

บทที่ 3

สถานการณ์และการแข่งขันในธุรกิจการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่

3.1 ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

ธุรกิจการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทยในปี 2545 นับว่าเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันสูงมากธุรกิจหนึ่งในภูมิภาคนี้ ผู้ให้บริการรายใหม่ 3 ราย ซึ่งได้แก่ TA Orange (TAO) , Thai Mobile และ Hutchison CAT Wireless Multimedia Ltd. (HUTCH) ได้เข้าสู่ตลาดอย่างเป็นทางการเพื่อแข่งขันกับผู้ให้บริการเดิมอีก 2 ราย นั่นก็คือบริษัทแอ็ดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส และ บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่นส์ จำกัด (มหาชน) (TAC) ในการให้บริการลูกค้า ในขณะที่การพัฒนาธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทย ณ สิ้นปี พ.ศ. 2545 กำลังดำเนินไปอย่างเข้มข้นนั้น ตลาดการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทยก็มีการเติบโตที่สูงอย่างเป็นประวัติการณ์ โดยมีจำนวนผู้ใช้บริการรวมทั้งสิ้นเพิ่มขึ้นประมาณ 120% โดยที่ผู้ให้บริการเดิมทั้ง 2 ราย ยังคงรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดไว้ได้สูง โดยมีส่วนแบ่งตลาดรวมกันแล้วมากกว่า 90%

ในบรรดาผู้ให้บริการรายใหม่ทั้ง 3 ราย TAO ได้ก้าวเข้ามามีบทบาทอย่างมากในการทำให้สภาพการแข่งขันทางธุรกิจ พลิกโฉมไปอย่างมีสาระสำคัญในปี พ.ศ. 2545 ในช่วงที่ TAO เข้าสู่ตลาดในไตรมาสแรกของปี กลยุทธ์การตลาดที่นำมาใช้ในการแข่งขัน คือ กลยุทธ์ทางด้านราคา สงครามทางด้านราคาเริ่มปะทุขึ้น เมื่อมีการขายเครื่องลูกข่ายในราคาต่ำกว่าทุน (Handset Subsidy) ขึ้นเป็นครั้งแรกในประเทศไทย เพื่อเป็นการตอบโต้ผู้ให้บริการรายหนึ่ง ที่ทำการเปิดเสรีเครื่องลูกข่ายด้วยการปลดล็อก IMEI อันมีผลทำให้เครื่องลูกข่ายที่ซื้อจากที่ใดก็ตาม สามารถนำมาใช้ในเครือข่ายของผู้ให้บริการรายนั้นได้ พร้อมกันนี้ ผู้ให้บริการทุกรายยังมีการขาย SIM Card เปล่าในราคาที่ถูกลง เพื่อเป็นทางเลือกให้แก่ผู้ใช้บริการรายใหม่ที่ไม่ต้องการซื้อ SIM Card พร้อมกับเครื่องลูกข่ายในชุดเดียวกัน ในขณะเดียวกันนั้น การส่งเสริมการขายก็เป็นไปอย่างรุนแรงเช่นกัน โดยมีการลดราคาค่าใช้บริการโทรศัพท์ให้แก่ทั้งลูกค้าใหม่ที่ซื้อ SIM Card พร้อมเครื่องลูกข่ายในชุดเดียวกัน และลูกค้าใหม่ที่ซื้อ SIM Card เปล่าเช่นกัน กิจกรรมทางการตลาดต่าง ๆ ดังกล่าวเหล่านี้ล้วนแล้วแต่มีผลทำให้เกิดการขยายฐานผู้ใช้บริการไปยังกลุ่มคนต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว ความนิยมในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้แพร่ขยายออกไปสู่ภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วประเทศซึ่งก่อให้เกิดการแข่งขันที่ขยายวงกว้างออกไป นอกเหนือจากเขตกรุงเทพฯ ซึ่งเริ่มเข้าสู่ภาวะใกล้ถึงจุดอิ่มตัวแล้ว

