจัดเก็บเป็นรายไตรมาสเพื่อพิจารณาว่า ยอดการใช้บริการสุทธิที่เพิ่มขึ้น เกิดขึ้นในช่วงใดของปี เป็นช่วงที่ผู้ประกอบกิจการได้ปรับเปลี่ยนแพ็คเกจของการให้บริการใหม่ด้วยหรือไม่

ข้อมูลที่ใช้ในการจัดทำตัวชี้วัดย่อยนี้ ประกอบด้วย ข้อมูลการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมการใช้ในระดับคำสั่ง การใช้แบบ Prepaid การใช้แบบ Postpaid การใช้บริการแบบ Unlimited และการใช้บริการรวม ตัวอย่างแสดงการจัดเก็บข้อมูลเพื่อการเพิ่มขึ้นของพฤติกรรมการใช้โดยสุทธิ (ภาคผนวก 3.2 : ตารางที่ 10)

นอกจากพิจารณาในภาพรวมแล้ว ตัวชี้วัดย่อยนี้ อาจจะพิจารณาเป็นรายผู้ประกอบกิจการ เพื่อใช้ประกอบการประเมินการมีอำนาจเหนือตลาดของผู้ประกอบกิจการรายใหญ่ได้อีกทางหนึ่ง (ภาคผนวก 3.2 : ตารางที่ 11)

(4) จำนวนนาทีที่ใช้บริการ

บริการด้านการสื่อสารโทรคมนาคมมี ทั้งที่เป็นเสียง ข้อความ (Messages) MMS SMS และจำนวนนาทีของการใช้บริการต่อผู้ใช้ต่อเดือนอาจจะมีแนวโน้มที่เปลี่ยนแปลงไปตามพฤติกรรมการใช้งาน ซึ่งสะท้อนสภาพการแข่งขันในตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป

นอกจากพิจารณาข้อมูลต่อผู้ใช้งานต่อเดือนแล้ว กสทช. ควรจะพิจารณาตัวชี้วัดนี้เป็นจำนวนนาทีที่สะสมทุก 6 เดือน เพื่อวิเคราะห์ว่า จำนวนนาทีสะสมได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องหรือไม่ โดยพิจารณาเป็นรายบริการ ดังตัวอย่างตารางการจัดเก็บข้อมูลแสดง(ภาคผนวก 3.2 : ตารางที่ 12)



3) ตัวชี้วัดด้านคลื่นความถี่ (Spectrum)

เนื่องจากการนำคลื่นความถี่ใหม่มาใช้และทำให้คลื่นความถี่ที่มีอยู่ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ด้วยการใช้แบบดัชนีต่างกันตามรูปแบบของบริการ พื้นที่เชิงภูมิศาสตร์ ความหนาแน่น หรือปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้องผู้ประกอบการจะมีสถานะที่ดีที่สุด หากครอบครองของแถบคลื่นความถี่ (Spectrum band) ที่สนับสนุนการให้บริการ โดยควรจะใช้จำนวนประชากร พื้นที่ เป็นตัวถ่วงน้ำหนัก

กรณีของประเทศไทย ในอนาคต กสทช. ควรจะเน้นการประเมินสภาพการแข่งขันด้วยการนำคลื่นความถี่ใหม่มาใช้ของผู้ประกอบการ

การตัดสินใจในการพัฒนาธุรกิจ ซึ่งเป็นการเข้าตลาด ขึ้นกับความคุ้มค่าทางธุรกิจ ความสามารถในการทำกำไร หลังการเข้าตลาดแล้ว ซึ่งในกรณีที่ไม่เกี่ยวข้องกับเงื่อนไขด้านการกำกับดูแล โดยเฉพาะต้นทุนการดำเนินงานประมาณการการเติบโตของตลาด อุปทานและศักยภาพของตลาด ด้านแนวโน้มความเข้มข้นด้านการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการ ทั้งด้านการแข่งขันด้วยราคาและความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ ในส่วนของอุปสงค์ก็จะพิจารณาความหนาแน่นของประชากร โครงสร้างรายได้ประชากร ตัวแปรทางด้านเศรษฐศาสตร์ที่มีต่อเชิงสังคม สถานการณ์เศรษฐกิจมหภาคที่จะมีผลกระทบต่อประมาณการรายรับจากการให้บริการ

ต้นทุนในการดำเนินงานสำคัญของผู้ประกอบการในการพัฒนาธุรกิจ ได้แก่

- (1) ต้นทุนในการให้ได้มาซึ่งใบอนุญาตจัดสรรคลื่นความถี่ และเช่าคลื่นความถี่
- (2) ต้นทุนสร้างความครอบคลุมของโครงข่าย รวมถึงต้นทุนการซื้อกิจการและการเตรียมการ การก่อสร้างจุดที่เป็นฐานและค่าเช่าที่เกี่ยวข้อง อุปกรณ์โครงข่าย และต้นทุนการเชื่อมต่อและบริการข้ามแดนอัตโนมัติ
- (3) ต้นทุนการนำเสนออุปกรณ์ไร้สายที่สร้างความสนใจแก่ลูกค้า
- (4) ต้นทุนการตลาดและการจำหน่ายบริการและอุปกรณ์

นอกจากตัวจำนวนเงินที่เป็นต้นทุนแล้ว การสร้างการประหยัดจากขนาดเป็นปัจจัยที่สำคัญมากต่ออุตสาหกรรมโทรคมนาคม โดยเฉพาะการใช้ประโยชน์จากโครงข่ายที่มีได้อย่างเต็มที่ ขณะที่การขออนุญาตหมายเลขโทรศัพท์เพิ่มเติมจากหน่วยงานกำกับยังใช้เวลาและมีข้อจำกัดที่ยู่งยาก ซึ่งกระทบต่อการใช้ประโยชน์โครงข่ายไม่เป็นไปตามแผน และรายได้จากการให้บริการ จนถือว่าความล่าช้านี้เป็นต้นทุนในการชะลอการเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการ

คลื่นความถี่ที่นำมาใช้ในการจัดทำตัวชี้วัดนี้ ควรแยกการพิจารณาสภาพแวดล้อมตลาดออกเป็น 3 ส่วน

- ก) ส่วนที่มาจาก การประมูลคลื่นความถี่จากหน่วยงานกำกับโดยตรง
- ข) ส่วนที่มาจาก การประมูลซื้อคลื่นความถี่จากตลาดรอง



ค) ส่วนที่มาจาก การเช่าคลื่นความถี่จากตลาดรอง

4) ตัวชี้วัดด้านการกระจุกตัวของตลาดและประเมินการมีอำนาจเหนือตลาด (Market Concentration)

การใช้ส่วนแบ่งตลาดของผู้ประกอบการแต่ละราย พิจารณาแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาด ได้พบว่าส่วนแบ่งตลาดของผู้ประกอบการรายใหญ่ลดลงอย่างต่อเนื่องหรือไม่

HHI ควรจะถ่วงน้ำหนักด้วยประชากรในตัวเมืองและชนบท และถ่วงน้ำหนักด้วยพื้นที่ โดยอาจจะรวมเอาบริการในระดับตำบล และคำสั่งไว้ด้วยกัน

ข้อมูลที่ต้องการในการจัดทำตัวชี้วัด ประกอบด้วยตัวชี้วัดด้านการกระจุกตัวของตลาดและการมีอำนาจเหนือตลาดย้อนหลัง เพื่อพิจารณาแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดอย่างต่อเนื่อง ตัวอย่างแสดงการจัดเก็บข้อมูลแสดงดัง(ภาคผนวก 3.2 : ตารางที่ 13)

ในการนำเอาประชากรและพื้นที่มาใช้ในการถ่วงน้ำหนัก เห็นควรใช้ความหนาแน่นของประชากรต่อพื้นที่ (ตารางกิโลเมตร) เป็นเกณฑ์ ซึ่งจากการที่คณะผู้วิจัยฯ ได้นำข้อมูลความหนาแน่นของประชากรในแต่ละพื้นที่ทั่วประเทศมาพิจารณา เห็นควรแบ่งช่วงของความหนาแน่นตาม(ภาคผนวก 3.2 : ตารางที่ 14)

5) ตัวชี้วัดด้านแนวโน้มของการแข่งขันในการให้บริการที่ต่อเนื่องกันหลายรูปแบบตามช่วงอายุตามพฤติกรรม (Intermodal)

พิจารณาว่าผู้ใหญ่ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป โดยแยกตามช่วงอายุเพื่อพิจารณารูปแบบและพฤติกรรมการใช้บริการ เน้นการใช้บริการสื่อสารด้านเสียงผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นหรือลดลงจากเดิม รวมทั้งอาจจะมีการสำรวจผู้บริโภคเพื่อสอบถามเกี่ยวกับจำนวนและพฤติกรรมของเด็กในครอบครัวที่ใช้บริการ

เป็นตัวชี้วัดที่พิจารณาพฤติกรรมการใช้บริการสื่อสารด้านโทรศัพท์เคลื่อนที่ บริการอินเทอร์เน็ต โทรศัพท์ระหว่างประเทศ ว่ามีการกระจุกตัวเป็นพิเศษในผู้ใช้ในช่วงอายุใดที่สูงกว่ากลุ่มอื่นเป็นพิเศษหรือกระจายตัวในทุกกลุ่มช่วงอายุ และใช้ในการวิเคราะห์ได้ว่าช่วงอายุใดที่ กสทช. ควรจะเพิ่มบทบาทในการกำกับเพื่อให้มีอัตราของการกระจุกตัวเพิ่มสูงขึ้นในระยะต่อไป

การแบ่งช่วงอายุที่คณะผู้วิจัยฯ เสนอให้ใช้การเก็บข้อมูลเพื่อทำตัวชี้วัดนี้แสดงใน(ภาคผนวก 3.2 : ตารางที่ 15)

การคำนวณตัวชี้วัดมาจากจำนวนการจดทะเบียนใช้บริการสมาร์ตโฟนและโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ไม่ใช่สมาร์ตโฟน ว่าแบ่งออกเป็นช่วงอายุต่างๆ เทียบกับจำนวนการจดทะเบียนใช้บริการ



การเปรียบเทียบแนวโน้มแต่ละปีจะทำให้เห็นความเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมการใช้บริการสื่อสารของผู้ใช้แต่ละช่วงอายุ ซึ่งสามารถวิเคราะห์ร่วมกับตัวชี้วัดอื่นในกลุ่มนี้ และกลุ่มอื่นๆ ได้ด้วย

6) ตัวชี้วัดด้านการเปรียบเทียบสถานะ การใช้บริการของประชากรในเขตตัวเมืองและในชนบท

เป็นตัวชี้วัดที่เน้นการพัฒนาของแนวโน้มการให้บริการสื่อสารด้านเสียง ข้อมูล ข้อความ และบริการระหว่างประเทศ รวมทั้งการสื่อสารผ่านโครงข่ายบรอดแบนด์ในพื้นที่ชนบทว่ามีความครอบคลุมดีขึ้นกว่าปีก่อนหน้าเพียงใด และใช้วิเคราะห์การแข่งขันในระดับพื้นที่ นอกเหนือไปจากการวิเคราะห์ภาพรวมในระดับตลาดโดยรวม

ข้อมูลที่ใช้จัดทำตัวชี้วัด คือ

(1) การกำหนดนิยามของชนบท และตัวเมืองโดยควรจะมาจากการหารือกับผู้ประกอบกิจการที่ใช้ในการพัฒนาธุรกิจของกิจการ ประกอบกับนิยามของหน่วยงานราชการ ประกอบกัน และเมื่อได้ข้อสรุปที่เหมาะสมจึงค่อยเริ่มดำเนินการแบ่งพื้นที่ (ตัวอย่างการกำหนดค่านิยามชุมชนเมืองและชุมชนชนบท แสดงในภาคผนวก 3.1)

(2) จำนวนการจดทะเบียนให้บริการประเภทต่างๆ เทียบเป็นร้อยละของประชากรในพื้นที่ที่มีผู้ให้บริการ 1 ราย 2 ราย 3 ราย 4 ราย 5 ราย และมากกว่า 5 ราย มีสัดส่วนต่างกันเท่าใด และแนวโน้มจากอดีตดีขึ้นหรือไม่

ข้อมูลที่ใช้ในการจัดทำตัวชี้วัดนี้ ประกอบด้วย จำนวนผู้ประกอบกิจการในพื้นที่เขตเมืองและเขตชนบทในปีปัจจุบัน ปีย้อนหลัง และแนวโน้ม 3 ปี (ภาคผนวก 3.2 : ตารางที่ 16)

3.1.2.4 กลุ่มที่ 4 ตัวชี้วัดด้านผลประกอบการของผู้ประกอบกิจการ

ตัวชี้วัดในกลุ่มที่ 4 นี้ประกอบด้วย

- 1) ตัวชี้วัดด้านแนวโน้มของการลงทุนด้านเครื่องมืออุปกรณ์ โครงข่าย และระบบที่สำคัญ (Capital Investment)
- 2) ตัวชี้วัดด้านแนวโน้มของความสามารถในการทำกำไร (Profitability Metrics)
- 3) ตัวชี้วัดด้านรายการให้ข้อมูลข่าวสาร กิจกรรมการตลาด การจำหน่าย การโฆษณา
- 4) ตัวชี้วัดความสามารถในการเข้าและออกจากตลาดของผู้ประกอบกิจการ



1) ตัวชี้วัดด้านแนวโน้มของการลงทุนด้านเครื่องมืออุปกรณ์ โครงข่าย

ระบบ (Capital Investment)

พิจารณาว่าการลงทุนใหม่ดังกล่าวสอดคล้องกับแนวโน้มการปรับตัวและความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่ใช้ในการให้บริการของการสื่อสารไร้สายที่เกิดขึ้นทั่วโลก

การลงทุนในกิจการโทรคมนาคม เป็นการลงทุนด้านอุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องจักร (Capital expenditures) เพื่อจัดหาหรือปรับปรุงสินทรัพย์ถาวรของกิจการ หรือขยายโครงข่ายเพื่อเพิ่มความเร็วในการเชื่อมต่อข้อมูลให้บริการที่เสถียร และเพิ่มระดับของความครอบคลุม

กรณีของประเทศไทย ประวัติศาสตร์การประกอบกิจการโทรคมนาคมซึ่งว่าผู้ประกอบการได้ลงทุนในด้านโครงข่ายไร้สายและอุปกรณ์เป็นจำนวนมาก และยังมีแนวโน้มของการลงทุนต่อเนื่องในอนาคต

ข้อมูลที่ใช้ในการจัดทำตัวชี้วัด ข้อมูลที่จำเป็นประกอบด้วย

(1) ข้อมูลการลงทุนของผู้ประกอบการแต่ละรายในแต่ละปี ย้อนหลัง 3 ปี

(2) สัดส่วนการลงทุนโดยรวมของกิจการโทรคมนาคมต่อรายรับจากการดำเนินงานโดยรวม

การวิเคราะห์ตัวชี้วัดนี้จึงเป็นการพิจารณาแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการลงทุนของผู้ประกอบการแต่ละรายได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องหรือไม่ การเพิ่มขึ้นของการลงทุนสะท้อนถึงความสามารถในการเข้าสู่ตลาดในอนาคตของผู้ประกอบการ ซึ่งหากการเข้าสู่ตลาดในอนาคตไม่แตกต่างกันในระหว่างผู้ประกอบการแต่ละขนาดไม่ใช่เฉพาะผู้ประกอบการรายใหญ่เท่านั้น ก็ย่อมสะท้อนถึงสภาพการแข่งขันที่ดีขึ้น

2) ตัวชี้วัดด้านแนวโน้มของความสามารถในการทำกำไร (Profitability

Metrics)

เป็นตัวชี้วัดที่นำเอารายการทางบัญชีในงบการเงินมาสะท้อนความสามารถในการทำกำไร โดยเฉพาะ EBITDA (Earnings before Interest and tax plus depreciation and amortization) ในรูปของ

(ก) EBITDA ต่อผู้ใช้

(ข) EBITDA Margin

(ค) EBITDA หักจ่ายด้านการลงทุน

ตัวชี้วัดนี้จะช่วยให้ กสทช. สามารถวัดและเปรียบเทียบความสามารถในการทำกำไรระหว่างผู้ประกอบการแต่ละราย และภาพรวมความสามารถในการทำกำไรทั้งตลาด โดยตัวชี้วัดนี้มีความแตกต่างจากตัวชี้วัดด้านราคาและรายรับของการประกอบการ เพราะมาจากความสำเร็จในการดำเนินแผนงานและการพัฒนาธุรกิจของแต่ละกิจการได้อีกทางหนึ่ง



ข้อมูลที่ใช้ในการจัดทำตัวชี้วัด

(1) EBITDA ต่อผู้ใช้ (EBITDA per Subscriber) ของผู้ประกอบการแต่ละราย เทียบกับ ARPU ของแต่ละรายและเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างผู้ประกอบการที่มี EBITDA ต่อผู้ใช้สูงสุดและที่มี EBITDA ต่อผู้ใช้ต่ำสุด ซึ่งอาจจะสะท้อนความแตกต่างของบริการและสินค้าที่เสนอขาย พฤติกรรมการใช้ของลูกค้า ศักยภาพของโครงข่าย โครงสร้างต้นทุน การประหยัดจากขนาด และความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ

(2) EBITDA หักจ่ายด้านการลงทุนต่อผู้ใช้ต่อเดือนของผู้ประกอบการแต่ละราย

(3) EBITDA Margin เป็นการมอง EBITDA เป็นร้อยละต่อรายรับจากการให้บริการและการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างผู้ประกอบการแต่ละราย(ภาคผนวก 3.2 : ตารางที่ 17)

3) ตัวชี้วัดด้านรายจ่ายการให้ข้อมูลข่าวสาร กิจกรรมการตลาด การจำหน่าย การโฆษณา

เป็นการแข่งขันกันเสนอข้อมูลข่าวสารด้านการบริการ และแพ็คเกจ การให้บริการที่มีให้เลือก และกิจกรรมการสร้างการรับรู้แก่ลูกค้าเป้าหมายและเพิ่มพูนยอดขายบริการผ่านการเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งจากการสำรวจสภาพตลาดในประเทศไทยพบว่าเป็นประเด็นการแข่งขันที่สำคัญในลำดับต้นๆของผู้ประกอบการ

จากการพิจารณาข้อมูลของผู้ประกอบการ 3 รายในไทยคือ AIS TRUE และ DTAC ในระหว่างปี พ.ศ.2554-2555 พบว่า สัดส่วนของค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารที่สะท้อนตัวชี้วัดนี้มีสัดส่วนสูงมาก โดยส่วนใหญ่เป็นการทำแผนแคมเปญการตลาด การโฆษณาทำให้ตัวชี้วัดนี้น่าจะมีความสำคัญในการวัดระดับการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมของไทย

ตัวอย่างการจัดเก็บข้อมูลสถิติด้านรายจ่ายการให้ข้อมูลข่าวสาร กิจกรรมการตลาด การจำหน่าย การโฆษณา แสดงดังตารางที่ 3-3

ตารางที่ 3-3 สถิติด้านรายจ่ายการให้ข้อมูลข่าวสาร กิจกรรมการตลาด การจำหน่าย การโฆษณา

| หน่วย : ล้านบาท | DTAC | | TRUE | | AIS | |
|-----------------------------------|----------|----------|----------|----------|-----------|-----------|
| | 2554 | 2555 | 2554 | 2555 | 2554 | 2555 |
| รายได้จากการให้บริการโทรศัพท์ | 73,187.9 | 78,234.6 | 65,132.5 | 74,298.5 | 113,256.8 | 123,873.1 |
| ค่าใช้จ่ายในการขายและการให้บริการ | 2,802.5 | 2,713.0 | 6,247.8 | 8,475.4 | 2,826.4 | 2,890.4 |
| ค่าใช้จ่ายในการบริหาร | 8,806.6 | 9,065.1 | 9,689.4 | 10,634.7 | 8,291.3 | 9,067.5 |



| หน่วย : ล้านบาท | DTAC | | TRUE | | AIS | |
|------------------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| | 2554 | 2555 | 2554 | 2555 | 2554 | 2555 |
| รวมค่าใช้จ่ายในการขาย และบริหาร | 11,609.1 | 11,778.1 | 15,937.3 | 19,110.1 | 11,117.7 | 11,957.9 |
| สัดส่วนค่าใช้จ่ายต่อรายได้ หลัก | 15.86 | 15.05 | 24.47 | 25.72 | 9.82 | 9.65 |

ที่มา: แสดงการเก็บข้อมูลจากงบการเงินของแต่ละบริษัท ณ สิ้นธันวาคม 2555

การวิเคราะห์แคมเปญการโฆษณา การทำกิจกรรมการตลาดของผู้ประกอบกิจการในไทยพบว่าเน้นที่คุณภาพของโครงข่ายข้อมูล ความครอบคลุมพื้นที่ และ/หรือ ศักยภาพของแบนด์ ตลอดจนจุดเด่นที่แตกต่างจากคู่แข่ง

ข้อมูลที่ใช้ในการจัดทำตัวชี้วัด

(1) แนวโน้มของรายจ่ายประเภทของผู้ประกอบกิจการแต่ละรายย้อนหลัง (ภาคผนวก 3.2 : ตารางที่ 18)

ข้อมูลที่แสดงการเปรียบเทียบแผนงาน การจัดแคมเปญในปีปัจจุบัน ช่องทางที่เลือกใช้ และความต่อเนื่องจากปีก่อนหน้า (ภาคผนวก 3.2 : ตารางที่ 19)

(2) รายจ่ายค่าโฆษณาและช่องทางที่ใช้

รายจ่ายค่าโฆษณาเป็นรายการสำคัญรายการหนึ่งที่ใช้สะท้อนสภาพการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมได้อีกทางหนึ่ง โดยการพิจารณาจากแนวโน้มของค่าโฆษณาโดยรวมในแต่ละปีของผู้ประกอบกิจการแต่ละราย อาจจะเปรียบเทียบกับรายจ่ายค่าโฆษณา 20 อันดับแรกของกิจการประเภทต่างๆในประเทศที่มีองค์กร หน่วยงานจัดทำตรวจสอบไว้ในแต่ละปี

ช่องทางการโฆษณาก็ถือว่ามีสำคัญในการวิเคราะห์สภาพการแข่งขันของตลาด ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบกิจการแต่ละรายได้ทำการโฆษณาผ่านอุปกรณ์ที่มีอยู่ในเครือข่ายของแต่ละรายด้วย ซึ่งอาจจะเป็นจุดที่สร้างความได้เปรียบด้านการแข่งขันที่เหนือกว่าคู่แข่งรายอื่นที่ไม่มีช่องทางนี้ เช่นกรณีของบริษัท ทู คอรัปอเรชั่น อาจจะดำเนินการในส่วนนี้ผ่านทิวทัศน์ได้

(3) ช่องทางการจำหน่ายระดับขายปลีก

เป็นอีกประเด็นหนึ่งที่น่าสนใจในการใช้เป็นตัวชี้วัดสภาพการแข่งขัน เพราะผู้ประกอบกิจการจัดจำหน่ายและขายผลิตภัณฑ์และบริการของตนเองผ่านช่องทางจำหน่ายในระดับขายปลีกทั้งทางตรงและทางอ้อม เพื่อเพิ่มฐานลูกค้า ได้แก่

- (1) ร้านค้าปลีกของผู้ประกอบกิจการเอง
- (2) ร้านค้าปลีกของผู้ประกอบกิจการขายปลีกทั่วไป



(3) เว็บไซต์ของผู้ให้บริการเอง

(4) การขายสินค้าและบริการทางโทรศัพท์ Telemarketer

กสทช. จะสามารถวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการแข่งขันของกิจการโทรคมนาคมจากข้อมูลเหล่านี้ได้จากการพิจารณาแนวโน้มของการพัฒนาธุรกิจผ่านช่องทางต่างๆ

(4) ความแตกต่างของอุปกรณ์เครื่องรับโทรศัพท์เคลื่อนที่

เป็นการแข่งขันทางธุรกิจที่ไม่ใช่ด้านราคาอีกประเด็นหนึ่ง ซึ่งมีแนวโน้มว่า ผู้ประกอบกิจการจะให้ความสำคัญกับการสร้างความแตกต่างของกระบวนการในการกระจายสินค้าสู่ผู้บริโภค (Downstream Product) รวมทั้งอุปกรณ์ ระบบปฏิบัติการ และแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มมากขึ้นเมื่อเทียบกับคู่แข่ง รวมทั้ง สมาร์ทโฟน แล็ปท็อป และอุปกรณ์ที่ใช้สื่อสารข้อมูลโดยตรง

4) ตัวชี้วัดความสามารถในการเข้าและออกจากตลาดของผู้ประกอบกิจการ

การศึกษาพฤติกรรมการเข้าสู่ตลาดของกิจการโทรคมนาคมของไทยชี้ว่า กระบวนการในการเข้าสู่ตลาด ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือ การเข้าสู่ตลาด 3G ในปัจจุบัน การใช้ตัวชี้วัดจากการใช้ประโยชน์จากโครงข่ายจึงต้องใช้ในการติดตามอย่างต่อเนื่องข้ามปี โดยควรจะเน้นการประเมินว่าผู้ประกอบกิจการได้ดำเนินการและมีความก้าวหน้าในแต่ละขั้นตอนของการเข้าสู่ตลาดอย่างเหมาะสม ตั้งแต่

(ก) การจัดหาเงินทุน

(ข) การผ่านกระบวนการขอใบอนุญาตหรือการประมูลจาก กสทช.

(ค) การจัดหาโครงข่ายรองรับ

(ง) การเปิดตัวผลิตภัณฑ์

ซึ่งนอกเหนือจากการดำเนินขั้นตอนดังกล่าวแล้ว อาจจะต้องพิจารณาตัวชี้วัดนี้ในด้านการปรับปรุงด้วยการยกระดับ หรือเปลี่ยนไปใช้เทคโนโลยีใหม่แทน ซึ่งมีผลให้สภาพของการแข่งขันเปลี่ยนแปลงไป

การประเมินด้วยตัวชี้วัดความสามารถในการเข้าและออกจากตลาดของผู้ประกอบกิจการ ในกรณีของประเทศไทย ควรจะแยกออกเป็น 2 กลุ่มตัวชี้วัด คือ

4.1) ตัวชี้วัดความสามารถในการเข้าตลาด

ตัวชี้วัดในส่วนนี้ยังควรแบ่งออกเป็น 2 ส่วนย่อย คือ การเข้าสู่ตลาดตามเกณฑ์บังคับตามกฎหมาย และการเข้าสู่ตลาดตามกลไกของตลาด



การเข้าสู่ตลาดตามเกณฑ์บังคับตามกฎหมายมีความสำคัญในกรณีที่เกิดกสทช. ใช้ระบบสัมปทาน เช่น การจัดสรรคลื่นความถี่ มีส่วนทำให้เกิดการกระจุกตัวและลดความสามารถในการเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบกิจการ และมีผลต่อการมีคลื่นความถี่ในการให้บริการของผู้ประกอบกิจการ

หรือกรณีที่ผู้ประกอบกิจการเอกชนมีสัญญาการร่วมการงานกับรัฐวิสาหกิจ จะต้องปฏิบัติให้เป็นไปตามเงื่อนไขของสัญญา และเมื่อใดที่เกิดข้อขัดแย้งทางสัญญา เช่นที่เป็นมาในอดีต จะทำให้การใช้ประโยชน์จากเครือข่ายหรือการขยายเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบกิจการไม่เป็นไปตามแผนพัฒนาธุรกิจของกิจการ ทั้งที่มีความพร้อมอยู่แล้ว

นอกจากนั้น ความล่าช้าในการตัดสินใจของหน่วยงานกำกับกิจการโทรคมนาคม ทำให้เกิดความล่าช้าในการแข่งขันและการเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบกิจการเอกชน ซึ่งเป็นเสมือนอุปสรรคในการแข่งขัน ผ่านข้อจำกัดในการเข้าสู่ตลาดด้วย ซึ่งเรื่องนี้มาจากความไม่แน่นอนของการกำหนดนโยบายในระดับยุทธศาสตร์ของหน่วยงานกำกับกิจการโทรคมนาคม จนกลายเป็นประเด็นที่ทำให้องค์กรประกอบสำคัญ เช่น คลื่นความถี่ที่จะเรียกคืนจากรัฐวิสาหกิจไม่ชัดเจน ทั้งที่คลื่นความถี่เป็นปัจจัยสำคัญที่จำเป็นอย่างยิ่งในการเข้าสู่ตลาดเพื่อการให้บริการ แต่การเข้าสู่ตลาดยังขึ้นกับนโยบายการจัดสรรคลื่น ที่ล่าช้าในกระบวนการพิจารณา

4.2) ตัวชี้วัดในการออกจากตลาด

กรณีของ True จำกัดมีการเปลี่ยนแปลงของการแข่งขันในลักษณะของการรวมซื้อกิจการ และยุติการให้บริการ (Merger, Acquisition, discontinuance) เกิดขึ้นด้วยจากการซื้อกิจการ Hutch และการทำสัญญาร่วมการงานกับบริษัท ทีโอที ซึ่งมีทั้งผลบวกและผลลบต่อสภาพการแข่งขันในตลาด

ผลเสียที่มีแนวโน้มเกิดขึ้นในตลาดจากการออกจากตลาดของผู้ให้บริการคือ คุณภาพของการให้บริการแก่ผู้บริโภคที่จะลดลง และชะลอการสร้างสรรคนวัตกรรม ส่วนผลบวกที่เกิดจากการรวมกิจการของ True กับ Hutch คือ สร้างหน่วยธุรกิจที่เข้มแข็งขึ้น จนทำให้มีประสิทธิภาพด้านต้นทุนและมีความพร้อมในการให้บริการด้วยเทคโนโลยี 4G ได้ดีกว่า

ในการพัฒนาตัวชี้วัดในส่วนนี้จึงต้องมีความระมัดระวังในการวิเคราะห์ผลสุทธิที่พิจารณาทั้งผลทางลบและผลทางบวกพร้อมกัน หากมีผลเสียสุทธิเกิดขึ้นกับผู้ให้บริการ ก็ต้องถือว่าสภาพการแข่งขันในตลาดลดลง



3.2 กรอบแนวทางในการประเมินสภาพตลาดจากการแข่งขันที่มีประสิทธิผล

คณะผู้วิจัยฯ ได้นำเอาแนวคิดของการกำกับการแข่งขันในตลาดจากกรณีของ OECD ที่ได้ทำการศึกษาและแนะนำดัชนีในการชี้วัดสถานการณ์แข่งขันของธุรกิจโทรคมนาคม สำหรับหน่วยงานกำกับกิจการโทรคมนาคม เพื่อใช้ในการประกอบการปรับเปลี่ยนนโยบายการกำกับดูแล¹ โดยผลสรุปของการศึกษาชี้ว่า

1) แนวคิดและนิยามของคำว่า “การแข่งขันที่มีประสิทธิผล” (Effective Competition) ควรจะแยกออกมาจาก “อำนาจเหนือตลาด” (Market Power) เพราะการแข่งขันที่มีประสิทธิผลควรจะเน้นที่สภาพโดยรวมของตลาดธุรกิจโทรคมนาคมไม่ใช่อำนาจทางการตลาดที่เน้นเฉพาะสถานะภาพของรายบริษัท และควรจะเน้นที่พฤติกรรมและผลประโยชน์ที่ผู้บริโภคได้รับมากกว่าพฤติกรรมของบริษัท

2) องค์ประกอบที่ใช้ในการพิจารณาหาการแข่งขันที่มีประสิทธิผล ควรจะให้ความสำคัญกับตัวผลิตภัณฑ์และบริการ ควบคู่กับความครอบคลุมเชิงพื้นที่ ว่าผู้บริโภคมีความสามารถในการใช้บริการด้านโทรคมนาคมทดแทนกันระหว่างผู้ให้บริการมากน้อยเพียงใด นอกเหนือจากการแข่งขันด้วยราคา

3) ข้อจำกัดของการดำเนินธุรกิจโทรคมนาคม ควรจะได้รับการพิจารณาเป็นองค์ประกอบอีกส่วนหนึ่งของการศึกษาเปรียบเทียบสถานการณ์แข่งขันที่มีประสิทธิผล ไม่ว่าจะเป็นความสามารถในการควบคุมโครงสร้างพื้นฐานที่มีผลต่อสถานะคอขวดของความหนาแน่นของการใช้บริการในช่วงเวลาเดียวกัน จำนวนเงินลงทุนครั้งแรกที่ถือเป็นต้นทุนจม (Sunk Cost) การพึ่งพาอาศัยโครงข่ายภายนอกกิจการ การควบรวมกิจการในแนวตั้ง (Vertical Integration) การปรับเปลี่ยนของเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว

ตามแนวคิดของ OECD ได้ให้ความเห็นว่า “การแข่งขันที่มีประสิทธิผล” ในกิจการโทรคมนาคมจะผลักดันให้ระดับราคาที่ให้บริการโน้มลดลงสู่ระดับที่เหมาะสม และจะช่วยกระตุ้นให้เกิดนวัตกรรมและการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ และการแข่งขันที่มีประสิทธิผลควรจะเน้นหนักที่ผลลัพธ์ที่เกิดกับผู้บริโภคที่ใช้บริการเป็นสำคัญ

นิยามของ OECD ในด้าน “การแข่งขันที่มีประสิทธิผล” (Effective Competition) ครอบคลุมถึงสถานะที่ผู้ประกอบการในกิจการโทรคมนาคมทุกรายไม่มีอำนาจทางการตลาดอย่างมีนัยสำคัญ หรือมีบทบาทในการชี้ราคาตลาด ในลักษณะที่มีอิทธิพลต่อราคาและไม่ได้มีอัตราการทำกำไรสูงจากการที่เป็นกิจการที่มีอำนาจทางการตลาดหรือมีบทบาทในการชี้ราคาตลาดเหนือกว่าโดยเปรียบเทียบกับผู้ประกอบการรายอื่นที่เล็กกว่า

¹ ที่มา : OECD (2003). Working Party on Telecommunication and Information Services Policy, Indicators for the Assessment of Telecommunications Competition, OECD, 17 Jan 2003



ขณะเดียวกันผู้บริโภคที่ใช้บริการก็ต้องได้รับประโยชน์และมีสถานะที่ดีขึ้น อันเนื่องมาจากความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ และ/หรือระดับราคาที่ลดลง และคุณภาพบริการที่ดีขึ้นกว่ากรณีที่ตลาดขาดการแข่งขันที่มีประสิทธิผล หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งผู้บริโภคที่ใช้บริการได้รับบริการที่ดีที่สุดทั้งในรูปแบบของค่าบริการที่จ่ายและคุ่มค่าเงินที่จ่าย ขณะที่ผู้ประกอบการเองก็มีประสิทธิภาพด้านการดำเนินงาน และความหลากหลายของบริการที่มีนวัตกรรมเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค

นิยามของการแข่งขันที่มีประสิทธิผลแตกต่างจากแนวคิดของ “อำนาจทางการตลาด” (Market Power) ดังนี้

1) การวิเคราะห์การแข่งขันที่มีประสิทธิผลไม่ได้ให้ความสำคัญเฉพาะความสามารถในการควบคุมระดับราคาและต้นทุนของการสร้างผลิตภัณฑ์และบริการเท่านั้น หากแต่ให้ความสำคัญกับผลประโยชน์ที่ตกแก่ผู้บริโภค อย่างเช่น คุณภาพของบริการ ความหลากหลายของบริการ ประสิทธิภาพการดำเนินงานกิจการของผู้ประกอบการในตลาด และการเพิ่มขึ้นของบริการจากการใช้นวัตกรรมด้วย

2) การวิเคราะห์การแข่งขันที่มีประสิทธิผลจึงสนใจผลลัพธ์ที่เกิดจากการแข่งขันเป็นสำคัญ ไม่ใช่สถานะทางการตลาดของผู้ประกอบการเท่านั้น

3) ผลจากการวิเคราะห์การแข่งขันที่มีประสิทธิผลมีความสำคัญต่อหน่วยงานกำกับกิจการโทรคมนาคม ในการพิจารณากำหนดเงื่อนไขที่เป็นข้อจำกัดบางประการ เพื่อสกัดกั้นหรือป้องปรามพฤติกรรมที่ขัดขวางการแข่งขันที่มีประสิทธิผล ขณะที่การวิเคราะห์ Market Power จะช่วยสนับสนุนหน่วยงานกำกับกิจการโทรคมนาคมให้พุ่งเป้าหมายไปที่ผู้ประกอบการได้ถูกต้องและชัดเจน

4) แนวคิดของ Market Power มีความเฉพาะเจาะจงและมุ่งเน้นในวงที่แคบและจำกัดในประเด็นบางประเด็นของการแข่งขัน ขณะที่การวิเคราะห์การแข่งขันที่มีประสิทธิผลเป็นการวิเคราะห์ในกรอบกว้างครอบคลุมประเด็นต่างๆที่เป็นลักษณะการดำเนินธุรกิจของกิจการโทรคมนาคมทั้งหมด

กระบวนการในการวิเคราะห์การแข่งขันที่มีประสิทธิผลซึ่งกลุ่ม OECD ใช้ในการศึกษาดังกล่าวประกอบด้วยขั้นตอนสำคัญ ดังนี้

- ขั้นตอนที่ 1 การกำหนดนิยามและรูปแบบของตลาดโทรคมนาคมที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาดัชนีที่ใช้สะท้อนการแข่งขันอย่างมีประสิทธิภาพ
- ขั้นตอนที่ 2 การทบทวนและประเมินสถานะของตลาด ณ ขณะที่ทำการศึกษามีส่วนใดบ้างที่สะท้อนการแข่งขันที่มีประสิทธิผล
- ขั้นตอนที่ 3 ศึกษาบทบาทและกรอบการกำกับและควบคุมพฤติกรรมที่ขัดขวางการแข่งขันที่มีประสิทธิผลของหน่วยงานที่กำกับดูแล และในขณะเดียวกันบทบาทและกรอบการกำกับอาจจะมีผลในการเป็นอุปสรรคต่อการแข่งขันที่มีประสิทธิผลด้วย โดยพิจารณา



ผลของการกำกับของหน่วยงานที่กำกับดูแลต่อผู้ประกอบการหลักที่มาจากผลการ
วิเคราะห์ด้วยแนวคิด Market Power

ขั้นตอนที่ 4 ศึกษาและสรุปข้อเสนอแนะที่สะท้อนการแข่งขันที่มีประสิทธิผล

ในการวิเคราะห์การแข่งขันที่มีประสิทธิภาพ กสทช. ควรจะสรุปผลโดยพิจารณา
เงื่อนไขสำคัญของตลาดที่มีประสิทธิผลใน 4 ส่วนประกอบกัน ได้แก่

เงื่อนไขที่ 1

ผู้ซื้อบริการหรือผู้บริโภคสามารถเข้าถึงผู้ให้บริการที่เป็นทางเลือกเพื่อให้ได้รับบริการและ
ผลิตภัณฑ์ตามที่ต้องการได้ โดยทางเลือกเหล่านั้น สามารถทดแทนกันได้ และระดับราคาที่จ่าย
ค่าบริการสอดคล้องกับความเต็มใจในการจ่าย (Willingness)

เงื่อนไขที่ 2

ผู้ให้บริการแต่ละรายมีโอกาสเข้าถึงผู้บริโภคและนำเสนอผลิตภัณฑ์ของตนโดยไม่มี
ข้อจำกัดจากกิจการอื่น หรือจากหน่วยงานภาครัฐ หรือจากกฎหมายที่กำกับดูแลกิจการ

เงื่อนไขที่ 3

ราคาตลาดของผลิตภัณฑ์มาจากการยอมรับร่วมกันของผู้บริโภคและผู้ให้บริการไม่มี
ผู้บริโภครายใดหรือผู้ประกอบการใดสามารถกำหนดหรือมีอิทธิพลต่อระดับราคา

เงื่อนไขที่ 4

ความแตกต่างของระดับราคาที่มีการแข่งขันมีประสิทธิผลจะได้รับความคุ้มครองการ
บิดเบือนราคาหรือการค้าไม่เป็นธรรม ขณะเดียวกันผู้ประกอบการก็ได้รับความคุ้มครองจากการ
บิดเบือนของผู้บริโภครายใหญ่ หรือการแทรกแซงหรือการสะดุดหยุดลงของการดำเนินงานของ
ผู้ประกอบการรายอื่น

ทั้งนี้ การแข่งขันในตลาดอาจจะดีขึ้นในบางเงื่อนไขอย่างชัดเจน หรือลดลงในเงื่อนไขอื่น
ซึ่งผลการประเมินดังกล่าวจะช่วยให้ กสทช. สามารถปรับนโยบายด้านการกำกับการแข่งขันใน
ตลาดได้อย่างเหมาะสมต่อไป

3.3 ข้อควรคำนึงต่อการใช้ตัวชี้วัดวิเคราะห์สภาพการแข่งขันในตลาด

แม้ว่าคณะผู้วิจัยฯ จะมีข้อเสนอในการใช้ตัวชี้วัดที่สะท้อนสภาพการแข่งขันที่อิงตามผล
การศึกษาจากต่างประเทศ แต่ก็มีข้อควรคำนึงบางประการที่ต้องระมัดระวัง เพราะเป็นจุดอ่อนที่
อาจจะยังมีอยู่ในการใช้ตัวชี้วัดเหล่านี้



ประการที่ 1 โครงสร้างตลาด

1.1 ส่วนแบ่งตลาดและแนวโน้มของส่วนแบ่งตลาด

แม้ว่าส่วนแบ่งตลาดจากการวิเคราะห์ด้วยตัวชี้วัดต่างๆ ที่ออกมาจะมีค่าที่สะท้อนถึงส่วนแบ่งตลาดในระดับสูงเป็นเรื่องที่อาจจะยังคงมีอยู่ แต่อาจจะไม่ได้หมายความว่า ผู้ประกอบกิจการรายนั้นจะมีอำนาจทางการตลาดเหนือกว่าผู้ประกอบกิจการรายอื่นตามไปด้วย ทั้งนี้เพราะส่วนแบ่งตลาดเพียงประเด็นเดียวอาจจะไม่ได้สะท้อนพฤติกรรมของตลาดเสมอไป เพียงแต่เป็นองค์ประกอบสำคัญของโครงสร้างตลาดเท่านั้น

ส่วนแบ่งตลาดหรือน้ำหนักของตัวชี้วัดที่ออกมาไม่ควรใช้เป็นตัวแทนในการวัดอำนาจเหนือตลาดโดยตรงและโดยลำพังในทันที แต่ควรนำเอาปัจจัยอื่นและผลที่ได้จากตัวชี้วัดอื่น ๆ มาร่วมพิจารณาด้วย ก่อนที่จะสรุปว่าผู้ประกอบกิจการที่มีส่วนแบ่งตลาดสูงจะมีพฤติกรรมผูกขาดจริงหรือไม่ หรือทำให้การแข่งขันในตลาดลดลงจริงหรือไม่

นอกจากนั้น การที่มีหน่วยงานกำกับกิจการโทรคมนาคมอย่างชัดเจน ส่วนแบ่งตลาดอาจจะสะท้อนอำนาจทางการตลาดน้อยกว่ากิจการประเภทอื่น ๆ เพราะมีข้อกฎหมายและกฎเกณฑ์เป็นอุปสรรค

คณะผู้วิจัยฯ เสนอให้ กสทช. ใช้ส่วนแบ่งตลาดตั้งแต่ ร้อยละ 30 ขึ้นไปเป็นเงื่อนไขในการเริ่มตรวจสอบสภาพของการแข่งขัน

นอกจากนั้น ส่วนแบ่งตลาดเป็นข้อมูลที่สั่งสมมาจากอดีตของแต่ละผู้ประกอบกิจการ จึงอาจจะมีข้อจำกัดในการนำไปประเมินสถานะของการแข่งขันในอนาคต หากกิจการโทรคมนาคมมีแนวโน้มที่จะปรับโครงสร้างทางธุรกิจออกไปจากเดิมในอดีตอย่างมีนัยสำคัญ เพราะอัตราการเติบโตในอนาคตอาจจะแตกต่างจากอดีต การศึกษาจึงควรให้ความสำคัญกับการพิจารณาความเปลี่ยนแปลงในรูปแบบของส่วนแบ่งตลาดที่ปรับเปลี่ยนมาตามลำดับของเวลาด้วย

1.2 อุปสรรคในการเข้าตลาดหรือความง่ายในการเข้าตลาด

การยกเลิกอุปสรรคต่างๆ ในการเข้าตลาดเพียงด้านเดียวอาจจะไม่เพียงพอในการสะท้อนการแข่งขันที่มีประสิทธิผล เพราะตลาดอาจจะต้องใช้เวลาในการปรับตัวนานนับปี ๆ ความรวดเร็วและขนาดของการเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบกิจการในธุรกิจหรือธุรกิจใหม่ ๆ จึงมีผลต่อการแข่งขันที่มีประสิทธิผลด้วย ซึ่งประเด็นทั้ง 2 นี้วัดผลและติดตามหาข้อมูลได้ยาก

หาก กสทช. ตัดสินใจอย่างทันท่วงที รวดเร็วและชัดเจน การปรับตัวและการพัฒนาธุรกิจเพื่อเตรียมการเข้าตลาดของผู้ประกอบกิจการเป็นไปอย่าง



รวดเร็วและเป็นกิจการขนาดใหญ่อย่างเพียงพอ ก็จะส่งผลต่อคุณภาพของตลาด
ให้มีการเปลี่ยนแปลงได้

นอกจากนั้น ผู้ประกอบกิจการเดิมที่เป็นรายใหญ่มิได้เปรียบจาก
การที่ได้ลงทุนในส่วนของรากฐานของธุรกิจไปก่อนแล้ว ซึ่งอาจจะยากที่
ผู้ประกอบกิจการรายอื่น ๆ จะตามทัน และทำให้การประกอบกิจการ
โทรคมนาคมมีองค์ประกอบด้านการแข่งขันที่ตัดเทียมกัน

นอกจากปัจจัยดังกล่าวแล้ว งานการพัฒนาสินทรัพย์ถาวร โครงข่าย และ
โครงสร้างธุรกิจทางกายภาพเป็นเรื่องที่ต้องใช้เวลาและใช้เงินลงทุนสูง ซึ่งทำให้
เกิดช่วงเวลาทิ้งห่างนานนับปีกว่าที่จะเกิดการแข่งขันเพิ่มขึ้นจากผู้ประกอบ
กิจการรายใหญ่อื่น ๆ ในตลาด

ประการที่ 2 พฤติกรรมของผู้ประกอบกิจการที่ให้บริการ

2.1 ระดับความรุนแรงของการแข่งขันด้านราคาและไม่ใช้ราคา

แม้ระดับราคาของบริการด้านโทรคมนาคมจะมีแนวโน้มลดลงตามลำดับ แต่
อาจจะมาจากผลพลอยได้จากความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีที่ถือเป็นการแข่งขัน
ด้านที่ไม่ใช้ราคาเพิ่มขึ้นทดแทน โดยเทคโนโลยีมีส่วนทำให้ต้นทุนของการ
ให้บริการลดลงจากเดิม

ในการพิจารณาประเด็นนี้ กสทช. จึงควรพิจารณาควบคู่กับผลกำไรและ
อัตราผลตอบแทน หากผลกำไรยังคงสูง และอัตราผลตอบแทนหากผลกำไรยังคง
สูง และอัตราผลตอบแทนเพิ่มขึ้น การลดลงของราคาในด้านโทรคมนาคมก็
อาจจะไม่ใช่ระดับการแข่งขันที่สูงขึ้น

นอกจากนั้น ข้อมูลเกี่ยวกับการกำหนดราคาของบริการยังยากที่จะ
เปรียบเทียบกันในแต่ละช่วงเวลาเนื่องจากรายละเอียดของบริการเปลี่ยนแปลงไป
ตามแคมเปญโปรโมชั่นของผู้ประกอบกิจการ และเป็นการกำหนดราคาเป็น
แพ็คเกจ

2.2 พฤติกรรมที่เข้าข่ายการผูกขาดของผู้ประกอบกิจการ

คณะผู้วิจัยฯ ได้เสนอพารามิเตอร์หลายตัวในข้อเสนอตามที่ปรากฏใน
ตารางข้างต้น แต่การศึกษาในประเด็นนี้ยังมีข้อจำกัด และต้องระมัดระวังเรื่อง
การใช้ดุลยพินิจในการตัดสินพฤติกรรมว่าเข้าข่ายผูกขาดของผู้ประกอบกิจการ
หรือไม่

นอกจากนั้น จนถึงปัจจุบันยังไม่มีมาตรฐานที่ใช้เกี่ยวกับประเด็นนี้อย่าง
ชัดเจน จึงยังต้องอาศัยการตีความเป็นสำคัญ จากประวัติด้านการดำเนินงานของ
ผู้ประกอบกิจการแต่ละราย และศักยภาพในการดำเนินการตอบโต้ของผู้ประกอบ
กิจการที่ไม่ใช่ผู้ประกอบกิจการรายใหญ่



2.3 สถานะและความพร้อมในการให้บริการเชิงนวัตกรรม

การที่ผู้ประกอบการแต่ละรายใช้นโยบายสร้างความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation) มีผลโดยตรงต่อประโยชน์ที่จะตกแก่ผู้บริโภค ยังมีความแตกต่างกัน เนื่องจากนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์มากขึ้น ก็จะทำให้เกิดความแตกต่างกันจนยากที่จะประเมินระดับความพอใจของผู้บริโภคเพิ่มขึ้น

นอกจากนั้น การที่เกิดบริการเชิงนวัตกรรมที่สร้างความแตกต่างของตัวบริการ อาจจะได้ไม่ผลต่อการเพิ่มขึ้นของระดับความพึงพอใจเสมอไปหากเป็นความแตกต่างกันมากเกินไปจนทดแทนกันไม่ได้ยาก

2.4 ความสามารถในการทำกำไรและแนวโน้ม

ความสามารถในการทำกำไร มักจะคำนวณโดยอิงต้นทุนของเงินทุนในอดีต ซึ่งหากจะวัดความสามารถในการทำกำไรอย่างแท้จริง อาจจะต้องปรับต้นทุนของเงินทุนในอดีตด้วยต้นทุนที่เป็นจริงในปัจจุบัน หรือต้นทุนทดแทน (Replacement cost) เพื่อใช้การวิเคราะห์ว่าความสามารถในการทำกำไรสูงกว่าระดับที่มีการแข่งขันที่มีประสิทธิภาพหรือไม่

นอกจากนั้น กสทช. ยังอาจจะมีปัญหาจากการคำนวณที่วัดค่าเสื่อมราคาของสินทรัพย์ การหามูลค่าของการโฆษณาและการทำกิจกรรมทางการตลาด ที่ไม่ได้บันทึกรายการแยกไว้ในงบการเงินอย่างชัดเจน

ขณะเดียวกันความสามารถในการทำกำไร และส่วนแบ่งตลาดอาจจะมีความสัมพันธ์กันคือ ความสามารถในการทำกำไรที่สูงอาจจะดึงดูดผู้ประกอบการรายใหม่

คณะผู้วิจัย เห็นว่ากำไรในอัตราสูงอาจจะไม่ใช่สิ่งเลวร้ายหรือไม่พึงประสงค์เสมอไปในแง่ของการแข่งขัน ตราบเท่าที่การทำกำไรมาจากความสามารถในการปรับลดต้นทุนการดำเนินงาน จนเกิดประสิทธิภาพ หรือมาจากผลของการสร้างนวัตกรรม และการที่กิจการมีกำไรสูงอาจจะมาจากการที่กิจการไม่ได้ใช้นโยบายการแข่งขันด้านราคา

ประการที่ 3 พฤติกรรมของผู้บริโภคที่ใช้บริการ

3.1 การเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร

การที่จะใช้ดัชนีชี้วัดในด้านนี้ได้ กสทช. จำเป็นต้องมีข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพที่เพียงพอ ซึ่งการสำรวจผู้บริโภคและการสังเกตพฤติกรรมที่เกิดขึ้นอาจจะช่วยให้ข้อมูลส่วนนี้ได้

เมื่อข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพเข้ามาผสมผสานกันดังกล่าว ทำให้ต้องระมัดระวังในการวิเคราะห์ และต้องพิจารณาถึงความสอดคล้องของข้อมูล 2



ประเภท เพื่อให้มั่นใจว่าผลการวิเคราะห์ให้สะท้อนสถานการณ์การแข่งขันเชิง
ประสิทธิผลได้จริง และต้องกำหนดเกณฑ์ในการวิเคราะห์ให้ชัดเจน กรณีที่ข้อมูล
เชิงคุณภาพและข้อมูลเชิงปริมาณมีความขัดแย้งกัน

3.2 ความสามารถในการใช้ข้อมูลข่าวสารและโอกาสทางการตลาดของ ผู้บริโภค

ดัชนีที่อยู่ในกลุ่มนี้ยังมีความซับซ้อนมาก เพราะต้องอาศัยความเข้าใจอย่าง
ดีเพียงพอเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค เพื่อจะได้ใช้ประเด็น
ดังกล่าวไปออกแบบคำถามในแบบสอบถามให้สอดคล้องกับลักษณะของการ
ตัดสินใจซื้อบริการของผู้บริโภค

นอกจากนั้น กสทช.อาจจะต้องใช้ศักยภาพ ความพร้อม ความสามารถในการ
แปลความหมายจากผลการสำรวจว่า พฤติกรรมที่ตอบเกิดจากการรับรู้ใน
ลักษณะใด ด้วยเหตุนี้ การศึกษาจึงไม่ควรให้นำหนักความสำคัญกับประเด็นนี้
มากเกินไปและควรใช้เป็นดัชนีรองที่เข้ามาเสริมการวิเคราะห์ด้วยดัชนีอื่นที่เป็น
ดัชนีหลักมากกว่า

3.3 ต้นทุนและอุปสรรคในการเปลี่ยนผู้ให้บริการ

คณะผู้วิจัยฯ คาดว่าอุปสรรคที่ขัดขวางการเปลี่ยนผู้ให้บริการของผู้บริโภค
นอกจากปัจจัยทางด้านราคา และต้นทุนการย้ายผู้ให้บริการ อาจมาจากตัว
ขับเคลื่อนภายนอกร่วมด้วย เช่น ข้อกำหนดทางกฎหมายที่ทำให้การย้ายมีความ
ยุ่งยาก หรือการใช้เทคนิคทางการขายของที่มการตลาดของผู้ให้บริการปัจจุบัน
ที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความลังเล เป็นต้น ซึ่งปัจจัยเหล่านี้อาจจะทำให้ผลการศึกษา
บิดเบือนไป

3.4 อำนาจในการตอบโต้ในฐานะของผู้ใช้บริการ

ในอนาคต อาจจะมีผู้บริโภครายใหญ่ที่อาจจะมีอำนาจในการต่อรองเพื่อให้
ได้แพ็คเกจของการให้บริการที่ตรงตามความต้องการและความจำเป็นของตน
มากกว่าผู้บริโภครายย่อยแพ็คเกจบริการจึงอาจจะไม่ใช่แพ็คเกจ มาตรฐานและ
นำไปเปรียบเทียบกับผู้บริโภครายย่อยได้ยาก

ขณะเดียวกัน ผู้บริโภครายใหญ่อาจมีความไหวตัวต่อราคาแตกต่างจาก
ผู้บริโภครายย่อย โดยบางกลุ่มอาจจะสนใจองค์ประกอบของบริการมากกว่า
ราคาและมีความสามารถในการจ่ายค่าบริการได้ดีกว่าผู้บริโภครายย่อย

ประการที่ 4 ผลประโยชน์ที่เกิดกับผู้บริโภค

4.1 ความกว้างและหลากหลายของบริการที่มีการแข่งขันกันเสนอใน ระหว่างผู้ประกอบการ

ในการวิเคราะห์ตัวชี้วัดจริง อาจจะมีที่ยังมีความยุ่งยากในการกำหนดค่านิยาม



ขอบเขตของประโยชน์ที่เกิดกับผู้บริโภคผ่านดัชนีตัวนี้ค่อนข้างมาก

ผลประโยชน์ที่เกิดกับผู้บริโภคยังมีความแตกต่างกันในผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม จึงต้องจัดแบ่งกลุ่มผู้บริโภคและเชื่อมโยงผลประโยชน์ของแต่ละกลุ่มที่ควรได้รับ ให้ชัดเจนก่อนการวิเคราะห์ข้อมูล

4.2 ระดับความพอใจกับระดับราคาและความสามารถในการจ่าย ค่าบริการตามระดับราคาที่กำหนด

ยังมีปัญหาว่าการคำนวณราคาบริการมีข้อจำกัดมาก เนื่องจากผลของความเปลี่ยนแปลงเชิงคุณภาพ และแพ็คเกจจของราคามีความซับซ้อนมากในแต่ละช่วงเวลา จนทำให้บริการที่ใช้แต่ละแผนมีองค์ประกอบที่แตกต่างกันออกไปจนเทียบเคียงกันยาก ซึ่งส่งผลต่อการสรุปประเด็นในด้านการตัดสินใจว่าระดับความพึงพอใจที่เพิ่มขึ้นหรือลดลงมาจากผลของราคาบริการเต็มหรือไม่ และอย่างไร

การเปลี่ยนแปลงของราคายังครอบคลุมเกือบทุกลักษณะของบริการด้านโทรคมนาคม ไม่ใช่เพียงกรณีของบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เท่านั้น

นอกจากนั้น คำตอบเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคยังมีความเป็นจิตวิสัย อาศัยอารมณ์ ความรู้สึกที่เชื่อถือได้ยาก จนอาจจะไม่สะท้อนถึงความคาดหวังที่จะมีการใช้บริการโทรคมนาคมและความพอใจต่อบริการได้อย่างแท้จริง

4.3 ระดับความพอใจกับคุณภาพของบริการที่ได้รับ

เป็นตัวชี้วัดที่มีปัญหาในการแปรความหมายของข้อมูลเชิงคุณภาพมาเป็นระดับของการแข่งขันที่มีประสิทธิผลมาจากผลประโยชน์ที่เกิดกับผู้บริโภค

OECD ต้องศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่จะมีส่วนช่วยปรับปรุงคุณภาพของบริการไปตามลำดับ

ประการที่ 5 ประเด็นอื่น ๆ

การนำเอาตัวแปรต่างๆ ไปพัฒนาเป็นดัชนียังต้องทบทวนและใช้ความรอบคอบในการพิจารณาว่า สามารถสรุปผลเหมือนกันในทุกประเภทบริการได้ หรือควรแยกผลจากการวิเคราะห์ด้วยดัชนีแต่ละดัชนีออกไปตามกลุ่มของลูกค้าที่ใช้บริการ หรือตามแพ็คเกจบริการด้วย เพราะหลายกรณีการแยกประเภทบริการเป็นด้านเสียง ด้านข้อมูล ด้านข้อความ อินเทอร์เน็ต หรือการโทรศัพท์ระหว่างประเทศไม่อาจจะทำได้ และไม่มีนัยสำคัญ



3.4 กระบวนการในการกำหนดตัวชี้วัดหลักการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคม สำหรับประเทศไทย

คณะผู้วิจัย ได้ทำการรวบรวมตัวชี้วัดหลักด้านการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมในประเทศต่าง ๆ ดังแสดงในรายงานตัวชี้วัดหลักการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคม และได้นำเสนอตัวชี้วัดหลักและการจัดทำข้อมูลเพื่อประเมินสภาพการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมของไทยในรายงานฉบับนี้ ในกระบวนการรับฟังความคิดเห็นเกี่ยวกับตัวชี้วัดสำหรับกิจการโทรคมนาคมของไทย คณะผู้วิจัย ได้จัดให้มีการจัดทำการประชุมรับฟังความคิดเห็นเฉพาะกลุ่ม (Focus Group) ครั้งที่ 1 จากกลุ่มผู้ประกอบการโทรคมนาคมของไทย เมื่อวันที่ 20 มิถุนายน พ.ศ. 2556 โดยมีข้อสรุปจากการประชุมดังนี้ (รายละเอียดตามภาคผนวก 3.3)

- (1) ผู้เข้าร่วมการประชุมส่วนมากเห็นด้วยกับตัวชี้วัดหลักการแข่งขันที่คณะผู้วิจัยนำเสนอ แต่มีข้อคิดเห็นที่ควรต้องเน้นในแต่ละกลุ่มบริการให้ชัดเจนว่าตัวชี้วัดของแต่ละบริการที่เฉพาะเจาะจงจะมีอะไรบ้าง
- (2) ผู้เข้าร่วมการประชุมให้ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับน้ำหนักของตัวชี้วัดควรระบุน้ำหนักในการประเมินสภาพการแข่งขันให้ชัดเจน
- (3) ผู้เข้าร่วมประชุมจะให้ความสำคัญกับเงื่อนไขประสิทธิภาพของตลาด เงื่อนไขที่สองมากที่สุด



บทที่ 4

ประเมินสภาพการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคม (พ.ศ. 2548-2554)

รายงานการประเมินสภาพการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมในห้วงเวลา (พ.ศ. 2548-2554) จัดทำขึ้นเพื่อนำตัวชี้วัดหลักด้านการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมที่ได้นำเสนอสำหรับประเทศไทย มาจัดทำข้อมูลเพื่อประเมินสภาพการแข่งขันของกิจการโทรคมนาคมของไทยในช่วงเวลาที่ผ่านมาตามแผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม ฉบับที่ 1 และฉบับที่ 2 โดยจะนำเสนอตามกรอบของตัวชี้วัดของแต่ละประเภทบริการตามขอบเขตการศึกษาประกอบด้วย โทรศัพท์ประจำที่ โทรศัพท์เคลื่อนที่ อินเทอร์เน็ต และโทรศัพท์ระหว่างประเทศ โดยจะนำเสนอข้อมูลตัวชี้วัดของแต่ละบริการ และประเมินสภาพการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมในช่วงเวลาที่ผ่านมา ข้อมูลบางส่วนได้แสดงถึงระดับการแข่งขันที่มีแนวโน้มดีขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงที่ผ่านมา และผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะได้รับประโยชน์เพิ่มมากขึ้นจากการแข่งขัน

4.1 สภาพการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคม

4.1.1 สภาพแวดล้อมในระดับภาพรวมของประเทศ

แผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม ฉบับที่ 1 เกิดขึ้นเพื่อรองรับการเปิดเสรีตลาดโทรคมนาคมและการปฏิรูประบบการกำกับดูแลกิจการโทรคมนาคม เพื่อส่งเสริมให้เกิดการแข่งขันที่มีประสิทธิภาพ อีกส่วนหนึ่งของการปฏิรูปดังกล่าวเป็นการปฏิบัติตามข้อผูกพันที่ไทยมีต่อองค์การการค้าโลก ในการเปิดเสรีบริการโทรคมนาคมพื้นฐานบางบริการ

ในช่วงที่ผ่านมาประเทศไทยยังได้ออกกฎหมายที่สำคัญ 2 ฉบับ คือ พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ.2543 และ พระราชบัญญัติการประกอบกิจการโทรคมนาคม พ.ศ.2544 และจัดตั้งคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กทช.) ขึ้นเป็นหน่วยงานกำกับดูแล

นอกจากนั้น ประเทศไทยได้ร่วมเจรจาการค้าพหุภาคีรอบอุรุกวัยและเข้าร่วมเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก ตลอดจนร่วมเจรจาตามกรอบของความตกลงทั่วไปว่าด้วยการค้าและบริการ (General Agreement on Trade and Service หรือ GATS) ได้กำหนดให้ประเทศสมาชิกองค์การการค้าโลกร่วมเจรจาเพื่อจัดทำข้อผูกพันเปิดเสรีการค้า และบริการให้มากขึ้นในทุก 5 ปี จนกว่าจะบรรลุเป้าหมายการเปิดเสรีอย่างเต็มที่ โดยประเทศไทยได้ลงนามในความตกลงที่จะเปิดตลาด (Market access) และการปฏิบัติเยี่ยงคนชาติ (National treatment) ในบริการหลายประเภท รวมทั้งบริการโทรคมนาคม ตามความตกลงด้านโทรคมนาคมพื้นฐาน (Basic Telecom Agreement หรือ BTA)



ตามข้อผูกพันของไทยที่มีต่อองค์การการค้าโลก จะเปิดเสรีบริการโทรคมนาคม พื้นฐานเพียง 4 บริการ คือ โทรศัพท์ประจำที่ (Voice telephony) โทรเลข (Telegraph) โทรสาร (facsimile) และเทเล็กซ์ (Telex) ทั้งนี้ คำว่าโทรศัพท์ประจำที่ดังกล่าวจะรวมถึงบริการโทรศัพท์ในท้องถิ่นที่เดียวกัน โทรศัพท์ทางไกลภายในประเทศ และโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศ แต่ไม่ได้รับรวมบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่

การแทรกแซงตลาดของหน่วยงานกำกับ สามารถแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ

ลักษณะที่ 1 การแทรกแซงเชิงพฤติกรรม (Behavioral Interventions) จากการที่หน่วยงานกำกับดูแลพยายามจะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้ประกอบกิจการโทรคมนาคมรายหนึ่ง รายใดหรือกลุ่มหนึ่งกลุ่มใด โดยเฉพาะผ่านการกำกับดูแลและพฤติกรรมทางการค้า เช่น การกำกับอัตราค่าบริการ หรือการสั่งให้เชื่อมต่อโครงข่ายกับคู่แข่ง

ลักษณะที่ 2 การแทรกแซงเชิงโครงสร้าง (Structural Interventions) เช่น ป้องกันโครงข่ายโทรคมนาคมขนาดใหญ่สองรายในตลาดควบรวมกิจการกัน หรือสั่งให้ผู้ประกอบการรายใหญ่แยกกิจการออกเป็นกิจการย่อย หรือการใช้เวลาในการพิจารณาจัดสรรเลขหมายที่ล่าช้า จนมีผลต่อการแข่งขันของผู้ประกอบการในกรณีที่มีลูกค้ารอคอยเลขหมายที่ขอเปิดรออยู่แล้ว

ในช่วงแผนแม่บทกิจการโทรคมนาคมฉบับที่ 1 (พ.ศ.2548-2550) และฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2551-2553) เป็นช่วงที่เศรษฐกิจของโลกและของไทยมีความก้าวหน้าอย่างต่อเนื่องด้านการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและเทคโนโลยีการสื่อสาร จนมีส่วนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจและสังคมสู่รูปแบบที่ซับซ้อนมากขึ้น

การปฏิวัติทางเทคโนโลยีดังกล่าวประกอบการเปิดเสรีทางด้านกิจการโทรคมนาคมมากขึ้น ได้มีส่วนช่วยให้ต้นทุนส่วนเพิ่มของการสื่อสารลดลงตามลำดับ พร้อมกับการเติบโตของกิจการโทรคมนาคม

การเติบโตของกิจการโทรคมนาคม ทำให้ผู้บริโภคมีความต้องการบริการโทรคมนาคมที่ทัดเทียมกับที่มีการให้บริการในประเทศอื่นที่มีความรุดหน้าด้านบริการโทรคมนาคม และส่งผลให้กิจการโทรคมนาคมตัดสินใจพัฒนาธุรกิจด้านโครงข่ายโทรคมนาคมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

การลงทุนในโครงข่ายโทรคมนาคมทำให้ขนาดของโครงสร้างพื้นฐานด้านสื่อสารเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะโครงข่ายการสื่อสารบนระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เข้ามาทดแทนโทรศัพท์ประจำที่ จนอาจจะกล่าวได้ว่าการประเมินสถานภาพการแข่งขันของกิจการโทรคมนาคมอาจจะใช้ความเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาการของโครงข่ายและโครงสร้างพื้นฐานเป็นตัวชี้วัดผลดำเนินงานได้ดีกว่าการประเมินจากจำนวนของคู่สายโทรศัพท์



4.1.3 สภาพการแข่งขันโดยรวมในตลาด

ผู้ให้บริการแต่ละราย อาจจะเสนอบริการด้านเสียงและข้อมูลภายใต้คลื่นความถี่และ
โครงข่ายเดียวกันจึงเป็นการยากที่จะแจกแจงสภาพการแข่งขันตามประเภทบริการ ซึ่งจะมี
ประโยชน์ในการวิเคราะห์สภาพของการแข่งขันในส่วนของรายละเอียด

ผู้บริโภคเองอาจจะได้รับบริการด้านเสียงและข้อมูลผ่านอุปกรณ์เดียวกัน และซื้อ
บริการเหล่านี้จากผู้ประกอบการรายเดียว หรือหลายราย แม้ว่าโดยปกติบริการด้านข้อมูลไม่
จำเป็นต้องเชื่อมต่ออุปกรณ์ที่ให้บริการด้านเสียงแก่ผู้บริโภค ที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการ
ด้านข้อมูลอาจจะซื้อบริการนี้เพิ่มเติม (Add-on) จากบริการด้านเสียง หรือเป็นส่วนหนึ่งของแพ็คเกจ
ของบริการด้านเสียงและข้อมูล และในบางกรณีผู้บริโภคอาจจะไม่สามารถซื้อบริการด้านข้อมูลที่เป็น
อิสระจากด้านเสียง

ลักษณะของการให้บริการดังกล่าวทำให้สภาพของการแข่งขันในกิจการ
โทรคมนาคม และทางเลือกของผู้บริโภคที่แต่เดิมแยกเป็นรายประเภทมีลักษณะเป็น Bundle ของ
การใช้บริการแทน ซึ่งทำให้การแยกตัวชี้วัดตามประเภทบริการไม่เหมาะสม

ข้อมูลที่มีอยู่และจัดรวบรวมได้ตามโครงการศึกษานี้ เป็นข้อมูลแสดงสภาพโดยรวม
ของตลาดมากกว่าข้อมูลรายประเภทของกิจการ โดยเฉพาะผู้ใช้ในตัวเมืองที่มีการศึกษาและระดับ
รายได้ปานกลางขึ้นไปที่ใช้สมาร์ตโฟน ซึ่งใช้บริการได้ครบวงจรทุกประเภท

แม้ว่าในทางเศรษฐศาสตร์ การแจกแจงสภาพการแข่งขันด้วยมิติเชิงพื้นที่ทาง
ภูมิศาสตร์จะสะท้อนสภาพการแข่งขันได้ แต่การระบุพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ของบริการด้าน
โทรคมนาคมมีความซับซ้อนมาก โดยเฉพาะในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ

- (1) ความแตกต่างของการกำหนดเกณฑ์การให้ใบอนุญาตที่มีแถบคลื่นความถี่
(Spectrum band) ที่แตกต่างกันในแต่ละพื้นที่
 - (2) ความแตกต่างของพื้นที่ที่ผู้ประกอบการได้ใบอนุญาตให้ครอบคลุมการ
ให้บริการ
 - (3) การมีจำนวนผู้ประกอบการที่ให้บริการน้อยราย และซ้ำกันในแต่ละพื้นที่
 - (4) ความยากในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับพื้นที่ที่โครงข่ายของ
ผู้ประกอบการแต่ละรายครอบคลุมอยู่
 - (5) ความสามารถและความต้องการของผู้บริโภคที่จะข้ามเขตพื้นที่ไปซื้อบริการ
 - (6) การที่ผู้ให้บริการให้เงื่อนไขที่แตกต่างกันในแต่ละพื้นที่
- การนำเอาพื้นที่เชิงภูมิศาสตร์มาใช้ตามการแบ่งพื้นที่การปกครองก็อาจจะมีความคลาดเคลื่อนจากการแบ่งพื้นที่เพื่อการรุกตลาดและพัฒนาธุรกิจเชิงพื้นที่ของผู้ประกอบการ



1.2.1 สภาพการแข่งขันด้านราคา

ช่วงระหว่างแผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม ฉบับที่ 1-2 กิจการโทรคมนาคม มีการแข่งขันทั้งด้านราคาและประเด็นอื่นที่ไม่ใช่ราคา โดยเฉพาะ (ก) การพัฒนาความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี (ข) การยกระดับศักยภาพของโครงข่าย (ค) การใช้ข้อมูลข่าวสารและกิจกรรมสร้างการรับรู้ด้วยกลยุทธ์การโฆษณาและด้านการตลาด (ง) การสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ Downstream

การแข่งขันด้านราคาของผู้ประกอบการมักจะใช้การกำหนดแผนการใช้บริการที่มีระดับราคาแตกต่างกันในแต่ละโปรโมชันและแพ็คเกจ จนโครงสร้างราคาและระดับราคาของผู้ประกอบการแต่ละรายมีความซับซ้อนสูง รวมทั้งแพ็คเกจที่เรียกว่า “Unlimited” ในการใช้อินเทอร์เน็ตและการให้บริการที่มีลักษณะ Bundle ระหว่างการสื่อสารด้วยเสียงและข้อมูล และบางรายมี Cross-bundle ถึงบริการด้านเคเบิลทีวีด้วย

4.2 สภาพตลาดการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมตามตัวชี้วัดที่นำเสนอ

ขอบเขตของงานตามโครงการนี้กำหนดให้คณะผู้วิจัยฯ นำตัวชี้วัดที่นำเสนอมาประเมินสภาพการแข่งขันในตลาดกิจการโทรคมนาคมของไทยระหว่างปี พ.ศ.2548-2555 ซึ่งในการดำเนินการดังกล่าวพบว่า มีข้อจำกัด เนื่องจากตัวชี้วัดส่วนใหญ่ไม่ได้มีการจัดเก็บข้อมูลไว้ทั้งในส่วน ของ กสทช. ในส่วนของผู้ประกอบการ และแม้แต่ผลงานการสำรวจของหน่วยงานหลักในด้านนี้ อย่างเช่น สำนักงานสถิติแห่งชาติ หรือข้อมูลที่ไทยนำเสนอให้กับองค์กรระหว่างประเทศในฐานะของ ประเทศสมาชิก ในการดำเนินการส่วนนี้ คณะผู้วิจัยฯ พยายามที่จะหาตัวแทนของตัวชี้วัดเพื่อทำการประเมินสภาพการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมของไทยในช่วงเวลาดังกล่าว เพื่อให้ กสทช. ได้ ข้อมูลตามที่กำหนดไว้ในขอบเขตของงานตามโครงการนี้

4.2.1 การประเมินสภาพการแข่งขันตามตัวชี้วัดกลุ่มที่ 1 ตัวชี้วัดด้านราคาและ ประโยชน์ต่อผู้บริโภค

ตัวชี้วัดในกลุ่มที่ 1 นี้ตามที่ได้นำเสนอไว้ ประกอบด้วย

- 1) ตัวชี้วัดจากจำนวนเลขหมายที่ใช้บริการแบบ Unlimited
- 2) ตัวชี้วัดจากจำนวนเลขหมายที่ใช้บริการแบบ Bundle
- 3) ตัวชี้วัดจากดัชนีราคาผู้บริโภคด้านการสื่อสาร
- 4) ตัวชี้วัดแนวโน้มรายรับเฉลี่ยต่อเลขหมาย (ARPU)

ซึ่งจากการดำเนินงานพบว่า ไม่มีการจัดเก็บข้อมูลตามตัวชี้วัดนี้ย้อนหลังตามกรอบ เวลาที่กำหนด (ระหว่างปี พ.ศ.2548-2555)



ตัวแทนที่สามารถหาได้ในอดีตคือ ตัวชี้วัดที่ 3 ตัวชี้วัดจากดัชนีราคาผู้บริโภคด้านการสื่อสาร และตัวชี้วัดที่ 4 แนวโน้มรายรับโดยเฉลี่ยต่อผู้ใช้ (ARPU) ขณะที่ตัวชี้วัดจากจำนวนเลขหมายที่ใช้บริการแบบ Unlimited และตัวชี้วัดจากจำนวนเลขหมายที่ใช้บริการแบบ Bundle ไม่มีข้อมูลที่จัดเก็บไว้ ส่วนหนึ่งเนื่องจากการกำกับดูแลในกิจการโทรคมนาคมมีการแยกกฎหมายที่เกี่ยวข้องระหว่างกิจการแต่ละด้าน และมีการจัดเก็บข้อมูลแยกออกจากกันในแต่ละประเภทของกิจการโทรคมนาคม และที่ผ่านมาจึงยังไม่มีกำหนดให้ผู้ประกอบการรายงานผลประกอบการแบบรวมกลุ่ม ที่รวมทุกประเภทของธุรกิจไว้ในรายงานเดียวกันและนำเสนอต่อ กสทช.

ซึ่งคณะผู้วิจัยฯ ได้เพิ่มเติมความเห็นในส่วนนี้ไว้ในส่วนท้ายของบทนี้ว่าหากจะประเมินสภาพการแข่งขันในส่วนนี้ ควรจะพิจารณากำกับกิจการแบบกลุ่มที่กำหนดให้ผู้ประกอบการกิจการต้องรายงานผลประกอบการแบบกลุ่มที่รวมกับกิจการด้านอื่นที่อยู่ในการกำกับให้ครบถ้วนทั้งกิจการโทรคมนาคม การกระจายเสียง และบริการในกลุ่มทั้งหมด เพื่อให้สามารถประเมินสภาพการแข่งขันในตลาดได้ชัดเจนมากขึ้น

4.2.1.1 การประเมินสภาพการแข่งขันในตลาดจากดัชนีราคาค่าบริการการสื่อสาร (Communication Services)

การประเมินสภาพการแข่งขันในตลาดจากดัชนีราคาค่าบริการการสื่อสารในส่วนนี้จะใช้ข้อมูลจาก สำนักดัชนีเศรษฐกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ (ตารางที่ 4-1)

ตารางที่ 4-1 ดัชนีราคาค่าบริการการสื่อสาร (Communication Services)

| ปี พ.ศ. | 2548 | 2549 | 2550 | 2551 | 2552 | 2553 | 2554 | 2555 |
|-----------|-------|-------|-------|------|------|------|------|------|
| ค่าบริการ | 104.5 | 100.0 | 100.0 | 99.9 | 99.8 | 99.9 | 99.7 | 99.7 |

ที่มา: สำนักดัชนีเศรษฐกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์

จากข้อมูลของกระทรวงพาณิชย์ในตารางที่ 4-1 พบว่าแนวโน้มของค่าบริการการสื่อสารที่เป็นองค์ประกอบหลักของหมวดค่าสื่อสารลดลงอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี พ.ศ.2548-2552 และมีแนวโน้มทรงตัวต่ำกว่า 100 หรือดัชนีราคาของปีฐานมาตั้งแต่ปี พ.ศ.2551-2555 ซึ่งสะท้อนว่าสภาพการแข่งขันในตลาดมีทิศทางที่ดีขึ้นจากการที่ส่วนของอัตราค่าบริการที่ลดต่ำลง จากการที่ค่าบริการด้านการสื่อสาร ประกอบด้วย บริการไปรษณีย์ โทรคมนาคม โสตทัศนนั้น ส่วนใหญ่เป็นบริการด้านโทรคมนาคมที่มีแนวโน้มลดลงด้วย



4.2.1.2 การประเมินสภาพการแข่งขันในตลาดจากดัชนีราคาเครื่องรับอุปกรณ์สื่อสาร

การประเมินสภาพการแข่งขันในตลาดจากดัชนีราคาเครื่องรับอุปกรณ์สื่อสารในส่วนนี้จะใช้ข้อมูลจาก สำนักดัชนีเศรษฐกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ (ตารางที่ 4-2)

ตารางที่ 4-2 ดัชนีราคาเครื่องรับอุปกรณ์สื่อสาร

| ปี พ.ศ. | 2548 | 2549 | 2550 | 2551 | 2552 | 2553 | 2554 | 2555 |
|-----------|-------|-------|-------|------|------|------|------|------|
| ค่าบริการ | 108.3 | 105.0 | 100.0 | 93.9 | 91.3 | 89.9 | 86.8 | 84.7 |

ที่มา: สำนักดัชนีเศรษฐกิจการค้ากระทรวงพาณิชย์

จากข้อมูลของกระทรวงพาณิชย์ในตารางที่ 4-2 พบว่า แนวโน้มของราคาเครื่องรับอุปกรณ์สื่อสารที่รวบรวมจากราคาเครื่องรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ และแบตเตอรี่โทรศัพท์เคลื่อนที่มีแนวโน้มลดลงเช่นเดียวกัน และมีแนวโน้มลดลงต่ำกว่า 100 มาตั้งแต่ปี พ.ศ.2551 และต่ำกว่า 90 ตั้งแต่ปี พ.ศ.2553 ซึ่งสามารถสะท้อนสภาวะการแข่งขันในตลาดกิจการโทรคมนาคมที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง

การประเมินด้วยตัวชี้วัดในกลุ่มนี้ เป็นการประเมินในภาพรวม ไม่ได้เจาะจงที่รายละเอียดเพียงแต่เป็นการประเมินที่สะท้อนไปถึงสภาพกิจการโทรคมนาคมด้านหนึ่งที่มีการจัดเก็บข้อมูลอย่างต่อเนื่อง สามารถติดตามได้อย่างสม่ำเสมอ

4.2.1.3 การประเมินสภาพการแข่งขันในตลาดจากรายรับเฉลี่ยของผู้ให้บริการต่อเลขหมาย (ARPU)

เมื่อพิจารณาข้อมูลรายรับเฉลี่ยต่อเลขหมายของผู้ให้บริการแยกตามแต่ละประเภทบริการ สามารถประเมินสภาพการแข่งขันในตลาดจากตัวชี้วัดนี้ในส่วนของบริการโทรศัพท์ประจำที่ โทรศัพท์เคลื่อนที่ และอินเทอร์เน็ต สำหรับบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศไม่มีข้อมูลที่จัดเก็บไว้จึงไม่นำเสนอไว้ในที่นี้ รายละเอียดของรายรับเฉลี่ยของผู้ให้บริการต่อเลขหมาย (ARPU) ของแต่ละบริการ สรุปได้ดังนี้

1) โทรศัพท์ประจำที่

การประเมินสภาพการแข่งขันจากข้อมูลรายรับเฉลี่ยต่อเลขหมายของผู้ให้บริการโทรศัพท์ประจำที่ใช้ข้อมูลจาก ศูนย์ข้อมูลและวิจัยเศรษฐกิจโทรคมนาคม กสทช.

จากข้อมูลแสดงในตารางที่ 4-3 พบว่ารายรับเฉลี่ยของผู้ประกอบกิจการโทรคมนาคมลดลงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสะท้อนประโยชน์ที่ผู้บริโภคได้รับจากการใช้บริการโทรคมนาคมและเป็นสภาพตลาดที่พึงประสงค์



ตารางที่ 4-3 รายรับเฉลี่ยต่อเลขหมายของผู้ให้บริการโทรศัพท์ประจำที่ (ARPU-Fixed line)

| ปี พ.ศ. | ไตรมาส 1 | ไตรมาส 2 | ไตรมาส 3 | ไตรมาส 4 |
|---------|----------|----------|----------|----------|
| 2550 | 366 | 369 | 362 | 351 |
| 2551 | 340 | 337 | 328 | 320 |
| 2552 | 305 | 305 | 295 | 305 |
| 2553 | 289 | 284 | 287 | 281 |
| 2554 | 281 | 274 | 274 | 260 |
| 2555 | 264 | 263 | 266 | 264 |

ที่มา: ศูนย์ข้อมูลและวิจัยเศรษฐกิจโทรคมนาคม กลุ่มงานวิชาการและจัดการทรัพยากรโทรคมนาคม สำนักงาน กสทช.

2) โทรศัพท์เคลื่อนที่

การประเมินสภาพการแข่งขันจากข้อมูลรายรับเฉลี่ยต่อเลขหมายของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ข้อมูลจากศูนย์ข้อมูลและวิจัยเศรษฐกิจโทรคมนาคม กสทช.

ในกรณีของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีการจัดเก็บรายรับเฉลี่ยของผู้ให้บริการ (ARPU) โทรศัพท์เคลื่อนที่แบบ Pre-paid Post-paid และ Blended พบว่าที่ผ่านมาไม่มีการจัดเก็บแยกเป็นบริการด้านเสียง ข้อมูล และข้อความไว้ จึงต้องพิจารณาในภาพรวมเท่านั้น

แนวโน้มของรายรับเฉลี่ยของผู้ให้บริการในส่วนของโทรศัพท์เคลื่อนที่ลดลงตามลำดับ ทั้ง 3 กรณี ซึ่งสะท้อนถึงสภาพการแข่งขันที่ดีขึ้นได้อีกทางหนึ่ง (ตารางที่ 4-4)

ตารางที่ 4-4 รายรับเฉลี่ยของผู้ให้บริการ (ARPU) โทรศัพท์เคลื่อนที่แบบ Pre-paid Post-paid และ Blended

หน่วย – บาท

| ปี พ.ศ. | รายไตรมาส | Pre-paid | Post-paid | Blended |
|---------|-----------|----------|-----------|---------|
| 2547 | ไตรมาส 1 | 275 | 1308 | 476 |
| | ไตรมาส 2 | 260 | 1150 | 406 |
| | ไตรมาส 3 | 263 | 1167 | 443 |
| | ไตรมาส 4 | 286 | 1140 | 449 |
| 2548 | ไตรมาส 1 | 302 | 1040 | 451 |
| | ไตรมาส 2 | 313 | 915 | 441 |
| | ไตรมาส 3 | 308 | 898 | 411 |
| | ไตรมาส 4 | 331 | 941 | 427 |
| 2549 | ไตรมาส 1 | 317 | 895 | 424 |



| ปี พ.ศ. | รายไตรมาส | Pre-paid | Post-paid | Blended |
|---------|-----------|----------|-----------|---------|
| | ไตรมาส 2 | 271 | 801 | 370 |
| | ไตรมาส 3 | 261 | 772 | 345 |
| | ไตรมาส 4 | 247 | 754 | 338 |
| 2550 | ไตรมาส 1 | 281 | 834 | 362 |
| | ไตรมาส 2 | 275 | 757 | 342 |
| | ไตรมาส 3 | 253 | 731 | 314 |
| | ไตรมาส 4 | 254 | 746 | 311 |
| 2551 | ไตรมาส 1 | 252 | 763 | 308 |
| | ไตรมาส 2 | 237 | 719 | 289 |
| | ไตรมาส 3 | 226 | 679 | 276 |
| | ไตรมาส 4 | 214 | 643 | 263 |
| 2552 | ไตรมาส 1 | 212 | 650 | 261 |
| | ไตรมาส 2 | 206 | 628 | 250 |
| | ไตรมาส 3 | 203 | 627 | 248 |
| | ไตรมาส 4 | 210 | 639 | 256 |
| 2553 | ไตรมาส 1 | 209 | 636 | 253 |
| | ไตรมาส 2 | 201 | 635 | 245 |
| | ไตรมาส 3 | 200 | 647 | 246 |
| | ไตรมาส 4 | 210 | 648 | 254 |
| 2554 | ไตรมาส 1 | 204 | 588 | 246 |
| | ไตรมาส 2 | 151 | 473 | 182 |
| | ไตรมาส 3 | 151 | 477 | 183 |
| | ไตรมาส 4 | 157 | 484 | 190 |
| 2555 | ไตรมาส 1 | 160 | 472 | 192 |
| | ไตรมาส 2 | 158 | 466 | 191 |
| | ไตรมาส 3 | 156 | 460 | 189 |
| | ไตรมาส 4 | 154 | 427 | 186 |

ที่มา: ศูนย์ข้อมูลและวิจัยเศรษฐกิจโทรคมนาคม กลุ่มงานวิชาการและจัดการทรัพยากรโทรคมนาคม สำนักงาน กสทช.



3) อินเทอร์เน็ต

ในกรณีของอินเทอร์เน็ต มีการจัดเก็บข้อมูลรายได้เฉลี่ยต่อเลขหมายของบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงไว้ แต่ไม่ได้รวมในสัดส่วนการใช้กับบริการด้านอื่นที่เป็นเสียง ข้อมูลและข้อความ

แนวโน้มของรายได้เฉลี่ยจากบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงพบว่า ลดลงในช่วงปี พ.ศ.2553 แต่กลับมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในปี พ.ศ.2554 และ พ.ศ.2555 (ตารางที่ 4-5) ซึ่งการพิจารณาจะต้องควบคู่กับระดับความเร็วประกอบด้วย เพื่อมิให้มีความเข้าใจที่บิดเบือน (ตารางที่ 4-6)

ตารางที่ 4-5 รายได้เฉลี่ยต่อเลขหมาย (ARPU) ของบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ณ สิ้นไตรมาส

| ปี พ.ศ. | ไตรมาส 1 | ไตรมาส 2 | ไตรมาส 3 | ไตรมาส 4 |
|---------|----------|----------|----------|----------|
| 2522 | 723 | 725 | 724 | 721 |
| 2523 | 702 | 669 | 659 | 656 |
| 2554 | 706 | 702 | 712 | 719 |
| 2555 | 707 | 709 | 718 | NA |

ที่มา: ศูนย์ข้อมูลและวิจัยเศรษฐกิจโทรคมนาคม กลุ่มงานวิชาการและจัดการทรัพยากรโทรคมนาคม สำนักงาน กสทช.

จากตารางที่ 4-6 พบว่า อัตราค่าบริการเฉลี่ยของบริการอินเทอร์เน็ตต่อระดับความเร็ว มีแนวโน้มลดลงตามลำดับจนเริ่มคงที่ในช่วงไตรมาสที่ 2 ของปี พ.ศ.2554 และพ.ศ.2555 สะท้อนว่าแม้ว่ารายรับเฉลี่ยเป็นบาทจะเพิ่มขึ้น แต่น่าจะเกิดมาจากการให้บริการด้วยระดับความเร็วที่เพิ่มขึ้น ซึ่งถือว่าเกิดประโยชน์ต่อผู้บริโภค ซึ่งหากแนวโน้มราคาค่าบริการในระยะต่อไปมีแนวโน้มลดลงด้วย จะยิ่งสะท้อนสภาพการแข่งขันได้ดีขึ้น จากการที่ผู้บริโภคได้รับประโยชน์จากความเร็วที่เพิ่มขึ้นและอัตราค่าบริการลดลง

ตารางที่ 4-6 อัตราค่าบริการเฉลี่ยของบริการอินเทอร์เน็ตต่อระดับความเร็วในหน่วย Kbps

| ปี พ.ศ. | ไตรมาส 1 | ไตรมาส 2 | ไตรมาส 3 | ไตรมาส 4 |
|---------|----------|----------|----------|----------|
| 2551 | 1.30 | 1.26 | 1.11 | 1.11 |
| 2552 | 1.04 | 1.01 | 1.01 | 0.94 |
| 2553 | 0.89 | 0.89 | 0.86 | 0.88 |
| 2554 | 0.70 | 0.73 | 0.73 | 0.73 |
| 2555 | 0.73 | 0.73 | 0.73 | NA |

ที่มา: ศูนย์ข้อมูลและวิจัยเศรษฐกิจโทรคมนาคม กลุ่มงานวิชาการและจัดการทรัพยากรโทรคมนาคม สำนักงาน กสทช.



4.2.2 การประเมินสภาพการแข่งขันตามตัวชี้วัดกลุ่มที่ 2 ตัวชี้วัดด้านคุณภาพของบริการ

ตัวชี้วัดในกลุ่มที่ 2 นี้ประกอบด้วย

- 1) ตัวชี้วัดแนวโน้มการใช้บริการ (Usage) ในเชิงพฤติกรรม
- 2) ตัวชี้วัดแนวโน้มของเครื่องรับ โทรศัพท์เคลื่อนที่และอุปกรณ์และซอฟต์แวร์
- 3) ตัวชี้วัดสภาพตลาดจากระดับความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มาจากผลการสำรวจ

4.2.2.1 การประเมินสภาพการแข่งขันในตลาดจากพฤติกรรมการใช้

การประเมินสภาพการแข่งขันในตลาดจากพฤติกรรมการใช้ แยกตามบริการ เป็นโทรศัพท์ประจำที่ โทรศัพท์เคลื่อนที่ ได้ดังนี้

1) พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์ประจำที่

การประเมินพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์ประจำที่ในส่วนนี้ใช้ข้อมูลจากการสำรวจ โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ¹ ซึ่งมีการจัดเก็บข้อมูลมาตั้งแต่ปี พ.ศ.2552 และไม่มีข้อมูลในช่วงปีก่อนหน้านั้น จึงจะทำการประเมินสภาพการแข่งขันในตลาดได้เฉพาะช่วงเวลาตามข้อมูลที่มีอยู่ จากข้อมูลการสำรวจเรื่อง เหตุผลในการใช้โทรศัพท์ประจำที่ โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ (ตารางที่ 4-7) พบว่า โทรศัพท์ประจำที่มีไว้เพื่อรับสายในสัดส่วนที่เพิ่มขึ้น ทั้งในกรณีของทั่วประเทศ ในเขตเทศบาลและนอกเขตเทศบาล รองลงมาคือ การใช้โทรในเขตพื้นที่เดียวกัน และการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ตามลำดับ

ตารางที่ 4-7 เหตุผลในการใช้โทรศัพท์ประจำที่

| ภาค และเขตการปกครอง | สัดส่วนของเหตุผลที่ใช้โทรศัพท์ประจำที่ (ร้อยละ) | | | | | | |
|---------------------|---|----------------------------|----------------------|------------------------|-----------------------|--------------|--------|
| | มีไว้รับสาย | ใช้โทรในเขตพื้นที่เดียวกัน | ใช้โทรข้ามเขตพื้นที่ | โทรทางไกลระหว่างประเทศ | เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต | รับ-ส่งแฟกซ์ | อื่น ๆ |
| ทั่วราชอาณาจักร | | | | | | | |
| 2552 | 50.35 | 32.64 | 3.65 | 0.42 | 11.92 | 0.98 | 0.04 |
| 2553 | 51.74 | 29.74 | 2.84 | 0.22 | 14.88 | 0.58 | 0.00 |
| 2554 | 54.09 | 27.88 | 3.13 | 0.25 | 14.30 | 0.31 | 0.04 |

¹ การสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติใช้คำว่าโทรศัพท์พื้นฐานในความหมายเดียวกับโทรศัพท์ประจำที่ ตามที่ใช้ในรายงานฉบับนี้



| ภาค และเขต การปกครอง | สัดส่วนของเหตุผลที่ใช้โทรศัพท์ประจำที่ (ร้อยละ) | | | | | | |
|-------------------------|---|--|----------------------------------|------------------------------------|---------------------------|------------------|--------|
| | มีไว้ รับสาย | ใช้โทร ในเขต พื้นที่ เดียวกัน | ใช้โทร ข้าม เขต พื้นที่ | โทร ทางไกล ระหว่าง ประเทศ | เชื่อมต่อ อินเทอร์เน็ต | รับ-ส่ง แฟกซ์ | อื่น ๆ |
| 2555 | 86.34 | 44.24 | 4.86 | 0.62 | 26.65 | 1.98 | 0.11 |
| ในเขตเทศบาล | | | | | | | |
| 2552 | 50.34 | 32.73 | 2.95 | 0.27 | 12.93 | 0.77 | 0.00 |
| 2553 | 51.39 | 29.88 | 2.59 | 0.20 | 15.43 | NA | 0.52 |
| 2554 | 54.51 | 27.80 | 2.78 | 0.29 | 14.32 | 0.29 | 0.02 |
| 2555 | 87.37 | 45.60 | 4.32 | 0.71 | 25.66 | 2.35 | 0.11 |
| นอกเขตเทศบาล | | | | | | | |
| 2552 | 50.37 | 32.50 | 4.77 | 0.66 | 10.29 | 1.31 | 0.09 |
| 2553 | 52.38 | 29.49 | 3.29 | 0.26 | 13.91 | NA | 0.68 |
| 2554 | 53.17 | 28.07 | 3.91 | 0.15 | 14.27 | 0.33 | 0.10 |
| 2555 | 82.97 | 41.40 | 6.00 | 0.44 | 28.72 | 1.21 | 0.10 |

หมายเหตุ: ข้อมูลของปี พ.ศ.2555 คาดว่าสำนักงานสถิติแห่งชาติจะใช้นับจำนวนเลือกคำตอบและประเด็น
ของเหตุผลโดยให้มีการนับซ้ำได้ จึงทำให้ยอดรวมเกินกว่าจำนวนรวมของหน่วยตัวอย่างทั้งหมด

ที่มา: สำรวจการมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ในครัวเรือน พ.ศ.2555 สำนักงานสถิติแห่งชาติ
กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

2) พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่

จากผลการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่า ระหว่างปี พ.ศ.2551
ถึง พ.ศ. 2555 โดยไม่ได้เปรียบเทียบกับข้อมูลในปี พ.ศ.2554 เพราะฐานข้อมูลต่างกัน เนื่องจากปี
พ.ศ. 2554 ได้รวมการรับส่งข้อความ รูปภาพไว้กับการรับ-ส่งอีเมลล์

โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีการนำไปใช้ในการรับข้อมูล/ข่าวสารมากที่สุด และเป็น
แนวโน้มที่เพิ่มขึ้นตามลำดับ รองลงมาคือ การดูทีวี หนังสื ฟังเพลงได้รับความนิยมอันดับ 2 และ
เล่นเกมอันดับ 3 การรับ-ส่งข้อความ รูปภาพอันดับ 4 และ การรับ-ส่งอีเมลล์อยู่ในอันดับ 5 ซึ่ง



การที่ลูกค้าได้รับบริการจากโทรศัพท์เคลื่อนที่ในบริการอื่นเป็นส่วนหนึ่งของการสะท้อนภาพการแข่งขันในตลาดโทรคมนาคมที่เสนอทางเลือกให้กับผู้ใช้บริการมากขึ้น

ตารางที่ 4-8 สัดส่วนผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ จำแนกตามการใช้บริการอื่นผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ และจำแนกตาม ภาค และเขตการปกครอง

| | 2550 | 2551 | 2553 | 2555 |
|---|-------|-------|-------|-------|
| | | %ใช้ | %ใช้ | %ใช้ |
| ทั่วราชอาณาจักร | | 42.40 | 56.69 | 59.86 |
| รับข้อมูล/ข่าวสาร | 18.42 | 20.23 | 41.15 | 59.86 |
| รับ-ส่งข้อความ รูปภาพ | NA | 12.15 | 30.16 | 45.86 |
| รับ-ส่งอีเมลล์ | 0.18 | 0.12 | 0.18 | 4.76 |
| โหลดเพลง รูปภาพ | 18.44 | 7.61 | NA | 16.86 |
| ดู TV/หนัง ฟังเพลง/วิทยุ | NA | NA | NA | 21.03 |
| เล่นเกมต่างๆ | 4.87 | 1.98 | 6.60 | 18.39 |
| ท่องอินเทอร์เน็ต เช่น ซื้อสินค้า | 0.24 | 0.01 | 0.69 | 3.53 |
| ทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ | NA | 0.04 | 0.04 | 0.57 |
| ในเขตเทศบาล | | | | |
| รับข้อมูล/ข่าวสาร | 20.31 | 29.36 | 47.45 | 67.47 |
| รับ-ส่งข้อความ รูปภาพ | NA | 13.00 | 33.72 | 52.98 |
| รับ-ส่งอีเมลล์ | 0.16 | 0.13 | 0.38 | 7.77 |
| โหลดเพลง รูปภาพ | 21.28 | 7.46 | NA | 20.31 |
| ดู TV/หนัง ฟังเพลง/วิทยุ | NA | NA | NA | 24.08 |
| เล่นเกมต่างๆ | 4.25 | 1.63 | 6.27 | 20.97 |
| ท่องอินเทอร์เน็ต เช่น ซื้อสินค้า | 0.29 | 0.02 | 0.84 | 5.43 |
| ทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ | NA | 0.06 | 0.08 | 1.06 |
| นอกเขตเทศบาล | | | | |
| รับข้อมูล/ข่าวสาร | 17.17 | 14.39 | 37.47 | 55.15 |
| รับ-ส่งข้อความ รูปภาพ | NA | 11.63 | 28.07 | 41.45 |
| รับ-ส่งอีเมลล์ | 0.19 | 0.11 | 0.07 | 2.90 |
| โหลดเพลง รูปภาพ | 16.57 | 7.46 | NA | 14.73 |
| ดู TV/หนัง ฟังเพลง/วิทยุ | NA | NA | NA | 19.15 |
| เล่นเกมต่างๆ | 5.28 | 2.19 | 6.78 | 16.79 |
| ท่องอินเทอร์เน็ต เช่น ซื้อสินค้า | 0.21 | 0.01 | 0.61 | 2.35 |
| ทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ | NA | 0.03 | 0.02 | 0.27 |

ที่มา: การสำรวจการมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ในครัวเรือน พ.ศ.2555 สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร



4.2.2.2 การประเมินสภาพการแข่งขันในตลาดจากตัวชี้วัดแนวโน้มของ เครื่องรับโทรศัพท์เคลื่อนที่และอุปกรณ์และซอฟต์แวร์

1) จำนวนเครื่องรับโทรศัพท์ที่มีในผู้บริโภคแต่ละราย

จากข้อมูลการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่า ผู้ใช้ส่วนใหญ่มี
โทรศัพท์เคลื่อนที่ 1 เครื่อง แต่แนวโน้มที่ผู้ใช้บริการมีโทรศัพท์มากกว่า 1 เครื่อง คือ 2 เครื่องและ 3
เครื่อง มีสัดส่วนเพิ่มขึ้นตามลำดับ (ตารางที่ 4-9) ซึ่งเป็นภาพสะท้อนถึงคุณภาพของการใช้บริการ
ของลูกค้าดีขึ้นด้วย

ตารางที่ 4-9 จำนวนผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ จำแนกตามจำนวนเครื่องที่มี แยกตามภาค และ
เขตการปกครอง

| | จำนวนโทรศัพท์เคลื่อนที่ | | | |
|------------------------|-------------------------|-----------|-----------|-----------------|
| | 1 เครื่อง | 2 เครื่อง | 3 เครื่อง | 4 เครื่องขึ้นไป |
| ทั่วราชอาณาจักร | | | | |
| 2551 | 98.83 | 1.06 | 0.09 | 0.02 |
| 2553 | 98.59 | 1.28 | 0.11 | 0.02 |
| 2555 | 98.35 | 1.54 | 0.10 | 0.02 |
| ในเขตเทศบาล | | | | |
| 2551 | 98.28 | 1.57 | 0.12 | 0.03 |
| 2553 | 97.86 | 1.95 | 0.16 | 0.03 |
| 2555 | 97.47 | 2.34 | 0.18 | 0.01 |
| นอกเขตเทศบาล | | | | |
| 2551 | 99.16 | 0.74 | 0.08 | 0.02 |
| 2553 | 99.02 | 0.89 | 0.08 | 0.02 |
| 2555 | 98.89 | 1.04 | 0.05 | 0.02 |

ที่มา: สำรวจการมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ.2551, 2553 และ 2555
สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

2) ประเภทของอุปกรณ์การสื่อสารที่มีส่วนให้นำเอาบริการโทรคมนาคม ไปใช้ประกอบ

จากข้อมูลการสำรวจของของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่าอุปกรณ์ที่
ครัวเรือนทั่วประเทศ ในเขตเทศบาล และนอกเขตเทศบาลมีพฤติกรรมใกล้เคียงกัน โดยอุปกรณ์ที่มี



เพิ่มขึ้นคือ คอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะ, แบบพกพา แท็บเล็ต และ PDA รองลงมาคือ สมาร์ทโฟน และ การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต

ขณะที่จำนวนโทรศัพท์ประจำที่ และโทรสารมีสัดส่วนลดลง ซึ่งสอดคล้องกับ พฤติกรรมการใช้อุปกรณ์ของประชากร ซึ่งมีผลสนับสนุนในการใช้ประโยชน์จากบริการโทรคมนาคม ได้หลากหลายขึ้น และการใช้สมาร์ทโฟนที่เพิ่มขึ้น จะเป็นแนวโน้มที่เกิดขึ้นต่อเนื่องในอนาคต (ตารางที่ 4-10)

**ตารางที่ 4-10 จำนวนครัวเรือนที่มีอุปกรณ์/เครื่องมือเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร
จำแนกตามภาค และเขตการปกครอง**

| ภาค และเขต การ ปกครอง | สัดส่วน (ร้อยละ) ครัวเรือนที่มีอุปกรณ์/เครื่องมือเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร | | | | | | | | | |
|--------------------------------|---|-------|--------|-------|---|-------|-----------|-------|------------------------------|------------------|
| | โทรศัพท์ | | โทรสาร | | คอมพิวเตอร์ แบบตั้งโต๊ะ, แบบพกพา แท็บเล็ต และ PDA | | สมาร์ทโฟน | | การเชื่อมต่อ อินเทอร์เน็ต | |
| | มี | ไม่มี | มี | ไม่มี | มี | ไม่มี | มี | ไม่มี | เชื่อมต่อ | ไม่ เชื่อมต่อ |
| ทั่วราชอาณาจักร | | | | | | | | | | |
| 2551 | 22.63 | 77.37 | 1.80 | 20.83 | 19.61 | 80.39 | NA | NA | 10.72 | 13.68 |
| 2552 | 21.35 | 78.65 | 1.48 | 19.87 | 20.26 | 79.74 | NA | NA | 9.49 | 10.77 |
| 2553 | 20.85 | 79.15 | 1.66 | 19.19 | 22.84 | 77.16 | NA | NA | 11.42 | 11.42 |
| 2554 | 18.60 | 81.40 | 1.61 | 16.99 | 24.67 | 75.33 | NA | NA | 13.40 | 86.60 |
| 2555 | 15.55 | 84.45 | 1.73 | 13.82 | 26.91 | 73.09 | 11.84 | 88.16 | 18.41 | 81.59 |
| ในเขตเทศบาล | | | | | | | | | | |
| 2551 | 43.11 | 56.89 | 4.29 | 38.83 | 33.17 | 66.83 | NA | NA | 28.45 | 21.18 |
| 2552 | 41.06 | 58.94 | 3.71 | 37.35 | 34.42 | 65.58 | NA | NA | 20.73 | 13.69 |
| 2553 | 40.10 | 59.90 | 3.98 | 36.12 | 36.96 | 63.04 | NA | NA | 23.66 | 13.31 |
| 2554 | 35.41 | 64.59 | 3.45 | 31.95 | 37.80 | 62.20 | NA | NA | 25.69 | 74.31 |
| 2555 | 29.12 | 70.88 | 3.72 | 25.40 | 41.21 | 58.79 | 16.52 | 83.48 | 31.75 | 68.25 |
| นอกเขตเทศบาล | | | | | | | | | | |
| 2551 | 13.07 | 86.93 | 0.64 | 13.43 | 13.28 | 86.72 | NA | NA | 4.33 | 10.98 |



| ภาค และเขต การ ปกครอง | สัดส่วน (ร้อยละ) คราวเรือนที่มีอุปกรณ์/เครื่องมือเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร | | | | | | | | | |
|--------------------------------|---|-------|--------|-------|---|-------|-----------|-------|------------------------------|------------------|
| | โทรศัพท์ | | โทรสาร | | คอมพิวเตอร์ แบบตั้งโต๊ะ, แบบพกพา แท็บเล็ต และ PDA | | สมาร์ทโฟน | | การเชื่อมต่อ อินเทอร์เน็ต | |
| | มี | ไม่มี | มี | ไม่มี | มี | ไม่มี | มี | ไม่มี | เชื่อมต่อ | ไม่ เชื่อมต่อ |
| 2552 | 12.03 | 87.97 | 0.43 | 11.61 | 13.57 | 76.43 | NA | NA | 4.18 | 9.38 |
| 2553 | 11.32 | 88.68 | 0.52 | 10.80 | 15.84 | 84.16 | NA | NA | 5.36 | 10.48 |
| 2554 | 9.16 | 90.84 | 0.58 | 8.58 | 17.29 | 82.71 | NA | NA | 6.49 | 93.51 |
| 2555 | 7.88 | 92.12 | 0.60 | 7.27 | 18.82 | 81.18 | 9.19 | 90.81 | 10.87 | 89.13 |

ที่มา: สํารวจการมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ในครัวเรือน พ.ศ.2555 สำนักงานสถิติแห่งชาติ
กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

3) จำนวนอุปกรณ์ที่ครัวเรือนมีอยู่ในครอบครอง

จากข้อมูลการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่า จำนวนของโทรศัพท์
ประจำที่ในภาคครัวเรือนได้ลดสัดส่วนลงตามลำดับเทียบกับอุปกรณ์ทุกประเภท เช่นเดียวกับจำนวน
โทรสารที่สัดส่วนลดลงเล็กน้อย สอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์ประจำที่ที่ได้กล่าวถึงไว้ก่อน
หน้านี้

สำหรับคอมพิวเตอร์แบบพกพาที่เคยมีจำนวนเพิ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2553-2554
กลับลดลงในปี พ.ศ.2555 ขณะที่จำนวนสมาร์ทโฟนได้เพิ่มขึ้นมาทดแทน ซึ่งสะท้อนถึงแนวโน้มของ
การแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมที่จะสอดคล้องกับจำนวนอุปกรณ์ที่มีอยู่ด้วย (ตารางที่ 4-11)



**ตารางที่ 4-11 จำนวนอุปกรณ์/เครื่องมือเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่มีใน
ครัวเรือน จำแนกตามภาค และเขตการปกครอง**

| จำนวนอุปกรณ์/เครื่องมือเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร | | | | | | | | |
|---|------------------------------|----------------------------|-------------------------|------------------------|--------------|------|---------------|--|
| ภาค และ เขตการ ปกครอง | จำนวน เครื่อง โทรศัพท์ | จำนวน เครื่อง โทรสาร | จำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์ | | | | สมาร์ต โฟน | |
| | | | แบบตั้ง โต๊ะ | แบบ กระเป๋า หิ้ว | แท็บ เล็ต | PDA | | |
| ทั่วราชอาณาจักร | | | | | | | | |
| 2551 | 23.53 | 1.96 | 20.14 | 4.10 | NA | 0.53 | NA | |
| 2552 | 22.08 | 1.50 | 20.54 | 4.85 | NA | 0.21 | NA | |
| 2553 | 21.60 | 1.77 | 21.49 | 35.36 | NA | NA | 2.09 | |
| 2554 | 19.86 | 2.75 | 27.30 | 15.53 | NA | NA | 7.00 | |
| 2555 | 15.99 | 1.86 | 21.67 | 16.68 | 1.25 | 0.16 | 18.85 | |
| ในเขตเทศบาล | | | | | | | | |
| 2551 | 45.54 | 4.70 | 34.30 | 8.46 | NA | 0.53 | NA | |
| 2552 | 43.10 | 3.77 | 36.06 | 10.42 | NA | 0.49 | NA | |
| 2553 | 42.07 | 4.23 | 35.53 | 42.88 | NA | NA | 1.59 | |
| 2554 | 37.01 | 5.77 | 39.32 | 24.98 | NA | NA | 7.77 | |
| 2555 | 30.17 | 3.93 | 33.67 | 27.87 | 2.70 | 0.32 | 26.51 | |
| นอกเขตเทศบาล | | | | | | | | |
| 2551 | 13.25 | 0.68 | 13.53 | 2.07 | NA | 0.35 | NA | |
| 2552 | 12.14 | 0.43 | 13.21 | 2.22 | NA | 0.08 | NA | |
| 2553 | 11.46 | 0.55 | 14.54 | 26.27 | NA | NA | 2.69 | |
| 2554 | 10.23 | 1.05 | 20.54 | 10.22 | NA | NA | 6.57 | |
| 2555 | 7.97 | 0.69 | 14.89 | 10.36 | 0.43 | 0.07 | 14.52 | |

ที่มา: สำรวจการมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ในครัวเรือน สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวง
เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร



การนำเสนอตัวชี้วัดนี้มาจากการพิจารณาว่าตลาดกิจการโทรคมนาคมอาจแบ่งประเภทตลาดตามการแบ่งประเภทสินค้าและภูมิศาสตร์ เป็น “ตลาดขั้นปลาย” (end-user markets) และ “ตลาดขั้นต้น” (input markets) ซึ่งตลาดขั้นปลาย หมายถึง ตลาดที่ให้บริการแก่ผู้ใช้บริการปลายทาง ในขณะที่ตลาดขั้นต้น หมายถึง ตลาดที่สินค้าหรือบริการนั้นผลิตสำหรับผู้ประกอบการทั้งหลายนำไปใช้เพื่อผลิตสินค้าหรือบริการแก่ผู้ใช้บริการปลายทางอีกต่อหนึ่ง ซึ่งส่วนหนึ่งของตลาดขั้นต้นคือ อุปกรณ์/เครื่องมือเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ซึ่งสภาพตลาดของไทยมีการเปลี่ยนแปลงไปจากอดีตที่การให้บริการสื่อสารโทรคมนาคมถูกผูกขาดเบ็ดเสร็จโดยตัวผู้ให้บริการเครือข่าย ซึ่งจะเป็นผู้กำหนดเทคโนโลยีเครื่องลูกข่าย รูปแบบการคิดค่าบริการและใช้งาน ผู้บริโภคไม่สามารถเลือกหรือปรับเปลี่ยนสิ่งใดๆ ได้ อำนาจต่อรองทั้งระบบธุรกิจตกอยู่ภายใต้ผู้ให้บริการเครือข่าย เพราะอำนาจต่อรองทั้งหมดของอุตสาหกรรมสื่อสารจะอยู่ที่บริษัทผู้ผลิตและคิดค้นเทคโนโลยี ซึ่งเรียกว่าเป็น “เจ้าของเทคโนโลยี” ซึ่งกำหนดทิศทางการพัฒนาทางด้านเทคนิค (Technology Roadmap) ผู้ให้บริการเครือข่ายโทรคมนาคมที่เป็นผู้ลงทุนซื้ออุปกรณ์เครือข่ายมาลงทุน จำต้องยอมรับราคาต้นทุนของเทคโนโลยีที่ตนไม่สามารถควบคุมได้

จุดเปลี่ยนผันของการถ่ายโอนอำนาจต่อรองจากผู้ผลิตเทคโนโลยีมาสู่ผู้ให้บริการเครือข่าย เกิดขึ้นเมื่อมีการเพิ่มจำนวนผู้แข่งขันผลิตอุปกรณ์ ทำให้เกิดการแข่งขันทางด้านราคาของอุปกรณ์โทรคมนาคม ผู้ให้บริการเครือข่ายโทรคมนาคม รวมถึงผู้รับอุปกรณ์เครื่องลูกข่ายโทรคมนาคมมาจำหน่ายอีกทอดหนึ่ง ต่างมีทางเลือกมากขึ้น

ขณะเดียวกันเทคโนโลยีโทรคมนาคมมีแนวโน้มเบียดเบียนเข้าสู่งานพัฒนาด้านซอฟต์แวร์มากขึ้นเรื่อยๆ ทำให้ผู้ให้บริการเครือข่ายสามารถสร้างสรรค์บริการในรูปแบบพิเศษได้หลากหลายขึ้น ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคได้มากขึ้น ปัจจัยดังกล่าวทั้งต้นทุนเครือข่ายที่ต่ำลง ความหลากหลายของอุปกรณ์เครื่องลูกข่าย และความยืดหยุ่นในการพัฒนาบริการ ได้กลายเป็นการสร้างกระแสความต้องการ (Demand) ให้กับผู้ให้บริการเครือข่ายทั่วโลก ทำให้ผู้ให้บริการเครือข่ายมีอำนาจควบคุมทั้งต่อผู้บริโภค และผู้ผลิตเทคโนโลยี เรียกได้ว่าในยุคที่ผ่าน ผู้ให้บริการเครือข่ายสามารถกำหนดและบัญชาทิศทางของทั้งเทคโนโลยีและการตลาดในโลกสื่อสารได้อย่างเบ็ดเสร็จ

ปัจจุบัน ยุคแห่งการแพร่หลายของบริการสื่อสารไร้สายทุกรูปแบบ โดยเฉพาะเทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่ 3G ซึ่งปัจจุบันมีการพัฒนาต่อยอดจนกลายเป็นเทคโนโลยี HSPA (High Speed Packet Access) ซึ่งตัวเทคโนโลยีเองสามารถรองรับการสื่อสารได้ถึง 84 Mbps ขณะที่ตัวเครื่องลูกข่ายยังต้องใช้เวลาในการพัฒนาเพื่อให้มีอัตราเร็วรองรับเครือข่ายได้ทันพร้อมๆ กับการเริ่มต้นเปิดให้บริการเทคโนโลยีเครือข่าย 4G ด้วยเทคโนโลยี LTE (Long Term Evolution Technology) ซึ่งตั้งเป้าเริ่มต้นให้บริการด้วยอัตราเร็วในระดับ 100 Mbps ขึ้นไป

ขณะเดียวกันเทคโนโลยีสื่อสารพื้นที่แคบอย่าง Wi-Fi ก็มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ตัวเทคโนโลยี Wi-Fi เองก็ได้รับการพัฒนาจนสามารถรองรับการสื่อสารด้วยอัตราเร็วถึง 300 Mbps ด้วยมาตรฐาน IEEE 802.11n นอกจากนี้ยังมีความพยายามในการประยุกต์ใช้ Wi-Fi



เปิดให้บริการร่วมกับสายอากาศอัตราขยายสูง ให้บริการสื่อสารข้อมูลไร้สายในพื้นที่กว้างแบบเดียวกับเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เซลลูลาร์

เมื่อเครือข่ายสื่อสารไร้สายอยู่ในสภาพพร้อมให้บริการ การเติบโตของตลาดเครื่องลูกข่าย และความพร้อมของโลกแอปพลิเคชัน จึงเป็นปัจจัยสุดท้ายที่จะต่อเติมภาพของอุตสาหกรรมสื่อสารไร้สายให้สมบูรณ์ ซึ่งนับตั้งแต่ พ.ศ.2551 เทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบสมาร์ทโฟน เทคโนโลยี E-book Reader รวมถึงอุปกรณ์สื่อสารแบบแท็บเล็ต คอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะ ก็ได้รับการพัฒนาแบบก้าวกระโดด โดยเฉพาะการสร้างแรงผลักดันแบบพลิกประวัติศาสตร์ธุรกิจสื่อสาร โดยการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ iPhone และ iPad ของ Apple Inc. ได้จุดชนวนการพัฒนาอุปกรณ์สื่อสารไร้สายให้กับค่ายผู้ผลิตต่างๆ ทั่วโลก ตลอดจนการเติบโตของระบบปฏิบัติการสำหรับอุปกรณ์สื่อสารไร้สายค่ายต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น IOS Android Blackberry ทำให้ส่วนแบ่งของอุปกรณ์สื่อสารไร้สายใหม่ ๆ แพร่กระจายไปทั่วโลก

สิ่งที่เป็นประเด็นสุดท้ายซึ่งทำให้โครงสร้างของอุตสาหกรรมโทรคมนาคมเปลี่ยนแปลงอย่างพลิกผัน ก็คือความแพร่หลายของเทคโนโลยีประมวลผลผ่านเครือข่ายอย่าง Cloud Computing ที่ทำให้ผู้ประกอบการที่มีต้นทุนน้อย สามารถเช่าบริการประมวลผล จนถึงการจัดเก็บข้อมูลผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้ด้วยต้นทุนที่ต่ำ สิ่งที่น่าประหลาดใจเห็นอย่างเด่นชัดก็คือ การถือกำเนิดและการแพร่ขยายอย่างรวดเร็วของบริการออนไลน์ต่างๆ ตั้งแต่แอปพลิเคชันอย่าง Facebook YouTube ไปจนถึงแอปพลิเคชันสำหรับการใช้งานผ่านเครือข่ายสื่อสารไร้สายอีกนับร้อยนับพันประเภท

ผลที่เกิดขึ้นก็คือผู้ให้บริการแอปพลิเคชันรายใหญ่และรายย่อย สามารถเข้าถึงตัวผู้บริโภคได้โดยตรง สามารถเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคทำธุรกรรมโดยตรงกับตนได้โดยไม่จำเป็นต้องมีค่าใส่ห่วยใดๆ กับผู้ให้บริการเครือข่ายสื่อสารไร้สายที่ตนเชื่อมต่ออุปกรณ์สื่อสารเพื่อใช้งานอยู่ ตัวอย่างที่เห็นได้ง่ายๆ ก็คือ การชำระค่าบริการโทรศัพท์ Skype ผ่านบัตรเครดิตไปยังเซิร์ฟเวอร์ของ Skype โดยตรง หรือการเข้าถึงบริการ AppStore ของ Apple โดยผ่านทางแอปพลิเคชันบนเครื่อง iPhone หรือ iPad โดยไม่ต้องยุ่งเกี่ยวกับบริการใดๆ ของผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ สิ่งที่เกิดขึ้นทำให้บทบาทหน้าที่ของผู้ให้บริการเครือข่ายกลายเป็นเพียงท่อนำข้อมูล (Information Bit Pipe) ซึ่งไม่อาจหาหรือสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ใดๆ ได้เลยเป็นการทำลายความฝันของผู้ให้บริการเครือข่ายในยุคอดีต ซึ่งเมื่อไม่กี่ปีที่ผ่านมามีแผนการที่จะสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับเครือข่ายของตน ด้วยการจัดเตรียมเทคโนโลยีพิเศษต่างๆ เพื่อผู้ให้บริการของตน ไม่ว่าจะเป็นระบบบอกพิกัดตำแหน่งที่อยู่ (Location Based Application) ซึ่งปัจจุบันถูกกลไกบอกตำแหน่งอัตโนมัติด้วยอุปกรณ์ GPS (Global Positioning System) บนเครื่องลูกข่ายแรงแงงานไปโดยปริยาย หรือแม้กระทั่งระบบหักบัญชีสำหรับทำรายการธุรกรรมอัตโนมัติ ซึ่งถูกแอปพลิเคชันสำหรับทำรายการธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารและสถาบันการเงินต่างๆ แรงแงบทบาทหน้าที่ไปอย่างสมบูรณ์แบบ



ผู้บริโภคในระยะหลัง จึงมีทั้งความรู้และทางเลือกในการใช้บริการเครือข่ายมากขึ้น ผู้บริโภคมีความจงรักภักดีต่อการให้บริการเครือข่ายต่ำมาก เนื่องจากในโลกปัจจุบันซึ่งเน้นการสื่อสารข้อมูลมากกว่าการพูดคุยสนทนา แม้กระทั่งการพูดคุยก็สามารถใช้บริการ Voice over IP ซึ่งมีราคาต่ำกว่ามาก ผู้บริโภคสามารถตัดสินใจเปลี่ยนค่ายไปใช้บริการ SIM Card จากผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รายอื่น ๆ ได้แทบจะทันที โดยมีปัจจัยในการพิจารณาที่คุณภาพและการคิดราคาค่าบริการเครือข่ายเท่านั้น

ด้วยเหตุนี้ ผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ จำเป็นต้องหาทางสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับเครือข่ายของตน มิฉะนั้นโลกสื่อสารยุคใหม่ในยุค Mobilution ซึ่งเป็นคำผสมระหว่างโทรศัพท์เคลื่อนที่ หมายถึง การสื่อสารขณะเคลื่อนที่โดยใช้ประโยชน์จากเครือข่ายสื่อสารไร้สาย กับคำว่า Solution ซึ่งหมายถึงการใช้ประโยชน์จากอุปกรณ์สื่อสารแอปพลิเคชัน และเครือข่ายไร้สาย จะกลายเป็นการสมประโยชน์กันระหว่างผู้บริโภคที่มีความภักดีต่อผู้ให้บริการเครือข่ายต่ำ กับผู้ให้บริการแอปพลิเคชัน หรือค่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบสมาร์ทโฟนที่มีบทบาทหน้าที่สำคัญในการให้บริการแอปพลิเคชัน

ผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่หลักทั้ง 3 ค่าย คือ AIS DTAC และ TRUE Move ตัดสินใจลงทุนสร้างเครือข่าย 3G ในย่านความถี่สัมปทานเดิมของตน หรืออาจมีการทำสัญญาขอร่วมใช้ทรัพยากรความถี่วิทยุของภาครัฐไปก่อน เนื่องจากปัจจุบันขีดความสามารถของเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 2G ที่เป็นเทคโนโลยี EDGE ของตนไม่สามารถรองรับการใช้งานสื่อสารข้อมูลของอุปกรณ์สมาร์ทโฟนได้อีกต่อไปแล้ว จะเห็นได้ว่าค่าย TRUE Move มีการเดินหน้าเปิดให้บริการ 3G ย่านความถี่ 850 MHz ในกรุงเทพมหานครและเมืองสำคัญต่างๆ ไปแล้ว ขณะที่ AIS มีการประกาศเปิดให้บริการ 3G ย่านความถี่ 900 MHz โดยเริ่มให้บริการตั้งแต่เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2554 ขณะที่ TOT ซึ่งเป็นหน่วยงานภาครัฐก็เร่งเดินหน้าประมูลโครงการโทรศัพท์เคลื่อนที่ 3G ความถี่ 2.1 GHz ซึ่งมีสิทธิในการให้บริการแต่เพียงผู้เดียว ทั้งหมดนี้เป็นการเร่งยกระดับเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อให้พร้อมรับมือกับปริมาณการใช้งานสื่อสารข้อมูลจำนวนมากมหาศาลผ่านอุปกรณ์สมาร์ทโฟน และ แท็บเล็ต คอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะ

สำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบสมาร์ทโฟน แนวโน้มในการขยายตัวทางการตลาดมีความชัดเจนมาก เนื่องจากกระแสนิยม และความเคยชินกับการใช้งานโทรศัพท์ประเภทนี้มีการก่อตัวมาเป็นเวลา 2-3 ปีแล้ว ราคาของสมาร์ทโฟน ก็เริ่มลดต่ำลง พร้อมๆ กับขีดความสามารถที่เพิ่มมากขึ้น แม้ขนาดของอุปกรณ์จะเล็กกว่า แท็บเล็ต คอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะ แต่สมาร์ทโฟนก็สามารถตอบสนองความต้องการใช้งานในทางธุรกิจได้ระดับหนึ่ง การสร้างนวัตกรรมทางการตลาดสำหรับบริการบนเครื่องโทรศัพท์แบบสมาร์ทโฟน ก็ยังเป็นอีกหนึ่งความท้าทายที่ควรติดตามเพราะช่วยสะท้อนสภาพการแข่งขันในตลาดในอนาคตอีกหลายปีต่อจากนี้

ตัวชี้วัดตามตารางข้างต้น ให้ความสำคัญกับจำนวนอุปกรณ์/เครื่องมือเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารและโครงสร้างในภาพรวมระหว่างผู้ใช้ในเขตเทศบาลและนอก



เขตเทศบาล ในฐานะที่เป็นเครื่องสะท้อนถึงการพัฒนาดีขึ้นด้านบริการโทรคมนาคมของผู้บริโภค (Well-Being) ที่มาจากการใช้ประโยชน์อุปกรณ์/เครื่องมือเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร รวมถึงอุปกรณ์ไร้สาย ให้ได้ประโยชน์สูงสุด ทั้งต่อตัวผู้บริโภคเอง ต่อผู้ให้บริการในกิจการโทรคมนาคม รวมถึงผู้ให้บริการแอปพลิเคชันต่างๆ และ กสทช. ในฐานะหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

การใช้งานอุปกรณ์สื่อสารผ่านเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่กันมากขึ้นในปัจจุบัน ยังมีส่วนให้ผู้ประกอบกิจการที่ผลิตจำนวนอุปกรณ์/เครื่องมือเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารและผู้ประกอบกิจการโทรคมนาคมหันไปทำการตลาดกับลูกค้าในส่วนที่ยังมีความต้องการและมีแนวโน้มการเติบโตมากขึ้น

นอกจากนั้น การติดตามแนวโน้มของตัวชี้วัดนี้จากพัฒนาการทางเทคโนโลยีด้านอุปกรณ์/เครื่องมือเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ที่ตระหนักกันแล้วว่ามีแนวโน้มว่าจะเกิดการหลอมรวมของธุรกิจประเภทต่างๆ ที่เป็นการหลอมรวมของบริการทั้งระหว่างบริการโทรคมนาคมกับบริการโทรคมนาคมด้วยกันเอง เช่น การใช้งานทางอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ การใช้งานโทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ต และระหว่างบริการโทรคมนาคมกับบริการแพรมภาพ เช่น โทรทัศน์มือถือ (mobile television) และระหว่างบริการโทรคมนาคมกับบริการอื่นๆ เช่น ธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต ธนาคารผ่านโทรศัพท์ ซึ่งกิจกรรมที่เกิดจากการหลอมรวมสื่อและอุปกรณ์/เครื่องมือเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ถือเป็นหนึ่งในกิจกรรมในอีกลำดับขั้นของห่วงโซ่มูลค่าของธุรกิจโทรคมนาคม (Telecommunication business value chain) ที่เป็นขั้นของการประยุกต์การใช้งานที่มีการสร้างสรรค์มากขึ้นตามความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และความต้องการของผู้บริโภค

ตัวชี้วัดนี้ ยืนยันว่าส่วนหนึ่งของความซับซ้อนของธุรกิจโทรคมนาคมเกิดจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี รวมถึงอุปกรณ์/เครื่องมือเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารประเภทต่าง ๆ ที่ทำให้มีการขยายตัวและการเกิดใหม่ของธุรกิจโทรคมนาคมอย่างรวดเร็ว ประกอบเข้ากับปรากฏการณ์การหลอมรวมระหว่างกิจกรรมด้านโทรคมนาคมกับธุรกิจประเภทอื่นๆ ยิ่งเสริมให้เกิดความซับซ้อนมากขึ้น การติดตามสภาพการแข่งขันของ กสทช. ด้วยตัวชี้วัดนี้ย่อมเป็นประโยชน์ในการพิจารณาประกอบการปรับเปลี่ยนในเชิงนโยบายการกำกับให้เหมาะสมมากขึ้น

4.2.2.3 ตัวชี้วัดสภาพตลาดจากระดับความพึงพอใจของผู้บริโภค

ในส่วนของการประเมินระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคเพื่อสะท้อนสภาพตลาด การศึกษานี้ได้ทำการสำรวจผู้ใช้บริการจำนวน 2,500 หน่วยตัวอย่างครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ และแบ่งพื้นที่การสำรวจออกเป็น 5 พื้นที่สำรวจ แบ่งเป็น กรุงเทพฯและปริมณฑล ร้อยละ 19.8 ภาคกลาง ร้อยละ 19.9 ภาคเหนือ ร้อยละ 20.6 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สัดส่วนร้อยละ 19.9 และ ภาคใต้ ร้อยละ 19.8 มีการสำรวจความพึงพอใจของผู้บริโภคจำแนกตามประเภทบริการ สรุปได้ดังนี้



1) ความพึงพอใจในการใช้บริการโทรศัพท์ประจำที่

จากการสำรวจ พบว่า ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการโทรศัพท์ประจำที่ส่วนมากจะมีความพึงพอใจในระดับค่อนข้างมาก โดยมีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักสูงที่สุดในเรื่องคุณภาพของบริการด้านเทคนิค (เช่น สัญญาณชัด ไม่มีคลื่นแทรก เป็นต้น) รองลงมา คือ บริการของเจ้าหน้าที่ และการคิดค่าบริการ ตามลำดับ (ตารางที่ 4-12)

ตารางที่ 4-12 ความพึงพอใจในการใช้บริการโทรศัพท์ประจำที่

| ความพึงพอใจ | ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก | มาก | ค่อนข้างมาก | ค่อนข้างน้อย | น้อย | ไม่พอใจเลย | รวม (คน) |
|--|----------------------|-----|-------------|--------------|------|------------|----------|
| 1. คุณภาพของบริการด้านเทคนิค (เช่น สัญญาณชัด ไม่มีคลื่นแทรก เป็นต้น) | 2.92 | 163 | 426 | 149 | 26 | 9 | 773 |
| 2. บริการของเจ้าหน้าที่ | 2.80 | 104 | 455 | 167 | 38 | 4 | 768 |
| 3. การคิดค่าบริการ | 2.73 | 96 | 435 | 186 | 41 | 11 | 769 |
| 4. อัตราค่าบริการของผู้ให้บริการ | 2.62 | 85 | 387 | 220 | 55 | 14 | 761 |
| 5. การดูแลเมื่อเกิดปัญหา เช่น การซ่อม/แก้ไขกรณีสัญญาณชัดข้อง เป็นต้น | 2.58 | 76 | 390 | 201 | 66 | 21 | 754 |
| 6. อื่นๆ เช่น คลื่นแทรก เป็นต้น | 3.00 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 2 |

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักคำนวณจากการเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักคำตอบ โดยกำหนดค่า “มาก” เท่ากับ 4

“ค่อนข้างมาก” เท่ากับ 3 และ “ไม่พอใจเลย” เท่ากับ 0 ตามลำดับ

ที่มา: การสำรวจ

โดยแนวโน้มของระดับความพึงพอใจในการบริการโทรศัพท์ประจำที่ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา ผู้ใช้บริการประเมินว่าแนวโน้มอยู่ในระดับคงที่ไม่เปลี่ยนแปลงในสัดส่วนสูงที่สุด ร้อยละ 77.2 (ตารางที่ 4-13) ซึ่งสะท้อนถึงระดับการแข่งขันในตลาดที่ค่อนข้างอึดตัวในตลาดโทรศัพท์ประจำที่



ตารางที่ 4-13 แนวโน้มของระดับความพึงพอใจในการบริการโทรศัพท์ประจำที่ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา

| แนวโน้มของระดับความพึงพอใจในการใช้บริการโทรศัพท์ประจำที่ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา | ร้อยละ(คน) |
|--|------------|
| มากขึ้น | 10.2 (78) |
| ไม่เปลี่ยนแปลง | 77.2 (592) |
| ลดลง | 12.6 (97) |

ที่มา: จากการสำรวจ

2) ความพึงพอใจในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่

จากการสำรวจ พบว่า ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการส่วนมากจะอยู่ในระดับค่อนข้างมาก โดยประเด็นที่มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ คุณภาพของบริการด้านเทคนิค รองลงมาคือ ความหลากหลายของประเภทบริการ และการบริการของเจ้าหน้าที่ ตามลำดับ (ตารางที่ 4-14)

ตารางที่ 4-14 ความพึงพอใจในระดับใดในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่

| ความพึงพอใจ | ค่าเฉลี่ย ถ่วง น้ำหนัก | มาก | ค่อนข้าง มาก | ค่อนข้าง น้อย | น้อย | ไม่ พอใจ เลย | รวม (คน) |
|--|------------------------------|-----|-----------------|------------------|------|--------------------|-------------|
| 1. คุณภาพของบริการด้านเทคนิค (เช่น สัญญาณชัด ไม่มีคลื่นแทรก) | 3.12 | 704 | 1329 | 263 | 55 | 16 | 2,367 |
| 2. บริการของเจ้าหน้าที่ | 2.89 | 410 | 1399 | 427 | 7 | 16 | 2,349 |
| 3. อัตราค่าบริการ | 2.73 | 375 | 1213 | 564 | 46 | 53 | 2,351 |
| 4. ความหลากหลายในประเภทการให้บริการ | 2.94 | 446 | 1358 | 355 | 4 | 12 | 2,265 |
| 5. อื่นๆ เช่น การดูแลหลังการขาย, บริการครบถ้วน เป็นต้น | 2.14 | 0 | 3 | 3 | 0 | 1 | 7 |

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักคำนวณจากการเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักคำตอบ โดยกำหนดค่า “มาก” เท่ากับ 4

“ค่อนข้างมาก” เท่ากับ 3 และ “ไม่พอใจเลย” เท่ากับ 0 ตามลำดับ

ที่มา: จากการสำรวจ



โดยแนวโน้มของระดับความพึงพอใจในการบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา ผู้ใช้บริการประเมินว่าแนวโน้มอยู่ในระดับคงที่ไม่เปลี่ยนแปลงในสัดส่วนสูงที่สุด ร้อยละ 62.9 และมีผู้ที่ระบุว่าแนวโน้มของระดับความพึงพอใจมากขึ้น มีสัดส่วนร้อยละ 34.0 (ตารางที่ 4-15) ซึ่งสะท้อนถึงระดับการแข่งขันในตลาดที่เพิ่มขึ้นในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา ทำให้ผู้บริโภคมีระดับความพึงพอใจที่มากขึ้นในสัดส่วนที่สูงโดยเปรียบเทียบ ตารางที่ 4-15 แนวโน้มของระดับความพึงพอใจในการบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา

| แนวโน้มของระดับความพึงพอใจในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา | ร้อยละ (คน) |
|--|-------------|
| มากขึ้น | 34.0 (793) |
| ไม่เปลี่ยนแปลง | 62.9 (1469) |
| ลดลง | 3.1 (72) |

ที่มา: จากการสำรวจ

3) ความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ต

จากการสำรวจ พบว่า ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการส่วนมากจะอยู่ในระดับค่อนข้างมาก โดยประเด็นที่มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ ความหลากหลายในประเภทการให้บริการ รองลงมา คือ คุณภาพของบริการด้านเทคนิคและการบริการของเจ้าหน้าที่ ตามลำดับ ส่วนที่ความพึงพอใจในเรื่องอัตราค่าบริการ อยู่ระดับค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักในระดับกลาง ๆ สะท้อนได้ถึงสภาพการแข่งขันยังไม่มากนัก ทำให้อัตราค่าบริการยังไม่เป็นที่พึงพอใจเท่าที่ควร (ตารางที่ 4-16)

ตารางที่ 4-16 ความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ต

| ความพึงพอใจ | ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก | มาก | ค่อนข้างมาก | ค่อนข้างน้อย | น้อย | ไม่พอใจเลย | รวม (คน) |
|-------------------------------------|----------------------|-----|-------------|--------------|------|------------|----------|
| 1. คุณภาพของบริการด้านเทคนิค | 2.74 | 170 | 660 | 293 | 58 | 25 | 1,206 |
| 2. บริการของเจ้าหน้าที่ | 2.72 | 117 | 705 | 323 | 48 | 12 | 1,205 |
| 3. อัตราค่าบริการ | 2.55 | 94 | 608 | 381 | 100 | 20 | 1,203 |
| 4. ความหลากหลายในประเภทการให้บริการ | 2.89 | 198 | 692 | 237 | 39 | 4 | 1,170 |
| 5. อื่นๆ เช่น สัญญาณ เป็นต้น | 2.40 | 1 | 2 | 1 | 0 | 1 | 5 |

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักคำนวณจากการเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักคำตอบ โดยกำหนดค่า “มาก” เท่ากับ 4

“ค่อนข้างมาก” เท่ากับ 3 และ “ไม่พอใจเลย” เท่ากับ 0 ตามลำดับ

ที่มา: จากการสำรวจ



โดยแนวโน้มของระดับความพึงพอใจในการบริการอินเทอร์เน็ตในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา ผู้ใช้บริการประเมินว่าแนวโน้มอยู่ในระดับคงที่ไม่เปลี่ยนแปลงในสัดส่วนสูงที่สุด ร้อยละ 56.2 และมีผู้ที่ระบุว่าแนวโน้มของระดับความพึงพอใจมากขึ้น มีสัดส่วนร้อยละ 39.4 (ตารางที่ 4-17) ซึ่งสะท้อนถึงระดับการแข่งขันในตลาดที่เพิ่มขึ้นในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา ทำให้ผู้บริโภคมีระดับความพึงพอใจที่มากขึ้นในสัดส่วนที่สูงโดยเปรียบเทียบ

ตารางที่ 4-17 แนวโน้มของระดับความพึงพอใจในการบริการอินเทอร์เน็ตในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา

| แนวโน้มของระดับความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา | ร้อยละ (คน) |
|--|-------------|
| มากขึ้น | 39.4 (477) |
| ไม่เปลี่ยนแปลง | 56.2 (681) |
| ลดลง | 4.4 (53) |

ที่มา: จากการสำรวจ

4) ความพึงพอใจในการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ

จากการสำรวจ พบว่า ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศของผู้ใช้บริการส่วนมากจะอยู่ในระดับค่อนข้างมาก โดยประเด็นที่มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ ด้านคุณภาพและมาตรฐาน รองลงมา คือ ด้านบริการหลังการขาย และอัตราค่าบริการ ตามลำดับ (ตารางที่ 4-18)

ตารางที่ 4-18 ความพึงพอใจในการใช้บริการโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศ

| ความพึงพอใจ | ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก | มาก | ค่อนข้างมาก | ค่อนข้างน้อย | น้อย | ไม่พอใจเลย | รวม (คน) |
|-------------------------|----------------------|-----|-------------|--------------|------|------------|----------|
| 1. ด้านคุณภาพและมาตรฐาน | 3.07 | 61 | 146 | 21 | 9 | 2 | 239 |
| 2. อัตราค่าบริการ | 2.82 | 67 | 92 | 55 | 20 | 5 | 239 |
| 3. บริการหลังการขาย | 2.85 | 41 | 141 | 40 | 12 | 4 | 238 |
| 4. อื่นๆ | - | - | - | - | - | - | - |

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักคำนวณจากการเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักคำตอบ โดยกำหนดค่า “มาก” เท่ากับ 4

“ค่อนข้างมาก” เท่ากับ 3 และ “ไม่พอใจเลย” เท่ากับ 0 ตามลำดับ

ที่มา: จากการสำรวจ



โดยแนวโน้มของระดับความพึงพอใจในการบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา ผู้ใช้บริการประเมินว่าแนวโน้มอยู่ในระดับคงที่ไม่เปลี่ยนแปลงในสัดส่วนสูงสุด ร้อยละ 61.2 และมีผู้ที่ระบุว่าแนวโน้มของระดับความพึงพอใจมากขึ้น มีสัดส่วนร้อยละ 33.1 (ตารางที่ 4-19) ซึ่งสะท้อนถึงระดับการแข่งขันในตลาดที่เพิ่มขึ้นในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา ทำให้ผู้บริโภคมีระดับความพึงพอใจที่มากขึ้นในสัดส่วนที่สูงโดยเปรียบเทียบ (ตารางที่ 4-19)

**ตารางที่ 4-19 แนวโน้มของระดับความพึงพอใจในการบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ
ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา**

| แนวโน้มของระดับความพึงพอใจในการใช้โทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศ ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา ในภาพรวมอยู่ในระดับใด | ร้อยละ (คน) |
|--|-------------|
| มากขึ้น | 33.1 (80) |
| ไม่เปลี่ยนแปลง | 61.2 (148) |
| ลดลง | 5.8 (14) |

ที่มา: จากการสำรวจ

สำหรับในส่วนของบริการโทรศัพท์ข้ามแดนอัตโนมัติในภาพรวม ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในบริการโทรศัพท์ข้ามแดนอัตโนมัติในระดับไม่เปลี่ยนแปลงถึงมากขึ้นในสัดส่วนร้อยละ 70.6 และ 27.5 ตามลำดับ (ตารางที่ 4-20)

**ตารางที่ 4-20 แนวโน้มของระดับความพึงพอใจในการบริการโทรศัพท์ข้ามแดนอัตโนมัติ
ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา**

| ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา แนวโน้มของระดับความพึงพอใจในการใช้บริการโทรศัพท์ข้ามแดนอัตโนมัติในภาพรวม | ร้อยละ (คน) |
|---|-------------|
| มากขึ้น | 27.5 (28) |
| ไม่เปลี่ยนแปลง | 70.6 (72) |
| ลดลง | 2.0 (2) |

ที่มา: จากการสำรวจ

5) ความพึงพอใจในการใช้บริการสาธารณะ

การศึกษานี้ได้ทำการสำรวจความพึงพอใจในส่วนของบริการสาธารณะ 2 บริการ ซึ่งจะสะท้อนถึงการเข้าถึงบริการสาธารณะที่รัฐจัดให้มีในกิจการโทรคมนาคม ได้แก่ บริการโทรศัพท์สาธารณะ และบริการ Free WiFi



5.1) ความพึงพอใจในบริการโทรศัพท์สาธารณะ

จากการสำรวจ พบว่า ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะอยู่ในระดับน้อยถึงค่อนข้างมาก โดยความพึงพอใจสูงที่สุดจะอยู่ที่คุณภาพและมาตรฐาน และอัตราค่าบริการ ตามลำดับ แต่สำหรับในเรื่องจำนวนและประเด็นอื่น ๆ เช่น ความสะอาดของอุปกรณ์จะอยู่ในระดับน้อยถึงค่อนข้างน้อย (ตารางที่ 4-21)

ตารางที่ 4-21 ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะ

| ความพึงพอใจ | ค่าเฉลี่ย ถ่วง น้ำหนัก | มาก | ค่อนข้าง มาก | ค่อนข้าง น้อย | น้อย | ไม่ พอใจ เลย | รวม (คน) |
|--|------------------------------|-----|-----------------|------------------|------|--------------------|-------------|
| 1. คุณภาพและมาตรฐาน | 2.52 | 85 | 306 | 211 | 72 | 22 | 696 |
| 2. อัตราค่าบริการ | 2.61 | 97 | 334 | 187 | 58 | 23 | 699 |
| 3. จำนวนโทรศัพท์สาธารณะ (ที่ใช้งานได้จริง) | 1.94 | 38 | 175 | 261 | 153 | 69 | 696 |
| 4. อื่นๆ เช่น ความสะอาดในตู้ สาธารณะไม่มี เป็นต้น | 1.89 | 2 | 4 | 5 | 4 | 3 | 18 |

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักคำนวณจากการเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักคำตอบ โดยกำหนดค่า “มาก” เท่ากับ 4 “ค่อนข้างมาก” เท่ากับ 3 และ “ไม่พอใจเลย” เท่ากับ 0 ตามลำดับ

ที่มา: จากการสำรวจ

โดยแนวโน้มของระดับความพึงพอใจในการบริการโทรศัพท์สาธารณะส่วนมากจะระบุว่าไม่เปลี่ยนแปลงถึงลดลง โดยมีสัดส่วนร้อยละ 57.5 และ 38.1 ตามลำดับ (ตารางที่ 4-22)

ตารางที่ 4-22 แนวโน้มของระดับความพึงพอใจในบริการโทรศัพท์สาธารณะในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา

| แนวโน้มของระดับความพึงพอใจในการใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา | ร้อยละ (คน) |
|---|----------------|
| มากขึ้น | 4.5 (31) |
| ไม่เปลี่ยนแปลง | 57.5 (397) |
| ลดลง | 38.1 (263) |

ที่มา: จากการสำรวจ



5.2) ความพึงพอใจในการใช้บริการ Free WiFi

จากการสำรวจ พบว่า ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการ Free WiFi อยู่ในระดับน้อยถึงค่อนข้างน้อย ไม่ว่าจะเป็นด้านคุณภาพของบริการด้านเทคนิค ความครอบคลุมพื้นที่ให้บริการ และเงื่อนไขการให้บริการ (เช่น การจำกัดระยะเวลา ฯลฯ) ซึ่งอาจจะสะท้อนถึงการพัฒนาบริการในด้านนี้ให้ดีขึ้น เพื่อยกระดับการเข้าถึงบริการสาธารณะของผู้ใช้บริการ และเพิ่มสภาพการแข่งขันในตลาดอินเทอร์เน็ตได้อีกทางหนึ่ง (ตารางที่ 4-23)

ตารางที่ 4-23 ระดับความพึงพอใจในการบริการ Free WiFi

| ความพึงพอใจ | ค่าเฉลี่ย ถ่วง น้ำหนัก | มาก | ค่อนข้าง มาก | ค่อนข้าง น้อย | น้อย | ไม่ พอใจ เลย | รวม (คน) |
|---|------------------------------|-----|-----------------|------------------|------|--------------------|-------------|
| 1. คุณภาพของบริการด้าน เทคนิค | 1.75 | 7 | 25 | 39 | 17 | 25 | 113 |
| 2. ความครอบคลุมพื้นที่ ให้บริการ | 1.64 | 8 | 15 | 42 | 19 | 26 | 110 |
| 3. เงื่อนไขการให้บริการ (เช่น การจำกัดระยะเวลา ฯลฯ) | 1.62 | 5 | 15 | 43 | 17 | 24 | 104 |
| 4. อื่นๆ เช่น สัญญาณ wifi เป็นต้น | 1.67 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 3 |

ที่มา: จากการสำรวจ

6) การประเมินสภาพตลาดจากจำนวนผู้ไม่มีโทรศัพท์เคลื่อนที่

นอกจากการประเมินจากความพึงพอใจในบริการด้านต่างๆ แล้วเพื่อสะท้อนถึงสภาพตลาดแล้ว ยังอาจใช้การประเมินสภาพตลาดจากผู้ที่มีโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งจากข้อมูลการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่า ผู้ที่ไม่มีโทรศัพท์เคลื่อนที่ส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่าไม่มีความจำเป็นต้องมีโทรศัพท์เคลื่อนที่ และรองลงมาคือ สามารถใช้ร่วมกันในครัวเรือนได้

แต่ในส่วนที่อยู่ในกลุ่มที่ยังไม่พอใจกับการใช้บริการจึงไม่ใช่ ประกอบด้วย ความเห็นว่าใช้ไม่เป็น ซึ่งแสดงถึงการให้การศึกษาแก่ผู้บริโภคที่ยังไม่เพียงพอในทุกๆ ระดับ รองลงมาคือ ราคาเครื่องยังแพง ไม่มีเครือข่ายสัญญาณ หรือสัญญาณไม่ชัดเจน และค่าบริการแพงตามลำดับ

อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาเหตุผลในส่วนของเครื่องแพงและค่าบริการแพงระหว่างปี พ.ศ.2553 และ พ.ศ.2555 แล้วจะพบว่า สัดส่วนของผู้ไม่มีเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ในส่วนนี้ลดลง ขณะที่กรณีของการใช้ไม่เป็น และไม่มีเครือข่ายสัญญาณ หรือสัญญาณไม่ชัดเจนมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นโดยเปรียบเทียบ (ตารางที่ 4-24) ซึ่งน่าจะเป็นข้อมูลที่ใช้เป็นแนวทางในการพิจารณากำกับด้านสภาพการแข่งขันในตลาดของ กสทช. ต่อไป



**ตารางที่ 4-24 จำนวนผู้ไม่มีโทรศัพท์เคลื่อนที่ จำแนกตามเหตุผลที่ไม่มีโทรศัพท์เคลื่อนที่
แยกตามภาค และเขตการปกครอง**

| ภาคและเขต การปกครอง | เหตุผลที่ไม่มีโทรศัพท์เคลื่อนที่ | | | | | | |
|------------------------|----------------------------------|----------------|------------------|----------------|-----------------------------------|--|--------|
| | ไม่มี ความ จำเป็น | เครื่อง แพง | ค่าบริการ แพง | ใช้ ไม่เป็น | ใช้ ร่วมกัน ใน ครัวเรือน | ไม่มี เครือข่าย สัญญาณ ไม่ ชัดเจน/ | อื่น ๆ |
| ทั่วราชอาณาจักร | | | | | | | |
| 2553 | 42.19 | 4.59 | 0.91 | 8.52 | 42.01 | 0.51 | 1.25 |
| 2555 | 42.96 | 3.12 | 0.62 | 9.67 | 42.08 | 0.78 | 0.77 |
| ในเขตเทศบาล | | | | | | | |
| 2553 | 53.26 | 2.99 | 0.69 | 7.80 | 33.61 | 0.05 | 1.60 |
| 2555 | 52.50 | 2.42 | 0.56 | 8.64 | 34.87 | 0.21 | 0.81 |
| นอกเขตเทศบาล | | | | | | | |
| 2553 | 38.90 | 5.06 | 0.98 | 8.73 | 44.51 | 0.65 | 1.15 |
| 2555 | 39.64 | 3.36 | 0.64 | 10.03 | 44.60 | 0.98 | 0.76 |

ที่มา: สํารวจการมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ในครัวเรือน สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวง
เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

7) การประเมินสภาพตลาดจากเหตุผลที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต

จากข้อมูลการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ต่อเหตุผลที่ครัวเรือนไม่
ใช้อินเทอร์เน็ต (ตารางที่ 4-25) พบว่า ส่วนใหญ่เห็นว่าไม่มีความจำเป็น และสัดส่วนนี้ยังเพิ่มขึ้นจาก
ปี พ.ศ.2553 ด้วย รองลงมา เห็นว่าสามารถใช้จากที่อื่นได้ โดยสัดส่วนนี้ได้ลดลงจากปี พ.ศ.2553
อย่างรวดเร็ว

ปัจจัยที่มีสัดส่วนเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2553 อย่างมาก ได้แก่ เหตุผลว่าใช้ไม่
เป็น ที่ยังเป็นอุปสรรคของการที่จะขยายบริการด้านนี้ในตลาด



ปัจจัยที่ระบุว่าไม่มีสายโทรศัพท์ มีสัดส่วนลดลงอย่างรวดเร็วจากปี พ.ศ. 2553 ซึ่งน่าจะเป็นส่วนที่สะท้อนการแข่งขันในตลาดโทรคมนาคม ที่ทำให้ปัจจัยนี้ไม่ใช่อุปสรรคสำคัญในการใช้อินเทอร์เน็ต

สำหรับความเห็นที่ว่าค่าบริการแพลงยังคงมีความสำคัญและยังควรได้รับการพิจารณาเพื่อให้ครัวเรือนมีโอกาสเข้ามาใช้บริการในด้านนี้มากขึ้นในอนาคต

ตารางที่ 4-25 จำนวนครัวเรือนที่ไม่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต จำแนกตามเหตุผลที่ไม่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต แยกตามภาค และเขตการปกครอง

| ภาคและเขตการปกครอง | เหตุผลที่ไม่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต | | | | | | | |
|------------------------|-----------------------------------|-------------------|------------------------------------|----------------|----------------------|--|----------------------|-------|
| | ไม่มี ความ จำเป็น | ค่าบริการ แพลง | สามารถ ใช้ จากที่ อื่นได้ | ใช้ไม่ เป็น | ไม่มี เวลา ใช้ | ไม่สามารถ ควบคุม บุตร หลานได้ | ไม่มีสาย โทรศัพท์ | อื่นๆ |
| ทั่วราชอาณาจักร | | | | | | | | |
| 2553 | 26.69 | 9.52 | 35.22 | 1.14 | 1.21 | 2.40 | 23.30 | 0.53 |
| 2555 | 50.87 | 6.10 | 17.49 | 17.59 | 0.51 | 0.47 | 6.37 | 0.60 |
| ในเขตเทศบาล | | | | | | | | |
| 2553 | 28.61 | 10.12 | 41.72 | 1.25 | 1.61 | 2.78 | 13.23 | 0.68 |
| 2555 | 52.13 | 6.38 | 19.52 | 16.80 | 0.87 | 0.46 | 3.58 | 0.24 |
| นอกเขตเทศบาล | | | | | | | | |
| 2553 | 25.48 | 9.14 | 31.14 | 1.07 | 0.96 | 2.15 | 29.64 | 0.43 |
| 2555 | 50.32 | 5.97 | 16.61 | 17.93 | 0.35 | 0.48 | 7.58 | 0.75 |

ที่มา: สํารวจการมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ในครัวเรือน สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

8) การประเมินสภาพตลาดจากความต้องการให้ภาครัฐเพิ่มการควบคุม

ข้อมูลการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่า ส่วนที่เกี่ยวข้องกับ กสทช. ได้แก่ การควบคุมราคาอุปกรณ์มือถือ และโทรศัพท์เคลื่อนที่ แต่เนื่องจากการสำรวจเปลี่ยนแปลงข้อมูลการสำรวจจึงไม่มีข้อมูลเปรียบเทียบ

ส่วนของการควบคุมการจดทะเบียนโทรศัพท์เคลื่อนที่ พบว่าเป็นประเด็นที่มีความสำคัญมากขึ้น ในปี พ.ศ.2555 เปรียบเทียบกับปี พ.ศ.2553



ประเด็นที่น่าสนใจอีกประการหนึ่งคือ การที่ผู้ตอบแบบสำรวจยังต้องการให้มีหน่วยงานหรือศูนย์ควบคุมผู้ให้บริการ และมีหน่วยงานรองรับเรื่องร้องเรียน อาจจะสะท้อนว่า ผู้ใช้บริการยังมีความรู้ในเรื่องนี้ไม่เพียงพอ หรือการสื่อสารประชาสัมพันธ์ยังไม่ครอบคลุม



ตารางที่ 4-26 จำนวนครัวเรือน จำแนกตามต้องการให้ภาครัฐเข้ามาควบคุมดูแลเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ภาค และเขตการ
ปกครอง

| | | หน่วย: ร้อยละ | | | | | | | | | |
|-----------------------------|--|---|--|--|--|---|--|---|---|------|--|
| ภาค และ เขตการ ปกครอง | มีมาตร การป้องกัน การเจาะ ระบบข้อมูล คอมพิวเตอร์ | ควบคุม เว็บไซต์ที่ ลามก อนาจาร | การควบคุม ราคา อุปกรณ์มือ ถือ โทรศัพท์ เคลื่อนที่ | การ เผยแพร่ Spam mail หรือ ไวรัส | ควบคุม กาจัด ทะเบียน โทรศัพท์ มือถือ | ควบคุมผู้ ให้บริการ ร้านอิน เทอร์เน็ต/ เกม ออนไลน์ | ความ ปลอดภัย ในการใช้ บริการ พาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ | บทลงโทษที่ เด็ดขาด สำหรับ ผู้กระทำความ ผิด เกี่ยวกับ ระบบคอมฯ | มีหน่วยงาน หรือศูนย์รับ เรื่องร้องเรียน | | |
| ทั่วราชอาณาจักร | | | | | | | | | | | |
| 2553 | 5.55 | 46.25 | 23.51 | 5.48 | 4.86 | 18.52 | 1.51 | 18.51 | 4.64 | NA | |
| 2555 | 12.31 | 52.34 | NA | 6.88 | 10.46 | 27.36 | 3.28 | 22.17 | 7.97 | 5.83 | |
| ในเขตเทศบาล | | | | | | | | | | | |
| 2553 | 8.30 | 46.62 | 20.71 | 8.52 | 4.86 | 20.34 | 2.30 | 19.41 | 5.12 | NA | |
| 2555 | 15.38 | 51.84 | NA | 9.42 | 10.02 | 26.02 | 4.57 | 22.72 | 7.43 | 5.62 | |
| นอกเขตเทศบาล | | | | | | | | | | | |
| 2553 | 4.18 | 46.07 | 24.89 | 3.98 | 4.87 | 17.63 | 1.13 | 18.07 | 6.27 | NA | |
| 2555 | 10.57 | 52.62 | NA | 5.44 | 10.71 | 28.12 | 2.55 | 21.87 | 8.27 | 5.96 | |

ที่มา: สํารวจการมีกรใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน สํานักงานสถิติแห่งชาติ, กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร



ตารางที่ 4-27 จำนวนครัวเรือน จำแนกตามความต้องการให้ภาครัฐเข้ามาช่วยเหลือในการ
เข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร แยกตามภาค และเขตการปกครอง

| ภาค และเขต การปกครอง | จัดตั้งศูนย์ การเรียนรู้ ICT ชุมชน | ฮาร์ดแวร์ ราคาถูก | ซอฟต์แวร์ ราคาถูก | อินเทอร์เน็ต ราคาถูก | ค่า โทรศัพท์ มือถือ ราคาถูก | อื่นๆ |
|-------------------------|--|----------------------|----------------------|-------------------------|--------------------------------------|-------|
| ทั่วราชอาณาจักร | | | | | | |
| | 35.58 | 5.69 | 2.00 | 15.05 | 37.71 | 3.89 |
| ในเขตเทศบาล | | | | | | |
| | 29.89 | 6.54 | 3.11 | 22.22 | 35.09 | 3.06 |
| นอกเขตเทศบาล | | | | | | |
| | 38.80 | 5.21 | 1.38 | 11.00 | 39.19 | 4.35 |

ที่มา: สํารวจการมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ในครัวเรือน (2555) สํานักงานสถิติแห่งชาติ
กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

**9) การประเมินสภาพตลาดจากตัวชี้วัดการตอบสนองความต้องการ
เทคโนโลยีเพื่อการสื่อสาร (ทั้งเสียงและข้อมูล) ของภาคธุรกิจ (Communications
Technology (Voice and Data) meets business requirements)**

ตัวชี้วัดนี้ใช้ข้อมูลจาก IMD World Competitive Center ซึ่งจัดทำดัชนีวัด
ความสามารถในการแข่งขัน และมีตัวชี้วัดนี้เป็นหนึ่งในกลุ่มของตัวชี้วัดที่วัดความสามารถในการ
แข่งขันของประเทศ ซึ่งเป็นตัวชี้วัดที่ให้คะแนนเป็นค่าคะแนนจาก 0 ถึง 10

ตารางที่ 4-28 ตัวชี้วัดการตอบสนองความต้องการเทคโนโลยีเพื่อการสื่อสาร (ทั้งเสียงและ
ข้อมูล) ของภาคธุรกิจ

| ปี พ.ศ. | 2548 | 2549 | 2550 | 2551 | 2552 | 2553 | 2554 | 2555 |
|---------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| คะแนน | 7.09 | 6.09 | 6.38 | 6.71 | 6.93 | 6.55 | 5.82 | 4.52 |

ที่มา: IMD World Competitiveness Report

จากข้อมูลของ IMD ชี้ว่า ค่าคะแนนของไทยลดลงต่ำที่สุดในปี พ.ศ.2549
ซึ่งเป็นปีที่มีความไม่สงบทางการเมืองและการรัฐประหาร หลังจากนั้น ค่าคะแนนได้เพิ่มขึ้นจน
สูงสุดในปี พ.ศ.2552 และลดลงเล็กน้อยในปี พ.ศ.2553 ก่อนที่จะกลับเพิ่มขึ้นในปี พ.ศ.2554
สะท้อนว่าแนวโน้มของพฤติกรรมการใช้บริการยังไม่เสถียร และน่าจะเป็นประเด็นที่ กสทช. ควรให้
ความสำคัญในการกำกับดูแลต่อไป



4.3 การประเมินสภาพตลาดจากกลุ่มที่ 3 ตัวชี้วัดประสิทธิภาพของการให้บริการ

ตัวชี้วัดในกลุ่มที่ 3 นี้ประกอบด้วย

1) ตัวชี้วัดด้านแนวโน้มการใช้ประโยชน์จากโครงข่าย (Network Deployment)

2) ตัวชี้วัดด้านแนวโน้มของจำนวนผู้ลงทะเบียนใช้บริการ จำนวนการเชื่อมต่อ

และจำนวนรายการที่เพิ่มสุทธิ (Net Adds)

3) ตัวชี้วัดด้านแนวโน้มของการบริหารคลื่นความถี่ (Spectrum)

4) ตัวชี้วัดด้านการกระจุกตัวของตลาดและการมีอำนาจเหนือตลาด

(Market Concentration)

5) ตัวชี้วัดด้านแนวโน้มของการแข่งขันในการให้บริการที่ต่อเนื่องกันหลายรูปแบบตาม
ช่วงอายุตามพฤติกรรม (Intermodal)

6) ตัวชี้วัดด้านการเปรียบเทียบสถานะ การให้บริการของประชากรในเขตตัวเมืองและใน
ชนบท

จากข้อจำกัดของข้อมูลในการศึกษา การประเมินสภาพตลาดในกลุ่มตัวชี้วัดนี้ ยังมีความ
จำเป็นต้องใช้ตัวแทนในการพิจารณาเช่นเดียวกัน ดังนี้

4.3.1 การประเมินสภาพตลาดจากตัวชี้วัดด้านแนวโน้มการใช้ประโยชน์จาก โครงข่าย (Network Deployment)

ตัวชี้วัดตัวแทนในส่วนนี้เรียกว่า Public and Private Sector Ventures ที่สนับสนุน
การพัฒนาเทคโนโลยีด้านโทรคมนาคม จากข้อมูลของ IMD ซึ่งเป็นตัวชี้วัดนี้เป็นการให้คะแนน
(Score) จาก 0 ถึง 10

ตารางที่ 4-29 ตัวชี้วัด Public and Private Sector Ventures ที่สนับสนุนการพัฒนา เทคโนโลยีด้านโทรคมนาคม

| ปี พ.ศ. | 2548 | 2549 | 2550 | 2551 | 2552 | 2553 | 2554 | 2555 |
|---------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| คะแนน | NA | NA | 5.29 | 5.49 | 5.55 | 5.56 | 5.55 | NA |

ที่มา: IMD World Competitiveness Report

จากข้อมูลของ IMD ชี้ว่า แนวโน้มการใช้ประโยชน์จากโครงข่ายของไทยในปี
พ.ศ.2551 เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2550 และทรงตัวมาตั้งแต่ปี พ.ศ.2552 ซึ่งสะท้อนว่าหากต้องการให้
การแข่งขันในตลาดโทรคมนาคมขยายตัวขึ้นในอนาคต กสทช. อาจจะต้องให้ความสำคัญและ
ติดตามในเรื่องนี้อย่างต่อเนื่อง



4.3.2 ตัวชี้วัดด้านแนวโน้มของจำนวนผู้ลงทะเบียนใช้บริการ จำนวนการเชื่อมต่อ และจำนวนรายการที่เพิ่มสุทธิ (Net Adds)

ตัวแทนของตัวชี้วัดในส่วนนี้ ประกอบด้วย

1) ตัวชี้วัดจำนวนโทรศัพท์ประจำที่ต่อประชากร 1,000 คน (Fixed Telephone lines – No. of main lines per 1,000 inhabitants)

จากข้อมูลตัวชี้วัดนี้ของ IMD ระหว่างปี พ.ศ.2548-2554 และข้อมูลของ ITU ปี พ.ศ. 2555 พบว่า สัดส่วนของจำนวนผู้ใช้โทรศัพท์ประจำที่ของไทยเกินกว่า 100 สายต่อประชากร 1,000 คน มาตลอด จนกระทั่งปี พ.ศ. 2554-2555 ที่สัดส่วนนี้ลดลงต่ำกว่า 100 ซึ่งแสดงว่าบทบาทของโทรศัพท์ประจำที่ลดลง จากการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้ของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่และอุปกรณ์อื่นมากขึ้น (ตารางที่ 4-30)

ตารางที่ 4-30 จำนวนของโทรศัพท์ประจำที่ต่อประชากร 1,000 คน (No. of main lines per 1,000 inhabitants)

| ปี พ.ศ. | 2548 | 2549 | 2550 | 2551 | 2552 | 2553 | 2554 | 2555 |
|----------------------------------|-------|-------|-------|--------|--------|--------|-------|-------|
| จำนวนของ โทรศัพท์ ประจำที่ | 105.5 | 105.1 | 103.6 | 108.31 | 104.87 | 100.18 | 95.82 | 91.14 |

ที่มา: ข้อมูล ปี พ.ศ.2548-2554 จาก IMD และ ปี พ.ศ.2555 จาก ITU

นอกจากนั้น เมื่อพิจารณาข้อมูลจำนวนผู้ใช้บริการโทรศัพท์ประจำที่ของศูนย์ข้อมูลและวิจัยเศรษฐกิจโทรคมนาคม กสทช. ในช่วงปี พ.ศ.2546-2551 พบว่าจำนวนผู้ใช้บริการโทรศัพท์ประจำที่มีแนวโน้มคงที่และลดลงในช่วงปี พ.ศ.2554 และ 2555 ตามลำดับ สอดคล้องในแนวทางเดียวกัน (ตารางที่ 4-31)

ตารางที่ 4-31 จำนวนผู้ใช้บริการโทรศัพท์ประจำที่ ปี พ.ศ.2546-2551

หน่วย – พันราย

| ปี พ.ศ. | ทั่วประเทศ | กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล | ภูมิภาค |
|---------------|------------|-------------------------|---------|
| 2547 | 6,481 | 3,329 | 3,152 |
| 2548 | 6,798 | 3,518 | 3,281 |
| 2549 | 6,847 | 3,524 | 3,324 |
| 2550 | 7,147 | 3,600 | 3,547 |
| 2551 ไตรมาส 1 | 7,437 | 3,908 | 3,565 |



| ปี พ.ศ. | | ทั่วประเทศ | กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล | ภูมิภาค |
|---------|----------|------------|-------------------------|---------|
| | ไตรมาส 2 | 7,467 | 3,890 | 3,565 |
| | ไตรมาส 3 | 7,204 | 3,881 | 3,323 |
| | ไตรมาส 4 | 7,394 | 3,834 | 3,559 |
| 2552 | ไตรมาส 1 | 7,363 | 3,812 | 3,550 |
| | ไตรมาส 2 | 7,286 | 3,727 | 3,558 |
| | ไตรมาส 3 | 7,246 | 3,717 | 3,529 |
| | ไตรมาส 4 | 7,204 | 3,701 | 3,503 |
| 2553 | ไตรมาส 1 | 7,134 | 3,678 | 3,455 |
| | ไตรมาส 2 | 7,105 | 3,673 | 3,431 |
| | ไตรมาส 3 | 7,033 | 3,643 | 3,390 |
| | ไตรมาส 4 | 6,924 | 3,570 | 3,354 |
| 2554 | ไตรมาส 1 | 6,935 | 3,629 | 3,315 |
| | ไตรมาส 2 | 6,857 | 3,590 | 3,266 |
| | ไตรมาส 3 | 6,763 | 3,530 | 3,233 |
| | ไตรมาส 4 | 6,661 | 3,477 | 3,184 |
| 2555 | ไตรมาส 1 | 6,596 | 3,463 | 3,132 |
| | ไตรมาส 2 | 6,535 | 3,449 | 3,085 |
| | ไตรมาส 3 | 6,458 | 3,423 | 3,035 |

ที่มา: ศูนย์ข้อมูลและวิจัยเศรษฐกิจโทรคมนาคม กลุ่มงานวิชาการและจัดการทรัพยากรโทรคมนาคม สำนักงาน กสทช.

