

บทที่ 5

การศึกษาความเป็นไปได้ของการให้บริการ Triple Play ในประเทศไทย

ในการศึกษาความเป็นไปได้ครั้งนี้ ใช้การรวบรวมข้อมูลจากหลายส่วน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ใกล้เคียงความเป็นจริงมากที่สุด นำมาประกอบการศึกษาในการทำวิจัยครั้งนี้ให้เกิดความสมบูรณ์มากที่สุดนั่นเอง โดยข้อมูลปฐมภูมิได้มาจากแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ และข้อมูลทุติยภูมิมาจากเอกสารวิจัยต่างๆ (Document Research)

รายละเอียดของข้อมูลปฐมภูมิดังนี้

1. ในส่วนของการสัมภาษณ์ทางผู้วิจัยได้เลือกสัมภาษณ์ผู้บริหารระดับสูงของบริษัท โทรคมนาคมที่เกี่ยวข้อง 1 ราย คือ

- บริษัท TOT Corporation Public Company Limited สัมภาษณ์ดร.สมศักดิ์ เดชธนสมบัติ ตำแหน่ง Wireline Business Development Department ในหัวข้อ “ความเป็นไปได้ในทางการบริหาร ในการให้บริการ Triple Play ของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)” เพื่อนำบทสัมภาษณ์มาเป็นข้อมูลทางด้านการบริหาร

2. แบบสอบถาม จะมีรายละเอียดดังนี้ ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลพื้นฐานของผู้กรอกแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 เป็นข้อมูลและความคิดเห็นต่างๆ ผ่าน โครงข่าย Fixed Line Telephone ของบริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน) ทั้งการใช้งานอินเทอร์เน็ต โทรศัพท์พื้นฐาน และโทรศัพท์แบบบอกรับเป็นสมาชิก ทั้งนี้ยังสอบถามถึงความสนใจในการใช้บริการ Triple Play ค่าใช้บริการเฉลี่ยต่อเดือนที่ผู้ใช้บริการยินดีจะจ่าย รวมไปถึงปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ Triple Play ด้วย ดังแสดงในภาคผนวก ข.

เมื่อนำข้อมูลปฐมภูมิที่ได้มาจากแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ มารวมกับข้อมูลทุติยภูมิที่ได้จากค้นคว้าจากตำรา,งานวิจัยและบทความต่างที่เกี่ยวข้องทั้งหมด สามารถนำมาศึกษาความเป็นไปได้ในด้านต่างๆของการให้บริการ Triple Play ของบริษัท ทีโอทีจำกัด (มหาชน) ได้ดังนี้

5.1 การศึกษาความเป็นไปได้ทางเทคนิค

การให้บริการ Triple Play เป็นมีรูปแบบการให้บริการที่สามารถให้บริการทั้งด้านโทรศัพท์พื้นฐาน, อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง และโทรทัศน์(แบบ VOD)

- ให้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน ผ่านทางโครงข่าย PSTN ซึ่งเชื่อมต่อกันถึงกันทั่วโลก โดยมีรูปแบบการให้บริการที่เรียกว่า POTS (paint old telephone network) ที่ประกอบด้วยการให้บริการพื้นฐานทางด้านโทรศัพท์ เช่น การให้บริการฝากข้อความเสียง การประชุมสามสาย เบอร์เรียกเบอร์พิเศษหรือเบอร์ฉุกเฉิน เช่น 191 เป็นต้น

- ให้บริการ Broadband Internet ผ่านทางโครงข่าย ADSL ซึ่งให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง และยังสามารถให้บริการโทรศัพท์พื้นฐานผ่านทางโครงข่ายเดียวกันด้วย

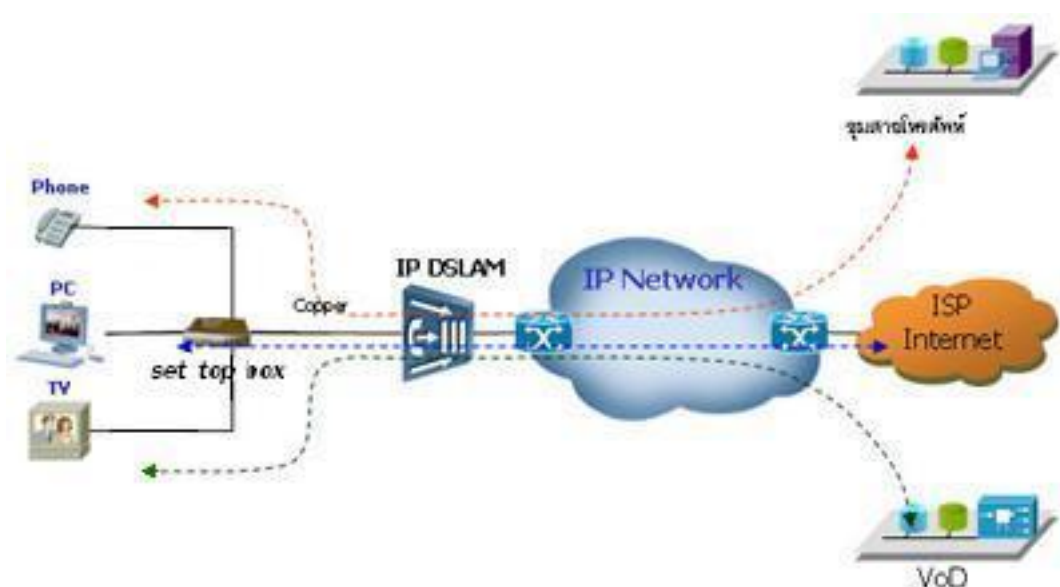
- ให้บริการ Broadcast Video หรือ Video on demand ผ่านทางโครงข่าย Broadcast ซึ่งผู้ให้บริการต้องติดตั้งอุปกรณ์รับสัญญาณปลายทางเพื่อแปลงสัญญาณที่ได้รับก่อนต่อเข้ากับโทรทัศน์ จึงจะสามารถใช้บริการนี้ได้ และในปัจจุบันยังมีบริการ IPTV ซึ่งอาศัยโครงข่าย ADSL ในการให้บริการ โดยผู้ให้บริการต้องติดตั้ง Set Top Block เพื่อแปลงสัญญาณจาก Analog to digital เพื่อเปลี่ยนเป็นสัญญาณภาพให้เครื่องโทรทัศน์สามารถรับสัญญาณได้

ในการให้บริการ Triple Play เป็นการให้บริการหลายประเภทรวมกันหรืออาจเรียกได้ว่าการหลอมรวม (Convergence) เอาการให้บริการที่มีอยู่แล้วในปัจจุบันมารวมกันบนการเชื่อมต่อแบบความเร็วสูงเพียงเส้นเดียว โดยในปัจจุบันมีการให้บริการแต่ละประเภทอยู่แล้ว จึงไม่มีปัญหาในส่วนขอเทคโนโลยีแต่ละประเภท

Triple Play Architecture and Technologies แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

- (1) Content and Service Nodes
- (2) Access Network
- (3) Customer Control

ภาพที่ 5.1
แสดงโครงสร้างของ Triple Play Network



ที่มา : www.tlcthai.com ,2006

จากภาพที่ 5.1 ในส่วนของ Access Network จะติดต่อกับผู้ใช้งาน ผ่านอุปกรณ์ต่างๆ ซึ่งเชื่อมโยงกันโดยอาศัย IP Network โดยจะใช้สาย Copper เป็น Media ในการเชื่อมต่อจากผู้ให้บริการเข้าสู่โครงข่าย IP Network แต่ก่อนที่จะเข้าโครงข่าย IP Network จะต้องผ่านตัวที่ใช้จัดการช่องสัญญาณต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น Voice , Data , VDO ที่เรียกว่า IP DSLAM นั้น ผู้ใช้สามารถใช้งานอินเทอร์เน็ต และ ดูโทรศัพท์ได้ในเวลาเดียวกัน รวมไปถึงรับชม VDO ได้พร้อมกันที่เป็นแบบนั้นได้เนื่องจากข้อมูลเสียงที่มาจากโทรศัพท์ และการใช้งานอินเทอร์เน็ตการรับชม VDO จะวิ่งคนละท่อสัญญาณ ในสายทองแดงเพียงเส้นเดียวไปยัง Content and Service Nodes ส่วนที่เป็น Customer Control ก็จะต้องมี อุปกรณ์ ที่เรียกว่า Set Top Box เป็นส่วนที่ใช้แยกสัญญาณต่างๆ ออกจากกันแล้วแต่ที่ผู้ให้บริการจะใช้งานอะไร โดยเริ่มแรกลูกค้าจะส่ง Requestment service ผ่านเข้ามาทาง Set Top Box ลูกค้าให้สามารถใช้บริการ service ต่างๆได้ โดย IP DSLAM สัญญาณ ให้อำนาจส่งไปยัง Content and Service Nodes ไหน ในส่วนของ Content and Service Nodes ส่ง service และ Application Service ให้ลูกค้าต่อไป ต่างๆนั่นเอง

ในการให้บริการ Triple Play ตามรูปแบบธุรกิจข้างต้น สามารถแบ่งออกเป็นสองแนวทางในการลงทุน คือ พัฒนาศักยภาพของโครงข่ายเดิมที่มีอยู่ (Evolution) และลงทุนสร้างเครือข่ายใหม่ (Innovative) ซึ่งการตัดสินใจเลือกแนวทางใดนั้น จะพิจารณาจาก

(1) Type of service: รูปแบบของการให้บริการ ว่าเป็นรูปแบบธรรมดาหรือ Multimedia

(2) Speed of Data: ความรวดเร็วในการรับส่งข้อมูล

ซึ่งโครงข่าย Broadcast และ โครงข่าย ADSL เป็นโครงข่ายที่สามารถใช้งานได้ โดยไม่จำเป็นต้องมีการลงทุนในส่วนของการสร้างโครงข่ายใหม่เพื่อรองรับเทคโนโลยีใหม่ๆ เป็นเพียงการสร้างเพิ่มเติมในส่วนที่ต้องการขยายเพื่อรองรับการใช้งานที่เพิ่มขึ้นเท่านั้น หรือสร้างเพิ่มเพื่อให้พื้นที่ให้บริการครอบคลุมมากขึ้นนั่นเอง รวมถึงการเพิ่ม speed ความเร็วของการให้บริการซึ่งจะต้องให้บริการที่ Speed 2 Mbps ถึงจะรองรับการให้บริการ Triple Play ได้ และต้องเพิ่มเติมในส่วนที่เป็น IP Base เพื่อให้สามารถเชื่อมต่อกับโครงข่ายอื่นๆได้

โดยทั้งสองแนวทางในการลงทุน ควรพิจารณาในด้านต่างๆ เหล่านี้ร่วมด้วย

- ขนาดของโครงการ: เนื่องจากเป็นโครงการขนาดใหญ่ที่ต้องลงทุนกับอุปกรณ์ที่ใช้เทคโนโลยีในการลงทุน จึงมีผลต่อต้นทุนของโครงการ โดยในระยะแรกนั้น เป็นช่วงที่ต้องลงทุนสูงมากเพื่อติดตั้งอุปกรณ์และวางเครือข่ายในการให้บริการต่างๆ แต่ในระยะต่อมาจะลงทุนไม่มากนัก โดยเป็นการดูแลบำรุงรักษาอุปกรณ์และเครือข่ายที่วางไว้แล้ว เพื่อให้การให้บริการที่มีประสิทธิภาพสูงสุดนั่นเอง และความประหยัดของโครงการ จะเกิดขึ้นเมื่อมีจำนวนผู้ใช้บริการจำนวนมาก ซึ่งจากการศึกษาถึงแนวโน้มการเจริญเติบโตของการสื่อสารแต่ละประเภทแล้วพบว่า มีแนวโน้มการเติบโตในระดับที่น่าพอใจ จึงคาดได้ว่าจำนวนของผู้ใช้บริการ Triple Play จะมีจำนวนที่มากพอในการลงทุนด้วย

- พื้นที่ให้บริการ: พื้นที่ที่สามารถให้บริการนั้นในตอนแรกควรที่จะเป็นพื้นที่ที่มีการใช้อินเตอร์เน็ตบรอดแบนด์สูง รูปแบบการให้บริการ Triple Play เป็นการให้บริการรูปแบบใหม่สำหรับ ทีโอที จึงเหมาะสมในการให้บริการพื้นที่ที่มีความต้องการใช้เทคโนโลยีในการอำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวัน ในการศึกษาครั้งนี้จึงจะให้บริการในเขตกรุงเทพมหานครก่อน

- License: หน่วยงานของรัฐที่ดูแลควบคุมการให้บริการโทรคมนาคมในประเทศนั้น คือ กทช. หรือคณะกรรมการการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ซึ่งบริษัทรายใหม่ที่จะเข้ามาประกอบกิจการได้ ต้องขอ License การให้บริการก่อน แต่หากเป็นรายเดิมในตลาดอยู่แล้ว และต้องการให้บริการ triple Play สามารถทำได้โดยไม่ต้องขอ License เพิ่ม
- อุปสรรคที่ใช้: ในประเทศไทยจะไม่สามารถผลิตอุปกรณ์ที่ใช้ในการสื่อสารได้เอง ต้องอาศัยการนำเข้าจากต่างประเทศ จึงทำให้ต้นทุนในส่วนนี้คิดเป็นสัดส่วนที่สูง และต้องทำหนังสือเพื่อนำเข้าอุปกรณ์เหล่านี้ด้วย

5.2 การศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด

กระบวนการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด ของการให้บริการ Triple Play ในประเทศไทย นั้น แบ่งเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้

1. การวิเคราะห์สภาวะตลาด
2. การวิเคราะห์ธุรกิจ Triple Play โดยใช้ SWOT และ Five Force Model
3. การประมาณการยอดขายสินค้า
4. การสรุปผลการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาด

5.2.1 การวิเคราะห์สภาวะตลาด

การวิเคราะห์สภาวะตลาดนั้น จะเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการประเภทต่างๆ ใน Triple Play อันได้แก่ บริการโทรศัพท์พื้นฐาน บริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ และบริการโทรทัศน์แบบบอกรับเป็นสมาชิก ที่ทำการวิเคราะห์จากหลาย ๆ แหล่ง เพื่อใช้ประกอบการศึกษาแนวโน้มการเติบโตของการให้บริการ Triple Play ในประเทศไทย

5.2.1.1 วิเคราะห์ตลาดการให้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน

อุตสาหกรรมโทรคมนาคมของไทยโดยเฉพาะตลาดด้าน Voice Service หรือการให้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน ของประเทศไทยมีการเติบโตน้อยในช่วง 2 – 3 ปีที่ผ่านมา มีการถูกโจมตีจากตลาดผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่มีการแข่งขันในการลดราคาค่าโทร ทำให้การเติบโตของ

โทรศัพท์พื้นฐานเป็นไปได้อย่างช้าจากข้อมูลของ บริษัท ทีโอที เองใน ช่วงปี 2548 ถึง 2549 (ตารางที่ 5.1) แสดงให้เห็นถึงจำนวนผู้ใช้งานโทรศัพท์พื้นฐาน บริษัท TOT มีอัตรา การเติบโต เพิ่มขึ้นเพียง 0.56% ในขนาดที่จำนวนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ มีการเติบโต จากปี 2548 จนถึง 2549 มีการเติบโตเพิ่มขึ้น 24.4 % (ภาพที่ 5.2)

