

MNP ไม่น่ากระทบตลาดมือถืออย่างมีนัยสำคัญ

- หลักเกณฑ์บริการคงสิทธิเลขหมายเริ่มมีผลบังคับใช้
- คาดว่าการใช้ MNP จะไม่ส่งผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญต่อบริการ 2G
- ผู้ให้บริการที่จะ ได้/เสีย จากบริการ MNP
- ความสำคัญของ MNP ต่อ 3G

SECTOR UPDATE

Sector Rating

BULLISH

Previous

BULLISH

○ หลักเกณฑ์บริการคงสิทธิเลขหมายเริ่มมีผลบังคับใช้

หลักเกณฑ์บริการคงสิทธิเลขหมาย (Mobile Number Portability หรือ MNP) มีผลบังคับใช้ในวันที่ 4 สิงหาคม 2009 อย่างไรก็ตาม เราเชื่อว่าผู้ให้บริการมือถือจะเริ่มให้บริการ MNP ได้ในเดือนกุมภาพันธ์ปี 2010 เป็นอย่างเร็ว หรืออย่างช้าในเดือนสิงหาคม 2010 ซึ่งน่าจะล่าช้าไปจากกำหนดการของ กทช. ในเดือน พ.ย. 2009 ประมาณ 3-9 เดือน ก่อนที่หลักเกณฑ์บริการคงสิทธิเลขหมายจะมีผลบังคับใช้ จะต้องมีการจัดตั้ง clearing house ในขณะเดียวกัน ผู้ประกอบการมือถือก็จะต้องลงทุนปรับปรุงเครือข่ายของตนเอง

○ คาดว่าการใช้ MNP จะไม่ส่งผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญต่อบริการ 2G

เราคาดว่า การให้บริการ MNP จะไม่ส่งผลให้เกิดสงครามราคา หรือจะส่งผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญต่อส่วนแบ่งตลาดผู้ใช้บริการ ดังนั้น จึงไม่น่าจะมีผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญต่อแนวโน้มการขยายตัวของรายได้และกำไรสุทธิของ

ผู้ประกอบการเอกชน เมื่อมีการใช้ระบบ MNP เนื่องจาก 2 ปัจจัยหลัก คือ 1) เราคาดว่า จะมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่จะใช้บริการ MNP ไม่มากนัก และ 2) เราเห็นว่าผู้ประกอบการมีความสามารถจำกัดในการปรับลดราคาค่าบริการ เพื่อแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่น

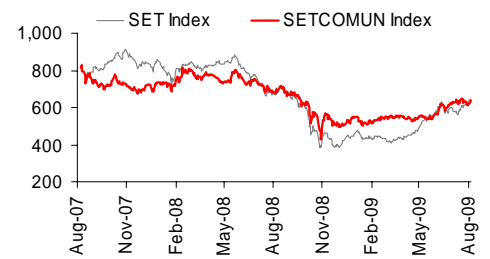
○ ผู้ให้บริการที่จะ ได้/เสีย จากบริการ MNP

แม้เราจะคาดว่าบริการคงสิทธิเลขหมายจะไม่ส่งผลกระทบต่อมากนักต่อธุรกิจมือถือ แต่เราคาดว่าในช่วง 6-12 เดือนแรกของการเริ่มใช้งาน MNP อาจสร้างแรงกดดันให้กับผู้ให้บริการ ทั้งนี้ เราเห็นว่า ADVANC มีความเสี่ยงสูงที่จะสูญเสียส่วนแบ่งตลาดให้กับ DTAC และ TRUE MOVE และอาจจะมีค่าใช้จ่ายด้านการตลาดที่เพิ่มขึ้นด้วย ขณะที่เราคาดว่า Hutch, TOT และผู้ประกอบการรายใหม่ ไม่น่าจะแย่งส่วนแบ่งตลาดจากผู้ประกอบการหลัก 3 ราย คือ ADVANC DTAC และ TRUE MOVE ได้อย่างมีนัยสำคัญ

○ ความสำคัญของ MNP ต่อ 3G

เราเห็นว่า การประกาศหลักเกณฑ์ MNP ออกมาเร็วกว่าคาดของ กทช. น่าจะส่งสัญญาณที่ดีต่อกลุ่มสื่อสาร โดยเฉพาะการออกใบอนุญาต 3G โดย MNP จะช่วยให้การย้ายฐานลูกค้าผู้ใช้บริการจากระบบ 2G ไปใช้ 3G ได้ง่ายขึ้น โดยมีหลักเกณฑ์รองรับตามกฎหมาย โดยเรายังคงมุมมองที่ว่า DTAC น่าจะเป็นผู้ได้รับประโยชน์สูงสุดในบรรดาผู้ประกอบการทั้งหมดจากการลดต้นทุนด้านกฎเกณฑ์ หากได้ใบอนุญาต 3G จาก กทช.

Share Price Performance



Forecasts and Valuations

Year-end	Net profit (THBmn)		EPS (THB)		EPS growth (%)		EBITDA (THBmn)		Fair Value (THB/share)	Implied Upside (%)	Rating
	2008	2009F	2008	2009F	2008	2009F	2008	2009F			
ADVANC	16,409	12,951	5.54	4.37	0.60	(21.09)	46,378	44,453	116.00	27	BUY
DTAC	9,329	5,745	3.94	2.43	59.7	(38.4)	20,735	18,989	42.00	20	BUY
TRUE	(2,355)	2,063	(0.62)	0.29	nm	nm	18,472	19,807	2.00	(8)	REDUCE
SECTOR	23,383	20,759					85,585	83,249			Bullish

หลักเกณฑ์บริการคงสิทธิเลขหมายมีผลบังคับใช้วันที่ 4 สิงหาคม 2009

หลักเกณฑ์บริการคงสิทธิเลขหมาย (Mobile Number Portability หรือ MNP) มีผลบังคับใช้ในวันที่ 4 สิงหาคม 2009 หลังจากประกาศในราชกิจจานุเบกษาเมื่อวันที่ 3 สิงหาคม 2009 ทั้งนี้ คณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กทช.) ได้เริ่มร่างหลักเกณฑ์ MNP มาตั้งแต่ปี 2007 และได้ทำการประชาสัมพันธ์ครั้งแรกในเดือน กรกฎาคม 2008 และใช้เวลา 1 ปี ก่อนที่ร่างหลักเกณฑ์จะถูกอนุมัติโดย กทช. เมื่อกลางเดือนมิถุนายน 2009

การประกาศใช้หลักเกณฑ์บริการคงสิทธิเลขหมายในเดือนสิงหาคมนี้ ถือว่าเกิดขึ้นเร็วกว่าคาด เนื่องจากเราคาดว่า กทช. น่าจะหาข้อสรุป ใน 2 ประเด็นหลัก คือ 1) ใครจะเป็นผู้จัดตั้ง clearing house และ 2) การกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมการคงสิทธิเลขหมาย ก่อนที่จะมีการประกาศบังคับใช้หลักเกณฑ์ ซึ่งเดิมเราเชื่อว่าน่าจะเป็นหลังปี 2009

สำหรับประเด็นแรก หลักเกณฑ์ MNP ได้ระบุว่า “ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่มีหน้าที่ต้องจัดให้มีการโอนย้ายผู้ให้บริการได้ และต้องดำเนินการให้ผู้ให้บริการของตนสามารถติดต่อกับเลขหมายของผู้อื่นที่ใช้สิทธิการคงเลขหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ” ซึ่งบอกเป็นนัยว่าผู้ให้บริการมือถือจะต้องรับผิดชอบการจัดตั้ง clearing house ขึ้นมา โดยก่อนหน้านี้ มี 3 แนวทางการจัดตั้ง Clearing House ประกอบด้วย 1) กทช. เป็นผู้ลงทุนเอง 2) ผู้ประกอบการเอกชนเป็นผู้ลงทุน และ 3) กทช. และ ผู้ประกอบการเอกชน ร่วมลงทุน สำหรับในประเด็นที่สอง ในหลักเกณฑ์ระบุว่า กทช. จะเป็นผู้กำหนดอัตราค่าธรรมเนียมภายหลัง

ระบบ MNP นี้จะทำให้ลูกค้าสามารถใช้เบอร์โทรศัพท์เบอร์เดิมได้เมื่อเปลี่ยนผู้ให้บริการ โดยจากหลักเกณฑ์นี้ ผู้ให้บริการจะต้องแสดงความจำนงไปยังผู้ให้บริการรายใหม่ โดยผู้ให้บริการรายใหม่จะต้องดำเนินการให้แล้วเสร็จภายใน 3 วัน เพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถใช้เบอร์เดิมภายใต้การบริการของผู้ให้บริการรายใหม่ ทั้งนี้ ผู้ใช้บริการจะต้องจ่ายค่าธรรมเนียม (จ่ายครั้งเดียว) ให้กับผู้ให้บริการใหม่

