



สำนักงานคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ

รายงานสภาพตลาดโทรศัพท์พื้นฐาน โทรศัพท์เคลื่อนที่ และ บริการอินเทอร์เน็ต ไตรมาส 1 ปี 2550

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

นางอังคณา จรินทร์พิทักษ์ นายประถมพงศ์ ศรีนวล และ นางสาววิจิตรา หาญเชิงชัย

สำนักพัฒนานโยบายและกฎกติกา

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

E-mail address: psrinuan@yahoo.com,

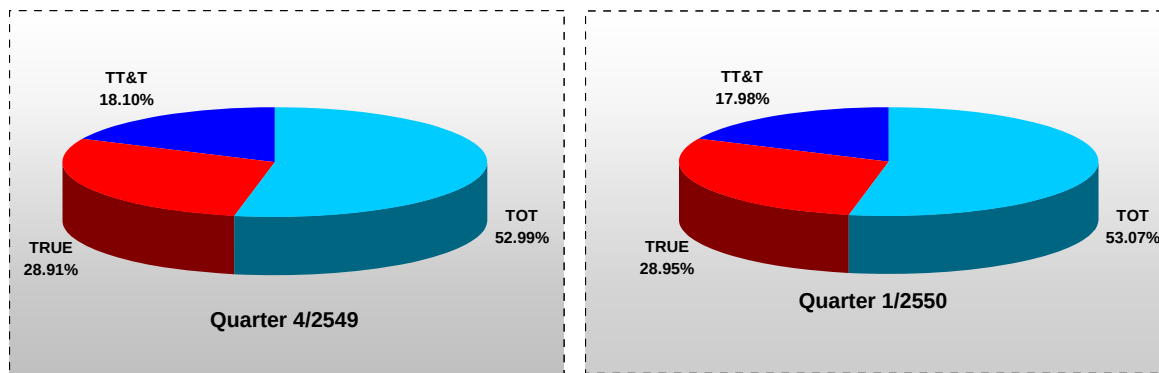
ข้อคิดเห็นที่ปรากฏอยู่รายงานฉบับนี้เป็นความเห็นส่วนตัวของผู้เขียนโดยเฉพาะ ซึ่งไม่จำเป็นต้องสอดคล้อง
กับนโยบายของสำนักงานคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ

1. ตลาดบริการโทรศัพท์พื้นฐาน

1.1 โครงสร้างตลาดบริการโทรศัพท์พื้นฐาน (Market Structure)

การให้บริการโทรศัพท์พื้นฐานในปี 2550 มีผู้ลงทุนและผู้ดำเนินการให้บริการโทรศัพท์พื้นฐานแล้วทั้งสิ้นจำนวน 5 ราย ได้แก่ (1) บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) (TOT) ให้บริการโทรศัพท์พื้นฐานทั่วประเทศ เช่นเดียวกับ (2) บริษัท Triple T Broadband และ (3) บริษัท True Universal Convergence แต่บริษัททั้งสองนี้รายนี้ยังมีได้ดำเนินการให้บริการแก่ประชาชน เนื่องจากยังอยู่ระหว่างการวางโครงข่ายโทรคมนาคม สำหรับ (4) บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (TRUE) ให้บริการโทรศัพท์พื้นฐานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และ (5) บริษัท ทีทีแอนด์ที จำกัด (มหาชน) (TT&T) ให้บริการโทรศัพท์พื้นฐานในเขตภูมิภาค

การแข่งขันในภาพรวมของตลาดบริการโทรศัพท์พื้นฐานในปี 2550 ยังคงมีผู้แข่งขันในตลาดโทรศัพท์พื้นฐานจำนวน 3 รายซึ่งเป็นผู้แข่งขันรายเดิม (existing provider) โดย บมจ. ทีโอที ยังคงครอบครองส่วนแบ่งการตลาดเป็นอันดับหนึ่ง คือ ประมาณร้อยละ 53 (ดูรูปที่ 1) ในขณะที่บริษัทเอกชนคู่แข่งขัน คือ บมจ. TRUE และ บมจ. TT&T มีส่วนแบ่งตลาดประมาณ ร้อยละ 28 และ 18 ตามลำดับ ซึ่งโครงสร้างส่วนแบ่งตลาดในตลาดบริการโทรศัพท์พื้นฐานไม่ค่อยมีการเปลี่ยนแปลงมากนัก และแม้ว่าจะมีการเข้ามาของรายใหม่ในตลาดโทรศัพท์พื้นฐานอีก 2 ราย แต่ทั้ง บริษัท Triple T Broadband และบริษัท True Universal Convergence ต่างก็เป็นผู้ประกอบการรายใหม่ที่เกิดจากการขยายขอบเขตการดำเนินธุรกิจของรายเก่าเพื่อให้สามารถให้บริการนอกกรอบของสัญญาความร่วมมืองานทั้งสิ้น ดังนั้น ณ ช่วงเวลานี้ ตลาดบริการโทรศัพท์พื้นฐานโดยรวมของประเทศยังคงเป็นตลาดแข่งขันที่มีผู้ขายน้อยราย หรือ Oligopoly Market



รูปที่ 1 ส่วนแบ่งตลาดของตลาดบริการโทรศัพท์พื้นฐาน

ที่มา: TOT TRUE และ TT&T

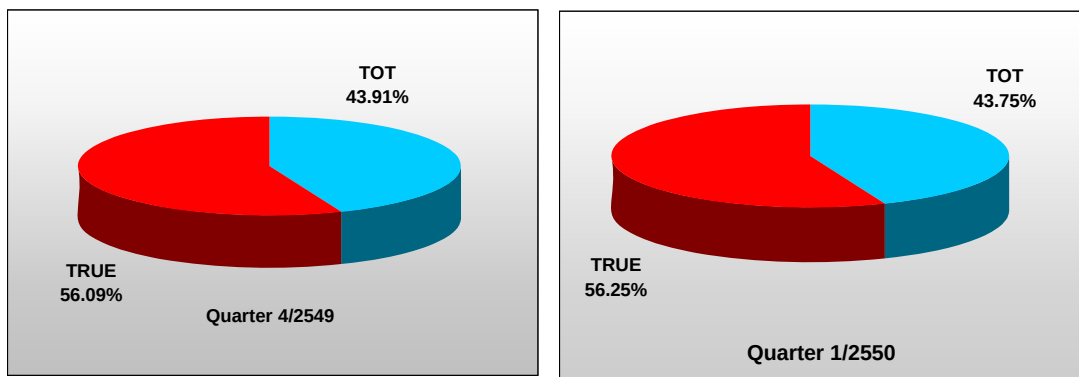
อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาในช่วงเวลาที่ทั้ง Triple T Broadband และ True Universal Convergence ยังไม่เข้ามามีบทบาทในตลาดโทรศัพท์พื้นฐาน การให้บริการโทรศัพท์พื้นฐานในปัจจุบัน ผู้บริโภคไม่สามารถเปลี่ยนการใช้งานจากผู้ให้บริการรายหนึ่ง ไปใช้งานกับผู้ให้บริการอีกรายหนึ่งได้ แม้ว่าราคาค่าบริการของผู้ให้บริการรายอื่นจะมีราคาถูกกว่าก็ตาม หากผู้ให้บริการรายนั้นไม่มีโครงข่ายในการ

ให้บริการในพื้นที่ที่ผู้บริโภครายนั้นอาศัยอยู่ จึงขอแยกการพิจารณาตลาดบริการโทรศัพท์พื้นฐานออกเป็น 2 ตลาด ดังนี้

1) ตลาดโทรศัพท์พื้นฐานในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล

จากที่กล่าวไปแล้วว่าโครงสร้างส่วนแบ่งตลาดของตลาดบริการโทรศัพท์พื้นฐานไม่ค่อยมีการเปลี่ยนแปลงมากนัก ในตลาดโทรศัพท์พื้นฐานในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลในไตรมาส 1/2550 พบว่า บมจ. TRUE มีส่วนแบ่งตลาดโทรศัพท์พื้นฐานในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ประมาณร้อยละ 56 ซึ่งมากกว่า บมจ. ทีโอที ซึ่งเป็นสัดส่วนที่แตกต่างกันไม่มากนัก (ดูรูปที่ 2) โดยใน บมจ. TRUE มีเลขหมายที่ให้บริการประมาณ 1.98 ล้านเลขหมาย ในขณะที่ บมจ. ทีโอที มีเลขหมายให้บริการประมาณ 1.54 ล้านเลขหมาย

