



กตป.
คณะกรรมการติดตาม และ
ประเมินผลการปฏิบัติงาน



รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report)

จ้างที่ปรึกษาเพื่อติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลตามนโยบาย กสทช.
ที่สำคัญในด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567

เสนอต่อ

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์
และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ

เสนอโดย

สำนักพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และพันธกิจสังคม
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

“ในฐานะ กตป. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค มีความรู้สึกที่ต้องการบอก
แก่ประชาชนชาวไทยว่า **เราทุกคนมีความสำคัญอย่างยิ่งในฐานะ “พลเมืองตื่นรู้”**
และการพัฒนาประเทศจำเป็นต้องมาจากการมีส่วนร่วมของประชาชนที่แท้จริง
กสทช. เป็นองค์กรของรัฐองค์กรหนึ่งที่ต้องการการมีส่วนร่วมจากประชาชนทุกคน
ในการร่วมติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการทำงานของ กสทช. เช่นเดียวกับ กตป.”



สารจาก กตป. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

ตามที่พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และที่แก้ไขเพิ่มเติม กำหนดให้คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) มีอำนาจหน้าที่ในการกำกับดูแลกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สูงสุดของประชาชนและความมั่นคงของรัฐ และประโยชน์สาธารณะ ในขณะเดียวกันได้กำหนดให้มีการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการปฏิบัติงานและการบริหารงาน โดยคณะกรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน (กตป.) ซึ่งประกอบด้วย กรรมการ 5 ด้าน ตามความเชี่ยวชาญที่กฎหมายกำหนด ได้แก่ 1) ด้านกิจการกระจายเสียง 2) ด้านกิจการโทรทัศน์ 3) ด้านกิจการโทรคมนาคม 4) ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และ 5) ด้านการส่งเสริมสิทธิและเสรีภาพของประชาชน

คณะกรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานทำหน้าที่เสมือนหนึ่งเป็นตัวแทนของประชาชนในการเฝ้าติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการดำเนินงานและการบริหารงานของคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ หรือ กสทช. สำนักงาน กสทช. เลขานุการ กสทช. เป็นประจำทุกปี ซึ่งการดำเนินการตั้งอยู่บนพื้นฐานข้อเท็จจริง มีการรับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวบรวมข้อมูลอย่างครบถ้วนรอบด้านทั้งข้อมูลเชิงปริมาณและข้อมูลเชิงคุณภาพ ทั้งนี้ การดำเนินการเพื่อติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการปฏิบัติงานของ กสทช. นั้น คณะกรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน มีแนวทางดำเนินการเพื่อติดตามและประเมินผลตามนโยบาย กสทช. เป็นรายด้านมุ่งเน้นการดำเนินการเชิงรุก เพื่อให้ได้ผลการศึกษาดูตามประเมินผลที่ทันต่อสถานการณ์ นำไปใช้ประโยชน์ทางวิชาการ สามารถนำข้อมูลข้อเสนอแนะไปสู่การปรับปรุง และพัฒนาได้อย่างเป็นรูปธรรม

โดยในปี 2567 กรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

มีประเด็นสำคัญด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่ต้องการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผล 2 เรื่อง คือ 1) การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลเงื่อนไขหรือมาตรการเฉพาะภายหลังการรวมธุรกิจระหว่างบริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวอร์ค จำกัด (AWN) และบริษัท ทริปเปิลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) (3BB) เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค และ 2) การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผล การสนับสนุน ส่งเสริม และคุ้มครองผู้บริโภคของกองทุนวิจัยและพัฒนา กิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.) ดิจิทัลมีเดียให้มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ (ม.อ.) เป็นที่ปรึกษาเพื่อติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลตามนโยบาย กสทช. ที่สำคัญในด้านการคุ้มครองผู้บริโภค โดยมีวัตถุประสงค์สำคัญเพื่อรวบรวมข้อมูลวิเคราะห์ สังเคราะห์ สรุปผล ผลกระทบที่เกิดขึ้น ข้อเสนอแนะ และมาตรการกำกับดูแลที่เหมาะสม จากนโยบาย กสทช. ที่สำคัญในด้านการคุ้มครองผู้บริโภคประจำปี 2567



ด้วยความคาดหวังว่าการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลนโยบาย กสทช. ที่สำคัญในด้านการคุ้มครอง
 ผู้บริโภคในครั้งนี้ จะสามารถทำให้ประชาชนเข้าใจบทบาทภารกิจของ กตป. บทบาทภารกิจของ กสทช. และที่สำคัญ
 สามารถเป็นเสมือนกระจกสะท้อนมุมมองความคิดเห็นของประชาชนในฐานะที่เป็นผู้ใช้บริการหรือผู้บริโภคของ
 กสทช. ได้เป็นอย่างดี และสามารถนำไปสู่การพัฒนาในส่วนงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคให้มี
 ประสิทธิภาพต่อไป

นางสาวอารีวรรณ จตุทอง
 กตป. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค



Messenger from the NTA: Consumer Protection

According to the Act on Spectrum Allocation and Regulation of Radio Broadcasting, Television and Telecommunications Business, B.E. 2553 (2010) and its amendments, the National Broadcasting, Television, and Telecommunications Commission (NBTC) has the authority and duty to supervise broadcasting, television, and telecommunications businesses in the best interests of the people, state security, and the public interest. Audit and evaluate performance and management. The Performance Monitoring and Evaluation Committee (CAT) consists of five members, each selected based on the expertise required by law: 1) broadcasting, 2) television, 3) telecommunications, 4) consumer protection, and 5) the promotion of people's rights and freedoms. The Performance Monitoring and Evaluation Committee serves as a public representative in monitoring, auditing, and evaluating the performance and management of the Broadcasting Commission. The National Broadcasting and Telecommunications Commission (NBTC) Office, overseen by the Secretary-General, is based on information, ensuring stakeholders' opinions are considered. Comprehensive data, both quantitative and qualitative, is collected. The NBTC Monitoring and Evaluation Committee is responsible for overseeing, auditing, and evaluating the performance of the NBTC. Established guidelines facilitate the monitoring and evaluation of results under the NBTC policy. Each aspect concentrates on proactive measures to obtain timely follow-up and evaluation results relevant to the current situation. This information can be used for

academic purposes, providing data and recommendations for concrete improvements and development. In 2024, the Committee for Monitoring and Evaluation of Consumer Protection There are important consumer protection issues that need to be monitored. Audit and evaluation of 2 matters: 1) Monitoring, inspection and evaluation of specific conditions or measures after the business combination between Advanced Wireless Network Co., Ltd. (AWN) and Triple T Broadband Public Company Limited (3BB) and 2) monitoring, auditing, and evaluation. Support the promotion and consumer Protection of the Broadcasting, Television and Telecommunications Research and Development Fund for the Public Interest (NBTC). I have appointed Prince of Songkla University (PSU) as a consultant to monitor and evaluate the results in line with the NBTC policy, which is significant in the realm of consumer protection. The primary objectives are to collect data for analysis, synthesis, conclusion, impact, suggestions, and relevant regulatory measures based on the NBTC policy. This is significant in the realm of consumer protection in 2024.

With the expectation of overseeing the monitoring and evaluation of the NBTC policy, significant advancements in the field of consumer protection are anticipated. This time, the public will better understand the role and mission of the CAT. More importantly, the roles and missions of the NBTC can reflect the public's views as users or consumers of the NBTC. This can lead to the development of operations in related departments and continue to protect consumers effectively.

Miss Ariwan Chatuthong
The SEC Consumer Protection

สารบัญ

เนื้อหา	หน้า
สารจาก กตป. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค.....	๗
บทสรุปผู้บริหาร.....	๘
Executive Summary.....	๑๐
บทที่ 1 บทนำ	1
1. หลักการและเหตุผล	1
2. วัตถุประสงค์.....	5
3. ระเบียบวิธีการศึกษา	5
3.1 กรอบแนวคิดการศึกษา.....	5
3.2 ระเบียบวิธีการศึกษา	7
4. ขอบเขตการดำเนินงาน	10
5. ผลที่คาดว่าจะได้รับ	21
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	22
1. รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย	24
2. ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561 - 2580).....	26
3. แผนปฏิรูปประเทศ (ฉบับปรับปรุง).....	26
4. นโยบายของคณะรัฐมนตรี นางสาวแพทองธาร ชินวัตร นายกรัฐมนตรี แลงต่อรัฐสภา เมื่อวันที่พฤษภาคมที่ 12 กันยายน 2567	27
5. นโยบายและแผนระดับชาติ ว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม	28
6. แผนแม่บทการบริหารคลื่นความถี่ (พ.ศ. 2562) และฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2564).....	30
7. แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2563 - 2568).....	30
8. แผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม ฉบับที่ 3 พ.ศ. 2567-2571	32
9. แผนยุทธศาสตร์ สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการ โทรคมนาคมแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2565 - 2570).....	33
10. แผนปฏิบัติการ สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการ โทรคมนาคมแห่งชาติ ประจำปี 2567	38
11. พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553	39
12. พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2560	41
13. พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2562	42

สารบัญ (ต่อ)

เนื้อหา	หน้า
14. พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2564	42
15. พระราชบัญญัติการประกอบกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2544	43
16. พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540	44
17. ประกาศคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง มาตรฐานของสัญญาให้บริการ โทรคมนาคม พ.ศ. 2559.....	45
18. ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง กระบวนการรับและพิจารณาเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการประกอบกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2559	46
19. ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง การกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2555	47
20. ประกาศสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และโทรคมนาคม แห่งชาติ เรื่อง แนวทางการพิจารณาเกี่ยวกับการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคตาม ข้อ 5 (12) ของประกาศ คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการ โทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง การกระทำ ที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2555 และฉบับเพิ่มเติม.....	48
21. ประกาศสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการ โทรคมนาคม แห่งชาติ เรื่อง แนวทางการพิจารณาเกี่ยวกับการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคตาม ข้อ 5 (10) ของประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการ โทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง การกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการ กระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2555.....	49
22. ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง การกระทำที่นั้นจะเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม โดยอาศัยเครือข่าย หรือ การโฆษณาอันมีลักษณะเป็นการค้ากำไรเกินควร หรือก่อให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญ พ.ศ. 2558	49
23. ประกาศสิทธิการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อประโยชน์ในการคุ้มครองประชาชน	50
24. คำประกาศสิทธิผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตทางสาย	51
25. ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง มาตรการคุ้มครองสิทธิของผู้ใช้บริการโทรคมนาคมเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล สิทธิใน ความเป็นส่วนตัว และเสรีภาพในการสื่อสารถึงกันโดยทางโทรคมนาคม.....	51
26. ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง กำหนดระยะเวลาการพิจารณาคำขอหรือคำร้องเรียนในกิจการโทรคมนาคม.....	53
27. กฎหมายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง	54

สารบัญ (ต่อ)

เนื้อหา	หน้า
28. คณะอนุกรรมการและสำนักในสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค	54
29. บทบาทและหน้าที่ของ กสทช. สำนักงาน กสทช. เลขาธิการ กสทช.....	57
30. บทบาทและหน้าที่ของคณะกรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน (กตป.).....	64
31. งานวิจัยที่มีประเด็นเกี่ยวข้องกับสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.).....	66
32. การจัดทำบันทึกความร่วมมือทางวิชาการหรือความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน	79
33. รายงานการประชุมคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติที่เกี่ยวข้องกับการรวมธุรกิจระหว่างบริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวอร์ค จำกัด (AWN) และบริษัท ทริปเปิลที บรอด แบนด์ จำกัด (มหาชน) (3BB) เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค	81
34. สถานการณ์และความเป็นมาของกองทุน กทปส.	87
35. รายงานการติดตามและประเมินผลโครงการประจำปีจากแหล่งอื่นที่เกี่ยวข้อง	103
บทที่ 3 ผลการศึกษาการรวบรวมข้อมูลและข้อคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประเด็นที่ 1 การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลเงื่อนไขหรือมาตรการเฉพาะภายหลังการรวมธุรกิจระหว่าง บริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวอร์ค จำกัด (AWN) และบริษัท ทริปเปิลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) (3BB) เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค	126
ผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณ	127
ตอนที่ 1 ผลการรวบรวมข้อมูลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการสำรวจด้วยแบบสอบถาม	127
ผลการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ.....	152
ตอนที่ 2 ผลการรวบรวมข้อคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการประชุมระดมคลังสมอง	152
ตอนที่ 3 ผลการรวบรวมข้อคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการสัมภาษณ์เชิงลึก	154
ตอนที่ 4 ผลการรวบรวมข้อคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการสนทนากลุ่ม	157
ตอนที่ 5 ผลการรวบรวมข้อคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการสนทนากลุ่มย่อย	158
ตอนที่ 6 ผลการรวบรวมข้อคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการประชุมรับฟังความคิดเห็น สาธารณะ	160
ตอนที่ 7 การวิพากษ์ผลการศึกษาโดยผู้เชี่ยวชาญ	163
บทที่ 4 ผลการศึกษาการรวบรวมข้อมูลและข้อคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประเด็นที่ 2 การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผล การสนับสนุนส่งเสริม และการคุ้มครองผู้บริโภคของกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.) ในการพัฒนางานคุ้มครองผู้บริโภค.....	165
ผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณ	165

สารบัญ (ต่อ)

เนื้อหา	หน้า
ตอนที่ 1 ผลการรวบรวมข้อมูลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการสำรวจด้วยแบบสอบถาม	165
ผลการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ	186
ตอนที่ 2 ผลการรวบรวมข้อคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการระดมคลังสมอง	186
ตอนที่ 3 ผลการรวบรวมข้อคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการสัมภาษณ์เชิงลึก	187
ตอนที่ 4 ผลการรวบรวมข้อคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการจัดสนทนากลุ่ม	197
ตอนที่ 5 ผลการรวบรวมข้อคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการจัดสนทนากลุ่มย่อย	199
ตอนที่ 6 ผลการรวบรวมข้อคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการประชุมรับฟังความคิดเห็น สาธารณะ	200
ตอนที่ 7 การวิพากษ์ผลการศึกษาโดยผู้เชี่ยวชาญ	203
บทที่ 5 บทสรุปและข้อเสนอแนะ	205
1. การวิเคราะห์ สรุปผล และข้อเสนอแนะการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลเงื่อนไขหรือ มาตรการเฉพาะภายหลังการรวมธุรกิจระหว่างบริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวอร์ค จำกัด (AWN) และบริษัท ทริปเปิลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) (3BB) เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค	205
1.1 มติที่ประชุม กสทช. นัดพิเศษ ครั้งที่ 12/2566 เมื่อวันศุกร์ที่ 10 พฤศจิกายน 2566 วาระที่ 5 เรื่องเสนอเพื่อพิจารณา 5.1 การรายงานการรวมธุรกิจระหว่างบริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวอร์ค จำกัด (AWN) และบริษัท ทริปเปิลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) (3BB) ในมาตรการเพื่อการควบรวมกิจการเพื่อป้องกันการผูกขาดและเป็นการคุ้มครองผู้บริโภค จำนวน 22 ข้อ ใน 3 เรื่องที่ต้องปฏิบัติ รวมทั้งรวบรวมสถานการณ์ความเป็นมาของปัญหา ในเรื่องที่ศึกษา	209
1.2 วิเคราะห์มาตรการที่เกี่ยวข้องด้านการคุ้มครองผู้บริโภคและผลกระทบที่เกิดขึ้น ใน 2 เรื่องหลัก ในทุกมิติ คือ (1) อัตราค่าบริการและคุณภาพการให้บริการ และ (2) กลไกการติดตามและ ประเมินผลการรวมธุรกิจ โดยมีมาตรการเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคในทุกมิติ ..	210
1.3 วิเคราะห์รายการส่งเสริมการขาย (Package) โดยวิเคราะห์การคุ้มครองผู้บริโภค ผู้ใช้บริการ ปัจจุบัน จากการคงรายการส่งเสริมการขาย คุณภาพให้บริการ และราคาแก่ผู้ใช้บริการ	221
1.4 การรักษาคุณภาพการให้บริการ (QoS) ตามประกาศ กสทช. เรื่อง มาตรฐานของคุณภาพ การให้บริการโทรคมนาคม	226
1.5 การอำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้บริการ เช่น ช่องทางการให้บริการที่สะดวก รวดเร็ว เข้าถึงง่าย การใช้บริการอินเทอร์เน็ตประจำที่ได้ตามความต้องการของผู้ใช้บริการปลายทาง โดยปราศจาก ข้อจำกัด และอื่น ๆ	229
1.6 การให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการใช้บริการที่ครบถ้วนแก่ผู้ใช้บริการ โดยต้องกำหนดและ แสดงอัตราค่าบริการแยกตามรายบริการ (Unbundle) หรือการส่งเสริมการขายแบบ แยกรายบริการ (Unbundle Package) และอื่น ๆ	230
1.7 ประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ต่อสาธารณะที่คงไว้ซึ่งบริการที่มีคุณภาพ และราคาค่าบริการ ที่เป็นธรรม	231

สารบัญ (ต่อ)

เนื้อหา	หน้า
1.8 การยึดหลักความเป็นกลางทางอินเทอร์เน็ต (Net Neutrality).....	232
1.9 การแจ้งให้ผู้ใช้บริการทราบถึงการรวมธุรกิจและการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขการให้บริการ บางประการ เช่น การเปลี่ยนชื่อผู้ให้บริการ ช่องทางในการติดต่อ แอปพลิเคชัน และศูนย์รับเรื่อง.....	233
1.10 การปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการดูแลอัตราค่าบริการของประกาศ กสทช. อย่างเคร่งครัด รวมทั้งประกาศ กสทช. อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค	234
1.11 วิเคราะห์ผลกระทบการรวมธุรกิจเป็นการลดหรือขัดขวางต่อการใช้บริการโทรคมนาคม.....	234
1.12 วิเคราะห์ปัญหาหรืออุปสรรคที่เกิดขึ้นต่อการคุ้มครองผู้บริโภค และแนวทางแก้ไขหรือ ข้อเสนอแนะต่างๆ	240
1.13 ศึกษากรณีการรวมธุรกิจระหว่างบริษัทโทรคมนาคมในประเทศต่างๆ อย่างน้อย 3 ประเทศ เพื่อเป็นข้อมูลประกอบหรือเปรียบเทียบในมิติการคุ้มครองผู้บริโภคในด้านการกำหนดนโยบาย หรือมาตรการเฉพาะว่าเป็นอย่างไร และวิเคราะห์ผลกระทบที่เกิดขึ้นทั้งด้านดีและเสีย	242
1.14 วิเคราะห์ความมีประสิทธิภาพ (Efficiency) และประสิทธิผล (Effective) จากการรวมธุรกิจ ที่มีผลต่อการคุ้มครองผู้บริโภค	247
1.15 วิเคราะห์กลไกการติดตามและประเมินผลการรวมธุรกิจ ว่าภายหลังการรวมธุรกิจแล้ว มีเรื่องร้องเรียนว่ามีพฤติกรรมหรือเหตุอันเป็นการผูกขาดหรือลดหรือทำให้มีเงื่อนไข หรือมาตรการที่ควรระวัง ยกเลิกหรือปรับปรุงใหม่ เพื่อให้มีความเหมาะสมยิ่งขึ้น	248
2. การวิเคราะห์ สรุปผล และข้อเสนอแนะการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการสนับสนุน ส่งเสริม และการคุ้มครองผู้บริโภคของกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.).....	274
2.1 วิเคราะห์และเชื่อมโยงกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป โดยเชื่อมโยงถึงยุทธศาสตร์ชาติ และแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ นโยบายและแผนระดับชาติ แผนการพัฒนาดิจิทัล และเพื่อเศรษฐกิจและสังคม แผนแม่บทต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ แผนปฏิบัติการ ว่าด้วยการ ส่งเสริมการใช้ประโยชน์เทคโนโลยี 5G ของประเทศไทย ระยะที่ 6 (พ.ศ. 2566-2570) แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2563-2568) และแม่บท กิจการโทรคมนาคม แผนแม่บทการบริหารคลื่นความถี่หรือแผนการจัดให้มีบริการโทรคมนาคม พื้นฐานโดยทั่วถึงและบริการสังคม และประกาศคณะกรรมการบริหาร กทปส. เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการและเงื่อนไขการใช้จ่ายเงิน กทปส.....	274
2.2 วิเคราะห์การจัดสรรเงินทุนตามนโยบายภารกิจ และวัตถุประสงค์ของ กทปส. ในมิติต่างๆ	278
2.3 วิเคราะห์โครงการที่ดำเนินการแล้วเสร็จในปี 2566 และอยู่ระหว่างดำเนินการในปี 2567.....	279
2.4 วิเคราะห์ความทับซ้อนในการสนับสนุนหรือจัดสรรเงินทุนกับหน่วยงานการที่ได้รับทุน โดยไม่ผ่านกระบวนการงบประมาณแผ่นดิน	281

สารบัญ (ต่อ)

เนื้อหา	หน้า
2.5 การติดตามและประเมินผลโครงการที่ได้รับการอนุมัติในปี 2566-2567 ในด้านประสิทธิภาพ และประสิทธิผล ผลกระทบที่เกิดขึ้นในมิติด้านเศรษฐศาสตร์ สังคม และการคุ้มครองผู้บริโภค ในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม รวมทั้ง กลุ่มผู้มีส่วนได้ ส่วนเสีย เช่น คนพิการ กลุ่มเปราะบาง และกลุ่มคนชายขอบ	282
2.6 วิเคราะห์การดำเนินการตามวัตถุประสงค์ของ กทปส. ตามมาตรา 52(4) และมาตราอื่น ที่เกี่ยวข้อง.....	286
2.7 ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนา กทปส. โดยเฉพาะประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ การคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม	288
บรรณานุกรม.....	304

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปการจัดประชุมระดมคณคลังสมอง (Think Tank) ประเด็นที่ 1.....	15
ตารางที่ 2 ข้อมูลทั่วไปการจัดประชุมระดมคณคลังสมอง (Think Tank) ประเด็นที่ 2.....	15
ตารางที่ 3 ข้อมูลทั่วไปการจัดประชุมสนทนากลุ่ม (Focus Group) ประเด็นที่ 1.....	16
ตารางที่ 4 ข้อมูลทั่วไปการจัดประชุมสนทนากลุ่ม (Focus Group) ประเด็นที่ 2.....	16
ตารางที่ 5 ข้อมูลทั่วไปการจัดประชุมสนทนากลุ่มย่อย (Interview Group).....	17
ตารางที่ 6 ข้อมูลทั่วไปการจัดประชุมเวทีรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ (Public Hearing).....	17
ตารางที่ 7 กลุ่มตัวอย่างการเก็บข้อมูลแบบสอบถาม.....	18
ตารางที่ 8 ประสิทธิภาพ ประสิทธิผล ผลกระทบ และความยั่งยืนของโครงการที่ให้ทุน.....	69
ตารางที่ 9 นิยามและขอบเขตของตลาดโทรคมนาคมที่เกี่ยวข้อง พ.ศ. 2562.....	117
ตารางที่ 10 ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตบ้านที่ใช้ภายในปัจจุบัน.....	130
ตารางที่ 11 ระยะเวลาการใช้บริการกับผู้ให้บริการรายปัจจุบัน.....	131
ตารางที่ 12 ความเร็วอินเทอร์เน็ตบ้านที่ใช้ภายใน.....	131
ตารางที่ 13 ค่าบริการอินเทอร์เน็ตบ้านต่อเดือน.....	132
ตารางที่ 14 การใช้บริการแพ็คเกจฟ่วงโทรศัพท์มือถือและอินเทอร์เน็ตบ้าน.....	132
ตารางที่ 15 ส่วนลดที่ได้รับจากแพ็คเกจฟ่วง.....	133
ตารางที่ 16 การเปลี่ยนผู้ให้บริการในรอบ 1 ปี.....	133
ตารางที่ 17 เหตุผลในการเปลี่ยนผู้ให้บริการ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ).....	135
ตารางที่ 18 การรับรู้เกี่ยวกับการรวมธุรกิจระหว่าง AWN และ 3BB.....	135
ตารางที่ 19 ช่องทางการรับรู้เกี่ยวกับการรวมธุรกิจ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ).....	136
ตารางที่ 20 ช่วงเวลาที่รับทราบการรวมธุรกิจ.....	137
ตารางที่ 21 ความคิดเห็นต่อผลกระทบจากการรวมธุรกิจที่มีต่อผู้ใช้บริการ.....	137
ตารางที่ 22 ความคิดเห็นต่อผลกระทบต่อการแข่งขันในตลาดอินเทอร์เน็ตบ้าน.....	138
ตารางที่ 23 ผลกระทบต่อคุณภาพและราคาการให้บริการในด้านต่างๆ.....	140
ตารางที่ 24 ความคิดเห็นต่อมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค.....	142
ตารางที่ 25 ความพึงพอใจต่อมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค.....	144
ตารางที่ 26 ผลกระทบจากการรวมธุรกิจต่อการใช้บริการโทรศัพท์มือถือ.....	146
ตารางที่ 27 ความเห็นต่อความถี่ในการติดตามและประเมินผล.....	146
ตารางที่ 28 ช่องทางที่เหมาะสมในการรับฟังความคิดเห็น (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ).....	147
ตารางที่ 29 หน่วยงานที่ควรรับผิดชอบการติดตามประเมินผล (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ).....	148
ตารางที่ 30 ระดับความเชื่อมั่นต่อการติดตามและประเมินผล.....	148
ตารางที่ 31 สาเหตุของการขาดความเชื่อมั่น (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ).....	149
ตารางที่ 32 ข้อมูลที่ควรเปิดเผยต่อสาธารณะ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ).....	149
ตารางที่ 33 การบังคับใช้บทลงโทษ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ).....	150

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 34 การรับรู้ช่องทางร้องเรียน	150
ตารางที่ 35 ช่องทางร้องเรียน	151
ตารางที่ 36 ข้อมูลทั่วไปการจัดประชุมระดมคลังสมอง (Think Tank).....	152
ตารางที่ 37 ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึก	154
ตารางที่ 38 การรับรู้เกี่ยวกับกองทุน กทปส.	169
ตารางที่ 39 แหล่งที่มาของข้อมูลเกี่ยวกับกองทุน กทปส. (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	169
ตารางที่ 40 การรับรู้วัตถุประสงค์ของกองทุน กทปส. (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	170
ตารางที่ 41 การรับทราบเกี่ยวกับโครงการที่ได้รับการสนับสนุน	171
ตารางที่ 42 ความสำคัญของกองทุน กทปส. ต่อการพัฒนา	172
ตารางที่ 43 การรับรู้สิทธิในการเสนอโครงการ.....	172
ตารางที่ 44 ความคิดเห็นต่อการมีส่วนร่วมของประชาชน	173
ตารางที่ 45 รูปแบบการมีส่วนร่วมที่ต้องการ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	173
ตารางที่ 46 ความคิดเห็นต่อความโปร่งใสในการเปิดเผยข้อมูล	174
ตารางที่ 47 การได้รับประโยชน์จากโครงการของกองทุน.....	174
ตารางที่ 48 ลักษณะประโยชน์ที่ได้รับ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	175
ตารางที่ 49 การรับรู้ช่องทางร้องเรียน/แสดงความคิดเห็น	175
ตารางที่ 50 ช่องทางที่จะใช้ร้องเรียน/แสดงความคิดเห็น (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ).....	176
ตารางที่ 51 ประสิทธิภาพการดำเนินงานของกองทุน.....	176
ตารางที่ 52 ความพึงพอใจต่อการดำเนินงานในด้านต่างๆ.....	178
ตารางที่ 53 ค่าเฉลี่ยการจัดลำดับความสำคัญของการปรับปรุง.....	180
ตารางที่ 54 ด้านที่ควรได้รับการสนับสนุนมากที่สุด (เลือก 3 อันดับ).....	181
ตารางที่ 55 ความเหมาะสมของการจัดสรรเงินทุน.....	181
ตารางที่ 56 สาเหตุของการจัดสรรเงินทุนที่ไม่เหมาะสม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	182
ตารางที่ 57 การมีส่วนช่วยพัฒนากิจการ	183
ตารางที่ 58 ความเห็นต่อการปรับปรุงโครงสร้างการบริหาร	183
ตารางที่ 59 ด้านที่ควรปรับปรุง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	184
ตารางที่ 60 ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึก	188
ตารางที่ 61 แสดงข้อมูลเหตุผลในการย้ายค่าย.....	207
ตารางที่ 62 สรุปการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการจัดประชุม	208
ตารางที่ 63 วิเคราะห์มาตรการที่เกี่ยวข้องด้านการคุ้มครองผู้บริโภคและผลกระทบที่เกิดขึ้นในด้านอัตรา ค่าบริการและคุณภาพการให้บริการ.....	211
ตารางที่ 64 วิเคราะห์มาตรการที่เกี่ยวข้องด้านการคุ้มครองผู้บริโภคและผลกระทบที่เกิดขึ้นในด้านกลไกการ ติดตามและประเมินผลการรวมธุรกิจ.....	217

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 65 เปรียบเทียบค่าบริการเน็ตบ้าน FIBRE ปี 2024 (2567)	222
ตารางที่ 66 จำนวนและร้อยละการทราบการรวมธุรกิจของ 3BB และ AWN.....	233
ตารางที่ 67 ความคิดเห็นต่อผลกระทบจากการควบรวมธุรกิจระหว่าง 3BB และ AWN.....	235
ตารางที่ 68 จำนวนและร้อยละของผู้รายงานว่าคุณภาพการให้บริการอินเทอร์เน็ตบ้านมีคุณภาพแย่ลง.....	235
ตารางที่ 69 คุณภาพการให้บริการอินเทอร์เน็ตบ้าน.....	236
ตารางที่ 70 จำนวนและค่าร้อยละของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตบ้านต่อคุณภาพการบริการอินเทอร์เน็ตบ้านจำแนกตามผู้ให้บริการ.....	237
ตารางที่ 71 จำนวนและร้อยละของผู้รายงานว่าราคาให้บริการอินเทอร์เน็ตบ้านมีราคาแพงขึ้น	238
ตารางที่ 72 สรุปผลการควบรวมธุรกิจโทรคมนาคมกรณีต่างประเทศ	245
ตารางที่ 73 ช่องทางที่เหมาะสมในการรับฟังความคิดเห็นของประชาชน	252
ตารางที่ 74 หน่วยงานรับผิดชอบติดตามและประเมินผลหลังรวมธุรกิจ.....	253

สารบัญภาพ

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการศึกษา	6
ภาพที่ 2 กระบวนการเชื่อมโยงการดำเนินงานกับ กสทช.	93
ภาพที่ 3 การยื่นทุนโครงการประเภทที่ 1 ทุนเปิดกว้าง (Open Grant).....	96
ภาพที่ 4 การยื่นทุนตามนโยบายของคณะกรรมการบริหารกองทุน (Strategic Grant).....	96
ภาพที่ 5 ทุนตามแนวนโยบายแห่งรัฐ	98
ภาพที่ 6 การยื่นขอทุนต่อเนื่อง	99
ภาพที่ 7 การยื่นขอทุนโครงการประเภทที่ 3 โครงการที่ กสทช. ประกาศกำหนด	101
ภาพที่ 8 ผู้มีสิทธิ์ขอรับทุนจาก กทปส. ในแต่ละวัตถุประสงค์.....	102
ภาพที่ 9 การเปลี่ยนแปลงแนวการพิจารณาการควมรวมบริษัทระหว่างปี 2010 และปี 2023	119
ภาพที่ 10 ข้อมูลเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม	127
ภาพที่ 11 ข้อมูลอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม	128
ภาพที่ 12 ข้อมูลระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม	128
ภาพที่ 13 ข้อมูลอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม	129
ภาพที่ 14 ข้อมูลรายได้เฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	129
ภาพที่ 15 ข้อมูลภูมิสำเนาของผู้ตอบแบบสอบถาม	130
ภาพที่ 16 ข้อมูลเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม	166
ภาพที่ 17 ข้อมูลอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม	166
ภาพที่ 18 ข้อมูลระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม	167
ภาพที่ 19 ข้อมูลอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม	167
ภาพที่ 20 ข้อมูลรายได้เฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	168
ภาพที่ 21 ข้อมูลภูมิสำเนาของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	168
ภาพที่ 22 ข้อมูลปริมาณความเร็วอินเทอร์เน็ตบ้านที่ใช้	205
ภาพที่ 23 ข้อมูลเหตุการณ์ในการย้ายค่าย.....	208
ภาพที่ 24 ช่องทางการให้บริการ.....	229
ภาพที่ 25 การให้ข้อมูลข่าวสารการใช้บริการที่ครบถ้วนแก่ผู้ใช้บริการ.....	230
ภาพที่ 26 รายละเอียดเกี่ยวกับช่องทางในการติดต่อเพื่อสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม	231
ภาพที่ 27 การประชาสัมพันธ์แพ็คเกจราคาต่ำสุด	232
ภาพที่ 28 ตัวอย่างลักษณะการส่งเสริมการขายที่ปรับอัตราการบริการให้เหมือนกัน.....	238
ภาพที่ 29 จำนวนข้อร้องเรียน	248
ภาพที่ 30 ช่องทางเหมาะสมในการรับฟังความคิดเห็นของประชาชน	251
ภาพที่ 31 ความเชื่อมั่นต่อการติดตามและประเมินผล	254
ภาพที่ 32 ข้อมูลที่ควรเปิดเผยต่อสาธารณะเพื่อให้การติดตามและประเมินผลมีประสิทธิภาพ	255
ภาพที่ 33 บทลงโทษกรณีไม่ปฏิบัติตามมาตรการ	255
ภาพที่ 34 การทราบช่องทางการร้องเรียนกรณีมีปัญหาการใช้อินเทอร์เน็ต.....	256

บทสรุปผู้บริหาร

พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และที่แก้ไขเพิ่มเติม กำหนดให้คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) มีอำนาจหน้าที่ในการกำกับดูแลกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สูงสุดของประชาชน ความมั่นคงของรัฐ และประโยชน์สาธารณะ รวมตลอดทั้งการให้ประชาชนมีส่วนร่วมได้ใช้ประโยชน์จากคลื่นความถี่ ต้องจัดให้มีมาตรการป้องกันมิให้มีการแสวงหาประโยชน์จากผู้บริโภคโดยไม่เป็นธรรม หรือสร้างภาระแก่ผู้บริโภคเกินความจำเป็น ป้องกันมิให้คลื่นความถี่รบกวนกัน ป้องกันการกระทำที่มีผลเป็นการขัดขวางเสรีภาพในการรับรู้หรือปิดกั้นการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องตามความเป็นจริงของประชาชนและป้องกันมิให้บุคคลหรือกลุ่มบุคคลใดใช้ประโยชน์จากคลื่นความถี่โดยไม่คำนึงถึงสิทธิของประชาชนทั่วไป รวมถึงป้องกันผลกระทบต่อสุขภาพของประชาชนที่อาจเกิดจากการใช้คลื่นความถี่ ตลอดทั้งการกำหนดสัดส่วนขั้นต่ำที่ผู้ใช้ประโยชน์จากคลื่นความถี่จะต้องดำเนินการเพื่อประโยชน์สาธารณะ ตลอดจนมิให้มีการดำเนินการใดๆ ในประการที่น่าจะเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค โดยอาศัยการใช้เครือข่ายหรือการโฆษณาอันมีลักษณะเป็นการค้ากำไรเกินควร หรือก่อให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญ สรุปความได้ว่า กฎหมายกำหนดให้ “การคุ้มครองผู้บริโภค” เป็นหลักการสำคัญในการกำกับดูแลกิจการสื่อสารโทรคมนาคม กิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ ตามภารกิจของ กสทช. ดังนั้น การดำเนินการของ กสทช. ต้องพิจารณาถึงประโยชน์หรือผลกระทบต่อประชาชนผู้บริโภคผู้ใช้บริการเป็นสำคัญ

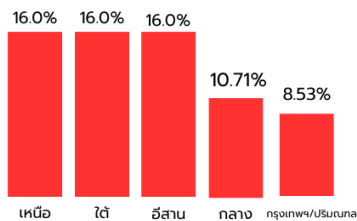
โดยที่การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการดำเนินงานของ กสทช. พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ฯ ฉบับดังกล่าว กำหนดให้มีคณะกรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน (กตป.) ขึ้นมาคณะหนึ่ง ประกอบด้วยกรรมการ 5 ด้าน ตามความเชี่ยวชาญที่กฎหมายกำหนด ได้แก่ 1) ด้านกิจการกระจายเสียง 2) ด้านกิจการโทรทัศน์ 3) ด้านกิจการโทรคมนาคม 4) ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และ 5) ด้านการส่งเสริมสิทธิและเสรีภาพของประชาชน ให้คณะกรรมการมีอำนาจหน้าที่ในการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. เป็นประจำทุกปี ทั้งนี้ การดำเนินการเพื่อติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการปฏิบัติงานของ กสทช. นั้น คณะกรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานมีแนวทางดำเนินการเพื่อติดตามและประเมินผลตามนโยบาย กสทช. เป็นรายด้าน มุ่งเน้นดำเนินการเชิงรุก เพื่อให้ได้ผลการศึกษาดูตาม ประเมินผลที่ทันต่อสถานการณ์ นำไปใช้ประโยชน์ทางวิชาการ สามารถนำข้อมูล ข้อเสนอแนะไปสู่การปรับปรุง พัฒนาได้อย่างเป็นรูปธรรม โดยในปี 2567 กรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค มีประเด็นสำคัญด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่ต้องการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผล 2 เรื่อง โดยมีผลปรากฏดังนี้

1. การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลเงื่อนไขหรือมาตรการเฉพาะภายหลังการรวมธุรกิจระหว่าง
บริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวอร์ค จำกัด (AWN) และบริษัท ทริปเปิลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน)
(3BB) เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

การรวบรวมข้อมูลผู้บริโภคจากแบบสอบถาม

การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลเงื่อนไขหรือมาตรการเฉพาะภายหลังการรวมธุรกิจระหว่างบริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวอร์ค จำกัด (AWN)
และบริษัท ทริปเปิลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) (3BB) เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

ทั้งหมด **2,520 คน**



ส่วนใหญ่ **64.60%**
เป็นเพศหญิง

ส่วนใหญ่ **31.11%**
จบการศึกษาระดับปริญญาตรี

ส่วนใหญ่ **58.97%**
มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท/เดือน

ส่วนใหญ่ **29.17%**
ประกอบธุรกิจส่วนตัวและอาชีพอิสระ



56.75%

ไม่ทราบเกี่ยวกับการรวมธุรกิจ
ระหว่าง AWN และ 3BB

ประชาชนมากกว่าครึ่ง

ยังไม่ได้ทราบข้อมูลอาจส่งผลต่อ
การรับรู้สิทธิและการได้รับประโยชน์
จากมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคต่างๆ



สื่อออนไลน์ **45.79%**

เป็นช่องทางหลักที่มีผู้รับรู้มากที่สุด

สื่อโทรทัศน์ **24.77%**

เป็นช่องทางรองลงมาที่มีผู้รับรู้

ที่น่าสนใจคือ

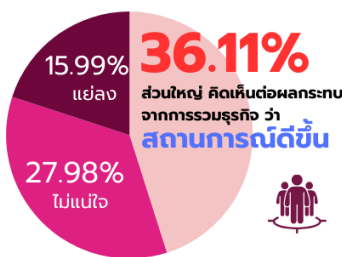
การประกาศของบริษัทโดยตรงมีผู้รับรู้เพียง **10.08%** เท่านั้น

และการรับรู้ผ่านสภามงคลกรของผู้บริโภค **1.06 %**

แสดงให้เห็นบทบาทของหน่วยงานกำกับดูแล

และภาคประชาสังคมในการสื่อสารข้อมูลสู่ประชาชนประชาชน

ความเห็นต่อการรวมธุรกิจระหว่าง AWN และ 3BB



ผลกระทบต่อ **คุณภาพ**
และ **ราคาการให้บริการ**



ความคิดเห็นต่อมาตรการ
คุ้มครองผู้บริโภค **22** มาตรการ

โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย **3.72%**

เห็นด้วยมาก

การวัดด้วยคะแนนตามระดับความเห็นด้วยมากที่สุด

ความพึงพอใจต่อการดำเนินการตามมาตรการต่างๆ

สอดคล้องกับระดับความเห็นด้วย

แต่มีค่าเฉลี่ยที่ต่ำกว่าเล็กน้อย (3.70)



ความเห็นต่อความถี่
ในการติดตามและประเมินผล

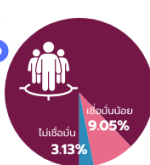


ระดับความเชื่อมั่น
ต่อการติดตามและประเมินผล

87.82%

มีความเชื่อมั่นในระดับ

ที่น่าพอใจ



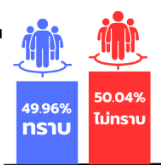
การรับรู้ช่องทางร้องเรียนหากมีปัญหา
เกี่ยวกับการใช้บริการอินเทอร์เน็ตบ้าน

การรับรู้ช่องทางร้องเรียน
แบ่งเป็นสองส่วนเกือบเท่ากัน

สะท้อนถึงความจำเป็นเร่งด่วนใน

การประชาสัมพันธ์ช่องทางร้อง

เรียนให้เป็นที่ยอมรับในวงกว้างมากขึ้น



1.1 ผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณ

การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลฯ ในครั้งนี้ใช้ทั้งวิธีการเชิงปริมาณและคุณภาพ โดยในวิธีการเชิงปริมาณเก็บข้อมูลกับผู้บริโภคจำนวน 2,520 คน โดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 64.60) จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 31.11) ส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาทต่อเดือน (ร้อยละ 58.97) อายุระหว่าง 51-65 ปี (ร้อยละ 30.95) มาจากหลากหลายอาชีพ แต่ส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจส่วนตัว และอาชีพอิสระ ร้อยละ 28 โดยกระจายไปทุกภูมิภาคของประเทศไทย โดยมีภูมิลำเนาอยู่กรุงเทพฯ และปริมณฑล (ร้อยละ 8.53) ภาคกลาง (ร้อยละ 10.71) ส่วนภาคอื่น ๆ ได้แก่ ภาคตะวันออก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคเหนือ และภาคใต้ ภาคละประมาณร้อยละ 16 เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ทั้งแบบสำรวจรายการ (check list) แบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) และ คำถามปลายเปิด (Open-ended Questions) วิเคราะห์ข้อมูลโดยการนำเสนอความถี่ ร้อยละ คะแนนเฉลี่ย และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

1.1.1 การรับรู้เกี่ยวกับการรวมธุรกิจระหว่าง AWN และ 3BB

พบว่า มีผู้ที่ทราบเกี่ยวกับการรวมธุรกิจระหว่าง AWN และ 3BB จำนวน 1,090 คน คิดเป็นร้อยละ 43.25 ในขณะที่มีผู้ไม่ทราบถึง 1,430 คน หรือร้อยละ 56.75 สัดส่วนนี้สะท้อนให้เห็นว่าแม้จะเป็นการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญในตลาดโทรคมนาคม แต่ประชาชนมากกว่าครึ่งยังไม่รับทราบข้อมูล ซึ่งอาจส่งผลต่อการรับรู้สิทธิและการได้รับประโยชน์จากมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคต่าง ๆ

1.1.2 ช่องทางการรับรู้เกี่ยวกับการรวมธุรกิจ

การวิเคราะห์ช่องทางการรับรู้ข้อมูลจากคำตอบทั้งหมด 2,826 คำตอบ (ผู้ตอบสามารถเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ) แสดงให้เห็นบทบาทสำคัญของสื่อดิจิทัล โดยสื่อออนไลน์เป็นช่องทางหลักที่มีผู้รับรู้มากถึง 1,294 คน คิดเป็นร้อยละ 45.79 รองลงมาคือสื่อโทรทัศน์ 700 คน (ร้อยละ 24.77) และการบอกต่อจากเพื่อน/ครอบครัว 358 คน (ร้อยละ 12.67) ที่น่าสนใจคือการประกาศของบริษัทโดยตรงมีผู้รับรู้เพียง 285 คน (ร้อยละ 10.08) ในขณะที่สื่อสิ่งพิมพ์แบบดั้งเดิมอย่างหนังสือพิมพ์มีเพียง 101 คน (ร้อยละ 3.57) สะท้อนการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมการรับข่าวสารในยุคดิจิทัล ในส่วนของช่องทางอื่นๆ รวม 88 คน (ร้อยละ 3.12) มีการกระจายตัวที่น่าสนใจ โดยเฉพาะการเข้าร่วมโครงการของ กสทช. (40 คน) และการรับรู้ผ่านสภาองค์กรของผู้บริโภค (30 คน) แสดงให้เห็นบทบาทของหน่วยงานกำกับดูแลและองค์กรภาคประชาสังคมในการสื่อสารข้อมูลสู่ประชาชน

1.1.3 ความคิดเห็นต่อผลกระทบจากการรวมธุรกิจ

การสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากการรวมธุรกิจแสดงให้เห็นความไม่แน่ใจของผู้บริโภค โดยร้อยละ 27.98 (705 คน) ระบุว่า ไม่แน่ใจถึงผลกระทบ ในกลุ่มที่มีความเห็นชัดเจน พบว่ามีผู้เห็นว่าสถานการณ์ดีขึ้นรวมร้อยละ 36.11 แบ่งเป็นดีขึ้นเล็กน้อยร้อยละ 18.73 (472 คน) และดีขึ้นมากร้อยละ 17.38 (438 คน) ขณะที่ร้อยละ 19.92 (502 คน) เห็นว่า ไม่มีการเปลี่ยนแปลง และมีผู้เห็นว่าแย่ลงรวมร้อยละ 15.99 แบ่งเป็นแย่ลงมากร้อยละ 8.41 (212 คน) และแย่ลงเล็กน้อยร้อยละ 7.58 (191 คน) ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเหตุผลเพิ่มเติมของประชาชนที่มีต่อผลกระทบจากการรวมธุรกิจระหว่าง AWN และ 3BB พบประเด็นสำคัญแบ่งออกเป็น 3 ทิศทาง ดังนี้

กลุ่มที่มองว่าดีขึ้น ให้เหตุผลเกี่ยวกับการพัฒนาคุณภาพบริการ โดยเฉพาะในด้านความครอบคลุมของพื้นที่ให้บริการที่เพิ่มขึ้น ความเสถียรของสัญญาณที่ดีขึ้น และการที่ทั้งสองบริษัทเป็นผู้ให้บริการที่มีชื่อเสียง เมื่อรวมกันน่าจะนำจุดแข็งของแต่ละฝ่ายมาพัฒนาบริการให้ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังมีความคาดหวังว่าการรวมธุรกิจจะช่วยเพิ่มความมั่นคงและประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

กลุ่มที่มองว่าแย่ง มีความกังวลหลักในสามประเด็น ประการแรกคือการลดลงของการแข่งขันในตลาดที่อาจนำไปสู่การผูกขาด ประการที่สองคือความกังวลเรื่องราคาค่าบริการที่อาจสูงขึ้นเนื่องจากทางเลือกของผู้บริโภคลดลง และประการที่สามคือคุณภาพการให้บริการที่อาจลดลงเมื่อไม่มีการแข่งขัน โดยหลายรายระบุว่า พบปัญหาความเร็วอินเทอร์เน็ตลดลงและสัญญาณไม่เสถียรหลังการรวมธุรกิจ

กลุ่มที่มองว่าไม่เปลี่ยนแปลงหรือไม่แน่ใจ ส่วนใหญ่ระบุว่าต้องรอดูผลในระยะยาว เนื่องจากยังไม่เห็นการเปลี่ยนแปลงที่ชัดเจน บางส่วนระบุว่าไม่ได้รับข้อมูลที่เพียงพอเกี่ยวกับการรวมธุรกิจ ทำให้ไม่สามารถประเมินผลกระทบได้ และมีผู้ใช้บริการบางส่วนที่ระบุว่า คุณภาพการให้บริการยังเหมือนเดิม ไม่ได้เปลี่ยนแปลง

ที่น่าสนใจคือมีการแสดงความกังวลเกี่ยวกับกระบวนการรวมธุรกิจที่ขาดการมีส่วนร่วมและการรับฟังความคิดเห็นของผู้บริโภค โดยหลายรายระบุว่าไม่ได้รับข้อมูลหรือการประชาสัมพันธ์ที่เพียงพอ และรู้สึกว่าการรวมธุรกิจคำนึงถึงผลประโยชน์ทางธุรกิจมากกว่าผลประโยชน์ของผู้บริโภค

1.1.4 ผลกระทบต่อคุณภาพและราคาการให้บริการ

การวิเคราะห์ผลกระทบต่อการให้บริการใน 7 ด้านหลัก แสดงให้เห็นภาพรวมที่น่าสนใจ โดยทุกด้านได้รับการประเมินผลกระทบในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.18) เมื่อพิจารณารายละเอียดแต่ละด้าน พบว่า ความครอบคลุมของพื้นที่ให้บริการได้รับการประเมินสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 3.35) โดยมีผู้ประเมินว่าดีขึ้นมากถึง 323 คน และดี 755 คน สะท้อนให้เห็นว่า การรวมธุรกิจอาจช่วยขยายโครงข่ายให้ครอบคลุมมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ยังมีผู้ที่เห็นว่าแย่งและแย่งมากรวม 403 คน

การให้บริการลูกค้าและการแก้ไขปัญหาได้รับการประเมินเป็นอันดับสอง (ค่าเฉลี่ย 3.22) โดยมีผู้ประเมินในระดับดีขึ้นมากและดีรวม 914 คน แต่ส่วนใหญ่ 1,157 คน ยังเห็นว่าอยู่ในระดับปานกลาง แสดงถึงความคาดหวังที่สูงขึ้นต่อการบริการหลังการรวมธุรกิจ

คุณภาพการให้บริการและความสะดวกในการย้ายเครือข่ายได้รับการประเมินเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.20) แต่มีการกระจายตัวของความเห็นที่แตกต่างกัน โดยคุณภาพบริการมีผู้ประเมินระดับดีขึ้นมากและดีรวม 885 คน ขณะที่ความสะดวกในการย้ายเครือข่ายมี 934 คน

ความหลากหลายของแพ็คเกจบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.11) มีการกระจายตัวของความเห็นค่อนข้างมาก โดยมีผู้ประเมินว่า แย่งและแย่งมากรวมถึง 609 คน สะท้อนความกังวลว่าการรวมธุรกิจอาจลดทางเลือกของผู้บริโภค

ราคาค่าบริการได้รับการประเมินค่อนข้างต่ำ (ค่าเฉลี่ย 3.10) โดยมีผู้ประเมินในระดับปานกลางมากถึง 1,308 คน และมีผู้เห็นว่าแย่งและแย่งมากรวม 500 คน สะท้อนความกังวลด้านราคาหลังการรวมธุรกิจการแข่งขันในตลาดได้รับการประเมินต่ำที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.07) โดยมีผู้ประเมินว่าแย่งและแย่งมากรวม 698 คน สะท้อนความกังวลต่อการผูกขาดในตลาด

1.1.5 ความคิดเห็นต่อมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค

การวิเคราะห์ระดับความเห็นด้วยต่อมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค 22 มาตรการ แสดงให้เห็นการสนับสนุนในระดับสูง โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย 3.72 หรือเห็นด้วยมาก เมื่อพิจารณารายมาตรการพบประเด็นที่น่าสนใจดังนี้

การจัดตั้งกองทุนพัฒนาพื้นที่ห่างไกลได้รับการสนับสนุนสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 3.90) โดยมีผู้เห็นด้วยอย่างยิ่งและเห็นด้วยมากรวม 1,646 คน คิดเป็นร้อยละ 65.32 ของผู้ตอบทั้งหมด สะท้อนความตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในพื้นที่ห่างไกล

การรายงานผลการดำเนินงานต่อสาธารณะได้รับการสนับสนุนเป็นอันดับสอง (ค่าเฉลี่ย 3.86) มีผู้เห็นด้วยอย่างยิ่งและเห็นด้วยมากรวม 1,545 คน แสดงถึงความต้องการความโปร่งใสและการตรวจสอบได้ มาตรการคงรายการส่งเสริมการขายราคาต่ำสุด (ค่าเฉลี่ย 3.82) และห้ามขึ้นราคา 5 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.80) ได้รับการสนับสนุนสูงเช่นกัน สะท้อนความกังวลด้านราคาค่าบริการ

มาตรการที่ได้รับการสนับสนุนน้อยที่สุดคือการกำหนดเพดานราคา (ค่าเฉลี่ย 3.33) ซึ่งเป็นเพียงมาตรการเดียวที่ได้รับความเห็นด้วยระดับปานกลาง โดยมีผู้ไม่เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งรวม 407 คน

1.1.6 ความพึงพอใจต่อมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค

การประเมินความพึงพอใจต่อการดำเนินมาตรการต่างๆ แสดงให้เห็นระดับความพึงพอใจที่สอดคล้องกับระดับความเห็นด้วย แต่มีค่าเฉลี่ยที่ต่ำกว่าเล็กน้อย (3.70 เทียบกับ 3.72) โดยมีประเด็นที่น่าสนใจดังนี้

การจัดตั้งกองทุนพัฒนาพื้นที่ห่างไกลยังคงได้รับความพึงพอใจสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 3.83) โดยมีผู้พอใจอย่างยิ่งและพอใจมากรวม 1,525 คน อย่างไรก็ตาม จำนวนนี้น้อยกว่าผู้ที่เห็นด้วยในระดับเดียวกัน (1,646 คน) สะท้อนว่า การดำเนินการอาจยังไม่เป็นไปตามความคาดหวัง

มาตรการด้านราคาและคุณภาพบริการ ได้แก่ การรักษาคุณภาพบริการ 5 ปี การคงรายการส่งเสริมการขายราคาต่ำสุด และการรายงานผลการดำเนินงาน ได้รับความพึงพอใจในระดับเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.80) แต่มีการกระจายตัวของความพึงพอใจที่แตกต่างกัน

การกำหนดเพดานราคาและการแยกแพ็คเกจได้รับความพึงพอใจต่ำที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.41) แต่ยังคงอยู่ในระดับพอใจมาก โดยมีผู้ไม่พอใจและไม่พอใจอย่างยิ่งรวม 344 และ 367 คน ตามลำดับ

1.1.7 ความเห็นต่อความถี่ในการติดตามและประเมินผล

จากผู้ตอบแบบสอบถาม 2,461 คน การกระจายตัวของความคิดเห็นแสดงให้เห็นความต้องการการติดตามประเมินผลที่สม่ำเสมอและถี่พอสมควร โดยความเห็นส่วนใหญ่เน้นการติดตามทุก 6 เดือน (1,053 คน, ร้อยละ 42.79) ซึ่งเป็นระยะเวลาที่เหมาะสมในการประเมินผลการเปลี่ยนแปลงและปรับมาตรการให้เหมาะสม รองลงมาคือการติดตามทุก 3 เดือน (740 คน, ร้อยละ 30.07) ที่แสดงถึงความต้องการการกำกับดูแลอย่างใกล้ชิด และทุก 1 ปี (547 คน, ร้อยละ 22.23) ที่อาจเหมาะสำหรับการประเมินผลในภาพรวม

ที่น่าสนใจคือมีผู้เสนอให้มีการติดตามอย่างต่อเนื่อง (15 คน) และติดตามทุกเดือน (2 คน) สะท้อนความต้องการการกำกับดูแลที่เข้มงวดจากกลุ่มผู้บริโภคบางส่วน ในขณะที่ผู้ที่เห็นว่าควรติดตามทุก 2 ปีมีเพียงร้อยละ 4.23 (104 คน) แสดงให้เห็นว่า ประชาชนส่วนใหญ่ไม่ต้องการให้มีระยะห่างในการติดตามมากเกินไป

1.1.8 ระดับความเชื่อมั่นต่อการติดตามและประเมินผล

จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 2,520 คน ส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นในระดับปานกลาง จำนวน 1,447 คน (ร้อยละ 57.42) และระดับมาก 766 คน (ร้อยละ 30.40) รวมเป็นความเชื่อมั่นในระดับที่น่าพอใจถึงร้อยละ 87.82 อย่างไรก็ตาม มีผู้ที่เชื่อมั่นน้อย 228 คน (ร้อยละ 9.05) และไม่เชื่อมั่นเลย 79 คน (ร้อยละ 3.13) รวมร้อยละ 12.18 ซึ่งเป็นสัดส่วนที่ต้องให้ความสำคัญ

1.1.9 ข้อมูลที่ควรเปิดเผยต่อสาธารณะเพื่อให้การติดตามและประเมินผลมีประสิทธิภาพ

ประชาชนให้ความสำคัญสูงสุดกับการเปิดเผยข้อมูลราคาและแพ็คเกจบริการ โดยมีผู้เลือก 1,926 คน (ร้อยละ 33.06) รองลงมาคือสถิติคุณภาพการให้บริการ 1,349 คน (ร้อยละ 23.16) และจำนวน

เรื่องร้องเรียนและการแก้ไข 1,138 คน (ร้อยละ 19.54) สะท้อนความสนใจในข้อมูลที่มีผลกระทบโดยตรงต่อผู้บริโภค

1.1.10 การรับรู้ช่องทางร้องเรียน หากมีปัญหาเกี่ยวกับการใช้บริการอินเทอร์เน็ตบ้าน

จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 2,520 คน การรับรู้ช่องทางร้องเรียนแบ่งเป็นสองส่วนเกือบเท่ากัน โดย จำนวน 1,259 คน (ร้อยละ 49.96) ทราบช่องทางร้องเรียน และ จำนวน 1,261 คน (ร้อยละ 50.04) ไม่ทราบ สัดส่วนที่ใกล้เคียงกันนี้สะท้อนความจำเป็นเร่งด่วนในการประชาสัมพันธ์ช่องทางร้องเรียนให้เป็นที่รับรู้ในวงกว้างมากขึ้น เพื่อให้การคุ้มครองผู้บริโภคมีประสิทธิภาพสูงสุด

เมื่อวิเคราะห์ช่องทางการร้องเรียนที่ประชาชนใช้บริการ พบว่า ส่วนใหญ่เลือกที่จะติดต่อผู้ให้บริการโดยตรงเป็นลำดับแรก โดยเฉพาะผ่าน Call Center หรือสายด่วนของผู้ให้บริการ รวมถึงการเข้าไปติดต่อที่ศูนย์บริการหรือสาขา ซึ่งสะท้อนว่าประชาชนยังคงต้องการแก้ไขปัญหากับผู้ให้บริการโดยตรงก่อนที่จะใช้ช่องทางอื่น

ช่องทางที่ได้รับความนิยมรองลงมาคือการร้องเรียนผ่านหน่วยงานกำกับดูแล โดยเฉพาะ กสทช. ผ่านสายด่วน 1200 และสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ซึ่งมักจะใช้ในกรณีที่การร้องเรียนกับผู้ให้บริการโดยตรงไม่ได้รับการแก้ไขที่น่าพอใจ นอกจากนี้ยังมีการร้องเรียนผ่านองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคต่างๆ เช่น สภาองค์กรของผู้บริโภค และศูนย์ดำรงธรรม

ที่น่าสังเกตคือแม้จะมีช่องทางออนไลน์ผ่านเว็บไซต์และแอปพลิเคชัน แต่ประชาชนยังคงเลือกใช้ในการติดต่อผ่านโทรศัพท์มากกว่า ซึ่งอาจสะท้อนความต้องการการตอบสนองและแก้ไขปัญหาที่รวดเร็ว อย่างไรก็ตาม มีข้อสังเกตว่าหลายรายแสดงความไม่พอใจกับระยะเวลาการรอคอยที่นานเกินไป และการต้องคุยกับระบบตอบรับอัตโนมัติ (AI) แทนพนักงานจริง

1.1.11 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการรวมธุรกิจ

(1) โปร่งใสและชัดเจนในกระบวนการติดตามและตรวจสอบ ประชาชนต้องการให้การดำเนินงานติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการรวมธุรกิจมีความโปร่งใสและเปิดเผยต่อสาธารณะ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กสทช. ควรสื่อสารข้อมูลอย่างครบถ้วน เช่น ผลการประเมิน การปฏิบัติตามเงื่อนไข และความคืบหน้าของโครงการ ผ่านช่องทางที่หลากหลาย ทั้งสื่อออนไลน์ เว็บไซต์ หน่วยงานในชุมชน และการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบอื่น ๆ เพื่อให้ทุกคนสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายและตรวจสอบได้

(2) เพิ่มบทบาทของประชาชนในการมีส่วนร่วม ประชาชนเรียกร้องให้มีการจัดตั้งคณะกรรมการที่มีตัวแทนจากประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการตรวจสอบและประเมินผลอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะผู้ใช้งานในช่วงอายุ 25-45 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของบริการโทรคมนาคม นอกจากนี้ควรมีการจัดเวทีรับฟังความคิดเห็นตามชุมชนและพื้นที่ต่าง ๆ เพื่อให้ประชาชนมีโอกาสดูแลความคิดเห็นและร่วมตรวจสอบคุณภาพบริการโดยตรง รวมถึงให้สิทธิ์ผู้สูงอายุในการเข้าถึงและร้องเรียนผ่านช่องทางที่สะดวก

(3) คุณภาพบริการและการคุ้มครองผู้บริโภค ประเด็นสำคัญที่ประชาชนกังวลคือการคงคุณภาพบริการที่ดีขึ้นหลังการรวมธุรกิจ โดยเน้นให้บริษัทมีมาตรฐานการให้บริการ เช่น ความเร็วอินเทอร์เน็ตที่ตรงตามโฆษณา ราคาแพ็คเกจที่สมเหตุสมผล และไม่มีการเอาเปรียบผู้บริโภคในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การลดความเร็วอินเทอร์เน็ตหรือการกำหนดราคาที่สูงเกินควร ประชาชนยังเสนอให้มีหน่วยงานเฉพาะสำหรับการรับเรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภค เพื่อให้การแก้ไขปัญหาเป็นไปอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

(4) บทลงโทษและการบังคับใช้กฎหมาย ประชาชนเห็นว่า ควรมีการกำหนดมาตรการบทลงโทษที่ชัดเจนต่อบริษัทที่ไม่ปฏิบัติตามเงื่อนไข หรือเอาเปรียบผู้บริโภค เช่น การปรับ การชดเชย หรือการ

ยกเลิกใบอนุญาต หากพบการละเมิดหรือการให้บริการที่ไม่เป็นธรรม นอกจากนี้ หน่วยงานกำกับดูแลควรเพิ่มความถี่ในการตรวจสอบ เช่น การประเมินผลทุก 6 เดือน เพื่อสร้างความมั่นใจว่าเงื่อนไขที่กำหนดไว้ได้รับการปฏิบัติตามอย่างจริงจัง

(5) การสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ที่ทั่วถึง ประชาชนเสนอให้มีการเพิ่มความถี่และความเข้มข้นในการประชาสัมพันธ์ข้อมูล เช่น การแจ้งเตือนผู้บริโภคเกี่ยวกับสิทธิและบริการผ่านช่องทางต่าง ๆ การให้ความรู้เกี่ยวกับการรวมธุรกิจและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น เพื่อให้ประชาชนมีข้อมูลที่ถูกต้องและสามารถตัดสินใจได้อย่างเหมาะสม โดยเฉพาะในพื้นที่ชนบทหรือกลุ่มผู้ใช้งานที่เข้าถึงข้อมูลได้ยาก

(6) การติดตามประเมินผลอย่างต่อเนื่อง การติดตามและประเมินผลควรเป็นกระบวนการที่ทำอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการรายงานผลการติดตามในแต่ละระยะต่อสาธารณะ เพื่อให้ประชาชนรับรู้ถึงความคืบหน้าและผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น นอกจากนี้ การจัดทำแบบสอบถามหรือสำรวจความพึงพอใจของผู้บริโภคควรมีความชัดเจนและครอบคลุมประเด็นที่สำคัญ เช่น คุณภาพบริการ ราคา และการตอบสนองต่อปัญหาของผู้ใช้งาน

1.2 ผลการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ

วิธีการเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลจะประกอบด้วยผู้บริโภคในกลุ่มต่าง ๆ โดยเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

- 1) การจัดประชุมระดมคลังสมอง (Think Tank) เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคจำนวน 2 ครั้ง
- 2) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ให้ข้อมูลประกอบด้วย กสทช. หรือ ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ของสำนักงาน กสทช. หรือ ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคม หรือ นักวิชาการหรือนักเศรษฐศาสตร์หรือนักกฎหมาย หรือ ผู้แทนองค์กรผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการโทรคมนาคมหรือคณะกรรมการ หรือ สมาชิกวุฒิสภา หรือสภาผู้แทนราษฎร ทั้ง นี้จะต้องได้รับความเห็นชอบจาก กตป . ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค
- 3) การจัดสนทนากลุ่ม (focus group)
- 4) การจัดสนทนากลุ่มย่อย (interview group)
- 4) การจัดเวทีรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ (public hearing) และ
- 5) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผลการศึกษาพบว่า

(1) การประเมินผลกระทบต่อผู้บริโภค

(1.1) ข้อมูลเชิงลึกเห็นว่า การประเมินผลกระทบควรใช้ข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยเปรียบเทียบกับข้อมูลก่อนการรวมธุรกิจ หลังการรวมธุรกิจ และเปรียบเทียบกับประเทศอื่น ๆ ที่มีลักษณะตลาดคล้ายคลึงกัน ควรมีการกำหนดตัวชี้วัดที่ชัดเจนในการประเมินผลกระทบ เช่น ดัชนีราคาผู้บริโภค (CPI) จำนวนข้อร้องเรียน ความพึงพอใจของลูกค้า การประเมินผลกระทบควรดำเนินการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เห็นแนวโน้มและผลกระทบในระยะยาว และนำผลการประเมินมาปรับปรุงมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค ควรที่จะต้องมีการไปประเมินมุมมองของผู้ใช้บริการของผู้ให้บริการของผู้ได้รับใบอนุญาตจากทั้งสองบริษัทเพื่อเปรียบเทียบกับตนเอง เป็นกระบวนการที่สำคัญในการกำกับดูแลการรวมธุรกิจ เพื่อให้เห็นภาพรวมของผลกระทบที่เกิดขึ้นจริง นอกจากนี้ การประเมินผลกระทบ ควรพิจารณาจากปัจจัยต่างๆ เช่น ราคาสินค้าและบริการ คุณภาพสินค้าและบริการ ทางเลือกของผู้บริโภค และ ความพึงพอใจของผู้บริโภค

(1.2) การประเมินผลกระทบต่อผู้บริโภคควรทำอย่างต่อเนื่อง ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว และใช้ข้อมูลเชิงประจักษ์ประกอบการวิเคราะห์ ซึ่งจะต้องประเมินผลกระทบต่อผู้บริโภคอย่างละเอียด โดยเฉพาะการศึกษาเชิงลึก เช่น การเก็บข้อมูลผู้ใช้บริการจริง การวิเคราะห์เชิงปริมาณและคุณภาพ เพื่อให้เห็นภาพที่แท้จริง มากกว่าการพึ่งพาข้อมูลเรื่องร้องเรียนเพียงอย่างเดียว

(1.3) การประเมินผลกระทบต้องพิจารณาอย่างรอบด้าน เช่น การรวมธุรกิจอาจทำให้เกิดการประหยัดต่อขนาด ซึ่งอาจนำไปสู่ราคาบริการที่ถูกลง แต่ในขณะเดียวกัน อาจทำให้เกิดการผูกขาดและมีอำนาจเหนือตลาดมากเกินไป ผู้บริโภคมีความกังวลว่า การรวมธุรกิจจะทำให้มีตัวเลือกน้อยลง อำนาจต่อรองน้อยลง ซึ่งอาจนำไปสู่ราคาค่าบริการที่สูงขึ้น คุณภาพบริการที่ลดลง มีความกังวลว่าผู้ประกอบการจะลดต้นทุนและลดศักยภาพในการให้บริการ เช่นตัวอย่างที่ผ่านมา ได้แก่ การรวมเสาสัญญาณโทรศัพท์มือถือหรือการรวมสายสัญญาณอินเทอร์เน็ต อย่างไรก็ตาม ในมุมมองของผู้ได้รับอนุญาต ปัญหานี้เป็นปัญหาเชิงเทคนิค และเห็นว่าผู้บริโภคบางส่วนไม่เข้าใจหลักการทางวิศวกรรมโทรคมนาคม จึงทำให้เกิดความเข้าใจผิดเกี่ยวกับผลกระทบของการรวมธุรกิจ เช่น การเข้าใจผิดว่าการรวมเสาสัญญาณจะทำให้คุณภาพสัญญาณลดลง ซึ่งประเด็นนี้ผู้ได้รับใบอนุญาตควรสื่อสารให้ผู้บริโภคได้รับทราบ

(2) การปรับปรุงมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค กลไกในการติดตามและประเมินผลการรวมธุรกิจ ว่าภายหลังการรวมธุรกิจแล้วมีเรื่องร้องเรียนถึงพฤติกรรมหรือเหตุอันเป็นการผูกขาดหรือลดหรือทำให้มีเงื่อนไข หรือมาตรการที่ควรระวัง ยกเลิกหรือปรับปรุงใหม่ เพื่อให้มีความเหมาะสมยิ่งขึ้น

ผู้ให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค สามารถสรุปได้ดังนี้

(2.1) มาตรการคุ้มครองผู้บริโภคควรปรับปรุงให้ทันสมัยและมีความต่อเนื่องอยู่เสมอ สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี พฤติกรรมผู้บริโภค และสภาพการแข่งขันในตลาด การปรับปรุงมาตรการอย่างต่อเนื่อง การปรับปรุงมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างต่อเนื่องเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน เช่น การกำหนดมาตรฐานคุณภาพบริการใหม่ๆ การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และการส่งเสริมการแข่งขันในตลาด

(2.2) ควรเปิดโอกาสให้ผู้บริโภค ภาคประชาชน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เข้ามามีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและเสนอแนะ

(2.3) ควรมีกลไกที่ชัดเจนในการปรับปรุงมาตรการ เช่น การทบทวนมาตรการเป็นระยะ การจัดทำประชาพิจารณ์ มาตรการคุ้มครองผู้บริโภค ควรได้รับการปรับปรุงให้ทันสมัย สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี พฤติกรรมผู้บริโภค และสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ มาตรการคุ้มครองผู้บริโภคควรมีความยืดหยุ่นและปรับปรุงให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภค รวมถึงสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป

(2.4) กสทช. ควรมีบทบาทในการให้ความรู้ความเข้าใจแก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับเทคโนโลยีและบริการโทรคมนาคม เพื่อป้องกันการถูกเอารัดเอาเปรียบจากมิฉฉาชีพ

(2.5) กสทช. ควรปรับปรุงกฎระเบียบและมาตรฐานให้ทันสมัย สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภค ควรมีเวทีหรือช่องทางที่เปิดโอกาสให้ผู้บริโภค ผู้ประกอบการ และหน่วยงานกำกับดูแล ได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและทำความเข้าใจซึ่งกันและกัน

(2.6) หน่วยงานกำกับดูแลควรมีบทบาทในการส่งเสริมความรู้เท่าทันเทคโนโลยีแก่ผู้บริโภค และผู้ประกอบการควรมีส่วนร่วมในการให้ความรู้แก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับเทคโนโลยีและบริการโทรคมนาคม

(2.7) ควรส่งเสริมให้เกิดกลไกการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีประสิทธิภาพ เช่น การจัดตั้งศูนย์ให้คำปรึกษา การรับเรื่องร้องเรียน และการไกล่เกลี่ยข้อพิพาท

(3) ความท้าทายและปัญหาในการติดตามและประเมินผล ผลจากการสนทนากลุ่มและข้อมูลเชิงลึก สามารถสรุปประเด็นความท้าทายและปัญหาการติดตามและประเมินผลการรวมธุรกิจ ดังนี้

(3.1) ที่ผ่านมาขาดการวิเคราะห์และประเมินคุณค่าของหน่วยงานกำกับอย่างตรงไปตรงมา (critical review) และให้ความสำคัญกับภาคเอกชนมากเกินไป ซึ่งมุมมองของตัวแทนผู้ให้ข้อมูลบางท่านมองว่าเป็นปัญหาหลักธรรมาภิบาล ถ้าสามารถปลดเรื่องนี้ได้จะทำให้สังคมเห็นว่ายังมีคนผู้เป็นปากเป็นเสียง เป็นตัวแทนที่จะต่อกรกับเอกชนได้ เพราะไม่เช่นนั้นจะรู้สึกว่ามีทางออก ต้องยอมรับสภาพไปแบบนี้

(3.2) ไม่มีความจำเป็นต้องคุ้มครองผู้บริโภคมากเกินไปแต่อย่างน้อยต้องมีความสมดุลมากขึ้นระหว่างผู้บริโภคกับผู้ได้รับใบอนุญาตโดย กสทช. ที่เป็นเสียงผู้บริโภคจะต้องแสดงจุดยืนที่ชัดเจนในการคุ้มครอง ในขณะที่ผู้ประกอบการมีเป้าหมายคือกำไรสูงสุด แต่ผู้ที่ถูกวางให้ปฏิบัติเป็นตามไปกติกาคือคนกำกับซึ่งคือ กสทช. เหตุผลของการมี กสทช. คือการต้องเป็นตัวกลางในการหาสมดุลระหว่างภาคเอกชนและสังคม

(3.3) ต้องสร้างช่องทางการร้องเรียนที่เข้าถึงง่าย สะดวก รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถแจ้งปัญหาและได้รับการแก้ไข กสทช. ต้องดำเนินงานอย่างโปร่งใส เปิดเผยข้อมูลและสร้างความเชื่อมั่นให้กับสาธารณชน ดังคำพูดของผู้ให้ข้อมูลที่ว่า "ผมคิดว่าสิ่งสำคัญคือเรื่องการหาทางที่ประชาชนหรือผู้บริโภคสามารถที่จะร้องเรียนปัญหาต่างๆ ได้ หมายถึง กสทช. จะต้องมีความโปร่งใส"

(3.4) การติดตามและประเมินผล อาจมีความท้าทายและปัญหา เช่น การขาดแคลนข้อมูล บุคลากร และงบประมาณ ความซับซ้อนของธุรกิจและเทคโนโลยี การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจอย่างรวดเร็ว การตีความเงื่อนไขและมาตรการที่แตกต่างกัน หน่วยงานกำกับดูแลต้องพัฒนากลไกเครื่องมือ และฐานข้อมูล เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการติดตามและประเมินผล นอกจากนี้ยังมีความท้าทายในการสื่อสารข้อมูลข่าวสารไปยังผู้บริโภค เช่น การรับรู้เกี่ยวกับช่องทางการร้องเรียน ซึ่งอาจเป็นปัญหาต่อการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และการเข้าถึงช่องทางการร้องเรียน ขณะเดียวกันความท้าทายในการติดตามและประเมินผล คือ การขาดข้อมูลและความโปร่งใสจากผู้ประกอบการ ดังนั้น หน่วยงานกำกับดูแลต้องเผชิญกับความท้าทายในการเข้าถึงข้อมูลที่จำเป็น และต้องพัฒนาขีดความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูลและประเมินผลกระทบอย่างมีประสิทธิภาพ

(3.5) การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว ทำให้ผู้บริโภคตามไม่ทัน และอาจถูกมิจฉาชีพหลอกลวงได้ง่าย การขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีและบริการโทรคมนาคม ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกใช้บริการได้อย่างยากลำบาก การสื่อสารที่ไม่ชัดเจนระหว่างผู้ประกอบการ หน่วยงานกำกับดูแล และผู้บริโภค อาจทำให้เกิดความเข้าใจผิดและความไม่ไว้วางใจ โดยแนวทางนี้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กสทช. กระทรวงดิจิทัลเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม และผู้ได้รับใบอนุญาตต้องร่วมมือในการแก้ไขปัญหาาร่วมกัน (shared and contribution)

(4) อนาคตการคุ้มครองผู้บริโภคหลังการรวมธุรกิจ ผลจากการสนทนากลุ่มและข้อมูลเชิงลึก สามารถสรุปประเด็นอนาคตของการคุ้มครองผู้บริโภคหลังการรวมธุรกิจ ดังนี้

(4.1) ในมุมมองของตัวแทนฝั่งผู้บริโภค เห็นว่าการเรียกร้องใด ๆ หรือทำหน้าที่ต้องทำอย่างถึงที่สุด แต่ต้องอยู่บนความเป็นจริง มองโลกถึงความเป็นจริง (realistic) ไม่ได้หมายความว่าอะไรก็ได้ทุกอย่างที่เรียกร้อง ต้องหาจุดที่สมดุล ขณะเดียวกันต้องสร้างอำนาจต่อรอง โดยทำงานกับสาธารณะ มีการเคลื่อนไหว แลกเปลี่ยน มีมวลชน เพื่อทำให้ภาคธุรกิจพร้อมที่จะปรับตัว แต่ปัจจุบันเห็นว่ายังไม่สมดุล น้าหนักไปอยู่ที่ภาคธุรกิจ ทำให้องค์กรที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภครู้สึกเดินต่อได้ยาก

(4.2) กสทช. ต้องเตรียมพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี เช่น เทคโนโลยี 5G อินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง (IoT) ปัญญาประดิษฐ์ (AI) ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อรูปแบบการให้บริการและพฤติกรรม

ผู้บริโภค ต้องพัฒนากลไกการกำกับดูแลที่เหมาะสมกับสภาพตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป มีความยืดหยุ่น และสามารถตอบสนองต่อปัญหาใหม่ๆ ได้อย่างทันท่วงที

(4.3) การคุ้มครองผู้บริโภคในระยะยาว ควรมุ่งเน้นที่บริการที่มีคุณภาพสูง มีความเสถียร และปลอดภัย อัตราค่าบริการที่เป็นธรรม สมเหตุสมผล และแข่งขันได้ ส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรม เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป การคุ้มครองผู้บริโภคหลังการรวมธุรกิจ ต้องคำนึงถึงแนวโน้มและการเปลี่ยนแปลงในอนาคต เช่น การเติบโตของเศรษฐกิจดิจิทัล การเปลี่ยนแปลง พฤติกรรมผู้บริโภค และการเกิดขึ้นของเทคโนโลยีใหม่ๆ

(4.4) หน่วยงานกำกับดูแลต้องมีวิสัยทัศน์ ความยืดหยุ่น และความพร้อมในการปรับตัวเพื่อรับมือกับความท้าทายใหม่ ๆ มีความเป็นไปได้ว่าแนวโน้มการควบรวมธุรกิจในอนาคตจะเพิ่มขึ้น เนื่องจาก ตลาดมีแนวโน้มอิ่มตัว และการแข่งขันที่รุนแรง อาจส่งผลให้ผู้ประกอบการรายย่อยอยู่รอดได้ยาก และอาจ นำไปสู่การรวมกิจการในที่สุด ในแง่ของความกังวลของผู้บริโภคสิ่งนี้เป็นเรื่องที่น่ากังวลที่ต้องเกิดขึ้นเพราะ เป็นเรื่องปกติเพราะบริการโทรคมนาคมเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับเทคโนโลยี การคุ้มครองผู้บริโภคในอนาคตต้อง คำนึงถึงการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี ความเสี่ยงจากการผูกขาด พฤติกรรมผู้บริโภค และรูปแบบการแข่งขัน ในตลาด การคุ้มครองผู้บริโภคในยุคดิจิทัลต้องให้ความสำคัญกับประเด็นต่าง ๆ เช่น ความมั่นคงปลอดภัย ไซเบอร์ การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และการเข้าถึงบริการอย่างเท่าเทียม

2. การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผล การสนับสนุน ส่งเสริม และคุ้มครองผู้บริโภคของกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.)

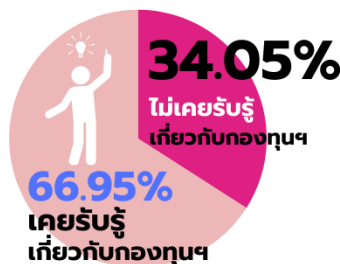
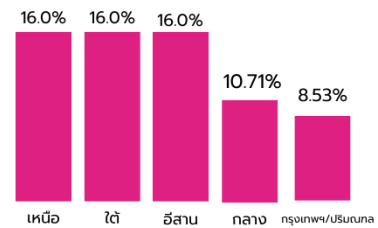
การรวบรวมข้อมูลผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากแบบสอบถาม

การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผล การสนับสนุน ส่งเสริม และคุ้มครองผู้บริโภคของกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง
กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมเพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.)



- ส่วนใหญ่ 64.60%**
เป็นเพศหญิง
- ส่วนใหญ่ 31.11%**
จบการศึกษาระดับปริญญาตรี
- ส่วนใหญ่ 58.97%**
มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท/เดือน
- ส่วนใหญ่ 29.17%**
ประกอบธุรกิจส่วนตัวและอาชีพอิสระ

ทั้งหมด 2,520 คน

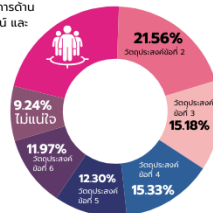


23.66%

ส่วนใหญ่รับรู้วัตถุประสงค์ ข้อที่ 1

การดำเนินการให้ประชาชนได้รับบริการด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมอย่างทั่วถึง

ในขณะที่วัตถุประสงค์ด้านการสนับสนุนการใช้คลื่นความถี่ได้รับการรับรู้มากที่สุด (ร้อยละ 11.97)



การรับรู้สิทธิในการเสนอโครงการ

71.76% ระบุว่า...

ไม่ทราบถึงสิทธิ

ในการเสนอโครงการ

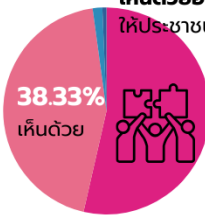
สะท้อนให้เห็นถึงช่องว่างที่สำคัญในการสร้างการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน



ความคิดเห็นต่อการมีส่วนร่วมของประชาชน

46.39% ระบุว่า...

เห็นด้วยอย่างยิ่งกับการให้ประชาชนมีส่วนร่วม



รูปแบบการมีส่วนร่วมที่ต้องการ



34.67% .
แสดงความคิดเห็นผ่านเว็บไซต์/แอป



20.58% .
เข้าร่วมประชุมรับฟังความคิดเห็น



15.47% .
ร่วมเป็นคณะกรรมการภาคประชาชน



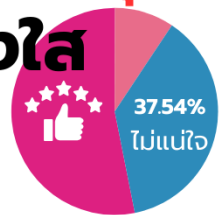
6.22% .
ลงคะแนนเสียงเลือกโครงการ

ความคิดเห็นต่อ

ความโปร่งใสในการเปิดเผยข้อมูล

46.39% ระบุว่า...

โปร่งใส



ประสิทธิภาพการดำเนินงานของกองทุน ส่วนใหญ่

55.83% .

มีความเห็นในเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของกองทุน

ของกองทุน

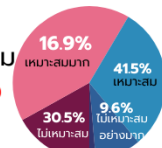
ความเหมาะสมของการจัดสรรเงินทุน

58.49% ระบุว่า...

เห็นว่าการจัดสรรเงินทุนมีความเหมาะสม

มีผู้ที่เห็นว่าไม่เหมาะสม

ในสัดส่วนที่ค่อนข้างสูงรวม 40.16%

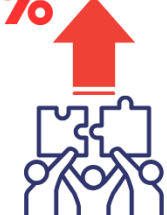


ประเด็นที่ควรปรับปรุง มากที่สุด

58.49%

เพิ่มการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน

ในการบริหารกองทุน



2.1 ผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณ

การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลฯ ในครั้งนี้ใช้ทั้งวิธีการเชิงปริมาณและคุณภาพ โดยในวิธีการเชิงปริมาณเก็บข้อมูลกับผู้บริโภคจำนวน 2,520 คน โดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 64.60) จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 31.11) ส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาทต่อเดือน (ร้อยละ 58.97) อายุระหว่าง 51-65 ปี (ร้อยละ 30.95) มาจากหลากหลายอาชีพ แต่ส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจส่วนตัว และอาชีพอิสระ (ร้อยละ 28) โดยกระจายไปทุกภูมิภาคของประเทศไทย โดยมีภูมิลำเนาอยู่กรุงเทพฯ และปริมณฑล (ร้อยละ 8.53) ภาคกลาง (ร้อยละ 10.71) ส่วนภาคอื่น ๆ ได้แก่ ภาคตะวันออก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคเหนือ และภาคใต้ ภาคละประมาณร้อยละ 16 เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ทั้งแบบสำรวจรายการ (check list) แบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) และ คำถามปลายเปิด (Open-ended Questions) วิเคราะห์ข้อมูลโดยการนำเสนอความถี่ ร้อยละ คะแนนเฉลี่ย และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2.1.1 การรับรู้เกี่ยวกับกองทุน กทปส.

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 1,170 คน คิดเป็นร้อยละ 65.95 เคยรับรู้เกี่ยวกับกองทุนฯ ในขณะที่ร้อยละ 34.05 หรือ 604 คน ไม่เคยรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับกองทุนฯ มาก่อน สะท้อนให้เห็นว่า แม้กองทุนจะมีการดำเนินงานมาระยะหนึ่ง แต่ยังมีประชาชนจำนวนมากที่ไม่รับรู้ถึงการมีอยู่ของกองทุน อันอาจส่งผลต่อการเข้าถึงและการใช้ประโยชน์จากกองทุนของภาคประชาชน

2.1.2 การรับรู้วัตถุประสงค์ของกองทุน กทปส.

การรับรู้วัตถุประสงค์ของกองทุน กทปส. พบว่า จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 4,619 คำตอบ (เนื่องจากตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) วัตถุประสงค์ที่ได้รับการรับรู้มากที่สุดคือ การดำเนินการให้ประชาชนได้รับบริการด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมอย่างทั่วถึง (ร้อยละ 23.66) รองลงมาคือการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาทรัพยากรสื่อสาร (ร้อยละ 21.56) ในขณะที่วัตถุประสงค์ด้านการสนับสนุนการใช้คลื่นความถี่ได้รับการรับรู้ที่น้อยที่สุด (ร้อยละ 11.97) สะท้อนให้เห็นว่า ประชาชนรับรู้บทบาทของกองทุนในมิติของการให้บริการมากกว่ามิติด้านเทคนิคและการบริหารจัดการทรัพยากร

2.1.3 การรับรู้สิทธิในการเสนอโครงการ

พบว่า จากผู้ตอบแบบสอบถาม 2,511 คน มีเพียงร้อยละ 28.24 (709 คน) ที่ทราบว่าประชาชนมีสิทธิเสนอโครงการ ในขณะที่ร้อยละ 71.76 (1,802 คน) ไม่ทราบถึงสิทธินี้ สะท้อนให้เห็นถึงช่องว่างที่สำคัญในการสร้างการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน

2.1.4 ความคิดเห็นต่อการมีส่วนร่วมของประชาชน

ความคิดเห็นต่อการมีส่วนร่วมของประชาชน พบว่า จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 1,612 คน ส่วนใหญ่เห็นด้วยกับการให้ประชาชนมีส่วนร่วม โดยร้อยละ 46.39 เห็นว่าควรอย่างยิ่ง และร้อยละ 38.33 เห็นว่าควรร่วมเป็นร้อยละ 84.72 ที่สนับสนุนการมีส่วนร่วม มีเพียงร้อยละ 1.87 ที่ไม่เห็นด้วย (รวมไม่ควรและไม่ควรอย่างยิ่ง) และร้อยละ 13.41 ที่ไม่แน่ใจ

2.1.5 รูปแบบการมีส่วนร่วมที่ต้องการ

รูปแบบการมีส่วนร่วมที่ประชาชนต้องการ จากผู้ตอบแบบสอบถาม 724 คน พบว่า รูปแบบที่ได้รับความสนใจมากที่สุดคือ การแสดงความคิดเห็นผ่านเว็บไซต์/แอปพลิเคชัน (ร้อยละ 34.67) รองลงมาคือการเข้าร่วมประชุมรับฟังความคิดเห็น (ร้อยละ 20.58) และการร่วมเป็นคณะกรรมการภาคประชาชน (ร้อยละ 15.47) สะท้อนให้เห็นว่าประชาชนต้องการช่องทางการมีส่วนร่วมที่หลากหลายและสะดวก

2.1.6 ความคิดเห็นต่อความโปร่งใสในการเปิดเผยข้อมูล

ความคิดเห็นต่อความโปร่งใสในการเปิดเผยข้อมูล จากผู้ตอบแบบสอบถาม 2,520 คน พบว่า ร้อยละ 53.17 เห็นว่ามีความโปร่งใส (โปร่งใสมากร้อยละ 16.23 และโปร่งใสร้อยละ 36.94) ประเด็นที่น่าสนใจคือมีผู้ที่ไม่แน่ใจถึงร้อยละ 37.54 ซึ่งอาจสะท้อนถึงการขาดข้อมูลที่เพียงพอในการประเมิน ในขณะที่ร้อยละ 9.29 เห็นว่าไม่โปร่งใส

2.1.7 ลักษณะประโยชน์ที่ได้รับ

จากการสำรวจที่อนุญาตให้ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ มีผู้ตอบทั้งสิ้น 3,240 คำตอบ ผลการศึกษา พบว่า ประโยชน์หลักที่ประชาชนได้รับมากที่สุดคือการเข้าถึงบริการโทรคมนาคมในพื้นที่ห่างไกล คิดเป็นร้อยละ 17.41 (564 คน) รองลงมาคือการได้รับข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ผ่านสื่อต่างๆ ร้อยละ 16.98 (550 คน) และการได้รับความรู้ด้านการใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร ร้อยละ 16.17 (524 คน) ตามลำดับ

ที่น่าสนใจคือ ในหมวด "อื่นๆ" ซึ่งมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 24.14 (782 คน) เมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียด พบว่า ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ระบุว่าไม่เคยได้รับประโยชน์ (610 คน หรือร้อยละ 18.83) และผู้ที่ไม่แน่ใจ (172 คน หรือร้อยละ 5.31) สัดส่วนนี้สะท้อนให้เห็นถึงความท้าทายสำคัญในการสร้างการรับรู้และการเข้าถึงประโยชน์จากกองทุนของประชาชน

2.1.8 ประสิทธิภาพการดำเนินงานของกองทุน

ประสิทธิภาพการดำเนินงานของกองทุน จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 2,520 คน พบว่า ส่วนใหญ่ร้อยละ 55.83 มีความเห็นในเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการดำเนินงาน โดยแบ่งเป็นผู้ที่เห็นว่ามีประสิทธิภาพมากร้อยละ 16.43 (414 คน) และมีประสิทธิภาพร้อยละ 39.40 (993 คน) อย่างไรก็ตาม มีประเด็นที่น่าสนใจคือมีผู้ที่ไม่แน่ใจในสัดส่วนที่ค่อนข้างสูงถึงร้อยละ 24.76 (624 คน) ในขณะที่ผู้ที่เห็นว่ามีประสิทธิภาพมีร้อยละ 3.29 (83 คน) และไม่มีประสิทธิภาพอย่างมากร้อยละ 2.02 (51 คน) นอกจากนี้มีผู้ที่มีรู้สึกเฉยๆ อีกร้อยละ 14.09 (355 คน)

2.1.9 ความเหมาะสมของการจัดสรรเงินทุน

ความเหมาะสมของการจัดสรรเงินทุน จากผู้ตอบแบบสอบถาม 2,520 คน พบว่า ร้อยละ 58.49 เห็นว่าการจัดสรรเงินทุนมีความเหมาะสม โดยแบ่งเป็นเหมาะสมมากร้อยละ 16.94 (427 คน) และเหมาะสมร้อยละ 41.55 (1,047 คน) อย่างไรก็ตาม มีผู้ที่ไม่เห็นว่ามีประสิทธิภาพในสัดส่วนที่ค่อนข้างสูงรวมร้อยละ 40.16 โดยแบ่งเป็นไม่เหมาะสมร้อยละ 30.52 (769 คน) และไม่เหมาะสมอย่างมากร้อยละ 9.64 (243 คน) สัดส่วนนี้สะท้อนให้เห็นถึงความกังวลของประชาชนต่อการจัดสรรเงินทุนในปัจจุบัน

2.1.10 ด้านที่ควรปรับปรุง

รายละเอียดของด้านที่ควรปรับปรุง จากผู้ตอบแบบสอบถาม 1,046 คน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) พบว่า ประเด็นที่ได้รับการระบุมากที่สุดคือการเพิ่มการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนในการบริหารกองทุน (ร้อยละ 27.53 หรือ 288 คน) รองลงมาคือการปรับปรุงกระบวนการคัดเลือกและอนุมัติโครงการให้โปร่งใสมากขึ้น (ร้อยละ 18.45 หรือ 193 คน) และการเพิ่มความเป็นอิสระของกองทุนจากการแทรกแซงทางการเมือง (ร้อยละ 18.26 หรือ 191 คน)

นอกจากนี้ยังมีประเด็นเรื่องการเพิ่มสัดส่วนของผู้เชี่ยวชาญอิสระในคณะกรรมการบริหารกองทุน (ร้อยละ 15.01 หรือ 157 คน) และการลดสัดส่วนของตัวแทนจากหน่วยงานรัฐในคณะกรรมการบริหารกองทุน (ร้อยละ 11.38 หรือ 119 คน) ในส่วนของ "อื่นๆ" (ร้อยละ 9.37 หรือ 98 คน) มีการระบุประเด็นเพิ่มเติมที่น่าสนใจ เช่น การประชาสัมพันธ์ (3 คน) แต่ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ไม่แน่ใจ (62 คน) หรือไม่เห็นความเห็นเพิ่มเติม (33 คน)

การกระจายตัวของความคิดเห็น สะท้อนให้เห็นว่าประชาชนต้องการการปฏิรูปที่ครอบคลุมหลายมิติ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในด้านการมีส่วนร่วม ความโปร่งใส และความเป็นอิสระในการบริหารจัดการ ซึ่งสอดคล้องกับหลักธรรมาภิบาลและการบริหารจัดการองค์การสมัยใหม่ที่เน้นการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วน

2.2 ผลการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ

วิธีการเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลจะประกอบด้วยผู้บริโภคนในกลุ่มต่าง ๆ โดยเก็บรวบรวมข้อมูล คือ 1) การจัดประชุมระดมสมอง (Think Tank) เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคจำนวน 2 ครั้ง 2) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ให้ข้อมูลประกอบด้วย กสทช. หรือ ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ของสำนักงาน กสทช. หรือ ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคม หรือ นักวิชาการหรือนักเศรษฐศาสตร์หรือนักกฎหมาย หรือ ผู้แทนองค์กรผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการโทรคมนาคมหรือคณะกรรมการ หรือสมาชิกวุฒิสภาหรือสภาผู้แทนราษฎร ทั้ง นี้จะต้องได้รับความเห็นชอบจาก กตป . ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค 3) การจัดสนทนากลุ่ม (focus group) 4) การสนทนากลุ่มย่อย (interview group) 4) การจัดเวทีรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ (public hearing) และ 5) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผลการศึกษาพบว่า

(1) ผลการศึกษาจากกลุ่มผู้ได้รับทุนจากกองทุน กทปส.

ข้อเสนอแนะสำคัญ ประการแรกคือการปรับปรุงระบบการจัดสรรงบประมาณให้มีความสมดุลมากขึ้น โดยอาจพิจารณาการจัดสรรงบประมาณแบบสามส่วนเท่ากันระหว่างชุมชน อุตสาหกรรม และการกำกับดูแล ประการที่สองคือการพัฒนาระบบสนับสนุนที่เข้มแข็ง เช่น การจัดตั้งระบบพี่เลี้ยงสำหรับผู้รับทุนรายใหม่ การพัฒนาระบบการให้ข้อมูลย้อนกลับ และการสร้างเครือข่ายการเรียนรู้ระหว่างผู้รับทุน ประการที่สามคือการส่งเสริมความยั่งยืนผ่านการสนับสนุนโครงการระยะยาวและการพัฒนาระบบการจัดการความรู้ที่มีประสิทธิภาพ

หากพิจารณาไปข้างหน้า กองทุน กทปส. ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาระบบนิเวศด้านนวัตกรรม การเสริมสร้างความเข้มแข็งของภาคประชาสังคม และการพัฒนาระบบการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ การดำเนินการในลักษณะนี้จะช่วยให้กองทุนสามารถตอบสนองต่อความท้าทายในอนาคตและสร้างผลกระทบเชิงบวกที่ยั่งยืนต่อสังคมไทย

(2) ผลการศึกษาจากหน่วยงานที่ได้รับทุนสนับสนุนจาก กองทุน กทปส.

การดำเนินงานของ กองทุน กทปส. กำลังเผชิญกับความท้าทายหลายประการที่ต้องได้รับการแก้ไขอย่างเร่งด่วน คือ

ประการแรก คือความแข็งแกร่งของระบบราชการและกระบวนการพิจารณาทุนที่ขาดความยืดหยุ่น ซึ่งกลายเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการพัฒนานวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ การที่กระบวนการทำงานมุ่งเน้นการตอบสนองนโยบายรัฐมากเกินไป ทำให้ขาดความคล่องตัวในการปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและความต้องการของสังคม

ประการที่สอง คือการขาดความชัดเจนในวัตถุประสงค์และการประเมินผลกระทบของโครงการอย่างเป็นรูปธรรม ทำให้ยากที่จะวัดความสำเร็จและประสิทธิภาพของการดำเนินงาน การขาดระบบการติดตามและประเมินผลที่มีประสิทธิภาพส่งผลให้หลายโครงการไม่สามารถสร้างผลกระทบในระยะยาวได้ตามที่ตั้งเป้าหมายไว้

ประการที่สาม คือการขาดบูรณาการระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งระหว่างกองทุน กทปส. และกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ การทำงานแบบแยกส่วนทำให้เกิดความซ้ำซ้อนและสิ้นเปลืองทรัพยากร อีกทั้งยังลดประสิทธิภาพในการสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคม

ประการที่สี่ เพื่อให้กองทุน กทปส. สามารถบรรลุเป้าหมายและพันธกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพจำเป็นต้องมีการปฏิรูปอย่างเป็นระบบในหลายมิติ เริ่มจากการปรับโครงสร้างการบริหารจัดการให้มีความยืดหยุ่นมากขึ้น การดึงผู้เชี่ยวชาญจากภาคปฏิบัติเข้ามามีส่วนร่วมในคณะกรรมการ เพื่อให้การตัดสินใจอยู่บนพื้นฐานของความเข้าใจในสถานการณ์จริง และการสร้างกลไกที่มีประสิทธิภาพในการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์อย่างเป็นรูปธรรม

ประการที่ห้า การพัฒนาระบบการติดตามและประเมินผลที่มีประสิทธิภาพเป็นอีกหนึ่งความจำเป็นเร่งด่วน โดยต้องมีการกำหนดตัวชี้วัดที่ชัดเจนและสามารถสะท้อนผลกระทบที่แท้จริงของโครงการ การสร้างช่องทางการสื่อสารที่เข้าถึงง่ายและมีประสิทธิภาพจะช่วยให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วนสามารถมีส่วนร่วมในการพัฒนาและตรวจสอบการดำเนินงานได้อย่างแท้จริง

ประการที่หก การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนในการกำกับดูแลเป็นอีกหนึ่งประเด็นสำคัญ การเปิดโอกาสให้ประชาชนได้แสดงความคิดเห็นและมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางการพัฒนาจะช่วยให้การดำเนินงานของกองทุนตอบสนองต่อความต้องการที่แท้จริงของสังคม นอกจากนี้ การกำหนดยุทธศาสตร์และวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนในการรับมือกับความท้าทายในยุคดิจิทัลจะช่วยให้การดำเนินงานมีทิศทางที่ชัดเจนและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ประการที่เจ็ด ในบริบทของการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงาน การบูรณาการระหว่างกองทุน กทปส. และหน่วยงานอื่นๆ เช่น กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ เป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่ง การกำหนดยุทธศาสตร์ร่วมกัน การแบ่งปันข้อมูล และการประสานความร่วมมือจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและลดความซ้ำซ้อนของการดำเนินงาน

(3) ผลการศึกษาจากกลุ่มภาคประชาชน และภาคประชาสังคมที่ทำงานเกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค กองทุน กทปส. กำลังเผชิญกับความท้าทายที่สำคัญหลายประการที่ต้องได้รับการแก้ไขอย่างเร่งด่วน คือ

1. ปัญหาเชิงโครงสร้างการบริหารจัดการที่ขาดความสมดุล โดยเฉพาะในองค์ประกอบของคณะทำงานที่ขาดการมีส่วนร่วมของผู้เชี่ยวชาญด้านการคุ้มครองผู้บริโภค สถานการณ์นี้สะท้อนให้เห็นอย่างชัดเจนจากการที่ไม่มีคณะกรรมการกลั่นกรองเฉพาะด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ในขณะที่ด้านอื่นๆ มีคณะทำงานเฉพาะทาง การขาดความสมดุลนี้ส่งผลโดยตรงต่อคุณภาพการพิจารณาโครงการและการกำหนดทิศทางการทำงานของกองทุน เนื่องจากขาดมุมมองที่รอบด้านและความเชี่ยวชาญเฉพาะทางที่จำเป็น

2. การจัดสรรงบประมาณที่ไม่เป็นธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในส่วนของการคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้รับการจัดสรรน้อยกว่าร้อยละ 1 ของงบประมาณทั้งหมด สัดส่วนที่น้อยนี้ไม่สอดคล้องกับความสำคัญของภารกิจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และไม่เพียงพอต่อการรับมือกับความท้าทายที่เพิ่มขึ้นในยุคดิจิทัล การขาดแคลนงบประมาณนี้ส่งผลให้หลายโครงการที่มีความสำคัญไม่สามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ และทำให้การแก้ไขปัญหาเป็นไปอย่างล่าช้า

3. ความท้าทายในการตอบสนองต่อปัญหาเร่งด่วน โดยเฉพาะในยุคที่ภัยคุกคามทางดิจิทัลมีความรวดเร็วและซับซ้อนมากขึ้น กองทุน กทปส. กลับประสบปัญหาในการปรับตัวและตอบสนองต่อสถานการณ์ฉุกเฉิน ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือการหนีการหลอกลวงทางออนไลน์ การผูกขาดในกิจการโทรคมนาคม และการหลอกลวงผ่านข้อความสั้น (SMS) ซึ่งส่งผลกระทบต่อผู้บริโภคในวงกว้าง แต่กองทุนยัง

ไม่สามารถจัดการได้อย่างทันท่วงที ปัญหานี้เกิดจากการขาดระบบการจัดลำดับความสำคัญของปัญหาที่ชัดเจน และการขาดความยืดหยุ่นในการจัดสรรทรัพยากรเพื่อรับมือกับสถานการณ์ฉุกเฉิน

4. อุปสรรคในการเข้าถึงแหล่งทุนของภาคประชาชน ระบบการขอทุนที่ซับซ้อนและเงื่อนไขที่ย่งยากกลายเป็นกำแพงสูงที่ขัดขวางการเข้าถึงการสนับสนุนจากกองทุน โดยเฉพาะสำหรับภาคประชาสังคมและชุมชนที่อาจไม่คุ้นเคยกับการเขียนข้อเสนอโครงการในรูปแบบวิชาการ นอกจากนี้ การขาดระบบการให้ข้อมูลย้อนกลับที่ชัดเจนสำหรับโครงการที่ไม่ได้รับการอนุมัติ ยิ่งทำให้การพัฒนาข้อเสนอโครงการในอนาคตเป็นไปได้ยาก

5. เพื่อแก้ไขปัญหาเหล่านี้ จำเป็นต้องมีการปฏิรูปการดำเนินงานของกองทุนอย่างเป็นระบบ เริ่มจากการปรับโครงสร้างคณะทำงานให้มีความสมดุลมากขึ้น โดยเพิ่มสัดส่วนของผู้เชี่ยวชาญด้านการคุ้มครองผู้บริโภคและตัวแทนภาคประชาสังคม การกำหนดสัดส่วนงบประมาณที่ชัดเจนและเป็นธรรมสำหรับงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อให้มั่นใจว่าจะมีทรัพยากรเพียงพอในการดำเนินงาน

6. ควรมีการพัฒนาระบบการติดตามและประเมินผลที่มีประสิทธิภาพ โดยเน้นการวัดผลกระทบที่เกิดขึ้นจริงกับผู้บริโภค การพัฒนาระบบพี่เลี้ยงเพื่อช่วยเหลือองค์กรที่ต้องการขอทุน และการสร้างช่องทางการสื่อสารที่เข้าถึงง่ายสำหรับประชาชน ที่สำคัญ ควรมีการปรับเปลี่ยนมุมมองและแนวทางการทำงานของกองทุนให้มีความยืดหยุ่นและตอบสนองต่อความต้องการของสังคมมากขึ้น

(4) ผลการศึกษาจากกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิและนักวิชาการ

การพัฒนากองทุน กทปส. ในยุคดิจิทัลเป็นความท้าทายที่ต้องอาศัยการปรับเปลี่ยนทั้งในด้านโครงสร้าง กระบวนการทำงาน และวัฒนธรรมองค์กร เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของสังคมและรับมือกับความท้าทายใหม่ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ การสร้างสมดุลระหว่างการพัฒนาเทคโนโลยี และการคุ้มครองผู้บริโภค รวมถึงการสร้างการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน จะเป็นกุญแจสำคัญที่นำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนของกองทุนในระยะยาว ท้ายที่สุด ความสำเร็จของ กองทุน กทปส. จะไม่เพียงวัดจากประสิทธิภาพในการบริหารจัดการเท่านั้น แต่ยังรวมถึงความสามารถในการสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคม และการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนอย่างแท้จริง

(5) ผลการศึกษาจากกลุ่มอดีตผู้บริหารและคณะกรรมการบริหารกองทุน

(1) ในยุคที่เทคโนโลยีการสื่อสารและสื่อดิจิทัลกำลังเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและรุนแรง การทำความเข้าใจประสบการณ์และมุมมองของผู้ที่เคยบริหารจัดการกองทุน กทปส. เป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการวางแผนการพัฒนาองค์กรในอนาคต จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์อดีตคณะกรรมการและผู้บริหาร พบว่า สามารถเห็นภาพที่ชัดเจนของความท้าทาย โอกาส และแนวทางการพัฒนาที่จำเป็นสำหรับองค์กร

(2) เมื่อพิจารณาถึงบทบาทและภารกิจหลักของกองทุน กทปส. จะพบว่า องค์กรนี้มีเป้าหมายที่สำคัญในการสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาด้านกิจการกระจายเสียง โทรทัศน์ และโทรคมนาคม โดยให้ความสำคัญเป็นพิเศษกับการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม รวมถึงการตอบสนองความต้องการของกลุ่มเปราะบางในสังคม เช่น ผู้สูงอายุและคนพิการ อย่างไรก็ตาม จากประสบการณ์ของผู้บริหารได้เรียนรู้ว่า กองทุนยังประสบปัญหาสำคัญในการสื่อสารบทบาทและภารกิจเหล่านี้ให้สาธารณชนได้รับรู้และเข้าใจอย่างทั่วถึง ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อการเข้าถึงและการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน

(3) ประเด็นที่น่าห่วงใยที่สุด คือ การกระจุกตัวของทุนและโครงการในเขตกรุงเทพฯ ปรากฏการณ์นี้สะท้อนให้เห็นถึงความไม่เท่าเทียมในการเข้าถึงทรัพยากรระหว่างสถาบันการศึกษาและหน่วยงานในเมืองหลวงกับภูมิภาค สถานการณ์นี้ยิ่งทวีความรุนแรงขึ้นเมื่อพิจารณาถึงระบบการพิจารณา

โครงการที่มักเน้นรูปแบบทางวิชาการ ซึ่งกลายเป็นกำแพงสูงที่ขัดขวางการเข้าถึงทุนของภาคประชาชนและองค์กรขนาดเล็กที่อาจไม่คุ้นเคยกับการเขียนข้อเสนอโครงการในรูปแบบดังกล่าว

(4) เพื่อแก้ไขปัญหานี้ อดีตนคณะกรรมการได้นำเสนอแนวคิดที่น่าสนใจในการจัดตั้ง Node ในแต่ละภูมิภาค แนวคิดนี้ไม่เพียงแต่จะช่วยกระจายการเข้าถึงทุนเท่านั้น แต่ยังมุ่งสร้างความเข้มแข็งให้กับเครือข่ายในพื้นที่ผ่านการพัฒนาระบบพี่เลี้ยงที่จะคอยให้คำแนะนำและสนับสนุนผู้ขอทุนรายย่อยในการพัฒนาข้อเสนอโครงการที่มีคุณภาพ การมีระบบพี่เลี้ยงในพื้นที่จะช่วยลดช่องว่างระหว่างความต้องการของชุมชนกับข้อกำหนดทางวิชาการของกองทุน

(5) การปรับปรุงอย่างเร่งด่วนคือระบบการสื่อสารและการให้ข้อมูลย้อนกลับแก่ผู้ขอทุน แม้ว่าคณะกรรมการจะมีการพิจารณาและให้ข้อเสนอแนะต่อโครงการอย่างละเอียด แต่ข้อมูลเหล่านี้มักไม่ได้ถูกส่งต่อไปยังผู้ขอทุนอย่างเป็นระบบ การขาดการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพนี้ไม่เพียงทำให้ผู้ขอทุนเสียโอกาสในการเรียนรู้และพัฒนาเท่านั้น แต่ยังส่งผลต่อความเชื่อมั่นและความไว้วางใจที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีต่อองค์กรด้วย

(6) การมองไปข้างหน้า อดีตรัฐมนตรีได้เน้นย้ำถึงความจำเป็นในการปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี ข้อเสนอที่น่าสนใจคือการปรับเปลี่ยนจากการวางแผนระยะยาว มาเป็นการวางแผนยุทธศาสตร์ในระยะ 3-5 ปี แนวคิดนี้สะท้อนความเข้าใจในพลวัตของเทคโนโลยีดิจิทัลที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และความจำเป็นในการรักษาความยืดหยุ่นในการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลง

(7) การพัฒนาระบบการสื่อสารที่หลากหลายและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันก็เป็นอีกประเด็นที่ได้รับการเน้นย้ำ ในยุคที่พฤติกรรมผู้บริโภคสื่อของประชาชนมีความหลากหลายและซับซ้อนมากขึ้น การพัฒนาช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสมกับแต่ละกลุ่มเป้าหมายไม่ใช่เพียงทางเลือก แต่เป็นความจำเป็นในการสร้างการรับรู้และการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน

2.3 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายประเด็น กทปส.

จากผลการศึกษาสามารถวิเคราะห์ข้อค้นพบจากการศึกษาและประเด็นสำคัญเกี่ยวกับกองทุน กทปส. ในการดำเนินการเพื่อให้เป็นไปตามเจตนารมณ์ของกองทุนตามพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ โดยเฉพาะในมาตรา 52 (4) สนับสนุน ส่งเสริม และคุ้มครองผู้บริโภคด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม โดยสามารถจำแนกออกเป็นประเด็น ประกอบด้วย

ประเด็นที่ 1 โครงสร้างและการบริหารจัดการ

การประเมิน พบว่า ปัญหาเชิงระบบที่สำคัญในโครงสร้างการบริหารจัดการกองทุน โดยเฉพาะความไม่สมดุลในองค์ประกอบของคณะกรรมการที่ขาดผู้เชี่ยวชาญด้านการคุ้มครองผู้บริโภค แม้ว่าการคุ้มครองผู้บริโภคจะเป็นหนึ่งในวัตถุประสงค์หลักของกองทุน แต่กลับได้รับการจัดสรรงบประมาณน้อยกว่าร้อยละ 1 ของงบประมาณทั้งหมด สะท้อนให้เห็นถึงความไม่สอดคล้องระหว่างเป้าหมายที่ตั้งไว้กับการจัดสรรทรัพยากร ซึ่งสามารถจำแนกผลการประเมินได้ดังนี้

ประการแรก ความซ้ำซ้อนในโครงสร้างการกำกับดูแล เนื่องจากกองทุน กทปส. อยู่ภายใต้การกำกับของ กสทช. แต่ขณะเดียวกันก็ต้องทำงานร่วมกับหน่วยงานภาครัฐอื่นๆ ที่มีการปฏิบัติงานเกี่ยวกับกัน เช่น กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม หรือสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ความซ้ำซ้อนนี้บางครั้งนำไปสู่ความล่าช้าในการตัดสินใจและการดำเนินงาน

ประการที่สอง **ความไม่ยืดหยุ่นของกรอบนโยบาย** แม้ว่าเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคจะเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว แต่การปรับเปลี่ยนนโยบายหรือแนวทางการดำเนินงานของกองทุนยังต้องผ่านขั้นตอนที่ซับซ้อนและใช้เวลานาน ทำให้บางครั้งไม่สามารถตอบสนองต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงได้ทันทั่วถึง

ประการที่สาม **ระดับการบริหารจัดการภายใน** กองทุน กทปส. เผชิญกับความท้าทายที่สำคัญ คือ การจัดโครงสร้างองค์กรที่เหมาะสม การแบ่งส่วนงานแบบดั้งเดิมที่แยกตามหน้าที่อาจไม่เอื้อต่อการทำงานในยุคดิจิทัลที่ต้องการความคล่องตัวและการบูรณาการระหว่างหน่วยงาน นอกจากนี้ ระบบการบริหารงานบุคคลที่ยึดติดกับระเบียบราชการอาจเป็นอุปสรรคต่อการดึงดูดและรักษาบุคลากรที่มีความสามารถ โดยเฉพาะในด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม

ประการที่สี่ **การจัดสรรและบริหารทรัพยากรเป็นอีกความท้าทายที่สำคัญ** โดยเฉพาะในประเด็นต่อไปนี้

(1) **การบริหารงบประมาณ** แม้ว่า กองทุน กทปส. จะมีแหล่งรายได้ที่แน่นอนจากค่าธรรมเนียมใบอนุญาตและการจัดสรรคลื่นความถี่และอื่น ๆ แต่การใช้จ่ายงบประมาณยังมีข้อจำกัดและความไม่ยืดหยุ่น โดยเฉพาะในการตอบสนองต่อสถานการณ์เร่งด่วน

(2) **การบริหารทรัพยากรบุคคล** การพัฒนาบุคลากรให้มีทักษะที่จำเป็นในยุคดิจิทัล และการสร้างแรงจูงใจให้บุคลากรที่มีความสามารถยังคงทำงานกับองค์กร เป็นความท้าทายที่สำคัญ

(3) **การจัดการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ** การพัฒนาและบำรุงรักษาระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ รวมถึงการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล เป็นภารกิจที่ต้องใช้ทรัพยากรจำนวนมาก

ประการที่ห้า **การสร้างการมีส่วนร่วมและการประสานงานระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย** เป็นความท้าทายที่สำคัญอีกประการหนึ่ง โดยเฉพาะในประเด็นต่อไปนี้

(1) **การสื่อสารและประสานงาน** การสร้างความเข้าใจและการประสานงานระหว่างหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการสื่อสารกับสาธารณะ ยังมีข้อจำกัดและอุปสรรคหลายประการ

(2) **การสร้างการมีส่วนร่วม** การพัฒนากลไกที่เอื้อให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มสามารถมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายและการดำเนินงานของกองทุนอย่างแท้จริง

แนวทางในการจัดการแก้ไขปัญหาโครงสร้างและการบริหารจัดการของกองทุน กทปส. ควรพิจารณาดำเนินการดังนี้

(1) **การปรับโครงสร้างองค์กร** โดยพัฒนาโครงสร้างแบบรวมกันระหว่างโครงสร้างตามหน้าที่และตามหน่วยงาน (Matrix Organization) ที่เอื้อต่อการทำงานข้ามสายงาน สร้างหน่วยงานพิเศษที่มีความคล่องตัวสูงสำหรับภารกิจเร่งด่วน และปรับปรุงระบบการบริหารงานบุคคลให้มีความยืดหยุ่นมากขึ้น

(2) **การพัฒนาระบบการทำงาน** โดยการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการบริหารจัดการ พัฒนาระบบการตัดสินใจที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ สร้างระบบการติดตามและประเมินผลที่มีประสิทธิภาพ

(3) **การสร้างความร่วมมือ** ด้วยการพัฒนากลไกการประสานงานระหว่างหน่วยงาน สร้างเครือข่ายความร่วมมือที่เข้มแข็ง และพัฒนาช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ

การจัดการโครงสร้างและการบริหารจัดการต้องอาศัยความมุ่งมั่นและความร่วมมือจากทุกภาคส่วน รวมถึงการปรับเปลี่ยนวิธีคิดและวิธีการทำงานให้สอดคล้องกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป การพัฒนาต้องดำเนินการอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง โดยคำนึงถึงเป้าหมายสูงสุดคือการสร้างประโยชน์สูงสุดให้กับผู้บริโภคและสังคมโดยรวม

ประเด็นที่ 2 ระบบการติดตามและประเมินผล

กองทุนยังขาดระบบการติดตามและประเมินผลที่มีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในการประเมินผลกระทบของโครงการที่มีต่อผู้บริโภคและสาธารณะ ข้อบกพร่องนี้ทำให้ยากต่อการประเมินความคุ้มค่าและผลกระทบโดยรวมของโครงการที่ได้รับทุน การประเมินชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นในการพัฒนากลไกการติดตามที่เข้มแข็งขึ้นเพื่อสร้างความรับผิดชอบและผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจริง

ระบบการติดตามและประเมินผลเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนและพัฒนาการดำเนินงานของ กองทุน กทปส. ให้มีประสิทธิภาพและตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ขององค์กร จากการศึกษาพบว่า

(1) องค์ประกอบของระบบการติดตามและประเมินผล ระบบการติดตามและประเมินผลที่มีประสิทธิภาพประกอบด้วยสามส่วนที่ต้องทำงานประสานกัน ส่วนแรกคือการกำหนดตัวชี้วัด (KPIs) ที่สะท้อนผลการดำเนินงานทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ เช่น จำนวนผู้ได้รับประโยชน์จากโครงการ ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ หรือผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมที่เกิดขึ้น เป็นต้น ส่วนที่สองคือกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งต้องออกแบบให้สามารถได้ข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน และทันต่อการใช้งาน ส่วนที่สามคือการวิเคราะห์และรายงานผล ที่ต้องสามารถนำเสนอข้อมูลในรูปแบบที่เข้าใจง่ายและเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจ

(2) การพัฒนารอบการประเมินผล การประเมินผลการดำเนินงานของกองทุน กทปส. จำเป็นต้องมีกรอบการประเมินที่ครอบคลุมหลายมิติ เริ่มจากการประเมินความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และนโยบาย (Policy Alignment) ว่าโครงการหรือกิจกรรมต่างๆ ตอบสนองต่อเป้าหมายขององค์กรอย่างไร ต่อมาคือ การประเมินประสิทธิภาพ (Efficiency) ในการใช้ทรัพยากร ทั้งด้านงบประมาณ บุคลากร และเวลา จากนั้นคือการประเมินประสิทธิผล (Effectiveness) ว่าสามารถบรรลุผลลัพธ์ที่ตั้งไว้หรือไม่ และสุดท้ายคือการประเมินผลกระทบ (Impact) ที่เกิดขึ้นต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและสังคมโดยรวม

(3) การใช้เทคโนโลยีในการติดตามและประเมินผล เทคโนโลยีสมัยใหม่มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาระบบการติดตามและประเมินผลให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เช่น การใช้ระบบจัดการข้อมูลอัจฉริยะ (Smart Data Management System) ที่สามารถรวบรวมและประมวลผลข้อมูลจากหลายแหล่งได้อย่างรวดเร็ว การใช้เครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูลขั้นสูง (Advanced Analytics) ที่ช่วยค้นหาแนวโน้มและความสัมพันธ์ที่ซ่อนอยู่ในข้อมูล หรือการใช้แดชบอร์ดแสดงผลแบบเรียลไทม์ (Real-time Dashboard) ที่ช่วยให้ผู้บริหารสามารถติดตามสถานการณ์และตัดสินใจได้อย่างทัน่วงที

(4) การสร้างการมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผล การติดตามและประเมินผลที่มีประสิทธิภาพต้องอาศัยการมีส่วนร่วมจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นผู้รับทุน ผู้รับบริการ หรือประชาชนทั่วไป การสร้างกลไกการมีส่วนร่วมอาจทำได้หลายรูปแบบ เช่น การจัดเวทีรับฟังความคิดเห็น การสำรวจความพึงพอใจ หรือการเปิดช่องทางรับข้อเสนอแนะผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ ข้อมูลที่ได้จากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเหล่านี้จะช่วยให้การประเมินผลมีความครอบคลุมและสะท้อนความเป็นจริงมากขึ้น

(5) การนำผลการประเมินไปใช้ประโยชน์ การติดตามและประเมินผลจะมีความหมายก็ต่อเมื่อมีการนำผลการประเมินไปใช้ประโยชน์อย่างเป็นรูปธรรม ทั้งในการปรับปรุงการดำเนินงาน การพัฒนานโยบาย และการวางแผนในอนาคต กองทุน กทปส. ควรพัฒนาระบบการจัดการความรู้ (Knowledge Management System) ที่ช่วยรวบรวม วิเคราะห์ และเผยแพร่บทเรียนที่ได้จากการประเมินผล รวมถึงสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการเรียนรู้และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

(6) แนวทางการพัฒนา ระบบการติดตามและประเมินผล ของกองทุน กทปส. ยังมีความท้าทายที่ต้องได้รับการพัฒนา เช่น การขาดความเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลจากแหล่งต่างๆ การขาดมาตรฐานในการเก็บและวิเคราะห์ข้อมูล หรือการขาดบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญด้านการประเมินผล แนวทางการพัฒนาที่สำคัญคือการสร้างระบบการติดตามและประเมินผลที่เป็นมาตรฐานเดียวกันทั้งองค์กร การพัฒนาศักยภาพบุคลากรอย่างต่อเนื่อง และการสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญด้านการประเมินผล

การพัฒนาระบบการติดตามและประเมินผลเป็นกระบวนการที่ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่อง และต้องปรับเปลี่ยนให้เข้ากับบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป การสร้างระบบที่มีประสิทธิภาพจะช่วยให้กองทุน กทปส. สามารถบริหารจัดการทรัพยากรได้อย่างคุ้มค่า ตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคมได้อย่างยั่งยืน

ประเด็นที่ 3 การตอบสนองต่อความท้าทายร่วมสมัย

กองทุนกำลังเผชิญความท้าทายสำคัญในการจัดการกับปัญหาเร่งด่วน เช่น การฉ้อโกงผ่านออนไลน์ การผูกขาดในกิจการโทรคมนาคม การหลอกลวงผ่าน SMS เป็นต้น โครงสร้างและกระบวนการปัจจุบันทำให้กองทุนตอบสนองต่อภัยคุกคามรูปแบบใหม่ได้ช้าและขาดประสิทธิภาพ ส่งผลให้ผู้บริโภคยังคงเปราะบางต่อการถูกเอารัดเอาเปรียบในรูปแบบดิจิทัล การตอบสนองต่อความท้าทายร่วมสมัยของ กองทุน กทปส. เป็นประเด็นที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง การทำความเข้าใจและรับมือกับความท้าทายเหล่านี้จึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการพัฒนาองค์กรในระยะยาว จากผลการสังเคราะห์และวิเคราะห์ พบว่า

(1) ความท้าทายด้านการหลอกลวงทางออนไลน์และภัยคุกคามทางไซเบอร์ ในยุคดิจิทัลการหลอกลวงทางออนไลน์มีความซับซ้อนและแยบยลมากขึ้น ได้เห็นรูปแบบการหลอกลวงที่หลากหลาย ตั้งแต่การแอบอ้างเป็นหน่วยงานราชการเพื่อขอข้อมูลส่วนตัว ไปจนถึงการสร้างเว็บไซต์ปลอมเพื่อหลอกให้โอนเงิน การรับมือกับปัญหานี้ไม่ใช่เพียงแค่การออกมาตรการป้องกันและปราบปราม แต่ต้องเน้นการให้ความรู้และสร้างภูมิคุ้มกันให้กับผู้บริโภค เช่น การพัฒนาแพลตฟอร์มให้ความรู้แบบโต้ตอบ (Interactive Learning Platform) ที่ช่วยให้ประชาชนเข้าใจวิธีการหลอกลวงรูปแบบต่างๆ และรู้วิธีป้องกันตนเอง

(2) ความท้าทายด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ในโลกที่ข้อมูลกลายเป็นทรัพยากรที่มีค่า การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลมีความสำคัญมากขึ้นตามลำดับ กองทุน กทปส. ต้องพัฒนากลไกการกำกับดูแลที่เท่าทันกับเทคโนโลยี เช่น การใช้ระบบตรวจจับการรั่วไหลของข้อมูล (Data Leak Detection System) ที่สามารถแจ้งเตือนและระงับเหตุได้ทันที หรือการพัฒนาแนวทางปฏิบัติด้านการคุ้มครองข้อมูล (Data Protection Guidelines) ที่เป็นมาตรฐานสำหรับผู้ให้บริการโทรคมนาคมทุกราย

(3) การรับมือกับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี เทคโนโลยีใหม่ๆ เช่น ปัญญาประดิษฐ์ (AI) บล็อกเชน หรือ Internet of Things กำลังเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์ของอุตสาหกรรมโทรคมนาคมอย่างรวดเร็ว กองทุน กทปส. จำเป็นต้องปรับตัวและพัฒนาความสามารถในการกำกับดูแลเทคโนโลยีเหล่านี้ การสร้างศูนย์นวัตกรรมและการวิจัย (Innovation and Research Center) ที่ทำหน้าที่ศึกษาและทดลองเทคโนโลยีใหม่ๆ จะช่วยให้องค์กรสามารถคาดการณ์และเตรียมพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงได้ดีขึ้น

(4) การพัฒนาระบบนิเวศดิจิทัลที่ปลอดภัย การสร้างระบบนิเวศดิจิทัลที่ปลอดภัยและน่าเชื่อถือเป็นความท้าทายสำคัญ กองทุน กทปส. ต้องทำงานร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วน

ตั้งแต่ผู้ให้บริการโทรคมนาคม ผู้พัฒนาแอปพลิเคชัน ไปจนถึงผู้บริโภค ในการพัฒนามาตรฐานความปลอดภัย และแนวทางการกำกับดูแลที่เหมาะสม เช่น การพัฒนาระบบรับรองความปลอดภัยของแอปพลิเคชัน (App Security Certification) หรือการสร้างเครือข่ายเฝ้าระวังภัยคุกคามทางไซเบอร์ (Cyber Threat Intelligence Network)

(5) **การส่งเสริมการเข้าถึงเทคโนโลยีอย่างเท่าเทียม** ความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัล (Digital Divide) ยังเป็นปัญหาสำคัญในสังคมไทย กองทุน กทปส. ต้องพัฒนากลไกที่ช่วยให้ประชาชนทุกกลุ่มสามารถเข้าถึงเทคโนโลยีและบริการดิจิทัลได้อย่างเท่าเทียม เช่น การพัฒนาโครงการอินเทอร์เน็ตชุมชน (Community Internet) ที่ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในราคาที่เข้าถึงได้ หรือการจัดทำโครงการพัฒนาทักษะดิจิทัล (Digital Literacy Program) สำหรับกลุ่มผู้สูงอายุและผู้ด้อยโอกาส

(6) **การพัฒนาการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ** ความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหาเป็นสิ่งสำคัญในยุคดิจิทัล กองทุน กทปส. จำเป็นต้องพัฒนาระบบการรับเรื่องร้องเรียนและแก้ไขปัญหาที่มีประสิทธิภาพ เช่น การพัฒนาระบบ One-Stop Service ที่ให้บริการครบวงจร หรือการใช้ระบบ AI Chatbot ในการคัดกรองและให้ความช่วยเหลือเบื้องต้นแก่ผู้บริโภค นอกจากนี้ การสร้างเครือข่ายการทำงานร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะช่วยให้การแก้ไขปัญหามีความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

(7) **การเตรียมความพร้อมสำหรับอนาคต** การเตรียมความพร้อมสำหรับความท้าทายในอนาคตเป็นสิ่งสำคัญ กองทุน กทปส. ควรพัฒนาระบบการคาดการณ์แนวโน้มและความเสี่ยง (Trend and Risk Forecasting) ที่ช่วยให้องค์กรสามารถเตรียมพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงได้ล่วงหน้า การลงทุนในการวิจัยและพัฒนา รวมถึงการสร้างความร่วมมือกับองค์กรระหว่างประเทศ จะช่วยให้องค์กรมีความพร้อมในการรับมือกับความท้าทายที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

การตอบสนองต่อความท้าทายร่วมสมัยเป็นภารกิจที่ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องและต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน การพัฒนาองค์กรให้มีความยืดหยุ่น คล่องตัว และพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง จะช่วยให้ กทปส. สามารถรับมือกับความท้าทายต่างๆ และทำหน้าที่ในการคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ประเด็นที่ 4 ความเหลื่อมล้ำด้านภูมิศาสตร์และการเข้าถึง

การประเมินชี้ให้เห็นการกระจุกตัวของโครงการที่ได้รับทุนในสถาบันการศึกษาในกรุงเทพฯ ในขณะที่สถาบันและองค์กรในภูมิภาคมีโอกาเข้าถึงแหล่งทุนอย่างจำกัด ความเหลื่อมล้ำทางภูมิศาสตร์นี้ส่งผลกระทบต่อความสามารถของกองทุนในการตอบสนองความต้องการท้องถิ่นและสร้างผลกระทบที่มีความหมายในพื้นที่ต่างๆ ส่งผลกระทบโดยตรงต่อโอกาสในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน โดยเฉพาะในยุคที่เทคโนโลยีดิจิทัลกลายเป็นปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิต จากการศึกษา พบว่า

(1) **สถานการณ์ความเหลื่อมล้ำในปัจจุบัน** ในปัจจุบันสังคมไทย พบว่า ความเหลื่อมล้ำด้านภูมิศาสตร์และการเข้าถึงบริการโทรคมนาคมมีหลายมิติที่เชื่อมโยงกัน มิติแรกคือ ความเหลื่อมล้ำด้านโครงสร้างพื้นฐาน พื้นที่ห่างไกลหลายแห่งยังขาดโครงข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงที่มีเสถียรภาพ ทำให้ประชาชนไม่สามารถใช้บริการดิจิทัลได้อย่างเต็มที่ มิติที่สองคือ ความเหลื่อมล้ำด้านคุณภาพบริการ แม้บางพื้นที่จะมีโครงข่าย แต่คุณภาพการให้บริการอาจไม่เทียบเท่ากับในเขตเมือง ทำให้การใช้งานไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร มิติที่สามคือความเหลื่อมล้ำด้านราคา ค่าบริการในบางพื้นที่อาจสูงกว่าในเขตเมืองเนื่องจากต้นทุนการให้บริการที่สูงกว่า

(2) **ผลกระทบต่อการพัฒนา** ความเหลื่อมล้ำเหล่านี้ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาในหลายด้าน ในด้านการศึกษา นักเรียนในพื้นที่ห่างไกลอาจไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเรียนรู้ออนไลน์หรือใช้ระบบการ

เรียนการสอนทางไกลได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในด้านเศรษฐกิจ ผู้ประกอบการรายย่อยในพื้นที่ชนบทอาจเสียโอกาสในการทำธุรกิจออนไลน์หรือเข้าถึงตลาดที่กว้างขึ้น ในด้านสาธารณสุข ประชาชนในพื้นที่ห่างไกลอาจไม่สามารถใช้บริการทางการแพทย์ทางไกล (Telemedicine) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(3) แนวทางการแก้ไขปัญหา การแก้ไขปัญหาความเหลื่อมล้ำจำเป็นต้องดำเนินการอย่างเป็นระบบและมีบูรณาการ ประการแรกคือการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน โดยใช้กองทุน USO (Universal Service Obligation) ในการขยายโครงข่ายไปยังพื้นที่ห่างไกล และพัฒนาเทคโนโลยีทางเลือกที่เหมาะสมกับบริบทของแต่ละพื้นที่ ประการที่สองคือการสร้างกลไกกำกับดูแลคุณภาพบริการ เพื่อให้มั่นใจว่าประชาชนในทุกพื้นที่ได้รับบริการที่มีคุณภาพใกล้เคียงกัน ประการที่สามคือการพัฒนามาตรการสนับสนุนด้านราคา เช่น การอุดหนุนค่าบริการสำหรับกลุ่มเปราะบางหรือการกำหนดอัตราค่าบริการพิเศษสำหรับพื้นที่ห่างไกล

(4) การพัฒนาศักยภาพและการสร้างการมีส่วนร่วม นอกจากการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานแล้ว การพัฒนาศักยภาพของประชาชนและชุมชนก็มีความสำคัญไม่น้อยไปกว่ากัน กทปส. ควรสนับสนุนโครงการพัฒนาทักษะดิจิทัลในระดับชุมชน สร้างผู้นำดิจิทัลที่สามารถเป็นกำลังสำคัญในการถ่ายทอดความรู้และช่วยเหลือคนในชุมชน นอกจากนี้ การสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนในการวางแผนและดำเนินโครงการจะช่วยให้การพัฒนาตอบสนองความต้องการของพื้นที่ได้ดียิ่งขึ้น

(5) การติดตามและประเมินผล การแก้ไขปัญหาความเหลื่อมล้ำต้องมีระบบการติดตามและประเมินผลที่มีประสิทธิภาพ กทปส. ควรพัฒนาตัวชี้วัดที่ครอบคลุมทั้งด้านการเข้าถึง คุณภาพบริการ และการใช้ประโยชน์ มีการเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง และนำผลการประเมินมาใช้ในการปรับปรุงนโยบายและมาตรการต่างๆ

(6) การสร้างความยั่งยืน เพื่อให้การแก้ไขปัญหาความเหลื่อมล้ำเกิดความยั่งยืน จำเป็นต้องสร้างระบบนิเวศที่เอื้อต่อการพัฒนาในระยะยาว ตั้งแต่การสร้างแรงจูงใจให้ภาคเอกชนลงทุนในพื้นที่ห่างไกล การพัฒนาโมเดลธุรกิจที่เหมาะสมกับบริบทของแต่ละพื้นที่ ไปจนถึงการสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และชุมชนในการดูแลรักษาและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานร่วมกัน

(7) การสร้างกลไกในการขับเคลื่อนที่เป็นรูปธรรม เพื่อให้การแก้ไขปัญหาความเหลื่อมล้ำมีประสิทธิภาพมากขึ้น กองทุน กทปส. โดย

7.1 พัฒนาฐานข้อมูลเชิงพื้นที่ที่แสดงให้เห็นสถานการณ์ความเหลื่อมล้ำอย่างละเอียด เพื่อใช้ในการวางแผนและจัดสรรทรัพยากร

7.2 ปรับปรุงกลไกการจัดสรรทุนให้มีความยืดหยุ่นและตอบสนองต่อความต้องการของแต่ละพื้นที่มากขึ้น

7.3 สร้างความร่วมมือกับหน่วยงานท้องถิ่นและภาคประชาสังคมในการพัฒนาและดูแลโครงสร้างพื้นฐาน

7.4 พัฒนามาตรการจูงใจให้ภาคเอกชนลงทุนในพื้นที่ห่างไกลมากขึ้น

7.5 สนับสนุนการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับบริบทของแต่ละพื้นที่

การแก้ไขปัญหาความเหลื่อมล้ำด้านภูมิศาสตร์และการเข้าถึงเป็นความท้าทายที่ต้องอาศัยความร่วมมือและการทำงานอย่างต่อเนื่องในระยะยาว การสร้างความสมดุลระหว่างการพัฒนาเชิงพื้นที่กับการพัฒนาในภาพรวมจะช่วยให้ประเทศสามารถก้าวไปข้างหน้าได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน

ประเด็นที่ 5 การคุ้มครองและการมีส่วนร่วมของผู้บริโภค

ประเด็นที่มีความจำเป็นในการสร้างการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคในกระบวนการของกองทุน กทปส. ให้มากขึ้น ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเสนอแนะให้

- (1) สร้าง Node ในระดับภูมิภาคเพื่อเพิ่มการเข้าถึงกองทุน
- (2) พัฒนาระบบพี่เลี้ยงสำหรับผู้ขอทุนรายย่อย
- (3) ปรับปรุงการสื่อสารเกี่ยวกับโอกาสในการขอรับทุน
- (4) จัดตั้งกลไกการให้ข้อมูลย้อนกลับที่ชัดเจน

ขอขยายความเกี่ยวกับประเด็นการคุ้มครองและการมีส่วนร่วมของผู้บริโภค ซึ่งเป็นหนึ่งในประเด็นสำคัญที่พบจากการศึกษาคือ

(1) การขาดการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง จากการประเมิน พบว่า แม้ กองทุน กทปส. จะมีภารกิจหลักในการคุ้มครองผู้บริโภค แต่การดำเนินงานที่ผ่านมายังขาดการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงจากภาคประชาชน โดยเฉพาะในขั้นตอนสำคัญ เช่น การกำหนดนโยบาย การพิจารณาจัดสรรทุน และการติดตามประเมินผล ทำให้การดำเนินงานของกองทุนอาจไม่สอดคล้องกับความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภค

(2) ช่องว่างในการเข้าถึงการสนับสนุน ปัญหาสำคัญอีกประการหนึ่งคือ ภาคประชาสังคมและกลุ่มผู้บริโภคในระดับพื้นที่มักประสบความยากลำบากในการเข้าถึงการสนับสนุนจากกองทุน เนื่องจากข้อจำกัดหลายประการ เช่น ความซับซ้อนของกระบวนการขอทุน ที่มักเน้นรูปแบบทางวิชาการมากเกินไป การขาดความรู้ความเข้าใจในการเขียนข้อเสนอโครงการ ข้อจำกัดด้านศักยภาพในการบริหารจัดการโครงการตามระเบียบราชการ การขาดเครือข่ายและความสัมพันธ์กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

(3) แนวทางการพัฒนาการมีส่วนร่วม โดย

(1) การสร้างกลไกการมีส่วนร่วมในระดับพื้นที่ อาทิ จัดตั้ง Node หรือศูนย์ประสานงานในแต่ละภูมิภาคเพื่อเป็นจุดเชื่อมระหว่างชุมชนกับกองทุน พัฒนาเครือข่ายผู้แทนผู้บริโภคในระดับจังหวัดเพื่อรับฟังปัญหาและความต้องการของประชาชน สร้างพื้นที่แลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้รับทุนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เป็นต้น

(2) การพัฒนาระบบสนับสนุน เช่น จัดตั้งระบบพี่เลี้ยงที่มีประสบการณ์ในการพัฒนาข้อเสนอโครงการ จัดอบรมเสริมศักยภาพด้านการบริหารจัดการโครงการ สร้างคู่มือและแนวทางการขอทุนที่เข้าใจง่าย เป็นต้น

(3) การปรับปรุงระบบการสื่อสาร เช่น การพัฒนาช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายและเข้าถึงง่าย การสร้างความโปร่งใสในกระบวนการพิจารณาโครงการ การจัดให้มีระบบการให้ข้อมูลย้อนกลับที่ชัดเจนสำหรับโครงการที่ไม่ได้รับการสนับสนุน เป็นต้น

(4) การสร้างความยั่งยืน เพื่อให้การมีส่วนร่วมของผู้บริโภคเกิดความยั่งยืน ผลการประเมินเสนอให้มีการกำหนดสัดส่วนงบประมาณที่ชัดเจนสำหรับโครงการภาคประชาชน ควรมีสันับสนุนโครงการระยะยาว (2-3 ปี) เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ชัดเจน และสร้างตัวชี้วัดที่สะท้อนการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคอย่างแท้จริง รวมทั้งการพัฒนาฐานข้อมูลและองค์ความรู้จากโครงการที่ประสบความสำเร็จ

การพัฒนาการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคจึงไม่ใช่เพียงการสร้างกลไกการมีส่วนร่วมเท่านั้น แต่เป็นการปรับเปลี่ยนแนวคิดและวิธีการทำงานของกองทุนให้ยึดผู้บริโภคเป็นศูนย์กลางอย่างแท้จริง

ประเด็นที่ 6 การตอบสนองด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี

การตอบสนองด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีของกองทุน กทปส. สามารถพิจารณาได้ใน 3 มิติหลักที่มีความเชื่อมโยงกัน คือ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยี การพัฒนานวัตกรรมเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค และการสร้างระบบนิเวศทางนวัตกรรม

มิติที่หนึ่ง การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยี ในด้านโครงสร้างพื้นฐานกองทุน กทปส. จำเป็นต้องปรับปรุงระบบเทคโนโลยีสารสนเทศภายในองค์กรให้ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ

อาจเปรียบเทียบกับ การสร้างรากฐานของบ้านที่แข็งแรง ซึ่งจะช่วยรองรับการเติบโตและการพัฒนาในอนาคต ตัวอย่างเช่น การพัฒนาระบบคลาวด์ที่มีความปลอดภัยสูงสำหรับจัดเก็บและประมวลผลข้อมูล การสร้างระบบเครือข่ายที่มีความเสถียรและรองรับการเชื่อมต่อจากหลายช่องทาง หรือการพัฒนาแพลตฟอร์มกลางสำหรับการบริหารจัดการโครงการต่างๆ นอกจากนี้ ยังต้องให้ความสำคัญกับการรักษาความปลอดภัยทางไซเบอร์ เพราะยิ่งองค์กรพึ่งพาเทคโนโลยีมากขึ้นเท่าไร ความเสี่ยงจากภัยคุกคามทางไซเบอร์จะยิ่งสูงขึ้นเท่านั้น เช่นเดียวกับการติดตั้งระบบรักษาความปลอดภัยที่บ้าน ยังมีทรัพย์สินมีค่ามากเท่าไร ก็ยิ่งต้องมีระบบป้องกันที่แข็งแกร่งมากขึ้นเท่านั้น

มิติที่สอง การพัฒนานวัตกรรมเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ในส่วนของการคุ้มครองผู้บริโภค กองทุน กทปส. ต้องพัฒนานวัตกรรมที่ช่วยให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น เปรียบเสมือนการสร้างเครื่องมือใหม่ๆ ที่ช่วยให้การทำงานง่ายและรวดเร็วขึ้น ตัวอย่างเช่น การพัฒนาระบบปัญญาประดิษฐ์ที่ช่วยคัดกรองและวิเคราะห์เรื่องร้องเรียน ระบบแจ้งเตือนภัยอัตโนมัติที่สามารถตรวจจับรูปแบบการหลอกลวงใหม่ๆ หรือแอปพลิเคชันที่ช่วยให้ผู้บริโภคสามารถตรวจสอบความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการได้ง่ายขึ้น การพัฒนานวัตกรรมเหล่านี้ต้องคำนึงถึงการใช้งานจริงของผู้บริโภคเป็นสำคัญ เหมือนกับการออกแบบเครื่องใช้ในบ้านที่ต้องใช้งานง่ายและตอบโต้ความต้องการของผู้อยู่อาศัย นวัตกรรมที่ดีต้องไม่เพียงแต่ล้ำสมัย แต่ต้องเข้าถึงได้และใช้งานได้จริง

มิติที่สาม การสร้างระบบนิเวศทางนวัตกรรม เป็นเสมือนการสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเกิดและเติบโตของนวัตกรรม เปรียบเหมือนการสร้างสวนที่มีสภาพแวดล้อมเหมาะสมสำหรับการเจริญเติบโตของพืชหลากหลายชนิด กองทุน กทปส. ต้องส่งเสริมการวิจัยและพัฒนา สร้างความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาและภาคเอกชน และสนับสนุนสตาร์ทอัพที่พัฒนานวัตกรรมด้านการคุ้มครองผู้บริโภค นอกจากนี้ ควรมีการจัดตั้งศูนย์นวัตกรรมที่เป็นพื้นที่สำหรับการทดลองและพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ๆ เปิดโอกาสให้นักพัฒนา นักวิจัย และผู้ประกอบการได้มาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและทำงานร่วมกัน เหมือนกับการมีห้องทดลองที่เปิดให้นักวิทยาศาสตร์จากหลายสาขามาทำงานร่วมกัน

การพัฒนาทั้งสามมิตินี้ ต้องดำเนินการไปพร้อมกันอย่างสอดคล้องและเกื้อหนุนกัน เหมือนกับระบบนิเวศธรรมชาติที่ทุกส่วนต้องทำงานประสานกันจึงจะเกิดความสมดุลและยั่งยืน ตัวอย่างเช่น การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่ดีจะช่วยสนับสนุนการพัฒนานวัตกรรม และระบบนิเวศที่เข้มแข็งจะช่วยดึงดูดทรัพยากรและความเชี่ยวชาญมาช่วยพัฒนาทั้งโครงสร้างพื้นฐานและนวัตกรรม เป็นต้น

โดยปัจจัยทั้งหมดมุ่งเป้าไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน เนื่องจากความสำเร็จในการตอบสนองด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีไม่ได้วัดจากการมีเทคโนโลยีที่ทันสมัยเพียงอย่างเดียว แต่ต้องพิจารณาถึงความยั่งยืนในระยะยาวด้วย กองทุน กทปส. ต้องวางแผนการพัฒนาที่ครอบคลุมทั้งการลงทุนในเทคโนโลยี การพัฒนาบุคลากร และการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เอื้อต่อการพัฒนานวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง

ประเด็นที่ 7 ทิศทางในอนาคตและความจำเป็นในการปฏิรูป

กองทุน กทปส. เป็นประเด็นที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในยุคที่เทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว สามารถมองการปฏิรูปองค์กรเหมือนกับการปรับปรุงบ้านหลังใหญ่ให้พร้อมรับมือกับสภาพอากาศที่เปลี่ยนแปลงและความต้องการของผู้อยู่อาศัยที่เพิ่มขึ้น

(1) การปรับเปลี่ยนวิสัยทัศน์และพันธกิจในอนาคต กองทุน กทปส. จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนวิสัยทัศน์และพันธกิจให้สอดคล้องกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป เหมือนกับการวางแผนปรับปรุงบ้านที่ต้องมองภาพรวมก่อนลงมือปฏิบัติ องค์กรต้องกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจนว่าต้องการเป็นองค์กรแบบใดในอีก

5-10 ปีข้างหน้า โดยคำนึงถึงแนวโน้มสำคัญ เช่น การหลอมรวมของเทคโนโลยี การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค และความท้าทายด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์

(2) **การปรับโครงสร้างองค์กรและการบริหารจัดการ** การปรับโครงสร้างองค์กรเป็นเสมือนการจัดวางห้องและพื้นที่ใช้สอยในบ้านใหม่ให้เหมาะสมกับการใช้งาน กองทุน กทปส. ควรพิจารณาปรับโครงสร้างให้มีความยืดหยุ่นและคล่องตัวมากขึ้น เช่น การนำรูปแบบ Matrix Organization มาใช้ การสร้างทีมข้ามสายงานเพื่อทำงานเฉพาะกิจ หรือการจัดตั้งหน่วยงานพิเศษที่ดูแลประเด็นเร่งด่วนหรือนวัตกรรมใหม่ๆ

(3) **การพัฒนาระบบนิเวศดิจิทัล** เหมือนกับการติดตั้งระบบไฟฟ้าและเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในบ้าน กองทุน กทปส. ต้องพัฒนาระบบนิเวศดิจิทัลที่ครอบคลุมและมีประสิทธิภาพ ซึ่งรวมถึงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล การสร้างแพลตฟอร์มกลางสำหรับการให้บริการ และการพัฒนาระบบความปลอดภัยทางไซเบอร์ที่แข็งแกร่ง ระบบนี้ต้องรองรับทั้งการทำงานภายในองค์กรและการให้บริการแก่ประชาชน

(4) **การพัฒนาศักยภาพบุคลากร** บุคลากรเป็นเสมือนหัวใจของบ้าน การพัฒนาศักยภาพบุคลากรจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง กองทุน กทปส. ต้องลงทุนในการพัฒนาทักษะที่จำเป็นสำหรับอนาคต ทั้งด้านเทคโนโลยี การวิเคราะห์ข้อมูล การบริหารโครงการ และทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ นอกจากนี้ยังต้องสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งเสริมการเรียนรู้และนวัตกรรม

(5) **การปรับปรุงกระบวนการทำงาน** กระบวนการทำงานเปรียบเสมือนระบบท่อและการไหลเวียนในบ้าน ที่ต้องมีความคล่องตัวและมีประสิทธิภาพ กองทุน กทปส. ควรนำเทคโนโลยีมาใช้ในการปรับปรุงกระบวนการทำงาน เช่น การใช้ระบบอัตโนมัติ การวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ และการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการตัดสินใจ เพื่อลดความซ้ำซ้อนและเพิ่มประสิทธิภาพ

(6) **การสร้างการมีส่วนร่วมและความโปร่งใส** เหมือนกับการสร้างหน้าต่างและประตูที่เปิดรับแสงและอากาศ การสร้างการมีส่วนร่วมและความโปร่งใสจะช่วยให้องค์กรเปิดรับมุมมองและความคิดเห็นจากภายนอก กองทุน กทปส. ควรพัฒนาช่องทางการมีส่วนร่วมที่หลากหลาย เปิดเผยข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ และสร้างกลไกการตรวจสอบที่มีประสิทธิภาพ

(7) **การพัฒนาความร่วมมือระหว่างประเทศ** ในโลกที่เชื่อมโยงกันมากขึ้น การพัฒนาความร่วมมือระหว่างประเทศมีความสำคัญเหมือนกับการเชื่อมต่อบ้านเข้ากับระบบสาธารณูปโภคภายนอก กองทุน กทปส. ควรสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับองค์กรกำกับดูแลในต่างประเทศ แลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ และร่วมมือกันในการแก้ไขปัญหาข้ามพรมแดน

(8) **การเตรียมพร้อมรับมือกับความท้าทายในอนาคต** เหมือนกับการติดตั้งระบบสำรองไฟและน้ำในบ้าน กองทุน กทปส. ต้องเตรียมพร้อมรับมือกับความท้าทายที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต เช่น ภัยคุกคามทางไซเบอร์รูปแบบใหม่ การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีอย่างพลิกผัน หรือวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ โดยการพัฒนาาระบบเตือนภัยล่วงหน้า การสร้างแผนรองรับสถานการณ์ฉุกเฉิน และการสำรองทรัพยากรที่จำเป็น

การปฏิรูป กองทุน กทปส. เป็นกระบวนการที่ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ เหมือนกับการดูแลรักษาบ้านที่ต้องทำอย่างสม่ำเสมอและมีการวางแผนล่วงหน้า การปฏิรูปที่ประสบความสำเร็จจะช่วยให้องค์กรสามารถปรับตัวรับมือกับการเปลี่ยนแปลง และทำหน้าที่ในการคุ้มครองผู้บริโภคและพัฒนากิจการโทรคมนาคมได้อย่างมีประสิทธิภาพในระยะยาว

Executive Summary

Act on Spectrum Allocation and Regulation of Radio Broadcasting, Radio Television and Telecommunications Business, B.E. 2553 (2010) and its amendments. The National Broadcasting, Television and Telecommunications Commission (NBTC) has the authority and responsibilities to supervise broadcasting, television, and telecommunications sectors in the best interests of the public. This includes ensuring state security and public interest, as well as enabling the public to benefit from the spectrum. Measures must be implemented to prevent unfair exploitation or undue burdens on consumers. Additionally, it is essential to prevent interference between frequency bands. Prevent actions that obstruct or block the public's access to accurate information and deter any person or group from exploiting the spectrum, disregarding the general public's rights. This includes mitigating any impact on public health that may arise from spectrum usage. Throughout the assessment of the minimum proportion of actions that spectrum users must undertake in the public interest, it is essential to avoid any actions likely to exploit consumers. This reliance on networks or advertisements that are commercially lucrative, excessively profitable, or cause disruption should be curtailed. In conclusion, the law establishes that "consumer protection" is a fundamental principle in overseeing telecommunications businesses. The broadcasting and television sectors must operate under the mandate of the NBTC. Consequently, the NBTC's actions must prioritize the benefits and impacts on the public, consumers, and service users. The NBTC assesses and evaluates its own performance. The Spectrum Allocation Organization Act established the Performance Monitoring and Evaluation Committee (EOC), which is composed of directors. According to the expertise mandated by law, namely 1) The committee shall have the authority and duty to monitor the following: 1) broadcasting, 2) television, 3) telecommunications, 4) consumer protection, and 5) the promotion of people's rights and freedoms. Audit and assess the performance and management of the NBTC, the NBTC Office, and the NBTC Secretary-General on an annual basis. To assess and evaluate the performance of the NBTC, the Performance Monitoring and Evaluation Committee has established guidelines for monitoring and evaluating the results in accordance with the policy. The NBTC focuses on proactive measures to obtain timely results from follow-up studies and relevant assessments. In 2024, the Committee for Monitoring and Evaluation of Consumer Protection will address important consumer protection issues that require close monitoring. It examined and evaluated two matters as follows: results:

1. Monitoring, auditing, and evaluating specific conditions or measures after the business combination between Advanced Wireless Network Limited (AWN) and Triple T Broadband Public Company Limited (3BB) For Consumer Protection

1.1 Results of quantitative analysis

Tracking Audit and Evaluation: This time, both quantitative and qualitative methods are employed. Quantitative data is gathered from a total of 2,520 consumers, the majority of whom are female (64.60%). Of these, 31.11% hold a bachelor's degree, while 58.97% have a monthly income of 15,000 Baht. The age group of 51-65 years comprises 30.95% of respondents. They represent a variety of professions, though most are self-employed (28%). The respondents are dispersed across all regions of Thailand, with 8.53% residing in Bangkok and its vicinity and 10.71% in the Central Region. Other regions, including the West, East, Northeast, North, and South, each represent approximately 16%. Data collection utilized questionnaires covering various survey items, including checklist items, estimation scales (rating scales), and open-ended questions. The data were analyzed by presenting frequencies, percentages, average scores, and standard deviations.

1.1.1 Awareness of Business Combinations Between AWN and 3BB

It was discovered that 1,090 individuals, representing 43.25 per cent, were aware of the business combination between AWN and 3BB, while 1,430 individuals, or 56.75 per cent, were not. Nonetheless, over half of the individuals remain unaware of this information, which could impact their perception of rights and benefits stemming from various consumer protection measures.

1.1.2 Avenues of Awareness Concerning Business Integration

An analysis of the data perception channel, based on a total of 2,826 responses (respondents can select more than one option), reveals that online media is the primary channel, with 1,294 individuals (45.79 per cent) identifying it as such. This is followed by television media, cited by 700 individuals (24.77 per cent), and word of mouth from friends and family, noted by 358 individuals (12.67 per cent). In other channels, a total of 88 individuals (3.12 per cent) displayed a notable distribution, particularly participation in the NBTC project, which accounted for 40 individuals. Thirty individuals reported awareness through the Council of Consumer Organizations. This highlights the role of regulators and civil society organizations in disseminating information to the public.

1.1.3 Comments on the Impact of Business Combination

The survey on the impact of business consolidation indicated consumer uncertainty, with 27.98 per cent (705 individuals) stating that they were unsure of the effects. Among those with definitive opinions, it was found that 36.11 per cent of respondents believed the situation had improved, divided into 18.73 per cent (472 individuals) and 17.38 per cent (438 individuals) who observed significant improvement. Meanwhile, 19.92 per cent (502

individuals) thought there had been no change, while 15.99 per cent felt the situation had worsened, divided into 8.41 per cent (212 individuals) and 7.58 per cent (191 individuals) who noted it was slightly worse. Considering the additional reasons provided by the public regarding the impact of the business combination between AWN and 3BB, the key issues are categorized into three main areas as follows:

Groups that observe improvement often provide reasons for enhancing service quality, particularly regarding expanding service coverage. The stability of the signal is enhanced, and both companies are recognized as reputable service providers. Together, this is likely to combine the strengths of each party to develop superior services. Business integration is also anticipated to enhance operational stability and efficiency.

The group that perceives it as worse has three main concerns. Firstly, there is the decrease in competition in the market, which could lead to a monopoly. Secondly, there is concern that the price of services may increase due to a reduction in consumer choice. Lastly, there is worry that the quality of service may diminish when competition is lacking. Many of them reported experiencing issues with slower internet speeds and unstable signals following the business integration.

Groups that see no change or express uncertainty: Most mentioned they need to wait and observe the long-term results, as they have not observed a clear change. Some indicated that they did not receive sufficient information regarding the business combination, which made it impossible to evaluate the impact; others remarked that the quality of service remained unchanged.

Interestingly, concerns have been raised regarding the business integration process's lack of consumer engagement and attentiveness. Many expressed that they did not receive adequate information or publicity and felt that the business combination prioritised business interests over their own consumers.

1.1.4 Impact on Service Quality and Pricing

The analysis of the impact on service delivery across seven key areas provides an intriguing overview. Upon examining the specifics of each aspect, it was revealed that the coverage of the service area was highest (average 3.35), with 323 individuals rating it as much better and 755 stating that it was good. This indicates that business integration may aid in extending the network's coverage. However, there remain 403 individuals who perceive it as much worse and worse.

Customer service and problem-solving were rated second (average 3.22), with a total of 914 respondents rating it as much better or better. However, the majority of 1,157 people still considered it to be moderate. This indicates higher expectations for the post-merger experience services.

The quality of service and the ease of relocating the camp were assessed equally (average 3.20), but there was a differing distribution of opinions. The quality of service received a significantly better rating from a total of 885 people, whereas 934 individuals rated the convenience of moving camps.

The variety of service packages (average 3.11) exhibits various opinions. The survey also discovered that the number of respondents who reported negative experiences was notably higher, including 609 individuals, reflecting worries that business consolidation may diminish consumer choice.

The service price received a relatively low rating (average 3.10) from 1,308 moderate evaluators and 500 individuals who perceived it as considerably worse. This reflects concerns about the price following the merger.

1.1.5 Comments on Consumer Protection Initiatives

Analysis of approval levels for consumer protection measures. The 11 measures demonstrated a high level of support, with an average rating of 3.72, indicating substantial backing. Upon examining each measure, several interesting issues arise as follows:

The establishment of the Remote Area Development Fund garnered the highest support, averaging 3.90, with 1,646 individuals strongly agreeing, representing 65.32% of the total respondents. This highlights the awareness regarding the significance of infrastructure development in remote areas.

The public performance report received the second highest support (average 3.86), with 1,545 individuals strongly agreeing or agreeing with it. This highlights the need for transparency and auditability.

The least supported measure was the price ceiling (average 3.33), which was the only measure to receive moderate approval, with 407 dissenting and strongly dissenting votes.

1.1.6 Contentment with Consumer Protection Initiatives

The satisfaction assessment for implementing various measures indicated a level of satisfaction that aligned with the level of agreement, though with a slightly lower average value (3.70 vs. 3.72).

The establishment of the Remote Area Development Fund continued to receive the highest satisfaction rating, with an average score of 3.83 and 1,525 individuals reporting being extremely satisfied or very satisfied. However, this number is lower than the 1,646 individuals who expressed agreement at the same level, indicating that the implementation may not fully meet expectations.

Strategies involving pricing and service quality include upholding service standards for five years. While keeping the lowest price promotion, performance reported similar satisfaction levels (average 3.80), though the distribution varied satisfaction.

Pricing and package separation received the lowest satisfaction level, averaging 3.41, but also showed very satisfactory levels. There was a total of 344 dissatisfied individuals and 367 who were extremely dissatisfied, respectively.

1.1.7 Views on the frequency of monitoring and evaluation

Of the 2,461 respondents, the distribution of opinions demonstrates the necessity for consistent and moderate follow-up and evaluation. Most comments focused on follow-up every six months (1,053 individuals, or 42.79 per cent), which is a suitable interval for evaluating the outcomes of changes and adjusting measures accordingly. The second preference is for follow-up every three months (740 people, or 30.07 per cent), indicating the need for close supervision, while 22.23 per cent suggest this may be suitable for overall evaluation. Interestingly, proposals for continuous monitoring (15 people) and monthly follow-up (2 people) highlight the need for strict supervision from certain consumer groups. Meanwhile, only 4.23 per cent (104 people) believe it should be followed every two years. This indicates that most of the public does not wish to have too much distance between assessments tracked.

1.1.8 Assurance in Monitoring and Evaluation

Among the two respondents, the majority exhibited a moderate level of confidence. Nevertheless, 228 individuals (9.05 per cent) reported having little confidence, and 79 individuals (3.13 per cent) had no confidence whatsoever, amounting to a total of 12.18 per cent. This figure necessitates prioritization.

1.1.9 Information to be made public for effective monitoring and evaluation

The public places the highest priority on disclosing price information and service packages, with 926 people (33.06%) indicating this preference. This is followed by service quality statistics, which attracted interest from 349 people (23.16%), and data on the number of complaints and resolutions, which engaged 1,138 people (19.54%), all of whom expressed an interest in information that has a direct impact on consumers.

1.1.10 Awareness of complaint channels regarding issues with home internet services.

Of the 2,520 respondents, the perception of complaint channels is almost equally divided into two parts. Of these, 1,259 people (49.96 per cent) were aware of the complaint channel, while 1,261 people (50.04 per cent) were not. This similar proportion highlights the urgent need to promote complaint channels for greater recognition to ensure the most effective consumer protection.

When analysing the complaint channels used by the public, it was found that most of them chose to contact the service provider directly, particularly through the call centre or hotline of the service provider, as well as through contacting the service centre or

branch. This reflects that the public still prefers to resolve issues directly with the service provider before using other channels.

The next most popular channel for filing complaints is through regulatory agencies. These include the NBTC via the 1200 hotline and the Office of the Consumer Protection Commission (CPC), which are often used when complaints to service providers are not satisfactorily resolved. Additionally, complaints have been lodged with various consumer protection organisations, such as the Council of Consumer Organisations and the Centre for Justice.

It is worth noting that, despite the availability of online channels through websites and applications, people still prefer to contact by phone. This preference may reflect a need for quick responses and resolutions. However, many individuals have expressed dissatisfaction with the long wait times and the necessity of speaking to an answering system (AI) instead of real employees.

1.1.11 Further Recommendations on Monitoring and Evaluation of Business Integration

(1) Transparency and clarity in the monitoring process. The public desires that business integration monitoring, auditing, and evaluation be transparent and accessible. Relevant agencies, such as the NBTC, should ensure that information, including the assessment results, is communicated thoroughly. Compliance with the conditions and the project's progress should be conveyed through various channels—such as online media, websites, community agencies, and other forms of publicity—so that everyone can easily access and verify the information

(2) Enhance the public's role in participating. The public calls for establishing a committee comprising community representatives to engage in the ongoing audit and evaluation process. This is particularly relevant for users aged 25 to 45, who represent the primary target demographic for telecommunication services. Furthermore, forums ought to be organised in various communities and locations to allow individuals to voice their opinions and actively participate in monitoring the quality of services. Additionally, it is vital to ensure that the elderly have the right to access and voice complaints through accessible channels.

(3) Service quality and consumer protection. The public's primary concern is ensuring better service quality following the merger. It stresses that the company upholds service standards, including internet speeds as advertised, reasonable package prices, and the avoidance of consumer exploitation through practices like internet speed reduction or excessively high pricing. Additionally, the public has suggested establishing a dedicated unit for handling consumer complaints to guarantee prompt and efficient resolution of issues.

(4) Penalties and Law Enforcement: The public believes that clear penalties should be imposed on companies that fail to comply with regulations or exploit consumers,

such as fines. Additionally, measures such as compensation or license revocation should be taken in cases of abuse or unfair service. Furthermore, regulators ought to increase the frequency of audits, recommending evaluations every six months, to ensure compliance with the established conditions seriously.

(5) Thorough communication and publicity: The public advocates for increasing the frequency and intensity of information dissemination, such as notifying consumers about their rights and available services through various channels and educating individuals about business combinations and their potential impacts. This ensures that the public has accurate information and can make informed decisions, particularly in rural areas or among demographic groups that find it challenging to access such information.

(6) Continuous monitoring and evaluation should be consistent processes. Relevant agencies must report the monitoring results to the public in each phase, raising awareness of the progress and outcomes achieved. Additionally, preparing a consumer satisfaction questionnaire or survey should be clear and encompass significant issues such as service quality, pricing, and response to user problems.

1.2 Outcomes of the qualitative analysis

Qualitative methodology: Information providers are made up of various groups of consumers. 1) Brainstorming Meeting (Think Tank) For consumer protection, the number is 2. 2) In-depth interviews (In-depth Interview) The informants shall include NBTC executives, officers from the NBTC Office, telecommunications business licensees, academics, economists, lawyers, representatives from consumer organisations, users of telecommunications services, members of the commission, and members of the Senate or House of Representatives. 3) Breakout Group Meetings (focus group) 4) Group Interviews (group interview) 5) Organising a forum for public comments (public hearing) and 6) In-depth interviews (In-depth Interview) The study's results indicated that:

(1) Evaluation of the impact on consumers;

(1.1) Insights suggest that the impact assessment should be grounded in empirical data, comparing it with data collected before and after the merger and with data from other countries exhibiting similar market characteristics. Clear indicators should be established to evaluate the impact, including the Consumer Price Index (CPI), the volume of complaints, and so forth. Customer satisfaction impact assessments should be conducted continuously to monitor long-term trends and effects, with the results used to enhance consumer protection measures. It is essential to assess the perspectives of the users of the licensees from both companies for comparative analysis. This evaluation is a crucial process in governing business integration. Furthermore, impact assessments should consider factors such as goods and services' pricing, quality, consumer choice, and consumer satisfaction.

(1.2) The impact assessment on consumers should be ongoing, encompassing both short- and long-term perspectives, using empirical data to support the analysis. This analysis must be rigorously evaluated regarding its effects on consumers, particularly through in-depth studies such as data collection from actual users and quantitative and qualitative analysis, to present a true depiction rather than relying solely on complaint data.

(1.3) Impact assessments must be approached comprehensively; for instance, business consolidation may generate economies of scale, potentially reducing service prices. However, it may concurrently result in excessive monopoly and market dominance, increasing service prices and diminishing quality. There are concerns that operators may lower costs, compromising the potential quality of services, such as integrating mobile phone towers or Internet cables. From the perspective of the licensee, this issue is perceived as a technical one, and it appears that some consumers do not fully understand the principles of telecommunications engineering, leading to misconceptions about the impact of business integration, such as the erroneous belief that the merging of signal towers will diminish signal quality.

(2) Improvement of consumer protection measures.

A mechanism for monitoring and evaluating the outcomes of business combinations: Following the business combination, complaints have been received regarding practices that are monopolistic or diminish conditions or actions that require attention, cancellation, or enhancement to become more suitable.

Suggestions for improving consumer protection measures can be summarised as follows:

(2.1) Consumer protection measures must be continually updated to keep pace with technological changes, consumer behaviour, and competitive conditions in the market. Enhancing these measures to address the current landscape is essential, and this includes establishing new service quality standards, safeguarding personal data, and promoting competition within the market.

(2.2) Consumer opportunities must be facilitated, allowing the public and stakeholders to contribute their opinions and suggestions.

(2.3) A clear mechanism should be established for improving consumer protection measures, including periodic reviews, public consultations, and updates. These measures must be modernized in accordance with changing circumstances, notably technological advancements and the evolving business environment. Consumer protection measures should be adaptable and regularly updated to align with shifts in technology and consumer behaviour.

(2.4) The NBTC should actively educate consumers about telecommunications technology and services to prevent exploitation by fraudsters.

(2.5) The NBTC should revise its regulations and standards to remain contemporary, reflecting technological shifts and changing consumer behaviours. A platform or channel should also foster dialogue and understanding among consumers, entrepreneurs, and regulators.

(2.6) Regulatory authorities should promote technological literacy among consumers. Furthermore, entrepreneurs should educate consumers about telecommunications technologies and services.

(2.7) Advocate for effective consumer protection mechanisms, such as establishing consultation centres, complaint reception, and dispute mediation.

(3) Challenges and issues in monitoring and evaluation.

Group Conversation Results and Insights summarise the problems and challenges associated with assessing the outcomes of business integration as follows:

(3.1) In the past, the value of the supervisory authority was not honestly analysed and evaluated. There was also a critical review and an overemphasis on the private sector, which some representatives consider a governance issue. If we dismiss this matter, society may still feel that some individuals have a voice—a representative to negotiate with the private sector; otherwise, there is no way forward. We must accept this condition.

(3.2) While excessive consumer protection is unnecessary, a more excellent balance between consumers and licensees is vital. The NBTC, representing consumer interests, must adopt a clear stance on security. Although the private sector aims to maximise profits, the director usually routinely acts on behalf of the NBTC. The NBTC's purpose is to serve as an intermediary in establishing equilibrium between the private sector and society.

(3.3) Accessible complaint channels must be established for consumers to report issues and seek resolution. The NBTC must operate transparently, ensuring the disclosure of information and fostering public confidence. One informant stated, "I think the important thing is to find a way for the public or consumers to raise issues. You can do it. This implies that the NBTC must be transparent."

(3.4) Monitoring and evaluation: Challenges may arise from data, personnel, and budget shortages, in addition to the complexities of business and technology. Rapid changes in the business environment and varying interpretations of conditions and measures necessitate regulators to develop mechanisms, tools, and databases to enhance the efficiency of monitoring and evaluation. Moreover, difficulties exist in communicating information to consumers, particularly regarding awareness of complaint channels, which can hinder perceptions of information and access to these channels. At the same time, entrepreneurs' lack of information and transparency presents a challenge for monitoring and assessing outcomes. Consequently, regulators face obstacles in obtaining the necessary data and must strengthen their capacity to analyse data and evaluate impacts effectively.

(3.5) Rapid technological changes leave consumers struggling to keep up, making them vulnerable to fraud. Consumers lack knowledge and understanding of telecommunications technology and services, complicating their decision-making regarding these offerings. Unclear communication among entrepreneurs can lead to misunderstandings and mistrust. To address this, relevant agencies such as the NBTC, the Ministry of Digital Economy and Social Development, and licence holders must collectively collaborate to solve these problems.

(4) The Future of Consumer Protection Following Business Integration: Group Discussion Results and Insights: It summarises the future consumer protection issues following business integration.

(4.1) From the perspective of the consumer representative, it is understood that any claim or action must be pursued, yet it must be rooted. Being realistic does not imply that one will receive everything that is requested. Simultaneously, we must build our bargaining power by collaborating with the public. There are movements, press conferences, and gatherings to encourage the private sector to adapt. Yet, currently, there is an imbalance, with the burden shifting to the private sector, complicating the ability of consumer-related organisations to sustain themselves.

(4.2) The NBTC must be ready to address technological changes such as 5G technology, the Internet of Things (IoT), and artificial intelligence (AI), which could influence service models and consumer behaviour. Therefore, developing a regulatory mechanism appropriate for changing market conditions is crucial. This mechanism must be flexible and capable of promptly responding to new challenges.

(4.3) Long-term consumer protection should deliver high-quality, stable, safe services, equitable pricing, and reasonable competitiveness. It should also encourage the development of innovations to address consumers' changing needs, considering consumer protection within the framework of business combinations. Future trends and changes, such as the expansion of the digital economy, shifts in consumer behaviour, and the advent of new technologies, must also be considered.

(4.4) Regulatory authorities must exhibit vision, flexibility, and readiness to adapt to new challenges. This necessity arises from the trend towards saturation and fierce competition, which may make it difficult for small entrepreneurs to survive and could eventually result in mergers. Concerns raised by consumers are understandable, as telecommunications services are inherently linked to technology. Future consumer protection must consider changes in technology, risks of monopolies, consumer behaviour, and competitive patterns in the marketplace. Consumer protection in the digital age must focus on issues such as cybersecurity, the protection of personal data, and equitable access to services.

2. Monitoring, Monitoring, and Evaluation Support for the Promotion and Consumer Protection of the NBTC Fund

2.1 Results of the Quantitative Analysis

Tracking Audit and Evaluation: This time, both quantitative and qualitative methods are employed. Quantitative data is gathered from 2,520 consumers, the majority of whom are female (64.60%). Of these, 31.11% hold a bachelor's degree, while 58.97% have a monthly income of 15,000 Baht. The age group of 51-65 years comprises 30.95% of respondents. They represent a variety of professions, though most are self-employed (28%). The respondents are dispersed across all regions of Thailand, with 8.53% residing in Bangkok and its vicinity and 10.71% in the Central Region. Other regions, including the West, East, Northeast, North, and South, each represent approximately 16%. Data collection utilised questionnaires covering various survey items, including checklist items, estimation scales (rating scales), and open-ended questions. The data were analysed by presenting frequencies, percentages, average scores, and standard deviations.

2.1.1 Understanding the NBTC Fund

A sample of 1,170 people, or 65.95 per cent, were aware of the Fund, while 34.05 per cent, or 604 people, had never heard of it. Although the Fund has been operating for some time, many individuals remain unaware of its existence, which may impact their access to and use of the Fund.

2.1.2 Awareness of the objectives of the NBTC Fund

Awareness of the objectives of the NBTC Fund was assessed. Out of 4 respondents, there were 619 answers (allowing for multiple responses). The most widely recognised objective is to provide the public with broadcasting services. This was followed by promoting and supporting the development of communication resources (21.56 per cent), while the purpose of supporting the use of spectrum was the least recognised (11.97 per cent). This indicates that the public is more aware of the fund's role in terms of service delivery rather than in the technical and resource management aspects.

2.1.3 Acknowledgment of the right to suggest a project

Of 2,511 respondents, only 28.24 per cent (709 people) were aware that the public had the right to propose a project, while 71.76 per cent (1,802 people) were aware of this right. This lack of awareness highlights a significant gap in fostering public participation

2.1.4 Views on the public participation

Opinion on public participation: Out of 1,612 respondents, the majority acknowledged the importance of public participation. Specifically, 46.39 per cent regarded it as necessary, while 38.33 per cent felt it should take place, resulting in a total of 84.72 per cent in favour of participation. In contrast, only 1.87 per cent were opposed (including those who thought it should not occur), while 13.41 per cent remained undecided and unsure.

2.1.5 Preferred Interaction Model

Of the 724 respondents, it was discovered that the most popular method of expressing opinions was through websites and apps (34.67%), followed by attending meetings to hear opinions (20.58%) and participating in public sector committees (15.47%)

2.1.6 Observations on Transparency in Information Disclosure

Opinion on Transparency in Information Disclosure from Respondents 2: However, it is noteworthy that 37.54 per cent are uncertain, which may reflect a lack of sufficient information in the assessment, while 9.29 per cent are not transparent.

2.1.7 Advantageous characteristics

According to a survey comprising multiple questions, a total of 3,240 respondents participated. This was followed by acquiring valuable information through various media, accounting for 16.98 per cent (550 individuals), and the knowledge gained regarding communication technology, comprising 16.17 per cent (524 individuals), respectively. Interestingly, in the "Other" category, the proportion was as high as 24.14% (782 people). Detailed analysis found that most respondents indicated they had never received the benefits (610 people or 18.83 per cent), while those who were unsure numbered 172 people or 5.31 per cent).

2.1.8 Operational Efficiency of the Fund

Of the 2,520 respondents surveyed, the majority, 55.83 per cent, held a positive view of the fund's performance. Specifically, 16.43 per cent (414 individuals) considered it very effective, while 39.40 per cent (993 individuals) deemed it adequate. Interestingly, 24.76 per cent (624 individuals) were uncertain, and 3.29 per cent (83 individuals) viewed it as not very effective, alongside another 2.02 per cent (51 individuals) also rating it as not very effective. Additionally, 14.09 per cent (355 individuals) reported feeling indifferent.

2.1.9 The appropriateness of capital allocation

Appropriateness of capital allocation: Out of 2,520 respondents, 58.49 per cent agreed that the allocation of funds was appropriate. This includes 16.94 per cent (427 individuals) who found it very suitable and 41.55 per cent (1,047 individuals) who deemed it appropriate. However, a relatively high proportion of people considered it inappropriate, totalling 40.16 per cent, which breaks down into 30.52 per cent (769 individuals) who felt it was inappropriate and 9.64 per cent (243 individuals) who found it highly inappropriate. This proportion reflects the public's concern regarding the current allocation of funds.

2.1.10 Areas for Consideration Improvement

Of the 1,046 respondents (who answered more than one question), it was found that the most frequently cited issues were increasing the public sector's participation in the management of the fund (27.53 per cent or 288 individuals), followed by enhancing the transparency of the project selection and approval process (18.45 per cent or 193

individuals) and increasing the fund's independence from political interference (18.26 per cent or 191 individuals) people). In addition, there's a need to raise the percentage of independent experts on the Fund Management Committee (currently 15.01% or 157 individuals) while decreasing the number of representatives from government agencies (currently 11.38% or 119 individuals). Regarding the "Other" category (9.37% or 98 individuals), supplementary issues emerged, such as public relations (3 individuals), but many were either uncertain (62 individuals) or lacked further opinions (33 individuals) people). The distribution of opinions in the table indicates that the public desires multi-dimensional, comprehensive reforms. This aligns with the principles of good governance and modern corporate management, which emphasise the participation of all stakeholders.

2.2 Results of analysis

Qualitative method: Data will be collected by 1) organising two Think Tank meetings for consumer protection and 2) conducting in-depth interviews with NBTC executives and staff, telecommunications licensees, academics, economists, lawyers, representatives of consumer organisations, telecommunications service users, commissions, or members of the Senate or House Representatives.

(1) Study results were collected from the NBTC Fund recipients.

****Key Recommendations**** The first is to improve the budget allocation system to be more balanced. It should consider an equal tripartite distribution of budgets among communities, industry, and governance. The second is developing a strong support system, including establishing a mentorship programme for new scholarship recipients, creating a feedback system, and forming a learning network among scholarship recipients. The third is to promote sustainability through long-term project support and establishing an effective knowledge management system. Looking ahead, priority should be given to innovation development under the NBTC Fund ecosystem. Strengthening civil society and enhancing communication and public relations systems will enable the Fund to respond to future challenges and effectively impact Thai society.

(2) Results of studies from agencies funded by the NBTC Fund

The operation of the NBTC Fund is facing several challenges that need to be addressed urgently:

The first issue is the rigidity of the bureaucracy and the inflexibility of the funding process, which have become significant obstacles to the development of innovation and creativity. The work process is overly focused on responding to government policies. This results in a lack of agility in adapting to changes in technology and the needs of society.

Secondly, the objectives and concrete assessment of the project's impact are unclear, complicating the measurement of success and efficiency in operations. The absence of an effective monitoring and evaluation system leads to numerous projects failing to achieve the long-term impact they intended.

Thirdly, relevant agencies are not integrated, particularly the NBTC Fund and the Safe and Creative Media Development Fund. Modular operations lead to redundancy and resource waste and diminish the efficiency of generating a positive impact on society.

Fourthly, systematic reforms across various dimensions are required for the NBTC Fund to achieve its goals and missions effectively. This begins with restructuring management to foster greater flexibility. The committee should include practical experts to ensure that decisions are made based on a thorough understanding of the actual situation and that an effective mechanism for concretely utilising research results can be established and created.

Fifth, another pressing need is the development of an effective monitoring and evaluation system. Clear indicators must be established that accurately reflect the project's real impact. Establishing an easily accessible and efficient communication channel will enable all stakeholders to genuinely engage in operating development and monitoring.

Sixth, promoting public participation in governance is another critical issue. Providing opportunities for the public to express their opinions and engage in shaping the development direction will enable the fund to respond to society's needs. Furthermore, establishing a clear strategy and vision to tackle the challenges of the digital age will help ensure a more transparent and efficient approach for operations.

Seventh, integration between the NBTC Fund and other agencies, such as the Safe and Creative Media Development Fund, is essential for inter-agency collaboration. Data sharing and collaboration can enhance work efficiency and decrease operational overhead redundancy.

(3) Results from studies conducted by civil society groups focused on consumer protection.

The NBTC Fund is facing several significant challenges that require urgent attention:

7. There are issues with the management structure, particularly regarding the composition of the working group, which does not include consumer protection experts. This situation is evident in the lack of a dedicated scrutiny committee for consumer protection, while other areas have specialised working groups. This imbalance directly impacts the quality of project evaluation and the direction of the fund's work, as it suffers from a lack of a well-rounded perspective and the necessary specialised expertise.

8. The unfair allocation of the budget, particularly concerning consumer protection, constitutes less than 1 percent of the total budget. This minimal proportion does not align with the significance of the consumer protection mission and is insufficient to address the growing challenges of the digital age. This budget shortfall has hindered the effective implementation of numerous critical projects, causing delays in their resolution problem.

9. Addressing urgent issues is challenging, particularly in an era of rapid and complex digital threats. A notable example involving the NBTC Fund is online scams. The monopoly in the telecommunications sector and SMS scams have significantly impacted consumers, yet the fund has struggled to manage these issues promptly. This situation arises from the absence of a clear prioritisation system and the lack of flexibility in allocating resources to respond to emergencies situations.

10. Barriers to access to capital from the public sector are significant. Complex funding systems and cumbersome conditions create substantial obstacles to funding support, particularly for civil society organisations and communities that may lack experience in writing project proposals in an academic format. Furthermore, the absence of a clear back-tracking system for projects that are not approved exacerbates the challenge of developing future project proposals.

11. To address these issues, the fund must undergo systematic reform. This begins with restructuring the working group to achieve better balance. The number of consumer protection experts and civil society representatives has been increased. A clear and equitable budget allocation for consumer protection initiatives will ensure sufficient resources are available for effective operation.

12. An effective monitoring and evaluation system should be established. It focuses on assessing the actual impact on consumers. The establishment of a mentoring system to support organisations seeking to apply for funding and the creation of easily accessible communication channels for the public.

(4) The results of studies conducted by a group of experts and academics.

Development of the NBTC Fund

In the digital era, it is a challenge that requires adjustments in both structures to effectively respond to the needs of society and cope with new challenges. Balancing technological development with consumer protection will be key to the fund's long-term sustainable development. Ultimately, the success of the NBTC Fund is measured not only by management efficiency but also by its ability to positively impact society and genuinely enhance the quality of life people.

(5) Findings from a study conducted by former executives and the Board of Directors of the Fund

In today's era, digital technology is crucial in people's daily lives. The NBTC Fund is facing new, more complex, and diverse challenges, particularly around consumer protection from digital threats, such as scams through call centres. These situations have compelled the NBTC Fund to make necessary adjustments to its role and operational guidelines to keep up with the changes that follow.

Firstly, experts focus on managing research and utilising its results. Although this supports a considerable amount of research, many projects still lack concrete utilisation. At times, research is conducted redundantly and fails to provide genuine added value. This situation underscores the necessity for more effective research management system.

Secondly, the project monitoring and evaluation system presents another issue requiring improvement. Without a robust tracking system, it is challenging to clearly assess the cost-effectiveness and impact of budget expenditure. Additionally, there are concerns regarding transparency in budget allocation and decision-making processes, which may be overly reliant on management.

Thirdly, to address these challenges, experts have suggested that the NBTC Fund adopt modern operational technologies, such as artificial intelligence (AI) and big data analytics, to enhance the efficiency of monitoring and assessing situations. Additionally, there is a proposal to develop "SEAL units" or fast-moving units that can proactively respond to problems in a timely manner.

Fourth, consumer protection in the modern era requires a broader perspective, taking into account not only the economic dimension but also the social and cultural impacts. Therefore, it is necessary to develop a consumer protection mechanism that encompasses both prevention, particularly with regard to issues related to new digital contexts threats.

