

# ประเมินการควบรวมธุรกิจ ระหว่าง AIS และ 3BB:

ตลาดอินเทอร์เน็ตบ้านอาจผูกขาด  
เพราะการควบรวมในตลาดมือถือ  
ฉัตร คำแสง, กษิณีเดช คำพูน

## Highlights

- การควบรวมระหว่าง AIS และ 3BB จะกระทบต่อผู้ใช้  
อินเทอร์เน็ตบ้านแตกต่างกันตามพื้นที่ ผู้บริโภคอาจต้อง  
จ่ายแพงขึ้นราว 9.5% - 22.9% ในพื้นที่ที่ทั้งสองรายแข่งขัน  
ทับซ้อนกันและมีคู่แข่งน้อย แต่ผู้บริโภคในพื้นที่อื่นจะได้รับ  
ผลกระทบจำกัดหรืออาจไม่ได้รับผลกระทบ
- ผู้ให้บริการโทรคมนาคมมีแนวโน้มมุ่งบริการอินเทอร์เน็ตบ้าน  
กับโทรศัพท์มือถือมากขึ้น ซึ่งจะเหลือค่ายโทรศัพท์มือถือ  
2 ค่ายใหญ่ที่มีศักยภาพ คู่แข่งรายอื่นในตลาดอินเทอร์เน็ตบ้าน  
จะแข่งขันได้น้อยลง ในอนาคต ตลาดอินเทอร์เน็ตบ้านอาจ  
เหลือผู้เล่นหลัก 2 รายตามค่ายโทรศัพท์มือถือ
- กสทช. ต้องกำกับให้ตลาดอินเทอร์เน็ตบ้านและโทรศัพท์มือถือ  
แข่งขันแยกกัน โดยมีบริการแยกเดี่ยวที่เป็นทางเลือกได้จริง  
สำหรับผู้บริโภค และส่งเสริมให้มีการแข่งขันในตลาด  
อินเทอร์เน็ตบ้านในทุกพื้นที่

สิงหาคม 2023

## ประเมินการควบรวมธุรกิจระหว่าง AIS และ 3BB: ตลาดอินเทอร์เน็ตบ้านอาจผูกขาด เพราะการควบรวมในตลาดมือถือ

นักร คำแสง และ กษิติเดช คำพูน

101 Public Policy Think Tank (101 PUB)

สิงหาคม 2023

### บทนำ

คลื่นการควบรวมครั้งใหญ่ในอุตสาหกรรมโทรคมนาคมของประเทศไทยสร้างความท้าทายต่อผู้กำกับดูแลของอุตสาหกรรมอย่างคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) การควบรวมระหว่างบริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (TRUE) และบริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) (DTAC) ลดจำนวนผู้ให้บริการโทรศัพท์มือถือรายหลักเหลือเพียง 2 ราย ซึ่งจะลดการแข่งขันอย่างมีนัยสำคัญ สร้างผลกระทบต่อผู้ใช้บริการโทรศัพท์มือถือทั้งประเทศ ในช่วงเวลาที่ กสทช. ยังพิจารณาการควบรวมครั้งนี้อยู่ บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) หรือ AIS ก็ได้ประกาศซื้อกิจการของ บริษัท จัสมิน อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) หรือ 3BB ซึ่งจะทำให้ AIS กลายเป็นผู้เล่นใหญ่ที่สุดในตลาดอินเทอร์เน็ตบ้านตามจำนวนผู้ใช้งาน ในตลาดที่เหลือผู้ให้บริการหลัก 3 ราย ซึ่งสร้างความกังวลด้านผลกระทบต่อผู้บริโภคและขีดความสามารถด้านโทรคมนาคมโดยรวมของประเทศ

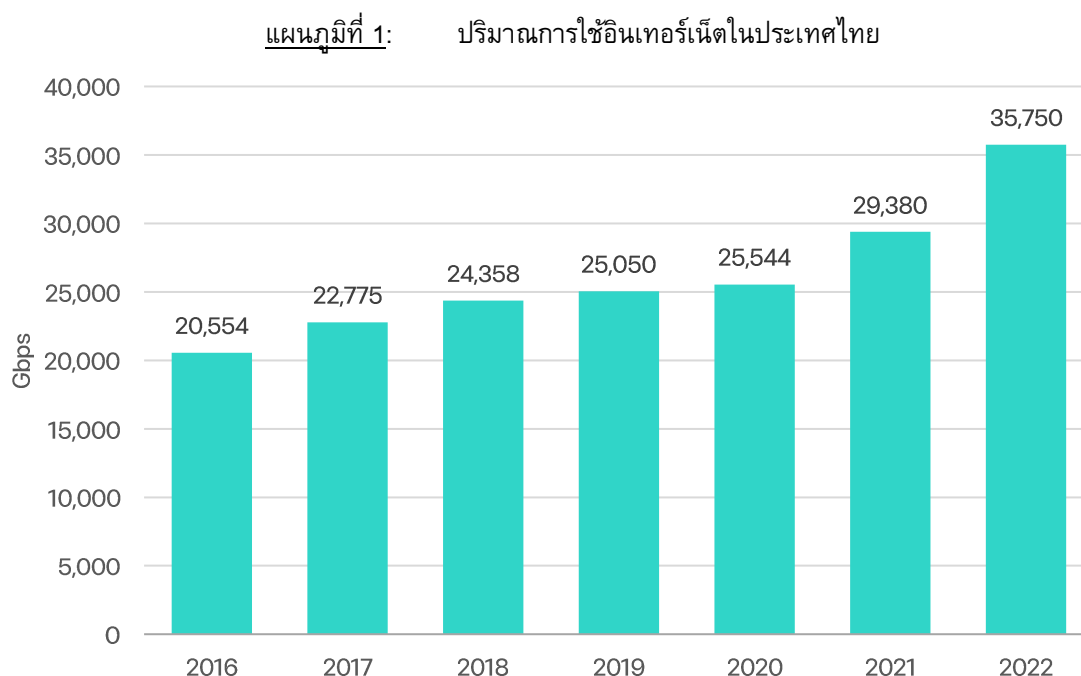
บางฝ่ายมองว่าการควบรวมดังกล่าวเป็นการโต้กลับของ AIS ต่อกรณีการควบรวม TRUE กับ DTAC เนื่องจากการควบรวมนั้นจะเป็นการเขย่าตำแหน่งอันดับหนึ่งในตลาดโทรศัพท์มือถือของ AIS จึงต้องการแย่งอันดับหนึ่งในตลาดอินเทอร์เน็ตบ้านของทรู หรือหากมองภาพใหญ่กว่านั้น อาจเป็นเกมระหว่างกลุ่มทุนใหญ่ 2 กลุ่ม คือ เครือเจริญโภคภัณฑ์ และ กัลฟ์ เอ็นเนอร์จี ดีเวลลอปเม้นท์ ไม่ว่าจะอย่างไรก็ตาม กรณีการควบรวมทั้ง 2 ครั้งสร้างความกังวลต่อการแข่งขันที่ลดลงอย่างรวดเร็ว และผู้บริโภคก็อาจต้องรับผลกระทบโดยไม่สมควร

วัตถุประสงค์หลักของการศึกษานี้ คือ การประเมินผลกระทบของการควบรวมระหว่าง AIS และ 3BB ต่อการแข่งขันในอุตสาหกรรมอินเทอร์เน็ตบ้าน และสวัสดิภาพของผู้บริโภค นอกจากนี้ยังศึกษาปัจจัยแวดล้อมของตลาดที่อาจส่งเสริมหรือขัดขวางการแข่งขันเพื่อเข้าใจถึงพลวัตของอุตสาหกรรมในอนาคต และให้ข้อเสนอแนะต่อ กสทช. ในการตัดสินใจการควบรวมครั้งนี้

## ศักยภาพของตลาดบริการอินเทอร์เน็ตบ้าน

ปริมาณการใช้อินเทอร์เน็ตของประเทศไทยมีแนวโน้มขยายตัวขึ้นอย่างรวดเร็ว จากการปรับตัวเข้าสู่ดิจิทัล ทั้งด้านการทำธุรกิจ การศึกษา และความบันเทิง ตามแผนภูมิที่ 1 ปริมาณการใช้งานอินเทอร์เน็ตในปี 2016 มีค่า 20,554 Gbps และค่อยๆ เติบโตขึ้นราวปีละ 6% จนกระทั่งเกิดการแพร่ระบาดของโควิด-19 ในปี 2020 จากนั้นปริมาณการใช้งานอินเทอร์เน็ตก็ปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดดในช่วงปี 2021-2022 จนมีปริมาณรวม 35,750 Gbps<sup>1</sup>

บริการอินเทอร์เน็ตบ้านมีลักษณะสำคัญ คือ การให้บริการอินเทอร์เน็ตที่ไม่จำกัดปริมาณการใช้งาน ผู้ใช้งานแต่ละครัวเรือนมักจะเลือกติดตั้งอินเทอร์เน็ตบ้านตามความเร็วของการดาวน์โหลดและอัปโหลดที่ต้องการ ซึ่งสามารถเชื่อมต่อหรือกระจายสัญญาณได้หลายเครื่องในสถานที่เดียวกัน ในขณะที่การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือนั้นมักจะเป็นการใช้งานส่วนตัวของแต่ละคน และส่วนใหญ่ถูกจำกัดไว้ด้วยปริมาณการใช้งาน (ยกเว้นแต่จะเลือกแพ็คเกจขนาดใหญ่ที่มีค่าใช้จ่ายต่อเดือนสูง) ด้วยลักษณะสินค้าที่ไม่อาจทดแทนกันได้อย่างสมบูรณ์นี้ ทำให้การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตบ้านจึงเป็นตลาดสินค้าแยกออกมาเป็นตลาดของตัวเอง



