KASIKORNTHAI ECON ANALYSIS

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย
开泰研究中心 KASIKORN RESEARCH CENTER

ตลาดสมาร์ทโฟน 5G ปี 63...ยังคงต้องใช้เวลาก่อนเข้าสู่ตลาดแมส

CURRENT ISSUE
ปีที่ 26 ฉบับที่ 3147
วันที่ 8 ตุลาคม 2563

ประเด็นสำคัญ

- จากสภาวะการแข่งขันที่เข้มข้นขึ้นของภาคธุรกิจโทรคมนาคม ประกอบกับการลงทุนในโครงข่าย 5G ด้วยเม็ดเงินกว่า 1 หมื่นล้านบาท ส่งผลให้**ผู้ประกอบการโทรคมนาคมไทยเร่งขยายฐานผู้ใช้บริการ 5G ผ่านการกระตุ้นผู้บริโภคผันมาใช้งานสมาร์ทโฟน 5G เพื่อปูทางสู่การใช้งานอินเทอร์เน็ต 5G** โดยคาดว่าระยะเวลาในการเปลี่ยนผ่านจากเทคโนโลยี 4G ไปสู่ 5G น่าจะสะท้อนผ่าน 3 ปัจจัยหลัก ได้แก่ ปัจจัยด้านฟังก์ชันของสมาร์ทโฟน ปัจจัยด้านระดับราคาสมาร์ทโฟน 5G และปัจจัยด้านระบบนิเวศของสมาร์ทโฟน 5G
- **ทั้งนี้ การเปลี่ยนผ่านจากสมาร์ทโฟน 4G ไปสู่ 5G น่าจะไม่เกิดขึ้นอย่างมีนัยสำคัญในปีนี้** เนื่องด้วยในระยะเริ่มต้น กลุ่มผู้บริโภคกลุ่มแรกน่าจะเป็นเพียงผู้ที่หลงใหลในเทคโนโลยีสมาร์ทโฟนและมีระดับรายได้สูง ซึ่งถูกกระตุ้นจากปัจจัยด้านฟังก์ชั่นสมาร์ทโฟน 5G ที่อาจจะยังไม่แตกต่างชัดเจนเมื่อเทียบกับ 4G เพียงกลุ่มเดียว แต่ทั้งนี้ ในระยะข้างหน้าที่จำนวนแอปพลิเคชันที่พึ่งพา 5G มีจำนวนเพิ่มขึ้น และระดับราคาของสมาร์ทโฟน 5G ปรับลดลงมาแล้ว น่าจะทำให้ผู้บริโภคโดยมากที่ถึงรอบอายุเฉลี่ยการใช้งานสมาร์ทโฟนที่ราว 3-5 ปี มีแนวโน้มตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน 5G แทน 4G
- ด้วยเหตุนี้ **ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ประเมินว่าการเปลี่ยนผ่านจากสมาร์ทโฟน 4G ไปสู่ 5G ในระดับแมส น่าจะเกิดขึ้นในอีก 3-4 ปีข้างหน้า** โดยคาดว่าจำนวนสมาร์ทโฟนรุ่นใหม่ 5G ที่สามารถจำหน่ายในปีนี้ น่าจะอยู่ที่กว่า 8 หมื่นเครื่อง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.6 ของยอดขายสมาร์ทโฟนทั้งหมดในปีนี้ที่ราว 14.8 ล้านเครื่อง ซึ่งมีแนวโน้มหดตัวลงประมาณร้อยละ 19.0 เทียบกับปีก่อนหน้า ในขณะที่ยอดขายสมาร์ทโฟน 5G ในปีหน้า น่าจะขยับตัวแตะ 1.6 แสนเครื่อง

