



ภาพรวมสถานการณ์อุตสาหกรรมโทรคมนาคม
ก่อนปิดปี 2556 ในภาคส่วนของกลุ่มบริการ
เสียงแบบไร้สาย (**Mobile services**)

ภาพรวมสถานการณ์อุตสาหกรรมโทรคมนาคมก่อนปี 2556 ในภาคส่วนของ กลุ่มบริการเสียงแบบไร้สาย (Mobile services)

บริการเสียงแบบไร้สาย หรือ เรียกแบบเข้าใจง่ายว่า บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่นั่นเอง บริการนี้ได้เข้ามาในประเทศไทยนานกว่า 20 ปีแล้ว แต่มีข้อจำกัดหลายอย่าง เช่น ราคาโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ค่อนข้างสูง ค่าบริการมีราคาสูง ผิดกับทางเลือกในการใช้บริการมีค่อนข้างน้อย ทำให้ยังไม่เป็นที่นิยมในช่วงเริ่มแรก แต่ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมาตั้งแต่ยุคการสื่อสารในระบบดิจิทัล 2G เกิดขึ้น ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ก็ได้มีการพัฒนาโครงข่ายอย่างต่อเนื่อง และนำเสนอบริการให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้งานของผู้บริโภคมากขึ้น ทำให้อุปกรณ์ที่รองรับบริการแบบไร้สายทำให้มีราคาลดต่ำลงอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นอุปกรณ์ที่ใช้ในโครงข่าย เครื่องรองรับการใช้งานบริการไร้สาย อุปกรณ์ไอที รวมถึงโทรศัพท์สมาร์ทโฟน เป็นต้น

การเติบโตของการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทยนั้น เริ่มจากการใช้บริการเสียงที่มีโปรโมชั่นแข่งขันกันอย่างหลากหลาย โดยตลาดส่วนใหญ่จะเป็นผู้ใช้บริการแบบไม่จ่ายผูกขาด คือ ผู้ใช้บริการแบบระบบเติมเงิน (Pre-paid) เพราะสามารถควบคุมค่าใช้จ่ายได้ ย้ายค่ายได้เมื่อพบโปรโมชั่นถูกใจ หรือ ไม่อยากผูกมัดการใช้งานจากผู้ให้บริการรายใดรายหนึ่ง ซึ่งมีผู้ใช้งานครองตลาดมากกว่าร้อยละ 90 จากผู้ให้บริการทั้งหมด

ในขณะที่ในฝั่งผู้ให้บริการนั้น มักต้องการลูกค้าในระบบรายเดือน (Post-paid) มากกว่า เพราะสามารถสร้างรายได้เข้าบริษัทอย่างต่อเนื่องและสามารถคาดการณ์ถึงรายได้ในอนาคตได้อีกและยังสามารถสร้างความภักดีต่อเครือข่ายที่ใช้บริการได้มากกว่า แต่ข้อด้อยของรูปแบบการให้บริการแบบรายเดือนจะมีราคาค่าโทรค่อนข้างแพงกว่าระบบเติมเงิน แต่ข้อดีก็มีในเรื่องของการไม่ต้องเสียเวลาในการคอยเติมเงินและจ่ายเพียงครั้งเดียวต่อเดือน อีกทั้งยังมีสิทธิพิเศษของการใช้บริการแบบรายเดือนที่หลากหลายรวมถึงการจัดลำดับความสำคัญของลูกค้าที่ใช้บริการมานาน หรือ เฟื่องฟูบริการ เพื่อลดการยกเลิกของลูกค้าไม่ให้ย้ายไปใช้บริการของค่ายอื่น เพราะถ้ายังใช้บริการนานหลายปี สิทธิพิเศษจะมีมากขึ้นตามไปด้วย เป็นต้น