เมื่อพิจารณาถึงระดับการแข่งขันของตลาดบริการโทรศัพท์พื้นฐานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยใช้ดัชนี Hefindahl-Hirschman Index (HHI)¹ พบว่าค่าดัชนี HHI ในไตรมาส 1/2550 (ค่าดัชนี HHI อยู่ที่ 5,078.13) เมื่อเทียบกับไตรมาส 4/2549 (ค่าดัชนี HHI อยู่ที่ 5,074.19) เพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 0.08 ซึ่งอาจแสดงถึงตลาดบริการโทรศัพท์พื้นฐานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมีระดับการแข่งขันที่ดีขึ้น หรือตลาดบริการโทรศัพท์พื้นฐานมีการกระจุกตัวลดลง แต่อย่างไรก็ตาม ตลาดบริการโทรศัพท์พื้นฐานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลยังมีระดับการแข่งขันที่ไม่สูงนัก เนื่องจากยังคงมีผู้ให้บริการเพียงสองราย



ที่มา: TOT และ TRUE

รูปที่ 2 แนวโน้มส่วนแบ่งตลาดบริการโทรศัพท์พื้นฐานของผู้ประกอบการ 2 ราย ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล

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

ตารางที่ 1 จำนวนเลขหมายโทรศัพท์พื้นฐาน ส่วนแบ่งตลาด และค่า HHI ของตลาดโทรศัพท์พื้นฐานในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

โทรศัพท์พื้นฐาน: เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

	ไตรมาส 4/2549			ไตรมาส 1/2550		
	Subs.	Mkt. Share	HHI	Subs.	Mkt. Share	HHI
TOT	1.55	43.91%	1,928.03	1.54	43.75%	1,914.06
TRUE	1.98	56.09%	3,146.16	1.98	56.25%	3,164.06
รวม	3.53	100.00%	5,074.19	3.52	100.00%	5,078.13

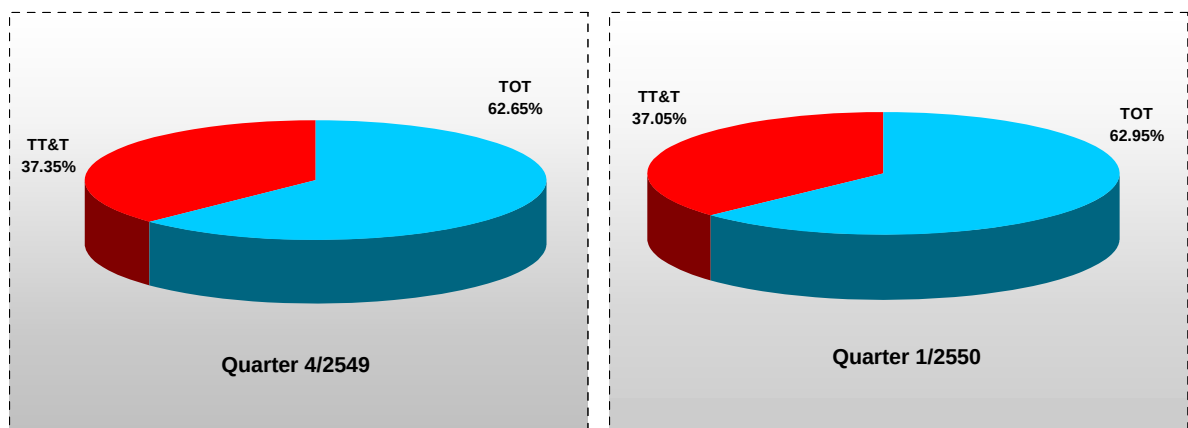
ที่มา: TOT, TRUE และจากการคำนวณ

2) ตลาดโทรศัพท์พื้นฐานในเขตภูมิภาค

สำหรับในเขตภูมิภาค จากข้อมูลการให้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน ณ ไตรมาส 1/2550 พบว่า บมจ. ทีโอที มีสัดส่วนในการครองตลาดมากกว่า บมจ. TT&T เกือบสองเท่า นั่นคือ บมจ. ทีโอที มีส่วนแบ่งตลาดถึงร้อยละ 62.95 ของผู้ใช้บริการทั้งหมด ในขณะที่ บมจ. ทีทีแอนด์ที มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 37.05

เมื่อพิจารณาถึงระดับการแข่งขันของตลาดบริการโทรศัพท์พื้นฐานในเขตภูมิภาค โดยดัชนี Hefindahl-Hirschman Index (HHI) พบว่าค่าดัชนี HHI ในไตรมาส 1/2550 (ค่าดัชนี HHI อยู่ที่ 5,335.50) เพิ่มขึ้นเล็กน้อยเมื่อเทียบกับไตรมาส 4/2549 (ค่าดัชนี HHI อยู่ที่ 5,320.08) เพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 0.29 ซึ่งแสดงถึงตลาดบริการโทรศัพท์พื้นฐานในเขตภูมิภาคมีระดับการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นเช่นกัน

อย่างไรก็ตาม ตลาดบริการโทรศัพท์พื้นฐานในเขตภูมิภาคยังมีระดับการแข่งขันที่ไม่สูงนัก เช่นเดียวกับตลาดบริการโทรศัพท์พื้นฐานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เนื่องจากมีผู้ให้บริการโทรศัพท์พื้นฐานเพียงสองรายเช่นกัน



รูปที่ 3 แนวโน้มส่วนแบ่งตลาดบริการโทรศัพท์พื้นฐานของผู้ประกอบการ 2 รายในเขตภูมิภาค

ที่มา: TOT และ TRUE

ตารางที่ 2 จำนวนเลขหมายโทรศัพท์พื้นฐาน ส่วนแบ่งตลาด และค่า HHI ของตลาดโทรศัพท์พื้นฐานในเขตภูมิภาค

โทรศัพท์พื้นฐาน: เขตภูมิภาค

	ไตรมาสที่ 4/2549			ไตรมาส 1/2550		
	Subs.	Mkt. Share	HHI	Subs.	Mkt. Share	HHI
TOT	2.08	62.65%	3,925.10	2.09	62.95%	3,962.93
TT&T	1.24	37.35%	1,394.98	1.23	37.05%	1,372.57
รวม	3.32	100.00%	5,320.08	3.32	100.00%	5,335.50

ที่มา: TOT,TT&T และจากการคำนวณ

1.2 ประพฤติกรรมการตลาดบริการโทรศัพท์พื้นฐาน (Market Conduct)

1) รายการส่งเสริมการขายของตลาดบริการโทรศัพท์พื้นฐาน ณ ไตรมาส 1/2550

การจัดทำรายการส่งเสริมการขายในไตรมาสนี้ ผู้ให้บริการโทรศัพท์พื้นฐานยังคงจัดทำร่วมกับบริการโทรคมนาคมอื่นและบริการอื่นที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากผู้ให้บริการโทรศัพท์พื้นฐานที่ประกอบการอยู่ในตลาดปัจจุบันดำเนินการให้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน และบริการโทรคมนาคมอื่นที่เกี่ยวข้อง ทั้งบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ และบริการโทรศัพท์แบบบอกรับสมาชิก ทั้งนี้ รายการส่งเสริมการขายที่จัดทำขึ้นเพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่บริษัทตนเอง โดยรายการส่งเสริมการขายที่จัดทำมีทั้งการแจกโมเด็มสำหรับใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง การอำนวยความสะดวกการใช้งานบริการโทรคมนาคมอื่น เช่น เติมเงินโทรศัพท์เคลื่อนที่ผ่านโทรศัพท์พื้นฐาน เป็นต้น นอกจากนี้ ผู้ให้บริการโทรศัพท์พื้นฐานยังดำเนินการจัดทำกลยุทธ์ทางด้านราคา เพื่อแข่งขันกับบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยให้บริการโทรศัพท์พื้นฐานผ่านโครงข่ายโทรศัพท์ที่ใช้เทคโนโลยี Internet Protocol (IP) โดยคิดค่าบริการต่อนาทีต่ำสุดอยู่ที่ 0.50 บาทต่อนาที สูงสุดที่ 8 บาทต่อนาที ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับระยะเวลาระหว่างผู้โทรออกกับผู้รับสาย และช่วงเวลาที่ใช้บริการโทรศัพท์ (peak hour หรือ off-peak) และผู้ให้บริการโทรศัพท์พื้นฐานบางรายให้บริการโทรศัพท์จากเครื่องคอมพิวเตอร์ไปยังโทรศัพท์พื้นฐานหรือโทรศัพท์เคลื่อนที่ซึ่งใช้โครงข่ายโทรศัพท์ที่ใช้เทคโนโลยี Internet Protocol (IP) โดยคิดค่าบริการต่อครั้งและ/หรือต่อนาทีตามที่ผู้ให้บริการกำหนด อย่างไรก็ตามการใช้งานโทรศัพท์ผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์คิดราคาค่าบริการต่ำกว่าการใช้งานโทรศัพท์พื้นฐานรูปแบบอื่น