สืบเนื่องจากการประมูลคลื่นความถี่ 5G ระหว่างผู้ประกอบการโทรคมนาคมรายใหญ่ไทยด้วยเม็ดเงินจำนวนมหาศาลกว่า 1 หมื่นล้านบาท ประกอบกับการเร่งลงทุนในโครงข่ายไร้สาย 5G เพื่อครอบคลุมพื้นที่กรุงเทพและหัวเมืองหลักในประเทศไทย และเตรียมพร้อมต่อการเปิดให้บริการเต็มรูปแบบในอนาคต อีกทั้งการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการโทรคมนาคมรายใหญ่ไทย เพื่อขึ้นเป็นผู้นำของอุตสาหกรรมดังกล่าวก็มีความเข้มข้นมากขึ้น ส่งผลให้**ผู้ประกอบการโทรคมนาคมรายใหญ่ไทยต้องเร่งขยายฐานผู้ใช้บริการ 5G และสร้างรายได้กลับมาจากการลงทุนเทคโนโลยีดังกล่าว** ซึ่งการบรรลุจุดประสงค์ข้างต้น ผู้ประกอบการโทรคมนาคมจะต้องทำให้ผู้บริโภคชาวไทยโดยมากหันมาถือครองสมาร์ทโฟนรุ่นใหม่ 5G เสียก่อน เพื่อเปิดทางผู้บริโภคสู่การใช้บริการอินเทอร์เน็ต 5G **โดยเมื่อพิจารณาประเด็นดังกล่าวประกอบกับสถานการณ์เศรษฐกิจไทยในปัจจุบัน** ผลกระทบของโควิด-19 ในระยะที่ผ่านมาน่าจะทำให้อุปสงค์ต่อการจับจ่ายสินค้าสมาร์ทโฟนมีแนวโน้มชะลอตัว โดยจำนวนสมาร์ทโฟนที่สามารถจำหน่ายได้ในช่วงไตรมาสแรกของปีนี้ปรับตัวลดลงกว่าร้อยละ 10 มาอยู่ที่ 4.3 ล้านเครื่อง เทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนหน้า อีกทั้งยังมี**ปัจจัยที่ไม่เอื้อต่อการผลักดันให้ผู้บริโภคเปลี่ยนมาใช้สมาร์ทโฟน 5G ได้แก่ สเปคเครื่องของสมาร์ทโฟน 5G ที่อาจจะยังไม่สร้างความแตกต่างได้มากพอ ท่ามกลางสินค้าที่มีให้เลือกเป็นจำนวนมากใน**

ระดับราคาที่หลากหลาย ขณะที่ราคาเฉลี่ยของสมาร์ทโฟนรุ่นใหม่ 5G ยังคงเปิดวางจำหน่ายในระดับค่อนข้างสูง รวมถึงศักยภาพของเทคโนโลยี 5G ก็ยังไม่โดดเด่นอย่างชัดเจนเมื่อเทียบกับ 4G ในสายตาผู้บริโภค จึงอาจทำให้สมาร์ทโฟนรุ่นใหม่ 5G ไม่ได้สร้างความน่าดึงดูดเท่าไหร่นักในมุมมองของผู้บริโภค

อย่างไรก็ดี **แม้ปัจจัยดังกล่าวข้างต้นอาจไม่เอื้อต่อการส่งเสริมให้ผู้บริโภคเปลี่ยนมาใช้สมาร์ทโฟนรุ่นใหม่ 5G** ทว่า ด้วยแรงส่งจากวิกฤตโควิดซึ่งกระตุ้นการใช้งานอินเทอร์เน็ต พร้อมผันไลฟ์สไตล์และพฤติกรรมผู้บริโภคเข้าสู่ยุคนิวนอร์มอล (New normal) จากช่องทางออฟไลน์เข้าสู่ออนไลน์เพิ่มมากขึ้น จึงปูทางให้ผู้ประกอบการโทรคมนาคมรายใหญ่ไทยดำเนินกลยุทธ์กระตุ้นการใช้งาน 5G ผ่านสองแนวทางหลัก ได้แก่ **การเปิดให้บริการแพลทฟอร์มที่ต้องพึ่งพาเทคโนโลยี 5G และการนำเสนอโปรโมชั่นแพ็คเกจบริการ 5G ร่วมกับสมาร์ทโฟน 5G เพื่อส่งเสริมให้ผู้บริโภคลงทุนซื้อสมาร์ทโฟนเครื่องใหม่ และกระตุ้นการเปลี่ยนผ่านเทคโนโลยี 4G สู่ 5G ในระยะข้างหน้า**