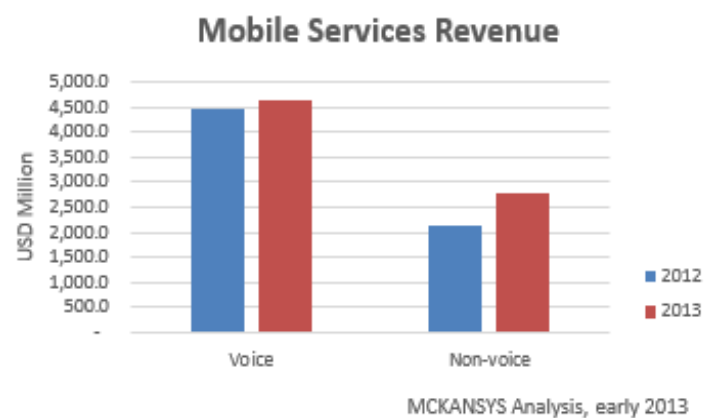
ตั้งแต่ปี 2553 เป็นต้นมาที่เริ่มมีกระแสนิยมในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แบบสมาร์ทโฟนในประเทศไทยมากขึ้น โดยอัตราการเติบโตเฉลี่ยของสมาร์ทโฟนในช่วง 3 ปีที่ผ่านมาไม่ต่ำกว่าร้อยละ 50 อย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน ทำให้ผู้ให้บริการรายหลักได้ใช้กลยุทธ์ในการนำเสนอแพ็คเกจการใช้งานสมาร์ทโฟน รวมกับอุปกรณ์สมาร์ตดีไวซ์อื่น ๆ หลากหลายแบรนด์ที่สามารถเข้ามาสร้างกระแสและกระตุ้นยอดขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศได้อย่างมากในขณะนั้น นับได้ว่าเป็นการปลุกกระแสที่ยั่งยืนที่เกินการคาดหมาย ถึงแม้ในขณะนั้นจะยังไม่มีเปิดให้บริการ 3G อย่างเป็นทางการ

ตัวอย่างแบรนด์สมาร์ทโฟนที่ปรากฏชัดเจน ได้แก่ ไอโฟนของแอปเปิ้ล การที่แอปเปิ้ล เข้ามาสร้างสีสันในตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ ณ ขณะนั้น ทำให้แบรนด์อื่นๆ ได้ปรับตัวและออกมาเสริมทัพในส่วนของคุณสมบัติไวซ์กันอย่างหลากหลาย

ไม่ว่าจะเป็น Blackberry, Samsung, HTC หรือ Nokia เป็นต้น ซึ่งทำให้ตลาดทั้งผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการคึกคักเป็นอย่างมาก จนกระทั่งผู้ให้บริการได้มีการตั้งลูกค้าด้วยการผูกพันภาระในการนำสมาร์ตโฟนต่าง ๆ มาให้ลูกค้าเลือกใช้บริการพร้อมบริการผ่อนชำระและผูกติดแพ็คเกจ ทำให้เกิดการเคลื่อนไหวของลูกค้าระบบรายเดือนได้มีการเพิ่มส่วนแบ่งตลาดอย่างต่อเนื่อง MCKANSYS ประมวลผลกระแสความนิยมใช้งานย้อนหลังตั้งแต่ปี 2554 ที่ผ่านมา ทำให้เห็นแนวโน้มการเติบโตของผู้ใช้บริการอย่างต่อเนื่องในร้อยละ 1 ของทุกปี จนถึงปีปัจจุบัน และหลังจากมีการเปิดให้บริการ 3G บนคลื่นความถี่ 2100 MHz อย่างเต็มรูปแบบในพื้นที่ให้บริการในปี 2557 นั้น MCKANSYS คาดการณ์ว่าจะมีการเติบโตไม่ต่ำกว่าร้อยละ 2 อย่างต่อเนื่องไปจนถึงปี 2560