ในช่วงไตรมาสที่สาม ของปี 2545 ผู้ให้บริการต่างก็ตระหนักถึงผลลัพธ์จากการแข่งขันทางด้านราคาที่เป็นไปอย่างรุนแรง ณ เวลานั้น เพราะถึงแม้ว่าผู้ให้บริการ ต่างก็มีผู้ให้บริการรายใหม่เพิ่มขึ้นในระบบเป็นจำนวนมาก แต่ผลกำไรจากการให้บริการนั้นกลับไม่เพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากการแข่งขันทางด้านราคาที่รุนแรงนั่นเอง ผู้ให้บริการจึงเริ่มมุ่งเน้นไปทำกิจกรรมและส่งเสริมธุรกิจที่ช่วยเพิ่มรายได้และยังมีกำไรที่สูงอยู่ ตัวอย่างเช่น ความพยายามในการหาและรักษาฐานลูกค้าองค์กร ที่ยังมีรายได้ต่อผู้ให้บริการ (ARPU) ที่สูง เพื่อการพยุง ARPU ที่มีแนวโน้มลดลงอย่างเห็นได้ชัดเจน นอกจากนั้น เพื่อเป็นการเพิ่มกำไรจากการประกอบการ ยังมีการใช้เทคโนโลยีทางด้านการสื่อสารข้อมูลความเร็วสูงที่เรียกว่า เทคโนโลยี GPRS เข้ามาช่วยเพิ่มยอดการใช้งานโดยผู้ให้บริการบางรายนั้น มุ่งเน้นไปที่การพัฒนา “Digital Convergence” และบริการทางด้านการสื่อสารไร้สายอื่น ๆ เช่น Mobile Data และ Multimedia เป็นต้น

ในช่วงปลายปี 2545 การแข่งขันทางด้านราคา หลงเหลืออยู่เพียงเล็กน้อย ถึงแม้ว่าตลาดเครื่องลูกข่ายยังคงเป็นตลาดเสรีอยู่ แต่ความรุนแรงของการแข่งขันในส่วนของค่าใช้จ่ายบริการนั้นลดลงอย่างเห็นได้ชัด ราคา SIM Card เปล่า ได้ถูกปรับขึ้น และถึงแม้ว่าข้อเสนออื่นจะจูงใจน้อยลง รวมถึงอัตราการเติบโตของผู้ให้บริการในไตรมาส สุดท้ายนั้นไม่สูงเท่าใน 3 ไตรมาสแรกของปีก็ตาม แต่อัตราการเติบโตของผู้ให้บริการก็ยังคงถือว่าอยู่ในเกณฑ์ดี ซึ่งสามารถชี้ให้เห็นว่า ธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ของประเทศไทยนั้น ยังไม่น่าจะถึงจุดอิ่มตัว และยังมีโอกาสในการเติบโตต่อไป

ถึงแม้ว่า อัตราการเติบโตโดยรวมของฐานผู้ให้บริการเพิ่มสูงขึ้นเป็นอันมาก แต่ธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ของไทย ณ สิ้นปี พ.ศ. 2545 ยังมี อัตราผู้ให้บริการต่อจำนวนประชากร (Penetration Rate) เพียงแค่ 27% อย่างไรก็ตามถึงแม้อัตราผู้ให้บริการต่อจำนวนประชากรนี้ ได้เพิ่มขึ้นมากกว่าสองเท่าจาก 13% ในปีก่อนหน้านี้ก็ตาม แต่โอกาสทางการตลาดยังคงมีอยู่เนื่องจากประเทศยังคงดำเนินต่อไปอย่างต่อเนื่อง และผู้ให้บริการรายใหม่ต้องการที่จะมีบทบาทและสร้างชื่อเสียงในตลาด อัตราการเติบโตน่าจะยังคงมีอยู่ต่อไป แต่คงไม่มีโอกาสที่ตลาดจะเห็นอัตราการเติบโตของฐานผู้ให้บริการที่เพิ่มขึ้นสูงกว่า 100% อย่างแน่นอน

ในปัจจุบันมีการใช้งานโทรศัพท์มือถือกันอย่างแพร่หลาย จนถือได้ว่าเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการใช้งานในชีวิตประจำวันไปแล้ว ไม่เฉพาะเฉพาะผู้ที่อยู่ในวัยทำงานแล้วเท่านั้น แต่ กลายเป็นว่า นักเรียน นักศึกษา หรือแม้กระทั่ง ผู้สูงอายุ ที่อยู่ที่บ้าน ก็มีการใช้งานแทบทั้งนั้น ไม่ว่าจะเป็นการใช้ติดต่อธุรกิจ , ติดต่อเพื่อนฝูง หรือ ติดต่อญาติๆ ดังนั้นคงไม่มีใครปฏิเสธ ได้ว่า โทรศัพท์มือถือ เป็นเครื่องมือสำคัญที่มนุษย์ ใช้ในการติดต่อสื่อสารซึ่งกันและกัน