2) ราคาค่าบริการของตลาดบริการโทรศัพท์พื้นฐาน

เนื่องจากอัตราค่าบริการของผู้ให้บริการโทรศัพท์พื้นฐานไม่สามารถทำการรวบรวมได้ครบถ้วนทั้ง 3 ราย รายงานฉบับนี้จึงขอเสนอแนวโน้มอัตราค่าบริการโทรศัพท์พื้นฐานของ บมจ. TRUE เป็นตัวแทนราคาค่าบริการของตลาดบริการโทรศัพท์พื้นฐานทั้งในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และเขตภูมิภาค โดยราคาค่าบริการของตลาดบริการโทรศัพท์พื้นฐานในไตรมาสที่ 1/2550 มีค่า

ลดลงจากไตรมาสที่ 4/2550 ร้อยละ 4.44) อย่างไรก็ตาม การลดลงของราคาค่าบริการอย่างต่อเนื่อง อาจสนับสนุนได้ว่าตลาดบริการโทรศัพท์พื้นฐานมีระดับการแข่งขันที่ดีขึ้นเป็นลำดับก็ได้

ตารางที่ 3 ราคาค่าบริการเฉลี่ยต่อเดือนต่อเลขหมายของโทรศัพท์พื้นฐาน

ARPU	2549				2550			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
Fixed-line								
TOT	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A			
TRUE	453	424	397	383	366			
TT&T	366	N/A	N/A	N/A	N/A			

ที่มา: TOT TRUE และ TT&T

3) กำไรและแนวโน้มผลการประกอบการของบริษัทผู้ให้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน

รายได้และกำไรสุทธิของบริษัทผู้ให้บริการโทรศัพท์พื้นฐานของไตรมาส 1/2550 พบว่า ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ 3 รายหลักมีผลประกอบการขาดทุนในไตรมาสแรกของปีนี้ (ดูตารางที่ 6 ประกอบ) กล่าวคือ True และ TT&T มีร้อยละของกำไรสุทธิต่อรายได้ เท่ากับ -1.28 และ -26.44 ตามลำดับ เมื่อนำตัวเลขดังกล่าวมาพิจารณาเปรียบเทียบกับไตรมาสที่ 1/2549 พบว่า True และ TT&T มีผลประกอบการที่ลดลง (ร้อยละของกำไรสุทธิต่อรายได้ในไตรมาสที่ 1/2549 ของ True และ TT&T เท่ากับ 10.50 และ 14.44) สำหรับสาเหตุของการลดลงการอัตราส่วนกำไรสุทธิต่อรายได้ของ True และ TT&T อาจเป็นเพราะการการบริโภคที่ชะลอตัวของประชาชนอันเนื่องมาจากความไม่มีเสถียรภาพทางการเมืองของประเทศ

2. ตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่

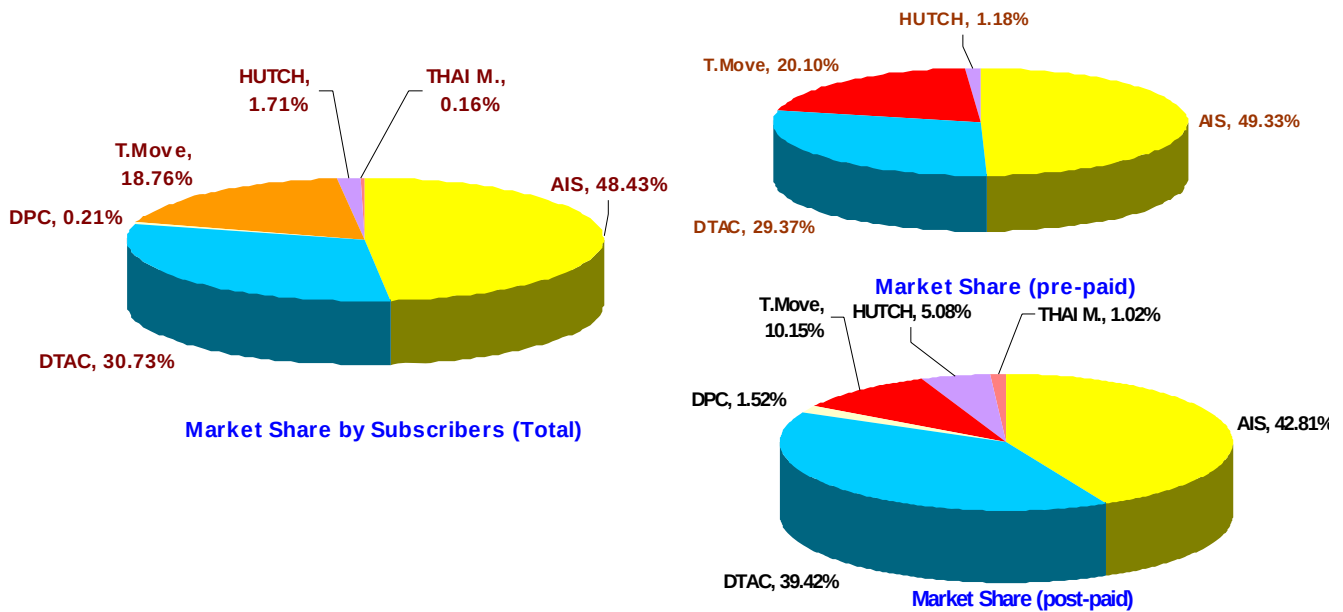
2.1 โครงสร้างตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Market Structure)

โครงสร้างตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในไตรมาส 1/2550 ยังคงมีจำนวนผู้ให้บริการทั้งสิ้น 6 ราย คือ (1) AIS (2) DTAC (3) True Move (4) DPC (5) THAI Mobile (6) HUTCH ในรายงานนี้ขอเสนอเฉพาะผู้ให้บริการรายใหญ่ในตลาด 3 รายหลัก คือ AIS DTAC และ True Move โดยมีส่วนแบ่งตลาดแบบไม่แบ่งแยกประเภทผู้ใช้บริการ ซึ่งคำนวณจากจำนวนผู้ใช้บริการในไตรมาส 1/2550 คือ ร้อยละ 48.43 30.73 และ 18.76 ตามลำดับ ตามรูปที่ 4

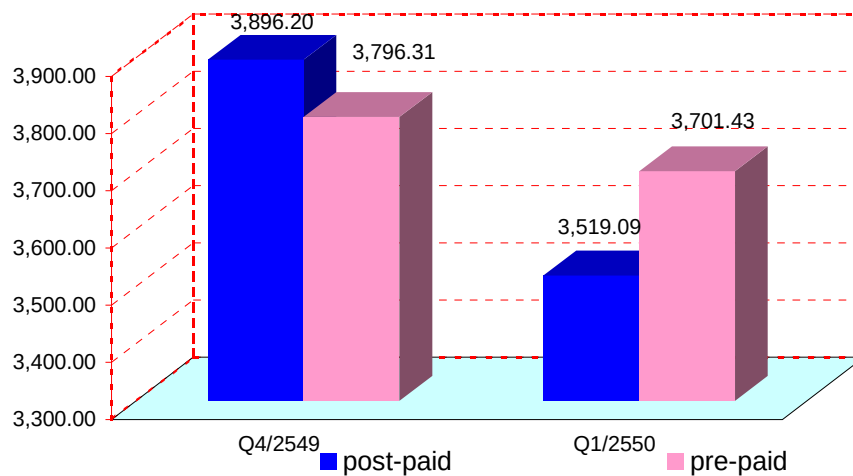
โดยส่วนแบ่งตลาดของตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภท Post – paid ในไตรมาส 1/2550 พบว่า AIS มีส่วนแบ่งตลาดเป็นอันดับที่ 1 คือมีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 42.81 รองลงมาคือ DTAC และ True move มีส่วนแบ่งตลาดคิดเป็นร้อยละ 39.42 และ 10.15 ตามลำดับ ซึ่งจะเห็นได้ว่าในตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภท Post – paid ส่วนแบ่งตลาดของ AIS และ DTAC อยู่ในระดับที่ไม่แตกต่างกันมาก (ร้อยละ 42.81 กับ 39.42) สำหรับส่วนแบ่งตลาดของตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภท Pre – paid ในไตรมาส 1/2550 พบว่า AIS ก็มีส่วนแบ่งตลาดเป็นอันดับที่ 1 เช่นเดียวกับตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภท Post – paid กล่าวคือมีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 49.33 รองลงมาคือ DTAC และ True move ซึ่งมีส่วนแบ่งตลาดคิดเป็นร้อยละ 29.37 และ 20.10 ตามลำดับ (ส่วนแบ่งตลาดในไตรมาส 1/2550 สามารถดูรายละเอียดเปรียบเทียบจากตารางที่ 1)