Fifth, the development of the Broadcasting Research and Development Fund for Television and Telecommunications in the Public Interest (NBTC) will require long-term planning that is flexible and adaptable to changing circumstances. Creating an innovation-oriented corporate culture, with a focus on continuous learning and operational agility, will be key factors in achieving success. Moreover, it is essential to recognise that participation from all sectors in both policy formulation and implementation should be encouraged.

(6) Results of a study conducted by a group of former executives and the Fund's Board of Directors.

(8) In an era of rapidly changing communication technology and digital media, understanding the experiences and perspectives of those who have managed the NBTC Fund is vital for guiding the organisation's future development. Based on an analysis of data from interviews with former directors and executives, a clear picture of the challenges, opportunities, and development guidelines required for the organisation can be drawn.

(9) The main role and mission of the NBTC Fund is to support research and development in broadcasting, television, and telecommunications, with a particular emphasis on advancing new technologies and innovations, as well as addressing the needs of vulnerable groups in society, such as the elderly and people with disabilities. However, based on the experience of the executives, we have learned that the Fund still faces significant challenges

in effectively communicating these roles and missions to the public, which directly impacts their accessibility and participation public.

(10) The most concerning issue is the concentration of capital and projects in Bangkok. This phenomenon highlights the inequity of resource access between educational institutions and authorities in the capital and the regions. The situation is further complicated by the often-academic format of project review systems, which has become a significant barrier to funding for the public and small organisations that may not be familiar with writing project proposals in such a context format.

(11) To resolve this issue, the former committee has proposed intriguing ideas for establishing nodes in each region. This concept will aid in diversifying access to capital and reinforcing the local network through the creation of a mentoring system that will advise and support small applicants in developing quality project proposals. Implementing a mentoring system locally will help bridge the gap between the community's needs and the fund's academic requirements.

(12) The communication system and the provision of feedback to applicants urgently need improvement. However, this information is often not systematically relayed to grant applicants. This lack of effective communication not only deprives applicants of opportunities to learn and develop, but it also undermines stakeholders' confidence and trust organization.

(13) Looking ahead, former executives have emphasised the need to adapt to technological changes. One intriguing proposal is to shift from a 20-year long-term plan to a 3-5 year strategy plan.

(14) Developing a variety of communication systems and reaching different target groups is another issue that has been emphasised, particularly in an era where people's media consumption habits are becoming increasingly diverse and complex. Creating communication channels that are suitable for each target group is not merely an option but a necessity to foster awareness and participation public.

2.3 Policy Recommendations Regarding the Issues of the NBTC

According to the results of the study, the findings and significant issues related to the NBTC Fund can be examined. To adhere to the Fund's intent under the Act on Spectrum Allocation and Regulation of Radio Broadcasting, Television, and Telecommunications Operations, particularly in Section 52 (4), it is essential to support, promote, and protect consumers in broadcasting, television, and telecommunications businesses.

Issue 1: Structure and Management

The evaluation identified significant systemic problems in the fund management structure, particularly the imbalance in the composition of the working group, which lacks consumer protection experts. Despite consumer protection being one of the Fund's primary objectives, less than 1 per cent of the total budget is allocated to it,

highlighting the inconsistency between the established targets and the budget allocation resources.

Firstly, there is redundancy in the regulatory structure. However, it is essential that it collaborates with other government agencies that have overlapping missions, such as the Ministry of Digital Economy and Society or the Office of the Consumer Protection Commission. This redundancy sometimes results in delays in decision-making and implementation.

Second, the policy framework is inflexible. Although technology and consumer behaviour are evolving rapidly, altering the fund's policies or operational guidelines still demands a complex and time-consuming process. This can render it difficult to respond to changing situations promptly manner.

Thirdly, the level of internal management of the Fund presents a significant challenge regarding its organisational structure. Traditional segregation by function may hinder efficiency in the digital age, which demands agility and integration between departments. Furthermore, a personnel management system that relies on bureaucratic regulations can impede the attraction and retention of talented individuals, particularly in the fields of technology and innovation.

Fourth, the allocation and management of resources pose another significant challenge. This is particularly true in the following issues:

(15) Budget management, although it pertains to the NBTC Fund, is constrained by limited and inflexible spending despite a definite source of revenue from licensing fees and spectrum allocation. This is particularly true in response to urgent situations.

(16) Human Resource Management: Developing individuals with the skills required in the digital age and motivating talented people to remain with the organisation is a significant challenge organization.

(17) Information Technology System Management requires developing and maintaining modern, effective technological systems and ensuring information security, which is resource-intensive task.

Fifth, fostering participation and coordination among stakeholders. This represents another significant challenge, particularly in the following areas:

(3) Communication and Coordination: There are still numerous limitations and obstacles in fostering understanding and coordination between relevant agencies, including communication with the public.

(4) Engagement: Developing a mechanism that enables all stakeholder groups to partake in the formulation and operation of the Fund truly.

(5) Guidelines for Managing Issues in the Structure and Management of the NBTC Fund. The following actions are recommended: considered:

(4) Organisational restructuring will entail developing a matrix structure that facilitates cross-functional work. A highly agile special unit for urgent missions will be established, and the personnel management system will be enhanced to be more flexible.

(5) Functional system development through the use of digital technology in management. Develop a swift and efficient decision-making system. Establish effective monitoring and evaluation processes system.

(6) Collaboration involves establishing a coordination mechanism between agencies. Create a robust cooperation network and foster effective communication channels.

Structural management necessitates dedication and collaboration from all sectors, along with the adaptation of one's mindset and working methods to align with the evolving context. Development should be executed systematically and continuously. The ultimate aim is to generate the greatest benefits for consumers and society as a whole.

Issue 2: Monitoring and Evaluation System

The fund also lacks an effective monitoring and evaluation system, particularly for assessing the project's impact on consumers and the public. This shortcoming hinders the evaluation of the cost-effectiveness and overall impact of funded projects. The assessment highlights the necessity of developing stronger follow-up mechanisms to ensure accountability and measure actual outcomes.

The monitoring and evaluation system serves as a crucial mechanism for advancing and enhancing the operations of the NBTC Fund, ensuring its effectiveness and responsiveness to the organisation's needs objectives.

(1) Components of the Monitoring and Evaluation: System An effective monitoring and evaluation system comprises three components that must work harmoniously. The first component involves identifying indicators (KPIs) that reflect both quantitative and qualitative performance, such as the number of project beneficiaries, the satisfaction levels of service recipients, and the socio-economic impacts observed. The second component pertains to the data collection process, which must be designed to ensure accuracy, completeness, and timeliness. The third component involves analysis and reporting, which should present information in a clear and understandable format that is useful for decision-making.

(2) Development of Evaluation: Framework Evaluation of the NBTC Fund's performance: A multidimensional and comprehensive assessment framework is required. It begins by evaluating the policy alignment of how projects or activities respond to the organisation's goals. Next, performance evaluation focuses on the efficiency in the use of resources, including budget, personnel, and time. Then, effectiveness is measured to determine whether the results can be achieved as intended. Finally, the impact is assessed, encompassing its effect on stakeholders and society as a whole.

(3) **The use of technology for monitoring and evaluation:** Modern technology plays a significant role in developing a more efficient monitoring and evaluation system. For instance, a smart data management system can swiftly collect and process data from various sources. Advanced analytics tools can assist in uncovering hidden trends and relationships within the data, while real-time dashboards enable executives to monitor the situation and make timely decisions.

(4) **Participation, Monitoring and Evaluation:** Effective monitoring and evaluation require the participation of all stakeholders. Whether they are scholarship recipients, service users, or the general public, mechanisms for participation can take many forms. For instance, a forum may be organised to gather opinions, satisfaction surveys could be conducted, or channels may be established for feedback through online platforms. These contributions from stakeholders will make the evaluation more comprehensive and realistic.

(5) **Utilisation of Evaluation Results:** Monitoring and evaluation are meaningful only when the evaluation results are utilised in a concrete manner. This applies both to improving operations and to policy development and future planning. A knowledge management system should be established to assist in collecting, analysing, and disseminating lessons learned from evaluations, thereby fostering an organisational culture that emphasises continuous learning and development.

(6) **Development Approach Monitoring and Evaluation System of the NBTC Fund:** There are also challenges that need addressing, such as the lack of connectivity between data from different sources, the absence of standards for data collection and analysis, and the shortage of personnel with expertise in evaluation. An important development approach is to establish a standardized monitoring and evaluation system for the entire organisation. This approach also entails continuous human resource development and collaboration with external agencies that possess expertise in evaluation.

Developing a monitoring and evaluation system is a process that must be carried out continuously and adjusted to the changing context. An effective system will assist the NBTC Fund in managing resources cost-effectively, meeting the needs of stakeholders, and creating a positive impact on society in a sustainable manner.

Issue 3: Addressing Contemporary Challenges

The fund encounters significant challenges in tackling pressing issues such as online fraud, monopolies in the telecommunications sector, SMS scams, and more. The current structure and processes render the Fund slow and inefficient in responding to emerging threats. Consequently, consumers remain susceptible to digital exploitation. Addressing the contemporary challenges of the NBTC Fund is crucial as technology and consumer behaviour are evolving rapidly and continuously. Understanding and confronting these challenges is essential for long-term organisational effectiveness development.

(8) Online Scam Challenges and Cybersecurity Threats: In the digital age, online scams are becoming increasingly sophisticated and clever. We encounter a wide variety of scams, ranging from impersonating government agencies and soliciting personal information to creating fake websites aimed at tricking people into transferring money. Tackling this issue requires not only the implementation of preventive and suppression measures but also the education and empowerment of consumers, such as developing an interactive learning platform that helps individuals understand various forms of fraud and instructs them on how to protect themselves.

(9) Challenges of Personal Data Protection: In a world where data has become a valuable resource, protecting personal data is increasingly important. It is essential to develop a regulatory mechanism that aligns with technology, such as implementing a data leak detection system. This system can immediately alert to and address incidents while also facilitating the development of data protection practices. Data protection guidelines should be standard for all telecommunications services providers.

(10) Addressing technological changes, emerging technologies such as artificial intelligence, blockchain, and the Internet of Things are rapidly transforming the telecommunications landscape. The NBTC Fund emphasises the necessity to adapt and enhance the capability to oversee these technologies. Establishing an Innovation and Research Centre that investigates and tests new technologies will enable organisations to better anticipate and prepare for change.

(11) Developing a Secure Digital Environment Ecosystem: Establishing a safe and dependable digital ecosystem presents a significant challenge. It requires the involvement of all stakeholders, including telecommunications service providers, application developers, and consumers. Suitable security standards and regulatory guidelines, such as an App Security Certification system or a Cyber Threat Intelligence Network, must be developed.

(12) Promoting equal access to technology: The Digital Divide remains a significant issue in Thai society. The NBTC Fund must develop mechanisms that ensure all groups have equal access to digital technology and services, such as community internet projects. The programme will provide high-speed internet services at an affordable price or establish a Digital Literacy Programme for the elderly and disadvantaged.

(13) The development of a fast and efficient troubleshooting mechanism is vital in the digital age. The NBTC Fund believes that an effective complaint and problem-solving system—such as a one-stop service that offers a comprehensive range of services or the use of AI chatbot systems to screen and provide initial assistance to consumers—is necessary. Furthermore, establishing a network with relevant agencies will aid in resolving issues more swiftly efficiently.

(14) Preparing for the Future: It is crucial to prepare for upcoming challenges. Trend and risk forecasting systems should be developed to assist organisations in

anticipating changes. Investing in research and development, as well as fostering partnerships with international organisations, will also aid organisations in preparing for the future challenges.

Addressing contemporary challenges is an ongoing mission that demands collaboration from all sectors. Cultivating an organisation that is flexible, agile, and prepared for change will benefit the NBTC. This approach will enable it to tackle various challenges and effectively serve as a consumer protection entity agent.

Issue 4: Geographical disparities and access

The assessment highlights the concentration of funded projects in Bangkok's educational institutions, while institutions and organisations in the surrounding region have limited access to funding. This geographical disparity affects the Fund's ability to address local needs and make a meaningful impact in various areas, directly influencing the opportunity to enhance citizens' quality of life, particularly in an era where digital technology has become a fundamental aspect of daily life. According to the study, it was found that:

(8) Current Inequality Situation: Thai society recognises that geographical disparities and access to telecommunication services are interconnected in various ways. The first aspect is infrastructure inequality, which hampers the public's ability to fully utilise digital services. The second aspect involves disparities in service quality; while some areas may have a network, the quality of service is often not on par with that of urban areas, resulting in less efficient usage. The third aspect is price inequality, as service fees in certain regions may be higher than those in urban areas due to increased operational costs.

(9) Impact on development: These disparities affect development in many areas. In education, students in remote areas may struggle to access online learning resources or utilise remote learning systems effectively. In the economic sector, small entrepreneurs in rural areas may miss out on the opportunity to do business online or reach a wider market. In public health, people in remote areas may not be able to access telemedicine services effectively.

(10) Solution: Addressing inequality must be executed systematically and cohesively. The first step involves infrastructure development, utilising USO (Universal Service Obligations) funds to extend the network to remote areas and develop alternative technologies appropriate for each area's context. The second step is to establish a service quality supervision mechanism to ensure that individuals in all areas receive services of comparable quality. The third step entails the development of price support measures, such as subsidising service fees for vulnerable groups or implementing special rates for remote areas.

(11) Capacity Development and Participation: In addition to infrastructure development, the potential of people and communities is equally important. NBTC. Digital skills development projects at the community level should receive support. It is

essential to cultivate digital leaders who can play a key role in transferring knowledge and assisting community members. Furthermore, fostering community involvement in the planning and implementation of projects will better align development efforts with local needs area.

(12) Monitoring and Evaluation: The solution to the issue of inequality necessitates an effective monitoring and evaluation system. NBTC. Comprehensive indicators regarding access, service quality, and utilisation should be developed, data collected systematically and continuously, and the assessment results should be utilised to enhance policies and measures.

(13) Creating sustainability: Ensures that the solution to the problem of inequality is sustainable. It is necessary to create an ecosystem that is conducive to long-term development. Developing business models suitable for the context of each area fosters cooperation between government sectors, the private sector, and the community in maintaining and developing infrastructure together.

(14) Developing a solid driving mechanism to enhance the effectiveness of the solution to the issue of inequality. The NBTC Fund by

- Create a spatial database that outlines the situation of inequality. This database will be utilised for planning and allocation resources.
- Enhance the capital allocation mechanism to be more adaptable and responsive to the needs of each area.
- Establish cooperation with local authorities and civil society in developing and maintaining infrastructure.
- Create incentives for private sector investment in remote areas.
- Support the research and development of technologies appropriate for each context area.

Addressing geographic disparities and access presents a challenge that demands long-term collaboration and ongoing effort. Balancing spatial development with overall progress will enable the country to advance in a stable and sustainable manner way.

Issue 5: Consumer Protection and Participation

Issues critical for enhancing consumer participation in the NBTC Fund process are suggested by stakeholders.

- (5) Establish regional nodes to enhance access to funds.
- (6) Establish a mentorship programme for small capital applicants.
- (7) Enhance communication regarding scholarships opportunities.
- (8) Establish clear feedback mechanism.

1) I wish to elaborate on the issue of consumer protection and participation. One of the key points identified in the study is **According to the assessment**, the NBTC Fund

will primarily protect consumers. However, past operations have not included substantial participation from the public sector, particularly during critical stages such as policy formulation, capital allocation considerations, and monitoring and evaluation. Consequently, the fund's operations may not align with consumers' actual needs.

2) Support Access Gap: Another major issue is that civil society organisations and consumer groups at the local level often encounter difficulties in accessing funding support due to various limitations, such as the complexity of the funding process, which tends to emphasise excessive academic formality. There is also a lack of knowledge and understanding regarding the writing of project proposals. Additionally, government regulations impose constraints on the potential for project management. Furthermore, there is a deficiency in networking and relationships with relevant agencies.

3) Approach to Participatory Development by

(1) Establishing a mechanism for participation at the local level, such as setting up a node or coordination centre in each region to act as a link between the community and the fund. Developing a network of consumer representatives at the provincial level to address the issues and needs of the people. Creating a space for exchange and learning between scholarship recipients and stakeholders etc.

(2) Development of support systems, such as establishing a mentoring system with experience in developing project proposals. Organised training to enhance project management capacity. Create clear manuals and guidelines for applying for scholarships etc.

(3) Improvements to communication systems, such as the development of diverse and accessible communication channels, transparency in the project review process, and a clear feedback system for unsupported projects, are also recommended.

(4) Establishing sustainability to ensure ongoing consumer participation. The evaluation results suggest allocating a clear budget proportion for public sector projects. Long-term projects (2-3 years) should receive support to achieve tangible results and create indicators that genuinely reflect consumer engagement, alongside the development of databases and knowledge from successful initiatives projects.

Consequently, fostering consumer engagement encompasses more than establishing a means of participation. It also necessitates altering the fund's concept and operations to be genuinely consumer centric.

Issue 6: Innovation and Technology Response

The NBTC Fund's Response to Innovation and Technology can be viewed through three interconnected dimensions: the development of technological infrastructure, the advancement of innovations for consumer protection, and the creation of an innovation ecosystem.

(1) Dimension One: Technological Infrastructure Development in the field of infrastructure necessitates enhancing the information technology system within the organisation to make it modern and efficient. This can be likened to constructing a robust foundation for a home that supports future growth and development. For instance, developing highly secure clouds for data storage and processing, establishing a stable network that enables multi-channel connectivity, or creating a central platform for project management. Furthermore, cybersecurity must be prioritised because the greater an organisation's reliance on technology, the more it can achieve. As the risk from cyber threats increases, so does the potential for serious repercussions. This concept mirrors the installation of a security system in a home; the more valuable the asset, the stronger the defence system must be.

(2) Second Dimension Developing Innovations for Consumer Protection Regarding consumer protection, the NBTC Fund must develop innovations that enhance efficiency. This involves creating new tools to simplify and expedite tasks. For instance, we could implement an artificial intelligence system to screen and analyse complaints, or establish automated alert systems to detect emerging scam patterns. Additionally, we could develop applications that facilitate consumers in verifying the reliability of service providers. The creation of these innovations should prioritise practicality for consumers, similar to how home appliances are designed to be user-friendly and meet the needs of residents. Effective innovation should not only be pioneering; it must also be accessible practical.

(3) Third dimension: Creating an innovation ecosystem. Establishing an innovation ecosystem is akin to fostering an environment that nurtures the birth and growth of new innovations. The NBTC Fund's research and development must be prioritised. Partnerships should be formed with educational institutions and the private sector, alongside support for startups that focus on innovations in consumer protection. Furthermore, an innovation centre ought to be established as a space for experimentation and the advancement of new technologies. Allow developers, researchers, and entrepreneurs to exchange ideas and collaborate, much like a laboratory open to scientists from various fields together.

These three dimensions of development must be pursued consistently and supported simultaneously. It is akin to a natural ecosystem where all components must work in harmony to achieve balance and sustainability. For instance, developing robust infrastructure will facilitate the emergence of new innovations, and a strong ecosystem will attract resources and expertise to aid in the development of both infrastructure and innovation.

All factors are aimed at sustainable development because the success of responding to innovation and technology cannot be measured solely by the presence of modern technology. We must also consider long-term sustainability, akin to building a house

that does not merely focus on its exterior beauty. Durability and long-term maintenance must also be taken into account. Therefore, it is essential to have a comprehensive development plan that includes investment in technology, personnel development, and the establishment of an organisational culture that fosters continuous innovation development.

Issue 7: Future Directions and the Need for Reform

Future directions and the need for reform: The NBTC Fund

This issue is of great significance in an era of rapid technological advancements and shifting consumer behaviours. Organisational reform can be likened to renovating a large house to adapt to the changing climate and growing demands of its residents.

- **Modification of the Vision and Future Mission of the NBTC Fund:**

Aligning the vision and mission with the evolving context is essential, much like planning a home renovation, which demands consideration of the overall picture before action. Organisations must establish clear objectives for what type of organisation they aspire to be in the next 5-10 years, considering key trends such as technology convergence, shifts in consumer behaviour, and cybersecurity challenges.

- **Organisational Restructuring and Management:** Organisational restructuring is akin to arranging rooms and living spaces in a new house to optimise their use. The NBTC Fund considers restructuring to be more flexible and agile, such as adopting the Matrix Organisation model, creating cross-functional teams to work on ad hoc tasks, or establishing special units to oversee urgent issues or new projects innovations.

- **The development of the digital ecosystem** is akin to installing electrical systems and internet networks in the home. A comprehensive and efficient digital ecosystem must be established, including a central platform for services and a robust cybersecurity system. This system must support both internal operations and external services public.

- **Developing individuals potential:** Personnel are the heart of the home. Therefore, developing human resource capacity is vital. Invest in cultivating the skills necessary for the future, including technology, data analytics, project management, and interpersonal skills. Additionally, fostering an organisational culture that encourages learning and innovation is essential necessary.

- **Process Enhancement:** The work process resembles a piping system and circulation within a house; it must be streamlined and efficient. The NBTC Fund Technology should be utilised to enhance work processes, such as through automation, big data analysis, and artificial intelligence in decision-making, to reduce redundancy and increase productivity efficiency.

- **Creating engagement and transparency** is akin to building windows and doors that are open to light and air. Being engaging and open will allow organisations to welcome outside perspectives and opinions. The NBTC Fund should establish a variety of participation channels, share useful information with the public, and implement an effective audit mechanism.

- **Development of International Cooperation:** In an increasingly connected world, developing international cooperation is as important as linking a home to an external utility system. The NBTC Fund necessitates establishing a cooperative network with overseas regulatory organisations. Knowledge and experience should be exchanged, and collaboration is essential to addressing cross-border challenges.

- **Preparing for future challenges:** Much like installing a power and water backup system in a house, the NBTC Fund must be ready for future challenges, including new cyber threats, technological changes, or economic crises, by developing early warning systems, creating emergency response plans, and reserving necessary resources.

Reform of the NBTC Fund must be conducted continuously and systematically, much like home maintenance, which requires regular and planned attention. Successful reforms will allow organisations to adapt to changes, effectively protect consumers, and advance telecommunications businesses in the short term.

บทที่ 1

บทนำ

1. หลักการและเหตุผล

พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และที่แก้ไขเพิ่มเติม กำหนดให้คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) มีอำนาจหน้าที่ในการกำกับดูแล กิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สูงสุดของประชาชน ความมั่นคงของรัฐ และประโยชน์สาธารณะ รวมตลอดทั้งการให้ประชาชนมีส่วนร่วมได้ใช้ประโยชน์จากคลื่นความถี่ ต้องจัดให้มีมาตรการป้องกันมิให้มีการแสวงหาประโยชน์จากผู้บริโภคโดยไม่เป็นธรรม หรือสร้างภาระแก่ผู้บริโภคเกินความจำเป็น ป้องกันมิให้คลื่นความถี่รบกวนกัน ป้องกันการกระทำที่มีผลเป็นการขัดขวางเสรีภาพในการรับรู้ หรือปิดกั้นการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องตามความเป็นจริงของประชาชนและป้องกันมิให้บุคคลหรือกลุ่มบุคคลใดใช้ประโยชน์จากคลื่นความถี่โดยไม่คำนึงถึงสิทธิของประชาชนทั่วไป รวมถึงป้องกันผลกระทบต่อสุขภาพของประชาชนที่อาจเกิดจากการใช้คลื่นความถี่ ตลอดจนการกำหนดสัดส่วนขั้นต่ำที่ผู้ใช้ประโยชน์จากคลื่นความถี่จะต้องดำเนินการเพื่อประโยชน์สาธารณะ ตลอดจนมิให้มีการดำเนินการใด ๆ ในประการที่น่าจะเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค โดยอาศัยการใช้เครือข่ายหรือการโฆษณาอันมีลักษณะเป็นการค้ากำไรเกินควร หรือก่อให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญ สรุปความได้ว่า กฎหมายกำหนดให้ “การคุ้มครองผู้บริโภค” เป็นหลักการสำคัญในการกำกับดูแลกิจการสื่อสารโทรคมนาคม กิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ ตามภารกิจของ กสทช. ดังนั้น การดำเนินการของ กสทช. ต้องพิจารณาถึงประโยชน์หรือผลกระทบต่อประชาชนผู้บริโภคผู้ใช้บริการเป็นสำคัญ

โดยที่การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการดำเนินงานของ กสทช. พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ฯ ฉบับดังกล่าว กำหนดให้มีคณะกรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน (กตป.) ขึ้นมาคณะหนึ่ง ประกอบด้วยกรรมการ 5 ด้าน ตามความเชี่ยวชาญที่กฎหมายกำหนด ได้แก่ 1) ด้านกิจการกระจายเสียง 2) ด้านกิจการโทรทัศน์ 3) ด้านกิจการโทรคมนาคม 4) ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และ 5) ด้านการส่งเสริมสิทธิและเสรีภาพของประชาชน ให้คณะกรรมการมีอำนาจหน้าที่ในการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. เป็นประจำทุกปี ทั้งนี้ การดำเนินการเพื่อติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการปฏิบัติงานของ กสทช. นั้น คณะกรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานมีแนวทางดำเนินการเพื่อติดตามและประเมินผลตามนโยบาย กสทช. เป็นรายด้านมุ่งเน้นดำเนินการเชิงรุก เพื่อให้ได้ผลการศึกษาดูตาม ประเมินผลที่ทันต่อสถานการณ์ นำไปใช้ประโยชน์ทางวิชาการ สามารถนำข้อมูล ข้อเสนอแนะไปสู่การปรับปรุง พัฒนาได้อย่างเป็นรูปธรรม โดยในปี 2567 กรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค มีประเด็นสำคัญด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่ต้องการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผล 2 เรื่อง คือ 1) การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลเงื่อนไขหรือมาตรการเฉพาะภายหลังการรวมธุรกิจระหว่าง บริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวอร์ค จำกัด (AWN) และบริษัท ทริปเปิลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) (3BB) เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค และ 2) การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผล การสนับสนุน ส่งเสริม และคุ้มครองผู้บริโภคของกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.) ดังนี้

เรื่องที่ 1 การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลเงื่อนไขหรือมาตรการเฉพาะภายหลังการรวม ธุรกิจระหว่างบริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวอร์ค จำกัด (AWN) และบริษัท ทริปเปิลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) (3BB) เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

จากการประชุม กสทช. นัดพิเศษ ครั้งที่ 12/2566 เมื่อวันศุกร์ที่ 10 พฤศจิกายน 2566
ในระเบียบวาระที่ 5 เรื่องเสนอเพื่อพิจารณา 5.1 การรายงานการรวมธุรกิจระหว่าง บริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส
เน็ทเวอร์ค จำกัด (AWN) และบริษัท ทริปเปิลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) (3BB) กสทช. มีมติที่ประชุม
ด้วยคะแนนเสียง 4:1 อนุญาตให้ AWN และ 3BB ได้ควรวมกิจการแบบมีเงื่อนไข โดยให้มีมาตรการในการ
กำกับดูแลการควบรวมกิจการ เพื่อป้องกันการผูกขาดและเป็นการคุ้มครองผู้บริโภค จำนวน 22 ข้อ
ใน 3 เรื่อง ที่ต้องปฏิบัติ คือ 1) อัตราค่าบริการและคุณภาพการให้บริการ 2) การสนับสนุนผู้ประกอบการราย
ย่อย และ 3) กลไกการติดตามและประเมินผลการรวมธุรกิจ โดยมีมาตรการเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครอง
ผู้บริโภคมีรายละเอียด ดังนี้

1. ด้านอัตราค่าบริการและคุณภาพการให้บริการ ได้แก่

1.1 ปฏิบัติตามกฎหมายเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลอัตราค่าบริการของประกาศ กสทช.
อย่างเคร่งครัด

1.2 ห้ามขึ้นราคาและลดคุณภาพการให้บริการ โดยให้คงรายการส่งเสริมการขาย (Package)
ซึ่งมีราคาต่ำที่สุด ที่มีอยู่ก่อนการรวมธุรกิจ และแจ้งให้ กสทช. ทราบ พร้อมทั้งจะต้องคงคุณภาพการให้บริการ
และราคาสำหรับรายการส่งเสริมการขาย (Package) ดังกล่าว เป็นระยะเวลา 5 ปี นับจากวันที่ได้รับอนุญาต
ให้รวมธุรกิจ

1.3 การมีทางเลือกของราคาที่แยกรายบริการ

1.4 การคุ้มครองผู้ใช้บริการรายปัจจุบัน โดยให้คงรายการส่งเสริมการขาย (Package) คุณภาพ
การให้บริการและราคาแก่ลูกค้าที่มีการใช้บริการอยู่ก่อนการรวมธุรกิจจนกว่าจะครบกำหนดระยะเวลา
ตามสัญญาให้บริการซึ่งทำไว้กับผู้ให้บริการรายนั้น เว้นแต่ผู้ใช้บริการตกลงยกเลิกการใช้บริการ หรือผู้ใช้บริการ
ประสงค์จะเปลี่ยนแปลงรายการส่งเสริมการขาย (Package) ภายหลังการรวมธุรกิจด้วยตัวเอง เป็นระยะเวลา
5 ปี นับจากวันที่ได้รับอนุญาตให้รวมธุรกิจ

1.5 การรักษาคุณภาพการให้บริการ (QoS) ตามประกาศ กสทช. เรื่อง มาตรฐานของคุณภาพ
การให้บริการโทรคมนาคมอย่างเคร่งครัด และต้องมีความพร้อมเพื่อรองรับจำนวนลูกค้าที่จะเพิ่มขึ้นจากการ
รวมธุรกิจ เพื่อให้คุณภาพในการให้บริการต่อผู้ใช้บริการไม่ด้อยไปกว่าเดิม เช่น จำนวนเจ้าหน้าที่ที่เพียงพอ
เพื่อรองรับการให้บริการทั้งในส่วนของศูนย์บริการ และพนักงานรับสาย (Call center) รวมถึงขนาดพื้นที่ของ
ศูนย์บริการลูกค้าที่สามารถรองรับการเข้ามาติดต่อของผู้ใช้บริการ

1.6 การอำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้บริการ โดยต้องจัดช่องทางการให้บริการที่สะดวก รวดเร็ว
เข้าถึงง่าย ครอบคลุม และง่ายต่อการเลือกซื้อ เปลี่ยนแปลง (เพิ่ม /ลด) การใช้บริการอินเทอร์เน็ตประจำ
ที่ได้ตามความต้องการของผู้ใช้บริการปลายทาง โดยปราศจากข้อจำกัด ทั้งนี้ ต้องแสดงรายละเอียดของบริการ
อัตราค่าบริการแยกตามรายการบริการ หรืออัตราค่าบริการแบบส่งเสริมการขาย ตลอดจนวิธีการ เงื่อนไข
การเลือกรับบริการไว้โดยชัดแจ้งและเป็นปัจจุบัน

1.7 การให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการให้บริการที่ครบถ้วนแก่ผู้ใช้บริการ โดยต้องกำหนดและแสดง
อัตราค่าบริการแยกตามรายการบริการ (Unbundle) หรือการส่งเสริมการขายแบบแยกรายบริการ (Unbundle
Package) เช่น แยกอัตราค่าบริการเฉพาะอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงประจำที่ออกจากอัตราค่าบริการ

โทรศัพท์เคลื่อนที่และกล่องรับชมรายการโทรทัศน์และคอนเทนต์ ความบันเทิง เพื่อให้ผู้ใช้บริการปลายทางได้รับทราบก่อน

1.8 การประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ต่อสาธารณชนว่าจะคงไว้ซึ่งบริการที่มีคุณภาพ และราคาค่าบริการที่เป็นธรรมต่อผู้ใช้บริการ

1.9 การยึดหลักความเป็นกลางทางอินเทอร์เน็ต (Net Neutrality) โดยไม่จัดให้คุณภาพบริการแตกต่างกันเพียงเพราะว่าเข้าถึงเนื้อหาจากผู้ประกอบการธุรกิจหรือผู้ให้บริการรายอื่น

1.10 การแจ้งให้ผู้ใช้บริการทราบถึงการรวมธุรกิจและการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขการให้บริการบางประการ เช่น การเปลี่ยนชื่อผู้ให้บริการ ช่องทางในการติดต่อ แอปพลิเคชัน และศูนย์รับเรื่อง

2. ด้านกลไกการติดตาม และประเมินผลการรวมธุรกิจ

ภายหลังการรวมธุรกิจ หาก กสทช. พิจารณาหรือได้รับการร้องเรียนว่ามีการกระทำผิดกฎหมายหรือเหตุอันเป็นการผูกขาด หรือลด หรือจำกัดการแข่งขันในการให้บริการกิจการโทรคมนาคมมีการเปลี่ยนแปลงในสาระสำคัญ ทำให้เงื่อนไขหรือมาตรการเฉพาะไม่เหมาะสมหรือไม่มีประสิทธิภาพ กสทช. อาจระงับ ยกเลิก หรือปรับปรุงเงื่อนไขหรือมาตรการเฉพาะใหม่ก็ได้ตามความเหมาะสมและความจำเป็น

ทั้งนี้ การออกเงื่อนไขหรือมาตรการเฉพาะดังกล่าว จะต้องรักษาผลประโยชน์ของผู้บริโภคที่ไม่สร้างภาระแก่ผู้บริโภค และการทำให้ตลาดอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ไม่ได้ถูกผูกขาด การไม่ถูกกระทบต่อความหลากหลายของการให้บริการที่ต้องมีทางเลือก และผู้บริโภคควรมีอำนาจในการต่อรองท่ามกลางผู้ให้บริการที่มีจำนวนน้อยรายอาจทำให้ระดับการแข่งขันด้านการให้บริการลดน้อยลง ประการสำคัญคือผู้บริโภคจะต้องไม่จ่ายค่าใช้บริการที่สูงขึ้นจากเดิม หรือได้รับความเร็วอินเทอร์เน็ตที่ลดลง ซึ่งถือว่าคุณภาพการให้บริการจะต้องมีมาตรฐานและเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค หรือถูกเอาเปรียบจากผู้ให้บริการ

เรื่องที่ 2 การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการสนับสนุน ส่งเสริม และคุ้มครองผู้บริโภคของกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.)

กองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมเพื่อประโยชน์สาธารณะ หรือ กทปส. จัดตั้งขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์ ตาม พ.ร.บ. องค์การจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดย พ.ร.บ. องค์การจัดสรรคลื่นความถี่ฯ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2560 ในการส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงานด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ เพื่อให้ประชาชนได้รับบริการอย่างทั่วถึง การสนับสนุนงานวิจัยและพัฒนา และการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม รวมทั้งการเป็นกลไกให้ได้รับประโยชน์จากการดำเนินงานทั้งสามกิจการ ทั้งนี้ ได้ดำเนินการภายใต้วัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ในกฎหมาย และแผนยุทธศาสตร์ตามแผนแม่บทกองทุน กทปส. พ.ศ. 2563 - 2566 ผ่านโครงการต่างๆ โดยการเปิดรับข้อเสนอจากผู้รับใบอนุญาต ผู้ประกอบการ หน่วยงานภาครัฐ สถาบันการศึกษา และองค์กรสาธารณะประโยชน์

คณะกรรมการบริหารกองทุน กทปส. ได้จัดทำแผนแม่บทกองทุน กทปส. ระยะ 4 ปี (พ.ศ. 2563 - 2566) โดยในยุทธศาสตร์ที่ 4 เป็นการสนับสนุน ส่งเสริม และคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อให้เกิดกลไกการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีความเข้มแข็งสามารถคุ้มครองและปกป้องสิทธิผู้บริโภค โดยเฉพาะคนพิการ เด็ก คนชรา และผู้ด้อยโอกาสในสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ของกองทุน กทปส. คือ 1) เพื่อดำเนินการให้ประชาชนได้รับบริการด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม อย่างทั่วถึง ตลอดจนส่งเสริมชุมชน และสนับสนุน

ผู้ประกอบการบริการชุมชน 2) ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาทรัพยากรสื่อสาร การวิจัยและพัฒนาด้าน
 กิจกรรมกระจายเสียง กิจกรรมโทรทัศน์ และกิจกรรมโทรคมนาคม รวมทั้งความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ
 เทคโนโลยีด้านการใช้คลื่นความถี่ เทคโนโลยีสารสนเทศ เทคโนโลยี สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการ
 ผู้สูงอายุ และผู้ด้อยโอกาส ตลอดจนอุตสาหกรรมโทรคมนาคม และอุตสาหกรรมต่อเนื่อง 3) ส่งเสริมและ
 สนับสนุนการพัฒนาบุคลากรด้านกิจกรรมกระจายเสียง กิจกรรมโทรทัศน์ กิจกรรมโทรคมนาคม และเทคโนโลยี
 สารสนเทศ ตลอดจนการดำเนินการขององค์กรซึ่งทำหน้าที่จัดทำมาตรฐานการประกอบอาชีพหรือวิชาชีพ
 ตามกฎหมายว่าด้วยการประกอบกิจกรรมกระจายเสียง กิจกรรมโทรทัศน์ และกิจกรรมโทรคมนาคม 4) สนับสนุน
 ส่งเสริม และคุ้มครองผู้บริโภคด้านกิจกรรมกระจายเสียง กิจกรรมโทรทัศน์ และกิจกรรมโทรคมนาคม 5) สนับสนุน
 การดำเนินการตามกฎหมาย ว่าด้วยกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ โดยจัดสรรเงินให้แก่
 กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ และ 6) สนับสนุนใช้คลื่นความถี่ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด รวมทั้ง
 สนับสนุนการเรียกคืนคลื่นความถี่ที่มีผู้รับใบอนุญาตเดิมเพื่อนำจัดสรรใหม่ และสนับสนุนการทดแทนค่าใช้จ่าย
 ค่าตอบแทนการถูกเรียกคืนคลื่นความถี่ ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

จากรายงานการจัดสรรเงินทุนและธรรมาภิบาลของกองทุน กทปส. (ศูนย์ความรู้นโยบายสาธารณะ
 เพื่อการเปลี่ยนแปลง : 2563) พบว่า การจัดสรรงบประมาณ กทปส. ระหว่างปี 2561 - 2564 ตามมาตรา 52
 แห่ง พ.ร.บ. องค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ฯ ในวัตถุประสงค์ข้อ 4 ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค กองทุน กทปส.
 ได้สนับสนุนโครงการ จำนวน 6 โครงการ วงเงินงบประมาณ 42,511,977.39 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.24 ของ
 งบประมาณที่ได้จัดสรรทั้งหมด จำนวน 17,580,491,491.26 บาท และมีความเห็นว่า การให้ทุนในภาพรวม
 นั้นไม่ตรงตามพันธกิจสถานะในทางกฎหมาย และสนับสนุนทุนที่ไม่เกี่ยวข้องกับสามกิจการจำนวนหลาย
 โครงการอีกด้วย สำหรับการให้ทุนสนับสนุนด้านการคุ้มครองผู้บริโภค พบว่า มีสัดส่วนที่มีจำนวนน้อย และมี
 การตีความตามเป้าหมายการคุ้มครองผู้บริโภคที่แคบ โดยขาดการตีความในมิติความเป็นพลเมืองและ
 การคุ้มครองผู้บริโภคในเชิงโครงสร้าง ทั้งนี้ ในปี 2567 กองทุน กทปส. ได้กำหนดกรอบการจัดสรรเงินทุน
 แบ่งเป็น 3 ประเภท คือ 1) ทุนประเภทที่ 1 ทุนแบบเปิดกว้าง (Open Grant) กรอบวงเงิน 300 ล้านบาท
 2) ทุนประเภทที่ 2 เป็นทุนตามนโยบายคณะกรรมการบริหารกองทุน แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ทุนมุ่ง
 เป้า (Strategic Grant) กรอบวงเงิน 600 ล้านบาท และทุนต่อเนื่องกำหนดกรอบวงเงิน 100 ล้านบาท และ
 3) ทุนสำหรับกองทุนสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ กรอบวงเงิน 500 ล้านบาท ทั้งนี้ ในปี 2567 กองทุน กทปส.
 ได้ประกาศ เรื่อง โครงการประเภทที่ 1 ประจำปี 2567 (ครั้งที่ 1) ตามวัตถุประสงค์ มาตรา 52 (1) 52(2) และ
 53(3) เท่านั้น ดังนั้น การจัดสรรและสนับสนุนของกองทุน กทปส. จะต้องมีการทบทวนการสนับสนุนโดยการ
 ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค การตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ตามมาตรา การตีความเป้าหมายของการคุ้มครอง
 ผู้บริโภคที่จะต้องครอบคลุมในทุกมิติตามมาตรา 52(4) เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด เป็นต้น

จากสาระสำคัญข้างต้นกรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค
 จึงได้ตระหนักถึงความสำคัญที่จะต้องติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลตามนโยบาย กสทช. ที่สำคัญในด้
 การคุ้มครองผู้บริโภค 2 เรื่อง คือ 1) การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลเงื่อนไขหรือมาตรการเฉพาะ
 ภายหลังการรวมธุรกิจ ระหว่างบริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวอร์ค จำกัด (AWN) และบริษัท ทริปเปิลที
 บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) (3BB) เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค และ 2) การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผล
 การสนับสนุน ส่งเสริม และการคุ้มครองผู้บริโภคของกองทุนวิจัยและพัฒนากิจกรรมกระจายเสียง กิจกรรม
 โทรทัศน์ และกิจกรรมโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.) โดยให้เป็นไปอย่างมีระบบตามหลัก
 วิชาการ มีการเก็บรวบรวมข้อมูลในเชิงลึก และเป็นภาพรวมทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ รวมทั้งการบังคับ
 ใช้ประกาศหรือกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ผลกระทบที่เกิดขึ้น ประกอบกับการศึกษาเปรียบเทียบแนวคิด

การดำเนินงานของต่างประเทศที่มีระบบนิเวศใกล้เคียงกับประเทศไทย ที่เป็นข้อมูลที่ตั้งอยู่บนฐานของข้อเท็จจริง โดยใช้องค์ความรู้จากผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน เพื่อให้เกิดข้อเสนอแนะทางวิชาการที่จะเป็นประโยชน์ต่อรายงานที่เสนอต่อ กสทช. รัฐสภา และประชาชนรับทราบต่อไป

ดังนั้น จึงควรจ้างสถาบันการศึกษาที่มีความเชี่ยวชาญดำเนินการเป็นที่ปรึกษาเพื่อติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลตามนโยบาย กสทช. ที่สำคัญ จำนวน 2 เรื่อง ในด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567 เพื่อนำข้อมูลที่ได้กลับมาใช้ในการปรับปรุง พัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

2. วัตถุประสงค์

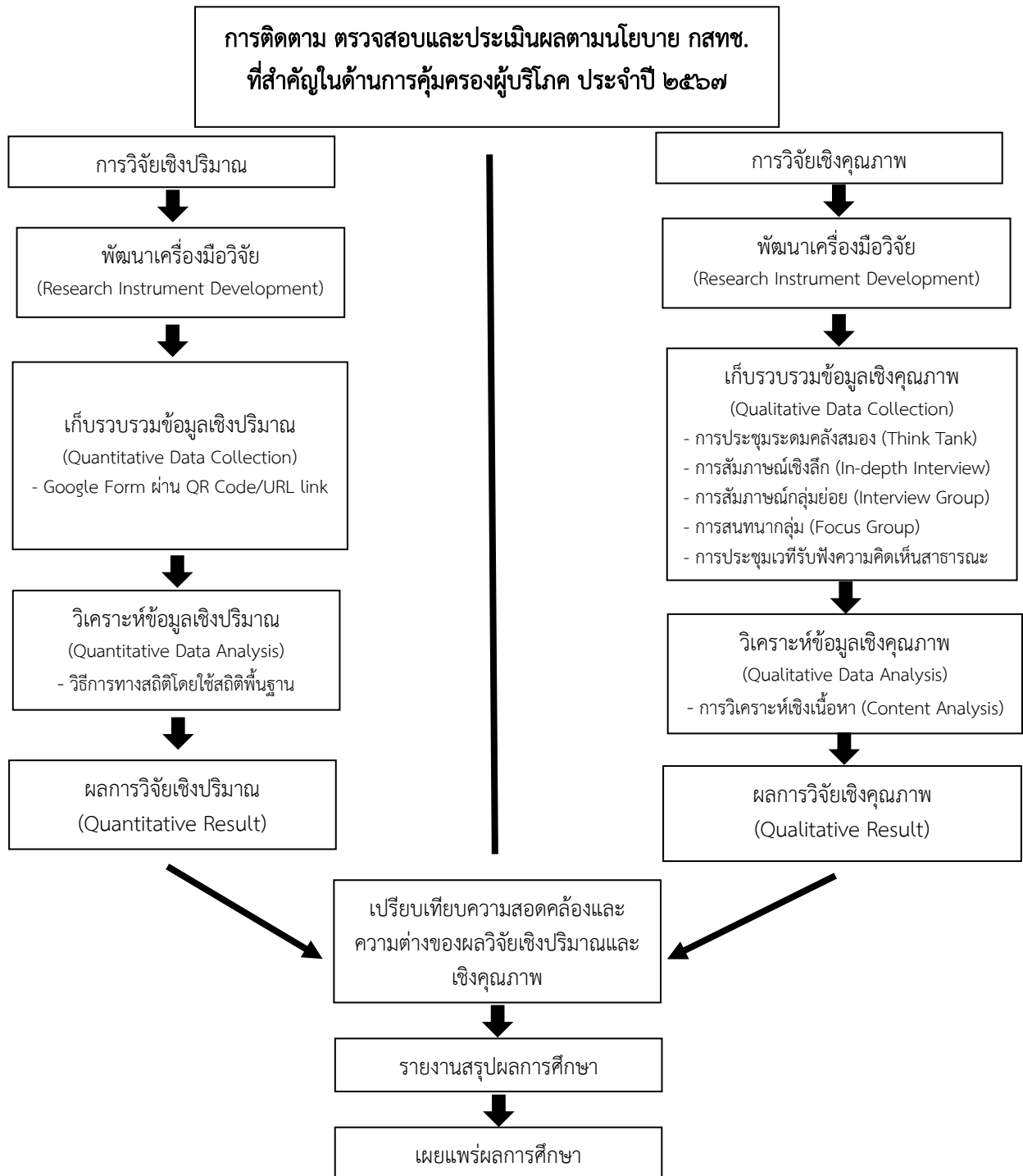
2.1 เพื่อจ้างที่ปรึกษาดำเนินการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลตามนโยบาย กสทช. ที่สำคัญในด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567

2.2 เพื่อรวบรวมข้อมูลวิเคราะห์ สังเคราะห์ สรุปผล ผลกระทบที่เกิดขึ้น ข้อเสนอแนะ และมาตรการกำกับดูแลที่เหมาะสม จากนโยบาย กสทช. ที่สำคัญในด้านการคุ้มครองผู้บริโภคประจำปี 2567 ในเรื่อง 1) การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลเงื่อนไขหรือมาตรการเฉพาะภายหลังการรวมธุรกิจ ระหว่างบริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวอร์ค จำกัด (AWN) และบริษัท ทริปเปิลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) (3BB) เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค และ 2) การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผล การสนับสนุนส่งเสริม และการคุ้มครองผู้บริโภคของกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.) ในการพัฒนางานคุ้มครองผู้บริโภค

3. ระเบียบวิธีการศึกษา

3.1 กรอบแนวคิดการศึกษา

กรอบแนวคิดการศึกษาสามารถเขียนเป็นแผนภาพ ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการศึกษา

3.2 ระเบียบวิธีการศึกษา

งานจ้างที่ปรึกษาเพื่อติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลตามนโยบาย กสทช. ที่สำคัญในด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567 ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mixed Method) แบบ Multiphase Design โดยมีรายละเอียด ดังนี้

3.2.1 การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

วัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาเครื่องมือโดยวิธีการเชิงปริมาณ และนำเครื่องมือที่ได้ไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ผลโดยวิธีการทางสถิติ

(1) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ ผู้มีส่วนได้เสียใน 2 เรื่อง ดังนี้

เรื่องที่ 1 การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลเงื่อนไขหรือมาตรการเฉพาะภายหลังการรวมธุรกิจระหว่างบริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวอร์ค จำกัด (AWN) และบริษัท ทริปเปิลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) (3BB) เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

เรื่องที่ 2 การติดตาม ตรวจสอบและประเมินผลการสนับสนุน ส่งเสริม และคุ้มครองผู้บริโภคของกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.)

(2) ขนาดตัวอย่าง

การกำหนดตัวอย่างผู้มีส่วนได้เสียต่อการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลตามนโยบาย กสทช. จะกำหนดตัวอย่างโดยใช้วิธีทางสถิติจากวิธีการของ Cochran (1997) ซึ่งเป็นวิธีการคำนวณที่ไม่ทราบจำนวนประชากร แต่ทราบว่ามีขนาดใหญ่ได้จากสูตร

$$n = \frac{p(p-1)Z^2}{e^2}$$

โดยที่

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

p = สัดส่วนประชากร

e = ค่าความคลาดเคลื่อนอย่างสุ่มที่ยอมรับได้

(3) เครื่องมือและการพัฒนาเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามการดำเนินงานที่สำคัญในด้านการคุ้มครองผู้บริโภคใน 2 เรื่อง ดังนี้

เรื่องที่ 1 การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลเงื่อนไขหรือมาตรการเฉพาะภายหลังการรวมธุรกิจระหว่างบริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวอร์ค จำกัด (AWN) และบริษัท ทริปเปิลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) (3BB) เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

เรื่องที่ 2 การติดตาม ตรวจสอบและประเมินผลการสนับสนุน ส่งเสริม และคุ้มครองผู้บริโภคของกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.)

(4) การพัฒนาเครื่องมือ

ขั้นที่ 1 การพัฒนาข้อคำถาม (Item Development)

1) ระบุประเด็น (Domain) ที่ต้องการวัด และสร้างข้อคำถาม (Item Generation) โดยใช้ข้อมูลจากการวิจัยเชิงคุณภาพร่วมกับการทบทวนวรรณกรรม

2) ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ผู้เชี่ยวชาญที่ทำการตรวจสอบคุณภาพด้านความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จำนวน 7 คน เพื่อนำมาหาค่าดัชนีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity Index; CVI) โดยที่ใช้ดัชนีวัดความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา สามารถหาความเที่ยงตรงทั้งเชิงเนื้อหารายข้อ (Item Content Validity Index; I-CVI) และความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาทั้งฉบับ (Content Validity for Scale; S-CVI) เพื่อพิจารณาคุณภาพของข้อคำถาม โดยมีเกณฑ์การพิจารณาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาที่ใช้ได้ตั้งแต่ 0.8 ขึ้นไป (Davis, 1992; Polit & Beck, 2004; Waltz et al., 2010)

3) ปรับปรุงแก้ไข เพิ่มหรือลดข้อคำถาม การใช้ภาษาที่เหมาะสม

ขั้นที่ 2 การพัฒนามาตรวัด (Scale Development)

การศึกษานำร่องเพื่อพัฒนาเครื่องมือวัดนี้เป็นการเก็บตัวอย่างจากกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 100 คน และทำการวิเคราะห์โดยใช้ PLS-SEM (Partial Least Square SEM) (Hair et al., 2013) โดยใช้เทคนิค MCMQ (Method of Confirming Measurement Quality) ที่ถูกนำเสนอในปี 2020 โดย Hair และคณะ (2020) ที่เป็นการประเมินโมเดลการวัดใน PLS-SEM (Partial Least Square SEM) (Hair et al., 2014) โดยประยุกต์ใช้การตรวจสอบ ดังนี้

(1) ตรวจสอบค่าน้ำหนักองค์ประกอบของข้อคำถาม โดยควรมีนัยสำคัญทางสถิติ (Estimate of Loading and Significance) โดยค่าน้ำหนักองค์ประกอบจะต้องมีนัยสำคัญทางสถิติ และมีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานไม่น้อยกว่า 0.708 (Hair et al., 2020)

(2) ตรวจสอบค่าความเชื่อมั่นของตัวบ่งชี้ (ข้อคำถาม) (indicator reliability) ในประเด็นนี้ Hair และคณะ (2020) ไม่ได้กำหนดค่าจุดตัดเอาไว้ แต่ให้ค่านี้หาได้จากค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน ยกกำลังสอง ดังนั้น ค่านี้จึงไม่ควรต่ำกว่า 0.5

(3) ตรวจสอบค่าความเชื่อมั่น ตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถามที่ผ่านการพิจารณาค่าความเที่ยงตรงทั้งเชิงเนื้อหารายข้อจากวิธี CVI เพื่อดำเนินการหาค่าความเชื่อมั่นของส่วนประกอบ (Composite Reliability; CR) ค่าความเชื่อมั่นควรอยู่ระหว่าง 0.7 ถึง 0.95 นอกจากนี้ผู้วิจัยยังหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยการวัดความคงที่ภายใน (Internal Consistency) โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ ครอนบัค (Cronbach, 1951) กรณีที่เครื่องมือมีหลายมิติจะหาความเชื่อมั่นจากค่าสัมประสิทธิ์โอเมกาแบบลดหลั่นเชิงชั้น (McDonald's ω_h) (McDonald, 1999) ในภาพรวมของเครื่องมือวัด

(4) ตรวจสอบความแปรปรวนที่สกัดได้เฉลี่ย (Average Variance Extracted; AVE) ค่า AVE จะต้องมีค่าตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป (Fornell & Larcker, 1981)

(5) ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity) ขององค์ประกอบ หากมีองค์ประกอบหรือมิติการวัดมากกว่าหนึ่งมิติจะทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงจำแนก ระหว่างองค์ประกอบ โดยพิจารณาค่ารากที่สองของ AVE เทียบกับค่าสหสัมพันธ์ของระหว่างองค์ประกอบ ซึ่งค่า AVE $> R^2$ แสดงว่ามีความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Fornell & Larcker, 1981)

(5) การเก็บรวบรวมข้อมูล

ดังนี้

(5.1) ประสานไปยังสำนักงาน กสทช. เพื่อขอข้อมูลของผู้มีส่วนได้เสีย ปี 2567 ใน 2 เรื่อง

เรื่องที่ 1 การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลเงื่อนไขหรือมาตรการเฉพาะภายหลังการรวมธุรกิจระหว่างบริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวอร์ค จำกัด (AWN) และบริษัท ทริปเปิลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) (3BB) เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

เรื่องที่ 2 การติดตาม ตรวจสอบและประเมินผลการสนับสนุน ส่งเสริม และคุ้มครองผู้บริโภคของกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.)

(5.2) ประชาสัมพันธ์การสำรวจเพื่อติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลตามนโยบาย กสทช. ที่สำคัญในด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567 โดยการสำรวจข้อมูลออนไลน์ ผ่าน Google Form และผ่าน QR-Code

(5.3) รวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสำรวจ นำมาวิเคราะห์ผลและสรุปผล

3.2.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

เป็นการศึกษารวบรวมข้อมูลจากเอกสาร การประชุมระดมความคิดเห็น การสัมภาษณ์เชิงลึก การสัมภาษณ์กลุ่มย่อย การจัดสนทนากลุ่ม เป็นต้น

(1) กลุ่มเป้าหมาย ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียใน 2 เรื่อง ดังนี้

เรื่องที่ 1 การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลเงื่อนไขหรือมาตรการเฉพาะภายหลังการรวมธุรกิจระหว่างบริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวอร์ค จำกัด (AWN) และบริษัท ทริปเปิลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) (3BB) เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

เรื่องที่ 2 การติดตาม ตรวจสอบและประเมินผลการสนับสนุน ส่งเสริม และคุ้มครองผู้บริโภคของกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.)

การกำหนดคุณสมบัติของกลุ่มเป้าหมายผู้ให้ข้อมูล ดังนี้

(1.1) สามารถมีเวลาให้การสัมภาษณ์ประมาณ 30 นาที

(1.2) ผู้ให้ข้อมูลเคยมีประสบการณ์อย่างใดอย่างหนึ่งเกี่ยวกับสำนักงาน กสทช. ใน

2 เรื่อง ดังนี้

เรื่องที่ 1 การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลเงื่อนไขหรือมาตรการเฉพาะภายหลังการรวมธุรกิจระหว่างบริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวอร์ค จำกัด (AWN) และบริษัท ทริปเปิลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) (3BB) เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

เรื่องที่ 2 การติดตาม ตรวจสอบและประเมินผลการสนับสนุน ส่งเสริม และคุ้มครองผู้บริโภคของกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.)

(1.3) มีความสามารถในการเข้าใจและพูดภาษาไทยได้ดี

(1.4) มีความพร้อมและยินยอมให้ความร่วมมือในการสัมภาษณ์ครั้งนี้

(2) เครื่องมือ

(2.1) ผู้สัมภาษณ์ เป็นเครื่องมือเก็บข้อมูลที่สำคัญ ที่ต้องเตรียมทั้งความรู้เกี่ยวกับสำนักงาน กสทช. ความรู้เกี่ยวกับนโยบายทั้งสองเรื่อง ความรู้เชิงวิชาการ ระเบียบวิธีวิจัย และต้องมีประสบการณ์หรือผ่านการฝึกฝนเทคนิคการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยรู้จักสังเกต มีทักษะในการสนทนาที่สามารถเจาะประเด็นสู่ส่วนลึกของข้อมูลได้ เก็บรวบรวมข้อมูลได้ครอบคลุม ตรงกับความจริงมากที่สุด

(2.2) แบบสัมภาษณ์

(2.3) เครื่องบันทึกเสียง

(3) การเก็บรวบรวมข้อมูล

เป็นการเก็บรวบรวมโดยการประชุมระดมคลังสมอง (Think Tank) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) การจัดสนทนากลุ่ม (Focus Group) การจัดสัมภาษณ์กลุ่มย่อย (Interview Group) การประชุมรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ โดยมีการรวบรวมทั้งแบบเผชิญหน้า หรือแบบออนไลน์ตามความเหมาะสม และการจัดประชุมเพื่อรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ (Public Hearing)

การสัมภาษณ์แบบเชิงลึกและบันทึกไฟล์สนทนาจากเครื่องบันทึกเสียง โดยจะเริ่มเก็บรวบรวมข้อมูลหลังจากที่ได้นัดหมายวันเวลา และสถานที่ที่สะดวกในการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูล ในกรณีที่ผู้ให้ข้อมูลไม่สะดวกเจอตัวต่อตัว ผู้สัมภาษณ์อาจขอสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์หรือผ่านออนไลน์แทน สถานที่ที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล หรือสัมภาษณ์นั้นจะเป็นสถานที่ที่ปลอดภัยและมีความเป็นส่วนตัว

(4) การวิเคราะห์ข้อมูล

ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล คำนึงถึงวัตถุประสงค์เป็นหลัก โดยกำหนดประเด็นย่อยประเด็นหลัก การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพประยุกต์การวิเคราะห์จากแนวทางของ โคลไลซี (Colaizzi, 1978) มี 6 ขั้นตอน ได้แก่

- (4.1) อ่านบทสัมภาษณ์ที่ถอดความแล้วหลาย ๆ ครั้ง เพื่อให้เข้าใจความรู้สึกของผู้ให้ข้อมูลอย่างแท้จริง
- (4.2) ทบทวนแต่ละข้อความในทุกหน้าอย่างถ่องแท้ เพื่อค้นยัยสำคัญของเนื้อเรื่อง
- (4.3) ทำความเข้าใจตามนัยสำคัญของเนื้อหา และกำหนดความหมาย
- (4.4) กำหนดความหมายของกลุ่มคำที่เป็นประเด็นหลัก
- (4.5) รวบรวมผลลัพธ์ที่ได้จากปรากฏการณ์ที่ศึกษาและอธิบายหรือบรรยายอย่างถี่ถ้วน
- (4.6) อธิบายปรากฏการณ์ที่ยังกำกวมให้มีความชัดเจนเท่าที่จะเป็นไปได้

4. ขอบเขตการดำเนินงาน

เพื่อให้การจ้างที่ปรึกษาติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลตามนโยบาย กสทช. ที่สำคัญในด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567 เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุวัตถุประสงค์ โดยกำหนดขอบเขตของการดำเนินงาน ดังนี้

4.1 การจัดทำรายงานผลการศึกษารายงาน (Inception Report) ประกอบด้วย

รายละเอียด

(1) การจัดประชุมก่อนเริ่มงาน (Pre Kick Off Meeting)

ที่ปรึกษาจัดการประชุมก่อนเริ่มงาน (Pre Kick Off Meeting) โดยจัดประชุมระหว่างที่ปรึกษากับกรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน (กตป.) ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคหรือเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง เพื่อทำความเข้าใจในรายละเอียดขั้นต้น ก่อนการดำเนินการจัดทำแผนการดำเนินงาน (Project Plan) ตามขอบเขตของการดำเนินงาน โดยมีผู้เข้าร่วมประชุมจำนวนไม่น้อยกว่า 10 คน จัด ณ อาคารไอ ทาวเวอร์ กรุงเทพฯ ทั้งนี้ ที่ปรึกษาเป็นผู้รับผิดชอบการจัดประชุมและค่าใช้จ่ายในการจัดประชุม โดยอัตราค่าใช้จ่ายในการจัดประชุมเป็นไปตามระเบียบคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ว่าด้วยค่าตอบแทนและค่าใช้จ่ายอื่นในการปฏิบัติงานของคณะกรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานของสำนักงาน กสทช. พ.ศ. 2563 และที่ปรึกษาจัดทำร่างแผนการดำเนินงาน (Project Plan) ประกอบด้วย การจัดทำกรอบแนวคิดการศึกษา (Conceptual Framework) ตามหลักเกณฑ์และแนวทางการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผล โดยพิจารณากรอบการประเมินจากอำนาจหน้าที่ของ กสทช. สำนักงาน กสทช. เลขาธิการ กสทช. แผนแม่บทที่เกี่ยวข้อง แผนยุทธศาสตร์ของสำนักงาน กสทช. แผนปฏิบัติการของสำนักงาน กสทช. แผนงาน/โครงการ ความสอดคล้องเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ชาติ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและดิจิทัล และอื่น ๆ การวางแผนการดำเนินการ (Planning) ระเบียบวิธีการศึกษา (Methodology) ขอบเขตของงาน (Scope of Work) รายละเอียดขั้นตอนการดำเนินงาน (Activity List) และระยะเวลาดำเนินงาน (Time Frame) โครงสร้างบุคลากรของที่ปรึกษา (Project Team) แนวทาง/รูปแบบการจัดประชุมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง กรอบระยะเวลาผลงานที่จะส่งมอบ (Deliverables) ผลที่คาดว่าจะได้รับ เป็นต้น โดยแผนการดำเนินงานดังกล่าวจะต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการตรวจรับงานจ้างที่ปรึกษาหรือผู้ที่เกี่ยวข้องก่อนดำเนินการ

(2) การจัดประชุมเริ่มงาน (Kick Off Meeting)

(2.1) ที่ปรึกษาต้องจัดการประชุมเริ่มงาน (Kick Off Meeting) ระหว่างที่ปรึกษากับกรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน (กตป.) ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค กรรมการดำเนินงานจ้างที่ปรึกษา กรรมการตรวจรับพัสดุในงานจ้างที่ปรึกษา และเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง เพื่อทำความเข้าใจรายละเอียดต่างๆ โดยมีผู้เข้าร่วมประชุมจำนวนไม่น้อยกว่า 15 คน จัดภายนอกสำนักงาน กสทช. ในกรุงเทพฯ หรือปริมณฑล ทั้งนี้ ที่ปรึกษาเป็นผู้รับผิดชอบการจัดการประชุมและค่าใช้จ่ายในการประชุม โดยอัตราค่าใช้จ่ายในการจัดประชุมเป็นไปตามระเบียบคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ว่าด้วยค่าตอบแทนและค่าใช้จ่ายอื่นในการปฏิบัติงานของคณะกรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานของสำนักงาน กสทช. พ.ศ. 2563

(2.2) การจัดทำแผนการดำเนินงาน (Project Plan) อย่างละเอียด ประกอบด้วย

(2.2.1) การกำหนดระเบียบวิธีการศึกษา และขอบเขตการดำเนินงาน

(2.2.2) หลักเกณฑ์ และแนวทางการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผล

โดยที่มารอบการประเมินจากอำนาจหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับ กสทช. สำนักงาน กสทช. เลขาธิการ กสทช. แผนแม่บทที่เกี่ยวข้อง แผนยุทธศาสตร์ของสำนักงาน กสทช. แผนปฏิบัติการของสำนักงาน กสทช. แผนงาน/โครงการความสอดคล้องเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ชาติ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและดิจิทัล และอื่น ๆ

- (2.2.3) รายละเอียดขั้นตอนการดำเนินงานและระยะเวลาดำเนินงาน
- (2.2.4) โครงสร้างบุคลากรของที่ปรึกษา
- (2.2.5) รูปแบบการดำเนินการจัดประชุมเฉพาะกลุ่ม และการรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ
- (2.2.6) กรอบระยะเวลาการส่งมอบผลงาน

4.2 การเตรียมการและจัดเก็บข้อมูล ข้อเท็จจริงต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง มีรายละเอียด ดังนี้

(1) การเตรียมการและจัดเก็บข้อมูล ข้อเท็จจริง และบริบทต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อที่จะศึกษา

ที่ปรึกษาดำเนินการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลตามนโยบายที่สำคัญของ กสทช. ในด้านการคุ้มครองผู้บริโภค 2 เรื่อง ดังนี้ 1) การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลเงื่อนไขหรือมาตรการเฉพาะภายหลังการรวมธุรกิจ ระหว่างบริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวอร์ค จำกัด (AWN) และบริษัท ทริปเปิ้ลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) (3BB) เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค และ 2) การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผล การสนับสนุน ส่งเสริม และการคุ้มครองผู้บริโภคของกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.) ตามประเด็นดังต่อไปนี้

- (1.1) รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย ยุทธศาสตร์ชาติ แผนปฏิรูปประเทศ นโยบายของรัฐบาล และแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง
- (1.2) พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และที่แก้ไขเพิ่มเติม แผนแม่บทตามอำนาจหน้าที่ของ กสทช. ที่เกี่ยวข้อง เช่น แผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2563-2568) นโยบายและแผนยุทธศาสตร์ และแผนปฏิบัติการกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.) และประกาศ กสทช. ที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น
- (1.3) มติที่ประชุม กสทช. คณะอนุกรรมการ และมติคณะกรรมการบริหารกองทุนที่เกี่ยวข้อง
- (1.4) รวบรวม ศึกษา และทบทวนรายงานผลการศึกษาวิจัยที่มีประเด็นเกี่ยวข้อง ซึ่งสำนักงาน กสทช. ได้ดำเนินการศึกษามาแล้ว ทั้งที่ได้นำมาปฏิบัติจนเกิดผลและไม่ได้นำมาปฏิบัติก็ตาม
- (1.5) เอกสารจากแหล่งอื่นที่อ้างอิงได้ ที่สามารถนำมาใช้ประกอบในการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลดังกล่าว เช่น ข่าวประชาสัมพันธ์ บทความวิชาการ เป็นต้น

- (1.6) รายงานการติดตามและประเมินผลที่เกี่ยวข้องกับนโยบาย 2 เรื่อง จากแหล่งอื่น

(2) การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อประกอบการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผล ตามนโยบาย กสทช. ที่สำคัญในด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567 จำนวน 2 เรื่อง ดังนี้

- (2.1) วางแผนการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการต่าง ๆ เพื่อสำรวจข้อมูลข้อเท็จจริง ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง

เรื่องที่ 1 การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลเงื่อนไขหรือมาตรการเฉพาะ ภายหลังจากการรวมธุรกิจระหว่างบริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวอร์ค จำกัด (AWN) และบริษัท ทริปเปิลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) (3BB) เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

(1) กำหนดกลุ่มตัวอย่าง

(2) ระบุประเด็นสำคัญการศึกษา ดังนี้

(2.1) มติที่ประชุม กสทช. นัดพิเศษ ครั้งที่ 12/2566 เมื่อวันศุกร์ที่ 10 พฤศจิกายน 2566 วาระที่ 5 เรื่องเสนอเพื่อพิจารณา 5.1 การรายงานการรวมธุรกิจระหว่างบริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวอร์ค จำกัด (AWN) และบริษัท ทริปเปิลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) (3BB) ในมาตรการเพื่อการควบคุมกิจการเพื่อป้องกันการผูกขาดและเป็นการคุ้มครองผู้บริโภค จำนวน 22 ข้อ ใน 3 เรื่องที่ต้องปฏิบัติ รวมทั้งรวบรวมสถานการณ์ความเป็นมาของปัญหาในเรื่องที่ศึกษา

(2.2) วิเคราะห์มาตรการที่เกี่ยวข้องด้านการคุ้มครองผู้บริโภคและผลกระทบที่เกิดขึ้น ใน 2 เรื่องหลัก ในทุกมิติ คือ (1) อัตราค่าบริการและคุณภาพการให้บริการ และ (2) กลไกการติดตามและประเมินผลการรวมธุรกิจ โดยมีมาตรการเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคในทุกมิติ

(2.3) วิเคราะห์รายการส่งเสริมการขาย (Package) โดยวิเคราะห์การคุ้มครองผู้บริโภค ผู้ใช้บริการปัจจุบัน จากการคงรายการส่งเสริมการขาย คุณภาพให้บริการ และราคาแก่ผู้ให้บริการ เป็นต้น

(2.4) การรักษาคุณภาพการให้บริการ (QoS) ตามประกาศ กสทช. เรื่องมาตรฐานของคุณภาพการให้บริการโทรคมนาคม

(2.5) การอำนวยความสะดวกให้กับผู้ให้บริการ เช่น ช่องทางการให้บริการที่สะดวก รวดเร็ว เข้าถึงง่าย การใช้บริการอินเทอร์เน็ตประจำที่ได้ตามความต้องการของผู้ใช้บริการปลายทาง โดยปราศจากข้อจำกัด และอื่น ๆ เป็นต้น

(2.6) การให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการใช้บริการที่ครบถ้วนแก่ผู้ให้บริการ โดยต้องกำหนดและแสดงอัตราค่าบริการแยกตามรายบริการ (Unbundle) หรือการส่งเสริมการขายแบบแยกรายบริการ (Unbundle Package) และอื่นๆ เป็นต้น

(2.7) ประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ต่อสาธารณะที่คงไว้ซึ่งบริการที่มีคุณภาพ และราคาค่าบริการที่เป็นธรรม

(2.8) การยึดหลักความเป็นกลางทางอินเทอร์เน็ต (Net Neutrality)

(2.9) การแจ้งให้ผู้ให้บริการทราบถึงการรวมธุรกิจและการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขการให้บริการบางประการ เช่น การเปลี่ยนชื่อผู้ให้บริการ ช่องทางในการติดต่อ แอปพลิเคชัน และศูนย์รับเรื่อง เป็นต้น

(2.10) การปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการดูแลอัตราค่าบริการของประกาศ กสทช. อย่างเคร่งครัด รวมทั้งประกาศ กสทช. อื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค

(2.11) วิเคราะห์ว่าผลกระทบการรวมธุรกิจเป็นการลดหรือขัดขวางต่อการให้บริการโทรคมนาคมหรือไม่ อย่างไร

(2.12) วิเคราะห์ปัญหาหรืออุปสรรคที่เกิดขึ้นต่อการคุ้มครองผู้บริโภค และแนวทางแก้ไขหรือข้อเสนอแนะต่างๆ

2.13) ศึกษากรณีการรวมธุรกิจระหว่างบริษัทโทรคมนาคมในประเทศต่างๆ อย่างน้อย 3 ประเทศ เพื่อเป็นข้อมูลประกอบหรือเปรียบเทียบกับมิติการคุ้มครองผู้บริโภคในด้านการกำหนดนโยบายหรือมาตรการเฉพาะว่าเป็นอย่างไร และวิเคราะห์ผลกระทบที่เกิดขึ้นทั้งด้านดีและเสีย

2.14) วิเคราะห์ถึงประสิทธิภาพ (Efficiency) และประสิทธิผล (Effective) จากการรวมธุรกิจที่มีผลต่อการคุ้มครองผู้บริโภค

2.15) วิเคราะห์กลไกในการติดตาม และประเมินผล การรวมธุรกิจว่าภายหลังการรวมธุรกิจแล้ว มีเรื่องร้องเรียนว่ามีพฤติกรรมหรือเหตุอันเป็นการผูกขาดหรือลดหรือทำให้มีเงื่อนไข หรือมาตรการที่ควรระวัง ยกเลิก หรือปรับปรุงใหม่ เพื่อให้มีความเหมาะสมยิ่งขึ้น

เรื่องที่ 2 การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการสนับสนุน ส่งเสริม และการคุ้มครองผู้บริโภคของกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.)

(1) กำหนดกลุ่มตัวอย่าง

(2) ระบุประเด็นสำคัญการศึกษา และข้อมูลข้อเท็จจริง ดังนี้

(2.1) สถานการณ์และความเป็นมาของ กทปส. วัตถุประสงค์ พันธกิจ เป้าหมาย และการจัดสรรเงินทุนโครงการ

(2.2) วิเคราะห์ และเชื่อมโยงกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป โดยเชื่อมโยงถึงยุทธศาสตร์ชาติ และแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ นโยบายและแผนระดับชาติ แผนการพัฒนาดิจิทัล และเพื่อเศรษฐกิจและสังคม แผนแม่บทต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ แผนปฏิบัติการ ว่าด้วยการส่งเสริมการใช้ประโยชน์เทคโนโลยี 5G ของประเทศไทย ระยะที่ 2 (พ.ศ. 2566-2570) แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2563 - 2568) และแผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม แผนแม่บทการบริหารคลื่นความถี่หรือแผนการจัดให้มีบริการโทรคมนาคมพื้นฐานโดยทั่วถึงและบริการสังคม และประกาศคณะกรรมการบริหาร กทปส. เรื่อง หลักเกณฑ์วิธีการและเงื่อนไขการใช้จ่ายเงิน กทปส. เป็นต้น

(2.3) วิเคราะห์การจัดสรรเงินทุนตามนโยบายภารกิจ และวัตถุประสงค์ของ กทปส. ในมิติต่าง ๆ

(2.4) วิเคราะห์โครงการที่ดำเนินการแล้วเสร็จในปี 2566 และอยู่ระหว่างดำเนินการในปี 2567

(2.5) วิเคราะห์ความทับซ้อนในการสนับสนุนหรือจัดสรรเงินทุนกับหน่วยราชการที่ได้รับทุนโดยไม่ผ่านกระบวนการงบประมาณแผ่นดิน

(2.6) การติดตามและประเมินผลโครงการที่ได้รับการอนุมัติในปี 2566 -2567 ในด้านประสิทธิภาพ และประสิทธิผล ผลกระทบที่เกิดขึ้นในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม รวมทั้ง กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น คนพิการ กลุ่มเปราะบาง และกลุ่มคนชายขอบ

(2.7) วิเคราะห์การดำเนินการตามวัตถุประสงค์ของ กทปส. ตามมาตรา 52 (4) และมาตราอื่นที่เกี่ยวข้อง

(2.8) ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนา กทปส. โดยเฉพาะประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

(2.2) การจัดประชุมระดมคลังสมอง (Think Tank) เรื่องที่ 1 การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลเงื่อนไขหรือมาตรการเฉพาะภายหลังการรวมธุรกิจระหว่างบริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวอร์ค จำกัด (AWN) และบริษัท ทริปเปิลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) (3BB) เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค จำนวน 2 ครั้ง ครั้งละ 20 ตัวอย่าง และเรื่องที่ 2 การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการสนับสนุน ส่งเสริม และการคุ้มครองผู้บริโภคของกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.) จำนวน 2 ครั้ง ครั้งละ 20 ตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย ผู้บริหารหรือผู้แทน หรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับประเด็นที่ศึกษาเป็นต้น ทั้งนี้ จะต้องได้รับความเห็นชอบจาก กตป. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อให้ได้ข้อมูลระดับการกำกับนโยบายและปฏิบัติการอันเป็นการระดมความคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่าง จัดภายนอกสำนักงาน กสทช. ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล สถานที่และวันที่ ดำเนินการดังกล่าว ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปการจัดประชุมระดมคลังสมอง (Think Tank) ประเด็นที่ 1

ครั้งที่	วันที่	จังหวัด	สถานที่	จำนวนผู้เข้าร่วม
1	27 กันยายน 2567 (09.00 – 16.00)	กรุงเทพฯ	โรงแรมทีเค พาเลซ แอนด์ คอนเวนชั่น	20
2	30 ตุลาคม 2567 (09.00 – 16.00)	กรุงเทพฯ	โรงแรมทีเค พาเลซ แอนด์ คอนเวนชั่น	21

ตารางที่ 2 ข้อมูลทั่วไปการจัดประชุมระดมคลังสมอง (Think Tank) ประเด็นที่ 2

ครั้งที่	วันที่	จังหวัด	สถานที่	จำนวนผู้เข้าร่วม
1	27 กันยายน 2567 (09.00 – 16.00)	กรุงเทพฯ	โรงแรมทีเค พาเลซ แอนด์ คอนเวนชั่น	25
2	30 ตุลาคม 2567 (09.00 – 16.00)	กรุงเทพฯ	โรงแรมทีเค พาเลซ แอนด์ คอนเวนชั่น	20

(2.3) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กลุ่มตัวอย่าง ใน 2 เรื่องที่ศึกษา จำนวนไม่น้อยกว่า 35 ตัวอย่าง ประกอบด้วย กสทช. ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ของสำนักงาน กสทช. ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคม นักวิชาการ นักเศรษฐศาสตร์ นักกฎหมาย องค์กรผู้บริโภค ผู้ใช้บริการ โทรคมนาคม คณะกรรมการหรือสมาชิกวุฒิสภา หรือสภาผู้แทนราษฎร ทั้งนี้ จะต้องได้รับความเห็นชอบจาก กตป. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ทั้งนี้ ในการกำหนดกลุ่มตัวอย่างให้เป็นไปตามระเบียบวิธีวิจัยที่เหมาะสม โดยคำนึงถึงข้อมูลที่ครบถ้วนเพียงพอต่อการวิเคราะห์ และสรุปผลการประเมินผลดังกล่าว

(2.4) การจัดประชุมสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผล คือ (1) การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลเงื่อนไขหรือมาตรการเฉพาะภายหลังการรวมธุรกิจระหว่างบริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวอร์ค จำกัด (AWN) และบริษัท ทริปเปิลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) (3BB) เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค จำนวน 2 ครั้ง ครั้งละ 25 ตัวอย่าง และ (2) เรื่อง การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการสนับสนุน ส่งเสริม และการคุ้มครองผู้บริโภคของกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.) จัด 2 ครั้ง ครั้งละ

25 ตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย ผู้บริหาร หรือเจ้าหน้าที่ของสำนักงาน กสทช. หรือผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคม นักวิชาการที่เกี่ยวข้อง ผู้ใช้บริการโทรคมนาคม กลุ่มเปราะบาง หรือกลุ่มคนพิการ ผู้ได้รับทุนสนับสนุนจาก กทปส. สมาคมโทรคมนาคมแห่งประเทศไทย หรือองค์กรผู้บริโภค เป็นต้น โดยจัดที่กรุงเทพฯ หรือปริมณฑล โดยที่ปรึกษาจะต้องนำเสนอรายชื่อผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่ม กำหนดวันเวลา สถานที่ให้ กตป.ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ได้พิจารณาก่อนดำเนินการ และให้ที่ปรึกษาประสานเชิญหน่วยงานหรือบุคคลเข้าร่วมจัดทำเอกสารประกอบการประชุม บริหารจัดการดูแลความเรียบร้อยตลอดจนเสร็จสิ้นการประชุม สถานที่และวันที่ดำเนินการดังกล่าว ดังตารางที่ 3 และตารางที่ 4

ตารางที่ 3 ข้อมูลทั่วไปการจัดประชุมสนทนากลุ่ม (Focus Group) ประเด็นที่ 1

ครั้งที่	วันที่	จังหวัด	สถานที่	จำนวนผู้เข้าร่วม
1	6 กันยายน 2567 (09.00 – 16.00)	กรุงเทพฯ	โรงแรมทีเค พาเลซ แอนด์คอนเวนชัน	25
2	13 กันยายน 2567 (09.00 – 16.00)	กรุงเทพฯ	โรงแรมทีเค พาเลซ แอนด์คอนเวนชัน	32

ตารางที่ 4 ข้อมูลทั่วไปการจัดประชุมสนทนากลุ่ม (Focus Group) ประเด็นที่ 2

ครั้งที่	วันที่	จังหวัด	สถานที่	จำนวนผู้เข้าร่วม
1	6 กันยายน 2567 (09.00 – 16.00)	กรุงเทพฯ	โรงแรมทีเค พาเลซ แอนด์ คอนเวนชัน	25
2	13 กันยายน 2567 (09.00 – 16.00)	กรุงเทพฯ	โรงแรมทีเค พาเลซ แอนด์ คอนเวนชัน	31

(2.5) การจัดสัมภาษณ์กลุ่มย่อย (Interview Group) ของทั้ง 2 เรื่องที่ศึกษา คือ

(1) การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลเงื่อนไขหรือมาตรการเฉพาะภายหลังการรวมธุรกิจระหว่างบริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวอร์ค จำกัด (AWN) และบริษัท ทริบิเอลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) (3BB) เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค และ (2) เรื่อง การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการสนับสนุน ส่งเสริม และการคุ้มครองผู้บริโภคของกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.) จัดประเด็นร่วมกัน จำนวน 3 ครั้ง ครั้งละไม่ต่ำกว่า 25 คน รวมผู้เข้าร่วมทั้งหมดไม่ต่ำกว่า 75 คน กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย ผู้บริหารหรือเจ้าหน้าที่สำนักงาน กสทช. ภูมิภาค หรือนักวิชาการจากสถาบันการศึกษา หรือผู้ให้บริการด้านโทรคมนาคม หรือผู้ใช้บริการโทรคมนาคม สื่อสารมวลชนท้องถิ่น หรือแกนนำผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม หรือผู้แทนเครือข่ายผู้บริโภค หรือผู้แทนองค์กรภาคประชาสังคม หรือผู้แทนองค์กรสาธารณะประโยชน์ หรือผู้แทนสภาเด็กและเยาวชน หรือนักศึกษาและนักเรียน หรือผู้ได้รับความเดือดร้อนจากการใช้บริการโทรคมนาคม หรือผู้เคยได้รับทุนสนับสนุนจาก กทปส. โดยจัดที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล จำนวน 2 ครั้ง และภาคตะวันออก (จังหวัดปราจีนบุรี 1 ครั้ง) ที่ปรึกษาประกอบด้วยบุคลากรหลัก จำนวน 2 คน บุคลากรสนับสนุน จำนวน 3 คน และที่ปรึกษาจะต้องนำเสนอรายชื่อผู้เข้าร่วมประชุม กำหนด วันเวลา สถานที่ และอื่น ๆ ให้ กตป. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคได้พิจารณาก่อนดำเนินการ และประสานงานเชิญหน่วยงานหรือบุคคลเข้าร่วม

จัดทำเอกสารประกอบการประชุม บริหารจัดการดูความเรียบร้อยตลอดจนเสร็จสิ้นการประชุม สถานที่และวันที่ดำเนินการดังกล่าว ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ข้อมูลทั่วไปการจัดประชุมสนทนากลุ่มย่อย (Interview Group)

ครั้งที่	วันที่	จังหวัด	สถานที่	จำนวนผู้เข้าร่วม
1	20 กันยายน 2567 (09.00 – 16.00)	กรุงเทพฯ	โรงแรมทีเค พาเลซ แอนด์ คอนเวนชั่น	27
2	20 กันยายน 2567 (09.00 – 16.00)	กรุงเทพฯ	โรงแรมทีเค พาเลซ แอนด์ คอนเวนชั่น	27
3	30 กันยายน 2567 (09.00 – 16.00)	ปราจีนบุรี	โรงแรมแคนทารี 304 ปราจีนบุรี	32

(2.6) การจัดประชุมรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ (public hearing) ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จำนวน 4 ครั้ง ณ กรุงเทพฯ หรือปริมณฑล ภาคเหนือ (เชียงใหม่) ภาคใต้ (สุราษฎร์ธานี) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (อุบลราชธานี) ที่ปรึกษาประกอบด้วยบุคลากรหลัก จำนวน 3 คน บุคลากรสนับสนุน จำนวน 3 คน และมีจำนวนผู้เข้าร่วมเวทีไม่ต่ำกว่า 150 คน/ครั้ง กลุ่มเป้าหมายประกอบด้วยผู้บริหารหรือเจ้าหน้าที่สำนักงาน กสทช. หรือผู้ได้รับใบอนุญาตในกิจการโทรคมนาคม ผู้ใช้บริการโทรคมนาคม หรือผู้แทนองค์กรผู้บริโภค หรือผู้แทนกลุ่มคนพิการ หรือกลุ่มเปราะบาง หรือผู้แทนสภาเด็กและเยาวชน หรือผู้แทนเครือข่ายผู้บริโภค หรือผู้แทนจากการใช้บริการโทรคมนาคม หรือนักสื่อสารมวลชน หรือผู้ที่เคยได้รับทุนสนับสนุนจาก กทปส. ที่ปรึกษาต้องนำเสนอผู้เข้าร่วมประชุม และประสานงาน เชิญหน่วยงานหรือบุคคลที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมประชุม สถานที่และวันที่ดำเนินการดังกล่าว ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ข้อมูลทั่วไปการจัดประชุมเวทีรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ (Public Hearing)

ครั้งที่	จังหวัด	สถานที่	วัน เดือน ปีที่จัด	จำนวนผู้เข้าร่วม
1	กรุงเทพมหานคร	โรงแรมทีเค พาเลซ แอนด์ คอนเวนชั่น	11 ตุลาคม 2567	150
2	เชียงใหม่	โรงแรมแคนทารี ฮิลล์ เชียงใหม่	8 พฤศจิกายน 2567	153
3	สุราษฎร์ธานี	โรงแรมบรรจงบุรี	13 พฤศจิกายน 2567	182
4	อุบลราชธานี	โรงแรมเซ็นทารา อุบล	20 พฤศจิกายน 2567	176

(2.7) การจัดทำแบบสอบถาม (Questionnaire) ตามระเบียบวิธีวิจัย โดยการออกแบบเครื่องมือ และสำรวจความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องในทุกภูมิภาค โดยกระจายในสัดส่วนที่เหมาะสม จำนวนไม่น้อยกว่า 2,500 ชุด โดยให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วย 1) กรุงเทพฯ หรือปริมณฑล 2) ภาคเหนือ 3) ภาคใต้ 4) ภาคกลาง/ภาคตะวันออก และ 5) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งมีรายละเอียดที่ดำเนินการ ดังต่อไปนี้

- 1) ดำเนินการออกแบบและจัดทำแบบสอบถาม ชื่อว่า “แบบสอบถามโครงการติดตามตรวจสอบ และประเมินผลตามนโยบาย กสทช. ที่สำคัญในด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567”
- 2) จัดส่งพร้อมทั้งได้มีการจัดส่งแบบไปยังกรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน (กตป.) ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ได้พิจารณาตรวจสอบความถูกต้องพร้อมทั้งให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุง
- 3) ดำเนินการปรับปรุงแก้ไขเครื่องมือตามข้อเสนอแนะของกรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน (กตป.) ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค เป็นที่เรียบร้อยแล้ว
- 4) ดำเนินการทดสอบคุณภาพเครื่องมือตามระเบียบวิธีการวิจัย โดยการทดลองใช้เครื่องมือกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อหาคุณภาพความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม
- 5) จัดทำเครื่องมือแบบสอบถามออนไลน์แบบ Interactive สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่สามารถเข้าถึงและตอบแบบสอบถามผ่านระบบออนไลน์ได้ และจัดพิมพ์เป็นฉบับเอกสารเพื่อจัดส่งไปยังเครือข่ายที่ไม่สะดวกในการตอบแบบออนไลน์
- 6) จัดเก็บและรวบรวมข้อมูล ทั้งแบบออนไลน์และแบบเอกสารกับประชาชนทั่วประเทศในทุกภูมิภาคให้ครอบคลุมกลุ่มตัวอย่างที่ได้กำหนดไว้ จำนวน 2,500 ตัวอย่าง

ตารางที่ 7 กลุ่มตัวอย่างการเก็บข้อมูลแบบสอบถาม

ภาค	ผู้บริโภคทั่วไป (คน)			ผู้บริโภคกลุ่มเปราะบาง (คน)			รวม
	เด็กและเยาวชน	วัยทำงาน	ผู้สูงอายุ	บกพร่องทางการมองเห็น	บกพร่องทางการได้ยิน	พิการทางการเคลื่อนไหว	
กรุงเทพฯ หรือปริมณฑล	102	216	74	2	2	4	400
เหนือ	102	216	74	2	2	4	400
ใต้	102	216	74	2	2	4	400
กลาง/ ตะวันออก	152	266	74	2	2	4	500
ตะวันตก	102	216	74	2	2	4	400
ตะวันออกเฉียงเหนือ	102	216	74	2	2	4	400
รวม							2,500

ทั้งนี้ การดำเนินการจัดเก็บและรวบรวมข้อมูลตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้จะเพียงพอและเป็นไปตามระเบียบวิธีวิจัยแล้วนั้น และที่ปรึกษาได้ดำเนินการจัดเก็บและรวบรวมข้อมูลมากกว่าจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ในแต่ละกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งอาจช่วยทำให้สามารถวิเคราะห์ข้อมูลได้อย่างละเอียดมากขึ้น

4.3 การจัดทำรายงานความก้าวหน้าการดำเนินงาน (Progress Report)

(1) สรุปผลการเก็บรวบรวมข้อมูล ข้อเท็จจริง และบริบทต่างๆ

ที่ปรึกษาสรุปผลการเก็บข้อมูล ข้อเท็จจริง และบริบทต่างๆ มีสาระสำคัญของข้อมูลที่เก็บรวบรวมที่เกี่ยวข้อง ใน 2 หัวข้อ และข้อมูลบริบทแวดล้อมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลหรือข้อเท็จจริงที่ได้มา รายละเอียดการดำเนินการข้อมูลสภาพแวดล้อมอื่นๆ ที่อาจเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจในการกำหนดนโยบายดังกล่าว

(2) การวิเคราะห์และสรุปผลการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลตามนโยบาย กสทช. ที่สำคัญในด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567 ดังนี้

เรื่องที่ 1 การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลเงื่อนไขหรือมาตรการเฉพาะ ภายหลังการรวมธุรกิจระหว่างบริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวอร์ค จำกัด (AWN) และบริษัท ทริปเปิลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) (3BB) เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

ที่ปรึกษาดำเนินการวิเคราะห์ และสรุปผลการศึกษา เรื่องที่ 1 การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลตามนโยบาย กสทช. ที่สำคัญในด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ในเรื่อง การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลเงื่อนไขหรือมาตรการเฉพาะภายหลังการรวมธุรกิจระหว่างบริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวอร์ค จำกัด (AWN) และบริษัท ทริปเปิลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) (3BB) เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

เรื่องที่ 2 การติดตาม ตรวจสอบและประเมินผลการสนับสนุน ส่งเสริม และคุ้มครองผู้บริโภคของกองทุนวิจัยและพัฒนาการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.)

ที่ปรึกษาต้องดำเนินการวิเคราะห์ และสรุปผลการศึกษา เรื่องที่ 2 การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลตามนโยบาย กทปส. ที่สำคัญในด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ในเรื่อง การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการสนับสนุน ส่งเสริม และการคุ้มครองผู้บริโภคของกองทุนวิจัยและพัฒนาการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.)

4.4 สรุปผลการศึกษาและการทำรายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report)

(1) จัดทำ (ร่าง) รายงานฉบับสมบูรณ์ (Draft Final Report)

โดยครอบคลุมรายละเอียดของการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผล ใน 2 เรื่อง คือ 1) เรื่อง การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลเงื่อนไขหรือมาตรการเฉพาะภายหลังการรวมธุรกิจระหว่างบริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวอร์ค จำกัด (AWN) และบริษัท ทริปเปิลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) (3BB) เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค และ 2) เรื่อง การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการสนับสนุน ส่งเสริม และการคุ้มครองผู้บริโภคของกองทุนวิจัยและพัฒนาการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.) ตามขอบเขตงานทั้งหมด บทสรุปผู้บริหารทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ สารจาก กตป. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค สารบัญ บทนำ การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง วิธีการศึกษา ผลการศึกษา บทสรุปและข้อเสนอแนะ ภาคผนวก (รูปถ่ายการจัดการประชุมต่าง ๆ และรายชื่อผู้เข้าร่วม) โดยจัดทำในรูปแบบเอกสารสิ่งพิมพ์จำนวน 10 ชุด พร้อมไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ (doc./pdf.) บรรจุลง ยูเอสบีแฟลชไดรฟ์ จำนวน 1 ชุด ปรับปรุงแก้ไขตามความเห็นของคณะกรรมการตรวจรับพัสดุในงานจ้าง ที่ปรึกษาและผู้ที่เกี่ยวข้อง

(2) จัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report)

ภายหลังที่คณะกรรมการตรวจรับพัสดุในงานจ้างที่ปรึกษาเห็นชอบ (ร่าง) รายงานฉบับสมบูรณ์ตามข้อ 1 แล้ว ให้ที่ปรึกษาจัดพิมพ์รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report) ดังนี้

(2.1) รายงานการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลตามนโยบาย กสทช. ที่สำคัญในด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567 จำนวน 2 หัวข้อ ดังนี้ 1) เรื่อง การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลเงื่อนไขหรือมาตรการเฉพาะภายหลังการรวมธุรกิจ ระหว่างบริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวอร์ค จำกัด (AWN) และบริษัท ทริปเปิลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) (3BB) เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

และ 2) เรื่อง การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการสนับสนุน ส่งเสริม และการคุ้มครองผู้บริโภคของ กองทุนวิจัยและพัฒนาการกระจายเสียง กิจกรรมโทรทัศน์ และกิจกรรมโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.) โดยที่ปรึกษาจัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report) ในรูปแบบเอกสารสิ่งพิมพ์ จำนวน ไม่น้อยกว่า 100 หน้า จำนวน 100 เล่ม ดำเนินการออกแบบรูปเล่มพร้อมภาพประกอบให้สวยงาม ต้องมี คุณสมบัติอย่างน้อย ดังนี้ 1) ปกใช้กระดาษอาร์ตพิมพ์สีเคลือบ PVC ขนาดไม่ต่ำกว่า 190 แกรม 2) เนื้อหาด้าน ในใช้กระดาษถนอมสายตา ขนาดไม่ต่ำกว่า 75 แกรม พิมพ์สีสวยงาม และ 3) เข้าเล่มด้วยวิธีไสกาว พร้อม ไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ (doc./pdf.) บรรจุยูเอสบีแฟลชไดรฟ์ จำนวน 2 ชุด

(2.2) จัดทำ Infographic

ที่ปรึกษาสรุปผลการศึกษาให้มีความเข้าใจในรูปแบบ Infographic ขนาด กระดาษ A4 โดยมีเนื้อหาตามเรื่องที่ได้ดำเนินการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลข้างต้น จำนวนเรื่องละ 2 ชุด รวมทั้งสิ้น 4 ชุด

(2.3) จัดทำสรุปผลการศึกษาเพื่อเผยแพร่ (Pocket Book)

ที่ปรึกษารวบรวมและสรุปเนื้อหาและสาระสำคัญของผลการศึกษาค้นคว้า การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลเงื่อนไขหรือมาตรการเฉพาะภายหลังการรวมธุรกิจ ระหว่างบริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ตเวิร์ค จำกัด (AWN) และบริษัท ทริปเปิลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) (3BB) และผลการศึกษาค้นคว้า การติดตาม ตรวจสอบและประเมินผลการสนับสนุน ส่งเสริม และการคุ้มครองผู้บริโภคของกองทุนวิจัยและพัฒนา กิจกรรมกระจายเสียง กิจกรรมโทรทัศน์ และกิจกรรมโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.) ที่สามารถ เข้าใจง่ายและน่าสนใจ

โดยที่ปรึกษาต้องดำเนินการออกแบบรูปเล่มพร้อมภาพประกอบให้สวยงาม และ Pocket Book ขนาด A5 จำนวนไม่น้อยกว่า 100 หน้า เพื่อเผยแพร่ จำนวน 300 เล่ม ต้องมีคุณสมบัติ อย่างน้อย ดังนี้ 1) ปกใช้กระดาษอาร์ตพิมพ์สีเคลือบ PVC ด้าน 2) เนื้อหาด้านในพิมพ์ขาวดำ 4 สี กระดาษ ปอนด์ 100 แกรม

(2.4) การจัดประชุมรับฟังความคิดเห็นผลการศึกษา ที่ปรึกษาจัดประชุมรับฟัง ความคิดเห็นเพื่อนำเสนอผลการศึกษาจากการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผล นโยบายที่สำคัญ ประจำปี 2567 จำนวน 2 เรื่อง คือ 1) เรื่อง การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลเงื่อนไขหรือมาตรการเฉพาะ ภายหลังการรวมธุรกิจ ระหว่างบริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ตเวิร์ค จำกัด (AWN) และบริษัท ทริปเปิลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) (3BB) เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค และ 2) เรื่อง การติดตาม ตรวจสอบ และ ประเมินผลการสนับสนุน ส่งเสริม และการคุ้มครองผู้บริโภคของกองทุนวิจัยและพัฒนาการกระจายเสียง กิจกรรมโทรทัศน์ และกิจกรรมโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.) และจัดแถลงข่าวต่อสื่อมวลชน กลุ่มเป้าหมายประกอบด้วย กสทช. หรือผู้แทน ผู้บริหารหรือเจ้าหน้าที่สำนักงาน กสทช. คณะกรรมการ ติดตามตรวจสอบและประเมินผล (กตป.) 5 ด้าน หรือผู้แทนองค์กรด้านการคุ้มครองผู้บริโภค หรือผู้แทน กลุ่มคนพิการหรือกลุ่มเปราะบาง หรือผู้แทนสภาเด็กและเยาวชน หรือแกนนำเครือข่ายผู้บริโภคในกิจกรรม กระจายเสียง กิจกรรมโทรทัศน์ และกิจกรรมโทรคมนาคม หรือนักสื่อมวลชน เป็นต้น จำนวน 100 คน จัดภายนอกสำนักงาน กสทช. ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล รวมทั้งจัดให้มีผู้เชี่ยวชาญวิพากษ์ผลการศึกษา จำนวน 4 คน ทั้งนี้ ที่ปรึกษาจะต้องจัดทำเอกสารเผยแพร่ผลการศึกษา จำนวน 100 ชุด ทั้งนี้ ค่าใช้จ่ายในการ รวบรวมข้อมูล ข้อเท็จจริง ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยที่ปรึกษาจะเป็นผู้รับผิดชอบ ทั้งหมด ซึ่งเป็นไปตามระเบียบที่เกี่ยวข้อง

5. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ข้อมูลการวิเคราะห์ สังเคราะห์ สรุปผล ผลกระทบที่เกิดขึ้น ข้อเสนอแนะ และมาตรการกำกับดูแลที่เหมาะสม จากนโยบาย กสทช. ที่สำคัญในด้านการคุ้มครองผู้บริโภคประจำปี 2567 ในเรื่อง

5.1 การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลเงื่อนไขหรือมาตรการเฉพาะภายหลังการรวมธุรกิจระหว่างบริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวอร์ค จำกัด (AWN) และบริษัท ทริปเปิ้ลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) (3BB) เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค และ

5.2 การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผล การสนับสนุนส่งเสริม และการคุ้มครองผู้บริโภคของกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.) ในการพัฒนางานคุ้มครองผู้บริโภค

บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การดำเนินการรวบรวมบริบทที่สำคัญที่เกี่ยวข้องในการดำเนินการตามโครงการเพื่อติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผล ตามนโยบาย กสทช.ที่สำคัญ ในด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567 ใน 2 ประเด็น คือ 1) การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลเงื่อนไขหรือมาตรการเฉพาะภายหลังการรวมธุรกิจระหว่าง บริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวิร์ค จำกัด (AWN) และบริษัท ทริปเปิลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) (3BB) เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค และ 2) การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการสนับสนุน ส่งเสริม และคุ้มครอง ผู้บริโภคของกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมเพื่อประโยชน์ สาธารณะ (กทปส.) คณะที่ปรึกษาได้ศึกษาและรวบรวมเอกสารสำคัญ อาทิ รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย ยุทธศาสตร์ชาติ แผนปฏิรูปประเทศ นโยบายของรัฐ และแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจ และสังคม และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และที่แก้ไขเพิ่มเติม แผนแม่บทตาม อำนาจหน้าที่ของ กสทช. ที่เกี่ยวข้อง เช่น แผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและ กิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2563 - 2568 นโยบายและแผนยุทธศาสตร์ และแผนปฏิบัติการกองทุนวิจัย และพัฒนาการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมเพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.) และประกาศ กสทช. ที่เกี่ยวข้อง มติที่ประชุม กสทช. คณะอนุกรรมการ และมติคณะกรรมการบริหารกองทุน ที่เกี่ยวข้อง รวบรวม ศึกษา ทบทวนรายงานผลการศึกษาวิจัยที่มีประเด็นเกี่ยวข้อง ซึ่งสำนักงาน กสทช. ในดำเนินการศึกษามาแล้ว ทั้งที่ ได้นำมาปฏิบัติจนเกิดผลและไม่ได้นำมาปฏิบัติ เอกสารจากแหล่งอื่นที่อ้างอิง ได้ ที่สามารถนำมาใช้ประกอบในการติดตามตรวจสอบและประเมินผลดังกล่าว เช่น ข่าวประชาสัมพันธ์ บทความวิชาการ และรายงานการติดตามและประเมินผลที่เกี่ยวข้องกับนโยบาย 2 เรื่องจากแหล่งอื่น เป็นต้น ซึ่งมีรายละเอียดประกอบด้วย

1. รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560
2. ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561 - 2580)
3. แผนปฏิรูปประเทศ (ฉบับปรับปรุง)
4. นโยบายของคณะรัฐมนตรี นางสาวแพทองธาร ชินวัตร นายกรัฐมนตรี
5. นโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม
6. แผนแม่บทการบริหารคลื่นความถี่ (พ.ศ. 2562)
7. แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2563 - 2568)
8. แผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม ฉบับที่ 3 พ.ศ. 2567 - 2571
9. แผนยุทธศาสตร์ สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และ กิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2565 - 2570)
10. แผนปฏิบัติการ สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และ กิจการ โทรคมนาคมแห่งชาติ ประจำปี 2567
11. พระราชบัญญัติ องค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553
12. พระราชบัญญัติ องค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2560

13. พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุและกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2562
14. พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงวิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2564
15. พระราชบัญญัติการประกอบกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2544
16. พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540
17. ประกาศคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง มาตรฐานของสัญญาให้บริการโทรคมนาคม พ.ศ. 2559
18. ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง กระบวนการรับและพิจารณาเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการประกอบกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2559
19. ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง การกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2555
20. ประกาศสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง แนวทางพิจารณาเกี่ยวกับการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคตาม ข้อ 5 (12) ของประกาศ คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการ โทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง การกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2555 และฉบับเพิ่มเติม
21. ประกาศสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง แนวทางพิจารณาเกี่ยวกับการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบ ผู้บริโภคตามข้อ 5 (10) ของประกาศ คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง การกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการ กระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2555
22. ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง การกระทำที่น่าจะเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม โดยอาศัยเครือข่ายหรือการโฆษณา อันมีลักษณะเป็นการค้ากำไรเกินควร หรือก่อให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญ พ.ศ. 2558
23. ประกาศสิทธิการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อประโยชน์ในการคุ้มครองประชาชน
24. คำประกาศสิทธิผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตทางสาย
25. ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง มาตรการคุ้มครองสิทธิของผู้ใช้บริการโทรคมนาคมเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล สิทธิในความเป็นส่วนตัว และเสรีภาพในการสื่อสารถึงกันโดยทางโทรคมนาคม
26. ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติเรื่อง กำหนดระยะเวลาการพิจารณาคำขอหรือคำร้องเรียนในกิจการโทรคมนาคม
27. กฎหมายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง
28. คณะอนุกรรมการและสำนักในสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ที่เกี่ยวข้องกับงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค
29. บทบาทและหน้าที่ของ กสทช. สำนักงาน กสทช. เลขาธิการ กสทช.
30. บทบาทและหน้าที่ของคณะกรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน (กตป.)

31. งานวิจัยที่มีประเด็นเกี่ยวข้องกับสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.)
32. การจัดทำบันทึกความร่วมมือทางวิชาการหรือความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน
33. รายงานการประชุมคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติที่เกี่ยวข้องกับการรวมธุรกิจระหว่างบริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวอร์ค จำกัด (AWN)
34. สถานการณ์และความเป็นมาของกองทุน กทปส.
35. รายงานการติดตามและประเมินผลโครงการและประจำปีจากแหล่งอื่นที่เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 เป็นกฎหมายสูงสุดของประเทศไทย ประกาศใช้เมื่อวันที่ 6 เมษายน พ.ศ. 2560 เป็นรัฐธรรมนูญฉบับที่ 20 ถือเป็นหลักในการปกครองประเทศ จากการศึกษาวิเคราะห์บทบัญญัติของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยพุทธศักราช 2560 สามารถรวบรวมสาระสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการติดตาม ตรวจสอบและประเมินผล ตามนโยบาย กสทช.ที่สำคัญ ในด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567 / 2 ในประเด็น คือ 1) การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลเงื่อนไขหรือมาตรการเฉพาะภายหลังการรวมธุรกิจระหว่างบริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวอร์ค จำกัด (AWN) บริษัท ทริปเปิ้ลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) (3BB) เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค และ 2) การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผล การสนับสนุน ส่งเสริม และคุ้มครองผู้บริโภคของกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมเพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.) โดยสรุป ดังนี้

1. บทบัญญัติของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยพุทธศักราช 2560 ที่เกี่ยวข้องกับการรวมธุรกิจระหว่างบริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวอร์ค จำกัด (AWN) บริษัท ทริปเปิ้ลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) (3BB) เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ดังนี้

- (1) มาตรา 4 ศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์สิทธิเสรีภาพและความเสมอภาคของบุคคลย่อมได้รับความคุ้มครอง ปวงชนชาวไทยย่อมได้รับความคุ้มครองตามรัฐธรรมนูญเสมอกัน
- (2) มาตรา 43 รับรองสิทธิของประชาชนในการได้รับบริการสาธารณะ (เช่น การสื่อสารและโทรคมนาคม) อย่างทั่วถึงและเท่าเทียม
- (3) มาตรา 46 บัญญัติให้รัฐต้องคุ้มครองผู้บริโภคให้ได้รับความเป็นธรรมในการซื้อขายสินค้าหรือบริการ มีมาตรฐานในการผลิตสินค้าและบริการ มีข้อมูลที่ถูกต้องและเพียงพอในการตัดสินใจ และให้มีองค์กรของผู้บริโภคเพื่อคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค
- (4) มาตรา 56 ประชาชนมีสิทธิได้รับบริการด้านการสื่อสารพื้นฐานที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต
- (5) มาตรา 61 ให้สิทธิแก่ผู้บริโภคในการได้รับข้อมูลที่ถูกต้องและไม่บิดเบือนเกี่ยวกับสินค้าและบริการ รวมถึงการคุ้มครองสิทธิในการบริโภคสินค้าและบริการอย่างเป็นธรรมและปลอดภัย
- (6) มาตรา 75 บัญญัติให้รัฐต้องส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการประกอบธุรกิจโดยเสรีและเป็นธรรม ป้องกันการผูกขาดตัดตอน หรือการกระทำอันไม่เป็นธรรมในการแข่งขันทางการค้า
- (7) มาตรา 77 กำหนดให้การตรากฎหมายหรือการดำเนินการที่ส่งผลกระทบต่อประชาชน ต้องมีการพิจารณาอย่างโปร่งใสและคำนึงถึงผลกระทบต่อทุกฝ่าย

2. บทบัญญัติของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยพุทธศักราช 2560 ที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนส่งเสริม และคุ้มครองผู้บริโภคของกองทุน กทปส.

(1) มาตรา 50 บัญญัติให้รัฐต้องส่งเสริมและสนับสนุนการวิจัย การประดิษฐ์ และการสร้างสรรค์ทางวิชาการ รวมถึงการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

(2) มาตรา 54 รัฐมีหน้าที่ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนา รวมถึงการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อสร้างความก้าวหน้าและยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน

(3) มาตรา 56 บัญญัติให้รัฐต้องจัดหรือดำเนินการให้มีสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตของประชาชนอย่างทั่วถึง ตามหลักการพัฒนาอย่างยั่งยืน โครงสร้างหรือโครงข่ายขั้นพื้นฐานของกิจการสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานของรัฐอันจำเป็นต่อการดำเนินชีวิตของประชาชนหรือเพื่อความมั่นคงของรัฐ รัฐจะกระทำด้วยประการใดให้ตกเป็นกรรมสิทธิ์ของเอกชนหรือทำให้รัฐเป็นเจ้าของน้อยกว่าร้อยละห้าสิบเอ็ดมิได้ การจัดหรือดำเนินการให้มีสาธารณูปโภคตามวรรคหนึ่งหรือวรรคสองรัฐต้องดูแลมิให้มีการเรียกเก็บค่าบริการจนเป็นภาระแก่ประชาชนเกินสมควร การนำสาธารณูปโภคของรัฐ ไปให้เอกชนดำเนินการทางธุรกิจ ไม่ว่าด้วยประการใด รัฐต้องได้รับผลประโยชน์ตอบแทนอย่างเป็นธรรมโดยคำนึงถึงการลงทุนของรัฐประโยชน์ที่รัฐและเอกชนจะได้รับและค่าบริการที่จะเรียกเก็บจากประชาชนประกอบกัน

(4) มาตรา 70 รัฐมีหน้าที่พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เพื่อสร้างความเท่าเทียมในการเข้าถึงบริการที่จำเป็น

(5) มาตรา 74 รัฐส่งเสริมให้ภาคเอกชนและองค์กรที่เกี่ยวข้อง มีบทบาทในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม เพื่อประโยชน์ส่วนรวม

(6) มาตรา 75 กำหนดให้รัฐส่งเสริมการประกอบกิจการที่มีการแข่งขันเสรีและเป็นธรรม พร้อมป้องกันการผูกขาด

จากการศึกษารัฐธรรมนูญ พ.ศ. 2560 มีบทบัญญัติหลายประการที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่ง กสทช. ได้นำมาเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค ทั้งประเด็นการสนับสนุน ส่งเสริม และการคุ้มครองผู้บริโภคของกองทุน กทปส. โดยรัฐธรรมนูญ มาตรา 50, 54, 56, 70, 74 และ 75 กำหนดให้รัฐมีหน้าที่ส่งเสริมและสนับสนุนการวิจัยและพัฒนา การจัดให้มีสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยีสารสนเทศ และการส่งเสริมให้ภาคเอกชนมีส่วนร่วมในการพัฒนา ซึ่ง กสทช. ได้นำมาเป็นแนวทางในการบริหารจัดการกองทุน กทปส. เพื่อสนับสนุน ส่งเสริม และคุ้มครองผู้บริโภค เช่น ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนา เพื่อพัฒนาคุณภาพบริการโทรคมนาคม สนับสนุนการเข้าถึงบริการโทรคมนาคม สำหรับผู้ด้อยโอกาส และส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อ เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจและใช้บริการโทรคมนาคมได้อย่างปลอดภัย และเงื่อนไขหรือมาตรการเฉพาะภายหลังการรวมธุรกิจระหว่างบริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวอร์ค จำกัด (AWN) และบริษัท ทริปเปิลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) (3BB) เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค พบว่ารัฐธรรมนูญ มาตรา 4, 43, 46, 56, 61, 75 และ 77 มุ่งเน้นการคุ้มครองศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ การคุ้มครองผู้บริโภค การได้รับบริการสาธารณะ การเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร และการส่งเสริมการประกอบธุรกิจโดยเสรีและเป็นธรรม ซึ่ง กสทช. ได้นำมาเป็นแนวทางในการกำหนดเงื่อนไขหรือมาตรการควบคุมภายหลังการรวมธุรกิจ เช่น กำหนดมาตรการป้องกันการผูกขาด และการกำหนดราคาที่ไม่เป็นธรรม กำหนดมาตรฐานคุณภาพบริการ เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับบริการที่ดี และจัดให้มีช่องทาง การร้องเรียน สำหรับผู้บริโภคที่ได้รับผลกระทบจากการรวมธุรกิจ

2. ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561 - 2580)

ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ.2561 - 2580) เชื่อมโยงกับการคุ้มครองผู้บริโภคใน 2 ประเด็น คือ 1) การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลเงื่อนไขหรือมาตรการเฉพาะภายหลังการรวมธุรกิจระหว่างบริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวิร์ค จำกัด (AWN) บริษัท ทริปเปิ้ลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) (3BB) เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค และ 2) การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการสนับสนุน ส่งเสริม และคุ้มครองผู้บริโภคของกองทุน กทปส. มีรายละเอียดดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 4 ด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคมการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค ที่ควรมุ่งเน้นการตั้งศักยภาพจากทุกภาคส่วน ทั้งภาคเอกชน ประชาชน และชุมชนท้องถิ่น สนับสนุนการรวมกลุ่มของประชาชนเพื่อร่วมคิด ร่วมทำเพื่อประโยชน์ส่วนรวม ส่งเสริมการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่นเพื่อให้การดูแลประชาชนทั่วถึงมากขึ้น นอกจากนี้ยังมุ่งเน้นการสร้างความเป็นธรรม โดยรัฐต้องให้หลักประกันการเข้าถึงบริการที่มีคุณภาพ ต้องมีความเป็นธรรมและทั่วถึงในการให้บริการ และเน้นการพัฒนาประชาชนให้สามารถพึ่งตนเองได้

ยุทธศาสตร์ที่ 6 ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ

ประเด็นที่ 1 การกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งภาครัฐจะต้องจัดการโดยมีองค์กรที่มีขนาดที่เหมาะสมกับการกิจ มีการแบ่งบทบาทหน้าที่ระหว่างหน่วยงานกำกับดูแลและหน่วยงานให้บริการอย่างชัดเจน ยึดหลักธรรมาภิบาลในการดำเนินงาน

ประเด็นที่ 2 การส่งเสริมการแข่งขันที่เป็นธรรม ปรับระบบการทำงานให้ทันสมัย โปร่งใส นำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้อย่างเหมาะสม มุ่งผลประโยชน์ของประชาชนและส่วนรวมเป็นหลัก

ประเด็นที่ 3 การนำไปปฏิบัติเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค โดยการสร้างกลไกตรวจสอบที่ต้องมีความชัดเจน และโปร่งใส ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ มีช่องทางร้องเรียนที่มีประสิทธิภาพ

ประเด็นที่ 4 การกำกับดูแลการแข่งขัน โดยการป้องกันการผูกขาด ส่งเสริมการแข่งขันที่เป็นธรรม คุ้มครองผู้บริโภคจากการเอาเปรียบ

ประเด็นที่ 5 การพัฒนาระบบการคุ้มครองผู้บริโภค โดยการเสริมสร้างความเข้มแข็ง เช่น พัฒนาระบบการร้องเรียน เพิ่มประสิทธิภาพการแก้ไขปัญหา สร้างความรู้ความเข้าใจแก่ผู้บริโภค เป็นต้น นอกจากนี้ควรมีการพัฒนามาตรฐานการให้บริการ อาทิ กำหนดมาตรฐานขั้นต่ำของการให้บริการ การติดตามและประเมินผลอย่างต่อเนื่อง การปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ เพื่อให้ประชาชนได้รับบริการที่มีคุณภาพ มีความเป็นธรรมในการเข้าถึงบริการ เกิดการแข่งขันที่เป็นธรรมในตลาด มีกลไกคุ้มครองผู้บริโภคที่มีประสิทธิภาพ เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนในระยะยาว

ยุทธศาสตร์เหล่านี้วางรากฐานสำคัญในการสร้างระบบคุ้มครองผู้บริโภคที่มีประสิทธิภาพ โดยเน้นการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน และการสร้างความเป็นธรรมในสังคม

3. แผนปฏิรูปประเทศ (ฉบับปรับปรุง)

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้กำหนดแผนปฏิรูปประเทศทั้ง 13 ด้านเพื่อให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติและแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติโดยให้ความสำคัญกับกิจกรรมปฏิรูปประเทศที่จะส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อประชาชนอย่างมีนัยยะสำคัญ ซึ่งเป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญเร่งด่วนและดำเนินการร่วมกันหลายหน่วยงานสามารถดำเนินการและวัดผลได้อย่างเป็นรูปธรรม และเมื่อพิจารณาจากแผนปฏิรูปฉบับนี้ พบว่า จากแผนการปฏิรูปประเทศเพื่อให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติและ

แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ มาเชื่อมโยงกับการคุ้มครองผู้บริโภคใน 2 ประเด็น คือ 1) การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลเงื่อนไขหรือมาตรการเฉพาะภายหลังการรวมธุรกิจระหว่างบริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวิร์ค จำกัด (AWN) บริษัท ทริปเปิลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) (3BB) เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค และ 2) การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการสนับสนุน ส่งเสริม และคุ้มครองผู้บริโภคของกองทุน กทปส. มีรายละเอียดดังนี้

ประเด็นที่ 1 ด้านการบริหารราชการแผ่นดิน เกี่ยวข้องกับการปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริหารงานและการบริการภาครัฐสู่ระบบดิจิทัล การจัดโครงสร้างองค์กรให้มีความยืดหยุ่นและปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์ มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนในการตรวจสอบ

ประเด็นที่ 2 ด้านเศรษฐกิจ การเพิ่มโอกาสของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมและบริการเป้าหมาย การพัฒนาศักยภาพเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจ การส่งเสริมการแข่งขันที่เป็นธรรม

ประเด็นที่ 3 ด้านสื่อสารมวลชนและเทคโนโลยีสารสนเทศ การพัฒนาระบบคลังข้อมูลข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ การกำกับดูแลสื่อออนไลน์ การยกระดับการรู้เท่าทันสื่อของประชาชน

ประเด็นที่ 4 ด้านการป้องกันและปราบปรามการทุจริต การเปิดเผยข้อมูลให้ประชาชนเข้าถึงและตรวจสอบได้ การพัฒนาระบบราชการให้โปร่งใส การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนในการตรวจสอบ

โดยสรุป แผนการปฏิรูปประเทศสนับสนุนให้กรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานของ กสทช. (กตป.) พัฒนาระบบการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลที่มีประสิทธิภาพ โปร่งใส และเน้นการมีส่วนร่วมของประชาชน เพื่อให้การคุ้มครองผู้บริโภคเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

4. นโยบายของคณะรัฐมนตรี นางสาวแพทองธาร ชินวัตร นายกรัฐมนตรี แลงต่อรัฐสภา เมื่อวันที่ 12 กันยายน 2567

ในคำแถลงนโยบายของคณะรัฐมนตรี นางสาวแพทองธาร ชินวัตร นายกรัฐมนตรี ได้กล่าวถึงสถานการณ์ความท้าทายของประเทศไทย ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค ในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมหลายประการ สามารถนำมาเชื่อมโยงกับการคุ้มครองผู้บริโภคใน 2 ประเด็น โดยมีรายละเอียดดังนี้

ประเด็นที่ 1 การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลเงื่อนไขหรือมาตรการเฉพาะภายหลังการรวมธุรกิจระหว่างบริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวิร์ค จำกัด (AWN) บริษัท ทริปเปิลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) (3BB) เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค มีความเกี่ยวข้องในยุทธศาสตร์ที่ 3 สร้างสังคมคุณภาพที่ทั่วถึงเท่าเทียมด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล มีประเด็นที่เกี่ยวข้องคือ

ก. ด้านการแข่งขันที่เป็นธรรม (ตามนโยบายที่ 2) กล่าวคือ ประเด็นแรก การกำกับดูแลการแข่งขัน โดย การติดตามพฤติกรรมกำหนดราคา การป้องกันการผูกขาดตลาด การดูแลคุณภาพการให้บริการ การตรวจสอบการปฏิบัติตามเงื่อนไขการควบรวม และประเด็นที่สองการคุ้มครองผู้ประกอบการรายย่อย ควรมีการติดตามผลกระทบต่อผู้ให้บริการรายเล็ก การส่งเสริมการแข่งขันอย่างเป็นธรรม และการสนับสนุนผู้ประกอบการ SMEs ในธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

ข. ด้านโครงสร้างพื้นฐานและการเข้าถึงบริการ (ตามนโยบายที่ 3) โดย ประการแรก การพัฒนาโครงข่าย ด้วยการติดตามการขยายโครงข่ายอินเทอร์เน็ต การประเมินคุณภาพการให้บริการ การตรวจสอบการครอบคลุมพื้นที่ให้บริการ และประการที่สอง การกำกับดูแลราคา อาทิ การควบคุมอัตราค่าบริการให้เหมาะสม การป้องกันการฉวยโอกาสขึ้นราคา การส่งเสริมแพ็คเกจบริการที่หลากหลาย

ประเด็นที่ 2) การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการสนับสนุน ส่งเสริม และคุ้มครองผู้บริโภคของ
กองทุน กทปส. มีรายละเอียด ดังนี้

ก. การสนับสนุนและส่งเสริม โดย ประการแรก การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ที่สนับสนุนการวิจัยและ
พัฒนาส่งเสริมนวัตกรรมด้านโทรคมนาคม รวมทั้งพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง และประการ
ที่สองการเข้าถึงบริการ อาทิ การสนับสนุนการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตในพื้นที่ห่างไกล การพัฒนาศูนย์บริการชุมชน
และการส่งเสริมการรู้เท่าทันเทคโนโลยี เป็นต้น

ข. การคุ้มครองผู้บริโภค ควรมีการพัฒนาระบบการร้องเรียน โดยการพัฒนาช่องทางรับเรื่องร้องเรียน
เพิ่มประสิทธิภาพการแก้ไขปัญหา และการติดตามผลการดำเนินการ นอกจากนี้ การให้ความรู้ จากการจัดทำ
สื่อให้ความรู้ด้านสิทธิผู้บริโภค การอบรมให้ความรู้แก่ประชาชน และการเผยแพร่ข้อมูลด้านการคุ้มครอง
ผู้บริโภค

แนวทางการดำเนินงานที่ควรนำมาใช้ในการพัฒนาระบบติดตามโดยการจัดทำระบบฐานข้อมูล
ผู้ให้บริการ บันทึกสถิติการร้องเรียน จากวิเคราะห์แนวโน้มปัญหา เพื่อกำหนดกรอบการรายงานที่ชัดเจน จัดทำ
รายงานวิเคราะห์สถานการณ์ และเผยแพร่ข้อมูลสู่สาธารณะ

5. นโยบายและแผนระดับชาติ ว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

พระราชบัญญัติการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม พ.ศ. 2560 ได้กำหนดว่า “เพื่อให้การพัฒนา
ดิจิทัลเกิดประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคมของประเทศเป็นส่วนรวม ให้คณะรัฐมนตรีจัดทำนโยบายและแผน
ระดับชาติ ว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมขึ้นตามข้อเสนอของคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อ
เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ การประกาศใช้และการแก้ไขปรับปรุงนโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วย
การพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ให้ทำเป็นประกาศพระบรมราชโองการและประกาศในราชกิจจานุ
เบกษา” นโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม จะเป็นแผนแม่บทหลัก
ในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัลของประเทศ ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561 - 2580) ที่กำหนดทิศทาง
ขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศที่ยั่งยืนโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งมีสรุปประเด็นมาปรับใช้กับยุทธศาสตร์ชาติ
และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ โดยมีการกำหนดกรอบยุทธศาสตร์การพัฒนา ไว้จำนวน 6 ด้าน
คือ

ยุทธศาสตร์ที่ 1 พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลประสิทธิภาพสูงให้ครอบคลุมทั่วประเทศ

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล

ยุทธศาสตร์ที่ 3 สร้างสังคมคุณภาพที่ทั่วถึงเท่าเทียมด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล

ยุทธศาสตร์ที่ 4 ปรับเปลี่ยนภาครัฐสู่การเป็นรัฐบาลดิจิทัล

ยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนากำลังคนให้พร้อมเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล

ยุทธศาสตร์ที่ 6 สร้างความเชื่อมั่นในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล

เมื่อพิจารณาเนื้อหาสาระสำคัญที่ปรากฏอยู่ในกรอบยุทธศาสตร์การพัฒนาทั้ง 6 ด้านนี้ พบว่า
งานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม มีสรุปประเด็น
มาปรับใช้กับยุทธศาสตร์ที่ 3 สร้างสังคมคุณภาพที่ทั่วถึงเท่าเทียมด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างเด่นชัด
รายละเอียดยุทธศาสตร์ที่ 3 มีสาระสำคัญดังต่อไปนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 3 สร้างสังคมคุณภาพที่ทั่วถึงเท่าเทียมด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล

การสร้างสังคมคุณภาพด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล หมายถึง การพัฒนาประเทศไทยที่ประชาชนทุกกลุ่ม
โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มเกษตรกร ผู้ที่อยู่ในชุมชนห่างไกล ผู้สูงอายุ ผู้ด้อยโอกาส และคนพิการ สามารถเข้าถึง

และใช้ประโยชน์จากบริการต่าง ๆ ของภาครัฐผ่านเทคโนโลยีดิจิทัล มีการรวบรวมและแปลงข้อมูลองค์ความรู้ของประเทศทั้งระดับประเทศและระดับท้องถิ่นให้อยู่ในรูปแบบดิจิทัลที่ประชาชนสามารถเข้าถึงและนำไปใช้ประโยชน์ได้โดยง่ายและสะดวก โดยประชาชนมีความรู้เท่าทันข้อมูลข่าวสาร และมีทักษะในการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างมีความรับผิดชอบต่องสังคม

สำหรับยุทธศาสตร์ที่ 3 นี้ เป็นการสร้างสังคมดิจิทัลที่มีคุณภาพ (Digital Society) มุ่งหวังที่จะลดความเหลื่อมล้ำทางโอกาสของประชาชนที่เกิดจากการเข้าไม่ถึงโครงสร้างพื้นฐาน การขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องเทคโนโลยีดิจิทัล หรือการไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารผ่านเทคโนโลยีดิจิทัลที่ยังมีราคาแพงเกินไป และให้ความสำคัญกับการพัฒนาพลเมืองที่ฉลาด รู้เท่าทันข้อมูล และมีความรับผิดชอบ เพื่อให้เกิดการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างสร้างสรรค์ โดยสุดท้าย เมื่อโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลและพลเมือง ดิจิทัลพร้อมแล้ว เทคโนโลยีดิจิทัลจะเป็นเครื่องมือในการยกระดับคุณภาพชีวิตของคนทุกกลุ่มผ่านบริการ ดิจิทัลต่าง ๆ

จากนโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม มาเชื่อมโยงกับการคุ้มครองผู้บริโภคใน 2 ประเด็น โดยมีรายละเอียดดังนี้

ประเด็นที่ 1 การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลเงื่อนไขหรือมาตรการเฉพาะภายหลังการรวมธุรกิจระหว่างบริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวิร์ค จำกัด (AWN) บริษัท ทริปเปิ้ลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) (3BB) เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค มีความเกี่ยวข้องในยุทธศาสตร์ที่ 3 สร้างสังคมคุณภาพที่ทั่วถึงเท่าเทียมด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล มีประเด็นที่เกี่ยวข้อง คือ

(1) **การเข้าถึงบริการ** ต้องมีการติดตามว่าการควบรวมไม่ส่งผลกระทบต่อ การเข้าถึงบริการของประชาชน ดูแลให้ประชาชนทุกกลุ่มสามารถเข้าถึงบริการได้อย่างเท่าเทียม ควบคุมราคาค่าบริการให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม

(2) **คุณภาพบริการ** ติดตามมาตรฐานการให้บริการหลังการควบรวม ประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ตรวจสอบการรักษาคุณภาพและมาตรฐานการให้บริการ

(3) **การคุ้มครองผู้บริโภค** จัดให้มีช่องทางร้องเรียนที่มีประสิทธิภาพ มีระบบติดตามและแก้ไขปัญหาที่รวดเร็ว ให้ข้อมูลที่โปร่งใสแก่ผู้บริโภค

ประเด็นที่ 2 การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการสนับสนุน ส่งเสริม และคุ้มครองผู้บริโภคของกองทุน กทปส. มีรายละเอียดดังนี้

(1) **การสนับสนุนและส่งเสริม** ควรติดตามการใช้งบประมาณในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน มีการประเมินผลโครงการที่ได้รับการสนับสนุน วัดผลสัมฤทธิ์ของการดำเนินงาน

(2) **การคุ้มครองผู้บริโภค** ตรวจสอบการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประเมินประสิทธิภาพของระบบร้องเรียน ติดตามการแก้ไขปัญหาผู้บริโภค

(3) **การพัฒนาดิจิทัล** ติดตามการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล ประเมินการเข้าถึงบริการของประชาชน วัดผลการพัฒนาทักษะดิจิทัลของประชาชน

แนวทางการนำไปประยุกต์ใช้ในการติดตาม ประเมินผลโดยการพัฒนาแบบติดตามแบบดิจิทัล กำหนดตัวชี้วัดที่ชัดเจน จัดทำรายงานการติดตามอย่างสม่ำเสมอ และการตรวจสอบ โดยการสร้างกลไกตรวจสอบที่โปร่งใส จัดกระบวนการประเมินโดยเปิดโอกาสให้ภาคประชาชนมีส่วนร่วม และจัดทำระบบฐานข้อมูลเพื่อการตรวจสอบ ทั้งนี้ การดำเนินการทั้งหมดต้องสอดคล้องกับเป้าหมายของยุทธศาสตร์ที่ 3 ในการสร้างสังคมคุณภาพที่ทั่วถึง เท่าเทียมด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล และต้องคำนึงถึงประโยชน์ของผู้บริโภคเป็นสำคัญ

6. แผนแม่บทการบริหารคลื่นความถี่ (พ.ศ. 2562) และฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2564)

แผนแม่บทการบริหารคลื่นความถี่ได้จัดทำให้สอดคล้องกับนโยบายและแผนระดับชาติ ว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม รวมทั้งยุทธศาสตร์ชาติ และแผนปฏิรูปประเทศ ตลอดจนข้อบังคับวิญญูของสหภาพโทรคมนาคมระหว่างประเทศ เพื่อประโยชน์ในการบริหารคลื่นความถี่ให้มี ประสิทธิภาพและสอดคล้องกับความต้องการของเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป โดยคำนึงถึงการใช้งานด้าน ความมั่นคงของรัฐตามความจำเป็น โดยมีวิสัยทัศน์ เป้าประสงค์ พันธกิจ ยุทธศาสตร์ และกลยุทธ์ (สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม แห่งชาติ, 2562) สามารถเชื่อมโยงกับการคุ้มครองผู้บริโภคใน 2 ประเด็น คือ 1) การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลเงื่อนไขหรือมาตรการเฉพาะภายหลังการรวมธุรกิจระหว่างบริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวิร์ค จำกัด (AWN) บริษัท ทริปเปิลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) (3BB) เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค และ 2) การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผล การสนับสนุน ส่งเสริม และคุ้มครองผู้บริโภคของกองทุน กทปส. มีรายละเอียดดังนี้

ก. ด้านการจัดสรรคลื่นความถี่ ควรมีการกำกับดูแลการใช้คลื่นความถี่ โดยการตรวจสอบการใช้งานคลื่นความถี่ให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ การติดตามการใช้งานให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด และการประเมินความเพียงพอของคลื่นความถี่ต่อความต้องการ รวมทั้งการบริหารคลื่นความถี่อย่างมีประสิทธิภาพ ควรมีการดูแลให้เกิดการใช้งานคลื่นความถี่อย่างคุ้มค่า ส่งเสริมการใช้งานคลื่นความถี่ร่วมกัน (Shared Spectrum) และการปรับปรุงค่าตอบแทนการใช้คลื่นความถี่ให้สะท้อนมูลค่าที่แท้จริง

ข. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประเด็นแรก คือ การกำกับดูแลคุณภาพบริการ โดยการตรวจสอบประสิทธิภาพการให้บริการ มีการติดตามการใช้งานโครงสร้างพื้นฐาน และการประเมินผลกระทบต่อผู้ใช้บริการ ประเด็นที่สอง การรักษาประโยชน์สาธารณะ อาทิ การดูแลให้เกิดการแข่งขันที่เป็นธรรม การป้องกันการผูกขาดบริการ และการส่งเสริมการเข้าถึงบริการอย่างทั่วถึง เป็นต้น

ค. การสนับสนุนและส่งเสริม เริ่มจากการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เช่น การสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาด้านคลื่นความถี่ การส่งเสริมนวัตกรรมด้านโทรคมนาคม และพัฒนาระบบบริหารคลื่นความถี่ที่ทันสมัย เป็นต้น นอกจากนี้เน้นการพัฒนาบุคลากร โดยเพิ่มศักยภาพบุคลากรด้านการบริหารคลื่นความถี่ พัฒนาความรู้และประสบการณ์ระดับสากล และสร้างมาตรฐานการปฏิบัติงาน

ง. การกำกับดูแลและประเมินผล เน้นระบบการติดตาม โดยพัฒนาระบบบริหารคลื่นความถี่แบบบูรณาการ จัดทำฐานข้อมูลการใช้คลื่นความถี่ และติดตามประสิทธิภาพการใช้งาน ซึ่งควรเน้นการประเมินผลสัมฤทธิ์ ควรวัดผลการดำเนินงานตามเป้าหมาย ประเมินความคุ้มค่าในการใช้คลื่นความถี่ และตรวจสอบการปฏิบัติตามมาตรฐาน

นอกจากนั้นแผนฯ ยังชี้แนวทางการบูรณาการ โดยการประสานความร่วมมือจาก การสร้างความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การแลกเปลี่ยนข้อมูลและประสบการณ์เพื่อพัฒนาแนวทางการกำกับดูแลร่วมกัน รวมทั้งการพัฒนาระบบงาน ด้วยการปรับปรุงกระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพ พัฒนาระบบฐานข้อมูลที่ทันสมัย และเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ

7. แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2563 - 2568)

แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ฉบับนี้ มุ่งเน้นและให้ความสำคัญกับการพัฒนากิจการวิทยุกระจายเสียง เพื่อยกระดับมาตรฐานกิจการกระจายเสียง และเพิ่มทางเลือกให้กับประชาชนในการรับบริการและเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นพื้นฐานได้อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังมุ่งเน้นให้เกิดการพัฒนากิจการโทรทัศน์ของประเทศให้เหมาะสมกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อให้สามารถกำกับดูแลได้สอดคล้องกับ

ระบบนิเวศของอุตสาหกรรมที่เปลี่ยนแปลงไป โดยคำนึงถึงการใช้ทรัพยากรในกิจการโทรทัศน์ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด รวมทั้งให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลด้านเนื้อหาให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสังคมและเทคโนโลยี มุ่งเน้นไปสู่การพัฒนา และสร้างกลไกในการกำกับดูแลด้านเนื้อหาให้มีประสิทธิภาพ ตลอดจนมีการส่งเสริมสนับสนุนเนื้อหา ที่มีคุณภาพสร้างสรรค์ หลากหลาย และเป็นประโยชน์ต่อสาธารณะให้มากยิ่งขึ้น การคุ้มครองผู้บริโภค มิให้ถูกเอาเปรียบและได้รับบริการอย่างเป็นธรรม ส่งเสริมสิทธิเสรีภาพของประชาชนให้สามารถเข้าถึง และใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารที่หลากหลายได้อย่างเท่าเทียม ตลอดจนการให้บริการและการกำกับดูแลที่มุ่งสู่ความเป็นดิจิทัลโดยนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการให้บริการและการกำกับดูแลให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ มีวิสัยทัศน์ เป้าประสงค์ และพันธกิจ ยุทธศาสตร์ และกลยุทธ์ (สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, 2562)

จากแผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2563-2568) เชื่อมโยงกับการคุ้มครองผู้บริโภคใน 2 ประเด็น คือ 1) การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลเงื่อนไขหรือมาตรการเฉพาะภายหลังการรวมธุรกิจระหว่างบริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวิร์ค จำกัด (AWN) บริษัท ทริปเปิ้ลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) (3BB) เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค และ 2) การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผล การสนับสนุน ส่งเสริม และคุ้มครองผู้บริโภคของกองทุน กทปส. มีรายละเอียดดังนี้

(1) การกำกับดูแลการแข่งขัน เพื่อสร้างมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค ในประเด็นการติดตามการให้บริการที่เป็นธรรม ป้องกันการเอาเปรียบผู้บริโภค และดูแลมาตรฐานการให้บริการ นอกจากนั้นการตรวจสอบการดำเนินงาน โดยการกำกับดูแลการแข่งขันที่เสรีและเป็นธรรม มีการติดตามการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งการประเมินผลกระทบต่ตลาด

(2) ระบบร้องเรียนและแก้ไขปัญหา โดยพัฒนากลไกการร้องเรียน อาทิ พัฒนาช่องทางร้องเรียนที่หลากหลาย เพิ่มประสิทธิภาพการจัดการเรื่องร้องเรียน และใช้เทคโนโลยีในการติดตามความคืบหน้า เป็นต้น และที่สำคัญคือการติดตามการแก้ไขปัญหา โดยกำหนดระยะเวลาแก้ไขที่ชัดเจน มีมาตรการเยียวยาที่เหมาะสม และระบบการติดตามผลการแก้ไขปัญหา

(3) การสนับสนุนและพัฒนา จากกองทุน กทปส. ในการวิจัยและพัฒนา อาทิ การสนับสนุนการวิจัยด้านการเข้าถึงบริการ การพัฒนานวัตกรรมบริการ และ ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เป็นต้น รวมทั้งการพัฒนาคุณภาพบริการ โดยยกระดับมาตรฐานการให้บริการ เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน และพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรม ส่วนในประเด็นการคุ้มครองผู้บริโภค ควรเน้นในประเด็นการเข้าถึงบริการ โดยส่งเสริมการเข้าถึงอย่างเท่าเทียม ดูแลกลุ่มผู้ด้อยโอกาส และพัฒนาบริการที่หลากหลาย โดยเฉพาะการรู้เท่าทันสื่อ โดยให้ความรู้แก่ประชาชน สร้างความเข้าใจด้านสิทธิผู้บริโภค และพัฒนาทักษะการใช้บริการ

(4) แนวทางการดำเนินงาน เริ่มจากการพัฒนาระบบกำกับดูแล เช่น การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการกำกับดูแล การสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และการพัฒนากลไกการติดตามประเมินผล เป็นต้น นอกนั้นควรมีการส่งเสริมการแข่งขัน โดยกำหนดมาตรการส่งเสริมการแข่งขัน ป้องกันการผูกขาด และสนับสนุนผู้ประกอบการรายย่อย

(5) การประเมินผลสัมฤทธิ์ จากการติดตามตัวชี้วัดที่กำหนด มีการประเมินความพึงพอใจผู้ใช้บริการ และวิเคราะห์ผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

โดยแผนแม่บทฯ ให้ความสำคัญกับการคุ้มครองผู้บริโภคและการกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้เกิดการแข่งขันที่เป็นธรรมและผู้บริโภคได้รับประโยชน์สูงสุด

8. แผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม ฉบับที่ 3 พ.ศ. 2567-2571

ทิศทางของแผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2567 - 2571) นี้ มุ่งเน้นการตอบสนองต่อบริบทที่มีการเปลี่ยนแปลงไป ทั้งในด้านการสนับสนุนให้มีผู้ประกอบการรายใหม่เข้าสู่ตลาดโทรคมนาคม การเพิ่มโอกาสการเข้าถึงและใช้บริการโทรคมนาคมของประชาชนกลุ่มด้อยโอกาส เช่น ในชุมชน ในพื้นที่ห่างไกล หรือกลุ่มคนพิการ คนสูงอายุ เป็นต้น การส่งเสริมให้เกิดการประยุกต์ใช้งานเทคโนโลยี โทรคมนาคมของภาคอุตสาหกรรมต่าง ๆ การบริหารจัดการภัยคุกคามทางไซเบอร์ที่อาศัยช่องทางโทรคมนาคม ให้เกิดผลสัมฤทธิ์เพื่อลดการสูญเสียทางเศรษฐกิจ การบริหารทรัพยากรโทรคมนาคมให้เป็นไปอย่างคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพ โดยคำนึงถึงการสร้างสมดุลระหว่างความต้องการใช้งานทรัพยากร กับทรัพยากรที่มีอยู่ทั้งหลายทั้งปวงเหล่านี้ เพื่อผลักดันให้กิจการโทรคมนาคมเกิดการพัฒนาย่างยั่งยืน มีบรรยากาศของการแข่งขันในตลาดโทรคมนาคมโดยเสรีอย่างเป็นธรรม ประชาชนทุกกลุ่มสามารถเข้าถึงและใช้บริการโทรคมนาคม ที่มีคุณภาพในราคาที่เหมาะสม เป็นธรรม และปลอดภัยจากภัยคุกคาม และภาคอุตสาหกรรมนำเทคโนโลยีโทรคมนาคมไปใช้ประโยชน์อย่างแพร่หลาย เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล โดย แผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2567 - 2571) นี้ มีความเชื่อมโยงกับการคุ้มครองผู้บริโภคใน 2 ประเด็น คือ 1) การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลเงื่อนไขหรือมาตรการเฉพาะภายหลังการรวมธุรกิจระหว่างบริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวิร์ค จำกัด (AWN) และ บริษัท ทริปเปิลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) (3BB) เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค และ 2) การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการสนับสนุนส่งเสริม และคุ้มครองผู้บริโภคของกองทุน กทปส. มีรายละเอียดดังนี้

(1) การพัฒนาสภาพแวดล้อมที่เอื้อให้เกิดการแข่งขันเพิ่มขึ้น โดยเน้นการกำกับดูแลการแข่งขันในตลาดให้เป็นธรรม โดยเฉพาะการเปิดโครงข่าย (Open Access) เพื่อไม่ให้เกิดการรวมธุรกิจนำไปสู่การผูกขาดตลาดและลดโอกาสของผู้ประกอบการรายใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายการคุ้มครองผู้บริโภคที่อาจได้รับผลกระทบจากการลดตัวเลือกบริการ การส่งเสริมการแข่งขันจะช่วยให้ผู้บริโภคยังคงได้รับบริการที่มีคุณภาพในราคาที่เหมาะสมและเป็นธรรม

(2) การอนุญาตและกำกับดูแลกิจการโทรคมนาคมให้เหมาะสม โดยเน้นการกำกับดูแลที่เข้มงวดหลังการรวมธุรกิจช่วยรักษาสมดุลในอุตสาหกรรมโทรคมนาคม โดยเฉพาะในบริบทของการรวมธุรกิจที่อาจก่อให้เกิดการกระจุกตัวของตลาด การสร้างระบบติดตามผลกระทบต่อผู้บริโภค เช่น การพิจารณาคุณภาพบริการและราคาหลังการรวมธุรกิจ เป็นสิ่งสำคัญที่สะท้อนถึงพันธกิจของแผนแม่บทในด้านการสร้างความโปร่งใสและเป็นธรรม

(3) การยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภค โดยการสร้างความรู้แก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับสิทธิของตนเอง รวมถึงการตรวจสอบข้อร้องเรียนเรื่องคุณภาพบริการหรือราคาที่ไม่เป็นธรรม จะเป็นกลไกสำคัญในการคุ้มครองผู้บริโภคจากผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นหลังการรวมธุรกิจ

(4) การลดความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัล โดยกองทุน กทปส. สามารถสนับสนุนการเข้าถึงบริการโทรคมนาคมสำหรับกลุ่มผู้ด้อยโอกาส เช่น ผู้พิการหรือชุมชนในพื้นที่ห่างไกล ตามเป้าประสงค์ที่ 3.3 ของแผนแม่บท ซึ่งเน้นการทำให้บริการโทรคมนาคมเข้าถึงได้ในราคาที่เหมาะสมและเป็นธรรม

(5) การยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภคในยุคดิจิทัล โดย กองทุน กทปส. สามารถจัดสรรงบประมาณหรือโครงการวิจัยเพื่อสร้างความตระหนักรู้ในประเด็นต่าง ๆ เช่น การรู้เท่าทันภัยคุกคามไซเบอร์ หรือการปกป้องสิทธิผู้บริโภคผ่านช่องทางโทรคมนาคม การสนับสนุนโครงการที่ส่งเสริมการศึกษาหรือพัฒนาศักยภาพของผู้บริโภค เช่น แอปพลิเคชันแจ้งเตือนภัย หรือศูนย์ช่วยเหลือผู้บริโภคด้านโทรคมนาคม

(6) การบริหารทรัพยากรโทรคมนาคมอย่างมีประสิทธิภาพ โดยกองทุน กทปส. สามารถช่วยสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการคลื่นความถี่เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้บริโภค และการจัดทำมาตรการป้องกันภัยคุกคามที่เกี่ยวข้องกับการใช้โครงข่ายโทรคมนาคม

แผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2567-2571) มีกรอบแนวทางและยุทธศาสตร์ที่สามารถเชื่อมโยงกับนโยบายของ กสทช. ในทั้งสองประเด็น โดยเฉพาะในด้านการส่งเสริมการแข่งขัน การคุ้มครองผู้บริโภค และการลดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงบริการโทรคมนาคม การดำเนินนโยบายตามกรอบแผนแม่บทดังกล่าวจะช่วยเสริมสร้างความเป็นธรรมและประโยชน์สูงสุดต่อผู้บริโภคในระยะยาว

9. แผนยุทธศาสตร์ สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2565 - 2570)

ในปัจจุบันเทคโนโลยีดิจิทัลได้เข้ามามีบทบาทในการดำรงชีวิตของมนุษย์มากยิ่งขึ้น กลไกสังคมทุกส่วนถูกผลักดันให้เติบโตภายใต้การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี จนเกิดเป็นสังคมดิจิทัล (Digital Society) ที่ยกระดับคุณภาพชีวิตของคนด้วยเทคโนโลยี เกิดเป็นเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) ส่งผลให้เศรษฐกิจของโลกเกิดการเติบโตที่สูงอีกครั้ง ประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศที่มีการเติบโตทางเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) อย่างรวดเร็วในช่วงหลายปีที่ผ่านมาเช่นกัน โดยรัฐบาลได้ให้ความสำคัญในการวางแผนส่งเสริมการเติบโตของเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างครอบคลุมในทุกองค์ประกอบ

สำนักงาน กสทช. เป็นหน่วยงานของรัฐที่จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และ ที่แก้ไขเพิ่มเติม และมีอำนาจหน้าที่ในฐานะเป็นหน่วยงานธุรการของคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติในการบริหารจัดการคลื่นความถี่ การบริหารสิทธิในการเข้าใช้วงโคจรดาวเทียม การกำกับดูแลและส่งเสริมการประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรคลื่นความถี่อย่างมีประสิทธิภาพ เกิดการแข่งขันในการประกอบกิจการอย่างเสรีและเป็นธรรม รวมถึงการคุ้มครองผู้บริโภคในการเข้าถึงและการใช้ประโยชน์จากการติดต่อสื่อสารและสารสนเทศอย่างทั่วถึงและเป็นธรรมโดยที่ผ่านมาสํานักงาน กสทช. มีแผน ยุทธศาสตร์สำนักงาน กสทช. ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2561-2564) ใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานระยะ 4 ปี เพื่อการขับเคลื่อนนโยบาย กสทช. และสำนักงาน กสทช. รวมทั้งแผนแม่บทการบริหารคลื่นความถี่ แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ และแผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม ให้บรรลุวิสัยทัศน์ และเป้าประสงค์ที่แผนกำหนด โดยเชื่อมโยงและถ่ายทอดแผนยุทธศาสตร์ดังกล่าวมาสู่การปฏิบัติ ซึ่งแผนยุทธศาสตร์สำนักงาน กสทช. ฉบับที่ 2 ดังกล่าว ได้สิ้นสุดระยะเวลาของแผน ประกอบกับ ในช่วงปี 2561- ปัจจุบัน ได้มีการประกาศใช้กฎหมายและแผนระดับชาติที่กำหนดให้การจัดทำแผนของ กสทช. และ สำนักงาน กสทช. มีสรุปประเด็นมาปรับใช้กับนโยบายและแผนดังกล่าว ได้แก่ แผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ แผนการปฏิรูปประเทศ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และนโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (แผนดีอี) รวมทั้ง กสทช. ได้ประกาศใช้แผนแม่บทการบริหารคลื่นความถี่ (พ.ศ. 2564) แผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2567-2571) แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2563-2568) และแผนการบริหารสิทธิในการเข้าใช้วงโคจรดาวเทียม (พ.ศ. 2563) ดังนั้น สำนักงาน กสทช. จึงได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์สำนักงาน

กสทช. ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2565-2570) เพื่อใช้เป็นกรอบแนวทางในการดำเนินงานในระยะ 5 ปี และสนับสนุนการขับเคลื่อนนโยบายและแผนของ กสทช. ให้บรรลุวิสัยทัศน์และเป้าประสงค์ที่ได้กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยสอดคล้องกับกรอบระยะเวลาของแผนยุทธศาสตร์ชาติที่กำหนดให้หน่วยงานภาครัฐจัดทำแผนให้อยู่ในช่วงเวลาเดียวกันกับห้วงเวลาของแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติด้วย

วิสัยทัศน์

สำนักงาน กสทช. เป็นองค์กรกำกับดูแลชั้นนำในระดับสากล เพื่อพัฒนากิจการสื่อสารเพื่อประโยชน์สุขของประชาชนและประเทศอย่างยั่งยืน

เป้าประสงค์

มุ่งพัฒนาสำนักงาน กสทช. ให้เป็นองค์กรกำกับดูแลที่มีสมรรถนะสูง มีธรรมาภิบาล โปร่งใส เป็นที่เชื่อถือและพึ่งพาได้ของประชาชน และพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ กิจการโทรคมนาคม กิจการดาวเทียม และกิจการวิทยุคมนาคม ให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล

พันธกิจ

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม แห่งชาติ (สำนักงาน กสทช.) ทำหน้าที่สนับสนุนคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และ กิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ในการบริหารคลื่นความถี่ และสิทธิในการเข้าใช้วงโคจรดาวเทียม และการกำกับดูแลการประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ กิจการโทรคมนาคม กิจการดาวเทียม กิจการวิทยุคมนาคม อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ประเทศและประชาชน โดยพันธกิจดังกล่าวตั้งอยู่บนพื้นฐานของอำนาจหน้าที่ตามที่กฎหมายกำหนด ประกอบด้วยพระราชบัญญัติองค์การจัดสรรคลื่นความถี่ และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และที่แก้ไขเพิ่มเติม และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง

ปัจจัยแห่งความสำเร็จ (Critical Success Factors : CSFs)

- (1) ผู้บริหารสำนักงาน กสทช. มีความเข้าใจในแผนยุทธศาสตร์ และเป็นผู้นำแห่งการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) สามารถกระตุ้นชี้นำ (Encouragement) ให้บุคลากรของสำนักงาน กสทช. ปฏิบัติงานตามยุทธศาสตร์ให้บรรลุผลสำเร็จ
- (2) บุคลากรทุกระดับของสำนักงาน กสทช. เป็นผู้ที่ยอมรับการเปลี่ยนแปลง สามารถปรับตัวต่อสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และมีจิตใจที่เปิดกว้างยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น (Open-mindedness) รวมทั้งมุ่งมั่น ปฏิบัติงานโดยยึดยุทธศาสตร์เป็นสำคัญ
- (3) สำนักงาน กสทช. สนับสนุนทรัพยากรที่เอื้อต่อการปฏิบัติหน้าที่ เพื่อบรรลุยุทธศาสตร์อย่างเหมาะสม พอเพียง และทันต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว
- (4) หน่วยงานภายในของสำนักงาน กสทช. ทุกหน่วยงาน ต้องนำแผนยุทธศาสตร์ฯ ไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดแผนการดำเนินงานประจำปีของหน่วยงาน ร่วมกับการดำเนินตามแผนแม่บทต่าง ๆ ที่แต่ละหน่วยงานจะต้องรับผิดชอบดำเนินการ
- (5) ทุกหน่วยงานของสำนักงาน กสทช. ต้องให้ความสำคัญกับการทำงานร่วมกันระหว่างสายงานต่าง ๆ เพื่อให้การกำกับดูแลการประกอบกิจการฯ มีความสอดคล้องและทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบกิจการฯ

(6) มีการดำเนินการติดตาม และประเมินผลการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์ฯ เป็นระยะ พร้อมทั้งนำผลการติดตาม และประเมินผล มาศึกษาวิเคราะห์ และจัดทำแผนพัฒนาการดำเนินงาน (Improvement Plan) ของสำนักงาน กสทช. ต่อไป

ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยกระดับการพัฒนาธรรมาภิบาล และเป็นองค์กรที่มีสมรรถนะสูงใน ยุคดิจิทัล ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ ได้แก่

- (1) ส่งเสริมและพัฒนาธรรมาภิบาลของสำนักงาน กสทช. ส่งความยั่งยืน และป้องกันการทุจริต
- (2) ยกระดับองค์กรให้เป็นดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบและมีมาตรฐานสากล
- (3) ปรับโครงสร้างองค์กรและยกระดับระบบการบริหารงานบุคคลให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัล
- (4) สร้างเสริมความเชื่อมั่นสาธารณะที่มีต่อสำนักงาน กสทช.

ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาบุคลากรให้มีความเป็นเลิศในด้านการกำกับดูแล ให้พร้อมเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ ได้แก่

- (1) เพิ่มสมรรถนะในการปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักงาน กสทช. ให้พร้อมเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล
- (2) เสริมสร้างสำนักงาน กสทช. ให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้อย่างยั่งยืน
- (3) พัฒนาบุคลากรในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อให้พร้อมเข้าสู่ยุคสังคมดิจิทัล

ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาขีดความสามารถการบริหารคลื่นความถี่และกิจการดาวเทียม เพื่อประโยชน์สูงสุดของประเทศชาติและประชาชน และยกระดับศักยภาพของสำนักงาน กสทช. ส่วน ภูมิภาค เพื่อกำกับดูแลและการบริการประชาชน ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ ได้แก่

- (1) ยกระดับการบริหารจัดการคลื่นความถี่ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงระบบนิเวศ ของอุตสาหกรรม
- (2) เสริมสร้างและเพิ่มขีดความสามารถในการใช้ประโยชน์จากกิจการดาวเทียม
- (3) พัฒนาสำนักงาน กสทช. ส่วนภูมิภาค และเพิ่มประสิทธิภาพการตรวจสอบ และกำกับดูแลคลื่นความถี่
- (4) พัฒนาประสิทธิภาพการตรวจสอบและกำกับดูแลคลื่นความถี่

ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาศักยภาพในการกำกับดูแลและส่งเสริมกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ให้เหมาะสมกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ ได้แก่

- (1) เสริมสร้างศักยภาพในการกำกับดูแลกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ของประเทศ
- (2) เสริมสร้างศักยภาพในการกำกับดูแลกิจการโทรคมนาคมของประเทศ
- (3) พัฒนากลไกในการกำกับดูแลด้านเนื้อหา ส่งเสริมสิทธิเสรีภาพของประชาชน และคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง และโทรทัศน์
- (4) เสริมสร้างความเข้มแข็งและกลไกการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม

ทั้งนี้ ยุทธศาสตร์ที่ 4 มีความเกี่ยวข้องกับขอบเขตงานการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม โดยมีการกำหนดตัวชี้วัดไว้ดังนี้

ตัวชี้วัด

1. ระดับความสำเร็จในการพัฒนาศักยภาพการกำกับดูแลกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม สามารถพิจารณาจากการดำเนินงานของสำนักงาน กสทช. ดังนี้

1.1 มีการศึกษาวิจัย และทบทวนศักยภาพของสำนักงาน กสทช. ในการกำกับดูแล และส่งเสริมกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมของประเทศของสำนักงาน กสทช.

1.2 มีการนำผลการศึกษาที่ได้ มาใช้ในการกำหนดนโยบายและหลักเกณฑ์ในการกำกับดูแล และส่งเสริมการประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

1.3 มีการจัดทำแผนการกำกับดูแลและส่งเสริมการประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ตามนโยบายและหลักเกณฑ์ในการกำกับดูแลและส่งเสริมการประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

1.4 มีการดำเนินการตามแผนการกำกับดูแลและส่งเสริมการประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

1.5 มีการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานตามนโยบายและหลักเกณฑ์ในการกำกับดูแล และส่งเสริมการประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

1.6 มีการนำผลการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานตามนโยบายและหลักเกณฑ์ในการกำกับดูแลและส่งเสริมการประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม มาพัฒนาการกำกับดูแลและส่งเสริมการประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมอย่างต่อเนื่องจนเกิดผลสัมฤทธิ์อย่างเป็นรูปธรรมได้อย่างต่อเนื่อง

2. ระดับความสำเร็จในการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม สามารถพิจารณาจากการดำเนินงานของสำนักงาน กสทช. ดังนี้

2.1 มีการศึกษา วิจัย และทบทวนระบบและกลไกการคุ้มครองผู้บริโภคในช่วงเวลา ที่ผ่านมา เพื่อนำมาสู่การออกแบบระบบและกลไกในการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีสรุปประเด็นมาปรับใช้กับ การเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมกระจายเสียง โทรทัศน์ และโทรคมนาคม

2.2 มีการนำผลการศึกษาที่ได้ไปจัดทำแผนการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

2.3 มีการดำเนินการตามแผนการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

2.4 มีการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานตามแผนการคุ้มครองผู้บริโภคใน กิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

2.5 มีการนำผลการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานตามแผนการคุ้มครอง ผู้บริโภคใน กิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม มาพัฒนาความสามารถและประสิทธิภาพการ คุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างเป็นรูปธรรม

3. ระดับความสำเร็จของการดำเนินงานตามแผนการจัดให้มีบริการโทรคมนาคมพื้นฐานโดยทั่วถึงและบริการเพื่อสังคม สามารถพิจารณาจากการดำเนินงานของสำนักงาน กสทช. ดังนี้

3.1 มีการสร้างการรับรู้ สร้างความเข้าใจ และสร้างการยอมรับแผนการจัดให้มีบริการโทรคมนาคมพื้นฐานโดยทั่วถึงและบริการเพื่อสังคมให้กับหน่วยงานและบุคลากรของสำนักงาน กสทช. ที่เกี่ยวข้องกับการบริการโทรคมนาคม

3.2 มีการแปลงแผนการจัดให้มีบริการโทรคมนาคมพื้นฐานโดยทั่วถึงและบริการ เพื่อสังคมไปเป็นแผนปฏิบัติการของสำนักงาน กสทช. เพื่อจัดให้มีบริการโทรคมนาคมพื้นฐานโดยทั่วถึง และบริการเพื่อสังคม

3.3 มีกลไกการดำเนินการตามแผนปฏิบัติการของสำนักงาน กสทช. ในการจัดให้มีบริการโทรคมนาคมพื้นฐานโดยทั่วถึงและบริการเพื่อสังคม

3.4 มีกลไกการกำกับและติดตามการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการของสำนักงาน กสทช. ในการจัดให้มีบริการโทรคมนาคมพื้นฐานโดยทั่วถึงและบริการเพื่อสังคม

3.5 มีการนำผลจากการกำกับและติดตามการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการของสำนักงาน กสทช. ในการจัดให้มีบริการโทรคมนาคมพื้นฐานโดยทั่วถึงและบริการเพื่อสังคมมาใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงการดำเนินงาน

3.6 สำนักงาน กสทช. สามารถบรรลุเป้าหมายและตัวชี้วัดของแผนการจัดให้มีบริการโทรคมนาคมพื้นฐานโดยทั่วถึงและบริการเพื่อสังคม

4. ระดับความสำเร็จของการดำเนินงานตามแผนสนับสนุนการเข้าถึงบริการกระจายเสียงและบริการโทรทัศน์ สามารถพิจารณาจากการดำเนินงานของสำนักงาน กสทช. ดังนี้

4.1 มีการศึกษา วิจัย และทบทวนการดำเนินงานเกี่ยวกับการเข้าถึงบริการกระจายเสียงและบริการโทรทัศน์ของผู้บริโภคของสำนักงาน กสทช. ทั้งในมิติด้านกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้อง ระบบและกลไกการดำเนินงาน บทบาทหน้าที่และศักยภาพของบุคลากร ระบบและกลไกในการติดตามและประเมินผลการดำเนินงาน

4.2 นำผลการศึกษามาใช้ในการกำหนดแนวทางและแผนสนับสนุนการเข้าถึงบริการกระจายเสียงและบริการโทรทัศน์

4.3 มีการดำเนินการตามแนวทางและแผนสนับสนุนการเข้าถึงบริการกระจายเสียง และบริการโทรทัศน์

4.4 มีการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานตามแนวทางและแผนสนับสนุนการเข้าถึงบริการกระจายเสียงและบริการโทรทัศน์

4.5 มีการนำผลการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานตามแนวทางและแผนสนับสนุนการเข้าถึงบริการกระจายเสียงและบริการโทรทัศน์ มาพัฒนาการดำเนินงานจนเกิดผลสัมฤทธิ์อย่างเป็นรูปธรรม

สรุปประเด็นมาปรับใช้กับโครงการติดตาม ตรวจสอบและประเมินผล ตามนโยบาย กสทช.ที่สำคัญ ในด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567

จากแผนยุทธศาสตร์ สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และ กิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2565 - 2570) เชื่อมโยงกับการคุ้มครองผู้บริโภคใน 2 ประเด็น คือ 1) การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลเงื่อนไขหรือมาตรการเฉพาะภายหลังการรวมธุรกิจระหว่างบริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวอร์ค จำกัด (AWN) บริษัท ทริปเปิลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) (3BB) เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค และ 2) การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการสนับสนุน ส่งเสริม และคุ้มครองผู้บริโภคของกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมเพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.) มีรายละเอียดดังนี้

(1) ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาศักยภาพในการกำกับดูแล มุ่งในประเด็นการกำกับดูแลกิจการโทรคมนาคม ด้วยการเสริมสร้างศักยภาพในการกำกับดูแล การพัฒนากลไกการกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพ และการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม ตัวชี้วัดความสำเร็จ คือ ระดับความสำเร็จในการพัฒนาศักยภาพการกำกับดูแล การศึกษาวิจัยและทบทวนศักยภาพการกำกับดูแล และการนำผลการศึกษามาพัฒนาการกำกับดูแล

(2) การคุ้มครองผู้บริโภค เน้นการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค โดยเริ่มจากการศึกษาและทบทวนระบบคุ้มครองผู้บริโภค จัดทำแผนคุ้มครองผู้บริโภค สร้างระบบการติดตามและประเมินผลการคุ้มครองผู้บริโภค และพัฒนาระบบร้องเรียน เช่น การพัฒนากลไกการรับเรื่องร้องเรียน การเพิ่มประสิทธิภาพการแก้ไขปัญหา และการติดตามผลการดำเนินการ เป็นต้น

(3) ระบบการสนับสนุนและส่งเสริมจาก กทปส. ในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ด้วยการจัดให้มีบริการโทรคมนาคมพื้นฐาน การพัฒนาโครงข่ายการสื่อสาร การส่งเสริมการเข้าถึงบริการ และการพัฒนาบุคลากร โดยการเพิ่มสมรรถนะการปฏิบัติงาน สร้างองค์กรแห่งการเรียนรู้ และพัฒนาศักยภาพบุคลากร

(4) ระบบการประเมินผล เริ่มจากตัวชี้วัดการดำเนินงาน อาทิ ระดับความสำเร็จของแผนการจัดให้มีบริการ การบรรลุเป้าหมายและตัวชี้วัด ประสิทธิภาพการใช้งบประมาณ และการติดตามและพัฒนาโดยการกำกับติดตามการดำเนินงาน การประเมินผลการดำเนินงาน การพัฒนาและปรับปรุงการดำเนินงาน เป็นต้น

(5) แนวทางการบูรณาการ เริ่มจากการประสานความร่วมมือ ด้วยการบูรณาการระหว่างหน่วยงาน การสร้างเครือข่ายความร่วมมือ และการแลกเปลี่ยนข้อมูลและประสบการณ์ รวมทั้งการพัฒนากระบวนการ โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อพัฒนาฐานข้อมูล และเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ

โดยแผนยุทธศาสตร์ฯ มุ่งเน้นการพัฒนาประสิทธิภาพการกำกับดูแลและคุ้มครองผู้บริโภค รวมถึงการสนับสนุนการดำเนินงานของ กตป. อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

10. แผนปฏิบัติการ สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ประจำปี 2567

สำนักคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ได้จัดทำแผนปฏิบัติการสำนักงาน กสทช. ประจำปี 2567 ภายใต้แผนยุทธศาสตร์สำนักงาน กสทช. ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2565 - 2570) ขึ้น เพื่อให้มีการดำเนินงานที่ชัดเจนและมีความสอดคล้องเชื่อมโยงกับแผนยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ การปฏิรูปประเทศ แผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ในแผน

แม่บทต่าง ๆ ของสำนักงาน กสทช. ได้แก่ แผนแม่บทการบริหารคลื่นความถี่ แผนการบริหารสิทธิในการเข้าใช้วงโคจรดาวเทียม แผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม แผนแม่บทการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

เมื่อพิจารณาจากแผนยุทธศาสตร์สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2565-2570) พบว่า งานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคจะ ปรากฏชัดในยุทธศาสตร์ที่ 4 และเมื่อพิจารณาแผนงบประมาณรายจ่าย ประจำปี 2567 จำแนกตามยุทธศาสตร์ฯ พบว่า ยุทธศาสตร์ที่ 4 : พัฒนาศักยภาพในการกำกับดูแล และส่งเสริมกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม ให้เหมาะสมกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป ได้รับงบประมาณรวมทั้งสิ้น จำนวน 1,114,334,343 ล้านบาท เพื่อสนับสนุนภารกิจในการขับเคลื่อนแผนงานพัฒนาศักยภาพในการกำกับดูแลและส่งเสริมกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมของประเทศ ในการพัฒนาและปรับปรุงกฎหมายที่สามารถกำกับดูแลการประกอบกิจการที่เท่าทันนิเวศที่เปลี่ยนแปลงไป สามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงผ่านไปสู่ยุคเศรษฐกิจดิจิทัล เกิดการแข่งขันโดยเสรีอย่างเป็นธรรม ขยายโครงข่ายและโครงสร้างพื้นฐานด้านการสื่อสารโทรคมนาคมที่ครอบคลุม ประชาชนมีสิทธิเสรีภาพและสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารอย่างทั่วถึง เท่าเทียมและรู้เท่าทัน กำกับดูแลและส่งเสริมการพัฒนาเนื้อหาและคุณภาพของสื่อที่แพร่ผ่านช่องทางการติดต่อสื่อสารที่หลากหลาย ส่งเสริมมาตรฐานจริยธรรมของผู้ประกอบวิชาชีพในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ รวมถึงคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม จำนวน 1,049,715,600 ล้านบาท และงบประมาณ ดำเนินโครงการ 9 โครงการ จำนวน 51,918,700 ล้านบาท

11. พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553

พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 มาตรา 31 เพื่อประโยชน์ในการคุ้มครองผู้บริโภค มิให้ถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ให้ กสทช. มีหน้าที่ตรวจสอบการดำเนินการของผู้ประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม มิให้มีการดำเนินการใด ๆ ในประการที่น่าจะเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค ทั้งนี้ โดยให้ กสทช. แต่งตั้งคณะกรรมการขึ้นสองคณะ ประกอบด้วย ผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์อันเป็น ประโยชน์ต่อการปฏิบัติหน้าที่ของ กสทช. ในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ และในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านกิจการโทรคมนาคมโดยให้อำนาจหน้าที่ในการพิจารณาและ เสนอความเห็นเกี่ยวกับเรื่องร้องเรียนและปฏิบัติหน้าที่อื่น ทั้งนี้ ตามที่ กสทช. กำหนด ในกรณีที่ผู้ประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ หรือกิจการโทรคมนาคม ดำเนินการใด ๆ ในประการที่น่าจะเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคโดยอาศัยการใช้เครือข่ายหรือการโฆษณาอันมีลักษณะ เป็นการค้ากำไรเกินควร หรือก่อให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญ ไม่ว่าด้วยวิธีการใดตามหลักเกณฑ์ที่ กสทช. กำหนดให้ กสทช. มีอำนาจสั่งระงับการดำเนินการดังกล่าว (สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, 2553)

ในหมวด 4 ในพระราชบัญญัติฉบับนี้ได้ กล่าวถึงกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ โดยมาตรา 52 ได้ระบุให้ กสทช. จัดตั้งกองทุนขึ้นเรียกว่า “กองทุนวิจัยและพัฒนา กิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ” โดยมีวัตถุประสงค์ ดังต่อไปนี้

(1) ดำเนินการให้ประชาชนได้รับบริการด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม อย่างทั่วถึง ตลอดจนส่งเสริมชุมชนและสนับสนุนผู้ประกอบการบริการชุมชนตามมาตรา 51

(2) ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาทรัพยากรสื่อสาร การวิจัยและพัฒนาด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม รวมทั้งความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ เทคโนโลยีด้านการใช้คลื่นความถี่ เทคโนโลยีสารสนเทศ เทคโนโลยีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการ ผู้สูงอายุ หรือผู้ด้อยโอกาส ตลอดจนอุตสาหกรรมโทรคมนาคม และอุตสาหกรรมต่อเนื่อง

(3) ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาบุคลากรด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ กิจการโทรคมนาคม และเทคโนโลยีสารสนเทศ ตลอดจนการดำเนินการขององค์กรซึ่งทำหน้าที่จัดทำมาตรฐานทางจริยธรรมของการประกอบอาชีพหรือวิชาชีพตามกฎหมายว่าด้วยการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

(4) สนับสนุน ส่งเสริม และคุ้มครองผู้บริโภคด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

(5) สนับสนุนการดำเนินการตามกฎหมายว่าด้วยกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์โดยจัดสรรเงินให้แก่กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

มาตรา 53 กองทุนตามมาตรา 52 ประกอบด้วย ทุนประเดิมที่รัฐบาลจัดสรรให้ เงินที่ได้จากการประมูลคลื่นความถี่ต่ำ ความถี่ตามมาตรา 41 วรรคหก เงินที่ได้รับการจัดสรรตามมาตรา 65 วรรคสอง เงินที่ส่งเข้ากองทุนตามกฎหมายว่าด้วยการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ และกฎหมายว่าด้วยการประกอบกิจการโทรคมนาคม เงินค่าปรับทางปกครองที่ปรับตามพระราชบัญญัตินี้ และตามกฎหมายว่าด้วยการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ และตามกฎหมายว่าด้วยการประกอบกิจการโทรคมนาคม เงินหรือทรัพย์สินที่มีผู้มอบให้เพื่อสมทบกองทุน เงินและทรัพย์สินที่ได้รับโอนตามมาตรา 51 ดอกผลและรายได้ของกองทุน รวมทั้งผลประโยชน์จากค่าตอบแทนการใช้ประโยชน์ จากการวิจัยและพัฒนา ด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เงินและทรัพย์สินอื่นที่ตกเป็นของกองทุน เงินกองทุนตาม (4) และ (2) ให้ใช้ได้เฉพาะเพื่อวัตถุประสงค์ตามมาตรา 52 (1) เงินกองทุนตาม (4) ที่ได้รับจากกิจการใดให้ใช้เฉพาะเพื่อกิจการนั้น เว้นแต่เงินที่ได้รับจาก กิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ให้ใช้เพื่อกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ก็ได้

ในมาตรา 54 ได้กล่าวถึงการกำหนดให้มีคณะกรรมการบริหารกองทุนคณะหนึ่ง ประกอบด้วย ประธาน กสทช. เป็นประธานกรรมการ ปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี เลขาธิการคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ อธิบดีกรมบัญชีกลาง และผู้อำนวยการศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ เป็นกรรมการโดยตำแหน่ง ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้และประสบการณ์ด้านการพัฒนาบุคลากรและวิชาชีพสื่อกระจายเสียง จำนวนหนึ่งคน และสื่อโทรทัศน์จำนวนหนึ่งคน ซึ่งกรรมการตาม (1) และ (2) เป็นผู้คัดเลือก (4) ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้และประสบการณ์ด้านการให้บริการโทรคมนาคม พื้นฐานอย่างทั่วถึง หรือในพื้นที่ห่างไกล รวมทั้งการให้บริการในด้านโทรคมนาคมแก่ผู้ด้อยโอกาสซึ่งกรรมการตาม (1) และ (2) เป็นผู้คัดเลือกจำนวนหนึ่งคน ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้และประสบการณ์ด้านการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคหรือการ ส่งเสริมสิทธิและเสรีภาพของประชาชน ซึ่งกรรมการตาม (1) และ (2) เป็นผู้คัดเลือกจำนวนหนึ่งคน ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้และประสบการณ์ด้านการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของผู้พิการ และผู้ด้อยโอกาส ซึ่งกรรมการตาม (1) และ (2) เป็นผู้คัดเลือกจำนวนหนึ่งคนให้เลขาธิการ กสทช. เป็นกรรมการและเลขานุการ และให้เลขาธิการ กสทช. แต่งตั้ง พนักงานของสำนักงาน กสทช. เป็นผู้ช่วยเลขานุการ กรรมการตามวรรคหนึ่ง (3) (4) (5) และ (6) ต้องไม่มีลักษณะต้องห้ามตามมาตรา 3 ข. (1) (2) (3) (4) (5) (6)

(7) (8) (9) (10) และ (11) และมีวาระการดำรงตำแหน่งคราวละสามปี และอาจได้รับการแต่งตั้งอีกได้ แต่จะดำรงตำแหน่งติดต่อกันเกินสองวาระมิได้

ให้นำมาตรา 23 มาใช้บังคับกับการประชุมของคณะกรรมการบริหารกองทุนโดยอนุโลม

มาตรา 55 คณะกรรมการบริหารกองทุนมีอำนาจหน้าที่ในการบริหารกองทุนและเสนอความเห็นเกี่ยวกับการจัดสรรเงินกองทุนเพื่อใช้จ่ายตามวัตถุประสงค์ตามมาตรา 52 ต่อ กสทช. เพื่อพิจารณาให้ความเห็นชอบ ในกรณีที่ กสทช. มีความเห็นแตกต่างจากคณะกรรมการบริหารกองทุน กสทช. ต้องให้เหตุผลประกอบการพิจารณาไว้ด้วย

ให้คณะกรรมการบริหารกองทุนเปิดเผยรายละเอียดเกี่ยวกับการจัดสรรเงินกองทุน และการดำเนินการตามวรรคหนึ่งให้ประชาชนทราบผ่านทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ของสำนักงาน กสทช. โดยต้องแสดงข้อมูลเกี่ยวกับผู้ที่ขอและผู้ที่ได้รับการจัดสรรเงินจากกองทุนและจำนวนเงินที่ได้รับจากการจัดสรรทั้งหมดด้วยการเก็บรักษา การใช้จ่าย การจัดทำบัญชีและระบบบัญชี ให้เป็นไปตามระเบียบที่ คณะกรรมการบริหารกองทุนกำหนด

12. พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2560

พระราชบัญญัติฉบับนี้เป็นการแก้ไขเพิ่มเติมพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 เพื่อปรับปรุงโครงสร้างและอำนาจหน้าที่ของ กสทช. ให้สอดคล้องกับนโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม โดยมีสาระสำคัญดังนี้

- ปรับปรุงโครงสร้างของ กสทช. โดยยกเลิกคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (กสท.) และคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคม (กทค.) ให้ กสทช. เป็นผู้กำกับดูแลกิจการทั้งสองด้านโดยตรง

- เพิ่มอำนาจหน้าที่ของ กสทช. ในการกำหนดมาตรการเพื่อป้องกันมิให้มีการกระทำอันเป็นการผูกขาดหรือก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรมในการแข่งขันในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

- แก้ไขเพิ่มเติมบทบัญญัติเกี่ยวกับการได้มาซึ่งกรรมกร กสทช. ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดในพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยวิธีพิจารณาของศาลรัฐธรรมนูญ

- กำหนดให้ กสทช. ต้องดำเนินการตามอำนาจหน้าที่ให้สอดคล้องกับนโยบายที่คณะรัฐมนตรีแถลงไว้ต่อรัฐสภา และต้องสอดคล้องกับนโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

พระราชบัญญัติฉบับนี้มีบทบัญญัติที่ส่งเสริมการคุ้มครองผู้บริโภคในด้านต่างๆ เช่น การกำหนดให้ กสทช. มีอำนาจหน้าที่ในการกำหนดมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อป้องกันมิให้ผู้ประกอบกิจการเอาเปรียบผู้บริโภค (มาตรา 27) การกำหนดให้ กสทช. ต้องดำเนินการตามอำนาจหน้าที่ให้สอดคล้องกับนโยบายที่คณะรัฐมนตรีแถลงไว้ต่อรัฐสภา ซึ่งรวมถึงนโยบายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคด้วย (มาตรา 74) และการกำหนดให้ กสทช. จัดให้มีการรับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้เสียและประชาชนทั่วไป ก่อนออกระเบียบประกาศ หรือคำสั่งเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการ (มาตรา 28)

13. พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2562

พระราชบัญญัติฉบับนี้เป็นการแก้ไขเพิ่มเติม พ.ร.บ. องค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ฯ พ.ศ. 2553 เพื่อปรับปรุงบทบัญญัติให้สอดคล้องกับรัฐธรรมนูญและสถานการณ์ปัจจุบัน โดยเน้นย้ำการใช้คลื่นความถี่เพื่อประโยชน์สูงสุดของประชาชน ความมั่นคงของรัฐ และประโยชน์สาธารณะ มีสาระสำคัญดังนี้ (ราชกิจจานุเบกษา, 2562)

- เพิ่มบทบัญญัติเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค โดยกำหนดให้ กสทช. ต้องจัดให้มีมาตรการป้องกันการแสวงหาประโยชน์จากผู้บริโภคโดยไม่เป็นธรรม หรือสร้างภาระแก่ผู้บริโภคเกินความจำเป็น (มาตรา 27)
- กำหนดค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบกิจการรายปี ไม่เกินร้อยละ 2 ของรายได้ก่อนหักค่าใช้จ่ายของผู้รับใบอนุญาต (มาตรา 45)
- ส่งเสริมรายการวิทยุและโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาสร้างสรรค์โดยกำหนดให้ผู้รับใบอนุญาตต้องจัดเวลาให้รายการดังกล่าวได้ออกอากาศในช่วงเวลาที่เหมาะสม (มาตรา 46)
- ยกเลิกมาตรา 47 เดิมซึ่งเกี่ยวกับการจัดสรรคลื่นความถี่เพื่อกิจการโทรคมนาคมเคลื่อนที่
- ปรับปรุงบทบัญญัติเกี่ยวกับแผนแม่บทโดยกำหนดให้มีแผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ และแผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม โดยต้องจัดให้มีการใช้คลื่นความถี่เพื่อประโยชน์สาธารณะหรือสำหรับภาคประชาชนไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 (มาตรา 49)
- เปิดช่องทางให้ประชาชนตรวจสอบโดยกำหนดให้ กสทช. ต้องรับฟังความคิดเห็นของประชาชนในการจัดทำแผนแม่บท และให้ประชาชนมีสิทธิฟ้องศาลปกครองหากเห็นว่าแผนแม่บทขัดต่อรัฐธรรมนูญ (มาตรา 49)

พระราชบัญญัติฉบับนี้ได้ให้ความสำคัญเรื่องการส่งเสริมการคุ้มครองผู้บริโภคในด้านต่างๆ เช่น กำหนดให้ กสทช. ต้องคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของประชาชนในการจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการ (มาตรา 27) การกำหนดให้ กสทช. ต้องจัดให้มีมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อป้องกันการเอาเปรียบจากผู้ประกอบกิจการ (มาตรา 27) การส่งเสริมการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร โดยกำหนดให้มีการใช้คลื่นความถี่เพื่อประโยชน์สาธารณะ (มาตรา 49) การส่งเสริมรายการที่มีคุณภาพ โดยกำหนดให้มีการจัดสรรเวลาออกอากาศสำหรับรายการสร้างสรรค์สังคมและรายการสำหรับเด็กและเยาวชน (มาตรา 46) และการเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วม ในการกำกับการประกอบกิจการ (มาตรา 49)

จากการศึกษาพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ฯ (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2562 พบว่าเป็นกฎหมายที่สำคัญในการคุ้มครองผู้บริโภค โดย กสทช. ได้นำบทบัญญัติของพระราชบัญญัติฉบับนี้มาเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคในด้านต่างๆ เช่น การกำหนดมาตรฐานการให้บริการ การควบคุมราคา การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล การจัดให้มีช่องทางการร้องเรียน และการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อ

14. พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2564

พระราชบัญญัติฉบับนี้เป็นการแก้ไขเพิ่มเติม พ.ร.บ. องค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ฯ พ.ศ. 2553 อีกครั้ง โดยมุ่งเน้นแก้ไขปัญหาด้านทางปฏิบัติเกี่ยวกับการสรรหาและคัดเลือกกรรมการ กสทช. ให้ได้ผู้มีความรู้ความสามารถอย่างแท้จริง มีสาระสำคัญดังนี้

- ปรับปรุงคุณสมบัติและลักษณะต้องห้ามของกรรมการ กสทช. (มาตรา 7) เพื่อให้ได้กรรมการที่มีความเหมาะสมยิ่งขึ้น
 - ปรับปรุงวิธีการสรรหาและคัดเลือกกรรมการ กสทช. (มาตรา 14 - 18) ให้โปร่งใสและตรวจสอบได้มากขึ้น
 - กำหนดให้กรรมการ กสทช. ซึ่งดำรงตำแหน่งอยู่ในวันก่อนวันที่พระราชบัญญัตินี้ใช้บังคับ ยังคงดำรงตำแหน่งต่อไป(มาตรา 10) เพื่อให้การดำเนินงานของ กสทช. เป็นไปอย่างต่อเนื่อง
 - กำหนดให้นายกรัฐมนตรีรักษาการตามพระราชบัญญัตินี้ (มาตรา 11)
- แม้พระราชบัญญัตินี้จะเน้นไปที่การปรับปรุงกระบวนการสรรหากรรมการ กสทช. แต่ก็มีส่วนเชื่อมโยงกับนโยบายคุ้มครองผู้บริโภคทางอ้อม กล่าวคือ การได้มาซึ่งกรรมการที่มีคุณสมบัติเหมาะสม ส่งผลให้ กสทช. มีประสิทธิภาพในการกำกับดูแลกิจการโทรคมนาคม เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับบริการที่มีคุณภาพ เป็นธรรม และไม่ถูกเอารัดเอาเปรียบ และการดำเนินงานของ กสทช. ที่มีความต่อเนื่อง ช่วยให้การกำหนดนโยบายและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค เป็นไปอย่างราบรื่น ไม่สะดุดหยุดลง

15. พระราชบัญญัติการประกอบกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2544

พระราชบัญญัตินี้มีบทบัญญัติบางประการเกี่ยวกับการจำกัดสิทธิและเสรีภาพของบุคคล ซึ่งมาตรา 29 ประกอบกับมาตรา 34 มาตรา 37 มาตรา 39 มาตรา 48 และมาตรา 50 ของรัฐธรรมนูญ แห่งราชอาณาจักรไทย บัญญัติให้กระทำได้โดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมาย

หมวด 1 การอนุญาตประกอบกิจการ

มาตรา 11 ผู้รับใบอนุญาตต้องชำระค่าธรรมเนียมการใช้คลื่นความถี่ ค่าธรรมเนียมเลขหมายโทรคมนาคม และค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบกิจการตามอัตราหลักเกณฑ์และวิธีการที่คณะกรรมการกำหนด

ทั้งนี้ จะต้องไม่เป็นภาระแก่ผู้ประกอบการหรือผู้ใช้บริการโดยไม่สมเหตุผล การกำหนดอัตราและ หลักเกณฑ์ของค่าธรรมเนียมการใช้คลื่นความถี่ และค่าธรรมเนียมเลขหมายโทรคมนาคม ให้คณะกรรมการ คำนึงถึงประโยชน์สาธารณะ ความคุ้มค่า ความขาดแคลน และวิธีการจัดสรรทรัพยากรดังกล่าว การกำหนดอัตราและหลักเกณฑ์ของค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคม ให้คณะกรรมการคำนึงถึงแบบของใบอนุญาต รายละเอียดในการกำกับดูแลการประกอบกิจการโทรคมนาคม อันเกิดขึ้นจากการปฏิบัติหน้าที่ตามพระราชบัญญัตินี้

มาตรา 21 การประกอบกิจการโทรคมนาคม นอกจากต้องอยู่ในบังคับของกฎหมายว่าด้วยการแข่งขันทางการค้าแล้ว ให้คณะกรรมการกำหนดมาตรการเฉพาะตามลักษณะการประกอบกิจการโทรคมนาคมมิให้ผู้รับ ใบอนุญาตกระทำการอย่างใดอันเป็นการผูกขาด หรือลด หรือจำกัดการแข่งขัน ในการให้บริการกิจการโทรคมนาคม ในเรื่องดังต่อไปนี้

- (1) การอุดหนุนการบริการ
- (2) การถือครองธุรกิจให้บริการประเภทเดียวกัน
- (3) การใช้อำนาจทางการตลาดที่ไม่เป็นธรรม
- (4) พฤติกรรมกีดกันการแข่งขัน
- (5) การคุ้มครองผู้ประกอบการรายย่อย หมวด 5 สิทธิของผู้ใช้บริการ

มาตรา 47 ในกรณีที่ผู้ใช้บริการเห็นว่าผู้รับใบอนุญาตเรียกเก็บค่าธรรมเนียมหรือค่าบริการ สูงกว่า อัตราขั้นสูงที่คณะกรรมการกำหนดตามมาตรา 55 หรือสูงกว่าที่เรียกเก็บจากผู้ให้บริการรายอื่นที่ใช้ บริการ โทรคมนาคมในลักษณะหรือประเภทเดียวกัน หรือเห็นว่าผู้รับใบอนุญาตเรียกเก็บค่าธรรมเนียมหรือค่าบริการ โดยไม่ถูกต้อง ผู้ใช้บริการมีสิทธิขอทราบข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการของตนจากผู้รับใบอนุญาตได้ ผู้รับ ใบอนุญาตต้องแจ้งข้อมูลตามวรรคหนึ่งให้ผู้ใช้บริการทราบภายในเวลาอันสมควร แต่ทั้งนี้ ไม่เกินสามสิบวันนับ แต่วันร้องขอ และในกรณีที่ผู้ใช้บริการร้องขอ ผู้รับใบอนุญาตต้องจัดทำเอกสารรับรอง ข้อมูลที่ถูกต้องให้แก่ ผู้ใช้บริการด้วย โดยจะคิดค่าตอบแทนเพื่อการนั้น จากผู้ใช้บริการก็ได้แต่ค่าตอบแทน จะต้องไม่สูงกว่าความ เป็นจริง ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการกำหนด

มาตรา 48 ในกรณีมีเหตุอันควรสงสัยว่าผู้รับใบอนุญาตเรียกเก็บค่าธรรมเนียมหรือค่าบริการที่ใน ลักษณะอย่างหนึ่งอย่างใดตามมาตรา 47 วรรคหนึ่ง ผู้ใช้บริการมีสิทธิร้องเรียนต่อคณะกรรมการได้ และให้นำ ความในมาตรา 45 และมาตรา 46 มาใช้บังคับแก่กรณีนี้โดยอนุโลม

มาตรา 50 ให้คณะกรรมการกำหนดมาตรการเพื่อคุ้มครองผู้ใช้บริการเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล สิทธิ ในความเป็นส่วนตัว และเสรีภาพในการสื่อสารถึงกันโดยทางโทรคมนาคม ให้ผู้รับใบอนุญาตมีหน้าที่ปฏิบัติตาม มาตรการที่คณะกรรมการกำหนดตามวรรคหนึ่ง เมื่อพบว่า มีบุคคลใดกระทำการละเมิดสิทธิของผู้ใช้บริการ ตามวรรคหนึ่ง ให้ผู้รับใบอนุญาตหรือคณะกรรมการ ดำเนินการเพื่อระงับการกระทำดังกล่าว และแจ้งให้ ผู้ใช้บริการทราบโดยเร็ว

16. พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540

“สัญญาสำเร็จรูป” ตามพระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540 ตามมาตรา 3 หมายความว่า สัญญาที่ทำเป็นลายลักษณ์อักษรโดยมีการกำหนดข้อสัญญาที่เป็นสาระสำคัญไว้ล่วงหน้า ไม่ว่า จะทำในรูปแบบใด ซึ่งคู่สัญญาฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดนำมาใช้ในการประกอบกิจการของตน ในมาตรา 4 โดยข้อตกลง ในสัญญาระหว่างผู้บริโภคกับผู้ประกอบธุรกิจการค้า หรือวิชาชีพ หรือในสัญญาสำเร็จรูป หรือในสัญญาขาย ฝากที่ทำให้ผู้ประกอบธุรกิจการค้า หรือวิชาชีพหรือผู้กำหนดสัญญาสำเร็จรูป หรือผู้ซื้อฝากได้เปรียบคู่สัญญา อีกฝ่ายหนึ่งเกินสมควร เป็นข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม และให้มีผลบังคับได้เพียงเท่าที่เป็นธรรม และพอสมควรแก่ กรณีเท่านั้น ในกรณีที่มิข้อสงสัย ให้ตีความสัญญาสำเร็จรูปไปในทางที่เป็นคุณแก่ฝ่ายซึ่งมิได้เป็นผู้กำหนด สัญญาสำเร็จรูปนั้น ซึ่งข้อตกลงที่มีลักษณะหรือมีผลให้คู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งปฏิบัติหรือรับภาระเกินกว่าที่วิญญู ชนจะพึงคาดหมายได้ตามปกติ เป็นข้อตกลงที่อาจถือได้ว่าทำให้ได้เปรียบคู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่ง

โดยเหตุผลในการประกาศใช้พระราชบัญญัติฉบับนี้ เนื่องจากหลักกฎหมายเกี่ยวกับนิติกรรม หรือ สัญญาที่ใช้บังคับอยู่มีพื้นฐานมาจากเสรีภาพของบุคคล ตามหลักของความศักดิ์สิทธิ์ของการแสดงเจตนา รัฐ จะไม่เข้าแทรกแซงแม้ว่าคู่สัญญาฝ่ายหนึ่งได้เปรียบคู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่ง เว้นแต่จะเป็นการต้องห้ามชัดแจ้ง โดยกฎหมายหรือขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน แต่ในปัจจุบันสภาพ สังคม เปลี่ยนแปลงไป ทำให้ผู้ซึ่งมีอำนาจต่อรองทางเศรษฐกิจเหนือกว่าถือโอกาสอาศัยหลักดังกล่าวเอา เปรียบ คู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งซึ่งมีอำนาจต่อรองทางเศรษฐกิจด้อยกว่าอย่างมาก ซึ่งทำให้เกิดความไม่เป็นธรรม และ ไม่สงบสุขในสังคม สมควรที่รัฐจะกำหนดกรอบของการใช้หลักความศักดิ์สิทธิ์ของการแสดงเจตนาและ เสรีภาพของบุคคล เพื่อแก้ไขความไม่เป็นธรรมและความไม่สงบสุขในสังคมดังกล่าว โดยกำหนดแนวทาง ให้แก่ ศาลเพื่อใช้ในการพิจารณาว่าข้อสัญญาหรือข้อตกลงใดที่ไม่เป็นธรรม และให้อำนาจแก่ศาลที่จะสั่งให้ ข้อสัญญา หรือข้อตกลงที่ไม่เป็นธรรมนั้นมิผล

อย่างไรก็ดี โดยหลักทั่วไปของการบังคับใช้กฎหมายคือ เมื่อมีกฎหมายฉบับใดให้อำนาจในการคุ้มครองผู้บริโภคไว้เป็นการเฉพาะแล้ว ก็ต้องบังคับตามกฎหมายฉบับนั้น ตัวอย่างเช่น กรณีที่ผู้บริโภคถูกละเมิดสิทธิเกี่ยวกับเรื่องอาหาร ผู้บริโภคสามารถไปร้องเรียนที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ซึ่งเป็นหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่ตามพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 ซึ่งเป็นกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค เฉพาะเรื่องสินค้าอาหารเท่านั้น แต่ถ้ากรณีไม่มีกฎหมายใด หรือหน่วยงานใดให้ความคุ้มครองผู้บริโภคเป็นการเฉพาะแล้ว ก็ต้องใช้พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ซึ่งให้ความคุ้มครองในผู้บริโภค ด้านสินค้าและบริการทั่วไป (ราชกิจจานุเบกษา, 2540)

17. ประกาศคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง มาตรฐานของสัญญาให้บริการโทรคมนาคม พ.ศ. 2559

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 51 (10) แห่งพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2543 อันเป็นพระราชบัญญัติที่มีบทบัญญัติบางประการเกี่ยวกับการจำกัดสิทธิและเสรีภาพของบุคคล ซึ่งมาตรา 29 ประกอบกับมาตรา 34 มาตรา 37 มาตรา 39 มาตรา 40 มาตรา 41 มาตรา 45 มาตรา 50 และมาตรา 57 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย บัญญัติให้กระทำได้โดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมาย และมาตรา 51 แห่ง พระราชบัญญัติการประกอบกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2544 อันเป็นพระราชบัญญัติที่มีบทบัญญัติบางประการเกี่ยวกับการจำกัดสิทธิและเสรีภาพของบุคคล ซึ่งมาตรา 29 ประกอบกับมาตรา 34 มาตรา 37 มาตรา 39 มาตรา 48 และมาตรา 50 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย บัญญัติให้กระทำได้โดยอาศัยอำนาจ ตามบทบัญญัติแห่งกฎหมายคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ จึงกำหนดมาตรฐานของสัญญาให้บริการโทรคมนาคมไว้ดังต่อไปนี้ (ราชกิจจานุเบกษา, 2540)

ข้อ 4 สัญญาจะมีผลผูกพันและใช้บังคับได้ ต้องเป็นไปตามแบบสัญญาที่คณะกรรมการได้ให้ความเห็นชอบแล้วหรือที่คณะกรรมการประกาศกำหนดแบบของสัญญาไว้เป็นการเฉพาะ เว้นแต่คณะกรรมการจะประกาศกำหนดให้สัญญาลักษณะหรือประเภทใด ได้รับยกเว้นไม่ต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการ แบบสัญญาที่คณะกรรมการจะให้ความเห็นชอบต้องทำเป็นลายลักษณ์อักษรมีรูปแบบและสาระสำคัญไม่ขัดต่อกฎหมายว่าด้วยการประกอบกิจการโทรคมนาคม และเป็นไปตามที่กำหนดไว้ในประกาศนี้ ในกรณีที่คณะกรรมการเห็นว่ารูปแบบหรือสาระสำคัญของแบบสัญญาไม่เป็นไปตามที่กำหนดในวรรคสอง คณะกรรมการมีอำนาจสั่งให้ดำเนินการแก้ไขภายในระยะเวลาที่กำหนด

ข้อ 5 ก่อนนำแบบสัญญาไปใช้ในการประกอบกิจการ ผู้ให้บริการต้องจัดส่งแบบสัญญาให้คณะกรรมการพิจารณาล่วงหน้าไม่น้อยกว่าหกสิบวัน ในกรณีที่คณะกรรมการต้องการข้อมูลหรือ รายละเอียดเพิ่มเติมเพื่อประกอบการพิจารณา ผู้ให้บริการจะต้องส่งข้อมูลและรายละเอียดเพิ่มเติมตาม ที่คณะกรรมการกำหนด

แบบสัญญาใดที่คณะกรรมการได้ให้ความเห็นชอบแล้ว หากต่อมาผู้ให้บริการประสงค์จะแก้ไขเปลี่ยนแปลงข้อกำหนด หรือเงื่อนไขเกี่ยวกับการให้บริการ อันอาจมีผลกระทบต่อสิทธิหน้าที่ หรือประโยชน์อันพึงได้รับของผู้ใช้บริการ ผู้ให้บริการต้องเสนอให้คณะกรรมการพิจารณาให้ความเห็นชอบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า สามสิบวัน เว้นแต่เป็นข้อกำหนดหรือเงื่อนไขเกี่ยวกับการให้บริการที่คณะกรรมการ ประกาศยกเว้นให้ดำเนินการได้โดยไม่ต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการ ในกรณีดังกล่าวให้ ผู้ให้บริการแจ้งให้คณะกรรมการทราบอย่างช้าไม่เกินสามสิบวันหลังจากที่ได้ดำเนินการแล้ว

การเปลี่ยนแปลงในสาระสำคัญของระบบเทคโนโลยี หรืออุปกรณ์ใด ๆ อันส่งผลกระทบทำให้ประสิทธิภาพในการให้บริการต่ำลง หรือกระทบต่อสิทธิ หน้าที่ หรือประโยชน์อันพึงได้รับของผู้ใช้บริการตามสัญญา ให้ถือว่ามิใช่เป็นการแก้ไขเปลี่ยนแปลงข้อกำหนดหรือเงื่อนไขในการให้บริการ และต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการก่อน โดยให้ดำเนินการเช่นเดียวกับกรณีตามวรรคหนึ่ง

18. ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง กระบวนการรับและพิจารณาเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการประกอบกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2559

โดยที่เห็นเป็นการสมควรปรับปรุงประกาศคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง กระบวนการรับเรื่องร้องเรียนและพิจารณาเรื่องร้องเรียนของผู้ใช้บริการ เพื่อประโยชน์ในการคุ้มครองสิทธิ และเสรีภาพของประชาชนมิให้ถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบกิจการ และคุ้มครองสิทธิของผู้ใช้บริการ เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล สิทธิในความเป็นส่วนตัวและเสรีภาพของบุคคลในการสื่อสารถึงกันโดยทาง โทรคมนาคม และเพื่อให้การพิจารณาแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียนเป็นไปด้วยความสะดวก รวดเร็ว และสอดคล้องกับบทบัญญัติกฎหมายว่าด้วยพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และที่แก้ไขเพิ่มเติม

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 27 (6) (13) (24) และมาตรา 57 (4) ประกอบกับมาตรา 31 และมาตรา 40 แห่งพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 ประกอบกับมาตรา 45 มาตรา 46 และมาตรา 50 แห่งพระราชบัญญัติการประกอบกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2554 คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (ราชกิจจานุเบกษา, 2559)

หมวด 1 การยื่นเรื่องร้องเรียน

ข้อ 7 ผู้ใดได้รับความเดือดร้อนเสียหาย อันเนื่องมาแต่การให้บริการโทรคมนาคมของผู้รับใบอนุญาต ผู้นั้นมีสิทธิยื่นเรื่องร้องเรียนต่อผู้รับใบอนุญาตหรือสำนักงานตามวิธีการที่กำหนดในประกาศนี้ ได้ ข้อ 8 การร้องเรียนต่อสำนักงานให้ทำเป็นหนังสือและต้องมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

- (1) ชื่อ สกุล ที่อยู่ และเลขหมายโทรศัพท์ของผู้ร้องเรียน พร้อมสำเนาบัตรประจำตัวประชาชน หรือสำเนาหนังสือเดินทาง หรือเอกสารประจำตัวอื่นใดที่ใช้แทนได้ที่ออกโดยราชการ หรือหนังสือรับรองนิติบุคคล
 - (2) ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ร้องเรียนและผู้รับใบอนุญาต
 - (3) ข้อเท็จจริงของปัญหาเรื่อง ร้องเรียนที่แสดงถึงความเดือดร้อนเสียหายจากการให้บริการโทรคมนาคมของผู้รับใบอนุญาต
 - (4) คำขอที่ต้องการให้ผู้รับใบอนุญาตปฏิบัติตาม
 - (5) เอกสารหลักฐานที่เกี่ยวข้องกับเรื่องร้องเรียน (ถ้ามี) เช่น สัญญาให้บริการโทรคมนาคม ใบเรียกเก็บค่าบริการ ข้อมูลการติดต่อเบื้องต้น หรือแนวทางการแก้ไขปัญหาเบื้องต้นของผู้รับใบอนุญาต เป็นต้น
- การร้องเรียนนอกจากดำเนินการตามวรรคหนึ่ง สามารถร้องเรียนโดยทางอื่น เช่น โทรศัพท์ โทรสาร หรือจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ให้กระทำได้โดยจะมีผลสมบูรณ์เป็นการร้องเรียนต่อเมื่อได้มี รายละเอียดครบถ้วนตามวรรคหนึ่ง และทำเป็นหนังสือโดยนำส่งต่อสำนักงานแล้ว

ให้ผู้รับใบอนุญาตหรือสำนักงานแล้วแต่กรณีให้คำแนะนำ ช่วยเหลือ และอำนวยความสะดวก แก่ผู้ร้องเรียนในการยื่นเรื่องร้องเรียน

ข้อ 28 ผู้รับใบอนุญาตต้องเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับจำนวน ประเภท และผลการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียน ซึ่งแสดงสถิติและรายละเอียดของการร้องเรียนตลอดจนการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียน โดยจัดทำเอกสารเผยแพร่เป็นการทั่วไป ณ สำนักงานใหญ่ สำนักงานสาขา หรือศูนย์บริการลูกค้าทุกแห่ง ของผู้รับใบอนุญาต ร้านค้าตัวแทนจำหน่าย เว็บไซต์ของผู้รับใบอนุญาต และช่องทางอื่นใดที่ผู้ใช้บริการ และประชาชนสามารถเข้าถึงได้โดยง่าย

19. ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง การกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2555

โดยที่คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ มีอำนาจหน้าที่ตรวจสอบการดำเนินการของผู้ประกอบกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ มิให้มีการดำเนินการใด ๆ ในประการที่น่าจะเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค โดยอาศัยการใช้เครือข่ายหรือการโฆษณาอันมีลักษณะเป็นการค้ากำไรเกินควร หรือก่อให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญ ดังนั้น เพื่อให้การคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพของผู้บริโภคมิให้ถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นธรรม จึงสมควรกำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ขึ้น

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 27 (6) และ (24) และมาตรา 31 วรรคสอง แห่งพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุ โทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 อันเป็นกฎหมายที่มีบทบัญญัติบางประการเกี่ยวกับ การจำกัดสิทธิและเสรีภาพของบุคคล ซึ่งมาตรา 29 ประกอบกับมาตรา 35 มาตรา 36 มาตรา 41 มาตรา 43 มาตรา 45 มาตรา 46 มาตรา 47 มาตรา 61 และมาตรา 64 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยบัญญัติ ให้กระทำได้โดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมาย คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการ โทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ จึงออกประกาศกำหนดการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค ในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ดังนี้

ข้อ 7 กรณีที่มีผู้ประกอบกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์รายหนึ่งรายใดดำเนินการในลักษณะเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคตามประกาศนี้ ให้ผู้บริโภคที่ได้รับความเดือดร้อนหรือเสียหายมีสิทธิร้องเรียนต่อคณะกรรมการ

ในกรณีที่มีเหตุอันควรสงสัยว่าผู้ประกอบกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์รายใดดำเนินการในลักษณะเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคตามประกาศนี้ คณะกรรมการอาจสั่งให้มีการตรวจสอบข้อเท็จจริงในกรณีดังกล่าวก็ได้

การตรวจสอบข้อเท็จจริงเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคมิให้ถูกเอาเปรียบตามประกาศนี้ คณะกรรมการอาจมอบหมายให้คณะอนุกรรมการปฏิบัติหน้าที่ในการตรวจสอบและเสนอความเห็นต่อคณะกรรมการก็ได้

ข้อ 8 ในกรณีที่คณะกรรมการเห็นว่าผู้ประกอบกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ ดำเนินการใด ๆ ในลักษณะเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคแล้ว ให้มีคำสั่งให้ผู้ประกอบกิจการกระจายเสียง หรือกิจการโทรทัศน์นั้นระงับการดำเนินการดังกล่าวโดยทันที

ข้อ 9 ผู้ประกอบกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ที่ได้รับ คำสั่งตามข้อ 4 แล้วไม่ปฏิบัติตามคณะกรรมการจะปรับทางปกครองไม่เกินห้าล้านบาท

ในกรณีที่ผู้ประกอบกิจการตามวรรคหนึ่งยังคงฝ่าฝืนไม่ปฏิบัติตามคำสั่งของคณะกรรมการ ต่อไป คณะกรรมการจะปรับทางปกครองอีกวันละไม่เกินหนึ่งแสนบาทตลอดเวลา ที่ยังมีได้ปฏิบัติตามคำสั่งนั้น

การพิจารณาสั่งลงโทษปรับทางปกครองตามประกาศนี้ ให้นำหลักเกณฑ์และวิธีการ ที่คณะกรรมการประกาศกำหนดตามมาตรา 62 แห่งพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและ กิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 มาใช้บังคับโดยอนุโลม

20. ประกาศสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และโทรคมนาคม แห่งชาติ เรื่อง แนวทางการพิจารณาเกี่ยวกับการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคตาม ข้อ 5 (12) ของประกาศ คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการ โทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง การกระทำ ที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2555 และฉบับเพิ่มเติม

ฉบับที่ 1 ลงวันที่ 5 มิถุนายน 2556 จะกำหนดถึงการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคไว้ว่า คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ซึ่งมีอำนาจหน้าที่ปฏิบัติการแทนคณะกรรมการ กิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับกิจการ กระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ตามมาตรา 37 แห่งพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการ ประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 ได้มีมติในการประชุม ครั้งที่ 19/2556 เมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม 2556 กำหนดให้ การกระทำของผู้รับใบอนุญาตซึ่งให้บริการโทรทัศน์ โดยดำเนินการให้ปรากฏภาพประกอบบนแถบ แสดงข้อมูลขณะเปลี่ยนช่องรายการโทรทัศน์ ในลักษณะเป็น การบังคับให้ผู้ชม ต้องรับข้อมูลที่นำเสนอ โดยมีอาจหลีกเลี่ยงได้และภาพประกอบ ดังกล่าวได้บดบังพื้นที่ หน้าจอโทรทัศน์บางส่วน อันเป็นการขัดขวางการรับชมรายการอย่างปกติทั่วไป ที่ผู้บริโภคจึงคาดหมายได้จาก การให้บริการของผู้ประกอบกิจการโดยทั่วไปพึงกระทำในการให้บริการโดยไม่มีเหตุผลอันสมควรเป็นการ กระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคโดยการก่อให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญ ตามข้อ 5 (12) ของประกาศ คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง การกระทำที่ เป็น การเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2555

ฉบับที่ 2 ลงวันที่ 17 ธันวาคม 2558 กำหนดถึงการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคไว้ว่า ดังนี้

ข้อ 1 “การโฆษณาให้ผู้ให้บริการให้สิทธิการใช้บริการต่าง ๆ เป็นพิเศษแก่ผู้สมัครใช้บริการเพื่อเป็นการ ส่งเสริมการขายในห้วงเวลาใด โดยผู้ให้บริการคงสิทธิการใช้บริการเป็นพิเศษตามที่โฆษณานั้นไว้น้อยกว่า สามสิบวัน นับตั้งแต่วันที่โฆษณา” และ

ข้อ 2 “การโฆษณาด้วยข้อมูลที่เป็นเท็จ หรือปกปิดข้อมูลที่สำคัญ หรือให้ข้อมูลที่ไม่ชัดเจน ไม่อาจ เข้าใจได้ กำกวม หรือละเว้นการนำเสนอข้อมูลที่จำเป็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ หรือปกปิดข้อความจริง ที่ควรบอกให้แจ้งที่ทำให้ผู้ใช้บริการเข้าใจผิดในข้อเท็จจริง คุณสมบัติ หรือคุณลักษณะของบริการ ซึ่งมีผลต่อ การตัดสินใจของผู้ใช้บริการ”

ฉบับที่ 3 ลงวันที่ 17 ธันวาคม 2558 กำหนดถึงการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคไว้ คือ คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ซึ่งมีอำนาจหน้าที่ปฏิบัติการแทนคณะกรรมการ กิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับกิจการกระจาย เสียงและกิจการโทรทัศน์ตามมาตรา 37 แห่งพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบ กิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 ได้มีมติในการประชุม ครั้งที่ 38/2558 เมื่อวันที่ 16 พฤศจิกายน 2558 กำหนดให้การกระทำของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ที่ ดำเนินการออกอากาศรายการหรือโฆษณาที่มีเนื้อหาสาระในลักษณะเป็นการเชิญชวนหรือจูงใจให้ผู้บริโภค เลือกใช้บริการหรือสินค้าที่ผิดกฎหมายหรือที่เป็นการหลอกลวง โดยอาศัยความเชื่ออย่างมโนหรือความ ศรัทธาของบุคคลซึ่งไม่สามารถพิสูจน์ได้ด้วยหลักเหตุผล หรือกระบวนการพิสูจน์ที่เป็นที่ยอมรับเป็นการกระทำ

ที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคโดยอาศัยการใช้เครือข่ายหรือการโฆษณา อันมีลักษณะที่เป็นการก่อให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญตามข้อ 5 (12) ของประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง การกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2555 (ราชกิจจานุเบกษา, 2559)

ฉบับที่ 4 ลงวันที่ 2 พฤศจิกายน 2561 กำหนดถึงลักษณะการกระทำที่ถือเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ โดยอาศัยการใช้เครือข่ายหรือการโฆษณาอันมี ลักษณะเป็นการค้ากำไรเกินควรหรือก่อให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญ ซึ่งในกรณีที่เห็นสมควร คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ อาจพิจารณากำหนด ลักษณะการกระทำที่ถือเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคได้ ตามข้อ 5 (12) ของประกาศดังกล่าว คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ได้มีมติในการประชุมครั้งที่ 13/2561 เมื่อวันที่ 25 กรกฎาคม 2561 กำหนดให้การดำเนินการของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ เพื่อให้บริการโครงข่ายโทรทัศน์ที่ไม่ใช้คลื่นความถี่ เป็นการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ ในกรณีที่มีการให้บริการโดยใช้วิธีการทางเทคนิค หรือการกระทำในลักษณะพิเศษ เพื่อให้ผู้บริโภคต้องรับสัญญาณช่องรายการใดรายการหนึ่ง เป็นการเฉพาะทุกครั้งที่มีการเปิด เครื่องรับสัญญาณโทรทัศน์ หรืออุปกรณ์รับสัญญาณดังกล่าว อันมีลักษณะเป็นการบังคับให้ผู้บริโภคต้องรับบริการตามที่ผู้รับใบอนุญาตกำหนด โดยไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ และ ไม่มีเหตุผลอันสมควรซึ่งก่อให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญและจำกัดสิทธิผู้บริโภคในการเลือกรับสัญญาณ ช่องรายการโทรทัศน์อย่างเสรีภาพ (ราชกิจจานุเบกษา, 2561)

21. ประกาศสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการ โทรคมนาคม แห่งชาติ เรื่อง แนวทางการพิจารณาเกี่ยวกับการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคตามข้อ 5 (10) ของประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง การกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการ กระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2555

ประกาศสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง แนวทางการพิจารณาเกี่ยวกับการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคตามข้อ 5 (10) ของประกาศ คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง การกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2555 ลงวันที่ 16 ธันวาคม 2557

ประกาศฉบับนี้บัญญัติถึงการออกอากาศโดยวิธีการใช้เสียงดังเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค ซึ่งจะมีผลกระทบต่อผู้บริโภคในลักษณะเป็นการบังคับให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูลข่าวสาร หรือโฆษณาที่เป็นมลพิษทางเสียงโดยในข้อ 3 ของประกาศฉบับนี้ ให้คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ใช้แนวทางในประกาศฉบับนี้เป็นเกณฑ์ในการวินิจฉัยเกี่ยวกับการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค

22. ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง การกระทำที่น่าจะเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม โดยอาศัยเครือข่าย หรือ การโฆษณา อันมีลักษณะเป็นการค้ากำไรเกินควร หรือก่อให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญ พ.ศ. 2558

โดยที่เห็นเป็นการสมควรกำหนดมาตรการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค เพื่อมิให้ผู้ประกอบกิจการโทรคมนาคมดำเนินการใด ๆ ในประการที่น่าจะเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค โดยอาศัยการใช้เครือข่ายหรือการโฆษณาอันมีลักษณะเป็นการค้ากำไรเกินควร หรือก่อให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญ

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 27 (6) (13) และ (24) และมาตรา 31 วรรคสอง แห่งพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ จึงออกประกาศกำหนดมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคเกี่ยวกับการกระทำที่น่าจะเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคมไว้ ดังนี้

ข้อ 5 ในกรณีที่ผู้ประกอบกิจการโทรคมนาคมดำเนินการใด ๆ ในประการที่น่าจะเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค โดยอาศัยการใช้เครือข่ายหรือการโฆษณาอันมีลักษณะเป็นการค้ากำไรเกินควร หรือก่อให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญ ไม่ว่าด้วยวิธีการใดตามที่คณะกรรมการกำหนดไว้ในประกาศนี้ คณะกรรมการมีอำนาจสั่งระงับการดำเนินการดังกล่าวได้

การดำเนินการตามแนวทางดังต่อไปนี้ ถือเป็นการกระทำในประการที่น่าจะเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคตามวรรคหนึ่ง

(1) การกระทำโดยไม่แจ้งให้ผู้บริโภคทราบรายละเอียดของบริการโทรคมนาคมในแต่ละบริการอย่างชัดเจนและครบถ้วนเพื่อให้ผู้บริโภคทราบและใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการเข้าทำสัญญา และเลือกใช้บริการได้อย่างถูกต้อง

(2) การกำหนดเงื่อนไขในลักษณะที่เป็นการบังคับโดยทางตรงหรือทางอ้อมให้ผู้บริโภคต้องใช้บริการโทรคมนาคมโดยผู้บริโภคไม่ประสงค์จะใช้บริการนั้นหรือเป็นเหตุให้ผู้บริโภคต้องรับภาระค่าบริการที่เพิ่มขึ้นหรือการกระทำที่มีลักษณะเป็นการจำกัดโอกาสในการเลือกซื้อหรือเลือกใช้บริการ โทรคมนาคมของผู้บริโภคในการใช้บริการนั้น

(3) การโฆษณาในลักษณะเกินจริงหรือก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับบริการทั้งโดยตรงหรือโดยอ้อม

(4) การกำหนดเงื่อนไขในการคิดค่าบริการที่ไม่เป็นธรรมหรือมีลักษณะเป็นการค้ากำไรเกินควรเป็นผลให้ผู้บริโภคเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น

(5) การกระทำโดยการโทรศัพท์หรือส่งข้อความการโฆษณาไปยังเครื่องโทรคมนาคมหรืออุปกรณ์ของผู้บริโภคจนก่อให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญแก่ผู้บริโภคหรือโดยมิได้รับอนุญาตหรือความยินยอมจากผู้บริโภค เว้นแต่เป็นการแจ้งเงื่อนไขการให้บริการหรือข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการของผู้บริโภค หรือแจ้งเหตุเพื่อป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย หรือกรณีเกิดเหตุฉุกเฉินและภัยพิบัติรวมถึงเพื่อประโยชน์สาธารณะ

23. ประกาศสิทธิการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อประโยชน์ในการคุ้มครองประชาชน

สำนักงาน กสทช. ประกาศสิทธิผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ เพื่อให้ประชาชนผู้ใช้บริการได้ตระหนักในสิทธิของตนเกี่ยวกับการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน การใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบรายเดือน การเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ การย้ายค่ายโดยใช้เบอร์เดิม การยกเลิกบริการ SMS กวนใจ และการปิดบริการอินเทอร์เน็ตข้ามแดนระหว่างประเทศ (Roaming) และการร้องเรียนปัญหาที่เกิดขึ้นจากการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ (สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, 2559)

24. คำประกาศสิทธิผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตทางสาย

1. การสมัครและเลือกใช้บริการ

(1) มีสิทธิได้รับข้อมูลประกอบการตัดสินใจก่อนเข้าทำสัญญาการใช้บริการ เกี่ยวกับเงื่อนไข การสมัครใช้บริการ มาตรฐานและคุณภาพ ข้อจำกัดในการให้บริการ รวมถึงข้อตกลงต่าง ๆ อย่างชัดเจน และครบถ้วน

(2) มีสิทธิเลือกใช้บริการได้ตามความต้องการ และหากตกลงชำระค่าธรรมเนียมแรกเข้าและ ค่าติดตั้งอุปกรณ์ในวันที่สมัครใช้บริการตามที่ผู้ให้บริการกำหนด จะไม่มีข้อผูกพันระยะเวลาการใช้บริการ แต่หากตกลงรับสิทธิยกเว้นไม่ชำระค่าใช้จ่ายดังกล่าวอาจมีข้อผูกพันต้องใช้บริการตามระยะเวลาที่กำหนด

2. มาตรฐานและคุณภาพการให้บริการ

(1) มีสิทธิที่จะได้รับบริการตามมาตรฐานและคุณภาพการให้บริการตามที่ได้โฆษณาหรือแจ้งไว้

(2) มีสิทธิได้รับความเร็วในการใช้บริการตามเงื่อนไข ลักษณะ และประเภทของบริการที่เลือกใช้งานตามเงื่อนไขที่ตกลงกันไว้ในสัญญาหรือที่ได้โฆษณาหรือแจ้งไว้ ทั้งนี้ ความเร็วในการใช้งานอินเทอร์เน็ต โดยทั่วไปขึ้นอยู่กับจำนวนผู้ใช้งานในขณะนั้นและปัจจัยอื่น ๆ ที่ไม่ได้ใช้ในการควบคุมดูแลของผู้ให้บริการ ยกเว้นการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบสายเช่า (Leased Line) จะได้รับบริการในความเร็วที่คงที่

(3) มีสิทธิให้ผู้ให้บริการพิสูจน์ข้อเท็จจริงกรณีมีข้อโต้แย้งว่าการให้บริการไม่เป็นไปตาม มาตรฐานและคุณภาพที่โฆษณาหรือแจ้งไว้ และให้ดำเนินการเพื่อแก้ไขเยียวยาความเสียหายที่เกิดขึ้น แก่ผู้ใช้บริการอย่างเป็นธรรม และในกรณีการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมและค่าบริการไม่ถูกต้อง ผู้ให้บริการ ต้องพิสูจน์ข้อเท็จจริงภายใน 60 วัน มิฉะนั้น ให้ถือว่าผู้ให้บริการสละสิทธิในการเรียกเก็บค่าบริการที่มีข้อโต้แย้ง นั้น

(4) มีสิทธิไม่ชำระค่าบริการในช่วงที่เกิดเหตุขัดข้องกับการใช้บริการและผู้ให้บริการจะต้องเร่ง แก้ไขเพื่อให้สามารถใช้บริการได้โดยเร็ว เว้นแต่จะพิสูจน์ได้ว่าเหตุขัดข้องนั้นเกิดขึ้นจากการกระทำของ ผู้ใช้บริการเอง

3. การเลิกสัญญา

(1) มีสิทธิเลิกสัญญาเวลาใดก็ได้ ด้วยการมีหนังสือแจ้งผู้ให้บริการทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 5 วันทำการ และจะต้องชำระค่าบริการจนถึงวันที่เลิกสัญญา โดยการขอเลิกสัญญาก่อนครบกำหนดระยะเวลาที่ ได้ตกลงไว้อาจถูกเรียกเก็บค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าติดตั้งอุปกรณ์ในอัตราที่หักลดตามสัดส่วนที่ได้ใช้ บริการตามที่กำหนดไว้ในสัญญา

(2) มีสิทธิขอเลิกสัญญาก่อนครบกำหนดระยะเวลาตามที่ได้ตกลงไว้ โดยไม่ต้อง ชำระ ค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าติดตั้งอุปกรณ์ หากการให้บริการไม่เป็นไปตามมาตรฐานและคุณภาพที่ ได้ โฆษณาหรือแจ้งไว้

(3) มีสิทธิได้รับการแจ้งเตือนก่อนถูกยกเลิกสัญญาการให้บริการ ด้วยเหตุค้างชำระค่าบริการ

2 คราวติดต่อกัน

25. ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง มาตรการคุ้มครองสิทธิของผู้ใช้บริการโทรคมนาคมเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล สิทธิในความเป็นส่วนตัว และเสรีภาพในการสื่อสารถึงกันโดยทางโทรคมนาคม

คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เห็นสมควร ปรับปรุงหลักเกณฑ์การคุ้มครองสิทธิของผู้ใช้บริการโทรคมนาคมเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล สิทธิในความเป็น

ส่วนตัว และเสรีภาพในการสื่อสารถึงกันโดยทางโทรคมนาคม เนื่องจากปัจจุบันมีการล่วงละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล สิทธิในความเป็นส่วนตัว และเสรีภาพในการสื่อสารถึงกัน โดยทางโทรคมนาคมเป็นจำนวนมากจนสร้างความเดือดร้อนรำคาญ ความเสียหาย และกระทบต่อสิทธิเสรีภาพ หรือความเสมอภาคของประชาชนและผู้ใช้บริการโทรคมนาคม ประกอบกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและการประกอบกิจการของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคมที่มีลักษณะหลอมรวมข้ามประเภทกิจการทำให้การเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลอันเป็นการล่วงละเมิดดังกล่าว ทำได้โดยง่าย สะดวก และรวดเร็ว ก่อให้เกิดความเสียหายต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิทธิเสรีภาพของประชาชนโดยรวม และเพื่อให้กลไกการคุ้มครองสิทธิของผู้ใช้บริการโทรคมนาคมดังกล่าวสามารถดำเนินการไปพร้อมกับ การใช้ประโยชน์จากข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการเพื่อประโยชน์ในการดำเนินกิจการโทรคมนาคมเพื่อประโยชน์อื่นนอกเหนือจากการดำเนินกิจการโทรคมนาคม หรือเพื่อประโยชน์ของผู้ใช้บริการให้มี ความทันสมัยและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นในการก้าวสู่สังคมเศรษฐกิจดิจิทัล รองรับการพัฒนาทาง เทคโนโลยีและการหลอมรวมของธุรกิจดิจิทัลในการให้บริการประชาชน

เมื่อพิจารณาเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคจากประกาศฉบับนี้ พบว่า ได้ปรับปรุงมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อรับมือกับการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลที่เพิ่มขึ้นจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและการรวมตัวของธุรกิจดิจิทัล และรองรับการดำเนินธุรกิจในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล โดยไม่กระทบสิทธิเสรีภาพของประชาชน โดยรายละเอียดประกาศฯ ได้ระบุถึงการเก็บรวบรวมและการใช้ข้อมูลส่วนบุคคล หมวด 1 การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ ข้อ 6 เก็บรวบรวมและใช้ข้อมูลได้เฉพาะที่จำเป็นต่อการให้บริการโทรคมนาคม หรือเมื่อได้รับความยินยอมจากผู้ใช้บริการโดยชัดเจน ข้อ 7 ห้ามเก็บข้อมูลที่ละเอียดอ่อน เช่น เชื้อชาติ ศาสนา สุขภาพ หรือความเชื่อ โดยไม่ได้รับความยินยอมชัดเจน ข้อ 8 มีข้อยกเว้นสำหรับการเปิดเผยข้อมูลในบางกรณี เช่น การส่งให้ กสทช. ตามกฎหมาย

การเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคล หมวดที่ 2 ได้ระบุถึง การเก็บรวบรวมและการเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ ข้อ 10 ผู้รับใบอนุญาตต้องเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการจากผู้ให้บริการ โดยตรงเท่าที่จำเป็น และเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ชอบด้วยกฎหมาย โดยต้องแจ้งให้ผู้ให้บริการทราบก่อน ข้อ 11 ผู้รับใบอนุญาตต้องเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการกรณีที่มีการใช้บริการอยู่ ย้อนหลังไม่น้อยกว่า 90 วัน ตลอดเวลาที่ให้บริการ เว้นแต่กรณีที่มีผู้ให้บริการร้องเรียนเกี่ยวกับการใช้บริการโทรคมนาคมซึ่งจำเป็นต้องใช้ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการเพื่อพิสูจน์ความถูกต้องของการใช้บริการ การเรียกเก็บค่าบริการ หรือการตรวจสอบคุณภาพการให้บริการ ผู้รับใบอนุญาตต้องเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการเฉพาะเท่าที่จำเป็นต่อประโยชน์ในการพิสูจน์ดังกล่าวไว้จนกว่าการพิจารณาเรื่องร้องเรียน จะแล้วเสร็จ ทั้งนี้ ไม่จำเป็นต้องเก็บรักษาไว้เกิน 6 ปี นับแต่วันที่รับเป็นเรื่องร้องเรียน

สิทธิของผู้ใช้บริการ หมวดที่ 3 ได้ระบุถึงสิทธิของผู้ใช้บริการ ข้อที่ 12 ผู้ใช้บริการมีสิทธิขอตรวจดู ขอเข้าถึง หรือขอสำเนารับรองถูกต้องซึ่งข้อมูลส่วนบุคคลที่เกี่ยวกับตน ขอแก้ไขหรือเปลี่ยนแปลงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการให้ถูกต้องสมบูรณ์และเป็นปัจจุบัน ขอระงับการใช้หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ และเพิกถอนความยินยอมให้เก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ ไม่ว่าเวลาใดก็ตาม และข้อ 13 ผู้ใช้บริการสามารถร้องเรียนเกี่ยวกับกรณีถูกละเมิดสิทธิเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล สิทธิในความเป็นส่วนตัว หรือเสรีภาพในการสื่อสารถึงกันโดยทางโทรคมนาคม โดยให้เป็นไปตามกระบวนการรับและพิจารณาเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการประกอบกิจการโทรคมนาคม

หน้าที่ของผู้รับใบอนุญาตในการคุ้มครองผู้บริโภค ในหมวด 4 ได้กำหนดหน้าที่ของผู้รับใบอนุญาตต้องจัดให้มีมาตรการป้องกันและรักษาความมั่นคงปลอดภัยของ ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการทั้งทางด้านเทคนิคและการจัดการภายในองค์กรในรูปแบบที่เหมาะสม เพื่อป้องกันการสูญหาย เข้าถึง ใช้ เปลี่ยนแปลง

แก้ไข หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ โดยปราศจากอำนาจหรือโดยมิชอบ และต้องทบทวนมาตรการดังกล่าวเมื่อมีความจำเป็น หรือเมื่อเทคโนโลยีเปลี่ยนแปลงไปเพื่อให้มีประสิทธิภาพในการรักษาความมั่นคงปลอดภัยที่เหมาะสม และเมื่อการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการใดมีความเสี่ยงที่จะมีผลกระทบต่อสิทธิและเสรีภาพของบุคคล ผู้รับใบอนุญาตต้องแจ้งเหตุในการละเมิดให้ กสทช. ทราบโดยไม่ชักช้าเท่าที่สามารถกระทำได้ ภายใน 72 ชั่วโมง นับแต่ทราบเหตุ

ผู้รับใบอนุญาตต้องจัดให้มีมาตรการสร้างความเชื่อมั่นในการติดต่อสื่อสารถึงกัน โดยทางโทรคมนาคม และห้าม ดักฟัง ตรวจ กักสัญญาณ หรือเปิดเผยสิ่งสื่อสารถึงกันโดยทางโทรคมนาคมที่บุคคลติดต่อถึงกันไม่ว่าจะเป็นรูปแบบใด ๆ เว้นแต่โดยอาศัยได้รับอนุญาตตามกฎหมาย

การส่งข้อมูลระหว่างประเทศ ประกาศฉบับนี้ได้กำหนดผู้รับใบอนุญาตต้องปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และ กสทช. อาจกำหนดเงื่อนไขเพิ่มเติม

26. ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง กำหนดระยะเวลาการพิจารณาคำขอหรือคำร้องเรียนในกิจการโทรคมนาคม

คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ สมควรกำหนดระยะเวลาการพิจารณาคำขอหรือคำร้องเรียนในกิจการ โทรคมนาคม ในกรณีที่กฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ หรือประกาศที่เกี่ยวกับการพิจารณาคำขอหรือ คำร้องเรียนโดยเฉพาะในเรื่องนั้น ยังมิได้มีการกำหนดระยะเวลาในการพิจารณาไว้เป็นประการอื่น (สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, 2566)

ในประกาศนี้ “คำขอหรือคำร้องเรียน” หมายความว่า คำขอหรือคำร้องเรียนในกิจการโทรคมนาคม หรือ เอกสารอื่นทำนองเดียวกัน ซึ่งได้ยื่นตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ หรือประกาศของ กสทช. รวมถึงของสำนักงาน กสทช. เมื่อพิจารณาเนื้อหาที่เกี่ยวข้องด้านการคุ้มครองผู้บริโภค สามารถสรุปได้ดังนี้

ข้อ 4 เมื่อมีการยื่นคำขอหรือคำร้องเรียน ให้สำนักงาน กสทช. ตรวจสอบคำขอหรือคำร้องเรียน และเอกสารหลักฐานที่ยื่นพร้อมคำขอหรือคำร้องเรียนให้ถูกต้องครบถ้วนตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ หรือประกาศของ กสทช. รวมถึงของสำนักงาน กสทช. ที่ได้กำหนดไว้ ก่อนรับคำขอหรือคำร้องเรียนเพื่อดำเนินการพิจารณาคำขอหรือคำร้องเรียนต่อไป

หากเห็นว่าคำขอหรือคำร้องเรียนไม่ถูกต้องครบถ้วน หรือยังขาดเอกสารหรือหลักฐานใดให้แจ้งให้ผู้ยื่นคำขอหรือคำร้องเรียนทราบทันที ถ้าเป็นกรณีที่สามารถแก้ไขหรือเพิ่มเติมได้ในขณะนั้น ให้แจ้งให้ผู้ยื่นคำขอหรือคำร้องเรียนดำเนินการแก้ไขหรือยื่นเอกสารหรือหลักฐานเพิ่มเติมให้ครบถ้วน ถ้าเป็นกรณีที่ไม่อาจดำเนินการได้ในขณะนั้น ให้กำหนดระยะเวลาที่ผู้ยื่นคำขอหรือคำร้องเรียน จะต้องดำเนินการแก้ไขหรือยื่นเอกสารหรือหลักฐานเพิ่มเติมด้วย

ในกรณีที่ผู้ยื่นคำขอหรือคำร้องเรียนไม่แก้ไขเพิ่มเติมคำขอหรือคำร้องเรียน หรือไม่ส่งเอกสาร หรือหลักฐานเพิ่มเติมตามวรรคสอง ให้สำนักงาน กสทช. คืนคำขอหรือคำร้องเรียนให้แก่ผู้ยื่นคำขอหรือคำร้องเรียนพร้อมทั้งแจ้งเป็นหนังสือถึงเหตุแห่งการคืนคำขอหรือคำร้องเรียนให้ทราบด้วย ทั้งนี้ ผู้ยื่นคำขอหรือคำร้องเรียนอาจยื่นคำขอหรือคำร้องเรียนใหม่ได้

ข้อ 5 กรณีการพิจารณาคำขอหรือคำร้องเรียนใดเป็นอำนาจหน้าที่ของ กสทช. ให้สำนักงาน กสทช. เสนอเรื่องต่อ กสทช. ภายใน 30 วัน นับแต่วันที่สำนักงาน กสทช. ได้รับคำขอหรือ คำร้องเรียนและเอกสารหลักฐานถูกต้องครบถ้วน และให้ กสทช. พิจารณาคำขอหรือคำร้องเรียนดังกล่าว ให้แล้วเสร็จภายใน 30 วัน นับแต่วันที่สำนักงาน กสทช. ได้เสนอเรื่องต่อ กสทช. พิจารณา

คำขอหรือคำร้องเรียนในเรื่องดังต่อไปนี้ ให้ กสทช. พิจารณาให้แล้วเสร็จภายใน 90 วัน นับแต่วันที่สำนักงาน กสทช. ได้เสนอเรื่องต่อ กสทช. พิจารณา (1) เรื่องสำคัญที่มีความยุ่งยากซับซ้อน หรือกระทบต่อประโยชน์สาธารณะที่สำคัญ หรือต้องอาศัยความรู้ความชำนาญของผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิในการพิจารณาคำขอหรือคำร้องเรียน หรือต้องแสวงหาข้อเท็จจริงหรือเอกสารหลักฐานเป็นจำนวนมากเพื่อนำมาพิจารณาคำขอหรือคำร้องเรียน (2) เรื่องอื่นใดตามที่ กสทช. กำหนด

27. กฎหมายอื่นๆที่เกี่ยวข้อง

ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง แผนความถี่วิทยุกิจการกระจายเสียงระบบดิจิทัลเพื่อทดลองหรือทดสอบ

แผนความถี่วิทยุฉบับนี้จัดทำขึ้นสำหรับการใช้งานคลื่นความถี่ในกิจการกระจายเสียงระบบดิจิทัลเพื่อการทดลองหรือทดสอบ ภายหลังการยุติการรับส่งสัญญาณวิทยุโทรทัศน์ในระบบแอนะล็อก โดยประกอบด้วยคลื่นความถี่ การส่งสัญญาณ การรับสัญญาณ โครงข่าย เงื่อนไขการใช้คลื่นความถี่ และตารางแผนความถี่วิทยุกิจการกระจายเสียงระบบดิจิทัลเพื่อการทดลองหรือทดสอบ มีหลักการสรุปได้ดังนี้

1.1 กำหนดย่านความถี่วิทยุ 174 – 230 เมกะเฮิร์ตซ์ (MHz) สำหรับกิจการกระจายเสียงระบบดิจิทัลเพื่อการทดลองหรือทดสอบ โดยจะนำความถี่วิทยุเท่าที่จำเป็นมาใช้งานอย่างคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพ โดยปราศจากการรบกวนซึ่งกันและกัน

1.2 การใช้สิ่งอำนวยความสะดวกด้านกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พิจารณาจากความเหมาะสมด้านเศรษฐศาสตร์และวิศวกรรมศาสตร์เป็นสำคัญ

1.3 กำหนดให้ใช้ระบบ Digital Audio Broadcasting (DAB) ที่มีการเข้ารหัสสัญญาณเสียงแบบ MPEG-4 High Efficiency Advanced Audio Coding version 2 (MPEG-4 HE AAC v2) หรือที่เรียกว่า DAB+ Audio

1.4 กำหนดพื้นที่นำร่องสำหรับตั้งสถานีวิทยุคมนาคม จำนวน 10 พื้นที่ ได้แก่ กรุงเทพมหานคร พัทธยา ศรีราชา เชียงใหม่ ขอนแก่น นครราชสีมา นครศรีธรรมราช ภูเก็ต หัวหิน และ สงขลา โดยแต่ละพื้นที่มีโครงข่าย (Network) จำนวน 3 โครงข่าย แบ่งเป็น โครงข่ายระดับชาติ (National Network) 1 โครงข่าย และโครงข่ายระดับท้องถิ่น (Local Network) 2 โครงข่าย

1.5 กำหนดคุณลักษณะทางเทคนิคของสถานีวิทยุคมนาคมในพื้นที่นำร่องเท่าที่จำเป็น เพื่อเป็นการป้องกันการรบกวนการใช้ความถี่วิทยุ และให้เกิดความยืดหยุ่นในการทดลองและทดสอบ

จากการศึกษาประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติเรื่องแผนความถี่วิทยุกิจการกระจายเสียงระบบดิจิทัลเพื่อทดลอง หรือทดสอบ พบว่าประกาศฉบับนี้มีส่วนเชื่อมโยงกับการคุ้มครองผู้บริโภคในด้านการใช้งานความถี่วิทยุเท่าที่จำเป็นอย่างคุ้มค่า มีประสิทธิภาพโดยปราศจากการรบกวนซึ่งกันและกัน เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้บริโภค ซึ่งหมายความว่า กสทช. จะดำเนินการจัดสรรคลื่นความถี่ให้มีประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับประโยชน์จากการใช้งานคลื่นความถี่อย่างเต็มที่ โดยไม่เกิดการรบกวนกันเอง

28. คณะอนุกรรมการและสำนักในสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ที่เกี่ยวข้องกับงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

ณ วันที่ 27 มกราคม 2555 กสทช. ได้ออกระเบียบ กสทช. ว่าด้วยการแบ่งส่วนงานภายในของสำนักงาน กสทช. พ.ศ. 2555 ซึ่งมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 28 มกราคม 2555 เป็นต้นมา และมีผลทำให้กลุ่ม

การกีดกันการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคมถูกยกเลิกไป โดยได้จัดตั้งกลุ่มงานรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม ซึ่งเป็นหน่วยงานภายใต้สำนักงาน กสทช. มีอำนาจหน้าที่รับผิดชอบการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดมาตรการคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพ ของประชาชนมิให้ถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบการ มาตรการส่งเสริมสิทธิเสรีภาพและความเสมอภาคของประชาชนในการเข้าถึงการใช้ประโยชน์คลื่นความถี่และบริการในกิจการโทรคมนาคม กำหนด หลักเกณฑ์ วิธีการ และดำเนินการเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค กระบวนการรับและพิจารณา เรื่องร้องเรียน ยุติข้อขัดแย้งระหว่างผู้ประกอบการและผู้บริโภค รวมทั้งอำนวยความสะดวกด้านเลขานุการ คณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม อย่างไรก็ตาม แม้ว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงในด้านโครงสร้างการบริหารงานของสำนักงาน กสทช. ได้มีสำนักรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม ดำเนินการด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม และสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม ที่มุ่งเน้นความสำคัญของการคุ้มครองผู้บริโภค มิให้ถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบกิจการ และการคุ้มครองสิทธิในความเป็นส่วนตัวและเสรีภาพของบุคคลในการสื่อสารถึงกันโดยทางโทรคมนาคม รวมทั้ง การสร้างความตระหนักรู้เพิ่มขึ้น เกี่ยวกับสิทธิขั้นพื้นฐานของผู้บริโภค ประโยชน์ของการใช้งานโทรคมนาคมประเภทต่าง ๆ การรู้เท่าทัน ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีโทรคมนาคมเพื่อให้สามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนสร้างมาตรการเพื่อเพิ่มบทบาทของผู้ประกอบกิจการในการให้บริการอย่างมีจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคและสังคม (สำนักรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคโทรคมนาคม, 2565)

งานคุ้มครองผู้บริโภคสื่อวิทยุ-โทรทัศน์ ของสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กสทช.) ดำเนินการโดยสำนักรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ หรือ บส. เพื่อทำหน้าที่คุ้มครองประชาชนผู้บริโภคสื่อวิทยุ-โทรทัศน์ ทั้งในเรื่องของการถูกละเมิดละเลยในสิทธิและเสรีภาพ และการถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบกิจการวิทยุ-โทรทัศน์ โดยมีกระบวนการทำงานในการสร้างความเข้มแข็ง การรวมกลุ่ม และการสร้างเครือข่าย ตลอดจนการดำเนินการเกี่ยวกับการยุติข้อขัดแย้งที่เป็นการเอาเปรียบ ผู้บริโภคสื่อวิทยุ-โทรทัศน์ รวมถึงการทำงานด้านการรู้เท่าทันสื่อ และการส่งเสริมให้คนพิการ ผู้สูงอายุ และผู้ด้อยโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารด้วย คณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ โดย กสทช. ได้แต่งตั้งคณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคด้านกิจการกระจายเสียงและ กิจการโทรทัศน์ ซึ่งมาจากผู้เชี่ยวชาญจากหลายภาคส่วน โดยเข้ามาช่วย กสทช. ดำเนินงานด้าน

การคุ้มครองผู้บริโภคสื่อวิทยุ-โทรทัศน์ คณะอนุกรรมการฯ เปรียบเสมือน "คนกลาง" ที่เชื่อมโยงระหว่าง กสทช. กับผู้บริโภค โดยมียุทธศาสตร์ในการพิจารณาและให้ความเห็นเกี่ยวกับเรื่องร้องเรียน และ ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการคุ้มครองผู้บริโภคสื่อวิทยุ-โทรทัศน์ และจัดทำข้อเสนอที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคสื่อวิทยุ-โทรทัศน์ ต่อ กสทช.

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ได้แบ่งส่วนงานภายในของสำนักงาน กสทช. ออกเป็น 6 สายงาน ได้แก่ สายงานบริหารองค์กร (บก.) สายงานยุทธศาสตร์และกิจการองค์กร (ยก.) สายงานกิจการภูมิภาค (ภค.) สายงานกิจการกระจายเสียง และโทรทัศน์ (สท.) สายงานกิจการโทรคมนาคม (ทค.) และสายงานวิชาการ ในแต่ละสายงานจะมีสำนักงานที่มีบทบาทหน้าที่แตกต่างกันไป ซึ่งคณะอนุกรรมการหรือสำนักงานหรือหน่วยงานที่มีบทบาท หน้าที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคและการดำเนินการรับและพิจารณาตัดสินเรื่องร้องเรียน ได้แก่ (สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, 2565)

คณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ และ คณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคด้านกิจการโทรคมนาคม

กสทช. ได้แต่งตั้งคณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการ โทรทัศน์
 คณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคด้านกิจการโทรคมนาคม ตามพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และ
 กำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และที่แก้ไข
 เพิ่มเติม มาตรา 31 บัญญัติว่า เพื่อประโยชน์ในการคุ้มครองผู้บริโภคมิให้ถูกเอาเปรียบจาก ผู้ประกอบกิจการ
 กระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ให้ กสทช. มีหน้าที่ตรวจสอบการดำเนินการของ
 ผู้ประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม มิให้มีการดำเนินการใด ๆ ในประการ
 ที่น่าจะเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค ทั้งนี้ โดยให้ กสทช. แต่งตั้ง คณะอนุกรรมการขึ้นสองคณะ ประกอบด้วย
 ผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ อันเป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติหน้าที่ของ กสทช. ในการ
 คุ้มครองผู้บริโภคด้านกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ และในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านกิจการ
 โทรคมนาคมโดยให้อำนาจหน้าที่ในการพิจารณาและ เสนอความเห็นเกี่ยวกับเรื่องร้องเรียนและปฏิบัติหน้าที่
 อื่น ทั้งนี้ ตามที่ กสทช. กำหนด

สำนักรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ (บส.)

สำนักรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ (บส.) มีหน้าที่
 รับผิดชอบการปฏิบัติงานที่เกี่ยวกับการกำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ และมาตรการเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค
 และสิทธิของผู้บริโภคมิให้ถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบการ พัฒนา และเพิ่มความสามารถของผู้บริโภคส่งเสริม
 สิทธิ เสรีภาพ และความเสมอภาคของคณพิการ ผู้สูงอายุ และผู้ด้อยโอกาสในการเข้าถึง และใช้ประโยชน์จาก
 ข้อมูลข่าวสารในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ กระบวนการรับและพิจารณาเรื่องร้องเรียน และยุติ
 ข้อขัดแย้งที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค รวมทั้ง สนับสนุนการปฏิบัติงานและเป็นฝ่ายเลขานุการ
 คณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคด้านกิจการกระจาย เสียงและกิจการโทรทัศน์ ตลอดจนปฏิบัติงานอื่น ๆ
 ตามที่ได้รับมอบหมาย

สำนักรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม (รท.)

สำนักรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม (รท.) มีหน้าที่รับผิดชอบการ
 ปฏิบัติงานที่เกี่ยวกับการกำหนดมาตรการคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพของประชาชนมิให้ถูกเอาเปรียบจาก
 ผู้ประกอบกิจการ มาตรการส่งเสริมสิทธิเสรีภาพและความเสมอภาคของประชาชนในการเข้าถึงการใช้
 ประโยชน์คลื่นความถี่และบริการในกิจการโทรคมนาคม กำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการและดำเนินการ เกี่ยวกับ
 การคุ้มครองผู้บริโภคกระบวนการรับและพิจารณาเรื่องร้องเรียน ยุติข้อขัดแย้งระหว่างผู้ประกอบการและ
 ผู้บริโภค รวมทั้งอำนวยความสะดวกด้านเลขานุการคณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคด้านกิจการโทรคมนาคม
 ตลอดจนปฏิบัติงานอื่น ๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย

สำนักงาน กสทช. ภาค 1 - สำนักงาน กสทช. ภาค 4

สำนักงาน กสทช. ภาค 1 - สำนักงาน กสทช. ภาค 4 มีขอบเขตหน้าที่เกี่ยวกับการอำนวยความสะดวก และ
 รับผิดชอบการปฏิบัติงานของสำนักงาน กสทช. เขต ที่อยู่ในความรับผิดชอบ ตรวจสอบการใช้คลื่นความถี่ใน
 กิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ กิจการวิทยุคมนาคม และกิจการโทรคมนาคม ออกใบอนุญาต กำกับดูแล
 การประกอบกิจการ บังคับใช้กฎหมายตรวจสอบและหรือตรวจค้นจับกุมผู้กระทำ ผิดกฎหมาย รวมทั้งส่งเสริม
 สิทธิและรับเรื่องร้องเรียนของประชาชน ผู้บริโภคและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ดำเนินการเกี่ยวกับการบริการ
 ทัวถึงและบริการเพื่อสังคม ตามที่ได้รับมอบหมาย โดยประสานงานกับส่วนงานภายในที่เกี่ยวข้องเพื่อ

ดำเนินการดังกล่าวให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน ตลอดจนปฏิบัติงานอื่น ๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย หน้าที่รับผิดชอบการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับส่วนผู้บริโภคและประโยชน์สาธารณะ มีดังนี้

1. ปฏิบัติงานเกี่ยวกับกิจกรรมส่งเสริมสิทธิ กิจกรรมเพื่อประโยชน์สาธารณะ กิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค การรับและประมวลเรื่องร้องเรียน
2. ประสานงานเชิงรุกเพื่อเร่งรัดการดำเนินงานการเพื่อประโยชน์แก่ผู้บริโภคและสาธารณะ
3. ร่วมส่งเสริมการให้บริการโทรคมนาคมอย่างทั่วถึง จัดกิจกรรม โครงการ นิทรรศการ การอบรมในพื้นที่ความรับผิดชอบ ทั้งด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ กิจการวิทยุคมนาคม และกิจการโทรคมนาคม
4. ปฏิบัติงานอื่น ๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย

ศูนย์ Call Center 1200

สำนักงาน กสทช. ได้เพิ่มช่องทางในการรับเรื่องร้องเรียนในทุกปัญหาที่เกี่ยวข้องกับกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมที่ กสทช. กำกับดูแลผ่านช่องทาง SMS 1200 โดยไม่มีค่าใช้จ่าย ตั้งแต่วันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2556 ที่ผ่านมา โดยผู้บริโภคสามารถร้องเรียนกับ กสทช. ได้ที่ สายด่วน หมายเลข 1200, SMS: 1200 Mobile Application: NBTC 1200, e-mail: 1200@nbt.go.th, Facebook: NBTC 1200 และ LINE: @NBTC1200 ในเรื่องต่าง ๆ ดังนี้

- 1) การตรวจสอบคุณสมบัติและประกอบกิจการของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียง หรือ กิจการโทรทัศน์
- 2) การใช้คลื่นความถี่เพื่อกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์
- 3) การรบกวนการรับส่งหรือแพร่สัญญาณเสียง หรือภาพของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์
- 4) การใช้และเชื่อมต่อโครงข่ายในการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์
- 5) การกระทำการอันเป็นการผูกขาดการประกอบกิจการสื่อสารมวลชนหลายประเภทในกิจการเดียวกัน หรือครองสิทธิข้ามสื่อ
- 6) การโฆษณาหารายได้ของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์
- 7) เนื้อหารายการและผังรายการในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์
- 8) การใช้เครือข่ายหรือการโฆษณาอันมีลักษณะเป็นการค้ากำไรเกินควร หรือก่อให้เกิดความเดือดร้อนในประการที่น่าจะเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค
- 9) การตรวจสอบคุณสมบัติและการประกอบกิจการของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์

29. บทบาทและหน้าที่ของ กสทช. สำนักงาน กสทช. เลขาธิการ กสทช.

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย (พ.ศ. 2560) กำหนดให้การใช้คลื่นความถี่ต้องเป็นไปเพื่อประโยชน์สูงสุดต่อประชาชน ความมั่นคงของรัฐ รวมตลอดทั้งการให้ประชาชนมีส่วนร่วมได้ใช้ประโยชน์จากคลื่นความถี่ด้วยพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และที่แก้ไขเพิ่มเติม กำหนดให้คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ หรือ กสทช. มีอำนาจหน้าที่ในการกำกับ ดูแลกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สูงสุดของประชาชน ความมั่นคงของรัฐ และประโยชน์สาธารณะ รวมทั้งการให้ประชาชนมีส่วนร่วมได้ใช้ประโยชน์จากคลื่นความถี่ ต้องจัดให้มีมาตรการ

ป้องกันมิให้มีการแสวงหาประโยชน์จากผู้บริโภคโดยไม่เป็นธรรม หรือสร้างภาระแก่ผู้บริโภคเกินความจำเป็น
 ป้องกันมิให้คลื่นความถี่รบกวนกัน ป้องกันการกระทำที่มีผลเป็นการขัดขวางเสรีภาพในการรับรู้ หรือปิดกั้น
 การรับรู้ข้อมูล ข่าวสารที่ถูกต้องตามความเป็นจริงของประชาชนและป้องกันมิให้บุคคลหรือกลุ่มบุคคลใด ใช้
 ประโยชน์จากคลื่นความถี่โดยไม่คำนึงถึงสิทธิของประชาชนทั่วไป รวมถึงป้องกันผลกระทบต่อสุขภาพของ
 ประชาชนที่อาจเกิดจากการใช้คลื่นความถี่ ตลอดจนการกำหนดสัดส่วนขั้นต่ำที่ผู้ใช้ประโยชน์จากคลื่นความถี่
 จะต้องดำเนินการเพื่อประโยชน์สาธารณะ (สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และ
 กิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, 2553)

บทบาทและหน้าที่ของ กสทช.

คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) มี
 อำนาจหน้าที่ตามมาตรา 27 แห่งพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบ กิจการ
 วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ดังนี้

1) จัดทำแผนแม่บทการบริหารคลื่นความถี่ ตารางกำหนดคลื่นความถี่แห่งชาติ แผนแม่บทกิจการ
 กระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ แผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม แผนความถี่วิทยุ แผนการบริหาร สิทธิใน
 การเข้าใช้วงโคจรดาวเทียมและแผนเลขหมายโทรคมนาคม และดำเนินการให้เป็นไปตามแผนดังกล่าว แต่แผน
 ดังกล่าวต้องสอดคล้องกับนโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

2) กำหนดการจัดสรรคลื่นความถี่ระหว่างคลื่นความถี่ที่ใช้ในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์
 กิจการวิทยุคมนาคม และกิจการโทรคมนาคม

3) กำหนดลักษณะและประเภทของกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

4) พิจารณาอนุญาตและกำกับดูแลการใช้คลื่นความถี่และเครื่องวิทยุคมนาคมในการประกอบกิจการ
 กระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม หรือในกิจการวิทยุคมนาคม และกำหนดหลักเกณฑ์
 และวิธีการเกี่ยวกับการอนุญาต เงื่อนไข หรือค่าธรรมเนียมการอนุญาตดังกล่าว ในกรณีนี้ กสทช. จะมอบหมาย
 ให้สำนักงาน กสทช. เป็นผู้อนุญาตแทน กสทช. เฉพาะการอนุญาตในส่วนที่เกี่ยวข้องกับเครื่องวิทยุคมนาคมตาม
 หลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่ กสทช. กำหนดก็ได้

5) กำหนดหลักเกณฑ์การใช้คลื่นความถี่ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและปราศจากการรบกวนซึ่งกัน
 และกัน ทั้งในกิจการประเภทเดียวกันและระหว่างกิจการแต่ละประเภท

6) พิจารณาอนุญาตและกำกับดูแลการประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการ
 โทรคมนาคม เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้รับบริการที่มีคุณภาพ ประสิทธิภาพ รวดเร็ว ถูกต้อง และเป็นธรรม และ
 กำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการเกี่ยวกับการอนุญาต เงื่อนไข หรือค่าธรรมเนียมการอนุญาตดังกล่าว

7) พิจารณาอนุญาตและกำกับดูแลการใช้เลขหมายโทรคมนาคม และกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการ
 เกี่ยวกับการอนุญาต เงื่อนไข หรือค่าธรรมเนียมการอนุญาตดังกล่าว

8) กำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการในการใช้หรือเชื่อมต่อ และหลักเกณฑ์และวิธีการในการกำหนดอัตรา
 ค่าใช้หรือค่าเชื่อมต่อโครงข่ายในการประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม
 ทั้งในกิจการประเภทเดียวกันและระหว่างกิจการแต่ละประเภท ให้เป็นธรรมต่อ ผู้ใช้บริการผู้ให้บริการและผู้
 ลงทุน หรือระหว่างผู้ให้บริการโทรคมนาคม โดยคำนึงถึงประโยชน์สาธารณะเป็นสำคัญ

9) กำหนดโครงสร้างอัตราค่าธรรมเนียมและโครงสร้างอัตราค่าบริการในกิจการกระจายเสียง กิจการ
 โทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ให้เป็นธรรมต่อผู้ใช้บริการและผู้ให้บริการโดย คำนึงถึงประโยชน์สาธารณะ
 เป็นสำคัญ

10) กำหนดมาตรฐานและลักษณะพึงประสงค์ทางด้านเทคนิคในการประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ กิจการโทรคมนาคม และในกิจการวิทยุคมนาคม

11) กำหนดมาตรการเพื่อป้องกันมิให้มีการกระทำอันเป็นการผูกขาดหรือก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรม ในการแข่งขันในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

12) กำหนดมาตรการให้มีการกระจายบริการด้านโทรคมนาคมให้ทั่วถึงและเท่าเทียมกันตามมาตรา 50 (12/1) เรียกคืนคลื่นความถี่ที่ไม่ได้ใช้ประโยชน์ หรือใช้ประโยชน์ไม่คุ้มค่าหรือนำมาใช้ประโยชน์ให้คุ้มค่ายิ่งขึ้น ตามที่กำหนดไว้ในแผนซึ่งจัดทำขึ้นตาม (1) จากผู้ที่ได้รับอนุญาตเพื่อนำมาจัดสรรใหม่ ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่ กสทช. กำหนดโดยเงื่อนไขดังกล่าวต้องกำหนดวิธีการทดแทน ชดใช้ หรือจ่ายผู้ที่ถูกเรียกคืนคลื่นความถี่โดยให้คำนึงถึงสิทธิของผู้ที่ได้รับผลกระทบจากการถูกเรียกคืน คลื่นความถี่ในแต่ละกรณีด้วย

13) คุ้มครองสิทธิและเสรีภาพของประชาชนมิให้ถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบกิจการ และคุ้มครองสิทธิในความเป็นส่วนตัวและเสรีภาพของบุคคลในการสื่อสารถึงกันโดยทางโทรคมนาคม และส่งเสริมสิทธิ เสรีภาพ และความเสมอภาคของประชาชน ในการเข้าถึงและใช้ประโยชน์คลื่นความถี่ที่ใช้ในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

14) ดำเนินการในฐานะหน่วยงานอำนวยการของรัฐที่มีอำนาจในการบริหารกิจการสื่อสาร ระหว่างประเทศกับสหภาพโทรคมนาคมระหว่างประเทศ หรือกับองค์การระหว่างประเทศอื่น รัฐบาล และ หน่วยงานต่างประเทศ ตามที่อยู่ในหน้าที่และอำนาจของ กสทช. หรือตามที่รัฐบาลมอบหมาย รวมทั้ง สนับสนุนการ ดำเนินการของรัฐเพื่อให้มีดาวเทียมหรือให้ได้มา ซึ่งสิทธิในการเข้าใช้วงโคจรดาวเทียม และ ประสานงาน เกี่ยวกับการบริหารคลื่นความถี่ทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ ทั้งนี้ เพื่อให้เป็นไป ตามแผนซึ่งจัดทำตาม (1) และนโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

(14/1) ดำเนินการให้ได้มาและรักษาไว้ซึ่งสิทธิในการเข้าใช้วงโคจรดาวเทียมอันเป็นสมบัติ ของชาติ และดำเนินการให้มีการใช้สิทธิดังกล่าวเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับประเทศชาติและประชาชน

ในกรณีที่การรักษาสหภาพสิทธิดังกล่าวก่อให้เกิดภาระแก่รัฐเป็นประโยชน์ที่จะได้รับ กสทช. อาจ สละสิทธิดังกล่าว ได้ตามที่กำหนดในแผนการบริหารสิทธิในการเข้าใช้วงโคจรดาวเทียม และให้รายงาน คณะรัฐมนตรี พร้อม ทั้งประกาศเหตุผลโดยละเอียดให้ประชาชนทราบ ในการดำเนินการให้มีการใช้สิทธิใน การเข้าใช้วงโคจร ดาวเทียมดังกล่าวให้ กสทช. มีอำนาจกำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการและเงื่อนไขการอนุญาต ค่าธรรมเนียม และการยกเว้นค่าธรรมเนียมการอนุญาต รวมถึงค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ในการดำเนินการที่เกี่ยวข้อง ที่ผู้ขอรับอนุญาต หรือผู้รับอนุญาตแล้วแต่กรณีจะต้องรับภาระ โดยค่าธรรมเนียมการอนุญาตดังกล่าว เมื่อหัก ค่าใช้จ่ายใน การอนุญาตแล้วเหลือเท่าใดให้นำส่งเป็นรายได้แผ่นดิน

(14/2) พิจารณาอนุญาตและกำกับดูแลการประกอบกิจการตามพระราชบัญญัตินี้โดยใช้ ช่องสัญญาณดาวเทียมต่างชาติ และกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการเกี่ยวกับการอนุญาตเงื่อนไข และ ค่าธรรมเนียมการอนุญาตดังกล่าว

15) วินิจฉัยและแก้ไขปัญหาการใช้คลื่นความถี่ที่มีการรบกวนซึ่งกันและกัน

16) ติดตามตรวจสอบและให้คำปรึกษาแนะนำการประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และ กิจการโทรคมนาคม

17) กำหนดลักษณะการควบคุม การครองสิทธิข้ามสื่อหรือการครอบงำ กิจการกระจายเสียง และ กิจการโทรทัศน์ที่ใช้คลื่นความถี่ ระหว่างสื่อมวลชนด้วยกันเองหรือโดยบุคคลอื่นใด ซึ่งจะมีผลเป็นการขัดขวาง เสรีภาพในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารหรือปิดกั้นการได้รับข้อมูลข่าวสารที่หลากหลายของประชาชน

18) ส่งเสริมการรวมกลุ่มของผู้รับใบอนุญาต ผู้ผลิตรายการ และผู้ประกอบการวิชาชีพ สื่อสารมวลชน ที่เกี่ยวกับกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์เป็นองค์กรในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อทำหน้าที่จัดทำมาตรฐานทางจริยธรรมของการประกอบอาชีพหรือวิชาชีพและการควบคุมการประกอบอาชีพหรือวิชาชีพกันเองภายใต้มาตรฐานทางจริยธรรม

19) ออกระเบียบหรือประกาศตามมาตรา 58

20) อนุมัติงบประมาณรายจ่ายของสำนักงาน กสทช. รวมทั้งเงินที่จะจัดสรรเข้ากองทุนตามมาตรา 52

21) พิจารณาและให้ความเห็นชอบเกี่ยวกับการจัดสรรเงินกองทุนตามที่คณะกรรมการบริหารกองทุนเสนอตามมาตรา 55

22) ให้ข้อมูลและร่วมดำเนินการในการเจรจาหรือทำความตกลงระหว่างรัฐบาลแห่งราชอาณาจักรไทย กับรัฐบาลต่างประเทศหรือองค์การระหว่างประเทศในเรื่องที่เกี่ยวกับการบริหารคลื่น ความถี่กิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ กิจการโทรคมนาคม หรือกิจการอื่นที่เกี่ยวข้อง

(22/1) ให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการของ กสทช. และผู้ประกอบการที่ได้รับอนุญาตจาก กสทช. ทั้งนี้ ในส่วนที่เกี่ยวกับดิจิทัลตามที่สำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม แห่งชาติ ร้องขอเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์และจัดทำนโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

23) เสนอแนะต่อคณะรัฐมนตรีเพื่อให้มีกฎหมายหรือแก้ไขปรับปรุงหรือยกเลิกกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจัดสรรคลื่นความถี่และการดำเนินการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับคลื่นความถี่ กิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม

24) ออกระเบียบ ประกาศ หรือคำสั่งอันเกี่ยวกับอำนาจหน้าที่ของ กสทช.

25) ปฏิบัติการอื่นใดตามที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัตินี้หรือกฎหมายอื่นการกำหนดลักษณะการควบคุม การครองสิทธิข้ามสื่อหรือการครอบงำตาม (17) ให้ กสทช. รับฟังความคิดเห็น จากประชาชน และผู้เกี่ยวข้องประกอบด้วยการใช้อำนาจหน้าที่ตามวรรคหนึ่ง ต้องไม่ขัดหรือแย้งกับ กฎหมายว่าด้วย การประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ กฎหมายว่าด้วยการประกอบกิจการโทรคมนาคม และกฎหมายว่าด้วยวิทยุคมนาคม บรรดาระเบียบ ประกาศ หรือคำสั่งใด ๆ ที่ใช้บังคับ เป็นการทั่วไปเมื่อได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา แล้วให้ใช้บังคับได้ ในการดำเนินการตามวรรคหนึ่ง กสทช. ต้องดำเนินการเพื่อประโยชน์สูงสุดของประชาชน ความมั่นคงของรัฐ และประโยชน์สาธารณะ รวมตลอดทั้งการให้ประชาชนมีส่วนได้ใช้ประโยชน์จากคลื่นความถี่ ทั้งต้องจัดให้มีมาตรการป้องกันมิให้มีการแสวงหาประโยชน์จากผู้บริโภคโดยไม่เป็นธรรม หรือ สร้างภาระแก่ผู้บริโภคเกินความจำเป็น ป้องกันมิให้คลื่นความถี่รบกวนกัน รวมตลอดทั้ง ป้องกัน การกระทำที่มีผลเป็นการขัดขวางเสรีภาพในการรับรู้หรือปิดกั้นการรับรู้ข้อมูลหรือข่าวสารที่ถูกต้องตามความเป็นจริงของประชาชน และป้องกันมิให้บุคคล หรือกลุ่มบุคคลใดใช้ประโยชน์จากคลื่นความถี่ โดยไม่คำนึงถึงสิทธิของประชาชนทั่วไป รวมถึงป้องกันผลกระทบต่อสุขภาพของประชาชนที่อาจเกิดขึ้นจากการใช้คลื่นความถี่ ตลอดทั้งการกำหนดสัดส่วนขั้นต่ำที่ผู้ใช้ประโยชน์จากคลื่นความถี่ จะต้องดำเนินการเพื่อประโยชน์สาธารณะ

การดำเนินการตามวรรคหนึ่งและวรรคห้า มิให้ถือว่าเป็นการให้เอกชนร่วมลงทุนในกิจการของรัฐตามกฎหมายว่าด้วย การให้เอกชนร่วมลงทุนในกิจการของรัฐโดย กสทช. มีอำนาจออกระเบียบ หรือประกาศตามมาตรา 58 แห่งพระราชบัญญัติองค์การจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการ วิทยุกระจายเสียง

วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ได้กำหนดให้ กสทช. สามารถออกกฎหรือประกาศที่เกี่ยวกับการบริหารของสำนักงาน กสทช. เลขาธิการ กสทช. ดังต่อไปนี้

มาตรา 58 ให้ กสทช. มีอำนาจออกระเบียบหรือประกาศเกี่ยวกับการบริหารงานทั่วไป การบริหารงานบุคคล การบริหารงบประมาณ การเงินและทรัพย์สิน และการดำเนินการอื่นของสำนักงาน กสทช. โดยให้รวมถึงเรื่องดังต่อไปนี้ด้วย

- 1) การแบ่งส่วนงานภายในของสำนักงาน กสทช. และขอบเขตหน้าที่ของส่วนงานดังกล่าว
 - 2) การกำหนดตำแหน่ง อัตราเงินเดือน และค่าตอบแทนอื่นของเลขาธิการ กสทช. พนักงานและลูกจ้างของ สำนักงาน กสทช. ตลอดจนค่าตอบแทนและค่าใช้จ่ายของกรรมการอื่นและอนุกรรมการตามพระราชบัญญัตินี้
 - 3) การคัดเลือกหรือการประเมินความรู้ความสามารถเพื่อประโยชน์ในการบรรจุและแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งหรือการเลื่อนขั้นเงินเดือน หลักเกณฑ์การต่อสัญญาจ้าง และการจ่ายเงินชดเชย กรณีเลิกจ้าง เนื่องจากไม่ผ่านการประเมิน
 - 4) การบริหารงานบุคคล รวมตลอดทั้งการดำเนินการทางวินัย การอุทธรณ์ และร้องทุกข์
 - 5) การรักษาการแทนและการปฏิบัติกรแทน
 - 6) การกำหนดเครื่องแบบและการแต่งกายของพนักงานและลูกจ้างของสำนักงาน กสทช.
 - 7) การจ้างและการแต่งตั้งบุคคลเพื่อเป็นผู้เชี่ยวชาญหรือเป็นผู้ชำนาญการเฉพาะด้านอัน จะเป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติหน้าที่ของ กสทช. รวมทั้งจำนวนและอัตราค่าตอบแทนของตำแหน่ง ดังกล่าว ทั้งนี้ โดยให้คำนึงถึงการปฏิบัติงานและระยะเวลาการปฏิบัติงานของตำแหน่งนั้นด้วย
 - 8) การบริหารและจัดการงบประมาณ ทรัพย์สิน และพัสดุของสำนักงาน กสทช.
 - 9) การจัดสวัสดิการหรือการสงเคราะห์อื่นระเบียบหรือประกาศตามวรรคหนึ่ง ให้ประธานกรรมการเป็นผู้ลงนาม และเมื่อได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษาแล้วให้ใช้บังคับได้
- ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาบทบาทและหน้าที่ของ กสทช. ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค ได้แก่ ข้อ 6, 8, 9, 11, 13, 17, 18, 24 และ 25

ประธานและกรรมการ กสทช. ปัจจุบัน ประกอบด้วย

- 1) ศาสตราจารย์คลินิก นพ.สรณ บุญใบชัยพฤกษ์ ประธานกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ และ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค
- 2) พลอากาศโท ดร.ธนพันธุ์ หะยาเจริญ กสทช. ด้านกิจการกระจายเสียง
- 3) ศาสตราจารย์ ดร.พิรงรอง รามสูต กสทช. ด้านกิจการโทรทัศน์
- 4) นายต่อพงศ์ เสลานนท์ กสทช. ด้านการส่งเสริมสิทธิเสรีภาพของประชาชน
- 5) รองศาสตราจารย์ ดร.ศุภชัย ศุภขลาศัย กสทช. ด้านเศรษฐศาสตร์
- 6) พลตำรวจเอก ดร.ณัฐพร เพราสุนทร กสทช. ด้านกฎหมาย
- 7) รองศาสตราจารย์ ดร.สมภพ ภูริวิทย์พงศ์ กสทช. ด้านกิจการโทรคมนาคม

บทบาทและหน้าที่ของสำนักงาน กสทช.

ตามมาตรา 56 ประกอบมาตรา 60 แห่งพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และที่แก้ไข เพิ่มเติม กำหนดให้มีสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม แห่งชาติ เรียกโดยย่อว่า “สำนักงาน กสทช.” เป็น นิติบุคคล มีรายละเอียด ดังนี้

มาตรา 56 ให้มีสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ โดยเรียกย่อว่า “สำนักงาน กสทช.” เป็นนิติบุคคล มีฐานะเป็นหน่วยงานของรัฐที่ไม่เป็นส่วนราชการตามกฎหมายว่าด้วยระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน และไม่เป็นรัฐวิสาหกิจตามกฎหมายว่าด้วยวิธีการงบประมาณหรือกฎหมายอื่น และอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของประธานกรรมการ กิจการของสำนักงาน กสทช. ไม่อยู่ภายใต้บังคับแห่งกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองแรงงาน กฎหมายว่าด้วยแรงงานสัมพันธ์ กฎหมายว่าด้วยการประกันสังคม และกฎหมายว่าด้วยเงินทดแทน

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ มีอำนาจหน้าที่ตามมาตรา 57 แห่งพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และที่แก้ไขเพิ่มเติม มีอำนาจหน้าที่ดังต่อไปนี้

- 1) รับผิดชอบในการรับและจ่ายเงินรายได้ของสำนักงาน กสทช.
 - 2) จัดทำงบประมาณรายจ่ายประจำปีของสำนักงาน กสทช. เพื่อเสนอ กสทช. อนุมัติ โดยรายจ่ายประจำปีของสำนักงาน กสทช. ให้หมายความรวมถึงรายจ่ายใด ๆ อันเกี่ยวกับการดำเนินการตามอำนาจหน้าที่ของ กสทช. คณะกรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน และสำนักงาน กสทช. งบประมาณรายจ่ายประจำปีดังกล่าวต้องจัดทำโดยคำนึงถึงความคุ้มค่า การประหยัด และประสิทธิภาพ รายการหรือโครงการใดที่ตั้งงบประมาณไว้แล้วและมิได้จ่ายเงินหรือก่อหนี้ผูกพันภายในปีงบประมาณนั้น ให้รายการหรือโครงการนั้นเป็นอันพับไปและให้สำนักงาน กสทช. นำส่งงบประมาณสำหรับรายการหรือโครงการดังกล่าวเป็นรายได้แผ่นดิน
 - 3) ตรวจสอบและติดตามการใช้คลื่นความถี่
 - 4) รับและพิจารณาเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการใช้คลื่นความถี่ การประกอบกิจการ กระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อตรวจสอบและแก้ไขปัญหาหรือเสนอความเห็น ต่อ กสทช. เพื่อพิจารณาตามหลักเกณฑ์ที่ กสทช. กำหนด
 - 5) ศึกษารวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคลื่นความถี่ การใช้คลื่นความถี่การประกอบ กิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม
 - 6) รับผิดชอบงานธุรการของ กสทช. กสท. กทค. และคณะกรรมการบริหารกองทุน
 - 7) ปฏิบัติการอื่นตามที่ กสทช. กสท. และ กทค. มอบหมาย
- บทบาทและหน้าที่ของสำนักงาน กสทช. ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค ได้แก่ ข้อ 4 และข้อ 7 คือ รับและพิจารณาเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการใช้คลื่นความถี่ การประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อตรวจสอบและแก้ไขปัญหาหรือเสนอความเห็นต่อ กสทช. เพื่อพิจารณาตามหลักเกณฑ์ที่ กสทช. กำหนด และปฏิบัติการอื่นตามที่ กสทช.

บทบาทและหน้าที่ของเลขาธิการ กสทช.

พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 กำหนดให้ เลขาธิการ กสทช. มีอำนาจในการบริหารสูงสุดในสำนักงาน กสทช. ซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบภารกิจและการปฏิบัติงานของสำนักงาน กสทช. และต้อง รายงานขึ้นตรงต่อ กสทช. โดยตำแหน่งเลขาธิการ กสทช. มาจากการจัดสรรหา และมีวาระการดำรงตำแหน่ง ซึ่งมีวาระการดำรงตำแหน่ง วาระละ 5 ปี

ภายใต้เลขาธิการ กสทช. กำหนดให้มีรองเลขาธิการ กสทช. ทำหน้าที่สนับสนุนการปฏิบัติงานตามสายงานที่ถูกกำหนดทั้งสิ้น 6 ตำแหน่ง ดังนี้

1. รองเลขาธิการ กสทช. สายงานยุทธศาสตร์และกิจการองค์กร
2. รองเลขาธิการ กสทช. สายงานกิจการภูมิภาค
3. รองเลขาธิการ กสทช. สายงานกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์
4. รองเลขาธิการ กสทช. สายงานกิจการโทรคมนาคม
5. รองเลขาธิการ กสทช. สายงานวิชาการ
6. รองเลขาธิการ กสทช. สายงานบริหารองค์กร

ตามมาตรา 60 กำหนดให้ สำนักงาน กสทช. มีเลขาธิการ กสทช. คนหนึ่งรับผิดชอบการปฏิบัติงานของสำนักงาน กสทช. ขึ้นตรงต่อ ประธานกรรมการ และเป็นผู้บังคับบัญชาพนักงานและลูกจ้างของสำนักงาน กสทช. ในกิจการของสำนักงาน กสทช. ที่เกี่ยวกับบุคคลภายนอก ให้เลขาธิการ กสทช. เป็นผู้แทนของสำนักงาน กสทช. เพื่อการนี้เลขาธิการ กสทช. จะมอบอำนาจให้บุคคลใดปฏิบัติงานเฉพาะอย่างแทนก็ได้ ทั้งนี้ ตามระเบียบ ที่ กสทช. กำหนด โดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา ระเบียบดังกล่าวจะกำหนดในลักษณะบังคับให้เลขาธิการ กสทช. ต้องมอบอำนาจให้บุคคลใดมิได้

ตามมาตรา 61 กำหนดให้ประธานกรรมการ โดยความเห็นชอบของ กสทช. เป็นผู้แต่งตั้งและถอดถอนเลขาธิการ กสทช. และ เลขาธิการ กสทช. ต้องมีอายุไม่ต่ำกว่าสามสิบห้าปีบริบูรณ์ในวันแต่งตั้งและต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามมาตรา 7 รวมทั้งคุณสมบัติอื่นตามที่ กสทช. กำหนด

มาตรา 62 กำหนดให้ เลขาธิการ กสทช. มีวาระการดำรงตำแหน่งคราวละห้าปีนับแต่วันที่ได้รับการแต่งตั้งและอาจได้รับแต่งตั้งอีกได้ แต่จะดำรงตำแหน่งติดต่อกันเกินสองวาระไม่ได้

มาตรา 63 กำหนดให้ นอกจากการพ้นจากตำแหน่งตามวาระตามมาตรา 62 เลขาธิการ กสทช. พ้นจากตำแหน่งเมื่อ

- 1) ตาย
- 2) มีอายุครบหกสิบปีบริบูรณ์
- 3) ลาออก
- 4) เป็นบุคคลล้มละลาย
- 5) ได้รับโทษจำคุกโดยคำพิพากษาถึงที่สุดให้จำคุก
- 6) ขาดคุณสมบัติหรือมีลักษณะต้องห้ามตามมาตรา 61 วรรคสอง
- 7) กสทช. มีมติด้วยคะแนนเสียงไม่น้อยกว่าสองในสามของจำนวนกรรมการทั้งหมดให้ออกจากตำแหน่งเพราะบกพร่องต่อหน้าที่มีความประพฤติเสื่อมเสียหรือหย่อนความสามารถ หรือไม่สามารถ ปฏิบัติหน้าที่ได้

มาตรา 64 กำหนดให้ เลขาธิการ กสทช. และพนักงานของสำนักงาน กสทช. เป็นเจ้าหน้าที่ของรัฐตามกฎหมายประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยการป้องกันและปราบปรามการทุจริตพนักงานของสำนักงาน กสทช. ต้องมีคุณสมบัติ และไม่มีลักษณะต้องห้าม ตามระเบียบที่ กสทช. กำหนด และต้องไม่เป็นกรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ที่ปรึกษา พนักงาน ผู้ถือหุ้น หรือ หุนส่วนในบริษัทหรือห้างหุ้นส่วน หรือนิติบุคคลอื่นใดบรรดาที่ประกอบ ธุรกิจด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ หรือกิจการโทรคมนาคม ให้เลขาธิการ กสทช. เป็นผู้ดำรงตำแหน่งระดับสูงตามกฎหมายประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยการป้องกันและปราบปรามการทุจริต ในการปฏิบัติหน้าที่ตามพระราชบัญญัตินี้ให้เลขาธิการ กสทช. และพนักงานเจ้าหน้าที่เป็นเจ้าพนักงาน ตามประมวลกฎหมายอาญา

บทบาทและหน้าที่ของเลขาธิการ กสทช. ที่เกี่ยวข้องกับด้านการคุ้มครองผู้บริโภค เนื่องด้วยเลขาธิการ กสทช. มีอำนาจในการบริหารสูงสุดในสำนักงาน กสทช. ซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบภารกิจและการ

ปฏิบัติงานของสำนักงาน กสทช. ดังนั้น บทบาทและหน้าที่ของเลขาธิการ กสทช. ที่เกี่ยวข้องกับด้านการคุ้มครองผู้บริโภค จึงเหมือนกับบทบาทและหน้าที่ของสำนักงาน กสทช. ที่เกี่ยวข้องกับด้าน การคุ้มครองผู้บริโภค คือ การพิจารณาเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการใช้คลื่นความถี่ การประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อตรวจสอบและแก้ไขปัญหาหรือเสนอความเห็นต่อ กสทช.พิจารณาตามหลักเกณฑ์ที่ กสทช. กำหนดดังที่ปรากฏในประกาศคณะกรรมการกิจการ กระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง กระบวนการรับและพิจารณาเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการประกอบกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2559 ในหมวด 2 การพิจารณาและตรวจสอบเพื่อ แก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียน ดังนี้

ข้อ 17 กรณีเรื่องร้องเรียนใดเป็นเรื่องร้องเรียนที่คณะกรรมการหรือคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคม ได้มอบให้เลขาธิการพิจารณาวินิจฉัยสั่งการ และมีหนังสือแจ้งผลการพิจารณา พร้อมเหตุผลภายในสามสิบวันนับแต่วันที่สำนักงานได้รับเรื่องร้องเรียน

ข้อ 18 กรณีเป็นเรื่องร้องเรียนอื่นนอกจากเรื่องร้องเรียนตามข้อ 17 ให้เลขาธิการเสนอ ต่อคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคด้านกิจการโทรคมนาคมภายในสิบห้าวันนับแต่วันที่สำนักงานได้รับเรื่องร้องเรียนเพื่อพิจารณาและเสนอความเห็นเกี่ยวกับเรื่องร้องเรียนต่อคณะกรรมการ เว้นแต่กรณีผู้รับใบอนุญาตขอขยายระยะเวลาตามข้อ 15 เลขาธิการอาจเสนอต่อคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ด้านกิจการโทรคมนาคมเมื่อล่วงพ้นระยะเวลาดังกล่าวได้ ทั้งนี้ ไม่เกินระยะเวลาที่ผู้รับใบอนุญาตขอขยาย

ข้อ 19 เรื่องร้องเรียนดังต่อไปนี้ ให้เลขาธิการเป็นผู้วินิจฉัยสั่งไม่รับไว้พิจารณา

- (1) เรื่องที่อยู่ระหว่างการดำเนินการของผู้รับใบอนุญาตตามกรอบระยะเวลาตามข้อ 11
- (2) เรื่องที่สำนักงานพบว่า ผู้รับใบอนุญาตได้แก้ไขปัญหาที่ร้องเรียนทั้งหมด หรือ ผู้ร้องเรียนมีความพึงพอใจในการดำเนินการหรือการเยียวยาของผู้รับใบอนุญาตแล้ว
- (3) เรื่องที่สำนักงานหรือคณะกรรมการได้วินิจฉัยหรือระงับข้อพิพาทในเรื่องนั้นเสร็จสิ้นแล้ว หรืออยู่ระหว่างการพิจารณาอุทธรณ์ของคณะกรรมการ
- (4) เรื่องที่สำนักงานพบว่า อยู่ระหว่างการพิจารณาคดีในศาล หรือศาลมีคำพิพากษาเสร็จเด็ดขาดในเรื่องที่ร้องเรียน

ข้อ 20 ให้เลขาธิการรายงานผลการตรวจสอบและแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียนตามข้อ 17 ข้อ 19 ต่อคณะกรรมการเป็นประจำทุกเดือน

30. บทบาทและหน้าที่ของคณะกรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน (กตป.)

พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ฯ มาตรา 70 กำหนดให้มีคณะกรรมการติดตาม และประเมินผลการปฏิบัติงานขึ้นคณะหนึ่ง มีอำนาจหน้าที่ตามมาตรา 72 คือ ติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. แล้วแจ้งผลให้ กสทช. ทราบภายในเก้าสิบวันนับแต่วันสิ้นปีบัญชี และให้ กสทช. นำรายงานดังกล่าว เสนอ ต่อรัฐสภา พร้อมรายงานผลการปฏิบัติงานประจำปีของ กสทช. ตามมาตรา 76 และเปิดเผยรายงานดังกล่าวให้ประชาชนทราบทางระบบเครือข่ายสารสนเทศของสำนักงาน กสทช. หรือวิธีการอื่นที่เห็นสมควร

คณะกรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานชุดปัจจุบัน ทำหน้าที่ตามประกาศสำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา ปฏิบัติหน้าที่สำนักงานเลขาธิการสภานิติบัญญัติแห่งชาติ เรื่อง คณะกรรมการ ติดตาม และประเมินผลการปฏิบัติงาน มาตรา 70 แห่งพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 ในราชกิจจานุเบกษา เล่ม 139 ตอนพิเศษ 188 ง หน้า 46 ลงวันที่ 16 สิงหาคม พ.ศ. 2565 ประกอบด้วย กรรมการติดตามและประเมินผล

การปฏิบัติงาน จำนวน 5 คน 5 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านกิจการกระจายเสียง (2) ด้านกิจการโทรทัศน์ (3) ด้านกิจการโทรคมนาคม (4) ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และ (5) ด้านการส่งเสริมสิทธิและเสรีภาพของประชาชน โดยกรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานปัจจุบัน ประกอบด้วย (ราชกิจจานุเบกษา, 2565)

1) พลเรือเอก ประสาน สุขเกษตร ประธานกรรมการและกรรมการด้านการส่งเสริมสิทธิและเสรีภาพของประชาชน

2) รองศาสตราจารย์ (คลินิก) พลเอก สายัณห์ สวัสดิ์ศรี กรรมการด้านการกระจายเสียง

3) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุทิดา รัตนวิชา กรรมการด้านกิจการโทรคมนาคม

4) ดร.จินตนา นธ์ ชาญธร ศุภมิตร กรรมการด้านกิจการโทรทัศน์

5) นางสาวอารีวรรณ จตุทอง กรรมการด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

คณะกรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน กสทช. ชุดปัจจุบันมุ่งเน้นการปฏิบัติงานอย่างถูกต้อง ซื่อสัตย์ และมีประสิทธิภาพ พร้อมติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการปฏิบัติงาน ของ กสทช. เพื่อรายงานให้รัฐสภาทราบ อย่างตรงไปตรงมาเพื่อเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของคณะกรรมการเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารงานภายในองค์กรเพื่อประโยชน์สูงสุดของประเทศชาติและประชาชน สำหรับกรรมการด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในคณะกรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน คือ นางสาวอารีวรรณ จตุทอง มีประวัติการทำงานในอดีต ดังนี้

1) ผู้ปฏิบัติหน้าที่แทนกรรมการสิทธิมนุษยชนแห่งชาติ ชุดที่ 3

2) ที่ปรึกษาประจำคณะกรรมการสิทธิมนุษยชน สิทธิเสรีภาพ และการคุ้มครองผู้บริโภค วุฒิสภา

3) อนุกรรมการกลั่นกรองคดี สภาองค์กรของผู้บริโภค

4) กรรมการสมาคมบัณฑิตสตรีทางกฎหมาย ในพระบรมราชินูปถัมภ์

5) กรรมการมูลนิธิสถาบันศึกษาและพัฒนาการจัดการความขัดแย้งด้วยสันติวิธี

6) กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิด้านสิทธิมนุษยชน ในคณะกรรมการพัฒนาระบบการติดตามคนหาย และการพิสูจน์คนนิรนามและศพนิรนาม กระทรวงยุติธรรม

7) อนุกรรมการและเลขานุการ ในคณะอนุกรรมการการศึกษา เสนอแนะ การแก้ปัญหาความยากจนและความเหลื่อมล้ำด้านเศรษฐกิจ คณะกรรมการแก้ปัญหาความยากจนและลดความเหลื่อมล้ำวุฒิสภา

8) กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิด้านกฎหมาย กองทุนเพื่อผู้รับงานไปทำที่บ้าน กระทรวงแรงงาน

9) รักษาการรองเลขาธิการคณะกรรมการปฏิรูปกฎหมาย (วิชาการ) สำนักงานคณะกรรมการปฏิรูปกฎหมาย

10) อนุกรรมการและเลขานุการ ในคณะอนุกรรมการพิจารณาปรับปรุงหรือยกเลิกกฎหมายที่สร้างภาระแก่ประชาชนเกินความจำเป็น ในคณะกรรมการดำเนินการปฏิรูปกฎหมายในระยะเร่งด่วน

31. งานวิจัยที่มีประเด็นเกี่ยวข้องกับสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.)

(1) รายงานแสดงประสิทธิภาพและประสิทธิผลกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมเพื่อประโยชน์สาธารณะ ประจำปี 2566

ในปี 2566 กองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.) ได้ดำเนินการขับเคลื่อนการดำเนินงานภายใต้แนวคิด “การทำงานเพื่อประโยชน์สาธารณะเป็นสำคัญ” ตามกรอบธรรมาภิบาล โปร่งใส เป็นธรรม และตรวจสอบได้ และคำนึงถึงผลกระทบจากการพัฒนาในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เป็นสำคัญ โดย

มุ่งเน้นการใช้เทคโนโลยีเพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันของประเทศ โดยการส่งเสริมความสำเร็จด้านการวิจัยและการพัฒนา ซึ่งสามารถนำผลงานไปใช้ประโยชน์ทั้งเชิงพาณิชย์และสาธารณะ เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตความเท่าเทียมทางสังคม (Social Equality) และรายได้ของประชากรให้สูงในระดับของประเทศที่พัฒนาแล้ว มุ่งเน้นให้ประชากรมีความรู้และทักษะที่เท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีในทุกมิติ ทั้งในเชิงเศรษฐกิจและเชิงสังคมรวมถึงยุทธศาสตร์ระดับชาติและนโยบายที่เกี่ยวข้องที่มุ่งเน้นไปสู่แนวทางประเทศไทย 4.0 โดยเฉพาะการสนับสนุนแผนยุทธศาสตร์ สำนักงาน กสทช. ฉบับที่ 3 พ.ศ. 2565 - 2570 ในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาธรรมาภิบาลและเป็นองค์กรที่มีสมรรถนะสูงในยุคดิจิทัล กลยุทธ์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การทำให้เป็นดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบและมีมาตรฐานสากล เพื่อยกระดับกระบวนการทำงานและการให้บริการ ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่ออำนวยความสะดวกและให้บริการแก่ประชาชน และได้มีการเปิดเผยข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารและจัดสรรเงินกองทุนเพื่อให้สาธารณชนได้รับทราบและสามารถตรวจสอบได้ ดังนั้น เพื่อเป็นการรายงานผลการปฏิบัติงานประจำปีของกองทุนต่อคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) และเพื่อนำเสนอต่อคณะรัฐมนตรี รัฐสภา รวมทั้งเป็นการเปิดเผยข้อมูลให้แก่ประชาชนโดยทั่วไปได้รับทราบ คณะกรรมการบริหารกองทุนจึงได้จัดทำรายงานฉบับนี้ขึ้น เพื่อแสดงผลการปฏิบัติงานในเชิงประสิทธิภาพและประสิทธิผลของกองทุน มีเนื้อหาสำคัญสรุปได้ดังนี้ (สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, 2566)

(1.1) ทิศทางและกลไกปฏิบัติงานของกองทุนประจำปี พ.ศ. 2566

ในปี พ.ศ. 2566 คณะกรรมการบริหารกองทุนพร้อมด้วยคณะกรรมการขับเคลื่อนนโยบายและแผนได้พิจารณาทบทวนแผนปฏิบัติการกองทุนวิจัยและพัฒนา ระยะ 4 ปี (พ.ศ. 2563 - 2566) โดยการดำเนินการทบทวนแผนเป็นการประเมินผลการจัดสรรเงินกองทุนในห้วงที่ผ่านมาว่าได้ดำเนินการตามยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ที่วางไว้ครบถ้วนตามที่กำหนดไว้หรือไม่ อย่างไร ทั้งนี้ การดำเนินการดังกล่าวที่ประชุมคณะกรรมการบริหารกองทุนวิจัยและพัฒนาได้มอบหมายผู้แทนจาก 4 หน่วยงาน ได้แก่ สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ กรมบัญชีกลาง สำนักงานงบประมาณ และสำนักนายกรัฐมนตรี เข้าร่วมเป็นที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแผนปฏิบัติการกองทุนฯ ระยะ 4 ปี (พ.ศ. 2563 - 2566) และกำหนดทิศทางการให้ทุนที่ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อไป โดยในปี 2566 ได้กำหนดขอบเขตงาน (Term of Reference) ทุนประเภทที่ 2 คือ ทุนตามนโยบายของคณะกรรมการบริหารกองทุน โดยได้มุ่งเน้นการดำเนินการเพื่อการพัฒนาให้สอดคล้องตามนโยบาย Thailand 4.0 ตัวอย่างเช่น การมุ่งเน้นด้านการพัฒนาโครงข่าย 5G การสนับสนุนผลงานวิจัยที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจผ่านเทคโนโลยี 5G Finance Technology, Smart Health, Smart Agriculture, Smart City, Industry 4.0 ด้านการวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เทคโนโลยีการใช้คลื่นความถี่ เทคโนโลยีสารสนเทศ เทคโนโลยีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการ ผู้สูงอายุ หรือผู้ด้อยโอกาส ตลอดจนอุตสาหกรรมโทรคมนาคมและอุตสาหกรรมต่อเนื่องโดยได้มีการดำเนินงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของกองทุนฯ อย่างมีประสิทธิภาพโดยยึดกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด

(1.2) ผลการปฏิบัติงานที่สำคัญประจำปี 2566

1.2.1 ด้านการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ กองทุน กทปส. อยู่ระหว่างการประเมินผลแผนปฏิบัติการกองทุนระยะ 4 ปี (พ.ศ. 2563-2566) และดำเนินการจัดทำร่างแผนปฏิบัติการฉบับใหม่ เนื่องด้วยในสิ้นปี 2566 แผนปฏิบัติการกองทุน กทปส. ระยะ 4 ปี (พ.ศ. 2563-2566) จะสิ้นสุดระยะเวลาตามแผน

โดยสถานะปัจจุบันกองทุนอยู่ระหว่างการเปิดรับทุนโครงการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานโครงการที่ได้รับทุน รวมถึงติดตามประเมินผลแผนปฏิบัติการกองทุนระยะ 4 ปี เพื่อเตรียมความพร้อมในการจัดทำ (ร่าง) แผนปฏิบัติการกองทุนวิจัยและพัฒนา ฉบับใหม่ ระยะ x ปี (พ.ศ. 256x – 25xx) ซึ่งคณะกรรมการบริหารกองทุนได้ให้ความเห็นชอบในการใช้แผนปฏิบัติการประจำปี 2566 ไปพลางก่อน จนกว่าแผนปฏิบัติการประจำปี 2567 จะแล้วเสร็จ ทั้งนี้ แผนปฏิบัติการกองทุนฉบับใหม่ จะจัดทำขึ้นโดยให้มี สอดคล้องกับระยะเวลาเริ่มต้นและสิ้นสุดของแผนให้สอดคล้องกับแผนแม่บทของ กสทช. ทั้ง 4 ฉบับ ได้แก่ แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2563-2568) แผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม ระยะ 5 ปี (พ.ศ.2562-2566) ฉบับปรับปรุง ซึ่งจะขยายระยะเวลาของแผนไปสิ้นสุดในปี 2568 แผนการจัดให้มีบริการโทรคมนาคมพื้นฐานโดยทั่วถึงและบริการเพื่อสังคม ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2565 – 2569) และท้ายสุดคือ แผนแม่บทการบริหารคลื่นความถี่ (พ.ศ. 2562) ซึ่งอยู่ระหว่างการยกร่างฉบับใหม่ เป็นต้น ทั้งนี้ แผนปฏิบัติการกองทุน กทปส. ฉบับใหม่ จะดำเนินการรวบรวมและวิเคราะห์ความเชื่อมโยงและความสอดคล้องร่วมกับ นโยบายชาติ แผนแม่บท แผนยุทธศาสตร์และแผนระดับชาติที่เกี่ยวข้องกับประเด็นแผนปฏิบัติการกองทุนฯ ที่ได้มี ประกาศใช้ในปัจจุบัน อีกทั้ง เพิ่มเติมประเด็นเรื่องการสนับสนุนการดำเนินงานภายใต้คณะกรรมการขับเคลื่อน 5G แห่งชาติ ในการผลักดันสนับสนุนงานวิจัยที่เป็นประโยชน์และตอบสนองการพัฒนาอุตสาหกรรม โทรคมนาคมในประเทศ โดยดำเนินการสอดคล้องกับแผนปฏิบัติการว่าด้วยการส่งเสริมการใช้ประโยชน์เทคโนโลยี 5G ของประเทศไทย แผนระยะที่ 2 (พ.ศ. 2566 - 2570) ที่จะเกิดขึ้นในระยะเวลาอันใกล้ เพื่อให้ได้มาซึ่งแผนปฏิบัติการกองทุน กทปส. ฉบับใหม่ ระยะ xx ปี (พ.ศ. 256x - 25xx) ที่สามารถใช้กำหนด ทิศทางการดำเนินงานของกองทุน กทปส. เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน และเพื่อให้การใช้จ่ายเงินจากกองทุนวิจัยและพัฒนา เป็นไปอย่างคุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุดต่อไป

1.2.2 การพิจารณาเกณฑ์ แนวทาง วิธีการ การอนุญาตขยายระยะเวลาและบทปรับโครงการที่ได้รับการส่งเสริมสนับสนุนจากกองทุนวิจัยฯ

1.2.3 การปรับปรุงแก้ไข (ร่าง) สัญญาวิทยุวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม สำหรับผู้ที่ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนเงินจากกองทุนวิจัยและพัฒนา กิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ

1.2.4 การปรับปรุงหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขการใช้จ่ายเงิน กองทุน กทปส. ปี 2560 โดยสำนักงาน กสทช. ได้รับมอบนโยบายจาก กสทช. ให้ดำเนินการปรับปรุงประกาศหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขการใช้จ่ายเงิน กองทุนฯ ปี 2560 เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน อาทิ ประเด็นผู้มีสิทธิขอรับการส่งเสริมและสนับสนุนประเภทการจัดสรรเงินกองทุนฯ รวมถึงประเด็นด้านกระบวนการจัดสรรเงินกองทุน ซึ่งได้ประกาศลงในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 18 สิงหาคม 2566

1.2.5 การพิจารณาให้ความเห็นคำนิยามและความสอดคล้องของวัตถุประสงค์ของกองทุนตามมาตรา 52 (2) ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาทรัพยากรสื่อสารการวิจัยและพัฒนาด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม รวมทั้งความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อเทคโนโลยีด้านการใช้คลื่นความถี่ เทคโนโลยีสารสนเทศ เทคโนโลยีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการและผู้สูงอายุ หรือผู้ด้อยโอกาส ตลอดจนอุตสาหกรรมโทรคมนาคม และอุตสาหกรรมต่อเนื่อง

1.2.6 การดำเนินการตามภารกิจ วัตถุประสงค์ตามมาตรา 52(6) สนับสนุนการใช้คลื่นความถี่ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด รวมทั้งสนับสนุนการเรียกคืนคลื่นความถี่ที่มีผู้ได้รับอนุญาตไป เพื่อนำมาจัดสรรใหม่และสนับสนุนการทดแทน ขดใช้ หรือจ่ายค่าตอบแทน การถูกเรียกคืนคลื่นความถี่ ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการใช้คลื่นความถี่

1.2.7 การจัดสรรเงินให้กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ตามมาตรา 52 (5) ของพระราชบัญญัติองค์กรฯ พ.ศ. 2553

1.2.8 ด้านการดูแลรักษาเงินกองทุน (ณ สิ้นสุดไตรมาสที่ 4) วันที่ 31 ธันวาคม 2566 มีเงินคงเหลือจำนวน 56,720.18 ล้านบาท โดยในระหว่างปี 2566 มีการรับเงินทั้งสิ้น จำนวน 10,098.34 ล้านบาท ประกอบด้วย การรับเงินจากการจัดสรรจากสำนักงาน กสทช. จำนวน 1,000.00 ล้านบาท เงินสมทบจากผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม จำนวน 7,675.08 ล้านบาท ดอกผลจากกองทุน จำนวน 413.40 ล้านบาท รายได้ค่าปรับทางปกครอง จำนวน 262.69 ล้านบาท และอื่นๆ จำนวน 747.17 ล้านบาท ประกอบด้วย เงินเหลือที่ผู้ขอรับทุนส่งคืนโครงการและรับเงินคืนค่า ภาษีมูลค่าเพิ่ม และมีการจ่ายเงินทั้งสิ้น จำนวน 10,291.24 ล้านบาท โดยเป็นการจ่ายเงินในโครงการตาม วัตถุประสงค์ของกองทุน จำนวน 5,061.33 ล้านบาท ประกอบด้วยโครงการประเภทที่ 1 จำนวน 129.35 ล้านบาท โครงการประเภทที่ 2 จำนวน 412.36 ล้านบาท โครงการประเภทที่ 3 จำนวน 25.70 ล้านบาท โครงการ ประเภทที่ 3 (USO โทรคมนาคม) จำนวน 3,993.92 ล้านบาท โครงการประเภทที่ 4 จำนวน 500 ล้านบาท และอื่นๆ จำนวน 5,229.91 ล้านบาท ประกอบด้วย เงินนำส่งกระทรวงการคลังจากโครงการสนับสนุนค่าใช้จ่าย อินเทอร์เน็ตแก่ผู้มีรายได้น้อย จำนวน 4,683.73 ล้านบาท คืนเงินค่าปรับปกครองตามคำสั่งศาล จำนวน 4.58 ล้านบาท คืนเงินประกันในโครงการสนับสนุนการเปลี่ยนผ่านไปสู่การรับชมโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบทีวี ดิจิทัล จำนวน 2.62 ล้านบาท และนำส่งภาษีมูลค่าเพิ่มและภาษีเงินได้หัก ณ ที่จ่าย จำนวน 538.98 ล้านบาท ในการเก็บรักษาเงิน กองทุนได้นำเงินฝากธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงินเฉพาะกิจในประเทศ ตามระเบียบคณะกรรมการบริหารกองทุนฯ ว่าด้วย การเก็บรักษา การใช้จ่าย การจัดทำบัญชีและ ระบบบัญชี พ.ศ. 2564 โดยได้รับอัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ย (ณ สิ้นสุดไตรมาสที่ 4) วันที่ 31 ธันวาคม 2566 อยู่ที่ร้อยละ 1.96 ต่อปี

1.2.9 ด้านการติดตามและประเมินผลกองทุน ได้มีการแต่งตั้งคณะกรรมการติดตาม และประเมินผลโครงการ เพื่อติดตามและประเมินผลการใช้จ่ายเงิน รวมถึงแต่งตั้งคณะกรรมการตรวจรับ ผลงานวิจัยจากผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้องเพื่อพิจารณาผลงานเป็นรายโครงการ โดยผลการติดตาม ประเมินผลการจัดสรรเงินกองทุน ตั้งแต่ปี 2556 - 2566 มีจำนวนทั้งสิ้น 403 โครงการ

(1.3) การประเมินประสิทธิภาพและประสิทธิผล

1.3.1 การบริหารจัดการด้านการเงินของกองทุนมีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่องโดยสามารถ เก็บรักษาเงินให้ปลอดภัยและได้รับอัตราผลตอบแทนที่เหมาะสม กองทุนมีการประมาณการกระแสเงินสดตาม แผนการรับเงินและแผนการใช้จ่ายของกองทุนที่มีภาระผูกพันไว้เท่าที่จำเป็นในบัญชีออมทรัพย์ ส่วนเงินที่เหลือ นำไปลงทุนในเงินฝากประจำธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงินเฉพาะกิจในประเทศ ตามหลักเกณฑ์การ พิจารณาลงทุนที่คณะกรรมการบริหารกองทุนฯ กำหนด ซึ่งจะพิจารณา Credit Risk (อัตราผลตอบแทนต่อ สินทรัพย์ อันดับความน่าเชื่อถือ ความเป็นเจ้าของ/ขนาดของสินทรัพย์ และอัตราส่วนทุนต่อสินทรัพย์เสี่ยง) และ Liquidity Risk (สัดส่วนของสินเชื่อด้อยคุณภาพต่อเงินให้สินเชื่อ และสัดส่วนเงินให้สินเชื่อต่อเงินรับฝาก) ของแต่ละธนาคารและสถาบันการเงิน ทั้งนี้ เพื่อให้ได้ผลตอบแทนที่ดีที่สุดและความเสี่ยง ต่ำสุด (ณ วันสิ้นสุด ไตรมาสที่ 3) วันที่ 30 กันยายน 2565 กองทุนได้รับอัตราผลตอบแทนเฉลี่ยร้อยละ 1.77 สูงกว่าอัตราเฉลี่ย ของธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ 5 แห่ง ที่มีอัตราผลตอบแทนเฉลี่ยที่ร้อยละ 0.97

1.3.2 การบริหารจัดการด้านการเงินบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดเพราะกองทุนมีฐานะ การเงินที่มั่นคงและมีเสถียรภาพอย่างต่อเนื่อง

(1) ผลการดำเนินงานของกองทุน (ตามเกณฑ์คงค้างที่แสดงในรายงานการเงินของกองทุน) ในปี 2566 (ณ วันสิ้นสุดไตรมาสที่ 4) ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2566 กองทุนมีรายได้ จำนวน 15,620.55 ล้านบาท (ลดลง 3,206.11 ล้านบาท เมื่อเทียบกับข้อมูล ณ วันสิ้นสุดไตรมาสที่ 4 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2565) กองทุนมีค่าใช้จ่าย จำนวน 8,364.05 ล้านบาท (ลดลง 355.02 ล้านบาท เมื่อเทียบกับข้อมูล ณ วันสิ้นสุดไตรมาสที่ 4 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2565) อย่างไรก็ตาม กองทุนยังมีการผูกพันตามสัญญาโครงการอีกจำนวน 23,899.51 ล้านบาท (ปี 2565 จำนวน 28,585.42 ล้านบาท)

(2) ฐานะการเงินของกองทุน ในปี 2566 ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566 กองทุนมีสินทรัพย์รวม จำนวน 97,288.13 ล้านบาท (ลดลง 2,160.35 ล้านบาท เมื่อเทียบกับปีก่อน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565) และมีหนี้สิน รวม จำนวน 40,296.12 ล้านบาท (ลดลง 9,416.85 ล้านบาท เมื่อเทียบกับปีก่อน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565)

(3) กองทุนมีเสถียรภาพในปี 2566 มี Current Ratio คิดเป็น 11.38 เท่า เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 4.65 เท่า และดีกว่าเกณฑ์มาตรฐานทางบัญชีที่ไม่ควรต่ำกว่า 1.5 เท่า และมี Debt Ratio คิดเป็น 0.41 เท่า ลดลงจากปี ก่อน 0.09 เท่า และดีกว่าเกณฑ์มาตรฐานทางบัญชีที่ไม่ควรเกิน 1.5 เท่า

1.3.3 ด้านประสิทธิภาพ ประสิทธิผล ผลกระทบ และความยั่งยืนของโครงการที่ให้ทุน การดำเนินงานกองทุนบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดอย่างมีประสิทธิภาพเพราะโครงการที่ได้รับทุนได้ก่อให้เกิดประโยชน์แก่กิจการวิทยุ กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมทั้งด้านการวิจัยและพัฒนา ด้านนวัตกรรม และ สิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการเรียนรู้และพัฒนาคุณภาพชีวิตประชาชน และการพัฒนาบุคลากรในกิจการวิทยุ และกิจการโทรทัศน์อย่างกว้างขวาง โดยจากผลการประเมินประสิทธิภาพ ประสิทธิผล ผลกระทบ และความยั่งยืน โครงการที่ได้รับทุนและสำเร็จในปี 2566 มีประสิทธิผลอยู่ในเกณฑ์สูง โดยได้คะแนน 4.78 จากคะแนน เต็ม 5 แยก เป็น 6 ด้าน รายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 8 ประสิทธิภาพ ประสิทธิผล ผลกระทบ และความยั่งยืนของโครงการที่ให้ทุน

ด้าน	ค่าเฉลี่ย				
	ประสิทธิภาพ (Efficiency)	ประสิทธิผล (Effectiveness)	ผลกระทบ (Impact)	ความยั่งยืน (Sustainability)	คะแนนรวม (Final rating)
1. ด้านการวิจัยและพัฒนา	4.00 (ค่อนข้างสูง)	5.00 (สูง)	3.67 (ค่อนข้างสูง)	3.67 (ค่อนข้างสูง)	4.08 (ค่อนข้างสูง)
2. ด้านเทคโนโลยี นวัตกรรม และสิ่งอำนวยความสะดวก	4.00 (ค่อนข้างสูง)	4.50 (สูง)	3.50 (ค่อนข้างสูง)	3.50 (ค่อนข้างสูง)	3.88 (ค่อนข้างสูง)
3. ด้านการให้บริการ ส่งเสริมการเรียนรู้ และพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน	4.25 (สูง)	4.50 (สูง)	3.75 (ค่อนข้างสูง)	3.75 (ค่อนข้างสูง)	4.06 (ค่อนข้างสูง)
4. ด้านการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะความรู้	4.40 (สูง)	5.00 (สูง)	4.00 (ค่อนข้างสูง)	3.80 (ค่อนข้างสูง)	4.30 (สูง)
5. ด้านการผลิตสื่อและรายการ	4.33 (สูง)	4.67 (สูง)	3.67 (ค่อนข้างสูง)	4.00 (ค่อนข้างสูง)	4.30 (ค่อนข้างสูง)

ด้าน	ค่าเฉลี่ย				
	ประสิทธิภาพ (Efficiency)	ประสิทธิผล (Effectiveness)	ผลกระทบ (Impact)	ความยั่งยืน (Sustainability)	คะแนนรวม (Final rating)
6. ด้านการกำหนดนโยบายและ แผนงานด้านกิจการกระจาย เสียง กิจการโทรทัศน์ และ กิจการโทรคมนาคม	5.00 (สูง)	5.00 (สูง)	4.00 (ค่อนข้างสูง)	4.00 (ค่อนข้างสูง)	4.50 (สูง)
เฉลี่ยรวม	4.33 (สูง)	4.78 (สูง)	3.77 (ค่อนข้างสูง)	3.79 (ค่อนข้างสูง)	4.17 (ค่อนข้างสูง)

หมายเหตุ 1) ระดับค่าคะแนนรวมตั้งแต่ 1.00-1.80 คือ ระดับต่ำ 2) ตั้งแต่ 1.81-2.60 คือ ระดับค่อนข้างต่ำ
 3) ตั้งแต่ 2.61-3.40 คือ ระดับปานกลาง 4) ตั้งแต่ 3.41-4.20 คือ ระดับค่อนข้างสูง และ 5) ตั้งแต่ 4.21-5.00
 คือ ระดับสูง

ทั้งนี้ ผลจากการประเมินประสิทธิภาพ ประสิทธิผล ผลกระทบ และความยั่งยืน โครงการใน 6 ด้าน
 กองทุนได้คะแนนรวมในระดับค่อนข้างสูงที่ 4.17 ผลการจัดสรรเงินกองทุนที่กำลังดำเนินงาน ในปี 2566
 ก่อให้เกิดการขับเคลื่อนต่อการพัฒนาด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และ กิจการโทรคมนาคม
 รวมถึงสามารถเป็นส่วนหนึ่งในฟันเฟืองในการพัฒนาประเทศไทยในหลายมิติ ได้แก่ ด้าน เศรษฐกิจ การพัฒนา
 ทรัพยากรมนุษย์ ด้านสังคม และด้านความมั่นคงปลอดภัย

(1.4) เป้าหมายการดำเนินงานประจำปี 2567

1.4.1 เป้าหมายการขับเคลื่อนนโยบายและแผนยุทธศาสตร์

- การขับเคลื่อนตามแผนปฏิบัติการกองทุน กทปส. ระยะ 4 ปี (พ.ศ. 2563 -2566)
รวมถึงการ จัดสรรเงินกองทุนตามแผนการดำเนินงานกองทุน ประจำปี 2565 ให้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด
- การจัดทำ (ร่าง) แผนปฏิบัติการกองทุน กทปส. ระยะ 4 ปี (พ.ศ. 2567-2570)
และ การประเมินผลแผนปฏิบัติการกองทุน กทปส. ระยะ 4 ปี (พ.ศ. 2563-2566)

- การปรับปรุงเกณฑ์การจัดสรรเงินประเภทต่างๆ ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน

1.4.2 เป้าหมายการจัดสรรเงิน กทปส. อยู่ระหว่างการขอความเห็นชอบจาก กสทช. ให้
 อนุมัติกรอบวงเงินและแนวทางการจัดสรรเงินจากกองทุน ประจำปี 2567 ภายใต้กรอบวงเงิน 1,500 ล้านบาท
 ดังนี้

- การจัดสรรเงินจากกองทุนประเภทที่ 1 โครงการที่เกิดจากผู้มีสิทธิขอรับการ
ส่งเสริมและสนับสนุนเงินจากกองทุนที่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของกองทุน (ทุนแบบเปิดกว้าง Open Grant)
กรอบวงเงินจำนวน 300 ล้านบาท

- ทุนประเภทที่ 2 โครงการมุ่งเน้นการบรรลุความสำเร็จตามนโยบายของ
คณะกรรมการบริหารกองทุน กรอบวงเงินจำนวน 700 ล้านบาท แบ่งออกเป็นดังนี้

1) โครงการทุนตามยุทธศาสตร์ (Strategic Grant) ทุนมุ่งเน้นการบรรลุ
 ความสำเร็จตามนโยบายคณะกรรมการบริหารกองทุน กำหนดกรอบวงเงิน จำนวน 600 ล้านบาท

2) โครงการต่อเนื่อง (โดยวิธีตกลงกับหน่วยงานที่เคยได้รับทุน) จากสถิติใน
 ปีที่ผ่านมา จะเห็นได้ว่า มีจำนวนการยื่นขอรับการส่งเสริมและสนับสนุนทุนต่อเนื่องเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง
 โดยในปี 2566 มีผู้ยื่นขอฯ รวมวงเงินทั้งสิ้น 172.08 ล้านบาท จึงเห็นควรกำหนดกรอบวงเงินสนับสนุนทุน
 ต่อเนื่อง ประจำปี 2567 จำนวน 100 ล้านบาท เพื่อสนับสนุนโครงการที่มีลักษณะเป็นการต่อเนื่องแก่โครงการ

ที่เคยได้รับการสนับสนุนเงินจากกองทุนและมีผลลัพธ์จากโครงการเดิมที่สามารถพัฒนาต่อยอดเป็นต้นแบบ Prototype หรือต่อยอดในลักษณะเชิงพาณิชย์ได้

- ทูน่าประเภทที่ 3 ทูน่านโยบาย กสทช. ในห่วงโซ่ที่ผ่านมาทูน่าตามนโยบาย กสทช. ไม่จำกัดกรอบวงเงินจัดสรรของทูน่าประเภทที่ 3 เนื่องจาก โดยส่วนใหญ่จะเป็นโครงการที่สนับสนุนสถานการณ์เร่งด่วนหรือมีความจำเป็นในขณะนั้น

- ทูน่าประเภทที่ 4 สนับสนุนการดำเนินการตามกฎหมายว่าด้วยกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ตามมาตรา 52 (5) แห่งพระราชบัญญัติองค์การจัดสรรคลื่นความถี่ฯ จำนวน 500 ล้านบาท

1.4.3 เป้าหมายการติดตามและประเมินประสิทธิภาพการใช้จ่ายเงินกองทุน กทปส. จะพัฒนาระบบการบริหารจัดการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มีประสิทธิภาพและมั่นคงยิ่งขึ้นกว่าปีที่ผ่านมา โดยการบริหารและดูแลรักษาเงินกองทุนฯ ให้เจริญเติบโตและมีความมั่นคง รวมถึงจะพัฒนากฎ ระเบียบ หลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้ในการปฏิบัติงาน ได้แก่ การนำเทคโนโลยีสารสนเทศ มาใช้ในการปฏิบัติงานเพื่ออำนวยความสะดวกในการปฏิบัติงานของสำนักกองทุนวิจัยและพัฒนา และผู้รับทุน กทปส. ให้มากยิ่งขึ้น รวมทั้งจะเพิ่มศักยภาพการพัฒนาบุคลากรของสำนักกองทุนวิจัยและพัฒนาให้พร้อมที่จะปฏิบัติงานรองรับนโยบายและแผน กทปส. ให้บรรลุเป้าหมาย ทั้งทักษะและประสบการณ์ ด้านการวิเคราะห์ นโยบายและแผน การวิเคราะห์และประเมินผลโครงการฯ การเงินและบัญชี การบริหารผลการวิจัยและทรัพย์สินทางปัญญา และภาษาต่างประเทศ ตลอดจนการส่งเสริมประชาสัมพันธ์ผลการดำเนินงาน กทปส. ผลงานที่ได้รับทุนส่งเสริมและสนับสนุนการวิจัยจาก กทปส. ข้อมูลข่าวสารอันเป็นประโยชน์ต่อสังคมและภาพลักษณ์ กทปส. ให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย

(2) โครงการส่งเสริมความเข้มแข็งเครือข่ายผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ระดับภูมิภาค

โครงการส่งเสริมความเข้มแข็งเครือข่ายผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีจาก “แกนนำเครือข่าย” ผู้บริโภคทั้ง 4 ภูมิภาค (ภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคเหนือ และภาคใต้) โดย สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการดำเนินการของเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ให้มีความเข้มแข็ง เกิดกลไกการขับเคลื่อนและเชื่อมโยงงานคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ในระดับภูมิภาคอย่างมีประสิทธิภาพ และเพื่อเป็นช่องทางเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร สร้างความรู้ ความเข้าใจแก่ผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์เกิดความตื่นตัว รับรู้ เข้าใจ และตระหนักถึงความสำคัญของสิทธิของตนเองในฐานะผู้บริโภคสื่อ

โครงการนี้ได้ดำเนินการส่งเสริมเครือข่ายผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ให้มีความเข้มแข็ง เกิดกลไกในการขับเคลื่อนและเชื่อมโยงงานคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ในระดับภูมิภาค ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้ (มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2564)

1. ด้านการส่งเสริมความเข้มแข็ง หมายถึง การเติมเต็มศักยภาพในด้านความรู้ ความเข้าใจในงานคุ้มครองผู้บริโภคภายใต้ขอบเขตสื่อประเภทกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ให้กับเครือข่าย ที่ปรึกษาได้ดำเนินงานต่างๆ ดังนี้

(1) การประชุมแกนนำเครือข่ายผู้บริโภคฯ ส่งเสริมความเข้มแข็งให้กับเครือข่ายผู้บริโภคฯ ที่ปรึกษาได้เชิญเครือข่ายจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ข้อมูลด้านขอบเขตหน้าที่การทำงาน เช่น

ผู้บริหารสถานศึกษาระดับชั้นประถมศึกษา มัธยมศึกษา ออ. เกสซกร สสจ. องค์กรอิสระ องค์กรที่เกี่ยวข้องกับเยาวชนและเด็ก เพื่อให้เครือข่ายผู้บริโภคฯ ได้ซักถามข้อสงสัยเกี่ยวกับการเฝ้าระวังสื่อโฆษณาในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ได้ร่วมแลกเปลี่ยนประสบการณ์ และเรียนรู้ร่วมกัน รวมทั้งการได้รับแนะนำในการทำงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

(2) การจัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อส่งเสริมความเข้มแข็งให้กับเครือข่ายผู้บริโภคฯ โดยให้ความรู้ในด้านบทบาท ขอบเขตการทำงานของ กสทช. กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค แนวทางการดำเนินงานของเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคฯ ที่สอดคล้องทั้งเครือข่ายและผู้บริโภค การร้องเรียน การรับเรื่องร้องเรียน หน่วยงานที่ทำหน้าที่รับผิดชอบ เช่น ออ. และในระหว่างการประชุมฯ ดังกล่าว ผู้ที่ทำงานในส่วนที่เกี่ยวข้องได้ชี้แนะแนวทางในการทำงาน ซึ่งช่วยให้เครือข่ายผู้บริโภคฯ ได้รับทราบขอบเขตในการทำงาน

(3) การจัดโครงการกิจกรรมในแต่ละภูมิภาคทั้ง 9 โครงการ เครือข่ายผู้บริโภคฯ ได้เชิญวิทยากรที่มีความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค เช่น สสจ. รพ.สต. วิทยากรที่มีประสบการณ์ในการทำงานด้านคุ้มครองผู้บริโภค มาให้ความรู้ถ่ายทอดประสบการณ์ให้กับผู้บริโภคและเครือข่ายผู้บริโภคฯ ซึ่งหัวข้อในแต่ละโครงการจะมีสรุปประเด็นมาปรับใช้กับปัญหาและสถานการณ์ของผู้บริโภคในแต่ละพื้นที่ เช่น การทำความรู้จักกับหน่วยงานที่ทำหน้าที่คุ้มครองผู้บริโภค การโฆษณาเกินจริงเป็นอย่างไร ถ้าหากได้ยิน/ได้รับชมคำกล่าวอ้างลักษณะใดจึงจะถือว่าเป็นการโฆษณาเกินจริง หรือวิทยากรที่ให้ข้อมูล ช่องทางการติดต่อ การร้องเรียน หากผู้บริโภคถูกเอารัดเอาเปรียบ จากที่กล่าวไป นอกจากผู้บริโภคจะได้รับประโยชน์ เครือข่ายผู้บริโภคส่วนหนึ่งได้รับความรู้ไปพร้อมๆ กับผู้บริโภคด้วยการเชื่อมโยงคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ จากการประชุมแกนนำเครือข่ายผู้บริโภคฯ และการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการฯ ทำให้เครือข่ายผู้บริโภคฯ ได้ทำความรู้จักกัน นำไปสู่การทำงานร่วมกันในรูปแบบการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การออกแบบโครงการกิจกรรมที่สอดคล้องกับผู้บริโภคในแต่ละภาค นอกจากนี้ เครือข่ายผู้บริโภคฯ ได้ชักชวนให้เครือข่ายผู้บริโภคฯ ที่รู้จักเข้ามาทำงานร่วมกัน เช่น เครือข่ายที่เป็น อสม. ในชุมชนหนึ่ง ชักชวนให้ อสม. เกสซกรในอีกชุมชนมาร่วมจัดโครงการ หรือการเข้าร่วมมาเป็นเครือข่ายผู้บริโภคฯ ร่วมกัน รวมทั้งการขยายเครือข่ายผู้บริโภคฯ ได้ทำงานร่วมกับเครือข่ายผู้บริโภคฯ ที่อยู่ในอำเภอหรือหน่วยงานส่วนอื่นๆ ในภูมิภาคเดียวกัน โดยในแต่ละภาคจะมีการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบต่าง ๆ

(4) งานมหกรรมกิจกรรมคุ้มครองผู้บริโภคฯ เครือข่ายผู้บริโภคฯ ได้ชักชวนให้เครือข่ายอื่นๆ ที่รู้จักแต่ทำงานในภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เช่น สสจ. อสม. เกสซกร ออ. อาจารย์ ครู ข้าราชการ ข้าราชการบำนาญ นักจัดรายการวิทยุ เยาวชน เด็ก หรือภาคประชาชนที่สนใจหรือเคยได้รับผลกระทบจากการหลงเชื่อโฆษณาเกินจริง เข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งที่จะขับเคลื่อนการดำเนินงานในอนาคต จากการกำหนดโครงการต่อยอดจากโครงการที่ได้รับมอบหมาย เพื่อเตรียมความพร้อมในการดำเนินงาน หากมีโครงการส่งเสริมความเข้มแข็งเครือข่ายผู้บริโภคฯ เช่นนี้ในอนาคต

2. ช่องทางเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร สร้างความรู้ ความเข้าใจแก่ผู้บริโภคให้เกิดความตื่นตัว รับรู้ เข้าใจ และตระหนักถึงความสำคัญของสิทธิของตนเองในฐานะผู้บริโภคสื่อ เครือข่ายผู้บริโภคฯ ผู้บริโภคและประชาชนทั่วไป ได้ทราบช่องทางในการเข้าถึงแหล่งข้อมูลที่เป็นทางการและเชื่อถือได้ ได้แก่ กสทช. ออ. สคบ. มูลนิธิผู้บริโภค ฯลฯ โดยการเชื่อมโยงข้อมูลเหล่านั้นนำมาเผยแพร่ในช่องทางการสื่อสารในกลุ่มเครือข่ายผู้บริโภคฯ ในแต่ละภาค และเครือข่ายผู้บริโภคฯ ที่รวมทุกภาคในกลุ่มไลน์ รวมทั้งการสร้างช่องทางใหม่ เพื่อเป็นช่องทางการสื่อสารระหว่างเครือข่ายผู้บริโภคฯ และผู้บริโภคผ่านสื่อใหม่

ปัญหาและอุปสรรค

เครือข่ายผู้บริโภคฯ ในส่วนนักวิชาการด้านที่เกี่ยวข้อง เข้ามามีบทบาทส่วนร่วมในจำนวนไม่มากนัก จากโครงการนี้ มีเครือข่ายผู้บริโภคฯ ในส่วนของอาจารย์มหาวิทยาลัยเพียง 2 ท่าน เท่านั้น แม้ว่าในระหว่างการทำงาน นักวิชาการจากมหาวิทยาลัยได้เข้าร่วมประชุมบ้าง แต่เป็นไปในลักษณะการเฝ้าสังเกตการณ์และไม่ได้มีการสานสัมพันธ์ช่วยเหลือเครือข่ายผู้บริโภคฯ ในพื้นที่แต่อย่างใด แนวทางในการแก้ไขของที่ปรึกษา คือ ผลักดัน กระตุ้น ส่งเสริมให้เครือข่ายผู้บริโภคฯ ในส่วนของนักวิชาการ 2 ท่านได้เป็นแกนนำหลักสำคัญในการทำงานในโครงการนี้ ส่งผลให้นักวิชาการเป็นกำลังสำคัญที่เครือข่ายผู้บริโภคฯ ให้ความสำคัญ เชื่อถือ พร้อมรับฟังข้อเสนอแนะที่ทำให้การดำเนินงานโครงการเป็นไปตามที่คาดหวัง

อย่างไรก็ตาม เครือข่ายผู้บริโภคฯ ยังไม่สามารถขยายขอบเขตการทำงานในระดับภูมิภาคได้ ทำได้ในระดับจังหวัดของตนและใกล้เคียงเท่านั้น เนื่องจากเครือข่ายผู้บริโภคฯ ไม่รู้จักกันมาก่อน ไม่เคยทำงานร่วมกัน การพบปะแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกิดขึ้นเฉพาะในงานประชุมแกนนำเครือข่ายผู้บริโภคฯ และการประชุมเชิงปฏิบัติการฯ เท่านั้น ทำให้ยังไม่ก่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่จะเชื่อมโยงให้ทำงานร่วมกันได้ ทั้งนี้ เครือข่ายผู้บริโภคฯ ที่ดี เช่น สามารถกำหนดวัตถุประสงค์ที่จะทำงานร่วมกันได้ชัดเจน มีส่วนร่วมในการทำงาน ช่วยกันระดมความคิดเห็น เช่น การหาแนวทางในการทำงาน ไม่เรียกร้องผลประโยชน์ตอบแทน ซึ่งประธานเครือข่ายฯ และที่ปรึกษาจะประเมินผลงานในแต่ละโครงการ เพื่อนำมาพิจารณาคัดเลือกเครือข่าย ผู้บริโภคฯ ที่มีศักยภาพ มีคุณลักษณะที่ดี และมีความตั้งใจจริงในการทำงาน เพื่อเข้าร่วมในโครงการ และในงบประมาณถัดไป เครือข่ายผู้บริโภคฯ จะต้องกำหนดวัตถุประสงค์ “ร่วมกัน” หมายความว่า มีการกำหนดเป้าหมายร่วมกัน ไม่ใช่เครือข่ายฯ กำหนดเพื่อประโยชน์ของตนเองฝ่ายเดียว และเมื่อเข้าร่วมในโครงการแล้วต้องทำงานให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ ไม่ใช่เข้าร่วม แต่ไม่ทำกิจกรรม และไม่ได้มีการขับเคลื่อนงานให้เป็นไปตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ ดังนั้น การกำหนดวัตถุประสงค์ร่วมกันเป็นสิ่งที่สำคัญ

หากพบเครือข่ายผู้บริโภคฯ ที่เข้าร่วมในโครงการภายใต้วัตถุประสงค์ที่ต้องการให้ตนเองได้รับประโยชน์ไม่แสดงความคิดเห็น ไม่ชี้แนะ ไม่ให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ ควรมีแนวทางในการป้องกันไม่ให้ เข้ามาหาผลประโยชน์ได้อีก เครือข่ายผู้บริโภคฯ ที่ได้จัดทำโครงการทั้ง 9 โครงการได้มีโอกาสชักนำเครือข่ายผู้บริโภคฯ ใหม่ ๆ ที่มีประสิทธิภาพเข้าร่วมในโครงการ ฯ ที่ผ่านมา เครือข่ายเหล่านั้นมีความยินดีที่จะทำงานร่วมกันต่อไปในอนาคตอันเป็นกรณีหนึ่งในการคัดกรองเครือข่ายผู้บริโภคฯ ทำให้อีกเครือข่ายที่ต้องการเข้ามาแสวงหาผลประโยชน์ไม่มีช่องทางที่จะสอดแทรกเข้ามาได้อีก

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

การจัดทำโครงการส่งเสริมความเข้มแข็งของเครือข่ายผู้บริโภค ควรดำเนินการมุ่งเฉพาะรายภาค เนื่องจากแต่ละภาคมีบริบท ปัญหา สาเหตุ ที่มา ลักษณะการรวมตัวของเครือข่ายมีความแตกต่าง และมีแนวทางการทำงาน เทคนิคการสื่อสารที่หลากหลายที่ไม่เหมือนกัน ถ้ามีโครงการที่มุ่งไปที่ภาคใดภาคหนึ่ง โดยเฉพาะจะช่วยให้การจัดทำโครงการมีการเข้าถึงเครือข่ายผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง และได้แนวทางในการส่งเสริมความเข้มแข็งให้กับเครือข่ายที่มีลักษณะเฉพาะตัว หรือได้รูปแบบที่ภาคอื่น ๆ สามารถถอดบทเรียนนำไปใช้ให้เหมาะสมกับบริบทของแต่ละชุมชนและแต่ละภาคได้

การสนับสนุนด้านการจัดอบรมให้ความรู้ในด้านที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง ผ่านรูปแบบต่างๆที่เหมาะสมและเครือข่ายผู้บริโภค สามารถเข้าถึงได้ง่าย เช่น เว็บไซต์ คลิปวิดีโอ อินโฟกราฟฟิก จัดทำลิงก์เพื่อเชื่อมโยงไปยังแหล่งข้อมูลอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งส่งเสริมให้เครือข่ายผู้บริโภคฯ ได้มีโอกาสจัดทำโครงการที่เป็นประโยชน์กับผู้บริโภคเพื่อฝึกฝนให้เครือข่ายสามารถเขียนโครงการของงบประมาณได้อย่างชัดเจน และมีการวัดผลที่สามารถทำได้จริง เสริมสร้างทักษะการสื่อสารที่จะชักชวนให้เครือข่ายอื่น ๆ มา

ทำงานร่วมกับเครือข่ายของตนเอง ที่จะช่วยให้การดำเนินงานได้รับความช่วยเหลือและร่วมมือในด้านการอำนวยความสะดวกให้กับเครือข่ายและผู้บริโภค รวมไปถึงเพิ่มทักษะการสื่อสารกับผู้บริโภคในพื้นที่ของตนเอง

3. การมีส่วนร่วมอย่างเข้มแข็งและรู้จักสิทธิในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์

บทความเรื่อง เครือข่ายผู้บริโภค: การมีส่วนร่วมอย่างเข้มแข็งและรู้จักสิทธิในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ของ ราตรี จุลศิริ สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการสร้างเครือข่ายและการมีส่วนร่วมของประชาชน และศึกษาวิเคราะห์ ถอดบทเรียน โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลจากกระบวนการในการจัดกิจกรรมตามโครงการส่งเสริมและสนับสนุนการรวมกลุ่มเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค ผ่านการออกแบบกระบวนการโดยใช้เทคนิค วิธีการต่างๆ ในการแลกเปลี่ยน เรียนรู้ และระดมความคิดเห็นต่อแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภคของสำนักงาน กสทช. เพื่อนำมาวิเคราะห์เป็นข้อเสนอสุดท้ายผลการศึกษพบว่า เครือข่ายผู้บริโภคมีประเด็นข้อเสนอต่อบทบาท อำนาจหน้าที่ของ กสทช. การจัดทำหลักเกณฑ์ หรือข้อบังคับต่างๆ การติดตามเฝ้าระวังการกำกับดูแล การพิจารณาเรื่องร้องเรียน การสร้างเครือข่าย และการส่งเสริมการมีส่วนร่วมตลอดจนอุปสรรคปัญหาของการทำงานในฐานะเครือข่ายผู้บริโภคและจากผลการศึกษาสรุปได้ว่า ภาครัฐกับประชาชนควรต้องมีความสัมพันธ์กันในรูปแบบความสัมพันธ์แบบพลวัต (Dynamic System) โดยภาคประชาชนต้องตื่นตัวและกระตือรือร้นที่จะเรียนรู้สิทธิเสรีภาพและการมีส่วนร่วมของตนเอง ต้องรวมตัวกันเป็นเครือข่ายให้เข้มแข็งยิ่งขึ้น และภาครัฐควรเปิดโอกาสให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมในการช่วยหนุนเสริมพลังของการทำงาน ให้มีการกำหนดนโยบายสาธารณะด้วยกระบวนการที่ส่งเสริมการศึกษาความต้องการเพื่อนโยบายที่มีประสิทธิภาพรวมทั้งเป็นกลไกติดตาม การดำเนินการของภาคส่วนต่าง ๆ และเป็นการพัฒนาคนจากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในอีกทางหนึ่ง

4. ข้อมูลเบื้องต้นในการวิเคราะห์ผลกระทบกรณีการรวมธุรกิจระหว่างทรูกับดีแทค

ข้อมูลเบื้องต้นในการวิเคราะห์ผลกระทบกรณีการรวมธุรกิจระหว่างทรูกับดีแทค สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กสทช.) จัดทำขึ้นเพื่อนำเสนอในการประชุมคณะกรรมการวิสามัญพิจารณาศึกษาผลกระทบกรณีการควบรวมกิจการโทรคมนาคมระหว่างทรูและดีแทค และการค้าปลีก-ค้าส่ง ของสภาผู้แทนราษฎร เมื่อวันที่ 16 มีนาคม 2555 ซึ่งภายในรายงานการวิเคราะห์ดังกล่าวได้สรุปให้เห็น 1) สภาพตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ของประเทศไทยในปัจจุบันเปรียบเทียบกับในกรณีที่มีการควบรวม 2) เหตุผลของการควบรวมธุรกิจ ข้อดีและข้อจำกัดกรณีการรวมธุรกิจระหว่างบริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และบริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) โดยมีการนำเสนอกรณีศึกษาจากต่างประเทศ ที่สำนักงาน กสทช. ได้ทำการศึกษามานำเสนอ ได้แก่ ประเทศออสเตรเลีย ประเทศไอร์แลนด์ ประเทศอังกฤษ ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศมาเลเซีย พร้อมทั้งนำเสนอบทวิเคราะห์ของสำนักงาน กสทช. ในประเด็นข้อดีและข้อจำกัดกรณีการรวมธุรกิจระหว่างบริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และบริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) ไว้อย่างน่าสนใจ ได้แก่ การประหยัดต่อขนาด (Economy of scale) จะช่วยลดต้นทุนของผู้ให้บริการ และผู้ให้บริการสามารถนำต้นทุนที่ประหยัดขึ้นไปขยายและพัฒนาโครงข่ายได้เร็วขึ้น ส่งผลให้โครงข่ายมีความครอบคลุม ความเร็วและคุณภาพมากขึ้น ส่วนข้อจำกัด ได้แก่ ทางเลือกของผู้บริโภคลดลง อัตราค่าบริการอาจสูงขึ้น อุปสรรคในการเข้าสู่ตลาดอาจสูงขึ้น อย่างไรก็ตาม หากมีมาตรการกำกับดูแลที่เหมาะสม หรือมีปัจจัยภายนอกอื่น ๆ ทำให้การแข่งขันเปลี่ยนไป ข้อจำกัดข้างต้นอาจไม่เกิดขึ้นก็ได้ 3) ผลกระทบ โดยกล่าวถึงในทั้งสองมิติที่อาจเกิดขึ้น คือ ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการรวมธุรกิจ

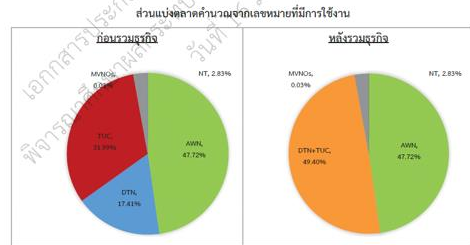
และผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นหากไม่มีการควบคุม และ 4) มาตรการเฉพาะที่สามารถนำมาใช้พิจารณา มีสองส่วน ได้แก่ มาตรการเชิงโครงสร้าง (Structural remedies) และมาตรการเชิงพฤติกรรม (Behavioural remedies)



โทรศัพท์เคลื่อนที่แบบมีโครงข่ายคือ 4 ราย อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาว่า TUC และ DTN วออยู่ในเครือเดียวกัน จะทำให้ผู้ให้บริการลดลงเหลือ 4 ราย เหลือ 3 ราย โดยบริษัทที่รวมธุรกิจจะครองส่วนแบ่งตลาดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.40 รองลงมาเป็นบริษัท Awn เท่ากับร้อยละ 47.72 และบริษัท NT มีส่วนแบ่งตลาดที่ร้อยละ 2.83 ในขณะที่กลุ่ม MVNO มีส่วนแบ่งเพียงร้อยละ 0.03 โดยค่าดัชนี HHI มีค่าเท่ากับ 4,725 เพิ่มขึ้น 1,218 หรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 32.23

4Q2564	AWN	NT	DTN	TUC	หลังรวมกิจการ
เลขหมายที่ได้รับการจัดสรร	51,068,173	9,033,372	29,987,368	49,773,427	79,760,795
เลขหมายที่มีการใช้งาน	57,666,277*	3,425,730	21,039,372	38,661,710	59,701,082
ราคาค่าบริการประเภทเสียง (บาทต่อนาที)	0.52	0.29 (TOT) 0.44 (CAT)	0.55	0.57	
ราคาค่าบริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์เคลื่อนที่ (บาทต่อ MB)	0.13	0.02 (TOT) 0.11 (CAT)	0.09	0.13	
รายได้จากการให้บริการ (ล้านบาท)	34,480	28.91	14,345	20,293	34,638
กำไรสุทธิ (ล้านบาท)	6,863		171	54	225
ส่วนแบ่งตลาด (เลขหมาย)	47.72%	2.83%	17.41%	31.99%	49.40%
ดัชนี HHI (เลขหมาย)			3,612		4,725
Δ การเปลี่ยนแปลงดัชนี HHI					+1,114 (+30.84%)
ส่วนแบ่งตลาด (รายได้)	49.86%	0.08%	20.75%	29.35%	50.09%
ดัชนี HHI (รายได้)			3,778		4,996
Δ การเปลี่ยนแปลงดัชนี HHI					+1,218 (+32.23%)

*AWN มีจำนวนเลขหมายที่มีการใช้งานมากกว่าเลขหมายที่ได้รับการจัดสรร เนื่องจากมีจำนวนเลขหมายเพิ่มเติมจากการเช่าเลขหมายจากผู้ให้บริการรายอื่น



Download จาก <https://www.the101.world/wp-content/uploads/2022/05/ข้อมูลเบื้องต้นในการวิเคราะห์ผลกระทบกรณีการรวมธุรกิจ final.pdf>

(3) รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการจ้างที่ปรึกษาวิเคราะห์การรวมธุรกิจระหว่างบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และบริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน)

รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการจ้างที่ปรึกษาวิเคราะห์การรวมธุรกิจระหว่างบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และบริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) โดยศูนย์บริการวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (สิงหาคม 2565) ซึ่งในส่วนของบริษัทผู้บริหารที่เผยแพร่ในเว็บไซต์ของสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กสทช.) ได้เสนอไว้อย่างน่าสนใจว่า กสทช. มีนโยบายการกำกับดูแลกิจการโทรคมนาคมเพื่อการแข่งขันอย่างเสรีและเป็นธรรมและมุ่งประโยชน์ของผู้ใช้บริการเป็นหลัก มาตรการหนึ่ง ได้แก่ การกำกับดูแลการควบรวมธุรกิจในกิจการโทรคมนาคมเพื่อป้องกันผลกระทบในแง่ลบที่อาจเกิดกับอุตสาหกรรมและผู้ให้บริการโทรคมนาคม การที่บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และบริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) มีการประกาศจะรวมธุรกิจนั้น สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ได้มอบหมายให้ศูนย์บริการวิชาการ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ทำการวิเคราะห์และศึกษาผลกระทบด้านต่าง ๆ ผลการศึกษาสามารถสรุป ได้ดังนี้ อุตสาหกรรมโทรคมนาคมมีมูลค่าตลาดปี พ.ศ. 2561 ประมาณ 6.1 แสนล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วน ร้อยละ 3.9 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (Gross Domestic Product: GDP) เป็นตลาดการบริการสื่อสารมูลค่าประมาณ 3.6 แสนล้านบาท กลุ่มผู้ใช้บริการที่มีสิทธิในโครงข่าย (Mobile Network Operators: MNOs) มีผู้ประกอบการ

ประกอบด้วย (1) บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) : DTAC (2) บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน): TRUE (3) บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) AWN (4) บริษัท โทรคมนาคมแห่งชาติ จำกัด (มหาชน): NT มีการนำเสนอผลประกอบการของบริษัทก่อนการควบรวมธุรกิจ มีดังนี้ (ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2564) โครงสร้างผู้ถือหุ้นก่อนการควบรวม โครงสร้างผู้ถือหุ้นหลังการควบรวม ผลการดำเนินงานหลังการควบรวม ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการรวมธุรกิจ (Single Economic Entity) การกำหนดนิยามตลาดและขอบเขตตลาดโทรคมนาคม ที่เกี่ยวข้อง

ในรายงานดังกล่าวได้กล่าวถึงขอบเขตตลาดโทรคมนาคมที่เกี่ยวข้องของประเทศไทยตามภาคผนวกของประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง นิยามของตลาดและขอบเขตตลาดโทรคมนาคมที่เกี่ยวข้อง พ.ศ. 2563 (ฉบับที่ 2) ประกอบด้วย ตลาดค้าปลีกบริการ (Retail Market) ประกอบไปด้วย 5 ตลาด และตลาดค้าส่งบริการ (Wholesale Market) ประกอบไปด้วย 8 ตลาด นอกจากนี้ยังได้นำเสนอบทสรุปการวิเคราะห์ผู้มีอำนาจเหนือตลาดอย่างมีนัยสำคัญเปรียบเทียบกับก่อนและหลังรวมธุรกิจ ผลกระทบที่เกิดจากการรวมธุรกิจแบบแนวดิ่ง เปรียบเทียบหรือมาตรการเฉพาะที่เหมาะสมให้สอดคล้องกับผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการรวมธุรกิจ ผลกระทบของการรวมธุรกิจที่มีต่อผลกระทบด้านราคาของผู้บริโภคในตลาดค้าปลีก ผลกระทบของการรวม ธุรกิจที่มีต่อผลกระทบด้านราคาของผู้บริโภคในตลาดค้าปลีก วิเคราะห์ผลกระทบของการรวมธุรกิจที่มีต่ออุตสาหกรรมโทรคมนาคมและเศรษฐกิจ วิเคราะห์ประสิทธิภาพที่เกิดจากการควบรวมกิจการ ศึกษาขอบเขตอำนาจทางกฎหมาย เปรียบเทียบประกาศ กสทช. ที่เกี่ยวข้องทั้งในอดีตและปัจจุบัน รวมทั้ง วิเคราะห์เหตุผล หลักการการเปลี่ยนแปลงและปรับปรุงดังกล่าว ซึ่งได้สรุปไว้ว่า จากการศึกษาขอบเขต อำนาจทางกฎหมาย เปรียบเทียบประกาศ กสทช. ที่เกี่ยวข้องทั้งในอดีตและปัจจุบัน พบว่า กฎหมายแม่บท ที่เกี่ยวข้องมีด้วยกันทั้งสิ้น 2 ฉบับ ได้แก่ พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการจัดสรร วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และพระราชบัญญัติการประกอบกิจการโทรคมนาคม ที่ใช้บังคับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 ถึง ปัจจุบัน จะเห็นได้ว่ากฎหมายแม่บทที่เกี่ยวข้อง มิได้เกิดการเปลี่ยนแปลงมากนัก คณะผู้วิจัย พบว่าในประเด็นที่เกี่ยวกับการวิจัยครั้งนี้จะต้องพิจารณากฎหมายลำดับรองซึ่งเกี่ยวข้องในประเด็นสำคัญเป็นหลักดังต่อไปนี้ ในอดีตตาม ข้อ 9 แห่งประกาศ คณะกรรมการกิจการ โทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการการควบรวมและการถือหุ้นไขว้ในกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 จะเห็นได้ว่า กสทช. มีอำนาจในการพิจารณาอนุญาตหรือไม่อนุญาตให้เกิดการรวมธุรกิจได้ โดยพิจารณาจากดัชนีการกระจุกตัวของตลาด (HHt index) อย่างไรก็ตาม ต่อมาได้มีการยกเลิกประกาศฉบับดังกล่าวและมีการบังคับใช้ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง มาตรการกำกับดูแลการรวมธุรกิจในกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2561 แทน ซึ่งเมื่อพิจารณาข้อ 12 ประกาศ ฉบับใหม่นี้แล้ว พบว่า กสทช. ยังคงต้องพิจารณาการรวมธุรกิจว่าส่งผลกระทบต่อการแข่งขันในตลาดที่เกี่ยวข้องดั้งเดิมโดยพิจารณาจากดัชนีการกระจุกตัวของตลาด (HHL index) หากแต่เมื่อพิจารณาแล้วนั้น กสทช. ทำได้เพียงพิจารณากำหนดเงื่อนไขหรือนำมาตรการเฉพาะสำหรับผู้มีอำนาจเหนือตลาดอย่างมีนัยสำคัญมาบังคับใช้ เท่านั้น แต่ไม่มีอำนาจในการพิจารณา อนุญาตหรือไม่อนุญาตการรวมธุรกิจอีกต่อไป

นอกจากนี้ยังได้มีการนำเสนอผลการศึกษาขอบเขตอำนาจทางกฎหมายปัจจุบัน รวมถึงขั้นตอนและแนวทางการดำเนินงานตามกฎระเบียบ ที่จะต้องปฏิบัติให้สอดคล้องกันระหว่างการทำงานของผู้ควบรวมและสำนักงาน กสทช. และ กสทช. รวมทั้งให้ข้อเสนอแนะแนวทางการปรับปรุงกฎระเบียบหรือกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

แนวทางในการแยกอำนาจการควบคุมการควบคุมและการกำหนดมาตรการที่มีการแยกต่างหากกัน ในต่างประเทศทำให้การตีความองค์การที่มีหน้าที่กำกับดูแลมีกรอบอำนาจหน้าที่ที่ชัดเจนด้วย ประกอบกับ หากพิจารณาช่วงเวลาในการตั้งองค์กรกำกับดูแลกิจการโทรคมนาคม กทช. หรือ กสทช. ในปัจจุบัน พบว่า ขณะที่มีการจัดตั้งตามพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการกิจการ วิทยุกระจายเสียง วิทยุ โทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม นั้น มีการบังคับใช้พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2542 แล้วด้วย

ในประเด็นนี้หน่วยงานในประเทศไทยที่มีหน้าที่ควบคุม การรวมธุรกิจตามกฎหมายทั่วไป คือ คณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า ตามพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2560 ซึ่งมีการ กำหนดฐานอำนาจไว้อย่างชัดเจนเกี่ยวกับอำนาจในการควบคุมกิจการไว้ คือ มาตรา 51 วรรคสอง อย่างไรก็ตาม พระราชบัญญัติฉบับนี้มีได้เป็นการปิดกั้นมิให้องค์กรที่มีหน้าที่กำกับ ดูแลในกิจการประเภทอื่นๆ ไม่ให้มีอำนาจ ในการพิจารณาอนุญาตการรวมธุรกิจ โดยมีการบัญญัติไว้ใน พระราชบัญญัติว่า “พระราชบัญญัตินี้มิให้ใช้ บังคับแก่การกระทำของ ... (4) ธุรกิจที่มีกฎหมายเฉพาะกำกับ ดูแลในเรื่องการแข่งขันทางการค้า” โดยปรากฏ กฎหมายในการควบคุม การรวมธุรกิจดังกล่าวปรากฏอยู่ในพระราชบัญญัติธุรกิจสถาบันการเงิน พ.ศ. 2551 ด้วยถ้อยคำที่ชัดแจ้งว่า “ในกรณีที่สถาบันการเงินใดประสงค์จะควบกิจการ ... ถ้าธนาคารแห่งประเทศไทย เห็นชอบ ให้ธนาคารแห่งประเทศไทยประกาศการให้ความเห็นชอบดังกล่าว ทั้งนี้ จะกำหนดระยะเวลา ดำเนินการและหลักเกณฑ์ใด ๆ ไว้ด้วยก็ได้” ตามมาตรา 71 ทำให้การกำหนดมาตรการเฉพาะตาม มาตรา 21 แห่ง พระราชบัญญัติการประกอบกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2544 หรือการกำหนดมาตรการ ตามมาตรา 21 (14) แห่ง พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุ โทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 มิได้ให้อำนาจแก่ กสทช. ในการอนุญาตหรือไม่อนุญาตให้รวม ธุรกิจแต่อย่างใด

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณากฎหมายที่เกี่ยวข้องของประเทศนอร์เวย์แล้ว พบว่า ในกรณีที่มีผู้ประสงค์จะรวม ธุรกิจ ผู้ประสงค์จะรวมธุรกิจสามารถแจ้งความประสงค์ดังกล่าวประกอบ คำมั่นสัญญา (commitment) ต่อ Norwegian Competition Authority หรือ “NCA” ได้ และหาก NCA พิจารณาแล้วเห็นว่าผู้แจ้งความ ประสงค์ในการรวมธุรกิจมีคำมั่นสัญญาที่สามารถจัดการ (mitigate) ผลกระทบอันเป็นการจำกัดการแข่งขันได้ (anticompetitive effects) ซึ่งเป็นผลจากการรวมธุรกิจได้ NCA มีอำนาจที่จะให้อนุญาตการรวมธุรกิจ ตามเงื่อนไขดังกล่าว โดย NCA มีอำนาจในการกำหนดเงื่อนไขประกอบการอนุญาตเพื่อให้ผู้ที่รวมธุรกิจ ปฏิบัติตามคำมั่นสัญญาดังกล่าวได้ ซึ่งมีลักษณะคล้ายกับอำนาจของ กสทช. ในการกำหนดเงื่อนไขหรือนำ มาตรการเฉพาะสำหรับผู้มีอำนาจเหนือตลาด



โครงการจ้างที่ปรึกษาวิเคราะห์การรวมธุรกิจระหว่างบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และบริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน)

บทสรุปผู้บริหาร

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) มีนโยบายการกำกับดูแลกิจการโทรคมนาคมเพื่อการแข่งขันอย่างเสรีเป็นธรรม และมุ่งประโยชน์ของผู้ใช้บริการเป็นหลัก มาตราการหนึ่ง ได้แก่ การกำกับดูแลการควบรวมธุรกิจในกิจการโทรคมนาคมเพื่อป้องกันผลกระทบในแง่ลบที่อาจเกิดกับอุตสาหกรรม และผู้ใช้บริการโทรคมนาคม

การที่บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และบริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) มีการประกาศรวมธุรกิจขึ้น สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ได้อนุญาตให้ศูนย์บริการวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ทำการวิเคราะห์และศึกษาผลกระทบด้านต่างๆ ผลการศึกษาสามารถสรุปได้ดังนี้

อุตสาหกรรมโทรคมนาคม มูลค่าตลาดปี พ.ศ. 2561 ประมาณ 6.1 แสนล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 3.9 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (Gross Domestic Product: GDP) เป็นตลาดการบริการสื่อสารมูลค่าประมาณ 3.6 แสนล้านบาท กลุ่มผู้ใช้บริการที่มีสิทธิในโครงข่าย (Mobile Network Operators: MNOs) มีผู้ประกอบการประกอบด้วย (1) บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น: DTAC (2) บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน): TRUE (3) บริษัท แลวเนชั่น อินโฟ เอชวีเอส จำกัด (มหาชน): AIS (4) บริษัท โทรคมนาคมแห่งชาติ จำกัด (มหาชน): NT

ผลประกอบการของบริษัทก่อนการควบรวมธุรกิจ มีดังนี้ (ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2564)

ตัวชี้วัด	DTAC	TRUE	AIS	nt
รหัสประจำตัวนิติบุคคล (TSC)	61201	61109	61201	61900
การบริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่	การบริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่	การบริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่	การบริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่	การบริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่
สินทรัพย์ (ล้านบาท)	164,314.65	624,914.58	356,222	265,518
สินสุญญัติน (ล้านบาท)	20,167.48	81,361.92	81,825	178,188
รายได้ (ล้านบาท)	81,458.06	147,208.07	181,333	22,558
กำไรขาดทุน (ล้านบาท)	3,355.93	-1,428	26,922	811

ศูนย์บริการวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chula University, Chulalongkorn University

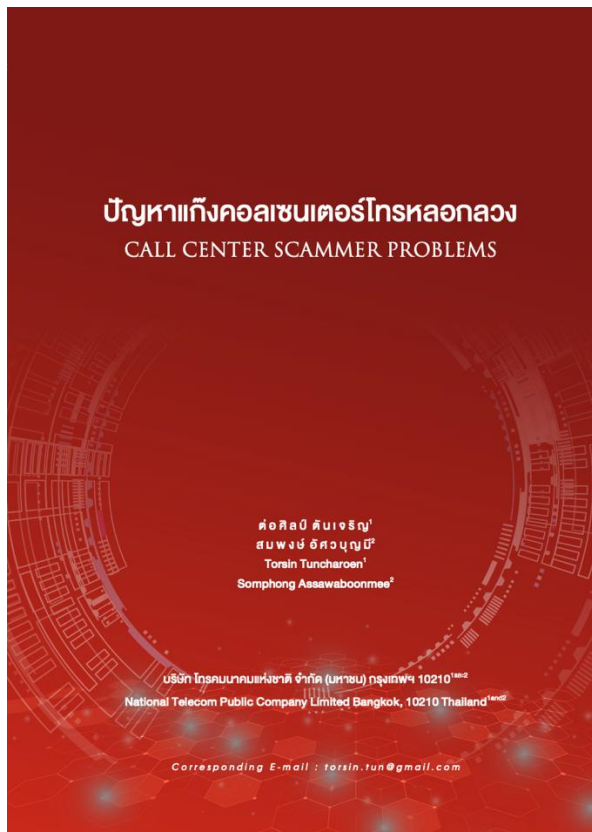
Download จาก [https://www.nbt.go.th/getattachment//Information/ผลการศึกษาวิจัย/62574/บทสรุปผู้บริหารของโครงการจ้างที่ปรึกษาวิเคราะห์การรวมธุรกิจระหว่างบริษัท-True-Corp-และ-บริษัท-DTAC-\(ที่ปรึกษาจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย\).pdf?lang=th-TH](https://www.nbt.go.th/getattachment//Information/ผลการศึกษาวิจัย/62574/บทสรุปผู้บริหารของโครงการจ้างที่ปรึกษาวิเคราะห์การรวมธุรกิจระหว่างบริษัท-True-Corp-และ-บริษัท-DTAC-(ที่ปรึกษาจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).pdf?lang=th-TH)

ในตอนท้ายรายงานได้กล่าวถึงข้อเสนอแนะมาตรการที่สอดคล้องกับผลกระทบการรวมธุรกิจ แนวทางกำกับดูแลอัตราค่าบริการค่าปลีกบริการ ข้อเสนอแนะทางเลือกเชิงนโยบายซึ่งคณะผู้วิจัยเสนอทางเลือกเชิงนโยบายที่สำคัญเพื่อลดผลกระทบที่เกิดจากการควบรวมต่อการแข่งขันและการผูกขาด ในตลาดที่เกี่ยวข้องใน 3 แนวนโยบายใหญ่ คือ นโยบายที่ 1 การคุ้มครองผู้บริโภคและผู้เกี่ยวข้อง มีการกำหนดทางเลือกในด้านราคาการให้บริการและด้านคุณภาพการให้บริการ นโยบายที่ 2 การส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันของกิจการโทรคมนาคมมีการกำหนดทางเลือกในการถือครองโครงสร้างพื้นฐาน ทรัพยากรคลื่นความถี่ และ Core network ทางเลือกด้านการส่งเสริมให้มีผู้ประกอบการรายใหม่ และทางเลือกด้านการกำหนดการให้บริการแก่ผู้รับใบอนุญาตรายอื่น และนโยบายที่ 3 นโยบายด้านการกำกับ ดูแลกิจการโทรคมนาคม มีการกำหนดทางเลือกในการตรากฎหมายและกฎเกณฑ์ของ กสทช. และด้านการบริหารและสร้างมาตรฐานในกิจการโทรคมนาคม

(4) ปัญหาแก๊งคอลเซนเตอร์โทรหลอกลวง

บทความนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาปัญหาการโทรหลอกลวง และเพื่อนำไปสู่แนวทางที่จะแก้ปัญหาที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยใช้แนวทางการวิจัยเชิงเอกสารประกอบกับกระบวนการสืบค้น และวิเคราะห์ ข้อมูลโดยพบว่า มิฉฉาชีพที่โทรหลอกลวงจะใช้ระบบคอลเซนเตอร์โทรผ่านระบบบริการเสียงผ่านอินเทอร์เน็ต หรือ Voice over Internet Protocol (VoIP) ซึ่งสามารถใช้งานจากที่ไหนก็ได้ทั่วโลก จึงเรียก มิฉฉาชีพ ประเภทนี้ว่า “แก๊งคอลเซนเตอร์” โดยแก๊งคอลเซนเตอร์ส่วนใหญ่จะอยู่ต่างประเทศ แล้วโทรข้ามประเทศ มายังกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้ยากต่อการติดตามจับกุม การโทรหลอกลวงมีกลวิธีที่หลากหลาย แต่ที่ใช้มากที่สุดคือ

“การปลอมแปลงหมายเลขต้นทาง” ซึ่งหมายเลขต้นทางถูกปลอมแปลงเป็นหมายเลขท้องถิ่นหรือหมายเลขของหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อเพิ่มโอกาสที่เหยื่อจะรับสาย แม้หลายประเทศพยายามสกัดกั้น แต่ก็ไม่สามารถระงับได้ทั้งหมดเนื่องจากแก๊งคอลเซนเตอร์จะมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบและปลอมแปลง หมายเลขที่ใช้โทรไปตลอดเวลา ดังนั้น ผู้ให้บริการโทรศัพท์ทุกรายอาจต้องเปิดช่องทางให้ผู้ให้บริการสามารถสมัคร ปฏิเสธการรับสายเรียกเข้าจากต่างประเทศได้ หากผู้ให้บริการไม่ได้มีญาติหรือคนรู้จักในต่างประเทศจะช่วยให้ช่วยป้องกันการโทรเข้ามาหลอกลวง โดยทำควบคู่กับการประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงประชาชนมากที่สุด เพื่อให้มีความรู้เท่าทัน และไม่ตกเป็นผู้ได้รับผลกระทบ



บทคัดย่อ

บทความนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาปัญหาการโทรหลอกลวง และเพื่อนำไปสู่นโยบายที่จะแก้ปัญหาที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยให้แนวทางวิจัยเชิงเอกสาร ประกอบกับกระบวนการสืบค้น และวิเคราะห์ข้อมูล โดยพบว่า มีแก๊งคอลเซนเตอร์ที่ใช้ระบบคอลเซนเตอร์โทรผ่านระบบบริการเสียงผ่านอินเทอร์เน็ต หรือ Voice over Internet Protocol (VoIP) ซึ่งสามารถใช้งานจากที่ไหนก็ได้ทั่วโลก จึงเรียกมีฉายาว่า “แก๊งคอลเซนเตอร์” โดยแก๊งคอลเซนเตอร์ส่วนใหญ่จะอยู่ต่างประเทศ แล้วโทรข้ามประเทศมายังกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้ยากต่อการติดตามจับกุม การโทรหลอกลวงมีวิธีการที่หลากหลาย แต่ที่ใช้มากที่สุดคือ “การปลอมแปลงหมายเลขต้นทาง” ซึ่งหมายเลขต้นทางถูกปลอมแปลงเป็นหมายเลขท้องถิ่นหรือหมายเลขของหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อเพิ่มโอกาสที่เหยื่อจะรับสาย แม้หลายประเทศพยายามสกัดกั้น แต่ก็ไม่สามารถระงับได้ทั้งหมดเนื่องจากแก๊งคอลเซนเตอร์จะมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบและปลอมแปลงหมายเลขที่ใช้โทรไปเรื่อย ๆ ดังนั้นผู้ให้บริการโทรศัพท์ทุกรายอาจต้องเปิดช่องทางให้ผู้ให้บริการสามารถสมัคร ปฏิเสธการรับสายเรียกเข้าจากต่างประเทศได้ หากผู้ให้บริการไม่ได้มีญาติหรือคนรู้จักในต่างประเทศจะช่วยให้ช่วยป้องกันการโทรเข้ามาหลอกลวง โดยทำควบคู่กับการประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงประชาชนมากที่สุด เพื่อให้มีความรู้เท่าทันและไม่ตกเป็นเหยื่อ

คำสำคัญ: แก๊งคอลเซนเตอร์โทรหลอกลวง หมายเลขต้นทาง โทรศัพท์มือถือ ระบบบริการเสียงผ่านอินเทอร์เน็ต
สืบค้น

132

Download จาก https://so04.tci-thaijo.org/index.php/NBTC_Journal/article/view/259898/179645

32. การจัดทำบันทึกความร่วมมือทางวิชาการหรือความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน

ที่ปรึกษาได้ศึกษาการจัดทำบันทึกความร่วมมือทางวิชาการหรือความร่วมมือระหว่างหน่วยงานของสำนักงาน กสทช. กับหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อนำมาวิเคราะห์สรุปผลการดำเนินงาน โดยในปัจจุบันข้อมูลสามารถสืบค้นได้จากเว็บไซต์ของสำนักงาน กสทช. ทั้งนี้ ได้สืบค้นข้อมูลเพื่อติดตามการดำเนินการด้านความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน ดังตัวอย่างต่อไปนี้

1. สำนักงาน กสทช. ร่วมกับ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ทำบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) ว่าด้วยการให้บริการห้องสมุด

วันที่ 15 มิถุนายน 2565 สำนักงาน กสทช. ได้ร่วมลงนามในบันทึกข้อตกลงความร่วมมือว่าด้วยการให้บริการห้องสมุดระหว่างสำนักงาน กสทช. กับ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เพื่อแบ่งปันทรัพยากร สารสนเทศ เพื่อสนับสนุนการศึกษาและการวิจัยระหว่างห้องสมุดมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และห้องสมุด อิเล็กทรอนิกส์ สำนักงาน กสทช. ณ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ การลงนามในบันทึกข้อตกลงความร่วมมือใน

ครั้งนี้ เกิดจากแนวคิดของ กสทช. รศ.ดร.ศุภชัย ศุภชลาศัย ที่เห็นถึงความสำคัญและประโยชน์ของความร่วมมือกันในการเข้าถึงการใช้บริการทรัพยากรสารสนเทศ และข้อมูลต่างๆ ของทั้งสองหน่วยงาน โดยความร่วมมือดังกล่าวจะทำให้ กสทช. สามารถเข้าถึงทรัพยากรข้อมูลสารสนเทศและข้อมูลเทคโนโลยี การพัฒนานวัตกรรมต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของ กสทช. ส่วนมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ก็สามารถเข้าถึงทรัพยากรสารสนเทศของสำนักงาน กสทช. เพื่อใช้สนับสนุนการศึกษา ส่งเสริมการเรียนการสอนและสนับสนุนการค้นคว้าการวิจัยของมหาวิทยาลัย



Download จาก <https://infocenter.nbtc.go.th/news-detail/1654>

2. สำนักงาน กสทช. เดินหน้าจัดทำฐานข้อมูลเชิงยุทธศาสตร์ ร่วมมือกับสำนักงานสถิติแห่งชาติ เก็บข้อมูลพฤติกรรม การเข้าถึงสื่อวิทยุ โทรทัศน์ และโทรคมนาคม และข้อมูลในการกำหนด นโยบาย ที่สำคัญ

สำนักงาน กสทช. (วันที่ 8 มีนาคม 2566) ร่วมกับสำนักงานสถิติแห่งชาติ ลงนามในบันทึกข้อตกลง เพื่อสร้างความร่วมมือในการสนับสนุนและแลกเปลี่ยนข้อมูลทางวิชาการด้านสถิติ อันเป็นประโยชน์ต่อสำนักงาน กสทช. ถือเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างความร่วมมือทางด้านการวิชาการในลำดับต้นๆ เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ วิจัย จัดทำนโยบายและประเมินผลกระทบได้อย่างมีประสิทธิภาพตามหลักวิชาการ โดยเบื้องต้นจะเริ่มโครงการสำรวจโดยเน้นตอบคำถามในประเด็นสำคัญที่ช่วยในการกำหนดนโยบาย หรือ Issue based Survey และค่อยมีการขับเคลื่อนการสำรวจพฤติกรรม การใช้และการเข้าถึงสื่อวิทยุ โทรทัศน์ และโทรคมนาคม เพื่อนำข้อมูลมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการกำกับดูแลกิจการฯ ซึ่งกำลังเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

สำหรับการลงนามบันทึกข้อตกลงในครั้งนี้ สำนักงาน กสทช. และสำนักงานสถิติแห่งชาติ จะร่วมกันสนับสนุนการดำเนินงานด้านวิชาการ การสำรวจและเก็บข้อมูลเพื่อส่งเสริมและพัฒนางานด้านสถิติ และให้คำแนะนำ คำปรึกษา หรือให้ความช่วยเหลือด้านสถิติ ตามอำนาจและหน้าที่ของทั้งสองฝ่ายเพื่อ สร้างองค์ความรู้และเพิ่มพูนขีดความสามารถในการปฏิบัติงานและการดำเนินงานร่วมกันเป็นระยะเวลา 3 ปี



Download จาก <https://www.nbt.go.th/News/Press Center/59006.aspx>

33. รายงานการประชุมคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม แห่งชาติที่เกี่ยวข้องกับการรวมธุรกิจระหว่างบริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวอร์ค จำกัด (AWN) และ บริษัท ทริปเปิลที บรอด แบนด์ จำกัด (มหาชน) (3BB) เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

1. รายงานการประชุมคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม แห่งชาตินัดพิเศษ ครั้งที่ 12/2566

การประชุม กสทช.. นัดพิเศษ ครั้งที่ 12/2566 มีวาระการพิจารณารายงานการ รวมธุรกิจระหว่าง บริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวอร์ค จำกัด และบริษัท ทริปเปิลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) สรุปประเด็น สำคัญ ดังนี้

สำนักงาน กสทช. เสนอเรื่อง การรายงานการรวมธุรกิจระหว่างบริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวอร์ค จำกัด และบริษัท ทริปเปิลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) (วาระต่อเนื่อง) ให้ที่ประชุมพิจารณา โดยเสนอ กสทช. เพื่อพิจารณาการรวมธุรกิจว่าเข้าข่ายตามมาตรา 27 (11) แห่งพระราชบัญญัติองค์กร จัดสรรคลื่น ความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ.2553 มาตรา 21 แห่งพระราชบัญญัติการประกอบกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2554 และประกาศ กสทช. เรื่อง มาตรการกำกับดูแลการรวมธุรกิจในกิจการโทรคมนาคม หรือไม่ เพื่อพิจารณากำหนดเงื่อนไข หรือมาตรการ เฉพาะต่อไป

สำนักงาน กสทช. ได้วิเคราะห์การรวมธุรกิจดังกล่าวและเสนอให้ กสทช. พิจารณา ตามประกาศ กสทช. เรื่อง มาตรการกำกับดูแลการรวมธุรกิจในกิจการโทรคมนาคม ฉบับปี 2561 เช่นเดียวกับการรวมธุรกิจ ครั้งที่ผ่านมา กรณีการรวมธุรกิจระหว่างบริษัท ทูริ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และ บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) โดยภายหลังจากได้รับรายงานการรวมธุรกิจระหว่าง บริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวอร์ค จำกัด และบริษัท ทริปเปิลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) ได้ดำเนินการตามประกาศ กสทช. ปี 2561 ในส่วนของสำนักงาน กสทช. ครบถ้วน ให้เลขาธิการ กสทช. จึงได้รายงานต่อ กสทช. เพื่อพิจารณาการ รวมธุรกิจระหว่างบริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวอร์ค จำกัด และบริษัท ทริปเปิลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) รวมทั้งพิจารณากำหนดเงื่อนไขหรือมาตรการเฉพาะ ตามข้อ 12 ของประกาศ กสทช. ปี 2561

เนื่องจากกฎหมายในปัจจุบันให้ กสทช. มีอำนาจในการกำหนดมาตรการเพื่อป้องกันมิให้มีการกระทำความผิดเป็นการผูกขาดหรือก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรมในการแข่งขัน ซึ่งเป็นไปตามมาตรา 27 (13) แห่งพระราชบัญญัติองค์การจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 ประกอบกับศาลอาญาคดีทุจริตได้มีคำพิพากษาเป็นที่สิ้นสุดแล้วในคดี หมายเลขดำที่ อท 199/2565 หมายเลขแดงที่ อท 40/2565 ดังนี้ “ ในเรื่องการรวมธุรกิจถือเป็นการจัด โครงสร้างองค์กรทางธุรกิจ และไม่มีกฎหมายบัญญัติห้ามมิให้มีการรวมธุรกิจหรือการรวมกิจการ เพียงแต่การ รวมธุรกิจหรือการรวมกิจการจะต้องเป็นไปตามเงื่อนไขหลักเกณฑ์และวิธีการที่กฎหมายกำหนด โดยกรณีการ รวมธุรกิจของบริษัท เป็นการรวมธุรกิจโดยผู้ได้รับใบอนุญาตจะเกิดเป็นนิติบุคคลใหม่ตามข้อ 3 (1) และข้อ 5 (1) ของประกาศฉบับปี 2561 ประกอบกับพระราชบัญญัติองค์การจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการ ประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 มาตรา 27 (11) และ พระราชบัญญัติการประกอบกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2554 มาตรา 21 และ 22 บัญญัติให้อำนาจ กสทช. ในการกำหนด มาตรการเพื่อป้องกันการกระทำความผิดเป็นการผูกขาดเท่านั้น ไม่ได้บัญญัติหรือกำหนดให้ กสทช. มี อำนาจอนุญาตหรือไม่อนุญาตการรวมธุรกิจของผู้รับใบอนุญาตแต่อย่างใด และไม่ว่าในกรณีใดๆ ตามประกาศ ระเบียบ กฎ หรือหลักเกณฑ์ ตามที่ กสทช. ประกาศใช้บังคับ จะต้องไม่สับสนไปปรับใช้กับกฎหมายที่ เกี่ยวข้อง ในเรื่องนั้นๆ ด้วย กสทช. ไม่อาจออกประกาศ ระเบียบ กฎ หรือหลักเกณฑ์ใดๆ ที่เป็นการเพิ่มเติม หรือขัดแย้ง กับกฎหมายที่เกี่ยวข้องได้ เพราะมิฉะนั้นจะเท่ากับ กสทช. เป็นผู้บัญญัติกฎหมายขึ้นมาใหม่เสียเอง อันจะส่งผลให้ประกาศ ระเบียบ กฎ หรือหลักเกณฑ์ใดๆ ที่ประกาศออกมาเพื่อใช้บังคับไม่สามารถใช้ บังคับได้เพราะเป็นการขัดต่อกฎหมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งกรณีนี้ กฎหมายที่เกี่ยวข้องคือ พระราชบัญญัติ องค์การจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการ โทรคมนาคมพ.ศ. 2553 มาตรา 27 (11) และพระราชบัญญัติการประกอบกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2544 มาตรา 21 และ 22 มิได้ บัญญัติให้อำนาจ กสทช. ในการอนุญาตหรือไม่อนุญาตการรวมธุรกิจของผู้รับ ใบอนุญาตแต่อย่างใด ในบทบัญญัติดังกล่าวบัญญัติให้ กสทช. เฉพาะในเรื่องกำหนดมาตรการเพื่อป้องกันการ กระทำอันเป็นการผูกขาด เท่านั้น” ซึ่งที่ผ่านมา ในการเสนอเรื่องการรวมธุรกิจครั้งใดๆ สำนักงาน กสทช. จะเสนอในลักษณะขอให้กำหนดมาตรการเฉพาะ

มติที่ประชุม

1. การพิจารณาลงมติในประเด็นว่าการรวมธุรกิจกรณีนี้ เห็นควรให้ กสทช. พิจารณาตามที่สำนักงาน กสทช. เสนอ คือรับทราบรายงานการรวมธุรกิจระหว่างบริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวอร์ค จำกัด และบริษัท ทริปเปิลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) และกำหนดมาตรการเฉพาะ ตามข้อ 12 ของประกาศ กสทช. เรื่อง มาตรการกำกับดูแลการรวมธุรกิจในกิจการโทรคมนาคมโดยไม่นำข้อ 9 มาพิจารณา หรือไม่

ที่ประชุมเสียงข้างมากมีมติไม่เห็นชอบตามที่สำนักงาน กสทช. เสนอ โดยเห็นควรให้มีการพิจารณา ตามประกาศ กทช. เรื่อง มาตรการเพื่อป้องกันมิให้มีการกระทำความผิดเป็นการผูกขาดหรือก่อให้เกิดความไม่เป็น ธรรมในการแข่งขันในกิจการ โทรคมนาคม พ.ศ. 2549

2. การพิจารณาลงมติในประเด็นว่าการรวมธุรกิจกรณีนี้ เป็นการถือครองธุรกิจในบริการประเภท เดียวกัน ตามข้อ 4 ของประกาศ กทช. มาตรการเพื่อป้องกันมิให้มีการกระทำความผิดเป็นการผูกขาดหรือก่อให้เกิด เรื่องความไม่เป็นธรรมในการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2559 โดยนัยของผล ตามข้อ 9 ของประกาศ กสทช. เรื่อง มาตรการกำกับดูแลการรวมธุรกิจในกิจการโทรคมนาคม และให้พิจารณาดำเนินการตามประกาศ กสทช. เรื่อง มาตรการกำกับดูแลการรวมธุรกิจในกิจการโทรคมนาคม หรือไม่

ที่ประชุมเสียงข้างมาก มีมติเห็นชอบว่าการรวมธุรกิจกรณีนี้เป็นการถือครองธุรกิจในบริการประเภทเดียวกัน ตามข้อ 4 ของประกาศ กทช. เรื่อง มาตรการเพื่อป้องกันมิให้มีการกระทำอันเป็นการผูกขาดหรือก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรมในการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2559 โดยนัยของผลตาม ข้อ 4 ของประกาศ กสทช. เรื่อง มาตรการกำกับดูแลการรวมธุรกิจในกิจการโทรคมนาคม และให้พิจารณาดำเนินการตามประกาศ กสทช. เรื่อง มาตรการกำกับดูแลการรวมธุรกิจในกิจการโทรคมนาคม

3. การพิจารณาลงมติในประเด็นการขอรวมธุรกิจระหว่างบริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวอร์ค จำกัด และบริษัท ทริปเปิลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) อาจส่งผลให้เกิดการผูกขาด หรือลด หรือจำกัดการแข่งขันในการ ให้บริการโทรคมนาคม หรือไม่ ตามประกาศ กทช. เรื่อง มาตรการเพื่อป้องกันมิให้มีการกระทำอันเป็นการผูกขาดหรือก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรมในการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2549

ที่ประชุมเสียงข้างมาก มีมติเห็นว่ากรณีดังกล่าวอาจส่งผลให้เกิดการผูกขาด หรือลด หรือจำกัดการแข่งขัน ตามประกาศ กทช. เรื่อง มาตรการเพื่อป้องกันมิให้มีการกระทำอันเป็นการผูกขาดหรือก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรมในการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2559

4. การพิจารณาลงมติในประเด็นเห็นควรพิจารณาสั่งห้ามการถือครองกิจการหรือกำหนดมาตรการเฉพาะตามประกาศ กทช. เรื่อง มาตรการเพื่อป้องกันมิให้มีการกระทำอันเป็นการผูกขาดหรือก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรมในการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2559

ที่ประชุมเสียงข้างมาก มีมติอนุญาตและกำหนดมาตรการเฉพาะ ตามประกาศ กทช. เรื่อง มาตรการเพื่อป้องกันมิให้มีการกระทำอันเป็นการผูกขาดหรือก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรมในการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2549

5. ที่ประชุมพิจารณาข้อกังวล (Points of concern) จำนวน 3 ประเด็น และมีมติเห็นชอบเงื่อนไขหรือมาตรการเฉพาะ เพื่อให้บริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวอร์ค จำกัด (AWN) และ บริษัท ทริปเปิลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) (3BB) นำไปปฏิบัติ ดังนี้

5.1 ประเด็นเรื่องอัตราค่าบริการและคุณภาพการให้บริการ

5.1.1 ต้องปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลอัตราค่าบริการ ของ กสทช. อย่างเคร่งครัด

5.1.2 ห้ามขึ้นราคาและลดคุณภาพการให้บริการ โดยให้คงรายการส่งเสริมการขาย (Package) ซึ่งมีราคาต่ำที่สุด ที่มีอยู่ก่อนการรวมธุรกิจของบริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวอร์ค จำกัด และบริษัท ทริปเปิลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) และแจ้งให้ กสทช. ทราบ พร้อมทั้งจะต้องคงคุณภาพการให้บริการและราคาสำหรับรายการส่งเสริมการขาย (Package) ดังกล่าว เป็นระยะเวลา 5 ปี นับจากวันที่ได้รับอนุญาตให้รวมธุรกิจ

5.1.3 ต้องมีทางเลือกของราคาที่แยกรายบริการ

5.1.4 คุ้มครองผู้ใช้บริการรายปัจจุบัน โดยให้คงรายการส่งเสริมการขาย (Package) คุณภาพการให้บริการ และราคาแก่ลูกค้า ที่มีการใช้บริการอยู่ก่อนการรวมธุรกิจจนกว่าจะครบกำหนดระยะเวลาตามสัญญาให้บริการซึ่งทำไว้กับผู้ใช้บริการรายนั้น เว้นแต่ผู้ใช้บริการ ตกลงยกเลิกการใช้บริการ หรือผู้ใช้บริการประสงค์จะเปลี่ยนแปลง รายการส่งเสริมการขาย (Package) ภายหลังการรวมธุรกิจด้วยตัวเอง เป็นระยะเวลา 5 ปี นับจากวันที่ได้รับอนุญาตให้รวมธุรกิจ

5.1.5 ต้องรักษาคุณภาพการให้บริการ (QoS) ตามประกาศ กสทช. เรื่อง มาตรฐานของคุณภาพการให้บริการโทรคมนาคมอย่างเคร่งครัด และต้องมีความพร้อมเพื่อรองรับจำนวนลูกค้าที่จะเพิ่มขึ้น

จากการรวมธุรกิจ เพื่อให้คุณภาพในการให้บริการต่อผู้ใช้บริการไม่ด้อยไปกว่าเดิม เช่น จำนวนเจ้าหน้าที่ที่เพียงพอเพื่อรองรับการให้บริการทั้งในส่วนของศูนย์บริการ และพนักงานรับสาย (Call center) รวมถึง ขนาดพื้นที่ของศูนย์บริการลูกค้าที่สามารถรองรับการเข้ามาติดต่อของผู้ใช้บริการ

5.1.6 อำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้บริการ โดยต้องจัดช่องทางการให้บริการที่สะดวก รวดเร็ว เข้าถึงง่าย ครอบคลุมและง่ายต่อการ เลือกซื้อ เปลี่ยนแปลง (เพิ่ม /ลด) การใช้บริการอินเทอร์เน็ตประจำที่ได้ตามความต้องการของผู้ใช้บริการปลายทาง โดยปราศจากข้อจำกัด ทั้งนี้ ต้องแสดง รายละเอียดของบริการ อัตราค่าบริการ แยกตามรายบริการ หรืออัตราค่าบริการแบบส่งเสริมการขาย ตลอดจนวิธีการเงื่อนไขการเลือกใช้บริการไว้โดยชัดแจ้ง และเป็นปัจจุบัน

5.1.7 ให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการให้บริการที่ครบถ้วนแก่ผู้ใช้บริการ โดยต้องกำหนดและแสดงอัตราค่าบริการแยกตามรายบริการ (Unbundle) หรือการส่งเสริมการขายแบบแยกรายบริการ (Unbundle Package) เช่น แยกอัตราค่าบริการเฉพาะอินเทอร์เน็ต ความเร็วสูงประจำที่ออกจากอัตราค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่และ กล่องรับชมรายการโทรทัศน์และคอนเทนต์ ความบันเทิง เพื่อให้ผู้ใช้บริการ ปลายทางได้รับทราบก่อน

5.1.8 ให้ประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ต่อสาธารณชนว่าจะคงไว้ซึ่งบริการที่มีคุณภาพ และราคา ค่าบริการที่เป็นธรรมต่อผู้ใช้บริการ

5.1.9 ให้นำส่งข้อมูลตามประกาศ กสทช. เรื่องหลักเกณฑ์และวิธีการจัดทำรายงานบัญชีแยก ประเภทในกิจการโทรคมนาคมให้ครบถ้วน โดยให้แยกรายละเอียดเป็นรายเดือน และนำส่ง กสทช. ทุก 3 เดือน หรือเมื่อ กสทช. ร้องขอ

5.1.10 จัดให้มีที่ปรึกษาที่มีประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญด้านการสอบทาน (Verify) ข้อมูล โครงสร้างต้นทุน อัตราค่าบริการ หรือข้อมูลด้านอัตราต่างๆ ของอุตสาหกรรมโทรคมนาคมในต่างประเทศมาไม่น้อยกว่า 5 ปี โดยให้ กสทช. เป็นผู้กำหนดและให้บริษัท AWN เป็นผู้รับผิดชอบภาระค่าใช้จ่ายทั้งปวงที่เกิดขึ้น จากการจัดหาและจัดจ้างที่ปรึกษา ทั้งนี้ ที่ปรึกษาจะต้องไม่มีความเกี่ยวข้อง เชื่อมโยง หรือมีผลประโยชน์ทับซ้อนไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อมของทั้งสองบริษัท เพื่อสอบทาน (Verify) ความถูกต้องของข้อมูลตามข้อ 5.1.9 ของทั้งสองบริษัท โดยจัดให้มีที่ปรึกษานี้เป็นระยะเวลา 5 ปี โดยให้ดำเนินการให้แล้วเสร็จภายใน 5 เดือนหลัง การรวมธุรกิจ

5.1.11 ต้องยึดหลักความเป็นกลางทางอินเทอร์เน็ต (Net Neutrality) โดยไม่จัดให้คุณภาพ บริการแตกต่างกันเพียงเพราะว่าเข้าถึงเนื้อหาจากผู้ประกอบการธุรกิจหรือผู้ให้บริการรายอื่น

5.1.12 ต้องแจ้งให้ผู้ใช้บริการทราบถึงการรวมธุรกิจและการเปลี่ยนแปลง เงื่อนไขการ ให้บริการบางประการ เช่น การเปลี่ยนชื่อผู้ให้บริการ ช่องทางในการติดต่อ แอปพลิเคชัน และศูนย์รับเรื่อง

5.2 ประเด็นเรื่องการสนับสนุนผู้ประกอบการรายย่อย

เงื่อนไขหรือมาตรการเฉพาะเพื่อแก้ไขข้อกังวลในเรื่องภูมิศาสตร์ที่อาจมีการแข่งขันน้อยรายใน บางพื้นที่ และเพื่อคงระดับการแข่งขันให้อยู่ในระดับเดิม โดยแก้ไขอุปสรรคในการเข้าสู่ตลาดของ ผู้ประกอบการ รายใหม่ และเพื่อส่งเสริมให้มีผู้ประกอบการกิจการอินเทอร์เน็ตที่ไม่มีโครงข่ายเป็นของตนเองใน พื้นที่เฉพาะ เพื่อแก้ไขปัญหาการแข่งขันในทางภูมิศาสตร์ (Geographic Coverage) ในบางพื้นที่ที่อาจมี ผู้แข่งขันน้อยราย ดังนั้น เพื่อ ส่งเสริมให้เกิดการแข่งขันในตลาดมากขึ้น และเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการรายเล็ก โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการที่ไม่ได้เป็นเจ้าของโครงข่ายหรือ โครงสร้างพื้นฐาน สามารถเข้ามาแข่งขันใน ตลาดได้ รวมทั้งเพื่อป้องกันไม่ให้มี การใช้อำนาจตลาดกีดกันหรือสร้างอุปสรรคในการประกอบธุรกิจของผู้รับ

ใบอนุญาตรายอื่น จึงกำหนดเงื่อนไขและมาตรการเฉพาะภายหลังการรวมธุรกิจ (Ex Post) สำหรับบริษัท AWN และบริษัท 3BB ดังต่อไปนี้

5.2.1 เปิดให้ผู้ให้บริการรายอื่นเข้าใช้โครงข่าย (open access) ให้ผู้ให้บริการรายอื่นเข้าใช้โครงข่ายของตนเองในการให้บริการโดยมีหน้าที่จัดทำข้อเสนอการใช้โครงข่ายโทรคมนาคมของบริการค้าส่งบริการ เข้าถึงบรอดแบนด์ในทุกเทคโนโลยีที่ให้บริการ พร้อมทั้งเอกสารประกอบข้อเสนอดังกล่าวที่แสดงหลักการและวิธีการคำนวณอัตราค่าตอบแทนการใช้โครงข่ายโทรคมนาคมในลักษณะที่อ้างอิงต้นทุน และนำเสนอให้สำนักงาน กสทช. ภายใน 60 วันหลังจากที่มีการรวมธุรกิจ

5.2.2 ต้องเปิดการให้บริการ Fixed Broadband Service Unbundling ในระดับค้าส่ง (Wholesale) ทุกพื้นที่บริการของทั้งสองบริษัท ภายใต้หลักการ Cost-based Basis และราคาไม่เกินอัตราที่ กสทช. กำหนดสำหรับผู้ร้องขอใช้บริการดังกล่าว โดยต้องสามารถเริ่มให้บริการได้ภายในระยะเวลา 60 วัน นับแต่วันที่ผู้ร้องขอแสดงความประสงค์ขอใช้บริการ

5.2.3 ให้จัดทำแผนขยายโครงข่าย Fixed Broadband Access ไปยังพื้นที่ที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจต่ำโดยอาจใช้รูปแบบ Fixed Wireless Access เพื่อขยายโครงข่ายไปยังพื้นที่ที่ยังไม่มีโครงข่ายในปัจจุบัน โดยเพิ่มเติมจากแผนการลงทุนปกติประจำปีและไม่นับรวมโครงการที่ได้รับการอุดหนุนจากภาครัฐ ทั้งนี้ แผนดังกล่าวให้ครอบคลุม ระยะเวลา 5 ปี โดยต้องมีรายละเอียดแผนการลงทุนรายปี และ กำหนดจำนวนเงินที่จะนำไปลงทุนในการขยายโครงข่าย Fixed Broadband Access ดังกล่าวข้างต้นไม่น้อยกว่า 10,000 ล้านบาทใน 90,000 ระยะเวลา 5 ปี ทั้งนี้ ต้องเสนอแผนดังกล่าวให้ กสทช. เห็นชอบก่อนและให้ดำเนินการตามแผนที่ กสทช. เห็นชอบ โดยให้นำส่งผลการดำเนินการแก่ กสทช. ทุก 6 เดือน หรือเมื่อ กสทช. ร้องขอ เพื่อใช้ในการติดตามตรวจสอบ

5.2.4 ต้องให้ผู้รับใบอนุญาตที่ไม่มีโครงข่ายเป็นของตนเองได้รับสิทธิ เงื่อนไขในการเข้าใช้โครงข่าย (Open Access) ได้เช่นเดียวกับบริษัทในกลุ่ม หรือบริษัทในเครือของทั้งสองบริษัท

5.2.5 ต้องให้ผู้รับใบอนุญาตที่ไม่มีโครงข่ายเป็นของตนเอง ที่เข้าใช้บริการ โครงข่ายต้องได้รับการประกันสิทธิในการได้รับบริการภายใต้คุณภาพการให้บริการ (QoS) ตามมาตรฐานการให้บริการตามประกาศของ กสทช. หรือที่ กสทช. กำหนด

5.2.6 ห้ามปฏิเสธการให้บริการแก่ผู้รับใบอนุญาตที่ไม่มีโครงข่ายเป็นของตนเอง อันเกิดมาจากเหตุผลความไม่เพียงพอของโครงข่ายหรือตาม หลักเกณฑ์ เงื่อนไขที่ กสทช. กำหนด

5.2.7 ต้องไม่กำหนดปริมาณและราคาขั้นต่ำของการเข้าใช้บริการโครงข่ายของผู้รับใบอนุญาตที่ไม่มีโครงข่ายเป็นของตนเอง เพื่อให้สามารถเข้าใช้บริการโครงข่ายของทั้งสองบริษัทเฉพาะพื้นที่ที่ต้องการได้ โดย ไม่จำเป็นต้องครอบคลุมทั่วประเทศ ทั้งนี้ การเรียกเก็บค่าบริการให้เป็นไปตามการใช้งานที่เกิดขึ้นจริง

5.2.8 ต้องเปิดโครงข่ายให้ผู้ให้บริการรายอื่นเข้าใช้โครงข่ายของตนเองใน การให้บริการภายในอาคารหรือพื้นที่ส่วนบุคคล โดยไม่เลือกปฏิบัติ ทั้งในด้านการเข้าถึงบริการและด้านราคา

5.3 กลไกการติดตามและประเมินผลการรวมธุรกิจ

5.3.1 รายงานผลการประกอบธุรกิจ ภายใต้การดำเนินการตามกำหนด ระยะเวลาและเงื่อนไขที่ได้รับจาก กสทช. เป็นราย 6 เดือน หรือตามแต่ระยะเวลาที่ กสทช. กำหนด ตามแบบที่ กสทช. กำหนด ไว้เป็นระยะเวลาอย่างน้อย 5 ปี

5.3.2 ภายหลังการรวมธุรกิจ หาก กสทช. พิจารณาหรือได้รับการร้องเรียนว่า มีการกระทำผิดกฎหมายหรือเหตุอันเป็นการผูกขาด หรือลด หรือจำกัดการแข่งขันในการให้บริการกิจการโทรคมนาคมมีการเปลี่ยนแปลงในสาระสำคัญทำให้เงื่อนไขหรือมาตรการเฉพาะไม่เหมาะสมหรือไม่มี ประสิทธิภาพ กสทช. อาจ ระบุ ยกเลิก เพิ่มเติม หรือปรับปรุงเงื่อนไขหรือมาตรการเฉพาะใหม่ก็ได้ตามความเหมาะสมและความจำเป็น

การพิจารณาลงมติในประเด็นการให้ความเห็นชอบกำหนดมาตรการเฉพาะ ตามมติข้อ 5. ที่ประชุม เสียงข้างมาก มีมติเห็นชอบให้กำหนดมาตรการเฉพาะเพื่อให้บริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวอร์ค จำกัด และ บริษัท ทริปเปิลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) นำไปปฏิบัติ กสทช.