2) ตัวชี้วัดจำนวนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อประชากร 1,000 คน (Mobile Telephone Subscribers – No. of Subscribers per 1,000 inhabitants)

จากข้อมูลตัวชี้วัดนี้ของ IMD ระหว่างปี พ.ศ.2548-2554 และข้อมูลของ ITU ปี พ.ศ. 2555 พบว่าจากข้อมูลของ IMD ข้างต้น ชี้ว่าจำนวนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามลำดับและในอัตราการเจริญเติบโตที่สูงเกือบร้อยละ 30 ในปี พ.ศ.2549-2550 ก่อนที่จะลดลงเหลือร้อยละ 15.92 ในปี พ.ศ.2551 และต่ำกว่าร้อยละ 10 ในระหว่างปี พ.ศ. 2552-2555

นอกจากนั้น จำนวนผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของไทยเกินกว่า 1,000 คนต่อประชากร 1,000 คน มาตั้งแต่ปี พ.ศ.2553 สะท้อนสภาพการแข่งขันในตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่



เพิ่มขึ้นด้วย แม้ว่าอัตราการเติบโตของตลาดในส่วนนี้จะลดลงมาอยู่ในระดับประมาณร้อยละ 7 ต่อปี
ก็ตาม (ตารางที่ 4-32)

อย่างไรก็ตาม แนวโน้มของจำนวนผู้ใช้บริการดังกล่าว อาจจะเป็นสัญญาณว่า
ตลาดกิจการโทรคมนาคมของไทยกำลังก้าวเข้าสู่สภาวะของตลาดที่มีสภาวะอิ่มตัว และอาจจะ
เป็นไปได้ยากที่จะมีผู้ประกอบการรายใหม่ในรูปของ SMP เข้ามาสู่ตลาด ยกเว้นกรณีของ
ผู้ประกอบการในรูปแบบของ MVNO ที่เป็นผู้ให้บริการรายย่อยในตลาดเฉพาะเจาะจง

ตารางที่ 4-32 จำนวนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อประชากร 1,000 คน (Mobile
Telephone Subscribers – No. of Subscribers per 1,000 inhabitants)

| ปี พ.ศ. | 2548 | 2549 | 2550 | 2551 | 2552 | 2553 | 2554 | 2555 |
|------------------------|-------|-------|-------|-------|--------|----------|----------|---------|
| จำนวน ผู้ใช้บริการ | 466.8 | 605.3 | 781.4 | 905.8 | 959.92 | 1,037.67 | 1,116.32 | 1,202.9 |
| อัตราการ เติบโต (%) | NA | 29.67 | 29.09 | 15.92 | 5.97 | 8.10 | 7.58 | 7.76 |

ที่มา: ข้อมูล ปี พ.ศ.2548-2554 จาก IMD และ ปี พ.ศ.2555 จาก ITU

3) จำนวนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่และอัตราการเติบโต

จากข้อมูลของศูนย์ข้อมูลและวิจัยเศรษฐกิจโทรคมนาคม กสทช. ที่แสดงใน
ตารางที่ 61 พบว่า มีความสอดคล้องกับข้อสรุปที่กล่าวไว้ในหัวข้อข้างต้น โดยจำนวนผู้ใช้บริการ
โทรศัพท์เคลื่อนที่ได้เพิ่มขึ้นจนมากกว่าจำนวนประชากรทั้งหมดของประเทศ แสดงว่ามีผู้ใช้บริการ
บางคนได้ทำการจดทะเบียนหรือมีการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่มากกว่า 1 เลขหมาย

ตารางที่ 4-33 จำนวนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่และอัตราการเติบโตระหว่างปี พ.ศ.2549 -
2555

| ปี พ.ศ. | รายไตรมาส | Subscribers (ล้านราย) | growth of Subscribers (QoQ) |
|---------|-----------|-----------------------|-----------------------------|
| 2549 | ไตรมาส 1 | 32.22 | 5.78 |
| | ไตรมาส 2 | 34.18 | 6.08 |
| | ไตรมาส 3 | 36.76 | 7.56 |
| | ไตรมาส 4 | 40.13 | 9.17 |
| 2550 | ไตรมาส 1 | 43.37 | 8.06 |
| | ไตรมาส 2 | 47.12 | 8.64 |
| | ไตรมาส 3 | 50.26 | 6.68 |
| | ไตรมาส 4 | 52.94 | 5.32 |



| ปี พ.ศ. | รายไตรมาส | Subscribers (ล้านราย) | growth of Subscribers (QoQ) |
|---------|-----------|-----------------------|-----------------------------|
| 2551 | ไตรมาส 1 | 55.31 | 4.48 |
| | ไตรมาส 2 | 57.50 | 3.96 |
| | ไตรมาส 3 | 59.79 | 3.88 |
| | ไตรมาส 4 | 61.85 | 3.44 |
| 2552 | ไตรมาส 1 | 62.59 | 8.30 |
| | ไตรมาส 2 | 64.05 | 7.27 |
| | ไตรมาส 3 | 64.67 | 7.75 |
| | ไตรมาส 4 | 65.95 | 8.60 |
| 2553 | ไตรมาส 1 | 67.78 | 8.30 |
| | ไตรมาส 2 | 68.70 | 8.50 |
| | ไตรมาส 3 | 69.68 | 10.3 |
| | ไตรมาส 4 | 71.62 | 8.20 |
| 2554 | ไตรมาส 1 | 73.42 | 6.20 |
| | ไตรมาส 2 | 74.42 | 5.10 |
| | ไตรมาส 3 | 76.88 | 5.00 |
| | ไตรมาส 4 | 77.80 | 1.20 |
| 2555 | ไตรมาส 1 | 78.55 | 1.22 |
| | ไตรมาส 2 | 79.41 | 5.05 |
| | ไตรมาส 3 | 80.87 | 1.84 |

ที่มา: ศูนย์ข้อมูลและวิจัยเศรษฐกิจโทรคมนาคม กลุ่มงานวิชาการและจัดการทรัพยากรโทรคมนาคม สำนักงาน กสทช.

4) สัดส่วนการให้บริการบนโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 3 บริการ คือ บริการทางเสียง (Voice) บริการที่มีใช้เสียง (Non-voice) ได้แก่ บริการ SMS และ MMS และบริการอื่นๆ (Other Data) ได้แก่ บริการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต และบริการเสียงรอสาย เป็นต้น

จากข้อมูลของศูนย์ข้อมูลและวิจัยเศรษฐกิจโทรคมนาคม กสทช. ตารางที่ 4-34 แสดงสัดส่วนการให้บริการบนโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระหว่างปี พ.ศ. 2551-2555 สะท้อนว่าพฤติกรรมการใช้บริการทางเสียงของตลาดมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง แต่บริการที่มีใช้เสียงมีทิศทางปรับตัวเพิ่มมากขึ้น ตั้งแต่ ปี 2553 เป็นต้นไป



ตารางที่ 4-34 สัดส่วนการให้บริการบนโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่

| ปี พ.ศ. | รายไตรมาส | Voice | Non- voice | Other Data |
|---------|-----------|-------|------------|------------|
| 2551 | ไตรมาส 1 | 70.23 | 10.86 | 18.91 |
| | ไตรมาส 2 | 70.44 | 11.80 | 17.76 |
| | ไตรมาส 3 | 70.11 | 12.66 | 17.23 |
| | ไตรมาส 4 | 69.48 | 13.54 | 16.98 |
| 2552 | ไตรมาส 1 | 72.34 | 11.53 | 16.13 |
| | ไตรมาส 2 | 73.88 | 11.77 | 14.35 |
| | ไตรมาส 3 | 72.30 | 12.77 | 14.93 |
| | ไตรมาส 4 | 71.07 | 13.40 | 15.53 |
| 2553 | ไตรมาส 1 | 70.39 | 13.83 | 15.78 |
| | ไตรมาส 2 | 71.39 | 14.35 | 14.26 |
| | ไตรมาส 3 | 69.62 | 14.82 | 15.56 |
| | ไตรมาส 4 | 68.67 | 15.25 | 16.08 |
| 2554 | ไตรมาส 1 | 68.03 | 16.39 | 15.58 |
| | ไตรมาส 2 | 68.20 | 16.93 | 14.87 |
| | ไตรมาส 3 | 67.05 | 18.32 | 14.63 |
| | ไตรมาส 4 | 67.40 | 19.31 | 13.29 |
| 2555 | ไตรมาส 1 | 65.46 | 20.88 | 13.66 |
| | ไตรมาส 2 | 64.22 | 22.52 | 13.26 |
| | ไตรมาส 3 | 63.28 | 24.02 | 12.70 |
| | ไตรมาส 4 | 63.85 | 23.47 | 12.68 |

ที่มา: ศูนย์ข้อมูลและวิจัยเศรษฐกิจโทรคมนาคม กลุ่มงานวิชาการและจัดการทรัพยากรโทรคมนาคม สำนักงาน กสทช.

5) สัดส่วนและแนวโน้มมูลค่าการใช้บริการ Voice และ Non-voice

จากข้อมูลของศูนย์ข้อมูลและวิจัยเศรษฐกิจโทรคมนาคม กสทช. พบว่า สัดส่วนของการใช้บริการเสียงมีแนวโน้มลดลงตามลำดับจากร้อยละ 90.98 ในไตรมาสที่ 1 ของปี พ.ศ. 2550 ลงมาเหลือเพียงร้อยละ 83.61 ของไตรมาส 1 ในปี พ.ศ.2553 ขณะที่สัดส่วนของการใช้บริการที่ไม่ใช่เสียง หรือ Non-Voice ได้เพิ่มขึ้นตามลำดับจนเกินกว่าร้อยละ 16 ตั้งแต่ไตรมาสแรกในปี พ.ศ.2553 ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ (ตารางที่ 4-35)

แต่ทั้งนี้เนื่องจากการเก็บข้อมูลดังกล่าวไม่ต่อเนื่องหลังจากนั้น ทำให้ไม่อาจจะวิเคราะห์และประเมินสภาพตลาดได้ต่อเนื่องจากฐานข้อมูลที่มีอยู่เดิม



ตารางที่ 4-35 สัดส่วนและแนวโน้มมูลค่าการใช้บริการ Voice และ Non-voice

| ปี พ.ศ. | รายไตรมาส | Voice | Non-voice |
|---------|-----------|-------|-----------|
| 2550 | ไตรมาส 1 | 90.98 | 9.02 |
| | ไตรมาส 2 | 91.18 | 8.82 |
| | ไตรมาส 3 | 91.63 | 8.37 |
| | ไตรมาส 4 | 91.11 | 8.89 |
| 2551 | ไตรมาส 1 | 90.71 | 9.29 |
| | ไตรมาส 2 | 89.99 | 10.01 |
| | ไตรมาส 3 | 89.05 | 10.95 |
| | ไตรมาส 4 | 88.27 | 11.73 |
| 2552 | ไตรมาส 1 | 86.83 | 13.17 |
| | ไตรมาส 2 | 86.96 | 13.04 |
| | ไตรมาส 3 | 86.77 | 13.23 |
| | ไตรมาส 4 | 85.35 | 14.65 |
| 2553 | ไตรมาส 1 | 70.39 | 13.83 |
| | ไตรมาส 2 | 71.39 | 14.35 |
| | ไตรมาส 3 | 69.74 | 14.84 |
| | ไตรมาส 4 | 68.62 | 15.28 |
| 2554 | ไตรมาส 1 | 68.03 | 16.39 |
| | ไตรมาส 2 | 68.20 | 16.93 |
| | ไตรมาส 3 | 67.05 | 18.32 |
| | ไตรมาส 4 | 67.40 | 19.31 |
| 2555 | ไตรมาส 1 | 65.46 | 20.88 |
| | ไตรมาส 2 | 64.22 | 22.52 |
| | ไตรมาส 3 | 63.28 | 24.02 |
| | ไตรมาส 4 | 61.91 | 25.71 |

ที่มา: ศูนย์ข้อมูลและวิจัยเศรษฐกิจโทรคมนาคม กลุ่มงานวิชาการและจัดการทรัพยากรโทรคมนาคม สำนักงาน กสทช.

6) สัดส่วนรายรับของบริการที่ไม่ใช่เสียง/บริการเสียง (Non-voice/Voice Revenue Ratio)

จากข้อมูลของศูนย์ข้อมูลและวิจัยเศรษฐกิจโทรคมนาคม กสทช. ตารางที่ 4-36 เมื่อเปรียบเทียบสัดส่วนรายรับของบริการที่ไม่ใช่เสียง/บริการเสียงมีทิศทางเพิ่มขึ้นเห็นได้อย่าง



ชัดเจนตั้งแต่ปี 2553 เป็นต้นมา ซึ่งสะท้อนถึงพฤติกรรมการใช้บริการของผู้บริโภค และจะนำไปสู่
สภาพการแข่งขันในตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยเฉพาะการจัดให้มีบริการทางด้านที่ไม่ใช่เสียง
(Non-voice) ที่หลากหลายยิ่งขึ้น

ตารางที่ 4-36 สัดส่วนรายรับของบริการที่ไม่ใช่เสียง/บริการเสียง

| ปี พ.ศ. | รายไตรมาส | Non-voice/Voice Revenue Ratio |
|---------|-----------|-------------------------------|
| 2551 | ไตรมาส 1 | 15.47 |
| | ไตรมาส 2 | 16.75 |
| | ไตรมาส 3 | 18.05 |
| | ไตรมาส 4 | 19.48 |
| 2552 | ไตรมาส 1 | 15.93 |
| | ไตรมาส 2 | 15.93 |
| | ไตรมาส 3 | 17.67 |
| | ไตรมาส 4 | 18.86 |
| 2553 | ไตรมาส 1 | 19.65 |
| | ไตรมาส 2 | 20.09 |
| | ไตรมาส 3 | 21.28 |
| | ไตรมาส 4 | 22.21 |
| 2554 | ไตรมาส 1 | 24.10 |
| | ไตรมาส 2 | 24.82 |
| | ไตรมาส 3 | 27.33 |
| | ไตรมาส 4 | 28.65 |
| 2555 | ไตรมาส 1 | 31.89 |
| | ไตรมาส 2 | 35.08 |
| | ไตรมาส 3 | 37.96 |
| | ไตรมาส 4 | 36.75 |

ที่มา: ศูนย์ข้อมูลและวิจัยเศรษฐกิจโทรคมนาคม กลุ่มงานวิชาการและจัดการทรัพยากรโทรคมนาคม สำนักงาน กสทช.

7) จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตต่อจำนวนประชากร 1,000 คน (Internet Users – No. of internet users per 1,000 people)

จากข้อมูลของ IMD ที่วัดจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตต่อจำนวนประชากร 1,000 คน พบว่า จำนวนผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และเกินกว่า 200 คนต่อประชากร 1,000



คน มาตั้งแต่ปี พ.ศ.2552 และเกินกว่า 300 คนต่อประชากร 1,000 คน ตั้งแต่ปี พ.ศ.2554 ซึ่งสะท้อนสู่สภาพการแข่งขันในตลาดที่ดีขึ้นตามลำดับ

ตารางที่ 4-37 จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตต่อจำนวนประชากร 1,000 คน (Internet Users –No. of internet users per 1,000 people)

| ปี พ.ศ. | 2548 | 2549 | 2550 | 2551 | 2552 | 2553 | 2554 | 2555 |
|-----------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|------|
| จำนวนผู้ใช้ อินเทอร์เน็ต | 127.20 | 140.56 | 158.76 | 178.41 | 208.62 | 288.64 | 329.49 | NA. |

ที่มา: IMD

8) จำนวนสมาชิกของการใช้อินเทอร์เน็ตในแต่ละประเภท

จากการประชุม The 19th ITS Biennial Conference 2012 “Moving Forward with Future Technologies : Opening a Platform for All” 18-21 November 2012 , Thailand ที่มาของแหล่งข้อมูล NBTC, 2010 ข้อมูลจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั้งหมด พบว่า จำนวนการใช้บรอดแบนด์ได้เพิ่มขึ้นตามลำดับ เช่นเดียวกับการใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วต่ำ แต่จำนวนการใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงเพิ่มขึ้นในจำนวนที่มากกว่า ซึ่งทำให้ผู้บริโภคได้ประโยชน์มากขึ้น (ตารางที่ 4-38)

ตารางที่ 4-38 จำนวนสมาชิกของการใช้อินเทอร์เน็ตในแต่ละประเภท

| จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั้งหมด (ล้านคน) | | | | | | | |
|---|------|------|------|------|------|------|------|
| 2548 | 2549 | 2550 | 2551 | 2552 | 2553 | 2554 | 2555 |
| 9.9 | 11.4 | 13.4 | 16.1 | 18.1 | 22.0 | NA | NA |
| Narrowband subscribers (ล้านคน) | | | | | | | |
| 2548 | 2549 | 2550 | 2551 | 2552 | 2553 | 2554 | 2555 |
| 0.4 | 0.4 | 0.6 | 0.6 | 0.7 | 1.1 | NA | NA |
| Broadband subscribers (ล้านคน) | | | | | | | |
| 2548 | 2549 | 2550 | 2551 | 2552 | 2553 | 2554 | 2555 |
| 1.4 | 1.3 | 1.9 | 1.8 | 2.3 | 2.8 | NA | NA |
| Total Internet subscribers (ล้านคน) | | | | | | | |
| 2548 | 2549 | 2550 | 2551 | 2552 | 2553 | 2554 | 2555 |
| 1.0 | 1.7 | 2.4 | 2.4 | 3.0 | 3.9 | NA | NA |



9) ความครอบคลุมของพื้นที่บริการ

จากรายงานแนวโน้มของตลาดและสภาพการให้บริการโทรคมนาคมของไทยมีข้อมูลของศูนย์ข้อมูลและวิจัยเศรษฐกิจโทรคมนาคม กสทช. ณ สิ้นปี พ.ศ.2554 ที่แสดงถึงความครอบคลุมของพื้นที่ให้บริการของบริการแต่ละประเภท (ตารางที่ 4-39) พบว่า ในเขตกรุงเทพมหานครบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่และโทรศัพท์ประจำที่ จะครอบคลุมพื้นที่การให้บริการได้เกือบทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 98 และร้อยละ 92-93 ตามลำดับ ในขณะที่บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงยังครอบคลุมได้ไม่ทั่วถึงนัก ร้อยละ 59

ในขณะที่ในพื้นที่ต่างจังหวัด บริการแต่ละประเภททั้งโทรศัพท์เคลื่อนที่ โทรศัพท์ประจำที่ และอินเทอร์เน็ตบอร์ดแบนด์ ยังมีความครอบคลุมที่ไม่ทั่วถึงนัก ซึ่งในส่วนนี้ กสทช. ต้องให้ความสำคัญในการกำกับดูแลให้มีบริการที่ครอบคลุมมากขึ้นในเกือบทุกบริการ โดยเฉพาะในส่วนของอินเทอร์เน็ตบอร์ดแบนด์ (ตารางที่ 4-39)

ตารางที่ 4-39 ความครอบคลุมของพื้นที่บริการ

| ร้อยละ | Coverage (include non-residential area) | | | Coverage (exclude non-residential area) | | |
|---------------|--|-----------|-------------|--|-----------|-------------|
| | Mobile | Broadband | Fixed Lines | Mobile | Broadband | Fixed Lines |
| กทม. | 98 | 59 | 92 | 98 | 59 | 93 |
| รายการ | | | | | | |
| ภาคกลาง | 62 | 21 | 54 | 93 | 31 | 80 |
| ตะวันออก | 71 | 17 | 55 | 94 | 23 | 74 |
| เหนือ | 38 | 9 | 34 | 97 | 23 | 88 |
| อีสาน | 86 | 12 | 9 | 90 | 12 | 51 |
| ใต้ | 65 | 12 | 44 | 93 | 17 | 63 |
| รวม | 63 | 13 | 45 | 93 | 18 | 65 |

ที่มา: รายงานแนวโน้มของตลาดและสภาพการให้บริการโทรคมนาคมของไทย ศูนย์ข้อมูลและวิจัยเศรษฐกิจโทรคมนาคม สำนักงาน กสทช. ณ สิ้นปี พ.ศ.2554



10) สถานการณ์ให้บริการของประชากรในเขตตัวเมืองและในชนบท

จากข้อมูลของ NECTEC ICT Market Survey 2012 แสดงถึงการให้บริการสื่อสารด้านเสียง ข้อมูล ข้อความ และบริการระหว่างประเทศ รวมทั้งการสื่อสารผ่านโครงข่ายบรอดแบนด์ในพื้นที่ชนบทที่มีความครอบคลุมดีขึ้นกว่าปีก่อนหน้าเพียงใด

ผลการสำรวจของ NECTEC ในปี พ.ศ.2545 แสดงข้อมูลแสดงประเด็นสำคัญดังนี้

1) สัดส่วนของประชากรอายุตั้งแต่ 6 ปี ที่มีโทรศัพท์เคลื่อนที่ในภาพรวมและแยกตามภูมิภาคเฉพาะปีที่สำรวจ ยังมีการกระจุกตัวอยู่ที่กรุงเทพและปริมณฑลเป็นหลัก แต่ทุกภาคมีสัดส่วนเกินกว่าร้อยละ 60 (ตารางที่ 4-40)

ตารางที่ 4-40 ร้อยละของประชากรอายุตั้งแต่ 6 ปี ที่มีโทรศัพท์เคลื่อนที่

| | รวมทั้งประเทศ | กทม. | กลาง | เหนือ | อีสาน | ใต้ |
|--------|---------------|------|------|-------|-------|------|
| ร้อยละ | 70.2 | 84.0 | 75.1 | 68.9 | 64.1 | 67.8 |

ที่มา: NECTEC ICT Market Survey 2012

2) ข้อมูลผลการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ในระหว่างปี พ.ศ.2548-2552 แสดงว่าการใช้อินเทอร์เน็ตของประชากรอายุเกิน 6 ปี เพิ่มขึ้นและเกินกว่าร้อยละ 10 ตั้งแต่ปี พ.ศ.2549 ทั้งในเขตเมืองและเขตชนบท โดยอัตราการเพิ่มขึ้นจะสูงมากกว่าในเขตเมือง (ตารางที่ 4-41)

ตารางที่ 4-41 สัดส่วนของประชากรอายุตั้งแต่ 6 ปีที่ใช้อินเทอร์เน็ตแยกตาม ภูมิภาค

| ปี พ.ศ. | 2548 | 2549 | 2550 | 2551 | 2552 | 2553 |
|-----------------|------|------|------|------|------|------|
| ในเมือง % | 21.2 | 23.4 | 24.8 | 29.0 | 32.7 | NA |
| ชนบท % | 8.0 | 10.2 | 11.4 | 13.4 | 14.5 | NA |
| รวมทั้งประเทศ % | 12.0 | 14.2 | 15.5 | 18.2 | 20.1 | NA |

ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ

3) สัดส่วนประชากรที่มีโทรศัพท์เคลื่อนที่แยกตามเขตเทศบาลและนอกเขตเทศบาลของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่า สัดส่วนของผู้ที่มีโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตเทศบาลจะมีสัดส่วนมากกว่านอกเขตเทศบาล โดยผู้อยู่อาศัยในเขตเทศบาลจะมีสัดส่วนเกินกว่าร้อยละ 70 ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553 และเกินกว่าร้อยละ 50 ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2552 ในกรณีของผู้ที่อาศัยนอกเขตเทศบาล แต่ทั้งนี้ในแง่ของความครอบคลุม และบริการที่พึงจัดให้มี ไม่ควรให้เกิดความแตกต่างระหว่าง



ผู้ให้บริการในเขตและนอกเขตเทศบาลมากนัก จึงเป็นเรื่องที่ กสทช. ต้องให้ความสำคัญในแง่ของความเสมอภาคในการจัดให้มีบริการอย่างครอบคลุม (ตารางที่ 4-42)

ตารางที่ 4-42 สัดส่วนประชากรที่มีโทรศัพท์เคลื่อนที่แยกตามเขตเทศบาล และนอกเขตเทศบาล

| ปี พ.ศ. | 2548 | 2549 | 2550 | 2551 | 2552 | 2553 |
|--------------------|------|------|------|------|------|------|
| อาศัยในเขตเทศบาล % | 51.7 | 56.0 | 61.1 | 65.7 | 68.9 | 72.2 |
| นอกเขตเทศบาล % | 30.2 | 35.2 | 41.0 | 47.1 | 51.5 | 57.0 |

ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ

4.3.3 การประเมินสภาพตลาดจากตัวชี้วัดด้านแนวโน้มของการบริหารคลื่นความถี่ (Spectrum)

สำนักงานสถิติแห่งชาติได้จัดทำข้อมูลการบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ไว้ในรูปแบบของการแจกแจงตามคลื่นความถี่ ซึ่งสามารถใช้ในการประเมินสภาพของการแข่งขันในตลาดได้ส่วนหนึ่ง ซึ่งพบว่ายอดรวมของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เพิ่มขึ้นตามลำดับ โดยมีจำนวนผู้ให้บริการในระบบ 900 จีเอสเอ็ม (1-2 call) มากที่สุด 32.060 ล้านราย รองลงมาคือ ระบบ 900 จีเอสเอ็ม จำนวน 3.573 ล้านราย ระบบ 470 MHz จำนวน 1.699 ล้านราย และ ระบบ 1900 MHz จำนวน 198,000 แสนราย ตามลำดับ (ตารางที่ 4-43)

ตารางที่ 4-43 สถิติการบริการโทรศัพท์ พ.ศ. 2548 – 2555

| รายการ | 2548 | 2549 | 2550 | 2551 | 2552 | 2553 | 2554 | 2555 |
|-----------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| โทรศัพท์เคลื่อนที่ | 16.159 | 19.425 | 23893 | 27.250 | 30.369 | 30.832 | 33.766 | 35.833 |
| ระบบ (ล้านราย) 470 MHz | 3.526 | 3.488 | 2.966 | 2.569 | 2.214 | 2.006 | 1.858 | 1.699 |
| ระบบ 900 เอ็น เอ็มที | NA | NA | NA | NA | NA | NA | NA | NA |
| ระบบ 900 จีเอส เอ็ม | 1.864 | 2.282 | 2.011 | 2.334 | 2.841 | 3.005 | 3.188 | 3.573 |
| ระบบ 900 จีเอส เอ็ม (1-2-call) | 14.175 | 17.050 | 21.823 | 24.896 | 27.514 | 27.674 | 30.369 | 32.060 |
| ระบบ 1900 MHz | 0.117 | 0.089 | 0.055 | 0.018 | 0.011 | 0.151 | 0.207 | 0.198 |

ที่มา: บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)



4.3.4 การประเมินสภาพตลาดจากตัวชี้วัดด้านแนวโน้มของการแข่งขันในการให้บริการที่ต่อเนื่องกันหลายรูปแบบตามช่วงอายุของพฤติกรรม (Intermodal)

จากข้อมูลการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่าการใช้บริการโทรคมนาคมที่ประกอบด้วยการใช้อินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์เคลื่อนที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในทุกช่วงอายุ (ตารางที่ 4-44)

ก) กรณีของการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ สัดส่วนการใช้ในภาพรวม คือ ร้อยละ 70.15 ของจำนวนผู้สอบถามทั้งหมดในปี พ.ศ. 2555 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 61.79 ในปี พ.ศ.2553 โดยช่วงอายุที่ใช้บริการสูงสุด คือ 20-24 ปี รองลงมาคือ ช่วงอายุ 25-29 ปี ช่วงอายุ 30-34 ปี ช่วงอายุ 15-19 ปี และช่วงอายุ 40-49 ปีตามลำดับ ซึ่งเป็นการกระจายตัวในหลายช่วงอายุ และเป็นกลุ่มที่มีสัดส่วนการใช้เกินกว่าร้อยละ 80 ของคนในช่วงอายุเดียวกัน

ที่น่าสนใจคือ ช่วงอายุ 50-59 ปี มีสัดส่วนการใช้สูงถึงร้อยละ 74.61 และที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป และช่วงอายุ 11-14 ปี ก็มีสัดส่วนการใช้มากกว่าร้อยละ 40

ข) กรณีของการใช้อินเทอร์เน็ต สัดส่วนการใช้ในภาพรวม คือ ร้อยละ 26.46 เพิ่มขึ้นตามลำดับจากปี พ.ศ. 2549 โดยกลุ่มที่มีอายุใช้มากที่สุด คือ ช่วงอายุ 15 - 19 ปี ช่วงอายุ 11 - 14 ปี ที่สัดส่วนการใช้เกินกว่าร้อยละ 60 ของคนในช่วงอายุเดียวกัน

กลุ่มที่เหลือมีสัดส่วนการใช้เกินกว่าร้อยละ 20 ทั้งหมด ยกเว้นกลุ่มช่วงอายุ 40-49 ปี 50-59 ปีที่มีสัดส่วนเกินกว่าร้อยละ 10 และตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป มีสัดส่วนการใช้ต่ำสุด คือ ร้อยละ 1.96 แม้ว่าจะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามลำดับ

นอกจากนั้น หากพิจารณาว่าการใช้คอมพิวเตอร์เป็นพฤติกรรมการใช้บริการโทรคมนาคมด้วย ก็พบว่าสัดส่วนการใช้คอมพิวเตอร์ของทุกช่วงอายุเพิ่มขึ้นตามลำดับ โดยเฉพาะกลุ่มช่วงอายุ 11-14 ปี มีสัดส่วนการใช้ร้อยละ 91.51 และช่วงอายุ 15-19 ปี สัดส่วนร้อยละ 76.12 และ ช่วงอายุ 6 -10 ปี มีสัดส่วนการใช้ร้อยละ 62.04 ในปี พ.ศ.2555 ซึ่งในอนาคตจะสามารถใช้เป็นข้อมูลประกอบการกำหนดนโยบายของ กสทช. ต่อไป

ตารางที่ 4-44 จำนวนประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไป จำแนกตามการใช้คอมพิวเตอร์/อินเทอร์เน็ต/โทรศัพท์เคลื่อนที่ แยกตามกลุ่มอายุ

| กลุ่มอายุ (ปี) | การใช้คอมพิวเตอร์ | ใช้อินเทอร์เน็ต | ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ |
|----------------|-------------------|-----------------|-----------------------|
| ภาพรวม | | | |
| 2555 | 33.67 | 26.46 | 70.15 |
| 2553 | 30.92 | 22.37 | 61.79 |
| 2551 | 28.17 | 18.17 | NA |
| 2549 | 25.87 | 14.23 | NA |



| กลุ่มอายุ (ปี) | การใช้ คอมพิวเตอร์ | การใช้ อินเทอร์เน็ต | การใช้ โทรศัพท์เคลื่อนที่ |
|-----------------|-----------------------|------------------------|------------------------------|
| 6-10 ปี | | | |
| 2555 | 62.04 | 27.94 | 11.20 |
| 2553 | 56.30 | 17.80 | 5.16 |
| 2551 | 43.33 | 9.63 | NA |
| 2549 | 39.18 | 5.43 | NA |
| 11-14 ปี | | | |
| 2555 | 91.51 | 69.37 | 48.15 |
| 2553 | 91.00 | 58.26 | 33.39 |
| 2551 | 83.43 | 40.14 | NA |
| 2549 | 77.49 | 27.07 | NA |
| 15-19 ปี | | | |
| 2555 | 76.12 | 72.49 | 86.03 |
| 2553 | 75.39 | 67.92 | 76.35 |
| 2551 | 74.04 | 60.53 | NA |
| 2549 | 68.33 | 48.63 | NA |
| 20-24 ปี | | | |
| 2555 | 43.40 | 37.48 | 87.75 |
| 2553 | 38.89 | 32.01 | 80.89 |
| 2551 | 35.32 | 28.73 | NA |
| 2549 | 32.74 | 24.54 | NA |
| 25-29 ปี | | | |
| 2555 | 37.37 | 31.32 | 87.52 |
| 2553 | 34.11 | 27.17 | 80.22 |
| 2551 | 30.24 | 22.49 | NA |
| 2549 | 25.47 | 17.84 | NA |
| 30-34 ปี | | | |
| 2555 | 33.64 | 28.15 | 86.27 |
| 2553 | 28.13 | 22.02 | 80.87 |
| 2551 | 22.69 | 16.35 | NA |
| 2549 | 19.48 | 12.59 | NA |



| กลุ่มอายุ (ปี) | การใช้ คอมพิวเตอร์ | การใช้ อินเทอร์เน็ต | การใช้ โทรศัพท์เคลื่อนที่ |
|--------------------|-----------------------|------------------------|------------------------------|
| 35-39 ปี | | | |
| 2555 | 25.60 | 21.02 | 85.18 |
| 2553 | 20.82 | 16.59 | 79.16 |
| 2551 | 17.18 | 12.25 | NA |
| 2549 | 14.51 | 9.15 | NA |
| 40-49 ปี | | | |
| 2555 | 18.89 | 15.19 | 81.52 |
| 2553 | 15.06 | 12.08 | 73.26 |
| 2551 | 12.85 | 9.22 | NA |
| 2549 | 11.76 | 7.40 | NA |
| 50 - 59 ปี | | | |
| 2555 | 12.94 | 10.31 | 74.61 |
| 2553 | 9.25 | 7.28 | 64.31 |
| 2551 | 8.56 | 5.99 | NA |
| 2549 | 7.27 | 4.47 | NA |
| 60 ปีขึ้นไป | | | |
| 2555 | 3.12 | 1.96 | 42.70 |
| 2553 | 1.34 | 1.02 | 32.02 |
| 2551 | 1.48 | 0.83 | NA |
| 2549 | 0.96 | 0.50 | NA |

ที่มา: สํารวจการมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน สำนักงานสถิติแห่งชาติ, กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

1) แนวโน้มของการแข่งขันในการให้บริการที่ต่อเนื่องกันหลายรูปแบบตาม ช่วงอายุของพฤติกรรม (Intermodal) จากข้อมูลของ NECTEC

ดัชนีในส่วนนี้เน้นการพิจารณาว่าผู้ใหญ่ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป โดยแยกตามช่วงอายุ เพื่อพิจารณารูปแบบและพฤติกรรมการใช้บริการ เน้นการใช้บริการสื่อสารด้านเสียงผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นหรือลดลงจากเดิม

จากผลการสำรวจของ NECTEC ที่มีการดำเนินการจัดทำขึ้นทุกปี ยกเว้นปี พ.ศ.2549 เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของคนไทย ในส่วนของผู้ที่มีประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน



ตารางที่ 4-45 ประสิทธิภาพการใช้อินเทอร์เน็ตของคนไทย

| 2548 | 2549 | 2550 | 2551 | 2552 | 2553 | 2554 | 2555 |
|---------------------------|------|--------|--------|--------|--------|------|------|
| จำนวนที่ทำการสำรวจแต่ละปี | | | | | | | |
| 21,838 | NA | 28,798 | 14,849 | 11,991 | 14,067 | NA | NA |
| ประสิทธิภาพการใช้ | 2548 | 2550 | 2551 | 2552 | 2553 | 2554 | 2555 |
| 0-2 ปี | 10.7 | 12.0 | 8.8 | 6.8 | 6.1 | NA | NA |
| 2-4 ปี | 19.0 | 23.2 | 19.0 | 23.6 | 15.6 | NA | NA |
| 4 ปีขึ้นไป | 70.3 | 64.8 | 72.2 | 69.6 | 78.3 | NA | NA |

ที่มา: NECTEC

จะเห็นว่ากลุ่มผู้ตอบแบบสำรวจที่มีประสิทธิภาพการใช้อินเทอร์เน็ตระหว่าง 0-2 ปีมีสูงถึงประมาณร้อยละ 50 โดยที่สัดส่วนของผู้ใช้ในกลุ่มนี้ทยอยลดลงเรื่อยๆ ในปีต่อๆ มาจนถึงน้อยกว่าร้อยละ 10 ในปีสุดท้าย

ปรากฏการณ์นี้เกิดพร้อมๆ กับการเพิ่มขึ้นของกลุ่มผู้ตอบแบบสำรวจที่มีประสิทธิภาพการใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า 4-5 ปี จากประมาณร้อยละ 10 ในปีแรกๆ ไปถึงร้อยละ 60-70 ในช่วงปีท้ายๆ

นอกจากนั้น เมื่อพิจารณารูปแบบการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ผลการสำรวจของ NECTEC พบว่า ในส่วนของพัฒนาการของการใช้การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตของไทยเป็นไปตามแนวโน้มโลก กล่าวคือ การรับส่งข้อมูลผ่านโมเด็ม Dial Up และการใช้สายเช่าหรือ Leased Line แบบเดิมเป็นรูปแบบการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตหลักจะลดน้อยลงไปเรื่อยๆ (ตารางที่ 4-46)

ตารางที่ 4-46 รูปแบบการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต (ร้อยละ)

| รูปแบบ | 2548 | 2550 | 2551 | 2552 | 2553 | 2554 | 2555 |
|--------------|------|------|------|------|-------|------|------|
| ADSL | 43.1 | NA | 43.5 | 40.3 | 52.1 | NA | NA |
| Leased Lines | 17.8 | NA | 25.1 | 24.2 | 19.5 | NA | NA |
| Dial up | 30.9 | NA | 10.3 | 10.7 | 6.5 | NA | NA |
| Mobile Phone | 0.8 | NA | 7.1 | 10.1 | 100.3 | NA | NA |
| Other | 7.4 | NA | 14.0 | 14.7 | 12.0 | NA | NA |

ที่มา: NECTEC

ในขณะที่ระบบ ADSL ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แนวโน้มการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่เริ่มจะได้รับความนิยม ส่วนข้อมูลอื่นๆ ได้แก่ เคเบิลโมเด็ม ISDN และอินเทอร์เน็ตผ่านดาวเทียม ไม่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจนมีนัยสำคัญ (ตารางที่ 4-47)



ตารางที่ 4-47 พฤติกรรมการเคยใช้บรอดแบนด์ (ร้อยละ)

| ปี พ.ศ. | 2548 | 2550 | 2551 | 2552 | 2553 | 2554 | 2555 |
|--------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|
| พฤติกรรมการเคยใช้บรอดแบนด์ (%) | 50.5 | 61.2 | 63.1 | 59.1 | 69.8 | NA | NA |

นอกจากนั้น แม้ว่าจะมีผู้ใช้บรอดแบนด์ เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ในทางกลับกันก็ยังมี ผู้ตอบแบบสำรวจอีกกลุ่มใหญ่ที่ไม่ได้ใช้ พบว่าเหตุผลหลักสำคัญของการไม่ใช้บรอดแบนด์ คือ ราคาที่ยังแพงเกินไป การไม่มีความจำเป็นจะต้องใช้ (เพราะใช้ Dial Up พอแล้ว) และการที่บริการ ยังเข้าไม่ถึงพื้นที่พักอาศัย

จากข้อมูลพฤติกรรมการสำรวจของ NECTEC พบว่าอินเทอร์เน็ตได้กลายเป็น ตัวกลางสำคัญของการหลอมรวม (Convergence) ของสื่อโทรคมนาคม สารสนเทศ และวิทยุ โทรทัศน์เข้าด้วยกัน ซึ่งการหลอมรวมนี้ก็ได้หลายประเภท ไม่ว่าจะเป็นการหลอมรวมของเนื้อหา การหลอมรวมของบริการ การหลอมรวมของโครงข่าย หรือแม้แต่การหลอมรวมของอุปกรณ์ลูกข่าย

ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีบรอดแบนด์ โดยเฉพาะระบบไร้สาย ทั้งในเชิง โครงข่าย อุปกรณ์ และซอฟต์แวร์ ทำให้การใช้งานอินเทอร์เน็ตปัจจุบันมีความหลากหลายมากขึ้น นอกเหนือไปจากการใช้อีเมล หรือการหาข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตผ่านเบราว์เซอร์แบบเดิมๆ

ในกรณีของประเทศไทยเนื้อหาดิจิทัลบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Content) ที่ นิยมกันมาก ได้แก่ SMS, Mobile Game, Pics & Ringtone, Website, และ MMS และปัจจัยที่ทำให้ เกิดการบริโภคเนื้อหาดิจิทัลเหล่านี้ ได้แก่ ความสะดวกในการใช้บริการ ความแปลกใหม่/ ทันสมัย ราคาที่ไม่แพง ความสามารถในการเลือกรับชมและฟังรายการย้อนหลัง และความสามารถในการ เลือกรับชมและฟังรายการของต่างประเทศ เป็นต้น

โทรศัพท์เคลื่อนที่และอุปกรณ์พกพาขนาดเล็กได้เข้ามามีบทบาทสำคัญใน ชีวิตประจำวันของทุกคนเพิ่มขึ้นอย่างปฏิเสธไม่ได้ อุปกรณ์เคลื่อนที่ (Mobile Device) เหล่านี้ ครอบคลุมอุปกรณ์ เช่น โทรศัพท์เคลื่อนที่แบบสมาร์ตโฟน, Personal Digital Assistant (PDA), Pocket PC, e-Reader, และ Global Positioning System (GPS) Navigator

ส่วนแอปพลิเคชันบนอุปกรณ์เคลื่อนที่เหล่านี้ นั้น ส่วนใหญ่นิยมติดตั้งผ่านผู้ ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Operator) เป็นหลัก และรองลงมาจึงจะเป็นการดาวน์โหลดแอปพลิ เคชันจาก Appstore ของค่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่

สำหรับประเภทของแอปพลิเคชัน เพื่อการสื่อสารบนอุปกรณ์เคลื่อนที่เหล่านี้ที่ ได้รับความนิยมในปี พ.ศ.2553 มากที่สุด ได้แก่ แอปพลิเคชันเพื่อการรับส่งอีเมล (Email Clients) เพื่อเข้าเว็บสังคม (Social Network Clients) เพื่อค้นหาเว็บไซต์ (Mobile Web Browser) เพื่ออ่าน ข่าวและติดตามข้อมูล (News & RSS Feed) และเพื่อสื่อสารข้อความ (IM Clients)



ส่วนประเภทของมัลติมีเดียแอปพลิเคชันที่เป็นที่นิยมได้แก่ แอปพลิเคชันที่ใช้ฟังเพลง (Audio Player) เล่นเกม (Mobile Game) จัดการรูปภาพ (Image Viewer) ชมถ่ายทอดสด (Streaming Player) และ ดูคลิป (Video Player) เป็นต้น อย่างไรก็ตาม อุปสรรคใหญ่ของการใช้ Application บนอุปกรณ์เคลื่อนที่ในปัจจุบัน คือการรับส่งสัญญาณระบบไร้สายที่ยังช้าอยู่ หรือการไม่มีสัญญาณ

ข้อมูลจากการสำรวจเหล่านี้ทำให้ตระหนักถึงความจำเป็นที่ประเทศไทยต้องพัฒนาต่อไปในเรื่องของโครงสร้างพื้นฐานสำหรับอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงระบบไร้สาย เช่น 3G LTE หรือ WiMAX เพื่อรองรับการเติบโตของการใช้แอปพลิเคชันบนอุปกรณ์เคลื่อนที่เหล่านี้ในเวลาต่อมา

4.3.5 การประเมินสภาพตลาดจากตัวชี้วัดด้านการกระจุกตัวของตลาดและการมีอำนาจเหนือตลาด (Market Concentration)

4.3.5.1 การประเมินสภาพตลาดจากส่วนแบ่งตลาด

1) ตลาดโทรศัพท์ประจำที่

จากข้อมูลของ ศูนย์ข้อมูลและวิจัยเศรษฐกิจโทรคมนาคม กสทช. ข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมของศูนย์ข้อมูลและวิจัยเศรษฐกิจโทรคมนาคม พบว่าตลาดโทรศัพท์ประจำที่ มี TOT เป็นผู้นำในตลาด และมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 52 ในปี พ.ศ.2549 เป็นร้อยละ 59 ในปี พ.ศ.2555 ขณะที่ส่วนแบ่งตลาดของ TT&T ลดลงจากร้อยละ 17 เป็นร้อยละ 11 ตามลำดับ

แต่การพิจารณาสัดส่วนของส่วนแบ่งตลาดในกรุงเทพฯและปริมณฑล พบว่า TRUE มีส่วนแบ่งตลาดสูงสุดและรักษาสัดส่วนแบ่งตลาดประมาณร้อยละ 50 โดยตลอด ยกเว้นในไตรมาสที่ 3 ของปี พ.ศ.2555 ที่ส่วนแบ่งตลาดของ TOT เพิ่มขึ้น ขณะที่ส่วนแบ่งตลาดของ TRUE ลดลงมาอยู่ในอันดับ 2 โดยส่วนแบ่งตลาดของผู้ประกอบการรายใหญ่ที่สุดยังคงเกินกว่าร้อยละ 50

ส่วนแบ่งตลาดในส่วนภูมิภาคมีผู้ประกอบการเพียง 2 รายคือ TOT และ TT&T ซึ่งพบว่าส่วนแบ่งตลาดของ TOT ได้เพิ่มขึ้นจากประมาณร้อยละ 60 เป็นกว่าร้อยละ 70 ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553 เป็นต้นมา และยังมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น (ตารางที่ 4-48)



ตารางที่ 4-48 ส่วนแบ่งตลาดในบริการโทรศัพท์ประจำที่ จำแนกตามพื้นที่ที่เป็นรายไตรมาส
ประเภททั่วประเทศ

| ปี พ.ศ. | รายไตรมาส | ทั่วประเทศ | | |
|---------|-----------|------------|-------|-------|
| | | TOT | TRUE | TT&T |
| 2549 | ไตรมาส 1 | 54.25 | 28.19 | 17.56 |
| | ไตรมาส 2 | 52.82 | 29.06 | 18.10 |
| | ไตรมาส 3 | 53.16 | 29.29 | 17.55 |
| | ไตรมาส 4 | 53.33 | 29.13 | 17.54 |
| 2550 | ไตรมาส 1 | 63.70 | 28.90 | 17.88 |
| | ไตรมาส 2 | NA | NA | NA |
| | ไตรมาส 3 | NA | NA | NA |
| | ไตรมาส 4 | 55.38 | 27.36 | 17.26 |
| 2551 | ไตรมาส 1 | 55.74 | 27.10 | 17.16 |
| | ไตรมาส 2 | 55.88 | 27.06 | 17.05 |
| | ไตรมาส 3 | 54.29 | 28.00 | 17.71 |
| | ไตรมาส 4 | 57.56 | 26.54 | 15.89 |
| 2552 | ไตรมาส 1 | 56.36 | 26.68 | 16.95 |
| | ไตรมาส 2 | 56.50 | 26.52 | 16.98 |
| | ไตรมาส 3 | 57.07 | 26.47 | 16.46 |
| | ไตรมาส 4 | 57.56 | 26.54 | 15.89 |
| 2553 | ไตรมาส 1 | 57.80 | 26.81 | 15.39 |
| | ไตรมาส 2 | 57.05 | 28.28 | 14.67 |
| | ไตรมาส 3 | 57.35 | 28.68 | 13.97 |
| | ไตรมาส 4 | 58.49 | 27.24 | 14.25 |
| 2554 | ไตรมาส 1 | 58.72 | 27.30 | 13.98 |
| | ไตรมาส 2 | 58.95 | 27.53 | 13.52 |
| | ไตรมาส 3 | 59.18 | 27.68 | 13.14 |
| | ไตรมาส 4 | 59.30 | 29.19 | 12.78 |
| 2555 | ไตรมาส 1 | 58.85 | 28.55 | 12.61 |
| | ไตรมาส 2 | 58.92 | 29.04 | 12.31 |
| | ไตรมาส 3 | 59.07 | 28.91 | 12.02 |
| | ไตรมาส 4 | 59.23 | 28.77 | 11.73 |



ตารางที่ 4-49 ส่วนแบ่งตลาดในบริการโทรศัพท์ประจำที่ จำแนกตามพื้นที่ที่เป็นรายไตรมาส
ประเภทกรุงเทพและปริมณฑล

| ปี พ.ศ. | รายไตรมาส | กรุงเทพและปริมณฑล | |
|---------|-----------|-------------------|-------|
| | | TOT | TRUE |
| 2549 | ไตรมาส 1 | 43.16 | 56.39 |
| | ไตรมาส 2 | 43.68 | 56.32 |
| | ไตรมาส 3 | 43.65 | 56.35 |
| | ไตรมาส 4 | 43.19 | 56.09 |
| 2550 | ไตรมาส 1 | 45.78 | 54.22 |
| | ไตรมาส 2 | 45.83 | 54.17 |
| | ไตรมาส 3 | 45.84 | 54.16 |
| | ไตรมาส 4 | 40.94 | 59.06 |
| 2551 | ไตรมาส 1 | 46.19 | 53.81 |
| | ไตรมาส 2 | 45.83 | 54.17 |
| | ไตรมาส 3 | 45.84 | 54.16 |
| | ไตรมาส 4 | 46.87 | 63.12 |
| 2552 | ไตรมาส 1 | 46.39 | 53.61 |
| | ไตรมาส 2 | 46.59 | 53.41 |
| | ไตรมาส 3 | 46.80 | 53.20 |
| | ไตรมาส 4 | 46.87 | 53.13 |
| 2553 | ไตรมาส 1 | 46.91 | 53.09 |
| | ไตรมาส 2 | 45.13 | 54.87 |
| | ไตรมาส 3 | 44.83 | 55.17 |
| | ไตรมาส 4 | 46.48 | 53.50 |
| 2554 | ไตรมาส 1 | 46.56 | 53.44 |
| | ไตรมาส 2 | 46.48 | 53.52 |
| | ไตรมาส 3 | 46.34 | 53.66 |
| | ไตรมาส 4 | 46.00 | 54.00 |
| 2555 | ไตรมาส 1 | 46.01 | 53.99 |
| | ไตรมาส 2 | 45.93 | 54.07 |
| | ไตรมาส 3 | 46.01 | 53.99 |
| | ไตรมาส 4 | 45.91 | 54.09 |



**ตารางที่ 4-50 ส่วนแบ่งตลาดในบริการโทรศัพท์ประจำที่ จำแนกตามพื้นที่เป็นรายไตรมาส
ประเภทภูมิภาค**

| ปี พ.ศ. | รายไตรมาส | ภูมิภาค | |
|---------|-----------|---------|-------|
| | | TOT | TT&T |
| 2551 | ไตรมาส 1 | 65.96 | 34.04 |
| | ไตรมาส 2 | 65.92 | 34.08 |
| | ไตรมาส 3 | 63.34 | 36.66 |
| | ไตรมาส 4 | 68.24 | 31.76 |
| 2552 | ไตรมาส 1 | 66.24 | 33.76 |
| | ไตรมาส 2 | 66.28 | 33.72 |
| | ไตรมาส 3 | 67.24 | 32.76 |
| | ไตรมาส 4 | 68.24 | 31.76 |
| 2553 | ไตรมาส 1 | 68.92 | 31.08 |
| | ไตรมาส 2 | 69.74 | 30.26 |
| | ไตรมาส 3 | 70.91 | 29.09 |
| | ไตรมาส 4 | 70.95 | 29.95 |
| 2554 | ไตรมาส 1 | 70.91 | 29.09 |
| | ไตรมาส 2 | 72.15 | 27.85 |
| | ไตรมาส 3 | 72.86 | 27.14 |
| | ไตรมาส 4 | 73.27 | 26.73 |
| 2555 | ไตรมาส 1 | 73.83 | 26.17 |
| | ไตรมาส 2 | 74.25 | 25.75 |
| | ไตรมาส 3 | 74.66 | 25.34 |
| | ไตรมาส 4 | 75.19 | 24.81 |

ที่มา: ศูนย์ข้อมูลและวิจัยเศรษฐกิจโทรคมนาคม กลุ่มงานวิชาการและจัดการทรัพยากรโทรคมนาคม สำนักงาน กสทช.

2) ตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่

จากข้อมูลของ ศูนย์ข้อมูลและวิจัยเศรษฐกิจโทรคมนาคม กสทช. พบว่า AIS เป็นผู้ประกอบการที่มีส่วนแบ่งตลาดมากที่สุดมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2549 แต่ความสามารถในการครองตลาดลดลงจากมากกว่าร้อยละ 51 เป็นประมาณร้อยละ 43-44 ในปี พ.ศ. 2555 เช่นเดียวกับ ส่วนแบ่งตลาดของ DTAC ที่ลดลง ในขณะที่ส่วนแบ่งตลาดของ TRUE เพิ่มขึ้น แต่อันดับของผู้ประกอบการจากส่วนแบ่งตลาดไม่เปลี่ยนแปลงในช่วงเวลาที่ผ่านมา



2.1) ส่วนแบ่งตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ Post-Paid

จากข้อมูลของศูนย์ข้อมูลและวิจัยเศรษฐกิจโทรคมนาคม กสทช. พบว่า AIS สามารถเพิ่มส่วนแบ่งตลาดจนครองอันดับ 1 แทน DTAC ได้ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 แต่ไม่เกินร้อยละ 40 ขณะที่ TRUE มีความสามารถในการปรับส่วนแบ่งตลาดขึ้นจากประมาณร้อยละ 10 ในปี พ.ศ. 2549 จนเป็นประมาณร้อยละ 20 ในปี พ.ศ. 2555 ทำให้ส่วนแบ่งตลาดระหว่างผู้ประกอบการ 3 รายแตกต่างกันน้อยกว่าภาพรวมของตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยรวม (ตารางที่ 4-52)

2.2) ส่วนแบ่งตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ Pre-paid

จากข้อมูลของ ศูนย์ข้อมูลและวิจัยเศรษฐกิจโทรคมนาคม กสทช. พบว่า ส่วนแบ่งตลาดของผู้ประกอบการรายใหญ่ 3 รายใกล้เคียงกับกรณีของตลาดแบบ Post-Paid จากการที่ TRUE มีการปรับตัวด้านการประกอบการจนสามารถเพิ่มส่วนแบ่งตลาดมาอยู่ในระดับที่ไม่แตกต่างจากผู้ประกอบการรายที่ 2 คือ DTAC มากนัก เสมือนกับการแข่งขันเป็นส่วนที่เพิ่มขึ้นและเข้มข้นในระหว่างผู้ประกอบการอันดับที่ 2 และ 3 เป็นหลักโดย AIS ยังคงสามารถรักษาส่วนแบ่งตลาดในฐานะผู้ประกอบการรายใหญ่ที่สุดได้อย่างต่อเนื่อง (ตารางที่ 4-53)



ตารางที่ 4-51 ส่วนแบ่งตลาดของตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ รายไตรมาส

| | 2549 | | | 2550 | | | 2551 | | | 2552 | | | 2553 | | | 2554 | | | 2555 | | | | | | | | | | |
|---------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|------|
| | 1049 | 2049 | 3049 | 4049 | 1050 | 2050 | 3050 | 4050 | 1051 | 2051 | 3051 | 4051 | 1052 | 2052 | 3052 | 4052 | 1053 | 2053 | 3053 | 4053 | 1054 | 2054 | 3054 | 4054 | 1055 | 2055 | 3055 | 4055 | |
| AIS | 51.23 | 50.33 | 47.93 | 48.4 | 48.42 | 47.97 | 46.01 | 45.35 | 45.23 | 45.02 | 44.65 | 44.04 | 43.95 | 43.44 | 43.61 | 43.51 | 43.42 | 43.56 | 40.6 | 43.46 | 43.11 | 42.89 | 42.88 | 43.08 | 43.49 | 44.88 | 43.69 | 42.8 | |
| DTAC | 30.49 | 31.08 | 31.18 | 30.47 | 30.73 | 30.72 | 29.61 | 29.77 | 30.13 | 30.32 | 30.47 | 30.21 | 30.27 | 29.98 | 29.8 | 29.8 | 29.93 | 30.04 | 30.4 | 30.14 | 30.22 | 30.09 | 30.01 | 29.98 | 29.83 | 29.54 | 29.59 | 28.75 | |
| DPC | 0.4 | 0.34 | 0.29 | 0.25 | 0.21 | 0.18 | 0.16 | 0.16 | 0.15 | 0.4 | 0.36 | 0.13 | 0.12 | 0.12 | 0.12 | 0.12 | 0.12 | 0.11 | 0.11 | 0.11 | 0.1 | 0.1 | 0.13 | 0.12 | 0.12 | 0.12 | 0.12 | 0.11 | |
| TRUE | 15.26 | 15.82 | 18.39 | 18.89 | 18.76 | 19.29 | 22.35 | 22.8 | 22.52 | 22.53 | 23.88 | 23.86 | 23.97 | 23.81 | 23.76 | 23.96 | 23.86 | 23.81 | 23.3 | 23.87 | 23.9 | 24.74 | 23.72 | 23.44 | 23.07 | 21.92 | 22.01 | 21.14 | |
| TRUE. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| MoveH | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | 0.13 | 0.64 | 1.43 | 2.56 | 3.16 | 5.99 |
| HUTCH | 2.32 | 2.16 | 2 | 1.81 | 1.73 | 1.89 | 1.76 | 1.85 | 1.94 | 1.94 | 1.83 | 1.73 | 1.66 | 2.63 | 2.89 | 2.58 | N/A | N/A | N/A | N/A | 1.04 | 1.38 | 0.96 | 0.37 | 0.22 | 0.11 | 1.06 | 0.04 | |
| CAT | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | 2.62 | 2.45 | 2.31 | 2.28 | 1.17 | 1.24 | 1.99 | 2.71 | 1.49 | 1.3 | 1.13 | 0.97 | |
| TOT | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3G+MMOs | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | 0.02 | 0.02 | 0.03 | N/A | N/A | N/A | N/A | 0.46 | 0.54 | 0.58 | 0.65 | 0.25 | 0.28 | 1.02 | 0.21 | |
| THAI | 0.36 | 0.28 | 0.21 | 0.18 | 0.16 | 0.14 | 0.1 | 0.07 | 0.05 | 0.04 | 0.03 | 0.03 | 0.03 | 0.02 | 0.02 | 0.02 | 0.05 | 0 | 0 | 0.02 | 0.15 | 0 | 0.21 | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | |

หมายเหตุ : CAT ปี พ.ศ. 2553 CAT&HUTCH และปี พ.ศ. 2554-2555 CAT(e)

ที่มา: ศูนย์ข้อมูลและวิจัยเศรษฐกิจโทรคมนาคม กลุ่มงานวิชาการและจัดการทรัพยากรโทรคมนาคม สำนักงาน กสทช.



ตารางที่ 4-52 ส่วนแบ่งตลาดของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบ Post-paid

| | 2549 | | | | 2550 | | | | 2551 | | | | 2552 | | | | 2553 | | | | 2554 | | | | 2555 | | | | | | |
|-----------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|------|-----|-----|
| | 1Q49 | 2Q49 | 3Q49 | 4Q49 | 1Q50 | 2Q50 | 3Q50 | 4Q50 | 1Q51 | 2Q51 | 3Q51 | 4Q51 | 1Q52 | 2Q52 | 3Q52 | 4Q52 | 1Q53 | 2Q53 | 3Q53 | 4Q53 | 1Q54 | 2Q54 | 3Q54 | 4Q54 | 1Q55 | 2Q55 | 3Q55 | 4Q55 | | | |
| AIS | 40.15 | 38.97 | 38.77 | 41.19 | 42.68 | 43.1 | 41.34 | 40.18 | 39.98 | 39.38 | 39.43 | 39.1 | 39.73 | 38.66 | 39.57 | 40.22 | 40.72 | 40.89 | 41.16 | 41.02 | 41.05 | 40.92 | 40.7 | 40.23 | 39.38 | 38.65 | 38.65 | 35.69 | | | |
| DTAC | 36.72 | 39.38 | 40.82 | 39.12 | 39.31 | 39.65 | 39.58 | 37.79 | 37.27 | 38.1 | 38.15 | 38.11 | 36 | 34.4 | 33.48 | 32.5 | 32.15 | 32.52 | 32.06 | 31.78 | 31.78 | 31.49 | 30.82 | 30.22 | 29.9 | 29.22 | 28.96 | 26.67 | | | |
| TRUE | 10.12 | 10.14 | 10.12 | 10.5 | 10.22 | 9.42 | 10.89 | 13.09 | 16.67 | 13.5 | 13.69 | 14.97 | 16.63 | 16.81 | 16.9 | 17.39 | 17.42 | 18.05 | 17.72 | 18.1 | 18.18 | 18.56 | N/A | 21.36 | N/A | N/A | N/A | N/A | | | |
| True Move | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | 18.16 | 18.55 | 18.24 | 16.08 | 12.16 | 9.98 | 8.15 | 6.24 | | |
| True | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | 4.29 | 3.87 | 1.54 | 1.01 | 0.57 | 0.29 | 0.16 | 0.08 | | |
| HUTCH | 7.76 | 7.13 | 6.6 | 5.98 | 5.15 | 5.32 | 6.09 | 6.78 | 7.22 | 6.87 | 6.37 | 6.22 | 8.61 | 8.74 | 8.53 | 8.53 | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | | |
| CAT | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | |
| DPC | 2.86 | 2.49 | 2.19 | 1.9 | 1.55 | 1.46 | 1.45 | 1.5 | 1.45 | 1.39 | 1.29 | 1.2 | 1.18 | 1.05 | 1.13 | 1.12 | 1.17 | 1.11 | 0.32 | 0.32 | 1.03 | 1.16 | 1.25 | 1.23 | 1.18 | 1.13 | 1.06 | 0.95 | 0.95 | | |
| THAI | 2.39 | 1.89 | 1.5 | 1.32 | 1.09 | 1.04 | 0.66 | 0.66 | 0.41 | 0.34 | 0.27 | 0.25 | 0.24 | 0.17 | 0.17 | 0.14 | 0.15 | 0.04 | 0 | 0.03 | 0 | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | |
| Mobile | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | |
| TMV | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A |
| TMV.H | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A |
| TOT3G | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | 0.87 | 1.08 | 0.68 | 0.71 | 0.67 | 0.59 | 0.5 | 0.44 | 0.44 | | |

ที่มา: ศูนย์ข้อมูลและวิจัยเศรษฐกิจโทรคมนาคม กลุ่มงานวิชาการและจัดการทรัพยากรโทรคมนาคม สำนักงาน กสทช.



ตารางที่ 4-53 ส่วนแบ่งตลาดของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบ Pre-paid

| | 2549 | | | | 2550 | | | | 2551 | | | | 2552 | | | | 2553 | | | | 2554 | | | | 2555 | | | | |
|--------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-----|
| | 1Q49 | 2Q49 | 3Q49 | 4Q49 | 1Q50 | 2Q50 | 3Q50 | 4Q50 | 1Q51 | 2Q51 | 3Q51 | 4Q51 | 1Q52 | 2Q52 | 3Q52 | 4Q52 | 1Q53 | 2Q53 | 3Q53 | 4Q53 | 1Q54 | 2Q54 | 3Q54 | 4Q54 | 1Q55 | 2Q55 | 3Q55 | 4Q55 | |
| AIS | 53.4 | 52.11 | 49.31 | 49.48 | 48.42 | 47.97 | 46.01 | 45.36 | 45.23 | 45.02 | 44.66 | 43.95 | 43.95 | 43.44 | 43.61 | 43.51 | 43.42 | 43.56 | 43.66 | 43.39 | 43.11 | 42.89 | 42.88 | 43.08 | 43.49 | 43.88 | 43.69 | 42.8 | |
| DTAC | 29.48 | 29.78 | 29.73 | 29.18 | 29.37 | 29.43 | 29.34 | 28.85 | 29.32 | 29.46 | 29.56 | 29.29 | 29.6 | 29.44 | 29.35 | 29.48 | 29.64 | 29.76 | 29.76 | 29.93 | 30.05 | 29.94 | 29.92 | 29.95 | 29.94 | 29.91 | 29.67 | 29.02 | |
| TRUE | 16.03 | 16.7 | 19.64 | 20.13 | 20.11 | 20.72 | 23.82 | 23.83 | 23.51 | 23.54 | 23.92 | 24.9 | 24.83 | 24.85 | 24.59 | 24.74 | 24.62 | 1.81 | 24.41 | 24.51 | 24.53 | 24.31 | 24.33 | 24.28 | 24.34 | 23.37 | 23.74 | 23.14 | |
| True | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| MobH | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | 10.47 | N/A | N/A | N/A | 18.16 | 18.55 | 18.24 | 16.08 | 0.37 | 1.08 | 1.28 | 3.29 | |
| HUTCH | 1.44 | 1.38 | 1.31 | 1.19 | 1.18 | 1.16 | 1.21 | 1.28 | 1.34 | 1.35 | 1.26 | 1.19 | 1.13 | 1.89 | 1.96 | 1.86 | N/A | N/A | N/A | N/A | 0.68 | 1.11 | 0.45 | 0.33 | 0.18 | 0.09 | 0.05 | 0.03 | |
| CAT | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | 1.97 | 1.81 | 1.77 | 1.72 | 0.98 | 1.06 | 1.61 | 1.32 | 1.09 | 0.9 | 0.73 | 0.59 | |
| DPC | 2.86 | 2.49 | 2.19 | 1.9 | 1.55 | 1.46 | 1.45 | 1.5 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | |
| THAI | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Mobile | 0.04 | 0.02 | 0.02 | 0.01 | 0.01 | 0.01 | 0.03 | 0.01 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.01 | 0.11 | 0 | 0.17 | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | |
| TMV | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A |
| TMV.H | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A |
| TOT3G | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | 0.41 | 0.48 | 0.57 | 0.65 | 1.2 | 0.24 | 0.21 | 0.18 | |

หมายเหตุ : CAT 2553 = CAT&HUTCH

ที่มา: ศูนย์ข้อมูลและวิจัยเศรษฐกิจโทรคมนาคม กลุ่มงานวิชาการและจัดการทรัพยากรโทรคมนาคม สำนักงาน กสทช.



4.3.5.2 การกระจุกตัวตลาดโทรศัพท์ประจำที่จากค่าดัชนี HHI

เกณฑ์ในการพิจารณาจำนวนผู้ใช้บริการจากส่วนแบ่งตลาด จากค่าดัชนี HHI ของตลาดบริการโทรศัพท์ประจำที่ แบ่งออกเป็น 4 กรณี

กรณีที่ 1 $HHI < 1,000$ = ตลาดมีการแข่งขัน

กรณีที่ 2 HHI อยู่ระหว่าง 1,000 – 1,800 = ตลาดมีการแข่งขัน ในระดับหนึ่งแต่มีความเป็นไปได้มากกว่ามีผู้ให้บริการรายใหญ่อยู่ในตลาด

กรณีที่ 3 $HHI > 1,800$ = ตลาดมีการกระจุกตัว

กรณีที่ 4 $HHI = 10,000$ = ตลาดนั้นเป็นตลาดผูกขาดมีผู้ให้บริการเพียงรายเดียว

1) การกระจุกตัวของตลาดโทรศัพท์ประจำที่จากดัชนี HHI

ข้อมูลของศูนย์ข้อมูลและวิจัยเศรษฐกิจโทรคมนาคม พบว่า ตลาดโทรศัพท์ประจำที่ของไทยในช่วงที่ผ่านมา มีค่าอยู่ในกลุ่มที่เป็นตลาดผูกขาดทั้งในกรณีของกรุงเทพและปริมณฑล และกรณีของภูมิภาค โดยเฉพาะในกรณีของส่วนภูมิภาคที่ค่าดัชนีเพิ่มขึ้นเกินกว่า 6000 ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2554 (ตารางที่ 4-52)

ตารางที่ 4-54 ดัชนีวัดการกระจุกของ HHI ของตลาดบริการโทรศัพท์ประจำที่ จำแนกตามพื้นที่ และรายไตรมาส

| ปี พ.ศ. | รายไตรมาส | ทั่วประเทศ | กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล | ภูมิภาค |
|---------|-----------|------------|-------------------------|---------|
| 2551 | ไตรมาส 1 | 4,132 | 5,036 | 5,488 |
| | ไตรมาส 2 | 4,146 | 5,035 | 5,507 |
| | ไตรมาส 3 | 4,045 | 5,035 | 5,356 |
| | ไตรมาส 4 | 4,159 | 5,029 | 5,510 |
| 2552 | ไตรมาส 1 | 4,176 | 5,026 | 5,528 |
| | ไตรมาส 2 | 4,184 | 5,023 | 5,503 |
| | ไตรมาส 3 | 4,229 | 5,020 | 5,594 |
| | ไตรมาส 4 | 4,271 | 5,020 | 5,685 |
| 2553 | ไตรมาส 1 | 4,297 | 5,019 | 5,716 |
| | ไตรมาส 2 | 4,378 | 5,054 | 5,279 |
| | ไตรมาส 3 | 4,307 | 5,054 | 5,874 |
| | ไตรมาส 4 | 4,367 | 5,025 | 5,878 |
| 2554 | ไตรมาส 1 | 4,389 | 5,024 | 5,874 |
| | ไตรมาส 2 | 4,415 | 5,025 | 5,981 |



| ปี พ.ศ. | รายไตรมาส | ทั่วประเทศ | กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล | ภูมิภาค |
|---------|-----------|------------|-------------------------|---------|
| | ไตรมาส 3 | 4,473 | 5,027 | 6,045 |
| | ไตรมาส 4 | 4,443 | 5,032 | 6,083 |
| 2555 | ไตรมาส 1 | 4,461 | 5,032 | 6,136 |
| | ไตรมาส 2 | 4,476 | 5,033 | 6,177 |
| | ไตรมาส 3 | 4,473 | 5,032 | 6,216 |

ที่มา: ศูนย์ข้อมูลและวิจัยเศรษฐกิจโทรคมนาคม กลุ่มงานวิชาการและจัดการทรัพยากรโทรคมนาคม สำนักงาน กสทช.

2) การกระจุกตัวตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่จากค่าดัชนี HHI

เกณฑ์ในการพิจารณาจำนวนผู้ใช้บริการจากส่วนแบ่งตลาด จากค่าดัชนี HHI ของตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ แบ่งออกเป็น 4 กรณีเช่นเดียวกัน

กรณีที่ 1 $HHI < 1,000$ = ตลาดมีการแข่งขัน

กรณีที่ 2 HHI อยู่ระหว่าง $1,000 - 1,800$ = ตลาดมีการแข่งขันในระดับหนึ่งแต่มีความเป็นไปได้มากกว่ามีผู้ให้บริการรายใหญ่อยู่ในตลาด

กรณีที่ 3 $HHI > 1,800$ = ตลาดมีการกระจุกตัว

กรณีที่ 4 $HHI = 10,000$ = ตลาดนั้นเป็นตลาดผูกขาดมีผู้ให้บริการเพียงรายเดียว

ข้อมูลของศูนย์ข้อมูลและวิจัยเศรษฐกิจโทรคมนาคมพบว่า ตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ของไทยในช่วงที่ผ่านมา มีค่าอยู่ในกลุ่มที่เป็นตลาดผูกขาดที่ค่าดัชนีเกินกว่า 3000 ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2549 แต่มีแนวโน้มลดลงบ้าง (ตารางที่ 4-53)

เมื่อเปรียบเทียบกับกรณีของโทรศัพท์ประจำที่ พบว่าโทรศัพท์เคลื่อนที่มีค่า HHI ต่ำกว่าเนื่องจากมีจำนวนผู้ประกอบการมากกว่า

ตารางที่ 4-55 ดัชนี HHI ของตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่รายไตรมาส

| ปี พ.ศ. | รายไตรมาส | HHI |
|---------|-----------|-------|
| 2549 | ไตรมาส 1 | 3,792 |
| | ไตรมาส 2 | 3,756 |
| | ไตรมาส 3 | 3,611 |
| | ไตรมาส 4 | 3,630 |
| 2550 | ไตรมาส 1 | 3,643 |
| | ไตรมาส 2 | 3,620 |



| ปี พ.ศ. | รายไตรมาส | HHI |
|---------|-----------|-------|
| | ไตรมาส 3 | 3,496 |
| | ไตรมาส 4 | 3,470 |
| 2551 | ไตรมาส 1 | 3,464 |
| | ไตรมาส 2 | 3,458 |
| | ไตรมาส 3 | 3,452 |
| | ไตรมาส 4 | 3,427 |
| 2552 | ไตรมาส 1 | 3,358 |
| | ไตรมาส 2 | 3,359 |
| | ไตรมาส 3 | 3,362 |
| | ไตรมาส 4 | 3,362 |
| 2553 | ไตรมาส 1 | 3,357 |
| | ไตรมาส 2 | 3,373 |
| | ไตรมาส 3 | 3,377 |
| | ไตรมาส 4 | 3,409 |
| 2554 | ไตรมาส 1 | 3,348 |
| | ไตรมาส 2 | 3,316 |
| | ไตรมาส 3 | 3,253 |
| | ไตรมาส 4 | 3,326 |
| 2555 | ไตรมาส 1 | 3,322 |
| | ไตรมาส 2 | 3,297 |
| | ไตรมาส 3 | 3,270 |
| | ไตรมาส 4 | 3,106 |

หมายเหตุ : 2555 ตัวเลขปรับตามข้อมูลใหม่

ที่มา: ศูนย์ข้อมูลและวิจัยเศรษฐกิจโทรคมนาคม กลุ่มงานวิชาการและจัดการทรัพยากรโทรคมนาคม สำนักงาน กสทช.

เมื่อแยกพิจารณาการกระจุกตัวตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ Pre-paid และ Post-paid จากค่าดัชนี HHI จากข้อมูลของศูนย์ข้อมูลและวิจัยเศรษฐกิจโทรคมนาคม (ตารางที่ 4-54)

เกณฑ์ในการพิจารณาจำนวนผู้ใช้บริการจากส่วนแบ่งตลาด จากค่าดัชนี HHI ของตลาดบริการโทรศัพท์ประจำที่ แบ่งออกเป็น 4 กรณี



กรณีที่ 1 $HHI < 1,000$ = ตลาดมีการแข่งขัน
กรณีที่ 2 HHI อยู่ระหว่าง $1,000 - 1,800$ = ตลาดมีการ
แข่งขัน ในระดับหนึ่งแต่มีความเป็นไปได้มากกว่ามีผู้ให้บริการรายใหญ่อยู่ในตลาด
กรณีที่ 3 $HHI > 1,800$ = ตลาดมีการกระจุกตัว
กรณีที่ 4 $HHI = 10,000$ = ตลาดนั้นเป็นตลาดผูกขาดที่มีผู้ให้
บริการเพียงรายเดียว

ข้อมูลของศูนย์ข้อมูลและวิจัยเศรษฐกิจโทรคมนาคมพบว่า

ก) กรณีของตลาด Post-paid

ตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ของไทยในช่วงที่ผ่านมา มีค่าอยู่ในกลุ่มที่เป็นตลาดผูกขาดที่ค่าดัชนีเกินกว่า 3,000 ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2549 แม้ว่าค่าดัชนีจะลดลงต่ำกว่า 3,000 ตั้งแต่ปี พ.ศ.2554 ซึ่งสะท้อนความพยายามในการลดอำนาจการผูกขาดของผู้ประกอบการรายใหญ่ก็ตาม

ข) กรณีของตลาด Pre-paid

ตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ของไทยในช่วงที่ผ่านมา มีค่าอยู่ในกลุ่มที่เป็นตลาดผูกขาดทั้งในกรณีของค่าดัชนีเพิ่มขึ้นเกินกว่า 3,000 ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2549 ซึ่งสะท้อนความพยายามในการลดอำนาจการผูกขาดของผู้ประกอบการรายใหญ่ยังไม่ประสบความสำเร็จ

ตารางที่ 4-56 ค่าดัชนี HHI ของตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบ Post-paid และ Pre-paid

| ปี พ.ศ. | รายไตรมาส | Post-paid | Pre-paid |
|---------|-----------|-----------|----------|
| 2549 | ไตรมาส 1 | 3,137 | 3,908 |
| | ไตรมาส 2 | 3,232 | 3,883 |
| | ไตรมาส 3 | 3,322 | 3,702 |
| | ไตรมาส 4 | 3,378 | 3,707 |
| 2550 | ไตรมาส 1 | 3,501 | 3,702 |
| | ไตรมาส 2 | 3,551 | 3,666 |
| | ไตรมาส 3 | 3,433 | 3,544 |
| | ไตรมาส 4 | 3,263 | 3,517 |
| 2551 | ไตรมาส 1 | 3,229 | 3,514 |
| | ไตรมาส 2 | 3,240 | 3,507 |
| | ไตรมาส 3 | 3,270 | 3,496 |
| | ไตรมาส 4 | 3,247 | 3,470 |
| 2552 | ไตรมาส 1 | 3,050 | 3,414 |
| | ไตรมาส 2 | 3,040 | 3,416 |



| ปี พ.ศ. | รายไตรมาส | Post-paid | Pre-paid |
|---------|-----------|-----------|----------|
| | ไตรมาส 3 | 3,050 | 3,415 |
| | ไตรมาส 4 | 3,050 | 3,412 |
| 2553 | ไตรมาส 1 | 3,080 | 3,401 |
| | ไตรมาส 2 | 3,096 | 3,416 |
| | ไตรมาส 3 | 3,075 | 3,423 |
| | ไตรมาส 4 | 3,067 | 3,420 |
| 2554 | ไตรมาส 1 | 3,059 | 3,436 |
| | ไตรมาส 2 | 3,040 | 3,440 |
| | ไตรมาส 3 | 2,937 | 3,291 |
| | ไตรมาส 4 | 3,013 | 3,367 |
| 2555 | ไตรมาส 1 | 2,677 | 3,416 |
| | ไตรมาส 2 | 2,527 | 3,415 |
| | ไตรมาส 3 | 2,419 | 3,409 |
| | ไตรมาส 4 | 2,040 | 3,292 |

หมายเหตุ : ปี พ.ศ. 2555 ตัวเลขปรับตามข้อมูลใหม่

ที่มา: ศูนย์ข้อมูลและวิจัยเศรษฐกิจโทรคมนาคม กลุ่มงานวิชาการและจัดการทรัพยากรโทรคมนาคม สำนักงาน กสทช.

4.3.6 การประเมินสภาพตลาดจากตัวชี้วัดกลุ่มที่ 4 ตัวชี้วัดด้านผลประกอบการของผู้ประกอบกิจการ

ตัวชี้วัดในกลุ่มที่ 4 นี้ประกอบด้วย

- 1) ตัวชี้วัดด้านแนวโน้มของการลงทุนด้านเครื่องมืออุปกรณ์ โครงข่าย และระบบที่สำคัญ (Capital Investment)
- 2) ตัวชี้วัดด้านแนวโน้มของความสามารถในการทำกำไร (Profitability Metrics)
- 3) ตัวชี้วัดด้านรายการจ่ายการให้ข้อมูลข่าวสาร กิจกรรมการตลาด การจำหน่าย การโฆษณา
- 4) ตัวชี้วัดความสามารถในการเข้าและออกจากตลาดของผู้ประกอบกิจการ

4.3.6.1 ตัวชี้วัดด้านแนวโน้มของการลงทุนด้านเครื่องมืออุปกรณ์ โครงข่าย และระบบที่สำคัญ (Capital Investment)

ตัวแทนที่ใช้ในการพิจารณาคือ แนวโน้มของการลงทุนด้านเครื่องมืออุปกรณ์ โครงข่ายระบบ (Capital Investment) โดยพิจารณาจากข้อมูลของ IMD ข้อมูลที่นำมา



พิจารณาได้แก่ Investment in telecommunications (% per GDP) เป็นพิจารณาว่าการลงทุนใหม่ดังกล่าวสอดคล้องกับแนวโน้มการปรับตัวและความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่ใช้ในการให้บริการของการสื่อสารไร้สาย

ตารางที่ 4-57 Investment in telecommunications (% per GDP)

| ปี พ.ศ. | 2548 | 2549 | 2550 | 2551 | 2552 | 2553 | 2554 | 2555 |
|-----------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| % per GDP | 0.37 | 0.37 | 0.39 | NA | NA | NA | NA | NA |

ที่มา: IMD World Competitiveness Report

จากข้อมูลของ IMD พบว่าเท่าที่มีตัวเลขในการรายงาน การลงทุนในกิจการโทรคมนาคมเพิ่มขึ้นตามลำดับ เพื่อคิดเป็นสัดส่วนต่อ GDP ของประเทศ แต่เนื่องจากข้อมูลไม่ได้มีการรายงานอย่างต่อเนื่อง ทำให้ยังไม่สามารถสรุปได้จากข้อมูลนี้ กสทช. อาจจะต้องจัดเก็บข้อมูลส่วนนี้ให้ชัดเจนต่อไป (ตารางที่ 4-55)

4.3.6.2 แนวโน้มของความสามารถในการทำกำไร (Profitability Metrics)

ตัวชี้วัดที่ใช้เป็นตัวแทนในส่วนนี้ได้แก่ EBITDA Margin คิดจาก EBITDA คิดเป็นร้อยละของรายรับจากการให้บริการ ที่เป็นข้อมูลที่สามารถหาได้จากงบการเงินของผู้ประกอบการแต่ละราย จากข้อมูลที่ได้จากการคำนวณ พบว่า มีความแตกต่างของความสามารถในการทำกำไรของผู้ประกอบการรายใหญ่อย่าง AIS ที่มีอัตรากำไรสูงมากอย่างต่อเนื่อง และเกินกว่าร้อยละ 55 ในระหว่างปี พ.ศ. 2551-2555 ขณะที่กรณีของ TRUE และ DTAC ที่มีอัตรากำไรลดลงทั้งที่รายได้รวมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งข้อมูลในส่วนนี้ยังเป็นตัวที่ทำให้ กสทช. ต้องใช้ในการติดตามต่อไป เพราะมีส่วนสะท้อนสภาพการผูกขาดในตลาดได้ค่อนข้างชัดเจน

ตารางที่ 4-58 ข้อมูลทางการเงินที่สะท้อนความสามารถในการทำกำไรของผู้ประกอบการ

| | 2551 | 2552 | 2553 | 2554 | 2555 |
|-------------------|--------|--------|--------|--------|---------|
| AIS | | | | | |
| EBITDA ล้านบาท | 46,406 | 45,913 | 52,063 | 56,623 | 61,436 |
| รายได้รวม ล้านบาท | 83,373 | 81,442 | 87,852 | 97,911 | 108,355 |
| EBITDA Margin % | 55.66 | 56.38 | 59.26 | 57.83 | 56.70 |
| DTAC | | | | | |
| EBITDA ล้านบาท | 23,193 | 20,215 | 25,686 | 27,296 | 27,382 |
| รายได้รวม ล้านบาท | 67,695 | 64,684 | 72,351 | 79,298 | 90,261 |
| EBITDA Margin % | 34.26 | 31.25 | 35.50 | 34.42 | 30.34 |



| | 2551 | 2552 | 2553 | 2554 | 2555 |
|-------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| TRUE | | | | | |
| EBITDA ล้านบาท | 18,515 | 19,582 | 18,392 | 17,104 | 16,738 |
| รายได้รวม ล้านบาท | 51,921 | 52,605 | 59,062 | 65,132 | 89,382 |
| EBITAD Margin % | 35.66 | 37.22 | 31.14 | 26.26 | 18.73 |

ที่มา: คำนวณจากรายงานทางการเงินของผู้ประกอบการแต่ละราย

4.3.6.3 การประเมินสภาพตลาดจากรายจ่ายการให้ข้อมูลข่าวสาร กิจกรรมการตลาด การจำหน่าย การโฆษณา

เป็นข้อมูลตัวแทนของตัวชี้วัดที่คำนวณจากข้อมูลในงบการเงินของผู้ประกอบการรายใหญ่ที่เปิดเผยต่อสาธารณชน ซึ่งสามารถใช้เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์กิจกรรมทางการตลาดของผู้ประกอบการแต่ละรายได้

ผลการคำนวณข้อมูลในด้านนี้ พบว่า ผู้ประกอบการแต่ละรายมีแนวโน้มของค่าใช้จ่ายในส่วนนี้แตกต่างกันตามกลยุทธ์และนโยบายของแต่ละรายที่มักนิยมกำหนดวงเงินค่าใช้จ่ายในส่วนนี้เทียบกับอัตราการทำการทำไรของกิจการ โดย AIS มีสัดส่วนของค่าใช้จ่ายต่อรายได้หลักต่ำที่สุดเทียบกับผู้ประกอบการหลักอีก 2 รายและไม่ถึงร้อยละ 10 ในขณะที่ TRUE มีสัดส่วนของค่าใช้จ่ายสูงสุดที่ประมาณร้อยละ 25 ของรายได้หลัก ซึ่งข้อมูลในส่วนนี้สอดคล้องกับอัตราการทำการทำไรของ TRUE ที่ลดลงในช่วงเวลาที่พิจารณา ขณะที่ DTAC อยู่ในอัตราประมาณร้อยละ 15

ในการติดตามการดำเนินงานของผู้ประกอบการแต่ละราย สามารถนำสัดส่วนของค่าใช้จ่ายในส่วนนี้พิจารณาว่ามีความเปลี่ยนแปลงในการปรับกลยุทธ์ด้านการแข่งขันแตกต่างจากปีก่อนหน้าหรือไม่ได้ เพราะหากมีความแตกต่าง สัดส่วนของค่าใช้จ่ายในส่วนนี้อาจจะเพิ่มขึ้นจากสัดส่วนปกติที่เกิดขึ้นจริงในช่วงปีที่ผ่านมาอย่างเห็นได้ชัด (ตารางที่ 4-57)

ตารางที่ 4-59 รายได้และรายจ่ายบางส่วนของผู้ประกอบการ

หน่วย : ล้านบาท

| | DTAC | | TRUE | | AIS | |
|-----------------------------------|----------|----------|----------|----------|-----------|-----------|
| | 2555 | 2554 | 2555 | 2554 | 2555 | 2554 |
| รายได้จากการให้บริการโทรศัพท์ | 78,234.6 | 73,187.9 | 74,298.5 | 65,132.5 | 123,873.1 | 113,256.8 |
| ค่าใช้จ่ายในการขายและการให้บริการ | 2,713.0 | 2,802.5 | 8,475.4 | 6,247.8 | 2,890.4 | 2,826.4 |
| ค่าใช้จ่ายในการบริหาร | 9,065.1 | 8,806.6 | 10,634.7 | 9,689.4 | 9,067.5 | 8,291.3 |
| รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร | 11,778.1 | 11,609.1 | 19,110.1 | 15,937.3 | 11,957.9 | 11,117.7 |
| สัดส่วนค่าใช้จ่ายต่อรายได้หลัก | 15.05 | 15.86 | 25.72 | 24.47 | 9.65 | 9.82 |

ที่มา: รวบรวมจากงบการเงินของแต่ละบริษัท ณ สิ้นธันวาคม 2555



4.4 บทสรุปการประเมินสภาพตลาดจากตัวชี้วัด

แม้ว่าการศึกษาค้างนี้จะต้องใช้ตัวชี้วัดที่เป็นตัวแทนเป็นหลัก เนื่องจากตัวชี้วัดที่นำเสนอ
ไม่มีการจัดเก็บข้อมูลไว้มาก่อนก็ตาม แต่ผลที่ได้จากการประเมินสภาพตลาดสามารถให้ข้อสรุปแยก
ตามกลุ่มตัวชี้วัดแต่ละกลุ่มได้ดังนี้

ตารางที่ 4-60 สรุปการประเมินสภาพตลาดจากตัวชี้วัด

| กลุ่มตัวชี้วัด | ลักษณะของตัวชี้วัดในกลุ่ม | ข้อค้นพบ/ข้อสรุป |
|--------------------------|---|--|
| 1.กลุ่มตัวชี้วัดด้านราคา | 1.ตัวชี้วัดจากจำนวนเลขหมายที่ใช้ บริการแบบ Unlimited | ยังไม่มีข้อมูลที่สามารถใช้ในการ ประเมินได้โดยตรง แต่ข้อมูล ตัวแทนชี้ว่ามีการให้บริการแก่ ลูกค้าแบบ Unlimited มากขึ้น ผ่านบรอดแบนด์ในขณะที่ระดับ ราคาของการให้บริการยังคง เพิ่มขึ้นตามคุณภาพของการ ให้บริการ |
| | 2.ตัวชี้วัดจากจำนวนเลขหมายที่ใช้ บริการแบบ Bundle | กสทช. ควรจะให้ความสนใจและ ติดตามการกำหนดราคาของ บริการในลักษณะนี้ ด้วยการปรับ การกำกับจากการแยกตาม ประเภทของบริการโทรคมนาคม เป็นการกำกับแบบรวมกลุ่ม ซึ่ง คณะผู้วิจัยฯ ได้เพิ่มเติมข้อเสนอ ในเรื่องนี้ในส่วนท้ายของรายงาน ในส่วนนี้ |
| | 3.ตัวชี้วัดจากดัชนีราคาผู้บริโภค ด้านการสื่อสาร | สะท้อนว่าสภาพตลาดมีการปรับ ลดลงของระดับราคาอย่าง ต่อเนื่อง ทำให้แสดงถึงการ เพิ่มขึ้นของการแข่งขันในด้าน ราคาระหว่างผู้ประกอบการ โทรคมนาคม |
| | 4.ตัวชี้วัดแนวโน้มรายรับโดยเฉลี่ย | สะท้อนข้อมูลที่สอดคล้องกับ |



| กลุ่มตัวชี้วัด | ลักษณะของตัวชี้วัดในกลุ่ม | ข้อค้นพบ/ข้อสรุป |
|-------------------------------------|---|--|
| | ต่อผู้ใช้ (ARPU) | แนวโน้มของดัชนีราคาผู้บริโภคด้านการสื่อสาร แต่เนื่องจากการให้บริการมีลักษณะเป็น Bundle ข้อมูลที่ประเมินอาจจะยังไม่ใช้ภาพที่แท้จริงของบริการทั้งหมด |
| 2.กลุ่มตัวชี้วัดด้านคุณภาพของบริการ | 1.ตัวชี้วัดแนวโน้มการใช้บริการ (Usage) ในเชิงพฤติกรรม | การประเมินชี้ว่าผู้ใช้บริการได้รับบริการโทรคมนาคมที่มีคุณภาพดีขึ้น มีความครอบคลุม และมีการเข้าถึงบริการด้านโทรคมนาคมเพิ่มขึ้น |
| | 2.ตัวชี้วัดแนวโน้มของเครื่องรับโทรศัพท์เคลื่อนที่และอุปกรณ์และซอฟต์แวร์ | แสดงว่าอุปกรณ์สมาร์ตโฟนเริ่มมีความสัดส่วนของการใช้มากขึ้นในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมา และแนวโน้มนี้คาดว่าจะยังคงเพิ่มขึ้นต่อไป ในขณะที่โทรศัพท์ประจำที่มีจำนวนลดลง และมีจำนวนครัวเรือนที่ใช้อุปกรณ์นี้ลดลง การสำรวจพบว่ามีผู้ใช้บริการที่เริ่มมีจำนวนโทรศัพท์เคลื่อนที่มากกว่า 1 เครื่องเพิ่มขึ้น และมีความหลากหลายของอุปกรณ์รูปแบบใหม่ ที่จะป็นช่องทางการให้บริการเพิ่มขึ้น |
| | 3.ตัวชี้วัดระดับความพอใจของผู้บริโภค จากผลการสำรวจ | มีประเด็นของระดับราคาค่าบริการที่ยังแพง และความครอบคลุมของสัญญาณที่ทำให้มีผู้บริโภคบางส่วนตัดสินใจไม่ใช้โทรศัพท์ประจำที่ และโทรศัพท์เคลื่อนที่ รวมทั้งไม่ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง |



| กลุ่มตัวชี้วัด | ลักษณะของตัวชี้วัดในกลุ่ม | ข้อค้นพบ/ข้อสรุป |
|--|--|--|
| 3.กลุ่มตัวชี้วัด ประสิทธิภาพของการ ให้บริการ | 1.ตัวชี้วัดด้านแนวโน้มการใช้ ประโยชน์จากโครงข่าย (Network Deployment) | การประเมินพบว่ามีการใช้ ประโยชน์จากโครงข่ายไปในการ ให้บริการอื่นนอกเหนือจากเสียง มากขึ้น และมีแนวโน้มของการใช้ ประโยชน์จากโครงข่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มมากขึ้น |
| | 2.ตัวชี้วัดด้านแนวโน้มของจำนวน ผู้ลงทะเบียนใช้บริการ จำนวนการ เชื่อมต่อ และจำนวนรายการที่เพิ่ม สุทธิ (Net Adds) | จำนวนการใช้บริการมีแนวโน้ม เพิ่มขึ้นในเกือบทุกช่วงอายุของ ผู้บริโภค จำนวนผู้ลงทะเบียนใช้บริการใน กรณีของโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อ ประชากร 1,000 คน เกินกว่า 1,000 คน แสดงถึงการเพิ่มขึ้น ของจำนวนการใช้โดยสุทธิด้วย |
| | 3.ตัวชี้วัดด้านแนวโน้มของการ บริหารคลื่นความถี่ (Spectrum) | จำนวนของการใช้บริการยังมีการ จำกัดในบางระบบเท่านั้น ยังไม่ กระจายออกไปในทุกระบบ จึงยัง เป็นประเด็นที่ควรจะให้ ความสำคัญและเพิ่มการจัดสรร คลื่นความถี่เป็นสำคัญในอนาคต |
| | 4.ตัวชี้วัดด้านการกระจุกตัวของ ตลาดและการมีอำนาจเหนือตลาด (Market Concentration) | มีการกระจุกตัวของตลาด และมี ผู้ประกอบการที่มีอำนาจการ ผูกขาดในตลาด โดยเฉพาะใน กรณีของโทรศัพท์ประจำที่ และ ในส่วนภูมิภาค ในขณะที่การ กระจุกตัวของโทรศัพท์เคลื่อนที่ ยังอยู่ที่AISเป็นสำคัญ เป็นสภาพ ตลาดที่ต้องการการพิจารณาหาก กสทช. ให้ความสำคัญกับการลด การกระจุกตัวของตลาด |
| | 5.ตัวชี้วัดด้านแนวโน้มของการ | การใช้บริการของ กลุ่มผู้ได้ |



| กลุ่มตัวชี้วัด | ลักษณะของตัวชี้วัดในกลุ่ม | ข้อค้นพบ/ข้อสรุป |
|--|---|--|
| | แข่งขันในการให้บริการที่ต่อเนื่องกันหลายรูปแบบตามช่วงอายุของพฤติกรรม (Intermodal) | กระจายออกไปในทุกช่วงอายุมากขึ้น ซึ่งแสดงถึงการแข่งขันในการเข้าถึงลูกค้าของผู้ประกอบการแต่ละราย |
| | 6. ตัวชี้วัดด้านการเปรียบเทียบสถานะ การใช้บริการของประชากรในเขตตัวเมืองและในชนบท | การให้บริการยังมีการกระจุกตัวในกรุงเทพฯ และปริมณฑล แต่สัดส่วนของการใช้บริการของผู้ใช้ในภูมิภาคได้เพิ่มขึ้นมากอยู่ในระดับที่น่าพอใจมากขึ้น |
| 4. กลุ่มตัวชี้วัดด้านผลประโยชน์ของผู้ประกอบการ | 1. ตัวชี้วัดด้านแนวโน้มของการลงทุนด้านเครื่องมืออุปกรณ์ โครงข่าย และระบบที่สำคัญ (Capital Investment) | ยังไม่มีข้อมูลที่จะทำให้สามารถสรุปประเด็นในส่วนนี้ได้อย่างชัดเจน เนื่องจากระยะเวลาที่พิจารณาเกิดก่อนที่จะมีการจัดสรรคลื่นความถี่ที่ทำให้ผู้ประกอบการขยายการลงทุนใน 3G ซึ่ง กสทช. อาจจะต้องติดตามข้อมูลในส่วนนี้ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557 เป็นต้นไป |
| | 2. ตัวชี้วัดด้านแนวโน้มของความสามารถในการทำกำไร (Profitability Metrics) | ผลการประเมินในส่วนนี้สอดคล้องกับข้อสรุปที่แสดงว่ามีการกระจุกตัวของตลาดและมีการผูกขาดทางการตลาด เพราะอัตราความสามารถในการทำกำไรจาก EBITDA Margin ที่พิจารณาของผู้ประกอบการรายใหญ่สูงมากกว่าร้อยละ 50 ขณะที่ผู้ประกอบการอันดับ 2 และ 3 เกินกว่าร้อยละ 30 |
| | 3. ตัวชี้วัดด้านกิจกรรมการตลาด การโฆษณาที่เพิ่มข้อมูลข่าวสาร และการรับรู้แก่ผู้บริโภค | ผู้ประกอบการแต่ละรายมีนโยบายและกลยุทธ์ในการทำกิจกรรมการตลาดที่แตกต่างกัน |



| กลุ่มตัวชี้วัด | ลักษณะของตัวชี้วัดในกลุ่ม | ข้อค้นพบ/ข้อสรุป |
|----------------|--|---|
| | | ซึ่งในช่วงที่ผ่านมา สัดส่วนของรายจ่ายในด้านนี้ค่อนข้างคงที่ในแต่ละกิจการ โดยผู้ประกอบการที่มีส่วนแบ่งตลาดอันดับ 2 และ 3 มีสัดส่วนของการทำกิจกรรมทางการตลาดมากกว่าผู้ประกอบการรายใหญ่ที่สุดของตลาด |
| | 4.ตัวชี้วัดความสามารถในการเข้าและออกจากตลาดของผู้ประกอบการ | ยังไม่มีข้อมูลที่เป็นตัวแทนของการประเมินในส่วนนี้อย่างมีหลักฐานและเอกสารประกอบที่สำคัญ |

4.5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

4.5.1 การพัฒนาตัวชี้วัดเพื่อกำกับแบบรวมกลุ่ม

การกำหนดราคาแบบ Bundle (Product Bundling) เป็นกลยุทธ์การตลาดที่ใช้การนำเสนอสินค้าและบริการหลายอย่างในการเสนอขายครั้งเดียว (Combined Product) โดยอาจจะเป็นราคาแบบให้ส่วนลด ที่ถูกกว่าการซื้อสินค้าและบริการแยกแต่ละแห่ง ซึ่งกลยุทธ์ทางการตลาดแบบนี้จะพบได้ในกิจการที่มีผลิตภัณฑ์หลายชนิดและหลายประเภทอยู่ในกลุ่ม โดยกิจการโทรคมนาคมเป็นหนึ่งในกิจการที่มีลักษณะดังกล่าว

การนำเอาสินค้าและบริการหลายประเภทมารวมกันเป็นแพ็คเกจขาย จึงเป็นกลยุทธ์ที่เกิดขึ้นอยู่แล้วในกิจการโทรคมนาคม การใช้กลยุทธ์การตลาดแบบ Bundle นี้เกิดขึ้นจากการที่ผู้ประกอบการรับรู้ว่าคุณใช้บริการบางส่วนต้องการสินค้าและบริการหลายอย่างพร้อมกัน จะได้รับประโยชน์มากกว่าการแยกบริการแต่ละอย่างออกจากกัน จึงต้องยอมรับว่าการตลาดแบบ Bundle ให้ประโยชน์แก่ผู้ประกอบการโทรคมนาคมและผู้ให้บริการ

รูปแบบของการตลาดแบบ Bundle ในกิจการโทรคมนาคม แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม

1) Pure Bundling เป็นกรณีที่ผู้บริโภคสามารถซื้อได้เฉพาะแพ็คเกจที่ผู้ประกอบการจัดให้โดยไม่มีทางเลือกอื่น หากไม่เลือกก็คือไม่ได้ใช้บริการทั้งหมด

2) Mixed Bundling เป็นกรณีที่ผู้บริโภคได้ข้อเสนอที่สามารถเลือกแพ็คเกจได้ตามความต้องการ หรือจะเลือกใช้บริการแบบแยกแต่ละอย่างออกจากกันก็ได้



ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดตัวชี้วัดในกรณีนี้คือ ผู้ประกอบการมักจะกำหนดรูปแบบการให้บริการแบบ Bundle ด้วยการตั้งเงื่อนไขบริการหลักไว้ก่อน (First Service) และให้ผู้บริโภคเลือกที่จะใช้บริการในลำดับที่สองและสามต่อไป (Second Service) และให้เงื่อนไขแก่ผู้บริโภคในการเปลี่ยนแปลงแพ็คเกจในอนาคตได้ เมื่อต้องการ ไม่ได้คงเงื่อนไขเดิมตลอดไป

การกำหนดเงื่อนไขทางการตลาดแบบ Bundle นี้จึงอาจจะมองในอีกมุมหนึ่งว่าเป็นการกีดกันทางการแข่งขันได้ เพราะผู้บริโภคที่ใช้บริการกับผู้ประกอบการรายใดแล้ว จะไม่มีโอกาสที่จะซื้อบริการอื่นๆ ที่อยู่ในแพ็คเกจจากผู้ประกอบการอื่นได้ ซึ่งอาจจะทำให้ประโยชน์ (Welfare) ที่เกิดกับผู้บริโภค ไม่ใช่ประโยชน์สูงสุดก็ได้เพราะถูกผูกพันการให้บริการด้วยเงื่อนไขของ Bundle

ดังนั้น การจัดทำตัวชี้วัดเพื่อประเมินการให้บริการแบบ Bundle และผลกระทบที่มีต่อผู้บริโภคจะช่วยให้ กสทช.สามารถได้ข้อมูลประกอบการกำกับดูแลเพื่อส่งเสริมสภาพการแข่งขันในตลาดได้ดีขึ้น

การประเมินข้อมูลที่ได้จากตัวชี้วัดการให้บริการแบบ Bundle จึงอาจจะมองได้ 3 ประเด็นด้วยกัน ประกอบด้วย

- 1) การกำหนดกลยุทธ์การตลาดแบบ Bundle เป็นวิธีการตั้งราคาแบบไม่เป็นธรรมของผู้ประกอบการรายใหม่แก่ลูกค้าแต่ละรายด้วยราคาตามกัน
- 2) การกำหนดกลยุทธ์การตลาดแบบ Bundle เป็นวิธีการที่จะทำให้ประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการเพิ่มขึ้นหรือไม่
- 3) การกำหนดกลยุทธ์การตลาดแบบ Bundle เป็นวิธีการที่ทำให้สภาพตลาดมีการแข่งขันที่ลดลงหรือไม่
- 4) การกำหนดกลยุทธ์การตลาดแบบ Bundle เป็นเครื่องมือในการลดความแตกต่างของกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดหรือแคมเปญโปรโมชั่น ระหว่างผู้ประกอบการรายใหญ่กับ MVNO หรือไม่

การพิจารณาในแต่ละประเด็นดังกล่าวอาจจะแยกพิจารณาได้ ดังนี้

ตารางที่ 4-61 แนวทางการพิจารณา Bundle

| กรณีที่พิจารณา | แนวทางพิจารณา |
|--|---|
| 1. Bundle เป็นวิธีการตั้งราคาแบบไม่เป็นธรรมของผู้ประกอบการรายใหญ่ (Price discriminate) | การกำหนดราคาแบบนี้เป็นกรณีของกิจการที่มีอำนาจตั้งราคาแตกต่างกันในบริการเดียวกัน สิ่งที่จะสะท้อนว่าเป็นการตั้งราคาไม่เป็นธรรมจาก Bundle เทียบกับการตั้งราคาแยกแต่ละบริการหรือไม่ จะต้องหาทางวิเคราะห์ให้ได้ว่ามูลค่าของบริการแต่ละบริการใน Bundle มีความสัมพันธ์กันในลักษณะที่ |



| กรณีศึกษา | แนวทางพิจารณา |
|--|---|
| | <p>สวนทางกัน (Negative correlation)</p> <p>กล่าวคือ ผู้บริโภคให้คุณค่าของบริการหลักใน Bundle มากกว่าผู้บริโภคอื่นที่ไม่ได้ใช้บริการแบบ Bundle แต่ให้คุณค่าบริการอื่นในองค์ประกอบของ Bundle ต่ำกว่าผู้บริโภคที่ไม่ได้ใช้บริการ Bundle ทำให้ผู้ประกอบการได้กำไรส่วนเกินจากผู้บริโภคมากกว่าที่ควรจะเป็น</p> <p>การพิจารณาประเด็นนี้อาจจะพิจารณาจากการวิเคราะห์ว่าคุณค่าของบริการที่เป็นองค์ประกอบใน Bundle มีลักษณะเป็นอิสระและไม่เกี่ยวข้องกันหรือเสริมกันและกัน หรือไม่</p> <p>หากไม่เกี่ยวข้องกัน ก็อาจจะสรุปได้ว่าไม่ได้ให้คุณค่าแก่ผู้บริโภคจากการใช้บริการแบบ Bundle ก็แสดงว่าผู้บริโภคได้ประโยชน์เพิ่มขึ้นจากการใช้บริการแบบ Bundle</p> |
| <p>2. Bundle เป็นวิธีการที่ทำให้ประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการเพิ่มขึ้น</p> | <p>การกำหนดราคาแบบ Bundle ต้องสอดคล้องกับหลักการทางเทคโนโลยีการผลิตและจำหน่ายต่อไปนี้</p> <ol style="list-style-type: none">1) เกิดการประหยัดจากขนาดและจากขอบเขตของการผลิต (economies of scale and scope in production)2) เกิดการประหยัดจากขอบเขตในระดับการจัดจำหน่าย (economies of scope in distribution)3) เกิดการลดลงของต้นทุนส่วนเพิ่ม (low marginal cost) จากการจำหน่ายแบบ Bundle4) ต้นทุนการเริ่มต้นการผลิตสูงมาก (high production set-up cost) <p>การพิจารณาในส่วนนี้เน้นการประเมินการประหยัดด้านต้นทุนการผลิตและการดำเนินงานเป็นหลัก หากกรณีของการกำหนดราคาเป็น Bundle ให้ต้นทุนที่ต่ำกว่า ก็ย่อมสะท้อนประสิทธิภาพของการดำเนินงานของผู้ประกอบการ (กลุ่มธุรกิจ) ที่ดีขึ้น</p> |



| กรณีศึกษา | แนวทางพิจารณา |
|--|--|
| | <p>และทำให้กิจการมีศักยภาพในการห่อรวมบริการแก่ผู้บริโภคได้ดีกว่าเดิม ซึ่งถือว่าการส่งเสริมสภาพการแข่งขันในตลาดและเป็นผลดีต่อผู้บริโภค</p> |
| <p>3. Bundle เป็นวิธีการที่ทำให้สภาพการแข่งขันลดลง</p> | <p>เป็นการพิจารณาในด้านการกีดกันการเข้าตลาดของผู้ประกอบการรายอื่น</p> <p>เนื่องจากการให้บริการแบบ Bundle มักจะเกิดจากผู้ประกอบการรายใหญ่ในตลาด จึงมีผลต่อสภาพการแข่งขัน ในฐานะผู้ประกอบการที่มีอำนาจผูกขาดในการให้บริการแบบ Bundle ที่ผู้ประกอบการรายอื่นไม่อาจจะแข่งขันได้ เพราะสามารถลดราคาบริการที่ห่อรวมใน Bundle ได้ เพื่อกีดกันผู้ประกอบการรายอื่น ที่ไม่สามารถทำกำไรได้ หากต้องแข่งด้วยราคาบริการที่ต่ำเท่ากัน หรือในรายที่มีบริการไม่ครบถ้วนตามบริการที่ห่อรวมใน Bundle ของผู้ประกอบการรายใหญ่</p> <p>การวิเคราะห์สภาพการแข่งขันในกรณีนี้จึงอาจจะต้องทำความเข้าใจในความสัมพันธ์กันระหว่างบริการที่ห่อรวมเข้าด้วยกันใน Bundle ว่ามีความสัมพันธ์และส่งเสริมกันหรือไม่</p> <p>ประกอบกับการที่ผู้ประกอบการโทรคมนาคมจะเข้าสู่ตลาดด้วยบริการอย่างเดียว ในขณะที่ผู้ประกอบการรายใหญ่ประกอบกิจการข้ามธุรกิจที่ควบรวมทั้งกิจการ กิจการวิทยุกระจายเสียง และ/หรือกิจการโทรทัศน์ด้วย อาจจะทำให้การให้บริการแบบ Bundle เป็นการมีอำนาจเหนือตลาด</p> |

องค์ประกอบของ Bundle ที่ควรอยู่ในตัวชี้วัด

เนื่องจากแนวทางการกำหนดกลยุทธ์การตลาดแบบ Bundle มีความเป็นไปได้หลากหลาย ตัวชี้วัดในส่วนนี้ จึงควรพิจารณาให้ครอบคลุมทุกประเภท ทั้งที่มีอยู่แล้วในปัจจุบัน และที่มีความเป็นไปได้ในอนาคต ประกอบด้วย

องค์ประกอบที่ 1 Internet + Fixed Voice + TV + Mobile

องค์ประกอบที่ 2 Internet + Fixed Voice + Mobile



- องค์ประกอบที่ 3 Internet + Fixed Voice + TV
- องค์ประกอบที่ 4 Internet + TV
- องค์ประกอบที่ 5 TV + Fixed Voice
- องค์ประกอบที่ 6 Internet + Fixed Voice
- องค์ประกอบที่ 7 Other

เกณฑ์การกำกับแบบรวมกลุ่ม (Consolidated Supervision)

ที่ผ่านมา การกำกับกิจการโทรคมนาคมของ กสทช. ในส่วนของสภาพการแข่งขันในตลาดอาจจะไม่สมบูรณ์ แม้ว่าคณะผู้วิจัย ตามโครงการนี้จะนำเสนอตัวชี้วัดสภาพการแข่งขัน ก็อาจไม่สามารถใช้เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์และประเมินสภาพการแข่งขันได้อย่างแท้จริง เพราะไม่สอดคล้องกับการขยายขอบเขตการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบกิจการโทรคมนาคม ที่เป็นลักษณะข้ามสาขา เน้นการให้บริการครบวงจร ด้วยวัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจ ให้กิจการสามารถเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันในระยะยาว ผู้ประกอบการรายใหญ่จึงไม่ใช่กิจการโทรคมนาคมเพียงธุรกิจเดียวอีกต่อไป

ด้วยเหตุนี้ การปรับเกณฑ์การกำกับแบบธุรกิจเดียว (Solo) สู่เกณฑ์การกำกับแบบรวมกลุ่ม จึงมีความสำคัญ และเป็นความจำเป็นให้กรอบของการกำกับสอดคล้องกับการขยายขอบเขตการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการมากกว่าในอดีต และอาจจะขยายสู่ธุรกิจใหม่ๆเพิ่มเติมในอนาคต เนื่องจาก

1) เกณฑ์การกำกับแบบรวมกลุ่ม จะส่งผลให้ตัวชี้วัดที่นำเสนอในงานโครงการครั้งนี้ครอบคลุมถึงการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการแบบครบวงจร โดยกำหนดให้ผู้ประกอบการนำส่งข้อมูลที่ครบถ้วน

2) เกณฑ์การกำกับแบบรวมกลุ่มจะส่งผลให้ กสทช. ได้ข้อมูลที่เพียงพอจะสะท้อนผลประโยชน์ที่จะตกแก่ผู้บริโภคอย่างครบถ้วน จนสามารถประเมินตลาดแข่งขันที่มีประสิทธิผลได้ชัดเจนขึ้นในอนาคต เพราะบอกถึงการดำเนินงานของกลุ่มที่รวมถึงวิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์และโทรคมนาคม

3) เกณฑ์การกำกับแบบรวมกลุ่มเป็นจุดเริ่มต้นของการรวมตัว หรือความร่วมมือกันระหว่างองค์กรกำกับ (Integrated Supervision) มีการปรึกษาหารือกัน สามารถรองรับการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการรายใหญ่ที่มีความซับซ้อนเพิ่มขึ้น จนจำเป็นต้องใช้ระบบการกำกับดูแลทั้งในเชิงกว้างและเชิงลึก ในธุรกิจที่เกี่ยวข้องทุกประเภท ไม่เฉพาะแต่กิจการโทรคมนาคม และเป็นการตอบสนองต่อความจำเป็นในการดูแลการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ๆที่มีความหลากหลาย และการเสนอบริการที่เป็นการบูรณาการและผสมผสานระหว่างบริการหลายประเภทไว้ในแพ็คเกจเดียวกัน และพร้อมในการกำกับกรณีที่ผู้ประกอบการพัฒนาบริการเพิ่มเติมในอนาคต จนเกิดประสิทธิภาพในการ



ประสานงานระหว่างองค์กรกำกับ รวมทั้งสร้างวัฒนธรรมการกำกับแบบรวมกลุ่ม มีความโปร่งใส
และความน่าเชื่อถือ จนนำไปสู่การแข่งขันที่มีประสิทธิภาพในที่สุด

ด้วยการใช้เกณฑ์การกำกับแบบรวมกลุ่ม ผู้ประกอบการในกิจการโทรคมนาคม
จะต้องทำรายงานที่รวมเอาความเกี่ยวข้องของบริการทั้งหมดกับบริการด้านโทรคมนาคม ส่งให้แก่
กสทช. โดยเฉพาะบริการที่เป็นการใช้กลยุทธ์การตลาดแบบ Bundle เพื่อตอบสนองความต้องการ
ของลูกค้าที่มีความหลากหลาย

4.5.2 เงื่อนไขสำคัญของการออกแบบและนำเสนอตัวชี้วัดสภาพการแข่งขัน

การนำเสนอตัวชี้วัดสภาพการแข่งขันครั้งนี้ มีเงื่อนไขสำคัญของการออกแบบและมี
เงื่อนไขอื่นที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1) แม้ว่าตัวชี้วัดที่นำเสนอจะมีหลายตัวชี้วัด แต่ตัวชี้วัดแต่ละตัวไม่ได้เป็นอิสระต่อกัน หากแต่มีความสัมพันธ์และเกี่ยวข้องกัน จุดอ่อนที่พบในตัวชี้วัดใดตัวชี้วัดหนึ่งอาจจะมีผล
ต่อเนื่องไปถึงตัวชี้วัดอื่นๆ ด้วย แต่การแยกตัวชี้วัดออกเป็นหลายตัวชี้วัดก็เพื่อให้สะท้อนประเด็น
หรือมุ่งเน้นการประเมินสภาพการแข่งขันเฉพาะด้านใดด้านหนึ่ง เพื่อจะได้ชี้จุดที่ควรจะมีการ
ปรับปรุงการกำกับดูแลได้เป็นรายประเด็นไป

2) ตัวชี้วัดที่นำเสนอใช้ในการเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการแต่ละรายด้วยแบบฟอร์ม
เดียวกัน แม้ว่าผู้ประกอบการแต่ละรายอาจจะมีเงื่อนไขในการประกอบการแตกต่างกัน เช่น
ผู้ประกอบการบางรายเป็นผู้รับสัมปทานจากทรัพยากรของผู้ประกอบการที่เป็นรัฐวิสาหกิจ ที่มี
สัญญาและความตกลงแตกต่างกันออกไป ขณะที่ผู้ประกอบการบางราย ไม่ได้เป็นผู้รับสัมปทานต่อ
จากผู้ประกอบการที่เป็นรัฐวิสาหกิจ และผู้ประกอบการรัฐวิสาหกิจถือว่าเป็นผู้ประกอบการรายหนึ่ง
มีฐานะเหมือนผู้ประกอบการรายอื่น จึงนำเอาผู้ประกอบการเหล่านี้ไว้ในตารางการวิเคราะห์เดียวกัน

3) ตัวชี้วัดที่นำเสนอจะแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม และกำหนดให้แต่ละกลุ่มมีน้ำหนัก
เท่ากัน และตัวชี้วัดย่อยในแต่ละกลุ่มก็มีน้ำหนักเท่ากันด้วย ในอนาคต หาก กสทช. เห็นควรจะให้
ความสำคัญกับกลุ่มตัวชี้วัดใดเป็นพิเศษ ก็สามารถเปลี่ยนแปลงน้ำหนักของตัวชี้วัดบางกลุ่มได้
เช่นเดียวกับการปรับเปลี่ยนน้ำหนักของตัวชี้วัดย่อยแต่ละกลุ่ม

4) แหล่งที่มาของข้อมูลที่จะใช้ในแต่ละตัวชี้วัด มีที่มาจากหลายแหล่ง ทั้งส่วนที่มา
จาก

- (1) ผู้ประกอบการแต่ละรายนำส่งเป็นรายงาน
- (2) ข้อมูลจาก ITU ที่ประกาศและเปิดเผยเป็นทางการ
- (3) หน่วยงานอื่น ที่ได้จัดทำไว้แล้ว เช่น กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กระทรวงพาณิชย์ ฯลฯ
- (4) ผลการสำรวจจากผู้บริโภค
- (5) แหล่งอื่นๆ



5) ตัวชี้วัดที่นำเสนอเป็นตัวชี้วัดที่ต่อยอดและเพิ่มเติมจากตัวชี้วัดที่ กสทช. จัดเก็บอยู่แล้วจึงไม่ได้ทดแทนตัวชี้วัดที่เคยมีการจัดเก็บไว้แล้ว และส่วนใหญ่ยังไม่เคยมีการจัดเก็บข้อมูลมาก่อน จึงเป็นตัวชี้วัดที่แสดงเป็นตารางเปล่า ไม่สามารถยกตัวอย่างจากตัวเลขในอดีตมาแสดงประกอบในตารางได้

6) แนวคิดของการพัฒนาตัวชี้วัด มีทั้งองค์ประกอบที่เป็นค่าคงที่ (Static) และเป็นค่าพลวัต (Dynamic components) ผสมผสานกันเพื่อความเหมาะสมในการกำกับ เนื่องจากกิจการโทรคมนาคมยังเป็นกิจการที่มีการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมการเปลี่ยนแปลงจากผู้ให้บริการภายใต้สัมปทานสู่การให้บริการที่ได้มาจากการประมูลคลื่นความถี่ และการเปลี่ยนแปลงของนโยบายการจัดสรรคลื่นความถี่ที่มีผลต่อการแข่งขันมีความหลากหลายของกิจการที่จะมีผลต่อค่าบริการและคุณภาพของบริการในอนาคตให้แตกต่างกับระยะที่ผ่านมา

7) กิจการโทรคมนาคมเป็นกิจการประเภทหนึ่งที่โครงข่ายที่มีความสัมพันธ์กับการประหยัดจากขนาด การประหยัดจากการขยายขอบเขตโดยเฉพาะในการห่อรวมบริการหลายอย่าง แก่ลูกค้าแต่ละราย ในลักษณะ Bundle และยังมีผลต่อการกีดกันการเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการรายอื่น โดยเฉพาะในพื้นที่ที่มีประชากรน้อย การเพิ่มขึ้นของผู้ใช้บริการ ไม่มีผลต่อต้นทุนของการประกอบการ แต่มีผลต่อรายได้ของกิจการอย่างมีนัยสำคัญ นำหนักของตัวชี้วัดในส่วนที่ประเมินในด้านนี้จึงควรจะได้รับคะแนนใจเพิ่มขึ้น และอาจจะต้องมีน้ำหนักเพิ่มขึ้นในอนาคต เพราะการกำกับจะต้องเพิ่มความระมัดระวังมิให้กระทบต่อการพัฒนากิจการในด้านการประหยัดจากขนาดและการประหยัดจากการขยายขอบเขต ซึ่งอาจจะนำไปสู่ความล้มเหลวของตลาด จากการที่มีการจัดสรรทรัพยากรไม่เหมาะสมหรือไม่มีประสิทธิภาพสูงสุด และทำให้คุณค่าของบริการสูญหายไป หรือเกิดการสูญเปล่าด้านการใช้ทรัพยากร ตลอดจนจำกัดผลผลิตจากการดำเนินงานของกิจการโทรคมนาคม

8) ตัวชี้วัดที่ออกแบบและนำเสนอให้ความสำคัญกับการประเมินสภาพการแข่งขันที่เรียกว่า network-to-network competition มากกว่าการแยกตามประเภทบริการระหว่างโทรศัพท์ประจำที่ และโทรศัพท์เคลื่อนที่ เนื่องจากพิจารณาเห็นว่า การปรับเทคโนโลยีโครงข่ายสู่ระบบ 3G ทำให้ความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบของโครงข่ายโทรศัพท์ประจำที่ลดลงเทียบกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ จึงอาจจะมีประโยชน์น้อยหากจะพยายามหาตัวชี้วัดสภาพการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการที่ให้บริการโทรศัพท์ประจำที่กับผู้ประกอบการที่ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ และการประเมินสภาพการแข่งขันในลักษณะ Intramodal น่าจะเป็นประเด็นที่ควรได้รับความสนใจมากกว่า

9) ตัวชี้วัดที่ กสทช. จัดเก็บมาในอดีตเป็นข้อมูลที่เป็นผลผลิต (Output) จากผู้ประกอบการเป็นสำคัญ จึงแสดงผลประกอบการในส่วนของผู้ประกอบการหรือด้านอุปทานเป็นสำคัญ คณะผู้วิจัยฯ จึงเห็นควรเพิ่มเติมตัวชี้วัดที่เป็นส่วนของปัจจัยนำเข้า (Input) เช่น การลงทุนในโครงข่าย และส่วนของกระบวนการในการให้บริการ เช่น กิจกรรมการส่งเสริมการขายและการโฆษณา ซึ่งเป็นส่วนที่ยังไม่เคยมีการวิเคราะห์มาก่อน ขณะเดียวกัน ตัวชี้วัดในส่วนของพฤติกรรม (Behavior) ที่มาจากด้านของผู้บริโภคหรืออุปสงค์ ที่ไม่ได้มาจากผู้ประกอบการที่ให้บริการ อาจจะ



ทำให้ กสทช. ได้ภาพของสภาพการแข่งขันได้มากขึ้น และใช้สอบถามข้อมูลด้านผลผลิตที่มาจาก
ผู้ประกอบการที่ให้บริการได้ทางหนึ่ง

10) ตัวชี้วัดด้านราคาที่เสนอให้ กสทช. ใช้เพิ่มเติม นอกเหนือจากรายได้ของ
ผู้ประกอบการคือ ดัชนีราคาผู้บริโภคที่จัดเก็บโดยกระทรวงพาณิชย์ ซึ่งมีทั้งส่วนที่เป็นดัชนี (ก)
ราคาค่าบริการการสื่อสาร และ (ข) ราคาเครื่องรับอุปกรณ์สื่อสาร ซึ่งหากระดับราคาผู้บริโภคลดลง
ก็อาจจะชี้วัดสภาพการแข่งขัน และประสิทธิภาพของตลาดได้อีกทางหนึ่ง และข้อมูลส่วนนี้เป็น
ข้อมูลที่ใช้สอบถามข้อมูลจากผู้ประกอบการที่ให้บริการได้

11) ตัวชี้วัดส่วนหนึ่งควรจะเป็นประเด็นพิเศษที่อิงอยู่บนพฤติกรรมและการแก้ไขและ
การจัดการข้อร้องเรียน โดยเป็นลักษณะของการออกสำรวจการดำเนินการที่เกิดจริง หรือการ
ทดสอบทางเทคนิคเกี่ยวกับความชัดของคลื่นความถี่จุดที่มีการรบกวนของคลื่นความถี่หรือประเด็น
ที่ผู้บริโภคมีความกังวลหรือไม่แน่ใจ ที่เป็นความท้าทายด้านสภาพการแข่งขันเช่นกัน เพียงแต่ไม่
จำเป็นต้องเป็นประเด็นเดียวกันทุกปี ซึ่ง กสทช. อาจจะเป็นผู้ดำเนินการเอง หรือให้บุคคลอื่น
ดำเนินการและรายงานผลให้ทราบก็ได้

4.5.3 สมมติฐานที่ใช้ในการพัฒนาตัวชี้วัดสภาพการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคม

คณะผู้วิจัยฯ ได้นำผลการสนทนากลุ่มย่อยและข้อมูลจากการสัมภาษณ์
ผู้ประกอบการรายใหญ่ และผลการสำรวจด้วยแบบสอบถามจากผู้บริโภค ตลอดจนข้อมูลที่พบจาก
การวิเคราะห์สภาพการแข่งขันในระยะที่ผ่านมาทั้งหมดมาประมวลผลและกำหนดสมมติฐานของ
แนวโน้มการประกอบการของผู้ประกอบกิจการโทรคมนาคมประกอบการตัดสินใจกำหนดตัวชี้วัด
สภาพการแข่งขัน ซึ่งแนวโน้มสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคม สรุปได้ดังนี้

1) ผลกระทบจากกลยุทธ์การใช้ช่องทางการตลาดแบบผสมผสานหลายช่องทาง
พร้อมกัน (Multichannel Strategy) แนวโน้มของธุรกิจลักษณะ E-commerce และธุรกิจที่พึ่ง
เทคโนโลยีที่สนับสนุนการทำงานบนเว็บจะมีอิทธิพลต่อผู้บริโภคมากขึ้นและเข้าไปทดแทนช่องทาง
การตลาดแบบดั้งเดิมเพิ่มขึ้นตามลำดับ ผู้ให้บริการด้านโทรคมนาคมได้หันมาเปิดร้านค้าของตนเอง
บนช่องทางออนไลน์ โดยเฉพาะในธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งจะเป็นช่องทางที่มีแนวโน้มที่จะมี
สภาพการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น

2) บริการที่นำเสนอมีลักษณะที่คล้ายคลึง (Commoditization) นวัตกรรมใหม่จะคง
ความแตกต่างได้ไม่นาน บริการโทรคมนาคมด้านการสื่อสารด้วยเสียงและข้อมูลกลายเป็นบริการที่
ใกล้เคียงกันในผู้ประกอบการแต่ละรายและมีคุณภาพบริการ มาตรฐานการให้บริการมีแนวโน้มที่
จะไม่แตกต่างกัน ทำให้มีลักษณะทดแทนกันและแข่งขันกันรุนแรง จนทำให้ความสามารถในการทำ
กำไรต่อหน่วยของผู้ประกอบการแต่ละรายลดลงตามลำดับ ทางออกที่ผู้ประกอบการพยายามจะ
นำมาใช้คือ การค้นหานวัตกรรมและบริการใหม่ที่มีความแตกต่างจากรายอื่น แต่ด้วยเทคโนโลยีที่
ทัดเทียมกัน ในไม่ช้าบริการของผู้ประกอบการแต่ละรายจะกลับมาใกล้เคียงกันอีกในประเด็นทาง



เทคนิค ทำให้ประดีนของคุณภาพของการให้บริการ และประโยชน์หรือคุณค่าที่ผู้บริโภคจะได้รับจากผู้ประกอบการกิจการโทรคมนาคมแต่ละรายไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ แตกต่างจากประสบการณ์ที่เคยเป็นมาในอดีต

3) รูปแบบทางธุรกิจของผู้ประกอบการแต่ละรายมีแนวโน้มที่จะแตกต่างกัน ความแตกต่างกันระหว่างการแข่งขันของผู้ประกอบการกิจการโทรคมนาคมจะมีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงจากตัวบริการด้านโทรคมนาคม เป็นการแข่งขันด้วยโมเดลธุรกิจในองค์กรรวมของกลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องด้วยกัน ซึ่งอาจจะเป็นการครอบคลุมถึงวิทยุกระจายเสียง กิจการโทรศัพท์และธุรกิจด้านดาวเทียมด้วย ดังนั้น การใช้ตัวชี้วัดสภาพการแข่งขันที่แยกเฉพาะกิจการโทรคมนาคมเพียงส่วนเดียว จะไม่สามารถวิเคราะห์สภาพการแข่งขันที่แท้จริง ที่เป็นลักษณะของวิธีเสนอขายสินค้ารวมกับบริการ การให้บริการแบบห่อรวมเป็น Bundling Strategy ซึ่งต้องการการกำกับแบบรวมกลุ่ม แทนการกำกับแบบธุรกิจเดี่ยว (Solo Supervision)

4) บทบาทของหน่วยงานกำหนดนโยบายกิจการโทรคมนาคมระดับประเทศ และการลงทุนของภาครัฐเพื่อสนับสนุนตลาดกิจการโทรคมนาคม งานกำกับดูแลของ กสทช. ถูกจำกัดตามพระราชบัญญัติที่เกี่ยวข้อง และไม่ได้ครอบคลุมหรือเข้าไปเกี่ยวข้องกับกำหนดยุทธศาสตร์กิจการโทรคมนาคมในระดับประเทศโดยรวม ซึ่งเป็นหน้าที่ของหน่วยงานอื่น ลำพัง กสทช. เพียงส่วนเดียวจึงไม่อาจจะผลักดันพัฒนาการที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันของตลาดกิจการโทรคมนาคมในระดับภาพรวมได้ครบวงจร อีกทั้งการลงทุนในด้านโครงสร้างพื้นฐานที่เป็นการลงทุนโดยภาครัฐ ที่อาจจะมากหรือน้อยแตกต่างกันออกไป ย่อมจะมีส่วนในการเปลี่ยนแปลงสภาพการแข่งขันของกิจการโทรคมนาคมในเชิงโครงสร้างด้วย ซึ่งไม่รวมอยู่ในขอบเขตของการปรับปรุงหรือพัฒนาสภาพของตลาดที่ กสทช. จะสามารถดำเนินการได้เอง หลังจากที่ กสทช. ได้รับข้อมูลจากผลการประเมินการแข่งขันในตลาดกิจการโทรคมนาคมผ่านการวิเคราะห์ตัวชี้วัดด้านแนวโน้มของการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมตามผลการศึกษารั้งนี้

5) กระแสความนิยมในด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารแบบระบบเมฆหรือ Cloud Computing การเพิ่มขึ้นของกระแสการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารแบบระบบเมฆหรือ Cloud Computing คาดว่าจะมีผลต่อการดำเนินงานของผู้ประกอบการกิจการโทรคมนาคมอย่างมีนัยสำคัญในอนาคต รวมทั้งความต้องการจากผู้บริโภคในด้านแบนด์วิธที่คาดว่าจะเพิ่มขึ้น เพียงแต่ยังไม่ชัดเจนว่าเมื่อใดผู้ประกอบการกิจการโทรคมนาคมจึงจะยกระดับการเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในตลาดเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารแบบระบบเมฆหรือ Cloud Computing เท่านั้น ซึ่งจะทำให้ตัวชี้วัดสภาพการแข่งขันอาจจะต้องเปลี่ยนแปลงไปในอนาคต

6) ข้อจำกัดในด้านแบนด์วิธ สภาพปัจจุบันที่มีข้อจำกัดในการลงทุนและการมีอยู่ของแบนด์วิธเพื่อให้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ ยังทำให้พัฒนาการและการขยายบริการใหม่เป็นไปอย่างเชื่องช้า แต่การเพิ่มขึ้นของความต้องการด้านแบนด์วิธ ในอนาคตเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคและเอื้อต่อการพัฒนาบริการใหม่ๆ ของผู้ประกอบการยังคงเป็นประเด็นที่อาจจะมีผลให้สภาพการแข่งขันในตลาดเปลี่ยนแปลงไปในอนาคต



7) การเชื่อมโยงและผนวกกันของบริการย่อยด้านโทรคมนาคม โดยเฉพาะระหว่างบริการโทรศัพท์ประจำที่กับโทรศัพท์เคลื่อนที่ แนวโน้มที่อุปกรณ์ด้านการสื่อสารใหม่ที่จะออกมาสู่ตลาดในอนาคตมีส่วนในการทำให้ผู้บริโภคสามารถผนวกรวมการใช้โทรศัพท์ประจำที่กับโทรศัพท์เคลื่อนที่เข้าด้วยกัน จะมีส่วนทำให้รายจ่ายด้านการสื่อสารของผู้บริโภคลดลง จะมีผลในการเปลี่ยนโครงสร้างการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบกิจการโทรคมนาคมในอนาคต ผู้การให้บริการที่คุณภาพสูง ได้ตลอดเวลาและทุกสถานที่ ทำให้การประเมินตัวชี้วัดที่แยกออกเป็น 4 ประเภทตามเงื่อนไขของโครงการนี้ไม่เป็นประโยชน์ต่อการกำกับดูแลสภาพการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมอีกต่อไป

จากแนวโน้ม 7 ประเด็นดังกล่าวทำให้เห็นชัดเจนขึ้นว่า สภาพการแข่งขันเป็นประเด็นที่ยังคงมีความสำคัญในการกำกับดูแลของ กสทช. ต่อไป จากการที่กิจการโทรคมนาคมจะยังคงขยายบริการของตนต่อไป ในขณะที่ค่าบริการคาดว่าจะโน้มลดลงจากปัจจุบัน



บทที่ 5

สภาพปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันในการประกอบ กิจการโทรคมนาคม

การศึกษาสภาพปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันในการประกอบกิจการโทรคมนาคมของผู้รับใบอนุญาตมีขั้นตอนในการดำเนินการคือ (1) กำหนดกรอบแนวคิดในการวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันในการประกอบกิจการโทรคมนาคมของผู้รับใบอนุญาต และ (2) รวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์และจัดทำกรับฟังความคิดเห็นเฉพาะกลุ่ม (Focus Group) เพื่อรวบรวมปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันในการประกอบกิจการโทรคมนาคมของผู้รับใบอนุญาต (3) ใช้ข้อมูลจากการสำรวจผู้ใช้บริการด้วยแบบสอบถามจำนวน 2,500 หน่วยตัวอย่างครอบคลุมพื้นที่การสำรวจทั่วประเทศ

กรอบแนวคิดของการวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันในการประกอบกิจการโทรคมนาคมของผู้รับใบอนุญาตได้จากการทบทวนงานศึกษาของสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (TDRI) ร่วมกับ LIRNEasia ได้ทำการศึกษาสภาพแวดล้อมในการกำกับดูแลกิจการโทรคมนาคมของไทย โดยประเมินนโยบายด้านโทรคมนาคมและสิ่งแวดล้อมในการกำกับดูแลในช่วง 2 ปี พ.ศ. 2553-2554 เพื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มประเทศตัวอย่างอีก 6 ประเทศ ได้แก่ อินเดีย บังกลาเทศ อินโดนีเซีย ปากีสถาน ฟิลิปปินส์ และศรีลังกา ในมิติต่างๆ ได้แก่

- 1) การเข้าสู่ตลาดของผู้ให้บริการรายใหม่ (Market Entry)
- 2) การจัดสรรทรัพยากรที่มีจำกัด (Scarce Resources) เช่น คลื่นความถี่ หรือ เลขหมายโทรศัพท์
- 3) การเชื่อมต่อโครงข่ายระหว่างกัน (Interconnection)
- 4) อัตราค่าบริการ (Tariff Regulation)
- 5) การกำกับดูแลเพื่อการแข่งขันอย่างเป็นธรรม (Regulation of Anti Competitive Practices)
- 6) การให้บริการอย่างทั่วถึง (Universal Service Obligation: USO) และ
- 7) คุณภาพบริการ (Quality of Service: QOS)



ผลการศึกษาในภาพรวม พบว่า สภาพแวดล้อมในการกำกับดูแลกิจการโทรคมนาคมของ
ไทยไม่เปลี่ยนแปลงมากนักโดยเปรียบเทียบในช่วงที่ศึกษา (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย
, 2554)¹

การเก็บรวบรวมข้อมูลปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันในการประกอบกิจการ
โทรคมนาคมของผู้รับใบอนุญาตดำเนินการรวบรวมข้อมูลประเด็นปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับ
การแข่งขันในการประกอบกิจการโทรคมนาคมจากการสัมภาษณ์ การจัดทำกรรพับฟังความคิดเห็น
เฉพาะกลุ่ม (Focus Group) จำนวน 2 ครั้ง และการสำรวจผู้ใช้บริการจำนวน 2,500 หน่วยตัวอย่าง

การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโทรคมนาคม คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการสัมภาษณ์ผู้แทน
ของผู้ประกอบการ 5 ราย ประกอบด้วย

- 1) บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) วันพุธที่ 8 พฤษภาคม พ.ศ.2556
- 2) บริษัท แอดวานซ์อินโฟร์เซอร์วิส จำกัด(มหาชน)วันพุธที่ 29 พฤษภาคม พ.ศ.2556
- 3) บริษัท ทูร์คอปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) วันจันทร์ที่ 17 มิถุนายน พ.ศ.2556
- 4) บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) วันพุธที่ 24 กรกฎาคม พ.ศ.2556
- 5) บริษัท โทเทิลแอนด์คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) วันศุกร์ที่ 6 กันยายน พ.ศ.2556

รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ของผู้ประกอบการแต่ละรายแสดงในภาคผนวก 5.1 ประเด็นการ
สัมภาษณ์ประกอบด้วย (1) การสำรวจการมีอยู่ของข้อมูลเบื้องต้นเพื่อใช้ในการจัดทำแบบจำลองการ
ประเมินมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภค และจัดทำตัวชี้วัดหลักการแข่งขันในตลาดกิจการโทรคมนาคม และ
(2) การรับทราบปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันในการประกอบกิจการโทรคมนาคม
ของผู้รับใบอนุญาต

การประชุมรับฟังความคิดเห็นเฉพาะกลุ่ม (Focus Group) ครั้งที่ 1 จัดขึ้นเมื่อวันพฤหัสบดี
ที่ 20 มิถุนายน พ.ศ.2556 เวลา 9.00-12.00 น. ณ ห้อง Executive 5 โรงแรมรามาร์คเด้น ถนน
วิภาวดีรังสิต กรุงเทพฯ มีผู้เข้าร่วมจำนวน 29 คน จากหน่วยงาน ได้แก่ บริษัท ทีโอที จำกัด
(มหาชน) บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) บริษัท ทูร์คอปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) บริษัท
โทเทิลคอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) บริษัท ทูอินเตอร์เน็ต จำกัดการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค (กฟภ.)
การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.) การไฟฟ้านครหลวง (กฟน.) บริษัท แอดวานซ์อินโฟร์
เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) บริษัท ทริปเปิลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) และ กสทช.

การรับฟังความคิดเห็นเฉพาะกลุ่มครั้งที่ 1 มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อรับฟังความคิดเห็น
เกี่ยวกับการกำหนดตัวชี้วัดหลักการแข่งขันและประสิทธิภาพการดำเนินงาน รวมถึงรับฟังปัญหา
และอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันในการประกอบกิจการโทรคมนาคม

¹สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (2554). สภาพแวดล้อมในการกำกับดูแลกิจการโทรคมนาคมของ
ไทยยังไม่กระเตื้องขึ้น. เอกสารเผยแพร่ทางเว็บไซต์สืบค้นได้จาก

tdri.or.th/archives/download/publication/II0023.pdf. กรกฎาคม พ.ศ.2554.



การประชุมรับฟังความคิดเห็นเฉพาะกลุ่ม (Focus Group) ครั้งที่ 2 จัดขึ้นเมื่อวันพฤหัสบดี
ที่ 15 สิงหาคม พ.ศ.2556 เวลา 9.00-16.00 น. ณ ห้องแคนนา โรงแรมรามารการ์เด็น ถนนวิภาวดี
รังสิต กรุงเทพฯ มีผู้เข้าร่วมจำนวน 50 คน จากหน่วยงาน ได้แก่ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)
บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) บริษัท ทูรคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) การไฟฟ้าส่วน
ภูมิภาค (กฟภ.) การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.) การไฟฟ้านครหลวง (กฟน.) บริษัท
แอดวานซ์ อินโฟร์เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) บริษัท ทริปเปิลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) บริษัท
วันลิงค์ เทคโนโลยี จำกัด และ กสทช.

การรับฟังความคิดเห็นเฉพาะกลุ่มครั้งที่ 2 มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อรับฟังปัญหาและ
อุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันในการประกอบกิจการโทรคมนาคม 7 มิติดังกล่าวข้างต้นสำหรับ
แต่ละบริการ ประกอบด้วย 1) บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ 2) บริการโทรศัพท์ประจำที่ 3) บริการ
อินเทอร์เน็ต และ 4) บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ

การสัมภาษณ์ผู้แทน กสทช. และผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านกิจการโทรคมนาคม คณะผู้วิจัย
ได้ดำเนินการสัมภาษณ์กรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม
แห่งชาติ (กสทช.) และผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านกิจการโทรคมนาคม 3 ท่าน ได้แก่

1. พันเอก ดร.เศรษฐพงศ์ มะลิสุวรรณ ตำแหน่งรองประธานคณะกรรมการกิจการกระจาย
เสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) เข้าพบและสัมภาษณ์วันจันทร์ที่
23 กันยายน พ.ศ.2556 เวลา 14.30 น. สถานที่ ห้องรับรอง 1 อาคารอำนวยการ สำนักงาน กสทช.

2. นายดิเรก เจริญผล ตำแหน่งประธานคณะอนุกรรมการเลขหมายโทรคมนาคม กสทช.
เข้าพบและสัมภาษณ์วันอังคารที่ 8 ตุลาคม พ.ศ.2556 เวลา 10.00 น.สถานที่ อาคารมนริน ชั้น 4
ถนนพหลโยธิน ซอย 8

3. รองศาสตราจารย์ประเสริฐ ศิลป์พัฒน์ ตำแหน่งกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการ
โทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เข้าพบและสัมภาษณ์วันอังคารที่ 5 พฤศจิกายน พ.ศ.
2556 เวลา 9:30 น. สถานที่ ห้องรับรอง 1 อาคารอำนวยการ สำนักงาน กสทช. (รายละเอียดการ
สัมภาษณ์ คณะกรรมการ กสทช. แสดงไว้ในภาคผนวก 5.2)

ผลการศึกษาจากการรับฟังความคิดเห็นและการสัมภาษณ์

การศึกษาได้จัดทำการประชุมเพื่อรับฟังความคิดเห็นจากผู้ประกอบกิจการ และสัมภาษณ์
ผู้แทน กสทช. ในประเด็นต่าง ๆ ผลการรับฟังความคิดเห็นและการสัมภาษณ์ สรุปได้ดังนี้

1. สภาพการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมของประเทศไทยในช่วงที่ผ่านมา (นับตั้งแต่
พ.ศ.2548 จนถึงปัจจุบัน)

ภายใต้การดำเนินงานจัดสรรคลื่นความถี่และการออกใบอนุญาตแก่ผู้ประกอบกิจการ
โทรคมนาคมของ กสทช. นั้น มีความพยายามให้มีผู้ประกอบกิจการโทรคมนาคมเข้ามาในตลาด
จำนวนมาก เพื่อทดแทนผู้ประกอบการรายเดิมที่หมดอายุสัมปทานและที่กำลังจะหมดอายุสัมปทาน



ลง พร้อมทั้งผลักดันให้เกิดการแข่งขันทางด้านราคาและคุณภาพให้ดีขึ้น ดังจะเห็นได้จากการที่ผู้ประกอบการมีการลดราคาเครื่อง และราคาค่าบริการแพ็คเกจต่างๆ

การเข้ามาลงทุนของนักลงทุนต่างชาติในประเทศไทยนั้น มีข้อจำกัดตามพระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ.2542 ที่ห้ามมิให้ถือหุ้นเกินร้อยละ 49 ของหุ้นทั้งหมด ซึ่งนักลงทุนต่างชาติมองว่าพระราชบัญญัตินี้ดังกล่าวไม่ได้เป็นอุปสรรคในการเข้ามาลงทุนในประเทศไทยแต่อย่างใด แต่สิ่งที่เป็นอุปสรรคคือ นโยบายและการกำกับดูแลที่ยังไม่มีความชัดเจน ทำให้ไม่เกิดความเชื่อมั่นในการลงทุน แต่ทั้งนี้ นักลงทุนต่างชาติก็ยังคงเข้ามาลงทุนโดยวิธีการเข้ามาเป็นหุ้นส่วนในบริษัทที่ประกอบกิจการโทรคมนาคมของประเทศไทย

การประกอบกิจการดาวเทียมสื่อสารนั้น กสทช.มีหน้าที่เป็นผู้กำกับดูแล และมีอำนาจเฉพาะในการออกใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคมเท่านั้น ซึ่งการที่จะส่งดาวเทียมขึ้นไปสู่วงโคจรจะต้องดำเนินการตามกระบวนการและขั้นตอนของสหภาพโทรคมนาคมระหว่างประเทศ (ITU) โดยจะต้องได้รับเอกสารสิทธิวงโคจรและย่านความถี่ (Filing) ก่อนซึ่งเป็นบทบาทของกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

2. ปัญหาและอุปสรรคของการกำกับดูแลการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมของประเทศไทยในช่วงที่ผ่านมา

ปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญที่ส่งผลกระทบอย่างมากต่อกิจการโทรคมนาคม คือนโยบายและแนวทางการปฏิบัติงานที่ไม่มีความชัดเจน ขาดการสร้างเชื่อมั่นแก่ผู้ประกอบการต่างชาติในการเข้ามาลงทุนในประเทศไทย ส่วนกฎหมายและเกณฑ์การปฏิบัติงานมีปัญหาในระดับที่น้อยมากในมุมมองของนักลงทุนต่างชาติ อีกทั้งรัฐวิสาหกิจในประเทศไทยยังคงอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของภาครัฐ ทำให้ขั้นตอนการดำเนินยังไม่มี ความคล่องตัวเท่าที่ควร ซึ่งรัฐวิสาหกิจยังคงมีสัญญาความร่วมมืองานที่เป็นการให้สัมปทานในนามรัฐบาล ทำให้การแข่งขันในตลาดยังถูกรองงำโดยผู้ให้บริการเพียงไม่กี่ราย

3. ประเด็นที่มีน้ำหนักความสำคัญสูงสุด อันดับแรกในการกำกับสภาพการแข่งขันของ 3 กิจการโทรคมนาคมของประเทศไทย

ประการแรก คือ ราคาค่าบริการต่างๆ เช่น ค่าบริการโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ตและบริการแพ็คเกจเสริมต่างๆ ให้มีความเป็นธรรมกับผู้ให้บริการให้มากที่สุด โดยปัจจุบันนี้ผู้ให้บริการส่วนมากมีการแข่งขันกันลดราคา ทั้งค่าเครื่องและค่าบริการ เพื่อจูงใจให้ผู้ให้บริการหันไปใช้บริการกับบริษัทเพิ่มมากขึ้น

ประการที่สอง คือ คุณภาพของบริการที่ดี โดยการส่งเสริมให้มีผู้ประกอบการเข้ามาในตลาดจำนวนมาก เพื่อให้เกิดการแข่งขันในตลาด และเป็นการส่งผลดีกับผู้ให้บริการให้มีทางเลือกที่หลากหลายของประเภทบริการ

ประการสุดท้าย คือ การให้บริการที่ทั่วถึงทั้งในเขตเมืองและเขตชนบท โดยขณะนี้ทาง กสทช. ได้มีโครงการ USO ที่ทำหน้าที่จัดให้มีบริการโทรคมนาคมพื้นฐานทั่วถึง เพื่อเพิ่มโอกาสให้



ประชาชน เข้าถึงข้อมูลข่าวสาร โดยการจัดให้มีบริการศูนย์อินเทอร์เน็ตชุมชนขึ้น เพื่อให้เป็นช่องทางหนึ่งที่ทำให้ประชาชนในพื้นที่ชนบทเข้าถึงได้

4. ความเชื่อมโยงของงานกำกับดูแลและงานกำหนดนโยบายกิจการโทรคมนาคม ในด้านความสอดคล้องกับนโยบายระดับประเทศ ความแตกต่างและการแบ่งแยกหน้าที่ความรับผิดชอบของหน่วยงานกำหนดนโยบายและหน่วยงานกำกับดูแลเป็นอย่างไรในปัจจุบัน และควรมีทิศทางเป็นอย่างไรในอนาคต

ในอนาคตอันใกล้จะมีการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ทำให้ต้องมีการปรับนโยบายและแนวทางปฏิบัติเพื่อให้สามารถแข่งขันกับประเทศเพื่อนบ้านและทุนต่างชาติที่จะเข้ามา ซึ่งประเทศไทยคงมีจุดอ่อน คือ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) ในระดับบุคคลน้อยมาก และมีการจัดเก็บค่าบริการข้ามแดนระหว่างประเทศเพื่อนบ้านอัตราสูงที่ไม่สามารถกำกับดูแลได้ ดังนั้น กสทช.จึงมีการกำกับดูแลในเชิงราคาและคุณภาพการให้บริการแก่ผู้บริโภค แต่ทั้งนี้ส่วนหนึ่งผู้บริโภคต้องมีการปรับพฤติกรรมการใช้ โดยการเลือกใช้แพ็คเกจที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคเอง ส่วนโครงสร้างพื้นฐานและภาคเศรษฐกิจเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ต้องได้รับการดูแลกล่าวคือเดิมประเทศไทยมีโครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจมาจากภาคเกษตรกรรม ต่อมาพัฒนามาเป็นเกษตรอุตสาหกรรมและมีภาคการบริการมากขึ้น ดังนั้นควรมีการพัฒนาโดยใช้แนวทางเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในการกำหนดเป้าหมายเพื่อการพัฒนากิจการโทรคมนาคมของประเทศไทยอย่างชัดเจน และควรมีการกำหนดทิศทางเพื่อการพัฒนาและเพื่อการแข่งขันในอนาคต โดยประการแรกต้องมีการกระตุ้นการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้เพิ่มมากขึ้นภายในประเทศ รวมทั้งการสร้างทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศแก่ประชาชน ประการที่สอง คือ การเตรียมความพร้อมด้านโครงสร้างและโครงข่ายโทรคมนาคม โดยมีการกำหนดมาตรฐานให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากลและในระดับอาเซียน

5. ความคิดเห็นและข้อเท็จจริงต่อแนวทางการส่งเสริม อำนาจความสะดวกให้เกิดการแข่งขันกันมากขึ้นในกิจการโทรคมนาคม โดยเฉพาะในส่วนของ MVNO เพื่อขยายความสามารถในการแข่งขันกับกลุ่ม SMP ที่เป็นผู้ประกอบการเต็มรูปแบบ (Full Scale Operator)

กสทช.มีแนวทางในการยกระดับการแข่งขันรูปแบบ MVNO ของเครือข่ายกิจการโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยกำหนดให้ผู้ประกอบการที่ได้ใบอนุญาตต้องจัดเตรียมความจุบนเครือข่ายของตนเองในอัตราร้อยละ 10 เพื่อนำไปเสนอขายความจุและช่วงเวลาการใช้งานแก่ผู้รับบริการที่ไม่มีเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของตนเอง โดยผู้ประกอบการ MVNO สามารถควบคุมและบริหารสินค้าสร้างตลาด ดูแลลูกค้าของตนเอง โดย กสทช.เป็นผู้กำหนดเงื่อนไข แต่ทั้งนี้การพัฒนาบริการรูปแบบ MVNO ต้องขึ้นกับบริการที่ผู้ประกอบการจัดให้แก่ผู้บริโภคว่าตรงความต้องการหรือไม่ เป็นเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการมากกว่า ซึ่งโครงสร้างของการตอบสนองของผู้ประกอบการ MVNO มีจัดไว้รองรับแล้ว



6. มุมของการกำกับกิจการโทรคมนาคมต่อสถานะของรัฐวิสาหกิจในตลาด

เนื่องจากบริการของรัฐวิสาหกิจมีลักษณะแข่งขันกับกิจการของเอกชนบางส่วน แต่ นโยบายของคณะกรรมการบริหารของรัฐวิสาหกิจอาจจะไม่เน้นการแข่งขันกับเอกชนในบางส่วนจึง ทำให้เกิดภาพที่ไม่ชัดเจนต่อบทบาทของรัฐวิสาหกิจในตลาดโทรคมนาคมในปัจจุบัน มุมมองของ การกำกับดูแลการแข่งขันของกิจการโทรคมนาคมให้ความสำคัญกับบทบาทของรัฐวิสาหกิจใน ลักษณะใด

ปัจจุบันหน่วยงานรัฐวิสาหกิจทั้งสองต้องพบกับสภาพการแข่งขันในตลาดโทรคมนาคม ที่มีความเข้มข้น เพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดได้จึงควรมีการปรับตัวและการกำหนดทิศทางการ ดำเนินงานในอนาคต โดยการพยายามนำทรัพยากรที่มีอยู่ในมือ เช่น โครงข่ายเส้นใยนำแสง คลื่น ความถี่ขนาดต่างๆ ที่สามารถนำมาจัดสรรเพื่อหารายได้เข้าองค์กร หรือการพยายามสร้างโครงข่าย พื้นฐานและให้ผู้ประกอบการที่ไม่มีโครงข่ายเป็นของตนเองเช่า และการนำจุดแข็งของทั้งสอง หน่วยงานมาใช้ให้เกิดประโยชน์และแก้ไขจุดอ่อนภายในองค์กร อีกทั้งให้มีการตั้ง Holding Company โดยการนำเอาสินทรัพย์ของทั้งสององค์กรมารวมกันเพื่อบริหารจัดการและใช้ประโยชน์ ร่วมกัน ภายใต้นโยบายการบริหารดูแลรัฐวิสาหกิจทั้งสองร่วมกันสร้างเครือข่ายหลัก (Backbone) ของภาครัฐและภาคเอกชน

การสำรวจผู้ใช้บริการด้วยแบบสอบถาม

นอกจากการประชุมรับฟังความคิดเห็นจากผู้ประกอบกิจการ และการสัมภาษณ์ ดังกล่าวข้างต้นแล้ว การศึกษานี้ได้ทำการสำรวจผู้ใช้บริการด้วยแบบสอบถาม มีจำนวนผู้ตอบแบบ สอบรวมทั้งสิ้น 2,530 หน่วยตัวอย่าง ครอบคลุมพื้นที่ทั้งเขตเมืองและเขตชนบท แบ่งพื้นที่สำรวจ เป็น 5 ภาค ได้แก่

- กรุงเทพฯและปริมณฑล สัดส่วนร้อยละ 19.8 (500 คน)
- ภาคกลาง สัดส่วนร้อยละ 19.9 (504 คน)
- ภาคเหนือ สัดส่วนร้อยละ 20.6 (522 คน)
- ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สัดส่วน 19.9 (503 คน)
- ภาคใต้ สัดส่วนร้อยละ 19.8 (501 คน)

รายงานผลการสำรวจผู้ใช้บริการด้วยแบบสอบถามแสดงในภาคผนวก 5.3 ซึ่งจะได้ นำ ผลการสำรวจที่ได้จากการแบบสอบถามบางส่วนมาใช้เพื่อประกอบการศึกษาสภาพปัญหาและ อุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันในการประกอบกิจการโทรคมนาคมในแต่ละบริการต่อไป

การศึกษาสภาพปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันในการประกอบกิจการ โทรคมนาคมของผู้รับใบอนุญาตในแต่ละบริการ ได้แก่ 1) โทรศัพท์เคลื่อนที่ 2) โทรศัพท์ประจำที่ 3) อินเทอร์เน็ต และ 4) โทรศัพท์ระหว่างประเทศ สามารถวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับ



การแข่งขันในแต่ละมิติของผู้ประกอบกิจการแต่ละบริการจากข้อมูลแหล่งต่างๆ และได้มีการนำเสนอ
ประเด็นเพิ่มเติมในการศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันในการประกอบกิจ
โทรคมนาคมของผู้รับใบอนุญาต 2 ประเด็น ได้แก่ 1) บทบาทของรัฐวิสาหกิจในตลาดกิจการ
โทรคมนาคม และ 2) การเตรียมความพร้อมของการกำกับดูแลการแข่งขันเพื่อรองรับการเข้าสู่
ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ซึ่งจะนำเสนอตามลำดับต่อไป

5.1 ปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันในบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Services)

รายงานสภาพตลาดโทรคมนาคม ณ สิ้นไตรมาสที่ 3 ปี พ.ศ.2556² ของส่วนงานพัฒนากฎ
กติกาส่งเสริมการแข่งขัน กลุ่มงานวิชาการและจัดการทรัพยากรโทรคมนาคม สำนักงาน กสทช.
ระบุว่าตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่มีจำนวนผู้ให้บริการ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

กลุ่มแรก ผู้ที่มีสิทธิในโครงข่าย จำนวนทั้งสิ้น 9 ราย³ ได้แก่

- 1) บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) (AIS)
- 2) บริษัท โทเทิลแอ็คเซ็สคอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) (DTAC)
- 3) บริษัท ดิจิตอลโฟน (จำกัด) (DPC)
- 4) บริษัท ทรูมูฟ จำกัด (True Move หรือ TMV)
- 5) บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) ให้บริการภายใต้แบรนด์ my by CAT
- 6) บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ผ่านผู้เช่าใช้ โครงข่าย
เสมือน (MVNOs) ภายใต้แบรนด์ภายใต้แบรนด์ TOT 3G
- 7) บริษัท แอดวานซ์ไวร์เลส เน็ตเวิร์ค จำกัด (AWN)
- 8) บริษัท ดีแท็ค ไตรเน็ต จำกัด (DTAC Trinet หรือ DTN)
- 9) บริษัท เร็ลฟิวเจอร์ จำกัด (RF)

กลุ่มที่สอง ผู้เช่าโครงข่ายเสมือนจริง (Mobile Virtual Network Operators: MVNOs)
ประกอบด้วย ผู้ประกอบการรายย่อยที่ให้บริการร่วมกับ TOT 3G และผู้ให้บริการรูปแบบการเป็น
ตัวแทนขายส่งขายต่อ (wholesale-resell) จากบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด มหาชน (CAT)
จำนวน 6 ราย ได้แก่

²ส่วนงานพัฒนากฎกติกาส่งเสริมการแข่งขัน กลุ่มงานวิชาการและจัดการทรัพยากรโทรคมนาคม (2556).
รายงานสภาพตลาดโทรคมนาคม ไตรมาสที่ 3 ปี พ.ศ. 2556.สำนักงาน กสทช.

