

คอลัมน์ : ข้างสนามแข่งขัน (ทางการค้า)



E-Service platform สมรรถุมิเดือด กับการกำกับดูแลการแข่งขัน (1)

ตอน : เหตุใดธุรกิจให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์จึงกระจุกตัวสูง

บทความโดย

- ดร. อัครพล ชวบเจริญ ผู้อำนวยการฝ่ายกิจการต่างประเทศ
สำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า



ขอบคุนภาพจาก : หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ

สำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า
OFFICE OF TRADE COMPETITION COMMISSION



ฉบับที่ 2
กรกฎาคม 2564

E-Service platform สมรรถนะดี กับการกำกับดูแลการแข่งขัน (1)



ขอบคุณภาพจาก : หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ

บทความโดย

- ดร. อัครพล ชวเบเจริญ ผู้อำนวยการฝ่ายกิจการต่างประเทศ
สำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า

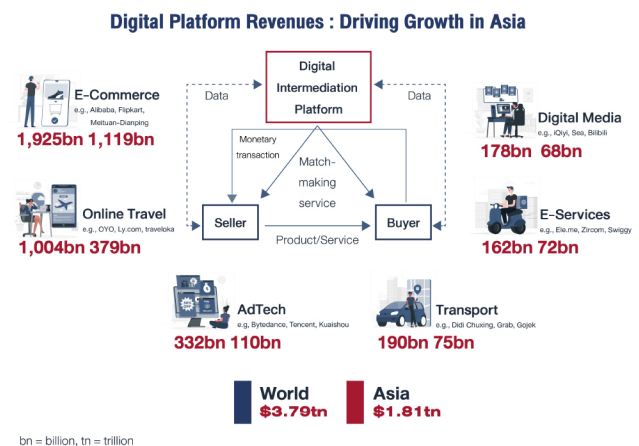
ตอน : เหตุใดธุรกิจให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์จึงจะจุกตัวสูง

ในช่วงสิบปีที่ผ่านมา ความก้าวหน้าในเทคโนโลยีดิจิทัลส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในรูปแบบการดำเนินชีวิตและธุรกิจอย่างมาก อีกทั้งยังก่อให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจเพิ่มขึ้นจากกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ที่ใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัล โดยเฉพาะอย่างยิ่ง “ธุรกิจให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือ e-Service Platforms” ตัวอย่างของธุรกิจประเภทนี้ซึ่งขยายตัวอย่างต่อเนื่องในไทยได้แก่ ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น Lazada และ Shopee ธุรกิจแพลตฟอร์มจองห้องพัก เช่น Booking และ Agoda ธุรกิจแพลตฟอร์มขนส่ง เช่น Flash Express, Kerry Express, Grab และ Gojek

ธุรกิจสื่อสังคมออนไลน์และการตลาด เช่น Facebook Instagram และ Google รวมไปถึงธุรกิจบริการมีเดียแบบสตรีมมิ่ง เช่น Netflix Spotify และ YouTube โดยธุรกิจเหล่านี้ใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อลดต้นทุนในการบริหารจัดการข้อมูลและการกระจายสินค้า รวมทั้งลดขั้นตอนและอุปสรรคทางธุรกิจเพื่อให้บริการกับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงทำให้ธุรกิจนี้มีความคล่องตัวสูงและสามารถสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อตอบโจทย์ลูกค้าได้แม่นยำ

เอเชียมีมูลค่าของธุรกิจให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์สูงสุด

ธนาคารพัฒนาเอเชีย (เอทีบี) ประเมินรายได้ของธุรกิจให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ทั่วโลกในปี 2562 ไว้ประมาณ 3.8 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ ทั้งนี้ มูลค่าของธุรกิจนี้ในเอเชียมีมากกว่า 1.8 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ หรือประมาณ 48 เปอร์เซ็นต์ของมูลค่าทั้งโลก โดยธุรกิจประเภทพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีมูลค่าสูงที่สุดประมาณ 1.1 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ ขณะที่แพลตฟอร์มจองห้องพักมีมูลค่ารองลงมา โดยมีมูลค่าประมาณ 0.4 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ



สำหรับประเทศไทย เทคโนโลยีดิจิทัลและการสื่อสารที่พัฒนาอย่างรวดเร็วในช่วง 10 ปีที่ผ่านมาเป็นตัวกระตุ้นทำให้ธุรกิจบริการทางอิเล็กทรอนิกส์เกิดการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือ ETDA ประเมินการมูลค่าของธุรกิจบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ ในปี 2562-63 ไว้ประมาณ 3.77 และ 4.03 ล้านล้านบาท ตามลำดับ และขยายตัวสูงถึง 6.91% โดยคาดว่าปี 2563 การขยายตัวจะสูงกว่าที่ผ่านมาอันเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่จำเป็นต้องดำเนินชีวิตในช่วงเกิดวิกฤติ Covid-19 และได้กลายเป็นความปกติใหม่ (New Normal) ของผู้บริโภคไปแล้ว