ปัจจัยแวดล้อมสมาร์ทโฟน 5G...กระทบระยะเวลาการเปลี่ยนผ่านจาก 4G สู่ 5G

ระยะเวลาในการเปลี่ยนผ่านจาก 4G ไป 5G น่าจะได้รับผลกระทบจาก 3 ปัจจัย ได้แก่ **ปัจจัยด้านฟังก์ชั่นของสมาร์ทโฟน 5G ปัจจัยด้านระบบนิเวศของสมาร์ทโฟน 5G และปัจจัยด้านระดับราคาของสมาร์ทโฟน 5G** ซึ่งคาดว่า**ในระยะแรก**ของการเปลี่ยนผ่านจากสมาร์ทโฟน 4G ไปสู่ 5G **กลุ่มผู้บริโภคแรกที่เข้าซื้อสมาร์ทโฟน 5G น่าจะมีเพียงผู้บริโภคที่ชื่นชอบเทคโนโลยีสมาร์ทโฟนเป็นทุนเดิม จึงทำให้ปัจจัยด้านฟังก์ชั่นของสมาร์ทโฟน 5G ถือเป็นตัวแปรหลักกระตุ้นให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน 5G** และ**ในระยะถัดมา** เมื่อถึงรอบการเปลี่ยนสมาร์ทโฟนเครื่องใหม่ที่อัตราเฉลี่ย 3-5 ปีแล้ว **ผู้บริโภคส่วนใหญ่น่าจะเลือกตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนเครื่องใหม่ระหว่างสมาร์ทโฟน 4G และ 5G จากปัจจัยด้านระดับราคาของสมาร์ทโฟน 5G การนำเสนอสินค้าของบรรดาค่ายมือถือ และปัจจัยด้านระบบนิเวศของสมาร์ทโฟน 5G เป็นหลัก**

ทั้งนี้ **เมื่อวิเคราะห์การเปลี่ยนผ่านจาก 4G สู่ 5G ในระยะเบื้องต้น** กลุ่มเป้าหมายแรกที่น่าจะมีศักยภาพเปลี่ยนมาใช้สมาร์ทโฟนรุ่นใหม่ 5G น่าจะเป็น**กลุ่มผู้บริโภคที่มีช่วงรายได้สูงและมีความชื่นชอบและสนใจในเทคโนโลยีสมาร์ทโฟนอยู่ก่อนแล้ว** เนื่องด้วยระดับราคาสมาร์ทโฟนรุ่นใหม่ 5G เปิดวางจำหน่ายที่ระดับราคาเฉลี่ยค่อนข้างสูง โดยมีการปรับเพิ่มจากราคาเฉลี่ยของสมาร์ทโฟน 4G ประมาณร้อยละ 14 มาอยู่ที่กว่า 22,000[1] บาทอีกทั้ง ระบบนิเวศของสมาร์ทโฟน 5G ก็น่าจะยังไม่ได้แตกต่างจาก 4G เท่าไหร่นัก **จึงทำให้ผู้บริโภคที่มีแนวโน้มซื้อสมาร์ทโฟน 5G ในปัจจุบัน น่าจะต้องเป็นกลุ่มที่มีระดับรายได้ค่อนข้างสูง และหลงใหลกับตัวเทคโนโลยีของสมาร์ทโฟนเป็นหลัก** โดยศูนย์วิจัยกสิกรไทยคาดว่า ในปี 2563 ยอดขายสมาร์ทโฟน 5G น่าจะอยู่ที่กว่า 8[2] หมื่นเครื่อง คิดเป็นสัดส่วนราวร้อยละ 0.6 ของยอดขายสมาร์ทโฟนทั้งหมดในปีนี้ที่ราว 14.8 ล้านเครื่อง

ด้วยเหตุนี้ **ปัจจัยด้านฟังก์ชั่นของสมาร์ทโฟน 5G จึงถือเป็นตัวแปรสำคัญที่สะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มอุปสงค์ต่อสมาร์ทโฟน 5G ในช่วงเริ่มต้น โดยสมาร์ทโฟน 5G ในปัจจุบันที่นำเสนอจุดขายเพียงการต่อยอดจากฟังก์ชันแบบเก่า อาจจะยังไม่สร้างความโดดเด่นได้มากพอในสายตาของผู้บริโภคที่จะทำให้มียอดขายสมาร์ทโฟน 5G เป็นจำนวนมากได้ในระยะเริ่มต้น** โดยหากวิเคราะห์ถึงกรณีตัวอย่างของการเปลี่ยนผ่านในอดีต การเปลี่ยนผ่านจากเทคโนโลยี 2G สู่ 3G ได้รับแรงกระตุ้นจากการยกระดับโทรศัพท์มือถือจากฟีเจอร์โฟนไปสู่สมาร์ทโฟน ซึ่งเพิ่มฟังก์ชันความแปลกใหม่ด้านการแชทและส่งรูปภาพ การวีดีโอคอล รวมถึงระบบหน้าจอแบบสัมผัส ซึ่งถือเป็นการยกระดับประสบการณ์สำหรับโทรศัพท์มือถือแบบก้าวกระโดดในขณะนั้น และในระยะถัดมา ทางฝั่งการเปลี่ยนผ่านจากเทคโนโลยี 3G สู่ 4G การเปิดตัวของสมาร์ทโฟนที่รองรับเทคโนโลยีไร้สาย 4G ได้ยกระดับศักยภาพและประสบการณ์

