รายงานฉบับสมบูรณ์

(FINAL REPORT)

การจ้างที่ปรึกษาเพื่อติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผล
การดำเนินการ และการบริหารงานของ กสทช.
สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช.

ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567



จัดทำโดย

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

คำนำ

งานจ้างที่ปรึกษาเพื่อติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567 ซึ่งทางสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กสทช.) ได้มอบหมายให้มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาเป็นที่ปรึกษา ดำเนินการ มีวัตถุประสงค์ 2 ประเด็น ดังนี้

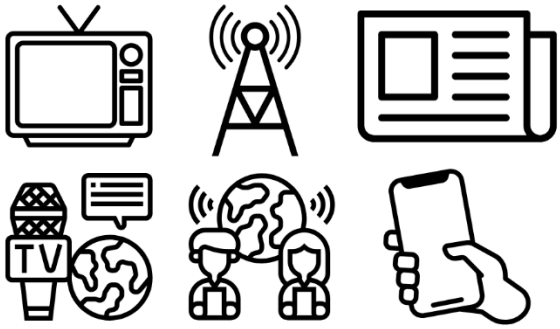
1. เพื่อติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการดำเนินการและการบริหารงานของคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567

2. เพื่อรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ ประเมินผล สรุปผลการศึกษา ความเห็นและข้อเสนอแนะต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และจัดทำรายงานประกอบการดำเนินงานของกรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

การดำเนินการศึกษาในเรื่องดังกล่าวต้องเก็บรวบรวมข้อมูล ข้อเท็จจริง ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ด้วยการดำเนินการใน 6 ขั้นตอน คือ 1) จัดเก็บและรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามตามระเบียบวิธีวิจัย 2) จัดประชุมระดมคลังสมอง เพื่อระดมสมองกับผู้เกี่ยวข้องในการกำกับดูแลนโยบายและการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผล 3) จัดเก็บและรวบรวมข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึก จากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้ที่เกี่ยวข้อง 4) จัดสนทนากลุ่มร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้ที่เกี่ยวข้อง 5) จัดประชุมเวทีรับฟังความคิดเห็นสาธารณะของผู้มีส่วนได้เสียและผู้ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 5 ภูมิภาค และ 6) จัดการประชุมรับฟังความคิดเห็นผลการศึกษา รวมทั้งเผยแพร่ผลการศึกษาต่อสาธารณะ

สำหรับกรอบแนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ CIPPI Model หลักธรรมาภิบาล หลักการกำกับดูแลองค์กรที่ดี และหลักการประเมินแบบสมดุลที่ใช้ในการติดตาม ตรวจสอบและประเมินผล จากการดำเนินการโครงการดังกล่าวทำให้ได้องค์ความรู้ที่เกี่ยวข้อง ผู้ปฏิบัติงานสามารถนำผลการศึกษาไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนา ปรับปรุงการบริหารงาน เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนายุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และระบบการบริหารงาน เกิดประโยชน์ต่อผู้ปฏิบัติงาน นักวิชาการ ประชาชนผู้บริโภค รวมถึงผู้บริหารระดับสูง กสทช. และรัฐสภา สามารถปรับปรุงการบริหารงานให้เกิดผลสัมฤทธิ์และมีประสิทธิภาพ

รองศาสตราจารย์ (พิเศษ) พลตำรวจโท ดร.ณรงค์ กุลนิเทศ
หัวหน้าโครงการ
ประธานหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต และวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชานิติวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา


TV

สารจาก กตป. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค
นางสาวอารีวรรณ จตุทอง

พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และที่แก้ไขเพิ่มเติม บัญญัติให้มีคณะกรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน (กตป.) เพื่อทำหน้าที่ติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ในรูปแบบรายงานเพื่อเสนอต่อสำนักงาน กสทช. รัฐสภา และเปิดเผยรายงานดังกล่าวให้ประชาชนทราบทางระบบเครือข่ายสารสนเทศของสำนักงาน กสทช. หรือวิธีการอื่นที่เห็นสมควร ทั้งนี้ การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลดังกล่าวต้องอยู่บนพื้นฐานข้อเท็จจริง และข้อมูลต่าง ๆ และต้องมีการรับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียประกอบด้วย โดยอาจมอบหมายให้หน่วยงานหรือองค์กรที่มีความเชี่ยวชาญเป็นผู้รวบรวมข้อมูลวิเคราะห์และประเมินผล เพื่อประโยชน์ในการจัดทำรายงาน

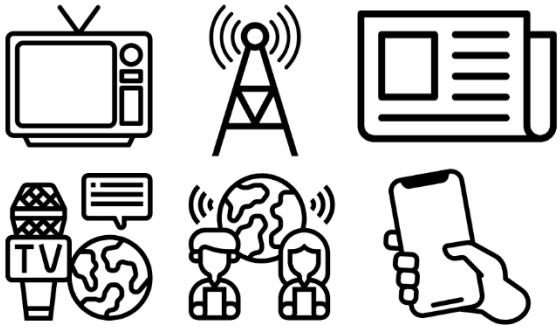
ต่อมาในการประชุมวุฒิสภาครั้งที่ 19 วันจันทร์ที่ 1 สิงหาคม 2565 ที่ประชุมฯ ได้ลงมติคัดเลือกคณะกรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน กสทช.จำนวน 5 ท่าน ประกอบด้วย ผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในด้านต่าง ๆ ดังนี้ ด้านกิจการกระจายเสียง ด้านกิจการโทรทัศน์ ด้านกิจการโทรคมนาคม ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และด้านส่งเสริมสิทธิและเสรีภาพของประชาชน โดยที่ดิฉันได้รับการคัดเลือกให้เป็นกรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน (กตป.) ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ทำให้ดิฉันได้ปฏิบัติหน้าที่ดังกล่าวเป็นเวลาสองปีเศษ



สำหรับการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการปฏิบัติงาน ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี พ.ศ. 2567 ดิฉันได้มอบหมายให้มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาเป็นที่ปรึกษา เพื่อติดตาม ตรวจสอบ ประเมินผลการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ ประเมินผล สรุปผลการศึกษาความเห็น และข้อเสนอแนะต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และจัดทำรายงานประกอบการดำเนินงานของกรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งการดำเนินการจะต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานข้อเท็จจริงมีการรับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้เสีย รวบรวมข้อมูลอย่างครบถ้วน รอบด้าน ทั้งข้อมูลเชิงปริมาณและข้อมูลเชิงคุณภาพ

ดิฉันมีความคาดหวังว่า การศึกษาติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานในครั้งนี้ จะเกิดประโยชน์ต่อคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ในการนำไปพัฒนาปรับปรุงการบริหารงานในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพเกิดผลสัมฤทธิ์ โดยยึดถือผลประโยชน์ของประชาชนเป็นที่ตั้งต่อไป

นางสาวอารีวรรณ จตุทอง
กตป. ด้านการคุ้มครองผบริโภค

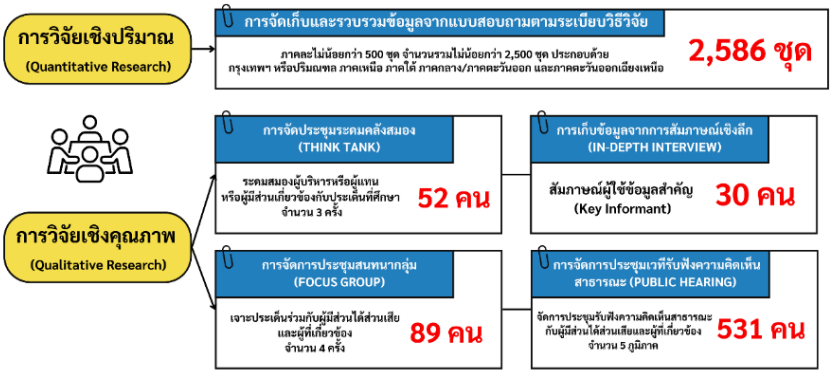

TV

บทสรุปผู้บริหาร

ในมาตรา 60 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 มีเจตนารมณ์ให้การใช้คลื่นความถี่ต้องเป็นไปเพื่อประโยชน์สูงสุดต่อประชาชนและความมั่นคงของรัฐ รวมทั้งให้ประชาชนมีส่วนร่วมได้ใช้ประโยชน์จากคลื่นความถี่ เป็นหลักการที่สำคัญของพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และที่แก้ไขเพิ่มเติม โดยมาตรา 70 ของ พ.ร.บ. ดังกล่าวได้กำหนดให้มีคณะกรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน (กตป.) ที่มีอำนาจหน้าที่ตามมาตรา 72 คือ ติดตาม ตรวจสอบและประเมินผลการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. แล้วแจ้งผลให้ กสทช. ทราบภายใน 90 วัน นับแต่วันขึ้นปีบัญชี และให้ กสทช. นำรายงานดังกล่าวเสนอต่อรัฐสภา พร้อมรายงานเสนอการปฏิบัติงานประจำปีของ กสทช. ตามมาตรา 76 และเปิดเผยรายงานดังกล่าวให้ประชาชนทราบทางระบบเครือข่ายสารสนเทศของสำนักงาน กสทช. หรือวิธีการอื่นที่เห็นสมควร โดยการประเมินดังกล่าวต้องอยู่บนพื้นฐานข้อเท็จจริงและข้อมูลต่าง ๆ และมีการรับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียประกอบด้วย

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาได้รับมอบหมายให้เป็นที่ปรึกษาเพื่อดำเนินการติดตามและประเมินผลการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อจ้างที่ปรึกษาติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567 และรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ ประเมินผล สรุปผลการศึกษา ความเห็น และข้อเสนอแนะต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และจัดทำรายงานประกอบการดำเนินงานของกรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประกอบด้วย 1) รวบรวมข้อมูลจากข้อคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการประชุมระดมคลังสมอง (Think Tank) 2) สำรวจแบบสอบถามกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกระจาย 5 ภูมิภาค ๆ ละไม่น้อยกว่า 500 ชุด 3) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) 4) การจัดสนทนากลุ่ม (Focus Group) 5) การจัดประชุมเวทีรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ (Public Hearing) ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 5 ภูมิภาค ผลการติดตามและประเมินผลการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567 มีเนื้อหาและสาระสำคัญ ดังนี้

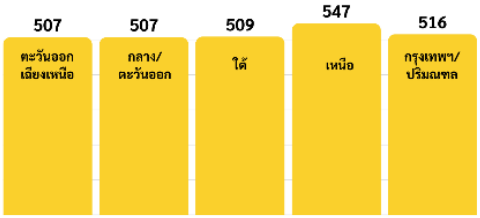
การรวบรวมข้อมูลข้อเท็จจริง ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย



แผนภาพ 1 การรวบรวมข้อมูลข้อเท็จจริง ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการสำรวจแบบสอบถาม

ข้อมูลพื้นฐานผู้ตอบแบบสอบถาม 2,586 ชุด



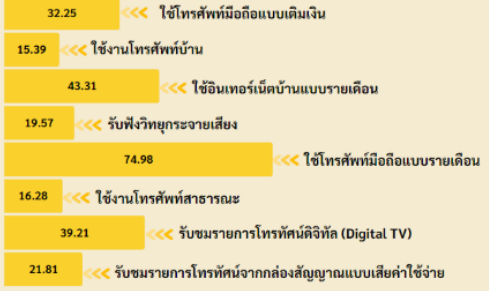


เพศหญิง : 1,401 คน (54%)
เพศชาย : 1,085 คน (42%)
ไม่ประสงค์ระบุ : 100 คน (4%)



ประสบการณ์การใช้บริการหรือติดต่อกับสำนักงาน กสทช.
เคย : 60.40% ไม่เคย : 39.60%

กิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมที่ใช้บริการ





ระดับการรับรู้และเข้าใจถึงบทบาทและหน้าที่ของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช.
ระดับปานกลาง 40.80%

ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช.
ระดับความคิดเห็นในภาพรวม
ระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.68



การดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช.
ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค
ระดับความคิดเห็นในภาพรวม
ระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.56



ความคิดเห็นต่อการดำเนินงานและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม
ระดับความคิดเห็นในภาพรวม
ระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.58



การรับรู้ต่อการดำเนินงานของสำนักงาน กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

ความเชื่อมั่นและความพึงพอใจต่อสื่อเผยแพร่ กิจกรรม โครงการ ผลงานของสำนักงาน กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค
ระดับความคิดเห็นในภาพรวม
ระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.23



การรับรู้สิทธิของผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

เคยได้รับข้อมูล ความรู้ หรือข่าวสารด้านการคุ้มครองผู้บริโภคจาก กสทช. **71.3%**

กิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ **80%**

กิจการโทรคมนาคม **76.6%**

การเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการวิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ และโทรคมนาคม **77.5%**

แผนภาพ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลข้อคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการสำรวจแบบสอบถาม

ที่ปรึกษาได้ดำเนินการตามระเบียบวิธีวิจัยสำรวจ (Survey Research) โดยออกแบบจัดทำแบบสอบถามเพื่อสำรวจความคิดเห็น วิเคราะห์ข้อมูล สรุปผล และข้อเสนอแนะของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้ที่เกี่ยวข้องทุกภูมิภาค ประกอบด้วย (1) กรุงเทพฯ หรือปริมณฑล (2) ภาคเหนือ (3) ภาคใต้ (4) ภาคกลาง/ภาคตะวันออก และ (5) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ดำเนินการเก็บและรวบรวมข้อมูล จำนวน 2,586 ชุด มีรายละเอียด ดังนี้

1.1 ข้อมูลพื้นฐานผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 54.20 ช่วงอายุระหว่าง 21-30 ปี ประกอบอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐ/วิสาหกิจ มีรายได้ 10,000 – 19,999 บาท จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 52.40 อาศัยอยู่ภาคเหนือ ร้อยละ 21.20 อาศัยอยู่ในอำเภอเมือง ร้อยละ 47.20 กิจการวิทยุกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมที่ใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์มือถือแบบรายเดือน ร้อยละ 74.98 เคยมีประสบการณ์การใช้บริการหรือติดต่อกับสำนักงาน กสทช. ของผู้ตอบแบบสอบถาม ร้อยละ 60.40 ระดับการรับรู้และเข้าใจถึงบทบาทและหน้าที่ของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการรับรู้และความเข้าใจอยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 40.80 และส่วนใหญ่เป็นประเภทผู้บริโภคในวัยทำงาน ร้อยละ 70.60

1.2 ความคิดเห็นของประชาชนผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. พบว่า ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และประเด็นความคิดเห็นทั้ง 10 ประเด็น มีระดับความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. อยู่ในระดับมาก

1.3 การดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค พบว่า ระดับความคิดเห็นในการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ภาพรวมทุกด้านมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า 1) ด้านลูกค้า (การให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก 2) ด้านการเงิน (ประสิทธิผลและความคุ้มค่าด้านการเงิน) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก 3) ด้านการเรียนรู้และพัฒนา (การปรับปรุงและพัฒนากระบวนการทำงาน) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และ 4) ด้านกระบวนการสร้างวัฒนธรรม มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

1.4 ความคิดเห็นต่อการดำเนินงานและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พบว่า ระดับความคิดเห็นในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า 1) ด้านความเท่าเทียมและเสมอภาค มีระดับความคิดเห็นภาพรวมและทุกประเด็นอยู่ในระดับมาก 2) ด้านกระบวนการรับและจัดการเรื่องร้องเรียน ระดับความคิดเห็นภาพรวมและทุกประเด็นอยู่ในระดับมาก 3) ด้านการพัฒนาศักยภาพของผู้บริโภคและเครือข่ายผู้บริโภค ระดับความคิดเห็นภาพรวมและทุกประเด็นอยู่ในระดับมาก 4) ด้านการพัฒนาความเข้มแข็งของผู้บริโภคและเครือข่ายผู้บริโภค ระดับความคิดเห็นภาพรวมและทุกประเด็นอยู่ในระดับมาก และ 5) ด้านการพัฒนามาตรฐานคุณภาพการให้บริการ ระดับความคิดเห็นภาพรวมและทุกประเด็นอยู่ในระดับมาก

1.5 ความเชื่อมั่นและความพึงพอใจต่อสื่อเผยแพร่ กิจกรรม โครงการ ผลงานของสำนักงาน กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค พบว่า การรับรู้ต่อการดำเนินงานของสำนักงาน กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคต่อความเชื่อมั่นและความพึงพอใจต่อสื่อเผยแพร่ กิจกรรม โครงการ ผลงานของสำนักงาน กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อตามลำดับ พบว่า ประเด็น

ที่มีระดับความเชื่อมั่นและความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก จำนวน 2 ประเด็น คือ 1) ความเชื่อมั่นต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และ 2) ความพึงพอใจต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ประเด็นที่มีระดับความเชื่อมั่นและความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 14 ประเด็น คือ 1) การทราบข้อมูลต่อการกด *137 แล้วโทรออก เพื่อยกเลิกข้อความสั้น (SMS) กวนใจหรือไม่ตั้งใจสมัคร ลดปัญหาเสียค่าใช้จ่ายโดยไม่รู้ตัว 2) การทราบข้อมูลการใช้โทรศัพท์คอลเซ็นเตอร์ 1200 (Call Center 1200) 3) การทราบข้อมูลเว็บไซต์ http://tcp.nbtc.go.th เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและการร้องเรียน 4) การทราบข้อมูล “รู้เท่าทันมิจฉาชีพ/SCAM Alert” บนเว็บไซต์ http://www.nbtc.go.th 5) การทราบข้อมูล “แอปพลิเคชัน Mobile NBTC1200 (โมบายเอ็นบีทีซี หนึ่งสองศูนย์ศูนย์)” 6) การทราบข้อมูล “แอปพลิเคชัน 3 ชั้น” ทำการ “ตรวจ” “แจ้ง” และ “ล็อก” 7) การทราบข้อมูลการส่งข้อความสั้น (SMS) เบอร์ 1200 8) การทราบข้อมูลเน็ตแคร์ (Net care) 9) การทราบข้อมูล “แอปพลิเคชัน NBTC e-Library (เอ็นบีทีซี อี-ไลบรารี่)” 10) การทราบข้อมูลไลน์แอปพลิเคชัน (Line Application) @NBTC1200 11) การทราบข้อมูลแชทบอท (Chat Bot) ภายใต้ชื่อ “น้องสายลม” เพื่อการปรึกษาปัญหาหรือสอบถามข้อมูล 12) การทราบข้อมูลเฟซบุ๊ก เอนบีทีซี1200 (Facebook NBTC 1200) 13) การทราบข้อมูล “มีฤทธิ์โปรเจค” (MeLit Project) แพลตฟอร์มอีเลิร์นนิ่งหลักสูตรเพื่อพัฒนาทักษะการเรียนรู้ของประชาชน และ 14) การทราบข้อมูลการส่งอีเมล์ (e-mail): 1200@nbtc.go.th ตามลำดับ

1.6 การเคยได้รับข้อมูล ความรู้ หรือข่าวสาร ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคจาก กสทช. พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยได้รับข้อมูล ความรู้ หรือข่าวสาร ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคจาก กสทช. ร้อยละ 71.70 และส่วนใหญ่มีการรับรู้สิทธิของผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมผ่านทางช่องทางต่าง ๆ ตามลำดับ ได้แก่ (1) เว็บไซต์ (Website) ร้อยละ 37.74 (2) โซเชียลมีเดีย เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook), ยูทูป (You Tube), ไลน์ (Line), ติ๊กต๊อก (TikTok) ร้อยละ 37.16 (3) สื่อโทรทัศน์ ร้อยละ 34.45 สื่อวิทยุ ร้อยละ 15.85 (4) แอปพลิเคชัน เช่น แชทบอทน้องสายลม (Chat Bot), เอ็นบีทีซี อี-ไลบรารี่ (NBTC e-Library) ร้อยละ 15.70 (5) คอลเซ็นเตอร์ (Call center) ร้อยละ 15.12 (6) การจัดโครงการ/กิจกรรม/นิทรรศการของ กสทช. ร้อยละ 12.68 (7) สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ เช่น แผ่นพับ หนังสือ บทความหนังสือพิมพ์ ร้อยละ 10.60 (8) การสื่อสารในสื่อชุมชน เช่น หอกระจายข่าว และเสียงตามสาย ร้อยละ 4.99 (9) ป้ายบิลบอร์ด (Billboard)/ป้ายกลางแจ้งขนาดใหญ่ ร้อยละ 3.60 (10) เคาน์เตอร์เซอร์วิสของผู้ประกอบการ ร้อยละ 2.94 และ (11) อื่นๆ (เช่น การจัดประชุมรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ) ร้อยละ 0.12

1.7 การรับรู้สิทธิของผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พบว่า

(1) การทราบหรือไม่ว่า “ผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์มีสิทธิพื้นฐาน” ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามทราบโดยแยกเป็นประเด็น ดังนี้ (1.1) การได้รับข้อมูลข่าวสารครบถ้วนตามความเป็นจริงและพอเหมาะ ร้อยละ 84.00 (1.2) การได้รับข้อมูลข่าวสารด้านสิทธิผู้บริโภคเพียงพอต่อการตัดสินใจใช้บริการที่เป็นประโยชน์ ร้อยละ 84.00 (1.3) การปกป้องผู้บริโภคจากการเผยแพร่สื่อที่ไม่เหมาะสม ร้อยละ 81.00 (1.4) การได้รับการเยียวยาจากการถูกเอาเปรียบจากการใช้บริการ ร้อยละ 74.00 (1.5) การเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากสื่อได้เท่าเทียม ร้อยละ 79.00 (1.6) การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อความเป็นส่วนตัว ร้อยละ 80.00 และ (1.7) ผู้บริโภคมีสิทธิแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับประกาศ กสทช. ร้อยละ 79.00