เหตุใดธุรกิจให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์จึงกระจุกตัวสูง

ธุรกิจประเภทนี้มีแนวโน้มกระจุกตัวสูงและโครงสร้างตลาดมักจะผูกขาด (Monopoly) หรือเป็นตลาดที่มีผู้แข่งน้อยราย (Oligopoly) เนื่องจากลักษณะเฉพาะของตัวธุรกิจ ซึ่งส่งผลให้ผู้ประกอบการในตลาดเพียงไม่กี่รายเป็นผู้มีอำนาจเหนือตลาด เหตุผลสำคัญหนึ่งที่ทำให้โครงสร้างตลาดกระจุกตัวสูง คือ สินค้าของธุรกิจประเภทนี้เป็นสินค้าเครือข่าย (Network goods) หรือเป็นสินค้าที่ผู้บริโภคจะได้รับ ความพอใจมากขึ้นเมื่อมีผู้บริโภคอื่น ๆ ในสังคม มีความสนใจและต้องการสินค้านี้เพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นผลจากผลกระทบภายนอกจากเครือข่าย (Network Externality) โดยจะเกิดขึ้นเมื่อมีคนในสังคมนิยมใช้บริการสินค้าเครือข่ายนี้มากขึ้น

ทั้งนี้ผลกระทบในลักษณะนี้สามารถแบ่งออกได้เป็นสองประเภท ประเภทแรก คือ ผลกระทบจากเครือข่ายทางตรง (Direct Network Effect) ซึ่งจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของบริการนั้นเพิ่มขึ้น จากการที่บริการนั้น มีผู้บริโภคนิยมและเข้ามาในตลาดนั้นมากขึ้น ซึ่งผลกระทบทางตรงนี้ส่งผลให้ ผู้บริโภคจะมี **“ความเต็มใจจ่าย”** (Willingness to Pay) สูงขึ้น จากปริมาณการใช้บริการของผู้บริโภคที่อยู่ในตลาดนั้น ประเภทที่สอง คือ ผลกระทบจากเครือข่ายทางอ้อม (Indirect Network Effect) โดยจะเกิดขึ้นเมื่ออุปสงค์ในการใช้บริการสินค้าเครือข่ายที่สูงขึ้นนั้น ได้ส่งผลให้เกิดความต้องการในการบริโภคสินค้าและบริการอื่นๆ ตามมา ตัวอย่างของบริการที่ได้รับผลกระทบจากเครือข่าย คือ ธุรกิจบริการโซเชียลมีเดีย เช่น Clubhouse และ Facebook ที่ยังมีผู้ใช้บริการ มากก็ยิ่งจะดึงดูดผู้ใช้บริการรายใหม่เข้ามาใช้บริการ มากยิ่งขึ้น และยังสามารถดึงดูดธุรกิจอื่นๆ เช่น ธุรกิจ สื่อโฆษณา ให้เข้ามาเชื่อมต่อกับตัวแพลตฟอร์มได้มากยิ่งขึ้นตามไปด้วย ดังนั้น ความเข้มข้นของผลกระทบจากเครือข่าย (Network Externality) จึงเป็นปัจจัยหลัก ให้มีธุรกิจให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์เพียงไม่กี่ราย เท่านั้นในตลาดที่ได้รับความนิยมและสามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ อันจะส่งผลให้โครงสร้างตลาดมีการกระจุกตัวที่สูงและมีผู้ที่มีอำนาจเหนือตลาดเพียงไม่กี่รายเท่านั้น



ในตลาดที่ได้รับความนิยมและสามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ อันจะส่งผลให้โครงสร้างตลาดมีการกระจุกตัวที่สูงและมีผู้ที่มีอำนาจเหนือตลาดเพียงไม่กี่รายเท่านั้น

สาเหตุที่สองที่ก่อให้เกิดการกระจุกตัวในธุรกิจให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ คือ การประหยัดจากขนาด (Economy of Scale) โดยผู้ประกอบการในตลาดนี้จะมีผลได้ต่อขนาดที่เพิ่มขึ้น (Increasing Return to Scale) เนื่องจากธุรกิจกลุ่มนี้มีต้นทุนคงที่ (Fixed Cost) สูง ขณะที่ต้นทุนผันแปร (Variable Cost) ค่อนข้างต่ำ หรืออาจจะไม่มีเลย อธิบายง่าย ๆ คือ ตัวอย่างของ Clubhouse และ Facebook ที่ยังมีผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้นเท่าไร ยิ่งทำให้ต้นทุนการให้บริการเฉลี่ยต่อผู้ใช้หนึ่งรายยิ่งต่ำลงไป ซึ่งลักษณะนี้ย่อมทำให้ธุรกิจกลุ่มนี้มีต้นทุนส่วนเพิ่ม (Marginal Cost) ที่ต่ำมาก หรืออาจจะไม่มีเลย ดังนั้นเมื่อโครงสร้างต้นทุนเป็นลักษณะนี้ จึงจูงใจผู้ประกอบการลงทุนเพิ่มในส่วนที่เป็นต้นทุนคงที่ (Fixed Cost) เพื่อพัฒนาและนำเสนอบริการที่ดีที่สุดแก่ผู้บริโภคทั้งด้านคุณภาพและราคาของบริการ พร้อมทั้งยังสามารถตัดทวงประโยชน์จากผลกระทบจากเครือข่ายเพิ่มขึ้นได้อีก