ผู้ให้บริการโทรศัพท์มือถือเองก็เป็นสิ่งสำคัญ ในการที่จะทำให้การสื่อสารเป็นไปด้วยความสะดวกสบายและทำให้ง่ายต่อการใช้งานมากยิ่งขึ้นในประเทศไทยเองก็มีผู้ให้บริการโทรศัพท์มือถือ หลักๆ อยู่ 4 บริษัท AIS, TAC, Orange และ Hutch โดย ผู้ให้บริการแต่ละรายต่างแข่งขันกันให้บริการและเสนอบริการใหม่ๆ มากมาย เพื่อต้องการให้มีผู้ใช้บริการของตน(ลูกค้า) มากที่สุด ซึ่งหนึ่งในผู้ให้บริการ ที่ครองส่วนแบ่งในตลาดผู้ให้บริการโทรศัพท์มือถือ มากที่สุดคือ บริษัทแอดวานซ์ อินโฟ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) (Advance Info Service Plc.- AIS) โดยมีส่วนแบ่งในตลาดถึง 63% รองลงมาคือบริษัทโทเทิล แอ็กเซส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) (Total Access Communication Plc.-TAC) ซึ่งมีส่วนแบ่งตลาด 31% ดังนั้นเมื่อรวมส่วนแบ่งในตลาดของผู้ให้บริการของทั้งสองราย ทำให้มีส่วนแบ่งทางการตลาดสูงถึง 94% ซึ่งถือว่าสูงมาก

ตารางที่ 3.1 จำนวนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แยกตามผู้ให้บริการ AIS, DTAC และ Orange

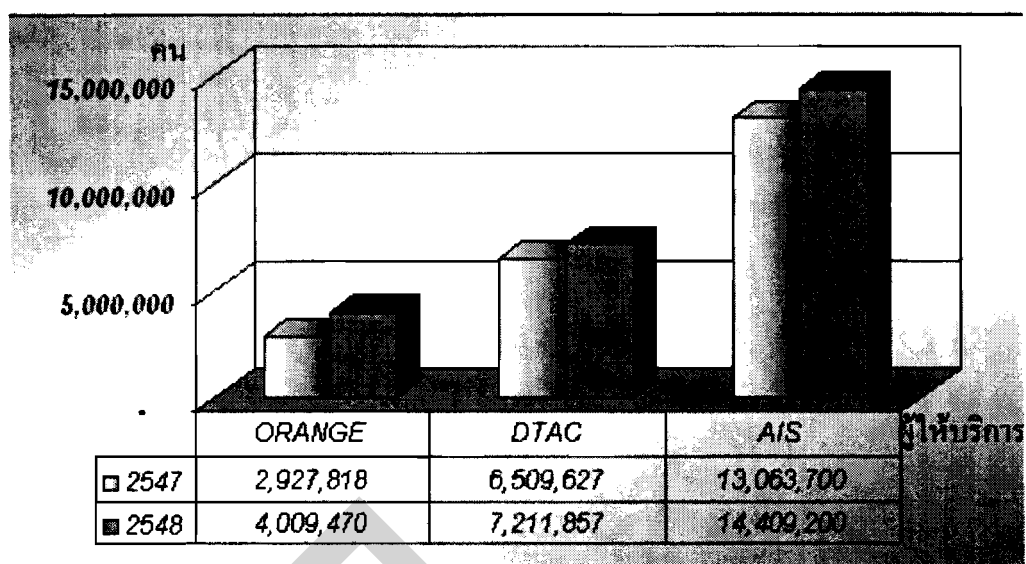
(หน่วย: คน)