(2) การทราบหรือไม่ว่า “ผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคมมีสิทธิพื้นฐาน” ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามทราบโดยแยกเป็นประเด็น ดังนี้ (2.1) ผู้บริโภคมีสิทธิได้รับทราบการให้บริการอย่างถูกต้อง

ครบถ้วน ผ่านสื่อที่เข้าถึงและเข้าใจง่าย ร้อยละ 84.00 (2.2) ผู้ประกอบการไม่มีสิทธิผูกมัดหรือยัดเยียดการบริการและการโฆษณาโปรโมชันต้องชัดเจน เพื่อไม่ให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญ ร้อยละ 77.00 (2.3) ผู้บริโภคไม่ได้รับการบริการที่มีคุณภาพตามสัญญาย่อมมีสิทธิบอกเลิกสัญญาได้ทันที ร้อยละ 77.00 (2.4) ผู้ประกอบการไม่สามารถเรียกเก็บค่าใช้จ่ายอื่นนอกจากที่กำหนดไว้ ร้อยละ 73.00 (2.5) ผู้บริโภคมีสิทธิขอทราบข้อมูลการใช้บริการของตนเองได้ ร้อยละ 80.00 (2.6) ห้ามผู้ประกอบการเรียกเก็บเงินค่าบริการจากผู้บริโภคในช่วงที่เกิดเหตุขัดข้อง ร้อยละ 73.00 (2.7) ผู้บริโภคมีสิทธิแจ้งระงับการใช้บริการชั่วคราว โดยแจ้งให้ผู้ประกอบการทราบล่วงหน้า 3 วัน และผู้ประกอบการไม่มีสิทธิเรียกเก็บค่าใช้จ่ายในระหว่างการระงับการใช้บริการชั่วคราว ร้อยละ 74.00 (2.8) กรณีผู้บริโภคย้ายค่ายโทรศัพท์มือถือโดยยังคงใช้หมายเลขเดิม หากมีเงินคงเหลือในระบบผู้บริโภคมีสิทธิขอรับเงินคืนจากผู้ประกอบการรายเดิมได้ ร้อยละ 72.00 (2.9) ผู้ประกอบการไม่มีสิทธิเปิดเผยข้อมูลการใช้บริการ รวมทั้งต้องรักษาความปลอดภัยข้อมูลส่วนบุคคลผู้บริโภค ร้อยละ 79.00 และ (2.10) ผู้บริโภคมีสิทธิยื่นร้องเรียนต่อผู้ประกอบการ หรือต่อสำนักงาน กสทช. หากได้รับความเดือดร้อน เสียหายจากการให้บริการโทรคมนาคม (โทรศัพท์บ้าน โทรศัพท์มือถือ โทรศัพท์สาธารณะ และอินเทอร์เน็ต) ร้อยละ 77.00

(3) การเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการวิทยุ โทรทัศน์ และโทรคมนาคม ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามทราบ แยกเป็นประเด็น ดังนี้ (3.1) การออกอากาศรายการหรือการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ไม่ถูกกฎหมาย ร้อยละ 82.00 (3.2) การออกอากาศรายการหรือการโฆษณาเกินความเป็นจริง ร้อยละ 81.00 (3.3) การกำหนดเงื่อนไขการให้บริการที่มีลักษณะเป็นข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม ร้อยละ 81.00 (3.4) การอาศัยอำนาจทางการตลาด เพื่อบังคับให้ผู้บริโภคเลือกใช้บริการอย่างไม่เป็นธรรม ร้อยละ 76.00 (3.5) การกีดกันไม่ให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงบริการที่มีคุณภาพได้ตามปกติ อันเป็นเหตุให้ผู้บริโภคต้องรับภาระเพิ่มขึ้นในการเข้าถึงบริการ ร้อยละ 75.00 (3.6) ผู้ประกอบการร่วมกันกำหนดเงื่อนไขที่บังคับให้ผู้บริโภคต้องเลือกหรือเป็นการสร้างภาระเกินสมควรในการเข้าถึงบริการ ร้อยละ 75.00 (3.7) การหยุดให้บริการโดยไม่แจ้งให้ผู้บริโภคทราบล่วงหน้าโดยไม่มีเหตุอันควร ร้อยละ 74.00 (3.8) การโฆษณาเกินกว่าระยะที่กฎหมายกำหนดหรือบ่อยครั้งจนชมรายการไม่ต่อเนื่อง ร้อยละ 75.00 และ (3.9) การมีข้อความหรือข้อมูลโฆษณาจำนวนมากที่ก่อให้เกิดการรบกวนระหว่างชมรายการ ร้อยละ 79.00

1.8 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567 พบว่า มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน ได้แก่ (1) จำแนกตามภาค (2) จำแนกตามเพศ (3) จำแนกตามอายุ (4) จำแนกตามอาชีพ (5) จำแนกตามระดับรายได้ส่วนตัว (6) จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด และ (7) จำแนกตามพื้นที่ที่อยู่อาศัย และระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน คือ จำแนกตามประเภทผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.9 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อความเชื่อมั่นในการดำเนินการและการบริหารงาน ของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค พบว่า มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน ได้แก่ (1) จำแนกตามภาค และระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน คือ (1) จำแนกตามประเภทผู้บริโภค (2) จำแนกตามเพศ (3) จำแนกตามอายุ (4) จำแนกตามอาชีพ (5) จำแนกตามระดับรายได้ส่วนตัว (6) จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด และ (7) จำแนกตามพื้นที่ที่อยู่อาศัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.10 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการดำเนินการและการบริหารงาน ของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พบว่า มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน ได้แก่ (1) จำแนกตามภาค

และระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน คือ (1) จำแนกตามประเภทผู้บริโภค (2) จำแนกตามเพศ (3) จำแนกตามอายุ (4) จำแนกตามอาชีพ (5) จำแนกตามระดับรายได้ส่วนตัว (6) จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด และ (7) จำแนกตามพื้นที่ที่อยู่อาศัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.11 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการรับรู้ต่อการดำเนินงานของ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค พบว่า มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน ได้แก่ (1) จำแนกตามภาค และ (2) จำแนกตามอายุ และระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน คือ (1) จำแนกตามประเภทผู้บริโภค (2) จำแนกตามเพศ (3) จำแนกตามอายุ (4) จำแนกตามอาชีพ (5) จำแนกตามระดับรายได้ส่วนตัว (6) จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด และ (7) จำแนกตามพื้นที่ที่อยู่อาศัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการประชุมระดมคลังสมอง (Think Tank)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการประชุมระดมคลังสมอง (Think Tank) นำเสนอใน 6 ประเด็น คือ 1) การดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567 2) กลไกและกระบวนการเรื่องร้องเรียนของผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม 3) การส่งเสริมความร่วมมือและพัฒนาศักยภาพเครือข่ายการคุ้มครองผู้บริโภคของสำนักงาน กสทช. 4) ทิศทางการบริหารและการดำเนินการคุ้มครองผู้บริโภค 5) ปัจจัยเงื่อนไขที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จและอุปสรรคของการดำเนินการของ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และ 6) ประเด็นข้อคำถามอื่น ๆ มีดังนี้

2.1 การดำเนินงานและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567 พบว่า (1) การกำหนดนโยบาย การบริหารการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่สำคัญในปี 2567 ควรมีรูปแบบหรือลักษณะที่มีความโปร่งใส มีกลไกตรวจสอบผู้ประกอบการอย่างเข้มงวด ผู้บริโภคต้องทราบถึงสิทธิของตนเอง และ กสทช. ต้องอำนวยความสะดวกในเรื่องร้องเรียน (2) การบังคับใช้กฎหมายเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคอย่างจริงจัง คือ ต้องมีบุคลากรทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ อัตรากำลังมีเพียงพอ และมีคุณภาพ คือ มีความรู้ด้านกฎหมาย รวมถึงความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร (3) การมีวิสัยทัศน์และนโยบายเพื่อประโยชน์ต่อผู้บริโภค การส่งเสริมความโปร่งใสในกระบวนการทำงานและส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์ม

2.2 กลไกและกระบวนการเรื่องร้องเรียนของผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พบว่า (1) ได้สะท้อนให้เห็นถึงสภาพปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์ของ กสทช. ต่อผู้บริโภคผ่านช่องทางต่าง ๆ ยังไม่ทั่วถึง (2) การพัฒนากลไกขั้นตอน กระบวนการจัดการร้องเรียนควรได้รับการพัฒนาปรับปรุง ได้นำระบบทราฟฟี่ ฟองดูว์ (Traffy Fondue) มาใช้และควรส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์ม และการจัดกิจกรรมต่าง ๆ (3) มาตรการการกำกับดูแลการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค ตามประกาศ กสทช. ที่เกี่ยวข้องทั้ง 3 กิจการ โดยปรับปรุงกฎหมายเพื่อรองรับการหลอมรวมกิจการทั้ง 3 กิจการเข้าด้วยกัน และรองรับเทคโนโลยีที่จะเกิดขึ้นในอนาคต (4) แนวทางการพัฒนาศักยภาพและความเข้มแข็งของผู้บริโภคและเครือข่ายผู้บริโภค โดยการประชาสัมพันธ์ในช่องทางสื่อต่าง ๆ และสร้างกลุ่มเครือข่ายให้ครอบคลุมทุกภูมิภาค สามารถเข้าถึงประชาชนทุกระดับ (5) การพัฒนาแอปพลิเคชัน (Application) หรือการเข้าถึงข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค ได้นำระบบทราฟฟี่ ฟองดูว์ (Traffy Fondue) มาใช้มีความสะดวก ใช้งานง่าย โดยระบบจะประมวลส่งต่อหน่วยงาน

ที่เกี่ยวข้องเข้าไปแก้ไขปัญหาได้รวดเร็วและเป็นธรรม โปร่งใส และมีประสิทธิภาพ และเพิ่มช่องทางการร้องเรียนผ่านแอปพลิเคชัน (Application) อื่น ๆ ด้วย เช่น TikTok เป็นต้น

2.3 การส่งเสริมความร่วมมือและพัฒนาศักยภาพเครือข่ายการคุ้มครองผู้บริโภคของสำนักงาน กสทช. พบว่า (1) กสทช. ส่งเสริมความร่วมมือกับเครือข่ายผู้บริโภค รวมทั้งการประสานงานกับหน่วยงานในพื้นที่ที่เกี่ยวข้องในการคุ้มครองผู้บริโภค ทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับจังหวัด ระดับภาค ระดับประเทศ ให้มีส่วนร่วมในการเผยแพร่องค์ความรู้ ข้อมูลข่าวสารในช่องทางที่หลากหลาย เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่และกลุ่มเป้าหมาย (2) ทรัพยากรที่เอื้อต่อการพัฒนาศักยภาพและการทำงานของเครือข่ายการคุ้มครองผู้บริโภค กสทช. มีการพัฒนาเทคโนโลยีอยู่ตลอดเวลา บุคลากรมีเพียงพอทั้งทางด้านปริมาณและคุณภาพ กสทช. ได้มีการกระจายงานในส่วนของสำนักงาน กสทช. ไปยังสำนักงาน กสทช. ภูมิภาค คือ ภาค 1-4 มีนโยบายในการตั้งหน่วยงานหรือศูนย์ กสทช. ภาคประชาชนหรือผู้นำเครือข่ายผู้บริโภคในท้องถิ่นทุกจังหวัด

2.4 ทิศทางการบริหารและการดำเนินการด้านการคุ้มครองผู้บริโภค พบว่า (1) กลไกและกระบวนการร้องเรียนของผู้บริโภค การบังคับใช้กฎหมายด้วยความเคารพสิทธิผู้บริโภค ควรใช้กฎหมายหรือมาตรการขั้นเด็ดขาดและรุนแรงเพื่อเอาผิดผู้กระทำผิดหรือมิจฉาชีพ โทษเพียงการปรับจะทำให้มิจฉาชีพไม่เกรงกลัวทำให้เกิดการกระทำผิดอีก รวมทั้งผู้บริโภคส่วนหนึ่งไม่กล้าแจ้งความหรือร้องเรียน เพราะมีความกังวลเรื่องความปลอดภัยและการถูกฟ้องกลับ (2) มาตรการกำกับดูแลการให้บริการสำหรับกลุ่มเปราะบางผู้ด้อยโอกาสในสังคมหรือกลุ่มคนชายขอบ เรื่องนี้เป็นนโยบายที่สำคัญเป็นอย่างมากได้มีการวางแผนพัฒนาเรื่องนี้อย่างต่อเนื่อง เช่น มีมาตรการกำหนดให้ผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ในระดับดิจิทัล (Digital TV) จัดให้มีคำบรรยายแทนเสียง (Caption) บริการเสียงบรรยาย (Audio Description) และบริการล่ามภาษามือ (Sign Language) รวมถึงสนับสนุนให้มีศูนย์ประสานงานของกลุ่มดังกล่าว

2.5 ปัจจัยเงื่อนไขที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จและอุปสรรคการดำเนินการของ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค พบ (1) ปัจจัยเงื่อนไขความสำเร็จของการดำเนินการของ กสทช. คือ กสทช. ต้องดำเนินการตามแผนแม่บทของ กสทช. ที่วางไว้ เผยแพร่การดำเนินการของ กสทช. ให้สังคมได้ตรวจสอบ นโยบายด้านการสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชน การปรับปรุงพัฒนากฎหมาย และผลักดันสนับสนุนการหลอมรวมของเทคโนโลยี สำหรับความสำเร็จของสำนักงาน กสทช. ทั้งในเรื่องงบประมาณและอัตรากำลัง สำหรับปัจจัยเงื่อนไขของความสำเร็จของการดำเนินการของเลขาธิการ กสทช. คือ ต้องมีการพิจารณาแต่งตั้ง กสทช. และรองเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค (2) ปัจจัยเงื่อนไขที่เป็นอุปสรรคในการดำเนินการของ กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค คือ การขาดความโปร่งใส ขาดการมีส่วนร่วมของประชาชน การบริหารงานที่ไม่เข้มงวดเอาจริงเอาจัง ไม่สนใจในสิทธิของผู้บริโภค ขาดการนำเอาเทคโนโลยีมาใช้ในการปฏิบัติงาน รวมทั้งจัดรับฟังความคิดเห็นของประชาชนอย่างต่อเนื่อง

2.6 ประเด็นคำถามอื่น ๆ พบว่า (1) กสทช. ควรมีการพัฒนากลไกและกระบวนการจัดการร้องเรียนให้เป็นไปอย่างรวดเร็ว เป็นธรรม และมีประสิทธิภาพ ควรมีการพัฒนากลไกการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียนให้มีประสิทธิภาพ โดยการนำเทคโนโลยีมาใช้ในกระบวนการทำงาน เช่น สร้างระบบการจัดการข้อร้องเรียนแบบออนไลน์ การให้บริการร้องเรียนเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว (One Stop Service) พัฒนาระบบสารสนเทศสำหรับการร้องเรียน (2) การมีหน่วยงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้รับเรื่องร้องเรียนเป็นจำนวนมากทำให้ผู้บริโภคเกิดความสับสน ควรมีความร่วมมือและมีการบูรณาการอย่างเป็นระบบของทุกภาคส่วนให้เกิดการบริการเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว ควรมีการพัฒนาระบบฐานข้อมูลกลางและเชื่อมโยงฐานข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภคให้ครอบคลุมทุกภารกิจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ตามสิทธิการเข้าถึงข้อมูล (3) กสทช. มีการพัฒนามาตรการและและการกำกับดูแลผู้ให้บริการหรือ

ผู้ประกอบการในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมที่เข้าข่ายการเอาเปรียบผู้บริโภค รวมทั้งการติดตาม ตรวจสอบ/เฝ้าระวังเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคมิให้ถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบการให้มีประสิทธิภาพมากกว่าเดิม คือ ต้องมีกลไกตรวจสอบกำกับและติดตามพฤติกรรมของผู้ประกอบการอย่างสม่ำเสมอ มีมาตรการลงโทษผู้ประกอบการที่กระทำผิดกฎหมายอย่างเคร่งครัด หากผู้ประกอบการทำความดี สร้างผลประโยชน์ให้แก่ผู้บริโภค กสทช. ควรให้รางวัลยกย่องและประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนได้รับทราบ (4) กสทช. มีแนวทางการพัฒนาศักยภาพเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคให้ดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีความเข้มแข็ง คือ การมีแนวทางในการติดตามประเมินผลการดำเนินงานของเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค ควรมีการประชาสัมพันธ์เชิงรุกและกระจายความรู้ให้ทั่วถึงชุมชนให้ครอบคลุมทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค รวมทั้งในทุกเขตเทศบาล เพิ่มช่องทางการรับเรื่องร้องเรียนในท้องถิ่นผ่านผู้นำชุมชนและเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค



3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย 1) การรับรู้และมุมมองต่อการคุ้มครองผู้บริโภคใน 3 กิจการ 2) ปัจจัยเงื่อนไขที่มีความสำคัญสำหรับการบริหารและการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค 3) ผลผลิต/ผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรมต่อผู้บริโภคและสังคมจากการบริหารและดำเนินการของ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค 4) ผลกระทบต่อผู้บริโภคและสังคมจากการบริหารและดำเนินการของ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค 5) การพัฒนาความร่วมมือและส่งเสริมศักยภาพเครือข่ายผู้บริโภค 6) การรับเรื่องร้องเรียนและดำเนินการเรื่องร้องเรียนด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม และ 7) ประเด็นอื่น ๆ ดังนี้

3.1 การรับรู้และมุมมองต่อการคุ้มครองผู้บริโภคใน 3 กิจการ พบว่า 1) การกำหนดนโยบายในการคุ้มครองผู้บริโภคใน 3 กิจการ มีการดำเนินการดังนี้ (1) แนวทางการวางแผนดำเนินงานและมาตรการเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคมีคณะอนุกรรมการ 2 คณะ คือ การคุ้มครองผู้บริโภคด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ และการคุ้มครองผู้บริโภคด้านกิจการโทรคมนาคม (2) การบังคับใช้กฎหมาย ประกาศ กสทช. การบังคับทางการปกครองและการปรับเงินอย่างเป็นรูปธรรม ซึ่ง กสทช. ทำหน้าที่เป็นแกนหลักในการผลักดันให้ปรับปรุงและพัฒนากฎหมาย มาตรฐาน มาตรการ ระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค (3) นโยบายที่สำคัญของปี 2567 และนโยบายที่จะนำไปสู่การสร้างความรู้ ความเข้าใจแก่ประชาชนในเครือข่ายผู้บริโภคใน 3 กิจการ ยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภคให้เท่าทันปัญหาในสังคมยุคดิจิทัล พัฒนากลไกแก้ปัญหาเรื่องร้องเรียนให้ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ (4) การทบทวนประกาศและมาตรการเพื่อแก้ไขให้ทันสมัยหรือทันต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อไปรองรับการหลอมรวมเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่จะเกิดขึ้นเพื่อให้เกิดกระบวนการคุ้มครองผู้บริโภค 2) การบริหารวางแผนและแนวทางการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคใน 3 กิจการ พบว่า มีการดำเนินการดังนี้ (1) การมุ่งเน้นประสิทธิภาพในความสะดวกและรวดเร็วสำหรับผู้บริโภค ให้บริการเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว (2) การพัฒนากลไกและลดกระบวนการขั้นตอนการพิจารณาเรื่องร้องเรียน เช่น การสร้างระบบการจัดการข้อร้องเรียนแบบออนไลน์ (3) การพัฒนาระบบฐานข้อมูลกลางและเชื่อมโยงกับฐานข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภค ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค (4) ผู้บริโภคเป็นศูนย์กลางและมีความสำคัญ โดยเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคเข้ามีส่วนร่วมในระดับพูดคุยหารือแลกเปลี่ยน เรียนรู้ ขยายผลไปยังชุมชน (5) การสร้างความตระหนักรู้ การรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ โดยการสร้างการมีส่วนร่วม การสร้างหลักสูตรการเรียนรู้ ทั้งระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว (6) การบังคับใช้กฎหมาย ซึ่งต้องบังคับใช้อย่างเข้มงวดจริงจัง

3.2 ปัจจัยที่มีความสำคัญสำหรับการบริหารและการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค พบว่า 1) การมีวิสัยทัศน์และนโยบายที่คุ้มครองผู้บริโภค รวมทั้งการมีบุคลากรที่มีคุณภาพ มีศักยภาพในการทำงานและบริการ มีจิตใจที่มุ่งเน้นการคุ้มครองผู้บริโภคและสร้างกระบวนการมีส่วนร่วม มีการวางแผนการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ มีการติดตามประเมินผลเป็นขั้นตอนอย่างสม่ำเสมอ 2) การขับเคลื่อนการดำเนินงานด้วยเทคโนโลยีและมีงบประมาณเพียงพอ รวมทั้งมาตรการส่งเสริมและกำกับดูแลการดำเนินการอย่างเคร่งครัดตามประกาศของ กสทช.