6. เห็นชอบการแต่งตั้งคณะอนุกรรมการเพื่อติดตามและประเมินผลการรวมธุรกิจ โดยให้มี องค์ประกอบและอำนาจหน้าที่ ดังนี้

6.1 องค์ประกอบ ได้แก่

6.1.1 ตัวแทนจาก กสทช. 7 ท่าน เป็นอนุกรรมการ

6.1.2 ตัวแทนจากหน่วยงานภายนอก 3 ท่าน เป็นอนุกรรมการ

1) ตัวแทนจากสภาองค์กรของผู้บริโภค

2) ตัวแทนจากนักวิชาการตามที่สำนักงาน กสทช. กำหนด

3) ตัวแทนจากสมาคมโทรคมนาคมในพระบรมราชูปถัมภ์

6.1.3 รองเลขาธิการ กสทช. ที่ เลขาธิการ กสทช. มอบหมาย 1 คน ทั้งนี้ ในการ เลือกประธานอนุกรรมการฯ ให้อนุกรรมการพิจารณาคัดเลือกกันเอง

6.2 อำนาจหน้าที่ โดยให้คณะอนุกรรมการฯ มีอำนาจหน้าที่ ดังนี้

1) ติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการดำเนินการตามเงื่อนไขหรือมาตรการ เฉพาะบริษัท AWN และบริษัท 3BB ตามที่ กสทช. กำหนด

2) ให้ข้อเสนอแนะต่อ กสทช. ในการกำหนดมาตรการเฉพาะภายหลังการ รวมธุรกิจ (Ex Post) เพิ่มเติมในกรณีมีความจำเป็น รวมทั้งเสนอแนะ กสทช. ดำเนินการใดๆ ตามสมควร เพื่อกำกับดูแล คุณภาพการให้บริการ ราคา และระดับการแข่งขันในตลาด

3) จัดทำรายงานผลการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการดำเนินการ ตาม เงื่อนไขหรือมาตรการ เฉพาะของบริษัท AWN และบริษัท 3BB ตามที่ กสทช. กำหนด และนำเสนอ กสทช. เป็นรายไตรมาส

4) เรียกให้พนักงาน ลูกจ้าง หรือผู้ปฏิบัติงานของสำนักงาน กสทช. ตลอดจน บุคคล หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมาให้ข้อมูลหรือชี้แจง ตามที่คณะอนุกรรมการฯ เห็นสมควร ทั้งนี้ สำนักงาน กสทช. จะต้องจัดเตรียม และเปิดเผยข้อมูลในรายละเอียดที่ครบถ้วนถูกต้องตามที่คณะอนุกรรมการฯกำหนด ภายใน ระยะเวลาที่กำหนด

5) รายงานผลการปฏิบัติหน้าที่ต่อ กสทช. ตามระเบียบ คณะกรรมการ กิจการ กระจายเสียงกิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติว่าด้วยการแต่งตั้ง การปฏิบัติหน้าที่ และการ จ่าย ค่าตอบแทนของคณะอนุกรรมการ พ.ศ.2561

6) ปฏิบัติหน้าที่อื่นใดตามที่ กสทช. มอบหมาย

7. มอบหมายให้สำนักงาน กสทช. รับข้อคิดเห็นของที่ประชุมไปดำเนินการเรื่องการกำกับดูแลตลาด ที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ เพื่อให้การกำกับ ดูแลหลังการรวมธุรกิจ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนี้

7.1 กำกับดูแลไม่ให้เกิดการรวมตัวกีดกันด้านราคา (Collusive Pricing)

7.2 ตรวจสอบตลาดขายส่งและขายปลีกสำหรับทั้ง FBB และ MBB โดยจัดทำรายงานกำหนดผู้มีอำนาจเหนือตลาด (SMP) และมาตรการที่เหมาะสมเพื่อกำกับดูแล SMP รวมถึงการปรับปรุงประกาศที่เกี่ยวข้องกับ SMP ภายใน 1 ปี นับจากวันที่ กสทช. มีมติการรวมธุรกิจ

7.3 ปรับปรุงประกาศและ/หรือร่างกฎหมายใหม่ภายใน 1 ปี นับจากวันที่ กสทช. มีมติอนุญาตให้รวมธุรกิจ เพื่อส่งเสริมให้เกิดการแข่งขัน หรือป้องกันการผูกขาด โดยมอบหมายให้คณะกรรมการด้านการแข่งขันและราคา และคณะกรรมการด้านการอนุญาตและกำกับการดูแลกิจการโทรคมนาคมและวิทยุคมนาคม ดำเนินการหรือร่วมดำเนินการจัดทำประกาศที่เกี่ยวข้อง ในเรื่องดังต่อไปนี้

1) ประกาศ กสทช. ที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำบัญชีแยกประเภทที่อิง ค่าใช้จ่าย (account separation) และการจัดทำรายงานทางการเงินแยกรายบริการ (financial report by product and process) ทั้งนี้อาจอ้างอิงข้อกำหนดจาก EU's Electronic Communications Code Directive, 2018 (mandate: Article 17, with Article 46)

2) ประกาศที่เกี่ยวข้องกับการขายส่งขายต่อบริการในรูปแบบ services unbundling ทั้ง FBB (Fixed broadband) และ MBB (Mobile broadband) การสื่อสารผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล (OTT) เพื่อส่งเสริมการแข่งขันบริการโทรคมนาคม

3) แนวทางและมาตรการการกำกับดูแลกองทุนโครงสร้างพื้นฐานโทรคมนาคม และผู้ประกอบการที่มีลักษณะการให้บริการโครงสร้างพื้นฐานโทรคมนาคม

34. สถานการณ์และความเป็นมาของกองทุน กทปส.

1. ความเป็นมาของกองทุน กทปส.

กองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ เป็นกองทุนที่จัดตั้งขึ้นภายในสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กสทช.) ตามพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติม โดยพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2560 โดยมีเป้าหมายการทำงานเพื่อประโยชน์สาธารณะเป็นสำคัญ มีวัตถุประสงค์หลักในการส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนได้รับบริการอย่างทั่วถึง ส่งเสริมชุมชนและสนับสนุน ผู้ประกอบกิจการบริการชุมชน การวิจัยและพัฒนา การพัฒนาบุคลากร และการคุ้มครองผู้บริโภค ในกิจการ กระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม การสนับสนุนการดำเนินงานของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ รวมถึงสนับสนุนการใช้คลื่นความถี่ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด และสนับสนุนการทดแทน ขดใช้ หรือจ่ายค่าตอบแทนการถูกเรียกคืนคลื่นความถี่ ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการใช้คลื่นความถี่ ดังนั้นเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการจัดตั้งกองทุน กทปส. จึงได้จัดสรรเงินให้แก่หน่วยงานต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนการดำเนินโครงการที่จะก่อให้เกิดการผลิตชิ้นงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวเนื่องในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม และเป็นประโยชน์ต่อสังคมในภาพรวม สามารถนำไปต่อยอด และ นำไปใช้ประโยชน์ต่อสาธารณะได้ โดยอาศัยแหล่งรายได้ตามกฎหมาย อาทิเช่น เงินที่ส่งเข้ากองทุนตามกฎหมาย ว่าด้วยการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ และตามกฎหมายว่าด้วยการประกอบกิจการ โทรคมนาคม เงินค่าปรับทางปกครอง ค่าตอบแทนการใช้ประโยชน์จากงานวิจัย เงินที่สำนักงาน กสทช. จัดสรรให้ และดอกผล เป็นต้น (กองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมเพื่อประโยชน์สาธารณะ, 2567)

2. วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อดำเนินการให้ประชาชนได้รับบริการด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม อย่างทั่วถึง ตลอดจนส่งเสริมชุมชนและสนับสนุนผู้ประกอบการบริการชุมชน
- 2) เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาทรัพยากรสื่อสาร การวิจัยและพัฒนาด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม รวมทั้งความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อเทคโนโลยีด้านการใช้คลื่นความถี่ เทคโนโลยีสารสนเทศ เทคโนโลยีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการ ผู้สูงอายุ หรือผู้ด้อยโอกาส ตลอดจนอุตสาหกรรมโทรคมนาคม และอุตสาหกรรมต่อเนื่อง
- 3) เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ กิจการโทรคมนาคม และเทคโนโลยีสารสนเทศ ตลอดจนการดำเนินการขององค์กรซึ่งทำหน้าที่จัดทำมาตรฐานทางจริยธรรมของการประกอบอาชีพหรือวิชาชีพตามกฎหมายว่าด้วยการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์
- 4) เพื่อสนับสนุน ส่งเสริม และคุ้มครองผู้บริโภคด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม
- 5) เพื่อสนับสนุนการดำเนินการตามกฎหมายว่าด้วยกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ โดยจัดสรรเงินให้แก่กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์
- 6) เพื่อสนับสนุนการใช้คลื่นความถี่ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด รวมทั้งสนับสนุนการเรียกคืนคลื่นความถี่ที่มีผู้ได้รับอนุญาตไป เพื่อนำมาจัดสรรใหม่และสนับสนุนการทดแทน ชดใช้ หรือจ่ายค่าตอบแทนการถูกเรียกคืนคลื่นความถี่ ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการใช้คลื่นความถี่

3. วิสัยทัศน์

เป็นกลไกส่งเสริมและสนับสนุนเงินทุนให้เกิดประโยชน์ต่อกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ กิจการ โทรคมนาคมและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ให้ก้าวหน้าและมีความพร้อมในการเข้าสู่การปฏิวัติอุตสาหกรรมยุค 4.0 ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

4. พันธกิจ

- 1) ส่งเสริมให้ประชาชนเข้าถึงบริการกระจายเสียง โทรทัศน์และโทรคมนาคมที่มีคุณภาพอย่างทั่วถึง
- 2) ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมด้านกระจายเสียง โทรทัศน์ โทรคมนาคม และด้านอื่นที่เกี่ยวข้อง ที่มีส่วนในการสร้างเสริมคุณภาพชีวิตของประชาชนในประเทศอย่างทั่วถึง เหมาะสม และปลอดภัย
- 3) ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพด้านกระจายเสียง โทรทัศน์ โทรคมนาคม ให้มีความรู้ มีมาตรฐานจริยธรรม รวมถึงมีทักษะที่เท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีอย่างเหมาะสม
- 4) ส่งเสริมและสนับสนุนการคุ้มครองผู้บริโภคทุกกลุ่มเป้าหมายในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม
- 5) ส่งเสริมและสนับสนุนการใช้คลื่นความถี่ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด
- 6) บริหารจัดการกองทุนให้มีประสิทธิภาพและมั่นคง

5. แผนปฏิบัติการ

บริหารกองทุนได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการขับเคลื่อนการใช้จ่ายเงินกองทุนให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อประเทศชาติและประชาชน จึงได้จัดทำแผนแม่บทกองทุนวิจัยและพัฒนา ระยะ 4 ปี (พ.ศ.

2563-2566) เพื่อกำหนดทิศทางการดำเนินการจัดสรรเงินกองทุนให้มีประสิทธิภาพ ทั้งนี้แผนดังกล่าว ได้จัดทำขึ้นให้สอดคล้อง เชื่อมโยงและรองรับการดำเนินการของแผนระดับชาติ ไม่ว่าจะเป็นยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี แผนแม่บทด้านสารสนเทศและการสื่อสารของประชาคมอาเซียน แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 แผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมโดย แบ่งยุทธศาสตร์ ออกเป็น 6 ด้าน ดังนี้

1) ยุทธศาสตร์ที่ 1 ส่งเสริมผู้ประกอบการกิจการและบริการด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมอย่างทั่วถึง เพื่อให้ประชาชนได้รับบริการด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมอย่างทั่วถึง ทั้งในมิติเชิงพื้นที่ และกลุ่มผู้รับสาร ตลอดจนส่งเสริมชุมชนและ สนับสนุนผู้ประกอบการกิจการบริการชุมชนให้สามารถประกอบกิจการได้อย่างยั่งยืน

2) ยุทธศาสตร์ที่ 2 ส่งเสริมและสนับสนุนการวิจัยและพัฒนา เพื่อพัฒนานวัตกรรมที่มีส่วนในการขับเคลื่อนการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม การพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนและสร้างมูลค่า ทางเศรษฐกิจให้กับประเทศชาติตลอดจนอุตสาหกรรมโทรคมนาคม และอุตสาหกรรมต่อเนื่องรวมทั้งให้ประชาชนรู้เท่าทันสื่อเทคโนโลยีด้านการใช้คลื่นความถี่ เทคโนโลยีสารสนเทศ เทคโนโลยีและพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการ ผู้สูงอายุ หรือผู้ด้อยโอกาส

3) ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาบุคลากร เพื่อให้ นักศึกษา ประชาชน บุคคลทั่วไปสามารถก้าวเข้าสู่อาชีพงานด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ กิจการโทรคมนาคม และ เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างมีทักษะและเท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลง ตลอดจนในองค์กรซึ่งประกอบกิจการ กระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์มีมาตรฐานทางจริยธรรมของการประกอบอาชีพหรือวิชาชีพ

4) ยุทธศาสตร์ที่ 4 สนับสนุน ส่งเสริม และคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อให้กลไกการคุ้มครองผู้บริโภค มีความเข้มแข็งสามารถคุ้มครองและปกป้องสิทธิผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5) ยุทธศาสตร์ที่ 5 การบริหารจัดการกองทุนให้มีประสิทธิภาพและมั่นคง เพื่อให้กองทุนมีความมั่นคงและสามารถสนับสนุนการให้ทุนเพื่อพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

6) ยุทธศาสตร์ที่ 6 สนับสนุนการใช้คลื่น ความถี่ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการใช้คลื่นความถี่ที่คุ้มค่า เกิดประโยชน์สูงสุดต่อประเทศชาติและประชาชน รวมถึงสนับสนุนให้มีโครงสร้างพื้นฐานด้านคลื่นความถี่เพื่อรองรับนโยบายประเทศไทย 4.0

6. โครงสร้างการทำงานในรูปคณะกรรมการบริหารกองทุน

ภายใต้การบริหารงานของคณะกรรมการบริหารกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการ โทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (คณะกรรมการบริหารกองทุน) ซึ่งประกอบด้วย ประธาน กสทช. เป็นประธานคณะกรรมการบริหารกองทุน มีกรรมการโดยตำแหน่งจำนวน 6 ท่าน ประกอบด้วย ปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี ปลัดกระทรวงกลาโหม ผู้อำนวยการสำนักงบประมาณ เลขาธิการสภาพัฒนาการ เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ อธิบดีกรมบัญชีกลาง และผู้อำนวยการศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และ คอมพิวเตอร์แห่งชาติ และให้กรรมการโดยตำแหน่งคัดเลือกกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 2 ท่าน โดยมีเลขาธิการ กสทช. เป็นกรรมการและเลขานุการ

คณะอนุกรรมการฯ สนับสนุนการดำเนินงานของคณะกรรมการบริหารกองทุน คณะกรรมการบริหารกองทุน โดยความเห็นชอบของ กสทช.ได้แต่งตั้งคณะอนุกรรมการเพื่อช่วย สนับสนุนการดำเนินงานของ กทปส. ประกอบด้วยคณะอนุกรรมการ จำนวน 7 คณะ ดังนี้

**1) คณะทำงานกลั่นกรองโครงการและงบประมาณที่ใช้จ่ายจากเงินกองทุนวิจัยและพัฒนา
กิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมเพื่อประโยชน์สาธารณะ (ชุดที่ 1)**

มีอำนาจหน้าที่ (1) เสนอความเห็นเกี่ยวกับการกำหนดหลักเกณฑ์ ขั้นตอน และกระบวนการพิจารณาโครงการที่ขอรับการส่งเสริมและสนับสนุนตามมาตรา 52 (1) (3) (4) และ (5) แห่งพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และ กิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และที่แก้ไขเพิ่มเติม¹ รวมทั้งมาตรา 52 (2) ด้านรู้เท่าทันสื่อ (2) พิจารณาโครงการโครงการและงบประมาณที่ขอรับการส่งเสริมและสนับสนุนเงินจากกองทุนเพื่อเสนอให้ คณะกรรมการบริหารกองทุนพิจารณา (3) รายงานผลการปฏิบัติงานให้คณะกรรมการบริหารกองทุนทราบ อย่างน้อยไตรมาสละ 1 ครั้ง (4) เรียกให้พนักงาน ลูกจ้าง หรือผู้ปฏิบัติงานของสำนักงาน กสทช. ตลอดจน บุคคลที่เกี่ยวข้องมาให้ข้อมูลหรือชี้แจงตามที่เห็นสมควรและ (5) ปฏิบัติหน้าที่อื่นใดตามที่ คณะ กรรมการบริหารกองทุนและเลขาธิการ กสทช. มอบหมาย

**(2) คณะทำงานกลั่นกรองโครงการและงบประมาณที่ใช้จ่ายจากเงินกองทุนวิจัยและพัฒนา
กิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมเพื่อประโยชน์สาธารณะ (ชุดที่ 2)**

มีอำนาจหน้าที่ (1) เสนอความเห็นเกี่ยวกับการกำหนดหลักเกณฑ์ ขั้นตอน และกระบวนการพิจารณาโครงการที่ขอรับการส่งเสริมและสนับสนุนตามมาตรา 52 (2) และ (6) แห่งพระราชบัญญัติ องค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการ โทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และที่แก้ไขเพิ่มเติม โดยยกเว้นมาตรา 52 (2) ด้านรู้เท่าทันสื่อ (2) พิจารณา โครงการโครงการและงบประมาณที่ขอรับการส่งเสริมและสนับสนุนเงินจากกองทุนเพื่อเสนอให้ คณะกรรมการบริหารกองทุนพิจารณา (3) รายงานผลการปฏิบัติงานให้คณะกรรมการบริหารกองทุนทราบ อย่างน้อยไตรมาสละ 1 ครั้ง (4) เรียกให้พนักงาน ลูกจ้าง หรือผู้ปฏิบัติงานของสำนักงาน กสทช. ตลอดจน บุคคลที่เกี่ยวข้องมาให้ข้อมูลหรือชี้แจงตามที่เห็นสมควรและ (5) ปฏิบัติหน้าที่อื่นใดตามที่ คณะ กรรมการบริหารกองทุนและเลขาธิการ กสทช. มอบหมาย

**(3) คณะทำงานติดตามและประเมินผลโครงการกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจาย
เสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ**

มีอำนาจหน้าที่ 1) เสนอความเห็นเกี่ยวกับกรอบแนวทางการติดตามและประเมินผลโครงการที่ได้รับ การส่งเสริมและสนับสนุนเงินจากกองทุนเพื่อเสนอให้คณะกรรมการบริหารกองทุนพิจารณา 2) ติดตามและ ประเมินผลรวมทั้งเสนอแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขการใช้จ่ายเงินให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของกองทุน 3) ศึกษารวบรวมการจะทำรายงานประสิทธิภาพและประสิทธิผลการใช้จ่ายเงินตามวัตถุประสงค์ของกองทุนเพื่อ เสนอให้คณะกรรมการบริหารกองทุนพิจารณา 4) ประเมินผลการดำเนินงานประจำปีของกองทุนเพื่อเสนอให้ คณะกรรมการบริหารกองทุนพิจารณา 5) รายงานผลการปฏิบัติงานให้คณะกรรมการบริหารกองทุนทราบ อย่างน้อยไตรมาสละ 1 ครั้ง 6) เรียกให้พนักงานลูกจ้างหรือผู้ปฏิบัติงานของสำนักงาน กสทช. ตลอดจนบุคคลที่

เกี่ยวข้องมาให้ข้อมูลหรือชี้แจงตามที่เห็นสมควร 7) ปฏิบัติหน้าที่อื่นใดตามที่คณะกรรมการบริหารกองทุนและเลขาธิการ กสทช. มอบหมาย

(4) คณะทำงานขับเคลื่อนนโยบายและแผนยุทธศาสตร์กองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมเพื่อประโยชน์สาธารณะ

มีอำนาจหน้าที่ 1) เสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายเพื่อนำไปสู่การทบทวนปรับปรุงกฎระเบียบและหลักเกณฑ์ของกองทุน 2) เสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายการกำหนดแผนปฏิบัติการกองทุนระยะยาวและแผนปฏิบัติการกองทุนประจำปี 3) ศึกษา รวบรวม และกำหนดนโยบายการจัดสรรเงินกองทุนและกรอบวงเงินงบประมาณประจำปีเสนอต่อคณะกรรมการบริหารกองทุน 4) ประสานการทำงานร่วมกับ กสทช. ที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบายและการจัดสรรเงินกองทุนเพื่อให้เกิดการบูรณาการและเกิดประสิทธิภาพสูงสุด 5) รายงานผลการปฏิบัติงานให้คณะกรรมการบริหารกองทุนทราบอย่างน้อยไตรมาสละ 1 ครั้ง 6) เรียกให้พนักงาน ลูกจ้าง หรือผู้ปฏิบัติงานของสำนักงาน กสทช. ตลอดจนบุคคลที่เกี่ยวข้อง มาให้ข้อมูลหรือชี้แจงตามที่เห็นสมควร 7) ปฏิบัติหน้าที่อื่นใดตามที่คณะกรรมการบริหารกองทุนและเลขาธิการ กสทช. มอบหมาย

(5) คณะทำงานบริหารความเสี่ยงของเงินกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ

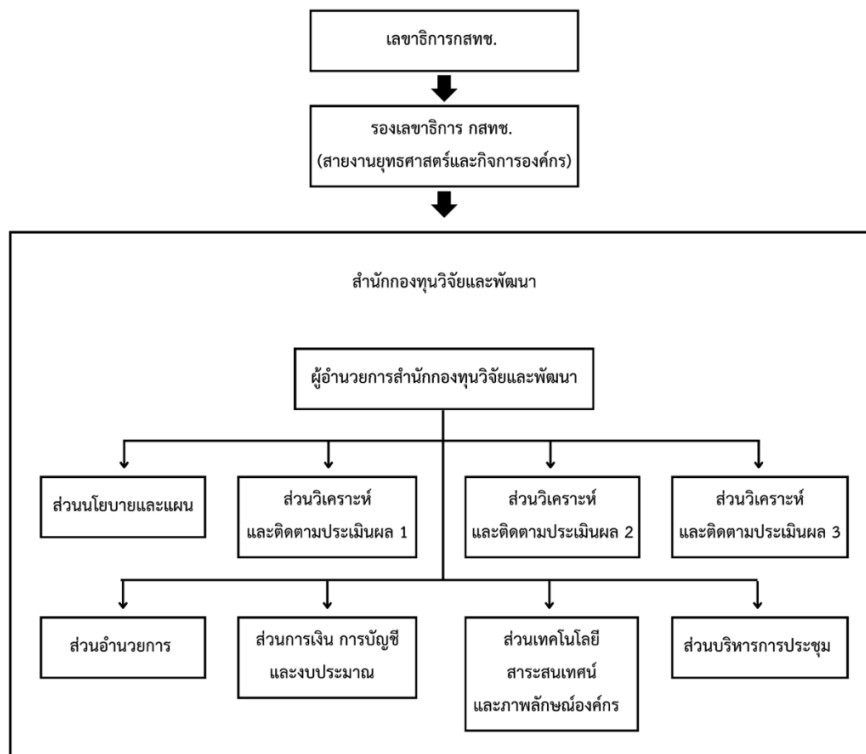
มีอำนาจหน้าที่ 1) ทบทวนนโยบายหลักเกณฑ์และแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับการลงทุนของกองทุนโดยคำนึงถึงระดับความเสี่ยงและผลตอบแทนที่เหมาะสมเพื่อเสนอให้คณะกรรมการบริหารกองทุนพิจารณา 2) ติดตามควบคุมการบริหารเงินกองทุนและรายงานผลการปฏิบัติงานให้คณะกรรมการบริหารกองทุนทราบ 3) รายงานผลการปฏิบัติงานให้คณะกรรมการบริหารกองทุนทราบอย่างน้อยไตรมาสละหนึ่งครั้ง 4) เรียกให้พนักงาน ลูกจ้าง หรือผู้ปฏิบัติงานของสำนักงาน กสทช. ตลอดจนบุคคลที่เกี่ยวข้องมาให้ข้อมูลหรือชี้แจงตามความสมควร 5) ปฏิบัติหน้าที่อื่นใดตามที่คณะกรรมการบริหารกองทุนและเลขาธิการ กสทช. มอบหมาย

(6) คณะทำงานด้านกฎหมายของกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ

มีอำนาจหน้าที่ 1) เสนอแนะและจัดทำร่างกฎระเบียบรวมทั้งหลักเกณฑ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดสรรเงินกองทุน 2) พิจารณาวินิจฉัยในประเด็นข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับกองทุนตามข้อ (1) และให้ความเห็นเกี่ยวกับแนวทางปฏิบัติในการบริหารสัญญาเงินทุนของกองทุน 3) เสนอแนะข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจัดสรรเงินกองทุน 4) รายงานผลการปฏิบัติงานให้คณะกรรมการบริหารกองทุนทราบอย่างน้อยไตรมาส ละหนึ่งครั้ง 5) เรียกให้พนักงาน ลูกจ้าง หรือผู้ปฏิบัติงานของสำนักงาน กสทช. ตลอดจนบุคคลที่เกี่ยวข้องมาให้ข้อมูลหรือชี้แจงตามความสมควร 6) ปฏิบัติหน้าที่อื่นใดตามที่คณะกรรมการบริหารกองทุนและเลขาธิการ กสทช. มอบหมาย

(7) คณะอนุกรรมการรองงานของ กสทช. เพื่อปฏิบัติหน้าที่ในการกระงะเบียบวาระเกี่ยวกับการจัดสรรเงินกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการ กระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ เพื่อเสนอข้อคิดเห็นประกอบการ พิจารณาของ กสทช. ตลอดจนปฏิบัติงานอื่นตามที่คณะกรรมการบริหารกองทุนมอบหมาย

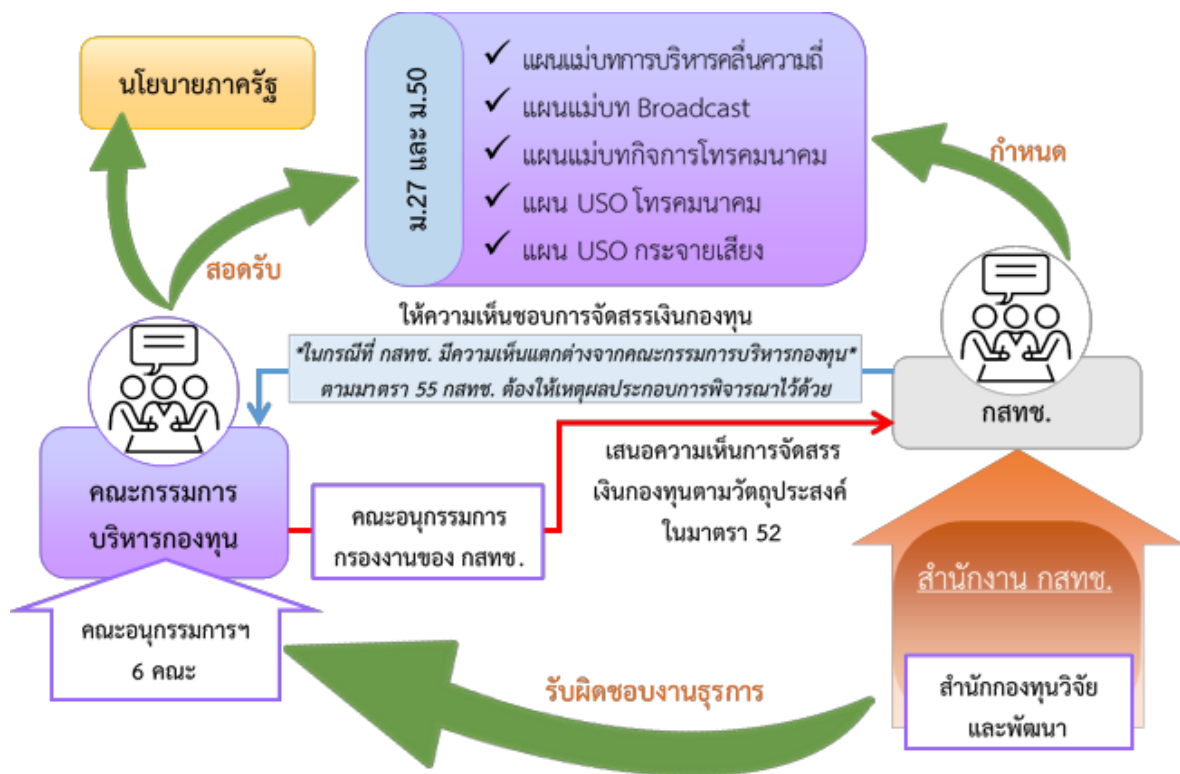
7. โครงสร้างสำนักกองทุนวิจัยและพัฒนา



ภาพที่ 1 โครงสร้างสำนักกองทุนวิจัยและพัฒนา

8. กระบวนการเชื่อมโยงการดำเนินงานกับ กสทช.

หากเมื่อพิจารณาถึงความเชื่อมโยงระหว่างคณะกรรมการบริหารกองทุน และ กสทช. แล้วนั้น จะเห็นได้ว่าตามเจตนารมณ์ของกฎหมาย กองทุนเป็นหน่วยงานร่วมระหว่าง คณะกรรมการบริหารกองทุน และ กสทช. หากขาดความเห็นชอบของฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง การจัดสรรเงินของกองทุน จะเป็นการขัดต่อกฎหมายที่ได้ ระบุไว้ ทั้งนี้ในการดำเนินการต่าง ๆ ของคณะกรรมการบริหารกองทุน มีสำนักกองทุนวิจัยและพัฒนา ซึ่งเป็นหน่วยงานหนึ่งในสำนักงาน กสทช. เป็นผู้รับผิดชอบงานธุรการของคณะกรรมการบริหารกองทุน



ภาพที่ 2 กระบวนการเชื่อมโยงการดำเนินงานกับ กสทช.

9. การจัดสรรเงินทุนโครงการ

ภายใต้กรอบนโยบายการส่งเสริมและสนับสนุนเงินจาก กทปส. ที่ กสทช. และคณะกรรมการบริหารกองทุนประกาศกำหนด ระบุให้โครงการที่สามารถยื่นขอรับการส่งเสริมและสนับสนุนเงินจาก กทปส. ต้องเป็นโครงการหรือกิจกรรมที่มีเป้าหมายการดำเนินงานตรงกับวัตถุประสงค์ของกองทุนข้อใดข้อหนึ่ง รวมถึงต้องมีความสอดคล้องกับกรอบนโยบายการจัดสรรที่ กสทช. และคณะกรรมการบริหารกองทุนกำหนด และต้องสอดคล้องกับแนวนโยบายของทางภาครัฐ ได้แก่ 1) นโยบายพื้นฐานแห่งรัฐที่ได้กำหนดไว้ในรัฐธรรมนูญหรือนโยบายที่รัฐบาลแถลงต่อรัฐสภา 2) แผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี และสอดคล้องกับกรอบนโยบาย Thailand 4.0 3) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ 4) แผนแม่บทการบริหารคลื่นความถี่ แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ แผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม หรือแผนการจัดให้มีบริการโทรคมนาคมพื้นฐานโดยทั่วถึง และบริการเพื่อสังคม และ 5) นโยบายและแผนยุทธศาสตร์ กทปส.

(1) วัตถุประสงค์กองทุนที่สามารถยื่นขอรับทุนได้

1.1 ดำเนินการให้ประชาชนได้รับบริการด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมอย่างทั่วถึงตลอดจนส่งเสริมชุมชนและสนับสนุนผู้ประกอบการบริการชุมชนตามมาตรา 51

1.2 ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาทรัพยากรสื่อสารการวิจัยและพัฒนาด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมรวมทั้งความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อเทคโนโลยีด้านการใช้คลื่นความถี่เทคโนโลยีสารสนเทศ เทคโนโลยีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการผู้สูงอายุผู้ด้อยโอกาสตลอดจนอุตสาหกรรมโทรคมนาคมและอุตสาหกรรมต่อเนื่อง

1.3 การส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาบุคลากร ด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม และเทคโนโลยีสารสนเทศ ตลอดจนการดำเนินการขององค์กรซึ่งทำหน้าที่จัดทำมาตรฐานทางการและจริยธรรมของการประกอบอาชีพ หรือวิชาชีพตามกฎหมายว่าด้วยการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

1.4 สนับสนุนส่งเสริมและคุ้มครองผู้บริโภคด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

ทั้งนี้ โครงการหรือกิจกรรมที่ขอรับการจัดสรรเงินจาก กทปส. ต้องไม่มีความซ้ำซ้อนกับโครงการหรือกิจกรรมที่มีการกำหนดไว้ในแผนแม่บทของ กสทช. ที่กล่าวว่า รวมทั้งโครงการหรือกิจกรรมที่ยื่นขอต้องมีรายละเอียดครบถ้วนสมบูรณ์ มีเป้าหมายและผลลัพธ์ที่เป็นประโยชน์โดยตรงต่อกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม รวมทั้งผู้ขอรับทุนต้องเป็นผู้รับผิดชอบในการดำเนินโครงการหรือกิจกรรมที่ขอโดยตรง และต้องไม่เคยได้รับการสนับสนุนจากแหล่งงบประมาณอื่นมาก่อน

(2) ประเภทการส่งเสริมและสนับสนุนเงินจาก กทปส.

ด้วยวัตถุประสงค์หลักของกองทุน คือการสร้างประโยชน์แก่สาธารณะ พร้อมต่อยอดสู่การพัฒนาประเทศด้วยผลงานวิจัยอันเกี่ยวเนื่องกับกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม กทปส. จึงจัดสรรเงินทุน เพื่อสนับสนุนโครงการ กิจกรรม หรือการดำเนินงาน เพื่อให้บรรลุทุกวัตถุประสงค์ แบ่งออกเป็น 4 ประเภทดังนี้

ประเภทที่ 1 ทุนเปิดกว้าง (Open Grant)

เป็นทุนสนับสนุนทั่วไปที่เปิดโอกาสให้ผู้มีคุณสมบัติตามประกาศคณะกรรมการบริหารกองทุนเรื่องหลักเกณฑ์วิธีการและเงื่อนไขการจ่ายเงินกองทุน พ.ศ. 2560 สามารถยื่นขอรับการส่งเสริมและสนับสนุนทั้งนี้การที่ยื่นต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของกองทุนตามข้อ 1.1 โดยโครงการประเภทที่หนึ่งนี้จะมีการเปิดให้ทุนอย่างน้อยปีละหนึ่งครั้งและมีระยะเวลาเปิดยื่นขอรับ 3 เดือน

ประเภทที่ 2 โครงการที่คณะกรรมการบริหารกองทุนประกาศ

เป็นโครงการตามนโยบายของคณะกรรมการบริหารกองทุนที่ประกาศกำหนดเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์กองทุนซึ่งภายใต้โครงการประเภท 2 นี้แบ่งการสนับสนุนออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

2.1 ทุนตามนโยบายของคณะกรรมการบริหารกองทุน (Strategic Grant)

ทุนที่คณะกรรมการบริหารกองทุนออกประกาศขอบเขตของงาน (Term of Reference :TOR) ในโครงการต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ที่มีคุณสมบัติที่กำหนดไว้ในขอบเขตของงานของโครงการสามารถยื่นข้อเสนอในการดำเนินการให้ตรงกับขอบเขตของงานที่ประกาศกำหนดไว้

2.2 ทุนตามแนวนโยบายแห่งรัฐ

เป็นทุนที่มุ่งเน้นความสำเร็จตามแนวนโยบายแห่งรัฐ ที่เปิดโอกาสให้หน่วยงานราชการในระดับกรมขึ้นไปหรือเทียบเท่า สามารถขอรับการส่งเสริมและสนับสนุนเงินจาก กทปส. ได้ โดยการขอรับการสนับสนุนนั้น จะต้องสอดคล้องกับอำนาจหน้าที่และเป็นภารกิจของส่วนราชการที่ยื่นขอรับการสนับสนุนโดยตรง และจะต้องไม่ซ้ำซ้อนกับโครงการตามที่ขอรับการจัดสรรงบประมาณแผ่นดินโดยผู้มีอำนาจลงนามในการยื่นขอรับการสนับสนุนจะต้องเป็นรัฐมนตรีเจ้ากระทรวง และหากวงเงินที่ ที่ขอรับการสนับสนุนเกินกว่า 50 ล้านบาท จะต้องนำเรื่องเสนอคณะรัฐมนตรีเพื่อพิจารณา

2.3 ทุนต่อเนื่อง

เป็นทุนที่ให้แก่อำเภอที่เคยได้รับทุนจาก กทปส. เฉพาะโครงการตามมาตรา 52 (2) ด้านการวิจัยและพัฒนา และประสงค์ที่จะขยายผลหรือพัฒนาต่อยอดโครงการดังกล่าว โดยผู้ขอสามารถยื่นความประสงค์ที่จะขอรับทุนต่อเนื่องได้ในระหว่างการดำเนินโครงการที่มีผลสำเร็จไม่น้อยกว่าร้อยละ 80% หรือภายหลังจากโครงการเสร็จสิ้นไม่เกิน 3 ปี โดยจะต้องแสดงเป้าหมายไปสู่การต่อยอดที่สูงขึ้นหรือขยายผลเพิ่มเติมอันเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และต่อสาธารณะของประเทศ

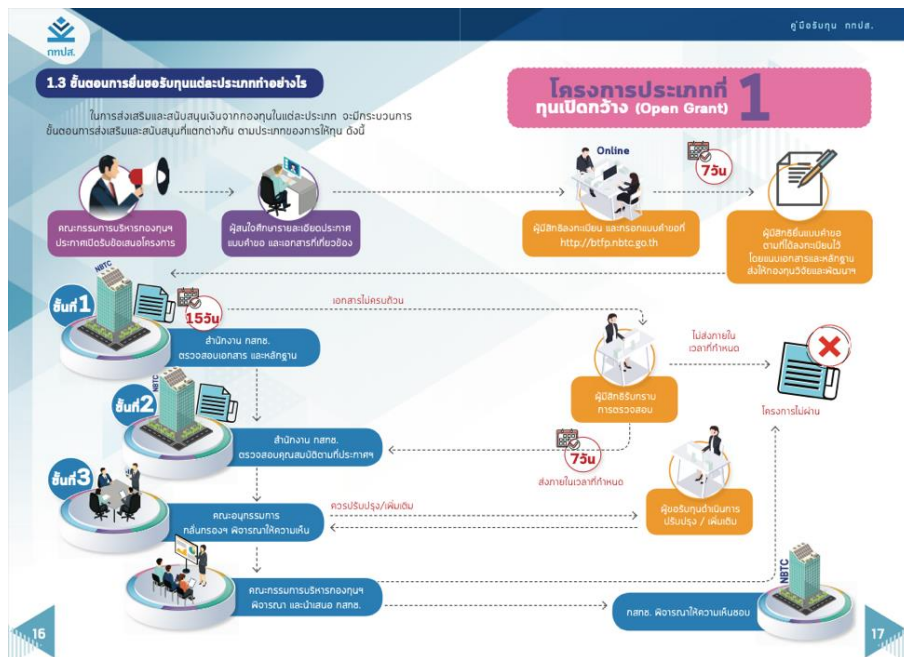
ทุนประเภทที่ 3 โครงการที่ กสทช. ประกาศกำหนด

เป็นทุนตามนโยบายและอำนาจหน้าที่ของ กสทช. เช่น การให้ทุนเพื่อสนับสนุนให้มีบริการโทรคมนาคมพื้นฐานโดยทั่วถึงและบริการเพื่อสังคม (USO) การส่งเสริมชุมชนและสนับสนุนผู้ประกอบการบริการชุมชน การส่งเสริมองค์กรที่มีการจัดทำมาตรฐานทางจริยธรรมตามกฎหมาย เป็นต้น

ทุนประเภทที่ 4 สนับสนุนการดำเนินการตามกฎหมายว่าด้วยกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์เป็นการให้ทุนตามพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ตามมาตรา 52 (5) การส่งเสริมและสนับสนุนให้กับกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์เป็นประจำทุกปี

3. ขั้นตอนการยื่นขอทุนแต่ละประเภท

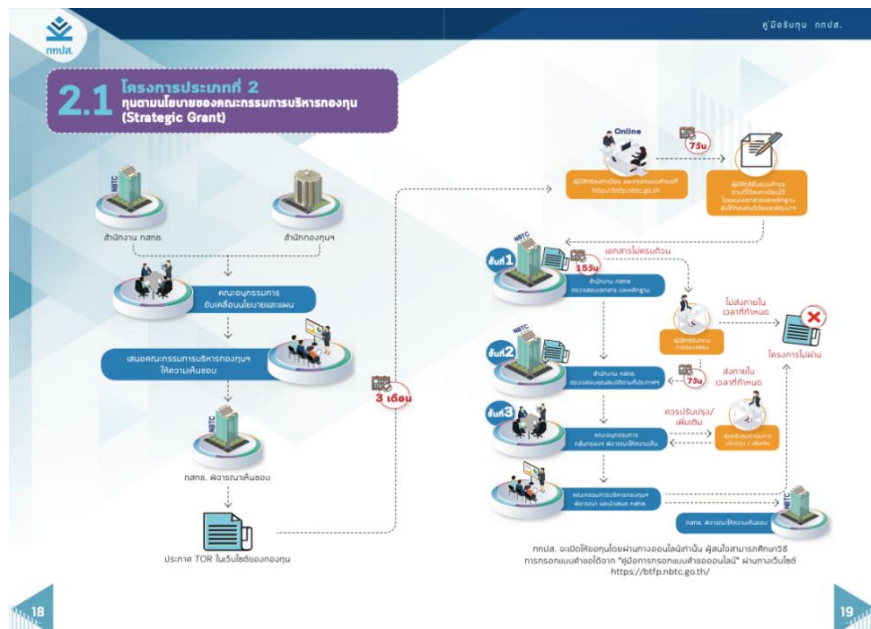
1. การยื่นขอทุนโครงการประเภทที่ 1 ทุนเปิดกว้าง (Open Grant) แสดงตามภาพดังต่อไปนี้



ภาพที่ 3 การยื่นขอทุนโครงการประเภทที่ 1 ทุนเปิดกว้าง (Open Grant)

2. โครงการประเภทที่ 2 โครงการที่คณะกรรมการบริหารกองทุนประกาศ

2.1 การยื่นขอทุนตามนโยบายของคณะกรรมการบริหารกองทุน (Strategic Grant) แสดงตามภาพดังต่อไปนี้

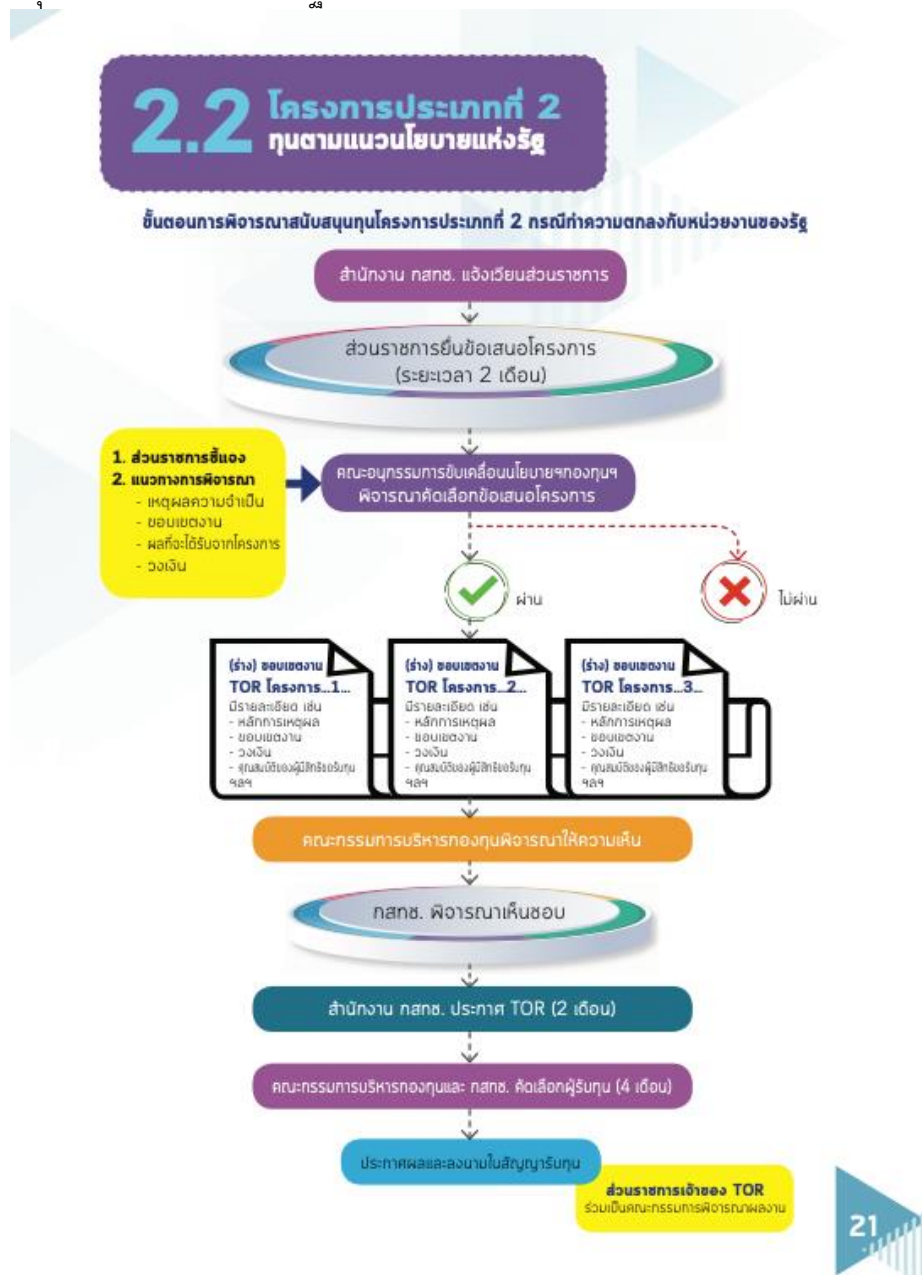


ภาพที่ 4 การยื่นขอทุนตามนโยบายของคณะกรรมการบริหารกองทุน (Strategic Grant)

เกณฑ์การยื่นข้อเสนอโครงการทุนตามแนวนโยบายแห่งรัฐ มีดังนี้

- 1) ผู้ยื่นข้อเสนอโครงการต้องเป็นส่วนราชการระดับกรมขึ้นไปหรือเทียบเท่าตามคำนิยามของพระราชบัญญัติวิธีการงบประมาณ พ.ศ. 2561 ทั้งนี้ให้หมายความรวมถึงจังหวัดและกลุ่มจังหวัดตามกฎหมายว่าด้วยระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน
- 2) ผู้ลงนามยื่นข้อเสนอโครงการต้องดำรงตำแหน่งอธิบดีหรือเทียบเท่าโดยสามารถยื่นข้อเสนอโครงการได้ในวงเงินไม่เกิน 50 ล้านบาท ทั้งนี้ หากข้อเสนอโครงการเกินกรอบวงเงินดังกล่าว เป็นโครงการที่เป็นภารกิจเกี่ยวพันข้ามส่วนราชการให้ปลัดกระทรวงเป็นผู้ลงนามยื่นข้อเสนอโครงการ
- 3) โครงการที่จะยื่นขอรับการส่งเสริมและสนับสนุนต้องมีความสอดคล้องกับแนวนโยบายแห่งรัฐ นโยบายหรือแผนแม่บทของกองทุนและเป็นไปตามวัตถุประสงค์ตามมาตรา 52 (1)-(4) แห่งพระราชบัญญัติองค์การจัดสรรคลื่นความถี่ฯ โดยจะต้องแสดงให้เห็นถึงประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อมที่เกี่ยวข้องกับกิจการกระจายเสียงโทรทัศน์และโทรคมนาคม
- 4) โครงการที่จะขอรับการส่งเสริมและสนับสนุนจะต้องมีความสอดคล้องกับอำนาจหน้าที่และภารกิจของหน่วยงานนั้นและไม่มีความซ้ำซ้อนกับโครงการที่ขอรับการจัดสรรจากเงินงบประมาณแผ่นดิน
- 5) ส่วนราชการที่ยื่นข้อเสนอโครงการจะต้องให้ความร่วมมือในการเข้าร่วมชี้แจงให้คำแนะนำเกี่ยวกับการคัดเลือกผู้รับทุนตามที่คณะกรรมการเห็นสมควร
- 6) คณะกรรมการบริหารกองทุนโดยความเห็นชอบของ กสทช. จะเป็นผู้รับผิดชอบดำเนินการคัดเลือกหน่วยงานที่มีความเหมาะสมเพื่อรับทุนในการดำเนินโครงการที่ส่วนราชการเป็นผู้ยื่นข้อเสนอโครงการ
- 7) ภายหลังการพิจารณาคัดเลือกผู้รับทุนเป็นที่เรียบร้อยแล้วส่วนราชการจะต้องมอบหมายบุคลากรเข้าร่วมเป็นคณะกรรมการพิจารณาผลงาน
- 8) สิ้นสุดโครงการในกรณีที่ผลงานหรือทรัพย์สินของโครงการตกเป็นของส่วนราชการส่วนราชการจะต้องมีหน้าที่บริหารดูแลทรัพย์สินหรือผลงานของโครงการรวมถึงจัดทำงบประมาณเพื่อรองรับการดูแลรักษาหลังสิ้นสุดโครงการ

2.2 การยื่นขอทุนตามแนวนโยบายแห่งรัฐ แสดงตามภาพดังต่อไปนี้



ภาพที่ 5 ทุนตามแนวนโยบายแห่งรัฐ

2.3 การยื่นขอทุนต่อเนื่อง แสดงตามภาพดังต่อไปนี้



ภาพที่ 6 การยื่นขอทุนต่อเนื่อง

เกณฑ์การยื่นข้อเสนอโครงการทุนต่อเนื่อง ดังนี้

1. งานวิจัยที่เสนอจะต้องตรงตามวัตถุประสงค์ตามมาตรา 52 วรรคสองแห่งพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ ได้แก่ ด้านการวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมเทคโนโลยีการใช้คลื่นความถี่เทคโนโลยีสารสนเทศ เทคโนโลยีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการผู้สูงอายุผู้ด้อยโอกาส ตลอดจนอุตสาหกรรมโทรคมนาคมและอุตสาหกรรมต่อเนื่องและผู้เสนอโครงการต้องแสดงเป้าหมายไปสู่การต่อยอดงานวิจัยในลำดับขั้นที่สูงขึ้นและขยายผลการวิจัยโดยมุ่งสู่การดำเนินการที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจสังคมและประโยชน์สาธารณะของประเทศ

2. โครงการที่จะยื่นข้อเสนอโครงการได้จะต้องมีผลลัพธ์ที่ได้จากโครงการเดิมอย่างใดอย่างหนึ่งดังต่อไปนี้

- 2.1 รายงานผลการวิจัยขั้นพื้นฐาน
- 2.2 รายงานผลการวิจัยประยุกต์
- 2.3 ทรัพย์สินทางปัญญา เช่น สิทธิบัตร อนุสิทธิบัตร ลิขสิทธิ์
- 2.4 ต้นแบบ (Prototype) อย่างใดอย่างหนึ่ง คือ ต้นแบบผลิตภัณฑ์ ต้นแบบกระบวนการ

ต้นแบบบริการ

3. ผู้เสนอโครงการต้องเป็นหน่วยงานที่เคยได้รับการสนับสนุนเงินจากกองทุนและจะต้องมีทีมวิจัยชุดเดิมเป็นหลักหรืออย่างน้อย 2 ใน 3

4. ผู้เสนอโครงการสามารถยื่นข้อเสนอได้ในระหว่างดำเนินโครงการโดยมีผลความก้าวหน้าในการดำเนินโครงการไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 หรือภายหลังการดำเนินโครงการเดิมแล้วเสร็จภายในระยะเวลาไม่เกิน 3 ปี โดยทั้งนี้ผู้บังคับบัญชาสูงสุดของหน่วยงานที่ผู้เสนอขอรับทุนสังกัดอยู่จะต้องให้ความเห็นชอบในการเสนอข้อเสนอดังกล่าว

5. ผู้เสนอโครงการต้องจัดทำรายงานเบื้องต้นเพื่อวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการดำเนินโครงการดังกล่าวเพื่อประกอบการพิจารณาด้วย

6. ผู้เสนอโครงการต้องมีประวัติการร่วมงานที่ดีกับสำนักงาน กสทช. ดังนี้

- 6.1 ดำเนินโครงการบรรลุผลสำเร็จโดยไม่มีประวัติการทิ้งงาน
- 6.2 ให้ความร่วมมือในการติดตามและประเมินผลโครงการเป็นไปด้วยความเรียบร้อย
- 6.3 ส่งมอบงานครบถ้วน ตรงตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในสัญญา

7. ผู้เสนอโครงการต้องเป็นผู้รับผิดชอบการดำเนินโครงการหรือกิจกรรมที่ขอโดยตรง

8. ผู้เสนอโครงการจะต้องไม่เสนอขอทุนซ้ำซ้อนกับหน่วยงานอื่นโดยไม่นับรวมถึงผู้ประกอบการที่ต้องการร่วมทุน (ทั้งลักษณะ In-Cash และ In-kind)

9. การพิจารณาที่นอกเหนือจากเกณฑ์ดังกล่าวให้เป็นดุลยพินิจของคณะกรรมการบริหารกองทุน

โครงการประเภทที่ 3 ทุนที่ กสทช. ประกาศกำหนด

1. สำนักที่เกี่ยวข้อง
เสนอเรื่องจัดสรร

2. กสทช.

3. คณะกรรมการบริหารกองทุน
ให้ความเห็น

4. กรณีเห็นต่างและ
เสนอความเห็น

5. กรณีเห็นชอบ
แจ้งมติพร้อมเสนอเงื่อนไขเบิกจ่าย
ให้ เลขาธิการ กสทช. เห็นชอบ

6. สำนักที่เกี่ยวข้อง
แจ้งมติคณะกรรมการบริหารกองทุน

7. เลขาธิการ กสทช.
เห็นชอบ

8. ผู้รับทุน

9. สำนักที่เกี่ยวข้อง
ตั้งเรื่องเบิกจ่ายงบประมาณ

10. กองทุนวิจัยและพัฒนาฯ
เบิกจ่ายงบประมาณ

หมายเหตุ การเบิกจ่ายเงินงบประมาณให้ดำเนินการซ้ำตามลูกศร (6-9) จนสิ้นสุดโครงการ

25

ภาพที่ 7 การยื่นขอทุนโครงการประเภทที่ 3 โครงการที่ กสทช. ประกาศกำหนด

4. ผู้มีสิทธิขอรับทุนจาก กทปส. ในแต่ละวัตถุประสงค์ แสดงตามภาพดังต่อไปนี้

		ผู้ได้รับ ใบอนุญาต	ผู้ประกอบการ อุตสาหกรรม	หน่วยงาน ของรัฐ	สถาบัน การศึกษา	สถาบัน วิจัย ไม่แสวงกำไร	องค์กรเอกชน ร่วมทุน	องค์กรเอกชน ไม่แสวงกำไร	กลุ่ม Start Up	สถาบัน เอกชน ไม่แสวงกำไร
52(1)	USO	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	วิจัย ชุมชน	✓								
52(2)	R&D		✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓
52(3)	พัฒนา บุคลากร			✓	✓	✓		✓	✓	✓
	มาตรฐาน อาชีพ						✓			
52(4)	ทุนสื่อ ทุนสื่อ			✓	✓	✓		✓		

* (Universal of Service Obligation : USO) หมายถึง ดำเนินการให้บริการขั้นพื้นฐานการกระจายเสียง การโทรทัศน์ และการโทรคมนาคม อย่างทั่วถึง
* (Research and Development : R&D) หมายถึง ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาทรัพยากรสารสนเทศ การวิจัยและพัฒนาขั้นพื้นฐานการกระจายเสียง การโทรทัศน์ และการโทรคมนาคม รวมทั้งความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการใช้คลื่นความถี่ เทคโนโลยีสารสนเทศ เทคโนโลยีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการ ผู้สูงอายุ หรือผู้ด้อยโอกาส ตลอดจนอุตสาหกรรมโทรคมนาคม และอุตสาหกรรมต่อเนื่อง

ภาพที่ 8 ผู้มีสิทธิขอรับทุนจาก กทปส. ในแต่ละวัตถุประสงค์

5. เกณฑ์เบื้องต้นที่ควรใช้ในการตั้งงบประมาณสนับสนุน

- 1) งบประมาณในหมวดค่าตอบแทนบุคลากรจะต้องมีสัดส่วนไม่เกินร้อยละ 50 ของงบประมาณโครงการ ทั้งนี้ อัตราค่าตอบแทนบุคลากรพิจารณาจากคุณสมบัติและประสบการณ์ทำงานโดยอ้างอิงจากระเบียบกระทรวงการคลัง
- 2) งบประมาณในหมวดค่าครุภัณฑ์ให้เป็นไปตามบัญชีมาตรฐานครุภัณฑ์ของสำนักงาน กสทช. พ.ศ. 2558
- 3) งบประมาณโครงการที่ยื่นขอรับการส่งเสริมและสนับสนุนตามวัตถุประสงค์ของกองทุนให้เป็นไปตามระเบียบสำนักงาน กสทช. โดยยกเว้นค่าใช้จ่ายในหมวดค่าที่พักให้ยึดตามระเบียบกระทรวงการคลัง
- 4) กรณีผู้ขอรับการส่งเสริมและสนับสนุนเป็นสถาบันการศึกษาในระดับอุดมศึกษาสามารถขอรับการส่งเสริมและสนับสนุนงบประมาณค่าธรรมเนียมมหาวิทยาลัยในสัดส่วนไม่เกินร้อยละ 7 ของงบประมาณโครงการ
- 5) กรณีโครงการที่ขอรับการส่งเสริมและสนับสนุนมีการขอจัดฝึกอบรม สมควรให้ผู้ขอรับการส่งเสริมและสนับสนุนพิจารณา ใช้สถานที่จัดงานภายในองค์กรเป็นหลัก ยกเว้นมีเหตุผลความจำเป็นที่ไม่สามารถดำเนินการได้ให้ผู้ขอรับการส่งเสริมและสนับสนุนจัดนอกสถานที่
- 6) ค่าตรวจสอบและจัดทำบัญชีค่าใช้จ่ายโครงการสามารถตั้งงบประมาณค่าขอได้ในกรณีงบประมาณค่าขอไม่เกิน 10 ล้านบาท สนับสนุนได้จำนวน 15,000 บาท และกรณีงบประมาณค่าขอเกิน 10 ล้านบาทสนับสนุนได้จำนวน 20,000 บาท ทั้งนี้ ให้ผู้รับทุนต้องจัดจ้างสำนักงานบัญชีคุณภาพที่ผ่านการรับรองคุณภาพสำนักงานบัญชีตามข้อกำหนดของการรับรองคุณภาพสำนักงานบัญชีของกรมพัฒนาธุรกิจการค้าหรือ

ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตตามกฎหมายว่าด้วยผู้สอบบัญชีที่ไม่อนุญาตไม่ขาดอายุ หรือไม่ถูกสั่งพัก หรือไม่ถูกเพิกถอนใบอนุญาตโดยสภาวิชาชีพ หรือถูกเพิกถอนใบอนุญาตตรวจสอบและรับรองโดยหน่วยงานอื่นของทางราชการหรือรัฐวิสาหกิจ

7) ภาษีมูลค่าเพิ่มหรืออากรอื่นใด ผู้ยื่นขอรับทุนสามารถตั้งงบประมาณโดยรวมภาษีมูลค่าเพิ่มและอากรอื่นใดที่จะเกิดขึ้นในโครงการได้ แต่ทั้งนี้จะต้องมีเอกสารหลักฐานแนบประกอบ

7. เกณฑ์พิจารณาโครงการเบื้องต้น

1) โครงการที่ยื่นขอทุนต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของกองทุนข้อใดข้อหนึ่งรวมถึงต้องมีความสอดคล้องกับกรอบนโยบายการจัดสรรที่ กสทช. และกรรมการบริหารกองทุนกำหนดต้องสอดคล้องกับแนวนโยบายของภาครัฐ ได้แก่ นโยบายพื้นฐานแห่งรัฐที่ได้กำหนดไว้ในรัฐธรรมนูญหรือนโยบายที่รัฐแถลงต่อรัฐสภา แผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี และสอดคล้องกับกรอบนโยบายไทยแลนด์ 4.0 แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ แผนแม่บทการบริหารคลื่นความถี่ แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ แผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม หรือแผนการจัดให้มีบริการโทรคมนาคมพื้นฐานโดยทั่วถึงและบริการเพื่อสังคม

2) โครงการที่ขอรับทุนต้องไม่มีความซ้ำซ้อนกับโครงการที่ กสทช. ดำเนินการอยู่

3) โครงการที่ขอรับทุนต้องมีรายละเอียดครบถ้วนสมบูรณ์มีเป้าหมายและผลลัพธ์ที่เป็นประโยชน์โดยตรงต่อกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม

4) ผู้ขอรับทุนต้องเป็นผู้รับผิดชอบดำเนินโครงการด้วยตนเอง

5) ต้องไม่เคยได้รับการสนับสนุนจากแหล่งงบประมาณอื่นมาก่อน

35. รายงานการติดตามและประเมินผลโครงการประจำปีจากแหล่งอื่นที่เกี่ยวข้อง

1. การติดตามการจัดสรรเงินทุนและธรรมาภิบาลของกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.) ของสภาองค์กรของผู้บริโภค โดย วรพจน์ วงศ์กิจรุ่งเรือง (เมษายน 2023) ได้นำเสนอบทความที่เกี่ยวข้องกับการติดตามการจัดสรรเงินทุนและธรรมาภิบาลของกองทุน กทปส.

รายงานฉบับนี้มุ่งตรวจสอบการจัดสรรเงินทุนและธรรมาภิบาลของ กทปส. โดยแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ส่วนหลัก ส่วนที่หนึ่ง การวิเคราะห์ข้อมูลรายโครงการ โดยจำแนกตาม 1) วัตถุประสงค์ใน กฎหมาย 2) ประเภทของทุน และ 3) หน่วยงานที่ได้รับทุน ซึ่งไม่เพียงสะท้อนให้เห็นปัญหาในระดับโครงการแต่ยังสะท้อนให้เห็นปัญหาในภาพรวม เช่น การให้ทุนโดยไม่ตรงกับวัตถุประสงค์ในกฎหมาย การแทรกแซงทางการเมืองผ่านการให้ทุนบางประเภท หรือแนวโน้มที่หน่วยงานรัฐจะได้รับทุนโครงการเพิ่มขึ้น และส่วนที่สอง การวิเคราะห์ปัญหาเชิงโครงสร้างและธรรมาภิบาลของ กทปส. ในหลากหลายมิติ ซึ่งเป็นต้นตอที่นำไปสู่ปัญหาการจัดสรรทุนในระดับโครงการ นั่นคือ องค์ประกอบที่มาของคณะกรรมการบริหารกองทุนฯ ที่ขาดการถ่วงดุลและมีตัวแทนจากหน่วยงานรัฐมากเกินไป การแทรกแซงความเป็นอิสระของ กทปส. โดยภาคการเมือง การเปิดเผยข้อมูลการให้ทุนที่ยังขาดความรอบด้านและความโปร่งใส รวมถึง กระบวนการกำหนดแผนปฏิบัติการของกองทุนวิจัยและพัฒนาฯ ที่ยึดโยงกับนโยบายหน่วยงานรัฐและขาดการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียและผู้เชี่ยวชาญอย่างรอบด้าน

สรุปประเด็นสำคัญที่ปรากฏในรายงาน

1) กองทุน กทปส. คือกองทุนที่จัดตั้งขึ้นภายในสำนักงาน กสทช. ตาม พ.ร.บ. องค์การจัดสรรคลื่นความถี่ฯ โดยมีเป้าหมายสาธารณะตามที่กำหนดไว้ในกฎหมาย รวมถึงการส่งเสริมให้ประชาชน ได้รับความบริการอย่างทั่วถึง การวิจัยและพัฒนา การพัฒนาบุคลากร และการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม โดยมีการจัดสรรเงินทุนหลายพันล้านบาทต่อปี ให้กับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งราชการ มหาวิทยาลัย เอกชน และมูลนิธิ

2) การตรวจสอบข้อมูลการให้ทุนระดับโครงการ โดยจำแนกตามวัตถุประสงค์ในกฎหมาย ประเภทของทุน และหน่วยงานที่ได้รับทุน พบปัญหาหลายประการ ดังนี้

2.1) การตีความ “การบริการทั่วถึง” ในมาตรา 52 (1) ให้ครอบคลุมถึงการสนับสนุนการผลิตสื่อที่มีเนื้อหาอะไรก็ได้ โดยเฉพาะการให้ทุนผลิตสื่อกับหน่วยงานรัฐเพื่อผลิตเนื้อหาที่ตอบสนองวัตถุประสงค์หรือประชาสัมพันธ์หน่วยงานรัฐเป็นหลัก เช่น โครงการประกวดร้องเพลงลูกทุ่งชิงแชมป์ ประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์ หรือโครงการผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อความมั่นคงของกองทัพบก กรมการทหารสื่อสาร เป็นต้น

2.2) การตีความ “บริการทั่วถึง” ในมาตรา 52 (1) โดยไม่เกี่ยวข้องกับกิจการกระจายเสียง โทรทัศน์ และโทรคมนาคมโดยตรง เช่น โครงการพัฒนารูปแบบการสื่อสารเพื่อบูรณาการระบบการสื่อสารกระทรวงกลาโหม เป็นต้น

2.3) การตีความว่า “การวิจัยและพัฒนา” และ “การสนับสนุนและพัฒนาทรัพยากรสื่อสาร” ใน มาตรา 52 (2) เป็นเรื่องอะไรก็ได้ที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICTs) แม้จะไม่เกี่ยวกับกิจการกระจายเสียง โทรทัศน์ และโทรคมนาคมโดยตรง เช่น โครงการศึกษานวัตกรรม ระบบกล้องโทรทัศน์วงจรปิดความปลอดภัยสูง กระทรวงกลาโหม หรือโครงการพัฒนาระบบฐานข้อมูลด้านพระพุทธศาสนา (Buddhism Big Data) สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ เป็นต้น

2.4) การให้ทุนฝึกอบรมบุคลากรตามมาตรา 52 (3) ในประเด็นที่ไม่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาบุคลากรด้านกิจการกระจายเสียง โทรทัศน์ และโทรคมนาคม เช่น โครงการส่งเสริมและสร้างการรับรู้ นวัตกรรมด้านการปลูกและการผลิตกล้วยาพืชสมุนไพรทางเลือกของกลุ่มอาชีพเกษตรกรพืชสมุนไพร ด้วยการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในยุค 5G มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา เป็นต้น

2.5) การให้ทุนสนับสนุนการคุ้มครองผู้บริโภคตามมาตรา 52 (4) ในสัดส่วนที่น้อยเกินไป และลดลงในช่วงหลัง รวมถึงการตีความเป้าหมายการคุ้มครองผู้บริโภคที่แคบเกินไป โดยขาดมิติความเป็นพลเมืองและการคุ้มครองผู้บริโภคในเชิงโครงสร้าง

2.6) ทุนประเภทที่ 1 ซึ่งเป็นทุนเปิดกว้างให้กับผู้ขอทุนที่มีโครงการคุณภาพ สร้างสรรค์ และ สอดคล้องกับเป้าหมายของ กสทช. บนฐานของการแข่งขัน ได้งบประมาณน้อยกว่าทุนที่คณะกรรมการบริหารประกาศกำหนด (ทุนประเภท 2) และยิ่งน้อยกว่าทุนจากนโยบาย กสทช. (ทุนประเภท 3) ซึ่งทุนสองประเภทหลังเปิดให้มีการแทรกแซงทางการเมืองได้ง่ายกว่า

2.7) การให้ทุนประเภท 2.2 กรณีทำความตกลงกับหน่วยงานรัฐ ซึ่งเปิดให้หน่วยงานของราชการเสนอโครงการขอรับทุนโดยตรง ไม่เพียงมีปัญหามาในแง่กฎหมาย แต่ยังเปิดให้หน่วยงานรัฐ ได้รับโครงการที่ไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ตามมาตรา 52 และเป็นไป เพื่อสนองตอบเป้าหมายของหน่วยงานเท่านั้น เช่น การจัดประกวดร้องเพลง การผลิตแอนิเมชันในรูปแบบ DVD Box Set การประกวดหนังสือ การพัฒนาระบบฐานข้อมูล เป็นต้น

2.8) ทูบประเภท 3 หรือทูบที่ กสทช. ประกาศกำหนด ได้รับงบประมาณมากที่สุด พบว่าหลายโครงการไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ตามกฎหมายของกองทุนฯ และไม่ใช้โครงการที่จำเป็นเร่งด่วน รวมถึงบางโครงการมีการอนุมัติที่ดูเฉพาะเจาะจงที่ตัวผู้รับทุนมากกว่าคำนึงถึงประโยชน์สาธารณะ เช่น การสนับสนุนค่าใช้จ่ายด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ โครงการก่อสร้างอาคารศูนย์วิจัยและพัฒนาการเกษตร มูลนิธิโครงการหลวง เป็นต้น

2.9) หน่วยงานราชการได้งบประมาณต่อโครงการสูงเมื่อเทียบกับหน่วยงานประเภทอื่น รวมถึงจำนวนหน่วยงานราชการที่ได้รับทุนก็มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในแต่ละปี ซึ่งเปิดโอกาสให้หน่วยงานรัฐขอทุนสนับสนุนโดยไม่ต้องผ่านกระบวนการงบประมาณแผ่นดิน

3) การวิเคราะห์ปัญหาเชิงโครงสร้างและธรรมาภิบาลของ กทปส. มีประเด็นและข้อเสนอ ดังนี้

3.1) องค์ประกอบของคณะกรรมการบริหารและอนุกรรมการกองทุนฯ เป็นตัวแทนจากหน่วยงานรัฐเกือบทั้งหมด โดยประธาน กสทช. นั่งเป็นประธานกรรมการบริหารกองทุนฯ และกรรมการบริหารกองทุนฯ โดยตำแหน่งเป็นอนุกรรมการกองทุนฯ หลายคณะ ซึ่งส่งผลกระทบต่อคุณภาพในการตรวจสอบและถ่วงดุลการตัดสินใจในกระบวนการให้ทุน รวมถึงมีแนวโน้มสนับสนุนหน่วยงานรัฐเป็นพิเศษ จึงควรปรับแก้องค์ประกอบของคณะกรรมการในหลายด้าน เช่น การไม่ให้ประธาน กสทช. เป็นประธานคณะกรรมการบริหารกองทุนฯ โดยตำแหน่ง การลดสัดส่วนตัวแทนของหน่วยงานรัฐและเพิ่มผู้เชี่ยวชาญและผู้มีส่วนได้เสียในองค์ประกอบของคณะกรรมการบริหารและอนุกรรมการกองทุนฯ เป็นต้น

3.2) การเปิดเผยข้อมูลผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ยังไม่ครอบคลุม เช่น ขาดข้อมูลความเห็นการให้ทุนของกรรมการบริหารกองทุนฯ อนุกรรมการกองทุนฯ และ กสทช. และยังไม่ครบถ้วน ดังนั้น กทปส. ควรเปิดเผยข้อมูลตามกฎหมาย รวมถึงยกระดับมาตรฐานการเปิดเผยข้อมูล เช่น การเปิดเผย ข้อเสนอโครงการ รายงานประเมินผลรายโครงการและผลงานโครงการทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นรายงานวิชาการ ผลงานสิ่งประดิษฐ์ เป็นต้น

3.3) แผนปฏิบัติการของกองทุนฯ ยึดโยงกับหน่วยงานรัฐหรือนโยบายรัฐมากเกินไป เช่น แผนยุทธศาสตร์ชาติ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ซึ่งสะท้อนถึงความเป็นราชการในกระบวนการให้ทุน ดังนั้น กทปส. ควรดึงการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียที่หลากหลายในกระบวนการวางแผนแม่บท รวมถึงสำรวจและศึกษาถึงความต้องการใช้และพัฒนาทรัพยากรสื่อสารในทางที่จะเป็นประโยชน์กับสาธารณะตามมาตรา 52

2. การประเมินการควมรวมธุรกิจระหว่าง AWN กับ 3BB ตลาดอินเทอร์เน็ตบ้านถูกผูกขาดเพราะการรวมธุรกิจในตลาดโทรศัพท์มือถือ โดยศูนย์ความรู้นโยบายสาธารณะเพื่อการเปลี่ยนแปลง โดยฉัตร คำแสง และกชิต์เดช คำพูน ได้เสนอบทความ มีวัตถุประสงค์หลักของการศึกษานี้ คือ การประเมินผลกระทบของการรวมธุรกิจระหว่าง AWN และ 3BB ต่อการแข่งขันในอุตสาหกรรมอินเทอร์เน็ตบ้าน และสวัสดิภาพของผู้บริโภค นอกจากนี้ ยังศึกษาปัจจัยแวดล้อมของตลาดที่อาจส่งเสริมหรือขัดขวางการแข่งขันเพื่อเข้าใจถึงพลวัต ของอุตสาหกรรมในอนาคต และให้ข้อเสนอแนะต่อ กสทช. ในการตัดสินใจควมรวมครั้งนี้ โดยสรุปประเด็นสำคัญที่ปรากฏในรายงาน ดังนี้

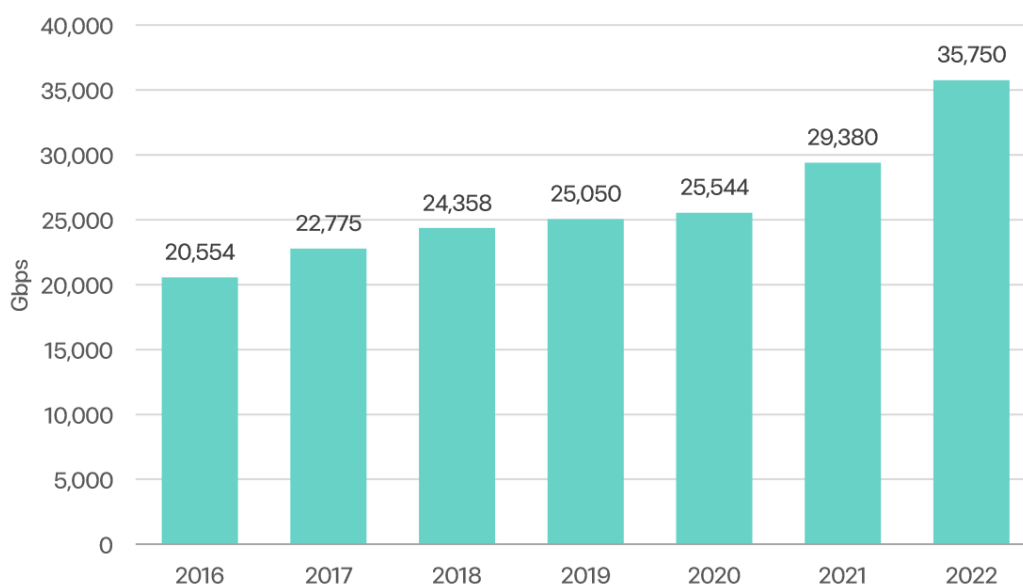
ศักยภาพของตลาดบริการอินเทอร์เน็ตบ้าน

ปริมาณการใช้อินเทอร์เน็ตของประเทศไทยมีแนวโน้มขยายตัวขึ้นอย่างรวดเร็ว จากการปรับตัวเข้าสู่ดิจิทัล ทั้งด้านการทำธุรกิจ การศึกษา และความบันเทิง ตามแผนภูมิที่ 1 ปริมาณการใช้งานอินเทอร์เน็ตในปี 2016 มีค่า 20,554 Gbps และค่อย ๆ เติบโตขึ้นราวปีละ 6% จนกระทั่งเกิดการแพร่ระบาดของโควิด-19 ในปี

2020 จากนั้นปริมาณการใช้งานอินเทอร์เน็ตก็ปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดดในช่วงปี 2021-2022 จนมีปริมาณรวม 35,750 Gbps

บริการอินเทอร์เน็ตบ้านมีลักษณะสำคัญ คือ การให้บริการอินเทอร์เน็ตที่ไม่จำกัดปริมาณการใช้งาน ผู้ใช้งานแต่ละครัวเรือนมักจะเลือกติดตั้งอินเทอร์เน็ตบ้านตามความเร็วของการดาวน์โหลด และอัปโหลดที่ต้องการ ซึ่งสามารถเชื่อมต่อหรือกระจายสัญญาณได้หลายเครื่องในสถานที่เดียวกัน ในขณะที่การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือนั้นมักจะเป็นการใช้งานส่วนตัวของแต่ละคน และส่วนใหญ่ถูกจำกัดไว้ด้วยปริมาณการใช้งาน (ยกเว้นแต่จะเลือกแพ็คเกจขนาดใหญ่ที่มีค่าใช้จ่ายต่อเดือนสูง) ด้วยลักษณะสินค้าที่ไม่อาจทดแทนกันได้อย่างสมบูรณ์นี้ ทำให้การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตบ้าน จึงเป็นตลาดสินค้าแยกออกมาเป็นตลาดของตัวเอง

แผนภูมิที่ 1 ปริมาณการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย



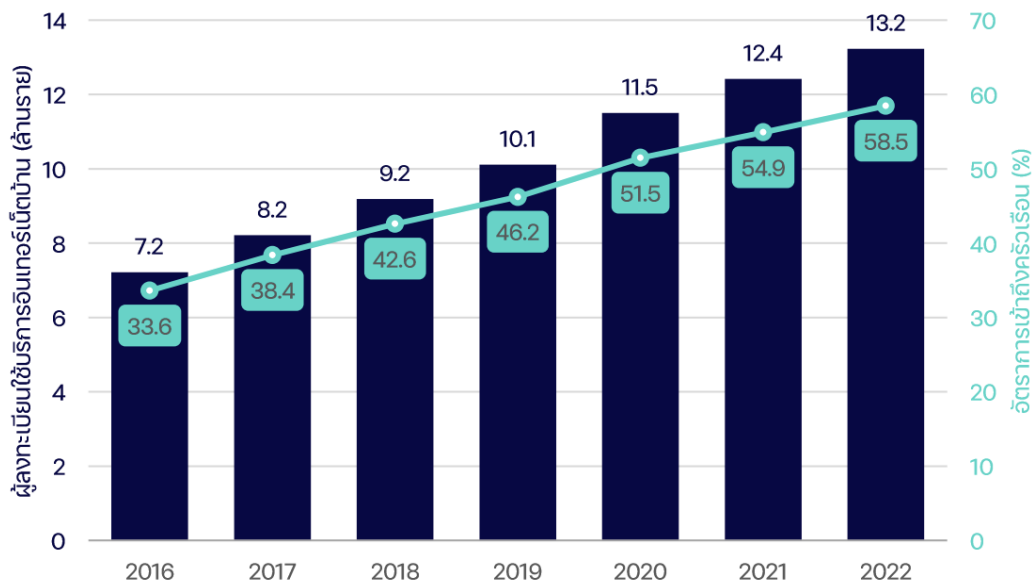
ที่มา: Thai Telecom Industry Database (2023)

ที่ผ่านมา อินเทอร์เน็ตบ้านในประเทศไทยมีระดับการเข้าถึงน้อยกว่าโทรศัพท์มือถืออย่างมาก ในขณะที่โทรศัพท์มือถือมีเลขหมายที่เปิดให้บริการประมาณ 120 ล้านเลขหมาย คิดเป็น 177% ของประชากร ผู้ลงทะเบียนใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงประจำที่ของไทยยังมีเพียง 13.2 ล้านรายเท่านั้น ณ สิ้นปี 2022 คิดเป็นอัตราการเข้าถึงต่อครัวเรือนเพียง 58.5% เท่านั้น อย่างไรก็ตาม ตัวเลขดังกล่าวเป็นการเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วจาก 7.2 ล้านราย เมื่อปลายปี 2015 คิดเป็นอัตราการเติบโตราว 10.6% ต่อปี

การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตของประเทศไทยเริ่มเปลี่ยนผ่านจากเทคโนโลยี DSL เข้าสู่เทคโนโลยีไฟเบอร์ ออปติกอย่างรวดเร็ว ซึ่งรองรับการใช้งานจำนวนมากกว่า ด้วยความเร็วอินเทอร์เน็ตที่สูงกว่ามาก โดยในปัจจุบัน การเชื่อมต่อด้วยไฟเบอร์ออปติกมีสัดส่วนมากถึง 96.5% โดยที่ค่าบริการที่คิดตามปริมาณการใช้งานก็ลดลงจาก 10.7 บาท/Mbps ในปี 2018 เหลือเพียง 3.6 บาท/Mbps ในปี 2022 สะท้อนต้นทุนของเทคโนโลยีที่ดีขึ้นอย่างมาก

แนวโน้มความต้องการใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว เทคโนโลยีที่ก้าวหน้า และอัตราการเข้าถึงที่ยังต่ำ ตลาดดังกล่าวจึงยังไม่ใช่ตลาดอิ่มตัว และมีศักยภาพที่จะเกิดผู้ต้องการเข้ามาแข่งขันในอนาคตได้

แผนภูมิที่ 2 อัตราการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตประจำที่

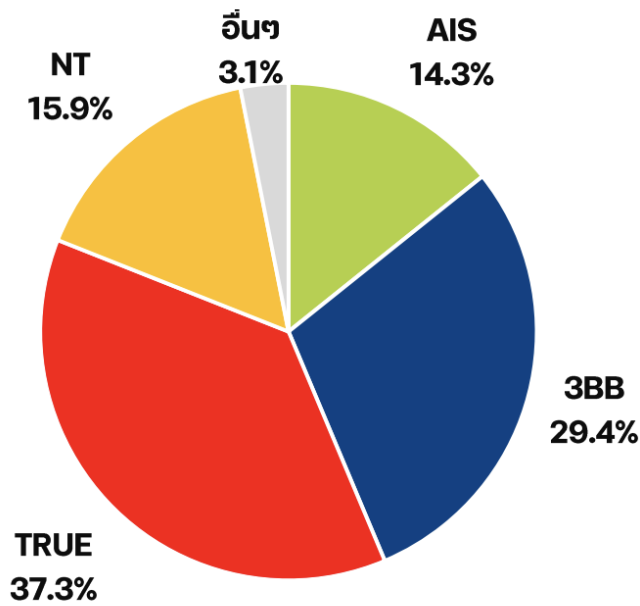


ที่มา: Thai Telecom Industry Database (2023)

ดีลควบรวม AWN+3BB อันดับ 4 ขอซื้ออันดับ 2 ขึ้นเป็นอันดับ 1 ตลาดอินเทอร์เน็ตบ้าน โดยรวมจะจุกตัวมากขึ้น

ตลาดอินเทอร์เน็ตบ้านมีผู้ให้บริการหลักทั้งหมด 4 รายโดยบริษัท ทรู อินเทอร์เน็ต คอร์ปอเรชั่น จำกัด หรือ TICC เป็นผู้ให้บริการรายใหญ่ที่สุดและเป็นบริษัทลูกของกลุ่ม TRUE มีส่วนแบ่งตลาด ตามจำนวนผู้ใช้บริการ 37.3% รองลงมาคือ บริษัท จัสมิน อินเทอร์เน็ตชั่นแนล จำกัด (มหาชน) หรือ 3BB มีส่วนแบ่งตลาด 29.4% อันดับที่ 3 คือ บริษัท โทรคมนาคมแห่งชาติ จำกัด (มหาชน) หรือ NT มีส่วนแบ่งตลาด 15.9% และอันดับ 4 บริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวอร์ค จำกัด หรือ AWN เป็นบริษัทลูกของ AWN มีส่วนแบ่งตลาด 14.3% ณ สิ้นปี 2021 ดังแสดงในแผนภูมิที่ 3 การที่ AWN เข้าซื้อกิจการของ 3BB คือการที่ผู้เล่นอันดับ 4 ในตลาดเข้าซื้อกิจการของอันดับ 2 จะทำให้ส่วนแบ่ง ตลาดรวมกันมากถึง 43.7% หากซื้อครั้งนี้สำเร็จจะทำให้ AWN กลายเป็นผู้ให้บริการรายใหญ่ที่สุดในตลาดอินเทอร์เน็ตบ้าน

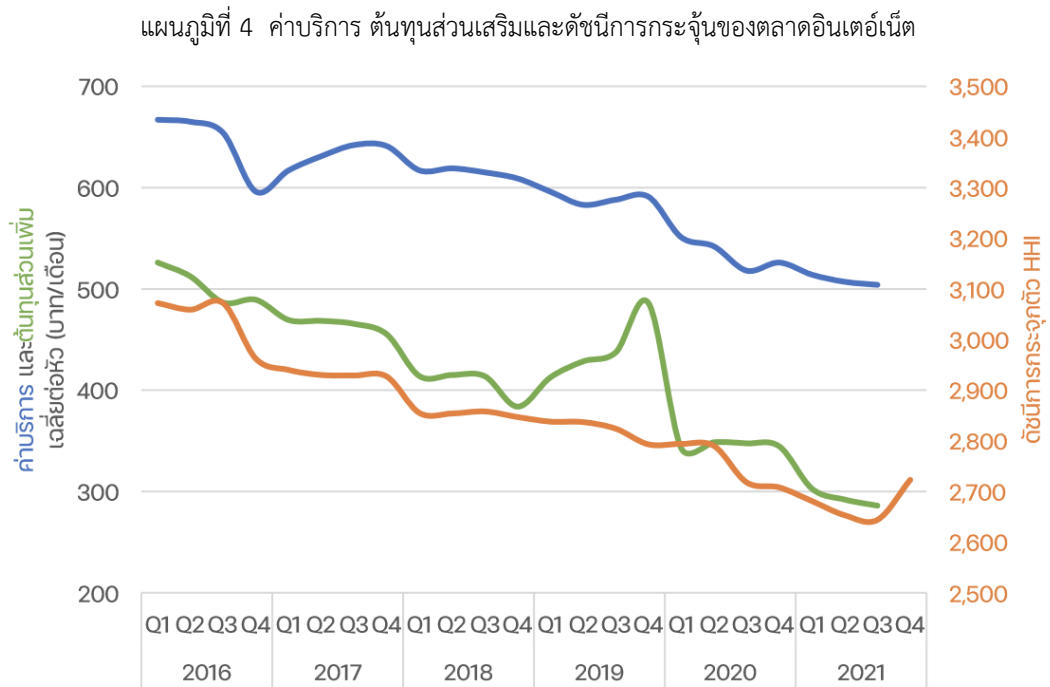
แผนภูมิที่ 3 ส่วนแบ่งตลาดอินเทอร์เน็ตตามจำนวนผู้ใช้งาน



ที่มา: รายงานดัชนีชี้วัดในกิจการโทรคมนาคมของประเทศไทย ประจำปี 2563 – 2564, กสทช.

ในช่วง 6 ปีที่ผ่านมาค่าบริการอินเทอร์เน็ตบ้านเฉลี่ย (เส้นสีน้ำเงิน) ลดลงจาก 660 บาท/เดือน เหลือ 518 บาท/เดือน สอดคล้องไปกับต้นทุนส่วนเพิ่มการให้บริการเฉลี่ยต่อหัว⁶ (เส้นสีเขียว) ลดลง จาก 526 บาท/เดือนเหลือ 286 บาท/เดือน โดยมีผลจากการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีที่ให้บริการ รวมถึงการแข่งขันที่มากขึ้นที่ทำให้เกิดการลงทุนใหม่และการตัดราคากัน สะท้อนจากดัชนีการกระจุกตัวของตลาด HHI (เส้นสีส้ม) ซึ่งลดลงจากจุดสูงสุดที่ 3,072 จุด เหลือ 2,644 จุดในช่วงไตรมาสที่ 3 ของปี 2021 ซึ่งมีผลส่วนใหญ่จากการที่ AWN เข้ามาแข่งขันและแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดมาตั้งแต่ปี 2015 ก่อนที่จะเพิ่มกลับขึ้นมาเล็กน้อยเป็น 2,724 จุดในช่วง สิ้นปี 2021

หลังการซื้อกิจการ ดัชนี HHI จะเพิ่มขึ้นจาก 2,724 จุด เป็น 3,562 จุด คิดเป็นการเพิ่มขึ้น 31% เดิมที่ตลาดอินเทอร์เน็ตบ้านมีการกระจุกตัวที่สูงอยู่แล้ว ตามเกณฑ์ของ กสทช. ที่กำหนดว่าตลาด กระจุกตัวสูงหมายถึง ตลาดที่มีค่า HHI เกิน 2,500 จุด⁷ แต่เมื่อ AWN ซื้อ 3BB จะทำให้ตลาดมีการกระจุกตัวมากกว่าเดิม โดยอยู่ในระดับเดียวกับเมื่อต้นปี 2007 หรือ 16 ปีก่อน ซึ่ง ณ ขณะนั้น มี TRUE เป็นผู้นำตลาดที่มีส่วนแบ่งตลาดมากกว่า 50% TOT มีส่วนแบ่งตลาด 21.8% มากเป็นอันดับที่ 2 ตามมาด้วย 3BB มีส่วนแบ่งตลาด 17.4%



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

ความต้องการใช้งานอินเทอร์เน็ตปริมาณมากและตลอดเวลาของผู้บริโภคในปัจจุบันยังทำให้เกิดแนวโน้มการหลอมรวมของผู้ให้บริการแบบประจำที่และเคลื่อนที่ (Fixed-Mobile Convergence) ของผู้ให้บริการด้านโทรคมนาคมทั่วโลก สำหรับประเทศไทยมีผู้ให้บริการ 2 กลุ่มหลักที่สามารถให้บริการพ่วงดังกล่าวได้คือ TRUE และ AWN เนื่องจากเป็นผู้เล่นรายหลักในตลาดโทรศัพท์มือถือที่มีบริการอินเทอร์เน็ตบ้าน โดยปกติแล้วมีราคาต่ำกว่าการซื้อบริการแยกกัน ในอนาคตหากเกิดการควบรวมขึ้น AWN ก็จะสามารถขายบริการพ่วงได้มากขึ้น ตามความครอบคลุมของบริการอินเทอร์เน็ตบ้านที่เพิ่มขึ้นจากโครงข่ายของ 3BB

ผลกระทบของการควบรวมต่อผู้ใช้อินเทอร์เน็ตบ้านจะขึ้นกับการแข่งขันในพื้นที่

ตลาดอินเทอร์เน็ตบ้านเป็นตลาดที่มีลักษณะเฉพาะ แตกต่างจากทั้งตลาดสินค้าโภคภัณฑ์ทั่วไป และตลาดบริการโทรศัพท์มือถือ ตลาดดังกล่าวนี้มีต้นทุนคงที่สูงในการให้บริการ เนื่องจากต้องลงทุน เดินสายส่งสัญญาณในการให้บริการลูกค้า จึงทำให้มีลักษณะประหยัดต่อขนาด (Economy of scale) ที่ทำให้ต้นทุนการบริการต่อรายจะลดลงเมื่อมีผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้น ด้วยโครงสร้างต้นทุนเช่นนี้ การลงทุนโครงข่ายโดยผู้ประกอบการหลายรายอาจทำให้ต้นทุนและค่าบริการสูงแม้ว่าจะมีการแข่งขัน จึงไม่ควรคาดหวังให้ตลาดนี้มีคู่แข่งจำนวนมากเหมือนสินค้าโภคภัณฑ์ทั่วไป

อย่างไรก็ตาม ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตบ้านแต่ละรายก็ไม่จำเป็นต้องลงทุนสายส่งสัญญาณให้ครอบคลุมทั้งประเทศดังกรณีของโทรศัพท์มือถือ เนื่องจากเป็นการให้บริการประจำที่ อีกทั้งยังมีตลาดค้าส่งอินเทอร์เน็ตที่วางโครงข่ายหลัก (Backbone) ที่รองรับการเชื่อมต่อในระดับประเทศอยู่แล้ว ผู้ให้บริการเพียงเดินสายสัญญาณจากที่อยู่อาศัยหรืออาคารของผู้ใช้งานมายังโครงข่ายหลักก็สามารถให้บริการได้ตลาดอินเทอร์เน็ตบ้านจึงสามารถเลือกทำธุรกิจและกลยุทธ์ทางการตลาดตามพื้นที่ ทางภูมิศาสตร์ได้ และทำให้แต่ละพื้นที่มีการแข่งขันที่ไม่เท่ากัน

ในกรณีของผู้ขอควมรวบรวมธุรกิจนี้ 3BB เป็นบริษัทที่เข้ามาในตลาดอินเทอร์เน็ตบ้านก่อน โดยมีจุดเริ่มต้นจากการทำธุรกิจวางโครงข่ายโทรศัพท์ประจำที่ร่วมกับ TOT (NT ในปัจจุบัน) ก่อนขยายเข้าสู่บริการอินเทอร์เน็ตบ้าน ทำให้ 3BB มีจุดเด่นด้านความครอบคลุมของสายสัญญาณในพื้นที่ชนบทมากกว่าผู้ให้บริการรายอื่น ในขณะที่ AWN ซึ่งเข้าสู่ตลาดทีหลังนั้น เริ่มทำการตลาดอินเทอร์เน็ตบ้าน โดยมุ่งเน้นเทคโนโลยีไฟเบอร์ออปติกส์เป็นหลักตั้งแต่ปี 2015 เป็นต้นมา โดยเน้นกลุ่มลูกค้าในพื้นที่เมืองก่อน โดยในปีนั้นเริ่มจากพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล เชียงใหม่ นครราชสีมา อุตรดิตถ์ ขอนแก่น ภูเก็ต และหาดใหญ่ จนเริ่มขยายการให้บริการจนครบทุกจังหวัดเมื่อปี 2020 ที่ผ่านมา โดยธรรมชาติของธุรกิจที่ต้องลงทุนโครงข่าย ผู้ให้บริการมักจะให้บริการในพื้นที่เมืองเป็นหลัก เนื่องจากมีความหนาแน่นของประชากรสูงและมีกำลังซื้อ จึงมีโอกาสได้ลูกค้าจำนวนมากทั้งฝั่งครัวเรือน และธุรกิจจากการเดินสายสัญญาณในพื้นที่จำกัด ทำให้การลงทุนโครงข่ายมีความคุ้มค่า จนเป็นพื้นที่ที่มีคู่แข่งที่มีประสิทธิภาพ (effective competitors) หลายราย พื้นที่เมืองในปัจจุบันยังมีผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตที่เป็นรายย่อยด้วย โดยเฉพาะผู้ให้บริการที่รับผิดชอบโครงข่ายอินเทอร์เน็ตส่วนกลางให้กับนักพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทหมู่บ้านและคอนโดมิเนียม ซึ่งลูกค้าอาจเลือกใช้อินเทอร์เน็ตบ้านจากบริษัทรายย่อย หรือจะติดตั้งอินเทอร์เน็ตบ้านของรายใหญ่ในตลาดโดยเชื่อมต่อเข้ากับโครงข่าย ในพื้นที่ของบริษัทรายย่อยก็ได้

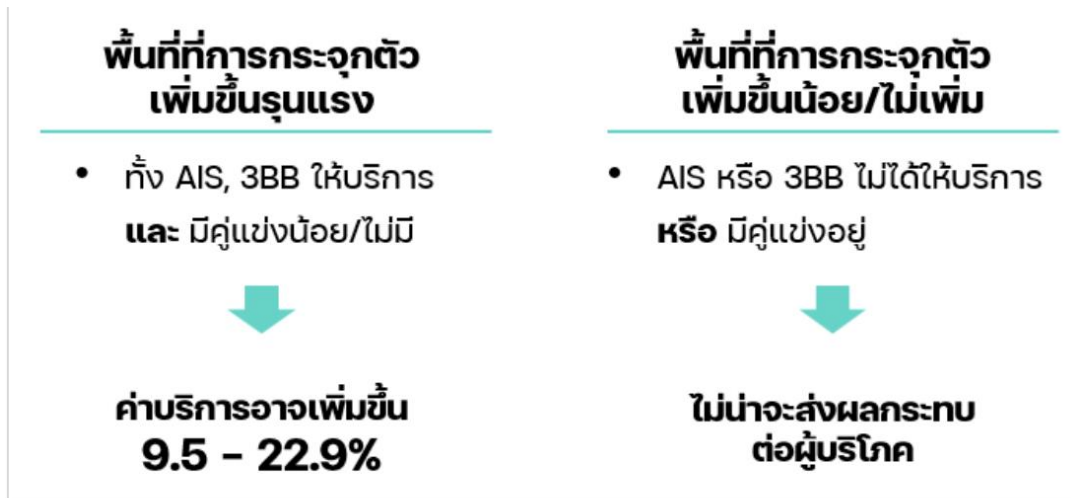
ในทางตรงกันข้าม พื้นที่ชนบทที่ประชากรอยู่อาศัยไม่หนาแน่น ตลอดจนมีกำลังซื้อน้อยกว่าพื้นที่เมือง ทำให้ต้นทุนในการวางโครงข่ายแพงกว่าพื้นที่เมืองตามระยะทางที่ไกลกว่า แต่อาจได้ลูกค้ากลับมาไม่มาก พื้นที่ชนบทจึงเป็นตลาดที่มีขนาดเล็กโดยปริยาย ซึ่งรองรับผู้ให้บริการได้น้อย จึงมีคู่แข่งที่มีประสิทธิภาพไม่มาก

ดังนั้น ผลกระทบของการควมรวบรวมระหว่าง AWN และ 3BB จึงจะมีความแตกต่างกันไปตามพื้นที่ และอาจไม่ได้ส่งผลกระทบต่อผู้บริโภคในวงกว้าง แม้ว่าในปัจจุบันผู้ให้บริการแต่ละรายจะมีนโยบาย การตลาดระดับประเทศ (national policy) แต่คุณภาพการให้บริการ เช่น ช่างซ่อมบำรุง อาจแตกต่างกันไปตามการแข่งขัน และในอนาคตอาจเปลี่ยนไปใช้นโยบายการตลาดรายพื้นที่ก็ได้

สำหรับพื้นที่ที่จะมีการกระจุกตัวเพิ่มขึ้นรุนแรง กล่าวคือ พื้นที่ที่ AWN และ 3BB ให้บริการอยู่ทั้งคู่ และมีคู่แข่งในพื้นที่น้อยหรือไม่มีอยู่ ผู้บริโภคในตลาดอินเทอร์เน็ตบ้านก็อาจต้องจ่ายราคาแพงขึ้น ผู้วิจัยพบว่า การกระจุกตัวมีความสัมพันธ์ทางบวกกับค่าบริการ โดยการกระจุกตัวที่เพิ่มขึ้น ราว 31% จากการควมรวมครั้งนี้อาจทำให้ค่าบริการแพงขึ้น 9.5% – 22.9% ซึ่งอาจเป็นค่าใช้จ่ายจริงที่แพงขึ้น หรือความเร็วอินเทอร์เน็ตที่ปรับลดลง เสถียรภาพที่แย่ลง คุณภาพของการให้บริการหลังการขายที่ต่ำลง หรืออาจเป็นการให้ผลประโยชน์แก่ผู้บริโภคที่น้อยลงในอนาคต แม้ว่าเทคโนโลยีจะก้าวหน้าไปมากจนทำให้ต้นทุนส่วนเพิ่มในการให้บริการลดลง

อย่างไรก็ตาม AWN และ 3BB ไม่ได้มีพื้นที่ให้บริการที่ทับซ้อนกันทั้งหมด ดังเช่นที่กล่าวถึง ก่อนหน้าว่า 3BB มีจุดเด่นในการให้บริการลูกค้าในพื้นที่ชนบทที่โดดเด่น ขณะที่ AWN ให้บริการลูกค้าในพื้นที่เมืองเป็นหลัก จึงจะมีบางพื้นที่ที่การกระจุกตัวเพิ่มขึ้นน้อยหรือไม่เพิ่มขึ้นเลยเนื่องจากเป็นคนละตลาดกัน นอกจากนี้ ในบางพื้นที่ที่ทั้งสองรายแข่งขันกันแต่อาจมีคู่แข่งที่มีประสิทธิภาพรายอื่น อยู่ในพื้นที่ เช่น หัวเมืองใหญ่ก็สามารถสร้างแรงกดดันทางการแข่งขันที่เพียงพอจนผู้ให้บริการไม่สามารถขึ้นราคาหรือลดคุณภาพของอินเทอร์เน็ตบ้านต่อผู้บริโภคได้

แผนภูมิที่ 5 ผลกระทบของการกระจุกตัวที่เพิ่มขึ้นต่อค่าบริการอินเทอร์เน็ตบ้านเฉลี่ยต่อเดือน



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

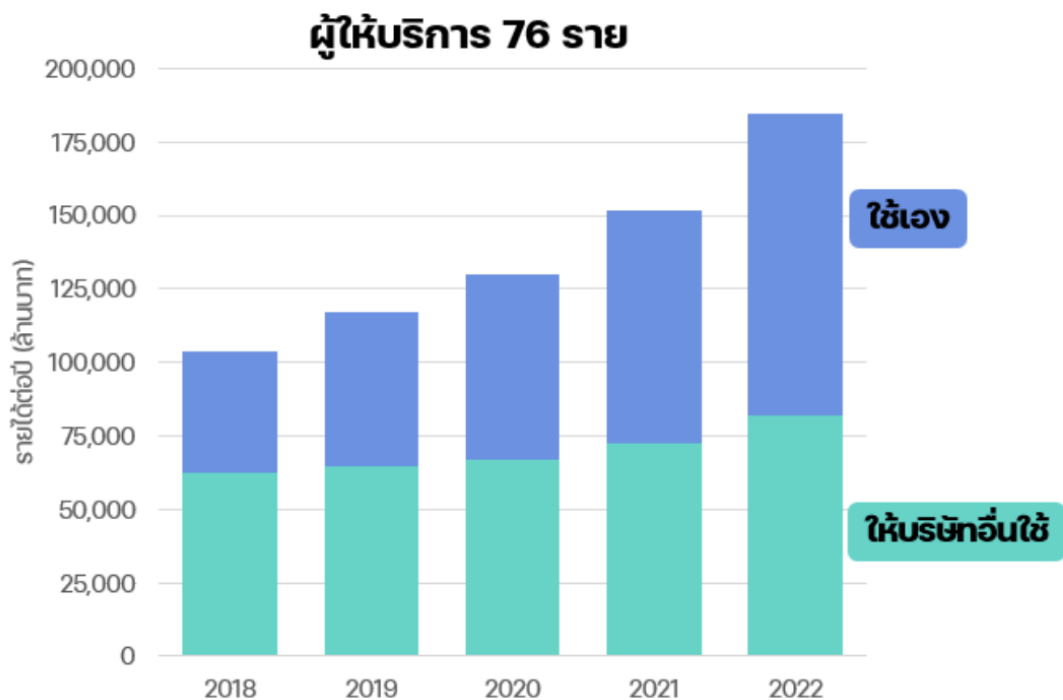
ตลาดค้าส่งอินเทอร์เน็ตและอินเทอร์เน็ตเกตเวย์ยังเอื้อต่อการแข่งขันในตลาดอินเทอร์เน็ตบ้าน ตลาดอินเทอร์เน็ตบ้านเป็นตลาดที่ยังไม่อิ่มตัว โดยยังมีศักยภาพในการขยายตัวอีกมาก หากพิจารณาจาก แนวโน้มการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงที่มากขึ้น ความครอบคลุมของอินเทอร์เน็ตบ้านเพียง 58.5% ต่อครัวเรือน ตลอดจนการกระตุ้นการเปลี่ยนผ่านสู่อินเทอร์เน็ตหลังจากวิกฤตโรคระบาดโควิด-19 ดังนั้น จึงยังคาดหวังให้เกิดการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นจากผู้เล่นรายเดิมและผู้เล่นรายใหม่ ได้หากห่วงโซ่อุปทานและนโยบายเอื้ออำนวยต่อการแข่งขันในตลาดดังกล่าว

หัวใจสำคัญที่ทำให้ตลาดอินเทอร์เน็ตบ้านมีการแข่งขันที่สูงกว่า สามารถเกิดรายย่อย และขยายตัวได้ โดยไม่จำเป็นต้องลงทุนเองทั้งหมด มาจากการเข้าถึงบริการค้าส่งอินเทอร์เน็ต ที่ทำให้สามารถเชื่อมต่อกับโครงข่ายภายในประเทศได้ทั้งหมด และการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตเกตเวย์ ที่ทำให้ใช้อินเทอร์เน็ตเชื่อมต่อไปยังบริการในต่างประเทศได้ ถ้าหากผู้เล่นรายย่อยยังสามารถเข้าใช้โครงข่ายได้โดยมีเงื่อนไขและราคาที่เป็นธรรม สามารถแข่งขันกับรายใหญ่ที่มีการลงทุนบริการค้าส่งเอง ได้ก็จะยังช่วยลดต้นทุนของการให้บริการ ซึ่งลดอุปสรรคในการแข่งขัน และลดความกังวล จากการกระจุกตัวที่สูงขึ้นได้เนื่องจากผู้เล่นรายใหม่สามารถเข้ามาให้บริการแข่งขันในพื้นที่ที่เกิดอำนาจผูกขาด ซึ่งมีอัตราทำกำไรสูงกว่าปกติ เป็นแรงกดดันให้อัตราทำกำไรกลับสู่ภาวะปกติได้

ตลาดค้าส่งอินเทอร์เน็ตตามนิยามตลาดของ กสทช. มีชื่อว่า ‘ตลาดบริการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต’ เป็นตลาดบริการรับส่งสัญญาณอินเทอร์เน็ตประจำที่ความเร็วสูงจากจุดเข้าถึงในโครงข่าย (Point of Access) ไปถึงจุดที่อยู่ใกล้ผู้ใช้บริการปลายทางมากที่สุด (Far End Network) ผ่านโครงข่าย เข้าถึงทางสายหรือโครงข่ายเข้าถึงแบบไร้สาย โดยรวมถึงโครงข่ายเข้าถึงที่อยู่ในสถานที่หรือพื้นที่ร่วม เช่น อาคาร นิคมอุตสาหกรรม คอนโดมิเนียม เป็นต้น ตลาดดังกล่าวมีผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการ มากถึง 76 ราย โดยเกือบทั้งหมดสามารถให้บริการโครงข่ายไฟเบอร์อปติกส์ได้ รองลงมาคือ โครงข่ายประเภทสายทองแดง แต่ผู้ให้บริการโดยมากในตลาดดังกล่าวจะเป็นผู้ให้บริการที่เป็นรายย่อย ดูแลพื้นที่เฉพาะ อาทิ พื้นที่เมืองซึ่งมีความหนาแน่นของการใช้งานสูง

ตลาดดังกล่าวมีรายได้จากการให้บริการ 184,369 ล้านบาทในปี 2022 เพิ่มขึ้นจาก 103,472 ล้านบาทในปี 2018 หรือเติบโตขึ้นเฉลี่ยมากถึงปีละ 15.5% โดยผู้ให้บริการเหล่านี้มีรายได้จากการใช้เองและให้บริการบริษัทในกลุ่ม และการขายให้แก่บริษัทอื่น โดยในปีล่าสุดรายได้ 44.4% ของตลาดบริการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตมาจากการให้รายอื่นเช่าใช้ในพื้นที่ที่มีผู้ให้บริการค้าส่งเหล่านี้ อยู่ก็จะเอื้อต่อการแข่งขันในระดับค้าปลีก นอกจากการเข้าถึงบริการค้าส่งด้วยต้นทุนต่ำจะช่วยลดต้นทุน ในการให้บริการในตลาดค้าปลีกแล้ว ยังเอื้อต่อการ ‘ย้ายค่าย’ อินเทอร์เน็ตบ้านของผู้บริโภคให้สะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการแข่งขันในตลาดที่มีผู้ให้บริการน้อยราย

แผนภูมิที่ 6 ส่วนแบ่งรายได้ของตลาดบริการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตจากการใช้เองและการให้บริษัทอื่นใช้งาน



ที่มา: รายงานการรวมธุรกิจและสภาพตลาดโทรคมนาคม ประจำปีไตรมาสที่ 3 ปี 2564 กสทช.

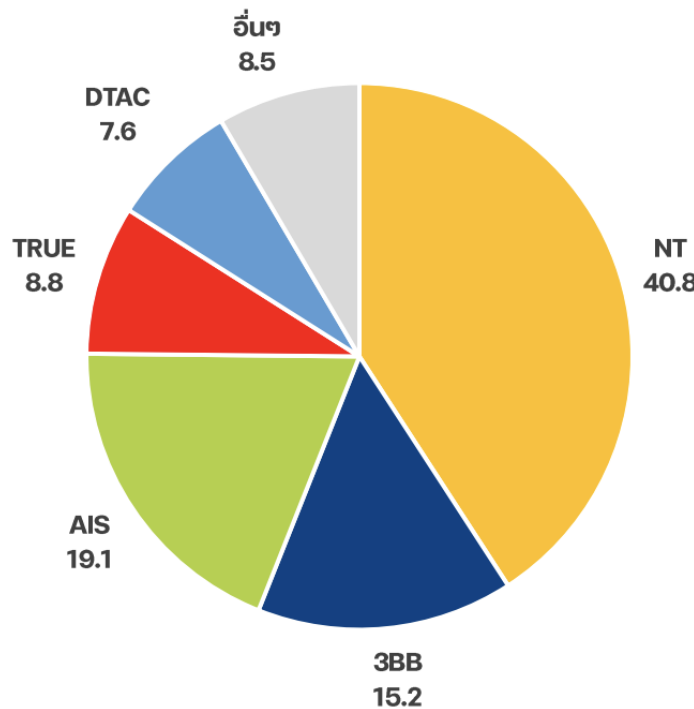
ในอีกทางหนึ่ง การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตไปยังต่างประเทศก็มีผู้ให้บริการอยู่หลายราย โดยมี 25 ราย ที่ให้บริการชุมสายอินเทอร์เน็ต (NIX) และ 19 รายที่ให้บริการอินเทอร์เน็ตเกตเวย์ระหว่างประเทศ (IIG) อย่างไรก็ตาม ตลาดอินเทอร์เน็ตเกตเวย์มีการกระจุกตัวอยู่กับผู้ให้บริการเพียง 5 รายหลัก กล่าวคือ NT มีส่วนแบ่งตลาดตามปริมาณแบนด์วิดท์ 40.8% มากที่สุดในตลาด รองลงมา เป็น Jastel ซึ่งเป็นบริษัทในเครือเดียวกันกับ 3BB 15.2% อันดับที่สามคือ AWN มีส่วนแบ่ง 19.1% ทูและดีแทคเป็นอันดับที่ 4 และ 5 มีส่วนแบ่งตลาด 8.8% และ 7.6% ตามลำดับ เหลือเป็นส่วนแบ่งของ ผู้ให้บริการรายอื่น ๆ เพียง 8.5%

การรวมธุรกิจระหว่าง AWN และ 3BB จึงมีผลทำให้ตลาดดังกล่าวกระจุกตัวเพิ่มขึ้นจากเดิม กล่าวคือ ผู้ให้บริการที่มีส่วนแบ่งตามแบนด์วิดท์มากที่สุดเป็นอันดับ 2 และ 3 จะควบรวมกัน และมีส่วนแบ่ง 34.3% อย่างไรก็ตาม จะสังเกตได้ว่าบริษัทโทรคมนาคมและอินเทอร์เน็ตรายใหญ่มักจะมีส่วนแบ่งตลาดที่สูง ซึ่งน่าจะเป็นการรองรับปริมาณการใช้งานของลูกค้าตนเองเป็นหลัก ในขณะที่ NT ซึ่งเป็นผู้นำในตลาดดังกล่าว มีส่วนแบ่งในตลาดนี้สูงที่สุด แต่ไม่ได้มีส่วนแบ่งในตลาดโทรศัพท์มือถือ และอินเทอร์เน็ตบ้านมากนัก

หมายความว่า NT เป็นบริษัทที่ลงทุนเพื่อให้ผู้อื่นเข้ามาเช่าใช้งาน จึงยังมีทางเลือกให้แก่ผู้ใช้บริการรายอื่น หรือรายใหม่ที่ไม่ต้องการลงทุนในบริการดังกล่าวนี้ด้วยตนเอง

หาก กสทช. สามารถกำกับดูแลการทำสัญญาเช่าใช้ระหว่างบริษัทไม่ให้เกิดความได้เปรียบเสียเปรียบระหว่างบริษัท โดยเฉพาะในตลาดที่จะมีการกระจุกตัวเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญจนอาจเกิดการใช้อำนาจตลาดของตนเองในตลาดค้าส่งเพื่อกีดกันรายย่อยที่จะมาแข่งในตลาดค้าปลีก ก็จะทำให้ตลาดอินเทอร์เน็ตบ้านยังสามารถแข่งขันได้

แผนภูมิที่ 7 ส่วนแบ่งตลาดอินเทอร์เน็ตเคเบิ้ลตามปริมาณแบนด์วิดท์



ที่มา: รายงานการรวมธุรกิจและสภาพตลาดโทรคมนาคม ประจำปีไตรมาสที่ 3 ปี 2564 กสทช.

การพ่วงบริการโทรศัพท์มือถือและอินเทอร์เน็ตบ้าน จะมีการแข่งขันในตลาดอินเทอร์เน็ตบ้านอนาคต อาจเหลือผู้ให้บริการสองรายตามค่ายมือถือ

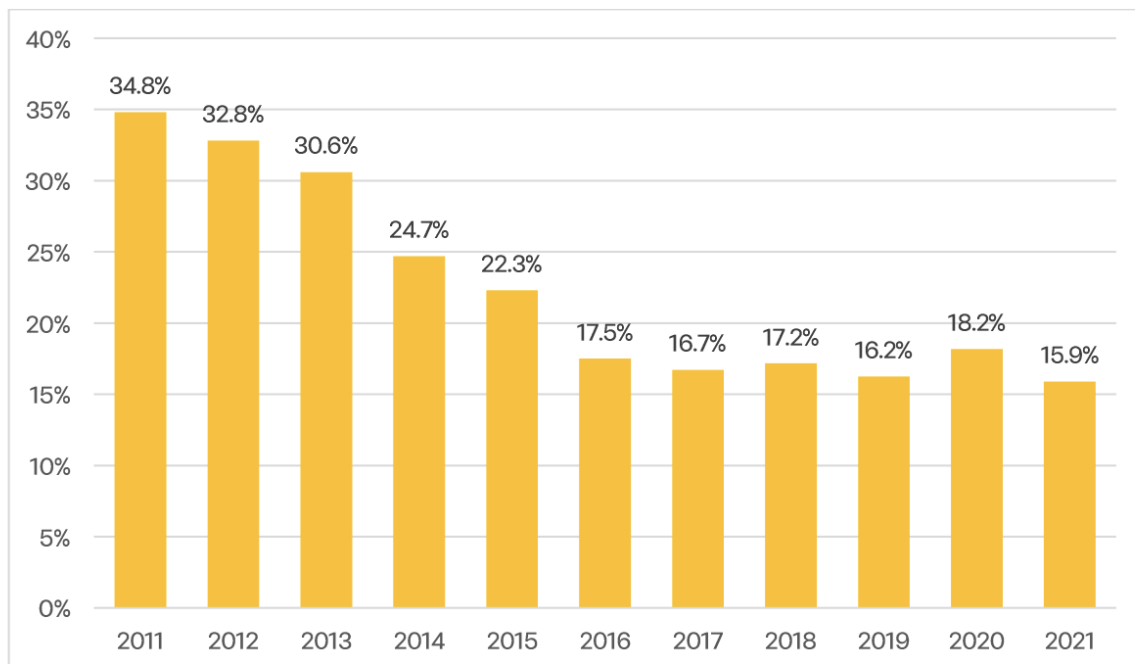
แม้ว่าผลกระทบของการควบรวมต่อตลาดอินเทอร์เน็ตบ้านโดยลำพังอาจไม่รุนแรงมาก และยังมีสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการแข่งขันของรายใหม่ให้เข้าไปในพื้นที่ที่มีอำนาจตลาดสูงได้ แต่การหลอมรวมผู้ให้บริการแบบประจำที่และเคลื่อนที่ (Fixed-Mobile Convergence) เป็นแนวโน้ม สำคัญที่มีศักยภาพลดการแข่งขันในตลาดโทรคมนาคมทั้งหมดซึ่งหลีกเลี่ยงได้ยาก ด้วยพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ผู้ประกอบการสามารถให้บริการพ่วงโทรศัพท์มือถือและอินเทอร์เน็ตบ้าน (โดยอาจรวมถึงบริการรับชมภาพยนตร์และวิดีโอออนไลน์) ได้มากขึ้น โดยปัจจุบันมีผู้ให้บริการ ที่สามารถให้บริการพ่วงเช่นนี้ได้เพียง 2 ค่าย คือ TRUE (ซึ่งรวมถึง DTAC) และ AWN ซึ่ง AWN จะยังสามารถให้บริการพ่วงได้ครอบคลุมมากขึ้นและมีศักยภาพในการแข่งกับ TRUE ได้ดีขึ้นหากเกิดการ ควบรวมกับ 3BB

ในระยะสั้น ผู้ประกอบการทั้งสองค่ายอาจแข่งขันกันให้บริการพ่วง โดยให้ส่วนลดราคา ที่มีนัยสำคัญ ภายใต้เงื่อนไขที่ผู้บริโภคต้องใช้งานต่อเนื่องในระยะเวลาหนึ่ง ทำให้ผู้บริโภคที่ใช้บริการ ทั้งสองประเภทจะได้ประโยชน์จากส่วนลดดังกล่าว อย่างไรก็ตาม หากผู้บริโภคจำนวนมากใช้บริการพ่วง ในค่าย AWN หรือค่าย

TRUE แล้วก็จะทำให้ต้นทุนการย้ายค่าย (Switching cost) เพิ่มขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการสองค่ายใหญ่ไม่ต้องแข่งขันกันเพื่อแย่งลูกค้ากันต่อ

แม้ว่า NT มีศักยภาพเป็นคู่แข่งอีกรายหนึ่ง โดยมีส่วนแบ่งตลาดอินเทอร์เน็ตบ้านที่มีนัยสำคัญ และให้บริการโทรศัพท์มือถืออยู่ด้วย แต่ที่ผ่านมา NT กำลังสูญเสียขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดอินเทอร์เน็ตบ้านอย่างต่อเนื่อง โดยมีแนวโน้มเสียส่วนแบ่งตลาดลงจากระดับ 34.8% เมื่อสิบปีก่อน เหลือ 15.9% ในปัจจุบัน โดยเหตุผลส่วนหนึ่งมาจากการถูกตีตลาดด้วยบริการพ่วงของ ผู้ให้บริการรายอื่น คือ TRUE ซึ่งครอบคลุมพื้นที่กว้างและ AWN ที่ครอบคลุมพื้นที่เมืองเป็นหลัก

แผนภูมิที่ 8 ส่วนแบ่งตลาดอินเทอร์เน็ตบ้านของ NT



ที่มา: รายงานการรวมธุรกิจและสภาพตลาดโทรคมนาคม, รายงานสภาพตลาดโทรคมนาคม, และรายงานดัชนีชี้วัดใน
กิจการโทรคมนาคมของประเทศไทย ประจำปี 2563 – 2564 กสทช.

ทั้งนี้ บริการโทรศัพท์มือถือของ NT ไม่ได้เป็นทางเลือกที่แท้จริงสำหรับผู้บริโภค เนื่องจากคุณภาพบริการที่ด้อยกว่าคู่แข่ง จนทำให้มีสัดส่วนแบ่งตลาดโทรศัพท์มือถือเพียง 3% NT จะยังเผชิญความท้าทายสำคัญเนื่องจากใบอนุญาตใช้คลื่นย่าน 850, 2100 และ 2300 MHz กำลังจะหมดอายุลง ในปี 2025 จนทำให้เหลือเพียงคลื่นย่าน 700 MHz เพียงย่านเดียว ก็จะทำให้คุณภาพบริการโทรศัพท์มือถือถดถอยลงจากเดิม และยังแข่งขันไม่ได้ภายใต้แนวโน้มการหลอมรวมผู้ให้บริการประจำที่และเคลื่อนที่หากปล่อยให้เป็นอย่างนี้ NT และผู้ให้บริการรายย่อยในตลาดอินเทอร์เน็ตบ้านสำหรับผู้บริโภคทั่วไปก็จะแข่งขันได้ยาก หรือกระทั่งไม่สามารถอยู่รอดได้ในระยะยาว การควมรวบดังกล่าว จึงอาจไม่ใช่การควมรวบจากผู้ให้บริการหลัก 4 รายเหลือ 3 ราย แต่เหลือผู้ให้บริการหลักเพียง 2 รายทั้งประเทศ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อผู้บริโภคได้มากในอนาคต

ข้อเสนอแนะต่อ กสทช. การควมรวบกิจการระหว่าง AWN และ 3BB สร้างความกังวลต่อการแข่งขันและผู้บริโภคในตลาด อินเทอร์เน็ตบ้านจำกัดเป็นรายพื้นที่ ในพื้นที่ที่ AWN และ 3BB ให้บริการทับซ้อนกัน และมีคู่แข่งที่มีประสิทธิภาพน้อยหรือไม่มีอยู่ อาจทำให้ผู้บริโภคต้องจ่ายแพงขึ้น 9.5% - 22.9% ซึ่งอาจเกิดขึ้นได้ในหลายรูปแบบทั้งค่าใช้จ่ายที่เป็นตัวเงิน คุณภาพของสัญญาณ ความเร็ว และการให้บริการหลังการ

ขาย แต่การควบรวมก็จะไม่ส่งผลกระทบต่อผู้บริโภคในพื้นที่ที่ไม่มีการกระจุกตัวเพิ่มขึ้น รวมถึงพื้นที่ที่มีคู่แข่งที่มีประสิทธิภาพอยู่แล้วหลายราย ทำให้ยังมีแรงกดดันทางการแข่งขันให้ผู้ประกอบการไม่สามารถเพิ่มราคาหรือลดคุณภาพได้

อย่างไรก็ตาม ผลกระทบจะมีความน่ากังวลขึ้นอย่างมากในระยะยาว ที่ผู้บริโภคมีแนวโน้มต้องการใช้งานทั้งโทรศัพท์มือถือและอินเทอร์เน็ตบ้านมากยิ่งขึ้น จนเกิดการหลอมรวมผู้ให้บริการแบบประจำที่และเคลื่อนที่ ซึ่งมีผู้ให้บริการที่มีศักยภาพจริง ๆ เพียง 2 ราย ทำให้ตลาดอินเทอร์เน็ตบ้าน อาจเกิดการผูกขาดตามตลาดโทรศัพท์มือถือ

ดังนั้น การกำหนดมาตรการของ กสทช. จะต้องแก้ปัญหาการผูกขาดของตลาดอินเทอร์เน็ตบ้านในรายพื้นที่ และการผูกขาดตลาดโทรคมนาคมโดยรวมในอนาคตจากการควบรวม หาก กสทช. สามารถกำหนดมาตรการเฉพาะทั้งในเชิงโครงสร้างและพฤติกรรมในเชิงพื้นที่ ประกอบกับมาตรการในภาพรวมที่เพียงพอและได้สัดส่วนต่อข้อกังวลหลัก ตลอดจนมีศักยภาพสามารถติดตามการปฏิบัติใช้ได้จริงก็อาจให้อนุญาตควบรวมอย่างมีเงื่อนไขได้แต่หากไม่สามารถจัดการกับข้อกังวลได้ก็อาจจำเป็นที่จะไม่ให้อนุญาตเพื่อป้องกันผลกระทบต่อผู้บริโภค

มาตรการ 1 กำกับให้ตลาดอินเทอร์เน็ตและมือถือแข่งขันแยกกัน ผู้บริโภคมีทางเลือกจริง

การหลอมรวมของผู้ให้บริการประจำที่และเคลื่อนที่จะทำให้เหลือผู้ให้บริการรายหลักในตลาดโทรคมนาคมเพียง 2 ราย เป็นข้อกังวลที่สำคัญที่สุดต่อการแข่งขันในอนาคต กสทช. จึงต้องหาแนวทางกำกับให้ตลาดทั้งสองมีการแข่งขันแยกจากกัน เพื่อไม่ให้ตลาดอินเทอร์เน็ตบ้านต้องผูกขาดตามตลาดโทรศัพท์มือถือ

ในเชิงกลยุทธ์ ผู้ให้บริการต้องการพ่วงขายบริการโดยเสนอส่วนลดเฉพาะการใช้บริการพ่วงมากเป็นพิเศษ (หรือขึ้นค่าบริการแยกเดี่ยวแล้วลดราคาบริการพ่วง) เพื่อดึงดูดให้ผู้ใช้งานเข้ามาอยู่ในระบบนิเวศของตน นอกจากนี้ ผู้บริโภคอาจต้องการใช้บริการเพียงอย่างเดียวอย่างหนึ่ง หรืออาจต้องการใช้บริการโทรคมนาคมที่มาจากคนละค่ายกันก็ได้ และเมื่อตลาดอึดตัวมากขึ้นในอนาคต ผู้ให้บริการก็ไม่จำเป็นต้องลดราคาให้แก่ผู้บริโภคอย่างในปัจจุบัน แม้ว่าเทคโนโลยีจะยิ่งก้าวหน้าจนทำให้ต้นทุนการให้บริการต่ำกว่าเดิมมาก

กสทช. ควรกำหนดมาตรการเฉพาะให้ผู้บริโภคเข้าถึงบริการแยกได้จริง กล่าวคือ มีบริการโทรศัพท์มือถือ และบริการอินเทอร์เน็ตที่ขายแยกเฉพาะตัว โดยมีปริมาณ ความเร็ว และคุณภาพที่เหมาะสม ผลภายใต้ค่าบริการที่เข้าถึงได้ ไม่สูงกว่าราคาที่ขายพ่วงมากจนเกินไปจนไม่ใช่วิธีทางเลือกที่แท้จริง ข้อกำหนดเช่นนี้นอกจากจะช่วยให้ผู้บริโภคไม่ต้องจำใจซื้อบริการแล้ว ยังช่วยให้ตลาดทั้งสองทำงานแยกกัน ส่งผลดีต่อการแข่งขันในตลาดอินเทอร์เน็ตบ้านที่ยังไม่อึดตัวและมีศักยภาพที่รายย่อย หรือรายใหม่จะเข้ามาแข่งขันแย่งชิงส่วนแบ่งในตลาดอินเทอร์เน็ตบ้านได้สะดวกยิ่งขึ้น โดยไม่ต้องลงทุน สร้างธุรกิจโทรศัพท์มือถือพ่วง ซึ่งต้องอาศัยการลงทุนหลายแสนล้านบาท

มาตรการ 2 รักษาและ/หรือเพิ่มให้มีผู้บริการอย่างน้อย 3 รายในทุกพื้นที่

กสทช. ควรต้องติดตามการแข่งขันด้านอินเทอร์เน็ตบ้านในรายพื้นที่และกำหนดมาตรการสำหรับพื้นที่ที่จะขาดการแข่งขันหากเกิดการควบรวมขึ้นในขั้นแรก กสทช. ควรจัดทำแผนที่การให้บริการทั่วประเทศ โดยดูจากผู้ให้บริการและสายส่งสัญญาณของผู้ให้บริการแต่ละราย ตัวอย่างในต่างประเทศ ได้แก่ Federal Communications Commission (FCC) ผู้กำกับดูแลด้านโทรคมนาคมของ สหรัฐอเมริกาได้จัดทำ FCC National Broadband Map ที่สามารถดูความครอบคลุมของการให้บริการ ของโทรคมนาคมทุกประเภทและของผู้ให้บริการทุกราย โดยเปิดให้เป็นข้อมูลสาธารณะ ในกรณีของสหรัฐอเมริกา ข้อมูลดังกล่าวเคยถูกนำไปใช้ในการออกคำสั่งประธานาธิบดีที่ต้องการกระตุ้นการแข่งขันในตลาดอินเทอร์เน็ต โดยพบว่าประชาชนมากถึง

40% ในสหรัฐอเมริกาสามารถเข้าถึงผู้ให้บริการ อินเทอร์เน็ตบ้านได้เพียงเจ้าเดียว และมีเพียง 16% ที่มีผู้ให้บริการ 3 รายหรือมากกว่าในพื้นที่

กสทช. สามารถใช้ข้อมูลในลักษณะดังกล่าวเพื่อดูว่าพื้นที่ใดที่ AWN และ 3BB ให้บริการ ทับซ้อนกันบ้าง และในพื้นที่เหล่านั้นมีคู่แข่งอยู่มากน้อยเพียงใด หากพบว่าพื้นที่ใดมีการให้บริการ ทับซ้อนและมีคู่แข่งน้อยหรือไม่มีเลย ควรกำหนดมาตรการเฉพาะบางอย่าง เช่น การขายสินทรัพย์โครงข่ายสัญญาและการถ่ายโอนลูกค้านบางส่วนเพื่อให้เกิดคู่แข่งในพื้นที่ นอกจากนี้ กสทช. อาจกำหนดมาตรการในเชิงพฤติกรรมเพิ่มเติม อาทิ มาตรการให้คงสัญญา เงื่อนไขการให้บริการ และคุณภาพให้แก่ผู้บริโภคในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง นอกจากนี้ กสทช. ยังสามารถแก้ปัญหาการแข่งขันที่ไปไกลยิ่งกว่าการควบคุมครั้งนี้ โดยศึกษาว่าพื้นที่ใดบ้างที่ขาดคู่แข่ง และสามารถเชิญชวน หรือใช้มาตรการอุดหนุนเพื่อให้เกิดผู้ให้บริการรายใหม่ในพื้นที่เหล่านั้น

มาตรการ 3 พัฒนาการเข้าถึงบริการค้าส่งอินเทอร์เน็ตและอินเทอร์เน็ตเกตเวย์

หัวใจสำคัญที่ทำให้ตลาดอินเทอร์เน็ตบ้านยังไม่น่ากังวลมากคือการมีผู้ลงทุนวางโครงข่ายหลัก (backbone) และโครงข่ายในพื้นที่ (local loop) ที่เอื้อให้เกิดการแข่งขันในระดับค้าปลีก แม้ว่าภายหลัง การควบรวมกิจการระหว่าง AWN และ 3BB จะยังพอมีทางเลือกในการเข้าใช้งานอยู่ แต่ก็ทำให้ตลาดมีความกระจุกตัวมากขึ้นและอาจเกิดการดำเนินงานและการกำหนดสัญญาที่เป็นการปิดกั้นในเชิงกลยุทธ์ได้มากขึ้นโดยผู้ให้บริการรายใหญ่

กสทช. ควรต้องศึกษาตลาดดังกล่าวให้ชัดเจนขึ้นกว่าข้อมูลที่เปิดเผยต่อสาธารณะ ประการแรกคือการต้องกำหนดนิยามตลาดในบริการค้าส่งอินเทอร์เน็ตและเกตเวย์ให้ชัดเจนยิ่งขึ้นว่าในห่วงโซ่อุปทานนี้ควรจะแยกตลาดย่อยเท่าใด แล้วในแต่ละตลาดเหล่านั้นเป็นตลาดในระดับประเทศ หรือตลาดในเชิงพื้นที่ เพื่อศึกษาว่าการเชื่อมต่อของบริการค้าปลีกเข้าสู่โครงข่ายอินเทอร์เน็ตโดยรวมนั้น อาจพบปัญหาข้อขัดตรงไหนได้บ้าง

กสทช. จึงควรต้องวางหลักเกณฑ์มาตรฐานสัญญา เงื่อนไข และดูแลคุณภาพของการเข้าถึง ไม่ให้เกิดความได้เปรียบหรือเสียเปรียบกันระหว่างการใช้บริการภายในและการให้บริการอื่นเข้าใช้ โครงข่ายโดยเฉพาะโอกาสที่ผู้ควบรวมจะใช้อำนาจตลาดในการกำหนดสัญญาที่เอื้อบริษัทตัวเอง จนเกินไปหรือกีดกันคู่แข่งรายย่อยในบางพื้นที่เพื่อรักษาอำนาจของตน

นอกจากนี้ หากจะทำให้เกิดการแข่งขันในตลาดอินเทอร์เน็ตบ้านได้ยิ่งขึ้น กสทช. ควรต้องทำให้ ตลาดค้าส่งอินเทอร์เน็ตและเกตเวย์มีการขยายโครงข่ายให้มีความจุและความครอบคลุมเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในบริการ Local Loop ที่จะช่วยลดต้นทุนในการเข้าสู่ตลาดของผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตบ้านและลดต้นทุนในการย้ายค่าย (switching cost) ของผู้บริโภค ซึ่งจะช่วยให้ไม่ต้องยึดติดอยู่กับผู้ให้บริการรายเดิมในกรณีที่เกิดการเพิ่มราคาหรือลดคุณภาพ ซึ่งช่วยให้ผู้ประกอบการต้องแข่งขันกันมากยิ่งขึ้น

ทั้งนี้ กสทช. ยังสามารถเล่นบทบาทผู้สร้างตลาดได้ด้วยการลงทุนวางโครงข่ายหลักและโครงข่ายในพื้นที่ที่ประชากรหนาแน่นต่ำ จนทำให้ผู้ประกอบการไม่สามารถลงทุนได้อย่างคุ้มค่า ซึ่งจะเป็นพื้นที่ที่ตลาดยังเติบโตได้อีกมาก โดยจัดสรรงบประมาณตามหน้าที่จัดให้บริการโทรคมนาคมพื้นฐานโดยทั่วถึง และบริการเพื่อสังคม (Universal Service Obligation: USO)

34. การทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับการควบรวมและซื้อกิจการ (Mergers and Acquisitions หรือ M&A) ในอุตสาหกรรมโทรคมนาคม

(1) ความหมายของการควบรวมกิจการ

การรวมธุรกิจของผู้ประกอบการในตลาด แบ่งออกเป็น 2 รูปแบบคือ

1. การควบรวมกิจการ (Merger) คือ การที่บริษัทสองบริษัทมาควบรวมกันและเกิดเป็นบริษัทใหม่ โดยบริษัททั้งสองจะร่วมกันเป็นเจ้าของบริษัทใหม่และมักจะเกิดขึ้นระหว่างบริษัทที่มีขนาดใกล้เคียงกัน

2. การซื้อกิจการ (Acquisition) เป็นการที่กิจการหรือบริษัทหนึ่ง (ผู้ซื้อ) เข้าไปซื้อกิจการของอีกบริษัทหนึ่ง (ผู้ถูกซื้อ) ด้วยวิธีการเข้าซื้อหุ้นหรือซื้อสินทรัพย์ของบริษัทผู้ถูกซื้อนั้น โดยที่ผู้ซื้อและผู้ถูกซื้อยังคงสถานะเป็นบริษัทอยู่ทั้งคู่ มักจะเกิดขึ้นโดยบริษัทที่มีขนาดใหญ่และแข็งแกร่งกว่าทำการเข้าซื้อบริษัทที่มีขนาดเล็กและแข็งแกร่งน้อยกว่า

จากหนังสือ Telecommunication Reg Handbook สรุปการควบรวมกิจการไว้ 3 รูปแบบ (รมิตา จรินทร์พิทักษ์ และคณะ, 2550 หน้า 21)¹ ได้แก่

การควบรวมกิจการแบบแนวนอน (Horizontal Merger and Acquisition) คือ การควบรวมกิจการกับกิจการที่ทำธุรกิจเดียวกัน เช่น การควบรวมกิจการระหว่าง บริษัท ยูทีวี เคเบิล เน็ตเวิร์ค จำกัด (มหาชน) (UTV) กับ บริษัท อินเทอร์เน็ตชั่นแนล บรอดคาสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (IBC) ซึ่งเป็นผู้ให้บริการเคเบิลทีวีระบบบอกรับสมาชิกเช่นกันทั้งคู่ เป็นต้น

การควบรวมกิจการแบบแนวดิ่ง (Vertical Merger and Acquisition) คือ การควบรวมกิจการกับกิจการที่ทำธุรกิจที่ส่งเสริมกันหรือต่อเนื่องกัน เช่น การเข้าซื้อหุ้น บริษัท อุตสาหกรรมปิโตรเคมีกัลไทย จำกัด (มหาชน) (TPI) โดย บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) (PTT) ตามแผนฟื้นฟูกิจการ (ฉบับแก้ไข) ซึ่ง PTT เป็นธุรกิจต้นน้ำของอุตสาหกรรมปิโตรเคมีคอลและ TPI เป็นธุรกิจปลายน้ำของอุตสาหกรรมปิโตรเคมีคอล เป็นต้น

การควบรวมกิจการแบบอื่น ๆ (Other Merger and Acquisition) คือ การควบรวมกิจการกับกิจการที่ทำธุรกิจที่ไม่เกี่ยวข้องกันเลย เช่น บริษัท คอมลิงค์ จำกัด ซึ่งทำธุรกิจโทรคมนาคมเข้าซื้อหุ้นสามัญของบริษัท โรงแรมราชดารี จำกัด (มหาชน) (RHC) ซึ่งทำธุรกิจโรงแรม เพื่อเป็นการลงทุน เป็นต้น

จากนิยามและขอบเขตของตลาดโทรคมนาคมที่เกี่ยวข้อง พ.ศ. 2562 สรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 9 นิยามและขอบเขตของตลาดโทรคมนาคมที่เกี่ยวข้อง พ.ศ. 2562

ตลาดค้าปลีกบริการ (Retail Market)	ตลาดค้าส่งบริการ (Wholesale Market)	ตลาดที่เฝ้าติดตาม (Pre Regulated Market)
1) บริการโทรศัพท์ประจำที่ ภายในประเทศ (Fixed Domestic Telephony) 2) บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ภายในประเทศ (Mobile Domestic Telephony) 3) บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ	1) บริการเกตเวย์โทรศัพท์ระหว่าง ประเทศ (International Voice Gateway) 2) บริการอินเทอร์เน็ตเกตเวย์ ระหว่างประเทศ (International Internet Gateway)	1) บริการศูนย์ข้อมูล (Data Center) 2) บริการโครงข่ายของสรรพ สิ่ง (Internet of Things, IoT)

¹ https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/digital/api/DownloadDigitalFile/download/๑๙๓๗๕๘

ตลาดค้าปลีกบริการ (Retail Market)	ตลาดค้าส่งบริการ (Wholesale Market)	ตลาดที่เฝ้าติดตาม (Pre Regulated Market)
(International Telephony) 4) บริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ประจำที่ (Fixed Broadband Internet) 5) บริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ เคลื่อนที่ (Mobile Broadband Internet)	3) บริการเข้าถึงบรอดแบนด์ (Wholesale Broadband Access) 4) บริการเชื่อมต่อโครงข่าย โทรคมนาคมเพื่อให้เรียกถึงจุด ปลายทางบนโครงข่ายโทรศัพท์ ประจำที่ (Fixed Call Termination) 5) บริการเชื่อมต่อโครงข่าย โทรคมนาคมเพื่อให้เรียกถึงจุด ปลายทางบนโครงข่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Call Termination) 6) บริการเข้าถึงเสาพาดสายและท่อ ร้อยสายสื่อสารโทรคมนาคม (Pole and Duct Access) 7) บริการขายส่งโทรศัพท์เคลื่อนที่ (MVNO) 8) บริการข้ามโครงข่ายโทรคมนาคม ไร้สายภายในประเทศ (Mobile Domestic Roaming) 9) บริการการใช้โครงสร้างพื้นฐาน โทรคมนาคมร่วมกันสำหรับโครงข่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Infrastructure Sharing)	

ที่มา: เอกสารรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ เรื่อง การทบทวนนิยามของตลาดและขอบเขตตลาดที่เกี่ยวข้องในกิจการโทรคมนาคม (สำนักวิชาการและจัดการทรัพยากรโทรคมนาคม, 2562)

(2) ทฤษฎีว่าด้วยโครงสร้างตลาด

ตลาดในทางเศรษฐศาสตร์ หมายถึง การที่ผู้ซื้อและผู้ขายสามารถแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการกันได้ โดยไม่จำเป็นต้องพบปะกันหรือมีสถานที่ซื้อ-ขาย เมื่อมีการตกลงซื้อขายแลกเปลี่ยนกันถือว่าตลาดสินค้าและบริการนั้นเกิดขึ้นแล้ว ส่วนโครงสร้างตลาด หมายถึง ลักษณะการกระจายของการผลิตหรือการให้บริการและจำนวนผู้ให้บริการในตลาด โดยปัจจัยกำหนดโครงสร้างตลาด ประกอบด้วย ขนาดของผู้ผลิตในตลาด ความแตกต่างของลักษณะสินค้าและบริการในตลาด การมีอำนาจตลาด และระดับความยากง่ายในการเข้า-ออกจากตลาด เป็นต้น (ชินันท์ มีโกคี, 2558)

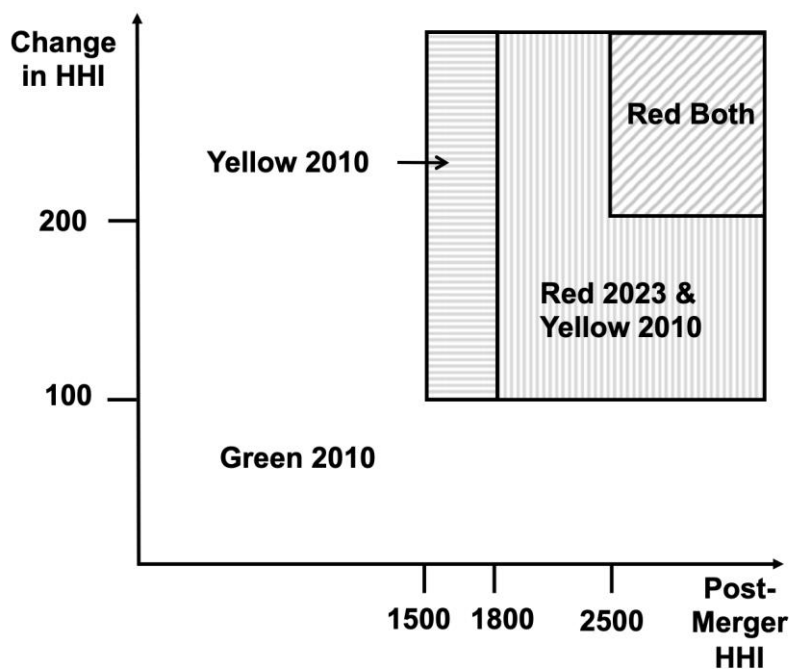
การให้บริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ประจำที่ (Fixed Broadband) มีลักษณะเป็นตลาดผู้เล่นน้อยราย (Oligopoly Market) เนื่องจากผู้ให้บริการมีจำนวนน้อยรายและแต่ละรายมีอิทธิพลต่อตลาด โดยก่อนปี

พ.ศ. 2566 มีผู้ให้บริการจำนวน 4 รายได้แก่ บริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวอร์ค (AWN) บริษัท ทรู มูฟ เอช ยูนิเวอร์แซล คอมมิวนิเคชั่น (True) บริษัท โทรคมนาคมแห่งชาติ จำกัด (มหาชน) (NT) และบริษัท ทริปเปิลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) หรือ 3BB จากการศึกษาของ ฉัตร คำแสง และกษิทธิ์เดช คำพูน (2566) ระบุว่า หลังควบรวมกิจการระหว่าง บริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวอร์ค จำกัด กับ บริษัท ทริปเปิลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) ณ สิ้นปี 2564 บริษัท True และ AWN-3BB จะมีส่วนแบ่งการตลาดรวมกันสูงถึงร้อยละ 81 หรือ ดัชนีวัดการกระจุกตัว (HHI) เพิ่มขึ้นร้อยละ 31

ประเภทของตลาดผู้เล่นน้อยรายแบ่งได้เป็น 2 ชนิดตามคุณลักษณะของสินค้าและบริการคือ

1. Differentiate Oligopoly หมายถึง ตลาดที่ผู้ผลิตสินค้าและจัดจำหน่ายสินค้าและบริการที่มีลักษณะแตกต่างกันแต่สามารถใช้แทนกันได้ เช่น บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่และอินเทอร์เน็ตบ้าน บริการสายการบิน น้ำอัดลม
2. Homogeneous Oligopoly หมายถึง ตลาดที่ผู้ผลิตสินค้าและจัดจำหน่ายสินค้าและบริการที่มีลักษณะเหมือนกันทุกประการ เช่น น้ำตาล เหล็ก

ทั้งนี้ หากผู้ให้บริการรายใดรายหนึ่งทำการเปลี่ยนแปลงราคาและการให้บริการจะส่งผลกระทบต่อผู้ให้บริการรายอื่นในตลาดในรูปของการแข่งขันด้านราคาและการบริการอย่างรุนแรง หรืออาจเกิดการร่วมมือกันกำหนดราคา



ภาพที่ 9 การเปลี่ยนแปลงแนวการพิจารณาการควบรวมบริษัทระหว่างปี 2010 และปี 2023²

การประเมินสภาพการแข่งขันในตลาดที่เกี่ยวข้องโดยใช้ดัชนีฮอร์ฟินดัล-เฮิร์ชแมน (HHI) ดังภาพที่ 9 จะเห็นได้ว่า เมื่อพิจารณาการควบรวมแนวนอนในปี 2010 (Horizontal Merger Guidelines 2010) จะถือว่าตลาดมีการกระจุกตัวสูง (High Concentration) หากมีค่า HHI ที่ใช้วัดการกระจุกตัวเพิ่มขึ้นมากกว่า 200 จนมีค่าสูงกว่า 2,500 ในขณะที่แนวการพิจารณาการควบรวมบริษัทของปี 2023 ระบุว่า หาก HHI เพิ่มขึ้น

² Shapiro, C. Evolution of the Merger Guidelines: Is This Fox Too Clever by Half?. *Rev Ind Organ* 65, 147–175 (2024). <https://doi.org/10.1007/s11151-024-09956-y>

มากกว่า 100 จนมีค่าสูงกว่า 1,800 หรือ ทำให้บริษัทมีส่วนแบ่งตลาดมากกว่า 30% จะถือว่าการควบรวมดังกล่าวจะทำให้การแข่งขันลดลงหรือมีแนวโน้มให้เกิดการผูกขาด โดยการควบรวมแนวตั้งหรือการควบรวมรูปแบบอื่น ๆ นั้นถูกนำเข้ามารวมไว้ด้วยกันหลังจากที่แนวทางการพิจารณาการควบรวมแนวตั้งได้ถูกยกเลิกไปในปี 2021 (จันทร์ทิพย์ บุญประกายแก้ว, 2567)³

(3) การควบรวมและซื้อกิจการ (Mergers and Acquisitions หรือ M&A) ในอุตสาหกรรมโทรคมนาคม

การควบรวมและซื้อกิจการ (Mergers and Acquisitions หรือ M&A) ในอุตสาหกรรมโทรคมนาคมได้มีบทบาทสำคัญในการเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรม โดยมีปัจจัยขับเคลื่อนหลักมาจากการพัฒนาเทคโนโลยี 5G การขยายบริการดิจิทัล และการเพิ่มประสิทธิภาพต้นทุน ตัวอย่างเช่น การควบรวมกิจการระหว่าง T-Mobile และ Sprint ในปี 2020 ซึ่งเป็นการควบรวมที่มุ่งเน้นเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและการขยายเครือข่าย ด้วยข้อตกลงมูลค่า 26 พันล้านดอลลาร์นี้จะสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าในด้านการครอบคลุมสัญญาณและการเตรียมพร้อมสำหรับ 5G พร้อมทั้งเป็นไปตามข้อกำหนดของ Federal Communications Commission หรือ FCC ในการสนับสนุนการเชื่อมต่อในพื้นที่ห่างไกลหรือชนบท (Federal Communications Commission, 2020; Capacity Media, 2024) ในทำนองเดียวกัน การเข้าซื้อกิจการ Secure Link โดย Orange Group ในปี 2019 ด้วยมูลค่า 515 ล้านยูโร แสดงให้เห็นถึงความสำคัญที่เพิ่มขึ้นของการบูรณาการความมั่นคงทางไซเบอร์ในบริการโทรคมนาคม (Orange Group, 2019) ในส่วนของ Hewlett Packard Enterprise (HPE) ได้ซื้อกิจการของ Juniper Networks มูลค่า 14 พันล้านดอลลาร์โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มศักยภาพด้านเครือข่ายของ HPE โดยเฉพาะในการตอบสนองต่อความต้องการที่เพิ่มขึ้นในบริการ AI และไฮบริดคลาวด์ โดยข้อตกลงนี้คาดว่าจะเสร็จสมบูรณ์ในต้นปี 2025 (Bain & Company, 2024)

การควบรวมและซื้อกิจการในเอเชีย

ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ทวีปเอเชียได้กลายเป็นศูนย์กลางของกิจกรรม M&A ในอุตสาหกรรมโทรคมนาคม โดยมีปัจจัยขับเคลื่อนหลักมาจากการรวมตลาด ความต้องการคลื่นความถี่ และการเปลี่ยนแปลงสู่ดิจิทัล ตัวอย่างสำคัญ ได้แก่ การที่ Bharti Airtel ซื้อธุรกิจโทรคมนาคมสำหรับกลุ่มผู้บริโภคของ Tata Teleservices ในปี 2019 ซึ่งช่วยให้ Airtel สามารถเสริมสร้างตำแหน่งตลาดในประเทศอินเดียที่มีการแข่งขันสูงเพิ่มประสิทธิภาพการถือครองคลื่นความถี่ และเสริมความแข็งแกร่งให้กับฐานผู้ใช้งาน โดยไม่ต้องรับหนี้สินของ Tata (Airtel, 2019) อีกตัวอย่างหนึ่งคือ การควบรวมกิจการระหว่าง Vodafone India และ Idea Cellular ในปี 2018 (เสร็จสมบูรณ์หลังปี 2019) ซึ่งการควบรวมกิจการนี้ได้สร้างผู้ให้บริการโทรคมนาคมรายใหญ่ที่สุดในประเทศอินเดีย โดยมีเป้าหมายเพื่อตอบสนองต่อผลกระทบจากการเข้าสู่ตลาดของให้บริการโทรคมนาคมคู่แข่งอย่าง Reliance Jio รวมทั้งเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานและลดต้นทุน (Vodafone Idea, 2019)

ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ การควบรวมกิจการในปี 2022 ระหว่าง Axiata Group และ Telenor Group ในประเทศมาเลเซียเพื่อก่อตั้ง Celcom Digi Berhad ถือเป็นการรวมกิจการที่สำคัญด้วยมูลค่า 12 พันล้านดอลลาร์ การควบรวมนี้ทำให้เกิดผู้ให้บริการโทรคมนาคมรายใหญ่ที่สุดในประเทศมาเลเซีย โดยเน้นไปที่ความสามารถด้านเทคโนโลยีดิจิทัลและเครือข่าย 5G รวมทั้งการตอบสนองต่อการแข่งขันในตลาด (Axiata, 2022) นอกจากนี้ การเข้าซื้อกิจการ PT Link Net ซึ่งเป็นบริษัทบรอดแบนด์ในอินโดนีเซีย

³ https://www.thansettakij.com/columnist/setsawana/6008767fbclid=IwZXh0bG9hZW0CMTEAR1F2yMN6AABUfO-tbyDviDunKNWAdBo1-1eKopK_TJ_9dVPeBYg2XzP3_c_aem_V9TLyafLLGolGfXyZBRXyW

โดย Axiata ในปี 2022 เป็นการต่อยอดการขยายบริการบรอดแบนด์ในภูมิภาคที่มีอัตราการใช้การงานที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว (Axiata, 2022)

การควบรวมและซื้อกิจการในยุโรป

ในยุโรป การซื้อกิจการของ Eir Group โดย Iliad ได้มุ่งเน้นไปที่การเพิ่มขนาดธุรกิจและการส่งมอบบริการที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างพื้นฐานในระดับภูมิภาค เช่น การที่ Cellnex ซื้อส่วนธุรกิจบริการเสาโทรคมนาคมทั่วยุโรป แสดงถึงแนวโน้มที่ผู้ให้บริการขายสินทรัพย์โครงสร้างพื้นฐานเพื่อมุ่งเน้นไปที่นวัตกรรมด้านบริการหลัก (Cellnex, 2021a) อีกการควบรวมกิจการที่สำคัญคือ Vodafone ได้ซื้อเครือข่ายสายเคเบิลของ Liberty Global ในเยอรมนีและยุโรปกลางในปี 2019 ด้วยมูลค่า 18.4 พันล้านยูโร แสดงถึงการขยายบริการสายสัญญาณคงที่ (fixed-line services) และการให้บริการแบบบูรณาการในตลาดยุโรป (Vodafone, 2019; CSI Magazine, 2024) การควบรวมกิจการระหว่าง Orange และ Masmovil มุ่งเน้นไปที่การรวมตัวในตลาดโทรคมนาคมของสเปน ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มการควบรวมกิจการในยุโรป (CSI Magazine, 2024)

แนวโน้มสำคัญใน M&A อุตสาหกรรมโทรคมนาคม

มูลค่าข้อตกลง (Deal Value) ในปี 2024 มูลค่าการทำ M&A ในอุตสาหกรรมโทรคมนาคมเพิ่มขึ้นอย่างมาก โดยเฉพาะในครึ่งแรกของปี ซึ่งเพิ่มจาก 16 พันล้านดอลลาร์ในช่วงเวลาเดียวกันของปี 2023 เป็น 43 พันล้านดอลลาร์ การเติบโตนี้แสดงถึงแนวโน้มที่แข็งแกร่งของบริษัทโทรคมนาคมที่ต้องการรวมตลาดและขยายตัว (Bain & Company, 2024)

ขนาดและโครงสร้างพื้นฐาน (Scale and Infrastructure) บริษัทโทรคมนาคมหลายแห่งมีส่วนร่วมในการควบรวมที่เน้นขนาดเพื่อเพิ่มความสามารถในการให้บริการของเครือข่าย การขายโครงสร้างพื้นฐานยังเป็นประเด็นการควบรวมกิจการที่พบได้บ่อย ตั้งแต่ปี 2019 การควบรวมที่เน้นขนาดและการขายโครงสร้างพื้นฐานมีสัดส่วนถึงเกือบ 70% ของมูลค่าข้อตกลงทั้งหมดในอุตสาหกรรมนี้ (Bain & Company, 2024)

สภาพแวดล้อมทางกฎหมาย (Regulatory Environment) มีการบ่งชี้ว่าข้อจำกัดเพื่อต่อต้านการผูกขาดเกี่ยวกับการควบรวมระหว่างผู้ให้บริการโทรคมนาคมรายใหญ่กำลังผ่อนคลายลง ซึ่งช่วยเปิดทางสำหรับการทำข้อตกลงใหม่ ๆ ซึ่งจะมีความสำคัญเนื่องจากบริษัทต่าง ๆ พยายามเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานและความสามารถในการแข่งขันในตลาดที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว (CSI Magazine, 2024)

ปัจจัยสำคัญที่ขับเคลื่อนการควบรวมและซื้อกิจการในอุตสาหกรรมโทรคมนาคม

ปัจจัยหลักที่อยู่เบื้องหลังการควบรวมและซื้อกิจการในอุตสาหกรรมโทรคมนาคม ประกอบด้วย

- **การรวมตลาดและเพิ่มขนาด** การควบรวมกิจการในประเทศมีเป้าหมายเพื่อประสิทธิภาพการดำเนินงานและลดต้นทุน เช่น การควบรวมระหว่าง Vodafone และ Three ในสหราชอาณาจักร ซึ่งมีเป้าหมายเพื่อเป็นผู้ให้บริการมือถือรายใหญ่อันดับสองในประเทศ (CSI Magazine, 2024; Light Reading, 2024)

- **การพัฒนาเทคโนโลยีและการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐาน** ความก้าวหน้าของเทคโนโลยี เช่น 5G และเครือข่ายไฟเบอร์ ได้กระตุ้นให้บริษัทโทรคมนาคมลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานเพื่อเสริมศักยภาพในการให้บริการ เช่น การควบรวมระหว่าง Uniti และ Windstream ซึ่งมีมูลค่า 13.4 พันล้านดอลลาร์ เพื่อพัฒนาความสามารถของเครือข่ายไฟเบอร์ (Bain & Company, 2024)

- **แรงกดดันทางเศรษฐกิจและการจัดการต้นทุน** อัตราเงินเฟ้อสูงและดอกเบี้ยที่เพิ่มขึ้นได้ผลักดันให้บริษัทโทรคมนาคมหาแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจผ่านการควบรวม เช่น การขาย

สินทรัพย์ที่ไม่ใช่ธุรกิจหลักของ Telecom Italia ให้กับ KKR เพื่อมุ่งเน้นการให้บริการผู้บริโภค (CSI Magazine, 2024; Light Reading, 2024)

- **สภาพแวดล้อมด้านกฎระเบียบ** การลดความเข้มงวดในข้อกำหนดด้านการควบรวม เช่น การเปลี่ยนแปลงด้านกฎระเบียบในยุโรปและสหรัฐอเมริกา ช่วยสร้างโอกาสในการควบรวมกิจการมากขึ้น (Bain & Company, 2024; CSI Magazine, 2024)

- **การเติบโตเชิงกลยุทธ์และนวัตกรรม** การมุ่งเน้นไปที่การปรับปรุงตำแหน่งทางการแข่งขันและการพัฒนานวัตกรรมช่วยผลักดันการควบรวมกิจการ เช่น การขยายธุรกิจด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ของ Orange และ Telefónica ผ่านการซื้อกิจการ (CSI Magazine, 2024; Light Reading, 2024)

ผลกระทบของ M&A ในอุตสาหกรรมโทรคมนาคม

การควบรวมและซื้อกิจการในอุตสาหกรรมโทรคมนาคม (M&A) มีผลกระทบสำคัญต่อการแข่งขันและการกำหนดราคาสำหรับผู้บริโภค เนื่องจากส่งผลให้โครงสร้างตลาดเปลี่ยนแปลงและเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน การรวมกิจการมีกลไกจำนวนคู่แข่งในตลาด ส่งผลให้เกิดการประหยัดต้นทุน การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน และเร่งการพัฒนานวัตกรรม เช่น การเปิดตัวเทคโนโลยี 5G ตัวอย่างเช่น การควบรวมกิจการระหว่าง T-Mobile และ Sprint ในปี 2020 มีเป้าหมายเพื่อเพิ่มความแข็งแกร่งในการแข่งขันกับ AT&T และ Verizon โดยมาพร้อมกับข้อผูกพันทางกฎหมายเพื่อให้คงการเชื่อมต่อในพื้นที่ชนบททางไกลและรักษาเสถียรภาพราคาในช่วงเวลาที่กำหนด (Federal Communications Commission, 2020)

อย่างไรก็ตาม การมีคู่แข่งน้อยลงในตลาดที่ควบรวมกิจการอาจนำไปสู่ความเสี่ยง เช่น พฤติกรรม การผูกขาด นวัตกรรมที่ลดลง และราคาที่สูงขึ้นในระยะยาว การศึกษาแสดงให้เห็นว่าตลาดที่มีคู่แข่งน้อยมักมีการเพิ่มขึ้นของราคาที่ค่อยเป็นค่อยไป เนื่องจากแรงกดดันในการแข่งขันลดลง (OECD, 2021; Light Reading, 2024) ตัวอย่างเช่น การควบรวมกิจการด้านเสาสัญญาณโดยบริษัทอย่าง Cellnex ได้จุดประกายการถกเถียงเกี่ยวกับอำนาจการกำหนดราคาที่เพิ่มขึ้นในระยะยาวสำหรับค่าบริการการเข้าถึงสำหรับผู้ให้บริการขนาดเล็กและลูกค้าทั่วไป (Cellnex, 2021b) การกำกับดูแลด้านกฎระเบียบจึงมีความสำคัญในการลดผลกระทบเชิงลบเหล่านี้ เช่น การกำหนดเงื่อนไขให้มีการขายทรัพย์สิน การจำกัดราคาสูงสุด และการลงทุนในพื้นที่ด้อยโอกาส อย่างไรก็ตาม ความท้าทายยังคงอยู่ในเรื่องของการบังคับใช้กฎหมาย ตัวอย่างเช่น การประเมินหลังการควบรวมกิจการระหว่าง T-Mobile และ Sprint พบว่าการเชื่อมต่อเครือข่ายในชนบทให้ได้ตามเป้าหมายที่กำหนดได้ล่าช้ากว่าที่คาดการณ์ ซึ่งทำให้เกิดคำถามเกี่ยวกับประสิทธิผลของข้อผูกพันทางกฎหมายในการรักษาสมดุลระหว่างผลประโยชน์ของบริษัทและผู้บริโภค (Government Accountability Office, 2022)

ผู้กำกับดูแลแก้ไขปัญหาเหล่านี้โดยกำหนดมาตรการ เช่น การขายทรัพย์สินเพื่อรักษาสภาพการแข่งขันในตลาด ตัวอย่างเช่น การขายแบรนด์ Boost Mobile ของ Sprint ให้กับ Dish Network ในระหว่างการควบรวมระหว่าง T-Mobile และ Sprint เป็นความพยายามในการสร้างหรือรักษาคู่แข่งในตลาดที่มีการรวมกิจการ (Federal Communications Commission, 2020) อย่างไรก็ตาม ประสิทธิภาพของมาตรการดังกล่าวมักขึ้นอยู่กับความเข้มงวดและการติดตามผล