นอกจากการเคลื่อนไหวของตลาดส่วนแบ่งการใช้งานระหว่างจำนวนผู้ใช้งานระบบเติมเงินและระบบรายเดือนนั้น ในส่วนของรายได้ทาง MCKANSYS ได้สำรวจในช่วงต้นปี 2556 ที่ผ่านมานั้นและได้คาดการณ์ว่าเมื่อสิ้นปีจะมีอัตรา

เติบโตร้อยละ 12 จากปี 2555 โดยรายได้ส่วนใหญ่ยังคงเป็นรายได้จากกลุ่มบริการเสียง แต่เป็นการเติบโตเพียงเล็กน้อย แต่กลุ่มที่จะมีการแย่งชิงรายได้ก้อนใหญ่นี้เป็นกลุ่มที่ไม่ใช่เสียง ที่มีอัตราการเติบโตที่ค่อนข้างสูง ซึ่งในปี 2556 นี้ MCKANSYS คาดว่า การเติบโตดังกล่าว จะไม่ต่ำกว่าร้อยละ 30 ซึ่งมีการเติบโตของรายได้สูงกว่ากลุ่มบริการเสียงถึง 10 เท่า



อนึ่ง ตลาดอุตสาหกรรมในภาพรวมของปี 2556 นั้น ยังคงเป็นการแข่งขันที่ดุเดือดไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการขยายโครงข่าย การพัฒนาคุณภาพสัญญาณของการใช้ การให้บริการ และรวมถึงโปรโมชั่นพิเศษในการเข้าถึงลูกค้า ซึ่งทางผู้ให้บริการยังคงต้องมีการดำเนินการทุกภาคส่วนบริการควบคู่กันเพื่อรักษาลูกค้าเดิมให้ยังคงใช้งานกับตน รวมถึงกับดึงลูกค้าจากผู้ให้บริการรายอื่นมาใช้ของตน และหาลูกค้าใหม่เข้ามาเติมในอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามในปี 2556 นี้ ยังไม่ใช่ปีที่มีการแข่งขันอย่างรุนแรงเนื่องจากความสามารถของโครงข่ายที่รองรับความต้องการที่มีอยู่ในปัจจุบันยังคงมีจำนวนจำกัด ผู้ให้บริการหลักทุกรายยังคงต้องเร่งดำเนินการขยายโครงข่ายแข่งขันกับความต้องการที่เพิ่มมากขึ้น และเพิ่มอัตราการเข้าถึงบริการจากผู้ใช้งาน MCKANSYS เชื่อว่า ตั้งแต่ไตรมาสที่ 2 ของปี 2557 เป็นต้นไป การแข่งขันในตลาดนี้จะทวีความรุนแรงในการแย่งชิงลูกค้า ซึ่งทำให้ในช่วงเวลานี้ ผู้ให้บริการต้องเกาะติดสถานการณ์ในการสำรวจความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการปรับกลยุทธ์ให้เข้าถึงผู้ให้บริการ รวมถึงการหาบริการใหม่ๆ เข้ามาเสริมในบริการหลักที่ให้บริการอยู่เพื่อเพิ่มรายได้ในส่วนบริการที่ไม่ใช่เสียง เนื่องจากรายได้ในกลุ่มเสียงเริ่มลดลงอย่างต่อเนื่อง