³เพิ่มเติมจากปี พ.ศ.2555 จำนวน 3 ราย จากการที่สำนักงาน กสทช. จัดให้มีการประมูลใบอนุญาตให้ใช้คลื่น
ความถี่สำหรับกิจการโทรคมนาคมเคลื่อนที่สาถุกลย่าน 2.1 GHz เมื่อวันที่ 16 ตุลาคม พ.ศ.2555 และผู้ได้รับ
ใบอนุญาตทั้ง 3 รายเปิดให้บริการบนคลื่นความถี่ 2.1 GHz ในช่วงปลายไตรมาส 2 ของปี พ.ศ. 2556



กลุ่มผู้บริการร่วมกับ TOT 3G จำนวน 5 ราย ได้แก่

- 1) กลุ่มสามารถ ไอ โมบายภายใต้ตราสินค้า-i-mobile 3G
- 2) กลุ่มลือคเลย์ ภายใต้ตราสินค้า i-Kool 3G
- 3) กลุ่มไออีซี ภายใต้ตราสินค้า IEC 3G
- 4) กลุ่มเอ็มคอลชัลด์ ภายใต้ตราสินค้า MOJO 3G
- 5) บริษัท 36 ภายใต้ตราสินค้า 3655
- 6) บริษัท เรียมูฟ จำกัด ซึ่งผู้ให้บริการภายใต้รูปแบบการเป็นตัวแทนขายส่งขายต่อ (wholesale-resell) จาก CAT

จำนวนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยรวม ณ สิ้นไตรมาสที่ 3 ปี พ.ศ.2556 อยู่ที่ 90.97 ล้านราย ซึ่งส่วนมากจะเป็นผู้ใช้บริการประเภท Pre-paid มีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 87.59 โดย AIS มีส่วนแบ่งตลาดมากที่สุดในทั้งสองตลาด โดยรวมมีสัดส่วนอยู่ที่ร้อยละ 35.2 รองลงมา คือ DTAC มีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ร้อยละ 31.3 ตามมาด้วย TRUE Move ที่มีส่วนแบ่งตลาด 19.6 ในขณะที่ผู้เข้าตลาดรายใหม่อย่าง AWN และ True Move H มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 6.4 และ 4.9 ตามลำดับ สำหรับ CAT TOT และ DPC มีส่วนแบ่งตลาดต่ำสัดส่วนร้อยละ 2.1 0.4 และ 0.1 ตามลำดับ (รายงานสภาพตลาดโทรคมนาคม ไตรมาส 3 ปี 2556: หน้า 8-9)

ปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันในการประกอบกิจการโทรคมนาคมของผู้รับใบอนุญาตในตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ สามารถสรุปตามแต่ละมิติในการพิจารณา ดังนี้

มิติที่ 1 การเข้าสู่ตลาดของผู้ให้บริการรายใหม่ (Market Entry)

1.1) การเข้าสู่ตลาดใหม่ของผู้ให้บริการรายใหม่ในกลุ่มผู้มีสิทธิในโครงข่าย

การเข้าสู่ตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ให้บริการรายใหม่ แม้ว่าจะมีจำนวนผู้ประกอบการเพิ่มมากขึ้นจากเดิม 6 รายในปี พ.ศ. 2555 มาเป็น 9 รายในปี พ.ศ. 2556 จากการประมูลใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่สำหรับกิจการโทรคมนาคมเคลื่อนที่สากลย่าน 2.1 GHz เมื่อวันที่ 16 ตุลาคม พ.ศ.2555 ที่ผ่านมา และผู้ได้รับใบอนุญาตทั้ง 3 รายเปิดให้บริการบนคลื่นความถี่ 2.1 GHz ในช่วงปลายไตรมาส 2 ของปี พ.ศ. 2556 แต่ผู้ประกอบการรายใหม่ทั้งสามรายเป็นบริษัทในเครือของผู้ประกอบการเดิม ทำให้ตลาดในส่วนของผู้มีสิทธิในโครงข่ายนี้มีการกระจุกตัวของส่วนแบ่งตลาดในผู้ประกอบการที่เป็นภาคเอกชนรายใหญ่ 3 ราย จะเห็นได้จากส่วนแบ่งตลาดของ AIS DTAC และTRUE และบริษัทในเครือรวมกันมีสัดส่วนร้อยละ 98 ของตลาด ปัญหาและอุปสรรคของการเข้าสู่ตลาดของผู้ให้บริการรายใหม่จึงเป็นเรื่องของการอุปสรรคจากการเข้าตลาดสู่ตลาดจากการที่ตลาดมีการกระจุกตัวค่อนข้างสูงในกลุ่มผู้ประกอบการเดิม กอปรกับการลงทุนในโครงข่ายและโครงสร้างพื้นฐานในบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีเงินลงทุนสูงสำหรับผู้มีสิทธิในโครงข่าย จึงทำให้เป็นอุปสรรคสำคัญในการเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการรายใหม่ในกลุ่มผู้มีสิทธิในโครงข่ายโดยปริยาย



นอกจากประเด็นเรื่องการลงทุนที่สูงและการกระจุกตัวในกลุ่มผู้ประกอบการไม่กี่รายในตลาด การกำหนดหลักเกณฑ์การประมูลคลื่นความถี่ของ กสทช. ที่มีข้อกำหนดและเงื่อนไขที่เข้มงวดและเป็นอุปสรรคต่อการเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการรายใหม่ได้ ตัวอย่างเช่น หลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่สำหรับกิจการโทรคมนาคมเคลื่อนที่สากลย่าน 2.1 GHz⁴ หรือการประมูล 2.1 GHz สำหรับให้บริการ 3G นั้น มีข้อกำหนดและเงื่อนไขในการจัดให้มีโครงข่ายโทรคมนาคมเพื่อการประกอบกิจการ ให้ผู้รับใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ IMT ย่าน 2.1 GHz ขนาด 2x10 MHz หรือมากกว่าจะต้องจัดให้มีโครงข่ายโทรคมนาคมเพื่อให้บริการภายใต้ขอบเขตการอนุญาต ตามกำหนดเวลา ให้บริการครอบคลุมทุกจังหวัดและครอบคลุมจำนวนประชากรไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ของจำนวนประชากรทั้งหมดภายในสองปีจากวันที่ได้รับใบอนุญาต และให้บริการครอบคลุมจำนวนประชากรไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของจำนวนประชากรทั้งหมดภายในสี่ปีนับจากวันที่ได้รับใบอนุญาต ซึ่งเงื่อนไขในลักษณะเช่นนี้จะไม่เอื้อต่อผู้ประกอบการรายใหม่ที่จะเข้าสู่ตลาดเนื่องจากไม่มีฐานลูกค้าเดิมไว้รองรับ กล่าวได้ว่าข้อกำหนดและเงื่อนไขไม่เปิดโอกาสต่อการลงทุนในลักษณะโครงการใหม่ (Greenfield Project) เท่าใดนัก

นอกจากนั้นแล้ว หากพิจารณาถึงบทบาทในการแข่งขันของผู้ประกอบการที่เป็นรัฐวิสาหกิจจะมีความเสียเปรียบจากการมีโครงสร้างในการบริหารและการดำเนินงานขึ้นกับนโยบายของภาครัฐในการลงทุน ส่งผลให้การตอบสนองโอกาสทางธุรกิจมีข้อจำกัดมากกว่า ดังนั้น จึงไม่อาจแข่งขันและแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดจากผู้ประกอบการที่มีส่วนแบ่งตลาดสูงและมีฐานลูกค้าเดิมเป็นทุนอยู่แล้วได้ ยิ่งทำให้การแข่งขันกระจุกตัวในกลุ่มผู้ให้บริการที่เป็นเอกชนรายใหญ่ 3 รายเป็นหลัก (บทบาทของรัฐวิสาหกิจ 2 รายในตลาดกิจการโทรคมนาคมจะได้กล่าวถึงไว้ในส่วนท้ายของรายงานต่อไป)

1.2) การพัฒนาตลาดของผู้เช่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบโครงข่ายเสมือนจริง (MVNOs)

ปัญหาและอุปสรรคในการแข่งขันของตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่สำคัญอีกประการหนึ่งอยู่ที่กลุ่มที่สอง ผู้ที่เช่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบโครงข่ายเสมือนจริง หรือ Mobile Virtual Network Operators (MVNOs) ที่เป็นผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ไม่มีโครงข่ายสำหรับให้บริการกับลูกค้าเป็นของตัวเอง แต่เปรียบเสมือนว่าเป็นผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่รายหนึ่ง โดยผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบเสมือนนี้ จะมีขีดความสามารถในการให้บริการได้ในระดับหนึ่ง จากการเช่าเครือข่ายของผู้ประกอบการที่เป็นผู้ให้บริการเครือข่ายอีกทีหนึ่ง ประโยชน์ของการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่จากบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบโครงข่ายเสมือนจริง

⁴ประกาศคณะกรรมการ กิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติเรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่สำหรับกิจการโทรคมนาคมเคลื่อนที่สากล (International Mobile Telecommunications – IMT) ย่าน 2.1 GHz พ.ศ. 2555. ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่ม 129 ตอนพิเศษ 130 ง หน้า 53). มีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 27 ส.ค. พ.ศ.2555.



คือการลดต้นทุนการดำเนินงานของผู้ให้บริการในระบบเดิม เช่น ค่าการจัดการส่วนของระบบเก็บเงิน (Billing) ค่าใช้จ่ายในการขาย การทำการตลาด รวมถึงค่าใช้จ่ายในส่วนของการให้บริการลูกค้า ค่าใช้จ่ายเหล่านี้ ทำให้รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่อเลขหมาย (Average Revenue Per User : ARPU) ลดลงอย่างต่อเนื่อง แม้ว่าการเจริญเติบโตของยอดผู้ใช้จะเพิ่มขึ้นก็ตาม

แต่ทั้งนี้อุปสรรคสำคัญของการพัฒนาบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบโครงข่ายเสมือนจริง อาจเกิดจากการตีความมาตรา 46 ในพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 ที่ระบุไว้ ดังนี้

“มาตรา ๔๖ ใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่เพื่อกิจการโทรคมนาคมเป็นสิทธิเฉพาะตัวของผู้ได้รับใบอนุญาต จะโอนแก่กันมิได้ ผู้ได้รับใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่เพื่อกิจการโทรคมนาคม ต้องประกอบกิจการด้วยตนเอง จะมอบการบริหารจัดการทั้งหมดหรือบางส่วนหรือยินยอมให้บุคคลอื่นเป็นผู้มีอำนาจประกอบกิจการแทนมิได้”

ดังนั้น การเช่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบโครงข่ายเสมือนจริง หากตีความตามมาตรา 46 จะทำให้เป็นอุปสรรคสำคัญสำหรับการเข้าตลาดของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่รายเล็กได้

นอกจากนั้น การที่ผู้ให้บริการ MVNOs สามารถทำตลาดในตราสินค้า (Brand) ของตนเอง และสามารถให้บริการได้ทั้งในรูปแบบของเสียงและข้อมูล ซึ่งข้อดีคือลูกค้า (Subscriber) ไม่จำเป็นต้องสนใจและรับรู้ว่าเป็นผู้ให้บริการเครือข่าย เพราะลูกค้าจะรู้เพียงว่ากำลังได้รับบริการจากตราสินค้าของผู้ให้บริการ MVNOs รายนั้นเท่านั้นและ MVNOs จะสามารถเข้ามาช่วยให้ผู้ให้บริการเครือข่ายเข้าถึงลูกค้าเป้าหมายได้ด้วยการตอบสนองความต้องการแบบเฉพาะของกลุ่มลูกค้าได้ดีกว่า โดยปกติแล้วผู้ให้บริการเครือข่ายอาจไม่สามารถเข้าถึงความต้องการเฉพาะของลูกค้าเฉพาะนั้นได้เลย

แต่ทั้งนี้ ความสำเร็จของผู้ประกอบการบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบโครงข่ายเสมือนจริง (MVNOs) คือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าและสร้างความแตกต่างได้ ซึ่งเป็นเรื่องพัฒนาโอกาสทางธุรกิจ เพื่อสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ของตนเองและสามารถชี้ให้เห็นถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ของตนเองได้มากกว่าที่จะไปซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการรายอื่นแล้วนำมาขายต่อจะทำให้การแข่งขันเป็นมิติเดียวของราคาเท่านั้นไม่ได้ประโยชน์เชิงมิติของมูลค่าที่ลูกค้าได้รับ ดังนั้น ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบโครงข่ายเสมือนจริง จึงต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาธุรกิจ และควรเป็นข้อพิจารณาถึงคุณสมบัติของผู้ที่จะเข้ามาเป็นผู้ประกอบการรายใหม่ในตลาดด้วย



มติที่ 2 การจัดสรรทรัพยากรที่มีจำกัด (Scarce Resources) เช่น คลื่นความถี่หรือ เลขหมายโทรศัพท์ ฯลฯ

2.1) ความล่าช้าของกระบวนการในการขอจัดสรรเลขหมายโทรคมนาคม

ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับขั้นตอนการขอจัดสรรเลขหมายโทรคมนาคมที่เกี่ยวข้องกับประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์การจัดสรรและบริหารเลขหมายโทรคมนาคม พ.ศ. 2551 แม้ว่าเลขหมายโทรศัพท์จะไม่ใช้ทรัพยากรที่ใช้แล้วหมดไป แต่เนื่องจากกระบวนการในการขอจัดสรรเลขหมายตั้งแต่การรับเรื่องจากผู้ประกอบการเพื่อขอเลขหมายจนถึงขั้นตอนการเสนอเข้าสู่คณะกรรมการของ กสทช. เพื่อพิจารณาจัดสรรเลขหมายใช้ระยะเวลาเกินกว่า 2 เดือนเป็นอุปสรรคต่อการวางแผนทางธุรกิจ ประกอบกับในปัจจุบันพฤติกรรมการใช้เลขหมายของผู้รับบริการได้เปลี่ยนไปจากเดิมมาก และมีรูปแบบที่เฉพาะเจาะจงมากขึ้น เช่น การใช้หลายเลขหมายพร้อมกันของผู้รับบริการแต่ละราย การเลือกเลขหมายที่ต้องการ (ไม่ใช่เฉพาะความต้องการเลขสวย แต่ปัจจุบันมีการใช้เลขหมายโทรศัพท์เพื่อเสริมดวงชะตา ทำให้มีความต้องการที่หลากหลายมากขึ้น) เป็นต้น กระบวนการที่ล่าช้าและความไม่ชัดเจนในการจัดสรรเลขหมายตามที่คุณประกอบการกิจการร้องขอ ทำให้เป็นปัญหาอุปสรรคในการดำเนินกิจการของผู้ประกอบการ และให้บริการแก่ผู้รับบริการ

2.2) ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติตามประกาศเรื่องการไม่ให้มีวันหมดอายุ สำหรับหมายเลขโทรศัพท์ประเภทบัตรเติมเงิน

ตามประกาศคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่องมาตรฐานของสัญญาให้บริการโทรคมนาคม พ.ศ. 2551 ในการที่ผู้ประกอบการต้องจัดให้ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในลักษณะที่เรียกเก็บค่าบริการเป็นการล่วงหน้า (pre-paid) หรือแบบเติมเงินตั้งแต่วันที่ 25 มกราคม 2556 เป็นต้นไปจะได้รับระยะเวลาใช้งานจำนวน 30 วันต่อการเติมเงินทุกมูลค่าและนับระยะเวลาการใช้งานที่ผู้ให้บริการได้รับ รวมกับระยะเวลาที่เหลืออยู่รวมระยะเวลาสูงสุด 365 วัน และมีเงื่อนไขในการรักษาหมายเลขโทรศัพท์สำหรับเงื่อนไขอื่น ๆ ในการรักษาหมายเลขโทรศัพท์นั้น ทั้งนี้ การปฏิบัติตามประกาศดังกล่าว ผู้ประกอบการจะต้องประสบปัญหาขาดแคลนเลขหมายที่จะนำมาให้บริการ เนื่องจากในภาพรวมของธุรกิจโทรคมนาคม คาดว่ามีหมายเลขโทรศัพท์ที่ผู้ให้บริการไม่ได้ให้บริการใดๆ ประมาณวันละ 100,000 เลขหมาย หรือ ประมาณปีละ 36.5 ล้านหมายเลข ดังนั้น จึงอาจทำให้ต้องมีการพิจารณาจัดสรรเลขหมายเพิ่มเติมให้แก่ผู้ประกอบการด้วย

2.3) การจัดสรรคลื่นความถี่ที่ครบอายุสัมปทานยังขาดความชัดเจน

จากกรณีที่สัญญาสัมปทานคลื่นความถี่ 1.8 GHz ที่ CAT ให้กับ TRUE Move (บริษัทในกลุ่ม บริษัท ทูร์คอร์ปอเรชั่น จำกัด(มหาชน) (TRUE)) และ DPC (บริษัทในเครือ บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด(มหาชน) (ADVANC)) ได้สิ้นสุดลงในวันที่ 15 กันยายน พ.ศ. 2556 ตาม พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจาย



เสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และจะต้องส่งคืนคลื่นความถี่ให้กับ
สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ
(กสทช.) นำไปจัดประมูลใหม่ ซึ่งอาจทำให้ลูกค้าของ True Move จำนวน 17 ล้านรายและลูกค้า
ดิจิทัลโฟนอีกราว 80,000 รายได้รับผลกระทบ ซึ่ง กสทช. ต้องวางแผนในการดูแลลูกค้าในกลุ่มนี้
และเร่งกำหนดหลักเกณฑ์ด้วยวิธีการประมูลตามกฎหมายที่กำหนดไว้ หลังสิ้นสุดสัญญาสัมปทานใน
วันที่ 15 กันยายน พ.ศ. 2556 เพื่อให้ กสทช. จัดสรรคืนความถี่ดังกล่าวใหม่ มิฉะนั้นจะทำให้เกิด
ความเสียง และการประมูลคืนความถี่จะล่าช้าออกไปด้วย ซึ่งสุดท้ายแล้วประชาชนก็จะกลายเป็น
ผู้เสียผลประโยชน์

นอกจากนั้น ยังมีคลื่นความถี่ที่ได้รับจัดสรรไปแต่ไม่ได้ใช้ประโยชน์ เช่น คลื่น 2.3
GHz ที่มีอยู่มีการใช้งานไม่เต็มประสิทธิภาพ คลื่น 1.8 GHz ที่ CAT จัดสรรให้ DTAC หรือคลื่น 2.6
GHz ใช้ได้ทั้งการกระจายเสียง (Broadcast) และโทรคมนาคม ก็ยังไม่ได้ใช้อย่างเต็มประสิทธิภาพ
ซึ่งสำหรับคลื่น 1.8 GHz ที่ DTAC ได้รับสัมปทานคลื่น 1.8 GHz จาก CAT จำนวน 25 MHz ที่
DTAC ยังไม่ได้ใช้งาน ซึ่งต้องมีความชัดเจนว่าจะคืนกลับไป กสทช. เพื่อการจัดสรรใหม่ หรือจะให้
CAT มีสิทธิครอบครองไปก่อนเนื่องจากคลื่นความถี่ย่านนี้สิ้นสุดสัมปทานปี พ.ศ. 2561 ซึ่งใน
ประเด็นนี้ กสทช. ต้องเร่งสร้างความชัดเจนเพื่อมิให้เกิดความสูญเปล่าจากการที่ไม่ได้ใช้ทรัพยากรที่
มีอยู่อย่างจำกัด เนื่องจากการได้รับจัดสรรคืนความถี่ไปแล้วแต่ไม่สามารถใช้คลื่นความถี่นั้นได้หรือ
ใช้คลื่นความถี่ไม่เต็มที่ทั้งหมด ถือเป็น การตัดโอกาสผู้ให้บริการรายอื่นที่จะสามารถนำไปใช้
ประโยชน์ได้

2.4) ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับที่ปักเสา และการพาดสาย

แม้ว่าที่ปักเสาและการพาดสายจะเป็นเรื่องที่มีได้กล่าวถึงกันมานาน แต่จัดเป็น
ทรัพยากรที่มีอยู่จำกัด และมีปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันจากการใช้ทรัพยากรที่มี
อยู่จำกัดทั้งสองประเภท ดังนี้

2.4.1) ที่ปักเสา

ประเด็นเรื่องการใช้ทรัพยากรร่วมกันเพื่อขยายพื้นที่ให้บริการยังไม่ได้รับ
การผลักดันเท่าที่ควร ทำให้ผู้ประกอบการแต่ละรายจะต้องขยายโครงข่ายและจัดหาพื้นที่ปักเสา
ของตนเอง แต่ทั้งนี้ ประเด็นปัญหาของการจัดหาพื้นที่ปักเสาจะเกิดขึ้นจากการใช้ที่ดินในพื้นที่
ส.ป.ก. ของสำนักงานปฏิรูปที่ดิน แม้ว่าจะได้รับหนังสือยินยอมจากเกษตรกรผู้ได้รับการจัดที่ดินโดย
ไม่ต้องสละสิทธิ แต่ด้วยเงื่อนไขของการใช้พื้นที่ ส.ป.ก. มีข้อจำกัดที่กำหนดใช้ได้ไม่เกิน 50 ไร่ต่อ
หนึ่งผู้ประกอบการ ในขณะที่การปักเสา 1 แห่งจะต้องใช้พื้นที่ประมาณ 200 ตารางวา ซึ่งใน
อนาคตจะเป็นปัญหาที่ไม่สามารถจัดหาพื้นที่ได้เพียงพอ ซึ่งในประเด็นดังกล่าว มีการกล่าวถึงความ
เป็นไปได้ของการใช้ประโยชน์จากที่ดินของรัฐ เช่น ที่ราชพัสดุ เพื่อเป็นพื้นที่สำหรับการปักเสา และ
ใช้ทรัพยากรร่วมกัน (ความเห็นจากการสนทนากลุ่มเฉพาะครั้งที่ 2)



เรื่องการใช้โครงสร้างพื้นฐานในกิจการโทรคมนาคมร่วมกันหรือ Infrastructure Sharing เป็นประเด็นที่มีการกล่าวถึงอยู่บ่อยครั้งในช่วงเวลาที่ผ่านมา หลักการ Infrastructure Sharing คือการใช้โครงสร้างพื้นฐานด้านโทรคมนาคมร่วมกัน เพื่อจุดประสงค์ในการลดต้นทุนในการดำเนินธุรกิจและลดความซ้ำซ้อนในการสร้างโครงข่ายใหม่อันเป็นทรัพยากรด้านโทรคมนาคม ทั้งยังเป็นการประหยัดพื้นที่ในการตั้งเสาโทรคมนาคมใหม่ ที่สำคัญกว่านั้น Infrastructure Sharing ยังมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการขยายโครงข่ายการให้บริการที่สามารถช่วยย่นระยะเวลาในการ Roll out Network ของผู้ให้บริการได้ ทำให้บรรดาผู้ให้บริการไม่ต้องให้นำหน้ากับการสร้างโครงสร้างพื้นฐาน แต่สามารถมุ่งเน้นในด้านอื่นๆ ได้มากกว่า เช่น คุณภาพการให้บริการ การทำการตลาด อีกทั้งไม่ต้องกังวลใจต่อการลงทุนด้านการบำรุงรักษาโครงข่ายอีกด้วย ผลดีดังกล่าวจะส่งผลต่อเนื่องไปยังผู้บริโภคเพราะเมื่อผู้ประกอบการมีค่าใช้จ่ายในการลงทุนที่ไม่สูง ผู้บริโภคย่อมจะได้รับบริการในราคาที่เป็นการสมควร

หลักการใช้โครงสร้างพื้นฐานโทรคมนาคมร่วมกันนี้เป็นหลักการที่ได้รับการยอมรับแพร่หลายในประเทศต่างๆ ที่มีพัฒนาการทางด้านโทรคมนาคมแล้ว เช่น สหรัฐอเมริกา เปรโตริโก จีน และอิตาลี เป็นต้นสำหรับประเทศไทย กสทช. ได้ออกประกาศ เรื่อง การใช้โครงสร้างพื้นฐานโทรคมนาคมร่วมกันสำหรับโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ พ.ศ. 2556 ซึ่งมีผลบังคับใช้ไปแล้วตั้งแต่วันที่ 24 เมษายน พ.ศ.2556 ต่อมา CAT ได้มีการฟ้องคดีต่อศาลปกครองกลางเพื่อขอให้เพิกถอนประกาศดังกล่าว ซึ่งขณะนี้คดีอยู่ในระหว่างการพิจารณาของศาลปกครองกลาง

แต่ทั้งนี้ ประกาศ กสทช. เรื่อง Infrastructure Sharing ดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมให้เกิดการใช้ทรัพยากรในกิจการโทรคมนาคมร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ และสนับสนุนให้เกิดการแข่งขันเพื่อให้ผู้รับบริการได้รับบริการที่มีคุณภาพ โดยสาระสำคัญอยู่ที่ผู้รับใบอนุญาตทุกรายมีหน้าที่ต้องเปิดกว้างให้ผู้รับใบอนุญาตรายอื่นใช้โครงสร้างพื้นฐานโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ร่วมกันด้วยการจัดทำข้อเสนอการใช้โครงสร้างพื้นฐานที่ต้องไม่มีเงื่อนไขอันเป็นการเลือกปฏิบัติ แบ่งแยกหรือกีดกัน และต้องไม่มีเงื่อนไขที่ทำให้ผู้ให้บริการเสียประโยชน์ อีกทั้งต้องมีการกำหนดค่าตอบแทนที่เป็นธรรม สมเหตุสมผล หรือไม่เลือกปฏิบัติ และห้ามปฏิเสธไม่ให้ใช้โดยไม่มีเหตุผลอันสมควรหรือกำหนดเงื่อนไขอันเป็นการกีดกันการใช้ส่วนค่าตอบแทนในการใช้ เป็นไปตามข้อตกลงระหว่างผู้รับใบอนุญาต แต่ในกรณีที่มีข้อพิพาทเกิดขึ้นคู่กรณีมีสิทธิร้องขอให้ กสทช. วินิจฉัยชี้ขาดได้

นอกจากนี้ประกาศฯ ยังได้กำหนดโครงสร้างพื้นฐานโทรคมนาคมสำหรับโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ต้องมีการใช้ร่วมกัน อันได้แก่ ระบบสายอากาศ สายนำสัญญาณ เสาที่ใช้ติดตั้งสายอากาศ อาคารสิ่งปลูกสร้าง พื้นที่ตั้งสถานีฐาน ระบบสื่อสารสัญญาณเชื่อมโยงไปยัง RNC หรือ BSC ทั้งนี้เพื่อเป็นการป้องกันการตีความที่แตกต่างกันว่าสิ่งใดบ้างคือโครงสร้างพื้นฐานโทรคมนาคมสำหรับโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ต้องมีการใช้ร่วมกัน



ทั้งนี้ ความเห็นจากการสนทนากลุ่มเฉพาะครั้งที่ 2 ซึ่งถึงความจำเป็นที่จะต้องมีความชัดเจนในแนวทางการปฏิบัติของการใช้โครงสร้างพื้นฐานร่วมกันต้องมีการกำหนดไว้อย่างชัดเจนเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและความเป็นธรรมมากที่สุด อันที่จริง Infrastructure sharing and Tower Company ควรแยกออกจากกันโดยมองว่าภาคเอกชนสามารถลงทุนในส่วนของ Tower Company หรืออุปกรณ์อื่นๆได้เอง ซึ่งสามารถทำได้ในรูปแบบที่แตกต่างกัน โดยการเอาทรัพย์สินมาจัดตั้งหรือสร้างขึ้นใหม่ก็ตาม มีความคิดเห็นที่ไม่จำเป็นต้องเป็นหน่วยงานของรัฐทำก็ได้ แต่อยู่ที่ Scale เล็ก หรือ Scale ใหญ่หรือให้ความสนใจเฉพาะในแต่ละพื้นที่ที่ตั้นั้นทั้งภาครัฐและภาคเอกชนควรหันหน้ากันมาปรึกษากัน เพื่อให้สามารถดำเนินการได้อย่างราบรื่น

2.4.2) การพาดสาย

ปัจจุบันมีประเด็นเรื่องการลากสายหรือลากสายเคเบิล (cable) ส่วนหนึ่งจะขอลากสายพาดจากหน่วยงานการไฟฟ้าทั้งสามแห่ง โดยจะมีประเด็นเรื่องการพาดสายก่อนการได้รับอนุญาตหรือไม่ได้รับอนุญาต โดยเฉพาะโทรศัพท์ประจำที่ อินเทอร์เน็ต ให้บริการตามมาตรฐาน โดยเป็นปัญหาเกี่ยวกับหน่วยงานการไฟฟ้า และเกิดความขัดแย้งกับผู้ประกอบกิจการโทรคมนาคมจากข้อกล่าวหาว่าผู้ประกอบกิจการโทรคมนาคมไม่ได้คำนึงมาตรฐานของเสา มุงขยายธุรกิจเป็นภาระให้แก่การไฟฟ้า ซึ่งบ่อยครั้งที่มีการตำหนิว่าละเลยไม่ดูแลความเรียบร้อยของสาย ทั้งที่จริงๆ แล้วเป็นทรัพย์สินของผู้ประกอบกิจการโทรคมนาคม ไม่ใช่ของการไฟฟ้าและตามกฎหมายกำหนดให้การที่ผู้ประกอบกิจการจะพาดสายต้องได้รับอนุญาตจาก กสทช. จากกระบวนการขออนุญาตที่มีระยะเวลาพอสมควร ประกอบกับระยะเวลาในการขออนุญาตของการไฟฟ้าก่อน ดังนั้นสถิติขั้นตอนตามมาตรฐานประมาณ 60 วัน จึงเป็นปัญหาของผู้ประกอบกิจการ (Operator) และบ่อยครั้งเกิดการละเมิดขึ้น ทำให้ต้องเสียค่าปรับสินไหม

นอกจากนั้น ยังมีประเด็นเรื่องการขออนุญาตพาดสายที่เกินความจำเป็นเช่น ต้องการใช้สายขนาด 4 cores แต่พาด 24 cores หากมีการแบ่งปันกันใช้ เสาที่มีอยู่จะเพียงพอสำหรับการพาดสาย แต่ที่เป็นปัญหาทุกวันนี้ เพราะมีการพาดกันทุกรายและไม่ใช้ร่วมกัน ประกอบกับมีสายเคเบิลที่เลิกใช้แล้ว แต่ผู้ประกอบกิจการไม่ได้รื้อออก จึงดูเหมือนเป็นปัญหาว่าเสาไม่เพียงพอสำหรับการพาดสาย

2.5) ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับบริการคงสิทธิเลขหมาย หรือ Mobile Number Portability (MNP)

การที่ลูกค้าผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ประกอบการโทรศัพท์เคลื่อนที่รายหนึ่งสามารถย้ายไปใช้บริการหรือย้ายไปเป็นลูกค้าของผู้ประกอบการโทรศัพท์เคลื่อนที่อีกรายหนึ่งได้โดยที่ยังคงใช้หมายเลขโทรศัพท์เดิมของตน ไม่จำเป็นต้องเปลี่ยนหมายเลขโทรศัพท์เคลื่อนที่ใหม่ ทั้งนี้โดยผ่านศูนย์ระบบสารสนเทศและฐานข้อมูลกลางของบริษัทที่เกิดจากการร่วมลงทุนกันของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่รายใหญ่ทั้ง 5 ราย อันได้แก่ TOT CAT TRUE MOVE AIS และ DTAC ภายใต้ชื่อ “บริษัทศูนย์ให้บริการคงสิทธิเลขหมายโทรศัพท์ จำกัด” หรือเคลียริงเฮาส์



(Clearing House) โดยมีประกาศ กทช. เรื่อง หลักเกณฑ์การคงสิทธิเลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ฉบับลงวันที่ 28 กรกฎาคม พ.ศ. 2552 (แก้ไขเพิ่มเติม ฉบับที่ 2 ลงวันที่ 1 ธันวาคม พ.ศ. 2553) ปัญหาที่พบในประเด็นนี้ ได้แก่

2.5.1) ปัญหาความล่าช้าของระยะเวลาในการดำเนินการ

โดยเฉพาะความล่าช้าที่เกิดในด้านของผู้ให้บริการเดิม ซึ่งตามประกาศ กทช. ฉบับนี้ ในข้อ 11 ได้กำหนดไว้อย่างชัดเจนว่า การโอนย้ายผู้ให้บริการต้องดำเนินการให้แล้วเสร็จภายใน 3 วันทำการนับแต่วันที่ผู้ใช้บริการยื่นคำขอ แต่ในความเป็นจริง การดำเนินการโอนย้ายของผู้ให้บริการเดิมมักไม่เป็นไปตามเวลาที่ประกาศ กทช. กำหนดไว้ โดยเฉพาะในกรณีที่ผู้ใช้บริการมีการใช้เลขหมายมากกว่า 1 เลขหมายในชื่อของผู้ใช้บริการรายเดียวกัน ผู้ให้บริการเดิมจะมีความพยายามที่จะรักษาผู้ใช้บริการไว้ โดยอาจใช้วิธีการลดค่าบริการหรือให้สิทธิพิเศษต่างๆ มาจูงใจให้เป็นลูกค้าต่อไป หรืออาจใช้ข้ออ้างว่า ยังไม่ส่งข้อมูลให้ผู้ให้บริการใหม่ หรือมีข้อมูลของผู้ใช้บริการไม่ถูกต้อง ทำให้ระยะเวลาการขอโอนย้ายลูกค้าเนิ่นนานกว่าที่กำหนดไว้

2.5.2) ปัญหาที่เกี่ยวกับประสิทธิภาพของระบบ MNP

จากการที่จำนวนเลขหมายที่ทำการโอนย้ายได้จริงในแต่ละวันที่ยังเป็นจำนวนน้อย ซึ่งในความเป็นจริงแล้ว โดยสำหรับประสิทธิภาพระบบ MNP ในปัจจุบันสามารถรองรับได้ถึง 40,000 เลขหมายต่อวัน แต่มีการใช้งานจริงอยู่ราว 20,000 เลขหมายต่อวันโดยสถานะล่าสุดในเดือนเมษายน พ.ศ.2556 การโอนย้ายเลขหมายอยู่ที่ 80,000 เลขหมาย ที่มีการโอนย้ายมากที่สุดคือ โอนจาก TRUE ไป TRUE MOVE H รองลงมา AIS และหลังจากผู้ให้บริการทุกรายเปิดให้บริการ 3G ครบหมดแล้ว ความต้องการโอนย้ายระบบมากขึ้น ดังนั้น การขยายประสิทธิภาพของระบบเพื่อรองรับความต้องการในการใช้บริการจึงต้องเร่งให้เกิดขึ้น

2.5.3) การคิดค่าธรรมเนียมบริการคงสิทธิเลขหมาย

จากเดิมที่มีการกำหนดอัตราค่าบริการคงสิทธิเลขหมาย 99 บาทต่อเลขหมาย แต่จากที่ประชุมคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคม (กทค.) มีมติในการประชุมครั้งที่ 19/2556 เมื่อวันที่ 21 พฤษภาคม พ.ศ.2556 ที่ผ่านมา กำหนดให้ค่าธรรมเนียมการโอนย้ายผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตอัตราไม่เกิน 29 บาทต่อเลขหมาย โดยราคานี้ให้รวมภาษีมูลค่าเพิ่มด้วยแล้ว ซึ่งได้มีมติให้ผู้ให้บริการดำเนินการให้มีผลตั้งแต่ 1 กรกฎาคม เป็นต้นไปนั้น เป็นแนวโน้มที่ดีของการเพิ่มคุณภาพของบริการในอัตราค่าบริการที่ถูกลง แต่ทั้งนี้คงต้องเร่งในเรื่องของการเพิ่มประสิทธิภาพของระบบ และประชาสัมพันธ์ถึงการรับรู้สิทธิของผู้ใช้บริการต่อเนื่องไป

2.5.4) ปัญหาการรับรู้สิทธิในการโอนย้ายผู้ให้บริการโดยคงเลขหมายเดิม

การสำรวจผู้ให้บริการด้วยแบบสอบถาม พบว่ามีผู้ให้บริการจำนวนมาก ที่ไม่ทราบว่า ตัวเองมีสิทธิในการย้ายค่ายผู้ให้บริการ และยังสามารถคงหมายเลขโทรศัพท์เดิมไว้ได้ (ร้อยละ 54.4) ซึ่งจากการสำรวจพบว่าผู้ที่ใช้บริการย้ายค่ายผู้ให้บริการและคงหมายเลขโทรศัพท์เดิมใช้ระยะเวลาในการดำเนินการจนแล้วเสร็จภายใน 1 สัปดาห์เป็นส่วนมาก ยกเว้นกรณีที่มีข้อ



ติดขัดบางประการที่ไม่เป็นไปตามระยะเวลาดังกล่าว (รายละเอียดผลการสำรวจแสดงในภาคผนวก 5.3: ตาราง 13)

กล่าวโดยสรุป ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับบริการคงสิทธิเลขหมายเป็นปัญหาอุปสรรคต่อการแข่งขันจากการที่เป็นปัจจัยที่ลดทอนโอกาสของผู้ใช้บริการในการเข้าถึงบริการของผู้ประกอบการรายอื่น ซึ่งหากสามารถลดอุปสรรคดังกล่าวลงได้ จะทำให้การแข่งขันระหว่างผู้ให้บริการจะเพิ่มสูงขึ้น

มิติที่ 3 การเชื่อมต่อโครงข่ายระหว่างกัน (Interconnection)

แต่เดิมปัญหาการเชื่อมต่อโครงข่ายระหว่างกันในตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่มักเกิดขึ้นจากการที่ กทข. กำหนดอัตราค่าธรรมเนียมการเชื่อมต่อของผู้ประกอบการและทำให้เกิดปัญหาขึ้นในกรณีที่ไม่สามารถตกลงกันได้ จนกระทั่ง เดือนมีนาคม พ.ศ.2553 กทข. จึงมีคำสั่งให้เก็บค่าธรรมเนียมการเชื่อมต่อที่อัตรา 50 สตางค์ต่อนาที ซึ่งทำให้ปัญหานี้ได้รับการบรรเทาลง แต่ทั้งนี้ อัตราที่จัดเก็บในปัจจุบันยังมีความเห็นจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการบางรายว่าเป็นอัตราที่สูง และไม่สะท้อนต้นทุนที่แท้จริงของผู้ประกอบการแต่ละราย ซึ่งความเห็นจากผู้ประกอบการบางรายว่า การที่ กทข. กำหนดอัตราค่าเชื่อมต่อโครงข่ายโดยไม่สะท้อนต้นทุนที่แท้จริงของผู้ประกอบการ อาจเป็นการเอื้อประโยชน์ให้แก่ผู้ประกอบการบางรายโดยเฉพาะผู้ประกอบการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีฐานลูกค้ามาก และทำให้ผู้บริโภคต้องเสียค่าบริการสูง

การดำเนินการเพื่อบรรเทาปัญหาดังกล่าว คณะกรรมการ กทข. มีมติเห็นชอบกับคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคม (กทค.) เรื่อง อัตราค่าตอบแทนการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคมชั่วคราวในอัตรา 45 สตางค์ต่อนาที ระหว่างการโทรเข้า รับสาย และโทรออก ทั้งระหว่างเครือข่าย และการโทรในเครือข่ายเดียวกัน จากเดิมที่มีการกำหนดอยู่ที่ 1.07 บาทต่อนาที แก่ผู้ประกอบการโทรศัพท์เคลื่อนที่ย่าน 2.1 GHz หรือใบอนุญาต 3G ได้แก่ บริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวอร์ค จำกัด บริษัท ดีแทค เนทเวอร์ค จำกัด และบริษัท เรียลพิวเจอร์ จำกัด ที่เปิดให้บริการ 3G ในช่วงที่ผ่านมา จนกระทั่งเมื่อ วันที่ 12 มีนาคม 2556 ได้มีประกาศคำสั่งคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ที่ 34/2556 เรื่อง อัตราค่าตอบแทนการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคมชั่วคราวสำหรับผู้รับใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่สำหรับกิจการโทรคมนาคมเคลื่อนที่สากล (International Mobile Telecommunications – IMT) ย่าน 2.1 GHz โดยมีการกำหนดอัตราค่าตอบแทนการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคมชั่วคราวสำหรับบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้รับใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่สำหรับกิจการโทรคมนาคมเคลื่อนที่สากล (International Mobile Telecommunications: IMT) ย่าน 2.1 GHz มีดังนี้

- (1) บริการ Call Origination อัตรานาทีละ 0.45 บาท (สี่สิบบห้าสตางค์)
- (2) บริการ Call Termination อัตรานาทีละ 0.45 บาท (สี่สิบบห้าสตางค์)
- (3) บริการ Call Transit อัตรานาทีละ 0.06 บาท (หกสตางค์)



และกำหนดให้ใช้อัตราค่าตอบแทนการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคมชั่วคราวดังกล่าวเป็นระยะเวลา 1 ปี หรือจนกว่าจะมีคำสั่งเปลี่ยนแปลง ซึ่งเมื่อครบกำหนดระยะเวลาแล้ว คณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมควรดำเนินการประเมินผล เพื่อกำหนดอัตราที่เหมาะสมและสะท้อนต้นทุนที่แท้จริงของผู้ประกอบการ เพื่อสนับสนุนให้เกิดการแข่งขันในตลาดอย่างเป็นธรรมต่อไป

มติที่ 4 อัตราค่าบริการ (Tariff Regulation)

4.1) การกำหนดอัตราค่าบริการขั้นสูงเป็นอุปสรรคต่อการลงทุนเพื่อพัฒนาธุรกิจ ในอนาคต

รายงานอัตราค่าบริการโทรคมนาคมที่จัดทำโดยสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติเป็นประจำทุกปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2551 เป็นต้นมา สำหรับรายงานประจำไตรมาสที่ 1/2555 สะท้อนให้เห็นว่า ภาพรวมของผู้ประกอบการโทรคมนาคมมีระดับการแข่งขันการให้บริการที่เพิ่มสูงขึ้น โดยเฉพาะในบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีการนำเสนออัตราค่าบริการที่มีใช้ประเภทเสียง (non-voice service) ลดลงสูงสุดถึง ร้อยละ 25 (จากปี พ.ศ.2554 ราคาบริการ MMS ข้อความละ 1.57 บาท มาเป็นข้อความละ 1.18 บาทในไตรมาสนี้) ในขณะที่อัตราค่าบริการด้านเสียงลดลงเพียงเล็กน้อย (อัตราค่าบริการเฉลี่ยนาทีละ 0.60 บาทในไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ.2555) โดยบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีการนำเสนออัตราค่าบริการสำหรับบริการ non-voice service ด้านข้อมูลที่ลดลงมากนั้นเป็นผลจากการทำการตลาดกับผู้ใช้บริการสมาร์ทโฟนที่เน้นการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตและรับส่งข้อมูลเป็นส่วนใหญ่ทำให้บริการด้านข้อมูลเป็นแหล่งรายได้ใหม่ที่สำคัญของบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่สำหรับความต้องการใช้บริการโทรศัพท์ประจำที่ยังคงปรับลดลง ทั้งรายรับเฉลี่ยต่อเดือนต่อเลขหมายและจำนวนเลขหมายในการใช้บริการโทรศัพท์ประจำที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งในช่วงที่ผ่านมาผู้ให้บริการโทรศัพท์ประจำที่หันไปให้ความสำคัญกับการส่งเสริมบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแทน โดยเน้นการนำเสนอความเร็วในการรับส่ง ข้อมูลที่เพิ่มสูงขึ้นโดยที่ผู้ใช้บริการยังคงจ่ายค่าบริการรายเดือนเท่าเดิม เมื่อพิจารณาอัตราค่าบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในไตรมาสนี้ เท่ากับ 0.73 บาทต่อ Kbps ซึ่งลดลงจากไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ. 2553 ประมาณร้อยละ 18 และสำหรับบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศนั้นผู้ให้บริการยังคงลดอัตราค่าบริการลงอย่างต่อเนื่อง สำหรับประเทศที่มีปริมาณการใช้งานสูง ในแถบทวีปเอเชียและทวีปอเมริกาเหนือเน้นการปรับลดราคาการโทรทางไกลระหว่างประเทศผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตมากขึ้น โดยคาดว่า ระดับการแข่งขันของบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศที่เพิ่มขึ้นจะทำให้ผู้ให้บริการนำเสนออัตราค่าบริการที่ลดลงและขยายจำนวนประเทศในการให้บริการที่มากขึ้น เพื่อกระตุ้นปริมาณการใช้งานและรักษาลูกค้า

เมื่อพิจารณาภาพรวมของอัตราค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่สำหรับบริการ Voice โดยเฉลี่ย พบว่า มีแนวโน้มของค่าบริการค่อนข้างทรงตัว ในไตรมาส 1/2555 ค่าบริการลดลงเพียงเล็กน้อย ซึ่งมีค่าบริการเฉลี่ยอยู่ที่ 0.60 บาทต่อนาที ซึ่งใกล้เคียงกับไตรมาสที่แล้ว โดยมี AIS เป็น



ผู้ให้บริการที่นำเสนอค่าบริการเฉลี่ยต่ำสุด ขณะที่ TRUE MOVE เป็นผู้ให้บริการที่มีค่าบริการสูงที่สุด 0.71 บาทต่อนาที รองลงมาเป็น DTAC ทั้งนี้ ประกาศ กสทช. เรื่องอัตราขึ้นสูงโทรคมนาคม สำหรับการบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภทเสียงภายในประเทศ พ.ศ. 2555 ซึ่งมีผลใช้ตั้งแต่วันที่ 4 เมษายน พ.ศ.2555 อันเป็นการกำกับการดูแลอัตราค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ภายในประเทศของผู้ประกอบการที่เป็นผู้นำตลาด SMP ให้ไม่เกิน 99 สตางค์ต่อนาที ซึ่งผู้ประกอบการทุกรายจะมีระดับค่าบริการเฉลี่ยที่ไม่สูงกว่า แต่รายการส่งเสริมการขายและรูปแบบการให้บริการที่เริ่มมีลักษณะของการขายพ่วงกับสินค้าหรือบริการอื่นเริ่มมีให้เห็นมากขึ้น ซึ่งปัญหาและอุปสรรคในเรื่องของอัตราค่าธรรมเนียมจะเป็นส่วนของการเสริมที่จะส่งผลกระทบต่อผู้บริโภคมากขึ้น ตัวอย่างปัญหาที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภค อาทิ การคิดค่าบริการโอนย้ายค่ายมือถือ หรือบริการคงสิทธิเลขหมาย (Mobile Number Portability-MNP) และปัญหาร้องเรียนกรณีการนำโทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภทสมาร์ทโฟนไปใช้งานในต่างประเทศ แล้วประสบปัญหาถูกเรียกเก็บค่าบริการเชื่อมต่อโครงข่ายระหว่างประเทศ (International Roaming) ในอัตราที่สูงมาก บางรายสูงถึงหลักแสนบาทโดยส่วนใหญ่เกิดจากการข้อมูลข้ามแดนอัตโนมัติ (Data Roaming)

แต่ทั้งนี้ การกำหนดค่าบริการอัตราขึ้นสูง ทำให้ผู้ประกอบการไม่สามารถที่จะกำหนดอัตราค่าบริการได้เกินกว่าที่กำหนดได้ และยังมีแนวโน้มที่จะแข่งขันกันด้านราคามากขึ้น โดยผู้ที่มีความได้เปรียบทางด้านต้นทุนจะสามารถกำหนดอัตราค่าบริการที่ต่ำกว่าได้ จากความเห็นของผู้ให้บริการที่รวบรวมได้จากการสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่มเฉพาะครั้งที่ 2 เห็นว่า การกำหนดอัตราค่าบริการขึ้นสูงทำให้ผู้ประกอบการกิจการไม่สามารถที่จะกำหนดค่าบริการที่จะรองรับการขยายการลงทุนเพื่อพัฒนารูธุรกิจในอนาคตได้ ซึ่งอาจจะเป็นอุปสรรคต่อการลงทุนเพื่อพัฒนาเทคโนโลยีสำหรับบริการที่ดีขึ้นได้

4.2) ไม่มีการกำหนดอัตราค่าบริการขั้นต่ำ ส่งผลให้ผู้นำตลาดแข่งขันทางด้านราคาอย่างรุนแรงได้

จากการที่ กสทช. กำหนดการกำกับดูแลอัตราค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ภายในประเทศของผู้ประกอบการ SMP ให้ไม่เกิน 99 สตางค์ต่อนาที ซึ่งเป็นการกำกับดูแลอัตราค่าบริการขึ้นสูง และแม้ว่าการกำกับดูแลอัตราค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ภายในประเทศของผู้ประกอบ SMP ด้วยอัตราขึ้นสูงไม่เกิน 99 สตางค์ต่อนาที จะเป็นผลดีต่อผู้บริโภคที่ควบคุมมิให้อัตราค่าบริการสูงเกินไป ซึ่งในปัจจุบันนี้ผู้ประกอบการทุกรายมีค่าบริการเฉลี่ยไม่สูงกว่าอัตราดังกล่าวอยู่แล้ว และมีการใช้ราคาเป็นเครื่องมือในการแข่งขัน ทำให้อัตราค่าบริการมีแนวโน้มปรับตัวลง ซึ่งการกำกับดูแลด้วยอัตราขึ้นสูงเช่นนี้ ไม่สามารถป้องกันปัญหาเรื่องการทุ่มตลาด หรือการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้นทางด้านราคา ซึ่งจะเป็นการลดทอนศักยภาพในการลงทุนในอนาคตของผู้ประกอบการได้ และหากการแข่งขันด้านราคารุนแรงมากขึ้น ซ้ำเติมปัญหาเรื่องความสามารถในการลงทุนในอนาคต ดังนั้น จึงควรมีการกำกับดูแลอัตราค่าบริการขั้นต่ำ หรือการกำกับในเรื่อง



การทุ่มตลาด หรือการแข่งขันทางด้านราคามากเกินไป จนทำให้ลดทอนความสามารถในการลงทุน
ในขนาดของผู้ประกอบกิจการ

มติที่ 5 การกำกับดูแลเพื่อการแข่งขันอย่างเป็นธรรม (Regulation of Anti Competitive Practices)

ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นซึ่งอาจจะนำไปสู่การแข่งขันอย่างไม่เป็นธรรมที่เกิดขึ้นใน
ตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ในมิติของการกำกับดูแลเพื่อการแข่งขันอย่างเป็นธรรมอาจพิจารณา 3
ประเด็นที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

5.1) รูปแบบการส่งเสริมการขายและการให้บริการพ่วงกับสินค้าและบริการอื่น

การที่ กสทช. กำกับดูแลอัตราค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ภายในประเทศของผู้ประกอบการ SMP ให้ไม่เกิน 99 สตางค์ต่อนาที ทำให้โอกาสในการทำกำไรหรือแข่งขันกันด้วย
ราคาอาจมีผลไม่มากนัก เพราะผู้ประกอบการแต่ละรายก็สามารถให้บริการที่ไม่เกินกว่าอัตราขั้น
สูง และพยายามกำหนดอัตราค่าบริการเพื่อชิงความสามารถในการแข่งขันจากต้นทุนที่แตกต่างกัน
อยู่แล้ว แต่รูปแบบบริการที่สะท้อนพฤติกรรมการแข่งขันมากขึ้น คือ รายการส่งเสริมการขายและ
รูปแบบการให้บริการที่มีลักษณะของการขายพ่วงกับสินค้าหรือบริการอื่นเริ่มมีให้เห็นมากขึ้น ซึ่งใน
ส่วนนี้อาจเป็นปัญหาและอุปสรรคที่ส่งผลกระทบต่อการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในตลาดได้ โดยมีผลต่อ
ผู้บริโภคในแง่ที่ผู้ใช้บริการไม่มีทางเลือกในการพิจารณาผู้ประกอบการอื่นของแต่ละบริการโดย
เปรียบเทียบ แต่เป็นการให้ใช้บริการพ่วงไปกับบริการอื่น ซึ่งอาจเป็นลักษณะของการทุ่มหรือแย่งชิง
ตลาดเพียงเพื่อให้ผู้ใช้บริการได้ใช้บริการของตน ส่งผลต่อผู้ประกอบการอื่นที่ไม่ได้มีบริการที่
หลากหลาย หรือมีฐานของบริการที่แตกต่างมีความเสียเปรียบในการแข่งขันได้ รวมถึงผู้กำกับดูแล
จะต้องเพิ่มมิติของการกำกับดูแลที่เป็นลักษณะพ่วงบริการ (Bundle Services) มากขึ้น มิใช่แยก
กำกับดูแลไปตามแต่ละบริการดังเช่นที่เป็นอยู่

5.2) ปัญหาที่เกี่ยวข้องเนื่องจากการลงทะเบียนเลขหมายในรูปแบบเติมเงิน (prepaid)

ตามประกาศคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์การ
จัดสรรและบริหารเลขหมายโทรคมนาคม พ.ศ.2551 ผู้ประกอบกิจการได้ดำเนินการให้มีการ
ลงทะเบียนและจัดเก็บข้อมูลและรายละเอียดเกี่ยวกับผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ Prepaid
โดยเฉพาะเลขบัตรประจำตัวประชาชน จำนวน 13 หลัก ซึ่งในทางปฏิบัติแล้ว กสทช. กำหนดให้การ
ขอใช้บริการเพียงแสดงหลักฐานโดยบัตรประจำตัวประชาชนใบเดียวเท่านั้นในการแสดงตน ณ จุด
ขาย ซึ่งผู้ใช้บริการจะเพียงจัดเก็บเลขที่บัตรประจำตัวประชาชน 13 หลักเพียงอย่างเดียว โดยไม่
ต้องถ่ายเอกสารหรือเก็บสำเนาบัตรประจำตัวประชาชนใดๆทั้งสิ้น เพื่อให้เกิดความสะดวกกับ
ประชาชน นอกจากนั้นการดำเนินการดังกล่าวยังมีวัตถุประสงค์เพื่อการป้องกันความปลอดภัยและ
อันตรายจากมิจฉาชีพให้กับประชาชนด้วย แต่จากการสนทนากลุ่มเฉพาะครั้งที่ 1 และการสัมภาษณ์
ผู้ประกอบการบางรายสะท้อนว่า การดำเนินการดังกล่าวแม้ว่าจะไม่ยุ่งยาก แต่หากผู้ประกอบการ



บางรายละเลย ไม่เคร่งครัด และยอมเสียค่าปรับซึ่งเป็นอัตราคงที่ย่อมเป็นอุปสรรคในการดำเนินการ เนื่องจากผู้ใช้บริการที่ไม่ประสงค์จะแสดงตนด้วยบัตรประชาชน จะเลี่ยงไปใช้บริการกับผู้ประกอบกิจการที่ไม่เคร่งครัดในการจัดเก็บข้อมูลดังกล่าว ทำให้ผู้ประกอบการที่เคร่งครัดในการจัดเก็บข้อมูลส่วนนี้มีความเสียเปรียบ นอกจากนี้ อัตราค่าปรับเป็นอัตราคงที่โดยไม่ได้คำนึงถึงฐานของลูกค้ำของผู้ประกอบการ ทำให้ผู้ประกอบการที่มีฐานลูกค้ำมาก เมื่อเทียบเป็นอัตราค่าปรับต่อผู้ใช้บริการแล้วจะมีสัดส่วนที่ต่ำ ทำให้เป็นต้นทุนที่ไม่สูงนัก หากไม่สามารถจัดเก็บข้อมูลในส่วนนี้ได้ครบถ้วน หากเทียบกับผู้ประกอบการที่มีฐานลูกค้ำไม่สูงมาก อัตราค่าปรับคงที่ย่อมเป็นภาระที่มากโดยเปรียบเทียบ จึงทำให้เกิดความเสียเปรียบในการปฏิบัติตามประกาศดังกล่าว

ความเร่งด่วนสำหรับการบรรเทาปัญหาดังกล่าวนี้ กสทช. ควรทำการประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคได้ทราบอย่างทั่วถึงเกี่ยวกับประกาศของสำนักงาน กสทช. ในเรื่องนี้ เพื่อให้ผู้บริโภคจะได้ทราบถึงวัตถุประสงค์ของประกาศ และเพื่อผู้บริโภคจะได้นำบัตรประชาชนมาเพื่อใช้สำหรับการจดทะเบียนชื่อซิมการ์ด แบบเติมเงินจากผู้ประกอบกิจการ

5.3) บทบาทของผู้ประกอบการที่เป็นรัฐวิสาหกิจในตลาดกิจการโทรคมนาคม

ปัญหาจากฐานะของผู้ประกอบการที่เป็นรัฐวิสาหกิจในตลาดจากความไม่ชัดเจนของบทบาทในเชิงพาณิชย์และเชิงเพื่อสังคมของผู้ประกอบการที่เป็นรัฐวิสาหกิจ อาจส่งผลต่อการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรมในตลาดได้ ซึ่งจะได้กล่าวถึงในรายละเอียดในส่วนต่อไป

มติที่ 6 การให้บริการอย่างทั่วถึง (Universal Service Obligation: USO)

พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 มาตรา 27 (12) และมาตรา 50 กำหนดให้ กสทช. มีแผนการจัดให้มีบริการโทรคมนาคมพื้นฐานโดยทั่วถึงและบริการเพื่อสังคม เพื่อประโยชน์ในการจัดให้มีบริการโทรคมนาคมพื้นฐานโดยทั่วถึงและบริการเพื่อสังคมตามกฎหมายว่าด้วยการประกอบกิจการโทรคมนาคมที่สอดคล้องกับนโยบายที่คณะรัฐมนตรีแถลงไว้ต่อรัฐสภา กสทช. ได้ประกาศใช้แผนการจัดให้มีบริการโทรคมนาคมพื้นฐานโดยทั่วถึงและบริการเพื่อสังคม (พ.ศ.2555-2559) ณ วันที่ 29 พฤษภาคม พ.ศ.2555 ที่ผ่านมา

ปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการจัดให้มีบริการโทรคมนาคมอย่างทั่วถึงในบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ สะท้อนจากผลการสำรวจด้วยแบบสอบถาม พบว่า ปัญหาที่พบในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นเหตุให้มีการยกเลิก หรือมีการเปลี่ยน/เพิ่มการใช้บริการ สาเหตุหลัก คือ เครือข่ายสัญญาณไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ คุณภาพการใช้งานไม่ดี มีปัญหาด้านเทคนิค เช่น สายหลุดบ่อย เป็นต้น เป็นสาเหตุหลักให้ผู้ใช้บริการยกเลิกและเลือกใช้บริการรายใหม่ (ภาคผนวก 5.3: ตารางที่ 36 และ 37) ซึ่งการจัดให้บริการครอบคลุมได้อย่างทั่วถึงจะเป็นประเด็นที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพของบริการด้วย



นอกจากนั้น ยังมีประเด็นปัญหาและอุปสรรคในการแข่งขันที่จะส่งผลต่อการให้บริการอย่างทั่วถึง โดยเฉพาะในพื้นที่ชายขอบที่มีบริการหลายอย่างเข้าไม่ถึง หรือต้นทุนในการดำเนินการสูงเกินกว่าที่จะให้ผู้ประกอบการที่เป็นภาคเอกชนดำเนินการ ดังนั้น จึงต้องมีการหาแนวทางเพื่อให้การบริการในพื้นที่ห่างไกลได้รับการดูแลให้ทั่วถึง

การจัดให้มีบริการอย่างทั่วถึงเป็นหนึ่งในมิติของการกำกับดูแลที่คณะกรรมการ กสทช. ให้ความสำคัญนอกเหนือจากมิติด้านราคา และคุณภาพของบริการ (จากการสัมภาษณ์ผู้บริหาร กสทช.) ปัญหาของการจัดการในส่วนนี้จะเกี่ยวข้องกับบริการที่จะไปถึงให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ ซึ่งเกี่ยวข้องกับต้นทุนในการลงทุนและจัดการ ซึ่งโดยปกติแล้วการขยายการลงทุนเพื่อให้ไปถึงทุกพื้นที่มักจะไม่มีควมคุ้มค่าทางการเงิน ทำให้ผู้ประกอบการไม่มีแรงจูงใจในการลงทุน ดังนั้น จึงต้องมีแผนในการจัดให้มีบริการโทรคมนาคมพื้นฐานโดยทั่วถึง และบริการเพื่อสังคม และให้วางแนวทางในการลงทุนโดยกำหนดหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่จะให้เอกชนหรือรัฐวิสาหกิจที่มีศักยภาพมีส่วนร่วมเข้ามาจัดบริการได้

ตามพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 ประกอบพระราชบัญญัติการประกอบกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2544 กำหนดให้ กสทช. มีหน้าที่สำคัญประการหนึ่งคือการจัดให้มีบริการโทรคมนาคมพื้นฐานโดยทั่วถึงและบริการเพื่อสังคม ครอบคลุมการดำเนินงานในมิติเชิงพื้นที่และมิติเชิงสังคม โดยแนวทางการจัดให้มีบริการโทรคมนาคมที่ผ่านมาแบ่งได้เป็น 2 ระยะ กล่าวคือ การดำเนินงานภายใต้แผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2548-2550) ซึ่งจะให้เจ้าหน้าที่ในการจัดให้มีบริการโทรคมนาคมทางเสียงเป็นสำคัญและการดำเนินงานภายใต้แผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2551 - 2553) จึงได้เริ่มก้าวไปสู่การขยายโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศในระดับชุมชนมากขึ้นผ่านการจัดตั้งศูนย์อินเทอร์เน็ตชุมชนชนจำนวนกว่า 500 แห่ง

ภายใต้แผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม พ.ศ.2555-2559 ประกอบแผนการจัดให้มีบริการโทรคมนาคมพื้นฐานโดยทั่วถึงและบริการเพื่อสังคมระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2555 - 2559) กสทช. ได้ปรับปรุงแนวทางการดำเนินงานจัดให้มีบริการโทรคมนาคมพื้นฐานโดยทั่วถึงให้มีความสอดคล้องกับสถานการณ์และสภาพแวดล้อมด้านโทรคมนาคมทั้งในปัจจุบันและอนาคตมากขึ้น โดยมีเป้าหมายสำคัญเพื่อลดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงโทรคมนาคมและสารสนเทศอย่างทั่วถึง ทั้งนี้ ได้กำหนดแผนงานในการขยายการให้บริการทางเสียงให้ครอบคลุมประชากรไม่น้อยกว่าร้อยละ 95 และการขยายโครงข่ายโทรคมนาคมความเร็วสูงเพื่อรองรับการให้บริการบรอดแบนด์ให้ครอบคลุมประชากรไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 รวมถึงการจัดให้มีบริการโทรคมนาคมพิเศษสำหรับกลุ่มเป้าหมายทางสังคม เพื่อให้สามารถเข้าถึงบริการได้อย่างเสมอภาคและเท่าเทียมกับคนทั่วไป พร้อมกันนี้จะดำเนินการส่งเสริมให้มีการฝึกอบรมเพื่อเพิ่มพูนทักษะในการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศให้กับกลุ่มเป้าหมายตามที่บัญญัติไว้ในกฎหมาย เพื่อให้สามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่าง



มีประสิทธิภาพและมีความคุ้มค่าสอดคล้องกับแนวทางการขยายโครงข่ายบรอดแบนด์ที่จะมีการลงทุนในระยะ 5 ปีต่อไป

แนวทางในการจัดให้มีบริการโทรคมนาคมพื้นฐานโดยทั่วถึงด้วยระบบการประมูลถือเป็นเรื่องใหม่สำหรับทุกฝ่าย เพราะอาจจะมีหลักการ แนวคิด วิธีการและเงื่อนไขในการดำเนินการแตกต่างจากหลักการประมูลจัดซื้อ-จัดจ้างโดยทั่วไป แต่เป็นการประมูลภายใต้หลักเกณฑ์และวิธีการในการคำนวณต้นทุนที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของการขอรับการอุดหนุนในการจัดให้มีบริการโทรคมนาคมพื้นฐานโดยทั่วถึงและบริการเพื่อสังคมตามที่ กสทช. กำหนดในจำนวนที่ต่ำที่สุดรวมทั้งการจัดการประมูลด้วยวิธี Reverse Auction บนหลักการพื้นฐานของการแข่งขันเสรีอย่างเป็นธรรม มีความโปร่งใสและเป็นธรรมในทุกขั้นตอนของการประมูล

การจัดการประมูลด้วยวิธี Reverse Auction เป็นวิธีการที่เริ่มนำมาใช้ในการจัดสรรงบประมาณเพื่อดำเนินโครงการ USO หรือ โครงการการจัดให้มีบริการโทรคมนาคมพื้นฐานโดยทั่วถึงและบริการเพื่อสังคม ภายใต้แผนการจัดให้มีบริการโทรคมนาคมพื้นฐานโดยทั่วถึงและบริการเพื่อสังคมระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2555 - 2559) ที่เปิดให้มีการประมูล ซึ่งโดยหลักการคาดหวังจะทำให้มีผู้ประกอบการโทรคมนาคมเข้าร่วมหลายรายขึ้นที่เป็นแนวทางการเพิ่มการแข่งขัน และจะช่วยในการประหยัดวงเงินงบประมาณที่ใช้ในโครงการประเภทนี้ด้วย

อย่างไรก็ตาม คณะผู้วิจัย มีความเห็นเพิ่มเติมในเรื่องนี้บางประการ

(1) แม้ว่าการเปิดโครงการจะใช้การประมูลด้วย Reverse Auction แต่ลำพังการมีจำนวนผู้ประกอบการโทรคมนาคมเข้าร่วมเสนอตัวดำเนินโครงการมากมายขึ้น อาจจะยังไม่ได้เป็นการแข่งขันที่ผลักดันให้มูลค่าโครงการด้วยวิธีนี้ลดลงมากกว่าการจัดสรรโครงการด้วยวิธีอื่น เพราะ กสทช. ยังไม่มีประสบการณ์ในการดำเนินงานด้วยวิธีการดังกล่าวกับโครงการ USO จึงอาจจะต้องมีการศึกษาข้อมูลอย่างต่อเนื่องต่อไปให้ชัดเจนก่อนว่าผู้เสนอตัวดำเนินโครงการมีพฤติกรรมอันเป็นการแข่งขันเพื่อให้ได้เป็นผู้ดำเนินโครงการ และ กสทช. ในฐานะของผู้จ่ายเงินเพื่อให้เกิดโครงการจะต้องมีเกณฑ์รายละเอียดที่ผ่านการวิเคราะห์และประเมินมาก่อนอย่างดีว่าจะสามารถประเมินข้อเสนอของผู้ประกอบการแต่ละรายได้ชัดเจนและมีความโปร่งใส ตรวจสอบได้ และมูลค่าของโครงการที่นำเสนอมีวงเงินที่ต่ำกว่าวิธีอื่น ลดกระบวนการในการเจรจาเพียงรายเดียว

ซึ่งในส่วนนี้ กสทช. กำหนดไว้ว่าโครงการ USO โดยทั่วไปจะมีการกำหนดหลักเป้าหมาย (milestone) ในแต่ละช่วงของโครงการ ซึ่งสำนักงานจะจ่ายงวดเงินอุดหนุนให้แก่ผู้ให้บริการเป็นร้อยละของจำนวนเงินอุดหนุนทั้งหมดตามเงื่อนไขที่ระบุไว้ในสัญญา ทั้งนี้ ก่อนจะมีการเบิกจ่ายเงินอุดหนุนในแต่ละงวด กสทช. จะทำการตรวจประเมินงาน (Technical Audit) โครงการ USO ที่ผู้ให้บริการดำเนินการอยู่ เพื่อให้แน่ใจว่าผู้ให้บริการมีการดำเนินงานให้บรรลุผลตามหลักเป้าหมาย (milestone) ตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในสัญญา (SSA) และมีคุณภาพของบริการเป็นไปตามมาตรฐานและหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ โดยการตรวจติดตามสอบจะกระทำเป็นระยะตามหลักเป้าหมายสำคัญ (milestone) หรืออาจเป็นการสุ่มตรวจ ณ ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง



ตารางที่ 5-1 กำหนดวงการจัดจ่ายเงินอุดหนุน

| งวดงานที่ | ขอบเขตงาน | % ของวงเงิน |
|-----------|---|-------------|
| 1 | ลงนามในสัญญา SSA | 20 |
| 2 | ติดตั้งตามเป้าหมายที่กำหนดแล้วเสร็จร้อยละ 40 | 30 |
| 3 | ติดตั้งตามเป้าหมายที่กำหนดแล้วเสร็จร้อยละ 80 | 30 |
| 4 | ติดตั้งตามเป้าหมายที่กำหนดแล้วเสร็จร้อยละ 100 | 15 |
| 5 | เปิดให้บริการครบกำหนด 1 ปีและมีคุณภาพการให้บริการผ่านตามเกณฑ์ที่กำหนด | 5 |
| รวม | | 100 |

หากการนำเสนอตัวเข้าประมูลโครงการของผู้ประกอบกิจการไม่สามารถสร้างความมั่นใจได้ว่า มีการแข่งขันลดราคา และมูลค่าโครงการที่กำหนดเป็นราคาตั้งต้นไม่เหมาะสม หรือไม่ได้รับผลการศึกษาและมีส่วนในการเสริมสร้างภาวะการแข่งขันที่มีประสิทธิภาพ

(2) การจัดสรรวงเงินในการดำเนินโครงการ USO ด้วยวิธี Reverse Auction ยังมีต้นทุนของการดำเนินการเกิดขึ้นเพิ่มเติม ซึ่งควรจะต้องนำเอาไปหักลดออกจากประโยชน์ที่พึงได้หรือบวกเพิ่มในต้นทุนของการดำเนินโครงการที่เป็นต้นทุนทางอ้อม และอาจจะไม่ได้นำกลับมาคำนวณรวมในต้นทุนของโครงการ หากไม่ได้มีการจัดทำบัญชีของค่าใช้จ่ายโครงการตามหลักการของต้นทุนที่หลีกเลี่ยงได้ (Avoidable Cost) ซึ่งเป็นต้นทุนที่ไม่เกิดขึ้น หากไม่ได้มีการใช้วิธี Reverse Auction ในการจัดสรรโครงการ

ต้นทุนการดำเนินงานโครงการที่เพิ่มขึ้นมาจาก

ก) ระยะเวลาดำเนินการที่เพิ่มขึ้น โดยมีค่าออกมาเป็น Man hour ของบุคลากรที่ต้องใช้มากขึ้น

ข) ค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมที่มาจากกระบวนการทำ Reverse Auction

ค) ทรัพยากรที่ต้องจัดสรรมาใช้ในกระบวนการ Reverse Auction

(3) การจัดสรรโครงการ USO ด้วยวิธี Reverse Auction จะต้องพิจารณาภาวะการถ่วงระหว่างการดำเนินโครงการที่ผู้ประกอบกิจการคำนึงถึงความคุ้มค่าทางการเงินของโครงการ เนื่องจากเป็นธุรกิจเอกชน กับการดำเนินโครงการที่ผู้ประกอบกิจการเป็นรัฐวิสาหกิจ และผู้กำหนดนโยบายได้มีนโยบายชัดเจนหรือได้รับมอบพันธกิจในการดำเนินโครงการโดยคำนึงถึงความคุ้มค่าทางสังคม (Social Return on Investment) เป็นสำคัญและยอมรับได้ แม้โครงการจะให้ผลตอบแทนทางการเงินติดลบ

การศึกษาพบว่า ในหลักการแล้ว ทาง กสทช. จะมีนโยบายว่านอกเหนือจากบริการพื้นฐานที่กำหนดไว้ในสัญญา (SSA) แล้ว ผู้ให้บริการ USO ยังสามารถหารายได้จากบริการเชิงพาณิชย์ หรือบริการเสริมอื่นๆ ได้ ทั้งนี้ บริการทั้งหมดต้องอยู่ภายใต้เงื่อนไขใบอนุญาตประกอบ



กิจการโทรคมนาคมที่ผู้ให้บริการ USO ถือครองอยู่ โดยมีเงื่อนไขว่าบริการเสริมเหล่านี้ ต้องไม่ทำให้คุณภาพบริการที่มีอยู่แล้วลดลง พร้อมกับการกำหนดด้วยว่าผู้ให้บริการ USO ไม่สามารถบังคับหรือตั้งเงื่อนไขใดๆ ที่บังคับให้ผู้ให้บริการต้องสมัครใช้หรือจ่ายค่าบริการเสริมเหล่านี้ แต่ต้องเป็นความสมัครใจของผู้ใช้บริการเอง ผู้ให้บริการ USO มีสิทธิในการขอรับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคมประเภทอื่นเพื่อให้บริการเสริมอื่นๆ ในพื้นที่ USO ที่ตนเองให้บริการอยู่ได้ ทั้งนี้ ให้เป็นไปตามประกาศหลักเกณฑ์เงื่อนไขการออกใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคมของคณะกรรมการ และแม้ว่าการกำหนดค่าบริการในพื้นที่ USO ผู้ให้บริการสามารถกำหนดได้เอง แต่ต้องอยู่ภายใต้เงื่อนไขในสัญญา (SSA) และต้องไม่เกินกว่าค่าบริการที่ผู้ให้บริการกำหนดไว้สำหรับบริการประเภทเดียวกันในพื้นที่อื่น ทั้งนี้ เพื่อให้เป็นไปตามนโยบายของคณะกรรมการในการสร้างความเท่าเทียมในการเข้าถึงบริการในทุกพื้นที่

ดังนั้น หาก กสทช. มีการหารือกับผู้กำหนดนโยบาย เช่น กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารก่อนตัดสินใจ เพื่อประเมินข้อมูลในเชิงนโยบายให้ชัดเจนและครบถ้วนว่าโครงการที่จะเปิดให้ผู้ประกอบกิจการเสนอตัวดำเนินการนั้น ไม่ได้อยู่ในนโยบายหรือเป้าหมายในเชิงสังคมของผู้กำหนดนโยบาย และผู้กำหนดนโยบายไม่มีงบประมาณที่จะสนับสนุนในส่วนอื่นที่เสริมให้โครงการออกมาได้ประโยชน์แก่กลุ่มเป้าหมาย โครงการนั้นก็ควรพิจารณาใช้วิธีการ Reverse Auction ได้

แต่ถ้าผู้กำหนดนโยบายมีแผนงานและนโยบายที่จะให้หน่วยงานรัฐ รวมทั้งรัฐวิสาหกิจที่เป็นผู้ประกอบกิจการโทรคมนาคม ดำเนินงานที่สอดคล้องกับโครงการ USO ของ กสทช. อยู่แล้ว การทำความเข้าใจหรือการมีความร่วมมือร่วมกันที่จะทำให้โครงการเกิดประโยชน์สูงสุด ซึ่งควรจะเป็นประโยชน์ที่เกินกว่าเป้าประสงค์ของ กสทช. อาจจะเป็นไปได้ว่าวิธีการ Reverse Auction อาจจะไม่ใช่วิธีช่องทางที่ดีที่สุด

(4) เมื่อดำเนินการกระบวนการ Reverse Auction จริง อำนาจในการกำหนดราคาเป็นของ กสทช. จริง หรือเป็นของฝ่ายผู้ประกอบกิจการ หากอำนาจต่อรองเป็นของ กสทช. จริง ก็มีความเป็นไปได้ที่ กสทช. จะผลักดันให้เกิดการแข่งขันกันปรับลดราคาและมูลค่าของโครงการโดยรวมได้ในฐานะผู้ซื้อบริการจากผู้เสนองาน และไม่ใช้การซื้อบริการที่มีจุดมุ่งหมายเชิงนโยบายหรือมีธงกำหนดไว้ก่อน

ขณะเดียวกัน กสทช. ก็มีความมั่นใจว่าผู้ประกอบกิจการมีศักยภาพ ความพร้อมที่จะดำเนินโครงการในพื้นที่ห่างไกลความเจริญ และอยู่นอกเป้าหมายเชิงพาณิชย์ของผู้ประกอบกิจการหรือยากในการสร้างความคุ้มค่าทางการเงินจากโครงการนั้นๆ

ซึ่งในส่วนนี้ กสทช. ได้มีการกำหนดไว้ในข้อเสนอทางเทคนิค (Technical Proposal) ผู้เข้าร่วมประมูลต้องนำเสนอแผนวิธีการและขั้นตอนในการให้บริการ ซึ่งรวมถึงการควบคุมคุณภาพของบริการให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด และตามประกาศที่เกี่ยวข้องของคณะกรรมการ โดยให้รวมถึงการเฝ้าดูและติดตามผลการปฏิบัติงาน (Performance monitoring) การรายงานผลและ



กระบวนการในการแก้ไขปัญหาที่อาจเกิดขึ้นและมีผลกระทบต่อการทำงานของบริการ (Fault resolution process) อีกทั้งโครงข่ายโทรคมนาคมของผู้ให้บริการ USO ต้องสามารถทำงานร่วมกับโครงข่ายอื่นๆ ที่มีการใช้งานอยู่แล้ว ไม่ว่าจะโครงข่ายนั้นจะเป็นของผู้ให้บริการ USO หรือเป็นของผู้อื่น ทั้งนี้เพื่อให้แน่ใจว่า การเชื่อมโยงระหว่างเครือข่ายจะไม่เกิดปัญหา (Interconnection issues) ดังนั้นผู้เข้าร่วมประมูลต้องนำเสนอรายละเอียดทางเทคนิคที่เกี่ยวข้อง อาทิเช่น การเชื่อมต่อระหว่างเครือข่าย (Interconnection) เลขหมาย (Numbering) การส่งสัญญาณและการเดินทางของข้อมูลภายในเครือข่าย (Signaling & routing) การประสานเวลาภายในโครงข่าย (Synchronization)

(5) การหาผู้ดำเนินโครงการ USO ด้วยวิธีการ Reverse Auction ควรจะใช้ให้เป็นประโยชน์ในการเพิ่มความโปร่งใสของการคัดเลือกผู้ดำเนินโครงการ เพื่อเพิ่มความมั่นใจให้แก่ประชาคมว่า กสทช.ได้ใช้เงินงบประมาณของตนอย่างระมัดระวังและได้คำนึงถึงประโยชน์สูงสุด ลดข้อกล่าวหาเรื่องคอร์รัปชัน และเปิดกว้างให้มีการแข่งขันกันมากขึ้น

ทั้งนี้ การดำเนินการหาผู้ดำเนินโครงการ USO ด้วยวิธีการ Reverse Auction จะต้องให้ความระมัดระวังในการดำเนินการให้เหมาะสม ถูกต้อง และทำให้ราคากำหนดมาจากกลไกของตลาดอย่างแท้จริง การเพิ่มกิจกรรมการกำกับโครงการจึงอาจจะต้องเพิ่มเติมตามความจำเป็นและรับรู้ตลอดเวลาว่าเกิดอะไรขึ้นบ้างระหว่างการประชุม มีความเข้าใจในสิ่งต่างๆ โดยตลอด

(6) หาก กสทช. เห็นว่า รัฐวิสาหกิจในฐานะของผู้ประกอบกิจการ มีศักยภาพ ความพร้อมในการดำเนินโครงการ USO และควรจะได้รับสิทธิในการเข้าร่วมประมูล Reverse Auction ด้วย กสทช. ก็ต้องมีความเข้าใจด้วยว่ากระบวนการในการเข้าร่วมประมูลของรัฐวิสาหกิจมีข้อจำกัดบางประเภทที่แตกต่างจากผู้ประกอบกิจการเอกชน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง โครงการ USO ที่ไม่สามารถสร้างความคุ้มค่าทางการเงิน จะถือว่าเป็นโครงการเชิงนโยบาย (Policy Project) ของรัฐวิสาหกิจ ซึ่งรัฐวิสาหกิจใดๆ จะเข้าร่วมการประมูลได้ จะต้องได้รับอนุมัติงบประมาณแผ่นดินรองรับหรือได้รับอนุมัติดำเนินการ ซึ่งบางกรณีผู้เห็นชอบคือผู้กำหนดนโยบาย หรือแม้แต่คณะรัฐมนตรี การทำขั้นต้นแบบราชการเหล่านี้ผ่านการพิจารณาครบบถ้วน มักจะต้องใช้เวลานานนับเดือนซึ่งอาจจะตัดโอกาสที่รัฐวิสาหกิจเหล่านี้จะสามารถเข้าร่วมเสนองานได้ตามวิธีการที่เปิดประมูลของ กสทช. ไม่ว่าจะ เป็นวิธีการประมูลแบบใดก็ตาม

ประเด็นนี้จึงขึ้นอยู่กับว่า กสทช. ให้ความสำคัญกับประเด็นนี้มากน้อยเพียงใด และถือว่าการพิจารณาจากความสะดวกและความพร้อมในส่วนของ กสทช. แต่เพียงฝ่ายเดียว การกำหนดระยะเวลาในการเปิดตัวโครงการจนถึงวันที่เข้าร่วมประมูลในระยะเวลาอันสั้นเหมาะสมและเกิดประโยชน์สูงสุดหรือไม่ หากไม่ได้มีการประชาสัมพันธ์ล่วงหน้าเป็นเวลานานหรือข้ามปีงบประมาณ ซึ่งมีโอกาสที่จะทำให้รัฐวิสาหกิจพลาดโอกาสที่จะเข้าร่วมเสนองานในการประมูล เพื่อแข่งขันกับผู้ประกอบกิจการเอกชนได้ เพราะไม่สามารถดำเนินการได้อย่างอิสระและทันที่ทันใด



(7) โดยปกติ วิธีการประมูลแบบ Reverse Auction จะใช้กับการจัดซื้อสินค้าและบริการที่มีลักษณะเป็นมาตรฐานโมดัลที่แต่ละชั้นเหมือนกัน ไม่ได้มีเงื่อนไขหรือลักษณะพิเศษให้บริการมีการแข่งขันกันให้บริการนั้นๆ อยู่แล้ว และโครงสร้างการกำหนดราคาในตลาดมีลักษณะที่เป็นการแข่งขันกันอยู่แล้ว ไม่ได้มีต้นทุนเพิ่มในการเปลี่ยนตัวผู้ให้บริการ มีความซับซ้อนของโครงการไม่มาก เป็นการซื้อในปริมาณมากในครั้งเดียว

แต่กรณีของโครงการ USO อาจจะไม่เข้าข่ายของเงื่อนไขส่วนใหญ่ตามที่ได้กล่าวมาแล้วเพราะเป็นโครงการที่มีลักษณะเฉพาะเจาะจง เป็นพื้นที่นอกเป้าหมายการให้บริการของผู้ประกอบการเอกชนส่วนใหญ่ และระดับราคาตามเงื่อนไขของตลาดจะสูงกว่าราคาที่กำหนดตามโครงการ USO ประเด็นเหล่านี้จึงไม่ใช่เพียงการต่อรองเรื่องราคา โดยไม่ต้องกังวลกับประเด็นอื่นๆ ตามที่ควรจะเป็น และเป็นรูปแบบที่สนับสนุนการใช้วิธี Reverse Auction

ดังนั้น ก่อนการใช้ Reverse Auction กสทช. จะต้องเตรียมข้อมูลเกี่ยวกับโครงการ USO ให้ชัดเจน และระบุประเด็นที่ต้องการให้ผู้ประกอบการนำเสนอผลงานจากโครงการ เพื่อจะช่วยให้ประกอบการตัดสินใจของผู้ประกอบการที่คาดว่าจะเป็นผู้นำเสนอ และมั่นใจได้ว่า จะมีความสนใจในการเข้าประมูลที่ส่งเสริมสภาพการแข่งขันได้จริง และสามารถใช้ในการกำหนดราคาที่เสนอขอทำโครงการได้

มิติที่ 7 คุณภาพบริการ (Quality of Service: QOS)

ปัญหาและอุปสรรคในการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพบริการในตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ มีรายละเอียดแบ่งเป็น 4 ประเด็น ได้แก่

7.1) ความสัมพันธ์ของคุณภาพบริการและระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

คุณภาพของบริการมีความสำคัญอย่างมากในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ จากผลการสำรวจผู้ใช้บริการด้วยแบบสอบถาม มีแนวโน้มที่ผู้ใช้บริการถือโทรศัพท์เคลื่อนที่มากกว่า 1 เลขหมายเพิ่มขึ้น ด้วยเหตุผลของความครอบคลุมของพื้นที่รับบริการที่แตกต่างกัน และต้องการแพ็คเกจส่งเสริมการขายที่มีความแตกต่างกันเป็นหลัก นอกจากนี้ การสำรวจยังพบว่า ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการส่วนมากจะอยู่ในระดับค่อนข้างมาก โดยประเด็นที่มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ คุณภาพของบริการด้านเทคนิค รองลงมาคือ ความหลากหลายของประเภทบริการ และการบริการของเจ้าหน้าที่ ตามลำดับ และอัตราค่าบริการจะเป็นด้านที่ระดับความพึงพอใจต่ำที่สุดอยู่ในระดับปานกลาง (ภาคผนวก 5.3: ตาราง 49)

ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้เกี่ยวกับคุณภาพบริการของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ และมีผลต่อความภักดีต่อผู้ให้บริการในระดับหนึ่ง และน่าจะเป็นเหตุผลหนึ่งที่ทำให้เกิดการย้ายผู้ให้บริการ โดยคงเลขหมายเดิมไว้ ตัวแปรที่เป็นปัจจัยในส่วนของคุณภาพบริการและความภักดีต่อผู้ให้บริการ จากการสำรวจจากผู้ใช้บริการทั่วประเทศ พบว่า มีหลายตัวแปร ได้แก่ ความเชื่อถือของผู้ให้บริการ ผลการให้บริการที่ผ่านมาตาม



ประสบการณ์ของผู้ใช้แต่ละคน การเอาใจใส่ดูแลเป็นการส่วนตัว ความประทับใจในการติดต่อกับบุคลากรของผู้ให้บริการตามจุดให้บริการ การรับรู้ความต้องการของลูกค้า บริการสนับสนุนที่เพียงพอ ความสะดวกในการติดต่อจุดให้บริการ การให้บริการที่รวดเร็วทันใจ ความเต็มใจในการช่วยเหลือลูกค้า ความถูกต้องของการใช้บริการครั้งแรก เป็นต้น

ผลการสำรวจที่แสดงความพึงพอใจในระดับค่อนข้างมาก สะท้อนถึงการแข่งขันในตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีการแข่งขันกันในระดับหนึ่ง แต่ทั้งนี้หากมีความได้เปรียบเสียเปรียบในการแข่งขันในตลาดระหว่างผู้ประกอบการจะมีผลทำให้การจัดบริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคจะยิ่งมีความแตกต่างระหว่างผู้ประกอบการมากขึ้น และจะเป็นปัญหาและอุปสรรคในการตอบสนองความต้องการในเชิงคุณภาพของบริการต่อไปได้

ข้อมูลจากผลการสำรวจชี้ให้เห็นว่า คุณภาพของบริการของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสำคัญต่อระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ แต่เมื่อเปรียบเทียบแต่ละภูมิภาคแล้วพบว่า ความคาดหวังและการรับรู้ของผู้ใช้บริการยังแตกต่างกัน และมีการเปลี่ยนแปลงตามการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี ซึ่งอาจจะมีผลให้ผู้ประกอบการเข้าถึงและรับรู้ข้อมูลปัจจัยขับเคลื่อนความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแตกต่างกันด้วย ซึ่ง กสทช.ควรจะให้ความสำคัญกับการติดตามปัจจัยที่ผู้ใช้บริการรับรู้เกี่ยวกับคุณภาพบริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถพยากรณ์ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเปรียบเทียบกับมุมมองคุณภาพบริการในด้านของผู้ให้บริการได้อย่างมั่นใจ และติดตามการตัดสินใจการบริหารงานการตลาดของผู้ให้บริการที่จะทำให้เกิดการปรับปรุงทั้งคุณภาพบริการและเกิดระดับความพึงพอใจเพิ่มขึ้น และลดช่องว่างของการรับรู้เกี่ยวกับคุณภาพของการให้บริการด้านผู้ใช้บริการลงด้วย

7.2) นวัตกรรมและความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและคุณภาพของบริการ

นวัตกรรมและความก้าวหน้าของเทคโนโลยีเป็นองค์ประกอบสำคัญของคุณภาพบริการในตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่เป็นส่วนของตลาดและการบริการที่เพิ่มความใกล้ชิดและเชื่อมโยงกับการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้บริการโทรศัพท์ และในการดำเนินชีวิตประจำวันของผู้ใช้บริการมากขึ้น การพิจารณาปัญหาและอุปสรรคในมิติของคุณภาพบริการของคณะผู้วิจัยฯ จึงให้ความสำคัญกับความสามารถด้านการแข่งขันทางเทคโนโลยีและการให้บริการของผู้ประกอบการที่มีผลต่อคุณภาพของบริการเป็นสำคัญ

การศึกษาด้วยการจัดประชุมกลุ่มย่อย การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการแต่ละราย และผลจากการสำรวจข้อมูลในตลาดได้ พบว่า การรับรู้เกี่ยวกับคุณภาพบริการระหว่างผู้ใช้บริการในเขตเมืองกับผู้ใช้บริการนอกเขตเมืองยังมีความแตกต่างกันมาก แม้ว่าแนวโน้มความแตกต่างของการรับรู้ลดลงตามลำดับ ซึ่งสภาวะการณ์เช่นนี้ส่งผลกับการให้ความสำคัญต่อคุณภาพบริการผ่านแพ็คเกจบริการที่ผู้ให้บริการนำเสนอ และการเลือกซื้ออุปกรณ์เครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ และการเลือกแพ็คเกจบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ยังคงมีความแตกต่างกัน โดยเฉพาะในการใช้บริการเพื่อสื่อสารที่ไม่ใช่เสียง



การศึกษาผ่านผลการสำรวจพบว่า ผู้ประกอบการมีส่วนสำคัญในการสร้างกลไกและวิธีการที่ช่วยให้ผู้ใช้บริการสามารถปรับตัวจากเทคโนโลยีเดิมสู่เทคโนโลยีใหม่ๆ และเกิดการเรียนรู้เกี่ยวกับคุณภาพของบริการ เพื่อเป็นทางเลือกในการตัดสินใจใช้บริการมากขึ้น

7.3) การเข้าถึงตลาดของผู้ใช้บริการ

แม้คุณสมบัติของการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีคุณภาพของบริการจะปรับดีขึ้นจากการที่ผู้ประกอบการแต่ละรายพยายามปรับคุณภาพของบริการให้ทัดเทียมและใกล้เคียงกัน แต่ความสามารถในการเข้าถึงตลาดของผู้ใช้บริการในพื้นที่ห่างไกลยังคงไม่เท่าเทียมกัน จากการลงทุนและการขยายธุรกิจที่ไม่ทั่วถึงของผู้ประกอบการ

7.4) การกำกับดูแลด้านคุณภาพของการบริการอย่างเป็นรูปธรรม

คณะกรรมการประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ มีประกาศคณะกรรมการ เรื่อง มาตรฐานของคุณภาพการให้บริการโทรคมนาคมทั้งประเภทเสียง และประเภทข้อมูลออกมาและมีการปรับปรุงเพิ่มเติม โดยมาตรฐานฉบับปรับปรุงจะมีการนำเอามาตรฐานวัดความพึงพอใจผู้บริโภคมาประกอบเกณฑ์วัดมาตรฐานทางเทคนิค ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงค่าวัดพารามิเตอร์ที่ใช้วัดอยู่เดิมด้วย เพื่อนำมาตรฐานการวัดทั้ง 2 แบบมาหาค่าเฉลี่ยในการพิจารณาว่าผู้ประกอบการรายใดไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐาน และจะมีบทลงโทษตาม พ.ร.บ ประกอบกิจการโทรคมนาคม กสทช. พ.ศ.2544 รวมถึงจะการปรับปรุงประกาศ กสทช. เรื่องมาตรฐานและคุณภาพการให้บริการโทรคมนาคมประเภทข้อมูลต่อไปด้วย

จะเห็นได้ว่า แม้ว่า กสทช. จะมีการกำหนดมาตรฐานและคุณภาพการให้บริการ และมีการลงทุนเพื่อการตรวจวัดเพื่อประเมินการผ่านเกณฑ์มาตรฐานอย่างชัดเจน แต่ก็ยังมีความคิดเห็นจากผู้ประกอบกิจการจากการสนทนากลุ่มเฉพาะครั้งที่ 2 ที่เห็นว่า กสทช. หลักเกณฑ์ในการกำกับดูแลด้านคุณภาพของการบริการ ยังมีปัญหาในทางปฏิบัติเมื่อเกิดข้อโต้แย้งในเรื่องของคุณภาพของบริการ โดยหาก กสทช. จะต้องกำหนดหลักเกณฑ์ในการกำกับดูแลคุณภาพของบริการอย่างชัดเจน ซึ่งครอบคลุมถึงตัวชี้วัดที่จะใช้ในการสะท้อนคุณภาพของการบริการที่เป็นที่ยอมรับจากทุกฝ่าย รวมถึงมีการตรวจวัดที่เป็นที่ยอมรับและครอบคลุมเพียงพอที่จะทำให้การบังคับใช้หลักเกณฑ์ในการกำกับคุณภาพของบริการสามารถมีผลได้ ซึ่งการกำกับดูแลด้านคุณภาพของบริการที่มีแนวทางที่ชัดเจนจะทำให้การแข่งขันในตลาดมีความเป็นธรรมและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

โดยสรุปภาพรวมสภาพปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันในการประกอบกิจการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ดังนี้

1) การขยายตัวของการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในการสื่อสารด้วยเสียงและข้อมูลย่อมนำไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มของการบริการในตลาดส่วนนี้ การศึกษานี้พบว่าตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ยังคงมีการเปลี่ยนแปลง ไม่เสถียร จนยากจะทำการสรุปปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับสภาพตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ชัดเจนและครอบคลุม ซึ่ง กสทช. และผู้ให้บริการในตลาดส่วนนี้ยังคงจะต้องติดตามการเปลี่ยนแปลงของความต้องการและพฤติกรรมการใช้บริการ



อย่างต่อเนื่องต่อไปอีกระยะหนึ่ง ไม่น้อยกว่า 3 - 4 ปี เพื่อให้มีความเข้าใจและรับทราบปัจจัยต่าง ๆ ที่เพียงพอในการพยากรณ์พฤติกรรมของผู้ใช้บริการและความพอใจของผู้ใช้ และสามารถเปรียบเทียบกับ การรับรู้ความพอใจของลูกค้าในส่วนของผู้รับบริการด้วยเหตุที่การศึกษาของคณะผู้วิจัย ในโครงการนี้เกิดขึ้นในช่วงเวลาที่เป็นรอยต่อของการเปลี่ยนแปลงจากการจัดสรรคลื่นความถี่ 3G และจากการปรับตัวของผู้ประกอบการภายใต้ระบบสัมปทาน ที่มีแนวโน้มจะทยอยหมดอายุลงจนถึงปี พ.ศ. 2560 ซึ่งทำให้ทั้งผู้ให้บริการและผู้ให้บริการจะต้องมีการปรับตัวครั้งใหญ่ ซึ่งถือว่าเป็นปัญหาเชิงโครงสร้างและเป็นสถานะเชิงพลวัต (Dynamic) จนยากในการสรุปสภาพปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันได้ชัดเจนจากการสนทนากลุ่มย่อย การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและการสำรวจความเห็นของผู้ใช้บริการ ซึ่งเป็นการพิจารณาในลักษณะสถิต (Static) ณ เวลาที่ดำเนินการ

2) ในตลาดที่มีการแข่งขันกันระหว่างผู้ประกอบการแต่ละราย อย่างเช่น กิจการโทรคมนาคม ความได้เปรียบด้านการแข่งขันในระยะยาว เพื่อความยั่งยืนของธุรกิจน่าจะขึ้นอยู่กับความสามารถและความเหมาะสมในการส่งมอบบริการที่มีคุณภาพเป็นสำคัญและคุณภาพบริการนี้เองที่น่าจะมีผลต่อการเพิ่มระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคในที่สุด ซึ่งระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคควรจะเป็นเป้าหมายสุดท้ายประการหนึ่งของผู้ประกอบการคาดหวังด้วย เพราะจากการศึกษาในโครงการนี้เชื่อว่าจะทำให้เกิดความจงรักภักดีและผู้ใช้บริการไม่ย้ายหรือเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการไปสู่รายอื่น

3) ผู้บริโภคในทุกพื้นที่ไม่ว่าจะเป็นในตัวเมืองหรือนอกตัวเมืองที่มาจาก การสำรวจความคิดเห็น ล้วนแต่มีความต้องการบริการจากโทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มขึ้นและรับรู้ว่าการ จากโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีการเปลี่ยนแปลงต่อไปตามการพัฒนาด้านเทคโนโลยีใหม่ๆ การแข่งขันในตลาดและการเติบโตของตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่จึงเป็นเรื่องของการส่งมอบบริการโทรคมนาคมที่จำเป็นต่อการดำรงชีพมากกว่าบริการทางเลือกที่จะเลือกหรือไม่เลือกใช้ก็ได้ พ่อแม่ทุกคนล้วนแต่มีความต้องการให้บุตรหลานมีโทรศัพท์เคลื่อนที่ติดตัวตลอดเวลา เพื่อใช้ติดต่อกันได้ในกรณีฉุกเฉิน และสมาชิกในครอบครัวก็ต้องการความสะดวกในการติดต่อกันได้ตลอดเวลา ทุกสถานที่ เหล่านี้ทำให้ขนาดของตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่มีแนวโน้มที่จะเพิ่มขนาดขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งจะทำให้สภาพการแข่งขันในตลาดทวีความรุนแรงขึ้นตามไปด้วย

4) แนวนโยบายและการทำความเข้าใจที่จะมีการเปิดเสรีภาคบริการโทรคมนาคม และเปิดกิจการโทรคมนาคมสู่ระดับโลก มีแนวโน้มที่จะเพิ่มแรงกดดันผู้ประกอบการทุกรายในตลาดต้องพยายามรักษาส่วนแบ่งตลาดของตน ด้วยการรักษาฐานลูกค้าปัจจุบันไว้ให้ดีที่สุด ควบคู่กับการจัดโปรแกรมส่งเสริมการตลาดที่จะเพิ่มลูกค้ารายใหม่ หรือหาทางดึงเอาลูกค้าจากคู่แข่งซึ่งจะทำให้ต้นทุนการดึงดูดลูกค้ารายใหม่แต่ละรายของผู้ประกอบการมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น หากไม่สามารถรักษาคุณภาพบริการและระดับความพอใจในการใช้บริการได้ จะมีต้นทุนสูงในการ



หาถูกค่าทดแทนรายที่สูญเสียไป ประเด็นนี้อาจจะเป็นอุปสรรคและปัญหาที่สำคัญที่สุดในด้านการแข่งขันในตลาดต่อไปอีกในอนาคต

5) ปัญหาและอุปสรรคสำคัญในการแข่งขันทางการตลาดที่คาดว่าจะคงอยู่ต่อไปอีกประการหนึ่งที่คณะผู้วิจัยเห็นว่า กสทช. ควรจะให้ความสำคัญเพิ่มขึ้นคือ การรับรู้ (Perception) เกี่ยวกับคุณภาพบริการของผู้ให้บริการ ที่ยังมีความแตกต่างกับคุณภาพบริการที่เป็นจริงและนำเสนอสู่ตลาดของผู้ให้บริการ หากช่องว่างของการรับรู้ของผู้ให้บริการยังกว้างมากเช่นนี้จะเป็นอุปสรรคต่อการส่งเสริมการแข่งขันในตลาดและการสร้างตลาดที่มีการแข่งขันที่มีประสิทธิภาพจึงควรมีการติดตามว่าผู้ให้บริการได้ดำเนินการด้วยกิจกรรมทางการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพและเพียงพอในการปรับการรับรู้ดังกล่าวดีขึ้นอย่างไรในแต่ละปี ด้วยการทำการสำรวจการรับรู้เกี่ยวกับคุณภาพบริการของผู้ให้บริการและการรับรู้ของผู้ให้บริการอย่างต่อเนื่อง

6) การแข่งขันของผู้ให้บริการในตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ ไม่ได้ครอบคลุมเฉพาะคุณภาพของโครงข่ายการให้บริการ ที่เกิดจากการเพิ่มเงินลงทุนในด้านนี้เป็นจำนวนมาก หรือการขยายโครงข่ายและการปรับยกระดับ (Upgrading) ความทันสมัยของเทคโนโลยีการให้บริการ หากแต่การศึกษาได้พบว่ามี การให้ความสำคัญกับความพึงพอใจของผู้ให้บริการ การธำรงรักษาจำนวนผู้ใช้บริการ และการซื้อตัวลูกค้ามาจากผู้ให้บริการอื่น ด้วยวิธีการทั้งทางตรงและทางอ้อมรวมทั้งการใช้กลยุทธ์ลดราคาค่าบริการในช่วงที่มีแคมเปญโปรโมชั่น

การดำเนินกลยุทธ์ในลักษณะที่กล้าได้กล้าเสีย (Aggressive Strategy) ไม่เป็นผลดีต่อตลาดและไม่ได้ส่งเสริมการประกอบการที่เป็นธรรม หรือเป็นประโยชน์อย่างแท้จริงแก่ผู้ใช้บริการหากผู้ให้บริการไม่ได้ให้ความสำคัญและส่งเสริมความน่าเชื่อถือ และให้บริการได้ตรงและตอบสนองตามความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง ด้วยแพ็คเกจที่มีความแตกต่างกันเป็นรายกรณี และเพิ่มความยืดหยุ่นของการให้บริการได้ตามพฤติกรรมการใช้บริการที่ยังคงมีความผันผวน ไม่คงเส้นคงวา และเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

การศึกษาพบว่า การรับรู้เกี่ยวกับคุณภาพบริการของผู้ใช้มีความแตกต่างกันสาเหตุส่วนหนึ่งมาจากการที่ผู้ให้บริการใส่ใจไม่เพียงพอ และไม่สามารถสร้างดุลยภาพระหว่างมิติของคุณภาพทางกายภาพ คุณภาพด้านความรู้สึกและอารมณ์ของผู้รับบริการได้

5.2 ปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันในบริการโทรศัพท์ประจำที่ (Fixed Line Services)

ภาพรวมของตลาดบริการโทรศัพท์ประจำที่ภายในประเทศมีผู้ให้บริการหลัก 3 ราย⁵ ได้แก่
(1) TOT ซึ่งให้บริการทุกจังหวัดทั่วประเทศ

⁵รายงานสภาพตลาดโทรคมนาคม ไตรมาสที่ 3 ปี พ.ศ. 2556 หน้า 5



- (2) TRUE ซึ่งให้บริการเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และ
- (3) TT&T ซึ่งให้บริการเฉพาะในภูมิภาค

นอกจากนั้น ยังมี 3BB และ บริษัท ทู ยูนิเวอร์แซล คอเนกซ์ จำกัด (TUC) ซึ่งเป็นผู้ให้บริการที่ได้รับใบอนุญาตในปี พ.ศ.2549 ให้บริการทั้งโทรศัพท์ประจำที่ และโทรศัพท์สาธารณะ VoIP โครงข่ายโทรศัพท์ประจำที่ บริการข้อมูลและอื่น ๆ แม้ว่าทั้งสองบริษัทได้รับใบอนุญาตและเปิดให้บริการโทรศัพท์ประจำที่และบริการข้อมูลแล้วตั้งแต่ต้นปี พ.ศ.2551 แต่ข้อจำกัดของจำนวนเลขหมายที่ได้รับจัดสรร ประกอบกับความพร้อมในการเปิดให้บริการมีอยู่เพียงบางส่วน ทำให้ข้อมูลของบริษัททั้งสองยังไม่มีนัยสำคัญต่อสภาพการแข่งขันในตลาดบริการโทรศัพท์ประจำที่ในปัจจุบัน (รายงานสภาพตลาดกิจการโทรคมนาคม, 2556: หน้า 4)

จำนวนผู้ใช้บริการ ณ ไตรมาสที่ 3 ปี พ.ศ. 2556 มีจำนวนผู้ลงทะเบียนใช้บริการ 6,155,423 ราย ซึ่งมีแนวโน้มลดลงเรื่อย ๆ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2552 เป็นต้นมา โดยเป็นผู้ใช้ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 54.22 และเขตภูมิภาค คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 45.78 โดยสภาพการแข่งขัน ณ ไตรมาสที่ 3 ปี พ.ศ.2556 TOT มีส่วนแบ่งตลาดจากจำนวนเลขหมายมากที่สุด อยู่ที่ร้อยละ 60.0 รองลงมาคือ TRUE มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 28.5 ในขณะที่ TT&T มีส่วนแบ่งตลาดลดลงมาอยู่ที่ร้อยละ 11.5 (รายงานสภาพตลาดกิจการโทรคมนาคม ไตรมาส 3 ปี พ.ศ. 2556, หน้า 5)

เมื่อพิจารณาแยกตามพื้นที่การให้บริการ ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑลมีผู้ให้บริการ 2 ราย คือ TOT และ TRUE พบว่า TRUE มีส่วนแบ่งตลาดมากกว่า TOT ที่สัดส่วนร้อยละ 50.8 และ 47.8 ตามลำดับ ในขณะที่พื้นที่การให้บริการในภูมิภาคมีผู้ให้บริการ 2 ราย คือ TOT และ TT&T พบว่า TOT มีส่วนแบ่งตลาดมากกว่า TT&T โดยมีส่วนแบ่งตลาดของ TOT อยู่ที่ร้อยละ 73.4 และ TT&T สัดส่วนร้อยละ 22.0 ซึ่งเป็นผลมาจากการที่ TT&T อยู่ระหว่างการฟื้นฟูกิจการ

ปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันในการประกอบกิจการโทรคมนาคมของผู้รับใบอนุญาตในตลาดบริการโทรศัพท์ประจำที่ สามารถสรุปตามแต่ละมิติในการพิจารณา ดังนี้

มิติที่ 1 การเข้าสู่ตลาดของผู้ให้บริการรายใหม่ (Market Entry)

ตลาดบริการโทรศัพท์ประจำที่ ไม่มีการเข้ามาให้บริการของผู้ประกอบการรายใหม่ แม้ว่าจะมี 3BB และ TUC แต่เนื่องจากความต้องการธุรกิจบริการโทรศัพท์ประจำที่มีแนวโน้มลดลงจากการแข่งขันที่มาจากสินค้าทดแทนคือโทรศัพท์เคลื่อนที่ ทำให้โอกาสทางธุรกิจของตลาดนี้มีไม่มาก จึงไม่เป็นที่สนใจให้มีผู้ประกอบการรายใหม่เข้าสู่ตลาด และผู้ประกอบการในตลาดยังมั่นใจว่ามีอุปทานของบริการเหลืออย่างเพียงพอ จนไม่ทำให้เกิดความจำเป็นของการเข้าตลาดของผู้ประกอบการรายใหม่

นอกจากนั้น จากการสนทนากลุ่มเฉพาะครั้งที่ 2 มีความเห็นต่อรูปแบบการให้ใบอนุญาตของบริการโทรศัพท์ประจำที่ที่น่าจะปรับเปลี่ยนการออกใบอนุญาตของโทรศัพท์ประจำที่ ควรเน้นไป



ที่การสื่อสารทางสายมากกว่า (Fiber to Home) ซึ่งเป็นแนวโน้มที่เกิดขึ้นจริงในปัจจุบันและเป็น
ทิศทางในอนาคต

มติที่ 2 การจัดสรรทรัพยากรที่มีจำกัด (Scarce Resources) เช่น คลื่นความถี่ หรือ เลขหมายโทรศัพท์ ฯลฯ

มติในการจัดสรรทรัพยากรที่มีจำกัดในตลาดบริการโทรศัพท์ประจำที่ ไม่มีประเด็นที่เป็น
ปัญหาและอุปสรรคในการแข่งขัน เหตุผลหนึ่งเป็นเพราะอุปทานของบริการยังมีมากเพียงพอใน
ขณะที่อุปสงค์ของตลาดลดลงอย่างต่อเนื่อง

มติที่ 3 การเชื่อมต่อโครงข่ายระหว่างกัน (Interconnection)

การเชื่อมต่อโครงข่ายสามารถออกเป็น 2 รูปแบบคือ

1) การเชื่อมต่อทางเดียวคือการเชื่อมต่อที่ใช้โครงข่ายส่วนที่ติดกับผู้ใช้บริการเช่นเมื่อ
ผู้ประกอบการโทรศัพท์ทางไกลรายใหม่เข้าสู่ตลาดผู้ประกอบการนั้นก็จะต้องขอใช้สายและโครงข่าย
ของผู้ประกอบการโทรศัพท์ประจำที่ หากผู้ประกอบการโทรศัพท์ประจำที่ไม่ยินยอมผู้ประกอบการ
โทรศัพท์ทางไกลก็จะไม่สามารถให้บริการประชาชนได้เพราะไม่มีทางเลือกอื่น

ปัญหาสำคัญที่พบในการเชื่อมต่อลักษณะนี้ คือ ผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของ
โครงข่ายส่วนที่ติดกับผู้รับบริการมักจะไม่ยอมให้ผู้อื่นเชื่อมต่อโครงข่ายของตนหรือเก็บค่าเชื่อมต่อ
โครงข่ายสูงเกินไปซึ่งจะทำให้บริการที่ใช้โครงข่ายอย่างเช่นโทรศัพท์ทางไกลมีราคาแพง

2) การเชื่อมต่อสองทางคือการเชื่อมต่อระหว่างผู้ประกอบการที่มีโครงข่ายเชื่อมต่อกับ
ผู้รับบริการทั้งคู่ ซึ่งจะช่วยให้ผู้ใช้บริการของผู้ประกอบการทั้งสองรายติดต่อกันได้ ตัวอย่างเช่นการ
เชื่อมต่อระหว่างผู้ประกอบการโทรศัพท์ระหว่างประเทศของประเทศไทยและประเทศสหรัฐจะทำให้
ผู้รับบริการสามารถโทรไปหาผู้ที่ต้องการติดต่อที่อาศัยในประเทศสหรัฐอเมริกาได้ หรือการเชื่อมต่อ
ระหว่างผู้ประกอบการโทรศัพท์ประจำที่กับผู้ประกอบการโทรศัพท์เคลื่อนที่ จะทำให้ผู้รับบริการ
สามารถโทรจากบ้านไปยังผู้ที่ต้องการติดต่อผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้

ปัญหาของการเชื่อมต่อแบบนี้ คือ ผู้ประกอบการทั้งสองรายอาจจะรวมหัวกัน
กำหนดค่าเชื่อมต่อโครงข่ายให้สูงเกินควร ซึ่งทำให้อ่างใต้จะต้องจัดเก็บค่าบริการสูงจากผู้บริโภค
ตัวอย่างผู้ประกอบการอาจรวมหัวกันมาเอาเปรียบผู้บริโภคสำหรับประเทศไทยในปัจจุบันตลาด
โทรคมนาคมยังไม่เปิดเสรีอย่างเต็มที่และไม่มีผู้ประกอบการรายใหม่เข้าสู่ตลาด

ปัญหาการเชื่อมต่อโครงข่ายในระยะสั้นที่ควรให้ความสนใจคือปัญหาที่เกี่ยวกับการ
เชื่อมต่อแบบสองทางโดยปัญหาที่จะเกิดขึ้นคือผู้ประกอบการอาจรวมหัวกันตั้งราคาค่าเชื่อมต่อ
โครงข่ายที่สูงดังได้กล่าวมาแล้วนอกจากนี้ควรระวังการที่หน่วยงานกำกับดูแลจะผลักดันให้มีการ
กำหนดค่าเชื่อมต่อโครงข่ายอย่างรวบรัดโดยปราศจากการศึกษาต้นทุนที่แท้จริงซึ่งอาจเป็นการเอื้อ



ประโยชน์ให้แก่ผู้ประกอบการบางรายโดยเฉพาะผู้ประกอบการโทรศัพท์เคลื่อนที่และทำให้ผู้บริโภคต้องเสียค่าบริการสูง

ดังนั้น ปัญหาการเชื่อมต่อโครงข่ายสามารถสรุปได้เป็น 3 ประการหลัก คือ

1) การคิดค่าเชื่อมต่อโครงข่ายยังไม่มีเกณฑ์ที่เป็นมาตรฐานและไม่สะท้อนต้นทุน

2) การขาดหน่วยงานระดับข้อพิพาทที่เกิดขึ้นในการเชื่อมต่อโครงข่าย ที่ผ่านมาได้เกิดกรณี DTAC ประกาศหยุดชำระค่าเชื่อมต่อโครงข่ายกับ ทศท. เมื่อปี พ.ศ.2544 ซึ่งข้อพิพาทนี้นำไปสู่การฟ้องร้องต่อศาลปกครองและได้สร้างความสับสนต่อประชาชนในวงกว้างเพราะเกรงว่าจะไม่สามารถโทรศัพท์ติดต่อกันได้ระหว่าง DTAC กับ ทศท. ตัวอย่างนี้ชี้ให้เห็นว่าจำเป็นต้องมีหน่วยงานในการระงับข้อพิพาทระหว่างผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการเชื่อมต่อโครงข่าย และ

3) อัตราค่าบริการโทรคมนาคมที่จัดเก็บจากผู้บริโภคยังไม่สะท้อนต้นทุนดังที่กล่าวไปในตอนที่ผ่านมว่า อัตราค่าโทรศัพท์ในปัจจุบันยังไม่ได้ปรับให้สะท้อนต้นทุน เมื่อราคาขายปลีกยังไม่ลงตัวก็เป็นการยากที่จะกำหนดราคาขายส่งหรือค่าเชื่อมต่อโครงข่ายระหว่างผู้ประกอบการที่เหมาะสมได้

แม้ว่ากฎหมายการประกอบกิจการโทรคมนาคมของไทยได้มีกติกากว้างๆในการกำกับดูแลการเชื่อมต่อโครงข่ายแม้จะไม่ครบถ้วนและไม่ได้ลงในรายละเอียดนัก แต่ทั้งนี้เงื่อนไขการออกประกาศกำหนดของ กทช. ที่เกี่ยวกับการเชื่อมต่อโครงข่าย คือ

1) การออกแนวทางปฏิบัติสำหรับการเชื่อมต่อโครงข่ายโดย กทช. ควรมีความชัดเจนและมีการประกาศล่วงหน้า

2) การเปิดเผยเอกสารการเชื่อมต่อโครงข่ายที่สำคัญเพื่อให้เกิดความโปร่งใสและป้องกันการที่ผู้ประกอบการรายใหญ่ปฏิบัติต่อผู้ประกอบการแต่ละรายแตกต่างกัน

3) การมีกระบวนการระงับข้อพิพาทที่ได้มาตรฐานและมีต้นทุนต่ำ

4) การคิดค่าธรรมเนียมการเชื่อมต่อโครงข่ายต้องสะท้อนต้นทุน เป็นธรรม และไม่เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการทุกรายเอาเปรียบผู้บริโภคผ่านการรวมหัวหรือฮั้วราคาขายส่ง และต้องมีการเปิดเผยข้อมูลต้นทุนการเชื่อมต่อโครงข่ายอย่างโปร่งใสด้วย

การที่ กทช. ไม่ได้เข้ามาแก้ไขปัญหาค่าธรรมเนียมการเชื่อมต่อโครงข่ายของผู้ประกอบการที่ไม่สามารถตกลงกันได้ จนกระทั่ง เดือนมีนาคม พ.ศ. 2553 กทช. จึงมีคำสั่งให้เก็บค่าธรรมเนียมการเชื่อมต่อที่อัตรา 50 สตางค์ต่อนาที ซึ่งยังมีความคิดเห็นว่าเป็นอัตราที่สูงเกินควร และอาจยังไม่สะท้อนต้นทุนที่แท้จริงของผู้ประกอบการ ซึ่งจะเป็นภาระต้นทุนของผู้บริโภคที่สูงขึ้น

มิติที่ 4 อัตราค่าบริการ (Tariff Regulation)

ปัญหาของการแข่งขันในตลาดบริการโทรศัพท์ประจำที่ด้านอัตราค่าบริการที่สำคัญ คือ การกำหนดอัตราค่าบริการที่ยังไม่มีหลักเกณฑ์การกำกับดูแลที่ชัดเจนในตลาดบริการโทรศัพท์



ประจำที่ ซึ่งแตกต่างจากในโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีการกำหนดอัตราขั้นสูง โดยการกำหนดหลักเกณฑ์ในการกำกับดูแลอัตราค่าบริการควรต้องคำนึงถึงศักยภาพในการพัฒนาธุรกิจในระยะยาว เพราะหากกำหนดอัตราค่าบริการไว้ต่ำเกินไป ทำให้ผู้ประกอบการไม่สามารถที่จะลงทุนในอนาคตได้ และต้องคำนึงถึงการลดความเสี่ยงในการแข่งขันอย่างรุนแรงทางด้านราคา ซึ่งทำให้ผู้ประกอบการกำหนดอัตราค่าบริการที่ต่ำเกินไป และไม่เป็นผลต่อการพัฒนาตลาดในระยะยาวเช่นกัน

มติที่ 5 การกำกับดูแลเพื่อการแข่งขันอย่างเป็นธรรม (Regulation of Anti-Competitive Practices)

ปัญหาที่เกิดจากการกำกับดูแลเพื่อการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในตลาดบริการโทรศัพท์ประจำที่ไม่มีประเด็นที่โดดเด่นนัก แต่จะเชื่อมโยงกับการกำกับดูแลการแข่งขันที่เกิดจากการทำการส่งเสริมการขายในลักษณะการให้บริการพ่วงกับสินค้าและบริการอื่น เพราะโทรศัพท์ประจำที่จะเป็นบริการหนึ่งที่ถูกนำไปใช้เพื่อการส่งเสริมการขายในลักษณะดังกล่าว

มติที่ 6 การให้บริการอย่างทั่วถึง (Universal Service Obligation: USO)

ประเด็นปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการอย่างทั่วถึง หรือ USO ในบริการโทรศัพท์ประจำที่ยังคงเป็นเรื่องของการขาดความชัดเจนของแผนการจัดให้มีบริการโทรคมนาคมพื้นฐานโดยทั่วถึงและบริการเพื่อสังคม แม้ว่าจะมีประกาศ กสทช. เรื่อง แผนการจัดให้มีบริการโทรคมนาคมพื้นฐานโดยทั่วถึงและบริการเพื่อสังคม (พ.ศ. 2555 – 2559) และมีการจัดเก็บเงินจากผู้ประกอบการเข้าสู่กองทุนแล้ว แต่ผู้ประกอบการยังมีความเห็นว่ายังไม่มีผลที่ชัดเจน

นอกจากนั้นยังมีความเห็นว่า เงินที่เก็บเข้ากองทุนมีอัตราที่สูงเกินไป เมื่อเทียบกับผลที่จะเกิดขึ้น นอกจากนั้น การที่ผู้ประกอบการสำคัญในตลาดนี้เป็นรัฐวิสาหกิจ (TOT) จึงทำให้มีผลต่อการเข้าร่วมในการจัดสรรเงินเข้ากองทุน USO ซึ่งไม่สอดคล้องกับการบริหารงบประมาณของรัฐวิสาหกิจ ดังนั้น กรณีที่ผู้ประกอบการเป็นรัฐวิสาหกิจอาจจะต้องมีเงื่อนไขที่แตกต่างออกไป

สำหรับรัฐวิสาหกิจทั้งสองแห่ง CAT และ TOT ที่ได้รับมอบหมายให้ดำเนินการในส่วนของการให้บริการทั่วถึง ยังขาดความชัดเจนในการอุดหนุนเงินเพื่อการดำเนินงาน และควรส่งเสริมให้ออกชนรายอื่นเข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้น โดยคิดค่าบริการแตกต่างกันไปตามแต่ละประเภทบริการ

นอกจากนั้น การจัดให้มีบริการโทรคมนาคมพื้นฐานโดยทั่วถึงและบริการเพื่อสังคม (Universal Service Obligation: USO) ด้วยวิธีการประมูล Reverse Auction มีประเด็นเช่นเดียวกับที่ให้ความเห็นไว้ในส่วนบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ผ่านมาแล้ว

มติที่ 7 คุณภาพบริการ (Quality of Service: QOS)

แม้การสำรวจผู้ใช้บริการด้วยแบบสอบถาม จะไม่ค่อยมีผู้ใช้บริการประสบปัญหาในการใช้บริการโทรศัพท์ประจำที่มากนัก แต่ก็ยังมีปัญหาที่พบได้โดยเฉพาะปัญหาด้านสัญญาณขัดข้องที่มี



เกิดขึ้นค่อนข้างมาก (ภาคผนวก 5.3: ตาราง 39) เมื่อพิจารณาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโทรศัพท์ประจำที่ พบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการจะอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ยกเว้นเรื่องการดูแลเมื่อเกิดปัญหา เช่น การซ่อม/แก้ไข กรณีสัญญาณขัดข้อง เป็นต้น จะมีระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง (ภาคผนวก 5.3: ตาราง 47) ประเด็นสำคัญของปัญหาในกำกับดูแลการแข่งขันในเรื่องคุณภาพบริการ ยังคงเป็นเรื่องของการที่ยังไม่มีหลักเกณฑ์ในการกำกับดูแลคุณภาพของบริการอย่างเป็นทางการในบริการโทรศัพท์ประจำที่ และปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะ

นอกจากนั้น หากพิจารณาว่า บริการโทรศัพท์สาธารณะเป็นบริการสาธารณะในโทรศัพท์ประจำที่ที่ต้องจัดให้มี แม้ว่าความต้องการใช้จะลดลงไปมาก โดยจากการสำรวจพบว่าผู้ใช้บริการไม่มากนัก และเป็นการใช้นาน ๆ ครั้ง เหตุผลที่เลือกใช้โทรศัพท์สาธารณะ เพื่อใช้ในการกรณีโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ไม่สามารถใช้งานได้ เช่น เสีย หรือแบตเตอรี่หมด เป็นต้น (ภาคผนวก 5.3: ตาราง 28-31) ปัญหาของการใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะที่พบมากเรียงตามลำดับ คือ 1) มีตู้โทรศัพท์สาธารณะ แต่ใช้งานไม่ได้ 2) มีโทรศัพท์สาธารณะจำนวนน้อย หายากเวลาต้องการใช้งาน และ 3) กินเหรียญ (ภาคผนวก 5.3: ตาราง 42) นอกจากนี้ ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะอยู่ในระดับน้อยถึงค่อนข้างมาก โดยความพึงพอใจสูงสุดจะอยู่ที่คุณภาพและมาตรฐานและอัตราค่าบริการ ตามลำดับ แต่สำหรับในเรื่องจำนวนและประเด็นอื่น ๆ เช่น ความสะอาดของอุปกรณ์จะอยู่ในระดับน้อยถึงค่อนข้างน้อย (ภาคผนวก 5.3: ตาราง 57)

โดยสรุปภาพรวมสภาพปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันในการประกอบกิจการโทรศัพท์ประจำที่ ดังนี้

1) การเพิ่มขึ้นของสัดส่วนการใช้โทรศัพท์ที่ผ่านทางช่องทางโทรศัพท์เคลื่อนที่จนอยู่ในระดับที่เกินกว่าสัดส่วนการใช้ผ่านช่องทางโทรศัพท์ประจำที่ เป็นแนวโน้มของตลาดโทรคมนาคมที่เกิดขึ้นในประเทศไทยเช่นเดียวกับประเทศอื่น ๆ ในโลก และทำให้เกิดปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันในตลาดโทรศัพท์ประจำที่ ในส่วนของรายได้จากการดำเนินงานของผู้ประกอบการจากโทรศัพท์ประจำที่ลดลงพร้อมกับจำนวนผู้ใช้บริการที่ลดลง ขณะที่ค่าบริการต่อนาทีของโทรศัพท์ประจำที่อยู่ในระดับสูงกว่าโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยเปรียบเทียบ จากต้นทุนของค่าธรรมเนียมในการเชื่อมต่อ (Interconnection charge) ที่แพงขึ้นจากการที่ปริมาณการใช้โทรศัพท์ประจำที่ลดลง

2) การลดลงของปริมาณการใช้โทรศัพท์ประจำที่ ขณะที่รายรับจากค่าบริการขั้นต่ำรายเดือนเท่ากัน อาจจะทำให้ผู้ประกอบการบางรายตัดสินใจรับลดการลง ทุนระยะยาวในโครงข่ายในส่วนนี้ลง โดยเฉพาะในผู้ประกอบการรายที่มีได้มีการให้บริการครบวงจรและครอบคลุมบริการโทรคมนาคมด้านอื่นด้วย และเป็นผู้ให้บริการด้านโทรศัพท์ประจำที่อย่างเดียว ในขณะที่ผู้ประกอบการรายอื่นมีขอบเขตของธุรกิจครอบคลุมหลายประเภทอาจจะมีแนวทางการปรับตัวทางการตลาดมากกว่าผู้ประกอบการบางรายในตลาด มีแนวโน้มที่จะปรับรูปแบบของการให้บริการโทรศัพท์ประจำที่สู่บริการที่มีมูลค่าเพิ่ม เพื่อสร้างรายได้จากการดำเนินงานเพิ่มขึ้น ซึ่งจาก



สัมภาระ TOT มีแผนกลยุทธ์ที่จะให้บริการโทรศัพท์ประจำที่บวกบริการที่เรียกว่า Smart Home ที่เชื่อมโยงเลขหมายโทรศัพท์กับการให้บริการของสถานีตำรวจ โรงพยาบาล เพื่อเพิ่มมูลค่าเพิ่มของการให้บริการ หรือการใช้โครงข่ายเคเบิลใยแก้ว เชื่อมสู่กลุ่มลูกค้าระดับบนของตลาด ที่มีความยินดีในการจ่ายค่าบริการแพงแลกกับคุณภาพของการให้บริการที่ดีขึ้น ในอนาคตจึงอาจจะมีแนวโน้มว่ารูปแบบและคุณภาพของบริการโทรศัพท์ประจำที่ควรจะดีขึ้น จากการพัฒนาธุรกิจของผู้ให้บริการและการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาให้บริการ แม้ว่าอาจจะยังเป็นการให้บริการที่ยังมีความแตกต่างกันระหว่างผู้ให้บริการแต่ละรายในตลาดก็ตาม

3) รูปแบบของความต้องการของผู้ใช้บริการในตลาดโทรศัพท์ประจำที่ยังมีลักษณะที่แตกต่างกัน และน่าจะทำให้สภาพและรูปแบบของบริการที่จะสร้างความพอใจแก่ผู้ใช้บริการแต่ละกลุ่มมีความแตกต่างไม่ได้ใกล้เคียงและไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน เมื่อเปรียบเทียบกับกรณีของตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่แนวโน้มของความต้องการบริการไปในทิศทางเดียวกันและชัดเจนมากกว่า การที่ผู้ประกอบการบางรายหันมาให้ความสำคัญกับแผนกลยุทธ์ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่บริการ จะมีผลดีและลดปัญหาและอุปสรรคในตลาดด้านการแข่งขันลงได้มากขึ้น จากการที่ผู้ประกอบการเน้นการเพิ่มทางเลือกของผู้บริโภค พัฒนาระบบการบริการให้มีประสิทธิภาพและมีนวัตกรรมใหม่ๆ แทนที่จะแข่งขันกันในลักษณะของการกีดกันรายอื่นจากการที่มีสัมปทานการประกอบกิจการในระยะยาว

5.3 ปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันในบริการอินเทอร์เน็ต (Internet Services)

ตลาดบริการอินเทอร์เน็ตมีผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงจำนวน 3 ราย คือ TOT TRUE และ 3BB และมีจำนวนผู้ลงทะเบียนใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงประเภทบุคคลทั่วไป (Individual หรือ Access) และผู้ผ่าน Corporate Internet Business เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดย ณ สิ้นไตรมาสที่ 3 ปี พ.ศ.2556 มีผู้ลงทะเบียนทั้งสิ้น 4.72 ล้านราย และแนวโน้มของผู้ลงทะเบียนประเภทบุคคลทั่วไปใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ.2552 เป็นต้นมา (รายงานสภาพตลาดกิจการโทรคมนาคม ไตรมาส 3 ปี พ.ศ.2556: หน้า 14)

แม้ว่าจำนวนผู้ใช้บริการในตลาดอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงจะเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว แต่การแข่งขันระหว่างผู้ให้บริการยังคงกระจุกตัวในกลุ่มผู้ให้บริการรายหลัก และผู้ให้บริการรายหลักยังมีความได้เปรียบผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตรายย่อย เนื่องจากจะอยู่ในกลุ่มหรือบริการในเครือข่ายของผู้ให้บริการโทรศัพท์ประจำที่ ดังนั้น เพื่อบริการรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงที่ขยายตัวเพิ่มสูงขึ้น ทำให้ผู้เป็นเจ้าของโครงข่ายโทรศัพท์ประจำที่ (PSTN) จากฐานะผู้ให้เช่าโครงข่ายมาเป็นผู้ให้บริการเอง จะเห็นได้จากผู้ให้บริการโทรศัพท์ประจำที่ทุกรายเป็นผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต โดยตั้งบริษัทในเครือสำหรับให้บริการอินเทอร์เน็ต



ส่วนแบ่งตลาดสูงสุดในกลุ่มผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงเป็นของ TRUE จากการที่มีความได้เปรียบในฐานะที่เป็นบริษัทในเครือของบริษัทที่เป็นผู้ครอบครองโครงข่ายโทรศัพท์ประจำที่ รวมถึงการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดแบบ Convergence ทำให้ TRUE ครอบครองส่วนแบ่งตลาด ณ สิ้นไตรมาสที่ 3 ปี พ.ศ.2556 อยู่ที่ร้อยละ 36.8 รองลงมา คือ TOT และ 3BB โดยมีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ร้อยละ 31.7 และ 28.7 ตามลำดับ และเป็นส่วนของผู้ให้บริการรายย่อยอื่น ร้อยละ 2.8 (รายงานสภาพตลาดโทรคมนาคม ไตรมาสที่ 3 ปี พ.ศ.2556: หน้า 15)

ปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันในการประกอบกิจการโทรคมนาคมของผู้รับใบอนุญาตในตลาดบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง สามารถสรุปตามแต่ละมิติในการพิจารณา ดังนี้

มิติที่ 1 การเข้าสู่ตลาดของผู้ให้บริการรายใหม่ (Market Entry)

แม้ว่าตลาดบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงจะมีการให้ใบอนุญาตให้แก่ผู้ให้บริการรายใหม่เข้ามาในตลาดค่อนข้างมากในช่วง 6 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2548 - 2550) ซึ่งส่วนมากจะเป็นใบอนุญาตประเภท 1 (ใบอนุญาตประเภทให้บริการแบบไม่มีโครงข่าย) แต่ทั้งนี้ ยังมีข้อกำหนดของการให้ใบอนุญาตสำหรับผู้ประกอบการขนาดเล็กที่อาจไม่เอื้อต่อกิจการขนาดเล็กเท่าที่ควร

มิติที่ 2 การจัดสรรทรัพยากรที่มีจำกัด (Scarce Resources) เช่น คลื่นความถี่ หรือ เลขหมายโทรศัพท์ ฯลฯ

มิติในการจัดสรรทรัพยากรที่มีจำกัดในตลาดบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงไม่มีประเด็นที่เป็นปัญหาและอุปสรรคในการแข่งขัน เหตุผลหนึ่งเป็นเพราะตลาดมีแนวโน้มเติบโตสูง และผู้ให้บริการสามารถเข้าสู่ตลาดได้โดยไม่มีอุปสรรคมากนัก ประเด็นปัญหาเรื่องการเข้าถึงทรัพยากรที่มีอยู่จำกัด ยังเป็นเรื่องการขยายโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับการให้บริการยังกระจุกตัวอยู่เฉพาะในเขตเมือง ไม่ครอบคลุมพื้นที่ในเขตชนบท ซึ่งส่งผลให้อัตราค่าบริการอินเทอร์เน็ตในเขตภูมิภาคหรือพื้นที่ชนบทค่อนข้างมีราคาสูง และมีความแตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ค่อนข้างมาก

มิติที่ 3 การเชื่อมต่อโครงข่ายระหว่างกัน (Interconnection)

ปัญหาของการเชื่อมต่อโครงข่ายระหว่างกันที่เกิดขึ้นในตลาดบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง คือ กฎเกณฑ์ในการกำกับดูแลการเชื่อมโยงโครงข่ายในบริการอินเทอร์เน็ตยังไม่มีความชัดเจนเท่าที่ควร เห็นได้จากการมีข้อพิพาทที่เกิดขึ้นระหว่างผู้ให้บริการที่เป็นรัฐวิสาหกิจและเอกชนผู้รับสัมปทานซึ่งยังไม่มีข้อสรุปในแนวทางการลดข้อขัดแย้ง และ กสทช. ไม่มีความชัดเจนต่อทางออกของปัญหาดังกล่าว

มิติที่ 4 อัตราค่าบริการ (Tariff Regulation)

ปัญหาของการแข่งขันในการตลาดบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงด้านอัตราค่าบริการที่สำคัญ คือ การขาดหลักเกณฑ์ในการกำกับดูแลในเรื่องของกำหนดอัตราค่าบริการที่ยังไม่มี



หลักเกณฑ์การกำกับดูแลที่ชัดเจนในตลาดบริการอินเทอร์เน็ต ทำให้ผู้ให้บริการที่มีอำนาจเหนือตลาดสามารถกำหนดอัตราค่าบริการค่อนข้างสูง ซึ่งแตกต่างจากในโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีการกำหนดอัตราขั้นต่ำ ทั้งนี้ การกำหนดหลักเกณฑ์ในการกำกับดูแลอัตราค่าบริการควรต้องคำนึงถึงศักยภาพในการพัฒนาธุรกิจในระยะยาว เพราะหากกำหนดอัตราค่าบริการไว้ต่ำเกินไป ทำให้ผู้ประกอบการไม่สามารถที่จะลงทุนในอนาคตได้ และต้องคำนึงถึงการลดความเสี่ยงในการแข่งขันอย่างรุนแรงทางด้านราคา ซึ่งทำให้ผู้ประกอบการกำหนดอัตราค่าบริการที่ต่ำเกินไป และไม่เป็นผลต่อการพัฒนาตลาดในระยะยาวเช่นกัน นอกจากนี้ การกำกับดูแลต้องพิจารณาถึงการลดความเหลื่อมล้ำของอัตราค่าบริการระหว่างพื้นที่ส่วนกลางและส่วนภูมิภาค หรือเขตเมืองและเขตชนบท จากการสำรวจพบว่า ปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ผู้ใช้บริการยังไม่ได้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในส่วนภูมิภาค มีสาเหตุหนึ่งมาจากอัตราค่าบริการที่สูงเกินไป นอกจากนี้ ยังมีปัญหาเรื่องสัญญาณขัดข้อง เครือข่ายล่ม รongลงมาเป็นเรื่อง ความเร็วใช้งานไม่เป็นไปตามที่ระบุ และค่าใช้จ่ายสูงเกินไป ตามลำดับ (ภาคผนวก 5.3: ตาราง 41)

มติที่ 5 การกำกับดูแลเพื่อการแข่งขันอย่างเป็นธรรม (Regulation of Anti-Competitive Practices)

สำหรับการกำกับดูแลเพื่อการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในตลาดบริการอินเทอร์เน็ต กสทช. ยังไม่มีกฎหมายการกำกับดูแลแนวปฏิบัติที่จะใช้ในการดูแลการแข่งขันอย่างเป็นธรรมที่ชัดเจน แม้ว่าปัญหาที่เกิดจากการกำกับดูแลเพื่อการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในตลาดบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงไม่มีประเด็นที่โดดเด่นนัก แต่จะเชื่อมโยงกับการกำกับดูแลการแข่งขันที่เกิดจากการทำการส่งเสริมการขายในลักษณะการให้บริการพ่วงกับสินค้าและบริการอื่น เพราะบริการอินเทอร์เน็ตจะเป็นบริการหนึ่งที่ถูกนำไปใช้เพื่อการส่งเสริมการขายในลักษณะดังกล่าว จากการที่หน่วยงานรัฐวิสาหกิจเป็นหน่วยงานที่ต้องดำเนินงานภายใต้การกำกับของ กสทช. และภายใต้หลักเกณฑ์ของภาครัฐทำให้มีประเด็นความเสียหายเปรียบของรัฐบาลวิสาหกิจในการแข่งขัน และจากการที่ กสทช. กำหนดการคิดค่าธรรมเนียมรายปีให้รวมรายได้จากกิจการโทรคมนาคมและการให้บริการอินเทอร์เน็ตเป็นรายได้รวมเพื่อการคำนวณค่าธรรมเนียมรายปี การที่หน่วยงานรัฐวิสาหกิจไม่สามารถตั้งบริษัทลูกได้ด้วยข้อจำกัดในการบริหาร ในขณะที่บริษัทเอกชนสามารถตั้งเป็นบริษัทลูกเพื่อกระจายรายได้ไปยังบริษัทลูกที่ให้บริการแต่ละประเภท ทำให้หน่วยงานรัฐวิสาหกิจเกิดความเสียหายเปรียบในเชิงการแข่งขัน

นอกจากความเสียหายเปรียบของผู้ให้บริการที่มีฐานลูกค้าไม่มากนักโดยเปรียบเทียบกับผู้ให้บริการหลัก ซึ่งการแข่งขันของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจและผู้ให้บริการรายย่อยที่ถูกจำกัดโดยทางอ้อมด้วยการมีฐานลูกค้าที่ไม่มากนัก เมื่อเทียบกับบริษัทเอกชนที่เป็นผู้ให้รายหลักของตลาด ซึ่งการมีจำนวนฐานลูกค้าที่มากจะทำให้ผู้ให้บริการสามารถกำหนดราคาที่ถูกลงได้มากกว่าผู้ให้บริการรายย่อยหรือรายเล็กที่ไม่สามารถลดราคาเพื่อแข่งขันเองได้



มติที่ 6 การให้บริการอย่างทั่วถึง (Universal Service Obligation: USO)

ประเด็นปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการอย่างทั่วถึง หรือ USO ในบริการอินเทอร์เน็ต ยังคงเป็นเรื่องของการขาดความชัดเจนของแผนการจัดให้มีบริการโทรคมนาคมพื้นฐานโดยทั่วถึงและบริการเพื่อสังคม แม้ว่าจะมีประกาศ กสทช. เรื่อง แผนการจัดให้มีบริการโทรคมนาคมพื้นฐาน โดยทั่วถึงและบริการเพื่อสังคม (พ.ศ. 2555 - 2559) และมีการจัดเก็บเงินจากผู้ประกอบกิจการเข้าสู่กองทุนแล้ว แต่ผู้ประกอบกิจการยังมีความเห็นว่ายังไม่มีผลที่ชัดเจน

นอกจากนั้นยังมีความเห็นว่า เงินที่เก็บเข้ากองทุนมีอัตราที่สูงเกินไป เมื่อเทียบกับผลที่จะเกิดขึ้น และด้วยผู้ประกอบกิจการสำคัญในตลาดนี้เป็นรัฐวิสาหกิจ (TOT) จึงทำให้เป็นปัญหาในการจัดสรรเงินเข้ากองทุนของ USO ไม่สอดคล้องกับการบริหารงบประมาณ กรณีที่ผู้ประกอบการเป็นรัฐวิสาหกิจ ซึ่งอาจจะต้องมีเงื่อนไขที่แตกต่างออกไป

สำหรับรัฐวิสาหกิจทั้งสองแห่ง CAT และ TOT ที่ได้รับมอบหมายให้ดำเนินการในส่วนของการให้บริการทั่วถึง ยังขาดความชัดเจนในการอุดหนุนเงินเพื่อการดำเนินงาน และควรส่งเสริมให้เอกชนรายอื่นเข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้น โดยคิดค่าบริการแตกต่างกันไปตามแต่ละประเภทบริการ

สำหรับการจัดให้มีบริการโทรคมนาคมพื้นฐานโดยทั่วถึงและบริการเพื่อสังคม (Universal Service Obligation: USO) ด้วยวิธีการประมูล (Reverse Auction) ยังมีประเด็นเรื่องความเตรียมข้อมูลเกี่ยวกับโครงการ USO ให้ชัดเจน และระบุประเด็นที่ต้องการให้ผู้ประกอบกิจการนำเสนอผลงานจากโครงการ เพื่อจะช่วยในการประกอบการตัดสินใจของผู้ประกอบกิจการที่คาดว่าจะเป็นผู้นำเสนอ และมั่นใจได้ว่าจะมีความสนใจในการเข้าประมูลที่ส่งเสริมสภาพการแข่งขันได้จริง และสามารถใช้ในการกำหนดราคาที่เหมาะสมขอทำโครงการได้ ดังที่ได้กล่าวไว้แล้วในส่วนของบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ผ่านมา

นอกจากนั้นแล้ว มติเรื่องการให้บริการอย่างทั่วถึงในบริการอินเทอร์เน็ต เกี่ยวข้องกับการที่รัฐจัดให้มีบริการ Free WiFi ในบางพื้นที่ จากการสำรวจผู้ใช้บริการด้วยแบบสอบถาม ส่วนมากของผู้ที่เคยใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่าน Free WiFi ที่ให้บริการโดยรัฐร้อยละ 74.8 จะระบุว่าเคยประสบปัญหาในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่าน Free WiFi ที่ให้บริการโดยรัฐ โดยปัญหาที่พบเรียงลำดับ ดังนี้ 1) คุณภาพสัญญาณไม่ดี 2) กระบวนการยุ่งยาก 3) ไม่มีการประชาสัมพันธ์เรื่อง Username และ Password รวมถึง 4) การจำกัดเวลาใช้ และสัญญาณช้า (ภาคผนวก 5.3: ตาราง 43)

ผลการสำรวจยังสะท้อนถึงระดับความพึงพอใจในการใช้บริการ Free WiFi อยู่ในระดับค่อนข้างน้อยถึงน้อย ไม่ว่าจะเป็นด้านคุณภาพของบริการด้านเทคนิค ความครอบคลุมพื้นที่ให้บริการ และเงื่อนไขการให้บริการ (เช่น การจำกัดระยะเวลา ฯลฯ) ซึ่งอาจจะสะท้อนถึงการพัฒนาบริการในด้านนี้ให้ดีขึ้น เพื่อยกระดับการเข้าถึงบริการสาธารณะของผู้ใช้บริการและเพิ่มสภาพการแข่งขันในตลาดอินเทอร์เน็ตได้อีกทางหนึ่ง (ภาคผนวก 5.3: ตาราง 59)



มิติที่ 7 คุณภาพบริการ (Quality of Service: QOS)

การสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต พบว่า ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการส่วนมากจะอยู่ในระดับค่อนข้างมาก โดยประเด็นที่มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ ความหลากหลายในประเภทการให้บริการ รองลงมา คือ คุณภาพของบริการด้านเทคนิคและการบริการของเจ้าหน้าที่ ตามลำดับ ส่วนที่ความพึงพอใจในเรื่องอัตราค่าบริการอยู่ระดับค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักในระดับกลางๆ สะท้อนได้ถึงอัตราค่าบริการยังไม่เป็นที่พึงพอใจเท่าที่ควร (ภาคผนวก 5.3: ตาราง 52)

ประเด็นสำคัญของปัญหาในเรื่องคุณภาพบริการ ยังคงเป็นเรื่องของการที่ยังไม่มีหลักเกณฑ์ในการกำกับดูแลคุณภาพของบริการอย่างเป็นรูปธรรมในบริการอินเทอร์เน็ต รวมถึงกฎเกณฑ์ในการตรวจสอบคุณภาพของผู้ให้บริการแต่ละรายว่าถูกต้องตรงตามที่โฆษณาไว้กับลูกค้าหรือไม่ ยังไม่มีแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจน ลูกค้าส่วนใหญ่จะใช้ทดสอบความเร็วของอินเทอร์เน็ตที่มีอยู่ในตลาดทดสอบคุณภาพของบริการ และร้องเรียนแก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง แต่การยอมรับในเทคโนโลยีนั้นยังไม่มีกฎเกณฑ์ที่แน่นอนทำให้เกิดความไม่เป็นธรรมทั้งสองฝ่าย ดังนั้น ในการกำกับดูแลเรื่องคุณภาพของบริการจึงเป็นเรื่องที่ กสทช. ต้องสร้างหลักเกณฑ์ กำหนดตัวชี้วัด และวิธีการวัดที่เป็นที่ยอมรับโดยทั่วกัน

นอกจากนั้น การกำกับดูแลในส่วนของผู้ให้บริการเนื้อหา (Content Provider) เพื่อให้มีกลไกในการติดตามตรวจสอบความเหมาะสมของเนื้อหาที่นำเสนอในแต่ละพื้นที่เว็บไซต์ก็เป็นสิ่งที่ต้องให้ความสำคัญควบคู่ไปกับการกำกับดูแลด้านคุณภาพของบริการ

โดยสรุปภาพรวมสภาพปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันในการประกอบกิจการบริการอินเทอร์เน็ต ดังนี้

1) ตลาดในส่วนนี้มุ่งสู่ทิศทางของอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (Broadband internet) ซึ่งเป็นโครงสร้างตลาดที่จะมีการเติบโตสูงสุดในอนาคต และมีสัดส่วนการใช้บริการเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับการใช้บริการด้วยเสียง การกำหนดนโยบายในส่วนของบรอดแบนด์และ WiFi เป็นส่วนที่อยู่ในการตัดสินใจของกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในฐานะของผู้กำหนดนโยบาย และทำให้สภาพคล่องตลาดเปลี่ยนแปลงไปและเป็นส่วนที่อยู่นอกเหนือจากบทบาทในการกำกับของ กสทช.

2) ผลการสำรวจจากผู้ใช้บริการพบว่า ยังมีความต้องการให้ปรับลดค่าบริการลงอีก และเห็นว่าค่าบริการที่ผ่านมายังสูงเกินไปและเป็นอุปสรรคต่อการเพิ่มปริมาณการใช้บริการ ตลอดจนความไม่ทั่วถึงของการให้บริการ จนเป็นตัวขับเคลื่อนด้านอุปสรรคหลักที่ทำให้ไม่เกิดการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงอย่างเต็มที่ การพิจารณาหาแนวทางให้ค่าบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงลดลงจึงเป็นการลดปัญหาและอุปสรรคของตลาดนี้ได้อย่างมาก

3) ประเด็นของ USO ที่มุ่งเพิ่มความพอใจจากการที่สามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้จากพื้นที่ห่างไกล ด้วยการจ่ายค่าบริการที่ยอมรับได้หรือฟรี หรือการจัดพื้นที่ Free WiFi ยังไม่เด่นชัดในส่วนของคุณภาพของบริการและยังขาดการจูงใจที่เพียงพอให้ผู้ประกอบการเอกชนสนใจจะเข้าไป



ลงทุนขยายธุรกิจในพื้นที่ห่างไกลดังกล่าวแข่งขันกับผู้ประกอบการที่เป็นรัฐวิสาหกิจ การแข่งขันใน ส่วนของ USO จึงควรจะมาจากการตั้งเป้าหมายของหน่วยงานกำหนดนโยบายหรือ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารและมาจากการผลักดันด้านความก้าวหน้าทาง เทคโนโลยีประกอบกัน จนมีส่วนในการลดระดับของความเหลื่อมล้ำของการใช้บริการระหว่างพื้นที่ ห่างไกลโดยเปรียบเทียบกับผู้ใช้บริการในเขตตัวเมือง รวมทั้งการส่งเสริมการศึกษาออนไลน์ใน พื้นที่ห่างไกล

4) ปัญหาและอุปสรรคสำคัญอีกประการหนึ่งของตลาดอินเทอร์เน็ต คือ ความก้าวหน้า ของเทคโนโลยีที่เกิดการปรับตัวและเปลี่ยนแปลงไปเป็นไปอย่างรวดเร็ว ซึ่งทำให้สินค้าและบริการที่ เกี่ยวข้องกับบริการอินเทอร์เน็ตมีโอกาสที่จะล้าสมัยเร็วและโดยง่าย จนมีผลต่อการลงทุนเพิ่มเติม ของผู้ให้บริการ และทำให้ต้นทุนการดำเนินงานไม่สามารถปรับลดลง และจะเป็นอุปสรรคสำคัญต่อ การลดลงของค่าบริการที่เรียกเก็บจากผู้ให้บริการได้

5.4 ปัญหาและอุปสรรคในการแข่งขันในบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ (International Call Services)

ลักษณะของบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศตามระบบการให้บริการที่มีการใช้งานใน ปัจจุบันสามารถแบ่งได้เป็น 3 ลักษณะ (ส่วนงานพัฒนาภาคการส่งเสริมการแข่งขัน กลุ่มงาน วิชาการและจัดการทรัพยากรโทรคมนาคม, 2555: 16)⁶ ได้แก่

1) ระบบต่อตรง (International Direct Dialing: IDD) ผ่าน Access Code หรือ IDD Prefix ให้บริการระบบต่อตรงอัตโนมัติผ่านระบบเลขหมาย 3 หลัก (Three Digits Number) ผ่าน จากการใช้บริการโทรศัพท์ประจำที่ (Public Switched Telephone Network: PSTN) และ โทรศัพท์เคลื่อนที่ ผ่านไปยังชุมสายโทรศัพท์ระหว่างประเทศแล้วเชื่อมต่อไปยังเคเบิลใยแก้วใต้น้ำ ต่อไป

2) ระบบการสื่อสารทางเสียงผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (VoIP) เป็นลักษณะการเชื่อมต่อ ผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ตโพรโทคอล (Internet Protocol: IP) ซึ่งเป็นการใช้บริการผ่านโทรศัพท์ ประจำที่ (Public Switched Telephone Network: PSTN) และโทรศัพท์เคลื่อนที่ผ่านไปยัง ชุมสายโทรศัพท์ระหว่างประเทศ แล้วเชื่อมต่อไปยังเกตเวย์ (Gateway) และโครงข่ายอินเทอร์เน็ต ระหว่างประเทศต่อไป ระบบ VoIP มีทั้งที่มีเลขหมายและไม่มีการใช้เลขหมายโทรศัพท์ ผู้ให้บริการ โทรศัพท์ระหว่างประเทศที่มีระบบ IDD มักจะมีการให้บริการผ่าน VoIP ที่มีเลขหมาย

⁶ส่วนงานพัฒนาภาคการส่งเสริมการแข่งขัน กลุ่มงานวิชาการและจัดการทรัพยากรโทรคมนาคม (2555).