3.3 ผลผลิต/ผลลัพธ์ ที่เป็นรูปธรรมต่อผู้บริโภคและสังคมจากการบริหารและการดำเนินการของ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค พบว่า 1) มาตรการบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง รวมถึงมาตรการการลงโทษที่กระทำต่อผู้กระทำผิดอย่างจริงจังและให้เป็นตัวอย่างเพื่อไม่ให้ผู้ประกอบการรายอื่นไม่ให้กระทำผิดอีก 2) การส่งเสริมให้ผู้บริโภคได้รู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศให้ความรู้ด้านสิทธิของผู้บริโภคและความรู้ด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความตระหนักถึงสิทธิของตนในฐานะผู้บริโภค 3) การบูรณาการทำงานร่วมกับหน่วยงานอื่น ๆ และการทำงานเชิงรุก โดยการเฝ้าระวัง เพื่อการแก้ปัญหาการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคที่ส่งผลกระทบต่อภาพรวมและการป้องกันปัญหาที่จะเกิดขึ้นผ่านกระบวนการสร้างความรู้ความเข้าใจกับผู้ประกอบกิจการ

3.4 ผลกระทบต่อผู้บริโภคและสังคมจากการบริหารและการดำเนินการของ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค พบว่า 1) การสร้างระบบติดตามสถานะเรื่องร้องเรียนและพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อสนับสนุนการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่และอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้บริโภคที่ใช้บริการ 2) การสร้างกระบวนการรู้เท่าทันสื่อแก่ภาคประชาสังคมและกลุ่มเปราะบาง ซึ่ง กสทช. ได้ให้ความสำคัญกับกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มคนพิการ กลุ่มผู้สูงอายุ และกลุ่มผู้ด้อยโอกาส โดยใช้ประกาศ กสทช. เรื่องการส่งเสริมสิทธิของคนพิการในการเข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์

3.5 การพัฒนาความร่วมมือและส่งเสริมศักยภาพเครือข่ายผู้บริโภค พบว่า 1) การพัฒนาและขยายเครือข่ายผู้บริโภคในการทำงานกับหน่วยงานต่าง ๆ กสทช. ได้มีการกระจายอำนาจการกำกับดูแลไปยังระดับสำนักงาน กสทช. ภาค 1-4 และระดับจังหวัด เพื่อให้การคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการเป็นไปอย่างรวดเร็วและสามารถจัดการแก้ไขปัญหาได้อย่างทันท่วงที 2) การพัฒนาศักยภาพแกนนำและการทำงานของเครือข่ายผู้บริโภคอาจให้การสนับสนุนโดยพิจารณาผ่านกองทุน กทปส. ของ กสทช. การสร้างความร่วมมือหรือการพัฒนาเครือข่ายหรือการมีทรัพยากรสนับสนุนจะทำให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างรวดเร็ว มีประสิทธิภาพมากขึ้นทั้งในมิติการขับเคลื่อนงาน การประสานเครือข่าย และการพัฒนาศักยภาพของเครือข่าย 3) บูรณาการงานร่วมกับเครือข่าย/เครือข่ายการคุ้มครองผู้บริโภค เช่น กลุ่มเครือข่ายเยาวชน กลุ่มเครือข่ายคนพิการ เพื่อเป็นกำลังสำคัญในการขยายผลการถ่ายทอดความรู้เรื่องสิทธิผู้บริโภค ไปสู่ชุมชนต่าง ๆ ทั้งในส่วนกลางและวนภูมิภาค

3.6 การรับร้องเรียนและดำเนินการเรื่องร้องเรียนด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม พบว่า 1) ด้านกระบวนการรับเรื่องร้องเรียน ประกอบด้วย (1) ผู้บริโภคเองต้องรู้จักสิทธิของตนเองว่า มีสิทธิในการดำเนินการเรื่องร้องเรียนใดบ้าง และตัวบุคคลที่ร้องเรียนต้องมีความสุจริตด้วย สิ่งที่สำคัญคือ ผู้ประกอบการและผู้บริโภคเองต้องสุจริตทั้งสองฝ่าย (2) การดำเนินการเรื่องร้องเรียนที่เป็นเชิงรับ กสทช. ยังทำงานเป็นลักษณะกระบวนการเชิงรับเน้นการแก้ปัญหาหรือดำเนินการจากเรื่องร้องเรียนที่ผู้บริโภคส่งเข้ามาไม่ยึดหลักการป้องกันมากกว่าการแก้ไข (3) การพิจารณาเรื่องร้องเรียนของสำนักงาน กสทช. คณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคฯ ทั้ง 3 กิจการ รวมทั้ง กสทช. เป็นผู้วินิจฉัยกระบวนการจัดการที่ควรพัฒนาหรือปรับปรุง ควรพัฒนาปรับปรุงด้วยการประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภครับรู้หรือผ่านช่องทางการร้องเรียน

ทุกช่องทางอย่างทั่วถึงทุกกลุ่มเป้าหมายโดยใช้สื่อประชาสัมพันธ์ และ (4) การแก้ไขพัฒนาประกาศ กสทช. ที่ล้าหลัง กสทช. กำลังดำเนินการในเรื่องนี้เพื่อไปรองรับการหลอมรวมเรื่องเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตให้มีความคล่องตัวและสะดวกมากยิ่งขึ้น สามารถกำกับดูแลได้อย่างมีประสิทธิภาพ 2) ข้อเสนอและกระบวนการเรื่องร้องเรียนและจัดการเรื่องร้องเรียน ประกอบด้วย (1) การแก้ไขปัญหาเชิงระบบและการปรับปรุงรับเรื่องร้องเรียนเป็น One Stop Service (2) การจัดการ/แก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียนที่มีความยั่งยืน โดยไม่ให้เกิดปัญหาซ้ำซาก/เดิม ๆ การออกมาตรการต่าง ๆ ต้องมีความชัดเจนไม่คลุมเครือ และ (3) การพัฒนากระบวนการจัดการเรื่องร้องเรียนให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล มีระบบติดตามตรวจสอบการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ ชอบธรรม โปร่งใส ควรมีการสื่อสารสองทางและเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส ควรเปิดโอกาสให้ผู้เกี่ยวข้องได้รับทราบข้อมูลการพิจารณาเพื่อให้ผู้ร้องเรียนได้เห็นข้อมูลที่แท้จริง

3.7 ประเด็นอื่น ๆ มีข้อคิดเห็น ดังนี้ 1) มาตรการกำกับดูแลที่ไม่ให้ผู้บริโภคหรือประชาชนถูกเอาเปรียบ (1) การกระทำที่เป็นรูปธรรมของการเอาเปรียบผู้บริโภคของทั้ง 3 กิจการ (2) มาตรการการกำกับดูแลการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคของ กสทช. โดยมีมาตรการขั้นเด็ดขาด นอกจากนี้ ควรมีการเฝ้าระวังปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคในระดับท้องถิ่น ระดับประเทศและระหว่างประเทศในประเด็นด้านกฎหมาย (3) มาตรการการกำกับดูแลผู้ได้รับใบอนุญาตและสิ่งที่เกิดขึ้น 2) การพัฒนาศักยภาพและสร้างความเข้มแข็งของผู้บริโภคและเครือข่ายผู้บริโภค ประกอบไปด้วย (1) การพัฒนาศักยภาพและเสริมสร้างความเข้มแข็งของผู้บริโภค (2) การพัฒนาศักยภาพความเข้มแข็งของเครือข่ายผู้บริโภค และ (3) การเข้าถึงการใช้บริการและการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค กลุ่มผู้พิการทุกประเภท ผู้ด้อยโอกาส และผู้สูงอายุ



4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการสนทนากลุ่ม (Focus Group)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียจากการจัดสนทนากลุ่มนำเสนอใน 5 ประเด็น ได้แก่ 1) การรับรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคใน 3 กิจการ 2) ทิศทางการดำเนินการและการบริหารงานด้านคุ้มครองผู้บริโภค 3) ประเด็นหลักการกำกับดูแลที่ดีของ กสทช. 4) ประเด็นหลักการภายใต้รูปแบบการประเมิน CIPPI (บริบท ตัวป้อนเข้า กระบวนการผลิต ผลลัพธ์ ผลกระทบ) และ 5) ประเด็นข้อคำถามอื่น ๆ มีดังนี้

4.1 การรับรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคใน 3 กิจการ พบว่า

1) ความหมายการคุ้มครองผู้บริโภค (ตามมุมมองผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่ม) ประกอบด้วย (1) การรับรู้และการได้รับความคุ้มครองตามสิทธิผู้บริโภคควรได้รับตามกฎหมายหรือประกาศ กสทช. (2) การบังคับใช้กฎหมายโดยประกาศ กสทช. เพื่อคุ้มครองผู้บริโภค (3) ผู้ที่ได้รับผลกระทบโดยตรงหรือโดยอ้อมจากการใช้บริการใน 3 กิจการ (4) การได้รับความคุ้มครองส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ (5) ความสามารถของ กสทช. หรือสำนักงาน กสทช. ในการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค และ (6) การออกประกาศ กสทช. นโยบายในการคุ้มครองผู้บริโภคให้ได้รับความชอบธรรม และการกำกับที่เป็นธรรมต่อผู้ประกอบการ

2) การรับรู้บทบาทของ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประกอบด้วย

(1) กิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ประกอบด้วย การกำหนดสิทธิหรือการให้บริการสำหรับผู้บริโภค การออกระเบียบสำหรับการปฏิบัติของผู้ประกอบการและสำหรับคุ้มครองผู้บริโภค การกำกับดูแลการให้บริการที่ครอบคลุมประชาชนทุกกลุ่ม และการควบคุมดูแลด้านเนื้อหาโฆษณา

(2) กิจการโทรคมนาคม ประกอบด้วย การกำหนดนโยบายการนำเอาเทคโนโลยีมาใช้ในการคุ้มครองผู้บริโภค และมาตรการคุ้มครองสิทธิของผู้ใช้บริการโทรคมนาคมเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล สิทธิในความเป็นส่วนตัวและเสรีภาพในการสื่อสารโดยทางโทรคมนาคม

3) ปัจจัยเงื่อนไขที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จและอุปสรรคการดำเนินดำเนินการของ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

(1) ปัจจัยเงื่อนไขความสำเร็จการดำเนินงานของ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ได้แก่ วิสัยทัศน์ของผู้บริหารและการดำเนินงานเชิงรุกในปี 2567 การบังคับใช้ประกาศ กสทช. อย่างเข้มงวดและจริงจัง และการรับฟังความคิดเห็นในการมีส่วนร่วมของประชาชน

(2) ปัจจัยเงื่อนไขอุปสรรคการดำเนินงานของ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงของบริบทสังคมและเทคโนโลยีในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว การขาดการบังคับใช้กฎหมายอย่างเข้มงวด การไม่มีการศึกษาข้อมูลเชิงลึกเพื่อนำมาพัฒนาคุณภาพของงาน ประชาชนขาดการเข้าถึงข้อมูล ช่องทางการร้องเรียนและการมีส่วนร่วมในด้านต่าง ๆ และการดำเนินงานไม่ได้รับความเป็นธรรมใช้เวลานานและเอกสารค่อนข้างมาก

4.2 ทิศทางการดำเนินการและการบริหารงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประกอบด้วย

1) กลไกและกระบวนการเรื่องร้องเรียนของผู้บริโภคใน 3 กิจการ พบว่า (1) ช่องทางการร้องเรียนและการเข้าถึงข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภค สิทธิผู้บริโภคโดยที่ กสทช. ควรให้ข่าวสารเข้าถึงประชาชนได้อย่างทั่วถึง (2) ช่องทางการร้องเรียนสามารถเข้าถึงได้ง่าย รวดเร็ว และขั้นตอนไม่ยุ่งยาก (3) เพิ่มแพลตฟอร์มการร้องเรียนให้หลากหลาย (4) การดูแลสิทธิผู้บริโภค และ (5) สร้างเครือข่ายการทำงานและกระบวนการร้องเรียน

2) มาตรการกำกับดูแลการกระทำผิดที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค พบว่า (1) ต้องมีการดำเนินการที่มีแนวทางปฏิบัติชัดเจน (2) พัฒนาการกำกับดูแลการให้บริการกลุ่มเปราะบางอย่างเป็นธรรม และ (3) การทำประกาศ กสทช. เรื่องการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้ใช้บริการใน 3 กิจการอย่างชัดเจน

3) การพัฒนาและวางมาตรการในการเพิ่มศักยภาพและความเข้มแข็งของผู้บริโภคและเครือข่ายผู้บริโภค พบว่า (1) ต้องสร้างงานวิจัยที่สามารถนำไปใช้ในงานคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง (2) การให้ความสำคัญและพัฒนาเครือข่ายผู้บริโภคให้มีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนและสร้างกลไกเครือข่ายผู้บริโภคระดับประเทศให้มีคุณภาพ (3) พัฒนาการสื่อสารสาธารณะในการให้ความรู้แก่ผู้บริโภคและเครือข่ายผู้บริโภค (4) ให้ความรู้อบรมแก่ประชาชนในการป้องกันและรู้เท่าทันการถูกเอาเปรียบ (5) ทำคู่มือและสื่อให้คำแนะนำการรู้เท่าทันการถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบการ และ (6) การจัดเวทีรับฟังแลกเปลี่ยนความรู้ความคิดเห็นทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค

4.3 ประเด็นหลักการกำกับดูแลที่ดีของ กสทช. ประกอบด้วย 1) นโยบายด้านรัฐ ด้านสังคมและด้านสิ่งแวดล้อม 2) นโยบายด้านผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้เสีย 3) นโยบายด้านองค์กร และ 4) นโยบายด้านผู้ปฏิบัติงาน

4.4 ประเด็นหลักการภายใต้รูปแบบการประเมิน CIPPI (บริบท ตัวป้อนเข้า กระบวนการผลิต ผลลัพธ์และผลกระทบ) ประกอบด้วย (1) ด้านกลไกและกระบวนการร้องเรียนในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม (2) ด้านมาตรการและการกำกับดูแลการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม และ (3) ด้านการพัฒนาทรัพยากรและความเข้มแข็งของผู้บริโภคและเครือข่ายผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

4.5 ประเด็นอื่น ๆ ประกอบด้วย 1) กสทช. ควรมีการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นและเชื่อมั่นให้แก่ประชาชนหรือผู้บริโภค ควรมีการปรับปรุงแก้ไขหรือมีการพัฒนา 2) กสทช. ควรมีระบบที่ประชาชนเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้ง่ายและมีความสะดวกมากขึ้นและควรมีการปรับปรุงแก้ไข 3) กสทช. ควรมีแผนงาน

หรือโครงการเพื่อประโยชน์สำหรับผู้บริโภคอย่างแท้จริง และ 4) ข้อเสนอแนะหรือข้อคิดเห็นใดต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค คือ (1) กสทช. ควรมีการตรวจสอบและมีกฎเกณฑ์เงื่อนไขในการโฆษณาสินค้า (2) กสทช. ควรมีมาตรการและการกำกับดูแลในกรณีที่สัญญาณบกพร่องหรือไม่สามารถใช้งานได้ (3) การโฆษณาโทรทัศน์เกินกว่าระยะเวลาที่กำหนด และ (4) กสทช. ควรปรับปรุงมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคในเรื่องความปลอดภัยด้านข้อมูลของประชาชนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น



5. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการประชุมเพื่อรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ (Public Hearing)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ที่มีส่วนเสียจากการประชุมเพื่อรับฟังความคิดนำเสนอใน 4 ประเด็น ได้แก่ 1) กลไกและกระบวนการเรื่องร้องเรียนของผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม 2) ข้อเสนอแนะมาตรการและการกำกับดูแลการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม 3) การพัฒนาศักยภาพและความเข้มแข็งของผู้บริโภคและเครือข่ายผู้บริโภค 4) ประเด็นข้อเสนออื่น ๆ

5.1 กลไกและกระบวนการเรื่องร้องเรียนของผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม ประกอบด้วย 1) ประสบการณ์การได้รับผลกระทบจากการใช้บริการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม แบ่งออกเป็น (1) กิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ประกอบด้วย ด้านปริมาณและคุณภาพเนื้อหาไม่เหมาะสม เช่น โฆษณาเกินความเป็นจริง โฆษณาชวนเชื่อ โฆษณาแฝง ละครเนื้อหามีความรุนแรง การได้รับความคุ้มครองในการเข้าถึงสื่อที่ไม่เหมาะสม เช่น ควรมีมาตรฐานสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพสื่อ การได้รับการเยียวยาความเสียหาย เมื่อได้รับความเสียหายมีการร้องเรียนแล้วไม่ได้รับการแก้ไข การได้รับข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์และด้านการรับรู้เกี่ยวกับกฎหมายระเบียบ ข้อกำหนดของการบริการ (2) กิจการโทรคมนาคม ประกอบด้วย ผู้บริโภคไม่รู้ช่องทางการร้องเรียน การถูกระงับ ยกเลิกเบอร์โทรศัพท์ แต่ต้องการเบอร์คืน SMS คิดเงินโดยไม่ได้สมัคร อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือไม่ดี ถูกคิดค่าบริการผิดพลาด การติดตั้งและยกเลิกอินเทอร์เน็ตที่ไม่เป็นธรรม การถูกบังคับใช้แพ็กเกจที่มามาพร้อมกับโทรศัพท์ และการให้ข้อมูลไม่ครบถ้วนกับประชาชนทำให้ถูกเอาเปรียบ 2) กระบวนการร้องเรียนในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ประกอบด้วย กระบวนการเรื่องร้องเรียน มีความยุ่งยาก ซับซ้อน ไม่สะดวก การติดตามเรื่องร้องเรียนทำได้ยาก ช่องทางการร้องเรียนและกระบวนการรับเรื่องร้องเรียนยังไม่เป็นที่รู้จักและประชาชนเข้าถึงได้ยาก บุคลากรที่รับเรื่องร้องเรียนให้บริการไม่เป็นกันเอง และการร้องเรียนส่วนใหญ่ไม่ค่อยได้รับการแก้ไข (2) กิจการโทรคมนาคม ประกอบด้วย กระบวนการเรื่องร้องเรียนค่อนข้างยุ่งยาก การนิ่งเฉยต่อการร้องเรียนและการไม่ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง และประชาชนเกิดความสับสนในกระบวนการร้องเรียน

5.2 ข้อเสนอแนะมาตรการและการกำกับดูแลการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม คือ 1) ข้อเสนอแนะด้านกระบวนการเรื่องร้องเรียนของผู้บริโภค รวมทั้งประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการพิจารณาเรื่องร้องเรียนผู้บริโภค ประกอบด้วย (1) การพัฒนาและกลไกการรับเรื่องร้องเรียน (2) สร้างระบบการทำงานแบบบูรณาการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการร้องเรียนหรือการจัดทำ One Stop Service (3) ระบบและกลไกการให้ข้อมูลย้อนกลับ (Feedback) ระหว่างผู้บริโภคและผู้ให้บริการ (4) พัฒนาศักยภาพของบุคลากรที่ทำหน้าที่รับเรื่องร้องเรียน (5) เพิ่มช่องทางการร้องเรียนให้ทุกกลุ่มเข้าถึงได้ เช่น กลุ่มคนพิการต่าง ๆ (6) พัฒนาระบบติดตามเรื่องร้องเรียนที่ทันสมัย

รวดเร็ว และเข้าถึงได้ง่าย (7) สร้างความรู้ ความเข้าใจให้กับผู้บริโภค (8) สร้างกลไกการทำงานรับเรื่องร้องเรียนโดยอาศัยเครือข่ายความร่วมมือกับบุคคลหรือหน่วยงานในพื้นที่ 2) ข้อเสนอแนะด้านมาตรการและการกำกับดูแลการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค ประกอบด้วย (1) ด้านกำกับดูแลทุกแพลตฟอร์ม/OTT (2) ช่องทางให้ประชาชน/ผู้บริโภคได้เสนอแนะหรือการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของ กสทช. (3) มาตรการการกำกับดูแลและคุ้มครองผู้บริโภคในกลุ่มเปราะบาง (4) มาตรการการกำกับดูแลการไม่ปฏิบัติตามเงื่อนไขหรือประกาศ กสทช. ของผู้ได้รับใบอนุญาต (5) มาตรการการกำกับดูแลโฆษณาที่กระทำผิดต่อประกาศ กสทช. (6) การมีเครื่องมือในการตรวจสอบความเร็วของอินเทอร์เน็ต (Speed test) ที่ได้รับการยอมรับของทุกฝ่าย (7) การบังคับใช้กฎหมาย/ประกาศ กสทช. เพื่อบังคับใช้กับผู้รับใบอนุญาตอย่างเข้มงวด (8) การนำประกาศ กสทช. เรื่อง การกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการวิทยุ โทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมไปบังคับใช้ กรณีที่มีปัญหาหรือข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ 3) ข้อเสนอแนะในการดำเนินการสำหรับกลุ่มเปราะบาง/ผู้พิการประเภทต่าง ๆ ประกอบด้วย (1) ข้อเสนอแนะในด้านเนื้อหาสื่อ ประกอบด้วย (1.1) ความสำคัญกับช่วงเวลาออกอากาศที่เหมาะสมกับผู้พิการ/กลุ่มเปราะบาง (1.2) ความสำคัญกับการพัฒนารายการสื่อสำหรับกลุ่มเปราะบาง (2) ข้อเสนอแนะด้านการพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อผู้พิการ ประกอบด้วย (2.1) ควรมีแอปพลิเคชัน เว็บไซต์ หรือช่องทางบรรยายเสียง และ (2.2) ควรขยายตัวอักษรหรือช่องแสดงภาพล่ามภาษามือให้มีขนาดใหญ่ขึ้น