[1] ราคาเฉลี่ยรวมค่อนข้างสูงเนื่องจากรวมราคาของรุ่น Flagship เข้าด้วย แต่ค่ายมือถือส่วนใหญ่ก็มีสมาร์ทโฟน 5G ขายที่ต่ำกว่าราคาเฉลี่ยดังกล่าว

[2] คำนวณจากกลุ่มลูกค้าที่มีศักยภาพรองรับการขาย 5G ได้

ในการใช้งานขึ้นไปอีกขั้น ซึ่งในช่วงเวลาดังกล่าว สมาร์ทโฟน 4G สามารถตอบโจทย์การใช้งานของผู้บริโภคได้ดีกว่าทั้งในแง่ของการใช้งานในชีวิตประจำวัน อาทิ ระบบปฏิบัติการของสมาร์ทโฟนที่มีเสถียรภาพกว่า ทำให้มอบประสบการณ์ใช้งานที่ไม่สะดุดลื่นไหล และมีสเปคเครื่องเพียงพอที่จะใช้งานบางแอปพลิเคชั่นได้อย่างครอบคลุมมากกว่า จึงทำให้คุณสมบัติอันโดดเด่นของสมาร์ทโฟน 4G มีความน่าดึงดูดมากพอที่จะทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน 4G ในขณะนั้น

อย่างไรก็ดี **เมื่อพิจารณาการเปลี่ยนผ่านจากสมาร์ทโฟน 4G ไปสู่ 5G ในระยะถัดมา ที่รอบเฉลี่ยของอายุการใช้งานสมาร์ทโฟนที่ 3-5 ปี** สะท้อนให้เห็นว่า ในระยะข้างหน้า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีแนวโน้มมองหาสมาร์ทโฟนเครื่องใหม่มากขึ้น ส่งผลให้ฐานผู้ใช้งานสมาร์ทโฟน 5G เริ่มปรับตัวเข้าสู่ระดับแมส[3] ดังนั้น **นอกเหนือจากปัจจัยด้านฟังก์ชั่นของสมาร์ทโฟน 5G แล้ว** อีก 2 ปัจจัยหลักที่น่าจะนำมาวิเคราะห์ร่วม เพื่อบ่งชี้ว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่จะมีแนวโน้มตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนเครื่องใหม่แบบ 4G หรือ 5G คือ **ปัจจัยด้านระดับราคาของสมาร์ทโฟน 5G และปัจจัยด้านระบบนิเวศของสมาร์ทโฟน 5G**

หากประเมินปัจจัยด้านระดับราคาเฉลี่ยสมาร์ทโฟน 5G ถึงแม้ว่า**ในระยะที่ผ่านมา** ผู้ประกอบการโทรคมนาคมจะดำเนินกลยุทธ์ทำการตลาดเปิดจำหน่ายสมาร์ทโฟนรุ่นใหม่ 5G ในราคาพิเศษเมื่อทำสัญญาใช้บริการ 5G ตามระยะเวลาขั้นต่ำที่กำหนด เพื่อกระตุ้นการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน 5G พร้อมหยิบยื่นประสบการณ์ใช้งานอินเทอร์เน็ตที่ดียิ่งขึ้นจากเทคโนโลยี 5G แต่ทว่าด้วยระดับราคาเฉลี่ยของสมาร์ทโฟน 5G ในปัจจุบันที่ยังคงอยู่ที่กว่า 22,000 บาท **จึงทำให้ประสิทธิภาพของโปรโมชั่นดังกล่าวในการดึงดูดให้ผู้บริโภคโดยมากตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน 5G น่าจะยังคงไม่มากนัก** อย่างไรก็ดี **ศูนย์วิจัยกสิกรไทย** คาดว่าด้วยการดำเนินกลยุทธ์ด้านราคาของสมาร์ทโฟนสัญชาติจีนเปิดจำหน่ายในราคาต่ำกว่าคู่แข่งในตลาด น่าจะสามารถกดดันให้สมาร์ทโฟน 5G สัญชาติอื่นที่จะเปิดตัวในอนาคต มีแนวโน้มปรับระดับราคาลงเพื่อเสริมศักยภาพการแข่งขันกับสมาร์ทโฟนจีน และเมื่อถึงรอบที่ผู้บริโภคต้องเปลี่ยนสมาร์ทโฟนเครื่องใหม่ที่ประมาณ 3-5 ปี ราคาสมาร์ทโฟนในขณะนั้นน่าจะมีแนวโน้มปรับลดลงมาอยู่ในระดับที่น่าดึงดูดเพียงพอ และมองว่า**แรงเสริมจากความต้องการเปลี่ยนสมาร์ทโฟนเครื่องใหม่ ประกอบกับระดับราคาสมาร์ทโฟน 5G ที่มีแนวโน้มปรับตัวลดลง น่าจะสามารถกระตุ้นให้อุปสงค์ต่อสมาร์ทโฟน 5G ขยายตัวเข้าสู่ระดับแมสได้**