ผลกระทบของการควบรวมและซื้อกิจการในอุตสาหกรรมโทรคมนาคมต่อการแข่งขันและการกำหนดราคาขึ้นอยู่กับความเข้มงวดทางกฎหมาย ความเปลี่ยนแปลงของตลาด และความสำคัญเชิงกลยุทธ์ของบริษัทที่ควบรวม ในขณะที่ผู้บริโภคได้รับประโยชน์จากการที่ปรับปรุงในระยะสั้น แต่การแข่งขันที่ยั่งยืนและการกำหนดราคาที่เป็นธรรมต้องการการติดตามและการบังคับใช้การกำกับทางกฎหมายที่สม่ำเสมอ

มาตรการกำกับดูแลที่เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

มาตรการกำกับดูแลในการควบรวมและเข้าซื้อกิจการ (M&A) ในอุตสาหกรรมโทรคมนาคมมุ่งเน้นการสร้างสมดุลระหว่างผลประโยชน์จากการรวมกิจการของบริษัทกับการคุ้มครองผู้บริโภคและการรักษาสภาพการแข่งขันในตลาด โดยทั่วไปมาตรการเหล่านี้ครอบคลุมถึงประเด็นต่าง ๆ เช่น สภาวะการแข่งขันของตลาด ผลกระทบต่อราคา คุณภาพของบริการ และนวัตกรรม หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น คณะกรรมการการสื่อสารแห่งชาติของสหรัฐฯ (Federal Communications Commission หรือ FCC) คณะกรรมาธิการยุโรป และหน่วยงานกำกับดูแลในแต่ละประเทศ มักจะกำหนดเงื่อนไขในข้อตกลงการควบรวมกิจการ

หนึ่งในมาตรการคือการกำหนดให้มีการขายกิจการหรือทรัพย์สินบางส่วนออกไปเพื่อรักษาสภาพการแข่งขันในตลาด ตัวอย่างเช่น การควบรวมกิจการระหว่าง T-Mobile และ Sprint ในปี 2020 มีข้อกำหนดให้ Sprint ขายแบรนด์ Boost Mobile ให้กับ Dish Network เพื่อสร้างคู่แข่งรายใหม่ในตลาดสหรัฐฯ (Federal Communications Commission, 2020) นอกจากนี้ หน่วยงานกำกับดูแลยังบังคับให้บริษัทที่ควบรวมกิจการรักษาหรือปรับลดราคาสำหรับผู้บริโภคในช่วงเวลาที่กำหนดหลังการควบรวม การเข้าถึงโครงสร้างพื้นฐานเป็นอีกหนึ่งประเด็นสำคัญ โดยบริษัทที่ควบรวมกันต้องให้สิทธิ์แก่คู่แข่งในการเข้าถึงทรัพย์สินโครงสร้างพื้นฐานที่ใช้ร่วมกัน เช่น เสาสัญญาณและคลื่นความถี่ ในเงื่อนไขที่เป็นธรรมและโปร่งใส ตัวอย่างเช่น การอนุมัติการควบรวมกิจการระหว่าง Telefonica และ Liberty Global ในสหราชอาณาจักรในปี 2020 คณะกรรมาธิการยุโรปได้กำหนดมาตรการให้มีการเข้าถึงโครงสร้างพื้นฐานบรอดแบนด์ในลักษณะที่เป็นธรรม (European Commission, 2020a) ข้อกำหนดในการคุ้มครองผู้บริโภคมักเน้นการขยายเครือข่ายให้ครอบคลุม โดยเฉพาะในพื้นที่ชนบทหรือพื้นที่ที่ผู้บริโภคมีรายได้น้อย เช่น FCC ได้กำหนดให้ T-Mobile ให้บริการ 5G ครอบคลุม 99% ของประชากรสหรัฐฯ โดยมุ่งเน้นพื้นที่ชนบทเป็นเงื่อนไขในการอนุมัติการควบรวม (Federal Communications Commission, 2020)

สุดท้าย หน่วยงานกำกับดูแลมักจะติดตามการปฏิบัติตามเงื่อนไขหลังการควบรวมโดยใช้รายงานและการตรวจสอบเป็นระยะ ๆ เพื่อให้แน่ใจว่าบริษัทปฏิบัติตามข้อกำหนดที่ตกลงไว้ อย่างไรก็ตาม ยังมีความท้าทาย เช่น ความล่าช้าในการบังคับใช้และมาตรฐานการปฏิบัติที่ไม่ชัดเจน ซึ่งจำเป็นต้องมีการกำกับดูแลที่เข้มแข็งยิ่งขึ้น

ความไว้วางใจของผู้บริโภคหลังการควบรวมกิจการ

ความไว้วางใจของผู้บริโภคเป็นปัจจัยสำคัญที่ผลักดันความภักดีต่อแบรนด์ โดยเฉพาะในช่วงระยะเวลาที่มีความอ่อนไหวหลังการควบรวมกิจการ ซึ่งผู้บริโภคอาจรู้สึกไม่มั่นใจเกี่ยวกับคุณภาพของบริการ ราคา และค่านิยมของบริษัท ความไว้วางใจช่วยให้ผู้บริโภครู้สึกมั่นใจว่าบริษัทที่ควบรวมกันจะยังคงตอบสนองได้ตามหรือเกินความคาดหวังของพวกเขา ส่งผลให้เกิดการรักษาฐานผู้บริโภคและลดการเปลี่ยนแปลงไปยังคู่แข่งในตลาด

กลยุทธ์การผนวกรวมหลังการควบรวมกิจการที่เน้นความโปร่งใสและการสื่อสารเชิงรุกมีบทบาทสำคัญในการสร้างและรักษาความไว้วางใจ ตัวอย่างเช่น ในระหว่างการควบรวมกิจการระหว่าง T-Mobile และ Sprint การอัปเดตอย่างต่อเนื่องเกี่ยวกับการปรับปรุงเครือข่ายและการรับรองด้านราคาช่วยให้ผู้บริโภครู้สึกมั่นใจว่าผลประโยชน์ของพวกเขามีความสำคัญ ส่งผลให้เกิดความภักดีต่อแบรนด์ในระยะยาว (Federal Communications Commission, 2020) บริษัทที่ไม่สามารถตอบสนองต่อข้อกังวลของผู้บริโภคหลังการควบรวมกิจการอาจสูญเสียความไว้วางใจ เนื่องจากผู้บริโภคอาจมองว่าการขาดการสื่อสารเป็นการละเลย และอาจเลือกใช้บริการของคู่แข่งแทน

ความไว้วางใจของผู้บริโภคยังส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของอัตลักษณ์แบรนด์ใหม่ในกรณีที่มีการปรับโฉมแบรนด์ (Rebranding) หลังการควบรวม การศึกษาแสดงให้เห็นว่าแบรนด์ที่ยังคงรักษาประสิทธิภาพใน

การให้บริการของบริษัทเดิมไว้ ในขณะที่เดียวกันก็นำเสนอบริการหรือผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้น จะมีโอกาสรักษาความภักดีของลูกค้าได้ดีกว่า ตัวอย่างเช่น การรวบรวมความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อการเปลี่ยนแปลงที่เห็นได้ชัดเจนหลังการควบรวมกิจการ ได้แสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นในค่านิยมร่วมและการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างความไว้วางใจของผู้บริโภค (Sharma et al., 2018)

นอกจากนี้ กลไกการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียนที่มีประสิทธิภาพและการลงทุนในประสบการณ์ ผู้บริโภคในช่วงการเปลี่ยนแปลงสามารถลดความรู้สึกเชิงลบได้ ผู้ให้บริการที่เน้นนวัตกรรมที่มีผู้บริโภคเป็นศูนย์กลางหลังการควบรวมไม่เพียงแต่สามารถรักษาลูกค้าเดิมไว้ได้ แต่ยังดึงดูดลูกค้าใหม่ได้อีกด้วย เนื่องจากความไว้วางใจทำหน้าที่เป็นสะพานเชื่อมไปสู่การบอกต่อในเชิงบวกและความภักดีในระยะยาว

ข้อเสนอแนะจากผู้บริโภคในการกำหนดกลยุทธ์หลังการควบรวมกิจการ

ข้อเสนอแนะจากผู้บริโภคมีความสำคัญอย่างยิ่งในการปรับปรุงกลยุทธ์หลังการควบรวมกิจการในภาคโทรคมนาคม โดยช่วยให้บริษัทสามารถปรับการดำเนินงานให้สอดคล้องกับความคาดหวังของลูกค้าและความต้องการของตลาดได้ การนำความคิดเห็นของผู้บริโภคมาใช้เป็นแนวทางช่วยให้ผู้ให้บริการโทรคมนาคมสามารถแก้ไขปัญหาต่าง ๆ เช่น การหยุดชะงักของบริการ การเปลี่ยนแปลงด้านราคา และการปรับปรุงคุณภาพ ซึ่งส่งผลต่อการรักษาลูกค้าและสร้างความภักดี

ตัวอย่างเช่น ข้อเสนอแนะจากผู้บริโภคมีบทบาทสำคัญในการกำหนดกลยุทธ์การผนวกรวมหลังการควบรวมกิจการของ T-Mobile และ Sprint ในสหรัฐฯ บริษัทได้ใช้กลไกการรับฟังความคิดเห็นเพื่อติดตามความพึงพอใจของผู้บริโภคและปรับปรุงข้อเสนอแนะต่าง ๆ โดยเฉพาะในด้านการขยายเครือข่าย 5G และการรักษาราคาให้แข่งขันได้ (Federal Communications Commission, 2020) ในทำนองเดียวกันในประเทศอินเดีย งานวิจัยแสดงให้เห็นว่าเครื่องมือการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship Management หรือ CRM) และแบบสำรวจมีประสิทธิภาพในการระบุปัญหาที่ทำให้ลูกค้าไม่พอใจ และเพิ่มประสิทธิภาพของกลยุทธ์การรักษาลูกค้าหลังการควบรวมกิจการ (Sharma et al., 2018)

นอกจากนี้ ข้อเสนอแนะยังสามารถทำหน้าที่เป็นระบบเตือนภัยล่วงหน้าสำหรับปัญหาด้านบริการที่อาจเกิดขึ้น ช่วยให้บริษัทลดความเสี่ยงได้ งานวิจัยระบุว่าผู้ให้บริการโทรคมนาคมที่ให้ความสำคัญกับการสื่อสารที่โปร่งใสกับผู้บริโภคหลังการควบรวม มักจะรักษาระดับความพึงพอใจและความไว้วางใจต่อแบรนด์ไว้ได้สูงกว่า (Yazbeck, 2003) อย่างไรก็ตาม การละเลยข้อเสนอแนะอาจนำไปสู่การสูญเสียลูกค้า เนื่องจากผู้บริโภคมองว่าการควบรวมกิจการเป็นการให้ความสำคัญกับผลประโยชน์ของบริษัทมากกว่าประสบการณ์ของผู้ใช้งาน

ดังนั้น ข้อเสนอแนะจากผู้บริโภคจึงไม่ใช่เพียงเครื่องมือในการตอบสนอง แต่ยังเป็นเครื่องมือเชิงรุกสำหรับการกำหนดกลยุทธ์หลังการควบรวมที่มีการแข่งขันและเน้นผู้บริโภคเป็นศูนย์กลาง ซึ่งเน้นย้ำถึงบทบาทสำคัญในการบรรลุความสำเร็จในระยะยาวในตลาดโทรคมนาคมที่มีการควบรวมกิจการอย่างเข้มข้น

บทเรียนจากการควบรวมและเข้าซื้อกิจการในอุตสาหกรรมโทรคมนาคม

การควบรวมและเข้าซื้อกิจการ (M&A) ในอุตสาหกรรมโทรคมนาคมให้บทเรียนที่สำคัญต่อการวางแผนกลยุทธ์ การปฏิบัติตามกฎระเบียบ และการบริหารจัดการการควบรวม การดำเนินการที่ประสบความสำเร็จเน้นให้เห็นถึงความสำคัญของการสร้างประโยชน์จากการประสานงาน การปฏิบัติตามกฎระเบียบ และการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ขณะที่ความท้าทายแสดงให้เห็นถึงความจำเป็นของการกำหนดกรอบการควบรวมกิจการที่ชัดเจนและความเร็วในการตอบสนองความต้องการของตลาดและผู้บริโภค

บทเรียนสำคัญประการหนึ่งคือความสำคัญของการเตรียมความพร้อมด้านกฎระเบียบและด้านการทำธุรกรรม เช่น การควบรวมระหว่าง T-Mobile และ Sprint ในปี 2020 แสดงให้เห็นถึงความจำเป็นในการ

ปรับตัวให้สอดคล้องกับข้อกำหนดของกฎระเบียบ การขายบริการฟรีเพดของ Sprint ให้กับ Dish Network เป็นข้อกำหนดสำคัญในการทำให้การควบรวมกิจการได้รับอนุมัติ ซึ่งสะท้อนถึงความจำเป็นในการจัดการกับข้อกังวลด้านการแข่งขันในตลาดโทรคมนาคม (Federal Communications Commission, 2020) เช่นเดียวกับดีลการควบรวมกิจการระดับโลกระหว่าง Telefonica และ Liberty Global ในสหราชอาณาจักร ที่แสดงให้เห็นว่าการทำงานร่วมกับหน่วยงานกำกับดูแลอย่างรอบคอบช่วยให้การเปลี่ยนผ่านราบรื่นยิ่งขึ้น (European Commission, 2020b)

ความท้าทายด้านการควบรวมยังให้ข้อมูลเชิงลึกอีกด้วย หลายธุรกรรมการควบรวมในอุตสาหกรรมโทรคมนาคมล้มเหลวในการสร้างประโยชน์ตามที่คาดหวังเนื่องจากความขัดแย้งทางวัฒนธรรมองค์กรหรือความไม่มีประสิทธิภาพในการดำเนินงาน บริษัทอย่าง AT&T หลังการเข้าซื้อกิจการ DirecTV เผชิญปัญหาในการผนวกรวมบริการและปรับตัวให้เข้ากับความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง ซึ่งต้องการความยืดหยุ่นและมุ่งเน้นการให้บริการที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นหลังการควบรวม (Department of Justice, 2019) หนึ่งในสาเหตุสำคัญของความล้มเหลวของการควบรวมกิจการคือความไม่สามารถผสานวัฒนธรรมองค์กรที่แตกต่างกันได้ การควบรวมมักนำพาบริษัทที่มีรูปแบบการดำเนินงาน ค่านิยม และความคาดหวังของพนักงานที่แตกต่างกันเข้ามารวมกัน ตัวอย่างเช่น การควบรวมระหว่าง T-Mobile และ Sprint เผชิญความท้าทายจากความแตกต่างทางวัฒนธรรม ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการผนวกรวมที่มีประสิทธิภาพและส่งผลกระทบต่อขวัญกำลังใจของพนักงาน (Light Reading, 2024)

การควบรวมที่ล้มเหลวยังมีสาเหตุมาจากการขาดเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ที่ชัดเจน หลายบริษัทดำเนินการควบรวมโดยไม่มีเหตุผลที่กำหนดไว้อย่างชัดเจน นำไปสู่ความสับสนและการขาดประสิทธิภาพการดำเนินงานควบรวมกิจการ ตัวอย่างเช่น การควบรวมระหว่าง AT&T และ Time Warner ได้ถูกวิจารณ์อย่างหนักและนำไปสู่การที่ AT&T ต้องขาย Time Warner ออกไป เนื่องจากความไม่ชัดเจนในประโยชน์ที่คาดหวังและทิศทางเชิงกลยุทธ์ (CSI Magazine, 2024) นอกจากนี้ การประเมินที่เกินจริงเกี่ยวกับประโยชน์จากการประสานงานก็เป็นอีกปัญหาที่พบในหลายกรณี บริษัทมักคาดการณ์การประหยัดต้นทุนหรือเพิ่มรายได้เกินความเป็นจริง ซึ่งนำไปสู่ความผิดหวังหลังการควบรวม ตัวอย่างเช่น การควบรวมระหว่าง Vodafone และ Liberty Global แสดงให้เห็นถึงปัญหานี้ เนื่องจากผลประโยชน์ที่คาดหวังไม่ได้เกิดขึ้นจริงตามที่คาดการณ์ไว้ (PricewaterhouseCoopers, 2024)

ธุรกรรม M&A ในอุตสาหกรรมโทรคมนาคมยังมักเผชิญการตรวจสอบอย่างเข้มงวดจากหน่วยงานกำกับดูแล ซึ่งอาจทำให้ธุรกรรมล่าช้าหรือถูกยกเลิก ตัวอย่างเช่น การควบรวมระหว่าง T-Mobile และ Sprint เผชิญกับความท้าทายด้านการต่อต้านการผูกขาดอย่างมาก ส่งผลให้กระบวนการอนุมัติมีความซับซ้อนและเกิดความกังวลเกี่ยวกับการลดการแข่งขันในตลาด (Bain & Company, 2024)

อย่างไรก็ตาม กลยุทธ์ที่เน้นผู้บริโภคเป็นศูนย์กลางถือเป็นเป้าหมายที่สำคัญของกิจกรรม M&A การหยุดชะงักของบริการหรือการเปลี่ยนแปลงด้านราคาที่เกิดจากการควบรวมกิจการมักนำไปสู่ความไม่พอใจของผู้บริโภค เช่นเดียวกับกรณีที่มีการควบรวมกิจการนำไปสู่การลดตัวเลือกบริการ การให้ความสำคัญกับการรักษาหรือปรับปรุงประสบการณ์ของผู้บริโภคจึงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับความสำเร็จในระยะยาว บทเรียนเหล่านี้เน้นย้ำถึงความจำเป็นของวิสัยทัศน์เชิงกลยุทธ์ การวางแผนการปฏิบัติตามกฎระเบียบที่แข็งแกร่ง และการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพเพื่อให้บรรลุผลลัพธ์ที่ยั่งยืนในธุรกรรม M&A ของอุตสาหกรรมโทรคมนาคม

บทที่ 3

ผลการศึกษาการรวบรวมข้อมูลและข้อคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประเด็นที่ 1 การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลเงื่อนไขหรือมาตรการเฉพาะภายหลัง การรวมธุรกิจระหว่าง บริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวิร์ค จำกัด (AWN) และบริษัท ทริปเปิลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) (3BB) เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

การรวบรวมข้อมูลและข้อคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผล
 เงื่อนไขหรือมาตรการเฉพาะภายหลังการรวมธุรกิจระหว่าง บริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวิร์ค จำกัด (AWN)
 และบริษัท ทริปเปิลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) (3BB) เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ดำเนินการเก็บข้อมูล
 ทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยเชิงปริมาณเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม จำนวน 2,520 คน และ
 เชิงคุณภาพเก็บข้อมูลโดยการจัดประชุมระดมคั้งสมอง สัมภาษณ์เชิงลึก สันทนากลุ่ม สันทนากลุ่มย่อย และ
 การประชุมรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ โดยแบ่งการนำเสนอเป็น 7 ตอน ได้แก่

ผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณ

ตอนที่ 1 ผลการรวบรวมข้อมูลของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียจากการสำรวจด้วยแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ

ตอนที่ 2 ผลการรวบรวมข้อคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการระดมคั้งสมอง

ตอนที่ 3 ผลการรวบรวมข้อคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการสัมภาษณ์เชิงลึก

ตอนที่ 4 ผลการรวบรวมข้อคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการสนทนากลุ่ม

ตอนที่ 5 ผลการรวบรวมข้อคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการสนทนากลุ่มย่อย

ตอนที่ 6 ผลการรวบรวมข้อคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการประชุมรับฟังความคิดเห็น
สาธารณะ

ตอนที่ 7 การวิพากษ์ผลการศึกษาการจ้างที่ปรึกษาเพื่อติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผล
 ตามนโยบาย กสทช. ที่สำคัญในด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567 โดย
 ผู้เชี่ยวชาญ

โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณ

ตอนที่ 1 ผลการรวบรวมข้อมูลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการสำรวจด้วยแบบสอบถาม

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในบทนี้จะแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามแสดงให้เห็นถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ทั้งในด้านเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ และภูมิลำเนา

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลเงื่อนไขหรือมาตรการเฉพาะภายหลังการรวมธุรกิจระหว่างบริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวอร์ค จำกัด (AWN) และบริษัท ทริปเปิลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) (3BB) เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ประกอบด้วย

2.1 พฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตบ้าน แสดงข้อมูลเกี่ยวกับผู้ให้บริการที่ใช้งานระยะเวลาการใช้บริการ ความเร็วอินเทอร์เน็ต ค่าบริการ และการใช้แพ็คเกจฟ่วง

2.2 การรับรู้และความคิดเห็นต่อการรวมธุรกิจระหว่าง AWN และ 3BB

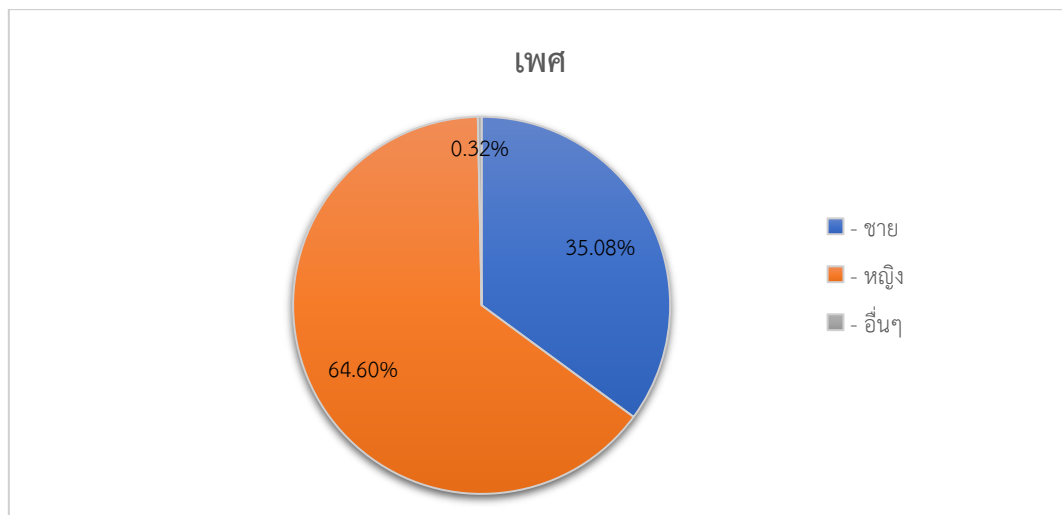
2.3 การประเมินผลกระทบและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค

2.4 การติดตามและประเมินผล

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อสรุปลักษณะของข้อมูลที่ศึกษา โดยมีผลการวิเคราะห์ในแต่ละส่วนดังนี้

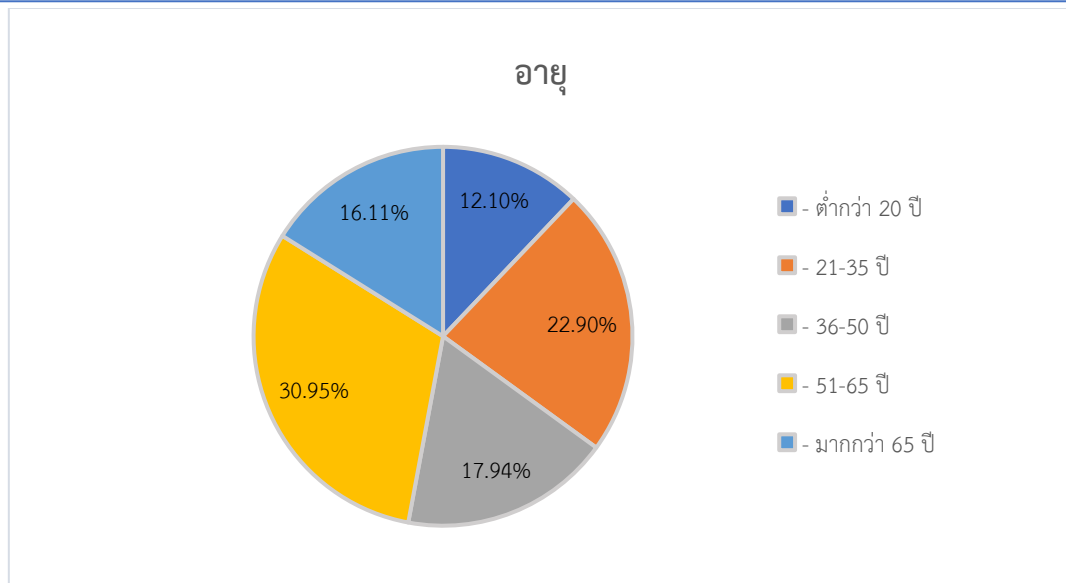
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 2,520 คน สามารถสรุปลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่สำคัญได้ดังนี้



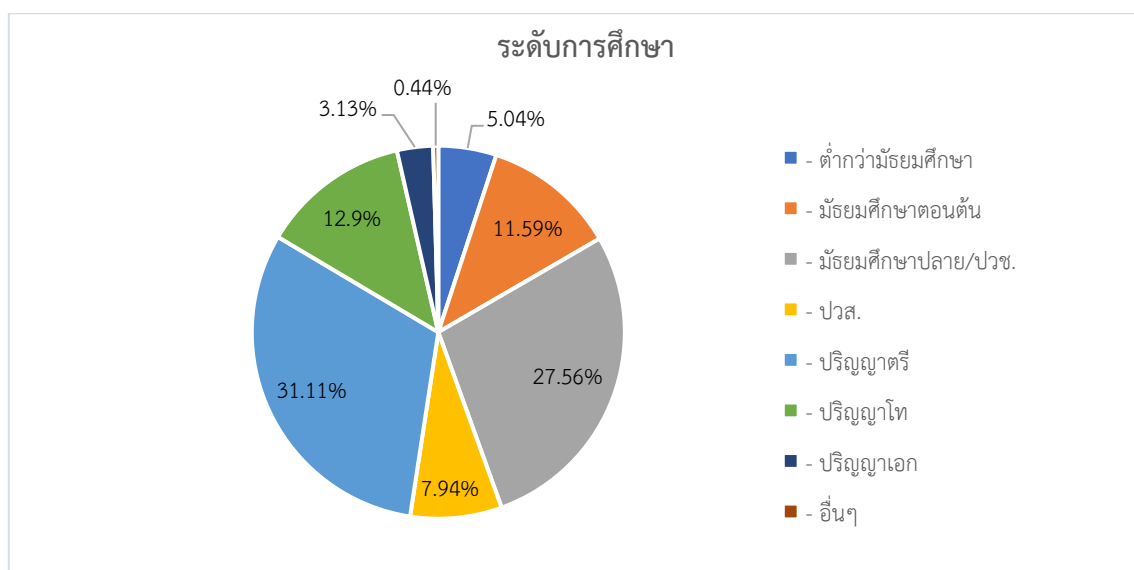
ภาพที่ 10 กราฟแสดงข้อมูลเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้านเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 1,628 คน คิดเป็นร้อยละ 64.60 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 884 คน คิดเป็นร้อยละ 35.08 และมีผู้ระบุเพศอื่นๆ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 0.32



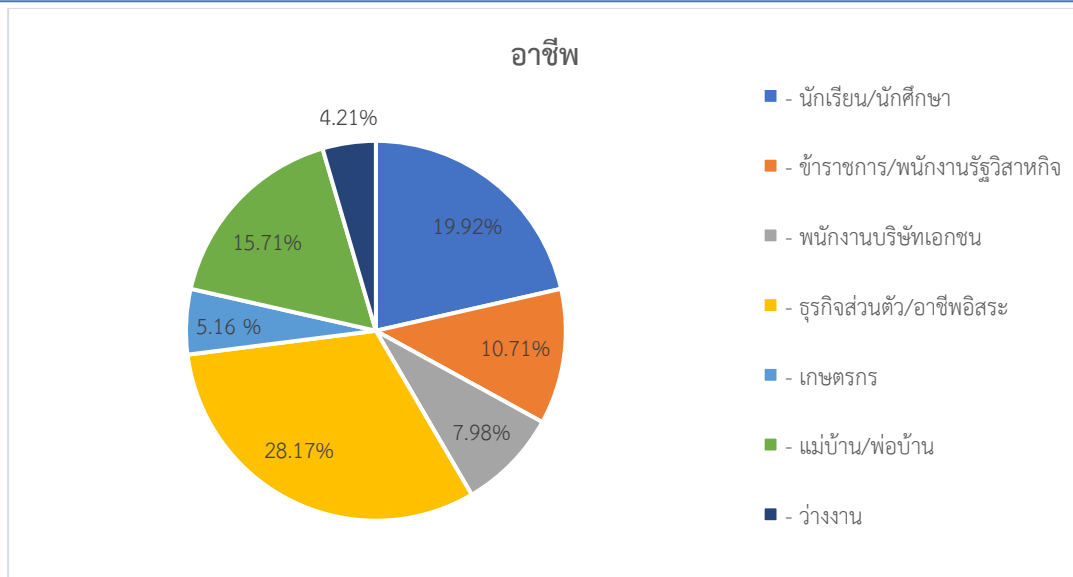
ภาพที่ 11 กราฟแสดงข้อมูลอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

เมื่อพิจารณาช่วงอายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 51-65 ปี จำนวน 780 คน คิดเป็นร้อยละ 30.95 รองลงมาคือช่วงอายุ 21-35 ปี จำนวน 577 คน (ร้อยละ 22.90) และช่วงอายุ 36-50 ปี จำนวน 452 คน (ร้อยละ 17.94) ตามลำดับ



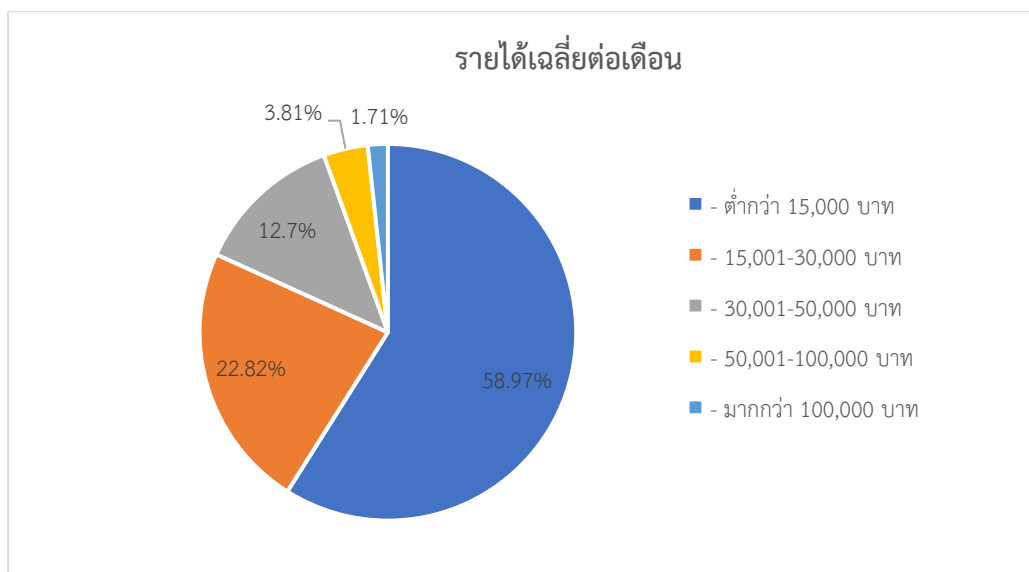
ภาพที่ 12 กราฟแสดงข้อมูลระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้านการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 784 คน คิดเป็นร้อยละ 31.11 รองลงมาคือระดับมัธยมศึกษาปลาย/ปวช. จำนวน 702 คน (ร้อยละ 27.86) และระดับปริญญาโท จำนวน 325 คน (ร้อยละ 12.90)



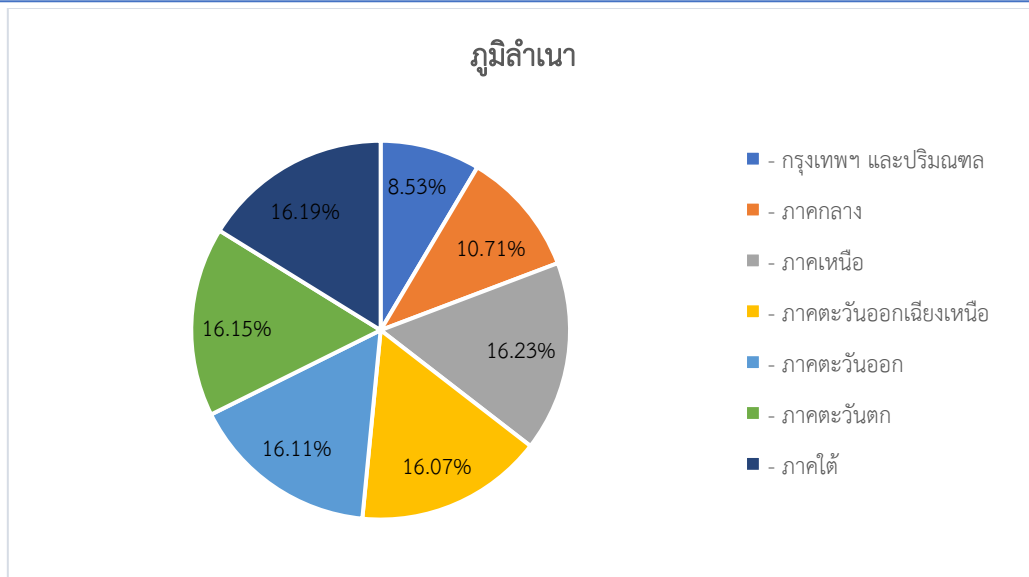
ภาพที่ 13 กราฟแสดงข้อมูลอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม

สำหรับอาชีพ พบว่า ส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ จำนวน 735 คน คิดเป็นร้อยละ 29.17 รองลงมาคือนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 502 คน (ร้อยละ 19.92) และแม่บ้าน/พ่อบ้าน จำนวน 396 คน (ร้อยละ 15.71) นอกจากนี้ยังมีอาชีพอื่นๆ ที่น่าสนใจ เช่น รับจ้างทั่วไป ข้าราชการบำนาญ และอาจารย์พิเศษ



ภาพที่ 14 กราฟแสดงข้อมูลรายได้เฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้านรายได้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 1,486 คน คิดเป็นร้อยละ 58.97 รองลงมาคือช่วง 15,001-30,000 บาท จำนวน 575 คน (ร้อยละ 22.82) และช่วง 30,001-50,000 บาท จำนวน 320 คน (ร้อยละ 12.70)



ภาพที่ 15 กราฟแสดงข้อมูลภูมิลำเนาของผู้ตอบแบบสอบถาม

สำหรับการกระจายตัวทางภูมิศาสตร์ พบว่า มีการกระจายตัวค่อนข้างสม่ำเสมอในแต่ละภูมิภาค โดยภาคเหนือมีส่วนมากที่สุดร้อยละ 16.23 รองลงมาคือ ภาคตะวันตก (ร้อยละ 16.15) และภาคตะวันออก (ร้อยละ 16.11) ขณะที่กรุงเทพฯ และปริมณฑลมีส่วนน้อยที่สุดที่ร้อยละ 8.5

ข้อมูลเชิงประชากรศาสตร์นี้แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างมีความหลากหลายและครอบคลุมประชากรในหลายมิติ ทั้งด้านเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ และการกระจายตัวทางภูมิศาสตร์ ซึ่งจะช่วยให้ผลการศึกษามีความน่าเชื่อถือและสามารถสะท้อนความคิดเห็นของประชาชนได้อย่างครอบคลุม

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตบ้าน

จากการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตบ้านของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 2,520 คน พบข้อมูลที่น่าสนใจ ดังนี้

ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตบ้านที่ใช้งานในปัจจุบัน

เมื่อพิจารณาส่วนแบ่งตลาดของผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตบ้าน พบว่า ตลาดอินเทอร์เน็ตบ้าน มีผู้ให้บริการรายใหญ่ที่ครองส่วนแบ่งตลาดสูงสุดคือ AWN Fibre ด้วยสัดส่วนร้อยละ 40.44 (1,019 คน) ตามมาด้วย TRUE ที่ร้อยละ 29.76 (750 คน) และ 3BB ที่ร้อยละ 17.06 (430 คน) ผู้ให้บริการรายย่อยอย่าง NT และ TOT มีส่วนแบ่งตลาดรวมกันเพียงร้อยละ 8.42 ที่น่าสนใจคือมีผู้ที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตบ้านอยู่ร้อยละ 3.37 (85 คน) สะท้อนให้เห็นการกระจุกตัวของตลาดในผู้ให้บริการรายใหญ่เพียงไม่กี่ราย ดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 10 ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตบ้านที่ใช้งานในปัจจุบัน

ผู้ให้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
AWN Fibre	1,019	40.44
3BB	430	17.06
TRUE	750	29.76
NT	75	2.98

ผู้ให้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
TOT	137	5.44
อื่นๆ ประกอบด้วย	109	4.33
■ ไม่ใช่เนตบ้าน	85	3.37
■ Dtac	21	0.83
■ Cat	3	0.12
รวม	2,520	100.00

ระยะเวลาการใช้บริการกับผู้ให้บริการรายปัจจุบัน

ข้อมูลแสดงให้เห็นความภักดีต่อแบรนด์ที่สูง โดยผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ถึงร้อยละ 41.35 (1,042 คน) ใช้บริการกับผู้ให้บริการรายเดิมมานานกว่า 5 ปี รองลงมาคือกลุ่มที่ใช้บริการ 2-3 ปี ร้อยละ 19.68 (496 คน) มีเพียงร้อยละ 8.81 (222 คน) เท่านั้นที่เพิ่งเริ่มใช้บริการไม่เกิน 6 เดือน สะท้อนถึงความมั่นคงของฐานลูกค้าในธุรกิจนี้ ดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 11 ระยะเวลาการใช้บริการกับผู้ให้บริการรายปัจจุบัน

ระยะเวลา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 6 เดือน	222	8.81
6 เดือน - 1 ปี	387	15.36
2 - 3 ปี	496	19.68
3 - 4 ปี	373	14.80
5 ปี ขึ้นไป	1,042	41.35
รวม	2,520	100.00

ความเร็วอินเทอร์เน็ตบ้านที่ใช้งาน

การเลือกใช้ความเร็วอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคมีการกระจายตัวค่อนข้างสม่ำเสมอในช่วงความเร็วนกลางถึงสูง โดยกลุ่มใหญ่ที่สุดเลือกใช้ความเร็ว 100-300 Mbps ร้อยละ 28.06 (707 คน) ตามมาด้วย 301-500 Mbps ร้อยละ 26.71 (673 คน) และ 501-1000 Mbps ร้อยละ 21.79 (549 คน) มีเพียงร้อยละ 5.71 (144 คน) ที่เลือกใช้ความเร็วมากกว่า 1000 Mbps แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่พอใจกับความเร็วระดับกลาง ดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 12 ความเร็วอินเทอร์เน็ตบ้านที่ใช้งาน

ความเร็ว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 100 Mbps	447	17.74
100-300 Mbps	707	28.06
301-500 Mbps	673	26.71
501-1000 Mbps	549	21.79
มากกว่า 1000 Mbps	144	5.71

ความเร็ว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รวม	2,520	100.00

ค่าบริการอินเทอร์เน็ตบ้านต่อเดือน

ในด้านค่าใช้จ่าย พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่จ่ายค่าบริการในระดับที่ไม่สูงมาก โดยเก็บร้อยละ 77 จ่ายไม่เกิน 699 บาทต่อเดือน แบ่งเป็นผู้ที่จ่ายต่ำกว่า 500 บาท ร้อยละ 38.85 (979 คน) และผู้ที่จ่าย 500-699 บาท ร้อยละ 37.82 (953 คน) มีเพียงร้อยละ 0.71 (18 คน) เท่านั้นที่จ่ายมากกว่า 1,500 บาท สะท้อนถึงการแข่งขันด้านราคาในตลาดที่เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค ดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 13 ค่าบริการอินเทอร์เน็ตบ้านต่อเดือน

ค่าบริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 500 บาท	979	38.85
500-699 บาท	953	37.82
700-999 บาท	438	17.38
1,000-1,499 บาท	132	5.24
1,500 บาทขึ้นไป	18	0.71
รวม	2,520	100.00

การใช้บริการแพ็คเกจพ่วงโทรศัพท์มือถือและอินเทอร์เน็ตบ้าน

การใช้บริการแพ็คเกจพ่วงระหว่างโทรศัพท์มือถือและอินเทอร์เน็ตบ้านแบ่งเป็นสองกลุ่มใหญ่ โดยร้อยละ 44.01 (1,109 คน) เลือกใช้บริการแพ็คเกจพ่วง ขณะที่ร้อยละ 55.99 (1,411 คน) ไม่ใช้บริการดังกล่าว แสดงให้เห็นว่ากลยุทธ์การขายแบบพ่วงบริการยังไม่ได้ได้รับความนิยมอย่างท่วมท้น ดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 14 การใช้บริการแพ็คเกจพ่วงโทรศัพท์มือถือและอินเทอร์เน็ตบ้าน

การใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ใช้	1,109	44.01
ไม่ใช้	1,411	55.99
รวม	2,520	100.00

ส่วนลดที่ได้รับจากแพ็คเกจพ่วง

ในด้านส่วนลดที่ได้รับจากการใช้บริการแพ็คเกจพ่วงระหว่างโทรศัพท์มือถือและอินเทอร์เน็ตบ้าน พบข้อมูลที่น่าสนใจและควรพิจารณาอย่างละเอียด จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 2,520 คน มีผู้ที่ไม่แน่ใจเกี่ยวกับส่วนลดที่ได้รับถึง 1,585 คน คิดเป็นร้อยละ 62.90 ซึ่งเป็นสัดส่วนที่สูงมากและสะท้อนถึงความไม่ชัดเจนในการสื่อสารเรื่องสิทธิประโยชน์จากผู้ให้บริการ

ในกลุ่มที่ทราบส่วนลดที่ได้รับ พบว่าส่วนใหญ่ได้รับส่วนลดในระดับต่ำ โดย 284 คน หรือร้อยละ 11.27 ได้รับส่วนลดน้อยกว่าร้อยละ 10 รองลงมาคือกลุ่มที่ได้รับส่วนลด 10-20% จำนวน 216 คน คิดเป็น

ร้อยละ 8.57 ในขณะที่ผู้ที่ได้รับส่วนลดในระดับที่สูงขึ้นมีจำนวนน้อยลงตามลำดับ โดยมีเพียง 124 คน (ร้อยละ 4.92) ที่ได้รับส่วนลด 21-30% และมีเพียง 73 คน (ร้อยละ 2.90) เท่านั้นที่ได้รับส่วนลดมากกว่าร้อยละ 30

ที่น่าสังเกตคือมีผู้ที่ระบุว่า "ไม่ใช่" บริการแพ็คเกจฟวงจำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 9.44 ซึ่งแตกต่างจากข้อมูลในตารางก่อนหน้านี้ที่มีผู้ไม่ใช้บริการแพ็คเกจฟวง 1,411 คน ความแตกต่างนี้อาจสะท้อนถึงความไม่เข้าใจในคำถามหรือความไม่ชัดเจนในการสื่อสารเรื่องแพ็คเกจฟวงระหว่างผู้ให้บริการและผู้บริโภค ข้อมูลนี้ชี้ให้เห็นประเด็นสำคัญสองประการ ประการแรกคือ การที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่ทราบส่วนลดที่ตนได้รับอย่างชัดเจน แสดงให้เห็นถึงความจำเป็นในการปรับปรุงการสื่อสารและความโปร่งใสในการนำเสนอสิทธิประโยชน์ ประการที่สองคือ ในกลุ่มที่ทราบส่วนลด ส่วนใหญ่ได้รับส่วนลดในระดับต่ำ ซึ่งอาจเป็นประเด็นที่ควรได้รับการพิจารณาในการกำกับดูแลเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้บริโภค ดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 15 ส่วนลดที่ได้รับจากแพ็คเกจฟวง

ส่วนลด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 10%	284	11.27
10-20%	216	8.57
21-30%	124	4.92
มากกว่า 30%	73	2.90
ไม่แน่ใจ	1,585	62.90
ไม่ใช่	238	9.44
รวม	2,520	100.00

การเปลี่ยนผู้ให้บริการในรอบ 1 ปี

ในรอบปีที่ผ่านมา มีผู้เปลี่ยนผู้ให้บริการร้อยละ 35.28 (889 คน) ขณะที่ร้อยละ 64.72 (1,631 คน) ยังคงใช้บริการกับผู้ให้บริการรายเดิม ดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 16 การเปลี่ยนผู้ให้บริการในรอบ 1 ปี

การเปลี่ยนผู้ให้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เคย	889	35.28
ไม่เคย	1,631	64.72
รวม	2,520	100.00

เหตุผลในการเปลี่ยนผู้ให้บริการ

เมื่อนำข้อมูลการวิเคราะห์เหตุผลในการเปลี่ยนผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตบ้านมาวิเคราะห์ แสดงให้เห็นข้อมูลที่น่าสนใจหลายประการ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด มีการให้เหตุผลรวม 3,606 คำตอบ เนื่องจากผู้ตอบสามารถเลือกได้มากกว่าหนึ่งเหตุผล

ปัจจัยด้านราคาเป็นเหตุผลหลักที่มีผู้เลือกมากที่สุด โดยมีผู้ตอบ 828 คน หรือร้อยละ 22.96 ระบุว่าเปลี่ยนผู้ให้บริการเพราะราคาถูกกว่า สะท้อนให้เห็นว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับค่าใช้จ่ายเป็นอันดับแรกในการตัดสินใจ

อันดับที่สองคือคุณภาพสัญญาณที่ดีกว่า มีผู้เลือก 642 คน คิดเป็นร้อยละ 17.80 ตามมาติดๆ ด้วยความเร็วที่สูงกว่า 600 คน หรือร้อยละ 16.64 การที่สองปัจจัยนี้มีสัดส่วนใกล้เคียงกันและรวมกันมากกว่าปัจจัยด้านราคา แสดงให้เห็นว่าคุณภาพการให้บริการเป็นปัจจัยสำคัญไม่แพ้เรื่องราคา

น่าสนใจว่ามีผู้เลือกโปรโมชั่นที่น่าสนใจกว่าเป็นเหตุผลในการเปลี่ยน 416 คน หรือร้อยละ 11.54 ขณะที่บริการหลังการขายที่ดีกว่ามีผู้เลือกเพียง 223 คน หรือร้อยละ 6.18 สะท้อนว่าผู้บริโภคอาจให้น้ำหนักกับข้อเสนอระยะสั้นมากกว่าคุณภาพการบริการในระยะยาว

ที่น่าสังเกตคือมีผู้ตอบว่า "ไม่เคยเปลี่ยน" มากถึง 863 คน หรือร้อยละ 23.93 ซึ่งเป็นสัดส่วนที่สูงที่สุดในตาราง แต่เมื่อเทียบกับข้อมูลในตารางที่ 16 ที่มีผู้ไม่เคยเปลี่ยน 1,631 คน แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบบางส่วนอาจเลือกตอบทั้งเหตุผลในการเปลี่ยนและการไม่เปลี่ยนพร้อมกัน

ในส่วนของคำตอบ "อื่นๆ" มีผู้ตอบ 34 คน คิดเป็นร้อยละ 0.94 โดยสามารถจำแนกรายละเอียดได้ดังนี้:

- มีผู้ระบุว่า "ไม่ได้ใช้มานานแล้ว" 15 คน (ร้อยละ 0.42)
- "ไม่เคยเปลี่ยน แต่คิดอยากเปลี่ยน" 6 คน (ร้อยละ 0.16)
- "คิดว่าจะไม่ใช้ที่บ้านแล้ว" "เพิ่งติดตั้ง" และ "คุณภาพสมเหตุสมผลที่ต้องจ่าย" อย่างละ 3 คน (ร้อยละ 0.08)
- "ไม่แน่ใจ" 4 คน (ร้อยละ 0.11)

การวิเคราะห์เชิงลึกนี้แสดงให้เห็นว่า การตัดสินใจเปลี่ยนผู้ให้บริการเป็นผลมาจากปัจจัยหลายด้านประกอบกัน โดยราคาและคุณภาพการให้บริการเป็นปัจจัยสำคัญที่สุด ข้อมูลนี้มีประโยชน์อย่างยิ่งต่อผู้ให้บริการในการพัฒนากลยุทธ์การแข่งขันและการรักษฐานลูกค้า รวมถึงเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานกำกับดูแลในการกำหนดนโยบายที่เหมาะสมเพื่อส่งเสริมการแข่งขันที่เป็นธรรมและเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค

ดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 17 เหตุผลในการเปลี่ยนผู้ให้บริการ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

เหตุผล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ราคาถูกกว่า	828	22.96
ความเร็วสูงกว่า	600	16.64
คุณภาพสัญญาณดีกว่า	642	17.80
บริการหลังการขายดีกว่า	223	6.18
โปรโมชั่นน่าสนใจกว่า	416	11.54
ไม่เคยเปลี่ยน	863	23.93
อื่นๆ ประกอบด้วย	34	0.94
ไม่ได้ใช้มานานแล้ว	15	0.42
ไม่เคยเปลี่ยน แต่คิดอยากเปลี่ยน	6	0.16
คิดว่าจะไม่ใช่ที่บ้านแล้ว	3	0.08
เพิ่งติดตั้ง	3	0.08
คุณภาพสมเหตุสมผลที่ต้องจ่าย	3	0.08
ไม่แน่ใจ	4	0.11
รวม	3,606	100.00

ส่วนที่ 3 การรับรู้และความคิดเห็นต่อการรวมธุรกิจ

จากการวิเคราะห์การรับรู้และความคิดเห็นต่อการรวมธุรกิจระหว่าง AWN และ 3BB พบข้อมูลที่น่าสนใจดังนี้

การรับรู้เกี่ยวกับการรวมธุรกิจระหว่าง AWN และ 3BB

จากการสำรวจผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 2,520 คน พบว่า มีผู้ที่ทราบเกี่ยวกับการรวมธุรกิจระหว่าง AWN และ 3BB จำนวน 1,090 คน คิดเป็นร้อยละ 43.25 ในขณะที่มีผู้ไม่ทราบถึง 1,430 คน หรือร้อยละ 56.75 สัดส่วนนี้สะท้อนให้เห็นว่า แม้จะเป็นการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญในตลาดโทรคมนาคม แต่ประชาชนมากกว่าครึ่งยังไม่รับทราบข้อมูล ซึ่งอาจส่งผลต่อการรับรู้สิทธิและการได้รับประโยชน์จากมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคต่างๆ ดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 18 การรับรู้เกี่ยวกับการรวมธุรกิจระหว่าง AWN และ 3BB

การรับรู้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ทราบ	1,090	43.25
ไม่ทราบ	1,430	56.75
รวม	2,520	100.00

ช่องทางการรับรู้เกี่ยวกับการรวมธุรกิจ

การวิเคราะห์ช่องทางการรับรู้ข้อมูลจากคำตอบทั้งหมด 2,826 คำตอบ (ผู้ตอบสามารถเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ) แสดงให้เห็นบทบาทสำคัญของสื่อดิจิทัล โดยสื่อออนไลน์เป็นช่องทางหลักที่มีผู้รับรู้มากถึง 1,294 คน คิดเป็นร้อยละ 45.79 รองลงมาคือสื่อโทรทัศน์ที่ 700 คน (ร้อยละ 24.77) และการบอกต่อจากเพื่อน/ครอบครัว 358 คน (ร้อยละ 12.67)

ที่น่าสนใจคือการประกาศของบริษัทโดยตรงมีผู้รับรู้เพียง 285 คน (ร้อยละ 10.08) ในขณะที่สื่อสิ่งพิมพ์แบบดั้งเดิมอย่างหนังสือพิมพ์มีเพียง 101 คน (ร้อยละ 3.57) สะท้อนการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมการรับข่าวสารในยุคดิจิทัล

ในส่วนของช่องทางอื่นๆ รวม 88 คน (ร้อยละ 3.12) มีการกระจายตัวที่น่าสนใจ โดยเฉพาะการเข้าร่วมโครงการของ กสทช. (40 คน) และการรับรู้ผ่านสภาองค์กรของผู้บริโภค (30 คน) แสดงให้เห็นบทบาทของหน่วยงานกำกับดูแลและองค์กรภาคประชาสังคมในการสื่อสารข้อมูลสู่ประชาชน ดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 19 ช่องทางการรับรู้เกี่ยวกับการรวมธุรกิจ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ช่องทาง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ข่าวโทรทัศน์	700	24.77
หนังสือพิมพ์	101	3.57
สื่อออนไลน์	1,294	45.79
การประกาศของบริษัท	285	10.08
เพื่อน/ครอบครัว	358	12.67
อื่นๆ ประกอบด้วย	88	3.12
▪ การเข้าร่วมโครงการของ กสทช.	40	1.41
▪ ตอนไปชำระเงินที่เคาท์เตอร์	10	0.35
▪ วิทยูประกาศ	3	0.11
▪ การบอกต่อ	3	0.11
▪ สมาคมคนหูหนวกจังหวัดสุราษฎร์ธานีแจ้ง	2	0.07
▪ สภาองค์กรของผู้บริโภค	30	1.07
รวม	2,826	100.00

การวิเคราะห์ช่วงเวลาที่ประชาชนรับทราบข้อมูลจากผู้ตอบ 2,033 คน พบรูปแบบที่น่าสนใจ โดยมีการกระจายตัวเป็นสองช่วงหลัก คือ ช่วง 1-3 เดือนหลังการรวมธุรกิจ และช่วงมากกว่า 6 เดือน ซึ่งมีจำนวนเท่ากันที่ 621 คน (ร้อยละ 30.55) รองลงมาคือผู้ที่ทราบทันทีที่มีการรวมธุรกิจ 536 คน (ร้อยละ 26.36) และช่วง 3-6 เดือน 255 คน (ร้อยละ 12.54) สะท้อนว่าการรับรู้ข้อมูลมีทั้งกลุ่มที่ติดตามข่าวสารอย่างใกล้ชิดและกลุ่มที่ค่อยๆ รับทราบในระยะยาว ดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 20 ช่วงเวลาที่รับทราบการรวมธุรกิจ

ช่วงเวลา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ทราบทันทีที่มีการรวมธุรกิจ	536	26.36
1-3 เดือน หลังการรวมธุรกิจ	621	30.55
3-6 เดือน หลังการรวมธุรกิจ	255	12.54
มากกว่า 6 เดือน หลังการรวมธุรกิจ	621	30.55
รวม	2,033	100.00

ความคิดเห็นต่อผลกระทบจากการรวมธุรกิจ

การสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากการรวมธุรกิจแสดงให้เห็นความไม่แน่ใจของผู้บริโภค โดยร้อยละ 27.98 (705 คน) ระบุว่าไม่แน่ใจถึงผลกระทบ ในกลุ่มที่มีความเห็นชัดเจน พบว่ามีผู้เห็นว่าสถานการณ์ดีขึ้นรวมร้อยละ 36.11 แบ่งเป็นดีขึ้นเล็กน้อยร้อยละ 18.73 (472 คน) และดีขึ้นมากร้อยละ 17.38 (438 คน) ขณะที่ร้อยละ 19.92 (502 คน) เห็นว่าไม่มีการเปลี่ยนแปลง และมีผู้เห็นว่าแย่ลงรวมร้อยละ 15.99 แบ่งเป็นแย่ลงมากร้อยละ 8.41 (212 คน) และแย่ลงเล็กน้อยร้อยละ 7.58 (191 คน) ดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 21 ความคิดเห็นต่อผลกระทบจากการรวมธุรกิจที่มีต่อผู้ใช้บริการ

ระดับผลกระทบ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ดีขึ้นมาก	438	17.38
ดีขึ้นเล็กน้อย	472	18.73
ไม่เปลี่ยนแปลง	502	19.92
แย่ลงเล็กน้อย	191	7.58
แย่ลงมาก	212	8.41
ไม่แน่ใจ	705	27.98
รวม	2,520	100.00

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเหตุผลเพิ่มเติมของประชาชนที่มีต่อผลกระทบจากการรวมธุรกิจระหว่าง AWN และ 3BB พบประเด็นสำคัญแบ่งออกเป็น 3 ทิศทางดังนี้

กลุ่มที่มองว่าดีขึ้น มักให้เหตุผลเกี่ยวกับการพัฒนาคุณภาพบริการ โดยเฉพาะในด้านความครอบคลุมของพื้นที่ให้บริการที่เพิ่มขึ้น ความเสถียรของสัญญาณที่ดีขึ้น และการที่ทั้งสองบริษัทเป็นผู้ให้บริการที่มีชื่อเสียง เมื่อรวมกันน่าจะนำจุดแข็งของแต่ละฝ่ายมาพัฒนาบริการให้ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังมีความคาดหวังว่าการรวมธุรกิจจะช่วยเพิ่มความมั่นคงและประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

กลุ่มที่มองว่าแย่ลง มีความกังวลหลักในสามประเด็น ประการแรกคือการลดลงของการแข่งขันในตลาดที่อาจนำไปสู่การผูกขาด ประการที่สองคือความกังวลเรื่องราคาค่าบริการที่อาจสูงขึ้นเนื่องจากทางเลือกของผู้บริโภคลดลง และประการที่สามคือคุณภาพการให้บริการที่อาจลดลงเมื่อไม่มีการแข่งขัน โดยหลายรายระบุว่าพบปัญหาความเร็วอินเทอร์เน็ตลดลงและสัญญาณไม่เสถียรหลังการรวมธุรกิจ

กลุ่มที่มองว่าไม่เปลี่ยนแปลงหรือไม่แน่ใจ ส่วนใหญ่ระบุว่าต้องรอดูผลในระยะยาว เนื่องจากยังไม่เห็นการเปลี่ยนแปลงที่ชัดเจน บางส่วนระบุว่าไม่ได้รับข้อมูลที่เพียงพอเกี่ยวกับการรวมธุรกิจ ทำให้ไม่สามารถประเมินผลกระทบได้ และมีผู้ใช้บริการบางส่วนที่ระบุว่าคุณภาพการให้บริการยังเหมือนเดิมไม่ได้เปลี่ยนแปลง

ที่น่าสนใจคือมีการแสดงความกังวลเกี่ยวกับกระบวนการรวมธุรกิจที่ขาดการมีส่วนร่วมและการรับฟังความคิดเห็นของผู้บริโภค โดยหลายรายระบุว่าไม่ได้รับข้อมูลหรือการประชาสัมพันธ์ที่เพียงพอ และรู้สึกว่าการรวมธุรกิจคำนึงถึงผลประโยชน์ทางธุรกิจมากกว่าผลประโยชน์ของผู้บริโภค

ผลกระทบต่อการแข่งขัน

ในด้านผลกระทบต่อการแข่งขันในตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ร้อยละ 43.61 (1,099 คน) มองว่าการแข่งขันลดลง ในขณะที่ร้อยละ 28.02 (706 คน) เห็นว่าการแข่งขันเพิ่มขึ้น มีเพียงร้อยละ 6.03 (152 คน) ที่เห็นว่าไม่มีการเปลี่ยนแปลง และร้อยละ 22.34 (563 คน) ไม่แน่ใจ สะท้อนความกังวลของผู้บริโภคต่อการผูกขาดในตลาด ดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 22 ความคิดเห็นต่อผลกระทบต่อการแข่งขันในตลาดอินเทอร์เน็ตบ้าน

ผลกระทบต่อการแข่งขัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
การแข่งขันเพิ่มขึ้น	706	28.02
การแข่งขันลดลง	1,099	43.61
ไม่เปลี่ยนแปลง	152	6.03
ไม่แน่ใจ	563	22.34
รวม	2,520	100.00

ส่วนที่ 4 การประเมินผลกระทบและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค

จากการวิเคราะห์การรับรู้และความคิดเห็นต่อผลกระทบและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค พบข้อมูลที่น่าสนใจดังนี้

ผลกระทบต่อคุณภาพและราคาการให้บริการ

การวิเคราะห์ผลกระทบต่อการให้บริการใน 7 ด้านหลัก แสดงให้เห็นภาพรวมที่น่าสนใจ โดยทุกด้านได้รับการประเมินผลกระทบในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.18) เมื่อพิจารณารายละเอียดแต่ละด้าน พบว่าความครอบคลุมของพื้นที่ให้บริการได้รับการประเมินสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 3.35) โดยมีผู้ประเมินว่าดีขึ้นมากถึง 323 คน และดี 755 คน สะท้อนให้เห็นว่าการรวมธุรกิจอาจช่วยขยายโครงข่ายให้ครอบคลุมมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ยังมีผู้ที่เห็นว่าแย่ลงและแย่ลงมารวม 403 คน

การให้บริการลูกค้าและการแก้ไขปัญหาได้รับการประเมินเป็นอันดับสอง (ค่าเฉลี่ย 3.22) โดยมีผู้ประเมินในระดับดีขึ้นมากและดีรวม 914 คน แต่ส่วนใหญ่ 1,157 คน ยังเห็นว่าอยู่ในระดับปานกลาง แสดงถึงความคาดหวังที่สูงขึ้นต่อการบริการหลังการรวมธุรกิจ

คุณภาพการให้บริการและความสะดวกในการย้ายค่ายได้รับการประเมินเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.20) แต่มีการกระจายตัวของความเห็นที่แตกต่างกัน โดยคุณภาพบริการมีผู้ประเมินระดับดีขึ้นมากและดีรวม 885 คน ขณะที่ความสะดวกในการย้ายค่ายมี 934 คน

ความหลากหลายของแพ็คเกจบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.11) มีการกระจายตัวของความเห็นค่อนข้างมาก โดยมีผู้ประเมินว่าแย่งและแย่งมากรวมถึง 609 คน สะท้อนความกังวลว่าการรวมธุรกิจอาจลดทางเลือกของผู้บริโภค

ราคาค่าบริการได้รับการประเมินค่อนข้างต่ำ (ค่าเฉลี่ย 3.10) โดยมีผู้ประเมินในระดับปานกลางมาก ถึง 1,308 คน และมีผู้เห็นว่าแย่งและแย่งมากรวม 500 คน สะท้อนความกังวลด้านราคาหลังการรวมธุรกิจ การแข่งขันในตลาดได้รับการประเมินต่ำที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.07) โดยมีผู้ประเมินว่าแย่งและแย่งมากรวม 698 คน สะท้อนความกังวลต่อการผูกขาดในตลาด

ดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 23 ผลกระทบต่อคุณภาพและราคาการให้บริการในด้านต่างๆ

ประเด็นผลกระทบ	ระดับผลกระทบ					ค่าเฉลี่ย	S.D.	คิดเป็นร้อยละ	ระดับผลกระทบ
	ดีขึ้นมาก (5)	ดี (4)	ปาน กลาง (3)	แย่ลง (2)	แย่ลง มาก (1)				
ราคาค่าบริการอินเทอร์เน็ตบ้าน	153	559	1,308	380	120	3.10	0.89	61.94	ปานกลาง
คุณภาพการให้บริการอินเทอร์เน็ตบ้าน	191	694	1,167	373	95	3.20	0.91	64.07	ปานกลาง
ความหลากหลายของแพ็คเกจบริการ	232	625	1054	394	215	3.11	1.05	62.10	ปานกลาง
การแข่งขันในตลาดอินเทอร์เน็ตบ้าน	212	668	942	471	227	3.07	1.07	61.33	ปานกลาง
ความสะดวกในการย้ายค่าย	229	705	1060	382	144	3.20	0.99	63.91	ปานกลาง
การให้บริการลูกค้าและการแก้ไขปัญหา	205	709	1157	340	109	3.22	0.93	64.45	ปานกลาง
ความครอบคลุมของพื้นที่ให้บริการ	323	755	1039	295	108	3.35	0.99	67.06	ปานกลาง
ภาพรวม						3.18	0.98	63.60	ปานกลาง

หมายเหตุ ระดับผลกระทบ สามารถกำหนดได้เป็น 1.00-1.80 หมายถึง มีผลกระทบในระดับแย่ลงมาก, 1.81-2.60 หมายถึง มีผลกระทบในระดับแย่ลง, 2.61-3.40 หมายถึง มีผลกระทบในระดับปานกลาง, 3.41-4.20 หมายถึง มีผลกระทบในระดับดี และ 4.21-5.00 หมายถึง มีผลกระทบในระดับดีขึ้นมาก

ความคิดเห็นต่อมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค

การวิเคราะห์ระดับความเห็นด้วยต่อมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค 11 มาตรการ แสดงให้เห็นการสนับสนุนในระดับสูง โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย 3.72 หรือเห็นด้วยมาก เมื่อพิจารณารายการมาตรการพบประเด็นที่น่าสนใจดังนี้

การจัดตั้งกองทุนพัฒนาพื้นที่ห่างไกลได้รับการสนับสนุนสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 3.90) โดยมีผู้เห็นด้วยอย่างยิ่งและเห็นด้วยมากรวม 1,646 คน คิดเป็นร้อยละ 65.32 ของผู้ตอบทั้งหมด สะท้อนความตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในพื้นที่ห่างไกล

การรายงานผลการดำเนินงานต่อสาธารณะได้รับการสนับสนุนเป็นอันดับสอง (ค่าเฉลี่ย 3.86) มีผู้เห็นด้วยอย่างยิ่งและเห็นด้วยมากรวม 1,545 คน แสดงถึงความต้องการความโปร่งใสและการตรวจสอบได้ มาตรการคงรายการส่งเสริมการขายราคาต่ำสุด (ค่าเฉลี่ย 3.82) และห้ามขึ้นราคา 5 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.80) ได้รับการสนับสนุนสูงเช่นกัน สะท้อนความกังวลด้านราคาค่าบริการ

มาตรการที่ได้รับการสนับสนุนน้อยที่สุดคือการกำหนดเพดานราคา (ค่าเฉลี่ย 3.33) ซึ่งเป็นเพียงมาตรการเดียวที่ได้รับความเห็นด้วยระดับปานกลาง โดยมีผู้ไม่เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งรวม 407 คน

ดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 24 ความคิดเห็นต่อมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค

มาตรการ	ระดับความเห็น					ค่าเฉลี่ย	S.D.	คิดเป็นร้อยละ	ระดับความคิดเห็น
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วยมาก (4)	เห็นด้วยปานกลาง (3)	ไม่เห็นด้วยมาก (2)	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1)				
การกำหนดเพดานราคา	334	747	1032	240	167	3.33	1.04	66.67	เห็นด้วยปานกลาง
ห้ามขึ้นราคา 5 ปี	718	841	772	120	69	3.8	0.99	76.02	เห็นด้วยมาก
รักษาคุณภาพบริการ 5 ปี	754	734	794	155	83	3.76	1.05	75.25	เห็นด้วยมาก
คงรายการส่งเสริมการขายราคาต่ำสุด	743	774	824	160	19	3.82	0.95	76.37	เห็นด้วยมาก
กำหนดมาตรฐานคุณภาพขั้นต่ำ	636	819	846	153	66	3.72	0.99	74.33	เห็นด้วยมาก
แจ้งการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไข	678	813	787	185	57	3.74	1.01	74.84	เห็นด้วยมาก
แยกแพ็คเกจอินเทอร์เน็ตและมือถือ	453	683	1034	211	139	3.44	1.05	68.73	เห็นด้วยมาก
ส่วนลดพิเศษพื้นที่แข่งขันน้อย	602	877	854	143	44	3.73	0.94	74.68	เห็นด้วยมาก
ลดขั้นตอนและค่าใช้จ่ายย้ายค่าย	692	802	828	138	60	3.77	0.99	75.30	เห็นด้วยมาก
รายงานผลการดำเนินงานต่อสาธารณะ	801	744	833	104	38	3.86	0.96	77.19	เห็นด้วยมาก
จัดตั้งกองทุนพัฒนาพื้นที่ห่างไกล	823	823	730	95	49	3.9	0.97	78.06	เห็นด้วยมาก
ภาพรวม						3.72	1.01	74.40	เห็นด้วยมาก

หมายเหตุ เกณฑ์การแปลผลระดับความคิดเห็น: 1.00-1.80 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง, 1.81-2.60 หมายถึง ไม่เห็นด้วยมาก, 2.61-3.40 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง, 3.41-4.20 หมายถึง เห็นด้วยมาก, 4.21-5.00 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ความพึงพอใจต่อมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค

การประเมินความพึงพอใจต่อการดำเนินมาตรการต่างๆ แสดงให้เห็นระดับความพึงพอใจที่สอดคล้องกับระดับความเห็นด้วย แต่มีค่าเฉลี่ยที่ต่ำกว่าเล็กน้อย (3.70 เทียบกับ 3.72) โดยมีประเด็นที่น่าสนใจดังนี้

การจัดตั้งกองทุนพัฒนาพื้นที่ห่างไกลยังคงได้รับความพึงพอใจสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 3.83) โดยมีผู้พอใจอย่างยิ่งและพอใจมากรวม 1,525 คน อย่างไรก็ตาม จำนวนนี้น้อยกว่าผู้ที่เห็นด้วยในระดับเดียวกัน (1,646 คน) สะท้อนว่าการดำเนินการอาจยังไม่เป็นไปตามความคาดหวัง

มาตรการด้านราคาและคุณภาพบริการ ได้แก่ การรักษาคุณภาพบริการ 5 ปี การคงรายการส่งเสริมการขายราคาต่ำสุด และการรายงานผลการดำเนินงาน ได้รับความพึงพอใจในระดับเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.80) แต่มีการกระจายตัวของความพึงพอใจที่แตกต่างกัน

การกำหนดเพดานราคาและการแยกแพ็คเกจได้รับความพึงพอใจต่ำที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.41) แต่ยังคงอยู่ในระดับพอใจมาก โดยมีผู้ไม่พอใจและไม่พอใจอย่างยิ่งรวม 344 และ 367 คนตามลำดับ

ดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 25 ความพึงพอใจต่อมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค

มาตรการ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย	S.D.	คิดเป็นร้อยละ	ระดับความ คิดเห็น
	พอใจอย่างยิ่ง (5)	พอใจมาก (4)	พอใจปาน กลาง (3)	ไม่พอใจมาก (2)	ไม่พอใจอย่างยิ่ง (1)				
การกำหนดเพดานราคา	367	740	1,069	240	104	3.41	0.98	68.14	พอใจมาก
ห้ามขึ้นราคา 5 ปี	691	867	748	156	58	3.78	0.93	75.69	พอใจมาก
รักษาคุณภาพบริการ 5 ปี	749	782	780	145	64	3.80	0.95	75.93	พอใจมาก
คงรายการส่งเสริมการขายราคาต่ำสุด	739	768	815	168	30	3.80	0.92	76.02	พอใจมาก
กำหนดมาตรฐานคุณภาพขั้นต่ำ	643	746	878	206	47	3.69	0.95	73.75	พอใจมาก
แจ้งการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไข	618	772	874	215	41	3.68	0.94	73.58	พอใจมาก
แยกแพ็คเกจอินเทอร์เน็ตและมือถือ	432	678	1,043	218	149	3.41	1.02	68.14	พอใจมาก
ส่วนลดพิเศษพื้นที่แข่งขันน้อย	628	780	932	131	49	3.72	0.92	74.34	พอใจมาก
ลดขั้นตอนและค่าใช้จ่ายย้ายค่าย	721	737	851	132	79	3.75	0.97	74.99	พอใจมาก
รายงานผลการดำเนินงานต่อสาธารณะ	737	737	890	105	51	3.80	0.93	75.90	พอใจมาก
จัดตั้งกองทุนพัฒนาพื้นที่ห่างไกล	803	722	823	102	70	3.83	0.97	76.56	พอใจมาก
ภาพรวม						3.70	0.95	73.91	พอใจมาก

หมายเหตุ เกณฑ์การแปลผลระดับความพึงพอใจ: 1.00-1.80 หมายถึง ไม่พอใจอย่างยิ่ง, 1.81-2.60 หมายถึง ไม่พอใจมาก, 2.61-3.40 หมายถึง พอใจปานกลาง, 3.41-4.20 หมายถึง พอใจมาก, 4.21-5.00 หมายถึง พอใจอย่างยิ่ง

โดยสรุป ข้อมูลจากทั้งสามตารางแสดงให้เห็นว่าแม้ผู้บริโภคจะประเมินผลกระทบจากการรวมธุรกิจในระดับปานกลาง แต่มีการสนับสนุนมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคในระดับสูง โดยเฉพาะมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การรักษาระดับราคา และความโปร่งใสในการดำเนินงาน อย่างไรก็ตาม ระดับความพึงพอใจต่อการดำเนินมาตรการที่ต่ำกว่าระดับความเห็นด้วยสะท้อนว่ายังมีช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการปฏิบัติจริงที่ต้องได้รับการพัฒนาต่อไป

มาตรการคุ้มครองผู้บริโภคที่ควรมีเพิ่มเติม

ในส่วนของมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคที่ควรมีเพิ่มเติม พบประเด็นสำคัญที่สามารถจัดกลุ่มได้ดังนี้

ด้านราคาและค่าบริการ ประชาชนต้องการให้มีการควบคุมราคาอย่างเข้มงวดมากขึ้น โดยเฉพาะการกำหนดเพดานราคาที่เป็นธรรม การห้ามขึ้นราคาโดยไม่มีเหตุผลอันควร และการจัดทำแพ็คเกจราคาพิเศษสำหรับกลุ่มเปราะบาง เช่น ผู้สูงอายุ ผู้พิการ และผู้มีรายได้น้อย นอกจากนี้ยังมีข้อเสนอให้มีการชดเชยค่าบริการในกรณีที่เกิดปัญหาการใช้งาน เช่น อินเทอร์เน็ตล่มหรือความเร็วไม่เป็นไปตามที่โฆษณา

ด้านคุณภาพบริการ มีการเรียกร้องให้กำหนดมาตรฐานคุณภาพขั้นต่ำที่ชัดเจน โดยเฉพาะในเรื่องความเร็วอินเทอร์เน็ตที่ต้องรักษาระดับให้คงที่ตามที่ระบุในแพ็คเกจ การขยายพื้นที่ให้บริการให้ครอบคลุมมากขึ้น และการปรับปรุงความเสถียรของสัญญาณ รวมถึงการพัฒนากระบวนการแก้ไขปัญหาและบริการหลังการขายให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

ด้านการคุ้มครองสิทธิ ประชาชนต้องการให้มีช่องทางร้องเรียนที่เข้าถึงง่ายและมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเฉพาะการพัฒนาแอปพลิเคชันสำหรับรับเรื่องร้องเรียน การเพิ่มศูนย์รับเรื่องร้องเรียนในพื้นที่ต่างๆ และการกำหนดระยะเวลาในการแก้ไขปัญหาที่ชัดเจน นอกจากนี้ยังมีความต้องการให้มีการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลที่เข้มงวดขึ้น และการป้องกันการฉ้อโกงทางออนไลน์

ด้านความโปร่งใสและการมีส่วนร่วม มีข้อเสนอให้เพิ่มการประชาสัมพันธ์และการให้ข้อมูลแก่ผู้บริโภคอย่างครบถ้วน โดยเฉพาะการแจ้งเงื่อนไขการให้บริการ การเปลี่ยนแปลงแพ็คเกจ และสิทธิประโยชน์ต่างๆ รวมถึงการเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคมากขึ้น

ด้านการส่งเสริมการแข่งขัน มีการเสนอให้มีมาตรการสนับสนุนผู้ให้บริการรายใหม่เพื่อเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภค การลดอุปสรรคในการเข้าสู่ตลาด และการป้องกันการผูกขาด นอกจากนี้ยังมีข้อเสนอให้ลดขั้นตอนและค่าใช้จ่ายในการย้ายค่ายเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเปลี่ยนผู้ให้บริการได้ง่ายขึ้น

ด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน มีการเสนอให้จัดตั้งกองทุนพิเศษเพื่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในพื้นที่ห่างไกล การสนับสนุนการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตสำหรับกลุ่มเปราะบาง และการพัฒนาระบบ Wi-Fi สาธารณะเพื่อใช้ในกรณีฉุกเฉิน

ผลกระทบต่อการใช้บริการโทรศัพท์มือถือจากการรวมธุรกิจ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ (ร้อยละ 37.17) เห็นว่าการรวมธุรกิจไม่ส่งผลกระทบต่อการใช้บริการ ในขณะที่ผู้ที่เห็นว่ามีผลกระทบด้านลบมีความกังวลหลักในเรื่องราคาค่าบริการที่อาจสูงขึ้น (ร้อยละ 2.03) การลดลงของการแข่งขันและทางเลือก (ร้อยละ 0.85) และคุณภาพบริการที่แย่ลง (ร้อยละ 0.54) มีเพียงส่วนน้อย (ร้อยละ 0.24) ที่เห็นว่าการรวมธุรกิจจะส่งผลดีในแง่การมีบริการที่หลากหลายขึ้น ดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 26 ผลกระทบจากการรวมธุรกิจต่อการให้บริการโทรศัพท์มือถือ

ประเภทผลกระทบ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ไม่ส่งผลกระทบ	1,522	37.17
2. ส่งผลกระทบด้านลบ		
- ด้านราคาและค่าบริการสูงขึ้น	83	2.03
- ด้านคุณภาพบริการแย่ลง (เน็ตช้า/ไม่เสถียร)	22	0.54
- ด้านการแข่งขันและทางเลือกลดลง	35	0.85
- ด้านการให้บริการในพื้นที่ห่างไกล	10	0.24
3. ส่งผลกระทบด้านบวก		
- มีทางเลือกบริการหลากหลายขึ้น	10	0.24
4. ไม่มีข้อมูล	23	0.56
5. ไม่แน่ใจ	2,390	58.37
รวม	4,095	100

ส่วนที่ 5 การติดตามและประเมินผล

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการติดตามและประเมินผลการรวมธุรกิจ พบประเด็นที่น่าสนใจหลายด้าน ดังนี้

ความเห็นต่อความถี่ในการติดตามและประเมินผล

จากผู้ตอบแบบสอบถาม 2,461 คน การกระจายตัวของความคิดเห็นแสดงให้เห็นความต้องการการติดตามประเมินผลที่สม่ำเสมอและถี่พอสมควร โดยความเห็นส่วนใหญ่เน้นการติดตามทุก 6 เดือน (1,053 คน, ร้อยละ 42.79) ซึ่งเป็นระยะเวลาที่เหมาะสมในการประเมินผลการเปลี่ยนแปลงและปรับมาตรการให้เหมาะสม รองลงมาคือการติดตามทุก 3 เดือน (740 คน, ร้อยละ 30.07) ที่แสดงถึงความต้องการการกำกับดูแลอย่างใกล้ชิด และทุก 1 ปี (547 คน, ร้อยละ 22.23) ที่อาจเหมาะสำหรับการประเมินผลในภาพรวม

ที่น่าสนใจคือมีผู้เสนอให้มีการติดตามอย่างต่อเนื่อง (15 คน) และติดตามทุกเดือน (2 คน) สะท้อนความต้องการการกำกับดูแลที่เข้มงวดจากกลุ่มผู้บริโภคบางส่วน ในขณะที่ผู้ที่เห็นว่าควรติดตามทุก 2 ปีมีเพียงร้อยละ 4.23 (104 คน) แสดงให้เห็นว่าประชาชนส่วนใหญ่ไม่ต้องการให้มีระยะห่างในการติดตามมากเกินไป ดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 27 ความเห็นต่อความถี่ในการติดตามและประเมินผล

ความถี่ในการติดตาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ทุก 3 เดือน	740	30.07
ทุก 6 เดือน	1,053	42.79
ทุก 1 ปี	547	22.23
ทุก 2 ปี	104	4.23
อื่นๆ ประกอบด้วย	17	0.69
■ ควรติดตามตลอดต่อเนื่อง	15	0.61

ความถี่ในการติดตาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
■ ทุก 1 เดือน	2	0.08
รวม	2,461	100.00

ช่องทางที่เหมาะสมในการรับฟังความคิดเห็น

การวิเคราะห์จากคำตอบทั้งหมด 5,746 คำตอบ แสดงให้เห็นความนิยมในช่องทางดิจิทัลและการมีปฏิสัมพันธ์แบบตรงไปตรงมา โดยแบบสอบถามออนไลน์ได้รับความนิยมสูงสุด (1,631 คน, ร้อยละ 28.38) สะท้อนความสะดวกและการเข้าถึงได้ง่ายของช่องทางดิจิทัล

การจัดประชุมรับฟังความคิดเห็นเป็นช่องทางอันดับสอง (1,307 คน, ร้อยละ 22.75) แสดงให้เห็นว่าประชาชนยังให้ความสำคัญกับการมีปฏิสัมพันธ์แบบเห็นหน้าและการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นโดยตรง ตามด้วยการรับเรื่องร้องเรียนผ่านแอปพลิเคชัน (1,143 คน, ร้อยละ 19.89) ที่ผสมผสานความสะดวกของเทคโนโลยีกับความต้องการการตอบสนองที่รวดเร็ว

การจัดเวทีสาธารณะได้รับความนิยมรองลงมา (995 คน, ร้อยละ 17.32) ในขณะที่การสำรวจทางโทรศัพท์ได้รับความนิยมน้อยที่สุด (670 คน, ร้อยละ 11.66) สะท้อนว่าประชาชนอาจมองว่าเป็นช่องทางที่รบกวนและมีข้อจำกัดในการสื่อสาร ดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 28 ช่องทางที่เหมาะสมในการรับฟังความคิดเห็น (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ช่องทาง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
แบบสอบถามออนไลน์	1,631	28.38
การจัดประชุมรับฟังความคิดเห็น	1,307	22.75
การสำรวจความคิดเห็นทางโทรศัพท์	670	11.66
การรับเรื่องร้องเรียนผ่านแอปพลิเคชัน	1,143	19.89
การจัดเวทีสาธารณะ	995	17.32
รวม	5,746	100.00

หน่วยงานที่ควรรับผิดชอบการติดตามประเมินผล

การวิเคราะห์จากคำตอบทั้งหมด 5,948 คำตอบแสดงให้เห็นว่า กสทช. ได้รับความไว้วางใจสูงสุดให้เป็นผู้รับผิดชอบหลัก โดยมีผู้เลือก 1,862 คน คิดเป็นร้อยละ 31.30 สะท้อนความเชื่อมั่นต่อหน่วยงานกำกับดูแลเฉพาะทาง รองลงมาคือสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค 1,513 คน (ร้อยละ 25.44) และกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม 1,086 คน (ร้อยละ 18.26)

องค์กรอิสระด้านผู้บริโภคได้รับความไว้วางใจในระดับที่น่าสนใจ โดยมีผู้เลือก 928 คน (ร้อยละ 15.60) ในขณะที่สถาบันการศึกษาได้รับความเชื่อมั่นน้อยที่สุดในกลุ่มตัวเลือกหลัก โดยมีผู้เลือกเพียง 508 คน (ร้อยละ 8.54) มีผู้ที่ไม่แน่ใจหรือไม่ทราบรวม 51 คน (ร้อยละ 0.86) สะท้อนว่าประชาชนให้ความสำคัญกับหน่วยงานที่มีอำนาจตามกฎหมายและประสบการณ์ในการคุ้มครองผู้บริโภคโดยตรง ดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 29 หน่วยงานที่ควรรับผิดชอบการติดตามประเมินผล (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

หน่วยงาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
กสทช.	1,862	31.30
สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค	1,513	25.44
กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม	1,086	18.26
องค์กรอิสระด้านผู้บริโภค	928	15.60
สถาบันการศึกษา	508	8.54
อื่นๆ	51	0.86
ไม่ทราบ	48	0.81
ไม่แน่ใจ	3	0.05
รวม	5,948	100.00

ระดับความเชื่อมั่นต่อการติดตามและประเมินผล

จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 2,520 คน ส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นในระดับปานกลาง จำนวน 1,447 คน (ร้อยละ 57.42) และระดับมาก 766 คน (ร้อยละ 30.40) รวมเป็นความเชื่อมั่นในระดับที่น่าพอใจถึงร้อยละ 87.82 อย่างไรก็ตาม มีผู้ที่เชื่อมั่นน้อย 228 คน (ร้อยละ 9.05) และไม่เชื่อมั่นเลย 79 คน (ร้อยละ 3.13) รวมร้อยละ 12.18 ซึ่งเป็นสัดส่วนที่ต้องให้ความสำคัญ ดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 30 ระดับความเชื่อมั่นต่อการติดตามและประเมินผล

ระดับความเชื่อมั่น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เชื่อมั่นมาก	766	30.40
เชื่อมั่นปานกลาง	1,447	57.42
เชื่อมั่นน้อย	228	9.05
ไม่เชื่อมั่นเลย	79	3.13
รวม	2,520	100.00

สาเหตุของการขาดความเชื่อมั่น

การวิเคราะห์สาเหตุจากคำตอบ 4,072 คำตอบ พบว่าการขาดการมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นสาเหตุหลัก โดยมีผู้เลือก 1,071 คน (ร้อยละ 26.30) ตามด้วยการไม่บังคับใช้มาตรการอย่างจริงจัง 951 คน (ร้อยละ 23.35) และการที่ผู้ประกอบการมีอิทธิพลเหนือหน่วยงานกำกับดูแล 834 คน (ร้อยละ 20.48) สะท้อนความกังวลต่อการบังคับใช้กฎหมายและความโปร่งใสของกระบวนการกำกับดูแล

ที่น่าสนใจคือในกลุ่ม "อื่นๆ" 434 คน (ร้อยละ 10.66) มีการแสดงความเชื่อมั่นในระดับต่างๆ โดยมีผู้ที่ไม่แน่ใจ 197 คน และผู้ที่แสดงความเชื่อมั่นในระดับต่างๆ รวม 237 คน สะท้อนความหลากหลายของมุมมองที่มีต่อการกำกับดูแล ดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 31 สาเหตุของการขาดความเชื่อมั่น (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

สาเหตุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ขาดความโปร่งใสในกระบวนการ	782	19.20
ไม่มีการบังคับใช้มาตรการอย่างจริงจัง	951	23.35
ผู้ประกอบการมีอิทธิพลเหนือหน่วยงานกำกับดูแล	834	20.48
ขาดการมีส่วนร่วมของประชาชน	1,071	26.30
อื่นๆ ประกอบด้วย	434	10.66
▪ ไม่แน่ใจ	197	4.84
▪ เชื่อมั่นน้อย	11	0.27
▪ เชื่อมั่นปานกลาง	55	1.35
▪ เชื่อมั่น	161	3.95
▪ มีความเชื่อมั่นมาก	10	0.25
รวม	4,072	100.00

ข้อมูลที่ควรเปิดเผยต่อสาธารณะเพื่อให้การติดตามและประเมินผลมีประสิทธิภาพ

จากคำตอบทั้งหมด 5,825 คำตอบ ประชาชนให้ความสำคัญสูงสุดกับการเปิดเผยข้อมูลราคาและ
 แพ็กเกจบริการ โดยมีผู้เลือก 1,926 คน (ร้อยละ 33.06) รองลงมาคือสถิติคุณภาพการให้บริการ 1,349 คน
 (ร้อยละ 23.16) และจำนวนเรื่องร้องเรียนและการแก้ไข 1,138 คน (ร้อยละ 19.54) สะท้อนความสนใจใน
 ข้อมูลที่มีผลกระทบโดยตรงต่อผู้บริโภค ดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 32 ข้อมูลที่ควรเปิดเผยต่อสาธารณะ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ประเภทข้อมูล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ข้อมูลราคาและแพ็กเกจบริการ	1,926	33.06
สถิติคุณภาพการให้บริการ	1,349	23.16
จำนวนเรื่องร้องเรียนและการแก้ไข	1,138	19.54
ข้อมูลการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐาน	794	13.63
ส่วนแบ่งตลาดของผู้ให้บริการ	614	10.54
อื่นๆ	4	0.07
▪ เปิดเผยได้ทุกเรื่อง	4	0.07
รวม	5,825	100.00

การบังคับใช้บทลงโทษ หากพบว่าผู้ประกอบการไม่ปฏิบัติตามเงื่อนไขหรือมาตรการที่กำหนด

จากคำตอบ 5,590 คำตอบ มาตรการที่ได้รับการสนับสนุนสูงสุดคือการขดเซย์ผู้บริโภคที่ได้รับ
 ผลกระทบ 1,474 คน (ร้อยละ 26.37) ตามด้วยการระงับใบอนุญาตชั่วคราว 1,235 คน (ร้อยละ 22.09) และ
 การเพิกถอนใบอนุญาต 1,040 คน (ร้อยละ 18.60) สะท้อนความต้องการมาตรการที่ได้ัดขาดควบคู่กับการ

เยียวยาผู้บริโภค การปรับเงินได้รับการสนับสนุนน้อยกว่า (ร้อยละ 15.08) อาจเพราะมองว่าไม่สามารถป้องปรามผู้ประกอบการรายใหญ่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 33 การบังคับใช้บทลงโทษ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

บทลงโทษ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ปรับเงิน	843	15.08
ระงับใบอนุญาตชั่วคราว	1,235	22.09
เพิกถอนใบอนุญาต	1,040	18.60
บังคับให้แยกธุรกิจ	497	8.89
ชดเชยผู้บริโภคที่ได้รับผลกระทบ	1,474	26.37
อื่นๆ ประกอบด้วย	-	-
▪ ลงโทษตามกฎหมายมหาชนในหลักรัฐธรรมนูญ	4	0.07
รวม	5,590	100.00

การรับรู้ช่องทางร้องเรียนหากมีปัญหาเกี่ยวกับการใช้บริการอินเทอร์เน็ตบ้าน

จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 2,520 คน การรับรู้ช่องทางร้องเรียนแบ่งเป็นสองส่วนเกือบเท่ากัน โดย 1,259 คน (ร้อยละ 49.96) ทราบช่องทางร้องเรียน และ 1,261 คน (ร้อยละ 50.04) ไม่ทราบ สัดส่วนที่ใกล้เคียงกันนี้สะท้อนความจำเป็นเร่งด่วนในการประชาสัมพันธ์ช่องทางร้องเรียนให้เป็นที่รับรู้ในวงกว้างมากขึ้น เพื่อให้การคุ้มครองผู้บริโภคมีประสิทธิภาพสูงสุด ดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 34 การรับรู้ช่องทางร้องเรียน

การรับรู้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ทราบ	1,259	49.96
ไม่ทราบ	1,261	50.04
รวม	2,520	100.00

เมื่อวิเคราะห์ช่องทางการร้องเรียนที่ประชาชนใช้ พบว่าส่วนใหญ่เลือกที่จะติดต่อผู้ให้บริการโดยตรงเป็นลำดับแรก โดยเฉพาะผ่าน Call Center หรือสายด่วนของผู้ให้บริการ รวมถึงการเข้าไปติดต่อที่ศูนย์บริการหรือสาขา ซึ่งสะท้อนว่าประชาชนยังต้องการแก้ไขปัญหากับผู้ให้บริการโดยตรงก่อนที่จะใช้ช่องทางอื่น

ช่องทางที่ได้รับความนิยมรองลงมาคือการร้องเรียนผ่านหน่วยงานกำกับดูแล โดยเฉพาะ กสทช. ผ่านสายด่วน 1200 และสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) มักจะถูกใช้ในกรณีที่การร้องเรียนกับผู้ให้บริการโดยตรงไม่ได้รับการแก้ไขที่น่าพอใจ นอกจากนี้ยังมีการร้องเรียนผ่านองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคต่างๆ เช่น สภาองค์กรของผู้บริโภค และศูนย์ดำรงธรรม

ที่น่าสังเกตคือแม้จะมีช่องทางออนไลน์ผ่านเว็บไซต์และแอปพลิเคชัน แต่ประชาชนยังคงเลือกใช้การติดต่อผ่านโทรศัพท์มากกว่า ซึ่งอาจสะท้อนความต้องการการตอบสนองและแก้ไขปัญหาที่รวดเร็ว อย่างไรก็ตาม มีข้อสังเกตว่าหลายรายแสดงความไม่พอใจกับระยะเวลาการรอคอยที่นานเกินไป และการต้องคุยกับระบบตอบรับอัตโนมัติ (AI) แทนพนักงานจริง ดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 35 ช่องทางร้องเรียน

ช่องทางการร้องเรียน	ลักษณะการร้องเรียน	จำนวน	ร้อยละ
1. ติดต่อผู้ให้บริการโดยตรง	Call Center, ศูนย์บริการ, สาขา, แอปพลิเคชัน	175	47.3
2. หน่วยงานกำกับดูแล	กสทช. (1200), สคบ., ศูนย์ดำรงธรรม	102	27.57
3. องค์กรคุ้มครองผู้บริโภค	สภาองค์กรของผู้บริโภค, มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค	45	12.16
4. ช่องทางออนไลน์	เว็บไซต์, สื่อสังคมออนไลน์, อีเมล	32	8.65
5. อื่นๆ	จดหมาย, ติดต่อหน่วยงานราชการอื่นๆ	16	4.32
รวม		370	100.00

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการรวมธุรกิจ

1. โปร่งใสและชัดเจนในกระบวนการติดตามและตรวจสอบ

ประชาชนต้องการให้การดำเนินงานติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการรวมธุรกิจมีความโปร่งใสและเปิดเผยต่อสาธารณะ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กสทช. ควรสื่อสารข้อมูลอย่างครบถ้วน เช่น ผลการประเมิน การปฏิบัติตามเงื่อนไข และความคืบหน้าของโครงการ ผ่านช่องทางที่หลากหลาย ทั้งสื่อออนไลน์ เว็บไซต์ หน่วยงานในชุมชน และการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบอื่น ๆ เพื่อให้ทุกคนสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย และตรวจสอบได้

2. เพิ่มบทบาทของประชาชนในการมีส่วนร่วม

ประชาชนเรียกร้องให้มีการจัดตั้งคณะกรรมการที่มีตัวแทนจากประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการตรวจสอบและประเมินผลอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะผู้ใช้งานในช่วงอายุ 25-45 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของบริการโทรคมนาคม นอกจากนี้ ควรมีการจัดเวทีรับฟังความคิดเห็นตามชุมชนและพื้นที่ต่าง ๆ เพื่อให้ประชาชนมีโอกาสดูแลแสดงความคิดเห็นและร่วมตรวจสอบคุณภาพบริการโดยตรง รวมถึงให้สิทธิผู้สูงอายุในการเข้าถึงและร้องเรียนผ่านช่องทางที่สะดวก

3. คุณภาพบริการและการคุ้มครองผู้บริโภค

ประเด็นสำคัญที่ประชาชนกังวลคือการคงคุณภาพบริการที่ดีขึ้นหลังการควบรวม โดยเน้นให้บริษัทมีมาตรฐานการให้บริการ เช่น ความเร็วอินเทอร์เน็ตที่ตรงตามโฆษณา ราคาแพ็คเกจที่สมเหตุสมผล และไม่มี การเอาเปรียบผู้บริโภคในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การลดความเร็วอินเทอร์เน็ตหรือการกำหนดราคาที่สูงเกินควร ประชาชนยังเสนอให้มีหน่วยงานเฉพาะสำหรับการรับเรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภค เพื่อให้การแก้ไขปัญหาเป็นไปอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

4. บทลงโทษและการบังคับใช้กฎหมาย

ประชาชนเห็นว่าควรมีการกำหนดมาตรการบทลงโทษที่ชัดเจนต่อบริษัทที่ไม่ปฏิบัติตามเงื่อนไขหรือเอาเปรียบผู้บริโภค เช่น การปรับ การชดเชย หรือการยกเลิกใบอนุญาต หากพบการละเมิดหรือการให้บริการที่ไม่เป็นธรรม นอกจากนี้ หน่วยงานกำกับดูแลควรเพิ่มความถี่ในการตรวจสอบ เช่น การประเมินผลทุก 6 เดือน เพื่อสร้างความมั่นใจว่าเงื่อนไขที่กำหนดไว้ได้รับการปฏิบัติอย่างจริงจัง

5. การสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ทั่วถึง

ประชาชนเสนอให้มีการเพิ่มความถี่และความเข้มข้นในการประชาสัมพันธ์ข้อมูล เช่น การแจ้งเตือนผู้บริโภคเกี่ยวกับสิทธิและบริการผ่านช่องทางต่าง ๆ การให้ความรู้เกี่ยวกับการรวมธุรกิจและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น เพื่อให้ประชาชนมีข้อมูลที่ถูกต้องและสามารถตัดสินใจได้อย่างเหมาะสม โดยเฉพาะในพื้นที่ชนบทหรือกลุ่มผู้ใช้งานที่เข้าถึงข้อมูลได้ยาก

6. การติดตามประเมินผลอย่างต่อเนื่อง

การติดตามและประเมินผลควรเป็นกระบวนการที่ทำอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการรายงานผลการติดตามในแต่ละระยะต่อสาธารณะ เพื่อให้ประชาชนรับรู้ถึงความคืบหน้าและผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น นอกจากนี้ การจัดทำแบบสอบถามหรือสำรวจความพึงพอใจของผู้บริโภคควรมีความชัดเจนและครอบคลุมประเด็นที่สำคัญ เช่น คุณภาพบริการ ราคา และการตอบสนองต่อปัญหาของผู้ใช้งาน

ผลการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ

ตอนที่ 2 ผลการรวบรวมข้อคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการประชุมระดมคัลงสมอง

การจัดประชุมระดมคัลงสมอง (Think Tank) เรื่องที่ 1 การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลเงื่อนไขหรือมาตรการเฉพาะภายหลังการรวมธุรกิจระหว่างบริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวอร์ค จำกัด (AWN) และบริษัท ทริปเปิลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) (3BB) เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค จำนวน 2 ครั้ง ครั้งละ 20 ตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย ผู้บริหารหรือผู้แทน หรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับประเด็นที่ศึกษาเป็นต้น ทั้งนี้ จะต้องได้รับความเห็นชอบจาก กตป. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อให้ได้ข้อมูลระดับการกำกับนโยบายและปฏิบัติการอันเป็นการระดมความคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่าง จัดภายนอกสำนักงาน กสทช. ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล สถานที่และวันที่ดำเนินการดังกล่าว ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 36 ข้อมูลทั่วไปการจัดประชุมระดมคัลงสมอง (Think Tank)

ครั้งที่	วันที่	จังหวัด	สถานที่	จำนวนผู้เข้าร่วม
1	27 กันยายน 2567 (09.00 – 16.00)	กรุงเทพฯ	โรงแรมทีเค พาเลซ แอนด์คอนเวนชัน	20
2	30 ตุลาคม 2567 (09.00 – 16.00)	กรุงเทพฯ	โรงแรมทีเค พาเลซ แอนด์คอนเวนชัน	21

2.1 เวทีประชุมระดมคัลงสมอง (Think Tank) ครั้งที่ 1 การประชุม Think Tank ครั้งที่ 1 เมื่อวันที่ 27 กันยายน 2567 มีวัตถุประสงค์การประชุม เพื่อติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลเงื่อนไขหรือมาตรการเฉพาะภายหลังการควบรวมธุรกิจระหว่าง AWN และ 3BB โดยมุ่งเน้นการคุ้มครองผู้บริโภค มีรายละเอียดดังนี้

2.1.1 ประเด็นสำคัญที่พบและข้อเสนอแนะ

1. ด้านการรับรู้และความเข้าใจ พบว่า ประชาชนยังขาดความเข้าใจเกี่ยวกับการควบรวมและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น เสนอให้เพิ่มการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่างๆ
2. ด้านความโปร่งใส ประชาชนยังไม่ทราบมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคหลังการรวมธุรกิจ กระบวนการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียนยังขาดความชัดเจน และควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสิทธิและมาตรการคุ้มครอง

3. ด้านการให้บริการมีปัญหาการให้ข้อมูลไม่ครบถ้วน โดยเฉพาะเรื่องบริการเสริม พบการเปิดเผยโปรโมชั่นที่ไม่เท่าเทียม ที่ประชุมเสนอควรมีกฎระเบียบให้ผู้ให้บริการต้องเปิดเผยข้อมูลอย่างครบถ้วน

4. ด้านการแข่งขันและการผูกขาด มีความกังวลเรื่องการผูกขาดโดยเฉพาะในพื้นที่ชนบท การควรวรรวมอาจส่งผลให้การแข่งขันในตลาดลดลง เสนอให้ส่งเสริมการแข่งขันและพัฒนา NT ให้เป็นทางเลือกที่มีคุณภาพ

5. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ต้องการระบบตรวจสอบคุณภาพสัญญาณที่ประชาชนสามารถใช้ได้เอง เสนอให้มีการจัดตั้ง One-stop Service ควรเปิดโอกาสให้ภาคประชาชนมีส่วนร่วมในการตรวจสอบ

2.1.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. ควรพัฒนามาตรการคุ้มครองที่ครอบคลุมทั้งลูกค้าเก่าและใหม่
2. ปรับมาตรการให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี
3. สร้างกลไกการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนอย่างเป็นทางการ
4. ส่งเสริมการแข่งขันที่เท่าเทียมและหลากหลาย

2.2. การจัดประชุมระดมคคลังสมอง (Think Tank) ครั้งที่ 2 การประชุม Think Tank ครั้งที่ 2 เมื่อวันที่ 30 ตุลาคม 2567 มีรายละเอียดดังนี้

2.2.1. ประเด็นหลักที่หารือ คือ การติดตามและประเมินผลการควรวรรวมโดย กสทช. และคณะกรรมการติดตามและประเมินผล (กตป.) การรับฟังข้อกังวลจากผู้เข้าร่วมประชุม และการพิจารณาแนวทางการดำเนินการและข้อเสนอแนะ

2.2.2 ข้อกังวลสำคัญ ในเรื่องการลดการแข่งขันในตลาด เนื่องจากเหลือผู้เล่นรายใหญ่เพียง 2 ราย การเพิ่มขึ้นของต้นทุนและการลดลงของคุณภาพบริการ และความไม่เพียงพอของมาตรการคุ้มครองที่กำหนดไว้เพียง 5 ปี

2.2.3 ข้อเสนอแนะสำคัญของที่ประชุม ประกอบด้วย (1) ควรเพิ่มความเข้มงวดในการกำกับดูแล โดยเฉพาะการควบคุมราคาหลังระยะ 5 ปี (2) ควรจัดทำแผนที่บรอดแบนด์ระดับประเทศเพื่อระบุพื้นที่เสี่ยงต่อการผูกขาด (3) ส่งเสริมผู้ให้บริการรายเล็กผ่านระบบ Open Access และ (4) ควรมีการถอดบทเรียนจากกรณีการควรวรรวม True-DTAC

2.2.4 แนวทางการดำเนินการ ที่ประชุมเสนอให้มีการพัฒนากลไกการกำกับดูแลระยะยาว กำหนดบทลงโทษที่ชัดเจนกรณีละเมิดเงื่อนไข สร้างระบบร้องเรียนที่มีประสิทธิภาพ และปรับปรุงการสื่อสารกับประชาชน

2.2.5 ข้อเสนอเพิ่มเติมจากผู้เข้าร่วมประชุม (1) การขยายกลุ่มตัวอย่างและพื้นที่ศึกษา โดยเฉพาะในพื้นที่ชนบท (2) การเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้บริโภคที่เปราะบาง (3) การทำ SWOT Analysis ของ กสทช. และ (4) การพัฒนาระบบติดตามผลที่มีประสิทธิภาพ

2.2.6 ประเด็นการคุ้มครองผู้บริโภคควรมีการเสริมสร้างสิทธิผู้บริโภคด้านสัญญา พัฒนามาตรการพิเศษสำหรับกลุ่มเปราะบาง สร้างระบบการสื่อสารที่โปร่งใสกับสาธารณะ และพัฒนาระบบจัดการข้อร้องเรียนที่มีประสิทธิภาพ

2.2.7 ที่ประชุมยังเสนอการส่งเสริมการพัฒนาตลาดระยะยาว ควรมีการสนับสนุนการแข่งขันผ่านนโยบาย Open Access การส่งเสริมการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล และการสนับสนุนการพัฒนาบริการที่หลากหลาย

ตอนที่ 3 ผลการรวบรวมข้อคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการสัมภาษณ์เชิงลึก

ผลการรวบรวมข้อคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง เช่น กสทช. ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ของสำนักงาน กสทช. ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคม นักวิชาการ นักเศรษฐศาสตร์ นักกฎหมาย ผู้แทนองค์กรผู้บริโภค ผู้ใช้บริการโทรคมนาคม คณะกรรมการสิทธิมนุษยชน สมาชิกรัฐสภา สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร จำนวน 12 คน นำเสนอผลแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มผู้ให้ข้อมูล

ส่วนที่ 2 การประเมินผลกระทบต่อบริโภค

ส่วนที่ 3 การปรับปรุงมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค กลไกในการติดตามและประเมินผลการรวมธุรกิจ ว่าภายหลังการรวมธุรกิจแล้วมีเรื่องร้องเรียนว่ามีพฤติกรรมหรือเหตุอันเป็นการผูกขาดหรือลดหรือทำให้มีเงื่อนไข หรือมาตรการที่ควรระวัง ยกเลิกหรือปรับปรุงใหม่ เพื่อให้มีความเหมาะสมยิ่งขึ้น

ส่วนที่ 4 ความท้าทายและปัญหาในการติดตามและประเมินผล

ส่วนที่ 5 อนาคตของการคุ้มครองผู้บริโภคหลังการรวมธุรกิจ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มผู้ให้ข้อมูล

ตารางที่ 37 ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึก

กลุ่มผู้ให้ข้อมูล	จำนวน
กสทช. ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ของสำนักงาน กสทช. อดีต กสทช.	2
ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคม	1
นักวิชาการ นักกฎหมาย	4
ผู้แทนองค์กรผู้บริโภค	3
ผู้ใช้บริการโทรคมนาคม	2
รวม	12

ส่วนที่ 2 การประเมินผลกระทบต่อบริโภค

ข้อมูลเชิงลึกเห็นว่า การประเมินผลกระทบควรใช้ข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยเปรียบเทียบกับข้อมูลก่อนการควบรวม หลังการควบรวม และเปรียบเทียบกับประเทศอื่น ๆ ที่มีลักษณะตลาดคล้ายคลึงกัน ควรมีการกำหนดตัวชี้วัดที่ชัดเจนในการประเมินผลกระทบ เช่น ดัชนีราคาผู้บริโภค (CPI) จำนวนข้อร้องเรียน ความพึงพอใจของลูกค้า การประเมินผลกระทบควรดำเนินการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เห็นแนวโน้มและผลกระทบในระยะยาว และนำผลการประเมินมาปรับปรุงมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค ควรที่จะต้องมีการไปประเมินมุมมองของผู้ใช้บริการของผู้ให้บริการของผู้ได้รับใบอนุญาตจากทั้งสองบริษัทเพื่อเปรียบเทียบกันเอง เป็นกระบวนการที่สำคัญในการกำกับดูแลการรวมธุรกิจ เพื่อให้เห็นภาพรวมของผลกระทบที่เกิดขึ้นจริง นอกจากนี้ การประเมินผลกระทบ ควรพิจารณาจากปัจจัยต่างๆ เช่น ราคาสินค้าและบริการ คุณภาพสินค้าและบริการ ทางเลือกของผู้บริโภค และ ความพึงพอใจของผู้บริโภค

การประเมินผลกระทบต่อบริโภคควรทำอย่างต่อเนื่อง ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว และใช้ข้อมูลเชิงประจักษ์ประกอบการวิเคราะห์ ซึ่งจะต้องประเมินผลกระทบต่อบริโภคอย่างละเอียด โดยเฉพาะการศึกษาเชิงลึก เช่น การเก็บข้อมูลผู้ให้บริการจริง การวิเคราะห์เชิงปริมาณและคุณภาพ เพื่อให้เห็นภาพที่แท้จริงมากกว่าการพึ่งพาข้อมูลเรื่องร้องเรียนเพียงอย่างเดียว

การประเมินผลกระทบต้องพิจารณาอย่างรอบด้าน เช่น การรวมธุรกิจอาจทำให้เกิดการประหยัดต่อขนาด ซึ่งอาจนำไปสู่ราคาบริการที่ถูกลง ในขณะที่เดียวกัน อาจทำให้เกิดการผูกขาดและมีอำนาจเหนือตลาดมากเกินไปผู้บริโภคมีความกังวลว่าการรวมธุรกิจจะทำให้มีตัวเลือกน้อยลง อำนาจต่อรองน้อยลง ซึ่งอาจนำไปสู่ราคาค่าบริการที่สูงขึ้น คุณภาพบริการที่ลดลง มีกังวลว่าผู้ประกอบการจะลดต้นทุนและลดศักยภาพในการให้บริการ เช่นตัวอย่างที่ผ่านมา ได้แก่ การรวมสถานีวิทยุคมนาคม หรือการรวมสายสัญญาณอินเทอร์เน็ต อย่างไรก็ตาม ในมุมมองของผู้ได้รับอนุญาต ปัญหานี้เป็นปัญหาเชิงเทคนิค และเห็นว่าผู้บริโภคบางส่วนไม่เข้าใจหลักการทางวิศวกรรมโทรคมนาคม จึงทำให้เกิดความเข้าใจผิดเกี่ยวกับผลกระทบของการรวมธุรกิจ เช่น การเข้าใจผิดว่าการรวมสถานีวิทยุคมนาคมจะทำให้คุณภาพสัญญาณลดลง ซึ่งประเด็นนี้ผู้ได้รับใบอนุญาตควรสื่อสารให้ผู้บริโภคได้รับทราบ

ส่วนที่ 3 การปรับปรุงมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค กลไกในการติดตาม และประเมินผลการรวมธุรกิจ ว่าภายหลังการรวมธุรกิจแล้วมีเรื่องร้องเรียนว่ามีพฤติกรรมหรือเหตุอันเป็นการผูกขาดหรือลดหรือทำให้มีเงื่อนไข หรือมาตรการที่ควรระวัง ยกเลิกหรือปรับปรุงใหม่ เพื่อให้มีความเหมาะสมยิ่งขึ้น

ผู้ให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค สามารถสรุป ได้ดังนี้

1) มาตรการคุ้มครองผู้บริโภคควรปรับปรุงให้ทันสมัยและมีความต่อเนื่องอยู่เสมอ สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี พฤติกรรมผู้บริโภค และสภาพการแข่งขันในตลาด การปรับปรุงมาตรการอย่างต่อเนื่อง การปรับปรุงมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างต่อเนื่องเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน เช่น การกำหนดมาตรฐานคุณภาพบริการใหม่ๆ การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และการส่งเสริมการแข่งขันในตลาด

2) ควรเปิดโอกาสให้ผู้บริโภค ภาคประชาสังคม และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เข้ามามีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและเสนอแนะ

3) ควรมีกลไกที่ชัดเจนในการปรับปรุงมาตรการ เช่น การทบทวนมาตรการเป็นระยะ การจัดทำประชาพิจารณ์ มาตรการคุ้มครองผู้บริโภค ควรได้รับการปรับปรุงให้ทันสมัย สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี พฤติกรรมผู้บริโภค และสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ มาตรการคุ้มครองผู้บริโภคควรมีความยืดหยุ่นและปรับปรุงให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภค รวมถึงสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป

4) กสทช. ควรมีบทบาทในการให้ความรู้ความเข้าใจแก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับเทคโนโลยีและบริการโทรคมนาคม เพื่อป้องกันการถูกเอาเปรียบจากมิจฉาชีพ

5) กสทช. ควรปรับปรุงกฎระเบียบและมาตรฐานให้ทันสมัย สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคควรมีเวทีหรือช่องทางที่เปิดโอกาสให้ผู้บริโภค ผู้ประกอบการ และหน่วยงานกำกับดูแล ได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและทำความเข้าใจซึ่งกันและกัน

6) หน่วยงานกำกับดูแลควรมีบทบาทในการส่งเสริมความรู้เท่าทันเทคโนโลยีแก่ผู้บริโภค และผู้ประกอบการควรมีส่วนร่วมในการให้ความรู้แก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับเทคโนโลยีและบริการโทรคมนาคม

7) ควรส่งเสริมให้เกิดกลไกการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีประสิทธิภาพ เช่น การจัดตั้งศูนย์ให้คำปรึกษา การรับเรื่องร้องเรียน และการไกล่เกลี่ยข้อพิพาท

ส่วนที่ 4 ความท้าทายและปัญหาในการติดตามและประเมินผล

ผลการสนทนากลุ่มและข้อมูลเชิงลึก สามารถสรุปประเด็นความท้าทายและปัญหาการติดตามและประเมินผลการรวมธุรกิจ ดังนี้

1) ที่ผ่านมาขาดการวิเคราะห์และประเมินคุณค่าของหน่วยงานกำกับอย่างตรงไปตรงมา (critical review) และให้ความสำคัญกับภาคเอกชนมากเกินไป มุมมองของตัวแทนผู้ให้ข้อมูลบางท่านมองว่าเป็นปัญหาหลักธรรมาภิบาล ถ้าสามารถปลดเรื่องนี้ได้อาจทำให้สังคมยังรู้สึกว่ายังมีคนเป็นปากเป็นเสียง เป็นตัวแทนที่จะต่อรองกับเอกชนให้ เพราะไม่เช่นนั้นรู้สึกว่ามีทางออก ต้องยอมรับสภาพไปแบบนี้

2) ไม่มีความจำเป็นต้องคุ้มครองผู้บริโภคมากเกินไปแต่อย่างน้อยต้องมีความสมดุลมากขึ้น ระหว่างผู้บริโภคกับผู้ได้รับใบอนุญาต โดย กสทช. ที่เป็นเสียงผู้บริโภคจะต้องแสดงจุดยืนที่ชัดเจนในการคุ้มครอง ในขณะที่เอกชนมีเป้าหมายคือกำไรสูงสุด แต่คนที่ถูกวางให้ปฏิบัติเป็นตามปกติคือคนกำกับซึ่งคือ กสทช. เหตุผลของการมี กสทช. คือการเป็นตัวกลางในการหาสมดุลระหว่างภาคเอกชนและสังคม "...ในฐานะบทบาทการเป็นผู้กำกับ คือ regulator แต่ไม่ใช่แค่ Register ทำหน้าที่เป็นแค่นายทะเบียน แคร์จดแจ้งเพื่อทราบ แค่นั้นก็จบ นอกจากไม่สมัครก็แค่การเป็น Regulator.." ผู้ให้ข้อมูลบางท่านกล่าว

3) ต้องสร้างช่องทางการร้องเรียนที่เข้าถึงง่าย สะดวก รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถแจ้งปัญหาและได้รับการแก้ไข กสทช. ต้องดำเนินงานอย่างโปร่งใส เปิดเผยข้อมูล และสร้างความเชื่อมั่นให้กับสาธารณชน ดังคำพูดของผู้ให้ข้อมูลที่ว่า "ผมคิดว่าสิ่งสำคัญคือเรื่องของการหาทางที่ประชาชนหรือผู้บริโภคสามารถที่จะร้องเรียนปัญหาต่างๆได้ หมายถึง กสทช. จะต้องมีความโปร่งใส"

4) การติดตามและประเมินผล อาจมีความท้าทายและปัญหา เช่น การขาดแคลนข้อมูลบุคลากร และงบประมาณ ความซับซ้อนของธุรกิจและเทคโนโลยี การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจอย่างรวดเร็ว การตีความเงื่อนไขและมาตรการที่แตกต่างกัน หน่วยงานกำกับดูแลต้องพัฒนากลไกเครื่องมือ และฐานข้อมูล เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการติดตามและประเมินผล นอกจากนี้ยังมีความท้าทายในการสื่อสารข้อมูลข่าวสารไปยังผู้บริโภค เช่น การรับรู้เกี่ยวกับช่องทางการร้องเรียน ซึ่งอาจเป็นปัญหาต่อการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และการเข้าถึงช่องทางการร้องเรียน ขณะเดียวกันความท้าทายในการติดตามและประเมินผล คือ การขาดข้อมูลและความโปร่งใสจากผู้ประกอบการ ดังนั้น หน่วยงานกำกับดูแลต้องเผชิญกับความท้าทายในการเข้าถึงข้อมูลที่จำเป็น และต้องพัฒนาขีดความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูลและประเมินผลกระทบอย่างมีประสิทธิภาพ

5) การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว ทำให้ผู้บริโภคตามไม่ทัน และอาจถูกมิจฉาชีพหลอกลวงได้ง่าย การขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีและบริการโทรคมนาคม ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกใช้บริการได้อย่างยากลำบาก การสื่อสารที่ไม่ชัดเจนระหว่างผู้ประกอบการ หน่วยงานกำกับดูแล และผู้บริโภค อาจทำให้เกิดความเข้าใจผิดและความไม่ไว้วางใจ โดยแนวทางนี้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กสทช. กระทรวงดิจิทัลเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม และผู้ได้รับใบอนุญาตต้องร่วมมือในการแก้ไขปัญหาร่วมกัน (shared and contribution)

ส่วนที่ 5 อนาคตของการคุ้มครองผู้บริโภคหลังการรวมธุรกิจ

ผลการสนทนากลุ่มและข้อมูลเชิงลึก สามารถสรุปประเด็นอนาคตของการคุ้มครองผู้บริโภคหลังการรวมธุรกิจ ดังนี้

1) ในมุมมองของตัวแทนฝั่งผู้บริโภค เห็นว่าการเรียกร้องใด ๆ หรือทำหน้าที่ที่ต้องทำอย่างถึงที่สุด แต่ต้องอยู่บนความเป็นจริง มองโลกถึงความเป็นจริง (realistic) ไม่ได้หมายความว่าความหวังจะได้ทุก

อย่างที่เรารู้กัน ต้องหาจุดที่สมดุล ขณะเดียวกันต้องสร้างอำนาจต่อรอง โดยทำงานกับสาธารณะ มีการเคลื่อนไหว แลกเปลี่ยน มีมวลชน เพื่อให้เอกชนยอมที่จะปรับตัว แต่ปัจจุบันเห็นว่ายังไม่สมดุล น้ำหนักไปอยู่ที่เอกชน ทำให้องค์กรที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภครู้สึกเดินต่อได้ยาก

2) กสทช. ต้องเตรียมพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี เช่น เทคโนโลยี 5G อินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง (IoT) ปัญญาประดิษฐ์ (AI) ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อรูปแบบการให้บริการและพฤติกรรมผู้บริโภค ต้องพัฒนากลไกการกำกับดูแลที่เหมาะสมกับสภาพตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป มีความยืดหยุ่น และสามารถตอบสนองต่อปัญหาใหม่ๆ ได้อย่างทันท่วงที

3) การคุ้มครองผู้บริโภคในระยะยาว ควรมุ่งเน้นที่บริการที่มีคุณภาพสูง เสถียร และปลอดภัย อัตราค่าบริการที่เป็นธรรม สมเหตุสมผล และแข่งขันได้ ส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป การคุ้มครองผู้บริโภคหลังการรวมธุรกิจ ต้องคำนึงถึงแนวโน้มและการเปลี่ยนแปลงในอนาคต เช่น การเติบโตของเศรษฐกิจดิจิทัล การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค การเกิดขึ้นของเทคโนโลยีใหม่ๆ

4) หน่วยงานกำกับดูแลต้องมีวิสัยทัศน์ ความยืดหยุ่น และความพร้อมในการปรับตัวเพื่อรับมือกับความท้าทายใหม่ ๆ ความเป็นไปได้ว่าแนวโน้มการควบรวมธุรกิจในอนาคตจะเพิ่มขึ้น เนื่องจากตลาดมีแนวโน้มอิ่มตัว และการแข่งขันที่รุนแรง อาจส่งผลให้ผู้ประกอบการรายย่อยอยู่รอดได้ยาก และอาจนำไปสู่การรวมกิจการในที่สุด ในแง่ของความกังวลของผู้บริโภคอันนี้ก็เป็นเรื่องที่น่ากังวลที่ต้องเกิดเพราะเป็นเรื่องปกติเพราะบริการโทรคมนาคมเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับเทคโนโลยี การคุ้มครองผู้บริโภคในอนาคตต้องคำนึงถึงการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี ความเสี่ยงจากการผูกขาด พฤติกรรมผู้บริโภค และรูปแบบการแข่งขันในตลาด การคุ้มครองผู้บริโภคในยุคดิจิทัลต้องให้ความสำคัญกับประเด็นต่าง ๆ เช่น ความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และการเข้าถึงบริการอย่างเท่าเทียม

ตอนที่ 4 ผลการรวบรวมข้อคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการสนทนากลุ่ม

4.1 การจัดสนทนากลุ่ม (Focus Group) ครั้งที่ 1 เมื่อวันที่ 6 กันยายน 2567 มีรายละเอียดดังนี้

4.1.1 เหตุผลและความสำคัญของการรวมธุรกิจ การจัดสนทนากลุ่มมีความคิดเห็นว่าเหตุผลก็คือ (1) เหตุผลเชิงกลยุทธ์ เพื่อเสริมความแข็งแกร่งทางการแข่งขัน ลดต้นทุน และสร้างโอกาสใหม่ทางธุรกิจ (2) เหตุผลด้านการเงินในการแก้ปัญหาสภาพคล่องของ 3BB และ (3) การตอบสนองต่อการแข่งขัน จะช่วยให้ 3BB สามารถแข่งขันกับคู่แข่งรายใหญ่ได้

4.1.2 ผลกระทบและข้อกังวล ผู้เข้าร่วมประชุมสนทนากลุ่มมีความกังวลในประเด็นการผูกขาดในตลาดทำให้การแข่งขันลดลง ผู้บริโภคมีตัวเลือกน้อยลง และความไม่แน่นอนหลังมาตรการควบคุม 5 ปีสิ้นสุดลง

4.1.3 มาตรการคุ้มครองผู้บริโภค ผู้เข้าร่วมประชุมสนทนากลุ่ม เสนอว่า กสทช. กำหนดมาตรการ 22 ข้อ ครอบคลุม 4 ด้านหลัก คือ (1) ราคาและคุณภาพบริการ (2) โครงข่ายและการเข้าถึง (3) การแข่งขันที่เป็นธรรม และ (4) การกำกับดูแลและการรายงาน

4.1.4 การติดตามและตรวจสอบควรมุ่งเน้นผลกระทบต่อผู้บริโภคเป็นหลัก ต้องการความโปร่งใสในการรายงานข้อมูล และเสนอให้ใช้เครื่องมือที่หลากหลายในการตรวจสอบ

4.1.5 การประเมินผลกระทบต่อผู้บริโภคในระยะสั้น มีความกังวลในด้านการสื่อสารไม่ครบถ้วน การลดจุดบริการ ส่วนระยะยาวมีความกังวลในเรื่องความเสี่ยงด้านการผูกขาด การลดทางเลือก และผลกระทบต่อพื้นที่ชนบท

4.1.6 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ของผู้เข้าร่วมประชุมสนทนากลุ่ม ควรเพิ่มความเข้มงวดในการกำกับดูแล สร้างระบบตรวจสอบที่โปร่งใส ส่งเสริมบทบาทผู้ให้บริการรายเล็ก ปรับปรุงการสื่อสารกับผู้บริโภค และพัฒนาระบบร้องเรียนที่มีประสิทธิภาพ

4.2. การจัดสนทนากลุ่ม (Focus Group) ครั้งที่ 2 เมื่อวันที่ 13 กันยายน 2567 มีรายละเอียดดังนี้

4.2.1. ความสำคัญของการรวมธุรกิจ ในความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมประชุมสนทนากลุ่ม มองว่า ประการแรก เหตุผลด้านเศรษฐกิจและการตลาด เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ขยายฐานลูกค้า และครอบคลุมพื้นที่ให้บริการทั่วประเทศ ประการที่สอง ด้านการบริหารจัดการ เพื่อลดต้นทุน เพิ่มประสิทธิภาพ และแก้ปัญหาสภาพคล่องของ 3BB และ ประการสุดท้าย ด้านผู้บริโภค เพื่อพัฒนาคุณภาพบริการ สร้างโครงข่ายที่แข็งแกร่ง และพัฒนานวัตกรรม

4.2.2 มาตรการคุ้มครองผู้บริโภคที่สำคัญ ในความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมจัดสนทนากลุ่ม มองว่า (1) ห้ามขึ้นราคาและลดคุณภาพบริการเป็นเวลา 5 ปี (2) คงแพ็คเกจราคาต่ำสุดไม่เกิน 200 บาท/เดือน เป็นเวลา 3 ปี (3) ขยายโครงข่ายให้ครอบคลุม 80% ของครัวเรือนภายใน 5 ปี และ (4) เปิดโครงข่ายให้ผู้ให้บริการรายอื่นเช่าใช้งาน

4.2.3. ปัญหาและข้อกังวล ผู้เข้าร่วมจัดสนทนากลุ่มมีความกังวลในเรื่อง การผูกขาดตลาดและการลดลงของการแข่งขัน คุณภาพบริการในพื้นที่ห่างไกล ความไม่โปร่งใสของแพ็คเกจและบริการ และการเข้าถึงบริการของกลุ่มเปราะบาง

4.2.4. ข้อเสนอแนะการปรับปรุง ผู้เข้าร่วมจัดสนทนากลุ่ม เสนอแนวทาง คือ (1) ขยายระยะเวลาควบคุมราคาจาก 5 ปี เป็น 7-10 ปี (2) กำหนดมาตรฐานขั้นต่ำของคุณภาพบริการที่ชัดเจน (3) พัฒนาระบบติดตามและตรวจสอบที่มีประสิทธิภาพ (4) สร้างช่องทางร้องเรียนที่เข้าถึงง่าย และ (5) ส่งเสริมการแข่งขันโดยสนับสนุนผู้ให้บริการรายย่อย

4.2.5. แนวทางการพัฒนาในอนาคต ควรจะมีการออกแบบมาตรการเสริมเพื่อควบคุมราคาและคุณภาพในระยะยาว พัฒนาระบบตรวจสอบคุณภาพบริการแบบเรียลไทม์ เพิ่มการสื่อสารและให้ความรู้แก่ผู้บริโภค และสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนในการพัฒนาบริการ

ตอนที่ 5 ผลการรวบรวมข้อคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการสนทนากลุ่มย่อย

5.1 การจัดสนทนากลุ่มย่อย (Interview Group) ครั้งที่ 1 เมื่อวันที่ 20 กันยายน 2567 โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.1.1 พื้นฐานและความสำคัญของการรวมธุรกิจ ในความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มย่อย มองว่า (1) เพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมและเพิ่มประสิทธิภาพโครงข่าย (2) การรักษาเสถียรภาพของ 3BB (3) การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และ (4) การคำนึงถึงผลกระทบต่อผู้บริโภค

5.1.2 การกำหนดเงื่อนไขและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มย่อย ได้แสดงความคิดเห็นในแต่ละด้าน อาทิ (1) ด้านราคาซึ่งห้ามขึ้นราคา 5 ปี และต้องมีแพ็คเกจราคาต่ำสุดไม่เกิน 200 บาท/เดือน (2) ด้านคุณภาพบริการ ต้องรักษาคุณภาพและขยายโครงข่ายให้ครอบคลุม 80% ของครัวเรือนภายใน 5 ปี (3) ด้านการแข่งขัน ต้องเปิดโครงข่ายให้เข้าในราคาที่ เป็นธรรม และ (4) ด้านความโปร่งใส ต้องรายงานผลการดำเนินการและแจ้งสิทธิแก่ผู้บริโภค

5.5.3 การติดตามและตรวจสอบการปฏิบัติตามเงื่อนไข มีกระบวนการรายงานผลการปฏิบัติงาน การตรวจสอบคุณภาพบริการ ช่องทางรับข้อร้องเรียน ประเด็นที่ต้องติดตามอย่างใกล้ชิด และควร

มีการประเมินผลกระทบต่อผู้บริโภค อาทิ ผลกระทบเชิงบวก เช่น การได้รับบริการที่มีประสิทธิภาพสูงขึ้น ผลกระทบเชิงลบ เช่น การลดตัวเลือกในตลาด และแนวทางการแก้ไขและป้องกันผลกระทบ เป็นต้น

5.5.4 ข้อเสนอแนะสำคัญจากที่ประชุม

- 1) การขยายระยะเวลามาตรการ เสนอให้ขยายระยะเวลาควบคุมราคาและคุณภาพบริการจาก 5 ปี เป็น 7-10 ปี และต้องมีกลไกป้องกันการปรับขึ้นราคาหลังสิ้นสุดมาตรการ
- 2) การสนับสนุนกลุ่มเปราะบาง โดยออกแบบแพ็คเกจราคาประหยัดสำหรับนักเรียน ผู้สูงอายุ คนพิการ และจัดโครงการอินเทอร์เน็ตฟรีในพื้นที่ห่างไกล
- 3) การติดตามและประเมินผล โดยการเพิ่มความถี่ในการรายงานเป็นรายไตรมาสหรือทุก 6 เดือน การใช้เทคโนโลยีในการตรวจสอบคุณภาพบริการแบบเรียลไทม์ และการสร้างกลไกการตรวจสอบที่โปร่งใสและมีส่วนร่วมจากประชาชน
- 4) ความท้าทายที่พบในการติดตามและประเมินผล มองว่า มีข้อจำกัดด้านทรัพยากรและบุคลากร มีความซับซ้อนของเงื่อนไขและมาตรการ การเก็บข้อมูลที่ไม่ครบถ้วน และการตอบสนองต่อข้อร้องเรียนที่ล่าช้า

การสนทนากลุ่มย่อยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อนำไปปรับปรุงมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเน้นการสร้างสมดุลระหว่างการพัฒนารัฐกิจและการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค

5.2 การจัดสนทนากลุ่มย่อย (Interview Group) ครั้งที่ 2 ในวันจันทร์ที่ 30 กันยายน 2567 โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.2.1 ประเด็นหลักที่หารือในการสนทนากลุ่มย่อยครั้งนี้ ประกอบด้วย

- 1) พื้นฐานและความสำคัญของการรวมธุรกิจ ที่เน้นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยการรวมโครงสร้างและทรัพยากรเพื่อลดต้นทุน การรักษาเสถียรภาพในตลาด เพื่อป้องกันการผูกขาดจากการควบรวมของ AWN-3BB และผลกระทบต่อโครงสร้างตลาด จากเดิม 4 รายเหลือ 3 รายหลัก (True-DTAC, AWN-3BB, NT)
- 2) มาตรการคุ้มครองผู้บริโภค อาทิ การคงราคาและคุณภาพบริการโดยเฉพาะในพื้นที่ชนบท การสนับสนุนกลุ่มเปราะบาง เช่น คนพิการ ผู้สูงอายุ คนชายขอบ เป็นต้น การแจ้งข้อมูลที่โปร่งใสและเข้าถึงง่าย และการจัดตั้งช่องทางร้องเรียนที่มีประสิทธิภาพ เป็นต้น

5.2.2 การติดตามและตรวจสอบการปฏิบัติตามเงื่อนไข ประเด็นหลักที่หารือในการสนทนากลุ่มย่อยครั้งนี้ ประกอบด้วย

- 1) กรอบการติดตาม สนทนากันในประเด็นระยะเวลาติดตาม 5 ปีหลังการรวมธุรกิจ การประเมินการปฏิบัติตามเงื่อนไข 22 ข้อ และการวิเคราะห์ผลกระทบต่อผู้บริโภคด้านคุณภาพบริการ ราคา และความพึงพอใจ
- 2) ความโปร่งใสและการเข้าถึงข้อมูล มองจาก การเผยแพร่ข้อมูลผ่านช่องทางออนไลน์ และสื่อมวลชน การเปิดช่องทางให้ผู้บริโภคร่วมสังเกตการณ์และแจ้งข้อร้องเรียน

5.2.3. ประเด็นความท้าทายและปัญหาที่พบ ผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มย่อย มองว่า

- 1) ข้อจำกัดเชิงกระบวนการ มีความคิดเห็นว่า ระยะเวลาติดตาม 5 ปีอาจไม่เพียงพอ ข้อจำกัดด้านทรัพยากรและบุคลากร และการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคที่ไม่ครอบคลุม

2) ความโปร่งใสและการเข้าถึงข้อมูล โดยตั้งข้อสังเกตในประเด็นข้อจำกัดในการเปิดเผยข้อมูลของบริษัท และความกังวลเรื่องความน่าเชื่อถือของข้อมูล

5.2.4. ข้อเสนอแนะจากผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มย่อย

1) การปรับปรุงมาตรการขยายระยะเวลาติดตามให้มากกว่า 5 ปี เพิ่มความเข้มงวดในการกำกับดูแล การกำหนดบทลงโทษที่ชัดเจน และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน

2) การคุ้มครองผู้บริโภคควรมีการออกแบบแพ็คเกจที่เหมาะสมกับกลุ่มเปราะบาง ลดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงบริการ พัฒนาระบบติดตามที่มีความเป็นกลาง และจัดทำรายงานผลการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างโปร่งใส

การสนทนากลุ่มย่อยครั้งนี้ สะท้อนให้เห็นความกังวลของผู้บริโภคต่อผลกระทบระยะยาวของการควมรวม และความต้องการให้มีมาตรการคุ้มครองที่เข้มแข็งและยั่งยืน โดยเฉพาะการขยายระยะเวลาติดตามและการเพิ่มการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนในการกำกับดูแล

ตอนที่ 6 ผลการรวบรวมข้อคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการประชุมรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ

6.1. การจัดประชุมเวทีรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ (public hearing) ครั้งที่ 1

การประชุมรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ (Public Hearing) ครั้งที่ 1 จัดขึ้นในวันที่ 11 ตุลาคม 2567 มีประเด็นหลักเกี่ยวกับการติดตามตรวจสอบภายหลังการควมรวมกิจการระหว่าง AWN และ 3BB ซึ่งมีประเด็นสำคัญดังนี้

1. ประเด็นด้านราคาและค่าบริการ ผู้เข้าร่วมแสดงความกังวลเรื่องการปรับขึ้นราคาหลังควมรวมกิจการ โดยเฉพาะผลกระทบต่อผู้มีรายได้น้อยและกลุ่มเปราะบาง และมีข้อกังวลเรื่องการบังคับซื้อแพ็คเกจรวมที่อาจทำให้ต้องจ่ายค่าบริการสูงขึ้น ที่ประชุมมีการเสนอให้มีการตรึงราคาและรักษาความเป็นธรรมด้านราคา โดยเฉพาะหลังระยะเวลา 5 ปี ที่ กสทช. กำหนด

2. ประเด็นด้านคุณภาพบริการ ผู้บริโภคกังวลว่า คุณภาพสัญญาณอาจแย่ลงโดยเฉพาะในพื้นที่ชนบทและห่างไกล ต้องการให้มีการรักษาคุณภาพบริการทั้งด้านความเร็ว ความเสถียร และการบริการหลังการขาย รวมทั้งเสนอให้มีการขยายเครือข่ายให้ครอบคลุมพื้นที่ห่างไกลมากขึ้น

3. การเข้าถึงบริการ มีความกังวลเรื่องความไม่เท่าเทียมในการเข้าถึงบริการ โดยเฉพาะในพื้นที่ชนบทชนบท เสนอให้มีแพ็คเกจราคาพิเศษสำหรับกลุ่มเปราะบาง และต้องการให้มีการพัฒนาเครือข่ายในพื้นที่ที่ยังไม่มีความครอบคลุม

4. การคุ้มครองผู้บริโภค ต้องการให้มีช่องทางร้องเรียนที่เข้าถึงง่ายและมีประสิทธิภาพ เสนอให้มีความโปร่งใสในการสื่อสารเรื่องค่าบริการและเงื่อนไขต่างๆ และต้องการให้มีมาตรการป้องกันการหลอกลวงทางโทรศัพท์และอินเทอร์เน็ต

5. การติดตามและประเมินผล เสนอให้มีการติดตามผลกระทบระยะยาวจากการควมรวมกิจการ ต้องการให้ภาคประชาชนมีส่วนร่วมในการตรวจสอบคุณภาพบริการ และเสนอให้มีการรายงานผลการติดตามต่อสาธารณะอย่างสม่ำเสมอ

6. ข้อเสนอแนะสำคัญ ควรมีการติดตามผลกระทบระยะยาวอย่างต่อเนื่อง สร้างความเข้าใจแก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับสิทธิและช่องทางร้องเรียน และต้องการการสนับสนุนจากภาครัฐในการพัฒนาบริการให้ทั่วถึง พร้อมทั้งส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนในการตรวจสอบคุณภาพบริการ

การประชุมนี้ สะท้อนให้เห็นความกังวลของผู้บริโภคในหลายด้าน โดยเฉพาะเรื่องราคา คุณภาพบริการ และการเข้าถึงบริการอย่างเท่าเทียม พร้อมทั้งมีข้อเสนอแนะที่เป็นรูปธรรมเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ภายหลังการรวมธุรกิจ

6.2. การจัดประชุมเวทีรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ (public hearing) ครั้งที่ 2

การประชุมรับฟังความคิดเห็นสาธารณะครั้งที่ 2 เมื่อวันที่ 8 พฤศจิกายน 2567 โดยมีประเด็นสำคัญดังนี้

- 1. ด้านราคาและค่าบริการ** ยังไม่พบการเปลี่ยนแปลงราคามากนัก ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังคงจ่ายค่าบริการในอัตราเดิม มีข้อเสนอให้ กสทช. ดูแลเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างราคาและคุณภาพบริการ และต้องการให้มีแพ็คเกจพิเศษสำหรับกลุ่มนักศึกษา ผู้เปราะบาง ผู้สูงอายุ และผู้มีรายได้น้อย
 - 2. คุณภาพการใช้งานและความเสถียร** มีปัญหาเรื่องการซ่อมแซม FIBRE Optic ที่ใช้เวลานาน มีความกังวลเกี่ยวกับความเสถียรของอินเทอร์เน็ตบ้านยังมีปัญหาล่มบ่อย แม้ภายหลังการควรวม และต้องการให้มีการเพิ่มระบบความปลอดภัยสำหรับอินเทอร์เน็ตสาธารณะ
 - 3. การบริการลูกค้าและแก้ไขปัญหา** ต้องการลดการใช้ระบบ AI ในการรับเรื่องร้องเรียน เนื่องจากสร้างความยุ่งยากให้ผู้บริโภค ต้องการให้มีศูนย์สื่อสารข้อมูลเพื่อแจ้งการเปลี่ยนแปลงต่างๆ และเสนอให้ขยายระยะเวลาการใช้ Free Wi-Fi ในสถานพยาบาล
 - 4. ความหลากหลายของแพ็คเกจ** มีแพ็คเกจหลากหลายขึ้นแต่มาพร้อมราคาที่สูงขึ้น และมีการใช้บริการเสริม เช่น ดูปอล ดูหนังฟรี เป็นแรงจูงใจ เป็นต้น ต้องการให้เปิดเผยข้อมูล "โปรโมชั่นลับ" ให้ผู้บริโภคทุกคนเข้าถึงได้อย่างเท่าเทียม
 - 5. การย้ายค่าย** ยังมีความยุ่งยากในการย้ายค่าย และผู้ให้บริการมักเสนอโปรโมชั่นพิเศษเพื่อรักษาลูกค้า
 - 6. มาตรการคุ้มครองผู้บริโภค** ต้องการให้มีการกำหนดเพดานราคาค่าบริการที่ชัดเจน ห้ามขึ้นราคาในช่วง 5 ปีแรกหลังควรวม ต้องการให้มีการสำรวจความคิดเห็นผู้บริโภคตลอด 5 ปี และต้องการให้คงแพ็คเกจราคาต่ำสุดไว้โดยไม่ลดคุณภาพ
 - 7. บทบาทของ กสทช.** ต้องการให้มีโครงการสำหรับเด็กและเยาวชน ต้องการให้ กสทช. ทำงานเชิงรุกมากขึ้น และควรมีการควบคุมการดำเนินงานของผู้ให้บริการอย่างจริงจัง เสนอให้มีการรวมบริการอินเทอร์เน็ตแบบครอบครัวเพื่อลดค่าใช้จ่าย
 - 8. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม** ต้องการให้มีการให้ข้อมูลที่ถูกต้องเกี่ยวกับสถานีวิทยุคมนาคม ต้องการให้ กสทช. ทำงานเชิงรุกในการตรวจสอบคุณภาพสัญญาณ และต้องการให้ กสทช. มีความจริงจังในการคุ้มครองผลประโยชน์ผู้บริโภค รวมทั้งควรมีการติดตามการแก้ไขข้อร้องเรียนอย่างจริงจัง
- การประชุมครั้งนี้ สะท้อนให้เห็นความต้องการของผู้บริโภคในภาคเหนือที่ต้องการให้มีการกำกับดูแลอย่างจริงจังมากขึ้น โดยเฉพาะในด้านคุณภาพบริการ ความโปร่งใสของแพ็คเกจ และการคุ้มครองผู้บริโภค

6.3. การจัดประชุมเวทีรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ (public hearing) ครั้งที่ 3

การประชุมรับฟังความคิดเห็นสาธารณะครั้งที่ 3 เมื่อวันที่ 13 พฤศจิกายน 2567 โดยมีประเด็นสำคัญดังนี้

1. การรับรู้เกี่ยวกับการรวมธุรกิจ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังไม่ทราบถึงการรวมกิจการ บางส่วนที่ทราบจะรับรู้หลังจากการควมรวมแล้ว 1-3 เดือน และต้องการให้ กสทช. กระตุ้นให้มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลอย่างทั่วถึง

2. ราคาค่าบริการอินเทอร์เน็ตบ้าน เสนอให้คิดค่าบริการตามปริมาณการใช้งานจริง ไม่ใช่แบบเหมาจ่าย สำหรับกลุ่มเปราะบาง ต้องการราคาพิเศษประมาณ 200-300 บาท และต้องการให้มีราคาพิเศษสำหรับนักศึกษา ผู้สูงอายุ และผู้มีรายได้น้อย

3. คุณภาพการใช้งานและความเสถียร พบความแตกต่างของคุณภาพระหว่างพื้นที่เมืองและชนบท สัญญาณมักมีปัญหาเมื่อใกล้ถึงรอบตัดบิล และคุณภาพสัญญาณในพื้นที่เมืองดีขึ้นหลังรวมธุรกิจ แต่พื้นที่รอบนอกยังมีปัญหา นอกจากนั้นผู้บริโภคยังสะท้อนว่าให้ความสำคัญกับคุณภาพมากกว่าราคา

4. ความหลากหลายของแพ็คเกจ ตัวเลือกแพ็คเกจลดลงหลังการควมรวม ไม่มีแพ็คเกจราคาต่ำสุดเหมือนก่อนรวมธุรกิจ ต้องการให้ผู้บริโภคสามารถเลือกแพ็คเกจที่เหมาะสมกับการใช้งานจริง และแพ็คเกจขั้นต่ำปัจจุบันอยู่ที่ 599 บาท จากเดิม 299 บาท

5. การแข่งขันในตลาด การแข่งขันในตลาดลดลง แต่ยังมีการแย่งลูกค้าระหว่าง AWN และ 3BB มีการแข่งขันด้านการให้ข้อมูลแพ็คเกจ

6. การย้ายค่าย ส่วนใหญ่ไม่พบปัญหาในการย้ายค่าย และการย้ายไป AWN ทำได้ง่าย แต่การย้ายออกจาก AWN มีเงื่อนไขและใช้เวลานาน

7. การให้บริการและแก้ไขปัญหา คุณภาพการบริการแตกต่างกันระหว่างพื้นที่เมืองและชนบท AWN มีการแจ้งเตือนปัญหาล่วงหน้า แต่มีความซับซ้อนในการรับเรื่องร้องเรียน การบริการในพื้นที่ห่างไกลยังไม่น่าประทับใจ

8. ความครอบคลุมของพื้นที่ สัญญาณยังไม่ครอบคลุมพื้นที่รอบนอกและชนบท ต้องการการจัดระเบียบสถานีวิทยุคมนาคม และเสนอให้ปรับปรุงสัญญาณในพื้นที่ห่างไกล

9. มาตรการคุ้มครองผู้บริโภค เห็นด้วยกับมาตรการทั้งหมด 22 ข้อ ของ กสทช. แต่ไม่มั่นใจการปฏิบัติจริง ต้องการการกำหนดเพดานราคา ต้องการให้คงแพ็คเกจราคาต่ำสุด และห้ามขึ้นราคาและต้องรักษาคุณภาพบริการเป็นเวลา 5 ปี

10. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ต้องการการประชาสัมพันธ์แพ็คเกจอย่างละเอียดและทั่วถึง และเสนอให้มีการชดเชยเมื่อเกิดปัญหาสัญญาณขัดข้อง

การประชุมครั้งนี้ สะท้อนให้เห็นความกังวลของผู้บริโภคในภาคใต้ โดยเฉพาะเรื่องความแตกต่างของคุณภาพบริการระหว่างพื้นที่เมืองและชนบท และการเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับการรวมธุรกิจ

6.4. การจัดประชุมเวทีรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ (public hearing) ครั้งที่ 4

การประชุมรับฟังความคิดเห็นสาธารณะครั้งที่ 4 เมื่อวันที่ 20 พฤศจิกายน 2567 โดยมีประเด็นสำคัญดังนี้

1. การรับรู้เกี่ยวกับการรวมธุรกิจ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังไม่ทราบถึงการรวมธุรกิจ โดยเพิ่งทราบในที่ประชุม บางส่วนรับทราบผ่านโทรศัพท์และ SMS จากผู้ให้บริการ และส่วนใหญ่ที่ทราบเป็นเครือข่ายของ กสทช. แต่ยังไม่ทราบรายละเอียดชัดเจน

2. **ราคาค่าบริการ** บางส่วนได้รับค่าบริการที่ถูกลง มีการคิดค่าบริการเสริมที่ไม่ได้สมัคร
ต้องการให้ลดราคาตามความต้องการของแต่ละกลุ่ม และบางครั้งค่าบริการไม่ตรงตามที่กำหนด
 3. **คุณภาพการใช้งาน** สัญญาณในเมืองดีขึ้น แต่ยังมีปัญหาบางช่วง เมื่อสัญญาณอ่อน
มักได้รับคำแนะนำให้ปิด-เปิดอุปกรณ์ บางส่วนไม่เห็นความเปลี่ยนแปลงก่อนและหลังรวมธุรกิจ และไม่
ต้องการให้ลดคุณภาพสัญญาณก่อนครบรอบปี
 4. **ความหลากหลายของแพ็คเกจ** ต้องการแพ็คเกจที่เหมาะสมกับการใช้งาน มีแพ็คเกจให้
เลือกหลากหลาย ต้องการแพ็คเกจพิเศษสำหรับนักเรียน นักศึกษา และกลุ่มเปราะบาง
 5. **การแข่งขันในตลาด** การแข่งขันลดลงเหลือผู้ให้บริการ 2 รายใหญ่ และทางเลือกของ
ผู้บริโภคน้อยลง
 6. **การย้ายค่าย** ขั้นตอนไม่ซับซ้อน ต้องการให้ผู้ให้บริการเก็บกล่องสัญญาณเดิมเอง และ
ต้องการให้ กสทช. ควบคุมเงื่อนไขการยกเลิกหรือย้ายเครือข่าย
 7. **การให้บริการและแก้ไขปัญหา** ผู้ให้บริการมักไม่ดำเนินการตามที่ผู้บริโภคแจ้งปัญหา และ
การติดต่อ Call Center ยาก โดยเฉพาะสำหรับผู้สูงอายุ
 8. **ความครอบคลุมพื้นที่** พื้นที่รอบนอกยังมีปัญหาสัญญาณช้าและล่ม นอกจากนั้นในเมืองมี
ปัญหาเฉพาะบางช่วงเวลา
 9. **มาตรการคุ้มครองผู้บริโภค** ต้องการขยายระยะเวลามาตรการจาก 5 ปี ให้นานขึ้น ต้องการ
การกำหนดเพดานราคา ต้องการการรักษาคุณภาพบริการ และต้องการให้คงแพ็คเกจราคาต่ำสุด
 10. **ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม** ต้องการช่องทางร้องเรียนโดยตรงกับ กสทช. และต้องการเพิ่มช่อง
ทางการประชาสัมพันธ์ เสนอให้มีการประเมินสมาชิกเครือข่าย กสทช. รายปี บางส่วนมองว่าการรวมธุรกิจไม่
เป็นผลดีต่อผู้บริโภค
- การประชุมครั้งนี้ สะท้อนให้เห็นความกังวลของผู้บริโภคในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
โดยเฉพาะในเรื่องการสื่อสารข้อมูลการรวบรวม คุณภาพบริการในพื้นที่ห่างไกล และการเข้าถึงช่องทาง
ร้องเรียน

ตอนที่ 7 การวิพากษ์ผลการศึกษาโดยผู้เชี่ยวชาญ

การประชุมรับฟังความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิต่อผลการศึกษางานที่
ปรึกษาเพื่อติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลตามนโยบาย กสทช. ที่สำคัญในด้านการคุ้มครองผู้บริโภค
ประจำปี 2567 โดยผู้เชี่ยวชาญ จัดขึ้นในวันที่ 17 มกราคม 2568 ณ โรงแรมทีเค พาเลซ แอนด์คอนเวนชัน
กรุงเทพฯ มีประเด็นสำคัญดังนี้

ประเด็นที่ 1 เรื่อง **ธรรมาภิบาลและความโปร่งใส** การวิพากษ์สะท้อนให้เห็นความกังวลอย่าง
มากเกี่ยวกับความโปร่งใสและธรรมาภิบาลในการดำเนินงานของ กสทช. โดยเฉพาะในประเด็นการรวมธุรกิจ
และการจัดสรรเงินกองทุน กทปส. ผู้ทรงคุณวุฒิเห็นด้วยจากผลการศึกษาที่ใช้คำว่า "การขาดกรรม
ผู้บริโภค" สะท้อนความรู้สึกของภาคประชาชนที่มองว่าการตัดสินใจหลายอย่างไม่ได้คำนึงถึงผลประโยชน์ของ
ผู้บริโภคเป็นหลัก

ประเด็นที่ 2 **ช่องว่างระหว่างนโยบายและการปฏิบัติ** มีการชี้ให้เห็นช่องว่างที่สำคัญระหว่าง
นโยบายและการปฏิบัติจริง โดยเฉพาะในเรื่องการกำกับดูแลการรวมธุรกิจ แม้จะมีมาตรการกำกับดูแล 5 ปี
แต่ในทางปฏิบัติ ผู้ประกอบการสามารถหาช่องทางหลีกเลี่ยงได้ เช่น การยกเลิกแพ็คเกจราคาถูก ทำให้
มาตรการไม่สามารถคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง

ประเด็นที่ 3 ความท้าทายของการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี ผู้ทรงคุณวุฒิชี้ให้เห็นว่า การหลอมรวมของเทคโนโลยีกำลังท้าทายกรอบการกำกับดูแลแบบเดิม โดยเฉพาะการที่คนดูคอนเทนต์ผ่านมือถือมากขึ้น ทำให้เส้นแบ่งระหว่างกิจการโทรทัศน์และโทรคมนาคมมีความทับซ้อน จำเป็นต้องมีการปรับปรุงกฎหมายและกรอบการกำกับดูแลให้ทันสมัย

ประเด็นที่ 4 การขาดพลังต่อรองของผู้บริโภค ผู้วิพากษ์หลายท่านสะท้อนว่า ผู้บริโภคยังขาดพลังต่อรอง และขาดความเข้าใจในสิทธิของตนเอง เน้นย้ำว่า "หัวใจสำคัญจะอยู่ที่การทำให้ผู้บริโภคมีความเข้มแข็ง" การมีกฎหมายที่ดีอย่างเดียวไม่เพียงพอ ต้องสร้างความเข้มแข็งให้กับองค์กรผู้บริโภคด้วย

ประเด็นที่ 5 ข้อจำกัดของการตรวจสอบ มีการสะท้อนถึงข้อจำกัดในการตรวจสอบการทำงานของ กสทช. โดยเฉพาะหลังจากการตีความของศาลที่จำกัดอำนาจของสภาในการเรียกบุคคลมาให้ข้อมูล ทำให้กลไกการตรวจสอบอ่อนแอลง นอกจากนี้ยังมีปัญหาการขาดข้อมูลที่เป็นอิสระในการติดตามผลการรวมธุรกิจ

ประเด็นที่ 5 วิกฤตศรัทธา การวิพากษ์สะท้อนให้เห็นวิกฤตศรัทธาที่ประชาชนมีต่อ กสทช. มองว่า กสทช. ไม่สามารถคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้ประชาชนเกิดความรู้สึกท้อแท้และไม่เชื่อมั่นว่าการแสดงความคิดเห็นหรือร้องเรียนจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้น

บทที่ 4

ผลการศึกษาการรวบรวมข้อมูลและข้อคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประเด็นที่ 2 การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผล การสนับสนุนส่งเสริม และ การคุ้มครองผู้บริโภคของกองทุนวิจัยและพัฒนาการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการ โทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.) ในการพัฒนางานคุ้มครองผู้บริโภค

การรวบรวมข้อมูลและข้อคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อติดตาม ตรวจสอบ และ
ประเมินผล การสนับสนุนส่งเสริม และการคุ้มครองผู้บริโภคของกองทุนวิจัยและพัฒนาการกระจายเสียง
กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.) ในการพัฒนางานคุ้มครองผู้บริโภค
ดำเนินการเก็บข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยเชิงปริมาณได้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม
จำนวน 2,520 คน และเชิงคุณภาพเก็บข้อมูลโดยการจัดประชุมระดมคัลงสมอง สัมภาษณ์เชิงลึก สันทนากลุ่ม
สนทนากลุ่มย่อย และการประชุมรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ โดยแบ่งการนำเสนอเป็น 7 ตอน ได้แก่

ผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณ

ตอนที่ 1 ผลการรวบรวมข้อมูลของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียจากการสำรวจด้วยแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ

ตอนที่ 2 ผลการรวบรวมข้อคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการระดมคัลงสมอง

ตอนที่ 3 ผลการรวบรวมข้อคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการสัมภาษณ์เชิงลึก

ตอนที่ 4 ผลการรวบรวมข้อคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการสนทนากลุ่ม

ตอนที่ 5 ผลการรวบรวมข้อคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการสนทนากลุ่มย่อย

ตอนที่ 6 ผลการรวบรวมข้อคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการประชุมรับฟังความคิดเห็น
สาธารณะ

ตอนที่ 7 การวิพากษ์ผลการศึกษาการจ้างที่ปรึกษาเพื่อติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผล
ตามนโยบาย กสทช. ที่สำคัญในด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567 โดย
ผู้เชี่ยวชาญ

โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณ

ตอนที่ 1 ผลการรวบรวมข้อมูลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการสำรวจด้วยแบบสอบถาม

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในบทนี้จะแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา
ประกอบด้วย

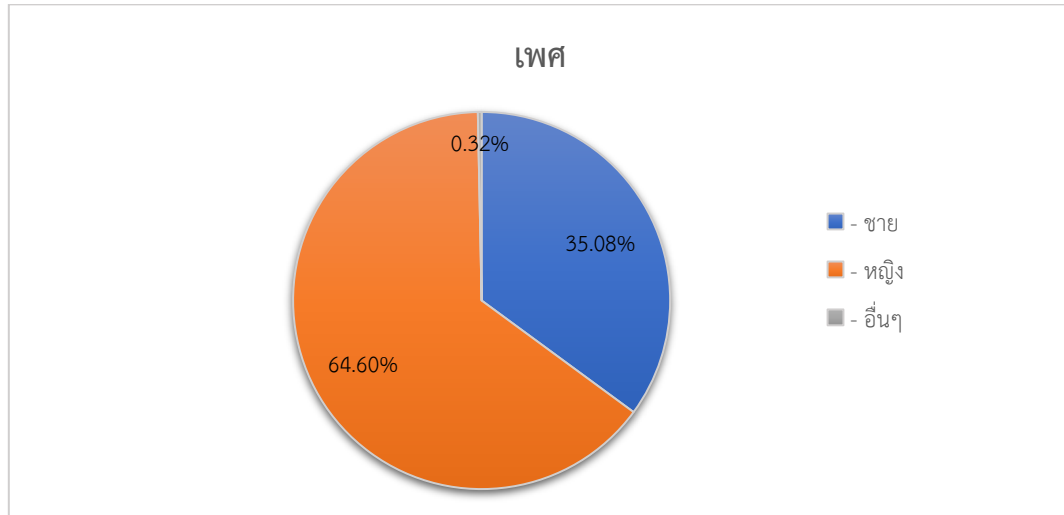
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งจะแสดงให้เห็นถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ของ
กลุ่มตัวอย่าง ทั้งในด้านเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ และภูมิลำเนา

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการประเมินผลการดำเนินงานของกองทุน กทปส. ทั้งในด้านการรับรู้
ความเข้าใจ การมีส่วนร่วม และความพึงพอใจต่อการดำเนินงาน

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบน
มาตรฐาน เพื่อสรุปลักษณะของข้อมูลที่ศึกษา โดยมีผลการวิเคราะห์ในแต่ละส่วนดังนี้

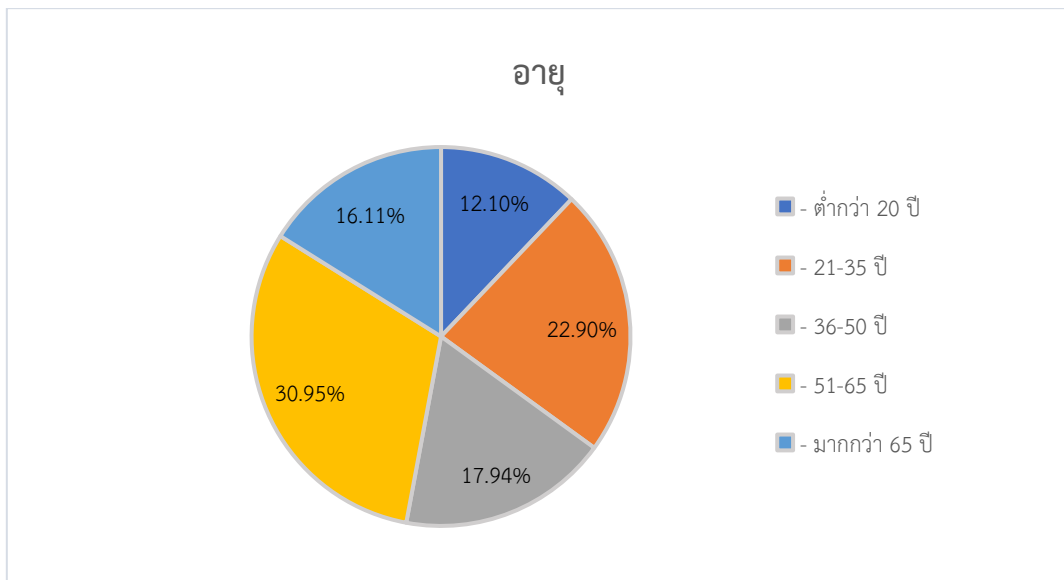
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 2,520 คน สามารถสรุปลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่สำคัญได้ดังนี้



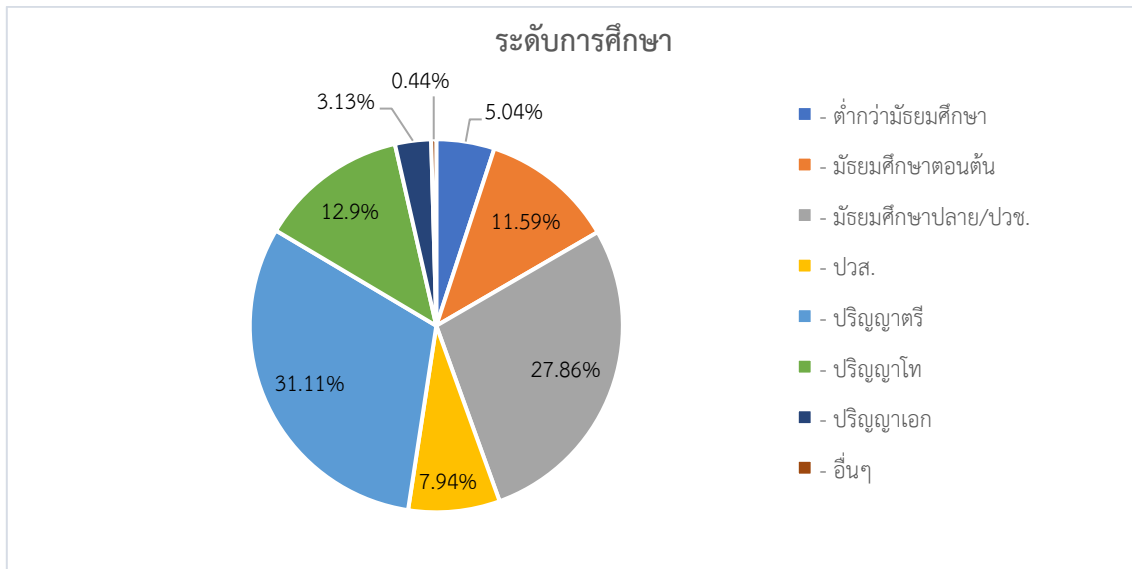
ภาพที่ 16 แสดงข้อมูลเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้านเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 1,628 คน คิดเป็นร้อยละ 64.60 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 884 คน คิดเป็นร้อยละ 35.08 และมีผู้ที่ระบุเพศอื่นๆ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 0.32



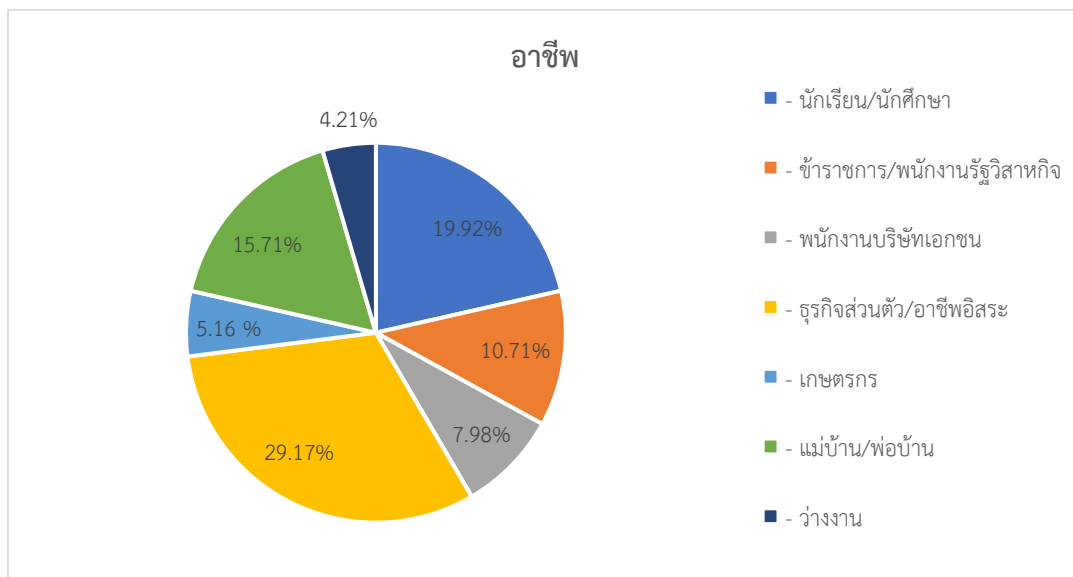
ภาพที่ 17 แสดงข้อมูลอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

เมื่อพิจารณาช่วงอายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 51-65 ปี จำนวน 780 คน คิดเป็นร้อยละ 30.95 รองลงมาคือช่วงอายุ 21-35 ปี จำนวน 577 คน (ร้อยละ 22.90) และช่วงอายุ 36-50 ปี จำนวน 452 คน (ร้อยละ 17.94) ตามลำดับ



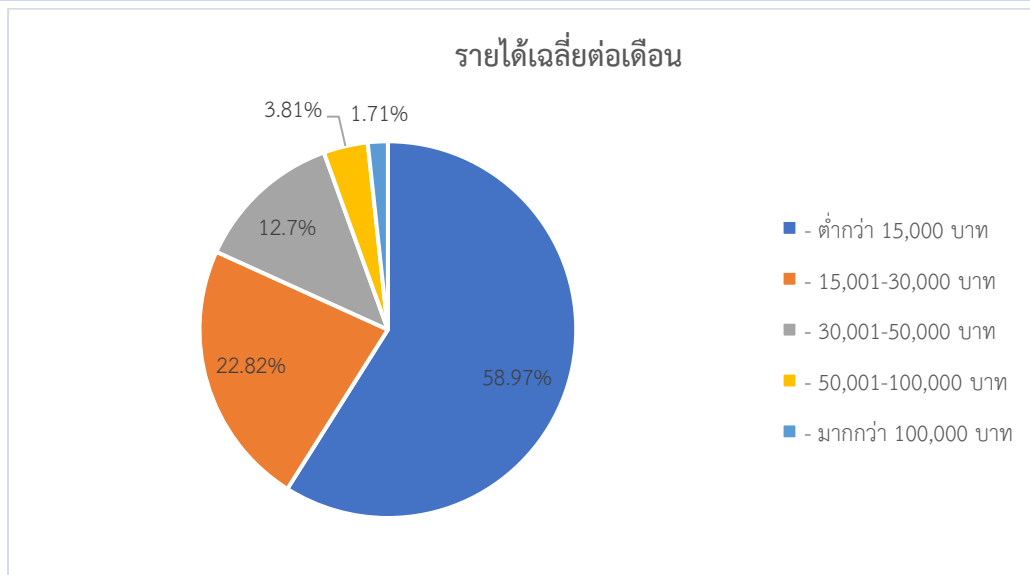
ภาพที่ 18 กราฟแสดงข้อมูลระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้านการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 784 คน คิดเป็นร้อยละ 31.11 รองลงมาคือระดับมัธยมศึกษาปลาย/ปวช. จำนวน 702 คน (ร้อยละ 27.86) และระดับปริญญาโท จำนวน 325 คน (ร้อยละ 12.90)



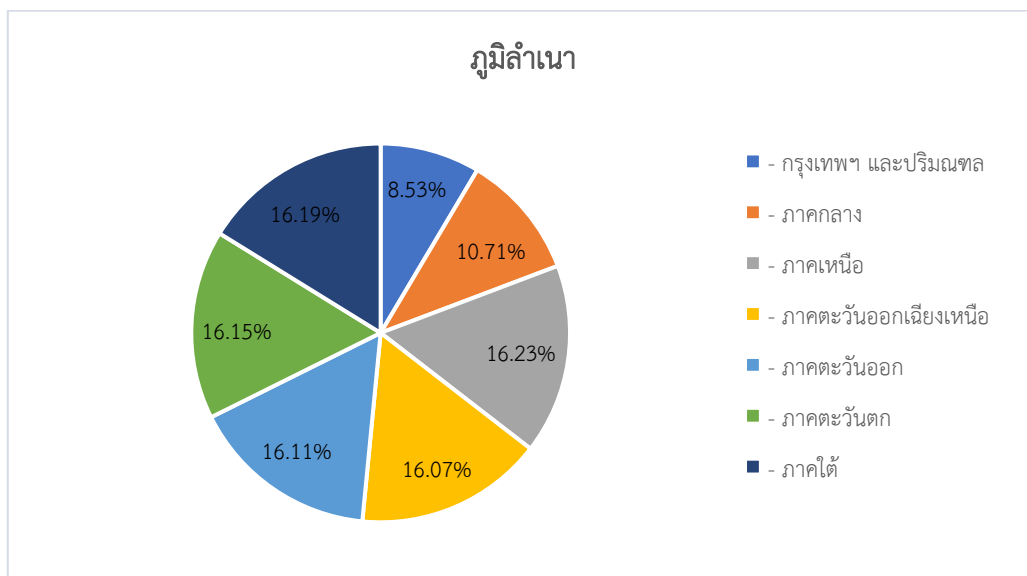
ภาพที่ 19 กราฟแสดงข้อมูลอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม

สำหรับอาชีพ พบว่า ส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ จำนวน 735 คน คิดเป็นร้อยละ 29.17 รองลงมาคือนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 502 คน (ร้อยละ 19.92) และแม่บ้าน/พ่อบ้าน จำนวน 396 คน (ร้อยละ 15.71) นอกจากนี้ยังมีอาชีพอื่นๆ ที่น่าสนใจ เช่น รับจ้างทั่วไป ข้าราชการบำนาญ และอาจารย์พิเศษ



ภาพที่ 20 กราฟแสดงข้อมูลรายได้เฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้านรายได้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 1,486 คน คิดเป็นร้อยละ 58.97 รองลงมาคือช่วง 15,001 - 30,000 บาท จำนวน 575 คน (ร้อยละ 22.82) และช่วง 30,001 - 50,000 บาท จำนวน 320 คน (ร้อยละ 12.70)



ภาพที่ 21 กราฟแสดงข้อมูลภูมิลำเนาของผู้ตอบแบบสอบถาม

สำหรับการกระจายตัวทางภูมิศาสตร์ พบว่า มีการกระจายตัวค่อนข้างสม่ำเสมอในแต่ละภูมิภาค โดยภาคเหนือมีสัดส่วนมากที่สุดที่ร้อยละ 16.23 รองลงมาคือภาคตะวันตก (ร้อยละ 16.15) และภาคตะวันออก (ร้อยละ 16.11) ขณะที่กรุงเทพฯ และปริมณฑลมีสัดส่วนน้อยที่สุดที่ร้อยละ 8.53

ข้อมูลเชิงประชากรศาสตร์นี้แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีความหลากหลายและครอบคลุมประชากรในหลายมิติ ทั้งด้านเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ และการกระจายตัวทางภูมิศาสตร์ ซึ่งจะช่วยให้ผลการศึกษามีความน่าเชื่อถือและสามารถสะท้อนความคิดเห็นของประชาชนได้อย่างครอบคลุม

ส่วนที่ 2 การรับรู้เกี่ยวกับกองทุน กทปส.

การรับรู้เกี่ยวกับกองทุน กทปส.

จากข้อมูลพบว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 1,170 คน คิดเป็นร้อยละ 65.95 เคยรับรู้เกี่ยวกับกองทุนฯ ในขณะที่ร้อยละ 34.05 หรือ 604 คน ไม่เคยรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับกองทุนฯ มาก่อน ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าแม้กองทุนจะมีการดำเนินงานมาระยะหนึ่ง แต่ยังมีประชาชนจำนวนมากที่ไม่รับรู้ถึงการมีอยู่ของกองทุน อันอาจส่งผลต่อการเข้าถึงและการใช้ประโยชน์จากกองทุนของภาคประชาชน ดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 38 การรับรู้เกี่ยวกับกองทุน กทปส.

การรับรู้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เคย	1,170	65.95
ไม่เคย	604	34.05
รวม	1,774	100.00

แหล่งที่มาของข้อมูลเกี่ยวกับกองทุน กทปส.

แหล่งที่มาของข้อมูลเกี่ยวกับกองทุน กทปส. พบข้อค้นพบที่น่าสนใจว่า จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 1,612 คน มีถึงร้อยละ 48.45 (781 คน) ที่ระบุว่าไม่ทราบแหล่งข้อมูล ในขณะที่แหล่งข้อมูลหลักมาจากสื่อสังคมออนไลน์ (ร้อยละ 15.69) และโทรทัศน์ (ร้อยละ 11.23) ที่น่าสนใจคือ เว็บไซต์ของ กสทช./ กทปส. ซึ่งเป็นช่องทางการสื่อสารหลักขององค์กร มีผู้เข้าถึงเพียงร้อยละ 5.96 เท่านั้น สะท้อนถึงข้อจำกัดในการเข้าถึงข้อมูลผ่านช่องทางทางการขององค์กร ดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 39 แหล่งที่มาของข้อมูลเกี่ยวกับกองทุน กทปส. (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

แหล่งข้อมูล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่ทราบ	781	48.45
เว็บไซต์ กสทช./กทปส.	96	5.96
สื่อสังคมออนไลน์	253	15.69
โทรทัศน์	181	11.23
วิทยุ	8	0.50
หนังสือพิมพ์	22	1.36
เพื่อน/ครอบครัว	53	3.29
การประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานรัฐ	80	4.96
อื่นๆ (รวมแหล่งข้อมูลที่เหลือ)	138	8.56
รวมทั้งหมด	1,612	100.00

การรับรู้วัตถุประสงค์ของกองทุน กทปส.

การรับรู้วัตถุประสงค์ของกองทุน กทปส. พบว่าจากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 4,619 คำตอบ (เนื่องจากตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) วัตถุประสงค์ที่ได้รับการรับรู้มากที่สุดคือ การดำเนินการให้ประชาชนได้รับบริการด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมอย่างทั่วถึง (ร้อยละ 23.66)

รองลงมาคือการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาทรัพยากรสื่อสาร (ร้อยละ 21.56) ในขณะที่วัตถุประสงค์ด้านการสนับสนุนการใช้คลื่นความถี่ได้รับการรับรู้ที่น้อยที่สุด (ร้อยละ 11.97) สะท้อนให้เห็นว่าประชาชนรับรู้บทบาทของกองทุนในมิติของการให้บริการมากกว่ามิติด้านเทคนิคและการบริหารจัดการทรัพยากร ดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 40 การรับรู้วัตถุประสงค์ของกองทุน กทปส. (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

วัตถุประสงค์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ดำเนินการให้ประชาชนได้รับบริการด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม อย่างทั่วถึง ตลอดจนส่งเสริมชุมชนและสนับสนุนผู้ประกอบการบริการชุมชน	1,093	23.66
ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาทรัพยากรสื่อสาร การวิจัยและพัฒนาด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม รวมทั้งความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อเทคโนโลยีด้านการใช้คลื่นความถี่ เทคโนโลยีสารสนเทศ เทคโนโลยีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการ สูงอายุหรือผู้ด้อยโอกาส ตลอดจนอุตสาหกรรมโทรคมนาคมและอุตสาหกรรมต่อเนื่อง	996	21.56
ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ กิจการโทรคมนาคม และเทคโนโลยีสารสนเทศ ตลอดจนการดำเนินการขององค์กรซึ่งทำหน้าที่จัดทำมาตรฐานทางจริยธรรมของการว่าด้วยการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์	701	15.18
สนับสนุน ส่งเสริม และคุ้มครองผู้บริโภคด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม	708	15.33
สนับสนุนการดำเนินการตามกฎหมายว่าด้วยกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ โดยจัดสรรเงินให้แก่กองทุนสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์	568	12.30
สนับสนุนการใช้คลื่นความถี่ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด รวมทั้งสนับสนุนการเรียกคืน คลื่นความถี่ที่มีผู้ได้รับอนุญาตไป เพื่อนำมาจัดสรรใหม่และสนับสนุนการทดแทน ขดใช้ หรือจ่ายค่าตอบแทนการถูกเรียกคืนคลื่นความถี่ ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการใช้คลื่นความถี่	553	11.97
ไม่แน่ใจ	427	9.24
รวม	4,619	100.00

การรับทราบเกี่ยวกับโครงการที่ได้รับการสนับสนุน

การรับทราบเกี่ยวกับโครงการที่ได้รับการสนับสนุนจากกองทุน กทปส. พบข้อค้นพบที่น่าสนใจหลายประการ กล่าวคือ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 2,507 คน มีเพียงร้อยละ 16.31 (409 คน) เท่านั้นที่เคยรับทราบเกี่ยวกับโครงการที่ได้รับการสนับสนุน ในขณะที่เกือบครึ่งหนึ่งของผู้ตอบแบบสอบถามคือร้อยละ 47.71 (1,196 คน) ระบุว่าไม่เคยรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับโครงการที่ได้รับการสนับสนุนเลย นอกจากนี้ ยังมีผู้ที่ไม่แน่ใจอีกร้อยละ 11.89 (298 คน) และผู้ที่ระบุว่าไม่เกี่ยวข้องอีกร้อยละ 24.09 (604 คน)

เมื่อพิจารณาในเชิงลึก ข้อมูลนี้สะท้อนให้เห็นถึงช่องว่างที่สำคัญในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ผลงานของกองทุนฯ กล่าวคือ แม้ว่าจากตารางที่ 40 จะแสดงให้เห็นว่ามีผู้รับรู้เกี่ยวกับการมีอยู่ของกองทุนฯ ในสัดส่วนที่สูง (ร้อยละ 65.95) แต่เมื่อพิจารณาถึงการรับรู้ในระดับที่ลึกซึ้งไปถึงโครงการที่ได้รับการสนับสนุน กลับพบว่ามีส่วนที่ต่ำมาก โดยมีผู้ที่เคยรับทราบเพียงประมาณ 1 ใน 6 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดเท่านั้น

ที่น่าสนใจคือ สัดส่วนของผู้ที่ระบุว่า "ไม่เกี่ยวข้อง" มีถึงเกือบ 1 ใน 4 ของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งอาจสะท้อนถึงการที่ประชาชนไม่เห็นความเชื่อมโยงระหว่างการทำงานของกองทุนกับชีวิตประจำวันของตน หรืออาจไม่ตระหนักว่าตนเองเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการดำเนินงานของกองทุน

นัยยะเชิงนโยบายที่สำคัญจากข้อมูลนี้คือ กองทุนฯ จำเป็นต้องทบทวนและปรับปรุงกลยุทธ์การสื่อสารประชาสัมพันธ์อย่างเร่งด่วน โดยเฉพาะการสื่อสารเกี่ยวกับผลงานที่เป็นรูปธรรม และการสร้างการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ประชาชนจะได้รับจากการดำเนินงานของกองทุน เพื่อลดช่องว่างระหว่างการรับรู้ในระดับนโยบายกับการรับรู้ในระดับปฏิบัติ

ดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 41 การรับทราบเกี่ยวกับโครงการที่ได้รับการสนับสนุน

การรับทราบ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เคย	409	16.31
ไม่เคย	1,196	47.71
ไม่แน่ใจ	298	11.89
ไม่เกี่ยวข้อง	604	24.09
รวม	2,507	100.00

เมื่อสอบถามเพิ่มเติมผู้ที่ตอบว่าเคยรับรู้เกี่ยวกับกองทุน กทปส. โดยให้ยกตัวอย่างโครงการที่เคยรับรู้พบว่า

1. โครงการที่ประชาชนทราบ อาทิ วิจัยเก๋ารู้เท่าทันสื่อ โครงการกระต่ายตื่นตูม โครงการ Young Content Creator โครงการพัฒนาระบบจัดการการจราจรอากาศยานไร้คนขับ (UTM) โครงการอินเทอร์เน็ตในพื้นที่ห่างไกล โครงการเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค โครงการพัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชนท้องถิ่น โครงการพัฒนาผู้สื่อข่าวดิจิทัลแห่งประเทศไทย โครงการรถบัสไร้คนขับ 5G โครงการไม่แน่ใจอย่าแชร์ โครงการรู้เท่าทันสื่อโดยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โครงการเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตเพื่อดูแลผู้ป่วยในพื้นที่ห่างไกล โครงการสื่อสารสร้างสรรค์และสื่อปลอดภัย โครงการ NGSO (ดาวเทียมวงโคจรต่ำ) เป็นต้น

2. ลักษณะโครงการที่ประชาชนให้ความสนใจ

- การส่งเสริมความรู้เท่าทันสื่อ
- การคุ้มครองผู้บริโภคในด้านกิจการโทรคมนาคมและการกระจายเสียง
- การพัฒนาด้านเทคโนโลยี เช่น 5G, รถบัสไร้คนขับ, และแอปพลิเคชันชุมชน
- การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์สำหรับเด็ก เยาวชน และผู้สูงอายุ

อย่างไรก็ดี ประเด็นปัญหาที่พบ คือ ประชาชนจำนวนมากระบุว่า "ไม่เคยทราบ" หรือ "ไม่มีข้อมูล" สะท้อนว่าการรับรู้ของประชาชนเกี่ยวกับกองทุน กทปส. และโครงการต่าง ๆ ยังคงค่อนข้างจำกัด โดยมีคำแนะนำจากผู้ตอบ คือ ควรมีการประชาสัมพันธ์โครงการให้เข้าถึงประชาชนได้มากขึ้น และเพิ่มโอกาสให้ชุมชนในพื้นที่ห่างไกลได้รับประโยชน์จากโครงการ เช่น อินเทอร์เน็ตฟรี

ความสำคัญของกองทุน กทปส. ต่อการพัฒนา

ระดับความสำคัญของกองทุน กทปส. ต่อการพัฒนา พบว่าจากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 2,520 คน ส่วนใหญ่เห็นว่ากองทุนมีความสำคัญ โดยร้อยละ 40.99 (1,033 คน) ระบุว่าสำคัญมาก และร้อยละ 40.60 (1,023 คน) ระบุว่าสำคัญ รวมเป็นร้อยละ 81.59 ที่เห็นความสำคัญของกองทุน ในขณะที่มีเพียงส่วนน้อยมากที่เห็นว่าไม่สำคัญ (ร้อยละ 0.63) และไม่สำคัญเลย (ร้อยละ 0.08) มีผู้ที่รู้สึกเฉยๆ ร้อยละ 6.39 และไม่แน่ใจ ร้อยละ 11.31 ข้อมูลนี้สะท้อนให้เห็นว่าแม้จะมีข้อจำกัดในการรับรู้เกี่ยวกับการดำเนินงาน แต่ประชาชนส่วนใหญ่ตระหนักถึงความสำคัญของกองทุนต่อพัฒนาประเทศ

ตารางที่ 42 ความสำคัญของกองทุน กทปส. ต่อการพัฒนา

ระดับความสำคัญ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สำคัญมาก	1,033	40.99
สำคัญ	1,023	40.60
ไม่สำคัญ	16	0.63
ไม่สำคัญเลย	2	0.08
เฉยๆ	161	6.39
ไม่แน่ใจ	285	11.31
รวม	2,520	100.00

ส่วนที่ 3 การรับรู้เกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคและการมีส่วนร่วมกับกองทุน กทปส.