เมื่อพิจารณาแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาดโดยไม่แบ่งแยกประเภทผู้ใช้บริการของตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่² ในไตรมาส 1/2550 พบว่า ส่วนแบ่งการตลาดของ AIS ลดลงจากปี 2549 กล่าวคือ ในไตรมาส 1/2549 AIS มีส่วนแบ่งตลาดคิดเป็นร้อยละ 51.27 และลดลงเป็นร้อยละ 48.43 ในไตรมาสที่ 1/2550 ในขณะที่ DTAC มีส่วนแบ่งการตลาดในไตรมาส 1/2550 ประมาณร้อยละ 30.73 เพิ่มขึ้นจากไตรมาสช่วงเวลาเดียวกันในปี 2549 ที่มีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ร้อยละ 30.50 เช่นเดียวกันกับบริษัท True Move ที่มีส่วนแบ่งการตลาดในไตรมาส 1/2549 เป็นร้อยละ 15.20 ส่วนไตรมาส 1/2550 ลดลงเป็นร้อยละ 18.76

² การที่ไม่ได้เปรียบเทียบส่วนแบ่งตลาดในไตรมาสที่ 4/2549 กับไตรมาสที่ 1/2550 เนื่องจากในไตรมาสที่ 4/2549 ไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนผู้ใช้บริการของผู้แข่งขันรายเล็ก เช่น HUTCH และ THAI Mobile จึงเป็นผลให้การคำนวณส่วนแบ่งการตลาดใช้ตัวเลขในการคำนวณคนละฐาน จึงไม่สามารถนำมาเปรียบเทียบกันได้



รูปที่ 4 ส่วนแบ่งตลาดของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของปี 2550 คำนวณจากจำนวนผู้ใช้บริการ
ที่มา : จากการรวบรวม และ website ของ AIS DTAC และTRUE



รูปที่5 ค่า HHI ของตลาดโทรศัพท์แบบ post-paid และ pre-paid
ที่มา : จากการคำนวณ

ค่า HHI ของตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ในไตรมาส 1/2550 เท่ากับ 3,519.09 ซึ่งเห็นว่าตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ยังคงมีการกระจุกตัว เนื่องจากค่า HHI มีค่ามากกว่า 1,800 ซึ่งอาจจะมีผู้ให้บริการที่มีอำนาจเหนือตลาดในตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ แต่ค่า HHI ของไตรมาสที่ 1/2550 และไตรมาสที่ 4/2549 ไม่สามารถนำมาเปรียบเทียบกันได้เนื่องจากในไตรมาสที่ 4/2549 เนื่องจากไม่มีข้อมูลส่วนแบ่งตลาดของ HUTCH และ THAI Mobile มาคำนวณค่า HHI จึงเป็นผลให้ค่า HHI ที่คำนวณได้ในไตรมาสที่ 4/2549 ไม่สามารถนำมาเปรียบเทียบเพื่อแสดงสภาพการแข่งขันกับไตรมาสที่ 1/2550 ได้

2.2 ประพฤติกรรมการตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Market Conduct)

1) รายการส่งเสริมการขายในปี 2550

การแข่งขันในตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในไตรมาส 1/2550 พบว่าผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ยังจัดทำรายการส่งเสริมการขายเช่นเดียวกับปี 2549 คือ คัดอัตราค่าบริการก่อนที่ในราคาถูกในช่วงเวลาที่มีการใช้งานโทรศัพท์ในภาพรวมน้อย (off-peak) และคัดอัตราค่าบริการสูงในช่วงเวลาที่มีการใช้งานโทรศัพท์หนาแน่น (peak) ตลอดจนมีการคัดอัตราค่าบริการที่แตกต่างกันสำหรับการใช้งานภายในโครงข่าย (On-net) และภายนอกโครงข่าย (Off-net) อีกด้วย

ทั้งนี้ การจัดทำรายการส่งเสริมการขายแบบ On-net อาจมาจากสภาพแวดล้อมของตลาดโทรคมนาคมที่มีการเปลี่ยนแปลงไป นั่นคือ มีการคิดค่าเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคม (Interconnection Charge: IC)³ ซึ่งเป็นผลให้การใช้งานโทรศัพท์ข้ามโครงข่ายต้องจ่ายค่าบริการที่แพงกว่าการใช้งานโทรศัพท์ภายในโครงข่าย (หากการคัดอัตราค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของต้นทุน ดังนั้นการใช้งานโทรศัพท์ข้ามโครงข่ายซึ่งต้องใช้งานโครงข่ายมากกว่าการใช้งานโทรศัพท์ภายในโครงข่าย ผู้บริโภคที่ใช้งานโทรศัพท์ข้ามโครงข่ายจะต้องจ่ายค่าบริการที่แพงกว่าผู้บริโภคที่ใช้งานโทรศัพท์ในโครงข่ายเดียวกัน) ซึ่งผู้ให้บริการก็ทำการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป โดยพยายามจัดทำกลยุทธ์การแข่งขันทั้งด้านราคาและไม่ใช้ราคา เพื่อให้ผู้บริโภคมาใช้งานในโครงข่ายของตนเอง ทั้งนี้เพราะการใช้งานโครงข่ายจะทำให้ผู้ให้บริการไม่มีต้นทุนการเชื่อมต่อโครงข่าย และการที่ผู้ให้บริการมีผู้ใช้บริการในโครงข่ายตนเองมากเท่าไร จะเป็นผลดีต่อผู้ให้บริการรายนั้นมากขึ้นเท่านั้น ไม่เพียงแต่ประหยัดต้นทุนค่าเชื่อมต่อโครงข่ายเท่านั้น ผู้ให้บริการยังมีรายได้จากการที่ผู้ให้บริการรายอื่นขอเชื่อมต่อโครงข่ายกับโครงข่ายของผู้ให้บริการรายนี้อีกด้วย ดังนั้น จึงไม่น่าแปลกใจเมื่อมีการคิดค่าเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคมผู้ให้บริการแต่ละรายจึงดำเนินกลยุทธ์แจกซิมการ์ดฟรี และคิดค่าบริการภายในโครงข่ายราคาถูกเพื่อจูงใจให้ผู้บริโภคมาใช้งานกับโครงข่ายของตนให้มากที่สุด