จากหลักเกณฑ์ MNP ระบุว่า

- 1) ผู้ประกอบการโทรศัพท์มือถือจะต้องให้บริการ MNP ภายใน 3 เดือน หลังจากมีการบังคับใช้หลักเกณฑ์นี้ แต่อย่างไรก็ตาม กทช. อาจขยายระยะเวลาออกไป ตามความเหมาะสม
- 2) ผู้ประกอบการโทรศัพท์มือถือจะต้องส่งรายละเอียดเงื่อนไขแนวทางการปฏิบัติการโอนย้าย เช่น ค่าธรรมเนียม ขั้นตอนการให้บริการ ให้กับกทช. ภายใน 30 วัน หลังจากหลักเกณฑ์มีผลบังคับใช้

อย่างไรก็ดี เราเชื่อว่าผู้ให้บริการมือถือจะเริ่มให้บริการ MNP ได้ในเดือนกุมภาพันธ์ปี 2010 เป็นอย่างรวดเร็วหรืออย่างช้าในเดือนสิงหาคม 2010 ซึ่งน่าจะล่าช้าไปจากกำหนดการของ กทช. ในเดือน พ.ย. 2009 ประมาณ 3-9 เดือน จากการสอบถามผู้ให้บริการมือถือหลักทั้ง 3 ราย (ADVANC, DTAC และ TRUE MOVE) ทั้งหมดเห็นตรงกันว่าระยะเวลา 3 เดือนน้อยเกินไปที่จะดำเนินการเพื่อให้บริการคงสิทธิเลขหมาย และคาดว่าน่าจะใช้เวลา 6-12 เดือนในการติดตั้งระบบ ทั้งนี้ ก่อนหน้านี้ กทช. เคยให้ความเห็นหลังจากหลักเกณฑ์ MNP มีผลบังคับใช้ น่าจะต้องใช้เวลา 6-12 เดือนก่อนที่ผู้ให้บริการจะเริ่มให้บริการ MNP ได้

ก่อนที่หลักเกณฑ์บริการคงสิทธิเลขหมายจะมีผลบังคับใช้ จะต้องมีการจัดตั้ง clearing house เพื่อเป็นศูนย์การส่ง traffic และข้อมูล สำหรับผู้ประกอบการมือถือทุกราย ตามหลักเกณฑ์การให้บริการคงสิทธิเลขหมาย กทช. จะใช้แนวทาง “All Call Query (ACQ)” ในการให้บริการ โดยแนวทางดังกล่าวจะต้องมีการจัดตั้ง clearing house ซึ่งวิธีนี้เป็นวิธีที่ใช้กันทั่วโลกเป็นส่วนใหญ่ และเป็นวิธีที่ต้องใช้เงินลงทุนมากที่สุด ในขณะที่เดียวกัน ผู้ประกอบการมือถือก็จะต้องลงทุนในเครือข่ายของตนเองอีกราว 10-15 ล้านเหรียญสหรัฐหรือ 350-525 ล้านบาท ต่อราย เพื่อรองรับบริการ MNP

จากการสอบถามผู้ประกอบการมือถือ คาดว่าต้นทุนการจัดตั้ง clearing house จะอยู่ที่ประมาณ 300 ล้านบาท โดยผู้ประกอบการทุกรายทั้ง ADVANC, DTAC, TRUE MOVE, TOT และ CAT Telecom จะต้องประชุมร่วมกันเพื่อหาข้อสรุปสัดส่วนเงินลงทุนที่แต่ละผู้ประกอบการต้องใส่เข้ามา หลังจากนั้นจะต้องมีการจัดตั้งบริษัทใหม่เพื่อดูแล clearing house ซึ่งบริษัทใหม่นี้จะต้องหาซัพพลายเออร์เพื่อมาติดตั้งระบบ clearing house โดยคาดว่ากระบวนการทั้งหมดจะใช้เวลาอย่างน้อย 6 เดือน

หลักเกณฑ์บริการคงสิทธิเลขหมาย (Mobile Number Portability หรือ MNP) มีผลบังคับใช้ในวันที่ 4 สิงหาคม

การประกาศใช้หลักเกณฑ์ ถือว่าเกิดขึ้นเร็วกว่าคาด

ผู้ให้บริการมือถือจะต้องรับผิดชอบการจัดตั้ง clearing house ขณะที่ กทช. จะเป็นผู้กำหนดอัตราค่าธรรมเนียมภายหลัง

จากหลักเกณฑ์ MNP ผู้ให้บริการมือถือจะต้องให้บริการ MNP ภายใน 3 เดือน

อย่างไรก็ดี เราเชื่อว่าผู้ให้บริการมือถือจะเริ่มให้บริการ MNP ได้ในเดือนกุมภาพันธ์ปี 2010 เป็นอย่างรวดเร็วหรืออย่างช้าในเดือนสิงหาคม 2010

ผู้ประกอบการทุกรายจะต้องประชุมร่วมกันเพื่อหาร่วมกันจัดตั้ง clearing house

เราเชื่อว่าแนวโน้มที่ผู้ให้บริการมือถือแต่ละรายจะต้องลงทุนใน clearing house อิงตามส่วนแบ่งตลาดของจำนวนผู้ใช้บริการ ทั้งนี้ ก่อนหน้า มี 2 แนวทางในการใส่เงินลงทุน คือ 1) ผู้ให้บริการใส่เงินลงทุนเท่ากัน โดยใช้เงินลงทุนทั้งหมดหารด้วยจำนวนผู้ใช้บริการที่มีอยู่ หรือ 2) ใส่เงินลงทุนอิงตามส่วนแบ่งตลาดของจำนวนผู้ใช้บริการ

เราเชื่อว่าค่าธรรมเนียมการให้บริการ MNP จะอยู่ที่ประมาณ 100-200 บาท โดยผู้ให้บริการทุกรายจะต้องเสนอค่าธรรมเนียมให้กับ กทช. จากนั้นเราคาดว่า กทช. จะเป็นผู้กำหนดอัตราค่าธรรมเนียม ซึ่งน่าจะเป็นอัตราเดียวกันสำหรับผู้ประกอบการทุกราย ทั้งนี้ ในร่างหลักเกณฑ์บริการคงสิทธิเลขหมายเดิมระบุค่าธรรมเนียมไว้ที่ 300 บาท แต่หลังจากมีการสำรวจความคิดเห็นพบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ต้องการให้ค่าธรรมเนียมต่ำกว่า 300 บาท ทั้งนี้ หลักเกณฑ์ที่ประกาศบังคับใช้ ระบุว่า ค่าธรรมเนียมจะถูกเรียกเก็บในอัตราที่ กทช. กำหนด

นอกจากนี้ ในหลักเกณฑ์ MNP ยังระบุว่า กทช. จะศึกษาบริการคงสิทธิเลขหมายโทรศัพท์พื้นฐานหรือโทรศัพท์ประจำที่ (Fixed Number Portability – FNP) และบริการคงสิทธิเลขหมายโทรศัพท์ข้ามพื้นที่ให้บริการ (Geographic Number Portability – GNP) ภายใน 6 เดือนหลังจากหลักเกณฑ์ MNP มีผลบังคับใช้ ทั้งนี้ บริการ FNP หมายความว่า การบริการที่ผู้ใช้บริการโทรศัพท์ประจำที่สามารถขอให้ผู้ให้บริการโอนย้ายเลขหมายโทรศัพท์ประจำของตนเอง ไปใช้บริการของผู้ให้บริการโทรศัพท์ประจำที่รายอื่นได้ ในขณะที่บริการ GNP หมายความว่า การบริการที่ผู้ใช้บริการโทรศัพท์ประจำที่สามารถขอให้ผู้ให้บริการโอนย้ายเลขหมายโทรศัพท์ประจำของตนเองข้ามไปใช้บริการของผู้ให้บริการโทรศัพท์ประจำที่รายอื่นในอีกพื้นที่ให้บริการหนึ่งได้

เราเชื่อว่าค่าธรรมเนียมการให้บริการ MNP จะอยู่ที่ประมาณ 100-200 บาท

คาดว่าผู้ใช้ MNP จะไม่ส่งผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญต่อบริการ 2G

เราคาดว่าผู้ใช้บริการ MNP จะไม่ส่งผลให้เกิดสงครามราคา หรือจะส่งผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญต่อส่วนแบ่งตลาดผู้ใช้บริการ ดังนั้น จึงไม่น่าจะมีผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญต่อแนวโน้มการขายตัวของรายได้และกำไรสุทธิของผู้ประกอบการเอกชน เมื่อมีการใช้ระบบ MNP ผู้ให้บริการส่วนใหญ่จะพยายามดึงดูดลูกค้าของตัวเองให้มาใช้บริการของตัวเอง โดยอาศัยอัตราค่าบริการและปัจจัยที่ไม่ใช่ด้านราคา เช่น ภาพลักษณ์ คุณภาพการโทร พื้นที่ครอบคลุมในการให้บริการ บริการเสริม และบริการ Call center เป็นต้น ขณะเดียวกัน ระบบ MNP จะทำให้ลูกค้ามีความสะดวกมากขึ้น หากต้องการย้ายผู้ให้บริการ กรณีไม่พอใจบริการหรืออัตราค่าบริการของผู้ให้บริการเดิม อย่างไรก็ตาม เราเห็นว่าการจะดึงดูดลูกค้าของตัวเองโดยอาศัยระบบ MNP ไม่น่าจะทำได้มากนัก เนื่องจาก 2 ปัจจัยหลัก คือ 1) เราคาดว่าจะมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่จะใช้บริการ MNP ไม่มากนัก และ 2) เราเห็นว่าผู้ประกอบการมีความสามารถจำกัดในการปรับลดราคาค่าบริการ เพื่อแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่น