การรับรู้สิทธิในการเสนอโครงการ

พบว่า จากผู้ตอบแบบสอบถาม 2,511 คน มีเพียงร้อยละ 28.24 (709 คน) ที่ทราบว่าประชาชนมีสิทธิเสนอโครงการ ในขณะที่ร้อยละ 71.76 (1,802 คน) ไม่ทราบถึงสิทธินี้ สะท้อนให้เห็นถึงช่องว่างที่สำคัญในการสร้างการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน ดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 43 การรับรู้สิทธิในการเสนอโครงการ

การรับรู้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ทราบ	709	28.24
ไม่ทราบ	1,802	71.76
รวม	2,511	100.00

ความคิดเห็นต่อการมีส่วนร่วมของประชาชน

ความคิดเห็นต่อการมีส่วนร่วมของประชาชน พบว่าจากผู้ตอบแบบสอบถาม 1,612 คน ส่วนใหญ่เห็นด้วยกับการให้ประชาชนมีส่วนร่วม โดยร้อยละ 46.39 เห็นว่าควรอย่างยิ่ง และร้อยละ 38.33 เห็นว่าควรรวมเป็นร้อยละ 84.72 ที่สนับสนุนการมีส่วนร่วม มีเพียงร้อยละ 1.87 ที่ไม่เห็นด้วย (รวมไม่ควรและไม่ควรอย่างยิ่ง) และร้อยละ 13.41 ที่ไม่แน่ใจ ดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 44 ความคิดเห็นต่อการมีส่วนร่วมของประชาชน

ความคิดเห็น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ควรอย่างยิ่ง	1,169	46.39
ควร	966	38.33
ไม่ควร	33	1.31
ไม่ควรอย่างยิ่ง	14	0.56
ไม่แน่ใจ	338	13.41
รวม	1,612	100.00

รูปแบบการมีส่วนร่วมที่ต้องการ

รูปแบบการมีส่วนร่วมที่ประชาชนต้องการ จากผู้ตอบแบบสอบถาม 724 คน พบว่ารูปแบบที่ได้รับ ความสนใจมากที่สุดคือการแสดงความคิดเห็นผ่านเว็บไซต์/แอปพลิเคชัน (ร้อยละ 34.67) รองลงมาคือการเข้า ร่วมประชุมรับฟังความคิดเห็น (ร้อยละ 20.58) และการร่วมเป็นคณะกรรมการภาคประชาชน (ร้อยละ 15.47) สะท้อนให้เห็นว่าประชาชนต้องการช่องทางการมีส่วนร่วมที่หลากหลายและสะดวก ดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 45 รูปแบบการมีส่วนร่วมที่ต้องการ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

รูปแบบ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
แสดงความคิดเห็นผ่านเว็บไซต์/แอป	251	34.67
เข้าร่วมประชุมรับฟังความคิดเห็น	149	20.58
ร่วมเป็นคณะกรรมการภาคประชาชน	112	15.47
ลงคะแนนเสียงเลือกโครงการ	45	6.22
เสนอโครงการโดยตรง	30	4.14
ร่วมติดตามประเมินผล	30	4.14
อื่นๆ	107	14.78
■ ไม่แน่ใจ	86	11.88
■ ไม่ทราบ	21	2.90
รวม	724	100.00

ความคิดเห็นต่อความโปร่งใสในการเปิดเผยข้อมูล

ความคิดเห็นต่อความโปร่งใสในการเปิดเผยข้อมูล จากผู้ตอบแบบสอบถาม 2,520 คน พบว่าร้อยละ 53.17 เห็นว่ามีความโปร่งใส (โปร่งใสมากร้อยละ 16.23 และโปร่งใสร้อยละ 36.94) อย่างไรก็ตาม มีประเด็นที่น่าสนใจคือมีผู้ที่ไม่แน่ใจถึงร้อยละ 37.54 ซึ่งอาจสะท้อนถึงการขาดข้อมูลที่เพียงพอในการประเมิน ในขณะที่ร้อยละ 9.29 เห็นว่าไม่โปร่งใส ดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 46 ความคิดเห็นต่อความโปร่งใสในการเปิดเผยข้อมูล

ระดับความโปร่งใส	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โปร่งใสมาก	409	16.23
โปร่งใส	931	36.94
ไม่โปร่งใส	190	7.54
ไม่โปร่งใสอย่างมาก	44	1.75
ไม่แน่ใจ	946	37.54
รวม	2,520	100.00

การได้รับประโยชน์จากโครงการของกองทุน

การได้รับประโยชน์จากโครงการของกองทุน จากผู้ตอบแบบสอบถาม 2,500 คน พบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 62.04 ระบุว่าไม่เคยได้รับประโยชน์ มีเพียงร้อยละ 14.12 ที่เคยได้รับประโยชน์ และร้อยละ 23.84 ไม่แน่ใจ สัดส่วนนี้สอดคล้องกับข้อมูลก่อนหน้าเกี่ยวกับการรับรู้การดำเนินงานของกองทุนที่ยังอยู่ในระดับต่ำ ดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 47 การได้รับประโยชน์จากโครงการของกองทุน

การได้รับประโยชน์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เคย	353	14.12
ไม่เคย	1,551	62.04
ไม่แน่ใจ	596	23.84
รวม	2,500	100.00

ลักษณะประโยชน์ที่ได้รับ

จากการสำรวจที่อนุญาตให้ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ มีผู้ตอบทั้งสิ้น 3,240 คำตอบ ผลการศึกษาพบว่า ประโยชน์หลักที่ประชาชนได้รับมากที่สุดคือการเข้าถึงบริการโทรคมนาคมในพื้นที่ห่างไกล คิดเป็นร้อยละ 17.41 (564 คน) รองลงมาคือการได้รับข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ผ่านสื่อต่าง ๆ ร้อยละ 16.98 (550 คน) และการได้รับความรู้ด้านการใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร ร้อยละ 16.17 (524 คน) ตามลำดับ

ที่น่าสนใจคือ ในหมวด "อื่น ๆ" ซึ่งมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 24.14 (782 คน) เมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียด พบว่าส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ระบุว่าไม่เคยได้รับประโยชน์ (610 คน หรือร้อยละ 18.83) และผู้ที่ไม่แน่ใจ (172 คน

หรือร้อยละ 5.31) สัดส่วนนี้สะท้อนให้เห็นถึงความท้าทายสำคัญในการสร้างการรับรู้และการเข้าถึงประโยชน์จากกองทุนของประชาชน ดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 48 ลักษณะประโยชน์ที่ได้รับ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ประเภทประโยชน์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
การเข้าถึงบริการโทรคมนาคมในพื้นที่ห่างไกล	564	17.41
การได้รับความรู้ด้านการใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร	524	16.17
การได้รับข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ผ่านสื่อต่างๆ	550	16.98
การได้รับการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคด้านการสื่อสาร	487	15.03
การได้รับโอกาสในการพัฒนาทักษะด้านการสื่อสาร	333	10.28
อื่นๆ ประกอบด้วย	782	24.14
▪ ไม่เคยได้รับประโยชน์	610	18.83
▪ ไม่แน่ใจ	172	5.31
รวม	3,240	100.00

การรับรู้ช่องทางร้องเรียน/แสดงความคิดเห็น

สถานการณ์การรับรู้และการใช้ช่องทางร้องเรียน/แสดงความคิดเห็น โดยจากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 2,520 คน พบว่ามีเพียงร้อยละ 32.34 (815 คน) ที่ทราบช่องทางร้องเรียน ในขณะที่ร้อยละ 67.66 (1,705 คน) ไม่ทราบช่องทาง ซึ่งเป็นสัดส่วนที่สูงมากและอาจส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการสื่อสารสองทางระหว่างกองทุนกับประชาชน ดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 49 การรับรู้ช่องทางร้องเรียน/แสดงความคิดเห็น

การรับรู้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ทราบ	815	32.34
ไม่ทราบ	1,705	67.66
รวม	2,520	100.00

ช่องทางที่จะใช้ร้องเรียน/แสดงความคิดเห็น

เมื่อวิเคราะห์ช่องทางที่ประชาชนจะใช้ร้องเรียนหรือแสดงความคิดเห็น จากผู้ตอบ 808 คน พบว่าช่องทางที่ได้รับความนิยมสูงสุด 3 อันดับแรกคือ เว็บไซต์ กสทช./กทปส. (ร้อยละ 21.78 หรือ 176 คน) โทรศัพท์สายด่วน (ร้อยละ 18.81 หรือ 152 คน) และสำนักงาน กสทช. (ร้อยละ 12.38 หรือ 100 คน)

ที่น่าสังเกตคือ แม้ปัจจุบันจะเป็นยุคดิจิทัล แต่ช่องทางดิจิทัลอื่น ๆ เช่น แอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ (ร้อยละ 5.94) Facebook (ร้อยละ 6.56) และ Line Official Account (ร้อยละ 1.36) กลับได้รับความนิยมค่อนข้างน้อย นอกจากนี้ ในกลุ่ม "อื่นๆ" (ร้อยละ 5.44) มีประเด็นที่น่าสนใจคือมีผู้พิจารณาทางสายตาที่ระบุว่าไม่มีช่องทางติดต่อ/ร้องเรียนที่เหมาะสม (10 คน) สะท้อนถึงความจำเป็นในการพัฒนาช่องทางการสื่อสารที่ครอบคลุมผู้ใช้ทุกกลุ่ม ดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 50 ช่องทางที่จะใช้ร้องเรียน/แสดงความคิดเห็น (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ช่องทาง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โทรศัพท์สายด่วน	152	18.81
อีเมล	64	7.92
เว็บไซต์ กสทช./กทปส.	176	21.78
แอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ	48	5.94
สำนักงาน กสทช.	100	12.38
Facebook	53	6.56
TikTok	63	7.80
Line Official Account	11	1.36
จดหมาย	15	1.86
ยื่นเรื่องด้วยตนเอง	40	4.95
ผ่านสื่อมวลชน	42	5.20
อื่นๆ ประกอบด้วย	44	5.44
▪ ไม่ทราบช่องทาง	25	3.09
▪ ผู้พิการทางสายตา ไม่มีช่องทางติดต่อ/ร้องเรียน	10	1.24
▪ สถานองค์กรของผู้บริโภค	9	1.11
รวม	808	100.00

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นต่อการดำเนินงานของกองทุน กทปส.

ประสิทธิภาพการดำเนินงานของกองทุน

ประสิทธิภาพการดำเนินงานของกองทุน จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 2,520 คน พบว่าส่วนใหญ่ ร้อยละ 55.83 มีความเห็นในเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการดำเนินงาน โดยแบ่งเป็นผู้ที่เห็นว่ามีประสิทธิภาพ มากร้อยละ 16.43 (414 คน) และมีประสิทธิภาพร้อยละ 39.40 (993 คน) อย่างไรก็ตาม มีประเด็นที่น่าสนใจ คือมีผู้ที่ไม่แน่ใจในสัดส่วนที่ค่อนข้างสูงถึงร้อยละ 24.76 (624 คน) ในขณะที่ผู้ที่ไม่เห็นว่ามีประสิทธิภาพ มีร้อยละ 3.29 (83 คน) และไม่มีประสิทธิภาพอย่างมากร้อยละ 2.02 (51 คน) นอกจากนี้มีผู้ที่ไม่รู้สีกเลย ๆ อีกร้อยละ 14.09 (355 คน) ดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 51 ประสิทธิภาพการดำเนินงานของกองทุน

ระดับประสิทธิภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มีประสิทธิภาพมาก	414	16.43
มีประสิทธิภาพ	993	39.40
เฉยๆ	355	14.09
ไม่มีประสิทธิภาพ	83	3.29
ไม่มีประสิทธิภาพอย่างมาก	51	2.02

ระดับประสิทธิภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่แน่ใจ	624	24.76
รวม	2,520	100.00

ความพึงพอใจต่อการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ

ความพึงพอใจต่อการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ ของกองทุน กทปส. การวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงลึกพบประเด็นที่น่าสนใจหลายประการ ในภาพรวม ผลการประเมินอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 2.97 (S.D. = 1.23) คิดเป็นร้อยละ 59.44 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านประโยชน์ต่อประชาชนได้รับความพึงพอใจสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 3.08, S.D. = 1.27) โดยมีผู้ประเมินในระดับพอใจอย่างยิ่ง 355 คน พอใจมาก 442 คน และพอใจปานกลาง 855 คน การกระจายตัวของคะแนนในลักษณะนี้สะท้อนว่าแม้จะมีผู้เห็นประโยชน์ในระดับสูง แต่ส่วนใหญ่ยังรู้สึกว่าได้ประโยชน์ในระดับปานกลาง

ด้านความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ได้รับคะแนนรองลงมา (ค่าเฉลี่ย 3.02, S.D. = 1.22) โดยมีผู้ประเมินในระดับพอใจอย่างยิ่ง 263 คน พอใจมาก 540 คน และพอใจปานกลาง 820 คน แสดงให้เห็นว่าการดำเนินงานของกองทุนมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ในระดับที่น่าพอใจ

ด้านการกำหนดทิศทางและนโยบาย (ค่าเฉลี่ย 2.97, S.D. = 1.20) มีการกระจายตัวของคะแนนที่น่าสนใจ โดยมีผู้ประเมินในระดับพอใจอย่างยิ่ง 243 คน พอใจมาก 491 คน และพอใจปานกลางสูงถึง 898 คน สะท้อนว่าแม้จะมีทิศทางการดำเนินงานที่ชัดเจน แต่ยังมีช่องว่างที่ต้องพัฒนาให้เกิดความพึงพอใจในระดับที่สูงขึ้น

ด้านการติดตามประเมินผล (ค่าเฉลี่ย 2.92, S.D. = 1.23) มีผู้ประเมินในระดับพอใจอย่างยิ่ง 249 คน พอใจมาก 472 คน และพอใจปานกลาง 858 คน ในขณะที่มีผู้ไม่พอใจมาก 459 คน สะท้อนถึงความท้าทายในการพัฒนาระบบการติดตามและประเมินผลที่มีประสิทธิภาพ

ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลได้รับความพึงพอใจต่ำที่สุด (ค่าเฉลี่ย 2.87, S.D. = 1.24) โดยมีผู้ประเมินในระดับพอใจอย่างยิ่งเพียง 241 คน พอใจมาก 427 คน และพอใจปานกลาง 778 คน ที่น่าสนใจคือมีผู้ไม่พอใจมากถึง 558 คน และไม่พอใจอย่างยิ่ง 345 คน สะท้อนถึงปัญหาสำคัญในการสื่อสารและเผยแพร่ข้อมูลของกองทุนที่ต้องได้รับการปรับปรุงอย่างเร่งด่วน ดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 52 ความพึงพอใจต่อการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ

ประเด็น	ระดับความพึงพอใจ						ค่าเฉลี่ย	S.D.	คิดเป็นร้อยละ	ระดับความคิดเห็น
	พอใจอย่างยิ่ง (5)	พอใจมาก (4)	พอใจปานกลาง (3)	ไม่พอใจมาก (2)	ไม่พอใจอย่างยิ่ง (1)	ไม่สามารถประเมินได้ (0)				
การประชาสัมพันธ์ข้อมูล	241	427	778	558	345	171	2.87	1.24	57.4	ปานกลาง
การติดตามประเมินผล	249	472	858	459	306	176	2.92	1.23	58.4	ปานกลาง
การกำหนดทิศทางและนโยบาย	243	491	898	457	259	172	2.97	1.2	59.4	ปานกลาง
ความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์	263	540	820	474	271	152	3.02	1.22	60.4	ปานกลาง
ประโยชน์ต่อประชาชน	355	442	855	424	264	180	3.08	1.27	61.6	ปานกลาง
ภาพรวม							2.97	1.23	59.44	ปานกลาง

หมายเหตุ เกณฑ์การแปลผลระดับความพึงพอใจ: 1.00-1.80 หมายถึง ไม่พอใจอย่างยิ่ง, 1.81-2.60 หมายถึง ไม่พอใจมาก, 2.61-3.40 หมายถึง พอใจปานกลาง, 3.41-4.20 หมายถึง พอใจมาก, 4.21-5.00 หมายถึง พอใจอย่างยิ่ง

ค่าเฉลี่ยการจัดลำดับความสำคัญของการปรับปรุง

การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยการจัดลำดับความสำคัญของการปรับปรุงใน 7 ด้าน โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามจัดลำดับความสำคัญตั้งแต่ 1-7 ผลการวิเคราะห์พบว่า "ความโปร่งใสในการจัดสรรทุน" ได้รับการจัดให้เป็นความสำคัญลำดับที่ 1 มากที่สุดถึง 1,034 คน ซึ่งสูงกว่าประเด็นอื่นอย่างมีนัยสำคัญ รองลงมาคือ "การมีส่วนร่วมของประชาชน" ที่ 669 คน สะท้อนให้เห็นว่าประชาชนให้ความสำคัญกับธรรมาภิบาลในการบริหารจัดการกองทุนเป็นอย่างมาก

เมื่อพิจารณาการกระจายตัวของความสำคัญในแต่ละลำดับ พบว่าในลำดับที่ 2 "การมีส่วนร่วมของประชาชน" ได้รับการเลือกมากที่สุด (701 คน) ตามด้วย "การประชาสัมพันธ์ข้อมูลกองทุน" (516 คน) ในขณะที่ลำดับที่ 3 "การประชาสัมพันธ์ข้อมูลกองทุน" ได้รับการเลือกมากที่สุด (530 คน)

ที่น่าสนใจคือ "การบริหารจัดการเงินกองทุน" มักได้รับการจัดลำดับในช่วงท้าย โดยมีผู้เลือกเป็นลำดับที่ 7 มากถึง 662 คน สะท้อนว่าประชาชนอาจมองว่าประเด็นนี้เป็นเรื่องทางเทคนิคที่ควรเป็นความรับผิดชอบของผู้บริหารกองทุนมากกว่าการมีส่วนร่วมของประชาชน ดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 53 ค่าเฉลี่ยการจัดลำดับความสำคัญของการปรับปรุง

ลำดับความสำคัญ	ความโปร่งใสใน การจัดสรรทุน	การมีส่วนร่วม ของประชาชน	การ ประชาสัมพันธ์ ข้อมูลกองทุน	การติดตามและ ประเมินผล โครงการ	การกำหนด ทิศทางและ นโยบายของ กองทุน	การคัดเลือก โครงการที่มี ประโยชน์ต่อ สาธารณะ	การบริหาร จัดการ เงินกองทุน
ความสำคัญลำดับที่ 1	1,034	669	316	83	150	139	129
ความสำคัญลำดับที่ 2	484	701	516	162	275	256	126
ความสำคัญลำดับที่ 3	254	415	530	324	323	296	378
ความสำคัญลำดับที่ 4	253	310	252	526	490	471	218
ความสำคัญลำดับที่ 5	244	226	320	291	612	465	362
ความสำคัญลำดับที่ 6	201	276	292	296	354	573	528
ความสำคัญลำดับที่ 7	170	207	342	647	207	285	662

กองทุน กทปส. ควรให้ความสำคัญกับการสนับสนุนด้านใดมากที่สุด

ด้านที่ควรได้รับการสนับสนุนมากที่สุด โดยให้เลือก 3 อันดับ ผลการวิเคราะห์พบว่า "การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านโทรคมนาคม" ได้รับคะแนนรวมสูงสุด (3,244 คะแนน) โดยมีผู้เลือกเป็นอันดับ 1 มากถึง 859 คน สะท้อนให้เห็นว่าประชาชนยังคงให้ความสำคัญกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเป็นลำดับแรก

อันดับ 2 คือ "การส่งเสริมการเข้าถึงบริการโทรคมนาคมในพื้นที่ห่างไกล" (2,750 คะแนน) และอันดับ 3 คือ "การคุ้มครองผู้บริโภคในยุคดิจิทัล" (2,655 คะแนน) สะท้อนให้เห็นว่านอกจากการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานแล้ว ประชาชนยังให้ความสำคัญกับการกระจายการเข้าถึงบริการและการคุ้มครองผู้บริโภคในยุคดิจิทัล

ที่น่าสนใจคือ "การพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมสื่อและโทรคมนาคม" ได้รับคะแนนน้อยที่สุด (534 คะแนน) โดยมีผู้เลือกเป็นอันดับ 1 เพียง 46 คน สะท้อนว่าประชาชนอาจมองว่าเป็นความรับผิดชอบของภาคอุตสาหกรรมมากกว่าที่จะเป็นภารกิจหลักของกองทุน ดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 54 ด้านที่ควรได้รับการสนับสนุนมากที่สุด (เลือก 3 อันดับ)

ประเด็น	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3	คะแนน รวม	ลำดับ ความสำคัญ
การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านโทรคมนาคม	859	221	225	3,244	1
การพัฒนาทักษะดิจิทัลสำหรับประชาชน	308	534	349	2,341	2
การส่งเสริมการเข้าถึงบริการโทรคมนาคมในพื้นที่ห่างไกล	427	502	465	2,750	3
การคุ้มครองผู้บริโภคในยุคดิจิทัล	474	359	515	2,655	4
การวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสาร	265	516	184	2,011	5
การส่งเสริมนวัตกรรมด้านการสื่อสาร	63	129	334	781	6
การสนับสนุนการผลิตเนื้อหาที่มีคุณภาพ	78	197	176	804	7
การพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมสื่อและโทรคมนาคม	46	62	272	534	8
รวม	2,520	2,520	2,520	-	-

ความเหมาะสมของการจัดสรรเงินทุน

ความเหมาะสมของการจัดสรรเงินทุน จากผู้ตอบแบบสอบถาม 2,520 คน พบว่าร้อยละ 58.49 เห็นว่าการจัดสรรเงินทุนมีความเหมาะสม โดยแบ่งเป็นเหมาะสมมากร้อยละ 16.94 (427 คน) และเหมาะสมร้อยละ 41.55 (1,047 คน) อย่างไรก็ตาม มีผู้ที่เห็นว่าไม่เหมาะสมในสัดส่วนที่ค่อนข้างสูงรวมร้อยละ 40.16 โดยแบ่งเป็นไม่เหมาะสมร้อยละ 30.52 (769 คน) และไม่เหมาะสมอย่างมากร้อยละ 9.64 (243 คน) สัดส่วนนี้สะท้อนให้เห็นถึงความกังวลของประชาชนต่อการจัดสรรเงินทุนในปัจจุบัน ดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 55 ความเหมาะสมของการจัดสรรเงินทุน

ระดับความเหมาะสม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เหมาะสมมาก	427	16.94
เหมาะสม	1,047	41.55

ระดับความเหมาะสม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เหมาะสม	769	30.52
ไม่เหมาะสมอย่างมาก	243	9.64
ไม่แน่ใจ	34	1.35
รวม	2,520	100.00

สาเหตุของการจัดสรรเงินที่ไม่เหมาะสม

สาเหตุของการจัดสรรเงินที่ไม่เหมาะสม จากผู้ตอบแบบสอบถาม 1,465 คน สาเหตุหลักที่ถูกระบุคือ การให้ทุนแก่โครงการที่ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์ของกองทุน (ร้อยละ 17.69 หรือ 291 คน) รองลงมาคือการขาดความหลากหลายของผู้ได้รับทุน (ร้อยละ 14.65 หรือ 241 คน) และการจัดสรรทุนไม่สอดคล้องกับความต้องการของประชาชน (ร้อยละ 13.13 หรือ 216 คน) ที่น่าสนใจคือในหมวด "อื่นๆ" ซึ่งมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 26.50 มีผู้ที่ระบุว่าไม่มีความเห็น (121 คน) ไม่แน่ใจ (143 คน) และเห็นว่าเหมาะสมแล้ว (92 คน) ดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 56 สาเหตุของการจัดสรรเงินที่ไม่เหมาะสม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

สาเหตุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
การให้ทุนแก่โครงการที่ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์ของกองทุน	291	17.69
การให้ทุนแก่หน่วยงานรัฐมากเกินไป	88	5.35
การขาดความหลากหลายของผู้ได้รับทุน	241	14.65
การจัดสรรทุนไม่สอดคล้องกับความต้องการของประชาชน	216	13.13
การขาดความโปร่งใสในกระบวนการพิจารณาให้ทุน	193	11.73
อื่นๆ ประกอบด้วย	436	26.5
■ ไม่มี	121	7.36
■ ไม่แน่ใจ	143	8.69
■ เหมาะสมแล้ว	92	5.59
■ ยังไม่ทราบแนวทางการจัดการ	78	4.74
■ ไม่เหมาะสม	2	0.12
รวม	1,465	89.06

การดำเนินงานของกองทุน กทปส. มีส่วนช่วยพัฒนากิจการกระจายเสียง โทรทัศน์ และโทรคมนาคมของประเทศไทย

การประเมินว่ากองทุนมีส่วนช่วยพัฒนากิจการกระจายเสียง โทรทัศน์ และโทรคมนาคมของประเทศไทย มากน้อยเพียงใด จากผู้ตอบแบบสอบถาม 2,520 คน พบว่าร้อยละ 72.94 เห็นว่ากองทุนมีส่วนช่วย โดยแบ่งเป็น ช่วยมากร้อยละ 32.54 (820 คน) และช่วยพอสมควรร้อยละ 40.40 (1,018 คน) มีผู้ที่เห็นว่าช่วยเล็กน้อยร้อยละ

10.00 (252 คน) และไม่ช่วยเหลือร้อยละ 16.59 (418 คน) สะท้อนว่าโดยรวมแล้วประชาชนเห็นประโยชน์จากการดำเนินงานของกองทุน ดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 57 การมีส่วนช่วยพัฒนากิจการ

ระดับการช่วยเหลือ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ช่วยมาก	820	32.54
ช่วยพอสมควร	1,018	40.40
ช่วยเล็กน้อย	252	10.00
ไม่ช่วยเหลือ	418	16.59
ไม่แน่ใจ	12	0.48
รวม	2,520	100.00

ความเห็นต่อการปรับปรุงโครงสร้างการบริหาร

ความเห็นต่อการปรับปรุงโครงสร้างการบริหารของกองทุน จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 2,520 คน พบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 70.27 เห็นว่าควรมีการปรับปรุง โดยแบ่งเป็นผู้ที่เห็นว่าควรปรับปรุงอย่างมากร้อยละ 23.13 (583 คน) และควรปรับปรุงบางส่วนร้อยละ 47.14 (1,188 คน) ในขณะที่มีเพียงร้อยละ 3.97 (100 คน) ที่เห็นว่าไม่จำเป็นต้องปรับปรุง และมีผู้ที่ไม่แน่ใจร้อยละ 25.75 (649 คน) สัดส่วนนี้สะท้อนให้เห็นว่าผู้มีส่วนได้ส่วนเสียส่วนใหญ่เห็นความจำเป็นในการปฏิรูปการบริหารจัดการกองทุน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อพิจารณาว่ามีผู้ที่ไม่เห็นว่าการปรับปรุงอย่างมากในสัดส่วนที่สูงถึงเกือบหนึ่งในสี่ของผู้ตอบทั้งหมด ดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 58 ความเห็นต่อการปรับปรุงโครงสร้างการบริหาร

ความเห็น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ควรปรับปรุงอย่างมาก	583	23.13
ควรปรับปรุงบางส่วน	1,188	47.14
ไม่จำเป็นต้องปรับปรุง	100	3.97
ไม่แน่ใจ	649	25.75
รวม	2,520	100.00

ด้านที่ควรปรับปรุง

รายละเอียดของด้านที่ควรปรับปรุง จากผู้ตอบแบบสอบถาม 1,046 คน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) พบว่าประเด็นที่ได้รับการระบุมากที่สุดคือการเพิ่มการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนในการบริหารกองทุน (ร้อยละ 27.53 หรือ 288 คน) รองลงมาคือการปรับปรุงกระบวนการคัดเลือกและอนุมัติโครงการให้โปร่งใสมากขึ้น (ร้อยละ 18.45 หรือ 193 คน) และการเพิ่มความโปร่งใสของกองทุนจากการแทรกแซงทางการเมือง (ร้อยละ 18.26 หรือ 191 คน) นอกจากนี้ยังมีประเด็นเรื่องการเพิ่มสัดส่วนของผู้เชี่ยวชาญอิสระในคณะกรรมการบริหารกองทุน (ร้อยละ

15.01 หรือ 157 คน) และการลดสัดส่วนของตัวแทนจากหน่วยงานรัฐในคณะกรรมการบริหารกองทุน (ร้อยละ 11.38 หรือ 119 คน) ในส่วนของ "อื่นๆ" (ร้อยละ 9.37 หรือ 98 คน) มีการระบุประเด็นเพิ่มเติมที่น่าสนใจ เช่น การประชาสัมพันธ์ (3 คน) แต่ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ไม่แน่ใจ (62 คน) หรือไม่มีความเห็นเพิ่มเติม (33 คน)

การกระจายตัวของความคิดเห็นในตาราง สะท้อนให้เห็นว่าประชาชนต้องการการปฏิรูปที่ครอบคลุมหลายมิติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการมีส่วนร่วม ความโปร่งใส และความเป็นอิสระในการบริหารจัดการ ซึ่งสอดคล้องกับหลักธรรมาภิบาลและการบริหารจัดการองค์กรสมัยใหม่ที่เน้นการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วน ดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 59 ด้านที่ควรปรับปรุง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ด้าน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพิ่มสัดส่วนของผู้เชี่ยวชาญอิสระในคณะกรรมการบริหารกองทุน	157	15.01
ลดสัดส่วนของตัวแทนจากหน่วยงานรัฐในคณะกรรมการบริหารกองทุน	119	11.38
เพิ่มความเป็นอิสระของกองทุนจากการแทรกแซงทางการเมือง	191	18.26
ปรับปรุงกระบวนการคัดเลือกและอนุมัติโครงการให้โปร่งใสมากขึ้น	193	18.45
เพิ่มการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนในการบริหารกองทุน	288	27.53
อื่นๆ ประกอบด้วย	98	9.37
▪ ประชาสัมพันธ์	3	0.29
▪ ไม่แน่ใจ	62	5.93
▪ ไม่มี	33	3.15
รวม	1,046	100.00

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการดำเนินงานของกองทุน กทปส.

จากการรวบรวมข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการดำเนินงานของกองทุน กทปส. พบว่าประชาชนมีมุมมองความคิดเห็นที่หลากหลาย ดังนี้

1. ความคิดเห็นเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

กองทุน กทปส. ยังขาดการประชาสัมพันธ์ที่เพียงพอและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างแท้จริง ผู้ตอบแบบสอบถามเสนอว่า ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ในหลากหลายช่องทาง เช่น สื่อออนไลน์ วิทยุ และการจัดกิจกรรม Roadshow ตามชุมชน โรงเรียน และมหาวิทยาลัย เพื่อสร้างการรับรู้ในวงกว้าง นอกจากนี้ยังควรให้ข้อมูลที่ชัดเจนเกี่ยวกับโครงการ เช่น จุดมุ่งหมาย ผลประโยชน์ที่ประชาชนจะได้รับ รวมถึงสถานะของกองทุน ในปัจจุบัน ข้อเสนออีกด้านคือ ควรประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องเป็นระยะ และเพิ่มความครอบคลุมในพื้นที่ชนบทหรือชุมชนที่เข้าถึงข้อมูลได้ยาก

2. ความโปร่งใสและความน่าเชื่อถือ

ประเด็นเรื่องความโปร่งใสได้รับการพูดถึงอย่างมาก ประชาชนต้องการให้กระบวนการดำเนินงานและการจัดการงบประมาณของกองทุนมีความโปร่งใสมากขึ้น โดยมีข้อเสนอแนะให้เปิดเผยข้อมูลการใช้งาน

แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับผลลัพธ์ของโครงการที่ได้รับการสนับสนุน และสร้างระบบติดตามผลโครงการที่สามารถเข้าถึงได้ผ่านเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชัน

ข้อเสนอเพิ่มเติมคือ ควรลดการแทรกแซงทางการเมืองเพื่อให้กองทุนมีความอิสระและน่าเชื่อถือมากขึ้น การทำเช่นนี้จะช่วยสร้างความไว้วางใจและยกระดับการยอมรับในบทบาทของกองทุน

3. การมีส่วนร่วมของประชาชน

ประชาชนเรียกร้องให้มีการเปิดโอกาสให้ภาคประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการดำเนินงานของกองทุน โดยแนะนำให้ตั้งคณะทำงานภาคประชาชนในแต่ละจังหวัดเพื่อช่วยเสนอปัญหาและแนวทางแก้ไขในพื้นที่ของตน นอกจากนี้ ควรสนับสนุนกลุ่มเปราะบาง เช่น ผู้พิการ ผู้สูงอายุ และกลุ่มที่ขาดโอกาส ให้มีส่วนร่วมในการเสนอความคิดเห็นและเข้าถึงโครงการ ผู้ตอบแบบสอบถามยังเสนอให้มีการจัดประชุมเวทีรับฟังความคิดเห็นจากประชาชนอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ประชาชนรู้สึกมีส่วนร่วมในโครงการต่าง ๆ มากยิ่งขึ้น

4. การพัฒนากระบวนการดำเนินงาน

กระบวนการคัดเลือกและอนุมัติโครงการเห็นว่ามีความซ้ำและซับซ้อนเกินไป ประชาชนแนะนำให้ปรับปรุงขั้นตอนให้รวดเร็วและง่ายขึ้น รวมถึงลดความยุ่งยากในการยื่นข้อเสนอโครงการ เพื่อให้คนทั่วไปและองค์กรขนาดเล็กสามารถเข้าถึงโอกาสได้มากขึ้น อีกทั้งควรมีการจัดอบรมเกี่ยวกับการจัดทำเอกสารหรือบริหารโครงการอย่างสม่ำเสมอเพื่อเสริมความเข้าใจแก่ผู้สนใจ นอกจากนี้ยังมีข้อเสนอให้โครงการที่ได้รับการสนับสนุนต้องเน้นผลกระทบที่ชัดเจนและจับต้องได้จริงต่อสังคม ไม่ใช่แค่ผลงานวิจัยที่อาจถูกเก็บขึ้นหิ้ง

5. การเข้าถึงของประชาชน

การเข้าถึงข้อมูลและโครงการของกองทุนยังคงเป็นปัญหาสำคัญ ผู้ตอบแบบสอบถามบางส่วนระบุว่าไม่เคยทราบถึงกองทุนนี้หรือบทบาทของกองทุน จึงมีข้อเสนอให้เพิ่มการเข้าถึงในพื้นที่ชนบทและกลุ่มเปราะบาง เช่น การลดค่าบริการอินเทอร์เน็ตสำหรับนักเรียน ผู้สูงอายุ และผู้พิการ เพื่อช่วยให้กลุ่มเหล่านี้สามารถใช้งานอินเทอร์เน็ตได้ นอกจากนี้ยังมีข้อเสนอให้สร้างเครือข่ายประชาสัมพันธ์ในระดับท้องถิ่นเพื่อเข้าถึงชุมชนที่ยังไม่มีข้อมูล

6. การสนับสนุนโครงการเพื่อกลุ่มเปราะบาง

ผู้ตอบแบบสอบถามเน้นย้ำถึงความสำคัญของการสนับสนุนกลุ่มเปราะบาง เช่น ผู้พิการ ผู้สูงอายุ และประชาชนในพื้นที่ห่างไกล โดยเสนอโครงการที่มุ่งเป้าไปยังการยกระดับคุณภาพชีวิตของกลุ่มเหล่านี้ เช่น การจัดทำโครงการให้ผู้พิการทางสายตาเข้าถึงข้อมูลหรือสิทธิของตน การสนับสนุนเทคโนโลยีสำหรับการศึกษา และการลดต้นทุนค่าบริการที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสำหรับกลุ่มเหล่านี้

7. ข้อเสนอเพื่อการพัฒนาเชิงโครงสร้าง

มีข้อเสนอให้กองทุนดำเนินงานด้วยความโปร่งใสและหลีกเลี่ยงการแทรกแซงจากภาคการเมือง รวมถึงสนับสนุนโครงการที่สร้างผลกระทบเชิงบวกในระยะยาวต่อเศรษฐกิจและสังคม เช่น การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเทคโนโลยีในระดับชุมชน การปรับปรุงระบบติดตามโครงการเพื่อให้ประชาชนตรวจสอบได้ง่าย และการสร้างเวทีสื่อสารระหว่างกองทุนกับประชาชนให้มากขึ้น

8. ข้อเสนอเกี่ยวกับการใช้ทรัพยากร

ผู้ตอบแบบสอบถามหลายคนเน้นถึงการใช้จ่ายทรัพยากรของกองทุนอย่างมีประสิทธิภาพ โดยแนะนำให้กระจายทุนสนับสนุนอย่างทั่วถึงในทุกภูมิภาค และให้ความสำคัญกับโครงการที่แก้ไขปัญหาในโลกความจริง

อย่างแท้จริง เช่น โครงการที่สนับสนุนการศึกษา การพัฒนาสื่อปลอดภัย หรือการลดความเหลื่อมล้ำด้านการเข้าถึงเทคโนโลยี

สรุป

ข้อมูลในแบบสอบถามแสดงให้เห็นว่าประชาชนมีความคาดหวังสูงต่อการดำเนินงานของกองทุน กทปส. โดยเฉพาะในเรื่องของการประชาสัมพันธ์ ความโปร่งใส การมีส่วนร่วมของประชาชน และการเข้าถึงในวงกว้าง หากกองทุนสามารถปรับปรุงในแต่ละด้านที่กล่าวมาได้ จะช่วยสร้างความเชื่อมั่นและทำให้โครงการที่ได้รับ การสนับสนุนเกิดผลกระทบเชิงบวกต่อประชาชนได้อย่างแท้จริง

ผลการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ

ตอนที่ 2 ผลการรวบรวมข้อคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการระดมคลังสมอง

2.1 การประชุมระดมคลังสมอง (Think Tank) ครั้งที่ 1 เกี่ยวกับการติดตาม ตรวจสอบ และ ประเมินผลการสนับสนุนของกองทุน กทปส. เมื่อวันที่ 27 กันยายน 2567 มีประเด็นสำคัญดังนี้

1. สภาพปัญหาการจัดสรรเงินทุน ที่ประชุมตั้งข้อสังเกตว่า ประการแรก การจัดสรรเงินขาดความ โปร่งใสและหลักเกณฑ์ที่ชัดเจน ประการที่สอง งบประมาณด้านการคุ้มครองผู้บริโภคมีสัดส่วนน้อยมาก ประการที่ สาม การจัดสรรไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของกองทุน ประการที่สี่ มักเน้นสนับสนุนนโยบายภาครัฐ ไม่มีการ กำหนดสัดส่วนเงินทุนที่ชัดเจนสำหรับแต่ละวัตถุประสงค์ และประการสุดท้ายมีปัญหาการแทรกแซงจากหน่วยงาน เหนือขึ้นไป โดยเฉพาะหน่วยงานที่กำกับโดยหน่วยงานภาครัฐ

2. ข้อเสนอแนะจากที่ประชุม

- (1) ควรกำหนดสัดส่วนเงินทุนให้ชัดเจนสำหรับแต่ละวัตถุประสงค์
- (2) ควรเพิ่มสัดส่วนงบประมาณด้านการคุ้มครองผู้บริโภค
- (3) ควรใช้ข้อมูลและหลักฐานเชิงประจักษ์ในการจัดลำดับความสำคัญ
- (4) ควรจัดสรรงบประมาณให้หน่วยงานที่มีความเชี่ยวชาญด้านการคุ้มครองผู้บริโภคโดยตรง
- (5) ควรมีการแบ่งช่องทางการจัดสรรทุนที่ชัดเจน (แบ่งตามหมวดหมู่ ประเภททุน และประเภท องค์การ) และ
- (6) ควรใช้หลักเกณฑ์แบบภาวะวิสัย (Objective) แทนอัตวิสัย (Subjective) ในการพิจารณา

3. ประเด็นเฉพาะด้าน โดยมีข้อเสนอให้พัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อป้องกันปัญหาแก๊งคอลเซ็นเตอร์ ควรมี มาตรการป้องกันและแก้ไขปัญหาการพนันออนไลน์ และควรส่งเสริมการพัฒนามาตรฐานจริยธรรมและทักษะใน การใช้เทคโนโลยี

4. โครงสร้างการบริหารจัดการ ที่ประชุมเสนอแนะว่า คณะกรรมการกองทุนประกอบด้วยหลายบอร์ด และมีนักวิชาการหลากหลายสาขา ควรมีกระบวนการกลั่นกรองโครงการหลายขั้นตอน นอกจากนั้นยังตั้งข้อสังเกต ว่า กสทช. แม้จะได้รับรางวัลด้านความโปร่งใส แต่ยังมีปัญหาในการบริหารจัดการ

5. ปัญหาการดำเนินงาน จากข้อสังเกตของผู้เข้าร่วมมองว่า มีความซับซ้อนในขั้นตอนการขอทุนและ เอกสารมากเกินความจำเป็น มีการส่งคืนเงินคลังปีละประมาณ 600 ล้านบาท เนื่องจากใช้เงินไม่หมด และ การจัดสรรเงินทุนยังไม่ทั่วถึงเนื่องจากมีปัญหาในการเขียนโครงการและกระบวนการพิจารณา

2.2. การจัดประชุมระดมคัลงสมอง (Think Tank) ครั้งที่ 2 เกี่ยวกับการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการสนับสนุนของกองทุน กทปส. เมื่อวันที่ 27 กันยายน 2567 มีประเด็นสำคัญดังนี้

1. พันธกิจและภารกิจของกองทุน กทปส. มีความสำคัญอย่างมาก โดยควรมุ่งภารกิจหลัก ประการแรก ส่งเสริมให้ประชาชนเข้าถึงการกระจายเสียง โทรทัศน์ และโทรคมนาคมที่มีคุณภาพและทั่วถึง ประการที่สอง การสนับสนุนการวิจัยโครงการต่าง ๆ ประการที่สาม ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีใหม่ เช่น AI ในสถาบันการศึกษา ประการที่สี่ ส่งเสริมการคุ้มครองผู้บริโภค และประการที่ห้า การบริหารจัดการกองทุนให้มีประสิทธิภาพและมั่นคง และการส่งเสริมสนับสนุนการใช้คลื่นความถี่ ถ้าขับเคลื่อนได้ทุกประการจะทำให้องค์กรและกองทุนเป็นที่พึ่งของประชาชนโดยแท้จริง

2. สถานการณ์การจัดสรรทุน เวทีตั้งข้อสังเกตว่า

- (1) งบประมาณด้านการคุ้มครองผู้บริโภคมีสัดส่วนน้อยมาก (มีเพียง 0.24% ในช่วงปี 2561 - 2564)
- (2) หน่วยงานราชการได้รับการจัดสรรทุนมากกว่า 70-80% ของงบประมาณทั้งหมด
- (3) ในช่วงปี 2564 - 2566 สมาคมและมูลนิธิได้รับทุนเพียง 6.3% และ
- (4) มีการจัดสรรเงินทุนให้กองทุนสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ปีละ 500 ล้านบาท แต่ส่วนใหญ่ไม่ถึงหน่วยงานทำงานบริการสังคมและกลุ่มองค์กรที่ทำงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

3. ปัญหาที่พบจากการสังเกตของผู้ทรงคุณวุฒิ คือ การขาดการบูรณาการระหว่างหน่วยงาน ขาดกลไกการมีส่วนร่วมของผู้บริโภค การเข้าถึงข้อมูลการขอทุนทำได้ยาก เว็บไซต์ไม่เป็นมิตรกับผู้ใช้ขั้นตอนการขอทุนซับซ้อน มีแบบฟอร์มที่ยากต่อการกรอกและการกระจุกตัวของทุนในหน่วยงานภาครัฐ

4. ข้อเสนอแนะจากการจัดประชุมคือ

- (1) ควรปรับปรุงเว็บไซต์ให้เข้าถึงง่ายและเข้าใจง่าย ควรกระจายทุนให้ครอบคลุมทั้งในระดับภูมิภาคและท้องถิ่น
- (2) ควรใช้เครื่องมือ SROI (Social Return on Investment) ในการประเมินผลกระทบทางสังคม
- (3) ควรมีการติดตามผลลัพธ์และความยั่งยืนของโครงการที่ได้รับทุน และ
- (4) ควรเพิ่มสัดส่วนการจัดสรรทุนให้กับภาคประชาสังคมและองค์กรผู้บริโภค

5. แนวทางการพัฒนา ที่ประชุมมองว่า ประการแรก ควรมีการรับฟังความคิดเห็นจากทุกภาคส่วน ประการที่สอง ควรมีการกำหนดสัดส่วนการจัดสรรทุนที่ชัดเจน ประการที่สาม ควรพิจารณาการให้ทุนที่สอดคล้องกับความต้องการของประชาชน ประการที่สี่ ควรมีการวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อน (SWOT Analysis) ของการให้ทุน และประการสุดท้าย ควรมีการปรับปรุงกระบวนการพิจารณาทุนให้โปร่งใสและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ตอนที่ 3 ผลการรวบรวมข้อคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการสัมภาษณ์เชิงลึก

ผลการรวบรวมข้อคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง เช่น กสทช. ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ของสำนักงาน กสทช. ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคม นักวิชาการ นักเศรษฐศาสตร์ นักกฎหมาย ผู้แทนองค์กรผู้บริโภค ผู้ใช้บริการโทรคมนาคม คณะกรรมการสมาชิกวุฒิสภา สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร จำนวน 23 คน นำเสนอผลแบ่งออกเป็น 11 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มผู้ให้ข้อมูล

ตารางที่ 60 ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึก

กลุ่มผู้ให้ข้อมูล	จำนวน
กลุ่มผู้ได้รับทุน	3
หน่วยงานที่ได้รับทุนสนับสนุน	3
กลุ่มภาคประชาชน และภาคประชาสังคม	2
กลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิและนักวิชาการ	12
กลุ่มอดีตผู้บริหารและคณะกรรมการบริหารกองทุน	3
รวม	23

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์จากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มผู้ได้รับทุนจากกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.)

การวิเคราะห์บทบาทและการดำเนินงานของกองทุน กทปส. ดังนี้

ในยุคที่เทคโนโลยีการสื่อสารและโทรคมนาคมมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาประเทศ กองทุน กทปส. ได้แสดงบทบาทสำคัญในฐานะกลไกขับเคลื่อนการพัฒนาระบบนิเวศด้านการสื่อสารของประเทศไทย จากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้ที่เคยได้รับทุนสนับสนุนจาก กทปส. พบว่า กองทุนนี้มีการดำเนินงานที่ครอบคลุมหลากหลายมิติและสร้างผลกระทบเชิงบวกที่เป็นรูปธรรมต่อสังคมไทย

กองทุน กทปส. มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นในการดำเนินงาน คือการผสมผสานการพัฒนาด้านเทคนิคและด้านสังคมเข้าด้วยกันอย่างลงตัว ในด้านเทคนิค กองทุน กทปส. ให้ความสำคัญกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและการคุ้มครองผู้บริโภคในมิติด้านวิศวกรรม ซึ่งแตกต่างจากหน่วยงานคุ้มครองผู้บริโภคทั่วไป ขณะเดียวกัน ในด้านสังคม กองทุนได้สนับสนุนโครงการที่ตอบสนองความต้องการของชุมชนและส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การดำเนินงานในลักษณะนี้สะท้อนให้เห็นถึงวิสัยทัศน์ที่กว้างไกลในการสร้างระบบนิเวศด้านการสื่อสารที่มีความสมดุลระหว่างการพัฒนาเทคโนโลยีและการตอบสนองความต้องการของสังคม

ตัวอย่างที่โดดเด่นของโครงการที่ได้รับการสนับสนุนจาก กองทุน กทปส. คือ โครงการ Telemedicine ของโรงพยาบาลพนมไพร แสดงให้เห็นถึงการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อแก้ปัญหาการเข้าถึงบริการสุขภาพในพื้นที่ชนบท โครงการนี้ไม่เพียงช่วยลดระยะเวลารอคอยของผู้ป่วยจาก 1.5-2 ชั่วโมงเหลือเพียง 50 นาที แต่ยังช่วยลดภาระการเดินทางและค่าใช้จ่ายของประชาชน นับเป็นตัวอย่างที่ชัดเจนของการใช้เทคโนโลยีเพื่อลดความเหลื่อมล้ำในสังคม

อีกหนึ่งโครงการที่สะท้อนถึงความมุ่งมั่นของ กองทุน กทปส. ในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์คือโครงการ E-reporter ซึ่งมุ่งเน้นการพัฒนาบุคลากรด้านสื่อสารมวลชนแบบองค์รวม โครงการนี้ไม่เพียงฝึกอบรมทักษะการผลิตสื่อเท่านั้น แต่ยังให้ความสำคัญกับการปลูกฝังจรรยาบรรณวิชาชีพและความรับผิดชอบต่อสังคม การดำเนินโครงการครอบคลุมทั้ง 4 ภูมิภาคของประเทศ ทำให้เกิดการกระจายโอกาสในการพัฒนาอย่างทั่วถึง

นอกจากนี้ กองทุน กทปส. ยังแสดงบทบาทสำคัญในการสร้างความสมานฉันท์ในสังคมผ่านการสนับสนุนโครงการในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ โครงการเหล่านี้ใช้การสื่อสารเป็นเครื่องมือในการสร้างความเข้าใจ

ระหว่างวัฒนธรรม ศาสนา และชาติพันธุ์ที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกในพื้นที่ที่มีความท้าทายสูง

อย่างไรก็ตาม การดำเนินงานของ กองทุน กทปส. ยังเผชิญกับความท้าทายที่สำคัญหลายประการ ประการแรกคือการจัดสรรงบประมาณที่ยังขาดความสมดุลระหว่างภาคส่วนต่าง ๆ ทำให้บางภาคส่วนอาจได้รับการสนับสนุนไม่เพียงพอ ประการที่สองคือการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ที่ยังไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างทั่วถึง ส่งผลให้หลายหน่วยงานและชุมชนอาจพลาดโอกาสในการเข้าถึงแหล่งทุนที่มีประโยชน์นี้และ ประการที่สามคือความท้าทายในการรักษาความต่อเนื่องของโครงการและการขยายผลความสำเร็จ

เพื่อให้ กองทุน กทปส. สามารถพัฒนาการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น มีข้อเสนอแนะสำคัญหลายประการ ประการแรกคือการปรับปรุงระบบการจัดสรรงบประมาณให้มีความสมดุลมากขึ้น โดยอาจพิจารณาการจัดสรรงบประมาณแบบสามส่วนเท่ากันระหว่างชุมชน อุตสาหกรรม และการกำกับดูแล ประการที่สองคือการพัฒนาระบบสนับสนุนที่เข้มแข็ง เช่น การจัดตั้งระบบพี่เลี้ยงสำหรับผู้รับทุนรายใหม่ การพัฒนาระบบการให้ข้อมูลย้อนกลับ และการสร้างเครือข่ายการเรียนรู้ระหว่างผู้รับทุน ประการที่สามคือการส่งเสริมความยั่งยืนผ่านการสนับสนุนโครงการระยะยาวและการพัฒนาระบบการจัดการความรู้ที่มีประสิทธิภาพ

มองไปข้างหน้า กองทุน กทปส. ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาระบบนิเวศด้านนวัตกรรม การเสริมสร้างความเข้มแข็งของภาคประชาสังคม และการพัฒนาระบบการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ การดำเนินการในลักษณะนี้จะช่วยให้กองทุนสามารถตอบสนองต่อความท้าทายในอนาคตและสร้างผลกระทบเชิงบวกที่ยั่งยืนต่อสังคมไทย

กล่าวโดยสรุป กองทุน กทปส. เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาระบบการสื่อสารและโทรคมนาคมของประเทศไทย ผ่านการสนับสนุนโครงการที่หลากหลายและมีผลกระทบเชิงบวกต่อสังคม แม้จะมีความท้าทายในการดำเนินงาน แต่ด้วยการปรับปรุงและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง รวมถึงความร่วมมือจากทุกภาคส่วน กองทุน กทปส. จะสามารถเพิ่มประสิทธิภาพและผลกระทบของการดำเนินงานได้มากขึ้น อันจะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนของระบบการสื่อสารและโทรคมนาคมในประเทศไทย

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์จากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากหน่วยงานที่ได้รับทุนสนับสนุนจาก กองทุน กทปส.

การวิเคราะห์บทบาทและความท้าทายของกองทุน กทปส. ในยุคที่เทคโนโลยีดิจิทัลกำลังเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์ของการสื่อสารอย่างรวดเร็วและรุนแรง กองทุน กทปส. กำลังยืนอยู่ ณ จุดเปลี่ยนผ่านที่สำคัญ การค้นหาอัตลักษณ์และบทบาทที่เหมาะสมในบริบทใหม่นี้เป็นความท้าทายที่สำคัญยิ่ง เพราะ กองทุน กทปส. ไม่เพียงแต่ต้องทำหน้าที่เป็นแหล่งทุนสนับสนุนการวิจัยเท่านั้น แต่ยังต้องเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาระบบนิเวศสื่อที่มีคุณภาพและสร้างสรรค์เพื่อประโยชน์ของสังคมไทย

เมื่อพิจารณาถึงเป้าหมายที่แท้จริงของ กองทุน กทปส. พบว่า พันธกิจขององค์กรนี้ลึกซึ้งกว่าการเป็นเพียงผู้จัดสรรงบประมาณ แต่มุ่งเน้นการสร้าง "พลเมืองตื่นรู้" ที่สามารถรับมือกับความท้าทายในยุคดิจิทัลได้อย่างชาญฉลาด กระบวนการนี้เปรียบเสมือนการสร้างภูมิคุ้มกันให้กับสังคม โดยการพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อ การคิดวิเคราะห์ และการใช้เทคโนโลยีอย่างมีวิจารณญาณ ซึ่งเป็นทักษะที่จำเป็นอย่างยิ่งในโลกยุคปัจจุบัน

อย่างไรก็ตาม การดำเนินงานของ กองทุน กทปส. กำลังเผชิญกับความท้าทายหลายประการที่ต้องได้รับการแก้ไขอย่างเร่งด่วน คือ

ประการแรก คือความแข็งแกร่งของระบบราชการและกระบวนการพิจารณาทุนที่ขาดความยืดหยุ่น ซึ่งกลายเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการพัฒนานวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ การที่กระบวนการทำงานมุ่งเน้นการตอบสนองนโยบายรัฐมากเกินไป ทำให้ขาดความคล่องตัวในการปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและความต้องการของสังคม

ประการที่สอง คือการขาดความชัดเจนในวัตถุประสงค์และการประเมินผลกระทบของโครงการ อย่างเป็นรูปธรรม ทำให้ยากที่จะวัดความสำเร็จและประสิทธิภาพของการดำเนินงาน การขาดระบบการติดตาม และประเมินผลที่มีประสิทธิภาพส่งผลให้หลายโครงการไม่สามารถสร้างผลกระทบในระยะยาวได้ตามที่ตั้งเป้าหมายไว้

ประการที่สาม คือการขาดการบูรณาการระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งระหว่าง กองทุน กทปส. และกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ การทำงานแบบแยกส่วนทำให้เกิดความซ้ำซ้อน และสิ้นเปลืองทรัพยากร อีกทั้งยังลดประสิทธิภาพในการสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคม

เพื่อให้ กองทุน กทปส. สามารถบรรลุเป้าหมายและพันธกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ จำเป็นต้องมีการปฏิรูปอย่างเป็นระบบในหลายมิติ เริ่มจากการปรับโครงสร้างการบริหารจัดการให้มีความยืดหยุ่นมากขึ้น การนำผู้เชี่ยวชาญจากภาคปฏิบัติเข้ามามีส่วนร่วมในคณะกรรมการ เพื่อให้การตัดสินใจอยู่บนพื้นฐานของความเข้าใจในสถานการณ์จริง และการสร้างกลไกที่มีประสิทธิภาพในการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์อย่างเป็นรูปธรรม

การพัฒนาระบบการติดตามและประเมินผลที่มีประสิทธิภาพเป็นอีกหนึ่งความจำเป็นเร่งด่วน โดยต้องมีการกำหนดตัวชี้วัดที่ชัดเจนและสามารถสะท้อนผลกระทบที่แท้จริงของโครงการ การสร้างช่องทางการสื่อสารที่เข้าถึงง่ายและมีประสิทธิภาพจะช่วยให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วนสามารถมีส่วนร่วมในการพัฒนาและตรวจสอบการดำเนินงานได้อย่างแท้จริง

การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนในการกำกับดูแลเป็นอีกหนึ่งประเด็นสำคัญ การเปิดโอกาสให้ประชาชนได้แสดงความคิดเห็นและมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางการพัฒนาจะช่วยให้การดำเนินงานของกองทุนตอบสนองต่อความต้องการที่แท้จริงของสังคม นอกจากนี้ การกำหนดยุทธศาสตร์และวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนในการรับมือกับความท้าทายในยุคดิจิทัลจะช่วยให้การดำเนินงานมีทิศทางที่ชัดเจนและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ในบริบทของการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงาน การบูรณาการระหว่าง กองทุน กทปส. และหน่วยงานอื่นๆ เช่น กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ เป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่ง การกำหนดยุทธศาสตร์ร่วมกัน การแบ่งปันข้อมูล และการประสานความร่วมมือจะช่วยให้เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและลดความซ้ำซ้อนของการดำเนินงาน

กล่าวโดยสรุป กองทุน กทปส. ยังคงเป็นความหวังสำคัญในการพัฒนาระบบนิเวศสื่อของประเทศไทย แม้จะเผชิญกับความท้าทายหลายประการ แต่ด้วยการปรับตัวและพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่อง พร้อมกับการรักษาไว้ซึ่งพันธกิจในการสร้างประโยชน์สาธารณะ กทปส. จะสามารถเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาสื่อที่มีคุณภาพและการคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างยั่งยืน การเปลี่ยนผ่านครั้งนี้อาจเป็นความท้าทาย แต่ก็ก็เป็นโอกาสสำคัญในการยกระดับการทำงานขององค์กรให้สอดคล้องกับความต้องการของสังคมในยุคดิจิทัล

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์จากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มภาคประชาชน และภาคประชาสังคมที่ทำงาน เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค

ในยุคที่เทคโนโลยีการสื่อสารและภัยคุกคามทางดิจิทัลมีความซับซ้อนมากขึ้น บทบาทของกองทุน
กทปส. ในฐานะองค์กรที่มีภารกิจในการคุ้มครองผู้บริโภคยิ่งทวีความสำคัญ อย่างไรก็ตาม จากการวิเคราะห์มุมมอง
ของภาคประชาสังคมที่ทำงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค พบว่า กองทุน กทปส. กำลังเผชิญกับความท้าทาย
ที่สำคัญหลายประการที่ต้องได้รับการแก้ไขอย่างเร่งด่วน คือ

1. ปัญหาเชิงโครงสร้างการบริหารจัดการที่ขาดความสมดุล โดยเฉพาะในองค์ประกอบของ
คณะทำงานที่ขาดการมีส่วนร่วมของผู้เชี่ยวชาญด้านการคุ้มครองผู้บริโภค สถานการณ์นี้สะท้อนให้เห็นอย่างชัดเจน
จากการที่ไม่มีคณะกรรมการกลั่นกรองเฉพาะด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ในขณะที่ด้านอื่น ๆ มีคณะทำงานเฉพาะ
ทาง การขาดความสมดุลนี้ส่งผลโดยตรงต่อคุณภาพการพิจารณาโครงการและการกำหนดทิศทางการทำงานของ
กองทุน เนื่องจากขาดมุมมองที่รอบด้านและความเชี่ยวชาญเฉพาะทางที่จำเป็น

2. การจัดสรรงบประมาณที่ไม่เป็นธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนของการคุ้มครองผู้บริโภค
ที่ได้รับการจัดสรรน้อยกว่าร้อยละ 1 ของงบประมาณทั้งหมด สัดส่วนที่น้อยนี้ไม่สอดคล้องกับสำคัญของ
ภารกิจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และไม่เพียงพอต่อการรับมือกับความท้าทายที่เพิ่มขึ้นในยุคดิจิทัล การขาดแคลน
งบประมาณนี้ส่งผลให้หลายโครงการที่มีความสำคัญไม่สามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ และทำให้
การแก้ไขปัญหาเป็นไปอย่างล่าช้า

3. ความท้าทายในการตอบสนองต่อปัญหาเร่งด่วน โดยเฉพาะในยุคที่ภัยคุกคามทางดิจิทัลมี
ความรวดเร็วและซับซ้อนมากขึ้น กองทุน กทปส. กลับประสบปัญหาในการปรับตัวและตอบสนองต่อสถานการณ์
ฉุกเฉิน ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือการถูกล่อลวงทางออนไลน์ การผูกขาดในกิจการโทรคมนาคม และ
การหลอกลวงผ่าน SMS ซึ่งส่งผลกระทบต่อผู้บริโภคในวงกว้าง แต่กองทุนยังไม่สามารถจัดการได้อย่างทันทั่วถึง
ปัญหานี้เกิดจากการขาดระบบการจัดลำดับความสำคัญของปัญหาที่ชัดเจน และการขาดความยืดหยุ่นในการ
จัดสรรทรัพยากรเพื่อรับมือกับสถานการณ์ฉุกเฉิน

4. อุปสรรคในการเข้าถึงแหล่งทุนของภาคประชาชน ระบบการขอทุนที่ซับซ้อนและเงื่อนไขที่
ยุ่งยากกลายเป็นกำแพงสูงที่ขัดขวางการเข้าถึงการสนับสนุนจากกองทุน โดยเฉพาะสำหรับองค์กรภาคประชา
สังคมและชุมชนที่อาจไม่คุ้นเคยกับการเขียนข้อเสนอโครงการในรูปแบบวิชาการ นอกจากนี้ การขาดระบบการให้
ข้อมูลย้อนกลับที่ชัดเจนสำหรับโครงการที่ไม่ได้รับการอนุมัติ ยิ่งทำให้การพัฒนาข้อเสนอโครงการในอนาคตเป็นไปได้
ได้ยาก

5. เพื่อแก้ไขปัญหาเหล่านี้ จำเป็นต้องมีการปฏิรูปการดำเนินงานของกองทุนอย่างเป็นระบบ
เริ่มจากการปรับโครงสร้างคณะทำงานให้มีความสมดุลมากขึ้น โดยเพิ่มสัดส่วนของผู้เชี่ยวชาญด้านการคุ้มครอง
ผู้บริโภคและตัวแทนภาคประชาสังคม การกำหนดสัดส่วนงบประมาณที่ชัดเจนและเป็นธรรมสำหรับงานด้าน
การคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อให้มั่นใจว่าจะมีทรัพยากรเพียงพอในการดำเนินงาน

6. ควรมีการพัฒนากระบวนการติดตามและประเมินผลที่มีประสิทธิภาพ โดยเน้นการวัดผล
กระทบที่เกิดขึ้นจริงกับผู้บริโภค การพัฒนาระบบที่เรียบง่ายเพื่อช่วยเหลือองค์กรที่ต้องการขอทุน และการสร้าง
ช่องทางการสื่อสารที่เข้าถึงง่ายสำหรับประชาชน ที่สำคัญ ควรมีการปรับเปลี่ยนมุมมองและแนวทางการทำงาน
ของกองทุนให้มีความยืดหยุ่นและตอบสนองต่อความต้องการของสังคมมากขึ้น

กล่าวโดยสรุป การพัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินงานของกองทุน กทปส.จำเป็นต้องอาศัยการปฏิรูปอย่างเป็นระบบและการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน การสร้างสมดุลระหว่างการดำเนินงานเชิงวิชาการและการแก้ไขปัญหาในภาคปฏิบัติ จะเป็นกุญแจสำคัญสู่การพัฒนาระบบคุ้มครองผู้บริโภคที่มีประสิทธิภาพและยั่งยืน ซึ่งจะส่งผลดีต่อสังคมไทยในระยะยาว เพราะในท้ายที่สุดแล้ว การคุ้มครองผู้บริโภคไม่ใช่เพียงหน้าที่ของหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่ง แต่เป็นความรับผิดชอบร่วมกันของทุกภาคส่วนในสังคม

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์จากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิและนักวิชาการ

ในยุคที่เทคโนโลยีการสื่อสารและภูมิทัศน์สื่อมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและรุนแรง การพัฒนากองทุน กทปส. ให้สามารถตอบสนองต่อความท้าทายใหม่ ๆ และความต้องการของสังคมที่ซับซ้อนขึ้น จึงเป็นประเด็นที่ได้รับความสนใจจากผู้ทรงคุณวุฒิและนักวิชาการหลายท่าน

เมื่อย้อนกลับไปพิจารณารากฐานของการปฏิรูปสื่อในประเทศไทย พบว่า จุดเริ่มต้นที่สำคัญมาจากรัฐธรรมนูญ ปี 2540 ซึ่งมีเจตนารมณ์ในการกระจายโครงสร้างการครอบครองสื่อจากภาครัฐไปสู่ภาคเอกชนและประชาชน การเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญนี้ไม่เพียงแต่เป็นการปรับเปลี่ยนโครงสร้างองค์กรเท่านั้น แต่ยังเป็นการปฏิวัติแนวคิดในการจัดการทรัพยากรการสื่อสารของประเทศ นำไปสู่การพัฒนาระบบนิเวศสื่อที่มีความหลากหลายและเป็นประชาธิปไตยมากขึ้น

อย่างไรก็ตาม ในยุคปัจจุบันที่เทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามามีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวันของผู้คน กองทุน กทปส. กำลังเผชิญกับความท้าทายใหม่ ๆ ที่ซับซ้อนและหลากหลายมากขึ้น โดยเฉพาะในด้านการคุ้มครองผู้บริโภคจากภัยคุกคามทางดิจิทัล ไม่ว่าจะเป็นการหลอกลวงผ่านคอลเซ็นเตอร์ การโจรกรรมข้อมูลส่วนบุคคล หรือการละเมิดสิทธิผู้บริโภคในรูปแบบต่าง ๆ สถานการณ์เหล่านี้ ทำให้ กองทุน กทปส. จำเป็นต้องปรับบทบาทและแนวทางการดำเนินงานให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง ดังนี้

ประการที่ 1 หนึ่งในประเด็นที่ผู้ทรงคุณวุฒิให้ความสำคัญคือการบริหารจัดการงานวิจัยและการนำผลงานไปใช้ประโยชน์ แม้ว่า กองทุน กทปส. จะสนับสนุนงานวิจัยจำนวนมาก แต่หลายโครงการยังขาดการนำไปใช้ประโยชน์อย่างเป็นรูปธรรม บางครั้งมีการทำวิจัยที่ซ้ำซ้อนและไม่ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มที่แท้จริง สถานการณ์นี้สะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นในการพัฒนาระบบการบริหารจัดการงานวิจัยที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

ประการที่ 2 ระบบการติดตามและประเมินผลโครงการเป็นอีกประเด็นที่ต้องได้รับการปรับปรุง การขาดระบบการติดตามที่เข้มแข็งส่งผลให้ไม่สามารถประเมินความคุ้มค่าและผลกระทบของการใช้งบประมาณได้อย่างชัดเจน อีกทั้งยังมีคำถามเกี่ยวกับความโปร่งใสในการจัดสรรงบประมาณและกระบวนการตัดสินใจที่อาจขึ้นอยู่กับผู้บริหารมากเกินไป

ประการที่ 3 เพื่อรับมือกับความท้าทายเหล่านี้ ผู้ทรงคุณวุฒิได้เสนอแนะให้ กองทุน กทปส. นำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการดำเนินงาน เช่น การประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) และการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการติดตามและประเมินสถานการณ์ นอกจากนี้ ยังมีข้อเสนอให้พัฒนา "หน่วยซิล" หรือหน่วยเคลื่อนที่เร็วที่สามารถทำงานเชิงรุกเพื่อตอบสนองต่อปัญหาได้อย่างทันท่วงที

ประการที่ 4 การคุ้มครองผู้บริโภคในยุคปัจจุบันจำเป็นต้องมีมุมมองที่กว้างขึ้น ไม่เพียงแต่คำนึงถึงมิติทางเศรษฐกิจเท่านั้น แต่ต้องพิจารณาถึงผลกระทบทางสังคมและวัฒนธรรมด้วย กองทุน กทปส. จึงต้องพัฒนากลไกการคุ้มครองผู้บริโภคที่ครอบคลุมทั้งการป้องกัน การแก้ไขปัญหา และการเยียวยา โดยเฉพาะในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับภัยคุกคามทางดิจิทัลรูปแบบใหม่ ๆ

ประการที่ 5 การพัฒนา กองทุน กทปส. ในอนาคตจำเป็นต้องอาศัยการวางแผนระยะยาวที่มีความยืดหยุ่นและพร้อมปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์ การสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นนวัตกรรมการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง และความคล่องตัวในการดำเนินงานจะเป็นปัจจัยสำคัญที่นำไปสู่ความสำเร็จ นอกจากนี้ การสร้างการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนในการกำหนดนโยบายและการดำเนินงานก็เป็นสิ่งที่ไม่อาจมองข้ามได้

กล่าวโดยสรุป การพัฒนา กองทุน กทปส. ในยุคดิจิทัลเป็นความท้าทายที่ต้องอาศัยการปรับเปลี่ยนทั้งในด้านโครงสร้าง กระบวนการทำงาน และวัฒนธรรมองค์กร เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของสังคมและรับมือกับความท้าทายใหม่ ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ การสร้างสมดุลระหว่างการพัฒนาเทคโนโลยีและการคุ้มครองผู้บริโภค รวมถึงการสร้างการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน จะเป็นกุญแจสำคัญที่นำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนของกองทุนในระยะยาว ท้ายที่สุด ความสำเร็จของ กองทุน กทปส. จะไม่เพียงวัดจากประสิทธิภาพในการบริหารจัดการเท่านั้น แต่ยังรวมถึงความสามารถในการสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคมและการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนอย่างแท้จริง

ส่วนที่ 6 การวิเคราะห์จากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มอดีตผู้บริหารและคณะกรรมการบริหารกองทุน

การวิเคราะห์มุมมองและประสบการณ์ของอดีตคณะกรรมการกองทุน กทปส. บทเรียนสำหรับการพัฒนาในอนาคต

1) ในยุคที่เทคโนโลยีการสื่อสารและสื่อดิจิทัลกำลังเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและรุนแรง การทำความเข้าใจประสบการณ์และมุมมองของผู้ที่เคยบริหารจัดการกองทุน กทปส. เป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการวางแผนแนวทางการพัฒนาองค์กรในอนาคต จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์อดีตคณะกรรมการและผู้บริหาร พบว่า สามารถเห็นภาพที่ชัดเจนของความท้าทาย โอกาส และแนวทางการพัฒนาที่จำเป็นสำหรับองค์กร

2) เมื่อพิจารณาถึงบทบาทและภารกิจหลักของกองทุน กทปส. จะพบว่า องค์กรนี้มีเป้าหมายที่สำคัญในการสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาด้านกิจการกระจายเสียง โทรทัศน์ และโทรคมนาคม โดยให้ความสำคัญเป็นพิเศษกับการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ รวมถึงการตอบสนองความต้องการของกลุ่มเปราะบางในสังคม เช่น ผู้สูงอายุและคนพิการ อย่างไรก็ตาม จากการสัมภาษณ์ของผู้บริหารได้เรียนรู้ว่า กองทุนยังประสบปัญหาสำคัญในการสื่อสารบทบาทและภารกิจเหล่านี้ให้สาธารณชนได้รับรู้และเข้าใจอย่างทั่วถึง ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อการเข้าถึงและการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน

3) ประเด็นที่น่าห่วงใยที่สุด คือ การกระจุกตัวของทุนและโครงการในเขตกรุงเทพฯ ปรากฏการณ์นี้สะท้อนให้เห็นถึงความไม่เท่าเทียมในการเข้าถึงทรัพยากรระหว่างสถาบันการศึกษาและหน่วยงานในเมืองหลวงกับภูมิภาค สถานการณ์นี้ยิ่งทวีความรุนแรงขึ้นเมื่อพิจารณาถึงระบบการพิจารณาโครงการที่มักเน้นรูปแบบทางวิชาการ ซึ่งกลายเป็นกำแพงสูงที่ขัดขวางการเข้าถึงทุนของภาคประชาชนและองค์กรขนาดเล็กที่อาจไม่คุ้นเคยกับการเขียนข้อเสนอโครงการในรูปแบบดังกล่าว

4) เพื่อแก้ไขปัญหานี้ อดีตคณะกรรมการได้นำเสนอแนวคิดที่น่าสนใจในการจัดตั้ง Node ในแต่ละภูมิภาค แนวคิดนี้ไม่เพียงแต่จะช่วยกระจายการเข้าถึงทุนเท่านั้น แต่ยังมุ่งสร้างความเข้มแข็งให้กับเครือข่ายในพื้นที่ผ่านการพัฒนาระบบพี่เลี้ยงที่จะคอยให้คำแนะนำและสนับสนุนผู้ขอทุนรายย่อยในการพัฒนาข้อเสนอ

โครงการที่มีคุณภาพ การมีระบบที่เลี้ยงในพื้นที่จะช่วยลดช่องว่างระหว่างความต้องการของชุมชนกับข้อกำหนดทางวิชาการของกองทุน

5) การปรับปรุงอย่างเร่งด่วนคือระบบการสื่อสารและการให้ข้อมูลย้อนกลับแก่ผู้ขอทุน แม้ว่าคณะกรรมการจะมีการพิจารณาและให้ข้อเสนอแนะต่อโครงการอย่างละเอียด แต่ข้อมูลเหล่านี้มักไม่ได้ถูกส่งต่อไปยังผู้ขอทุนอย่างเป็นระบบ การขาดการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพนี้ไม่เพียงทำให้ผู้ขอทุนเสียโอกาสในการเรียนรู้และพัฒนาเท่านั้น แต่ยังส่งผลต่อความเชื่อมั่นและความไว้วางใจที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีต่อองค์กรด้วย

6) มองไปข้างหน้า อดีตผู้บริหารได้เน้นย้ำถึงความจำเป็นในการปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี ข้อเสนอที่น่าสนใจคือการปรับเปลี่ยนจากการวางแผนระยะยาว 20 ปี มาเป็นการวางแผนยุทธศาสตร์ในระยะ 3-5 ปี แนวคิดนี้สะท้อนความเข้าใจในพลวัตของเทคโนโลยีดิจิทัลที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และความจำเป็นในการรักษาความยืดหยุ่นในการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลง

7) การพัฒนาระบบการสื่อสารที่หลากหลายและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันก็เป็นอีกประเด็นที่ได้รับการเน้นย้ำ ในยุคที่พฤติกรรมผู้บริโภคสื่อของประชาชนมีความหลากหลายและซับซ้อนมากขึ้น การพัฒนาช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสมกับแต่ละกลุ่มเป้าหมายไม่ใช่เพียงทางเลือก แต่เป็นความจำเป็นในการสร้างการรับรู้และการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน

กล่าวโดยสรุป ประสบการณ์และมุมมองของอดีตคณะกรรมการและผู้บริหารกองทุน กทปส. ได้มอบบทเรียนที่มีค่าสำหรับการพัฒนาองค์กรในอนาคต ไม่ว่าจะเป็นการกระจายการเข้าถึงทุน การพัฒนาระบบสนับสนุน หรือการปรับปรุงการสื่อสารกับสาธารณะ การนำข้อเสนอแนะเหล่านี้ไปพัฒนาต่อยอดอย่างจริงจังและเป็นระบบจะช่วยให้กองทุน กทปส. สามารถบรรลุพันธกิจในการเป็นกลไกสำคัญเพื่อการพัฒนาด้านการกระจายเสียง โทรทัศน์ และโทรคมนาคมที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะได้อย่างแท้จริงและยั่งยืน

ผลการสังเคราะห์และวิเคราะห์จากประเด็นการศึกษา

ประเด็นที่ 1 การวิเคราะห์นโยบายและกระบวนการทำงานของกองทุน กทปส.

1.1 กองทุน กทปส. เป็นองค์กรที่มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาระบบนิเวศด้านการสื่อสารของประเทศไทย โดยมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นในการผสมผสานการพัฒนาทั้งด้านเทคนิคและด้านสังคมเข้าด้วยกันอย่างลงตัว ในด้านเทคนิค กองทุนให้ความสำคัญกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและการคุ้มครองผู้บริโภคในมิติด้านวิศวกรรม ขณะที่ในด้านสังคม กองทุนมุ่งเน้นการสนับสนุนโครงการที่ตอบสนองความต้องการของชุมชนและส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

1.2 กระบวนการทำงานของ กองทุน กทปส. ในปัจจุบันมีการดำเนินงานผ่านระบบคณะกรรมการกลั่นกรองเฉพาะด้าน ซึ่งใช้หลักเกณฑ์การพิจารณาที่เน้นรูปแบบทางวิชาการ การจัดสรรงบประมาณมีลักษณะรวมศูนย์และมีการกระจุกตัวในเขตกรุงเทพฯ นอกจากนี้ ยังมีการวางแผนระยะยาว 20 ปีเพื่อกำหนดทิศทางการพัฒนาองค์กร อย่างไรก็ตาม จากการวิเคราะห์พบว่าการดำเนินงานในรูปแบบดังกล่าวก่อให้เกิดปัญหาและอุปสรรคหลายประการ

1.3 ปัญหาสำคัญประการแรก คือ ความแข็งทื่อของระบบราชการและกระบวนการพิจารณาทุนที่ขาดความยืดหยุ่น ส่งผลให้การตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและความต้องการของสังคมเป็นไปอย่างล่าช้า ประการที่สองคือการจัดสรรงบประมาณที่ขาดความสมดุล โดยเฉพาะในด้านการคุ้มครอง

ผู้บริโภคที่ได้รับการจัดสรรน้อยกว่าร้อยละ 1 ของงบประมาณทั้งหมด ประการที่สามคือการขาดระบบการติดตามและประเมินผลที่มีประสิทธิภาพ ทำให้ไม่สามารถวัดผลสัมฤทธิ์ของโครงการได้อย่างเป็นรูปธรรม

1.4 ปัญหาในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ที่ยังไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างทั่วถึง รวมถึงการขาดการบูรณาการระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งระหว่างกองทุน กทปส. และกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ซึ่งการทำงานแบบแยกส่วนนี้ทำให้เกิดความซ้ำซ้อนและสิ้นเปลืองทรัพยากร

1.5 เพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว มีข้อเสนอแนะให้ปรับปรุงระบบการจัดสรรงบประมาณให้มีความสมดุลมากขึ้น โดยแบ่งเป็นสามส่วนระหว่างชุมชน อุตสาหกรรม และการกำกับดูแล พร้อมทั้งพัฒนาระบบพี่เลี้ยงสำหรับผู้รับทุนรายใหม่ และจัดตั้ง Node ในแต่ละภูมิภาคเพื่อกระจายการเข้าถึงทุน นอกจากนี้ ควรปรับเปลี่ยนจากการวางแผนระยะยาว 20 ปี เป็นแผนยุทธศาสตร์ 3-5 ปี เพื่อให้สามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีได้อย่างทันท่วงที

1.6 สำหรับแนวทางการพัฒนาในอนาคต กองทุน กทปส. ควรนำเทคโนโลยีสมัยใหม่อย่าง AI และ Big Data มาใช้ในการดำเนินงาน พัฒนาหน่วยเคลื่อนที่เร็วเพื่อตอบสนองปัญหาเร่งด่วน และสร้างระบบการคุ้มครองผู้บริโภคที่ครอบคลุมทั้งการป้องกัน แก้ไข และเยียวยา พร้อมทั้งพัฒนาวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นนวัตกรรมและการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง และเพิ่มการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนในการกำหนดนโยบาย

การปรับปรุงและพัฒนากระบวนการทำงานของ กองทุน กทปส. ดังที่กล่าวมาจะช่วยให้องค์กรสามารถบรรลุพันธกิจในการเป็นกลไกสำคัญเพื่อการพัฒนาด้านการกระจายเสียง โทรทัศน์ และโทรคมนาคมที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนมากยิ่งขึ้น อันจะนำไปสู่การยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนและการพัฒนาระบบการสื่อสารของประเทศไทยในระยะยาว

ประเด็นที่ 2 การวิเคราะห์กระบวนการให้ทุนและโครงการที่ได้รับทุนในการตอบสนองพันธกิจของกองทุน กทปส.

2.1 กองทุน กทปส. มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาระบบนิเวศด้านการสื่อสารของประเทศไทย โดยมีการดำเนินงานที่ครอบคลุมหลายมิติทั้งด้านเทคโนโลยีและสังคม การวิเคราะห์กระบวนการให้ทุนและโครงการที่ได้รับทุนสะท้อนให้เห็นทั้งความสำเร็จและความท้าทายในการตอบสนองพันธกิจขององค์กร

2.2 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและเทคโนโลยี กองทุน กทปส. ได้แสดงบทบาทที่โดดเด่นในการสนับสนุนโครงการที่มุ่งลดความเหลื่อมล้ำในสังคม ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือโครงการ Telemedicine ของโรงพยาบาลพนมไพร ซึ่งช่วยยกระดับการเข้าถึงบริการสุขภาพในพื้นที่ชนบท โดยสามารถลดระยะเวลารอคอยของผู้ป่วยจาก 1.5 - 2 ชั่วโมงเหลือเพียง 50 นาที และช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายในการเดินทางของประชาชน โครงการนี้แสดงให้เห็นถึงการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อแก้ปัญหาที่เป็นรูปธรรม

2.3 การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และการสร้างความเข้มแข็งทางสังคมเป็นอีกหนึ่งมิติที่สำคัญในการดำเนินงานของ กองทุน กทปส. ผ่านโครงการต่าง ๆ เช่น โครงการ E-reporter ที่มุ่งพัฒนาบุคลากรด้านสื่อสารมวลชนแบบองค์รวม ครอบคลุมทั้งการฝึกอบรมทักษะการผลิตสื่อและการปลูกฝังจรรยาบรรณวิชาชีพ การดำเนินโครงการในทั้ง 4 ภูมิภาค ช่วยสร้างการกระจายโอกาสในการพัฒนาอย่างทั่วถึง นอกจากนี้ ยังมีการสนับสนุนโครงการที่ใช้การสื่อสารเป็นเครื่องมือในการสร้างความสมานฉันท์ในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้

2.4 การดำเนินงานของ กองทุน กทปส. ยังประสบปัญหาและอุปสรรคหลายประการในกระบวนการให้ทุน โดยเฉพาะความไม่สมดุลในการจัดสรรทุนที่มีการกระจุกตัวในกรุงเทพฯ ทำให้เกิดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงทรัพยากรระหว่างหน่วยงานในเมืองหลวงกับภูมิภาค ระบบการพิจารณาทุนที่เน้นรูปแบบทางวิชาการมากเกินไปยังเป็นอุปสรรคสำหรับองค์กรภาคประชาสังคมและชุมชนที่อาจไม่คุ้นเคยกับการเขียนข้อเสนอโครงการในรูปแบบดังกล่าว

2.5 ปัญหาสำคัญอีกประการหนึ่งคือการขาดระบบการติดตามและประเมินผลที่มีประสิทธิภาพ ทำให้ยากต่อการวัดผลกระทบที่เกิดขึ้นจริงและการขยายผลความสำเร็จของโครงการ นอกจากนี้การจัดสรรงบประมาณด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่น้อยกว่าร้อยละ 1 ของงบประมาณทั้งหมด ไม่สอดคล้องกับความต้องการของภารกิจและความท้าทายที่เพิ่มขึ้นในยุคดิจิทัล

2.6 เพื่อพัฒนาระบบการให้ทุนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น มีข้อเสนอแนะให้ปรับปรุงระบบการจัดสรรงบประมาณให้มีความสมดุลระหว่างชุมชน อุตสาหกรรม และการกำกับดูแล พร้อมทั้งพัฒนาระบบพี่เลี้ยงสำหรับผู้รับทุนรายใหม่ การจัดตั้ง Node ในแต่ละภูมิภาคจะช่วยกระจายการเข้าถึงทุนและสร้างความเข้มแข็งให้กับเครือข่ายในพื้นที่

2.7 การปรับปรุงระบบการพิจารณาให้ทุนมีความยืดหยุ่นมากขึ้น พัฒนาระบบการให้ข้อมูลย้อนกลับที่มีประสิทธิภาพ และสร้างความโปร่งใสในกระบวนการตัดสินใจ จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ขณะเดียวกัน การพัฒนาระบบการติดตามและประเมินผลที่มีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งกำหนดตัวชี้วัดที่สามารถสะท้อนผลกระทบที่แท้จริง จะช่วยให้การดำเนินงานของกองทุนเกิดประโยชน์สูงสุดต่อสาธารณะ

ท้ายที่สุด การพัฒนาระบบการให้ทุนและการบริหารโครงการของ กองทุน กทปส. จำเป็นต้องคำนึงถึงการสร้างสมดุลระหว่างความเข้มแข็งทางวิชาการและการตอบสนองความต้องการของชุมชน การปรับปรุงทั้งในด้านโครงสร้าง กระบวนการทำงาน และการติดตามประเมินผล จะช่วยให้องค์กรสามารถบรรลุพันธกิจในการเป็นกลไกสำคัญเพื่อการพัฒนาด้านการกระจายเสียง โทรทัศน์ และโทรคมนาคมที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะได้อย่างแท้จริงและยั่งยืน

ประเด็นที่ 3 การพัฒนาระบบการทำงานเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง โทรทัศน์ และโทรคมนาคม ตามมาตรา 52 (4) สนับสนุน ส่งเสริม และคุ้มครองผู้บริโภคด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

3.1 การคุ้มครองผู้บริโภคในยุคดิจิทัลจำเป็นต้องมีระบบการทำงานที่ครอบคลุมและมีประสิทธิภาพ โดยแบ่งเป็นสามด้านหลัก คือ การป้องกัน การแก้ไขปัญหา และการเยียวยา ซึ่งแต่ละด้านมีความสำคัญและต้องดำเนินการควบคู่กันไป

3.2 ด้านการป้องกันเป็นมาตรการเชิงรุกที่มุ่งลดโอกาสการเกิดปัญหาและผลกระทบต่อผู้บริโภค โดยต้องพัฒนาระบบเฝ้าระวังและแจ้งเตือนภัยที่ทันสมัย สามารถตรวจจับและคาดการณ์ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ล่วงหน้า การให้ความรู้และสร้างความตระหนักแก่ผู้บริโภคเป็นอีกมาตรการสำคัญ โดยต้องออกแบบเนื้อหาและช่องทางการสื่อสารให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย นอกจากนี้ ยังต้องพัฒนาเครื่องมือและเทคโนโลยีในการป้องกันภัย เช่น ระบบตรวจจับการหลอกลวง หรือแพลตฟอร์มตรวจสอบข้อมูล เพื่อเป็นเครื่องมือให้ผู้บริโภคสามารถปกป้องตนเองได้ เป็นต้น

3.3 ด้านการแก้ไขปัญหาเป็นการจัดการเมื่อเกิดปัญหาขึ้นแล้ว ต้องมีการจัดตั้งหน่วยเคลื่อนที่เร็วหรือ "หน่วยซีล" ที่สามารถตอบสนองต่อปัญหาเร่งด่วนได้อย่างทันท่วงที หน่วยงานนี้ต้องมีความคล่องตัวสูง มีอำนาจในการตัดสินใจ และมีทรัพยากรที่เพียงพอในการดำเนินงาน ระบบร้องเรียนต้องได้รับการพัฒนาให้เข้าถึงง่าย มีหลายช่องทาง และมีกระบวนการจัดการที่รวดเร็ว โปร่งใส สามารถติดตามความคืบหน้าได้ การสร้างกลไกการประสานงานระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องก็มีความสำคัญ เพื่อให้การแก้ไขปัญหาเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและไม่เกิดความซ้ำซ้อน

3.4 ด้านการเยียวยา เป็นการช่วยเหลือผู้บริโภคที่ได้รับผลกระทบให้สามารถฟื้นตัวและได้รับการชดเชยที่เหมาะสม ต้องมีการพัฒนาระบบช่วยเหลือที่ครอบคลุมทั้งด้านการเงิน กฎหมาย และจิตวิทยา โดยกำหนดมาตรการชดเชยความเสียหายที่เป็นธรรมและมีมาตรฐาน การสร้างกลไกการไกล่เกลี่ยข้อพิพาทที่มีประสิทธิภาพจะช่วยลดภาระของผู้บริโภคและระบบยุติธรรม พร้อมทั้งต้องมีการติดตามผลการเยียวยาเพื่อให้มั่นใจว่าผู้บริโภคได้รับการช่วยเหลืออย่างครบถ้วน

3.5 การพัฒนาระบบการทำงานทั้งสามด้านนี้จำเป็นต้องอาศัยการสนับสนุนด้านงบประมาณที่เพียงพอ บุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญ และเทคโนโลยีที่ทันสมัย นอกจากนี้ ยังต้องมีการประเมินและปรับปรุงระบบอย่างต่อเนื่องเพื่อให้สามารถรับมือกับความท้าทายที่เปลี่ยนแปลงไป การสร้างความร่วมมือกับภาคส่วนต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ เอกชน และประชาสังคม จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการคุ้มครองผู้บริโภคให้ครอบคลุมและยั่งยืนมากขึ้น

3.6 การพัฒนาระบบการทำงานเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคที่มีประสิทธิภาพจะช่วยสร้างความเชื่อมั่นในการใช้บริการกิจการกระจายเสียง โทรทัศน์ และโทรคมนาคม อันจะนำไปสู่การพัฒนาอุตสาหกรรมและการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในระยะยาว การลงทุนในการพัฒนาระบบเหล่านี้จึงเป็นสิ่งจำเป็นและคุ้มค่าในระยะยาว แม้อาจต้องใช้ทรัพยากรจำนวนมากในระยะแรก

ตอนที่ 4 ผลการรวบรวมข้อคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการจัดสนทนากลุ่ม

4.1 การจัดสนทนากลุ่ม (Focus Group) ครั้งที่ 1 เกี่ยวกับกองทุน กทปส. จัดขึ้นเมื่อวันศุกร์ที่ 6 กันยายน 2567 สามารถสรุปประเด็นสำคัญได้ ดังนี้

1. การรับรู้เกี่ยวกับกองทุน ที่ประชุมการจัดสนทนากลุ่มมองว่า หลายภาคส่วนยังไม่รู้จักกองทุน กทปส. และกองทุนมีเงินจำนวนมาก (หลักหมื่นล้าน) แต่การรับรู้ของสาธารณะยังน้อย

2. ปัญหาที่พบ ที่ประชุมการจัดสนทนากลุ่มมองว่า การที่ประชาชน องค์กรภาคประชาสังคมไม่รู้จักกองทุนอาจจะเนื่องมาจากการประชาสัมพันธ์ยังไม่ทั่วถึง การเข้าถึงทุนยังมีความยาก ข้อมูลบนเว็บไซต์ยังไม่ชัดเจน ระเบียบการใช้จ่ายเงินยังไม่เอื้อต่อการเข้าถึง การติดตามและประเมินผลโครงการยังไม่ครอบคลุม

3. ข้อเสนอแนะของที่ประชุมการจัดสนทนากลุ่ม

3.1. ด้านการบริหารจัดการ ควรมีการวางแผนและจัดทำ SWOT Analysis ควรมีการติดตามประเมินผลโครงการอย่างต่อเนื่อง (3-5 ปี) และควรมีแผนยุทธศาสตร์ที่ชัดเจน

3.2. ด้านการสื่อสาร ควรปรับปรุงการประชาสัมพันธ์ให้ทั่วถึง ควรทำให้เว็บไซต์มีข้อมูลที่เข้าใจง่าย ควรมีการโรดโชว์ (Road Shows) เพื่อประชาสัมพันธ์

3.3. ด้านการมีส่วนร่วม ควรเปิดพื้นที่ให้ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วม ควรเชื่อมโยงกับองค์กรต่าง ๆ เช่น สภาองค์กรของผู้บริโภค และควรให้กลุ่มเป้าหมาย (ผู้สูงอายุ ผู้ด้อยโอกาส) มีส่วนร่วมในคณะกรรมการตัดสินโครงการ

3.4. ด้านการปรับปรุงระเบียบ ควรปรับปรุงระเบียบการใช้จ่ายเงินให้เป็นมิตรกับประชาชนมากขึ้น ควรมีความโปร่งใสในการดำเนินงาน และควรปรับปรุงกระบวนการขอทุนให้มีความซับซ้อนน้อยลง

4.2 การจัดสนทนากลุ่ม (Focus Group) ครั้งที่ 2 เกี่ยวกับกองทุน กทปส. จัดขึ้นเมื่อวันศุกร์ที่ 13 กันยายน 2567 ณ ห้องประชุมโรงแรมทีเค พาเลซ แอนด์คอนเวนชั่น กรุงเทพมหานคร จำนวนผู้เข้าร่วม 31 คน สรุปรายละเอียดสำคัญได้ดังนี้

1. โครงสร้างและภารกิจของกองทุน เน้นการเป็นกลไกส่งเสริมและสนับสนุนเงินทุนเพื่อประโยชน์ต่อกิจการกระจายเสียง โทรทัศน์ และโทรคมนาคมความสำคัญอย่างมาก โดยควรมุ่งภารกิจหลัก ประการแรก ส่งเสริมให้ประชาชนเข้าถึงการกระจายเสียง โทรทัศน์ และโทรคมนาคมที่มีคุณภาพและทั่วถึง ประการที่สอง การสนับสนุนการวิจัยโครงการต่าง ๆ ประการที่สาม ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีใหม่ เช่น AI ในสถาบันการศึกษา ประการที่สี่ ส่งเสริมการคุ้มครองผู้บริโภค ประการที่ห้า การบริหารจัดการกองทุนให้มีประสิทธิภาพและมั่นคง และการส่งเสริมสนับสนุนการใช้คลื่นความถี่ ถ้าขับเคลื่อนได้ทุกประการจะทำให้องค์กรและกองทุนเป็นที่พึ่งของประชาชนโดยแท้จริง

2. ประเด็นปัญหาที่พบ คือ การประชาสัมพันธ์ยังไม่ทั่วถึง กระบวนการขอทุนซับซ้อนและใช้เวลานาน การเข้าถึงทุนของภาคประชาสังคมยังมีข้อจำกัด ความซ้ำซ้อนของโครงการที่ได้รับทุน และการติดตามประเมินผลโครงการยังไม่ครอบคลุม

3. ข้อเสนอแนะจากที่ประชุม เห็นว่า

- (1) ควรแบ่งประเภทผู้รับทุนให้ชัดเจน (ภาครัฐ เอกชน และประชาสังคม)
- (2) ควรมีระบบพี่เลี้ยงช่วยเหลือการเขียนโครงการสำหรับภาคประชาสังคม
- (3) ควรปรับปรุงการประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ
- (4) ควรมีการติดตามและประเมินผลโครงการอย่างต่อเนื่อง
- (5) ควรเน้นการสนับสนุนโครงการที่มีความยั่งยืน

4. ตัวอย่างโครงการที่ได้รับการสนับสนุนในด้านการคุ้มครองผู้บริโภคมีขอบเขตที่จำกัด โครงการที่ได้รับทุนมักมุ่งเน้นการคุ้มครองผู้บริโภคในมิติแคบ ๆ ขาดการสนับสนุนโครงการที่ช่วยเสริมพลังผู้บริโภคในฐานะพลเมืองที่ใช้สื่อ ไม่มีโครงการที่มุ่งแก้ไขปัญหาเชิงโครงสร้างในการคุ้มครองผู้บริโภค อาทิ การส่งเสริมการแข่งขันที่เป็นธรรมในตลาด การส่งเสริมผู้บริโภคให้รู้เท่าทันภัยจากโลกออนไลน์ การพัฒนานวัตกรรมการพัฒนาเพื่อคนพิการและกลุ่มคนเปราะบาง เป็นต้น

5. การขาดการมีส่วนร่วมของผู้บริโภค ที่ประชุมมองว่า ไม่มีตัวแทนของกลุ่มผู้บริโภคในคณะกรรมการบริหารกองทุนหรือคณะกรรมการต่าง ๆ และขาดกลไกในการรับฟังความคิดเห็นและความต้องการของผู้บริโภคในการกำหนดทิศทางให้การให้ทุน

ประเด็นเหล่านี้ ส่งผลให้ กทปส. ไม่สามารถบรรลุพันธกิจในการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง โทรทัศน์ และโทรคมนาคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้ผู้บริโภคขาดการคุ้มครองที่เหมาะสมในยุคที่เทคโนโลยีการสื่อสารมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ตอนที่ 5 ผลการรวบรวมข้อคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการจัดสนทนากลุ่มย่อย

5.1 การจัดสนทนากลุ่มย่อย (Interview Group) ครั้งที่ 1

การประชุมสนทนากลุ่มย่อย (Interview Group) ครั้งที่ 1 จัดเมื่อวันที่ 20 กันยายน 2567 มีผู้เข้าร่วมประชุม 27 คน สามารถสรุปรายละเอียดได้ดังนี้

1. กองทุน กทปส. เน้นการเป็นกลไกส่งเสริมและสนับสนุนเงินทุนเพื่อประโยชน์ต่อกิจการกระจายเสียง โทรทัศน์ และโทรคมนาคมที่มีความสำคัญอย่างมาก โดยควรมุ่งภารกิจหลักคือ (1) ส่งเสริมให้ประชาชนเข้าถึงการกระจายเสียง โทรทัศน์ และโทรคมนาคมที่มีคุณภาพและทั่วถึง (2) การสนับสนุนการวิจัยโครงการต่างๆ (3) ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีใหม่ เช่น AI ในสถาบันการศึกษา (4) ส่งเสริมการคุ้มครองผู้บริโภคและการบริหารจัดการกองทุนให้มีประสิทธิภาพและมั่นคง และ (5) การส่งเสริมสนับสนุนการใช้คลื่นความถี่ ถ้าขับเคลื่อนได้ทุกประการจะทำให้องค์กรและกองทุนเป็นที่พึ่งของประชาชนโดยแท้จริง

2. ผู้เข้าร่วมการประชุมสนทนากลุ่มย่อย (Interview Group) มองว่า กองทุน กทปส. ยังขาดการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคและละเลยกลุ่มเปราะบาง โดยตั้งข้อสังเกตว่า ไม่มีตัวแทนของกลุ่มผู้บริโภคในคณะกรรมการบริหารกองทุนหรือคณะกรรมการต่าง ๆ ขาดกลไกในการรับฟังความคิดเห็นและความต้องการของผู้บริโภคในการกำหนดทิศทางการให้ทุน และมีโครงการน้อยมากที่มุ่งเน้นการคุ้มครองหรือส่งเสริมการเข้าถึงบริการสำหรับกลุ่มเปราะบาง เช่น ผู้สูงอายุ คนพิการ หรือผู้มีรายได้น้อย

3. การจัดสรรทุนและงบประมาณ มีข้อสังเกตเรื่องการกระจุกตัวของทุนในส่วนกลาง ควรกระจายทุนให้ทั่วถึงทุกภูมิภาค และสัดส่วนการให้ทุนแก่หน่วยงานภาครัฐค่อนข้างสูง

4. ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุง ควรเพิ่มความโปร่งใสในการบริหารจัดการกองทุน ควรมีการประชาสัมพันธ์การให้ทุนให้ทั่วถึงมากขึ้น ควรปรับสัดส่วนคณะกรรมการให้มีภาคประชาสังคมมากขึ้น และควรมีการติดตามและประเมินผลโครงการอย่างต่อเนื่อง

การประชุมมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นอย่างกว้างขวางจากผู้เข้าร่วมที่มาจากหลากหลายภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา และองค์กรคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อนำไปสู่การพัฒนาและปรับปรุงการดำเนินงานของกองทุนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

5.2 การจัดสนทนากลุ่มย่อย (Interview Group) ครั้งที่ 2

การประชุมสนทนากลุ่มย่อย (Interview Group) ครั้งที่ 2 จัดเมื่อวันที่ 30 กันยายน 2567 มีผู้เข้าร่วมประชุม 39 คน สามารถสรุปรายละเอียดได้ดังนี้

1. ผู้เข้าร่วมประชุมสนทนากลุ่มย่อย มองว่า ประการแรก กองทุน กทปส. เป็นกองทุนที่มีงบประมาณหลายหมื่นล้านบาท ประการที่สอง กองทุนสนับสนุนกิจกรรมสำหรับผู้สูงอายุ ผู้พิการ เยาวชน และกลุ่มต่าง ๆ ประการที่ 3 กองทุนสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาด้านวิทยุ โทรทัศน์ และโทรคมนาคม และประการสุดท้าย กองทุนยังไม่มีที่รู้จักในวงกว้าง แม้จะสามารถขอรับการสนับสนุนได้จากทุกหน่วยงาน

2. การจัดสรรงบประมาณที่ผ่านมา ผู้เข้าร่วมประชุมสนทนากลุ่มย่อย มองว่า ร้อยละ 56.36 ของกองทุนทั้งหมด สนับสนุนด้านการบริการและส่งเสริมชุมชน ร้อยละ 20.95 ของกองทุนทั้งหมด สนับสนุนการใช้

สื่อออนไลน์เพื่อการศึกษา ร้อยละ 10.99 ของกองทุนฯ ทั้งหมด สนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยีสำหรับผู้สูงอายุ คนพิการ และผู้ด้อยโอกาส ร้อยละ 8.86 ของกองทุนฯ ทั้งหมด สนับสนุนกองทุนสื่อ ร้อยละ 2.59 ของกองทุนฯ ทั้งหมด สนับสนุนด้านวิชาชีพสื่อ และน้อยกว่าร้อยละ 1 ของกองทุนฯ ทั้งหมด สนับสนุนการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งที่ประชุมมองว่าไม่เป็นธรรมเนื่องจากเป็นพันธกิจหลักของกองทุน

3. ประเด็นปัญหาที่พบที่ผ่านมา ผู้เข้าร่วมประชุมสนทนากลุ่มย่อย (Interview Group) มองว่า การเข้าถึงสัญญาณอินเทอร์เน็ตและคลื่นโทรศัพท์ในพื้นที่ห่างไกลยังมีประสิทธิภาพน้อยโดยเฉพาะในพื้นที่จังหวัด ปรารังบุรี รวมทั้งความไม่เท่าเทียมในการเข้าถึงเทคโนโลยีของพื้นที่ติดชายแดนซึ่งถือว่าเป็นพันธกิจของกองทุน กทปส. และ กสทช. และอีกประเด็นที่ผู้บริโภคในจังหวัดปรารังบุรีเผชิญอยู่ก็คือ ปัญหาการหลอกลวงทางออนไลน์ โดยเฉพาะกับผู้สูงอายุ นอกจากนี้ผู้เข้าร่วมประชุมสนทนากลุ่มย่อย (Interview Group) กสทช. และควรจะมีการ การประชาสัมพันธ์เรื่องกองทุนในระดับชุมชนให้มากกว่าปัจจุบัน

4. ข้อเสนอแนะของผู้เข้าร่วมประชุมสนทนากลุ่มย่อย (Interview Group) ประการแรก ควรเพิ่ม การประชาสัมพันธ์กองทุน กทปส. ผ่านผู้ชุมชนและหอกระจายข่าว ประการที่สอง ควรสนับสนุนการพัฒนา คลื่นความถี่ให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ ประการที่สาม ควรเพิ่มการให้ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีแก่ประชาชน ประการที่ สี่ ควรส่งเสริมการเรียนรู้เรื่องเทคโนโลยีตั้งแต่ระดับโรงเรียน และประการที่ห้า ควรมีการบูรณาการสื่อและ การประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงทุกกลุ่มเป้าหมาย

การประชุมสนทนากลุ่มย่อย (Interview Group) มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นจากหลากหลาย ภาคส่วน ทั้งผู้แทนผู้บริโภค ผู้แทนชมรมคนพิการ ตัวแทนชุมชน และนักวิชาการ เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงการ ดำเนินงานของกองทุนให้มีประสิทธิภาพและตอบสนองความต้องการของประชาชนมากขึ้น

ตอนที่ 6 ผลการรวบรวมข้อคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการประชุมรับฟังความคิดเห็น

6.1 การจัดประชุมเวทีรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ (Public hearing) ครั้งที่ 1

การจัดประชุมเวทีรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ (Public Hearing) ครั้งที่ 1 วันที่ 11 ตุลาคม 2567 ณ โรงแรมทีเค พาเลซ แอนด์คอนเวนชั่น กรุงเทพมหานคร พื้นที่ ภาคกลาง (กรุงเทพฯ และปริมณฑล) สามารถ สรุปรายละเอียดได้ดังนี้

1. การรับรู้เกี่ยวกับกองทุน กทปส. เวิร์ได้สะท้อนว่า ประการแรก ส่วนใหญ่ไม่รู้จักหรือไม่เคยรับทราบ เกี่ยวกับกองทุน ประการที่สอง หน่วยงานราชการรับทราบผ่านหนังสือแจ้งเวียน ประการที่สาม ขาดการ ประชาสัมพันธ์ถึงระดับชาวบ้าน ประการที่สี่ ไม่ทราบว่าประชาชนสามารถขอรับทุนได้ทั้งที่เป็นผู้บริโภคทั้งใน กิจกรรมกระจายเสียง โทรทัศน์ และโทรคมนาคม ที่สำคัญกองทุนฯ มีเป้าหมายเพื่อประโยชน์ของสาธารณะ

2. การเข้าถึงข้อมูลและการประชาสัมพันธ์ เวิร์ยังมองว่า กองทุนฯ ขาดการสื่อสารที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย การประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ไม่เพียงพอ และต้องการการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางที่เหมาะสมกับแต่ละกลุ่ม ควรมีการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์

3. ข้อเสนอแนะจากกลุ่มต่าง ๆ

3.1 กลุ่มผู้พิการ ต้องการการสนับสนุนล่ามภาษามือในรายการโทรทัศน์ ต้องการคำบรรยายได้ภาพที่ เข้าใจง่าย และต้องการระบบแจ้งเตือนภัยพิบัติที่เหมาะสมกับผู้พิการ

3.2 สภาเด็กและเยาวชน เสนอให้จัดกิจกรรม Hackathon สำหรับเยาวชน ต้องการการสื่อสารผ่าน ช่องทางที่เข้าถึงคนรุ่นใหม่ และเสนอให้ปรับรูปแบบเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ให้น่าสนใจ

3.3 สมาพันธ์ชมรมคุ้มครองผู้บริโภค มีความต้องการให้มีการแจ้งข้อมูลถึงชมรมโดยตรงกับสภาองค์กรของผู้บริโภคหรือหน่วยงานที่ทำงานเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค เสนอให้กระจายงบประมาณผ่านองค์กรท้องถิ่น และควรจะศึกษาการบริหารกองทุนอื่นมาปรับใช้กับการทำงานจัดให้เป็นระบบ อาทิ การจัดการกองทุน สปสช. ที่เข้าถึงประชาชน การจัดการกองทุนของ สสส. เป็นต้น

4. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ที่ประชุมได้เสนอ ให้มีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานการทำงานคุ้มครองผู้บริโภคให้ครอบคลุม เพิ่มความโปร่งใสในการจัดสรรทุน ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน ปรับปรุงระบบการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ และสร้างการเข้าถึงบริการสำหรับกลุ่มเปราะบาง

การประชุมเวทีรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ (Public Hearing) สะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นในการปรับปรุงการดำเนินงานของกองทุน กทปส. โดยเฉพาะในด้านการประชาสัมพันธ์และการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายต่างๆ ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

6.2 การจัดประชุมรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ (public hearing) ครั้งที่ 2

การจัดประชุมเวทีรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ (Public Hearing) ครั้งที่ 2 วันที่ 8 พฤศจิกายน 2567 สามารถสรุปรายละเอียดได้ดังนี้

1. ด้านการรับรู้และการประชาสัมพันธ์ ที่ประชุมมีความคิดเห็นว่า ส่วนใหญ่ไม่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับกองทุน กทปส. อาจเป็นเพราะการขาดการประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงภาคประชาชน ประชาชนไม่ทราบช่องทางการเข้าถึงงบประมาณ สิ่งที่เวทีเห็นร่วมกันคือ ต้องการให้ใช้สื่อท้องถิ่นในการประชาสัมพันธ์

2. ด้านการเข้าถึงงบประมาณ ที่ประชุมได้เสนอว่า ต้องการให้เปิดรับโครงการขนาดเล็ก เสนอให้กระจายงบประมาณให้ภาคประชาชนมากขึ้น ต้องการการสนับสนุนกลุ่มเปราะบางให้ทั่วถึง นอกจากนั้นเวทียังมองว่าควรขยายวัตถุประสงค์การให้ทุนให้ครอบคลุมมากขึ้น

3. การสนับสนุนการเขียนโครงการ ที่ประชุมได้เสนอว่า ต้องการการฝึกอบรมการเขียนข้อเสนอโครงการ ต้องการที่ปรึกษาในการเขียนโครงการ ซึ่งควรมีนักวิชาการเฉพาะให้คำปรึกษา

4. การเข้าถึงกลุ่มเปราะบาง ที่ประชุมได้มองว่า สื่อปัจจุบันไม่สามารถเข้าถึงผู้พิการทางปัญญา ต้องการสื่อที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุและสตรี ต้องการการป้องกันการหลอกลวงผ่านสื่อ

5. ความโปร่งใส ที่ประชุมเสนอว่า ต้องการให้เปิดเผยข้อมูลการพิจารณาโครงการ ต้องการตัวแทนภาคประชาชนในคณะกรรมการ ต้องการงบประมาณสนับสนุนการเข้าร่วมเป็นกรรมการ

6. ข้อเสนอแนะจากผู้แทน กสทช. ภาค 3 เสนอว่า ผู้ขอทุนควรศึกษาข้อมูลจากเว็บไซต์ก่อนเขียนโครงการ ควรมีการแจ้งเหตุผลกรณีโครงการไม่ผ่านการพิจารณา ควรมีการจัดอบรมการเขียนโครงการแต่ขาดความต่อเนื่อง การให้ทุนควรมุ่งเป้าไปที่การคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคที่เกี่ยวกับกิจการกระจายเสียง โทรทัศน์ และโทรคมนาคม

การประชุมรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ (Public Hearing) สะท้อนให้เห็นถึงช่องว่างระหว่างกองทุนกับภาคประชาชน โดยเฉพาะในด้านการสื่อสาร การเข้าถึงทุน และการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการกองทุน

6.3 การจัดประชุมรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ (Public hearing) ครั้งที่ 3

การจัดประชุมเวทีรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ (Public Hearing) ครั้งที่ 3 เมื่อวันที่ 13 พฤศจิกายน 2567 สามารถสรุปรายละเอียดได้ดังนี้

1. การประชาสัมพันธ์และการรับรู้ ปัญหาที่พบคือ ประชาชนไม่รู้จักกองทุน กทปส. เยาวชนไม่เคยได้รับข้อมูล ขาดการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ และเว็บไซต์ดูเป็นทางการเกินไป

ข้อเสนอแนะในการแก้ไขปัญหาคือ ควรมีการประชาสัมพันธ์เชิงรุกเฉพาะกลุ่ม ใช้ช่องทาง TikTok สำหรับเยาวชน ปรับปรุงเว็บไซต์ให้น่าสนใจ สร้างแรงจูงใจด้วยการให้รางวัล และประชาสัมพันธ์ผ่านโรงเรียน มหาวิทยาลัยเพื่อให้ถึงกับกลุ่มคนรุ่นใหม่

2. การเข้าถึงงบประมาณ ปัญหาที่พบคือ ประชาชนไม่รู้วิธีการเข้าถึงงบประมาณ ไม่ทราบว่าใครสามารถขอรับทุนได้บ้าง และกระบวนการซับซ้อนเข้าใจยาก

ข้อเสนอแนะในการแก้ไขปัญหาคือ ควรเรียนรู้จากการบริหารกองทุนอื่นที่เข้าถึงประชาชนและผู้บริโภค เช่น กองทุน สสส. กองทุน กสศ. หรือกองทุนภาคประชาชนอื่น ๆ เป็นต้น ควรแบ่งประเภทโครงการตามขนาด (เล็ก/กลาง/ใหญ่) เพื่อเปิดโอกาสให้ภาคประชาชนได้มีโอกาสเข้าถึงกองทุน กองทุน กทปส. ควรมีหน่วยงานระดับจังหวัดช่วยกลั่นกรองโครงการและประชาสัมพันธ์ นอกจากนี้เวทียังเสนอว่าควรมีการจัดอบรมการเขียนโครงการ ถ้ากองทุนฯ อยากเข้าถึงและเข้าใจประชาชนในทุกภาคส่วน

ข้อเสนอแนะในการแก้ไขปัญหาคือ ควรเพิ่มสัดส่วนภาคประชาชนในคณะกรรมการหรือตั้งคณะกรรมการจากภาคประชาชน และควรเปิดเผยข้อมูลการพิจารณาโครงการเพื่อการเรียนรู้ของการพัฒนาโครงการ

3. ความโปร่งใส ปัญหาที่พบคือ ประชาชนหรือผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่ทราบโครงสร้างคณะกรรมการพิจารณากองทุน และเสี่ยงผู้เข้าร่วมเวทีมองว่า กองทุนฯ ขาดการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน

4. การสนับสนุนการเขียนโครงการ ปัญหาที่พบคือ หลักเกณฑ์ซับซ้อนเข้าใจยาก ประชาชนและภาคประชาสังคมส่วนใหญ่ขาดทักษะการเขียนโครงการ

ข้อเสนอแนะในการแก้ไขคือ กองทุนฯ ควรมีการจัดอบรมการเขียนโครงการ ปรับปรุงหลักเกณฑ์ให้เข้าใจง่าย และจัดทำสื่อแนะนำหลากหลายรูปแบบ

การประชุมรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ (Public Hearing) สะท้อนให้เห็นถึงความต้องการในการปรับปรุงการสื่อสาร การเข้าถึงทุน และการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนในการดำเนินงานของกองทุน กทปส. เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อสาธารณะ

6.4 การจัดประชุมรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ (public hearing) ครั้งที่ 4

การจัดประชุมรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ (Public Hearing) ครั้งที่ 4 วันที่ 20 พฤศจิกายน 2567 สามารถสรุปรายละเอียดได้ดังนี้:

1. การประชาสัมพันธ์และการรับรู้ของกองทุนฯ ปัญหาที่พบคือ ผู้สูงอายุเข้าถึงข้อมูลได้ยาก การประชาสัมพันธ์มีน้อย ขาดเครือข่ายการขับเคลื่อนระดับพื้นที่ เยาวชนไม่สามารถเข้าถึงข้อมูล คนพิการยังไม่สามารถเข้าถึงกองทุน

ข้อเสนอแนะในการแก้ไขคือ จัดทำคู่มือการเปิดรับทุนส่งถึงจังหวัด พัฒนาแกนนำในพื้นที่ประชาสัมพันธ์ผ่านทีวีเสี ใช้เครือข่าย อสม. และแกนนำชุมชน และพัฒนาแอปพลิเคชันสำหรับประชาชน

2. การเข้าถึงงบประมาณ ปัญหาที่พบคือ ไม่ทราบวิธีการเข้าถึงงบประมาณ ไม่ทราบหลักเกณฑ์การขอทุน และขาดที่ปรึกษาในการเขียนโครงการ

ข้อเสนอแนะในการแก้ไขคือ ควรมีการจัดการอบรมการเขียนโครงการ ควรมีพี่เลี้ยงในรูปแบบที่ปรึกษาจาก กสทช. หรือมหาวิทยาลัย สนับสนุนโครงการขนาดเล็กระดับชุมชนงบประมาณไม่ต้องมาก โดยแบ่งกรอบงบประมาณเป็นระดับเล็ก กลาง ใหญ่

3. ความโปร่งใส ปัญหาที่พบคือ ประชาชนซึ่งถือว่าเป็นผู้บริโภคไม่รู้จักกองทุนฯ อาจจะเป็นเนื่องจากการขาดการประชาสัมพันธ์ และขาดการเปิดเผยข้อมูลสู่ภาคประชาชน

ข้อเสนอแนะในการแก้ไข ควรเปิดเผยข้อมูลการพิจารณาโครงการ และแสดงความโปร่งใสในการสนับสนุนโครงการ

4. การเข้าถึงกลุ่มคนเปราะบาง ปัญหาที่พบคือ สื่อประชาสัมพันธ์ของกองทุนฯ ปัจจุบันไม่เข้าถึงคนพิการ และกลุ่มคนเปราะบาง

ข้อเสนอแนะในการแก้ไข ควรจัดทำโครงการเฉพาะสำหรับคนพิการ และพัฒนาสื่อที่เหมาะสมเข้าถึงกลุ่มคนเปราะบางในสังคม

5. ข้อเสนอแนะอื่นๆ

5.1 เพิ่มหัวข้อโครงการที่แก้ปัญหาสังคม เช่น Call Center การหลอกลวงออนไลน์ การเฝ้าระวังกลุ่มผู้ไม่หวังดีทางสื่อกระจายเสียง สื่อโทรทัศน์ และสื่อโทรคมนาคม

5.2 พัฒนาระบบติดตามผลโครงการของกองทุนฯ เพื่อให้เกิดความโปร่งใส และการเข้าถึงของกลุ่มผู้บริโภคที่สนใจ

5.3 เสริมสร้างศักยภาพบุคลากรโดยเฉพาะการเข้าถึง เข้าใจ และพัฒนาระบบเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

การจัดประชุมรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ (Public Hearing) สะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นในการปรับปรุงการดำเนินงานของกองทุน โดยเฉพาะด้านการประชาสัมพันธ์และการเข้าถึงของประชาชนในระดับพื้นที่

ตอนที่ 7 การวิพากษ์ผลการศึกษาโครงการจ้างที่ปรึกษาเพื่อติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลตามนโยบาย กสทช. ที่สำคัญในด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567 โดยผู้เชี่ยวชาญ

การประชุมรับฟังความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิต่อผลการศึกษาการจ้างที่ปรึกษาเพื่อติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลตามนโยบาย กสทช. ที่สำคัญในด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567 โดยผู้เชี่ยวชาญ เมื่อวันที่ 17 มกราคม 2568

จากการวิพากษ์ผลการศึกษาของผู้ทรงคุณวุฒิ สะท้อนให้เห็นประเด็นสำคัญหลายด้านที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลและการคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศไทย มีดังนี้

ประเด็นที่ 1 การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีเป็นความท้าทายที่สำคัญ โดยเฉพาะการหลอกลวงของสื่อและโทรคมนาคม ผู้วิพากษ์ได้ชี้ให้เห็นว่า การที่ผู้คนหันมาบริโภคคอนเทนต์ผ่านมือถือมากขึ้น ทำให้เส้นแบ่งระหว่างกิจการโทรทัศน์และโทรคมนาคมมีความทับซ้อนกันหรือเป็นการข้ามสื่อกัน แต่กฎหมายและการก่อกำกับดูแลยังแยกส่วนกันอยู่ ทำให้เกิดช่องว่างในการกำกับดูแลและการคุ้มครองผู้บริโภค

ประเด็นที่ 2 ด้านการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน ผู้วิพากษ์สะท้อนว่า ผู้บริโภคยังขาดพลังต่อรองและความเข้าใจในสิทธิของตนเอง แม้จะมีกฎหมายและกลไกการคุ้มครองผู้บริโภค แต่การบังคับใช้ยังไม่มีประสิทธิภาพ

เน้นย้ำว่าการมีกฎหมายที่ดีเพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอ ต้องสร้างความเข้มแข็งให้กับองค์กรผู้บริโภคและส่งเสริมให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิทธิของตนเองด้วย

ประเด็นที่ 3 ในส่วนของกองทุน กทปส. มีการวิพากษ์ว่า การใช้เงินกองทุนยังไม่ตอบโจทย์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและการคุ้มครองผู้บริโภคเท่าที่ควร มีการใช้เงินไปกับโครงการที่ไม่ได้เกี่ยวข้องโดยตรง เช่น การซื้อลิขสิทธิ์ฟุตบอลโลก หรือโครงการประกวดร้องเพลง นอกจากนี้ การเข้าถึงทุนสำหรับภาคประชาชนยังมีความยุ่งยาก เมื่อเทียบกับหน่วยงานรัฐหรือนักวิชาการ

ประเด็นที่ 4 วิฤตศรัทธาเป็นอีกประเด็นสำคัญที่ถูกหยิบยก โดยในรายงานระบุว่า "กสทช. กำลังเผชิญวิฤตศรัทธาที่รุนแรง" สะท้อนให้เห็นว่าประชาชนขาดความเชื่อมั่นในการทำหน้าที่ของ กสทช. ในการคุ้มครองผู้บริโภคและกำกับดูแลกิจการโทรคมนาคม ความรู้สึกลี้ภัยทวีความรุนแรงขึ้นเมื่อประชาชนรู้สึกรว่าการแสดงความคิดเห็นหรือร้องเรียนไม่ได้นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้น

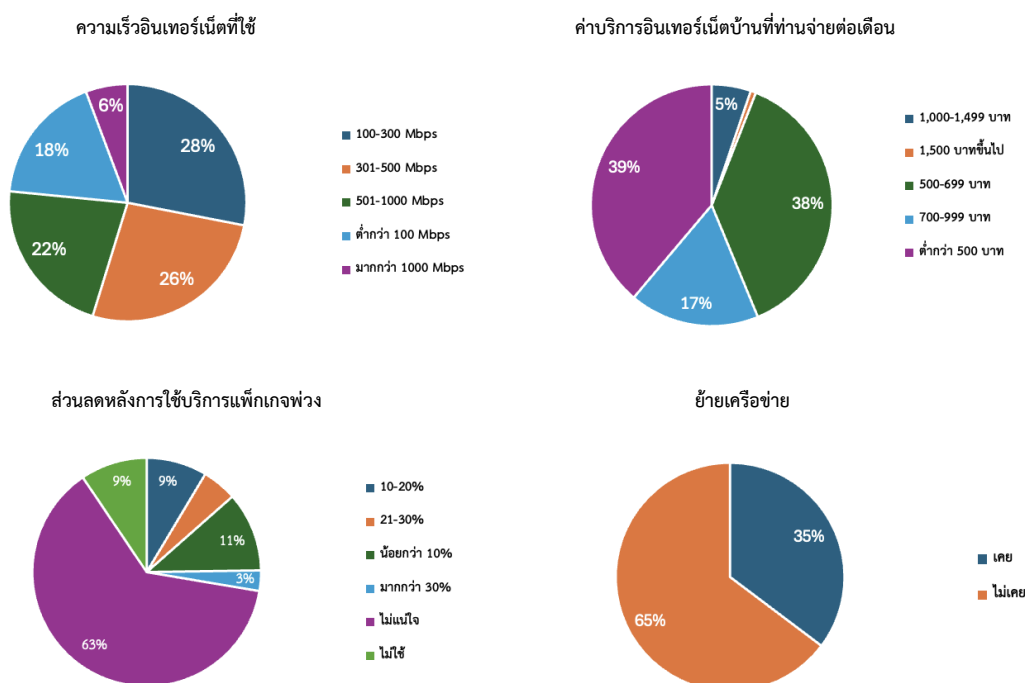
บทที่ 5

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลตามนโยบาย กสทช. ที่สำคัญในด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567

1. การวิเคราะห์ สรุปผล และข้อเสนอแนะการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลเงื่อนไขหรือ
มาตรการเฉพาะภายหลังการรวมธุรกิจระหว่างบริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวอร์ค จำกัด (AWN) และบริษัท
ทรูปีเลทที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) (3BB) เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

กลุ่มตัวอย่าง แหล่งข้อมูล และวิธีการศึกษา การติดตาม ตรวจสอบและประเมินผลฯ ในครั้งนี้ใช้ทั้ง
วิธีการเชิงปริมาณและคุณภาพ โดยในวิธีการเชิงปริมาณเก็บข้อมูลกับผู้บริโภคจำนวน 2520 คน โดยส่วนใหญ่เป็น
เพศหญิง (ร้อยละ 64.60) จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 31.11) ส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท
ต่อเดือน (ร้อยละ 58.97) อายุระหว่าง 51-65 ปี (ร้อยละ 30.95) มาจากหลากหลายอาชีพ แต่ส่วนใหญ่ประกอบ
ธุรกิจส่วนตัวและอาชีพอิสระ ร้อยละ 28 โดยกระจายไปทุกภูมิภาคของประเทศไทย โดยมีภูมิลำเนาอยู่กรุงเทพฯ
และปริมณฑล (ร้อยละ 8.53) ภาคกลาง (ร้อยละ 10.71) ส่วนภาคอื่น ๆ ได้แก่ ภาคตะวันตก ภาคตะวันออก
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคเหนือ และภาคใต้ ภาคละประมาณร้อยละ 16 เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม
ทั้งแบบสำรวจรายการ (check list) แบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) และ คำถามปลายเปิด (Open-
ended Questions) วิเคราะห์ข้อมูลโดยการนำเสนอความถี่ ร้อยละ คะแนนเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

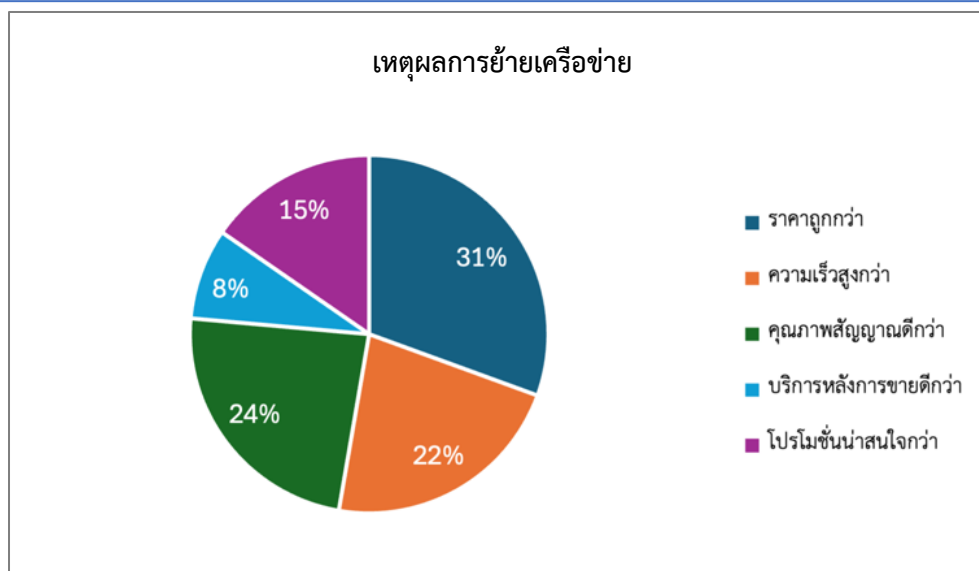


ภาพที่ 22 แสดงข้อมูลปริมาณความเร็วอินเทอร์เน็ตบ้านที่ใช้

โดยกลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณพบว่า ส่วนใหญ่ใช้ความเร็วอินเทอร์เน็ตบ้านในราคา 100 – 300 Mbps และ 301 – 500 Mbps ร้อยละ 28 และร้อยละ 26 ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายอินเทอร์เน็ตบ้านอยู่ที่ 500 – 699 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 38 ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าเมื่อใช้แพ็คเกจแล้วได้รับส่วนลดหรือไม่ ร้อยละ 63 และส่วนใหญ่ไม่เคยย้ายค่าย ร้อยละ 65 ในส่วนที่เคยย้ายค่ายจำนวน 887 คน พบว่า มาจากเหตุผลที่เป็นองค์ประกอบ 3 ส่วน คือ ราคาถูก คุณภาพสัญญาณดีกว่า ความเร็วสูง แต่อย่างไรก็ตามเมื่อจำแนกเป็นรายองค์ประกอบจะพบว่าองค์ประกอบด้านราคาเป็นตัวเลือกที่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31

ตารางที่ 61 ข้อมูลเหตุผลในการย้ายค่าย

เหตุผลในการย้ายค่าย	จำนวน	ร้อยละ
ความเร็วสูงกว่า	143	16.12
ความเร็วสูงกว่า, คุณภาพสัญญาณดีกว่า	18	2.03
ความเร็วสูงกว่า, คุณภาพสัญญาณดีกว่า, บริการหลังการขายดีกว่า	10	1.13
ความเร็วสูงกว่า, คุณภาพสัญญาณดีกว่า, บริการหลังการขายดีกว่า, โปรโมชั่นน่าสนใจกว่า	2	0.23
ความเร็วสูงกว่า, คุณภาพสัญญาณดีกว่า, โปรโมชั่นน่าสนใจกว่า	17	1.92
ความเร็วสูงกว่า, บริการหลังการขายดีกว่า	2	0.23
คิดว่าจะไม่ใช้ที่บ้านแล้ว	3	0.34
คุณภาพสัญญาณดีกว่า	141	15.90
คุณภาพสัญญาณดีกว่า, บริการหลังการขายดีกว่า, โปรโมชั่นน่าสนใจกว่า	2	0.23
คุณภาพสัญญาณดีกว่า, โปรโมชั่นน่าสนใจกว่า	10	1.13
คุณภาพสัญญาณดีกว่า, ไม่เคยเปลี่ยน	1	0.11
ทดลองเปลี่ยน	3	0.34
บริการหลังการขายดีกว่า	5	0.56
บริการหลังการขายดีกว่า, โปรโมชั่นน่าสนใจกว่า	9	1.01
ราคาถูกกว่า	281	31.68
ราคาถูกกว่า,	3	0.34
ราคาถูกกว่า, ความเร็วสูงกว่า	22	2.48
ราคาถูกกว่า, ความเร็วสูงกว่า, คุณภาพสัญญาณดีกว่า	21	2.37
ราคาถูกกว่า, ความเร็วสูงกว่า, คุณภาพสัญญาณดีกว่า, บริการหลังการขายดีกว่า	11	1.24
ราคาถูกกว่า, ความเร็วสูงกว่า, คุณภาพสัญญาณดีกว่า, บริการหลังการขายดีกว่า, โปรโมชั่นน่าสนใจกว่า	32	3.61
ราคาถูกกว่า, ความเร็วสูงกว่า, บริการหลังการขายดีกว่า	1	0.11
ราคาถูกกว่า, ความเร็วสูงกว่า, โปรโมชั่นน่าสนใจกว่า	8	0.90
ราคาถูกกว่า, คุณภาพสัญญาณดีกว่า	12	1.35
ราคาถูกกว่า, คุณภาพสัญญาณดีกว่า, บริการหลังการขายดีกว่า	19	2.14
ราคาถูกกว่า, คุณภาพสัญญาณดีกว่า, บริการหลังการขายดีกว่า, โปรโมชั่นน่าสนใจกว่า	3	0.34
ราคาถูกกว่า, คุณภาพสัญญาณดีกว่า, โปรโมชั่นน่าสนใจกว่า	23	2.59
ราคาถูกกว่า, บริการหลังการขายดีกว่า	1	0.11
ราคาถูกกว่า, โปรโมชั่นน่าสนใจกว่า	19	2.14
โปรโมชั่นน่าสนใจกว่า	65	7.33
รวม	887	100.00



ภาพที่ 23 แสดงข้อมูลเหตุผลในการย้ายค่าย

วิธีการเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลจะประกอบด้วยผู้บริโภคนในกลุ่มต่าง ๆ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการ

- 1) การจัดประชุมระดมคลังสมอง (Think Tank) เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคจำนวน 2 ครั้ง
- 2) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ให้ข้อมูลประกอบด้วย กสทช. หรือ ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ของสำนักงาน กสทช. หรือ ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคม หรือ นักวิชาการหรือนักเศรษฐศาสตร์หรือนักกฎหมาย หรือ ผู้แทนองค์กรผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการโทรคมนาคมหรือคณะกรรมการการ หรือ สมาชิกวุฒิสภาหรือสภาผู้แทนราษฎร ทั้งนี้จะต้องได้รับความเห็นชอบจาก กตป . ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค
- 3) การประชุมกลุ่มย่อย (focus group)
- 4) การสัมภาษณ์กลุ่ม (interview group)
- 4) การจัดประชุมเวทีรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ (public hearing)

รวมทั้งหมด 852 คน

ตารางที่ 62 สรุปการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการจัดประชุม

ครั้งที่	วัน เดือน ปี	การจัดประชุม	สถานที่	จำนวน
1	27 ก.ย. 2567	ประชุมระดมคลังสมอง (Think tank) ครั้งที่ 1	ทีเค พาเลซ กทม.	20
2	30 ก.ย. 2567	ประชุมระดมคลังสมอง (Think tank) ครั้งที่ 2	ทีเค พาเลซ กทม.	21
3	6 ก.ย. 2567	ประชุมสนทนากลุ่ม (Focus Group) ครั้งที่ 1	ทีเค พาเลซ กทม.	25
4	13 ก.ย. 2567	ประชุมสนทนากลุ่ม (Focus Group) ครั้งที่ 2	ทีเค พาเลซ กทม.	32
5	20 ก.ย. 2567	ประชุมสนทนากลุ่มย่อย (Interview group) ครั้งที่ 1	ทีเค พาเลซ กทม.	27
6	20 ก.ย. 2567	ประชุมสนทนากลุ่มย่อย (Interview group) ครั้งที่ 2	ทีเค พาเลซ กทม.	27
7	30 ก.ย. 2567	ประชุมสนทนากลุ่มย่อย (Interview group) ครั้งที่ 3	แคนทารี 304 ปราจีนบุรี	39
8	11 ต.ค. 2567	ประชุมรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ ครั้งที่ 1 กทม.	ทีเค พาเลซ กทม.	150
9	8 พ.ย. 2567	ประชุมรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ ครั้งที่ 2 เชียงใหม่	แคนทารี ฮิลล์	153
10	13 พ.ย. 2567	ประชุมรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ ครั้งที่ 3 สุราษฎร์ธานี	บรรจงบุรี สุราษฎร์ธานี	182

ครั้งที่	วัน เดือน ปี	การจัดประชุม	สถานที่	จำนวน
11	20 พ.ย. 2567	ประชุมรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ ครั้งที่ 4 อุบลราชธานี	เซ็นทาราอุบล อุบลฯ	176
รวม				852

ประเด็นสำคัญในการศึกษา

ประเด็นสำคัญในการศึกษาประกอบด้วย 15 ประเด็น แต่ละประเด็นมีผลการศึกษา ดังนี้

1.1 มติที่ประชุม กสทช. นัดพิเศษ ครั้งที่ 12/2566 เมื่อวันศุกร์ที่ 10 พฤศจิกายน 2566 วาระที่ 5 เรื่องเสนอเพื่อพิจารณา 5.1 การรายงานการรวมธุรกิจระหว่างบริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวอร์ค จำกัด (AWN) และบริษัท ทริปเปิลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) (3BB) ในมาตรการเพื่อการควบรวมกิจการเพื่อป้องกันการผูกขาดและเป็นการคุ้มครองผู้บริโภค จำนวน 22 ข้อ ใน 3 เรื่องที่ต้องปฏิบัติ รวมทั้งรวบรวมสถานการณ์ความเป็นมาของปัญหาในเรื่องที่ศึกษา

การประชุมคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ นัดพิเศษ ครั้งที่ 12/2566 วันศุกร์ที่ 10 พฤศจิกายน 2566 เวลา 09.00 น. ณ ห้องประชุมสายลม 1021 อาคาร อำนวยการ สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ประกอบด้วยกรรมการฯ 7 คน เจ้าหน้าที่การประชุม 7 คน และ ผู้เข้าร่วมประชุม 14 คน

บทวิเคราะห์

ผลจากมติ 4:1 อนุญาตให้รวมกิจการระหว่าง 3BB กับ AWN สร้างความไม่พอใจต่อมติดังกล่าวให้กับผู้เกี่ยวข้อง เช่น คณะอนุกรรมการด้านการสื่อสาร โทรคมนาคม และเทคโนโลยีสารสนเทศ สภาองค์กรของผู้บริโภค (สภาผู้บริโภค) สำนักงานสภาผู้บริโภค พร้อมเครือข่ายผู้บริโภค เข้ายื่นหนังสือถึงคณะกรรมการ กสทช. เรียกร้องให้ใช้อำนาจไม่อนุญาตการควบรวมกิจการระหว่างบริษัท AWN และ 3BB โดยมี พล.อ.กิตติ เกตุศรีที่ปรึกษาประจำ กสทช. เป็นผู้รับหนังสือ โดยตัวแทนสภาของผู้บริโภคขอเรียกร้องให้ กรรมการ กสทช. ใช้อำนาจตามที่ได้รับมอบหมายด้วยใจเป็นธรรม โดยการไม่อนุญาตให้มีการถือครองธุรกิจประเภทเดียวกัน หรือไม่อนุญาตให้เกิดการควบรวมระหว่าง AWN และ 3BB เพื่อรักษาประโยชน์สูงสุดของสาธารณะและผู้บริโภค และเห็นว่าหากประธาน กสทช. รวบรวมไม่ให้เกิดที่ประชุม กสทช. ลงมติในประเด็นอำนาจของ กสทช. ในการพิจารณาคำขอรวมธุรกิจในครั้งนี้ ย่อมกระทบต่อสิทธิของผู้บริโภค

นอกจากนี้จากการศึกษาผลกระทบต่อนักผู้บริโภคที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากการควบรวมระหว่าง AWN ในเครือ AWN และ 3BB⁴ พบว่า จะมีปัญหาเกิดขึ้นหลายประการ อาทิ ผลกระทบต่อผู้ใช้อินเทอร์เน็ตบ้านจะแตกต่างกันตามพื้นที่ โดยผู้บริโภคอาจต้องจ่ายแพงขึ้นประมาณ 9.5-22.9% อีกทั้งการมีคู่แข่งเหลือน้อยราย จะทำคู่แข่งรายเล็กอื่น ๆ ในตลาดอินเทอร์เน็ตบ้านถูกลดความสามารถในการแข่งขันลง และสุดท้ายจะเหลือคู่แข่งชั้นหลักเพียง 2 รายเท่านั้น และเห็นว่าหาก กสทช. ละเว้นการใช้อำนาจตนเองในการ ‘ไม่อนุญาต’ แต่ลงมติ ‘รับทราบ’ เพื่อเปิดให้มีการรวมธุรกิจระหว่าง AWN และ 3BB แล้วกำหนดเงื่อนไขและมาตรการเฉพาะนั้น อาจทำ

⁴ การศึกษาของ 101 Public Policy Think Tank

ให้เกิดผลกระทบรุนแรงซ้ำรอยกรณี TRUE-DTAC ซึ่งก่อให้เกิดผลเสียต่อผู้บริโภคเกือบทั้งหมดของประเทศอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนั้น สภาผู้บริโภคจึงขอคัดค้านต่อการลงมติใดๆ ที่เป็นการเปิดทางให้มีการควบรวมธุรกิจ AWN และ 3BB

หากวิเคราะห์กรณีการรวมธุรกิจในต่างประเทศ การรวมธุรกิจระหว่าง Rogers และ Shaw ในแคนาดา ยังไม่อนุมัติรวมธุรกิจ ในประเทศแคนาดา คณะกรรมการว่าด้วยการแข่งขันทางการค้าแคนาดาเห็นว่าความพยายามควบรวมกิจการระหว่าง Rogers กับ Shaw ที่กำลังจะเกิดขึ้นจะเป็นการขัดขวาง หรือ ทำให้การแข่งขันทางการค้าในธุรกิจโทรคมนาคมลดลง โดยเฉพาะในพื้นที่ที่ Shaw และ Rogers เป็นคู่แข่งกันโดยตรง การกำจัด Shaw จะทำลายความเข้มแข็ง และการแข่งขันอย่างเสรีของธุรกิจโทรคมนาคมในแคนาดา ซึ่งหนึ่งในนั้นคือการลดราคา จึงเป็นเหตุให้คณะกรรมการฯ เร่งดำเนินการเพื่อยับยั้งการควบรวมนี้เพื่อป้องกันการแข่งขันทางการค้า และทางเลือกในการเข้าถึงบริการที่ดีของผู้บริโภคแคนาดา ที่ควรต้องได้รับบริการที่ดีสามารถเข้าถึงได้ง่ายและมีคุณภาพสูง รวมทั้งการควบรวมโทรคมนาคม ในออสเตรเลีย กรณี ฮัทชีสัน 3G กับ ออเรนจ์ ที่ผลการศึกษาราคาค่าบริการในตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ออสเตรเลีย พบว่า การรวมธุรกิจนี้ส่งผลให้ราคาค่าบริการสูงขึ้นระหว่างปี 2013 และ 2014 ก่อนที่มาตรการจำกัดดำเนินการหรือเกิดผล

อย่างไรก็ตาม ในประเด็นเรื่องผู้บริโภค คณะกรรมการ กสทช. ได้นำผลการวิเคราะห์ของคณะทำงาน ในคณะอนุกรรมการเพื่อศึกษาและวิเคราะห์กรณีการรวมธุรกิจฯ ประเด็นเรื่องการแข่งขันในแง่ของการทดแทนกัน ด้านการใช้งานระหว่างบริการอินเทอร์เน็ตประจำที่ (Fixed Broadband) และบริการอินเทอร์เน็ตเคลื่อนที่ (Mobile Broadband) ซึ่งผลจากการสำรวจพบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนน้อยมาก (เพียง 3 รายเท่านั้น) ที่ใช้บริการ Fixed Broadband เพียงอย่างเดียว ส่วนผู้ใช้บริการ Mobile Broadband เพียงอย่างเดียวมีจำนวน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 10 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด สำหรับที่เหลือ คิดเป็นร้อยละ 90 ใช้ทั้ง Fixed Broadband และ Mobile Broadband หมายความว่า Mobile Broadband เป็นทางเลือกที่นอกเหนือจาก Fixed Broadband ได้ และมี Degrees of Substitution สูงมากทั้งนี้ ซึ่งนัยนี้ในมุมมองของ กสทช. การควบรวม จะมีผลกระทบต่อผู้ใช้อินเทอร์เน็ตบ้านไม่มาก และหากมีผลกระทบจะยังคงสามารถใช้อินเทอร์เน็ตเคลื่อนที่ได้

1.2. วิเคราะห์มาตรการที่เกี่ยวข้องด้านการคุ้มครองผู้บริโภคและผลกระทบที่เกิดขึ้น ใน 2 เรื่องหลัก ในทุกมิติ คือ (1) อัตราค่าบริการและคุณภาพการให้บริการ และ (2) กลไกการติดตามและประเมินผลการรวมธุรกิจ โดยมีมาตรการเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคในทุกมิติ

1.2.1 อัตราค่าบริการและคุณภาพการให้บริการ

ประเด็นอัตราค่าบริการและคุณภาพการให้บริการ ประกอบด้วยมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค 12 มาตรการ โดยเป็นมาตรการที่เกี่ยวข้องกับอัตราค่าบริการและคุณภาพโดยตรงจำนวน 9 มาตรการ (1.1) - (1.8) และ (1.11) และมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของผู้ให้บริการใบอนุญาตกับ กสทช. ซึ่งเป็นมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคโดยอ้อม ได้แก่ มาตรการ (1.9) (1.10) และ (1.12) ผลการติดตามการดำเนินงานและการวิเคราะห์ มาตรการหลังจากการควบรวมไปแล้ว มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 63 วิเคราะห์มาตรการที่เกี่ยวข้องด้านการคุ้มครองผู้บริโภคและผลกระทบที่เกิดขึ้นในด้านอัตราค่าบริการ
และคุณภาพการให้บริการ

ลำดับ	มาตรการเฉพาะ	การดำเนินการตามมาตรการ	วิเคราะห์มาตรการ
(1.1)	ปฏิบัติตามกฎหมายที่ เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแล อัตราค่าบริการของ กสทช. อย่างเคร่งครัด	ไม่มีการรายงานผล	เป็นมาตรการที่อยู่บนฐานของประกาศ คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการ โทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง แนว ทางการกำกับดูแลอัตราค่าบริการใน กิจการกระจายเสียงและกิจการ โทรทัศน์ ที่ประกาศในราชกิจจา นุเบกษา เล่ม 132 ตอนพิเศษ 248 ง หน้า 24 วันที่ 10 ตุลาคม 2558 วัตถุประสงค์เพื่อกำกับดูแลอัตรา ค่าบริการในตลาดกิจการกระจายเสียง หรือกิจการโทรทัศน์ที่กลไกตลาดไม่ สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่มีการแข่งขันหรือแข่งขันน้อย หรือ การกำหนดอัตราค่าบริการดังกล่าว นำไปสู่ผลกระทบเชิงลบต่อตลาดหรือ ต่อผู้ใช้บริการ ให้สอดคล้องตามหลัก วิชาการและแนวทางการกำกับดูแล ตามมาตรฐานสากลให้มีความ เหมาะสม โปร่งใส เป็นธรรมต่อ ผู้ใช้บริการและผู้ให้บริการ โดย คำนึงถึงประโยชน์สาธารณะ ภาระของ ผู้บริโภค ความสอดคล้องกับต้นทุน การให้บริการ ความคุ้มค่า และการ จัดสรรทรัพยากรที่มีประสิทธิภาพ มาตรการนี้ไม่มีรายละเอียดของการ ปฏิบัติ แต่เป็นมาตรการกำกับให้ ปฏิบัติตาม และหากไม่ปฏิบัติตาม กสทช. มีอำนาจ ตามที่ปรากฏในข้อ 8 “...คณะกรรมการอาจสั่งให้ผู้รับ ใบอนุญาตปฏิบัติตามโครงสร้างอัตรา ค่าบริการที่เหมาะสมและเป็นธรรม

ลำดับ	มาตรการเฉพาะ	การดำเนินการตามมาตรการ	วิเคราะห์มาตรการ
			โดยคำนึงถึงประโยชน์สาธารณะ...” ซึ่งหากไม่ปฏิบัติตาม กสทช. สามารถ กำหนดบทลงโทษได้ตาม พรบ. การ ประกอบกิจการกระจายเสียงและ กิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 ได้
(1.2)	ห้ามขึ้นราคาและลด คุณภาพการให้บริการ โดย ให้คงรายการส่งเสริมการ ขาย (Package) ซึ่งมีราคา ต่ำที่สุด ที่มีอยู่ก่อนการรวม ธุรกิจ และแจ้งให้ กสทช. ทราบ พร้อมทั้งจะต้องคง คุณภาพการให้บริการและ ราคาสำหรับรายการ ส่งเสริมการขาย (Package) ดังกล่าว เป็นระยะเวลา 5 ปี นับจากวันที่ได้รับอนุญาต ให้รวมธุรกิจ	ผู้ให้บริการมีการคงคุณภาพ การให้บริการและราคา สำหรับรายการส่งเสริมการ ขาย แต่ไม่พบรายการส่งเสริม การขาย (Package) ซึ่งมีราคา ต่ำที่สุด ที่มีอยู่ก่อนการรวม ธุรกิจ	1) การกำหนดห้ามลดคุณภาพการ ให้บริการ เป็นเพียงการรักษา มาตรฐานคุณภาพการบริการไม่ให้ ลดลงจากเดิม แต่ไม่ได้เป็นมาตรการ ที่ต้องปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ ตามการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี และคำว่าคุณภาพการให้บริการ จำเป็นต้องนิยาม เนื่องจากมีความไม่ ชัดเจนในตัวเองโดยอาจต้องกำหนด ตัวบ่งชี้ทั้งเชิงปริมาณ และคุณภาพ 2) การคงรายการส่งเสริมการขาย (Package) ซึ่งมีราคาต่ำที่สุด ที่มีอยู่ ก่อนการรวมธุรกิจ มีความไม่ชัดเจน ในทางกฎหมาย เนื่องจากการคงไว้ กับ การแสดงต่อสาธารณะในฐานะ ทางเลือกของผู้บริโภค แต่ข้อจริงคือไม่ ปรากฏรายการส่งเสริมการขายนี้ใน ทางเลือกของผู้บริโภค รายใหม่ แต่ รายการนี้ยังคงมีอยู่กับผู้ให้บริการราย เดิม ซึ่งเป็นประเด็นต้องตีความทาง กฎหมายว่ามีการดำเนินการตาม มาตรการหรือไม่
(1.3)	มีทางเลือกของราคาที่แยก รายบริการ	ให้บริการทั้ง 3BB และ AWN fibre ดำเนินการให้มี ทางเลือกของราคา หลากหลาย อย่างไรก็ตาม มี ลักษณะแจ้งราคาตามรายการ ส่งเสริมการขาย โดยไม่มีการ แยกรายการค่าใช้จ่ายในแต่ละ	เป็นมาตรการมีความซ้ำซ้อนกับข้อ (1.6) หรืออาจเป็นส่วนหนึ่งของ (1.6) หากมาตรการ (1.3) มีความแตกต่างไป จากข้อ (1.6) ควรเขียนให้ชัดเจน

ลำดับ	มาตรการเฉพาะ	การดำเนินการตามมาตรการ	วิเคราะห์มาตรการ
		ประเภท หากต้องการทราบรายละเอียดเพิ่มเติมจะต้องสอบถามไปยังผู้รับใบอนุญาตผ่าน Call Center	
(1.4)	คุ้มครองผู้ใช้บริการรายปัจจุบัน โดยให้คงรายการส่งเสริมการขาย (Package) คุณภาพการให้บริการ และราคาแก่ลูกค้า ที่มีการใช้บริการอยู่ก่อนการรวมธุรกิจจนกว่าจะครบกำหนดระยะเวลาตามสัญญาให้บริการซึ่งทำไว้กับผู้ให้บริการรายนั้น เว้นแต่ผู้ใช้บริการตกลงยกเลิกการใช้บริการ หรือผู้ใช้บริการประสงค์จะเปลี่ยนแปลงรายการส่งเสริมการขาย (Package) ภายหลังการรวมธุรกิจด้วยตัวเอง เป็นระยะเวลา 5 ปี นับจากวันที่ได้รับอนุญาตให้รวมธุรกิจ	สอบถามทางผู้ใช้บริการรายเดิมแพ็คเกจยังราคาคงเดิม	มาตรการนี้มีลักษณะเช่นเดียวกับ (1.2) เป็นเพียงการรักษามาตรฐานคุณภาพการบริการไม่ให้ลดลงไปจากเดิม แต่ไม่ได้เป็นมาตรการที่ต้องปรับปรุงคุณภาพการให้บริการตามการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี
(1.5)	รักษาคุณภาพการให้บริการ (QoS) ตามประกาศ กสทช. เรื่อง มาตรฐานของคุณภาพการให้บริการโทรคมนาคมอย่างเคร่งครัด และต้องมีความพร้อมเพื่อรองรับจำนวนลูกค้าที่จะเพิ่มขึ้นจากการรวมธุรกิจ เพื่อให้คุณภาพในการให้บริการต่อผู้ใช้บริการไม่ด้อยไปกว่าเดิม เช่น จำนวนเจ้าหน้าที่ที่เพียงพอเพื่อ	ผู้ให้บริการได้รายงานการดำเนินงานเพื่อรักษาคุณภาพการให้บริการ (QoS) และเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ของบริษัทตามประกาศ กสทช. เรื่อง มาตรฐานของคุณภาพการให้บริการโทรคมนาคม (ลงวันที่ 26 ธันวาคม 2565 ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่ม 139 ตอนพิเศษ 302 ง) โดยรายงานดังกล่าวได้	- มาตรการดังกล่าวเป็นการกำหนดให้มีการรายงานซึ่งเป็นเอกสาร แต่ไม่สามารถตรวจสอบข้อเท็จจริงว่าได้ดำเนินการตามที่รายงานหรือไม่ และยังไม่ปรากฏการตรวจสอบหรือทวนสอบจาก กสทช. เนื่องจากไม่เห็นรายงานดังกล่าวบนเว็บไซต์ของ กสทช. ในทางปฏิบัติตามมาตรการนี้ ควรมีการตรวจสอบข้อเท็จจริงโดย กสทช. หรือจ้างที่ปรึกษาภายนอกที่ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับบริษัทผู้ได้รับ

ลำดับ	มาตรการเฉพาะ	การดำเนินการตามมาตรการ	วิเคราะห์มาตรการ
	รองรับการให้บริการทั้งในส่วนของผู้ให้บริการ และพนักงานรับสาย (Call center) รวมถึงขนาดพื้นที่ของผู้ให้บริการลูกค้าที่สามารถรองรับการเข้ามาติดต่อของผู้ใช้บริการ	รายงานว่าได้ดำเนินการไปตามเกณฑ์	ใบอนุญาต (third party) เพื่อให้ได้ข้อมูลยืนยันรายงานของบริษัท
(1.6)	อำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้บริการ โดยต้องจัดช่องทางการให้บริการที่สะดวก รวดเร็ว เข้าถึงง่าย ครอบคลุมและง่ายต่อการเลือกซื้อ เปลี่ยนแปลง (เพิ่ม/ลด) การใช้บริการ อินเทอร์เน็ตประจำที่ได้ตามความต้องการของผู้ใช้บริการปลายทาง โดยปราศจากข้อจำกัด ทั้งนี้ต้องแสดงรายละเอียดของบริการ อัตราค่าบริการแยกตามรายบริการ หรืออัตราค่าบริการแบบส่งเสริมการขาย ตลอดจนวิธีการเงื่อนไขการเลือกรับบริการไว้โดยชัดแจ้ง และเป็นปัจจุบัน	ผู้บริโภคที่ใช้อินเทอร์เน็ตบ้านของ AWN และ ไม่ทราบการรวมธุรกิจ นอกจากนี้ผู้ประกอบการไม่มีการแจ้งการรวมธุรกิจให้แก่ผู้บริโภคทราบเป็นรายลักษณะอักษรให้แก่ผู้ใช้บริการ เช่น ในใบเสร็จไม่มีการแจ้งให้ทราบ	เป็นมาตรการที่เป็นรูปธรรมที่เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค
(1.7)	ให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการให้บริการที่ครบถ้วนแก่ผู้ใช้บริการ โดยต้องกำหนดและแสดงอัตราค่าบริการแยกตามรายบริการ (Unbundle) หรือการส่งเสริมการขายแบบแยกรายบริการ Unbundle	ไม่ได้ดำเนินการแยกราคาอย่างชัดเจน แต่จัดเข้ารายการส่งเสริมการขายและระบุราคาเดียว พิจารณารายการส่งเสริมการขายตาม (1.3) มีลักษณะแจ้งราคาตามรายการส่งเสริมการขาย โดยไม่มีการแยกรายการ	เป็นมาตรการที่ทำให้มีข้อมูล (information) สำหรับผู้บริโภคประกอบการตัดสินใจในการซื้อบริการ แต่ในทางปฏิบัติผู้ได้รับใบอนุญาตไม่ได้ปฏิบัติตามมาตรการอย่างเปิดเผยต่อสาธารณะ (ทุกค่าย) สิ่งที่ต้องพิจารณาการดำเนินการตามมาตรการคือมีความจำเป็นต้องแจ้งรายละเอียดใน

ลำดับ	มาตรการเฉพาะ	การดำเนินการตามมาตรการ	วิเคราะห์มาตรการ
	Package) เช่น แยกอัตราค่าบริการเฉพาะอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงประจำที่ออกจากอัตราค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่และกล่องรับชมรายการโทรทัศน์และคอนเทนต์ความบันเทิง เพื่อให้ผู้ใช้บริการปลายทางได้รับทราบก่อน	ค่าใช้จ่ายในแต่ละประเภท ซึ่งหากต้องการทราบรายละเอียดเพิ่มเติมจะต้องสอบถามไปยังผู้รับใบอนุญาตผ่าน call center	ระดับใด โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้บริโภคและสภาพการแข่งขันในตลาดภาระของผู้ใช้บริการ ความสอดคล้องกับต้นทุนการให้บริการ ความคุ้มค่า และการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ
(1.8)	ประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ต่อสาธารณชนว่าจะคงไว้ซึ่งบริการที่มีคุณภาพ และราคาค่าบริการที่เป็นธรรมต่อผู้ใช้บริการ	ไม่พบข้อความประชาสัมพันธ์ดังกล่าวในเว็บไซต์ กสทช. และเว็บไซต์ของผู้รับใบอนุญาต	ควรกำหนดให้มีรูปแบบหรือช่องทางการประชาสัมพันธ์ในหลากหลายรูปแบบให้สอดคล้องกับกลุ่มผู้บริโภคมีความแตกต่างกัน เนื่องจากการเข้าถึงสื่อของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน เช่น กลุ่มผู้พิการทางสายตากับพิการทางการได้ยินย่อมมีวิธีการสื่อสารที่แตกต่างกัน
(1.9)	นำส่งข้อมูลตามประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการจัดทำรายงานบัญชีแยกประเภทในกิจการโทรคมนาคม ให้ครบถ้วน โดยให้แยกรายละเอียดเป็นรายเดือน และนำส่ง กสทช. ทุก 3 เดือน หรือเมื่อ กสทช. ร้องขอ	กสทช. ยังไม่มีการเผยแพร่ผลการกำกับและติดตามมาตรการและเงื่อนไขเฉพาะหลังการรวมธุรกิจ บนเว็บไซต์ของ กสทช. เมื่อตรวจสอบจากเว็บไซต์ของ กสทช. ยังไม่มีการเผยแพร่ผลการกำกับและติดตามมาตรการและเงื่อนไขเฉพาะหลังการรวมธุรกิจ บนเว็บไซต์ของ กสทช. และจากข้อมูลเชิงลึกจากคณะกรรมการฯ พบว่ายังไม่ได้รับรายงานดังกล่าว	เป็นมาตรการกำกับเชิงลึก ซึ่งอาจมีผลกระทบต่อความลับของบริษัท ทำให้เกิดความกังวลต่อผู้รับใบอนุญาตในการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับบัญชี ซึ่งมีผลกระทบต่อทิศทางการลงทุนของบริษัท และเป็นมาตรการที่อาจไม่เป็นธรรมเมื่อเทียบกับการการรวบรวมของกลุ่มบริษัทที่เกิดขึ้นมาก่อนหน้านี้
(1.10)	จัดให้มีที่ปรึกษาที่มีประสบการณ์ ความ	กสทช. ยังไม่มีการเผยแพร่ผลการกำกับและติดตาม	อาจมีปัญหาระเบิดความขัดแย้งแห่งผลประโยชน์ (conflict of interest)

ลำดับ	มาตรการเฉพาะ	การดำเนินการตามมาตรการ	วิเคราะห์มาตรการ
	เชี่ยวชาญด้านการสอบทาน (Verify) ข้อมูลโครงสร้างต้นทุน อัตราค่าบริการ หรือข้อมูลด้านอัตราต่างๆ ของอุตสาหกรรมโทรคมนาคมในต่างประเทศมาไม่น้อยกว่า 5 ปี โดยให้ กสทช. เป็นผู้กำหนด และให้บริษัท AWN เป็นผู้รับผิดชอบภาระค่าใช้จ่ายทั้งปวงที่เกิดขึ้นจากการจัดหาและจัดจ้างที่ปรึกษา ทั้งนี้ ที่ปรึกษาจะต้องไม่มีความเกี่ยวข้อง เชื่อมโยง หรือมีผลประโยชน์ทับซ้อนไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อมของทั้งสองบริษัท เพื่อสอบทาน (Verify) ความถูกต้องของข้อมูลตามข้อ (1.9) ของทั้งสองบริษัท โดยจัดให้มีที่ปรึกษานี้เป็นระยะเวลา 5 ปี โดยให้ดำเนินการให้แล้วเสร็จภายใน 6 เดือนหลังการรวมธุรกิจ	มาตรการและเงื่อนไขเฉพาะหลังการรวมธุรกิจ บนเว็บไซต์ของ กสทช. ผู้แทนของผู้ได้รับใบอนุญาตได้ให้ข้อมูลจากการจัดสรรกลุ่ม ได้ให้ข้อมูลว่าบริษัทกำลังดำเนินการจัดทำแผนให้ กสทช. พิจารณา และวันที่ให้ข้อมูลยังไม่แล้วเสร็จ ซึ่งไม่เป็นไปตามมาตรการที่กำหนดไว้โดยให้ดำเนินการให้แล้วเสร็จภายใน 6 เดือนหลังการรวมธุรกิจ	แม้ กสทช. จะเป็นผู้กำหนดคุณลักษณะของที่ปรึกษา แต่การจัดหา กำหนดให้เป็นผู้รับผิดชอบในการจัดหา ซึ่งอาจนำไปสู่การจัดหาที่ปรึกษาที่มีความขัดแย้งแห่งผลประโยชน์ เนื่องจากเป็นการจ้างที่ปรึกษามาตรวจสอบการดำเนินงานของตนเอง ผู้ว่าจ้างจึงอาจสามารถจ้างที่ปรึกษาที่เป็นคนต่อตนเองและทำให้ผลการสอบทานไม่เป็นกลางได้ เป็นมาตรการอาจไม่เป็นธรรมเมื่อเทียบกับกรรมของ บริษัทที่เกิดขึ้นมาก่อนหน้านี้ เนื่องจากมาตรการก่อนหน้านี้ไม่ได้กำหนดกรอบเวลา 5 ปี
(1.11)	ยึดหลักความเป็นกลางทางอินเทอร์เน็ต (Net Neutrality) โดยไม่จัดให้คุณภาพบริการแตกต่างกันเพียงเพราะว่าเข้าถึงเนื้อหาจากผู้ประกอบธุรกิจหรือผู้ให้บริการรายอื่น	กสทช. ยังไม่มีการเผยแพร่ผลการกำกับและติดตามมาตรการและเงื่อนไขเฉพาะหลังการรวมธุรกิจ บนเว็บไซต์ของ กสทช.	มาตรการนี้เป็นการควบคุมคุณภาพการให้บริการ แต่ไม่ได้ควบคุมด้านราคา ซึ่งหากเทียบกับข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ในแพ็คเกจเดียวกัน แต่ผู้บริโภคที่เป็นสมาชิกของผู้ได้รับอนุญาตต่างไปจากตน (ต่างค่าย) จะมีราคาที่สูงกว่า ซึ่งการที่ สูงกว่า จำเป็นต้องตรวจสอบว่ามีความเหมาะสมหรือเป็นธรรมกับผู้บริโภค

ลำดับ	มาตรการเฉพาะ	การดำเนินการตามมาตรการ	วิเคราะห์มาตรการ
			หรือไม่ มาตรการที่นี้อาจเพิ่มเติมประเด็น “ด้วยราคาที่เป็นธรรม”
(1.12)	แจ้งให้ผู้ใช้บริการทราบถึงการรวมธุรกิจและการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขการให้บริการบางประการ เช่น การเปลี่ยนชื่อผู้ให้บริการช่องทางในการติดต่อ แอปพลิเคชัน และศูนย์รับเรื่อง	ผู้บริโภคได้แจ้งว่าผู้บริโภคที่ใช้อินเทอร์เน็ตบ้านของ AWN และ 3BB ไม่ทราบการรวมธุรกิจสอดคล้องกับข้อ (1.6) ไม่ปรากฏข้อมูลใดๆ ในเว็บไซต์ของผู้ได้รับใบอนุญาตที่แสดงให้เห็นว่าการรวมธุรกิจ	เป็นมาตรการไม่มีกรอบเวลาในการบังคับให้ดำเนินการ จากข้อมูลการศึกษาครั้งนี้จะพบว่า มีเพียงประมาณร้อยละ 20 เท่านั้นที่ทราบทันทีที่มีการรวมธุรกิจ และในเวทีประชาพิจารณ์มากกว่าร้อยละ 80 ไม่ทราบว่ามีการรวมธุรกิจ และอาจซ้ำซ้อนกับมาตรการ (1.8) เนื่องจากการประชาสัมพันธ์

1.2.2 กลไกการติดตามและประเมินผลการรวมธุรกิจ

จากมติที่ประชุมคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) นัดพิเศษ ครั้งที่ 12/2566 มีมติอนุญาตการรวมธุรกิจระหว่างบริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวอร์ค จำกัด หรือ AWN บริษัทลูกของ บมจ.แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส (ADVANC) หรือ AIS และ บมจ.ทรูปลูกแก้ว หรือ 3BB แบบมีเงื่อนไข และให้กำหนดเงื่อนไขหรือมาตรการเฉพาะประเด็นกลไกการติดตามและประเมินผลการรวมธุรกิจ ไว้ 2 ข้อ ได้แก่ 1) รายงานผลการประกอบธุรกิจ ภายใต้การดำเนินการตามกำหนดระยะเวลาและเงื่อนไขที่ได้รับจาก กสทช. เป็นราย 6 เดือน หรือตามแต่ระยะเวลาที่ กสทช. กำหนด ตามแบบที่ กสทช. กำหนด ไว้เป็นระยะเวลาอย่างน้อย 5 ปี และ 2) ภายหลังการรวมธุรกิจ หาก กสทช. พิจารณาหรือได้รับการร้องเรียนว่ามีการกระทำ พฤติกรรม หรือเหตุอันเป็นการผูกขาด หรือลด หรือจำกัดการแข่งขันในการให้บริการกิจการโทรคมนาคมมีการเปลี่ยนแปลงในสาระสำคัญทำให้เงื่อนไขหรือมาตรการเฉพาะไม่เหมาะสมหรือไม่มีประสิทธิภาพ กสทช. อาจระงับ ยกเลิก เพิ่มเติม หรือปรับปรุงเงื่อนไขหรือมาตรการเฉพาะใหม่ก็ได้ตามความเหมาะสมและความจำเป็น ผลการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินกลไกการติดตามและประเมินผลการรวมธุรกิจ ของ กสทช. มีดังนี้

ตารางที่ 64 วิเคราะห์มาตรการที่เกี่ยวข้องด้านการคุ้มครองผู้บริโภคและผลกระทบที่เกิดขึ้นในด้านกลไกการติดตามและประเมินผลการรวมธุรกิจ

ลำดับ	มาตรการเฉพาะ	การดำเนินการตามมาตรการ	วิเคราะห์มาตรการ
(2.1)	รายงานผลการประกอบธุรกิจ ภายใต้การดำเนินการตามกำหนดระยะเวลาและเงื่อนไขที่ได้รับจาก กสทช. เป็นราย 6	กสทช. ยังไม่มีการเผยแพร่ผลการกำกับและติดตามมาตรการ และเงื่อนไขเฉพาะหลังการรวมธุรกิจบนเว็บไซต์ของ กสทช.	การประชุม กสทช. ครั้งที่ 22/2567 เมื่อวันที่ 4 ต.ค. 2567 มีเรื่องที่ ค้างพิจารณา เรื่อง รายงานการศึกษาเปรียบเทียบ

ลำดับ	มาตรการเฉพาะ	การดำเนินการตามมาตรการ	วิเคราะห์มาตรการ
	เดือน หรือตามแต่ระยะเวลาที่ กสทช. กำหนด ตามแบบที่ กสทช. กำหนด ไว้ เป็น ระยะเวลาอย่างน้อย 5 ปี		มาตรการเฉพาะกรณีการรวม ธุรกิจ ระหว่างบริษัท โทร คอร์ ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และ บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมู นิเคชั่น จำกัด (มหาชน) และ กรณีการรวมธุรกิจ ระหว่าง บริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ตเวิร์ค จำกัด และบริษัท ทริปเปิลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) การประชุมควรมีการ พิจารณามาตรการ (1.9) (1.10) และ (2.1) ในประเด็นกรอบ เวลา 6 เดือนว่ามีความ เหมาะสมหรือไม่ โดยพิจารณา ความเหมาะสมในต้นทุนของ ผู้ได้รับใบอนุญาตและประโยชน์ ของผู้บริโภค เนื่องจากตัวเลข 6 เดือนและ 5 ปี ยังขาดที่มาที่ ชัดเจน
(2.2)	ภายหลังการรวมธุรกิจ หาก กสทช. พิจารณาหรือได้รับการ ร้องเรียนว่ามีการกระทำ ผิดกฎหมาย หรือเหตุอันเป็นการ ผูกขาด หรือลด หรือจำกัดการ แข่งขันในการให้บริการ กิจกรรม โทรคมนาคมมีการเปลี่ยนแปลง ในสาระสำคัญทำให้เงื่อนไขหรือ มาตรการเฉพาะไม่เหมาะสม หรือไม่มีประสิทธิภาพ กสทช. อาจจะรับ ยกเลิก เพิ่มเติม หรือ ปรับปรุงเงื่อนไขหรือมาตรการ เฉพาะใหม่ ก็ได้ ตามความ เหมาะสมและความจำเป็น	กสทช. ยังไม่มีการเผยแพร่ผล การกำกับและติดตามมาตรการ และเงื่อนไขเฉพาะหลังการรวม ธุรกิจบนเว็บไซต์ของ กสทช. เมื่อพิจารณาจากเว็บไซต์ของ กสทช. โดยสำนักรับเรื่อง ร้องเรียนฯ สำนักงาน กสทช. ไม่ มีการแยกหมวดการรับเรื่อง ร้องเรียนเกี่ยวกับปัญหาการ ควมรวมออกมาต่างหาก แต่ได้ ทำเป็นเรื่องร้องเรียนตามปกติ ทั่วไป ตามประกาศ กสทช. เรื่อง กระบวนการรับและพิจารณา เรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการ ประกอบกิจการโทรคมนาคม	มาตรการนี้มีปัญหาในทาง ปฏิบัติของสำนักงาน กสทช. ที่ ไม่ได้แยกประเภทปัญหาที่เกิด จากการรวมธุรกิจของ ผู้ประกอบการ ดังนั้น ควร ออกแบบข้อร้องเรียนให้ สอดคล้องกับมาตรการที่เป็น การกำกับการควบคุม และ เผยแพร่ข้อร้องเรียนที่เกิดจาก ปัญหาการรวมธุรกิจต่อ สาธารณะพร้อมรายงานการ ดำเนินการต่อข้อร้องเรียน เหล่านั้นว่าผลเป็นเช่นไร แต่ที่ พบว่าปรากฏเพียงยุติ (ปิด) หรือ อยู่ระหว่างดำเนินการ (เปิด) แต่

ลำดับ	มาตรการเฉพาะ	การดำเนินการตามมาตรการ	วิเคราะห์มาตรการ
		พ.ศ. 2559 มาตรา 27 (2) ผู้รับใบอนุญาตต้องจัดทำรายงานสรุปผลการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียนทั้งหมด เป็นหนังสือส่งให้แก่สำนักงาน กสทช. ทุกหกเดือน แต่ กสทช. ไม่มีการเผยแพร่รายงานฉบับดังกล่าว การติดตามและตรวจสอบกรณีที่เกิดจากการควมรวบไม่ชัดเจน	ไม่ทราบความก้าวหน้าของการตอบสนองต่อข้อร้องเรียนนั้น

การรวมธุรกิจระหว่างบริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวอร์ค จำกัด (AWN) และบริษัท ทริปเปิลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) (3BB) นับเป็นการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในตลาดโทรคมนาคมไทย โดยเฉพาะในมิติของการคุ้มครองผู้บริโภค การศึกษาเชิงคุณภาพนี้มุ่งวิเคราะห์ผลกระทบใน 2 ประเด็นหลัก คือ

(1) อัตราค่าบริการและคุณภาพการให้บริการ

1.1 ตลาดอินเทอร์เน็ตบ้านในประเทศไทยมีลักษณะเฉพาะที่น่าสนใจ กล่าวคือ เป็นตลาดที่มีต้นทุนคงที่สูงในการลงทุนโครงข่าย แต่เกิดการประหยัดต่อขนาดเมื่อมีผู้ใช้บริการมากขึ้น ปัจจุบันมีอัตราการเข้าถึงเพียง 58.5% ของครัวเรือน สะท้อนถึงศักยภาพการเติบโตที่ยังมีอยู่มาก นอกจากนี้ ยังอยู่ในช่วงการเปลี่ยนผ่านเทคโนโลยีจาก DSL สู่ไฟเบอร์ออปติก ซึ่งครอบคลุมถึง 96.5% ของการเชื่อมต่อทั้งหมด

1.2 การวิเคราะห์ผลกระทบด้านราคาและคุณภาพบริการพบว่า การควบรวมธุรกิจจะส่งผลให้ดัชนีการกระจุกตัวของตลาด (HHI) เพิ่มขึ้นจาก 2,724 เป็น 3,562 จุด หรือเพิ่มขึ้น 31% ซึ่งมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับอัตราค่าบริการ โดยในพื้นที่ที่มีการให้บริการทับซ้อนและมีคู่แข่งน้อย ราคาอาจเพิ่มขึ้นระหว่าง 9.5-22.9% ผลกระทบนี้ไม่ได้จำกัดเฉพาะเรื่องราคา แต่ยังรวมถึงคุณภาพบริการ ทั้งในแง่ความเร็ว เสถียรภาพ และการบริการหลังการขาย

1.3 ประเด็นที่น่ากังวลในระยะยาวคือแนวโน้มการหลอมรวมบริการระหว่างโทรศัพท์มือถือและอินเทอร์เน็ตบ้าน ซึ่งจะช่วยให้เหลือผู้ให้บริการที่มีศักยภาพเพียง 2 ราย การพ่วงบริการอาจนำไปสู่การสร้างต้นทุนการเปลี่ยนผู้ให้บริการที่สูงขึ้น และการล็อกผู้บริโภคไว้ในระบบนิเวศของผู้ให้บริการรายใดรายหนึ่ง

(2) กลไกการติดตามและประเมินผลการรวมธุรกิจ

2.1 เพื่อตอบสนองต่อความท้าทายเหล่านี้ การศึกษาเสนอให้มีการพัฒนากลไกการติดตามและประเมินผลที่ครอบคลุม โดยเฉพาะการวิเคราะห์เชิงพื้นที่ผ่านระบบแผนที่การให้บริการ เช่นเดียวกับกรณีของ FCC ในสหรัฐอเมริกา นอกจากนี้ ยังต้องให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลตลาดค้าส่งอินเทอร์เน็ตและเกตเวย์ ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการแข่งขันระดับค้าปลีก

2.2 มาตรการคุ้มครองผู้บริโภคที่เสนอประกอบด้วยมาตรการเชิงโครงสร้างและเชิงพฤติกรรม ในด้านโครงสร้าง ควรกำหนดให้มีบริการแยกเดี่ยวที่มีคุณภาพและราคาเหมาะสม ส่งเสริมการแข่งขันในพื้นที่ที่มี

ผู้ให้บริการน้อย และพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในพื้นที่ห่างไกลผ่านกองทุน USO ส่วนมาตรการเชิงพฤติกรรมควร
ครอบคลุมการกำกับดูแลคุณภาพบริการ เงื่อนไขสัญญา และการควบคุมการกำหนดราคาและส่วนลดพ่วงบริการ

2.3 สำหรับพื้นที่ที่มีความเสี่ยงสูง อาจจำเป็นต้องมีมาตรการเฉพาะ เช่น การบังคับขายสินทรัพย์หรือ
ถ่ายโอนลูกค้ายบางส่วน เพื่อรักษาระดับการแข่งขันที่เพียงพอ ขณะเดียวกัน การกำกับดูแลตลาดค้าส่งต้องมีความ
เข้มงวด โดยเฉพาะในการป้องกันการเลือกปฏิบัติระหว่างการใช้งานภายในกับการให้เช่าโครงข่าย

บทสรุปของการศึกษานี้ชี้ให้เห็นว่า การรวมธุรกิจระหว่างบริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ตเวิร์ค จำกัด
(AWN) และบริษัท ทริปเปิลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) (3BB) สร้างความท้าทายที่ซับซ้อนต่อการคุ้มครอง
ผู้บริโภค ต้องการการบูรณาการมาตรการกำกับดูแลที่ครอบคลุมและมีพลวัต โดยเฉพาะในบริบทของการหลอม
รวมบริการที่อาจนำไปสู่การผูกขาดในระยะยาว การรักษาสมดุลระหว่างการพัฒนาอุตสาหกรรมและการคุ้มครอง
ผู้บริโภคจึงเป็นความท้าทายสำคัญสำหรับหน่วยงานกำกับดูแลในอนาคต

1.3 วิเคราะห์รายการส่งเสริมการขาย (Package) โดยวิเคราะห์การคุ้มครองผู้บริโภค ผู้ใช้บริการปัจจุบัน จากการคงรายการส่งเสริมการขาย คุณภาพให้บริการ และราคาแก่ผู้ใช้บริการ เป็นต้น

จากข้อมูลการเปรียบเทียบรายการส่งเสริมการขายที่มีการปรับปรุงข้อมูลเมื่อวันที่ 25 เมษายน 2024
ซึ่งเป็นรายละเอียดเพิ่มเติม (1.3) มีทางเลือกของราคาที่แยกรายบริการ⁵ รายการส่งเสริมการขาย FIBRE
ประกอบไปด้วย 4 ค่ายหลัก คือ 3BB AWN FIBRE True Online และ NT มีรายละเอียด ดังนี้

คำอธิบายสัญลักษณ์

-  มีซิมอินเทอร์เน็ตให้ใช้งานจำนวนตามเลขหน่วย GB (ตัวอย่าง 10  คือได้ เน็ต 10GB)
-  มีนาทีโทรให้ตามจำนวนตัวเลข (ตัวอย่าง 60  คือได้ โทรฟรี 60 นาที)
-  e-Sport Package ให้เน็ตมาสองเส้น แยกสายกับเน็ตใช้งานทั่วไป ลด Ping
- + e-Sport Package ให้เน็ตมาสองเส้น แยกสายกับเน็ตใช้งานทั่วไป ลด Ping และได้ไอเทมพิเศษในเกม
-  มีช่องหนังพิเศษ ดูหนัง ซีรีส์ ผ่านกล่องให้ ข้อความตามท้ายคือมีแพ็คเกจพิเศษให้
 - มี S, M, L, XL, Family, Premium Plus (ตัวอย่าง Family คือได้กล่องดูหนังพร้อมช่องพิเศษแบบ Family)
-  ดูปอล Premiere League 2 คู่ต่อสัปดาห์
- + ดูปอล Premiere League ทุกนัด
-  แคม Mesh Wi-Fi Router ให้ยืมใช้งาน 1 ตัว
-  แคมกล่องวงจรปิด ให้ยืมใช้งาน 1 ตัว
-  S แพ็คเกจสำหรับลูกค้า Serenade เท่านั้น
-  B แพ็คเกจสำหรับลูกค้า TrueBlack เท่านั้น
-  ไม่มี Router แคมมาให้ ต้องใช้ของตัวเอง
-  ใช้สาย Fiber แบบพิเศษเดินในบ้าน แทนสาย LAN
-  มีแอปสตรีมมิ่งมาให้ดูผ่านสมาร์ตโฟน
-  มี Microsoft 365 มาให้ในแพ็คเกจ
-  มีประกันอุบัติเหตุมาให้ในแพ็คเกจ
-  ได้ IP Address จริง สำหรับรีโมทเข้ามาดูกล้องวงจรปิด ผ่านระบบ IP Camera
- (เลขราคา) ราคาพิเศษสำหรับลูกค้ารายเดือน AIS, TrueMove H
- ช่องราคาไฮไลท์ สีแดง คือแพ็คเกจที่น่าสนใจ

ภาพที่ 2 คำอธิบายสัญลักษณ์การเปรียบเทียบรายการส่งเสริมการขาย

⁵ ที่มา: <https://droidsans.com/compare-promotion-internet-FIBRE-packages/>

ตารางที่ 65 เปรียบเทียบค่าบริการเน็ตบ้าน FIBRE ปี 2024 (2567)

ความเร็ว	สิทธิพิเศษเพิ่มเติม	ราคาแพ็คเกจ			
		3BB	AIS Fibre	True Online	NT
300/300			499		
400/400					390
500/500		500	600(500)	499	
500/500	  			599(299)	
500/500	 20  			599(299)	
500/500	 10   			599(299)	
500/500	 S 10  	599	599		
500/500	 S 	599			
500/500	20 	599			
500/500	  S 		599		
500/500	 			599	
500/500	  30  			600(300)	
500/500	  x2 30  			650(350)	
500/500	  20   			650(350)	
500/500	 M 	699	699		
500/500	  + 10   			700(400)	
500/500	  x2  			700(400)	
500/500	 20 		799(599)		
500/500	 20   			799(599)	
500/500	  S 10  	799	899(699)		
500/500	 Family 1   x1		899(699)		
500/500	 Family 1   x2		999(799)		
500/500	 Family 1   x4		1099(899)		
600/600					490
700/700	  			799(599)	
700/700	   10 			799(599)	

1000/500			700		
1000/500					590
1000/500			599	599	
1000/500	 			699(399)	
1000/500	 	699	699		
1000/500	 			699	
1000/500	 	799	799		
1000/500	  	799			
1000/500	  			799(499)	
1000/500	 20 	799	799		
1000/500	 20 		799		
1000/500	 20  	799			
1000/500	  M		799		
1000/500	  20   			800	
1000/500	  x2 20   			850(550)	
1000/500	  Family 20  	899			
1000/500	 XL 	899	899		
1000/500	  x3  			900(600)	
1000/500	  M 20 		999(799)		
1000/700					700
1000/1000		799	799		
1000/1000	   20  			799	
1000/1000	  S	899	899		
1000/1000	  Premium Plus  S		899		
1000/1000	 x2	899	1099(899)		
1000/1000	 x2 			899(599)	
1000/1000	   x2 20   			950(650)	
1000/1000	   			999(699)	

1000/1000	  S 20 	999	999		
1000/1000	 	999	999		
1000/1000	 +   20  			999	
1000/1000	  +   30 			999(799)	
1000/1000	   x3  			1000(700)	
1000/1000	   S 30  200 		1199		
1000/1000	 x3	1199	1199(1399)		
1000/1000	 x3 			1199(899)	
1000/1000			1200		
1000/1000					900
1000/1000	 x4 			1499(1199)	
1000/1000	 x4	1499	1699(1499)		
1000/1000	 x5 			1799(1499)	
1000/1000	 x5	1799	1999(1799)		
1500/500	  Premium Plus  S		1099		
1500/500		1099	1099		
1500/500	  XL	1299			
1500/500	  Premium Plus		1299		
1500/1000	  +     B			1099	
1500/1000	 +   20  			1199	
1500/1000	  + 20    			1299	
2000/500	✗			999	
2000/1000	✗		1299		
2000/1000	 XL	1399			
2000/1000	 Premium Plus		1399		
2000/1000	  + 20    			1399	

- ตารางข้างบนจะเป็นการเปรียบเทียบเฉพาะแพ็คเกจหลักที่มีบนหน้าเว็บไซต์เท่านั้น ยังไม่รวมรายการส่งเสริมการขายที่ต้องสมัครผ่านผู้แทนจำหน่ายหรือตัวแทนเอง
- ของ AWN และ True สามารถปรับความเร็วอินเทอร์เน็ตได้ตามความต้องการ เช่น ปกติ 500/500 สามารถปรับเป็น 700/300 หรือ 300/700 ได้

จากตารางพบว่า หลังจากที่ได้ AWN ควบรวมกับ 3BB ในวงการอินเทอร์เน็ตบ้านแล้ว พบว่า แพ็กเกจของทั้งสองค่ายนี้แทบจะไม่แตกต่างกัน ทำให้ภาพรวมจะเหลือแค่ 2 ค่ายเน็ตที่ออกโปรโมชั่นมาแข่งกันจริง ๆ เพราะ NT คงไม่ได้มีโปรโมชั่นมาแข่งมากมาย แต่จะแข่งด้านราคาแทน เพราะที่ราคาเท่ากันจะได้ความเร็วมากกว่า ซึ่งในปี 2567 (25 เมษายน 2567) นวัตกรรมใหม่หรือสิ่งใหม่ที่ใส่เข้าไปในแพ็กเกจอินเทอร์เน็ตบ้านคือการพ่วงบริการสตรีมมิ่งที่มีความหลากหลายมากขึ้น หรือบริการ Subscription อย่าง Microsoft 365 รวมไปถึงบางแพ็กเกจได้มีการเพิ่มประกันภัยเข้าไปด้วย ทั้งประกันตัวบ้าน และประกันภัยส่วนบุคคล ซึ่งต่างจากปีที่แล้วที่จะมาในแนวอุปกรณ์ IoT กล้องวงจรปิดและอุปกรณ์กระจายสัญญาณ Mesh Wi-Fi มากกว่า

การวิเคราะห์มาตรการคุ้มครองผู้บริโภคในด้านรายการส่งเสริมการขาย (Package) กรณีการรวมธุรกิจระหว่างบริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวอร์ค จำกัด (AWN) และบริษัท ทริปเปิลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) (3BB)

ประการที่ 1 การรวมธุรกิจระหว่างบริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวอร์ค จำกัด (AWN) และบริษัท ทริปเปิลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) (3BB) นำมาสู่ความท้าทายสำคัญในการคุ้มครองผู้บริโภค โดยเฉพาะในประเด็นเกี่ยวกับรายการส่งเสริมการขายและแพ็กเกจบริการ การศึกษาเชิงคุณภาพนี้มุ่งวิเคราะห์มาตรการคุ้มครองผู้บริโภคในมิติต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการคงสิทธิประโยชน์และการรักษาคุณภาพบริการ

ประการที่ 2 ในด้านการคุ้มครองสิทธิของผู้ใช้บริการเดิม พบประเด็นที่ต้องให้ความสำคัญเป็นพิเศษคือการรักษาความต่อเนื่องของบริการและเงื่อนไขสัญญา การศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการเดิมมีความกังวลเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นหลังการควบรวม โดยเฉพาะในเรื่องราคาและคุณภาพบริการ จึงจำเป็นต้องมีมาตรการที่ชัดเจนในการรักษาเงื่อนไขและสิทธิประโยชน์เดิม รวมถึงการห้ามบังคับเปลี่ยนแพ็กเกจโดยไม่สมัครใจ

