

# บทที่ 1

## บทนำ



### 1.1 ความสำคัญของปัญหา

เป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปว่ากิจการโทรคมนาคมเป็นกิจการที่มีมูลค่ามหาศาล เป็นหลักหลายแสนล้านบาท สามารถสร้างความร่ำรวยให้กับเจ้าของกิจการได้ในเวลาอันรวดเร็ว ในอดีตที่ผ่านมาการให้บริการโทรคมนาคมในประเทศไทยถูกผูกขาดโดยรัฐวิสาหกิจ ต่อมาในปี 2535 เอกชนได้เริ่มเข้ามาให้บริการ แต่มีฐานะเป็นเพียงผู้รับสัมปทานจากรัฐเท่านั้น ยังไม่ได้เป็นผู้ประกอบการอย่างสมบูรณ์ หลังจากนั้นในปี 2544 ประเทศไทยได้ประกาศใช้กฎหมายการประกอบกิจการโทรคมนาคม และยกเลิกการผูกขาดโดยรัฐวิสาหกิจ ในอนาคตคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กทช.) จะสามารถออกใบอนุญาตประกอบกิจการให้แก่บริษัทเอกชน ใดๆ ก็ได้ เพื่อให้เกิดการแข่งขันกันอย่างเสรี และเป็นธรรมมากยิ่งขึ้น

อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันนี้ตลาดโทรคมนาคมไทยยังมีการแข่งขันกันอย่างไม่เต็มที่ และคงจะกินเวลาอีกนานกว่าที่การแข่งขันจะเกิดขึ้นได้อย่างแท้จริง ในตลาดโทรคมนาคมส่วนใหญ่ เราจึงพบว่ามีผู้ประกอบการเพียงไม่กี่ราย เช่น ผู้ให้บริการโทรศัพท์พื้นฐานในกรุงเทพฯ ก็มีเพียง 2 ราย คือ ทศท.คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) กับ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) หรือถึงแม้ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่จะมีถึง 5-6 ราย แต่มีเพียงบริษัทรายใหญ่จำนวนไม่กี่รายเท่านั้นที่ครองส่วนแบ่งตลาดเกือบทั้งหมด และมีกำไรในระดับสูงต่อเนื่องกันเป็นเวลาหลายปี ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศในภูมิภาคเดียวกันแล้ว บริการโทรคมนาคมในประเทศไทยยังมีระดับการแข่งขันในหลายตลาดที่ยังไม่สามารถเรียกได้ว่าเป็น "การแข่งขันอย่างมีประสิทธิภาพ" เนื่องจากยังเป็นตลาดผูกขาดรายเดียว (Monopolistic Market) หรือเป็นตลาดกึ่งผูกขาด (Oligopolistic Market) นอกจากนี้ประเทศไทยยังให้ข้อผูกพันในการเปิดเสรีตลาดโทรคมนาคมในองค์การการค้าโลกไว้ค่อนข้างต่ำ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการไม่มีความมุ่งมั่นทางการเมือง (Political Will) ที่เพียงพอในการปฏิรูประบบโทรคมนาคม

ธุรกรรมโทรคมนาคมโดยทั่วไปมีหลากหลายประเภท แต่ธุรกรรมที่ถือเป็นโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญ ซึ่งมีอัตราการขายตัวสูงก็คือ การให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ โทรศัพท์เคลื่อนที่หรือที่นิยมเรียกกันโดยทั่วไปว่าโทรศัพท์มือถือ ถือเป็นอีกรูปแบบหนึ่งของการสื่อสารที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในปัจจุบัน เนื่องด้วยคุณสมบัติที่สามารถนำติดตัวไปใช้ในทุกสถานที่ และทุกเวลาได้ทุกหนแห่งทั่วโลก จึงเหมาะสมอย่างยิ่งกับสังคมเมืองที่เต็มไปด้วยความเร่งรีบ และ