ตารางที่ 5.1

ผู้ใช้งานโทรศัพท์พื้นฐานบริษัท TOT ปี 2548-2549

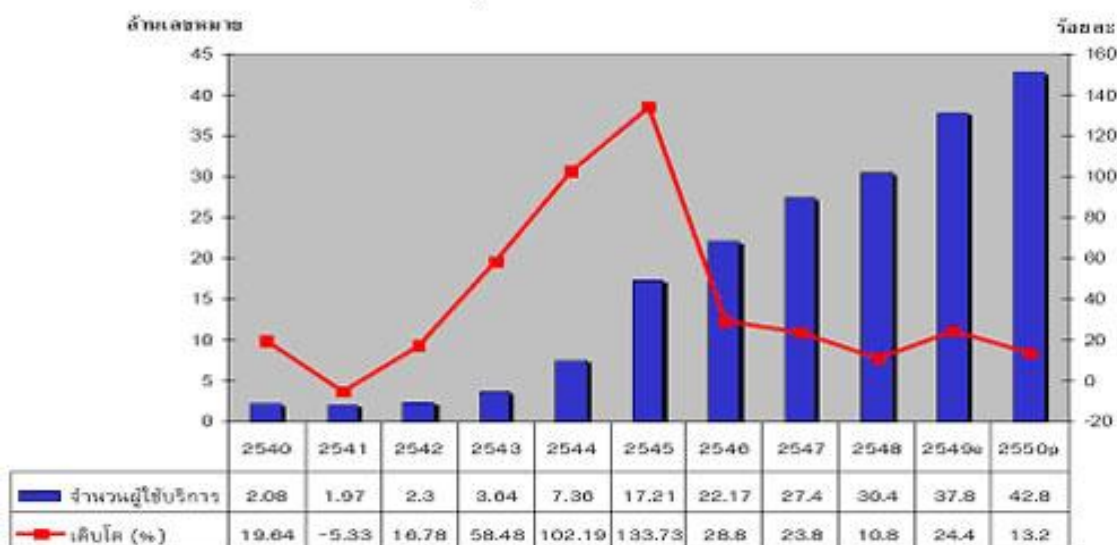
ผู้ใช้งานโทรศัพท์พื้นฐาน TOT	ปี 2548	ปี 2549	%เพิ่ม/ (ลด)
นครหลวง	3,431,768	3,429,696	(0.06)
ภูมิภาค	3,239,586	3,278,643	1.22
รวม	6,670,768	6,708,339	0.56

ที่มา : บริษัท TOT. รายงานประจำปี ,2549

ภาพที่ 5.2

จำนวนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ปี 2540 – 2550p

จำนวนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่



ที่มา : ศูนย์วิจัยข้อมูลสถิติกรไทย ,2549

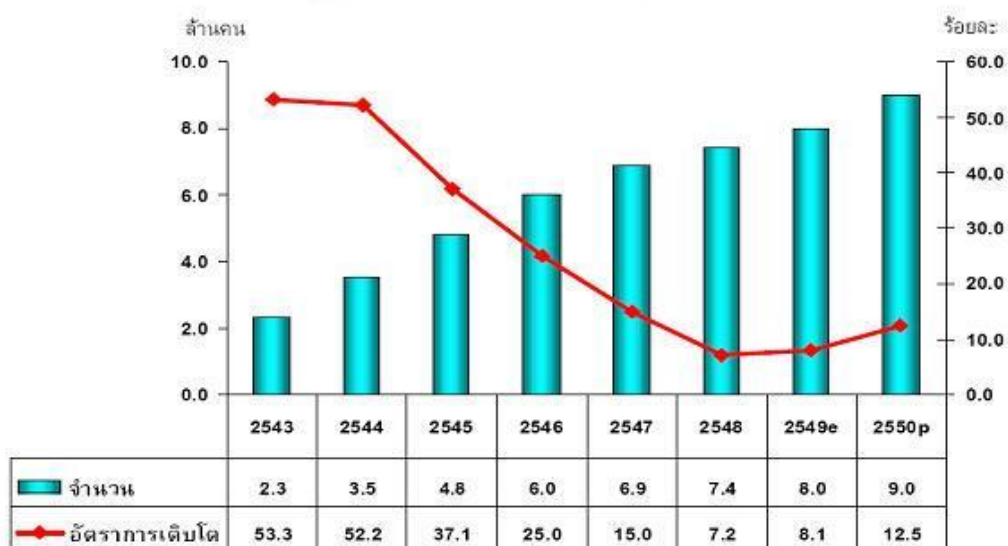
อย่างไรก็ตาม โทรศัพท์พื้นฐานก็ยังเป็นสิ่งจำเป็นในการใช้งานโดยเฉพาะอย่างยิ่งการที่จะเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ ซึ่งตรงจุดนี้ยังถือว่าโทรศัพท์พื้นฐานมีได้หมดหวังจากตลาดการให้บริการด้าน Voice Service เลยทีเดียว ยิ่งโครงการ 565,500 เลขหมายของ บริษัท ทีโอที สำเร็จแล้ว จะยังทำให้มีเลขหมายและโครงข่ายสายทางแดงที่เข้าถึงผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้น

5.2.1.2 วิเคราะห์ตลาดการให้บริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์

อุตสาหกรรมโทรคมไทยทางด้านการให้บริการ Data Service กำลังจะมีการเติบโต โดยเฉพาะการให้บริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์มีปริมาณผู้ใช้เพิ่มมากขึ้น จากข้อมูลพบว่ากลางปี 2550 มีจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย 9 ล้านคน และมีอัตราการเติบโต ในปี 2549 จำนวน 8.1% และยังมีแนวโน้มที่จะสูงขึ้นอีกในปี 2550 (ภาพที่ 5.3)

ภาพที่ 5.3

ปริมาณผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยปี 2543 – 2550p



ที่มา : ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ,2549

ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยมีจำนวนหลายรายโดยส่วนหนึ่งได้รับการอนุญาตจาก กสท. โดยผู้ให้บริการแต่ละรายจะต้องให้ กสท. ถือหุ้นจำนวนหนึ่ง และนอกจากนั้น นับตั้งแต่เดือนมิถุนายน จนถึงต้นเดือนกันยายน 2548 คณะกรรมการ กทช. ได้ออกใบอนุญาตประกอบกิจการอินเทอร์เน็ตให้แก่ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตหลายราย

ส่วนธุรกิจอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์นั้นอัตราของผู้ใช้บริการบรอดแบนด์รวม ต่อประชากรในเมืองไทย ยังมีระดับที่ต่ำกว่า ประเทศที่พัฒนาแล้วในแถบเอเชีย เช่น เกาหลี (ร้อยละ 65.7) ฮองกง (ร้อยละ 48.9) ญี่ปุ่น (ร้อยละ 50.2) และ สิงคโปร์ (ร้อยละ 56.1) (ตาราง 5.2)

ตารางที่ 5.2
อัตราการใช้อินเทอร์เน็ตรวมเอเชีย

ประเทศ	อัตราการให้บริการอินเทอร์เน็ตปี 2547
เกาหลีใต้	65.70%
สิงคโปร์	56.10%
ไต้หวัน	53.80%
ญี่ปุ่น	50.20%
ฮ่องกง	48.90%
ไทย	11.30%

ที่มา: ITU World Telecommunication Indicators Database ,2004

จึงนับว่าตลาดอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ ในประเทศไทยยังมีโอกาสขยายตัวได้อีกมาก ผู้ให้บริการในตลาดอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ มีอยู่หลายรายทั่วประเทศ เช่น บริษัท ยูโนเท็ด บรอดแบนด์ เทคโนโลยี จำกัด (UBT) ซึ่งเป็นบริษัทในกลุ่ม UCOM บริษัท เลนโซ่ ดาต้าคอม จำกัด (ให้บริการภายใต้ชื่อ Q-Net) Samart, CS Loxinfo, TOT, TT&T, ADC หรือ บริษัท แอดวานซ์ ดาต้าเน็ตเวิร์ค คอมมิวนิเคชั่นส์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทในกลุ่มชิน คอร์ปอเรชั่น และกลุ่มบริษัท ทู

ซึ่งจากแนวโน้มการให้บริการของผู้ให้บริการเอง ในปี 2549 พบว่า ผู้ใช้บริการทั่วประเทศนิยมที่จะใช้อินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์มากกว่าแบบอื่นๆ มากถึง 52.8 % (ภาพที่ 5.4) และยังมีปัจจัยหลายประการที่ทำให้จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ซึ่งประกอบด้วย ราคาโมเด็มที่ถูกลง ผู้บริโภคความนิยมใช้บริการคอนเทนท์ ต่างๆเพิ่มมากขึ้น เช่น เกมออนไลน์

ภาพที่ 5.4

ประเภทของการใช้งานอินเทอร์เน็ต

ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ. สสำรวจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ,2549

ประกอบกับอัตราค่าใช้บริการรายเดือนของอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ ถูกลง เนื่องจากจำนวนผู้ให้บริการเพิ่มมากขึ้นอย่างมาก อีกทั้งภาครัฐก็ได้ทำการสนับสนุนผ่านการปรับลดอัตราค่าเช่าวงจรต่างประเทศลง ทำให้ต้นทุนของผู้ประกอบการลดลง

ตารางที่ 5.3
ตัวอย่างอัตราค่าบริการ ADSL ปัจจุบันในประเทศไทย

ผู้ให้บริการ	ลักษณะบริการ	ราคา (บาท/ เดือน)
TRUE	256/128kbps	590
UCOM/BBLife	BB Life Lite Package	490
Samart	Local 512/256	750
	256/128	520
TOT	TOT Broadband Super 256/128	500
Buddy	BB Buddy	650
Ji-Net	DSL-Hi Speed Office 1 Mbps FREE เครื่องเล่น MP3	1,960
S!HiSpeed	S! HiSpeed Internet สปีด 1 Mb	890
CSLoxinfo2	256Kbps	590
TT&T	Maxnet 256/128	590
i-san.net	ADSL 256/128Kbps	890
INET	INET พิเศษสำหรับชาวเชียงใหม่	535

ที่มา : www.adslthailand.com ,2550

กระแสทัศน์เรื่อง "ตลาดอินเทอร์เน็ตบอร์ดแบนด์ปี 50 ความต้องการพุ่ง" (มองเศรษฐกิจ 2005)
22 มิถุนายน 2550

การขยายตัวของจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยขยายตัวเพิ่มขึ้นมากและอยู่ในอัตราค่อนข้างสูงในแต่ละปี โดยในปี 2549 มีจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยประมาณ 8.5 ล้านคน หรือประมาณร้อยละ 13 ของประชากรรวมทั้งประเทศ ด้วยการพัฒนารูปแบบของข้อมูลและความต้องการส่งข้อมูลในปริมาณที่สูงขึ้นนั้น ส่งผลให้ความต้องการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (Hi-speed Internet) หรือ อินเทอร์เน็ตบอร์ดแบนด์ (Broadband Internet) ซึ่งสามารถรับส่งข้อมูลได้ในปริมาณมาก และรวดเร็วมีแนวโน้มที่จะขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทั้งในตลาดระดับองค์กรและผู้ใช้ตามบ้าน ทำให้ธุรกิจให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและคาดว่าจะเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เนื่องจากจำนวนผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในประเทศไทยอยู่ในอัตราที่ไม่สูงมากนัก นอกจากนั้นธุรกิจอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงยังได้รับปัจจัยบวกจากการสนับสนุนของทางภาครัฐที่ต้องการให้ประชาชนในประเทศได้เข้ามาใช้บริการทางด้านข้อมูลข่าวสารต่างๆ ผ่านระบบโครงข่ายอินเทอร์เน็ตให้มากขึ้นและอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับการที่เครื่องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์สำหรับการติดต่อสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ตมีราคาถูกลง จะช่วยให้ประชาชนสามารถเข้าถึงระบบอินเทอร์เน็ตได้มากขึ้น ขณะที่ การเปิดเสรีการเชื่อมต่อวงจรต่างประเทศ หรือ International Internet Gateway จะทำให้ช่องทางการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตมีเพิ่มมากขึ้นจากปัจจุบันที่มีอยู่ 4 ราย ทำให้สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้รวดเร็วขึ้นนอกจากนั้น ยังช่วยให้ธุรกิจบริการเสริมของอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงมีการขยายตัวได้อย่างต่อเนื่องไม่ว่าจะเป็นบริการด้านข้อมูลมัลติมีเดีย บริการโทรทัศน์ผ่านอินเทอร์เน็ต (IPTV) ตลอดจนบริการโทรศัพท์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (VoIP) อันจะทำให้ความต้องการใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงมีมากขึ้นด้วย สำหรับการแข่งขันในหมู่ผู้ประกอบการเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด และกระตุ้นการเติบโตของยอดผู้ใช้บริการยังคงมีอยู่อย่างต่อเนื่อง ทั้งจากผู้ประกอบการรายเดิมและผู้ให้บริการรายใหม่ที่เข้าสู่ตลาดภายหลังจากได้รับใบอนุญาตการประกอบธุรกิจจาก กทช. อันจะทำให้ภาวะการแข่งขันในธุรกิจอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงเริ่มมีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้น ควบคู่ไปกับจำนวนผู้ใช้บริการที่ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง

5.2.1.3 วิเคราะห์ตลาดการให้บริการโทรทัศน์แบบบอกรับเป็นสมาชิก

โทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิกในประเทศไทยในปัจจุบันแบ่งผู้ประกอบการออกเป็น 2 กลุ่มอย่างชัดเจน โดยกลุ่มแรกคือผู้ประกอบการที่สามารถให้บริการครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ และกลุ่มที่สองคือผู้ประกอบการท้องถิ่น ซึ่งให้บริการเฉพาะในพื้นที่เล็กๆ ในปัจจุบัน ผู้ประกอบการที่สามารถให้บริการครอบคลุมทั่วประเทศมีเพียงรายเดียว คือ บริษัท ทูริชันส์ หรือ UBC เดิม ซึ่งได้รับสัมปทานจากองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย (อสมท.) และมีบริษัทเทเลคอมเอเชีย จำกัด (มหาชน) เป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ เทคโนโลยีที่ใช้ในการให้บริการในปัจจุบันมี 2 แบบคือ ระบบสัญญาณด้วยสายเคเบิลใยแก้วนำแสง และระบบผ่านดาวเทียม(Direct to home: DTH) การใช้เทคโนโลยีทั้งสองรูปแบบควบคู่กันไปทำให้ขอบเขตการของ UBC สามารถครอบคลุมทั้งพื้นที่ทั่วประเทศทั้งที่มีประชากรหนาแน่น ซึ่งเหมาะกับการใช้สายเคเบิลใยแก้วนำแสง และที่มีประชากรเบาบาง ซึ่งเหมาะกับการใช้ดาวเทียม

ผู้ประกอบการเคเบิลทีวีอีกกลุ่มหนึ่งคือ ผู้ประกอบการเคเบิลทีวีท้องถิ่น ซึ่งให้บริการครอบคลุมเฉพาะพื้นที่เล็กๆ ในจังหวัดต่างๆ โดยใช้เทคโนโลยีการส่งสัญญาณภาพผ่านทางสายเคเบิล (Coaxial cable) ในปัจจุบัน ผู้ประกอบการกลุ่มนี้มีจำนวนมากกว่า 246 ราย โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะให้บริการโทรทัศน์ที่มีจำนวนช่อง 8-10 ช่อง และเก็บค่าสมาชิกประมาณ 250-350 บาทต่อเดือน

ตารางที่ 5.4

จำนวนสมาชิกของ ทูริชันส์ ผู้ให้บริการโทรทัศน์แบบบอกรับเป็นสมาชิก

ปี	2545	2546	2547	2548	2549
จำนวน รายได้(ล้านบาท)	437,845	434,815	457,542	483,816	558,860

ข้อมูลจาก : www.turecorp.co.th ,2550

ถ้าดูจากข้อมูล (ตารางที่ 5.4) ก็พบว่าจำนวนรายได้ของบริการโทรทัศน์แบบบอกรับเป็นสมาชิกมีการเพิ่มขึ้นทุกปี อีกทั้งคู่แข่งก็ยังไม่มากนักทำให้การให้บริการโทรทัศน์แบบบอกรับเป็นสมาชิกเป็นธุรกิจที่น่าสนใจ

5.2.2 วิเคราะห์ธุรกิจบริการ Triple Play โดยใช้ SWOT และ Five Force Model

5.2.2.1 วิเคราะห์ธุรกิจบริการ Triple Play โดยใช้เครื่องมือ SWOT Analysis

จุดแข็ง Strength

- การให้บริการ Triple play เป็นรูปแบบการให้บริการที่รวมรูปแบบการให้บริการต่างๆ มาไว้ในบริการเดียว ทำให้ผู้ใช้บริการมีความสะดวก ในการเข้าถึงข้อมูลที่หลากหลายได้สะดวกและง่ายดาย
- การให้บริการ Triple play สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับบริการเดิมที่มีอยู่แล้วได้ โดยลูกค้าจะได้รับบริการที่มากขึ้นโดยไม่จำเป็นต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นมากมาย