ประการที่ 3 ประเด็นสำคัญอีกประการหนึ่งคือการกำกับดูแลแพ็กเกจและราคา โดยเฉพาะในบริบทของการพ่วงบริการระหว่างอินเทอร์เน็ตบ้านและโทรศัพท์มือถือ การศึกษาชี้ให้เห็นว่าแม้การพ่วงบริการอาจนำมาซึ่งส่วนลดที่จูงใจ แต่ก็อาจเป็นการจำกัดทางเลือกของผู้บริโภคในระยะยาว จึงจำเป็นต้องมีการกำกับดูแลให้มีบริการแยกเดี่ยวที่มีราคาและคุณภาพเหมาะสมผล เพื่อเป็นทางเลือกที่แท้จริงสำหรับผู้บริโภค

ประเด็นที่ 4 การติดตามและประเมินผลเป็นอีกองค์ประกอบสำคัญของการคุ้มครองผู้บริโภค โดยต้องมีการพัฒนาระบบติดตามที่มีประสิทธิภาพ ครอบคลุมทั้งการเปลี่ยนแปลงด้านราคา คุณภาพบริการ และผลกระทบต่อผู้บริโภคในแต่ละพื้นที่ นอกจากนี้ ยังต้องมีช่องทางรับเรื่องร้องเรียนและแก้ไขปัญหาที่รวดเร็วและเข้าถึงง่าย

ประเด็นที่ 5 มาตรการคุ้มครองผู้บริโภคควรแบ่งเป็นระยะสั้นและระยะยาว ในระยะสั้น ควรมีการกำหนดระยะเวลาคุ้มครองแพ็กเกจเดิมที่ชัดเจน จัดตั้งหน่วยงานเฉพาะกิจดูแลการเปลี่ยนผ่าน และพัฒนาระบบรับเรื่องร้องเรียนแบบเร่งด่วน ส่วนในระยะยาว ต้องมุ่งเน้นการพัฒนากรอบกำกับดูแลบริการพ่วง การส่งเสริมการแข่งขัน และการสร้างความโปร่งใสด้านราคา

ประเด็นที่ 6 การประเมินยังพบว่า ความท้าทายสำคัญอยู่ที่การสร้างสมดุลระหว่างการเพิ่มประสิทธิภาพทางธุรกิจและการรักษาผลประโยชน์ของผู้บริโภค โดยเฉพาะในบริบทของการหลอมรวมบริการที่อาจนำไปสู่การผูกขาดในระยะยาว มาตรการคุ้มครองผู้บริโภคจึงต้องมีความครอบคลุม ยืดหยุ่น และสามารถปรับตัวได้ตามการเปลี่ยนแปลงของตลาด

ข้อค้นพบจากการศึกษาชี้ให้เห็นว่า การคุ้มครองผู้บริโภคในกรณีการควบรวมธุรกิจไม่ควรจำกัดอยู่เพียงการรักษาสิทธิประโยชน์ระยะสั้น แต่ต้องคำนึงถึงผลกระทบระยะยาวต่อโครงสร้างตลาดและทางเลือกของ

ผู้บริโภค การพัฒนาเทคโนโลยีกับดูแลที่มีประสิทธิภาพและการสร้างความโปร่งใสในการให้บริการจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความเชื่อมั่นและการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างยั่งยืน

1.4 การรักษาคุณภาพการให้บริการ (QoS) ตามประกาศ กสทช. เรื่อง มาตรฐานของคุณภาพการให้บริการโทรคมนาคม

ประกาศ กสทช. เรื่อง มาตรฐานของคุณภาพการให้บริการโทรคมนาคม (ลงวันที่ 26 ธันวาคม 2565) ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่ม 139 ตอนพิเศษ 302 ง ได้ให้ความหมายของ “คุณภาพการให้บริการ” ว่า สมรรถนะโดยรวมของการให้บริการ ซึ่งเป็น ตัวกำหนดระดับของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตาม ข้อเสนอแนะของสหภาพโทรคมนาคม ระหว่างประเทศ ITU-T E.800 (Totality of characteristics of a telecommunications service that bear on its ability to satisfy stated and implied needs of the user of the service as defined in Recommendation ITU-T E.800) และ “โครงข่ายโทรคมนาคมประจำที่” หมายความว่า โครงข่ายการให้บริการโทรคมนาคม ที่มีลักษณะการให้บริการแบบประจำที่ ผ่านโครงข่ายสายทองแดง (Copper Wire Network) หรือโครงข่ายใยแก้วนำแสง (FIBRE Optic Network) หรือโครงข่ายรวมทั้งสองประเภท “โครงข่ายโทรคมนาคมเคลื่อนที่” หมายความว่า โครงข่ายการให้บริการโทรคมนาคม ที่ให้บริการผ่านคลื่นความถี่เพื่อกิจการโทรคมนาคม ในกิจการเคลื่อนที่ทางบก (Land Mobile Service) นอกจากนี้ยังให้ความหมาย “บริการโทรคมนาคมประเภทเสียง” หมายความว่า การให้บริการเสียงในกิจการโทรศัพท์ ประจำที่ โทรศัพท์สาธารณะผ่านโครงข่ายโทรคมนาคมประจำที่ หรือโทรศัพท์เคลื่อนที่ผ่านโครงข่ายโทรคมนาคมเคลื่อนที่

โดยในประกาศนี้ได้กำหนดหน้าที่ในข้อ 7 โดยผู้รับใบอนุญาตมีหน้าที่ต้องให้บริการโทรคมนาคมตาม มาตรฐานของคุณภาพการให้บริการโทรคมนาคมที่กำหนดไว้ในภาคผนวกท้ายประกาศนี้ โดยต้องดำเนินการวัดค่าชี้วัดคุณภาพบริการตามแนวทางการวัดและการรายงานค่าชี้วัดคุณภาพบริการที่สำนักงาน กสทช. กำหนด และส่ง รายงานค่าชี้วัดคุณภาพบริการเป็นรายไตรมาสให้สำนักงาน กสทช. ทราบภายใน 30 วัน นับถัดจากวันสิ้นไตรมาส รวมถึงต้องจัดเก็บหลักฐานที่มาของข้อมูลดังกล่าวอย่างน้อย 90 วัน นับถัดจากวันสิ้นไตรมาส โดยให้สำนักงาน กสทช. สามารถตรวจสอบได้เมื่อได้รับการร้องขอ และให้ความร่วมมือกับสำนักงาน กสทช. หากได้รับการร้องขอ เพื่อที่จะตรวจสอบคุณภาพการให้บริการ กระบวนการแนวทาง หรือวิธีการวัดค่าชี้วัดคุณภาพบริการเพื่อให้คุณภาพของการบริการเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดในกรณีให้การให้บริการโทรคมนาคมไม่เป็นไปตามมาตรฐานของคุณภาพการให้บริการโทรคมนาคมตามที่กำหนดไว้ในภาคผนวกท้ายประกาศนี้ในระหว่างไตรมาสใดก็ตาม ผู้รับใบอนุญาตมีหน้าที่ส่งรายงานชี้แจงข้อมูลและแสดงสาเหตุต่อกรณีดังกล่าว รวมทั้งแผนแนวทางในการแก้ไข ปรับปรุงคุณภาพการให้บริการโทรคมนาคม เพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ในภาคผนวกท้ายประกาศนี้ ให้สำนักงาน กสทช. ทราบภายใน 30 วัน นับถัดจากวันสิ้นไตรมาส นั้น ทั้งนี้ สำนักงาน กสทช. อาจกำหนดพื้นที่ เฝ้าระวังเพื่อให้ผู้รับใบอนุญาตดำเนินการวัดค่าชี้วัดคุณภาพบริการบางค่าชี้วัดสำหรับบริการโทรคมนาคมเป็นการ เฉพาะด้วย นอกจากนี้ยังต้องเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับมาตรฐานและคุณภาพการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการทราบราย ไตรมาสตามรูปแบบที่สำนักงาน กสทช. กำหนด ตามประกฏในข้อ 8

ให้บริการได้รายงานการดำเนินงานเพื่อรักษาคุณภาพการให้บริการ (QoS) ตามประกาศ กสทช. เรื่อง มาตรฐานของคุณภาพการให้บริการโทรคมนาคม โดยรายงานดังกล่าวได้รายงานว่าได้ดำเนินการไปตามเกณฑ์ มาตรฐาน แต่อย่างไรก็ตามยังไม่สามารถตรวจสอบข้อเท็จจริงว่าได้ดำเนินการตามที่รายงานหรือไม่

ส่วนที่ 1 ค่าชี้วัดคุณภาพบริการทั่วไป							
บริษัท ทริปเปิ้ลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคมแบบที่สาม ใบอนุญาตเลขที่ TEL3/2549/001							
บริการโทรคมนาคมผ่านโครงข่ายโทรคมนาคมประจำที่ (บริการโทรศัพท์ประจำที่, บริการโทรศัพท์สาธารณะ, บริการโทรคมนาคมประเภทข้อมูล)							
1. ค่าชี้วัดคุณภาพบริการทั่วไป							
ข้อ	ค่าชี้วัดคุณภาพบริการ	คำอธิบาย	ผลการวัด				(ต่ำกว่าเกณฑ์มาตรฐาน/ เป็นไปตามเกณฑ์)
			ก.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ค่าเฉลี่ย	
1.1.1	ระยะเวลาสำหรับการขอเริ่มเปิดให้บริการ (Supply time for initial connection)						
1.1.1	ระยะเวลาสำหรับการขอเริ่มเปิดให้บริการ (Supply time for initial connection)	ภายใน 10 วันทำการ (ให้วัดเป็นรายเดือน)	เป็นไปตาม เกณฑ์ มาตรฐาน	เป็นไปตาม เกณฑ์ มาตรฐาน	เป็นไปตาม เกณฑ์ มาตรฐาน	เป็นไปตาม เกณฑ์ มาตรฐาน	เป็นไปตาม เกณฑ์ มาตรฐาน
1.1.2	ร้อยละของการติดตั้งบริการสำเร็จภายในวันที่กำหนด (Percentage of service installation completed on or before the date confirmed)						
1.1.2	ร้อยละของการติดตั้งบริการสำเร็จภายในวันที่กำหนด (Percentage of service installation completed on or before the date confirmed)	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 90 (ให้วัดเป็นรายเดือน)	เป็นไปตาม เกณฑ์ มาตรฐาน	เป็นไปตาม เกณฑ์ มาตรฐาน	เป็นไปตาม เกณฑ์ มาตรฐาน	เป็นไปตาม เกณฑ์ มาตรฐาน	เป็นไปตาม เกณฑ์ มาตรฐาน
1.1.3	จำนวนของความผิดปกติที่ถูกรายงาน ต่อจำนวนผู้ใช้บริการ 100 ราย (Number of reported faults per 100 subscribers)						
1.1.3	จำนวนของความผิดปกติที่ถูกรายงาน ต่อจำนวนผู้ใช้บริการ 100 ราย (Number of reported faults per 100 subscribers)	ไม่เกิน 5 ครั้ง ต่อผู้ใช้บริการ 100 ราย (ให้วัดเป็นรายเดือน)	เป็นไปตาม เกณฑ์ มาตรฐาน	เป็นไปตาม เกณฑ์ มาตรฐาน	เป็นไปตาม เกณฑ์ มาตรฐาน	เป็นไปตาม เกณฑ์ มาตรฐาน	เป็นไปตาม เกณฑ์ มาตรฐาน
1.1.4	ระยะเวลาในการซ่อมแซม (Fault repair time)						
1.1.4	ระยะเวลาในการซ่อมแซม (Fault repair time)	ไม่เกิน 24 ชั่วโมง (ให้วัดเป็นรายเดือน)	เป็นไปตาม เกณฑ์ มาตรฐาน	เป็นไปตาม เกณฑ์ มาตรฐาน	เป็นไปตาม เกณฑ์ มาตรฐาน	เป็นไปตาม เกณฑ์ มาตรฐาน	เป็นไปตาม เกณฑ์ มาตรฐาน
1.1.5	อัตราข้อร้องเรียนที่เกี่ยวกับข้อผิดพลาดในการเรียกเก็บค่าบริการ (Billing inaccuracy)						
1.1.5	อัตราข้อร้องเรียนที่เกี่ยวกับข้อผิดพลาดในการเรียกเก็บค่าบริการ (Billing inaccuracy)	ไม่เกินร้อยละ 0.3 (ให้วัดเป็นรายเดือน)	เป็นไปตาม เกณฑ์ มาตรฐาน	เป็นไปตาม เกณฑ์ มาตรฐาน	เป็นไปตาม เกณฑ์ มาตรฐาน	เป็นไปตาม เกณฑ์ มาตรฐาน	เป็นไปตาม เกณฑ์ มาตรฐาน
1.1.6	ระยะเวลาที่ต้องรอในการขอใช้บริการดูแลลูกค้าจากศูนย์ตอบรับโทรศัพท์ (Response time for accessing customer-service call center)						
1.1.6	ระยะเวลาที่ต้องรอในการขอใช้บริการดูแลลูกค้าจากศูนย์ตอบรับโทรศัพท์ (Response time for accessing customer-service call center)	ไม่เกิน 60 วินาที (ให้วัดเป็นรายเดือน)	เป็นไปตาม เกณฑ์ มาตรฐาน	เป็นไปตาม เกณฑ์ มาตรฐาน	เป็นไปตาม เกณฑ์ มาตรฐาน	เป็นไปตาม เกณฑ์ มาตรฐาน	เป็นไปตาม เกณฑ์ มาตรฐาน
1.1.7	ความพร้อมในการใช้งานของเครื่องโทรศัพท์สาธารณะ (Payphone Service Availability)						
1.1.7	ความพร้อมในการใช้งานของเครื่องโทรศัพท์สาธารณะ (Payphone Service Availability)	ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 90 ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล (ให้วัดเป็นรายเดือน)					
		ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 85 ในเขตต่างจังหวัด (ให้วัดเป็นรายเดือน)					

ที่มา: <https://FIBRE.3BB.co.th/wp-content/uploads/2024/02/1-QOS4-66-General-14-Feb-24.pdf>

กสทช. กำหนดให้ต้องรักษาคุณภาพการให้บริการ (Quality of Service: QoS) ตามประกาศ กสทช. และจัดให้มีที่ปรึกษาที่มีประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญด้านการสอบทานข้อมูลโครงสร้างต้นทุน อัตราค่าบริการ หรือข้อมูลด้านอัตราต่าง ๆ ของอุตสาหกรรมโทรคมนาคมในต่างประเทศมาไม่น้อยกว่า 5 ปี การรวมธุรกิจระหว่าง บริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวอร์ค จำกัด (AWN) และบริษัท ทริปเปิ้ลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) (3BB) นำมาซึ่งความท้าทายสำคัญในการรักษาคุณภาพการให้บริการโทรคมนาคมตามมาตรฐานที่ กสทช. กำหนด

การศึกษาเชิงคุณภาพนี้มุ่งวิเคราะห์ประเด็นสำคัญในการรักษาคุณภาพบริการและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับผู้ใช้บริการ

- ในด้านโครงสร้างพื้นฐานและคุณภาพทางเทคนิค การรวมธุรกิจสร้างความท้าทายในการบูรณาการระบบโครงข่ายของทั้งสององค์กรให้ทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะการรักษาความต่อเนื่องของบริการระหว่างการเชื่อมต่อระบบ การศึกษาพบว่า ปัจจัยสำคัญคือการรักษามาตรฐานทางเทคนิคทั้งในด้านความเร็วอินเทอร์เน็ต ค่า Latency และ Packet Loss รวมถึงการจัดการปัญหาคอขวดในโครงข่ายที่อาจเกิดขึ้นจากการรวมฐานผู้ให้บริการ

- การบริการลูกค้าและการสนับสนุนเป็นอีกมิติที่ต้องให้ความสำคัญ โดยเฉพาะในช่วงการเปลี่ยนผ่านการรักษามาตรฐานการตอบสนองต่อปัญหาของลูกค้าและการพัฒนาระบบติดตามแก้ไขปัญหาแบบ Real-time เป็นสิ่งจำเป็น นอกจากนี้ การพัฒนาบุคลากรให้สามารถให้บริการตามมาตรฐานใหม่และการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่มุ่งเน้นคุณภาพบริการก็มีความสำคัญไม่น้อยไปกว่ากัน

- ในด้านการกำกับดูแลและการรายงานผล จำเป็นต้องมีระบบการติดตามที่มีประสิทธิภาพ การกำหนดตัวชี้วัดผลการดำเนินงานที่ชัดเจน และการรายงานผลอย่างสม่ำเสมอต่อหน่วยงานกำกับดูแล การวิเคราะห์แนวโน้มและปัญหาคุณภาพบริการอย่างต่อเนื่องจะช่วยให้สามารถปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

- การคุ้มครองผู้บริโภคเป็นประเด็นที่ต้องให้ความสำคัญเป็นพิเศษ โดยต้องมีการกำหนดมาตรการชัดเจนที่เป็นธรรมเมื่อบริการไม่เป็นไปตามมาตรฐาน การให้สิทธิยกเลิกบริการโดยไม่มีค่าปรับในกรณีที่คุณภาพต่ำกว่าเกณฑ์ และการสร้างความโปร่งใสในการรายงานคุณภาพบริการ การสื่อสารกับผู้บริโภคต้องมีความชัดเจน ทันที และ มีช่องทางการร้องเรียนที่มีประสิทธิภาพ

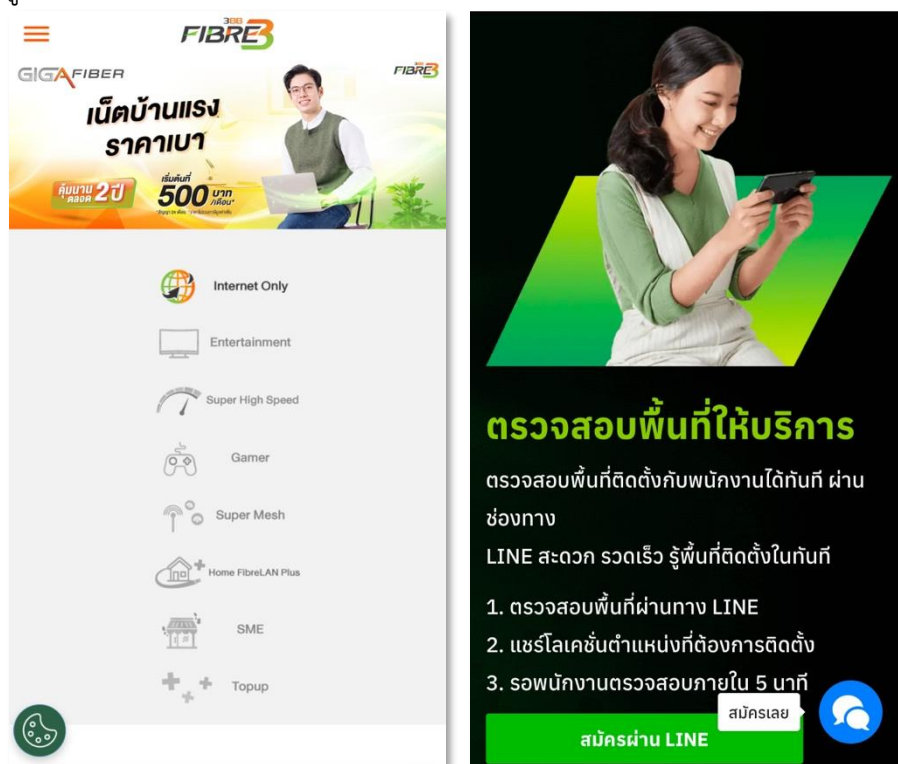
- ในระยะยาว การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและการยกระดับมาตรฐานการให้บริการเป็นสิ่งที่ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่อง การลงทุนในเทคโนโลยีใหม่ การขยายความครอบคลุมของบริการ และการพัฒนาเกณฑ์มาตรฐานให้สูงขึ้นจะช่วยยกระดับคุณภาพการให้บริการโดยรวม

- ข้อค้นพบจากการศึกษานี้นำไปสู่ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายที่สำคัญ ได้แก่ การพัฒนากรอบการกำกับดูแลที่มีความยืดหยุ่นและทันสมัย การสร้างกลไกบทลงโทษที่มีประสิทธิภาพ และการส่งเสริมการแข่งขันด้านคุณภาพบริการ นอกจากนี้ การสนับสนุนการวิจัยและพัฒนา การส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีใหม่ และการพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมก็เป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยยกระดับคุณภาพการให้บริการในระยะยาว

การรักษาคุณภาพการให้บริการภายหลังการควบรวมเป็นความท้าทายที่ต้องการการบูรณาการในหลายมิติ ทั้งด้านเทคนิค การบริการ การกำกับดูแล และการคุ้มครองผู้บริโภค ความสำเร็จจะขึ้นอยู่กับ การวางแผนที่รอบคอบ การดำเนินการที่มีประสิทธิภาพ และการติดตามประเมินผลอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่า ผู้บริโภคจะได้รับบริการที่มีคุณภาพตามมาตรฐานที่กำหนดแม้จะมีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างองค์กร

1.5 การอำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้บริการ เช่น ช่องทางการให้บริการที่สะดวก รวดเร็ว เข้าถึงง่าย การให้บริการอินเทอร์เน็ตประจำที่ได้ตามความต้องการของผู้ใช้บริการปลายทาง โดยปราศจากข้อจำกัด และอื่น ๆ เป็นต้น

ผู้ได้รับใบอนุญาตได้มีช่องทางในการติดต่อผ่านเว็บไซต์บนคอมพิวเตอร์ desktop แอปพลิเคชันผ่านโทรศัพท์มือถือ หรือ tablet และศูนย์รับเรื่องที่เข้าถึงง่ายและสะดวก และมีข้อมูลที่เพียงพอต่อความเข้าใจและดำเนินการของผู้บริโภค



ภาพที่ 24 ช่องทางการให้บริการ

จากการตรวจสอบเว็บไซต์ของผู้ได้รับใบอนุญาตพบว่า มีการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้บริการ มีช่องทางให้การติดต่อผ่านเว็บไซต์ การติดต่อผ่าน call center จากข้อมูลเชิงคุณภาพพบว่า

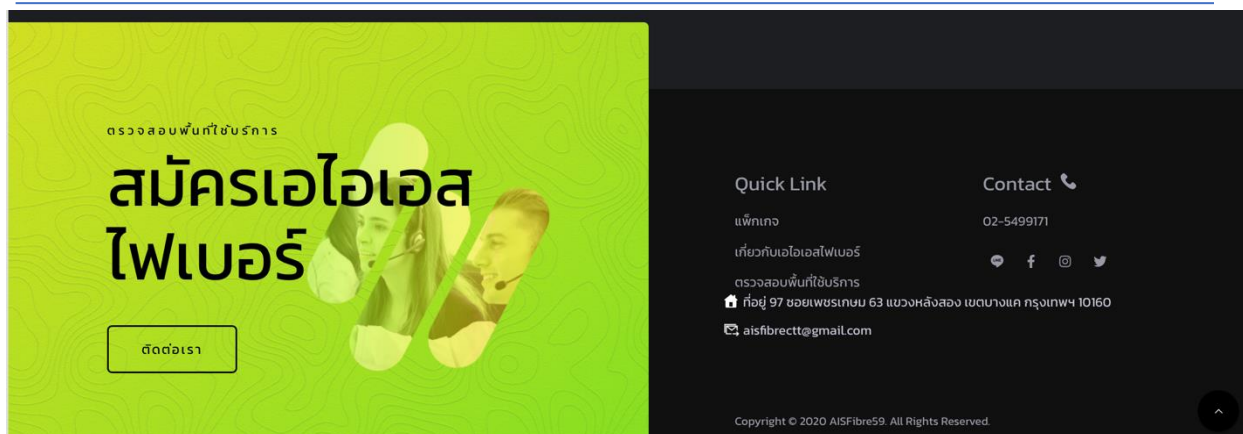
- ยังไม่มีความคิดเห็นในประเด็นความยุ่งยากในการย้ายเครือข่าย ขั้นตอนการขอย้ายเครือข่ายไม่ซับซ้อน ยังสามารถดำเนินการได้อยู่
- ขอให้ กสทช. ควบคุมเงื่อนไขการขอยกเลิกหรือการขอย้ายเครือข่ายบริษัทผู้ให้บริการ เพราะเป็นเงื่อนไขที่สร้างความยุ่งยากแก่ผู้บริโภค คือ การคืนกล่องสัญญาณอินเทอร์เน็ตเครือข่ายเดิม โดยต้องการให้บริษัทผู้ให้บริการเข้ามาเก็บกล่องสัญญาณด้วยตนเอง

1.6 การให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการใช้บริการที่ครบถ้วนแก่ผู้ใช้บริการ โดยต้องกำหนดและแสดง
อัตราค่าบริการแยกตามรายการบริการ (Unbundle) หรือการส่งเสริมการขายแบบแยกรายบริการ (Unbundle
Package) และอื่น ๆ เป็นต้น



ภาพที่ 25 การให้ข้อมูลข่าวสารการใช้บริการที่ครบถ้วนแก่ผู้ใช้บริการ

ผู้ได้รับใบอนุญาตมีการให้ข้อมูลข่าวสารแยกกันระหว่างการบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่และอินเทอร์เน็ต
บ้าน และเมื่อเข้าไปในหน้าเว็บของ AWN fibre จะพบรายการส่งเสริมการขายจำนวนมาก ซึ่งมีบอกรายละเอียด
ของรายการส่งเสริมการขายพร้อมราคาไว้อย่างชัดเจน แต่ไม่ได้ให้รายละเอียดในการส่งเสริมการขายแบบแยกราย
บริการ (Unbundle Package) เช่น การแยกค่าอินเทอร์เน็ต ค่ากล่อง หรือเราเตอร์ออกจากกัน แต่ได้ให้
รายละเอียดเกี่ยวกับช่องทางในการติดต่อเพื่อสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม



ภาพที่ 26 รายละเอียดเกี่ยวกับช่องทางในการติดต่อเพื่อสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม

อย่างไรก็ตาม จากการจัดเวทีผู้บริโภคม มีข้อคิดเห็นเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสาร ดังนี้

1. ต้องพิจารณาแพ็คเกจให้เหมาะสมกับการใช้งาน โดยอาจพิจารณายกเลิกการใช้งาน
2. มีให้เลือกหลายแพ็คเกจ ขึ้นอยู่กับการใช้งาน
3. แนะนำให้ติดตั้งแอปพลิเคชันของผู้ให้บริการ
4. เสนอให้เพิ่มความหลากหลายของแพ็คเกจสำหรับนักเรียน นักศึกษา โดยจะต้องได้รับการแนะนำจากผู้ให้บริการอย่างถูกต้อง ชัดเจน ให้ผู้บริโภคได้มีโอกาสพิจารณาตามความเหมาะสมของตนเอง
5. เสนอให้มีแพ็คเกจสำหรับกลุ่มเปราะบางโดยเฉพาะ

1.7 ประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ต่อสาธารณะที่คงไว้ซึ่งบริการที่มีคุณภาพ และราคาค่าบริการที่เป็น

ธรรม

ผู้ได้รับใบอนุญาตได้มีการประชาสัมพันธ์รายการส่งเสริมการขาย เช่น ปี พ.ศ. 2566 AWN FIBRE อินเทอร์เน็ตบ้านความเร็วสูงผ่านสายเคเบิลใยแก้วนำแสง (Fibre Optic) จาก AWN รองรับการใช้งานมัลติมีเดียอย่างเต็มรูปแบบ มีเสถียรภาพไร้สัญญาณรบกวน ติดตั้งได้รวดเร็วพร้อมตอบสนองการใช้งานอย่างไม่มีจำกัด มีบริการฟรีแพ็คเกจเสริม PLAY FAMILY รับชมช่องฟรีพรีเมียมดังระดับโลกถึง 10 ช่อง คอนเทนต์ดูฟรีจำนวนมาก รับชมรายการกีฬาจัดเต็มทั้งแมตช์ฟุตบอลไทย, ออริจินัลซีรีส์สุดพิเศษจาก AWN PLAY , การ์ตูนและอนิเมะ, ภาพยนตร์ไทย และ ต่างประเทศ ละครย้อนหลัง และซีรีส์จีน นาน 24 เดือน (ปกติ 119 บ./เดือน) พร้อมบริการอื่นๆ ที่เอไอเอส ไฟเบอร์มีให้เพียงรายเดียว มีบริการฟรี ประกันโควิด มูลค่า 100,000 บาท รองรับ Speed Toggle ปรับสปีดเน็ตบ้านได้ง่ายๆตามความต้องการนอกจากนี้ยังฟรี! บริการ AWN Fibre Secure Net ป้องกันภัยคุกคามทางไซเบอร์ให้เน็ตบ้านปลอดภัยจากไวรัส มัลแวร์ และลิงค์ปลอมสมัครตั้งแต่วันที่ 1 - 28 กุมภาพันธ์ 2566 ติดตั้งภายในวันที่ 15 มีนาคม 2566⁶

แนะนำอินเทอร์เน็ตบ้านสุดคุ้ม ราคาประหยัด แพ็คเกจ BROADBAND Plus III Package 300/300 Mbps ราคา 399 บาท/เดือน นาน 24 เดือน มาพร้อมความบันเทิงผ่านกล่อง AWN PLAYBOX อย่างไรก็ตาม

⁶ที่มา: <https://pantip.com/topic/41883259>

ใน ปี 2567 (ธันวาคม 2567) ได้มีการประชาสัมพันธ์แพ็คเกจราคาต่ำสุดที่ 499 บาท/เดือน ในความเร็ว 300/300 Mbps⁷



ภาพที่ 27 การประชาสัมพันธ์แพ็คเกจราคาต่ำสุด

จากการสำรวจข้อมูลของผู้บริโภคพบว่า มีผู้ใช้ในแพ็คเกจราคาต่ำกว่า 500 บาท โดย 3BB มีผู้ใช้ร้อยละ 19 และ AWN fibre ร้อยละ 41 และข้อมูลจากการจัดเวที public hearing พบว่าผู้บริโภคมีจำนวนมากที่ใช้แพ็คเกจ 399 บาท ของ 3BB แต่หากดูรายการส่งเสริมการขายตามหัวข้อ (1.3) ซึ่งมีการปรับปรุงเมื่อ 25 เมษายน 2564 จะพบว่าไม่ปรากฏในรายการส่งเสริมการขาย และเมื่อพิจารณารายการส่งเสริมการขายเมื่อวันที่ 23 กรกฎาคม 2563 ไม่ปรากฏรายการส่งเสริมการขายในราคา 399 บาทต่อเดือน

1.8 การยึดหลักความเป็นกลางทางอินเทอร์เน็ต (Net Neutrality)

ความเป็นกลางทางอินเทอร์เน็ต (Net neutrality) คือหลักการที่ระบุว่าผู้ให้บริการเครือข่ายรวมถึงรัฐบาลจะต้องจัดการกับข้อมูลต่างๆ บนอินเทอร์เน็ตอย่างเท่าเทียมกันโดยไม่เลือกปฏิบัติภายใต้กฎหมายพิเศษใดๆ เช่นจะต้องไม่สนใจว่าข้อมูลเป็นของผู้ใช้คนใด เนื้อหาเป็นอย่างไร มาจากเว็บไซต์ใด หรือทำงานบนโปรแกรมประยุกต์ใด เป็นต้น หลักการดังกล่าวก่อให้เกิดข้อถกเถียงอย่างแพร่หลาย โดยเฉพาะเมื่อมีความพยายามที่จะออกกฎหมายเพื่อรองรับหลักการดังกล่าวกลุ่มผู้สนับสนุนหลักการความเป็นกลางทางอินเทอร์เน็ต ผู้สนับสนุนหลักการดังกล่าวอ้างถึงเหตุการณ์ตัวอย่างที่กล่าวมาข้างต้น และระบุว่าอินเทอร์เน็ตที่ไม่เป็นกลางนั้น ในแง่ของผู้ให้บริการอาจจะทำให้เกิดการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรมระหว่างผู้ให้บริการที่สามารถจ่ายเงินเพิ่มเติมสำหรับช่องทางพิเศษที่เปรียบเสมือนการได้วิ่งในช่องทางพิเศษ (fast lane) ได้ กับผู้ให้บริการรายอื่นๆ ซึ่งในที่สุดแล้ว ความไม่เป็นธรรมนี้จะทำลายการพัฒนานวัตกรรมส่วนในแง่ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตนั้น สภาวะความไม่เป็นกลางทางเน็ตอาจทำให้

⁷ <https://AWNfibre59.com/package>

ตัวกลางสามารถควบคุมการกระจายของข้อมูลได้ โดยเลือกให้เว็บไซต์ใดสามารถเข้าถึงได้รวดเร็วหรือเข้าถึงได้ช้า หรือกระทั่งปิดกั้นการเข้าถึงของข้อมูลบางประเภทได้ การดำเนินการดังกล่าวขัดกับความต้องการให้ระบบอินเทอร์เน็ตเป็นเครือข่ายที่เปิดและอนุญาตให้ข้อมูลต่างๆ เผยแพร่ได้อย่างเท่าเทียมกัน

ซึ่งหลักความเป็นกลางทางอินเทอร์เน็ตเป็นมาตรการหนึ่งที่ กสทช. ได้มีมติให้ผู้ได้รับใบอนุญาตนำไปปฏิบัติ ซึ่งจากข้อมูลที่ได้รับฟังความคิดเห็นพบว่ายังไม่มีปัญหานี้ แสดงว่าผู้ได้รับใบอนุญาตได้ปฏิบัติตามมาตรการนี้อย่างเคร่งครัด

1.9 การแจ้งให้ผู้ให้บริการทราบถึงการรวมธุรกิจและการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขการให้บริการบางประการ เช่น การเปลี่ยนชื่อผู้ให้บริการ ช่องทางในการติดต่อ แอปพลิเคชัน และศูนย์รับเรื่อง เป็นต้น

ผลการตรวจสอบข้อมูลบนเว็บไซต์ของผู้ได้รับใบอนุญาตพบว่า ไม่มีข้อมูลข่าวสารที่แจ้งให้ผู้บริโภคหรือสาธารณะทราบถึงการรวมธุรกิจ โดยทั้ง 3BB และ AWN fibre ยังคงใช้หน้าเว็บไซต์ของตนเองในการประชาสัมพันธ์ธุรกิจของตนเอง และจากข้อมูลในการจัดประชุมรับฟังความคิดเห็นของผู้บริโภคพบว่า ไม่ได้รับการแจ้งหรือข้อมูลเกี่ยวกับการรวมกิจการของทั้งสองบริษัท โดยมากกว่าร้อยละ 80 ของผู้เข้าร่วมไม่ทราบมาก่อนว่ามีการรวมกิจการ และในบางพื้นที่พบว่าการแย่งลูกค้ากันเองระหว่าง 3BB และ AWN fibre และจากข้อมูลในการสำรวจช่วงเดือนกันยายน – ตุลาคม 2567 ซึ่งหมายถึงเวลาผ่านไปประมาณ 1 ปี ผู้บริโภคเกือบครึ่งหนึ่งยังไม่ทราบว่ามีการรวมธุรกิจ (ประมาณร้อยละ 43) และมีเพียงร้อยละ 21 เท่านั้นที่ทราบทันทีที่มีการรวมธุรกิจของทั้งสองบริษัท จากข้อมูลเชิงปริมาณและคุณภาพให้ผลสอดคล้องกัน ในประเด็น

- 1) ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังไม่ทราบถึงการควรรวมธุรกิจระหว่าง AWN และ 3BB โดยเริ่มจะมาทราบถึงการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวในที่ประชุมวันนี้
- 2) บางส่วนได้รับข้อมูลจากโทรศัพท์ และ SMS จากบริษัทผู้ให้บริการ
- 3) ผู้บริโภคที่ทราบข่าวถึงการรวมธุรกิจฯ ส่วนใหญ่เป็นเครือข่ายของ กสทช. เพียงแต่ยังไม่ทราบถึงความชัดเจนในการดำเนินงานต่าง ๆ ของผู้ให้บริการ

ตารางที่ 66 จำนวนและร้อยละการทราบการรวมธุรกิจของ 3BB และ AWN

การรับทราบการรวมกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
ทราบ	1430	56.746
ไม่ทราบ	1090	43.254
รวม	2520	100
ระยะเวลาการรับทราบการรวมกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
1-3 เดือน หลังการรวมธุรกิจ	621	24.643
3-6 เดือน หลังการรวมธุรกิจ	255	10.119
ทราบทันทีที่มีการรวมธุรกิจ	536	21.27
มากกว่า 6 เดือน หลังการรวมธุรกิจ	621	24.643
ไม่ทราบ	487	19.32
รวม	2520	100

1.10 การปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการดูแลอัตราค่าบริการของประกาศ กสทช. อย่าง เคร่งครัด รวมทั้งประกาศ กสทช. อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค

การปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการดูแลอัตราค่าบริการของประกาศ กสทช. ใช้อ้างอิงกับ
ประกาศ กสทช. เรื่อง แนวทางการกำกับดูแลอัตราค่าบริการในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์
ที่ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่ม 132 ตอนพิเศษ 248 ง หน้า 24 วันที่ 10 ตุลาคม 2558 วัตถุประสงค์เพื่อ
กำกับดูแลอัตราค่าบริการในตลาดกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ที่กลไกตลาดไม่สามารถทำงานได้อย่างมี
ประสิทธิภาพ ไม่มีการแข่งขันหรือแข่งขันน้อย หรือการกำหนดอัตราค่าบริการดังกล่าวนำไปสู่ผลกระทบเชิงลบต่อ
ตลาดหรือต่อผู้ใช้บริการ ให้สอดคล้องตามหลักวิชาการและแนวทางการกำกับดูแล ตามมาตรฐานสากลให้มีความ
เหมาะสม โปร่งใส เป็นธรรมต่อผู้ใช้บริการและผู้ให้บริการ โดยคำนึงถึงประโยชน์สาธารณะ ภาระของผู้บริโภค
ความสอดคล้องกับต้นทุน การให้บริการ ความคุ้มค่า และการจัดสรรทรัพยากรที่มีประสิทธิภาพ ประกาศนี้ให้
ความสำคัญกับการคุ้มครองผู้บริโภค เห็นได้จากการกำหนดให้ผู้รับใบอนุญาตจะต้องเรียกเก็บอัตราค่าบริการจาก
ผู้ใช้บริการอย่างเป็นธรรมสอดคล้องกับต้นทุนการให้บริการ ไม่เป็นภาระต่อผู้ใช้บริการโดยไม่สมเหตุสมผล (ข้อ 4)
และ ข้อ 5 คณะกรรมการอาจกำหนดให้ผู้รับใบอนุญาตที่อยู่ในตลาดที่ไม่มีการแข่งขัน หรือมีการแข่งขันน้อย หรือ
เป็นผู้มีแนวโน้มหรือถูกพิจารณาให้เป็นผู้มีอำนาจเหนือตลาด หรือกรณีอื่นใดที่ส่งผลกระทบเชิงลบต่อตลาดหรือต่อ
ผู้ใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญ และยังให้ความสำคัญกับกามีอำนาจเหนือตลาด โดยให้จัดส่งข้อมูลตามรูปแบบและ
วิธีการ ที่คณะกรรมการกำหนด (ข้อ 5) โดยการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการดูแลอัตราค่าบริการของ
ประกาศ กสทช. อย่างเคร่งครัด เป็นมาตรการข้อแรกที่กำหนดให้ผู้ได้รับอนุญาตไปปฏิบัติ หากไม่ปฏิบัติตาม
กสทช. มีอำนาจ ตามที่ปรากฏในข้อ 8 “...คณะกรรมการอาจสั่งให้ผู้รับใบอนุญาตปฏิบัติตามโครงสร้างอัตรา
ค่าบริการที่เหมาะสมและเป็นธรรม โดยคำนึงถึงประโยชน์สาธารณะ...” ซึ่งหากไม่ปฏิบัติตาม กสทช. สามารถ
กำหนดบทลงโทษได้ตาม พรบ. การประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 ได้

1.11 วิเคราะห์ว่าผลกระทบการรวมธุรกิจเป็นการลดหรือขัดขวางต่อการให้บริการโทรคมนาคม หรือไม่ อย่างไร

ผลการสำรวจในเชิงปริมาณเมื่อพิจารณาผู้บริโภคที่รายงานว่าคุณภาพการให้บริการอินเทอร์เน็ตบ้าน
พบว่าส่วนใหญ่ยังเห็นว่าเท่าเดิม และหากเทียบสัดส่วนระหว่างกลุ่มที่เห็นว่าดีขึ้นกับแย่ลง พบว่า สัดส่วนผู้ที่เห็นว่า
อินเทอร์เน็ตบ้านดีขึ้นจะมีสัดส่วนที่สูงกว่าที่เห็นว่าแย่ลงในทุกรายการ อย่างไรก็ตาม การตีความจากตัวเลขในเชิง
ปริมาณเพียงอย่างเดียวอาจทำให้เกิดการละเลยสาระสำคัญของข้อมูล ซึ่งหากพิจารณาจากนัยของตัวเลขใน
กลุ่มที่มีความเห็นว่าแย่ลงนั้นจะอยู่ที่ประมาณร้อยละ 16 – 27 ของตัวอย่างทั้งหมด โดยเจาะในเรื่องของ
การแข่งขันอินเทอร์เน็ตบ้านนั้นเห็นว่าแย่ลงถึงร้อยละ 27 และความหลากหลายของแพ็คเกจบริการ เห็นว่าแย่ลงร้อยละ
24 ซึ่งตัวเลขเหล่านี้จะมีความหมายหากเทียบกับผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตบ้านทั้งหมดของบริษัท

ตารางที่ 67 ความคิดเห็นต่อผลกระทบจากการควมรวมธุรกิจระหว่าง 3BB และ AWN

ข้อ	รายการ	ระดับผลกระทบ					เฉลี่ย (%)	ดีขึ้น (%)
		เฉลี่ย มาก (%)	เฉลี่ย (%)	เท่าเดิม (%)	ดีขึ้น (%)	ดีขึ้นมาก (%)		
1	ราคาค่าบริการอินเทอร์เน็ตบ้าน	120 (4.76)	380 (15.08)	1308 (51.91)	559 (22.18)	153 (6.07)	500 (19.84)	752 (28.25)
2	คุณภาพการให้บริการ อินเทอร์เน็ตบ้าน	95 (3.77)	373 (14.80)	1167 (46.31)	694 (27.54)	191 (7.58)	468 (18.57)	885 (35.12)
3	ความหลากหลายของแพ็คเกจ บริการ	215 (8.53)	394 (15.64)	1054 (41.83)	625 (24.80)	232 (9.21)	609 (24.17)	857 (34.01)
4	การแข่งขันในตลาดอินเทอร์เน็ต บ้าน	227 (9.01)	471 (18.69)	942 (37.38)	668 (26.51)	212 (8.41)	698 (27.7)	880 (34.92)
5	ความสะดวกในการเปลี่ยนผู้ให้ บริการ (การย้ายค่าย)	144 (5.71)	382 (15.16)	1060 (42.06)	705 (27.98)	229 (9.09)	526 (20.87)	934 (37.07)
6	การให้บริการลูกค้าและการ แก้ไขปัญหา	109 (4.33)	340 (13.50)	1157 (45.91)	709 (28.14)	205 (8.14)	449 (17.83)	914 (25.97)
7	ความครอบคลุมของพื้นที่ ให้บริการ	108 (4.29)	295 (11.71)	1039 (41.23)	755 (29.96)	323 (12.82)	403 (16.00)	1078 (42.78)

พบว่า มีจำนวน 468 คน กระจายไปในทุกภูมิภาคของประเทศ โดยในจำนวนนี้มีผู้รายงานมากที่สุดอยู่ในภาคเหนือและภาคตะวันออก คิดเป็นร้อยละ 18.80 และ 17.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 68 จำนวนและร้อยละของผู้รายงานว่าคุณภาพการให้บริการอินเทอร์เน็ตบ้านมีคุณภาพแย่ลง

ภูมิภาค	จำนวน	ร้อยละ
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	50	10.68
ภาคกลาง	54	11.54
ภาคตะวันตก	76	16.24
ภาคตะวันออก	81	17.31
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	51	10.90
ภาคเหนือ	88	18.80
ภาคใต้	68	14.53
รวม	468	100.00

เมื่อพิจารณาแยกตามกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตบ้านพบทั้งกลุ่มผู้ใช้และไม่ใช้อินเทอร์เน็ตบ้านรายงานคุณภาพการให้บริการแย่ลงประมาณร้อยละ 18.85 (คิดรวมแย่ลงและแย่ลงมาก) และรายงานที่ดีขึ้น (คิดรวมดีขึ้นและดีขึ้นมาก) ร้อยละ 33 ของกลุ่ม ในกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตบ้าน และร้อยละ 18.38 รายงานว่าแย่ลง และร้อยละ

36.5 รายงานว่าดีขึ้น จะเห็นว่ากลุ่มรายงานว่าดีขึ้นจะมีสัดส่วนประมาณ 2 เท่าของผู้รายงานว่าแย่ลงที่กลุ่มผู้ใช้และไม่ใช้อินเทอร์เน็ตบ้าน แต่ส่วนใหญ่ยังเห็นว่าคุณภาพการบริการยังคงอยู่ในระดับปานกลาง กล่าวต่อไม่ได้ดีขึ้นหรือแย่ลงทั้งสองกลุ่ม

ตารางที่ 69 คุณภาพการให้บริการอินเทอร์เน็ตบ้าน

การใช้อินเทอร์เน็ตบ้าน	คุณภาพ	จำนวน	ร้อยละ	
ใช้	แย่ลงมาก	28	2.53	แย่ลง = 18.85
	แย่ลง	181	16.32	
	ปานกลาง	531	47.88	
	ดีขึ้น	281	25.34	ดีขึ้น = 33.27
	ดีขึ้นมาก	88	7.94	
	รวม	1109	100.00	
ไม่ใช่	แย่ลงมาก	67	4.75	แย่ลง = 18.36
	แย่ลง	192	13.61	
	ปานกลาง	636	45.07	
	ดีขึ้น	413	29.27	ดีขึ้น = 36.57
	ดีขึ้นมาก	103	7.30	
	รวม	1411	100.00	

จากตารางพบว่า ในปัจจุบันหลังการรวมธุรกิจผู้ให้บริการส่วนใหญ่รายงานว่าคุณภาพการให้บริการอินเทอร์เน็ตบ้านมีคุณภาพดีขึ้นในทุกกลุ่มผู้ให้บริการ โดยในกลุ่ม 3BB และ AWN fibre ในกลุ่มที่รายงานว่าดีขึ้นประมาณ 2 เท่าของผู้รายงานว่าแย่ลง แต่ผู้ใช้ NT ในกลุ่มที่รายงานว่าดีขึ้น (ประมาณร้อยละ 12) มากกว่ากลุ่มที่รายงานว่าแย่ลง (ประมาณร้อยละ 85) ประมาณ 7 เท่า ในขณะที่ผู้ใช้บริการ TURE จำนวนผู้รายงานว่าคุณภาพการบริการดีขึ้น (ประมาณร้อยละ 35) มากกว่ากลุ่มรายงานว่าแย่ลง (ประมาณร้อยละ 20) ประมาณ 1.75 เท่า

ตารางที่ 70 จำนวนและค่าร้อยละของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตบ้านต่อคุณภาพการบริการอินเทอร์เน็ตบ้านจำแนก
ตามผู้ให้บริการ

ผู้ให้บริการ	คุณภาพบริการ	จำนวน	ร้อยละ	
3BB	แย่มาก	8	1.86	เฉลี่ย = 17.44
	แย่	67	15.58	
	ปานกลาง	206	47.91	
	ดี	108	25.12	ดีขึ้น = 34.65
	ดีมาก	41	9.54	
	รวม	430	100.00	
AIS Fibre	แย่มาก	27	2.66	เฉลี่ย = 19.76
	แย่	174	17.11	
	ปานกลาง	474	46.61	
	ดี	290	28.52	ดีขึ้น = 33.63
	ดีมาก	52	5.11	
	รวม	1017	100.00	
NT	แย่มาก	11	5.12	เฉลี่ย = 12.09
	แย่	15	6.98	
	ปานกลาง	102	47.44	
	ดี	80	37.21	ดีขึ้น = 84.65
	ดีมาก	7	3.26	
	รวม	215	100.00	
TRUE	แย่มาก	47	6.33	เฉลี่ย = 20.19
	แย่	103	13.86	
	ปานกลาง	332	44.68	
	ดี	182	24.50	ดีขึ้น = 35.13
	ดีมาก	79	10.63	
	รวม	743	100.00	

ผู้บริโภครายงานว่าราคาหลังการมีค่าเฉลี่ยพบว่า มีจำนวน 500 คน พบว่า กระจายไปในทุกภูมิภาค
ของประเทศ โดยในจำนวนนี้มีผู้รายงานมากที่สุดอยู่ในภาคตะวันออก ภาคตะวันตกและภาคเหนือ
คิดเป็นร้อยละ 18.20 17.80 และ 17.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 71 จำนวนและร้อยละของผู้รายงานว่าราคาให้บริการอินเทอร์เน็ตบ้านมีราคาแพงขึ้น

ภูมิภาค	จำนวน	ร้อยละ
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	45	9.00
ภาคกลาง	56	11.20
ภาคตะวันตก	89	17.80
ภาคตะวันออก	91	18.20
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	68	13.60
ภาคเหนือ	85	17.00
ภาคใต้	66	13.20
รวม	500	100

รายงานสภาพตลาดโทรคมนาคมจาก กสทช. ที่เผยแพร่ล่าสุด เมื่อไตรมาสที่ 4/2565 ระบุว่า มีผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตประจำที่หรืออินเทอร์เน็ตบ้านรายหลัก 4 ราย และรายย่อยอื่น ๆ โดยมีรายได้จากการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงรวมทั้งสิ้น 19,200 ล้านบาท และราคาค่าบริการเฉลี่ยอยู่ที่เดือนละ 477 บาท

1) ผลกระทบต่ออัตราค่าบริการและคุณภาพบริการ

เมื่อพิจารณารายการส่งเสริมการขายของ AWN และ 3BB พบว่าลักษณะของรายการส่งเสริมการขาย และราคา หลังการควรวม ได้มีการปรับรูปแบบและราคาในลักษณะเดียวกัน และเห็นว่าในรายการส่งเสริมการขายที่เคยมีขั้นต่ำสุด 399 บาท ของ 3BB ได้ถอดออกจากรายการส่งเสริมการขาย และนำเสนอราคาต่ำสุดที่ 500 บาท

ความเร็ว	สิทธิพิเศษเพิ่มเติม	ราคาแพ็คเกจ			
		3BB	AIS Fibre	True Online	NT
300/300			499		
400/400					390
500/500		500	600(500)	499	
500/500				599(299)	
500/500				599(299)	
500/500				599(299)	
500/500		599	599		
500/500		599			
500/500		599			
500/500			599		

ภาพที่ 28 ตัวอย่างลักษณะการส่งเสริมการขายที่ปรับอัตราค่าบริการให้เหมือนกัน

สถานการณ์เช่นนี้ชี้ให้เห็นว่าหลังจากมีการรวมธุรกิจ กลุ่มเครือข่ายของผู้รวมธุรกิจมีการปรับเพิ่มราคา ค่าบริการ พร้อมทั้งมีการเปลี่ยนแปลงปริมาณโทรศัพท์และอินเทอร์เน็ตมือถือให้เทียบเท่ากัน สอดคล้องกับ

การศึกษาของ 101 Public Policy Think Tank (101 PUB) ในงานวิจัยชื่อว่า "กสทช. กับการ (ไม่?) บังคับใช้ตาม มาตรการควบคุม TRUE-DTAC" ที่เผยแพร่เมื่อเดือนกันยายน 2566 พบว่า “ทั้ง 3 เจ้า แพ็กเกจแทบจะก๊อปปี้ (copy) วางกันหมด มันเห็นหลักฐานอยู่ว่า การแข่งขันที่ลดลงทำให้ผู้บริโภคไม่ได้ประโยชน์จากการควบคุมครั้งนี้ตามที่โฆษณา”

อย่างไรก็ตาม หากใช้กรณีการรวมธุรกิจของบริษัทโทรศัพท์มือถือ โดยการแปลงข้อมูลภาวะสังคมไตรมาสที่ 4 ปี 2566 และภาพรวมปี 2566 ของสภาพพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.)⁸ มีประเด็นที่น่าสนใจในเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภค ในส่วนของผลกระทบของผู้บริโภคหลังการรวมธุรกิจกิจการโทรคมนาคมจากการรวมธุรกิจของบริษัทขนาดใหญ่ในตลาดโทรคมนาคม ทั้งนี้ จากข้อร้องเรียนที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ได้รับพบว่าภายหลังการรวมกิจการค่าบริการรายเดือนของโทรศัพท์มือถือปรับตัวเพิ่มขึ้นและบางโปรโมชั่นยังถูกลดราคาโทรลง เช่น แพ็กเกจราคา 349 บาท ปรับราคาขึ้นเป็น 399 บาท พร้อมทั้งมีการลดปริมาณและความเร็วอินเทอร์เน็ตลง แพ็กเกจราคา 499 และ 599 บาท ถูกลดราคาโทรลงจาก 300 นาที เหลือ 250 นาที อีกทั้งผู้บริโภคยังเริ่มประสบปัญหาด้านคุณภาพสัญญาณมากขึ้น จากผลสำรวจความคิดเห็นผู้ใช้บริการทุกเครือข่ายมือถือทั่วประเทศผ่านระบบออนไลน์ของมูลนิธิเพื่อผู้บริโภค ในช่วงที่ผ่านมา พบว่า กลุ่มตัวอย่าง 81% พบปัญหาการใช้งานในช่วง 6 เดือนที่ผ่านมา โดยเครือข่ายของบริษัทที่มีการควบคุมพบมากที่สุด คือ ปัญหาสัญญาณอินเทอร์เน็ตช้า รองลงมาเป็นปัญหาสัญญาณอินเทอร์เน็ตหลุดบ่อย เป็นต้น กรณีนี้ทำให้ต้องเฝ้าระวังการรวมธุรกิจระหว่าง 3BB และ AWN

2) ผลกระทบผู้ให้บริการรายอื่น

นอกจากนี้ บริษัท โทรคมนาคมแห่งชาติ จำกัด (มหาชน) (NT) คู่แข่งอินเทอร์เน็ตบ้านในตลาดอีกราย ซึ่งให้บริการโทรศัพท์มือถือด้วย กำลังสูญเสียขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดอินเทอร์เน็ตบ้านอย่างต่อเนื่อง โดยมีแนวโน้มเสียส่วนแบ่งตลาดลง เพราะถูกอีกสองค่ายตีตลาด อีกทั้งบริการโทรศัพท์มือถือของค่าย NT ไม่ได้เป็นทางเลือกที่แท้จริงสำหรับผู้บริโภค เนื่องจากคุณภาพด้อยกว่าและมีส่วนแบ่งตลาดเพียง 3% ขณะที่ NT กำลังจะเหลือใบอนุญาตการใช้คลื่นย่าน 700 MHz เพียงย่านเดียวในปี 2025 ซึ่งยิ่งจะทำให้คุณภาพการให้บริการโทรศัพท์มือถือถดถอยลง จึงยังไม่สามารถแข่งขันได้ในตลาดการขายพ่วง จากงานศึกษาของ 101 PUB จึงสรุปได้ว่าการควบคุมระหว่าง AWN และ 3BB อาจไม่ใช่วิธีการทำให้ตลาดเหลือผู้เล่น 3 ราย แต่กระทบไปยังผู้เล่นรายที่ 3 อย่าง NT ด้วย

อย่างไรก็ตาม บริษัท โทรคมนาคมแห่งชาติ จำกัด (มหาชน) หรือ NT รายงานผลการดำเนินงานด้านการเงินตั้งแต่เดือนมกราคม-เมษายน 2567 ว่ามีรายได้รวมทั้งสิ้น 27,929.78 ล้านบาท รายจ่าย 25,672.47 ล้านบาท กำไรสุทธิ 2,257.31 ล้านบาท ดีกว่าแผนซึ่งประมาณการอยู่ที่ขาดทุน 1023.97 ล้านบาท⁹ แต่อย่างไรก็ตามต้องพิจารณาว่ารายได้และกำไรนั้นมาจากเรื่องใดบ้าง ผลการควบคุมของ 3BB กับ AWN มีผลต่อรายได้ กำไร หรือโครงสร้างการลงทุนของ NT หรือไม่ และส่วนแบ่งการตลาดในอนาคตจะเป็นอย่างไร ซึ่งผลประกอบการดังกล่าวแสดงว่าในระยะสั้นยังไม่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ

อย่างไรก็ตาม จากการสนทนากับนักวิชาการบางส่วน การรวมธุรกิจจะทำให้ผู้บริโภคและผู้ประกอบการรายย่อยของไทยจะเหลือทางเลือกน้อยลง และเสี่ยงต่อการถูกเอาเปรียบโดยทุนใหญ่ เหมือนที่เคยเกิดขึ้นในธุรกิจ

⁸ <https://www.bangkokbiznews.com/business/economic/1116213>

⁹ <https://www.mitihoon.com/2024/06/26/468197/>

โรงพยาบาลขนาดใหญ่ โรงพยาบาลและอื่น ๆ อีกมากมาย ซึ่งไม่ใช่เฉพาะคนจนเท่านั้นที่เดือดร้อน แต่ยังกระทบมาถึงคนชั้นกลางจำนวนมากด้วย การจัดการอำนาจผูกขาดของธุรกิจเอกชนโดยหน่วยงานรัฐไทย ทั้ง กสทช. หรือคณะกรรมการแข่งขันทางการค้า (กขค.) ตลอดจนผู้ใช้อำนาจอธิปไตยทั้งคณะรัฐมนตรี สภาและฝ่ายตุลาการ ไม่ว่าจะไปในทิศทางไหน จะกำหนดอนาคตของทุนนิยมไทย อนาคตการพัฒนาประเทศ และแนวโน้มของความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจและสังคมไทย

1.12 วิเคราะห์ปัญหาหรืออุปสรรคที่เกิดขึ้นต่อการคุ้มครองผู้บริโภค และแนวทางแก้ไขหรือข้อเสนอแนะต่าง ๆ

การควบคุมรวมกิจการอาจก่อให้เกิดการผูกขาดทางการค้า อันถือเป็นการสร้างการค้าที่ไม่เป็นธรรมขัดกับเสรีภาพในทางเศรษฐกิจ เนื่องจากการจำกัดความหลากหลายในการแลกเปลี่ยนอย่างเสรี สิทธิของผู้บริโภคปรากฏตามความในมาตรา 4 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ซึ่งรับรองสิทธิเกี่ยวกับผู้บริโภคไว้ 5 ประการ ได้แก่ สิทธิที่ได้รับข่าวสาร รวมทั้งคำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้าหรือบริการ สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา และสิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย ผลจากการรวมธุรกิจดังกล่าว ทำให้กระทบต่อผู้บริโภคโดยรวม เห็นได้ว่า ผลของการรวมธุรกิจครั้งนี้ จะทำให้จำนวนคู่แข่งในตลาดลดน้อยลง ในระยะยาวแล้วอาจมีผลต่อทางเลือกของผู้บริโภค กระทบต่อสิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้า จึงอาจทำให้การเลือกซื้อสินค้าหรือรับบริการไม่ได้เกิดจากความสมัครใจของผู้บริโภค เกิดการผูกขาดทางการค้าและมีการชักจูงใจในการเลือกซื้อสินค้าหรือรับบริการอันไม่เป็นธรรม

จากการศึกษาเอกสาร และการสนทนากับนักวิชาการ องค์กรที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภค ตลอดจนสื่อมวลชนด้านคุ้มครองผู้บริโภค สามารถเสนอปัญหาและแนวทางแก้ไข ดังนี้

1. บทบาทการคุ้มครองผู้บริโภคหน้าที่อยู่ที่ กสทช. สิ่งที่ผู้บริโภคคาดหวังคือ กสทช. กลับมาปฏิบัติหน้าที่ของตัวเองอย่างแข็งขัน และเร่งแก้ปัญหาความขัดแย้งภายใน สร้างความโปร่งใส สร้างธรรมาภิบาล และเดินหน้าแก้ปัญหาผู้บริโภคให้เป็นรูปธรรม เพื่อให้สามารถเป็นความหวังของผู้บริโภคในการคานดุลกับผู้ประกอบการธุรกิจโทรคมนาคมรวมถึงด้านสื่อโทรทัศน์และวิทยุ และร่วมมือกับสภาผู้บริโภครวมถึงองค์กรอื่น ๆ ทำงานเพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคให้มากขึ้นกว่าที่เป็นอยู่

2. ปัญหาหนึ่งในการจัดประชุมคือการถูกละเมิดหรือการรั่วไหลของข้อมูลส่วนบุคคล การหลอกลวงทาง SMS แก๊งคอลเซ็นเตอร์ ซึ่ง กสทช. ภาคเอกชนที่เป็นผู้ได้รับใบอนุญาต กระทรวงดีอี สภาองค์กรของผู้บริโภคจะต้องทำงานในเชิงบูรณาการและกระตุ้นหลายภาคส่วนให้เข้ามามีส่วนร่วมแก้ไขปัญหาดังกล่าว โดยสิ่งที่ต้องดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหาคือการผลักดันเชิงนโยบายการ และการรณรงค์ให้องค์กรของผู้บริโภคเติบโต รู้เท่าทัน และสามารถที่จะป้องกันตัวเองได้ โดยไม่ต้องหวังพึ่งกลไกของภาครัฐ

3. การรวมธุรกิจระหว่าง 3BB กับ AWN เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นแล้ว ปัญหาข้อกักรวบรวมอัตราค่าบริการและคุณภาพการให้บริการ และการผูกขาดหรือกีดกันรายย่อย เป็นสิ่งที่ต้องติดตาม ตรวจสอบอย่างใกล้ชิด รัฐบาลใหม่ที่เข้ามาบริหารประเทศต้องมีวิสัยทัศน์ว่าจะส่งเสริมการแข่งขันอย่างไร เพื่อให้ผู้บริโภคได้มีหลักประกันมีทางเลือกหลากหลายในยุค 5G ในยุคไอโอที (IoT: Internet of Thing) กสทช. นอกจากมีมาตรการแล้ว

จำเป็นว่าต้องจะมีวิสัยทัศน์และนโยบายที่จะร่วมกันแก้ปัญหาเรื่องนี้กับสภาองค์กรของผู้บริโภค และภาคส่วนที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ

4. กสทช. มีการกำหนดมาตรการต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ได้รับอนุญาตไปปฏิบัติ จึงมีหน้าที่ต้องกำกับติดตาม มาตรการเฉพาะที่ตนเองได้กำหนด แต่การติดตาม ตรวจสอบยังดำเนินการได้ล่าช้า ทำให้ขาดประสิทธิภาพและประสิทธิผล ซึ่งเห็นได้จากหลาย ๆ มาตรการยังไม่ได้ดำเนินการ สะท้อนถึงประสิทธิภาพของ กสทช. ในการคุ้มครองผู้บริโภคหลังจากปล่อยอนุญาตให้มีการรวบรวมกิจการของผู้ให้บริการแล้ว ผู้บริโภคก็ยังไม่ได้รับประโยชน์เพิ่มเติมอย่างที่มีการกล่าวอ้าง

5. บทบาทหน้าที่ของ กสทช. ที่ปัจจุบันทำงานเรื่องความมั่นคงค่อนข้างมาก โดยเฉพาะตั้งแต่สมัยรัฐบาล คณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) ที่มีการแก้กฎหมาย การเพิ่มระเบียบต่าง ๆ ที่ทำให้สามารถใช้เงินเพื่อภารกิจความมั่นคง เช่น การจัดสรรงบประมาณกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.) และงบประมาณ USO อาทิ ให้งบกระทรวงกลาโหมจัดหารถควบคุมมือปืน หรือให้ตำรวจนำไปวางระบบรักษาความปลอดภัย เป็นต้น แต่งบประมาณสำหรับภารกิจหลักในเรื่องการพัฒนาศักยภาพและการเข้าถึงการสื่อสารกลับลดน้อยลง นอกจากนี้ ที่ผ่านมากสทช. มีบทบาทค่อนข้างน้อยในการกำกับดูแลเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง ไม่พบโฆษณาหลอกลวง แต่มักใช้เครื่องมือในการปิดช่องสำนักข่าวต่าง ๆ เนื่องจากมีเนื้อหาที่ขัดต่อความมั่นคง กสทช. จำเป็นต้องมีการปรับบทบาทและใช้งบประมาณเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคมากขึ้น

7. ปัญหาการใช้อำนาจ เนื่องจากการคิดว่าองค์กรของตัวเองมีอำนาจไม่เต็มที่ ทำให้เงื่อนไขและมาตรการต่าง ๆ ที่กำหนดให้ผู้ประกอบการต้องดำเนินการค่อนข้างเบาจนเกินไป แม้จะเกิดการรวบรวมที่ใหญ่นี้ กสทช. ก็ยังไม่ใช้มาตรการเชิงโครงสร้าง มีเพียงมาตรการห้ามทำพฤติกรรมตามที่ กสทช. กำหนดสุดท้ายแล้ว กสทช. อาจจะกำกับดูแลสิ่งเหล่านี้ไม่ได้ทัน ไม่ทั่วถึง ดังนั้น กสทช. อาจพิจารณาข้อกฎหมายที่มีอยู่ ว่ารองรับการใช้อำนาจอย่างเพียงพอหรือยัง หรือแต่ข้อกฎหมายที่ยังถกเถียงและขาดความชัดเจน เช่น การมีอำนาจในการอนุญาตหรือไม่อนุญาต ยังตีความกฎหมายไม่เหมือนกัน กฎหมายเหล่านี้จำเป็นต้องได้รับการแก้ไข

8. ปัญหาสภาพการบังคับใช้กฎหมาย การบังคับใช้กฎหมายจะไม่เกิดประสิทธิผล หากผู้ปฏิบัติไม่มีความรู้และไม่เข้าใจเจตนารมณ์ของกฎหมาย ในการรับใช้ประชาชนผ่านการรักษาดูแลให้มีการแข่งขัน นั้นหมายความว่าให้ความพยายามร่างกฎหมายให้ออกมาดีเพียงใด การบังคับใช้กฎหมายอย่างเหมาะสมจะไม่มีทางเกิดขึ้น รวมทั้งการขาดความเข้าใจในกฎหมายของผู้ที่เกี่ยวข้อง การไม่เปิดเผยข้อมูลต่อสาธารณะและคำถามต่อธรรมาภิบาลขององค์กร ดังนั้นการพัฒนาบุคลากรด้านความรู้ความเข้าใจทางด้านกฎหมายของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านคุ้มครองผู้บริโภคหรือการผูกขาดการค้า หรือหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องทั้งโดยตรงและโดยอ้อมจะต้องได้รับการพัฒนา

9. การมีส่วนร่วมของภาคประชาชน ถึงแม้จะมีองค์กรภาคประชาชนด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่ทำหน้าที่อย่างแข็งขัน เช่น สภาองค์กรของผู้บริโภค แต่องค์กรเหล่านี้จำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนจากภาคประชาชนในภาคส่วนอื่น กทช. อาจใช้เงินจาก กทปส. เพื่อสร้างการมีส่วนร่วม โดยกระจายเงินทุนไปยังภาคประชาชนในระดับชุมชนที่ทำหน้าที่ในการคุ้มครองผู้บริโภค

1.13 ศึกษากรณีการรวมธุรกิจระหว่างบริษัทโทรคมนาคมในประเทศต่างๆ อย่างน้อย 3 ประเทศ เพื่อเป็นข้อมูลประกอบหรือเปรียบเทียบในมิติการคุ้มครองผู้บริโภคในด้านการกำหนดนโยบายหรือมาตรการเฉพาะว่าเป็นอย่างไร และวิเคราะห์ผลกระทบที่เกิดขึ้นทั้งด้านดีและเสีย

1) การควบรวม T-Mobile และ Sprint แบบมีเงื่อนไข ในสหรัฐอเมริกา

เกิดขึ้นในช่วง 2561 นับเป็นการควบรวมของยักษ์ใหญ่ผู้ให้บริการด้านโทรคมนาคมอันดับ 3 และ 4 ของสหรัฐอเมริกา ด้วยมูลค่าการซื้อขายกว่า 26,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ด้วยแนวคิดของการรวมกันเพื่อเป็นทางรอดที่ดีกว่าของการให้บริการ 5G ที่เกิดขึ้นในช่วงนั้น และคาดว่าจะทำให้ T-Mobile มีความแข็งแกร่งมากกว่าอันดับ 1 และ 2 อย่าง เวอร์ิซอน (Verizon) และเอทีแอนด์ที (AT&T) ที่มียอดผู้ใช้บริการในขณะนั้นกว่า 100 ล้านราย โดยดีลนี้ใช้ระยะเวลาในการพิจารณาจบบจนจบดีลราว 2 ปี และลดทอนจำนวนผู้ให้บริการในสหรัฐอเมริกาจาก 4 รายเหลือเพียง 3 ราย ซึ่งองค์กรกำกับดูแลของสหรัฐอเมริกาได้พิจารณาอนุญาตให้เกิดการควบรวมกิจการระหว่าง T-Mobile และ Sprint ได้ตามคำขอ แต่อยู่ภายใต้เงื่อนไข 2 ประเด็น คือ 1) ต้องขยายโครงข่าย 5G ให้ประชาชนสหรัฐอเมริกาสามารถเข้าถึงได้ อย่างน้อย 97% ภายใน 3 ปี และเพิ่มขึ้น 99% ให้ได้ภายใน 6 ปี โดยในกรอบเวลาดังกล่าว 90% ของประชากรทั้งหมดและผู้อาศัยในพื้นที่ชนบทอย่างน้อย 2 ใน 3 จะต้องสามารถเข้าถึงบริการอินเทอร์เน็ตที่มีความเร็วอย่างน้อย 100 เมกะบิต/วินาที และ 2) T-Mobile ต้องขายธุรกิจโทรคมนาคมบางส่วนให้กับ Dish Network บริษัทผู้ให้บริการทีวีดาวเทียมที่จะเข้ามาสู่ตลาดโทรคมนาคมในอนาคต โดยองค์กรกำกับดูแลคาดหวังว่า Dish จะกลายเป็นผู้ให้บริการรายใหญ่อันดับที่ 4 แทน Sprint เพื่อให้ลดโอกาสที่ T-Mobile ซึ่งกลายเป็นบริษัทยักษ์ใหญ่อาจจะใช้อำนาจเหนือตลาดเอเปรียบผู้บริโภคภายหลังการควบรวม

หาก T-Mobile ไม่สามารถทำตามเงื่อนไขได้ บริษัทอาจต้องพบค่าปรับมูลค่าถึง 2,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หน่วยงานกำกับดูแลที่เกี่ยวข้องในอเมริกา รวมถึงสำนักงานคณะกรรมการกำกับดูแลและกิจการสื่อสาร (Federal Communications Commission: FCC) กระทรวงยุติธรรม ออกมาช่วยคิดมาตรการเยียวยาก่อนที่จะอนุมัติ ไม่ปล่อยให้บริษัททำหน้าทีนี้เอง มาตรการเยียวยาต่อการอนุมัติดีลนี้ ด้วยการให้ ‘ดิช’ (Dish) บริษัทที่เติบโตมาจากทีวีดาวเทียม มาซื้อคลื่นความถี่ย่าน 800 MHz ไปจาก ที-โมเบิล ภายในสามปี หลังการควบรวม ที-โมเบิล กับ สปรีนต รวมถึงให้ดิชซื้อ ‘บูสต์’ (Boost) ธุรกิจบัตรเติมเงินของ ที-โมบายล์ไปดำเนินการ ภายใน 120 วัน หลังการควบรวม และให้สิทธิ ดิช ในการซื้อสถานีฐาน (cell site) และร้านค้าของ สปรีนต ที่ ที-โมบายล์ตัดสินใจว่าจะไม่ใช่แล้วภายหลังการควบรวม

มาตรการเยียวยาเป็นมาตรการเชิงโครงสร้าง ไม่ได้หมายความว่าทุกอย่างจะราบรื่นจนหน่วยงานกำกับดูแลไม่ต้องทำอะไรอีกหลังจากนั้น เพราะการติดตามตรวจสอบว่าบริษัทที่เกี่ยวข้องได้ทำตามมาตรการเยียวยาที่ตัวเองเสนอ (ซึ่งเป็นเงื่อนไขในการอนุมัติให้ควบรวม) จริงๆ หรือไม่ อย่างไร เป็นงานที่ต้องติดตามอย่างสม่ำเสมอ มาตรการเยียวยาที่มีลักษณะ ‘เชิงโครงสร้าง’ เป็น ‘เงื่อนไข’ ก่อนการควบรวม โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมที่มีการกระจุกตัวสูงโดยธรรมชาติ และเป็นสาธารณูปโภคพื้นฐานของประเทศ ในการทำหน้าที่ “ป้องกันมิให้มีการกระทำอันเป็นการผูกขาด หรือก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรมในการแข่งขัน” ตามกฎหมายของ กสทช. และ “ป้องกันการผูกขาดและการค้าที่ไม่เป็นธรรม” ตามกฎหมายของสำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า (กชค.)

2) การควบรวมระหว่าง Idea Cellular และ Vodafone India ในอินเดีย

การควบรวมกิจการระหว่าง Idea Cellular และ Vodafone India เกิดขึ้นประมาณ 2561 ซึ่งนับเป็นการควบรวมกิจการด้านโทรคมนาคมครั้งใหญ่ของอินเดียด้วยมูลค่าการซื้อขายราว 1.4 แสนล้านรูปี (ราว 1,760 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) และทำให้ Vodafone Idea หรือ VI ซึ่งเป็นชื่อใหม่หลังการควบรวมสำเร็จ กลายเป็นผู้ให้บริการที่ใหญ่ที่สุดของอินเดีย ด้วยจำนวนผู้ใช้บริการสูงถึง 408 ล้านรายในขณะนั้น (ข้อมูลปี 2561) ด้วยแนวคิดของการเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญในการสร้างสรรค์ Digital India

โดยการควบรวมกิจการได้รับการอนุมัติจากกรมโทรคมนาคมอินเดีย ในเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2561 และควบรวมกิจการเสร็จสมบูรณ์เมื่อวันที่ 31 สิงหาคม พ.ศ. 2561 ทำให้เกิดนิติบุคคลใหม่จากการควบรวมที่ชื่อว่า Vodafone Idea Limited ภายใต้เงื่อนไขของข้อตกลงที่ว่า Vodafone Group ถือหุ้น 45.2% และกลุ่ม Aditya Birla Group ถือหุ้น 26% ส่วนหุ้นที่เหลือจะเปิดขายเป็นสาธารณะ ซึ่งหลังการควบรวมสำเร็จ Vi ก็สูญเสียสมาชิกผู้ใช้งานเป็นจำนวนมากในเดือนสิงหาคม 2020 จวบจนปัจจุบันมีผู้ใช้บริการเป็นอันดับ 3 ของอินเดีย ระยะเวลาในการพิจารณาการควบรวมนับตั้งแต่เริ่มต้นจวบจนจบตีตรา 1 ปี 5 เดือน และลดทอนจำนวนผู้ให้บริการในอินเดียจาก 5 รายเหลือจำนวน 4 ราย

3. การควบรวมระหว่าง AT&T และ T-Mobile ในสหรัฐอเมริกา ไม่สำเร็จ

เกิดขึ้นปี พ.ศ. 2554 ที่ยักษ์ใหญ่ด้านโทรคมนาคมอย่าง AT&T และ Deutsche Telekom ออกมาประกาศว่ากำลังเจรจาซื้อกิจการ T-Mobile ในสหรัฐอเมริกา ด้วยมูลค่าการซื้อขายกว่า 39,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งหากดีลนี้สำเร็จ AT&T จะกลายมาเป็นผู้ให้บริการรายใหญ่ที่สุดของสหรัฐด้วยจำนวนผู้ใช้บริการรวมกันกว่า 130 ล้านราย และลดจำนวนผู้ให้บริการลงจาก 4 รายเหลือเพียง 3 ราย การควบรวมดังกล่าวต้องผ่านการอนุมัติจาก Federal Communications Commission (FCC) ซึ่งเป็นหน่วยงานของรัฐบาลกลางสหรัฐ เพื่อควบคุมการสื่อสารโทรคมนาคมทุกรูปแบบภายในสหรัฐอเมริกาก่อน ซึ่งจะมีการใช้เวลาพิจารณาไม่เกิน 12 เดือน และปลายปี 2554 ผลของการพิจารณาก็ออกมาว่า “ไม่อนุมัติ” ทำให้ AT&T ต้องจ่ายเงินให้ T-Mobile เป็นจำนวน \$39 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพื่อชดเชยการสูญเสียโอกาสในการทำธุรกิจตลอด 9 เดือนที่ผ่านมา

4) การควบรวมระหว่าง 3 Three และ O2 ในประเทศอังกฤษ ไม่สำเร็จ

เกิดขึ้นประมาณ ปี พ.ศ. 2558 ด้วยการประกาศอย่างเป็นทางการของ Telefonica ว่า Hutchison Whampoa บริษัทแม่ของเครือข่าย 3 Three ได้บรรลุข้อตกลงในการซื้อกิจการเครือข่าย O2 จากบริษัท ด้วยมูลค่าสูงถึง 10,250 ล้านปอนด์ (หรือประมาณ 15,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) เป็นที่เรียบร้อยแล้ว ซึ่งจะทำให้จำนวนผู้ให้บริการของประเทศอังกฤษเหลือเพียง 3 ราย คือ Vodafone, EE (Everything Everywhere) และ 3 Three (ซึ่งควบรวมกับ O2) และยังทำให้ 3 Three กลายเป็นผู้ให้บริการที่มีจำนวนผู้ใช้บริการมากที่สุดในประเทศไปโดยปริยาย และหลังจากนั้นก็มีการปรับสถานะหุ้น O2 เป็น “รอขาย” (held for sell) เพื่อรอจนกว่าทางการของสหราชอาณาจักรจะอนุมัติการเข้าซื้อกิจการนี้อย่างเป็นทางการ ช่วงเดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2559 คณะกรรมาธิการยุโรป “ไม่อนุมัติ” ภายใต้กฎระเบียบการควบรวมกิจการของสหภาพยุโรป ด้วยความกังวลเป็นอย่างมากว่า ลูกคามี้อถือในสหราชอาณาจักรจะมีทางเลือกน้อยลงในการใช้บริการและจะต้องจ่ายราคาค่าบริการที่สูงขึ้น อันเป็นผลมาจากการควบรวมกิจการและข้อตกลงดังกล่าวอาจจะเป็นอันตรายต่อการพัฒนานวัตกรรมโทรศัพท์มือถือใน

อนาคต โดยการพิจารณามีขึ้นหลังจากการสอบสวนเชิงลึกของคณะกรรมการต่อต้านการผูกขาดทางการค้าของสหภาพยุโรป จนกลายเป็นผลของการ “ไม่อนุมัติ” ภายใต้ข้อกัก 3 ข้อดังต่อไปนี้ที่ 3 Three ไม่สามารถยื่นเงื่อนไขให้คลายความกังวลลงได้ ได้แก่ 1) จำนวนผู้แข่งขันที่น้อยลงจะทำให้ราคาสูงขึ้นและลดทางเลือกและหรือคุณภาพสำหรับผู้บริโภค 2) การควบรวมอาจจะขัดขวางการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางด้านโทรคมนาคมในอนาคต 3) จำนวนผู้ให้บริการหลักลดลง ส่งผลให้ผู้ให้บริการแบบไม่มีเครือข่าย (MVNO) อ่อนแอลงตาม ซึ่งการพิจารณาดังกล่าวใช้ระยะเวลาราว 8 เดือน

5) การควบรวมระหว่าง Rogers และ Shaw ในประเทศแคนาดา ยังไม่อนุมัติควบรวม

เริ่มต้นขึ้นเมื่อช่วงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2564 ที่ผ่านมา Rogers ซึ่งเป็นผู้ให้บริการมือถืออันดับ 1 ของประเทศแคนาดาได้ประกาศความสนใจที่จะซื้อกิจการ Shaw ซึ่งเป็นผู้ให้บริการอันดับ 4 ด้วยมูลค่า 2.6 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐ ซึ่งการเข้าสู่เส้นทางผู้ให้บริการมือถืออันดับ 4 ของ Shaw นั้นมีความน่าสนใจตรงที่ Shaw ได้สร้างความสั่นคลอนให้กับผู้ให้บริการ 3 รายเดิม ทำให้เกิดการแข่งขันทางด้านราคาเป็นอย่างมาก ด้วยรูปแบบการทำแคมเปญทางการตลาดที่ทำให้แพคเกจมือถือมีราคาถูกลง และเงื่อนไขของการซื้อมือถือแบบไม่ติดสัญญา ก็ทำให้สัดส่วนผู้ใช้บริการของ Shaw เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว

สำนักงานคณะกรรมการว่าด้วยการแข่งขันทางการค้าประเทศแคนาดา (Competition Bureau) ได้ยื่นฟ้องต่อคณะตุลาการการแข่งขันทางการค้า (Competition Tribunal) เพื่อขอให้คณะตุลาการฯ มีคำสั่งห้ามการควบรวมกิจการของผู้ให้บริการโทรคมนาคมในประเทศ ระหว่าง Rogers และ Shaw แม้ว่าจะได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการสิทธิโทรทัศน์และโทรคมนาคมของแคนาดาแล้วก็ตาม โดยคณะกรรมการว่าด้วยการแข่งขันทางการค้าประเทศแคนาดาได้ยื่นขอให้คณะตุลาการฯ มีคำสั่งคุ้มครองชั่วคราว มิให้ Rogers และ Shaw ควบรวมกิจการเสร็จสมบูรณ์ (Closing) จนกว่าคณะตุลาการจะมีคำสั่งเป็นอย่างอื่น ด้วยเหตุผลที่ว่า การควบรวมจะทำให้การแข่งขันอ่อนแอลง ส่งผลให้ผู้บริโภคต้องจ่ายแพงขึ้น มีตัวเลือกน้อยลงและได้คุณภาพลดลง ทั้งนี้ขณะที่ยังไม่มี การอนุมัติการควบรวมกิจการดังกล่าว คณะกรรมการได้ตรวจพบว่า Shaw ได้ชะลอการขยายเสาสัญญาณ และลดความรุนแรงของแคมเปญทางการตลาดลง

6) การควบรวมโทรคมฯ ในประเทศออสเตรเลีย กรณี ฮัทชีสัน 3G กับ ออเรนจ์

ประมาณปี พ.ศ. 2012 ฮัทชีสัน 3G (H3G) จากฮ่องกง มีความต้องการซื้อกิจการโทรศัพท์มือถือของ ออเรนจ์ (Orange) ซึ่งถ้าทำสำเร็จ จะทำให้ผู้เล่นในตลาดเหลือเพียง 3 จากเดิม 4 ราย โดยที่ ออเรนจ์ จะไม่มีตัวตนอีกต่อไป ธุรกิจจะถูกควบรวมไว้ใน H3G โดยภายหลังการควบรวม จะมีส่วนแบ่งตลาดเป็นอันดับสาม (24%) รองจาก เอวัน (40%) และ ที-โมเบิล (31%) ซึ่งต้องขออนุญาตจากสำนักงานแข่งขันทางการค้าของออสเตรเลีย และขออนุญาตจากคณะกรรมการยุโรป (European Commission) ด้วย เพราะเป็นกิจการขนาดใหญ่และอาจส่งผลกระทบต่อการแข่งขัน อย่างไรก็ตามคณะกรรมการยุโรปกังวลว่า การที่จำนวนผู้เล่นในตลาดลดลงจาก 4 เหลือ 3 จะส่งผลให้การแข่งขันลดลง ราคาค่าบริการจะสูงขึ้น ผู้บริโภคเสียประโยชน์ ดังนั้น H3G จึงต้องเสนอ 'มาตรการเยียวยา' ให้คณะกรรมการพอใจ ก่อนที่คดีนี้จะผ่านการอนุมัติ

H3G เสนอมาตรการเยียวยา 1) บริษัทจะขายคลื่นความถี่บางย่านไปให้กับผู้เล่นรายใหม่ในตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ และ 2) สำนักงานกำกับกิจการโทรคมนาคมของออสเตรเลียเก็บคลื่นบางย่านเพิ่มเติมให้กับ

ผู้ประกอบการรายใหม่รายเดียวกัน ในการประมูลคลื่นปี 2013 รวมถึงจะมอบเงื่อนไขพิเศษในการซื้อที่ดินสำหรับการสร้างโครงข่าย ทั้งหมดนี้เพื่อสร้างหลักประกันว่า ผู้เล่นรายใหม่จะสามารถสร้างเครือข่ายสำหรับการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในออสเตรเลีย นอกจากนี้ H3G ยังให้คำสัญญาว่า จะเปิดให้ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบโครงข่ายเสมือน (Mobile Virtual Network Operator [MVNO]) ไม่เกิน 16 ราย เข้าใช้ 30% ของโครงข่ายของตัวเอง ในการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ตลอดระยะเวลา 10 ปีข้างหน้า การเปิดให้เข้าโครงข่ายนี้จะช่วยให้บริษัทต่างๆ ที่ไม่มีโครงข่ายของตัวเอง สามารถเข้ามาแข่งขันกันให้บริการกับผู้บริโภคในประเทศ ภายหลังจากที่ตัดสินเสร็จสิ้นลง ผลการศึกษาราคาค่าบริการในตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ออสเตรเลีย พบว่า การรวมธุรกิจนี้ส่งผลให้ราคาค่าบริการสูงขึ้นระหว่างปี 2013 และ 2014 ก่อนที่มาตรการเยียวยา (นั่นคือ การเข้ามาเช่าโครงข่ายของ MVNO และผู้เล่นรายใหม่) จะเกิดผล

7) การควบรวมระหว่าง TPG telecom และ Vodafone ในประเทศออสเตรเลีย

ได้เกิดขึ้นเดือนสิงหาคม 2561 โดย TPG telecom ได้ตัดสินใจที่จะควบรวมกิจการกับ Vodafone ในออสเตรเลีย แต่ได้รับการเตือนจากหน่วยงานกำกับดูแลด้านการแข่งขันของออสเตรเลีย ว่าการควบรวมดังกล่าวอาจจะส่งผลกระทบต่อการแข่งขันเนื่องจากจำนวนผู้ให้บริการที่ลดลงจาก 4 ราย จะเหลือเพียง 3 ราย ซึ่งทำให้การควบรวมดังกล่าวหยุดชะงักลง จวบจนมีผลของการพิจารณาจากหน่วยงานกำกับดูแลด้านการแข่งขันออสเตรเลีย หลังใช้ระยะเวลาราว 9 เดือน ออกมาว่า “ไม่อนุมัติการควบรวม” แต่ TPG telecom ไม่ได้ยุติความพยายาม โดยได้ยื่นคัดค้านต่อศาลออสเตรเลีย ซึ่งใช้เวลาสอบสวนอีกราว 9 เดือน จนได้รับการตัดสินว่าสนับสนุนให้สามารถควบรวมกิจการมูลค่า 1.5 หมื่นล้านดอลลาร์ออสเตรเลีย (10.1 พันล้านเหรียญสหรัฐ) ระหว่าง TPG Telecom และ Vodafone ได้ แม้ว่าจะมีการต่อต้านจากหน่วยงานกำกับดูแลการแข่งขันของประเทศออสเตรเลียก็ตาม

จากการทบทวนการควบรวมกรณีต่าง ๆ ในต่างประเทศ สามารถสรุปเป็นตารางได้ ดังนี้

ตารางที่ 72 สรุปผลการควบรวมธุรกิจโทรคมนาคมกรณีต่างประเทศ

การควบรวม	ผลลัพธ์
1. การควบรวม T-Mobile และ Sprint (แบบมีเงื่อนไข) ในสหรัฐอเมริกา	องค์กรกำกับดูแลของสหรัฐอเมริกาได้อนุญาตให้มีการควบรวมกิจการ โดยอยู่ภายใต้เงื่อนไข ดังนี้ - ต้องขยายโครงข่าย 5G ให้ประชาชนสหรัฐอเมริกาเข้าถึงได้อย่างน้อย 97% ภายใน 3 ปี และเข้าถึงบริการ Internet ที่มีความเร็วอย่างน้อย 100 เมกะบิต/วินาที หากทำไม่ได้ ต้องจ่ายค่าปรับมูลค่า 2,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ - ต้องขยายธุรกิจบางส่วนให้กับ Dish Network บริษัททีวีดาวเทียมที่จะเข้ามาสู่ตลาดโทรคมนาคมเพิ่มการแข่งขัน ลดการผูกขาดและหวังให้ Dish เป็นผู้เล่นเบอร์ 4 ในตลาดแทน
2. การควบรวมระหว่าง Idea Cellular และ Vodafone India ในอินเดีย	กรมโทรคมนาคมอินเดียอนุมัติการควบรวมกิจการ ทำให้เกิดนิติบุคคลใหม่จากการควบรวมที่มีชื่อว่า “Vodafone Idea Limited” ภายใต้เงื่อนไขที่ว่า Vodafone Group ถือหุ้น 45.2% และกลุ่ม Aditya Birla

การควบรวม	ผลลัพธ์
	Group ถือหุ้น 26% ซึ่งปัจจุบันเป็นผู้ให้บริการเครือข่ายมือถืออันดับ 3 ของอินเดีย และสามารถถดถอนจำนวนผู้ให้บริการในอินเดียจาก 5 ราย เหลือจำนวน 4 ราย
3. การควบรวมระหว่าง AT&T และ T-Mobile ในสหรัฐอเมริกา (ไม่สำเร็จ)	คณะกรรมการกลางกำกับดูแลกิจการสื่อสารของสหรัฐอเมริกา ระงับการควบรวม เพราะมองว่าหากการควบรวมครั้งนี้สำเร็จจะทำให้ผู้บริโภคเสียประโยชน์จากการแข่งขันที่ลดลงของธุรกิจโทรคมนาคม และอาจส่งผลให้ “ค่าบริการมีราคาสูง คุณภาพบริการต่ำลง” รวมไปถึงการพัฒนาของเทคโนโลยีลดลง ทำให้ AT&T ต้องจ่ายเงินให้ T-Mobile เป็นจำนวน \$39 ล้านเหรียญสหรัฐ เพื่อชดเชยการสูญเสียโอกาสในการทำธุรกิจตลอด 9 เดือนที่ผ่านมา
4. การควบรวมระหว่าง 3 Three และ O ₂ ในประเทศอังกฤษ (ไม่สำเร็จ)	คณะกรรมการกิจการยุโรปไม่อนุมัติให้ 3 Three ในการเข้าซื้อกิจการ O ₂ เพราะมองว่าหากการควบรวมนี้เกิดขึ้น จะทำให้เกิดการผูกขาดตลาดมีจำนวน ผู้ให้บริการหลักลดลง คุณภาพบริการ การควบรวมอาจจะขัดขวางการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางด้านโทรคมนาคมในอนาคต การพัฒนาโครงข่ายในประเทศและทางเลือกของผู้บริโภคลดลง ในขณะที่ค่าบริการจะมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น
5. การควบรวมระหว่าง Rogers และ Shaw ในแคนาดา (ยังไม่อนุมัติควบรวม)	สำนักงานคณะกรรมการว่าด้วยการแข่งขันทางการค้าประเทศแคนาดา ได้ยื่นฟ้องต่อคณะตุลาการการแข่งขันทางการค้า เพื่อคัดค้านการควบรวมกิจการ ด้วยเหตุผลที่ว่า การควบรวมจะทำให้การแข่งขันอ่อนแอลง ส่งผลให้ผู้บริโภคต้องจ่ายแพงขึ้น มีตัวเลือกน้อยลง และได้คุณภาพลดลง และมองว่า Rogers มีเจตนาจำกัด Shaw ซึ่งเป็นผู้เก็บบริการต่ำออกจากตลาด กลายเป็นการทำลายการแข่งขันอย่างเสรีในตลาด เปิดช่องให้ผู้บริการรายใหญ่สามารถขึ้นราคาได้ตามที่ต้องการ ดีลนี้จึงถือเป็นภัยต่อการแข่งขันและผู้บริโภคภายในประเทศ
6. การควบรวมโทรคมนาคม ในออสเตรเลีย กรณี 3G กับออเรนจ์	คณะกรรมการกิจการยุโรปอนุมัติให้มีการควบรวม ภายใต้มาตรการเยียวยาผู้บริโภคที่เพียงพอสามารถรักษาหรือเพิ่มระดับการแข่งขัน แต่เมื่อการควบรวมนี้เสร็จสิ้นลงส่งผลให้อัตราค่าบริการสูงขึ้น ก่อนที่มาตรการเยียวยา (การเข้ามาเช่าโครงข่ายของ MVNO และผู้เล่นรายใหม่) จะเกิดผล ดีลนี้จึงถือเป็นภัยต่อการแข่งขัน และผู้บริโภคภายในประเทศ
7. การควบรวมระหว่าง TPG telecom และ Vodafone ในออสเตรเลีย	หน่วยงานกำกับดูแลด้านการแข่งขันของออสเตรเลียไม่อนุมัติการควบรวม เพราะมองว่าส่งผลกระทบต่อการแข่งขันจากจำนวนผู้ให้บริการที่ลดลงจาก 4 รายจะเหลือเพียง 3 ราย แต่ท้ายที่สุดศาลออสเตรเลียสนับสนุนให้สามารถควบรวมกิจการมูลค่า 10.1 พันล้าน

การควบรวบ	ผลลัพธ์
	เหรียญ แม้จะมีการต่อต้านจากหน่วยงานกำกับดูแลด้านการแข่งขันของ ออสเตรเลียก็ตาม

1.14 วิเคราะห์ถึงควมมีประสิทธิภาพ (Efficiency) และประสิทธิผล (Effective) จากการรวมธุรกิจ ที่มีผลต่อการคุ้มครองผู้บริโภค

พิจารณาจากผลการศึกษาในเชิงปริมาณในประเด็นความคิดเห็นและความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อ
 มาตรการหลักการรวมกิจการระหว่าง 3BB และ AWN โดยมีคะแนนเต็ม 5 คะแนน และปรับคะแนนเป็นค่าร้อยละ
 เพื่อให้แปลความหมายได้ง่ายขึ้น ผลการศึกษาพบว่า มีคะแนนร้อยละเห็นด้วยกับมาตรการอยู่ระหว่างร้อยละ
 66.68 ถึง 78.06 โดยมาตรการที่มีคะแนนต่ำสุดคือการกำหนดเพดานราคาอินเทอร์เน็ตบ้าน
 และมาตรการที่มีคะแนนสูงสุดคือการจัดตั้งกองทุนเพื่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานอินเทอร์เน็ตในพื้นที่ห่างไกล และ
 เพื่อประเมินความพึงพอใจต่อมาตรการต่าง ๆ พบว่า มีคะแนนร้อยละอยู่ระหว่าง 68.14 ถึง 76.56
 โดยมาตรการกำหนดเพดานราคาอินเทอร์เน็ตบ้านมีคะแนนต่ำสุดและการจัดตั้งกองทุนเพื่อพัฒนาโครงสร้าง
 พื้นฐานอินเทอร์เน็ตในพื้นที่ห่างไกลมีคะแนนสูงสุด

ที่	มาตรการ	ระดับการเห็นด้วยต่อมาตรการ			ความพึงพอใจต่อมาตรการ		
		mean	S.D.	ร้อยละ	mean	S.D.	ร้อยละ
1	การกำหนดเพดานราคาค่าบริการอินเทอร์เน็ตบ้าน	3.33	1.04	66.68	3.41	1.04	68.14
2	ห้ามขึ้นราคาให้บริการเป็นเวลา 5 ปีหลังการรวมธุรกิจ	3.80	1.00	76.02	3.79	1.00	75.70
3	รักษาคุณภาพการให้บริการเป็นเวลา 5 ปีหลังการรวมธุรกิจ	3.76	1.05	75.24	3.80	1.05	75.92
4	คงรายการส่งเสริมการขาย (Package) ซึ่งมีราคาต่ำที่สุด ที่มีอยู่ก่อนการรวมธุรกิจโดยไม่	3.82	0.95	76.36	3.80	0.95	76.02
5	การกำหนดมาตรฐานคุณภาพบริการขั้นต่ำ (เช่น ความเร็วอินเทอร์เน็ตขั้นต่ำ, เวลาในการแก้ไขปัญหา)	3.72	0.99	74.34	3.69	0.99	73.74
6	แจ้งให้ผู้ใช้บริการทราบถึงการรวมธุรกิจและการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขการให้บริการบาง	3.74	1.01	74.84	3.68	1.01	73.58
7	การบังคับให้รายการส่งเสริมการขายและบริการ (package) แยกระหว่างอินเทอร์เน็ต	3.44	1.05	68.74	3.41	1.05	68.14
8	การกำหนดให้มีส่วนลดพิเศษสำหรับผู้ให้บริการในพื้นที่ที่มีการแข่งขันน้อย	3.73	0.94	74.68	3.72	0.94	74.34
9	การลดขั้นตอนและค่าใช้จ่ายในการย้ายค่าย	3.77	0.99	75.30	3.75	0.99	75.00
10	การกำหนดให้มีการรายงานผลการดำเนินงานและคุณภาพบริการต่อสาธารณะเป็น	3.86	0.96	77.20	3.80	0.96	75.90
11	การจัดตั้งกองทุนเพื่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานอินเทอร์เน็ตในพื้นที่ห่างไกล	3.90	0.97	78.06	3.83	0.97	76.56

รายงานศึกษาเรื่อง "ประเมินการควบรวบธุรกิจระหว่าง AWN และ 3BB: ตลาดอินเทอร์เน็ตบ้านอาจ
 ผูกขาด เพราะการควบรวบในตลาดมือถือ" โดยฉัตร คำแสง และกษิดิ์เดช คำพูน ที่เผยแพร่เมื่อเดือนสิงหาคม
 ที่ผ่านมา ชี้ว่า การควบรวบจะกระทบต่อผู้ใช้อินเทอร์เน็ตบ้านแตกต่างกันตามพื้นที่ ผู้บริโภคอาจต้องจ่ายแพงขึ้น
 ในสัดส่วนดังกล่าวในพื้นที่ที่ทั้งสองรายแข่งขันทับซ้อนกันและมีคู่แข่งน้อย แต่ผู้บริโภคในพื้นที่อื่นจะได้รับ
 ผลกระทบจำกัดหรืออาจไม่ได้รับผลกระทบ ผลการศึกษาชุดนี้ ใช้วิธีคำนวณจากรายงานการรวมธุรกิจและสภาพ
 ตลาดโทรคมนาคม สถิติสภาพตลาดโทรคมนาคม จาก 4 หน่วยงาน ได้แก่ สำนักงาน กสทช. ข้อมูลจากบริษัท
 ,BOL และสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.)

- ผลการศึกษาเรื่อง "ประเมินการควบรวบธุรกิจระหว่าง AWN และ 3BB: ตลาดอินเทอร์เน็ตบ้านอาจ
 ผูกขาด เพราะการควบรวบในตลาดมือถือ" โดยฉัตร คำแสง และกษิดิ์เดช คำพูน ชี้ให้เห็นว่าในพื้นที่ที่มีทั้ง
 อินเทอร์เน็ตประจำที่ของ AWN และ 3BB และมีคู่แข่งในพื้นที่น้อยหรือไม่อยู่เลย ผู้บริโภคอาจต้อง

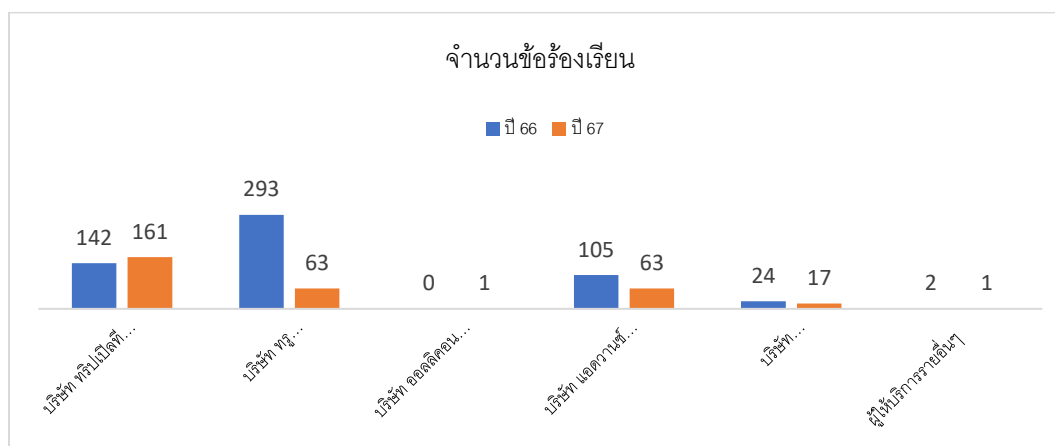
จ่ายค่าบริการอินเทอร์เน็ตบ้านแพงขึ้น 9.5-22.9% เพราะเป็นพื้นที่ที่มีการกระจุกตัวเพิ่มขึ้นรุนแรง ผู้วิจัยพบว่า การกระจุกตัวมีความสัมพันธ์ทางบวกกับค่าบริการ ในกรณีนี้เพิ่มขึ้นราว 31% ผลการศึกษาระบุว่า ราคาที่จ่ายแพงขึ้น อาจเป็นค่าใช้จ่ายจริงที่แพงขึ้น หรือความเร็วอินเทอร์เน็ตที่ปรับลดลง เสถียรภาพที่แย่ลง คุณภาพของการให้บริการหลังการขายที่ต่ำลง หรืออาจเป็นการให้ผลประโยชน์แก่ผู้บริโภคที่น้อยลงในอนาคต

- สำหรับพื้นที่ที่ AWN และ 3BB ไม่ได้มีพื้นที่ให้บริการที่ทับซ้อนกันทั้งหมด งานวิจัยระบุว่า 3BB มีจุดแข็งในพื้นที่ชนบท ส่วน AWN ให้บริการในพื้นที่เมืองเป็นหลัก จึงมีบางพื้นที่ที่การกระจุกตัวเพิ่มขึ้นน้อยหรือไม่เพิ่มเลย เนื่องจากเป็นคนละตลาด หรือในบางพื้นที่ที่มีทั้งสองราย แต่มีคู่แข่งรายที่สามอยู่ในพื้นที่ เช่น หัวเมืองใหญ่ งานวิจัยบอกว่า "ก็สามารถสร้างแรงกดดันทางการแข่งขันที่เพียงพอจนผู้ให้บริการไม่สามารถขึ้นราคาหรือลดคุณภาพของอินเทอร์เน็ตบ้านต่อผู้บริโภคได้"

1.15 วิเคราะห์กลไกการติดตามและประเมินผลการรวมธุรกิจ ว่าภายหลังการรวมธุรกิจแล้วมีเรื่องร้องเรียนว่ามีพฤติกรรมหรือเหตุอันเป็นการผูกขาดหรือลดหรือทำให้มีเงื่อนไข หรือมาตรการที่ควรระวัง ยกเลิกหรือปรับปรุงใหม่ เพื่อให้มีความเหมาะสมยิ่งขึ้น

1.15.1 ขั้ร้องเรียน

เพื่อให้การวิเคราะห์กลไกการติดตามและประเมินผลการรวมธุรกิจมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากน้อยเพียงใด การพิจารณาข้อร้องเรียนต่าง ๆ อาจทำให้เกิดความชัดเจนมากขึ้น



ภาพที่ 29 จำนวนข้อร้องเรียน

ในการตรวจสอบคุณภาพการให้บริการ ได้พิจารณาข้อร้องเรียนไปยัง กสทช.¹⁰ โดยพบว่าสถิติแจ้งเรื่องร้องเรียน ช่วง พ.ศ. 2566 และ พ.ศ. 2567 (ถึงเดือนพฤศจิกายน) ด้านอินเทอร์เน็ตและผู้ให้บริการ 3BB มีแจ้งเรื่องร้องเรียนปี 2566 จำนวน 142 เรื่อง ปี พ.ศ. 2567 จำนวน 161 เรื่อง เพิ่มขึ้นจำนวน 19 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ

¹⁰ https://datacatalog.nbtc.go.th/en/dataset/dataset_12_05/resource/5f7f96f3-332a-4d4a-a9d0-03fd55e6d736

13.38 ในขณะที่ AWN มีแจ้งร้องเรียนปี 2566 จำนวน 105 เรื่อง ปี พ.ศ. 2567 จำนวน 63 เรื่อง ลดลงจำนวน 42 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 40

เรื่องร้องเรียนด้านโทรคมนาคม 3 อันดับแรกของ 3BB คือ 1) ไม่สามารถยกเลิกบริการโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย จำนวน 121 ราย 2) ไม่สามารถใช้งานอินเทอร์เน็ตได้ตามปกติ จำนวน 7 ราย 3) คิดค่าบริการไม่เป็นธรรม ไม่สามารถยกเลิกบริการได้ และไม่สามารถเปลี่ยนโปรโมชั่นได้ อย่างละ 5 ราย และอันดับแรกของ AWN คือ 1) ไม่สามารถยกเลิกบริการโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย จำนวน 34 ราย 2) ไม่สามารถเปลี่ยนโปรโมชั่นได้ อย่างละ 5 ราย และ 3) คิดค่าบริการไม่เป็นธรรม และไม่สามารถใช้งานอินเทอร์เน็ตได้ตามปกติ อย่างละ 4 ราย ปัญหาของทั้งสองบริษัทคือ ไม่สามารถยกเลิกบริการโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย

ทั้งนี้ กสทช. โดย สำนักรับเรื่องร้องเรียนฯ สำนักงาน กสทช. ไม่มีการแยกหมวดการรับเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับปัญหาการรวมธุรกิจออกมาต่างหาก แต่ได้ทำเป็นเรื่องร้องเรียนตามปกติทั่วไป ตามประกาศ กสทช. เรื่อง กระบวนการรับและพิจารณาเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการประกอบกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2559 มาตรา 27 (2) ผู้รับใบอนุญาตต้องจัดทำรายงานสรุปผลการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียนทั้งหมด เป็นหนังสือส่งให้แก่สำนักงาน กสทช. ทุกหกเดือนแต่ กสทช. ไม่มีการเผยแพร่รายงานฉบับดังกล่าว

รายการร้องเรียน	3BB	TRUR	ALLICON	AWN	NT	ไม่ให้บริการย้อน	รวม
กิจการโทรคมนาคม - ร้องเรียน - อินเทอร์เน็ต - การคิดค่าบริการผิดพลาด - คิดค่าบริการผิดพลาด	1	6	0	2	0	0	9
กิจการโทรคมนาคม - ร้องเรียน - อินเทอร์เน็ต - การคิดค่าบริการผิดพลาด - ถูกคิดค่าบริการไม่เป็นธรรม	5	2	0	4	1	0	12
กิจการโทรคมนาคม - ร้องเรียน - อินเทอร์เน็ต - การคิดค่าบริการผิดพลาด - ถูกเรียกเก็บค่าบริการที่ชำระแล้ว หลังจากยกเลิกบริการแล้ว	3	6	0	0	0	0	9
กิจการโทรคมนาคม - ร้องเรียน - อินเทอร์เน็ต - การคิดค่าบริการผิดพลาด - ถูกเรียกเก็บค่าบริการในระหว่างกระบวนการ/สัญญา	2	0	0	2	0	0	4
กิจการโทรคมนาคม - ร้องเรียน - อินเทอร์เน็ต - การคิดค่าบริการผิดพลาด - ถูกเรียกเก็บค่าบริการในระหว่างที่ไม่สามารถให้บริการได้	4	1	0	0	0	0	5
กิจการโทรคมนาคม - ร้องเรียน - อินเทอร์เน็ต - การคิดค่าบริการผิดพลาด - ถูกแอบอ้างเปิดบริการและถูกเรียกเก็บค่าบริการที่ไม่ได้เปิด	0	0	0	1	0	0	1
กิจการโทรคมนาคม - ร้องเรียน - อินเทอร์เน็ต - การยกเลิกบริการ - ไม่สามารถยกเลิกบริการโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย	121	11	0	34	8	0	174
กิจการโทรคมนาคม - ร้องเรียน - อินเทอร์เน็ต - การยกเลิกบริการ - ไม่สามารถยกเลิกบริการได้	5	1	0	1	0	0	7
กิจการโทรคมนาคม - ร้องเรียน - อินเทอร์เน็ต - การให้ข้อมูลไม่ถูกต้อง ไม่ครบถ้วน - ให้ข้อมูลไม่ครบถ้วน	0	1	0	0	0	0	1
กิจการโทรคมนาคม - ร้องเรียน - อินเทอร์เน็ต - คุณภาพสัญญาณ QoS - ความเร็วที่ใช้งานต่ำกว่าที่สัญญาไว้	0	7	0	6	2	1	16
กิจการโทรคมนาคม - ร้องเรียน - อินเทอร์เน็ต - ปัญหาเกี่ยวกับการให้บริการ - การเปลี่ยนเงื่อนไขบริการโดยไม่แจ้งให้ทราบล่วงหน้า ไม่	3	7	0	1	0	0	11
กิจการโทรคมนาคม - ร้องเรียน - อินเทอร์เน็ต - ปัญหาเกี่ยวกับการให้บริการ - การเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขบริการก่อนครบกำหนดสัญญา	1	1	0	0	0	0	2
กิจการโทรคมนาคม - ร้องเรียน - อินเทอร์เน็ต - ปัญหาเกี่ยวกับการให้บริการ - ดำเนินการติดตั้งล่าช้า	0	0	0	1	0	0	1
กิจการโทรคมนาคม - ร้องเรียน - อินเทอร์เน็ต - ปัญหาเกี่ยวกับการให้บริการ - ระยะเวลาการส่งมอบเมื่อติดต่อเจ้าหน้าที่	1	0	0	0	0	0	1
กิจการโทรคมนาคม - ร้องเรียน - อินเทอร์เน็ต - ปัญหาเกี่ยวกับการให้บริการ - ไม่สามารถขอเปลี่ยนแปลงสถานที่การใช้บริการ	1	0	0	0	0	0	1
กิจการโทรคมนาคม - ร้องเรียน - อินเทอร์เน็ต - ปัญหาเกี่ยวกับการให้บริการ - ไม่สามารถเปลี่ยนโปรโมชั่นได้	5	10	0	5	0	0	20
กิจการโทรคมนาคม - ร้องเรียน - อินเทอร์เน็ต - ปัญหาเกี่ยวกับการให้บริการ - ไม่สามารถใช้งานอินเทอร์เน็ตได้ตามปกติ	7	7	1	4	4	0	23
กิจการโทรคมนาคม - ร้องเรียน - อินเทอร์เน็ต - ปัญหาเกี่ยวกับการให้บริการ - ไม่สามารถใช้บริการที่สมัครได้	2	2	0	1	1	0	6
กิจการโทรคมนาคม - ร้องเรียน - อินเทอร์เน็ต - ปัญหาเกี่ยวกับการให้บริการ - ไม่ได้รับความสะดวกในการรับแจ้งค่าบริการ	0	0	0	1	0	0	1
กิจการโทรคมนาคม - ร้องเรียน - โทรศัพท์ประจำที่ - การคิดค่าบริการผิดพลาด - คิดค่าบริการผิดพลาด	0	1	0	0	0	0	1
กิจการโทรคมนาคม - ร้องเรียน - โทรศัพท์ประจำที่ - ปัญหาเกี่ยวกับการให้บริการ - ไม่สามารถใช้งานโทรศัพท์พื้นฐานได้ตามปกติ	0	0	0	0	1	0	1
รวม	161	63	1	63	17	1	306
ร้อยละ	52.61	20.59	0.33	20.59	5.56	0.33	100.00

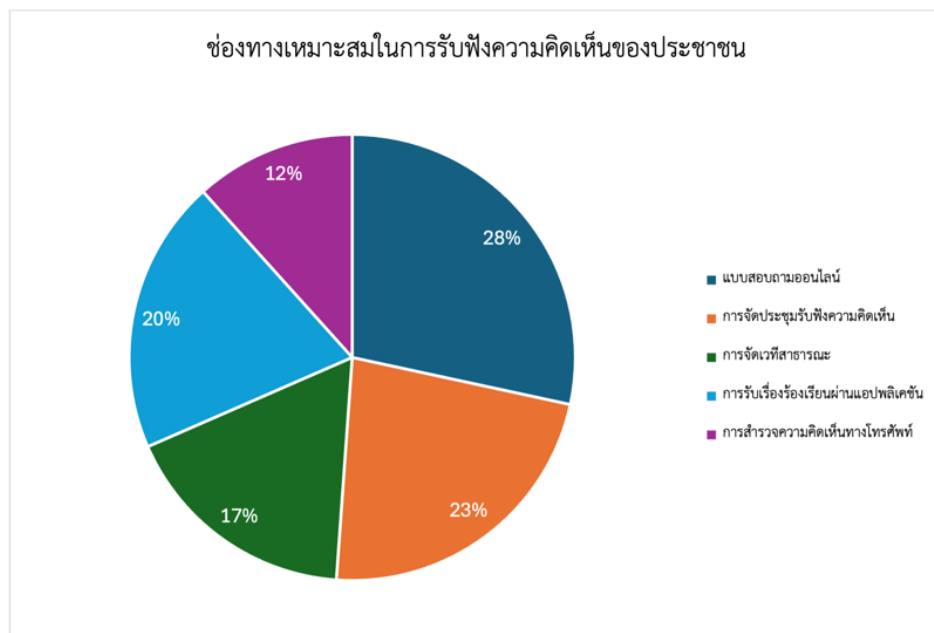
1.15.2 ผลการสำรวจความคิดเห็นและข้อมูลเชิงคุณภาพต่อการติดตามและประเมินหลังการ รวมธุรกิจ

1) ระยะเวลาการติดตาม

ระยะเวลาการติดตาม	จำนวน	ร้อยละ
ควรติดตามตลอดต่อเนื่อง	7	0.28
ต้องติดตามอยู่แล้ว	2	0.08
ทุก 1 ปี	547	21.71
ทุก 2 ปี	104	4.13
ทุก 3 เดือน	740	29.37
ทุก 6 เดือน	1053	41.79
ทุกช่วงเวลาในการผลกระทบของผู้บริโภค	8	0.32
ทุกๆ 1 เดือนเพราะสัญญาณมือถือลดลงตลอด	3	0.12
ไม่มี	56	2.22
รวม	2520	100

พบว่า คนส่วนใหญ่เห็นว่าควรติดตามทุกหกเดือน โดยคิดเป็นร้อยละ 41.79 รองลงไปเป็นติดตามทุก 3 เดือน คิดเป็นร้อยละ 29.37 และ ทุก 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 21.71 ซึ่งในเวทีแสดงความคิดเห็น พบว่า ในมุมมองของผู้บริโภคการติดตามหลังการรวมธุรกิจเป็นสิ่งจำเป็นโดยรอบระยะเวลาการติดตามควรเหมาะสม และคนกำหนดควรเป็น กสทช. ในขณะที่ข้อมูลจากผู้ได้รับใบอนุญาตและจากกลุ่มคนเข้าร่วมการประชุมระดมคลังสมอง (Think Tank) รวมทั้งการสัมภาษณ์เชิงลึกให้ประเด็นว่าการติดตาม ตรวจสอบสามารถดำเนินการได้ แต่การติดตามตรวจสอบที่ถี่เกินไปอาจมีผลกระทบต่อการดำเนินงานของผู้ได้รับใบอนุญาต และเกี่ยวข้องกับต้นทุนในการดำเนินการเพื่อรองรับการติดตาม ซึ่งต้นทุนเหล่านี้อาจมีผลกระทบไปยังผู้บริโภค

2) ช่องทางเหมาะสมในการรับฟังความคิดเห็นของประชาชน



ภาพที่ 30 ช่องทางเหมาะสมในการรับฟังความคิดเห็นของประชาชน

ช่องทางที่เหมาะสมในการรับฟังความคิดเห็นมากที่สุดคือแบบสอบถามออนไลน์ (ร้อยละ 28) รองลงไปเป็นการจัดรับฟังความคิดเห็น (ร้อยละ 23) อันดับสาม ได้แก่ การจัดเวทีสาธารณะ (ร้อยละ 17) อย่างไรก็ตาม หากต้องการครอบคลุมคนทุกกลุ่มควรมีการจัดให้มีการรับฟังความคิดเห็นเพื่อติดตามและประเมินผลการรวมธุรกิจที่หลากหลายช่องทาง เนื่องจากบางคนอาจสะดวกหลายช่องทาง แต่บางคนอาจสะดวกเพียงช่องทางใดช่องทางหนึ่งเท่านั้น ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 73 ช่องทางที่เหมาะสมในการรับฟังความคิดเห็นของประชาชน

ช่องทางใดเหมาะสมที่สุดในการรับฟังความคิดเห็นของประชาชน	จำนวน	ร้อยละ
การจัดการประชุมรับฟังความคิดเห็น	159	6.31
การจัดประชุมรับฟังความคิดเห็น, การจัดเวทีสาธารณะ	150	5.95
การจัดประชุมรับฟังความคิดเห็น, การรับเรื่องร้องเรียนผ่านแอปพลิเคชัน	74	2.94
การจัดประชุมรับฟังความคิดเห็น, การรับเรื่องร้องเรียนผ่านแอปพลิเคชัน, การจัดเวทีสาธารณะ	73	2.90
การจัดประชุมรับฟังความคิดเห็น, การสำรวจความคิดเห็นทางโทรศัพท์	18	0.71
การจัดประชุมรับฟังความคิดเห็น, การสำรวจความคิดเห็นทางโทรศัพท์, การจัดเวทีสาธารณะ	38	1.51
การจัดประชุมรับฟังความคิดเห็น, การสำรวจความคิดเห็นทางโทรศัพท์, การรับเรื่องร้องเรียนผ่านแอปพลิเคชัน	32	1.27
การจัดประชุมรับฟังความคิดเห็น, การสำรวจความคิดเห็นทางโทรศัพท์, การรับเรื่องร้องเรียนผ่านแอปพลิเคชัน, การจัดเวทีสาธารณะ	18	0.71
การจัดเวทีสาธารณะ	50	1.98
การจัดเวทีสาธารณะ,	2	0.08
การจัดเวทีสาธารณะ, การสนับสนุนกลุ่มองค์กรของผู้บริโภค	2	0.08
การรับเรื่องร้องเรียนผ่านแอปพลิเคชัน	109	4.33
การรับเรื่องร้องเรียนผ่านแอปพลิเคชัน,	1	0.04
การรับเรื่องร้องเรียนผ่านแอปพลิเคชัน, การจัดเวทีสาธารณะ	22	0.87
การสำรวจความคิดเห็นทางโทรศัพท์	67	2.66
การสำรวจความคิดเห็นทางโทรศัพท์, การจัดเวทีสาธารณะ	2	0.08
การสำรวจความคิดเห็นทางโทรศัพท์, การรับเรื่องร้องเรียนผ่านแอปพลิเคชัน	27	1.07
แบบสอบถามออนไลน์	422	16.75
แบบสอบถามออนไลน์,	3	0.12
แบบสอบถามออนไลน์, การจัดประชุมรับฟังความคิดเห็น	121	4.80
แบบสอบถามออนไลน์, การจัดประชุมรับฟังความคิดเห็น, การจัดเวทีสาธารณะ	95	3.77
แบบสอบถามออนไลน์, การจัดประชุมรับฟังความคิดเห็น, การรับเรื่องร้องเรียนผ่านแอปพลิเคชัน	88	3.49
แบบสอบถามออนไลน์, การจัดประชุมรับฟังความคิดเห็น, การรับเรื่องร้องเรียนผ่านแอปพลิเคชัน, การจัดเวทีสาธารณะ	123	4.88
แบบสอบถามออนไลน์, การจัดประชุมรับฟังความคิดเห็น, การรับเรื่องร้องเรียนผ่านแอปพลิเคชัน, การจัดเวทีสาธารณะ, การร้องเรียนผ่านศูนย์บริการต่างๆ	3	0.12
แบบสอบถามออนไลน์, การจัดประชุมรับฟังความคิดเห็น, การสำรวจความคิดเห็นทางโทรศัพท์	53	2.10
แบบสอบถามออนไลน์, การจัดประชุมรับฟังความคิดเห็น, การสำรวจความคิดเห็นทางโทรศัพท์, การจัดเวทีสาธารณะ	25	0.99
แบบสอบถามออนไลน์, การจัดประชุมรับฟังความคิดเห็น, การสำรวจความคิดเห็นทางโทรศัพท์, การรับเรื่องร้องเรียนผ่านแอปพลิเคชัน	39	1.55
แบบสอบถามออนไลน์, การจัดประชุมรับฟังความคิดเห็น, การสำรวจความคิดเห็นทางโทรศัพท์, การรับเรื่องร้องเรียนผ่านแอปพลิเคชัน, การจัดเวทีสาธารณะ	198	7.86
แบบสอบถามออนไลน์, การจัดเวทีสาธารณะ	50	1.98
แบบสอบถามออนไลน์, การรับเรื่องร้องเรียนผ่านแอปพลิเคชัน	169	6.71
แบบสอบถามออนไลน์, การรับเรื่องร้องเรียนผ่านแอปพลิเคชัน, การจัดเวทีสาธารณะ	89	3.53
แบบสอบถามออนไลน์, การสำรวจความคิดเห็นทางโทรศัพท์	44	1.75
แบบสอบถามออนไลน์, การสำรวจความคิดเห็นทางโทรศัพท์, การจัดเวทีสาธารณะ	31	1.23
แบบสอบถามออนไลน์, การสำรวจความคิดเห็นทางโทรศัพท์, การรับเรื่องร้องเรียนผ่านแอปพลิเคชัน	54	2.14
แบบสอบถามออนไลน์, การสำรวจความคิดเห็นทางโทรศัพท์, การรับเรื่องร้องเรียนผ่านแอปพลิเคชัน, การจัดเวทีสาธารณะ	24	0.95
ไม่มี	45	1.79
รวม	2520	100.00

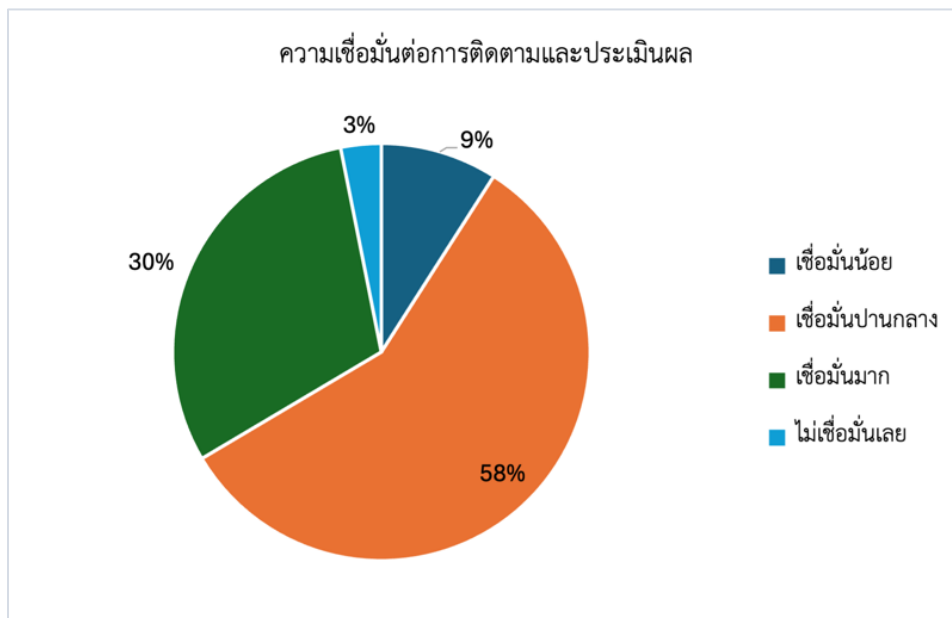
3) หน่วยงานรับผิดชอบติดตามและประเมินผลหลังรวมธุรกิจ

ในความคิดเห็นของประชาชนหน่วยงานที่ต้องรับผิดชอบหลักควรเป็น กสทช. โดยร่วมกับหน่วยงานอื่น ๆ เช่น สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม องค์กรอิสระด้านผู้บริโภคและสถาบันการศึกษา

ตารางที่ 74 หน่วยงานรับผิดชอบติดตามและประเมินผลหลังรวมธุรกิจ

หน่วยงานใดควรเป็นผู้รับผิดชอบหลักในการติดตามและประเมินผล		
หน่วยงาน	จำนวน	ร้อยละ
กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม	55	2.18
กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, สถาบันการศึกษา	10	0.40
กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, องค์การอิสระด้านผู้บริโภค	14	0.56
กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, องค์การอิสระด้านผู้บริโภค, สถาบันการศึกษา	4	0.16
กสทช.	461	18.29
กสทช., กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม	74	2.94
กสทช., กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, สถาบันการศึกษา	5	0.20
กสทช., กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, องค์การอิสระด้านผู้บริโภค	37	1.47
กสทช., กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, องค์การอิสระด้านผู้บริโภค, สถาบันการศึกษา	11	0.44
กสทช., กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, องค์การอิสระด้านผู้บริโภค, สถาบันการศึกษา, บริษัทเจ้าของเครือข่าย	10	0.40
กสทช., สถาบันการศึกษา	48	1.91
กสทช., สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค	226	8.97
กสทช., สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค, กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม	260	10.32
กสทช., สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค, กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, สถาบันการศึกษา	20	0.79
กสทช., สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค, กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, องค์การอิสระด้านผู้บริโภค	183	7.26
กสทช., สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค, กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, องค์การอิสระด้านผู้บริโภค, สถาบันการศึกษา	283	11.23
กสทช., สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค, กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, องค์การอิสระด้านผู้บริโภค, สถาบันการศึกษา, ประชาชนหรือผู้บริโภคทั่วไป	3	0.12
กสทช., สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค, กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, องค์การอิสระด้านผู้บริโภค, สถาบันการศึกษา, สื่อฯ	3	0.12
กสทช., สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค, กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, องค์การอิสระด้านผู้บริโภค, สถาบันการศึกษา, หน่วยงานรัฐอื่นๆ เช่น ผู้ให้บริการ	3	0.12
กสทช., สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค, กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, องค์การอิสระด้านผู้บริโภค, สถาบันการศึกษา, องค์การสื่อมวลชน	2	0.08
กสทช., สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค, สถาบันการศึกษา	16	0.64
กสทช., สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค, องค์การอิสระด้านผู้บริโภค	129	5.12
กสทช., สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค, องค์การอิสระด้านผู้บริโภค, สถาบันการศึกษา	8	0.32
กสทช., องค์การอิสระด้านผู้บริโภค	64	2.54
กสทช., องค์การอิสระด้านผู้บริโภค, ประชาชนที่เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	9	0.36
กสทช., องค์การอิสระด้านผู้บริโภค, สถาบันการศึกษา	7	0.28
สถาบันการศึกษา	44	1.75
สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค	216	8.57
สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค,	1	0.04
สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค, กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม	79	3.14
สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค, กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, สถาบันการศึกษา	9	0.36
สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค, กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, องค์การอิสระด้านผู้บริโภค	21	0.83
สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค, สถาบันการศึกษา	17	0.68
สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค, องค์การอิสระด้านผู้บริโภค	34	1.35
องค์การอิสระด้านผู้บริโภค	89	3.53
องค์การอิสระด้านผู้บริโภค, สถาบันการศึกษา	5	0.20
องค์การอิสระด้านผู้บริโภค, สมาองค์กรของผู้บริโภค และมูลนิธิเพื่อผู้บริโภค	9	0.36
ไม่ทราบ	47	1.87
ไม่รู้	1	0.04
ไม่แน่ใจ	3	0.12
รวม	2520	100

4) ความเชื่อมั่นต่อการติดตามและประเมินผลจะนำไปสู่การคุ้มครองผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ

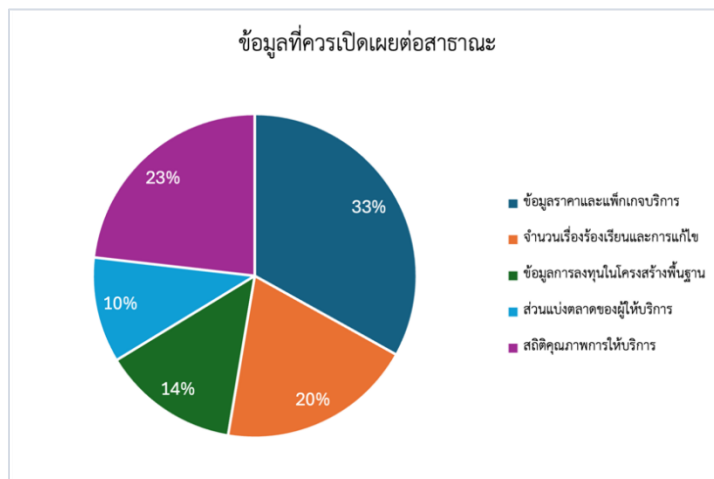


ภาพที่ 31 ความเชื่อมั่นต่อการติดตามและประเมินผล

ผลการสำรวจความเชื่อมั่นต่อการติดตามและประเมินผลจะนำไปสู่การคุ้มครองผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ พบว่า ส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นในระดับปานกลาง คิดร้อยละ 58 คิดเป็นรองลงไปเป็นเชื่อมั่นมาก ร้อยละ 30 ส่วนเชื่อมั่นน้อยและไม่เชื่อมั่นคิดเป็นร้อยละ 11 สถานการณ์เช่นนี้ จำเป็นต้องเร่งสร้างความเชื่อมั่นให้กับประชาชนมากขึ้น ซึ่งสามารถดำเนินการได้โดยการดำเนินการตามมาตรการต่าง ๆ อย่างจริงจัง ตลอดจนการแก้ปัญหาข้อร้องเรียนด้วยความรวดเร็วและเป็นธรรม และเผยแพร่ให้สาธารณะได้รับทราบ

ส่วนกลุ่มที่ไม่มีความเชื่อมั่นจากข้อมูลในการจัดเวที พบว่า มาจาก 4 สาเหตุหลัก ได้แก่ 1) การขาดการมีส่วนร่วมของประชาชน 2) ขาดความโปร่งใสในกระบวนการ 3) ไม่มีการบังคับใช้มาตรการอย่างจริงจัง และ 4) ผู้ประกอบการมีอิทธิพลเหนือหน่วยงานกำกับดูแล

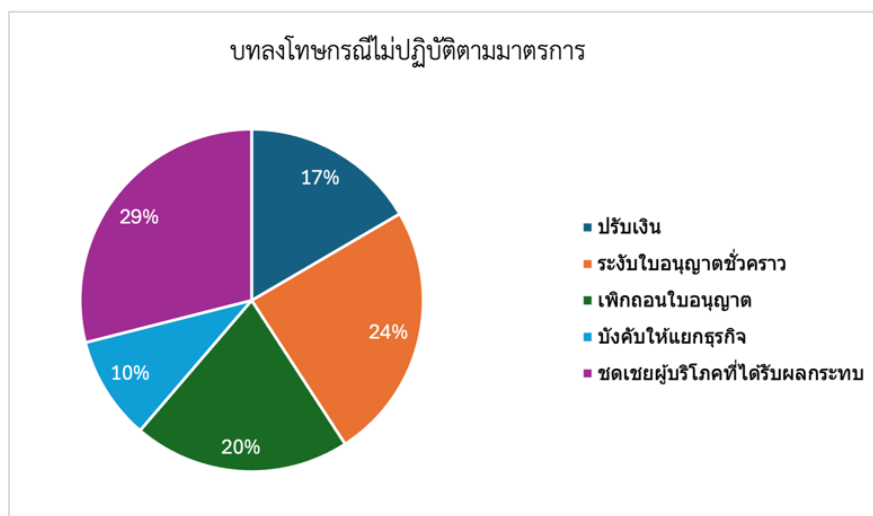
5) ข้อมูลที่ควรเปิดเผยต่อสาธารณะเพื่อให้การติดตามและประเมินผลมีประสิทธิภาพ



ภาพที่ 32 ข้อมูลที่ควรเปิดเผยต่อสาธารณะเพื่อให้การติดตามและประเมินผลมีประสิทธิภาพ

ข้อมูลที่ควรเปิดเผยพบว่าเป็นเรื่องใกล้ตัวของผู้บริโภคเป็นเรื่องสำคัญ โดยควรเปิดเผยข้อมูลราคาและแพ็คเกจการบริการเป็นสิ่งที่ควรเปิดเผยมากที่สุด ร้อยละ 36 รองลงมาเป็นสถิติคุณภาพการให้บริการ ร้อยละ 23 และจำนวนเรื่องร้องเรียนและการแก้ไข ร้อยละ 20

6) บทลงโทษอย่างไรหากพบว่าผู้ประกอบการไม่ปฏิบัติตามเงื่อนไขหรือมาตรการที่กำหนด

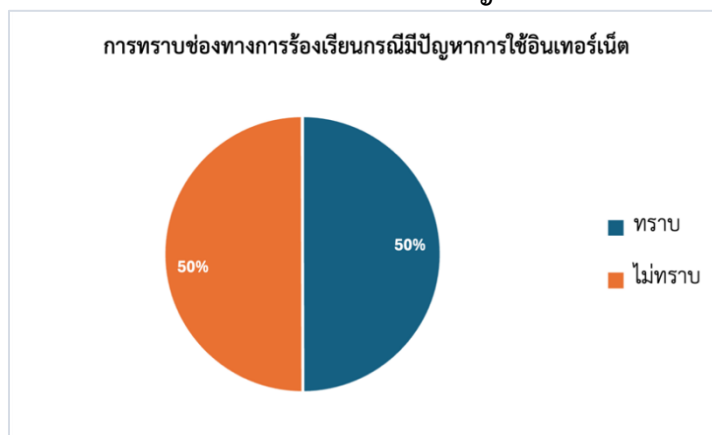


ภาพที่ 33 บทลงโทษกรณีไม่ปฏิบัติตามมาตรการ

กรณีผู้ประกอบการไม่ปฏิบัติตามเงื่อนไขหรือมาตรการที่กำหนดผู้บริโภคเห็นว่าบทลงโทษหรือมาตรการสำคัญที่เลือกมากที่สุดคือขดเชยผู้บริโภคที่ได้รับผลกระทบ คิดเป็นร้อยละ 29 รองลงไปเป็นการระงับ

ใบอนุญาตชั่วคราว คิดเป็นร้อยละ 24 และ เพิกถอนใบอนุญาต คิดเป็นร้อยละ 24 ซึ่งในประเด็นการชดเชย ผู้บริโภคที่ได้รับผลกระทบนั้น สอดคล้องกับความต้องการกับการจัดประชุมรับฟังความคิดเห็น ซึ่งผู้บริโภคได้ยกสถานการณ์ต่าง ๆ เช่น กรณีน้ำท่วมในพื้นที่ภาคเหนือ ไม่สามารถใช้สัญญาณอินเทอร์เน็ตบ้านเป็นเวลาหลายวัน แต่ผู้บริโภคยังต้องจ่ายในราคาปกติ แม้จะมีการจ่ายคืนในบางส่วนจะจ่ายในลักษณะของการชดเชยด้วยการหักในเดือนถัดไป และไม่สามารถตรวจสอบได้อย่างตรงไปตรงมา ผู้บริโภคเห็นว่า ไม่เป็นธรรม อย่างไรก็ตาม ประเด็นดังกล่าวเป็นประเด็นปัญหาทั่วไป ไม่ใช่ผลอันเนื่องมาจากการรวบรวมแต่ประเด็นเหล่านี้ เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค

7) การทราบช่องทางการเรียนเรียนเมื่อมีปัญหาการใช้อินเทอร์เน็ต



ภาพที่ 34 การทราบช่องทางการร้องเรียนกรณีมีปัญหาการใช้อินเทอร์เน็ต

จากการศึกษาโดยการสำรวจด้วยแบบสอบถามพบว่า ผู้ให้ข้อมูลครึ่งต่อครึ่งไม่ทราบช่องทางการร้องเรียน และในข้อมูลจากการรับฟังความคิดเห็นพบว่าคนที่ทราบช่องทางการร้องเรียนส่วนใหญ่จะร้องเรียนหรือแจ้งไปยังผู้ได้รับใบอนุญาตผ่านศูนย์บริการของบริษัท (call center) แต่จะมีน้อยมาก ซึ่งไม่เกินร้อยละ 10 ของแต่ละเวทีที่ทราบว่าสามารถร้องเรียนไปยัง กสทช. ด้วยหมายเลข 1200 ซึ่งเป็นปัญหาหนึ่งที่ทำให้กลไกการติดตาม และประเมินผลขาดประสิทธิภาพ

1.15.3 วิเคราะห์กลไกในการติดตามและประเมินผลการรวมธุรกิจ ว่าภายหลังการรวมธุรกิจ แล้วมีเรื่องร้องเรียนว่ามีพฤติกรรมหรือเหตุอันเป็นการผูกขาดหรือลดหรือทำให้มีเงื่อนไข หรือมาตรการที่ควรระวัง ยกเลิกหรือปรับปรุงใหม่

ประเด็นนี้เกี่ยวข้องกับมาตรการ (2.2) ภายหลังการรวมธุรกิจ หาก กสทช. พิจารณาหรือได้รับการร้องเรียนว่ามีการกระทำ พฤติกรรม หรือเหตุอันเป็นการผูกขาด หรือลด หรือจำกัดการแข่งขันในการให้บริการกิจการโทรคมนาคมมีการเปลี่ยนแปลงในสาระสำคัญทำให้เงื่อนไขหรือมาตรการเฉพาะไม่เหมาะสมหรือไม่มีประสิทธิภาพ กสทช. อาจจะรับ ยกเลิก เพิ่มเติม หรือปรับปรุงเงื่อนไขหรือมาตรการเฉพาะใหม่ก็ได้ตามความเหมาะสมและความจำเป็น ทั้งสองมาตรการเป็นไปในลักษณะคุ้มครองผู้บริโภค มาตรการ (2.2) เป็นบทลงโทษซึ่งสามารถดำเนินการได้ตาม เรื่อง แนวทางการกำกับดูแลอัตราค่าบริการในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ที่ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่ม 132 ตอนพิเศษ 248 ง หน้า 24 วันที่ 10 ตุลาคม 2558 อย่างไรก็ตาม

จากการรวบรวมข้อมูลทั้งข้อเท็จจริง (เว็บไซต์ของ กสทช.) การรับฟังความคิดเห็น และการสำรวจจากแบบสอบถาม พบว่า ผู้ได้รับใบอนุญาตยังไม่มีพฤติกรรมหรือเหตุอันเป็นการผูกขาดหรือลดหรือทำให้มีเงื่อนไข แต่การตรวจสอบจำเป็นต้องอาศัยข้อเท็จจริงและวิเคราะห์โดยหลักทางเศรษฐศาสตร์ เช่น การหาดัชนีเฮอร์ฟินดาห์-เฮิร์ชแมน (HHI) ในส่วนร่องเรียนที่ปรากฏในเว็บของ กสทช. ไม่ได้แยกเรื่องร่องเรียนจากการรวบรวมออกข้อร่องเรียนทั่วไป ทำให้การกำกับดูแลและแก้ปัญหาเป็นตามระบบปกติ และไม่สามารถระบุได้ว่าเป็นปัญหาจากการรวบรวม

ประเด็นข้อกังวลเกี่ยวกับการผูกขาดนั้น ได้มีการศึกษาและถกเถียงกันอย่างกว้างขวาง หลังจาก กสทช. มีมติอนุญาตให้มีการรวมธุรกิจระหว่าง AWN และ 3BB แล้ว จะทำให้ผู้ประกอบการในธุรกิจอินเทอร์เน็ตประจำที่ (fixed broadband) ลดจาก 4 รายใหญ่เหลือ 3 รายใหญ่ คือ AWN-3BB ซึ่งมีส่วนแบ่งตลาด 41% เครือข่าย TRUE ซึ่งมีส่วนแบ่งตลาด 35% และค่าย NT (บมจ.โทรคมนาคมแห่งชาติ) ซึ่งมีส่วนแบ่งตลาด 16-17% ส่วนรายย่อยอื่น ๆ มีส่วนแบ่งตลาดประมาณ 2% ทำให้ค่า HHI (ดัชนีที่ใช้วัดการกระจุกตัว) สูงขึ้น หากพิจารณารายงานการประชุม กสทช. ได้ยอมรับว่ามีความเป็นไปได้ที่ HHI จะสูงขึ้น รวมถึงที่ผ่านมาการพิจารณาในเรื่องของการรวบรวมในโมเดลของเศรษฐศาสตร์ ที่น่าจะพอมหาบคือเรื่องของการอ้างอิงค่า HHI ซึ่งส่วนใหญ่รวมถึง กสทช. ที่พูดหมายความว่าตัว HHI สูงขึ้น แล้วก็มองในเรื่องของการที่จะบอกว่าเกิดการแข่งขันในตลาดน้อย ซึ่งจากข้อมูลเชิงลึกพบว่า ในชั้นคณะกรรมการนี้ มีกรรมการบางท่านมีความเห็นแย้ง แต่ไม่แน่ใจว่าได้ไปถูกพิจารณาหรือไม่

การที่มีผู้ประกอบการเหลืออยู่ 3 ราย ในมุมมองของ กสทช. โอกาสที่จะเกิดการฮั้ว (collusion) ระหว่าง 3 ราย เป็นไปได้ยากมาก เพราะ NT เป็นของรัฐบาล เป็นรัฐวิสาหกิจที่ถูกควบคุมโดยกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งคาดว่าบอร์ด NT จะไม่ทำอันเป็นการฮั้ว ดังนั้น นักวิชาการบางส่วนเห็น NT จึงเป็นตัวถ่วงการแข่งขัน หน่วยงานไม่ไปไกล และวิเคราะห์แม้ว่า NT จะมีส่วนแบ่งตลาดไม่มากนัก แต่ถ้าโครงสร้างพื้นฐานที่ NT มีอยู่ จะพบว่ามีโครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่ โดย NT มีโครงข่ายครอบคลุมพื้นที่ 111,000 ตารางกิโลเมตรทั่วประเทศ TRUE มีโครงข่ายครอบคลุมพื้นที่ 82,000 ตารางกิโลเมตร ส่วน 3BB ครอบคลุม 118,000 ตารางกิโลเมตร และ AWN น้อยสุด 42,000 ตารางกิโลเมตร ดังนั้น ถ้าหากรายใหญ่ 2 รายไปฮั้วกัน มองว่า NT จะเข้ามาทดแทน เพราะมีพื้นที่ครอบคลุมจำนวนมาก อีกทั้งยังมีสินค้าทดแทน คือ เน็ตประชารัฐ เกือบ 4 หมื่นจุด รวมถึงมีบริการอินเทอร์เน็ตเคลื่อนที่เข้ามาทดแทนได้

อย่างไรก็ตาม ในประเด็นนี้จากข้อมูลการจัดสนทนากลุ่มและสัมภาษณ์เชิงลึกสายสื่อมวลชนและองค์กรที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภค เห็นว่า NT ยังไม่สามารถทดแทนได้ทั้งหมด โดยส่วนหนึ่งของการสนทนาได้ให้ความเห็นว่า “ในตลาดอินเทอร์เน็ตโครงสร้างการแข่งขัน ณ วันนี้ คิดว่าอันนี้อาจจะยังไม่น่าห่วงมากแต่ว่าสิ่งหนึ่งที่คิดว่าเป็นประเด็นใหญ่มากเลยก็คือตลาดในอนาคตจะเป็นอย่างไร ปกติเวลาคิดถึงการแข่งขัน วันที่รวบรวมการแข่งขันมันจะน้อยที่สุดแล้วในอนาคตถ้ามีคู่แข่งกลับเข้ามาตลาดอาจจะกลับมาดีขึ้นการแข่งขันอาจจะเพิ่มขึ้นได้ แต่ตลาดนี้อาจไม่เป็นแบบนั้น ตลาดนี้มันอาจจะเห็นว่าในอนาคตมันจะยิ่งแข่งยากโดยเฉพาะ NT นี่แหละ เพราะว่าถ้าเกิดเราเห็นว่ามันเหลือ 2 เจ้า 3 เจ้าแบบนี้” “..วันนี้รวบรวมแล้ว 4 เหลือ 3 ก็จริง แต่ว่าด้วยความที่ NT มันอาจจะตายไปโดยธรรมชาติ แล้วก็ด้วยกลยุทธ์ในการแข่งขันที่ 2 ตลาดนี้มันเชื่อมโยงกัน ความใหญ่ในตลาดมือถือมันอาจจะทำให้ความใหญ่ของตลาดเน็ตบ้าน มันจะสูงขึ้นกว่าตัวเลขที่เราเห็นอยู่...”

นอกจากนี้ตัวแทนสื่อมวลชนและองค์กรที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภค ยังมีข้อกังวลเกี่ยวกับพื้นที่ที่มี 3BB และ AWN อยู่เพียง 2 ราย ก่อนการรวมธุรกิจ และหลังรวมธุรกิจจะเหลือเพียงรายเดียว โดยเฉพาะ 3BB ที่เป็นเจ้าตลาดในพื้นที่ชนบทหรือต่างจังหวัด เมื่อเดินสายโทรศัพท์ไปเลยทำให้ได้ฐานสำหรับเดินสายอินเทอร์เน็ตบ้าน ขณะที่ AWN เดิมที่เป็นน้องใหม่ พยายามแข่งในเมืองก่อนด้วยสินค้าพรีเมียม เพราะว่าแต่ก่อน AWN Fibre ก็จะเป็นอันที่พยายามจะปรับให้คุณภาพดีกว่าคนอื่น ๆ แล้วค่อยๆ ขยายออกไปในพื้นที่ต่างจังหวัด ความน่าห่วงก็คือ AWN กับ 3BB อาจจะเป็นเจ้าใหญ่ในพื้นที่นั้น ๆ แล้วรายอื่น (NT) อาจจะแทรกขึ้นมาได้ยาก ถ้าในมุมตลาดอินเทอร์เน็ตบ้านจึงเป็นพื้นที่ที่น่าห่วง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ 101 Public Policy Think Thank¹¹ ที่เห็นว่าผลกระทบของการรวมธุรกิจต่อผู้ใช้อินเทอร์เน็ตบ้านจะขึ้นอยู่กับการแข่งขันในพื้นที่ ตลาดอินเทอร์เน็ตบ้านเป็นตลาดที่มีลักษณะเฉพาะ แตกต่างจากทั้งตลาดสินค้าโภคภัณฑ์ทั่วไปและตลาดบริการโทรศัพท์มือถือ ตลาดดังกล่าวนี้มีต้นทุนคงที่สูงในการให้บริการ เนื่องจากต้องลงทุนเดินสายส่งสัญญาณในการให้บริการลูกค้า จึงทำให้มีลักษณะประหยัดต่อขนาด (Economy of scale) ที่ทำให้ต้นทุนการบริการต่อรายจะลดลงเมื่อมีผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้น ด้วยโครงสร้างต้นทุนเช่นนี้ การลงทุนโครงข่ายโดยผู้ประกอบการหลายรายอาจทำให้ต้นทุนและค่าบริการสูงแม้ว่าจะมีการแข่งขัน จึงไม่ควรคาดหวังให้ตลาดนี้มีคู่แข่งจำนวนมากเหมือนสินค้าโภคภัณฑ์ทั่วไป นอกจากนี้ในรายงานยังชี้ว่า 3BB เป็นบริษัทที่เข้ามาในตลาดอินเทอร์เน็ตบ้านก่อนโดยมีจุดเริ่มต้นจากการทำธุรกิจวางโครงข่ายโทรศัพท์ประจำที่ร่วมกับ TOT (NT ในปัจจุบัน) ก่อนขยายเข้าสู่บริการอินเทอร์เน็ตบ้าน ทำให้ 3BB มีจุดเด่นด้านความครอบคลุมของสายสัญญาณในพื้นที่ชนบทมากกว่าผู้ให้บริการรายอื่น ในขณะที่ AWN ซึ่งเข้าสู่ตลาดทีหลังนั้นเริ่มทำการตลาดอินเทอร์เน็ตบ้านโดยมุ่งเน้นเทคโนโลยีไฟเบอร์ออปติกส์เป็นหลักตั้งแต่ปี 2558 เป็นต้นมา โดยเน้นกลุ่มลูกค้าในพื้นที่เมืองก่อน ในทางตรงกันข้าม พื้นที่ชนบทที่ประชากรอยู่อาศัยไม่หนาแน่น ตลอดจนมีกำลังซื้อน้อยกว่าพื้นที่เมือง ทำให้ต้นทุนในการวางโครงข่ายแพงกว่าพื้นที่เมืองตามระยะทางที่ไกลกว่า แต่อาจได้ลูกค้ากลับมาไม่มาก พื้นที่ชนบทจึงเป็นตลาดที่มีขนาดเล็กโดยปริยาย ซึ่งรองรับผู้ให้บริการได้น้อยจึงมีคู่แข่งที่มีประสิทธิภาพไม่มาก ดังนั้น ผลกระทบของการรวมธุรกิจระหว่าง AWN และ 3BB จึงจะมีความแตกต่างกันไปตามพื้นที่และอาจไม่ได้ส่งผลกระทบต่อผู้บริโภคในวงกว้าง แม้ว่าในปัจจุบันผู้ให้บริการแต่ละรายจะมีนโยบายการตลาดระดับประเทศ (national policy) แต่คุณภาพการให้บริการ เช่น ช่างซ่อมบำรุง อาจแตกต่างกันไปตามการแข่งขันและในอนาคตอาจเปลี่ยนไปใช้นโยบายการตลาดรายพื้นที่ก็ได้ ซึ่งดูเหมือนจะสอดคล้องกับความเห็นของ กสทช. ที่เห็นว่าขอบเขตของผลกระทบจากการรวมธุรกิจ AWN และ 3BB ค่อนข้างอยู่ในวงจำกัด ลดการแข่งขัน และเป็นไปได้ที่อัตราค่าบริการจะสูงขึ้น แต่ กสทช. เห็นว่าไม่ถึงขั้นผูกขาด (แน่นอน) แต่เมื่อมีการควบรวมกัน ซึ่งการออกมาตรการเฉพาะจะสามารถป้องกันไม่ให้เกิดการกระทำอันเป็นการผูกขาด หรือเกิดความไม่เป็นธรรมในการแข่งขันได้ รวมทั้งสามารถส่งต่อผลประโยชน์จากการรวมธุรกิจ ไปสู่ผู้บริโภคและเศรษฐกิจในภาพรวมของประเทศอย่างมีประสิทธิภาพได้ด้วย¹²

จากผลการศึกษาของที่ปรึกษาฯ ทั้งในและต่างประเทศ และผลการศึกษาของสำนักงาน กสทช. พบว่า การรวมธุรกิจระหว่าง AWN และ 3BB นั้น มีทั้งผลการศึกษาฯ ที่ระบุว่าจะทำให้ค่าบริการเพิ่มขึ้น (ซึ่ง กสทช. ยอมรับว่ามีความเป็นไปได้) และผลการศึกษาฯ ที่ระบุว่า จะทำให้ค่าบริการลดลง โดยผลการศึกษาของสำนักงาน กสทช. พบว่า หากมีการแข่งขันกัน ค่าบริการจะทำให้ราคาเพิ่มขึ้นไม่เกิน 1% จากปัจจุบัน

¹¹ ฉัตร คำแสง และ กชิต์เดช คำพช (2023)

¹² <https://isranews.org/article/isranews-news/123686-NBTC-meeting-permit-merger-AWN-3BB-Price-impact-news.html>

แต่หากมีการแข่งขันระดับปานกลาง ราคาจะเพิ่มขึ้น 4% และหากทั้ง 3 ราย คือ AWN-3BB, TRUE และ NT มีการฮั้วกัน จะทำให้ค่าบริการเพิ่มขึ้น 16% ในประเด็นนี้ เห็นว่า ไม่น่าจะเกิดขึ้นได้ เพราะ NT ไม่เห็นด้วย ส่วนผลศึกษาของที่ปรึกษาต่างประเทศ คือ SCF Associates Ltd. ระบุว่า ค่าบริการจะเพิ่มขึ้น 1-17% จากปัจจุบัน ในขณะที่ผลการศึกษาของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ พบว่า หากมีการแข่งขันอย่างมีประสิทธิภาพแล้ว ราคาค่าบริการจะลดลง ในขณะที่ผลการศึกษาของ 101 Public Policy Think Tank ศูนย์ความรู้นโยบายสาธารณะเพื่อการเปลี่ยนแปลง ที่พบว่า การควบรวมธุรกิจของ AWN และ 3BB จะทำให้ผู้บริโภคต้องจ่ายค่าบริการอินเทอร์เน็ตบ้านแพงขึ้นหรือไม่ขึ้น ขึ้นอยู่กับการแข่งขันของผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตในแต่ละพื้นที่ โดยในกรณีที่มีคู่แข่งในพื้นที่น้อยหรือไม่มีเลย การควบรวมก็อาจทำให้ผู้บริโภคต้องจ่ายแพงขึ้น 9.5-22.9% แต่หากเป็นพื้นที่ที่มีการแข่งขันจากผู้ให้บริการรายอื่น การควบรวมก็อาจไม่ส่งผลต่อราคาค่าบริการได้เช่นกัน

ประเด็นการกระจุกตัวและการขาดผูกขาด เป็นประเด็นความกังวลของ กสทช. และในการพิจารณาอนุญาตได้มีการนำประเด็นนี้มาอภิปรายอย่างเข้มข้น และ กสทช. บางท่านได้มีบันทึกแนบท้ายการพิจารณามติเกี่ยวกับ HHI ไว้ว่า ให้เลขาธิการ กสทช. รายงานต่อ กสทช. ภายในหกสิบวันนับแต่วันที่ได้รับความเห็นประกอบการรายงานการรวมธุรกิจจากที่ปรึกษาอิสระ หากการรวมธุรกิจส่งผลให้ตลาดที่เกี่ยวข้องมีดัชนีเฮอร์ฟินด์-เฮิร์ชแมน (HHI) มากกว่า 2500 และเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นจากเดิมมากกว่า 100 และมีอุปสรรคการเข้าสู่ตลาดเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญรวมทั้งมีการครอบครองโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญให้ถือว่า การรวมธุรกิจส่งผลกระทบต่อการแข่งขันในตลาดที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ กสทช. อาจพิจารณากำหนดเงื่อนไขหรือนำมาตรการเฉพาะสำหรับผู้มีอำนาจเหนือตลาดอย่างมีนัยสำคัญในตลาด โทรคมนาคมที่เกี่ยวข้องมาบังคับใช้เพื่อป้องกันความเสียหายต่อประโยชน์สาธารณะ

1.15.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการแก้ไขมาตรการ

ข้อเสนอแนะต่อมาตรการในประเด็นอัตราค่าบริการและคุณภาพการบริการ

- 1) ปรับปรุงมาตรการ (1.2) ห้ามขึ้นราคาและลดคุณภาพการให้บริการ โดยให้คงรายการส่งเสริมการขาย (Package) ซึ่งมีราคาต่ำที่สุด ที่มีอยู่ก่อนการรวมธุรกิจ และแจ้งให้ กสทช. ทราบ พร้อมทั้งจะต้องคงคุณภาพการให้บริการและราคาสำหรับรายการส่งเสริมการขาย (Package) ดังกล่าวเป็นระยะเวลา 5 ปี นับจากวันที่ได้รับอนุญาตให้รวมธุรกิจ เนื่องจาก 1) การกำหนดห้ามลดคุณภาพการให้บริการ เป็นเพียงการรักษามาตรฐานคุณภาพการบริการไม่ให้ลดลงไปจากเดิม แต่ไม่ได้เป็นมาตรการที่ต้องปรับปรุงคุณภาพการให้บริการตามการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี และคำว่าคุณภาพการให้บริการจำเป็นต้องนิยาม เนื่องจากมีความไม่ชัดเจนในตัวเองโดยอาจต้องกำหนดตัวบ่งชี้ทั้งเชิงปริมาณ และคุณภาพ 2) การคงรายการส่งเสริมการขาย (Package) ซึ่งมีราคาต่ำที่สุด ที่มีอยู่ก่อนการรวมธุรกิจ มีความไม่ชัดเจนในทางกฎหมาย เนื่องจากการคงไว้กับการแสดงต่อสาธารณะในฐานะทางเลือกของผู้บริโภค แต่ข้อจริงคือไม่ปรากฏรายการส่งเสริมการขายนี้ในทางเลือกของผู้บริโภค รายใหม่ แต่รายการนี้ยังคงมีอยู่กับผู้ใช้บริการรายเดิม ซึ่งเป็นประเด็นต้องตีความทางกฎหมายว่ามีการดำเนินการตามมาตรการหรือไม่

- 2) ทบทวนหรือยกเลิกมาตรการ (1.3) มีทางเลือกของราคาที่แยกขายบริการ เนื่องจากเป็นมาตรการที่มีความซ้ำซ้อนกับข้อ (1.6) หรืออาจเป็นส่วนหนึ่งของ (1.6) หากมาตรการ (1.3) มีความแตกต่างไปจากข้อ (1.6) ควรเขียนให้ชัดเจน
- 3) ปรับปรุงมาตรการ (1.4) คุ้มครองผู้ใช้บริการรายปัจจุบัน โดยให้คงรายการส่งเสริมการขาย (Package) คุณภาพการให้บริการ และราคาแก่ลูกค้า ที่มีการใช้บริการอยู่ก่อนการรวมธุรกิจ จนกว่าจะครบกำหนดระยะเวลาตามสัญญาให้บริการซึ่งทำไว้กับผู้ให้บริการรายนั้น เว้นแต่ผู้ใช้บริการตกลงยกเลิกการใช้บริการ หรือผู้ใช้บริการประสงค์จะเปลี่ยนแปลงรายการส่งเสริมการขาย (Package) ภายหลังการรวมธุรกิจด้วยตัวเอง เป็นระยะเวลา 5 ปี นับจากวันที่ได้รับอนุญาตให้รวมธุรกิจ เนื่องจาก มาตรการนี้มีลักษณะเช่นเดียวกับ (1.2) เป็นเพียงการรักษามาตรฐานคุณภาพการบริการไม่ให้ลดลงจากเดิม แต่ไม่ได้เป็นมาตรการที่ต้องปรับปรุงคุณภาพการให้บริการตามการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี
- 4) ปรับปรุงมาตรการ (1.5) รักษาคุณภาพการให้บริการ (QoS) ตามประกาศ กสทช. เรื่อง มาตรฐานของคุณภาพการให้บริการโทรคมนาคมอย่างเคร่งครัด และต้องมีความพร้อมเพื่อรองรับจำนวนลูกค้าที่จะเพิ่มขึ้นจากการรวมธุรกิจ เพื่อให้คุณภาพในการให้บริการต่อผู้ใช้บริการไม่ด้อยไปกว่าเดิม เช่น จำนวนเจ้าหน้าที่ที่เพียงพอเพื่อรองรับการให้บริการทั้งในส่วนของคุณยบริการ และพนักงานรับสาย (Call center) รวมถึงขนาดพื้นที่ของคุณยบริการลูกค้าที่สามารถรองรับการเข้ามาติดต่อของผู้ใช้บริการ เนื่องจาก มาตรการดังกล่าวเป็นการกำหนดให้มีการรายงานซึ่งเป็นเอกสาร แต่ไม่สามารถตรวจสอบข้อเท็จจริงว่าได้ดำเนินการตามที่รายงานหรือไม่ และยังไม่ปรากฏการตรวจสอบหรือทวนสอบจาก กสทช. เนื่องจากไม่เห็นรายงานดังกล่าวบนเว็บไซต์ของ กสทช. ในทางปฏิบัติตามมาตรการนี้ควรมีการตรวจสอบข้อเท็จจริงโดย กสทช. หรือจ้างที่ปรึกษาภายนอกที่ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับบริษัทผู้ได้รับใบอนุญาต (third party) เพื่อให้ได้ข้อมูลยืนยันรายงานของบริษัท
- 5) ปรับปรุงรายละเอียดมาตรการ (1.7) ให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการให้บริการที่ครบถ้วนแก่ผู้ใช้บริการ โดยต้องกำหนดและแสดงอัตราค่าบริการแยกตามรายการบริการ (Unbundle) หรือการส่งเสริมการขายแบบแยกขายบริการ (Unbundle Package) เช่น แยกอัตราค่าบริการเฉพาะอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงประจำที่ออกจากอัตราค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่และกล่องรับชมรายการโทรทัศน์และคอนเทนต์ ความบันเทิง เพื่อให้ผู้ใช้บริการปลายทางได้รับทราบก่อน เนื่องจากเป็นมาตรการที่ทำให้มีข้อมูล (information) สำหรับผู้บริโภคประกอบการตัดสินใจในการซื้อบริการ แต่ในทางปฏิบัติผู้ได้รับใบอนุญาตไม่ได้ปฏิบัติตามมาตรการอย่างเปิดเผยต่อสาธารณะ (ทุกเครือข่าย) สิ่งที่ต้องพิจารณาการดำเนินการตามมาตรการคือมีความจำเป็นต้องแจ้งรายละเอียดในระดับใด โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้บริโภคและสภาพการแข่งขันในตลาดภาระของผู้ใช้บริการ ความสอดคล้องกับต้นทุนการให้บริการ ความคุ้มค่าและการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ
- 6) ปรับปรุง หรือยกเลิกมาตรการ (1.8) ประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ต่อสาธารณชนว่าจะคงไว้ซึ่งบริการที่มีคุณภาพและราคาค่าบริการที่เป็นธรรมต่อผู้ใช้บริการ โดยควรกำหนดให้มีรูปแบบหรือ

ช่องทางการประชาสัมพันธ์ในหลากหลายรูปแบบให้สอดคล้องกับกลุ่มผู้บริโภคมีความแตกต่างกัน เนื่องจากการเข้าถึงสื่อของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน เช่น กลุ่มผู้พิการทางสายตากับพิการทางการได้ยิน ย่อมมีวิธีการสื่อสารที่ต่างกัน และอาจกำหนดระยะเวลาของการประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องการคงไว้ซึ่งบริการที่มีคุณภาพและราคาค่าบริการที่เป็นธรรมต่อผู้ให้บริการในรายการส่งเสริมการขายในแต่ละกรณี ซึ่งมาตรการนี้สามารถยุบรวมกับมาตรการ (1.12) ได้

- 7) ทบทวนมาตรการ หรือปรับปรุงหรือยกเลิก (1.9) นำส่งข้อมูลตามประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการจัดทำรายงานบัญชีแยกประเภทในกิจการโทรคมนาคม ให้ครบถ้วน โดยให้แยกรายละเอียดเป็นรายเดือน และนำส่ง กสทช. ทุก 3 เดือน หรือเมื่อ กสทช. ร้องขอ เนื่องจากเป็นมาตรการกำกับเชิงลึก ซึ่งอาจมีผลกระทบต่อความลับของบริษัท ทำให้เกิดความกังวลต่อผู้รับใบอนุญาตในการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับบัญชี ซึ่งมีผลกระทบต่อทิศทางการลงทุนของบริษัท และเป็นมาตรการที่อาจไม่เป็นธรรมเมื่อเทียบกับการการควมรวมของกลุ่มบริษัทที่เกิดขึ้นมาก่อนหน้านี้
- 8) ปรับปรุงมาตรการ (1.10) จัดให้มีที่ปรึกษาที่มีประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญด้านการสอบทาน (Verify) ข้อมูลโครงสร้างต้นทุน อัตราค่าบริการ หรือข้อมูลด้านอัตราต่างๆ ของอุตสาหกรรมโทรคมนาคมในต่างประเทศมาไม่น้อยกว่า 5 ปี โดยให้ กสทช. เป็นผู้กำหนด และให้บริษัท AWN เป็นผู้รับผิดชอบภาระค่าใช้จ่ายทั้งปวงที่เกิดขึ้นจากการจัดหาและจัดจ้างที่ปรึกษา ทั้งนี้ ที่ปรึกษาจะต้องไม่มีความเกี่ยวข้อง เชื้อมโยง หรือมีผลประโยชน์ทับซ้อนไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อมของทั้งสองบริษัท เพื่อสอบทาน (Verify) ความถูกต้องของข้อมูลตามข้อ (1.9) ของทั้งสองบริษัท โดยจัดให้มีที่ปรึกษานี้เป็นระยะเวลา 5 ปี โดยให้ดำเนินการให้แล้วเสร็จภายใน 6 เดือนหลังการรวมธุรกิจ เนื่องจากอาจมีปัญหาเรื่องความขัดแย้งแห่งผลประโยชน์ (conflict of interest) แม้ กสทช. จะเป็นผู้กำหนดคุณลักษณะของที่ปรึกษา แต่การจัดหากำหนดให้เป็นผู้รับผิดชอบในการจัดหา ซึ่งอาจนำไปสู่การจัดหาที่ปรึกษาที่มีความขัดแย้งแห่งผลประโยชน์เนื่องจากการจ้างที่ปรึกษามาตรวจสอบการดำเนินงานของตนเอง ผู้ว่าจ้างจึงอาจสามารถจ้างที่ปรึกษาที่เป็นคนต่อตนเองและทำให้ผลการสอบทานไม่เป็นกลางได้ และเป็นมาตรการอาจไม่เป็นธรรมเมื่อเทียบกับการรวมของบริษัทที่เกิดขึ้นมาก่อนหน้านี้ เนื่องจากมาตรการก่อนหน้านี้ไม่ได้กำหนดกรอบเวลา 5 ปี
- 9) ปรับปรุงมาตรการ (1.11) ยึดหลักความเป็นกลางทางอินเทอร์เน็ต (Net Neutrality) โดยไม่จัดให้คุณภาพบริการแตกต่างกันเพียงเพราะว่าเข้าถึงเนื้อหาจากผู้ประกอบธุรกิจหรือผู้ให้บริการรายอื่น เนื่องจากมาตรการนี้เป็นการควบคุมคุณภาพการให้บริการ แต่ไม่ได้ควบคุมด้านราคา ซึ่งหากเทียบกับข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ในรายการส่งเสริมการขาย (package) เดียวกันแต่ผู้บริโภคที่เป็นสมาชิกของผู้ได้รับอนุญาตต่างไปจากตน (ต่างเครือข่าย) จะมีราคาที่สูงกว่า ซึ่งการที่สูงกว่าจำเป็นต้องตรวจสอบว่ามีความเหมาะสมหรือเป็นธรรมกับผู้บริโภคหรือไม่ มาตรการนี้อาจเพิ่มเติม ประเด็น “ด้วยราคาที่เป็นธรรม”

- 10) ปรับปรุงมาตรการ (1.12) แจ้งให้ผู้ใช้บริการทราบถึงการรวมธุรกิจและการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขการให้บริการบางประการ เช่น การเปลี่ยนชื่อผู้ให้บริการ ช่องทางในการติดต่อ แอปพลิเคชัน และศูนย์รับเรื่อง เนื่องจาก เนื่องจากเป็นมาตรการไม่มีกรอบเวลาในการบังคับให้ดำเนินการ จากข้อมูลการศึกษาครั้งนี้จะพบว่ามีความเหมาะสมร้อยละ 20 เท่านั้นที่ทราบทันที่ว่าการรวมธุรกิจ และในเวทีรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ มากกว่าร้อยละ 80 ไม่ทราบว่าการรวมธุรกิจ และให้เลิกมาตรการ (1.8) โดยนำเนื้อหาในมาตรการ (1.8) เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของ (1.12) ซึ่งจะมีผลสภาพบังคับมากกว่าคำว่า “ประชาสัมพันธ์”

ข้อเสนอแนะต่อมาตรการในประเด็นการติดตามและประเมินผลการรวมธุรกิจ

- 1) ทบทวนมาตรการ (2.1) รายงานผลการประกอบธุรกิจ ภายใต้การดำเนินการตามกำหนดระยะเวลาและเงื่อนไขที่ได้รับจาก กสทช. เป็นราย 6 เดือน หรือตามแต่ละเวลาที่ กสทช. กำหนด ตามแบบที่ กสทช. กำหนด ไว้เป็นระยะเวลาอย่างน้อย 5 ปี เนื่องจาก ประเด็นกรอบเวลา 6 เดือนว่ามีความเหมาะสมหรือไม่ โดยพิจารณาความเหมาะสมในต้นทุนของผู้ได้รับใบอนุญาตและประโยชน์ของผู้บริโภค เนื่องจากตัวเลข 6 เดือนและ 5 ปี ยังขาดที่มาที่ชัดเจน
- 2) ปรับปรุงมาตรการ (2.2) ภายหลังการรวมธุรกิจ หาก กสทช. พิจารณาหรือได้รับการร้องเรียนว่ามีการกระทำ พหุติกรรม หรือเหตุอันเป็นการผูกขาด หรือลด หรือจำกัดการแข่งขันในการให้บริการกิจการโทรคมนาคมมีการเปลี่ยนแปลงในสาระสำคัญทำให้เงื่อนไขหรือมาตรการเฉพาะไม่เหมาะสมหรือไม่มีประสิทธิภาพ กสทช. อาจจะรับ ยกเลิก เพิ่มเติม หรือปรับปรุงเงื่อนไขหรือมาตรการเฉพาะใหม่ก็ได้ตามความเหมาะสมและความจำเป็น เนื่องจาก มาตรการนี้มีปัญหาในทางปฏิบัติของสำนักงาน กสทช. ที่ไม่ได้แยกประเภทปัญหาที่เกิดจากการรวมธุรกิจของผู้ประกอบการ ดังนั้น ควรออกแบบข้อร้องเรียนให้สอดคล้องกับมาตรการที่เป็นการกำกับการรวมธุรกิจ และเผยแพร่ข้อร้องเรียนที่เกิดจากปัญหาการรวมธุรกิจต่อสาธารณะ พร้อมรายงานการดำเนินการต่อข้อร้องเรียนเหล่านั้นว่าผลเป็นเช่นไร แต่ที่พบว่าปรากฏเพียงยุติ (ปิด) หรืออยู่ระหว่างดำเนินการ (เปิด) แต่ไม่ทราบความก้าวหน้าของการตอบสนองต่อข้อร้องเรียนนั้น
- 3) ควรเพิ่มมาตรการหรือกำหนดเป็นนโยบายของรัฐ (เสนอโดย กสทช. ต่อรัฐบาล) ในการคุ้มครองผู้บริโภคในกลุ่มเปราะบางเป็นพิเศษ ทั้งอัตราค่าบริการและคุณภาพให้บริการ

ข้อเสนอแนะกลไกอื่นเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค

- 1) ในด้านโครงสร้างพื้นฐานและคุณภาพทางเทคนิค การควรวมกิจการสร้างความท้าทายในการบูรณาการระบบโครงข่ายของทั้งสององค์กรให้ทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะการรักษาความต่อเนื่องของบริการระหว่างเชื่อมต่อระบบ การศึกษาพบว่า ปัจจัยสำคัญคือการรักษามาตรฐานทางเทคนิค ทั้งในด้านความเร็วอินเทอร์เน็ต ค่า Latency และ Packet Loss รวมถึงการจัดการปัญหาข้อขัดข้องในโครงข่ายที่อาจเกิดขึ้นจากการรวมฐานผู้ให้บริการ

- 2) เร่งรัดให้ผู้ได้รับใบอนุญาตจัดทำแผนขยายโครงข่าย Fixed Broadband Access ไปยังพื้นที่ที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจต่ำ ทั้งนี้ แผนดังกล่าวให้ครอบคลุมระยะเวลา 5 ปี โดยต้องมีรายละเอียดแผนการลงทุนรายปีและกำหนดจำนวนเงินที่จะนำไปลงทุนในการขยายโครงข่าย Fixed Broadband Access ดังกล่าวข้างต้นไม่น้อยกว่า 10,000 ล้านบาทในระยะเวลา 5 ปี ทั้งนี้ ต้องเสนอแผนดังกล่าวให้ กสทช. เห็นชอบก่อน และให้ดำเนินการตามแผนที่ กสทช. เห็นชอบ โดยให้นำส่งผลการดำเนินการ แก่ กสทช. ทุก 1 เดือน หรือเมื่อ กสทช. ร้องขอ เพื่อใช้ในการติดตามตรวจสอบ
- 3) การบริการลูกค้าและการสนับสนุนเป็นอีกมิติที่ต้องให้ความสำคัญ โดยเฉพาะในช่วงการเปลี่ยนผ่าน การรักษามาตรฐานการตอบสนองต่อปัญหาของลูกค้าและการพัฒนาระบบติดตามแก้ไขปัญหาแบบ Real-time เป็นสิ่งจำเป็น นอกจากนี้ การพัฒนาบุคลากรให้สามารถให้บริการตามมาตรฐานใหม่และการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่มุ่งเน้นคุณภาพบริการก็มีความสำคัญไม่น้อยไปกว่ากัน
- 4) ในด้านการกำกับดูแลและการรายงานผล จำเป็นต้องมีระบบการติดตามที่มีประสิทธิภาพ การกำหนดตัวชี้วัดผลการดำเนินงานที่ชัดเจน และการรายงานผลอย่างสม่ำเสมอต่อหน่วยงานกำกับดูแล การวิเคราะห์แนวโน้มและปัญหาคุณภาพบริการอย่างต่อเนื่องจะช่วยให้สามารถปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 5) การคุ้มครองผู้บริโภคเป็นประเด็นที่ต้องให้ความสำคัญเป็นพิเศษ โดยต้องมีการกำหนดมาตรการชัดเจนที่เป็นธรรมเมื่อบริการไม่เป็นไปตามมาตรฐาน การให้สิทธิยกเลิกบริการโดยไม่ค่าปรับในกรณีที่คุณภาพต่ำกว่าเกณฑ์ และการสร้างความโปร่งใสในการรายงานคุณภาพบริการ การสื่อสารกับผู้บริโภคต้องมีความชัดเจน ทันทั่วถึง และมีช่องทางการร้องเรียนที่มีประสิทธิภาพ
- 6) ในระยะยาว การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและการยกระดับมาตรฐานการให้บริการเป็นสิ่งที่ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่อง การลงทุนในเทคโนโลยีใหม่ การขยายความครอบคลุมของบริการ และการพัฒนาเกณฑ์มาตรฐานให้สูงขึ้นจะช่วยยกระดับคุณภาพการให้บริการโดยรวม
- 7) ข้อค้นพบจากการศึกษานี้นำไปสู่ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายที่สำคัญ ได้แก่ การพัฒนารอบการกำกับดูแลที่มีความยืดหยุ่นและทันสมัย การสร้างกลไกบทลงโทษที่มีประสิทธิภาพ และการส่งเสริมการแข่งขันด้านคุณภาพบริการ นอกจากนี้ การสนับสนุนการวิจัยและพัฒนา การส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีใหม่ และการพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมก็เป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยยกระดับคุณภาพการให้บริการในระยะยาว
- 8) การบังคับใช้มาตรการและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง กสทช. และสำนักงาน กสทช. เป็นหน่วยงานหลัก ความรับผิดชอบให้ดำเนินการตามมาตรการต่าง ๆ ที่ได้กำหนดขึ้น การติดตาม ตรวจสอบและบังคับใช้มาตรการตามมติที่ประชุมของคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ นัดพิเศษ ครั้งที่ 12/2566 วันศุกร์ที่ 10 พฤศจิกายน 2566 และการใช้อำนาจหน้าที่ตาม พระราชบัญญัติ กสทช. เป็นสิ่งสำคัญและจำเป็น
- 9) กสทช. ต้องสร้างกลไกการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนอย่างจริงจัง ทั้งองค์กรที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภค ภาคประชาชน ประชาชน หรือภาคเอกชน ซึ่งอาจใช้กองทุนวิจัยและพัฒนากิจการ

กระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.) โดยให้เข้าถึงแหล่งทุนได้ง่าย

- 10) ในระยะยาวควรมีมาตรการเพื่อดูแลกลุ่มเปราะบางซึ่งมีรายได้น้อย และจะได้รับผลกระทบหลังจากเวลา 5 ปี ตามที่ กสทช. กำหนด ซึ่งมีแนวโน้มที่ราคาจะเพิ่มขึ้น ค่าครองชีพอื่นเพิ่มขึ้น แต่รายได้น้อยและอาจไม่เพียงพอต่อการดำรงชีพ ในขณะที่การสื่อสารยังคงเป็นปัจจัยพื้นฐานสำหรับการดำรงชีวิตในปัจจุบัน
- 11) สร้างกลไกผ่านกฎหมายเพื่อสร้างความรับผิดชอบ (accountability) ให้กับหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ปัจจัยมีกลไกเรื่องการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใส (ITA) ของสำนักงาน ป.ป.ช. แต่การประเมินนี้ไม่มีสภาพบังคับ และระบบการประเมินยังเป็นการรับรู้ (perception) มากกว่าข้อเท็จจริง และจากงานวิจัยพบว่า สาเหตุหลักในการสร้างระบบความพร้อมรับผิดชอบไม่คืบหน้าในระบบราชการ เป็นเพราะบุคคลกรที่อยู่ในหน่วยงานภาครัฐยังคงมีทัศนคติแบบเดิม กล่าวคือยังเคยชินกับการทำงานแบบเก่า วิธีคิดแบบเก่า เคยชินกับการสั่งการตามสายบังคับบัญชา ทำให้ขาดจิตสำนึกในการทำงานที่ขาดความรับผิดชอบ แม้มีการเปลี่ยนโครงสร้างภารกิจและกระบวนการทำงานสมัยใหม่แต่ไม่ได้เปลี่ยนจิตสำนึกและพฤติกรรมการทำงาน ดังนั้นสำหรับผู้บริหารระดับสูง รวมถึงคณะกรรมการ (board) ที่คณะหรือองค์กรบริหาร อาจต้องมีความรับผิดชอบต่อทางกฎหมาย (legal accountability) ส่วนบุคลากรควรมีความรับผิดชอบต่อองค์กร (organizational accountability)¹³

ข้อเสนอแนะที่เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคที่จากการจัดประชุมรับฟังความคิดเห็น ซึ่งเป็นข้อเรียกร้องที่สามารถดำเนินการได้เร็ว นอกจากผลการจัดประชุมรับฟังความคิดเห็นจากผู้บริโภค ได้ประเด็นเชิงเสนอแนะดังนี้

- 1) แก้ปัญหาพื้นที่รอบนอกเมืองยังคงมีปัญหาเรื่องสัญญาณอินเทอร์เน็ต (เน็ตช้า, เน็ตล่ม) ในขณะที่ในเมืองสัญญาณมีปัญหาบางช่วงเวลา
- 2) ในพื้นที่ห่างไกลที่ชุมชนเบาบาง จะเป็นพื้นที่ที่มีต้นทุนในการเดินสายสูงกว่าในพื้นที่เมือง ทำให้ผู้ได้รับอนุญาตไม่ให้ความสำคัญต่อการขยายฐานลูกค้าในพื้นที่ห่างไกล
- 3) มาตรการต่าง ๆ ทั้งอัตราค่าบริการและคุณภาพการให้บริการที่มีการกำหนดระยะเวลา 5 ปีหลังการรวมธุรกิจ ควรเพิ่มระยะเวลาให้นานกว่า 5 ปี เพื่อสิทธิประโยชน์ของผู้บริโภค
- 4) การกำหนดระยะเวลา 5 ปีหลังการควบรวม เพราะเทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงเร็ว ต้นทุนในการประกอบธุรกิจสูงขึ้น ดังนั้น ผู้ประกอบการอาจจะต้องรักษาผลประโยชน์ของตนด้วยเช่นกัน
- 5) ต้องการให้มีการกำหนดเพดานราคาค่าบริการอินเทอร์เน็ตบ้าน
- 6) มีมาตรการห้ามขึ้นราคาอย่างไม่เป็นธรรมหลังให้บริการเป็นเวลา 5 ปีหลังการรวมธุรกิจ
- 7) คงรายการส่งเสริมการขาย (Package) ที่มีราคาต่ำที่สุดที่มีอยู่ก่อน โดยไม่ลดคุณภาพบริการแม้หลังครบเวลา 5 ปี เพื่อเป็นทางเลือกสำหรับผู้มีรายได้น้อย

¹³ <https://www.amlo.go.th/amlo-intranet/files/OperationReport%2007.pdf>

- 8) รับผิดชอบการแจ้งให้ผู้ใช้บริการทราบถึงการรวมธุรกิจและการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขการให้บริการบางประการ ในช่องทางที่หลากหลายโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย
- 9) การลดขั้นตอนและค่าใช้จ่ายในการย้ายเครือข่าย และบริการอื่น ๆ
- 10) การกำหนดให้มีการรายงานผลการดำเนินงานและคุณภาพบริการต่อสาธารณะเป็นประจำ และเผยแพร่ต่อสาธารณะผ่านเว็บไซต์ของ กสทช. หรือช่องทางอื่นที่เข้าถึงง่าย
- 11) กสทช. เร่งสร้างการรับรู้สิทธิของผู้บริโภคเกี่ยวกับโทรคมนาคม และประชาสัมพันธ์ช่องทางการร้องเรียนให้รับรู้โดยทั่วกัน
- 12) ใช้เงินจาก กทปส. เพื่อเสริมสร้างการมีส่วนร่วมในการติดตาม ตรวจสอบ การดำเนินงานของผู้ได้รับใบอนุญาตของภาคประชาชน ภาคประชาสังคม หรือภาคเอกชน เพราะเครือข่ายเหล่านี้จะเป็นกลไกที่สำคัญและเข้มแข็งที่สุดในการติดตามและตรวจสอบ

ความสามารถในการแข่งขันในระดับนานาชาติ : ข้อเสนอเพื่อความสะดวกระหว่างการคุ้มครองผู้บริโภคกับการพัฒนาประเทศด้านโทรคมนาคม

มาตรการต่าง ๆ ของ กสทช. ได้เล็งเห็นความสำคัญและความจำเป็นต่อการรวมธุรกิจ ขณะเดียวกันยังให้ความสำคัญกับการคุ้มครองผู้บริโภคตามประเด็นที่ 1 เรื่องอัตราค่าบริการและคุณภาพการให้บริการ (จำนวน 12 มาตรการ) และประเด็นการติดตามและประเมินผลการรวมธุรกิจ (จำนวน 2 มาตรการ) และป้องกันการผูกขาด (จำนวน 8 มาตรการ) อย่างไรก็ตาม การวิเคราะห์ผลกระทบด้านราคาและคุณภาพบริการพบว่า การควบรวมธุรกิจจะส่งผลให้ดัชนีการกระจุกตัวของตลาด (HHI) เพิ่มขึ้นจาก 2,724 เป็น 3,562 จุด หรือเพิ่มขึ้น 31% มีผลกระทบเรื่องราคาและคุณภาพบริการ อย่างไรก็ตาม การคิด HHI อาจไม่ได้ครอบคลุมผู้เล่นรายอื่นที่อยู่นอกเหนืออำนาจการควบคุมของ กสทช. การให้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านดาวเทียมต่างชาติในประเทศไทย ต้องได้รับการอนุญาตจาก กสทช. ก่อนเริ่มให้บริการโดยกลุ่มบริษัทต่างประเทศ ที่มีเทคโนโลยีสูงกว่าในประเทศ

ประเด็นในการเห็นแย้ง เนื่องจาก HHI เป็นตัวที่จะสะท้อนการรวมธุรกิจแล้วเกิดการผูกขาด แต่ในมิติของค่า HHI ตามสมการหรือวัตถุประสงค์ของคนที่คิดมาเลย ถ้าไปดูตัวเนื้อสมการเลย เป็นการพูดถึงเรื่องสัดส่วนของ product ต่อตลาด เพื่อให้เข้าใจง่ายขึ้น สมมุติว่าเราบอกว่าเรามีน้ำมันพืชอยู่ยี่ห้อหนึ่ง น้ำมันพืชเหมือนกัน ร้าข้าวก็ร้าข้าวเหมือนกัน หรือถั่วเหลืองก็เหมือนกัน ในตลาดมีกี่คนซึ่งลักษณะของตลาดมีอยู่เท่าไร สัดส่วน สามารถคำนวณได้ตาม HHI นั้น เลยกำลังบอกว่เป็นเศรษฐศาสตร์ยุคเก่า เนื่องจาก HHI เป็นค่าที่สมการได้ถูกคิดมานานแล้วหลายสิบปีเลยว่ ทำไมถึงเห็นแย้งในเรื่องของการอ้างอิงของการแข่งขันหรือการผูกขาด เกิดขึ้นสอดคล้องกับ HHI เนื่องจากสินค้าโทรคมนาคมมันไม่เหมือน มันเป็นสินค้าเทคโนโลยี ประเด็นก็คือว่า สมมุติว่าคุณเหลือ 2 ราย แต่อาจใช้การบริการ เช่น การโทรศัพท์ เมื่อก่อนในยุคก่อน 20 ปีที่แล้ว เราเป็นสมาชิกค่าไหนเราต้องโทรค่านั้น แต่ปัจจุบันผู้บริโภคสามารถโทรผ่านไลน์ หรือผ่าน Application อื่น การพิจารณาว่าตลาดของ Voice service ที่ให้บริการ มีเฉพาะ 2 operations ทำให้สมมุติฐานที่ผิดทันที ทำให้ค่า HHI เพิ่มขึ้นอย่างมาก ทำให้เกิดการผูกขาดซึ่งอาจไม่ได้สะท้อนข้อเท็จจริงไม่ได้หมายความว่าสมการนี้ผิดเลือกมาใช้กับ product ที่ผิดเพราะไม่สามารถนิยามได้โดยตรงว่าผู้บริโภคใช้โทรศัพท์ค่ายใดแล้วจะจ่ายเงินให้ค่ายนี้เป็นหลัก นอกจากนี้ยังสามารถ Voice service ผ่าน WiFi ได้ ผ่านอินเทอร์เน็ตบ้านได้ (ใช้ซิมมือถือค่ายหนึ่งแล้วโทรออกด้วยอินเทอร์เน็ตบ้านของอีกค่าย) คำถาม คือว่า ปัจจัยเหล่านี้ ไม่ได้ถูกนำมาคิด เพราะในสมการเหลือ

2 ราย ทำให้ค่า HHI สูงขึ้นอย่างมาก เกิดการแข่งขันน้อย อันนี้สะท้อนให้เห็นว่าในมุมมองของด้านโทรคมนาคม หรือสินค้าทางด้านเทคโนโลยีมันมีความเฉพาะแต่ไม่ได้หมายความว่าสมการนั้นผิด แต่เลือกมาใช้กับกรณีนี้ซึ่งไม่พอดี (fit) กัน เพราะฉะนั้น ในช่วงหลัง ๆ จึงมีข้อสังเกตว่า กสทช. ไม่มีการอ้างอิงค่า HHI รวมถึงรายงานศึกษาของ OECD (อ่าน Vertical Mergers in the Technology, Media and Telecom Sector)¹⁴ ที่วิเคราะห์เรื่องของการควบรวมไม่ได้ใช้ค่า HHI เนื่องจากไม่สามารถนิยาม (definition) ส่วนแบ่งของการตลาดได้ เช่น กรณีประเทศไทย ตอนนี้ส่วนแบ่งการให้บริการโทรศัพท์ด้วยเสียง สัดส่วน market Share มีใครบ้างเท่าไร นิยามค่อนข้างยาก เพราะการโทรด้วยเสียงมีหลายแพลตฟอร์ม อาจจะเป็นไปได้ว่าครึ่งหนึ่ง voice call ใช้บนแอปพลิเคชัน ซึ่งเห็นว่าสินค้าเทคโนโลยีมีลักษณะเฉพาะในการคิดคำนวณ ไม่สามารถใช้รูปแบบบางรูปแบบได้ เพราะฉะนั้นการควบรวมในมิติของการระบุในลักษณะนี้จึงทำยาก หรือในอีกมิติหนึ่งที่สะท้อนออกมาคือหมายความว่าที่รวมถึงไปข้างหน้าด้วยว่าเหตุแห่งการควบรวม ประเด็นคือว่าต้องมองไกลไปกว่านั้นว่าคงไม่ได้มองเฉพาะว่าผู้ประกอบการในประเทศ (สอดคล้องกับกับสื่อสายคุ้มครองผู้บริโภค) เพราะในตลาดโทรคมนาคมมี “ผู้เล่น” ที่เป็นต่างประเทศด้วย แล้วจะมากังวลว่าเม็ดเงินออกนอกประเทศ ในขณะที่กำกับได้ยากหรือไม่ได้เลย ดังแสดงในรายงานของ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ฉบับล่าสุดชัดเจนว่าการกำกับทำไม่ได้ต้องปล่อยให้การตลาดกำกับกันเอง เพราะฉะนั้น การมองเรื่องของการควบรวม อาจจะต้องมองหลาย ๆ มิติ อาจจะไม่ได้นับที่ จำนวน “ผู้เล่น” ที่เป็นทางการ (official) ในไทยลดลงแล้วการแข่งขันจะลดลง สะท้อนตามทำให้ผู้บริโภคมีตัวเลือกน้อยลง เช่น กรณีการให้บริการผ่านดาวเทียม โทรศัพท์ผ่านดาวเทียม ของ star link คำถาม คือว่ากรณีนี้จะนับ “ผู้เล่น” อย่างไรในเมื่อไม่ได้มาลงทะเบียนในประเทศ (กรณีนี้ กสทช. ได้ออกมาชี้แจงต่อสาธารณะว่าการใช้โทรศัพท์ดาวเทียมต้องได้รับอนุญาตจาก กสทช. แต่ไม่มีรายละเอียดอื่น)

สถานการณ์ของ Starlink แสดงให้เห็นว่าเทคโนโลยีที่สูงกว่าและทุนเหนือกว่ากำลังจะมา เพราะฉะนั้นในเรื่องของมิติของการควบรวมอาจจะต้องหมุนไปตามโลกที่เปลี่ยนไปไม่ได้หมายความว่าจำนวนผู้ให้บริการที่เห็นตามเอกสารที่ขออนุญาตที่มีอยู่ แต่มี “ผู้เล่น” ที่ไม่ได้แสดงเอกสารหรือขออนุญาตหรือวิธีการจดทะเบียนโดยตรงกับประเทศไทยอีกหลายราย ซึ่งไม่ได้หมายความว่าผู้ใช้มีทางเลือกเท่าที่แสดงอยู่ การควบรวมมันก็มีทั้งด้านบวกด้านลบ สำคัญคือการควบรวมเกิดขึ้นแล้วสิ่งที่ทำให้ผู้บริโภคไม่รู้สึกลูกเอาเปรียบ จึงเป็นเรื่องที่นับจากนี้และเป็นเรื่องของการกำกับที่ต้องฉายภาพ (projection) ไปข้างหน้า ทำอย่างไรให้ผู้บริโภคไม่ได้ถูกเอาเปรียบแล้วยังมีคุณภาพของบริการโทรคมนาคมที่ดี ผู้ให้ข้อมูลบางท่านเห็นว่าในปัจจุบัน “ผู้เล่น” ในประเทศสามารถแข่งขันในระดับนานาชาติได้ในขณะนี้ เพราะที่ผ่านมาเรื่องของการผูกขาด เป็นการพูดเฉพาะผู้ประกอบการกับการให้บริการภายในประเทศเป็นหลัก ทำให้ภาพที่มองผิดพลาดไปมาก แต่ควรคำนึงกรณีต่างประเทศเข้ามาด้วย เนื่องจากโลกของเทคโนโลยีที่หมุนไป ในมุมมองนี้การควบรวมอาจจะเป็นประโยชน์ได้ถ้ามีการกำกับดูแลที่เข้มแข็งพอแล้วก็มีมาตรฐานเพียงพอ ประชาชนก็จะได้ประโยชน์ ในทางตรงข้ามหาก “ผู้เล่น” ไม่มีเงินมาลงทุนที่จะพัฒนาต่อ และมองว่าไม่ได้กำไรซึ่งเป็นระบบตลาด “ผู้เล่น” จะไม่ลงทุนเพิ่ม อาจจะทำให้การแข่งขันลดลงเนื่องจากการลงทุนเพิ่มไม่ได้หมายความว่าเขาจะได้กำไรเพิ่ม แต่หากพิจารณาในปัจจุบันที่ได้ลงทุนไปแล้ว ใบอนุญาตที่เหลือ (license) เหลือ 10 ปี หากถอนทุนให้ได้มากที่สุดแล้วก็ไม่เดินต่อหรือเท่าที่ทำได้ คำถามคือว่าจะสะท้อนการแข่งขันน้อยอย่างไรในเมื่อถ้าเกิดค่า HHI ยังคงเหมือนเดิม เพราะอ้างอิงจากจำนวน “ผู้เล่น” ที่ไม่ได้ต้องการจะแข่งขันในสนามนี้แล้ว เนื่องจากเทคโนโลยีใหม่ที่เข้ามาจากเดิม 4G ใช้ได้ เก็บเงินได้

¹⁴ https://www.oecd.org/en/publications/vertical-mergers-in-the-technology-media-and-telecom-sector_31b16b7c-en.html

โทรได้ เล่นอินเทอร์เน็ตได้ ความเร็ว แต่เทคโนโลยีใหม่ที่เกิดขึ้นที่เข้ามา 5G ไม่ได้ถูกบังคับในใบอนุญาต ผู้ได้รับใบอนุญาตก็ไม่จำเป็นต้องพัฒนา การแข่งขันในลักษณะนี้หากมองว่าตลาดผูกขาดแล้วไม่เกิดการแข่งขัน บางครั้งถ้าเอกชนมองเรื่องความคุ้มทุน การแข่งขันอาจจะไม่ได้คำตอบ เพราะฉะนั้นในมิตินี้ ประเด็นคือถ้า “ผู้เล่น” ไม่ลงทุนเพิ่ม พัฒนาเพิ่ม เท่ากับไม่แข่งขันก็เหลือ 2 รายเท่านั้น โดยเฉพาะการถือครองเทคโนโลยีที่ต่างกันมาก อาจทำให้ “ผู้เล่น” บางรายไม่ไปต่อ ส่วนกรณีที่อัตราค่าบริการเพิ่มขึ้นจำเป็นต้องพิจารณารายละเอียดในสิ่งที่ได้มาเพิ่ม ไม่ใช่พิจารณาจากอัตราค่าบริการที่เพิ่มขึ้นเท่านั้น

ในตอนท้ายพอประมวลได้ว่าการที่ “ผู้เล่น” รวมกิจการเพราะยังต้องการอยู่ในสนามแข่งขัน ต้องการอยู่รอด แต่ต้องรับฟังผู้ได้รับผลกระทบ (การ public hearing ซึ่งดูเดือดทุกครั้งที่) ซึ่งเกี่ยวกับภาคประชาชน ที่ผ่านมาก็ไม่ได้พูดถึงการแข่งขันนอกประเทศ ถ้าเกิดแข่งขันนอกประเทศ หากปัจจุบันไม่ได้ให้ผู้ประกอบการมีความแข็งแรง แล้วกิจการด้านโทรคมนาคมเป็นการกิจการเปิดเสรี ก็ถูกถาโถมเข้ามา รวมถึงเทคโนโลยีเร็วกว่ากฎหมาย บางครั้ง service ผ่านมาได้โดยที่ไม่จำเป็นต้องมีผู้ประกอบการในไทย เพราะฉะนั้นถ้าผู้ประกอบการในไทยไม่มีบริการ ไปแข่งเพื่อจะกดดันกันด้านตลาดเพื่อไม่ให้บริการข้ามโลกมาก็ตามซึ่งอาจทำได้ แต่อาจจะไม่มี service Center ที่ดูแลได้ดีเท่า เป็นต้น แต่ถ้าเกิดไม่มีเลยก็จะแข่งขันไม่ได้ ภาพของเศรษฐศาสตร์ผมว่าอาจจะหนักกว่าเพราะว่าเงินมันไหลออกจากประเทศเป็นจำนวนมาก

สิ่งสำคัญขณะนี้คือทำอะไรจึงจะทำให้ผู้ประกอบการดำเนินการตามมาตรการที่ กสทช. ได้มีมติออกมา และขณะเดียวกัน กสทช. ควรพิจารณาทบทวนมาตรการที่มีผลกระทบต่อการเติบโตของบริษัทในภาคหน้า ซึ่งเกี่ยวข้องกับการพัฒนาประเทศ พัฒนากำลังคนให้ศักยภาพสูงในด้านโทรคมนาคมและด้านอื่น ๆ และสำคัญคือความสามารถในการแข่งขันในระดับนานาชาติ ในประเด็นนี้จึงมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

(1) ทบทวนมาตรการที่ใช้กับการควบรวมในทุกกรณีที่ผ่านมา (TOT & CAT, TRUE & DTAC และ 3BB & AWN) ว่ามีความเป็นธรรมต่อผู้ได้รับใบอนุญาตโดยเท่าเทียมหรือไม่

(2) มีนโยบายที่มองไปข้างหน้าเพื่อให้เกิดความสามารถในการแข่งขัน โดยเฉพาะการแข่งขันในระดับนานาชาติที่มีเทคโนโลยีและทุนที่มากกว่า แต่ควบคุมได้น้อย เพราะสถานการณ์นี้จะมีผลกระทบต่อผู้บริโภคภายในประเทศอย่างแน่นอน

1.16 พื้นฐานและความสำคัญของการรวมธุรกิจ

จากการสนทนาข้อมูลเชิงลึกผู้ให้ข้อมูลมีมุมมองเกี่ยวกับการรวมธุรกิจ โดยให้นิยามพอสรุปได้ว่าการรวมธุรกิจหมายถึงการที่ธุรกิจตั้งแต่สองรายขึ้นไป ตกลงรวมกิจการเข้าด้วยกัน ซึ่งมีหลายรูปแบบ เช่น การควบรวมกิจการ (Merger) การซื้อกิจการ (Acquisition) และการร่วมทุน (Joint Venture) การรวมธุรกิจมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจเพราะช่วยในเรื่องของการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน การขยายส่วนแบ่งทางการตลาด รวมทั้งการเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขัน การรวมธุรกิจอาจเกิดขึ้นได้จากหลายสาเหตุ เช่น การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ การแข่งขันที่รุนแรง ความต้องการลดต้นทุน หรือการขยายธุรกิจ ในกรณีนี้คือ 3BB ที่ประสบปัญหาทางธุรกิจ จึงมองหาการควบรวมกิจการเพื่อแก้ปัญหาทางการเงินและเพิ่มโอกาสในการอยู่รอด

การรวมธุรกิจอาจทำให้เกิดการประหยัดต่อขนาด ซึ่งอาจนำไปสู่ราคาบริการที่ถูกลงในระยะยาว การรวมธุรกิจอาจทำให้ผู้ประกอบการมีทรัพยากรมากขึ้น สามารถลงทุนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและเทคโนโลยี

ใหม่ๆ ได้ อย่างไรก็ตาม การรวมธุรกิจอาจส่งผลกระทบต่อผู้บริโภค ทั้งด้านบวกและลบ เช่น ราคาสินค้าและบริการ คุณภาพสินค้าและบริการ และทางเลือกของผู้บริโภค การรวมธุรกิจอาจทำให้เกิดการผูกขาด และเป็นอุปสรรคต่อการแข่งขันในตลาด ดังนั้น หน่วยงานกำกับดูแลจึงมีบทบาทสำคัญในการตรวจสอบ ประเมินผลกระทบ และกำกับดูแลการรวมธุรกิจ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อเศรษฐกิจและสังคมโดยรวม การคุ้มครองผู้บริโภคต้องคำนึงถึงความสมดุลระหว่างประโยชน์ของผู้บริโภคกับกำไรของบริษัท

1.17 การกำหนดเงื่อนไขและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค

หน่วยงานกำกับดูแลมีอำนาจในการกำหนดเงื่อนไขและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค ก่อนอนุญาตให้มีการรวมธุรกิจ เงื่อนไขและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค มีวัตถุประสงค์เพื่อป้องกันผลกระทบด้านลบที่อาจเกิดขึ้นจากการรวมธุรกิจ เช่น การกำหนดราคาสูงเกินควร การลดคุณภาพสินค้าและบริการ การจำกัดทางเลือกของผู้บริโภค การผูกขาดตลาด ตัวอย่างเงื่อนไขและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค เช่น กำหนดเพดานราคาสินค้าและบริการ กำหนดมาตรฐานคุณภาพสินค้าและบริการ บังคับให้ขายสินทรัพย์บางส่วนเพื่อป้องกันการผูกขาด กำหนดให้มีการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ ผลการสนทนาข้อมูลเชิงลึก ผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้ให้แนวทางการกำหนดเงื่อนไขและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค สรุปได้ดังนี้

1) กสทช. ควรกำหนดเงื่อนไขและมาตรการที่ชัดเจน ครอบคลุม และสามารถบังคับใช้ได้จริง เพื่อป้องกันการเอาเปรียบผู้บริโภคหลังการควบรวม เช่น ควบคุมราคาไม่ให้สูงขึ้นเกินกว่าอัตราเงินเฟ้อ หรือ กำหนดเพดานราคาสูงสุดสำหรับบริการต่าง ๆ กำหนดมาตรฐานคุณภาพขั้นต่ำสำหรับบริการอินเทอร์เน็ต ความเร็วในการดาวน์โหลด/อัปโหลด สัญญาณครอบคลุมพื้นที่ การรักษาแพ็คเกจ ให้คงแพ็คเกจเดิมไว้ระยะเวลาหนึ่ง ห้ามยกเลิกแพ็คเกจที่ผู้บริโภคใช้อยู่

2) กำหนดมาตรฐานการให้บริการลูกค้า เช่น ระยะเวลาในการรอสาย Call Center ช่องทางการติดต่อ การแก้ไขปัญหา กำหนดระยะเวลาที่ชัดเจนในการควบรวมโครงข่าย เพื่อไม่ให้กระทบต่อการใช้งานของลูกค้า

3) ครอบคลุมทุกมิติ ทั้งด้านราคา คุณภาพการบริการ ความหลากหลายของแพ็คเกจ การให้บริการลูกค้า และการร้องเรียนของผู้บริโภค ประเด็นนี้จะมีดัชนีกฎเกณฑ์ที่จะเป็นตัวสะท้อนพฤติกรรมตลาดว่าจะมีแนวโน้มแข่งขัน

1.18 การติดตามและตรวจสอบการปฏิบัติตามเงื่อนไข

มุมมองของผู้ให้ข้อมูลสำคัญต่อการติดตามและตรวจสอบการปฏิบัติตามเงื่อนไข สามารถสรุปได้ดังนี้

1) เป็นหน้าที่ขององค์กรกำกับดูแลทำตามในสิ่งที่เป็มติที่ประชุมไว้ในแง่ของการติดตามอย่างเป็นระบบ ปัญหาที่เกิดขึ้นเกิดจากการรวมธุรกิจแล้วไม่กำกับติดตาม ผู้มีหน้าที่กำกับติดตามให้เป็นไปไปตามมาตรการ อย่างเช่น กสทช. ควรจะทำงานออกมาทุก 3 เดือน เป็นรายไตรมาสให้สาธารณะสังคมรับรู้ หลังจากการรวมธุรกิจมีการเปลี่ยนแปลงอะไรบ้างในด้านอุตสาหกรรมโทรคมนาคม คุณภาพสัญญาณ ราคาผลกระทบต่อผู้บริโภค เพื่อให้สาธารณะได้รับทราบว่าได้ดำเนินงานเป็นไปตามเงื่อนไขที่ไว้วางหรือไม่ เนื่องจากเป็นสิ่งที่สังคมต้องการเห็น แล้วทำให้สาธารณะได้รับรู้และร่วมตรวจสอบไปด้วย

2) การติดตามและตรวจสอบระยะสั้นและระยะกลาง หลักสำคัญคือ (1) เรื่องของการสำรวจตลาด กสทช. อาจจะจ้างทีมนักวิจัยที่มีความเป็นกลางที่จะสำรวจตลาดว่าหลังการรวมธุรกิจเป็นอย่างไร เพื่อให้เห็นภาพรวมเชิงโครงสร้างและนโยบาย (2) การตรวจสอบในเชิงเทคนิคคุณภาพสัญญาณหลังควบรวมแล้ว คุณสมบัติเปลี่ยนแปลงหรือไม่ ซึ่ง กสทช. ต้องจัดซื้อจัดจ้างจัดหาที่ปรึกษาที่มามีวัดคุณภาพสัญญาณการให้บริการแบบนี้อย่างเป็นระบบและเป็นกลางโดยไม่เอียงฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง (3) สำรวจภาพรวมโดยวิจัยผู้บริโภคที่ใช้บริการ โดยเฉพาะคนที่เคยเป็นลูกค้า 3BB และ AWN ว่ามีปัญหาอะไรบ้าง และ (4) ภาพรวมราคาในตลาด วิเคราะห์รายการส่งเสริมการขาย ควรมีการทำ R & D โดย กสทช. อาจจ้างที่ปรึกษาหรือผู้เชี่ยวชาญและนำผลรายงานนั้นมาเสนอต่อผู้บริหาร แล้วมีมติให้สำนักงานไปดำเนินการต่าง ๆ ซึ่งระบบการทำงานแบบมีอาชีพในฐานะผู้กำกับ (regulator) เป็นมาตรฐานการทำงานทั่วไปขององค์กรกำกับ (regulation organization) ไม่ได้หมายความว่าพนักงานของ กสทช.ต้องทำเองทั้งหมด แต่ว่าสามารถจ้างที่ปรึกษาที่มีความเชี่ยวชาญ เป็นอิสระและเป็นกลางในศึกษา

3) การติดตามและตรวจสอบระยะยาว ต้องแก้ปัญหาเชิงโครงสร้าง เนื่องจากไม่สามารถกลับไปยกเลิกการรวมธุรกิจ แต่สิ่งที่ กสทช. ต้องพิจารณาผลกระทบจากงานที่ศึกษาที่มีความเป็นกลาง หรือ กสทช. ควรตรวจสอบและมีแนวนโยบายทางออกที่ควรจะเป็นอย่างไร เช่น การแสวงหาผู้เล่นรายใหม่ในตลาด จะมีวิธีใดบ้างทั้งการดำเนินที่ไม่มุ่งผลกำไร (non-profit) และเชิงพาณิชย์ (commercial) ส่งเสริมการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต Wifi ชุมชน หรือแนวทางอื่น ๆ เพื่อลดการผูกขาด หรือการใช้โทรศัพท์มือถือ โทรศัพท์บ้าน หรือว่าการสร้างแรงจูงใจให้รายใหม่เข้ามาลงทุน ควรมีแผนแม่บท (master plan) ระยะยาวให้มีผู้เล่นในตลาดมากขึ้น ซึ่งเป็นแนวทางเชิงนโยบายเป็นหน้าที่ของกรรมการ กสทช.