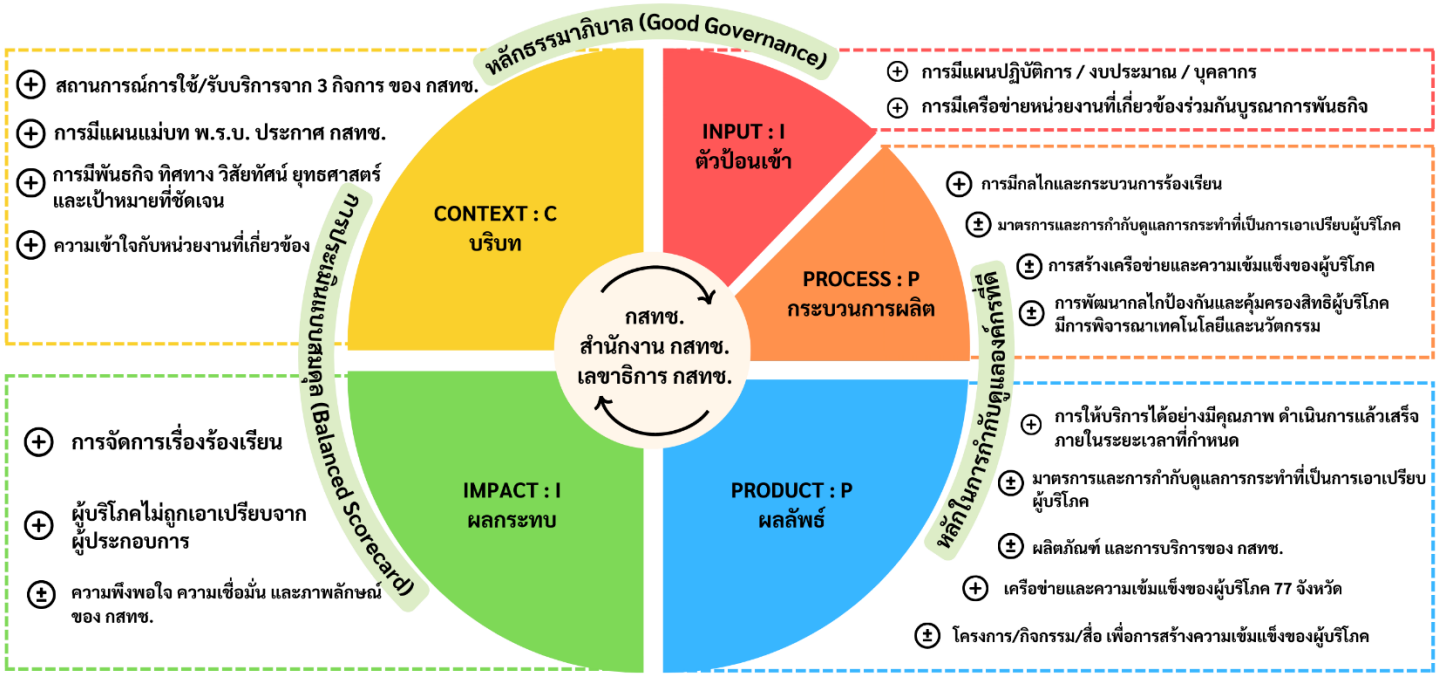
5.3 การพัฒนาศักยภาพและความเข้มแข็งของผู้บริโภคและเครือข่ายผู้บริโภค คือ 1) การพัฒนาศักยภาพและเสริมสร้างความเข้มแข็งของผู้บริโภคและเครือข่ายผู้บริโภค 2) แนวทางการพัฒนาศักยภาพและความเข้มแข็งของผู้บริโภคและเครือข่ายผู้บริโภค ประกอบด้วย (1) แนวทางการพัฒนาศักยภาพของผู้บริโภคและเครือข่ายผู้บริโภค ได้แก่ ด้านความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภค (2) การจัดกิจกรรมโครงการรู้เท่าทันสื่อให้ผู้บริโภคจากทุกกลุ่มโดยเฉพาะกลุ่มเปราะบาง (3) การมีช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายและครอบคลุมผู้บริโภคทุกกลุ่ม (4) การสร้างกระบวนการรู้ข้อมูลข่าวสารที่ทันต่อสถานการณ์ การเสริมสร้างเครือข่ายความเข้มแข็งของเครือข่ายผู้บริโภค ได้แก่ (1) การสร้างกลไกของเครือข่ายระดับภูมิภาค จังหวัด อำเภอ และชุมชน (2) การสร้างแกนนำผู้บริโภคในการสื่อสารข้อมูล (3) การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ให้แก่กลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ และ (4) กรณีปัญหาอุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นต้องพยายามหาทางแก้ไขโดยการเข้าประชุมพิจารณาผ่านชมรมของแต่ละกลุ่ม

5.4 ประเด็นข้อเสนอแนะอื่น ๆ ประกอบด้วย 1) กลไกและกระบวนการเรื่องร้องเรียนของผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ประกอบด้วย (1) ประสบการณ์การไม่ได้รับความเป็นธรรมหรือการถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบการในด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม (2) กระบวนการรับและจัดการเรื่องร้องเรียนของ กสทช. (3) ประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการพิจารณาเรื่องร้องเรียนของ 3 กิจการ 2) มาตรการและการกำกับดูแลการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค ประกอบด้วย (1) มาตรการคุ้มครองผู้บริโภค การติดตาม ตรวจสอบ/เฝ้าระวังของ กสทช. เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคมิให้ถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบการ (2) การกำกับดูแลด้านการกระทำความผิดในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ สำหรับเนื้อหาการออกอากาศหรือโฆษณาที่เกินจริงหลอกลวงผู้บริโภค (3) การมีส่วนร่วมของภาคประชาชนในการเฝ้าระวังและข้อเสนอแนะต่าง ๆ (4) การคุ้มครองและการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของผู้บริโภคและการสร้างความน่าเชื่อถือของ กสทช. ประชาชนหรือผู้บริโภค (5) มาตรการการกำกับดูแลของ กสทช. ต่อการควบรวมธุรกิจของบริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวอร์ค จำกัด (AWN) กับ บริษัท ทริปเปิลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) (3BB) 3) การพัฒนาศักยภาพและความเข้มแข็งของผู้บริโภคและเครือข่ายผู้บริโภค ประกอบด้วย (1) การสร้างความเข้มแข็งของผู้บริโภคและเครือข่ายผู้บริโภค 77 จังหวัด

ในการพัฒนากลไกการสร้างความตระหนักรู้เชิงรุก (2) การพัฒนาศักยภาพแกนนำและเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคใน 3 กิจการ (3) การส่งเสริมและสนับสนุนจากสำนักงาน กสทช. ต่อการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค (4) การเข้าถึงการบริการสำหรับประชาชนทุกกลุ่ม รวมถึงคนพิการทุกประเภท ผู้ด้อยโอกาสทุกประเภท และผู้สูงอายุ (5) ข้อสังเกตประเด็นผู้ด้อยโอกาส และ 4) ประเด็นอื่น ๆ เกี่ยวกับการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประกอบด้วย (1) ความคิดเห็นต่อ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ต่อการดำเนินการในเรื่องให้ความสำคัญกับผู้บริโภคเครือข่ายผู้บริโภคและประชาชนรวมถึงกลุ่มเปราะบาง เช่น ผู้พิการ (2) การปรับปรุงและพัฒนากระบวนการทำงานต่อการนำนวัตกรรมมาปรับใช้การทำงานเชิงกลยุทธ์หรือการนำพาองค์กรไปสู่ยุคเทคโนโลยีให้มีความก้าวหน้าอยู่ตลอดเวลา (3) การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพในการกำหนดแนวทางกระบวนการการทำงาน การบริหารทรัพยากรบุคคลและการให้บริการที่เป็นประโยชน์หรือตอบสนองต่อประชาชน และ (4) ประสิทธิผลและความคุ้มค่าทางการเงินในการบริหารงบประมาณ ความโปร่งใส การลดต้นทุน หรือการใช้งบประมาณให้มีความคุ้มค่าสูงสุด

6. การวิเคราะห์และประเมินผลการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคประจำปี 2567 ภายใต้หลักการของรูปแบบการประเมิน CIPPI ร่วมกับหลักธรรมาภิบาล หลักในการกำกับดูแลองค์กรที่ดี และ Balance Scorecard

จากการวิเคราะห์และประเมินผลการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567 ภายใต้หลักการของรูปแบบการประเมิน CIPPI ร่วมกับหลักธรรมาภิบาล หลักในการกำกับดูแลองค์กรที่ดี และ Balance Scorecard สามารถสรุปได้ดังภาพประกอบ ดังนี้





7. ข้อเสนอแนะการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567

7.1 ข้อเสนอแนะต่อการดำเนินการและการบริหารของ กสทช. ในระดับนโยบาย ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

7.1.1 ข้อเสนอแนะที่เป็นกรณีเร่งด่วน และกำหนดเป็นแผนปฏิบัติการ แผนงาน/โครงการ

1) การแก้ไขปัญหาอาชญากรรมออนไลน์และมีแผนแม่บทในการป้องกันอาชญากรรมออนไลน์

2) การสื่อสารและการประชาสัมพันธ์และการพัฒนาองค์ความรู้ให้กับประชาชนเพื่อป้องกันการถูกเอาเปรียบจากการโฆษณา จัดตั้งเครือข่ายระวังเรื่องการโฆษณาที่ผิดกฎหมาย

3) แผนแม่บทในการปรับปรุงและพัฒนากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานของ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

4) การขยายเครือข่ายการคุ้มครองผู้บริโภคในกลุ่มเยาวชนและกลุ่มเปราะบาง สร้างกระบวนการรู้เท่าทันสื่อแก่ภาคประชาสังคมและกลุ่มเปราะบาง มีนโยบายการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาช่วยในการปฏิบัติงาน

7.1.2 ข้อเสนอแนะต่อการดำเนินการและการบริหารของ กสทช. ในด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

1) ความเป็นธรรมและมาตรฐานทางจริยธรรม การดำเนินการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับผู้ให้บริการและผู้บริโภคต้องคำนึงถึงประโยชน์สาธารณะเป็นสำคัญ การทำหน้าที่จัดทำมาตรฐานทางจริยธรรมของการประกอบอาชีพหรือวิชาชีพและการควบคุมการประกอบอาชีพต้องอยู่ภายใต้มาตรฐานทางจริยธรรม

2) คุ้มครองประชาชนผู้บริโภคมิให้ถูกเอาเปรียบ เร่งรัดการพิจารณาเรื่องร้องเรียนที่เกี่ยวข้องกับการประกอบการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เกี่ยวกับด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ตามหลักเกณฑ์ที่ กสทช. กำหนด เพื่อป้องกันไม่ให้ผู้บริโภคถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบการ

3) ยกระดับการให้บริการด้านการคุ้มครองผู้บริโภคแบบเบ็ดเสร็จจุดเดียว (One Stop Service) โดยการเชื่อมโยงฐานข้อมูลด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่ครอบคลุมทุกภารกิจ เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศ สร้างมาตรฐานใหม่ในการคุ้มครองผู้บริโภคด้วยการใช้เทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์และมีประสิทธิภาพ

4) สร้างระบบการกำกับดูแลร่วมกัน (Co-Regulation) ปัจจุบันเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับกิจการ กสทช. มีพัฒนาการอย่างรวดเร็ว เป็นการหลอมรวมกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมเข้าด้วยกัน จนทำให้ประชาชนอาจไม่ได้รับการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค กสทช. จึงควรมีนโยบายในการสร้างการบูรณาการร่วมกันทั้งภายในหน่วยงานและภายนอกหน่วยงานเป็นระบบการแบ่งปันข้อมูลและการบังคับใช้กฎหมาย โดยเป็นระบบการกำกับดูแลร่วมกัน

5) ทำให้ กสทช. ได้รับความเชื่อถือไว้วางใจจากสาธารณะ (Public Trust) โดยการสร้างความเชื่อมั่นว่า กสทช. สามารถคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของประชาชนให้ได้รับความปลอดภัย ไม่ตกเป็นเครื่องมือของกลุ่มมิจฉาชีพออนไลน์ โดยมีการแถลงชี้แจงและสร้างความเชื่อมั่นให้ประชาชนได้รับรู้และเข้าใจอย่างต่อเนื่อง

6) สร้างการมีส่วนร่วมของประชาชน (Public Participation) เป็นการสร้างและปรับปรุงช่องทางการสื่อสารให้สามารถเข้าถึงและสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย โดยเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารขององค์กรผ่านช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย ให้ตรงกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง

7) การปรับปรุงและพัฒนากฎหมาย (Law Development) โดยมีการทบทวนสถานการณ์และเฝ้าระวังปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคในระดับท้องถิ่น ระดับประเทศ และระหว่างประเทศ ในประเด็นกฎหมาย

มาตรการ และข้อบังคับต่าง ๆ เพื่อการปรับปรุงและพัฒนากฎหมาย มาตรฐาน มาตรการ และระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ เกิดประโยชน์กับผู้บริโภค

8) การพัฒนากลไกการตรวจสอบ เฝ้าระวัง คุ้มครองผู้บริโภค การยกระดับการกำกับดูแลการพัฒนาระบบการป้องกันอันตรายจากสินค้าและบริการที่ไม่ปลอดภัย การนำโปรแกรมและการสร้างแอปพลิเคชัน (Application) ในการตรวจสอบ เฝ้าระวัง คุ้มครองผู้บริโภค

9) การสร้างเสถียรภาพในการบริหารและกำกับนโยบาย เพื่อให้เกิดผลกระทบในเชิงบวกต่อภาพลักษณ์ของหน่วยงาน กสทช. ควรกำหนดแนวทางการทำงานร่วมกันอย่างชัดเจนและโปร่งใสโดยเปิดโอกาสให้ภาคประชาชนและภาคประชาสังคมมีส่วนร่วมในการกำกับดูแลการทำงานของ กสทช. มากขึ้น

10) เพิ่มตำแหน่งรองเลขาธิการ กสทช. สายงานการคุ้มครองผู้บริโภค ควรเพิ่มตำแหน่งรองเลขาธิการ กสทช. สายงานการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนงานการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมอย่างเป็นรูปธรรม เป็นเอกภาพในการขับเคลื่อนและลดช่องว่างในการดำเนินงานที่ผ่านมาในอดีต เสริมสร้างความสามารถในการประสานงานกับหน่วยงานอื่นทั้งในและระหว่างประเทศ ในประเด็นการคุ้มครองผู้บริโภคเกิดความชัดเจนและความต่อเนื่องในนโยบายและการบังคับใช้กฎหมายในการคุ้มครองผู้บริโภค ช่วยให้การสื่อสารและการให้ข้อมูลกับประชาชนเกี่ยวกับสิทธิและการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นไปอย่างชัดเจนและตรงประเด็นมากขึ้น

11) พิจารณาแต่งตั้งเลขาธิการ กสทช. พบว่า กสทช. ยังไม่ได้แต่งตั้งเลขาธิการ กสทช. จึงทำให้ขาดเสถียรภาพและความเชื่อมั่นจากประชาชนและพนักงานภายในองค์กรในด้านการบริหารและการดำเนินงานตามพันธกิจหลัก ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพ ประสิทธิผล และความยั่งยืนของ กสทช. ดังนั้น กสทช. จึงควรรีบเร่งให้เกิดกระบวนการสรรหาและพิจารณาแต่งตั้งผู้มาดำรงตำแหน่งเลขาธิการ กสทช. ให้ชัดเจนและเสร็จสิ้นโดยเร็ว จะทำให้การบริหารงานของ กสทช. มีความต่อเนื่องและเป็นที่เชื่อมั่นจากภาคเอกชน ภาคประชาสังคมมากขึ้น ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวจะส่งผลต่อภาพลักษณ์อันดีต่อ กสทช.

7.2 ข้อเสนอแนะต่อการดำเนินการและการบริหารของเลขาธิการ กสทช. ที่เกี่ยวข้องกับด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

7.2.1 ด้านการบริหารงาน แผนงาน โครงการ ตามยุทธศาสตร์ของ กสทช.

1) การใช้จ่ายงบประมาณ การดำเนินการที่เป็นไปตามแผนงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายที่ได้รับการจัดสรรไว้ไปใช้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ รวมทั้งมีการติดตามความก้าวหน้าระหว่างการดำเนินการโครงการอย่างสม่ำเสมอ

2) อัตรากำลังเจ้าหน้าที่ ควรเพิ่มอัตรากำลังเจ้าหน้าที่ให้เหมาะสมกับภารกิจในแต่ละภาค ควรพิจารณาให้มีการจัดตั้งสำนักงาน กสทช. ภูมิภาคประจำจังหวัดในจังหวัดที่ไม่มีสำนักงาน กสทช. เขต

7.2.2 ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

1) การอบรมและสอบใบอนุญาต จัดทำรูปแบบการอบรมและสอบใบอนุญาต รวมทั้งการส่งเสริมการจัดทำหลักจริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพสำหรับวิชาชีพโฆษณา โดยส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มของผู้ประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

2) การพัฒนาองค์ความรู้ในการถูกเอาเปรียบโดยการโฆษณา มีการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการในการให้ความรู้แก่เด็ก เยาวชน และประชาชนที่เป็นกลุ่มเสี่ยงต่อการถูกเอาเปรียบโดยการโฆษณา เช่น กลุ่มผู้มีรายได้น้อย กลุ่มผู้สูงอายุ เป็นต้น

3) ส่งเสริมการจัดตั้งเครือข่ายระวังโฆษณา ส่งเสริมการมีส่วนร่วมจากเครือข่ายภาคประชาชนต่าง ๆ ในชุมชน ครูอาจารย์ นักเรียน และนิสิตนักศึกษา โดยเฉพาะมหาวิทยาลัยในพื้นที่ ชุมชน ท้องถิ่น และภาคประชาสังคม เช่น องค์กรตัวแทนผู้บริโภคต่าง ๆ โดยสร้างแรงจูงใจในการมีส่วนร่วม

4) พัฒนาระบบรับและพิจารณาเรื่องร้องเรียน พัฒนาระบบติดตามสถานะเรื่องร้องเรียนให้อยู่ในระบบเดียวกัน เพื่อประหยัดต้นทุน ทรัพยากรบุคคล และอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้บริโภคใช้บริการ

5) ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการ บูรณาการความร่วมมือกับภาคส่วนต่าง ๆ โดยส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการในการพัฒนากลไกการทำงานร่วมกันรวมทั้งการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค

6) การเผยแพร่องค์ความรู้ข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ ผลักดันให้หน่วยงานต่าง ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการคุ้มครองผู้บริโภคมีส่วนร่วมในการเผยแพร่องค์ความรู้ ข้อมูลข่าวสาร และการประชาสัมพันธ์ในการคุ้มครองผู้บริโภค

7.2.3 ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม

1) การพัฒนามาตรฐานคุณภาพการให้บริการที่สอดรับกับการพัฒนาเทคโนโลยี พัฒนากลไกในการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการมีคุณธรรม จริยธรรม และรับผิดชอบต่อการประกอบธุรกิจ มีการให้ข้อมูลครบถ้วน ชัดเจนไม่บิดเบือน การดูแลข้อมูลลูกค้าให้มีความปลอดภัยและคำนึงถึงความเป็นส่วนตัว รวมถึงการดูแลผู้ใช้บริการหลังการขาย

2) การแก้ไขปัญหาอาชญากรรมออนไลน์ สำนักงาน กสทช. พิจารณากำหนดหรือเพิ่มมาตรการลงโทษต่อผู้ให้บริการหรือผู้ได้รับประโยชน์จากปัญหาอาชญากรรมออนไลน์ให้มีความรุนแรงและสามารถบังคับได้จริงเพื่อเป็นหลักประกันไม่ให้ผู้กระทำผิดเหล่านั้นกระทำผิดซ้ำอีก

3) แผนแม่บทการป้องกันอาชญากรรมออนไลน์ วางแผนแม่บทและแผนปฏิบัติการในการป้องกันอาชญากรรมออนไลน์โดยร่วมมือกับสำนักงานตำรวจแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ธนาคารแห่งประเทศไทย และอื่น ๆ ให้ทันต่อเหตุการณ์และมีประสิทธิภาพในการแก้ไขปัญหาการโทรศัพท์หลอกลวงส่งผลกระทบต่อผู้บริโภค

4) การแก้ปัญหาในเรื่อง SMS หลอกลวง กสทช. ได้ดำเนินการบูรณาการทำงานร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง แลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน นำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ในการแก้ปัญหาในเรื่อง SMS หลอกลวง

7.2.4 การคุ้มครองผู้บริโภคกลุ่มเปราะบางในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

