

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของปัญหา

ในโลกปัจจุบันที่มีวิวัฒนาการทางเทคโนโลยีและการสื่อสารอยู่ตลอดเวลา ส่งผลให้วิถีชีวิตของคนเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมเป็นอย่างมากมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาอำนวยความสะดวกสบาย และสร้างความรื่นรมย์ให้เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน การนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาไม่เพียงใช้ในการติดต่อสื่อสารแต่ยังสามารถทำธุรกรรมต่าง ๆ ได้ไม่ว่าอยู่ที่ไหนในโลก และโทรศัพท์เคลื่อนที่ก็คือหัวใจสำคัญ โดยเฉพาะในเมืองใหญ่ ๆ ที่ต้องประสบปัญหาการจราจรติดขัด ย่อมส่งผลโดยตรงต่อธุรกิจที่ต้องอาศัยความรวดเร็วในการสื่อสาร เพื่อใช้สร้างความเข้าใจที่จะนำไปสู่การตัดสินใจ และสำหรับประเทศไทยนั้นระบบการสื่อสารโทรคมนาคมได้รับการพัฒนาขึ้นมาเป็นลำดับเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้งานแก่ผู้ใช้บริการ โดยเริ่มแรกมีหน่วยงานที่รับผิดชอบการให้บริการด้านสื่อสารและโทรคมนาคมอยู่ 2 หน่วยงาน คือ องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย (ทศท.) และการสื่อสารแห่งประเทศไทย (กสท.) มีหน้าที่อำนวยความสะดวกแก่ประชาชนอย่างทั่วถึงทั้งในส่วนกลาง และส่วนภูมิภาค ทำให้ความต้องการโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้งในครอบครัวและหน่วยงานต่าง ๆ ขยายตัวอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้สถานการณ์ของการให้บริการเกือบทั้งหมดซ้ำซ้อนกัน ซึ่งได้สร้างปัญหาติดตามมาคือการใช้เงินลงทุนจำนวนมาก และมีความสับสนเปลืองในการจัดหาอุปกรณ์สื่อสารของหน่วยงานตนเอง แต่เนื่องจากการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นบริการที่สามารถสร้างรายได้ให้กับองค์การโทรศัพท์ฯ และการสื่อสารฯ ค่อนข้างสูง จึงส่งผลให้สถานการณ์ของการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของทั้งสองหน่วยงานแข่งขันกันมากขึ้น ทั้งทางตรง คือ ด้านเทคนิค ระบบ วิธีการลงทุน ฐานะการเงิน และพื้นที่ให้บริการ และการแข่งขันทางอ้อม ซึ่งแต่ละหน่วยงานจะเน้นการให้บริการเอกชนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบของตนเป็นผู้บุกเบิกตลาดสร้างส่วนแบ่งและขยายตลาดให้มากขึ้น ดังนั้นแนวความคิดในการเปิดให้สัมปทานกับบริษัทเอกชนในการให้บริการทางโทรศัพท์เคลื่อนที่จึงเกิดขึ้นครั้งแรกในปี 2533

บริษัทแอดวานซ์ อินโฟร์เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) หรือ AIS เป็นบริษัทที่ถูกก่อตั้งขึ้นมาในช่วงแรก เป็นบริษัทที่ได้รับสัมปทานจากองค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย (ทศท.) โดยสัมปทานดังกล่าวเป็นสัมปทานประเภทบีทีโอ (Build Transfer Operate Concession) ซึ่งบริษัทฯ จะเป็นผู้ลงทุนและรับผิดชอบในการหาเงินลงทุน รวมทั้งค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ทั้งหมดโดยเครื่องมือและอุปกรณ์ทั้งหมด

จะตกเป็นกรรมสิทธิ์ของ ทศท. หลังการติดตั้งแล้วเสร็จ ส่วนบริษัทจะมีสิทธิ์ในการใช้ประโยชน์จากอุปกรณ์ในการดำเนินธุรกิจตามสัญญาสัมปทาน ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา AIS สามารถสร้างผลกำไรจากเทคโนโลยีทางการสื่อสารอย่างต่อเนื่อง โดยจะเห็นได้จากตัวเลขปริมาณผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของ AIS จากตารางที่ 1 ซึ่งมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง และจากความสำเร็จของ AIS นี้เองส่งผลให้บริษัทน้อยใหญ่หันมาให้ความสนใจกับธุรกิจการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่มากขึ้น โดยบริษัทที่เป็นคู่แข่งสำคัญที่มีส่วนผลักดันให้การขยายตัวของตลาดคือ บริษัทโทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) หรือ DTAC แรกเริ่ม DTAC ได้รับสัมปทานให้บริการสื่อสารโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบบีทีโอ จากการสื่อสารแห่งประเทศไทย และมีการขยายอายุสัมปทานให้สามารถดำเนินการได้ถึงปี 2561 ในปี 2544 DTAC เข้ามาในตลาดด้วยการทำกลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อปรับรูปแบบการให้บริการใหม่ ด้วยงบการตลาดกว่า 400 ล้านบาท ส่งผลให้ยอดขายของ DTAC เพิ่มขึ้นในอัตรามากกว่า 100% ในช่วงเวลาเพียงสามเดือน