การแข่งขัน ซึ่งโทรศัพท์พื้นฐานยังไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการดังกล่าวได้ โดยโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สามารถแบ่งประเภทตามวิธีการเรียกชำระค่าบริการออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ การชำระค่าบริการแบบ Postpaid (Subscription) คือ ผู้ใช้บริการชำระค่าใช้จ่ายแรกเข้า (ค่าจดทะเบียนเครื่อง และค่าประกันเลขหมาย) และค่าใช้จ่ายรายเดือน (ค่าบริการรายเดือน และค่าใช้โทรศัพท์ซึ่งคิดตามปริมาณการใช้เวลา และระยะทาง) ภายหลังการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แล้ว ซึ่งจะถูกรวบรวมตามรอบบิลที่กำหนด และการชำระค่าบริการแบบ Prepaid (Non Subscription) เป็นบริการแบบใหม่ที่เพิ่งเริ่มนำมาใช้ในปี 2542 เพื่อขยายฐานตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่สู่กลุ่มผู้มีรายได้น้อย โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่น ซึ่งผู้บริโภคสามารถใช้บริการได้ทันทีที่ซื้อเครื่องด้วยการใช้บัตรเติมเงิน โดยไม่ต้องจ่ายค่าจดทะเบียนเครื่อง ค่าประกันเลขหมาย และค่าบริการรายเดือน เช่น บริษัท แอดวานซ์ อินโฟว์ เซอร์วิส จำกัด มหาชน (AIS) บริษัท โทเทิล แอคเซสคอมมิวนิเคชั่น จำกัด มหาชน (DTAC) บริษัท ทีเอ ออเรนจ์ (TA Orange) ได้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ชนิดบัตรเติมเงินภายใต้เครื่องหมายการค้า One-2-Call D-Prompt และ Just Talk ตามลำดับ เป็นต้น

การสื่อสารด้วยระบบไร้สายได้เข้ามาทดแทนระบบใช้สายมากขึ้น โดยโทรศัพท์พื้นฐานซึ่งมีการให้บริการมาแล้วกว่า 40 ปี (เริ่มต้นในปี 2497) ปัจจุบัน (ไตรมาสที่ 1 ของปี 2548) มีจำนวนผู้ใช้บริการเพียง 6.9 ล้านเลขหมาย ในขณะที่โทรศัพท์เคลื่อนที่ซึ่งเริ่มให้บริการตั้งแต่ปี 2529 ปัจจุบันมีผู้เช่าเลขหมายทั้งหมดสูงถึง 29.5 ล้านเลขหมาย ซึ่งมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องดังแสดงในตารางที่ 1 ซึ่งการเพิ่มขึ้นดังกล่าวเป็นการเพิ่มขึ้นในอัตราที่สูงกว่าการเพิ่มขึ้นของการให้บริการโทรศัพท์พื้นฐานเป็นจำนวนมาก ดังแสดงเปรียบเทียบในรูปที่ 1 และ 2 โดยหากพิจารณาในส่วนของการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เพิ่มขึ้น ดังรูปที่ 2 แล้ว ก็จะได้เห็นว่าจำนวนผู้ใช้บริการได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบันเช่นเดียวกัน ถึงแม้จะเป็นการเพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลงก็ตาม จะเห็นได้ว่าจำนวนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในปี 2547 มีจำนวน 27.1 ล้านเลขหมาย โดยในครึ่งปีแรกมีจำนวนผู้ใช้บริการ 25.1 ล้านเลขหมาย ส่วนในครึ่งปีหลังจำนวนผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้นจากเดิม 2.3 ล้านเลขหมาย และสำหรับในปี 2548 นี้ จำนวนผู้ใช้บริการในช่วงไตรมาสแรกของปีได้เพิ่มขึ้นจากเดิมเป็น 29.3 ล้านเลขหมาย และได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจนถึงเดือนเมษายน ซึ่งมีจำนวนผู้ใช้บริการ 29.5 ล้านเลขหมาย หรือประมาณร้อยละ 46 ของประชากรทั้งประเทศ แม้ว่าจะเป็นอัตราการขยายตัวที่ลดลงอย่างต่อเนื่องก็ตาม การปรับลดจำนวนของลูกค้านิวที่จะเข้าสู่ระบบนั้นทำให้ภาวะการแข่งขันของตลาดทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น ดังจะเห็นได้จากในช่วงที่ผ่านมาซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงรายการส่งเสริมการตลาดของผู้ให้บริการอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว เพื่อเป็นการกระตุ้นการใช้บริการ รวมถึงการกระตุ้นลูกค้านิว และการเพิ่มปริมาณการใช้ของกลุ่มลูกค้าในระบบเดิม