ที่มา: Thai Telecom Industry Database (2023)

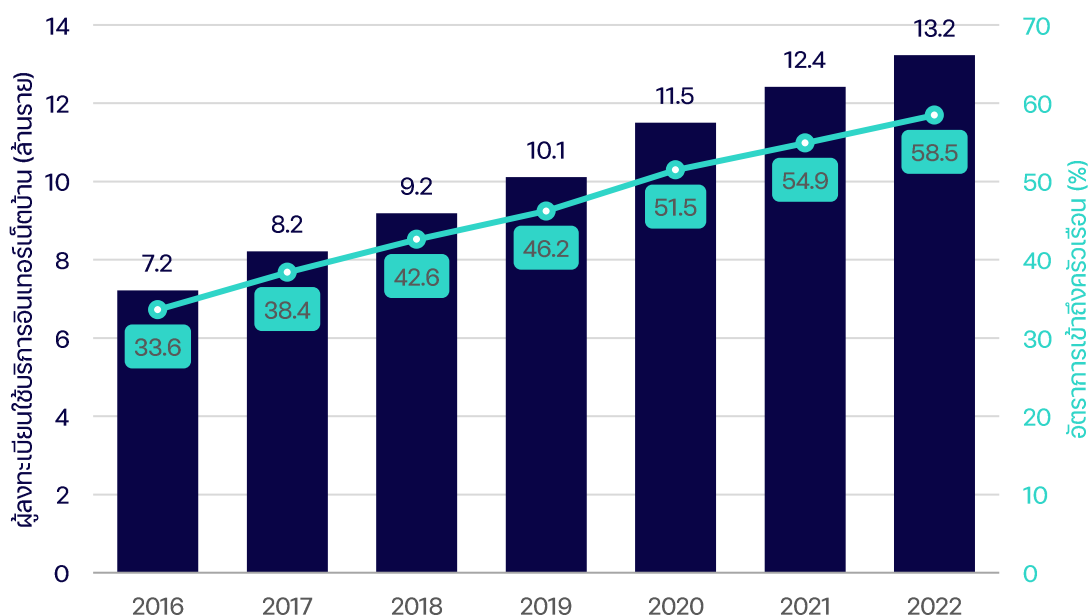
ที่ผ่านมา อินเทอร์เน็ตบ้านในประเทศไทยมีระดับการเข้าถึงน้อยกว่าโทรศัพท์มือถืออย่างมาก ในขณะที่โทรศัพท์มือถือมีเลขหมายที่เปิดให้บริการประมาณ 120 ล้านเลขหมาย คิดเป็น 177% ของประชากร ผู้ลงทะเบียนใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงประจำที่ของไทยยังมีเพียง 13.2 ล้านราย

เท่านั้น ณ สิ้นปี 2022 คิดเป็นอัตราการเข้าถึงต่อครัวเรือนเพียง 58.5% เท่านั้น อย่างไรก็ตาม ตัวเลขดังกล่าวเป็นการเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วจาก 7.2 ล้านรายเมื่อปลายปี 2015 คิดเป็นอัตราการเติบโตราว 10.6% ต่อปี<sup>2</sup>

การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตของประเทศไทยเริ่มเปลี่ยนผ่านจากเทคโนโลยี DSL เข้าสู่เทคโนโลยีไฟเบอร์ออปติกอย่างรวดเร็ว ซึ่งรองรับการใช้งานจำนวนมากกว่า ด้วยความเร็วอินเทอร์เน็ตที่สูงกว่ามาก โดยในปัจจุบัน การเชื่อมต่อด้วยไฟเบอร์ออปติกมีสัดส่วนมากถึง 96.5% โดยที่ค่าบริการที่คิดตามปริมาณการใช้งานก็ลดลงจาก 10.7 บาท/Mbps ในปี 2018 เหลือเพียง 3.6 บาท/Mbps ในปี 2022 สะท้อนต้นทุนของเทคโนโลยีที่ดีขึ้นอย่างมาก<sup>3</sup>

ด้วยแนวโน้มความต้องการใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว เทคโนโลยีที่ก้าวหน้า และอัตราการเข้าถึงที่ยังต่ำ ตลาดดังกล่าวจึงยังไม่ใช่ตลาดอิ่มตัว และมีศักยภาพที่จะเกิดผู้ต้องการเข้ามาแข่งขันในอนาคตได้

แผนภูมิที่ 2: อัตราการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต broadband ประจำที่



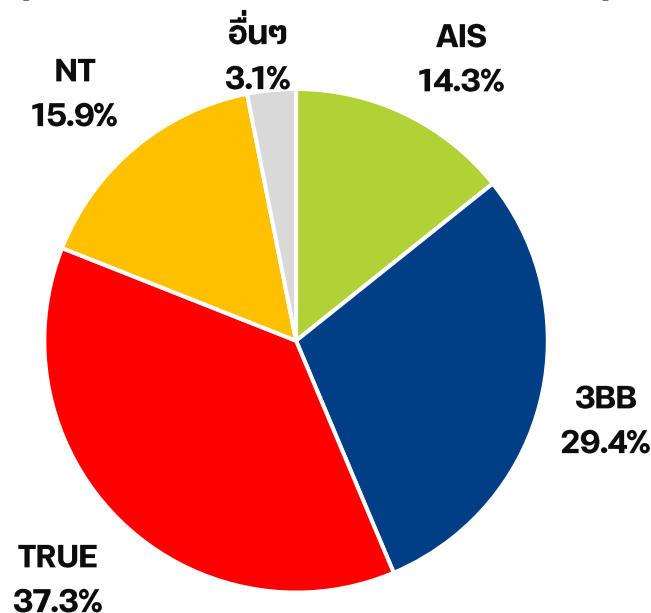
ที่มา: Thai Telecom Industry Database (2023)

### ดีลควมรวม AIS + 3BB: อันดับ 4 ขอซื้ออันดับ 2 ขึ้นเป็นอันดับ 1 ตลาดอินเทอร์เน็ตบ้านโดยรวมกระจุกตัวมากขึ้น

ตลาดอินเทอร์เน็ตบ้านมีผู้ให้บริการหลักทั้งหมด 4 รายโดย บริษัท ทรู อินเทอร์เน็ต คอร์ปอเรชั่น จำกัด หรือ TICC เป็นผู้ให้บริการรายใหญ่ที่สุดและเป็นบริษัทลูกของกลุ่ม TRUE มีส่วนแบ่งตลาดตามจำนวนผู้ใช้บริการ 37.3% รองลงมาคือ บริษัท จัสมิน อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) หรือ 3BB มีส่วนแบ่งตลาด 29.4% อันดับที่ 3 คือบริษัท โทรคมนาคมแห่งชาติ จำกัด (มหาชน) หรือ NT

มีส่วนแบ่งตลาด 15.9% และอันดับ 4 บริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวอร์ค จำกัด หรือ AWN เป็นบริษัทลูกของ AIS มีส่วนแบ่งตลาด 14.3% ณ สิ้นปี 2021<sup>4</sup> ดังแสดงในแผนภูมิที่ 3 การที่ AIS เข้าซื้อกิจการของ 3BB คือการที่ผู้เล่นอันดับ 4 ในตลาดเข้าซื้อกิจการของอันดับ 2 จะทำให้ส่วนแบ่งตลาดรวมกันมากถึง 43.7% หากซื้อครั้งนี้สำเร็จจะทำให้ AIS กลายเป็นผู้ให้บริการรายใหญ่ที่สุดในตลาดอินเทอร์เน็ตบ้าน

แผนภูมิที่ 3: ส่วนแบ่งตลาดอินเทอร์เน็ตบ้านตามจำนวนผู้ใช้งาน

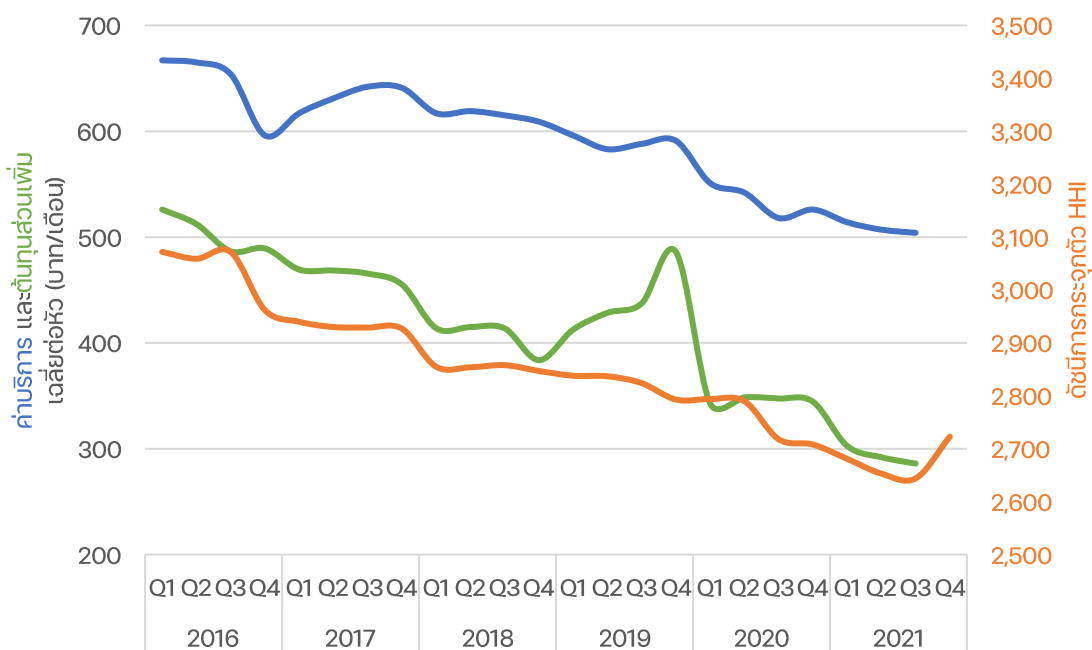


ที่มา: รายงานดัชนีชี้วัดในกิจการโทรคมนาคมของประเทศไทย ประจำปี 2563 – 2564, กสทช.