คาดว่าผู้ใช้บริการ MNP จะไม่ส่งผลให้เกิดสงครามราคา หรือจะส่งผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญต่อส่วนแบ่งตลาดผู้ใช้บริการ

เราคาดว่าจะมีผู้ใช้บริการ MNP ไม่มากนัก: เราให้คำจำกัดความของกลุ่มลูกค้าที่จะใช้บริการ MNP คือ ผู้ใช้บริการที่ให้ความสำคัญกับเบอร์โทรศัพท์มากที่สุด โดยไม่สามารถโน้มน้าวใจให้เปลี่ยนใจไปใช้ผู้บริการรายใหม่ ที่มีอัตราค่าบริการหรือคุณภาพการให้บริการที่น่าพอใจกว่า ในกรณีที่ไม่มีบริการ MNP และเชื่อว่าลูกค้ากลุ่มนี้ส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้าที่ใช้บริการ Postpaid (ระบบรายเดือน) มากกว่า Prepaid (ระบบเติมเงิน) ทั้งนี้หากผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับอัตราค่าบริการ หรือคุณภาพการให้บริการ มากกว่าเบอร์โทรศัพท์ที่ใช้อยู่ ผู้ใช้บริการกลุ่มนี้ก็น่าจะเปลี่ยนไปหาผู้บริการรายใหม่ และเปลี่ยนเบอร์โทรศัพท์ไปแล้ว

ผู้ใช้บริการที่ให้ความสำคัญกับเบอร์โทรศัพท์มากที่สุด ส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้าที่ใช้บริการ Postpaid มากกว่า Prepaid

เราเชื่อว่า กลุ่มผู้ใช้บริการที่ให้ความสำคัญกับเบอร์โทรศัพท์ จำนวนพอสมควรได้เปลี่ยนผู้ให้บริการรายใหม่ และเปลี่ยนเบอร์โทรศัพท์ไปแล้ว ในช่วงที่เกิดสงครามราคาในปี 2005 และปี 2006 ทั้งนี้ ตลาดมือถือในประเทศไทยเกิดสงครามราคาครั้งแรกในเดือน พ.ค. 2005 และครั้งที่ 2 ในเดือน เม.ย. 2006 โดยอัตราค่าบริการถูกลดลงมากกว่า 50% จากเดิม ขณะที่คุณภาพการโทรและพื้นที่ครอบคลุมในการให้บริการ โดยเฉพาะในเขตเมืองไม่มีความแตกต่างกันมากนักระหว่างผู้ให้บริการหลัก จึงส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนผู้ให้บริการและเบอร์โทรศัพท์ใหม่ของผู้ใช้บริการ

กลุ่มผู้ใช้บริการที่ให้ความสำคัญกับเบอร์โทรศัพท์ น่าจะเปลี่ยนผู้ให้บริการรายใหม่ และเปลี่ยนเบอร์โทรศัพท์ไปแล้ว ในช่วงที่เกิดสงครามราคาในปี 2005 และปี 2006

โดยหลังจากสงครามราคาครั้งแรกในปี 2005 เราเห็นว่าผู้ประกอบการมีแนวโน้มที่จะให้ความสำคัญในการพัฒนาและปรับปรุงปัจจัยที่ไม่เกี่ยวกับราคามากขึ้น เพื่อเพิ่มความภักดีของลูกค้า (Brand royalty) และลดโอกาสที่ลูกค้าจะเปลี่ยนไปใช้ผู้ให้บริการอื่น โดยเราเชื่อว่าผู้ประกอบการได้ตระหนักถึงแนวโน้มการใช้ระบบ MNP ที่จะมาถึงในอนาคต ซึ่งเราพบว่าค่าใช้จ่ายด้านการตลาดของ ADVANC ในปี 2006-2008

หลังจากสงครามราคาครั้งแรกในปี 2005 เราเห็นว่าผู้ประกอบการมีแนวโน้มที่จะให้ความสำคัญในการพัฒนาและ

ได้เพิ่มขึ้น 20-30% จากค่าใช้จ่ายด้านการตลาดในปี 2005 ส่วนของ DTAC เพิ่มขึ้น 40-60% ในขณะที่เราเห็น ค่าใช้จ่ายด้านการตลาดของ TRUE MOVE ในปี 2006-2008 ไม่ได้เปลี่ยนแปลงมากนักจากปี 2005 แต่เราเห็นกลุ่ม TRUE ทำการตลาดที่เน้นกลยุทธ์ convergence มากขึ้น ซึ่งช่วยเพิ่มความน่าสนใจและความแตกต่างให้กับ TRUE MOVE ในทางอ้อม

ปรับปรุงปัจจัยที่ไม่เกี่ยวกับราคามากขึ้น

ขณะเดียวกัน การที่ผู้ให้บริการหันมาออกแพ็คเกจที่เน้นการโทรภายในเครือข่าย (on-net) และนอกเครือข่าย (off-net) ตั้งแต่ปลายปี 2005 ส่งผลให้เกิดกลุ่มลูกค้าที่ถือซิมมากกว่า 1 อัน หรืออีกนัยหนึ่งคือ ผู้ใช้บริการที่มีเบอร์โทรศัพท์มากกว่า 1 เบอร์ เพื่อประหยัดค่าโทร ซึ่งเราเชื่อว่าผู้ใช้บริการ 1 ราย ส่วนใหญ่ที่ถือซิม 2 อัน น่าจะเป็นเบอร์ของผู้ให้บริการคนละราย มากกว่าจะถือซิม 2 อันที่มาจากผู้ให้บริการรายเดียว (แต่ต่างแพ็คเกจ หรือถือทั้ง postpaid และ prepaid) กรณีดังกล่าว เราเห็นว่าเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ช่วยลดโอกาสที่ลูกค้าจะใช้บริการ MNP ทั้งนี้ ณ สิ้นปี 2008 เราคาดว่ามีลูกค้าที่ถือซิมมากกว่า 2 อัน ประมาณ 15.4 ล้านคน คิดเป็นสัดส่วน 25% ของจำนวนลูกค้ามือถือทั้งหมดในตลาด (61.8 ล้านคน)

การเกิดกลุ่มลูกค้าที่ถือซิมมากกว่า 1 อัน ช่วยลดโอกาสที่ลูกค้าจะใช้บริการ MNP

นอกจากนี้ เราเชื่อว่าค่าธรรมเนียมการโอนย้ายเบอร์จะไม่ต่ำมากจนกระตุ้นให้เกิดการใช้ระบบ MNP อย่างมีนัยสำคัญ แม้ปัจจุบันยังไม่มีข้อมูลชัดเจนของอัตราค่าธรรมเนียม แต่เราคาดว่าค่าธรรมเนียมน่าจะอยู่ที่ประมาณ 100-200 บาท ซึ่งสอดคล้องกับระดับรายได้เฉลี่ยต่อหมายเลข (ARPU) ที่ 100-250 บาท ของผู้ให้บริการหลัก 3 รายในปัจจุบัน ทั้งนี้ ลูกค้าจำนวน 56 ล้านคน หรือคิดเป็น 90% ของฐานลูกค้ามือถือถือทั้งหมดในตลาดรวม เป็นลูกค้าในระบบ Prepaid ซึ่งน่าจะมีความอ่อนไหวต่อราคา

เราเชื่อว่าค่าธรรมเนียมการโอนย้ายเบอร์จะไม่ต่ำมากจนกระตุ้นให้เกิดการใช้ระบบ MNP อย่างมีนัยสำคัญ

ความสามารถที่จำกัดในการลดค่าอัตราค่าบริการเพื่อสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง: ในปัจจุบันเราเชื่อว่าเป็นการยากที่ผู้ให้บริการจะลดอัตราค่าบริการลงมากว่าคู่แข่งเพื่อดึงดูดลูกค้า หรืออีกนัยหนึ่งคือเป็นการยากที่จะสร้างความแตกต่างด้านราคา ทั้งนี้ อัตราค่าบริการในปัจจุบันของผู้ให้บริการแต่ละรายแทบจะไม่มี ความแตกต่าง และบางแพ็คเกจมีอัตราค่าบริการเหมือนกัน ซึ่งเป็นผลจากการใช้ interconnection charge (IC) รวมทั้งคู่แข่งมีแนวโน้มที่จะได้ตอบอย่างรวดเร็วต่อแพ็คเกจของผู้ให้บริการรายอื่นที่มีผลกระทบต่อตัวเอง ส่งผลให้การลดราคาค่าบริการมีประสิทธิภาพน้อยลงกว่าใน 2-3 ปีที่ผ่านมา