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

ผู้ให้บริการในตลาดบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ เมื่อจำแนกตามบริการที่มี IDD Prefix และไม่มี IDD Prefix ดังนี้

(1) ผู้ให้บริการที่มี IDD Prefix มีจำนวน 6 ราย⁷ ประกอบด้วย

- CAT เลขหมาย IDD Prefix ผ่าน TDM คือ 001, 100 ผ่าน VoIP คือ 009, 00900
- TOT เลขหมาย IDD Prefix ผ่าน TDM คือ 007 ผ่าน VoIP คือ 008
- บริษัท ดีแทคเนทเวอร์ค จำกัด (DTAC Network) เลขหมาย IDD Prefix ผ่าน TDM คือ 004
- บริษัท เอไอเอ็น โกลบอลคอม จำกัด (AIN) เลขหมาย IDD Prefix ผ่าน TDM คือ 005 ผ่าน VoIP คือ 00500
- บริษัท ทู อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล คอมมิวนิเคชั่น จำกัด (TIC) เลขหมาย IDD Prefix ผ่าน TDM คือ 006 ผ่าน VoIP คือ 00600
- บริษัท ทริปเปิลที โกลบอล เนท จำกัด (Triple T) เลขหมาย IDD Prefix ผ่าน TDM คือ 002

(2) ผู้ให้บริการที่ไม่มี IDD Prefix แบ่งเป็นผู้ได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคม ประเภทบริการบัตรโทรศัพท์ระหว่างประเทศ แบบที่ 1 จำนวน 50 ราย และผู้ได้รับใบอนุญาตการให้บริการอินเทอร์เน็ต ประเภท VoIP โดยไม่ใช้เลขหมายมีจำนวน 60 ราย (รายงานสภาพตลาดโทรคมนาคม ไตรมาส 3 ปี พ.ศ. 2555: 16)⁸

โดยพฤติกรรมการแข่งขันจะเน้นการส่งเสริมการขายและใช้การแข่งขันทางด้านราคาเป็นหลัก โดยจะมีการแข่งขันในรูปแบบการส่งเสริมการขายลักษณะเชื่อมโยงกับบริการอื่นร่วมไปด้วย และมีประเด็นปัญหาเรื่องความได้เปรียบเสียเปรียบจากจำนวนฐานลูกค้าที่ใช้บริการเป็นอุปสรรคต่อการแข่งขันในตลาดด้วยปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันในการประกอบกิจการโทรคมนาคมของผู้รับใบอนุญาตในตลาดบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ สามารถสรุปตามแต่ละมิติในการพิจารณา ดังนี้

⁷ ส่วนงานพัฒนาภาคการส่งเสริมการแข่งขัน กลุ่มงานวิชาการและจัดการทรัพยากรโทรคมนาคม (2556). รายงานสภาพตลาดโทรคมนาคม ไตรมาส 3 ปี พ.ศ.2556: หน้า 13

⁸ ส่วนงานพัฒนาภาคการส่งเสริมการแข่งขัน กลุ่มงานวิชาการและจัดการทรัพยากรโทรคมนาคม (2555). รายงานสภาพตลาดโทรคมนาคม ไตรมาส 3 ปี พ.ศ.2555: หน้า 16



มิติที่ 1 การเข้าสู่ตลาดของผู้ให้บริการรายใหม่ (Market Entry)

การเข้ามาแข่งขันในตลาดของผู้ให้บริการรายใหม่สำหรับตลาดบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศจะมีอุปสรรคในการเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการรายใหม่สำหรับการบริการระบบต่อตรง (IDD) จากการที่มักจะต้องให้ผู้ให้บริการที่มีฐานลูกค้าจะบริการอื่นรองรับ สำหรับการเข้าสู่ตลาดโทรศัพท์ระหว่างประเทศที่มีอุปสรรคไม่มากนักสำหรับผู้ให้บริการระบบการสื่อสารทางเสียงผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (VoIP) และระบบบัตรโทรศัพท์ ซึ่งมีผู้ได้รับใบอนุญาตจำนวนมาก

นอกจากนั้น ยังมีประเด็นปัญหาและอุปสรรคที่มาจากกรณีที่มีผู้ให้บริการจากต่างประเทศเข้ามาให้บริการได้โดยไม่จำเป็นต้องมีใบอนุญาตเหมือนผู้ให้บริการภายในประเทศ ทำให้เกิดการแย่งลูกค้าเนื่องจากผู้ให้บริการต่างประเทศมีต้นทุนที่ถูกกว่าและไม่ต้องเสียค่าธรรมเนียมใบอนุญาต ทำให้สามารถลดราคาค่าบริการลงได้มาก ซึ่งส่งผลกระทบต่อหน่วยงานรัฐวิสาหกิจที่เป็นผู้ให้บริการเกตเวย์ (Gateway) อย่างมาก

นอกจากประเด็นดังกล่าวแล้ว ยังมีเรื่องความชัดเจนต่อขอบเขตของการให้บริการในแต่ละประเภทของใบอนุญาตที่ทำให้เกิดความเสียเปรียบในกลุ่มผู้ให้บริการที่เป็นเจ้าของโครงข่ายที่มีการลงทุนสูง กับใบอนุญาตของผู้ที่ไม่ได้เป็นเจ้าของโครงข่าย แต่สามารถให้บริการได้ไม่แตกต่างกัน ทำให้เกิดความเสียเปรียบในเชิงต้นทุน และไม่สามารถแข่งขันได้ อีกทั้งในตลาดบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศมีแนวโน้มของการแข่งขันที่มาจากบริการโทรศัพท์ไปต่างประเทศผ่านทาง VoIP ซึ่งทำให้การแข่งขันในตลาดนี้จะเริ่มรุนแรงมากขึ้น การกำกับดูแลจึงต้องคำนึงถึงความเป็นธรรมในการแข่งขันเป็นหลัก

มิติที่ 2 การจัดสรรทรัพยากรที่มีจำกัด (Scarce Resources)

ตลาดบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศไม่มีประเด็นที่เป็นปัญหาและอุปสรรคในมิติการจัดสรรทรัพยากรที่มีจำกัด เนื่องจากไม่มีอุปสรรคในการเข้าสู่ตลาดมากนัก โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ให้บริการที่ไม่มี IDD Prefix

มิติที่ 3 การเชื่อมต่อโครงข่ายระหว่างกัน (Interconnection)

การใช้รหัสโทรศัพท์ระหว่างประเทศโดยการโทรไปต่างประเทศจะมี 2 ประเภทได้แก่ การโทรไปยังปลายทางที่เป็นต่างประเทศและการโทรจากต่างประเทศมายังประเทศไทย โดยหากพิจารณาแล้ว การโทรไปยังปลายทางในต่างประเทศนั้น ควรจะให้สิทธิแก่ลูกค้าในการเลือกใช้รหัสระหว่างประเทศไม่ว่าจะเป็นการโทรจากโทรศัพท์ประจำที่หรือโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งในกรณีนี้ทาง กสทช. ได้มีประกาศให้ทุกโครงข่ายสามารถเข้าถึงได้ทุกรหัสระหว่างประเทศ แต่ปัญหาของการดำเนินการ คือ บางโครงข่ายไม่สามารถตกลงกันได้ในเรื่องค่าธรรมเนียมในการเชื่อมโยงโครงข่าย ทำให้ไม่เปิดโครงข่ายระหว่างกันและยังไม่มีข้อยุติในเรื่องดังกล่าว

ส่วนข้อได้เปรียบเสียเปรียบในการแข่งขันเกี่ยวกับประเด็นนี้คือ ผู้ให้บริการที่มีจำนวนลูกค้ามากกว่าจะได้เปรียบและมีอำนาจในการต่อรองราคากับผู้ให้บริการปลายทางในต่างประเทศ



อีกทั้งการเชื่อมโยงจากโครงข่ายใดหรือผ่านหลายโครงข่ายก่อนถึงปลายทาง ก็ทำให้คุณภาพยังคงเดิมไม่ต่างจากระบบการเชื่อมโยงแบบเดิม ดังนั้นการแข่งขันที่ไม่ได้อยู่บนเทคโนโลยีเดียวกัน การตั้งราคาจึงเป็นเรื่องยากสำหรับผู้ให้บริการโครงข่าย ซึ่งควรพิจารณากำหนดค่าเชื่อมต่อโครงข่ายที่เป็นมาตรฐานเดียวกันและไม่เป็นอุปสรรคต่อการแข่งขันได้

มติที่ 4 อัตราค่าบริการ (Tariff Regulation)

ปัญหาของการแข่งขันในการตลาดบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านอัตราค่าบริการที่สำคัญ คือ การขาดหลักเกณฑ์ในการกำกับดูแลการกำหนดอัตราค่าบริการที่ยังไม่มีหลักเกณฑ์การกำกับดูแลที่ชัดเจนในตลาดบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ เช่นเดียวกับในตลาดบริการโทรศัพท์ประจำที่ และตลาดอินเทอร์เน็ตทำให้ผู้ให้บริการที่มีอำนาจเหนือตลาดสามารถกำหนดอัตราค่าบริการค่อนข้างสูง แต่ทั้งนี้ ผู้ประกอบการก็สามารถกำหนดอัตราค่าบริการที่มีความหลากหลายและสร้างความแตกต่างของบริการให้ชัดเจนขึ้นได้ เพื่อให้ผู้บริโภคมีสิทธิเลือกบริการที่ตนต้องการเพียงแต่ผู้บริโภคอาจไม่เข้าใจและไม่มีข้อมูลเปรียบเทียบมากเพียงพอในการเรื่องใช้บริการตามอัตราค่าบริการที่ตนต้องการ เพราะส่วนมากการแข่งขันในส่วนของโทรศัพท์ระหว่างประเทศจะมีความได้เปรียบในการที่ผู้ให้บริการจะให้ฐานผู้ใช้บริการของตนเองใช้รหัสโทรศัพท์ทางไกลของผู้ให้บริการรายนั้น

นอกจากนั้น ปัญหาในการแข่งขันสำหรับบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศที่สำคัญและมีผลกระทบต่อผู้รับบริการ คือ บริการข้ามแดนอัตโนมัติ หรือ โรมมิ่ง จากการที่ผู้ใช้บริการไม่ทราบระบบการทำงานของเครื่องโทรศัพท์ที่เกี่ยวกับข้อมูล เช่น กรณี BlackBerry ซึ่งมีการเชื่อมต่อเครือข่ายทุกครั้งที่มีการ pushmail สถานะของผู้ที่ติดต่อ ซึ่งทำให้เกิดค่าใช้จ่ายกรณีเครื่องโทรศัพท์สมาร์ทโฟนสามารถจับสัญญาณอัตโนมัติ โดยจะเกาะสัญญาณที่แรงกว่าหากเครือข่ายตามแพ็คเกจสัญญาณอ่อนประกอบด้วยผู้ใช้ไม่ทราบวิธีการตั้งค่าเครื่องโทรศัพท์ที่ใช้งานอยู่ เช่น iPhone iPad หรือ BlackBerry ผู้ใช้ไม่ทราบรายละเอียดเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายทั้งหมดจากการใช้บริการ เช่น ค่ารับสาย ค่าโทรออกกรณีไม่มีผู้รับสาย ค่าโทรเข้ากรณีไม่รับสาย (Miss call) กรณีฝากข้อความเสียง การโทรเข้า Call center เมื่อประสบปัญหาจากการใช้งาน เป็นต้น

นอกจากปัญหาในประเด็นดังกล่าวข้างต้นแล้วยังมีปัญหาที่เกิดจากการให้ข้อมูลและการดำเนินการของผู้ให้บริการที่เกี่ยวข้อง อาทิ การจำกัดวงเงินสูงสุด และพบว่าหลายกรณีมีการใช้เงินวงเงินที่จำกัด และมีการขยายวงเงินให้โดยไม่แจ้งให้ผู้ใช้บริการทราบ การแจ้งเตือนปริมาณการใช้บริการยังไม่ Real time ทำให้เกิดค่าใช้จ่ายที่สูงจนเกิดสถานการณ์ที่ค่าบริการสูงลิ่วโดยผู้ใช้บริการไม่ได้คาดการณ์ไว้ก่อน (Bill Shock) การให้ข้อมูลการใช้บริการในแต่ละประเทศไม่เหมือนกัน เช่น บางประเทศเมื่อเดินทางไปถึงมีข้อความสั้นให้รายละเอียดค่าบริการครบถ้วน ขณะที่ในบางประเทศไม่ให้รายละเอียดและการระบุชื่อแพ็คเกจ Unlimited ที่อาจต้องมีการแจ้งรายละเอียดแนบท้ายและมี



เงื่อนไขในการให้บริการที่ไม่ใช่แบบไม่จำกัดจริง และความครอบคลุมของพื้นที่ให้บริการของ
เครือข่ายที่สมัครตามรายการส่งเสริมการขาย เป็นต้น

ปัญหาเหล่านี้ทำให้ผู้ใช้บริการมีต้นทุนที่สูงเกินความต้องการใช้งานจริง ซึ่ง กสทช. ควรมี
การวางกฎเกณฑ์ให้ผู้ประกอบกิจการดูแลผู้ใช้บริการอย่างเป็นธรรม และควรเป็นแนวทางที่ผู้ให้
บริการแต่ละรายต้องดำเนินการเพื่อดูแลผู้ใช้บริการอย่างเป็นธรรมและไม่สร้างความเหลื่อมล้ำในการ
แข่งขันระหว่างผู้ประกอบการได้

มติที่ 5 การกำกับดูแลเพื่อการแข่งขันอย่างเป็นธรรม (Regulation of Anti-Competitive Practices)

สำหรับการกำกับดูแลเพื่อการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในตลาดบริการโทรศัพท์ระหว่าง
ประเทศคงเป็นประเด็นในเรื่องของความชัดเจนของขอบเขตใบอนุญาตแต่ละประเภทในการ
ให้บริการ เพราะหากใบอนุญาตประเภทที่ต้องลงทุนสูงและเป็นเจ้าของโครงข่ายต้องแข่งขันกับ
ใบอนุญาตประเภทที่ไม่ต้องลงทุนในโครงข่าย แต่สามารถให้บริการในลักษณะเดียวกันได้ย่อมเกิด
ความเป็นธรรมในการแข่งขัน ซึ่ง กสทช. ยังไม่มีกฎเกณฑ์การกำกับดูแลแนวปฏิบัติที่จะใช้ในการ
ดูแลการแข่งขันอย่างเป็นธรรมที่ชัดเจน

ประเด็นปัญหาที่เกิดจากการขายสินค้าพ่วงกับบริการอื่นๆ จะเห็นได้ว่ามีแต่ผู้ประกอบการ
รายใหญ่เท่านั้นที่ดำเนินการได้ เพราะเมื่อมีการคิดเฉลี่ยค่าบริการแล้ว ก็ยังคงมีกำไรอยู่ตาม
หลักการประหยัดจากขนาด (Economies of Scale) ผู้เสียเปรียบจะเป็นผู้ประกอบการขนาดเล็ก
เท่านั้น และยังคงส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการรายใหม่ที่จะเข้าสู่ตลาดด้วย ดังนั้น กสทช. ซึ่งเป็น
หน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการกำกับดูแล ควรกำหนดความสามารถของผู้ประกอบกิจการในการ
ให้บริการโดยพิจารณาจากใบอนุญาตประกอบกิจการเป็นรายกิจการไปและกำหนดอัตราขั้นต่ำของ
การอัตราค่าบริการด้วย

มติที่ 6 การให้บริการอย่างทั่วถึง (Universal Service Obligation: USO)

ประเด็นปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการอย่างทั่วถึง หรือ USO ในบริการโทรศัพท์
ระหว่างประเทศอาจมีไม่มากนัก เพราะเป็นบริการที่ค่อนข้างเฉพาะกลุ่ม แต่ทั้งนี้การให้บริการที่
ทั่วถึงเพื่อรองรับแรงงานที่เคลื่อนย้ายเข้ามาในประเทศไทยมากขึ้น เมื่อมีการเข้าสู่ประชาคม
เศรษฐกิจอาเซียน (AEC) จะต้องให้นำหนักกับเรื่องนี้ด้วย สำหรับการวางแผนการจัดให้มีบริการ
โทรคมนาคมพื้นฐานโดยทั่วถึงและบริการเพื่อสังคม

มติที่ 7 คุณภาพบริการ (Quality of Service: QOS)

การสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ พบว่า ระดับความพึง
พอใจในการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศของผู้ใช้บริการส่วนมากจะอยู่ในระดับค่อนข้างมาก



โดยประเด็นที่มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ ด้านคุณภาพและมาตรฐาน รองลงมา คือ ด้านบริการหลังการขาย และอัตราค่าบริการ ตามลำดับ (ภาคผนวก 5.3: ตาราง 54)

ประเด็นสำคัญของปัญหาในเรื่องคุณภาพบริการ ยังคงเป็นเรื่องของการที่ยังไม่มีหลักเกณฑ์ในการกำกับดูแลคุณภาพของบริการอย่างเป็นรูปธรรมในบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ เช่นเดียวกับบริการอื่นๆ ในกิจการโทรคมนาคมนอกจากปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องในการแข่งขันในมิติทั้ง 7 ที่กล่าวมาข้างต้น

ปัญหาและอุปสรรคของบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศยังมีประเด็นเพิ่มเติมอื่นที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขัน จากข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและสำรวจความเห็นผู้ใช้บริการ พบว่า

1) การโทรศัพท์จากโทรศัพท์ประจำที่จากไทยไปต่างประเทศโดยมีโอเพอร์เรเตอร์ต่อให้ผ่านบริการ HCDS: Home Country Direct Service จะเป็นการเรียกเก็บเงินจากปลายทาง จะทำได้ต่อเมื่อมีข้อมูลเกี่ยวกับ Access Code เพื่อให้โทรศัพท์ผ่านผู้ให้บริการในประเทศปลายทางได้ โดยค่าโทรศัพท์จะจ่ายตามที่ผู้ให้บริการในต่างประเทศกำหนดรวมค่าบริการของโอเพอร์เรเตอร์ ซึ่งช่องทางนี้ในปัจจุบันยังคงมีปัญหาจากการสื่อสารด้วยภาษาต่างประเทศที่มีความยุ่งยากสำหรับผู้ให้บริการส่วนใหญ่

2) ผู้ให้บริการโทรศัพท์ประจำที่ทุกรายจะมีบริการให้ลูกค้าที่ใช้เลขหมายโทรศัพท์ของตนเองสามารถล็อกหรือปลดล็อกการใช้โทรศัพท์ระหว่างประเทศ โดยผู้ใช้บริการจะใช้การสอบถามเรื่องการใช้บริการแต่ละครั้ง เนื่องจากการติดตั้งโทรศัพท์ประจำที่ครั้งแรกอาจจะไม่ได้แจ้งว่าต้องการให้เลขหมายนั้นใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศหรือไม่ นอกจากนั้น การให้บริการดังกล่าวยังมีปัญหาจากการที่ผู้ใช้บริการแล้วยังไม่สามารถตรวจสอบยอดหนี้การใช้งานโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศได้ทันทีตามเวลา ณ ปัจจุบัน (Real Time) รวมทั้งไม่มีบริการตรวจสอบผ่านระบบออนไลน์ด้วย ทำให้ไม่สามารถประเมินค่าใช้จ่ายได้ และอาจจะต้องเผชิญกับค่าใช้จ่ายที่สูงมากจนต้องใช้บริการผ่อนชำระค่าบริการได้

3) การใช้บริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในกรณีของผู้ให้บริการที่เป็นผู้ประกอบการเอกชนสามารถติดต่อกับเจ้าหน้าที่ของบริษัทก่อนใช้บริการได้ แต่ถ้าเป็นกรณีของผู้ประกอบการรัฐวิสาหกิจ เช่น TOT สามารถโทรทางไกลระหว่างประเทศผ่านรหัส 007 หรือ 008 ได้จากเลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของ AIS และ DTAC หรือผ่าน TRUE ได้เฉพาะ 007 แต่ไม่สามารถใช้บริการผ่านเลขหมายของ Hutch และ TRUE MOVE ได้ เนื่องจากต้องมีการเจรจาในการเปิดให้บริการร่วมกันก่อน ซึ่งยังเป็นข้อจำกัดในการใช้บริการ ที่สะท้อนการแข่งขันในตลาด

4) การโทรศัพท์ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ในต่างประเทศ ผลจากการสำรวจความคิดเห็นพบว่า ยังมีปัญหาการติดต่อยาก หรือได้รับสัญญาณไม่ค่อยชัด หรือสัญญาณขาดต้องโทรศัพท์ซ้ำ ซึ่งปัญหาในลักษณะนี้อาจเนื่องมาจากปัญหาด้านโครงข่ายของต่างประเทศ เช่น ออสเตเรียซึ่งส่วนใหญ่ใช้ระบบดาวเทียม จึงมีผลต่อคุณภาพเสียง และสัญญาณมีปัญหา โดยเฉพาะในช่วงที่มีการใช้งานหนาแน่น



5) ผู้ใช้บริการบางส่วนยังไม่ได้ความสะดวกจากการที่ไม่มีการจัดทำบัตร Prepaid เพื่อโทรทางไกลไปต่างประเทศ ขณะที่ผู้ประกอบการบางรายมีการจำหน่ายบัตร PIN Phone ซึ่งสามารถใช้งานได้ด้วยวิธีการกดรหัส PIN ของบัตร เมื่อมีสัญญาณโทรศัพท์ที่กดรหัสเฉพาะตามด้วยรหัสประเทศ รหัสพื้นที่/รหัสเมือง/รหัสโทรศัพท์เคลื่อนที่ ตามด้วยหมายเลขปลายทาง ซึ่งพบว่าวิธีการนี้ไม่ได้รับความนิยมนและไม่เกิดความสะดวกเท่ากับการเปิดบริการและโทรผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ แม้ว่าการใช้บัตร PIN Phone จะทำให้ผู้ใช้บริการสามารถทราบยอดคงเหลือในบัตร และคำนวณหักลบจากมูลค่าบัตรก่อนที่จะโทรศัพท์อีกครั้งได้ทันทีก็ตาม

6) ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการรายนาทีของการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศมีความแตกต่างกันมากในแต่ละประเทศ เนื่องจากต้นทุนของการให้บริการโทรคมนาคมระหว่างประเทศขึ้นอยู่กับผู้ประกอบการในประเทศและผู้ประกอบการต่างประเทศที่จะเชื่อมต่อโครงข่ายไปยังเลขหมายปลายทาง Last mile รวมทั้งอัตราค่าเชื่อมต่อจาก International Gateway ไปยังเลขหมายปลายทางประเทศนั้นๆ และอาจจะยังขึ้นอยู่กับนโยบายการกำหนดราคาค่าโทรศัพท์ระหว่างประเทศปลายทางบางประเทศ ที่ยังมีนโยบายว่าการโทรศัพท์ระหว่างประเทศเป็นเรื่องฟุ่มเฟือย ซึ่งทำให้ผู้ใช้บริการของไทยที่ติดต่อไปยังประเทศนั้นๆ ยังต้องรับภาระตามต้นทุนจากต่างประเทศ

7) ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังคงให้ความสำคัญกับกฎหมายเกี่ยวกับ Mobile Roaming ที่มีผลต่อการกำหนดราคาค่าบริการข้ามแดนอัตโนมัติ (Roaming) ซึ่งไม่ส่งเสริมการแข่งขันในตลาดหรือการเปลี่ยนแปลงที่เป็นการพัฒนาการทางการตลาด ทั้งการติดต่อที่เป็นรูปแบบของเสียงและที่ไม่ใช่เสียง และผู้ประกอบการแสดงความต้องการให้ผู้กำหนดนโยบายพิจารณาในเรื่องนี้ และหาทางลดค่าบริการข้ามแดนอัตโนมัติลง ซึ่งจะทำให้ผ่านการทำความตกลงควบคุมราคาของค่าบริการข้ามแดน ระดับประเทศแบบทวิภาคี (Bilateral Agreement) จากการที่มีการทำความตกลงในลักษณะดังกล่าวแล้วระหว่างรัฐบาลของสิงคโปร์และมาเลเซีย เพื่อกำหนดเพดานค่าบริการข้ามแดนระหว่าง 2 ประเทศ

8) แม้ว่าผู้ประกอบการที่ให้บริการและผู้ใช้บริการจะมีความเห็นไม่แตกต่างกันว่า ราคาค่าบริการข้ามแดนของการโทรศัพท์ระหว่างประเทศควรจะมีการเจรจาทำความตกลงเพื่อปรับลดลงให้อยู่ในอัตราเดียวกัน แต่การกำหนดค่าบริการข้ามแดนดังกล่าวควรพิจารณาอย่างระมัดระวัง เพราะอาจจะมีผลต่อสภาพการแข่งขันในตลาดโทรคมนาคม ที่เป็นการแข่งขันที่มีประสิทธิภาพจากการที่ใช้การกำหนดค่าบริการข้ามแดนในอัตราเดียวซึ่งคงจะเป็นราคาขั้นสูง อาจจะมีผลให้ปริมาณการใช้โทรศัพท์ทางไกลเพิ่มขึ้น แต่อาจจะมีผลในทางลบกับกลไกตลาดในการกำหนดราคาในเชิงการแข่งขัน นอกจากนี้ ผู้ที่ได้รับประโยชน์อาจจะเป็นผู้ใช้ภาคธุรกิจหรือลูกค้าองค์กร และผู้ใช้ที่มีรายได้สูงหรือฐานะมั่งคั่งมากกว่าผู้ใช้ในตลาดระดับล่างที่มีรายได้ต่ำ เพราะผู้ใช้บริการในตลาดระดับล่างควรจะมีค่านิยมต่ำกว่าผู้ใช้ในระดับองค์กรและกลุ่มที่มีรายได้สูง ในขณะที่การปรับลดค่าบริการข้ามแดนไม่น่าจะมีผลในการปรับปรุงสภาพการแข่งขันในด้านของผู้ให้บริการ ในด้านการเพิ่มขึ้นของผู้ประกอบการรายใหม่ในตลาด ดังนั้น สภาพการแข่งขันในตลาดจะดีขึ้นก็ต่อเมื่อ



ผู้ให้บริการได้รับความสะดวกและความรวดเร็ว ตลอดจนมีทางเลือกมากขึ้นในการใช้บริการโทรศัพท์
ทางไกลระหว่างประเทศ และในระดับค่าบริการที่ใกล้เคียงกับค่าบริการภายในประเทศด้วย

9) การปรับลดราคาค่าบริการข้ามแดนในอนาคตผ่านการเจรจาต่อรองระหว่างประเทศสมาชิก
อาเซียนและนอกกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนอาจจะต้องพิจารณาเปรียบเทียบกับต้นทุนของการ
ให้บริการด้วย หากการปรับลดราคาค่าบริการข้ามแดนมีผลต่อความสามารถในการทำกำไรของการ
ให้บริการ อาจจะมีการชดเชยด้วยการปรับเพิ่มค่าบริการโทรศัพท์ภายในประเทศกับโทรศัพท์
ระหว่างประเทศควบคู่กันอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอจากการที่ค่าบริการโทรศัพท์ภายในประเทศที่
เป็นการโทรศัพท์ข้ามเขต (ระหว่างจังหวัด) ยังไม่ได้มีการศึกษาและติดตามเป็นพิเศษ

10) กรณีของประเทศสมาชิกอาเซียน ได้มีการประกาศความตกลงร่วมกันตั้งแต่กรกฎาคม
พ.ศ. 2553 ในส่วนของ The ASEAN Master plan 2015 ที่กำหนดเป้าประสงค์ในการออกมาตรการ
ที่จะลดค่าบริการข้ามแดนอัตโนมัติระหว่างประเทศสมาชิก โดยจะเริ่มจากการใช้แนวทางปฏิบัติที่ดี
ในการเปิดเผยข้อมูลในส่วนนี้เพิ่มขึ้นเพื่อลดผลกระทบต่อผู้ใช้บริการที่ได้ใบแจ้งหนี้เป็นเงินสูงและ
แสดงส่วนต่างของกำไรที่ผู้ประกอบการได้ และเริ่มมีการสำรวจขนาดของตลาดการโทรศัพท์ระหว่าง
ประเทศ ตลอดจนค่าพรีเมียมหรือมาร์จิ้นที่เรียกเก็บจากผู้ประกอบการโทรศัพท์เคลื่อนที่ไปแล้ว
การศึกษาดังกล่าวชี้ว่าค่าบริการข้ามแดนระดับค่าปลีกของประเทศในอาเซียนอยู่ในเกณฑ์สูง อัน
เนื่องมาจากการเรียกเก็บค่าบริการระหว่างผู้ให้บริการ และมีส่วนต่างกำไรหรือมาร์จิ้นจากการ
กำหนดค่าบริการข้ามแดนอัตโนมัติในอัตราสูงด้วย ซึ่งสะท้อนราคาที่ไม่สมเหตุสมผลและไม่ใช้การ
ตั้งราคาที่สะท้อนประสิทธิภาพ

ในปี พ.ศ.2554 การศึกษาของ OECD⁹ พบว่าผู้ประกอบการในตลาดบริการโทรศัพท์
ระหว่างประเทศราว 3 ใน 4 มีการปรับลดราคาค่าบริการด้านข้อมูล เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการ
แข่งขันทางการตลาด และยืนยันว่า ค่าบริการข้ามแดนอยู่ในเกณฑ์สูง การที่นานาชาติให้ความสนใจ
และความสำคัญกับค่าบริการข้ามแดนที่สูงมาก ด้วยเหตุผลว่าจะช่วยให้ผู้ใช้บริการมีความมั่นใจใน
การใช้บริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ และส่งเสริมการเติบโตของบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในบริการ
โทรศัพท์ระหว่างประเทศในระยะยาว

5.5 บทบาทของรัฐบาลในตลาดกิจการโทรคมนาคม

การศึกษาในส่วนนี้เป็นประเด็นศึกษาเพิ่มเติมที่เกี่ยวข้องกับปัญหาและอุปสรรคในการ
แข่งขันในตลาดกิจการจะเป็นการวิเคราะห์บทบาทของรัฐบาลในตลาดกิจการโทรคมนาคม ซึ่ง
จะสะท้อนถึงปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันในการประกอบกิจการในตลาดของ

⁹Study on International Mobile Roaming Charges in ASEAN by Singapore at the APEC Work shop on
International Mobile Roaming Charges Singapore, 14 April 2009.



ผู้ประกอบการในมิติที่สำคัญประเด็นหนึ่ง ซึ่งในส่วนนี้จะได้นำเสนอให้เห็นถึง 1) ปัญหาและอุปสรรคในการแข่งขันของผู้ประกอบกิจการรัฐวิสาหกิจในกิจการโทรคมนาคม 2) บทบาทของรัฐวิสาหกิจในการพัฒนากิจการโทรคมนาคม และ 3) บทบาทของรัฐวิสาหกิจเพื่อปรับปรุงสภาพการแข่งขันในตลาดในอนาคต

5.5.1 ปัญหาและอุปสรรคในการแข่งขันของผู้ประกอบกิจการรัฐวิสาหกิจในกิจการโทรคมนาคม

ผู้ประกอบกิจการโทรคมนาคมที่เป็นรัฐวิสาหกิจมี 2 ราย คือ TOT และ CAT ซึ่งจากการที่นโยบายและโครงสร้างการบริหารมีความแตกต่างกับผู้ประกอบกิจการที่เป็นเอกชน จึงทำให้ผู้ประกอบการกิจการรัฐวิสาหกิจมีอุปสรรคต่อการแข่งขันในตลาดมากกว่าผู้ประกอบการภาคเอกชน ซึ่งบทบาทและความเกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการรัฐวิสาหกิจในบริการโทรคมนาคมแต่ละบริการ มีรายละเอียดดังนี้

5.5.1.1 โทรศัพท์ประจำที่

รัฐวิสาหกิจในกิจการโทรคมนาคมในบริการตลาดโทรศัพท์ประจำที่มี 2 ราย ได้แก่

1) TOT เป็นผู้ให้บริการโครงข่ายโทรศัพท์ภายในประเทศ และบางส่วนของโครงข่ายโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศ (007 และ 008) โดย TOT อยู่ในฐานะที่เป็นเจ้าของโครงข่ายที่ตนเองให้บริการอยู่

2) CAT เป็นผู้ให้บริการโครงข่ายโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศ ยกเว้นส่วนที่เป็นของ TOT โดย CAT เป็นเจ้าของโครงข่ายในส่วนที่เป็นจุดเชื่อมต่อกับโครงข่ายระหว่างประเทศ (International Gateway) เพียงรายเดียวในประเทศ การเชื่อมต่อจากโครงข่ายโทรศัพท์ภายในประเทศกับโครงข่ายโทรศัพท์ระหว่างประเทศของผู้ให้บริการโทรคมนาคมรายอื่นๆ จะต้องดำเนินการผ่านการใช้บริการโครงข่ายของ CAT หรือผู้ใช้บริการของ CAT คือผู้ให้บริการโทรคมนาคมรายอื่นที่ต้องการเชื่อมบริการของตนเข้ากับโครงข่ายระหว่างประเทศผ่าน International Gateway ของ CAT ขณะที่ผู้ใช้บริการที่เป็นครัวเรือนจะใช้บริการของ CAT ทางอ้อมโดยผ่านผู้ให้บริการโทรคมนาคมที่เชื่อมต่อกับ International Gateway ของ CAT

จากลักษณะการดำเนินงานดังกล่าว ตลาดของ CAT จึงไม่ได้แข่งขันโดยตรงกับ TOT ในส่วนของการดำเนินธุรกิจบริการโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศ

5.5.1.2 โทรศัพท์เคลื่อนที่

ในระยะแรกผู้ประกอบการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นผู้ประกอบการเอกชน มีความเชื่อมโยงกับ TOT และ CAT อย่างใกล้ชิด ในฐานะที่รัฐวิสาหกิจทั้งสองเป็นเจ้าของสัมปทานหรือเป็นผู้บริการเองในกรณีของ TOT



การที่ผู้ประกอบการเอกชนแต่ละรายดำเนินกิจการภายใต้เงื่อนไขในสัญญาสัมปทานที่มีรายละเอียดที่แตกต่างกัน ทำให้ผู้ประกอบการเอกชนมีความเห็นว่า การแข่งขันที่เกิดขึ้นมีความไม่เท่าเทียมกัน จึงมีการเรียกร้องอย่างต่อเนื่องให้มีการปรับเงื่อนไข หรือมีการแปรรูปสัญญาสัมปทาน เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมมากขึ้น ผู้ประกอบการเอกชนที่เกี่ยวข้องเห็นว่า เมื่อ TOT และ CAT อยู่ในฐานะที่เป็นผู้ประกอบการ ก็ไม่ควรนำส่วนแบ่งรายได้จากคู่แข่งมาเป็นข้อได้เปรียบเหนือคู่แข่งที่เป็นคู่สัญญา

ประเด็นความขัดแย้งกันในเรื่องความไม่เป็นธรรมจากเงื่อนไขในสัญญาสัมปทานเป็นประเด็น ความขัดแย้งที่เกิดขึ้นต่อเนื่องมาเป็นเวลานาน และไม่สามารถหาทางออกที่เป็นข้อยุติและเห็นพ้องร่วมกันทั้งสองฝ่ายได้

5.5.1.3 บริการอินเทอร์เน็ต

ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ที่มีโครงข่ายเชื่อมต่อกับโครงข่ายอินเทอร์เน็ตระหว่างประเทศ คือ CAT ทำให้ ISP อื่นต้องมีการเชื่อมต่อวงจรกับ CAT เพื่อให้สามารถรับส่งข้อมูลระหว่างประเทศได้

ในอดีต CAT เป็นเจ้าของสัมปทานและผู้ร่วมลงทุนกับ ISP แต่ละราย จนเมื่อมีการจัดตั้ง CAT และมีการออกกฎเกณฑ์กติกาเกี่ยวกับการขออนุญาตประกอบกิจการให้บริการอินเทอร์เน็ตทำให้ ISP เอกชนเริ่มยื่นขอใบอนุญาตประกอบกิจการ ISP จาก CAT และมีการเปลี่ยนแปลงสถานะของการดำเนินธุรกิจจากการประกอบธุรกิจภายใต้เงื่อนไขที่กำหนดโดย CAT มาอยู่ภายใต้กฎเกณฑ์ที่ CAT กำหนด

ในปัจจุบัน ประเทศไทยวางนโยบายให้ยกเลิกระบบสัมปทานมาสู่ระบบการออกใบอนุญาต จึงทำให้การผูกขาดจากระบบสัมปทานจากบริการโทรคมนาคมของรัฐวิสาหกิจทั้งสองหมดไป ซึ่งจะทำให้บทบาทของรัฐวิสาหกิจทั้งสองแห่งมีแนวโน้มที่จะต้องเปลี่ยนไปในอนาคต หากมาตรการกำกับดูแลได้ผลและมีประสิทธิภาพ

หน่วยงานรัฐวิสาหกิจที่ได้รับประโยชน์จากระบบสัมปทาน คือ TOT และ CAT

TOT ได้รับสัมปทานโทรศัพท์เคลื่อนที่ AIS โทรศัพท์ประจำที่และ VSAT กับบริษัท อควิเมนต์ โดยประโยชน์จากสัมปทาน คือ รายได้จากส่วนแบ่งรายได้สัมปทาน

CAT ได้รับสัมปทานโทรศัพท์เคลื่อนที่ DTAC และ TRUE MOVE และ VSAT กับบริษัท Siam Network โดยประโยชน์จากสัมปทาน คือ รายได้จากสัมปทาน

5.5.2 บทบาทของรัฐวิสาหกิจในการพัฒนากิจการโทรคมนาคม

บทบาทรัฐวิสาหกิจไทยทั้งสองแห่งในยุคแรกของระบบสื่อสารไร้สาย หรือตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ต้องถือว่าเป็นบทบาทที่เป็นเชิงบวกและสนับสนุนสภาพการแข่งขันในตลาด จนเกิดโครงข่ายให้ประชากรไทยได้เข้าถึงระบบสื่อสารโทรคมนาคมมาจนถึงวันนี้เป็นเช่นนี้ เพราะใน



ยุคแรกของตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีการลงทุนสร้างระบบโครงข่ายโทรศัพท์ที่ทั่วประเทศขึ้นมาใหม่ ด้วยเงินลงทุนหลายแสนล้านบาท และต้องการขยายการพัฒนาโครงข่ายให้ครอบคลุมถึงพื้นที่ห่างไกลและไร้คู่สายในชนบท ที่มีจำนวนผู้ให้บริการจำนวนมาก จนไม่คุ้มค่าแก่การลงทุนและไม่มีผู้ประกอบการเอกชนรายใดสนใจ

ในช่วงนั้น รัฐวิสาหกิจอย่าง TOT และ CAT ได้เข้ามาช่วยทำหน้าที่ให้ผู้ให้บริการได้มีโอกาสเข้าถึงระบบสื่อสารที่เท่าเทียมกันและทั่วถึง โดยยอมรับภาวะขาดทุนจากการให้บริการ การดำเนินการลงทุนเริ่มต้นโครงข่ายทั่วประเทศของรัฐวิสาหกิจทั้งสองแห่ง ทำให้เกิดโครงข่ายการสื่อสารของประเทศที่ชัดเจน จนเกิดเป็นมูลค่าเพิ่มจำนวนมากในเวลาที่ผ่านมา ด้วยการสร้างความเจริญเพิ่มขึ้น จนในที่สุดผู้ประกอบการเอกชนมองเห็นโอกาสทางธุรกิจและช่องทางในการทำกำไร จนมีจำนวนผู้ประกอบการเพิ่มขึ้น

การเข้ามาของผู้ประกอบการเอกชนเริ่มต้นจากการมีมติคณะรัฐมนตรีที่ทำให้เกิดพระราชบัญญัติการร่วมการงาน พ.ศ.2505 ที่เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการเอกชนเข้าร่วมทุนกับรัฐวิสาหกิจได้ และลดทอนบทบาทของ TOT และ CAT จากการที่จะได้เป็นผู้ประกอบการเองเต็มตัวมาเป็นเพียงผู้ให้สัมปทาน ทั้งที่รัฐวิสาหกิจทั้งสองแห่งเป็นผู้ที่ได้เริ่มบุกเบิกระบบสื่อสารโทรคมนาคม ทั้งระบบโทรศัพท์ประจำที่และระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ตั้งแต่แรก จนรัฐวิสาหกิจทั้งสองไม่มีขนาดของการเติบโตอย่างต่อเนื่องถูกจำกัดจำนวนหมายเลข และข้อจำกัดจากกฎเกณฑ์ระเบียบของการเป็นหน่วยงานภาครัฐ ตลอดจนขาดอิสระในการตัดสินใจได้ด้วยตนเอง เพราะทั้งผู้บริหารและคณะกรรมการบริษัทล้วนแต่มาจากการแต่งตั้งทางการเมือง

การเปลี่ยนลักษณะธุรกิจมาสู่ระบบการให้บริการแก่ผู้ประกอบการเอกชน มีส่วนทำให้รัฐวิสาหกิจทั้งสองแห่งต้องสูญเสียลูกค้าที่เป็นผู้ใช้บริการให้แก่ผู้ประกอบการเอกชนจนไม่อาจเรียกคืนกลับมาได้อีกโดยง่ายในระยะเวลาต่อมา

การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นดังกล่าว ทำให้ไม่อาจจะกล่าวได้ว่า หากมีการให้บริการโดยตรงจากรัฐวิสาหกิจทั้งสองแห่งต่อไป จะทำให้ผู้ใช้บริการได้รับบริการที่ดีกว่า มีคุณภาพอย่างทั่วถึง และในราคาที่ยุติธรรมมากกว่าหรือไม่

ผลที่เห็นได้มีเพียงช่วงที่มีการร่วมกันระหว่าง TOT และ CAT ในการจัดตั้งกิจการร่วมค้าไทยโมบายเข้ามาเป็นทางเลือกในการให้บริการแก่ผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้วยการตั้งระดับราคาค่าบริการให้ลดลงเป็นนาทีละ 3 บาท ซึ่งถูกกว่าค่าบริการของกิจการโทรคมนาคมเอกชนในขณะนั้นที่คิดนาทีละ 5 บาท

โดยภาพรวมแล้ว การเปลี่ยนแปลงไปของบทบาทของรัฐวิสาหกิจที่มาจากการปรับนโยบายและการแทรกแซงทางการเมืองในกระบวนการตัดสินใจ ได้มีส่วนทำให้ฐานะของรัฐวิสาหกิจทั้งสองแห่งมีแนวโน้มอ่อนแอลงมาตามลำดับ ขณะที่ส่วนแบ่งตลาดของผู้ประกอบการกิจการโทรคมนาคมเอกชนกลายเป็นผู้นำตลาดและมีอำนาจเหนือตลาดในปัจจุบัน



5.5.2.1 อุปสรรคจากสัญญาสัมปทาน

สัมปทาน (concession) คือ สัญญาที่ฝ่ายปกครองมอบให้เอกชนเป็นผู้จัดทำบริการสาธารณะ ด้วยการลงทุนและเสี่ยงภัยของเอกชนเอง โดยเอกชนสามารถเก็บค่าบริการจากผู้ใช้บริการกิจการที่ได้รับสัมปทานจากรัฐไป สัญญาสัมปทานที่รัฐวิสาหกิจทั้งสองแห่งมีกับผู้ประกอบการภาคเอกชนเป็นสัญญาในลักษณะ สร้าง โอน ดำเนินการ (Built-Transfer-Operate: BTO) กล่าวคือ ผู้ได้รับสัญญาสัมปทานเมื่อสร้างเสร็จแล้ว ต้องโอนทุกอย่างให้เป็นสมบัติของรัฐวิสาหกิจ ผู้ประกอบการเอกชนจึงเป็นเพียงผู้ดำเนินการ เมื่อมีรายได้ก็ต้องนำรายได้นั้นมาแบ่งให้กับภาครัฐ สิ่งก่อสร้าง อุปกรณ์ทั้งหมดเป็นสมบัติของรัฐทั้งสิ้น

สัญญาสัมปทานเหล่านี้ลงนามข้อตกลงกันมานานแล้ว และต่อมาได้มีการแก้ไขสัญญาหลายครั้ง รวมไปถึงการแก้ไขสัญญาในลักษณะที่เป็นการต่ออายุของสัญญาสัมปทานให้นานขึ้น ซึ่งคณะกรรมการกฤษฎีกาได้ตีความว่าการแก้ไขสัญญาสัมปทานเหล่านี้ เป็นการแก้ไขที่ไม่ถูกต้องตามกฎหมาย เช่น ในกรณีที่ TOT ได้แก้ไขสัญญาร่วมงานกับ AIS รวม 7 ครั้งนั้นไม่ถูกต้องตามกฎหมาย และที่ TOT แก้ไขสัญญาร่วมงานกับ TRUE รวม 21 ครั้ง ก็ไม่ถูกต้องตามกฎหมาย รวมทั้งที่ CAT แก้ไขสัญญาร่วมงานกับ Dtac รวม 3 ครั้ง ไม่ถูกต้องตามกฎหมายเช่นกัน คณะกรรมการกฤษฎีกาได้แจ้งผลคำวินิจฉัยให้หน่วยราชการได้ทราบ กฤษฎีกาวินิจฉัยว่าการแก้ไขที่ได้ดำเนินไปแล้วไม่ถูกต้องตามขั้นตอนของกฎหมายและขอให้รัฐวิสาหกิจได้เร่งดำเนินการเจรจากับคู่สัญญาเพื่อขอให้มีการแก้ไขสัญญาใหม่ให้ถูกต้องตามกฎหมายต่อไป แต่คำวินิจฉัยของกฤษฎีกานี้ยังไม่ส่งผลสำหรับรัฐวิสาหกิจทั้งสองแห่ง เพราะยังไม่มีการดำเนินการใดๆ จนไม่มีการรับรู้และปฏิบัติตามคำวินิจฉัย

5.5.2.2 ปัญหาจากข้อพิพาทกับเอกชน

หลายปีที่ผ่านมา ได้เกิดข้อพิพาทระหว่างบริษัทที่เป็นรัฐวิสาหกิจและภาคเอกชนที่เป็นคู่สัญญา จนเป็นเรื่องถึงการดำเนินคดีในชั้นศาล โดย TOT ในฐานะเป็นผู้ฟ้องมูลค่า 20,000 ล้านบาท ในฐานะเป็นผู้ถูกฟ้อง มูลค่า 50,000 ล้านบาท ขณะที่ CAT ในฐานะเป็นผู้ฟ้อง มูลค่า 24,000 ล้านบาท ในฐานะเป็นผู้ถูกฟ้อง มูลค่า 3,000 ล้านบาท และระหว่าง TOT และ CAT ก็ยังมีคดีฟ้องร้องกันเอง ข้อพิพาทรวมถึงการใช้เสาอากาศ ภาษีสรรพสามิต การแบ่งรายได้ จนถึงค่าเชื่อมต่อโครงข่าย (interconnection charge)

5.5.2.3 ปัญหาความขัดแย้งกับ กสทช.

ตามพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ พ.ศ.2553 บัญญัติตรงกันว่า เลขหมายโทรศัพท์อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของ กสทช. ไม่เป็นสิทธิหรือทรัพย์สินของรัฐวิสาหกิจอีกต่อไปซึ่งเมื่อสัญญาสัมปทานกับผู้ประกอบการเอกชนสิ้นสุด ตั้งแต่วันที่ 15 กันยายนที่ผ่านมา CAT จึงไม่มีสิทธิในการใช้ประโยชน์จากคลื่น 1.8 GHz อีกต่อไป โดยคลื่นความถี่ดังกล่าวจะต้องกลับมาสู่การกำกับดูแลของ กสทช. เพื่อรอที่จะมีการจัดสรรในช่วงเวลาที่เหมาะสมต่อไป



CAT ในฐานะที่เป็นผู้ประกอบการที่เคยได้ประโยชน์จากสัญญาสัมปทานได้พยายามใช้สิทธิของตนอย่างเต็มที่ เพื่อปกป้องประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับผลกระทบจากการสิ้นสุดของสัญญาสัมปทานคลื่นความถี่ 1.8 GHz และจากการที่ กสทช. ออกประกาศ เรื่อง มาตรการคุ้มครองผู้ใช้บริการกรณีสิ้นสุดสัมปทานหรือสัญญาให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ พ.ศ. 2556 CAT จึงได้ยื่นฟ้อง กสทช. ต่อศาลปกครอง เพื่อขอให้ศาลมีคำสั่งเพิกถอนคำสั่งประกาศของ กสทช. และขอให้ศาลมีคำสั่งคุ้มครองชั่วคราว กสทช. ซึ่งแจ้งว่า CAT ไม่มีสิทธิในคลื่นดังกล่าวตั้งแต่สัมปทานกับ TRUE MOVE และ DPC สิ้นสุดลงเมื่อวันที่ 15 กันยายน พ.ศ. 2556 และหาก กทค. ไม่ออกประกาศคุ้มครองฯ ดังกล่าวจะทำให้เกิดภาวะสูญญากาศและไม่มีผู้รับผิดชอบผู้ใช้บริการประมาณ 17 ล้านราย ดังนั้น การที่ กทค. ออกร่างประกาศดังกล่าว ถือเป็นแนวทางที่ถูกต้อง และไม่ได้ทำให้ CAT เสียหายแต่อย่างใด อีกทั้งตาม พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 กำหนดให้ทั้ง CAT และ TOT ต้องนำส่งรายได้จากสัมปทานให้กับแผ่นดินตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557 เป็นต้นไปอยู่แล้ว ดังนั้น กสทช. เห็นว่าแม้จะมีสัมปทานหรือไม่สัมปทานก็ตาม CAT ก็ไม่มีสิทธิในรายได้จากสัมปทานนั้นอีกต่อไป

ซึ่งแนวคิดของ CAT แตกต่างจากบทบาทของ กสทช. ที่ทำหน้าที่เป็นองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับดูแล ตามหน้าที่ในบทบัญญัติของรัฐธรรมนูญที่จะปกป้องประโยชน์สาธารณะและคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของประชาชน อีกทั้งคุ้มครองผู้ใช้บริการไม่ให้ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงผ่านของระบบสัมปทานไปสู่ระบบใบอนุญาต รวมทั้งต้องบังคับใช้ “ประกาศห้ามซิมดับ” ให้เกิดประสิทธิภาพเพื่อปกป้องประโยชน์ของประชาชนผู้ใช้บริการจำนวนกว่า 18 ล้านคนให้สามารถใช้บริการต่อไป

อย่างไรก็ตาม หากประกาศนี้ถูกยกเลิกไปตามคำสั่งศาลเพื่อจะรักษาผลประโยชน์ของ CAT เพียงรายเดียว ก็อาจจะเกิดผลเสียหายต่อประชาชนผู้ใช้บริการจำนวนมากในตลาด และยังคงอาจจะเป็นอุปสรรคต่อการเปลี่ยนผ่านจากระบบสัมปทานไปสู่ระบบใบอนุญาต ประกอบการบนการจัดสรรคลื่นความถี่อีกด้วย

5.5.2.4 สถานะและแนวทางการบริหารของ TOT

ผลกระทบตามมาตรา 84 วรรค 3 ของร่าง พ.ร.บ.องค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ที่ระบุว่าเมื่อพระราชบัญญัติจัดสรรคลื่นความถี่ฯ บังคับใช้ครบ 1 ปีให้นำรายได้จากผลประโยชน์สัมปทานหลังหักค่าใช้จ่ายตามที่กำหนดส่งให้ กสทช. เพื่อนำส่งเข้ารัฐนั้น ทำให้ TOT ไม่มีรายได้สัญญาสัมปทานจาก AIS ตั้งแต่ปลายปี พ.ศ. 2556 เป็นต้นไป และยังคงต้องเผชิญกับความเสียหายจากการถูกเรียกคืนคลื่นความถี่ 900 MHz และความถี่อื่นๆ รายได้หลักที่คาดว่าจะช่วยชดเชยรายได้สัมปทานที่ใกล้สิ้นสุดอายุสัญญา คือ บริการ 3G ปัจจุบันพบปัญหาความล่าช้าของการติดตั้งสถานีฐาน ทำให้รายได้ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ทำให้ 3G ของ TOT มีสัดส่วนที่ต่ำมากเมื่อเทียบกับผู้ประกอบการเอกชนอีก 3 ราย



ขณะนี้ TOT อยู่ระหว่างการดำเนินการตามแผนพลิกพื้นฐานทางการเงิน แต่ในปัจจุบันยังไม่สามารถดำเนินการได้ตามแผน ส่งผลให้ฐานะทางการเงินของบริษัทยังอยู่ในสถานะต้องพึ่งพารายได้จากสัญญาสัมปทานซึ่งต้องส่งคืนคลื่นความถี่ให้ กสทช. หลังจากเดือนกันยายน ปี พ.ศ.2556 ซึ่งหาก TOT ยังไม่มีการดำเนินการใดๆ จะประสบผลขาดทุนในที่สุด ขณะที่ TOT เป็นรัฐวิสาหกิจขนาดใหญ่ มีข้อจำกัดจากระเบียบความเป็นหน่วยงานรัฐ และไม่มีเงินทุนที่จะเข้าประมูลคลื่นความถี่ได้ทันเพราะต้องขอขออนุญาตก่อนซึ่งใช้เวลานาน และมีโอกาสน้อยที่จะดำเนินการได้ทันก่อนการเปิดประมูล

สำหรับรายได้จากบริการ FTTx ตามโครงการปรับเปลี่ยนโครงข่ายเป็น NGN ขณะนี้ยังไม่สามารถเริ่มดำเนินโครงการได้อยู่ระหว่างพิจารณาเข้าร่วมประชุมและขอมติ คณะรัฐมนตรี ส่วนบริการอื่นๆ ที่มีแนวโน้มการเติบโต อาทิ Multimedia และ DATA ยังมีมูลค่าไม่สูงนัก เมื่อเทียบกับบริการที่มีรายได้ลดลง

ในอนาคต TOT กำลังมีการดำเนินการตามเป้าหมายในโครงการ SMART THAILAND ของรัฐบาล เพื่อเป็นแหล่งรายได้ชดเชยรายได้จากสัญญาสัมปทานที่จะสิ้นสุดลง รวมถึงเป็นกลไกของรัฐในการสนับสนุนให้ประชาชนเข้าถึงอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (Broadband)

5.5.2.5 สถานะและแนวทางบริหารของ CAT

CAT เป็นบริษัทที่ดำเนินธุรกิจด้านสื่อสารโทรคมนาคมทั้งภายในและระหว่างประเทศทำการจดทะเบียนจัดตั้งเป็นบริษัทมหาชน และได้จดทะเบียนจัดตั้งเมื่อวันที่ 14 สิงหาคม พ.ศ. 2546 โดยการแปลงสภาพจากการสื่อสารแห่งประเทศไทย ตามพระราชบัญญัติทุนรัฐวิสาหกิจ พ.ศ. 2542 และได้รับโอนกิจการ สิทธิ หนี้ ความรับผิดชอบและสินทรัพย์ของการสื่อสารแห่งประเทศไทยในส่วนที่เกี่ยวกับกิจการโทรคมนาคมทั้งหมด เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้บริษัทยังคงมีสภาพเป็นรัฐวิสาหกิจสังกัด กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โดยมีกระทรวงการคลังเป็นผู้ถือหุ้น ร้อยละ 100 ของทุน

ในปีพ.ศ.2551 เมื่อถึงการพัฒนาปรับเปลี่ยนครั้งสำคัญของ CAT ซึ่งส่วนหนึ่งมีผลจากตลาดการให้บริการมีการแข่งขันกันมากขึ้นทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกที่หลากหลาย การสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จักและจดจำได้ง่ายจึงเป็นกลยุทธ์การตลาดที่ CAT นำมาใช้เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยปรับเปลี่ยนชื่อองค์กรอีกครั้งจาก CAT TELECOM เป็น CAT เมื่อวันที่ 14 สิงหาคม พ.ศ.2551 เริ่มต้นด้วยการเปิดตัวภาพลักษณ์ใหม่ ด้วยการออกแบบตราสัญลักษณ์ (Logo) ในการปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ที่สำคัญในครั้งนี้ เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความจงรักภักดีต่อสินค้าและบริการ ของ CAT และต่อองค์กรในที่สุด (Brand Loyalty)

การเปลี่ยนแปลงในการดำเนินธุรกิจโทรคมนาคมที่อยู่ภายใต้หน่วยงานกำกับดูแลกิจการโทรคมนาคมที่เกิดขึ้น ด้วยนโยบายการเปิดเสรีตลาดโทรคมนาคมมากขึ้น ส่งผลให้มีผู้ประกอบการเอกชนรายใหม่เข้าสู่ตลาดเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง CAT จึงเผชิญกับภาวะที่ท้าทายในการดำเนินธุรกิจ และการแข่งขันกับคู่แข่งรายอื่นๆ ในตลาด ที่มีการปรับตัวและได้รับใบอนุญาตผู้ให้



บริการโครงข่าย เมื่อไม่นานมานี้ CAT ได้มีการขยายการลงทุนในการวางระบบโครงข่ายใยแก้วนำแสง รวมถึงการได้รับใบอนุญาตเพื่อให้บริการ Gateway Hub ซึ่งนับเป็นการแข่งขันกับธุรกิจที่เป็น Core Business ของ CAT

ปัจจัยต่างๆ เหล่านี้เป็นความท้าทายที่ CAT จะต้องก้าวข้ามอุปสรรคเพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขัน โดยจะต้องปรับตัวทั้งทางด้านวัฒนธรรมองค์กรและการพัฒนาธุรกิจ ซึ่งไม่ใช่แค่เพื่ออยู่รอดแต่เพื่อการรักษาความเป็นผู้นำในธุรกิจนี้ต่อไป จากกระแสของการปรับเปลี่ยนธุรกิจ หรือ Business Transformation ในธุรกิจสื่อสารโทรคมนาคมช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา เพื่อการปรับโครงสร้างทางธุรกิจให้สามารถอยู่ได้อย่างยั่งยืน ในภาวะของการดำเนินธุรกิจที่มีการแข่งขันสูง ขณะที่ส่วนต่างกำไรมีแนวโน้มที่จะน้อยลงต่อไป ประกอบกับการเกิดขึ้นของเทคโนโลยีใหม่ที่รวดเร็วและการมี Life Cycle ของเทคโนโลยีที่สั้นลง ทำให้ CAT มีความตื่นตัวอย่างมากต่อการปรับเปลี่ยนรูปแบบทางธุรกิจที่จะสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางธุรกิจได้

ผลกระทบจากความเปลี่ยนแปลงในสภาพการดำเนินธุรกิจโทรคมนาคมและกฎเกณฑ์ข้อบังคับที่ควบคุมธุรกิจโทรคมนาคม รวมทั้งความไม่แน่นอน ซึ่งส่งผลให้มีผู้แข่งขันรายใหม่เข้าสู่ตลาดเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และการบริหารงานทางด้านภาพลักษณ์ยังไม่เป็นที่จดจำมากพอ CAT จึงจัดทำแผนธุรกิจเพื่อการพลิกฟื้นฐานะการเงินปี พ.ศ. 2554-2558 ที่สอดคล้องกับสภาพการดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป โดยวางยุทธศาสตร์ที่มุ่งเน้นถึงความต้องการในการพัฒนาและต่อยอดธุรกิจทางด้าน “Telecommunication Platform” เพิ่มการใช้ประโยชน์สูงสุด

CAT ได้มีการปรับรูปแบบทางธุรกิจเพื่อให้เข้ากับสภาพการแข่งขัน และความต้องการของพันธมิตรธุรกิจที่เปลี่ยนไป โดยเน้นการพัฒนาร่วมไปกับพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อผนึกกำลังในการให้บริการธุรกิจโทรคมนาคม และลดความรุนแรงในการแข่งขัน โดยเน้นการพัฒนาและปรับโมเดลการดำเนินธุรกิจของธุรกิจวงจรสื่อสารข้อมูลระหว่างประเทศในแบบ Wholesale ให้มากขึ้น รวมถึงให้ความสำคัญในเรื่องคุณภาพการให้บริการ โดยยึดถือเป็นกลยุทธ์หลักในการตอบสนองและสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า

ด้านการเตรียมความพร้อมรับการเปิดประเทศเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี พ.ศ. 2558 นั้น CAT ได้เตรียมพร้อมเพื่อเป็นศูนย์กลางการสื่อสารโทรคมนาคมในภูมิภาคอินโดจีน (Hub to Indo-China) โดยขยายการจัดตั้ง POP (Point of Presence) เพื่อเพิ่มความครอบคลุมของเครือข่ายเชื่อมต่อต่างประเทศของ CAT กับผู้ประกอบการโทรคมนาคมทั่วโลก โดยในระยะแรก CAT ได้มีการจัดตั้ง POP ในประเทศฮ่องกง และมีแผนการขยายไปยังประเทศสิงคโปร์ รวมถึงการสร้างความร่วมมือกับพันธมิตรในหลายๆ ด้านเพื่อพัฒนาธุรกิจร่วมกัน ซึ่งภายหลังจากการเปิด AEC แล้ว จะขยายสู่ตลาดใน 4 ประเทศหลักในอาเซียนหรือกลุ่ม CLMV ได้แก่ กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ และเวียดนาม

CAT ได้จัดสร้างโครงข่ายตามเขตแนวชายแดน 4 ประเทศดังกล่าว เพื่อรองรับการให้บริการสำหรับพันธมิตรเพื่อเชื่อมโยงโครงข่ายผ่าน CAT ไปยังทั่วโลก นอกจากนี้



CAT ได้ร่วมลงทุนในโครงการเคเบิลใต้น้ำเอพีจี (APG) โดยมีเป้าหมายในการเป็นศูนย์กลางโครงข่ายเกตเวย์ไปยังประเทศในแถบอินโดจีน

5.5.2.6 การปรับตัวของผู้ประกอบการเอกชนภายใต้ระบบสัมปทาน

หลังจากการจัดสรรคลื่นความถี่ 3G ประสบความสำเร็จ ทำให้ผู้ประกอบการเอกชนได้ใบอนุญาตคลื่นความถี่ 3G ด้วย ทำให้ผู้ประกอบการเอกชนภายใต้สัญญาสัมปทานเกิดการปรับตัวในลักษณะที่แตกต่างกันออกไป

(1) กรณีของ TRUE อายุสัมปทานจะไปหมดอายุไปเมื่อเดือนกันยายน พ.ศ. 2556 จะไม่ต้องมีต้นทุนในส่วนที่ต้องจ่ายส่วนแบ่งรายได้ที่มีอัตราเฉลี่ยร้อยละ 25 - 30 ทำให้ต้นทุนในส่วนนี้ลดลงและอาจจะทำให้ส่วนแบ่งตลาดของ TRUE เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว

(2) กรณีของ AIS กับ DTAC ที่สัญญาสัมปทานจะหมดอายุในปี พ.ศ. 2558 และปี พ.ศ.2560 ตามลำดับ ได้พยายามลดต้นทุนในส่วนแบ่งของรายได้ ด้วยการเร่งให้มีการโอนย้ายฐานลูกค้าจาก 2G มายัง 3G ให้เร็วและมากที่สุดเท่าที่จะทำได้

อย่างไรก็ตาม การเร่งโอนย้ายฐานลูกค้าจาก 2G มายัง 3G ได้ก่อให้เกิดปัญหาด้านคุณภาพการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงเปลี่ยนแปลงระบบซึ่งเป็นเรื่องที่หน่วยงานกำกับได้ให้ความสำคัญ

(1) การใช้บริการประเภทเสียงหรือโทรศัพท์ปกติ มีอัตราสายหลุดเกินกว่ามาตรฐาน

(2) ระดับความแรงของสัญญาณไม่สม่ำเสมอและไม่เท่าเทียมกันทุกพื้นที่ และอยู่ในเกณฑ์ต่ำ

(3) ระดับความครอบคลุมของสัญญาณคลื่นความถี่ระบบ 3G

(4) มีความสำเร็จของการโทรออกไม่ครบถ้วนทุกครั้ง

(5) มีอัตราสายหลุด

ผลที่ตามมาจากการหมดอายุสัมปทานเมื่อเดือนกันยายน พ.ศ.2556 คือ การเรียกคืนคลื่น 1.8 GHz มาเพื่อเป็นทรัพยากรของรัฐ ซึ่งอาจจะทำให้ผู้บริโภคได้รับผลกระทบ จนต้องเกิดการออกมาตรการเยียวยา ด้วยการให้ผู้ประกอบการรายเดิมยังคงให้บริการต่อไปอีกระยะหนึ่ง หลังจากสิ้นสุดสัมปทานแล้ว เพื่อมิให้บริการโทรคมนาคมที่เป็นบริการสาธารณะเกิดการหยุดชะงัก แต่ไม่ใช่เรื่องของการต่อหรือขยายใบอนุญาตการใช้คลื่น

5.5.2.7 การแข่งขันระหว่างรัฐวิสาหกิจกับผู้ประกอบการเอกชน

เทคโนโลยีสื่อสารโทรคมนาคมยังคงมีบทบาทและพัฒนาต่อไปอย่างรวดเร็ว นำมาซึ่งมาตรฐานเทคโนโลยีใหม่ๆ เนื่องจากการสื่อสารที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการสื่อสาร ไร้สายการสื่อสารข้อมูลและอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงซึ่งในอนาคตพัฒนาการเหล่านี้จะนำไปสู่การหลอมรวมสื่อ (Media Convergence) ทำให้เกิดการทับซ้อนระหว่างบริการต่างๆ รวมทั้งทำให้เกิดการควมรวมกิจการหรือพันธมิตรทางธุรกิจเข้าด้วยกัน ในปัจจุบันที่มีการ



แข่งขันทางธุรกิจอย่างรุนแรง ทั้งด้านคุณภาพของสินค้าบริการราคา และด้านภาพลักษณ์องค์กร ทำให้ทุกองค์การต้องปรับตัวและปรับเปลี่ยนตนเองให้สอดคล้องการแข่งขันที่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลาเพื่อผลทางธุรกิจและความยั่งยืนขององค์กร

ทั้ง TOT และ CAT ต้องการดำเนินงานในฐานะของผู้ประกอบการกิจการโทรคมนาคมเอง ซึ่งเป็นบทบาทที่แข่งขันกับผู้ประกอบการเอกชน และการดำเนินธุรกิจของทั้งสองหน่วยงานก็มีส่วนที่ซ้ำซ้อนกันอยู่

ในทางหลักการแล้ว การที่รัฐวิสาหกิจจะแข่งขันกับผู้ประกอบการเอกชนในตลาดกิจการโทรคมนาคมไม่จำเป็นต้องเป็นสิ่งที่ไม่ดีเสมอไป หากรัฐวิสาหกิจแต่ละแห่งอยู่ภายใต้กฎ กติกาและเงื่อนไขการประกอบการไม่แตกต่างและเท่าเทียมกับผู้ประกอบการเอกชน

แต่ในความเป็นจริง รัฐวิสาหกิจในกิจการโทรคมนาคมยังคงมีความได้เปรียบผู้ประกอบการภาคเอกชน

ประการที่ 1 รัฐวิสาหกิจได้สร้างรูปแบบสัมปทานระบบใหม่ ทำให้ยังคงมีฐานะเป็นเจ้าของสัมปทานอยู่เช่นเดิม

บทบาทของรัฐวิสาหกิจไทยที่ประกอบการกิจการโทรคมนาคมมีผลต่อสภาพการแข่งขันในตลาดกิจการโทรคมนาคมทั้งในอดีตที่ผ่านมาและในอนาคต ส่วนหนึ่งมาจากระบบสัมปทานที่ทำให้รัฐวิสาหกิจในฐานะของเจ้าของทรัพยากรได้รับประโยชน์จากการมีรายได้มาก่อนที่จะเกิด พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ พ.ศ.2553

แม้ว่า พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ พ.ศ.2553 จะมีความพยายามยกเลิกระบบสัมปทานเพื่อจัดสรรคลื่นความถี่ ซึ่งถือเป็นทรัพยากรของชาติอย่างเป็นธรรม ไม่ให้คลื่นความถี่จำนวนมากที่อยู่ของรัฐวิสาหกิจนำออกไปแสวงหาประโยชน์โดยโอนสิทธิให้ผู้ประกอบการเอกชนดำเนินการได้

เนื่องจากรัฐวิสาหกิจทั้งสองแห่งได้รับความคุ้มครองตามมาตรา 84 วรรคสอง ซึ่งระบุว่า “ความในมาตรา 46 มิให้ใช้บังคับกับรัฐวิสาหกิจที่นำคลื่นความถี่ที่ได้รับจัดสรรไปให้ผู้อื่นประกอบการโดยการอนุญาตสัมปทานหรือตามสัญญาที่ชอบด้วยกฎหมาย และให้ผู้ได้รับอนุญาตสัมปทาน หรือสัญญาประกอบการต่อไปได้เฉพาะในช่วงระยะเวลาที่เหลืออยู่ตามการอนุญาตสัมปทานหรือตามสัญญานั้น”

ดังนั้นตามมาตรา 46 ระบุชัดเจนว่า ใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่เพื่อกิจการโทรคมนาคมเป็นสิทธิเฉพาะตัวของผู้ได้รับอนุญาต จะโอนแก่กันมิได้ ผู้ได้รับใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่เพื่อกิจการโทรคมนาคมต้องประกอบการกิจการด้วยตนเอง จะมอบการบริหารกิจการทั้งหมดหรือบางส่วนหรือยินยอมให้บุคคลอื่นเป็นผู้มีอำนาจประกอบการแทนมิได้

ประเด็นนี้มีความยุ่งยากในการบังคับให้เป็นไปตามกฎหมายและการกำกับกิจการโทรคมนาคมของ กสทช. เพราะ CAT ได้ทำสัญญารูปแบบใหม่ เพื่อใช้เป็นทางออกในการคงรายได้ของกิจการ BFKT คู่สัญญาของ CAT ที่เป็นผู้ให้บริการคมนาคมที่ไม่มีใบอนุญาต ซึ่งต่อมา



กทค.ได้ออกใบอนุญาตให้แก่ BFKT ตามหลัง ซึ่งถือว่าเป็นบรรทัดฐานใหม่ในกิจการโทรคมนาคมว่า
สัมปทานรูปแบบใหม่ผ่านสัญญาแบบใหม่อย่าง CAT ทำกับ BFKT สามารถทำได้ถูกต้อง
ตามกฎหมาย และรัฐวิสาหกิจที่มีใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่สามารถใช้วิธีนี้เพื่อทำรายได้ต่อไป
สวนทางกับความพยายามที่จะนำคลื่นความถี่มาจัดสรรอย่างเป็นธรรมและโดยเสรีในฐานะทรัพยากร
ของชาติ

ประการที่ 2 รัฐวิสาหกิจตามนิยามของ พระราชบัญญัติวิธีการงบประมาณ
พ.ศ.2502 ได้รับสิทธิพิเศษไม่ต้องอยู่ภายใต้กฎหมายแข่งขันทางการค้า ซึ่งหมายความว่า
รัฐวิสาหกิจสามารถใช้กลยุทธ์ทางการค้าใดๆ ก็ได้ที่เป็นการกีดกันทางการแข่งขันที่เป็นเอกชนได้
หากจะมีการดำเนินการ

ประการที่ 3 รัฐวิสาหกิจนั้น แม้ว่าจะมีการขาดทุน ก็อาจจะได้รับเงินอุดหนุน
หรือเงินชดเชยจากรัฐบาล และเงินลงทุนก็มาจากเงินงบประมาณที่ไม่มีต้นทุน ดังนั้น ในอนาคต การ
ลงทุนในด้านโครงข่ายหรือการลงทุนขนาดใหญ่ สามารถขอมติจากคณะรัฐมนตรีในการอนุมัติเงิน
งบประมาณเพื่อใช้การลงทุนได้ ซึ่งเป็นหนึ่งในข้อได้เปรียบของความเป็นรัฐวิสาหกิจในทางหนึ่ง

5.5.3 บทบาทรัฐวิสาหกิจเพื่อปรับปรุงสภาพการแข่งขันตลาดในอนาคต

หากพิจารณาตามแผนการให้บริการโทรคมนาคมพื้นฐานอย่างทั่วถึงและบริการเพื่อ
สังคม (USO) ประจำปี พ.ศ.2555 - 2559 จะเห็นว่าเน้นในเรื่องของพื้นที่ที่สามารถเข้าถึงบริการ
โทรศัพท์ส่วนบุคคล การมีโทรศัพท์สาธารณะ 1 หมายเลขต่อหมู่บ้านเล็กและห่างไกลในพื้นที่ที่เหลือ
การมีบริการอินเทอร์เน็ตชุมชน โรงเรียนและสถานอนามัยที่มีความเร็ว 2 Mbps และความเร็วสูง
ระหว่าง 2 - 10 Mbps ตลอดจน WiFi ให้ครอบคลุมพื้นที่ของประเทศมากขึ้น การมีบริการ
อินเทอร์เน็ตสำหรับชุมชนรายได้น้อยในเขตเมือง สถานสงเคราะห์คนชรา และโรงเรียนสอนคน
พิการ ให้ทั่วประเทศมีระบบสื่อสารเฉพาะทางของคนพิการทางสายตาและการได้ยิน ส่งเสริมและ
พัฒนาเนื้อหาทางอินเทอร์เน็ตที่เป็นประโยชน์ และส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรด้านโทรคมนาคม
แล้วรัฐวิสาหกิจทั้งสองแห่งยังคงมีโอกาสที่จะทำให้สภาพการแข่งขันในตลาดกิจการโทรคมนาคม
เป็นตลาดที่มีประสิทธิผลมากขึ้นได้ หากมีการดำเนินงานและการปรับบทบาทของรัฐวิสาหกิจไป
ในทางที่เหมาะสม

(1) นำเอาโครงข่ายโทรคมนาคมที่ถือว่าทรัพยากรของประเทศเช่นเดียวกันมาใช้
ให้เกิดประโยชน์อย่างเต็มที่ รวมทั้งเพิ่มโครงข่ายสื่อสารให้ขยายบริการออกไปในพื้นที่ห่างไกลความ
เจริญ ที่มีผลตอบแทนการลงทุนต่ำ เช่น พื้นที่ในชนบทตามนโยบายของรัฐ เพื่อกระจายและลด
ช่องว่างในการเข้าถึงบริการด้านโทรคมนาคมของประชาชนในเขตเมือง

(2) การเป็นเครื่องมือในการให้บริการโทรคมนาคมในภาวะเกิดภัยพิบัติ เช่น
สึนามิ อุทกภัย รวมถึงมิติต่างๆ เช่น การศึกษา วัฒนธรรม ความมั่นคงของรัฐ ประโยชน์สาธารณะ
ตามที่กำหนดในมาตรา 47 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยพุทธศักราช 2550 ที่ระบุว่า การ



จัดสรรคลื่นความถี่และการกำกับดูแลกิจการโทรคมนาคมต้องคำนึงถึงความมั่นคงของรัฐ เพื่อให้
เกิดขึ้นจริงในภาคปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนั้น รัฐวิสาหกิจในกิจการโทรคมนาคมยังมีส่วนในการปรับปรุงสภาพการ
แข่งขันในตลาดบริการโทรคมนาคมให้ดีขึ้นได้ หากกำหนดบทบาทของรัฐวิสาหกิจเหล่านี้ให้เป็นไป
อย่างถูกต้อง

ผลดำเนินงานของกิจการรัฐวิสาหกิจในกิจการโทรคมนาคมควรจะทำให้ชัดเจนใน
ประเด็นที่เป็นการเปลี่ยนบทบาทจากการกำกับดูแลไปสู่การสนับสนุน และส่งเสริมการดำเนิน
กิจกรรมทางเศรษฐกิจ รวมทั้งข้อจำกัดในการดำเนินงานของผู้ประกอบการเอกชน และการเข้ามา
มีบทบาทของภาคเอกชนในการร่วมลงทุน รวมทั้งมีส่วนร่วมดำเนินการที่ก่อให้เกิดการแข่งขันในการ
ให้บริการโทรศัพท์และโทรคมนาคมมากขึ้น และรองรับสถานะตลาดในอนาคตที่จะมีการแข่งขัน
เพิ่มขึ้น เมื่อมีการเปิดธุรกิจโทรคมนาคมอย่างเสรี โดยเฉพาะในประเด็นต่อไปนี้

1) ผู้ใช้บริการบางส่วนอาจไม่ได้รับความเป็นธรรม เนื่องจากเอกชนมักมุ่งหากำไร
เป็นส่วนใหญ่และพยายามสนองตอบตลาดในบริเวณที่มีความต้องการเป็นจำนวนมากเท่านั้น ทำให้
ผู้ที่อยู่ในพื้นที่ห่างไกลไม่ได้รับความสะดวกหรือไม่มีโอกาสได้ใช้บริการ

2) การมีส่วนร่วมเข้ามาแก้ไขหากเกิดสถานะที่ผู้ประกอบการเอกชนยังไม่มี
ความพร้อมทางด้านเทคโนโลยีโทรคมนาคมที่สูง โดยเฉพาะในส่วนที่อาจจะเป็นการนำเข้าจาก
ต่างประเทศ เพื่อป้องกันมิให้ผู้ประกอบการต่างประเทศฉวยโอกาสในการเข้ามาร่วมลงทุน โดย
ผู้ประกอบการเอกชนไทยไม่สามารถดุดันเทคโนโลยีเหล่านั้นได้

3) การกระจายพื้นที่ให้บริการไปยังทั่วทุกท้องถิ่น ทั้งนี้เพื่อให้ผู้บริโภคในทุก
พื้นที่สามารถได้รับบริการขั้นพื้นฐาน เป็นการกระจายความเจริญในการตอบสนองนโยบายในการที่
จะกระจายภาคอุตสาหกรรมไปสู่ต่างจังหวัด และมีการกำหนดหลักเกณฑ์ในการสร้างค่าใช้บริการให้
เป็นธรรม และควบคุมคุณภาพของบริการ

4) ป้องกันการผูกขาดในการให้บริการใดบริการหนึ่ง โดยผู้ให้บริการเพียงราย
เดียว หรือป้องกันการผูกขาดในการให้บริการโทรคมนาคมโดยกลุ่มธุรกิจใดธุรกิจหนึ่ง และมี
หลักเกณฑ์ในการที่จะป้องกันการเข้ามาครอบงำกิจการโทรคมนาคมโดยกลุ่มคนต่างชาติ

5) เป็นผู้ดำเนินการกำหนดแนวทางในการที่จะเจรจากับต่างประเทศเพื่อนบ้านที่มี
อาณาเขตติดต่อกัน โดยเฉพาะในด้านการที่จะกำหนดส่วนแบ่งอัตราค่าบริการจากการเปิดบริการ
ข้ามแดน (Roaming)



5.6 การเตรียมความพร้อมของการกำกับดูแลการแข่งขันเพื่อรองรับการเข้าสู่ ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

การเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ในปี พ.ศ.2558 AEC Blueprint ซึ่งเป็นแนวทางการดำเนินงานของประเทศในอาเซียนก่อนการเข้าสู่การเป็น AEC ได้มีการกำหนดให้กิจการโทรคมนาคมถือเป็นกิจการที่อยู่ในสาขาเร่งรัดของการเปิดเสรีภาคบริการ คือ ต้องไม่มีข้อจำกัดการให้บริการข้ามพรมแดน ทயอยให้ต่างชาติถือหุ้นได้ร้อยละ 70 และเปิดให้คนต่างชาติเข้ามาทำงานด้านกิจการโทรคมนาคมในประเทศไทยได้ภายในปี พ.ศ.2555 มีความเชื่อว่าการเปิดเสรีในสาขากิจการโทรคมนาคมนี้มีประโยชน์ต่อคนไทย โดยเฉพาะผู้บริโภคชาวไทยที่จะมีทางเลือกในการใช้บริการจากผู้ให้บริการที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ การเข้าสู่ AEC น่าจะมีผลต่อรูปแบบการแข่งขันในตลาดกิจการโทรคมนาคมของไทย

ประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่ปี พ.ศ. 2558 ซึ่งเป็นปีที่ประเทศสมาชิกอาเซียนจะรวมตัวสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจเดียวกัน ซึ่งคาดว่าจะทำให้การเชื่อมโยง ติดต่อกันของผู้ใช้บริการโทรคมนาคมไทยกับประเทศในอาเซียนมีขอบเขตและปริมาณความถี่เพิ่มขึ้น การแก้ไขปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันในตลาดจึงเป็นส่วนหนึ่งของการสนับสนุนแนวทางดังกล่าว และเป็นการเปลี่ยนปัจจัยหลักที่เป็นอุปสรรค สู่ตัวขับเคลื่อนการแข่งขันในตลาดแทน

5.6.1 การพัฒนาธุรกิจของผู้ประกอบการได้แสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบการได้ทำการลงทุนด้วยเงินจำนวนมากในการสร้างโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) เพื่อรองรับการเข้าถึงบริการของผู้ใช้บริการ และเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของกิจการ ประเด็นในด้านนี้จึงไม่น่าจะมีปัญหาและอุปสรรคมากนัก ในการทำให้บริการโทรคมนาคมของไทยรองรับการใช้งานและการให้บริการแก่ลูกค้าเมื่อเกิด AEC แล้ว แม้ว่าจะยังคงมีการลงทุนอีกหลายอย่างที่อาจจะต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องต่อไป (โดยเฉพาะในส่วนของ Ultra high speed next generation network) ก็ตาม แต่บริการด้านโทรคมนาคมของไทยคงจะสามารถปรับงานบริการที่ก้าวหน้าในระดับภูมิภาคอาเซียนได้

ในบรรดาบริการโทรคมนาคมเพื่อรองรับการรวมตัวสู่ AEC บรอดแบนด์ อินเทอร์เน็ตที่ให้บริการด้วยความเร็วสูงน่าจะเป็นความคาดหวังมากที่สุด ซึ่งพบว่ายังมีประเด็นที่ต้องมีการดำเนินการต่อเนื่องอีกหลายประการที่มาจากทั้งส่วนของผู้ประกอบการแต่ละราย และในส่วนของกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ที่เป็นผู้กำหนดนโยบายและมอบหมายภารกิจดำเนินการผ่านรัฐวิสาหกิจ 2 แห่งในตลาด ประเด็นที่ควรได้รับการแก้ไขโดยเร่งด่วน คือ การทำให้ผู้ให้บริการนอกเขตเมืองมีหลักประกันว่าจะได้รับการใส่ใจในระดับเดียวกับผู้ให้บริการในเขตเมือง ด้วยอัตราค่าบริการที่สามารถแบกรับค่าใช้จ่ายได้ ซึ่งจะมีผลให้สัดส่วนการใช้บริการบรอดแบนด์อินเทอร์เน็ตในพื้นที่นอกเขตตัวเมืองเพิ่มขึ้น และลดช่องว่างของการใช้บริการของผู้ให้บริการไทยกับประเทศอื่นในอาเซียน



5.6.2 การเพิ่มสภาพการแข่งขันในตลาดโทรคมนาคมของไทยกับระดับภูมิภาคอาเซียน จะเกิดขึ้นได้ เมื่อมีการหารือร่วมกันเป็นระยะๆ ระหว่างหน่วยงานกำกับอย่าง กสทช. หน่วยงาน กำหนดนโยบายอย่างกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารและผู้ประกอบการทุกรายใน ตลาด ซึ่งถือว่าเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียร่วมกัน เพื่อกำหนดประเด็นที่ต้องขับเคลื่อนให้เกิดการพัฒนา ในระยะ 5 ปีข้างหน้า โดยเฉพาะในด้านคุณภาพบริการ ที่จะเพิ่มระดับความพอใจของผู้ใช้บริการแต่ละ ภูมิภาคส่วน และนำเอาข้อมูลและความคิดเห็นของแต่ละภาคส่วนไปใช้ในการปรับปรุงการ ดำเนินงาน และชี้แจงทำความเข้าใจกับทุกภาคส่วนให้เห็นภาพรวมในระดับประเทศไทยกับประเทศ อื่นในอาเซียน

5.6.3 สิ่งหนึ่งที่ได้เห็นได้จากการศึกษาตามโครงการนี้ คือ ความคาดหวังของผู้ประกอบการ ต่อหน่วยงานกำกับ การรับรู้และความเข้าใจในแนวทางการกำกับที่ยังถูกมองว่าเป็นปัญหาและ อุปสรรคต่อการพัฒนาการแข่งขันในตลาดเสียเอง แสดงว่าผู้ประกอบการยังขาดความเข้าใจ/การรับรู้ ในแนวทางและวิธีการของหน่วยงานกำกับ และมองว่าหน่วยงานภายในประเทศโดยเฉพาะผู้กำหนด นโยบายและหน่วยงานกำกับขาดการบูรณาการ ร่วมมือ และประสานงานกันอย่างเพียงพอ จน กลายเป็นอุปสรรคต่อการเพิ่มขีดความสามารถด้านการแข่งขันระดับประเทศจากการเสวนา "ศักยภาพและความพร้อมของกิจการโทรคมนาคมไทย เพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) 2015" จัดโดยสำนักงาน กสทช. มีข้อเสนอให้ กสทช. ปรับปรุงนโยบาย มาตรฐานกฎระเบียบ และ การกำกับดูแลของ กสทช. ให้มีความเป็นสากลและเป็นรูปธรรมมากขึ้น รวมไปถึงการปรับปรุง นโยบายและกฎระเบียบที่จะมีผลกระทบต่อการแข่งขันและขีดความสามารถของอุตสาหกรรม โทรคมนาคมไทยกับตลาดต่างชาติ อีกทั้งภาคเอกชนเองก็ควรได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐอย่าง เหมาะสม เพื่อให้มีความสามารถมากพอในการแข่งขันกับผู้ประกอบการต่างชาติได้

5.6.4 พิจารณาจาก The ASEAN ICT Master plan จะพบว่าผลลัพธ์ที่คาดหวังจากแผน แม่บทนี้มี 4 ประการคือ 1) การใช้ ICT เป็นตัวขับเคลื่อนการเติบโตของประเทศ 2) ให้อาเซียนเป็น ICT hub ระดับโลก 3) ส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของประชากร และ 4) สนับสนุนให้เกิดการรวมตัว ของอาเซียนเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ดังนั้น หากการประกอบการของกิจการโทรคมนาคมในประเทศ ไทยยังมีระดับการพัฒนาของบริการที่ดีกว่าประเทศอื่นในอาเซียน ก็จะมีช่องว่างที่ไม่อาจ รองรับความต้องการบริการด้านโทรคมนาคมในระดับ AEC ได้ และทำให้ผู้ใช้บริการโทรคมนาคมมี ศักยภาพและประสบการณ์ด้านบริการโทรคมนาคมดีกว่าผู้ใช้บริการในประเทศอื่นๆ

สิ่งที่เห็นประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ AEC ที่คณะผู้วิจัย เห็นควรให้มีการจัดวางแนว ทางการกำกับดูแลที่ชัดเจนมากขึ้น ได้แก่

- (1) การปรับปรุง การเชื่อมโยงบรอดแบนด์อินเทอร์เน็ต (Broadband Connectivity)



(2) การลดอุปสรรคในการเป็นส่วนหนึ่งของการสร้าง ASEAN board band Corridor หรือความสามารถในการเชื่อมโยงต่อระหว่างประเทศ

(3) การลดอุปสรรคในการเป็นส่วนหนึ่งของ ASEAN Internet Exchange Network ซึ่งต้องการ Platform ที่จะทำให้เกิดการเชื่อมต่อระหว่างเครือข่าย ด้วยต้นทุนที่ต่ำลงและด้วยความเร็วที่เพิ่มขึ้น

(4) การลดอุปสรรคในการเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนากรอบแนวทางปฏิบัติด้าน Network Security และ Information Security ที่สอดคล้องกับมาตรฐานขั้นต่ำของกลุ่ม รวมทั้งศักยภาพการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจและการกอบกู้ธุรกิจจากภัยพิบัติ

5.6.5 มาตรการที่ใช้ในการกำกับที่มุ่งเน้นความทั่วถึงและเท่าเทียมกันของผู้ใช้บริการในพื้นที่ห่างไกลหรือ USO ควรจะมีการทบทวนให้มีกิจกรรมด้านการฝึกอบรมและสร้างประสบการณ์ และทักษะไว้ในโครงการที่ได้รับทุนดำเนินการจากโครงการ USO โดยคำนึงถึงช่องว่างที่ไทยมีอยู่เทียบกับประเทศอื่นในอาเซียน

การฝึกอบรมในที่นี้ ควรจะพิจารณาครอบคลุมถึงการปรับระบบการศึกษาด้าน ICT ด้วย โดยให้เริ่มในระดับการศึกษาระดับประถมศึกษา และการศึกษานอกระบบ ด้วยการเพิ่มการเชื่อมโยงและความร่วมมือกับการศึกษาในระดับ AEC

5.6.6 การเข้าสู่ตลาดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ต้องเน้นการเชื่อมโยงโครงสร้างพื้นฐานทางด้านกิจการโทรคมนาคมกับภาคเศรษฐกิจอื่น ๆ ต้องมุ่งเน้นให้มีการนำ ICT ไปสร้างมูลค่าเพิ่มในภาคเศรษฐกิจอื่น ๆ จากเดิมที่ประเทศไทยมีโครงสร้างทางเศรษฐกิจเป็นภาคการเกษตรเป็นหลัก และได้พัฒนามาเป็นภาคอุตสาหกรรมและบริการ การใช้ประโยชน์ ICT มาสร้างมูลค่าเพิ่มให้ทุกภาคการผลิต มีการพัฒนาในแนวทางเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ มีการผลิตและให้บริการที่มีการบริหารจัดการที่ดี ไม่กดขี่แรงงาน และไม่ใช้วัตถุดิบที่ไม่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และสามารถเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจได้

5.7 บทสรุปและข้อเสนอแนะ

5.7.1 บทสรุป

การศึกษาในส่วนนี้ได้ทำการศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันของผู้ประกอบกิจการในตลาดโทรคมนาคม โดยใช้การสัมภาษณ์ผู้ประกอบกิจการ คณะกรรมการ กสทช. การจัดการสนทนากลุ่มเฉพาะจำนวน 2 ครั้ง และการสำรวจผู้ใช้บริการด้วยแบบสอบถามจำนวน 2,500 หน่วยตัวอย่าง เพื่อนำเสนอปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันของบริการต่าง ๆ ในกิจการโทรคมนาคม ประกอบด้วย 1)บริการโทรศัพท์ประจำที่ 2)บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่



3) บริการอินเทอร์เน็ต และ 4) บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ ได้ศึกษาปัญหาและอุปสรรคของแต่ละบริการในมิติต่าง ๆ ประกอบด้วย 1) การเข้าสู่ตลาดของผู้ให้บริการรายใหม่ (Market Entry) 2) การจัดสรรทรัพยากรที่มีจำกัด (Scarce Resources) เช่น คลื่นความถี่ หรือ เลขหมายโทรศัพท์ 3) การเชื่อมต่อโครงข่ายระหว่างกัน (Interconnection) 4) อัตราค่าบริการ (Tariff Regulation) 5) การกำกับดูแลเพื่อการแข่งขันอย่างเป็นธรรม (Regulation of Anti Competitive Practices) 6) การให้บริการอย่างทั่วถึง (Universal Service Obligation: USO) และ 7) คุณภาพบริการ (Quality of Service: QOS) นอกจากนี้ ยังมีประเด็นการศึกษาเพิ่มเติม ได้แก่ 1) บทบาทของรัฐวิสาหกิจในตลาดกิจการโทรคมนาคม และ 2) การเตรียมความพร้อมของการกำกับดูแลการแข่งขันเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ซึ่งมีผลสรุปของปัญหาแต่ละด้าน และมีข้อเสนอแนะต่อปัญหาในแต่ละมิติ สรุปได้ดังตารางที่ 5-2 และ ตารางที่ 5-3 ดังนี้



ตารางที่ 5-2 ปัญหาและอุปสรรคเพิ่มเติมในบริการกิจการโทรคมนาคม

| ประเด็นปัญหา | ปัญหาและอุปสรรค | รายละเอียด | ข้อเสนอแนะ | หมายเหตุ |
|--|---|---|--|----------|
| 1. บทบาทของรัฐวิสาหกิจในตลาดกิจการโทรคมนาคม | 1.1 ปัญหาและอุปสรรคในการแข่งขันของผู้ประกอบการ รัฐวิสาหกิจในกิจการโทรคมนาคม | <ol style="list-style-type: none"> 1. โทรศัพท์ประจำที่: TOT และ CAT เป็นเจ้าของ โครงข่ายของโทรศัพท์ภายในประเทศ และโครงข่ายระหว่างประเทศ 2. โทรศัพท์เคลื่อนที่ : เกิดข้อขัดแย้งภายใต้เงื่อนไขในสัญญาสัมปทานกับผู้ประกอบการเอกชน 3. อินเทอร์เน็ต: ผู้ประกอบการสามารถขอใบอนุญาตประกอบกิจการได้โดยตรงกับ กสทช. ทำให้รัฐวิสาหกิจทั้งสองต้องปรับบทบาทในอนาคต | <p>เร่งสร้างความชัดเจนของบทบาทของรัฐวิสาหกิจในการตลาดกิจการโทรคมนาคม</p> | |
| 1.2 บทบาทของรัฐวิสาหกิจในการพัฒนากิจการโทรคมนาคม | | <ol style="list-style-type: none"> 1. อุปสรรคจากสัญญาสัมปทาน คือ คู่สัญญาสัมปทานไม่สามารถตกลง แก้ไขเปลี่ยนแปลงสัญญาได้ 2. ปัญหาจากข้อพิพาทระหว่างรัฐวิสาหกิจและภาคเอกชนที่เป็นคู่สัญญา 3. ปัญหาความขัดแย้งระหว่าง กสทช. กับ CAT ในเรื่องการบริหารจัดการจัดการคลื่นความถี่เมื่อสัญญาสัมปทานสิ้นสุดลง 4. สถานะและแนวทางการบริหารของ TOT ขาดความคล่องตัวเมื่อเทียบกับภาคเอกชน ทำให้ไม่สามารถดำเนินงานได้ทันต่อความต้องการของตลาด | <p>เร่งสร้างความชัดเจนของบทบาทของรัฐวิสาหกิจในการตลาดกิจการโทรคมนาคม</p> | |



| ประเด็นปัญหา | ปัญหาและอุปสรรค | รายละเอียด | ข้อเสนอแนะ | หมายเหตุ |
|--------------|--|--|------------|----------|
| | <p>1.3 บทบาทของรัฐวิสาหกิจเพื่อปรับปรุงสภาพการแข่งขันในตลาดในอนาคต</p> | <p>รายละเอียด</p> <p>5. สถานะและแนวทางการบริหารของ กสทช. มีการปรับรูปแบบทางธุรกิจเพื่อให้เข้ากับสภาพการแข่งขัน และเน้นการพัฒนาความร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจ</p> <p>6. การปรับตัวของผู้ประกอบการเอกชนภายใต้ระบบสัมปทาน</p> <p>7. การแข่งขันระหว่างรัฐวิสาหกิจกับผู้ประกอบการเอกชน : ต่างก็มีบทบาทการดำเนินงานที่ซ้ำซ้อนกัน ทำให้ไม่สามารถแข่งขันกับภาคเอกชนได้อย่างเต็มที่</p> <p>1. ต้องมีการดำเนินงานและปรับบทบาทเป็นผู้สนับสนุนและส่งเสริมการค้าในกิจกรรมทางเศรษฐกิจและของผู้ประกอบการเอกชนในการร่วมลงทุน</p> <p>2. การนำทรัพย์สินที่มีอยู่มาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด และการขยายโครงการขายการสื่อสารในพื้นที่ที่ห่างไกลเพื่อลดช่องว่างในการเข้าถึงบริการ</p> <p>3. การเป็นเครื่องมือในการให้บริการโทรคมนาคมในช่วงที่เกิดภัยพิบัติ</p> | | |



ตาราง 5-3 การแก้ไขปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันในตลาด

| หัวข้อ | รายละเอียด | ข้อเสนอแนะ | หมายเหตุ |
|---|--|---|----------|
| <p>1. แนวทางการดำเนินงานเพื่อรองรับ AEC</p> | <p>1. ผู้ประกอบการได้พัฒนาธุรกิจโดยการลงทุนสร้างโครงข่ายพื้นฐาน เพื่อรองรับการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน</p> <p>2. รัฐวิสาหกิจควรสร้างโอกาสให้ผู้ให้บริการที่อยู่นอกเขตเมืองสามารถเข้าถึงบริการที่มีคุณภาพและราคาที่ยอมรับได้เหมือนผู้ใช้บริการในเขตเมือง</p> <p>3. เพิ่มศักยภาพการดำเนินงานในตลาดโทรคมนาคมภายใต้ความร่วมมือของ กสทช. กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร และผู้ประกอบการทุกรายในตลาด</p> <p>4. ผู้ประกอบการยังขาดความเข้าใจและรับรู้แนวทางและวิธีการของหน่วยงานกำกับดูแลอย่างเป็นรูปธรรม</p> <p>5. การจะเป็นส่วนหนึ่งของ The ASEAN ICT Master Plan ได้นั้น ประเทศไทยจะต้องทำทการยกระดับและลดช่องว่างด้านการบริการไปประเทศเสียก่อน</p> <p>6. การจัดทำมีการศึกษา ฝึกอบรมและสร้างประสบการณ์ในโครงการที่ได้รับทุนดำเนินการจาก USO</p> <p>7. การนำ ICT ไปสร้างมูลค่าเพิ่มในภาคเศรษฐกิจอื่น ๆ เพื่อพัฒนาในแนวทางการเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ เป็นต้น</p> | <p>เร่งจัดเตรียมแนวทางการกำกับดูแลเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)</p> | |



| หัวข้อ | รายละเอียด | ข้อเสนอแนะ | หมายเหตุ |
|--------------------------------------|--|--|----------|
| 2. แนวทางการดำเนินงานเพื่อการแข่งขัน | <ol style="list-style-type: none">ผลิตภัณฑ์ใหม่มีการปรับราคาค่าบริการข้ามแดนอัตโนมัติและแพ็คเกจที่เหมาะสมต้องเปลี่ยนรูปแบบของการดำเนินงานให้เป็นระบบเปิดเพื่อให้เกิดแนวทางในการสร้างความร่วมมือกับผู้ประกอบการ OTTธนาคารแห่งประเทศไทยควรมีนโยบายและเกณฑ์การกำกับในเรื่องธุรกรรมทางการเงินบนอินเทอร์เน็ตเพื่อรักษาความปลอดภัยแก่ผู้บริโภค | เร่งจัดเตรียมแนวทางการกำกับดูแลเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) | |



โดยภาพรวมแล้ว ปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันสรุปได้ ดังนี้

1) ปัญหาและอุปสรรคในตลาดด้านการแข่งขันเท่าที่ได้พบจากการศึกษา ไม่ได้เกิดขึ้นในวงกว้างและพร้อมกันทั้งตลาดโทรคมนาคม หากแต่เกิดเป็นรายกรณี บางสถานการณ์ เฉพาะเงื่อนไขบางเงื่อนไขเท่านั้น จึงอาจจะไม่สามารถสรุปออกมาได้ชัดเจนว่าเป็นปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับสภาพการแข่งขันของตลาดโดยรวมอย่างแท้จริง

2) การเปิดให้มีการประมูลคลื่นความถี่ของ กสทช. มีผลให้เกิดความเปลี่ยนแปลงของสภาพการแข่งขันในตลาด จากการเพิ่มขึ้นของแรงจูงใจให้มีการลงทุนขนาดใหญ่และระยะยาวในโครงข่ายโทรคมนาคมเพิ่มขึ้น เพียงแต่ช่วงเวลาที่ทำการศึกษาตามโครงการนี้เป็นช่วงเวลาเริ่มต้นของพัฒนาการทางการตลาดที่กำลังมีการส่งผ่าน และปรับโครงสร้างของผู้ประกอบการที่ยังดำเนินการต่อไป ยังไม่หยุดนิ่งและไม่ชัดเจน จนยังไม่สามารถสรุปข้อมูลในส่วนนี้ได้อย่างมั่นใจ ขณะเดียวกันก็อาจจะมีความเป็นไปได้ว่า ผู้ประกอบการอาจจะกำหนดราคาค่าบริการกับผู้ใช้บริการในการเข้าถึงเทคโนโลยีใหม่ เช่น 3G ในอัตราที่แพงกว่าผู้ใช้ที่ยังคงอยู่กับเทคโนโลยีเดิม เพื่อให้คุ้มกับการลงทุนโครงข่าย ซึ่งเป็นเรื่องที่ กสทช. ควรจะติดตามพฤติกรรมในส่วนนี้ต่อไป เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินงานของผู้ประกอบการจะมุ่งเน้นที่ลูกค้า ซึ่งเป็นผลดีต่อการส่งเสริมสภาพการแข่งขันในตลาดด้วย

3) ในกรณีของตลาดกิจการโทรคมนาคมไทย บทบาทของผู้ประกอบการที่เป็นรัฐวิสาหกิจยังอยู่ในฐานะผู้นำตลาดในกิจการโทรศัพท์ประจำที่ และกำกับผู้ให้สัมปทานที่เป็นผู้ประกอบการเอกชน และยังดำเนินงานตามการมอบหมายจากกระทรวงต้นสังกัดในฐานะผู้กำหนดนโยบายเป็นหลัก ทำให้มีผลต่อตลาดกิจการโทรคมนาคม จากการดำเนินนโยบายของรัฐที่มีส่วนทำให้สภาพการแข่งขันในตลาดไม่เป็นกลาง แม้ว่าสภาวะดังกล่าวจะไม่ถึงกับจำกัดการแข่งขันในตลาด แต่ก็อาจจะไม่มีส่วนส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาการของตลาด จากการที่ทรัพยากรด้านโทรคมนาคมส่วนหนึ่งที่เป็นเลขหมายโทรศัพท์ยังอยู่ในความครอบครองของกิจการรัฐวิสาหกิจ แต่รัฐวิสาหกิจไม่สามารถดำเนินกิจกรรมทางการตลาด ที่จะนำทรัพยากรเหล่านั้นไปใช้ให้เกิดประโยชน์และส่งถึงมือผู้ให้บริการอย่างครบถ้วนและเต็มประสิทธิภาพ อีกทั้งการตัดสินใจลงทุนด้านโครงข่ายโทรคมนาคมของกิจการรัฐวิสาหกิจในอนาคตที่เป็นโครงข่ายขนาดใหญ่ เช่นเคเบิลใยแก้ว หรือเคเบิลใต้น้ำ เป็นการตัดสินใจด้านเทคโนโลยีในระยะยาว อาจจะมีผลให้เกิดการเบี่ยงเบน เอนเอียงของเทคโนโลยีไปในรูปแบบที่ไม่เป็นประโยชน์ต่อสภาพการแข่งขันในอนาคต

4) กิจการโทรคมนาคมเป็นกิจการที่ต้องการการลงทุนเป็นระยะ ๆ (Phased investment) มีความไม่แน่นอนทางเทคโนโลยีสูง จากการที่เทคโนโลยีมีโอกาสเปลี่ยนแปลงได้อีก มีส่วนทำให้ผู้ประกอบการรายใหม่โดยเฉพาะกิจการเอกชนใช้วิธีการจัดตั้งกิจการในเครือข่ายย่อยๆ เพื่อดำเนินธุรกิจแต่ละด้านโดยเฉพาะด้าน และบางด้านอยู่นอกเหนือการกำกับของ กสทช. ที่ไม่สามารถประมวลผลข้อมูลได้ ซึ่งเชื่อว่าจะมีส่วนทำให้การดำเนินงานด้านการแข่งขันในตลาดในส่วนของกิจการย่อยในเครือข่ายเหล่านั้น มีระดับของประสิทธิภาพมากกว่าการประกอบการของกิจการ



โทรคมนาคมที่ได้รับอนุญาตประกอบการจาก กสทช. การประกอบกิจการโทรคมนาคมที่รวมถึง
เครือข่ายของกิจการรายย่อยในลักษณะที่แยกเป็นนิติบุคคลเฉพาะทางดังกล่าว จึงสะท้อนว่ากิจการ
โทรคมนาคมทั้งกลุ่มไม่ได้คำนึงถึงการประหยัดจากขนาด และการประหยัดจากการขยายขอบเขต
หลากหลายครบวงจรที่มาจากเพียงกิจการเดียวที่เป็นผู้รับใบอนุญาตประกอบการจาก กสทช.
เท่านั้น

5) ที่ผ่านมา หน่วยงานกำกับเน้การจัดการกับปัญหาของการมีผู้ประกอบการรายใหญ่ที่
มีอำนาจเหนือตลาด ด้วยการใช้วิธีการประกาศราคาควบคุม (Price Control) การออกกฎเกณฑ์เพื่อ
ควบคุมการผูกขาดและการค้าที่ไม่เป็นธรรม ซึ่งพบว่าผู้ประกอบการรายใหญ่ๆ บางรายยังมีความไม่
พอใจ และประเมินว่ากฎเกณฑ์เหล่านี้เป็นปัญหาและอุปสรรคต่อการแข่งขันทางธุรกิจของตน

6) บทบาทของรัฐวิสาหกิจในตลาดมีส่วนสำคัญต่อการขับเคลื่อนปัญหาและเป็นอุปสรรคต่อ
การแข่งขันในตลาดในสภาพตลาดปัจจุบันและอนาคต จากการทำที่ผู้กำหนดนโยบายจากภาครัฐใช้
นโยบายการให้สัมปทานและการทำสัญญาระหว่างรัฐวิสาหกิจกับกิจการเอกชนก่อนหน้านี้ ซึ่งเป็น
การลดสภาพการแข่งขัน และเป็นการส่งเสริมการดำเนินงานที่ไม่มีประสิทธิภาพ และยังคงจะลด
บทบาทหรือแรงจูงใจในการสร้างนวัตกรรม การที่ระบบสัมปทานจะทยอยหมดอายุลง อาจจะทำให้
สภาพการแข่งขันในตลาดดีขึ้น โดยเฉพาะหลังจากปี พ.ศ.2560 จากการทำผู้ประกอบการเอกชนมี
แรงจูงใจในการขยายการลงทุนของตนเอง และปรับตัวในการให้บริการข้ามโครงข่ายของ
ผู้ประกอบการรายอื่น

5.7.2 ข้อเสนอแนะ

นอกจากข้อเสนอแนะสำหรับผลการศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการ
แข่งขันในแต่ละมิติของบริการกิจการโทรคมนาคมที่นำเสนอไว้ดังกล่าวแล้ว และสรุปไว้ในตารางที่

5-4



ตารางที่ 5-4 สภาพปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันในการประกอบกิจการโทรคมนาคมของผู้รับใบอนุญาต

| บริการ โทรคมนาคม | มิติแวดล้อม | ปัญหาและอุปสรรค | ข้อเสนอแนะ | หมายเหตุ |
|---------------------|---|--|---|----------|
| 1. โทรศัพท์ประจำที่ | 1.1 การเข้าสู่ตลาดของผู้ให้บริการรายใหม่ (Market Entry) 1.2 การจัดสรรทรัพยากรที่มีจำกัด (Scarce Resources) เช่น คลื่นความถี่ หรือเลขหมายโทรศัพท์ 1.3 การเชื่อมต่อโครงข่ายระหว่างกัน (Interconnection) 1.4 อัตราค่าบริการ (Tariff Regulation) | ไม่มีผู้ประกอบการใหม่เข้ามาเนื่องจากธุรกิจโทรศัพท์ประจำที่มีแนวโน้มลดลงจากสินค้าทดแทนคือโทรศัพท์เคลื่อนที่ ไม่มีประเด็นเพราะตลาดน่าจะมีความเหลื่อมมากพอ | ไม่มี ไม่มี | |
| | | 1. การคิดค่าเชื่อมต่อโครงข่ายยังไม่มีเกณฑ์ที่เป็นมาตรฐานและไม่สะท้อนต้นทุน 2. การขาดหน่วยงานระงับข้อพิพาทที่เกิดขึ้นในการเชื่อมต่อโครงข่าย 3. อัตราค่าบริการโทรคมนาคมที่จัดเก็บจากผู้บริโภคยังไม่สะท้อนต้นทุนของผู้ประกอบการ | 1. การกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมการเชื่อมต่อควรมีการกำหนดที่สะท้อนต้นทุนของผู้ประกอบการแต่ละราย 2. กสทช. ควรมีบทบาทในการจัดการข้อพิพาทที่เกิดขึ้นระหว่างผู้ประกอบการในการเชื่อมต่อโครงข่าย | |
| | | ขาดหลักเกณฑ์การกำกับดูแลการกำหนดอัตราค่าบริการโทรศัพท์ประจำที่ชัดเจน | ควรมีการกำหนดอัตราค่าบริการขั้นต่ำ เพื่อป้องกันการแข่งขันด้าน | |



| บริการ โทรคมนาคม | มิติแวดล้อม | ปัญหาและอุปสรรค | ข้อเสนอแนะ | หมายเหตุ |
|---------------------|--|--|--|----------|
| | ราคาที่สูงเกินไปและอัตราค่าบริการ ขั้นสูงเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค | | | |
| | 1.5 การกำกับดูแลเพื่อการแข่งขันอย่าง เป็นธรรม (Regulation of Anti Competitive Practices) | ไม่มีประเด็น | ไม่มี | |
| | 1.6 การให้บริการอย่างทั่วถึง (Universal Service Obligation: USO) | ขาดความชัดเจนของแผนการจัดให้มีบริการ, เงิน อุดหนุนเพื่อการดำเนินงานแก่รัฐวิสาหกิจและควร ส่งเสริมให้เอกชนเข้ามามีส่วนร่วม | กสทช. ควรหารือกับผู้กำหนด นโยบาย เช่น กระทรวงเทคโนโลยี สารสนเทศและการสื่อสาร เพื่อ ประเมินข้อมูลในเชิงนโยบายให้ ชัดเจนและครบถ้วนว่า โครงการที่ จะเปิดให้ผู้ประกอบการเสนอตัว ดำเนินการนั้น ไม่ได้อยู่ในนโยบาย หรือเป้าหมายในเชิงสังคมของผู้ กำหนดนโยบาย และผู้กำหนด นโยบายไม่มีงบประมาณที่จะสนับสนุน ในส่วนอื่นที่เสริมให้โครงการ ออกมาได้ประโยชน์แก่กลุ่ม เป้าหมาย โครงการนี้นั้นควรจะ | |



| บริการโทรคมนาคม | มิติแวดล้อม | ปัญหาและอุปสรรค | ข้อเสนอแนะ | หมายเหตุ |
|-----------------------|--|--|--|----------|
| | 1.7 คุณภาพบริการ (Quality of Service: QoS) | ยังไม่มีหลักเกณฑ์ในการกำกับดูแลคุณภาพของบริการอย่างเป็นรูปธรรม | พิจารณาใช้วิธีการ Reverse Auction กำหนดหลักเกณฑ์ในการกำกับดูแลคุณภาพของบริการอย่างชัดเจน และควรมีมิติของความพร้อมใจของผู้บริโภคเป็นหนึ่งในเกณฑ์ในการประเมินคุณภาพบริการ | |
| 2. โทรศัพท์เคลื่อนที่ | | | | |
| | 2.1 การเข้าสู่ตลาดของผู้ให้บริการรายใหม่ (Market Entry) | 1. การกระจุกตัวในกลุ่มผู้ประกอบการไม่กี่รายในตลาดและเกณฑ์การได้รับใบอนุญาต 2. การพัฒนาตลาดของผู้เข้าโครงข่ายเสมือนจริง (MVNOs) เป็นการศึกษาความมาตรา 46 ตามพระราชบัญญัติองค์การจัดสรรคลื่นความถี่ พ.ศ. 2553 | เพิ่มจำนวนผู้ให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่แบบโครงข่ายเสมือนจริง (MVNOs) โดยต้องมีความชัดเจนในการตีความมาตรา 46 ตามพระราชบัญญัติ และควรใช้การพัฒนาโอกาสทางธุรกิจเป็นหนึ่งในการกำหนดคุณสมบัติของผู้เข้าโครงข่ายด้วย | |
| | 2.2 การจัดสรรทรัพยากรที่มีจำกัด (Scarce Resources) เช่น คลื่นความถี่ | 1. ความล่าช้าของกระบวนการในการขอจัดสรรเลขหมายโทรคมนาคม | 1. กสทช. ควรเร่งกระบวนการและลดอุปสรรคในการขอจัดสรรเลขหมาย | |



| บริการ โทรคมนาคม | มิติแวดล้อม | ปัญหาและอุปสรรค | ข้อเสนอแนะ | หมายเหตุ |
|---------------------|---------------------|--|---|----------|
| | หรือเลขหมายโทรศัพท์ | <p>2. การปฏิบัติตามประกาศเรื่องการไม่เพิ่มวันหมดอายุสำหรับเลขหมายโทรศัพท์ประเภทบัตรเติมเงินทำให้มีเลขหมายค้างในระบบจำนวนมากและต้องจัดสรรเลขหมายเพิ่มเติมกับผู้ประกอบกิจการ</p> <p>3. ขาดความชัดเจนในการจัดสรรคลื่นความถี่หลังจากครบอายุสัมปทาน</p> <p>4. การใช้ทรัพยากรร่วมกันยังไม่มีความชัดเจนนัก ตัวอย่างพื้นที่ในการปักเสาข้อยกจัดของการปักเสาในพื้นที่ ส.ป.ก. ของสำนักงานปฏิรูปที่ดินในอนาคตอาจเป็นปัญหา และการพาดสายก่อน ที่ไม่มีการใช้ทรัพยากรร่วมกันเท่าที่ควร</p> <p>5. บริการคงสิทธิเลขหมาย หรือ Mobile Number Portability (MNP) เช่นความล่าช้าของระยะเวลาในการดำเนินการ ประสิทธิภาพของระบบ MNP ค่าธรรมเนียมบริการและการรับรู้สิทธิในการโอนย้ายผู้ให้บริการได้รับใบอนุญาตและภาวะการพาดสายที่เกินความจำเป็น</p> | <p>1. ให้แก่ผู้ประกอบการ</p> <p>2. พิจารณาความเหมาะสมในการกำหนดวันหมดอายุสำหรับเลขหมายโทรศัพท์ประเภทบัตรเติมเงิน</p> <p>3. เร่งกำหนดความชัดเจนในการจัดสรรคลื่นความถี่หลักจากครบอายุสัมปทาน</p> <p>4. หรือร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อหาแนวทางในการใช้ทรัพยากรร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการ</p> <p>5. ประชาสัมพันธ์ให้ผู้ให้บริการได้รับรู้ถึงบริการคงสิทธิเลขหมายให้เพิ่มมากขึ้น และลดปัญหาและอุปสรรคที่จะส่งผลกระทบต่อความล่าช้าของบริการ</p> | |



| บริการโทรคมนาคม | มิติแวดล้อม | ปัญหาและอุปสรรค | ข้อเสนอแนะ | หมายเหตุ |
|-----------------|---|---|---|--|
| | 2.3 การเชื่อมต่อโครงข่ายระหว่างกัน (Interconnection) | การกำหนดอัตราค่าบริการเชื่อมต่อโครงข่ายที่ไม่สะท้อนต้นทุนที่แท้จริงของผู้ประกอบการ | 1. การกำหนดอัตราค่าบริการเชื่อมต่อโครงข่ายที่ไม่สะท้อนต้นทุนที่แท้จริงของผู้ประกอบการ | 1. การกำหนดอัตราค่าบริการเชื่อมต่อโครงข่ายที่ไม่สะท้อนต้นทุนที่แท้จริงของผู้ประกอบการ แต่ละราย 2. กสทช. ควรมีบทบาทในการจัดการข้อพิพาทที่เกิดขึ้นระหว่างการเชื่อมต่อโครงข่าย |
| | 2.4 อัตราค่าบริการ (Tariff Regulation) | 1. การกำหนดอัตราค่าบริการขั้นสูงเป็นอุปสรรคต่อการลงทุนเพื่อพัฒนาธุรกิจในอนาคต 2. ไม่มีข้อกำหนดอัตราค่าบริการขั้นต่ำส่งผลให้ผู้ผลิตขาดแข่งขันทางด้านราคาอย่างรุนแรงได้ | 1. การกำหนดอัตราค่าบริการขั้นสูงเป็นอุปสรรคต่อการลงทุนเพื่อพัฒนาธุรกิจในอนาคต 2. ไม่มีข้อกำหนดอัตราค่าบริการขั้นต่ำส่งผลให้ผู้ผลิตขาดแข่งขันทางด้านราคาอย่างรุนแรงได้ | ควรมีการกำหนดอัตราค่าบริการขั้นต่ำเพื่อกำกับควบคุมแรงงของการแข่งขันด้านแรงงาน |
| | 2.5 การกำกับดูแลเพื่อการแข่งขันอย่างเป็นธรรม (Regulation of Anti Competitive Practices) | 1. รูปแบบการส่งเสริมการขายและการให้บริการฟังก์ชันสินค้าและบริการอื่น 2. การจัดเก็บข้อมูลของผู้ลงทะเบียนหมายเลขในแบบเติมเงิน (prepaid) และค่าปรับที่เป็นอัตราคงที่ไม่สะท้อนมูลค่าของผู้ประกอบการ ทำให้มีความได้เปรียบเสียเปรียบในการแข่งขันระหว่างผู้ | 1. รูปแบบการส่งเสริมการขายและการให้บริการฟังก์ชันสินค้าและบริการอื่น 2. การจัดเก็บข้อมูลของผู้ลงทะเบียนหมายเลขในแบบเติมเงิน (prepaid) และค่าปรับที่เป็นอัตราคงที่ไม่สะท้อนมูลค่าของผู้ประกอบการ ทำให้มีความได้เปรียบเสียเปรียบในการแข่งขัน | 1. พิจารณากำหนดหลักเกณฑ์การกำกับดูแลเพื่อควบคุมการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรมระหว่างผู้ประกอบการ เช่น การขายพ่วงบริการที่ส่งผลกระทบต่อได้เปรียบเสียเปรียบในการแข่งขัน |



| บริการ โทรคมนาคม | มิติแวดล้อม | ปัญหาและอุปสรรค | ข้อเสนอแนะ | หมายเหตุ |
|---------------------|---|---|--|----------|
| | | <p>ประกอบกิจการ</p> <p>3. บทบาทของผู้ประกอบกิจการที่เป็นรัฐวิสาหกิจในตลาดกิจการโทรคมนาคม</p> | <p>2. ทบทวนการคิดค่าปรับที่อาจมีผลต่อการแข่งขันในตลาดของผู้ประกอบการ เช่น ค่าบริการลงทะเบียนเลขหมาย prepaid</p> <p>3. กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมีความชัดเจนต่อบทบาทของผู้ประกอบการที่เป็นรัฐวิสาหกิจในตลาดกิจการโทรคมนาคม</p> | |
| | <p>2.6 การให้บริการอย่างทั่วถึง (Universal Service Obligation: USO)</p> | <p>1. การจัดให้มีบริการครอบคลุมได้อย่างทั่วถึง</p> <p>2. มีการจัดทำแผน แต่ยังไม่ความชัดเจนในระดับโครงการที่จะใช้ Reverse Auction ในการได้ผู้ประกอบกิจการที่เข้ามาดำเนินการจัดให้มีบริการโทรคมนาคมพื้นฐานโดยทั่วถึงและบริการเพื่อสังคม</p> | <p>กสทช. ควรหารือกับผู้กำหนดนโยบายเช่น กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เพื่อประเมินข้อมูลในเชิงนโยบายให้ชัดเจนและครบถ้วนว่า โครงการที่จะเปิดให้ผู้ประกอบการเสนอตัวดำเนินการนั้น ไม่ได้อยู่ในนโยบายหรือเป้าหมายในเชิงสังคมของผู้กำหนดนโยบาย และผู้กำหนด</p> | |



| บริการ โทรคมนาคม | มิติแวดล้อม | ปัญหาและอุปสรรค | ข้อเสนอแนะ | หมายเหตุ |
|---------------------|--|---|--|----------|
| | 2.7 คุณภาพบริการ (Quality of Service: QOS) | <p>1. มีประกาศ กสทช. กำหนดมาตรฐานและคุณภาพของการให้บริการ และมีการตรวจสอบประเมินเป็นระยะ แต่ยังมีข้อบกพร่องที่เห็นได้ชัดคือ ช่องว่างระหว่างผู้ประกอบกิจการและผู้ให้บริการ รวมถึงมีการตรวจวัดที่เป็นที่ยอมรับและครอบคลุมเพียงพอ</p> <p>2. ความสัมพันธ์ของคุณภาพบริการและระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ</p> <p>3. คุณภาพของบริการระหว่างผู้ใช้บริการในเขตเมืองกับเขตนอกเมืองมีความแตกต่างกันมาก</p> <p>4. การกำกับดูแลที่ต้องทันต่อนวัตกรรมและความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว</p> | <p>นโยบายไม่มีงบประมาณที่จะสนับสนุนในส่วนอื่นที่เสริมให้โครงการออกมาได้ประโยชน์แก่กลุ่มเป้าหมาย โครงการนี้ควรพิจารณาใช้วิธีการ Reverse Auction</p> <p>1. แม้ว่าจะมีการกำหนดมาตรฐานและคุณภาพการให้บริการอยู่แล้ว ควรเพิ่มความครอบคลุมในการตรวจวัด และสร้างความเข้าใจต่อมาตรฐานและคุณภาพการให้บริการให้ตรงกันระหว่างผู้ประกอบการ</p> <p>2. ให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลเพื่อให้เกิดความเท่าเทียมของคุณภาพการให้บริการระหว่างเขตเมืองและเขตชนบท ส่วนกลางและส่วนภูมิภาค และความสามารถใน</p> | |



| บริการโทรคมนาคม | มิติแวดล้อม | ปัญหาและอุปสรรค | ข้อเสนอแนะ | หมายเหตุ | |
|------------------------------|---|--|------------|---|--|
| | | 5. ความสามารถในการเข้าถึงบริการของผู้ใช้บริการในพื้นที่ห่างไกลยังคงไม่เท่าเทียมกัน | | การเข้าถึงบริการในพื้นที่ห่างไกล | |
| 3. บริการอินเทอร์เน็ต | | | | | |
| | 3.1 การเข้าสู่ตลาดของผู้ให้บริการรายใหม่ (Market Entry) | ข้อกำหนดของการให้ใบอนุญาตสำหรับผู้ประกอบการขนาดเล็กที่อาจไม่เอื้อต่อกิจการขนาดเล็กเท่าที่ควร | | พิจารณาข้อกำหนดที่จะเอื้อต่อการขยายโอกาสทางธุรกิจให้แก่ผู้ประกอบการขนาดเล็กลง | |
| | 3.2 การจัดสรรทรัพยากรที่มีจำกัด (Scarce Resources) เช่น คดีความถี่หรือเลขหมายโทรศัพท์ | ไม่มีประเด็นเรื่องการจัดสรรทรัพยากรที่มีประเด็นในเรื่องการขยายโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับการให้บริการโดยเฉพาะในพื้นที่ในภูมิภาคและชนบท | | เร่งหาแนวทางในการขยายโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับการให้บริการในเขตภูมิภาค และชนบทมากขึ้น | |
| | 3.3 การเชื่อมต่อโครงข่ายระหว่างกัน (Interconnection) | ขาดกฎเกณฑ์ในการกำกับดูแลการเชื่อมโยงที่ยังไม่มีความชัดเจนเท่าที่ควร | | 1. การกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมการเชื่อมต่อควรมีการกำหนดที่สะท้อนต้นทุนของผู้ประกอบการแต่ละราย 2. กสทช. ควรมีบทบาทในการจัดการข้อพิพาทที่เกิดขึ้นระหว่างผู้ประกอบการในการเชื่อมต่อโครงข่าย | |



| บริการ โทรคมนาคม | มิติแวดล้อม | ปัญหาและอุปสรรค | ข้อเสนอแนะ | หมายเหตุ |
|--|---|--|---|---|
| | 3.4 อัตราค่าบริการ (Tariff Regulation) | ขาดหลักเกณฑ์ในการกำหนดอัตราค่าบริการทำให้ผู้ประกอบการสามารถกำหนดอัตราค่าบริการได้เองรวมถึงอัตราค่าบริการที่มีความต่อเนื่องในเขตเมืองและเขตชนบท | ควรมีการกำหนดอัตราค่าบริการขั้นต่ำ เพื่อป้องกันการแข่งขันด้านราคาพื้นฐานแรง และอัตราค่าบริการขั้นสูงเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค | |
| | 3.5 การกำกับดูแลเพื่อการแข่งขันอย่างเป็นธรรม (Regulation of Anti Competitive Practices) | ไม่มีกฎเกณฑ์การกำกับดูแลแนวปฏิบัติที่จะใช้ในการดูแลการแข่งขันอย่างเป็นธรรม โดยเฉพาะรูปแบบทางการตลาดที่เป็นลักษณะของการขายพ่วงกับกิจการอื่น | พิจารณากำหนดหลักเกณฑ์การกำกับดูแลเพื่อควบคุมการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรมระหว่างผู้ประกอบการ เช่น การขายพ่วงบริการที่ส่งผลต่อความได้เปรียบเสียเปรียบในการแข่งขัน | |
| | 3.6 การให้บริการอย่างทั่วถึง (Universal Service Obligation: USO) | ขาดความชัดเจนของแผนการจัดให้มีบริการ, เงินอุดหนุนเพื่อการดำเนินงานแก่รัฐวิสาหกิจและควรส่งเสริมให้เอกชนเอามามีส่วนร่วม | ขาดความชัดเจนของแผนการจัดให้มีบริการ, เงินอุดหนุนเพื่อการดำเนินงานแก่รัฐวิสาหกิจและควรส่งเสริมให้เอกชนเอามามีส่วนร่วม | เร่งสร้างความชัดเจนของแผนการให้บริการ การกำหนดโครงการและรูปแบบการอุดหนุนเพื่อให้ผู้ประกอบการได้เข้าร่วม |
| 3.7 คุณภาพบริการ (Quality of Service: QoS) | | ยังไม่มีหลักเกณฑ์ในการกำกับดูแลอย่างเป็นรูปธรรมรวมถึงกฎเกณฑ์ในการตรวจสอบคุณภาพของผู้ให้บริการแต่ละราย | เร่งสร้างหลักเกณฑ์ในการกำกับดูแลคุณภาพในการให้บริการ และให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลเพื่อให้เกิดความเท่าเทียมของ | |



| บริการโทรคมนาคม | มิติแวดล้อม | ปัญหาและอุปสรรค | ข้อเสนอแนะ | หมายเหตุ |
|--------------------------------|--|--|--|----------|
| | | | คุณภาพการให้บริการระหว่างเขตเมืองและเขตชนบท ส่วนกลางและส่วนภูมิภาค และความสามารถในการเข้าถึงบริการในพื้นที่ห่างไกล | |
| 4. บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ | | | | |
| | 4.1 การเข้าสู่ตลาดของผู้ให้บริการรายใหม่ (Market Entry) | 1. ผู้ให้บริการจากต่างประเทศเข้ามาให้บริการได้โดยไม่จำเป็นต้องมีใบอนุญาตส่งผลกระทบต่อหน่วยงานรัฐวิสาหกิจที่เป็นกีดขวาง 2. การเสียเปรียบในเชิงต้นทุนในกลุ่มผู้ให้บริการที่เป็นเจ้าของโครงข่ายที่มีการลงทุนสูงกับผู้ประกอบการที่ไม่ได้เป็นเจ้าของโครงข่าย | เร่งสร้างความชัดเจนถึงขอบเขตของการให้บริการแต่ละประเภท และสร้างความเป็นธรรมในการแข่งขันให้เกิดขึ้นระหว่างผู้ประกอบการที่มีใบอนุญาตแตกต่างกัน | |
| | 4.2 การจัดสรรทรัพยากรที่มีจำกัด (Scarce Resources) เช่น คลื่นความถี่ หรือเลขหมายโทรศัพท์ | ไม่มีประเด็น | ไม่มี | |
| | 4.3 การเชื่อมต่อโครงข่ายระหว่างกัน (Interconnection) | ผู้บริการไม่ได้ใช้สิทธิในการเลือกใช้รหัสระหว่างประเทศตามความต้องการด้วยตนเอง และปัญหาค่าธรรมเนียมในการเชื่อมต่อ | ควรมีการกำหนดค่าเชื่อมต่อโครงข่ายที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน | |
| | 4.4 อัตราค่าบริการ (Tariff Regulation) | การขาดหลักเกณฑ์ในการกำกับดูแลในเรื่องของ | ก ส ท ช . ค ว ร มี ก ฎ เก ณ ฑ์ ให้ | |



| บริการ โทรคมนาคม | มิติแวดล้อม | ปัญหาและอุปสรรค | ข้อเสนอแนะ | หมายเหตุ |
|---------------------|--|--|---|----------|
| | | กำหนดอัตราค่าบริการที่ชัดเจนและผู้บริโภคขาด ความเข้าใจและไม่มีความเปรียบเทียบในการ เลือกใช้บริการที่ตนพอใจ | ผู้ประกอบการดำเนินการ | |
| | 4.5 การกำกับดูแลเพื่อการแข่งขันอย่าง เป็นธรรม (Regulation of Anti Competitive Practices) | ความชัดเจนของขอบเขตใบอนุญาตแต่ละประเภท ในการให้บริการรวมถึงรูปแบบการส่งเสริมการขาย และการขายสินค้าพ่วงกับบริการอื่นๆ | กสทช. ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ทำหน้าที่ ในการกำกับดูแลควรรกำหนด ความสามารถของผู้ประกอบ กิจการในการให้บริการโดย พิจารณาจากใบอนุญาตประกอบ กิจการเป็นรายกิจการไปและ กำหนดอัตราขั้นต่ำของการอัตรา ค่าบริการด้วย | |
| | 4.6 การให้บริการอย่างทั่วถึง (Universal Service Obligation: USO) | ไม่มีประเด็น | ไม่มี | |
| | 4.7 คุณภาพบริการ (Quality of Service: QOS) | ยังขาดหลักเกณฑ์ในการกำกับดูแลคุณภาพของ บริการอย่างเป็นรูปธรรม | เร่งสร้างหลักเกณฑ์ในการกำกับ ดูแลคุณภาพในการให้บริการ | |



การศึกษานี้ยังมีข้อเสนอแนะที่สำคัญสำหรับสถานการณ์การแข่งขันในตลาดกิจการ
โทรคมนาคมในอนาคต ดังนี้

1) การเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจะทำให้ตลาดของการให้บริการ
โทรคมนาคมขยายตัวมากขึ้น ผู้ใช้บริการในประเทศไทยและประเทศสมาชิกในอาเซียนมีแนวโน้มที่
จะมีอำนาจซื้อเพิ่มมากขึ้น และมีความสามารถในการที่จะรับภาระค่าบริการผ่านการให้บริการ
โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนอันเนื่องมาจากความต้องการข้อมูลที่เพิ่มขึ้น ประกอบกับ การเดินทาง
ของประชาชนในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนคาดว่าจะมีความถี่เพิ่มมากขึ้นในอนาคต ซึ่งจะส่งผล
ต่อฐานผู้ใช้บริการกิจการโทรคมนาคมเพิ่มขึ้นตามไปด้วย

สถานการณ์ดังกล่าวน่าจะเป็นโอกาสที่ดีที่ผู้ประกอบการกิจการโทรคมนาคมของ
ไทยควรจะมีมือในการดำเนินงานร่วมกับผู้ประกอบการโทรคมนาคมของประเทศอาเซียน
ด้วยกัน ทั้งในการให้บริการข้ามแดนอัตโนมัติหรือโรมมิ่งและแพ็คเกจการให้บริการในระหว่างอยู่ใน
ต่างประเทศที่ดีขึ้น

ขณะเดียวกัน ผู้ใช้บริการมีแนวโน้มที่จะหันไปเพิ่มสัดส่วนการให้บริการผ่าน
ระบบ WiFi และบริการประเภท Over the Top (OTT) ที่เป็นบริการในรูปแบบของแอปพลิเคชันผ่าน
โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนเพิ่มขึ้น ซึ่งหากผู้ประกอบการสามารถตอบสนองกับความต้องการ
ด้วยการปรับราคาแพ็คเกจการข้ามแดนอัตโนมัติให้เหมาะสมมากขึ้น ก็จะไม่ส่งผลให้ผู้ใช้บริการ
พึ่งพาแต่ WiFi อย่างเดียว ก็จะเป็นโอกาสทางธุรกิจของผู้ประกอบการในอนาคตได้

การเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของผู้
ประกอบการโทรคมนาคมควรมาจากแรงขับเคลื่อนจากภาครัฐกิจการและการนำเสนอด้วยความตั้งใจ
ของผู้ประกอบการเองมากกว่าที่จะเป็นแรงเคลื่อนของหน่วยงานกำกับเป็นหลัก ซึ่งจะช่วย
แก้ปัญหาบริการข้ามแดนอัตโนมัติที่เป็นอุปสรรคสำคัญที่ทำให้ผู้ใช้บริการไม่พอใจในการเปิดใช้
บริการข้ามแดนอัตโนมัติเมื่อเดินทางระหว่างประเทศได้

2) แม้ว่าผู้ประกอบการ Over The Top (OTT)¹⁰ จะเป็นอุปสรรคสำคัญต่อผู้
ประกอบการโทรคมนาคมมากขึ้นในอนาคต แต่ผู้ใช้บริการจาก Over The Top จะเป็นกลุ่ม
ระดับบนเท่านั้น ขณะที่ตลาดในส่วนของผู้ใช้ที่อยู่ในเขตนอกตัวเมือง และมีความสามารถในการ
แบกรับค่าบริการต่ำยังคงเป็นตลาดส่วนใหญ่ของกิจการโทรคมนาคม ซึ่งผู้ประกอบการ
โทรคมนาคมสามารถใช้ประโยชน์จากการพัฒนาแอปพลิเคชัน ในระดับประเทศเพื่อเพิ่มขีด
ความสามารถในการแข่งขัน สร้างเข้มแข็งของธุรกิจก่อนที่จะเผชิญหน้ากับการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นจาก
แอปพลิเคชันต่างประเทศ

¹⁰ Over-the-top (OTT) คือ การให้บริการที่ใช้โครงข่ายที่มีอยู่แล้วให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์ เช่น การให้บริการ
อินเทอร์เน็ต การให้บริการแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ การให้บริการด้านโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ให้บริการ
ออนไลน์ และการให้บริการ Digital contents เป็นต้น



ขณะเดียวกัน การจัดการกับปัญหาและอุปสรรค Over The Top ต่างประเทศ อาจจะต้องใช้วิธีการเปลี่ยนวิกฤติเป็นโอกาส ด้วยการที่เข้าไปหาทางเป็นพันธมิตรทางธุรกิจกับ Over the Top แทนที่จะเป็นคู่แข่งกัน ซึ่งจะเป็นไปได้ก็ต่อเมื่อระดับความเร็วของการปรับตัวของผู้ประกอบกิจการโทรคมนาคมของไทยต้องไม่แตกต่างหรือช้ากว่าระดับความเร็วของการพัฒนาธุรกิจของ Over the Top และต้องเปลี่ยนรูปแบบของการดำเนินงานให้เป็นระบบเปิดเพื่อให้เกิดแนวทางในการสร้างความร่วมมือกับผู้ประกอบการ Over The Top ได้

3) โอกาสในการแข่งขันของผู้ประกอบกิจการโทรคมนาคมไทยมีแนวโน้มว่าจะเปลี่ยนแปลงไป โดยควรจะหาทางสร้างความเข้าใจและการรับรู้แก่ผู้ประกอบกิจการว่า รายได้จากการใช้บริการของลูกค้าทุกรายมีความสำคัญ แม้แต่ผู้ใช้บริการรายย่อย ซึ่งนับวันจะมีการขยายฐานออกไปในพื้นที่ห่างไกลมากขึ้นและมีการกระจายตัวเชิงพื้นที่มากขึ้น

ขณะเดียวกัน อุปสรรคของการแข่งขันควรจะลดลง หากผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับการพัฒนาบริการรูปแบบใหม่ เช่น Mobile Banking หรือ Wallet-to-Wallet Transfer หรือ Mobile Remittance และ Utilities Transfer ซึ่งมาจากนโยบายของสถาบันการเงินในไทยและการสนับสนุนของหน่วยงานกำกับด้วย เนื่องจากบริการเหล่านี้จะเป็นบริการที่มีความซับซ้อนมากขึ้น ต้องการระบบการรักษาความปลอดภัยสูงเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค และมีระบบการเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลมีเพียงพอ มีการวางแนวทางและวิธีปฏิบัติในการมอบอำนาจที่ชัดเจน ซึ่งประเด็นเหล่านี้ต้องอาศัยนโยบายและเกณฑ์การกำกับของธนาคารแห่งประเทศไทยด้วย และบริการเหล่านี้สามารถขยายตัวได้ แม้มีการรวมตัวของประเทศสมาชิกอาเซียนเป็น AEC แล้ว เมื่อเกิดความตกลงรวมตัวในภาคการเงินและการธนาคาร

5.8 ข้อจำกัดในการศึกษา

1) การที่คณะผู้วิจัย ประสพกับปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับการรวบรวมข้อมูลตัวเลขเชิงปริมาณจากผู้ประกอบการแต่ละรายตลอดช่วงเวลาที่ดำเนินโครงการนี้ ทำให้เห็นว่าปัญหาและอุปสรรคสำคัญเกี่ยวกับการแข่งขันในการประกอบกิจการโทรคมนาคมของผู้รับอนุญาต คือ หลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่เป็นความโปร่งใสของการเปิดเผยข้อมูลแก่ กสทช. เพื่อให้มั่นใจว่า การดำเนินงานของผู้ประกอบกิจการโทรคมนาคมรายใหญ่มิได้มีการดำเนินงานด้วยอำนาจเหนือตลาดที่ส่งผลไม่พึงประสงค์ต่อผู้ประกอบกิจการโทรคมนาคมรายอื่น

ในระหว่างการศึกษา ข้อมูลที่คณะผู้วิจัย พบว่า มีประโยชน์ในการวิเคราะห์ และให้ความเห็นเกี่ยวกับสภาพปัญหาและอุปสรรคด้านการแข่งขัน และเป็นข้อมูลที่มีการจัดเก็บอย่างต่อเนื่อง เป็นข้อมูลจากสำนักงานสถิติแห่งชาติ ที่มาจากผลการสำรวจความคิดเห็นของครัวเรือน แต่ไม่สามารถเปรียบเทียบข้อมูลดังกล่าวกับผู้ประกอบกิจการโทรคมนาคมได้ เนื่องจากผู้ประกอบกิจการโทรคมนาคมชี้แจงว่าเป็นข้อมูลที่ส่งผลต่อความลับทางการค้า และบางรายการไม่ได้มีการจัดเก็บ จึงไม่อาจจะสอบถามเพื่อยืนยันปัญหาและอุปสรรคได้ในบางประเด็น



2) การศึกษาครั้งนี้ไม่สามารถครอบคลุมถึงบทบาทของผู้ให้บริการประเภท Over the Top ที่เป็นการให้บริการในรูปแบบของแอปพลิเคชันผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนและแท็บเล็ต และผ่านโครงข่าย 3G หรือ 4G โดยที่ไม่ต้องลงทุนสร้างโครงข่ายโทรคมนาคมหรืออุปกรณ์เป็นของตัวเอง นอกจากนี้ผู้ให้บริการโครงข่ายโทรคมนาคมหรือผู้ผลิตอุปกรณ์ ยังไม่มีความสามารถที่จะรับรู้หรือควบคุมรายละเอียดของข้อมูลจากธุรกิจ Over the Top วึ่งผ่านระบบตัวเองที่อยู่ ซึ่งบริการเหล่านี้อยู่นอกเหนือขอบเขตของกิจการโทรคมนาคมโดยเฉพาะ Over the Top ที่สำคัญมากขึ้น อย่างเช่น Whatsapp Skype Wechat Viber ซึ่งกำลังมีแนวโน้มจะเป็นปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันในการประกอบกิจการโทรคมนาคมเพิ่มมากขึ้นในอนาคต

นอกจากนั้น การมีนวัตกรรมใหม่ๆ การที่ผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงแอปพลิเคชันใหม่ ๆ ได้เองโดยง่ายและสะดวกขึ้น พัฒนาการทางเทคโนโลยีที่ทำให้คุณภาพล้ำหน้ากว่าเครือข่าย 3G ขณะที่การปรับตัวลดลงของราคา Over the Top เทียบกับค่าบริการด้านเสียงตามปกติ ทำให้ผู้ใช้บริการบางส่วนเริ่มหันไปหาบริการ Over the Top มากขึ้น

ทั้งนี้ พัฒนาการของ Over the Top เป็นแนวโน้มที่เกิดขึ้นในระดับโลก และเป็นบริการที่นำเสนอโดยผู้ประกอบการระดับโลก ผู้ใช้บริการที่ปรับตัวเข้าสู่ผู้ให้บริการ Over the Top ระดับโลกเหล่านี้อย่างรวดเร็ว จนเข้าไปทดแทนการให้บริการของผู้ประกอบการภายในประเทศ และผู้ประกอบการภายในประเทศก็ไม่มีรายใดที่มีศักยภาพและขนาดของการประกอบการใหญ่เพียงพอ และมีพัฒนาการที่ก้าวหน้าจนสามารถให้บริการ Over the Top ภายในประเทศได้เอง ขณะเดียวกับผู้ประกอบการก็ถูกกำกับด้วยกฎหมายและกฎเกณฑ์ที่เข้มงวด จนไม่อาจดำเนินกิจการเหล่านี้ได้โดยอิสระ

3) การศึกษาไม่ได้เจาะจงลึกลงไปในส่วนของ Mobile Money และบริการรูปแบบใหม่ๆ ซึ่งมีแนวโน้มว่าจะเป็นโอกาสทางธุรกิจของกิจการโทรคมนาคมในอนาคต จึงอาจจะต้องมีการศึกษาในส่วนของการเงินบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ การโฆษณาบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ ตลอดจน M2M และบริการที่ล้ำสมัยอื่นๆ ซึ่งอาจจะมีประเด็นที่เป็นปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญในอนาคต เมื่อสัดส่วนของประชากรที่มีโทรศัพท์เคลื่อนที่เกินกว่าร้อยละ 100 และภาคการธนาคารมีการพัฒนาไปสู่ระบบการให้บริการทางการเงินบนโทรศัพท์เคลื่อนที่มากขึ้น กิจการโทรคมนาคมในอนาคตจึงอาจจะมีปัญหาและอุปสรรคในการให้บริการ เพื่อรองรับตลาดส่วนที่เป็นภาคการธนาคารและที่ไม่ใช่ภาคการธนาคารอย่างชัดเจนมากขึ้น

4) การศึกษาไม่ได้ก้าวไปถึงการเปลี่ยนแปลงนโยบายการกำกับกิจการโทรคมนาคมในอนาคต ซึ่งผู้ประกอบการได้แสดงความกังวลเรื่องนี้ไว้บ้างในระหว่างการสนทนากลุ่มย่อย โดยเฉพาะการจัดสรรคลื่นความถี่รอบต่อไป ซึ่งเป็นปัญหาที่มาจากบทบาทของหน่วยงานกำกับกิจการโทรคมนาคม ที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพการแข่งขันและต้นทุนการดำเนินงาน



บทที่ 6

การประเมินส่วนเกินผู้บริโภค (Consumer Surplus)

ภายใต้แผนแม่บทกิจการโทรคมนาคมฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2548 – 2550) และฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2551 – 2554) ที่ผ่านมามีการกำหนดตัวชี้วัดหลักสำหรับการวัดสำเร็จของการพัฒนากิจการโทรคมนาคม 12 ตัวชี้วัด โดยการเพิ่มขึ้นของของประโยชน์ส่วนเกินผู้บริโภค (Consumer Surplus) เป็นหนึ่งใน 12 ตัวชี้วัดที่สำคัญสำหรับการติดตามประเมินผลในแผนแม่บทกิจการโทรคมนาคมฉบับที่ 1 และ 2 ซึ่งที่ผ่านมามีการพัฒนาด้านกิจการโทรคมนาคม ได้มีการจัดทำบทวิเคราะห์ส่วนเกินผู้บริโภค เพื่อวัตถุประสงค์ในการเป็นข้อมูลในกำกับดูแลกิจการโทรคมนาคมและเพื่อเป็นข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย เช่น ในการศึกษาของออสเตรเลีย เกาหลี และสหรัฐอเมริกา เป็นต้น

รายการศึกษานี้มีวัตถุประสงค์สำคัญประการหนึ่งนอกเหนือจากการกำหนดตัวชี้วัดการแข่งขันในธุรกิจโทรคมนาคมคือ การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของส่วนเกินผู้บริโภค โดยในรายงานการติดตามประเมินผลแผนแม่บทกิจการโทรคมนาคมฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2551 – 2553) ระยะเวลา 2 ปีครั้งที่ผ่านมายังไม่มีการประมาณค่าสมการอุปสงค์ของบริการโทรคมนาคมเพื่อคำนวณหาส่วนเกินผู้บริโภค แต่ใช้การประเมินเบื้องต้นจากการขยายตัวของการใช้บริการโทรคมนาคมเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่องขณะที่ราคาค่าบริการมีแนวโน้มลดลง จึงคาดการณ์ได้ว่าส่วนเกินผู้บริโภคน่าจะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

ดังนั้นในรายงานบทนี้จะทำการคำนวณข้อมูลส่วนเกินผู้บริโภคนี้โดยเป้าหมายการวิเคราะห์ครอบคลุมอุปสงค์ของบริการโทรคมนาคม 4 ประเภทได้แก่

- 1) บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Services)
- 2) บริการโทรศัพท์ประจำที่ (Fix Line Services)
- 3) บริการอินเทอร์เน็ต (Internet Services)
- 4) บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ (International Call Services)

โดยหลักการในการวัด การทบทวนวรรณกรรม ข้อมูลที่ใช้ในการคำนวณ และผลการคำนวณแสดงได้ดังรายละเอียดต่อไป

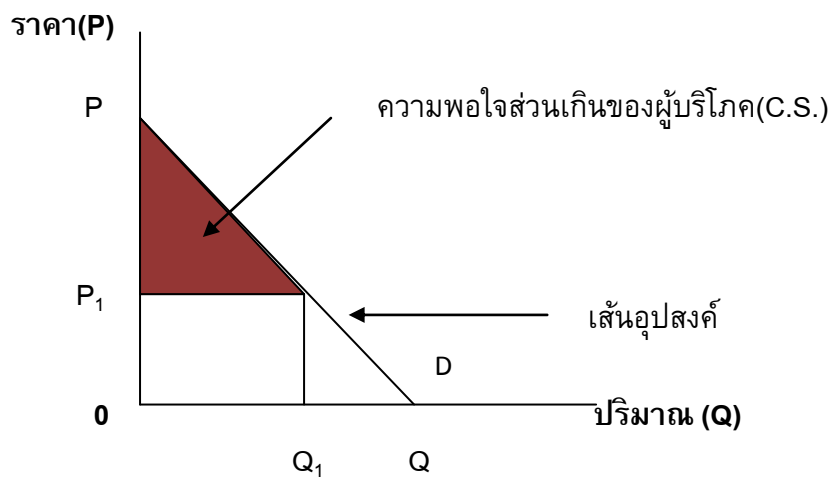
6.1 นิยามของส่วนเกินผู้บริโภคและปัจจัยที่มีผลต่อส่วนเกินผู้บริโภค

ในทางเศรษฐศาสตร์ “ส่วนเกินของผู้บริโภค” คือ ส่วนต่างระหว่างราคาสินค้าที่ผู้บริโภคยินดีจ่ายเพื่อให้ได้สินค้านั้นมากับราคาสินค้าที่ผู้บริโภคจ่ายจริง โดยส่วนเกินของผู้บริโภคเปรียบเสมือน “สวัสดิการ” ที่ผู้บริโภคได้รับ เนื่องจากจ่ายน้อยกว่าที่เต็มใจจะจ่ายในการหาส่วนเกิน



ผู้บริโภคสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 วิธีคือ (1) จากความเต็มใจที่ผู้บริโภคจะจ่าย (Willingness to Pay) และ (2) จากการได้รับประโยชน์และจากความเต็มใจที่ผู้บริโภคจะยอมรับการชดเชยอันเนื่องมาจากการที่ต้องเสียประโยชน์ไป (Willingness to Accept Compensation) ซึ่งสามารถคำนวณได้จากพื้นที่ใต้กราฟของเส้นอุปสงค์ของสินค้าหรือบริการใดๆ เฉพาะส่วนที่อยู่เหนือราคาที่ผู้บริโภคจ่ายไปดังแสดงได้ในภาพที่ 6-1

ภาพที่ 6-1 แสดงส่วนเกินของผู้บริโภค



ที่มา: กัลยาณี พรพิเนตพงศ์. (2548). การประเมินค่าแหล่งนั้นหนทางการกรณีตัวแบบพื้นที่เดียว. หน้า 17.

ดังนั้น ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อส่วนเกินของผู้บริโภคจึงประกอบด้วย ราคาเฉลี่ยที่ผู้บริโภคจ่าย ปริมาณสินค้าหรือบริการรวมที่ผู้บริโภคใช้ และความชันของเส้นอุปสงค์ซึ่งแสดงถึงค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ หรือความอ่อนไหวของอุปสงค์ต่อการเปลี่ยนแปลงของราคานั้นเอง

6.2 การประมาณค่าส่วนเกินผู้บริโภคจากข้อมูลเชิงประจักษ์

การประมาณค่าส่วนเกินผู้บริโภค (Consumer Surplus) ที่ได้กล่าวไปข้างต้น สามารถทำการวิเคราะห์เชิงปริมาณในทางเศรษฐศาสตร์โดยใช้แบบจำลองทางเศรษฐมิติ (Econometrics) เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูล ไม่ว่าจะใช้ข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิโดยแบบจำลองที่ใช้สามารถแสดงได้ดังต่อไปนี้



6.2.1 การวิเคราะห์โดยใช้แบบจำลองทางโครงสร้าง (Structural Model)

แบบจำลองทางโครงสร้าง คือ แบบจำลองที่เน้นศึกษาในเรื่องของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ เป็นหลักซึ่งเขียนแสดงได้ดังนี้

ค่าอุปสงค์ของบริการโทรคมนาคม (Y) จะถูกกำหนดจากตัวแปรด้านราคา (P) ตามหลักการอุปสงค์สินค้าทางเศรษฐศาสตร์ และปัจจัยอื่น ๆ ที่มีอิทธิพล (Z_i) เช่น ระดับรายได้ (INCOME) และจำนวนผู้ใช้บริการทั้งหมดของธุรกิจโทรคมนาคมนั้น ๆ (SUB) โดยอุปสงค์ของบริการโทรคมนาคม (Y) ซึ่งใช้ตัวแปรที่แทนปริมาณการใช้บริการโทรคมนาคมนั้น ๆ เช่น กรณีของโทรศัพท์เคลื่อนที่จะใช้จำนวนนาทีที่ใช้บริการเฉลี่ยต่อผู้ใช้บริการเป็นตัวแทน

ดังนั้น สมการอุปสงค์ของบริการโทรคมนาคมสามารถคำนวณได้ดังสมการต่อไปนี้

$$Y = f(P, Z_i) \quad (1)$$

โดยรูปแบบฟังก์ชันที่ใช้ประกอบด้วยรูปแบบความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 x_{i1} + \beta_2 x_{i2} + \varepsilon_i \quad (2)$$

และรูปแบบความสัมพันธ์เชิงเส้นโค้งแบบ Double-log Function

$$\ln(Y) = \beta_0 + \beta_1 \ln(P) + \beta_2 \ln(Z_i) + \varepsilon \quad (3)$$

6.2.2 ข้อมูลที่ใช้ในการประมาณค่าแบบจำลอง

ข้อมูลที่ใช้ในการประมาณค่าสมการอุปสงค์บริการโทรคมนาคมตามหลักการทางเศรษฐมิติประกอบด้วย

1) ข้อมูลอนุกรมเวลา (Time Series Data) เป็นข้อมูลของตัวแปรใด ๆ ที่จัดเก็บในช่วงเวลาหนึ่ง ๆ เป็นข้อมูลที่มีความต่อเนื่องในเชิงเวลาโดยหนึ่งหน่วยสังเกตการณ์ (Observation) มาจากจุดหนึ่งของเวลา อาจจะเป็นวัน เดือน หรือปี ถ้าเป็นวันจะเรียกว่า ข้อมูลรายวัน หรือเป็นปีจะเรียกว่า ข้อมูลรายปี รายเดือน รายไตรมาส หรืออาจจะเป็นข้อมูลที่มีช่วงเวลาที่ยาวขึ้นตามวัตถุประสงค์ของผู้ใช้ เช่น 2 ปี หรือ 5 ปี เป็นต้น ลักษณะสำคัญ คือ ข้อมูลอนุกรมเวลาเป็นข้อมูลที่ต่อเนื่องในมิติของเวลาและระยะห่างของเวลาต้องเท่ากัน ข้อมูลอนุกรมเวลานี้จะสะท้อนพฤติกรรมโดยรวมของสังคมหรือภาคเศรษฐกิจ ซึ่งเท่ากับเป็นการประมวลจากพฤติกรรมของรายหน่วยประกอบการ หรือผู้บริโภครายบุคคล หรือรายครัวเรือนที่ตอบสนองต่อปัจจัยเศรษฐกิจโดยรวม ข้อมูลอนุกรมเวลาจึงจัดเป็นข้อมูลระดับมหภาคที่มักสะท้อนดุลยภาพในภาคเศรษฐกิจนั้น ๆ



2) ข้อมูลภาคตัดขวาง (Cross-Section Data) เป็นข้อมูลของตัวแปรใดๆ ณ เวลาใดเวลาหนึ่งที่กำหนดให้ เช่น จำนวนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในปี พ.ศ.2554 เป็นต้น ทุกหน่วยสังเกตการณ์มีพฤติกรรมตอบสนองต่อปัจจัยทางเศรษฐกิจในช่วงเวลาเดียวกัน จึงไม่มีอิทธิพลของเวลารวมอยู่ในสถานการณ์ที่ศึกษา หน่วยสังเกตการณ์อาจเป็นได้ทั้งระดับจุลภาค เช่น ผู้บริโภค รายบุคคล ผู้ผลิตแต่ละรายไปจนถึงภูมิภาคใดภูมิภาคหนึ่งของประเทศ หรือแม้แต่ประเทศเองก็ถือเป็นหน่วยสังเกตการณ์ได้ ข้อมูลในระดับจุลภาคมักได้จากการสำรวจภาคสนาม (โดยใช้แบบสอบถาม โทรศัพท์ และ/หรือเครื่องมืออื่นๆ)

3) ข้อมูลร่วมอนุกรมเวลาและภาคตัดขวาง (Pooled Cross-Section/Time-Series Data) เป็นข้อมูลซึ่งมีทั้งลักษณะของข้อมูลอนุกรมเวลาและข้อมูลภาคตัดขวาง ผสมรวมกันอยู่ซึ่งอาจเรียกว่าเป็น ข้อมูลตัดขวางของชุดของอนุกรมเวลา หรือข้อมูลของอนุกรมเวลาของชุดข้อมูลภาคตัดขวางอย่างใดอย่างหนึ่งโดยข้อมูลร่วมอนุกรมเวลาและภาคตัดขวางที่ทำการเก็บข้อมูลซ้ำ จากหน่วยภาคตัดขวางเดียวกันหลายๆ ช่วงเวลา เราจะเรียกข้อมูลประเภทนี้ว่าข้อมูล Panel Data

โดยการศึกษาที่จากที่สำรวจข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ผู้ให้บริการพบว่าไม่มีการจัดเก็บข้อมูลในลักษณะ Cross-section ที่ครบถ้วนและการจัดเก็บข้อมูลระหว่างผู้ให้บริการรายต่างๆ มีความไม่สม่ำเสมอ ดังนั้น ข้อมูลที่ใช้จึงมีลักษณะอนุกรมเวลาเป็นหลัก และข้อมูล Pool Data จะใช้เฉพาะบางกรณีที่มีข้อมูลที่สอดคล้องกัน

6.3 การทบทวนวรรณกรรม

ดังที่กล่าวมาข้างต้น การวิเคราะห์ส่วนเกินผู้บริโภคในธุรกิจโทรคมนาคมเป็นประเด็นที่ได้รับความสนใจในการศึกษาเชิงประจักษ์ทั้งที่มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ในการกำกับดูแลกิจการโทรคมนาคมและวัตถุประสงค์ในเชิงวิชาการในต่างประเทศ แต่ในกรณีประเทศไทยจากรายงานการติดตามประเมินผลแผนแม่บทกิจการโทรคมนาคมฉบับที่ 2 (พ.ศ.2551-2553) ระยะ 2 ปี ครั้งที่ผ่านมายังไม่ได้มีการคำนวณหาส่วนเกินผู้บริโภคของประเทศไทยในปัจจุบัน โดยตัวอย่างงานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแบบจำลองเพื่อประเมินส่วนเกินผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคมในต่างประเทศแสดงได้ดังต่อไปนี้

6.3.1 การศึกษาของ The Australian Communications and Media Authority

ในปี ค.ศ.2008 ได้ทำการศึกษา เรื่อง “Consumer Benefits Resulting from Australia’s Telecommunications Sector” ผู้วิจัยได้ทำการสรุปตัวแปรที่ใช้จากการศึกษา ซึ่งครอบคลุมบริการโทรคมนาคมทั้ง 3 ประเภท คือ



- 1) บริการโทรศัพท์ประจำที่ (Fix Line Services)
- 2) บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Services)
- 3) บริการอินเทอร์เน็ต (Internet Services)

ลักษณะของการศึกษา

ประเภทของข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาในงานวิจัยนี้ คือ ข้อมูลภาคตัดขวาง (Cross-Section Data) เป็นข้อมูลของผู้ใช้บริการแต่ละบุคคล ซึ่งผลจากการวิจัยแสดงให้เห็นในตารางที่ 6-1 และตัวแปรที่ใช้มี 2 ตัวแปร คือ

Y แทน ปริมาณการใช้บริการ (Quantity Variable)

X แทน ราคาของการใช้บริการ (Price Variable)

โดยตัวแปรที่ใช้ในการศึกษานี้แสดงได้ในตารางที่ 6-1 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 6-1 ตัวแปรที่ใช้เป็นตัวแทนของปริมาณการใช้บริการและราคาของการใช้บริการที่นำมาใช้ในการสร้างแบบจำลองเพื่อการประเมินส่วนเกินผู้บริโภค

| Telecommunications services | Price variable | Quantity variable |
|--------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------------|
| Mobile calls | Average revenue per call minute | Call minutes per subscriber |
| SMS and MMS | Average revenue per SMS/MMS | Number of SMS/MMS sent per subscriber |
| Fixed-line access | Average revenue per subscriber | Number of subscribers |
| Fixed-line local call | Average revenue per call minute | Call minutes per subscriber |
| Fixed-line national calls | Average revenue per call minute | Call minutes per subscriber |
| Fixed-line international calls | Average revenue per call minute | Call minutes per subscriber |
| Fixed-to-mobile calls | Average revenue per call minute | Call minutes per subscriber |
| Internet data | Average revenue per GB downloaded | GB downloaded per subscriber |



6.3.2 การศึกษาของ Lee and Lee (2006) ได้ทำการศึกษา เรื่อง “Estimating Consumer Surplus in the Mobile Telecommunications Market: The Case of Korea”

ซึ่ง Lee and Lee (2006) ได้ทำการศึกษาเรื่องการประมาณส่วนเกินของผู้บริโภคในกิจการการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของประเทศเกาหลี โดยใช้ข้อมูลรวมทั้งประเทศในหลายช่วงเวลา ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาในงานวิจัยนี้ เป็นลักษณะข้อมูลอนุกรมเวลา (Time Series Data)

วิธีการที่ใช้ในการศึกษาในงานวิจัยนี้ คือ ใช้ระบบสมการเกี่ยวเนื่อง (Simultaneous Equation System) ระบบสมการเกี่ยวเนื่องประกอบด้วยสมการเกี่ยวเนื่องหลายสมการรวมทั้งค่าของ ตัวแปรที่รวมอยู่ในระบบสมการบางสมการมีการกำหนดค่าร่วมกันและมีความสัมพันธ์กันภายในระบบสมการนั้นๆ

ระบบสมการจากการศึกษาข้างต้นมีลักษณะเป็นฟังก์ชัน ดังสมการที่ (4)

$$Q = Q(p_s, p_c, p_z, N, I) \quad (4)$$

โดย P_s แทน ค่าใช้โครงข่าย

P_c แทน ค่าโทรศัพท์

P_z แทน ราคาของสินค้าอื่นๆ ในระบบเศรษฐกิจ (แทนด้วยดัชนีราคาผู้บริโภค)

I แทน รายได้ของผู้ใช้บริการ

N แทน ขนาดของเครือข่าย

ผลการจากการศึกษาจะแสดงได้ดังตารางที่ 6-2 และตารางที่ 6-3 ต่อไปนี้

ตารางที่ 6-2 ตัวอย่างการจำแนกค่าใช้โครงข่าย (p_s) และค่าโทรศัพท์ (p_c) จากข้อมูลการเก็บค่าบริการในแต่ละประเภทในทางปฏิบัติของผู้ให้บริการเครือข่าย

Table 1

Composition of price of access and a call

| | | | |
|---|---------|---------------------------|---------------|
| +subscription deposit(or guarantee insurance fee) | One-off | | |
| +Activation fee | One-off | | |
| +Monthly subscription change | Monthly | +Normal(weight = 0.65) | Marginal(10s) |
| +Handset expense | One-off | +Night(weight = 0.30) | Marginal(10s) |
| -Handset subsidies | One-off | +Mid-night(weight = 0.05) | Marginal(10s) |
| =Price of access | Monthly | =Price of a call | Marginal(min) |

ที่มา: Lee, Duk H. and Lee, Dong H. (2006). **Estimating Consumer Surplus in the Mobile Telecommunications Market: The Case of Korea**, Telecommunication Policy, P.612.