ในช่วง 6 ปีที่ผ่านมาค่าบริการเน็ตบ้านเฉลี่ย<sup>5</sup> (เส้นสีน้ำเงิน) ลดลงจาก 660 บาท/เดือน เหลือ 518 บาท/เดือน สอดคล้องไปกับต้นทุนส่วนเพิ่มการให้บริการเฉลี่ยต่อหัว<sup>6</sup> (เส้นสีเขียว) ลดลงจาก 526 บาท/เดือนเหลือ 286 บาท/เดือน โดยมีผลจากการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีที่ให้บริการ รวมถึงการแข่งขันที่มากขึ้นที่ทำให้เกิดการลงทุนใหม่และการตัดราคากัน สะท้อนจากดัชนีการกระจุกตัวของตลาด HHI (เส้นสีส้ม) ซึ่งลดลงจากจุดสูงสุดที่ 3,072 จุด เหลือ 2,644 จุดในช่วงไตรมาสที่ 3 ของปี 2021 ซึ่งมีผลส่วนใหญ่จากการที่ AIS เข้ามาแข่งขันและแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดมาตั้งแต่ปี 2015 ก่อนที่จะเพิ่มกลับขึ้นมาเล็กน้อยเป็น 2,724 จุดในช่วงสิ้นปี 2021

หลังการซื้อกิจการ ดัชนี HHI จะเพิ่มขึ้นจาก 2,724 จุด เป็น 3,562 จุด คิดเป็นการเพิ่มขึ้น 31% เดิมที่ตลาดอินเทอร์เน็ตบ้านก็มีการกระจุกตัวที่สูงอยู่แล้ว ตามเกณฑ์ของ กสทช. ที่กำหนดว่าตลาดกระจุกตัวสูงหมายถึงตลาดที่มีค่า HHI เกิน 2,500 จุด<sup>7</sup> แต่เมื่อ AIS ซื้อ 3BB จะทำให้ตลาดมีการกระจุกตัวมากกว่าเดิม โดยอยู่ในระดับเดียวกับเมื่อต้นปี 2007 หรือ 16 ปีก่อน ซึ่ง ณ ขณะนั้นมี TRUE เป็นผู้นำตลาดที่มีส่วนแบ่งตลาดมากกว่า 50% TOT มีส่วนแบ่งตลาด 21.8% มากเป็นอันดับที่ 2 ตามมาด้วย 3BB มีส่วนแบ่งตลาด 17.4%<sup>8</sup>

แผนภูมิที่ 4: ค่าบริการ ต้นทุนส่วนเพิ่ม และดัชนีการกระจุกตัวของตลาดอินเทอร์เน็ตบ้าน



ที่มา: ผู้วิจัยคำนวณจากรายงานการรวมธุรกิจและสภาพตลาดโทรคมนาคม ตั้งแต่ไตรมาส 1 ปี 2016 ถึง ไตรมาส 3 ปี 2021 บนเว็บไซต์ กสทช., ข้อมูลบริษัทและ BOL

ความต้องการใช้งานอินเทอร์เน็ตปริมาณมากและตลอดเวลาของผู้บริโภคในปัจจุบันยังทำให้เกิดแนวโน้มการหลอมรวมของผู้ให้บริการแบบประจำที่และเคลื่อนที่ (Fixed-Mobile Convergence)<sup>9</sup> ของผู้ให้บริการด้านโทรคมนาคมทั่วโลก สำหรับประเทศไทยมีผู้ให้บริการ 2 กลุ่มหลักที่สามารถให้บริการฟ่วงดิงกล่าวได้คือ TRUE และ AIS เนื่องจากเป็นผู้เล่นรายหลักในตลาดโทรศัพท์มือถือที่มีบริการอินเทอร์เน็ตบ้าน ซึ่งโดยปกติแล้วมีราคาต่ำกว่าการซื้อบริการแยกกัน ในอนาคต หากเกิดการควบรวมขึ้น AIS ก็จะสามารถขายบริการฟ่วงได้มากขึ้น ตามความครอบคลุมของบริการอินเทอร์เน็ตบ้านที่เพิ่มขึ้นจากโครงข่ายของ 3BB

### ผลกระทบของการควบรวมต่อผู้ใช้อินเทอร์เน็ตบ้านจะขึ้นกับการแข่งขันในพื้นที่

ตลาดอินเทอร์เน็ตบ้านเป็นตลาดที่มีลักษณะเฉพาะ แตกต่างจากทั้งตลาดสินค้าโภคภัณฑ์ทั่วไป และตลาดบริการโทรศัพท์มือถือ ตลาดดังกล่าวนี้มีต้นทุนคงที่สูงในการให้บริการ เนื่องจากต้องลงทุนเดินสายส่งสัญญาณในการให้บริการลูกค้า จึงทำให้มีลักษณะประหยัดต่อขนาด (Economy of scale) ที่ทำให้ต้นทุนการบริการต่อรายจะลดลงเมื่อมีผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้น ด้วยโครงสร้างต้นทุนเช่นนี้ การลงทุน

โครงการโดยผู้ประกอบการหลายรายอาจทำให้ต้นทุนและค่าบริการสูงแม้ว่าจะมีการแข่งขัน จึงไม่ควรคาดหวังให้ตลาดนี้มีคู่แข่งจำนวนมากเหมือนสินค้าโภคภัณฑ์ทั่วไป

อย่างไรก็ตาม ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตเน็ตบ้านแต่ละรายก็ไม่จำเป็นต้องลงทุนสายส่งสัญญาณให้ครอบคลุมทั้งประเทศดังกรณีของโทรศัพท์มือถือ เนื่องจากเป็นการให้บริการประจำที่ อีกทั้งยังมีตลาดคำสั่งอินเทอร์เน็ตที่วางโครงข่ายหลัก (Backbone) ที่รองรับการเชื่อมต่อในระดับประเทศอยู่แล้ว ผู้ให้บริการเพียงเดินสายสัญญาณจากที่อยู่อาศัยหรืออาคารของผู้ใช้งานมายังโครงข่ายหลักก็สามารถให้บริการได้ ตลาดอินเทอร์เน็ตเน็ตบ้านจึงสามารถเลือกทำธุรกิจและกลยุทธ์ทางการตลาดตามพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ได้ และทำให้แต่ละพื้นที่ที่มีการแข่งขันที่ไม่เท่ากัน

ในกรณีของผู้ขอรวบรวมธุรกิจนี้ 3BB เป็นบริษัทที่เข้ามาในตลาดอินเทอร์เน็ตเน็ตบ้านก่อน โดยมีจุดเริ่มต้นจากการทำธุรกิจวางโครงข่ายโทรศัพท์ประจำที่ร่วมกับ TOT (NT ในปัจจุบัน) ก่อนขยายเข้าสู่บริการอินเทอร์เน็ตเน็ตบ้าน ทำให้ 3BB มีจุดเด่นด้านความครอบคลุมของสายสัญญาณในพื้นที่ชนบทมากกว่าผู้ให้บริการรายอื่น ในขณะที่ AIS ซึ่งเข้าสู่ตลาดที่หลังนั้น เริ่มทำการตลาดอินเทอร์เน็ตเน็ตบ้านโดยมุ่งเน้นเทคโนโลยีไฟเบอร์ออปติกส์เป็นหลักตั้งแต่ปี 2015 เป็นต้นมา โดยเน้นกลุ่มลูกค้าในพื้นที่เมืองก่อน โดยในปีนั้นเริ่มจากพื้นที่กรุงเทพฯและปริมณฑล เชียงใหม่ นครราชสีมา อุตรดิตถ์ ขอนแก่น ภูเก็ต และหาดใหญ่<sup>10</sup> จนเริ่มขยายการให้บริการจนครบทุกจังหวัดเมื่อปี 2020 ที่ผ่านมานี้<sup>11</sup>

โดยธรรมชาติของธุรกิจที่ต้องลงทุนโครงข่าย ผู้ให้บริการมักจะให้บริการในพื้นที่เมืองเป็นหลัก เนื่องจากมีความหนาแน่นของประชากรสูงและมีกำลังซื้อ จึงมีโอกาสได้ลูกค้าจำนวนมากทั้งฝั่งครัวเรือนและธุรกิจจากการเดินสายสัญญาณในพื้นที่จำกัด ทำให้การลงทุนโครงข่ายมีความคุ้มค่า จนเป็นพื้นที่ที่มีคู่แข่งที่มีประสิทธิภาพ (effective competitors) หลายราย พื้นที่เมืองในปัจจุบันยังมีผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตที่เป็นรายย่อยด้วย โดยเฉพาะผู้ให้บริการที่รับผิดชอบโครงข่ายอินเทอร์เน็ตส่วนกลางให้กับนักพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทหมู่บ้านและคอนโดมิเนียม ซึ่งลูกค้าอาจเลือกใช้อินเทอร์เน็ตบ้านจากบริษัทรายย่อย หรือจะติดตั้งอินเทอร์เน็ตบ้านของรายใหญ่ในตลาดโดยเชื่อมต่อเข้ากับโครงข่ายในพื้นที่ของบริษัทรายย่อยก็ได้