บริษัท ทีเอ ออเรนจ์ จำกัด เป็นตัวอย่างบริษัทผู้ให้บริการรายใหม่ที่เกิดขึ้นในช่วงปี 2545 ท่ามกลางการร่วมทุนระหว่าง เครือเจริญโภคภัณฑ์ เทเลคอมเอเชีย และ Orange SA จากประเทศอังกฤษ ด้วยการลงทุนมูลค่ากว่า 22 ล้านบาท เพื่อทำตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ภายใต้ชื่อ “Orange” ซึ่งสร้างความตื่นตัวให้กับวงการสื่อสารไทยเป็นอย่างมาก โดยที่ Orange ได้รับการอนุมัติจากการสื่อสารแห่งประเทศไทย (กสท.) เพื่อพัฒนาและให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือรายใหม่แก่ประชาชน โดยเป็นผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบดิจิทัล พีซีเอ็น 1800 เพื่อรองรับการเติบโตทางด้านธุรกิจและเพื่อให้ประชาชนสามารถใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้อย่างทั่วถึงทั้งในกรุงเทพฯ และภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วประเทศ

ถึงแม้ว่า AIS และ DTAC เป็นผู้ได้สิทธิในการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ก่อนผู้ให้บริการรายอื่น เป็นปัจจัยสนับสนุนให้การตัดสินใจของผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะเลือกใช้บริการกับ AIS และ DTAC มากกว่าเลือกใช้บริการจากผู้ให้บริการรายอื่น เนื่องจากชื่อเสียงของผู้ให้บริการทั้งสองรายเดิมนี้นี้ เป็นที่รู้จักกันโดยทั่วไปสำหรับผู้บริโภค การมีเครือข่ายครอบคลุมพื้นที่ภายในประเทศ การมีบริการเสริมและบริการหลังการขายอื่นๆ ซึ่งในระยะแรกของการดำเนินการให้บริการของผู้ให้บริการนั้นอำนาจการตัดสินใจการเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการจากรายหนึ่งไปยังอีกรายหนึ่งสำหรับผู้บริโภคยังทำได้ยาก เนื่องจากผู้บริโภคจำเป็นต้องเปลี่ยนทั้งเครื่องโทรศัพท์และหมายเลขโทรศัพท์เคลื่อนที่ จึงมักเกิดความยุ่งยากในการเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการทำให้ผู้บริโภคจำเป็นต้องใช้เครือข่ายหรือผู้ให้บริการรายนั้นต่อไปทั้งนี้เพราะเงื่อนไขของสัญญาสัมปทานระหว่างรัฐวิสาหกิจกับบริษัทผู้ประกอบการภาคเอกชนได้ให้สิทธิในการขายโทรศัพท์เคลื่อนที่แก่ผู้ให้บริการด้วยบริษัทผู้ให้บริการ

ตารางที่ 1 จำนวนเลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทย: 2541 – 2548

รายชื่อบริษัท	ปี 2541	ปี 2542	ปี 2543	ปี 2544	ปี 2545	ปี 2546	ปี 2547	ปี 2548
1. บริษัทแอดวานซ์ อินโฟร์เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)	1,103,550	1,230,200	1,977,300	4,773,800	10,948,000	13,239,200	15,184,000	16,408,900
2. บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน)	937,800	1,074,300	1,403,300	2,737,598	5,454,562	6,650,496	7,786,165	8,676,940
3. บริษัท ทีเอ ออเรนจ์ จำกัด	N/A	N/A	N/A	N/A	1,336,228	1,539,735	3,380,383	4,458,643
4. บริษัท ดิจิตอลโฟน จำกัด	80,000	145,000	173,060	382,000	N/A	N/A	N/A	N/A
5. องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย (TOT)	37,678	28,396	21,000	14,650	10,686	6,548	N/A	N/A
6. บริษัท ฮัทจิสัน ซีเอที ไรร์เลส มัลติมีเดีย จำกัด	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	291,740	392,222
รวม	2,159,028	2,477,896	3,574,660	7,908,048	17,749,476	21,435,979	26,642,288	29,936,705