1) ให้ความสำคัญกับการกำหนดเวลาการออกอากาศของสื่อสำหรับกลุ่มเปราะบาง

2) พัฒนารายการสื่อสำหรับกลุ่มเปราะบางอย่างหลากหลาย

3) พัฒนาแอปพลิเคชันและเว็บไซต์ที่เข้ากันได้กับเทคโนโลยีสำหรับกลุ่มเปราะบาง

4) พัฒนาหรือนำปัญญาประดิษฐ์ (AI) มาประยุกต์ใช้ในการให้บริการ

5) พัฒนาช่องทางให้กลุ่มเปราะบางเข้าถึงได้ง่าย

7.2.5 การสร้างภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นต่อการคุ้มครองผู้บริโภค

1) สำนักงาน กสทช. ต้องตรวจสอบการประกอบกิจการของผู้ประกอบการอย่างเข้มงวด

2) สำนักงาน กสทช. ต้องทำงานอย่างโปร่งใสและตรวจสอบได้

3) สำนักงาน กสทช. ต้องประชาสัมพันธ์ การดำเนินการ เกี่ยวกับการตรวจสอบการประกอบกิจการของผู้ประกอบกิจการและการทำงานอย่างโปร่งใสของ กสทช. ให้ประชาชนรับทราบ

7.3 ข้อเสนอแนะต่อการดำเนินการและการบริหารงานของสำนักงาน กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

1) การถอดบทเรียนเพื่อนำไปแก้ไขปรับปรุงการดำเนินงานของสำนักงาน กสทช. เพื่อสร้างความตระหนักรู้เรื่องสิทธิผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคมและภัยคุกคามผ่านช่องทางโทรคมนาคม เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งแก่ผู้บริโภคให้สามารถปกป้องตนเองมิให้ถูกเอารัดเอาเปรียบจากผู้ประกอบการและปลอดภัยจากภัยคุกคามโดยต้องดำเนินการในการจัดกิจกรรมเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ เรื่องสิทธิผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคมและภัยคุกคาม รวมทั้งเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวผ่านภาคส่วนต่าง ๆ ทั้งผู้ประกอบการ ภาครัฐ ภาคเอกชน สถานศึกษา องค์กรด้านคนพิการ องค์กรด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และเครือข่ายภาคประชาชน และช่องทางที่หลากหลายที่เหมาะสมกับบริบทในแต่ละพื้นที่ของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งเป็นการดำเนินการตามแผนปฏิบัติการภายใต้แผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2567-2571) ยุทธศาสตร์ที่ 5 การยกระดับการคุ้มครองและเสริมสร้างความเข้มแข็งแก่ผู้บริโภคในยุคดิจิทัล

2) เนื่องจาก กสทช. มีนโยบายสำคัญ เช่น การยกระดับ USO net โดยยกระดับเป็นศูนย์บริการดิจิทัลภาครัฐเพื่อประชาชนภายในปี 2569 เพื่อช่วยให้ประชาชนเข้าถึงบริการของรัฐและบริการอื่นได้ง่ายขึ้น เช่น บริการระบบการแพทย์ทางไกล (Telemedicine) การสนับสนุนให้ประชาชนเข้าถึงบริการดิจิทัลของรัฐ หรือการพัฒนาระบบ Traffy Fondue แจ้งบริการของสำนักงาน กสทช. เพื่อการบริการให้ประชาชนได้รับความสะดวกสบายในการแจ้งเหตุด่วน เหตุร้ายทางไซเบอร์ สำนักงาน กสทช. จึงจำเป็นต้องต้องตอบสนองนโยบายของรัฐบาล และ กสทช. โดยส่งต่อข้อมูลให้บุคลากร เจ้าหน้าที่เตรียมความพร้อมในการปฏิบัติงานให้กับประชาชนอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อรับบริการอย่างทั่วถึง



Executive Summary

Section 60 of the Constitution of the Kingdom of Thailand, B.E. 2560 (2017), reflects the intent that the use of frequency spectrum must be for the utmost benefit of the public and the security of the state, while also ensuring public participation in utilizing the spectrum. This principle is fundamental to acting on the Organization to Assign Radio Frequencies and to Regulate Broadcasting and Telecommunications Services, B.E. 2553 (2010), and its amendments. This Act establishes a Monitoring and Evaluation Committee (MEC) under Section 70, endowing it with the powers and duties outlined in Section 72. These duties include monitoring, inspecting, and evaluating the operations and administration of the National Broadcasting and Telecommunications Commission (NBTC), the Office of NBTC, and the Secretary-General of NBTC, and reporting the results to NBTC within 90 days from the beginning of the fiscal year. Section 76 also says that NBTC has to give this report to Parliament along with its annual performance report. The report must also be made public through the Office of NBTC's information network or some other suitable method. This evaluation process must be based on factual data and information, incorporating input from relevant stakeholders.

Suan Sunandha Rajabhat University has been assigned as a consultant to conduct the monitoring and evaluation of the operations and administration of NBTC, the Office of NBTC, and the Secretary-General of NBTC in consumer protection for the year 2024. The objective is to engage a consultant to monitor, inspect, and evaluate the operations and administration of NBTC, the Office of NBTC, and the Secretary-General of NBTC concerning consumer protection for 2024. This includes gathering, analyzing, and assessing information, summarizing findings, and providing opinions and recommendations regarding NBTC’s operations and administration in consumer protection. The project will involve the preparation of a report supporting the work of the monitoring and evaluation committee on consumer protection, which includes the following components: 1) Collecting stakeholder feedback through Think Tank discussions, 2) conducting surveys with at least 500 respondents per region across five regions, 3) conducting in-depth interviews, 4) organizing focus group discussions, and 5) holding public hearings across five regions to gather input from stakeholders and relevant parties. The findings from the monitoring and evaluation of NBTC’s operations and administration in consumer protection for 2024 will be presented in the following key aspects:



1. Results of stakeholder data analysis from questionnaire surveys

The consultant conducted a survey research methodology by designing and administering a questionnaire to gather opinions, analyze data, summarize findings, and provide recommendations from stakeholders and relevant parties across all regions. The surveyed regions include (1) Bangkok and its metropolitan area, (2) the northern region, (3) the southern region, (4) the central/eastern region, and (5) the northeastern region. A total of 2,586 responses were collected and analyzed, with the details as follows:

1.1 Basic information of the respondents: The majority of respondents were female (54.20%), aged 21-30 years old, working as government officials, state enterprise employees, or public sector workers, with an income ranging from 10,000 to 19,999 THB per month. Most respondents held a bachelor's degree (52.40%) and resided in the northern region (21.20%), with 47.20% living in urban districts. Regarding broadcasting, television, and telecommunications services used, the majority of respondents subscribed to postpaid mobile services (74.98%). In terms of experience with the Office of NBTC, 60.40% of respondents had previously used its services or interacted with the agency. Regarding awareness and understanding of the roles and responsibilities of NBTC, the Office of NBTC, and the Secretary-General of NBTC, most respondents reported a moderate level of awareness and understanding (40.80%). Additionally, the majority of respondents were classified as working-age consumers (70.60%).

1.2 Public Opinion on the Operations and Administration of NBTC, the Office of NBTC, and the Secretary-General of NBTC: The survey results indicate that, overall, public opinion regarding the operations and administration of NBTC, the Office of NBTC, and the Secretary-General of NBTC is at a high level. Furthermore, across all 10 key areas, the level of public opinion on the operations and administration remains consistently high.

1.3 Operations and Administration of NBTC, the Office of NBTC, and the Secretary-General of NBTC in Consumer Protection: The overall public opinion regarding the operations and administration of NBTC, the Office of NBTC, and the Secretary-General of NBTC in consumer protection is at a high level. When examined by specific aspects, the results show that 1) Customer aspect (consideration for stakeholders) high level of public opinion, 2) Financial aspect (effectiveness and cost-efficiency) high level of public opinion, 3) Learning and development aspect (improvement and enhancement of work processes) high level of public opinion, and 4) Cultural process aspect high level of public opinion.

1.4 Public Opinion on the Operations and Administration of NBTC, the Office of NBTC, and the Secretary-General of NBTC in Consumer Protection for Broadcasting, Television, and Telecommunications Services: The overall public opinion on the operations and administration of NBTC, the Office of NBTC, and the Secretary-General of NBTC in consumer protection is at a high level. When analyzed by specific aspects, the findings indicate that 1) Equality and equity public opinion at both the overall level and all specific issues is at a high level. 2) Complaint reception and handling process public opinion at both the overall level and all specific issues is at a high level. 3) Consumer capacity building and consumer network development public opinion at both the overall level and all specific issues is at a high level. 4) Enhancement of consumer strength and consumer network's public opinion at both the overall level and all specific issues is at a high level.5) Development of service quality standard's public opinion at both the overall level and all specific issues is at a high level.

1.5 Confidence and Satisfaction Regarding Media, Activities, Projects, and Initiatives of the Office of NBTC in Consumer Protection: The awareness of the Office of NBTC's consumer protection efforts in relation to confidence and satisfaction with its media, activities, projects, and initiatives is at a moderate level overall. When analyzed by specific issues, two areas received high levels of confidence and satisfaction 1) Confidence in the operations and administration of NBTC, the Office of NBTC, and the Secretary-General of NBTC in consumer protection. 2) Satisfaction with the operations and administration of NBTC, the Office of NBTC, and the Secretary-General of NBTC Meanwhile, 14 aspects were rated at a moderate level of confidence and satisfaction 1) Awareness of *137 dial to cancel unwanted SMS subscriptions to prevent accidental charges. 2) Awareness of Call Center 1200 services. 3) Awareness of the website (http://tcp.nbtc.go.th) for news updates and complaint submission. 4) Awareness of the "SCAM Alert" initiative on NBTC website (http://www.nbtc.go.th). 5) Awareness of the

"Mobile NBTC1200" application. 6) Awareness of the "3-Stage Application" for checking, reporting, and blocking services. 7) Awareness of the SMS service using number 1200.8) Awareness of the Net Care initiative. 9) Awareness of the "NBTC e-Library" application.10) Awareness of NBTC Line Official Account (@NBTC1200). 11) Awareness of the "Nong Sai Lom" Chatbot for inquiries and problem consultation. 12) Awareness of the "Facebook NBTC 1200" page. 13) Awareness of the "MeLit Project", an e-learning platform for enhancing public learning skills. 14) Awareness of the official NBTC email for consumer services (1200@nbtc.go.th).

1.6 Public Awareness and Exposure to Consumer Protection Information from NBTC: The survey results indicate that 71.70% of respondents have received consumer protection information, knowledge, or news from NBTC. Most respondents were aware of their consumer rights in broadcasting, television, and telecommunications services through various channels, ranked as follows (1) Website 37.74% (2) Social media platforms (e.g., Facebook, YouTube, Line, TikTok) 37.16% (3) Television media 34.45%; Radio media 15.85% (4) Mobile applications (e.g., Chat Bot "Nong Sai Lom", NBTC e-Library) 15.70% (5) Call Center 15.12% (6) NBTC-organized projects, activities, and exhibitions 12.68% (7) Print media (e.g., brochures, books, articles, newspapers) 10.60% (8) Community media communications (e.g., village broadcast towers, public address systems) 4.99% (9) Billboards and large outdoor signage 3.60% (10) Service counters of business operators – 2.94% and (11) Other sources (e.g., public hearings) – 0.12%

1.7 Consumer Awareness of Rights in Broadcasting, Television, and Telecommunications Services:

(1) Awareness of Basic Consumer Rights in Broadcasting and Television Services The majority of respondents were aware of their fundamental rights as consumers in broadcasting and television services, with detailed aspects as follows (1.1) The right to receive accurate and sufficient information 84.00% (1.2) The right to obtain adequate consumer rights information for making informed service decisions 84.00% (1.3) Protection from inappropriate media content 81.00% (1.4) The right to remedies in case of exploitation by service providers 74.00% (1.5) Equal access to and benefits from media services 79.00% (1.6) Personal data protection and privacy rights 80.00% and (1.7) The right to express opinions on NBTC regulations 79.00%

(2) Awareness of Basic Consumer Rights in Telecommunications Services Most respondents were aware of their fundamental consumer rights in telecommunications services, with the following details (2.1) The right to receive complete and accurate service information via accessible and easy-to-understand channels 84.00% (2.2) Service providers must not impose binding or misleading promotional offers 77.00% (2.3) Consumers have the right to cancel services immediately if service quality does not meet contractual standards 77.00%(2.4) Service providers must not charge additional fees beyond those specified in the agreement 73.00% (2.5) Consumers have the right to request their service usage data 80.00% (2.6) Service providers cannot charge fees during service disruptions 73.00% (2.7) Consumers have the right to request a temporary service suspension with three days' prior notice, and service providers cannot charge fees during the suspension 74.00% (2.8) If consumers switch mobile network providers while retaining their number, they have the right to request a refund of any remaining balance from their previous provider 72.00% (2.9) Service providers must not disclose consumer usage data and must ensure personal data security 79.00% (2.10) Consumers have the right to file complaints with service providers or NBTC if they experience damages or issues with telecommunications services (landline, mobile, public phones, and internet) 77.00%

(3) Consumer Exploitation in Radio, Television, and Telecommunications Services The majority of respondents were aware of consumer exploitation issues in radio, television, and

telecommunications services, categorized as follows (3.1) Broadcasting programs or advertising illegal health products 82.00% (3.2) Broadcasting programs or advertisements with exaggerated claims 81.00% (3.3) Unfair contract terms in service agreements 81.00% (3.4) Abuse of market power to unfairly compel consumers to use services 76.00% (3.5) Obstructing consumer access to quality services, leading to additional burdens on consumers 75.00% (3.6) Service providers jointly imposing conditions that force consumers into unfair choices or excessive burdens in accessing services 75.00% (3.7) Service suspension without prior notice and without valid reasons 74.00% (3.8) Excessive advertising beyond the legally permitted duration or frequent interruptions affecting program continuity 75.00% (3.9) Excessive advertising content causing disturbances while watching programs 79.00%

1.8 Comparative Analysis of Opinions on the Operations and Management of NBTC, NBTC Office, and NBTC Secretary-General in Consumer Protection for the Year 2024: The analysis found variations in opinions across the following categories (1) Region (2) Gender (3) Age (4) Occupation (5) Personal income level (6) Highest level of education (7) Residential area However, there was no significant difference in opinions when classified by consumer type, with statistical significance at the 0.05 level.

1.9 Comparative Analysis of Opinions on Confidence in the Operations and Management of NBTC, NBTC Office, and NBTC Secretary-General in Consumer Protection: The analysis found variations in opinions only when classified by region. However, there was no significant difference in opinions across the following categories (1) Consumer type (2) Gender (3) Age (4) Occupation (5) Personal income level (6) Highest level of education (7) Residential area. These findings were statistically significant at the 0.05 level.

1.10 Comparative Analysis of Opinions on the Operations and Management of NBTC, NBTC Office, and NBTC Secretary-General in Consumer Protection in the Broadcasting, Television, and Telecommunications Sectors: The analysis found variations in opinions only when classified by region. However, there was no significant difference in opinions across the following categories (1) Consumer type (2) Gender (3) Age (4) Occupation (5) Personal income level (6) Highest level of education (7) Residential area. These findings were statistically significant at the 0.05 level.

1.11 Comparative Analysis of Opinions on Awareness of NBTC's Consumer Protection Efforts: The analysis found variations in opinions when classified by (1) Region and (2) Age. However, there was no significant difference in opinions across the following categories (1) Consumer type (2) Gender (3) Age (4) Occupation (5) Personal income level (6) Highest level of education (7) Residential area. These findings were statistically significant at the 0.05 level.



2. Results of stakeholder data analysis from the Think Tank

The findings from the Think Tank meeting are presented in six key areas: 1) The operations and management of NBTC, NBTC Office, and NBTC Secretary-General in consumer protection for 2024, 2) Mechanisms and processes for consumer complaints in broadcasting, television, and telecommunications, 3) Promotion of cooperation and capacity development of consumer protection networks by NBTC Office, 4) Directions for the administration and implementation of consumer protection measures, 5) Factors and conditions influencing the success and challenges of NBTC's consumer protection efforts and 6) Other relevant issues

2.1 Operations and Management of NBTC, NBTC Office, and NBTC Secretary-General in Consumer Protection for 2024: The analysis revealed the following key points (1) Policy formulation and operational management in consumer protection for 2024 should be transparent, with strict regulatory mechanisms to monitor service providers. Consumers must be aware of their rights, and NBTC should facilitate complaint handling effectively. (2) Law enforcement in consumer protection must be robust, with sufficient and well-qualified personnel who possess legal knowledge and expertise in communication technologies to ensure fair regulation. (3) A clear vision and policies should be established to benefit consumers, promoting transparency in operations and encouraging public participation through digital platforms.

2.2 Mechanisms and Processes for Consumer Complaints in Broadcasting, Television, and Telecommunications: The analysis identified several challenges and areas for improvement (1) NBTC's public communication strategies are inadequate, as consumer awareness of complaint channels remains limited. (2) Mechanisms and complaint management processes require enhancement. The integration of the Traffy Fondue system has been implemented, but further development is needed to encourage public participation via digital platforms and engagement activities. (3) Regulatory measures must be strengthened to address unfair business practices in accordance with NBTC regulations across all three sectors (broadcasting, television, and telecommunications). Legal amendments should be made to accommodate the convergence of these industries and future technologies. (4) Empowering consumers and strengthening consumer networks through effective public communication across various media channels is crucial. Consumer networks should be expanded nationwide to ensure accessibility for all. (5) The development of mobile applications and consumer-friendly information access is essential. The Traffy Fondue system has been introduced as a user-friendly and efficient tool that ensures fair and transparent problem resolution by directing complaints to the relevant authorities for prompt action. Additionally, expanding complaint submission channels through other applications, such as TikTok, should be explored.

2.3 Promotion of Cooperation and Capacity Development of Consumer Protection Networks by NBTC: The findings indicate that (1) NBTC promotes cooperation with consumer protection networks and coordinates with relevant local, provincial, regional, and national agencies to enhance consumer protection efforts. This cooperation includes disseminating knowledge and information through various channels suitable to the context and target groups. (2) Resources facilitating the capacity development and operation of consumer protection networks include continuous technological advancements by NBTC, as well as sufficient personnel in both quantity and quality. NBTC has decentralized tasks to its regional offices (Regions 1-4) and has a policy to establish NBTC community centers or appoint local consumer protection network leaders in each province.

2.4 Direction of Administration and Operations in Consumer Protection: The findings reveal that (1) Mechanisms and processes for consumer complaints should be enforced with a strong commitment to consumer rights. Strict and severe legal measures should be applied against offenders and fraudsters, as mere fines may not be a sufficient deterrent. Additionally, some consumers hesitate to report complaints due to safety concerns and fear of legal retaliation. (2) Supervision measures for vulnerable groups, disadvantaged individuals, and marginalized communities are a crucial policy area that has been continuously developed. This includes mandatory provisions for digital television operators to provide closed captions, audio descriptions, and sign language interpretation. Additionally, efforts should be made to establish coordination centers for these groups.

2.5 Factors Related to the Success and Challenges in Consumer Protection by NBTC: Findings suggest that (1) Factors contributing to the success of NBTC's operations include adherence to NBTC Master Plan, ensuring transparency in its actions, encouraging public participation, improving legal frameworks, and supporting technological convergence. Success in NBTC office depends on adequate budget allocation and personnel. Additionally, the success of the Secretary-General of NBTC relies on the appointment of NBTC and Deputy Secretary-General responsible for consumer protection. (2) Challenges in NBTC and the Secretary-General's consumer protection efforts include a lack of transparency, insufficient public participation, weak enforcement, disregard for consumer rights, and inadequate use of technology in operations. Moreover, there is a need for continuous public consultations.

2.6 Additional Issues: Findings highlight that (1) NBTC should enhance the efficiency, fairness, and speed of complaint handling mechanisms. This includes integrating technology into complaint management, such as online complaint systems, a one-stop service model, and an improved information system for handling complaints. (2) The presence of multiple consumer protection agencies handling complaints often leads to consumer confusion. Therefore, a systematic integration of all relevant sectors should be established to create a one-stop service. A central database should be developed to interlink consumer protection information across different agencies, allowing relevant stakeholders to access data according to their rights. (3) NBTC has developed measures to regulate service providers and operators in broadcasting, television, and telecommunications sectors to prevent consumer exploitation. There is a need for more effective monitoring, supervision, and enforcement mechanisms to ensure compliance. Strict penalties should be imposed on law-violating operators, while responsible businesses that benefit consumers should be recognized and publicly acknowledged. (4) NBTC aims to strengthen consumer protection networks to operate effectively. This includes regular monitoring and evaluation of network performance, proactive public awareness campaigns, and knowledge dissemination to local communities at both central and regional levels. Additionally, local complaint channels should be expanded through community leaders and consumer protection networks.

3. Results of stakeholder data analysis from in-depth interviews

The analysis findings are categorized into the following areas: 1) Public awareness and perspectives on consumer protection in the three industries. 2) Key factors and conditions essential for the administration and implementation of consumer protection measures.3) Tangible outputs and outcomes for consumers and society resulting from NBTC's consumer protection efforts. 4) Impact on consumers and society from NBTC's administration and implementation of consumer protection measures. 5) Development of cooperation and enhancement of consumer network capabilities. 6) Complaint reception and handling in the broadcasting, television, and telecommunications sectors. 7) Other relevant issues, as detailed below.