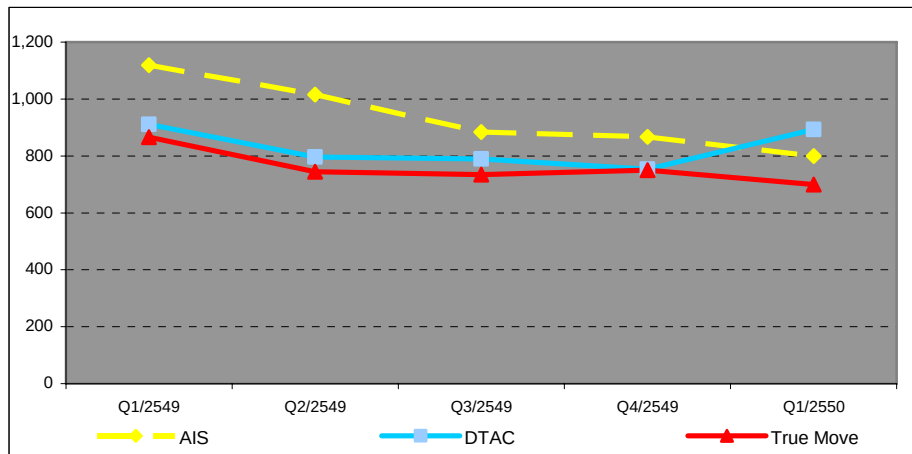
2) ราคาค่าบริการ

ราคาค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เฉลี่ยต่อเดือนเมื่อพิจารณารายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่อเลขหมาย (Average Revenue Per Usage: ARPU) พบว่าทั้งแบบ post - paid และแบบ pre - paid ในตลอดทั้งปี 2549 ค่าบริการมีแนวโน้มลดลงมาโดยตลอด (ดูรูปที่ 6 และ 7) โดยราคาค่าบริการเฉลี่ยต่อเดือนของโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้งสองแบบของผู้ให้บริการทั้ง 3 รายอยู่ในระดับใกล้เคียงกัน สำหรับไตรมาสที่ 1/2550 ราคาค่าบริการของ AIS และ True Move ของโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้งสองแบบมีค่าลดลงจากไตรมาสที่ 4/2549 โดยโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบ post - paid ลดลงร้อยละ 7.72 และ 6.67 ตามลำดับ ในขณะที่

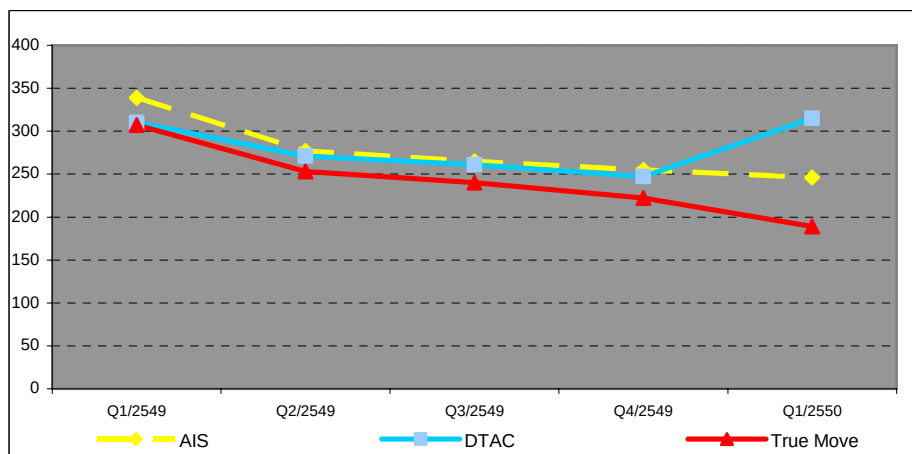
³ การเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคม หมายถึง การที่โครงข่ายโทรคมนาคม 2 โครงข่ายหรือมากกว่าทำการเชื่อมต่อกันให้สามารถติดต่อสื่อสารกันได้ โดยผู้ให้บริการโทรคมนาคมที่ทำการเชื่อมต่อกันจะต้องจ่ายค่าตอบแทนการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคมซึ่งกันและกันในอัตราที่ตกลงกัน โดยทั่วไปอัตราค่าการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่มี 2 อัตราคือ Origination Rate คือ อัตราค่าบริการโทรออก และ Termination Rate คือ อัตราค่าบริการรับสาย ยกตัวอย่างเช่น ผู้บริโภคของผู้ให้บริการ A โทรไปหาผู้บริโภคของผู้ให้บริการ D (Off-Net) เมื่อมีการคิดค่า IC กัน เป็นผลให้ ผู้ให้บริการ A จะต้องจ่ายค่า Termination Rate ให้แก่ผู้ให้บริการ D ซึ่งผู้บริโภคจะต้องจ่ายค่าบริการให้แก่ผู้ให้บริการ A ในอัตราเท่ากับ Origination Rate + Termination Rate แต่หากผู้บริโภครายนี้โทรไปหาผู้บริโภคอีกคนหนึ่งซึ่งเป็นลูกค้ากับผู้ให้บริการ A เหมือนกัน (On-Net) เขาจะจ่ายค่าบริการแค่ Origination Rate เท่านั้น

โทรศัพท์เคลื่อนที่แบบ pre - paid ลดลงร้อยละ 3.53 และ 14.87 ตามลำดับ สำหรับ DTAC มีราคาค่าบริการที่เพิ่มสูงขึ้นในโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้งสองแบบเช่นกัน โดยโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบ post - paid เพิ่มขึ้นร้อยละ 18.44 ในขณะที่โทรศัพท์เคลื่อนที่แบบ pre - paid เพิ่มขึ้นร้อยละ 27.53

สำหรับสาเหตุของราคาค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ลดลงอย่างต่อเนื่องก็คงเป็นสาเหตุเดิม นั่นคือ ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่จัดทำรายการส่งเสริมการขาย (Promotion) ที่คิดค่าบริการต่อนาทีในอัตราที่ถูก



รูปที่ 6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่อเลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบ post – paid ของ AIS DTAC และ True Move



รูปที่ 7 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่อเลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบ pre – paid ของ AIS DTAC และ True Move

3) กำไรและแนวโน้มผลการประกอบการของบริษัทผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่

รายได้และกำไรสุทธิของบริษัทผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของไตรมาส 1/2550 พบว่า ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ 3 รายหลักมีผลประกอบการที่เป็นกำไรในไตรมาสแรกของปีนี้ (ดูตารางที่ 6 ประกอบ) กล่าวคือ AIS DTAC และ True Move มีร้อยละของกำไรสุทธิต่อรายได้ เท่ากับ 18.20 9.66 และ 7.45 ตามลำดับ เมื่อนำตัวเลขดังกล่าวมาพิจารณาเปรียบเทียบกับไตรมาสที่ 1/2549 พบว่า AIS และ DTAC มีผลประกอบการที่ลดลง (ร้อยละของกำไรสุทธิต่อรายได้ในไตรมาสที่ 1/2549 ของ AIS และ DTAC เท่ากับ 26.35 และ 10.31) ในขณะที่ True Move มีผลประกอบการที่ดีขึ้น (ร้อยละของกำไรสุทธิต่อรายได้ในไตรมาสที่ 1/2549 ของ True Move เท่ากับ -5.71) สำหรับสาเหตุของการลดลงการอัตราส่วนกำไรสุทธิต่อรายได้ของ AIS และ DTAC อาจเป็นเพราะการบริโภคที่ชะลอตัวของประชาชนอันเนื่องมาจากความไม่เสถียรภาพทางการเมืองของประเทศ ในขณะที่ True Move มีอัตราส่วนกำไรสุทธิต่อรายได้เพิ่มขึ้นนั้น อาจมีสาเหตุมาจากการจัดทำรายการส่งเสริมการขายที่สามารถกระตุ้นให้ผู้บริโภคใช้

งานมากขึ้น และมีจำนวนผู้ใช้บริการจำนวนเพิ่มมากขึ้น โดยพลิกสถานะทางการเงินจากขาดทุนใน
ไตรมาสที่ 1/2549 มาเป็นกำไรในไตรมาสที่ 1/2550

ตารางที่ 4 จำนวนผู้ให้บริการ ส่วนแบ่งตลาด และค่า HHI ของตลาดบริการโทรศัพท์พื้นฐาน และโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในปี 2549

ค่า HHI และการแปลความหมาย

HHI < 1,000 = ตลาดมีการแข่งขัน

HHI อยู่ระหว่าง 1,000 - 1800 = ตลาดมีการแข่งขันในระดับหนึ่งแต่มีความเป็นไปได้มากกว่ามีผู้ให้บริการรายใหญ่อยู่ในตลาด