ในขณะเดียวกัน **เมื่อวิเคราะห์ปัจจัยด้านระบบนิเวศของสมาร์ทโฟน 5G** แม้ว่าในปัจจุบัน ผู้ประกอบการโทรคมนาคมไทยจะดำเนินกลยุทธ์ เปิดให้บริการแอปพลิเคชันที่ต้องพึ่งพาเทคโนโลยี 5G อาทิ แพลทฟอร์มสำหรับรับชมคอนเทนต์เสมือนจริง (VR content) แต่ทว่า คอนเทนต์ในแพลทฟอร์มดังกล่าวยังคงขาดความหลากหลาย และยังไม่ได้รับความนิยมในระดับสากล อีกทั้ง**ในปัจจุบัน** ยังไม่มีแอปพลิเคชันระดับสากลที่มีศักยภาพตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์และพฤติกรรมผู้บริโภค ที่ต้องพึ่งพาเทคโนโลยี 5G เปิดให้บริการ ด้วยเหตุนี้ ระบบนิเวศของสมาร์ทโฟน 5G ในปัจจุบันจึงยังไม่แตกต่างจากสมาร์ทโฟน 4G เท่าไหร่นัก และน่าจะยังไม่สามารถสร้างแรงกระตุ้นที่เพียงพอจะให้เกิดอุปสงค์ต่อสมาร์ทโฟน 5G ในระดับแมส อย่างไรก็ดี ผู้ประกอบการเทคโนโลยีรายใหญ่วางแผนเปิดให้บริการแพลทฟอร์มเล่นเกมที่ต้องพึ่งพาความเร็วในการส่งผ่านข้อมูลของอินเทอร์เน็ต 5G โดยแพลทฟอร์มดังกล่าวจะเปิดให้ผู้ใช้บริการเล่นเกมจากเครื่องเกมคอนโซลบนสมาร์ทโฟนกว่า 100 เกมส์ ซึ่งคาดว่าน่าจะกระตุ้นให้อุปสงค์ต่อสมาร์ทโฟน 5G มีแนวโน้มปรับตัวสูงขึ้นช่วงปลายปี **ทั้งนี้ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่าจำนวนแอปพลิเคชันที่สามารถตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์และพฤติกรรมของผู้บริโภคมีแนวโน้มเปิดให้บริการเพิ่มมากขึ้น จนทำให้ระบบนิเวศของสมาร์ทโฟน 5G มีศักยภาพรองรับความต้องการของผู้บริโภคที่หลากหลาย และสามารถดึงดูดให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน 5G แทน 4G เมื่อถึงรอบอายุเฉลี่ยของสมาร์ทโฟนที่ถือครองอยู่**

[3] ระดับแมสหมายถึง ระดับที่มีผู้ใช้งานมากกว่าร้อยละ 30 ของประชากรผู้ใช้สมาร์ทโฟน