3.1 Public Awareness and Perspectives on Consumer Protection in the Three Industries: The findings indicate 1) Policy Formulation for Consumer Protection in the Three Industries (1) The implementation includes the establishment of two subcommittees one overseeing consumer protection in the broadcasting and television sectors, and another for telecommunications. (2) Law enforcement through NBTC regulations, administrative measures, and financial penalties has been actively implemented. NBTC plays a central role in promoting legislative improvements, setting standards, and establishing consumer protection regulations. (3) The key policies for 2024 focus on raising public

awareness, enhancing consumer knowledge in the three industries, and improving consumer protection mechanisms to address challenges in the digital age. Efforts include modernizing complaint resolution mechanisms for efficiency and effectiveness. (4) Regular reviews and updates of NBTC regulations and measures ensure their relevance to evolving technologies, facilitating effective consumer protection processes. 2) Administrative Planning and Implementation for Consumer Protection in the Three Industries (1) Prioritizing efficiency, accessibility, and convenience for consumers through a one-stop service approach. (2) Developing mechanisms to streamline complaint-handling procedures, such as the introduction of an online complaint management system. (3) Establishing a centralized consumer protection database to integrate consumer protection information. (4) Emphasizing a consumer-centric approach, encouraging public participation in discussions, knowledge exchange, and community outreach. (5) Enhancing media and information literacy through public engagement, short-term, mid-term, and long-term educational programs. (6) Strengthening law enforcement with strict compliance and legal measures.

3.2 Key Factors for the Administration and Implementation of Consumer Protection: The findings highlight 1) The importance of a clear vision and policies that prioritize consumer protection, along with competent personnel who are skilled, service-oriented, and committed to consumer welfare. Effective planning, consistent monitoring, and evaluation are crucial for achieving operational efficiency. 2) Technology-driven operations, adequate budget allocation, and stringent regulatory oversight in compliance with NBTC directives are essential to ensuring effective consumer protection measures.

3.3 Tangible Outputs and Outcomes for Consumers and Society from NBTC's Consumer Protection Efforts: Key findings include 1) Strict enforcement of legal measures, ensuring that penalties imposed on violators serve as deterrents for other businesses, preventing future misconduct. 2) Enhancing consumer awareness and media literacy, educating the public on consumer rights and relevant laws to empower them in safeguarding their interests. 3) Integration and proactive collaboration with relevant agencies, including monitoring and preventive measures to address exploitative business practices that negatively impact consumers, ensuring consumer protection remains effective and forward-looking.

3.4 Impact on Consumers and Society from NBTC's Administration and Operations in Consumer Protection: The findings indicate that 1) The development of a complaint tracking system with continuous improvements to support the work of officials and facilitate consumers using the service. 2) The establishment of media literacy processes for civil society and vulnerable groups. NBTC places great importance on consumer groups such as persons with disabilities, the elderly, and underprivileged groups by implementing NBTC Notification on the Promotion of the Rights of Persons with Disabilities to Access, Perceive, and Benefit from Broadcasting Services.

3.5 Development of Collaboration and Strengthening of Consumer Network Capabilities: The findings indicate that 1) The expansion and development of consumer networks in collaboration with various agencies. NBTC has decentralized regulatory oversight to regional NBTC offices (Regions 1-4) and provincial levels to ensure rapid consumer protection in the sector and timely problem resolution. 2) The enhancement of leadership capacity and the operations of consumer networks may be supported through funding considerations from NBTC's Broadcasting and Telecommunications Research and Development Fund (BTFP). Strengthening collaboration, developing networks, and providing resource support will facilitate faster and more efficient operations in terms of driving initiatives, network coordination, and capacity building. 3) Integration of efforts with consumer protection networks, such as youth networks and networks for persons with disabilities, to serve as key forces in disseminating consumer rights knowledge to various communities, both in central and regional areas.

3.6 Complaint Handling and Resolution in the Broadcasting, Television, and Telecommunications Sectors: The findings indicate that 1) Complaint Handling Process consists of (1) Consumers must be aware of their rights and understand their entitlement to file complaints. Those filing complaints must act in good faith. It is crucial that both service providers and consumers act with integrity. (2) NBTC's complaint handling remains largely reactive, focusing on resolving issues based on consumer complaints rather than proactively preventing issues. (3) The review of complaints by NBTC Office, the Subcommittee on Consumer Protection in all three sectors, and NBTC itself involves assessing necessary improvements. Efforts should be made to enhance consumer awareness through public relations and ensure accessible complaint channels for all target groups via effective communication strategies. (4) The amendment and modernization of outdated NBTC regulations. NBTC is currently working on this to accommodate the convergence of emerging technologies, enhancing regulatory flexibility and efficiency. 2) Recommendations for Complaint Handling and Resolution include (1) Systemic improvements and the establishment of a One-Stop Service for complaint reception and resolution. (2) Sustainable complaint resolution mechanisms to prevent recurring issues. Measures should be clearly defined and unambiguous. (3) Enhancing the complaint resolution process for efficiency and effectiveness, ensuring a transparent and fair monitoring system. A two-way communication approach should be adopted, with transparent disclosure of information, allowing stakeholders to access case review details so complainants can see the actual status of their cases.

3.7 Other Issues and Comments: 1) Regulatory Measures to Prevent Consumer or Public Exploitation (1) Concrete actions of consumer exploitation across the three sectors. (2) Regulatory measures by NBTC to prevent consumer exploitation, including strict enforcement measures. Additionally, consumer protection issues should be monitored at local, national, and international levels, particularly concerning legal aspects. (3) Regulatory measures for license holders and the outcomes of such measures. 2) Capacity Building and Empowerment of Consumers and Consumer Networks, which include (1) Enhancing consumer capacity and empowerment. (2) Strengthening the capacity and resilience of consumer networks. (3) Ensuring access to services and consumer rights protection for all types of persons with disabilities, underprivileged groups, and the elderly.



4. Results of stakeholder data analysis from focus group

The findings from the stakeholder focus group discussions are categorized into five key issues: 1) Consumer protection awareness in the three sectors. 2) Directions for consumer protection operations and management. 3) Key principles of good governance under NBTC’s regulatory framework. 4) Core principles based on the CIPPI evaluation model (Context, Input, Process, Product, and Impact). 5) Other related inquiries.

4.1 Consumer Protection Awareness in the Three Sectors:

1) Definition of Consumer Protection (from the perspective of focus group participants) includes: (1) Awareness and entitlement to consumer protection as prescribed by law or NBTC announcements. (2) Enforcement of NBTC regulations to safeguard consumer rights. (3) Individuals directly or indirectly affected by services in the three sectors. (4) Protection of personal information for service users. (5) The capability of NBTC and its offices in ensuring consumer rights protection. (6) Issuance of

NBTC announcements and policies to ensure justice in consumer protection and fair regulation for service providers.

2) Awareness of NBTC's Role in Consumer Protection includes: (1) Broadcasting and Television Sectors Establishing consumer rights and service provisions, issuing regulations to guide operator conduct and protect consumers, overseeing service accessibility for all demographic groups, and regulating advertising content. (2) Telecommunications Sector Formulating policies on the application of technology in consumer protection, as well as implementing measures to safeguard users' personal data, privacy rights, and freedom of communication via telecommunications.

3) Factors Affecting the Success and Challenges of NBTC's Consumer Protection Efforts:

(1) Key Success Factors in NBTC's Consumer Protection Operations include The vision of executives and proactive initiatives in 2024, Strict and effective enforcement of NBTC regulations and Encouraging public participation and incorporating stakeholder feedback.

(2) Challenges in NBTC's Consumer Protection Operations include The rapid evolution of social and technological contexts in the broadcasting, television, and telecommunications industries. Weak enforcement of laws and regulations. Lack of in-depth research to enhance operational quality. Limited public access to information, complaint channels, and participation mechanisms and Unfair and prolonged complaint resolution processes with excessive documentation requirements.

4.2 Directions for Consumer Protection Operations and Management:

1) Mechanisms and Processes for Handling Consumer Complaints in 3 sectors includes; (1) Ensuring widespread public access to consumer protection information and rights. (2) Making complaint channels easily accessible, efficient, and straightforward. (3) Expanding complaint platforms to offer greater diversity. (4) Strengthening consumer rights protection measures. (5) Establishing collaborative networks to enhance complaint-handling efficiency.

2) Regulatory Measures Against Consumer Exploitation includes; (1) Establishing clear guidelines for enforcement. (2) Enhancing regulatory oversight to ensure fair treatment of vulnerable groups. (3) Issuing explicit NBTC regulations to define and prevent exploitative practices in the three sectors.

3) Capacity Building and Empowerment of Consumers and Consumer Networks includes; (1) Conducting research applicable to consumer protection practices. (2) Strengthening consumer networks by fostering multi-stakeholder collaboration and developing a high-quality national consumer network mechanism. (3) Enhancing public communication strategies to educate consumers and consumer networks. (4) Providing training programs to equip the public with awareness and preventive measures against exploitation. (5) Producing handbooks and media materials to educate consumers on identifying and addressing unfair business practices. (6) Organizing public forums for knowledge sharing and discussions at both national and regional levels.

4.3 Core Principles of Good Governance in NBTC's Regulatory Framework: 1) Policies on government, social, and environmental matters. 2) Policies concerning service users and stakeholders. 3) Organizational policies. 4) Policies related to personnel and operational management.

4.4 Key Aspects Under the CIPPI Evaluation Model (Context, Input, Process, Product, and Impact): The key aspects include 1) Mechanisms and Complaint Processes in the broadcasting, television, and telecommunications sectors. 2) Measures and Regulatory Oversight to prevent consumer exploitation in the broadcasting, television, and telecommunications sectors. 3) Resource Development and Strengthening Consumer and Consumer Network Capacities in the broadcasting, television, and telecommunications sectors.

4.5 Additional Issues: 1) NBTC should disclose essential and reliable information to the public and consumers, with continuous improvements and developments. 2) NBTC should implement a system that enhances public access to information in a convenient and user-friendly manner, with necessary refinements. 3) NBTC should develop programs or projects that truly benefit consumers. 4) Recommendations and comments on NBTC's consumer protection operations and management include:(1) NBTC should establish regulations and oversight measures for online advertising. (2) NBTC should implement regulatory measures for cases of service disruptions or network failures. (3) NBTC should enforce regulations on television advertisements exceeding the permitted duration. (4) NBTC should enhance consumer protection measures to improve the security of public data.



5. Results of stakeholder data analysis from public hearings

The analysis of stakeholder feedback from the public hearing presents four key issues: 1) Mechanisms and Complaint Processes for consumers in the broadcasting, television, and telecommunications sectors. 2) Recommendations on Measures and Regulatory Oversight to prevent consumer exploitation in the broadcasting, television, and telecommunications sectors. 3) Development of Consumer Capacity and Strengthening Consumer Networks.4) Other Recommendations and Issues.

5.1 Mechanisms and Complaint Processes for Consumers in the Broadcasting, Television, and Telecommunications Sectors: 1) Consumer Experiences of Service-Related Issues (1) Broadcasting and Television Sectors: Issues include excessive and misleading advertisements, hidden advertising, violent content in television dramas, and inadequate consumer protection against inappropriate media. There is a need for professional standards for media practitioners, fair compensation for damages incurred, and better access to beneficial information and legal knowledge regarding service regulations. (2) Telecommunications Sector: Common issues include lack of awareness about complaint channels, unauthorized number suspensions or cancellations, unsolicited paid SMS subscriptions, poor mobile internet service, billing errors, unfair installation and cancellation procedures for internet services, forced subscription to bundled service packages, and incomplete or misleading information provided to consumers. 2) Complaint Handling Processes in Broadcasting, Television, and Telecommunications (1) Broadcasting and Television Sectors: The complaint process is perceived as complex, inconvenient, and difficult to follow up on. Many consumers are unaware of complaint channels, and accessibility remains an issue. Additionally, personnel handling complaints are often unhelpful, and most complaints do not receive proper resolutions. (2) Telecommunications Sector: The complaint process is similarly cumbersome, with many cases ignored or left unresolved. Consumers often experience confusion regarding the procedures and requirements for filing complaints.

5.2 Recommendations on Measures and Regulatory Oversight to Prevent Consumer Exploitation in Broadcasting, Television, and Telecommunication: 1) Recommendations on Consumer Complaint Processes and Their Effectiveness (1) Develop and improve complaint-handling mechanisms. (2) Establish an integrated complaint-handling system or a "One-Stop Service" center. (3) Implement feedback mechanisms between consumers and service providers. (4) Enhance the capabilities of personnel handling consumer complaints. (5) Increase accessibility for all consumer groups, including individuals with disabilities. (6) Develop an efficient, modern, and easily accessible complaint-tracking system. (7) Educate consumers on their rights and the complaint process. (8) Establish collaborative networks with local

organizations to assist in handling complaints. 2) Recommendations on Regulatory Measures to Prevent Consumer Exploitation (1) Strengthen oversight of all platforms, including OTT services. (2) Provide consumers with avenues for participation and feedback in NBTC's regulatory activities. (3) Implement measures to protect vulnerable consumer groups. (4) Enforce regulations on licensed service providers who fail to comply with NBTC's conditions. (5) Regulate advertisements that violate NBTC's directives. (6) Introduce a standardized and universally accepted internet speed test tool. (7) Enforce strict legal and regulatory measures against license holders. (8) Ensure the effective implementation of NBTC's consumer protection regulations in the broadcasting, television, and telecommunications sectors. 3) Recommendations for Addressing the Needs of Vulnerable Groups and People with Disabilities (1) Content-Related Recommendations (1.1) Ensure appropriate broadcasting times for programs targeting vulnerable groups. (1.2) Develop media content specifically tailored to the needs of vulnerable groups. (2) Technology-Related Recommendations (2.1) Introduce applications, websites, or audio description services for people with disabilities. (2.2) Expand the size of subtitles and sign language interpreter displays to enhance accessibility

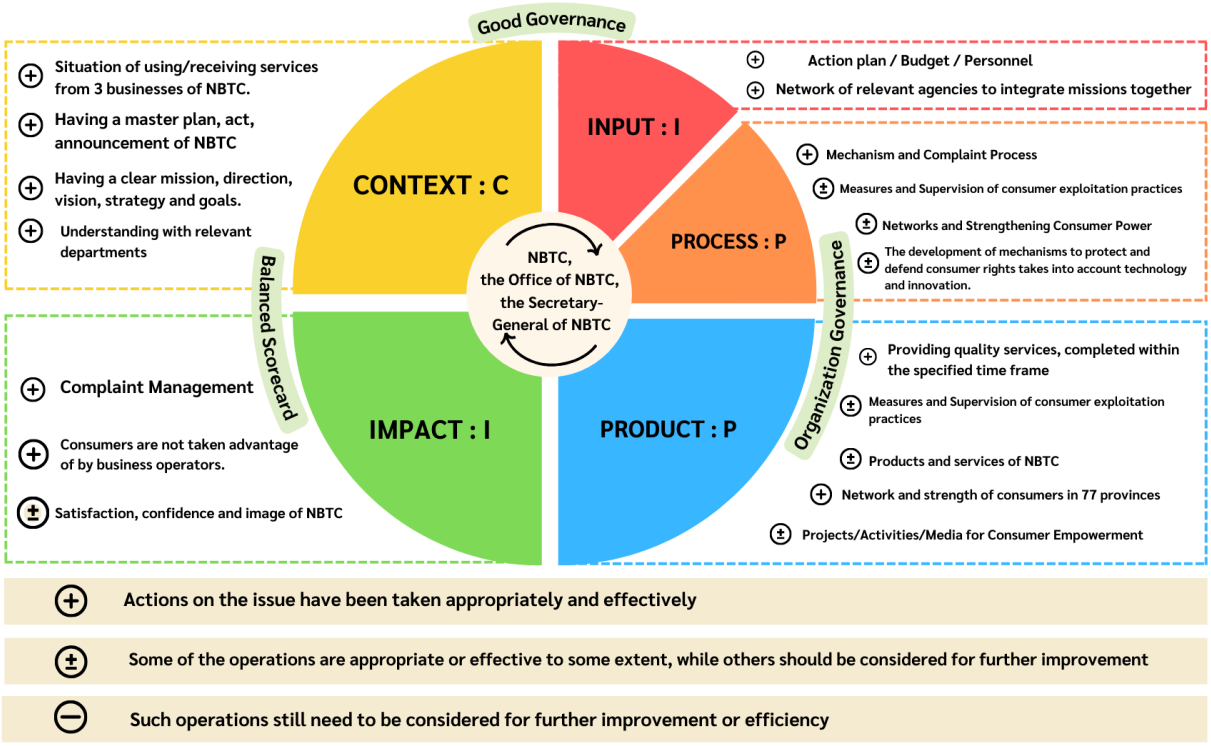
5.3 Capacity Building and Strengthening of Consumers and Consumer Networks: 1) Enhancing the Capacity and Strengthening of Consumers and Consumer Networks 2) Approaches to Capacity Building and Consumer Network Strengthening, consists of (1) Consumer Capacity Building Improve consumer knowledge and awareness of their rights. (2) Organize media literacy programs for all consumer groups, especially vulnerable groups. (3) Establish diverse and inclusive communication channels. (4) Develop real-time access to information. Strengthening Consumer Networks (1) Establish regional, provincial, district, and community-level consumer network mechanisms. (2) Train consumer leaders to disseminate information. (3) Develop targeted public relations materials. (4) Address challenges through regular meetings within consumer groups.

5.4 Additional Recommendations: 1) Consumer Complaint Mechanisms and Processes in Broadcasting, Television, and Telecommunications (1) Unfair Treatment or Exploitation Consumers experience unfair practices from service providers across all three industries. (2) NBTC's Complaint Handling Process: Assessment of how complaints are received and processed. (3) Efficiency and Effectiveness: Evaluating the effectiveness of complaint resolution. 2) Regulatory Measures and Oversight to Prevent Consumer Exploitation (1) Consumer Protection Measures: Monitoring, inspection, and prevention by NBTC to safeguard consumers from exploitation. (2) Regulation of Misleading Content: Oversight of deceptive advertisements and misleading broadcast content. (3) Public Participation: Encouraging civic involvement in monitoring and providing recommendations. (4) Access to Information: Enhancing consumer access to reliable and transparent information. (5) Oversight of Business Mergers: Regulatory scrutiny over the merger between Advanced Wireless Network Co., Ltd. (AWN) and Triple T Broadband Public Company Limited (3BB) 3) Capacity Building and Strengthening of Consumer Networks (1) Expanding Consumer Networks: Strengthening consumer networks across all 77 provinces to promote proactive awareness. (2) Leadership Development: Enhancing the capacity of consumer protection leaders across all three sectors. (3) Support from NBTC: Ensuring NBTC's active support for consumer protection initiatives. (4) Universal Service Access: Guaranteeing accessibility for all citizens, including people with disabilities, disadvantaged groups, and the elderly. (5) Consideration of Disadvantaged Groups: Addressing specific issues faced by disadvantaged communities. 4) NBTC's Consumer Protection Policies and Administrative Operations (1) Public Perception of NBTC Evaluating the effectiveness of NBTC's policies towards consumers, consumer networks, and vulnerable groups. (2) Integration of Innovation Improving operational strategies by leveraging technological advancements. (3) Efficiency in Governance Enhancing

operational efficiency, human resource management, and public service delivery. (4) Financial Transparency and Cost Efficiency Ensuring budget transparency, cost reduction, and maximizing financial efficiency.

6. Analysis and evaluation under the principles of CIPPI model in conjunction with good governance principles, principles of good corporate governance and balance scorecard

The following illustration shows a summary of the management performance of NBTC, NBTC Office, and the Secretary-General of NBTC in protecting consumers in 2024. It is based on the CIPPI evaluation model, good governance, organizational oversight, and the Balanced Scorecard.



7. Suggestions on operations and administration of NBTC, NBTC Office and NBTC Secretary-General regarding consumer protection for 2024

7.1 Recommendations for NBTC's Operations and Management at the Policy Level Regarding Consumer Protection

7.1.1 Urgent Recommendations and the Establishment of an Action Plan, Work Plan/Project

1) Addressing online crime issues and creating a master plan for preventing online crime.

2) Communication and public relations efforts, as well as knowledge development for the public to prevent exploitation from advertising, including establishing a network to monitor illegal advertisements.

3) A master plan to improve and develop laws related to NBTC's operations in consumer protection.

4) Expanding the consumer protection network for youth and vulnerable groups, creating media literacy processes for civil society and vulnerable groups, and implementing policies to use modern technology to support operations.

7.1.2 Recommendations for NBTC's Operations and Management in Consumer Protection

1) Fairness and ethical standards All operations related to service providers and consumers should prioritize public interest. The establishment of ethical standards for professions and job regulation must be in line with ethical standards.

2) Protecting consumers from exploitation Expediting the review of complaints related to broadcasting, television, and telecommunications services in accordance with NBTC's guidelines to prevent consumer exploitation by operators.

3) Enhancing the provision of one-stop consumer protection services (One Stop Service): By integrating consumer protection databases covering all tasks to support national consumer protection operations. Establishing new standards in consumer protection using creative and efficient technology.

4) Creating a co-regulation system: With rapid technological development in NBTC's sectors, which have integrated broadcasting, television, and telecommunications services, citizens may not receive adequate consumer protection. NBTC should establish policies for integrated collaboration within and outside the organization through a data-sharing and law enforcement system under co-regulation.