จุดอ่อน Weakness

- ความใหม่ของรูปแบบการให้บริการ ทำให้ผู้ใช้บริการยังลังเล ที่จะหันมาใช้บริการ
- การให้บริการ Triple play จำเป็นต้องมีความหลากหลายของเนื้อหาในการให้บริการ(content) ดังนั้น จึงจำเป็นอย่างยิ่งเป็นต้องหา พันธมิตร ที่มีคอนเทนต์ ที่น่าสนใจ ในการดำเนินธุรกิจ
- แนวทางการบริหารงานของผู้บริหาร

โอกาส Opportunity

- ความต้องการของผู้บริโภคในการบริโภคข้อมูลและเนื้อหาต่างๆ มากขึ้น
- การพัฒนาของ Broadband Technology ที่สามารถรับส่งข้อมูลด้วยอัตราที่ดีขึ้นเรื่อยๆ
- การพัฒนาของ การบีบอัดข้อมูลทั้งภาพและเสียง ที่ลดขนาดของข้อมูลลงโดยที่ยังคงคุณภาพของต้นฉบับได้เหมือนเดิม
- แนวโน้ม ของผู้ใช้งาน Internet Broadband มีมากขึ้น

อุปสรรค Treat

- สถานการณ์ด้านการเมืองประเทศที่ขาดความมีเสถียรภาพ
- เทคโนโลยีที่จะกลายมาเป็นคู่แข่งอย่าง wireless เช่น Wi-Max ,FTTH

5.2.2.2 วิเคราะห์สภาวะตลาด โดยใช้เครื่องมือ Five Force Model

สภาวะการแข่งขันในตลาด (Rivalry among Existing Firms)

ปัจจุบันการให้บริการ Triple Play ในประเทศไทยมีการให้บริการ แล้ว สองราย คือ บั๊ดดี้ บรอดแบนด์และ ทรู ดังนั้น การแข่งขันจึงพิจารณาจากกลยุทธ์ที่ใช้ ซึ่งจะคล้ายๆกันคือ ใช้กลยุทธ์ด้านราคาสำหรับการให้บริการ บรอดแบนด์อินเทอร์เน็ต เช่น การให้ใช้อินเตอร์เน็ตความเร็วสูง ในราคาที่ถูกลงสามารถสมัครใช้บริการฟรีหรือเสียค่าใช้จ่ายไม่แพงรวมถึงอุปกรณ์ต่างๆเช่น Set-top-box ที่เป็น Adsl Modem ในตัว แต่สำหรับในส่วนของการเนื้อหา เช่น วิดีโอตามประสงค์ (VOD) ลูกค้าผู้ใช้งานก็จะจ่ายตามราคาที่ผู้ให้บริการเสนอ ซึ่งราคาของการให้บริการก็จะแตกต่างกันไปตามแต่เนื้อหาหรายการนั้น เช่น ภาพยนตร์ เรื่องละ 30 บาท เป็นต้น โดยที่เนื้อหาดังกล่าว จะน่าสนใจหรือไม่ก็ขึ้นอยู่กับว่า ผู้ให้บริการไปจับมือร่วมกับพันธมิตร ที่เป็นผู้ผลิตเนื้อหาและสื่อต่างๆ ได้ตรงใจลูกค้าเพียงใด

การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ (The Potential Entry of New Competition)

การให้บริการ Triple Play เป็นการรวบรวมบริการที่หลากหลายเข้าด้วยกัน แต่เนื่องจากการให้บริการ Triple play จำเป็นต้องมีการลงทุน ค่อนข้างสูงและยังต้องพึ่งพิงโครงข่ายของผู้ให้บริการรายเดิมที่มีอยู่ในตลาดอยู่แล้ว ทำให้โอกาสที่ผู้เล่นรายอื่นที่จะก้าวเข้ามาแข่งขันในตลาดนี้มีค่อนข้างจำกัด

สินค้าทดแทน (Substituted Product of Service)

การให้บริการ Triple Play เป็นบริการรูปแบบใหม่ซึ่งมีสินค้าทดแทนอยู่หลายบริการด้วยกัน โดยสินค้าทดแทนโดยตรงของ Triple Play ได้แก่ บริการบริการอินเทอร์เน็ตและอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง บริการโทรทัศน์แบบบอกรับเป็นสมาชิก และสินค้าทดแทนทางอ้อม ได้แก่

บริการโทรศัพท์พื้นฐาน บริการโทรศัพท์แบบไม่ต้องบอกรับเป็นสมาชิก บริการ VDO VCD DVD ธุรกิจภาพยนตร์ เป็นต้น โดยแต่ละบริการจะมีฐานลูกค้าเดิมของตนเองอยู่แล้ว จึงนับว่าเป็นสิ่งที่ท้าทายต่อผู้เล่นรายใหม่ที่ต้องการเข้ามาเป็นผู้ให้บริการ Triple Play ซึ่งจำเป็นต้องหาจุดเด่นที่แตกต่าง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องคุณภาพ ราคาความน่าสนใจเรื่อง คอนเทนต์ หรืออื่นๆ เพื่อให้ผู้บริโภคเปลี่ยนพฤติกรรมมาใช้บริการ Triple Play

อำนาจในการต่อรองของ Supplier (Bargaining Power of Supplier)

โดยทั่วไประดับการคุกคามในอำนาจของการต่อรองจากผู้ขายจะมีปัจจัยหลัก คือ การกำหนดราคาขายอุปกรณ์ต่างๆ และค่าบริการ License ของการเชื่อมต่อ Media ต่างๆ แต่ภาวะตลาดในปัจจุบันมีการแข่งขันค่อนข้างสูงเนื่องจากมีผู้ให้บริการในตลาดหลายรายทำให้ระดับการคุกคามจากผู้ขายมีในระดับต่ำ

อำนาจในการต่อรองของผู้ซื้อ (Bargaining Power Customer)

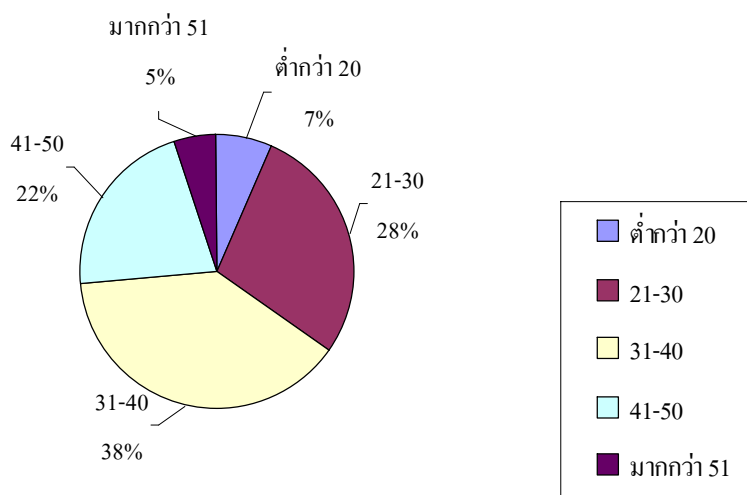
ผู้ให้บริการในตลาดโทรคมนาคมในปัจจุบันมีเทคโนโลยีและองค์ความรู้ อยู่ในปริมาณที่ค่อนข้างใกล้เคียงกัน ผู้ให้บริการจึงหันมาใช้กลยุทธ์ในการแข่งขันด้านราคา ทำให้สร้างความดึงดูดใจให้ลูกค้าหันมาใช้บริการของตนเองทำให้ลูกค้ามีโอกาสเลือกใช้บริการที่มีคุณภาพแต่ราคาต่ำได้มากขึ้นโดยเฉพาะตลาด บรอดแบนด์ที่มีการทำโปรโมชั่นแข่งขันกันพอสมควร ถ้ารายหนึ่งใดลดราคาลงอีกรายก็จะลดราคาลงด้วย

5.2.3 การประมาณการยอดผู้ให้บริการ

ในการประมาณการยอดขาย ใช้วิธีการทำแบบสอบถามเพื่อประเมินความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นตัวแทนของกลุ่มลูกค้า โดยในการสำรวจได้ใช้แบบสอบถามทั้งหมด 410 ชุด แบ่งแจกในสถานที่จุดชำระค่าบริการของบริษัท ทีโอที และโทรสอบถามจากลูกค้าทั้งหมดนี้เก็บข้อมูลในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร จากการรวบรวมข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน เพื่อความเข้าใจในรายละเอียดเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม การศึกษาความเป็นไปได้ของการให้บริการ Triple Play ผู้จัดทำจึงใช้วิธีอธิบายรายละเอียดของแบบสอบถามแบบรายบุคคล และทำการวิเคราะห์ข้อมูล ได้ดังนี้

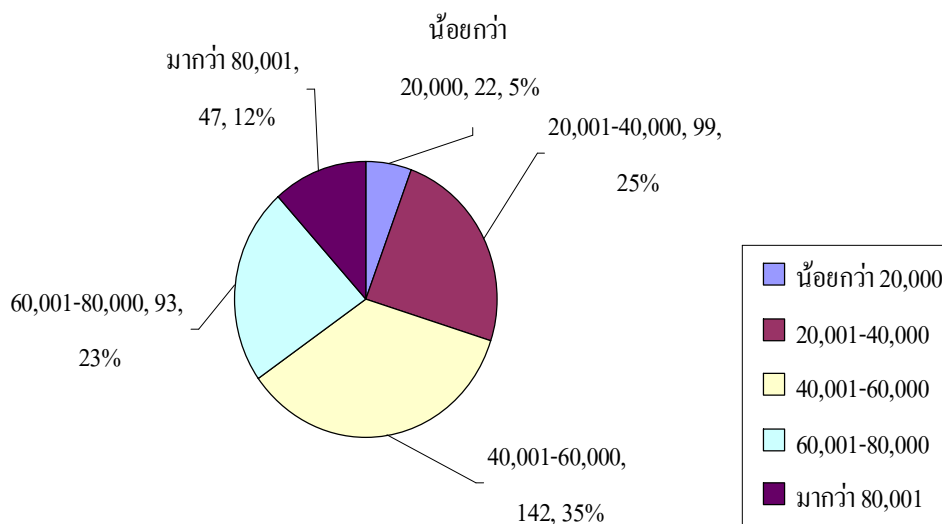
ภาพที่ 5.5
ช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่าง

อายุของกลุ่มตัวอย่าง



ภาพที่ 5.6
รายได้ของกลุ่มตัวอย่าง

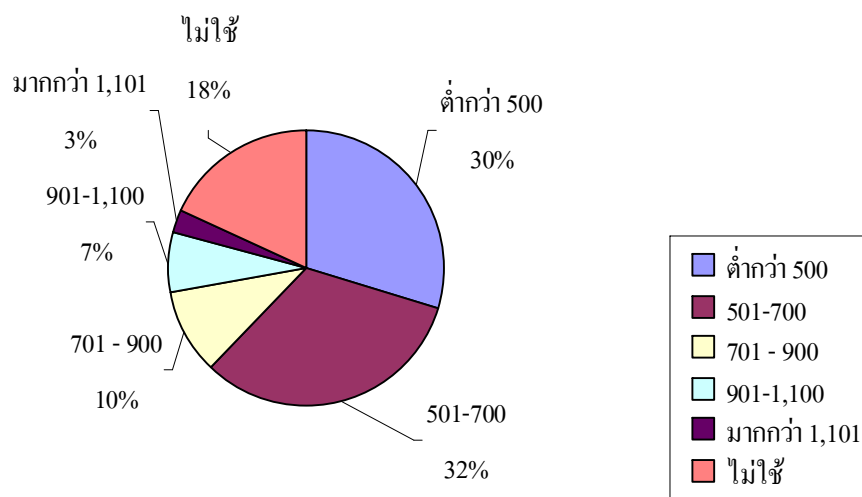
รายได้ ของกลุ่มตัวอย่าง



ภาพที่ 5.7

ค่าใช้บริการอินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่าง

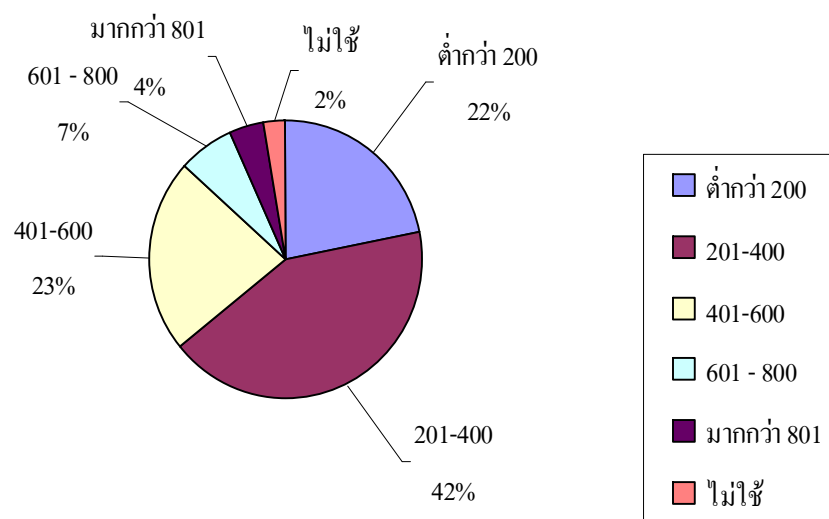
ข้อมูลอินเทอร์เน็ต



ภาพที่ 5.8

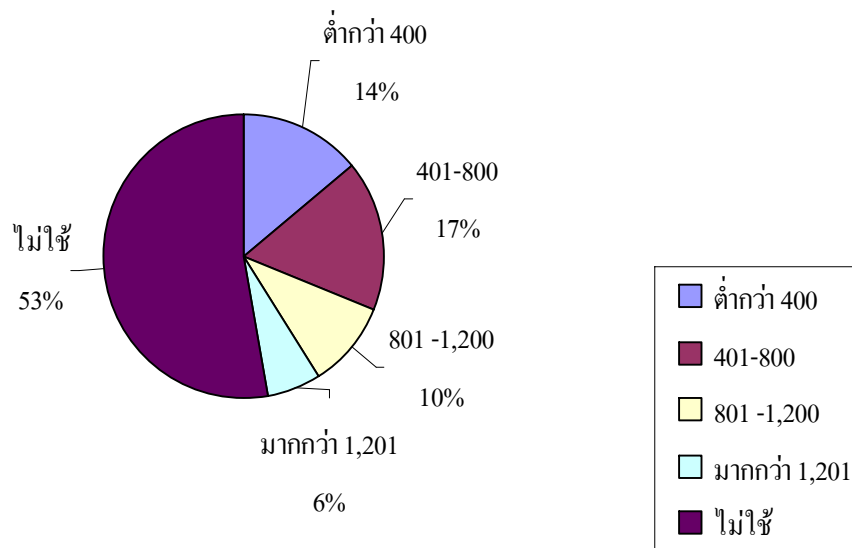
ค่าบริการโทรศัพท์พื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลโทรศัพท์พื้นฐาน



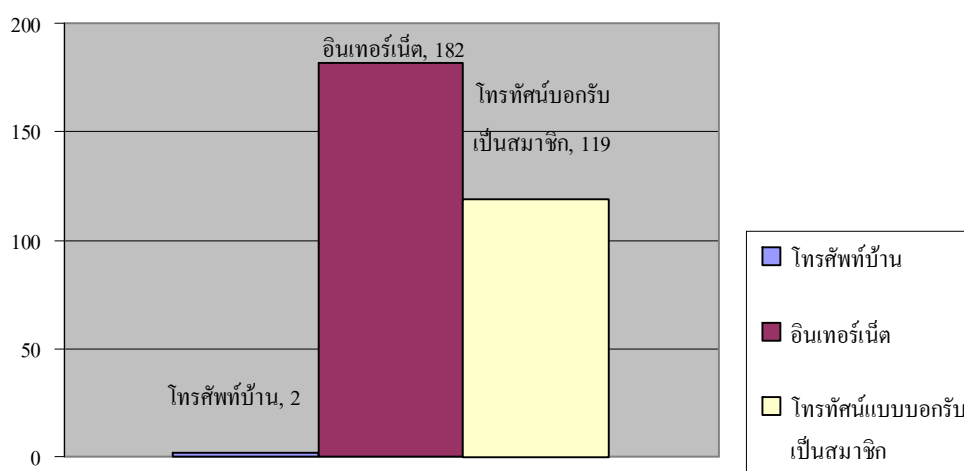
ภาพที่ 5.9
ค่าบริการโทรศัพท์เคเบิลทีวีของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลของผู้ใช้เคเบิล TV