HHI > 1800 = ตลาดมีการกระจุกตัว

HHI = 10,000 = ตลาดนั้นเป็นตลาดผูกขาดมีผู้ให้บริการเพียงรายเดียว

โทรศัพท์พื้นฐาน: เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

	ไตรมาส 1/2549			ไตรมาส 2/2549			ไตรมาส 3/2549			ไตรมาส 4/2549			ไตรมาส 1/2550		
	Subs.	Mkt. Share	HHI	Subs.	Mkt. Share	HHI	Subs.	Mkt. Share	HHI	Subs.	Mkt. Share	HHI	Subs.	Mkt. Share	HHI
TOT	1.53	43.59%	1,900.07	1.53	43.59%	1,900.07	1.54	43.63%	1,903.23	1.55	43.91%	1,928.03	1.54	43.75%	1,914.06
TRUE	1.98	56.41%	3,182.12	1.98	56.41%	3,182.12	1.99	56.37%	3,178.02	1.98	56.09%	3,146.16	1.98	56.25%	3,164.06
รวม	3.51	100.00%	5,082.18	3.51	100.00%	5,082.18	3.53	100.00%	5,081.25	3.53	100.00%	5,074.19	3.52	100.00%	5,078.13

โทรศัพท์พื้นฐาน: เขตภูมิภาค

	ไตรมาสที่ 1			ไตรมาสที่ 2			ไตรมาสที่ 3			ไตรมาสที่ 4			ไตรมาส 1/2550		
	Subs.	Mkt. Share	HHI	Subs.	Mkt. Share	HHI	Subs.	Mkt. Share	HHI	Subs.	Mkt. Share	HHI	Subs.	Mkt. Share	HHI
TOT	2.28	64.96%	4,219.45	2.06	62.61%	3,920.51	2.07	63.50%	4,031.86	2.08	62.65%	3,925.10	2.09	62.95%	3,962.93
TT&T	1.23	35.04%	1,227.99	1.23	37.39%	1,397.71	1.19	36.50%	1,332.47	1.24	37.35%	1,394.98	1.23	37.05%	1,372.57
รวม	3.51	100.00%	5,447.44	3.29	100%	5,318.23	3.26	100.00%	5,364.33	3.32	100.00%	5,320.08	3.32	100.00%	5,335.50

โทรศัพท์เคลื่อนที่: ไม่แยกประเภทผู้ใช้บริการ

	ไตรมาสที่ 1			ไตรมาสที่ 2			ไตรมาสที่ 3			ไตรมาสที่ 4			ไตรมาส 1/2550		
	Subs.	Mkt. Share	HHI	Subs.	Mkt. Share	HHI	Subs.	Mkt. Share	HHI	Subs.	Mkt. Share	HHI	Subs.	Mkt. Share	HHI
AIS	16.51	51.27%	2,628.95	17.21	50.32%	2,532.27	17.72	48.27%	2,330.11	19.42	49.39%	2,439.33	20.99	48.43%	2,345.56
DTAC	9.82	30.50%	930.06	10.63	31.08%	966.08	11.32	30.84%	950.92	12.23	31.10%	967.44	13.32	30.73%	944.56
DPC	0.13	0.40%	0.16	0.11	0.32%	0.10	0.11	0.30%	0.09	0.09	0.23%	0.05	0.09	0.21%	0.04
T.Move	4.90	15.22%	231.57	5.41	15.82%	250.23	6.76	18.41%	339.11	7.58	19.28%	371.63	8.13	18.76%	351.89
HUTCH	0.73	2.27%	5.14	0.73	2.13%	4.56	0.74	2.01%	4.06	N/A	N/A	N/A	0.74	1.71%	2.92
THAI M.	0.11	0.34%	0.12	0.11	0.32%	0.10	0.06	0.16%	0.03	N/A	N/A	N/A	0.07	0.16%	0.03
รวม	32.20	100.00%	3,796.00	34.20	100.00%	3,753.34	36.71	100.00%	3,624.31	39.32	100.00%	3,778.46	43.34	100.00%	3,645.00

โทรศัพท์เคลื่อนที่: ประเภท Post-paid

	ไตรมาสที่ 1			ไตรมาสที่ 2			ไตรมาสที่ 3			ไตรมาสที่ 4			ไตรมาส 1/2550		
	Subs.	Mkt. Share	HHI	Subs.	Mkt. Share	HHI	Subs.	Mkt. Share	HHI	Subs.	Mkt. Share	HHI	Subs.	Mkt. Share	HHI
AIS	1.79	40.13%	1,610.78	1.80	38.79%	1,504.90	1.97	44.27%	1,959.80	2.14	44.40%	1,971.21	2.53	42.81%	1,832.59
DTAC	1.64	36.77%	1,352.13	1.82	39.22%	1,538.53	1.82	40.90%	1,672.72	2.04	42.32%	1,791.29	2.33	39.42%	1,554.31
DPC	0.13	2.91%	8.50	0.11	2.37%	5.62	0.11	2.47%	6.11	0.09	1.87%	3.49	0.09	1.52%	2.32
T.Move	0.45	10.09%	101.80	0.47	10.13%	102.60	0.48	11.01%	121.25	0.55	11.41%	130.21	0.6	10.15%	103.07
HUTCH	0.34	7.62%	58.11	0.33	7.11%	50.58		0.00%	0.00	N/A	N/A	N/A	0.3	5.08%	25.77
THAI M.	0.11	2.47%	6.08	0.11	2.37%	5.62	0.06	1.35%	1.82	N/A	N/A	N/A	0.06	1.02%	1.03
รวม	4.46	100.00%	3,137.40	4.64	100.00%	3,207.86	4.45	100.00%	3,761.70	4.82	100.00%	3,896.20	5.91	100.00%	3,519.09

โทรศัพท์เคลื่อนที่: ประเภท Pre-paid

	ไตรมาสที่ 1			ไตรมาสที่ 2			ไตรมาสที่ 3			ไตรมาสที่ 4			ไตรมาส 1/2550		
	Subs.	Mkt. Share	HHI	Subs.	Mkt. Share	HHI	Subs.	Mkt. Share	HHI	Subs.	Mkt. Share	HHI	Subs.	Mkt. Share	HHI
AIS	14.72	53.06%	2,815.81	15.41	52.13%	2,717.67	15.75	49.97%	2,496.83	17.28	50.09%	2,508.70	18.46	49.33%	2,433.64
DTAC	8.18	29.49%	869.55	8.81	29.80%	888.27	9.5	30.14%	908.40	10.19	29.54%	872.39	10.99	29.37%	862.56
DPC															
T.Move	4.45	16.04%	257.34	4.94	16.71%	279.28	6.27	19.89%	395.70	7.03	20.38%	415.21	7.52	20.10%	403.86
HUTCH	0.39	1.41%	1.98	0.40	1.35%	1.83		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0.44	1.18%	1.38
THAI M.													0.01	0.00	0.00
รวม	27.74	100.00%	3,944.67	29.56	100.00%	3,887.05	31.52	100.00%	3,800.92	34.50	100.00%	3,796.31	37.42	100.00%	3,701.43

ตารางที่ 5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่อเลขหมายของผู้ให้บริการโทรศัพท์พื้นฐานและโทรศัพท์เคลื่อนที่รายใหญ่

ARPU	2549				2550	
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q1 เทียบ Q4
Fixed-line						
TOT	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
TT&T	453	424	397	383	336	-12.27
TRUE	366	N/A	N/A	N/A	366	
Post-paid						
AIS	1,119	1,015	884	867	800	-7.73
DTAC	911	796	790	754	893	18.44
True Move	866	745	734	750	700	-6.67
Pre-paid						
AIS	339	277	265	255	246	-3.53
DTAC	310	271	261	247	315	27.53
True Move	307	253	240	222	189	-14.86