ตารางที่ 6-3 ผลการศึกษาจากการประมาณค่าด้วยวิธี Ordinary Least Squares และวิธี Generalized Least Squares โดยใช้ข้อมูลก่อนและหลังเดือนกรกฎาคมในปี พ.ศ.2531 เพื่อเปรียบเทียบผลของนโยบายที่ส่งเสริมการแข่งขันในช่วงปีในปี พ.ศ.2531

Table2
Elasticities of demand for calls

| Period | Precompetition (January1996-June1998) | | | Postcompetition (July1998-December2004) | | | | |
|--|--|----------|----------|--|-----------|----------|----------|----------|
| | (1) | (2) | (3) | (1) | (2) | (3) | (4) | (5) |
| Model | | | | | | | | |
| Method | OLS | GLS | GLS | GLS | GLS | GLS | GLS | GLS |
| Price of access | 0.408** | | | -0.030 | | | | |
| | (2.357) | | | (-0.455) | | | | |
| Price of call | -0.194 | -0.922** | - | -0.599*** | -0.556*** | -0.643** | -0.482** | -0.609** |
| | | | 0.941** | | | | | |
| | (-0.079) | (-2.224) | (-2.131) | (-1.755) | (-1.691) | (-1.923) | (-1.909) | (-2.305) |
| Income | 1.478* | 1.595* | 1.099* | 0.655* | 0.654* | 0.637* | 0.637* | 0.626* |
| | (5.539) | (3.819) | (3.008) | (4.002) | (4.044) | (3.417) | (4.196) | (3.631) |
| Number of Subscribers | 1.355* | 0.947*** | | 0.502** | 0.486** | | 0.482** | |
| | (2.808) | (1.955) | | (2.387) | (2.390) | | (2.419) | |
| Forecasted value of the number of subscribers | | | 0.699 | | | 0.402** | | 0.404** |
| | | | (1.649) | | | (2.012) | | (2.044) |
| Time trend | -0.098* | -0.102** | - | -0.002 | -0.001 | -0.000 | | |
| | | | 0.071** | | | | | |
| | (-2.949) | (-2.601) | (-2.515) | (-0.508) | (-0.352) | (-0.164) | | |
| Constant | -14.051 | -0.839 | 6.363 | 9.894* | 9.647* | 11.613* | 9.511* | 11.514* |
| | (-1.580) | (-0.093) | (0.966) | (3.053) | (3.114) | (4.148) | (3.156) | (4.248) |
| Adjusted R² | 0.934 | 0.922 | 0.918 | 0.983 | 0.982 | 0.982 | 0.982 | 0.982 |
| D-W stat. | 1.582 | 1.442 | 1.509 | 0.971 | 0.85 | 0.838 | 0.834 | 0.824 |

Note : *, **, *** represents significant levels of 1%,5% and 10% respectively ,and the value in the parenthesis means t statistics.

ที่มา: Lee, Duk H. and Lee, Dong H. (2006). "Estimating Consumer Surplus in the Mobile Telecommunications Market: The Case of Korea", Telecommunication Policy, P.616.



ซึ่งการศึกษาของ Lee and Lee (2006) จะพิจารณาผลของระบบสมการที่มีลักษณะเป็นสมการเกี่ยวเนื่อง (Simultaneous Equation) เพื่อทำการประมาณค่า โดยใช้ตัวแปรค่าพยากรณ์ของขนาดเครือข่าย (N) เป็นตัวแปรเครื่องมือ (Instrumental Variable) ในการคำนวณ โดยค่าประมาณของความยืดหยุ่นต่อราคาที่ได้จากตารางที่ 6-3 ถูกนำมาใช้ในการวัดส่วนเกินผู้บริโภค

6.3.3 การศึกษาของ Kwak and Lee (2011) ได้ทำการศึกษา เรื่อง “Estimating Demand Curve in the Korean VoIP Telecommunication Market”

ทำการศึกษาโดยใช้การประมาณค่าสมการอุปสงค์ของบริการโทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ต (Voice over Internet Protocol: VoIP) ซึ่งสามารถอธิบายตัวแปรได้ดังสมการที่ (5)

$$\ln Q_t = \alpha_0 + \alpha_1 \ln P_{Vt} + \alpha_2 \ln P_{Lt} + \alpha_3 \ln P_{Mt} + \alpha_4 \ln N_t + \alpha_5 \ln Y_t + \varepsilon_t \quad (5)$$

การประมาณค่าในสมการที่ (5) จะใช้ค่า Lagged Term ของแต่ละตัวแปรเป็นตัวแปรเครื่องมือ (Instrumental Variables) ดังนั้น ตัวแปรเครื่องมือข้างต้นจะประกอบไปด้วย

$$\ln P_{Vt-1}, P_{Lt-1}, \ln P_{Mt-1}, \ln N_{t-1}, \ln Y_{t-1}, \ln Q_{t-1} \quad (6)$$

โดย Qc จำนวนการใช้บริการโทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ตแทน (VoIP)

P_{Vt} แทน อัตราค่าโทรศัพท์เฉลี่ยของบริการ (VoIP)

P_{Mt} แทน อัตราค่าโทรศัพท์เคลื่อนที่

P_{Lt} แทน อัตราค่าบริการโทรศัพท์ประจำที่

N แทน จำนวนผู้ใช้บริการโทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ต (VoIP)

Y แทน ระดับรายได้

6.3.4 การศึกษาของ Dewenter and Haucap (2004) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “Estimating Demand Elasticities for Mobile Telecommunication in Austria”

ซึ่ง Dewenter and Haucap (2004) ได้ทำการศึกษาอุปสงค์ของการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศออสเตรียโดยใช้ข้อมูลรายผู้ให้บริการในหลายๆ ช่วงเวลา ดังนั้นข้อมูลที่นำมาใช้เป็นลักษณะ Panel Data คือ ข้อมูลร่วมอนุกรมเวลาและภาคตัดขวางวิธีการที่ใช้จะมีการใช้การประมาณอิทธิพลคงที่ (Fixed Effect) และมีการใช้แบบจำลอง Dynamic Panel Data¹

โดยสมการที่ใช้ในการศึกษาข้างต้น แสดงได้ดังสมการที่ (7)

¹ ที่มา: GMM – Arellano-Bond method



$$\ln q_{it} = \gamma_{it} + \delta_1 \ln q_{it-1} + \delta_2 \ln p_{it} + \sum_{k=3}^K \delta_k x_{it,k} + \varepsilon_t \quad (7)$$

ซึ่งตัวแปรอธิบาย (X) ที่นอกเหนือจากราคาจะใช้จำนวนผู้ใช้บริการทั้งหมดเป็นตัวแปรอธิบายเพิ่มเติมจากราคาโทรศัพท์ (P) และตัวแปรล่าช้าของปริมาณการใช้บริการ q_{it-1}

6.3.5 การศึกษาของ Manenti (2001) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “The Demand for International Telecommunication in Italy”

ได้ทำการศึกษาอุปสงค์ของการใช้บริการโทรศัพท์ข้ามประเทศในประเทศอิตาลี สมการที่ Manenti (2001) ได้นำมาใช้ในการศึกษาจะแสดงในสมการที่ (8) และสมการที่ (9)

$$Q_{ita,t}^i = \beta_0 + \beta_1 P_{ita,t}^i + \beta_2 Q_{ita,t}^{ita} + \beta_3 Y_{ita,t} + \beta_4 NET_{i,t} + \beta_5 TEL_{ita,t} + \beta_6 TOUR_{i,t}^{ita} \quad (8)$$

$$Q_{i,t}^{ita} = \gamma_0 + \gamma_1 P_{i,t}^{ita} + \gamma_2 Q_{ita,t}^i + \gamma_3 Y_{i,t} + \gamma_4 NET_{i,t} + \gamma_5 TEL_{i,t} \quad (9)$$

โดย $i = 1, 2, \dots, 14$ แทน ประเทศปลายทางของผู้ใช้บริการโทรศัพท์ ข้ามประเทศจากอิตาลี
 $t = 1991, \dots, 1997$ แทน ปีที่ศึกษา

| | |
|--------------------|---|
| $P_{i,t}^i$ | แทน อัตราค่าโทรศัพท์จากประเทศอิตาลีไปยังประเทศปลายทาง i |
| $Q_{i,t}^i$ | แทน จำนวนนาฬิกาที่มีการใช้โทรศัพท์จากประเทศอิตาลีไปยังประเทศปลายทาง i |
| $Y_{i,t}^i$ | แทน รายได้ประชาชาติต่อหัวของประเทศปลายทาง i |
| $NET_{i,t}$ | แทน จำนวนของการเชื่อมโยงกับอินเทอร์เน็ตในประเทศอิตาลีและประเทศปลายทาง i |
| $TEL_{i,t}$ | แทน จำนวนคู่สายโทรศัพท์ในประเทศปลายทาง i |
| $TOUR_{i,t}^{ita}$ | แทน จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศปลายทาง i ที่เดินทางมายังประเทศอิตาลี |

6.4 การคำนวณหาส่วนเกินผู้บริโภค

เนื่องจากในทางเศรษฐศาสตร์ ส่วนเกินผู้บริโภคคำนวณจากพื้นที่ใต้กราฟของเส้นอุปสงค์ ส่วนที่อยู่เหนือระดับราคาที่บริโภคจ่าย ดังนั้นสูตรในการคำนวณหาส่วนเกินผู้บริโภคจึงขึ้นอยู่กับลักษณะฟังก์ชันที่ใช้ในการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

6.4.1 การคำนวณหาส่วนเกินผู้บริโภคจากฟังก์ชันอุปสงค์ในลักษณะเส้นตรง

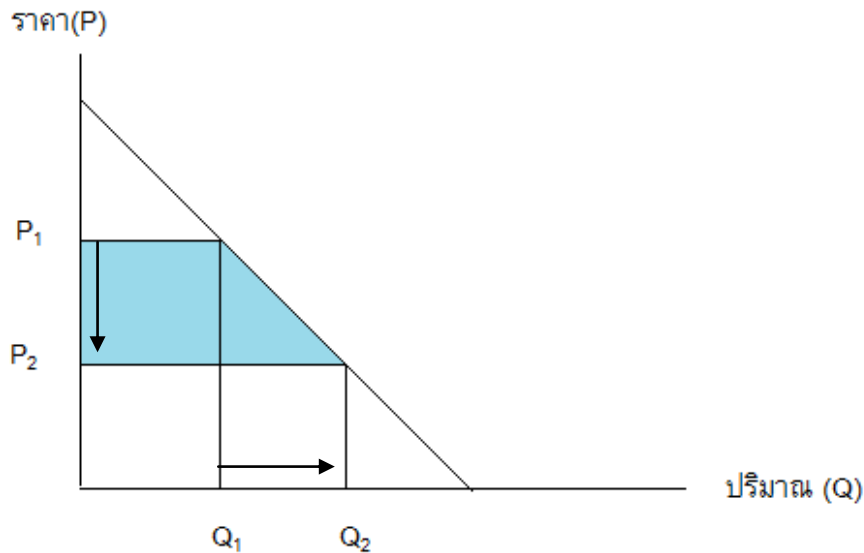
โดยวิธีการคำนวณหาส่วนเกินที่ผู้บริโภคได้รับ (Consumer Surplus) ในกรณีที่อุปสงค์มีการเปลี่ยนแปลง เนื่องจากปัจจัยที่ไม่ใช่ราคาเกิดการเปลี่ยนแปลง ซึ่งเป็นฟังก์ชันเส้นตรง



สำหรับราคาการใช้บริการลดลงแต่มีปริมาณการใช้บริการเพิ่มขึ้น จะแสดงสมการในการคำนวณดัง
สมการที่ (10)

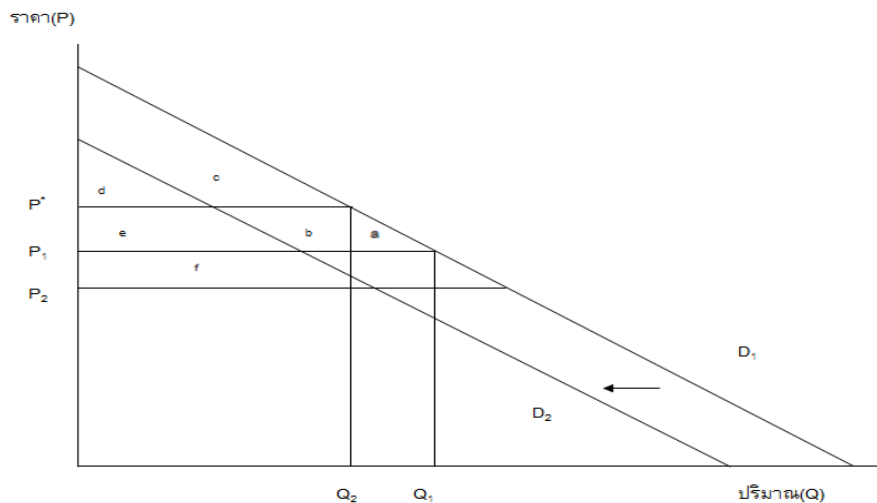
$$\Delta CS = [(P_1 - P_2) * Q_1] + \left[\frac{1}{2} (P_1 - P_2) * (Q_2 - Q_1) \right] \quad (10)$$

ภาพที่ 6-2 การวัดการเพิ่มขึ้นของส่วนเกินผู้บริโภคจากการลดลงของราคาการใช้บริการ



ที่มา: Australia Communications and Media Authority (2008). Consumer benefits resulting from
Australia's telecommunications sector ค.ศ.2007-2008 Research Paper.

ภาพที่ 6-3 การคำนวณหาส่วนเกินที่ผู้บริโภคได้รับ (Consumer Surplus) ในกรณีที่อุปสงค์มีการเปลี่ยนแปลงเนื่องจากปัจจัยที่ไม่ใช่ราคาเกิดการเปลี่ยนแปลง



ที่มา: Australia Communications and Media Authority ค.ศ.2008. Consumer benefits resulting from
Australia's telecommunications sector ค.ศ.2007-2008 Research Paper



จากภาพที่ 6-3 แสดงการลดลงของอุปสงค์เนื่องจากปัจจัยอื่นๆ ที่ไม่ใช่ปัจจัยด้านราคา ส่งผลให้เส้นอุปสงค์ปรับตัวลงจากเส้น D_1 เป็นเส้น D_2 ซึ่งส่วนเกินผู้บริโภคจะเปลี่ยนแปลงจากพื้นที่บริเวณ $a+b+c+d+e$ เป็น $d+e+f$ โดยอุปสงค์จะลดลงเป็นจำนวนเท่ากับพื้นที่ $a+b+e$ ซึ่งสามารถวัดได้จากสมการที่ (11)

$$[(P^* - P_1)] \times Q_2 + \left[\frac{1}{2} (P^* - P_1) \times (Q_1 - Q_2) \right] \quad (11)$$

6.4.2 การคำนวณหาส่วนเกินผู้บริโภคจากฟังก์ชันอุปสงค์ในลักษณะเส้นโค้งแบบฟังก์ชัน Log-Linear

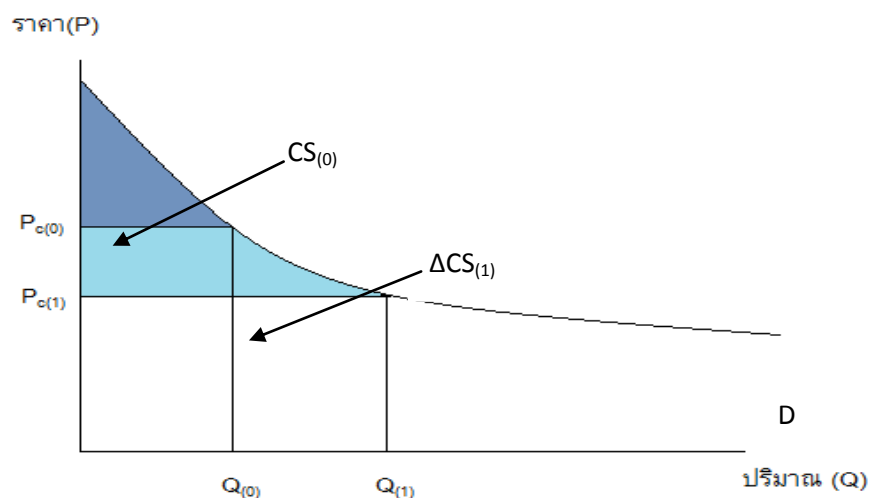
เมื่อขยายการพิจารณาสมการอุปสงค์ในกรณีอุปสงค์ที่มีฟังก์ชันในรูปแบบเส้นโค้งแบบฟังก์ชัน Log-Linear จากการศึกษาของ Lee and Lee (2006) ได้แสดงวิธีการคำนวณหาส่วนเกินผู้บริโภคซึ่งสรุปได้ดังนี้

รูปแบบของ Log-Linear Function จากบทความของ Lee and Lee (2006) แสดงได้ดังสมการที่ (12)

$$Q = e^{x_0} P_S^{x_1} P_C^{x_2} N^{x_3} Y^{x_4} \quad (12)$$

ซึ่ง $P_s = p_s / CPI$, $P_c = p_c / CPI$, $Y = I / CPI$ และ $\alpha_0, \alpha_1, \alpha_2, \alpha_3$ เป็นค่าพารามิเตอร์

ภาพที่ 6-4 การวัดการเพิ่มขึ้นของส่วนเกินผู้บริโภคจากการลดลงของราคาการใช้บริการ ในกรณีอุปสงค์ไม่ใช่เส้นตรง



ที่มา: Estimating Consumer Surplus in the Mobile Telecommunications Market: The Case of Korea



เนื่องจากกรณีอุปสงค์ไม่ใช่เส้นตรง ดังนั้น การหาพื้นที่ใต้กราฟในส่วนที่เป็นเส้น
ทึบจะใช้หลักการอินทิเกรตฟังก์ชันที่ประมาณได้ ซึ่งแสดงได้ดังสมการที่ (13)

$$\Delta CS_{(t)} = \int_{P_{c(t-1)}}^{P_{c(t)}} Q_{(t)}(p_s, x, p_z, N, I) dx = \int_{P_{c(t-1)}}^{P_{c(0)}} e^{x_0} P_{s(t)}^{x_1} x^{x_2} N_{(t)}^{x_3} Y_{(t)}^{x_4} = \frac{e^{x_0} P_{s(t)}^{x_1} (P_{c(t)}^{1+\alpha_2} - P_{c(t-1)}^{1+\alpha_2}) N_{(t)}^{x_3} Y_{(t)}^{x_4}}{1 + \alpha_2} \quad (13)$$

โดย $\Delta CS_{(t)}$ แสดงการเพิ่มขึ้นของส่วนเกินผู้บริโภคเนื่องจากการลดลงของราคาค่าบริการ
จาก $P_{c(0)}$ เป็น $P_{c(1)}$ ดังภาพที่ 6-4 ข้างต้น

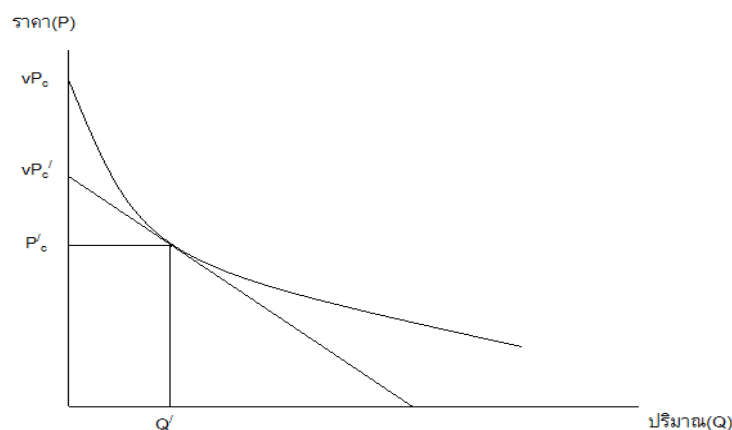
ส่วนส่วนเกินของผู้บริโภคทั้งหมด ณ ช่วงเวลา $t = 0$ ใดๆ คำนวณได้ดังนี้

$$\Delta CS_{(0)} = \int_{P_{c(0)}}^{VP_c} Q(p_s, x, p_z, N, I) dx \quad (14)$$

โดย VP_c แทนค่าราคาที่สูงที่สุดที่ทำให้ได้ปริมาณอุปสงค์มีค่าใกล้เคียงศูนย์
(Virtual Price) ซึ่งการหาค่า Virtual Price นี้มีความสำคัญในกรณีของการวิเคราะห์ส่วนเกิน
ผู้บริโภคที่ใช้รูปแบบฟังก์ชัน Log-linear เนื่องจากคุณสมบัติสำคัญที่ต่างจากฟังก์ชันเส้นตรงปกติ
กล่าวคือในฟังก์ชันเส้นตรงปกติค่าอัตราการลดลงของปริมาณการใช้บริการต่อการลดลงของราคา 1
หน่วยจะเป็นค่าคงที่ ทำให้เราสามารถคำนวณหาราคาที่ทำให้อุปสงค์มีค่าเท่ากับศูนย์ได้ตามฟังก์ชัน
ปกติจากจุดตัดแกนตั้งดังภาพที่ 6-5 แต่ในกรณีของสมการเส้นโค้งในลักษณะ Log-linear ค่าจุดตัด
แกนตั้งจะเกิด ณ จุดที่ราคาค่าบริการ (P) เข้าสู่อนันต์ (Infinity) จึงไม่สามารถคำนวณราคาที่ทำให้
ปริมาณการใช้เท่ากับศูนย์โดยตรงได้

ดังนั้น ในการศึกษาเชิงประจักษ์จึงใช้วิธีการหาค่าโดยประมาณของราคา Virtual
Price โดยในการศึกษา Lee and Lee (2006) มีการแสดงแนวทางการคำนวณค่าโดยประมาณของ
Virtual Price (Approximate value of Virtual Price - VP_c') ซึ่งอธิบายโดยสรุปได้ดังนี้

ภาพที่ 6-5 การประมาณค่า Virtual Price ในอุปสงค์ที่มีรูปแบบฟังก์ชัน Log-linear



ที่มา: Lee, Duk H. and Lee, Dong H. (2006). "Estimating Consumer Surplus in the Mobile
Telecommunications Market: The Case of Korea", Telecommunication Policy, P.615, Figure 5



จากภาพที่ 6-5 ข้างต้น การคำนวณหา Virtual Price จะทำได้โดยการกำหนดสมการอุปสงค์ที่มีลักษณะเส้นตรงให้มีจุดสัมผัสกับสมการอุปสงค์ที่ประมาณค่าจากฟังก์ชัน Log-Linear ณ จุดที่มีราคาสูงที่สุดในช่วงข้อมูลที่เราใช้ (P_c') จากนั้นจึงคำนวณจุดกั้นแกนนอนของฟังก์ชันเส้นตรงจากจุดสัมผัสดังกล่าวเป็นค่าประมาณของ Virtual Price (VP_c')

แต่จากภาพที่ 6-4 ข้างต้นจะพบว่าวิธีการคำนวณของ Lee and Lee (2006) มีโอกาสจะให้ค่าประมาณของ Virtual Price (Approximate value of Virtual Price - VP_c') ที่ต่ำเกินไปได้หากรูปแบบฟังก์ชันมีระดับการโค้งที่ปลายหาง (Convexity) ที่สูง ดังนั้น จึงควรมีการเพิ่มเติมทางเลือกอื่นๆ ในการหาค่าประมาณของ Virtual Price ในกรณีฟังก์ชันอุปสงค์ในลักษณะ Log-Linear เพื่อวิเคราะห์ความอ่อนไหวของผลการประมาณค่าส่วนเกินผู้บริโภค โดยการศึกษานี้จะอ้างอิงค่า Virtual Price ในกรณีของสมการอุปสงค์ที่มีลักษณะฟังก์ชัน Log-linear ในสองรูปแบบ คือ หนึ่ง ใช้ค่าราคาที่ทำให้อุปสงค์เท่ากับศูนย์จากการวิเคราะห์โดยใช้สมการเส้นตรงสอง อ่างอิงวิธีการตามที่มีการคำนวณในการวิจัยของ Lee and Lee (2006)

6.4.3 การคำนวณหาส่วนเกินผู้บริโภคจากวิธีการอื่นๆ

นอกจากการศึกษาเรื่องการวัดอุปสงค์ของบริการโทรคมนาคมผ่านการประมาณค่าสมการในลักษณะเส้นตรงปกติ หรือในลักษณะของการใช้ตัวแปรเครื่องมือ (Instrumental Variables) ดังที่ได้กล่าวไว้ข้างต้นนั้น ยังมีการศึกษาที่ใช้แนวทางการคำนวณโดยใช้รูปแบบอื่นๆ อีก เช่น การใช้ Discrete Choice Model ประเภท Nested Logit และ Multinomial Logit ซึ่งการวิเคราะห์ประเภทนี้จะใช้วิธีการหาค่าความยืดหยุ่นโดยเน้นที่การตัดสินใจในการเลือกแพ็คเกจลักษณะต่างๆ ของผู้บริโภค เช่น การศึกษาของ Srinuan and Bohlin (2011) นอกจากนี้ ยังมีการศึกษาบางงานจะมุ่งเน้นโดยการใช้ตัวแปรความเต็มใจที่ผู้บริโภคจะจ่าย (Willingness-to-Pay : WTP) เช่น การศึกษาของ Rosston, et al. (2010) แต่การศึกษาเหล่านี้จะไม่ตรงกับวัตถุประสงค์หลักของโครงการ จึงขอไม่กล่าวถึงในรายละเอียด

6.5 ผลการคำนวณส่วนเกินผู้บริโภคธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่

การวิเคราะห์ส่วนเกินผู้บริโภคจะเริ่มจากธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่เนื่องจากเป็นธุรกิจที่มีข้อมูลครบถ้วนที่สุดในบรรดา 4 บริการโทรคมนาคมที่ศึกษาในรายงานฉบับนี้ โดยข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาในรายงานฉบับนี้จะอ้างอิงข้อมูลจากฐานข้อมูล Thai Telecom Database ของ กสทช. เป็นหลักในการคำนวณ

6.5.1 ตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์

ตัวแปรปริมาณการใช้บริการ (Y) เป็นตัวแทนอุปสงค์ของบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่จะใช้ตัวแปร Minutes of Use (MOU) เฉลี่ยของทุกบริษัทที่มีข้อมูลให้ซึ่งเป็นตัว



เลขที่จัดทำโดย กสทช. โดยข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์เป็นข้อมูลเฉลี่ยต่อเดือนต่อผู้ใช้บริการเลขหมาย (Subscribers)

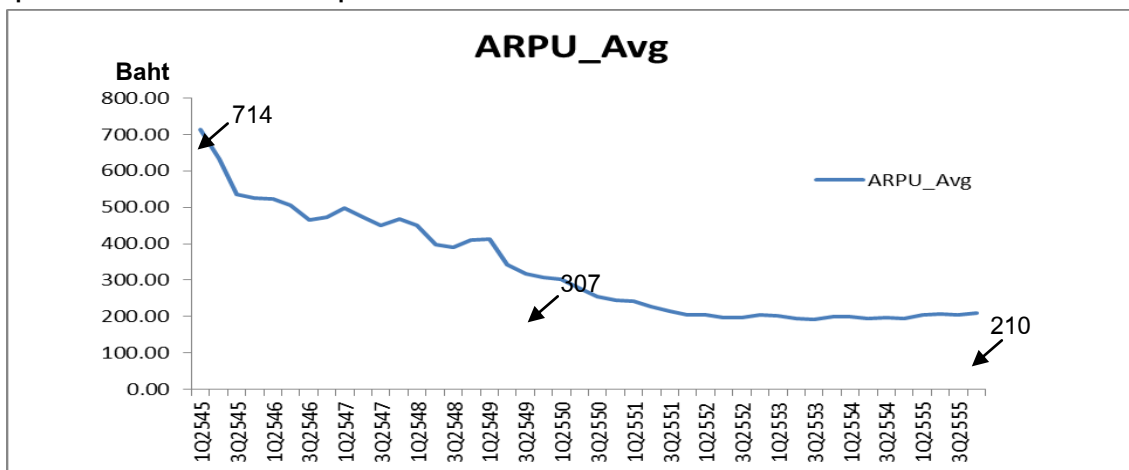
ตัวแปรราคาที่ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ (P) เนื่องจากข้อมูลอัตราค่าบริการต่อนาที (Rate per Minute: RPM) ของ กสทช. มีไม่ครบทุกช่วงเวลาและช่วงเวลาส่วนใหญ่จะไม่มีข้อมูลดังกล่าวดังนั้นในการศึกษานี้จะใช้ข้อมูลรายรับเฉลี่ยต่อเดือนต่อเลขหมาย (Average Revenue Per User - ARPU) เป็นตัวแทนโดยใช้ผลหารระหว่างข้อมูลข้อมูลรายรับเฉลี่ยต่อเดือนต่อเลขหมาย (ARPU) และข้อมูล MOU เฉลี่ยของอุตสาหกรรมโดยรวม (Industry Average) เป็นตัวแทนของราคาที่ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ (P , $P = ARPU/MOU$) โดยข้อมูลที่ใช้เป็นข้อมูลเฉลี่ยต่อเดือนต่อผู้ใช้บริการเลขหมาย (Subscribers) มีหน่วยเป็นบาทต่อนาที เช่นเดียวกับกรณีของข้อมูลปริมาณการใช้บริการ (Minute of Use : Y)

สำหรับตัวแปรปัจจัยอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อปริมาณการใช้บริการจากการศึกษาเชิงประจักษ์ที่ผ่านซึ่งกล่าวถึงในหัวข้อ 5.4 ในการศึกษานี้ตัวแปรอื่นๆ (Z) ที่ใช้ประกอบด้วย ระดับรายได้ (I) ซึ่งใช้ข้อมูลผลผลิตมวลรวมภายในประเทศที่แท้จริง (GDP) เป็นตัวแทนและจำนวนผู้ใช้บริการเลขหมายทั้งหมดของธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ (SUB) เป็นตัวแปร

6.5.2 ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์

ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่จะเป็นข้อมูลลักษณะอนุกรมเวลา รายไตรมาสตั้งแต่ไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ.2545 ถึงไตรมาสที่ 4 ปี พ.ศ.2555 โดยข้อมูลที่เกี่ยวข้องแสดงได้ดังภาพที่ 6-6 และภาพที่ 6-7 ดังต่อไปนี้

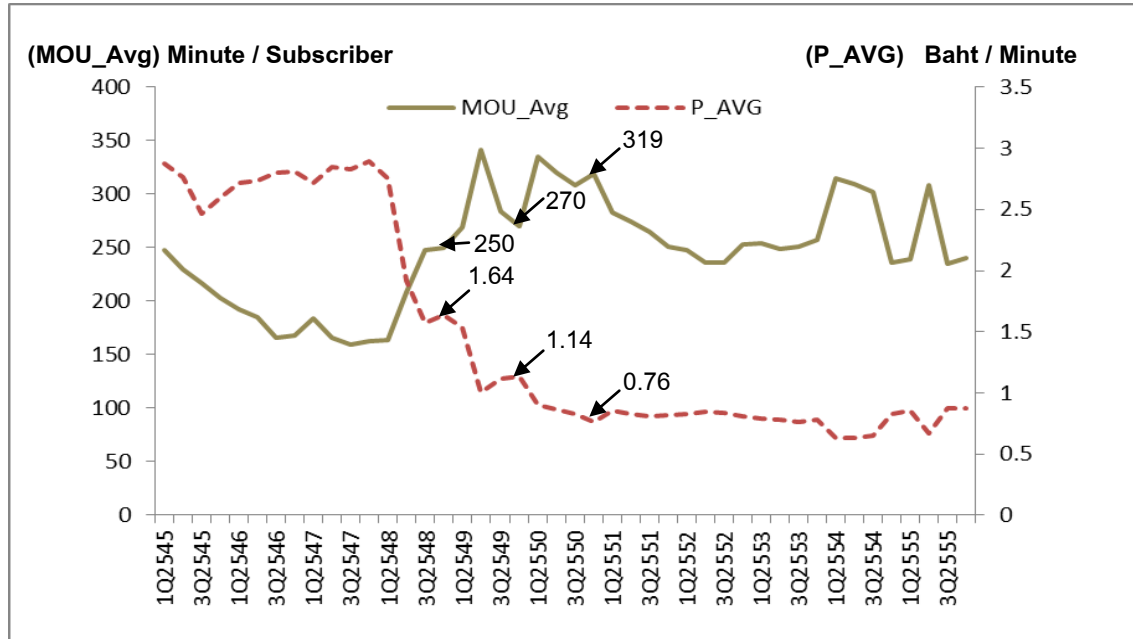
ภาพที่ 6-6 ข้อมูลรายรับเฉลี่ยต่อเลขหมาย (Average Revenue Per User - ARPU) เฉลี่ยของอุตสาหกรรมโดยรวมของธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่



ที่มา: ศูนย์ข้อมูลและวิจัยเศรษฐกิจโทรคมนาคม กสทช.



ภาพที่ 6-7 จำนวนนาทีที่ใช้บริการต่อเลขหมายต่อเดือน (MOU) เฉลี่ยอุตสาหกรรมโดยรวม และอัตราค่าบริการต่อนาทีเฉลี่ย (P) อุตสาหกรรมโดยรวมของธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่



ที่มา: ข้อมูล MOU เฉลี่ยของอุตสาหกรรมรวบรวมจาก Thai Telecom Database ส่วนข้อมูลราคาค่าบริการต่อ นาทีเฉลี่ยคำนวณจากผลหารของ ARPU เฉลี่ยของอุตสาหกรรม MOU เฉลี่ยของอุตสาหกรรม (P=ARPU/MOU)

จากภาพที่ 6-6 รายรับเฉลี่ยต่อเดือนต่อเลขหมาย (ARPU) เฉลี่ยของธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่มีแนวโน้มลดลงเรื่อยๆ ตั้งแต่ปี พ.ศ.2545 โดยลดลงจาก 714 บาทต่อเดือนต่อเลขหมาย ในไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ.2545 เป็น 307 บาท ในไตรมาสที่ 4 ปี พ.ศ.2549 และปรับลดลงเป็น 210 บาท ในไตรมาสที่ 4 ปี พ.ศ.2555 โดยในช่วงปี พ.ศ.2548-2549 รายรับเฉลี่ยต่อเดือนต่อเลขหมาย ลดลงอย่างรวดเร็ว แต่ในช่วงหลังปี พ.ศ.2552 ARPU เฉลี่ยของอุตสาหกรรมมีแนวโน้มทรงตัวที่ประมาณ 200 บาทต่อเลขหมาย

ต่อมาในภาพที่ 6-7 ข้อมูลราคาเฉลี่ยต่อนาที (อัตราค่าบริการเฉลี่ยต่อนาที) ในช่วงปี พ.ศ.2545-2547 ค่อนข้างคงที่ไม่ค่อยมีการเปลี่ยนแปลง โดยมีค่าบริการประมาณ 2.5-2.8 บาทต่อนาที แต่ในช่วงปี พ.ศ.2548-2550 อัตราค่าบริการปรับตัวลดลงอย่างรวดเร็ว เป็นประมาณ 0.80-1 บาทต่อนาที (อัตราค่าโทรต่อนาทีอยู่ที่ 1.64 บาท 1.14 บาท และ 0.76 บาท ในไตรมาสที่ 4 ของปี พ.ศ.2548 พ.ศ.2549 และ พ.ศ.2550 ตามลำดับ) และมีแนวโน้มทรงตัวหลังปี พ.ศ.2550 แต่มีการปรับตัวลดลงในช่วงสั้นๆ เป็นประมาณ 0.60-0.70 บาทต่อนาที ระหว่างไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ.2554 (0.63 บาทต่อนาที) ถึงไตรมาสที่ 3 ปี พ.ศ.2554 (0.65 บาท ต่อนาที) ก่อนปรับตัวขึ้นมาเป็น 0.87 บาทต่อนาที ในไตรมาสที่ 4 ปี พ.ศ.2555

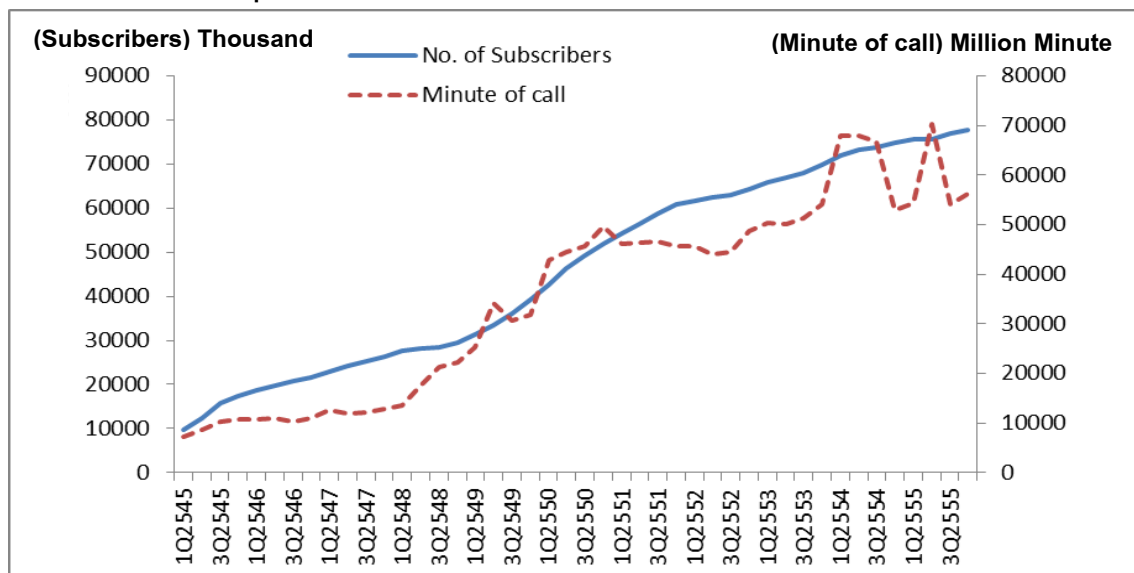
เมื่อพิจารณาข้อมูลจำนวนนาทีที่ใช้โทรศัพท์ต่อเลขหมายเฉลี่ย (MOU) พบว่าในช่วงปี พ.ศ.2545-2547 มีการใช้งานที่ค่อยๆ ลดลงเรื่อยๆ จากประมาณ 248 นาทีต่อเลขหมายต่อ



เดือน ในไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ.2545 เป็น 162 นาที ในไตรมาสที่ 4 ปี พ.ศ.2547 แต่ภายหลังจากที่
ราคาค่าบริการปรับลดลงในปี พ.ศ.2548 จำนวนนาทีที่ใช้งานก็ปรับเพิ่มเป็น 250 270 และ 319
นาทีต่อเลขหมายต่อเดือน ในไตรมาสที่ 4 ปี พ.ศ.2548 ปี พ.ศ.2549 และ ปี พ.ศ.2550 ตามลำดับ
และปรับลดลงเล็กน้อยหลังจากนั้น โดยข้อมูลล่าสุดในไตรมาสที่ 4 ปี พ.ศ.2555 จำนวนการใช้งาน
อยู่ที่ 241 นาทีต่อเลขหมายต่อเดือน

เมื่อพิจารณาจำนวนผู้ใช้บริการเลขหมายที่ใช้บริการ (Subscribers) จากภาพที่ 6-8
พบว่าขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยจำนวนเลขหมายมีการขยายตัวในอัตราที่สูงกว่าจำนวน
นาทีที่ใช้บริการ (Minute of call) ยกเว้นช่วงปี พ.ศ.2548-2549 ซึ่งจำนวนนาทีที่ใช้บริการขยายตัว
ในอัตราที่สูงกว่าเนื่องจากค่า MOU ขยายตัวอย่างรวดเร็ว (จากข้อมูลภาพที่ 6-7) นอกจากนี้ ในช่วง
ระหว่างปี พ.ศ.2550-2552 จำนวนเลขหมายมีการขยายตัวทั้งที่จำนวนนาทีที่ใช้บริการทั้งหมด
ค่อนข้างคงที่ ซึ่งสะท้อนผ่านการลดลงของจำนวนนาทีที่ใช้บริการต่อเลขหมายในช่วงนั้น (จาก
ข้อมูลภาพที่ 6-7) โดยข้อมูลล่าสุดในไตรมาสที่ 4 ปี พ.ศ.2555 จำนวน Subscribers อยู่ที่ 77.84
ล้านเลขหมาย ซึ่งการเพิ่มขึ้นของจำนวนเลขหมายนี้เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้จำนวนการใช้งาน
โทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้งหมด (Minute of call) มีการปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องแม้จำนวนการใช้บริการ
ต่อเลขหมายต่อเดือนอาจอยู่ในระดับที่ทรงตัวหรือลดลงในบางช่วงเวลาก็ตาม ซึ่งการเพิ่มขึ้นของ
จำนวนการใช้งานอย่างต่อเนื่องของผู้บริโภคในบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แสดงเป็นตัวชี้เบื้องต้นถึง
ระดับสวัสดิการที่ผู้บริโภคได้รับและส่วนเกินผู้บริโภคที่น่าจะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเช่นเดียวกัน

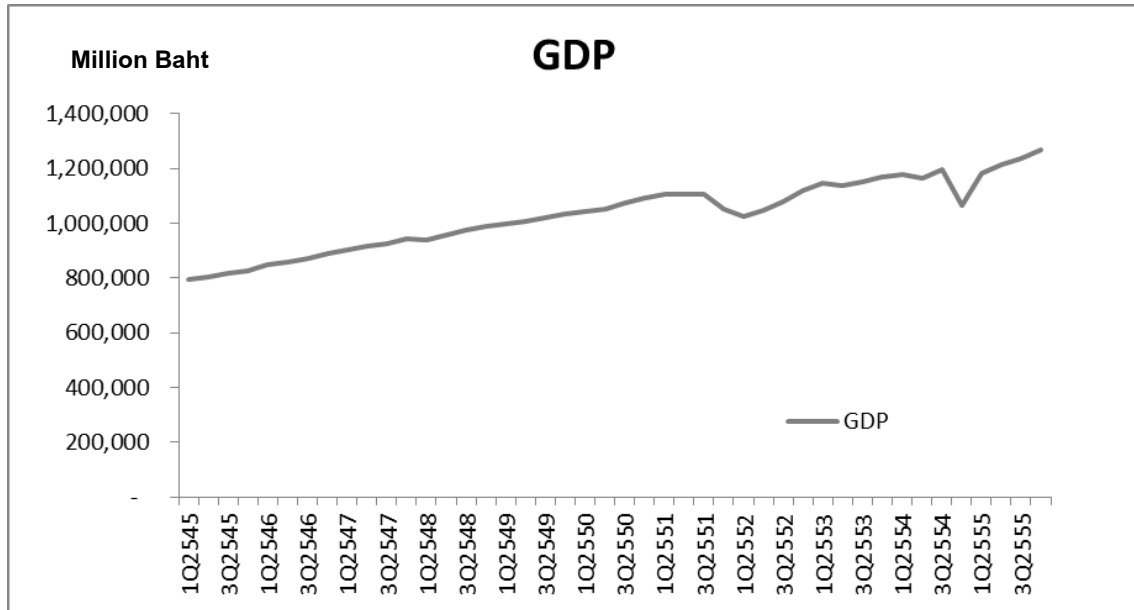
ภาพที่ 6-8 ข้อมูลจำนวนเลขหมายรวม (Number of Subscribers) และจำนวนนาทีที่ใช้
บริการทั้งหมดของธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่



ที่มา: ข้อมูลจำนวนเลขหมายรวม (SUB) รวบรวมจาก Thai Telecom Database ส่วนข้อมูลจำนวนนาที (Total Minute of Call) ที่ใช้บริการทั้งหมดต่อไตรมาสคำนวณค่า MOU เฉลี่ยของอุตสาหกรรมคูณด้วยจำนวนเลข
หมายรวมคูณด้วยจำนวนเดือนในไตรมาส MOU เฉลี่ยของอุตสาหกรรม (Total Minute of Call =
MOU*SUB*3



ภาพที่ 6-9 ผลผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP)



ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.)

ส่วนข้อมูลรายได้ของผู้ใช้บริการที่สะท้อนผ่านข้อมูลผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ของไทย จากข้อมูลในภาพที่ 6-9 ระดับ GDP ของไทยมีการเติบโตสม่ำเสมอในช่วงปี พ.ศ.2545-2555 ยกเว้นในช่วงปี พ.ศ.2551 ซึ่งได้รับผลกระทบจากวิกฤตการเงินโลกที่ส่งผ่านจากสหรัฐฯ ในช่วงนั้น และในไตรมาสที่ 4 ปี พ.ศ.2554 ถึงไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ.2555 ซึ่งเกิดปัญหาวิกฤตอุทกภัยในประเทศไทย

6.5.3 ผลการประมาณค่าสมการอุปสงค์บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่

สมการอุปสงค์ที่ใช้ในการศึกษาจะใช้รูปแบบฟังก์ชัน Log-Linear ตามการศึกษาของ Lee and Lee (2006) เป็นหลัก โดยสมการอุปสงค์สามารถเขียนได้ดังนี้

$$Y = e^{\alpha} P^{\beta_1} I^{\beta_2} SUB^{\beta_3} \quad (15)$$

โดยเขียนในรูป Long-linear ได้ดังนี้

$$\ln Y_t = \alpha + \alpha_1 \ln P_t + \alpha_2 \ln I_t + \alpha_3 \ln SUB_t + \varepsilon_t \quad (16)$$

นอกจากนี้ การศึกษานี้จะประมาณค่าสมการอุปสงค์ที่มีลักษณะเป็นเส้นตรงเพื่อการเปรียบเทียบผลการประมาณค่าและผลการคำนวณส่วนเกินผู้บริโภค ซึ่งจะให้ข้อมูลเกี่ยวกับความอ่อนไหว (Sensitive) ของผลการศึกษาจากความแตกต่างในรูปแบบสมการที่ใช้ในการวิเคราะห์



$$Y_t = \alpha + \alpha_1 P_t + \alpha_2 I_t + \alpha_3 SUB_t + \varepsilon_t \quad (17)$$

จากข้อมูลข้างต้น ผลการประมาณค่าสมการอุปสงค์บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยใช้ตัวแปรในสมการในรูป Log-linear (สมการที่ 16) โดยใช้ข้อมูลอนุกรมเวลารายไตรมาสระหว่างปี พ.ศ.2545 ถึงปี พ.ศ.2555 แสดงได้ดังนี้

$$\ln \hat{Y}_t = 2.335 - 0.760 \ln P_t + 1.158 \ln I_t - 0.725 \ln SUB_t \quad (18)$$

(t-statistic) (0.908) (-21.291) (4.861) (-12.703)

$$R^2 = 0.94, \text{ Standard Error of Regression} = 0.05$$

จากผลการประมาณค่าข้างต้นแสดงให้เห็นว่าค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อราคาค่าบริการมีค่าเท่ากับ -0.760 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าหนึ่งแสดงถึงหากผู้ให้บริการปรับลดค่าบริการลง รายรับรวมที่ได้จะน้อยลงกว่าเดิมเพราะปริมาณการใช้บริการจะเพิ่มขึ้นในอัตราที่น้อยกว่าการลดลงของราคาค่าโทรศัพท์ ส่วนความยืดหยุ่นแต่รายได้ของความต้องการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อรายได้มีค่าเท่ากับ 1.158 นอกจากนี้ประเด็นที่น่าสังเกต คือ ปริมาณการใช้บริการต่อเลขหมาย (Subscribers) จะแปรผกผันกับจำนวนเลขหมายกล่าวคือหากจำนวนเลขหมายเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะส่งผลให้ปริมาณการใช้บริการ (จำนวนนาทีที่โทรเฉลี่ยต่อหนึ่งเลขหมาย) มีค่าลดลงร้อยละ 0.725 ซึ่งค่าความสัมพันธ์ที่มีค่าน้อยกว่า 1 แสดงถึงจำนวนนาทีที่ผู้บริโภคใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้งหมดยังคงเพิ่มขึ้นตามจำนวนเลขหมายที่เพิ่มขึ้น แม้ว่าจำนวนนาทีที่ใช้บริการต่อเลขหมายจะลดลงก็ตาม ซึ่งผลการประมาณค่าซึ่งพบค่าความยืดหยุ่นต่อราคาของอุปสงค์ในบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่น้อยกว่า 1 พบในการศึกษาในต่างประเทศ เช่น การศึกษาของ Lee and Lee (2006) พบว่าผลการประมาณค่าด้วยวิธีการ GLS ในค่าความยืดหยุ่นต่อราคาของอุปสงค์การใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศเกาหลี อยู่ที่ประมาณ -0.4 ถึง -0.9 ซึ่งค่าที่ได้สอดคล้องกับผลการประมาณค่าในสมการที่ (18) (ค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ -0.76)

ส่วนผลการประมาณค่าสมการอุปสงค์บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยใช้ตัวแปรในสมการเส้นตรง (Linear) (สมการที่ 17) โดยใช้ข้อมูลอนุกรมเวลารายไตรมาสระหว่างปี พ.ศ.2545-2555 แสดงได้ดังนี้

$$\hat{Y}_t = 388.687 - 86.834 P_t + 0.000096 I_t - 0.00000242 SUB_t \quad (19)$$

(t-statistic) (3.742) (-8.440) (0.900) (-4.630)

$$R^2 = 0.82. \text{ Standard Error of Regression} = 23.172$$



6.5.4 ผลการประมาณมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคในธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่

จากผลการประมาณสมการอุปสงค์ที่ได้จากสมการที่ (18) และ (19) ข้างต้นจะนำมาใช้ในการคำนวณส่วนเกินผู้บริโภคทั้งหมดและการเปลี่ยนแปลงส่วนเกินผู้บริโภคที่มาจากปัจจัยทั้งหมดโดยใช้สูตรตามสมการที่ (11) และ (14) นอกจากนี้จะคำนวณการเปลี่ยนแปลงส่วนเกินผู้บริโภคที่มาจาก การเปลี่ยนแปลงในปัจจัยด้านราคาโดยใช้สูตรตามสมการที่ (10) และ (13)

ซึ่งการคำนวณจะเริ่มจากการหาพื้นที่ใต้กราฟของสมการอุปสงค์เริ่มจากอุปสงค์ที่จุดของราคาค่าบริการในไตรมาสที่ต้องการคำนวณจนถึงราคาที่ทำให้ความต้องการใช้บริการโทรคมนาคมเป็นศูนย์ ในกรณีของสมการเส้นตรงและค่าราคาที่สูงที่สุดที่ทำให้ได้ปริมาณอุปสงค์มีค่าใกล้เคียงศูนย์ (Virtual Price) ในกรณีของฟังก์ชันเส้นโค้ง Log-linear ซึ่งผลการคำนวณให้ค่ามูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคต่อเลขหมายต่อเดือน (Consumer Surplus per Subscribers) จากนั้นจึงนำค่านี้มาคำนวณส่วนมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคทั้งหมดไตรมาสนั้นๆ (Total Consumer Surplus) โดยการนำเอาค่ามูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคต่อเลขหมายต่อเดือนคูณกับจำนวนเลขหมายในไตรมาสนั้น (Subscribers) และคูณกับจำนวนเดือนในไตรมาส

$$\text{Total Consumer Surplus} = \text{Consumer Surplus per Subscribers} * \text{Number of Subscribers} * 3 \quad (20)$$

ต่อมา จะคำนวณรายรับรวมของอุตสาหกรรม (Total Revenue) ซึ่งคำนวณจากค่ารายรับเฉลี่ยต่อเดือนต่อเลขหมาย (ARPU) คูณจำนวนเลขหมายทั้งหมดในไตรมาสนั้น (Subscribers) และคูณกับจำนวนเดือนในไตรมาส (3) ได้ดังนี้

$$\text{Total Revenue} = \text{ARPU} * \text{Subscribers} * 3 \quad (21)$$

ซึ่งค่ารายรับรวมของอุตสาหกรรม (Total Revenue) จากสมการที่ (21) จะใช้ในการเทียบกับส่วนเกินผู้บริโภคทั้งหมด (Total Consumer Surplus) จากสมการที่ (22) เพื่อคำนวณหาสัดส่วนของส่วนเกินผู้บริโภคแต่รายรับรวม (CS Ratio)

$$\text{CS Ratio} = \text{Total Consumer Surplus} / \text{Total Revenue} \quad (22)$$

ดังนั้น ค่าสถิติที่ได้จากการคำนวณจะประกอบด้วย 1) ส่วนเกินผู้บริโภคที่เกิดขึ้นในไตรมาสนั้น 2) รายรับรวมของอุตสาหกรรม 3) สัดส่วนของส่วนเกินผู้บริโภคต่อรายรับรวม 4) มูลค่าการเปลี่ยนแปลงในส่วนเกินผู้บริโภคเมื่อเทียบกับข้อมูลไตรมาสที่แล้ว ($\Delta \text{CS}_{\text{Total}}$) และ 5) มูลค่าการเปลี่ยนแปลงส่วนเกินผู้บริโภคที่มาจาก การเปลี่ยนแปลงในราคาค่าบริการ (P)

โดยในการคำนวณส่วนเกินผู้บริโภคเนื่องจากการศึกษานี้มีการประมาณค่าสมการฟังก์ชันเป็น 2 รูปแบบคือฟังก์ชัน Linear และ Log-linear และการคำนวณราคา Virtual



Price ในกรณีของฟังก์ชัน Log-linear เป็นการหาค่าโดยประมาณดังนั้นการคำนวณผลจึงมีการแบ่งเป็น 3 กรณี เพื่อวิเคราะห์ความอ่อนไหวของผลการประมาณส่วนเกินผู้บริโภคต่อรูปแบบฟังก์ชันที่ใช้และความอ่อนไหวต่อวิธีการกำหนดค่าประมาณของ Virtual Price ที่ใช้โดยลักษณะของทั้ง 3 กรณี แสดงได้ดังนี้

กรณีที่ 1 (Scenario 1) จะใช้ผลการประมาณค่าอุปสงค์ในรูปแบบเส้นตรงในการคำนวณซึ่งวิธีนี้ไม่มีปัญหาในการหา Virtual Price เนื่องจากเป็นสมการเส้นตรงทำให้สามารถหาจุดตัดแกนตั้งเพื่อราคาทำให้ปริมาณการใช้งานเป็นศูนย์ได้

กรณีที่ 2 (Scenario 2) จะใช้ผลการประมาณค่าอุปสงค์ในรูปแบบเส้นโค้ง Log-linear แต่ใช้ค่า Virtual Price ที่ได้จากกรณีที่ 1 ในการหาค่าส่วนเกินผู้บริโภคเพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาในการคำนวณค่า Virtual Price จากฟังก์ชันเส้นโค้ง Log-linear ที่มีปัญหาความโค้ง (convexity) ที่ปลายหางตามที่กล่าวถึงข้างต้น

กรณีที่ 3 (Scenario 3) จะใช้ผลการประมาณค่าอุปสงค์ในรูปแบบเส้นโค้ง Log-linear แต่ใช้ค่า Virtual Price ที่ได้จากการคำนวณตามที่เสนอในการศึกษาของ Lee and Lee (2006) ดังภาพที่ 6-5 ในการหาค่าส่วนเกินผู้บริโภค

โดยผลการคำนวณส่วนเกินผู้บริโภคในกรณีที่ 1 ถึงกรณีที่ 3 แสดงได้ดังนี้

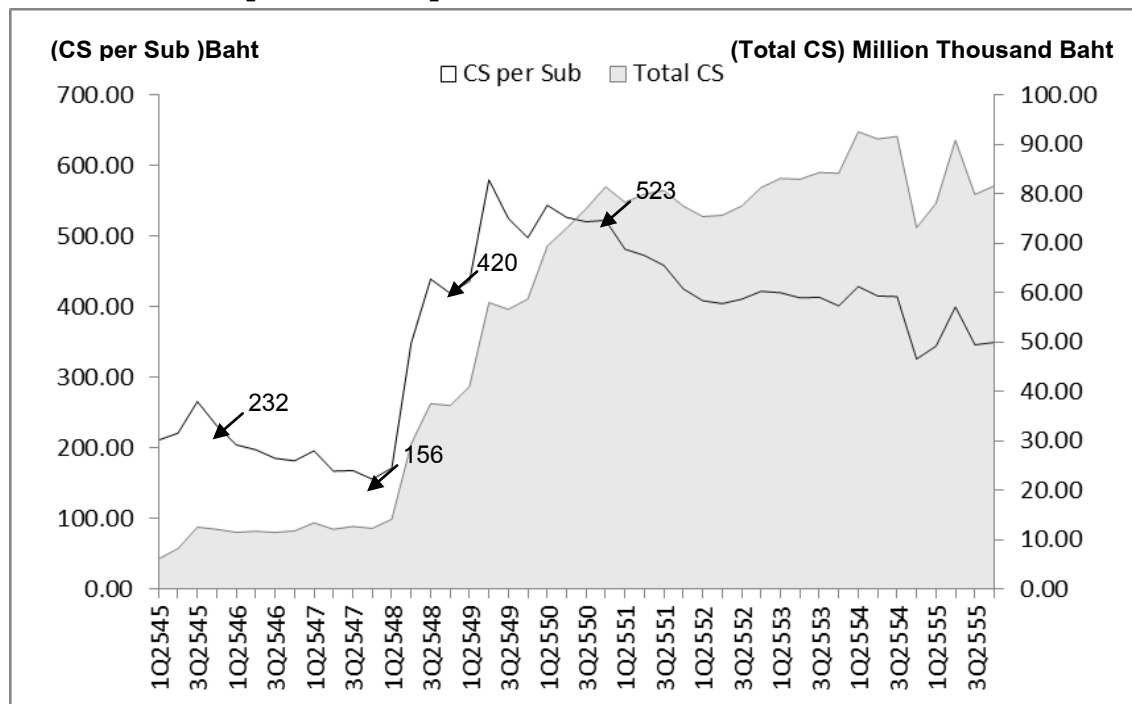
1) ผลการประมาณส่วนเกินผู้บริโภคในธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ในกรณีที่ 1

(Scenario 1)

ในกรณีที่ 1 นี้ การคำนวณส่วนเกินผู้บริโภคในกรณีที่ 1 จะใช้สมการฟังก์ชันเส้นตรง (สมการที่ 19) ในการคำนวณโดยในกรณีนี้ค่าราคาที่สูงที่สุดที่ทำให้ได้ปริมาณอุปสงค์มีค่าใกล้เคียงศูนย์ (Virtual Price) จะคำนวณจากสมการที่ (19) โดยกำหนดให้ปริมาณการใช้เท่ากับศูนย์และค่ารายได้และจำนวนเลขหมายอยู่ ณ ระดับในช่วงเวลาที่เราจะคำนวณ โดยค่า Virtual ที่คำนวณได้โดยเฉลี่ยอยู่ที่ 4.33 บาทต่อนาที จากนั้นจึงนำค่า Virtual Price มาคำนวณส่วนเกินผู้บริโภคและค่าสถิติอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยผลการคำนวณค่าสถิติที่กล่าวถึงในส่วนที่แล้ว สามารถแสดงได้ดังภาพที่ 6-10 และตารางที่ 6-4 ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 6-10 มูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคต่อเลขหมายต่อเดือน (Consumer Surplus per Subscribers) และมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคทั้งหมดไตรมาสหนึ่ง ๆ (กรณีที่ 1)



ที่มา: คำนวณจากผลการประมาณค่าในสมการที่ 19 โดยใช้ข้อมูลจำนวนเลขหมายจาก Thai Telecom Database

ตารางที่ 6-4 ส่วนเกินผู้บริโภค(CS)รายรับรวมของอุตสาหกรรม (Revenues)และส่วนเปลี่ยนแปลงส่วนเกินผู้บริโภคทั้งหมด (ΔCS_{Total}) และส่วนเปลี่ยนแปลงส่วนเกินผู้บริโภคที่มาจาก การเปลี่ยนแปลงในราคา (ΔCS_{Price}) ค่าบริการของธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ (กรณีที่ 1)

| Year | CS | Revenues | Ratio(CS/Rev.) | ΔCS_{Total} | ΔCS_{Price} |
|-------|-----------|-----------|----------------|---------------------|---------------------|
| 2545 | 39,048 | 97,118 | 0.402 | - | 2,260 |
| 2546 | 46,531 | 118,982 | 0.391 | 7,483 | -2,416 |
| 2547 | 50,594 | 139,478 | 0.363 | 4,063 | -1,072 |
| 2548 | 118,328 | 140,588 | 0.842 | 67,734 | 22,851 |
| 2549 | 214,512 | 143,514 | 1.495 | 96,184 | 13,831 |
| 2550 | 301,113 | 152,813 | 1.970 | 86,601 | 14,893 |
| 2551 | 316,622 | 153,169 | 2.067 | 15,509 | -2,267 |
| 2552 | 310,059 | 151,380 | 2.048 | -6,563 | 552 |
| 2553 | 334,752 | 160,132 | 2.090 | 24,693 | 1,561 |
| 2554 | 348,654 | 173,247 | 2.012 | 13,902 | -2,388 |
| 2555 | 330,634 | 190,006 | 1.740 | -18,020 | -2,802 |
| Total | 2,232,989 | 1,620,427 | 1.378 | 291,586 | 45,002 |

ที่มา: คำนวณจากผลการประมาณค่าในสมการที่ 19 โดยใช้จำนวนผู้ใช้บริการเลขหมายจาก Thai Telecom Database



จากภาพที่ 6-10 จะเห็นได้ว่าเมื่อพิจารณาจำนวนส่วนเกินของผู้บริโภคต่อหนึ่งเลขหมายมีค่าที่ลดลงในช่วงปี พ.ศ.2545-2547 จากระดับประมาณ 232 บาทต่อเดือนต่อเลขหมายในไตรมาสที่ 4 ปี พ.ศ.2545 เป็นประมาณ 156 บาท ในไตรมาสที่ 4 ปี 2547 แต่ในช่วงหลังปี พ.ศ. 2548 เป็นต้นไป ส่วนเกินของผู้บริโภคต่อหนึ่งเลขหมายมีค่าเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ เป็นระดับประมาณ 420 บาท ในไตรมาสที่ 4 ปี พ.ศ.2548 และ 523 บาท ในไตรมาสที่ 4 ปี พ.ศ.2550 หลังจากนั้นมียาลดลงเล็กน้อยหลังปี พ.ศ.2550 โดยที่ส่วนเกินของผู้บริโภคต่อหนึ่งเลขหมายมีค่าเท่ากับ 426 บาท ในไตรมาสที่ 4 ปี พ.ศ.2551 และอยู่ในระดับทรงตัวหลังจากนั้น (จำนวนส่วนเกินของผู้บริโภคต่อหนึ่งเลขหมายมีค่าเท่ากับ 400 บาท ในไตรมาสที่ 2 ปี พ.ศ.2555)

แต่หากพิจารณาจำนวนส่วนเกินผู้บริโภคทั้งหมดจะพบว่ามีค่าที่เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ อย่างต่อเนื่องหลังปี พ.ศ.2548 โดยเฉพาะในช่วงระหว่างปี พ.ศ.2548-2550 ที่ค่าส่วนเกินผู้บริโภคเพิ่มขึ้นในอัตราที่สูงกว่าช่วงอื่นๆ ซึ่งจากการที่ค่าส่วนเกินผู้บริโภคต่อเลขหมายมีค่าค่อนข้างคงที่หลังปี พ.ศ.2550 แสดงว่าการเพิ่มขึ้นของส่วนเกินผู้บริโภคในธุรกิจโทรคมนาคมจะมาจากปริมาณเลขหมายที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วหลังปี พ.ศ.2548 และเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตามข้อมูลในภาพที่ 6-10 ทำให้โดยรวมในช่วงระหว่างปี พ.ศ.2548-2550 ค่าส่วนเกินผู้บริโภคเพิ่มขึ้นเฉลี่ยปีละ 83,506 ล้านบาท โดยปีที่มีปรับเพิ่มขึ้นของส่วนเกินผู้บริโภคที่สูงที่สุดคือปี พ.ศ.2549 ซึ่งมีส่วนเกินผู้บริโภคเพิ่มขึ้นจำนวน 96,184 ล้านบาท

แต่เมื่อพิจารณาส่วนเกินของผู้บริโภคที่เกิดจากการลดลงของราคาพบว่ามีจำนวนไม่มากเท่ากับการเพิ่มขึ้นของส่วนเกินผู้บริโภคทั้งหมดโดยการเพิ่มขึ้นของส่วนเกินผู้บริโภคที่มากจากการปรับลดลงของราคาค่าบริการจะเกิดขึ้นในช่วงปี พ.ศ.2548-2550 เป็นส่วนใหญ่ซึ่งเพิ่มขึ้นประมาณ 17,192 ล้านบาทต่อปี ส่วนในช่วงอื่นๆ การเพิ่มขึ้นของส่วนเกินผู้บริโภคเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงในราคาซึ่งมีผลให้ปริมาณการใช้งานคิดเป็นจำนวนนาที่ต่อเลขหมายมีค่าน้อยหรือติดลบ เช่นในปี พ.ศ.2553 การเพิ่มขึ้นของส่วนเกินผู้บริโภคที่มากจากการปรับลดลงของราคาค่าบริการมีค่าเท่ากับ 1,561 ล้านบาท ส่วนในปี พ.ศ.2555 ส่วนเกินผู้บริโภคมีการปรับตัวลดลงเนื่องจากราคาค่าบริการต่อนาที่ที่มีการปรับเพิ่มขึ้น โดยส่วนเกินผู้บริโภคที่ลดลงมีค่าเท่ากับ 2,802 ล้านบาท

เมื่อเทียบกับการเพิ่มขึ้นของส่วนเกินผู้บริโภครวมที่เพิ่มต่อเนื่องโดยเฉพาะเมื่อเทียบกับรายจ่ายค่าบริการที่ผู้บริโภคจ่ายไปซึ่งทำให้สัดส่วนของส่วนเกินผู้บริโภคแต่รายจ่ายรวมมีค่าเพิ่มขึ้นนั้น จะเห็นว่าในกรณีของประเทศไทย การเปลี่ยนแปลงส่วนเกินของผู้บริโภคที่มาจากผลของการลดลงของราคาค่าบริการมีมูลค่าโดยรวมน้อยกว่าการเปลี่ยนแปลงส่วนเกินผู้บริโภคที่มาจากปัจจัยอื่นๆ และส่วนเกินของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้นส่วนใหญ่มาจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนเลขหมาย ถึงแม้ว่าปริมาณนาที่ที่ให้บริการต่อเลขหมายไม่เพิ่มขึ้นแต่ผู้บริโภคก็ได้รับส่วนเกินที่เพิ่มขึ้นจากการเพิ่มจำนวนเลขหมายที่ใช้งานทำให้จำนวนนาที่ที่ใช้งานรวมมีการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งผลการศึกษาชี้ให้เห็นถึงรูปแบบการตัดสินใจใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคไทยที่การใช้งานต่อ



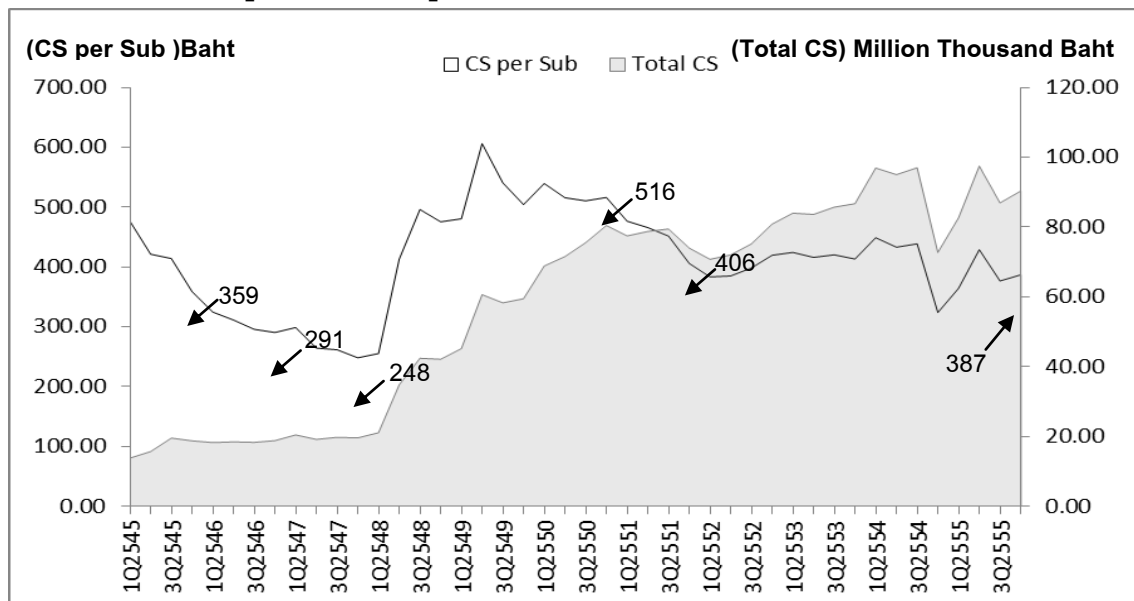
เลขหมายจะคงที่แต่หากต้องการเพิ่มการใช้งานจะเน้นที่การเพิ่มจำนวนเลขหมายมากกว่าการเพิ่ม
การใช้งานต่อเลขหมาย

นอกจากนี้เมื่อพิจารณาสัดส่วนระหว่างส่วนเกินผู้บริโภคต่อรายจ่ายทั้งหมดที่
จ่ายไปเป็นค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งแสดงถึงสัดส่วนของประโยชน์ที่ผู้บริโภคได้รับต่อหน่วย
ค่าใช้จ่ายที่ต้องจ่ายในการใช้บริการ ซึ่งแทนโดยรายรับรวมของอุตสาหกรรม (คำนวณจากตัวเลข
รายรับเฉลี่ยต่อเดือนต่อเลขหมาย (ARPU) คูณด้วยจำนวนเลขหมาย (SUB) คูณด้วยจำนวนเดือน)
จะพบว่าสัดส่วนนี้มีค่าที่เพิ่มขึ้นเรื่อยในช่วงปี พ.ศ.2545 ซึ่งมีสัดส่วนเท่ากับ 0.4 เป็น 2.07 ในปี
พ.ศ.2551 และลดลงเล็กน้อยหลังจากนั้นเป็น 1.74 ในปี พ.ศ.2555 ซึ่งการเพิ่มขึ้นนี้แสดงถึงความ
พอใจที่ผู้บริโภคได้รับที่เพิ่มขึ้นต่อรายจ่ายที่จ่ายไป

2) ผลการประมาณส่วนเกินผู้บริโภคในธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ในกรณีที่ 2 (Scenario 2)

โดยการคำนวณส่วนเกินผู้บริโภคในกรณีที่ 2 จะเริ่มจากค่าประมาณที่ได้จาก
สมการฟังก์ชันเส้นโค้ง Log-linear ตามสมการที่ 18 แต่การหาค่าราคาที่สูงที่สุดที่ทำให้ได้ปริมาณอุป
สงค์มีค่าใกล้เคียงศูนย์ (Virtual Price) จะใช้ค่าที่คำนวณจากสมการที่ (19) เหมือนในกรณีที่ 1 เพื่อ
ประมาณ Virtual Price จากฟังก์ชันเส้นตรงซึ่งค่า Virtual Price โดยเฉลี่ยอยู่ที่ 4.33 บาทต่อนาที
เช่นเดียวกับในกรณีที่ 1 จากนั้นจึงนำค่า Virtual Price มาคำนวณส่วนเกินผู้บริโภคโดยใช้ผลการ
ประมาณค่าในสมการที่ 18 (ฟังก์ชัน Log-linear) โดยผลการคำนวณแสดงได้ดังภาพที่ 6-11 และ
ตารางที่ 6-5 ดังต่อไปนี้

ภาพที่ 6-11 มูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคต่อเลขหมายต่อเดือน (Consumer Surplus per
Subscribers) และมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคทั้งหมดไตรมาสหนึ่ง ๆ (กรณีที่ 2)



ที่มา: คำนวณจากผลการประมาณค่าในสมการที่ 18 โดยใช้ข้อมูลจำนวนเลขหมายจาก Thai Telecom
Database



ตารางที่ 6-5 ส่วนเกินผู้บริโภค(CS)รายรับรวมของอุตสาหกรรม (Revenues)และส่วนเปลี่ยนแปลงส่วนเกินผู้บริโภคทั้งหมด (ΔCS_{Total}) และส่วนเปลี่ยนแปลงส่วนเกินผู้บริโภคที่มาจาก การเปลี่ยนแปลงในราคา (ΔCS_{Price}) ค่าบริการของธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ (กรณีที่ 2)

| Year | CS | Revenues | Ratio(CS/Rev.) | ΔCS_{Total} | ΔCS_{Price} |
|-------|-----------|-----------|----------------|---------------------|---------------------|
| 2545 | 67,850 | 97,118 | 0.699 | - | 2,599 |
| 2546 | 73,926 | 118,982 | 0.621 | 6,076 | -2,399 |
| 2547 | 79,064 | 139,478 | 0.567 | 5,137 | -1,020 |
| 2548 | 140,493 | 140,588 | 0.999 | 61,429 | 20,194 |
| 2549 | 223,633 | 143,514 | 1.558 | 83,140 | 12,626 |
| 2550 | 296,414 | 152,813 | 1.940 | 72,781 | 14,515 |
| 2551 | 309,651 | 153,169 | 2.022 | 13,237 | -2,378 |
| 2552 | 298,832 | 151,380 | 1.974 | -10,819 | 609 |
| 2553 | 340,033 | 160,132 | 2.123 | 41,202 | 1,585 |
| 2554 | 361,641 | 173,247 | 2.087 | 21,608 | -1,702 |
| 2555 | 357,393 | 190,006 | 1.881 | -4,249 | -3,001 |
| Total | 2,232,989 | 1,620,427 | | 289,542 | 41,627 |

ที่มา: คำนวณจากผลการประมาณค่าในสมการที่ 18 โดยใช้จำนวนผู้ใช้บริการเลขหมายจาก Thai Telecom Database

จากภาพที่ 6-11 จะเห็นได้ว่าเมื่อพิจารณาการเปลี่ยนแปลงของจำนวน ส่วนเกินของผู้บริโภคต่อหนึ่งเลขหมายมีรูปแบบที่คล้ายคลึงกับกรณีที่ 1 คือ มีค่าที่ลดลงในช่วงปี พ.ศ.2545-2547 จากระดับประมาณ 359 บาทต่อเดือนต่อเลขหมาย ในไตรมาสที่ 4 ปี พ.ศ.2545 เป็นประมาณ 291 และ 248 บาท ในไตรมาสที่ 4 ปี พ.ศ.2546 และปี พ.ศ.2547 และมีค่าเพิ่มในช่วงปี พ.ศ.2548-2550 โดยส่วนเกินผู้บริโภคต่อเลขหมายมีค่าเท่ากับ 516 บาท ในไตรมาสที่ 4 ปี พ.ศ.2550 ส่วนในช่วงหลังปี พ.ศ.2550 เป็นต้นไป ส่วนเกินของผู้บริโภคต่อหนึ่งเลขหมายมีค่าที่ลดลงเป็นระดับประมาณ 300-400 บาท หลังปี พ.ศ.2550 เป็นต้นไป โดยมีค่าค่อนข้างคงที่หลังปี พ.ศ.2551 (จำนวนส่วนเกินของผู้บริโภคต่อหนึ่งเลขหมายมีค่าเท่ากับ 406 บาท และ 387 บาท ในไตรมาสที่ 4 ปี พ.ศ.2551 และ ไตรมาสที่ 4 ปี พ.ศ. 2555 ตามลำดับ)

เมื่อพิจารณาจำนวนส่วนเกินผู้บริโภคทั้งหมด จากตารางที่ 6-5 แสดงการเพิ่มขึ้นเรื่อยๆอย่างต่อเนื่องของจำนวนส่วนเกินผู้บริโภคทั้งหมด และเมื่อพิจารณาตามช่วงเวลาพบว่า ในช่วงปี พ.ศ.2548-2550 ส่วนเกินผู้บริโภคปรับตัวเพิ่มขึ้นในอัตราที่สูงกว่าช่วงอื่นๆ โดยการเพิ่มขึ้นของส่วนเกินผู้บริโภคในช่วงนี้มาจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนเลขหมายมากกว่าการเพิ่มขึ้นของปริมาณการใช้งาน (นาที) ต่อเลขหมาย และสัดส่วนของส่วนเกินผู้บริโภคต่อรายรับรวมของอุตสาหกรรมก็ปรับตัวเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ เช่นกัน ซึ่งรูปแบบการเพิ่มขึ้นของตัวแปรดังกล่าวนี้จะคล้ายกับ ผลที่พบในกรณีที่ 1 ซึ่งแสดงถึงว่าผลที่ได้ไม่อ่อนไหวต่อการกำหนดรูปแบบฟังก์ชันอุปสงค์ที่แตกต่างกัน

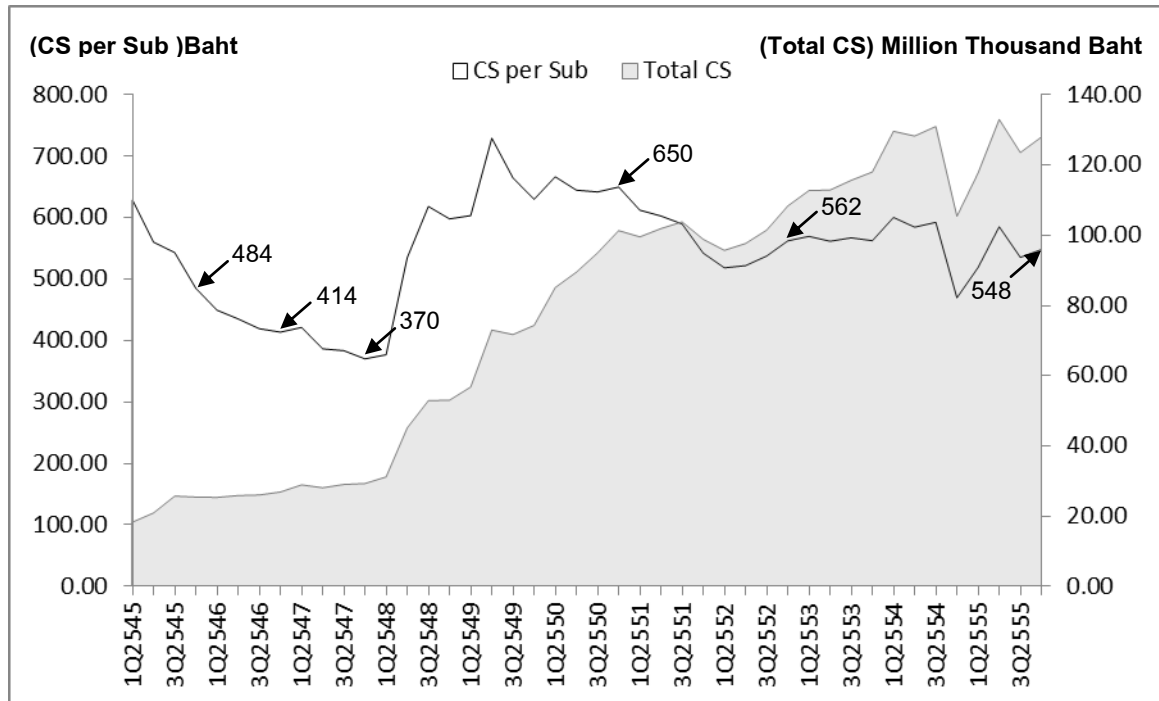


3) ผลการประมาณส่วนเกินผู้บริโภคในธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ในกรณีที่ 3

(Scenario 3)

โดยการคำนวณส่วนเกินผู้บริโภคในกรณีที่ 3 จะคำนวณจากสมการฟังก์ชันเส้นโค้ง Log-linear (สมการที่ 18) เป็นหลัก โดยในกรณีนี้ค่าราคาที่สูงที่สุดที่ทำให้ได้ปริมาณอุปสงค์มีค่าใกล้เคียงศูนย์ (Virtual Price) จะคำนวณจากวิธีการที่อธิบายในหัวข้อ 4.2 โดยค่า Virtual Price ที่คำนวณได้อยู่ที่ 6.01 บาทต่อนาที ซึ่งใกล้เคียงกับในกรณีที่ 1 และ 2 ที่มีค่าเฉลี่ยที่ 4.33 บาทต่อนาทีจากนั้นจึงนำค่า Virtual Price มาคำนวณแสดงได้ดังภาพที่ 6-12 และตารางที่ 6-6 ดังต่อไปนี้

ภาพที่ 6-12 มูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคต่อเลขหมายต่อเดือน (Consumer Surplus per Subscribers) และมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคทั้งหมดไตรมาสหนึ่ง ๆ (กรณีที่ 3)



ที่มา: คำนวณจากผลการประมาณค่าในสมการที่ 18 โดยใช้ข้อมูลจำนวนเลขหมายจาก Thai Telecom Database

ตารางที่ 6-6 ส่วนเกินผู้บริโภค(CS)รายรับรวมของอุตสาหกรรม (Revenues)และส่วนเปลี่ยนแปลงส่วนเกินผู้บริโภคทั้งหมด (ΔCS_{Total}) และส่วนเปลี่ยนแปลงส่วนเกินผู้บริโภคที่มาจาก การเปลี่ยนแปลงในราคา (ΔCS_{Price}) ค่าบริการของธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ (กรณีที่ 3)

| Year | CS | Revenues | Ratio(CS/Rev.) | ΔCS_{Total} | ΔCS_{Price} |
|------|---------|----------|----------------|---------------------|---------------------|
| 2545 | 90,163 | 97,118 | 0.928 | - | 2,599 |
| 2546 | 103,953 | 118,982 | 0.874 | 13,790 | -2,399 |
| 2547 | 115,178 | 139,478 | 0.826 | 11,225 | -1,020 |



| Year | CS | Revenues | Ratio(CS/Rev.) | ΔCSTotal | ΔCSPrice |
|-------|-----------|-----------|----------------|----------|----------|
| 2548 | 182,164 | 140,588 | 1.296 | 66,986 | 20,194 |
| 2549 | 275,787 | 143,514 | 1.922 | 93,623 | 12,626 |
| 2550 | 370,923 | 152,813 | 2.427 | 95,136 | 14,515 |
| 2551 | 404,139 | 153,169 | 2.639 | 33,216 | -2,378 |
| 2552 | 403,199 | 151,380 | 2.663 | -940 | 609 |
| 2553 | 459,382 | 160,132 | 2.869 | 56,183 | 1,585 |
| 2554 | 494,375 | 173,247 | 2.854 | 34,993 | -1,702 |
| 2555 | 502,381 | 190,006 | 2.644 | 8,006 | -3,001 |
| Total | 2,232,989 | 1,620,427 | 1.378 | 412,218 | 41,627 |

ที่มา: คำนวณจากผลการประมาณค่าในสมการที่ 18 โดยใช้จำนวนผู้ใช้บริการเลขหมายจาก Thai Telecom Database

จากภาพที่ 6-12 จะเห็นได้ว่าเมื่อพิจารณาจำนวนส่วนเกินของผู้บริโภคต่อหนึ่งเลขหมายมีค่าที่ลดลงในช่วงปี พ.ศ.2545-2547 จากระดับประมาณ 484 บาทต่อเดือนต่อเลขหมายในไตรมาสที่ 4 ปี พ.ศ.2545 เป็นประมาณ 414 และ 370 บาท ในไตรมาสที่ 4 ปี พ.ศ.2546 และปี พ.ศ.2547 ตามลำดับ แต่ส่วนเกินผู้บริโภคต่อเลขหมายมีการปรับเพิ่มในช่วงปี พ.ศ.2548-2550 โดยมีค่าเท่ากับ 650 บาทต่อเลขหมาย ในไตรมาสที่ 4 ปี พ.ศ.2550 ส่วนในช่วงหลังปี พ.ศ.2550 เป็นต้นไป ส่วนเกินของผู้บริโภคต่อหนึ่งเลขหมายมีค่าที่ลดลงเล็กน้อยและทรงตัวหลังปี พ.ศ.2553 (จำนวนส่วนเกินของผู้บริโภคต่อหนึ่งเลขหมายมีค่าเท่ากับ 562 บาท และ 548 บาท ในไตรมาสที่ 4 ปี พ.ศ.2552 และ ไตรมาสที่ 4 ปี พ.ศ.2555 ตามลำดับ)

ในกรณีของส่วนเกินผู้บริโภคทั้งหมดพบว่ามีค่าที่เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ อย่างต่อเนื่องในช่วงหลังปี พ.ศ.2548 เช่นเดียวกับในกรณีอื่นๆ และมีการเพิ่มขึ้นในอัตราที่สูงในช่วงระหว่างปี พ.ศ.2548-2550 ซึ่งมีอัตราการเพิ่มเฉลี่ยปีละ 85,249 ล้านบาทต่อปี แต่หากพิจารณาการเพิ่มขึ้นของส่วนเกินผู้บริโภคที่มาจากการเพิ่มขึ้นของราคาจะพบว่ามีค่าเพิ่มขึ้นสูงในช่วงเดียวกันคือระหว่างปี พ.ศ.2548-2550 ซึ่งมีขนาดการเพิ่มขึ้นประมาณ 15,778 ล้านบาทต่อปี ซึ่งมีค่าน้อยกว่าขนาดการเพิ่มขึ้นทั้งหมดประมาณ 5 เท่า ซึ่งแสดงถึงการเพิ่มขึ้นของส่วนเกินผู้บริโภคที่มาจากการเพิ่มในจำนวนเลขหมายเช่นเดียวกันกับกรณีอื่นๆ เมื่อพิจารณาสัดส่วนระหว่างส่วนเกินผู้บริโภคต่อรายจ่ายทั้งหมดที่จ่ายไปเป็นค่าบริการพบว่าสัดส่วนนี้มีค่าที่เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ในช่วงปี พ.ศ.2545 ซึ่งมีสัดส่วนเท่ากับ 0.928 เป็น 2.869 ในปี พ.ศ.2553

4) สรุปผลการประมาณส่วนเกินผู้บริโภคในธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงในส่วนเกินผู้บริโภคต่อเลขหมายส่วนเกินผู้บริกรวม พบว่า การใช้สมการในรูปแบบต่างๆ ทั้งกรณีสมการเส้นตรงในกรณีที่ 1 และ



กรณีสมการเส้นโค้ง Log-linear (กรณีที่ 2 และ 3) และการใช้วิธีการคำนวณค่าราคา Virtual Price ที่ต่างกันระหว่างกรณีที่ 2 และ 3 ล้วนแต่ให้ข้อสรุปเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงส่วนเกินผู้บริโภคที่เหมือนกัน คือ หนึ่งในช่วงปี พ.ศ.2545-2547 ก่อนแผนแม่บทกิจการโทรคมนาคมฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2548-2550) ส่วนเกินที่ผู้บริโภคได้รับมีการเปลี่ยนแปลงในแต่ละปีน้อยมาก นอกจากนี้ เมื่อดูจาก ส่วนเกินผู้บริโภคต่อเลขหมายก็มีค่าลดลงเรื่อยในแต่ละปีในช่วงดังกล่าว ซึ่งสาเหตุสำคัญมาจากการ ที่ราคาค่าบริการต่อนาทีที่มีค่าที่สูงต่อเนื่อง แต่ภายหลังแผนแม่บทกิจการโทรคมนาคมฉบับที่ 1 ในปี พ.ศ.2548 ราคาค่าบริการต่อนาที ปรับตัวลดลงอย่างต่อเนื่องดังที่แสดงในภาพที่ 6-7 ซึ่งการปรับลดลงของราคาในธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นเครื่องสะท้อนการเพิ่มขึ้นในการแข่งขันของธุรกิจที่สูงขึ้นหลังปี พ.ศ.2548 ซึ่งเป็นเครื่องชี้วัดความสำเร็จประการหนึ่งของแผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม

โดยการเพิ่มขึ้นของส่วนเกินผู้บริโภคในช่วงนี้มาจาก 2 ปัจจัย คือ การเพิ่มขึ้นของการใช้งานจากปริมาณการโทรต่อเลขหมายที่ส่วนสำคัญมาจากการลดลงของราคาค่าบริการต่อ นาที ซึ่งเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วในช่วงระหว่างปี พ.ศ.2548-2550 ในขณะที่ช่วงปี พ.ศ.2551 เป็นต้นไป การเพิ่มขึ้นของจำนวนเลขหมายเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ส่วนเกินผู้บริโภครวมสูงขึ้น

ผลการศึกษาซึ่งแสดงในลักษณะนี้สะท้อนพฤติกรรมของผู้บริโภคที่นิยมเพิ่มการใช้งานโดยเพิ่มจำนวนเลขหมายมากกว่าการเพิ่มการใช้งานในเลขหมายเดิม ซึ่งอาจมาจากการได้แพ็คเกจที่ตรงกับรูปแบบการใช้งานของตนเอง ลักษณะดังกล่าวสะท้อนความหลากหลายของความต้องการผู้บริโภคในธุรกิจโทรเคลื่อนที่ นอกจากนี้ยังอาจมาจากการอุปสรรคในการเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการ (Operator) ใช้เลขหมายเดิม ทำให้การเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการทำได้โดยการเปิดบริการเลขหมายใหม่เพิ่มจากเลขหมายเดิมที่ยังมีการใช้งานอยู่

เมื่อเปรียบเทียบผลการคำนวณส่วนเกินผู้บริโภครวม และสัดส่วนของส่วนเกินผู้บริโภคต่อรายรับจากการวิเคราะห์ใน 3 กรณีข้างต้น เพื่อประเมินความอ่อนไหวของผลการคำนวณต่อ i) รูปแบบฟังก์ชันที่ใช้ในการประมาณค่าอุปสงค์บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่และ ii) การหาค่าประมาณของราคา Virtual Price ผลจากภาพที่ 6-13 พบว่าลักษณะการเปลี่ยนแปลงในส่วนเกินผู้บริโภคมีรูปแบบใกล้เคียงกันตามรูปแบบที่กล่าวถึงข้างต้น ซึ่งยืนยันความชัดเจนของข้อสรุปที่ได้ โดยส่วนเกินผู้บริโภคมีความแตกต่างกันเล็กน้อยในช่วงต้นของข้อมูล (ปี พ.ศ.2545-2547) และช่วงปลายของข้อมูล (ปี พ.ศ.2553-2555) โดยกรณีที่ 1 จะมีค่าส่วนเกินผู้บริโภคน้อยกว่ากรณีอื่น ๆ ซึ่งอาจมาจากรูปแบบฟังก์ชันที่ใช้ให้ค่าที่น้อยเกินไปในช่วงต้นๆ ของสมการที่มีค่าราคาต่อนาทีที่สูงและปริมาณการใช้งานต่อเลขหมายต่อเดือนที่ต่ำ ส่วนในช่วงปลายของข้อมูลกรณีที่ 3 จะมีค่าสูงกว่าในกรณีอื่น ๆ อย่างเห็นได้ชัด อย่างไรก็ตาม เนื่องจากแต่ละกรณีมีความแตกต่างกันน้อยแสดงถึงความเหมาะสมของข้อสรุปที่ได้จากการศึกษาข้างต้น

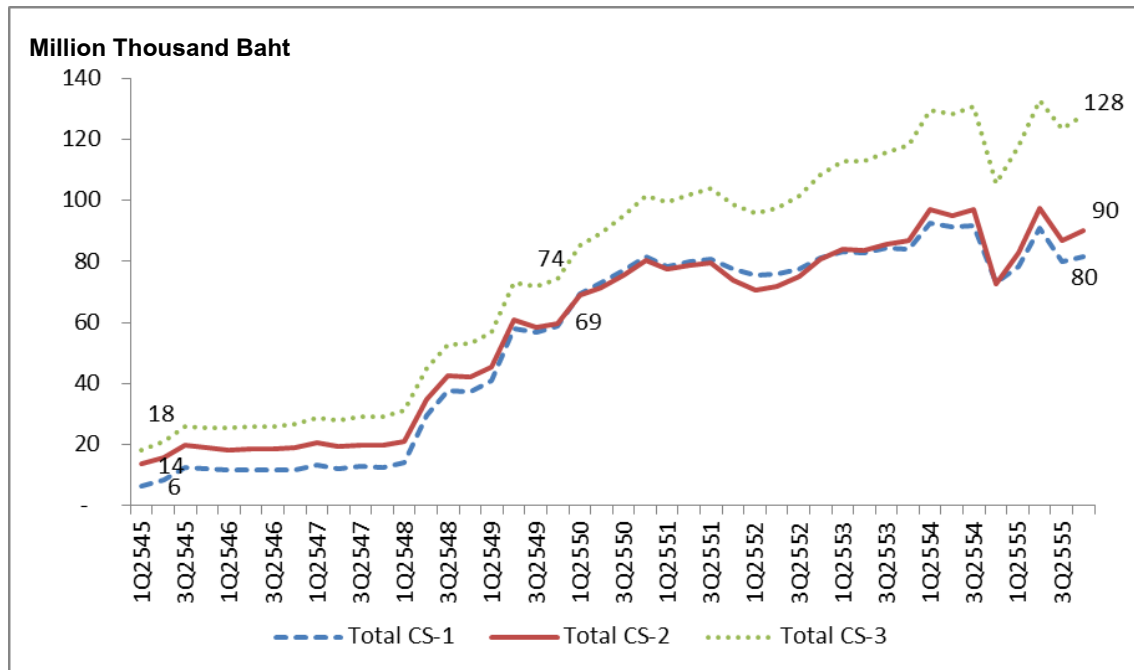
ต่อมาจากภาพที่ 6-14 สัดส่วนระหว่างส่วนเกินผู้บริโภคต่อรายจ่ายทั้งหมดที่จ่ายไปเป็นค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งแทนด้วยรายรับรวมของอุตสาหกรรม ซึ่งคำนวณจากตัวเลขรายรับเฉลี่ยต่อเดือนต่อเลขหมาย (ARPU) คูณด้วยจำนวนเลขหมาย (SUB) คูณด้วยจำนวน



เดือนจะพบว่าสัดส่วนนี้มีค่าที่เพิ่มขึ้นเรื่อยโดยในช่วงปี พ.ศ.2545 มีสัดส่วนเท่ากับ 0.4 0.7 และ 0.9 ในกรณีที่ 1-3 และสัดส่วนนี้เพิ่มขึ้นเป็น 1.74 1.88 และ 2.64 ในปี พ.ศ.2555

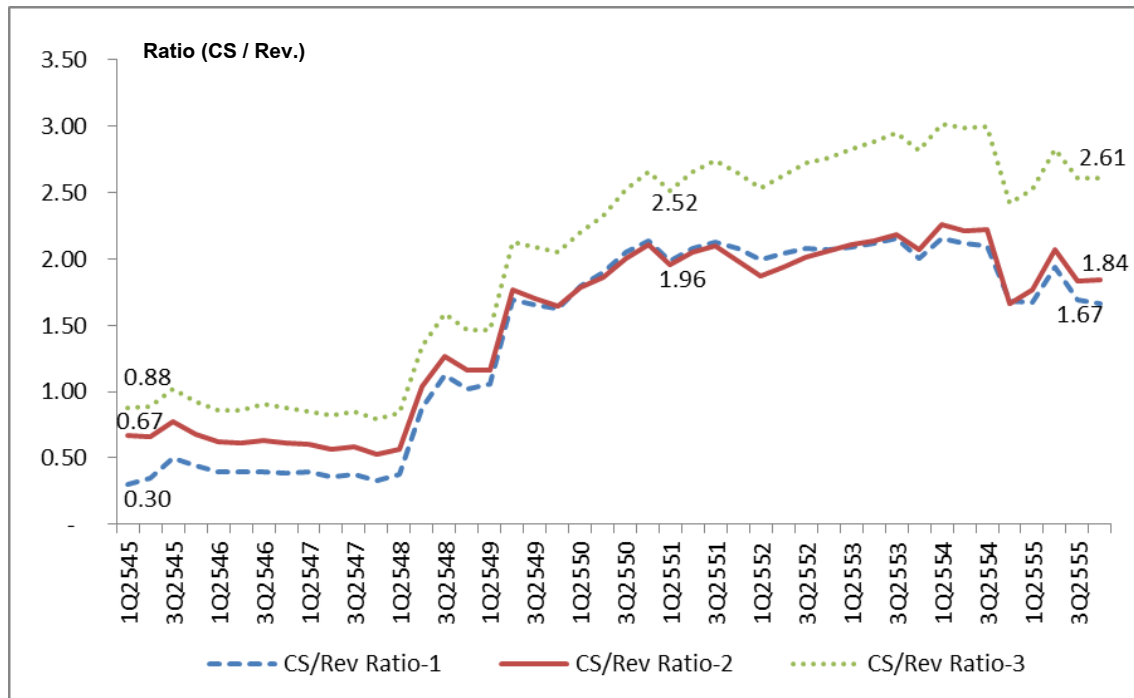
โดยสัดส่วนนี้เมื่อเทียบกับการศึกษาของ Entner, Roger and David Lewin (2005) ซึ่งคำนวณส่วนเกินผู้บริโภคสำหรับบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศสหรัฐฯ ซึ่งแสดงในตารางที่ 6-98 พบว่ามีสัดส่วนนี้เท่ากับ 1.47 ในปี พ.ศ.2547 ส่วนการศึกษาของ Hausman พบว่า สัดส่วนของส่วนเกินผู้บริโภคต่อรายรับรวมของธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่มีค่าเท่ากับ 1.49 ในกลางปี พ.ศ.2545 ซึ่งเมื่อเทียบกับประเทศไทยพบว่าในช่วงเดียวกันคือปี พ.ศ.2545 และ พ.ศ.2547 ประเทศไทยมีค่าสัดส่วนที่ต่ำกว่าคือเท่ากับ 0.4-0.9 (ปี พ.ศ. 2545) และ 0.4-0.8 (ปี พ.ศ.2547) แต่ในช่วงหลังปี พ.ศ.2549 เป็นต้นไปสัดส่วนนี้ได้เพิ่มขึ้นอยู่ในระดับใกล้เคียงกับในประเทศสหรัฐฯซึ่งแสดงถึงการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้นในอุตสาหกรรมโทรศัพท์เคลื่อนที่และมีค่าประโยชน์ผู้บริโภคที่สูงเมื่อเทียบกับประเทศที่พัฒนาแล้วอื่นๆ

ภาพที่ 6-13 มูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคทั้งหมดในธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ในกรณีที่ 1 ถึง 3





ภาพที่ 6-14 สัดส่วนของส่วนเกินผู้บริโภคต่อรายรับรวมของธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ในกรณี 1 ถึง 3



ตารางที่ 6-7 ผลการประมาณค่าส่วนเกินผู้บริโภคและสัดส่วนต่อรายรับรวมของอุตสาหกรรมโทรศัพท์เคลื่อนที่ในสหรัฐอเมริกา

| Estimate | Consumer surplus | Revenues | Consumer surplus/Revenues |
|--|--------------------------|--------------------------|---------------------------|
| Hausman estimate for mid 2002 | \$115bn pa ³⁴ | \$77bn pa | 1.49 |
| UK Radio Communications Agency estimate for UK | £7.2bn pa | £5.0bn pa | 1.44 |
| Estimate for end 2004 | \$157bn pa | \$107bn pa ³⁶ | 1.47 ³⁶ |

ที่มา: Figure 3.2 Roger Entner & David Lewin .(2005). "Estimates of the Current Consumer Surplus", The Impact of the US Wireless Telecom Industry on the US Economy", P.26.

ดังนั้นกล่าวโดยรวมจะพบว่าส่วนเกินของผู้บริโภคในธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากอดีตถึงปัจจุบันโดยเฉพาะในช่วงหลังปี พ.ศ.2549 ทำให้สัดส่วนของส่วนเกินผู้บริโภคต่อรายรับรวมของอุตสาหกรรมปรับตัวเพิ่มขึ้นมาอยู่ในใกล้เคียงหรือสูงกว่าการศึกษาในประเทศสหรัฐอเมริกา แต่เมื่อพิจารณาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเพิ่มขึ้นของส่วนเกินผู้บริโภคพบว่าสาเหตุสำคัญมาจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนเลขหมายที่ใช้บริการมากกว่าการเพิ่มขึ้นของจำนวนนาที่ที่ใช้งานต่อเลขหมาย โดยส่วนเกินที่มีการจากเพิ่มขึ้นของปริมาณการใช้งานต่อ



เดือนที่มีมาจากการลดลงของราคาอย่างเดียวนั้นไม่มากนักและส่วนใหญ่เกิดขึ้นในช่วงปี พ.ศ.2548-2550 ซึ่งข้อมูลนี้อาจสะท้อนลักษณะของปัญหาในการเปลี่ยนแปลงบริษัทผู้ให้บริการของผู้บริโภคทำให้การตอบสนองต่อราคาหรือความต้องการใช้งานจะต้องมีการเพิ่มการใช้บริการเลขหมายใหม่จากผู้ให้บริการรายอื่น แทนการเพิ่มการใช้งานในเลขหมายเดิม นอกจากนี้จากลักษณะการคิดค่าบริการที่เป็นแบบแพ็คเกจ ทำให้การใช้งานเกินระดับที่แพ็คเกจกำหนดอาจมีต้นทุนที่สูงกว่าการเพิ่มเลขหมายใหม่

6.6 ผลการคำนวณส่วนเกินผู้บริโภคธุรกิจโทรศัพท์ประจำที่

ต่อมาในบทนี้จะทำการคำนวณส่วนเกินผู้บริโภคในธุรกิจโทรศัพท์ประจำที่ โดยในธุรกิจนี้จะมีปัญหาเกี่ยวกับความพอเพียงของข้อมูลเนื่องจากข้อมูลจาก Thai Telecom Database จะมีเฉพาะข้อมูลจำนวนผู้ใช้บริการเลขหมายโทรศัพท์ประจำที่ (Subscribers) และข้อมูลรายรับเฉลี่ยต่อเดือนต่อเลขหมาย (ARPU) ดังนั้น การศึกษานี้จึงใช้ข้อมูลจำนวนผู้ใช้บริการเลขหมายโทรศัพท์ประจำที่ (Subscribers) เป็นตัวแทนของปริมาณการใช้บริการ และใช้ข้อมูลรายรับเฉลี่ยต่อเดือนต่อเลขหมาย (ARPU) เป็นตัวแทนของราคาค่าบริการ (คิดเฉลี่ยต่อผู้ใช้บริการ)

6.6.1 ตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์

ตัวแปรที่ใช้เป็นตัวแทนอุปสงค์ของบริการโทรศัพท์ประจำที่ในรายงานฉบับนี้จะใช้ตัวแปรจำนวนเลขหมายผู้ใช้บริการ (Subscribers – SUB) เป็นตัวแทนเนื่องจากไม่มีข้อมูลจำนวนนาทีที่ใช้บริการใน Thai Telecom Database ทำให้ไม่มีข้อมูลปริมาณการใช้โดยตรง ส่วนตัวแปรราคาค่าบริการจะใช้ข้อมูลรายรับเฉลี่ยต่อเดือนต่อเลขหมาย (ARPU) เป็นตัวแทนโดยตรง เนื่องจากเป็นข้อมูลราคาที่ตรงกับข้อมูลจำนวนเลขหมายที่ใช้แทนตัวแปรปริมาณ เนื่องจากข้อมูล ARPU ที่ครบถ้วนจะมีเฉพาะข้อมูลของ TRUE ในขณะที่ข้อมูลของ TOT และ TT&T จะมีข้อมูลที่สั้นมากดังที่กล่าวถึงข้างต้น ดังนั้น ในการประมาณค่าจึงใช้ข้อมูล ARPU ของ TRUE เป็นตัวแทนของ ARPU ในบริษัทอื่นๆ ด้วยเนื่องจากข้อจำกัดด้านข้อมูล

ตัวแปรปัจจัยอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อปริมาณการใช้บริการ (Z) จะประกอบด้วย ราคายาได้ (I) ซึ่งใช้ข้อมูลผลผลิตมวลรวมภายในประเทศที่แท้จริง (GDP) เป็นตัวแทนเช่นเดียวกับการวิเคราะห์ในธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ และใช้ตัวแปรแนวโน้มระยะเวลา (Time Trend: T, T = 1, 2, 3...) เป็นตัวแปรอธิบายอื่นๆ สมการที่ใช้จะยึดสมการภาพแบบฟังก์ชัน Linear และ Log-Linear เช่นเดียวกับธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยสมการอุปสงค์ในกรณี Log-linear สามารถเขียนได้ดังนี้

$$SUB = e^{\alpha + \beta_3 T} ARPU^{\beta_1} I^{\beta_2} \quad (23)$$

$$\ln SUB_t = \beta_0 + \beta_1 \ln ARPU_t + \beta_2 \ln I_t + \beta_3 T + \varepsilon_t \quad (24)$$



ส่วนสมการอุปสงค์ในภาพ Linear สามารถเขียนได้ดังนี้

$$SUB_t = \beta_0 + \beta_1 ARPU_t + \beta_2 I_t + \beta_3 T + \varepsilon_t \quad (25)$$

6.6.2 ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์

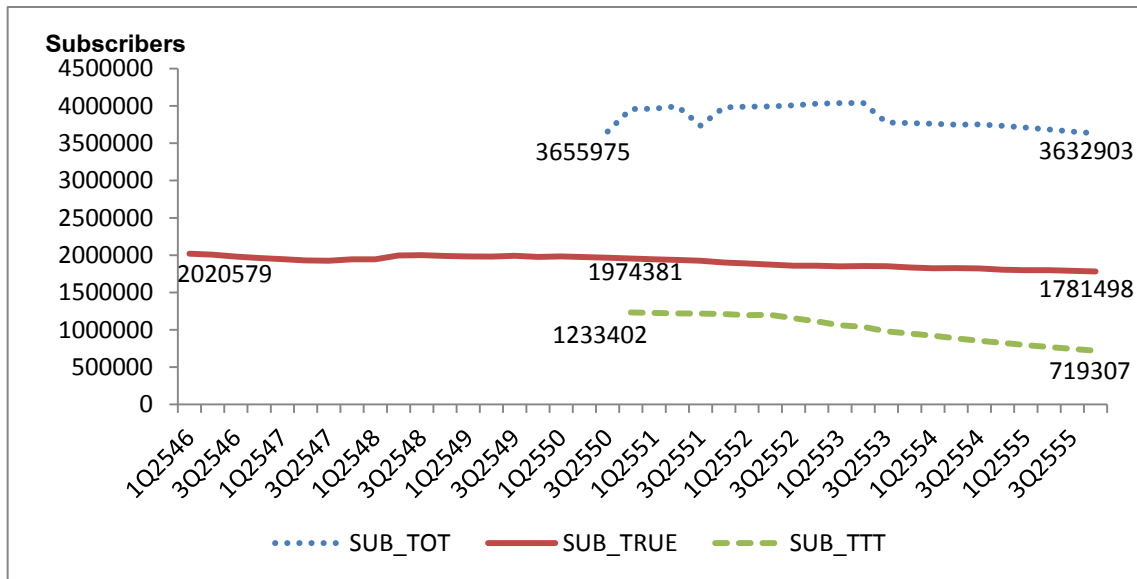
ข้อมูลหลักที่ใช้ในการวิเคราะห์ประกอบด้วย จำนวนผู้ใช้บริการเลขหมายโทรศัพท์ประจำที่ (Subscribers) และข้อมูลรายรับเฉลี่ยต่อเดือนต่อเลขหมาย (ARPU) โดยข้อมูลจะแบ่งออกตามผู้ให้บริการสามรายหลักประกอบด้วย TRUE TOT และ TT&T โดยข้อมูลแต่ข้อมูลข้อมูลรายรับเฉลี่ยต่อเดือนต่อเลขหมาย (ARPU) ของ TOT และ TT&T จะมีอยู่จำกัด คือ ข้อมูลเริ่มตั้งแต่ไตรมาสที่ 3 ปี พ.ศ.2553 และไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ.2554 สำหรับ TOT และ TT&T ตามลำดับ ส่วนข้อมูลจำนวนเลขหมายผู้ใช้บริการ (SUB) จะมีข้อมูลยาวกว่าข้อมูล ARPU โดยมีข้อมูลเริ่มตั้งแต่ไตรมาสที่ 3 ปี พ.ศ.2550 และไตรมาสที่ 4 ปี พ.ศ.2550 สำหรับข้อมูลของ TOT และ TT&T ตามลำดับ ส่วนข้อมูลของ TRUE จะมีข้อมูลเริ่มตั้งแต่ไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ.2546 ทั้งข้อมูลจำนวนเลขหมาย (SUB) และข้อมูลรายรับเฉลี่ยต่อเดือนต่อเลขหมาย (ARPU) โดยข้อมูลจำนวนผู้ใช้บริการเลขหมายโทรศัพท์ประจำที่ (Subscribers) และข้อมูลรายรับเฉลี่ยต่อเดือนต่อเลขหมาย (ARPU) ของแต่ละบริษัทจะแสดงในภาพที่ 6-15 และภาพที่ 6-16 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาจำนวนเลขหมายที่ใช้บริการ จากภาพที่ 6-15 พบว่ามีแนวโน้มที่คงที่ในช่วงปี พ.ศ.2546-2551 โดยมีจำนวนผู้ใช้บริการเลขหมายประมาณ 1,900,000 ถึง 2,000,000 เลขหมาย และในช่วงหลังปี พ.ศ.2550 ตัวเลขจำนวนผู้ใช้บริการเลขหมายมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่องสำหรับทุกบริษัท โดย TT&T มีจำนวนผู้ใช้บริการลดลงในอัตราที่สูงกว่าผู้ให้บริการอีก 2 ราย (TRUE และ TOT) โดยจำนวนผู้ใช้บริการเลขหมายของ TRUE อยู่ที่ 1.78 ล้านเลขหมาย ในไตรมาสที่ 4 ปี พ.ศ.2555

ส่วนข้อมูลรายรับเฉลี่ยต่อเดือนต่อเลขหมาย (ARPU) ในภาพที่ 6-16 มีแนวโน้มลดลงเรื่อยๆ โดยข้อมูลรายรับเฉลี่ยต่อเดือนต่อเลขหมายของ TRUE ลดลงจากระดับประมาณ 535 บาท ในไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ.2546 เป็น 473 350 281 และ 264 บาท ในไตรมาสที่ 4 ปี พ.ศ.2548 ปี พ.ศ.2550 ปี พ.ศ.2553 และปี พ.ศ.2555 ตามลำดับ ส่วนข้อมูลรายรับเฉลี่ยต่อเดือนต่อเลขหมาย (ARPU) ของ TOT และ TT&T ปัจจุบันข้อมูลยังมีน้อยเกินกว่าจะนำมาวิเคราะห์แนวโน้มการเคลื่อนไหว

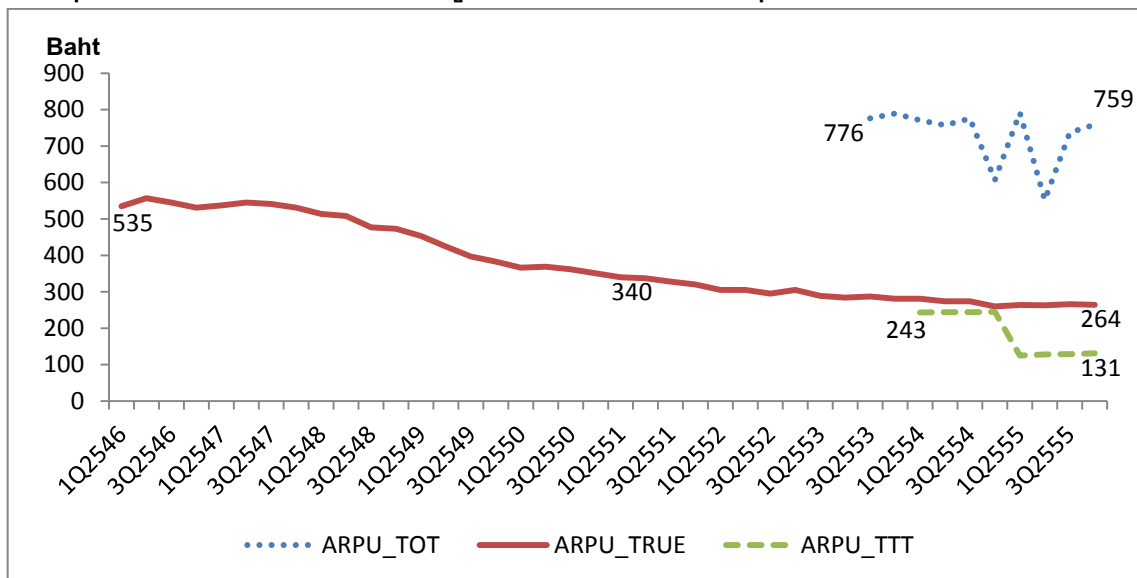


ภาพที่ 6-15 ข้อมูลจำนวนเลขหมายรวม (Number of Subscribers) แยกตามผู้ให้บริการรายใหญ่ของของธุรกิจโทรศัพท์ประจำที่



ที่มา: Thai Telecom Database

ภาพที่ 6-16 ข้อมูลรายรับเฉลี่ยต่อเลขหมาย (Average Revenue per User - ARPU) เฉลี่ยของอุตสาหกรรมโดยรวมแยกตามผู้ให้บริการรายใหญ่ของธุรกิจโทรศัพท์ประจำที่



ที่มา: Thai Telecom Database

6.6.3 ผลการประมาณค่าสมการอุปสงค์ในธุรกิจโทรศัพท์ประจำที่

จากข้อมูลข้างต้น ผลการประมาณค่าสมการอุปสงค์บริการโทรศัพท์ประจำที่โดยใช้ตัวแปรในสมการที่ (24) และ (25) โดยใช้ข้อมูล Panel Data ซึ่งมีจำนวนข้อมูลอนุกรมเวลาไม่เท่ากันในแต่ละผู้ให้บริการ (Unbalance Panel) และจะใช้ค่า Fixed Effect แทนความแตกต่าง



ระหว่างผู้ให้บริการแต่ละรายที่ส่งผลต่อจำนวนผู้ใช้บริการที่นอกเหนือจากปัจจัยที่ใส่เป็นตัวแปรในสมการแล้ว

ผลการประมาณค่าสมการในภาพ Linear แสดงได้ในสมการที่ (26) ดังต่อไปนี้

$$\begin{aligned} \hat{S\dot{U}}_{i,t} = & 3,553,668 - 2,229.92 ARPU_TRUE_i + 0.093 GDP_i - 29,037.65 TREND \\ & + 47,737.72 D09 + 1,672,020 TOT - 314,029 TRUE - 1,153,489 TTT \\ & R^2 = 0.99. \text{ Standard Error of Regression} = 79614.5 \end{aligned} \quad (26)$$

โดยผลการประมาณค่าสมการในภาพ Linear จะใส่ตัวแปรหุ่นเพิ่มเข้าไปเพื่ออธิบายลักษณะการเปลี่ยนแปลงในช่วงหลังปี พ.ศ.2552

ส่วนผลการประมาณค่าสมการในภาพ Log-linear แสดงได้ในสมการที่ (27)

$$\begin{aligned} \ln \hat{S\dot{U}}_{i,t} = & 16.758 - 0.767 \ln ARPU_TRUE_i + 0.198 \ln GDP_i - 0.024 TREND \\ & - 0.038 TRUE + 0.692 TOT - 0.652 TTT \\ & R^2 = 0.98. \text{ Standard Error of Regression} = 0.07 \end{aligned} \quad (27)$$

จากผลการประมาณค่าสมการที่ (26) ข้างต้นพบว่าค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาของบริการโทรศัพท์ประจำที่มีค่าเท่ากับ -0.767 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าหนึ่งแสดงถึงหากผู้ให้บริการปรับลดค่าบริการลง รายรับรวมที่ได้จะน้อยลงกว่าเดิมเพราะปริมาณการใช้บริการจะเพิ่มขึ้นในอัตราที่น้อยกว่าการลดลงของราคาค่าโทรศัพท์ ส่วนความยืดหยุ่นต่อรายได้ของความต้องการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อรายได้มีค่าเท่ากับ 0.198 ซึ่งอยู่ในอัตราที่น้อยมากเมื่อเทียบกับบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่หรือบริการอินเทอร์เน็ตโดยประเด็นที่น่าจะสนใจคือมีค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรแนวโน้มระยะเวลาเท่ากับ -0.024 แสดงว่ามีแนวโน้มการใช้บริการที่หดตัวลงที่ไม่ได้มาจากปัจจัยอื่นๆ สูงถึงร้อยละ 2.4 ต่อปี ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ยอดผู้ใช้บริการของธุรกิจนี้ปรับตัวลดลงอย่างต่อเนื่องเรื่อยๆ ทุกปี

6.6.4 ผลการประมาณค่าส่วนเกินผู้บริโภคในธุรกิจโทรศัพท์ประจำที่

จากผลการประมาณในสมการที่ (26) และ (27) ข้างต้น ค่าประมาณที่ได้จะทำมาใช้ในการคำนวณส่วนเกินผู้บริโภคโดยใช้สูตรตามสมการที่ (12) และ (14) โดยการคำนวณหาส่วนเกินผู้บริโภคจะแบ่งเป็น 3 กรณี เช่นเดียวกับในธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ ได้แก่ กรณีที่ 1 การใช้ผลการประมาณค่าฟังก์ชันเส้นตรงตามสมการที่ (26) และคำนวณหาค่า Virtual Price ที่ทำให้ปริมาณการใช้งานโทรศัพท์ประจำที่มีค่าเท่ากับศูนย์จากสมการเส้นตรง ในกรณีที่ 2 ใช้สมการเส้นโค้ง Log-linear ตามผลการประมาณค่าในสมการที่ (27) และใช้ค่า Virtual Price ที่ได้จากกรณีที่ 1 ส่วนกรณีที่ 3 ใช้สมการเส้นโค้ง Log-linear ตามผลการประมาณค่าในสมการที่ (27) และใช้ค่า Virtual Price ที่คำนวณตามวิธีที่อธิบายในหัวข้อ 4.2



ซึ่งค่าที่ได้จากการคำนวณพื้นที่ใต้กราฟในกรณีต่างของธุรกิจโทรศัพท์ประจำที่นี้จะ
เป็นตัวแทนของส่วนเกินผู้บริโภคต่อเดือนได้โดยตรงเพราะใช้จำนวนผู้ใช้บริการเป็นตัวแปรตาม
จากนั้นจึงนำค่านี้มาคำนวณส่วนมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคทั้งหมดไตรมาสหนึ่ง (Total Consumer
Surplus) โดยการนำเอาค่ามูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคต่อเดือนคูณกับจำนวนเดือนในไตรมาส

$$\text{Total Consumer Surplus} = \text{Consumer Surplus per month} * 3 \quad (28)$$

โดยข้อมูลที่คำนวณและนำเสนอในธุรกิจโทรศัพท์ประจำที่จะประกอบด้วย
ทั้งหมดจะเริ่มจากการคำนวณแยกรายบริษัทเฉพาะ 3 บริษัทผู้ให้บริการรายใหญ่ที่กล่าวถึงข้างต้น
จากนั้นจึงคำนวณค่ารวมของธุรกิจโทรศัพท์ประจำที่จากผลรวมของทั้ง 3 บริษัทในทุกๆ ข้อมูล โดย
การรายงานผลจะแสดงเฉพาะข้อมูลช่วงปี พ.ศ.2551-2555 เนื่องจากมีข้อมูลจำนวนผู้ใช้บริการครบ
ทุกรายในทั้ง 3 บริษัทผู้ให้บริการรายใหญ่ ซึ่งข้อมูลที่คำนวณประกอบด้วย มูลค่าส่วนเกินของ
ผู้บริโภครวมในแต่ละปี ขนาดการเปลี่ยนแปลงเมื่อเทียบกับข้อมูลปีที่แล้วโดยรวม (ΔCS_{Total}) และ
ขนาดการเปลี่ยนแปลงที่มาจาก การเปลี่ยนแปลงในราคาค่าบริการเพียงอย่างเดียว ซึ่งคำนวณโดย
อาศัยหลักการเดียวกับการคำนวณในกรณีของบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่นกันกับข้อมูลรายรับรวม
ของอุตสาหกรรม (Total Revenue) ซึ่งคำนวณจากค่ารายรับเฉลี่ยต่อเลขหมายต่อเดือน (ARPU)
คูณจำนวนเลขหมายทั้งหมดในไตรมาสหนึ่งและคูณกับจำนวนเดือนในไตรมาสและตัวเลขสัดส่วนกับ
ค่าส่วนเกินผู้บริโภคต่อรายรับรวม ซึ่งทั้งสองค่านี้มีวิธีการคำนวณเช่นเดียวกับในธุรกิจ
โทรศัพท์เคลื่อนที่

ผลการประมาณค่าส่วนเกินผู้บริโภคในกรณีต่างๆ แสดงได้ดังนี้

1) ผลการประมาณค่าส่วนเกินผู้บริโภคในธุรกิจโทรศัพท์ประจำที่ในกรณี

1 (Scenario 1)

การคำนวณมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคจะเริ่มจากกรณีที่ 1 ซึ่งใช้สมการฟังก์ชัน
เส้นตรง โดยค่า Virtual Price ที่คำนวณได้ของรายรับต่อเลขหมายต่อเดือน (ARPU) เฉลี่ยของแต่ละ
บริษัทเท่ากับ 1,120 บาท 2,011 บาท และ 744 บาทสำหรับ TRUE TOT และ TT&T ตามลำดับ
โดยผลการคำนวณมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคและค่าสถิติอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องแสดงได้ในตารางที่ 6-8
ดังต่อไปนี้



ตารางที่ 6-8 ส่วนเกินผู้บริโภค (CS) รายรับรวมของอุตสาหกรรม (Revenues) และส่วนเปลี่ยนแปลงส่วนเกินผู้บริโภคทั้งหมด (ΔCS_{Total}) และส่วนเปลี่ยนแปลงส่วนเกินผู้บริโภคที่มาจากการเปลี่ยนแปลงในราคา (ΔCS_{Price}) ค่าบริการของธุรกิจโทรศัพท์ประจำที่ ในกรณีที่ 1 (Scenario 1)

(หน่วย: ล้านบาท)

| Year | CS | Revenues | Ratio(CS/Rev.) | ΔCS_{Total} | ΔCS_{Price} |
|-------|---------|----------|----------------|---------------------|---------------------|
| 2551 | 55,192 | 28,086 | 1.965 | | 648 |
| 2552 | 54,945 | 25,564 | 2.149 | -247 | 318 |
| 2553 | 52,356 | 23,149 | 2.262 | -2,588 | 488 |
| 2554 | 49,246 | 21,044 | 2.340 | -3,111 | 405 |
| 2555 | 46,117 | 19,727 | 2.338 | -3,129 | -79 |
| Total | 257,855 | 117,569 | - | -9,075 | 1,780 |

ที่มา: คำนวณจากผลการประมาณค่าในสมการที่ 18 โดยใช้ข้อมูลรวมจากผู้ประกอบการ 3 รายใหญ่ได้แก่บริษัท TRUE TOT และ TT&T จำนวนผู้ใช้บริการเลขหมายใช้ข้อมูลจาก Thai Telecom Database

จากข้อมูลในตารางที่ 6-8 จะพบว่าธุรกิจโทรศัพท์ประจำที่มีการให้ส่วนเกินของผู้บริโภคในอัตราที่สูงเมื่อเทียบกับรายรับรวมของอุตสาหกรรมคือมีสัดส่วนประมาณ 1.97 ถึง 2.34 และสัดส่วนนี้มีค่าเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จากปี พ.ศ.2551-2555 แต่หากพิจารณาจากแนวโน้มของมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคจะพบว่าในช่วงปี พ.ศ.2551-2555 ส่วนเกินผู้บริโภคมีการปรับตัวลดลงอย่างต่อเนื่อง แม้ว่าราคาของการใช้บริการเฉลี่ยจะลดลงอยู่เรื่อยๆ เช่นเดียวกัน ซึ่งโดยเฉลี่ยในช่วงปี พ.ศ.2552-2555 มีขนาดการลดลงของมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคประมาณ 2,269 ล้านบาทต่อปี ซึ่งการลดลงของมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคนี้สวนทางกับการลดลงของราคาค่าบริการ ซึ่งเมื่อพิจารณาผลของการลดลงของราคาค่าบริการเพียงปัจจัยเดียวที่ส่งผลกระทบต่อมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคจะพบว่าระหว่างช่วงปี พ.ศ.2551-2555 มูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคมีการปรับตัวเพิ่มขึ้นเฉลี่ยประมาณ 356 ล้านบาทต่อปี ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบแล้วผลของการเพิ่มขึ้นของมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคที่มาจากการลดลงของราคาค่าบริการต่อเลขหมายมีน้อยกว่าการลดลงเนื่องจากแนวโน้มความต้องการใช้บริการที่ลดน้อยลงตามแนวโน้มระยะเวลา (TREND) ซึ่งมาจากผลของการเปลี่ยนแปลงในเทคโนโลยี ทำให้การใช้งานโทรศัพท์ประจำที่ลดลง

2) ผลการประมาณค่าส่วนเกินผู้บริโภคในธุรกิจโทรศัพท์ประจำที่ในกรณี

2 (Scenario 2)

ต่อมา จะพิจารณามูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคในกรณีที่ 2 ซึ่งใช้สมการฟังก์ชันเส้นโค้ง Log-linear และใช้ค่า Virtual Price ที่คำนวณได้จากกรณีที่ 1 (รายรับต่อเลขหมายต่อเดือน



(ARPU) เฉลี่ยของแต่ละบริษัทเท่ากับ 1,120 บาท 2,011 บาท และ 744 บาท สำหรับ TRUE, TOT และ TT&T ตามลำดับ) โดยผลการคำนวณมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคและค่าสถิติอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องแสดงได้ในตารางที่ 6-9 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 6-9 ส่วนเกินผู้บริโภค (CS) รายรับรวมของอุตสาหกรรม (Revenues) และส่วนเปลี่ยนแปลงส่วนเกินผู้บริโภคทั้งหมด (ΔCS_{Total}) และส่วนเปลี่ยนแปลงส่วนเกินผู้บริโภคที่มาจาก การเปลี่ยนแปลงในราคา (ΔCS_{Price}) ค่าบริการของธุรกิจโทรศัพท์ประจำที่ ในกรณีที่ 2 (Scenario 2)

(หน่วย: ล้านบาท)

| Year | CS | Revenues | Ratio(CS/Rev.) | ΔCS_{Total} | ΔCS_{Price} |
|-------|---------|----------|----------------|---------------------|---------------------|
| 2551 | 54,099 | 28,086 | 1.926 | | 663 |
| 2552 | 50,535 | 25,564 | 1.977 | -3,564 | 318 |
| 2553 | 46,910 | 23,149 | 2.026 | -3,625 | 485 |
| 2554 | 42,521 | 21,044 | 2.021 | -4,390 | 392 |
| 2555 | 38,719 | 19,727 | 1.963 | -3,801 | -77 |
| Total | 232,784 | 117,569 | - | -15,379 | 1,781 |

ที่มา: คำนวณจากผลการประมาณค่าในสมการที่ 18 โดยใช้ข้อมูลรวมจากผู้ประกอบการ 3 รายใหญ่ได้แก่ TRUE, TOT และ TT&T, จำนวนผู้ใช้บริการเลขหมายใช้ข้อมูลจาก Thai Telecom Database

จากข้อมูลในตารางที่ 6-9 แสดงถึงมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคที่มีขนาดและแนวโน้มคล้ายคลึงกับในกรณีที่ 1 โดยมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคในปี พ.ศ.2551 มีค่าเท่ากับ 54,099 ล้านบาท ซึ่งใกล้เคียงกับกรณีที่ 1 มาก (55,192 ล้านบาท) นอกจากนี้ยังมีแนวโน้มการลดลงของมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคอย่างต่อเนื่องเฉลี่ยประมาณ -3,845 ล้านบาทต่อปี ซึ่งลดลงในอัตราที่สูงกว่าการคำนวณในกรณีที่ 1 (-2,269 ล้านบาท) หากพิจารณาการเปลี่ยนแปลงส่วนเกินผู้บริโภคที่มาจากผลของการลดลงของราคาเพียงอย่างเดียวจะมีการเพิ่มขึ้นเฉลี่ย 356 ล้านบาทต่อปี ในช่วงปี พ.ศ.2551 - 2555 ซึ่งเกือบจะเท่ากับผลการคำนวณในกรณีที่ 1

เนื่องจากการลดลงของมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภครวมค่อนข้างเร็วในกรณีนี้ดังนั้นเมื่อพิจารณาสัดส่วนของมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคต่อรายรับรวมของธุรกิจโทรศัพท์ประจำที่พบว่า สัดส่วนนี้ค่อนข้างคงที่ที่ประมาณ 1.9 – 2.0 ในช่วงปี พ.ศ.2551 - 2555



3) ผลการประมาณค่าส่วนเกินผู้บริโภคในธุรกิจโทรศัพท์ประจำที่ในกรณีที่

3 (Scenario 3)

ต่อมา จะพิจารณามูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคในกรณีที่ 3 ซึ่งใช้สมการฟังก์ชันเส้นโค้ง Log-linear และใช้ค่า Virtual Price ที่คำนวณได้จากวิธีของ Lee and Lee (2006) โดยรายรับต่อเลขหมายต่อเดือน (ARPU) ที่แสดงถึงค่า Virtual Price ของแต่ละบริษัทเท่ากับ 1,283 บาท ในทุกกรณีเนื่องจากตามวิธีการของ Lee and Lee (2006) ค่า Virtual Price จะขึ้นอยู่กับค่า ARPU ซึ่งในกรณีนี้ใช้ค่า ARPU ของ TRUE เป็นตัวแทนค่า ARPU รวมทุกบริษัทเนื่องจากความจำกัดด้านข้อมูล และขึ้นอยู่กับค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อค่าบริการที่เท่ากันตามหลักการประมาณค่าแบบข้อมูล Panel Data โดยผลการคำนวณมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคและค่าสถิติอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องแสดงได้ในตารางที่ 6-10 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 6-10 ส่วนเกินผู้บริโภค (CS) รายรับรวมของอุตสาหกรรม (Revenues) และส่วนเปลี่ยนแปลงส่วนเกินผู้บริโภคทั้งหมด (ΔCS_{Total}) และส่วนเปลี่ยนแปลงส่วนเกินผู้บริโภคที่มาจาก การเปลี่ยนแปลงในราคา (ΔCS_{Price}) ค่าบริการของธุรกิจโทรศัพท์ประจำที่ ในกรณีที่ 3 (Scenario 3)

(หน่วย: ล้านบาท)

| Year | CS | Revenues | Ratio(CS/Rev.) | ΔCS_{Total} | ΔCS_{Price} |
|-------|---------|----------|----------------|---------------------|---------------------|
| 2551 | 45,518 | 28,086 | 1.621 | | 663 |
| 2552 | 43,560 | 25,564 | 1.704 | -1,957 | 318 |
| 2553 | 41,613 | 23,149 | 1.798 | -1,947 | 485 |
| 2554 | 38,850 | 21,044 | 1.846 | -2,763 | 392 |
| 2555 | 36,379 | 19,727 | 1.844 | -2,471 | -77 |
| Total | 205,920 | 117,569 | - | -9,139 | 1,781 |

ที่มา: คำนวณจากผลการประมาณค่าในสมการที่ 18 โดยใช้ข้อมูลรวมจากผู้ประกอบการ 3 รายใหญ่ได้แก่บริษัท TRUE, TOT และ TT&T, จำนวนผู้ใช้บริการเลขหมายใช้ข้อมูลจาก Thai Telecom Database

จากข้อมูลในตารางที่ 6-10 จะพบว่ามูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคมีค่าน้อยกว่าใน 2 กรณีแรกเล็กน้อย โดยเมื่อเทียบสัดส่วนของมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคต่อรายรับรวมของธุรกิจมีค่าเท่ากับ 1.6 – 1.8 (เทียบกับสัดส่วนร้อยละ 1.9 -2.3 ในกรณีที่ 1 และ 2) แต่แนวโน้มอื่นๆ มีลักษณะคล้ายคลึงกัน คือ มูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงจากการลดลงของราคาค่าบริการมีค่าเฉลี่ยประมาณ 356 ล้านบาทต่อปี ในช่วงปี พ.ศ.2551-2555 แต่มูลค่าการลดลงของส่วนเกินผู้บริโภคที่มาจากปัจจัยทั้งหมด ซึ่งส่วนใหญ่เกิดจากการลดลงของแนวโน้มความต้องการใช้งาน (TREND) มีค่าเฉลี่ยประมาณ -2,285 ล้านบาทต่อปี ซึ่งใกล้เคียงกับในกรณีที่ 1

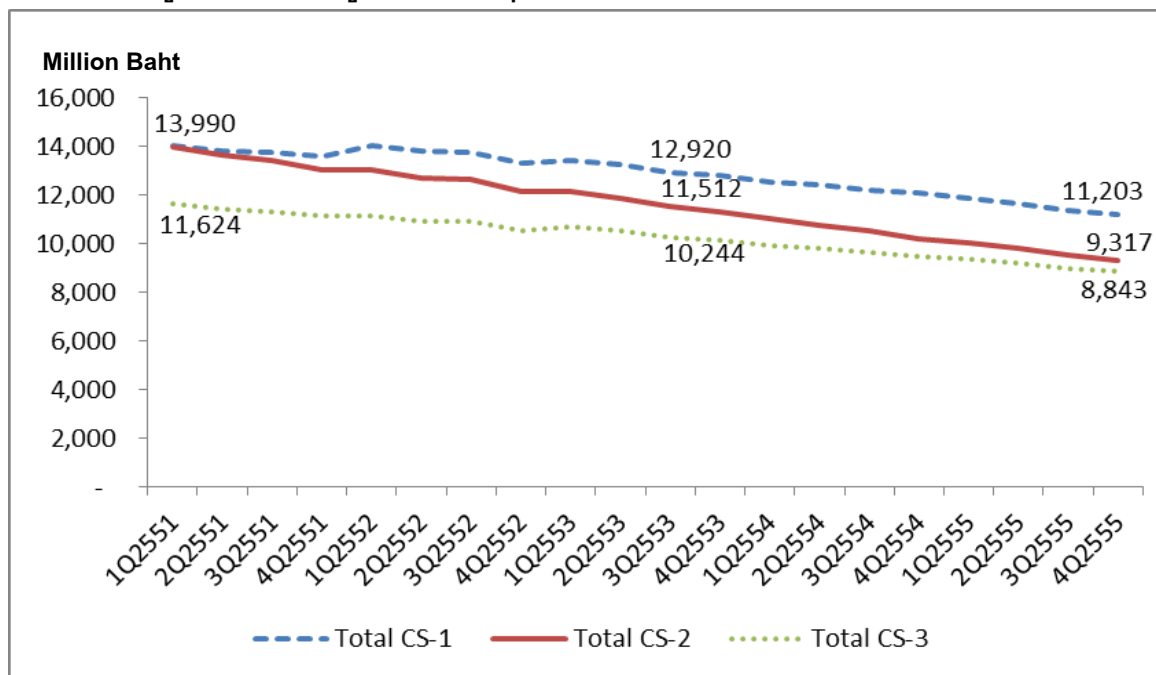


4) สรุปผลการประมาณส่วนเกินผู้บริโภคในธุรกิจโทรศัพท์ประจำที่

จากผลการคำนวณมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคพื้นฐานในกรณีที่ 1-3 สามารถแสดงค่าเปรียบเทียบมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคและสัดส่วนของมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคต่อรายรับของธุรกิจโทรศัพท์ประจำที่แสดงได้ดังภาพที่ 6-17 และภาพที่ 6-18

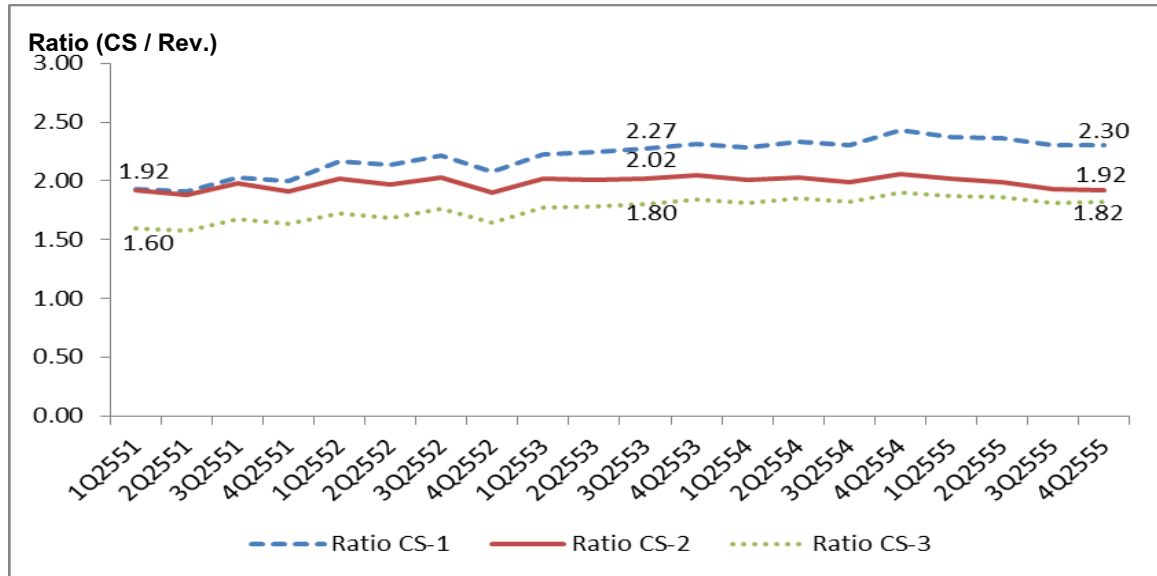
ข้อสรุปที่สำคัญคือ การเปลี่ยนแปลงของราคาค่าบริการที่ลดลงอย่างต่อเนื่องมีผลต่อส่วนเกินผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้นประมาณเฉลี่ยปีละ 200-300 ล้านบาทต่อปี ซึ่งแสดงถึงผลของการแข่งขันและการกำกับดูแลตามแผนแม่บทกิจการโทรคมนาคมในช่วงเวลาดังกล่าว แต่หากพิจารณาถึงแนวโน้มธุรกิจจะพบว่ามูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคจะค่อยๆ ลดลงเรื่อยๆ จากปี พ.ศ.2551 เนื่องจากผลการลดลงของความต้องการใช้บริการโทรศัพท์ประจำที่ตามการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี ซึ่งมูลค่าการลดลงนี้จะใกล้เคียงกันทั้ง 3 กรณี คือ ประมาณ 2,000-3,000 ล้านบาทต่อปี ซึ่งจะเห็นว่าการลดลงของมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคจากแนวโน้มเทคโนโลยีมีขนาดสูงกว่าการเพิ่มขึ้นของที่มาจากการลดลงของราคาและความแตกต่างระหว่างการคำนวณในกรณีที่ 1 และ 3 เกิดจากค่ามูลค่าส่วนเกินผู้บริโภค ณ จุดเริ่มต้นในปี พ.ศ.2551 (55,192 ล้านบาท ในกรณีที่ 1 และ 45,518 ล้านบาท ในกรณีที่ 3 ซึ่งมาจากความแตกต่างในการกำหนดค่า Virtual Price ที่ต่างกัน แต่ความแตกต่างนี้มีไม่มาก

ภาพที่ 6-17 มูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคของธุรกิจโทรศัพท์ประจำที่ในกรณีที่ 1 ถึง 3





ภาพที่ 6-18 สัดส่วนของมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคต่อรายรับรวมของธุรกิจโทรศัพท์ประจำที่ใน
กรณีที่ 1 ถึง 3



6.7 ผลการคำนวณส่วนเกินผู้บริโภคธุรกิจอินเทอร์เน็ต

ในการวิเคราะห์ส่วนเกินผู้บริโภคในธุรกิจอินเทอร์เน็ตจะมีปัญหาข้อจำกัดด้านข้อมูล เช่นเดียวกับในธุรกิจโทรศัพท์ประจำที่ โดยข้อมูลจาก Thai Telecom Database จะมีเฉพาะข้อมูลจำนวนผู้ใช้บริการเลขหมายโทรศัพท์ประจำที่ (Subscribers) และข้อมูลรายรับเฉลี่ยต่อเดือนต่อเลขหมาย (ARPU) เช่นเดียวกันดังนั้น การศึกษาในส่วนนี้จึงใช้แนวทางเดียวกับการศึกษาบริการโทรศัพท์ประจำที่กล่าวคือ ข้อมูลจำนวนผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต (Subscribers) เป็นตัวแทนของปริมาณการใช้บริการ และใช้ข้อมูลรายรับเฉลี่ยต่อเดือนต่อเลขหมาย (ARPU) เป็นตัวแทนของราคาค่าบริการ (คิดเฉลี่ยต่อผู้ใช้บริการ)

6.7.1. ตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์

ตัวแปรที่ใช้เป็นตัวแทนอุปสงค์ของบริการอินเทอร์เน็ตในรายงานฉบับนี้จะใช้ตัวแปรจำนวนเลขหมายผู้ใช้บริการ (Subscribers – SUB) เป็นตัวแทนเช่นเดียวกับธุรกิจโทรศัพท์ประจำที่ เนื่องจากไม่มีข้อมูลปริมาณการดาวน์โหลดหรือข้อมูลจำนวนแบนด์วิธที่ใช้บริการอย่างต่อเนื่องเป็นข้อมูลอนุกรมเวลา ส่วนตัวแปรราคาค่าบริการจะใช้ข้อมูลรายรับเฉลี่ยต่อเดือนต่อเลขหมาย (ARPU) เป็นตัวแทนโดยตรงเนื่องจากเป็นข้อมูลราคาที่ตรงกับข้อมูลจำนวนเลขหมายที่ใช้แทนตัวแปรปริมาณ เนื่องจากข้อมูล ARPU ที่ครบถ้วนจะมีเฉพาะข้อมูลของ TRUE ในขณะที่ข้อมูลของ TOT และ 3BB จะมีข้อมูลที่สั้นมากดังนั้น ในการประมาณค่าจึงใช้ข้อมูล ARPU ของ TRUE เป็นตัวแทนของ ARPU ในบริษัทอื่นๆ ด้วยเนื่องจากข้อจำกัดด้านข้อมูลที่กล่าวมาข้างต้น



ตัวแปรปัจจัยอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อปริมาณการใช้บริการ (Z) จะประกอบด้วย ระดับรายได้ (I) ซึ่งใช้ข้อมูลผลผลิตมวลรวมภายในประเทศที่แท้จริง (GDP) และตัวแปรแนวโน้มระยะเวลา (Time Trend- T, T = 1, 2, 3...) เช่นเดียวกับการวิเคราะห์ในธุรกิจโทรศัพท์ประจำที่
สมการที่ใช้จะยึดสมการภาพแบบฟังก์ชัน Linear และ Log-Linear เช่นเดียวกับธุรกิจโทรศัพท์ประจำที่โดยสมการอุปสงค์ในกรณี Log-linear สามารถเขียนได้ดังนี้

$$SUB = e^{\alpha + \beta_3 T} ARPU^{\beta_1} I^{\beta_2} \quad (29)$$

$$\ln SUB_t = \beta_0 + \beta_1 \ln ARPU_t + \beta_2 \ln I_t + \beta_3 T + \varepsilon_t \quad (30)$$

ส่วนสมการอุปสงค์ในภาพ Linear สามารถเขียนได้ดังนี้

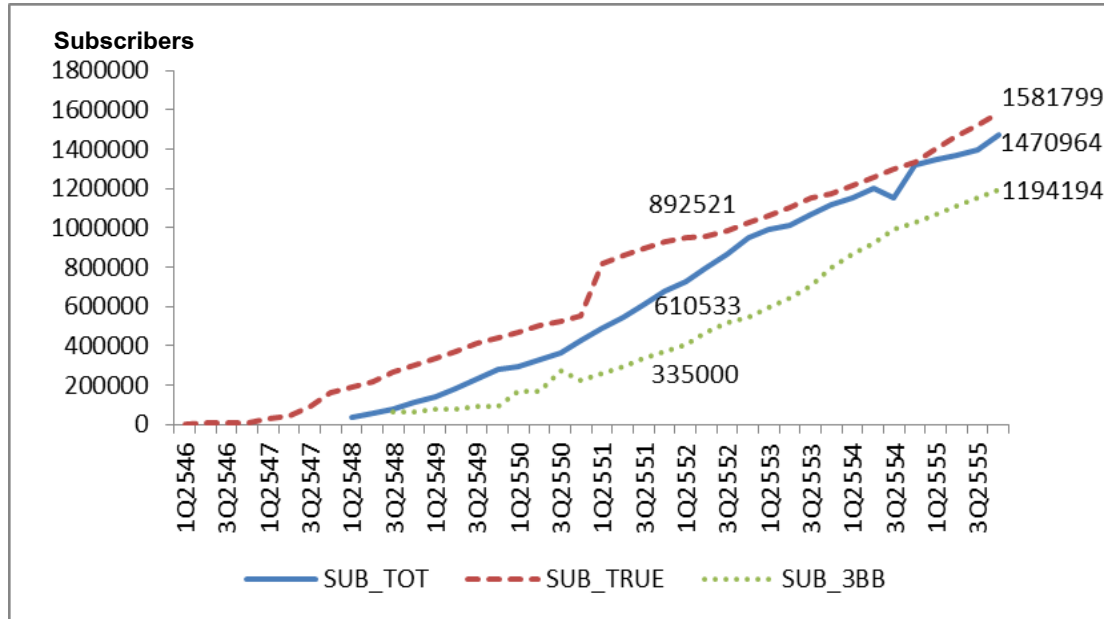
$$SUB_t = \beta_0 + \beta_1 ARPU_t + \beta_2 I_t + \beta_3 T + \varepsilon_t \quad (31)$$

6.7.2. ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์

ข้อมูลหลักที่ใช้ในการวิเคราะห์ประกอบด้วย จำนวนผู้ใช้บริการเลขหมายโทรศัพท์ประจำที่ (Subscribers) และข้อมูลรายรับเฉลี่ยต่อเดือนต่อเลขหมาย (ARPU) โดยข้อมูลจะแบ่งออกตามผู้ให้บริการสามรายหลักประกอบด้วย TRUE TOT และ TT&T ซึ่งต่อมาได้มีการเปลี่ยนแปลงเป็น 3BB โดยใน 3 ผู้ให้บริการรายใหญ่นี้มีเพียง TRUE ที่มีข้อมูลครบถ้วนตั้งแต่ไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ. 2546 - ไตรมาสที่ 4 ปี พ.ศ. 2555 ทั้งข้อมูลจำนวนผู้ใช้บริการ (SUB) และข้อมูลรายรับเฉลี่ยต่อเดือนต่อเลขหมาย (ARPU) ส่วน TOT มีข้อมูลจำนวนผู้ใช้บริการ (SUB) ตั้งแต่ไตรมาสที่ 1 ปี 2548 และข้อมูลรายรับเฉลี่ยต่อเดือนต่อเลขหมาย (ARPU) ตั้งแต่ไตรมาสที่ 4 ปี พ.ศ. 2553 ในขณะที่ 3BB มีข้อมูลจำนวนผู้ใช้บริการ (SUB) ตั้งแต่ไตรมาสที่ 3 ปี พ.ศ. 2548 และข้อมูลรายรับเฉลี่ยต่อเดือนต่อเลขหมาย (ARPU) ตั้งแต่ไตรมาสที่ 3 ปี พ.ศ. 2552 โดยข้อมูลจำนวนผู้ใช้บริการเลขหมายโทรศัพท์ประจำที่ (Subscribers) และข้อมูลรายรับเฉลี่ยต่อเดือนต่อเลขหมาย (ARPU) ของแต่ละบริษัทจะแสดงในภาพที่ 6-19 และภาพที่ 6-20 ตามลำดับ

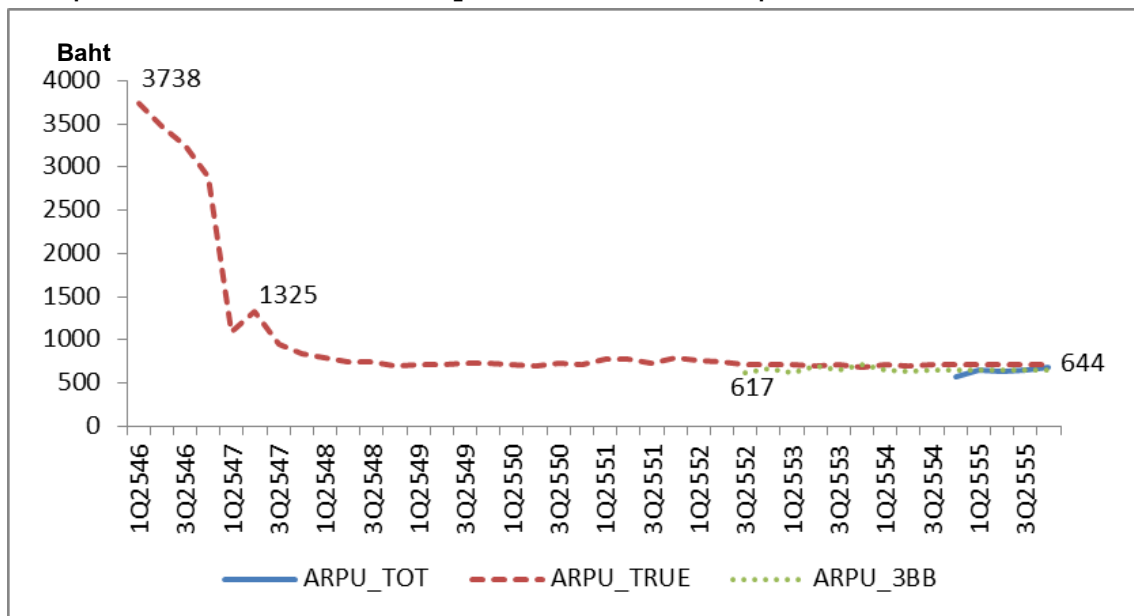


ภาพที่ 6-19 ข้อมูลจำนวนผู้ใช้บริการรวม (Number of Subscribers) แยกตามผู้ให้บริการรายใหญ่ของธุรกิจอินเทอร์เน็ต



ที่มา: Thai Telecom Database

ภาพที่ 6-20 ข้อมูลรายรับเฉลี่ยต่อเลขหมาย (Average Revenue per User - ARPU) เฉลี่ยของอุตสาหกรรมโดยรวมแยกตามผู้ให้บริการรายใหญ่ของธุรกิจอินเทอร์เน็ต



ที่มา: Thai Telecom Database

เมื่อพิจารณาจำนวนเลขหมายที่ใช้บริการ จากภาพที่ 6-19 พบว่ามีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ในผู้ให้บริการทั้ง 3 รายโดยเฉพาะในช่วงปี พ.ศ.2550-2551 ที่มีอัตราการเพิ่มที่สูงกว่า



ช่วงอื่นๆ โดยจำนวนผู้ใช้บริการของบริษัทผู้ให้บริการ 3 รายใหญ่ ได้แก่ TRUE TOT และ 3BB รวมกันเพิ่มขึ้นจากจำนวน 560,003 ราย ในไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ.2549 เป็น 4,246,958 ราย ในไตรมาสที่ 4 ปี พ.ศ.2555 ส่วนข้อมูลรายรับเฉลี่ยต่อเดือนต่อเลขหมาย (ARPU) ของ TRUE ในภาพที่ 6-20 มีแนวโน้มลดลงค่อนข้างรวดเร็วในช่วงระหว่างปี พ.ศ.2546-2548 จากระดับประมาณ 3,738 บาท ในไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ.2546 เป็น 704 บาท ในไตรมาสที่ 4 ปี พ.ศ.2548 และอยู่ในระดับค่อนข้างคงที่ในช่วงระหว่างปี พ.ศ.2549-2555 โดยในไตรมาสที่ 4 ปี พ.ศ.2555 ค่ารายรับเฉลี่ยต่อเดือนต่อเลขหมาย (ARPU) จะอยู่ที่ 720 บาท ต่อผู้ใช้บริการ

6.7.3. ผลการประมาณค่าสมการอุปสงค์อินเทอร์เน็ต

จากข้อมูลข้างต้น ผลการประมาณค่าสมการอุปสงค์บริการโทรศัพท์ประจำที่โดยใช้ฟังก์ชันเส้นตรง โดยใช้ตัวแปรในสมการที่ (31) เป็นหลักด้วยข้อมูล Panel Data ซึ่งมีจำนวนข้อมูลอนุกรมเวลาไม่เท่ากันในแต่ละผู้ให้บริการ (Unbalance Panel) ผลการประมาณค่าสมการในภาพ Linear แสดงได้ในสมการที่ (32) ดังต่อไปนี้

$$\begin{aligned} \hat{SUB}_{i,t} = & 414,949 - 826.15 ARPU_TRUE_t + 101,667 D2006 + 109,489 D2007 \\ & + 269,439 D2008 + 155,302 D2009 + 129,995 D2010 \\ & + 198,436 D2011 + 177,503 D2012 + 0.311 GDP_t \\ & + 20,981 TOT + 169,160 TRUE - 214,095 TTT \\ R^2 = & 0.974 \text{ Standard Error of Regression} = 76605.56 \end{aligned} \quad (32)$$

โดยผลการประมาณค่าสมการในภาพ Linear จะใส่ตัวแปรหุ่นเพิ่มเข้าไปเพื่ออธิบายลักษณะการเปลี่ยนแปลงแต่ละปีเริ่มจากปี พ.ศ.2549 - 2555 เพิ่มเติมจากข้อมูลระดับรายได้ประชาชาติ (GDP)

ส่วนผลการประมาณค่าสมการในภาพ Log-linear ตามตัวแปรในสมการที่ (30) แสดงได้ดังต่อไปนี้

$$\begin{aligned} \ln \hat{SUB}_{i,t} = & 11.887 - 1.704 \ln ARPU_TRUE_t + 0.751 \ln GDP_t + 0.083 TREND \\ & + 0.347 TRUE - 0.019 TOT - 0.4423 BB \\ R^2 = & 0.94. \text{ Standard Error of Regression} = 0.33 \end{aligned} \quad (33)$$

จากผลการประมาณค่าข้างต้นแสดงให้เห็นว่าค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์บริการอินเทอร์เน็ตต่อราคาค่าบริการมีค่าเท่ากับ -1.704 ซึ่งมีค่ามากกว่าหนึ่งแสดงถึงหากผู้ให้บริการปรับลดค่าบริการลง รายรับรวมที่ได้จะมากขึ้นกว่าเดิมเพราะปริมาณการใช้บริการจะเพิ่มขึ้นในอัตราที่สูง



กว่าการลดลงของราคาค่าโทรศัพท์ ส่วนความยืดหยุ่นต่อรายได้ของความต้องการใช้บริการ
โทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อรายได้มีค่าเท่ากับ 0.751 โดยประเด็นที่น่าจะสนใจคือมีค่าสัมประสิทธิ์ของตัว
แปรแนวโน้มระยะเวลาเท่ากับ 0.083 แสดงว่ามีแนวโน้มขยายตัวที่ไม่ได้มาจากปัจจัยอื่นๆ สูงถึง
ร้อยละ 8.3 ต่อปี ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ยอดผู้ใช้บริการของธุรกิจนี้ปรับตัวสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว
ตั้งแต่ปี พ.ศ.2546 ถึงปัจจุบัน

6.7.4. ผลการประมาณค่ามูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคในธุรกิจอินเทอร์เน็ต

จากผลการประมาณในสมการที่ (32) และ (33) ข้างต้นค่าประมาณที่ได้จะทำมาใช้
ในการคำนวณส่วนเกินผู้บริโภคโดยใช้สูตรตามสมการที่ (12) และ (14) โดยการคำนวณหาส่วนเกิน
ผู้บริโภคจะแบ่งเป็น 3 กรณี เช่นเดียวกับในธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ และโทรศัพท์ประจำที่ ได้แก่
กรณีที่ 1 การใช้ผลการประมาณค่าฟังก์ชันเส้นตรงตามสมการที่ (32) และคำนวณหาค่า Virtual
Price ที่ทำให้ปริมาณการใช้งานโทรศัพท์ประจำที่มีค่าเท่ากับศูนย์จากสมการเส้นตรง ในกรณีที่ 2
ใช้สมการเส้นโค้ง Log-linear ตามผลการประมาณค่าในสมการที่ (33) และใช้ค่า Virtual Price ที่ได้
จากกรณีที่ 1 ส่วนกรณีที่ 3 ใช้สมการเส้นโค้ง Log-linear ตามผลการประมาณค่าในสมการที่ (33)
และใช้ค่า Virtual Price ที่คำนวณตามวิธีที่อธิบายในหัวข้อ 4.2

ซึ่งค่าที่ได้จากการคำนวณพื้นที่ใต้กราฟในกรณีต่างๆของธุรกิจโทรศัพท์ประจำที่นี้จะ
เป็นตัวแทนของส่วนเกินผู้บริโภคต่อเดือนได้โดยตรงเพราะใช้จำนวนผู้ใช้บริการเป็นตัวแปรตาม
ดังนั้นการคำนวณมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคจึงทำได้โดยใช้แนวทางการคำนวณเช่นเดียวกับในกรณี
ของธุรกิจโทรศัพท์ประจำที่ในหัวข้อ 5.6 โดยผลการคำนวณมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคในกรณีต่างๆ
แสดงได้ดังนี้

1) ผลการประมาณค่าส่วนเกินผู้บริโภคในธุรกิจอินเทอร์เน็ตในกรณีที่ 1

(Scenario 1)

การคำนวณมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคจะเริ่มจากกรณีที่ 1 ซึ่งใช้สมการฟังก์ชัน
เส้นตรง โดยค่า Virtual Price ที่คำนวณได้ของรายรับต่อเลขหมายต่อเดือน (ARPU) เฉลี่ยของแต่ละ
บริษัทเท่ากับ 1,868 บาท 1,689 บาท และ 1,404 บาท สำหรับ TRUE, TOT และ 3BB
ตามลำดับ โดยผลการคำนวณมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคและค่าสถิติอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องแสดงได้ในตาราง
ที่ 6-11 ดังต่อไปนี้

โดยตารางที่ 6-11 จะแสดงส่วนเกินของผู้บริโภครวมในแต่ละปี รายรับรวมของ
อุตสาหกรรม ตัวเลขสัดส่วนกับค่าส่วนเกินผู้บริโภคต่อรายรับรวมขนาดการเปลี่ยนแปลงเมื่อเทียบ
กับข้อมูลปีที่แล้วโดยรวม (ΔCS_{Total}) และขนาดการเปลี่ยนแปลงที่มาจากการเปลี่ยนแปลงในราคา
ค่าบริการเพียงอย่างเดียวซึ่งคำนวณโดยอาศัยหลักการเดียวกับการคำนวณในกรณีของบริการ
โทรศัพท์ประจำที่และโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยข้อมูลทั้งหมดจะเริ่มจากการคำนวณแยกรายบริษัทเฉพาะ
3 บริษัทผู้ให้บริการรายใหญ่ที่กล่าวถึงข้างต้น จากนั้นจึงคำนวณค่ารวมของธุรกิจโทรศัพท์ประจำที่



จากผลรวมของทั้ง 3 บริษัทในทุกๆ ข้อมูล โดยการรายงานผลจะแสดงเฉพาะข้อมูลช่วงปี พ.ศ.2549 – 2555 เนื่องจากมีข้อมูลจำนวนผู้ใช้บริการครบทุกรายในทั้ง 3 บริษัทผู้ให้บริการรายใหญ่