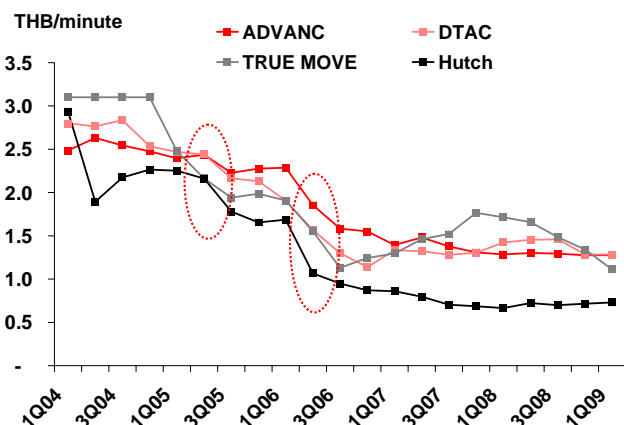
อัตราค่าบริการในปัจจุบันของผู้ให้บริการแต่ละรายแทบจะไม่มี ความแตกต่าง และบางแพ็คเกจมีอัตราค่าบริการเหมือนกัน

เราพิจารณา รายได้ต่อสายต่อนาที (Revenue per minute - RPM) ของผู้บริการแต่ละรายเพื่อสะท้อนการเปลี่ยนแปลงของอัตราค่าบริการ กราฟด้านล่างแสดงให้เห็นถึง RPM ของผู้ให้บริการมือถือ 4 ราย ได้แก่ ADVANC, DTAC, TRUE MOVE และ Hutch ทั้งในระบบ postpaid และ prepaid โดยมีเพียง ADVANC และ Hutch เท่านั้นที่รายงานจำนวนนาที่การใช้งานต่อสาย (Minute of user - MoU) ในขณะที่เราคาดการณ์ MoU สำหรับ DTAC และ TRUE MOVE เพื่อใช้ในการคำนวณและเปรียบเทียบ

กราฟด้านล่างแสดง RPM ของผู้ประกอบการมือถือ 4 ราย ทั้งระบบ postpaid และ prepaid ซึ่งพบว่า RPM ปรับลดลงค่อนข้างมากในระหว่างปี 2005-2006 ก่อนที่จะเริ่มทรงตัวในช่วงปี 2007 เป็นต้นไป โดย RPM สำหรับระบบ postpaid ในปี 2007 ลดลงประมาณ 50% จากปี 2004 ขณะที่ RPM สำหรับระบบ prepaid ลดลงมากกว่า 2 ใน 3 ในช่วงเดียวกัน การลดลงของ RPM เป็นผลมาจากสงครามราคาในปี 2005 และ 2006 ทั้งนี้ หลังจาก เริ่มใช้ระบบ Interconnection charge (IC) ในเดือนกุมภาพันธ์ 2007 ส่งผลให้ RPM เริ่มทรงตัว

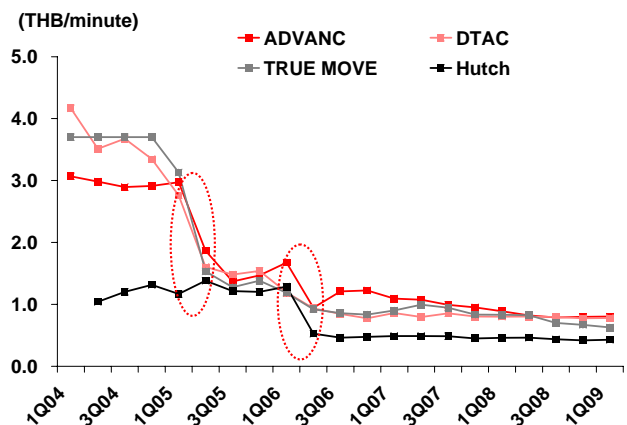
พบว่า RPM ของผู้ประกอบการมือถือ 4 ราย ปรับลดลงค่อนข้างมากในระหว่างปี 2005-2006 ก่อนที่จะเริ่มทรงตัวในช่วงปี 2007 เป็นต้นไป

Revenue per minute – Postpaid service



Source: CNS

Revenue per minute - Prepaid service



Source: CNS

นอกจากนี้เรายังพบว่าส่วนต่างระหว่าง RPM ในระบบ postpaid และ prepaid ของผู้ให้บริการทั้ง 4 ราย ลดลงอย่างมากตั้งแต่ปี 2007 เป็นต้นมา เทียบกับก่อนหน้าปี 2007 โดยเฉพาะส่วนต่างระหว่าง RPM ของผู้ให้บริการ 3 รายหลัก ทั้งในระบบ postpaid และ prepaid อยู่ที่ 0-0.2 บาท ในปัจจุบัน เทียบกับ 0.3-0.6 บาท ในช่วงก่อนปี 2007

ทั้งนี้ ในช่วงสงครามราคาปี 2005 และ 2006 ได้ส่งผลกระทบต่อ ADVANC มากที่สุด เนื่องจากสูญเสียส่วนแบ่งตลาดทั้งในแง่ผู้ใช้บริการและรายได้ค่าบริการไปให้กับ DTAC และ TRUE MOVE อย่างไรก็ตาม สาเหตุหลักเป็นผลมาจากการที่ ADVANC ตอบโต้ช้า โดยสังเกตที่ปรับลดอัตราค่าบริการเพื่อแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่น เนื่องจากบริษัทเชื่อว่ามิชอบได้เปรียบในเรื่องพื้นที่ให้บริการที่เหนือกว่า แต่ในที่สุด ADVANC ก็ต้องปรับลดอัตราค่าบริการลงมาให้อยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกับคู่แข่งมากขึ้น โดยแทบจะไม่มี premium ของอัตราค่าบริการเมื่อเทียบกับคู่แข่ง โดยปัจจุบัน ADVANC มีนโยบายตอบโต้คู่แข่งที่แข็งกร้าวและรวดเร็วมากขึ้น

ในขณะเดียวกัน เราไม่คาดว่าระบบ MNP จะช่วยกระตุ้นให้เกิดการย้ายบริการจากระบบ postpaid มาเป็นระบบ prepaid จากการที่ RPM ของระบบ prepaid ที่ประมาณ 0.5-1 บาท ซึ่งต่ำกว่า RPM ของระบบ postpaid ที่ประมาณ 1.0-1.5 บาท เนื่องจาก RPM ของระบบ prepaid ที่ต่ำกว่า น่าจะเกิดมาจากข้อจำกัดในการโทร เช่น ช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งของวัน หรือการโทรออกนอกเครือข่าย ขณะที่ผู้ใช้บริการ postpaid จะมีข้อจำกัดน้อยกว่า นอกจากนี้ การเปลี่ยนบริการจาก postpaid ไปเป็น prepaid ในระบบเดียวกันโดยใช้เบอร์เดิม ผู้ให้บริการได้ให้บริการอยู่แล้วในปัจจุบันโดยไม่ได้ใช้ระบบ MNP ทั้งนี้ ในปี 2008 ลูกค้านับระบบ postpaid ซึ่งมีสัดส่วนประมาณ 10% ของฐานผู้ใช้บริการรวม สร้างรายได้ประมาณ 25-30% ของรายได้ค่าบริการรวมของแต่ละผู้ให้บริการ

ในช่วงสงครามราคาปี 2005 และ 2006 ได้ส่งผลกระทบต่อ ADVANC มากที่สุด เป็นผลมาจากการที่ ADVANC ตอบโต้ช้า

เราไม่คาดว่าระบบ MNP จะช่วยกระตุ้นให้เกิดการย้ายบริการจากระบบ postpaid มาเป็นระบบ prepaid

ผู้ให้บริการที่จะ ได้/เสีย จากบริการ MNP?