ในทางตรงกันข้าม พื้นที่ชนบทที่ประชากรอยู่อาศัยไม่หนาแน่น ตลอดจนมีกำลังซื้อน้อยกว่าพื้นที่เมือง ทำให้ต้นทุนในการวางโครงข่ายแพงกว่าพื้นที่เมืองตามระยะทางที่ไกลกว่า แต่อาจได้ลูกค้ากลับมาไม่มาก พื้นที่ชนบทจึงเป็นตลาดที่มีขนาดเล็กโดยปริยาย ซึ่งรองรับผู้ให้บริการได้น้อย จึงมีคู่แข่งที่มีประสิทธิภาพไม่มาก

ดังนั้น ผลกระทบของการรวบรวมระหว่าง AIS และ 3BB จึงจะมีความแตกต่างกันไปตามพื้นที่ และอาจไม่ได้ส่งผลกระทบต่อผู้บริโภคในวงกว้าง แม้ว่าในปัจจุบันผู้ให้บริการแต่ละรายจะมีนโยบายการตลาดระดับประเทศ (national policy) แต่คุณภาพการให้บริการ เช่น ช่างซ่อมบำรุง อาจแตกต่างกันไปตามการแข่งขัน และในอนาคตอาจเปลี่ยนไปใช้นโยบายการตลาดรายพื้นที่ก็ได้

สำหรับพื้นที่ที่จะมีการกระจุกตัวเพิ่มขึ้นรุนแรง กล่าวคือ พื้นที่ที่ AIS และ 3BB ให้บริการ อยู่ทั้งคู่ และมีคู่แข่งในพื้นที่น้อยหรือไม่มีอยู่ ผู้บริโภคในตลาดอินเทอร์เน็ตบ้านก็อาจต้องจ่ายราคาแพงขึ้น ผู้วิจัยพบว่า การกระจุกตัวมีความสัมพันธ์ทางบวกกับค่าบริการ โดยการกระจุกตัวที่เพิ่มขึ้นราว 31% จากการควมรวมครั้งนี้ อาจทำให้ค่าบริการแพงขึ้น 9.5% – 22.9%<sup>12</sup> ซึ่งอาจเป็นค่าใช้จ่ายจริงที่แพงขึ้น หรือความเร็วอินเทอร์เน็ตที่ปรับลดลง เสถียรภาพที่แยลง คุณภาพของการให้บริการ หลังการขายที่ต่ำลง หรืออาจเป็นการให้ผลประโยชน์แก่ผู้บริโภคที่น้อยลงในอนาคต แม้ว่าเทคโนโลยีจะก้าวหน้าไปมากจนทำให้ต้นทุนส่วนเพิ่มในการให้บริการลดลง

อย่างไรก็ตาม AIS และ 3BB ไม่ได้มีพื้นที่ให้บริการที่ทับซ้อนกันทั้งหมด ดังเช่นที่กล่าวถึงก่อนหน้าว่า 3BB มีจุดเด่นในการให้บริการลูกค้าในพื้นที่ชนบทที่โดดเด่น ขณะที่ AIS ให้บริการลูกค้าในพื้นที่เมืองเป็นหลัก จึงจะมีบางพื้นที่ที่การกระจุกตัวเพิ่มขึ้นน้อยหรือไม่เพิ่มขึ้นเลยเนื่องจากเป็นคนละตลาดกัน นอกจากนี้ ในบางพื้นที่ที่ทั้งสองรายแข่งขันกันแต่อาจมีคู่แข่งที่มีประสิทธิภาพรายอื่นอยู่ในพื้นที่ เช่น หัวเมืองใหญ่ ก็สามารถสร้างแรงกดดันทางการแข่งขันที่เพียงพอจนผู้ให้บริการไม่สามารถขึ้นราคาหรือลดคุณภาพของอินเทอร์เน็ตบ้านต่อผู้บริโภคได้

แผนภูมิที่ 5: ผลกระทบของการกระจุกตัวที่เพิ่มขึ้นต่อค่าบริการอินเทอร์เน็ตบ้านเฉลี่ยต่อเดือน



ที่มา: ผู้วิจัยคำนวณจากรายงานการรวมธุรกิจและสภาพตลาดโทรคมนาคม, สถิติโทรคมนาคม-สภาพตลาด โดย สำนักงาน กสทช., ข้อมูลบริษัท, BOL และ สศช.



## ตลาดค้าส่งอินเทอร์เน็ตและอินเทอร์เน็ตเกตเวย์ยังเอื้อต่อการแข่งขันในตลาดอินเทอร์เน็ตบ้าน

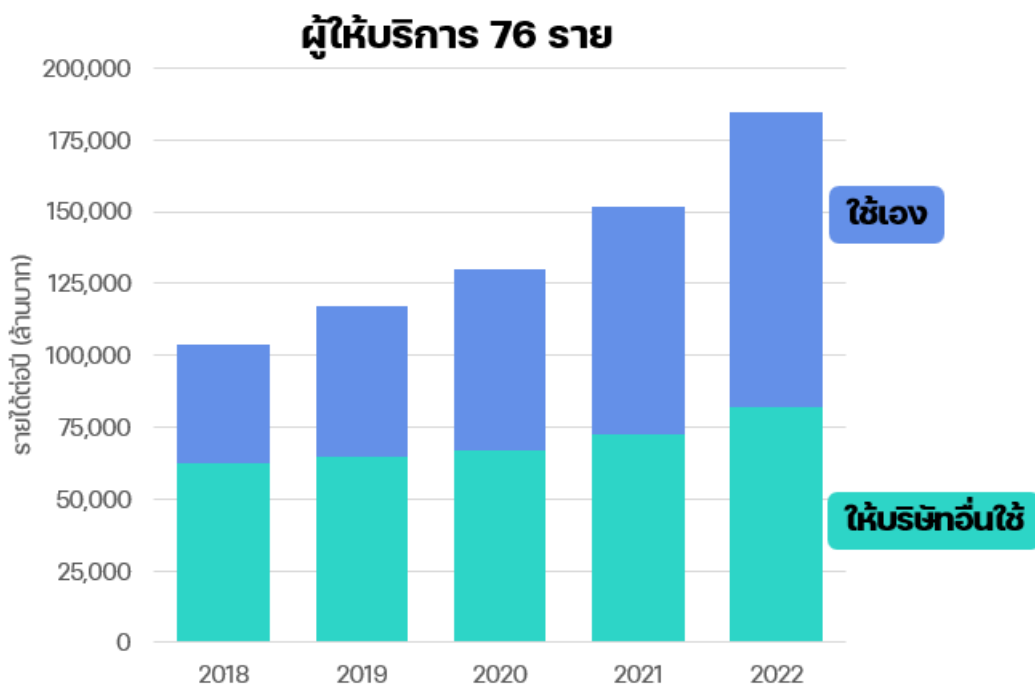
ตลาดอินเทอร์เน็ตบ้านเป็นตลาดที่ยังไม่อิ่มตัว โดยยังมีศักยภาพในการขยายตัวอีกมาก หากพิจารณาจากแนวโน้มการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงที่มากขึ้น ความครอบคลุมของอินเทอร์เน็ตบ้านเพียง 58.5% ต่อครัวเรือน ตลอดจนการกระตุ้นการเปลี่ยนผ่านสู่อินเทอร์เน็ตหลังจากวิกฤตโรคระบาดโควิด-19 ดังนั้น จึงยังคาดหวังให้เกิดการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นจากผู้เล่นรายเดิมและผู้เล่นรายใหม่ได้หากห่วงโซ่อุปทานและนโยบายเอื้ออำนวยต่อการแข่งขันในตลาดดังกล่าว

หัวใจสำคัญที่ทำให้ตลาดอินเทอร์เน็ตบ้านมีการแข่งขันที่สูงกว่า สามารถเกิดรายย่อยและขยายตัวได้โดยไม่จำเป็นต้องลงทุนเองทั้งหมด มาจากการเข้าถึงบริการค้าส่งอินเทอร์เน็ตที่ทำให้สามารถเชื่อมต่อกับโครงข่ายภายในประเทศได้ทั้งหมด และการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตเกตเวย์ที่ทำให้ใช้อินเทอร์เน็ตเชื่อมต่อไปยังบริการในต่างประเทศได้ ถ้าหากผู้เล่นรายย่อยยังสามารถเช่าใช้โครงข่ายได้โดยมีเงื่อนไขและราคาที่เป็นธรรม สามารถแข่งขันกับรายใหญ่ที่มีการลงทุนบริการค้าส่งเองได้ ก็จะช่วยลดต้นทุนของการให้บริการ ซึ่งลดอุปสรรคในการแข่งขัน และลดความกังวลจากการกระจุกตัวที่สูงขึ้นได้ เนื่องจากผู้เล่นรายใหม่สามารถเข้ามาให้บริการแข่งในพื้นที่ที่เกิดอำนาจผูกขาด ซึ่งมีอัตราทำกำไรสูงกว่าปกติ เป็นแรงกดดันให้อัตราทำกำไรกลับสู่ภาวะปกติได้