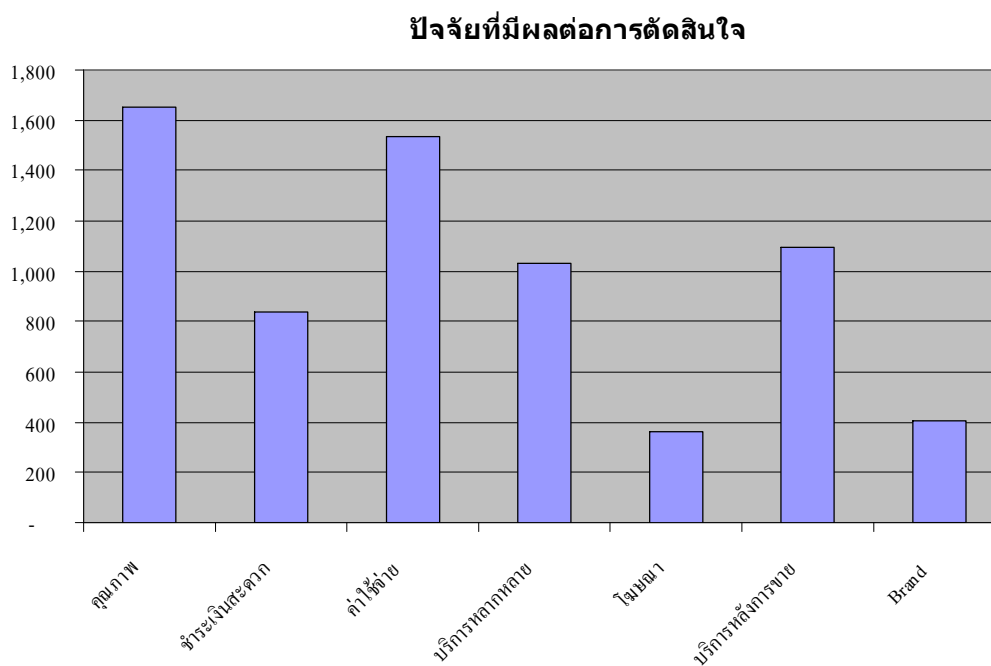


ภาพที่ 5.10
ความสนใจกรณีที่สนใจบริการ Triple Play ให้ความสำคัญกับบริการหลักบริการใด

บริการหลักที่สนใจ



ภาพที่ 5.11
ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของกลุ่มตัวอย่าง



ตารางที่ 5.5
ข้อมูลการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่าง ตามลักษณะการใช้แต่ละบริการ

ประเภทกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน	สัดส่วน
ใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน	400	97.56%
ใช้บริการอินเทอร์เน็ต	336	81.95%
ใช้บริการโทรทัศน์เคเบิลทีวี	196	47.80%
ใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน และอินเทอร์เน็ต	191	46.59%
ใช้บริการอินเทอร์เน็ต และโทรทัศน์เคเบิลทีวี	56	13.66%
ใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน และโทรทัศน์เคเบิลทีวี	10	2.44%
ใช้บริการอินเทอร์เน็ต โทรศัพท์พื้นฐาน และโทรทัศน์เคเบิลทีวี	128	31.22%
จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดที่สนใจใช้บริการ Triple Play	304	<u>74.15%</u>

จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 410 ตัวอย่าง

จากข้อมูล สามารถสรุปได้ว่ากลุ่มตัวอย่าง ซึ่งในที่นี้ถือเป็นตัวแทนของกลุ่มลูกค้าในเขต กรุงเทพมหานคร ร้อยละ 74.15 ให้ความสนใจในบริการ Triple Play นอกจากนี้ จากแบบสอบถาม ทำให้ได้ข้อมูลปริมาณกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการทั้ง 3 บริการ ได้แก่ บริการโทรศัพท์พื้นฐาน บริการอินเทอร์เน็ต และบริการโทรทัศน์เคเบิลทีวี ทั้งสิ้น ร้อยละ 31.22 ของกลุ่มตัวอย่าง

5.2.4 การสรุปผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด

จากการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด จะเห็นว่าในตลาดการใช้งานโทรศัพท์พื้นฐาน ประสิทธิภาพอะไหล่ตัวมีการขยายตัวช้าลง เนื่องจากการแข่งขันด้านราคาอย่างรุนแรงของโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระหว่างผู้ให้บริการด้วยกัน

สำหรับตลาดการให้บริการอินเทอร์เน็ต จะเห็นได้ว่า การให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงเริ่มเข้ามาสู่ชีวิตประจำวันของคนเมืองมากขึ้นทุกวัน โดยเฉพาะเขตกรุงเทพมหานคร และในจังหวัดใหญ่ๆ ADSL ได้ทำให้ผู้บริโภคเปลี่ยนพฤติกรรมไปใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงมากขึ้นอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้ เนื่องจาก ความรวดเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูล รวมไปถึงการเล่นเกมออนไลน์ต่างๆ แต่อย่างไรก็ตาม ตลาดอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงก็ยังอยู่ในช่วงเริ่มต้น ซึ่งมีลูกค้าที่ใช้บริการอยู่เพียง 3 แสนรายโดยประมาณ เช่นเดียวกันการให้บริการโทรทัศน์แบบบอกรับเป็นสมาชิกซึ่งในปัจจุบันมีสมาชิกอยู่เพียง 5 แสนรายโดยประมาณ เช่นกัน จึงดูเหมือนว่า ยังมีMarket share สำหรับให้บริการ Triple Play เมื่อเข้าสู่ตลาด

ดังนั้น จากการพิจารณาแนวโน้มการเติบโตของอัตราการใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง และฐานลูกค้าของบริษัทผู้ให้บริการโทรทัศน์แบบบอกรับเป็นสมาชิก การให้บริการ Triple Play ซึ่งมีการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงถึง 2 Mbps ผ่าน ADSL และถ้ามีพันธมิตร พวกบริษัทผู้ให้บริการโทรทัศน์แบบบอกรับเป็นสมาชิกที่มีคอนเทนต์ที่น่าสนใจจึงน่าจะเป็นบริการที่สามารถสร้างความแตกต่าง และเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันให้กับผู้ให้บริการโทรศัพท์พื้นฐานได้

5.3 การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน

5.3.1 แผนการลงทุน

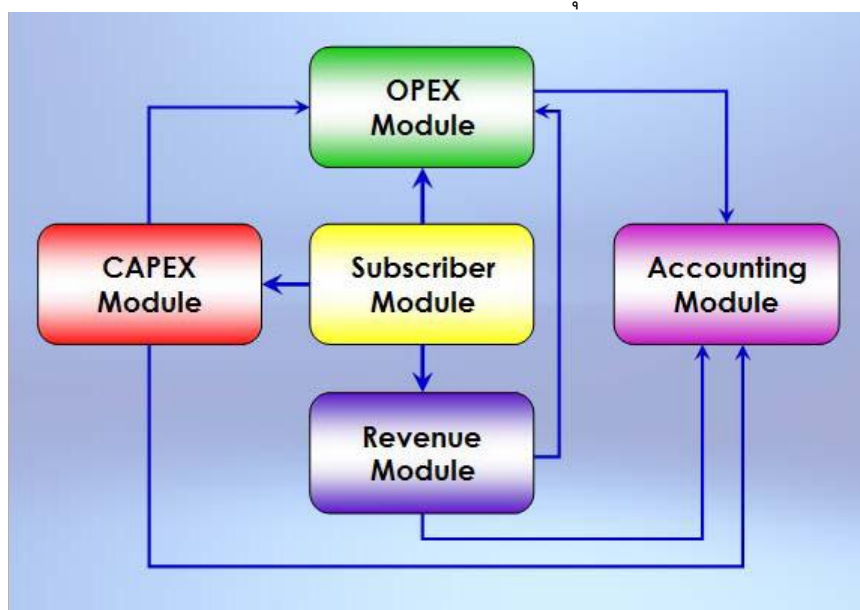
ในการศึกษาครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้ทำแบบจำลองทางธุรกิจโดยให้บริการ Triple Play ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยศึกษาในมุมมองของผู้ให้บริการโทรศัพท์พื้นฐานและผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโครงข่าย ADSL โดยมีบริษัท ผลิตภัณฑ์เป็นพันธมิตรในการให้บริการทางด้านมัลติมีเดีย ซึ่งเป็นรูปแบบที่มีความเหมาะสมที่สุดสำหรับประเทศไทยและได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงิน

ล่วงหน้าไปเป็นระยะเวลา 10 ปี โดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

- (1) Subscriber Module การประมาณการจำนวนผู้ใช้บริการ (ลูกค้า)
- (2) Revenue Module (ARPU Model) การประมาณการรูปแบบรายได้
- (3) CAPEX Module (Capital Expenditure) การประมาณการลงทุนในแผนธุรกิจ
- (4) OPEX Module (Operating Expenditure) การประมาณค่าใช้จ่ายของธุรกิจ
- (5) Accounting Module การวิเคราะห์ข้อมูลด้านการเงิน

ภาพที่ 5.12

ภาพแสดงแผนรายได้ของแผนธุรกิจ



5.3.1.1 Subscriber Module การประมาณการจำนวนผู้ให้บริการ (ลูกค้า)

การหาจำนวนลูกค้าตั้งต้นสำหรับงานการทำวิจัยครั้งนี้ หาได้จากการทำแบบสอบถาม โดยสุ่มสำรวจผู้ใช้งานโทรศัพท์พื้นฐานของ บริษัท ทีโอที มหาชน(จำกัด)ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 410 ตัวอย่าง (รายละเอียดวิธีคิดจำนวนแบบสอบถาม ในหัวข้อ 3.2.1) พบว่ามีผู้ให้บริการ โทรศัพท์พื้นฐาน อินเทอร์เน็ตและยูบิซี ซึ่งบริการทั้งสามประเภทคือบริการการสื่อสารครบวงจรที่ เทคโนโลยี Triple Play จะให้บริการจะเน้นการหาจำนวนผู้ใช้งานบริการทั้งสามประเภท จึง สามารถนำมาเป็นตัวแทนจำนวนลูกค้าตั้งต้นได้ และจากการสำรวจข้อมูลพบว่ามีผู้ให้บริการ ทั้ง สามประเภท 128 คน คิดเป็น 31 เปอร์เซ็นต์ โดยนำตัวเลขที่ได้มาคิดเทียบกับจำนวนผู้ให้บริการ ของจำนวนผู้ให้บริการโทรศัพท์พื้นฐานในเขตกรุงเทพมหานครของบริษัท ทีโอที มหาชน(จำกัด) ในปัจจุบัน (ประมาณ 1,629,462คน) ได้ออกมาเป็นจำนวนลูกค้าตั้งต้น ที่จะนำมาใช้สำหรับ การศึกษาในครั้งนี้สำหรับเพดานสูงสุดของยอดผู้ใช้งาน (Market Ceiling) ในการให้บริการ Triple Play ก็คือ จำนวนผู้ให้บริการของจำนวนผู้ให้บริการโทรศัพท์พื้นฐานในเขตกรุงเทพมหานครของบริษัท ทีโอที มหาชน (จำกัด) ในปัจจุบัน (ณ เดือน ธันวาคม 2549) ประมาณ 1,629,462 คน

การทำวิจัยครั้งนี้ได้แบ่งออกเป็น 3 กรณี คือ Worst Case Moderate Case และ BestCase ซึ่งแต่ละกรณีจะมีอัตราการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้ให้บริการไม่เท่ากัน โดยจากการศึกษา ข้อมูลจำนวนผู้ให้บริการประเภทต่างๆ ย้อนหลังเพื่อหาค่าคงที่ของตัวแปร k ที่สามารถนำไป พยากรณ์จำนวนผู้ให้บริการได้ โดยสูตร Growth Model คือ

$$S_t = S_{t-1} + Kx\left(\frac{S_{t-1}}{C_t}\right)x(C_t - S_{t-1}) \quad \dots\dots\dots(5.1)$$

โดย S_t = Penetration at year t

C_t = Market ceiling at year t (Calculated with affordability calculus)

k = Coefficient chosen for optimum curve fit with past penetration values

โดยจะนำข้อมูลย้อนหลังมาคำนวณหาค่า k จากสูตรข้างต้น และเฉลี่ยค่า k ที่ได้ใน แต่ละปี เพื่อนำมาเป็นตัวแทนในการพยากรณ์จำนวนผู้ให้บริการต่อไปในแต่ละกรณี ได้ดังนี้

ตารางที่ 5.6

การหาค่า k ที่คำนวณได้จากจำนวนผู้ใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน ย้อนหลัง

Year	# of Fixed line sub	Pop in Bkk	Penetration %	K
2545	1,492,211	5,782,159	25.8072	-
2546	1,480,155	5,844,607	25.3251	0.0187
2547	1,500,000	5,634,132	26.6234	0.0513
2548	1,609,617	5,658,953	28.4437	0.0684
2549	1,629,462	5,695,956	28.6073	0.0058
			Average	0.027

ที่มา: บริษัท TOT. สำนักแผนงานบริหารข้อมูล ,2550

ตารางที่ 5.7

การหาค่า k ที่คำนวณได้จากจำนวนผู้ใช้บริการยูบีซี ย้อนหลัง

Year	UBC Subscriber	Pop in Thailand	Penetration %	K
2541	301,309	61,973,621	0.4862	
2542	324,537	61,661,701	0.5263	0.0825
2543	380,956	61,878,746	0.6156	0.1697
2544	406,589	62,308,887	0.6525	0.0599
2545	437,845	62,799,872	0.6972	0.0685
2546	434,815	63,079,765	0.6893	-0.0113
2547	457,542	61,973,621	0.7383	0.0710
2548	483,816	62,418,054	0.7751	0.0499
2549	558,860	62,828,706	0.8895	0.1476
			Average	0.080

ที่มา: www.truecorp.co.th ,2550

ตารางที่ 5.8

การหาค่า k ที่คำนวณได้จากจำนวนผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ย้อนหลัง

Year	Internet subscriber	Pop in Thailand	Penetration %	K
2541	670,000	61,973,621	1.1	
2542	1,500,000	61,661,701	2.4	1.25
2543	2,300,000	61,878,746	3.7	0.53
2544	3,500,000	62,308,887	5.6	0.51
2545	4,800,000	62,799,872	7.6	0.36
2546	6,000,000	63,079,765	9.5	0.24
2547	6,970,000	61,973,621	11.2	0.18
2548	7,080,000	62,418,054	11.3	0.01
2549	8,040,000	62,828,706	12.8	0.13
			Average	0.402

ที่มา: www.truecorp.co.th 2550

เมื่อพิจารณาค่าคงที่ k พบว่า ในการพยากรณ์จำนวนผู้ใช้บริการในกรณีต่างๆสามารถแยกได้ดังนี้ กรณี Worst Case จะพยากรณ์จำนวนผู้ใช้บริการตามอัตราการเจริญเติบโตย้อนหลังของผู้ใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานของบริษัท ทีโอที มหาชน (จำกัด) กรณี Moderate Case จะพยากรณ์จำนวนผู้ใช้บริการตามอัตราการเจริญเติบโตย้อนหลังของผู้ใช้บริการ UBC และกรณี Best Case จะพยากรณ์จำนวนผู้ใช้บริการตามอัตราการเจริญเติบโตย้อนหลังของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต รวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการพยากรณ์จำนวนผู้ใช้บริการได้ดังนี้