ปัจจุบันประเทศไทยมีผู้ประกอบการ 2G ทั้งหมด 5 ราย คือ ADVANC, DTAC, TRUE MOVE, TOT และ Hutch อย่างไรก็ตาม ช่วงเวลาที่ผู้ให้บริการ 2G น่าจะเริ่มให้บริการ MNP ได้น่าจะอยู่ระหว่างเดือน กพ.-ส.ค. 2010 ซึ่งจะใกล้เคียงกับช่วงเวลาที่ผู้ให้บริการภาคเอกชนสามารถเปิดบริการ 3G ช่วงแรก ในกลางปี 2010 หากได้ใบอนุญาต 3G จาก กทช. ในปลายปี 2009 (เปิดให้บริการภายใน 6 เดือนหลังจากได้ใบอนุญาต) โดยช่วงเวลาดังกล่าว (ปี 2010) เราคาดว่าจะมีผู้ประกอบการ 3G ทั้งหมด 5 ราย ประกอบซึ่งเป็น 3 รายที่เป็นบริษัทลูกของ ADVANC, DTAC และ TRUE MOVE และอีก 2 รายคือ TOT และผู้ให้บริการรายใหม่อีก 1 บริษัท (new entrant)

ช่วงเวลาที่ผู้ให้บริการ 2G น่าจะเริ่มให้บริการ MNP ได้น่าจะอยู่ระหว่างเดือน กพ.-ส.ค. 2010 ซึ่งจะใกล้เคียงกับช่วงเวลาที่ผู้ให้บริการภาคเอกชนสามารถเปิดบริการ 3G ช่วงแรก ในกลางปี 2010

ในปัจจุบัน TOT (รัฐวิสาหกิจ) เป็นเพียงผู้ให้บริการรายเดียวที่มีใบอนุญาต 3G จาก กทช. โดย กทช ได้ประกาศแล้วว่า มีแผนที่จะออกใบอนุญาต 3G อีก 4 ใบ แต่อย่างไรก็ตาม เราเชื่อว่าผู้ให้บริการหลัก 3 รายคือ ADVANC DTAC และ TRUE MOVE จะประมูลใบอนุญาต 3G ได้ และอีก 1 ใบ น่าจะเป็นของผู้ให้บริการรายใหม่

แม้เราจะคาดว่าบริการคงสิทธิประโยชน์จะไม่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจมือถือในประเทศไทย แต่เราคาดว่าในช่วง 6-12 เดือนแรกของการเริ่มใช้งาน MNP อาจสร้างแรงกดดันให้กับผู้ให้บริการ ทั้งนี้ เราเห็นว่า ADVANC มีความเสี่ยงสูงที่จะสูญเสียส่วนแบ่งตลาดให้กับ DTAC และ TRUE MOVE และอาจจะมีค่าใช้จ่ายด้านการตลาดที่เพิ่มขึ้นด้วย ขณะที่เราคาดว่า Hutch, TOT และผู้ประกอบการรายใหม่ ไม่น่าจะแย่งส่วนแบ่งตลาดจากผู้ประกอบการหลัก 3 ราย คือ ADVANC DTAC และ TRUE MOVE ได้อย่างมีนัยสำคัญ

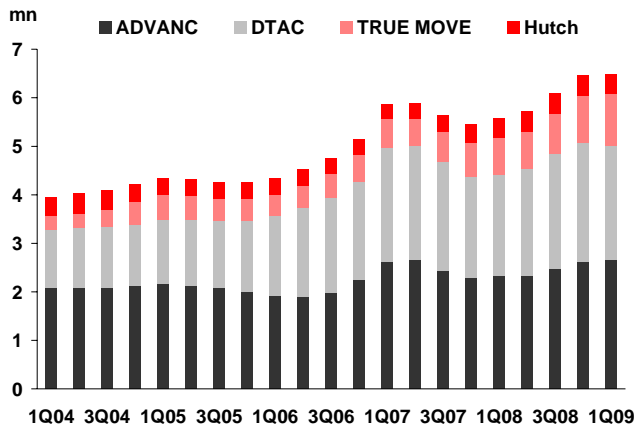
คาดว่าในช่วง 6-12 เดือนแรกของการเริ่มใช้งาน MNP อาจสร้างแรงกดดันให้กับผู้ให้บริการ โดยเฉพาะ ADVANC

เนื่องจากเราเชื่อว่าผู้ใช้บริการที่จะใช้ระบบ MNP ส่วนใหญ่เป็นลูกค้าในระบบ postpaid ซึ่ง ADVANC มีส่วนแบ่งตลาดสูงสุด ทำให้เราคาดว่า ADVANC มีความเสี่ยงสูงที่จะสูญเสียส่วนแบ่งตลาดมากที่สุด ทั้งนี้ ADVANC เป็นผู้ประกอบการโทรศัพท์เคลื่อนที่รายแรกของไทยโดยเริ่มดำเนินธุรกิจในปี 1990 ตามมาด้วย DTAC ในปี 1991 และ TRUE MOVE ในปี 2001 โดยในช่วงก่อนปี 1999 มีเพียงบริการ postpaid เท่านั้น ดังนั้น เราจึงเชื่อว่า ADVANC มีฐานลูกค้าระดับ premium และลูกค้าในกลุ่มธุรกิจอยู่มากที่สุดเมื่อเทียบกับลูกค้า post paid ของ DTAC และ TRUE MOVE

เชื่อว่าผู้ใช้บริการที่จะใช้ระบบ MNP ส่วนใหญ่เป็นลูกค้าในระบบ postpaid ซึ่ง ADVANC มีส่วนแบ่งตลาดสูงสุด

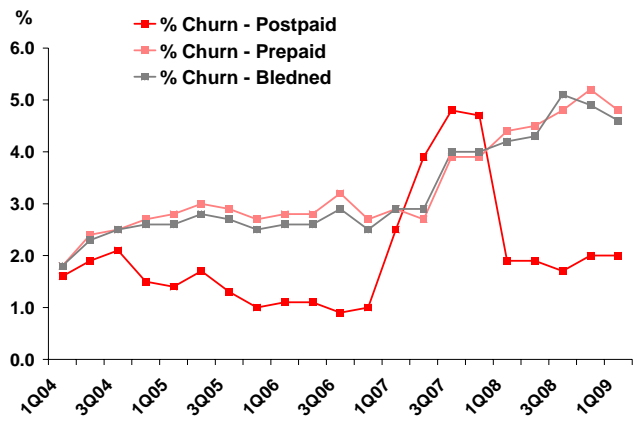
กราฟด้านล่างซ้ายมือ แสดงให้เห็นจำนวนลูกค้า postpaid และส่วนแบ่งตลาดของผู้ให้บริการแต่ละราย เป็นรายไตรมาส ณ สิ้นเดือนมีนาคม 2009 มีผู้ใช้บริการ postpaid รวม 6.5 ล้านราย คิดเป็น 10% ของจำนวนผู้ใช้บริการโทรศัพท์มือถือทั้งหมดในตลาด โดย ADVANC มีส่วนแบ่งตลาดมากที่สุดคือ 41% ตามมาด้วย DTAC (36%), TRUE MOVE (17%) และ Hutch (6%) ทั้งนี้ ส่วนแบ่งตลาดของผู้ให้บริการระบบ postpaid ของ ADVANC มีแนวโน้มลดลงต่อเนื่องมาตั้งแต่ระดับสูงสุดที่ 61% ในปี 2001

Market share of postpaid subscribers



Source: CNS

% Churn rate – ADVANC



Source: CNS

ส่วนกราฟบน ด้านขวามือ เป็นกราฟแสดงอัตราการยกเลิกบริการ (churn rate) ของ ADVANC จะเห็นได้ว่าอัตราการยกเลิกบริการของลูกค้า postpaid อยู่ที่ระดับต่ำกว่า 2% ซึ่งเป็นอัตราที่ค่อนข้างคงที่ในช่วง 5 ไตรมาสที่ผ่านมา เทียบกับอัตราการยกเลิกบริการของลูกค้า prepaid ซึ่งอยู่ที่ประมาณ 4-5% เราเชื่อว่าอัตราการยกเลิกบริการอาจปรับเพิ่มขึ้นในช่วงที่เริ่มเปิดให้บริการคงสิทธิเลขหมาย ทั้งนี้ ADVANC เป็นผู้ให้บริการเพียงรายเดียว ใน 3 ผู้ประกอบการหลัก ที่รายงานอัตราการยกเลิกบริการ

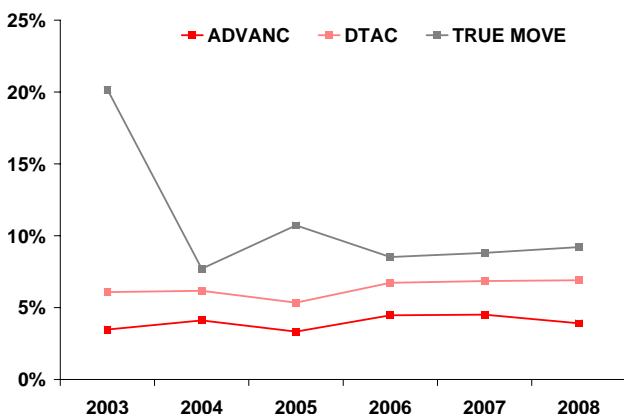
อัตราการยกเลิกบริการของลูกค้า postpaid ปัจจุบัน ของ ADVANC อยู่ที่ระดับต่ำกว่า 2%

นอกจากนั้น ADVANC ยังมีค่าใช้จ่ายด้านการตลาดน้อยกว่าผู้ให้บริการรายอื่น โดยเฉพาะในแง่ของสัดส่วนค่าใช้จ่ายการตลาดต่อรายได้ค่าบริการรวม กราฟด้านล่างด้านซ้ายมือแสดงให้เห็นค่าใช้จ่ายด้านการตลาดเป็นร้อยละต่อรายได้ค่าบริการ จะเห็นว่าค่าใช้จ่ายด้านการตลาดของ ADVANC เท่ากับ 4-4.5% ของรายได้ค่าบริการในปี 2006-2008 ในขณะที่ของ DTAC และ TRUE MOVE อยู่ที่ 7-9%