โดยภาพรวมแล้ว ธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขัน และมูลค่าทางการตลาดสูงเมื่อเทียบกับธุรกิจการให้บริการทางโทรคมนาคมอื่นๆ ยังมีลักษณะที่ค่อนข้างผูกขาด ผู้ให้บริการรายใหญ่จึงอยู่ในฐานะที่สามารถเอาเปรียบคู่แข่งหรือผู้บริโภคได้ ดังเช่นที่เคยเกิดขึ้นคือ ผู้ให้บริการโทรศัพท์มือถือรายใหญ่เคยมีการล็อกอีมี (IMEI) เพื่อบังคับขายพวงเครื่องโทรศัพท์ในราคาแพง กีดกันผู้ประกอบการรายใหม่ในการส่งข้อความขนาดสั้น (SMS) หรือไม่ให้โรมมิ่งบริการ เป็นต้น นอกจากนี้แล้วการแข่งขันที่ไม่มีประสิทธิภาพอันเนื่องมาจากโครงสร้างตลาดผูกขาดหรือกึ่งผูกขาดดังกล่าว ทำให้เกิดความสูญเสียต่อระบบเศรษฐกิจ เนื่องจากการผูกขาดสินค้าหรือบริการใดๆ จะทำให้ราคาของสินค้าหรือบริการนั้นสูงเกินกว่าราคาที่เหมาะสมในตลาดที่มีการแข่งขัน ทั้งนี้เนื่องจากการกำหนดราคาให้สูงขึ้นจะทำให้ผู้ประกอบการที่ผูกขาดได้รับกำไรมากขึ้น ราคาที่สูงขึ้นดังกล่าวทำให้ผู้ใช้บริการส่วนหนึ่งไม่ได้รับบริการ ซึ่งถือเป็นความสูญเสียทางสังคมที่เกิดจากการผูกขาด (Social Cost of Monopoly) เนื่องจากบริการโทรคมนาคมมีลักษณะเป็นโครงสร้างพื้นฐานของบริการอื่นๆ การแข่งขันที่ไม่มีประสิทธิภาพในตลาดโทรคมนาคมจึงก่อให้เกิดต้นทุนแก่ภาคการผลิตอื่นๆ ประชาชน และสังคมโดยทั่วไปทั้งทางตรง และทางอ้อม

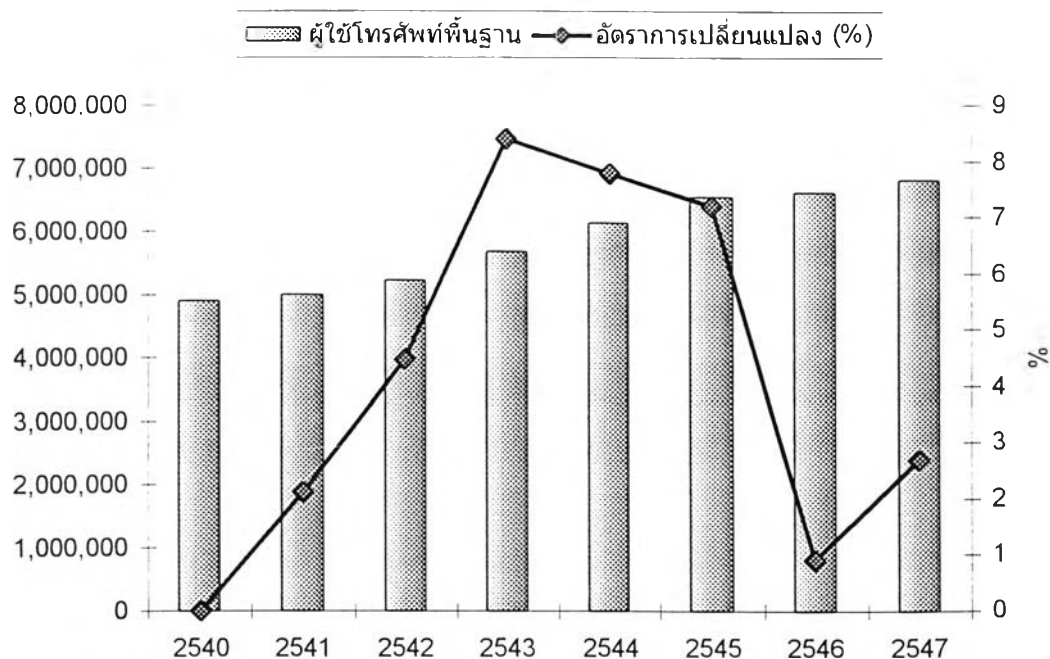
ในอนาคต เมื่อมีการเปิดเสรีตลาดโทรคมนาคม คาดว่าจะพบพฤติกรรมการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรมในอีกหลายรูปแบบเช่น การไม่ให้ผู้ประกอบการรายใหม่เชื่อมต่อโครงข่าย (Inter Connection) การอุดหนุนไขว้ การสมคบกันกำหนดอัตราค่าบริการ หรือการควบรวมธุรกิจ โดยมีจุดประสงค์เพื่อลดการแข่งขัน ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น วิทยานิพนธ์ฉบับนี้จึงมุ่งเน้นที่จะวิเคราะห์ปฏิปักษ์โต้ตอบ (Conjectural Variations) ระหว่างกันของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทย รวมถึงศึกษาถึงลักษณะโครงสร้างตลาด (Market Structure) รูปแบบการแข่งขัน และการกระจุกตัวของผู้ใช้บริการ เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกฎเกณฑ์ในการแข่งขันในตลาดโทรคมนาคมเพื่อให้เกิดการแข่งขันอย่างเสรี และเป็นธรรมมากยิ่งขึ้น