		AIS			DTAC			Orange		
		Postpaid	Prepaid	Total	Postpaid	Prepaid	Total	Postpaid	Prepaid	Total
2547	ม.ค.	1,908,300	11,372,200	13,280,500	1,179,277	5,513,844	6,693,121	282,302	1,583,459	1,865,761
	ก.พ.	1,899,400	11,590,400	13,489,800	1,190,216	5,546,828	6,736,844	279,263	1,533,026	1,812,289
	มี.ค.	1,896,800	11,780,700	13,677,500	1,201,211	5,789,337	6,990,548	276,726	1,715,837	1,992,563
	เม.ย.	1,894,700	11,981,200	13,875,900	1,212,004	5,929,370	7,141,374	265,209	1,811,366	2,076,565
	พ.ค.	1,892,900	12,164,300	14,057,200	1,224,079	6,049,761	7,273,840	272,006	1,937,437	2,209,443
	มิ.ย.	1,890,600	12,341,100	14,231,700	1,236,400	6,172,820	7,409,220	279,520	2,060,928	2,340,448
	ก.ค.	1,893,600	12,482,100	14,375,700	1,244,767	6,253,866	7,498,633	267,003	2,172,584	2,439,587
	ส.ค.	1,892,100	12,611,500	14,503,600	1,253,653	6,324,163	7,577,806	312,717	2,326,394	2,639,111
	ก.ย.	1,897,100	12,727,500	14,624,600	1,262,617	6,377,553	7,640,170	341,006	2,400,772	2,741,778
	ต.ค.	1,903,800	12,830,800	14,734,600	1,269,079	6,431,925	7,701,004	375,094	2,501,368	2,876,462
	พ.ย.	1,921,700	12,920,800	14,842,500	1,274,127	6,488,360	7,762,477	414,060	2,620,686	3,034,736
	ธ.ค.	1,947,900	13,063,700	15,011,600	1,276,538	6,509,627	7,786,165	452,565	2,927,818	3,380,383
2548	ม.ค.	1,964,800	13,184,800	15,149,600	1,284,688	6,564,612	7,849,300	484,028	3,079,752	3,563,780
	ก.พ.	1,973,400	13,275,100	15,248,500	1,296,554	6,670,331	7,966,885	504,184	3,257,561	3,761,725
	มี.ค.	2,004,300	13,350,500	15,354,800	1,316,144	6,790,478	8,106,622	517,646	3,400,535	3,918,181
	เม.ย.	2,010,000	13,420,500	15,430,500	1,336,212	6,791,700	8,067,912	533,234	3,485,287	4,018,521
	พ.ค.	1,996,200	13,518,500	15,514,700	1,357,308	6,822,452	8,179,760	533,747	3,526,710	4,060,457
	มิ.ย.	1,974,800	13,688,500	15,663,300	1,361,646	6,875,145	8,236,791	507,504	3,565,661	4,063,165
	ก.ค.	1,959,200	13,810,800	15,770,000	1,365,057	6,879,581	8,244,638	495,340	3,565,813	4,061,153
	ส.ค.	1,947,500	13,918,000	15,865,500	1,369,419	6,882,851	8,252,270	480,919	3,595,820	4,076,739
	ก.ย.	1,935,500	14,014,800	15,950,300	1,373,852	6,935,342	8,309,194	469,936	3,630,018	4,099,954
	ต.ค.	1,920,800	14,142,000	16,062,800	1,388,728	7,015,534	8,404,262	461,198	3,720,426	4,181,624
	พ.ย.	1,891,000	14,264,300	16,155,300	1,413,433	7,116,265	8,529,698	452,150	3,851,421	4,303,571
	ธ.ค.	1,863,300	14,409,200	16,272,500	1,465,083	7,211,867	8,676,940	449,173	4,009,470	4,458,643