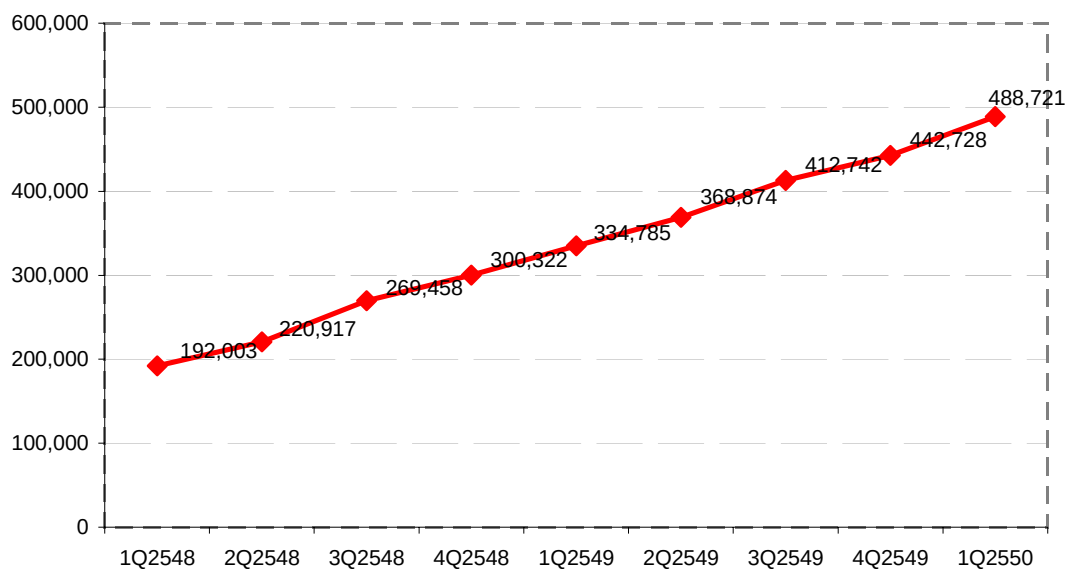
ตารางที่ 6 กำไรและแนวโน้มกำไรของบริษัทผู้ให้บริการโทรศัพท์พื้นฐานและโทรศัพท์เคลื่อนที่

ผู้ประกอบการ		2545	2546	2547	2548	2549	2549 Q1	2550 Q1
โทรศัพท์พื้นฐาน								
TOT	กำไรสุทธิ	3,068	11,265	11,522	6,690	N/A	N/A	N/A
	รายได้	34,471	77,067	76,904	76,018	N/A	N/A	N/A
	% กำไรต่อรายได้ (Net Profit Margin)	8.90%	14.62%	14.98%	8.80%	N/A	N/A	N/A
TRUE	กำไรสุทธิ	-5,395	-5,674	605	-4,269	-4,180	498	-50
	รายได้	20,320	20,352	20,544	19,308	17,146	4,743	3,899
	% กำไรต่อรายได้ (Net Profit Margin)	-26.55%	-27.88%	2.94%	-22.11%	-24.38%	10.50%	-1.28%
TT&T	กำไรสุทธิ	568	984	-204	-1,752	-1,079	317	-440
	รายได้	7,411	8,054	6,941	6,514	7,017	2,195	1,664
	% กำไรต่อรายได้ (Net Profit Margin)	7.66%	12.22%	-2.94%	-26.90%	-15.38%	14.44%	-26.44%
โทรศัพท์เคลื่อนที่								
AIS	กำไรสุทธิ	18,641	18,529	28,128	23,546	16,256	5,289	3,399
	รายได้	54,437	67,472	77,708	74,882	72,067	20,071	18,676
	% กำไรต่อรายได้ (Net Profit Margin)	34.24%	27.46%	36.20%	31.44%	22.56%	26.35%	18.20%
DTAC	กำไรสุทธิ	2,082	2,587	4,480	4,611	5,241	1,256	1,561
	รายได้จากการขายและการให้บริการ	32,001	31,781	38,943	43,081	52,457	12,179	16,163
	% กำไรต่อรายได้	6.51%	8.14%	11.50%	10.70%	9.99%	10.31%	9.66%
T.Move	กำไรสุทธิ	-6,535	-6,495	-4,188	-1,641	-3,491	-342	539
	รายได้	6,174	10,780	13,355	19,930	23,659	5,991	7,238
	% กำไรต่อรายได้ (Net Profit Margin)	-105.85%	-60.25%	-31.36%	-8.23%	-14.76%	-5.71%	7.45%
Hutch	กำไรสุทธิ	-1,970	-9,283	-8,755	-6,381	N/A	N/A	N/A
	รายได้	14	3,334	7,399	6,125	N/A	N/A	N/A
	% กำไรต่อรายได้ (Net Profit Margin)	-14071.43%	-278.43%	-118.33%	-104.18%	N/A	N/A	N/A
THAI M.	กำไรสุทธิ	N/A	-744	-1,125	N/A	N/A	N/A	N/A
	รายได้	N/A	1,028	784	N/A	N/A	N/A	N/A
	% กำไรต่อรายได้ (Net Profit Margin)	N/A	-72.37%	-143.49%	N/A	N/A	N/A	N/A

3. ตลาดบริการอินเทอร์เน็ต

3.1 โครงสร้างตลาดบริการอินเทอร์เน็ต (Market Structure)

ตลาดบริการอินเทอร์เน็ต ณ ไตรมาส 1/2550 มีจำนวนผู้รับใบอนุญาตที่ขอรับใบอนุญาตเพื่อให้บริการอินเทอร์เน็ตกับคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ทั้งสิ้น 59 ราย⁴ (รายละเอียดดูภาคผนวก) เมื่อพิจารณาสภาพการแข่งขันจากจำนวนผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตอาจกล่าวได้ว่าตลาดบริการอินเทอร์เน็ตมีระดับการแข่งขันที่สูง เนื่องจากมีจำนวนผู้ให้บริการจำนวนมาก⁵ และจำนวนผู้ใช้บริการก็มีแนวโน้มสูงขึ้น แต่ด้วยข้อจำกัดทางด้านข้อมูล ในที่นี้จึงขอใช้ข้อมูลจำนวนผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงจาก บ. TRUE Internet เป็นตัวแทนแสดงการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย จากรูปที่ 8 จะเห็นได้ว่าจำนวนผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดย ณ ไตรมาส 1/2550 มีผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงเพิ่มขึ้นจากปี 2549 ร้อยละ 10.39



รูปที่ 8 จำนวนผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของ บมจ. TRUE

⁴ จำนวนผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตนับเฉพาะผู้ให้บริการที่ขอใบอนุญาตให้บริการกับ กทช. เท่านั้น

⁵ แต่เนื่องจากความจำกัดด้านข้อมูลจึงไม่อาจแสดงส่วนแบ่งการตลาดและดัชนี HHI เพื่อตรวจสอบสภาพการแข่งขันที่ถูกต้องตามหลักวิชาการได้

3.2 ประพฤติกรรมการตลาดบริการอินเทอร์เน็ต (Market Conduct)

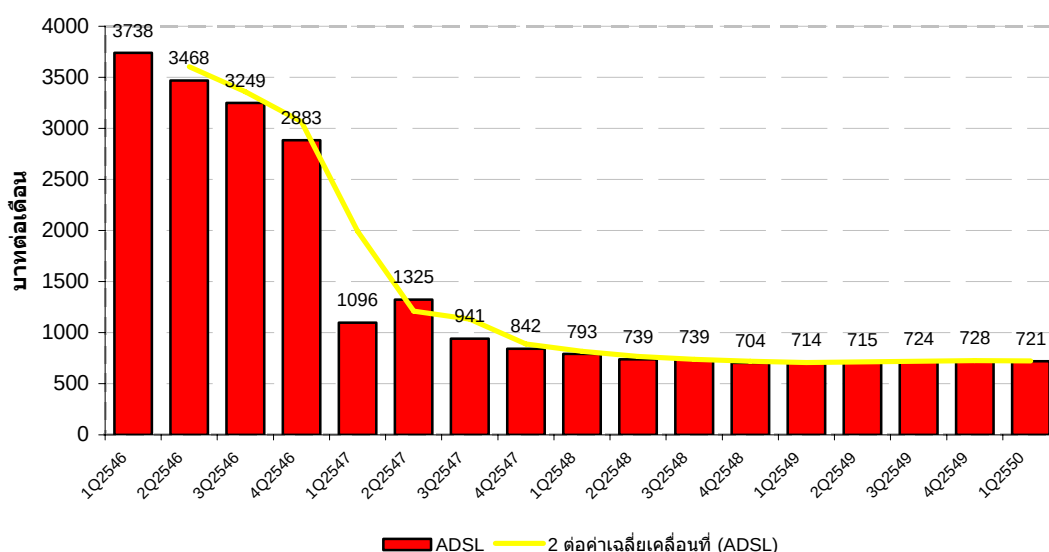
1) รายการส่งเสริมการขายในไตรมาส 1/2550

รายการส่งเสริมการขายในตลาดอินเทอร์เน็ตสำหรับไตรมาส 1/2550 ยังคงมีลักษณะเดียวกับการนำเสนอรายการส่งเสริมการขายในไตรมาส 4/2549 กล่าวคือ ตลาดอินเทอร์เน็ตความเร็วต่ำ (Narrow Band) มีการนำเสนอรายการส่งเสริมการขายโดยคิดอัตราค่าบริการจะมีความแตกต่างกันตามความต้องการใช้งานของผู้บริโภค ซึ่งผู้ให้บริการได้จัดหาทางเลือกไว้หลากหลาย ทั้งผู้บริโภคที่มีความต้องการใช้งานมาก ผู้บริโภคที่ใช้งานปานกลาง และผู้บริโภคที่ใช้น้อย สำหรับตลาดอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (Broad Band) ซึ่งมีพื้นที่การให้บริการในปัจจุบันค่อนข้างจำกัดอยู่ในเฉพาะเขตเมืองที่มีความหนาแน่นของการใช้งานอินเทอร์เน็ตค่อนข้างสูง ผู้ให้บริการส่วนใหญ่เสนอทางเลือกการให้บริการอินเทอร์เน็ต 2 ทางเลือก คือ เหมาจ่ายรายเดือน (Post-paid) สำหรับผู้บริโภคที่ต้องการใช้งานมาก และ เติมนเงิน (pre-paid) สำหรับผู้บริโภคที่ต้องการใช้งานปานกลางและน้อย