ตารางที่ 1.1 จำนวนเลขหมายการใช้บริการโทรศัพท์

หน่วย: เลขหมาย

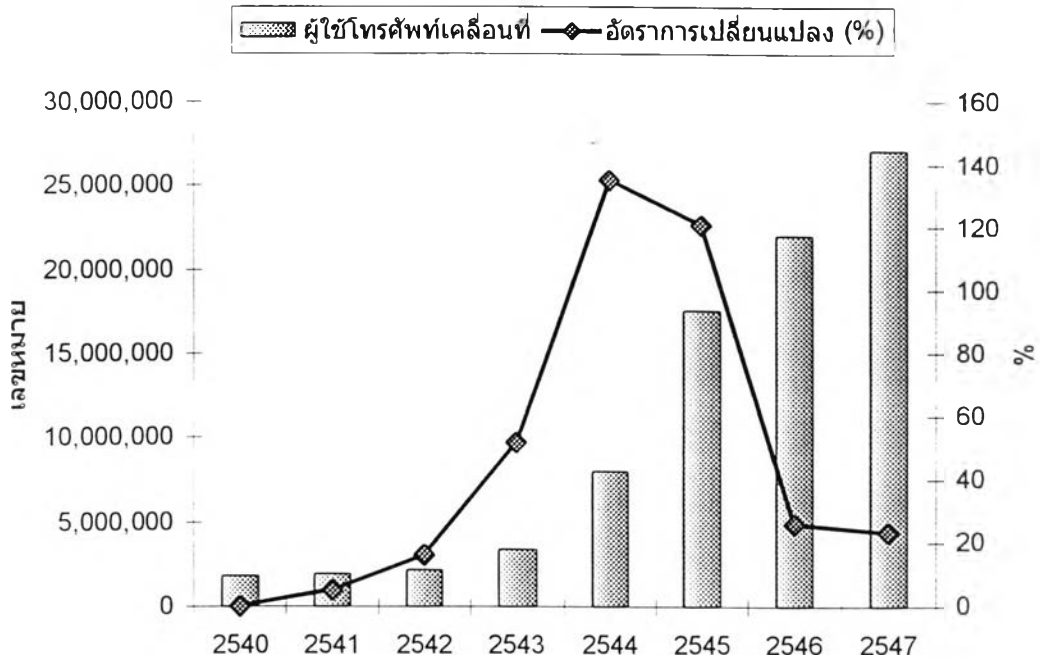
ปี	ผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่	อัตราการเปลี่ยนแปลง (%)	ผู้ใช้โทรศัพท์พื้นฐาน	อัตราการเปลี่ยนแปลง (%)
2540	1,830,000	-	4,911,000	-
2541	1,920,000	4.92	5,014,978	2.12
2542	2,230,145	16.15	5,238,705	4.46
2543	3,380,600	51.59	5,677,756	8.38
2544	7,940,598	134.89	6,119,321	7.78
2545	17,495,562	120.33	6,560,000	7.20
2546	21,978,696	25.62	6,619,807	0.91
2547	27,122,980	23.41	6,798,542	2.70
2548(Q1)	29,300,000	-	6,900,000	-

ที่มา: บมจ. ทศท คอร์ปอเรชั่น และบมจ. กสท โทรคมนาคม



ที่มา: บมจ. ทศท คอร์ปอเรชั่น และบมจ. กสท โทรคมนาคม

ภาพที่ 1.1 จำนวนเลขหมาย และอัตราการเปลี่ยนแปลงของการใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน



ที่มา: บมจ.ทศท คอร์ปอเรชั่น และบมจ.กสท โทรคมนาคม

ภาพที่ 1.2 จำนวนเลขหมาย และอัตราการเปลี่ยนแปลงของการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่

### 1.2 วิตุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาลักษณะโครงสร้างตลาด และพฤติกรรมการแข่งขันโดยรวมของธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทย
2. เพื่อวิเคราะห์การกระจุกตัวของผู้ใช้บริการในธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทย
3. เพื่อตรวจสอบปฏิกิริยาโต้ตอบ (Conjectural Variations) ระหว่างกันของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทย

### 1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การศึกษาถึงลักษณะโครงสร้างตลาดของธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ จะทำให้ทราบว่าธุรกิจนี้จัดอยู่ในตลาดประเภทใด และมีมีการกระจุกตัวของผู้ใช้บริการอยู่ในบริษัทใดบริษัทหนึ่งหรือไม่ ส่วนการวิเคราะห์ปฏิกิริยาโต้ตอบระหว่างผู้ให้บริการจะทำให้ทราบถึงความขึ้นแก่กันระหว่างบริษัท ซึ่งสามารถแสดงให้เห็นถึงรูปแบบของการแข่งขันโดยรวมของธุรกิจประเภทนี้ว่าเป็น

ไปในลักษณะใด ดังนั้นการศึกษาในวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะช่วยให้ภาครัฐบาล และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถกำหนดนโยบายที่แน่ชัด เพื่อปรับโครงสร้างตลาดธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ให้มีความเหมาะสม และเกิดการแข่งขันกันอย่างเสรีมากยิ่งขึ้น

#### 1.4 ขอบเขตของการศึกษา

1. การศึกษาในวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ จะทำการศึกษาเฉพาะบริษัทที่ให้บริการในธุรกิจโทรคมนาคมด้านโทรศัพท์เคลื่อนที่ เนื่องจากเป็นธุรกิจที่มีมูลค่าทางการตลาดสูงเมื่อเทียบกับมูลค่าทางการตลาดของธุรกิจสื่อสารโทรคมนาคมประเภทอื่นๆ และเกี่ยวข้องกับประชากรของประเทศเป็นจำนวนมาก

2. การศึกษาโครงสร้างตลาดของธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ และการวิเคราะห์ปฏิกิริยาโต้ตอบระหว่างบริษัทจะใช้ข้อมูลทั้งแบบอนุกรมเวลา (Time series data) และข้อมูลภาคตัดขวาง (Cross-sectional data) ระหว่างปี พ.ศ.2540 – พ.ศ.2547

#### 1.5 แหล่งข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ในหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการรวบรวมข้อมูลจากรายงานประจำปีของบริษัทผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ข้อมูลจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ธนาคารแห่งประเทศไทย รวมถึงเอกสารการวิจัย และวารสารทางวิชาการต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

#### 1.6 โครงสร้างของการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้จะแบ่งการศึกษาออกเป็นส่วนๆ ดังนี้

บทที่ 1 บทนำ เป็นการนำเสนอ ความสำคัญ และที่มาของปัญหา ขอบเขตการศึกษา วัตถุประสงค์ของการศึกษา และประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

บทที่ 2 ทฤษฎี และงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

บทที่ 3 วิธีการศึกษา สมมุติฐาน แบบจำลอง สมการ และตัวแปรต่างๆ ที่ใช้ในแบบจำลอง

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ลักษณะโครงสร้างตลาด และพฤติกรรมการแข่งขันโดยรวมของธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยใช้ทฤษฎีโครงสร้างตลาดผู้ขายน้อยราย

ผลการวิเคราะห์ลักษณะการกระจุกตัวของธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยใช้ดัชนีวัดการกระจุกตัว คือ Concentration Ratio (CR) Herfindahl-Hirschman Index (HHI) และ Comprehensive Concentration Index (CCI)

การประมวลผล และการวิเคราะห์ปฏิริยาโต้ตอบระหว่างบริษัทที่อยู่ในธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยใช้แบบจำลองเกี่ยวกับการคาดคะเนปฏิริยาโต้ตอบระหว่างผู้ให้บริการที่อยู่ในตลาดผู้ขายน้อยราย (The Conjectural Variations Model)

บทที่ 5 บทสรุป และข้อเสนอแนะเชิงนโยบายของรัฐในการกำกับดูแลธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ รวมถึงข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาในครั้งต่อไป