ตลาดค้าส่งอินเทอร์เน็ตตามนิยามตลาดของ กสทช. มีชื่อว่า ‘ตลาดบริการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต’ เป็นตลาดบริการรับส่งสัญญาณอินเทอร์เน็ตประจำที่ความเร็วสูงจากจุดเข้าถึงในโครงข่าย (Point of Access) ไปถึงจุดที่อยู่ใกล้ผู้ใช้บริการปลายทางมากที่สุด (Far End Network) ผ่านโครงข่ายเข้าถึงทางสายหรือโครงข่ายเข้าถึงแบบไร้สาย โดยรวมถึงโครงข่ายเข้าถึงที่อยู่ในสถานที่หรือพื้นที่ร่วม เช่น อาคาร นิคมอุตสาหกรรม คอนโดมิเนียม เป็นต้น ตลาดดังกล่าวมีผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการมากถึง 76 ราย<sup>13</sup> โดยเกือบทั้งหมดสามารถให้บริการโครงข่ายไฟเบอร์ออปติกส์ได้ รองลงมาคือโครงข่ายประเภทสายทองแดง แต่ผู้ให้บริการโดยมากในตลาดดังกล่าวจะเป็นผู้ให้บริการที่เป็นรายย่อยดูแลพื้นที่เฉพาะ อาทิ พื้นที่เมืองซึ่งมีความหนาแน่นของการใช้งานสูง

ตลาดดังกล่าวมีรายได้จากการให้บริการ 184,369 ล้านบาทในปี 2022 เพิ่มขึ้นจาก 103,472 ล้านบาทในปี 2018 หรือเติบโตขึ้นเฉลี่ยมากถึงปีละ 15.5% โดยผู้ให้บริการเหล่านี้มีรายได้จากทั้งการใช้เองและให้บริการบริษัทในกลุ่ม และการขายให้แก่บริษัทอื่น โดยในปีล่าสุดรายได้ 44.4% ของตลาดบริการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตมาจากการให้รายอื่นเช่าใช้ ในพื้นที่ที่มีผู้ให้บริการค้าส่งเหล่านี้อยู่ก็จะเอื้อต่อการแข่งขันในระดับค่าปลีก นอกจากการเข้าถึงบริการค้าส่งด้วยต้นทุนต่ำจะช่วยลดต้นทุนในการให้บริการในตลาดค้าปลีกแล้ว ยังเอื้อต่อการ ‘ย้ายค่าย’ อินเทอร์เน็ตบ้านของผู้บริโภคให้สะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการแข่งขันในตลาดที่มีผู้ให้บริการน้อยราย

แผนภูมิที่ 6: ส่วนแบ่งรายได้ของตลาดบริการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตจากการใช้เองและการให้บริการอื่นใช้งาน



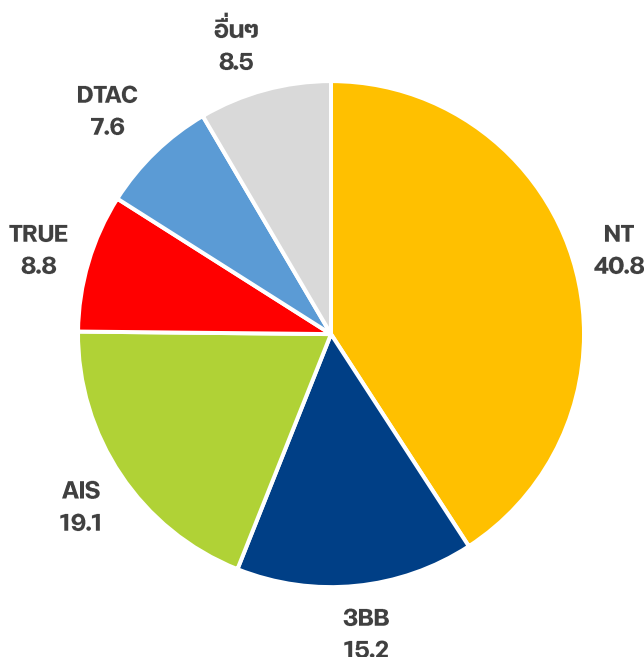
ที่มา: รายงานการรวมธุรกิจและสภาพตลาดโทรคมนาคม ประจำปีไตรมาสที่ 3 ปี 2564 กสทช.

ในอีกทางหนึ่ง การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตไปยังต่างประเทศก็มีผู้ให้บริการอยู่หลายราย โดยมี 25 รายที่ให้บริการซุ่มสายอินเทอร์เน็ต (NIX) และ 19 รายที่ให้บริการอินเทอร์เน็ตเกตเวย์ระหว่างประเทศ (IIG) อย่างไรก็ตาม ตลาดอินเทอร์เน็ตเกตเวย์มีการกระจุกตัวอยู่กับผู้ให้บริการเพียง 5 รายหลัก กล่าวคือ NT มีส่วนแบ่งตลาดตามปริมาณแบนด์วิดท์ 40.8% มากที่สุดในตลาด รองลงมา เป็น Jastel ซึ่งเป็นบริษัทในเครือเดียวกันกับ 3BB 15.2% อันดับที่สามคือ AIS มีส่วนแบ่ง 19.1% ทรูและดีแทคเป็นอันดับที่ 4 และ 5 มีส่วนแบ่งตลาด 8.8% และ 7.6% ตามลำดับ เหลือเป็นส่วนแบ่งของผู้ให้บริการรายอื่นๆ เพียง 8.5%<sup>14</sup>

การรวมธุรกิจระหว่าง AIS และ 3BB จึงมีผลทำให้ตลาดดังกล่าวกระจุกตัวเพิ่มขึ้นจากเดิม กล่าวคือ ผู้ให้บริการที่มีส่วนแบ่งตามแบนด์วิดท์มากที่สุดเป็นอันดับ 2 และ 3 จะควบรวมกัน และมีส่วนแบ่ง 34.3% อย่างไรก็ตาม จะสังเกตเห็นได้ว่าบริษัทโทรคมนาคมและอินเทอร์เน็ตรายใหญ่มักจะมีส่วนแบ่งตลาดที่สูง ซึ่งน่าจะเป็นการรองรับปริมาณการใช้งานของลูกค้าตนเองเป็นหลัก ในขณะที่ NT ซึ่งเป็นผู้นำในตลาดดังกล่าว มีส่วนแบ่งในตลาดนี้สูงที่สุด แต่ไม่ได้มีส่วนแบ่งในตลาดโทรศัพท์มือถือและอินเทอร์เน็ตบ้านมากนัก หมายความว่า NT เป็นบริษัทที่ลงทุนเพื่อให้ผู้อื่นเข้ามาใช้งาน จึงยังมีทางเลือกให้แก่ผู้ใช้บริการรายอื่นหรือรายใหม่ ที่อาจไม่ต้องการลงทุนในบริการดังกล่าวนี้ด้วยตนเอง

หาก กสทช. สามารถกำกับดูแลการทำสัญญาเช่าใช้ระหว่างบริษัทไม่ให้เกิดความได้เปรียบเสียเปรียบระหว่างบริษัท โดยเฉพาะในตลาดที่จะมีการกระจุกตัวเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญจนอาจเกิดการใช้อำนาจตลาดของตนเองในตลาดค้าส่งเพื่อกีดกันรายย่อยที่จะมาแข่งในตลาดค้าปลีก ก็จะทำให้ตลาดอินเทอร์เน็ตบ้านยังสามารถแข่งขันได้

แผนภูมิที่ 7: ส่วนแบ่งตลาดอินเทอร์เน็ตเกิดเวทย์ตามปริมาณแบนด์วิดท์



ที่มา: รายงานการรวมธุรกิจและสภาพตลาดโทรคมนาคม ประจำปีไตรมาสที่ 3 ปี 2564 กสทช.

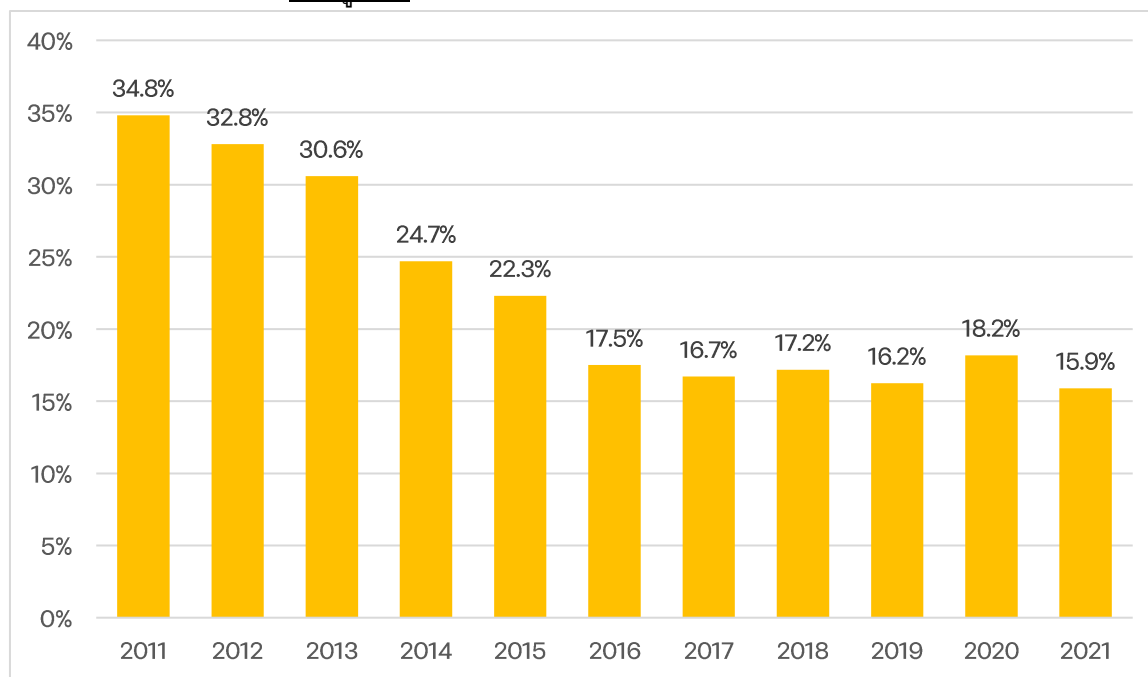
## การพ่วงบริการโทรศัพท์มือถือและอินเทอร์เน็ตบ้าน จะข่าการแข่งขันในตลาดอินเทอร์เน็ตบ้าน อนาคตอาจเหลือผู้ให้บริการ 2 รายตามค่ายมือถือ