4) ในการกำกับดูแลคือการที่ กสทช. ต้องทำคือติดตามและให้สำนักงาน กสทช. รายงานสำนักงาน กสทช. ต้องทำงานเชิงรุกในการทำตามหน้าที่ เสนอรายงานวิจัยเพื่อให้ กสทช. มีคำแนะนำแนวทางเพื่อแก้ปัญหา ขณะเดียวกัน กสทช. มีหน้าที่โดยตรงในการศึกษาทางออกใหม่ ๆ เพื่อจะมาเป็นแผนในระยะยาว

5) ควรรับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholders) ว่าเรื่องนี้ควรจะควรเปิดเสรีหรือแก้ปัญหาโทรคมนาคมอย่างไร ควรส่งเสริมอินเทอร์เน็ตชุมชน บ้าน ครอบครัวยุติให้มากขึ้นหรือไม่เพื่อลดการใช้ของเอกชน หรือส่งเสริมให้มีการใช้อินเทอร์เน็ตชุมชน ให้มีเสาสัญญาณเป็นวิทยุชุมชนให้ส่งสัญญาณอินเทอร์เน็ต เพื่อลดการใช้ในเชิงธุรกิจ เป็นงานเชิงนโยบายที่จะมาแก้วิสัยทัศน์และสร้างนวัตกรรมซึ่งเป็นคาดหวังของผู้บริโภค ที่ผ่านมามีมาตรการยังไม่เห็นความพยายามในการดำเนินงานในลักษณะดังกล่าว

6) หน่วยงานกำกับขาดการสื่อสารกับสาธารณะอย่างสม่ำเสมอ ไม่มีการเปิดประเด็นสาธารณะเพื่อให้เกิดถกเถียงกัน เพื่อให้สาธารณะช่วยแสดงความคิดเห็น เพื่อทำให้สังคมตื่นตัว แต่ที่ผ่านมาไม่ได้ดำเนินการ (ทั้งหน่วยงานกำกับ หรือ ภาคประชาสังคม) ทำให้เกิดสภาวะ (1) ไม่มีข้อมูลข่าวสาร (2) ไม่รู้ว่าผู้บริโภคหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภคจะเข้าไปมีส่วนร่วมอย่างไร การทำงานต้องเชิงรุกกับผู้บริโภคมากขึ้นเพื่อสร้างอำนาจต่อรอง ขณะเดียวกัน กสทช. จะต้องเป็นกลาง ในมุมมองของตัวแทนจากสภาองค์กรของผู้บริโภคเห็นว่าคุณภาพลักษณะของ กสทช. ให้สิทธิภาคเอกชนมากเกินไป ควรปรับคือจุดยืนในการทำงานเพื่อให้สาธารณะเชื่อมั่นมากขึ้น เรียกร้องให้ฟังผู้บริโภคให้มากขึ้น ทำให้สาธารณะเชื่อมั่น การฟื้นฟูความเชื่อมั่นคือสิ่งสำคัญที่สุดในช่วงเวลานี้ หาก กสทช. ลอยตัวอยู่ อาจทำให้ผู้บริโภคสิ้นหวัง และไม่รู้จะเริ่มตรงไหนเนื่องจากไม่มีกลไกที่จะเข้าไปมีส่วนร่วม

7) องค์กรที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภคต้องสร้างความสมดุล เพื่อให้ผู้ประกอบการพยายามดำเนินธุรกิจ ในลักษณะของคุ้มครองผู้บริโภคมากขึ้น แต่องค์กรต้องมีความเข้มแข็งและทำงานต่อเนื่อง ต้องทำงานสอดรับกัน ทั้งส่วนกลางผู้บริโภคส่วนท้องถิ่น มีการจัดขบวนในภาคประชาสังคมด้วยอย่างเป็นระบบเพื่อให้มีพลังมากพอให้ เอกชนรับ

8) สร้างกลไกให้หน่วยงานกำกับมีความรับผิดชอบ (accountability) เหมือนในต่างประเทศ แต่ต้องได้สำนักงานอัยการ ต้องได้นักกฎหมายที่เก่ง พร้อมทำคดีมหาชน ทำคดีปกป้องเหมือนต่างประเทศ เพื่อที่ สุดท้ายสามารถใช้กระบวนการยุติธรรม นอกจาก กสทช. แล้ว หน่วยงานที่ควรที่จะเข้ามาทำหน้าที่อีกองค์กรคือ คณะกรรมการแข่งขันทางการค้า (กคค.)

9) ควรมีการจัดตั้งกลไกการติดตามและประเมินผล โดยมีคณะกรรมการที่ประกอบด้วย ผู้เชี่ยวชาญจากหลากหลายสาขา เช่น นักเศรษฐศาสตร์ นักกฎหมาย ผู้เชี่ยวชาญด้านโทรคมนาคม และตัวแทน ผู้บริโภค เพื่อให้การติดตามและประเมินผลกระหนาบจากการควมรวมธุรกิจมีความครอบคลุม รอบด้าน และโปร่งใส

10) กสทช. ควรมีระบบติดตามและตรวจสอบการปฏิบัติตามเงื่อนไขอย่างต่อเนื่อง ไม่ใช่แค่ ช่วงแรกหลังการควมรวม แต่ควรติดตามระยะยาว 3-5 ปี เนื่องจากการรวมธุรกิจนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงของ โครงสร้างธุรกิจในอนาคตข้างหน้าสูง เพราะฉะนั้น กสทช. ต้องปรับวิธีปฏิบัติจากการที่จะใช้กลไกตลาดแต่ เป็นผู้นำในเรื่องของการดำเนินการ มาเป็นภาครัฐจะเป็นตัวควบคุมว่าธุรกิจมีการกระทำที่เหมาะสมหรือไม่ อย่างไร ในประเด็นนี้จำเป็นต้องประเมินผลกระทบท่อผู้บริโภค เป็นการกำกับติดตาม (monitoring) ผลกระทบที่เกิดขึ้น จริงในตลาดว่ามีความเหมาะสมมากน้อยเพียงใด

11) หน่วยงานกำกับดูแลมีหน้าที่ติดตามและตรวจสอบการปฏิบัติตามเงื่อนไขอย่างใกล้ชิด อาจทำได้โดยการตรวจสอบเอกสาร รายงาน และข้อมูลที่เกี่ยวข้อง การเข้าตรวจสอบสถานที่ประกอบการ การรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภค เช่น การสำรวจความคิดเห็น การจัดเวทีรับฟังความคิดเห็น และการรับเรื่อง ร้องเรียน ที่ผ่านมายังมีข้อจำกัดของการติดตามและประเมินผล เช่น การขาดแคลนข้อมูล ทรัพยากร และความ ซ้ำซ้อนของธุรกิจ รวมถึงข้อจำกัดของการติดตามแบบเอกสาร ซึ่งอาจไม่สามารถสะท้อนภาพรวมการดำเนินงาน ที่แท้จริงได้

12) การมีส่วนร่วมของผู้บริโภคในการติดตามและประเมินผลเป็นสิ่งสำคัญ รวมถึงการเข้าถึง ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการรวมธุรกิจ เช่น ช่องทางการร้องเรียน การรับฟังความคิดเห็น และการมีส่วนร่วมใน การกำหนดนโยบายหน่วยงานกำกับดูแลมีหน้าที่ติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการปฏิบัติตามเงื่อนไขของ ผู้ประกอบการอย่างใกล้ชิด โดยต้องมีกลไกและเครื่องมือที่เหมาะสมในการตรวจสอบ

13) การกระจายของบริการเข้าไปในพื้นที่เพื่อให้ประชาชนเข้าถึงเทคโนโลยีสื่อสารมากขึ้น กสทช. น่าจะอิงหลักเกณฑ์ที่ใช้ในกิจการ USO

14) การควมรวมธุรกิจขนาดใหญ่ อาจทำให้เกิดการผูกขาดตลาด ส่งผลกระทบต่อผู้บริโภคใน ระยะยาว ทั้งในด้านราคา คุณภาพการบริการ และการเข้าถึงบริการ ดังนั้น กสทช. จึงต้องตรวจสอบและ ประเมินผลกระทบอย่างละเอียดรอบคอบ สิ่งที่ต้องมีก็คือเป็นเรื่องของกลไก กลไกเป็นสิ่งสำคัญเนื่องจากการรวม ธุรกิจมีผลกระทบค่อนข้างมาก และใหญ่พอที่จะไม่ใช่ในเรื่องของการปรับแก้ กลไกสำคัญอีกประการคือ กสทช. มีคณะกรรมการ คณะอนุกรรมการที่ติดตามการรวมธุรกิจ

15) กรณีที่ไม่สามารถกระตุ้นให้หน่วยงานกำกับทำหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ อาจจะต้องกลับไปทบทวนกฎหมาย แก่กฎหมายให้ กสทช. ยึดโยงการตรวจสอบมากขึ้น การแก้กฎหมายโดยอาจทำได้โดยการลดงบประมาณลง ปรับให้องค์กรมีขนาดเล็ก มีกลไกผ่านสภาให้สภาถอนออกเพื่อแก้ปัญหาในระยะยาว จะได้แก้ปัญหาผลลัพธ์เรื่องอื่นด้วย นอกเหนือจากเรื่องรวมธุรกิจ ควรจะมีการทบทวนกฎหมายใหม่ทั้งระบบ

1.19 การปรับปรุงมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค

ผู้ให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค สามารถสรุปได้ดังนี้

1) มาตรการคุ้มครองผู้บริโภคควรปรับปรุงให้ทันสมัยและมีความต่อเนื่องอยู่เสมอ สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี พฤติกรรมผู้บริโภค และสภาพการแข่งขันในตลาด การปรับปรุงมาตรการอย่างต่อเนื่อง การปรับปรุงมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างต่อเนื่องเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน เช่น การกำหนดมาตรฐานคุณภาพบริการใหม่ๆ การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และการส่งเสริมการแข่งขันในตลาด

2) ควรเปิดโอกาสให้ผู้บริโภค ภาคประชาชน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เข้ามามีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและเสนอแนะ

3) ควรมีกลไกที่ชัดเจนในการปรับปรุงมาตรการ เช่น การทบทวนมาตรการเป็นระยะ การจัดทำประชาพิจารณ์ มาตรการคุ้มครองผู้บริโภค ควรได้รับการปรับปรุงให้ทันสมัย สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี พฤติกรรมผู้บริโภค และสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ มาตรการคุ้มครองผู้บริโภคควรมีความยืดหยุ่นและปรับปรุงให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภค รวมถึงสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป

4) กสทช. ควรมีบทบาทในการให้ความรู้ความเข้าใจแก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับเทคโนโลยีและบริการโทรคมนาคม เพื่อป้องกันการถูกเอารัดเอาเปรียบจากมิฉฉาชีพ

5) กสทช. ควรปรับปรุงกฎระเบียบและมาตรฐานให้ทันสมัย สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคควรมีเวทีหรือช่องทางที่เปิดโอกาสให้ผู้บริโภค ผู้ประกอบการ และหน่วยงานกำกับดูแล ได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและทำความเข้าใจซึ่งกันและกัน

6) หน่วยงานกำกับดูแลควรมีบทบาทในการส่งเสริมความรู้เท่าทันเทคโนโลยีแก่ผู้บริโภค และผู้ประกอบการควรมีส่วนร่วมในการให้ความรู้แก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับเทคโนโลยีและบริการโทรคมนาคม

7) ควรส่งเสริมให้เกิดกลไกการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีประสิทธิภาพ เช่น การจัดตั้งศูนย์ให้คำปรึกษา การรับเรื่องร้องเรียน และการไกล่เกลี่ยข้อพิพาท

1.20 การประเมินผลกระทบต่อผู้บริโภค

ผลการจัดสนทนากลุ่มและข้อมูลเชิงลึกเห็นว่าการประเมินผลกระทบควรใช้ข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยเปรียบเทียบกับข้อมูลก่อนการรวมธุรกิจ หลังการรวมธุรกิจ และเปรียบเทียบกับประเทศอื่น ๆ ที่มีลักษณะตลาดคล้ายคลึงกัน ควรมีการกำหนดตัวชี้วัดที่ชัดเจนในการประเมินผลกระทบ เช่น ดัชนีราคาผู้บริโภค (CPI) จำนวนข้อร้องเรียน ความพึงพอใจของลูกค้า การประเมินผลกระทบควรดำเนินการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เห็นแนวโน้มและ

ผลกระทบในระยะยาว และนำผลการประเมินมาปรับปรุงมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค ควรที่จะต้องมีการไปประเมินมุมมองของผู้ใช้บริการของผู้ให้บริการของผู้ได้รับใบอนุญาตจากทั้งสองบริษัทเพื่อเปรียบเทียบกันเอง เป็นกระบวนการที่สำคัญในการกำกับดูแลการรวมธุรกิจ เพื่อให้เห็นภาพรวมของผลกระทบที่เกิดขึ้นจริง นอกจากนี้ การประเมินผลกระทบ ควรพิจารณาจากปัจจัยต่างๆ เช่น ราคาสินค้าและบริการ คุณภาพสินค้าและบริการ ทางเลือกของผู้บริโภค และความพึงพอใจของผู้บริโภค

การประเมินผลกระทบต่อผู้บริโภคควรทำอย่างต่อเนื่อง ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว และใช้ข้อมูลเชิงประจักษ์ประกอบการวิเคราะห์ ซึ่งจะต้องประเมินผลกระทบต่อผู้บริโภคอย่างละเอียด โดยเฉพาะการศึกษาเชิงลึก เช่น การเก็บข้อมูลผู้ให้บริการจริง การวิเคราะห์เชิงปริมาณและคุณภาพ เพื่อให้เห็นภาพที่แท้จริง มากกว่าการพึ่งพาข้อมูลเรื่องร้องเรียนเพียงอย่างเดียว

การประเมินผลกระทบต้องพิจารณาอย่างรอบด้าน เช่น การรวมธุรกิจอาจทำให้เกิดการประหยัดต่อขนาด ซึ่งอาจนำไปสู่ราคาบริการที่ถูกลง ในขณะที่เดียวกัน อาจทำให้เกิดการผูกขาดและมีอำนาจเหนือตลาดมากเกินไป ผู้บริโภคมีความกังวลว่าการรวมธุรกิจจะทำให้มีตัวเลือกน้อยลง อำนาจต่อรองน้อยลง ซึ่งอาจนำไปสู่ราคาค่าบริการที่สูงขึ้น คุณภาพบริการที่ลดลง มีกังวลว่าผู้ประกอบการจะลดต้นทุนและลดศักยภาพในการให้บริการ เช่น ตัวอย่างที่ผ่านมา ได้แก่ การรวมสถานีวิทยุคมนาคม หรือการรวมสายสัญญาณอินเทอร์เน็ต อย่างไรก็ตาม ในมุมมองของผู้ได้รับอนุญาต ปัญหานี้เป็นปัญหาเชิงเทคนิค และเห็นว่าผู้บริโภคบางส่วนไม่เข้าใจหลักการทางวิศวกรรมโทรคมนาคม จึงทำให้เกิดความเข้าใจผิดเกี่ยวกับผลกระทบของการรวมธุรกิจ เช่น การเข้าใจผิดว่าการรวมสายสัญญาณจะทำให้คุณภาพสัญญาณลดลง ประเด็นนี้ผู้ได้รับใบอนุญาตควรสื่อสารให้ผู้บริโภคได้รับทราบ

1.21 ความท้าทายและปัญหาในการติดตามและประเมินผลการรวมธุรกิจ

ผลการจัดสนทนากลุ่มและข้อมูลเชิงลึก สามารถสรุปประเด็นความท้าทายและปัญหาการติดตามและประเมินผลการรวมธุรกิจ ดังนี้

1) ที่ผ่านมาขาดการวิเคราะห์และประเมินคุณค่าของหน่วยงานกำกับโดยตรงไปตรงมา (critical review) และให้ความสำคัญกับภาคเอกชนมากเกินไป ซึ่งมุมมองของตัวแทนผู้ให้ข้อมูลบางท่านเห็นว่าเป็นปัญหาหลักธรรมาภิบาล ถ้าสามารถปลดเรื่องนี้ได้อาจทำให้สังคมยังรู้สึกว่ายังมีคนเป็นปากเป็นเสียง เป็นตัวแทนที่จะต่อรองกับเอกชนให้ เพราะไม่เช่นนั้นรู้สึกว่ามีทางออก ต้องยอมรับสภาพไปแบบนี้

2) ไม่มีความจำเป็นที่ต้องคุ้มครองผู้บริโภคมากเกินไปแต่อย่างน้อยต้องสมดุลมากขึ้นระหว่างผู้บริโภคกับผู้ได้รับใบอนุญาต โดย กสทช. ที่เป็นเสียงผู้บริโภคจะต้องแสดงจุดยืนที่ชัดเจนในการคุ้มครอง ในขณะที่เอกชนมีเป้าหมายคือกำไรสูงสุด แต่คนที่ถูกวางให้ปฏิบัติเป็นไปตามกติกา คือผู้กำกับซึ่งคือ กสทช. เหตุผลของการมี กสทช. คือการต้องมาเป็นตัวกลางในการหาสมดุลระหว่างภาคเอกชนและสังคม “...ในฐานะบทบาทการเป็นผู้กำกับ คือ regulator แต่ไม่ใช่แค่ Register ทำหน้าที่เป็นแค่นายทะเบียน แคร์จดแจ้งเพื่อทราบ แค่นั้นก็จบ นอกจากไม่สมศักดิ์ศรีของการเป็น Regulator...” ผู้ให้ข้อมูลบางท่านกล่าว

3) ต้องสร้างช่องทางการร้องเรียนที่เข้าถึงง่าย สะดวก รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถแจ้งปัญหาและได้รับการแก้ไข กสทช. ต้องดำเนินงานอย่างโปร่งใส เปิดเผยข้อมูล และสร้างความเชื่อมั่นให้กับสาธารณชน ดังคำพูดของผู้ให้ข้อมูลที่ว่า “ผมคิดว่าสิ่งสำคัญมันคือเรื่องของการหาทางที่ประชาชนหรือผู้บริโภคสามารถที่จะร้องเรียนปัญหา ต่างๆได้ หมายถึง กสทช. จะต้องมีความโปร่งใส”

4) การติดตามและประเมินผล อาจมีความท้าทายและปัญหา เช่น การขาดแคลนข้อมูล บุคลากร และงบประมาณ ความซับซ้อนของธุรกิจและเทคโนโลยี การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจอย่างรวดเร็ว การตีความเงื่อนไขและมาตรการที่แตกต่างกัน หน่วยงานกำกับดูแล ต้องพัฒนากลไก เครื่องมือ และฐานข้อมูล เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการติดตามและประเมินผล นอกจากนี้ยังมีความท้าทายในการสื่อสาร ข้อมูลข่าวสารไปยังผู้บริโภค เช่น การรับรู้เกี่ยวกับช่องทางการร้องเรียน ซึ่งอาจเป็นปัญหาต่อการรับรู้ข้อมูล ข่าวสาร และการเข้าถึงช่องทางการร้องเรียน ขณะเดียวกันความท้าทายในการติดตามและประเมินผล คือ การขาด ข้อมูลและความโปร่งใสจากผู้ประกอบการ ดังนั้น หน่วยงานกำกับดูแลต้องเผชิญกับความท้าทายในการเข้าถึง ข้อมูลที่จำเป็น และต้องพัฒนาขีดความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูลและประเมินผลกระทบอย่างมีประสิทธิภาพ

5) การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว ทำให้ผู้บริโภคตามไม่ทัน และอาจถูกมิจฉาชีพ หลอกลวงได้ง่าย การขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีและบริการโทรคมนาคม ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจ เลือกใช้บริการได้อย่างยากลำบาก การสื่อสารที่ไม่ชัดเจนระหว่างผู้ประกอบการ หน่วยงานกำกับดูแล และผู้บริโภค อาจทำให้เกิดความเข้าใจผิดและความไม่ไว้วางใจ โดยแนวทางนี้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กสทช. กระทรวงดิจิทัล เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม และผู้ได้รับใบอนุญาตต้องร่วมมือในการแก้ไขปัญหาาร่วมกัน (shared and contribution)

1.22 บทเรียนที่ได้จากรวมธุรกิจ

ในมุมมองขององค์กรที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภคมีมุมมองค่อนข้างเป็นลบต่อทั้งหน่วยงานทำหน้าที่ กำกับ โดยเห็นว่าบทเรียนที่ได้คือผู้บริโภค “ไม่อยู่ในสายตาของทั้งภาครัฐและเอกชน ไม่มีอำนาจต่อรอง” ทุกอย่าง เกิดขึ้นง่ายเกินไป การตกลงการรวมธุรกิจ สะท้อนให้เห็นเรื่องหลักนิติรัฐ (Rule of Law) ในประเทศอ่อนแอ ไม่มี กลไกอะไรมาปกป้องผลประโยชน์จริงๆ แม้ว่าจะมีกฎหมายจำนวนมาก สิ่งดังกล่าวตัวแทนจากองค์กรที่เกี่ยวข้อง กับผู้บริโภคเห็นว่าจะจะเป็นบทเรียนรวมกับสังคมไทย ได้เรียนรู้ความผิดพลาดอยู่ตรงไหน เพราะปฏิรูปการเมือง ปฏิรูปกฎหมายมา 30 ปี มีรัฐธรรมนูญ แต่ยังอยู่อำนาจนิยมอุปถัมภ์ยังอยู่คู่กับสังคมไทย และเห็นแย้ง ระบบ อำนาจนิยมอุปถัมภ์ ทุนนิยม ยังคงแข็งแกร่ง ทำให้ไม่รู้ว่าจะต้องแก้กฎหมายเรื่องโครงสร้างอย่างเดียว หรือควรที่จะแก้ เรื่องวัฒนธรรม อาจจะต้องปรับระบบการลดระบบอุปถัมภ์ลงอย่างจริงจัง ขณะที่ประโยชน์สาธารณะไม่มีใคร จินตจำนงมากพอที่จะรับผิดชอบ เรื่องโทรคมนาคมสะท้อนให้เห็นประโยชน์มหาศาล ทำให้หลักธรรมาภิบาลบิดเบี้ยว บทเรียนที่ได้คือสังคมไทยยังคงวนกับบทเรียนที่เรียกว่าไม่มีระบบ เรียกว่าหลักนิติธรรมไม่เข้มแข็ง ไม่ปักหลักลง รากลึก คนที่มีอิทธิพลยังมีอิทธิพลมาก ในขณะที่ผู้บริโภคไม่มีอำนาจต่อรอง

1.23 อนาคตของการคุ้มครองผู้บริโภคหลังการรวมธุรกิจ

ผลการจัดสนทนากลุ่มและข้อมูลเชิงลึก สามารถสรุปประเด็นอนาคตของการคุ้มครองผู้บริโภค หลังการรวมธุรกิจ ดังนี้

1) ในมุมมองของตัวแทนฝั่งผู้บริโภค เห็นว่าการเรียกร้องใด ๆ หรือทำหน้าที่ต้องทำอะไรถึงที่สุด แต่ต้องอยู่บนความเป็นจริง มองโลกถึงความเป็นจริง (realistic) ไม่ได้หมายความว่าอะไรก็ได้ทุกอย่างที่เรียกร้อง ต้องหาจุดที่สมดุล ขณะเดียวกันต้องสร้างอำนาจต่อรอง โดยทำงานกับสาธารณะ มีการเคลื่อนไหว แลกเปลี่ยน

มีมวลชน เพื่อให้เอกชนยอมรับที่จะปรับตัว แต่ปัจจุบันเห็นว่ายังไม่สมดุล น้ำหนักไปอยู่ที่เอกชน ทำให้องค์กรที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภครู้สึกเดินต่อได้ยาก

2) กสทช. ต้องเตรียมพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี เช่น เทคโนโลยี 5G อินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง (IoT) ปัญญาประดิษฐ์ (AI) ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อรูปแบบการให้บริการและพฤติกรรมผู้บริโภค ต้องพัฒนากลไกการกำกับดูแลที่เหมาะสมกับสภาพตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป มีความยืดหยุ่น และสามารถตอบสนองต่อปัญหาใหม่ๆ ได้อย่างทันทั่วถึง

3) การคุ้มครองผู้บริโภคในระยะยาว ควรมุ่งเน้นที่บริการที่มีคุณภาพสูง เสถียร และปลอดภัย อัตราค่าบริการที่เป็นธรรม สมเหตุสมผล และแข่งขันได้ ส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป การคุ้มครองผู้บริโภคหลังการรวมธุรกิจ ต้องคำนึงถึงแนวโน้มและการเปลี่ยนแปลงในอนาคต เช่น การเติบโตของเศรษฐกิจดิจิทัล การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค การเกิดขึ้นของเทคโนโลยีใหม่ๆ

4) หน่วยงานกำกับดูแล ต้องมีวิสัยทัศน์ ความยืดหยุ่น และความพร้อมในการปรับตัว เพื่อรับมือกับความท้าทายใหม่ ๆ มีความเป็นไปได้ว่าแนวโน้มการควบรวมธุรกิจในอนาคตจะเพิ่มขึ้น เนื่องจากตลาดมีแนวโน้มอิ่มตัว และการแข่งขันที่รุนแรง อาจส่งผลให้ผู้ประกอบการรายย่อยอยู่รอดได้ยาก และอาจนำไปสู่การรวมกิจการในที่สุด ในแง่ของความกังวลของผู้บริโภคเป็นเรื่องที่เข้าใจได้ว่าต้องเกิดเพราะเป็นเรื่องปกติเพราะบริการโทรคมนาคมเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับเทคโนโลยี การคุ้มครองผู้บริโภคในอนาคตต้องคำนึงถึงการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี ความเสี่ยงจากการผูกขาด พฤติกรรมผู้บริโภค และรูปแบบการแข่งขันในตลาด การคุ้มครองผู้บริโภคในยุคดิจิทัลต้องให้ความสำคัญกับประเด็นต่าง ๆ เช่น ความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และการเข้าถึงบริการอย่างเท่าเทียม

2. การวิเคราะห์ สรุปผล และข้อเสนอแนะการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการสนับสนุน ส่งเสริม และการคุ้มครองผู้บริโภคของกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.)

ประเด็นสำคัญในการศึกษา ดังนี้

2.1 วิเคราะห์และเชื่อมโยงกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป โดยเชื่อมโยงถึงยุทธศาสตร์ชาติ และแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ นโยบายและแผนระดับชาติ แผนการพัฒนาดิจิทัลและเพื่อเศรษฐกิจและสังคม แผนแม่บทต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ แผนปฏิบัติการ ว่าด้วยการส่งเสริมการใช้ประโยชน์เทคโนโลยี 5G ของประเทศไทย ระยะที่ 6 (พ.ศ. 2566-2570) แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2563-2568) และแผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม แผนแม่บทการบริหารคลื่นความถี่หรือแผนการจัดให้มีบริการโทรคมนาคมพื้นฐานโดยทั่วถึงและบริการสังคม และประกาศคณะกรรมการบริหาร กทปส. เรื่อง หลักเกณฑ์วิธีการและเงื่อนไขการใช้จ่ายเงิน กทปส. เป็นต้น

2.1.1 การเปลี่ยนแปลงสถานการณ์โลกและการเตรียมความพร้อมของประเทศไทย

โลกปัจจุบันกำลังเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ในหลายมิติ ทั้งด้านเทคโนโลยี เศรษฐกิจ สังคม และนโยบายระหว่างประเทศ ประเทศไทยในฐานะส่วนหนึ่งของประชาคมโลกจำเป็นต้องเตรียมความพร้อมและปรับตัวเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้

ประเด็นที่ 1 การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี

การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่สำคัญในปัจจุบันคือการเข้ามาของเทคโนโลยี 5G และการขยายตัวของดิจิทัลแพลตฟอร์ม เทคโนโลยี 5G ไม่เพียงแต่เพิ่มความเร็วในการสื่อสารเท่านั้น แต่ยังเปิดโอกาสให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆ มากมาย เช่น Internet of Things (IoT), Smart City, ระบบ AI เป็นต้น ในส่วนของประเทศไทยได้เริ่มทยอยเปิดให้บริการ 5G ในพื้นที่สำคัญและมีแผนการขยายโครงข่ายให้ครอบคลุมทั่วประเทศ

การขยายตัวของดิจิทัลแพลตฟอร์มก็เป็นอีกหนึ่งการเปลี่ยนแปลงสำคัญ ทั้งแพลตฟอร์มการค้าออนไลน์ แพลตฟอร์มการเงิน และแพลตฟอร์มบริการต่างๆ ที่เข้ามาเปลี่ยนวิถีชีวิตของผู้คน ประเทศไทยจำเป็นต้องพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล ส่งเสริมการพัฒนาทักษะดิจิทัลของประชาชน และสร้างระบบนิเวศที่เอื้อต่อการพัฒนานวัตกรรมดิจิทัล

ประเด็นที่ 2 การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม

การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมในปัจจุบันมีความซับซ้อนและเชื่อมโยงกันมากขึ้น เศรษฐกิจดิจิทัลกำลังเติบโตอย่างรวดเร็ว เกิดรูปแบบธุรกิจใหม่ๆ และการเปลี่ยนแปลงในตลาดแรงงาน บางอาชีพอาจหายไปเนื่องจากการนำเทคโนโลยีมาทดแทน ขณะที่เกิดอาชีพใหม่ๆ ที่ต้องการทักษะแตกต่างไปจากเดิม

ในด้านสังคม การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่ง่ายขึ้นผ่านเทคโนโลยีดิจิทัลส่งผลให้พฤติกรรมและค่านิยมของผู้คนเปลี่ยนแปลงไป เกิดสังคมออนไลน์และชุมชนเสมือน ขณะเดียวกันก็เกิดปัญหาความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัล การแพร่กระจายของข่าวปลอม และความท้าทายด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์

ประเทศไทยจำเป็นต้องเตรียมความพร้อมโดยการพัฒนาระบบการศึกษาและการพัฒนาทักษะทางดิจิทัล ด้วยยกระดับ ฐานความรู้ของทรัพยากรบุคคลในชาติ ด้วยการ Re-skill, Up-skill, New-skill เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาดแรงงานในอนาคต สร้างระบบคุ้มครองทางสังคมที่เหมาะสม และส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลในทุกกลุ่มประชากร

ประเด็นที่ 3 ความท้าทายจากนโยบายโลก

นโยบายโลกในปัจจุบันมีความซับซ้อนและมีผลกระทบต่อประเทศไทยในหลายมิติ การแข่งขันทางเทคโนโลยีระหว่างมหาอำนาจ โดยเฉพาะสหรัฐอเมริกาและจีน ส่งผลให้เกิดการแบ่งขั้วทางเทคโนโลยี (Technology Decoupling) ซึ่งอาจส่งผลต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีและการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลของประเทศไทย

นอกจากนี้ ยังมีประเด็นด้านการกำกับดูแลเทคโนโลยีดิจิทัลในระดับโลก เช่น การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล การกำกับดูแลปัญญาประดิษฐ์ และการจัดเก็บภาษีดิจิทัล เป็นต้น ซึ่งประเทศไทยต้องติดตามและปรับตัวให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล

2.1.2 การเชื่อมโยงการเปลี่ยนแปลงสถานการณ์โลกและการเตรียมความพร้อมของประเทศไทยกับยุทธศาสตร์และนโยบายระดับชาติ

การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของสถานการณ์โลกทั้งด้านเทคโนโลยี เศรษฐกิจ และสังคม ส่งผลให้ประเทศไทยต้องปรับตัวและเตรียมความพร้อมอย่างรอบด้าน โดยมีการเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์และนโยบายระดับชาติที่สำคัญ ดังนี้

(1) การเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580)

ยุทธศาสตร์ชาติได้วางกรอบการพัฒนาประเทศในระยะยาวที่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของโลก โดยเฉพาะในประเด็นต่อไปนี้

(1.1) ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน โดยจะมุ่งเน้นการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลและการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี 5G ส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคต และสนับสนุนการพัฒนาผู้ประกอบการและเศรษฐกิจดิจิทัล

(1.2) ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ โดยมีแผนในการพัฒนาทักษะดิจิทัลและทักษะแห่งอนาคต ส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต อันจะเป็นการเตรียมความพร้อมคนไทยสู่ศตวรรษที่ 21

(1.3) ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม มุ่งเป้าหมายเพื่อลดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงเทคโนโลยีดิจิทัล พัฒนาระบบบริการสาธารณะดิจิทัล เพื่อสร้างความเป็นธรรมในการเข้าถึงโอกาสทางเศรษฐกิจและสังคม

(2) การเชื่อมโยงกับแผนปฏิรูปประเทศ (ฉบับปรับปรุง)

แผนปฏิรูปประเทศได้กำหนดแนวทางการปฏิรูปที่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของโลก ดังนี้

(2.1) ด้านเศรษฐกิจ ให้ความสำคัญกับการปฏิรูประบบเศรษฐกิจให้เท่าทันและแข่งขันได้ในยุคดิจิทัล พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัลและข้อมูล พร้อมส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีขั้นสูง

(2.2) ด้านการบริหารราชการแผ่นดิน มุ่งปฏิรูประบบราชการสู่การเป็นรัฐบาลดิจิทัล พัฒนาระบบการให้บริการประชาชนแบบเบ็ดเสร็จทางอิเล็กทรอนิกส์ และปรับปรุงกฎระเบียบให้เอื้อต่อการพัฒนาดิจิทัล

(2.3) ด้านการศึกษา เน้นการปฏิรูประบบการศึกษาให้รองรับการเรียนรู้ในยุคดิจิทัล พัฒนาทักษะแรงงานให้ตรงกับความต้องการในอนาคต ควบคู่กับการส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตผ่านระบบดิจิทัล

(3) การเชื่อมโยงกับนโยบายรัฐบาล

นโยบายของรัฐบาลนางสาวแพทองธาร ชินวัตร ได้ให้ความสำคัญกับการเตรียมความพร้อมของประเทศในหลายด้าน

(3.1) นโยบายด้านเศรษฐกิจดิจิทัล จะส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในภาคธุรกิจและอุตสาหกรรม พัฒนาระบบการเงินดิจิทัลและ Digital Payment และสนับสนุนผู้ประกอบการ Startup และ SMEs ด้านดิจิทัล

(3.2) นโยบายด้านโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล จะเร่งพัฒนาโครงข่าย 5G ให้ครอบคลุมทั่วประเทศ พัฒนาระบบ Cloud Computing ของภาครัฐ รวมทั้งการสร้างความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์

(3.3) นโยบายด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ รัฐบาลตั้งเป้าหมายจะยกระดับทักษะดิจิทัลของประชาชน โดยการพัฒนาบุคลากรด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม และส่งเสริมการศึกษาด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

(4) การเชื่อมโยงแผนพัฒนาดิจิทัลและแผนแม่บทที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาประเทศไทย

แผนการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยมีความเชื่อมโยงกับแผนแม่บทต่างๆ ในหลายมิติ เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศสู่ยุคดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน การบูรณาการระหว่างแผนต่างๆ มีความสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างความสอดคล้องและเสริมพลังซึ่งกันและกัน

(5) แผนปฏิบัติการว่าด้วยการส่งเสริมการใช้ประโยชน์เทคโนโลยี 5G ระยะที่ 6 (พ.ศ. 2566-2570) มีบทบาทสำคัญในการวางรากฐานโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลของประเทศ โดยมุ่งเน้นการพัฒนาโครงข่าย 5G ให้ครอบคลุมพื้นที่เศรษฐกิจสำคัญและขยายไปสู่พื้นที่ทั่วประเทศ แผนนี้เชื่อมโยงโดยตรงกับแผนแม่บทกิจการโทรคมนาคมในด้านการจัดสรรคลื่นความถี่และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน นอกจากนี้ ยังสนับสนุนการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี 5G ในภาคส่วนต่างๆ เช่น อุตสาหกรรม การเกษตร การแพทย์ และการศึกษา

(6) แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2563-2568) มีความเชื่อมโยงกับการพัฒนาดิจิทัลในแง่ของการเปลี่ยนผ่านสู่ระบบดิจิทัล การพัฒนาเนื้อหาและบริการที่มีคุณภาพ และการส่งเสริมการแข่งขันที่เป็นธรรม แผนนี้ต้องทำงานควบคู่กับแผนแม่บทการบริหารคลื่นความถี่เพื่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรคลื่นความถี่อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุด

(7) แผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2567 – 2571) กำหนดทิศทางการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานโทรคมนาคมของประเทศ โดยเชื่อมโยงกับแผนการจัดให้มีบริการโทรคมนาคมพื้นฐานโดยทั่วถึง (USO) เพื่อให้ประชาชนทุกกลุ่มสามารถเข้าถึงบริการโทรคมนาคมได้อย่างทั่วถึงและเท่าเทียม การดำเนินงานตามแผนนี้ได้รับการสนับสนุนจากกองทุน กทปส. ซึ่งมีหลักเกณฑ์การใช้จ่ายเงินที่ชัดเจนตามประกาศคณะกรรมการบริหาร กทปส. รวมทั้งการคุ้มครองผู้บริโภคในด้านความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวในการใช้งานอินเทอร์เน็ต

2.1.3 การบูรณาการระหว่างแผนต่างๆ ก่อให้เกิดประโยชน์

1. การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล โดยการขยายโครงข่าย 5G อย่างมีประสิทธิภาพ และการใช้ทรัพยากรคลื่นความถี่อย่างคุ้มค่า รวมทั้งการพัฒนาโครงข่ายบรอดแบนด์ให้ครอบคลุมทั่วประเทศ
2. การพัฒนาบริการดิจิทัล ในการยกระดับคุณภาพบริการกระจายเสียงและโทรทัศน์ การพัฒนาบริการดิจิทัลที่ตอบสนองความต้องการของประชาชน และการส่งเสริมการสร้างเนื้อหาดิจิทัลที่มีคุณภาพ
3. การลดความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัล ด้วยการส่งเสริมการจัดให้มีบริการโทรคมนาคมพื้นฐานในพื้นที่ห่างไกล การสนับสนุนการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง และการพัฒนาทักษะดิจิทัลของประชาชน
4. การสร้างระบบนิเวศดิจิทัล ด้วยการส่งเสริมการแข่งขันที่เป็นธรรม การพัฒนามาตรฐานและการกำกับดูแล รวมทั้งการสนับสนุนการวิจัยและพัฒนานวัตกรรม

ประเทศไทยมีความพร้อมในการใช้ยุทธศาสตร์และแผนแม่บทต่าง ๆ เป็นแนวทางในการพัฒนาประเทศในยุคดิจิทัล อย่างไรก็ตาม ควรมีการประเมินความคืบหน้าอย่างต่อเนื่องเพื่อให้มั่นใจว่าแผนเหล่านี้จะตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและสังคมอย่างมีประสิทธิภาพ

2.2 วิเคราะห์การจัดสรรเงินทุนตามนโยบายภารกิจ และวัตถุประสงค์ของ กทปส. ในมิติต่างๆ

2.2.1 มิติด้านการกำกับดูแลและการบริหารจัดการ

กทปส. มีโครงสร้างการกำกับดูแลที่ชัดเจนผ่านคณะกรรมการบริหารกองทุนที่มีองค์ประกอบจากหลายภาคส่วน ทั้งภาครัฐและผู้ทรงคุณวุฒิ โดยมีประธาน กสทช. เป็นประธาน และมีคณะอนุกรรมการ 6 ชุดที่ช่วยกลั่นกรองงานเฉพาะด้าน ทำให้การจัดสรรเงินทุนมีความรอบคอบและโปร่งใส การมีคณะอนุกรรมการบริหารความเสี่ยงและคณะอนุกรรมการบริหารทรัพย์สินทางปัญญาแสดงให้เห็นถึงการให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ

2.2.2 มิติด้านความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และพันธกิจ

การจัดสรรเงินทุนของ กทปส. มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์หลักในการส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนได้รับบริการอย่างทั่วถึง โดยแบ่งการสนับสนุนออกเป็น 6 แผนงาน ที่ครอบคลุมทั้งการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การวิจัยและพัฒนา การพัฒนาบุคลากร และการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งสะท้อนถึงการจัดสรรเงินทุนที่ตอบสนองพันธกิจอย่างครบถ้วน

2.2.3. มิติด้านการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม

กทปส. ให้ความสำคัญกับการสนับสนุนการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม โดยเฉพาะการเตรียมความพร้อมเข้าสู่การปฏิวัติอุตสาหกรรมยุค 4.0 การจัดสรรเงินทุนในด้านนี้มุ่งเน้นการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน

2.2.4 มิติด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

การจัดสรรเงินทุนให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรม โดยมุ่งเน้นการสร้างบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ มีมาตรฐานจริยธรรม และมีทักษะที่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี ซึ่งเป็นการลงทุนในทุนมนุษย์ที่จะเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรม

2.2.5 มิติด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

กทปส. จัดสรรเงินทุนเพื่อสนับสนุนการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม โดยมุ่งเน้นการสร้างกลไกการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีประสิทธิภาพ และการให้ความสำคัญกับกลุ่มผู้ด้อยโอกาส ผู้พิการ และผู้สูงอายุ

2.2.6 มิติด้านการใช้ประโยชน์จากคลื่นความถี่

การจัดสรรเงินทุนมีการสนับสนุนการใช้คลื่นความถี่ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด รวมถึงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านคลื่นความถี่เพื่อรองรับนโยบายประเทศไทย 4.0 ซึ่งเป็นการใช้ทรัพยากรคลื่นความถี่อย่างคุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุดต่อประเทศ

2.2.7 มิติด้านความยั่งยืน

การจัดสรรเงินทุนของ กทปส. คำนึงถึงความยั่งยืนผ่านการบริหารจัดการกองทุนให้มีประสิทธิภาพ และมั่นคง มีการติดตามและประเมินผลโครงการที่ได้รับการสนับสนุน และการบริหารทรัพย์สินทางปัญญาที่เกิดจากโครงการต่างๆ เพื่อสร้างผลตอบแทนกลับสู่กองทุน

2.2.8 มิติด้านการบูรณาการ

การจัดสรรเงินทุนมีการเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ชาติและแผนแม่บทต่างๆ แสดงให้เห็นถึงการบูรณาการการทำงานร่วมกับหน่วยงานอื่นๆ และการสอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาประเทศ โดยมีกระบวนการเชื่อมโยงการดำเนินงานกับ กสทช. อย่างชัดเจน

2.2.9 ข้อเสนอแนะเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจัดสรร

- การติดตามผลและประเมินผลโครงการ (Monitoring and Evaluation) จัดทำระบบรายงานผลการใช้จ่ายและผลลัพธ์อย่างละเอียด เพื่อให้ประชาชนสามารถตรวจสอบความคุ้มค่าได้
- การสร้างความร่วมมือภาคเอกชน สนับสนุนการทำงานร่วมกับบริษัทเทคโนโลยีเพื่อพัฒนาโครงการในพื้นที่ชนบท
- การขยายโครงการต้นแบบ เริ่มจากโครงการนำร่อง (Pilot Project) ที่พิสูจน์ความสำเร็จ เช่น Smart Farming ก่อนขยายไปยังภูมิภาคอื่น

สรุปได้ว่า การจัดสรรเงินทุนของ กทปส. มีความครอบคลุมในหลายมิติ มีการบริหารจัดการที่เป็นระบบ และมุ่งเน้นการสร้างประโยชน์สูงสุดต่อการพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมของประเทศ อย่างไรก็ตาม ควรมีการติดตามและประเมินผลอย่างต่อเนื่องเพื่อให้การจัดสรรเงินทุนเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด

2.3 วิเคราะห์โครงการที่ดำเนินการแล้วเสร็จในปี 2566 และอยู่ระหว่างดำเนินการในปี 2567

การวิเคราะห์การดำเนินงานของ กทปส. สามารถอภิปรายผลการดำเนินโครงการที่แล้วเสร็จในปี 2566 และแนวทางการดำเนินงานในปี 2567 ได้ดังนี้

2.3.1 แผนการดำเนินโครงการที่แล้วเสร็จในปี 2566

(1) ด้านนโยบายและการวางแผน โครงการด้านนโยบายและแผนงานแสดงให้เห็นถึงความสำเร็จในการกำหนดทิศทางการพัฒนากิจการกระจายเสียง โทรทัศน์ และโทรคมนาคม มีการบูรณาการนโยบายกับยุทธศาสตร์ชาติและแผนระดับต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ การดำเนินงานสะท้อนถึงการมีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนและการวางแผนเชิงระบบที่ครอบคลุมทุกมิติ

(2) ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การฝึกอบรมและพัฒนาทักษะความรู้แสดงผลสัมฤทธิ์ที่โดดเด่น โดยเฉพาะในแง่ของการยกระดับความสามารถของบุคลากรในอุตสาหกรรม ผู้เข้าร่วมโครงการได้รับการพัฒนาทักษะที่ตรงกับความต้องการของภาคอุตสาหกรรม และสามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ได้จริง

(3) ด้านการผลิตสื่อและเนื้อหา การผลิตสื่อและรายการได้รับการประเมินว่ามีคุณภาพสูงสะท้อนถึงความสามารถในการสร้างสรรค์เนื้อหาที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย มีการผสมผสานระหว่างความคิดสร้างสรรค์และการใช้เทคโนโลยีอย่างเหมาะสม

2.3.2 โครงการที่ดำเนินการแล้วเสร็จในปี 2566

(1) ความสำเร็จด้านการสนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยี ประกอบด้วย

(1.1) โครงการพัฒนาโครงข่าย 5G ที่สนับสนุนการใช้งานในภาคอุตสาหกรรมต่างๆ เช่น การพัฒนาระบบควบคุมการผลิตอัจฉริยะในโรงงาน การพัฒนาระบบเกษตรอัจฉริยะที่ใช้เซ็นเซอร์และการควบคุมระยะไกล เป็นต้น

(1.2) โครงการพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อสุขภาพ (Smart Health) ที่เชื่อมโยงข้อมูลระหว่างผู้ป่วยและบุคลากรทางการแพทย์ ช่วยให้ผู้ป่วยในพื้นที่ห่างไกลเข้าถึงบริการทางการแพทย์ได้ดีขึ้น

(2) โครงการพัฒนาด้านการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ประกอบด้วย

(2.1) โครงการพัฒนาระบบผลิตรายการโทรทัศน์ดิจิทัลคุณภาพสูง ที่ช่วยยกระดับมาตรฐานการผลิตเนื้อหาของสถานีโทรทัศน์ท้องถิ่น

(2.2) โครงการพัฒนาแอปพลิเคชันสำหรับรับชมรายการย้อนหลังที่มีระบบคำบรรยายสำหรับผู้พิการทางการได้ยิน

(3) การสนับสนุนชุมชนและผู้ด้อยโอกาส

(3.1) โครงการวิทยุชุมชนเพื่อการเตือนภัยพิบัติ ที่ช่วยสร้างความปลอดภัยให้ชุมชนในพื้นที่เสี่ยงภัย

(3.2) โครงการพัฒนาอุปกรณ์สื่อสารสำหรับผู้สูงอายุที่ใช้งานง่าย มีฟังก์ชันพิเศษสำหรับการแจ้งเตือนฉุกเฉิน

2.3.3 แผนการดำเนินงานในปี 2567

(1) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล กสทช. มีแผนขยายโครงข่าย 5G ให้ครอบคลุมพื้นที่เศรษฐกิจสำคัญ โดยเฉพาะในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) และโครงการพัฒนาระบบบริหารจัดการคลื่นความถี่อัจฉริยะ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้งานคลื่นความถี่

(2) การสนับสนุนนวัตกรรมและการวิจัย กสทช. จะเน้นการสนับสนุนโครงการวิจัยด้าน AI และ IoT ที่ประยุกต์ใช้กับระบบโทรคมนาคม และการพัฒนาระบบนิเวศนวัตกรรมผ่านการสร้างความร่วมมือระหว่างสถาบันวิจัย มหาวิทยาลัย และภาคเอกชน

(3) การพัฒนาบุคลากรและทักษะดิจิทัล กสทช. มีแผนฝึกอบรมทักษะดิจิทัลสำหรับบุคลากรในอุตสาหกรรมสื่อและโทรคมนาคม รวมทั้งโครงการพัฒนาผู้ประกอบการด้านดิจิทัลคอนเทนต์รุ่นใหม่

(4) การส่งเสริมการเข้าถึงบริการ เน้นโครงการพัฒนาแพลตฟอร์มการเรียนรู้ออนไลน์สำหรับชุมชนห่างไกล และมีแผนสนับสนุนการพัฒนาแอปพลิเคชันที่เป็นประโยชน์ต่อผู้พิการและผู้สูงอายุ

(5) การพัฒนาระบบการติดตามและประเมินผล จะมุ่งในการพัฒนาระบบติดตามโครงการแบบ real-time ที่ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และการปรับปรุงตัวชี้วัดผลกระทบทางสังคมและเศรษฐกิจของโครงการ

2.3.4 ประเด็นที่ต้องพัฒนาและแนวทางการดำเนินงานในปี 2567

(1) **ความยั่งยืนของโครงการ** แม้ว่าโครงการส่วนใหญ่จะประสบความสำเร็จในระยะสั้น แต่ยังมีความท้าทายในการสร้างความยั่งยืนระยะยาว จำเป็นต้องพัฒนากลไกการติดตามและสนับสนุนโครงการอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการสร้างเครือข่ายความร่วมมือที่เข้มแข็งระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

(2) **ผลกระทบในวงกว้าง** การสร้างผลกระทบในวงกว้างยังเป็นประเด็นที่ต้องให้ความสำคัญ ควรมีการพัฒนาระบบการประเมินผลกระทบที่ครอบคลุมทั้งมิติเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม รวมถึงการพัฒนากลไกการขยายผลโครงการที่ประสบความสำเร็จไปสู่กลุ่มเป้าหมายที่กว้างขึ้น

(3) **การพัฒนานวัตกรรม** ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมยังมีพื้นที่ในการพัฒนา โดยเฉพาะการเชื่อมโยงระหว่างการวิจัยและการนำไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ ควรส่งเสริมการสร้างความร่วมมือระหว่างนักวิจัยและภาคอุตสาหกรรม รวมถึงการพัฒนาระบบนิเวศนวัตกรรมที่เอื้อต่อการต่อยอดผลงานวิจัย

โครงการที่เสร็จสมบูรณ์ในปี 2566 สร้างพื้นฐานที่ดีสำหรับการพัฒนาต่อไปในปี 2567 โดยเฉพาะในด้านนวัตกรรม ความปลอดภัยไซเบอร์ และการลดความเหลื่อมล้ำ การติดตามผลอย่างใกล้ชิดและการปรับปรุงกระบวนการบริหารจัดการกองทุนจะช่วยเพิ่มผลกระทบเชิงบวกในระยะยาว

2.4 วิเคราะห์ความทับซ้อนในการสนับสนุนหรือจัดสรรเงินทุนกับหน่วยราชการที่ได้รับทุนโดยไม่ผ่านกระบวนการงบประมาณแผ่นดิน

การวิเคราะห์ความทับซ้อนในการสนับสนุนหรือจัดสรรเงินทุนของ กทปส. ต่อหน่วยราชการที่ได้รับทุนโดยไม่ผ่านกระบวนการงบประมาณแผ่นดินเป็นประเด็นสำคัญที่ต้องพิจารณาด้านความโปร่งใส การบริหารจัดการ และผลกระทบเชิงยุทธศาสตร์ โดยสามารถวิเคราะห์ได้ในหลายมิติ ดังนี้

2.4.1 ความซ้ำซ้อนของบทบาทและการจัดสรรทุน

(1) ลักษณะของโครงการที่คล้ายคลึงกับงบประมาณแผ่นดิน หน่วยงานบางแห่ง เช่น กระทรวง และกรมต่าง ๆ ได้รับงบประมาณจากภาครัฐเพื่อดำเนินงานด้านการพัฒนาเทคโนโลยีและสังคม เช่นเดียวกับเป้าหมายของ กทปส.

ตัวอย่าง โครงการส่งเสริมความรู้เท่าทันสื่อที่ดำเนินการโดยกระทรวง ศึกษาธิการ และกองทุน กทปส.

ผลกระทบ เกิดความซ้ำซ้อนในการใช้ทรัพยากรโดยไม่ได้ประโยชน์เพิ่มเติม (Duplicate Efforts)

(2) ขาดกระบวนการประสานงาน การจัดสรรเงินทุนโดยตรงจาก กทปส. ให้กับหน่วยงานที่ไม่ได้ผ่านงบประมาณแผ่นดิน อาจทำให้เกิดช่องว่างของการตรวจสอบและการประเมินผลที่ไม่เป็นมาตรฐานเดียวกัน

(3) แนวทางการจัดการ

(3.1) ควรมีการสร้างแพลตฟอร์มกลางสำหรับการจัดสรรเงินทุน เพื่อรวบรวมและประสานโครงการที่ได้รับทุนจากทั้ง กทปส. และงบประมาณแผ่นดิน เพื่อลดความซ้ำซ้อน

(3.2) การกำหนดเกณฑ์ที่ชัดเจน การระบุประเภทโครงการที่เหมาะสมสำหรับ กทปส. อาทิ โครงการนวัตกรรมที่ไม่มีการสนับสนุนผ่านงบประมาณแผ่นดิน โครงการภายใต้นโยบายของรัฐบาล โครงการขับเคลื่อนเร่งด่วนของหน่วยงานภาครัฐ เป็นต้น

2.4.2 ความโปร่งใสในการบริหารจัดการ

(1) การตรวจสอบการใช้จ่ายเงินทุน กทปส. สนับสนุนโครงการที่ไม่ได้ผ่านกระบวนการงบประมาณแผ่นดิน อาจขาดกลไกการตรวจสอบที่เข้มงวดเทียบเท่าการจัดสรรงบประมาณโดยตรงผ่านรัฐสภา

(2) ขอบเขตการกำกับดูแล การจัดสรรเงินทุนโดยตรงไปยังหน่วยงานรัฐบางแห่งอาจขาดการกำกับดูแลที่ชัดเจน เนื่องจากไม่ได้อยู่ในกระบวนการบริหารของกระทรวงการคลังหรือ สำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน (สตง.)

(3) แนวทางการจัดการ

(3.1) การนำระบบ Digital Ledger Technology (DLT) ใช้ Blockchain เพื่อบันทึกการใช้จ่ายเงินทุนของโครงการทุกโครงการ เพิ่มความโปร่งใสและลดความเสี่ยงจากการทุจริต

(3.2) การตรวจสอบจากบุคคลที่สาม ให้หน่วยงานอิสระ เช่น สำนักงานตรวจเงินแผ่นดินเข้ามาร่วมประเมินผลการจัดสรรเงินทุน

2.4.3 การปรับปรุงกระบวนการตัดสินใจ

(1) การตัดสินใจที่ขาดความชัดเจนในเป้าหมาย บางโครงการที่ได้รับทุนสนับสนุนอาจไม่ตรงกับเป้าหมายของ กทปส. เช่น โครงการที่ไม่ได้มุ่งเน้นเทคโนโลยี หรือโครงการที่สามารถดำเนินการได้โดยใช้ทรัพยากรจากงบประมาณแผ่นดิน เป็นต้น

(2) แนวทางการจัดการ

(2.1) การสร้างกรอบยุทธศาสตร์ (Strategic Framework) จัดทำกรอบที่ชัดเจนสำหรับการเลือกโครงการ เช่น การให้ความสำคัญกับโครงการที่ไม่มีหน่วยงานรัฐสนับสนุนอยู่แล้ว

(2.2) ระบบคะแนน (Scoring System) กำหนดตัวชี้วัดและเกณฑ์ในการประเมินโครงการ เช่น ความคุ้มค่า การขาดทุนทรัพยากรซ้ำซ้อน และผลกระทบเชิงสังคม

2.4.4 การลดความขัดแย้งทางผลประโยชน์

(1) ความเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานที่ได้รับทุนกับผู้บริหารของ กทปส. มีความเสี่ยงที่จะเกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์หากไม่มีการจัดการที่เหมาะสม

(2) แนวทางการจัดการ

(2.1) การประกาศความโปร่งใส รายงานการจัดสรรเงินทุนทั้งหมดต้องเผยแพร่ต่อสาธารณะ และมีการเปิดเผยความสัมพันธ์ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

(2.2) สร้างคณะกรรมการตรวจสอบอิสระ เพื่อตรวจสอบกระบวนการพิจารณาและจัดสรรเงินทุน ด้วยการจัดการความซ้ำซ้อนและการใช้จ่ายที่ไม่โปร่งใสในกระบวนการจัดสรรเงินทุนโดย กทปส. ต้องได้รับการปรับปรุงผ่านการสร้างกลไกที่เป็นระบบ เช่น การประสานงานระหว่างหน่วยงาน การใช้เทคโนโลยีเพื่อติดตามผล และการตรวจสอบจากบุคคลที่สาม ซึ่งจะช่วยเสริมความโปร่งใสและประสิทธิภาพในการจัดการเงินทุนให้เหมาะสมและคุ้มค่ามากที่สุด

2.5 การติดตามและประเมินผลโครงการที่ได้รับการอนุมัติในปี 2566-2567 ในด้านประสิทธิภาพ และประสิทธิผล ผลกระทบที่เกิดขึ้นในมิติด้านเศรษฐศาสตร์ สังคม และการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม รวมทั้ง กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น คนพิการ กลุ่มเปราะบาง และกลุ่มคนชายขอบ

การติดตามและประเมินผลโครงการที่ได้รับการอนุมัติในปี 2566-2567 สามารถดำเนินการโดยใช้กรอบวิเคราะห์ที่ครอบคลุมด้านประสิทธิภาพ (Efficiency), ประสิทธิภาพ (Effectiveness) และ ผลกระทบ (Impact) เพื่อให้ครอบคลุมมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และการคุ้มครองผู้บริโภค รวมถึงผลกระทบต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น คนพิการ กลุ่มเปราะบาง และกลุ่มชายขอบ

2.5.1 การประเมินด้านประสิทธิภาพ (Efficiency) และ ประสิทธิภาพ (Effectiveness)

(1) วิธีการดำเนินการ

(1.1) ตรวจสอบการใช้งบประมาณ เปรียบเทียบระหว่างงบประมาณที่ได้รับการอนุมัติกับผลลัพธ์ที่ได้ ตัวชี้วัด คือ อัตราส่วนผลตอบแทนต่อการลงทุน (Return on Investment, ROI)

(1.2) การใช้ทรัพยากรที่เหมาะสม วัดการใช้ทรัพยากร เช่น เทคโนโลยี บุคลากร และระยะเวลาที่ใช้ในโครงการ

(2) ผลการประเมินโครงการที่ได้รับการอนุมัติในปี 2566 จากการวิเคราะห์เกี่ยวกับประสิทธิภาพ (Efficiency) และประสิทธิผล (Effectiveness) ของโครงการที่ได้รับทุนจาก กทปส. ในปี 2566 สามารถอภิปรายในมิติต่างๆ ได้ดังนี้

(2.1) ด้านการบริหารจัดการและธรรมาภิบาล กองทุน กทปส. ได้ยึดหลักการทำงานเพื่อประโยชน์สาธารณะเป็นสำคัญ ภายใต้กรอบธรรมาภิบาล โปร่งใส และตรวจสอบได้ มีการเปิดเผยข้อมูลการบริหารจัดการและการจัดสรรเงินกองทุนต่อสาธารณะ การดำเนินงานมีการกำกับดูแลอย่างเป็นระบบผ่านคณะกรรมการชุดต่างๆ ที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ทำให้การพิจารณาและติดตามโครงการมีความรอบคอบและมีประสิทธิภาพ

(2.2) ด้านการวิจัยและพัฒนา โครงการด้านการวิจัยและพัฒนาแสดงให้เห็นถึงความพยายามในการสร้างองค์ความรู้และนวัตกรรมที่ตอบโจทย์การพัฒนาประเทศ โดยเฉพาะการมุ่งเน้นการวิจัยที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริงทั้งในเชิงพาณิชย์และสาธารณะ อย่างไรก็ตาม ยังมีความท้าทายในด้านความยั่งยืนและการขยายผลของงานวิจัย ซึ่งสะท้อนให้เห็นจากคะแนนด้านความยั่งยืนที่ต่ำกว่าด้านอื่นๆ

(2.3) ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม การพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมมีการดำเนินงานที่สอดคล้องกับนโยบาย Thailand 4.0 โดยเฉพาะการพัฒนาโครงข่าย 5G และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในด้านต่างๆ เช่น Smart Health, Smart Agriculture และ Smart City อย่างไรก็ตาม ผลการประเมินสะท้อนว่ายังมีช่องว่างในการสร้างผลกระทบในวงกว้างและการพัฒนาอย่างยั่งยืน

(2.4) ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ โครงการด้านการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะความรู้แสดงผลสัมฤทธิ์ที่โดดเด่น สะท้อนให้เห็นถึงความสำเร็จในการยกระดับศักยภาพของบุคลากรในอุตสาหกรรม การดำเนินงานมีทั้งการพัฒนาทักษะวิชาชีพและการสร้างความตระหนักรู้ด้านจริยธรรม ซึ่งเป็นการวางรากฐานที่สำคัญสำหรับการพัฒนาอุตสาหกรรมในระยะยาว

(2.5) ด้านการส่งเสริมการเข้าถึงบริการ การดำเนินงานให้ความสำคัญกับการลดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงบริการ โดยเฉพาะสำหรับกลุ่มผู้ด้อยโอกาส ผู้พิการ และผู้สูงอายุ มีการพัฒนาเทคโนโลยีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ตอบสนองความต้องการเฉพาะกลุ่ม แสดงให้เห็นถึงการคำนึงถึงมิติทางสังคมควบคู่ไปกับการพัฒนาเทคโนโลยี

(2.6) ด้านการสร้างผลกระทบ แม้ว่าโครงการส่วนใหญ่จะมีประสิทธิผลสูง แต่การสร้างผลกระทบในวงกว้างยังเป็นประเด็นที่ต้องพัฒนา โดยเฉพาะการเชื่อมโยงผลลัพธ์ของโครงการกับการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในระดับมหภาค การขาดกลไกการขยายผลและการสร้างความยั่งยืนอาจเป็นอุปสรรคต่อการสร้างผลกระทบในระยะยาว

การดำเนินงานของ กทปส. ในปี 2566 แสดงให้เห็นถึงความสำเร็จในหลายด้าน โดยเฉพาะด้านประสิทธิผลและการบริหารจัดการ อย่างไรก็ตาม ยังมีความท้าทายในการสร้างผลกระทบระยะยาวและความยั่งยืน ซึ่งจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องในอนาคต

(3) ผลการวิเคราะห์โครงการที่เปิดรับในปี 2567 การวิเคราะห์เกี่ยวกับประสิทธิภาพ (Efficiency) และประสิทธิผล (Effectiveness) โครงการของ กทปส. ปี 2567 พบประเด็นที่น่าสนใจในหลายมิติ ดังนี้

(3.1) มิติด้านการกำหนดทิศทางและนโยบาย การเปิดรับข้อเสนอโครงการสะท้อนวิสัยทัศน์ในการพัฒนาที่ครอบคลุมหลายมิติ โดยเฉพาะการให้ความสำคัญกับการพัฒนาเทคโนโลยีที่ตอบโจทย์การเปลี่ยนแปลงของสังคม เห็นได้จากการกำหนดกรอบโครงการที่มุ่งเน้นการพัฒนา Metaverse ในทางการแพทย์ การใช้ AI ในภาคการเกษตร และการพัฒนาระบบเตือนภัยสำหรับการหลอกลวงออนไลน์ ซึ่งสะท้อนความเข้าใจในปัญหาและความท้าทายร่วมสมัยของสังคมไทย

(3.2) มิติด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ กทปส. ให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรในทุกระดับ โดยเฉพาะการเตรียมความพร้อมสำหรับเทคโนโลยีในอนาคต เห็นได้จากโครงการอบรมครูด้านปัญญาประดิษฐ์ในพื้นที่ USO NET ซึ่งแสดงให้เห็นความพยายามในการลดความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัลในพื้นที่ห่างไกล นอกจากนี้ยังมีโครงการพัฒนาทักษะดิจิทัลสำหรับเยาวชน ที่มุ่งสร้างรากฐานสำหรับการพัฒนากำลังคนในอนาคต

(3.3) มิติด้านการสร้างความเท่าเทียมในสังคม การออกแบบโครงการแสดงให้เห็นความใส่ใจต่อกลุ่มเปราะบางในสังคม ทั้งผู้พิการ ผู้สูงอายุ และผู้ด้อยโอกาส โดยการสนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสม รวมถึงการส่งเสริมการเข้าถึงบริการด้านการสื่อสารอย่างทั่วถึง ซึ่งสะท้อนแนวคิดการพัฒนาที่ไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง

(3.4) มิติด้านการสร้างนวัตกรรมและการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี โครงการประเภทที่ 2 แสดงให้เห็นความพยายามในการผลักดันการพัฒนานวัตกรรมที่ตอบโจทย์ความท้าทายของประเทศ เช่น การพัฒนาระบบเกษตรอัจฉริยะที่ช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก สะท้อนการบูรณาการระหว่างการพัฒนาเทคโนโลยีและความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม หรือการพัฒนาระบบโทรเวชกรรมที่ช่วยยกระดับการเข้าถึงบริการทางการแพทย์

(3.5) มิติด้านการคุ้มครองผู้บริโภคและความมั่นคง การให้ความสำคัญกับการพัฒนาระบบป้องกันภัยคุกคามรูปแบบใหม่ เช่น การหลอกลวงออนไลน์ และการพัฒนาระบบตรวจจับการลักลอบเข้าเมือง แสดงให้เห็นการตระหนักถึงความท้าทายด้านความมั่นคงในยุคดิจิทัล รวมถึงการให้ความสำคัญกับการสร้างความตระหนักรู้และการเข้าถึงสิทธิของผู้บริโภค

(3.6) มิติด้านการส่งเสริมวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ การสนับสนุนโครงการด้าน Soft Power สะท้อนความเข้าใจในการใช้สื่อและเทคโนโลยีเพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ของประเทศ ซึ่งเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจผ่านการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมและเทคโนโลยี

การรับข้อเสนอโครงการของ กทปส. ในปี 2567 แสดงให้เห็นความพยายามในการสร้างการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกในสังคมผ่านการพัฒนาเทคโนโลยีและการสื่อสาร โดยคำนึงถึงความต้องการของทุกภาคส่วนในสังคม อย่างไรก็ตาม ความสำเร็จของโครงการจะขึ้นอยู่กับการบริหารจัดการ การติดตามประเมินผล และการสร้างความยั่งยืนในระยะยาว

2.5.2 ผลกระทบ (Impact) มิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และการคุ้มครองผู้บริโภค

(1) มิติด้านเศรษฐกิจ

(1.1) การพัฒนาโครงข่าย 5G ส่งผลให้ต้นทุนการทำธุรกรรมออนไลน์ลดลงกว่า ร้อยละ 15 ของธุรกรรมทางออนไลน์ทั้งหมด สำหรับธุรกิจ SME ในเขตเมืองใหญ่และชนบท

(1.2) การเพิ่มผลิตภาพแรงงาน: ผู้ที่ได้รับการอบรมจากโครงการพัฒนาทักษะดิจิทัลมีประสิทธิภาพในการทำงานเพิ่มขึ้น ร้อยละ 25 ของความคาดหวังในการทำงานทั้งหมด

(2) มิติด้านสังคม

(2.1) ความเท่าเทียมในการเข้าถึงเทคโนโลยี

(2.2) กลุ่มชายขอบในพื้นที่ห่างไกลได้รับโอกาสเข้าถึงเครือข่ายดิจิทัลผ่านโครงการติดตั้งโครงข่ายในชนบท

(2.3) การเชื่อมต่อช่วยลดช่องว่างด้านการศึกษาในพื้นที่ชนบท

(2.4) การลดช่องว่างดิจิทัล คนพิการและกลุ่มเปราะบางมีการเข้าถึงบริการดิจิทัลเพิ่มขึ้นกว่า ร้อยละ 50 ของประชากรทั้งหมด

(3) มิติการคุ้มครองผู้บริโภค

(3.1) การพัฒนาระบบแจ้งปัญหา (Consumer Hotline) สร้างระบบร้องเรียนออนไลน์ที่รวบรวมข้อมูลจากกลุ่มเปราะบาง ผู้สูงอายุ และคนพิการ

(3.2) ผลลัพธ์ อัตราการตอบกลับปัญหาใน 24 ชั่วโมงเพิ่มขึ้นเป็น ร้อยละ 85 ของจำนวนเรื่องร้องเรียนทั้งหมดในเวลาที่ผ่านมา

(3.3) การป้องกันภัยไซเบอร์: โครงการเสริมสร้างความรู้เกี่ยวกับภัยออนไลน์ช่วยลดปัญหาการถูกหลอกลวงทางไซเบอร์ในกลุ่มผู้สูงอายุลดลงกว่าร้อยละ 30 ของคดีทั้งหมดที่ผ่านมา

(3.4) การมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

(1) คนพิการ ได้รับโอกาสในการพัฒนาทักษะดิจิทัลเพื่อการทำงาน

(2) กลุ่มเปราะบาง ได้รับการสนับสนุนผ่านโครงการช่วยเหลือด้านการเข้าถึงเทคโนโลยีในราคาที่เหมาะสม

(3) กลุ่มชายขอบ ได้รับประโยชน์จากโครงข่ายอินเทอร์เน็ตในพื้นที่ห่างไกล และได้รับการฝึกอบรมให้มีทักษะที่สามารถใช้เทคโนโลยีในการสร้างรายได้

การติดตามและประเมินผลโครงการในปี 2566 - 2567 แสดงให้เห็นถึงความก้าวหน้าในด้านการลดความเหลื่อมล้ำทางเทคโนโลยีและการเพิ่มศักยภาพในกลุ่มเปราะบาง อย่างไรก็ตาม ยังต้องมีการปรับปรุงในด้านการบริหารจัดการทรัพยากรและการตรวจสอบผลกระทบในระยะยาวอย่างละเอียด

ข้อเสนอแนะคือ การนำเทคโนโลยีการติดตามผลแบบเรียลไทม์ และการประเมินผลกระทบเชิงเศรษฐกิจ-สังคมในระยะยาว เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลของโครงการ

2.6 วิเคราะห์การดำเนินการตามวัตถุประสงค์ของ กทปส. ตามมาตรา 52(4) และมาตราอื่นที่เกี่ยวข้อง

การดำเนินการตามวัตถุประสงค์ของ กองทุน กทปส.ภายใต้ มาตรา 52(4) และมาตราอื่นๆ ของพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 (พ.ร.บ. กสทช.) ต้องพิจารณาและวิเคราะห์การดำเนินงานในหลายมิติ โดยมีกรอบที่สามารถปฏิบัติได้จริงดังนี้

1. มาตรา 52(4) การสนับสนุนและส่งเสริมการใช้เทคโนโลยี

มาตรา 52(4) กำหนดให้ กทปส. มีหน้าที่ในการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยีในกิจการกระจายเสียง โทรทัศน์ และโทรคมนาคม รวมถึงการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคและส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีอย่างยั่งยืนในสังคม โดยมีกรอบการดำเนินการที่สามารถวิเคราะห์และพัฒนาได้จริง ได้แก่

1.1 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเทคโนโลยี

โครงการตัวอย่าง การพัฒนาโครงข่าย 5G ในประเทศไทย

- 1) ผลลัพธ์ การสนับสนุนการวิจัยและการพัฒนาเครือข่าย 5G ช่วยให้การใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัลในธุรกิจต่างๆ เติบโตอย่างรวดเร็ว และเพิ่มการเข้าถึงบริการดิจิทัลในพื้นที่ห่างไกล
- 2) การประเมินผล การใช้ข้อมูลจากเครือข่าย 5G เพื่อพัฒนาระบบการศึกษาทางไกลและการดูแลสุขภาพระยะไกลในพื้นที่ชนบทและกลุ่มผู้มีความต้องการพิเศษ

1.2 การสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาทางเทคโนโลยี

โครงการตัวอย่าง โครงการวิจัยเพื่อพัฒนาเทคโนโลยีในการคัดกรองข้อมูลข่าวสารปลอม (Fake News)

- 1) ผลลัพธ์ ลดปัญหาการเผยแพร่ข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง และช่วยให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูลที่มีคุณภาพ
- 2) การประเมินผล การติดตามและประเมินผลกระทบจากการลดข้อมูลเท็จในสื่อสาธารณะ

2. มาตรา 27 และ 48 การจัดการคลื่นความถี่และการเข้าถึงบริการโทรคมนาคมพื้นฐาน

การจัดการคลื่นความถี่ (มาตรา 27) กทปส. ต้องดำเนินการบริหารจัดการคลื่นความถี่ให้มีประสิทธิภาพ ซึ่งจะช่วยส่งเสริมการใช้งานในเชิงพาณิชย์และบริการสาธารณะ

- 1) โครงการตัวอย่าง การจัดสรรคลื่นความถี่ 700 MHz สำหรับบริการ 5G
- 2) ผลลัพธ์ ทำให้มีการเพิ่มจำนวนผู้ใช้งานบริการ 5G ทั่วประเทศและเพิ่มโอกาสในการลงทุนด้านสื่อและโทรคมนาคม การให้บริการโทรคมนาคมพื้นฐาน (มาตรา 48) การส่งเสริมการเข้าถึงบริการโทรคมนาคมพื้นฐานให้กับประชาชนทุกกลุ่ม

- 3) โครงการตัวอย่าง การติดตั้งสถานีอินเทอร์เน็ต Wi-Fi ในพื้นที่ห่างไกลและหมู่บ้านที่ไม่มีบริการอินเทอร์เน็ต
- 4) ผลลัพธ์: ผู้ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ห่างไกลได้รับโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลและบริการออนไลน์

3. การคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง โทรทัศน์ และโทรคมนาคม

การคุ้มครองผู้บริโภคมีความสำคัญในการรับประกันว่าผู้บริโภคจะได้รับบริการที่มีคุณภาพและปลอดภัยจากการละเมิดสิทธิ

3.1 การคุ้มครองจากการหลอกลวงทางการค้า

โครงการตัวอย่าง การจัดตั้งคณะกรรมการเพื่อตรวจสอบโฆษณาที่หลอกลวง

- 1) ผลลัพธ์ การลดโฆษณาที่เป็นอันตรายหรือหลอกลวงในสื่อสาธารณะ
- 2) การประเมินผล การติดตามการรายงานและการแก้ไขปัญหาผ่านการดำเนินการทางกฎหมาย

3.2 การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

โครงการตัวอย่าง การพัฒนาระบบการจัดการข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภค

- 1) ผลลัพธ์ ป้องกันการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลจากผู้ให้บริการโทรคมนาคมและสื่อ
- 2) การประเมินผล การตรวจสอบการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเลือกใช้บริการได้อย่างปลอดภัย

4. ข้อเสนอแนะสำหรับการดำเนินการในอนาคต

การพัฒนากองทุนและการสนับสนุนของ กทปส. ควรเน้นในด้านการพัฒนาเทคโนโลยีและการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีประสิทธิภาพ ดังนี้

1. การสร้างมาตรฐานการใช้เทคโนโลยี กทปส. ควรพัฒนาและส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีที่มีมาตรฐานสูง เช่น การใช้ระบบปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในการจัดการข้อมูลผู้บริโภคและการประเมินผลกระทบจากโครงการ
2. การส่งเสริมความร่วมมือกับภาคเอกชน การสร้างเครือข่ายการทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐและเอกชนในการพัฒนาเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพและคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค
3. การเพิ่มความโปร่งใสในการใช้จ่ายเงินทุน การรายงานผลการใช้เงินทุนและการประเมินผลกระทบจากโครงการต่างๆ ควรโปร่งใสและเปิดเผยต่อสาธารณะการดำเนินการตามวัตถุประสงค์ของ กทปส. ภายใต้ มาตรา 52(4) และมาตราอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องใน พ.ร.บ. กสทช. เน้นการพัฒนาและส่งเสริมกิจการที่เกี่ยวข้องกับการกระจายเสียง โทรทัศน์ และโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะโดยมีการพัฒนาการเข้าถึงบริการดิจิทัลสำหรับกลุ่มผู้บริโภคที่มีความเสี่ยงสูงและการคุ้มครองผู้บริโภคจากการละเมิดสิทธิในเชิงพาณิชย์

2.7 ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนา กทปส. โดยเฉพาะประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค ในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

การคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง โทรทัศน์ และโทรคมนาคมเพื่อประโยชน์สาธารณะ
 เป็นหน้าที่สำคัญของกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม
 (กทปส.) ที่ต้องมั่นใจว่าผู้บริโภคจะได้รับการปกป้องจากการถูกเอาเปรียบหรือผลกระทบจากการดำเนินการ
 ในภาคส่วนเหล่านี้ ตัวอย่างของการปรับการทำงานในการคุ้มครองผู้บริโภคในแต่ละด้านสามารถนำไปใช้ได้ตาม
 ตัวอย่างต่อไปนี้

(2.7.1) การปรับปรุงระบบการรับเรื่องร้องเรียนและการเยียวยาผู้บริโภค

ตัวอย่าง การตั้งศูนย์บริการลูกค้าผ่านแอปพลิเคชันหรือเว็บไซต์เพื่อให้ผู้บริโภค
 สามารถร้องเรียนและรับข้อมูลเกี่ยวกับสิทธิของตนได้ทันที การมีช่องทางออนไลน์ช่วยให้การร้องเรียนเป็นไปอย่าง
 รวดเร็วและสามารถติดตามผลได้

- ตัวอย่างในกิจการโทรคมนาคม** บริษัทโทรคมนาคมควรมีระบบที่ทำให้ลูกค้า
 สามารถตรวจสอบข้อมูลการใช้งานบริการ เช่น การเช็คการใช้ข้อมูลแพ็คเกจโทรศัพท์มือถือหรืออินเทอร์เน็ต เพื่อ
 ป้องกันการคิดเงินเกินจำนวนจริง

- ผลที่คาดหวัง** ลดปัญหาการร้องเรียนจากผู้บริโภคและเพิ่มความโปร่งใสใน
 การให้บริการ

(2.7.2) การควบคุมและกำกับดูแลโฆษณา

ตัวอย่าง การตรวจสอบและควบคุมโฆษณาที่เผยแพร่ในกิจการกระจายเสียง
 และโทรทัศน์ เพื่อป้องกันการหลอกลวงผู้บริโภค เช่น โฆษณาที่ให้ข้อมูลเท็จเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการ

- ตัวอย่างในกิจการโทรทัศน์** การบังคับให้ช่องทีวีแสดงข้อมูลที่ชัดเจนเกี่ยวกับ
 โฆษณาที่มีการเสนอส่วนลดหรือโปรโมชั่น โดยการเผยแพร่คำเตือนในกรณีที่โฆษณานั้นอาจสร้างความเข้าใจผิด

- ผลที่คาดหวัง** ลดการหลอกลวงจากโฆษณา และส่งเสริมการโฆษณาที่โปร่งใส
 และเป็นธรรม

(2.7.3) การให้ความรู้แก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับสิทธิและวิธีการร้องเรียน

ตัวอย่าง การจัดโครงการให้ความรู้แก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับการใช้บริการ
 โทรคมนาคมหรือการดูแลข้อมูลส่วนบุคคลในโลกดิจิทัล

- ตัวอย่างในกิจการกระจายเสียง** การสร้างโปรแกรมรณรงค์ให้ความรู้เกี่ยวกับ
 การใช้สื่ออย่างรับผิดชอบ เช่น การตรวจสอบข้อมูลที่ได้รับจากสื่อและการเรียนรู้เกี่ยวกับการรับสื่ออย่างปลอดภัย

- ผลที่คาดหวัง** ส่งเสริมให้ผู้บริโภคมีความรู้ความเข้าใจในสิทธิของตน และ
 สามารถตรวจสอบสิทธิได้เมื่อเกิดปัญหาหรือการละเมิด

(2.7.4) การพัฒนาบริการสำหรับผู้บริโภคที่เปราะบาง

ตัวอย่าง การออกแบบบริการที่รองรับผู้บริโภคที่มีความต้องการพิเศษ เช่น คน
 พิการ หรือผู้สูงอายุ

- ตัวอย่างในกิจการโทรทัศน์** การพัฒนาเครื่องมือที่ช่วยให้ผู้พิการทางการ
 มองเห็นสามารถฟังรายการหรือรับข้อมูลจากโทรทัศน์ได้ง่ายขึ้น เช่น การเพิ่มฟีดแบ็กเสียงอ่านเนื้อหา

• ผลที่คาดหวัง ผู้บริโภคที่มีความต้องการพิเศษจะสามารถเข้าถึงบริการได้อย่าง
เท่าเทียมกัน

(2.7.5) การตรวจสอบและติดตามผลการดำเนินการ

ตัวอย่าง การตั้งคณะกรรมการอิสระเพื่อตรวจสอบและประเมินการคุ้มครอง
ผู้บริโภคที่ได้รับจากกิจการต่าง ๆ รวมถึงการจัดทำรายงานผลการดำเนินงาน

• ตัวอย่างในกิจการโทรคมนาคม การประเมินผลกระทบจากการใช้บริการ
อินเทอร์เน็ตหรือโทรศัพท์มือถือต่อผู้บริโภค โดยเฉพาะผลกระทบทางด้านค่าใช้จ่ายหรือความไม่เป็นธรรมในการ
ให้บริการ

• ผลที่คาดหวัง เพิ่มความโปร่งใสในการให้บริการและสร้างความเชื่อมั่นใน
ผู้บริโภค

(2.7.6) การเสริมสร้างการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคในการพัฒนานโยบาย

ตัวอย่าง การเปิดช่องทางให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมในการเสนอความคิดเห็นและ
ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค

• ตัวอย่างในกิจการกระจายเสียง การจัดฟังความคิดเห็นจากผู้บริโภคเกี่ยวกับ
เนื้อหาที่ออกอากาศ และการดำเนินการเพื่อให้มั่นใจว่าผู้บริโภคได้มีส่วนร่วมในการพัฒนากฎหมายหรือมาตรการ
ใหม่ๆ ที่เกี่ยวข้อง

• ผลที่คาดหวัง นโยบายที่พัฒนาขึ้นจะสามารถตอบสนองต่อความต้องการและ
ความคาดหวังของผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น

•

การปรับการทำงานและพัฒนาระบบการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง โทรทัศน์ และ
โทรคมนาคมนั้นเป็นกระบวนการที่ต้องมีการประสานงานระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้มั่นใจว่าผู้บริโภคทุก
กลุ่มสามารถได้รับการปกป้องจากปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากการใช้บริการ ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นใน
ระบบบริการและความยั่งยืนในภาคการสื่อสาร

ผลการวิเคราะห์และสรุปผลการศึกษา

การวิเคราะห์และสรุปผลการดำเนินงานในเชิงนโยบายเพื่อสนับสนุน ส่งเสริม และคุ้มครอง
ผู้บริโภคด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมที่ดำเนินการโดย กองทุน กทปส.
สามารถสรุปได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์การดำเนินงานของ กทปส. เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

(1) การสร้างแนวทางที่เป็นรูปธรรมในการคุ้มครองผู้บริโภค

การดำเนินการ กทปส. จำเป็นต้องพัฒนาและสร้างกรอบนโยบายที่ชัดเจนในการคุ้มครอง
ผู้บริโภค ซึ่งรวมถึงการกำหนดมาตรการที่สามารถตรวจสอบได้ว่าผู้บริโภคได้รับการคุ้มครองจากการละเมิดสิทธิใน
กิจการต่าง ๆ เช่น กำหนดมาตรฐานการโฆษณาและการให้บริการที่ไม่ก่อให้เกิดการหลอกลวง

ตัวอย่าง การควบคุมการโฆษณาและการเผยแพร่ข้อมูลที่ไม่เป็นจริงในกิจการโทรทัศน์และโทรคมนาคม โดยการจัดตั้งหน่วยงานตรวจสอบที่สามารถดำเนินการได้ทันทีเมื่อมีการร้องเรียนจากผู้บริโภค

(2) การสร้างความโปร่งใสในการให้บริการและการรายงานผลการดำเนินงาน

การดำเนินการ กทปส. ควรมีการประเมินผลการดำเนินงานจากโครงการที่ได้รับการสนับสนุน และการให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลการดำเนินงานแก่สาธารณะ เช่น การรายงานผลกระทบจากโครงการต่าง ๆ ที่มีต่อผู้บริโภค โดยเฉพาะผลกระทบด้านเศรษฐกิจและสังคม

ตัวอย่าง การใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ เช่น ระบบ AI หรือเครื่องมือออนไลน์ในการติดตามการใช้บริการและตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้องได้อย่างรวดเร็ว

(3) การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคในกระบวนการตัดสินใจ

การดำเนินการ เพื่อให้การคุ้มครองผู้บริโภคเป็นไปตามความต้องการและความคิดเห็นของประชาชน กทปส. ควรเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมในการออกแบบนโยบายหรือมาตรการใหม่ๆ โดยการสร้างช่องทางในการเสนอข้อคิดเห็นและความคิดเห็น

ตัวอย่าง การจัดเวทีหรือการสำรวจความคิดเห็นจากผู้บริโภคเกี่ยวกับบริการโทรคมนาคมและโทรทัศน์ เพื่อรับฟังความต้องการและความคิดเห็นจากผู้ใช้บริการ

(4) การพัฒนาบริการเพื่อรองรับกลุ่มผู้บริโภคที่เปราะบาง

การดำเนินการ กทปส. ควรพัฒนาแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภคโดยให้ความสำคัญกับกลุ่มที่มีความเสี่ยงสูง เช่น คนพิการ ผู้สูงอายุ และกลุ่มคนชายขอบ โดยการพัฒนาบริการที่เข้าถึงง่ายและอำนวยความสะดวกให้กับกลุ่มเหล่านี้

ตัวอย่าง การสร้างบริการเสียงอ่านหรือการออกแบบอินเตอร์เฟซที่เหมาะสมสำหรับผู้พิการทางการมองเห็น เพื่อให้สามารถเข้าถึงบริการโทรคมนาคมและโทรทัศน์ได้อย่างเท่าเทียม

(5) การเสริมสร้างการศึกษาและให้ความรู้แก่ผู้บริโภค

การดำเนินการ กทปส. ควรเสริมสร้างการรับรู้แก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับสิทธิของตนในกิจการต่าง ๆ เช่น การให้ความรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลหรือวิธีการร้องเรียนเมื่อพบปัญหาบริการ

ตัวอย่าง การจัดรณรงค์ผ่านสื่อดิจิทัลหรือโทรทัศน์เกี่ยวกับสิทธิในการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถตระหนักถึงการใช้อย่างถูกต้องและปลอดภัย

(6) การติดตามและประเมินผลการดำเนินงาน

การดำเนินการ การสร้างกลไกในการติดตามผลการดำเนินงานของโครงการที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อประเมินผลลัพธ์จากการดำเนินงานและแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น

ตัวอย่าง การจัดทำรายงานการประเมินผลการดำเนินงานจากโครงการที่ได้รับทุนจาก กทปส. ทุกปี พร้อมการจัดประชุมหรือเวทีสาธารณะเพื่อแสดงความคิดเห็นจากผู้บริโภค

(3) ผลการศึกษาในเชิงปริมาณของกองทุน กทปส. เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

จากข้อมูลการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับกองทุน กทปส. พบข้อค้นพบที่น่าสนใจหลายประการ

1. การศึกษารังนี้นี้มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 2,520 คน กระจายตัวครอบคลุมทุกภูมิภาคของประเทศ โดยมีสัดส่วนใกล้เคียงกันประมาณร้อยละ 16 ในแต่ละภาค ยกเว้นกรุงเทพฯ และปริมณฑลที่มีสัดส่วน

น้อยกว่าที่ร้อยละ 8.53 ของประชากรกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 64.60 ของประชากรกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด) และอยู่ในช่วงวัยกลางคนถึงสูงอายุ โดยกลุ่มอายุ 51-65 ปี มีสัดส่วนมากที่สุดถึงร้อยละ 30.95 ของประชากรกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

2. ในด้านการรับรู้เกี่ยวกับกองทุน พบว่า แม้กลุ่มประชากรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ (ร้อยละ 65.95 ของประชากรกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด) จะเคยได้ยินชื่อหรือรู้จักกองทุน แต่การรับรู้ในเชิงลึกกลับมีข้อจำกัด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของโครงการที่ได้รับการสนับสนุน ที่มีเพียงร้อยละ 16.31 ของประชากรกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดเท่านั้นที่ระบุว่าเคยรับทราบที่น่าสนใจคือ เมื่อสอบถามถึงแหล่งที่มาของข้อมูล พบว่า เกือบครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 48.45 ของประชากรกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด) ระบุว่าไม่ทราบแหล่งข้อมูล ในขณะที่สื่อสังคมออนไลน์และโทรทัศน์เป็นแหล่งข้อมูลหลัก ในทางกลับกัน เว็บไซต์ของ กสทช./กทปส. ซึ่งเป็นช่องทางการสื่อสารหลักขององค์กรกลับมีผู้เข้าถึงเพียงร้อยละ 5.96 ของประชากรกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด เท่านั้น

3. ประเด็นที่น่าห่วงคือ เรื่องการมีส่วนร่วมและการได้รับประโยชน์ โดยพบว่า มีเพียงร้อยละ 28.24 ของประชากรกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ที่ทราบว่าประชาชนมีสิทธิเสนอโครงการ และมีเพียงร้อยละ 14.12 ของประชากรกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ที่ระบุว่าเคยได้รับประโยชน์จากโครงการของกองทุน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นประโยชน์ในด้านการเข้าถึงบริการโทรคมนาคมในพื้นที่ห่างไกล (ร้อยละ 17.41 ของประชากรกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด) และการได้รับข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ผ่านสื่อต่างๆ (ร้อยละ 16.98 ของประชากรกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด)

4. ในด้านความพึงพอใจต่อการดำเนินงาน ผลการประเมินโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 2.97 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จาก 5 คะแนน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านประโยชน์ต่อประชาชนได้รับความพึงพอใจสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 3.08 ของประชากรกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด) ในขณะที่ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลได้รับความพึงพอใจต่ำที่สุด (ค่าเฉลี่ย 2.87 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด) นอกจากนี้ ในทุกด้านมีผู้ที่ไม่สามารถประเมินได้จำนวนหนึ่ง (152-180 คน) สะท้อนถึงการขาดข้อมูลที่เพียงพอในการประเมิน

5. ในแง่ความโปร่งใส แม้วร้อยละ 53.17 ของประชากรกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จะเห็นว่ากองทุนมีความโปร่งใส แต่มีผู้ที่ไม่แน่ใจสูงถึงร้อยละ 37.54 ของประชากรกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และมีผู้ที่ไม่โปร่งใส ร้อยละ 9.29 ของประชากรกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด สอดคล้องกับความเห็นเรื่องการจัดสรรเงินทุน ที่มีถึงร้อยละ 40.16 ของประชากรกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด เห็นว่าไม่เหมาะสม โดยสาเหตุหลักมาจากการให้ทุนแก่โครงการที่ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์ของกองทุน การขาดความหลากหลายของผู้ได้รับทุน และการจัดสรรทุนที่ไม่สอดคล้องกับความต้องการของประชาชน

6. ข้อค้นพบที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ ความต้องการปฏิรูปโครงสร้างการบริหาร โดยร้อยละ 70.27 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด เห็นว่าควรมีการปรับปรุง โดยเฉพาะในประเด็นการเพิ่มการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน (ร้อยละ 27.53 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด) การปรับปรุงกระบวนการคัดเลือกและ อนุมัติโครงการให้โปร่งใสมากขึ้น (ร้อยละ 18.45 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด) และการเพิ่มความเป็นอิสระจากการแทรกแซงทางการเมือง (ร้อยละ 18.26 ของประชากรกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด)

7. เมื่อให้จัดลำดับความสำคัญของการพัฒนา ประชาชนให้ความสำคัญกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านโทรคมนาคมมากที่สุด (3,244 คะแนน) ตามด้วยการส่งเสริมการเข้าถึงบริการโทรคมนาคมในพื้นที่ห่างไกล (2,750 คะแนน) และการคุ้มครองผู้บริโภคในยุคดิจิทัล (2,655 คะแนน)

ข้อมูลทั้งหมดนี้สะท้อนให้เห็นว่า แม้กองทุน กทปส. จะมีบทบาทสำคัญในการพัฒนากิจการกระจายเสียง โทรทัศน์ และโทรคมนาคมของประเทศ แต่ยังมีความท้าทายสำคัญในหลายด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ การสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชน และการพัฒนาความโปร่งใสในการดำเนินงาน ซึ่งเป็นประเด็นที่ต้องได้รับการพัฒนาอย่างเร่งด่วนเพื่อให้กองทุนสามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

(4) ข้อเสนอเชิงปริมาณสู่เชิงนโยบายของกองทุน กทปส. เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

1. นโยบายด้านการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์

จากผลการสำรวจที่พบว่า แม้ประชาชนร้อยละ 65.95 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จะรู้จักกองทุน แต่มีเพียงร้อยละ 16.31 ของประชากรกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด เท่านั้นที่รับทราบเกี่ยวกับโครงการที่ได้รับการสนับสนุน สะท้อนให้เห็นช่องว่างที่สำคัญในการสื่อสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อพิจารณาว่าเว็บไซต์ของ กสทช./ กทปส. ซึ่งเป็นช่องทางหลักที่ผู้เข้าถึงเพียงร้อยละ 5.96 ของประชากรกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ในขณะที่สื่อสังคมออนไลน์และโทรทัศน์เป็นช่องทางหลักที่ประชาชนเข้าถึง (ร้อยละ 15.69 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และ 11.23 ของประชากรกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดตามลำดับ)

กองทุนจึงจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์การสื่อสารให้สอดคล้องกับพฤติกรรมในการเข้าถึงข้อมูลของประชาชน โดยเฉพาะการพัฒนาเนื้อหาบนสื่อสังคมออนไลน์ที่เข้าถึงง่ายและน่าสนใจ ควบคู่กับการสื่อสารผ่านสื่อดั้งเดิมอย่างโทรทัศน์ ที่สำคัญคือต้องแก้ไขปัญหาที่พบว่า ร้อยละ 48.45 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดของผู้ตอบแบบสอบถามระบุว่าไม่ทราบแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับกองทุนแต่ประการใด

2. นโยบายด้านการมีส่วนร่วมของประชาชน

การสำรวจพบว่า มีเพียงร้อยละ 28.24 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ที่ทราบว่า ประชาชนมีสิทธิเสนอโครงการ และมีเพียงร้อยละ 14.12 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ที่เคยได้รับประโยชน์จากโครงการของกองทุน สะท้อนถึงความจำเป็นในการพัฒนาระบบการมีส่วนร่วมที่มีประสิทธิภาพ เมื่อพิจารณาว่าประชาชนร้อยละ 84.72 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด สนับสนุนให้มีการเพิ่มการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน

รูปแบบการมีส่วนร่วมที่ประชาชนต้องการมากที่สุดคือ การแสดงความคิดเห็นผ่านเว็บไซต์/แอปพลิเคชัน (ร้อยละ 34.67 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด) การเข้าร่วมประชุมรับฟังความคิดเห็น (ร้อยละ 20.58 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด) และการร่วมเป็นคณะกรรมการภาคประชาชน (ร้อยละ 15.47 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด) กองทุนจึงควรพัฒนาช่องทางการมีส่วนร่วมที่หลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการนี้

3. นโยบายด้านความโปร่งใสและธรรมาภิบาล

ผลการสำรวจชี้ให้เห็นว่า แม้ร้อยละ 53.17 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จะเห็นว่า กองทุนมีความโปร่งใส แต่มีผู้ที่ไม่แน่ใจสูงถึงร้อยละ 37.54 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และมีผู้ที่ไม่โปร่งใสร้อยละ 9.29 ของประชากรกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด นอกจากนี้ ร้อยละ 40.16 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด เห็นว่า การจัดสรรเงินทุนไม่

เหมาะสม โดยสาเหตุหลักมาจากการให้ทุนแก่โครงการที่ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์ (ร้อยละ 17.69 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด) การขาดความหลากหลายของผู้ได้รับทุน (ร้อยละ 14.65 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด) และการจัดสรรทุนที่ไม่สอดคล้องกับความต้องการของประชาชน (ร้อยละ 13.13 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด)

4. นโยบายด้านการกระจายประโยชน์และการเข้าถึง

การสำรวจพบว่า ร้อยละ 62.04 ของ กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ของผู้ตอบแบบสอบถามไม่เคยได้รับประโยชน์จากกองทุน สำหรับผู้ที่เคยได้รับประโยชน์ ส่วนใหญ่ได้รับในด้านการเข้าถึงบริการโทรคมนาคมในพื้นที่ห่างไกล (ร้อยละ 17.41 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด) การได้รับข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ (ร้อยละ 16.98 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด) และการได้รับความรู้ด้านการใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร (ร้อยละ 16.17 ของประชากรกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด)

5. นโยบายด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน

ผลการจัดลำดับความสำคัญชี้ให้เห็นว่า ประชาชนให้ความสำคัญกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านโทรคมนาคมมากที่สุด (3,244 คะแนน) ตามด้วยการส่งเสริมการเข้าถึงบริการโทรคมนาคมในพื้นที่ห่างไกล (2,750 คะแนน) และการคุ้มครองผู้บริโภคในยุคดิจิทัล (2,655 คะแนน)

นอกจากนี้ ร้อยละ 72.94 ของประชากรกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด เห็นว่า กองทุนมีส่วนช่วยพัฒนากิจการกระจายเสียง โทรทัศน์ และโทรคมนาคมของประเทศ โดยแบ่งเป็นช่วยมาร้อยละ 32.54 ของประชากรกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และช่วยพอสมควรร้อยละ 40.40 ของประชากรกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด สะท้อนให้เห็นว่าประชาชนยังเห็นความสำคัญของบทบาทกองทุนในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการสื่อสารของประเทศ

การพัฒนานโยบายในทุกด้านควรคำนึงถึงความครอบคลุมทางภูมิศาสตร์ด้วย เนื่องจากผลการสำรวจแสดงให้เห็นการกระจายตัวของความต้องการในแต่ละภูมิภาค โดยภาคเหนือมีสัดส่วนมากที่สุดร้อยละ 16.23 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาคือภาคตะวันตก (ร้อยละ 16.15 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด) และภาคตะวันออก (ร้อยละ 16.11 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด) ในขณะที่กรุงเทพฯ และปริมณฑลมีสัดส่วนน้อยที่สุดที่ร้อยละ 8.53 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

(5) ผลการศึกษาในเชิงคุณภาพของ กองทุน กทปส. เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

ประเด็นที่ 1. กองทุน กทปส. เป็นหน่วยงานที่มีบทบาทสำคัญในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการสื่อสารและโทรคมนาคม จากการศึกษาและวิเคราะห์การดำเนินงานที่ผ่านมา พบประเด็นที่ต้องได้รับการพัฒนาและปรับปรุงหลายประการ

ประเด็นที่ 2. สถานการณ์ปัจจุบันของ กทปส. สะท้อนให้เห็นความท้าทายที่สำคัญ โดยเฉพาะในด้านโครงสร้างการบริหารจัดการที่มีความซับซ้อน การจัดสรรงบประมาณที่ยังไม่สมดุล และการเข้าถึงบริการของประชาชนที่ยังมีข้อจำกัด โครงสร้างองค์กรที่มีคณะกรรมการและอนุกรรมการหลายชุดส่งผลให้การประสานงานขาดประสิทธิภาพ ขณะที่การจัดสรรงบประมาณยังกระจุกตัวอยู่ที่หน่วยงานภาครัฐ โดยภาคประชาสังคมได้รับการจัดสรรเพียงร้อยละ 6.3 เท่านั้น

ประเด็นที่ 3. ในด้านการคุ้มครองผู้บริโภค พบว่างบประมาณที่จัดสรรมีเพียงร้อยละ 0.24 ในช่วงปี 2561-2564 ซึ่งถือว่าน้อยมากเมื่อเทียบกับความสำคัญของภารกิจ นอกจากนี้ ระบบการขอรับทุนที่ซับซ้อนยังเป็นอุปสรรคต่อองค์กรขนาดเล็กและภาคประชาสังคม ทำให้การเข้าถึงการสนับสนุนเป็นไปได้ยาก

ประเด็นที่ 4. การแก้ไขปัญหาดังกล่าวจำเป็นต้องดำเนินการอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง โดยในระยะสั้น ควรเร่งปรับลดขั้นตอนที่ซ้ำซ้อน พัฒนาระบบดิจิทัลสนับสนุนการทำงาน และปรับปรุงการประสานงานระหว่างหน่วยงาน ในระยะกลาง ควรปรับโครงสร้างคณะกรรมการให้กระชับ พัฒนาระบบติดตามประเมินผลแบบบูรณาการ และสร้างกลไกการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ส่วนในระยะยาว ควรมุ่งสู่การปฏิรูประบบบริหารจัดการองค์กร พัฒนาระบบธรรมาภิบาลที่เข้มแข็ง และสร้างความยั่งยืนในการดำเนินงาน

ประเด็นที่ 5. การพัฒนาระบบงานควรให้ความสำคัญกับสามด้านหลัก ได้แก่ การจัดการทุน การคุ้มครองผู้บริโภค และการติดตามประเมินผล โดยในด้านการจัดการทุน ควรกำหนดสัดส่วนการจัดสรรที่ชัดเจน พัฒนาระบบการยื่นขอทุนออนไลน์ และจัดตั้งระบบพี่เลี้ยงสนับสนุน ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคควรพัฒนาระบบร้องเรียนแบบจุดเดียวเบ็ดเสร็จ สร้างฐานข้อมูลผู้บริโภคที่ครอบคลุม และพัฒนาระบบเตือนภัยที่มีประสิทธิภาพ ส่วนด้านการติดตามประเมินผลควรพัฒนาตัวชี้วัดที่เป็นรูปธรรม สร้างระบบติดตามแบบเรียลไทม์ และประเมินผลกระทบทางสังคมอย่างเป็นระบบ

ประเด็นที่ 6. กลไกการขับเคลื่อนนโยบายจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน โดยการพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน สร้างระบบฐานข้อมูลกลาง และพัฒนากลไกการทำงานร่วมกัน ควบคู่ไปกับการพัฒนาศักยภาพบุคลากรและการสร้างแรงจูงใจในการทำงาน รวมถึงการจัดสรรทรัพยากรที่เหมาะสม

ประเด็นที่ 7. ผลลัพธ์ที่คาดหวังจากการพัฒนาดังกล่าวครอบคลุมทั้งด้านประสิทธิภาพองค์กร การคุ้มครองผู้บริโภค และการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยมุ่งหวังให้ระบบการทำงานมีประสิทธิภาพสูงขึ้น การบริหารจัดการโปร่งใสตรวจสอบได้ และการใช้ทรัพยากรเกิดประโยชน์สูงสุด ในขณะเดียวกัน ผู้บริโภคควรได้รับการคุ้มครองอย่างทั่วถึง มีระบบร้องเรียนที่มีประสิทธิภาพ และการละเมิดสิทธิผู้บริโภคลดลง นอกจากนี้ ยังควรเกิดนวัตกรรม การคุ้มครองผู้บริโภค การพัฒนาที่ตอบสนองความต้องการ และความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ประเด็นที่ 8. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายครอบคลุมทั้งมิติเชิงโครงสร้าง การดำเนินงาน และการพัฒนา โดยมุ่งเน้นการปรับปรุงโครงสร้างองค์กรให้มีประสิทธิภาพ พัฒนาระบบการทำงานที่ทันสมัย และสร้างกลไกการมีส่วนร่วมที่เข้มแข็ง ควบคู่ไปกับการพัฒนาระบบการจัดสรรทุนที่เป็นธรรม เพิ่มประสิทธิภาพการคุ้มครองผู้บริโภค และสร้างการเข้าถึงบริการที่ทั่วถึง รวมถึงการสร้างความยั่งยืนในการดำเนินงาน พัฒนานวัตกรรมคุ้มครองผู้บริโภค และเสริมสร้างความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

การนำข้อเสนอแนะไปสู่การปฏิบัติจำเป็นต้องคำนึงถึงบริบทและข้อจำกัดขององค์กร พร้อมทั้งสร้างการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนอย่างแท้จริง เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนและเป็นประโยชน์สูงสุดต่อผู้บริโภคและสาธารณะ การปรับปรุงและพัฒนา กทปส. ควรดำเนินการอย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ โดยมีการติดตามประเมินผลและปรับปรุงการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้องค์กรสามารถตอบสนองต่อความท้าทายและความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(6) ข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อพัฒนากลไกการคุ้มครองผู้บริโภคของกองทุน กทปส.

จากผลการศึกษาสามารถวิเคราะห์และมีประเด็นสำคัญเกี่ยวกับกองทุน กทปส. ในการดำเนินการเพื่อให้เป็นไปตามเจตนารมณ์ของกองทุน โดยสามารถจำแนกออกเป็นประเด็น ประกอบด้วย

ประเด็นที่ 1 โครงสร้างและการบริหารจัดการ

จากการประเมิน พบว่า ปัญหาเชิงระบบที่สำคัญในโครงสร้างการบริหารจัดการกองทุน โดยเฉพาะความไม่สมดุลในองค์ประกอบของคณะทำงาน ที่ขาดผู้เชี่ยวชาญด้านการคุ้มครองผู้บริโภค แม้ว่าการคุ้มครองผู้บริโภคจะเป็นหนึ่งในวัตถุประสงค์หลักของกองทุน แต่กลับได้รับการจัดสรรงบประมาณน้อยกว่าร้อยละ 1 ของงบประมาณทั้งหมด สะท้อนให้เห็นถึงความไม่สอดคล้องระหว่างเป้าหมายที่ตั้งไว้กับการจัดสรรทรัพยากร ซึ่งสามารถจำแนกผลการประเมินได้ดังนี้

ประการแรก คือความซ้ำซ้อนในโครงสร้างการกำกับดูแล เนื่องจาก กทปส. อยู่ภายใต้การกำกับของ กสทช. ขณะเดียวกันต้องทำงานร่วมกับหน่วยงานภาครัฐอื่นๆ ที่มีภารกิจคาบเกี่ยวกัน เช่น กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม หรือสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ความซ้ำซ้อนนี้บางครั้งนำไปสู่ความล่าช้าในการตัดสินใจและการดำเนินงาน

ประการที่สอง คือ ความไม่ยืดหยุ่นของกรอบนโยบาย แม้ว่าเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคจะเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว แต่การปรับเปลี่ยนนโยบายหรือแนวทางการดำเนินงานของกองทุนยังต้องผ่านขั้นตอนที่ซับซ้อนและใช้เวลานาน ทำให้บางครั้งไม่สามารถตอบสนองต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงได้ทันทั่วทั้ง

ประการที่สาม ในระดับการบริหารจัดการภายใน กทปส. เผชิญกับความท้าทายที่สำคัญ คือ การจัดโครงสร้างองค์กรที่เหมาะสม การแบ่งส่วนงานแบบดั้งเดิมที่แยกตามหน้าที่อาจไม่เอื้อต่อการทำงานในยุคดิจิทัลที่ต้องการความคล่องตัวและการบูรณาการระหว่างหน่วยงาน นอกจากนี้ ระบบการบริหารงานบุคคลที่ยึดติดกับระเบียบราชการอาจเป็นอุปสรรคต่อการดึงดูดและรักษาบุคลากรที่มีความสามารถ โดยเฉพาะในด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม

ประการที่สี่ การจัดสรรและบริหารทรัพยากรเป็นความท้าทายที่สำคัญ โดยเฉพาะในประเด็นต่อไปนี้

(1) การบริหารงบประมาณ แม้ว่า กทปส. จะมีแหล่งรายได้ที่แน่นอนจากค่าธรรมเนียมใบอนุญาตและการจัดสรรคลื่นความถี่ แต่การใช้จ่ายงบประมาณยังมีข้อจำกัดและความไม่ยืดหยุ่น โดยเฉพาะในการตอบสนองต่อสถานการณ์เร่งด่วน

(2) การบริหารทรัพยากรบุคคล การพัฒนาบุคลากรให้มีทักษะที่จำเป็นในยุคดิจิทัล และการสร้างแรงจูงใจให้บุคลากรที่มีความสามารถยังคงทำงานกับองค์กร เป็นความท้าทายที่สำคัญ

(3) การจัดการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ การพัฒนาและบำรุงรักษาระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ รวมถึงการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล เป็นภารกิจที่ต้องใช้ทรัพยากรจำนวนมาก

ประการที่ห้า การสร้างการมีส่วนร่วมและการประสานงานระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นความท้าทายที่สำคัญอีกประการหนึ่ง โดยเฉพาะในประเด็นต่อไปนี้

(1) การสื่อสารและประสานงาน การสร้างความเข้าใจและการประสานงานระหว่างหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการสื่อสารกับสาธารณะ ยังมีข้อจำกัดและอุปสรรคหลายประการ

(2) การสร้างการมีส่วนร่วม การพัฒนากลไกที่เอื้อให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มสามารถมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายและการดำเนินงานของกองทุนอย่างแท้จริง

แนวทางในการจัดการแก้ไขปัญหาโครงสร้างและการบริหารจัดการของกองทุน กทปส. ควรพิจารณาดำเนินการดังนี้

1. การปรับโครงสร้างองค์กร โดยพัฒนาโครงสร้างแบบ Matrix Organization ที่เอื้อต่อการทำงานข้ามสายงาน สร้างหน่วยงานพิเศษที่มีความคล่องตัวสูงสำหรับภารกิจเร่งด่วน และปรับปรุงระบบการบริหารงานบุคคลให้มีความยืดหยุ่นมากขึ้น

2. การพัฒนาระบบการทำงาน โดยการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการบริหารจัดการ พัฒนาระบบการตัดสินใจที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ สร้างระบบการติดตามและประเมินผลที่มีประสิทธิภาพ

3. การสร้างความร่วมมือ ด้วยการพัฒนากลไกการประสานงานระหว่างหน่วยงาน สร้างเครือข่ายความร่วมมือที่เข้มแข็ง และพัฒนาช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ

การจัดการโครงสร้างและการบริหารจัดการต้องอาศัยความมุ่งมั่นและความร่วมมือจากทุกภาคส่วน รวมถึงการปรับเปลี่ยนวิธีคิดและวิธีการทำงานให้สอดคล้องกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป การพัฒนาต้องดำเนินการอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง โดยคำนึงถึงเป้าหมายสูงสุดคือการสร้างประโยชน์สูงสุดให้กับผู้บริโภคและสังคมโดยรวม

ประเด็นที่ 2 ระบบการติดตามและประเมินผล

กองทุนยังขาดระบบการติดตามและประเมินผลที่มีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในการประเมินผลกระทบของโครงการที่มีต่อผู้บริโภคและสาธารณะ ข้อบกพร่องนี้ทำให้ยากต่อการประเมินความคุ้มค่าและผลกระทบโดยรวมของโครงการที่ได้รับทุน การประเมินชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นในการพัฒนาการติดตามที่เข้มแข็งขึ้นเพื่อสร้างความรับผิดชอบและวัดผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจริง

ระบบการติดตามและประเมินผลเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนและพัฒนาการดำเนินงานของ กองทุน กทปส. ให้มีประสิทธิภาพและตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ขององค์กร จากการศึกษา พบว่า

1) องค์ประกอบของระบบการติดตามและประเมินผล ระบบการติดตามและประเมินผลที่มีประสิทธิภาพประกอบด้วยสามส่วนที่ต้องทำงานประสานกัน ส่วนแรกคือการกำหนดตัวชี้วัด (KPIs) ที่สะท้อนผลการดำเนินงานทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ เช่น จำนวนผู้ได้รับประโยชน์จากโครงการ ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ หรือผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมที่เกิดขึ้น เป็นต้น ส่วนที่สองคือ กระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูล ต้องออกแบบให้สามารถได้ข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน และทันต่อการใช้งาน ส่วนที่สามคือการวิเคราะห์และรายงานผล ที่ต้องสามารถนำเสนอข้อมูลในรูปแบบที่เข้าใจง่ายและเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจ

2) การพัฒนารอบการประเมินผล การประเมินผลการดำเนินงานของ กองทุน กทปส. จำเป็นต้องมีกรอบการประเมินที่ครอบคลุมหลายมิติ เริ่มจากการประเมินความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และนโยบาย (Policy Alignment) ว่าโครงการหรือกิจกรรมต่างๆ ตอบสนองต่อเป้าหมายขององค์กรอย่างไร ต่อมาคือ การประเมินประสิทธิภาพ (Efficiency) ในการใช้ทรัพยากร ทั้งด้านงบประมาณ บุคลากร และเวลา จากนั้นคือการประเมินประสิทธิผล (Effectiveness) ว่าสามารถบรรลุผลลัพธ์ที่ตั้งไว้หรือไม่ และสุดท้ายคือการประเมินผลกระทบ (Impact) ที่เกิดขึ้นต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและสังคมโดยรวม

3) การใช้เทคโนโลยีในการติดตามและประเมินผล เทคโนโลยีสมัยใหม่มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาระบบการติดตามและประเมินผลให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เช่น การใช้ระบบจัดการข้อมูลอัจฉริยะ (Smart Data Management System) ที่สามารถรวบรวมและประมวลผลข้อมูลจากหลายแหล่งได้อย่างรวดเร็ว การใช้เครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูลขั้นสูง (Advanced Analytics) ที่ช่วยค้นหาแนวโน้มและความสัมพันธ์ที่ซ่อนอยู่ในข้อมูล หรือการใช้แดชบอร์ดแสดงผลแบบเรียลไทม์ (Real-time Dashboard) ที่ช่วยให้ผู้บริหารสามารถติดตามสถานการณ์และตัดสินใจได้อย่างทันทั่วทั้งที่

4) การสร้างการมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผล การติดตามและประเมินผลที่มีประสิทธิภาพต้องอาศัยการมีส่วนร่วมจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นผู้รับทุน ผู้รับบริการ หรือประชาชนทั่วไป การสร้างกลไกการมีส่วนร่วมอาจทำได้หลายรูปแบบ เช่น การจัดเวทีรับฟังความคิดเห็น การสำรวจความพึงพอใจ หรือการเปิดช่องทางรับข้อเสนอแนะผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ ข้อมูลที่ได้จากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเหล่านี้จะช่วยให้การประเมินผลมีความครอบคลุมและสะท้อนความเป็นจริงมากขึ้น

5) การนำผลการประเมินไปใช้ประโยชน์ การติดตามและประเมินผลจะมีความหมายก็ต่อเมื่อมีการนำผลการประเมินไปใช้ประโยชน์อย่างเป็นรูปธรรม ทั้งในการปรับปรุงการดำเนินงาน การพัฒนานโยบาย และการวางแผนในอนาคต กองทุน กทปส.ควรพัฒนาระบบการจัดการความรู้ (Knowledge Management System) ที่ช่วยรวบรวม วิเคราะห์ และเผยแพร่บทเรียนที่ได้จากการประเมินผล รวมถึงสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการเรียนรู้และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

6) แนวทางการพัฒนา ระบบการติดตามและประเมินผลของ กองทุน กทปส.ยังมีความท้าทายที่ต้องได้รับการพัฒนา เช่น การขาดความเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลจากแหล่งต่างๆ การขาดมาตรฐานในการเก็บและวิเคราะห์ข้อมูล หรือการขาดบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญด้านการประเมินผล แนวทางการพัฒนาที่สำคัญคือการสร้างระบบการติดตามและประเมินผลที่เป็นมาตรฐานเดียวกันทั้งองค์กร การพัฒนาศักยภาพบุคลากรอย่างต่อเนื่อง และการสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญด้านการประเมินผล

การพัฒนาระบบการติดตามและประเมินผลเป็นกระบวนการที่ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องและต้องปรับเปลี่ยนให้เข้ากับบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป การสร้างระบบที่มีประสิทธิภาพจะช่วยให้ กองทุน กทปส. สามารถบริหารจัดการทรัพยากรได้อย่างคุ้มค่า ตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคมได้อย่างยั่งยืน

ประเด็นที่ 3 การตอบสนองต่อความท้าทายร่วมสมัย

กองทุน กทปส. กำลังเผชิญความท้าทายสำคัญในการจัดการกับปัญหาเร่งด่วน เช่น การฉ้อโกงออนไลน์ การผูกขาดในกิจการโทรคมนาคม การหลอกลวงผ่าน SMS เป็นต้น โครงสร้างและกระบวนการปัจจุบันทำให้กองทุนตอบสนองต่อภัยคุกคามรูปแบบใหม่ได้ช้าและขาดประสิทธิภาพ ส่งผลให้ผู้บริโภคยังคงเปราะบางต่อการถูกเอารัดเอาเปรียบในรูปแบบดิจิทัล การตอบสนองต่อความท้าทายร่วมสมัยของ กองทุน กทปส.เป็นประเด็นที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง การทำความเข้าใจและรับมือกับความท้าทายเหล่านี้จึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการพัฒนาองค์กรในระยะยาว จากผลการสังเคราะห์ พบว่า

(1) ความท้าทายด้านการหลอกลวงทางออนไลน์และภัยคุกคามทางไซเบอร์ในยุคดิจิทัล การหลอกลวงทางออนไลน์มีความซับซ้อนและแยบยลมากขึ้น ได้เห็นรูปแบบการหลอกลวงที่หลากหลาย ตั้งแต่การแอบอ้างเป็นหน่วยงานราชการเพื่อขอข้อมูลส่วนตัว ไปจนถึงการสร้างเว็บไซต์ปลอมเพื่อหลอกให้โอนเงิน การรับมือกับปัญหานี้ไม่ใช่เพียงแค่การออกมาตรการป้องกันและปราบปราม แต่ต้องเน้นการให้ความรู้และสร้างภูมิคุ้มกันให้กับผู้บริโภค เช่น การพัฒนาแพลตฟอร์มให้ความรู้แบบโต้ตอบ (Interactive Learning Platform) ที่ช่วยให้ประชาชนเข้าใจวิธีการหลอกลวงรูปแบบต่างๆ และรู้วิธีป้องกันตนเอง

(2) ความท้าทายด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ในโลกที่ข้อมูลกลายเป็นทรัพยากรที่มีค่า การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลมีความสำคัญมากขึ้น กองทุน กทปส. ต้องพัฒนากลไกการกำกับดูแลที่เท่าทันกับเทคโนโลยี เช่น การใช้ระบบตรวจจับการรั่วไหลของข้อมูล (Data Leak Detection System) ที่สามารถแจ้งเตือนและระงับเหตุได้ทันที หรือการพัฒนาแนวทางปฏิบัติด้านการคุ้มครองข้อมูล (Data Protection Guidelines) ที่เป็นมาตรฐานสำหรับผู้ให้บริการโทรคมนาคมทุกราย

(3) การรับมือกับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี เทคโนโลยีใหม่ๆ เช่น ปัญญาประดิษฐ์ (AI) บล็อกเชน หรือ Internet of Things กำลังเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์ของอุตสาหกรรมโทรคมนาคมอย่างรวดเร็ว กองทุน กทปส. จำเป็นต้องปรับตัวและพัฒนาความสามารถในการกำกับดูแลเทคโนโลยีเหล่านี้ การสร้างศูนย์นวัตกรรมและการวิจัย (Innovation and Research Center) ที่ทำหน้าที่ศึกษาและทดลองเทคโนโลยีใหม่ๆ จะช่วยให้องค์กรสามารถคาดการณ์และเตรียมพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงได้ดีขึ้น

(4) การพัฒนาระบบนิเวศดิจิทัลที่ปลอดภัย การสร้างระบบนิเวศดิจิทัลที่ปลอดภัยและน่าเชื่อถือเป็นความท้าทายสำคัญ กองทุน กทปส. ต้องทำงานร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วน ตั้งแต่ผู้ให้บริการโทรคมนาคม ผู้พัฒนาแอปพลิเคชัน ไปจนถึงผู้บริโภค ในการพัฒนามาตรฐานความปลอดภัยและแนวทางการกำกับดูแลที่เหมาะสม เช่น การพัฒนาระบบรับรองความปลอดภัยของแอปพลิเคชัน (App Security Certification) หรือการสร้างเครือข่ายเฝ้าระวังภัยคุกคามทางไซเบอร์ (Cyber Threat Intelligence Network)

(5) การส่งเสริมการเข้าถึงเทคโนโลยีอย่างเท่าเทียม ความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัล (Digital Divide) ยังเป็นปัญหาสำคัญในสังคมไทย กองทุน กทปส. ต้องพัฒนากลไกที่ช่วยให้ประชาชนทุกกลุ่มสามารถเข้าถึงเทคโนโลยีและบริการดิจิทัลได้อย่างเท่าเทียม เช่น การพัฒนาโครงการอินเทอร์เน็ตชุมชน (Community Internet) ที่ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในราคาที่เข้าถึงได้ หรือการจัดทำโครงการพัฒนาทักษะดิจิทัล (Digital Literacy Program) สำหรับกลุ่มผู้สูงอายุและผู้ด้อยโอกาส

(6) การพัฒนากลไกการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหาเป็นสิ่งสำคัญในยุคดิจิทัล กองทุน กทปส. จำเป็นต้องพัฒนาระบบการรับเรื่องร้องเรียนและแก้ไขปัญหาที่มีประสิทธิภาพ เช่น การพัฒนาระบบ One-Stop Service ที่ให้บริการครบวงจร หรือการใช้ระบบ AI Chatbot ในการคัดกรองและให้ความช่วยเหลือเบื้องต้นแก่ผู้บริโภค นอกจากนี้ การสร้างเครือข่ายการทำงานร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะช่วยให้การแก้ไขปัญหามีความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

(7) การเตรียมความพร้อมสำหรับอนาคต การเตรียมความพร้อมสำหรับความท้าทายในอนาคตเป็นสิ่งสำคัญ กองทุน กทปส. ควรพัฒนาระบบการคาดการณ์แนวโน้มและความเสี่ยง (Trend and Risk Forecasting) ที่ช่วยให้องค์กรสามารถเตรียมพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงได้ล่วงหน้า การลงทุนในการวิจัยและ

พัฒนา รวมถึงการสร้างความร่วมมือกับองค์กรระหว่างประเทศ จะช่วยให้องค์กรมีความพร้อมในการรับมือกับความท้าทายที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

การตอบสนองต่อความท้าทายร่วมสมัยเป็นภารกิจที่ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องและต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน การพัฒนาองค์กรให้มีความยืดหยุ่น คล่องตัว และพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง จะช่วยให้ กทปส. สามารถรับมือกับความท้าทายต่างๆ และทำหน้าที่ในการคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ประเด็นที่ 4 ความเหลื่อมล้ำด้านภูมิศาสตร์และการเข้าถึง

การประเมินชี้ให้เห็นการกระจุกตัวของโครงการที่ได้รับทุนในสถาบันการศึกษาในกรุงเทพฯ ในขณะที่สถาบันและองค์กรในภูมิภาคมีโอกาเข้าถึงแหล่งทุนอย่างจำกัด ความเหลื่อมล้ำทางภูมิศาสตร์นี้ส่งผลกระทบต่อความสามารถของกองทุนในการตอบสนองความต้องการท้องถิ่นและสร้างผลกระทบที่มีความหมายในพื้นที่ต่างๆ ส่งผลกระทบโดยตรงต่อโอกาสในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน โดยเฉพาะในยุคที่เทคโนโลยีดิจิทัลกลายเป็นปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิต จากการศึกษา พบว่า

(1) สถานการณ์ความเหลื่อมล้ำในปัจจุบัน ในปัจจุบันสังคมไทย พบว่า ความเหลื่อมล้ำด้านภูมิศาสตร์และการเข้าถึงบริการโทรคมนาคมมีหลายมิติที่เชื่อมโยงกัน มิติแรกคือ ความเหลื่อมล้ำด้านโครงสร้างพื้นฐาน พื้นที่ห่างไกลหลายแห่งยังขาดโครงข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงที่มีเสถียรภาพ ทำให้ประชาชนไม่สามารถใช้บริการดิจิทัลได้อย่างเต็มที่ มิติที่สองคือ ความเหลื่อมล้ำด้านคุณภาพบริการ แม้บางพื้นที่จะมีโครงข่าย แต่คุณภาพการให้บริการอาจไม่เทียบเท่ากับในเขตเมือง ทำให้การใช้งานไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร มิติที่สามคือ ความเหลื่อมล้ำด้านราคา ค่าบริการในบางพื้นที่อาจสูงกว่าในเขตเมืองเนื่องจากต้นทุนการให้บริการที่สูงกว่า

(2) ผลกระทบต่อการพัฒนา ความเหลื่อมล้ำเหล่านี้ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาในหลายด้าน ในด้านการศึกษา นักเรียนในพื้นที่ห่างไกลอาจไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเรียนรู้ออนไลน์หรือใช้ระบบการเรียนการสอนทางไกลได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในด้านเศรษฐกิจ ผู้ประกอบการรายย่อยในพื้นที่ชนบทอาจเสียโอกาสในการทำธุรกิจออนไลน์หรือเข้าถึงตลาดที่กว้างขึ้น ในด้านสาธารณสุข ประชาชนในพื้นที่ห่างไกลอาจไม่สามารถใช้บริการทางการแพทย์ทางไกล (Telemedicine) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(3) แนวทางการแก้ไขปัญหา การแก้ไขปัญหาความเหลื่อมล้ำจำเป็นต้องดำเนินการอย่างเป็นระบบและมีบูรณาการ ประการแรกคือการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน โดยใช้กองทุน USO (Universal Service Obligation) ในการขยายโครงข่ายไปยังพื้นที่ห่างไกล และพัฒนาเทคโนโลยีทางเลือกที่เหมาะสมกับบริบทของแต่ละพื้นที่ ประการที่สองคือการสร้างกลไกกำกับดูแลคุณภาพบริการ เพื่อให้มั่นใจว่าประชาชนในทุกพื้นที่ได้รับบริการที่มีคุณภาพใกล้เคียงกัน ประการที่สามคือการพัฒนามาตรการสนับสนุนด้านราคา เช่น การอุดหนุนค่าบริการสำหรับกลุ่มเปราะบางหรือการกำหนดอัตราค่าบริการพิเศษสำหรับพื้นที่ห่างไกล

(4) การพัฒนาศักยภาพและการสร้างการมีส่วนร่วม นอกจากการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานแล้ว การพัฒนาศักยภาพของประชาชนและชุมชนมีความสำคัญไม่น้อยไปกว่ากัน กทปส. ควรสนับสนุนโครงการพัฒนาทักษะดิจิทัลในระดับชุมชน สร้างผู้นำดิจิทัลที่สามารถเป็นกำลังสำคัญในการถ่ายทอดความรู้และช่วยเหลือคนในชุมชน นอกจากนี้ การสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนในการวางแผนและดำเนินโครงการจะช่วยให้การพัฒนาตอบสนองความต้องการของพื้นที่ได้ดียิ่งขึ้น

(5) การติดตามและประเมินผล การแก้ไขปัญหาความเหลื่อมล้ำต้องมีระบบการติดตามและประเมินผลที่มีประสิทธิภาพ กทปส. ควรพัฒนาตัวชี้วัดที่ครอบคลุมทั้งด้านการเข้าถึง คุณภาพบริการ และการใช้ประโยชน์ มีการเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง และนำผลการประเมินมาใช้ในการปรับปรุงนโยบายและมาตรการต่างๆ

(6) การสร้างความยั่งยืน เพื่อให้การแก้ไขปัญหาความเหลื่อมล้ำเกิดความยั่งยืน จำเป็นต้องสร้างระบบนิเวศที่เอื้อต่อการพัฒนาในระยะยาว ตั้งแต่การสร้างแรงจูงใจให้ภาคเอกชนลงทุนในพื้นที่ห่างไกล การพัฒนาโมเดลธุรกิจที่เหมาะสมกับบริบทของแต่ละพื้นที่ ไปจนถึงการสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และชุมชนในการดูแลรักษาและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานร่วมกัน

(7) การสร้างกลไกในการขับเคลื่อนที่เป็นรูปธรรม เพื่อให้การแก้ไขปัญหาความเหลื่อมล้ำมีประสิทธิภาพมากขึ้น กองทุน กทปส. โดย

(7.1) พัฒนาฐานข้อมูลเชิงพื้นที่ที่แสดงให้เห็นสถานการณ์ความเหลื่อมล้ำอย่างละเอียดเพื่อใช้ในการวางแผนและจัดสรรทรัพยากร

(7.2) ปรับปรุงกลไกการจัดสรรทุนให้มีความยืดหยุ่นและตอบสนองต่อความต้องการของแต่ละพื้นที่มากขึ้น

(7.3) สร้างความร่วมมือกับหน่วยงานท้องถิ่นและภาคประชาสังคมในการพัฒนาและดูแลโครงสร้างพื้นฐาน

(7.4) พัฒนามาตรการจูงใจให้ภาคเอกชนลงทุนในพื้นที่ห่างไกลมากขึ้น

(7.5) สนับสนุนการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับบริบทของแต่ละพื้นที่

การแก้ไขปัญหาความเหลื่อมล้ำด้านภูมิศาสตร์และการเข้าถึงเป็นความท้าทายที่ต้องอาศัยความร่วมมือและการทำงานอย่างต่อเนื่องในระยะยาว การสร้างความสมดุลระหว่างการพัฒนาเชิงพื้นที่กับการพัฒนาในภาพรวมจะช่วยให้ประเทศสามารถก้าวไปข้างหน้าได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน

ประเด็นที่ 5 การคุ้มครองและการมีส่วนร่วมของผู้บริโภค

ประเด็นที่มีความจำเป็นในการสร้างการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคในกระบวนการของกองทุน กทปส. ให้มากขึ้น ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเสนอแนะให้

- (1) สร้าง Node ในระดับภูมิภาคเพื่อเพิ่มการเข้าถึงกองทุน กทปส.
- (2) พัฒนาระบบพี่เลี้ยงสำหรับผู้ขอทุนรายย่อย
- (3) ปรับปรุงการสื่อสารเกี่ยวกับโอกาสในการขอรับทุน
- (4) จัดตั้งกลไกการให้ข้อมูลย้อนกลับที่ชัดเจน

ประเด็นการคุ้มครองและการมีส่วนร่วมของผู้บริโภค ที่เป็นหนึ่งในประเด็นสำคัญที่ค้นพบจากการศึกษา คือ

(1) การขาดการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง จากการประเมิน พบว่า แม้กองทุน กทปส. จะมีภารกิจหลักในการคุ้มครองผู้บริโภค แต่การดำเนินงานที่ผ่านมายังขาดการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงจากภาคประชาชน โดยเฉพาะในขั้นตอนสำคัญ เช่น การกำหนดนโยบาย การพิจารณาจัดสรรทุน และการติดตามประเมินผล ทำให้การดำเนินงานของกองทุนอาจไม่สอดคล้องกับความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภค

(2) ช่องว่างในการเข้าถึงการสนับสนุน ปัญหาสำคัญอีกประการหนึ่งคือ ภาคประชาสังคม และกลุ่มผู้บริโภคในระดับพื้นที่มักประสบความยากลำบากในการเข้าถึงการสนับสนุนจากกองทุน เนื่องจากข้อจำกัดหลายประการ เช่น ความซับซ้อนของกระบวนการขอทุน ที่มักเน้นรูปแบบทางวิชาการมากเกินไป การขาดความรู้ความเข้าใจในการเขียนข้อเสนอโครงการ ข้อจำกัดด้านศักยภาพในการบริหารจัดการโครงการตามระเบียบราชการ การขาดเครือข่ายและความสัมพันธ์กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

(3) แนวทางการพัฒนาการมีส่วนร่วม โดย

(1) การสร้างกลไกการมีส่วนร่วมในระดับพื้นที่ อาทิ จัดตั้ง Node หรือศูนย์ประสานงานในแต่ละภูมิภาคเพื่อเป็นจุดเชื่อมระหว่างชุมชนกับกองทุน พัฒนาเครือข่ายผู้แทนผู้บริโภคในระดับจังหวัดเพื่อรับฟังปัญหาและความต้องการของประชาชน สร้างพื้นที่แลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้รับทุนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เป็นต้น

(2) การพัฒนาระบบสนับสนุน เช่น จัดตั้งระบบพี่เลี้ยงที่มีประสบการณ์ในการพัฒนาข้อเสนอโครงการ จัดอบรมเสริมศักยภาพด้านการบริหารจัดการโครงการ สร้างคู่มือและแนวทางการขอทุนที่เข้าใจง่าย เป็นต้น

(3) การปรับปรุงระบบการสื่อสาร เช่น การพัฒนาช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายและเข้าถึงง่าย การสร้างความโปร่งใสในกระบวนการพิจารณาโครงการ การจัดให้มีระบบการให้ข้อมูลย้อนกลับที่ชัดเจนสำหรับโครงการที่ไม่ได้รับการสนับสนุน เป็นต้น

(4) การสร้างความยั่งยืน เพื่อให้การมีส่วนร่วมของผู้บริโภคเกิดความยั่งยืน ผลการประเมินเสนอให้มี การกำหนดสัดส่วนงบประมาณที่ชัดเจนสำหรับโครงการภาคประชาชน ควรมีสนับสนุนโครงการระยะยาว (2-3 ปี) เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ชัดเจน และสร้างตัวชี้วัดที่สะท้อนการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคอย่างแท้จริง รวมทั้งการพัฒนาฐานข้อมูลและองค์ความรู้จากโครงการที่ประสบความสำเร็จ

การพัฒนาการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคจึงไม่ใช่เพียงการสร้างกลไกการมีส่วนร่วมเท่านั้น แต่เป็นการปรับเปลี่ยนแนวคิดและวิธีการทำงานของกองทุนให้ยึดผู้บริโภคเป็นศูนย์กลางอย่างแท้จริง

ประเด็นที่ 6 การตอบสนองด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี

การตอบสนองด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีของกองทุน กทปส. สามารถพิจารณาได้ใน 3 มิติหลักที่มีความเชื่อมโยงกัน คือ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยี การพัฒนานวัตกรรมเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค และการสร้างระบบนิเวศทางนวัตกรรม

(1) มิติที่หนึ่ง การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยี ในด้านโครงสร้างพื้นฐาน กองทุน กทปส. จำเป็นต้องปรับปรุงระบบเทคโนโลยีสารสนเทศภายในองค์กรให้ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ อาจเปรียบเทียบได้กับการสร้างรากฐานของบ้านที่แข็งแรง ซึ่งจะช่วยรองรับการเติบโตและการพัฒนาในอนาคต ตัวอย่างเช่น การพัฒนาระบบคลาวด์ที่มีความปลอดภัยสูงสำหรับจัดเก็บและประมวลผลข้อมูล การสร้างระบบเครือข่ายที่มีความเสถียรและรองรับการเชื่อมต่อจากหลายช่องทาง หรือการพัฒนาแพลตฟอร์มกลางสำหรับการบริหารจัดการโครงการต่างๆ นอกจากนี้ ยังต้องให้ความสำคัญกับการรักษาความปลอดภัยทางไซเบอร์ เพราะยิ่งองค์กรพึ่งพาเทคโนโลยีมากขึ้นเท่าไร ความเสี่ยงจากภัยคุกคามทางไซเบอร์ก็ยิ่งสูงขึ้นเท่านั้น เช่นเดียวกับการติดตั้งระบบรักษาความปลอดภัยที่บ้าน ยังมีทรัพย์สินมีค่ามากเท่าไร ก็ยิ่งต้องมีระบบป้องกันที่แข็งแกร่งมากขึ้นเท่านั้น

(2) มิติที่สอง การพัฒนานวัตกรรมเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ในส่วนของการคุ้มครองผู้บริโภค กองทุน กทปส. ต้องพัฒนานวัตกรรมที่ช่วยให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น เปรียบเสมือนการสร้างเครื่องมือใหม่ๆ ที่ช่วยให้การทำงานง่ายและรวดเร็วขึ้น ตัวอย่างเช่น การพัฒนาระบบปัญญาประดิษฐ์ที่ช่วยคัดกรองและวิเคราะห์เรื่องร้องเรียน ระบบแจ้งเตือนภัยอัตโนมัติที่สามารถตรวจจับรูปแบบการหลอกลวงใหม่ๆ หรือแอปพลิเคชันที่ช่วยให้ผู้บริโภคสามารถตรวจสอบความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการได้ง่ายขึ้น การพัฒนานวัตกรรมเหล่านี้ต้องคำนึงถึงการใช้งานจริงของผู้บริโภคเป็นสำคัญ เหมือนกับการออกแบบเครื่องใช้ในบ้านที่ต้องใช้งานง่ายและตอบโจทย์ความต้องการของผู้อยู่อาศัย นวัตกรรมที่ดีต้องไม่เพียงแต่ล้ำสมัย แต่ต้องเข้าถึงได้และใช้งานได้จริง

(3) มิติที่สาม การสร้างระบบนิเวศทางนวัตกรรม เป็นเหมือนการสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเกิดและเติบโตของนวัตกรรมใหม่ๆ เปรียบเหมือนการสร้างสวนที่มีสภาพแวดล้อมเหมาะสมสำหรับการเจริญเติบโตของพืชหลากหลายชนิด กองทุน กทปส. ต้องส่งเสริมการวิจัยและพัฒนา สร้างความร่วมมือกับสถาบันการศึกษา และภาคเอกชน และสนับสนุนสตาร์ทอัพที่พัฒนานวัตกรรมด้านการคุ้มครองผู้บริโภค นอกจากนี้ ควรมีการจัดตั้งศูนย์นวัตกรรมที่เป็นพื้นที่สำหรับการทดลองและพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ๆ เปิดโอกาสให้นักพัฒนา นักวิจัย และผู้ประกอบการได้มาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและทำงานร่วมกัน เหมือนกับการมีห้องทดลองที่เปิดให้นักวิทยาศาสตร์จากหลายสาขามาทำงานร่วมกัน

การพัฒนาทั้งสามมิตินี้ ต้องดำเนินการไปพร้อมกันอย่างสอดคล้องและเกื้อหนุนกัน เหมือนกับระบบนิเวศธรรมชาติที่ทุกส่วนต้องทำงานประสานกันจึงจะเกิดความสมดุลและยั่งยืน ตัวอย่างเช่น การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่ดีจะช่วยสนับสนุนการพัฒนานวัตกรรม และระบบนิเวศที่เข้มแข็งจะช่วยดึงดูดทรัพยากรและความเชี่ยวชาญมาช่วยพัฒนาทั้งโครงสร้างพื้นฐานและนวัตกรรม เป็นต้น

โดยปัจจัยทั้งหมดมุ่งเป้าไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน เนื่องจากความสำเร็จในการตอบสนองด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีไม่ได้วัดจากการมีเทคโนโลยีที่ทันสมัยเพียงอย่างเดียว แต่ต้องพิจารณาถึงความยั่งยืนในระยะยาวด้วย เหมือนกับการสร้างบ้านที่ไม่ได้มองแค่ความสวยงามภายนอก แต่ต้องคำนึงถึงความคงทนและการดูแลรักษาในระยะยาว กองทุน กทปส. จึงต้องวางแผนการพัฒนาที่ครอบคลุมทั้งการลงทุนในเทคโนโลยี การพัฒนาบุคลากร และการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เอื้อต่อการพัฒนานวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง

ประเด็นที่ 7 ทิศทางในอนาคตและความจำเป็นในการปฏิรูป

ทิศทางในอนาคตและความจำเป็นในการปฏิรูป กองทุน กทปส. เป็นประเด็นที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในยุคที่เทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว สามารถมองการปฏิรูปองค์กรเหมือนกับการปรับปรุงบ้านหลังใหญ่ให้พร้อมรับมือกับสภาพอากาศที่เปลี่ยนแปลงและความต้องการของผู้อยู่อาศัยที่เพิ่มขึ้น

(1) การปรับเปลี่ยนวิสัยทัศน์และพันธกิจ ในอนาคตกองทุน กทปส. จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนวิสัยทัศน์และพันธกิจให้สอดคล้องกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป เหมือนกับการวางแผนปรับปรุงบ้านที่ต้องมองภาพรวมก่อนลงมือทำ องค์กรต้องกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจนว่าต้องการเป็นองค์กรแบบใดในอีก 5-10 ปีข้างหน้า โดยคำนึงถึงแนวโน้มสำคัญ เช่น การหลอมรวมของเทคโนโลยี การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค และความท้าทายด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์

(2) การปรับโครงสร้างองค์กรและการบริหารจัดการ การปรับโครงสร้างองค์กรเป็นเหมือนการจัดวางห้องและพื้นที่ใช้สอยในบ้านใหม่ให้เหมาะสมกับการใช้งาน กองทุน กทปส. ควรพิจารณาปรับโครงสร้าง

ให้มีความยืดหยุ่นและคล่องตัวมากขึ้น เช่น การนำรูปแบบ Matrix Organization มาใช้ การสร้างทีมข้ามสายงาน เพื่อทำงานเฉพาะกิจ หรือการจัดตั้งหน่วยงานพิเศษที่ดูแลประเด็นเร่งด่วนหรือเป็นนวัตกรรม

(3) การพัฒนาระบบนิเวศดิจิทัล เหมือนกับการติดตั้งระบบไฟฟ้าและเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในบ้าน กองทุน กทปส. ต้องพัฒนาระบบนิเวศดิจิทัลที่ครอบคลุมและมีประสิทธิภาพ รวมถึงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล การสร้างแพลตฟอร์มกลางสำหรับการให้บริการ และการพัฒนาระบบความปลอดภัยทางไซเบอร์ที่แข็งแกร่ง ระบบนี้ต้องรองรับทั้งการทำงานภายในองค์กรและการให้บริการแก่ประชาชน

(4) การพัฒนาศักยภาพบุคลากร บุคลากรเป็นเสมือนหัวใจของบ้าน การพัฒนาศักยภาพบุคลากรจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง กองทุน กทปส. ต้องลงทุนในการพัฒนาทักษะที่จำเป็นสำหรับอนาคต ทั้งด้านเทคโนโลยี การวิเคราะห์ข้อมูล การบริหารโครงการ และทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ นอกจากนี้ ยังต้องสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งเสริมการเรียนรู้และนวัตกรรม

(5) การปรับปรุงกระบวนการทำงาน กระบวนการทำงานเปรียบเสมือนระบบท่อและการไหลเวียนในบ้าน ที่ต้องมีความคล่องตัวและมีประสิทธิภาพ กองทุน กทปส. ควรนำเทคโนโลยีมาใช้ในการปรับปรุงกระบวนการทำงาน เช่น การใช้ระบบอัตโนมัติ การวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ และการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการตัดสินใจ เพื่อลดความซ้ำซ้อนและเพิ่มประสิทธิภาพ

(6) การสร้างการมีส่วนร่วมและความโปร่งใส เหมือนกับการสร้างหน้าต่างและประตูที่เปิดรับแสงและอากาศ การสร้างการมีส่วนร่วมและความโปร่งใสจะช่วยให้องค์กรเปิดรับมุมมองและความคิดเห็นจากภายนอก กองทุน กทปส. ควรพัฒนาช่องทางการมีส่วนร่วมที่หลากหลาย เปิดเผยข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ และสร้างกลไกการตรวจสอบที่มีประสิทธิภาพ

(7) การพัฒนาความร่วมมือระหว่างประเทศ ในโลกที่เชื่อมโยงกันมากขึ้น การพัฒนาความร่วมมือระหว่างประเทศมีความสำคัญเหมือนกับการเชื่อมต่อบ้านเข้ากับระบบสาธารณูปโภคภายนอก กองทุน กทปส. ควรสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับองค์กรกำกับดูแลในต่างประเทศ แลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ และร่วมมือกันในการแก้ไขปัญหาข้ามพรมแดน

(8) การเตรียมพร้อมรับมือกับความท้าทายในอนาคต เหมือนกับการติดตั้งระบบสำรองไฟและน้ำในบ้าน กองทุน กทปส. ต้องเตรียมพร้อมรับมือกับความท้าทายที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต เช่น ภัยคุกคามทางไซเบอร์รูปแบบใหม่ การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีอย่างพลิกผัน หรือวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ โดยการพัฒนาระบบเตือนภัยล่วงหน้า การสร้างแผนรองรับสถานการณ์ฉุกเฉิน และการสำรองทรัพยากรที่จำเป็น

การปฏิรูป กองทุน กทปส. เป็นกระบวนการที่ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ เหมือนกับการดูแลรักษาน้ำบ้านที่ต้องทำอย่างสม่ำเสมอและมีการวางแผนล่วงหน้า การปฏิรูปที่ประสบความสำเร็จจะช่วยให้องค์กรสามารถปรับตัวรับมือกับการเปลี่ยนแปลง และทำหน้าที่ในการคุ้มครองผู้บริโภคและพัฒนากิจการโทรคมนาคมได้อย่างมีประสิทธิภาพในระยะยาว

บรรณานุกรม

- กองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมเพื่อประโยชน์
 สาธารณะ,(2567) คู่มือรับทุน กทปส. กรุงเทพฯ
- กองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ
 (กทปส.) (2566) รายการ “สื่อออนไลน์สืบ” จาก
<https://btfp.nbtc.go.th/Newsandactivities/news/2073-6282%29.aspx>
- กองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ
 (กทปส.) (2566), สารคดีชุด "SOME ONE หนึ่งในหลาย" จาก
<https://today.line.me/th/v2/article/pe2OK87>
- กองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ
 (กทปส.) (2566), สารคดีร้อยใจเรา ชุด วาดหวัง จาก
<https://www.thaipr.net/general/3291190>
- ราชกิจจานุเบกษา. (2554). การประกาศแผนการปฏิรูปประเทศ (ฉบับปรับปรุง), เล่ม 138 ตอนพิเศษ 44 ง.
 หน้า 1.
- ราชกิจจานุเบกษา. (2555). ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการ
 โทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง การกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการ
 โทรทัศน์ พ.ศ. 2555 เล่ม 129 ตอนที่ 195 ง. หน้า 25-28.
- ราชกิจจานุเบกษา. (2559), ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการ
 โทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง กระบวนการรับและพิจารณาเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการประกอบ กิจการ
 โทรคมนาคม พ.ศ. 2559 เล่ม 133 ตอนพิเศษ 178 ง. หน้า 47-55.
- ราชกิจจานุเบกษา. (2549). ประกาศคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง มาตรฐานของสัญญา
 ให้บริการโทรคมนาคม พ.ศ. 2549. เล่ม 123 ตอนที่ 49 ง. หน้า 19-31.
- ราชกิจจานุเบกษา. (2558). ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการ
 โทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง การกระทำที่น่าจะเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม
 โดยอาศัยการใช้เครือข่ายหรือการโฆษณาอันมีลักษณะเป็นการค้ากำไรเกินควร หรือก่อให้เกิด
 ความเดือดร้อนรำคาญ พ.ศ. 2558 เล่ม 132 ตอนพิเศษ 212 ง. หน้า 10-12.
- ราชกิจจานุเบกษา. (2561) ประกาศสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และ
 กิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง การกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง
 และกิจการโทรทัศน์ ตามข้อ 5 (12) ของประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการ โทรทัศน์
 และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่องการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการ กระจายเสียง
 และกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2555 (ฉบับที่ 4) เล่ม 129 ตอนพิเศษ 195 ง. หน้า 25-28
- ราชกิจจานุเบกษา. (2553). ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการ
 โทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง แผนการบริหารสิทธิในการเข้าใช้วงโคจรดาวเทียม (พ.ศ. 2563)
 เล่ม 137 ตอนพิเศษ 37 ง. หน้า 38.
- ราชกิจจานุเบกษา. (2552). ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการ

- โทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง แผนแม่บทการบริหารคลื่นความถี่ (พ.ศ. 2562), เล่ม 136
 ตอนพิเศษ 227 ง. หน้า 28-29
- ราชกิจจานุเบกษา. (2553). ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการ
 โทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ฉบับที่ 2
 (พ.ศ. 2563-2568), เล่ม 137 ตอนพิเศษ 189 ง. หน้า 22.
- ราชกิจจานุเบกษา (2561) ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการ
 โทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง แผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2562 - 2566)
 เล่ม 135 ตอนพิเศษ 284 ง. หน้า 15.
- ราชกิจจานุเบกษา. (2562), ประกาศ เรื่อง นโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อ
 เศรษฐกิจและสังคม นโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วย การพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม
 (พ.ศ. 2561 - 2560) เล่ม 136 ตอนที่ 47 ก. หน้า 1.
- ราชกิจจานุเบกษา. (2558). ประกาศสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และ
 กิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง แนวทางการพิจารณาเกี่ยวกับการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบ
 ผู้บริโภคตามข้อ 5 (10) ของประกาศ คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการ
 โทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง การกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง และกิจการ
 โทรทัศน์ พ.ศ. 2555 เล่ม 132 ตอนพิเศษ 2 ง. หน้า 5-6.
- ราชกิจจานุเบกษา (2565). ประกาศสำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา เรื่อง คณะกรรมการติดตามและ
 ประเมินผลการปฏิบัติงานตามมาตรา 70 แห่งพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการ
 ประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553. เล่ม 139
 ตอนพิเศษ 188 ง. หน้า 46.
- ราชกิจจานุเบกษา. (2544). พระราชบัญญัติการประกอบกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2544 เล่ม 118 ตอนที่
 106 ก. หน้า 11-38.
- ราชกิจจานุเบกษา (2540), พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540. เล่ม 114 ตอนที่ 72
 ก. หน้า 32-36.
- ราชกิจจานุเบกษา. (2553). พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการ
 วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553. เล่ม 127 ตอนที่ 78 ก. หน้า
 11-56.
- ราชกิจจานุเบกษา. (2552). พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการ
 วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2562. เล่ม 136 ตอนที่ 50
 ก. หน้า 38-56.
- ราชกิจจานุเบกษา. (2565), ระเบียบคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการ
 โทรคมนาคมแห่งชาติ ว่าด้วยการแบ่งส่วนงานภายในของสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจาย
 เสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2565 เล่ม 136 ตอนพิเศษ
 250 ง. หน้า 1-13.
- วรพจน์ วงศ์กิจรุ่งเรือง. (2556). กระเป๋าวិเศษของหน่วยงานรัฐ : การจัดสรรเงินทุนและธรรมาภิบาลของ

- กองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อ
ประโยชน์สาธารณะ (กทปส.) จาก <https://www.tcc.or.th/wp-content/uploads/2023/09/กระเป๋าสีเขียวของหน่วยงานรัฐ.pdf>
- สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (2556).
กสทช. และ กทปส. เปิดตัวโครงการที่ได้รับทุนภายใต้แนวคิด สื่อ ความหลากหลาย, จาก
<https://lib.nbtc.go.th/vdo-detail525>
- สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (2556).
กสทช. สั่งห้าม! โฆษณาห่วยออนไลน์ทางทีวี, จากเว็บไซต์
https://www.thaich8.com/news_detail/118760
- สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (2556).
ขั้นตอนการปฏิบัติงานรับเรื่องสอบถาม/ร้องเรียนของศูนย์ Call Center 1200. จาก
https://1200.nbtc.go.th/wp-content/uploads/2023/01/CC1200_2023-RGB-02-1187x1536.jpg
- สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (2564) ข้อมูล
เบื้องต้นในการวิเคราะห์ผลกระทบกรณีการรวมธุรกิจระหว่างทรูกับดีแทค. จาก
<https://www.the101.world/wp-content/uploads/2022/05/ข้อมูลเบื้องต้นในการวิเคราะห์ผลกระทบกรณีการรวมธุรกิจ final.pdf>
- สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (2556).
คุณภาพของบริการของโครงข่าย 5G: กรณีศึกษา พื้นที่สถานีรถไฟฟ้ามหานคร. จาก https://so04.tci-thaijo.org/index.php/NBTC_Journal/article/view/254248/179648 สำนักงานคณะกรรมการ
กิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (2555).
- โครงการจ้างที่ปรึกษาวิเคราะห์การรวมธุรกิจระหว่างบริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และ บริษัท
โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน), รายงานฉบับสมบูรณ์, จาก
[https://www.nbtc.go.th/getattachment/Information/ผลการศึกษาวิจัย/62574/บทสรุปผู้บริหารของโครงการจ้างที่ปรึกษาวิเคราะห์การรวมธุรกิจระหว่างบริษัท True-Corp-และ-บริษัท DTAC\(ที่ปรึกษาจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย\).pdf](https://www.nbtc.go.th/getattachment/Information/ผลการศึกษาวิจัย/62574/บทสรุปผู้บริหารของโครงการจ้างที่ปรึกษาวิเคราะห์การรวมธุรกิจระหว่างบริษัท True-Corp-และ-บริษัท DTAC(ที่ปรึกษาจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).pdf)
- สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (2552).
โครงการศึกษารูปแบบและวิธีการโฆษณาเพื่อจัดทำข้อเสนอแนะต่อการกำกับดูแลการกระทำที่เป็น
การเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์, รายงานฉบับสมบูรณ์ จาก
<https://www.nbtc.go.th/getattachment//Information/ผลการศึกษาวิจัย/46977/เอกสารแนบ.pdf?lang=th-TH>
- สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (2561)
เครือข่ายผู้บริโภค : การมีส่วนร่วมอย่างเข้มแข็งและรู้จักสิทธิในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์
จาก https://so04.tci-thaijo.org/index.php/NBTC_Journal/article/view/115739/89357
- สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (2556).

- ช่องทางการรับเรื่องสอบถาม/ร้องเรียนจากประชาชนของ ศูนย์ Call Center 1200. จาก https://1200.nbt.go.th/wp-content/uploads/2022/02/CC1200_2023-RGB-01-1086x1536.jpg
- สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (2556).
 แนวปฏิบัติในการให้บริการตอบข้อซักถามและรับเรื่องร้องเรียน จาก <https://1200.nbt.go.th/wp-content/uploads/2023/01/work-01-1536x1086.jpg>
- สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (2556).
 ปัญหาแก๊งคอลเซ็นเตอร์โทรหลอกลวง, จาก https://so04.tci-thaijo.org/index.php/NBTC_Journal/article/view/259898/179645
- สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (2556).
 แผนปฏิบัติการสำนักงาน กสทช. ประจำปี 2556. สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ
- สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (2565)
 แผนยุทธศาสตร์ สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2565 - 2570), สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กสทช.)
- สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (2556).
 (ร่าง) ประกาศ กสทช. เรื่อง กำหนดระยะเวลาการพิจารณาคำขอหรือคำร้องเรียนในกิจการโทรคมนาคม. จาก <https://www.nbt.go.th/News/publichearing/60452.aspx?lang=th-TH>
- สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (2556).
 เว็บไซต์เปิดเผยเรื่องร้องเรียนของ กสทช. จาก https://crm.nbt.go.th/nbt_complaint/
- สำนักงานสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (2556).
 กลุ่มหลักจัดระเบียบสายสื่อสารและนำสายสื่อสารลงใต้ดิน, จาก <https://www.facebook.com/ONBTC/>
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2561) ยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580), พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : สำนักงานเลขาธิการของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ
 สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (2560), แผนแม่บทการส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัลของประเทศไทย ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561 - 2580), สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล, จาก <https://www.depa.or.th/storage/app/media/file/depa-Promotion-Plan-Book61-65.pdf>
- สำนักรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์. (2556). เนื้อหารายการแบบไหนที่ไม่เหมาะสม กสทช. จาก <https://www.youtube.com/watch?v=o9pEbLRSWJQ>
- สำนักรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์. (2556). รายการ "กระต่ายตื่นตูม" จาก <https://www.facebook.com/gmmtvofficial/photos/a.332014076223/10160581848451224/?type=3>

สำนักสืบเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์. (2556). รายการการเฝ้าระวังสื่อวิทยุ จาก <https://youtu.be/-EL1mOxRotE?si=dDU2hoGoySLwaMMA>

สำนักสืบเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์. (2556). รายการร้องเรียนต้องทำอะไร จาก <https://www.youtube.com/watch?v=AufoA52mKhY...>

สำนักสืบเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์, (2566), สำนักสืบเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ (บส.) และ กทปส. เยี่ยมชม การถ่ายทำซิทคอมอารมณ์ดี THE YES SIR : รู้ไว้ใช่เลย, จาก [https://btfp.nbtc.go.th/Newsandactivities/activity/1620-\(23\).aspx](https://btfp.nbtc.go.th/Newsandactivities/activity/1620-(23).aspx)

สำนักสืบเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์. (2556). รายการ รู้ทัน Cyberbullying nano. ann https://youtu.be/73HVwcVDJhw?si=kURL_BMRKOHPinuC

สำนักสืบเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์. (2556). E-book คู่มือรู้เท่าทันสื่อบูรณาการอิสลามสำหรับนักเรียนตาติกาชายแดนใต้, จาก <https://online.fliphtml5.com/fpoec/vpyy/>

Bain & Company. (2024). *Telecom M&A: Here are the latest deal trends worldwide*. Retrieved from <https://www.bain.com/insights/telecom-m-and-a-here-are-the-latest-deal-trends-worldwide-interactive/>

Bharti Airtel. (2019). *Acquisition of Tata Teleservices consumer mobile business*. Retrieved from <https://www.airtel.in/>

Capacity Media. (2024). *Top telecom M&A deals of the last five years*. Retrieved from <https://www.capacitymedia.com>

Cellnex. (2021a). *Strategic tower acquisitions*. Retrieved from <https://www.cellnextelecom.com/>

Cellnex. (2021b). *Infrastructure acquisitions and market implications*. Retrieved from <https://www.cellnextelecom.com/>

CSI Magazine. (2024). *Telecom consolidation: Over 500 M&A deals in five years*. Retrieved from <https://www.csimagazine.com>

Department of Justice. (2019). *AT&T and DirecTV acquisition review*. Retrieved from <https://www.justice.gov/>

European Commission. (2020a). *Telefonica and Liberty Global merger approval*. Retrieved from <https://ec.europa.eu/>

European Commission. (2020b). *Telefonica and Liberty Global merger insights*. Retrieved from <https://ec.europa.eu/>

Federal Communications Commission. (2020). *T-Mobile and Sprint merger approval*. Retrieved from <https://www.fcc.gov/>

- Government Accountability Office. (2022). *Evaluation of post-merger rural expansion compliance*. Retrieved from <https://www.gao.gov/>
- Iliad. (2019). *Iliad's acquisition of Eir Group*. Retrieved from <https://www.iliad.fr/>
- Light Reading. (2024). *Telecom operator consolidation advances*. Retrieved from <https://www.lightreading.com>
- OECD. (2021). *Market concentration in telecom and pricing impacts*. Retrieved from <https://www.oecd.org/>
- Orange Group. (2019). *Acquisition of SecureLink*. Retrieved from <https://www.orange.com/>
- PricewaterhouseCoopers. (2024). *Telecommunications, media, and technology: Global M&A trends*. Retrieved from <https://www.pwc.com>
- Sharma, V., Joseph, S., & Poulouse, J. (2018). Determinants of consumer retention strategies for telecom service industry in Central India. *Problems and Perspectives in Management*, 16(2), 215–227.
- STL Partners. (2024). *TMT-M&A trends and outlook*. Retrieved from <https://stlpartners.com/articles/data-centres/tmt-ma-trends-and-outlook/>
- Vodafone. (2019). *Vodafone completes acquisition of Liberty Global assets*. Retrieved from <https://www.vodafone.com/>
- Vodafone Idea. (2019). *Vodafone and Idea merger finalization*. Retrieved from <https://www.vodafoneidea.com/>
- Yazbeck, S. (2003). The US road to 3G: An overview of telecom regulations, carrier strategies, and the consumer market. *Proceedings of the International Conference on Telecommunications, 2003*. <https://doi.org/10.1109/ICTEL.2003.1191153>



กตป.
คณะกรรมการติดตาม และ
ประเมินผลการปฏิบัติงาน



การจ้างที่ปรึกษาเพื่อติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลตามนโยบาย กสทช.
ที่สำคัญในด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567



mec.nbtc.go.th



กตป. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค



02 670 8888 ต่อ 2471