5) Building public trust in NBTC: By ensuring the public that NBTC can protect their personal data securely and prevent it from being exploited by online criminals, including providing continuous updates, clarifications, and building public confidence.

6) Promoting Public Participation: Enhancing and improving communication channels to effectively reach and engage target groups by expanding public relations efforts and disseminating organizational information through various communication platforms, ensuring continuous and targeted outreach.

7) Law Development: Reviewing and monitoring consumer protection issues at local, national, and international levels, particularly concerning laws, measures, and regulations, to support the development and improvement of legal frameworks, standards, measures, and regulations that benefit consumers.

8) Developing Consumer Protection Monitoring Mechanisms: Strengthening regulatory oversight by improving systems for preventing risks associated with unsafe products and services. Implementing software programs and mobile applications for monitoring, surveillance, and consumer protection.

9) Enhancing Stability in Policy Management and Governance: To create a positive impact on the image of NBTC, clear and transparent operational guidelines should be established, allowing greater participation from the public and civil society in overseeing NBTC's decision-making processes.

10) Establishing a Deputy Secretary-General for Consumer Protection: A dedicated Deputy Secretary-General for Consumer Protection should be appointed to drive concrete and unified efforts in consumer protection across broadcasting, television, and telecommunications sectors. This will help address past operational gaps, enhance coordination with domestic and international agencies, and ensure clarity and continuity in consumer protection policies and law enforcement. It will also facilitate clear and targeted communication with the public regarding their rights and consumer protection measures.

11) Appointment of NBTC Secretary-General: NBTC has yet to appoint a Secretary-General, which has resulted in a lack of stability and public confidence, as well as internal uncertainty among staff

regarding the organization's management and fulfillment of its core mission. This has negatively affected NBTC's efficiency, effectiveness, and sustainability. Therefore, NBTC should urgently initiate the recruitment and appointment process for the Secretary-General to ensure clarity and prompt completion. A well-defined and timely appointment will enhance the continuity of NBTC's management, strengthen trust from the private sector and civil society, and contribute positively to the organization's reputation.

7.2 Recommendations on the Operations and Administration of NBTC Secretary-General Regarding Consumer Protection

7.2.1 Administration, Strategic Plans, and Projects under NBTC Strategy

1) Budget Expenditure: The implementation of projects should align with the allocated budget plans, ensuring appropriate and efficient utilization of funds. Additionally, regular progress monitoring should be conducted throughout the project implementation.

2) Staffing Levels: The number of personnel should be increased appropriately based on the mission of each region. Consideration should be given to establishing provincial NBTC regional offices in provinces that currently lack an NBTC district office

7.2.2 Consumer Protection in Broadcasting and Television Services

1) Training and Licensing: Develop training programs and licensing examinations while promoting the establishment of professional ethics and codes of conduct for the advertising profession. Encourage the formation of associations among broadcasting and television business operators.

2) Raising Awareness of Exploitative Advertising: Conduct workshops to educate children, youth, and vulnerable groups such as low-income individuals and the elderly about the risks of exploitative advertising

3) Promoting Advertising Watch Networks: Encourage participation from various civil society networks, including local communities, teachers, students, and universities, to monitor advertisements. Create incentives to enhance participation from consumer advocacy organizations and other stakeholders.

4) Developing a Complaint Handling System: Enhance and unify the complaint management system to streamline tracking, reduce costs, optimize human resources, and improve accessibility for consumers.

5) Encouraging Business Participation: Foster collaboration with stakeholders by promoting business engagement in developing regulatory mechanisms and protecting consumer rights.

6) Dissemination of Knowledge and Public Awareness: Urge relevant consumer protection agencies to participate in disseminating knowledge, information, and public relations efforts related to consumer protection.

7.2.3 Consumer Protection in Telecommunications Services

1) Improving Service Quality Standards in Line with Technological Advancements: Develop mechanisms to encourage service providers to operate with integrity, ethical standards, and accountability. Ensure clear, accurate, and non-misleading information for consumers, safeguard customer data privacy, and provide adequate after-sales support.

2) Addressing Cybercrime Issues: NBTC should introduce or enhance penalties for service providers and beneficiaries of cybercrime activities to enforce stricter deterrence measures and prevent repeat offenses.

3) Cybercrime Prevention Master Plan: Develop a master plan and operational strategy to combat cybercrime in collaboration with agencies such as the Royal Thai Police, the Ministry of Digital Economy and Society, the Bank of Thailand, and other relevant organizations to proactively address fraudulent phone scams affecting consumers.

4) Tackling Fraudulent SMS Messages: NBTC should collaborate with relevant agencies to integrate efforts, share information, and leverage data to combat fraudulent SMS scams effectively.

7.2.4 Consumer Protection for Vulnerable Groups in Broadcasting, Television, and Telecommunications Services

1) Prioritizing Broadcast Schedules for Vulnerable Groups: Establish designated time slots for media content catering to vulnerable audiences.

2) Diversifying Media Content for Vulnerable Groups: Develop a variety of media programs tailored to the needs of vulnerable populations.

3) Developing Accessible Applications and Websites: Ensure compatibility with assistive technologies to facilitate access for vulnerable groups.

4) Applying Artificial Intelligence (AI) for Service Enhancement: Implement AI solutions to improve service delivery for vulnerable consumers.

5) Enhancing Accessibility Channels for Vulnerable Groups: Develop more accessible platforms to enable ease of access for vulnerable individuals.

7.2.5 Enhancing Public Trust and Confidence in Consumer Protection

1) Strict Enforcement on Business Operators: – NBTC must rigorously inspect and regulate the operations of service providers.

2) Transparency and Accountability: – NBTC must operate with transparency and be subject to public scrutiny.

3) Public Awareness Campaigns: – NBTC should actively publicize its regulatory activities, including inspections of business operators and transparency measures, to enhance public trust and awareness.

7.3 Recommendations for the Operations and Administration of NBTC Office in Consumer Protection

1) Learning from Experiences to Improve NBTC Operations: NBTC should draw lessons to improve its operations in raising awareness about consumer rights in telecommunications and threats through telecommunication channels. The goal is to empower consumers to protect themselves from exploitation by service providers and safeguard against potential threats. This includes organizing activities to enhance knowledge and understanding of consumer rights in telecommunications and related threats. Information should be disseminated through various sectors, including service providers, government, private sector, educational institutions, disability organizations, consumer protection organizations, and civil society networks. It should also be communicated through appropriate channels suited to the context of each target group. This initiative is in line with the action plan under the National Telecommunications Master Plan 3 (2024-2028), Strategy 5, which focuses on enhancing consumer protection and strengthening consumer empowerment in the digital era.

2) Government Digital Service Initiatives: NBTC has important policies, such as enhancing the USO Net, transforming it into a government digital service center by 2026. This aims to make public services and other government offerings more accessible, including telemedicine services. NBTC also supports initiatives that enable citizens to access government digital services and develop systems like the Traffy Fondue platform for reporting urgent issues or cybercrimes. Therefore, NBTC must respond to government policies by ensuring that personnel and staff are well-prepared to provide efficient services, ensuring that citizens receive comprehensive and effective service.

สารบัญ

	หน้า
คำนำ	**(1)**
สารจาก กตป. คุ้มครองผู้บริโภค	**(3)**
บทสรุปผู้บริหาร	**(5)**
Executive Summary	**(24)**
สารบัญ	**(39)**
สารบัญตาราง	**(43)**
สารบัญภาพ	**(47)**
บทที่ 1 บทนำ	**1**
1. หลักการและเหตุผล	1
2. วัตถุประสงค์	6
3. ระเบียบวิธีการศึกษา และขอบเขตการดำเนินงาน	6
4. กรอบแนวคิดการศึกษา	12
5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	18
บทที่ 2 แผนยุทธศาสตร์ แผนแม่บท แผนปฏิบัติการของสำนักงาน กสทช. กฎหมาย เอกสาร และหน่วยงานที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค	**19**
1. ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561-2580)	19
2. แผนการปฏิรูปประเทศ (ฉบับปรับปรุง)	21
3. ยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2579)	25
4. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570)	26
5. นโยบายและแผนพัฒนาระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมและที่แก้ไขเพิ่มเติม	28
6. แผนแม่บทการบริหารคลื่นความถี่ (พ.ศ. 2562) และฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2564)	32
7. แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2563–2568)	32
8. แผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2562 - 2566	34
9. แผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2567-2571)	35
10. แผนยุทธศาสตร์สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2565-2570)	40
11. แผนปฏิบัติการสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ประจำปี 2567	41
12. กรอบการดำเนินการตามอำนาจหน้าที่ของ กสทช. ที่สอดคล้องกับนโยบายที่คณะรัฐมนตรีแถลงไว้ต่อรัฐสภา	43
13. นโยบายของรัฐบาล ปี 2567	45
14. พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุ กระจายเสียงวิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และที่แก้ไขเพิ่มเติม	46

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

15. พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และที่แก้ไขเพิ่มเติม พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2556 และพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2562 47
16. ประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการรวบรวมข้อเท็จจริงเกี่ยวกับการกระทำความผิดในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรคมนาคมที่มีโทษทางปกครอง พ.ศ. 2556 48
17. พระราชบัญญัติการประกอบกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2544 49
18. พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540 51
19. ประกาศคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง มาตรฐานของสัญญาให้บริการโทรคมนาคม พ.ศ. 2549 52
20. ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง กระบวนการรับและพิจารณาเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการประกอบกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2559 53
21. ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง การกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2555 53
22. ประกาศสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง การกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2555 และฉบับเพิ่มเติม 54
23. ประกาศสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง แนวทางพิจารณาเกี่ยวกับการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคตามข้อ 5(10) ของประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง การกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ พ.ศ. 2555 55
24. ประกาศสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง การกระทำที่น่าจะเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม โดยอาศัยเครือข่ายหรือการโฆษณาอันมีลักษณะเป็นการค้ากำไรเกินควรหรือก่อให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญ พ.ศ. 2558 56
25. ประกาศสิทธิผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ เพื่อประโยชน์ในการคุ้มครองประชาชน 58
26. ประกาศสิทธิผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต 59
27. หน่วยงานที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค ด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม 60
28. บทบาทและหน้าที่ของ กสทช. สำนักงาน กสทช. เลขาธิการ กสทช. และคณะกรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน (กตป.) 63

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

29. นโยบายและแผนการดำเนินงานที่สำคัญของ กสทช. และสำนักงาน กสทช. ประจำปี 2567 70
30. การวิเคราะห์ความเชื่อมโยงของแผนปฏิบัติการสำนักงาน กสทช. ประจำปี 2567 กับยุทธศาสตร์ชาติแผนการปฏิรูปประเทศ และแผนแม่บทเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค 71
31. มติที่ประชุม กสทช. คณะอนุกรรมการและคณะทำงานที่เกี่ยวข้อง 81
32. รวบรวม ศึกษา และทบทวนผลการศึกษาที่มีประเด็นเกี่ยวข้อง ซึ่งสำนักงาน กสทช. ได้ดำเนินการศึกษามาแล้ว 83

บทที่ 3 ผลการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2567 87

1. ผลการดำเนินการและบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม ประจำปี 2567 87
   1.1 ผลการดำเนินการและบริหารงานของ กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม ประจำปี 2567 87
   1.2 ผลการดำเนินการและบริหารงานของ กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม ประจำปี 2567 92
   1.3 มาตรการและการกำกับดูแล การกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค ของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม ประจำปี 2567 96
   1.4 บันทึก สถิติ การบังคับใช้กฎหมาย ประกาศต่าง ๆ ของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม ประจำปี 2567 96
   1.5 ผลการดำเนินงานเกี่ยวกับกลุ่มเปราะบาง ของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม ประจำปี 2567 96
2. ผลการดำเนินการและบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ประจำปี 2567 101
   2.1 การพัฒนาความเข้มแข็งของผู้บริโภคและการพัฒนาและเพิ่มความสามารถของประชาชนในการรู้เท่าทันสื่อ 101
   2.2 การดำเนินการเกี่ยวกับเรื่องร้องเรียนของผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ 107
   2.3 มาตรการและการกำกับดูแลการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ 111
   2.4 บันทึก สถิติ การบังคับใช้กฎหมาย ประกาศต่างๆ ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ 115
   2.5 ผลการดำเนินงานเกี่ยวกับกลุ่มเปราะบางด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ 117

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการรวบรวมข้อมูล ข้อเท็จจริง ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	**121**
1. ผลการรวบรวมข้อมูล ข้อเท็จจริง ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะจากแบบสอบถาม	121
2. ผลการรวบรวมข้อมูล ข้อเท็จจริง ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะจากการประชุมระดมคลังสมอง (Think Tank)	164
3. ผลการรวบรวมข้อมูล ข้อเท็จจริง ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview)	174
4. ผลการรวบรวมข้อมูล ข้อเท็จจริง ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะจากการจัดสนทนากลุ่ม (Focus Group)	184
5. ผลการรวบรวมข้อมูล ข้อเท็จจริง ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะจากการจัดประชุมเวทีรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ (Public Hearing)	196
6. การจัดประชุมรับฟังความคิดเห็นผลการศึกษา	214
7. การวิเคราะห์และประเมินผลการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567 ภายใต้หลักการของรูปแบบการประเมิน CIPPI ร่วมกับหลักธรรมาภิบาล หลักในการกำกับดูแลองค์กรที่ดี และ Balance Scorecard	216
8. ความเห็นของ กตป. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคเกี่ยวกับ (ร่าง) รายงานผลการปฏิบัติงาน กสทช. ประจำปี 2567	246
บทที่ 5 ข้อเสนอแนะการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567	**249**
1. ข้อเสนอแนะต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค	249
2. ข้อเสนอแนะต่อการดำเนินการและการบริหารงานของสำนักงาน กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค	252
3. ข้อเสนอแนะต่อการดำเนินการและการบริหารงานของเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค	257
บรรณานุกรม	**259**

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1.1	สถิติจำนวนประชากรทางการทะเบียนราษฎร และสถิติคนพิการที่จดทะเบียนทั่วประเทศ	7
1.2	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค	7
1.3	จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามตามคุณลักษณะที่กำหนด	9
1.4	รายละเอียดการจัดประชุมระดมคลังสมอง (Think Tank)	10
1.5	รายละเอียดการจัดสนทนากลุ่ม (Focus Group)	11
1.6	รายละเอียดการจัดการประชุมเวทีรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ (Public Hearing)	11
3.1	สถิติเรื่องร้องเรียนสะสมของสำนักงาน กสทช. จำแนกตามระยะเวลาการดำเนินการ	92
3.2	สถิติเรื่องร้องเรียนสะสมของสำนักงาน กสทช. จำแนกตามประเภทบริการ	93
3.3	สถิติเรื่องร้องเรียนสะสมของสำนักงาน กสทช. จำแนกตามผู้ให้บริการ	93
3.4	สถิติเรื่องร้องเรียนสะสมของสำนักงาน กสทช. จำแนกตามกลุ่มลักษณะปัญหา	93
3.5	สถิติเรื่องร้องเรียนที่ดำเนินการตามประกาศฯ สะสมสูงสุด 5 ลำดับแรก เกี่ยวกับบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของสำนักงาน กสทช. จำแนกตามประเด็นปัญหา	94
3.6	สถิติเรื่องร้องเรียนที่ดำเนินการตามประกาศฯ สะสมสูงสุด 5 อันดับแรก เกี่ยวกับบริการอินเทอร์เน็ตประจำที่ของสำนักงาน กสทช. จำแนกตามประเด็นปัญหา	94
3.7	สถิติเรื่องร้องเรียนที่ดำเนินการตามประกาศฯ สะสมเกี่ยวกับบริการโทรศัพท์ประจำที่ของสำนักงาน กสทช. จำแนกตามประเด็นปัญหา	95
3.8	สถิติเรื่องร้องเรียนที่ดำเนินการตามประกาศฯ สะสมเกี่ยวกับการตั้งสถานีวิทยุคมนาคม/เสาสัญญาณมือถือของสำนักงาน กสทช. จำแนกตามประเด็นปัญหา	95
3.9	สถิติเรื่องร้องเรียนสะสมของสำนักงาน กสทช. จำแนกตามช่องทางการรับเรื่องร้องเรียน	95
3.10	สถิติเรื่องร้องเรียนที่เกี่ยวข้องกับการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์แยกตามประเภทเรื่องร้องเรียน	109
3.11	การกำกับดูแลการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ปี 2567	112
3.12	ผลการดำเนินการกำกับดูแลการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ปี 2567	114
3.13	ผลการจัดให้มีบริการโทรทัศน์ที่มีบริการล่ามภาษามือ คำบรรยายแทนเสียงและเสียงบรรยายภาพในรอบครึ่งปีแรก ปี 2567	115
4.1	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม	121
4.2	ข้อมูลพื้นฐานผู้ตอบแบบสอบถาม	123
4.3	ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช.	126
4.4	ประเภทผู้บริโภค	127
4.5	การดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค	127

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.6	ความคิดเห็นต่อการดำเนินงานและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม	129
4.7	ความเชื่อมั่นและความพึงพอใจต่อสื่อเผยแพร่ กิจกรรม โครงการ ผลงานของสำนักงาน กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค	133
4.8	การรับรู้สิทธิของผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม	135
4.9	การรับรู้สิทธิของผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม	136
4.10	ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. (ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567) จำแนกตามประเภทผู้บริโภค	139
4.11	ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. (ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567) จำแนกตามภาค	140
4.12	ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. (ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567) จำแนกตามเพศ	141
4.13	ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. (ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567) จำแนกตามอายุ	141
4.14	ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการดำเนินการและการบริหารงาน ของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. (ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567) จำแนกตามอาชีพ	142
4.15	ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. (ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567) จำแนกตามระดับรายได้ส่วนตัว	143
4.16	ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. (ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567) จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	144
4.17	ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. (ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567) จำแนกตามพื้นที่ที่อยู่อาศัย	145
4.18	ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อความเชื่อมั่นในการดำเนินการและการบริหารงาน ของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค จำแนกตามประเภทผู้บริโภค	146

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่ **หน้า**

4.19 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อความเชื่อมั่นในการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค จำแนกตามภาค 146
4.20 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อความเชื่อมั่นในการดำเนินการและการบริหารงาน ของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค จำแนกตามเพศ 147
4.21 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อความเชื่อมั่นในการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค จำแนกตามอายุ 148
4.22 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อความเชื่อมั่นในการดำเนินการและการบริหารงาน ของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค จำแนกตามอาชีพ 148
4.23 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อความเชื่อมั่นในการดำเนินการและการบริหารงาน ของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค จำแนกตามระดับรายได้ส่วนตัว 150
4.24 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อความเชื่อมั่นในการดำเนินการและการบริหารงาน ของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด 151
4.25 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อความเชื่อมั่นในการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค จำแนกตามพื้นที่ที่อยู่อาศัย 151
4.26 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม จำแนกตามประเภทผู้บริโภค 152
4.27 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม จำแนกตามภาค 153
4.28 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม จำแนกตามเพศ 153
4.29 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม จำแนกตามอายุ 154

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.30	ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม จำแนกตามอาชีพ	155
4.31	ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม จำแนกตามระดับรายได้ส่วนตัว	156
4.32	ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	157
4.33	ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมจำแนกตามพื้นที่ที่อยู่อาศัย	158
4.34	ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการรับรู้ต่อการดำเนินงานของ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค จำแนกตามประเภทผู้บริโภค	158
4.35	ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการรับรู้ต่อการดำเนินงานของ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค จำแนกตามภาค	159
4.36	ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการรับรู้ต่อการดำเนินงานของ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค จำแนกตามเพศ	160
4.37	ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการรับรู้ต่อการดำเนินงานของ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค จำแนกตามอายุ	160
4.38	ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการรับรู้ต่อการดำเนินงานของ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค จำแนกตามอาชีพ	161
4.39	ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการรับรู้ต่อการดำเนินงานของ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค จำแนกตามระดับรายได้ส่วนตัว	162
4.40	ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการรับรู้ต่อการดำเนินงานของ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	163
4.41	ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการรับรู้ต่อการดำเนินงานของ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค จำแนกตามพื้นที่ที่อยู่อาศัย	163
4.42	แผนงบประมาณรายจ่ายของสำนักงาน กสทช. ประจำปี 2567	240