จากตารางที่ 6-11 จะพบว่าแม้ว่าจำนวนส่วนเกินผู้บริโภครวมของธุรกิจอินเทอร์เน็ตจะมีค่าต่ำกว่าธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่และโทรศัพท์ประจำที่ก่อน เช่น ในปี พ.ศ.2551 ส่วนเกินผู้บริโภคในธุรกิจอินเทอร์เน็ตในกรณีที่ 1 อยู่ที่ 8,139 ล้านบาท เทียบกับธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่และโทรศัพท์ประจำที่ในกรณีที่ 1 ซึ่งมีส่วนเกินผู้บริโภคที่ 316,622 ล้านบาท และ 55,192 ล้านบาท ตามลำดับ แต่อย่างไรก็ตามอัตราการเพิ่มของส่วนเกินผู้บริโภคอยู่ในอัตราที่สูงมากทำให้สัดส่วนต่อรายรับปรับเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วจาก 0.3 ในปี 2549 เป็น 1.1 ในปี พ.ศ.2555 ถึงแม้ว่าผลของการลดลงของราคาค่าบริการจะมีผลต่อการเพิ่มของส่วนเกินผู้บริโภคน้อยมากเนื่องจากในช่วงปี พ.ศ.2548 เป็นต้นไปอัตราค่าบริการจะปรับลดลงน้อยมาก แต่การเพิ่มขึ้นของส่วนเกินผู้บริโภคส่วนใหญ่จะมาจากการปรับตัวเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้ใช้บริการตามแนวโน้มระยะเวลาที่มีอัตราการเพิ่มที่สูงตามทีกล่าวถึงข้างต้น ตามความต้องการใช้บริการอินเทอร์เน็ตที่ปรับตัวเพิ่มขึ้นตามเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่ซึ่งปัจจัยนี้เป็นส่งผลให้จำนวนส่วนเกินผู้บริโภคในธุรกิจอินเทอร์เน็ตปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องซึ่งโดยเฉลี่ยในช่วงระหว่างปี พ.ศ.2552 - 2555 ส่วนเกินผู้บริโภคเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ย 7,884 ล้านบาทต่อปี และการปรับเพิ่มของมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคที่มาจากการลดลงของราคาค่าบริการมีค่าเฉลี่ย 107 ล้านบาทต่อปี

ตารางที่ 6-11 ส่วนเกินผู้บริโภค (CS) รายรับรวมของอุตสาหกรรม (Revenues) และส่วนเปลี่ยนแปลงส่วนเกินผู้บริโภคทั้งหมด (ΔCS_{Total}) และส่วนเปลี่ยนแปลงส่วนเกินผู้บริโภคที่มาจาก การเปลี่ยนแปลงในราคา (ΔCS_{Price}) ค่าบริการของธุรกิจอินเทอร์เน็ตในกรณีที่ 1 (Scenario 1)

(หน่วย: ล้านบาท)

| Year | CS | Revenues | Ratio(CS/Rev.) | ΔCS_{Total} | ΔCS_{Price} |
|-------|---------|----------|----------------|---------------------|---------------------|
| 2549 | 1,682 | 5,937 | 0.28 | | -50 |
| 2550 | 3,353 | 9,241 | 0.36 | 1,670 | 41 |
| 2551 | 8,139 | 16,387 | 0.50 | 4,786 | -439 |
| 2552 | 13,369 | 20,269 | 0.66 | 5,230 | 528 |
| 2553 | 20,287 | 23,972 | 0.85 | 6,919 | 292 |
| 2554 | 29,095 | 29,145 | 1.00 | 8,808 | -263 |
| 2555 | 39,678 | 34,429 | 1.15 | 10,583 | -127 |
| Total | 115,603 | 139,381 | - | 37,996 | -19 |

ที่มา: คำนวณจากผลการประมาณค่าในสมการที่ 14 โดยใช้ข้อมูลรวมจากผู้ประกอบการ 3 รายใหญ่ได้แก่บริษัท TRUE, TOT และ 3BB จำนวนผู้ใช้บริการใช้ข้อมูลจาก Thai Telecom Database



2) ผลการประมาณค่าส่วนเกินผู้บริโภคในธุรกิจอินเทอร์เน็ตในกรณีที่ 2

(Scenario 2)

ต่อมาจะพิจารณามูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคในกรณีที่ 2 ซึ่งใช้สมการฟังก์ชันเส้นโค้ง Log-linear และใช้โดยค่า Virtual Price ที่คำนวณได้ของรายรับต่อเลขหมายต่อเดือน (ARPU) เฉลี่ยของแต่ละบริษัทเท่ากับ 1,868 บาท 1,689 บาท และ 1,404 บาทสำหรับ TRUE, TOT และ 3BB ตามลำดับ

โดยตารางที่ 6-12 จะแสดงส่วนเกินของผู้บริโภครวมในแต่ละปี รายรับรวมของอุตสาหกรรม ตัวเลขสัดส่วนกับค่าส่วนเกินผู้บริโภคต่อรายรับรวมขนาดการเปลี่ยนแปลงเมื่อเทียบกับข้อมูลปีที่แล้วโดยรวม (ΔCS_{Total}) และขนาดการเปลี่ยนแปลงที่มาจาก การเปลี่ยนแปลงในราคา ค่าบริการเพียงอย่างเดียวซึ่งคำนวณโดยอาศัยหลักการเดียวกับการคำนวณในกรณีของบริการ โทรศัพท์ประจำที่และโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยข้อมูลทั้งหมดจะเริ่มจากการคำนวณแยกรายบริษัทเฉพาะ 3 บริษัทผู้ให้บริการรายใหญ่ที่กล่าวถึงข้างต้น จากนั้นจึงคำนวณค่ารวมของธุรกิจโทรศัพท์ประจำที่ จากผลรวมของทั้ง 3 บริษัทในทุกๆ ข้อมูล โดยการรายงานผลจะแสดงเฉพาะข้อมูลช่วงปี พ.ศ.2549 – 2555 เนื่องจากมีข้อมูลจำนวนผู้ใช้บริการครบทุกรายในทั้ง 3 บริษัทผู้ให้บริการรายใหญ่

ตารางที่ 6-12 ส่วนเกินผู้บริโภค (CS) รายรับรวมของอุตสาหกรรม (Revenues) และส่วนเปลี่ยนแปลงส่วนเกินผู้บริโภคทั้งหมด (ΔCS_{Total}) และส่วนเปลี่ยนแปลงส่วนเกินผู้บริโภค ที่มาจากการเปลี่ยนแปลงในราคา (ΔCS_{Price}) ค่าบริการของธุรกิจอินเทอร์เน็ตในกรณีที่ 2 (Scenario 2)

(หน่วย: ล้านบาท)

| Year | CS | Revenues | Ratio(CS/Rev.) | ΔCS_{Total} | ΔCS_{Price} |
|-------|---------|----------|----------------|---------------------|---------------------|
| 2549 | 2,013 | 5,937 | 0.34 | | -43 |
| 2550 | 4,147 | 9,241 | 0.45 | 2,134 | 29 |
| 2551 | 7,777 | 16,387 | 0.47 | 3,630 | -280 |
| 2552 | 13,273 | 20,269 | 0.65 | 5,496 | 361 |
| 2553 | 22,968 | 23,972 | 0.96 | 9,695 | 278 |
| 2554 | 35,103 | 29,145 | 1.20 | 12,135 | -257 |
| 2555 | 55,509 | 34,429 | 1.61 | 20,406 | -177 |
| Total | 140,791 | 139,381 | - | 53,496 | -90 |

ที่มา: คำนวณจากผลการประมาณค่าในสมการที่ 14 โดยใช้ข้อมูลรวมจากผู้ประกอบการ 3 รายใหญ่ได้แก่บริษัท TRUE, TOT และ 3BB จำนวนผู้ใช้บริการใช้ข้อมูลจาก Thai Telecom Database



จากตารางที่ 6-12 จะพบว่ามูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคที่คำนวณได้ในกรณีที่ 2 นี้มีค่าใกล้เคียงกับในกรณีที่ 1 แต่มีค่าที่สูงกว่าเล็กน้อยคือในปี พ.ศ.2555 มีมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคเท่ากับ 55,509 ล้านบาท เทียบกับมูลค่าส่วนเกิน 39,678 ล้านบาทในกรณีที่ 1 ปีเดียวกัน ส่วนอัตราการเพิ่มโดยรวมของมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคมีค่าเฉลี่ย 11,933 ล้านบาทต่อปี ในช่วงปี พ.ศ.2552 - 2555 และการเพิ่มขึ้นของมูลค่าส่วนเกินที่มีเกิดจากการลดลงของราคามีค่าน้อยมากคือเฉลี่ย 51 ล้านบาทต่อปี ในช่วงเดียวกัน ดังนั้น การเพิ่มขึ้นของส่วนเกินผู้บริโภคจึงมาจากการเพิ่มขึ้นในจำนวนผู้ใช้บริการตามแนวโน้มระยะเวลาที่เพิ่มตามการเปลี่ยนแปลงในเทคโนโลยี ทำให้อัตราการขยายตัวของจำนวนผู้ใช้บริการและมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในช่วง 4-5 ปีที่ผ่านมา

3) ผลการประมาณค่าส่วนเกินผู้บริโภคในธุรกิจอินเทอร์เน็ตในกรณีที่ 3 (Scenario 3)

ต่อมาจะพิจารณามูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคในกรณีที่ 3 ซึ่งใช้สมการฟังก์ชันเส้นโค้ง Log-linear และใช้ค่า Virtual Price ที่คำนวณได้จากวิธีของ Lee and Lee (2006) โดยรายรับต่อเลขหมายต่อเดือน (ARPU) ที่แสดงถึงค่า Virtual Price ของแต่ละบริษัทเท่ากับ 1,726 บาท ในทุกกรณี เนื่องจากตามวิธีการของ Lee and Lee (2006) ค่า Virtual Price จะขึ้นอยู่กับค่า ARPU ซึ่งในกรณีนี้ใช้ค่า ARPU ของ TRUE เป็นตัวแทนค่า ARPU รวมทุกบริษัทเนื่องจากความจำกัดด้านข้อมูลเช่นเดียวกับลักษณะที่เกิดขึ้นในธุรกิจโทรศัพท์ประจำที่ โดยผลการคำนวณมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคและค่าสถิติอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องแสดงได้ในตารางที่ 6-13 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 6-13 ส่วนเกินผู้บริโภค (CS) รายรับรวมของอุตสาหกรรม (Revenues) และส่วนเปลี่ยนแปลงส่วนเกินผู้บริโภคทั้งหมด (ΔCS_{Total}) และส่วนเปลี่ยนแปลงส่วนเกินผู้บริโภคที่มาจาก การเปลี่ยนแปลงในราคา (ΔCS_{Price}) ค่าบริการของธุรกิจอินเทอร์เน็ตในกรณีที่ 3 (Scenario 3)

(หน่วย: ล้านบาท)

| Year | CS | Revenues | Ratio(CS/Rev.) | ΔCS_{Total} | ΔCS_{Price} |
|-------|---------|----------|----------------|---------------------|---------------------|
| 2549 | 4,043 | 5,937 | 0.68 | | -43 |
| 2550 | 5,922 | 9,241 | 0.64 | 1,879 | 29 |
| 2551 | 7,456 | 16,387 | 0.45 | 1,534 | -280 |
| 2552 | 11,143 | 20,269 | 0.55 | 3,687 | 361 |
| 2553 | 17,586 | 23,972 | 0.73 | 6,443 | 278 |
| 2554 | 24,100 | 29,145 | 0.83 | 6,513 | -257 |
| 2555 | 34,823 | 34,429 | 1.01 | 10,724 | -177 |
| Total | 105,073 | 139,381 | - | 30,781 | -90 |

ที่มา: จำนวนจากผลการประมาณค่าในสมการที่ 14 โดยใช้ข้อมูลรวมจากผู้ประกอบการ 3 รายใหญ่ได้แก่บริษัท TRUE, TOT และ 3BB จำนวนผู้ใช้บริการใช้ข้อมูลจาก Thai Telecom Database

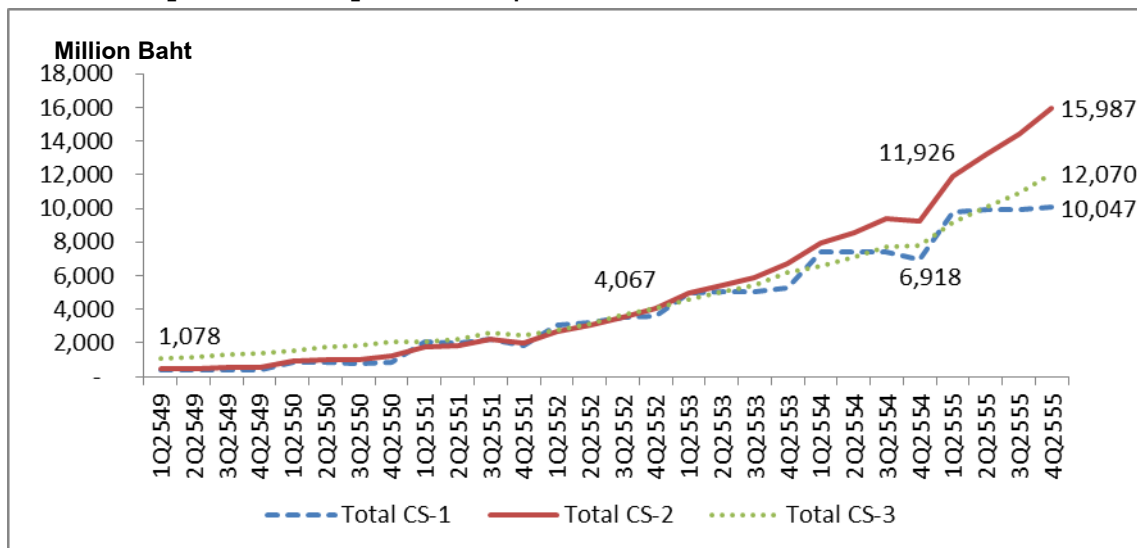


จากตารางที่ 6-13 มูลค่าส่วนเกินผู้บริโภครวมทั้งอุตสาหกรรมมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ อย่างรวดเร็วเช่นเดียวกับกรณี 1 และ 2 แต่ลักษณะการเพิ่มจะมีอัตราการเพิ่มที่น้อยกว่าเนื่องจากมีค่าส่วนเกินผู้บริโภคในปีตั้งต้นที่สูงกว่า คือ ในปี พ.ศ.2549 มูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคในกรณีที่ 3 มีค่าเท่ากับ 4,043 ล้านบาท เทียบกับ 1,682 ล้านบาท ในกรณีที่ 1 ส่วนมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคในปี พ.ศ.2555 มีมีค่าเท่ากับ 39,678 ล้านบาท ที่มีค่าน้อยกว่ากรณีที่ 1 (34,823 ล้านบาท) เล็กน้อย โดยสัดส่วนของมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคต่อรายรับรวมของธุรกิจมีค่าอยู่ระหว่าง 0.6 ถึง 1.0

4. สรุปผลการประมาณส่วนเกินผู้บริโภคในธุรกิจอินเทอร์เน็ต

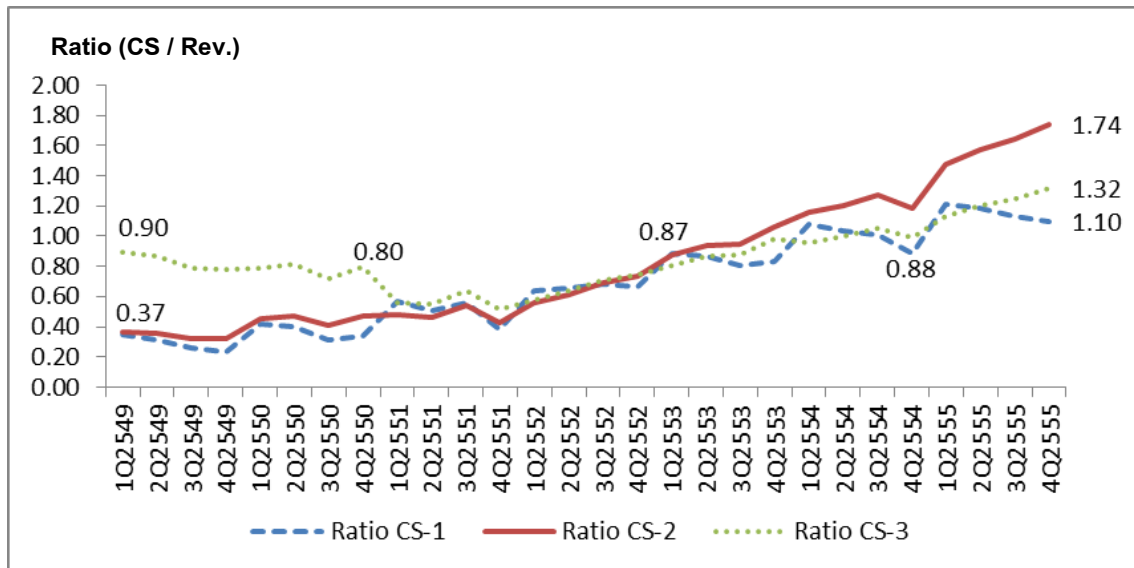
จากผลการคำนวณมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคพื้นฐานในกรณีที่ 1-3 สามารถแสดงค่าเปรียบเทียบมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคและสัดส่วนของมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคต่อรายรับของธุรกิจอินเทอร์เน็ตแสดงได้ดังภาพที่ 6-21 และภาพที่ 6-22

ภาพที่ 6-21 มูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคของธุรกิจอินเทอร์เน็ตกรณีที่ 1 ถึง 3





ภาพที่ 6-22 สัดส่วนของมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคต่อรายรับรวมของธุรกิจอินเทอร์เน็ต ใน
กรณีที่ 1 ถึง 3



ข้อสรุปที่สำคัญคือ ราคาค่าบริการมีค่าที่ค่อนข้างคงที่ในช่วงหลังปี พ.ศ.2548 แต่อย่างไรก็ตามปริมาณการใช้บริการมีการปรับตัวเพิ่มขึ้นโดยวัดจากจำนวนผู้ใช้บริการ (Subscribers) ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่ซึ่งการแข่งขันในอุตสาหกรรมในกรณีธุรกิจอินเทอร์เน็ต จะมีการแข่งขันกันในด้านคุณภาพ การขยายเครือข่าย และความเร็วของการบริการในการดาวน์โหลดข้อมูลมากกว่าการแข่งขันด้านราคาทำให้ของราคาค่าบริการต่อผู้ใช้บริการต่อเลขหมายค่อนข้างคงที่ แต่หากจะพิจารณาด้านปริมาณการใช้บริการที่วัดจากการดาวน์โหลดข้อมูลน่าจะปรับตัวเพิ่มขึ้นตามคุณภาพของบริการที่มีความเร็วการดาวน์โหลดที่เร็วขึ้น แต่เนื่องจากข้อจำกัดของข้อมูลปริมาณการดาวน์โหลดทำให้ไม่สามารถวิเคราะห์ปริมาณการดาวน์โหลดได้ในการศึกษานี้

ดังนั้น ธุรกิจอินเทอร์เน็ตจึงเป็นธุรกิจด้านโทรคมนาคมที่มีแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว แต่เมื่อเทียบจำนวนสัดส่วนของมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคต่อรายรับยังอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่และโทรศัพท์ประจำที่ แต่จากการเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วคาดว่าในอนาคตสัดส่วนนี้จะเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จนใกล้เคียงกับธุรกิจอื่นอีก 2 ธุรกิจในอนาคต

6.8 ผลการคำนวณส่วนเกินผู้บริโภคธุรกิจโทรศัพท์ระหว่างประเทศ

การวิเคราะห์ส่วนเกินผู้บริโภคในธุรกิจโทรศัพท์ระหว่างประเทศ จะมีข้อจำกัดเกี่ยวกับข้อมูลมากกว่าธุรกิจอื่นๆ เนื่องจากฐานข้อมูล Thai Telecom Database ไม่มีการจำแนกข้อมูลการใช้โทรศัพท์ระหว่างประเทศออกมาเป็นการเฉพาะจากการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่หรือโทรศัพท์

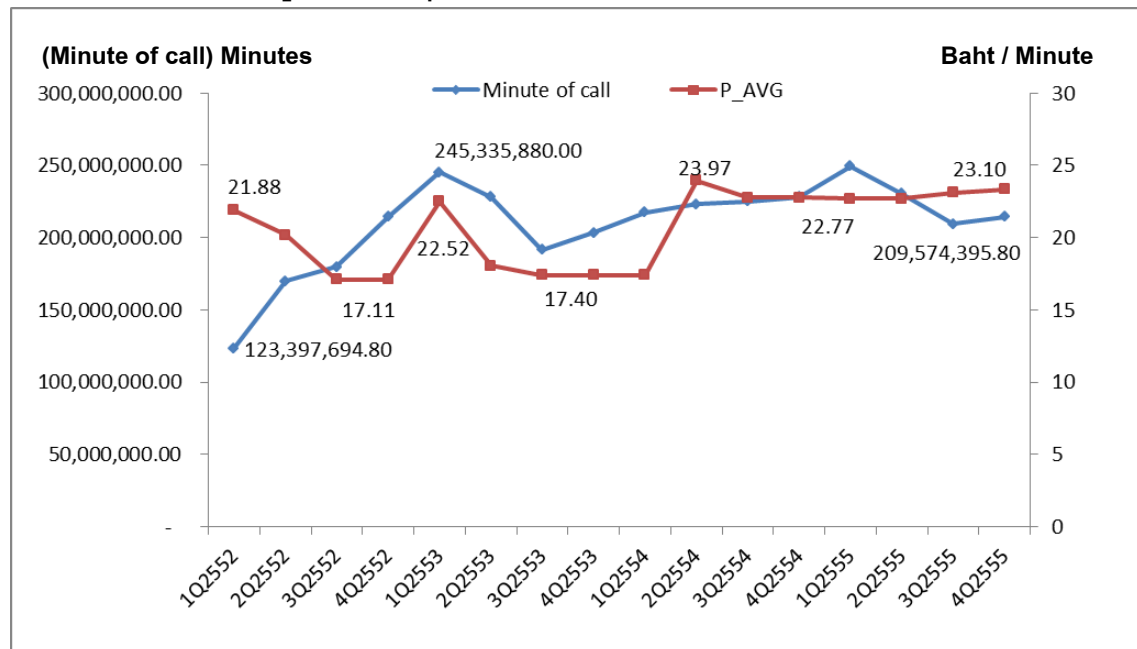


พื้นฐาน ทำให้การวิเคราะห์ส่วนเกินผู้บริโภคในธุรกิจโทรศัพท์ระหว่างประเทศจะใช้ข้อมูลปริมาณการใช้งานโทรศัพท์ระหว่างประเทศ ซึ่งรวบรวมจากรายงานสรุปข้อมูลการเชื่อมโยงโครงข่าย (Interconnection Report) ของ กสทช. และข้อมูลอัตราค่าบริการเฉลี่ยของบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศใช้ข้อมูลซึ่งคำนวณโดยกลุ่มงานค่าธรรมเนียมและอัตราค่าบริการในกิจการโทรคมนาคม กสทช. เป็นตัวแทนของราคาค่าบริการ ดังนั้น การวิเคราะห์ในธุรกิจนี้จะมองในภาพรวมของการใช้งานโทรศัพท์ระหว่างประเทศขาออกเป็นหลักโดยไม่แบ่งตามผู้ให้บริการ โดยลักษณะข้อมูลที่ใช้ ผลการประมาณค่าสมการอุปสงค์ธุรกิจโทรศัพท์ระหว่างประเทศ และผลการคำนวณส่วนเกินผู้บริโภค แสดงได้ดังนี้

6.8.1 ตัวแปรและข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์

ข้อมูลหลักที่ใช้ในการวิเคราะห์ประกอบด้วย จำนวนนาฬิกาการโทรออกต่างประเทศรวมของผู้ให้บริการทุกราย (MOU) ซึ่งรวบรวมจากรายงานสรุปข้อมูลการเชื่อมโยงโครงข่าย (Interconnection Report) ของ กสทช. ซึ่งเริ่มมีข้อมูลตั้งแต่ไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ.2552 ส่วนข้อมูลอัตราค่าบริการเฉลี่ยของบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ (P_AVG) ปัจจุบัน กสทช. มีการเก็บข้อมูลตั้งแต่ ไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ.2552 เช่นเดียวกัน โดยข้อมูลอนุกรมเวลารายไตรมาสของตัวแปรจำนวนนาฬิกาและอัตราค่าบริการต่อนาทีเฉลี่ย แสดงในภาพที่ 6-23 ได้ดังต่อไปนี้

ภาพที่ 6-23 อัตราค่าบริการเฉลี่ยของบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ และจำนวนนาฬิกาของการโทรออกรวมจากผู้ให้บริการทุกราย



ที่มา: จำนวนนาฬิกาของการโทรออกรวมจากผู้ให้บริการทุกรายรวบรวมจากรายงานการเชื่อมโยงเครือข่าย กสทช. ส่วนข้อมูลอัตราค่าบริการต่อนาทีเฉลี่ยรวบรวมจากฐานข้อมูล รวบรวมโดยกลุ่มงานค่าธรรมเนียมและอัตราค่าบริการในกิจการโทรคมนาคม, กสทช.



จากภาพที่ 6-23 พบว่าโดยส่วนใหญ่อัตราค่าบริการเฉลี่ยระหว่างปี พ.ศ.2552-2555 จะค่อนข้างคงที่ ณ ระดับประมาณ 21-23 บาทต่อนาที โดยมีการปรับตัวลดลงชั่วคราวในบางช่วงเวลาเป็นอัตราประมาณ 17-18 บาทต่อนาที ในช่วงระหว่างไตรมาสที่ 3 ในปี พ.ศ.2552 ถึงไตรมาสที่ 4 ปี เดียวกัน และในช่วงระหว่างไตรมาสที่ 2 ปี พ.ศ.2553 ถึงไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ.2554 ซึ่งลักษณะการปรับตัวลดลงชั่วคราวของอัตราค่าบริการเฉลี่ยต่อนาทีนี้แสดงถึงการจัดการส่งเสริมการขายของผู้ให้บริการ ซึ่งเป็นการลดอัตราค่าบริการชั่วคราวในบางช่วงเวลาเท่านั้น ในขณะที่โดยรวมอัตราค่าบริการเฉลี่ยยังคงที่ในช่วงระหว่างปี พ.ศ.2552-2555 ส่วนแนวโน้มของการใช้บริการวัดจากจำนวนนาทีโทรออกต่างประเทศรวม พบว่าระหว่างช่วงระหว่างไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ.2552 ถึงไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ.2553 ปริมาณการใช้บริการมีการปรับตัวสูงขึ้น ก่อนปรับตัวลดลงเล็กน้อย และเริ่มปรับตัวสูงขึ้นอีกครั้งระหว่างช่วงไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ.2554 ถึงไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ.2555 ซึ่งลักษณะเช่นนี้แสดงว่า แม้ว่าการต้องการจะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามช่วงเวลาแต่การปรับตัวจะมีความไม่สม่ำเสมอ และผลจากการลดลงของการใช้บริการหลังไตรมาสที่ 2 ปี พ.ศ.2555 ควรจะมีการติดตามข้อมูลเพิ่มเติมในอนาคตที่จะเป็นการลดลงชั่วคราวเหมือนในช่วงปี พ.ศ.2553 หรือจะเป็นการลดลงของการใช้บริการอย่างต่อเนื่องเหมือนกับกรณีของบริการโทรศัพท์ประจำที่

6.8.2 ผลการประมาณค่าสมการอุปสงค์ในธุรกิจโทรศัพท์ระหว่างประเทศ

สมการอุปสงค์ที่ใช้ในการศึกษาจะใช้รูปแบบฟังก์ชัน Log-Linear และ Linear เช่นเดียวกับการวิเคราะห์ในหัวข้อที่ 5.5 ถึง 5.7 โดยสมการอุปสงค์สามารถเขียนในรูป Long-linear ได้ดังนี้

$$\ln MOU_t = \alpha + \alpha_1 \ln P_AVG_t + \alpha_2 trend + \varepsilon_t \quad (34)$$

ส่วนสมการในรูป linear สามารถเขียนได้ดังนี้

$$MOU_t = \alpha + \alpha_1 P_AVG_t + \alpha_2 trend + \varepsilon_t \quad (35)$$

โดยตัวแปร MOU แทนจำนวนนาทีการโทรออกของบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศรวมจากผู้ให้บริการ P_AVG แทนอัตราค่าบริการต่อนาทีเฉลี่ย และ trend แทนตัวแปรเงื่อนไขเวลา (time trend, trend = 1, 2, 3, 4 ...)

จากข้อมูลข้างต้น ผลการประมาณค่าสมการอุปสงค์บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศโดยใช้ข้อมูลอนุกรมเวลารายไตรมาสระหว่างปี พ.ศ.2552 ถึงปี พ.ศ.2555 แสดงได้ดังนี้

สมการเส้นโค้ง(log-linear)

$$\ln MOU_TOTAL_{t,t} = 19.725 - 0.265 \ln(P_AVG_t) + 0.026 TREND \quad (36)$$

(t-statistic) (20.940) (-0.815) (2.845)



$R^2 = 0.41$. Standard Error of Regression = 0.1425

สมการเส้นตรง(linear)

$$MOU_TOTAL_{i,t} = 2,0084,6901.45 - 1414039 P_AVG_t + 4465072 TREND \quad (37)$$

(t-statistic)
(3.566)
(-0.465)
(2.574)

$R^2 = 0.38$ Standard Error of Regression = 26521748

จากผลการประมาณค่าสมการเส้นโค้ง Log-linear (สมการที่ 36) ข้างต้นพบว่าค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาของบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศมีค่าเท่ากับ -0.265 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าหนึ่งแสดงถึงหากผู้ให้บริการปรับลดค่าบริการลง รายรับรวมที่ได้จะน้อยลงกว่าเดิมเพราะปริมาณการใช้บริการจะเพิ่มขึ้นในอัตราที่น้อยกว่าการลดลงของราคาค่าโทรศัพท์ โดยค่าความยืดหยุ่นนี้ต่ำกว่าความยืดหยุ่นของบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ และโทรศัพท์ประจำที่ซึ่งประมาณค่าได้ในหัวข้อ 5.5 และ 5.6 เมื่อเปรียบเทียบกับค่าความยืดหยุ่นของบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศที่พบในการศึกษาของประเทศอื่น พบว่าค่าความยืดหยุ่นที่ได้นี้มีค่าใกล้เคียงกับการศึกษาของ Agiakloglou and Yannelis (2006) ซึ่งประมาณค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศของประเทศออสเตรเลีย และพบว่ามีค่าเท่ากับ -0.3838

ส่วนค่าประมาณของตัวแปรแนวโน้มระยะเวลาซึ่งเท่ากับ 0.026 ในสมการเส้นโค้ง Log-linear (สมการที่ 36) แสดงถึงแนวโน้มความต้องการใช้บริการที่เพิ่มขึ้นเฉลี่ยประมาณร้อยละ 2.6 ต่อไตรมาส

6.8.3 ผลการประมาณมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคในธุรกิจโทรศัพท์ระหว่างประเทศ

จากผลการประมาณสมการอุปสงค์ที่ได้จากสมการที่ (34) และ (35) ข้างต้นจะนำมาใช้ในการคำนวณส่วนเกินผู้บริโภคทั้งหมดและการเปลี่ยนแปลงส่วนเกินผู้บริโภคที่มาจากปัจจัยทั้งหมดโดยใช้วิธีการเช่นเดียวกับบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่และโทรศัพท์ประจำที่โดยแบ่งเป็น 3 กรณี ได้แก่ กรณีที่ 1 การใช้ผลการประมาณค่าฟังก์ชันเส้นตรงตามสมการที่ (37) และคำนวณหาค่า Virtual Price ที่ทำให้ปริมาณการใช้งานมีค่าเท่ากับศูนย์จากสมการเส้นตรง ในกรณีที่ 2 ใช้สมการเส้นโค้ง Log-linear ตามผลการประมาณค่าในสมการที่ 36) และใช้ค่า Virtual Price ที่ได้จากกรณีที่ 1 ส่วนกรณีที่ 3 ใช้สมการเส้นโค้ง Log-linear ตามผลการประมาณค่าในสมการที่ (36) และใช้ค่า Virtual Price ที่คำนวณตามวิธีที่อธิบายในหัวข้อ 4.2

เนื่องจากข้อมูลที่ใช้ในการประมาณค่าในธุรกิจโทรศัพท์ระหว่างประเทศนี้ใช้ข้อมูลจำนวนนาที่การโทรออกรวมทั้งหมดทำให้พื้นที่ใต้กราฟที่คำนวณได้จากข้อมูลจะเป็นตัวแทนของส่วนเกินผู้บริโภคในไตรมาสนั้นได้โดยตรง ส่วนข้อมูลรายรับรวมของอุตสาหกรรม (Total Revenue)



ซึ่งคำนวณจากอัตราค่าบริการเฉลี่ยต่อนาทีคูณจำนวนนาทีการใช้บริการทั้งหมดในไตรมาสนั้น โดยสามารถเขียนได้ดังนี้

$$\text{Total Revenue} = \text{Minute of use} * \text{Average Price} \quad (38)$$

ดังนั้น ค่าสถิติที่ได้จากการคำนวณจะประกอบด้วย 1) ส่วนเกินผู้บริโภคที่เกิดขึ้นในไตรมาสนั้น 2) รายรับรวมของอุตสาหกรรม 3) สัดส่วนของส่วนเกินผู้บริโภคต่อรายรับรวม 4) มูลค่าการเปลี่ยนแปลงในส่วนเกินผู้บริโภคเมื่อเทียบกับข้อมูลไตรมาสที่แล้ว (ΔCS_{Total}) และ 5) มูลค่าการเปลี่ยนแปลงส่วนเกินผู้บริโภคที่มาจากการเปลี่ยนแปลงในราคาค่าบริการ ΔCS_{Price} โดยผลการคำนวณส่วนเกินผู้บริโภคในกรณีต่างๆ แสดงได้ดังนี้

1) ผลการประมาณค่าส่วนเกินผู้บริโภคในธุรกิจโทรศัพท์ระหว่างประเทศในกรณี

1 (Scenario 1)

การคำนวณมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคจะเริ่มจากกรณีที่ 1 ซึ่งใช้สมการฟังก์ชันเส้นตรง (สมการที่ 37) โดยค่า Virtual Price ที่คำนวณได้เฉลี่ยเท่ากับ 171.19 โดยผลการคำนวณมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคและค่าสถิติอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องแสดงได้ในตารางที่ 6-14 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 6-14 ส่วนเกินผู้บริโภค (CS) รายรับรวมของอุตสาหกรรม (Revenues) และส่วนเปลี่ยนแปลงส่วนเกินผู้บริโภคทั้งหมด (ΔCS_{Total}) และส่วนเปลี่ยนแปลงส่วนเกินผู้บริโภคที่มาจากการเปลี่ยนแปลงในราคา (ΔCS_{Price}) ค่าบริการของธุรกิจโทรศัพท์ระหว่างประเทศในกรณีที่ 1 (Scenario 1)

(หน่วย: ล้านบาท)

| Year | CS | Revenues | Ratio(CS/Rev.) | ΔCS_{Total} | ΔCS_{Price} |
|-------|---------|----------|----------------|---------------------|---------------------|
| 2552 | 48,518 | 12,869 | 3.770 | - | 883 |
| 2553 | 58,503 | 16,512 | 3.543 | 9,985 | -30 |
| 2554 | 66,629 | 19,449 | 3.426 | 8,125 | -1,163 |
| 2555 | 76,900 | 20,740 | 3.708 | 10,271 | -138 |
| Total | 250,550 | 69,571 | 3.601 | 28,382 | -448 |

ที่มา: คำนวณจากผลการประมาณค่าในสมการที่ 37 โดยใช้ข้อมูลจาก กสทช.

จากข้อมูลในตารางที่ 6-14 จะพบว่าธุรกิจโทรศัพท์ระหว่างประเทศมีการให้ส่วนเกินของผู้บริโภคในอัตราที่สูงเมื่อเทียบกับรายรับรวมของอุตสาหกรรมคือมีสัดส่วนประมาณ 3.4 - 3.7 และสัดส่วนนี้มีแนวโน้มคงตัวระหว่างปี พ.ศ.2552-2555 ในขณะที่มูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคและรายรับ



รวมของธุรกิจมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จากปี พ.ศ.2552-2555 แต่หากพิจารณาการเปลี่ยนแปลง ส่วนเกินผู้บริโภคจากการเปลี่ยนแปลงของราคาเพียงปัจจัยเดียวจะพบว่าส่วนเกินผู้บริโภคมีการปรับตัวสูงขึ้นเฉพาะในปี พ.ศ.2552 ส่วนในปี พ.ศ.2553-2555 มีการปรับตัวลดลงซึ่งมาจากการที่ อัตราค่าบริการเฉลี่ยต่อนาทีที่มีการปรับเพิ่มขึ้นเล็กน้อยระหว่างช่วงดังกล่าวทำให้โดยรวมแล้ว ส่วนเกินผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงจากการปรับตัวของอัตราค่าบริการเฉลี่ยต่อนาทีมีค่าลดลงเล็กน้อย ดังนั้น การปรับตัวดีขึ้นของส่วนเกินผู้บริโภคจึงมาจากความต้องการใช้บริการที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ ในช่วงดังกล่าว

2) ผลการประมาณค่าส่วนเกินผู้บริโภคในธุรกิจโทรศัพท์ระหว่างประเทศในกรณีที่

2 (Scenario 2)

ต่อมา จะพิจารณามูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคในกรณีที่ 2 ซึ่งใช้สมการฟังก์ชันเส้นโค้ง Log-linear และใช้ค่า Virtual Price ที่คำนวณได้จากกรณีที่ 1 โดยผลการคำนวณมูลค่าส่วนเกิน ผู้บริโภคและค่าสถิติอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องแสดงได้ในตารางที่ 6-15 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 6-15 ส่วนเกินผู้บริโภค (CS) รายรับรวมของอุตสาหกรรม (Revenues) และส่วน เปลี่ยนแปลงส่วนเกินผู้บริโภคทั้งหมด (ΔCS_{Total}) และส่วนเปลี่ยนแปลงส่วนเกินผู้บริโภค ที่มาจากการเปลี่ยนแปลงในราคา (ΔCS_{Price}) ค่าบริการของธุรกิจโทรศัพท์ระหว่างประเทศ ในกรณีที่ 2 (Scenario 2)

(หน่วย: ล้านบาท)

| Year | CS | Revenues | Ratio(CS/Rev.) | ΔCS_{Total} | ΔCS_{Price} |
|-------|---------|----------|----------------|---------------------|---------------------|
| 2552 | 66,537 | 12,869 | 5.170 | - | 858 |
| 2553 | 79,888 | 16,512 | 4.838 | 13,351 | -26 |
| 2554 | 92,441 | 19,449 | 4.753 | 12,552 | -1,159 |
| 2555 | 108,391 | 20,740 | 5.226 | 15,951 | -141 |
| Total | 347,258 | 69,571 | 4.991 | 41,854 | -467 |

ที่มา: คำนวณจากผลการประมาณค่าในสมการที่ 36 โดยใช้ข้อมูลจาก กสทช.

จากข้อมูลในตารางที่ 6-15 จะพบว่ามูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคมีค่าสูงกว่าในกรณีที่ 1 โดย เมื่อเทียบสัดส่วนของมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคต่อรายรับรวมของธุรกิจมีค่าเท่ากับ 4.7 – 5.1 (เทียบกับ สัดส่วน 3.4 -3.7 ในกรณีที่ 1) แต่แนวโน้มอื่นๆ มีลักษณะคล้ายคลึงกัน คือมูลค่าส่วนเกิน ผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงจากการลดลงของราคาค่าบริการมีค่าลดลงเฉลี่ยประมาณ -117 ล้านบาทต่อ ปี ระหว่างปี พ.ศ.2552-2555 แต่มูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคที่มาจกปัจจัยทั้งหมดปรับตัวสูงขึ้นตาม ความต้องการใช้งาน (TREND)



3) ผลการประมาณค่าส่วนเกินผู้บริโภคในธุรกิจโทรศัพท์ระหว่างประเทศในกรณีที่

3 (Scenario 3)

ต่อมา จะพิจารณามูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคในกรณีที่ 3 ซึ่งใช้สมการฟังก์ชันเส้นโค้ง Log-linear และใช้ค่า Virtual Price ที่คำนวณได้จากวิธีของ Lee and Lee (2006) โดยอัตราค่าบริการเฉลี่ยต่อนาทีที่แสดงถึงค่า Virtual Price ซึ่งคำนวณได้มีค่าเท่ากับ 111.45 บาท โดยผลการคำนวณมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคและค่าสถิติอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องแสดงได้ในตารางที่ 6-16 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 6-16 ส่วนเกินผู้บริโภค (CS) รายรับรวมของอุตสาหกรรม (Revenues) และส่วนเปลี่ยนแปลงส่วนเกินผู้บริโภคทั้งหมด (ΔCS_{Total}) และส่วนเปลี่ยนแปลงส่วนเกินผู้บริโภคที่มาจาก การเปลี่ยนแปลงในราคา (ΔCS_{Price}) ค่าบริการของธุรกิจโทรศัพท์ระหว่างประเทศ ในกรณีที่ 3 (Scenario 3)

(หน่วย: ล้านบาท)

| Year | CS | Revenues | Ratio(CS/Rev.) | ΔCS_{Total} | ΔCS_{Price} |
|-------|---------|----------|----------------|---------------------|---------------------|
| 2552 | 49,821 | 12,869 | 3.871 | - | 858 |
| 2553 | 55,527 | 16,512 | 3.363 | 5,706 | -26 |
| 2554 | 59,075 | 19,449 | 3.037 | 3,548 | -1,159 |
| 2555 | 64,458 | 20,740 | 3.108 | 5,382 | -141 |
| Total | 228,882 | 69,571 | 3.290 | 14,636 | -467 |

ที่มา: คำนวณจากผลการประมาณค่าในสมการที่ 36 โดยใช้ข้อมูลจาก กสทช.

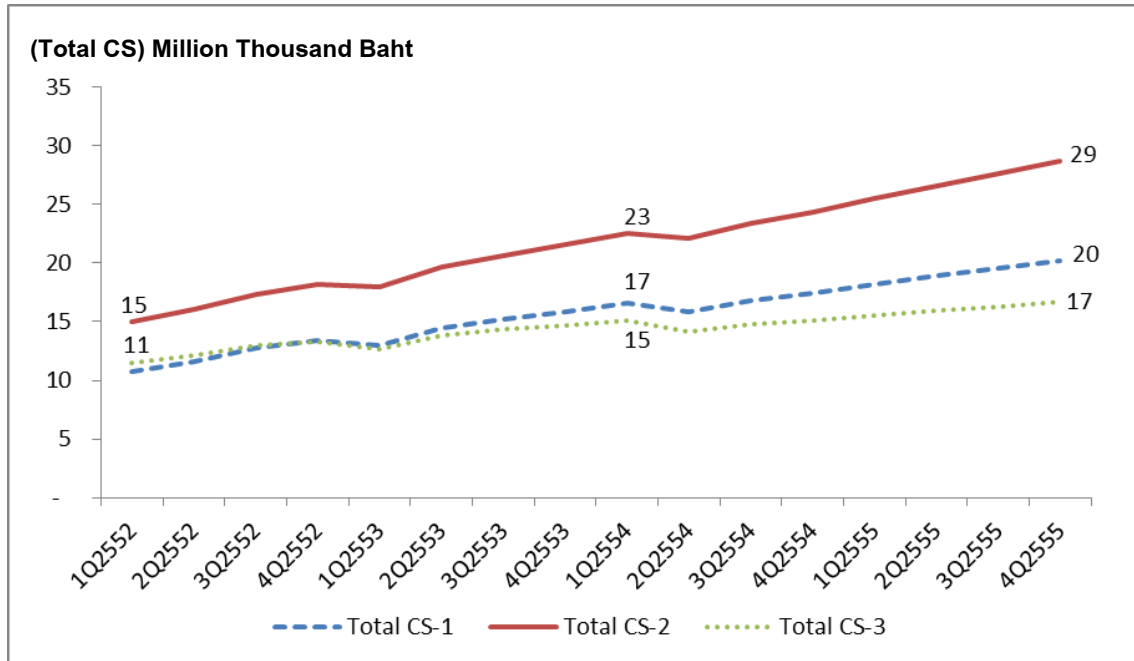
จากข้อมูลในตารางที่ 6-16 แสดงถึงมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคที่มีขนาดและแนวโน้มใกล้เคียงกับในกรณีที่ 1 โดยมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคในปี พ.ศ.2552 มีค่าเท่ากับ 49,821 ล้านบาท ซึ่งใกล้เคียงกับกรณีที่ 1 มาก (48,518 ล้านบาท) นอกจากนี้ยังมีแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคอย่างต่อเนื่องเฉลี่ยประมาณ 4,879 ล้านบาทต่อปี ซึ่งเพิ่มขึ้นลดลงในอัตราที่ต่ำกว่าการคำนวณในกรณีที่ 1 (9,461 ล้านบาท) หากพิจารณาการเปลี่ยนแปลงส่วนเกินผู้บริโภคที่มาจากผลของการลดลงของราคาเพียงอย่างเดียวจะลดลงเฉลี่ย -117 ล้านบาทต่อปีในช่วงปี พ.ศ.2552-2555 ซึ่งเกือบจะเท่ากับผลการคำนวณในกรณีที่ 1 (เฉลี่ย -114 ล้านบาทต่อปีในช่วงเดียวกัน)

4) สรุปผลการประมาณส่วนเกินผู้บริโภคในธุรกิจโทรศัพท์ระหว่างประเทศ

จากผลการคำนวณมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคในกรณีที่ 1-3 สามารถแสดงค่าเปรียบเทียบมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคและสัดส่วนของมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคต่อรายรับของธุรกิจโทรศัพท์ประจำที่ แสดงได้ดังภาพที่ 6-24 และภาพที่ 6-25 ตามลำดับ

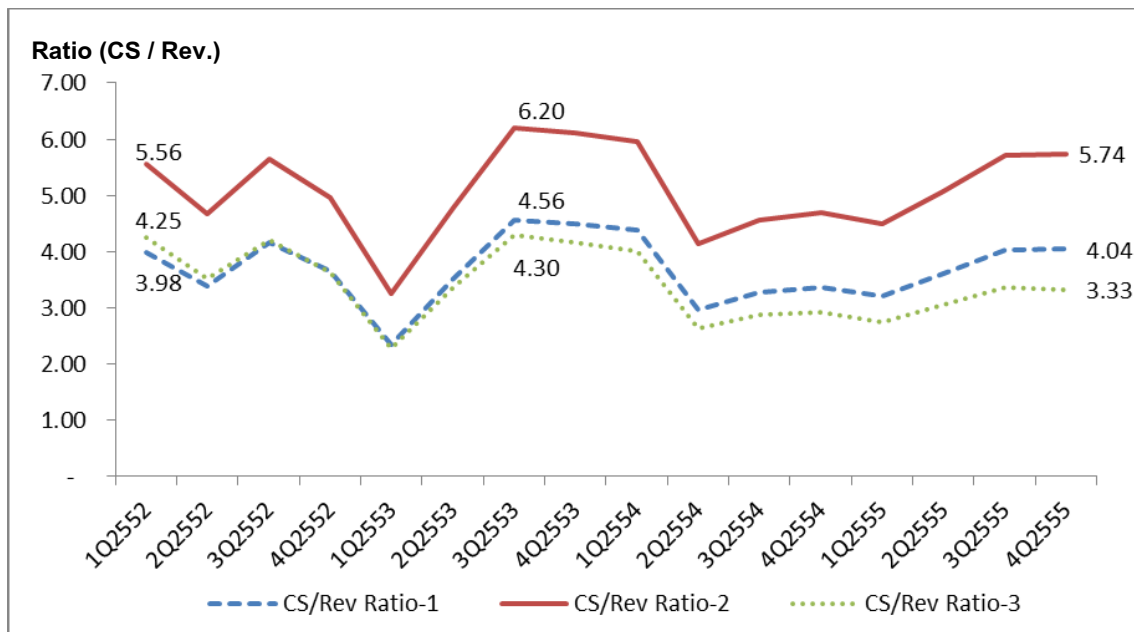


ภาพที่ 6-24 มูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคของธุรกิจโทรศัพท์ระหว่างประเทศในกรณีที่ 1 ถึง 3



ที่มา: คำนวณจากผลการประมาณค่าในสมการที่ 36 และ 37 โดยใช้ข้อมูลจาก กสทช.

ภาพที่ 6-25 สัดส่วนของมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคต่อรายรับรวมของธุรกิจโทรศัพท์ระหว่างประเทศในกรณีที่ 1 ถึง 3



ที่มา: คำนวณจากผลการประมาณค่าในสมการที่ 36 และ 37 โดยใช้ข้อมูลจาก กสทช.

ข้อสรุปที่สำคัญจากภาพที่ 6-23, 6-24 และ 6-25 คือ การใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศเพิ่มสูงขึ้นตามแนวโน้มระยะเวลาส่งผลให้ส่วนเกินผู้บริโภคเพิ่มขึ้นเฉลี่ยปีละ 4,800-



23,000 ล้านบาทต่อปี ซึ่งสะท้อนความต้องการใช้บริการที่เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ เมื่อพิจารณาอัตราส่วนของส่วนเกินผู้บริโภคต่อรายรับของธุรกิจมีค่าค่อนข้างคงที่ นอกจากนี้ เนื่องจากธุรกิจโทรศัพท์ระหว่างประเทศมีค่าความยืดหยุ่นต่อราคาต่ำ ทำให้ผู้ให้บริการไม่มีแรงจูงใจในการปรับลดราคาเพื่อแข่งขันกันดึงดูดลูกค้า เนื่องจากการที่ราคาไม่ได้มีการลดลงอย่างชัดเจนเหมือนกรณีโทรศัพท์เคลื่อนที่ ทำให้ส่วนเกินผู้บริโภคเพิ่มขึ้นในขนาดที่ต่ำเมื่อเทียบกับธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ ดังนั้น การกำกับดูแลธุรกิจโทรศัพท์ระหว่างประเทศ จึงควรให้ความสำคัญกับความต้องการที่เพิ่มขึ้นตามเศรษฐกิจของประเทศและตามแนวโน้มเทคโนโลยีโดยเฉพาะการทดแทนกันระหว่างการสื่อสารระหว่างประเทศผ่านโทรศัพท์และผ่านระบบอินเทอร์เน็ตซึ่งจะเป็นปัจจัยซึ่งเพิ่มความสำคัญมากขึ้นในช่วงต่อจากนี้ตามพัฒนาการของธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ 3G ซึ่งทำให้การใช้งานอินเทอร์เน็ตจากโทรศัพท์เคลื่อนที่ทำได้สะดวกและรวดเร็วมากขึ้นกว่าช่วงก่อนหน้านี้ ซึ่งปัจจัยนี้เป็นปัจจัยสำคัญที่น่าจะส่งผลต่อส่วนเกินผู้บริโภคในธุรกิจโทรศัพท์ระหว่างประเทศหลังปี พ.ศ. 2556

6.9 ข้อจำกัดด้านข้อมูลและแนวทางในการจัดเก็บข้อมูลเพิ่มเติมในอนาคต

เนื่องจากปัจจุบันธุรกิจโทรคมนาคมมีพัฒนาการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วตามการพัฒนาทางเทคโนโลยีสารสนเทศ ดังนั้น การวิเคราะห์ประโยชน์ที่ผู้บริโภคได้รับจึงมีความจำเป็นต้องใช้ข้อมูลประกอบที่เกี่ยวข้อง ซึ่งที่ผ่านมาทาง กสทช. ได้เห็นความจำเป็นในส่วนนี้และได้มีการพัฒนาฐานข้อมูล Thai Telecom Database รวมถึงมีการจัดทำการศึกษาสำรวจผู้ใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งฐานข้อมูลเหล่านี้ได้ถูกนำมาใช้เป็นประโยชน์ในการศึกษา

อย่างไรก็ตามเนื่องจาก ฐานข้อมูล Thai Telecom Database ปัจจุบันอยู่ในช่วงเริ่มพัฒนาและการรวบรวมข้อมูลจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากผู้ประกอบการ เนื่องจากในธุรกิจโทรคมนาคมในประเทศไทยยังไม่มีระบบกลางที่สามารถจัดสถิติของแต่ละผู้ประกอบการได้โดยตรง เนื่องจากข้อจำกัดด้านเทคโนโลยีที่ผู้ประกอบการเป็นเจ้าของหรือเป็นผู้บริหารเครือข่ายของตนเองแยกกันไม่ผ่านระบบกลางเหมือนการซื้อขายหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์ แต่ในอนาคตเนื่องจากความจำเป็นในการใช้ข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์ในด้านต่าง ๆ ดังนั้น จึงควรมีการพัฒนาการจัดเก็บข้อมูลในมีความสมบูรณ์มากขึ้นซึ่งจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากผู้ประกอบการ ดังนั้นควรมีการทำความเข้าใจกับผู้ประกอบการถึงความจำเป็นในการมีฐานข้อมูลที่ครบถ้วนเพื่อการวิเคราะห์ธุรกิจโทรคมนาคมในเชิงวิชาการที่เหมาะสมยิ่งขึ้นในโอกาสต่อไป โดยปัญหาข้อจำกัดของฐานข้อมูลและแนวทางการพัฒนาระบบฐานข้อมูลประกอบด้วยประเด็นที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้



6.9.1 ข้อจำกัดด้านข้อมูลและแนวทางในการจัดเก็บข้อมูลเพิ่มเติมในธุรกิจ โทรศัพท์เคลื่อนที่

ธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ปัจจุบันมีผู้ประกอบการรายใหญ่ 3 รายได้แก่ AIS, DTAC และ TRUE โดยที่ผ่านมาจาก กสทช. ได้จัดทำข้อมูลในฐานข้อมูล Thai Telecom Database อย่างต่อเนื่อง โดยมีข้อมูลค่อนข้างครบถ้วนและเป็นประโยชน์ แต่ในฐานข้อมูลยังมีประเด็นบางจุดที่ควรพิจารณาเพื่อการปรับปรุงเพิ่มเติมในอนาคตประกอบด้วย

1) รายรับเฉลี่ยต่อเดือนต่อเลขหมาย (ARPU)

ในช่วงก่อนปี พ.ศ. 2550 ข้อมูลรายรับเฉลี่ยต่อเลขหมายมีการจัดแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ ประเภทที่ไม่รวมค่าเชื่อมต่อโครงข่าย (Interconnection Charge – IC) และประเภทที่รวมค่าเชื่อมต่อโครงข่าย ซึ่งในการรายงานข้อมูลค่า ARPU มีความแตกต่างระหว่างบริษัทในส่วนนี้ แต่หลังปี พ.ศ.2550 ข้อมูลจะมีลักษณะไม่รวมค่าเชื่อมต่อโครงข่ายในทุกบริษัท แต่ในบางบริษัทเช่น CAT ยังขาดข้อมูล ARPU อยู่ ซึ่งควรมีการปรับปรุงให้ครบถ้วนต่อไปในอนาคต

โดยข้อมูล ARPU มีการจัดแบ่งตามประเภทการผู้ใช้บริการแบบ Pre-paid และ Post-paid แต่ไม่ได้มีการแบ่งประเภทอื่นๆ แต่ในปัจจุบัน พัฒนาการด้านบริการโทรคมนาคมระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีการเปลี่ยนแปลงโดยความต้องการใช้บริการด้านการรับ-ส่งข้อมูล (Data Services) เพิ่มขึ้นกว่าบริการรับ-ส่งเสียง (Voice) ทำให้ในอนาคตความจำเป็นในการแบ่งแยกข้อมูลตามประเภทบริการมีความจำเป็นมากขึ้นซึ่งประเด็นนี้จะพูดถึงในหัวข้อ 1.4

2) ปริมาณการใช้งานเฉลี่ยต่อเดือนต่อเลขหมาย (MOU)

ข้อมูลปริมาณการใช้งานเฉลี่ยต่อเดือนต่อเลขหมาย เป็นข้อมูลสำคัญในการวิเคราะห์มูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคเพราะเป็นตัวแทนของอุปสงค์ในธุรกิจโทรคมนาคม แต่ข้อมูลปริมาณการใช้งานจะมีปัญหาในการจัดเก็บโดยที่ผ่านมามีข้อมูลที่ไม่ครบถ้วนในหลายบริษัท เช่น ข้อมูลของ TRUE มีค่าเฉพาะในช่วงปี พ.ศ.2551 ไตรมาสที่ 1 ถึงไตรมาสที่ 4 ปี พ.ศ.2553 แต่ในช่วงอื่นบริษัท TRUE ไม่ได้มีการรายงานข้อมูลอย่างสม่ำเสมอทำให้การวิเคราะห์ทางสถิติที่ต้องการข้อมูลอย่างต่อเนื่องจะเกิดปัญหาในการคำนวณในอนาคต นอกจากบริษัท TRUE แล้วข้อมูลการใช้งานของ HUTCH, CAT และ TOT ก็มีปัญหารายงานข้อมูล MOU ที่ไม่ครบถ้วนและมีการรายงานเฉพาะในบางช่วงเวลาเช่นเดียวกัน

เนื่องจากข้อมูลปริมาณการใช้งานเฉลี่ยต่อเดือนต่อเลขหมาย (MOU) นี้เป็นข้อมูลที่มีความสำคัญเนื่องจากเป็นตัวแทนของปริมาณการใช้งานตามทฤษฎีอุปสงค์ กสทช. จึงควรมีการจัดเก็บอย่างต่อเนื่องและทำความเข้าใจกับผู้ประกอบการเกี่ยวกับความจำเป็นในการใช้ข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์ธุรกิจโทรคมนาคมในเชิงวิชาการ

นอกจากนี้ข้อมูลการใช้งานควรมีการแบ่งออกให้สอดคล้องกับประเภทการใช้งานตามข้อมูล ARPU ด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งจะกล่าวถึงในหัวข้อนี้ ข้อ 1.4



3) ข้อมูลจำนวนเลขหมาย (Subscribers)

ข้อมูลจำนวนเลขหมายปัจจุบันมีความครบถ้วนสมบูรณ์ดี แต่ควรมีการจำแนกจำนวนเลขหมายออกเป็นเลขหมายที่มีการใช้งานสม่ำเสมอ (Active User) และเลขหมายที่ไม่มีการใช้งานสม่ำเสมอ (Inactive User)

4) การแยกข้อมูลปริมาณการใช้งานและรายรับเฉลี่ยของเลขหมายระหว่างธุรกิจการสื่อสารทางเสียง (Voice) กับธุรกิจอื่น ๆ (Non-voice)

เนื่องจากปัจจุบันพัฒนาการของเทคโนโลยีการสื่อสารของไทยเข้าสู่ยุคการสื่อสารภายใต้ระบบ 3G ซึ่งจะมีแนวโน้มที่จะพัฒนาต่อเนื่องไปยังระบบ 4G ในอนาคต ดังนั้น บริการรับส่งข้อมูล (Data Service) จึงมีแนวโน้มที่จะทวีความสำคัญมากขึ้นเรื่อยๆ ดังนั้นการแยกข้อมูลปริมาณการใช้บริการจึงมีความสำคัญ ซึ่งลักษณะการแยกบริการสามารถทำได้ดังนี้

กรณีข้อมูลรายรับเฉลี่ยรวมจากธุรกิจด้านต่าง ๆ (สามารถนำมาใช้คำนวณรายรับเฉลี่ยต่อเดือนต่อเลขหมาย – ARPU - ได้) ของ TRUE มีการแบ่งรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. Voice Services รายรับที่มาจากการใช้บริการโทรศัพท์พูดคุยทางเสียง
2. Non-voice Services รายรับที่มาจากการใช้บริการอื่นๆ ซึ่งประกอบด้วย
 - 2.1 บริการรับส่งข้อความ Messaging (SMS และ MMS)
 - 2.2 บริการข้อมูลระบบอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Internet)
 - 2.3 บริการเนื้อหา เสียงรอสาย (Content and RBT)

ซึ่งรูปแบบของข้อมูลประเภทนี้จะมีประโยชน์ในการวิเคราะห์แนวโน้มของการใช้งานและส่วนเกินของผู้บริโภคในบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่อาจเปลี่ยนแปลงไปตามเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลง

โดยปัจจุบันจากการรวบรวมข้อมูลของคณะผู้วิจัยมีข้อมูลนี้เฉพาะจาก TRUE ได้มีการนำเสนอข้อมูลที่มีการจัดแยกลักษณะนี้ในช่วงปี พ.ศ.2551 ไตรมาสที่ 1 ถึง ปี พ.ศ.2556 ไตรมาสที่ 1 (ตารางที่ 6-17) ซึ่งข้อมูลลักษณะดังกล่าวนี้ควรมีการจัดเก็บต่อเนื่องในอนาคตและควรมีการเสนอให้ผู้ประกอบการรายอื่นที่สำคัญได้แก่ AIS และ DTAC มีการจัดเก็บและรายงานข้อมูลในลักษณะนี้ด้วยเช่นเดียวกัน

ตารางที่ 6-17 ข้อมูลรายรับจากบริการแบ่งตามประเภท ตั้งแต่ปี พ.ศ.2551-2556

(หน่วย ล้านบาท)

| ปี พ.ศ. | Voice | Non-Voice | - Messaging (SMS+MMS) | - Mobile Internet | - Content & RBT |
|---------|--------|-----------|-----------------------|-------------------|-----------------|
| 1Q2550 | 4661 | 640.1 | 211 | 91.4 | 337.7 |
| 2Q2550 | 4250.6 | 648.2 | 170.1 | 88.1 | 390 |
| 3Q2550 | 4177.2 | 683.5 | 180.4 | 87.7 | 415.4 |



| ปี พ.ศ. | Voice | Non-Voice | - Messaging (SMS+MMS) | - Mobile Internet | - Content & RBT |
|---------|--------|-----------|--------------------------|----------------------|--------------------|
| 4Q2550 | 4368.4 | 708.4 | 243.8 | 94.3 | 370.3 |
| 1Q2551 | 4472.2 | 749.6 | 252.9 | 101.6 | 395.1 |
| 2Q2551 | 4437.7 | 695.8 | 212.8 | 106.9 | 376.1 |
| 3Q2551 | 4468.3 | 789.4 | 222.9 | 161.6 | 404.9 |
| 4Q2551 | 4490 | 898.9 | 260.6 | 198.9 | 439.4 |
| 1Q2552 | 4493.5 | 854.6 | 260.7 | 211.8 | 382.1 |
| 2Q2552 | 4220 | 833.9 | 215.5 | 255.6 | 362.8 |
| 3Q2552 | 4033.1 | 883.8 | 204.3 | 294.4 | 385.1 |
| 4Q2552 | 4245.8 | 961.5 | 219.9 | 361.5 | 380.1 |
| 1Q2553 | 4166.5 | 1079.7 | 262.5 | 460.4 | 356.8 |
| 2Q2553 | 4110.6 | 1123.3 | 225.4 | 526.5 | 371.4 |
| 3Q2553 | 4073.6 | 1389.1 | 242.6 | 732.3 | 414.2 |
| 4Q2553 | 4159.1 | 1283.5 | 235.7 | 699 | 348.8 |
| 1Q2554 | 4035 | 1190.2 | 264 | 606.5 | 319.7 |
| 2Q2554 | 3689.5 | 1091 | 208.1 | 519.7 | 363.2 |
| 3Q2554 | 3359 | 911.6 | 191.5 | 322.7 | 397.4 |
| 4Q2554 | 3113.7 | 814.2 | 177.1 | 287.3 | 349.8 |
| 1Q2556 | 2814.9 | 750.2 | 169.2 | 243.4 | 337.6 |

ส่วนกรณีข้อมูลปริมาณการใช้บริการมีการจัดแบ่งตามประเภทเช่นเดียวกับกรณีของข้อมูล ARPU เช่นเดียวกัน โดยปัจจุบันจากการติดต่อรวบรวมข้อมูลของคณะผู้วิจัย พบว่ามีเฉพาะข้อมูลของ DTAC ซึ่งมีการนำเสนอข้อมูลปริมาณการใช้บริการแยกตามประเภทดังกล่าว โดยมีข้อมูลเฉพาะรายปีตั้งแต่ปี พ.ศ.2553 - 2555 โดยมีข้อมูลเฉพาะบริการ Mobile Internet เท่านั้น (ตารางที่ 6-18)



ตารางที่ 6-18 ข้อมูลบริการดาว์นโหลด Mobile Internet ตั้งแต่ปี พ.ศ.2550-2552

| ปี พ.ศ. | Kbps/Month/Subscriber |
|---------|-----------------------|
| 2550 | 105.66 |
| 2551 | 217.124 |
| 2552 | 513.126 |

6.9.2. ข้อจำกัดด้านข้อมูลและแนวทางในการจัดเก็บข้อมูลเพิ่มเติมในธุรกิจโทรศัพท์
ประจำที่

ข้อมูลด้านโทรศัพท์ประจำที่ที่รวบรวมในฐานข้อมูล Thai Telecom Database จะประกอบด้วยข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ส่วนเกินผู้บริโภค 2 ข้อมูลได้แก่

- 1) จำนวนผู้ใช้บริการ (Subscribers) และ
- 2) รายรับเฉลี่ยต่อเลขหมาย (ARPU)

โดยปัจจุบันบริษัทที่มีข้อมูลครบถ้วนตั้งแต่ปี พ.ศ.2546 – 2555 ได้แก่ TRUE เท่านั้น แต่หลังจากปี พ.ศ.2554 ทั้ง TRUE, TOT และ TT&T มีการรายงานข้อมูลจำนวนผู้ใช้บริการ (Subscribers) และรายรับเฉลี่ยต่อเลขหมาย (ARPU) ครบถ้วน ดังนั้นแนวทางการรวบรวมข้อมูลควรมีการเก็บข้อมูลอย่างต่อเนื่อง เพราะเป็นข้อมูลสำคัญที่ใช้ในการคำนวณราคาสำหรับผู้บริโภคจ่ายเพื่อใช้บริการเฉลี่ย

นอกจากนี้การวิเคราะห์ส่วนเกินผู้บริโภค ปัจจุบันยังขาดข้อมูลที่จำเป็นอีก หนึ่งข้อมูลได้แก่ข้อมูลปริมาณการใช้บริการโทรศัพท์ประจำที่ ซึ่งแบ่งได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่

- 1) กรณีบริการโทรศัพท์ในเขตพื้นที่

เนื่องจากกรณีบริการโทรศัพท์ในเขตพื้นที่ที่มีการคิดค่าบริการต่อจำนวนครั้งของการใช้บริการ ไม่ว่าจะแต่ละครั้งจะมีระยะเวลาการใช้บริการเท่าไร ดังนั้น ผลของราคาค่าโทรต่อครั้งจึงมีผลต่อปริมาณการใช้บริการที่วัดจากจำนวนครั้งการใช้บริการ ซึ่งข้อมูลปริมาณการใช้งานนี้เป็นตัวแปรสำคัญในการวิเคราะห์อุปสงค์และส่วนเกินของผู้บริโภค ซึ่งปัจจุบันจากการขอข้อมูลจากผู้ให้บริการพบว่า มีเพียงบริษัท TOT ที่ให้ข้อมูลจำนวนครั้งการใช้โทรศัพท์ที่ท้องถิ่น (ตารางที่ 6-19) แต่ข้อมูลที่ให้เป็นข้อมูลรวมทั้งปี พ.ศ. 2555 ซึ่งหากจะให้ความสอดคล้องกับข้อมูลอื่นๆ ได้แก่ ข้อมูล ARPU ควรมีการจัดเก็บข้อมูลจำนวนครั้งการใช้โทรศัพท์ที่เป็นรายไตรมาสและควรให้ผู้ประกอบการรายอื่นๆ เช่น TRUE รายงานข้อมูลอย่างต่อเนื่องเช่นเดียวกัน



ตารางที่ 6-19 FIXED NETWORK RETAIL SUBSCRIBER CALLS - TOTAL จำนวนครั้งของการใช้บริการโทรศัพท์ประจำที่ของบริษัท TOT

| Description | รายละเอียด | มกราคม - ธันวาคม พ.ศ. 2555 |
|--------------------|--------------------------|----------------------------|
| Calling Volume: | จำนวนครั้งการใช้โทรศัพท์ | |
| Local | ภายในท้องถิ่น | 1,011,606,753 |
| National | ทางไกลภายในประเทศ | |
| International | ทางไกลระหว่างประเทศ | |
| Total Retail Calls | รวมจำนวนบริการ-ครั้ง | 1,011,606,753 |

2) กรณีบริการโทรศัพท์ประจำที่นอกเขตพื้นที่

ในกรณีบริการโทรศัพท์นอกเขตพื้นที่ที่มีการคิดค่าบริการต่อจำนวนนาที่การใช้บริการ ดังนั้น ผลของราคาค่าโทรต่อหน้าที่จึงมีผลต่อปริมาณการใช้บริการที่วัดจากจำนวนนาที่การใช้บริการ

ซึ่งที่ผ่านมาจากการรวบรวมข้อมูลของคณะผู้วิจัยจากการเข้าเยี่ยมชมกิจการทาง TOT ได้มีการให้ข้อมูลดังกล่าวที่ครบถ้วนแต่มีข้อมูลเฉพาะปี พ.ศ.2555 เท่านั้น (ตารางที่ 6-20)

เช่นเดียวกับข้อมูลจำนวนครั้งการใช้โทรศัพท์ท้องถิ่น ข้อมูลจำนวนนาที่ของการใช้โทรศัพท์ทางไกลภายในประเทศเป็นตัวแทนของปริมาณการใช้บริการที่มีความสำคัญในการวิเคราะห์อุปสงค์และส่วนเกินของผู้บริโภค ดังนั้นจึงควรมีการจัดเก็บข้อมูลนี้อย่างต่อเนื่องเป็นรายไตรมาสและควรเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการรายอื่นๆ เช่น TRUE หรือ TT&T ด้วยในอนาคต

ตารางที่ 6-20 FIXED NETWORK RETAIL SUBSCRIBER CALLS - TOTAL จำนวนนาที่ของการใช้บริการโทรศัพท์ประจำที่

| Description | รายละเอียด | มกราคม - ธันวาคม พ.ศ. 2555 |
|---------------------|-------------------------------|----------------------------|
| Calling Minutes: | จำนวนครั้งการใช้โทรศัพท์ | |
| Local | ภายในท้องถิ่น | - |
| National | ทางไกลภายในประเทศ | - |
| 8.1 Fixed to Fixed | 8.1 ประจำที่เรียกไปประจำที่ | 438,115,390 |
| 8.1 Fixed to Mobile | 8.1 ประจำที่เรียกไปเคลื่อนที่ | 1,488,003,338 |
| Total Retail Calls | รวมจำนวนบริการ-นาที่ | 1,926,118,729 |

นอกจากนี้เนื่องจากข้อมูล ARPU ปัจจุบันเป็นข้อมูลรวม ดังนั้น หากสามารถแยกข้อมูล ARPU ออกเป็น 2 ประเภทคือบริการโทรศัพท์ประจำที่ในเขตพื้นที่และนอกเขตพื้นที่



ตามลำดับ เพื่อให้สอดคล้องกับข้อมูลปริมาณการใช้บริการจะทำให้สามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์
ได้อย่างเหมาะสมยิ่งขึ้นในอนาคต

6.9.3. ข้อจำกัดด้านข้อมูลและแนวทางในการจัดเก็บข้อมูลเพิ่มเติมในธุรกิจ อินเทอร์เน็ต

โดยปัจจุบันบริษัทที่มีข้อมูลจำนวนผู้ใช้บริการ (Subscribers) ครบถ้วนตั้งแต่ปี พ.ศ.
2546-2553 ได้แก่ TRUE เท่านั้น แต่หลังจากปี พ.ศ.2553 ทั้ง TRUE, TOT และ TT&T มีการ
รายงานข้อมูลจำนวนผู้ใช้บริการ (Subscribers) ดังนั้น แนวทางการรวบรวมข้อมูลควรมีการเก็บ
ข้อมูลนี้อย่างต่อเนื่อง

ส่วนข้อมูลรายรับเฉลี่ยต่อเลขหมาย (ARPU) ปัจจุบันมีข้อมูลครบเฉพาะกรณีของ
TRUE ส่วนกรณีของ TOT และ 3BB มีข้อมูลครบถ้วนเฉพาะตั้งแต่ปี พ.ศ.2554 ไตรมาสที่ 4

นอกจากนี้การวิเคราะห์ส่วนเกินผู้บริโภค ปัจจุบันยังขาดข้อมูลที่จำเป็นอีกหนึ่งข้อมูล
ได้แก่ข้อมูลปริมาณการใช้บริการอินเทอร์เน็ต จากที่ได้กล่าวถึงในส่วนที่ 7 การใช้ข้อมูลจำนวน
ผู้ใช้บริการเป็นตัวแทนของปริมาณการใช้บริการอาจให้ค่าไม่สะท้อนการเพิ่มประสิทธิภาพของ
บริการและปริมาณการดาวน์โหลดที่สูงขึ้น ดังนั้นข้อมูลที่จำเป็นเพิ่มเติม ได้แก่

1. ปริมาณการดาวน์โหลดต่อผู้ใช้บริการต่อเดือน (GB Downloaded per Subscriber)

ปัจจุบันทาง TOT ได้มีการให้ข้อมูลปริมาณการดาวน์โหลดต่อผู้ใช้บริการต่อเดือน
โดยมีข้อมูลรายเดือนตั้งแต่เดือนตุลาคม พ.ศ.2555 ถึง เมษายน พ.ศ.2556 (ตารางที่ 6-21) ซึ่ง
ข้อมูลนี้ควรมีการเก็บให้ครบในบริษัทหลัก 3 บริษัท ได้แก่ TRUE, TOT และ 3BB อย่างต่อเนื่อง
เพื่อใช้ประเมินการเปลี่ยนแปลงปริมาณการใช้บริการและใช้ในการคำนวณส่วนเกินผู้บริโภคต่อไป

ตารางที่ 6-21 ปริมาณการดาวน์โหลดต่อผู้ใช้บริการต่อเดือนของบริษัท TOT

| ปี พ.ศ. | ปริมาณการดาวน์โหลดต่อผู้ใช้บริการต่อเดือน |
|---------------------|---|
| ตุลาคม พ.ศ.2555 | 1.71 |
| พฤศจิกายน พ.ศ.2555 | 1.48 |
| ธันวาคม พ.ศ.2555 | 1.81 |
| มกราคม พ.ศ.2555 | 1.61 |
| กุมภาพันธ์ พ.ศ.2555 | 1.02 |
| มีนาคม พ.ศ.2555 | 1.55 |
| เมษายน พ.ศ.2555 | 1.62 |

ที่มา: บริษัท ทีโอที คอร์ปอเรชั่น



2) ข้อมูลอัตราค่าบริการเฉลี่ยของบริการอินเทอร์เน็ตต่อระดับความเร็วในหน่วย Kbps มีการจัดเก็บโดย สำนักงาน กสทช. เป็นอัตราเฉลี่ยของอุตสาหกรรม ควรมีการจัดเก็บแยกตามผู้ให้บริการรายใหญ่เพื่อสามารถนำมาคำนวณอุปสงค์ควบคู่กับปริมาณการดาวน์โหลดได้

6.9.4. ข้อจำกัดด้านข้อมูลและแนวทางในการจัดเก็บข้อมูลเพิ่มเติมในธุรกิจโทรศัพท์ระหว่างประเทศ

ธุรกิจโทรศัพท์ระหว่างประเทศเดิมมีผู้ประกอบการหลักคือ CAT และ TOT แต่ปัจจุบันทางบริษัทที่ประกอบธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีการให้บริการศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศด้วยเช่นกัน แต่ข้อมูลโทรศัพท์ระหว่างประเทศในปัจจุบันมีข้อจำกัดด้านข้อมูลมากกว่าธุรกิจอื่นๆ โดยในอนาคตเพื่อให้สามารถวิเคราะห์หาส่วนเกินผู้บริโภคในธุรกิจโทรศัพท์ระหว่างประเทศได้อย่างเหมาะสม ควรมีการเก็บข้อมูลอย่างต่อเนื่อง โดยข้อมูลที่ควรมีการจัดเก็บประกอบด้วย

1. ข้อมูลปริมาณการใช้บริการ วัดจากจำนวนนาที่ของการใช้บริการทั้งหมด

โดยปัจจุบันข้อมูลนี้ไม่มีในฐานข้อมูล Thai Telecom Database โดยทาง TOT ได้ให้ข้อมูลปริมาณการใช้บริการในปี พ.ศ.2555 เป็นรายเดือน (ตารางที่ 6-22) ซึ่งข้อมูลนี้ควรมีการจัดเก็บเพิ่มเติมอย่างต่อเนื่องในอนาคตโดยควรมีข้อมูลเป็นรายเดือนหรือรายไตรมาส และควรมีการจัดเก็บข้อมูลนี้กับผู้ประกอบการรายอื่นทั้งผู้ให้บริการโทรศัพท์ประจำที่และผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ได้แก่ บริษัท TURE, AIS และ DTAC

ตารางที่ 6-22 ปริมาณการกราฟฟิกโทรศัพท์ระหว่างประจำปี พ.ศ.2555

| ประจำเดือน | บริการ TOT 007 | บริการ TOT 008 |
|------------|----------------|----------------|
| มกราคม | 998,129.24 | 2,571,817.99 |
| กุมภาพันธ์ | 983,254.69 | 2,373,471.98 |
| มีนาคม | 968,018.26 | 2,270,697.42 |
| เมษายน | 855,759.78 | 1,997,554.08 |
| พฤษภาคม | 908,141.93 | 1,963,640.74 |
| มิถุนายน | 812,430.47 | 1,776,064.66 |
| กรกฎาคม | 837,734.33 | 1,776,439.25 |
| สิงหาคม | 850,588.05 | 1,743,925.45 |
| กันยายน | 802,467.03 | 1,664,681.11 |
| ตุลาคม | 810,126.47 | 1,670,793.82 |
| พฤศจิกายน | 786,738.07 | 1,646,249.70 |
| ธันวาคม | 733,647.92 | 1,739,578.54 |

ที่มา: บริษัท ทีโอที คอร์ปอเรชั่น



2. ข้อมูลอัตราค่าบริการเฉลี่ยของบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ

ปัจจุบันจากการรวบรวมข้อมูลพบว่า มีการจัดเก็บข้อมูลอัตราค่าบริการเฉลี่ยของ
บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ โดยมีข้อมูลเป็นรายไตรมาสตั้งแต่ปี พ.ศ.2552 ไตรมาสที่ 1 ถึง
ปัจจุบัน ซึ่งหากมีการเก็บข้อมูลนี้อย่างต่อเนื่องควบคู่กับข้อมูลจำนวนนาทีของการใช้บริการทั้งหมด
จะสามารถนำมาวิเคราะห์ส่วนเกินผู้บริโภคได้ในอนาคต (ตารางที่ 6-23)

ตารางที่ 6-23 อัตราค่าบริการเฉลี่ยของบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ ตั้งแต่ปี พ.ศ.2553-
2556

| ปี พ.ศ. | อัตราค่าบริการ |
|----------------------|----------------|
| ไตรมาส 1 ปี พ.ศ.2553 | 22.52 |
| ไตรมาส 2 ปี พ.ศ.2553 | 18.04 |
| ไตรมาส 3 ปี พ.ศ.2553 | 17.4 |
| ไตรมาส 4 ปี พ.ศ.2553 | 17.39 |
| ไตรมาส 1 ปี พ.ศ.2554 | 17.39 |
| ไตรมาส 2 ปี พ.ศ.2554 | 23.97 |
| ไตรมาส 3 ปี พ.ศ.2554 | 22.77 |
| ไตรมาส 4 ปี พ.ศ.2554 | 22.77 |
| ไตรมาส 1 ปี พ.ศ.2555 | 22.69 |
| ไตรมาส 2 ปี พ.ศ.2555 | 22.69 |
| ไตรมาส 3 ปี พ.ศ.2555 | 23.1 |
| ไตรมาส 4 ปี พ.ศ.2555 | 23.35 |
| ไตรมาส 1 ปี พ.ศ.2556 | 23.89 |

ที่มา: สำนักงาน กสทช.



บทที่ 7

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

7.1 บทสรุป

พระราชบัญญัติองค์การจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 มาตรา 27 ได้กำหนดให้คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) มีอำนาจหน้าที่ในการพิจารณาอนุญาตและกำกับดูแลการประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมเพื่อให้เกิดแข่งขันเสรีอย่างเป็นธรรมระหว่างผู้ประกอบการโทรคมนาคมและกิจการที่เกี่ยวข้อง และเพื่อให้ผู้ใช้บริการได้รับบริการที่มีคุณภาพ ประสิทธิภาพ รวดเร็ว ถูกต้อง และเป็นธรรม ประกอบกับมาตรา 40 กำหนดให้ คณะกรรมการกิจการโทรคมนาคม (กทค.) มีอำนาจหน้าที่ปฏิบัติการใดๆ แทน กสทช. ตามมาตรา 27 ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับกิจการโทรคมนาคมและกิจการวิทยุคมนาคมคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กทช.) และ กสทช. ได้ดำเนินการกำหนดนโยบาย และประกาศหลักเกณฑ์ กฎและกติกาต่างๆ เพื่อใช้บังคับรวมทั้งการอนุญาตและกำกับดูแลการประกอบกิจการโทรคมนาคมเพื่อให้เกิดการแข่งขันเสรีอย่างเป็นธรรมมาระยะหนึ่งแล้ว (พ.ศ. 2548 – 2553) โดยที่การดำเนินการกำหนดนโยบายและประกาศหลักเกณฑ์ดังกล่าว ยังผลต่อการเข้าสู่ตลาดของผู้ให้บริการ ตลอดจนคุณภาพของบริการ และอัตราค่าบริการโทรคมนาคมที่ส่งผลกระทบต่อผู้บริโภคการดำเนินการในห้วงระยะเวลา 6 ปีที่ผ่านมา มีความจำเป็นอย่างยิ่งในการประเมินผลของการดำเนินนโยบาย ประกาศและหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องในภาพรวมเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงนโยบาย ประกาศและหลักเกณฑ์ต่อไปและรวมถึงนำไปประกอบการพิจารณาของ กทค. ในการกำหนดทิศทางการพัฒนากิจการโทรคมนาคม และกำกับดูแลการประกอบกิจการโทรคมนาคมให้มีการแข่งขันที่เป็นธรรมและเป็นสากล

การศึกษาดำเนินการศึกษาและกำหนดตัวชี้วัดหลักทางการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคม และศึกษาผลกระทบของการกำกับดูแลกิจการโทรคมนาคมที่มีต่ออุตสาหกรรมในภาพรวม ผู้บริโภค และผู้ให้บริการโทรคมนาคม ประเมินมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภค (Consumer Surplus) โดยใช้วิธีทางเศรษฐมิติ โดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษา ได้แก่ 1) เพื่อสำรวจและศึกษาเกี่ยวกับตัวชี้วัดหลักทางการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมที่องค์กรกำกับดูแลกิจการโทรคมนาคมของประเทศต่างๆ อาทิ ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศในสหภาพยุโรป และประเทศอื่นๆ ใช้ในการประเมินผลการกำกับดูแลด้านการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคม 2) เพื่อกำหนดตัวชี้วัดหลักของการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมสำหรับประเทศไทยและจัดทำรายงานประเมินสภาพการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมตามตัวชี้วัดหลักของการแข่งขันที่ได้กำหนดไว้ในห้วงระยะเวลาที่ผ่านมา (พ.ศ. 2548 –



2554) 3) เพื่อทราบถึงปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันในการประกอบกิจการและการเข้าสู่ตลาดในกิจการโทรคมนาคมของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคมหลัก และ 4) เพื่อศึกษาและประเมินผลกระทบของการดำเนินการตามแผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2548 – 2554 โดยให้แสดงการประเมินมูลค่าส่วนเกินของผู้บริโภค (Consumer Surplus) ที่เกิดขึ้นจากดำเนินการตามแผนแม่บทดังกล่าวในแต่ละบริการโทรคมนาคมหลัก

ขอบเขตของการศึกษาตัวชี้วัดหลักทางการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคม และศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันในการประกอบกิจการและการเข้าสู่ตลาดในกิจการโทรคมนาคมของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคมหลัก และการประเมินมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคในบริการโทรคมนาคมหลัก 4 บริการ ได้แก่ 1) บริการโทรศัพท์ประจำที่ (Fixed Line Services) 2) บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Services) 3) บริการอินเทอร์เน็ต (Internet Services) และ 4) บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ (International Call Services)

การศึกษาในแต่ละส่วนตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาจะมีวิธีการในการดำเนินงาน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การศึกษาตัวชี้วัดหลักทางการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมได้ทำการสำรวจและศึกษาเกี่ยวกับตัวชี้วัดหลักทางการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมที่องค์กรกำกับดูแลกิจการโทรคมนาคมของประเทศต่างๆ อาทิ สหภาพโทรคมนาคมระหว่างประเทศ (International Telecommunication Union: ITU) กลุ่มประเทศ OECD ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศญี่ปุ่น เขตปกครองพิเศษฮ่องกง ออสเตรเลีย อังกฤษ และแคนาดาเพื่อใช้ในการประเมินผลการกำกับดูแลด้านการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคม จากนั้นได้ดำเนินการกำหนดตัวชี้วัดหลักของการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมสำหรับประเทศไทยและจัดทำรายงานประเมินสภาพการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมตามตัวชี้วัดหลักของการแข่งขันที่ได้กำหนดไว้ในห้วงระยะเวลาที่ผ่านมา (พ.ศ. 2548 – 2554) โดยผ่านความเห็นจากการจัดการประชุมกลุ่มเฉพาะ (Focus Group) ผู้ประกอบกิจการโทรคมนาคม จำนวน 2 ครั้ง และคณะผู้วิจัยได้จัดทำรายงานกำหนดตัวชี้วัดหลักของการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมสำหรับประเทศไทย และรายงานประเมินสภาพการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมตามตัวชี้วัดหลักของการแข่งขันที่ได้กำหนดไว้ในห้วงระยะเวลาดังกล่าว

ส่วนที่ 2 การศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันในการประกอบกิจการและการเข้าสู่ตลาดในกิจการโทรคมนาคมของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคมหลัก การศึกษาส่วนนี้ ได้ระบุปัญหา อุปสรรค และข้อจำกัดที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันในการประกอบกิจการและการเข้าสู่ตลาดในกิจการโทรคมนาคมของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคม และจัดทำรายงานปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันในการประกอบกิจการและการเข้าสู่ตลาดในกิจการโทรคมนาคมของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคมหลัก ประกอบด้วย 6 มิติ ได้แก่ 1) การเข้าสู่ตลาดของผู้ให้บริการรายใหม่ (Market Entry) 2) การจัดสรรทรัพยากรที่มีจำกัด (Scarce Resources) เช่น คลื่นความถี่ หรือ เลขหมายโทรศัพท์ 3) การเชื่อมต่อโครงข่ายระหว่างกัน (Interconnection) 4) อัตราค่าบริการ (Tariff Regulation) 5) การกำกับดูแลเพื่อการ



แข่งขันอย่างเป็นธรรม (Regulation of Anti Competitive Practices) 6) การให้บริการอย่างทั่วถึง (Universal Service Obligation: USO) และ 7) คุณภาพบริการ (Quality of Service: QOS) นอกจากนี้ ยังมีประเด็นปัญหาเพิ่มเติมที่เกี่ยวข้องกับบทบาทรัฐวิสาหกิจในตลาดกิจการโทรคมนาคม รายงานการศึกษาในส่วนนี้แสดงในรายงานส่วนที่ 2 ของรายงานฉบับสมบูรณ์นี้

ส่วนที่ 3 การประเมินมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภค (Consumer surplus) ที่เกิดขึ้นจากดำเนินการตามแผนแม่บทในแต่ละบริการโทรคมนาคมหลัก การศึกษาดำเนินการโดยใช้แบบจำลองทางเศรษฐมิติ (Econometric) ในแต่ละบริการโทรคมนาคมหลัก และจัดทำรายงานการประเมินมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภค (Consumer Surplus) ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินการตามแผนแม่บทในแต่ละบริการโทรคมนาคมหลัก

7.1.1 ตัวชี้วัดทางการแข่งขันและการประเมินสภาพการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคม

การศึกษาในส่วนที่ 1 ตัวชี้วัดทางการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคม คณะผู้วิจัยได้ทำการทบทวนตัวชี้วัดทางการแข่งขันจากองค์การระหว่างประเทศ และประเทศในภูมิภาคต่าง ๆ ได้แก่ OECD ITU สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร แคนาดา ญี่ปุ่น เขตปกครองพิเศษฮ่องกง และออสเตรเลีย และได้กำหนดตัวชี้วัดหลักเพื่อใช้ในการประเมินสภาพการแข่งขันกิจการโทรคมนาคมในประเทศ ประกอบด้วย 4 กลุ่มตัวชี้วัดหลัก ได้แก่

กลุ่มที่ 1 กลุ่มตัวชี้วัดด้านราคาและประโยชน์ต่อผู้บริโภค ประกอบด้วย 4 ตัวชี้วัดย่อย

กลุ่มที่ 2 กลุ่มชี้วัดด้านคุณภาพของบริการ ประกอบด้วย 3 ตัวชี้วัดย่อย

กลุ่มที่ 3 กลุ่มตัวชี้วัดประสิทธิภาพของการให้บริการ ประกอบด้วย 6 ตัวชี้วัดย่อย

และ

กลุ่มที่ 4 กลุ่มตัวชี้วัดด้านผลประโยชน์ของผู้ประกอบกิจการ ประกอบด้วย 4 ตัวชี้วัดย่อย

แม้ว่าการศึกษานี้จะประสบปัญหาเกี่ยวกับข้อจำกัดทางด้านข้อมูล เนื่องจากตัวชี้วัดที่นำเสนอไม่มีการจัดเก็บข้อมูลไว้มาก่อนก็ตาม ดังนั้น การประเมินสภาพการแข่งขันหลายตัวชี้วัดย่อยต้องมีการใช้ตัวแปรแทนเพื่อสะท้อนสภาพการแข่งขันตามตัวชี้วัดดังกล่าว ผลการศึกษาสภาพตลาดจากตัวชี้วัดที่เสนอสามารถสรุปแยกตามกลุ่มตัวชี้วัด ได้ดังนี้ ผลที่ได้จากการประเมินสภาพตลาดสามารถให้ข้อสรุปแยกตามกลุ่มตัวชี้วัดแต่ละกลุ่มได้ดังนี้

กลุ่มที่ 1 กลุ่มตัวชี้วัดด้านราคาและประโยชน์ต่อผู้บริโภค ผู้รับบริการได้รับประโยชน์จากระดับราคาที่ปรับตัวลดลง โดยเฉพาะในบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ สะท้อนจากการลดลงของตัวชี้วัดจากดัชนีราคาผู้บริโภคด้านการสื่อสารตัวชี้วัดแนวโน้มรายรับโดยเฉลี่ยต่อผู้ใช้ (ARPU) แต่ยังไม่สามารถสะท้อนสภาพการแข่งขันจากตัวชี้วัดจากจำนวนเลขหมายที่ใช้บริการแบบ



Unlimited ได้ชัดเจนนัก แต่ข้อมูลตัวแทนชี้ว่ามีการให้บริการแก่ลูกค้าแบบ Unlimited มากขึ้นผ่าน บรอดแบนด์ ในขณะที่ระดับราคาของการให้บริการยังคงเพิ่มขึ้นตามคุณภาพของการให้บริการ และ ตัวชี้วัดจากจำนวนหมายเลขที่ใช้บริการแบบ Bundle ยังมีความไม่ชัดเจนนักที่จะสะท้อนสภาพการ แข่งขัน เนื่องจากยังไม่ครอบคลุมในการกำกับดูแลการให้บริการ Bundle ที่ชัดเจน ซึ่ง กสทช. ควรจะให้ ความสนใจและติดตามการกำหนดราคาของบริการในลักษณะนี้ โดยอาจพิจารณาปรับการกำกับจาก การแยกตามประเภทของบริการโทรคมนาคมเป็นการกำกับแบบรวมกลุ่มเพิ่มมากขึ้น

กลุ่มที่ 2 กลุ่มตัวชี้วัดด้านคุณภาพของบริการ จากตัวชี้วัดแนวโน้มการใช้บริการ (Usage) ในเชิงพฤติกรรมสะท้อนว่าผู้ใช้บริการได้รับบริการโทรคมนาคมที่มีคุณภาพดีขึ้น มีความ ครอบคลุม และมีการเข้าถึงบริการโทรคมนาคมมากขึ้น ตัวชี้วัดด้านเครื่องรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ อุปกรณ์และซอฟต์แวร์ พบว่ามีการใช้อุปกรณ์ที่มีคุณภาพมากขึ้น อย่างเช่น สมาร์ทโฟนในบริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมา และแนวโน้มนี้คาดว่าจะยังคงเพิ่มขึ้นต่อไป ในขณะที่ โทรศัพท์ประจำที่มีจำนวนลดลง และมีจำนวนครัวเรือนที่ใช้อุปกรณ์นี้ลดลง มีผลการสำรวจพบว่า มี ผู้ใช้บริการที่เริ่มมีจำนวนโทรศัพท์เคลื่อนที่มากกว่า 1 เครื่องเพิ่มขึ้น และมีความหลากหลายของ อุปกรณ์รูปแบบใหม่ ที่จะเป็ช่องทางการใช้บริการเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ ประเด็นเรื่องความพอใจ ของผู้บริโภค พบว่า ระดับราคาค่าบริการที่แพง และความครอบคลุมของสัญญาณ มีผลทำให้มี ผู้บริโภคบางส่วนตัดสินใจไม่ใช้โทรศัพท์ประจำที่และโทรศัพท์เคลื่อนที่ รวมทั้งไม่ใช้อินเทอร์เน็ต ความเร็วสูง

กลุ่มที่ 3 กลุ่มตัวชี้วัดประสิทธิภาพ ตัวชี้วัดด้านแนวโน้มการใช้ประโยชน์จาก โครงข่าย การประเมิน พบว่า มีการใช้ประโยชน์จากโครงข่ายไปในการให้บริการอื่นนอกเหนือจาก เสียมากขึ้น และมีแนวโน้มของการใช้ประโยชน์จากโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มมากขึ้น การ ประเมินด้วยตัวชี้วัดด้านแนวโน้มของจำนวนผู้ลงทะเบียนใช้บริการ จำนวนการเชื่อมต่อ และจำนวน รายการที่เพิ่มสุทธิ (Net Adds) พบว่า จำนวนการใช้บริการมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในเกือบทุกช่วงอายุ ของผู้บริโภค จำนวนผู้ลงทะเบียนใช้บริการในกรณีของโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อประชากร 1,000 คน เกินกว่า 1,000 คน แสดงถึงการเพิ่มขึ้นของจำนวนการใช้โดยสุทธิด้วย สำหรับตัวชี้วัดด้านแนวโน้ม ของการบริหารคลื่นความถี่ คณะผู้วิจัย พบว่า จำนวนของการใช้บริการจำนวนของการใช้บริการยัง มีการจำกัดในบางระบบเท่านั้น ยังไม่กระจายออกไปในทุกๆระบบ จึงยังเป็นประเด็นที่ควรจะให้ ความสำคัญและเพิ่มการจัดสรรคลื่นความถี่เป็นสำคัญในอนาคต และเมื่อพิจารณาตัวชี้วัดด้านการ กระจุกตัวของตลาดและการมีอำนาจเหนือตลาด พบว่า มีการกระจุกตัวของตลาด และมี ผู้ประกอบการที่มีอำนาจการผูกขาดในตลาด โดยเฉพาะในกรณีของโทรศัพท์ประจำที่ และในส่วน ภูมิภาค ในขณะที่การกระจุกตัวของโทรศัพท์เคลื่อนที่ยังอยู่ที่ AIS เป็นสำคัญ เป็นสภาพตลาดที่ ต้องการการพิจารณาหาก กสทช. ให้ความสำคัญกับการลดการกระจุกตัวของตลาด สำหรับแนวโน้ม ของการแข่งขันในการให้บริการที่ต่อเนื่องกันหลายรูปแบบตามช่วงอายุของพฤติกรรม (Intermodal) พบว่า การใช้บริการของกลุ่มผู้ได้กระจายออกไปในทุกช่วงอายุมากขึ้น ซึ่งแสดงถึงการแข่งขันใน



การเข้าถึงลูกค้าของผู้ประกอบการแต่ละราย และตัวชี้วัดด้านการเปรียบเทียบสถานะการให้บริการของประชากรในเขตตัวเมืองและชนบท ยังพบ การให้บริการยังมีการกระจุกตัวในกรุงเทพและปริมณฑล แต่สัดส่วนของการให้บริการของผู้ใช้ในภูมิภาคได้เพิ่มขึ้นมากอยู่ในระดับที่น่าพอใจมากขึ้น

กลุ่มที่ 4 กลุ่มตัวชี้วัดด้านผลประกอบการของผู้ประกอบกิจการ พิจารณาจากตัวชี้วัดด้านแนวโน้มของการลงทุนด้านเครื่องมืออุปกรณ์ โครงข่าย และระบบที่สำคัญ (Capital Investment) ยังไม่มีข้อมูลเพียงพอที่จะสรุปประเด็นนี้ได้อย่างชัดเจน เนื่องจากระยะเวลาที่พิจารณาเกิดก่อนที่จะมีการจัดสรรคลื่นความถี่ที่ทำให้ผู้ประกอบการขยายการลงทุนใน 3G ซึ่ง กสทช. อาจจะต้องติดตามข้อมูลในส่วนนี้ตั้งแต่ปี พ.ศ.2557 เป็นต้นไป สำหรับตัวชี้วัดด้านแนวโน้มของความสามารถในการทำกำไร (Profitability Metrics) ผลการประเมินในส่วนนี้ สอดคล้องกับข้อสรุปที่แสดงว่ามีการกระจุกตัวของตลาดและมีการผูกขาดทางการตลาด เพราะอัตราความสามารถในการทำกำไรจาก EBITDA Margin ที่พิจารณาของผู้ประกอบการรายใหญ่สูงมากกว่า ร้อยละ 50 ขณะที่ผู้ประกอบการอันดับ 2 และ 3 เกินกว่า ร้อยละ 30 เมื่อพิจารณาตัวชี้วัดด้านกิจกรรมการตลาด การโฆษณาที่เพิ่มข้อมูลข่าวสาร ผู้ประกอบการแต่ละรายมีนโยบายและกลยุทธ์ในการทำกิจกรรมการตลาดที่แตกต่างกัน ซึ่งในช่วงที่ผ่านมา สัดส่วนของรายจ่ายในด้านนี้ค่อนข้างคงที่ในแต่ละกิจการ โดยผู้ประกอบการที่มีส่วนแบ่งตลาดอันดับ 2 และ 3 มีสัดส่วนของการทำกิจกรรมทางการตลาดมากกว่าผู้ประกอบการรายใหญ่ที่สุดของตลาด และตัวชี้วัดความสามารถในการเข้าและออกจากตลาดของผู้ประกอบกิจการ แม้ว่าในส่วนนี้ยังไม่มีข้อมูลที่เป็นตัวแทนของการประเมินอย่างมีหลักฐานและเอกสารประกอบที่สำคัญ แต่ก็ยังเป็นประเด็นสำคัญที่จะสะท้อนถึงสภาพการแข่งขันของตลาดได้ทางหนึ่ง ซึ่งในอนาคตคงต้องมีการเก็บข้อมูลเพื่อตอบโจทยการประเมินในส่วนนี้ต่อไป

7.1.2 สภาพปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันในการประกอบกิจการโทรคมนาคม

การรายงานสภาพปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันในการประกอบกิจการโทรคมนาคม คณะผู้วิจัย แบ่งการรายงานสภาพปัญหาและอุปสรรคไปตามแต่ละบริการ ได้แก่ 1) บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ 2) บริการโทรศัพท์ประจำที่ 3) บริการอินเทอร์เน็ต 4) บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ

โดยพิจารณาปัญหาและอุปสรรคแยกตาม 7 มิติ ได้แก่ 1) การเข้าสู่ตลาดของผู้ให้บริการรายใหม่ (Market Entry) 2) การจัดสรรทรัพยากรที่มีจำกัด (Scarce Resources) เช่น คลื่นความถี่ หรือ เลขหมายโทรศัพท์ 3) การเชื่อมต่อโครงข่ายระหว่างกัน (Interconnection) 4) อัตราค่าบริการ (Tariff Regulation) 5)การกำกับดูแลเพื่อการแข่งขันอย่างเป็นธรรม (Regulation of Anti Competitive Practices) 6)การให้บริการอย่างทั่วถึง (Universal Service Obligation: USO) และ 7) คุณภาพบริการ (Quality of Service: QOS) นอกจากนี้ ยังมีประเด็นศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องของ



บทบาทของรัฐวิสาหกิจในตลาดกิจการโทรคมนาคม และปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับการแข่งขัน
เพื่อรองรับ AEC

7.1.2.1 บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่

ปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันในบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ มิติ
ที่ 1 การเข้าสู่ตลาดของผู้ให้บริการรายใหม่ (Market Entry) จะพบว่าปัญหาจะอยู่ที่ข้อจำกัดในการ
เข้าสู่ตลาด ซึ่งในช่วงที่ผ่านมาไม่มีผู้ให้บริการรายใหม่เข้ามาสู่ตลาด จากการที่ตลาดมีการกระจุก
ค่อนข้างสูงในกลุ่มผู้ประกอบการเดิม กอปรกับการลงทุนในโครงข่ายและโครงสร้างพื้นฐานในบริการ
โทรศัพท์เคลื่อนที่มีเงินลงทุนสูงสำหรับผู้มีสิทธิในโครงข่าย จึงทำให้เป็นอุปสรรคสำคัญในการเข้าสู่
ตลาดของผู้ประกอบการรายใหม่ในกลุ่มนี้โดยปริยาย นอกจากนี้ยังมีประเด็นเรื่องการพัฒนาตลาด
ของผู้เช่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบโครงข่ายเสมือนจริง (MVNOs) ซึ่งที่ผ่านมา อุปสรรคสำคัญ
ของการพัฒนา MVNOs อาจเกิดจากการตีความมาตรา 46 ในพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่น
ความถี่และกำกับการประกอบกิจการ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม
พ.ศ. 2553 ที่ระบุไว้ “..ให้ใช้คลื่นความถี่เพื่อกิจการโทรคมนาคมเป็นสิทธิเฉพาะตัวของผู้ได้รับ
ใบอนุญาต จะโอนแก่กันมิได้ ผู้ได้รับใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่เพื่อกิจการโทรคมนาคม ต้อง
ประกอบกิจการด้วยตนเอง จะมอบการบริหารจัดการทั้งหมดหรือบางส่วนหรือยินยอมให้บุคคลอื่น
เป็นผู้มีอำนาจประกอบกิจการแทนมิได้” ดังนั้น การเช่าโครงข่ายเสมือนจริงหากตีความตามมาตรา
46 จะทำให้เป็นอุปสรรคสำคัญสำหรับการเข้าตลาดของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่รายเล็กได้
นอกจากนั้น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าและสร้างความแตกต่างได้ เป็น
อีกหนึ่งความท้าทายของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบโครงข่ายเสมือนจริง (MVNOs)

ปัญหาและอุปสรรคในมิติที่ 2 เรื่องการจัดสรรทรัพยากรที่มีจำกัด (Scarce
Resources) เช่น คลื่นความถี่หรือเลขหมายโทรศัพท์ ฯลฯ ยังมีประเด็นเรื่องพิจารณาจัดสรรเลข
หมายใช้ระยะเวลานานเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาธุรกิจของผู้ประกอบการ ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับ
การปฏิบัติตามประกาศเรื่องการไม่ให้มีวันหมดอายุสำหรับหมายเลขโทรศัพท์ประเภทบัตรเติมเงิน
ซึ่งทำให้มีเลขหมายคงค้างอยู่ในระดับโดยที่ไม่มีการใช้งาน และปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการจัดสรรคลื่น
ความถี่ที่ครบอายุสัมปทานยังขาดความชัดเจน จากกรณีที่สัญญาสัมปทานคลื่นความถี่ 1.8 GHz
จะสิ้นสุดอายุสัญญา รวมถึงปัญหาคลื่นความถี่ที่ได้รับจัดสรรไปแต่ไม่ได้ใช้ประโยชน์ เช่น 2.3 GHz
ที่ กสท ได้รับจัดสรรไป ฯลฯ และปัญหาที่เกี่ยวข้องกับที่ปักเสาและการพาดสาย ตลอดจน ปัญหาที่
เกี่ยวข้องกับบริการคงสิทธิเลขหมาย หรือ Mobile Number Portability (MNP)

ปัญหาและอุปสรรคในมิติที่ 3 การเชื่อมโยงโครงข่ายระหว่างกัน จะเป็น
ประเด็นในเรื่องของการกำหนดอัตราค่าเชื่อมโยงโครงข่าย กำหนดอัตราค่าเชื่อมต่อโครงข่ายโดยไม่
สะท้อนต้นทุนที่แท้จริงของผู้ประกอบการ อาจเป็นการเอื้อประโยชน์ให้แก่ผู้ประกอบการบางราย
โดยเฉพาะผู้ประกอบการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีฐานลูกค้ามาก และทำให้ผู้บริโภคต้องเสียค่าบริการสูง



สำหรับปัญหาและอุปสรรคในมิติที่ 4 อัตราค่าบริการ มีประเด็นเรื่องการกำหนดอัตราค่าบริการขั้นสูงเป็นอุปสรรคต่อการลงทุนเพื่อพัฒนาธุรกิจในอนาคต ในขณะที่ไม่มีการกำหนดอัตราค่าบริการขั้นต่ำ ซึ่งอาจนำไปสู่การแข่งขันด้านราคาที่รุนแรง และเกิดความได้เปรียบเสียเปรียบระหว่างผู้ประกอบการที่มีความสามารถในการแข่งขัน และต้นทุนที่แตกต่างกัน กอปรกับการแข่งขันด้านราคาที่รุนแรงมาก จะทำให้ลดทอนความสามารถในการลงทุนในอนาคตของผู้ประกอบการได้

ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นซึ่งอาจจะนำไปสู่การแข่งขันอย่างไม่เป็นธรรมที่เกิดขึ้นในตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ในมิติที่ 5 การกำกับดูแลเพื่อการแข่งขันอย่างเป็นธรรม มีประเด็นพิจารณาที่เกี่ยวข้อง 3 ประเด็น ได้แก่ 1) รูปแบบการส่งเสริมการขายและการให้บริการพ่วงกับสินค้าและบริการอื่น 2) จากการลงทะเบียนเลขหมายในรูปแบบเติมเงิน (prepaid) และ 3) บทบาทของผู้ประกอบการที่เป็นรัฐวิสาหกิจในตลาดกิจการโทรคมนาคม ซึ่งในประเด็นทั้งสามยังมีประเด็นปัญหาที่ต้องการความชัดเจนในการกำกับดูแลเพิ่มมากขึ้น

ปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวข้องกับการแข่งขันในมิติที่ 6 การให้บริการอย่างทั่วถึง (Universal Service Obligation: USO) มีประเด็นในเรื่องของการจัดบริการให้ครอบคลุมอย่างทั่วถึงของผู้ให้บริการแต่ละราย จึงทำให้มีผู้บริโภคจำนวนหนึ่งที่ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่มากกว่า 2 เลขหมายด้วยเหตุผลของการให้บริการไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ของผู้ให้บริการแต่ละราย นอกจากนี้ ยังมีประเด็นปัญหาที่เกี่ยวข้องกับความชัดเจนของแผนการจัดให้มีบริการโทรคมนาคมพื้นฐานโดยทั่วถึงและบริการเพื่อสังคม ซึ่งจากการเก็บข้อมูลพบที่มีความสนใจจากผู้ประกอบการทั้งที่เป็นภาคเอกชนและรัฐวิสาหกิจที่จะเข้ามาจัดบริการตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่กำหนด หากเป็นหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่มีความเป็นไปได้ในการพัฒนาธุรกิจ

มิติที่ 7 คุณภาพของบริการ ประเด็นปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันในมิตินี้ ในบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ แม้ว่าคุณภาพของบริการจะดีขึ้นโดยสะท้อนจากความพึงพอใจของผู้บริโภคที่ค่อนข้างมากในมิตินี้ แต่ทั้งนี้ยังมีความแตกต่างระหว่างคุณภาพของบริการระหว่างพื้นที่ในเขตเมือง และเขตชนบทที่สะท้อนออกมาจากการสำรวจ รวมถึงความสามารถในการเข้าถึงตลาดของผู้ใช้บริการในพื้นที่ห่างไกลยังคงไม่เท่าเทียมกัน จากการลงทุนและการขยายธุรกิจที่ไม่ทั่วถึงของผู้ประกอบการ นอกจากนี้ ในมิติคุณภาพของบริการมีความเห็นจากการเก็บข้อมูลว่า ยังขาดหลักเกณฑ์ในการกำกับดูแลด้านคุณภาพของการบริการอย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรม

7.1.2.2 บริการโทรศัพท์ประจำที่

ปัญหาและอุปสรรคในมิติที่ 1 การเข้าสู่ตลาดของผู้ให้บริการรายใหม่ (Market Entry) จากการตลาดบริการโทรศัพท์ประจำที่ ไม่มีการเข้ามาให้บริการของผู้ประกอบการรายใหม่ เนื่องจากธุรกิจบริการโทรศัพท์ประจำที่มีแนวโน้มลดลง จากการแข่งขันที่มาจากสินค้าทดแทนคือโทรศัพท์เคลื่อนที่ ทำให้โอกาสทางธุรกิจของตลาดนี้มีไม่มาก จึงไม่เป็นที่สนใจให้ผู้ประกอบการรายใหม่เข้าสู่ตลาด และอุปทานของบริการเหลืออย่างเพียงพอ จนไม่ทำให้เกิดความจำเป็นของการ



เข้าตลาดของผู้ประกอบการรายใหม่ ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันควรพิจารณาการปรับเปลี่ยนรูปแบบใบอนุญาตของบริการโทรศัพท์ประจำที่ ควรเน้นไปที่การสื่อสารทางสาย (Fiber to Home) เพิ่มมากขึ้น ซึ่งเป็นแนวโน้มที่เกิดขึ้นจริงในปัจจุบันและเป็นทิศทางในอนาคต

มิติที่ 2 การจัดสรรทรัพยากรที่มีจำกัด (Scarce Resources) ในบริการโทรศัพท์ประจำที่ ไม่มีประเด็นที่เป็นปัญหาและอุปสรรคในการแข่งขัน เหตุผลหนึ่งเป็นเพราะอุปทานของบริการยังมีมากเพียงพอในขณะที่อุปสงค์ของตลาดลดลงอย่างต่อเนื่อง

มิติที่ 3 การเชื่อมต่อโครงข่ายระหว่างกัน (Interconnection) ปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันในมิตินี้มี 3 ประเด็น ได้แก่ 1) อัตราค่าบริการโทรคมนาคมที่จัดเก็บจากผู้บริโภคยังไม่สะท้อนต้นทุน โดยอัตราค่าโทรศัพท์ในปัจจุบันยังไม่ได้ปรับให้สะท้อนต้นทุน ซึ่งเมื่อราคาขายปลีกยังไม่กำหนดให้ลงตัว เป็นความยากที่จะสามารถกำหนดราคาขายส่งหรือค่าเชื่อมต่อโครงข่ายระหว่างผู้ประกอบการที่เหมาะสมได้ 2) การคิดค่าเชื่อมต่อโครงข่ายยังไม่มีเกณฑ์ที่เป็นมาตรฐานและไม่สะท้อนต้นทุน และ 3) การขาดหน่วยงานระดับข้อพิพาทที่เกิดขึ้นในการเชื่อมต่อโครงข่าย ทั้งนี้ แม้ว่ากฎหมายการประกอบกิจการโทรคมนาคมของไทยได้มีกติกากว้างๆในการกำกับดูแลการเชื่อมต่อโครงข่ายแต่จะไม่ครบถ้วนและไม่ได้ลงในรายละเอียดนัก

ปัญหาของการแข่งขันในตลาดบริการโทรศัพท์ประจำที่มิติที่ 4 อัตราค่าบริการ คือ การกำหนดอัตราค่าบริการที่ยังไม่มีหลักเกณฑ์การกำกับดูแลที่ชัดเจนในตลาดบริการโทรศัพท์ประจำที่ ซึ่งแตกต่างจากในโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีการกำหนดอัตราขึ้นสูง โดยการกำหนดหลักเกณฑ์ในการกำกับดูแลอัตราค่าบริการ ควรต้องคำนึงถึงศักยภาพในการพัฒนาธุรกิจในระยะยาว เพราะหากกำหนดอัตราค่าบริการไว้ต่ำเกินไป ทำให้ผู้ประกอบการไม่สามารถที่จะลงทุนในอนาคตได้ และต้องคำนึงถึงการลดความเสี่ยงในการแข่งขันอย่างรุนแรงทางด้านราคา ซึ่งทำให้ผู้ประกอบการกำหนดอัตราค่าบริการที่ต่ำเกินไป และไม่เป็นผลต่อการพัฒนาตลาดในระยะยาวเช่นกัน

ปัญหาที่เกิดจากการกำกับดูแลเพื่อการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในตลาดบริการโทรศัพท์ประจำที่ในมิติที่ 5 ไม่มีประเด็นที่โดดเด่นนัก แต่จะเชื่อมโยงกับการกำกับดูแลการแข่งขันที่เกิดจากการทำการส่งเสริมการขายในลักษณะการให้บริการพ่วงกับสินค้าและบริการอื่น เพราะโทรศัพท์ประจำที่จะเป็นบริการหนึ่งที่ถูกนำไปใช้เพื่อการส่งเสริมการขายในลักษณะดังกล่าว

ปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันในมิติที่ 6 การให้บริการอย่างทั่วถึง หรือ USO ในบริการโทรศัพท์ประจำที่ยังคงเป็นเรื่องของการขาดความชัดเจนของแผนการจัดให้มีบริการโทรคมนาคมพื้นฐานโดยทั่วถึงและบริการเพื่อสังคม

มิติที่ 7 คุณภาพของบริการ ปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันในมิติคุณภาพของบริการ คือ การกำกับดูแลการแข่งขันในเรื่องคุณภาพบริการที่ยังไม่มีหลักเกณฑ์ในการกำกับดูแลคุณภาพของบริการอย่างเป็นรูปธรรมในบริการโทรศัพท์ประจำที่ รวมถึงปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะที่แม้ว่าความต้องการใช้จะลดลงไปมาก แต่ความคาดหวังต่อบริการของผู้บริโภคยังมีอยู่ ดังนั้น การจัดให้มีบริการที่มีคุณภาพจึงยังละเลยไปไม่ได้



7.1.2.3 บริการอินเทอร์เน็ต

ปัญหาและอุปสรรคในมิติที่ 1 การเข้าสู่ตลาดของผู้ให้บริการรายใหม่ (Market Entry) แม้ว่าจะมีการเข้าสู่ตลาดของผู้ให้บริการรายใหม่ค่อนข้างมาในช่วงที่ผ่านมา และส่วนมากจะเป็นใบอนุญาตประเภท 1 แต่ทั้งนี้ ยังมีข้อกำหนดของการให้ใบอนุญาตสำหรับผู้ประกอบการขนาดเล็กที่อาจไม่เอื้อต่อกิจการขนาดเล็กเท่าที่ควร

มิติที่ 2 การจัดสรรทรัพยากรที่มีจำกัดในตลาดบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงไม่มีประเด็นที่เป็นปัญหาและอุปสรรคในการแข่งขัน เพราะตลาดมีแนวโน้มเติบโตสูง และผู้ให้บริการสามารถเข้าสู่ตลาดได้โดยไม่อุปสรรคมากนัก ประเด็นปัญหาเรื่องการเข้าถึงทรัพยากรที่มีอยู่จำกัด ยังเป็นเรื่องการขยายโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับการให้บริการที่ยังกระจุกตัวอยู่เฉพาะในเขตเมือง ไม่ครอบคลุมพื้นที่ในเขตชนบท ซึ่งส่งผลต่อค่าบริการอินเทอร์เน็ตในเขตภูมิภาคหรือพื้นที่ชนบทค่อนข้างมีราคาสูง และมีความแตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ค่อนข้างมาก

ปัญหาของการเชื่อมต่อโครงข่ายระหว่างกันในมิติที่ 3 ที่เกิดขึ้นในตลาดบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง คือ กฎเกณฑ์ในการกำกับดูแลการเชื่อมโยงโครงข่ายในบริการอินเทอร์เน็ตยังไม่มีมาตรฐานที่ชัดเจนเท่าที่ควร เห็นได้จากการมีข้อพิพาทที่เกิดขึ้นระหว่างผู้ให้บริการที่เป็นรัฐวิสาหกิจและเอกชนผู้รับสัมปทานซึ่งยังไม่มีข้อสรุปในแนวทางการลดข้อขัดแย้ง และ กสทช. ไม่มีความชัดเจนต่อทางออกของปัญหาดังกล่าว

มิติที่ 4 อัตราค่าบริการ ปัญหาของการแข่งขันในการตลาดบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงด้านอัตราค่าบริการ คือ การขาดหลักเกณฑ์ในการกำกับดูแลในเรื่องของกำหนดอัตราค่าบริการที่ยังไม่มีหลักเกณฑ์การกำกับดูแลที่ชัดเจนในตลาดบริการอินเทอร์เน็ต ทำให้ผู้ให้บริการที่มีอำนาจเหนือตลาดสามารถกำหนดอัตราค่าบริการค่อนข้างสูง

มิติที่ 5 การกำกับดูแลเพื่อการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในตลาดบริการอินเทอร์เน็ต กสทช. ยังไม่มีกฎเกณฑ์การกำกับดูแลแนวปฏิบัติที่จะใช้ในการดูแลการแข่งขันอย่างเป็นธรรมที่ชัดเจน แม้ว่าปัญหาที่เกิดจากการกำกับดูแลเพื่อการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในตลาดบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ไม่มีประเด็นที่โดดเด่นนัก แต่จะเชื่อมโยงกับการกำกับดูแลการแข่งขันที่เกิดจากการทำการส่งเสริมการขายในลักษณะการให้บริการพ่วงกับสินค้าและบริการอื่น เพราะบริการอินเทอร์เน็ตจะเป็นบริการหนึ่งที่ถูกนำไปใช้เพื่อการส่งเสริมการขายในลักษณะดังกล่าว

มิติที่ 6 ประเด็นปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการอย่างทั่วถึง หรือ USO ของบริการอินเทอร์เน็ตยังคงเป็นเรื่องของการขาดความชัดเจนของแผนการจัดให้มีบริการโทรคมนาคมพื้นฐานโดยทั่วถึงและบริการเพื่อสังคม รวมถึงความแตกต่างของบริการในเขตเมือง เขตชนบท และพื้นที่ห่างไกลมีค่อนข้างสูงในบริการอินเทอร์เน็ต ซึ่งสะท้อนที่อัตราค่าบริการของบริการอินเทอร์เน็ตในเขตชนบทและพื้นที่ห่างไกลมีราคาสูงมาก รวมถึงบริการ Free Wifi ที่รัฐจัดให้ยังไม่มีเสถียรภาพและคุณภาพของบริการยังไม่ดีพอ



มิติที่ 7 คุณภาพบริการ ปัญหาและอุปสรรคในการแข่งขันยังคงเป็นเรื่องการไม่มีหลักเกณฑ์ในการกำกับดูแลคุณภาพของบริการอย่างเป็นรูปธรรมในบริการอินเทอร์เน็ต รวมถึงกฎเกณฑ์ในการตรวจสอบคุณภาพของผู้ให้บริการแต่ละรายว่าถูกต้องตรงตามที่โฆษณาไว้กับลูกค้าหรือไม่ ยังไม่มีแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจน

7.1.2.4 บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ

มิติที่ 1 การเข้าสู่ตลาดของผู้ให้บริการรายใหม่ (Market Entry) ในตลาดบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ จะมีอุปสรรคในการเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการรายใหม่สำหรับการบริการระบบต่อตรง (IDD) จากการที่มักจะต้องผู้ให้บริการที่มีฐานลูกค้าจะบริการอื่นรองรับสำหรับการเข้าสู่ตลาดโทรศัพท์ระหว่างประเทศที่มีอุปสรรคไม่มากนักสำหรับผู้ให้บริการระบบการสื่อสารทางเสียงผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (VoIP) และระบบบัตรโทรศัพท์ ซึ่งมีผู้ได้รับใบอนุญาตจำนวนมาก นอกจากนั้น ยังมีประเด็นปัญหาและอุปสรรคที่มาจากกรณีที่มีผู้ให้บริการจากต่างประเทศเข้ามาให้บริการได้โดยไม่จำเป็นต้องมีใบอนุญาตเหมือนผู้ให้บริการภายในประเทศ ทำให้เกิดการแย่งลูกค้า เนื่องจากผู้ให้บริการต่างประเทศมีต้นทุนที่ถูกกว่าและไม่ต้องเสียค่าธรรมเนียมใบอนุญาต ทำให้สามารถลดราคาค่าบริการลงได้มาก ซึ่งส่งผลกระทบต่อหน่วยงานรัฐวิสาหกิจที่เป็นผู้ให้บริการเกตเวย์ (Gateway) อย่างมาก

นอกจากนั้น ยังมีประเด็นเรื่องความชัดเจนต่อขอบเขตของการให้บริการในแต่ละประเภทของใบอนุญาตที่ทำให้เกิดความเสียเปรียบในกลุ่มผู้ให้บริการที่เป็นเจ้าของโครงข่ายที่มีการลงทุนสูง กับใบอนุญาตของผู้ที่ไม่ได้เป็นเจ้าของโครงข่าย แต่สามารถให้บริการได้ไม่แตกต่างกัน ทำให้เกิดความเสียเปรียบในเชิงต้นทุน และไม่สามารถแข่งขันได้ อีกทั้งในตลาดบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศมีแนวโน้มของการแข่งขันที่มาจากบริการโทรศัพท์ไปต่างประเทศผ่านทาง VOIP ซึ่งทำให้การแข่งขันในตลาดนี้จะเริ่มรุนแรงมากขึ้น การกำกับดูแลจึงต้องคำนึงถึงความเป็นธรรมในการแข่งขันเป็นหลัก

มิติที่ 2 การจัดสรรทรัพยากรที่มีจำกัด (Scarce Resources) ในตลาดบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศไม่มีประเด็นที่เป็นปัญหาและอุปสรรคในการแข่งขันในมิติเรื่องการจัดสรรทรัพยากรที่มีจำกัด เนื่องจากไม่มีอุปสรรคในการเข้าสู่ตลาดมากนัก โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ให้บริการที่ไม่มี IDD Prefix

มิติที่ 3 การเชื่อมต่อโครงข่ายระหว่างกัน (Interconnection) การใช้รหัสโทรศัพท์ระหว่างประเทศโดยการโทรไปต่างประเทศจะมี 2 ประเภทได้แก่ การโทรไปยังปลายทางที่เป็นต่างประเทศ และการโทรจากต่างประเทศมายังประเทศไทย โดยหากพิจารณาแล้ว การโทรไปยังปลายทางในต่างประเทศนั้น ควรจะให้สิทธิแก่ลูกค้าในการเลือกใช้รหัสระหว่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็นการโทรจากโทรศัพท์ประจำที่หรือโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งในกรณีนี้ทาง กสทช. ได้มีประกาศให้ทุกโครงข่ายสามารถเข้าถึงได้ทุกรหัสระหว่างประเทศ แต่ปัญหาของการดำเนินการ คือ บางโครงข่าย



ไม่สามารถตกลงกันได้ในเรื่องค่าธรรมเนียมในการเชื่อมโยงโครงข่าย ทำให้ไม่เปิดโครงข่ายระหว่างกันและยังไม่มีข้อยุติในเรื่องดังกล่าว

มติที่ 4 อัตราค่าบริการ (Tariff Regulation) ปัญหาของการแข่งขันในการตลาดบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้านอัตราค่าบริการที่สำคัญ คือ การขาดหลักเกณฑ์ในการกำกับดูแลในเรื่องของกำหนดอัตราค่าบริการเช่นเดียวกับในตลาดบริการโทรศัพท์ประจำที่ และตลาดอินเทอร์เน็ต ทำให้ผู้ให้บริการที่มีอำนาจเหนือตลาดสามารถกำหนดอัตราค่าบริการค่อนข้างสูง แต่ทั้งนี้ ผู้ประกอบการก็สามารถกำหนดอัตราค่าบริการที่มีความหลากหลาย และสร้างความแตกต่างของบริการให้ชัดเจนขึ้นได้ เพื่อให้ผู้บริโภคมีสิทธิเลือกบริการที่ตนต้องการ เพียงแต่ผู้บริโภคอาจไม่เข้าใจและไม่ค่อยมีข้อมูลเปรียบเทียบมากเพียงพอในการเรื่องใช้บริการตามอัตราค่าบริการที่ตนต้องการ เพราะส่วนมากการแข่งขันในส่วนของโทรศัพท์ระหว่างประเทศจะมีความได้เปรียบในการที่ผู้ให้บริการจะให้ฐานผู้ใช้บริการของตนเองใช้รหัสโทรศัพท์ทางไกลของผู้ให้บริการรายนั้น

นอกจากนั้น ปัญหาในการแข่งขันสำหรับบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศที่สำคัญและมีผลกระทบต่อผู้รับบริการ คือ บริการข้ามแดนอัตโนมัติ โดยเฉพาะปัญหาที่เกิดกับข้อมูลบริการข้ามแดนอัตโนมัติ (Data Roaming) การเกิดปัญหาที่ค่าบริการสูงโดยผู้ใช้บริการขาดความรู้ในการใช้งานโทรศัพท์สมาร์ทโฟน ปัญหาเหล่านี้ทำให้ผู้ใช้บริการมีต้นทุนที่สูงเกินความต้องการใช้งานจริง ซึ่ง กสทช. ควรมีการวางกฎเกณฑ์ให้ผู้ประกอบการดูแลผู้ใช้บริการอย่างเป็นธรรม และควรเป็นแนวทางที่ผู้ให้บริการแต่ละรายต้องดำเนินการเพื่อดูแลผู้ใช้บริการอย่างเป็นธรรมและไม่สร้างความเหลื่อมล้ำในการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการได้

มติที่ 5 การกำกับดูแลเพื่อการแข่งขันอย่างเป็นธรรม ในตลาดบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ ประเด็นเรื่องความชัดเจนของขอบเขตใบอนุญาตแต่ละประเภทในการให้บริการ เพราะหากใบอนุญาตประเภทที่ต้องลงทุนสูงและเป็นเจ้าของโครงข่ายต้องแข่งขันกับใบอนุญาตประเภทที่ไม่ต้องลงทุนในโครงข่าย แต่สามารถให้บริการในลักษณะเดียวกันได้ย่อมเกิดความไม่เป็นธรรมในการแข่งขัน นอกจากนี้ ปัญหาที่เกิดจากการขายสินค้าพ่วงกับบริการอื่นๆ ซึ่งจะมีแต่ผู้ประกอบการรายใหญ่เท่านั้นที่ดำเนินการได้ เพราะเมื่อมีการคิดเฉลี่ยค่าบริการแล้ว ก็ยังคงมีกำไรอยู่ตามหลักการประหยัดจากขนาด (Economies of Scale) ผู้เสียเปรียบจะเป็นผู้ประกอบการขนาดเล็ก และยังคงส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการรายใหม่ที่จะเข้าสู่ตลาดด้วย

มติที่ 6 การให้บริการอย่างทั่วถึง ในตลาดบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ อาจมีไม่มากนัก เพราะเป็นบริการที่ค่อนข้างเฉพาะกลุ่ม แต่ทั้งนี้การให้บริการที่ทั่วถึงเพื่อรองรับแรงงานที่จะเคลื่อนย้ายเข้ามาในประเทศไทยมากขึ้น เมื่อมีการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) จะต้องให้นำหนักกับเรื่องนี้ด้วย สำหรับการวางแผนการจัดให้มีบริการโทรคมนาคมพื้นฐานโดยทั่วถึงและบริการเพื่อสังคม

มติที่ 7 คุณภาพบริการ (Quality of Services) ผลการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศสะท้อนว่า ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการโทรศัพท์



ระหว่างประเทศของผู้ใช้บริการส่วนมากจะอยู่ในระดับค่อนข้างมาก โดยประเด็นที่มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ ด้านคุณภาพและมาตรฐาน รองลงมา คือ ด้านบริการหลังการขาย และอัตราค่าบริการ ตามลำดับ ประเด็นสำคัญของปัญหาในเรื่องคุณภาพบริการ ยังคงเป็นเรื่องของการที่ยังไม่มีหลักเกณฑ์ในการกำกับดูแลคุณภาพของบริการอย่างเป็นรูปธรรมในบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ เช่นเดียวกับบริการอื่นๆ ในกิจการโทรคมนาคม

7.1.2.5 บทบาทของรัฐวิสาหกิจในตลาดกิจการโทรคมนาคม

ปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันของผู้ประกอบกิจการที่เป็นรัฐวิสาหกิจในกิจการโทรคมนาคม ซึ่งมีผู้ประกอบกิจการโทรคมนาคมที่เป็นรัฐวิสาหกิจมี 2 ราย คือ TOT และ CAT ซึ่งจากการที่นโยบายและโครงสร้างการบริหารมีความแตกต่างกับผู้ประกอบกิจการที่เป็นเอกชน จึงทำให้ผู้ประกอบการกิจการรัฐวิสาหกิจมีอุปสรรคต่อการแข่งขันในตลาดมากกว่าผู้ประกอบการภาคเอกชน ประกอบกับการเปลี่ยนแปลงไปของบทบาทของรัฐวิสาหกิจที่มาจากการปรับนโยบายและการแทรกแซงทางการเมืองในกระบวนการตัดสินใจ ได้มีส่วนทำให้ฐานะของรัฐวิสาหกิจทั้งสองแห่งมีแนวโน้มอ่อนแอลงตามลำดับ ขณะที่ส่วนแบ่งตลาดของผู้ประกอบกิจการโทรคมนาคมเอกชนกลายเป็นผู้นำตลาดและมีอำนาจเหนือตลาดในปัจจุบัน

อย่างไรก็ดี รัฐวิสาหกิจทั้งสองแห่งยังคงมีโอกาสที่จะทำให้สภาพการแข่งขันในตลาดกิจการโทรคมนาคมเป็นตลาดที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นได้ หากมีการดำเนินงานและการปรับบทบาทของรัฐวิสาหกิจไปในทางที่เหมาะสม แต่ทั้งนี้ผู้มีอำนาจหน้าที่ในการกำหนดนโยบายในการพัฒนาตลาดโทรคมนาคมของไทยจะต้องเล็งเห็นความจำเป็นในการพัฒนารัฐวิสาหกิจทั้งสองแห่งให้เป็นตัวจักรสำคัญในการขับเคลื่อนนโยบายดังกล่าว

7.1.2.6 ปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับการแข่งขันเพื่อรองรับ AEC

การเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ในปี พ.ศ.2558 ได้มีการกำหนดให้กิจการโทรคมนาคมถือเป็นกิจการที่อยู่ในสาขาเร่งรัดของการเปิดเสรีภาคบริการ คือ ต้องไม่มีข้อจำกัดการให้บริการข้ามพรมแดน ทายอยให้ต่างชาติถือหุ้นได้ร้อยละ 70 และเปิดให้คนต่างชาติเข้ามาทำงานด้านกิจการโทรคมนาคมในประเทศไทยได้ภายในปี พ.ศ.2556 มีความเชื่อกันว่าการเปิดเสรีในสาขากิจการโทรคมนาคมนี้มีประโยชน์ต่อคนไทย โดยเฉพาะผู้บริโภคชาวไทยที่จะมีทางเลือกในการใช้บริการจากผู้ให้บริการที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ การเข้าสู่ AEC น่าจะมีผลต่อรูปแบบการแข่งขันในตลาดกิจการโทรคมนาคมของไทย

ประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่ปี พ.ศ.2558 ซึ่งคาดว่าจะทำให้การเชื่อมโยงติดต่อกันของผู้ใช้บริการโทรคมนาคมไทยกับประเทศในอาเซียนมีขอบเขตและปริมาณ ความถี่เพิ่มขึ้น การแก้ไขปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันในตลาดจึงเป็นส่วนหนึ่งของการสนับสนุนแนวทางดังกล่าว และเป็นการเปลี่ยนปัจจัยหลักที่เป็นอุปสรรคสู่ตัวขับเคลื่อนการแข่งขันในตลาดแทน



7.1.3 การประเมินส่วนเกินผู้บริโภค (Consumer Surplus)

การดำเนินการตามแผนแม่บทกิจการโทรคมนาคมที่ผ่านมา มีการประเมินผลเบื้องต้นจากการพิจารณาการขยายตัวของการใช้บริการโทรคมนาคมเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง และขณะเดียวกันราคาค่าบริการมีแนวโน้มลดลง ซึ่งคาดว่าประโยชน์ที่บริโภคได้รับน่าจะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม การประเมินผลการดำเนินงานตามแผนแม่บทจะมีความชัดเจนขึ้นหากได้มีการประเมินมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคในช่วงเวลาที่ผ่านมา โดยการประเมินมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคจะทำการประมาณค่าสมการอุปสงค์ เพื่อคำนวณหาส่วนเกินผู้บริโภคของบริการโทรคมนาคมแต่ละประเภท เพื่อเป็นข้อมูลในการประเมินผลการดำเนินงานตามแผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม ดังนี้

7.1.3.1 บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่

การวิเคราะห์ส่วนเกินผู้บริโภคของโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นบริการที่มีข้อมูลครบถ้วนที่สุดในบรรดา 4 บริการโทรคมนาคมที่ศึกษาในรายงานนี้ โดยข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาอ้างอิงข้อมูลจากฐานข้อมูล Thai Telecom Database ของ กสทช.เป็นหลักในการคำนวณ โดยตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์ ตัวแปรปริมาณการใช้บริการ (Y) เป็นตัวแทนอุปสงค์ของบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ตัวแปร Minutes of Use (MOU) เฉลี่ยของทุกบริษัทที่มีข้อมูลให้ซึ่งเป็นตัวเลขที่จัดทำโดย กสทช. โดยข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์เป็นข้อมูลเฉลี่ยต่อเดือนต่อผู้ใช้บริการเลขหมาย (Subscribers)

ตัวแปรราคาค่าใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ (P) เนื่องจากข้อมูลอัตราค่าบริการต่อนาที (Rate per Minute: RPM) ของ กสทช.มีไม่ครบทุกช่วงเวลาและช่วงเวลาส่วนใหญ่จะไม่มีข้อมูลดังกล่าวดังนั้นในการศึกษานี้จะใช้ข้อมูลรายรับเฉลี่ยต่อเดือนต่อเลขหมาย (Average Revenue Per User - ARPU) เป็นตัวแทนโดยใช้ผลหารระหว่างข้อมูลข้อมูลรายรับเฉลี่ยต่อเดือนต่อเลขหมาย (ARPU) และข้อมูล MOU เฉลี่ยของอุตสาหกรรมโดยรวม (Industry Average) เป็นตัวแทนของราคาค่าใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ (P) กล่าวคือ $P = ARPU/MOU$ โดยข้อมูลที่ใช้เป็นข้อมูลเฉลี่ยต่อเดือนต่อผู้ใช้บริการเลขหมาย (Subscribers) มีหน่วยเป็นบาทต่อนาที เช่นเดียวกับกรณีของข้อมูลปริมาณการใช้บริการ (Minute of Use : Y)

เมื่อพิจารณารูปแบบของการเปลี่ยนแปลงในส่วนเกินผู้บริโภคต่อเลขหมายส่วนเกินผู้บริโภครวม และการเปลี่ยนแปลงในส่วนเกินของผู้บริโภคที่มาจากการเปลี่ยนแปลงของราคาจะพบว่า การใช้สมการในรูปแบบต่างกัน คือใช้สมการเส้นตรง และใช้สมการเส้นโค้ง Log-linear ซึ่งมีการคำนวณค่าราคา Virtual Price ที่ต่างกัน ล้วนแต่ให้ข้อสรุปเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงส่วนเกินผู้บริโภคที่คล้ายคลึงกัน คือ ระหว่างช่วงปี พ.ศ.2545-2547 ก่อนแผนแม่บทกิจการโทรคมนาคมฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2548 – 2550) และแผนแม่บทฉบับที่ 2 (พ.ศ.2551 – 2554) การเปลี่ยนแปลงในส่วนเกินผู้บริโภครวมมีน้อยมาก และส่วนเกินผู้บริโภคต่อเลขหมายมีค่าลดลง ซึ่งสาเหตุสำคัญมาจากการที่ราคาค่าบริการต่อนาทีมีค่าที่สูง แต่ภายหลังแผนแม่บทกิจการ



โทรคมนาคมฉบับที่ 1 ราคาค่าบริการต่อนาทีที่มีการปรับตัวลดลงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งราคาที่ปรับตัวลดลงในอุตสาหกรรมโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นเครื่องสะท้อนพัฒนาการของการแข่งขันในธุรกิจที่มีสูงขึ้น หลังปี พ.ศ.2548 ซึ่งเป็นเครื่องชี้วัดความสำเร็จประการหนึ่งของแผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม โดยการเพิ่มขึ้นของส่วนเกินผู้บริโภคมาจาก 2 ส่วนคือการเพิ่มขึ้นของการใช้งานจากปริมาณการโทรต่อเลขหมายที่ส่วนสำคัญมาจากการลดลงของราคาค่าบริการต่อนาที ซึ่งเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วในช่วงระหว่างปี พ.ศ.2548-2550 ในขณะที่ช่วงปี พ.ศ.2551 เป็นต้นไป การเพิ่มขึ้นของส่วนเกินผู้บริโภคจะมาจากการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นของจำนวนเลขหมายทำให้ส่วนเกินผู้บริโภครวมสูงขึ้น

7.1.3.2 บริการโทรศัพท์ประจำที่

ตัวแปรที่ใช้เป็นตัวแทนอุปสงค์ของบริการโทรศัพท์ประจำที่ในรายงานฉบับนี้ จะใช้ตัวแปรจำนวนเลขหมายผู้ใช้บริการ (Subscribers – SUB) เป็นตัวแทนเนื่องจากไม่มีข้อมูลจำนวนนาทีที่ใช้บริการใน Thai Telecom Database ทำให้ไม่มีข้อมูลปริมาณการใช้โดยตรง ส่วนตัวแปรราคาที่ใช้บริการจะใช้ข้อมูลรายรับเฉลี่ยต่อเดือนต่อเลขหมาย (ARPU) เป็นตัวแทนโดยตรง เนื่องจากเป็นข้อมูลราคาที่ตรงกับข้อมูลจำนวนเลขหมายที่ใช้แทนตัวแปรปริมาณ เนื่องจากข้อมูล ARPU ที่ครบถ้วนจะมีเฉพาะข้อมูลของ TRUE ในขณะที่ข้อมูลของ TOT และ TT&T จะมีข้อมูลที่สั้นมากดังที่กล่าวถึงข้างต้น ดังนั้น ในการประมาณค่าจึงใช้ข้อมูล ARPU ของ TRUE เป็นตัวแทนของ ARPU ในบริษัทอื่นๆ ด้วยเนื่องจากข้อจำกัดด้านข้อมูล

ข้อสรุปที่สำคัญคือ การเปลี่ยนแปลงของราคาค่าบริการที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง มีผลต่อส่วนเกินผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้นประมาณเฉลี่ยปีละ 200– 300 ล้านบาทต่อปี ซึ่งแสดงถึงผลของการแข่งขันและการกำกับดูแลตามแผนแม่บทกิจการโทรคมนาคมในช่วงเวลาดังกล่าว แต่หากพิจารณาถึงแนวโน้มธุรกิจจะพบว่ามูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคจะค่อยๆ ลดลงเรื่อยๆ จากปี พ.ศ.2551 เนื่องจากผลการลดลงของความต้องการใช้บริการโทรศัพท์ประจำที่ตามการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี ซึ่งมูลค่าการลดลงนี้ประมาณ 2,000-3,000 ล้านบาทต่อปี ซึ่งจะเห็นว่าการลดลงของมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคจากแนวโน้มเทคโนโลยีมีขนาดสูงกว่าการเพิ่มขึ้นของที่มาจาก การลดลงของราคาและความแตกต่างระหว่างการคำนวณในกรณีที่ 1 และ 3 เกิดจากค่ามูลค่าส่วนเกินผู้บริโภค ณ จุดเริ่มต้นในปี พ.ศ.2551 จำนวน 55,192 ล้านบาทในกรณีที่ 1 และ 45,518 ล้านบาทในกรณีที่ 3 ซึ่งมาจากความแตกต่างในการกำหนดค่า Virtual Price ที่ต่างกัน แต่ความแตกต่างนี้มีไม่มาก

7.1.3.3 บริการอินเทอร์เน็ต

การวิเคราะห์ส่วนเกินผู้บริโภคในธุรกิจอินเทอร์เน็ตจะมีปัญหาข้อจำกัดด้านข้อมูลเช่นเดียวกับในธุรกิจโทรศัพท์ประจำที่ โดยข้อมูลจาก Thai Telecom Database จะมีเฉพาะข้อมูลจำนวนผู้ใช้บริการเลขหมายโทรศัพท์ประจำที่ (Subscribers) และข้อมูลรายรับเฉลี่ยต่อเดือน



ต่อเลขหมาย (ARPU) เช่นเดียวกัน ดังนั้น การศึกษาในส่วนนี้จึงใช้แนวทางเดียวกับการศึกษา
บริการโทรศัพท์ประจำที่กล่าวคือ ข้อมูลจำนวนผู้ใช้บริการเลขหมายโทรศัพท์ประจำที่
(Subscribers) เป็นตัวแทนของปริมาณการใช้บริการ และใช้ข้อมูลรายรับเฉลี่ยต่อเดือนต่อเลขหมาย
(ARPU) เป็นตัวแทนของราคาค่าบริการ (คิดเฉลี่ยต่อผู้ใช้บริการ) โดยตัวแปรที่ใช้เป็นตัวแทนอุป
สงค์ของบริการอินเทอร์เน็ตในรายงานนี้ใช้ตัวแปรจำนวนเลขหมายผู้ใช้บริการ (Subscribers –
SUB) เป็นตัวแทนเช่นเดียวกับธุรกิจโทรศัพท์ประจำที่เนื่องจากไม่มีข้อมูลปริมาณการดาวน์โหลด
หรือข้อมูลจำนวนแบนด์วิธที่ใช้บริการอย่างต่อเนื่องเป็นข้อมูลอนุกรมเวลา ส่วนตัวแปรราคาที่ใช้
บริการจะใช้ข้อมูลรายรับเฉลี่ยต่อเดือนต่อเลขหมาย (ARPU) เป็นตัวแทนโดยตรงเนื่องจากเป็น
ข้อมูลราคาที่ตรงกับข้อมูลจำนวนเลขหมายที่ใช้แทนตัวแปรปริมาณ เนื่องจากข้อมูล ARPU ที่
ครบถ้วนจะมีเฉพาะข้อมูลของ TRUE ในขณะที่ข้อมูลของบริษัท TOT และ 3BB จะมีข้อมูลที่สั้นมาก
ดังนั้น ในการประมาณค่าจึงใช้ข้อมูล ARPU ของ TRUE เป็นตัวแทนของ ARPU ในบริษัทอื่นๆ
ด้วยเนื่องจากข้อจำกัดด้านข้อมูลที่กล่าวมาข้างต้น

ข้อสรุปที่สำคัญคือ ราคาค่าบริการมีค่าที่ค่อนข้างคงที่ในช่วงหลังปี พ.ศ.2548
แต่อย่างไรก็ตามปริมาณการใช้บริการมีการปรับตัวเพิ่มขึ้นโดยวัดจากจำนวนผู้ใช้บริการ
(Subscribers) ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่ซึ่งการแข่งขันในอุตสาหกรรมในกรณีธุรกิจอินเทอร์เน็ตจะ
มีการแข่งขันกันในด้านคุณภาพ การขยายเครือข่าย และความเร็วของการบริการในการดาวน์โหลด
ข้อมูลมากกว่าการแข่งขันด้านราคาทำให้ของราคาค่าบริการต่อผู้ใช้บริการต่อเลขหมายค่อนข้างคงที่
แต่หากจะพิจารณาด้านปริมาณการใช้บริการที่วัดจากการดาวน์โหลดข้อมูลน่าจะปรับตัวเพิ่มขึ้นตาม
คุณภาพของบริการที่มีความเร็วการดาวน์โหลดที่เร็วขึ้น แต่เนื่องจากข้อจำกัดของข้อมูลปริมาณการ
ดาวน์โหลดทำให้ไม่สามารถวิเคราะห์ปริมาณการดาวน์โหลดได้ในการศึกษา

ดังนั้น ธุรกิจอินเทอร์เน็ตจึงเป็นธุรกิจด้านโทรคมนาคมที่มีแนวโน้มการเพิ่มขึ้น
ของมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว แต่เมื่อเทียบจำนวนสัดส่วนของมูลค่าส่วนเกิน
ผู้บริโภคต่อรายรับยังอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่และโทรศัพท์ประจำที่ แต่จากการ
เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วคาดว่าในอนาคตสัดส่วนนี้จะเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จนใกล้เคียงกับธุรกิจอื่นอีก 2 ธุรกิจ
ในอนาคต

7.1.3.4 บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ

การวิเคราะห์ส่วนเกินผู้บริโภคในธุรกิจโทรศัพท์ระหว่างประเทศ จะมีข้อจำกัด
เกี่ยวกับข้อมูลมากกว่าธุรกิจอื่นๆ เนื่องจากข้อมูล Thai Telecom Database ไม่มีการจำแนกข้อมูล
การใช้โทรศัพท์ระหว่างประเทศออกมาเป็นการเฉพาะจากการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่หรือโทรศัพท์
ประจำที่ ทำให้การวิเคราะห์ส่วนเกินผู้บริโภคในธุรกิจโทรศัพท์ระหว่างประเทศจะใช้ข้อมูลปริมาณ
การใช้งานโทรศัพท์ระหว่างประเทศซึ่งรวบรวมจากรายงานสรุปข้อมูลการเชื่อมโยงโครงข่าย
(Interconnection Report) ของ กสทช. และข้อมูลอัตราค่าบริการเฉลี่ยของบริการโทรศัพท์ระหว่าง
ประเทศใช้ข้อมูลซึ่งคำนวณโดยกลุ่มงานค่าธรรมเนียมและอัตราค่าบริการในกิจการโทรคมนาคม



กสทช. เป็นตัวแทนของราคาค่าบริการ โดยข้อมูลทั้งปริมาณและราคาดังกล่าวจะเริ่มตั้งแต่ไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ.2552 ถึงไตรมาสที่ 4 ปี พ.ศ.2555

ข้อสรุปที่สำคัญ คือ ธุรกิจโทรศัพท์ระหว่างประเทศมีความยืดหยุ่นต่อราคาที่ต่ำ (-0.265) ทำให้ผู้ให้บริการมีแรงจูงใจในการปรับลดราคาเพื่อแข่งขันกันดึงดูดลูกค้าที่น้อย โดยการปรับลดลงของราคามีลักษณะชั่วคราวตามการจัดรายการส่งเสริมการขายซึ่งเป็นเฉพาะในบางช่วงเวลา เช่น ระหว่างไตรมาสที่ 3 ในปี พ.ศ.2552 ถึงไตรมาสที่ 4 ปีเดียวกัน และในช่วงระหว่างไตรมาสที่ 2 ปี พ.ศ.2553 ถึงไตรมาสที่ 1 ปี 2554 ทำให้หากพิจารณาการเปลี่ยนแปลงส่วนเกินผู้บริโภคจากการเปลี่ยนแปลงของราคาเพียงปัจจัยเดียวจะพบว่า การส่วนเกินผู้บริโภคปรับลดลงเล็กน้อย เฉลี่ยประมาณ 100 ล้านบาทต่อปีในช่วงระหว่างปี พ.ศ.2552 ถึงปี พ.ศ.2555

อย่างไรก็ตามหากมองปริมาณการเปลี่ยนแปลงส่วนเกินผู้บริโภคของธุรกิจโทรศัพท์ระหว่างประเทศโดยรวม พบว่ามีส่วนเกินผู้บริโภคแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อยๆตามปัจจัยแนวโน้มระยะเวลา ส่งผลให้ส่วนเกินผู้บริโภคเพิ่มขึ้นประมาณเฉลี่ยปีละ 4,800– 23,000 ล้านบาทต่อปี ซึ่งเป็นมูลค่าที่สูงกว่าผลจากการเปลี่ยนแปลงอัตราค่าบริการมาก ดังนั้นการกำกับดูแลธุรกิจโทรศัพท์ระหว่างประเทศจึงควรให้ความสำคัญกับความต้องการที่เพิ่มขึ้นตามแนวโน้มระยะเวลาซึ่งเกิดจากการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศและตามแนวโน้มเทคโนโลยี

นอกจากนี้แนวโน้มเทคโนโลยีที่สำคัญในปัจจุบันได้แก่การทดแทนกันระหว่างการสื่อสารระหว่างประเทศโดยโทรศัพท์และโดยระบบอินเทอร์เน็ตซึ่งจะเป็นปัจจัยซึ่งส่งผลมากขึ้นในช่วงต่อจากนี้ตามการพัฒนาธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ 3G ซึ่งทำให้การใช้งานอินเทอร์เน็ตจากโทรศัพท์เคลื่อนที่ทำได้สะดวกและรวดเร็วมากขึ้นกว่าช่วงก่อนหน้านี้ ซึ่งปัจจัยนี้เป็นปัจจัยสำคัญที่น่าจะส่งผลต่อส่วนเกินผู้บริโภคในธุรกิจโทรศัพท์ระหว่างประเทศหลังปี พ.ศ.2556

7.2 ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

การศึกษาในแต่ละส่วนตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาได้มีการนำเสนอข้อเสนอแนะไว้แล้วในส่วนนี้จึงขอนำมาข้อเสนอแนะในภาพรวมสรุปไว้ ดังนี้

7.2.1 การพัฒนาตัวชี้วัดสภาพการแข่งขันของบริการแบบรวมกลุ่ม (Bundle)
เนื่องจากมีแนวโน้มของการกำหนดราคาแบบ Bundle (Product Bundling) เป็นกลยุทธ์การตลาดที่ใช้การนำเสนอสินค้าและบริการหลายอย่างในการเสนอขายครั้งเดียว (Combined Product) โดยอาจจะเป็นราคาแบบให้ส่วนลด ที่ถูกกว่าการซื้อสินค้าและบริการแยกแต่ละแห่ง ซึ่งกลยุทธ์ทางการตลาดแบบนี้จะพบได้ในกิจการที่มีผลิตภัณฑ์หลายชนิดและหลายประเภทอยู่ในกลุ่ม โดยกิจการโทรคมนาคมเป็นหนึ่งในกิจการที่มีลักษณะดังกล่าว



การนำเอาสินค้าและบริการหลายประเภทมารวมกันเป็นแพ็คเกจขาย จึงเป็นกลยุทธ์ที่เกิดขึ้นอยู่แล้วในกิจการโทรคมนาคมการใช้กลยุทธ์การตลาดแบบ Bundle นี้เกิดขึ้นจากการที่ผู้ประกอบการรับรู้ว่ามีผู้ใช้บริการบางส่วนต้องการสินค้าและบริการหลายอย่างพร้อมกัน จะได้รับประโยชน์มากกว่าการแยกบริการแต่ละอย่างออกจากกัน จึงต้องยอมรับว่าการตลาดแบบ Bundle ให้ประโยชน์แก่ผู้ประกอบการโทรคมนาคมและผู้ใช้บริการ การกำกับดูแลจึงต้องครอบคลุมถึงกลยุทธ์การตลาดในลักษณะนี้ด้วย

7.2.2 การเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
ของกิจการการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจะทำให้ตลาดของการให้บริการโทรคมนาคมขยายตัวมากขึ้น ผู้ใช้บริการในประเทศไทยและประเทศสมาชิกในอาเซียนมีแนวโน้มที่จะมีอำนาจซื้อเพิ่มมากขึ้น และมีความสามารถในการที่จะรับภาระค่าบริการผ่านการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนอันเนื่องมาจากความต้องการข้อมูลที่เพิ่มขึ้น ประกอบกับ การเดินทางของประชาชนในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนคาดว่าจะมีความถี่เพิ่มมากขึ้นในอนาคต ซึ่งจะส่งผลต่อฐานผู้ใช้บริการกิจการโทรคมนาคมเพิ่มขึ้นตามไปด้วย

สถานการณ์ดังกล่าวน่าจะเป็นโอกาสที่ดีที่ผู้ประกอบการโทรคมนาคมของไทยควรจะร่วมมือในการดำเนินงานร่วมกับผู้ประกอบการโทรคมนาคมของประเทศอาเซียนด้วยกัน ทั้งในการให้บริการข้ามแดนอัตโนมัติหรือโรมมิ่งและแพ็คเกจการให้บริการในระหว่างอยู่ในต่างประเทศที่ดีขึ้น

ขณะเดียวกัน ผู้ใช้บริการมีแนวโน้มที่จะหันไปเพิ่มสัดส่วนการให้บริการผ่านระบบ WiFi และบริการประเภท Over the Top (OTT) ที่เป็นบริการในรูปแบบของแอปพลิเคชันผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนเพิ่มขึ้น ซึ่งหากผู้ประกอบการสามารถตอบสนองกับความต้องการด้วยการปรับราคาแพ็คเกจการข้ามแดนอัตโนมัติให้เหมาะสมมากขึ้น ก็จะไม่ส่งผลให้ผู้ใช้บริการพึ่งพาแต่ WiFi อย่างเดียว ก็จะเป็นโอกาสทางธุรกิจของผู้ประกอบการในอนาคตได้

การเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของผู้ประกอบการโทรคมนาคมควรมาจากแรงขับเคลื่อนจากภาครัฐกิจการและการนำเสนอด้วยความตั้งใจของผู้ประกอบการเองมากกว่าที่จะเป็นแรงขับเคลื่อนของหน่วยงานกำกับเป็นหลัก ซึ่งจะช่วยแก้ปัญหาบริการข้ามแดนอัตโนมัติที่เป็นอุปสรรคสำคัญที่ทำให้ผู้ใช้บริการไม่พอใจในการเปิดใช้บริการข้ามแดนอัตโนมัติเมื่อเดินทางระหว่างประเทศได้

7.2.3 โอกาสในการพัฒนาธุรกิจและการแข่งขันของผู้ประกอบการโทรคมนาคมมีแนวโน้มจะเปลี่ยนแปลงไป จึงควรต้องสร้างความเข้าใจและการรับรู้แก่ผู้ประกอบการว่า รายได้จากการใช้บริการของลูกค้าทุกรายมีความสำคัญ แม้แต่ผู้ใช้บริการรายย่อย ซึ่งนับวันจะมีการขยายฐานออกไปในพื้นที่ห่างไกลมากขึ้นและมีการกระจายตัวเชิงพื้นที่มากขึ้น



ขณะเดียวกัน อุปสรรคของการแข่งขันควรจะลดลง หากผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับการพัฒนาบริการรูปแบบใหม่ เช่น Mobile Banking หรือ Wallet-to-Wallet Transfer หรือ Mobile Remittance และ Utilities Transfer ซึ่งมาจากนโยบายของสถาบันการเงินในไทยและการสนับสนุนของหน่วยงานกำกับด้วย เนื่องจากบริการเหล่านี้จะเป็นบริการที่มีความซับซ้อนมากขึ้น ต้องการระบบการรักษาความปลอดภัยสูงเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค และมีระบบการเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลมีเพียงพอ มีการวางแผนทางและวิธีปฏิบัติในการมอบอำนาจที่ชัดเจน ซึ่งประเด็นเหล่านี้ต้องอาศัยนโยบายและเกณฑ์การกำกับของธนาคารแห่งประเทศไทยด้วย และบริการเหล่านี้สามารถขยายตัวได้ แม้มีการรวมตัวของประเทศสมาชิกอาเซียนเป็น AEC แล้ว เมื่อเกิดความตกลงรวมตัวในภาคการเงินและการธนาคาร

7.3 ข้อจำกัดในการศึกษา

การศึกษานี้มีข้อจำกัดที่สำคัญ คือ การจัดเก็บข้อมูลเพื่อรองรับการประเมินสภาพการแข่งขันตามตัวชี้วัดที่กำหนด และการประเมินส่วนเกินผู้บริโภค โดยเฉพาะข้อมูลที่ต้องจัดเก็บจากผู้ประกอบกิจการ แหล่งที่มาของข้อมูลที่จะใช้ในแต่ละตัวชี้วัด มีที่มาจากหลายแหล่ง ทั้งส่วนที่มาจาก

- (1) ผู้ประกอบการแต่ละรายนำส่งเป็นรายงาน
- (2) ข้อมูลจาก ITU ที่ประกาศและเปิดเผยเป็นทางการ
- (3) หน่วยงานอื่น ที่ได้จัดทำไว้แล้ว เช่น กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กระทรวงพาณิชย์ ฯลฯ
- (4) ผลการสำรวจจากผู้บริโภค
- (5) แหล่งอื่นๆ

ตัวชี้วัดที่น่าเสนอเป็นตัวชี้วัดที่ต่อยอดและเพิ่มเติมจากตัวชี้วัดที่ กสทช. จัดเก็บอยู่แล้วจึงไม่ได้ทดแทนตัวชี้วัดที่เคยมีการจัดเก็บไว้แล้ว และส่วนใหญ่ยังไม่เคยมีการจัดเก็บข้อมูลมาก่อน จึงเป็นตัวชี้วัดที่แสดงเป็นตารางเปล่า ไม่สามารถยกตัวอย่างจากตัวเลขในอดีตมาแสดงประกอบในตารางดังที่แสดงไว้ในบทที่ 3 ได้

นอกจากนั้น ข้อมูลที่จำเป็นในการประเมินส่วนเกินผู้บริโภคโดยเฉพาะข้อมูลปริมาณการใช้บริการวัดจากจำนวนนาทีของการใช้บริการทั้งหมด และข้อมูลอัตราค่าบริการเฉลี่ย โดยเฉพาะของบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ ซึ่งไม่เคยมีการจัดเก็บไว้เป็นข้อจำกัดสำคัญในการศึกษานี้



บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กัลยาณี พรพิเนตพงศ์ (2548). การประเมินค่าแหล่งนั้นหนากการ: กรณีตัวแบบพื้นที่เดี่ยว. วารสาร
รัฐประศาสนศาสตร์. ฉบับ 2 พฤษภาคม – สิงหาคม. หน้า 13-32.
- กลุ่มงานค่าธรรมเนียมและอัตราค่าบริการในกิจการโทรคมนาคม สำนักงาน กสทช.(2551). รายงาน
อัตราค่าบริการโทรคมนาคมประจำไตรมาสที่ 1/2551 ถึงไตรมาสที่ 1/2555. สืบค้น
จากเว็บไซต์ <http://nbt.go.th/>
- คณะกรรมการติดตามประเมินผล แผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2551 – 2553).
รายงานการติดตามประเมินผล แผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม ฉบับที่ 2 (พ.ศ.
2551 – 2553) ระยะ 2 ปีครึ่ง. เอกสารเผยแพร่ทางเว็บไซต์ สืบค้นได้จาก
http://lib.nbt.go.th/lib/media/digitalfile/856a1341808090_a7526b9.pdf
- ประกาศคณะกรรมการ กิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติเรื่อง
หลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่สำหรับกิจการโทรคมนาคมเคลื่อนที่สากล
(International Mobile Telecommunications – IMT) ย่าน 2.1 GHz พ.ศ. 2555. ประกาศ
ในราชกิจจานุเบกษา เล่ม 129 ตอนพิเศษ 130 ง หน้า 53). มีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 27
สิงหาคม 2555.
- ศูนย์ข้อมูลและวิจัยเศรษฐกิจโทรคมนาคม สำนักพัฒนานโยบายและกฎกติกา สำนักงาน กสทช.
รายงานดัชนีชี้วัดในกิจการโทรคมนาคมประจำปี พ.ศ. 2552-2553. สืบค้นจาก
เว็บไซต์ <http://nbt.go.th/>
- สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (2554). สภาพแวดล้อมในการกำกับดูแลกิจการ
โทรคมนาคมของไทยยังไม่กระตือรือร้น. เอกสารเผยแพร่ทางเว็บไซต์สืบค้นได้จาก
tdri.or.th/archives/download/publication/II0023.pdf. กรกฎาคม 2554.
- ส่วนงานพัฒนาภาคการส่งเสริมการแข่งขัน กลุ่มงานวิชาการและจัดการทรัพยากรโทรคมนาคม
(2555). รายงานสภาพตลาดโทรคมนาคม ไตรมาส 3 ปี พ.ศ. 2555.
- ส่วนงานพัฒนาภาคการส่งเสริมการแข่งขัน กลุ่มงานวิชาการและจัดการทรัพยากรโทรคมนาคม
สำนักงาน กสทช. รายงานสภาพตลาดโทรคมนาคม ไตรมาสที่ 2 พ.ศ. 2549 ถึง ไตร
มาสที่ 1 พ.ศ. 2555. สืบค้นจากเว็บไซต์ <http://nbt.go.th/>
- _____. (2554). รายงานสภาพตลาดโทรคมนาคม ไตรมาสที่ 4 ปี พ.ศ. 2554. สำนักงาน
คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ
- _____. (2555). สรุปสภาพตลาดโทรคมนาคม ณ สิ้นไตรมาสที่ 3 ปี พ.ศ. 2555. สืบค้นจาก
เว็บไซต์ <http://nbt.go.th/>



_____.(2556). รายงานสภาพตลาดโทรคมนาคม ไตรมาสที่ 3 ปี พ.ศ. 2556. สืบค้นจาก
เว็บไซต์ <http://nbtc.go.th/>

ภาษาอังกฤษ

APEC (2009). **Study on International Mobile Roaming Charges in ASEAN**. Studied by
Singapore at the APEC Workshop on International Mobile Roaming Charges
Singapore. 14 April 2009.