แม้ว่าผลกระทบของการควบรวมต่อตลาดอินเทอร์เน็ตบ้านโดยลำพังอาจไม่รุนแรงมาก และยังมีสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการแข่งขันของรายใหม่ให้เข้าไปในพื้นที่ที่มีอำนาจตลาดสูงได้ แต่การหลอมรวมผู้ให้บริการแบบประจำที่และเคลื่อนที่ (Fixed-Mobile Convergence) เป็นแนวโน้มสำคัญที่มีศักยภาพลดการแข่งขันในตลาดโทรคมนาคมทั้งหมดซึ่งหลีกเลี่ยงได้ยาก ด้วยพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ผู้ประกอบการสามารถให้บริการพ่วงโทรศัพท์มือถือและอินเทอร์เน็ตบ้าน (โดยอาจรวมถึงบริการรับชมภาพยนตร์และวิดีโอออนไลน์) ได้มากขึ้น โดยปัจจุบันมีผู้ให้บริการที่สามารถให้บริการพ่วงเช่นนี้ได้เพียง 2 ค่าย คือ TRUE (ซึ่งรวมถึง DTAC) และ AIS ซึ่ง AIS จะยังสามารถให้บริการพ่วงได้ครอบคลุมมากขึ้นและมีศักยภาพในการแข่งกับ TRUE ได้ดีขึ้นหากเกิดการควบรวมกับ 3BB

ในระยะสั้น ผู้ประกอบการทั้ง 2 ค่ายอาจแข่งขันกันให้บริการพ่วง โดยให้ส่วนลดราคาที่มีนัยสำคัญภายใต้เงื่อนไขที่ผู้บริโภคต้องใช้งานต่อเนื่องในระยะเวลาหนึ่ง ทำให้ผู้บริโภคที่ใช้บริการทั้ง 2 ประเภทจะได้ประโยชน์จากส่วนลดดังกล่าว อย่างไรก็ตาม หากผู้บริโภคจำนวนมากใช้บริการพ่วงในค่าย AIS หรือค่าย TRUE แล้วก็จะทำให้ต้นทุนการย้ายค่าย (Switching cost) เพิ่มขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการ 2 ค่ายใหญ่ไม่ต้องแข่งขันกันเพื่อแย่งลูกค้ากันต่อ

แม้ว่า NT มีศักยภาพเป็นคู่แข่งอีกรายหนึ่ง โดยมีส่วนแบ่งตลาดอินเทอร์เน็ตบ้านที่มีนัยสำคัญ และให้บริการโทรศัพท์มือถืออยู่ด้วย แต่ที่ผ่านมา NT ก็กำลังสูญเสียขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดอินเทอร์เน็ตบ้านอย่างต่อเนื่อง โดยมีแนวโน้มเสียส่วนแบ่งตลาดลงจากระดับ 34.8% เมื่อสิบปีก่อน เหลือ 15.9% ในปัจจุบัน<sup>15</sup> โดยเหตุผลส่วนหนึ่งมาจากการถูกตีตลาดด้วยบริการฟวงของผู้ให้บริการรายอื่น คือ TRUE ซึ่งครอบคลุมพื้นที่กว้างและ AIS ที่ครอบคลุมพื้นที่เมืองเป็นหลัก

แผนภูมิที่ 8: ส่วนแบ่งตลาดอินเทอร์เน็ตบ้านของ NT



ที่มา: รายงานการรวมธุรกิจและสภาพตลาดโทรคมนาคม, รายงานสภาพตลาดโทรคมนาคม, และรายงานดัชนีชี้วัดในกิจการโทรคมนาคมของประเทศไทย ประจำปี 2563 – 2564 กสทช.

ทั้งนี้ บริการโทรศัพท์มือถือของ NT ไม่ได้เป็นทางเลือกที่แท้จริงสำหรับผู้บริโภค เนื่องจากคุณภาพบริการที่ด้อยกว่าคู่แข่ง จนทำให้มีส่วนแบ่งตลาดโทรศัพท์มือถือเพียง 3%<sup>16</sup> NT จะยังเผชิญความท้าทายสำคัญเนื่องจากใบอนุญาตใช้คลื่นย่าน 850, 2100 และ 2300 MHz กำลังจะหมดอายุลงในปี 2025 จนทำให้เหลือเพียงคลื่นย่าน 700 MHz เพียงย่านเดียว ก็จะทำให้คุณภาพบริการโทรศัพท์มือถือถดถอยลงจากเดิม และยิ่งแข่งขันไม่ได้ภายใต้แนวโน้มการหลอมรวมผู้ให้บริการประจำที่และเคลื่อนที่

หากปล่อยให้เป็นอย่างนี้ NT และผู้ให้บริการรายย่อยในตลาดอินเทอร์เน็ตบ้านสำหรับผู้บริโภคทั่วไปก็จะแข่งขันได้ยาก หรือกระทั่งไม่สามารถอยู่รอดได้ในระยะยาว การควมรวมดังกล่าวจึงอาจไม่ใช่การควมรวมจากผู้ให้บริการหลัก 4 รายเหลือ 3 ราย แต่เหลือผู้ให้บริการหลักเพียง 2 รายทั้งประเทศ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อผู้บริโภคได้มากในอนาคต

## ข้อเสนอแนะต่อ กสทช.

การรวบรวมกิจการระหว่าง AIS และ 3BB สร้างความกังวลต่อการแข่งขันและผู้บริโภคในตลาดอินเทอร์เน็ตบ้านจำกัดเป็นรายพื้นที่ ในพื้นที่ที่ AIS และ 3BB ให้บริการทับซ้อนกัน และมีคู่แข่งที่มีประสิทธิผลน้อยหรือไม่มีอยู่ อาจทำให้ผู้บริโภคต้องจ่ายแพงขึ้น 9.5% - 22.9% ซึ่งอาจเกิดขึ้นได้ในหลายรูปแบบทั้งค่าใช้จ่ายที่เป็นตัวเงิน คุณภาพของสัญญาณ ความเร็ว และการให้บริการหลังการขาย แต่การรวบรวมก็จะไม่ส่งผลกระทบต่อผู้บริโภคในพื้นที่ที่ไม่มีการกระจุกตัวเพิ่มขึ้น รวมถึงพื้นที่ที่มีคู่แข่งที่มีประสิทธิผลอยู่แล้วหลายราย ทำให้ยังมีแรงกดดันทางการแข่งขันให้ผู้ประกอบการไม่สามารถเพิ่มราคาหรือลดคุณภาพได้

อย่างไรก็ตาม ผลกระทบจะมีความน่ากังวลขึ้นอย่างมากในระยะยาว ที่ผู้บริโภคมองเห็นความต้องการใช้งานทั้งโทรศัพท์มือถือและอินเทอร์เน็ตบ้านมากยิ่งขึ้น จนเกิดการหลอมรวมผู้ให้บริการแบบประจำที่และเคลื่อนที่ ซึ่งมีผู้ให้บริการที่มีศักยภาพจริง ๆ เพียง 2 ราย ทำให้ตลาดอินเทอร์เน็ตบ้านอาจเกิดการผูกขาดตามตลาดโทรศัพท์มือถือ

ดังนั้น การกำหนดมาตรการของ กสทช. จะต้องแก้ปัญหาการผูกขาดของตลาดอินเทอร์เน็ตบ้านในรายพื้นที่ และการผูกขาดตลาดโทรคมนาคมโดยรวมในอนาคตจากการรวบรวม หาก กสทช. สามารถกำหนดมาตรการเฉพาะทั้งในเชิงโครงสร้างและพฤติกรรมในเชิงพื้นที่ ประกอบกับมาตรการในภาพรวมที่เพียงพอและได้สัดส่วนต่อข้อกังวลหลัก ตลอดจนมีศักยภาพสามารถติดตามการปฏิบัติใช้ได้จริงก็อาจให้อนุญาตรวบรวมอย่างมีเงื่อนไขได้ แต่หากไม่สามารถจัดการกับข้อกังวลได้ก็อาจจำเป็นที่จะไม่ให้อนุญาตเพื่อป้องกันผลกระทบต่อผู้บริโภค