ที่มา: บริษัท โทรคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (2548)

ทั้งสองรายในขณะนั้น ซึ่งได้แก่ AIS และ DTAC จึงดำเนินการล็อกเครื่องโทรศัพท์ทำให้สามารถใช้ได้กับเครือข่ายของตนเองเท่านั้น จึงทำให้ผู้บริโภคไม่สามารถเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการ เนื่องจากผู้บริโภคต้องแบกรับต้นทุนที่เรียกว่าต้นทุนในการเปลี่ยนผู้ให้บริการในจำนวนที่สูง ทั้งที่เป็นตัวเงิน และไม่เป็นตัวเงิน

ในช่วงระยะเวลา 4-5 ปีที่ผ่านมา (2545-2548) จำนวนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มขึ้นอย่างมาก ดังแสดงในตารางที่ 1 ทำให้ผู้ให้บริการแต่ละรายใช้กลยุทธ์ในการแข่งขันเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งการตลาด โดยในปีพ.ศ. 2545 DTAC ได้ใช้กลยุทธ์การปลดล็อกเครื่องโทรศัพท์ ซึ่งทำให้สามารถนำเครื่องโทรศัพท์ไปใช้งานกับระบบของผู้ให้บริการรายอื่นได้ หลังจากนั้น Orange ก็ได้ใช้กลยุทธ์โดยการขายเครื่องโทรศัพท์ในราคาต่ำกว่าที่ซื้อขายในตลาดทั่วไป แต่มีเงื่อนไขที่กำหนดให้ผู้บริโภคจะต้องจดทะเบียนใช้บริการกับ Orange เป็นระยะเวลาอย่างน้อย 6 เดือน อย่างไรก็ตาม การใช้กลยุทธ์ในการแข่งขันเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดเป็นทั้งการลดและเพิ่มต้นทุนการเปลี่ยนผู้ให้บริการแก่ผู้บริโภคเองและทำให้ผู้บริโภคไม่สามารถเปลี่ยนไปใช้บริการกับผู้ให้บริการที่ทำให้ตนเองได้รับอรรถประโยชน์สูงสุดเนื่องอาจจะต้องรับภาระต้นทุนในการเปลี่ยนผู้ให้บริการดังกล่าวทั้งที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงินและยังส่งผลกระทบต่อระดับการแข่งขันของอุตสาหกรรมและสวัสดิการสังคมโดยรวม

ดังนั้น ในงานวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งเน้นเพื่อศึกษาโครงสร้างตลาดของอุตสาหกรรมโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทยว่ามีรูปแบบโครงสร้างเป็นอย่างไร ซึ่งโครงสร้างอุตสาหกรรมจะไปมีผลกำหนดพฤติกรรมและผลการดำเนินงานของหน่วยธุรกิจและอุตสาหกรรมทั้งโดยทางตรงและทางอ้อม ดังนั้นหากอุตสาหกรรมมีโครงสร้างที่เหมาะสมแล้วก็จะส่งผลให้การจัดสรรทรัพยากรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพโดยที่รัฐไม่จำเป็นต้องเข้ามาแทรกแซง แต่ถ้าโครงสร้างอุตสาหกรรมยังไม่เหมาะสมรัฐก็อาจจำเป็นต้องเข้ามาแทรกแซงเพื่อให้กลไกการทำงานของตลาดให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นและรวมไปถึงการวิเคราะห์ต้นทุนในการเปลี่ยนผู้ให้บริการในอุตสาหกรรมการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ เนื่องจากมีการขยายตัวสูงในหลายปีที่ผ่านมา เพื่อทดสอบว่าต้นทุนในการเปลี่ยนผู้ให้บริการมีขนาดเท่าไร และจะส่งผลกระทบต่อระดับการแข่งขันของอุตสาหกรรมอย่างไร ซึ่งอาจจะเป็นประโยชน์ต่อผู้กำหนดนโยบาย และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการกำกับดูแลอุตสาหกรรมดังกล่าว ทั้งนี้เพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคและส่งเสริมให้มีการแข่งขันอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงโครงสร้างตลาดของอุตสาหกรรมโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทย
2. เพื่อวิเคราะห์ถึงต้นทุนในการเปลี่ยนผู้ให้บริการที่เกิดขึ้นกับผู้บริโภคในการเปลี่ยนผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่รายใหม่
3. เพื่อศึกษาผลกระทบของต้นทุนในการเปลี่ยนผู้ให้บริการที่มีต่อการแข่งขันในอุตสาหกรรมโทรศัพท์เคลื่อนที่