The American Consumer Institute (2012). **Finding Effective Competition: A look at the
Wireless Telecommunications Market**, 2012

Australia Communications and Media Authority (2008). **Consumer benefits resulting from
Australia's telecommunications sector (2007-2008)**. Research Paper.

Dewenter, R and Haucap, Justus (2004). **Estimating Demand Elasticities for Mobile
Telecommunications in Austria**, Discussion Paper, University of the Federal Arm
Forces Hamburg, p.11

Entner, Roger and David Lewin(2005). **Estimates of the Current Consumer Surplus, The
Impact of the US Wireless Telecom Industry on the US Economy**, p.26.

ITU. **The Handbook for the Collection of Administrative Data on Telecommunication
/ICT**,
Chapter 1 Introduction.

Kwak, Jeong Ho and Lee, Bong Gyou (2011). **Estimating demand curve in the Korean
VoIP telecommunications market**, Technological Forecasting and Social Change,
p.78, 713-728

Lee, Duk Hee and Lee, Dong Hee (2006). **Estimating Consumer Surplus in the Mobile
Telecommunications Market: The Case of Korea**, Telecommunication Policy,
p.30, 605-621

Lui, Cliff (2007) **Telecommunication Competition Regulation in Hong Kong**. สืบค้นจาก
www.viperfusion.com/wp-content/2007/05/telecommunications-competition-regulation-in-hk.pdf

Manenti, Fabio M (2001). **Estimating Demand Elasticities for Mobile
Telecommunications in Austria :The Demand for International
Telecommunication in Italy**, p.15



Neil, Quigley (2004). **Dynamic Competition in Telecommunication—Implications for Regulatory Policy**. C.D. Howe Institute Commentary. February. สืบค้นจาก www.cdhowe.org

OECD (2009). **International Mobile Roaming Charging in the OECD Area**. สืบค้นจาก <http://www.oecd.org/dataoecd/41/40/44381810.pdf>

OECD (2003). **Working Party on Telecommunication and Information Services Policy, Indicators for the Assessment of Telecommunications Competition**, OECD, 17 Jan 2003.

Shimizu, H., Ogawa, K, and F. Koichi (2007). **ICT Policy in Japan--Meeting the Challenges Ahead**. 2007



ภาคผนวก 3.1

คำนิยามประเภทของชุมชน ชุมชนเมือง (Urban) และชุมชนชนบท (Rural)

ในทางสังคมวิทยาแบ่งชุมชนออกเป็น 2 แบบ คือ ชุมชนชนบท (Rural) และเมือง (Urban) และราชบัณฑิตยสถาน (2524: 316,408) ได้ให้ความหมายของคำว่า ชนบทและเมืองไว้ดังนี้

1. ชนบท หมายถึง ส่วนที่อยู่นอกเขตเมืองหรือเขตเทศบาล มีประชากรที่เลี้ยงชีพด้วยการเกษตรกรรมเป็นสำคัญ มีระเบียบสังคมที่สอดคล้องกับลักษณะชุมชนแบบหมู่บ้าน ตั้งบ้านเรือนเป็นกลุ่มก้อน หรือกระจัดกระจายตามลักษณะภูมิประเทศหรือตามประเพณีนิยม

2. เมือง เป็นชุมชนแบบหนึ่ง เช่น ในสหรัฐอเมริกา ชุมชนเมือง ก่อน พ.ศ. 2453 หมายถึงเขตที่มีจำนวนประชากรตั้งแต่ 8,000 คนขึ้นไป แต่หลังจากปี พ.ศ. 2453 หมายถึงเขตที่มีจำนวนประชากรตั้งแต่ 2,500 คนขึ้นไป ส่วนในประเทศไทยกำหนดให้เขตเทศบาล ที่มีจำนวนประชากรตั้งแต่ 10,000 คนขึ้นไป เป็นเขตเมือง

เนื่องจากชนบทและเมืองมีความแตกต่างกันทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม ประชากร และสิ่งแวดล้อม นักสังคมวิทยาจึงได้อธิบายความแตกต่างระหว่างชุมชนชนบทและเมืองในด้านต่าง ๆ ไว้ดังนี้ (Sorokin and Zimmerman, 1929: 56-57)

1. ด้านอาชีพ (Occupation)

ชนบท เป็นชุมชนที่ประกอบด้วยประชากรและครอบครัวที่ประกอบอาชีพการเกษตร ส่วนอาชีพอื่น ๆ มีน้อยกว่าอาชีพเกษตรกรรม

เมือง ประชากรส่วนใหญ่มีอาชีพเกี่ยวกับเครื่องจักรกล อุตสาหกรรม การค้าพาณิชยกรรม นักวิชาการ การปกครอง และอาชีพอื่น ๆ ที่ไม่ใช่เกษตรกรรม

2. ด้านสิ่งแวดล้อม (Environment)

ชนบท เป็นสิ่งแวดล้อมที่เกิดตามธรรมชาติและมียุทธิตพลต่อสิ่งแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรม ความเป็นอยู่ของประชาชนมีความสัมพันธ์กับธรรมชาติโดยตรง

เมือง สิ่งแวดล้อมส่วนใหญ่เป็นสิ่งแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้นและมีอิทธิพลต่อความเป็นอยู่ของประชาชน ประชาชนห่างไกลจากสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติ

3. ด้านขนาดของชุมชน (Size of community)

ชนบท เป็นชุมชนของเกษตรกรขนาดเล็ก ๆ แต่ใช้พื้นที่ขนาดใหญ่ในการประกอบอาชีพเมือง เป็นชุมชนขนาดใหญ่ ขนาดของชุมชนจะมีความสัมพันธ์กับความเป็นเมือง

4. ด้านความหนาแน่นของประชากร (Density of population)



ชนบท ความหนาแน่นของประชากรในชนบทจะต่ำกว่าในเมือง ความหนาแน่นของประชากรสูงกว่าชนบท และมีความสัมพันธ์กับความเป็นเมือง

5. ด้านความต่างแบบกันหรือความเป็นแบบเดียวกันของประชากร (Heterogeneity and homogeneity of population)

ชนบท ประชากรมีความเป็นแบบเดียวกันในลักษณะของเชื้อชาติและความรู้สึกทางสังคม
เมือง ประชากรมีความต่างแบบกันมาก และความเป็นเมืองจะมีความสัมพันธ์กับความต่างแบบของประชากร

6. ด้านความแตกต่างทางสังคมและการแบ่งชั้นทางสังคม (Social differentiation and stratification)

ชนบท มีความแตกต่างทางสังคมและการแบ่งชั้นทางสังคมน้อยเมือง มีความแตกต่างทางสังคมและการแบ่งชั้นทางสังคมมาก

7. ด้านการเคลื่อนที่ทางสังคม (Social mobility)

ชนบท การเปลี่ยนแปลงในด้านที่อยู่อาศัย อาชีพ และอื่น ๆ มีการเปลี่ยนแปลงน้อย ส่วนการย้ายถิ่นจะเป็นในลักษณะจากชนบทไปสู่เมือง

เมือง มีการเคลื่อนที่ทางสังคมมากกว่าชนบท การเคลื่อนที่ทางสังคมจะมีความสัมพันธ์กับความเป็นเมือง โดยปกติจะมีการย้ายถิ่นจากชนบทเข้ามาอยู่ในเมือง แต่ถ้าเกิดเหตุการณ์วิกฤต คนในเมืองจะมีการอพยพจากเมืองไปสู่ชนบท

8. ด้านระบบของการกระทำระหว่างกัน (System of interaction)

ชนบท มีการติดต่อและสื่อสารกันน้อยกว่าคนในเมือง มีการติดต่อและมีความสัมพันธ์แบบปฐมภูมิ (Primary relation) ความสัมพันธ์จะเป็นแบบส่วนตัวง่าย ๆ แต่จริงจัง

เมือง มีการติดต่อและสื่อสารกันมาก อาณาเขตของการกระทำระหว่างกันกว้างมากกว่าในชนบท มีการติดต่อและมีความสัมพันธ์แบบทุติยภูมิ (Secondary relation) ไม่มีความเป็นกันเอง ความสัมพันธ์คงอยู่เพียงระยะเวลาสั้น ๆ รูปแบบความสัมพันธ์มีความซับซ้อนยุ่งยาก ผิดเพี้ยน และมีแบบ



ภาคผนวก 3.2

ตัวอย่างกลุ่มเก็บข้อมูลที่ใช้ในการจัดทำตัวชี้วัดหลักของการแข่งขันใน กิจการโทรคมนาคมสำหรับประเทศไทย

ตารางที่ 1 ตัวอย่างตารางแสดงข้อมูลที่ใช้ในการจัดทำตัวชี้วัดจากจำนวนหมายเลขที่ใช้
บริการ แบบ Unlimited

| รูปแบบของการให้บริการ แบบ Unlimited | จำนวนการจดทะเบียนใช้บริการ (เลขหมาย) | | | | |
|---|---|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| | ชื่อผู้ ให้บริการ | ชื่อผู้ ให้บริการ | ชื่อผู้ ให้บริการ | ชื่อผู้ ให้บริการ | ชื่อผู้ ให้บริการ |
| 1. การสื่อสารด้วยเสียงผ่าน โทรศัพท์มือถือ PC ไม่จำกัด นาทีการโทรออกและรับสาย เข้าภายในพื้นที่โทรเดียวกัน | | | | | |
| 2. การรับและส่งข้อความ ภายในพื้นที่แบบไม่จำกัด จำนวนครั้ง | | | | | |
| 3. การสื่อสารด้วยเสียงได้ทุก เวลาในราคาเดียวกัน | | | | | |
| 4. ไม่จำกัดการสื่อสารด้วย เสียงในช่วงเวลาที่กำหนด เช่น ทั้งวันในวันหยุดสุด สัปดาห์ และเฉพาะเวลาในวัน จันทร์ถึงศุกร์ | | | | | |
| 5. รับสายเรียกเข้าไม่จำกัด จากหมายเลขภายในพื้นที่ โดยไม่เสียค่าบริการ | | | | | |



**ตารางที่ 2 ตัวอย่างตารางแสดงข้อมูลที่ใช้ในการจัดทำตัวชี้วัดจากจำนวนหมายเลขที่ใช้
บริการแบบ Bundle**

| จำนวนการจดทะเบียน | รวมทั้งตลาด | | | รายชื่อผู้ประกอบการ | | |
|---|----------------|--------------------|--------------|---------------------|--------------------|--------------|
| | ปี ปัจจุบัน | ปี ก่อน หน้า | สะสม 3 ปี | ปี ปัจจุบัน | ปี ก่อน หน้า | สะสม 3 ปี |
| จำนวนการจดทะเบียนใช้ บริการลักษณะเดี่ยวที่ไม่ใช่ Bundle | | | | | | |
| ชื่อผู้ประกอบการ 1 | | | | | | |
| ชื่อผู้ประกอบการ 2 | | | | | | |
| ชื่อผู้ประกอบการ 3 | | | | | | |
| ชื่อผู้ประกอบการ 4 | | | | | | |
| จำนวนการจดทะเบียนใช้ บริการลักษณะ Bundle | | | | | | |
| ชื่อผู้ประกอบการ 1 | | | | | | |
| ชื่อผู้ประกอบการ 2 | | | | | | |
| ชื่อผู้ประกอบการ 3 | | | | | | |
| ชื่อผู้ประกอบการ 4 | | | | | | |

**ตารางที่ 3 ตัวอย่างตารางแสดงข้อมูลที่ใช้ในการจัดทำตัวชี้วัดด้านแนวโน้มค่าเฉลี่ย
รายได้ต่อบุคคล (ARPU)**

| รายรับโดยเฉลี่ยต่อ ผู้ใช้ | ARPU ตาม ประเภทบริการ | | รายชื่อผู้ประกอบการ | | | | | |
|--|--------------------------|--------------------|---------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | ปี ปัจจุบัน | ปี ก่อน หน้า | เฉลี่ย 3 ปี | รายที่ 1 | รายที่ 2 | รายที่ 3 | รายที่ 4 | รายที่ 5 |
| 1.บริการด้านเสียง - ในประเทศ - ระหว่างประเทศ | | | | | | | | |
| 2.บริการด้านข้อความ | | | | | | | | |



| รายรับโดยเฉลี่ยต่อ ผู้ใช้ | ARPU ตาม ประเภทบริการ | | รายชื่อผู้ประกอบการ | | | | | |
|---|--------------------------|--------------------|---------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | ปี ปัจจุบัน | ปี ก่อน หน้า | เฉลี่ย 3 ปี | รายที่ 1 | รายที่ 2 | รายที่ 3 | รายที่ 4 | รายที่ 5 |
| 3.บริการด้านข้อมูล | | | | | | | | |
| 4.บริการด้าน อินเทอร์เน็ต - ความเร็วปกติ - ความเร็วสูง | | | | | | | | |
| 5.รายรับรวม | | | | | | | | |

ตารางที่ 4 ตัวอย่างตารางแสดงข้อมูลที่ใช้ในการจัดทำตัวชี้วัดด้านแนวโน้มการใช้บริการ
(Usage) ในเชิงพฤติกรรม

| ประเภทบริการ | จำนวนการใช้แต่ละ ประเภท | | | สัดส่วนการใช้ต่อผู้ใช้ ทั้งหมด | | |
|---|----------------------------|----------------|----------------|-----------------------------------|----------------|----------------|
| | ปี ปัจจุบัน | ปีก่อน หน้า | เฉลี่ย 3 ปี | ปี ปัจจุบัน | ปีก่อน หน้า | เฉลี่ย 3 ปี |
| 1.การสื่อสารด้วยข้อมูล (Instant Messaging) | | | | | | |
| 2.การเข้าถึงเว็บไซต์ หรือ อินเทอร์เน็ต | | | | | | |
| 3.การใช้ e-mail | | | | | | |
| 4.การสื่อสารด้วย Texting | | | | | | |



ตารางที่ 5 ตัวอย่างตารางแสดงข้อมูลที่ต้องการในการจัดทำตัวชี้วัดในการประเมินสภาพการแข่งขัน

| จำนวนผู้ประกอบการ | จำนวนพื้นที่ที่ครอบคลุม (ตาราง กม.) | | | ประชากรในพื้นที่ที่ครอบคลุม (ล้านคน) | | | คิดเป็น % ของประชากร ทั้งประเทศปัจจุบัน | | จำนวนผู้ประกอบการ เอกชน | จำนวนรัฐวิสาหกิจ ที่ให้บริการ |
|-------------------|-------------------------------------|------------|--------------|--------------------------------------|------------|--------------|---|--------------|-------------------------|-------------------------------|
| | ปัจจุบัน | ปีก่อนหน้า | แนวโน้ม 3 ปี | ปัจจุบัน | ปีก่อนหน้า | แนวโน้ม 3 ปี | ปัจจุบัน | แนวโน้ม 3 ปี | | |
| ภาพรวมทั้งประเทศ | | | | | | | | | | |
| ไม่น้อยกว่า 1 ราย | | | | | | | | | | |
| ไม่น้อยกว่า 2 ราย | | | | | | | | | | |
| ไม่น้อยกว่า 3 ราย | | | | | | | | | | |
| ไม่น้อยกว่า 4 ราย | | | | | | | | | | |
| ไม่น้อยกว่า 5 ราย | | | | | | | | | | |
| ไม่น้อยกว่า 6 ราย | | | | | | | | | | |



ตารางที่ 6 ตัวอย่างตารางแสดงข้อมูลเทคโนโลยีและรายละเอียดการใช้ประโยชน์

| ชื่อผู้ประกอบกิจการ | เทคโนโลยีที่พัฒนาขึ้น | รายละเอียดการใช้ประโยชน์ | | | |
|---------------------|-----------------------|--------------------------|--------------|--------------|---------------------|
| | | ศักยภาพบริการ | ความครอบคลุม | คุณภาพบริการ | ต้นทุนดำเนินงานลดลง |
| ระบุชื่อ | ชื่อเทคโนโลยี | | | | |
| ระบุชื่อ | ชื่อเทคโนโลยี | | | | |
| ระบุชื่อ | ชื่อเทคโนโลยี | | | | |
| ระบุชื่อ | ชื่อเทคโนโลยี | | | | |

ตารางที่ 7 ตัวอย่างตารางแสดงข้อมูลประชากรในพื้นที่ที่ดำเนินการนำเทคโนโลยีไปใช้ประโยชน์

| ชื่อเทคโนโลยี | ประชากรในพื้นที่ดำเนินการแล้ว | ร้อยละต่อประชากรทั้งหมด | ร้อยละเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า | ค่าเฉลี่ยในรอบ 3 ปี | เป้าหมายในปีต่อไป |
|--|-------------------------------|-------------------------|-------------------------------|---------------------|-------------------|
| ด้านโทรศัพท์ประจำที่ ชื่อเทคโนโลยี | | | | | |
| ด้านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ชื่อเทคโนโลยี | | | | | |
| ด้านอินเทอร์เน็ต ชื่อเทคโนโลยี | | | | | |
| ด้านโทรศัพท์ระหว่างประเทศ ชื่อเทคโนโลยี | | | | | |

ตารางที่ 8 ตัวอย่างตารางแสดงข้อมูลจำนวนผู้ใช้บริการ

| รูปแบบ | จำนวนผู้ใช้บริการ | | | การเปลี่ยนแปลง |
|-----------|-------------------|------------|-------------|----------------|
| | ปีปัจจุบัน | ปีก่อนหน้า | เฉลี่ย 3 ปี | |
| Post-paid | | | | |
| Pre-paid | | | | |



| รูปแบบ | จำนวนผู้ใช้บริการ | | | การเปลี่ยนแปลง |
|---|-------------------|------------|-------------|----------------|
| | ปีปัจจุบัน | ปีก่อนหน้า | เฉลี่ย 3 ปี | |
| Post-paid | | | | |
| 1) จำนวนหมายเลขที่มีการจดทะเบียน | | | | |
| 2) จำนวนหมายเลขที่ไม่มีการจดทะเบียนตามบัตรประชาชน | | | | |
| การใช้บริการผ่านโทรศัพท์ประจำที่ (Fixed lines) | | | | |
| การใช้บริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ | | | | |
| การใช้บริการผ่านระบบอื่น | | | | |
| 1) Air card | | | | |
| 2) Notebook | | | | |
| 3) Wi-Fi Hotspot | | | | |
| 4) Tablet | | | | |
| 5) อุปกรณ์อื่น | | | | |

ตารางที่ 9 ตัวอย่างตารางแสดงข้อมูลจำนวนการเชื่อมต่อ

| ประเภทการเชื่อมต่อ | ปีปัจจุบัน | ปีก่อนหน้า | ความเปลี่ยนแปลง | เฉลี่ย 3 ปี |
|--|------------|------------|-----------------|-------------|
| จำนวนผู้ใช้บริการ | | | | |
| (1) โทรศัพท์ประจำที่ | | | | |
| (2) โทรศัพท์เคลื่อนที่ | | | | |
| (3) การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตผ่านระบบไร้สาย | | | | |
| อุปกรณ์/มือถือที่มีศักยภาพการให้บริการด้านข้อมูล | | | | |
| อุปกรณ์/มือถือที่มีศักยภาพการเข้าถึงเว็บไซต์ได้ | | | | |
| อุปกรณ์ที่มีศักยภาพการใช้งานด้วยความเร็วสูง | | | | |



| ประเภทการเชื่อมต่อ | ปีปัจจุบัน | ปีก่อนหน้า | ความเปลี่ยนแปลง | เฉลี่ย 3 ปี |
|--------------------|------------|------------|-----------------|-------------|
| สมาร์ทโฟน | | | | |
| แล็ปท็อป แอร์การ์ด | | | | |
| อุปกรณ์อื่น | | | | |

ตารางที่ 10 ตัวอย่างตารางแสดงข้อมูลการเพิ่มขึ้นของพฤติกรรมการใช้โดยสุทธิ (Net Adds)

| | ปีปัจจุบัน | | | | ปีก่อนหน้า | | | | 2 ปีก่อน | | | | ผู้ให้บริการ | |
|---|------------|----|----|----|------------|----|----|----|----------|----|----|----|--------------|------|
| | Q1 | Q2 | Q3 | Q4 | Q1 | Q2 | Q3 | Q4 | Q1 | Q2 | Q3 | Q4 | ตัวเมือง | ชนบท |
| 1.การเพิ่มขึ้นในระดับค้าส่ง (Wholesale) | | | | | | | | | | | | | | |
| 2.การเพิ่มขึ้นในการใช้บริการแบบ Prepaid | | | | | | | | | | | | | | |
| 3.การเพิ่มขึ้นในการใช้บริการแบบ Postpaid | | | | | | | | | | | | | | |
| 4.การเพิ่มขึ้นในการใช้บริการแบบ Unlimited | | | | | | | | | | | | | | |
| 5.การเพิ่มขึ้นในการใช้บริการโดยรวม (Total Net Adds) | | | | | | | | | | | | | | |



ตารางที่ 11 ตัวอย่างตารางแสดงข้อมูลการเพิ่มขึ้นของพฤติกรรมการใช้โดยสุทธิ (Net Adds) พิจารณาเป็นรายผู้ประกอบการ

| ผู้ประกอบการ | จำนวนการใช้บริการเพิ่มสุทธิ (ราย) | | | ผู้ใช้บริการตัว เมือง | ผู้ใช้บริการ ชนบท |
|--------------|-----------------------------------|------------|----------|--------------------------|----------------------|
| | ปีปัจจุบัน | ปีก่อนหน้า | 2 ปีก่อน | | |
| | | | | | |
| | | | | | |

ตารางที่ 12 ตัวอย่างตารางแสดงข้อมูลการเพิ่มขึ้นของพฤติกรรมการใช้โดยสุทธิ (Net Adds) พิจารณาเป็นจำนวนหน้าที่สะสม 6 เดือน

| ปริมาณการใช้งานสะสม ทุก 6 เดือน | จำนวนหน้าที่ต่อผู้ใช้ต่อ 6 เดือน | | | | | | |
|------------------------------------|----------------------------------|----------|------|-----|-----|------|----------|
| | รวม | Messages | Text | MMS | SMS | Data | Internet |
| ปีปัจจุบัน | | | | | | | |
| 6 เดือนหลังของปีปัจจุบัน | | | | | | | |
| 6 เดือนแรกของปีปัจจุบัน | | | | | | | |
| ปีก่อน | | | | | | | |
| 6 เดือนหลังของปีปัจจุบัน | | | | | | | |
| 6 เดือนแรกของปีปัจจุบัน | | | | | | | |
| 2 ปีก่อน | | | | | | | |
| 6 เดือนหลังของปีปัจจุบัน | | | | | | | |
| 6 เดือนแรกของปีปัจจุบัน | | | | | | | |

ตารางที่ 13 ตัวอย่างตารางแสดงข้อมูลตัวชี้วัดด้านการกระจุกตัวของตลาดและประเมินการมีอำนาจเหนือตลาด (Market Concentration)

| ปี | ปีปัจจุบัน | ย้อนหลัง 1 ปี | ย้อนหลัง 2 ปี | ย้อนหลัง 3 ปี | ย้อนหลัง 4 ปี |
|---------------------|------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| ค่าเฉลี่ย (Average) | | | | | |
| ค่าสูงสุด (High) | | | | | |
| ค่าต่ำสุด (Low) | | | | | |



ตารางที่ 14 ตัวอย่างตารางแสดงข้อมูลความหนาแน่นของประชากรต่อพื้นที่

| ความหนาแน่นของประชากรต่อพื้นที่ (ตร.กม.) | Median HHI รายพื้นที่ |
|--|-----------------------|
| 0-50 | |
| 50-100 | |
| 100-200 | |
| 200-300 | |
| 300-400 | |
| ความหนาแน่นของประชากรต่อพื้นที่ (ตร.กม.) | Median HHI รายพื้นที่ |
| 400-500 | |
| 500-600 | |
| 600-700 | |
| 700-800 | |
| ความหนาแน่นของประชากรต่อพื้นที่ (ตร.กม.) | Median HHI รายพื้นที่ |
| 800-900 | |
| 900-2,000 | |
| เกินกว่า 2,000 | |

หมายเหตุ: ความหนาแน่นประชากร เป็นการวัดปริมาณประชากรในหน่วยพื้นที่หนึ่ง ๆ โดยขึ้นอยู่กับกลุ่มตัวอย่างที่เลือกนำมาสำรวจ เช่น ความหนาแน่นของประชากรในประเทศ หรือความหนาแน่นประชากรในเขตที่อยู่อาศัย และในบางครั้งจะเป็นการยากในการวัดที่ได้ค่าความหนาแน่นที่แน่นอน หน่วยที่ใช้ในการวัดความหนาแน่น ได้แก่ จำนวนประชากรต่อตารางกิโลเมตร หรือ จำนวนบ้านต่อพื้นที่ตารางกิโลเมตร หรือในบางกรณีพิเศษ จะใช้เป็นจำนวนประชากรต่อหน่วยความยาว เช่น จำนวนประชากรต่อบริเวณความยาวชายหาด



ตารางที่ 15 ตัวอย่างตารางแสดงการแบ่งช่วงอายุในการเก็บข้อมูล

| ช่วงอายุ | สัดส่วนการใช้ โทรศัพท์เคลื่อนที่ | | | สัดส่วนการใช้สมาร์ทโฟน | | | อินเทอร์เน็ต | |
|---------------|-------------------------------------|----------------|-------------|------------------------|----------------|-------------|--------------|------------|
| | ปี ปัจจุบัน | ปีก่อน หน้า | เฉลี่ย 3 ปี | ปี ปัจจุบัน | ปีก่อน หน้า | เฉลี่ย 3 ปี | ปีปัจจุบัน | ปีก่อนหน้า |
| 7 - 12 ปี | | | | | | | | |
| 13 - 17 ปี | | | | | | | | |
| 18 - 24 ปี | | | | | | | | |
| 25 - 29 ปี | | | | | | | | |
| 30 - 34 ปี | | | | | | | | |
| 35 - 39 ปี | | | | | | | | |
| 40 - 44 ปี | | | | | | | | |
| 45 - 49 ปี | | | | | | | | |
| 50 - 54 ปี | | | | | | | | |
| 55 - 59 ปี | | | | | | | | |
| 60 - 64 ปี | | | | | | | | |
| 65 - 69 ปี | | | | | | | | |
| ตั้งแต่ 70 ปี | | | | | | | | |

**ตารางที่ 16 ตัวอย่างตารางแสดงข้อมูลที่ใช้ในการจัดทำตัวชี้วัดด้านการเปรียบเทียบ
สถานะการใช้บริการ ของประชากรในเขตตัวเมืองและในชนบท**

| จำนวนผู้ประกอบการ กิจการ | จำนวนประชากรเขตตัว เมืองที่ครอบคลุม (ตาราง กม.) | | | จำนวนประชากรเขตชนบท ที่ครอบคลุม (ตาราง กม.) | | | จำนวนผู้ ประกอบ กิจการ เอกชน | จำนวน รัฐวิสาห กิจที่ให้ บริการ |
|-----------------------------|---|--------------------|-----------------|---|--------------------|-----------------|---------------------------------------|--|
| | ปี ปัจจุบัน | ปี ก่อน หน้า | แนวโน้ม 3 ปี | ปี ปัจจุบัน | ปี ก่อน หน้า | แนวโน้ม 3 ปี | | |
| ภาพรวมทั้งประเทศ | | | | | | | | |
| ไม่น้อยกว่า 1 ราย | | | | | | | | |
| ไม่น้อยกว่า 2 ราย | | | | | | | | |
| ไม่น้อยกว่า 3 ราย | | | | | | | | |
| ไม่น้อยกว่า 4 ราย | | | | | | | | |
| ไม่น้อยกว่า 5 ราย | | | | | | | | |



| จำนวนผู้ประกอบการ กิจการ | จำนวนประชากรเขตตัว เมืองที่ครอบคลุม (ตาราง กม.) | | | จำนวนประชากรเขตชนบท ที่ครอบคลุม (ตาราง กม.) | | | จำนวนผู้ ประกอบ กิจการ เอกชน | จำนวน รัฐวิสาห กิจที่ให้ บริการ |
|-----------------------------|---|--------------------|-----------------|---|--------------------|-----------------|---------------------------------------|--|
| | ปี ปัจจุบัน | ปี ก่อน หน้า | แนวโน้ม 3 ปี | ปี ปัจจุบัน | ปี ก่อน หน้า | แนวโน้ม 3 ปี | | |
| ไม่น้อยกว่า 6 ราย | | | | | | | | |

ตารางที่ 17 ตัวอย่างตารางแสดงข้อมูลที่ใช้ในการจัดทำตัวชี้วัดด้านแนวโน้มของ
ความสามารถในการทำกำไรของผู้ประกอบการ (Profitability Metrics)

| ประเด็นที่ประเมิน | ปีปัจจุบัน | | ปีก่อนหน้า | |
|---|----------------|----------------|----------------|----------------|
| | ผู้ให้บริการ 1 | ผู้ให้บริการ 2 | ผู้ให้บริการ 1 | ผู้ให้บริการ 2 |
| 1.EBITDA | | | | |
| 2.EBITDA ต่อผู้ใช้ | | | | |
| 3.EBITDA หักจ่ายดำเนินการ ลงทุนต่อผู้ใช้ต่อเดือน | | | | |
| 4.EBITDA Margin | | | | |

ตารางที่ 18 แนวโน้มของรายจ่ายรายประเภทของผู้ประกอบการแต่ละรายย้อนหลัง

| ชื่อผู้ประกอบการกิจการ | รายจ่ายค่าโฆษณา | | | รายจ่ายทำแคมเปญ การตลาด | | | จำนวน เพิ่มใน รอบปี | ARPU |
|------------------------------------|-----------------|--------------------|------------------------|----------------------------|--------------------|------------------------|---------------------------|------|
| | ปี ปัจจุบัน | ปี ก่อน หน้า | การ เปลี่ยน แปลง | ปี ปัจจุบัน | ปี ก่อน หน้า | การ เปลี่ยน แปลง | | |
| 1) บริการโทรศัพท์ประจำที่ | | | | | | | | |
| 2) บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ | | | | | | | | |
| 3) บริการอินเทอร์เน็ต | | | | | | | | |
| 4) บริการโทรศัพท์ระหว่าง ประเทศ | | | | | | | | |



ตารางที่ 19 ข้อมูลที่แสดงการเปรียบเทียบแผนงาน การจัดแคมเปญในปีปัจจุบัน ช่องทางที่
เลือกใช้ และความต่อเนื่องจากปีก่อนหน้า

| ชื่อผู้ประกอบการ | ชื่อแคมเปญที่ ออกใช้ในรอบปี ปัจจุบัน | ช่องทางที่ใช้ | ความต่อเนื่องจากปี ก่อนหน้า |
|------------------|--|---------------|--------------------------------|
| ชื่อผู้ประกอบการ | 1. 2. 3. | | |
| ชื่อผู้ประกอบการ | 1. 2. 3. | | |
| ชื่อผู้ประกอบการ | 1. 2. 3. | | |
| ชื่อผู้ประกอบการ | 1. 2. 3. | | |
| ชื่อผู้ประกอบการ | 1. 2. 3. | | |



ภาคผนวก 3.3

สรุปผลการประชุมรับฟังความคิดเห็นเฉพาะกลุ่ม (Focus group)

คณะผู้วิจัยได้จัดประชุมรับฟังความคิดเห็นเฉพาะกลุ่ม (Focus Group) ครั้งที่ 1 จากผู้ประกอบการกิจการและผู้กำกับดูแลกิจการโทรคมนาคม วันพฤหัสบดีที่ 20 มิถุนายน พ.ศ. 2556 เวลา 9.00-12.00 น. ณ ห้อง Executive 5 โรงแรมรามารการ์เด้น ถนนวิภาวดีรังสิต กรุงเทพฯ มีผู้เข้าร่วมจำนวน 29 คน จากหน่วยงาน ได้แก่ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) บริษัท ทูร์คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) บริษัท โทเทิลคอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) บริษัท ทูอินเทอร์เน็ท จำกัด การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค (กฟภ.) การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.) การไฟฟ้านครหลวง (กฟน.) บริษัท แอดวานซ์อินโฟร์เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) บริษัท ทริปเปิลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) และ กสทช.

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการกำหนดตัวชี้วัดหลักการแข่งขันและประสิทธิภาพการดำเนินงาน

1. ท่านมีความเห็นว่าตัวชี้วัดการแข่งขันต่อไปนี้ ควรมีน้ำหนักความสำคัญของตัวชี้วัดการแข่งขันในระดับใด

ตารางที่ 1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการกำหนดตัวชี้วัดหลักการแข่งขันและประสิทธิภาพการดำเนินงาน

| ตัวชี้วัด | ลักษณะของการกำกับการแข่งขันของตัวชี้วัด | น้ำหนักความสำคัญ | | | |
|----------------|---|------------------|---------|-----|------------------------|
| | | สูง | ปานกลาง | ต่ำ | ไม่เกี่ยวข้องกับบริการ |
| ตัวชี้วัดที่ 1 | แนวโน้มการใช้ประโยชน์จากโครงข่าย (Network Deployment) | | | | |
| ตัวชี้วัดที่ 2 | แนวโน้มจำนวนผู้ลงทะเบียนใช้บริการ จำนวนการเชื่อมต่อให้เริ่มใช้บริการได้ และจำนวนรายการที่เพิ่มสุทธิ (Net Adds) ในรอบปี | | | | |
| ตัวชี้วัดที่ 3 | แนวโน้มการใช้บริการ (Usage) ในเชิงพฤติกรรม (1) การใช้บริการ Voice โดยเฉลี่ยของผู้ใช้แต่ละคนรายเดือน (2) การใช้บริการ Text Message โดยเฉลี่ยของผู้ใช้แต่ละคนรายเดือน | | | | |



| ตัวชี้วัด | ลักษณะของการกำกับการแข่งขันของ ตัวชี้วัด | น้ำหนักความสำคัญ | | | |
|----------------|--|------------------|-------------|-----|----------------------------|
| | | สูง | ปาน กลาง | ต่ำ | ไม่เกี่ยว ข้องกับบริการ |
| | (3) การใช้บริการ MMS Message โดยเฉลี่ย ของผู้ใช้แต่ละคนรายเดือน (4) ปริมาณการใช้ข้อมูล (Data Consumption) โดยเฉลี่ยของผู้ใช้แต่ละคน รายเดือน(หน่วยนับ MB ต่อคน) | | | | |
| ตัวชี้วัดที่ 4 | แนวโน้มด้านราคาและค่าเฉลี่ยรายได้ต่อ บุคคล(ARPU) แยกเป็น (1) การใช้บริการ Voice (2) การใช้บริการ Text Message (3) การใช้บริการ MMS (4) การใช้ Data | | | | |
| ตัวชี้วัดที่ 5 | แนวโน้มของคลื่นความถี่ (Spectrum) เนื่องจากการนำคลื่นความถี่ใหม่มาใช้และทำ ให้คลื่นความถี่ที่มีอยู่ทำงานได้อย่างมี ประสิทธิภาพมากขึ้น ด้วยการใช้แบบตึกนี้ ต่างกันตามรูปแบบของบริการ พื้นที่เชิง ภูมิศาสตร์ ความหนาแน่น หรือปัจจัยอื่นที่ เกี่ยวข้องผู้ประกอบการจะมีสถานะดีที่สุด หากครอบครองSpectrum band ที่สนับสนุน การให้บริการ | | | | |
| ตัวชี้วัดที่ 6 | การกระจุกตัวของตลาดและการมีอำนาจ เหนือตลาด (Market Concentration) การใช้ส่วนแบ่งตลาดของผู้ประกอบการแต่ ละรายพิจารณาแนวโน้มการเปลี่ยนแปลง ของส่วนแบ่งตลาด ได้พบว่าส่วนแบ่งตลาด ของผู้ประกอบการรายใหญ่ลดลงอย่าง ต่อเนื่องหรือไม่ | | | | |
| ตัวชี้วัดที่ 7 | แนวโน้มของการลงทุนด้านเครื่องมืออุปกรณ์ โครงข่าย ระบบ (Capital Investment) พิจารณาว่าการลงทุนใหม่ดังกล่าวสอดคล้อง | | | | |



| ตัวชี้วัด | ลักษณะของการกำกับการแข่งขันของ ตัวชี้วัด | น้ำหนักความสำคัญ | | | |
|-----------------|---|------------------|-------------|-----|----------------------------|
| | | สูง | ปาน กลาง | ต่ำ | ไม่เกี่ยว ข้องกับบริการ |
| | กับแนวโน้มการปรับตัวและความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่ใช้ในการให้บริการของการสื่อสารไร้สาย | | | | |
| ตัวชี้วัดที่ 8 | แนวโน้มของความสามารถในการทำกำไร (Profitability Metrics) ตัวชี้วัดย่อยในส่วนนี้ได้แก่ (1) EBITDA ต่อผู้จดทะเบียนใช้บริการ 1 ราย (2) EBITDA Margin คิดจาก EBITDA คิดเป็นร้อยละของรายรับจากการให้บริการ | | | | |
| ตัวชี้วัดที่ 9 | แนวโน้มของโทรศัพท์เคลื่อนที่และอุปกรณ์และซอฟต์แวร์ การวิเคราะห์ประสิทธิภาพในการให้บริการบนระบบไร้สายของผู้บริโภค ที่ส่วนหนึ่งมาจากรูปแบบของโทรศัพท์เคลื่อนที่และอุปกรณ์ นอกจากนั้น โทรศัพท์เคลื่อนที่และอุปกรณ์ยังเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์การสร้าง ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ที่ผู้ให้บริการแต่ละรายนำเสนอตลาด พิจารณาว่าผู้ประกอบการรายใหญ่ๆ ในตลาดล้วนแต่ให้ความสำคัญกับการจัดแคมเปญโฆษณาใกล้เคียงกันและเป็นการลดราคาโปรโมชั่นทำให้ระดับราคาของแต่ละรายไม่ได้แตกต่างกันมากนัก | | | | |
| ตัวชี้วัดที่ 10 | แนวโน้มของการแข่งขันในการให้บริการที่ต่อเนื่องกันหลายรูปแบบตามช่วงอายุของพฤติกรรม (Intermodal) พิจารณาว่าผู้ใหญ่ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป โดยแยกตามช่วงอายุเพื่อพิจารณารูปแบบและพฤติกรรมการใช้บริการ เน้นการใช้บริการ | | | | |



| ตัวชี้วัด | ลักษณะของการกำกับการแข่งขันของ ตัวชี้วัด | น้ำหนักความสำคัญ | | | |
|-----------------|---|------------------|-------------|-----|----------------------------|
| | | สูง | ปาน กลาง | ต่ำ | ไม่เกี่ยว ข้องกับบริการ |
| | สื่อสารด้านเสียงผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ มี แนวโน้มเพิ่มขึ้นหรือลดลงจากเดิม | | | | |
| ตัวชี้วัดที่ 11 | การเปรียบเทียบสถานะการใช้บริการของ ประชากรในเขตตัวเมืองและในชนบท การให้บริการสื่อสารด้านเสียง ข้อมูล ข้อความ และบริการระหว่างประเทศ รวมทั้ง การสื่อสารผ่านโครงข่ายบรอดแบนด์ในพื้นที่ ชนบทที่มีความครอบคลุมดีขึ้นกว่าปีก่อนหน้า เพียงใด | | | | |
| ตัวชี้วัดที่ 12 | ระดับความพอใจของผู้บริโภค จากผลการ สำรวจ (1) ความพอใจของผู้บริโภคจากการใช้ บริการติดตั้ง (2) ความพอใจของผู้บริโภคจากบริการ แก้ไขความผิดพลาด (3) ความพอใจของผู้บริโภคจากการขอ ข้อมูลจาก Directory (4) ความพอใจของผู้บริโภคจากบริการ โทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศ (5) ความพอใจของผู้บริโภคจากกิจกรรม การขายและการตลาด (6) ความพอใจของผู้บริโภคจากบริการ โทรศัพท์ภายในพื้นที่ (7) ความพอใจของผู้บริโภคจากบริการ โทรศัพท์ทางไกลในประเทศ (8) ความพอใจของผู้บริโภคจากการเชื่อมต่อ สัญญาณได้ภายใน 13 วันทำการ (9) อัตราความสำเร็จของการติดต่อ หรือ อัตราการล้มเหลว ระหว่างเวลา 08.00 - 18.00 น. | | | | |



| ตัวชี้วัด | ลักษณะของการกำกับการแข่งขันของ ตัวชี้วัด | น้ำหนักความสำคัญ | | | |
|-----------------|---|------------------|-------------|-----|----------------------------|
| | | สูง | ปาน กลาง | ต่ำ | ไม่เกี่ยว ข้องกับบริการ |
| | ระหว่างเวลา 18.00 - 21.00 น. ระหว่างเวลา 21.00 - 08.00 น. | | | | |
| ตัวชี้วัดที่ 13 | คุณภาพของอุปกรณ์สัญญาณ เช่น เสียง รบกวน เสียงขาดหาย เสียงซ่าระหว่างใช้ ฟัง ไม่ชัด เสียงก้อง เสียงมีสัญญาณช้ากว่าจะ ได้รับข้อมูล (หมายเหตุ: การจัดเก็บข้อมูล สำหรับตัวชี้วัดนี้อาจจะยังเป็นดุลยพินิจ ส่วนตัวมากกว่าการพิสูจน์ในเชิง วิทยาศาสตร์) | | | | |

สรุปการรับฟังความคิดเห็นเฉพาะกลุ่ม

ตัวชี้วัดที่ 1 ผู้เข้าร่วมงานให้นำน้ำหนักความสำคัญในระดับปานกลาง โดยให้เหตุผลว่า

1. ควรศึกษา Network ที่ออกทางต่างประเทศด้วยเพราะโครงข่ายมีการแยกกันอยู่แล้ว
2. อยากให้สะท้อนตัวชี้วัดว่ามีความครอบคลุมในการขยายโครงข่าย ซึ่งต้องสะท้อน
เครื่องมือและข้อจำกัดต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเทคโนโลยี การพึ่งพาการขยายตัวจากหน่วยงานที่
เกี่ยวข้องทางด้านอื่นๆ เช่น ภาครัฐ เป็นต้น

ตัวชี้วัดที่ 2 ผู้เข้าร่วมงานให้นำน้ำหนักความสำคัญในระดับสูง โดยให้เหตุผลว่า ปัจจุบันมี
ผู้ใช้บริการทางด้าน Data ค่อนข้างสูง

ตัวชี้วัดที่ 3 ผู้เข้าร่วมงานให้นำน้ำหนักความสำคัญในระดับสูง โดยให้เหตุผลว่า

1. ตัวชี้วัดนี้เป็นการให้บริการที่มีอยู่ในปัจจุบันได้แก่ Voice, Text, MMS มีแนวโน้ม
ลดลง แต่บริการ Data มีสำคัญมากขึ้น เห็นได้จากการใช้บริการ Line
2. ตัวชี้วัดบางตัวอาจไม่มีผลต่อการแข่งขัน ถ้ามีการแยกตัวชี้วัดในการพิจารณาตรงนี้
บริการต่างๆ จะแยกประเภทออกไปจะไม่สะท้อนการแข่งขันได้ทั้งหมด
3. ควรมีการพิจารณาและกำหนดขอบข่ายของบริการแต่ละประเภทที่จะนำมาใช้เป็น
เกณฑ์ในการชี้วัด และกำหนดประเภทบริการให้เหมาะสมกับธุรกิจบริการแต่ละประเภท (โทรศัพท์
ประจำที่ โทรศัพท์เคลื่อนที่ อินเทอร์เน็ต และโทรศัพท์ระหว่างประเทศ)

ตัวชี้วัดที่ 4 ผู้เข้าร่วมงานให้นำน้ำหนักความสำคัญในระดับสูง โดยให้เหตุผลว่า

1. ตัวชี้วัดนี้เป็นการให้บริการที่มีอยู่ในปัจจุบันได้แก่ Voice, Text, MMS มีแนวโน้ม
ลดลง แต่บริการ Data มีความสำคัญมากขึ้น เห็นได้จากการใช้บริการ Line



2. กรณี Voice Messages คาบเกี่ยวกับ Protocol, GM, Voice หรือ Voice super IP
แนวโน้ม GPM ค่อนข้างลงมาเลยในขณะที่ Data กำลังเติบโตขึ้นเลย ควรแยกแนวโน้มออกในแต่ละ
ลักษณะพฤติกรรมให้ชัดเจน

3. ควรมีการพิจารณาและกำหนดขอบข่ายของบริการแต่ละประเภทที่จะนำมาใช้เป็น
เกณฑ์ในการชี้วัด และกำหนดประเภทบริการให้เหมาะสมกับธุรกิจบริการแต่ละประเภท

ตัวชี้วัดที่ 5 ผู้เข้าร่วมงานให้นำหน้าหนักความสำคัญในระดับสูง โดยให้เหตุผลว่า

1. ตอนนี้อย่าง กสทช. ให้ความสำคัญมากในเรื่องนี้ โดยสนับสนุน spectrum เข้าไปใน
อุตสาหกรรมเพราะมีการใช้บริการมากขึ้นจึงมีความต้องการคลื่นความถี่มากขึ้นและขอเสนอเพิ่ม
เติมว่า ทาง กสทช. จะมีการประมูลคลื่นที่เกิดจากการหมดสัมปทานของ TRUE และ BBC ทาง
DTAC อยากให้อาคลื่น 1.8 GHz ของ DTAC มาประมูลด้วยซึ่งมีย่านความถี่ที่สามารถประมูล
แทนที่จะเป็น 25 MHz ที่ได้จาก TRUE และ DPC กลายเป็น 50 MHz ควรมีการประมูลโดยเร็ว

2. บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศบางตัวอาจจะไม่เกี่ยวข้องต้องดูในรายละเอียด

ตัวชี้วัดที่ 6 ผู้เข้าร่วมงานให้นำหน้าหนักความสำคัญในระดับปานกลาง โดยให้เหตุผลว่า

1. ควรหาข้อมูลชี้วัดมากกว่านี้ และสะท้อนให้เห็นภาพในการแข่งขัน

2. ควรหาข้อมูลมาประกอบ เพื่อสนับสนุนการกระจุกตัวของตลาดการแบ่งแยกพื้นที่ใน
การใช้บริการต่างจังหวัดและกรุงเทพจะมีลักษณะการใช้บริการที่มีความหนาแน่นที่แตกต่างกันไป
เพื่อมาใช้สะท้อนการแข่งขันในแต่ละพื้นที่ได้มากขึ้น

ตัวชี้วัดที่ 7 ผู้เข้าร่วมงานให้นำหน้าหนักความสำคัญในระดับปานกลาง โดยให้เหตุผลว่า
ความสามารถของโครงข่ายมีความสามารถในการรองรับโครงข่ายได้มากขึ้นจาก 3G เป็น 4G ใน
ขณะเดียวกันอุปกรณ์ที่เป็น Hand Set ประสิทธิภาพก็ดีขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับ iPhone VI

ตัวชี้วัดที่ 8 ผู้เข้าร่วมงานให้นำหน้าหนักความสำคัญในระดับต่ำ โดยให้เหตุผลว่า

1. ความสามารถในการทำกำไรกับผู้จดทะเบียน ยังไม่มีความชัดเจน อีกทั้งแต่ละ
บริการจะแตกต่างกันให้ EBITDA ควรดูภาพรวมๆ ของธุรกิจมากกว่า

2. EBITDA ต่อผู้ใช้บริการ 1 ราย และ EBITDA Margin จะใช้ในการชี้วัดสำหรับธุรกิจ
บริการมากกว่า 1 อย่าง ได้อย่างไร

ตัวชี้วัดที่ 9 ผู้เข้าร่วมงานให้นำหน้าหนักความสำคัญในระดับสูง โดยให้เหตุผลว่า
ผู้ประกอบการทุกรายต้องการทำกำไรให้มากที่สุด จึงมีการแข่งขันทางด้านราคาเป็นหลักเพื่อจูงใจ
ผู้รับบริการหันมาใช้เครือข่ายของตนให้มากที่สุด

ตัวชี้วัดที่ 10 ผู้เข้าร่วมงานให้นำหน้าหนักว่าไม่เกี่ยวข้องกับบริการ โดยให้เหตุผลว่า

1. เด็กและวัยรุ่นมีความรู้และเข้าถึงเทคโนโลยีมากขึ้น ดังนั้นการจะเฝ้ามองกลุ่มใด
กลุ่มหนึ่งเป็นการเฉพาะจะเป็นการไม่เหมาะสมกับยุคสมัย

2. มีข้อจำกัดในเรื่องการเก็บข้อมูล และบางบริการอายุไม่ใช่ว่าจะสำคัญ



ตัวชี้วัดที่ 11 ผู้เข้าร่วมงานให้นำหน้ากว่าไม่เกี่ยวข้องกับบริการ โดยให้เหตุผลว่า

ตัวชี้วัดนี้ยังไม่ชัดเจนเท่าไร ทุกประเทศมีลักษณะเดียวกัน คือ การให้บริการในเชิงพาณิชย์ โดยการให้บริการในพื้นที่จะไม่ครบร้อยละ 100 อาจจะได้ประมาณร้อยละ 90-95 ที่เหลือเป็นพื้นที่ของหน่วยงานกำกับดูแลที่ต้องขับเคลื่อนด้วยกฎเกณฑ์อื่นหรือวิธีการอื่น เช่น กองทุน USO ของ กสทช. เป็นต้น

ตัวชี้วัดที่ 12 ผู้เข้าร่วมงานให้นำหน้าความสำคัญในระดับสูง โดยให้เหตุผลว่า

1. End User ที่ให้ความสนใจสิ่งที่อยู่รอบตัว ดังนั้น ผู้ให้บริการจะต้องดำเนินกิจการที่ให้บริการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้าของตน

2. ควรใช้หน่วยงานกลางในการสำรวจเพียงแหล่งเดียว หากนำผลสำรวจของผู้ให้บริการมาใช้ในการเปรียบเทียบ มีข้อ concern เรื่อง Research Methodology และช่วงเวลาในการเก็บข้อมูลที่แตกต่างกัน

ตัวชี้วัดที่ 13 ผู้เข้าร่วมงานให้นำหน้าความสำคัญว่าไม่เกี่ยวข้องกับบริการ โดยให้เหตุผลว่าคุณภาพของอุปกรณ์ สัญญาณ หรือโครงข่ายมีปัญหาหรือไม่นั้นต้องพิจารณาทั้งในส่วนการส่งสัญญาณและส่วนอุปกรณ์รับสัญญาณของผู้ใช้บริการ ไม่สามารถแยกพิจารณาจากกันได้

ตัวชี้วัดด้านประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการดำเนินงานของผู้ประกอบการ

2. ท่านเห็นว่าตัวชี้วัดด้านประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการดำเนินงานของผู้ประกอบการต่อไปนี้ ควรมีน้ำหนักความสำคัญของตัวชี้วัดด้านประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการดำเนินงานในระดับใด

ตารางที่ 2 ตัวชี้วัดด้านประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการดำเนินงานของผู้ประกอบการ

| ตัวชี้วัด | ประเด็นที่ชี้วัด | น้ำหนักความสำคัญ | | | |
|----------------|---|------------------|---------|-----|------------------------|
| | | สูง | ปานกลาง | ต่ำ | ไม่เกี่ยวข้องกับบริการ |
| ตัวชี้วัดที่ 1 | ประสิทธิภาพจากขนาดและการเติบโตของผู้ประกอบการ | | | | |
| ตัวชี้วัดที่ 2 | เวลาในการตอบสนองต่อบริการของผู้ปฏิบัติงานโอเปอเรเตอร์ ความล่าช้าโดยเฉลี่ยระหว่างช่วงเวลาที่ได้รับโทรศัพท์แจ้งและร้องขอกับช่วงเวลาที่ดำเนินการตามคำร้องขอโดยผู้ปฏิบัติงาน/โอเปอเรเตอร์จนแล้วเสร็จ รวมทั้งการโทรศัพท์ซ้ำ | | | | |



| ตัวชี้วัด | ประเด็นที่ชี้วัด | น้ำหนักความสำคัญ | | | |
|----------------|---|------------------|---------|-----|----------------------------|
| | | สูง | ปานกลาง | ต่ำ | ไม่เกี่ยวข้อง กับบริการ |
| | เพื่อบริหาร Missed Call ที่มีการแจ้งและร้องขอ กรณีที่สายไม่ว่างในการติดต่อครั้งแรก | | | | |
| ตัวชี้วัดที่ 3 | ประสิทธิภาพที่วัดจากการเติบโตของรายรับ และจำนวนผู้ใช้บริการในพื้นที่ที่เพิ่มขึ้น 1. รายรับต่อคู่สาย (main lines) 2. อัตราการเติบโตของรายรับตาม 1 3. รายรับต่อจำนวนครัวเรือนในพื้นที่ 4. อัตราการเติบโตของรายรับตาม 3 | | | | |
| ตัวชี้วัดที่ 4 | ผลิตภาพ (Productivity) วัดจาก 1. จำนวนคู่สายต่อพนักงาน 2. จำนวนข้อร้องเรียนต่อฐานลูกค้า | | | | |

สรุปการรับฟังความคิดเห็นจากการสนทนากลุ่มเฉพาะ

ตัวชี้วัดที่ 1 ผู้เข้าร่วมงานให้น้ำหนักความสำคัญในระดับปานกลาง

ตัวชี้วัดที่ 2 ผู้เข้าร่วมงานให้น้ำหนักความสำคัญในระดับปานกลาง โดยให้เหตุผลว่า

เงื่อนไขของเวลาเป็นตัวอุปสรรค และไม่ทำให้เกิดความก้าวหน้าของการแข่งขัน ส่วนเรื่อง
ที่จะทำอย่างไรให้มีการแข่งขันจริงๆ เกิดขึ้นในตลาด เมื่อได้รับใบอนุญาตแล้ว ควรที่จะปรับแนว
ทางการให้บริการให้ดีขึ้นเรื่อยๆ มิฉะนั้นจะไม่ช่วยให้ผู้ประกอบการแข่งขันได้ดีขึ้น

ตัวชี้วัดที่ 3 ผู้เข้าร่วมงานให้น้ำหนักความสำคัญในระดับปานกลาง

ตัวชี้วัดที่ 4 ผู้เข้าร่วมงานให้น้ำหนักความสำคัญในระดับปานกลาง โดยให้เหตุผลว่าคู่สาย

ต่อพนักงานสามารถบีบอัด Data เข้าไปในคู่สายได้

เงื่อนไขสำคัญของตลาดที่มีประสิทธิผล

3. ท่านมีความเห็นว่าเงื่อนไขต่อไปนี้ “เป็นจริง” หรือ “มีแนวโน้มที่จะเป็นจริง” หรือไม่ใน
ตลาดกิจการโทรคมนาคมของไทย โดยเงื่อนไขต่อไปนี้ เป็นเงื่อนไขสำคัญของตลาดที่มีลักษณะเป็น
การแข่งขันที่มีประสิทธิผล (Effective competition) โปรดเลือกสถานะที่เห็นด้วยข้อใดข้อหนึ่ง



ตารางที่ 3 เงื่อนไขสำคัญของตลาดที่มีประสิทธิผล

| เงื่อนไขที่ | คำอธิบายเงื่อนไข | เป็นอยู่แล้ว ในปัจจุบัน | มีแนวโน้ม จะเกิดขึ้น ใน 5 ปี ข้างหน้า | มีแนวโน้ม ที่จะเกิดขึ้น หลังจาก 5 ปี | ไม่สามารถ ระบุได้ว่าจะ เกิดขึ้น เมื่อใด |
|---------------|--|----------------------------|--|---|--|
| เงื่อนไขที่ 1 | ผู้ซื้อบริการหรือผู้บริโภคสามารถเข้าถึงผู้ให้บริการที่เป็นทางเลือก เพื่อให้ได้รับบริการและผลิตภัณฑ์ตามที่ต้องการได้ โดยทางเลือกเหล่านั้น สามารถทดแทนกันได้ และระดับราคาที่จ่ายค่าบริการสอดคล้องกับความเต็มใจในการจ่าย (Willing to pay) | | | | |
| เงื่อนไขที่ 2 | ผู้ให้บริการแต่ละรายมีโอกาสเข้าถึงผู้บริโภคและนำเสนอผลิตภัณฑ์ของตนโดยไม่มีข้อจำกัดจากกิจการอื่น หรือจากหน่วยงานภาครัฐ หรือจากกฎหมายที่กำกับดูแลกิจการ | | | | |
| เงื่อนไขที่ 3 | ราคาตลาดของผลิตภัณฑ์มาจากการยอมรับร่วมกันของผู้บริโภคและผู้ให้บริการไม่มีผู้บริโภครายใดหรือผู้ประกอบการใดสามารถกำหนดหรือมีอิทธิพลต่อระดับราคา | | | | |
| เงื่อนไขที่ 4 | ความแตกต่างของระดับราคาที่มีการแข่งขันมีประสิทธิผลจะได้รับความคุ้มครองการบิดเบือนราคาหรือการค้าไม่เป็นธรรม ขณะเดียวกันผู้ประกอบการก็ได้รับความคุ้มครองจากการบิดเบือนของผู้บริโภครายใหญ่หรือการแทรกแซงหรือการสะดุด | | | | |



| เงื่อนไขที่ | คำอธิบายเงื่อนไข | เป็นอยู่แล้ว ในปัจจุบัน | มีแนวโน้ม จะเกิดขึ้น ใน 5 ปี ข้างหน้า | มีแนวโน้ม ที่จะเกิดขึ้น หลังจาก 5 ปี | ไม่สามารถ ระบุได้ว่าจะ เกิดขึ้น เมื่อใด |
|-------------|---|----------------------------|--|---|--|
| | หยุดลงของการดำเนินงานของ ผู้ประกอบการรายอื่น | | | | |

สรุปการรับฟังความคิดเห็น

เงื่อนไขที่ 1 ผู้เข้าร่วมแสดงความคิดเห็นว่าเป็นอยู่แล้วในปัจจุบัน เพราะผู้รับบริการสามารถเลือกข้ายได้ ตามที่ตนเองพอใจ

เงื่อนไขที่ 2 ผู้เข้าร่วมแสดงความคิดเห็นว่าเป็นอยู่แล้วในปัจจุบัน โดยให้เหตุผลว่า

1. การเข้าถึงผู้บริโภคอาจมีการเข้าแทรกแซงจากผู้ประกอบการรายใหญ่และผู้ประกอบการรายอื่นๆ เรื่องนี้มีข้อขัดข้องอยู่บ้าง ในเรื่องการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ของ กสทช. ในเรื่องขีดความสามารถในการเข้าถึงผู้บริโภคน้อยแค่ไหน แต่ภาพรวมของตลาดดีขึ้น เห็นได้จากศาลปกครองมีคำสั่งยกเลิกมติกรม.

2. การเข้าถึงผู้บริโภคในการกระจายของ Mobile 3G Prepaid กสทช. กำหนดให้ผู้ให้บริการต้องเก็บข้อมูลผู้ใช้บริการเป็นบัตรประชาชน ถ้าไม่ปฏิบัติตามอาจมีความผิด ซึ่งผู้ให้บริการจะถูกปรับวันละ 80,000 บาท และตามกฎหมายให้เก็บข้อมูลไว้ 180 วัน หรือ 6 เดือน ซึ่งเป็นระยะเวลาที่นานมาก ผู้ให้บริการรายใหม่ๆ อาจประสบปัญหาด้านนี้ค่อนข้างมาก เพราะมีจำนวนการเข้า-ออกของลูกค้าค่อนข้างสูง เลขหมายค้างในระบบเป็นจำนวนมาก

เงื่อนไขที่ 3 ผู้เข้าร่วมแสดงความคิดเห็นว่าเป็นอยู่แล้วในปัจจุบัน โดยให้เหตุผลว่า การแข่งขันสูงอยู่แล้วเพราะฉะนั้นคิดว่าไม่มีผู้ประกอบการรายใดที่สามารถกำหนดราคาที่ขายให้ผู้บริโภคได้ตามลำพัง

เงื่อนไขที่ 4 ผู้เข้าร่วมแสดงความคิดเห็นว่าเป็นอยู่แล้วในปัจจุบัน โดยให้เหตุผลว่า

1. กสทช. ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. มีความขัดข้องบางในแนวตั้ง เพราะการให้บริการโทรคมนาคมในบาง Value chain ประกอบด้วยผู้ประกอบการหลายราย ซึ่ง กสทช. เข้ามากำกับผู้ประกอบการใน Value chain ทั้งหมดตั้งแต่ต้นน้ำ ถึงปลายน้ำ ภายใต้การกำกับของ กสทช. มีข้อจำกัดว่าภาคเอกชนต้องปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ที่ กสทช. วางไว้

ปัญหา และอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันในการประกอบกิจการและการเข้าสู่ตลาดในกิจการโทรคมนาคม

1. รัฐวิสาหกิจอาจมีมุมมองที่แตกต่างกับภาคเอกชน เพราะรัฐวิสาหกิจอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของภาครัฐทำให้การดำเนินงานของรัฐวิสาหกิจมีความล่าช้า



2. หน่วยงานรัฐวิสาหกิจอยากให้ภาครัฐมีความชัดเจนในเรื่องนโยบายและแนวทางการบริหารงาน การดำเนินธุรกิจเพื่อการแข่งขันและเพื่อการบริการแก่ผู้บริโภคอย่างทัดเทียมกับภาคเอกชน ไม่ว่าจะเป็นการส่งเสริมการแข่งขันในตลาด ความคล่องตัวในการดำเนินงานและการตัดสินใจที่ทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน
3. การทำงานของรัฐวิสาหกิจกับภาคเอกชนมีความแตกต่างกันอยู่ เพราะรัฐวิสาหกิจอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของภาครัฐเป็นหลัก
4. การแข่งขันทางธุรกิจไม่ได้มีการแข่งขันกับผู้ประกอบการเฉพาะภายในประเทศอย่างเดียว อาจมีการแข่งขันกับต่างประเทศทางอ้อม เช่น บริษัทแม่ในประเทศสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น หรือตัวแทนภายในประเทศไทยสามารถขายบริการแข่งกับผู้ประกอบการภายในประเทศโดยไม่ต้องมีใบอนุญาต ซึ่งการเข้าสู่ตลาดสามารถทำได้ง่าย
5. ปัจจุบันนี้รัฐวิสาหกิจยังคงถูกเก็บค่าปรับต่างๆ เหมือนกับผู้ประกอบการภาคเอกชน เช่น การเก็บค่าปรับลงทะเบียนแบบเติมเงิน โดยเสียค่าปรับวันละ 80,000 บาท ไม่ว่าจะเป็นรายเล็กหรือรายใหญ่ถูกเก็บเท่ากันรัฐวิสาหกิจอยากให้มีการปรับโดยลดจำนวนวันลง
6. ทำอย่างไรให้ผู้ประกอบการสามารถดำเนินกิจการภายใต้กรอบการแข่งขันที่เป็นธรรม



ภาคผนวก 5.1

รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ของผู้ประกอบการแต่ละราย

| ชื่อ-นามสกุล | ตำแหน่ง |
|--|--|
| บริษัท กสท. โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) วันพุธที่ 8 พฤษภาคม พ.ศ.2556 | |
| 1. นายสมพงษ์ อัครบุญมี | ผู้จัดการฝ่ายขายผลิตภัณฑ์อินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์ |
| 2. นายธานินท์ หยวทขาว | ผู้จัดการฝ่ายขายและตลาดสื่อสารไร้สาย |
| 3. นายธนา ตั้งสิทธิ์ภักดี | ผู้จัดการฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์อินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์ |
| 4. นายญาณพล อุ่นโอสถ | ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายรัฐกิจสัมพันธ์ |
| 5. นางสาวธีรารภรณ์ ทองเนียม | ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายรัฐกิจสัมพันธ์ |
| 6. นางสาวมาลี สุวพันธุ์วัฒนา | ผู้จัดการส่วนกฎหมายกำกับดูแล |
| 7. นางสาวรัตนา ศุภพงศ์ | พนักงานการต่างประเทศ ฝ่ายรัฐกิจสัมพันธ์ |
| 8. คุณณิชาภา ลีมีศิริ | |
| 9. นางสาวสมกุลยา อยู่สุวรรณ | |
| บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) วันพุธที่ 29 พฤษภาคม 2556 | |
| 1. นายสุทธิชัย ชื่นชูศิลป์ | Senior Vice Prident Business Relations & Developmen |
| 2. คุณสุมล กานตกุล | Assistant Vice President Marketing Planning |
| บริษัท ทูร คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) วันจันทร์ที่ 17 มิถุนายน 2556 | |
| 1. นายเกริก กล่อมเกล้า | Deputy Director Regulatory Management |
| บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) วันพุธที่ 24 กรกฎาคม 2556 | |
| 1. นายกรเอก แสงแก้ว | ผู้จัดการฝ่ายรัฐกิจสัมพันธ์ |
| 2. นายภัทรินทร์ ภัทระศิรินทร์ | ผู้จัดการส่วนกฎหมายการเชื่อมต่อโครงข่าย |
| 3. นายไพรัช อ้าเผือก | ผู้ชำนาญการ ระดับ 10 |
| 4. นางกนกวรรณ กล่อมฤกษ์ | นักบริหารงานทั่วไป ระดับ 8 |
| 5. นางสุพิชญา ต้นพูน | นักบริหารงานทั่วไป ระดับ 7 |
| 6. นายพิเชษฐ์ ฤทธิสุนทร | วิศวกร ระดับ 7 |
| บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) วันที่ 6 กันยายน 2556 | |
| 1. นายพิชิต แก้วมาคุณ | Vice President Head of Regulatory Strategy Department Regulatory Division |



ภาคผนวก 5.2

รายละเอียดการสัมภาษณ์คณะกรรมการ กสทช.

รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ สถานที่ วันและเวลาสัมภาษณ์

พันเอก ดร.เศรษฐพงศ์ มะลิสุวรรณ ตำแหน่งรองประธานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) เข้าพบและสัมภาษณ์วันจันทร์ที่ 23 กันยายน พ.ศ.2556 เวลา 14.30 น. สถานที่ ห้องรับรอง 1 อาคารอำนวยการ สำนักงาน กสทช.

นายดิเรก เจริญผล ตำแหน่งประธานคณะกรรมการเลขหมายโทรคมนาคม กสทช. เข้าพบและสัมภาษณ์วันอังคารที่ 8 ตุลาคม พ.ศ.2556 เวลา 10.00 น.สถานที่ อาคารมลริริน ชั้น 4 ถนนพหลโยธิน ซอย 8

รองศาสตราจารย์ประเสริฐ ศิลป์พัฒน์ ตำแหน่งกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เข้าพบและสัมภาษณ์วันอังคารที่ 5 พฤศจิกายน พ.ศ. 2556 เวลา 9:30 น. สถานที่ ห้องรับรอง 1 อาคารอำนวยการ สำนักงาน กสทช.

รายละเอียดการสัมภาษณ์คณะกรรมการ กสทช.

1. พันเอก ดร.เศรษฐพงศ์ มะลิสุวรรณ ตำแหน่ง รองประธานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) วันจันทร์ที่ 23 กันยายน พ.ศ. 2556 เวลา 14.30 น. สถานที่ ห้องรับรอง 1 อาคารอำนวยการ กสทช.

อาจารย์ณดา : ความเชื่อมโยงของงานกำกับดูแลและงานกำหนดนโยบายกิจการโทรคมนาคม ในด้านความสอดคล้องกับนโยบายระดับประเทศ ความแตกต่างและการแบ่งแยกหน้าที่ความรับผิดชอบของหน่วยงานกำหนดนโยบายและหน่วยงานกำกับดูแล เป็นอย่างไรในปัจจุบัน และควรมีทิศทางเป็นอย่างไรในอนาคต

ท่านเศรษฐพงศ์ : สมัยก่อนในระหว่างที่แต่งตั้ง กสทช. กฎหมายได้มีการกำหนดให้คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (กสท.) และคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคม (กทค.) เป็นผู้ดำเนินงานแทนไปก่อน ต่อมาเมื่อมีการจัดตั้ง กสทช. แล้วเสร็จ จึงรับโอนภาระงานและหน้าที่ต่าง ๆ มาจากหน่วยงานทั้งสองนั้น รวมทั้งมีหน้าที่ในการจัดสรรคลื่นความถี่และออกไปอนุญาตการประกอบกิจการโทรคมนาคม

เมื่อสัญญาสัมปทานของผู้ประกอบกิจการโทรคมนาคมหมดลง ผู้ประกอบกิจการโทรคมนาคมจะต้องคืนคลื่นความถี่นั้นๆ กลับมายัง กสทช. เพื่อดำเนินการประมูลคืนความถี่ ตามพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับ



กิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม มาตรา 45 และ
พระราชบัญญัติประกอบกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2544 ต่อไป

การประกอบกิจการดาวเทียมสื่อสารนั้น มีนักวิชาการบางกลุ่มมีความสับสน
ในบทบาทการกำกับดูแลดาวเทียมสื่อสาร ซึ่งข้อเท็จจริงเกี่ยวกับองค์ประกอบหลัก
คือ

(1) ผู้ที่จะมีสิทธิเป็นผู้ประกอบการโทรคมนาคมจะต้องได้รับการอนุญาตให้
ประกอบกิจการโทรคมนาคม ภายใต้หลักเกณฑ์และการกำกับดูแลของ กสทช.

(2) การให้ได้มาซึ่งเอกสารจองสิทธิในวงโคจรและย่านความถี่ (Filing) ที่จะ
ใช้สำหรับช่องจอดดาวเทียมในการนำออกให้บริการนั้น จะต้องดำเนินการจองผ่าน
โดยกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) โดยผ่านกระบวนการ
ระหว่างประเทศ ตามข้อกำหนดของสหภาพโทรคมนาคมระหว่างประเทศ (ITU)
ซึ่งถือว่า วงโคจรและความถี่ในอวกาศเป็นทรัพยากรร่วมของมนุษยชาติ มีได้อยู่
ภายใต้อธิปไตยของรัฐหนึ่งรัฐใดตามธรรมนูญของ ITU (ITU Constitution) และ
กฎข้อบังคับวิทยุ ITU Radio Regulation

ซึ่ง กสทช. ทำหน้าที่เป็นเพียงผู้กำกับดูแล (Regulator) และมีอำนาจเฉพาะ
ในการออกใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคมตามข้อ (1)

อาจารย์ณดา : ในแง่ของการให้น้ำหนักในเรื่องการกำกับดูแลการแข่งขันในตลาด กสทช. ให้น้ำหนักในเรื่องใด มากน้อยเพียงใด เช่น อาจมีการกำกับในเชิงราคา
ประสิทธิภาพ คุณภาพ ค่าบริการ หรือให้น้ำหนักในเรื่องใดเป็นพิเศษ หรือมี
แนวโน้มทางไหน

ท่านเศรษฐพงศ์ : การให้มีผู้ประกอบการโทรคมนาคมจำนวนมากเข้ามาในระบบ เพื่อให้เกิดการ
แข่งขันในตลาด ซึ่งบุคคลที่จะได้รับประโยชน์ คือ ประชาชน กล่าวคือเมื่อมีจำนวน
ผู้ประกอบการที่มีความเหมาะสมเกิดขึ้นในตลาดจำนวนมากคุณภาพการ
ให้บริการจะเป็นตัวแย่งลูกค้า ดังจะเห็นได้ว่าในปีนี้ผู้ประกอบการได้หายไปจาก
ตลาด 2 ราย คือ DPC กับ True ที่จะหมดสัญญาสัมปทานคลื่นความถี่
1800 MHz ซึ่งเป็นคลื่นความถี่ของกลุ่ม TRUE ที่ให้บริการในระบบ 2G ปัจจุบันมี
ลูกค้าใช้บริการอยู่ 17 ล้านราย ส่วน DPC ให้บริการอยู่มีลูกค้า 80,000 ราย โดย
ผลที่จะเกิดขึ้นหากมีผู้ประกอบการโทรคมนาคมน้อยราย คือ แบนด์วิธไม่
เพียงพอและเกิดการผูกขาดตลาดของผู้ประกอบการเพียงรายใดรายหนึ่ง
ดังนั้นจึงควรมีผู้ประกอบการตั้งแต่สามรายขึ้นไปเพื่อให้เกิดความสมดุลใน
ตลาด

ทิศทางของรัฐวิสาหกิจทั้งสองต่อกิจการโทรคมนาคมหลังจากที่มีการแปรรูป
แล้วนั้น ส่งผลให้ทั้ง TOT และ CAT 8 คงมีสถานะเป็นเพียงผู้ประกอบการ



โทรคมนาคมรายหนึ่งในตลาดเท่านั้น อีกทั้ง กสทช. ไม่มีหน้าที่ให้การสนับสนุน
อย่างใดๆ ต่อ TOT และ CAT เพราะถือว่าการผิดกฎหมาย

ในความเป็นจริงแล้ว TOT และ CAT ต่างก็มีทรัพยากรที่ตนครอบครองอยู่
เป็นจำนวนมาก โดย TOT มีคลื่นความถี่ 2.1 GHz และ 2300 เมกกะเฮิรตซ์ ซึ่ง
คลื่นความถี่ 2.3 GHz สามารถทำเป็น LTE ได้ ส่วน CAT ก็มีกิจการร่วมค้า
(Joint Venture) กับภาคเอกชน โดย CAT มีคลื่นดาวเทียม 850 MHz และมีคลื่น
ความถี่ที่ยังไม่ได้ใช้งานอีก 25 MHz ซึ่งคิดเป็นมูลค่าประมาณหมื่นล้านบาท อีกทั้ง
ทั้ง TOT และ CAT ต่างก็มี Fiber Optic ที่มีมูลค่าจำนวนมหาศาล ดังนั้นจะเห็นได้
ว่า TOT และ CAT ต่างก็มีจุดแข็งในเรื่องทรัพยากรด้วยกันทั้งสององค์กร

อาจารย์ณดา : กสทช. มองสภาพการแข่งขันขณะนี้ที่เน้นผู้ประกอบการโทรคมนาคมให้เข้ามา
แข่งขันในตลาดอย่างไร

ท่านเศรษฐพงศ์ : จากการพบปะและพูดคุยกับผู้ประกอบการโทรคมนาคมและนักลงทุนต่างชาติ
นั้น พบว่านักลงทุนต่างชาติให้ความสนใจกับตลาดโทรคมนาคมของประเทศไทย
เป็นอย่างมากเมื่อเทียบกับตลาดโทรคมนาคมของประเทศเพื่อนบ้านอย่างประเทศ
มาเลเซียที่มีขนาดเล็กกว่า

ส่วนเรื่องข้อกำหนดในเรื่องการเข้าถึงหุ้นของคนต่างด้าว ตาม
พระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ.2542 ที่ให้นักลงทุน
ต่างประเทศสามารถเข้าถึงกิจการโทรคมนาคมได้ไม่ให้เกิดร้อยละ 49 ใน
มุมมองนักลงทุนต่างประเทศมองว่าพระราชบัญญัตินี้ไม่ได้เป็นอุปสรรคต่อการเข้า
มาลงทุนในประเทศไทย แต่สิ่งที่เป็นอุปสรรค คือ นโยบายและการกำกับดูแลที่ยัง
ขาดความชัดเจน ทำให้ขาดความเชื่อมั่นในการลงทุน ตัวอย่างเช่น การเปิด
ประมูลคลื่นความถี่ 3G ครั้งแรกไม่ประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย ทำให้นัก
ลงทุนต่างประเทศขาดความเชื่อมั่นต่อนโยบายของประเทศไทย ต่อมาเมื่อการ
ประมูลคลื่นความถี่ 3G ครั้งที่สอง ประสบผลสำเร็จ และไม่เกิดอุปสรรคแต่อย่างใด
ทำให้นักลงทุนต่างชาติกลับมามีความเชื่อมั่นต่อธุรกิจโทรคมนาคมประเทศไทย
อีกครั้ง ซึ่งการประมูลแต่ละครั้งมีการนำเงินลงทุนจำนวนมหาศาลเข้ามา ไม่ว่าจะเป็น
เป็นการจ้างที่ปรึกษาเพื่อวิเคราะห์ตลาดและทิศทางการลงทุนในประเทศไทย การ
ซื้อแบงก์กัรนต์ การจ้างทีมผู้เชี่ยวชาญ เพราะฉะนั้นการเปิดประมูลแต่ละครั้งต้อง
ทำให้สำเร็จ เพื่อเรียกความเชื่อมั่นให้กับนักลงทุนต่างประเทศเข้ามาลงทุนใน
ประเทศไทยต่อไป ซึ่งการประมูลคลื่นความถี่ 1.8 GHz อาจจะทำการประมูล
พร้อมกับคลื่นความถี่ 900 MHz ก็ได้

อาจารย์ณดา : ความคิดเห็นและข้อเท็จจริงต่อแนวทางการส่งเสริม การอำนวยความสะดวก
เพื่อให้เกิดการแข่งขันกันมากขึ้นในกิจการโทรคมนาคม โดยเฉพาะในส่วน



ของ MVNO เพื่อขยายความสามารถในการแข่งขันกับกลุ่ม SMP ที่เป็นผู้ประกอบ
กิจการเต็มรูปแบบ (Full Scale Operator)

ท่านเศรษฐพงศ์ : กสทช. มีแนวทางในการยกระดับการแข่งขันรูปแบบ MVNO ในเครือข่าย
โทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งผู้ที่ต้องการประกอบกิจการในรูปแบบดังกล่าวต้องไม่มี
เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นของตนเอง และไม่รวมถึงคลื่นความถี่วิทยุ โดยมี
รูปแบบ คือ การขอเสนอซื้อความจุหรือช่วงเวลาการใช้งานจากผู้ประกอบการที่มี
ใบอนุญาต เพื่อนำไปขายต่อแก่ลูกค้าของตน โดยผู้ประกอบการ MVNO สามารถ
ควบคุมและบริหารสินค้า สร้างตลาด ดูแลลูกค้าของตนเองรวมถึงการจัดทำใบ
เรียกชำระค่าบริการ ซึ่งทาง กสทช. กำหนดให้ผู้ประกอบการที่มีใบอนุญาต
ประกอบกิจการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ต้องจัดเตรียมความจุอย่างน้อยร้อยละ 10 บน
เครือข่ายคลื่นความถี่ของตน เพื่อรองรับการร้องขอจากผู้ประกอบการแบบ
MVNO โดย กสทช. กำหนดเงื่อนไขและความรับผิดชอบด้าน MVNO ภายใต้กติกา
เดียวกันต่อผู้รับใบอนุญาตให้ใช้แถบความถี่คลื่นวิทยุย่าน 2.1 GHz ข้อบังคับด้าน
MVNO มิได้มีผลกระทบต่อต้นทุนเครือข่ายของตน อีกทั้งยังเป็นการสร้างรายได้
ใหม่ของธุรกิจด้วย

อาจารย์ธาดา : กสทช. มีแผนในการดำเนินงานเรื่อง USO อย่างไร

ท่านเศรษฐพงศ์ : กสทช. มีนโยบายในการจัดให้มีบริการโทรคมนาคมพื้นฐานโดยทั่วถึงและบริการ
เพื่อสังคม (Universal Service Obligation: USO) เป็นหนึ่งในภารกิจหลักที่สำคัญ
ของคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม
แห่งชาติ (กสทช.) ตามพระราชบัญญัติ การประกอบกิจการโทรคมนาคม พ.ศ.
2544 มาตรา 17 บัญญัติให้ กสทช. มีหน้าที่จัดให้มีบริการโทรคมนาคมพื้นฐาน
โดยทั่วถึง และให้มีอำนาจกำหนดให้ผู้รับใบอนุญาตไปดำเนินการจัดให้มีบริการ
โทรคมนาคม กับพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ และกำกับการ
ประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการ โทรคมนาคม พ.ศ.
2553 มาตรา 50 บัญญัติให้ กสทช. มีหน้าที่ กำหนดแผนการจัดให้มีบริการ
โทรคมนาคมพื้นฐานโดยทั่วถึงและบริการเพื่อสังคม กำหนดพื้นที่เป้าหมาย
กลุ่มเป้าหมาย ระยะเวลาในการดำเนินงาน พร้อมทั้งประมาณการค่าใช้จ่ายจาก
การดำเนินงานตามแผนดังกล่าว อีกทั้งยังมีประกาศ กทช. เรื่อง หลักเกณฑ์
วิธีการ และเงื่อนไขในการจัดให้มีบริการโทรคมนาคมพื้นฐานโดยทั่วถึงและบริการ
เพื่อสังคม (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2552 ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มโอกาสให้ประชาชน
เข้าถึงข้อมูลข่าวสาร โดยการจัดให้มีบริการศูนย์อินเทอร์เน็ตชุมชนขึ้น เพื่อให้เป็น
ช่องทางหนึ่งที่ทำให้ประชาชนในพื้นที่ชนบท และกลุ่มเป้าหมายทางสังคม ได้แก่
คนพิการ เด็ก ผู้สูงอายุ ผู้ด้อยโอกาสในสังคม และผู้มีรายได้น้อยมีโอกาสเข้าถึง
ข้อมูลข่าวสาร เป็นการลดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงบริการเทคโนโลยี



สารสนเทศได้อย่างเท่าเทียมทั่วถึง และครอบคลุมอย่างไม่มีข้อจำกัด โดย กสทช.
มีการนำร่องแล้ว 2 จังหวัด คือ หนองคายและพิษณุโลก จำนวน 400 ราย ทาง
กสทช.มีการเปิดประมูลแล้ว โดยเปิดประมูลให้กับบริษัทไหนก็ได้ ซึ่งภาคเอกชนก็
มีความสนใจค่อนข้างมาก

2. นายดิเรก เจริญผล ตำแหน่ง ประธานคณะกรรมการเลขหมายโทรคมนาคม กสทช. วัน
อังคารที่ 8 ตุลาคม พ.ศ.2556 เวลา 10.00 น.สถานที่ อาคารมนรริน ชั้น 4 ถนนพหลโยธิน
ซอย พหลโยธิน 8

อาจารย์ณดา : มุมของการกำกับกิจการโทรคมนาคมต่อสถานะของรัฐวิสาหกิจในตลาดเป็นอย่างไร
เนื่องจากบริการของรัฐวิสาหกิจมีลักษณะแข่งขันกับกิจการของเอกชนบางส่วน แต่
นโยบายของคณะกรรมการอาจจะไม่เน้นการแข่งขันกับเอกชนในบางส่วน จึงทำให้
เกิดภาพที่ไม่ชัดเจนต่อบทบาทของรัฐวิสาหกิจในตลาดโทรคมนาคมในปัจจุบัน
มุมมองของการกำกับดูแลการแข่งขันของกิจการโทรคมนาคมให้ความสำคัญกับ
บทบาทของรัฐวิสาหกิจในลักษณะใด

อาจารย์ดิเรก : รัฐวิสาหกิจทั้งสองตกที่นั่งลำบาก เพราะ TOT ขาดทุนมานานหลายปีแล้ว โดย
สัญญาร่วมการทำงานของ AIS ที่ทำไว้กับ TOT จะสิ้นสุดสัญญาในปี 2558 สัญญาที่
Dtac ทำไว้กับ CAT จะสิ้นสุดลงในปี 2560 เพราะฉะนั้น TOT ในฐานะบริษัท
มหาชนที่ยังคงเป็นรัฐวิสาหกิจ แต่ไม่มีศักยภาพที่จะแข่งขันกับบริษัทเอกชนได้
เพราะอยู่ภายใต้การกำกับของรัฐบาลมีกระทรวงการคลังถือหุ้น มีบอร์ดบริหาร
แต่งตั้งโดยรัฐบาลและถูกกำกับดูแลโดยกระทรวง ICT

แต่ทั้งนี้ TOT และ CAT ยังคงมีศักยภาพในการดำเนินงานอยู่ โดยทั้งสอง
องค์กรมีโครงข่ายมหาศาล อีกทรัพย์สินที่ได้มาจากสัญญาร่วมการทำงานที่ทำกับ
บริษัทเอกชนนั้น เมื่อสัญญาสิ้นสุดลงทรัพย์สินทั้งหมดตกเป็นของ TOT แต่ทั้งนี้
ทรัพย์สินดังกล่าวย่อมมีการเสื่อมโทรมลง โดยส่วนมากเป็นเทคโนโลยีเก่าที่ไม่มีการ
พัฒนาและอาจมีเทคโนโลยีใหม่บ้างปะปนอยู่ ซึ่งในขณะนี้ กสทช. มีปัญหาการ
ฟ้องร้องคดีในศาลกับบริษัท TRUE ในเรื่องการโอนกรรมสิทธิ์ในอุปกรณ์และ
เครื่องมือต่าง ๆ ที่อยู่ภายใต้สัญญาร่วมการทำงาน โดย TRUE ยินยอมโอนให้เพียง
บางส่วนเท่านั้น แต่ตอนหลังได้หันมาโอนให้ตามสัญญา เพราะ TRUE พยายามตั้ง
กองทุนโครงสร้างพื้นฐานในตลาด

โอกาสในการอยู่รอดของ TOT ในสภาพปัจจุบัน คือ การกลับไปดูแผนแม่บท
เพราะมีการเขียนชัดเจนว่า หลังจากการแปรรูปแยกกันแล้ว ณ วันหนึ่งเราจะจัดตั้ง
บริษัทร่วมทุน (Holding Company) ที่กระทรวงการคลังถือหุ้นร้อยละ 100 ตรีราคา
ทรัพย์สินของทั้งองค์กรเป็นหุ้นถือไว้ แต่ภายใต้การจัดตั้งบริษัทร่วมทุน ต้องมีการ



จัดการสื่อสารองค์กรใหม่ และนำธุรกิจโทรคมนาคมต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นโทรศัพท์ประจำที่ โทรศัพท์เคลื่อนที่ อินเทอร์เน็ต โทรศัพท์ระหว่างประเทศที่มีรูปแบบการดำเนินงานเหมือนกันจับมารวมกัน แล้วแบ่งเป็นหนึ่งหรือสองบริษัท พร้อมทั้งเสาะหาคนที่ดีที่สุดขององค์กรสื่อสารไปเป็นกรรมการบริษัท เพื่อเอาศักยภาพมาสร้างพลังให้แข็งแกร่งและสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ โดยบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด หรือบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) เป็นแบบอย่างที่ดี

ซึ่ง TOT เป็นผู้ให้บริการโครงข่าย (Network Provider) เอาโครงสร้างที่มีมาเป็นถนนหนทางให้คนมาเช่าเข้าไปทำธุรกิจแข่งขันกัน ซึ่งปัจจุบันนี้ ทาง TOT มีการทำสัญญาเช่าใช้ช่องสัญญาณดาวเทียมไอพีสตาร์ของบริษัท ไทยคม จำกัด และนำไปขายต่อแต่ราคาที่เป็นตลาดแพงมาก และการใช้งานยังมีปัญหา เช่น สัญญาณไม่สามารถใช้งานได้ เป็นต้น การที่จะให้บริการชั้นหนึ่งดาวเทียมต้องพร้อมการใช้งานและพัฒนาให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลาทั้งหมดนี้เป็นหน้าที่ของบริษัท ไทยคม จำกัด

ตอนนี้โทรศัพท์เคลื่อนที่ มีบริษัททำ MVNO ได้แก่ บริษัท สามารถ ไอ-โมบาย จำกัด บริษัท ล็อกซเล่ย์ จำกัด (มหาชน) โดยรูปแบบ MVNO คือ ผู้ให้บริการโทรศัพท์ไม่ได้วางโครงข่ายเอง แต่ไปเหมาจากเจ้าของโครงข่ายมาให้บริการต่ออีกทอดหนึ่งแล้วทำการตลาด โดยเปิดโอกาสให้เอกชนเข้ามาเช่าช่วงเหมาต่อ ซึ่งการทำธุรกิจนั้นต้องมีความเป็นธรรม ตอนนี้ทั้งสององค์กรเป็นผู้ให้บริการโครงข่าย ทรูพีซีดีเดิมไม่ว่าจะเป็นสายหรือไม่โครเวฟ เขาเป็นผู้ให้บริการโครงสร้างพื้นฐานหลัก ถ้ามีบริษัทเอกชนประมาณ 2-3 ราย ไม่ใช่โครงข่ายแต่คิดที่จะสร้างโครงข่ายของตนเอง อีกหน่อยประเทศสิงคโปร์มาเปิดตลาดในประเทศไทยก็เปิดได้แล้ว โดยประเทศสิงคโปร์สร้างโครงข่ายเอง ถูกกว่า ดีกว่า เราสามารถบังคับเขาได้ไหม เมื่อบังคับไม่ได้จะกลายเป็นการกำกับดูแลแบบเสรี บางครั้งมีกฎหมาย ถ้าคุณภาพของโครงข่ายหลักเป็นอย่างที่เป็นอยู่เขานักลงทุนต่างประเทศจะไม่เข้ามา การกำกับจะค่อยๆ หดลงและตายพร้อมกับอุปกรณ์ที่ได้มีการพัฒนา ส่วนสหภาพแรงงานสมัยแปรรูป TOT มีเข้าใจหมดแล้วว่าการเป็นรัฐวิสาหกิจผูกขาดไม่มีอีกต่อไป เขาต้องเข้าตลาดแข่งขัน ถ้าเขาได้รับการสนับสนุนอย่างดีจากรัฐบาลจากบอร์ดเขาสามารถสู้ได้ แต่สิ่งเหล่านี้ถูกทำลายเรียบร้อยแล้ว ตอนนี้ TOT ต้องพูดความจริงกับประชาชนและกล้าที่จะแสดงความคิดเห็นกับบอร์ดเพื่อให้องค์กรสามารถอยู่รอดได้ อีกทั้งกระทรวงการคลังต้องคิดว่าโครงสร้างพื้นฐานของประเทศไทยเป็นเศรษฐกิจไม่ใช่ไฟแนนซ์ อย่ายามองว่าเป็นเพียงธุรกิจการเงิน และต้องมองว่าเศรษฐกิจเป็นภาคส่วนหนึ่งที่สนับสนุนประเทศซึ่งในทางปฏิบัติประเทศไทยยังไม่มีงานทางด้านนี้ อีกทั้งต้องทำให้เป็น



Economic มีการนำผู้เชี่ยวชาญทางด้านเศรษฐศาสตร์การเงินเข้ามาและให้
ประชาชนเป็นผู้ถือหุ้น ที่นี้ไม่ต้องกลัวนักลงทุนต่างประเทศจะมายึด

อาจารย์ธาดา : ภาพรวม TOT ควรจะเป็นโครงสร้างพื้นฐานและเป็นผู้ให้บริการโครงข่าย (Network
Provider) หรือไม่

อาจารย์ติเรก : เอาตามแนวการเปิดแข่งขันเสรี เมื่อเรามีอะไรมากมายแล้วให้ตลาดเป็นผู้ดูเรา ถ้า
ทรัพย์สินที่มีอยู่มีศักยภาพ โครงข่ายแข็งแรงไม่เหมือนกับรางรถไฟที่สภาพไม่ดี
เขาอยากเช่า ภาคเอกชนที่ทำธุรกิจอยู่ถ้าสามารถเช่าได้เขาก็เช่าแล้ว แต่การลงทุน
ในโครงข่ายมีราคาแพง ซึ่งปัญหาคือ 1.เรามีแคนดี้ แพนซี ให้เขาเช่าไหม 2. เป็น
เทคโนโลยีที่ทันสมัยที่เขาอยากได้หรือเปล่า เพราะฉะนั้นไม่ค้านกับแนวคิด
โครงสร้างพื้นฐานและเป็นผู้ให้บริการโครงข่าย แต่ต้องมีเงื่อนไขเกี่ยวกับรัฐบาล
และผู้ประกอบกิจการโทรคมนาคมมีความประสงค์ที่จะมาใช้ นี่คือการแข่งขันเสรี
TOT ต้องเป็นองค์กรโทรศัพท์ที่สามารถเสนอได้ คุณมาเช่าผมใช้ดีกว่าสร้างเองให้
เขาเชื่อว่าเมื่อเขาสามารถทำได้อย่างที่เขาคงต้องการ แต่จะมาตั้งว่าเราสร้าง
เท่านั้น แล้วพวกคุณมาใช้ ถือว่าผิดกฎหมายและผิดหลัก ทั้ง TOT และ CAT มัก
อ้างว่ารัฐบาลต้องลงทุนให้ ปัจจุบันรัฐบาลไม่ต้องทำแล้ว เพราะเอกชนอยากทำ และ
มีกฎหมายในการบัญญัติหน้าที่ของหน่วยงานกำกับดูแลกำหนดเอาไว้ไม่สามารถทำ
ได้ ซึ่งองค์กรทั้งสองมีความเป็นอิสระ และเป็นไปตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักร
ไทย

เมื่อ 2 ปีที่แล้วนักลงทุนต่างประเทศเข้ามาลงทุนในประเทศไทยถือหุ้น ร้อย
ละ 70 ซึ่งถือเป็นการว่าขัดพระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ.
2542 ที่ให้นักลงทุนต่างชาติสามารถเข้าถือหุ้นกิจการโทรคมนาคมได้ไม่เกินร้อยละ
49 แต่ข้อตกลงอาเซียนให้ ร้อยละ 70 ให้มีการแก้ไขกฎหมาย หากทำไม่ได้ต้อง
ถอดออก แต่ กสทช. ไม่มีอำนาจในการรับผิดชอบพระราชบัญญัติฉบับนี้ สิ่งที่ได้
คือ การแนะนำถึงข้อดีและข้อเสียให้กับทางกระทรวงพาณิชย์ได้รับทราบ อีกทั้งการ
เปิดโอกาสให้นักลงทุนต่างประเทศเข้ามาลงทุนในกิจการโทรคมนาคม ต้องสร้าง
ความมั่นใจว่าสามารถคุ้มครองกิจการของคนไทยให้อยู่รอดได้ แต่ในขณะเดียวกันก็
ต้องเป็นไปตามเงื่อนไขขององค์การการค้าโลก (WTO) และตามข้อตกลงของ AEC
โดยความคิดเห็นของผมเมื่อ 2 ปีที่แล้วนั้น ผมคิดว่านักลงทุนต่างชาติจะเข้ามา
ครอบงำธุรกิจของคนไทย แต่ความจริงแล้ว นักลงทุนต่างประเทศเข้ามาทำธุรกิจใน
ประเทศไทยลำบากมาก วิธีการที่จะทำได้ คือ การแทรกซึมเข้ามาเป็นหุ้นส่วนใน
บริษัทของประเทศไทยและมีผู้แทนบริษัทหนึ่งคนมาเป็นกรรมการ เพราะลูกค้าส่วน
ใหญ่เป็นคนไทยทำให้นักลงทุนต่างชาติทำธุรกิจยากขึ้น

ประเด็นคลื่นความถี่นั้น แต่เดิม กทช. ได้ถูกกฎหมายจำกัดให้กำกับดูแลได้
เฉพาะส่วนที่เกี่ยวกับด้านโทรคมนาคมเท่านั้น แต่ปัจจุบัน กสทช. ต้องกำกับดูแล



ด้านการกระจายเสียงวิทยุโทรทัศน์ด้วย ซึ่งการกำหนดคลื่นความถี่มีหลักเกณฑ์
สากลของสหภาพโทรคมนาคมระหว่างประเทศ (International Telecommunication
Union : ITU) ซึ่ง กสทช.จะดำเนินการด้านโทรคมนาคมในการจัดสรรคลื่นความถี่ใน
ย่าน 2,100 เมกะเฮิร์ต สำหรับระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่บรอดแบนด์หรือความเร็วสูง
และการเปลี่ยนผ่านจากระบบ "อนาล็อก" สู่ "ดิจิทัล" นั้น ระบบอนาล็อก เป็น
สัญญาณที่มีการเปลี่ยนแปลงหรือการเคลื่อนที่ของข้อมูลแบบต่อเนื่อง โดยสัญญาณ
ไม่คงที่ โดยการเคลื่อนที่ของสัญญาณ อนาล็อก (Analog Signal) นี้ จะมีระยะทาง
และเวลาเป็นตัวกำหนด จึงทำให้มีผลต่อการส่งสัญญาณอนาล็อก (Analog Signal)
ส่วนใหญ่ถูกรบกวนได้ง่าย จึงทำให้ผู้รับหรือปลายทางนั้นมีการแปลความหมาย
ผิดพลาดได้ เช่น สัญญาณเสียง เป็นต้น แต่สัญญาณดิจิทัล (Digital Signal) เป็น
สัญญาณที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลแบบไม่ต่อเนื่อง (Discrete Data) มีขนาดแน่นอน
ขนาดดังกล่าวอาจกระโดดไปมาระหว่างค่าสองค่า คือ สัญญาณ ระดับสูงสุดและ
สัญญาณระดับต่ำสุด ซึ่งสัญญาณดิจิทัลนี้เป็นสัญญาณที่คอมพิวเตอร์ใช้ในการ
ทำงานและติดต่อสื่อสารกัน คือการนำเอาสัญญาณ Analog (อนาล็อก) มาแปลงให้
อยู่ในรูปแบบของตัวเลข (0,1) โดยการแปลงสัญญาณนี้ต้องอาศัยวงจรประเภทหนึ่ง
ที่เรียกว่า A To D (A/D) หรือ Analog To Digital converter โดยวงจร A/D
หลังจากนั้น ก็จะได้สัญญาณ Digital ออกมาเป็นสัญญาณในรูปแบบของตัวเลข
(0,1) นั่นเอง และระบบ IP (Network) ส่งสัญญาณในรูปแบบ Digital ทำให้ภาพที่ได้
มีความคมชัด ไม่เกิดการสูญหายของสัญญาณ แต่ถ้าเป็นระบบอนาล็อกภาพไม่ชัด
ส่วนอินเทอร์เน็ตมีการให้บริการทั้ง Super speed และ Super highway ส่วนมาก
ผู้ใช้บริการใช้ในแอปพลิเคชัน ไม่ว่าจะเป็น เกม เฟสบุ๊ก สื่อสารออนไลน์ ซึ่งบริการ
โทรศัพท์ระหว่างประเทศก็มีผู้ประกอบการกิจการโทรคมนาคมหลายราย ทำให้
ผู้ใช้บริการสามารถเลือกจ่ายค่าบริการได้ ทำให้ผู้ให้บริการแต่ละรายมีการหัน
ราคาให้ถูกเพื่อจูงใจผู้ใช้บริการมาใช้บริการของตน

3. รองศาสตราจารย์ประเสริฐ ศีลพิพัฒน์ ตำแหน่ง กรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการ
โทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ วันอังคารที่ 5 พฤศจิกายน 2556 เวลา 9.30 น.
สถานที่ ห้องรับรอง 1 อาคารอำนวยการ กสทช.

อาจารย์ณดา : ประเด็นความสำคัญสูงสุด 3 อันดับแรก ในการกำกับดูแลสภาพการแข่งขันของ
กิจการโทรคมนาคมของประเทศไทย

อาจารย์ประเสริฐ : จะเห็นได้ว่าในประเทศไทยมีผู้ประกอบการรายใหญ่จริงๆ 5 ราย ได้แก่ เอกชน 3
ราย รัฐวิสาหกิจ 2 ราย ซึ่งการแข่งขันจะยิ่งรุนแรงขึ้นในตลาด ลูกค้าที่เคยอยู่ใน
ตลาดสัมปทานไปสู่ตลาดที่ได้รับใบอนุญาตอย่างน้อยมีผู้ประกอบการ 3 รายหลัก



พยายามดึงลูกค้าของ AIS ไปสู่ AWN และ DTAC ไปสู่ True Move หรือ True Move H (ที่ได้รับสัมปทานกับ CAT) ส่วนบทบาทของรัฐวิสาหกิจ กสทช. มองว่า รัฐวิสาหกิจก็เป็นผู้ประกอบการรายหนึ่ง การกำกับดูแลทั้งสององค์กรจาก กระทรวง ICT เราไม่ได้ดูแลในเรื่องการดำเนินการภายในของเขา ทำอย่างไรที่จะให้ผู้รับใบอนุญาตได้รับความเป็นธรรมตามกฎหมายและพระราชบัญญัติ ซึ่งแยกหน่วยงาน กำกับดูแลออกจากผู้ประกอบการ ในส่วนของการกำกับดูแลการทำงานของ รัฐวิสาหกิจเป็นเรื่องของรัฐบาล ต้องดูจุดอ่อนและจุดแข็งของทั้งสองหน่วยงาน โดย นำเอาจุดแข็งไปใช้ประโยชน์ และแก้ไขปัญหาคือจุดอ่อนขององค์กร เดิมที่ทั้งสอง องค์กรเคยมีคลื่นความถี่ และได้รับส่วนแบ่งรายได้จากส่วนแบ่งสัมปทาน ซึ่งทั้งสอง องค์กรต้องมีการปรับตัว โดยจุดแข็งของทั้งสององค์กร คือ มีโครงข่ายจำนวนมาก ดังนั้นจึงควรนำโครงข่ายที่มีมาใช้ให้เกิดประโยชน์มากที่สุด และใช้โครงสร้าง พื้นฐานร่วมกัน หรืออาจนำโครงข่ายที่มีให้ผู้ประกอบการที่มีความสนใจเช่า ซึ่งมีคน ทำวิจัยไว้หลายคนว่า ทั้งสององค์กรควรหันมาจับมือกันและตั้งเป็น Holding Company โดยการเอาทรัพย์สินมาใช้ประโยชน์ร่วมกัน ซึ่งรัฐต้องเองต้องมีการ ลงทุนอยู่แล้ว แทนที่ True จะตั้งกองทุนโครงสร้างพื้นฐานเอง แนวโน้มความเป็นไป ได้ในการแข่งขันทางตลาดให้มีความทัดเทียมกับภาคเอกชน คือ การที่รัฐวิสาหกิจ ทั้งสองหันมาร่วมลงทุนด้วยกัน โดยอาจนำสินทรัพย์ทั้งสององค์กรมารวมและ บริหารจัดการร่วมกันเพื่อให้สามารถแข่งขันกับกับเอกชนได้ แต่งทั้งนี้คงเป็นไปได้ ยาก เพราะเป็นระบบราชการมากเกินไป ต้องผ่านบอร์ด ต้องเข้ากรม. ต้องเข้า สภาพัฒนา มีระเบียบปฏิบัติเยอะ การจัดซื้อจัดจ้างมีระเบียบ ที่ค่อนข้างไม่ยืดหยุ่น ทำให้แข่งขันไม่ได้ ในส่วน 2100 เมกกะเฮิร์ตมีมาแล้วตั้ง 10 ปี ยังไม่คืบหน้า เท่าที่ควร มีข้อจำกัดการลงทุน

ส่วนนโยบายด้านราคา การปรับราคาทำได้ไม่คล่องตัว ศักยภาพของคน อาจจะดี แต่สภาพแวดล้อมทางด้านอื่น การกำกับดูแลทางด้านคุณภาพบริการ โดย กำหนดมาตรฐานขั้นต่ำ เรื่องความเร็ว data download / upload คุณภาพของเสียง สัญญาณ มีการตรวจสอบมีหน่วยงานในการกำกับดูแล ที่มีศูนย์ตรวจสอบอยู่ 14 ศูนย์ทั่วประเทศ ที่เดิมมีหน้าที่กำกับดูแลเพียงคลื่นวิทยุโทรทัศน์ เมื่อมีศูนย์ ตรวจสอบนี้เข้ามาในการช่วยกำกับดูแลคุณภาพของโทรคมนาคมด้วยเพื่อคุณภาพ ที่ดี ขณะนี้มีรถ Mobile วิ่งทดสอบสัญญาณจำนวน 2 คันเท่านั้น โดยทำการสุ่มโทร และทดสอบสัญญาณตลอดทางทั่วประเทศ มีการตรวจในอาคาร โรงพยาบาล มี บางจุดที่เป็นจุดอ่อน เช่น อาคารที่มีชอก มีมุม ถ้าพบข้อผิดพลาดจะแจ้งทาง Operator ให้รีบดำเนินการแก้ไข โดยการดำเนินการดังกล่าวได้มีการตั้งงบประมาณ ที่จะซื้ออุปกรณ์ให้ไปประจำศูนย์ต่าง ๆ ภายในเดือนพฤศจิกายน ซึ่งจะมีเครื่องมือ งบประมาณ 7-8 ชุด ในอนาคตน่าจะมีได้ครบทั้ง 14 ศูนย์ มองว่าน่าจะเป็นงานประจำ



มิติในการแข่งขัน

1. ราคา การเข้าสู่ตลาดยากเพราะการลงทุนที่ใช้ทุนเป็นจำนวนมากในภาคเอกชน มีระดับการแข่งขันสูงพอสมควร ดูได้จากราคาที่ปรับลดลงของโทรศัพท์เคลื่อนที่ จะลดลงอย่างมาก เหตุเพราะการแข่งขันของผู้ประกอบการมีความเข้มข้นอย่างมากในขณะที่โทรศัพท์ประจำที่ไม่มีแนวโน้มลดลงหรืออาจลดลงแต่น้อยมาก เพราะผู้ประกอบการมีจำนวนรายไม่มาก ได้แก่ TOT TRUE and TT&T เพราะมีการแบ่งตลาดอย่างชัดเจน
2. คุณภาพสัญญาณในการให้บริการของผู้ประกอบการแต่ละรายควรเป็นไปตามที่ กสทช. กำหนด โดย กสทช.เองก็มีบทบาทในการกำกับดูแล และตรวจสอบคลื่นสัญญาณให้เป็นไปตามเงื่อนไขของการให้บริการอยู่แล้ว โดยการให้บริการควรมีความทั่วถึงและครอบคลุมในเขตเมืองและเขตชนบท โดยอนาคตอันใกล้ ระบบการสื่อสารแทบทั้งหมดจะเปลี่ยนเป็นระบบดิจิทัล ส่งผลให้เกิดต้นทุนการเปลี่ยนอุปกรณ์ ปัญหาในอินเทอร์เน็ตมีการขยายตัวช้า ควรส่งเสริมให้ใช้อินเทอร์เน็ต แก้อัปเดตของราคาที่ยังค่อนข้างสูง ส่งเสริมให้มีอินเทอร์เน็ตชุมชนและจัดให้มี USO เข้าไปมาก

อาจารย์ณดา : ทิศทางการแข่งขันและแนวทางการกำกับดูแลการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคม เมื่อประเทศไทยเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

อาจารย์ประเสริฐ : ตอนนี้ กสทช.ให้มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ทำวิจัยเพื่อศึกษาเตรียมความพร้อมของ โทรคมนาคม ส่งผลการศึกษา Final Draft มาแล้ว ปลายเดือนพฤศจิกายน ผลการศึกษาพบว่าเมื่อเทียบกับประเทศในภูมิภาคอาเซียนด้วยกัน ประเทศไทยเราอยู่ในอันดับ 4 ที่มีจุดแข็ง คือ ราคาที่เกือบถูกที่สุด เมื่อเทียบกับ GNP ปรับด้วย Purchasing Power parity คุณภาพของสัญญาณเรดิโอถึงค่อนข้างดีมาก การแข่งขันเราอยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณาประเทศสิงคโปร์แล้วพบว่าผู้ประกอบการเพียงไม่กี่ราย ซึ่งผู้ประกอบการในต่างประเทศมีการร่วมมือกับจากต่างประเทศ มีการใช้ประโยชน์ของ ICT มีการความหลากหลายทางการแพทย์ โดยเริ่มมีการนำมาใช้บ้าง

ส่วนจุดอ่อน คือ เราใช้ประโยชน์จาก ICT ในระดับบุคคลต่ำ บางคนมีโทรศัพท์ก็ใช้เสียอย่างเดียว ไม่ได้ใช้ประโยชน์จาก ICT เท่าที่ควร ด้านอินเทอร์เน็ตในกลุ่มอาเซียนมีความครอบคลุม และความเร็วของอินเทอร์เน็ตเป็นจุดอ่อน ค่าบริการข้ามแดนในอาเซียนมีอัตราสูง เป็นข้อตกลงระหว่างประเทศที่เขาทำธุรกิจกัน ค่า International roaming กำกับดูแลไม่ได้ ถ้าชี้ประเด็นกำหนดให้ผู้ประกอบการทำข้อตกลงที่ราคาถูกลง แนวทางใน EC ใช้อัตราเดียวกันเหมือนกันทุกพื้นที่ เสมือนเป็นพื้นที่เดียวกัน น่าจะต้องดูในแนวทางนี้ ต้องคุยกับผู้ประกอบการในแต่ละประเทศทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน มีเวทีในการพูดคุยกันในระดับอาเซียน ถ้า



รัฐบาลไป นายกไป ก็จะมีชุดเล็กไปนั่งคุยกันด้วย การกำกับเรื่องอัตราค่าบริการ ไม่ใช่เป้าหมายใหญ่ของการกำกับดูแล แต่การกำกับดูแลในเชิงราคาและคุณภาพในเชิงผู้บริโภค กสทช. ก็ต้องดูในเชิงการคุ้มครอง แต่ผู้บริโภคต้องเท่าทันผู้ประกอบการด้วย และปรับพฤติกรรมและเลือกใช้แพ็คเกจที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของตนเอง ไม่ใช่ให้เกิดการเสียเปล่าในการใช้งาน เช่น การเลือกใช้แพ็คเกจ unlimited ที่มีอัตราค่าบริการสูง แต่ไม่เคยใช้มากมายนักก็จะไม่คุ้ม ซึ่งเป็นบทบาทกสทช.จะทำได้ คือ การให้ข้อมูล

ผลกระทบที่จะเกิดขึ้น จากการมี AEC

- โครงสร้างพื้นฐานกับภาคเศรษฐกิจอื่น ๆ การติดต่อค้าขายกัน ถ้าโครงสร้างพื้นฐานทางด้าน ICT เราดี มีผลต่อภาคเศรษฐกิจอื่น ยกเว้นการจ้างงานที่อาจจะมีผลในทางลบ ยกเว้นเฉพาะคนที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญทางด้าน IT
- มีข้อมูลพื้นที่รัฐบาลได้ทำกันไว้ การรับข้อมูลพื้นที่ในเชิงบวก และเชิงลบ ประเด็นแรก ทำให้ต้องมีการกระตุ้นภายในประเทศให้มีการใช้ ICT มาแทน เพื่อลดช่องว่างทางด้าน digital ไม่เช่นนั้น ช่องว่างการใช้ ICT จะยิ่งกว้าง โดยเฉพาะประเทศไทยและประเทศอินโดนีเซีย

ประเด็นที่สอง เราจะนำ ICT ไปสร้างมูลค่าเพิ่มอย่างไร ประเทศไทยโครงสร้างเดิมมาจากการเกษตรเปลี่ยนเป็นอุตสาหกรรมและบริการ จะเอา ICT มาทดแทนภาคเกษตรกรรมได้มากน้อยแค่ไหน ควรเป็นการพัฒนาในแนวทางเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ ไม่ควรมีการใช้แรงงานอย่างกตัญญู ไม่ใช่วัตถุดิบที่ไม่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้ประเทศในอาเซียน ประชากรของอาเซียนไม่น้อย ถ้าจะหารายได้ในส่วนนี้ได้ ประเทศไทยซ้ากว่าประเทศอื่น ๆ หรือไม่ โอกาสเราฉวยไว้ได้หรือไม่ เราขาดหน่วยงานในการกำหนดนโยบาย บทบาทของ กสทช. ทำได้แค่สนับสนุนให้เกิดบรรยากาศการลงทุน ซึ่งประเทศไทยยังขาดเป้าหมายในการพัฒนากิจการโทรคมนาคมอย่างชัดเจน

การเตรียมความพร้อมในการเปิดอาเซียน ประการแรกคือ ต้องมีการกระตุ้นภายในประเทศให้มีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพิ่มมากขึ้น เพื่อลดช่องว่างด้านเทคโนโลยีของคนในประเทศ ประการต่อมาที่ต้องคำนึงคือ การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ประเทศ ซึ่งต้องให้มีความเหมาะสมกับบริบทของประเทศ ซึ่งจะต้องหาเจ้าภาพในการกำหนดนโยบาย สถานภาพความพร้อมของกิจการโทรคมนาคมของไทย เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นในอาเซียน มีจุดแข็งในด้านราคาค่าบริการ ICT ที่ถูกเกือบที่สุดใน AEC และคุณภาพสัญญาณโทรศัพท์เคลื่อนที่อยู่ในระดับดีมาก รวมถึงมีการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมโทรคมนาคมค่อนข้างสูงอีกด้วย การพัฒนาความร่วมมือทางด้านกิจการโทรคมนาคม สร้างความเชื่อมโยงด้านโครงข่ายพื้นฐาน กฎระเบียบ ส่งเสริมความ



ร่วมมือระหว่างประเทศภายใต้กรอบต่างๆ โดยเริ่มจากการพัฒนา กฎ กติกา
ทางด้านโทรคมนาคมให้ทันสมัย สอดคล้องกับมาตรฐานสากล ซึ่งจะต้องอยู่ภายใต้
อำนาจของ กสทช. เท่านั้น และที่สำคัญจะต้องคำนึงถึงผลกระทบต่อ
ภาคอุตสาหกรรมไทยในส่วนที่เกี่ยวข้องด้วย

นอกจากนี้ การเตรียมความพร้อมด้านอุปกรณ์ โดยกำหนดมาตรฐานการใช้
งานให้เป็นที่ยอมรับซึ่งกันและกันในกลุ่มอาเซียน แม้ประเทศไทยจะเข้าสู่ AEC
แล้ว แต่ในเรื่องของเทคนิคทางด้านโทรคมนาคม และความรวดเร็วในการเข้าถึง
ข้อมูลควรจะทัดเทียมกับประเทศอื่นในอาเซียนด้วย ในการเตรียมความพร้อมด้าน
บุคลากรให้มีความรู้และความสามารถทางด้านโทรคมนาคมอย่างรอบด้าน ก็เป็นสิ่ง
สำคัญ ส่วนการใช้ประโยชน์จาก ICT นั้น คุณภาพด้านความเร็วอินเทอร์เน็ตยังเป็น
รองประเทศอื่น ความครอบคลุมเชิงพื้นที่ในการให้บริการอินเทอร์เน็ตประเภท
Fixed Broadband ยังน้อยกว่า และผู้ประกอบการไทยยังมุ่งเน้นการดำเนินธุรกิจใน
ตลาดภายในประเทศมากกว่าการมุ่งออกไปแข่งขันยังตลาดต่างประเทศ ซึ่งการเปิด
ให้ต่างประเทศเข้ามาลงทุนมากขึ้นจากสัดส่วนการถือครองหุ้นไม่เกินร้อยละ 49
เป็นร้อยละ 70 นั้น เป็นการให้อุตสาหกรรมโทรคมนาคมเกิดการแข่งขันในตลาด
เพิ่มขึ้นและเป็นการช่วยสร้างโอกาสขยายตลาดลงทุนในต่างประเทศ และไม่มี
ผลกระทบในหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นการลดค่าบริการโรมมิ่ง การเปิดเสรีเคเบิลใต้น้ำ
การใช้โครงสร้างพื้นฐานร่วมกันและสิทธิแห่งทาง พบว่าจะสามารถช่วยลด
ต้นทุนให้กับผู้ประกอบการได้ การขยายพื้นที่ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง
และการเปิดเสรีกิจการดาวเทียม เพื่อให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง



ภาคผนวก 5.3

รายงานผลการสำรวจผู้ใช้บริการด้วยแบบสอบถาม

(ช่วงเวลาทำการสำรวจ สิงหาคม-กันยายน พ.ศ. 2556)

การศึกษานี้ได้ทำการสำรวจผู้ใช้บริการด้วยแบบสอบถาม ในช่วงระหว่างเดือนสิงหาคมถึงเดือนกันยายน พ.ศ. 2556 จำนวนหน่วยตัวอย่างรวม 2,530 คน ครอบคลุมพื้นที่สำรวจทั่วประเทศ แบ่งเป็น 5 ภาค ประกอบด้วย กรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 500 คน สัดส่วนร้อยละ 19.8 ภาคกลางจำนวน 504 คน สัดส่วนร้อยละ 19.9 ภาคเหนือ จำนวน 522 คน สัดส่วนร้อยละ 20.6 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 503 คน สัดส่วนร้อยละ 19.9 และภาคใต้จำนวน 501 คน สัดส่วนร้อยละ 19.8

การสำรวจนำเสนอในรายงานนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อสะท้อนถึงพฤติกรรมการใช้บริการโทรคมนาคม 4 บริการ ประกอบด้วย 1) โทรศัพท์ประจำที่ 2) โทรศัพท์เคลื่อนที่ 3) อินเทอร์เน็ต และ 4) โทรศัพท์ระหว่างประเทศ โดยมีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามของแต่ละบริการโทรคมนาคมได้แก่ โทรศัพท์ประจำที่จำนวน 780 คน โทรศัพท์เคลื่อนที่ 2,474 คน อินเทอร์เน็ต 1,274 คน และโทรศัพท์ระหว่างประเทศจำนวน 241 คน แสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามของแต่ละบริการโทรคมนาคม

| ประเภทบริการ | จำนวน (คน) |
|--------------------------|------------|
| โทรศัพท์ประจำที่ | 780 |
| โทรศัพท์เคลื่อนที่ | 2,474 |
| อินเทอร์เน็ต | 1,274 |
| โทรศัพท์ระหว่างประเทศ | 241 |
| โทรศัพท์ข้ามแดนอัตโนมัติ | 112 |
| โทรศัพท์สาธารณะ | 2,210 |
| จำนวนแบบสอบถามทั้งหมด | 2,530 |

ผลการสำรวจสรุปประเด็นต่าง ๆ ของแต่ละบริการ ดังนี้

1. คุณลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาล คิดเป็นร้อยละ 68.6 และนอกเขตเทศบาล คิดเป็นร้อยละ 31.4 ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง ร้อยละ 57.4 และเพศชาย ร้อยละ 42.6



โดยกลุ่มตัวอย่างมีอายุเฉลี่ย 37.11 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุสูงสุด 74 ปีและอายุต่ำสุด 14 ปี มีรายได้เฉลี่ย 16,705.39 บาท และส่วนมากมีการศึกษาระดับปริญญาตรี สัดส่วนร้อยละ 29 และมีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขายมากที่สุด ร้อยละ 36.4 (ตาราง 2)

ตาราง 2 คุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง

| คุณลักษณะ | ร้อยละ (คน) |
|---|--------------|
| ใน/นอกเขตเทศบาล | |
| ในเขตเทศบาล | 68.6 (1,735) |
| นอกเขตเทศบาล | 31.4 (795) |
| จังหวัด | |
| กรุงเทพมหานครและปริมณฑล | 19.8 (500) |
| ภาคกลาง | 19.9 (504) |
| ภาคเหนือ | 20.6 (522) |
| ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ | 19.9 (503) |
| ภาคใต้ | 19.8 (501) |
| เพศ | |
| ชาย | 42.6 (1,079) |
| หญิง | 57.4 (1,451) |
| อายุ | |
| ค่าสูงสุด = 74 ค่าต่ำสุด = 14 ค่าเฉลี่ย = 37.11 | |
| รายได้ | |
| ค่าสูงสุด = 100,000 ค่าต่ำสุด = 1,000 ค่าเฉลี่ย = 16,705.39 | |
| การศึกษา | |
| ต่ำกว่าประถมศึกษาปีที่ 6 | 9.0 (225) |
| ประถมศึกษาปีที่ 6 | 14.0 (353) |
| มัธยมศึกษาปีที่ 3 | 13.6 (341) |
| มัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือ ปวช. | 20.6 (518) |
| อนุปริญญา หรือ ปวส. | 10.9 (275) |
| ปริญญาตรี | 29.0 (728) |
| สูงกว่าปริญญาตรี | 2.3 (59) |
| อื่น ๆ เช่น กำลังศึกษา, นักเรียน, นักศึกษา, ม.ศ.3 เป็นต้น | 0.6 (14) |
| อาชีพ | |
| เกษตรกร | 4.3 (108) |



| คุณลักษณะ | ร้อยละ (คน) |
|--|-------------|
| ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 8.9 (224) |
| ลูกจ้างเอกชน | 19.2(483) |
| ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย | 36.4 (917) |
| รับจ้าง/กรรมกร | 15.7(397) |
| เกษียณอายุ | 0.9(23) |
| แม่บ้านว่างงาน | 5.3 (134) |
| อื่น ๆ เช่น อาชีพอิสระ, รับจ้างทั่วไป, รับเหมาก่อสร้าง เป็นต้น | 9.3 (235) |

2. การใช้งานบริการโทรคมนาคม

การสำรวจการใช้งานของบริการแต่ละประเภท เพื่อสะท้อนถึงวัตถุประสงค์ในการใช้งาน การเลือกใช้ผู้ประกอบการ และการจ่ายค่าบริการของบริการโทรคมนาคมแต่ละประเภท สรุปผลการสำรวจแยกแต่ละประเภทบริการได้ดังนี้

2.1 โทรศัพท์ประจำที่

สมาชิกในบ้านของผู้ตอบแบบสอบถามเฉลี่ยมีจำนวน 3.86 คน และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากหมายเลขโทรศัพท์ประจำที่ 1 หมายเลข โดยมีผู้ที่มีหมายเลขโทรศัพท์มากที่สุด 9 เลขหมาย

- การเลือกให้ผู้ให้บริการโทรศัพท์ประจำที่ ส่วนมากจะใช้บริการจาก TOT คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 70.0 รองลงมา คือ TRUE และ TT&T สัดส่วนร้อยละ 17.6 และ 10.8 ตามลำดับ (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 การจำแนกของกลุ่มตัวอย่างตามบริษัทของผู้ให้บริการโทรศัพท์ประจำที่

| ผู้ให้บริการโทรศัพท์ประจำที่ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|------------------------------|------------|--------|
| ทีโอที (TOT) | 546 | 70.0 |
| ทีทีแอนด์ที (TT&T) | 84 | 10.8 |
| ทรู (TRUE) | 137 | 17.6 |
| ไม่ทราบบริษัท | 13 | 1.7 |
| รวม | 780 | 100.0 |

- การใช้โทรศัพท์ประจำที่ในชีวิตประจำวัน

ผลการสำรวจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากใช้โทรศัพท์ประจำที่เพื่อให้ผู้อื่นติดต่อผ่านทางโทรศัพท์ประจำที่ได้ และใช้เพื่อเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตเป็นประจำหรือค่อนข้างบ่อย สัดส่วนรวมร้อยละ



56.8 และ 50.9 ตามลำดับ ส่วนที่ใช้เพื่อการโทรออกจะมีสัดส่วนผู้ที่ใช้นานๆ ครั้งประมาณร้อยละ 50 มีจำนวนไม่มากที่ใช้เพื่อการรับส่งโทรสาร (ตารางที่ 4)

โดยในช่วง 6 เดือนที่ผ่านมาโดยเฉลี่ยจะเสียค่าบริการโทรศัพท์ประจำที่ประมาณ 440 บาท/เดือน (รวมทุกหมายเลข) ซึ่งมีแนวโน้มคงที่ คิดเป็นร้อยละ 50.5 (ตารางที่ 5)

ตารางที่ 4 การจำแนกของกลุ่มตัวอย่างของพฤติกรรมการดำเนินชีวิตประจำวัน

หน่วย : ร้อยละ (คน)

| การใช้โทรศัพท์ประจำที่ | ประจำ | ค่อนข้างบ่อย | นาน ๆ ครั้ง | ไม่เคยเลย |
|--|------------|--------------|-------------|------------|
| 1. ท่านใช้โทรศัพท์พื้นฐานเพื่อโทรออก | 14.8 (116) | 25.4 (200) | 50.1 (394) | 9.7 (76) |
| 2. บุคคลส่วนมากติดต่อกับท่านผ่านทางโทรศัพท์พื้นฐาน | 16.2 (126) | 40.6 (317) | 34.2 (267) | 9.0 (70) |
| 3. ท่านใช้โทรศัพท์พื้นฐานเพื่อการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต | 34.9 (272) | 16.0 (125) | 8.1 (63) | 40.9 (319) |
| 4. ท่านใช้โทรศัพท์พื้นฐานเพื่อการรับส่งโทรสาร(แฟกซ์) | 5.3 (41) | 11.9 (92) | 18.2 (141) | 64.6 (501) |
| 5. อื่นๆ เช่น ใช้มานานแล้ว เป็นต้น | 0.0 (1) | 0.1 (2) | 0.0 (1) | 0.1(3) |

ตารางที่ 5 แนวโน้มการเสียค่าบริการโทรศัพท์ประจำที่ในช่วง 6 เดือนที่ผ่านมา

| แนวโน้ม | ร้อยละ (คน) |
|-----------|-------------|
| เพิ่มขึ้น | 11.2 (86) |
| ลดลง | 11.4 (88) |
| คงที่ | 50.5 (388) |
| ไม่แน่นอน | 26.9 (207) |

- พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์พื้นฐานโทรทางไกลภายในประเทศ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากร้อยละ 60.9 ไม่เคยใช้โทรศัพท์พื้นฐานโทรทางไกลภายในประเทศ โดยบุคคลที่เคยใช้งานส่วนมากนานครั้งจะใช้โทรออก เหตุผลที่ไม่เคยใช้เพราะติดต่อด้วยโทรศัพท์เคลื่อนที่สะดวกกว่า (ตารางที่ 6)

ตารางที่ 6 พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์พื้นฐานโทรทางไกลภายในประเทศ

| พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์พื้นฐานโทรทางไกลภายในประเทศ | ร้อยละ(คน) |
|---|------------|
| ไม่เคย | 60.9 (475) |
| เคย | 39.1 (305) |



| | |
|---|------------|
| ความถี่ในการใช้งาน | |
| ทุกวัน | 10.2 (31) |
| ทุกอาทิตย์ | 13.1 (40) |
| ทุกเดือน | 11.1 (34) |
| นานๆครั้ง | 65.6 (200) |
| เหตุผลที่ไม่เคยใช้ | |
| ไม่มีความจำเป็นที่จะต้องโทรทางไกลภายในประเทศ | 44.0 (209) |
| ค่าใช้จ่ายจากโทรศัพท์พื้นฐานแพง | 8.8 (42) |
| ติดต่อด้วยโทรศัพท์เคลื่อนที่สะดวกกว่า | 45.7 (217) |
| อื่น ๆ เช่น เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต, ฟังก์ชัน เป็นต้น | 1.5 (7) |

2.2 โทรศัพท์เคลื่อนที่

- พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่

ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 95.9 โดยมีจำนวนเลขหมายมากที่สุด 1 หมายเลข คิดเป็นร้อยละ 78.7 และมีผู้ถือ 2 เลขหมาย คิดเป็นร้อยละ 18.3 เหตุผลที่มีมากกว่า 1 หมายเลข เพราะ แยกตามโปรโมชั่นมากที่สุด รองลงมาคือคุณภาพของบริการที่แตกต่างกันของแต่ละพื้นที่

ส่วนบุคคลที่ไม่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 4.1 เหตุผลที่ไม่ใช้เพราะไม่มีความจำเป็น ร้อยละ 65.69 และเห็นว่าอัตราค่าบริการมีราคาแพง ร้อยละ 16.67 (ตารางที่ 7)

ตารางที่ 7 พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่

| พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ | ร้อยละ(คน) |
|---|--------------|
| ไม่ใช้ | 4.1 (102) |
| ใช้ | 95.9 (2,372) |
| จำนวนเลขหมาย | |
| 1 เลขหมาย | 78.7 (1,854) |
| 2 เลขหมาย | 18.3 (430) |
| 3 เลขหมาย | 2.3 (54) |
| มากกว่า 4 เลขหมาย | 0.1 (4) |
| เหตุผลที่มีมากกว่า 1 หมายเลข (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) | |
| คุณภาพของบริการที่แตกต่างกันของแต่ละพื้นที่ | 24.06 (199) |
| แยกตามราคา | 13.54 (112) |
| แยกตามกลุ่มผู้ที่ติดต่อ | 25.15 (208) |



| | |
|---|-------------|
| แยกตามโปรโมชั่น | 37.24 (308) |
| เหตุผลที่ไม่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ | |
| ไม่มีความจำเป็น | 65.69 (67) |
| อัตราค่าบริการแพง | 16.67 (17) |
| อุปกรณ์ราคาสูง | 15.69 (16) |
| อื่น ๆ เช่น ใช้เพียง 1 หมายเลขก็เพียงพอ เป็นต้น | 1.953 |

- การเลือกผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากจะเลือกใช้บริการจาก AIS มากที่สุด (ร้อยละ 48.5) รองลงมาคือ DTAC (ร้อยละ 42.2) และ TRUE Move และ TRUE Move H (ร้อยละ 11.9 และ 8.5 ตามลำดับ) (ตารางที่ 8) โดยเฉลี่ยค่าบริการรายเดือนที่ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่จ่ายอยู่ที่ประมาณ 502 บาท/เดือน

ตารางที่ 8 การเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่

| ท่านใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบใด | ร้อยละ (คน) |
|---|--------------|
| 1. เอไอเอส (AIS) | 48.5 (1,226) |
| จำนวนเลขหมายแบบเติมเงิน | |
| 1 หมายเลข | 34.6 (875) |
| 2 หมายเลข | 1.7 (42) |
| มากกว่า 2 หมายเลข | 0.1 (4) |
| ค่าบริการรายเดือนเฉลี่ยในรอบ 6 เดือน ค่าสูงสุด = 4000 บาท ค่าต่ำสุด = 30 บาท ค่าเฉลี่ย = 406 บาท | |
| จำนวนเลขหมายแบบรายเดือน | |
| 1 หมายเลข | 11.2 (284) |
| 2 หมายเลข | 0.5 (12) |
| มากกว่า 2 หมายเลข | 0.1 (3) |
| ค่าบริการรายเดือนเฉลี่ยในรอบ 6 เดือน Max = 9600 บาท Min = 100 บาท ค่าเฉลี่ย = 881 บาท | |
| 2. ดีแทค (DTAC) | 42.2 (1,067) |
| จำนวนเลขหมายแบบเติมเงิน | |
| 1 หมายเลข | 30.9 (781) |
| 2 หมายเลข | 2.1 (54) |
| มากกว่า 2 หมายเลข | 0.3 (9) |



| ท่านใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบใด | ร้อยละ (คน) |
|--|-------------|
| ค่าบริการรายเดือนเฉลี่ยในรอบ 6 เดือน Max = 3800 บาท Min = 20 บาท ค่าเฉลี่ย = 391 บาท | |
| จำนวนเลขหมายแบบรายเดือน | |
| 1 หมายเลข | 8.1 (206) |
| 2 หมายเลข | 0.3 (7) |
| มากกว่า 2 หมายเลข | 0.0 (1) |
| ค่าบริการรายเดือนเฉลี่ยในรอบ 6 เดือน Max = 3800 บาท Min = 50 บาท ค่าเฉลี่ย = 648 บาท | |
| 3. ทริมูฟ (TRUE MOVE) | 11.9 (300) |
| จำนวนเลขหมายแบบเติมเงิน | |
| 1 หมายเลข | 8.9 (224) |
| 2 หมายเลข | 0.3 (7) |
| มากกว่า 2 หมายเลข | 0.0 (1) |
| ค่าบริการรายเดือนเฉลี่ยในรอบ 6 เดือน Max = 3500 บาท Min = 20 บาท ค่าเฉลี่ย = 439 บาท | |
| จำนวนเลขหมายแบบรายเดือน | |
| 1 หมายเลข | 2.3 (59) |
| 2 หมายเลข | 0.1 (2) |
| ค่าบริการรายเดือนเฉลี่ยในรอบ 6 เดือน Max = 3500 บาท Min = 100 บาท ค่าเฉลี่ย = 779 บาท | |
| 4. ทริมูฟเอช (TRUE MOVE H) | 8.5 (214) |
| จำนวนเลขหมายแบบเติมเงิน | |
| 1 หมายเลข | 4.4 (112) |
| 2 หมายเลข | 0.1 (3) |
| มากกว่า 2 หมายเลข | 0.0 (1) |
| ค่าบริการรายเดือนเฉลี่ยในรอบ 6 เดือน Max = 5000 บาท Min = 50 บาท ค่าเฉลี่ย = 477 บาท | |
| จำนวนเลขหมายแบบรายเดือน | |
| 1 หมายเลข | 3.6 (90) |
| มากกว่า 1 หมายเลข | 0.0 (3) |
| ค่าบริการรายเดือนเฉลี่ยในรอบ 6 เดือน Max = 9000 บาท Min = 199 บาท ค่าเฉลี่ย = 932 บาท | |



| ท่านใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบใด | ร้อยละ (คน) |
|--|-------------|
| 5. อื่นๆ เช่น 1-2-Call, CAT เป็นต้น | 0.4 (11) |
| จำนวนเลขหมายแบบเติมเงิน | |
| 1 หมายเลข | 0.5 (2) |
| มากกว่า 1 หมายเลข | 0.0 (1) |
| ค่าบริการรายเดือนเฉลี่ยในรอบ 6 เดือน | |
| Max = 3000 บาท Min = 100 บาท ค่าเฉลี่ย = 829 บาท | |

- แนวโน้มการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในอนาคต
โดยแนวโน้มในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในอนาคตจะคงที่ และเพิ่มขึ้น สัดส่วนร้อยละ 38.3 และ 33.2 ตามลำดับ มีผู้ที่ระบุว่าแนวโน้มการใช้ในอนาคตไม่แน่นอนประมาณร้อยละ 25.8 (ตารางที่ 9)

ตารางที่ 9 แนวโน้มการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในอนาคต

| แนวโน้มการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในอนาคต | ร้อยละ (คน) |
|--|-------------|
| เพิ่มขึ้น | 33.2 (773) |
| ลดลง | 2.7 (63) |
| คงที่ | 38.3 (891) |
| ไม่แน่นอน | 25.8 (600) |

แนวโน้มการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ ส่วนของการใช้บริการเสียง (โทรเข้า-ออก) จะคงที่ถึงเพิ่มขึ้น แต่บริการรับส่งข้อมูลหรือ Data Services ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต จะเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน ในขณะที่บริการ SMS และ MMS จะคงที่หรือลดลง (ตารางที่ 10)

ตารางที่ 10 รูปแบบการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่

หน่วย: ร้อยละ (คน)

| รูปแบบการใช้งาน | เพิ่มขึ้น | ลดลง | คงที่ | ไม่แน่นอน |
|---------------------------------------|------------|------------|------------|------------|
| 1. บริการเสียง (โทรเข้า-ออก) | 31.0 (725) | 5.7 (132) | 35.6 (832) | 27.7 (646) |
| 2. การส่งข้อความ (SMS) | 12.1 (189) | 22.1 (344) | 28.6 (446) | 37.2 (581) |
| 3. การส่งรูปภาพ (MMS) | 10.7 (147) | 21.1 (289) | 25.4 (348) | 42.8 (587) |
| 4. บริการรับ-ส่งข้อมูล (อินเทอร์เน็ต) | 33.0 (512) | 7.7 (120) | 21.5 (333) | 37.7 (585) |

โดยการใช้งานจะมากที่สุดในช่วงเวลา 8.01-16.00 น. สัดส่วนร้อยละ 66.3 รองลงมาคือช่วง 16.01-22.00 น. สัดส่วนร้อยละ 31.0 (ตารางที่ 11)



ตารางที่ 11 ช่วงเวลาในการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่

| ช่วงเวลาการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่มากที่สุด | ร้อยละ (คน) |
|--|-------------|
| เวลา 8.01- 16.00 น. | 66.3 (1599) |
| เวลา 16.01- 22.00 น. | 31.0 (747) |
| เวลา 22.01- 8.00 น. | 2.7 (65) |

- การเพิ่ม/เปลี่ยนผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่
ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากร้อยละ 65.8 ระบุว่าเมื่อเพิ่ม/เปลี่ยนผู้ให้บริการ
โทรศัพท์เคลื่อนที่ ได้ใช้ข้อมูลเปรียบเทียบกับผู้ให้บริการรายเดิมประกอบการตัดสินใจ (ตารางที่ 12)

ตารางที่ 12 การใช้ข้อมูลเปรียบเทียบระหว่างผู้ให้บริการในการเพิ่ม/เปลี่ยนผู้ให้บริการ

| ในการเพิ่ม/เปลี่ยนผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ท่านได้ใช้ข้อมูลของผู้ ให้บริการรายอื่นเปรียบเทียบกับผู้ให้บริการรายเดิมประกอบการ ตัดสินใจหรือไม่ | ร้อยละ (คน) |
|--|-------------|
| ไม่ใช้ | 34.2 (116) |
| ใช้ | 65.8 (223) |

แต่มีข้อสังเกตว่า มีผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมาก (ร้อยละ 54.4) ไม่ทราบสิทธิ
ของตนในการเปลี่ยนค่ายผู้ให้บริการ โดยที่สามารถจดหมายเลขเดิมไว้ได้ และส่วนมากไม่เคยใช้บริการ
ส่วนผู้ที่เคยใช้บริการส่วนมากระบุว่าระยะเวลาในการอนุมัติให้ย้ายเครือข่ายโดยคงเบอร์เดิมใช้ระยะเวลาใน
การดำเนินการภายใน 1 สัปดาห์ โดยเหตุผลที่ระบุว่านานกว่า 1 สัปดาห์มีเหตุเพราะรอรอบบิลในการจ่าย
ค่าโทร เจ้าหน้าที่ดำเนินงานช้า เป็นต้น (ตารางที่ 13)

**ตารางที่ 13 การทราบถึงสิทธิในการเปลี่ยนย้ายค่ายผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยใช้เลข
หมายเดิมได้**

| ท่านทราบหรือไม่ว่า หากท่านมีการเปลี่ยนย้ายค่ายผู้ให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ ท่านสามารถใช้เลขหมายเดิมได้ | ร้อยละ (คน) |
|--|--------------|
| ไม่ทราบ | 54.4 (1,301) |
| ทราบ | 45.6 (1,092) |
| ถ้าทราบท่านเคยใช้บริการดังกล่าวหรือไม่ | |
| ไม่เคย | 91.7 (1,091) |
| เคย | 8.3 (99) |
| ภายใน 3 วัน | 42.3 (44) |



| ท่านทราบหรือไม่ว่า หากท่านมีการเปลี่ยนย้ายค่ายผู้ให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ ท่านสามารถใช้เลขหมายเดิมได้ | ร้อยละ (คน) |
|--|-------------|
| ภายใน 1 สัปดาห์ | 51.9 (54) |
| นานกว่า 1 สัปดาห์ | 5.8 (6) |

- การใช้บริการเสริมบนโทรศัพท์เคลื่อนที่

ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ประมาณมากกว่าครึ่งหนึ่งยังไม่ได้ให้บริการเสริมบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น อีเมลล์ เครือข่ายสังคมออนไลน์ การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ต ดูหนัง ฟังเพลง ฯลฯ โดยสัดส่วนบริการเสริมบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีการใช้มากที่สุด คือ เครือข่ายสังคมออนไลน์ และการสื่อสารผ่านแอปพลิเคชันบนอินเทอร์เน็ต (เช่น Line WhatsApp ฯลฯ) (ตารางที่ 14)

ตารางที่ 14 การใช้บริการเสริมบนโทรศัพท์เคลื่อนที่

หน่วย: ร้อยละ (คน)

| การใช้บริการเสริม | ค่าเฉลี่ย* | มาก | ค่อนข้างมาก | ค่อนข้างน้อย | น้อย | ไม่ใช่เลย |
|--|------------|------------|-------------|--------------|------------|--------------|
| 1. อีเมลล์ | 0.95 | 5.1 (118) | 12.4 (289) | 12.9 (300) | 11.7 (272) | 57.9 (1,345) |
| 2. เครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น Facebook Instagram เป็นต้น | 1.59 | 22.4 (527) | 16.4 (386) | 7.8 (183) | 4.8 (114) | 48.6 (1,145) |
| 3. การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านทางอินเทอร์เน็ต (Internet Banking การซื้อขายหุ้น ฯลฯ) | 0.47 | 2.1 (50) | 4.6 (107) | 8.7 (203) | 7.6 (177) | 77.1 (1,804) |
| 4. ดูโทรทัศน์ | 0.75 | 3.7 (86) | 7.7 (180) | 12.8 (299) | 12.0 (282) | 63.9 (1,498) |
| 5. ฟังวิทยุ | 0.90 | 3.8 (88) | 9.6 (226) | 15.4 (361) | 15.1 (354) | 56.1 (1,314) |
| 6. สื่อสารผ่านแอปพลิเคชันบนอินเทอร์เน็ต เช่น Line, Whatsapp, Skype เป็นต้น | 1.47 | 20.9 (491) | 15.0 (354) | 7.1 (167) | 3.9 (92) | 53.1 (1,249) |
| 7. เล่นเกมส์/ดาวน์โหลดเกมส์ | 1.07 | 8.3 (193) | 13.6 (317) | 12.2 (283) | 9.0 (209) | 56.9 (1,325) |
| 8. ชม/ดาวน์โหลดคลิปวิดีโอ (เพลง ภาพยนตร์) | 1.11 | 8.9 (207) | 14.2 (330) | 13.0 (302) | 7.5 (175) | 56.5 (1,318) |
| 9. ตรวจสอบข้อมูล | 0.76 | 3.9 (90) | 9.0 (209) | 11.0 (254) | 11.4 (264) | 64.6 (1,494) |



| การใช้บริการเสริม | ค่าเฉลี่ย* | มาก | ค่อนข้างมาก | ค่อนข้างน้อย | น้อย | ไม่ใช่เลย |
|--|------------|----------|-------------|--------------|---------|-----------|
| ข่าวสาร เช่น การจราจร การพยากรณ์อากาศ 10. อื่นๆ เช่น เช็คผลบอล, ใช้สัญญาณกล่องวงจรปิด เป็นต้น | 2.50 | 38.9 (7) | 33.3 (6) | 0.0 (0) | 0.0 (0) | 27.8 (5) |

หมายเหตุ * ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก กำหนดให้ มาก มีค่าคะแนนเท่ากับ 4 และ ไม่ใช่เลย มีค่าคะแนนเท่ากับ 0 ตามลำดับ

- ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่

ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ขึ้นอยู่กับราคาของอุปกรณ์โทรศัพท์เคลื่อนที่มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.02) รองลงมา คือ การสามารถใช้งานฟังก์ชันได้ตามต้องการ (ค่าเฉลี่ย 2.77) และ ยี่ห้อของโทรศัพท์เคลื่อนที่ (ค่าเฉลี่ย 2.76 ตามลำดับ) โดยสื่อโฆษณาของผู้ขายอุปกรณ์ค่อนข้างมีผลน้อยต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ (ตารางที่ 15)

ตารางที่ 15 ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่

หน่วย: ร้อยละ (คน)

| ปัจจัยต่อการตัดสินใจ | ค่าเฉลี่ย* | มาก | ค่อนข้างมาก | ค่อนข้างน้อย | น้อย | ไม่มีผล |
|--|------------|-----------|-------------|--------------|-----------|-----------|
| 1. ราคาของอุปกรณ์โทรศัพท์เคลื่อนที่ | 3.02 | 33.5(778) | 45.3(1053) | 14.3(332) | 3.3(77) | 3.6(84) |
| 2. ยี่ห้อของอุปกรณ์โทรศัพท์เคลื่อนที่ | 2.76 | 31.0(714) | 38.2(878) | 15.7(361) | 6.0(139) | 9.1(209) |
| 3. รูปลักษณ์ของโทรศัพท์เคลื่อนที่ | 2.52 | 21.2(477) | 39.4(885) | 20.4(458) | 8.2(184) | 10.8(242) |
| 4. คำแนะนำจากผู้อื่น | 1.77 | 8.7(192) | 25.3(560) | 26.0(576) | 14.5(320) | 25.6(566) |
| 5. สื่อโฆษณาของผู้ขายอุปกรณ์ | 1.69 | 8.7(193) | 24.0(534) | 23.4(521) | 15.6(347) | 28.4(632) |
| 6. สามารถใช้งานฟังก์ชันตามที่ต้องการได้ | 2.77 | 30.1(678) | 41.4(933) | 13.1(295) | 6.4(144) | 9.1(206) |
| 7. อื่นๆ เช่น ความคงทน , ความปลอดภัย เป็นต้น | 2.64 | 0.0 (0) | 85.7 (6) | 0.0 (0) | 0.0 (0) | 14.3 (1) |

หมายเหตุ * ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก กำหนดให้ มาก มีค่าคะแนนเท่ากับ 4 และ ไม่ใช่เลย มีค่าคะแนนเท่ากับ 0 ตามลำดับ



2.3 บริการอินเทอร์เน็ต

ผลการสำรวจ ชี้ให้เห็นว่ามีเพียงร้อยละ 53.8 ที่มีการใช้อินเทอร์เน็ต โดยส่วนมากจะใช้อินเทอร์เน็ตพ่วงกับบริการอื่น (ร้อยละ 68.0) ซึ่งจะเป็นการใช้พ่วงกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ในสัดส่วนมากที่สุด รองลงมาคือ การใช้บริการพ่วงกับโทรศัพท์พื้นฐาน (ตารางที่ 16)

ตารางที่ 16 การใช้อินเทอร์เน็ต

| การใช้อินเทอร์เน็ต | ร้อยละ (คน) |
|---|--------------|
| ไม่ใช้ | 46.2 (1,050) |
| ใช้ | 53.8 (1,224) |
| การใช้อินเทอร์เน็ตพ่วงกับบริการอื่น | |
| ไม่ใช้ | 32.0 (381) |
| ใช้ | 68.0 (811) |
| พ่วงกับ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) | |
| โทรศัพท์พื้นฐาน | 24.20 (218) |
| โทรศัพท์เคลื่อนที่ | 68.92 (621) |
| เคเบิลทีวี | 5.44 (49) |
| อื่น ๆ เช่น ร้านอินเทอร์เน็ต ,ที่ทำงาน,IPAD เป็นต้น | 1.44 (13) |

- สถานที่ที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต

ผู้ใช้บริการเป็นประจำและค่อนข้างบ่อยส่วนมากจะผ่านเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในสัดส่วนมากที่สุด ร้อยละ 50.0 และ 19.2 ตามลำดับ รองลงมาคือใช้ที่บ้าน/ที่พักอาศัย และที่ทำงาน/สถานศึกษาตามลำดับ ส่วนการใช้จุดบริการอินเทอร์เน็ต WIFI สาธารณะ และร้านค้าที่มีบริการอินเทอร์เน็ต ส่วนมากจะระบุว่าไม่เคยใช้ ร้อยละ 44.0 และ 46.1 (ตารางที่ 17)

ตารางที่ 17 สถานที่ที่นิยมใช้บริการอินเทอร์เน็ต

หน่วย: ร้อยละ (คน)

| สถานที่ที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต | ประจำ | ค่อนข้างบ่อย | นาน ๆ ครั้ง | ไม่เคยเลย |
|------------------------------------|------------|--------------|-------------|------------|
| 1. ผ่านเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ | 50.0 (603) | 19.2 (231) | 6.6 (79) | 24.2 (292) |
| 2. บ้านที่พักอาศัย/ | 45.5 (539) | 23.3 (276) | 11.5 (136) | 19.7 (234) |
| 3. ที่ทำงานสถานศึกษา/ | 34.9 (416) | 25.2 (301) | 15.0 (179) | 24.9 (297) |
| 4. จุดที่มีบริการอินเทอร์เน็ต WiFi | 10.2 (121) | 15.7 (187) | 30.1 (357) | 44.0 (523) |



| สาธารณะ | | | | |
|--|----------|------------|------------|------------|
| 5. ร้านค้าที่มีบริการอินเทอร์เน็ต WiFi | 7.7 (91) | 15.5 (183) | 30.6 (360) | 46.1 (543) |
| 6. อื่นๆ เช่น ร้านค้าร้านอินเทอร์เน็ต , เป็นต้น | 33.3 (5) | 20.0 (3) | 33.3 (5) | 13.3 (2) |

- ช่วงเวลาในการใช้งานอินเทอร์เน็ต

ผู้ตอบสอบถามส่วนมากระบุช่วงเวลาที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตมากที่สุด คือ ช่วงเวลา 16.01-22.00 น. รองลงมาคือ ช่วงเวลา 8.01-16.00 น. ตามลำดับ (ตารางที่ 18)

ตารางที่ 18 ช่วงเวลาในการใช้งานอินเทอร์เน็ต

| ช่วงเวลาการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่มากที่สุด | ร้อยละ (คน) |
|--|-------------|
| เวลา 8.01- 16.00 น. | 41.0 (491) |
| เวลา 16.01- 22.00 น. | 53.6 (641) |
| เวลา 22.01- 8.00 น. | 4.0 (48) |
| ทุกช่วงเวลา | 1.4 (17) |

- ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต

ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตส่วนมากจะเลือกใช้บริการผ่านเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ สัดส่วนร้อยละ 36.8 รองลงมาคือ ใช้บริการจากบริษัททีโอที (TOT) และ ทรู (TRUE) ในสัดส่วน เท่ากัน ร้อยละ 18.8 (ตารางที่ 19)

ตารางที่ 19 ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต

| การใช้บริการอินเทอร์เน็ตจากผู้ให้บริการ | ร้อยละ (คน) |
|---|-------------|
| ทีโอที (TOT) | 18.8 (243) |
| 3 Broadband (3BB) | 23.7 (306) |
| ทรู (TRUE) | 18.8 (243) |
| ผ่านเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่บริษัท AIS, True move, 1-2-Call, Dtac, TT&T เป็นต้น | 36.8 (475) |
| อื่นๆ | 0.0 (0) |
| ไม่ทราบ | 1.9 (25) |



- รูปแบบบริการในใช้บริการอินเทอร์เน็ต
ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตจะใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ (เช่น Facebook, Instagram เป็นต้น) มากที่สุด รองลงมา คือ การสื่อสารผ่านแอปพลิเคชันบนอินเทอร์เน็ต เช่น Line, WhatsApp, Skype เป็นต้น และชม/ดาวน์โหลดคลิปวิดีโอ (เพลง ภาพยนตร์) ตามลำดับ (ตารางที่ 20)

ตารางที่ 20 ท่านใช้บริการดังต่อไปนี้มากน้อยแค่ไหน

| รูปแบบการให้บริการ | ค่าเฉลี่ย* | มาก | ค่อนข้างมาก | ค่อนข้างน้อย | น้อย | ไม่เคยใช้เลย |
|---|------------|------------|-------------|--------------|------------|--------------|
| 1. อีเมลล์ | 1.99 | 132 (160) | 27.1 (329) | 24.0 (292) | 16.9 (205) | 18.9 (230) |
| 2. เครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Instagram เป็นต้น | 3.16 | 49.5 (605) | 31.4 (383) | 10.3 (126) | 3.5 (43) | 5.2 (64) |
| 3. การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านทางอินเทอร์เน็ต เช่น internet banking, stock trading เป็นต้น | 0.85 | 4.8 (59) | 7.9 (96) | 14.5 (177) | 12.6 (154) | 60.1 (733) |
| 4. ดูโทรทัศน์/ดูหนัง | 1.78 | 10.7 (130) | 22.3 (270) | 25.5 (309) | 16.8 (204) | 24.7 (299) |
| 5. ฟังวิทยุ | 1.30 | 5.3 (64) | 12.7 (153) | 23.0 (278) | 24.7 (298) | 34.3 (414) |
| 6. สื่อสารผ่านแอปพลิเคชันบนอินเทอร์เน็ต เช่น Line, Whatsapp, Skype เป็นต้น | 2.68 | 39.2 (477) | 27.0 (329) | 12.3 (150) | 5.6 (68) | 15.9 (193) |
| 7. เล่นเกมส์/ดาวน์โหลดเกมส์ | 2.05 | 18.1 (219) | 23.6 (285) | 23.0 (278) | 16.1 (194) | 19.2 (232) |
| 8. ชม/ดาวน์โหลดคลิปวิดีโอ (เพลง ภาพยนตร์) | 2.35 | 20.9 (254) | 31.4 (381) | 23.1 (280) | 10.5 (127) | 14.1 (171) |
| 9. ตรวจสอบข้อมูลข่าวสาร เช่น การจราจรการพยากรณ์อากาศ | 1.54 | 8.5 (102) | 19.5 (233) | 20.8 (249) | 20.1 (240) | 31.2 (373) |
| 10. อื่นๆ เช่น ข้อมูลวิชาการ, ค้นหาข้อมูล เป็นต้น | 2.29 | 29.4 (5) | 29.4 (5) | 5.9 (1) | 11.8 (2) | 23.5 (4) |

หมายเหตุ * ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก กำหนดให้ มาก มีค่าคะแนนเท่ากับ 4 และ ไม่ใช้เลย มีค่าคะแนนเท่ากับ 0 ตามลำดับ

- รูปแบบการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ปริมาณการใช้ และค่าบริการ
ส่วนมากของการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตจะใช้ผ่านบริการระบบ 3G มากที่สุด ร้อยละ 77.9 โดยเลือกรูปแบบแพ็คเกจ เป็นรายเดือนมากที่สุด เฉลี่ยค่าใช้จ่าย 434 บาทต่อเดือน และเฉลี่ยใช้บริการประมาณ 5 ชั่วโมง/วัน รองลงมาคือการใช้เชื่อมต่อผ่านระบบ WiFi หรือ LAN ที่มีค่าใช้จ่าย



สัดส่วนร้อยละ 19.0 โดยเลือกรูปแบบเป็นรายเดือน และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 577 บาท โดยเฉลี่ย ปริมาณการใช้ 5 ชั่วโมง/วัน (ตารางที่ 21)

ตารางที่ 21 รูปแบบการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ปริมาณการใช้ และค่าบริการ

| รูปแบบการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ปริมาณการใช้ และค่าบริการ | ร้อยละ (คท) |
|--|-----------------------------------|
| 1. อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (ADSL) | |
| ไม่เลือก | 87.7 (2,218) |
| เลือก | 12.3 (312) |
| รูปแบบ Package | |
| รายเดือน | 4.4 (111) |
| 3BB | 0.2 (6) |
| เติมเงิน | 0.2 (5) |
| HI-SPEED | 0.0 (1) |
| ปริมาณการใช้งาน (ชั่วโมง/วัน) | |
| ค่าสูงสุด = 24 ค่าบริการ (บาท/เดือน) | ค่าต่ำสุด = 1 ค่าเฉลี่ย = 5 |
| ค่าสูงสุด = 3,000 | ค่าต่ำสุด = 10 ค่าเฉลี่ย = 592 |
| 2. อินเทอร์เน็ตความเร็วต่ำ (Dial up) | |
| ไม่เลือก | 99.2 (2,510) |
| เลือก | 0.8 (20) |
| รูปแบบ Package | |
| แบบเหมาจ่าย | 0.1 (2) |
| ปริมาณการใช้งาน (ชั่วโมง/วัน) | |
| ค่าสูงสุด = 24 ค่าบริการ (บาท/เดือน) | ค่าต่ำสุด = 1 ค่าเฉลี่ย = 6 |
| ค่าสูงสุด = 799 | ค่าต่ำสุด = 99 ค่าเฉลี่ย = 386 |
| 3. WiFi หรือ LAN ที่มีค่าใช้จ่าย | |
| ไม่เลือก | 81.0 (2,050) |
| เลือก | 19.0 (480) |
| รูปแบบ Package | |
| รายเดือน | 2.3 (58) |
| 10 MB | 0.2 (4) |
| 6 MB | 0.0 (1) |



| รูปแบบการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ปริมาณการใช้ และค่าบริการ | ร้อยละ (คน) |
|--|--------------|
| ค่าสูงสุด = 4,000 ค่าต่ำสุด = 20 ค่าเฉลี่ย = 434 | |
| 7. อื่นๆ เช่น ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต, ที่ทำงาน เป็นต้น | |
| ไม่เลือก | 99.4 (2,516) |
| เลือก | 0.6 (14) |
| ปริมาณการใช้งาน (ชั่วโมง/วัน) | |
| ค่าสูงสุด = 8 ค่าต่ำสุด = 1 ค่าเฉลี่ย = 4 | |
| ค่าบริการ (บาท/เดือน) | |
| ค่าสูงสุด = 400 ค่าต่ำสุด = 20 ค่าเฉลี่ย = 103 | |

- การใช้บริการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตผ่าน Free WiFi ที่ให้บริการโดยรัฐ
ผู้ตอบแบบสอบถามในสัดส่วนไม่มากที่เคยใช้บริการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตผ่านฟรี WiFi ที่ให้บริการโดยภาครัฐ (114 คน)

ตารางที่ 22 การใช้บริการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตผ่าน Free WiFi ที่ให้บริการโดยรัฐ

| ท่านเคยใช้การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตผ่านฟรี WiFi ที่ให้บริการโดยภาครัฐ | ร้อยละ (คน) |
|--|--------------|
| ไม่เคย | 8.3 (210) |
| เคย | 4.5 (114) |
| ไม่ตอบ | 87.2 (2,206) |

2.4 การใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ

ส่วนมากของผู้ตอบแบบสอบถามจะระบุว่าไม่มีเคยใช้โทรศัพท์ระหว่างประเทศ มีเพียงร้อยละ 11.2 ที่ระบุว่าเคยใช้ (ตารางที่ 23) โดยประเทศที่มีผู้โทรออกมากที่สุด คือ ประเทศจีน 30 คน รองลงมา ประเทศสหรัฐอเมริกา 29 คน และประเทศญี่ปุ่น 25 คน โดยส่วนมากจะโทรผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มากกว่าโทรศัพท์ประจำที่

ตารางที่ 23 การใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ

| การใช้บริการโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศ | ร้อยละ (คน) |
|---|--------------|
| ไม่ใช้ | 88.8 (1,907) |
| ใช้ | 11.2 (241) |
| โทรศัพท์ทางไกลผ่านเครือข่าย | |
| โทรศัพท์พื้นฐาน | 9.5 (23) |
| โทรศัพท์เคลื่อนที่ | 90.5 (218) |