### มาตรการ 1: กำกับให้ตลาดอินเทอร์เน็ตและมือถือแข่งขันแยกกัน ผู้บริโภคมีทางเลือกจริง

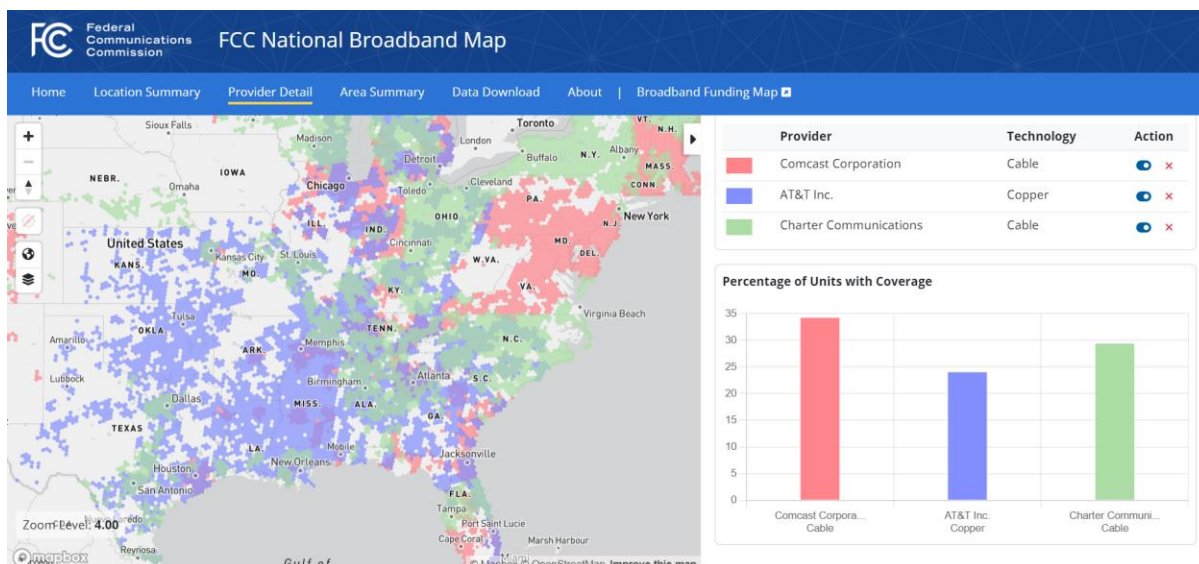
การหลอมรวมของผู้ให้บริการประจำที่และเคลื่อนที่ที่จะทำให้เหลือผู้ให้บริการรายหลักในตลาดโทรคมนาคมเพียง 2 ราย เป็นข้อกังวลที่สำคัญที่สุดต่อการแข่งขันในอนาคต กสทช. จึงต้องหาแนวทางกำกับให้ตลาดทั้งสองมีการแข่งขันแยกจากการ เพื่อไม่ให้ตลาดอินเทอร์เน็ตบ้านต้องผูกขาดตามตลาดโทรศัพท์มือถือ

ในเชิงกลยุทธ์ ผู้ให้บริการต้องการฟ่วงขายบริการโดยเสนอส่วนลดเฉพาะการใช้บริการฟ่วงมากเป็นพิเศษ (หรือขึ้นค่าบริการแยกเดี่ยวแล้วลดราคาบริการฟ่วง) เพื่อดึงดูดให้ผู้ใช้งานเข้ามาอยู่ในระบบนิเวศของตน นอกจากนี้ ผู้บริโภคอาจต้องการใช้บริการเพียงอย่างเดียวหรืออาจต้องการใช้บริการโทรคมนาคมที่มาจากคนละค่ายกันก็ได้ และเมื่อตลาดอิมตัวมากขึ้นในอนาคต ผู้ให้บริการก็ไม่จำเป็นต้องลดราคาให้แก่ผู้บริโภคอย่างในปัจจุบัน แม้ว่าเทคโนโลยีจะยิ่งก้าวหน้าจนทำให้ต้นทุนการให้บริการต่ำกว่าเดิมมาก

กสทช. ควรกำหนดมาตรการเฉพาะให้ผู้บริโภคเข้าถึงบริการแยกได้จริง กล่าวคือ มีบริการโทรศัพท์มือถือและบริการอินเทอร์เน็ตที่ขายแยกเฉพาะตัว โดยมีปริมาณ ความเร็ว และคุณภาพที่สมเหตุสมผล ภายใต้ค่าบริการที่เข้าถึงได้ ไม่สูงกว่าราคาที่ขายพ่วงมากจนเกินไปจนไม่ใช่ทางเลือกที่แท้จริง ข้อกำหนดเช่นนี้นอกจากจะช่วยให้ผู้บริโภคไม่ต้องจำใจซื้อบริการแล้ว ยังช่วยให้ตลาดทั้งสองทำงานแยกกัน ส่งผลดีต่อการแข่งขันในตลาดอินเทอร์เน็ตบ้านที่ยังไม่อิ่มตัวและมีศักยภาพที่รายย่อยหรือรายใหม่จะเข้ามาแข่งขันแย่งชิงส่วนแบ่งในตลาดอินเทอร์เน็ตบ้านได้สะดวกยิ่งขึ้น โดยไม่ต้องลงทุนสร้างธุรกิจโทรศัพท์มือถือพ่วง ซึ่งต้องอาศัยการลงทุนหลายแสนล้านบาท

## มาตรการ 2: รักษาและ/หรือเพิ่มให้มีผู้บริการอย่างน้อย 3 รายในทุกพื้นที่

กสทช. ควรต้องติดตามการแข่งขันด้านอินเทอร์เน็ตบ้านในรายพื้นที่และกำหนดมาตรการสำหรับพื้นที่ที่จะขาดการแข่งขันหากเกิดการควบรวมขึ้น ในขั้นแรก กสทช. ควรจัดทำแผนการให้บริการทั้งประเทศ โดยดูจากผู้ให้บริการและสายส่งสัญญาณของผู้ให้บริการแต่ละราย ตัวอย่างในต่างประเทศได้แก่ Federal Communications Commission (FCC) ผู้กำกับดูแลด้านโทรคมนาคมของสหรัฐอเมริกาได้จัดทำ FCC National Broadband Map ที่สามารถดูความครอบคลุมของการให้บริการของโทรคมนาคมทุกประเภทและของผู้ให้บริการทุกราย โดยเปิดให้เป็นข้อมูลสาธารณะ ในกรณีของสหรัฐอเมริกา ข้อมูลดังกล่าวเคยถูกนำไปใช้ในการออกคำสั่งประธานาธิบดีที่ต้องการกระตุ้นการแข่งขันในตลาดอินเทอร์เน็ต โดยพบว่ามีประชาชนมากถึง 40% ในสหรัฐอเมริกาสามารถเข้าถึงผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตบ้านได้เพียงเจ้าเดียว และมีเพียง 16% ที่มีผู้ให้บริการ 3 รายหรือมากกว่าในพื้นที่<sup>17</sup>



ที่มา: <https://broadbandmap.fcc.gov/home?version=dec2022>

กสทช. สามารถใช้ข้อมูลในลักษณะดังกล่าวเพื่อดูว่าพื้นที่ใดที่ AIS และ 3BB ให้บริการทับซ้อนกันบ้าง และในพื้นที่เหล่านั้นมีคู่แข่งอยู่มากน้อยเพียงใด ซึ่งหากพบว่าพื้นที่ใดมีการให้บริการทับซ้อนและมีคู่แข่งน้อยหรือไม่มีอยู่เลย ก็ควรกำหนดมาตรการเฉพาะบางอย่าง เช่น การขายสินทรัพย์



โครงข่ายสัญญาณและการถ่ายโอนลูกค้าบางส่วนเพื่อให้เกิดคู่แข่งในพื้นที่ นอกจากนี้ กสทช. อาจกำหนดมาตรการในเชิงพฤติกรรมเพิ่มเติม อาทิ มาตรการให้คงสัญญา เงื่อนไขการให้บริการ และคุณภาพให้แก่ผู้บริโภคในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง นอกจากนี้ กสทช. ยังสามารถแก้ปัญหาการแข่งขันที่ไปไกลยิ่งกว่าการควบรวมครั้งนี้ โดยดูว่าพื้นที่ใดบ้างที่ขาดคู่แข่ง และสามารถเชิญชวนหรือใช้มาตรการอุดหนุนเพื่อให้เกิดผู้ให้บริการรายใหม่ในพื้นที่เหล่านั้น

### มาตรการ 3: พัฒนาการเข้าถึงบริการคำสั่งอินเทอร์เน็ตและอินเทอร์เน็ตเคตเวย์

หัวใจสำคัญที่ทำให้ตลาดอินเทอร์เน็ตบ้านยังไม่น่ากังวลมากคือการมีผู้ลงทุนวางโครงข่ายหลัก (backbone) และโครงข่ายในพื้นที่ (local loop) ที่เอื้อให้เกิดการแข่งขันในระดับค้าปลีก แม้ว่าภายหลังการควบรวมกิจการระหว่าง AIS และ 3BB จะยังพอมีทางเลือกในการเช่าใช้งานอยู่ แต่ก็ทำให้ตลาดมีความกระจุกตัวมากขึ้นและอาจเกิดการดำเนินงานและการกำหนดสัญญาที่เป็นการปิดกั้นในเชิงกลยุทธ์ได้มากขึ้นโดยผู้ให้บริการรายใหญ่