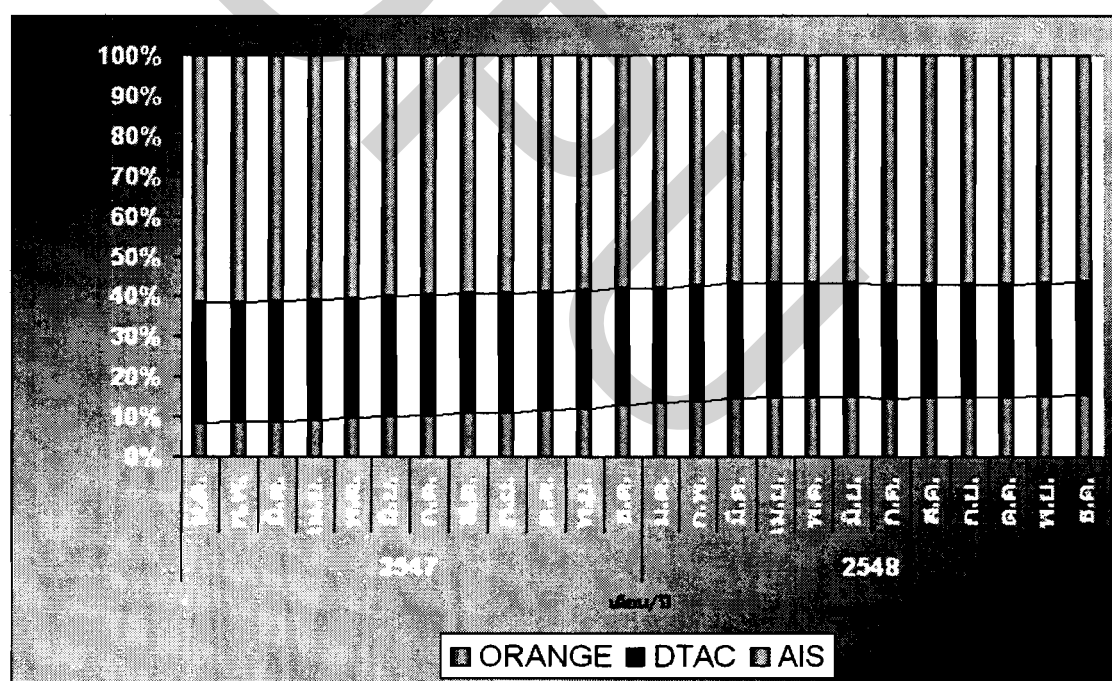
ที่มา: <http://www.ais.co.th>

<http://www.dtac.co.th>

<http://www.truemove.com>



ภาพที่ 3.1 แสดงจำนวนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินแยกตามผู้ให้บริการ AIS, DTAC และ Orange ในปี 2547 – 2548



ภาพที่ 3.2 แสดงอัตราเปลี่ยนแปลงของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินแยกตามผู้ให้บริการ AIS, DTAC และ Orange ในปี 2547 – 2548

จากตารางที่ 3.1 และ ภาพที่ 3.1, 3.2 แสดงให้ทราบว่า อัตราการเจริญเติบโตของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินมีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะ ผู้ที่ให้บริการของ DTAC และ Orange ซึ่งมีอัตราผู้ใช้งานเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งมีผลให้ Market Share ของผู้ให้บริการรายหลักอย่าง AIS มีสัดส่วนที่ลดลง โดยเฉพาะช่วงเดือน มีนาคม ถึงเดือน พฤษภาคม 2548 เป็นช่วงที่เกิดสงครามราคาขึ้นในตลาดผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน ทำให้ จำนวนผู้ใช้งานของ DTAC และ Orange เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว อันเป็นผลจากการใช้นโยบายลดราคา ค่าใช้บริการจนถึงขั้นอัตราค่าบริการ 25 สตางค์ ต่อนาที ทำให้ผู้ใช้บริการรายใหม่ และ ผู้ที่เคยใช้บริการของ AIS เดิม มีการเปลี่ยนไปใช้บริการของผู้ให้บริการทั้ง 2 มากขึ้น

จากการแข่งขันด้านราคาดังกล่าวนี้อาจมีผลกระทบโดยตรงต่อ AIS ซึ่งเป็นผู้ให้บริการรายหลักในตลาดจึงตัดสินใจ ตอบโต้การแข่งขันโดยออกโปรโมชั่น ลดราคาค่าบริการเคลื่อนที่ที่ 25 สตางค์ เช่นเดียวกัน เพื่อเป็นการหยุดหรือชะลอสงครามราคาในครั้งนั้น ซึ่งการออกโปรโมชั่นนี้มีผลให้ผู้ใช้บริการกลับมาใช้บริการของ AIS จนเข้าสู่ภาวะปกติ ซึ่งสามารถสังเกตได้จากช่วงเดือนมิถุนายน 2549 เป็นต้นมา อัตราการเติบโตของแต่ละผู้ให้บริการมีการเติบโตค่อนข้างคงที่

ตารางที่ 3.2 แสดงรายได้เฉลี่ยต่อเลขหมายต่อเดือน (ARPU) ของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินแยกตามผู้ให้บริการ AIS และ DTAC ปี 2547 - 2549