2) ราคาค่าบริการอินเทอร์เน็ต

ตลาดบริการอินเทอร์เน็ตทั้งสองตลาดมีอัตราค่าบริการที่ต่างกันตามคุณภาพการให้บริการหรือความเร็วในการส่งผ่านข้อมูล กล่าวคือ ตลาดอินเทอร์เน็ตความเร็วต่ำ (Narrow Band) จะมีอัตราค่าบริการที่ต่ำกว่าตลาดอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (Broad Band) โดยแนวโน้มของอัตราค่าบริการอินเทอร์เน็ตมีแนวโน้มลดลงมาโดยตลอด ในปัจจุบันอัตราค่าบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วต่ำราคาค่าบริการต่ำสุด 4 บาทต่อชั่วโมง ในขณะที่อัตราค่าบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงราคาค่าบริการต่ำสุด 299 บาทต่อเดือน

เนื่องจากข้อจำกัดทางด้านข้อมูล การพิจารณาจึงขอใช้ตัวแทนอัตราค่าบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของบริษัท TRUE Internet เป็นตัวแทนการตรวจสอบสภาพการแข่งขัน และเมื่อพิจารณาจากรูปข้างต้นจะเห็นได้ว่าอัตราค่าบริการโดยเฉลี่ยของอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของบริษัท TRUE Internet มีค่าลดลงอย่างต่อเนื่องซึ่งอาจจะสะท้อนให้เห็นถึงสภาพการแข่งขันในตลาดบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงมีการแข่งขันที่พัฒนาไปในแนวทางเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับจำนวนผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตที่มีการขยายตัวอย่างมากในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา



รูปที่ 9 อัตราค่าบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของบริษัท TRUE Internet

ภาคผนวก

จำนวนผู้รับใบอนุญาตจาก กทช. ให้บริการอินเทอร์เน็ตทั้งประเภท 1 ,2 และ 3 ในไตรมาสที่ 1/2550

ใบอนุญาต อินเทอร์เน็ต	ชื่อ
แบบที่ 1	1 บริษัท แมนดالا คอมมูนิเคชั่น จำกัด 2 บริษัท มิดคอมซิสเต็มส์ จำกัด 3 บริษัท ไทย ซิสเต็ม อินทิเกรชั่น จำกัด 4 บริษัท สาทิ อินเทอร์เน็ต จำกัด 5 บริษัท ออล เทเลคอม จำกัด 6 บริษัท แอดวานซ์ เทเลโฟน แอนด์ เทเลคอมมิวนิเคชั่น 7 บริษัท สวิสดีซ์อป จำกัด 8 บริษัท ทู แอสเสท คอร์ปอเรชั่น จำกัด 9 บริษัท เอเน็ต จำกัด 10 บริษัท ล็อกเล่ย์ อินฟอร์เมชั่น เซอร์วิส จำกัด 11 บริษัท กลุ่มแอดวานซ์ รีเสิร์ช จำกัด 12 บริษัท พอร์ทัลเน็ต จำกัด 13 บริษัท ไอทูปhone จำกัด 14 บริษัท ซิมเบิลเน็ตเวิร์ค คอร์ปอเรชั่น จำกัด 15 บริษัท จัสมิน อินเทอร์เน็ต จำกัด 16 บริษัท แพลนเน็ต คอมเมิร์ซ จำกัด 17 บริษัท สามารถ อินโฟเนต จำกัด 18 บริษัท บีบีเทลล์ จำกัด 19 บริษัท ดีแทค เนทเวอร์ค จำกัด 20 บริษัท ซิฟโฟน (ประเทศไทย) จำกัด 21 บริษัท เทคโนโลยี อินโนเวชั่น จำกัด 22 บริษัท ไทกิเน็ต จำกัด 23 บริษัท พลัสวัน พาวเวอร์ จำกัด 24 บริษัท พรบงกช คอมมูนิเคชั่น จำกัด 25 บริษัท ชิน บรอดแบนด์ อินเทอร์เน็ต(ประเทศไทย) จำกัด

ใบอนุญาต อินเทอร์เน็ต	ชื่อ
	26 บริษัท เวิลด์ เน็ต แอนด์ เซอร์วิส เซส จำกัด
	27 บริษัท ที.ซี.ซี เทคโนโลยี จำกัด
	28 บริษัท อินเทอร์เน็ต เซอร์วิส โพรวายเดอร์ จำกัด
	29 บริษัท เค เอส ซี คอมเมอร์เชียล อินเทอร์เน็ต จำกัด
	30 บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)
	31 บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)
	32 บริษัท โอทาโร จำกัด
	33 บริษัท ทู อินเทอร์เน็ต จำกัด
	34 บริษัท อินเทอร์เน็ต ไซลูชั่น แอนด์ เซอร์วิส โพรวายเดอร์ จำกัด
	35 บริษัท ทีที แอนด์ ที ซับส์ไครเบอร์ เซอร์วิส เซส จำกัด
	36 บริษัท โปรอิมเมจ เอ็นจิเนียริง แอนด์ คอมมูนิเคชั่น จำกัด
	37 บริษัท อควาเมนท์ จำกัด
	38 บริษัท เคิร์ช จำกัด
	39 บริษัท ฟรีอินเทอร์เน็ต จำกัด
	40 บริษัท วันโอวัน โกลเบิล จำกัด
	41 บริษัท ซีเอส ล็อกซอินโฟ จำกัด (มหาชน)
	42 บริษัท แปซิฟิค อินเทอร์เน็ต (ประเทศไทย) จำกัด
	43 บริษัท เอ็นทีที คอมมูนิเคชั่นส์ (ประเทศไทย) จำกัด
	44 บริษัท อินโฟเน็ต (ประเทศไทย) จำกัด
	45 บริษัท เลนโซ่ ดาต้าคอม จำกัด
	46 บริษัท เวิลด์เว็บ จำกัด
	47 บริษัท แอดวานซ์ ดาต้าเน็ตเวิร์ค คอมมูนิเคชั่นส์ จำกัด
	48 บริษัท ไวซ์ คอมมูนิเคชั่นเน็ตเวิร์ค จำกัด
	49 บริษัท ไทยเทรอดเน็ต จำกัด
	50 บริษัท ทีโอแอล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
	51 บริษัท เน็ตอะเพ็กซ์ จำกัด
	52 บริษัท แม็กซ์ ฟรีเมียม จำกัด

ใบอนุญาต อินเทอร์เน็ต	ชื่อ
	53 บริษัท เอเชีย อินโฟเน็ต จำกัด
แบบที่ 2	1 บริษัท ทู อินเทอร์เน็ต เกตเวย์ จำกัด(บริษัท สกาย ออฟฟิศ จำกัด) 2 บริษัท ซีเอสล๊อคอินโฟ จำกัด 3 บริษัท อควเมนท์ จำกัด 4 บริษัท ทริปเปิ้ลที โกลบอลเน็ต จำกัด 5 บริษัท แอดวานซ์ ดาต้าเน็ตเวิร์ค คอมมิวนิเคชั่น จำกัด(มหาชน)
แบบที่ 3	1 บริษัท มัลคอมซิสเต็มส์ จำกัด