- การใช้เครื่องหมาย (+) ในการโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศ
ส่วนมากของผู้ใช้บริการโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศ จะไม่ได้ใช้เครื่องหมาย (+) ในการโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศ หรือแม้ว่าจะเคยใช้ก็มีจำนวนน้อยมากที่ทราบผู้ให้บริการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรศัพท์ระหว่างประเทศ (ตารางที่ 24)

ตารางที่ 24 การใช้เครื่องหมาย (+) ในการโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศ

| การใช้เครื่องหมาย (+) ในการโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศ | ร้อยละ (คน) |
|---|-------------|
| ไม่ใช้ | 60.3 (135) |
| ใช้ | 39.7 (89) |
| ทราบผู้ให้บริการเชื่อมต่อโครงข่ายระหว่างประเทศ กรณีเกิดเครื่องหมายบวก (+) | |
| ไม่ทราบ | 88.8 (79) |
| ทราบ | 11.2 (10) |
| เครือข่าย | |
| CAT | 20.0 (2) |
| DTAC | 50.0 (5) |
| TOT | 20.0 (2) |
| อื่น ๆ | 10.0 (1) |

- การใช้โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านบัตรโทรศัพท์ และ VOIP¹
ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระบุว่าเคยใช้โทรศัพท์ระหว่างประเทศ ส่วนมากจะไม่เคยใช้บริการโทรศัพท์ทางไกลผ่านบัตรโทรศัพท์ ในขณะที่มีมากกว่าร้อยละ 40 ที่เคยใช้โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่าน VOIP โดยมีสัดส่วนของผู้ที่เคยใช้ค่อนข้างบ่อยเทียบกับนานๆ ครั้งใกล้เคียงกัน (ตารางที่ 25)

ตารางที่ 25 การใช้โทรศัพท์ระหว่างประเทศผ่านบัตรโทรศัพท์ และ VOIP

หน่วย: ร้อยละ (คน)

| รูปแบบ | ประจำ | ค่อนข้างบ่อย | นาน ๆ ครั้ง | ไม่เคยเลย |
|-------------------------------|----------|--------------|-------------|-----------|
| 1. บัตรโทรศัพท์ | 4.7 (10) | 10.4 (22) | 10.8 (23) | 74.1(157) |
| 2. โทรผ่านอินเทอร์เน็ต (VoIP) | 9.1 (19) | 25.8 (54) | 25.8 (54) | 39.2 (82) |

¹โทรผ่านอินเทอร์เน็ต (Voice over IP: VoIP) หมายถึง การที่เราใช้คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ หรือ แล็ปท็อป รวมทั้งโทรศัพท์มือถือ เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต แล้วใช้โปรแกรมหรือแอปพลิเคชัน เช่น Skype, Line, Tango โทรไปยังเบอร์บ้าน หรือเบอร์มือถือ ไม่ได้โทรโดยผ่านเครือข่ายโทรศัพท์โดยตรง



โดยเหตุผลที่เลือกใช้ VOIP ส่วนมากจะระบุว่า ราคาถูกและสะดวกในสัดส่วนมากที่สุด
ในขณะที่เหตุผลของการใช้บัตรโทรศัพท์จะมีสาเหตุจากความสะดวกเป็นหลัก (ตารางที่ 26)

**ตารางที่ 26 เหตุผลของการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศด้วยบัตรโทรศัพท์หรือ
VOIP**

หน่วย: ร้อยละ (คน)

| สาเหตุที่เลือกใช้ | บัตรโทรศัพท์ | โทรผ่านอินเทอร์เน็ต (VoIP) |
|-----------------------------------|--------------|----------------------------|
| 1. สะดวก | 24.8 (36) | 75.2 (109) |
| 2. ราคาถูก | 13.2 (18) | 86.8 (118) |
| 3. มีประสิทธิภาพ (คุณภาพสัญญาณดี) | 20.2 (24) | 79.8 (95) |
| 4. อื่น ๆ เช่น มีคนแนะนำ | 100.0 (1) | 0.0 (0) |

2.5 โทรศัพท์ข้ามแดนอัตโนมัติ

ส่วนมากของผู้ตอบแบบสอบถามไม่เคยใช้บริการโทรศัพท์ข้ามแดนอัตโนมัติ โดยใน
จำนวนที่เคยใช้ประมาณครึ่งหนึ่งที่จะเปิดใช้บริการโทรศัพท์ข้ามแดนอัตโนมัติเมื่อเดินทางไป
ต่างประเทศ และมีผู้ใช้บริการโทรศัพท์ข้ามแดนอัตโนมัติจำนวนหนึ่งที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต (ผ่าน
โปรแกรม เช่น Skype, Viber เป็นต้น) เพื่อโทรกลับมายังประเทศไทย (ตารางที่ 27)

ตารางที่ 27 การใช้บริการโทรศัพท์ข้ามแดนอัตโนมัติ

| การใช้บริการโทรศัพท์ข้ามแดนอัตโนมัติ เมื่อเดินทางไปต่างประเทศ เพื่อโทรจากต่างประเทศกลับมายังประเทศไทย | ร้อยละ (คน) |
|--|--------------|
| เคย | 5.8 (112) |
| ไม่เคย | 94.2 (1,825) |
| การเปิดใช้บริการโทรศัพท์ข้ามแดนอัตโนมัติ (International Roaming) เมื่อเดินทางไปต่างประเทศ | |
| ไม่เปิดใช้บริการ | 50.0 (56) |
| เปิดใช้บริการ | 50.0 (56) |
| วิธีที่ใช้ในการโทรศัพท์จากต่างประเทศกลับมายังประเทศไทย | |
| โทรศัพท์เคลื่อนที่ ผ่านบริการโทรศัพท์ข้ามแดนอัตโนมัติ (International Roaming) | 38.17 (50) |
| อินเทอร์เน็ต (ผ่านโปรแกรม เช่น Skype, Viber เป็นต้น) | 38.17 (50) |
| บัตรโทรศัพท์ | 10.69 (14) |
| ซิมการ์ดใหม่ของแต่ละประเทศ | 11.45 (15) |
| อื่น ๆ เช่น ตู้โทรศัพท์, Line | 1.53 (2) |



2.6 บริการโทรศัพท์สาธารณะ

ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากไม่เคยใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะ ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา สัดส่วนร้อยละ 69.6 (ตารางที่ 28) โดยส่วนมากของผู้ที่เคยจะใช้บริการระบบหยอดเหรียญ โดยจะใช้นานๆ ครั้ง (ตารางที่ 29)

ตารางที่ 28 การใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะ

| การใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะ ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา | ร้อยละ (คน) |
|--|--------------|
| ไม่เคย | 69.6 (1,545) |
| เคย | 30.4 (675) |

ตารางที่ 29 การใช้โทรศัพท์สาธารณะ

| ประเภทโทรศัพท์สาธารณะ | ประจำ | ค่อนข้างบ่อย | นาน ๆ ครั้ง | ไม่ใช่เลย |
|-----------------------|----------|--------------|-------------|------------|
| แบบหยอดเหรียญ | 4.0 (28) | 13.0 (92) | 80.1 (566) | 3.0 (21) |
| แบบบัตร | 1.4 (9) | 1.1 (7) | 5.9 (38) | 91.5 (585) |

เหตุผลที่เลือกใช้โทรศัพท์สาธารณะ

โดยเหตุผลหลักที่เลือกใช้โทรศัพท์สาธารณะ คือ โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ไม่ได้ (เช่น โทรศัพท์เสีย แบตเตอรี่หมด ฯลฯ) (ตารางที่ 30)

ตารางที่ 30 เหตุผลที่เลือกใช้โทรศัพท์สาธารณะ

| เหตุผลที่เลือกใช้โทรศัพท์สาธารณะ | ร้อยละ (คน) |
|---|-------------|
| ที่พักอาศัยไม่มีโทรศัพท์บ้านใช้ | 10.9 (97) |
| ไม่มีโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ | 6.5 (58) |
| โทรศัพท์บ้านเสีย ใช้ไม่ได้ | 7.1 (63) |
| โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ไม่ได้ (เช่น โทรศัพท์เสีย แบตเตอรี่หมด เป็นต้น) | 61.6 (547) |
| อื่นๆ เช่น ประหยัดค่าโทร ลืมโทรศัพท์ เป็นต้น | 13.9(123) |

- สถานที่ที่ใช้โทรศัพท์สาธารณะ

ส่วนมากจะใช้บริการตามถนนทั่วไป รองลงมาคือ ใช้บริการในพื้นที่ใกล้ที่พักอาศัย (ตารางที่ 31)



ตารางที่ 31 สถานที่ใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะในสถานที่ใดเป็นหลัก

| สถานที่ใช้บริการ | ประจำ | ค่อนข้างบ่อย | นาน ๆ ครั้ง | ไม่ใช้บริการเลย |
|---|----------|--------------|-------------|-----------------|
| 1. ใกล้ที่พักอาศัย | 7.5 (51) | 15.3 (104) | 50.2 (341) | 27.0 (183) |
| 2. ในห้างสรรพสินค้า | 2.4 (16) | 4.9 (33) | 35.9 (243) | 56.8 (384) |
| 3. ใกล้ที่ทำงานที่เรียน/ | 4.3 (29) | 9.9 (67) | 40.8 (277) | 45.1 (306) |
| 4. ตามถนนทั่วไป | 6.1 (42) | 13.2 (91) | 61.2 (421) | 19.5 (134) |
| 5. อื่นๆ เช่น สถานีขนส่ง โรงพยาบาล เป็นต้น | 4.3 (1) | 8.7 (2) | 39.1 (9) | 47.8 (11) |

3. การยกเลิก การเปลี่ยนแปลง การย้ายค่าย การเลือกผู้ให้บริการ

3.1 โทรศัพท์ประจำที่

- การยกเลิกเลขหมายโทรศัพท์ประจำที่

ผู้ให้บริการโทรศัพท์ประจำที่ที่เคยยกเลิกเลขหมายโทรศัพท์ประจำที่ ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา มีเพียงเล็กน้อย ส่วนมากร้อยละ 92.3 ไม่เคยยกเลิกเลขหมายโทรศัพท์ประจำที่ โดยประมาณครึ่งหนึ่งของผู้ที่ระบุว่าเคยยกเลิกเป็นการยกเลิกในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา (ตารางที่ 32)

ตารางที่ 32 การยกเลิกเลขหมายโทรศัพท์ประจำที่ ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา

| ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา ท่านเคยยกเลิกเลขหมายโทรศัพท์ประจำที่ | ร้อยละ (คน) |
|---|-------------|
| เคย | 7.7 (59) |
| ไม่เคย | 92.3 (709) |
| ช่วงเวลาของการยกเลิกเลขหมายดังกล่าว | |
| ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา | 36.9 (31) |
| มากกว่า 1 ปีที่ผ่านมา | 63.1 (53) |

- ผู้ให้บริการโทรศัพท์ประจำที่ที่ถูกยกเลิก

ผู้ให้บริการเลขหมายโทรศัพท์ประจำที่ที่ยกเลิก ส่วนมากคือ บริษัท ทีโอที (TOT) สัดส่วนร้อยละ 55.3 รองลงมาคือ ทูร์ (TRUE) โดยสาเหตุของการยกเลิกโทรศัพท์ประจำที่ คือ การไม่มีความจำเป็นต้องใช้ และประหยัดค่าใช้จ่าย (ตารางที่ 33)



ตารางที่ 33 ผู้ให้บริการเลขหมายโทรศัพท์ประจำที่ที่ยกเลิก

| ผู้ให้บริการเลขหมายโทรศัพท์ประจำที่ที่ยกเลิก | ร้อยละ (คน) |
|---|-------------|
| ทีโอที (TOT) | 55.3 (42) |
| ทีทีแอนด์ที (TT&T) | 9.2 (7) |
| ทรู (TRUE) | 23.7 (18) |
| อื่นๆ เช่น 12Call, True move H เป็นต้น | 5.3 (4) |
| ไม่ทราบบริษัท | 6.6 (5) |
| สาเหตุที่ <u>ยกเลิก</u> เลขหมายโทรศัพท์ประจำที่ | |
| ย้ายที่พักอาศัย | 13.8 (22) |
| ต้องการเปลี่ยนผู้ให้บริการ | 11.9 (19) |
| ไม่ต้องการใช้บริการเสริมที่ฟ่วงมากับบริการโทรศัพท์พื้นฐาน เช่น บริการอินเทอร์เน็ต เคเบิลทีวี เป็นต้น | 8.1 (13) |
| คุณภาพไม่ดี เช่น สายหลุดบ่อย หรือขณะใช้บริการมีคลื่นแทรก เป็นต้น | 11.3 (18) |
| การบริการของเจ้าหน้าที่ไม่ดี | 5.6 (9) |
| ไม่มีความจำเป็นต้องใช้ | 21.3 (34) |
| มีค่าบริการสูงกว่าโทรศัพท์เคลื่อนที่ | 11.3 (18) |
| เพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย | 16.9 (27) |
| อื่นๆ | 0.0(0) |

- การเพิ่มหมายเลขโทรศัพท์ประจำที่

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากไม่เคยเพิ่มเลขหมายโทรศัพท์ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา มีเพียงเล็กน้อยที่เพิ่มเลขหมาย โดยส่วนมากจะเพิ่มในช่วงเวลา 1-2 ปีที่ผ่านมา และมีการเพิ่มเฉลี่ย 1.29 เลขหมาย (ตารางที่ 34)

ตารางที่ 34 การเพิ่มเลขหมายโทรศัพท์ประจำที่

| การเพิ่มเลขหมายโทรศัพท์ประจำที่ใน 3 ปีที่ผ่านมา | ร้อยละ (คน) |
|---|-------------|
| เคย (โดยเฉลี่ยจำนวน 1.29 เลขหมายที่เพิ่ม) | 3.1 (25) |
| ไม่เคย | 96.9 (791) |
| การเพิ่มเลขหมายโทรศัพท์พื้นฐานล่าสุดในช่วงเวลา | |
| น้อยกว่า 1 ปี | 24.3 (9) |
| 1-2 ปี | 51.4 (19) |
| 3 ปีขึ้นไป | 24.3 (9) |



- ผู้ให้บริการที่เพิ่มเลขหมายโทรศัพท์ประจำที่

ส่วนมากผู้ให้บริการที่ผู้ให้บริการนิยมเพิ่มเลขหมายโทรศัพท์ประจำที่ส่วนมากผู้ให้บริการที่ผู้ให้บริการนิยมเพิ่มเลขหมายโทรศัพท์ประจำที่ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา คือ บริษัท ทรู (TRUE) โดยสาเหตุที่เพิ่มโทรศัพท์ประจำที่ คือ มีความต้องการใช้มากขึ้น ค่าบริการมีราคาถูกลง และรายการส่งเสริมการขายพ่วงกับบริการอื่นๆ เช่น เคเบิลทีวี อินเทอร์เน็ต เป็นต้น ตามลำดับ โดยระยะเวลาในการขอเพิ่มโทรศัพท์ประจำที่ส่วนมากจะใช้เวลาภายใน 3 วัน โดยเหตุผลที่ใช้ระยะเวลามากกว่า 7 วันมีสาเหตุมาจาก การดำเนินงานช้า รอเจ้าหน้าที่ดำเนินการ เป็นต้น (ตารางที่ 35)

ตารางที่ 35 ผู้ให้บริการที่เพิ่มเลขหมายโทรศัพท์ประจำที่

| บริษัทที่ผู้ให้บริการเพิ่มเลขหมายโทรศัพท์พื้นฐาน | ร้อยละ (คน) |
|---|-------------|
| ทีโอที (TOT) | 34.2 (13) |
| ทีทีแอนด์ที (TT&T) | 10.5 (4) |
| ทรู (TRUE) | 42.1 (16) |
| อื่นๆ เช่น AIS | 2.6 (1) |
| ไม่ทราบบริษัท | 10.5 (4) |
| เหตุผลที่เพิ่มเลขหมายโทรศัพท์ประจำที่ | |
| มีความต้องการใช้เพิ่มมากขึ้น | 26.4 (14) |
| คาดหวังคุณภาพที่ดีขึ้น | 11.3 (6) |
| คาดหวังว่าระบบการบริการหลังการขายที่ดีขึ้น | 15.1 (8) |
| ค่าบริการมีราคาถูกลง | 20.8 (11) |
| รายการส่งเสริมการขายพ่วงกับบริการอื่นๆ เช่น เคเบิลทีวี อินเทอร์เน็ต เป็นต้น | 18.9 (10) |
| อื่นๆ เช่น กลับมาใช้ใหม่, ซื้อมาใหม่ เป็นต้น | 7.5 (4) |
| ระยะเวลาในการขอเพิ่มโทรศัพท์พื้นฐาน | |
| ภายใน 3 วัน | 75.8 (25) |
| มากกว่า 7 วัน | 24.2 (8) |

3.2 โทรศัพท์เคลื่อนที่

ส่วนมากจะระบุว่า ไม่เคยยกเลิกหมายเลขโทรศัพท์เคลื่อนที่ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา มีเพียงร้อยละ 10.4 หรือ 253 ที่ระบุว่าเคยยกเลิก และเหตุผลที่เคยยกเลิกส่วนมากจะมาจากความต้องการเปลี่ยนผู้ให้บริการ ไม่มีความจำเป็นต้องใช้ เครือข่ายสัญญาณไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ตามลำดับ มีบางส่วนที่ระบุว่าต้องการได้เบอร์ใหม่ (ตารางที่ 36)



ตารางที่ 36 การยกเลิกหมายเลขโทรศัพท์เคลื่อนที่ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา

| การยกเลิกหมายเลขโทรศัพท์เคลื่อนที่ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา | ร้อยละ(คน) |
|--|-------------|
| ไม่เคย | 89.6 (2181) |
| เคย | 10.4 (253) |
| เอไอเอส (AIS) | |
| เลือก | 3.8 (95) |
| เหตุผลที่ยกเลิก | |
| ไม่มีความจำเป็นต้องใช้ | 21.6 (33) |
| ต้องการเปลี่ยนผู้ให้บริการ | 22.2 (34) |
| คุณภาพการใช้งานไม่ดี มีปัญหาด้านเทคนิค เช่นสายหลุดบ่อย เป็นต้น | 9.8 (15) |
| เครือข่ายสัญญาณไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ | 13.7 (21) |
| การบริการของเจ้าหน้าที่ไม่ดี | 5.9 (9) |
| ไม่ต้องการใช้บริการเสริมหรือบริการขายพ่วงอื่นๆ เช่น อินเทอร์เน็ต | 11.1 (17) |
| อื่นๆ เช่น เปลี่ยนเบอร์ใหม่ อยากรได้เบอร์ใหม่ เป็นต้น | 15.7 (24) |
| ทรูมูฟ (TRUE MOVE) | |
| เลือก | 3.7 (94) |
| เหตุผลที่ยกเลิก | |
| ไม่มีความจำเป็นต้องใช้ | 12.0 (20) |
| ต้องการเปลี่ยนผู้ให้บริการ | 11.4 (19) |
| คุณภาพการใช้งานไม่ดี มีปัญหาด้านเทคนิค เช่นสายหลุดบ่อย เป็นต้น | 26.5 (44) |
| เครือข่ายสัญญาณไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ | 31.3 (52) |
| การบริการของเจ้าหน้าที่ไม่ดี | 5.4 (9) |
| ไม่ต้องการใช้บริการเสริมหรือบริการขายพ่วงอื่นๆ เช่น อินเทอร์เน็ต | 6.6 (11) |
| อื่นๆ เช่น เปลี่ยนเบอร์ใหม่ อยากรได้เบอร์ใหม่ เป็นต้น | 6.6 (11) |
| ดีแทค (DTAC) | |
| เลือก | 2.8 (70) |
| เหตุผลที่ยกเลิก | |
| ไม่มีความจำเป็นต้องใช้ | 17.3 (19) |
| ต้องการเปลี่ยนผู้ให้บริการ | 15.5 (17) |
| คุณภาพการใช้งานไม่ดี มีปัญหาด้านเทคนิค เช่นสายหลุดบ่อย เป็นต้น | 20.9 (23) |



| การยกเลิกหมายเลขโทรศัพท์เคลื่อนที่ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา | ร้อยละ(คน) |
|---|------------|
| ต้น | |
| เครือข่ายสัญญาณไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ | 27.3 (30) |
| การบริการของเจ้าหน้าที่ไม่ดี | 2.7 (3) |
| ไม่ต้องการใช้บริการเสริมหรือบริการขายพ่วงอื่นๆเช่น อินเทอร์เน็ต | 8.2 (9) |
| อื่นๆ เช่น เปลี่ยนเบอร์ใหม่ อยากได้เบอร์ใหม่ เป็นต้น | 8.2 (9) |
| ทรูมูฟเอช (TRUE MOVE H) | |
| เลือก | 0.8 (19) |
| เหตุผลที่ยกเลิก | |
| ไม่มีความจำเป็นต้องใช้ | 21.1 (4) |
| ต้องการเปลี่ยนผู้ให้บริการ | 15.8 (3) |
| คุณภาพการใช้งานไม่ดี มีปัญหาด้านเทคนิค เช่นสายหลุดบ่อย เป็นต้น | 21.1 (4) |
| เครือข่ายสัญญาณไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ | 15.8 (3) |
| การบริการของเจ้าหน้าที่ไม่ดี | 10.5 (2) |
| ไม่ต้องการใช้บริการเสริมหรือบริการขายพ่วงอื่นๆเช่น อินเทอร์เน็ต | 10.5 (2) |
| อื่น ๆ เช่น เปลี่ยนเบอร์ใหม่ อยากได้เบอร์ใหม่ เป็นต้น | 5.3 (1) |
| กสท-มาย (CAT-MY) | |
| เลือก | 0.3 (7) |
| เหตุผลที่ยกเลิก | |
| ไม่มีความจำเป็นต้องใช้ | 28.6 (2) |
| ต้องการเปลี่ยนผู้ให้บริการ | 14.3 (1) |
| คุณภาพการใช้งานไม่ดี มีปัญหาด้านเทคนิค เช่นสายหลุดบ่อย เป็นต้น | 14.3 (1) |
| เครือข่ายสัญญาณไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ | 14.3 (1) |
| อื่น ๆ เช่น เปลี่ยนเบอร์ใหม่ อยากได้เบอร์ใหม่ เป็นต้น | 28.6(2) |

- การเปลี่ยน/เพิ่มเลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา
ส่วนมากจะระบุว่าไม่เคยเปลี่ยน/เพิ่มเลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา แต่มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนถึงสัดส่วนร้อยละ 10.9 หรือจำนวน 253 คน ที่ระบุว่าเคยเปลี่ยน/เพิ่มเลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยเหตุผลที่เปลี่ยน/เพิ่มเลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่ แยกตามผู้ให้บริการ (ตารางที่ 37) ดังนี้



- เอไอเอส (AIS) ส่วนมากจะคาดหวัง เครือข่ายสัญญาณมีพื้นที่ครอบคลุมมากกว่า และ คาดหวังคุณภาพการใช้งาน/เทคโนโลยีที่ดีกว่า
- ทูมูฟเอส (TRUE Move H) และ DTAC ส่วนมากจะคาดหวัง ค่าบริการที่ถูกกว่า และความต้องการบริการเสริมหรือข่ายพ่วงต่าง ๆ เช่น อินเทอร์เน็ต ฯลฯ

ตารางที่ 37 การเปลี่ยน/เพิ่มเลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา

| การเปลี่ยน/เพิ่มหมายเลขโทรศัพท์เคลื่อนที่ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา | ร้อยละ(คน) |
|---|-------------|
| ไม่เคย | 89.1 (2077) |
| เคย | 10.9 (253) |
| เอไอเอส (AIS) | |
| เลือก | 4.3 (108) |
| เหตุผลที่ท่านเปลี่ยน/เพิ่ม | |
| เครือข่ายสัญญาณมีพื้นที่ครอบคลุมมากกว่า | 38.5 (75) |
| คาดหวังคุณภาพการใช้งาน/เทคโนโลยีที่ดีกว่า | 29.7 (58) |
| คาดหวังอัตราค่าบริการที่ถูกกว่า | 16.4 (32) |
| คาดหวังการให้บริการหลังการขายที่ดีกว่า | 3.6 (7) |
| ต้องการใช้บริการเสริมหรือบริการขายพ่วงอื่นๆ เช่น อินเทอร์เน็ต | 7.7 (15) |
| อื่น ๆ เช่น แยกกลุ่มผู้ติดต่อ เปลี่ยนเบอร์ใหม่ เป็นต้น | 4.1 (8) |
| ทูมูฟ (TRUE MOVE) | |
| เลือก | 2.2 (56) |
| เหตุผลที่ท่านเปลี่ยน/เพิ่ม | |
| เครือข่ายสัญญาณมีพื้นที่ครอบคลุมมากกว่า | 19.8 (23) |
| คาดหวังคุณภาพการใช้งาน/เทคโนโลยีที่ดีกว่า | 18.1 (21) |
| คาดหวังอัตราค่าบริการที่ถูกกว่า | 34.5 (40) |
| คาดหวังการให้บริการหลังการขายที่ดีกว่า | 12.1 (14) |
| ต้องการใช้บริการเสริมหรือบริการขายพ่วงอื่นๆ เช่น อินเทอร์เน็ต | 11.2 (13) |
| อื่น ๆ เช่น โปรโมชันถูกกว่า, ใช้ในองค์กร เป็นต้น | 4.3 (5) |
| ดีแทค (DTAC) | |
| เลือก | 3.4 (87) |
| เหตุผลที่ท่านเปลี่ยน/เพิ่ม | |
| เครือข่ายสัญญาณมีพื้นที่ครอบคลุมมากกว่า | 33.3 (36) |
| คาดหวังคุณภาพการใช้งาน/เทคโนโลยีที่ดีกว่า | 25.0 (27) |



| การเปลี่ยนแปลงหมายเลขโทรศัพท์เคลื่อนที่ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา | ร้อยละ(คน) |
|--|------------|
| คาดหวังการให้บริการหลังการขายที่ดีกว่า | 9.3 (10) |
| ต้องการใช้บริการเสริมหรือบริการขายพ่วงอื่นๆ เช่น อินเทอร์เน็ต | 22.2 (24) |
| อื่น ๆ เช่น แยกกลุ่มผู้ติดต่อ เปลี่ยนเบอร์ใหม่ เป็นต้น | 10.2 (11) |
| ทรูมูฟเอช (TRUE MOVE H) | |
| เลือก | 1.7 (44) |
| เหตุผลที่ท่านเปลี่ยน/เพิ่ม | |
| เครือข่ายสัญญาณมีพื้นที่ครอบคลุมมากกว่า | 25.3 (25) |
| คาดหวังคุณภาพการใช้งาน/เทคโนโลยีที่ดีกว่า | 21.2 (21) |
| คาดหวังอัตราค่าบริการที่ถูกกว่า | 22.2 (22) |
| คาดหวังการให้บริการหลังการขายที่ดีกว่า | 9.1 (9) |
| ต้องการใช้บริการเสริมหรือบริการขายพ่วงอื่นๆ เช่น อินเทอร์เน็ต | 18.2 (18) |
| อื่น ๆ เช่น คิดค่าโทรตามความเป็นจริง, ซื้อเครื่องใหม่เพิ่ม เป็นต้น | 4.0 (4) |
| กสท-มาย (CAT-MY) | |
| เลือก | 0.2 (4) |
| เหตุผลที่ท่านเปลี่ยน/เพิ่ม | |
| เครือข่ายสัญญาณมีพื้นที่ครอบคลุมมากกว่า | 11.1 (1) |
| คาดหวังคุณภาพการใช้งาน/เทคโนโลยีที่ดีกว่า | 33.3 (3) |
| คาดหวังอัตราค่าบริการที่ถูกกว่า | 22.2 (2) |
| คาดหวังการให้บริการหลังการขายที่ดีกว่า | 11.1 (1) |
| ต้องการใช้บริการเสริมหรือบริการขายพ่วงอื่นๆ เช่น อินเทอร์เน็ต | 11.1 (1) |
| อื่น ๆ เช่น แยกกลุ่มผู้ติดต่อ เปลี่ยนเบอร์ใหม่ เป็นต้น | 11.1 (1) |

4. ปัญหาและอุปสรรคของการใช้บริการ

4.1 ปัญหาและอุปสรรคในการบริการโทรศัพท์ประจำที่

ส่วนมากของผู้ใช้บริการโทรศัพท์ประจำที่ (ร้อยละ 67.4) ระบุว่าไม่เคยประสบปัญหาการใช้บริการโทรศัพท์ประจำที่ (ตารางที่ 38)



ตารางที่ 38 การประสบปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการโทรศัพท์ประจำที่

| การประสบปัญหาในการใช้บริการโทรศัพท์ประจำที่ | ร้อยละ (คน) |
|---|-------------|
| เคย | 32.6 (254) |
| ไม่เคย | 67.4 (526) |

โดยผู้ที่เคยประสบปัญหาจะเป็นปัญหาเกี่ยวกับสัญญาณขัดข้องมากที่สุด รองลงมาตามด้วยค่าใช้จ่ายสูง และจำนวนศูนย์บริการน้อยเกินไป ตามลำดับ (ตารางที่ 39)

ตารางที่ 39 ปัญหาที่พบจากการใช้โทรศัพท์ประจำที่

| ปัญหาการใช้โทรศัพท์ | ค่าเฉลี่ย | มาก | ค่อนข้างมาก | ค่อนข้างน้อย | น้อย | ไม่มีปัญหา |
|--|-----------|-----------|-------------|--------------|-----------|------------|
| 1. สัญญาณขัดข้อง | 2.41 | 15.0(46) | 34.9 (107) | 32.2 (99) | 12.4 (38) | 5.5 (17) |
| 2. ค่าใช้จ่ายสูง | 1.88 | 11.5 (35) | 29.9 (91) | 20.1 (61) | 12.5 (38) | 26.0 (79) |
| 3. การคิดค่าบริการไม่ถูกต้อง | 1.05 | 5.3 (16) | 10.9 (33) | 16.8 (51) | 17.8 (54) | 49.2 (149) |
| 4. การให้บริการของเจ้าหน้าที่ไม่ดี | 1.40 | 5.6 (17) | 15.9 (48) | 25.2 (76) | 18.9 (57) | 34.2 (103) |
| 5. จำนวนศูนย์บริการน้อยเกินไป | 1.56 | 7.6 (23) | 18.2 (55) | 27.2 (82) | 16.9 (51) | 30.1 (91) |
| 6. รอคิวนาน | 1.47 | 7.0 (21) | 20.5 (61) | 19.5 (58) | 18.5 (55) | 34.6 (103) |
| 7. โอเพอร์เรเตอร์ไม่สามารถให้ข้อมูลได้ | 1.21 | 4.1 (12) | 11.9 (35) | 25.5 (75) | 17.7 (52) | 40.8 (120) |
| 8. อื่นๆ เช่น ค่ารักษาเบอร์ | 1.43 | 0.0(0) | 14.3 (1) | 42.9 (3) | 14.3 (1) | 28.6 (2) |

หมายเหตุ * ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก กำหนดให้ มาก มีค่าคะแนนเท่ากับ 4 และ ไม่ใช่เลย มีค่าคะแนนเท่ากับ 0 ตามลำดับ

4.2 ปัญหาที่พบในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่

เนื่องจากไม่มีข้อคำถามเกี่ยวกับปัญหาที่พบในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยตรง แต่จากเหตุผลของการยกเลิก เปลี่ยน/เพิ่มการใช้บริการ พบว่าสาเหตุที่ผู้ใช้บริการยกเลิกการใช้บริการจากผู้ให้บริการการสื่อสารหลัก คือ เครือข่าย



สัญญาณไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ คุณภาพการใช้งานไม่ดี มีปัญหาด้านเทคนิค เช่น สายหลุดบ่อย เป็นต้น เป็นสาเหตุหลักให้ผู้ใช้บริการยกเลิกและเลือกผู้ใช้บริการรายใหม่ (ตารางที่ 36 และ 37)

4.3 ปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการอินเทอร์เน็ต

การให้บริการอินเทอร์เน็ตผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากร้อยละ 67.8 จะระบุว่าเคยประสบปัญหา(ตารางที่ 40)

ตารางที่ 40 การประสบปัญหาและอุปสรรคในการบริการอินเทอร์เน็ต

| ท่านเคยประสบปัญหาในการใช้บริการอินเทอร์เน็ต | ร้อยละ (คน) |
|---|-------------|
| ไม่เคย | 32.2 (380) |
| เคย | 67.8 (800) |

โดยปัญหาที่พบมากที่สุดจะเป็นเรื่อง สัญญาณขัดข้อง เครือข่ายล่ม รองลงมาเป็นเรื่องความเร็วใช้งานไม่เป็นไปตามที่ระบุ และค่าใช้จ่ายสูงเกินไปตามลำดับ (ตารางที่ 41)

ตารางที่ 41 ปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการอินเทอร์เน็ต

| ปัญหา | ค่าเฉลี่ย* | มาก | ค่อนข้างมาก | ค่อนข้างน้อย | น้อย | ไม่มีปัญหา |
|--|------------|------------|-------------|--------------|------------|------------|
| 1. สัญญาณขัดข้อง เครือข่ายล่ม | 2.65 | 17.1 (148) | 41.2 (357) | 33.1 (287) | 7.2 (62) | 1.5 (13) |
| 2. ค่าใช้จ่ายสูงเกินไป | 2.19 | 12.0 (104) | 35.5 (307) | 26.9 (232) | 10.3 (89) | 15.3 (132) |
| 3. มีการคิดค่าบริการ ผิดพลาด | 1.26 | 6.5 (56) | 12.4 (107) | 24.5 (212) | 14.2 (123) | 42.4 (366) |
| 4. ความเร็วการใช้งาน ไม่เป็นไปตามที่ ระบุไว้ | 2.40 | 18.1 (156) | 36.3 (313) | 25.6(221) | 7.8(67) | 12.3 (106) |
| 5. การให้บริการไม่ดี เช่น มีความล่าช้า ในการแก้ไขปัญหา หรือติดต่อเจ้าหน้าที่ ที่ยากเวลาที่มี | 2.02 | 11.4 (97) | 25.6 (218) | 33.0 (281) | 13.6 (116) | 16.4 (140) |



| ปัญหา | | | | | | |
|---------------------------------|------|----------|---------|----------|---------|---------|
| 6. อื่นๆ เช่น ค่ารักษา เบอร์ | 3.00 | 50.0 (1) | 0.0 (0) | 50.0 (1) | 0.0 (0) | 0.0 (0) |

หมายเหตุ * ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก กำหนดให้ มาก มีค่าคะแนนเท่ากับ 4 และ ไม่ใช่เลย มีค่าคะแนนเท่ากับ 0 ตามลำดับ

4.4 ปัญหาที่พบในการใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะ

ปัญหาของการใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะที่พบมากเรียงตามลำดับ คือ 1) มีตู้โทรศัพท์สาธารณะ แต่ใช้งานไม่ได้ 2) มีโทรศัพท์สาธารณะจำนวนน้อย หากยากเวลาต้องการใช้งาน ตาม และ 3) กินเหรียญ (ตารางที่ 42)

ตารางที่ 42 ปัญหาในการใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะ

หน่วย: ร้อยละ (คน)

| ปัญหาในการใช้ บริการ | ค่าเฉลี่ย* | มาก | ค่อนข้าง มาก | ค่อนข้าง น้อย | น้อย | ไม่มี ปัญหา |
|--|------------|------------|-----------------|------------------|------------|----------------|
| 1. มีโทรศัพท์ สาธารณะจำนวน น้อยหากยากเวลา ต้องการใช้งาน | 2.65 | 22.2 (152) | 42.1 (288) | 21.3 (146) | 7.2 (49) | 7.2 (49) |
| 2. มีตู้โทรศัพท์สาธารณะ แต่ใช้งานไม่ได้ | 2.86 | 31.5 (218) | 41.5 (287) | 14.3 (99) | 6.6 (46) | 6.1 (42) |
| 3. สัญญาณไม่ดี หลุด หรือขาดหายบ่อย | 1.98 | 15.3 (104) | 23.1 (157) | 26.9 (183) | 13.5 (92) | 21.2 (144) |
| 4. ค่าบริการแพง | 1.67 | 14.0 (94) | 14.0 (94) | 25.3 (170) | 18.3 (123) | 28.3 (190) |
| 5. กินเหรียญ | 2.46 | 24.2 (159) | 28.6 (188) | 24.5 (161) | 14.4 (95) | 8.4 (55) |
| 6. อื่นๆ เช่น ตู้สกปรก ,หยอดเหรียญไม่ลง | 3.00 | 41.7 (5) | 33.3 (4) | 16.7 (2) | 0.0(0) | 8.3 (1) |

หมายเหตุ * ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก กำหนดให้ มาก มีค่าคะแนนเท่ากับ 4 และ ไม่ใช่เลย มีค่าคะแนนเท่ากับ 0 ตามลำดับ

4.5 ปัญหาในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่าน Free WiFi ที่ให้บริการโดยรัฐ

ส่วนมากของผู้ที่เคยใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่าน Free WiFi ที่ให้บริการโดยรัฐร้อยละ 74.8 จะระบุว่าเคยประสบปัญหาในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่าน Free WiFi ที่ให้บริการโดยรัฐ



โดยปัญหาที่พบเรียงลำดับ ดังนี้ 1) คุณภาพสัญญาณไม่ดี 2) กระบวนการยุ่งยาก 3) ไม่มีการประชาสัมพันธ์เรื่อง Username และ Password รวมถึง 4) การจำกัดเวลาใช้ และสัญญาณช้าด้วย

ตารางที่ 43 ปัญหาจากการใช้อินเทอร์เน็ตผ่าน Free WiFi ที่ให้บริการโดยรัฐ

| ปัญหาจากการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านฟรี WiFi ที่ให้บริการโดยรัฐ | ร้อยละ(คน) |
|---|------------|
| ไม่เคย | 25.2 (32) |
| เคย | 74.8 (95) |
| ปัญหาที่ท่านพบ | |
| ไม่มีการประชาสัมพันธ์เรื่อง Username และ password | 17.7 (25) |
| กระบวนการยุ่งยาก | 21.3 (30) |
| คุณภาพของสัญญาณไม่ดี | 52.2 (74) |
| อื่นๆ เช่น จำกัดเวลาในการใช้สัญญาณช้า เป็นต้น | 8.5 (12) |

4.6 ปัญหาในการใช้โทรศัพท์ข้ามแดนอัตโนมัติ

ผู้ที่เคยใช้บริการโทรศัพท์ข้ามแดนอัตโนมัติส่วนใหญ่จะไม่ประสบปัญหาในการใช้บริการ มีเพียงบางส่วนร้อยละ 39.3 (ตารางที่ 44) ที่พบปัญหาในการใช้บริการ ปัญหาที่พบมากเรียงลำดับ ได้แก่ 1) ไม่ทราบอัตราค่าบริการและเครือข่ายที่ใช้งาน 2) ไม่ทราบว่ากรเปิดบริการข้ามแดนอัตโนมัติรวมถึงการให้บริการข้อมูล (Data Services) ด้วย และ 3) ไม่ทราบว่ากรรับสายต้องเสียค่าบริการ (ตารางที่ 44)

ตารางที่ 44 ปัญหาในการใช้โทรศัพท์ข้ามแดนอัตโนมัติ

| การประสบปัญหาในการเปิดใช้บริการโทรศัพท์ข้ามแดนอัตโนมัติ | ร้อยละ (คน) |
|---|-------------|
| ไม่ประสบปัญหา | 60.7 (34) |
| ประสบปัญหา | 39.3 (22) |

ตารางที่ 45 ปัญหาที่พบในการใช้บริการโทรศัพท์ข้ามแดนอัตโนมัติ

| ปัญหา | ค่าเฉลี่ย* | มาก | ค่อนข้างมาก | ค่อนข้างน้อย | น้อย | ไม่มีปัญหา |
|---|------------|-----------|-------------|--------------|----------|------------|
| 1. ไม่ทราบอัตราค่าบริการและเครือข่ายที่ใช้งาน | 3.08 | 36.00 (9) | 44.0 (11) | 16.00 (4) | 0.00 (0) | 4.00 (1) |
| 2. ไม่ทราบว่ากรรับสายต้องเสียค่าบริการ | 2.48 | 13.00 (3) | 47.8 (11) | 26.1 0(6) | 0.0 0(0) | 13.00 (3) |
| 3. โทรศัพท์เชื่อมต่อกับระบบตลอดเวลาและไม่มีการปิดการเชื่อมต่อ | 2.29 | 4.20 (1) | 45.8 (11) | 37.50 (9) | 0.00 (0) | 12.50 (3) |



| ปัญหา | ค่าเฉลี่ย* | มาก | ค่อนข้างมาก | ค่อนข้างน้อย | น้อย | ไม่มีปัญหา |
|---|------------|-----------|-------------|--------------|----------|------------|
| 4. ต่อเมื่อไม่ได้ใช้งาน ไม่ทราบว่า การเปิด บริการข้ามแดน อัตโนมัติ นั้นรวมถึงการ ใช้บริการข้อมูล (Data) ด้วย | 2.92 | 33.3 0(8) | 37.50 (9) | 20.8 0(5) | 4.20 (1) | 4.2 0(1) |
| 5. ผู้ให้บริการไม่แจ้ง ข้อมูลและรายละเอียด อัตราค่าบริการให้ทราบ ผ่านทาง SMS | 2.45 | 4.5 0(1) | 63.6 0(14) | 18.20 (4) | 0.00 (0) | 13.6 0(3) |
| 6. อื่นๆ | 0.00 | 0.0 (0) | 0.0 (0) | 0.0 (0) | 0.0 (0) | 0.0 (0) |

หมายเหตุ * ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก กำหนดให้ มาก มีค่าคะแนนเท่ากับ 4 และ ไม่ใช่เลย มีค่าคะแนนเท่ากับ 0 ตามลำดับ

- การประสบปัญหาโทรศัพท์เคลื่อนที่รับสัญญาณโทรศัพท์ข้ามแดนอัตโนมัติในเขตชายแดน

ผู้ที่ใช้บริการโทรศัพท์ข้ามแดนอัตโนมัติบางส่วน ร้อยละ 22.3 เคยประสบปัญหาการรับสัญญาณโทรศัพท์ข้ามแดนอัตโนมัติในเขตจังหวัดชายแดน เช่น จังหวัดบึงกาฬ จังหวัดหนองคาย ฯลฯ (ตารางที่ 46)

ตารางที่ 46 การประสบปัญหาโทรศัพท์เคลื่อนที่รับสัญญาณโทรศัพท์ข้ามแดนอัตโนมัติในเขตชายแดน

| ประสบปัญหาการที่โทรศัพท์เคลื่อนที่ของท่านรับสัญญาณโทรศัพท์ข้ามแดนอัตโนมัติในเขตชายแดน เช่น จังหวัดบึงกาฬ จังหวัดหนองคาย เป็นต้น | ร้อยละ(คน) |
|---|------------|
| ไม่เคย | 77.7 (87) |
| เคย | 22.3 (25) |



5 ระดับความพึงพอใจของผู้บริโภค

5.1 ความพึงพอใจในการใช้บริการโทรศัพท์ประจำที่

จากการสำรวจ พบว่า ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการโทรศัพท์ประจำที่ส่วนมาก จะมีความพึงพอใจในระดับค่อนข้างมาก โดยมีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักสูงที่สุดในเรื่องคุณภาพของ บริการด้านเทคนิค เช่น สัญญาณชัด ไม่มีคลื่นแทรก รongลงมา คือบริการของเจ้าหน้าที่ และการคิด ค่าบริการ ตามลำดับ (ตารางที่ 47)

ตารางที่ 47 ความพึงพอใจในการใช้บริการโทรศัพท์ประจำที่

| ความพึงพอใจ | ค่าเฉลี่ย* | มาก | ค่อนข้าง มาก | ค่อนข้าง น้อย | น้อย | ไม่ พอใจ เลย | รวม (คน) |
|---|------------|------------|-----------------|------------------|----------|--------------------|--------------|
| 1. คุณภาพของบริการ ด้านเทคนิค เช่น) สัญญาณชัด ไม่มี (คลื่นแทรก เป็นต้น | 292 | 21.1 (163) | 55.1 (426) | 19.3 (149) | 3.4 (26) | 1.2(9) | 100.00 (773) |
| 2. บริการของ เจ้าหน้าที่ | 280 | 13.5 (104) | 59.2 (455) | 21.7 (167) | 4.9 (38) | 0.5 (4) | 100.00 (768) |
| 3. การคิดค่าบริการ | 273 | 12.5 (96) | 56.6 (435) | 24.2 (186) | 5.3 (41) | 1.4 (11) | 100.00 (769) |
| 4. อัตราค่าบริการของผู้ ให้บริการ | 262 | 11.2 (85) | 50.9 (387) | 28.9 (220) | 7.2 (55) | 1.8 (14) | 100.00 (761) |
| 5. การดูแลเมื่อเกิด ปัญหา เช่น การซ่อม/ แก้ไข กรณีสัญญาณ ขัดข้อง เป็นต้น | 258 | 10.1 (76) | 51.7 (390) | 26.7 (201) | 8.8 (66) | 2.8 (21) | 100.00 (754) |
| 6. อื่นๆ เช่น คลื่น แทรก เป็นต้น | 3.00 | 50.0 (1) | 0.0 (0) | 50.0 (1) | 0.0 (0) | 0.0 (0) | 100.00 (2) |

หมายเหตุ * ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักคำนวณจากการเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักคำตอบ โดยกำหนดค่า “มาก” เท่ากับ 4
“ค่อนข้างมาก” เท่ากับ 3 และ “ไม่พอใจเลย” เท่ากับ 0 ตามลำดับ

โดยแนวโน้มของระดับความพึงพอใจในการบริการโทรศัพท์ประจำที่ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา ผู้ใช้บริการ
ประเมินว่าแนวโน้มอยู่ในระดับคงที่ไม่เปลี่ยนแปลงในสัดส่วนสูงที่สุด ร้อยละ 77.2 (ตารางที่ 48)



ตารางที่ 48 แนวโน้มระดับความพึงพอใจในการใช้บริการโทรศัพท์ประจำที่ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา

| ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา แนวโน้มของระดับความพึงพอใจในการใช้บริการโทรศัพท์ประจำที่ | ร้อยละ (คน) |
|--|----------------|
| มากขึ้น | 10.2 (78) |
| ไม่เปลี่ยนแปลง | 77.2 (592) |
| ลดลง | 12.6(97) |

5.2 ความพึงพอใจในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่

จากการสำรวจ พบว่า ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการส่วนมากจะอยู่ในระดับค่อนข้างมาก โดยประเด็นที่มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ คุณภาพของบริการด้านเทคนิค รองลงมาคือ ความหลากหลายของประเภทบริการ และการบริการของเจ้าหน้าที่ ตามลำดับ (ตารางที่ 49)

ตารางที่ 49 ความพึงพอใจในระดับใดในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่

| ความพึงพอใจ | ค่าเฉลี่ย* | มาก | ค่อนข้างมาก | ค่อนข้างน้อย | น้อย | ไม่พอใจเลย | รวม (คน) |
|--|------------|------------|-------------|--------------|-----------|------------|---------------|
| 1. คุณภาพของบริการด้านเทคนิค เช่น) ไม่มี สัญญาณชัด (คลื่นแทรก | 3.12 | 29.9 (704) | 56.4 (1329) | 11.2 (263) | 2.3 (55) | 0.2 (5) | 100.0 (2,367) |
| 2. บริการของเจ้าหน้าที่ | 2.89 | 17.5 (410) | 59.6 (1399) | 18.2 (427) | 4.1 (97) | 0.7 (16) | 100.0 (2,349) |
| 3. อัตราค่าบริการ | 2.73 | 16.0 (375) | 51.6 (1213) | 24.0 (564) | 6.2 (146) | 2.3 (53) | 100.0 (2,351) |
| 4. ความหลากหลายในประเภทการให้บริการ | 2.94 | 19.7 (446) | 60.0 (1358) | 15.7 (355) | 4.2 (94) | 0.5 (12) | 100.0 (2,265) |
| 5. อื่นๆ เช่น การดูแลหลังการขาย, บริการครบถ้วน เป็นต้น | 2.14 | 0.0 (0) | 42.9 (3) | 42.9 (3) | 0.0 (0) | 14.3 (1) | 100.0 (7) |

หมายเหตุ * ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักคำนวณจากการเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักคำตอบ โดยกำหนดค่า “มาก” เท่ากับ 4 “ค่อนข้างมาก” เท่ากับ 3 และ “ไม่พอใจเลย” เท่ากับ 0 ตามลำดับ

โดยแนวโน้มของระดับความพึงพอใจในการบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา ผู้ใช้บริการประเมินว่าแนวโน้มอยู่ในระดับคงที่ไม่เปลี่ยนแปลงในสัดส่วนสูงที่สุด ร้อยละ 63.0 และมีผู้ระบุว่า



แนวโน้มระดับความพึงพอใจมากขึ้น มีสัดส่วนร้อยละ 34.0 (ตารางที่ 50) ซึ่งสะท้อนถึงระดับการแข่งขันในตลาดที่เพิ่มขึ้นในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา ทำให้ผู้บริโภคมีระดับความพึงพอใจที่มากขึ้นในสัดส่วนที่สูงโดยเปรียบเทียบ

ตารางที่ 50 แนวโน้มระดับความพึงพอใจในการบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา

| ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา แนวโน้มของระดับความพึงพอใจในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ | ร้อยละ (คน) |
|---|-------------|
| มากขึ้น | 34.0 (793) |
| ไม่เปลี่ยนแปลง | 63.0 (1470) |
| ลดลง | 3.1 (72) |

- ความพึงพอใจต่อการใช้บริการสิทธิย้ายค่ายต่อคงหมายเลขเดิม
ความพึงพอใจในการใช้สิทธิย้ายค่ายแต่คงหมายเลขเดิม ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจระดับค่อนข้างมากถึงมาก มีสัดส่วนร้อยละ 50.0 และ 21.8 ตามลำดับ และมีสัดส่วนผู้ใช้บริการในเรื่องนี้น้อยมากที่ระบุว่าไม่พอใจเลย (ตารางที่ 51)

ตารางที่ 51 ความพึงพอใจในการใช้สิทธิย้ายค่ายแต่คงหมายเลขเดิม

| ความพึงพอใจในการใช้สิทธิย้ายค่ายแต่คงหมายเลขเดิม | ร้อยละ (คน) |
|--|-------------|
| มาก | 21.8 (24) |
| ค่อนข้างมาก | 50.0 (55) |
| ค่อนข้างน้อย | 20.9 (23) |
| น้อย | 4.5 (5) |
| ไม่พอใจเลย | 2.7 (3) |

5.3 ความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ต

จากการสำรวจ พบว่า ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการส่วนมากจะอยู่ในระดับค่อนข้างมาก โดยประเด็นที่มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ ความหลากหลายในประเภทการให้บริการ รองลงมา คือ คุณภาพของบริการด้านเทคนิคและการบริการของเจ้าหน้าที่ ตามลำดับ ส่วนที่ความพึงพอใจในเรื่องอัตราค่าบริการ อยู่ระดับค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักในระดับกลางๆ สะท้อนได้ถึงอัตราค่าบริการยังไม่เป็นที่พึงพอใจเท่าที่ควร (ตารางที่ 52)



ตารางที่ 52 ความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ต

| ความพึงพอใจ | ค่าเฉลี่ย* | มาก | ค่อนข้าง มาก | ค่อนข้าง น้อย | น้อย | ไม่พอใจ เลย | รวม(คน) |
|---|------------|------------|-----------------|------------------|-----------|----------------|---------------|
| 1. คุณภาพของบริการ ด้านเทคนิค | 2.74 | 14.1 (170) | 54.7 (660) | 24.3 (293) | 4.8 (58) | 2.1 (25) | 100.0 (1,206) |
| 2. บริการของ เจ้าหน้าที่ | 2.72 | 9.7 (117) | 58.5 (705) | 26.8 (323) | 4.0 (48) | 1.0 (12) | 100.0 (1,205) |
| 3. อัตราค่าบริการ | 2.55 | 7.8 (94) | 50.5 (608) | 31.7 (381) | 8.3 (100) | 1.7 (20) | 100.0 (1,203) |
| 4. ความหลากหลายใน ประเภทการให้บริการ | 2.89 | 16.9 (198) | 59.1 (692) | 20.3 (237) | 3.3 (39) | 0.3 (4) | 100.0 (1,170) |
| 5. อื่นๆ เช่น สัญญาณ เป็นต้น | 2.40 | 20.0 (1) | 40.0 (2) | 20.0 (1) | 0.0 (0) | 20.0 (1) | 100.0 (5) |

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักคำนวณจากการเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักคำตอบ โดยกำหนดค่า “มาก” เท่ากับ 4 “ค่อนข้างมาก” เท่ากับ 3 และ “ไม่พอใจเลย” เท่ากับ 0 ตามลำดับ

โดยแนวโน้มของระดับความพึงพอใจในการบริการอินเทอร์เน็ตในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา ผู้ใช้บริการประเมินว่าแนวโน้มอยู่ในระดับคงที่ไม่เปลี่ยนแปลงในสัดส่วนสูงสุด ร้อยละ 62.9 และมีผู้ที่ระบุว่าแนวโน้มระดับความพึงพอใจมากขึ้น มีสัดส่วนร้อยละ 34.0 (ตารางที่ 53)

ตารางที่ 53 แนวโน้มระดับความพึงพอใจในการบริการอินเทอร์เน็ตในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา

| ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา แนวโน้มระดับความพึงพอใจในการใช้บริการ อินเทอร์เน็ต | ร้อยละ (คน) |
|--|-------------|
| มากขึ้น | 39.4 (477) |
| ไม่เปลี่ยนแปลง | 56.2 (681) |
| ลดลง | 4.4 (53) |

5.4 ความพึงพอใจในการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ

การสำรวจ พบว่า ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศของผู้ใช้บริการส่วนมากจะอยู่ในระดับค่อนข้างมาก โดยประเด็นที่มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ ด้านคุณภาพและมาตรฐาน รองลงมา คือ ด้านบริการหลังการขาย และอัตราค่าบริการ ตามลำดับ (ตารางที่ 54)



ตารางที่ 54 ความพึงพอใจในการใช้บริการโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศ

| ความพึงพอใจ | ค่าเฉลี่ย* | มาก | ค่อนข้างมาก | ค่อนข้างน้อย | น้อย | ไม่พอใจเลย | รวม (คน) |
|-------------------------|------------|-----------|-------------|--------------|----------|------------|-------------|
| 1. ด้านคุณภาพและมาตรฐาน | 3.07 | 25.5 (61) | 61.1 (146) | 8.8 (21) | 3.8 (9) | 0.8 (2) | 100.0 (239) |
| 2. อัตราค่าบริการ | 2.82 | 28.0 (67) | 38.5 (92) | 23.0 (55) | 8.4 (20) | 2.1 (5) | 100.0 (239) |
| 3. บริการหลังการขาย | 2.85 | 17.2 (41) | 59.2 (141) | 16.8 (40) | 5.0 (12) | 1.7 (4) | 100.0 (238) |
| 4. อื่นๆ | - | - | - | - | - | - | - |

หมายเหตุ * ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักคำนวณจากการเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักคำตอบ โดยกำหนดค่า “มาก” เท่ากับ 4 “ค่อนข้างมาก” เท่ากับ 3 และ “ไม่พอใจเลย” เท่ากับ 0 ตามลำดับ

โดยแนวโน้มของระดับความพึงพอใจในการบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา ผู้ใช้บริการประเมินว่าแนวโน้มอยู่ในระดับคงที่ไม่เปลี่ยนแปลงในสัดส่วนสูงสุด ร้อยละ 61.2 และมีผู้ที่ระบุว่าแนวโน้มระดับความพึงพอใจมากขึ้น มีสัดส่วนร้อยละ 33.1 (ตารางที่ 3.15) ซึ่งสะท้อนถึงระดับการแข่งขันในตลาดที่เพิ่มขึ้นในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา ทำให้ผู้บริโภคมีระดับความพึงพอใจที่มากขึ้นในสัดส่วนที่สูงโดยเปรียบเทียบ (ตารางที่ 55)

ตารางที่ 55 แนวโน้มระดับความพึงพอใจในบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา

| ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา แนวโน้มระดับความพึงพอใจในการใช้โทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศในภาพรวมอยู่ในระดับใด | ร้อยละ (คน) |
|--|-------------|
| มากขึ้น | 33.1 (80) |
| ไม่เปลี่ยนแปลง | 61.2 (148) |
| ลดลง | 5.8 (14) |

5.5 ความพึงพอใจในการใช้บริการโทรศัพท์ข้ามแดนอัตโนมัติ

สำหรับในส่วนของการบริการโทรศัพท์ข้ามแดนอัตโนมัติในภาพรวม ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการบริการโทรศัพท์ข้ามแดนอัตโนมัติในระดับไม่เปลี่ยนแปลงถึงมากขึ้น ในสัดส่วนร้อยละ 70.6 และ 27.5 ตามลำดับ (ตารางที่ 56)



ตารางที่ 56 แนวโน้มระดับความพึงพอใจในการบริการโทรศัพท์ข้ามแดนอัตโนมัติในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา

| ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา แนวโน้มระดับความพึงพอใจในการใช้บริการโทรศัพท์ข้ามแดนอัตโนมัติในภาพรวม | ร้อยละ (คน) |
|--|-------------|
| มากขึ้น | 27.5 (28) |
| ไม่เปลี่ยนแปลง | 70.6 (72) |
| ลดลง | 2.0 (2) |

5.6 ความพึงพอใจในการใช้บริการสาธารณะ

การสำรวจความพึงพอใจในส่วนของบริการสาธารณะ 2 บริการ ซึ่งจะสะท้อนถึงการเข้าถึงบริการสาธารณะที่รัฐจัดให้มีในกิจการโทรคมนาคม ได้แก่ บริการโทรศัพท์สาธารณะ และบริการ Free WiFi

- ความพึงพอใจในบริการโทรศัพท์สาธารณะ

การสำรวจ พบว่า ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะอยู่ในระดับน้อยถึงค่อนข้างมาก โดยความพึงพอใจสูงที่สุดจะอยู่ที่คุณภาพและมาตรฐาน และอัตราค่าบริการ ตามลำดับ แต่สำหรับในเรื่องจำนวนและประเด็นอื่น ๆ เช่น ความสะอาดของอุปกรณ์จะอยู่ในระดับน้อยถึงค่อนข้างน้อย (ตารางที่ 57)

ตารางที่ 57 ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะ

| ความพึงพอใจ | ค่าเฉลี่ย * | มาก | ค่อนข้างมาก | ค่อนข้างน้อย | น้อย | ไม่พอใจเลย | รวม |
|---|-------------|-----------|-------------|--------------|------------|------------|-------------|
| 1. คุณภาพและมาตรฐาน | 2.52 | 122 (85) | 44.0 (306) | 30.3 (211) | 10.3 (72) | 3.2 (22) | 100.0 (696) |
| 2. อัตราค่าบริการ | 2.61 | 13.9 (97) | 47.8 (334) | 26.8 (187) | 8.3 (58) | 3.3 (23) | 100.0 (699) |
| 3. จำนวนโทรศัพท์สาธารณะ (ที่ใช้งานได้จริง) | 1.94 | 5.5 (38) | 25.1 (175) | 37.5 (261) | 22.0 (153) | 9.9 (69) | 100.0 (696) |
| 4. อื่นๆ เช่น ความสะอาดในตู้สาธารณะ ไม่มี เป็นต้น | 1.89 | 11.1 (2) | 22.2 (4) | 27.8 (5) | 22.2 (4) | 16.7 (3) | 100.0 (18) |

หมายเหตุ * ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักคำนวณจากการเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักคำตอบ โดยกำหนดค่า “มาก” เท่ากับ 4 “ค่อนข้างมาก” เท่ากับ 3 และ “ไม่พอใจเลย” เท่ากับ 0 ตามลำดับ



โดยแนวโน้มของระดับความพึงพอใจในการบริการโทรศัพท์สาธารณะส่วนมากจะระบุว่าไม่เปลี่ยนแปลงถึงลดลง โดยมีสัดส่วนร้อยละ 57.5 และ 38.1 ตามลำดับ (ตารางที่ 58)

ตารางที่ 58 แนวโน้มระดับความพึงพอใจในการบริการโทรศัพท์สาธารณะในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา

| ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา แนวโน้มของระดับความพึงพอใจในการใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะ | ร้อยละ (คน) |
|--|-------------|
| มากขึ้น | 4.5 (31) |
| ไม่เปลี่ยนแปลง | 57.5 (397) |
| ลดลง | 38.1(263) |

- ความพึงพอใจในการใช้บริการ Free WiFi

จากการสำรวจ พบว่า ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการ Free WiFi อยู่ในระดับน้อยถึงค่อนข้างน้อย ไม่ว่าจะเป็นด้านคุณภาพของบริการด้านเทคนิค ความครอบคลุมพื้นที่ให้บริการ และเงื่อนไขการให้บริการ (เช่น การจำกัดระยะเวลา ฯลฯ) ซึ่งอาจจะสะท้อนถึงการพัฒนาบริการในด้านนี้ให้ดีขึ้น เพื่อยกระดับการเข้าถึงบริการสาธารณะของผู้ใช้บริการและเพิ่มสภาพการแข่งขันในตลาดอินเทอร์เน็ตได้อีกทางหนึ่ง (ตารางที่ 59)

ตารางที่ 59 ระดับความพึงพอใจในการบริการ Free WiFi

| ความพึงพอใจ | ค่าเฉลี่ย* | มาก | ค่อนข้างมาก | ค่อนข้างน้อย | น้อย | ไม่พอใจเลย | รวม (คน) |
|---|------------|---------|-------------|--------------|-----------|------------|-------------|
| 1. คุณภาพของบริการด้านเทคนิค | 1.75 | 6.2 (7) | 22.1 (25) | 34.5 (39) | 15.0 (17) | 22.1 (25) | 100.0(113) |
| 2. ความครอบคลุมพื้นที่ให้บริการ | 1.64 | 7.3 (8) | 13.6 (15) | 38.2 (42) | 17.3 (19) | 23.6 (26) | 100.0 (110) |
| 3. เงื่อนไขการให้บริการ (เช่น การจำกัดระยะเวลา ฯลฯ) | 1.62 | 4.8 (5) | 14.4 (15) | 41.3 (43) | 16.3 (17) | 23.1 (24) | 100.0 (104) |
| 4. อื่นๆ เช่น สัญญาณ wifi เป็นต้น | 1.67 | 3.3 (1) | 0.0 (0) | 0.0 (0) | 3.3 (1) | 3.3 (1) | 100.0(3) |

หมายเหตุ * ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักคำนวณจากการเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักคำตอบ โดยกำหนดค่า “มาก” เท่ากับ 4 “ค่อนข้างมาก” เท่ากับ 3 และ “ไม่พอใจเลย” เท่ากับ 0 ตามลำดับ



6. การร้องเรียนและรูปแบบการร้องเรียน

6.1 การร้องเรียนเกี่ยวกับคุณภาพของบริการโทรศัพท์ประจำที่

ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากไม่เคยร้องเรียนเกี่ยวกับคุณภาพของบริการโทรศัพท์ประจำที่เลย คิดเป็นร้อยละ 89.5 และจำนวนครั้งที่ร้องเรียน 1-2 ครั้งในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา โดยหน่วยงานที่ผู้ใช้บริการร้องเรียนมากที่สุด คือ บริษัทผู้ให้บริการ คิดเป็นร้อยละ 88.9 และผู้รับบริการพึงพอใจต่อการแก้ไขปัญหาของหน่วยงานในระดับค่อนข้างมาก คิดเป็นร้อยละ 44.2 (ตารางที่ 60)

ตารางที่ 60 การร้องเรียนเกี่ยวกับคุณภาพของบริการโทรศัพท์ประจำที่

| ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา ท่านเคยร้องเรียนเกี่ยวกับคุณภาพของบริการโทรศัพท์พื้นฐานหรือไม่ | ร้อยละ (คน) |
|---|-------------|
| ไม่เคย | 89.5 (694) |
| เคย | 10.5 (81) |
| จำนวนครั้ง | |
| 1 ครั้ง | 45.7 (37) |
| 2 ครั้ง | 33.3 (27) |
| 3 ครั้ง | 9.9 (8) |
| 4 ครั้ง | 1.2 (1) |
| 5 ครั้ง | 6.2 (5) |
| 6 ครั้ง | 3.7 (3) |
| หน่วยงานที่ร้องเรียน | |
| บริษัทผู้ให้บริการ | 88.9 (72) |
| สคบ. | 3.7 (3) |
| กสทช. (โทรฟรี หมายเลข 1200) | 7.4 (6) |
| จำนวนครั้ง | |
| 1 ครั้ง | 45.7 (37) |
| 2 ครั้ง | 33.3 (27) |
| 3 ครั้ง | 9.9 (8) |
| 4 ครั้ง | 1.2 (1) |
| 5 ครั้ง | 6.2 (5) |
| 6 ครั้ง | 3.7 (3) |
| ความพึงพอใจต่อการแก้ไขปัญหาของหน่วยงาน | |
| มาก | 3.5 (3) |
| ค่อนข้างมาก | 44.2 (38) |
| ค่อนข้างน้อย | 34.9 (30) |



| ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา ท่านเคยร้องเรียนเกี่ยวกับคุณภาพของบริการโทรศัพท์พื้นฐานหรือไม่ | ร้อยละ (คน) |
|---|-------------|
| น้อย | 15.1 (13) |
| ไม่พอใจเลย | 2.3 (2) |

6.2 การร้องเรียนเกี่ยวกับคุณภาพของบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่

การสำรวจ พบว่าในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากไม่เคยมีการร้องเรียนเกี่ยวกับคุณภาพของบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ (ร้อยละ 93.7) จำนวน 1 ครั้งที่มีการร้องเรียนคิดเป็นร้อยละ 36.1 หน่วยงานที่ร้องเรียนมากที่สุด คือ บริษัทผู้ให้บริการ คิดเป็นร้อยละ 99.3 และส่วนมาจะร้องเรียน 1-3 ครั้งในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา และจะร้องเรียนกับหน่วยงานผู้ให้บริการ โดยมีความพึงพอใจต่อการแก้ไขปัญหาของหน่วยงานอยู่ในระดับค่อนข้างมากถึงมาก คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 52.2 และ 10.1 ตามลำดับ (ตารางที่ 61)

ตารางที่ 61 การร้องเรียนเกี่ยวกับคุณภาพบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่

| ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา ท่านเคยร้องเรียนเกี่ยวกับคุณภาพของบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่หรือไม่ | ร้อยละ (คน) |
|--|-------------|
| ไม่เคย | 93.7 (2173) |
| เคย | 6.3 (147) |
| จำนวนครั้ง | |
| 1 ครั้ง | 43.5 (64) |
| 2 ครั้ง | 29.9 (44) |
| 3 ครั้ง | 14.0 (21) |
| 4 ครั้ง | 2.0 (3) |
| 5 ครั้ง | 2.0 (3) |
| มากกว่า 5 ครั้ง | 9.2 (11) |
| หน่วยงานที่ร้องเรียน | |
| บริษัทผู้ให้บริการ | 99.3 (145) |
| กสทช. (โทรฟรี หมายเลข 1200) | 0.7 (1) |
| จำนวนครั้ง | |
| 1 ครั้ง | 43.5 (64) |
| 2 ครั้ง | 29.9 (44) |
| 3 ครั้ง | 14.0 (21) |
| 4 ครั้ง | 2.0 (3) |
| 5 ครั้ง | 2.0 (3) |
| มากกว่า 5 ครั้ง | 9.2 (11) |
| ความพึงพอใจต่อการแก้ไขปัญหาของหน่วยงาน | |



| ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา ท่านเคยร้องเรียนเกี่ยวกับคุณภาพของบริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่หรือไม่ | ร้อยละ (คน) |
|--|-------------|
| มาก | 10.1 (14) |
| ค่อนข้างมาก | 52.2 (72) |
| ค่อนข้างน้อย | 22.5 (31) |
| น้อย | 12.3 (17) |
| ไม่พอใจเลย | 2.9 (4) |

6.3 การร้องเรียนเกี่ยวกับคุณภาพของบริการอินเทอร์เน็ต

การสำรวจพบว่า ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากไม่เคยร้องเรียนเกี่ยวกับคุณภาพของบริการอินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 89.2) จำนวนครั้งในการร้องเรียน 1-2 ครั้งมีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 41.1 และ 26.6 ตามลำดับ โดยหน่วยงานที่ร้องเรียน คือ บริษัทผู้ให้บริการคิดเป็นร้อยละ 96.0 ระดับความพึงพอใจต่อการแก้ไขปัญหาของหน่วยงานอยู่ในระดับค่อนข้างน้อยคิดเป็นร้อยละ 44.7 (ตารางที่ 62)

ตารางที่ 62 การจำแนกของกลุ่มตัวอย่างตาม

| ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา ท่านเคยร้องเรียนเกี่ยวกับคุณภาพของบริการ อินเทอร์เน็ตหรือไม่ | ร้อยละ (คน) |
|--|-------------|
| ไม่เคย | 89.1 (1078) |
| เคย | 10.9 (132) |
| จำนวนครั้ง 1 ครั้ง | 44.7 (59) |
| 2 ครั้ง | 25.0 (33) |
| 3 ครั้ง | 12.1 (16) |
| 4 ครั้ง | 3.0 (4) |
| 5 ครั้ง | 11.4 (15) |
| 6 ครั้ง | 3.8 (5) |
| หน่วยงานที่ร้องเรียน | |
| บริษัทผู้ให้บริการ | 96.2 (127) |
| สคบ. | 2.3 (3) |
| กสทช.(โทรฟรี หมายเลข 1200) | 1.5 (2) |
| จำนวนครั้ง 1 ครั้ง | 44.7 (59) |
| 2 ครั้ง | 25.0 (33) |
| 3 ครั้ง | 12.1 (16) |
| 4 ครั้ง | 3.0 (4) |



| ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา ท่านเคยร้องเรียนเกี่ยวกับคุณภาพของบริการอินเทอร์เน็ตหรือไม | ร้อยละ (คน) |
|---|-------------|
| 5 ครั้ง | 11.4 (15) |
| 6 ครั้ง | 3.8 (5) |
| ความพึงพอใจต่อการแก้ไขปัญหาของหน่วยงาน | |
| มาก | 3.3 (4) |
| ค่อนข้างมาก | 39.0 (48) |
| ค่อนข้างน้อย | 44.7 (55) |
| น้อย | 9.8 (12) |
| ไม่พอใจเลย | 3.3 (4) |

6.4 การร้องเรียนเกี่ยวกับคุณภาพของบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ

การสำรวจ พบว่า ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาผู้ตอบแบบสอบถามไม่เคยร้องเรียนเกี่ยวกับคุณภาพของบริการโทรศัพท์ทางไกล มีเพียง 1 รายที่เคยร้องเรียน และร้องเรียน 5 ครั้ง หน่วยงานที่ร้องเรียน คือ สคบ. และ กสทช. (โทรฟรี หมายเลข 1200) ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจกับการแก้ไขปัญหาของหน่วยงานค่อนข้างน้อย (ตารางที่ 63)

ตารางที่ 63 การร้องเรียนเกี่ยวกับคุณภาพของบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ

| ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา ท่านเคยร้องเรียนเกี่ยวกับคุณภาพของบริการโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศหรือไม่ | ร้อยละ (คน) |
|---|-------------|
| ไม่เคย | 99.6 (237) |
| เคย | 0.4 (1) |
| จำนวนครั้ง 5 ครั้ง | 100.0 (1) |
| หน่วยงานที่ร้องเรียน | |
| บริษัทผู้ให้บริการ | 50.0 (1) |
| สคบ. | 50.0 (1) |
| ท่านพึงพอใจกับการแก้ไขปัญหาของหน่วยงานนั้นในระดับใด | |
| มาก | 0.0 (0) |
| ค่อนข้างมาก | 0.0 (0) |
| ค่อนข้างน้อย | 100.0 (4) |
| น้อย | 0.0 (0) |
| ไม่พอใจเลย | 0.0 (0) |



6.5 การร้องเรียนเกี่ยวกับคุณภาพของบริการโทรศัพท์สาธารณะ

การสำรวจพบว่า ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา ผู้ตอบแบบสอบถามไม่เคยมีการร้องเรียนเกี่ยวกับคุณภาพของบริการโทรศัพท์สาธารณะ สัดส่วนร้อยละ 98.5 มีจำนวน 1 ครั้งที่มีการร้องเรียน คิดเป็นร้อยละ 80.0 โดยหน่วยงานที่ร้องเรียน คือ บริษัทผู้ให้บริการ คิดเป็นร้อยละ 70.0 ซึ่งผู้รับบริการมีความพึงพอใจความพึงพอใจต่อการแก้ไขปัญหาของหน่วยงานในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 46.2 (ตารางที่64)

ตารางที่ 64 การร้องเรียนเกี่ยวกับคุณภาพของบริการโทรศัพท์สาธารณะ

| ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา ท่านเคยร้องเรียนเกี่ยวกับคุณภาพของบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่หรือไม่ | ร้อยละ (คน) |
|--|-------------|
| ไม่เคย | 98.5 (677) |
| เคย | 1.5 (10) |
| จำนวนครั้ง 1 ครั้ง | 80.0 (4) |
| 3 ครั้ง | 10.0 (1) |
| 4 ครั้ง | 10.0 (1) |
| หน่วยงานที่ร้องเรียน | |
| บริษัทผู้ให้บริการ | 70.0 (7) |
| สคบ. | 10.0 (1) |
| กสทช.(โทรฟรี หมายเลข 1200) | 10.0 (1) |
| อื่นๆ เช่น TT&T | 10.0 (1) |
| จำนวนครั้ง 1 ครั้ง | 80.0 (4) |
| 3 ครั้ง | 10.0 (1) |
| 4 ครั้ง | 10.0 (1) |
| ความพึงพอใจต่อการแก้ไขปัญหาของหน่วยงาน | |
| มาก | 46.2 (6) |
| ค่อนข้างมาก | 23.1 (3) |
| ค่อนข้างน้อย | 15.4 (2) |
| ไม่พอใจเลย | 15.4 (2) |

6.6 การร้องเรียนเกี่ยวกับคุณภาพของบริการโทรศัพท์ข้ามแดนอัตโนมัติ

ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา ผู้ที่เคยใช้บริการโทรศัพท์ข้ามแดนอัตโนมัติ ไม่เคยร้องเรียนเกี่ยวกับบริการโทรศัพท์ข้ามแดนอัตโนมัติ (สัดส่วนร้อยละ 98.2) มีเพียง 2 รายที่ระบุว่าเคยร้องเรียน และหน่วยงานที่ร้องเรียน คือ สคบ. และ กสทช. (โทรฟรี หมายเลข 1200) ซึ่งผู้รับบริการมีความพึงพอใจความพึงพอใจต่อการแก้ไขปัญหาของหน่วยงานในระดับค่อนข้างมาก คิดเป็นร้อยละ 75.0 ตารางที่65)



ตารางที่ 65 การร้องเรียนเกี่ยวกับคุณภาพของบริการโทรศัพท์ข้ามแดนอัตโนมัติ

| ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา ท่านเคยร้องเรียนเกี่ยวกับบริการโทรศัพท์ข้ามแดนอัตโนมัติหรือไม่ | ร้อยละ (คน) |
|---|-------------|
| ไม่เคย | 98.2 (107) |
| เคย | 1.8 (2) |
| จำนวนครั้ง 1 ครั้ง | 100.0 (1) |
| หน่วยงานที่ร้องเรียน | |
| สคบ. | 50.0 (1) |
| กสทช. (โทรฟรี หมายเลข 1200) | 50.0 (1) |
| ความพึงพอใจต่อการแก้ไขปัญหาของหน่วยงาน | |
| ค่อนข้างมาก | 75.0 (3) |
| น้อย | 25.0 (1) |

7. ความคาดหวังต่อบริการโทรคมนาคมในอนาคตของไทย

7.1 ความคาดหวังต่อบริการโทรศัพท์ประจำที่

การสำรวจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังต่อบริการโทรศัพท์ประจำที่เรียงลำดับดังนี้ 1) ต้องการบริการที่ครอบคลุมทุกพื้นที่ (ร้อยละ 25.8) 2) สามารถเลือกและกำหนดเลขหมายโทรศัพท์ได้เอง (ร้อยละ 20.7) และ 3) การบริการที่ดีแก่ลูกค้า เช่น ลดขั้นตอนการเข้าใช้บริการและการติดตั้ง เป็นต้น (ร้อยละ 19.8) และ (ตารางที่ 66)

ตารางที่ 66 ความคาดหวังต่อบริการโทรศัพท์ประจำที่

| โทรศัพท์ประจำที่ | ร้อยละ (คน) |
|---|-------------|
| ลดอัตราค่าบำรุงรักษาเครื่อง | 8.4 (55) |
| อัตราค่าบริการทั้งเขตเมืองและเขตชนบทราคาเดียวกัน | 0.6 (4) |
| การบริการที่ดีแก่ลูกค้า เช่น ลดขั้นตอนการเข้าใช้บริการและการติดตั้ง เป็นต้น | 19.8 (129) |
| ดูแลโทรศัพท์สาธารณะ เช่น การติดตั้งเครื่องโทรศัพท์ในสถานที่ต่างๆ, ดูแลรักษาเครื่อง เป็นต้น | 8.4 (55) |
| ต้องการบริการที่หลากหลาย เช่น เวลามีคนโทรเข้าบ้านไม่มีผู้รับสายให้โอนเข้าโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นต้น | 4.6 (30) |
| ต้องการบริการที่ครอบคลุมทุกพื้นที่ | 25.8 (168) |
| อัตราค่าโทรศัพท์ระหว่างประเทศมีราคาถูกลง | 5.7 (37) |
| อัตราค่าบริการถูกลง | 1.5 (10) |



| โทรศัพท์ประจำที่ | ร้อยละ (คน) |
|--|-------------|
| สามารถเลือกและกำหนดเลขหมายโทรศัพท์ที่ตัวเอง | 20.7 (135) |
| ไม่ค่อยได้ใช้เพราะมีโทรศัพท์เคลื่อนที่ | 2.6 (17) |
| อื่นๆ เช่น ติดตั้งโทรศัพท์บ้านให้ผู้สูงอายุ, ราคาแพ็คเกจอินเทอร์เน็ตขายตามจริง | 0.3 (2) |

7.2 ความคาดหวังต่อบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีความคาดหวังต่อบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในอนาคต เรียงลำดับ ดังนี้ 1) อัตราค่าโทรศัพท์มีราคาเดียวกันทุกเครือข่าย (ร้อยละ 30.7) 2) ต้องการสัญญาณที่คมชัด WiFi ใช้ได้ทุกที่ ร้อยละ 28.7) และ 3) ต้องการบริการที่ครอบคลุมทุกพื้นที่ (ร้อยละ 26.3) (ตารางที่ 67)

ตารางที่ 67 ความคาดหวังต่อบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่

| โทรศัพท์เคลื่อนที่ | ร้อยละ (คน) |
|---|-------------|
| ต้องการสัญญาณและบริการที่ดีขึ้น | 3.6 (56) |
| อัตราค่าบริการถูกลง | 0.8 (12) |
| การบริการที่ดีแก่ลูกค้า เช่น บริการหลังการขาย เป็นต้น | 3.9 (61) |
| ส่งข้อความรบกวนหรือข้อความเสียเงิน | 0.8 (12) |
| พัฒนาระบบ 3Gให้ดีขึ้น | 0.9 (14) |
| ต้องการสัญญาณที่คมชัด Wifi ใช้ได้ทุกที่ | 28.7 (443) |
| ต้องการบริการที่ครอบคลุมทุกพื้นที่ | 26.3 (407) |
| อัตราค่าโทรศัพท์ระหว่างประเทศถูกลง | 0.3 (5) |
| อัตราค่าโทรศัพท์มีราคาเดียวกันทุกเครือข่าย | 30.7 (474) |
| บริการมีความหลากหลาย | 1.7 (27) |
| ไม่มีปัญหา | 0.7 (11) |
| อื่นๆ เช่น การให้บริการยกเลิกรายเดือนมาใช้เติมเงินควรมีการแจังกเล็กได้เลยในพื้นที่ อยากให้สงวนสิทธิส่วนบุคคลให้มากกว่านี้ เป็นต้น | 1.5 (23) |

7.3 ความคาดหวังต่อบริการอินเทอร์เน็ต

การสำรวจพบว่า ความคาดหวังต่อบริการอินเทอร์เน็ตในอนาคต ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนมากคาดหวังต่อบริการอินเทอร์เน็ตเรียงลำดับ ดังนี้ 1) การเพิ่มความเร็วสูงในการเชื่อมต่อ อินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 38.8) 2) การแก้ไขปัญหาของสัญญาณขาดหายเวลาฝนตก (ร้อยละ 23.9) และ 3) Free WiFi ทั่วประเทศโดยไม่ต้องใช้ Password และ 4) อัตราค่าบริการถูกลง (ร้อยละ 10.7) (ตารางที่ 68)



ตารางที่ 68 ความคาดหวังต่อบริการอินเทอร์เน็ตในภาค

| อินเทอร์เน็ต | ร้อยละ (คน) |
|---|-------------|
| การเพิ่มความเร็วสูงในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต | 38.8 (341) |
| มีความหลากหลายในการบริการมากขึ้น | 2.0 (18) |
| เจ้าหน้าที่บริการดี เช่น พุดจาสุภาพ, การบริการที่รวดเร็ว เป็นต้น | 1.6 (14) |
| อัตราค่าบริการให้ถูกลง | 10.7 (94) |
| WiFi ฟรีทั่วประเทศไม่ต้องใช้ Password | 11.1 (98) |
| สัญญาณขาดหายเวลาฝนตก | 23.9 (210) |
| สัญญาณมีความครอบคลุมทุกพื้นที่ | 7.3 (64) |
| ความแรงของสัญญาณอินเทอร์เน็ตมีความสม่ำเสมอ | 1.7 (15) |
| อื่นๆ เช่น การป้องกันไวรัส เพื่อให้การใช้งานได้ดีขึ้นและไม่ถูกรบกวน เป็นต้น | 2.8 (25) |

7.4 ความคาดหวังต่อบริการโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศ

การสำรวจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังต่อบริการโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศในอนาคตเรียงลำดับ ดังนี้ 1) อัตราค่าโทรศัพท์ระหว่างประเทศมีราคาถูกลง มีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 57.3 2) ความแรงของสัญญาณโทรศัพท์ให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ (ร้อยละ 27.0) (ตารางที่ 69)

ตารางที่ 69 ความคาดหวังต่อบริการโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศในอนาคต

| โทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศ | ร้อยละ (คน) |
|--|-------------|
| ความแรงของสัญญาณโทรศัพท์ให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ | 27.0 (48) |
| อัตราค่าโทรศัพท์ระหว่างประเทศมีอัตราเดียวกันกับอัตราค่าโทรศัพท์ภายในประเทศ | 5.6 (10) |
| อัตราค่าโทรศัพท์ระหว่างประเทศมีราคาถูกลง | 57.3 (102) |
| ไม่เคยใช้บริการ | 2.8 (5) |
| ฟรีค่าโทรศัพท์ต่างประเทศทุกพื้นที่ | 2.2 (4) |
| อื่นๆ เช่น มีการอธิบายขั้นตอนในการใช้โทรข้ามประเทศ เป็นต้น | 5.6 (9) |



ภาคผนวก 5.4

โครงการจ้างที่ปรึกษาศึกษาและกำหนดตัวชี้วัดหลักทางการแข่งขันประเมินสภาพการแข่งขัน
และประเมินมูลค่าส่วนเกินของผู้บริโภค (Consumer surplus) ในกิจการโทรคมนาคม
ประเด็นคำถามในการจัดประชุมกลุ่มเฉพาะ (Focus Group) ครั้งที่ 1

วันพฤหัสบดีที่ 20 มิถุนายน 2556 เวลา 9.00 น. – 12.00 น.

ณ ห้อง Executive 5 โรงแรม รามาการ์เด้นส์ ถนนวิภาวดี กรุงเทพฯ

๐๖๐๖

ข้อมูลทั่วไป

1. ชื่อหน่วยงาน
.....
2. ชื่อผู้ให้ข้อมูล.....ตำแหน่ง.....
3. ประเภทของผู้ประกอบกิจการโทรคมนาคม (ระบุได้มากกว่า 1 ข้อ)
[] บริการโทรศัพท์ประจำที่ (Fix Line Services)
[] บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Services)
[] บริการอินเทอร์เน็ต (Internet Services)
[] บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ (International Call Services)

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการกำหนดตัวชี้วัดหลักการแข่งขันและประสิทธิภาพการดำเนินงาน

4. ท่านมีความเห็นเช่นใด หากจะกำหนดตัวชี้วัดการแข่งขันด้านคุณภาพบริการ ด้วยการแยกออกเป็น
(ก) คุณภาพในการให้บริการแก่ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ
(ข) คุณภาพของการก่อสร้างและการลงทุนในโครงข่าย โดยเฉพาะการขยายความครอบคลุม และ
(ค) การได้สิทธิใบอนุญาตใหม่ ๆ โดยบริษัทย่อยในกลุ่ม
และท่านเห็นว่าตัวชี้วัดคุณภาพแต่ละด้านควรมีน้ำหนักเท่าใด
5. ท่านมีความเห็นเช่นใด เกี่ยวกับการพัฒนาธุรกิจและการแข่งขันในลักษณะของการทำสัญญาร่วมการทำงานกับ
ผู้ประกอบกิจการที่เป็นรัฐวิสาหกิจ ในส่วนของความเสี่ยงในด้านความต่อเนื่องทางธุรกิจของเงื่อนไขในสัญญา
6. ท่านมีความเห็นว่าตัวชี้วัดการแข่งขันต่อไปนี้ ควรมีน้ำหนักความสำคัญของตัวชี้วัดการแข่งขันในระดับใด



| ตัวชี้วัด | ลักษณะของการก่อกำกับการแข่งขันของตัวชี้วัด | น้ำหนักความสำคัญ | | | |
|----------------|--|------------------|---------|-----|------------------------|
| | | สูง | ปานกลาง | ต่ำ | ไม่เกี่ยวข้องกับบริการ |
| ตัวชี้วัดที่ 1 | แนวโน้มการใช้ประโยชน์จากโครงข่าย (Network Deployment) | | | | |
| ตัวชี้วัดที่ 2 | แนวโน้มจำนวนผู้ลงทะเบียนใช้บริการ จำนวนการเชื่อมต่อให้เริ่มใช้บริการได้ และจำนวนรายการที่เพิ่มสุทธิ (Net Adds) ในรอบปี | | | | |
| ตัวชี้วัดที่ 3 | แนวโน้มการใช้บริการ (Usage) ในเชิงพฤติกรรม (1) การใช้บริการ Voice โดยเฉลี่ยของผู้ใช้แต่ละคนรายเดือน (2) การใช้บริการ Text Message โดยเฉลี่ยของผู้ใช้แต่ละคนรายเดือน (3) การใช้บริการ MMS Message โดยเฉลี่ยของผู้ใช้แต่ละคนรายเดือน (4) ปริมาณการใช้ข้อมูล (Data Consumption) โดยเฉลี่ยของผู้ใช้แต่ละคนรายเดือน (หน่วยนับ MB ต่อคน) | | | | |
| ตัวชี้วัดที่ 4 | แนวโน้มด้านราคาและรายรับโดยเฉลี่ยต่อผู้ใช้ (ARPU) แยกเป็น (1) การใช้บริการ Voice (2) การใช้บริการ Text Message (3) การใช้บริการ MMS (4) การใช้ Data | | | | |
| ตัวชี้วัดที่ 5 | แนวโน้มของคลื่นความถี่ (Spectrum) เนื่องจากการนำ Spectrum ใหม่มาใช้และทำให้ Spectrum ที่มีอยู่ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ด้วยการใช้แบบดัชนีต่างกันตามรูปแบบของบริการ พื้นที่เชิงภูมิศาสตร์ ความหนาแน่น หรือปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้องผู้ประกอบการจะมีสถานะดีที่สุดหากครอบครอง Spectrum band ที่สนับสนุนการให้บริการ | | | | |
| ตัวชี้วัดที่ 6 | การกระจุกตัวของตลาดและการมีอำนาจเหนือตลาด (Market Concentration) | | | | |



| ตัวชี้วัด | ลักษณะของการกำกับการแข่งขันของตัวชี้วัด | น้ำหนักความสำคัญ | | | |
|-----------------|--|------------------|---------|-----|------------------------|
| | | สูง | ปานกลาง | ต่ำ | ไม่เกี่ยวข้องกับบริการ |
| | การใช้ส่วนแบ่งตลาดของผู้ประกอบการแต่ละราย พิจารณาแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่ง ตลาด ได้พบว่าส่วนแบ่งตลาดของผู้ประกอบการราย ใหญ่ลดลงอย่างต่อเนื่องหรือไม่ | | | | |
| ตัวชี้วัดที่ 7 | แนวโน้มของการลงทุนด้านเครื่องมืออุปกรณ์ โครงข่าย ระบบ (Capital Investment) พิจารณาว่าการลงทุนใหม่ดังกล่าวสอดคล้องกับ แนวโน้มการปรับตัวและความก้าวหน้าทาง เทคโนโลยีที่ใช้ในการให้บริการของการสื่อสารไร้สาย | | | | |
| ตัวชี้วัดที่ 8 | แนวโน้มของความสามารถในการทำกำไร (Profitability Metrics) ตัวชี้วัดย่อยในส่วนนี้ได้แก่ (1) EBITDA ต่อผู้จดทะเบียนให้บริการ 1 ราย (2) EBITDA Margin คัดจาก EBITDA คิดเป็น % ของรายรับจากการให้บริการ | | | | |
| ตัวชี้วัดที่ 9 | แนวโน้มของโทรศัพท์เคลื่อนที่และอุปกรณ์ และ ซอฟต์แวร์ การวิเคราะห์ประสิทธิภาพในการให้บริการบนระบบ ไร้สายของผู้บริโภค ที่ส่วนหนึ่งมาจากรูปแบบของ โทรศัพท์เคลื่อนที่และอุปกรณ์ นอกจากนั้น โทรศัพท์เคลื่อนที่และอุปกรณ์ยังเป็นส่วนหนึ่งของกล ยุทธ์การสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ที่ผู้ ให้บริการแต่ละรายนำเสนอตลาด พิจารณาว่าผู้ประกอบการรายใหญ่ๆ ในตลาดล้วนแต่ ให้ความสำคัญกับการจัดแคมเปญโฆษณาใกล้เคียง กันและเป็นการลดราคาโปรโมชั่นทำให้ระดับราคา ของแต่ละรายไม่ได้แตกต่างกันมากนัก | | | | |
| ตัวชี้วัดที่ 10 | แนวโน้มของการแข่งขันใน Intermodal พิจารณาว่าผู้ใหญ่ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป โดยแยก ตามช่วงอายุเพื่อพิจารณารูปแบบและพฤติกรรมการใช้ บริการ เน้นการใช้บริการสื่อสารด้านเสียงผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่ มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นหรือลดลงจาก | | | | |



| ตัวชี้วัด | ลักษณะของการกำกับการแข่งขันของตัวชี้วัด | น้ำหนักความสำคัญ | | | |
|------------------------|---|------------------|---------|-----|------------------------|
| | | สูง | ปานกลาง | ต่ำ | ไม่เกี่ยวข้องกับบริการ |
| | เดิม | | | | |
| ตัวชี้วัดที่ 11 | การเปรียบเทียบสถานะการใช้บริการของประชากรในเขตตัวเมืองและในชนบท การให้บริการสื่อสารด้านเสียง ข้อมูล ข้อความ และบริการระหว่างประเทศ รวมทั้งการสื่อสารผ่านโครงข่ายบรอดแบนด์ในพื้นที่ชนบทที่มีความครอบคลุมดีขึ้นกว่าปีก่อนหน้าเพียงใด | | | | |
| ตัวชี้วัดที่ 12 | ระดับความพอใจของผู้บริโภค จากผลการสำรวจ (1) ความพอใจของผู้บริโภคจากการใช้บริการติดตั้ง (2) ความพอใจของผู้บริโภคจากบริการแก้ไขความผิดพลาด (3) ความพอใจของผู้บริโภคจากการขอข้อมูลจาก Directory (4) ความพอใจของผู้บริโภคจากบริการโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศ (5) ความพอใจของผู้บริโภคจากกิจกรรมการขายและการตลาด (6) ความพอใจของผู้บริโภคจากบริการโทรศัพท์ภายในพื้นที่ (7) ความพอใจของผู้บริโภคจากบริการโทรศัพท์ทางไกลในประเทศ (8) ความพอใจของผู้บริโภคจากการเชื่อมต่อสัญญาณได้ภายใน 13 วันทำการ (9) อัตราความสำเร็จของการติดต่อ หรืออัตราการล้มเหลว ระหว่างเวลา 08.00 - 18.00 น. ระหว่างเวลา 18.00 - 21.00 น. ระหว่างเวลา 21.00 - 08.00 น. | | | | |
| ตัวชี้วัดที่ 13 | คุณภาพของอุปกรณ์สัญญาณ เช่น เสียงรบกวน เสียงขาดหาย เสียงซ่าระหว่างใช้ ฟังไม่ชัด เสียงก้อง เสียงมีสัญญาณช้ากว่าจะได้รับข้อมูล (หมายเหตุ: การจัดเก็บข้อมูลสำหรับตัวชี้วัดนี้อาจจะยังเป็นดุลย | | | | |



| ตัวชี้วัด | ลักษณะของการกำกับการแข่งขันของตัวชี้วัด | น้ำหนักความสำคัญ | | | |
|-----------|---|------------------|---------|-----|------------------------|
| | | สูง | ปานกลาง | ต่ำ | ไม่เกี่ยวข้องกับบริการ |
| | พินิจส่วนตัวมากกว่าการพิสูจน์ในเชิงวิทยาศาสตร์) | | | | |

7. ท่านเห็นว่าตัวชี้วัดด้านประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการดำเนินงานของผู้ประกอบการต่อไปนี้ ควรมีน้ำหนักความสำคัญของตัวชี้วัดด้านประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการดำเนินงานในระดับใด

| ตัวชี้วัดที่ | ประเด็นที่ชี้วัด | น้ำหนักความสำคัญ | | | |
|----------------|---|------------------|---------|-----|------------------------|
| | | สูง | ปานกลาง | ต่ำ | ไม่เกี่ยวข้องกับบริการ |
| ตัวชี้วัดที่ 1 | ประสิทธิภาพจากขนาดและการเติบโตของผู้ประกอบการ | | | | |
| ตัวชี้วัดที่ 2 | เวลาในการตอบสนองต่อบริการของผู้ปฏิบัติงาน/โอเปอเรเตอร์ ความล่าช้าโดยเฉลี่ยระหว่างช่วงเวลาที่ได้รับโทรศัพท์แจ้งและร้องขอกับช่วงเวลาที่ได้ดำเนินการตามคำร้องขอโดยผู้ปฏิบัติงาน/โอเปอเรเตอร์จนแล้วเสร็จ รวมทั้งการโทรศัพท์ซ้ำเพื่อบริหาร Missed Call ที่มีการแจ้งและร้องขอกรณีที่ไม่ว่างในการติดต่อครั้งแรก | | | | |
| ตัวชี้วัดที่ 3 | ประสิทธิภาพที่วัดจากการเติบโตของรายรับและจำนวนผู้ใช้บริการในพื้นที่ที่เพิ่มขึ้น 1. รายรับต่อคู่สาย (main lines) 2. อัตราการเติบโตของรายรับตาม 1 3. รายรับต่อจำนวนครัวเรือนในพื้นที่ 4. อัตราการเติบโตของรายรับตาม 3 | | | | |
| ตัวชี้วัดที่ 4 | ผลิตภาพ (Productivity) วัดจาก 1. จำนวนคู่สายต่อพนักงาน 2. จำนวนข้อร้องเรียนต่อฐานลูกค้า | | | | |

8. ความคิดเห็นของท่านต่อประเด็นว่า สิ่งใดที่เป็นอุปสรรคในการนำส่งข้อมูล เพื่อให้ กสทช. ได้ข้อมูลที่เพียงพอและต่อเนื่องกันเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้หน่วยงานกำกับฯ สามารถเข้าถึงระดับการแข่งขันของตลาดได้จริงและสามารถกำหนดนโยบายได้อย่างเหมาะสม



- ก. ข้อมูลที่ได้มาจากด้านผู้ประกอบการและ
- ข. ข้อมูลที่ได้มาจากด้านผู้บริโภค
9. ความคิดเห็นของท่านต่อประเด็นว่า เครื่องมือใดบ้างที่เคยใช้ได้ในการกำกับกิจการโทรคมนาคมในอดีต ที่ในอนาคตอาจจะใช้ไม่ได้ผล และควรมีการทบทวน เมื่อเวลาและสถานการณ์ทางการตลาดเปลี่ยนแปลงไป หรือเมื่อพฤติกรรมและวิถีทางการใช้ชีวิตอยู่กับบริการด้านโทรคมนาคมของผู้บริโภคก็อาจจะมีการเปลี่ยนแปลงไป
10. ท่านเห็นว่าประเด็นใดบ้าง ที่หน่วยงานกำกับกิจการโทรคมนาคม
- ก. ควรจะต้องมีภาวะตื่นตัวอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น
- ข. ควรจะยกเลิก แก่ไขนโยบาย และกลยุทธ์การกำกับในส่วนใดให้เหมาะสม
- ค. ควรจะใช้ประโยชน์จากการกำกับคุณภาพของบริการในกิจการโทรคมนาคมเป็นเครื่องมือในการเพิ่มความได้เปรียบด้านการแข่งขันของภาคธุรกิจและภาคครัวเรือนในประเทศ
11. ท่านมีความเห็นว่าเงื่อนไขต่อไปนี้เป็นจริง” หรือ “มีแนวโน้มที่จะเป็นจริง” หรือไม่ในตลาดกิจการโทรคมนาคมของไทย โดยเงื่อนไขต่อไปนี้เป็นเงื่อนไขสำคัญของตลาดที่มีลักษณะเป็นการแข่งขันที่มีประสิทธิผล (Effective competition) โปรดเลือกสถานะที่เห็นด้วยข้อใดข้อหนึ่ง

| เงื่อนไขที่ | คำอธิบายเงื่อนไข | เป็นอยู่แล้วในปัจจุบัน | มีแนวโน้มจะเกิดขึ้นใน 5 ปีข้างหน้า | มีแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นหลังจาก 5 ปี | ไม่สามารถระบุได้ว่าจะเกิดขึ้นเมื่อใด |
|---------------|--|------------------------|------------------------------------|------------------------------------|--------------------------------------|
| เงื่อนไขที่ 1 | ผู้ซื้อบริการหรือผู้บริโภคสามารถเข้าถึงผู้ให้บริการที่เป็นทางเลือกเพื่อให้ได้รับบริการและผลิตภัณฑ์ตามที่ต้องการได้ โดยทางเลือกเหล่านั้นสามารถทดแทนกันได้ และระดับราคาที่จ่ายค่าบริการสอดคล้องกับความเต็มใจในการจ่าย (Willing to pay) | | | | |
| เงื่อนไขที่ 2 | ผู้ให้บริการแต่ละรายมีโอกาสเข้าถึงผู้บริโภคและนำเสนอผลิตภัณฑ์ | | | | |



| เงื่อนไขที่ | คำอธิบายเงื่อนไข | เป็นอยู่แล้ว ในปัจจุบัน | มีแนวโน้มจะ เกิดขึ้นใน 5 ปี ข้างหน้า | มีแนวโน้มที่ จะเกิดขึ้น หลังจาก 5 ปี | ไม่สามารถ ระบุได้ว่าจะ เกิดขึ้น เมื่อใด |
|---------------|--|----------------------------|--|--|--|
| | ของ ตน โดย ไม่มี ข้อจำกัดจากกิจการอื่น หรือจากหน่วยงาน ภาครัฐ หรือจาก กฎหมายที่กำกับดูแล กิจการ | | | | |
| เงื่อนไขที่ 3 | ราคาตลาดของ ผลิตภัณฑ์มาจากการ ยอมรับร่วมกันของ ผู้บริโภค และ ผู้ ให้บริการไม่มีผู้บริโภค รายใด หรือ ผู้ประกอบการใด สามารถกำหนดหรือมี อิทธิพลต่อระดับราคา | | | | |
| เงื่อนไขที่ 4 | ความแตกต่างของ ระดับราคาที่มีการ แข่งขันมีประสิทธิผล จะได้รับความคุ้มครอง การบิดเบือนราคาหรือ การค้าไม่เป็นธรรม ขณะเดียวกัน ผู้ประกอบการก็ได้รับ ความคุ้มครองจากการ บิดเบือนของผู้บริโภค รายใหญ่ หรือการ แทรกแซงหรือการ สะดุดหยุดลงของการ ดำเนินงานของ ผู้ประกอบการรายอื่น | | | | |



12. ท่านมีความเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยกับการวิเคราะห์ตลาดในด้านการแข่งขันที่พิจารณาจากประเด็นต่อไปนี้

| ประเด็นการวิเคราะห์ตลาด | เห็นด้วย | ไม่เห็นด้วย |
|--|----------|-------------|
| (1) การวิเคราะห์ในมิติของตัวสินค้าและบริการ | | |
| (2) การวิเคราะห์ในมิติของพื้นที่ ขอบเขตของตลาดที่เกี่ยวข้อง | | |
| (3) การวิเคราะห์มิติของการผลิตหรือห่วงโซ่การจัดจำหน่าย ในส่วนของบทบาทของผู้ที่เกี่ยวข้องในตลาดเป็นตลาดค้าส่งและค้าปลีก | | |
| (4) การวิเคราะห์ในมิติของการลงทุนในโครงข่าย การก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐาน (infrastructure) | | |
| (5) การวิเคราะห์ในมิติความแตกต่างของกลุ่มผู้บริโภค (Consumer Segment) | | |

13. ท่านมีความเห็นอย่างไรกับการมีบทบาทของผู้ประกอบการที่เป็นรัฐวิสาหกิจต่อการแข่งขันในตลาด กล่าวคือการพิจารณาลาดเพื่อวิเคราะห์สภาพการแข่งขัน ควรจะต้องพิจารณาโดยการยอมรับให้ผู้ประกอบการที่เป็นรัฐวิสาหกิจ อยู่ในตลาดเดียวกับผู้ประกอบการภาคเอกชนหรือไม่

คำอธิบาย: ที่ต้องกล่าวถึงประเด็นนี้ เนื่องจากหน่วยงานภาครัฐที่เป็นรัฐวิสาหกิจอาจจะได้รับนโยบายว่าจะไม่แข่งขันกับกิจการเอกชนในพื้นที่หรือส่วนของตลาดที่มีความคุ้มค่าในการลงทุนเชิงพาณิชย์และออกไปให้บริการด้านโทรคมนาคมในพื้นที่หรือส่วนของตลาดที่ห่างไกล มีความหนาแน่นของความต้องการต่ำและไม่คุ้มค่าในการลงทุนเชิงพาณิชย์ กรณีเช่นนี้แสดงว่าหน่วยงานภาครัฐที่เป็นรัฐวิสาหกิจมีความสามารถในการแข่งขันในตลาด แต่ตัดสินใจที่จะไม่แข่งขันมากกว่าเพื่อเปิดทางให้ตลาดส่วนที่คุ้มค่าในการลงทุนเชิงพาณิชย์เป็นตลาดของผู้ประกอบการเอกชน ซึ่งการวิเคราะห์ต้องสรุปว่าตลาดมีสภาพการแข่งขัน

14. ท่านคิดว่าในการออกประกาศการกำกับกิจการโทรคมนาคมของ กสทช. ในอนาคตเรื่องใด ที่ควรจะต้องเน้นเรื่องการมีส่วนร่วม และสร้างการยอมรับ ชักชวนความเข้าใจก่อน เพื่อให้มีเวลาในการปรับตัว และสร้างบรรยากาศการแข่งขันที่มีประสิทธิภาพตามความต้องการของ กสทช.

15. ในการที่จะส่งเสริมสภาพการแข่งขันหรือสนับสนุนการเพิ่มขึ้นของส่วนเกินผู้บริโภค ท่านคิดว่า กสทช. ควรเพิ่มบทบาทในการกำกับในลักษณะที่เป็นการสร้างสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ (ex-ante regulation) อย่างไรเพื่อให้เกิดการแข่งขันเสรีและเป็นธรรมในอนาคต

16. ท่านคิดว่าในการพัฒนาธุรกิจด้านกิจการโทรคมนาคมของท่าน มีปัญหาและอุปสรรคอะไรที่หน่วยงานกำกับควรเข้ามามีบทบาทเพิ่มขึ้นในอนาคต



ภาคผนวก 5.5

โครงการจ้างที่ปรึกษาศึกษาและกำหนดตัวชี้วัดหลักทางการแข่งขันประเมินสภาพการแข่งขัน
และประเมินมูลค่าส่วนเกินของผู้บริโภค (Consumer surplus) ในกิจการโทรคมนาคม
ประเด็นคำถามในการจัดประชุมกลุ่มเฉพาะ (Focus Group) ครั้งที่ 2

วันพฤหัสบดีที่ 15 สิงหาคม 2556 เวลา 9.00 น. – 16.30 น.

ณ ห้อง Executive 5 โรงแรม รามการ์เด้นส์ ถนนวิภาวดี กรุงเทพฯ

๑๖๖

ข้อมูลทั่วไป

1. ชื่อหน่วยงาน

.....

2. ชื่อผู้ให้ข้อมูล.....ตำแหน่ง.....

3. ปัญหา อุปสรรค และข้อจำกัดที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันในการประกอบกิจการและเข้าสู่ตลาดในกิจการ
โทรคมนาคมของขอบเขตของการศึกษารอบกลุ่ม 4 บริการในกิจการโทรคมนาคม ได้แก่

บริการโทรศัพท์ประจำที่ (Fix Line Services)

มิติที่ 1 การเข้ามาแข่งขันในตลาดของผู้ให้บริการใหม่ (Market Entry)

ไม่มี

มี โปรดระบุรายละเอียดของปัญหา

.....
.....
.....
.....
.....
.....

มิติที่ 2 การจัดสรรทรัพยากรที่มีจำกัด (Scarce Resources) เช่น คลื่นความถี่ หรือ เลขหมายโทรศัพท์

ไม่มี

มี โปรดระบุรายละเอียดของปัญหา

.....
.....
.....
.....
.....



มิติที่ 3 การเชื่อมต่อโครงข่ายระหว่างกัน (Interconnection)

ไม่มี

มี โปรดระบุรายละเอียดของปัญหา

.....
.....
.....
.....
.....
.....

มิติที่ 4 อัตราค่าบริการ (Tariff Regulation)

ไม่มี

มี โปรดระบุรายละเอียดของปัญหา

.....
.....
.....
.....
.....
.....

มิติที่ 5 การกำกับดูแลเพื่อการแข่งขันอย่างเป็นธรรม (Regulation of Anticompetitive Practices)

ไม่มี

มี โปรดระบุรายละเอียดของปัญหา

.....
.....
.....
.....
.....
.....

มิติที่ 6 การให้บริการอย่างทั่วถึง (Universal Service Obligation: USO)

ไม่มี

มี โปรดระบุรายละเอียดของปัญหา

.....
.....
.....



.....

มิติที่ 7 คุณภาพบริการ (Quality of Service: QoS)

- ไม่มี
- มี โปรดระบุรายละเอียดของปัญหา

บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Services)

มิติที่ 1 การเข้ามาแข่งขันในตลาดของผู้ให้บริการใหม่ (Market Entry)

- ไม่มี
- มี โปรดระบุรายละเอียดของปัญหา

.....

มิติที่ 2 การจัดสรรทรัพยากรที่มีจำกัด (Scarce Resources) เช่น คลื่นความถี่ หรือ เลขหมายโทรศัพท์

- ไม่มี
- มี โปรดระบุรายละเอียดของปัญหา

.....

มิติที่ 3 การเชื่อมต่อโครงข่ายระหว่างกัน (Interconnection)

- ไม่มี
- มี โปรดระบุรายละเอียดของปัญหา

.....



บริการอินเทอร์เน็ต (Internet Services)

มิติที่ 1 การเข้ามาแข่งขันในตลาดของผู้ให้บริการใหม่ (Market Entry)

ไม่มี

มี โปรดระบุรายละเอียดของปัญหา

.....

.....

.....

.....

มิติที่ 2 การจัดสรรทรัพยากรที่มีจำกัด (Scarce Resources) เช่น คลื่นความถี่ หรือ เลขหมายโทรศัพท์

ไม่มี

มี โปรดระบุรายละเอียดของปัญหา

.....

.....

.....

.....

มิติที่ 3 การเชื่อมต่อโครงข่ายระหว่างกัน (Interconnection)

ไม่มี

มี โปรดระบุรายละเอียดของปัญหา

.....

.....

.....

.....

มิติที่ 4 อัตราค่าบริการ (Tariff Regulation)

ไม่มี

มี โปรดระบุรายละเอียดของปัญหา

.....

.....

.....

.....



มิติที่ 5 การกำกับดูแลเพื่อการแข่งขันอย่างเป็นธรรม (Regulation of Anticompetitive Practices)

ไม่มี

มี โปรดระบุรายละเอียดของปัญหา

.....

.....

.....

.....

.....

มิติที่ 6 การให้บริการอย่างทั่วถึง (Universal Service Obligation: USO)

ไม่มี

มี โปรดระบุรายละเอียดของปัญหา

.....

.....

.....

.....

.....

มิติที่ 7 คุณภาพบริการ (Quality of Service: QoS)

ไม่มี

มี โปรดระบุรายละเอียดของปัญหา

.....

.....

.....

.....

.....

บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ (International Call)

มิติที่ 1 การเข้ามาแข่งขันในตลาดของผู้ให้บริการใหม่ (Market Entry)

ไม่มี

มี โปรดระบุรายละเอียดของปัญหา

.....

.....

.....

.....



มติที่ 2 การจัดสรรทรัพยากรที่มีจำกัด (Scarce Resources) เช่น คลื่นความถี่ หรือ เลขหมายโทรศัพท์

ไม่มี

มี โปรดระบุรายละเอียดของปัญหา

.....
.....
.....
.....

มติที่ 3 การเชื่อมต่อโครงข่ายระหว่างกัน (Interconnection)

ไม่มี

มี โปรดระบุรายละเอียดของปัญหา

.....
.....
.....
.....

มติที่ 4 อัตราค่าบริการ (Tariff Regulation)

ไม่มี

มี โปรดระบุรายละเอียดของปัญหา

.....
.....
.....
.....

มติที่ 5 การกำกับดูแลเพื่อการแข่งขันอย่างเป็นธรรม (Regulation of Anticompetitive Practices)

ไม่มี

มี โปรดระบุรายละเอียดของปัญหา

.....
.....
.....
.....



มิติที่ 6 การให้บริการอย่างทั่วถึง (Universal Service Obligation: USO)

ไม่มี

มี โปรดระบุรายละเอียดของปัญหา

.....
.....
.....
.....

มิติที่ 7 คุณภาพบริการ (Quality of Service: QoS)

ไม่มี

มี โปรดระบุรายละเอียดของปัญหา

.....
.....
.....
.....

4. ปัญหาและอุปสรรคของตลาดกิจการโทรคมนาคมที่กระทบต่อการแข่งขัน และบทบาทของ กสทช.

4.1 เรื่อง ภาระและบทบาทของ กสทช.

ประเด็นที่ขอความเห็น

1) บทบาทการออกใบอนุญาตประกอบกิจการ

โปรดระบุความคิดเห็น

.....
.....
.....
.....

2) การกำกับและการบังคับให้เป็นไปตามเงื่อนไขใบอนุญาตประกอบกิจการ

โปรดระบุความคิดเห็น

.....
.....
.....
.....



3) การพิจารณาและกำหนดค่าบริการ

โปรดระบุความคิดเห็น

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

4) การกำหนดคุณภาพการให้บริการ

โปรดระบุรายละเอียดของปัญหา

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

5) กฎระเบียบในการเข้าถึงเครือข่าย

โปรดระบุรายละเอียดของปัญหา

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

6) กฎระเบียบในการดูแลการแข่งขัน

โปรดระบุรายละเอียดของปัญหา

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



4.2 บทบาทรัฐวิสาหกิจในตลาดกิจการโทรคมนาคม

- การกำหนดขอบเขตและทิศทางในการดำเนินธุรกิจของบริษัทที่เป็นรัฐวิสาหกิจ นอกกรอบ USO ในฐานะที่มีส่วนร่วมในการแข่งขันในตลาด
 - การเลือกระหว่างบทบาทการเพิ่มศักยภาพการเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับกิจการอื่น กับ การเป็นคู่แข่งกันทางธุรกิจ
- โปรดระบุความคิดเห็น

.....

.....

.....

.....

.....

4.3 การเพิ่มศักยภาพการเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กิจการอื่น

แนวทางที่เสนอ

การลงทุนด้านเทคโนโลยีและโครงข่าย และนำไปใช้บริการเป็นโครงข่ายกลางแก่ผู้ประกอบการใช้ร่วมกัน

ประเด็นที่ขอความเห็น

เป็นแนวทางที่ช่วยลดปัญหาและอุปสรรคในตลาดกิจการโทรคมนาคมโดยรวมได้เพียงใด

โปรดระบุความคิดเห็น

.....

.....

.....

.....

.....

4.4 อุปสรรคจากสัมปทาน การร่วมทุน การทำสัญญาว่าจ้างบริหาร

ประเด็นที่หารือ

- ประสพการณ์ที่ผ่านมา ลักษณะของอุปสรรค

โปรดระบุ

.....

.....

.....

.....

.....

.....



- แนวทางการแก้ไข ลดอุปสรรคในอนาคต
โปรดระบุความคิดเห็น

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

4.5 การผ่อนคลายกฎระเบียบเพื่อเพิ่มการแข่งขัน

ข้อมูลที่พบระหว่างดำเนินโครงการ

- | | |
|--|---|
| 1. ค่าธรรมเนียมเรียกเก็บที่ไม่เป็นธรรม | 2. ความสม่ำเสมอ ที่สร้างความเชื่อมั่นในการลงทุน |
| 3. การตอบสนองความต้องการที่เป็นธุรกรรมปกติ | 4. การตัดสินใจเชิงนโยบาย |

ประเด็นที่หารือ

ขอข้อมูลอุปสรรคจากกฎระเบียบที่มีผลกระทบสูงสุด 5 อันดับแรก

1).....

เหตุผล

.....

.....

.....

.....

2).....

เหตุผล

.....

.....

.....

.....

3).....

เหตุผล

.....

.....

.....

.....



4).....

เหตุผล

.....
.....
.....

5).....

เหตุผล

.....
.....
.....

แนวทางการปรับปรุงเพื่อเพิ่มการแข่งขัน

.....
.....
.....
.....

๙๐๙๙๐๙

ขอขอบพระคุณอย่างสูงที่ให้ข้อมูลตามแบบสอบถามนี้



ภาคผนวก 5.6

หมายเลขแบบสอบถาม.....

แบบสอบถาม

โครงการศึกษาและกำหนดตัวชี้วัดหลักทางการแข่งขัน ประเมินสภาพการแข่งขันและ
ประเมินมูลค่าส่วนเกินของผู้บริโภค (Consumer surplus) ในกิจการโทรคมนาคม

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของแผนงานวิจัย เรื่อง การศึกษาและกำหนดตัวชี้วัดหลักทางการแข่งขันประเมินสภาพการแข่งขันและประเมินมูลค่าส่วนเกินของผู้บริโภค (Consumer surplus) ในกิจการโทรคมนาคม จัดทำโดย บริษัทนิวแอสเซท แอดไวเซอร์ จำกัด ร่วมกับสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า) วัตถุประสงค์เพื่อสำรวจพฤติกรรมการใช้บริการโทรคมนาคมของประชาชนในพื้นที่ต่าง ๆ ของประเทศไทย

ข้อมูลจากแบบสอบถามของท่านจะถือเป็น ความลับ จะไม่มีการเปิดเผยข้อมูลเป็นรายแบบสอบถาม โดยจะนำเสนอข้อมูลเฉพาะที่ประมวลผลโดยรวมแล้วเท่านั้น โปรดทำเครื่องหมาย X หรือ \surd ในช่อง [] ที่ตรงกับคำตอบของท่าน หรือเติมคำตอบลงในช่องว่างที่กำหนดให้

ข้อมูลทั่วไป

1. จังหวัดที่ท่านอยู่อาศัย..... ในเขตเทศบาล นอกเขตเทศบาล
2. เพศ [] ชาย [] หญิง
3. อายุ.....ปีและรายได้เฉลี่ย.....บาท/เดือน
4. การศึกษา

| | | |
|---------------------------------|-------------------------|-----------------------|
| [] ต่ำกว่าประถมศึกษาปีที่ 6 | [] ประถมศึกษาปีที่ 6 | [] มัธยมศึกษาปีที่ 3 |
| [] มัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือ ปวช. | [] อนุปริญญา หรือ ปวส. | [] ปริญญาตรี |
| [] สูงกว่าปริญญาตรี | [] อื่น ๆ ระบุ..... | |
5. อาชีพ

| | | |
|--------------------------------|----------------------------------|------------------|
| [] เกษตรกรรม | [] ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ | [] ลูกจ้างเอกชน |
| [] ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย | [] รับจ้าง/กรรมกร | [] เกษียณอายุ |
| [] แม่บ้าน/ว่างงาน | [] อื่น ๆ..... | |



13. ท่าน**ยกเลิก**เลขหมายโทรศัพท์พื้นฐานเพราะเหตุใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ย้ายที่พักอาศัย
- ต้องการเปลี่ยนผู้ให้บริการ
- ไม่ต้องการใช้บริการเสริมที่พ่วงมากับบริการโทรศัพท์พื้นฐาน เช่น บริการอินเทอร์เน็ต เคเบิลทีวี เป็นต้น
- คุณภาพไม่ดี เช่น สายหลุดบ่อย หรือขณะใช้บริการมีคลื่นแทรก เป็นต้น
- การบริการของเจ้าหน้าที่ไม่ดี
- ไม่มีความจำเป็นต้องใช้
- มีค่าบริการสูงกว่าโทรศัพท์เคลื่อนที่
- เพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย
- อื่นๆ โปรดระบุ.....

14. ใน 3 ปีที่ผ่านมา ท่านเคยเพิ่มเลขหมายโทรศัพท์พื้นฐานหรือไม่

- เคย โปรดระบุ.....หมายเลข ไม่เคย (ข้ามไปข้อ 19)

15. ถ้าท่านเคยเพิ่มเลขหมายโทรศัพท์พื้นฐานล่าสุดท่านเพิ่มเลขหมายดังกล่าวในช่วงเวลาใด

- น้อยกว่า 1 ปี 1-2 ปี 3 ปีขึ้นไป

16. ผู้ให้บริการเลขหมายโทรศัพท์บ้านท่านขอเลขหมายเพิ่มคือบริษัทใด

- ทีโอที (TOT) ทีทีเอ็นด์ที (TT&T) ทรู (TRUE) อื่นๆ โปรดระบุ.....
 ไม่ทราบ

17. ท่านเพิ่มเลขหมายโทรศัพท์พื้นฐานเพราะเหตุใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- มีความต้องการใช้เพิ่มมากขึ้น
- คาดหวังคุณภาพที่ดีขึ้น
- คาดหวังว่าระบบการบริการหลังการขายที่ดีขึ้น
- ค่าบริการมีราคาถูก
- รายการส่งเสริมการขายพ่วงกับบริการอื่นๆ เช่น เคเบิลทีวี อินเทอร์เน็ต เป็นต้น
- อื่นๆ โปรดระบุ.....

18. ระยะเวลาในการขอเพิ่มโทรศัพท์พื้นฐานนานเท่าไร

- ภายใน 3 วัน มากกว่า 7 วัน เหตุผลเพราะ.....

19. ท่านเคยมีปัญหาในการใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานหรือไม่

- เคย ไม่เคย (ข้ามไปข้อ 21)

20. ปัญหาที่ท่านพบจากการใช้โทรศัพท์พื้นฐาน

| ปัญหาการใช้โทรศัพท์ | มาก | ค่อนข้างมาก | ค่อนข้างน้อย | น้อย | ไม่มีปัญหา |
|---------------------|-----|-------------|--------------|------|------------|
| 1. สัญญาณขัดข้อง | | | | | |
| 2. ค่าใช้จ่ายสูง | | | | | |



| ปัญหาการใช้โทรศัพท์ | มาก | ค่อนข้างมาก | ค่อนข้างน้อย | น้อย | ไม่มีปัญหา |
|--|-----|-------------|--------------|------|------------|
| 3. การคิดค่าบริการไม่ถูกต้อง | | | | | |
| 4. การให้บริการของเจ้าหน้าที่ไม่ดี | | | | | |
| 5. จำนวนศูนย์บริการน้อยเกินไป | | | | | |
| 6. รอคิวนาน | | | | | |
| 7. โอเพอร์เรเตอร์ไม่สามารถให้ข้อมูลได้ | | | | | |
| 8. อื่นๆ โปรดระบุ 1)..... | | | | | |
| 9. อื่นๆ โปรดระบุ 2)..... | | | | | |

21. ท่านเคยใช้โทรศัพท์พื้นฐานโทรทางไกลภายในประเทศหรือไม่ (โทรจากโทรศัพท์พื้นฐานไปยังโทรศัพท์พื้นฐานซึ่งมีเลขหมายปลายทางข้ามพื้นที่)

เคย ความถี่ในการใช้งาน

ไม่เคย เหตุผลเพราะ

ทุกวัน

ไม่มีความจำเป็นที่จะต้องโทรทางไกลภายในประเทศ

ทุกอาทิตย์

ค่าใช้จ่ายจากโทรศัพท์พื้นฐานแพง

ทุกเดือน

ติดต่อกับโทรศัพท์เคลื่อนที่สะดวกกว่า

นานๆครั้ง

อื่นๆ โปรดระบุ.....

22. ท่านมีความพึงพอใจในการใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานในระดับใด

| ความพึงพอใจ | มาก | ค่อนข้างมาก | ค่อนข้างน้อย | น้อย | ไม่พอใจเลย |
|--|-----|-------------|--------------|------|------------|
| 1. คุณภาพของบริการด้านเทคนิค (เช่น สัญญาณชัด ไม่มีคลื่นแทรก เป็นต้น) | | | | | |
| 2. บริการของเจ้าหน้าที่ | | | | | |
| 3. การคิดค่าบริการ | | | | | |
| 4. อัตราค่าบริการของผู้ให้บริการ | | | | | |
| 5. การดูแลเมื่อเกิดปัญหา เช่น การซ่อม/แก้ไข กรณีสัญญาณ | | | | | |



| ความพึงพอใจ | มาก | ค่อนข้างมาก | ค่อนข้างน้อย | น้อย | ไม่พอใจเลย |
|---------------------------|-----|-------------|--------------|------|------------|
| ขัดข้อง เป็นต้น | | | | | |
| 6. อื่นๆ โปรดระบุ 1)..... | | | | | |
| 7. อื่นๆ โปรดระบุ 2)..... | | | | | |

23. ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา แนวโน้มของระดับความพึงพอใจในการใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานในภาพรวมอยู่ในระดับใด

มากขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง ลดลง

24. ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา ท่านเคยร้องเรียนเกี่ยวกับคุณภาพของบริการโทรศัพท์พื้นฐานหรือไม่

เคย จำนวน ครั้ง ไม่เคย (ข้ามส่วนที่ 2)

25. ถ้าเคยร้องเรียน ท่านร้องเรียนกับหน่วยงานใด

บริษัทผู้ให้บริการ..... ครั้ง สคบ.ครั้ง

กสทช. (โทรฟรีหมายเลข 1200)ครั้ง

อื่นๆ โปรดระบุ....จำนวน... ครั้ง

26. ท่านพึงพอใจกับการแก้ปัญหาของหน่วยงานนั้นในระดับใด

มาก ค่อนข้างมาก ค่อนข้างน้อย น้อย ไม่พอใจเลย

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่

27. ท่านใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่หรือไม่ (มีเลขหมายของตัวเอง)

ใช้จำนวน.....หมายเลข ถ้าตอบว่าใช้มากกว่า 1 หมายเลข ไม่ใช่ เพราะ (ข้ามไปส่วนที่ 3)

เหตุผลที่ใช้

คุณภาพของบริการที่แตกต่างกันของแต่ละพื้นที่

ไม่มีความจำเป็น

แยกตามราคา

อัตราค่าบริการแพง

แยกตามกลุ่มผู้ที่ติดต่อ

อุปกรณ์ราคาสูง

แยกตามโปรโมชั่น

อื่นๆ โปรดระบุ.....

อื่นๆ โปรดระบุ.....

28. ท่านใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

| เครือข่าย | แบบรายเดือนจำนวน.....เลขหมาย | แบบเติมเงิน จำนวน เลขหมาย |
|-----------------------|------------------------------|---------------------------------|
| 1. เอไอเอส (AIS) | | |
| 2. ดีแทค (DTAC) | | |
| 3. ทรูมูฟ (TRUE MOVE) | | |



| เครือข่าย | แบบรายเดือนจำนวน.....เลขหมาย | แบบเติมเงิน จำนวน เลขหมาย |
|---|------------------------------|---------------------------------|
| 4. ทรูมูฟเอช (TRUE MOVE H) | | |
| 5. อื่นๆ โพรดระบุน1)..... | | |
| 6. อื่นๆ โพรดระบุน2)..... | | |
| ค่าบริการรายเดือนเฉลี่ยใน รอบ 6 เดือนที่ผ่านมา (รวม ทุกเลขหมาย) | | |

- แนวโน้มในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่นานที่สุดในระดับใด

เพิ่มขึ้น ลดลง คงที่ ไม่แน่นอน

29. การใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ของท่านในรูปแบบดังต่อไปนี้มีแนวโน้มอย่างไร

| รูปแบบการใช้งาน | เพิ่มขึ้น | ลดลง | คงที่ | ไม่แน่นอน |
|---|-----------|------|-------|-----------|
| [] 1. บริการเสียง (โทรเข้า-ออก) | | | | |
| [] 2. การส่งข้อความ (SMS) | | | | |
| [] 3. การส่งรูปภาพ (MMS) | | | | |
| [] 4. บริการรับ-ส่งข้อมูล (อินเทอร์เน็ต) | | | | |

30. ท่านใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่มากที่สุดในช่วงเวลาใด

[] เวลา 8.01- 16.00 น. [] เวลา 16.01- 22.00 น. [] เวลา 22.01- 8.00 น.

31. ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมาท่านเคยยกเลิกหมายเลขโทรศัพท์เคลื่อนที่ของท่านหรือไม่

[] ไม่เคย

[] เคย บริษัทที่ท่านยกเลิก คือบริษัทใดและเหตุผลที่ท่านยกเลิกหมายเลขโทรศัพท์จากผู้ให้บริการดังกล่าวคืออะไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

| [] เอไอเอส (AIS) | [] ทรูมูฟ (TRUE MOVE) |
|---|--|
| <input type="radio"/> ไม่มีความจำเป็นต้องใช้ | <input type="radio"/> ไม่มีความจำเป็นต้องใช้ |
| <input type="radio"/> ต้องการเปลี่ยนผู้ให้บริการ | <input type="radio"/> ต้องการเปลี่ยนผู้ให้บริการ |
| <input type="radio"/> คุณภาพการใช้งานไม่ดี มีปัญหาด้านเทคนิคเช่น สายหลุดบ่อย มีสัญญาณแทรก เป็นต้น | <input type="radio"/> คุณภาพการใช้งานไม่ดี มีปัญหาด้านเทคนิคเช่น สายหลุดบ่อย มีสัญญาณแทรก เป็นต้น |
| <input type="radio"/> เครือข่ายสัญญาณไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ | <input type="radio"/> เครือข่ายสัญญาณไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ |
| <input type="radio"/> การบริการของเจ้าหน้าที่ไม่ดี | <input type="radio"/> การบริการของเจ้าหน้าที่ไม่ดี |
| <input type="radio"/> ไม่ต้องการใช้บริการเสริมหรือบริการขายพ่วงอื่นๆ เช่น อินเทอร์เน็ต เบบิลทีวี เป็นต้น | <input type="radio"/> ไม่ต้องการใช้บริการเสริมหรือบริการขายพ่วง อื่นๆ เช่น อินเทอร์เน็ต เบบิลทีวี เป็นต้น |



| | |
|---|---|
| <input type="radio"/> อื่นๆ โปรดระบุ 1)..... | <input type="radio"/> อื่นๆ โปรดระบุ 1)..... |
| <input type="radio"/> อื่นๆ โปรดระบุ 2)..... | <input type="radio"/> อื่นๆ โปรดระบุ 2)..... |
| <input type="checkbox"/> ดีแทค (DTAC) | <input type="checkbox"/> ทรูมูฟเอช (TRUE MOVE H) |
| <input type="radio"/> ไม่มีความจำเป็นต้องใช้ | <input type="radio"/> ไม่มีความจำเป็นต้องใช้ |
| <input type="radio"/> ต้องการเปลี่ยนผู้ให้บริการ | <input type="radio"/> ต้องการเปลี่ยนผู้ให้บริการ |
| <input type="radio"/> คุณภาพการใช้งานไม่ดี มีปัญหาด้านเทคนิคเช่น สายหลุดบ่อย มีสัญญาณแทรก เป็นต้น | <input type="radio"/> คุณภาพการใช้งานไม่ดี มีปัญหาด้านเทคนิคเช่น สายหลุดบ่อย มีสัญญาณแทรก เป็นต้น |
| <input type="radio"/> เครือข่ายสัญญาณไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ | <input type="radio"/> เครือข่ายสัญญาณไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ |
| <input type="radio"/> การบริการของเจ้าหน้าที่ไม่ดี | <input type="radio"/> การบริการของเจ้าหน้าที่ไม่ดี |
| <input type="radio"/> ไม่ต้องการใช้บริการเสริมหรือบริการขายพ่วงอื่นๆ เช่น อินเทอร์เน็ต เคเบิลทีวี เป็นต้น | <input type="radio"/> ไม่ต้องการใช้บริการเสริมหรือบริการขายพ่วงอื่นๆ เช่น อินเทอร์เน็ต เคเบิลทีวี เป็นต้น |
| <input type="radio"/> อื่นๆ โปรดระบุ 1)..... | <input type="radio"/> อื่นๆ โปรดระบุ 1)..... |
| <input type="radio"/> อื่นๆ โปรดระบุ 2)..... | <input type="radio"/> อื่นๆ โปรดระบุ 2)..... |
| <input type="checkbox"/> กสท-มาย (CAT-MY) | <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ..... |
| <input type="radio"/> ไม่มีความจำเป็นต้องใช้ | <input type="radio"/> ไม่มีความจำเป็นต้องใช้ |
| <input type="radio"/> ต้องการเปลี่ยนผู้ให้บริการ | <input type="radio"/> ต้องการเปลี่ยนผู้ให้บริการ |
| <input type="radio"/> คุณภาพการใช้งานไม่ดี มีปัญหาด้านเทคนิค เช่น สายหลุดบ่อย มีสัญญาณแทรก เป็นต้น | <input type="radio"/> คุณภาพการใช้งานไม่ดี มีปัญหาด้านเทคนิค เช่น สายหลุดบ่อย มีสัญญาณแทรก เป็นต้น |
| <input type="radio"/> เครือข่ายสัญญาณไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ | <input type="radio"/> เครือข่ายสัญญาณไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ |
| <input type="radio"/> การบริการของเจ้าหน้าที่ไม่ดี | <input type="radio"/> การบริการของเจ้าหน้าที่ไม่ดี |
| <input type="radio"/> ไม่ต้องการใช้บริการเสริมหรือบริการขายพ่วงอื่นๆ เช่น อินเทอร์เน็ต เคเบิลทีวี เป็นต้น | <input type="radio"/> ไม่ต้องการใช้บริการเสริมหรือบริการขายพ่วงอื่นๆ เช่น อินเทอร์เน็ต เคเบิลทีวี เป็นต้น |
| <input type="radio"/> อื่นๆ โปรดระบุ 1)..... | <input type="radio"/> อื่นๆ โปรดระบุ 1)..... |
| <input type="radio"/> อื่นๆ โปรดระบุ 2)..... | <input type="radio"/> อื่นๆ โปรดระบุ 2)..... |

32. ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา ท่านเคยเปลี่ยน/เพิ่มหมายเลขโทรศัพท์เคลื่อนที่หรือไม่

ไม่เคย (ข้ามไปข้อ 34)

เคยบริษัทที่ท่านเปลี่ยน/เพิ่ม คือบริษัทใดและเหตุผลที่ท่านเปลี่ยน/เพิ่มหมายเลข โทรศัพท์จากผู้ให้บริการ ดังกล่าวคืออะไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

| | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> เอไอเอส (AIS) | <input type="checkbox"/> ทรูมูฟ (TRUE MOVE) |
| <input type="radio"/> เครือข่ายสัญญาณมีพื้นที่ครอบคลุมมากกว่า | <input type="radio"/> เครือข่ายสัญญาณมีพื้นที่ครอบคลุมมากกว่า |
| <input type="radio"/> คาดหวังคุณภาพการใช้งาน/เทคโนโลยีที่ดีกว่า | <input type="radio"/> คาดหวังคุณภาพการใช้งาน/เทคโนโลยีที่ดีกว่า |
| <input type="radio"/> คาดหวังอัตราค่าบริการที่ถูกกว่า | <input type="radio"/> คาดหวังอัตราค่าบริการที่ถูกกว่า |
| <input type="radio"/> คาดหวังการให้บริการหลังการขายที่ดีกว่า | <input type="radio"/> คาดหวังการให้บริการหลังการขายที่ดีกว่า |



| | |
|--|--|
| <input type="radio"/> ต้องการใช้บริการเสริมหรือบริการขายพ่วงอื่นๆ เช่น อินเทอร์เน็ต เคเบิลทีวี เป็นต้น | <input type="radio"/> ต้องการใช้บริการเสริมหรือบริการขายพ่วงอื่นๆ เช่น อินเทอร์เน็ต เคเบิลทีวี เป็นต้น |
| <input type="radio"/> อื่นๆ โปรดระบุ 1)..... | <input type="radio"/> อื่นๆ โปรดระบุ 1)..... |
| <input type="radio"/> อื่นๆ โปรดระบุ 2)..... | <input type="radio"/> อื่นๆ โปรดระบุ 2)..... |
| [] ดีเทล (DTAC) | [] ทรูมูฟเอช (TRUE MOVE H) |
| <input type="radio"/> เครือข่ายสัญญาณมีพื้นที่ครอบคลุมมากกว่า | <input type="radio"/> เครือข่ายสัญญาณมีพื้นที่ครอบคลุมมากกว่า |
| <input type="radio"/> คาดหวังคุณภาพการใช้งาน/เทคโนโลยีที่ดีกว่า | <input type="radio"/> คาดหวังคุณภาพการใช้งาน/เทคโนโลยีที่ดีกว่า |
| <input type="radio"/> คาดหวังอัตราค่าบริการที่ถูกกว่า | <input type="radio"/> คาดหวังอัตราค่าบริการที่ถูกกว่า |
| <input type="radio"/> คาดหวังการให้บริการหลังการขายที่ดีกว่า | <input type="radio"/> คาดหวังการให้บริการหลังการขายที่ดีกว่า |
| <input type="radio"/> ต้องการใช้บริการเสริมหรือบริการขายพ่วงอื่นๆ เช่น อินเทอร์เน็ต เคเบิลทีวี เป็นต้น | <input type="radio"/> ต้องการใช้บริการเสริมหรือบริการขายพ่วงอื่นๆ เช่น อินเทอร์เน็ต เคเบิลทีวี เป็นต้น |
| <input type="radio"/> อื่นๆ โปรดระบุ 1)..... | <input type="radio"/> อื่นๆ โปรดระบุ 1)..... |
| <input type="radio"/> อื่นๆ โปรดระบุ 2)..... | <input type="radio"/> อื่นๆ โปรดระบุ 2)..... |
| [] กสท-มาย (CAT-MY) | [] อื่นๆ โปรดระบุ..... |
| <input type="radio"/> เครือข่ายสัญญาณมีพื้นที่ครอบคลุมมากกว่า | <input type="radio"/> เครือข่ายสัญญาณมีพื้นที่ครอบคลุมมากกว่า |
| <input type="radio"/> คาดหวังคุณภาพการใช้งาน/เทคโนโลยีที่ดีกว่า | <input type="radio"/> คาดหวังคุณภาพการใช้งาน/เทคโนโลยีที่ดีกว่า |
| <input type="radio"/> คาดหวังอัตราค่าบริการที่ถูกกว่า | <input type="radio"/> คาดหวังอัตราค่าบริการที่ถูกกว่า |
| <input type="radio"/> คาดหวังการให้บริการหลังการขายที่ดีกว่า | <input type="radio"/> คาดหวังการให้บริการหลังการขายที่ดีกว่า |
| <input type="radio"/> ต้องการใช้บริการเสริมหรือบริการขายพ่วงอื่นๆ เช่น อินเทอร์เน็ต เคเบิลทีวี เป็นต้น | <input type="radio"/> ต้องการใช้บริการเสริมหรือบริการขายพ่วงอื่นๆ เช่น อินเทอร์เน็ต เคเบิลทีวี เป็นต้น |
| <input type="radio"/> อื่นๆ โปรดระบุ 1)..... | <input type="radio"/> อื่นๆ โปรดระบุ 1)..... |
| <input type="radio"/> อื่นๆ โปรดระบุ 2)..... | <input type="radio"/> อื่นๆ โปรดระบุ 2)..... |

33. ในการเพิ่ม/เปลี่ยนผู้ให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ ท่านได้ใช้ข้อมูลของผู้ให้บริการรายอื่นเปรียบเทียบกับผู้ให้บริการรายเดิมประกอบการตัดสินใจหรือไม่

ไม่ใช่ ใช่

34. ท่านทราบหรือไม่ว่าหากท่านมีการเปลี่ยนย้ายค่ายผู้ให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ ท่านสามารถใช้เลขหมายเดิมได้

ทราบ ไม่ทราบ (ข้ามไปตอบข้อ 38)

35. ถ้าทราบท่านเคยใช้บริการดังกล่าวหรือไม่ เคย ไม่เคย (ข้ามไปตอบข้อ 38)

36. ท่านผู้ให้บริการใช้เวลานานเท่าใดก่อนที่จะมีการอนุมัติให้ย้ายเครือข่ายโดยที่ยังคงหมายเลขเดิมไว้ได้ (นับจากวันที่รับเรื่องและไม่ค้างค่าใช้จ่ายกับผู้ให้บริการ)

ภายใน 3 วัน ภายใน 1 สัปดาห์

นานกว่า 1 สัปดาห์ โปรดระบุสาเหตุที่ทำให้ล่าช้า.....



37. ท่านมีความพึงพอใจในระดับใดต่อการใช้สิทธิย้ายค่ายแค่หมายเลขเดิม

[] มาก [] ค่อนข้างมาก [] ค่อนข้างน้อย [] น้อย [] ไม่พอใจเลย

38. ท่านใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ เพื่อบริการในด้านเหล่านี้มากน้อยเพียงใด

| การใช้บริการเสริม | มาก | ค่อนข้างมาก | ค่อนข้างน้อย | น้อย | ไม่ใช้เลย |
|--|-----|-------------|--------------|------|-----------|
| 1. อีเมลล์ | | | | | |
| 2. เครื่องข่ายสังคมออนไลน์ เช่น Facebook Instagram เป็นต้น | | | | | |
| 3. การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านทาง อินเทอร์เน็ต (Internet Banking การซื้อ ขายหุ้น ฯลฯ) | | | | | |
| 4. คู่มือโทรศัพท์ | | | | | |
| 5. ฟังวิทยุ | | | | | |
| 6. สื่อสารผ่านแอปพลิเคชันบนอินเทอร์เน็ต เช่น Line, Whatsapp, Skype เป็นต้น | | | | | |
| 7. เล่นเกมส์/ดาวน์โหลดเกมส์ | | | | | |
| 8. ชม/ดาวน์โหลดคลิปวีดีโอ (เพลง ภาพยนตร์) | | | | | |
| 9. ตรวจสอบข้อมูลข่าวสาร เช่น การจราจร การพยากรณ์อากาศ | | | | | |
| 10. อื่นๆ โปรดระบุ 1)..... | | | | | |
| 11. อื่นๆ โปรดระบุ 2)..... | | | | | |

39. ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ขึ้นอยู่กับอะไรบ้างและให้ความสำคัญกับประเด็นต่อไปนี้หรือไม่ (ตอบได้ มากกว่า 1 ข้อ)

| การใช้บริการ | มาก | ค่อนข้างมาก | ค่อนข้างน้อย | น้อย | ไม่มีผล |
|---------------------------------------|-----|-------------|--------------|------|---------|
| 1. ราคาของอุปกรณ์โทรศัพท์เคลื่อนที่ | | | | | |
| 2. ยี่ห้อของอุปกรณ์โทรศัพท์เคลื่อนที่ | | | | | |
| 3. รูปลักษณะของโทรศัพท์เคลื่อนที่ | | | | | |
| 4. คำแนะนำจากผู้อื่น | | | | | |
| 5. สื่อโฆษณาของผู้ขายอุปกรณ์ | | | | | |
| 6. สามารถใช้ฟังก์ชันตามที่ต้องการได้ | | | | | |
| 7. อื่นๆ 1)..... | | | | | |
| 8. อื่นๆ 2)..... | | | | | |



โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ไม่ได้ (เช่น โทรศัพท์เสีย แบตเตอรี่หมด เป็นต้น)

อื่นๆ โปรดระบุ

47. ท่านใช้โทรศัพท์สาธารณะในสถานที่ใดเป็นหลัก

| สถานที่ใช้บริการ | ประจำ | ค่อนข้างบ่อย | นานๆ ครั้ง | ไม่ใช้บริการเลย |
|--------------------------|-------|--------------|------------|-----------------|
| 1. ใกล้ที่พักอาศัย | | | | |
| 2. ในห้างสรรพสินค้า | | | | |
| 3. ใกล้ที่ทำงาน/ที่เรียน | | | | |
| 4. ตามถนนทั่วไป | | | | |
| 5. อื่นๆ โปรดระบุ..... | | | | |

48. ท่านมีความพึงพอใจในการใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะในระดับใด

| ความพึงพอใจ | มาก | ค่อนข้างมาก | ค่อนข้างน้อย | น้อย | ไม่พอใจเลย |
|---|-----|-------------|--------------|------|------------|
| 1. คุณภาพและมาตรฐาน | | | | | |
| 2. อัตราค่าบริการ | | | | | |
| 3. จำนวนโทรศัพท์สาธารณะ (ที่ใช้งานได้จริง) | | | | | |
| 4. อื่นๆ โปรดระบุ..... | | | | | |

49. ท่านพบปัญหาใดบ้างในการใช้โทรศัพท์สาธารณะ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

| ปัญหาในการใช้บริการ | มาก | ค่อนข้างมาก | ค่อนข้างน้อย | น้อย | ไม่มีปัญหา |
|---|-----|-------------|--------------|------|------------|
| 1. มีโทรศัพท์สาธารณะจำนวนน้อย หายากเวลาต้องการใช้งาน | | | | | |
| 2. มีตู้โทรศัพท์สาธารณะ แต่ใช้งาน ไม่ได้ | | | | | |
| 3. สัญญาณไม่ดี หลุดหรือขาดหายบ่อย | | | | | |
| 4. ค่าบริการแพง | | | | | |
| 5. กินเหรียญ | | | | | |
| 6. อื่นๆ โปรดระบุ..... | | | | | |

50. ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา แนวโน้มระดับความพึงพอใจในการใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะในภาพรวม
อยู่ในระดับใด

มากขึ้น

ไม่เปลี่ยนแปลง

ลดลง



51. ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา ท่านเคยร้องเรียนเกี่ยวกับคุณภาพของบริการ โทรศัพท์สาธารณะหรือไม่
 เคย จำนวน ครั้ง ไม่เคย (ข้ามไปที่ 4)
52. ถ้าเคยท่านร้องเรียนกับหน่วยงานใด
 บริษัทผู้ให้บริการ..... ครั้ง สคบ.ครั้ง
 กสทช. (โทรฟรีหมายเลข 1200)ครั้ง อื่นๆ.....จำนวน ครั้ง
53. ถ้าท่านเคยร้องเรียนเกี่ยวกับคุณภาพของบริการ โทรศัพท์สาธารณะท่านพึงพอใจกับการแก้ปัญหา
ของหน่วยงานนั้นในระดับใด
 มาก ค่อนข้างมาก ค่อนข้างน้อย น้อย ไม่พอใจเลย

ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต

54. ท่านใช้บริการอินเทอร์เน็ตหรือไม่ ใช่ ไม่ใช่ (ข้ามไปส่วนที่ 5)
55. ท่านใช้บริการอินเทอร์เน็ตพ่วงกับบริการอื่นหรือไม่
 ไม่ใช่ ใช่และพ่วงกับบริการใด (ระบุได้มากกว่า 1 ข้อ)
 โทรศัพท์พื้นฐาน โทรศัพท์เคลื่อนที่ เคเบิลทีวี อื่นๆ.....
56. สถานที่ที่ท่านใช้บริการอินเทอร์เน็ตคือสถานที่ใดและมีความถี่ระดับใด

| สถานที่ | ประจำ | ค่อนข้างบ่อย | นานๆ ครั้ง | ไม่เคยเลย |
|--|-------|--------------|------------|-----------|
| 1. ผ่านเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ | | | | |
| 2. บ้าน/ที่พักอาศัย | | | | |
| 3. ที่ทำงาน/สถานศึกษา | | | | |
| 4. จุดที่มีบริการอินเทอร์เน็ต WiFi สาธารณะ | | | | |
| 5. ร้านค้าที่มีบริการอินเทอร์เน็ต WiFi | | | | |
| 6. อื่นๆ (โปรดระบุ) 1..... | | | | |
| 7. อื่นๆ (โปรดระบุ) 2..... | | | | |

57. ท่านใช้งานอินเทอร์เน็ตมากที่สุดในช่วงเวลาใด
 เวลา 8.01- 16.00 น. เวลา 16.01- 22.00 น. เวลา 22.01- 8.00 น.
58. ท่านใช้บริการอินเทอร์เน็ตจากบริษัทใด
 ทีโอที (TOT) 3 Broadband (3BB) TRUE
 ผ่านเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ โปรดระบุบริษัท..... อื่นๆ โปรดระบุ
- ไม่ทราบ



59. ท่านใช้บริการดังต่อไปนี้มากน้อยแค่ไหน

| การใช้บริการเสริม | มาก | ค่อนข้างมาก | ค่อนข้างน้อย | น้อย | ไม่เคยใช้เลย |
|---|-----|-------------|--------------|------|--------------|
| 1. อีเมลล์ | | | | | |
| 2. เครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Instagram เป็นต้น | | | | | |
| 3. การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านทางอินเทอร์เน็ต เช่น internet banking, stock trading เป็นต้น | | | | | |
| 4. คู่มือทัศน/คู่มือ | | | | | |
| 5. ฟังวิทยุ | | | | | |
| 6. สื่อสารผ่านแอปพลิเคชันบนอินเทอร์เน็ต เช่น Line, Whatsapp, Skype เป็นต้น | | | | | |
| 7. เล่นเกมส์/ดาวน์โหลดเกมส์ | | | | | |
| 8. ชม/ดาวน์โหลดคลิปวีดีโอ (เพลง ภาพยนตร์) | | | | | |
| 9. ตรวจสอบข้อมูลข่าวสาร เช่น การจราจรการพยากรณ์อากาศ | | | | | |
| 10. อื่นๆ โปรดระบุ 1)..... | | | | | |
| 11. อื่นๆ โปรดระบุ 2)..... | | | | | |

60. ท่านใช้ช่องทางใดผ่านรูปแบบใดในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตและมีปริมาณการใช้ รวมถึงค่าบริการเป็นเท่าใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

| รูปแบบการเชื่อมต่อ | รูปแบบ Package | ปริมาณการใช้ งาน (ช.ม./วัน) | ค่าบริการ (บาท/เดือน) | ไม่ทราบ |
|---|----------------|-----------------------------|-----------------------|---------|
| <input type="checkbox"/> 1. อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (ADSL) | | | | |
| <input type="checkbox"/> 2. อินเทอร์เน็ตความเร็วต่ำ (Dial up) | | | | |
| <input type="checkbox"/> 3. WiFi หรือ LAN ที่มีค่าใช้จ่าย | | | | |
| <input type="checkbox"/> 4. WiFi หรือ LAN ที่ไม่มีค่าใช้จ่าย | | | | |
| <input type="checkbox"/> 5. เชื่อมต่อผ่านระบบ EDGE/GPRS | | | | |



| รูปแบบการเชื่อมต่อ | รูปแบบ Package | ปริมาณการใช้ งาน (ช.ม./วัน) | ค่าบริการ (บาท/เดือน) | ไม่ทราบ |
|-------------------------------|----------------|-----------------------------|-----------------------|---------|
| [] 6. เชื่อมต่อผ่านระบบ 3G | | | | |
| [] 7. อื่นๆ โปรดระบุ 1)..... | | | | |
| [] 8. อื่นๆ โปรดระบุ 2)..... | | | | |

61. ท่านเคยประสบปัญหาในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตหรือไม่ [] ไม่เคย [] เคย
62. หากเคย ปัญหาที่ท่านพบ อยู่ในระดับใด

| ปัญหา | มาก | ค่อนข้างมาก | ค่อนข้างน้อย | น้อย | ไม่มีปัญหา |
|--|-----|-------------|--------------|------|------------|
| 1. สัญญาณขัดข้อง เครื่องช้าลง | | | | | |
| 2. ค่าใช้จ่ายสูงเกินไป | | | | | |
| 3. มีการคิดค่าบริการผิดพลาด | | | | | |
| 4. ความเร็วการใช้งานไม่เป็นไปตามที่ระบุไว้ | | | | | |
| 5. การให้บริการไม่ดี เช่น มีความล่าช้าในการแก้ไขปัญหา หรือติดต่อเจ้าหน้าที่ยากเวลาที่มีปัญหา | | | | | |
| 6. อื่นๆ โปรดระบุ 1)..... | | | | | |
| 7. อื่นๆ โปรดระบุ 2)..... | | | | | |

63. ท่านมีความพึงพอใจในระดับใดในการใช้บริการอินเทอร์เน็ต

| ความพึงพอใจ | มาก | ค่อนข้างมาก | ค่อนข้างน้อย | น้อย | ไม่พอใจเลย |
|-------------------------------------|-----|-------------|--------------|------|------------|
| 1. คุณภาพของบริการด้านเทคนิค | | | | | |
| 2. บริการของเจ้าหน้าที่ | | | | | |
| 3. อัตราค่าบริการ | | | | | |
| 4. ความหลากหลายในประเภทการให้บริการ | | | | | |
| 5. อื่นๆ 1)..... | | | | | |



| ความพึงพอใจ | มาก | ค่อนข้างมาก | ค่อนข้างน้อย | น้อย | ไม่พอใจเลย |
|------------------|-----|-------------|--------------|------|------------|
| 6. อื่นๆ 2)..... | | | | | |
| 7. อื่นๆ 3)..... | | | | | |

64. ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา แนวโน้มระดับความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตในภาพรวมอยู่ในระดับใด

มากขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง ลดลง

65. ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา ท่านเคยร้องเรียนเกี่ยวกับคุณภาพของบริการอินเทอร์เน็ตหรือไม่

เคย จำนวน ครั้ง ไม่เคย (ข้ามส่วนที่ 5)

66. ถ้าเคยท่านร้องเรียนกับหน่วยงานใด

บริษัทผู้ให้บริการ..... ครั้ง สคบ.ครั้ง
 กสทช. (โทรฟรี หมายเลข 1200)ครั้ง อื่นๆ..... จำนวนครั้ง

67. ถ้าท่านเคยร้องเรียนเกี่ยวกับคุณภาพของบริการอินเทอร์เน็ตท่านพึงพอใจกับการแก้ปัญหาของหน่วยงานนั้นในระดับใด

มาก ค่อนข้างมาก ค่อนข้างน้อย น้อย ไม่พอใจเลย

68. ท่านเคยใช้การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตผ่านฟรี WiFi ที่ให้บริการโดยภาครัฐหรือไม่

ไม่เคย (ข้ามไปส่วนที่ 5) เคย

69. ท่านเคยประสบปัญหาจากการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านฟรี WiFi ที่ให้บริการโดยภาครัฐหรือไม่

ไม่เคย (ข้ามไปส่วนที่ 5) เคย ปัญหาที่ท่านพบคือ

- ไม่มีการประชาสัมพันธ์เรื่อง Username และ password
- กระบวนการยุ่งยาก
- คุณภาพของสัญญาณไม่ดี
- อื่นๆ โปรดระบุ

70. ท่านมีความพึงพอใจในระดับใดในการใช้บริการฟรี WiFi

| ความพึงพอใจ | มาก | ค่อนข้างมาก | ค่อนข้างน้อย | น้อย | ไม่พอใจเลย |
|--|-----|-------------|--------------|------|------------|
| 1. คุณภาพของบริการด้านเทคนิค | | | | | |
| 2. ความครอบคลุมพื้นที่ให้บริการ | | | | | |
| 3. เงื่อนไขการให้บริการ (เช่น การจำกัดระยะเวลา ฯลฯ) | | | | | |



| ความพึงพอใจ | มาก | ค่อนข้างมาก | ค่อนข้างน้อย | น้อย | ไม่พอใจเลย |
|------------------|-----|-------------|--------------|------|------------|
| 4. อื่นๆ 1)..... | | | | | |
| 5. อื่นๆ 2)..... | | | | | |

ส่วนที่ 5 พฤติกรรมการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ

71. ท่านใช้บริการโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศหรือไม่

- [] ใช้ ระบุประเทศ (ตอบได้มากกว่า 1 ประเทศ).....
[] ไม่ใช้ (ข้ามไปส่วนที่ 6)

72. ในการโทรทางไกลระหว่างประเทศ ท่านโทรออกจากโทรศัพท์พื้นฐานหรือ โทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นหลัก

- [] โทรศัพท์พื้นฐาน (ข้ามไปข้อ 75) [] โทรศัพท์เคลื่อนที่

73. เมื่อท่านโทรทางไกลระหว่างประเทศจากโทรศัพท์เคลื่อนที่ ท่านกดเครื่องหมายบวก (+) หรือไม่

- [] ใช่ [] ไม่ใช้ (ข้ามไปข้อ 75)

74. หากท่านใช้การกดเครื่องหมายบวก (+) ท่านทราบหรือไม่ว่าบริษัทใดเป็นผู้ให้บริการเชื่อมต่อโครงข่ายระหว่างประเทศ

- [] ทราบ ระบุเครือข่าย..... [] ไม่ทราบ
[] อื่นๆ โปรดระบุ

75. ท่านใช้บริการเหล่านี้เมื่อโทรทางไกลระหว่างประเทศหรือไม่

| รูปแบบ | ประจำ | ค่อนข้างบ่อย | นานๆ ครั้ง | ไม่เคยเลย |
|-------------------------------|-------|--------------|------------|-----------|
| 1. บัตรโทรศัพท์ | | | | |
| 2. โทรผ่านอินเทอร์เน็ต (VoIP) | | | | |

หมายเหตุ : โทรผ่านอินเทอร์เน็ต (VoIP) หมายถึง การใช้คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ หรือ เล็ปท็อป รวมทั้งโทรศัพท์มือถือ เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต แล้วใช้โปรแกรมหรือแอปพลิเคชัน เช่น Skype, Line, Tango โทรไปยังเบอร์บ้าน หรือเบอร์มือถือ ไม่ได้โทรโดยผ่านเครือข่ายโทรศัพท์โดยตรง

76. ท่านเลือกใช้บริการในรูปแบบดังกล่าวเพราะเหตุใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

| สาเหตุที่เลือกใช้ | บัตรโทรศัพท์ | โทรผ่านอินเทอร์เน็ต (VoIP) |
|-------------------|--------------|----------------------------|
| 1. สะดวก | | |



- [] บัตรโทรศัพท์
[] ซิมการ์ดใหม่ของแต่ละประเทศ
[] อื่น ๆ ระบุ.....

84. เมื่อท่านเดินทางไปต่างประเทศ ท่านเปิดใช้บริการโทรศัพท์ข้ามแดนอัตโนมัติ (International Roaming) หรือไม่

- [] เปิดใช้บริการ [] ไม่เปิดใช้บริการ (ข้าม ไปข้อ 87)

85. เมื่อท่านเปิดใช้บริการโทรศัพท์ข้ามแดนอัตโนมัติ ท่านประสบปัญหาหรือไม่

- [] ประสบปัญหา [] ไม่ประสบปัญหา (ข้าม ไปข้อ 87)

86. ท่านประสบกับปัญหาใดในการใช้บริการโทรศัพท์ข้ามแดนอัตโนมัติ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

| ปัญหา | มาก | ค่อนข้างมาก | ค่อนข้างน้อย | น้อย | ไม่มีปัญหา |
|---|-----|-------------|--------------|------|------------|
| 1. ไม่ทราบอัตราค่าบริการและ เครือข่ายที่ใช้งาน | | | | | |
| 2. ไม่ทราบว่ากรรับสายต้องเสีย ค่าบริการ | | | | | |
| 3. โทรศัพท์เชื่อมต่อกับระบบ ตลอดเวลาและไม่มีการปิดการ เชื่อมต่อเมื่อไม่ได้ใช้งาน | | | | | |
| 4. ไม่ทราบว่ากรเปิดบริการข้าม แดนอัตโนมัตินั้นรวมถึงการใช้ บริการข้อมูล (Data) ด้วย | | | | | |
| 5. ผู้ให้บริการไม่แจ้งข้อมูลและ รายละเอียดอัตราค่าบริการให้ ทราบผ่านทาง SMS | | | | | |
| 6. อื่นๆ 1)..... | | | | | |
| 7. อื่นๆ 2)..... | | | | | |

87. ท่านเคยประสบปัญหาการที่โทรศัพท์เคลื่อนที่ของท่านรับสัญญาณโทรศัพท์ข้ามแดนอัตโนมัติใน
เขตชายแดน เช่น จังหวัดบึงกาฬ จังหวัดหนองคาย เป็นต้น

- [] เคย [] ไม่เคย



88. ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา แนวโน้มระดับความพึงพอใจในการใช้บริการโทรศัพท์ข้ามแดนอัตโนมัติในภาพรวมอยู่ในระดับใด

มากขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง ลดลง

89. ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา ท่านเคยร้องเรียนเกี่ยวกับบริการโทรศัพท์ข้ามแดนอัตโนมัติหรือไม่

เคย จำนวน ครั้ง ไม่เคย (ข้ามส่วนที่ 7)

90. ถ้าเคยท่านร้องเรียนกับหน่วยงานใด

บริษัทผู้ให้บริการ..... ครั้ง สคบ.ครั้ง

กสทช. (โทรฟรี หมายเลข 1200)ครั้ง อื่นๆ.....จำนวนครั้ง

91. ท่านพึงพอใจกับการแก้ปัญหาของหน่วยงานนั้นในระดับใด

มาก ค่อนข้างมาก ค่อนข้างน้อย น้อย ไม่พอใจเลย

ส่วนที่ 7 ความคาดหวังต่อบริการโทรคมนาคมในอนาคตของไทย

92. โทรศัพท์พื้นฐาน

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

93. โทรศัพท์เคลื่อนที่

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



94. อินเทอร์เน็ต

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

95. โทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

๙๙๙๙

ขอขอบพระคุณอย่างสูงที่ให้ข้อมูลตามแบบสอบถามนี้