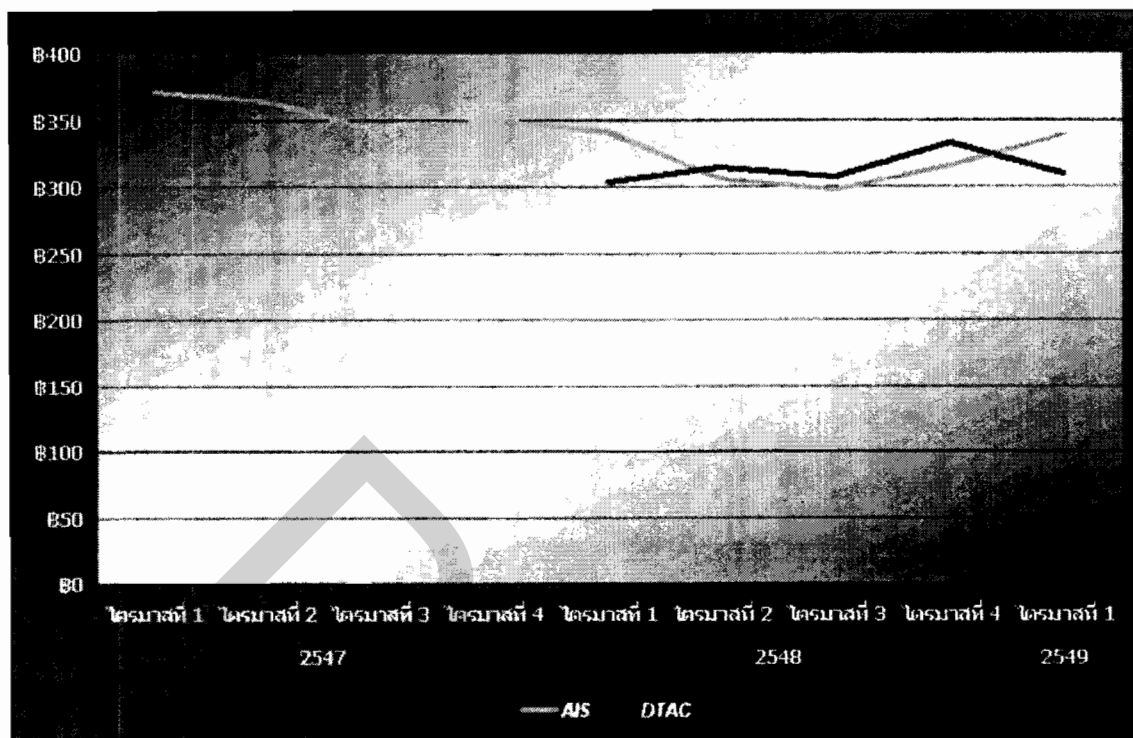
(หน่วย: บาท/คน/เดือน)

		AIS	DTAC
2547	ไตรมาสที่ 1	371	ไม่มีข้อมูล
	ไตรมาสที่ 2	364	ไม่มีข้อมูล
	ไตรมาสที่ 3	341	ไม่มีข้อมูล
	ไตรมาสที่ 4	350	ไม่มีข้อมูล
2548	ไตรมาสที่ 1	341	304
	ไตรมาสที่ 2	306	314
	ไตรมาสที่ 3	298	307
	ไตรมาสที่ 4	316	332
2549	ไตรมาสที่ 1	339	310

ที่มา: <http://www.ais.co.th>

<http://www.dtac.co.th>

<http://www.truemove.com>



ภาพที่ 3.3 แสดงรายได้เฉลี่ยต่อเลขหมายต่อเดือน (ARPU) ของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินแยกตามผู้ให้บริการ AIS และ DTAC ปี 2547 – 2549

ที่มา: <http://www.ais.co.th>

<http://www.dtac.co.th>

<http://www.truemove.com>

จากตารางที่ 3.2 และ ภาพที่ 3.3 แสดงให้เห็นว่าช่วงที่เกิดสงครามราคาในตลาดผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน ตั้งแต่ปลายไตรมาส 1 ปี 2549 เป็นต้นมา ทำให้ รายได้เฉลี่ยต่อเลขหมายต่อเดือน (ARPU) ของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน ปรับลดลงอย่างเห็นได้ชัด ซึ่งเป็นผลจากการลดราคาอัตราค่าบริการนั่นเอง ดังจะเห็นว่า ถึงแม้ผู้ใช้บริการจะเพิ่มขึ้นแต่รายได้กลับไม่ได้เพิ่มขึ้น ซึ่งผู้ให้บริการต่างตระหนักถึงข้อเท็จจริงนี้ จึงพยายามปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การแข่งขันมาเน้นในด้านอื่นๆ นอกเหนือจากด้านราคา มากขึ้นในระยะหลัง