- Market Ceiling 1,629,462 จำนวนผู้ใช้โทรศัพท์พื้นฐาน ของ TOT ภายในเขตกรุงเทพมหานคร ณ เดือน ธันวาคม ปี พ.ศ. 2549
- Initial Subscriber 31 % จำนวนผู้ใช้โทรศัพท์พื้นฐาน ของ TOT ภายในเขตกรุงเทพมหานคร
- Worst Case: $k=0.027$

- Moderate Case: $k=0.080$
- Best Case: $k=0.402$

เมื่อนำไปแทนในสูตร Growth Model ข้างต้นได้ผลดังนี้

ตารางที่ 5.9

%Penetration ของการให้บริการ

ปี		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
% Penetration of subs	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Worst case	0.312	0.321	0.329	0.338	0.347	0.356
Moderate Case	0.312	0.337	0.364	0.394	0.425	0.459
Best Case	0.312	0.445	0.633	0.903	1.286	1.832
ปี	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10	
% Penetration of subs	2013	2014	2015	2016	2017	
Worst case	0.366	0.375	0.385	0.396	0.406	
Moderate Case	0.496	0.536	0.579	0.626	0.676	
Best Case	2.611	3.72	5.3	7.552	10.76	

เมื่อนำ %Penetration ไปคิดเทียบกับจำนวนประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จะได้จำนวนผู้ใช้บริการที่พยากรณ์ในแต่ละปี ดังนี้

ตารางที่ 5.10

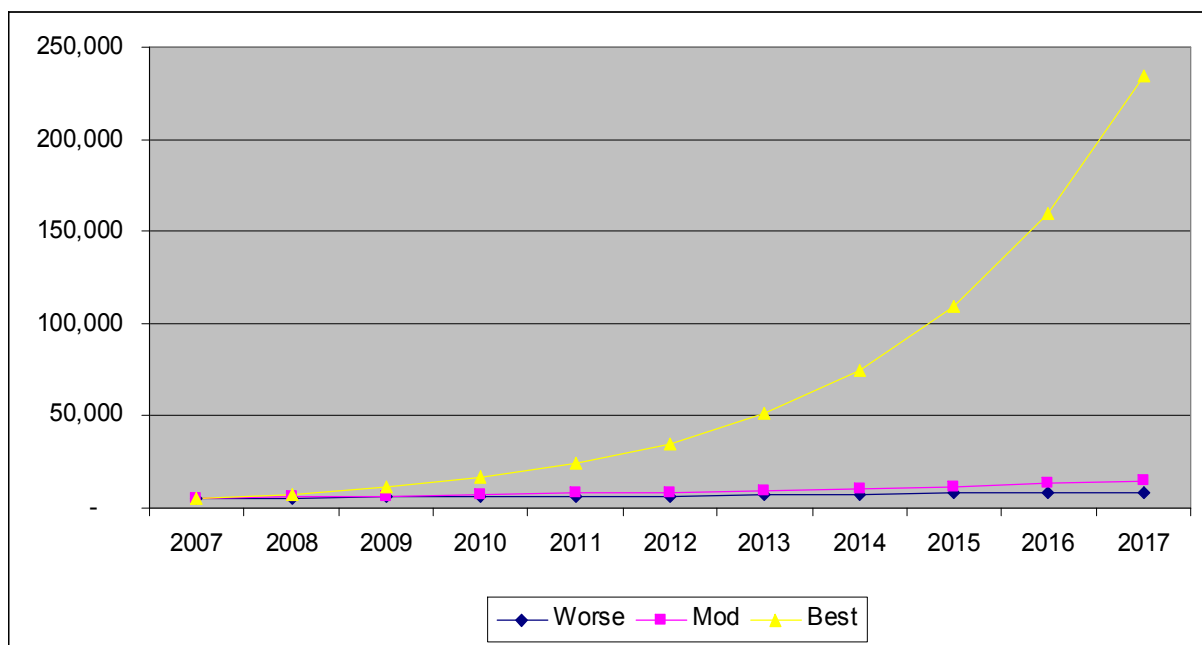
การพยากรณ์ข้อมูลจำนวนผู้ใช้บริการ ในปี 2008-2017

ปี		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
% Penetration of subs	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Worst case	5,220	5,505	5,803	6,117	6,448	6,797
Moderate Case	5,220	5,790	6,423	7,125	7,904	8,768
Best Case	5,220	7,636	11,170	16,341	23,905	34,970
ปี	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10	
% Penetration of subs	2013	2014	2015	2016	2017	
Worst case	7,164	7,552	7,960	8,391	8,845	
Moderate Case	9,726	10,790	11,969	13,277	14,729	
Best Case	51,158	74,838	109,480	160,156	234,291	

ซึ่งทั้ง 3 กรณีสามารถนำมาแสดงผลในรูปแบบของกราฟเส้น ได้ดังนี้

ภาพที่ 5.13

กราฟเส้นของการพยากรณ์ข้อมูลจำนวนผู้ใช้บริการ ในปี 2008-2017



5.3.1.2 Revenue Module (ARPU Model) การประมาณการรูปแบบรายได้

รายได้จากการให้บริการ Triple Play มาจาก 3 ทาง คือ

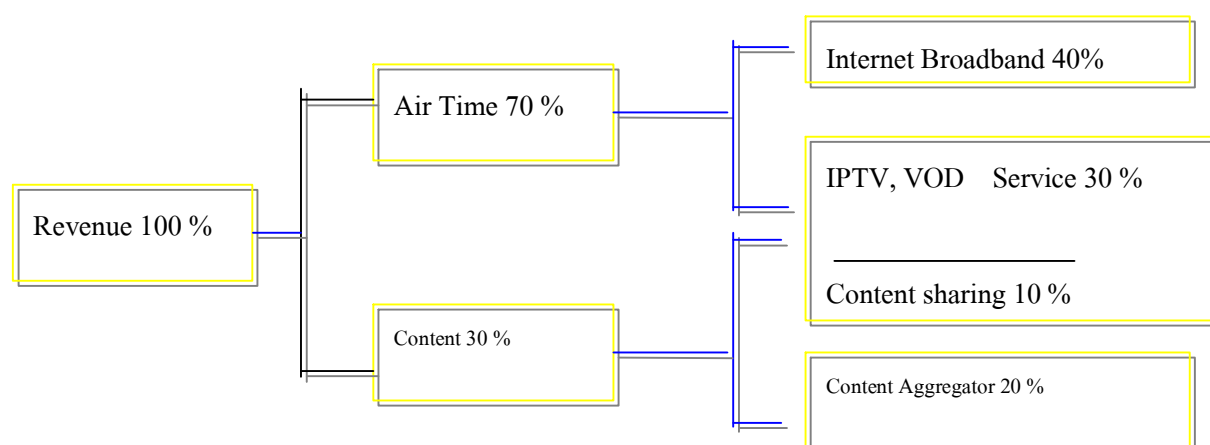
- (1) มาจากการคิดค่าบริการแบบเหมาจ่าย แบบ one bill payment เรียกว่า Average Revenue per User หรือ ARPU
- (2) รายได้จากบริการหลังการขายซึ่งเป็นส่วนแบ่งจากค่าบริการคอนเทนต์
- (3) เงินมัดจำในการติดตั้งอุปกรณ์ปลายทางเพื่อใช้บริการ IPTV

ในการประมาณการของรายได้ ARPU มาจากแบบสอบถามว่ายินดีที่จะจ่ายค่าบริการรายเดือนเป็นจำนวนเงินเท่าใด ซึ่งหาค่าเฉลี่ยได้ประมาณ 1300 บาท โดยในการศึกษาครั้งนี้คิด ARPU Decline 5 % เนื่องจากมีผู้บริการรายเดิมที่แข่งขันกันอยู่ในตลาดอยู่แล้ว นอกจากนี้ยังนำเอา ARPU Factor มาคิดรวมด้วย ซึ่ง ARPU Factor เป็นการคิดจากปัจจัย 2 ด้าน คือ อัตราการยกเลิกบริการ (Churn Rate) 30% และหนี้เสีย (Revenue Leakage) 5%

นอกจากนั้น ARPU ที่ได้มาจะมีการจัดสรรปันส่วนให้กับ Content Provider และพันธมิตรที่ให้บริการ IPTV และ VOD ด้วย ตามโครงสร้างดังภาพข้างล่าง

ภาพที่ 5.14

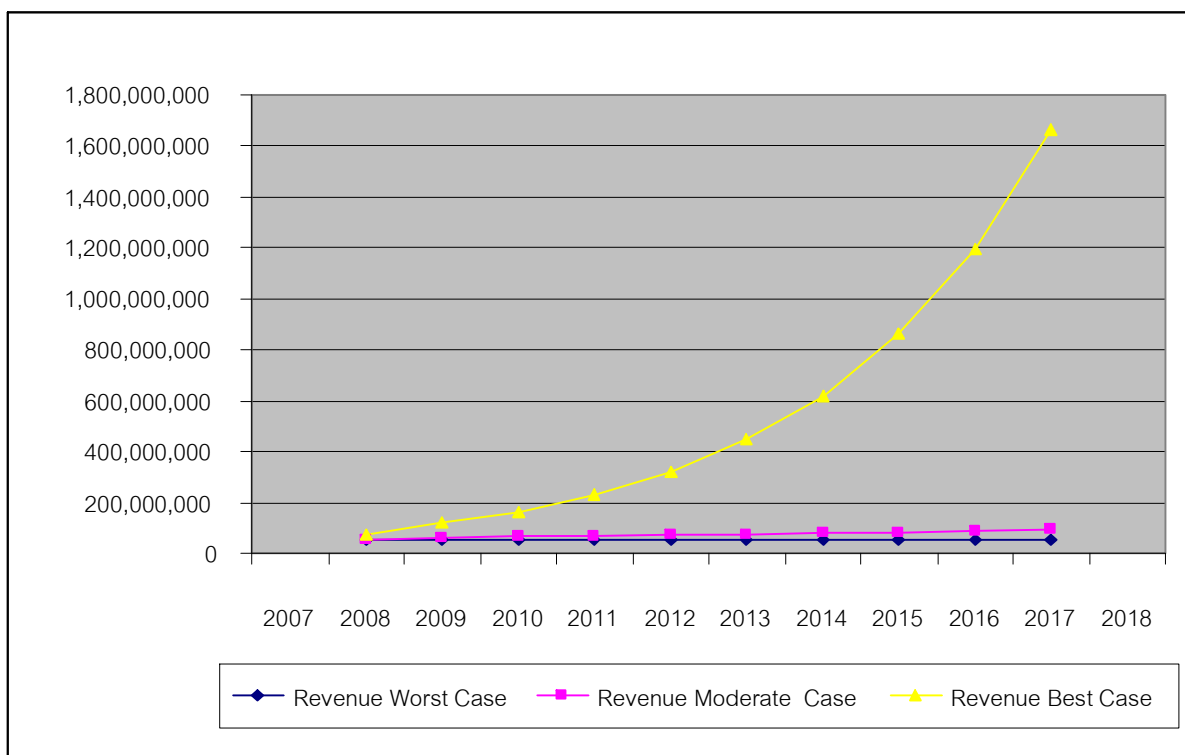
โครงสร้างการจัดสรร Average Revenue per user



จากภาพในการศึกษาครั้งนี้แบ่งรายได้ที่ได้ออกเป็นสองส่วนคือ ค่า Content คิดเป็น 30 %ของ ARPU ซึ่งเป็นรายได้ในส่วนของผู้ให้บริการและContent provider แบ่งกัน 10 % และ 20 % ตาม ลำดับ ส่วนแบ่งรายได้นี้ จะคิดเป็น OPEX ในส่วนของ Content Sharing (20 %)

และค่า Air time 70% แบ่งเป็นค่าบริการใน 2 บริการหลัก อันได้แก่ การให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงบริการผ่านโครงข่าย ADSL และบริการ IPTV ซึ่งรวมถึงบริการ Pay TV และ VOD ในสัดส่วนคิดเป็น 40 เปอร์เซ็นต์และ 30 เปอร์เซ็นต์ ตามลำดับ โดยส่วนแบ่งรายได้ในส่วนของบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงผ่านโครงข่าย ADSL นี้คิดเป็น OPEX ในส่วนของค่าเช่าลิงค์อินเทอร์เน็ต ADSL ส่วนรายได้ก็อีกสองทางคือ คือ รายได้จากบริการหลังการขายคิดเป็น 10% ของ ARPU และเงินค่าสมัครเพื่อใช้บริการ Pay TV เป็นจำนวน 1,900 บาท (จ่ายครั้งเดียว) โดยจะว่าถึเงินค่าสมัครเป็นเงินในส่วนของค่ามัดจำและเช่าอุปกรณ์ (set-top-box, ADSL modem) การประมาณการรายได้จะคิดแยกกันทั้ง 3 กรณี โดยจะแตกต่างกันเพราะมีจำนวนผู้ให้บริการในแต่ละกรณีไม่เท่ากันนั่นเอง ซึ่งสามารถนำมาแสดงในรูปของกราฟเส้นได้ดังนี้

ภาพที่ 5.15
กราฟเส้นของการพยากรณ์รายได้ ในปี 2008-2017



5.3.1.3 CAPEX Module (Capital Expenditure) การประมาณการลงทุนในแผนธุรกิจ

การลงทุนในการให้บริการ Triple Play ในกรณีศึกษาี้ ผู้ให้บริการจะลงทุนในส่วน
ของโครงข่าย ADSL และอุปกรณ์การให้บริการทั้งส่วนต้นทางและปลายทาง โดยจะให้บริการใน
เขตกรุงเทพมหานคร เป็นหลัก ซึ่งเมื่อพิจารณาในส่วนของการโครงข่ายให้บริการ ADSL โดยการ
นำจำนวนผู้ใช้บริการที่เราได้ทำการพยากรณ์ไว้ใน Subscriber Model แต่ละกรณีมาเปรียบเทียบกับ
Capacity ที่ทางบริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน) ในปัจจุบันดังภาพ

ตารางที่ 5.11

จำนวน Port ADSL ที่ TOT พร้อมให้บริการตั้งแต่ มกราคม 2550 – กรกฎาคม 2550

จำนวน PORT ที่พร้อม ให้บริการ	ม.ค.50	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.
1.1 ประเภท ADSL	397,518	408,074	420,734	429,774	455,174	483,626	503,253
: นครหลวง	147,090	151,874	157,362	158,890	170,522	174,050	182,622
: ภูมิภาค	250,428	256,200	263,372	270,884	284,652	309,576	320,631

ที่มา: บริษัท TOT. สำนักแผนงานบริหารข้อมูล ,2550

จะพบว่า จำนวน Port ADSL ที่พร้อมให้บริการอยู่ในปัจจุบัน มีเพียงพอสำหรับให้บริการลูกค้าที่เราได้ทำการพยากรณ์ไว้ทั้งสามกรณี ดังนั้นในการศึกษานี้ จึงไม่จำเป็นต้องลงทุนในด้านโครงข่าย ADSL เพิ่มเติม

สำหรับการลงทุนในอุปกรณ์ในส่วนของการให้บริการจะมีสองส่วน คือ การลงทุนอุปกรณ์ทางฝั่งของการให้บริการต้นทาง คือ อุปกรณ์ Server อุปกรณ์ป้องกันการบุกรุกจากภายนอก (Fire-wall) และ การพัฒนาโปรแกรมสำหรับการให้บริการทางด้าน IPTV และระบบที่เชื่อมต่อกับระบบ บิลลิ่ง (Billing) หลัก และการลงทุนในอุปกรณ์ปลายทางจะประกอบด้วย การลงทุนอุปกรณ์แปลงสัญญาณ (set-top-box) และอุปกรณ์ ADSL modem สำหรับเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต

5.3.1.4 OPEX Module (Operating Expenditure) การประมาณค่าใช้จ่ายของธุรกิจ

การประมาณค่าใช้จ่ายของการให้บริการ Triple Play ที่เป็นค่าใช้จ่ายในการปฏิบัติการ ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายประจำ ประกอบด้วยสามด้านหลัก คือค่าใช้จ่ายด้านการปฏิบัติงานและบำรุงรักษา (Operation and Maintenance Cost) ประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายในการบำรุงดูแลรักษาระบบ โดยมีค่าใช้จ่ายประมาณ 2 เปอร์เซ็นต์ ของมูลค่าสะสมของโครงข่ายที่ลงทุนไปในแต่ละปี และเพิ่มขึ้นปีละ 1 เปอร์เซ็นต์ ค่าวงจรเช่าสำหรับเชื่อมต่อไปยังผู้ให้บริการคอนเทนต์ ค่าเช่า port สำหรับให้บริการ ADSL ค่าใช้จ่ายในการเช่าพื้นที่สำหรับติดตั้งระบบประมาณ 50,000 บาทต่อเดือน ค่าวงจรเช่าสำหรับเชื่อมต่อไปยังผู้ให้บริการคอนเทนต์ ประมาณ 60,000 บาทต่อเดือน

ค่าใช้จ่ายด้านที่สอง(Marketing Cost) คือค่าใช้จ่ายทางด้านการตลาด ประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายในการรักษาสถานตลาด (Market Retention) ประมาณ 3 เปอร์เซ็นต์ของรายรายได้ต่อเดือน และค่าใช้จ่ายในการหาลูกค้าใหม่ (Subscriber Acquisition) รายละ 164 บาท

ค่าใช้จ่าย Admin Cost ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับส่วนของการบริหารจัดการ ไม่ว่าจะเป็นเป็นอุปกรณ์สำนักงาน ค่าเช่าออฟฟิศ เงินเดือนพนักงาน ค่าฝึกอบรมและสวัสดิการต่างๆ คิดเป็น 15% ของค่าใช้จ่ายข้างต้นที่กล่าวไป

นอกจากนี้ยังมีรายจ่ายประจำปีในส่วนที่เป็น Content sharing ซึ่งแสดงหลักการคิดไว้ในส่วนของ Revenue Model

5.3.1.5 Accounting Module การวิเคราะห์ข้อมูลด้านการเงิน

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านการเงินจะเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ผลที่คำนวณได้สามารถนำไปวิเคราะห์ความคุ้มค่าทางการเงินของโครงการ เพื่อเป็นข้อมูลที่ใช้ในการพิจารณาโครงการร่วมกับการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการด้านเทคนิค เพื่อสรุปผลการศึกษาต่อไป

- (1) อัตราผลตอบแทนการลงทุน (Internal rate of return: IRR)
- (2) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV)
- (3) ระยะเวลาในการคืนทุน (Payback Period: PB)
- (4) วิธีระยะเวลาคืนทุนแบบคิดลด (Discount Payback Period Method: DPB)
- (5) วิธีดัชนีการทำการกำไร (Profitability Index Method: PI)

(6) วิธีอัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ย (Accounting Rate of Return: AAR)

(1) อัตราผลตอบแทนการลงทุน (Internal rate of return: IRR)

อัตราผลตอบแทนภายในจากโครงการ (IRR) หมายถึง อัตราผลตอบแทนที่จะได้รับจากโครงการหนึ่งๆ ซึ่งหากอัตราผลตอบแทนที่ได้จากการลงทุน (IRR) มากกว่าต้นทุนของเงินลงทุน (Cost of Capital) ก็จะสามารถรับโครงการการคำนวณค่าของอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) นั้น คล้ายคลึงกับการคำนวณค่า NPV แต่ส่วนที่แตกต่างกันอยู่ที่ค่าของตัวแปร r ค่า IRR ถูกใช้แทนอัตราส่วนลดหรืออัตราผลตอบแทนการลงทุนของโครงการ สูตรในการคิดคำนวณค่า IRR คือ

$$IRR = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+r)^t} \quad \dots\dots\dots(5.1)$$

โดย IRR = อัตราผลตอบแทนภายในจากโครงการ

CF = ค่ากระแสเงินสดสุทธิ ในแต่ละปีที่ใช้ในการคำนวณ

r = อัตราผลตอบแทนภายใน

n = จำนวนปีทั้งหมดที่ใช้ในการคำนวณค่า IRR

(2) วิธีมูลค่าปัจจุบัน (The net present Value: NPV)

ผลต่างระหว่างมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับสุทธิแต่ละปี ตลอดอายุโครงการกับมูลค่าปัจจุบันของเงินสดจ่ายลงทุน ณ อัตราค่าของทุน (Cost of Capital) โดยมีวิธีในการคำนวณดังนี้

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{X_t}{(1+r_p)^t} - I \quad \dots\dots\dots(5.2)$$

โดย NPV = มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ

X_t = ค่ากระแสเงินสดสุทธิ ในแต่ละปีที่ใช้ในการคำนวณ

r = อัตราส่วนลด หรืออัตราผลตอบแทนของการลงทุนโครงการ

n = จำนวนปีทั้งหมดที่ใช้ในการคำนวณค่า NPV

ในการตัดสินใจลงทุนในโครงการ จะมีเกณฑ์การพิจารณาอยู่สามทางเลือก คือ

1. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ มากกว่าศูนย์ ($NPV > 0$) ยอมรับโครงการ
2. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ มากกว่าศูนย์ ($NPV < 0$) ปฏิเสธโครงการ
3. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ เท่ากับศูนย์ ($NPV = 0$) อาจจะยอมรับหรือเพิกเฉยต่อ

โครงการก็ได้ ขึ้นอยู่กับผู้ตัดสินใจลงทุนพิจารณา เพราะอาจจะมีปัจจัยอื่นประกอบ

(3) ระยะเวลาคืนทุน (Payback period)

เป็นการคำนวณหา จำนวนปีที่กิจการจะได้รับเงินที่ลงทุนเริ่มแรกของโครงการกลับคืนมาหรือ คือ ระยะเวลาที่กระแสเงินสดสะสมของโครงการมีค่าเท่ากับศูนย์ ในการตัดสินใจพิจารณาโครงการ คือ โครงการที่มีระยะเวลาคืนทุน ยิ่งสั้นจะยิ่งดีกล่าวคือได้ทุนคืนยิ่งเร็ว แต่หากระยะเวลากลับทุนนานกว่าที่ผู้ลงทุนคาดหวังไม่ ก็ไม่ควรพิจารณาลงทุนในโครงการนี้

(4) วิธีระยะเวลาคืนทุนแบบคิดลด (Discount Payback Period Method: DPB)

ระยะเวลาคืนทุนคิดลด คือ จำนวนปีที่กระแสเงินสดรับคิดลดของโครงการเท่ากับเงินลงทุนเริ่มแรก หรือระยะเวลาที่กระแสเงินสดคิดลดสะสม ของโครงการมีค่าเท่ากับศูนย์ ซึ่งในการคำนวณจะเหมือนกับวิธีระยะเวลากลับทุน (PB) แต่จะนำมูลค่าของเงินที่เปลี่ยนแปลงตามเวลา มาคิดด้วย ซึ่งโดยปกติระยะเวลากลับทุนแบบคิดลดจะมีเวลานานกว่า ระยะเวลาคืนทุน

(5) วิธีดัชนีกำไร (Profitability Index Method: PI)

เป็นการคำนวณหาอัตราส่วนระหว่างมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับสุทธิที่คาดว่าจะได้รับ กับ มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดจ่ายลงทุนสุทธิของโครงการนั้น

$$PI = \frac{NPV}{I} \quad \dots\dots\dots(5.3)$$

โดย NPV คือ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ

I คือ มูลค่าการลงทุน (Investment)

โดยจะพิจารณาเลือกลงทุนในโครงการที่มีค่า PI มากกว่า 1 สูงสุด

(6) วิธีอัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ยทางบัญชี (Average accounting Return Method: AAR)

เป็นการเปรียบเทียบระหว่างกำไรสุทธิหลังภาษีถัวเฉลี่ยกับเงินลงทุนเฉลี่ย (ฐานนา จันไพศาล. 2543:98) หรืออัตราผลตอบแทนทางบัญชีหรือผลตอบแทนเฉลี่ยของมูลค่าตามบัญชี หาได้โดยนำกำไรสุทธิหลังภาษีถัวเฉลี่ยมาหารด้วยมูลค่าตามบัญชีถัวเฉลี่ย

$$\text{อัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ยทางบัญชี} = \frac{\text{กำไรสุทธิหลังภาษีถัวเฉลี่ย}}{\text{มูลค่าตามบัญชีถัวเฉลี่ย}} \dots\dots\dots(5.4)$$

โดยการพิจารณาโครงการจะดูที่ผลอัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ยเป็นเปอร์เซ็นต์ ซึ่งถ้าค่าของอัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ยมากกว่าที่ตั้งไว้ ก็จะยอมรับโครงการ

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงินในการศึกษานี้ กำหนดให้เงินที่ใช้ในการลงทุนครั้งนี้เป็นเงินของผู้ลงทุนเองไม่ได้ทำการกู้ยืมมาจากที่สถาบันการเงินใด จึงทำให้ไม่มีดอกเบี้ยจ่ายในการวิเคราะห์ครั้งนี้ โดยจากข้อมูลทั้งหมดสามารถวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงินของทั้ง 3 กรณีได้ดังนี้

ตารางที่ 5.12
งบกำไร—ขาดทุน ในกรณี worst case ปีที่ 0 – ปีที่ 5

ปี	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
Worst Case	2007	2008	2009	2010	2011	2012
รายได้						
รายได้จากค่าบริการรายเดือน		53.03	54.57	54.65	54.73	54.80
ค่าสมัครแรกเข้า		10.46	0.37	0.39	0.41	0.43
รายได้หลังการขาย		5.58	5.88	6.20	6.54	6.89
รวมรายได้(ก่อนหักค่าใช้จ่าย)		69.08	60.83	61.24	61.67	62.12
ค่าใช้จ่าย						
ค่าใช้จ่ายในการลงทุนระบบ	34	2.11	2.16	2.22	2.29	2.36
ค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษาระบบ	0.67	0.72	0.76	0.81	0.86	0.90
ค่าใช้จ่ายในการเช่า ADSL	21.17	22.33	23.54	24.81	26.15	27.57
ค่าใช้จ่ายในการเช่าสถานที่ติดตั้งระบบ	0.60	0.60	0.60	0.60	0.60	0.60
ค่าใช้จ่ายในการเช่าLink	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72
ค่าใช้จ่ายของSubscriber Acquisition	0.86	0.030	0.032	0.033	0.04	0.04
ค่ารักษาดลาด (Market Retention)		1.591	1.593	1.60	1.60	1.60
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร (Admin Cost)	3.51	3.81	4.00	4.20	4.40	4.62
Content Sharing	10.59	11.16	11.77	12.41	13.08	13.78
ค่าเสื่อมราคา		5.91	0.22	0.23	0.24	0.26
รวมค่าใช้จ่าย	71.68	48.99	45.40	47.63	49.98	52.45
กำไร(ขาดทุน)ก่อนหักดอกเบี้ยและภาษี	(71.68)	20.08	15.43	13.61	11.70	9.67
ภาษี						
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	(71.68)	20.08	15	13.61	11.70	9.67
กำไร(ขาดทุน)สะสม	(71.68)	(51.59)	(36)	(22.55)	(10.85)	(1.18)

ตารางที่ 5.13
งบกำไร—ขาดทุน ในกรณี worst case ปีที่ 6 – ปีที่ 11

ปี	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10	ปีที่ 11
Worst Case	2013	2014	2015	2016	2017	2018
รายได้						
รายได้จากค่าบริการรายเดือน	54.88	54.95	55.03	55.11	55.18	
รายได้จากค่ามัดจำอุปกรณ์	0.45	0.48	0.50	0.53	0.56	
รายได้หลังการขาย	7.26	7.66	8.07	8.51	8.97	
รวมรายได้(ก่อนหักค่าใช้จ่าย)	62.60	63.09	63.61	64.15	64.71	
ค่าใช้จ่าย						
ค่าใช้จ่ายในการลงทุนระบบ	10.98	2.51	2.59	2.68	2.77	
ค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษาระบบ	1.13	1.18	1.23	1.28	1.34	
ค่าใช้จ่ายในการเช่า ADSL	29.06	30.63	32.29	34.03	35.87	
ค่าใช้จ่ายในการเช่าสถานที่ติดตั้งระบบ	0.60	0.60	0.60	0.60	0.60	
ค่าใช้จ่ายในการเช่า Link	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	
ค่าใช้จ่ายของ Subscriber Acquisition	0.04	0.04	0.04	0.05	0.05	
ค่ารักษาตลาด (Market Retention)	1.60	1.60	1.61	1.61	1.61	
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร (Admin Cost)	4.88	5.13	5.38	5.65	5.94	
Content Sharing	14.53	15.32	16.14	17.02	17.94	
ค่าเสื่อมราคา	1.40	0.30	0.32	0.34	0.35	
รวมค่าใช้จ่าย	63.84	58.04	60.94	63.99	66.84	
กำไร(ขาดทุน)ก่อนหักดอกเบี้ยและภาษี	-1.25	5.05	2.67	0.15	-2.13	
ภาษี			0.80	0.05	-0.64	
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	-1.25	5.05	1.87	0.11	-1.49	
กำไร(ขาดทุน)สะสม	-2.43	2.62	4.48	4.59	3.10	

จากตารางข้างต้น สามารถนำมาวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงินได้ดังนี้

ตารางที่ 5.14
งบกระแสเงินสดของกรณี Worst Case

ปี	ปีที่	เงินลงทุน	รายรับ	ผลตอบแทนหลัง ภาษี	ผลตอบแทน สะสม
2007	0	71,676,831	0.00	(71,676,831.31)	-71,676,831.31
2008	1	48,991,643	69,075,607	20,083,964	(51,592,867.08)
2009	2	45,396,727	60,826,072	15,429,345	(36,163,522.33)
2010	3	47,625,881	61,239,900	13,614,019	(22,549,503.68)
2011	4	49,976,834	61,672,124	11,695,290	(10,854,213.87)
2012	5	52,453,562	62,123,736	9,670,174	(1,184,039.92)
2013	6	63,841,709	62,595,778	(1,245,931)	(2,429,971.01)
2014	7	58,042,396	63,089,349	5,046,953	2,616,981.79
2015	8	60,940,479	63,605,609	1,865,591	4,482,572.80
2016	9	63,993,929	64,145,779	106,295	4,588,867.60
2017	10	66,837,985	64,711,147	(2,126,837)	2,462,030.30

จากข้อมูลข้างต้น จะพบว่าการลงทุนในกรณีของ Worst case ที่ใช้อัตราการ
เจริญเติบโตของผู้ใช้งานโทรศัพท์พื้นฐานของ บริษัท ทีโอที จำกัด มหาชน ให้ผลการลงทุน ดังนี้

- (1) อัตราผลตอบแทนการลงทุน (Internal rate of return: IRR) เท่ากับ 1 %
- (2) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) เท่ากับ - 17,652,791 ล้านบาท
- (3) ระยะเวลาในการคืนทุน (Payback Period: PB) เท่ากับ 7.60 ปี
- (4) วิธีระยะเวลาคืนทุนแบบคิดลด (Discount Payback Period Method: DPB)
ไม่สามารถหาได้เนื่องจากการขาดทุนเมื่อคิดอัตราแบบคิดลด
- (5) วิธีดัชนีการกำไรร (Profitability Index Method: PI) เท่ากับ 0.75
- (6) วิธีอัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ย (Accounting Rate of Return: AAR) เท่ากับ 20%

เมื่อพิจารณาจากภาพรวม พบว่า ในการลงทุนในโครงการระยะเวลา 10 ปี จะคืนทุนให้
ใน 7.13 ปี มูลค่าปัจจุบันของโครงการ (NPV) โดยให้อัตราส่วนคิดลดเท่ากับ 12 % พบว่ามีมูลค่า

ติดลบอยู่ที่ -17,652,791 ล้านบาท และ IRR ให้ค่าเท่ากับ 1 % ในขณะที่การวัดดัชนีการทำกำไรที่ได้เพียง 0.75 % และอัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ย (ARR) ให้ค่าตอบแทนที่ 20 % จากที่คาดการณ์ไว้ว่าทั้งโครงการจะให้ผลตอบแทนอยู่ที่ 20 %