อย่างไรก็ตาม ผลได้ต่อขนาดที่เพิ่มขึ้น (Increasing Return to Scale) ย่อมส่งผลต่อการสร้างอุปสรรคในการเข้าสู่ตลาดของผู้แข่งขันรายใหม่ กล่าวคือ ผู้แข่งขันรายใหม่ไม่สามารถกระโดดเข้ามาแข่งขันในตลาดนี้ หากปราศจากลงทุนในขนาดที่ใหญ่เพียงพอต่อการนำเสนอบริการที่มีคุณภาพและราคาที่ผู้แข่งรายเดิมนำเสนออยู่ ดังนั้น ผู้แข่งขันรายใหม่ที่มีศักยภาพอาจจะเห็นว่าการลงทุนในธุรกิจนี้ไม่น่าจะทำกำไรได้ และตัดสินใจที่จะไม่กระโดดเข้ามาแข่งขันในตลาดนี้



นอกจากสาเหตุทั้งสองข้างต้นแล้ว
การประหยัดต่อขอบเขต (Economies of scope) ยังเป็นอีกหนึ่งสาเหตุที่ทำให้โครงสร้างตลาดนี้กระจุกตัวสูง เนื่องด้วยธุรกิจให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ใช้ประโยชน์จากข้อมูลเชิงพฤติกรรมของผู้ใช้บริการในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการ

โดยหลายธุรกิจใช้ Machine Learning ในการทำความเข้าใจพฤติกรรมของผู้ใช้บริการอย่างลึกซึ้ง โดยจะทำให้ผู้ประกอบการขนาดใหญ่ที่มีข้อมูลขนาดใหญ่เท่านั้นที่สามารถจะพัฒนาคุณภาพของบริการผ่านการใช้ประโยชน์จากข้อมูลที่ได้จัดเก็บไว้ และยังสามารถที่จะขยายบริการที่หลากหลายและครอบคลุมไปในธุรกิจอื่นๆ

ตัวอย่างของธุรกิจที่ดักตวงประโยชน์จากการประหยัดต่อขอบเขต (Economies of scope) ได้แก่ ธุรกิจอีคอมเมิร์ซสามารถทำกำไรจากการขายข้อมูลของผู้ใช้บริการเพื่อให้บริษัทสื่อโฆษณา นำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนสื่อโฆษณาต่อไป

ลักษณะของตัวธุรกิจให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ทั้งในเรื่องผลกระทบจากเครือข่าย (Network Externality) การประหยัดจากขนาด (Economy of Scale) และการประหยัดต่อขอบเขต (Economies of scope) เป็นสาเหตุให้โครงสร้างของตลาดเกิดการกระจุกสูงโดยธรรมชาติ และทำให้เหลือผู้มีอำนาจเหนือตลาดเพียงไม่กี่ราย ซึ่งหากตลาดยังดำเนินต่อไปในลักษณะเช่นนี้ ก็มีโอกาสสูงมากที่เกิดเป็นตลาดที่มีผู้เล่นเหลือแค่เพียงรายเดียว หรือ “Winner-take-all” โดยผู้เล่นรายเดียวที่เหลือนี้จะสามารถกินรวบและสร้างอำนาจการต่อรองกับผู้บริโภค และเป็นอุปสรรคต่อผู้ประกอบการรายใหม่ที่มีศักยภาพที่จะเข้ามาแข่งขัน ซึ่งในประเด็นหลังนี้ เป็นสิ่งที่สำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า และคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้าต้องให้ความสนใจอย่างจริงจัง ทั้งนี้ การเป็นผู้มีอำนาจเหนือตลาดในธุรกิจใดธุรกิจหนึ่งยังไม่ใช่ประเด็นที่ต้องกังวล แต่การใช้อำนาจเหนือตลาดของธุรกิจให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ในการกีดกันผู้เล่นรายใหม่เข้าสู่ตลาดได้อย่างเสรีซึ่งจะจำกัดการแข่งขันและลดการพัฒนานวัตกรรมในการนำเสนอบริการที่มีคุณภาพดีขึ้นเพื่อตอบสนองของผู้บริโภค จึงเป็นสิ่งที่ต้องทำความเข้าใจและสร้างกลไกในการกำกับการแข่งขันและส่งเสริมให้บรรยากาศการแข่งขัน ที่กระตุ้นให้เกิดนวัตกรรมในตลาดธุรกิจให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยในบทความตอนถัดไปจะเน้นอธิบายพฤติกรรม