ค่าใช้จ่ายด้านการตลาดของ ADVANC เท่ากับ 4-4.5% ของรายได้ค่าบริการในปี 2006-2008 ในขณะที่ของ DTAC และ TRUE MOVE อยู่ที่ 7-9%

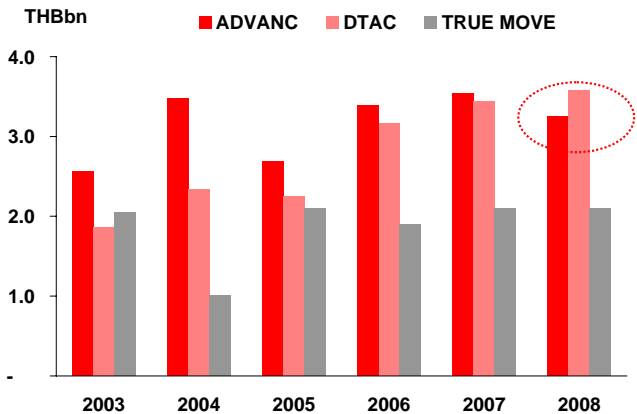
ส่วนกราฟด้านล่างขวาแสดงค่าใช้จ่ายด้านการตลาดของผู้ให้บริการแต่ละราย และจะเห็นว่าค่าใช้จ่ายด้านการตลาดในปี 2006-2008 เพิ่มขึ้นจากระดับในช่วงปี 2003-2005 มาก และโดยเฉพาะปี 2008 เป็นปีแรกที่เรารู้เห็น DTAC มีค่าใช้จ่ายด้านการตลาดสูงกว่า ADVANC ในขณะที่ค่าใช้จ่ายด้านการตลาดของ TRUE MOVE อยู่ในระดับต่ำที่สุด ซึ่งเราเชื่อว่าเป็นผลมาจากการใช้กลยุทธ์ convergence เมื่อมีการให้บริการคงสิทธิเลขหมาย ก็อาจมีความเสี่ยงว่าค่าใช้จ่ายด้านการตลาดของ ADVANC จะเพิ่มขึ้นเพื่อรักษฐานลูกค้าที่มีอยู่ในปัจจุบัน

Marketing expense as % of service revenues



Source: CNS

Market expense



Source: CNS

เมื่อพิจารณาจากการเริ่มให้บริการคงสิทธิเลขหมายในต่างประเทศ เราได้ข้อสรุปดังตารางด้านล่าง จากการศึกษาด้านบริการคงสิทธิเลขหมายของ NOMURA ในหลายประเทศ สรุปว่าบริการคงสิทธิเลขหมายมีแนวโน้มจะมีผลกระทบต่อตลาดโทรศัพท์มือถือ หากมีปัจจัยอื่น ๆ ร่วมด้วย เช่น มีผู้ให้บริการรายใหม่เข้ามาในตลาดหรือมีการแทรกแซงด้านกฎเกณฑ์ เช่น ช่องกึ่งและเกาหลี ขณะที่ในประเทศที่ไม่มีปัจจัยอื่นแทรกแซง การใช้ระบบ MNP จะเกิดผลกระทบต่อตลาดมือถือ เช่น ในอังกฤษหรือสิงคโปร์

การเริ่มให้บริการคงสิทธิเลขหมายในต่างประเทศพบว่ามีแนวโน้มจะมีผลกระทบต่อตลาดโทรศัพท์มือถือ หากมีปัจจัยอื่น ๆ ร่วมด้วย

Impact of MNP in various countries

Country	Year	Impact	Factor	Result
UK	1998	Low	-	-
Hong Kong	1999	High	Entry of six new operators to the market	High churn, lower tariff, subscriber base expansion
US	2003	Modest	-	Poor coverage operator loss subscriber mk share
Korea	2004	High	Government introduce MNP asymmetrically	Decline in subscribers mk share of the largest operator
Taiwan	2005	Low	-	-
Japan	2006	Modest	Entry of a new operator	New operator gain mk share as no react from incumbents
Singapore	2008	Modest	-	Singtel gain market share but with rising marketing cost

Source: CNS

อย่างไรก็ดี เราไม่สามารถสรุปได้ว่าผู้ให้บริการขนาดเล็กจะต้องมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นเสมอไป ในญี่ปุ่น ผู้ให้บริการขนาดเล็กได้ส่วนแบ่งตลาดเนื่องจากผู้ประกอบการรายใหญ่ไม่มีการตอบโต้ต่อแพคเกจราคาถูกของผู้ให้บริการขนาดเล็ก อย่างไรก็ตาม ผู้ให้บริการขนาดเล็กจะต้องให้แพคเกจในราคาต่ำกว่าที่เข้ามาเป็นเวลากว่า 2 ปีเพื่อรักษาฐานลูกค้า แต่ในทางตรงกันข้าม Singtel ซึ่งเป็นผู้ให้บริการรายใหญ่ของสิงคโปร์มีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นแต่ก็มีค่าใช้จ่ายด้านการตลาดเพิ่มขึ้นเช่นกัน

อย่างไรก็ดี เราไม่สามารถสรุปได้ว่าผู้ให้บริการขนาดเล็กจะต้องมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นเสมอไป

เราได้สอบถามไปยัง ADVANC และ DTAC ซึ่งผู้ให้บริการทั้ง 2 รายคาดว่าจะมีผลกระทบต่อเพียงระยะสั้นจากบริการคงสิทธิเลขหมาย เรา รู้สึกว่าทั้ง 2 บริษัทต้องการจะรักษาฐานลูกค้าที่มีอยู่เดิมมากกว่าจะต้องการหาผู้ให้บริการรายใหม่เพิ่ม เราเชื่อว่า ADVANC และ DTAC กำลังมุ่งพัฒนาปัจจัยอื่น ๆ นอกเหนือจากปัจจัยด้านราคา เพื่อสร้าง brand royalty และดึงดูดลูกค้ารายใหม่มากกว่าจะใช้แพคเกจค่าโทรราคาถูกมาดึงดูดลูกค้าผ่านทางบริการคงสิทธิเลขหมาย อย่างไรก็ตาม ในช่วงเริ่มบริการคงสิทธิเลขหมายจะมีการออกแพคเกจโทรราคาถูกออกมาบ้าง แต่เป็นลักษณะ selective โดยไม่ได้เป็นการลดราคาลงทุกแพคเกจ ซึ่งแพคเกจดังกล่าว น่าจะมีข้อจำกัดการใช้งานและมีอายุการใช้งานจำกัด

ADVANC และ DTAC คาดว่าจะมีผลกระทบต่อเพียงระยะสั้นจากบริการคงสิทธิเลขหมาย

อย่างไรก็ดี เราได้สอบถามไปยัง TRUE MOVE และได้รับคำตอบว่าบริษัทคาดว่าบริการคงสิทธิเลขหมายจะก่อให้เกิดผลดี เนื่องจาก TRUE MOVE มีส่วนแบ่งตลาดของลูกค้า postpaid น้อยที่สุดในตลาด ซึ่งน่าจะบ่งบอกเป็นนัยว่า TRUE MOVE คาดว่าลูกค้าของ ADVANC และ DTAC จะเปลี่ยนมาเป็นลูกค้าของ TRUE MOVE อย่างไรก็ตาม เราเชื่อว่า TRUE MOVE น่าจะเน้นการออกแพคเกจแบบ bundling (รวมหลายบริการเข้าด้วยกัน) มากกว่าที่จะเน้นการลดอัตราค่าบริการ เพื่อดึงดูดลูกค้าเมื่อมีบริการคงสิทธิเลขหมาย และในกรณีที่ TRUE MOVE สามารถหาหุ้นส่วนทางกลยุทธ์ได้ เรายังคงคาดว่า TRUE MOVE จะไม่เน้นการลดราคาแต่เน้นการออกแพคเกจแบบ bundling เป็นหลัก

แต่ TRUE MOVE คาดว่าบริษัทคาดว่าบริการคงสิทธิเลขหมายจะก่อให้เกิดผลดีกับบริษัท

นอกจากนี้ เราเชื่อว่า ADVANC และ DTAC มีแนวโน้มที่จะมีการตอบโต้อย่างรวดเร็วกว่าเดิม เมื่อเทียบกับในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา หาก TRUE MOVE มีการปรับลดราคาลง และเราเชื่อว่า TRUE MOVE ตระหนักดีว่ากลยุทธ์ด้านราคาไม่ใช่ปัจจัยหลักในการรักษาฐานลูกค้าในระยะยาว เนื่องจากเมื่อมีบริการคงสิทธิเลขหมาย ผู้ให้บริการอาจเปลี่ยนไปใช้ผู้ให้บริการรายอื่นเมื่อแพคเกจโทรราคาถูกสิ้นสุด หรืออีกนัยหนึ่งคือมีความเสี่ยงที่ลูกค้าของ TRUE MOVE จะเปลี่ยนไปเป็นใช้เครือข่ายของ ADVANC และ DTAC ซึ่งมีคุณภาพดีกว่า