ข้อสรุปในกรณี Worst case สำหรับโครงการ Triple play คือยังไม่เหมาะสมที่จะลงทุนในขณะนี้ เพราะ ผลประกอบการด้านการเงินให้ผลตอบแทนที่ค่อนข้างแย่

ตารางที่ 5.15

งบกำไร—ขาดทุนกรณี Moderate Case ปีที่ 0 – ปีที่ 5 (หน่วยล้านบาท)

ปี	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
Moderate Case	2007	2008	2009	2010	2011	2012
รายได้						
รายได้จากค่าบริการรายเดือน		55.78	61.9	65.23	68.74	72.45
รายได้จากค่ามัดจำอุปกรณ์		11	0.78	0.87	0.96	1.07
รายได้หลังการขาย		5.87	6.51	7.22	8.01	8.89
รวมรายได้(ก่อนหักค่าใช้จ่าย)		72.65	69.19	73.32	77.72	82.4
ค่าใช้จ่าย						
ค่าใช้จ่ายในการลงทุนระบบ	33.56	3.23	3.47	3.74	4.04	4.37
ค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษาระบบ	0.67	0.74	0.81	0.89	0.97	1.06
ค่าใช้จ่ายในการเช่า ADSL	21.17	23.49	26.05	28.9	32.06	35.56
ค่าใช้จ่ายในการเช่าสถานที่ติดตั้งระบบ	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6
ค่าใช้จ่ายในการเช่า Link	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72
ค่าใช้จ่ายของ Subscriber Acquisition	0.86	0.06	0.07	0.07	0.08	0.09
ค่ารักษาสตลาด (Market Retention)		1.67	1.86	2.06	2.28	2.53
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร (Admin Cost)	3.51	4	4.43	4.9	5.42	6
Content Sharing	10.59	11.16	11.77	12.41	13.08	13.78
ค่าเสื่อมราคา		5.91	0.45	0.49	0.55	0.61
รวมค่าใช้จ่าย	71.68	51.59	50	54.51	59.49	64.97
กำไร(ขาดทุน)ก่อนหักดอกเบี้ยและภาษี	-71.68	21.06	19.2	18.81	18.23	17.43
ภาษี					5.47	5.23
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	-71.68	21.06	19.2	18.81	12.76	12.2
กำไร(ขาดทุน)สะสม	-71.68	-50.61	-31.42	-12.61	0.15	12.35

ตารางที่ 5.16
งบกำไร—ขาดทุนกรณี Moderate Case ปีที่ 6 – ปีที่ 11 (หน่วยล้านบาท)

ปี	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10	ปีที่ 11
Moderate Case	2013	2014	2015	2016	2017	2018
รายได้						
รายได้จากค่าบริการรายเดือน	76.35	80.46	84.79	89.35	94.16	
รายได้จากค่ามัดจำอุปกรณ์	0.45	0.48	0.50	0.53	0.56	
รายได้หลังการขาย	9.86	10.94	12.14	13.46	14.93	
รวมรายได้(ก่อนหักค่าใช้จ่าย)	86.66	91.88	97.43	103.35	109.66	
ค่าใช้จ่าย						
ค่าใช้จ่ายในการลงทุนระบบ	13.29	5.15	5.60	6.10	6.66	
ค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษาระบบ	1.33	1.43	1.54	1.67	1.80	
ค่าใช้จ่ายในการเช่า ADSL	39.45	43.76	48.55	53.85	59.74	
ค่าใช้จ่ายในการเช่าสถานที่ติดตั้งระบบ	0.60	0.60	0.60	0.60	0.60	
ค่าใช้จ่ายในการเช่าLink	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	
ค่าใช้จ่ายของ Subscriber Acquisition	0.10	0.11	0.13	0.14	0.15	
ค่ารักษาลาด (Market Retention)	2.81	3.12	3.46	3.84	4.26	
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร (Admin Cost)	6.66	7.37	8.16	9.03	10.00	
Content Sharing	14.53	15.32	16.14	17.02	17.94	
ค่าเสื่อมราคา	1.86	0.83	0.92	1.02	1.13	
รวมค่าใช้จ่าย	81.35	78.41	85.82	93.99	103.00	
กำไร(ขาดทุน)ก่อนหักดอกเบี้ยและภาษี	5.32	13.47	11.61	9.36	6.66	
ภาษี	1.59	4.04	3.48	2.81	1997305.34	
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	3.72	9.43	8.13	6.55	4.66	
กำไร(ขาดทุน)สะสม	16.08	25.50	33.63	40.18	44.84	

จากตารางข้างต้น สามารถนำมาวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงินได้ดังนี้

ตารางที่ 5.17
งบกระแสเงินสดของกรณี Moderate Case

ปี	ปีที่	เงินลงทุน	รายรับ	ผลตอบแทนหลัง ภาษี	ผลตอบแทน สะสม
2007	0	71,676,831		-71,676,831	-71,676,831
2008	1	51,586,689	72,649,735	21,063,046	-50,613,785
2009	2	49,995,271	69,193,643	19,198,371	-31,415,413
2010	3	54,514,584	73,323,743	18,809,159	-12,606,254
2011	4	59,492,293	77,720,441	12,759,703	153,449
2012	5	64,973,817	82,402,923	12,200,374	12,353,823
2013	6	81,346,315	86,662,342	3,721,219	16,075,042
2014	7	78,407,238	91,875,527.64	9,427,803	25,502,845
2015	8	85,816,871	97,429,199.81	8,128,630	33,631,475
2016	9	93,988,148	103,348,227.22	6,552,055	40,183,530
2017	10	103,001,847	109,659,531.86	4,660,379	44,843,909

จากข้อมูลข้างต้น จะพบว่าการลงทุนในกรณีของ Moderate case ที่ใช้อัตราการ
เจริญเติบโตของผู้ใช้งานยูบิซี ให้ผลการลงทุน ดังนี้

- (1) อัตราผลตอบแทนการลงทุน (Internal rate of return: IRR) เท่ากับ 14 %
- (2) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) เท่ากับ 4,150,330 ล้านบาท
- (3) ระยะเวลาในการคืนทุน (Payback Period: PB) เท่ากับ 3.99 ปี
- (4) วิธีระยะเวลากการคืนทุนแบบคิดลด (Discount Payback Period Method: DPB) เท่ากับ 6.86 ปี
- (5) วิธีดัชนีการทำกำไร (Profitability Index Method: PI) เท่ากับ 1.06
- (6) วิธีอัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ย (Accounting Rate of Return: AAR) เท่ากับ 33%

เมื่อพิจารณาจากภาพรวม พบว่า ในการลงทุนในโครงการระยะเวลา 10 ปี จะคืนทุนให้
ใน 3.99 ปี เมื่อคิดหาระยะเวลากการคืนทุนแบบคิดลด จะคืนทุนใน 6.86 ปี มูลค่าปัจจุบันของ

โครงการ (NPV) โดยให้อัตราส่วนคิดลดเท่ากับ 12 % พบว่ามีมูลค่าเป็นบวกอยู่ที่ 4,150,330 ล้านบาท และ IRR ให้ค่าเท่ากับ 14 % ในขณะที่การวัดดัชนีการทำกำไรที่ได้ 1.06 % และอัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ย (ARR) ให้ค่าตอบแทนที่ 33 % จากที่คาดการณ์ไว้ว่าทั้งโครงการจะให้ผลตอบแทนอยู่ที่ 20 %

ข้อสรุปในกรณี Moderate case สำหรับโครงการ Triple play นับว่าเหมาะที่จะลงทุนในขณะนี้ เพราะ ผลประกอบการด้านการเงินให้ผลตอบแทนอยู่ในเกณฑ์ที่ค่อนข้างดี

ตารางที่ 5.18

งบกำไร-ขาดทุนในกรณี Best Case ปีที่ 0 – ปีที่ 5

ปี	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
Best Case	2007	2008	2009	2010	2011	2012
รายได้						
รายได้จากค่าบริการรายเดือน		73.56	119.64	166.27	231.07	321.13
รายได้จากค่ามัดจำอุปกรณ์		14.51	4.37	6.39	9.34	13.67
รายได้หลังการขาย		7.74	11.33	16.57	24.24	35.46
รวมรายได้(ก่อนหักค่าใช้จ่าย)		95.81	135.33	189.22	264.65	370.26
ค่าใช้จ่าย						
ค่าใช้จ่ายในการลงทุนระบบ	33.56	10.42	14.78	21.17	30.50	44.15
ค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษาระบบ	0.67	0.89	1.19	1.61	3.12	4.59
ค่าใช้จ่ายในการเช่า ADSL	21.17	30.97	45.31	66.28	96.96	141.84
ค่าใช้จ่ายในการเช่าสถานที่ติดตั้งระบบ	0.60	0.60	0.60	0.60	0.60	0.60
ค่าใช้จ่ายในการเช่า Link	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72
ค่าใช้จ่ายของ Subscriber Acquisition	0.86	0.26	0.38	0.55	0.81	1.18
ค่ารักษาสตลาต (Market Retention)		2.21	3.23	4.72	6.91	10.11
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร (Admin Cost)	3.51	5.26	7.62	11.08	16.28	23.77
Content Sharing	10.59	11.16	11.77	12.41	13.08	13.78
ค่าเสื่อมราคา		5.91	1.88	2.76	4.03	5.90
รวมค่าใช้จ่าย	71.68	68.39	87.48	121.90	173.00	246.64
กำไร(ขาดทุน)ก่อนหักดอกเบี้ยและภาษี	-71.68	27.40643975	47.85	67.33	91.65	123.62
ภาษี			14.36	20.20	27.50	37.09
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	-71.68	27.40	33.50	47.13	64.16	86.53
กำไร(ขาดทุนสะสม)	-71.68	-44.27039156	-10.77	36.36	100.51	187.04

ตารางที่ 5.19
งบกำไร-ขาดทุนในกรณี Best Case ปีที่ 6 – ปีที่ 11

ปี	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10	ปีที่ 11
Best Case	2013	2014	2015	2016	2017	2018
รายได้						
รายได้จากค่าบริการรายเดือน	446.29	620.23	861.96	1,197.90	1,664.78	
รายได้จากค่ามัดจำอุปกรณ์	19.99	29.25	42.78	62.6	91.6	
รายได้หลังการขาย	51.87	75.89	111.01	162.4	237.6	
รวมรายได้(ก่อนหักค่าใช้จ่าย)	518.16	725.36	1,015.75	1,422.89	1,993.90	
ค่าใช้จ่าย						
ค่าใช้จ่ายในการลงทุนระบบ	72.68	93.35	136.10	198.6	290.1	
ค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษาระบบ	6.48	9.23	9.23	13.2	19.1	
ค่าใช้จ่ายในการเช่า ADSL	207.50	303.54	444.05	649.6	950.3	
ค่าใช้จ่ายในการเช่าสถานที่ติดตั้งระบบ	0.60	0.60	0.60	0.6	0.6	
ค่าใช้จ่ายในการเช่า Link	0.72	0.72	0.72	0.7	0.7	
ค่าใช้จ่ายของ Subscriber Acquisition	1.73	2.52	3.69	5.4	7.9	
ค่ารักษาสถาถาด (Market Retention)	14.78	21.63	31.64	46.3	67.7	
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร (Admin Cost)	34.58	50.55	73.30	107.2	156.8	
Content Sharing	14.53	15.32	16.14	17.0	17.9	
ค่าเสื่อมราคา	13.74	18.47	27.02	39.5	57.8	
รวมค่าใช้จ่าย	372.06	524.48	755.00	1,096.51	1,511.13	
กำไร(ขาดทุน)ก่อนหักดอกเบี้ยและภาษี	146.09	200.88	260.75	326.4	482.8	
ภาษี	43.83	60.27	78.23	97.9	144.8	
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	102.26	140.62	182.53	228.5	337.9	
กำไร(ขาดทุน)สะสม	289.31	429.93	612.45	840.92	1,178.86	

จากตารางข้างต้น สามารถนำมาวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงินได้ดังนี้

ตารางที่ 5.20
งบกระแสเงินสดของกรณี Best Case

ปี	ปีที่	เงินลงทุน	รายรับ	ผลตอบแทนหลัง ภาษี	ผลตอบแทนสะสม
2007	0	71,676,831.31		-71,676,831.31	-71,676,831.31
2008	1	68,399,778	95,806,217.48	27,406,440	-44,270,391.56
2009	2	87,479,564	135,332,124	33,496,792	-10,773,599.55
2010	3	121,897,692	189,224,852	47,129,011	36,355,411.88
2011	4	173,002,315	264,653,251	64,155,655	100,511,067.08
2012	5	246,639,767	370,256,641	86,531,812	187,042,878.83
2013	6	372,063,339	518,155,284	102,264,362	289,307,240.43
2014	7	524,475,886.94	725,359,730.88	140618690.8	429,925,931.19
2015	8	754,999,526.98	1,015,753,828.36	182528011	612,453,942.16
2016	9	1,096,505,163.77	1,422,886,216.34	228466736.8	840,920,678.96
2017	10	1,511,130,091.22	1,993,901,903.73	337940268.8	1,178,860,947.71

จากข้อมูลข้างต้น จะพบว่าการลงทุนในกรณีของ Best case ที่ใช้อัตราการ
เจริญเติบโตของผู้ใช้งาน อินเทอร์เน็ต ให้ผลการลงทุน ดังนี้

- (1) อัตราผลตอบแทนการลงทุน (Internal rate of return: IRR) เท่ากับ 66 %
- (2) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) เท่ากับ 483,248,876.33 ล้านบาท
- (3) ระยะเวลาในการคืนทุน (Payback Period: PB) เท่ากับ 2.23 ปี
- (4) วิธีระยะเวลาคืนทุนแบบคิดลด (Discount Payback Period Method: DPB) เท่ากับ 2.54 ปี
- (5) วิธีดัชนีการทำกำไร (Profitability Index Method: PI) เท่ากับ 7.74 %
- (6) วิธีอัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ย (Accounting Rate of Return: AAR) เท่ากับ 349%

เมื่อพิจารณาจากภาพรวม พบว่า ในการลงทุนในโครงการระยะเวลา 10 ปี จะคืนทุนให้ใน 2.23 ปี เท่ากันกับระยะเวลาการคืนทุนแบบคิดลดที่จะคืนทุนให้ใน 2.54 ปี มูลค่าปัจจุบันของโครงการ (NPV) โดยให้อัตราส่วนคิดลดเท่ากับ 12 % พบว่ามีมูลค่าเป็นบวกอยู่ที่ 482,248,876.33 ล้านบาท และ IRR ให้ค่าเท่ากับ 66 % ในขณะที่การวัดดัชนีการทำการกำไรที่ได้ 7.74 % และอัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ย (ARR) ให้ค่าตอบแทนที่ 349 % จากที่คาดการณ์ไว้ว่าทั้งโครงการจะให้ผลตอบแทนอยู่ที่ 20 %

ข้อสรุปในกรณี การเจริญเติบโตของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตหรือ Best case สำหรับโครงการ triple play นับว่าเหมาะที่จะลงทุนในขณะนี้ เพราะ ผลประกอบการด้านการเงินให้ผลตอบแทนอยู่ในเกณฑ์ที่ดี

5.3.2 สรุปผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน

จากการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน พบว่าแม้จากผลการวิเคราะห์การลงทุนในกรณีของ Worst case จะให้ผลตอบแทนที่ไม่คุ้มค่า ซึ่งเป็นผลมาจากการพยากรณ์ลูกค้าตั้งต้นจากอัตราผู้ใช้โทรศัพท์พื้นฐานของ บริษัท ทีโอที ก็พบว่าอัตราการเจริญเติบโตไม่สูงมากนักเมื่อเปรียบเทียบกับสองกรณีหลัง แต่สำหรับในกรณีของ Moderate Case และ Best Case ผลการวิเคราะห์การลงทุนกลับให้ผลตอบแทนอยู่ในเกณฑ์สูงในทุกๆ ด้านและเมื่อพิจารณาประกอบในของด้านเงินลงทุน พบว่ามูลค่าการลงทุนในการให้บริการ Triple Play มีมูลค่าไม่สูงมาก เมื่อเทียบกับรายได้ที่ได้รับจากค่าบริการที่ลูกค้ายินดีจะจ่ายนั้น (จากแบบสอบถาม) มีมูลค่าเพียงพอกับการลงทุน จึงสมควรที่จะลงทุนให้บริการ Triple Play ในประเทศไทยในช่วงนี้