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เป็นประโยชน์ต่อผู้ที่มีส่วนในการกำกับดูแลอุตสาหกรรมการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ถึงเห็นถึงพฤติกรรมที่จะก่อให้เกิดต้นทุนในการเปลี่ยนผู้ให้บริการ ซึ่งส่งผลกระทบต่อโดยตรงกับผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ และพิจารณาถึงการกำหนดนโยบายหรือมาตรการที่เหมาะสมในการจำกัดต้นทุนในการเปลี่ยนผู้ให้บริการสำหรับผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งจะนำไปสู่การส่งเสริมให้มีการแข่งขันเพิ่มขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพ

ขอบเขตการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้จะทำการศึกษาในผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีอยู่ทั้งหมดในตลาด โดยจะใช้ข้อมูลทุกข้อมูเป็นข้อมูลในการศึกษาในช่วงระหว่างปี 2541-2548 และการวิเคราะห์ถึงต้นทุนการเปลี่ยนผู้ให้บริการนั้นจะทำการศึกษาในผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ 3 ราย ซึ่งเป็นผู้ประกอบการหลักในตลาด ได้แก่ บริษัทแอดวานซ์ อินโฟร์เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) หรือ AIS บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) หรือ DTAC และบริษัท ทีเอ ออเรนจ์ จำกัด หรือ Orange โดยใช้ข้อมูลทุกข้อมูมีรายเดือนตั้งแต่ เดือนมีนาคม 2545 – ธันวาคม 2548 โดยเน้นเฉพาะต้นทุนที่เป็นตัวเงินเท่านั้น

นิยามศัพท์

โทรศัพท์เคลื่อนที่ หมายถึง โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ให้บริการในระบบ Orange: ดิจิตอล GSM 1800, ระบบ DTAC, NMT 900, DTAC800, GSM ADVANCE, 1-2 Call, Dprompt และดิจิตอล GSM1800

จำนวนเลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่ หมายถึง จำนวนเลขหมายสุทธิที่เกิดจากการขายเลขหมายใหม่ หักจำนวนเลขหมายที่ถูกยกเลิก

สัมปทาน หมายถึง สิทธิขาดระยะยาวในการครอบครอง หรือใช้ประโยชน์จากทรัพยากร หรือทรัพย์สินใด ๆ ที่มีอยู่อย่างจำกัดในช่วงเวลาที่กำหนดไว้ ซึ่งโดยมากมักจะใช้กับโครงการของรัฐบาลที่ต้องการจัดสรรให้เอกชนเข้ามาดำเนินการ โดยเอกชนต้องจ่ายค่าสัมปทานตั้งแต่ได้รับสิทธิ และอาจมีค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ตามแต่ตกลง

โทรคมนาคม หมายถึง การส่ง การรับ การส่งผ่านหรือการเผยแพร่โดยระบบสายหรือระบบไร้สาย ซึ่งสัญญาณเสียง ข้อมูล ภาพ สื่อ หรือสัญญาณอื่นใด

ชุมสายโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Telephone Exchange: MTX) หมายถึง ศูนย์กลางที่ให้เลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ทำการดำเนินการสลับสายต่อให้ผู้เข้า ตลอดจนควบคุมระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ ประกอบด้วยอุปกรณ์ควบคุมระบบ

สถานีฐาน (Radio Base Station: RBS) หมายถึง ศูนย์กลางรับส่งและแปลงสัญญาณ ประกอบด้วยอุปกรณ์รับส่งวิทยุ อุปกรณ์ควบคุมความถี่ และอุปกรณ์แปลงสัญญาณวิทยุเป็นสัญญาณโทรศัพท์ส่งไปยังชุมสายโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยผ่านระบบสัญญาณ

ต้นทุนในการเปลี่ยนสินค้าหรือบริการ (Switching Costs) หมายถึง ต้นทุนที่เกิดขึ้นจากการที่ผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงการใช้สินค้าจากผู้ผลิตรายหนึ่งไปยังผู้ผลิตอีกรายหนึ่ง โดยสินค้าของผู้ผลิตทั้งสองรายมีลักษณะการใช้งานเหมือนกัน สำหรับงานวิจัยนี้จะเรียกว่า ต้นทุนในการเปลี่ยนผู้ให้บริการในอุตสาหกรรมโทรศัพท์เคลื่อนที่