กสทช. ควรต้องศึกษาตลาดดังกล่าวให้ชัดเจนขึ้นกว่าข้อมูลที่เปิดเผยต่อสาธารณะ โดยประการแรกคือ การต้องกำหนดนิยามตลาดในบริการคำสั่งอินเทอร์เน็ตและเกตเวย์ให้ชัดเจนยิ่งขึ้นว่าในห่วงโซ่อุปทานนี้ควรจะแยกตลาดย่อยเท่าใด แล้วในแต่ละตลาดเหล่านั้นเป็นตลาดในระดับประเทศหรือตลาดในเชิงพื้นที่ เพื่อดูว่าการเชื่อมต่อของบริการค้าปลีกเข้าสู่โครงข่ายอินเทอร์เน็ตโดยรวมนั้นอาจพบปัญหาคอขวดตรงไหนได้บ้าง

กสทช. จึงควรต้องวางหลักเกณฑ์มาตรฐานสัญญา เงื่อนไข และดูแลคุณภาพของการเข้าถึงไม่ให้เกิดความได้เปรียบหรือเสียเปรียบกันระหว่างการให้บริการภายในและการให้บริการอื่นเข้าใช้โครงข่าย โดยเฉพาะโอกาสที่ผู้ควบรวมจะใช้อำนาจตลาดในการกำหนดสัญญาที่เอื้อบริษัทตัวเองจนเกินไป หรือกีดกันคู่แข่งรายย่อยในบางพื้นที่เพื่อรักษาอำนาจของตน

นอกจากนี้ หากจะทำให้เกิดการแข่งขันในตลาดอินเทอร์เน็ตบ้านได้ยิ่งขึ้น กสทช. ควรต้องทำให้ตลาดคำสั่งอินเทอร์เน็ตและเกตเวย์มีการขยายโครงข่ายให้มีความจุและความครอบคลุมเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในบริการ Local Loop ที่จะช่วยลดต้นทุนในการเข้าสู่ตลาดของผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตบ้านและลดต้นทุนในการย้ายค่าย (switching cost) ของผู้บริโภค ซึ่งจะช่วยให้ไม่ต้องยึดติดอยู่กับผู้ให้บริการรายเดิมในกรณีที่เกิดการเพิ่มราคาหรือลดคุณภาพ ซึ่งช่วยให้ผู้ประกอบการต้องแข่งขันกันมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ กสทช. ยังสามารถเล่นบทบาทผู้สร้างตลาดได้ด้วยการลงทุนวางโครงข่ายหลักและโครงข่ายในพื้นที่ที่ประชากรหนาแน่นต่ำ จนทำให้ผู้ประกอบการไม่สามารถลงทุนได้อย่างคุ้มค่า ซึ่งจะเป็นพื้นที่ที่ตลาดยังเติบโตได้อีกมาก โดยจัดสรรงบประมาณตามหน้าที่จัดให้บริการโทรคมนาคมพื้นฐานโดยทั่วถึงและบริการเพื่อสังคม (Universal Service Obligation: USO)

## เชิงอรรถ

- <sup>1</sup> สำนักงาน กสทช. 2023. ข้อมูลสถิติโทรคมนาคม 5. สภาพตลาด-Telecommunication Market.
- <sup>2</sup> เฟิ่งอ๋าง.
- <sup>3</sup> เฟิ่งอ๋าง.
- <sup>4</sup> สำนักงาน กสทช. รายงานดัชนีชี้วัดในกิจการโทรคมนาคมของประเทศไทย ประจำปี 2563 – 2564.
- <sup>5</sup> รายงานของ กสทช. คำนวณค่าบริการอินเทอร์เน็ตบ้านเฉลี่ยโดยไม่ถ่วงน้ำหนักตามจำนวนผู้ใช้งาน การมีผู้ให้บริการรายเล็กที่มีค่าบริการต่อรายถูกกว่ารายอื่นในระยะหลังทำให้ตัวเลขค่าบริการเฉลี่ยของ กสทช. ต่ำเกินจริง ผู้วิจัยจึงได้นำค่าบริการอินเทอร์เน็ตบ้านแต่ละเจ้าคือ TRUE, 3BB, NT และ AIS มาหาค่าเฉลี่ยแบบถ่วงน้ำหนักใหม่ด้วยสัดส่วนผู้ใช้งานของบริษัทนั้นๆ
- <sup>6</sup> ผู้วิจัยคำนวณค่าดังกล่าวจากการนำ EBITDA Margin ในงบการเงินของบริษัท ทรู อินเทอร์เน็ต คอร์ปอเรชั่น จำกัด และจัสมิน อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) มาคำนวณต้นทุนส่วนเพิ่มการให้บริการต่อหัวของแต่ละบริษัท หลังจากนั้นนำต้นทุนส่วนเพิ่มการให้บริการต่อหัวของแต่ละบริษัทที่ได้ มาหาค่าเฉลี่ยแบบถ่วงน้ำหนักด้วยสัดส่วนในตลาดเน็ตบ้านของบริษัทนั้นๆ
- <sup>7</sup> ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง มาตรการกำกับดูแลการรวมธุรกิจในการกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2561
- <sup>8</sup> กสทช. รายงานสภาพตลาดโทรคมนาคม ไตรมาส 2 ปี 2550.
- <sup>9</sup> Matthew Jones. 2021. The Implications of Fixed/Mobile Convergence for Broadband Competition in the United States. CPI Antitrust Chronicle January 2021.
- <sup>10</sup> BrandBuffet Team. 2015. AIS เปิดตัว AIS Fibre บรอดแบนด์อินเทอร์เน็ตที่ดีที่สุดในโลก ความเร็วสูงสุด 1Gb ราคาเริ่มต้น 590 บาท. Brand Buffet. <https://www.brandbuffet.in.th/2015/04/ais-fibre-internet-hispeed/>
- <sup>11</sup> Gimme. 2020. AIS Fibre ให้บริการครบ 77 จังหวัด โตก้าวกระโดดใกล้ขึ้น Top 3 พร้อมคว่ำรางวัลเน็ตบ้านอันดับ 1 ในเอเชียแปซิฟิก. Droidsans. <https://droidsans.com/ais-fibre-best-provider-asia-pacific/>
- <sup>12</sup> ผู้วิจัยหาความสัมพันธ์ของข้อมูลค่าบริการต่อเดือน กับการกระจุกตัวของตลาด ต้นทุนส่วนเพิ่มในการให้บริการ รายได้ต่อหัวของประเทศไทย จำนวนผู้ใช้งาน และอัตราการใช้เทคโนโลยีไฟเบอร์ของประเทศไทย ผู้วิจัยพบความสัมพันธ์ระหว่างการกระจุกตัวและค่าบริการในทางบวกที่มีขนาดใหญ่ ซึ่งการเพิ่มขึ้นของการกระจุกตัวจะทำให้ราคาสำหรับผู้บริโภคต้องจ่ายสูงขึ้น 22.9% อย่างไรก็ตาม ข้อมูล HHI ที่สูงที่สุดในชุดข้อมูลอยู่ที่เพียง 3,072 การคำนวณดังกล่าวจึงเป็นการประมาณการนอกขอบเขตของข้อมูล ดังนั้นจึงลองคำนวณผลกระทบตามการเพิ่มขึ้นของ HHI เป็น 3,072 จุดตามที่มีในชุดข้อมูล ซึ่งพบว่าจะทำให้ค่าบริการเพิ่มขึ้น 9.5% จากเดิมเท่านั้น นอกจากนี้ ความสัมพันธ์ดังกล่าวนี้ไม่ได้มีนัยสำคัญทางสถิติที่มากพอจะบ่งชี้ว่าจะเกิดผลกระทบที่รุนแรงในภาพรวม ซึ่งส่วนหนึ่งมาจากข้อจำกัดของข้อมูลในอุตสาหกรรมอินเทอร์เน็ตบ้านที่สามารถค้นหาได้จากสาธารณะอย่างจำกัด ซึ่งทำให้มีชุดข้อมูลที่ครบถ้วนสำหรับการหาค่าความสัมพันธ์ 23 ไตรมาสจากต้นปี 2016 ถึงไตรมาสที่ 3 ของปี 2021 เท่านั้น
- <sup>13</sup> กสทช. รายงานการรวมธุรกิจและสภาพตลาดโทรคมนาคม ประจำปีไตรมาสที่ 3 ปี 2564.
- <sup>14</sup> เฟิ่งอ๋าง.
- <sup>15</sup> กสทช. รายงานการรวมธุรกิจและสภาพตลาดโทรคมนาคม ประจำปีไตรมาสที่ 4 ปี 2554.



---

<sup>16</sup> เฟื่องอ้าง.


<sup>17</sup> Biden, J. 2021. Executive Order on Promoting Competition in the American Economy.


Pablo Varas. 2022. Competition in the Broadband Internet Market. Economist INK.


<https://ei.com/economists-ink/first-quarter-2022/competition-in-the-broadband-internet-market/>





**101 PUB หรือ 101 Public Policy Think Tank - ศูนย์ความรู้นโยบายสาธารณะ**  
เพื่อการเปลี่ยนแปลง มุ่งทำงานวิจัยด้านนโยบายสาธารณะไทยในบริบทโลกใหม่  
เราทำงานวิเคราะห์ ออกแบบ ขับเคลื่อน และสื่อสารนโยบายสาธารณะ บนฐาน  
วิชาการ ฐานการพัฒนา และฐานประชาธิปไตย

 [www.101pub.org](http://www.101pub.org)

 101PUB

 @101\_PUB

 @101\_pub

 [contact.101pub@gmail.com](mailto:contact.101pub@gmail.com)