ADVANC และ DTAC มีแนวโน้มที่จะมีการตอบโต้ทางด้านราคาอย่างรวดเร็ว กว่าเดิม เมื่อเทียบกับในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา

ในส่วนของ Hutch เราคาดว่า ลูกค้าของ Hutch ไม่น่าจะเปลี่ยนไปเป็นลูกค้าของผู้ให้บริการรายใหญ่ทั้ง 3 ราย และในทางกลับกัน ลูกค้าของผู้ให้บริการรายใหญ่ทั้ง 3 ราย ไม่น่าจะเปลี่ยนไปเป็นลูกค้าของ Hutch จากการใช้ระบบ MNP ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา Hutch ในฐานะที่เป็นผู้ประกอบการรายใหญ่อันดับ 4 ได้ตั้งอัตราค่าบริการไว้ต่ำกว่าผู้ให้บริการรายใหญ่ทั้ง 3 ราย ถึง 30-50% แต่ไม่สามารถเพิ่มส่วนแบ่งตลาดลูกค้าได้มากนัก โดยส่วนแบ่งตลาดของ Hutch อยู่ที่ระดับ 1.7-1.8% ในปี 2006-2008

ปัจจุบัน Hutch ตั้งอัตราค่าบริการไว้ต่ำกว่าผู้ให้บริการรายใหญ่ทั้ง 3 ราย ถึง 30-50% แต่มีส่วนแบ่งตลาดลูกค้าที่ 1.7-1.8% ในปี 2006-2008

เราเชื่อว่าการไม่ประสบความสำเร็จของ Hutch น่าจะเกิดมาจากพื้นที่ให้บริการที่จำกัด และระบบ CDMA ที่ไม่ค่อยเป็นที่นิยมในประเทศไทย CDMA มากกว่าจะเป็นเพราะการไม่มีบริการคงสิทธิเลขหมาย ซึ่งถือเป็นกรณีตัวอย่างที่ชี้ให้เห็นว่าการมีอัตราค่าบริการต่ำเพียงอย่างเดียว จะไม่สามารถดึงดูดลูกค้าได้อย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้เรายังเชื่อว่าลูกค้าส่วนใหญ่ของ Hutch น่าจะเป็นลูกค้าของผู้ให้บริการรายใหญ่ทั้ง 3 รายอยู่แล้วโดยใช้ Hutch เป็นเบอร์ที่ 2

ในกรณีใกล้เคียงกับ Hutch เราคาดว่า TOT และผู้ประกอบการ 3G รายใหม่จะไม่สามารถแย่งส่วนแบ่งตลาดจากผู้ให้บริการรายใหญ่ทั้ง 3 รายคือ ADVANC, DTAC และ TRUE MOVE ได้ เนื่องจาก TOT มีพื้นที่ให้บริการครอบคลุมอยู่ที่เพียงในกรุงเทพฯและปริมณฑล โดย TOT อยู่ระหว่างการ upgrade โครงข่าย 2G เดิมให้เป็น 3G ซึ่ง TOT มีปัญหาเรื่องเงินทุน ทำให้คาดว่าพื้นที่ให้บริการจะไม่สามารถเพิ่มขึ้นได้อย่างมีนัยสำคัญในอีก 1-2 ปีข้างหน้า ในขณะที่ผู้ประกอบการ 3G รายใหม่จะต้องเริ่มการลงทุนโครงข่ายทั้งหมดใหม่ ทำให้เราคาดว่า แม้ TOT และผู้ประกอบการ 3G รายใหม่จะลดอัตราค่าบริการให้ต่ำกว่าผู้ประกอบการรายใหญ่ 3 รายเดิม แต่ไม่น่าจะชดเชยจุดด้อยในเรื่องของพื้นที่การให้บริการ โดยที่ระบบ MNP ไม่น่าจะช่วยในการดึงดูดลูกค้าได้มากนัก

เราคาดว่า TOT และผู้ประกอบการ 3G รายใหม่จะไม่สามารถแย่งส่วนแบ่งตลาดจากผู้ให้บริการรายใหญ่ทั้ง 3 รายหลักได้

ความสำคัญของ MNP ต่อ 3G

เราเห็นว่าการประกาศหลักเกณฑ์ MNP ออกมาเร็วกว่าคาดของ กทช. น่าจะส่งสัญญาณที่ดีต่อกลุ่มสื่อสาร โดยเฉพาะการออกใบอนุญาต 3G โดย MNP จะช่วยให้การย้ายฐานลูกค้าผู้ใช้บริการจากระบบ 2G ไปใช้ 3G ได้ง่ายขึ้น โดยมีหลักเกณฑ์รองรับตามกฎหมาย รวมทั้งยังสนับสนุนมุมมองเชิงบวกของเราที่คาดว่า กทช. น่าจะมีแนวโน้มให้ใบอนุญาต 3G กับผู้ให้บริการภาคเอกชนได้ภายในปลายปี 2009 ซึ่งน่าจะเร็วกว่าที่ตลาดคาด

การประกาศหลักเกณฑ์ MNP ออกมาเร็วกว่าคาดของ กทช. น่าจะส่งสัญญาณที่ดีต่อกลุ่มสื่อสาร

เราเชื่อว่าความสำคัญของหลักเกณฑ์ MNP ในประเทศไทย คือ การที่ระบบ MNP ช่วยให้ผู้ใช้บริการเอกชนในปัจจุบันที่ให้บริการระบบ 2G ย้ายลูกค้าที่ใช้บริการระบบ 2G ไปใช้บริการในระบบ 3G ซึ่งให้บริการโดยบริษัทลูกของผู้ให้บริการปัจจุบัน โดยใช้เบอร์เดิม ซึ่งข้อดีดังกล่าวน่าจะมีน้ำหนักมากกว่าความกังวลเกี่ยวกับแนวโน้มการแข่งขันที่อาจเพิ่มสูงขึ้นจากการใช้ MNP ทั้งนี้ หากไม่มีระบบ MNP ผู้ให้บริการจะต้องให้ผู้ให้บริการเปลี่ยนเบอร์โทรศัพท์กรณีย้ายจากระบบ 2G มา 3G เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาทางด้านกฎหมายที่อาจจะเกิดขึ้น ซึ่งการเปลี่ยนเบอร์โทรศัพท์ใหม่ อาจเป็นเหตุผลที่ทำให้ผู้ใช้บริการบนระบบ 2G ลังเลที่จะเปลี่ยนไปใช้บริการ 3G

การที่ระบบ MNP ทำให้ผู้ใช้บริการสามารถใส่เบอร์เดิมเมื่อย้ายจากระบบ 2G ไป 3G

หากไม่มีระบบ MNP แต่ผู้ให้บริการมือถือต้องการให้บริการเบอร์โทรศัพท์เดิมกับลูกค้ากรณีลูกค้าในระบบ 2G เปลี่ยนไปใช้บริการในระบบ 3G สามารถทำได้ในทางเทคนิค ขณะที่ในแง่ของกฎหมายยังคงคลุมเครือ ทั้งนี้ ผู้ประกอบการอ้างว่ามีสิทธิที่จะใช้เบอร์โทรศัพท์ในระบบ 2G เนื่องจากได้จ่ายค่าเบอร์ให้กับ กทช. ทุกเดือน ในขณะที่ทาง TOT และ CAT Telecom ซึ่งเป็นผู้ให้สัมปทานอาจแย้งว่า เบอร์โทรศัพท์ในระบบ 2G ได้รับอนุญาตให้ใช้เฉพาะการให้บริการ 2G บนคลื่น 900 และ 1800 MHz ภายใต้สัมปทานเท่านั้น และไม่สามารถนำไปใช้บนคลื่น 2100 MHz ภายใต้ใบอนุญาต 3G ได้ ซึ่งอาจส่งผลทำให้เกิดคดีฟ้องร้องและต้องให้ศาลตัดสิน

หากไม่มีระบบ MNP การที่ผู้ใช้บริการสามารถใส่เบอร์เดิมเมื่อย้ายจากระบบ 2G ไป 3G จะมีความคลุมเครือทางกฎหมาย

โดยเรายังคงมุมมองที่ว่า DTAC น่าจะเป็นผู้ได้รับประโยชน์สูงสุดในบรรดาผู้ประกอบการทั้งหมดจากการลดต้นทุนด้านกฎเกณฑ์ หากได้ใบอนุญาต 3G จาก กทช. ในการประเมินมูลค่าหุ้นสื่อสารของเราปัจจุบัน ได้รวม upside จากใบอนุญาต 3G บางส่วน โดยใช้ความน่าจะเป็น 54-60% ของมูลค่า DCF ที่อิงจากกรณีได้รับใบอนุญาต 3G ของผู้ประกอบการภายในปี 2009 ทั้งนี้ ปัจจัยสำคัญที่จะทำให้เราปรับราคาเป้าหมายของ ADVANC, DTAC และ TRUE MOVE ขึ้น ด้วยการประเมินมูลค่าหุ้นอิงกับ DCF จากกรณีได้รับใบอนุญาต 3G ทั้ง 100% คือ การที่ กทช.สามารถประกาศ Information Memorandum (IM) ซึ่งมีแนวโน้มสูงที่เราอาจจะได้เห็น IM ในเดือนก.ย.-ต.ค. 2009 มูลค่า DCF กรณีได้รับใบอนุญาต 3G และไม่มีใบอนุญาต 3G แสดงดังตารางหน้าถัดไป