กล่าวโดยสรุป การเปลี่ยนผ่านการใช้งานของผู้บริโภคจากสมาร์ทโฟน 4G ไปสู่ 5G ในระดับแมสของประเทศไทยไม่น่าจะเกิดขึ้นอย่างมีนัยสำคัญในปีนี้ เนื่องด้วยในระยะเริ่มต้นของการเปลี่ยนผ่านดังกล่าว ผู้บริโภคที่มีความหลงใหลในเทคโนโลยีสมาร์ทโฟน และมีระดับรายได้ที่สูงน่าจะเป็นกลุ่มแรกที่แสดงอุปสงค์ต่อสมาร์ทโฟน 5G ในปีนี้ จึงทำให้**ปัจจัยด้านฟังก์ชันของสมาร์ทโฟน 5G กลายเป็นตัวแปรหลักกระตุ้นอุปสงค์ต่อสมาร์ทโฟน 5G** แต่ด้วยฟังก์ชั่นของสมาร์ทโฟน 5G ที่อาจจะยังไม่แตกต่างชัดเจนเมื่อเทียบกับสมาร์ทโฟน 4G ประกอบกับสภาวะเศรษฐกิจที่ไม่สู้ดีจึงทำให้ระดับความต้องการสมาร์ทโฟน 5G น่าจะเติบโตไม่ดีเท่าที่ควรในปี 63 แต่อย่างไรก็ดี **ในระยะถัดมา หากจำนวนแอปพลิเคชันที่ต้องพึ่งพา 5G และมีศักยภาพตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์และพฤติกรรมผู้บริโภคเพิ่มสูงขึ้น และระดับราคาสมาร์ทโฟน 5G มีการปรับลดลงมา จากที่สมาร์ทโฟนจีนเปิดจำหน่ายในราคาต่ำกว่าตลาด** น่าจะทำให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่ต้องการเปลี่ยนสมาร์ทโฟนเครื่องใหม่ตามรอบอายุเฉลี่ยการใช้งานสมาร์ทโฟน มีแนวโน้มตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนเครื่องใหม่เป็น 5G แทนสมาร์ทโฟน 4G ด้วยเหตุนี้ **ศูนย์วิจัยกสิกรไทย** วิเคราะห์ว่า ในปีหน้า จำนวนสมาร์ทโฟน 5G น่าจะเริ่มขยับตัวแตะ 1.6 แสนเครื่อง ก่อนจะปรับตัวเข้าสู่ระดับแมสในอีก 3-4 ปีข้างหน้า ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 35 ของประชากรผู้ใช้สมาร์ทโฟนในประเทศไทย นอกจากนี้ เนื่องด้วยระยะห่างระหว่างการเปิดตัวสมาร์ทโฟนรุ่นใหม่ 5G กับ 4G รุ่นล่าสุดไม่ได้ห่างกันมากนัก จึงทำให้ผู้ประกอบการโทรคมนาคมไม่อาจเร่งทำการตลาดสื่อสารว่า 5G ดีกว่า 4G ปีนี้ เพราะมีแนวโน้มทำให้เกิดความไม่พอใจในกลุ่มผู้บริโภคที่เพิ่งซื้อสมาร์ทโฟน 4G และอาจกระทบต่อภาพลักษณ์รวมถึงยอดขายของสมาร์ทโฟน 4G ในอนาคต แต่อย่างไรก็ดี ผู้ประกอบการสมาร์ทโฟนเริ่มดำเนินกลยุทธ์เปิดให้ผู้บริโภคที่เพิ่งซื้อสมาร์ทโฟน 4G อัพเกรดเครื่องเป็น 5G โดยเพิ่มเงินเพียงเล็กน้อย ซึ่งคาดว่าจะช่วยเปิดทางให้ผู้ประกอบการโทรคมนาคมไทยสามารถเดินหน้าโปรโมท 5G ได้อย่างเต็มที่ในระยะข้างหน้า

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย
开泰研究中心 KASIKORN RESEARCH CENTER

Disclaimer

รายงานวิจัยฉบับนี้จัดทำเพื่อเผยแพร่ทั่วไป โดยจัดทำขึ้นจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ที่น่าเชื่อถือ แต่บริษัทฯ มิอาจรับรองความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ หรือความสมบูรณ์เพื่อใช้ในทางการค้าหรือประโยชน์อื่นใด บริษัทฯ อาจมีการเปลี่ยนแปลงปรับปรุงข้อมูลได้ตลอดเวลาโดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า ทั้งนี้ผู้ใช้ข้อมูลต้องใช้ความระมัดระวังในการใช้ข้อมูลต่างๆ ด้วยวิจารณญาณของตนเองและรับผิดชอบในความเสี่ยงเองทั้งสิ้น บริษัทฯ จะไม่รับผิดต่อผู้ใช้หรือบุคคลใดในความเสียหายใดจากการใช้ข้อมูลดังกล่าว ข้อมูลในรายงานฉบับนี้จึงไม่ถือว่าเป็นการให้ความเห็นหรือคำแนะนำในการตัดสินใจทางธุรกิจ แต่อย่างใดทั้งสิ้น