

“Competition is not only the basis of protection to the consumer, but is the incentive to progress” - Herbert Hoover

ยังจำโทรศัพท์มือถือเครื่องแรกของคุณได้มั๊ยครับ

สิบกว่าปีก่อน ต้องคนมีเงินเท่านั้นถึงจะซื้อมือถือได้ เพราะเครื่องหนึ่งตกหลายหมื่นบาทหรือเป็นแสนเลยทีเดียว รุ่นคลาสสิกเห็นจะหนีไม่พ้นรุ่นกระเป๋าทัวร์กับรุ่นกระตักน้ำ ประมาณว่าใช้ไม่กี่ครั้งก็ลามก็ขึ้นแล้ว แถมค่าโทรยังแพงมหาโหด ค่าโทรในกรุงเทพฯ กระเป๋าก็แฟบไปเยอะแล้ว ถ้าโทรไปต่างจังหวัดด้วยยิ่งแล้วใหญ่ เพราะสมัยนั้นยังไม่มีอัตราเดียวโทรได้ทั่วประเทศเหมือนทุกวันนี้

นอกจากจะต้องมีเงิน มีร่างกายที่แข็งแรงแล้ว คนใช้มือถือสมัยนั้นต้องมีความอดทนเป็นเลิศอีกด้วย เพราะสัญญาณไม่ค่อยมี เวลาจะโทรที่แทบจะต้องขี้จักรยานหาคลื่นกันให้ควัก

เรื่องนี้ถ้าลองเล่าให้เด็กวันรุ่นสมัยนี้ฟัง รับรองสายหน้าไม่เชื่อกันเป็นแถว เพราะสิ่งที่เขาเห็นทุกวันนี้แตกต่างกับเรื่องที่เล่าให้ฟังอย่างสิ้นเชิง

เดี๋ยวนี้มือถือเครื่องหนึ่ง ถ้าเอาแบบถูกสุดราคาก็ไม่เกิน 2 พันบาท มีโปรโมชั่นให้เลือกใช้ตามความต้องการ สัญญาณคมชัด โทรไปไหนในประเทศก็อัตราเดียวเท่ากันหมด แถมยังมีบริการเสริมอื่น ๆ อีกมากมาย จะส่งข้อความ ส่งรูป ดูหนัง ฟังเพลง ทำได้หมด และที่สำคัญ ราคาไม่แพง

สิ่งเหล่านี้ไม่ใช่ขอยุ่ ๆ ก็เกิดขึ้นได้เอง แต่มันคือผลที่ได้มาจากการแข่งขันครับ

สมมติว่าในหมู่บ้านหนึ่ง มี “ป้าอ๋ม” เป็นแม่ค้าขายข้าวแกงอยู่เจ้าเดียว หิวขึ้นมาลูกค้ายอมไม่มีทางเลือก ต้องกัดฟันกินข้าวป้าไป ถึงแกจะหน้าบึ้ง ขายก็แพง อาหารก็ไม่อร่อย ก็ต้องทน

แต่ถ้าวันหนึ่งเกิดมี “ป้าเอม” เข้ามาขายแข่งเพิ่มอีกคนในราคาที่ถูกลงหรือมีกับข้าวให้เลือกมากกว่า “ป้าอ๋ม” ก็ต้องปรับกลยุทธ์ใหม่แล้วละครับ จะทำหยังเหมือนเดิมไม่ได้ ต้องจ่อลูกค้ามากขึ้น ตั้งใจทำกับข้าวให้อร่อยขึ้น ตักอาหารให้มากขึ้น พุดจาดิ ยิ้มแย้มแจ่มใสขึ้น เพราะถ้าไม่ทำ มีหวังลูกค้าได้เฮโลไปหา “ป้าเอม” กันหมด

ถามว่าใครคือคนที่ได้ประโยชน์ที่สุดจากการแข่งขันครั้งนี้ ก็ลูกค้าละสิครับ เพราะนอกจากจะอิ่มท้องแล้ว ยังสบายกระเป๋าอีกด้วย

กลไกการแข่งขันเสรีนี้สามารถใช้ได้กับทุกตลาดและทุกอุตสาหกรรมครับ เหมือนในธุรกิจมือถือ ถ้าปล่อยให้ มีผู้ให้บริการอยู่รายเดียว การแข่งขันก็ไม่เกิด และท้ายที่สุดลูกค้าก็ไม่มีทางเลือก ต้องก้มหน้าใช้บริการของเจ้านั้นไป

แต่หลังจากที่มีผู้ให้บริการมากขึ้น ทุกเจ้าก็ต้องพยายามทำให้บริการของตัวเองน่าสนใจที่สุดเพื่อเป็นทางเลือกให้กับลูกค้า กลายเป็นแรงกดดันให้เจ้าตลาดเดิมที่เคยผูกขาดการให้บริการไว้คนเดียวต้องเริ่มขยับปรับปรุงบริการและราคาให้ดึงดูดใจมากขึ้นเพื่อรักษาฐานลูกค้าเอาไว้

ดังนั้น หลังจากการแข่งขันเริ่มขึ้น เราจะเห็นความเคลื่อนไหวหลายอย่างที่กันไปทิศทางที่ดี ไม่ว่าจะเป็น การลดค่าบริการ การขยายเครือข่าย การพัฒนางานบริการลูกค้า การคิดค้นรูปแบบบริการใหม่ ๆ ฯลฯ เมื่อมีจำนวนผู้ใช้มือถือมากขึ้น ผู้ผลิตเครื่องก็พลอยแข่งขันกันมากขึ้นไปด้วย ทำให้ราคาเครื่องลดต่ำลงหลายเท่า

ซึ่งทั้งหมดนี้จะไม่มีการเกิดขึ้นได้เลย ถ้าไม่มีการแข่งขัน

แต่ถ้าจะให้ดีไปกว่านี้ การแข่งขันก็ต้องอยู่บนพื้นฐานที่เท่าเทียมกันด้วยนะครับ จากที่เห็นในหลายประเทศทั่วโลก การแข่งขันที่เท่าเทียมและเป็นธรรมคือปัจจัยหลักในการผลักดันให้ตลาดมีการพัฒนาอย่างเป็นระบบ

ผู้ให้บริการมีแรงจูงใจในการขยายการให้บริการออกไปมากขึ้น โดยเฉพาะในชนบทที่ห่างไกล ในขณะที่ผู้บริโภคก็มีทางเลือกมากขึ้น

ทุกวันนี้ในบางประเทศมีจำนวนผู้ใช้บริการมือถือถึงกว่า 90% ของประชากรทั้งประเทศ ซึ่งหากวันใดที่ผู้ให้บริการในประเทศไทยสามารถแข่งขันกันบนพื้นฐานที่เท่าเทียมกัน ผมเชื่อว่าตลาดมือถือบ้านเราก็น่าจะเติบโตได้ไม่น้อยหน้าประเทศอื่น

ที่สำคัญการแข่งขันก็น่าสนุกขึ้นด้วย เพราะผู้ให้บริการทุกรายสามารถแข่งกันได้อย่างเต็มที่ และแทนที่จะแข่งกันเรื่องราคาอย่างเดียว ก็ต้องหันมาแข่งกันในเรื่องของคุณภาพของบริการมากขึ้นด้วย ท้ายที่สุดแล้วผู้บริโภคจะเป็นผู้ตัดสินเองว่าบริการของใครดีกว่ากัน

นี่ล่ะครับคือความสวยงามของการแข่งขันที่พวกเราทุกคนอย่างเห็น.