DTAC ยังคงเป็นหุ้น top pick ในกลุ่มสื่อสาร

Fair value and recommendation

Stock	Mk price (THB)	2009F fair value (THB)	Potential Return (%)	Rating
ADVANC	91.25	116.0	27	BUY
DTAC	35.00	42.0	20	BUY
TRUE	2.18	2.0	(8)	REDUCE

Source: CNS

DCF valuation – with and without 3G

Stock	DCF value (THB)	
	Without 3G	With 3G
ADVANC	106	124
DTAC	35	53
TRUE	2.6	1.6

Source: CNS

คำแนะนำการลงทุน และความหมายของคำแนะนำการลงทุน (สำหรับบทวิเคราะห์ที่เผยแพร่ตั้งแต่ 2 มี.ค.52)

Stock Rating หมายถึง การให้คำแนะนำการลงทุนของบริษัท แบ่งเป็น 3 ระดับ

Buy หมายถึง ราคาพื้นฐานสูงกว่าราคาตลาด 15% หรือมากกว่า

Neutral หมายถึง ราคาพื้นฐานสูงกว่าราคาตลาดไม่เกิน 15% หรือต่ำกว่าราคาตลาดไม่เกิน 5%

Reduce หมายถึง ราคาพื้นฐานต่ำกว่าราคาตลาด 5% หรือมากกว่า

คำแนะนำการลงทุน และความหมายของคำแนะนำการลงทุน (สำหรับบทวิเคราะห์ที่เผยแพร่ก่อน 2 มี.ค. 52)

Stock Rating หมายถึง การให้คำแนะนำการลงทุนของบริษัท แบ่งเป็น 5 ระดับ

Strong Buy หมายถึง ราคาพื้นฐานสูงกว่าราคาตลาดมากกว่า 20%

Buy หมายถึง ราคาพื้นฐานสูงกว่าราคาตลาดระหว่าง 10-20%

Neutral หมายถึง ราคาพื้นฐานสูงกว่าหรือต่ำกว่าราคาตลาดไม่เกิน 10%

Reduce หมายถึง ราคาพื้นฐานต่ำกว่าราคาตลาดระหว่าง 10-20%

Sell หมายถึง ราคาพื้นฐานต่ำกว่าราคาตลาดมากกว่า 20%

คำจำกัดความ (ไม่เปลี่ยนแปลง)

Sector หมายถึง กลุ่มอุตสาหกรรมที่บริษัทจัดอยู่

Sector Rating หมายถึง การให้คำแนะนำการลงทุนของกลุ่มอุตสาหกรรม แบ่งเป็น 3 ระดับ

Bullish หมายถึง หุ้นส่วนใหญ่ในกลุ่มอุตสาหกรรมได้รับคำแนะนำ "Buy" หรือคำแนะนำเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของกลุ่มอุตสาหกรรมคือ "Buy"

Neutral หมายถึง หุ้นส่วนใหญ่ในกลุ่มอุตสาหกรรมได้รับคำแนะนำ "Neutral" หรือคำแนะนำเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของกลุ่มอุตสาหกรรมคือ "Neutral"

Bearish หมายถึง หุ้นส่วนใหญ่ในกลุ่มอุตสาหกรรมได้รับคำแนะนำ "Reduce" หรือ "Sell" หรือคำแนะนำเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของกลุ่มอุตสาหกรรมคือ "Reduce" หรือ "Sell"

Current หมายถึง การให้คำแนะนำการลงทุนของบริษัท ณ ปัจจุบัน

Previous หมายถึง การให้คำแนะนำการลงทุนของบริษัท ก่อนหน้านี้

Market Prices หมายถึง ราคาหุ้น ณ ปัจจุบัน

Fair Price หมายถึง ราคาที่เหมาะสมตามปัจจัยพื้นฐาน

Net Profit หมายถึง กำไรสุทธิ (ล้านบาท)

EPS หมายถึง กำไรสุทธิต่อหุ้น (บาท)

EPS Growth หมายถึง อัตราการขยายตัวของกำไรต่อหุ้น (%)

PER หมายถึง ราคาหุ้นปัจจุบัน / กำไรสุทธิต่อหุ้น (เท่า)

P/BV หมายถึง ราคาหุ้นปัจจุบัน / มูลค่าทางบัญชีต่อหุ้น (เท่า)

EBITDA หมายถึง กำไรก่อนหักดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคา และ ค่าตัดจำหน่าย (บาท)

EBITDA Growth หมายถึง อัตราการขยายตัวของ กำไรก่อนหักดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคา และ ค่าตัดจำหน่าย (%)

EV / EBITDA หมายถึง มูลค่ากิจการ / กำไรก่อนหักดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคา และ ค่าตัดจำหน่าย (เท่า)

DPS หมายถึง เงินปันผลต่อหุ้น (บาท)

Dividend Yield หมายถึง อัตราผลตอบแทนของเงินปันผล (%)

เอกสารฉบับนี้จัดทำขึ้นโดยบริษัทหลักทรัพย์พัฒนาสิน จำกัด (มหาชน) ("บริษัท") ข้อมูลที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้จัดทำโดยอาศัยข้อมูลที่จัดทำมาจากแหล่งที่เชื่อถือหรือควรเชื่อว่ามีที่น่าเชื่อถือ และ/หรือถูกต้อง อย่างไรก็ตาม บริษัทไม่ยืนยัน และไม่รับรองถึงความครบถ้วนสมบูรณ์หรือถูกต้องของข้อมูลดังกล่าว และไม่ได้ประกันราคาหรือผลตอบแทนของหลักทรัพย์ที่ปรากฏข้างต้น แม้ว่าข้อมูลดังกล่าวจะปรากฏข้อความที่อาจเป็นหรืออาจตีความว่าเป็นเช่นนั้นได้ บริษัท จึงไม่รับผิดชอบต่อการนำเอาข้อมูลข้อความ ความเห็น และหรือบทสรุปที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ไปใช้ไม่ว่ากรณีใดๆ บริษัท รวมทั้งบริษัทที่เกี่ยวข้อง ลูกค้า ผู้บริหารและพนักงานของบริษัทต่างๆ อาจจะมีการลงทุนใน หรือซื้อ หรือขายหลักทรัพย์ที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ได้ทุกเวลา ข้อมูลและความเห็นที่ปรากฏอยู่ในเอกสารฉบับนี้ มิได้ประสงค์จะชี้ชวน เสนอแนะ หรือจูงใจให้ลงทุนใน หรือซื้อ หรือขายหลักทรัพย์ที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ และข้อมูลอาจมีการแก้ไขเพิ่มเติมเปลี่ยนแปลงโดยมีต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า ผู้ลงทุนควรใช้ดุลยพินิจอย่างรอบคอบในการลงทุนในหรือซื้อหรือขายหลักทรัพย์ บริษัทสงวนลิขสิทธิ์ในข้อมูลที่ปรากฏในเอกสารนี้ ห้ามมิให้ผู้ใดใช้ประโยชน์ ทำซ้ำ ดัดแปลง นำออกแสดง ทำให้ปรากฏหรือเผยแพร่ต่อสาธารณชน ไม่ว่าด้วยประการใด ๆ ซึ่งข้อมูลในเอกสารนี้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน เว้นแต่ได้รับอนุญาตเป็นหนังสือจากบริษัทเป็นการล่วงหน้า การกล่าว คัดหรืออ้างอิง ข้อมูลบางส่วนตามสมควรในเอกสารนี้ ไม่ว่าในบทความ บทวิเคราะห์ บทวิจัย หรือในเอกสาร หรือการสื่อสารอื่นใดจะต้องกระทำโดยถูกต้อง และไม่เป็นการก่อให้เกิดการเข้าใจผิดหรือความเสียหายแก่บริษัท ต้องรับรู้ถึงความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ในข้อมูลของบริษัท และต้องอ้างอิงถึงฉบับที่และวันที่ในเอกสารฉบับนี้ของบริษัทโดยชัดแจ้ง การลงทุนในหรือซื้อหรือขายหลักทรัพย์ย่อมมีความเสี่ยง ท่านควรทำความเข้าใจอย่างถี่ถ้วนแต่ต่อลักษณะของหลักทรัพย์แต่ละประเภท และควรศึกษาข้อมูลของบริษัทที่ออกหลักทรัพย์และข้อมูลอื่นใดที่เกี่ยวข้องก่อนการตัดสินใจลงทุนในหรือซื้อหรือขายหลักทรัพย์