5.4 การศึกษาความเป็นไปได้ทางการบริหาร

ในการศึกษาความเป็นไปได้ทางการบริการใช้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารที่มีความเชี่ยวชาญด้านการบริหารงานในบริษัทผู้ให้บริการด้านการสื่อสารโทรคมนาคม ที่มีรูปแบบการประกอบธุรกิจใกล้เคียงกับรูปแบบธุรกิจในงานวิจัย

สัมภาษณ์ในหัวข้อ “ความเป็นไปได้ในทางการบริหาร ในการให้บริการ Triple Play ของ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)”

ผู้ให้ข้อมูล	:	ดร.สมศักดิ์ เดชอนสมบัติ
ตำแหน่ง	:	Wireline Business Development Department
บริษัท	:	TOT Public Company Limited

โดยในการสัมภาษณ์ ได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัย และให้ข้อมูลรายละเอียดของการให้บริการ Triple Play กับผู้ให้สัมภาษณ์ นอกจากนั้น ยังได้ส่งประเด็นคำถามให้ก่อนล่วงหน้า 5 วัน เพื่อให้ได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ที่สมบูรณ์ที่สุด

ข้อมูลของบริษัท TOT Public Company Limited

บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) เดิมชื่อว่า องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย ถูกก่อตั้งขึ้นครั้งแรกในวันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2497 ในครั้งนั้นพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดชทรงมีพระบรมราชโองการให้พระราชบัญญัติจัดตั้ง องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทยเป็นรัฐวิสาหกิจสังกัดกระทรวงคมนาคมโดยแบ่งแยกจากกองช่างโทรศัพท์ของกรมไปรษณีย์โทรเลข ให้บริการโทรศัพท์ในเขตนครหลวงประกอบด้วยชุมสายวัดเลียบ ชุมสายบางรัก ชุมสายเพลินจิต และชุมสายสามเสน พนักงาน 732 คนทรัพย์สิน 50 ล้านบาท ได้ทำเนิมนธุรกิจให้บริการโทรศัพท์พื้นฐานแก่ประชาชนตลอดมา มีการปรับปรุงพัฒนารูปแบบการให้บริการและนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาให้บริการแก่ประชาชน จนมาถึงวันที่ 31 กรกฎาคม 2545 ได้ ถูกแปลงสภาพเป็น บริษัท ทีโอที จำกัด มหาชน (TOT Public Company Limited)

ทีโอที เป็นผู้ให้บริการรายใหญ่ในด้านสื่อโทรคมนาคมของประเทศไทย มีโครงข่ายที่ครอบคลุมไปทั่วประเทศ และมีบริการด้านสื่อสารโทรคมนาคมที่หลากหลายรูปแบบ ทั้งบริการโทรศัพท์ประจำที่ โทรศัพท์ระหว่างประเทศ บริการสื่อสารข้อมูล อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง บริการบรอดแบนด์และมัลติมีเดีย สื่อสารไร้สาย และบริการเชื่อมโยงโครงข่าย

5.4.1 บทสัมภาษณ์ ดร.สมศักดิ์ เดชธนสมบัติ

➤ ผลิตภัณฑ์และบริการหลักๆ ของ TOT ที่นำเสนอต่อลูกค้าที่เป็นสื่อสารทางสายมีอะไรบ้าง

โทรศัพท์พื้นฐาน

บริการโทรศัพท์พื้นฐานถือเป็นบริการหลักของบริษัท ทีโอที เลยก็ว่าได้ ทาง บริษัท ทีโอที ได้ให้บริการมากกว่า 50 ปี จนถึงตอนนี้บริษัท ทีโอที มีเลขหมายที่ให้บริการลูกค้าทั่วประเทศ 3,630,895 เลขหมาย จากเลขหมายทั้งสิ้น 6,708,339 เลขหมาย ทางบริษัท ทีโอที ได้ครองส่วนแบ่งทางการตลาดของการให้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน 54.18% ทางบริษัท ทีโอที ยังได้มีการปรับปรุงนำเสนอบริการใหม่ๆ เข้ามาเสนอต่อผู้ใช้บริการเพื่อให้รักษาสถานลูกค้าและเพิ่มปริมาณลูกค้ามากขึ้นในอนาคต ซึ่งตรงจุดนี้ทาง ทีโอที เองมีความได้เปรียบมากกว่าคู่แข่ง อันเนื่องมาจากทาง ทีโอที มีโครงข่ายที่ครอบคลุมอยู่ทั่วประเทศอยู่แล้ว อีกทั้ง ภายในปี 2550 ทาง ทีโอที จะมีเลขหมายเพิ่มขึ้น จาก โครงการ 565,500 เลขหมาย ซึ่งจะสามารถให้บริการในบางพื้นที่ได้ก่อนในปี 2550 ทำให้ทางบริษัท ทีโอที เองมีความเชื่อว่าการขยายตัวของเลขหมายโทรศัพท์พื้นฐานของบริษัท ทีโอที เอง จะมีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้นแน่นอน ถึงแม้จะมีปัจจัยอื่นๆ เข้ามาก็ตาม ไม่ว่าจะเป็น คู่แข่งที่ประกอบธุรกิจคล้ายกัน หรือ ทดแทนกันได้เช่นพวกโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีการลดราคาการให้บริการกันอย่างดุเดือด ทำให้การขยายตัวของโทรศัพท์พื้นฐานน้อยลงก็ตาม

วงจรเช่าต่างๆ

บริการคู่สายเช่าวงจรเช่าบริษัท ทีโอที ให้บริการครอบคลุมทั่วประเทศโดยให้บริการทั้งระบบอนาล็อกและระบบดิจิทัลที่มีความเร็วในการส่งข้อมูลตั้งแต่ 9.6 kbps ถึง 2.048 kbps โดยมีทั้งกลุ่มลูกค้าทั้งภาครัฐกิจเอกชน ส่วนงานราชการ และผู้ให้บริการโทรคมนาคมอื่นๆ ตรงส่วนนี้

ทีโอที มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง จากต้นปี 2550 มีจำนวน วงจรเช่าอยู่ 53,415 มาถึงเดือน เมษายน มีจำนวนวงจรเพิ่มขึ้น 58,663 วงจร และถือว่าเป็นบริการอีกหนึ่งที่ทำรายได้ให้กับ ทีโอที

บริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์

บริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์เป็นธุรกิจที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว และสามารถสร้างรายได้ให้กับบริษัท ทีโอที ธุรกิจอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์มีผู้ใช้บริการจากปี 2549 ที่มีผู้ใช้บริการทั่วประเทศ 279,320 จนมาถึง กลางปี 2550 มีจำนวนผู้ใช้บริการทั่วประเทศเพิ่มเป็น 543,349 ซึ่งมีการขยายตัวถึง 95% ธุรกิจนี้เป็นธุรกิจที่น่าจับตามองเป็นอย่างมาก

➤ ทาง TOT มีแนวความคิดเกี่ยวกับการ Convergence บริการต่างๆ เข้าด้วยกัน เพื่อนำเสนอลูกค้า หรือไม่อย่างไร

ธุรกิจสื่อสารโทรคมนาคมทั่วโลกมีแนวโน้มที่มุ่งไปสู่การหลอมรวมกัน หรือที่เรียกว่า Convergence ทั่วโลกหันมาให้ความสนใจกับการรวมกันของโครงข่ายกับคอนเทนต์ และบริการต่างๆ เข้าด้วยกัน ทำให้เกิดรูปแบบทางธุรกิจ (Business Model) ใหม่ๆ ในการให้บริการสื่อสารโทรคมนาคม ซึ่งเป็นประโยชน์ให้กับผู้ใช้บริการได้มีทางเลือกในการได้รับบริการใหม่ๆ ที่มีความสะดวก มากขึ้น

ถ้าเรามองดูผู้ให้บริการทางด้านสื่อสารโทรคมนาคมในประเทศแนวโน้มการ หลอมรวม การให้บริการนั้นก็มีแนวโน้มเช่นเดียวกับทั่วโลก ผู้ให้บริการในประเทศเองก็มีความพร้อมที่จะให้บริการแก่ผู้ใช้บริการอย่างที่เราเห็นไม่ว่าจะเป็น บริษัท ทู หรือ ทีทีแอนด์ที ทั้งนี้ทาง ทีโอที เอง มีความสามารถที่จะนำเสนอการให้บริการที่หลอมรวมกันให้แก่ผู้ใช้บริการได้ ทีโอทีมีความพร้อมทั้งด้านเทคโนโลยี,ด้านทรัพยากรด้านต่างๆที่จะดำเนินธุรกิจ แต่การดำเนินธุรกิจนี้ก็ไม่ใช่ว่าจะง่าย ๆ ด้วยการใช้ชีวิตหรือที่ชอบเรียกกันว่า Life Style ของผู้ใช้บริการเป็นสิ่งสำคัญที่จะต้องลงไปศึกษา เพื่อที่จะได้นำเสนอการบริการที่เหมาะสมกับผู้ใช้บริการ

➤ บุคลากรของ TOT มีความพร้อมในการดำเนินธุรกิจ Convergence อย่างไร

จากข้อมูล ณ วันที่ 31 ม.ค. 50 ของ ทีโอที มีพนักงานทั้งหมด 19,755 คน แบ่งแยกตามกลุ่มงานดังนี้

ตารางที่ 5.21
จำนวนพนักงาน ทีโอที ปี 2550

สายงาน	จำนวนคน	สายงาน	จำนวนคน
นักบริหาร	626	วิทยากร	41
ผู้ชำนาญการ	496	ครูฝึก	1
วิศวกร	1887	นักปฏิบัติการฝึกอบรม	2
นายช่าง	3436	นักพัสดุ	183
ช่าง	926	พนักงานพัสดุ	58
นักปฏิบัติการช่าง	2033	นักปฏิบัติการพัสดุ	37
สถาปนิก	11	นักบริหารงานทั่วไป	3503
นักคอมพิวเตอร์	434	พนักงานธุรการ	1135
เจ้าหน้าที่คุมเครื่อง คอมพิวเตอร์	1	นักปฏิบัติการธุรการ	795
นักปฏิบัติการคุมเครื่อง คอมพิวเตอร์	2	นักประชาสัมพันธ์	48
นักวิทยาศาสตร์	15	พนักงานโสตทัศนูปกรณ์	8
นักบัญชี	339	นักปฏิบัติการ โสตทัศนูปกรณ์	15
พนักงานบัญชี	16	พนักงานพาณิชย	1201
นักปฏิบัติการบัญชี	22	นักปฏิบัติการพาณิชย	1242
นักงบประมาณ/การเงิน	368	นักตรวจสอบภายใน	149
พนักงานงบประมาณ/การเงิน	67	นักวิเคราะห์นโยบายและ แผน	80
นักปฏิบัติการงบประมาณ/ การเงิน	69	พยาบาล	6
เศรษฐกร	146	เภสัชกร	1

นักสถิติ	9	ผู้จัดการ	39
นิติกร	154	เจ้าหน้าที่การตลาด	2
บุคลากร	152	รวม	19,755

บุคลากรของ ทีโอที นี้ต้องยอมรับว่าในเรื่อง ทักษะ ทักษะคนดี ตลอดจน ความรู้ ความสามารถอาจจะต้องมีการปรับปรุงพัฒนาอีกอย่างมากพนักงานของ แต่เรื่องนี้ก็มีการส่งเสริมให้พนักงานของ ทีโอทีทุกคน ได้พัฒนาความรู้ ความสามารถ ทักษะ และทัศนคติ ของพนักงานให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและพร้อมที่แข่งขันกับบริษัทอื่นๆได้ในอนาคต พนักงานทางด้านวิศวกร,เทคนิคและช่างต่างของ บริษัท ทีโอที เราได้มีการสนับสนุนให้ฝึกอบรม เทคโนโลยีใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา รวมไปถึง พนักงานทางด้านสายอื่นๆ ก็เช่นกัน ถ้าบริษัท ทีโอที จะให้บริการธุรกิจที่ Convergence ก็ไม่น่าจะมีปัญหา อันเนื่องมาจากประสบการณ์ ที่ทางบริษัท ทีโอที ได้ประกอบธุรกิจ มานาน

➤ ปัจจัยหลักในการก้าวไปสู่การให้บริการ Triple Play ของ TOT

การที่บริษัท ทีโอที จะก้าวเข้ามาบริการ Triple Play สิ่งที่สำคัญที่ในการหลอมรวมธุรกิจ หรือ Convergence นั่นคือการ ค้นหาคอนเทนต์หรือบริการอะไรที่แตกต่างจากที่มีอยู่ในตลาดจึงจะสามารถประสบความสำเร็จในการให้บริการได้เพราะเชื่อว่าสิ่งนี้เป็นสิ่งสำคัญที่จะนำไปสู่การให้บริการ Triple Play ส่วนเรื่องทางด้านเทคนิคหรือเทคโนโลยีนั้นทางบริษัท ทีโอที คิดว่าในส่วนนี้ทางบริษัท ทีโอที เอง มีความสามารถและพร้อมที่จะเข้ามาทำธุรกิจนี้ได้

5.4.2 สรุปการศึกษาคความเป็นไปได้ทางการบริหาร

จากบทสัมภาษณ์ ดร.สมศักดิ์ เดชชนสมบัติ ผู้ช่วยด้านบริหาร ส่วนงานกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์สื่อสารทางสาย ได้ให้ความคิดเห็นในเรื่อง การ Convergence บริการต่างๆ เข้าด้วยกัน ของ ทีโอที จะเห็นว่าการดำเนินการสร้างธุรกิจในลักษณะ Convergence ซึ่งหมายรวมถึง การให้บริการ ด้วยนั้น เรื่องของ ทรัพยากรที่มีอยู่ไม่ว่าจะเป็นด้านโครงข่าย, ด้านบุคคลตลอดจน Technology ไม่ได้เป็นปัญหาหลักแต่อย่างใด แต่สิ่งที่ผู้บริหารให้ความสำคัญมากกว่า นั่นคือการ

สร้างความเข้าใจลูกค้าว่าลูกค้าต้องการอะไรรวมไปถึง การสร้างความแตกต่างของการให้บริการ แก่ลูกค้า ซึ่งจะเป็นการยกระดับการให้บริการแก่ลูกค้า ตลอดจนต้องสร้างบุคลากรในองค์กร ให้สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากการสัมภาษณ์ ถึงแม้ว่าบริษัท ทีโอที มีการดำเนินธุรกิจ ที่มากมายก็ตาม แต่การ ให้บริการ Triple Play นั้น ส่วนที่สำคัญที่ขาดไม่ได้ก็คือ การหลอมรวมการบริการทางด้านสื่อสาร และการให้บริการ ทาง ทีโอที เอง ยังขาดทางด้านการให้บริการทางด้านเนื้อหา หรือ คอนเทนท์ นั้นเอง และตัวคอนเทนท์เองก็ถือเป็นสิ่งสำคัญอย่างมากในการที่จะให้บริการ Triple Play ตรงนี้ จะต้องมีการจับมือกับผู้ให้บริการทางด้านคอนเทนท์ที่มีประสบการณ์รวมไปถึงต้องศึกษาถึงความต้องการของลูกค้า เพื่อบริษัท ทีโอที จะได้ให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ สำหรับรูปแบบของ งานวิจัย จะมีรูปแบบ ในการให้บริการร่วมกัน เป็นพันธมิตรกับผู้ให้บริการทางด้านคอนเทนท์ ซึ่ง มองดูแล้วจะมีความเสี่ยงน้อยกว่าที่จะลงมือทำคอนเทนท์เอง ถ้าเป็นในรูปแบบนี้ทาง บริษัท ทีโอที สามารถที่จะพัฒนาไปเป็นผู้ให้บริการ Triple Play ได้อย่างแน่นอน