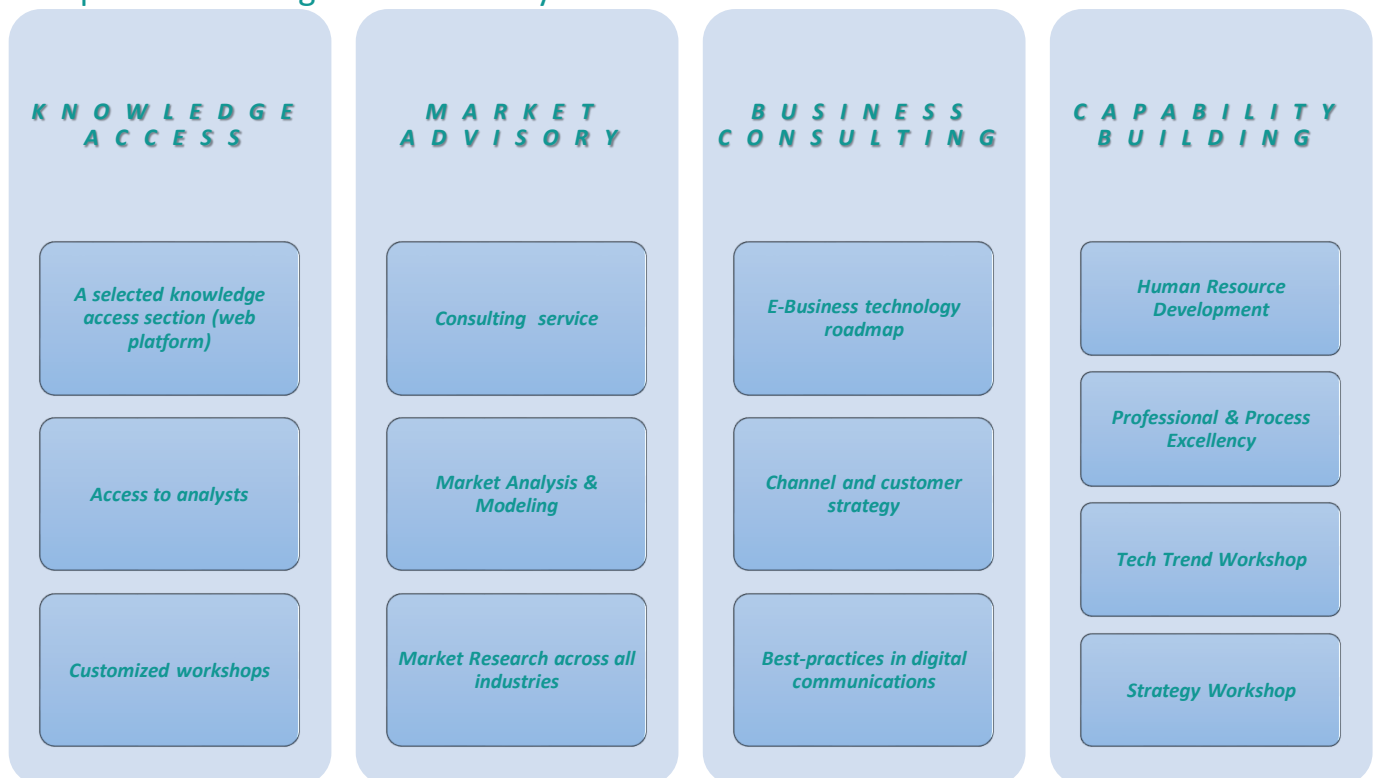
น.ส.เฉลิมพร อภิบุญโยภาส

Lead Analyst, MKS

Strategies for your success

MCKANSYS was founded by a team of consulting and research professionals with more than 10 years of experiences in the industry. Our comprehensive service offerings have been designed specifically to help you achieve your aims, which combined rich experiences and knowledge in market intelligence services and strategy development span across vertical sectors such as ICT, Healthcare, Service, Manufacturing and also public sector.

Our unique value proposition is being “**Boutique consulting and market intelligence firm**”, focusing on cutting-edge strategic model, emerging market and technology. The following four pillars are designed to ensure your sustained success.



“WE STRONGLY PROUD TO BE A TEAM OF PROFESSIONALS AND AIM TO ACCELERATE GROWTH OF YOUR BUSINESS AND LONG-TERM MUTUALLY BENEFICIAL COOPERATION”

If you have any queries, our **MCKANSYS** Team will be pleased to help: Tel: +66 2 637 9663, E-mail: info@mckansys.com