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	ขอบเขตการดำเนินงาน	12
1.2	กรอบแนวคิดของการศึกษา	18
3.1	การประชุมแต่งตั้งคณะอนุกรรมการศึกษาและพัฒนาขั้นตอนการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียนของผู้ใช้บริการในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม	87
3.2	การจัดการประชุมเพื่อการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียนในส่วนของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคม	88
3.3	อินโฟกราฟิกภาพ เรื่อง “ระวังหมายเลขเดียวกับคอลเซ็นเตอร์ธนาคาร”	88
3.4	อินโฟกราฟิกภาพ เรื่อง “ระวังตัว ระวังภัย ระวัง AI ปลอมเสียงมาหลอกลวง”ในรูปแบบภาษาไทยและภาษาอังกฤษ	88
3.5	อินโฟกราฟิกภาพ เรื่อง “วันตระหนักรู้ในการเข้าถึงอย่างเท่าเทียม”	89
3.6	อินโฟกราฟิกภาพ เรื่อง “วันคุ้มครองผู้บริโภคไทย”	89
3.7	อินโฟกราฟิกภาพ เรื่อง “การตรวจสอบหมายเลขโทรศัพท์มือถือว่าตรงกับชื่อบัญชีธนาคารโมบายแบงก์กิ้งที่ใช้บริการหรือไม่”	89
3.8	อินโฟกราฟิกภาพ เรื่อง “ตอบข้อสงสัย เมื่อกด *179*บัตรประจำตัวประชาชน# โทรออก” แล้วเลขบัตรประจำตัวประชาชนไม่ตรงกับเบอร์โทรศัพท์มือถือ ต้องทำอย่างไร”	90
3.9	อินโฟกราฟิกประเภทวีดิทัศน์ เรื่อง “ยืนยันตัวตนซิมการ์ด เพื่อป้องกันการถูกระงับบริการ”	90
3.10	รายการ “สายลมที่หวังดี” ตอนพิเศษ สัมภาษณ์ผู้บริหารสำนักงาน กสทช.	91
3.11	การแถลงข่าวเปิดตัวช่องทางการแจ้งปัญหาจากการใช้บริการกิจการโทรคมนาคมและกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ผ่านแพลตฟอร์มบริหารจัดการปัญหาเมือง (Traffy Fondue)	92
3.12	อินโฟกราฟิกผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่จัดทำแพ็กเกจเสริมและส่วนลดค่าบริการ	97
3.13	สื่อให้ความรู้เพื่อเตือนภัยและสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม	98
3.14	สื่ออินโฟกราฟิกต่าง ๆ ให้ความรู้เพื่อเตือนภัยและสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม	98
3.15	รายการพอดแคสต์ (Podcasts) นำเสนอความรู้และข่าวสารเกี่ยวกับการใช้บริการโทรคมนาคม	99
3.16	สื่ออินโฟกราฟิกต่าง ๆ สถานที่ตั้งทำการสำนักงาน กสทช. ภาค และสำนักงาน กสทช. เขต	99
3.17	ภาพหน้าปกตำราผู้นำเครือข่ายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม	99
3.18	ภาพเคลื่อนไหวของการประชาสัมพันธ์ให้กับกลุ่มคนพิการอย่างเท่าเทียม	100
3.19	จัดการอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อสร้างกลุ่มเครือข่ายผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคมในกลุ่มคนพิการ	100
3.20	ภาพการจัดการอบรมเชิงปฏิบัติการล่ามภาษามือเพื่อการถ่ายทอด	101
3.21	การสัมมนาเพื่อสร้างความเข้าใจให้กับผู้ประสานงานเครือข่ายเฝ้าระวังทางวัฒนธรรมและคุ้มครองผู้บริโภคสื่อ	102

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่		หน้า
3.22	การจัดอบรมเชิงปฏิบัติการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเครือข่ายเฝ้าระวังทางวัฒนธรรมและคุ้มครองผู้บริโภคสื่อ	103
3.23	การจัดพิธีลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือกับ 21 หน่วยงาน	104
3.24	การจัดอบรมการรู้จักสื่อรู้จักสิทธิให้กับเครือข่ายผู้บริโภค กลุ่มความหลากหลายทางเพศและหลากหลายทางสังคม (ระดับภูมิภาค)	105
3.25	การจัดเวทีเพื่อการเรียนรู้และประเมินสถานการณ์ความร่วมมือระหว่างเครือข่ายผู้บริโภคกลุ่มความหลากหลายทางเพศและหลากหลายทางสังคม	105
3.26	การจัดเวทีเพื่อการเรียนรู้และประเมินสถานการณ์ความร่วมมือเครือข่ายผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์	106
3.27	การจัดเวทีการเรียนรู้เพื่อการรณรงค์และเผยแพร่ผ่านสื่อสร้างสรรค์และจัดประกวดผลงานโครงการรู้ Kid รู้ทันสื่อ	107
3.28	การจัดสนทนากลุ่ม (Focus Group) ศึกษารูปแบบแนวทางและสถิติข้อมูลการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียนของต่างประเทศ (Benchmark) เพื่อนำมาใช้เทียบเคียงกับกรณีของประเทศไทย	110
3.29	การจัดพิธีลงนามบันทึกข้อตกลงความเข้าใจ เรื่อง ความร่วมมือในการกำกับดูแล การโฆษณาสินค้าและบริการการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพหรือดำเนินการในลักษณะเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม	114
3.30	การจัดกิจกรรมให้ความรู้ในการอบรมการสร้างความตระหนักรู้ในสิทธิทางการสื่อสารแก่ผู้ปกครองและคนพิการทางสติปัญญาในการเข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์	117
3.31	การจัดพิธีมอบรางวัลสำหรับกิจการโทรทัศน์ที่ส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนพิการในการเข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสาร	118
3.32	การอบรมการสร้างความตระหนักรู้ในสิทธิทางการสื่อสารของคนพิการด้านการได้ยินในการเข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์	119
3.33	การอบรมหลักสูตรการเป็นล่ามภาษามือสำหรับการให้บริการโทรทัศน์ (Training for Television Sign Language Interpreter) จำนวน 72 ชั่วโมง ประจำปี 2567 ด้านการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนพิการ	119
3.34	การอบรมภาษามือสำหรับบุคลากรของสำนักงาน กสทช. ที่ปฏิบัติงาน	120
4.1	บรรยากาศการจัดประชุมระดมคลังสมอง (Think Tank)	173
4.2	บรรยากาศการจัดสนทนากลุ่ม (Focus Group)	195
4.3	บรรยากาศการจัดประชุมเวทีรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ (Public Hearing)	213
4.4	บรรยากาศการจัดประชุมรับฟังความคิดเห็นผลการศึกษา	215
4.5	การวิเคราะห์และประเมินผลการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567 ภายใต้หลักการของรูปแบบการประเมิน CIPPI ร่วมกับหลักธรรมาภิบาล หลักในการกำกับดูแลองค์กรที่ดี และ Balance Scorecard	245

บทที่ 1
บทนำ

การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567 มีรายละเอียด ดังนี้

1. หลักการและเหตุผล

พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และที่แก้ไขเพิ่มเติม กำหนดให้คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) มีอำนาจหน้าที่ในการกำกับดูแลกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สูงสุดของประชาชน ความมั่นคงของรัฐ และประโยชน์สาธารณะ รวมทั้งการให้ประชาชนมีส่วนใช้ประโยชน์จากคลื่นความถี่ ต้องจัดให้มีมาตรการป้องกันมิให้มีการแสวงหาประโยชน์จากผู้บริโภคโดยไม่เป็นธรรม หรือสร้างภาระแก่ผู้บริโภคเกินความจำเป็น ป้องกันมิให้คลื่นความถี่รบกวนกัน ป้องกันการกระทำที่มีผลเป็นการขัดขวางเสรีภาพในการรับรู้หรือปิดกั้นการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องตามความเป็นจริงของประชาชนและป้องกันมิให้บุคคลหรือกลุ่มบุคคลใดใช้ประโยชน์จากคลื่นความถี่โดยไม่คำนึงถึงสิทธิของประชาชนทั่วไป รวมถึงป้องกันผลกระทบต่อสุขภาพของประชาชนที่อาจเกิดจากการใช้คลื่นความถี่ ตลอดทั้งการกำหนดสัดส่วนขั้นต่ำที่ผู้ใช้ประโยชน์จากคลื่นความถี่จะต้องดำเนินการเพื่อประโยชน์สาธารณะ จากบทสรุปอำนาจหน้าที่ของ กสทช. ดังกล่าว พบว่า กสทช. และสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กสทช.) มีบทบาทและภารกิจอย่างกว้างขวางในการกำกับ ดูแล พิจารณาอนุมัติ อนุญาต และการจัดสรรคลื่นความถี่ให้เพียงพอเหมาะสม คุ้มค่าเป็นประโยชน์สูงสุด ซึ่งถือว่าคลื่นความถี่เป็นทรัพยากรส่วนรวมของคนไทยทั้งชาติ โดยภาพรวมกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมเป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนาประเทศให้ขับเคลื่อนไปในมิติต่าง ๆ เศรษฐกิจ การพัฒนาสังคม การกำกับดูแลการสื่อสารโทรคมนาคมของไทยจึงเป็นบทบาทสำคัญอย่างยิ่งของ กสทช.

ขณะเดียวกันพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และที่แก้ไขเพิ่มเติม หมวด 6 การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการดำเนินการและการบริหารงาน มาตรา 70 กำหนดให้มีคณะกรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานขึ้นคณะหนึ่ง ประกอบด้วย กรรมการ 5 ด้าน ตามความเชี่ยวชาญที่กฎหมายกำหนด ได้แก่ 1) ด้านกิจการกระจายเสียง 2) ด้านกิจการโทรทัศน์ 3) ด้านกิจการโทรคมนาคม 4) ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และ 5) ด้านการส่งเสริมสิทธิและเสรีภาพของประชาชน โดยให้คณะกรรมการมีอำนาจหน้าที่ตามมาตรา 72 คือ ติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. แล้วแจ้งผลให้ กสทช. ทราบภายในเก้าสิบวันนับตั้งแต่วันสิ้นปีบัญชี และให้ กสทช. นำรายงานดังกล่าวให้ประชาชนทราบทางระบบเครือข่ายสารสนเทศของสำนักงาน กสทช. ตามมาตรา 76 และเปิดเผยรายงานดังกล่าวให้ประชาชนทราบทางระบบเครือข่ายสารสนเทศของสำนักงาน กสทช. หรือวิธีการอื่นที่เห็นสมควร ทั้งนี้ การประเมินผลดังกล่าวต้องอยู่บนพื้นฐานข้อเท็จจริงและข้อมูลต่าง ๆ และต้องมีการรับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้เสีย ประกอบด้วยคณะกรรมการอาจมอบหมายให้หน่วยงานหรือองค์กรที่มีความเชี่ยวชาญเป็นผู้รวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ และประเมินผลเพื่อประโยชน์ในการจัดทำรายงาน โดยรายงานตามมาตรา 72 อย่างน้อยจะต้องมีเนื้อหาประกอบด้วย 1) ผลการปฏิบัติงานของ กสทช.

สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. 2) รายงานข้อเท็จจริงหรือข้อสังเกตจากการปฏิบัติตามอำนาจหน้าที่ของ กสทช. ในส่วนที่เกี่ยวกับการปฏิบัติหน้าที่อย่างมีประสิทธิภาพและความสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล พร้อมทั้งความเห็นและข้อเสนอแนะ 3) ความเห็นเกี่ยวกับรายงานประจำปีที่ กสทช. ได้จัดทำขึ้นตามมาตรา 76 (โดยเฉพาะ (6) ประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการพิจารณาเรื่องร้องเรียนของผู้บริโภค) และ 4) เรื่องอื่น ๆ ที่เห็นสมควรรายงานให้ กสทช. รัฐสภา หรือประชาชน ทราบ

การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. ในด้านที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค จากอำนาจหน้าที่ กสทช. ตามมาตรา 27 กำหนดให้ กสทช. มีอำนาจหน้าที่ดังนี้ (1) จัดทำแผนแม่บทการบริหารคลื่นความถี่ ตารางกำหนดคลื่นความถี่แห่งชาติ แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ แผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม แผนความถี่วิทยุและแผนเลขหมายโทรคมนาคม และดำเนินการให้เป็นไปตามแผนดังกล่าว ทั้งนี้ แผนดังกล่าวต้องสอดคล้องกับนโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (6) พิจารณาอนุญาตและกำกับดูแลการประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้รับบริการที่มีคุณภาพ ประสิทธิภาพ รวดเร็ว ถูกต้อง และเป็นธรรม และกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการเกี่ยวกับการอนุญาต เงื่อนไขหรือค่าธรรมเนียมการอนุญาตดังกล่าว (9) กำหนดโครงสร้างอัตราค่าธรรมเนียมและโครงสร้างอัตราค่าบริการในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ให้เป็นธรรมต่อผู้ใช้บริการและผู้ให้บริการ โดยคำนึงถึงประโยชน์สาธารณะเป็นสำคัญ (13) คุ้มครองสิทธิและเสรีภาพของประชาชน มิให้ถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบกิจการและคุ้มครองสิทธิในความเป็นส่วนตัว และเสรีภาพของบุคคลในการสื่อสารถึงกันโดยทางโทรคมนาคม และส่งเสริมสิทธิเสรีภาพและความเสมอภาคของประชาชนในการเข้าถึงและใช้ประโยชน์คลื่นความถี่ที่ใช้ในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม (16) ติดตาม ตรวจสอบ และให้คำปรึกษาแนะนำการประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม (17) กำหนดลักษณะการควบรวม การครองสิทธิข้ามสื่อ หรือการครอบงำกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ที่ใช้คลื่นความถี่ระหว่างสื่อมวลชนด้วยกันเองหรือโดยบุคคลอื่นใด ซึ่งจะมีผลเป็นการขัดขวางเสรีภาพในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารหรือปิดกั้นการได้รับข้อมูลข่าวสารที่หลากหลายของประชาชน (23) เสนอแนะต่อคณะรัฐมนตรีเพื่อให้มีกฎหมายหรือแก้ไขปรับปรุงหรือยกเลิกกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจัดสรรคลื่นความถี่และการดำเนินการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับคลื่นความถี่ กิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม (24) ออกระเบียบ ประกาศ หรือคำสั่งอันเกี่ยวกับอำนาจหน้าที่ของ กสทช. (25) ปฏิบัติการอื่นใดตามที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัตินี้หรือกฎหมายอื่น การกำหนดลักษณะการควบรวม การครองสิทธิข้ามสื่อหรือการครอบงำตาม (17) ให้ กสทช. รับฟังความคิดเห็นจากประชาชนและผู้เกี่ยวข้องประกอบด้วย และมาตรา 74 ในการดำเนินการตามอำนาจหน้าที่ กสทช. ต้องดำเนินการให้สอดคล้องกับนโยบายที่คณะรัฐมนตรีแถลงไว้ต่อรัฐสภา

ส่วนด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ในมาตรา 31 เพื่อประโยชน์ในการคุ้มครองผู้บริโภคมิให้ถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ให้ กสทช. มีหน้าที่ตรวจสอบการดำเนินการของผู้ประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม มิให้มีการดำเนินการใด ๆ ในประการที่น่าจะเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค ทั้งนี้ โดยให้ กสทช. แต่งตั้งคณะอนุกรรมการขึ้นสองคณะ ประกอบด้วยผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์อันเป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติหน้าที่ของ กสทช. ในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ และด้านกิจการโทรคมนาคม โดยให้มีอำนาจหน้าที่ในการพิจารณาและเสนอความเห็นเกี่ยวกับเรื่องร้องเรียนและปฏิบัติหน้าที่อื่น ทั้งนี้ ตามที่ กสทช. กำหนด ในกรณีที่ผู้ประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ หรือกิจการ

โทรคมนาคม ดำเนินการใด ๆ ในประการที่น่าจะเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคโดยอาศัยการใช้เครือข่ายหรือการโฆษณาอันมีลักษณะเป็นการค้ากำไรเกินควร หรือก่อให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญ ไม่ว่าด้วยวิธีการใดตามหลักเกณฑ์ที่ กสทช. กำหนดให้ กสทช. มีอำนาจสั่งระงับการดำเนินการดังกล่าวได้

ในการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการดำเนินการและการบริหารงานของสำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค อำนาจหน้าที่ของสำนักงาน กสทช. ตามมาตรา 56 และมาตรา 57 แห่งพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ฯ พ.ศ. 2553 และที่แก้ไขเพิ่มเติม บัญญัติให้สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ หรือเรียกโดยย่อว่า “สำนักงาน กสทช.” เป็นนิติบุคคล มีฐานะเป็นหน่วยงานของรัฐที่ไม่เป็นส่วนราชการตามกฎหมายว่าด้วยระเบียบบริหารราชการแผ่นดินและไม่เป็นรัฐวิสาหกิจ มีอำนาจหน้าที่ดังนี้ 1) การรับและจ่ายเงินรายได้ของสำนักงาน กสทช. 2) จัดทำงบประมาณรายจ่ายประจำปีของสำนักงาน กสทช. เพื่อเสนอ กสทช. อนุมัติ 3) ตรวจสอบและติดตามการใช้คลื่นความถี่ 4) รับและพิจารณาเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการใช้คลื่นความถี่ การประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อตรวจสอบและแก้ไขปัญหาหรือเสนอความเห็นต่อ กสทช. เพื่อพิจารณาหลักเกณฑ์ที่ กสทช. กำหนด 5) ศึกษา รวบรวม และวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคลื่นความถี่ การใช้คลื่นความถี่ การประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม 6) รับผิดชอบงานธุรการของ กสทช. และคณะกรรมการบริหารกองทุน และ 7) ปฏิบัติภารกิจอื่นตามที่ กสทช. มอบหมายและตามมาตรา 59 ให้สำนักงาน กสทช. เปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานของ กสทช. และสำนักงาน กสทช. ให้ประชาชนทราบทางระบบเครือข่ายสารสนเทศ หรือวิธีการอื่นที่เห็นสมควร โดยอย่างน้อยต้องเปิดเผย ดังต่อไปนี้ (1) ใบอนุญาตประกอบกิจการของผู้ได้รับอนุญาตทุกราย พร้อมทั้งเงื่อนไขที่กำหนด (2) รายได้ของสำนักงาน กสทช. ตามมาตรา 65 เป็นรายเดือนโดยสรุป (3) รายจ่ายสำหรับการดำเนินงานของ กสทช. และสำนักงาน กสทช. เป็นรายเดือนโดยสรุป (4) รายละเอียดของอัตราค่าตอบแทนกรรมการ กสท. กทค. อนุกรรมการ และที่ปรึกษาต่าง ๆ เป็นรายบุคคล (5) ผลการศึกษาวิจัย และผลงานอื่น ๆ ที่ว่าจ้างให้หน่วยงานภายนอกดำเนินการ (6) รายงานเรื่องร้องเรียน ความคืบหน้า และผลการพิจารณาเรื่องร้องเรียนของผู้บริโภค และผู้รับใบอนุญาตและจำนวนเรื่องที่ยังค้างพิจารณา (7) รายละเอียดของผลการจัดซื้อจัดจ้างของสำนักงาน กสทช. และสัญญาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องและอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของประธานกรรมการ

ทั้งนี้ ให้สำนักงาน กสทช. มีเลขาธิการ กสทช. คนหนึ่งรับผิดชอบการปฏิบัติงานของสำนักงาน กสทช. ขึ้นตรงต่อประธานกรรมการและเป็นผู้บังคับบัญชาพนักงานและลูกจ้างของสำนักงาน กสทช. ทั้งนี้ สำนักงาน กสทช. ได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์สำนักงาน กสทช. ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2565 - 2570) (สำนักงาน กสทช. 2565) ขึ้น โดยเห็นว่า การหลอมรวมทางเทคโนโลยีทำให้เกิดการให้บริการใหม่ ในขณะที่กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารโทรคมนาคมมีหลายฉบับและมีความล้าหลังไม่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีดังกล่าว ทำให้เกิดช่องว่างทางกฎหมาย จึงเป็นอุปสรรคต่อการกำกับดูแลและนำไปปฏิบัติให้มีประสิทธิภาพ ขณะที่ด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์พบว่า การไม่รู้เท่าทันสื่อและเทคโนโลยีของผู้บริโภคก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในวิถีการดำรงชีวิต ได้ส่งผลกระทบด้านลบต่อสังคมและความมั่นคงของประเทศ ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงานของสำนักงาน กสทช. ในการคุ้มครองผู้บริโภค ดังนั้น ในการติดตาม ตรวจสอบและประเมินผลการดำเนินการและการบริหารงานของสำนักงาน กสทช. เฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค ระบุในยุทธศาสตร์ที่ 4 เรื่อง การพัฒนาศักยภาพในการกำกับดูแล และส่งเสริมกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ให้เหมาะสมกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป กลยุทธ์ที่ 3 พัฒนากลไกในการกำกับดูแลด้านเนื้อหา ส่งเสริมสิทธิเสรีภาพของประชาชน และคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ มีวัตถุประสงค์ที่เกี่ยวข้องคือ ข้อ 2 เพื่อปรับปรุงแนวทางในการส่งเสริมสิทธิ

เสรีภาพของประชาชนให้สามารถเข้าถึงบริการกระจายเสียงและโทรทัศน์และคุ้มครองผู้บริโภคมิให้ถูกเอาเปรียบและได้รับบริการอย่างเป็นธรรม สำหรับแนวทางการดำเนินงานระบุในข้อที่ 3 คือส่งเสริมการพัฒนาทักษะและความรู้ด้านการรู้เท่าทันสื่อของประชาชน และส่งเสริมให้มีเครือข่ายเฝ้าระวัง ภาคีเครือข่ายภาคประชาชน และส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมด้านการคุ้มครองผู้บริโภค/ประชาชนที่มีความเข้มแข็ง และข้อที่ 7 เพิ่มขีดความสามารถในการบริหารจัดการเรื่องร้องเรียนในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ให้มีประสิทธิภาพ โดยนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ ประกอบกับกลยุทธ์ที่ 4 เสริมสร้างความเข้มแข็งและกลไกการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม มีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งและกลไกการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม โดยสร้างเสริมความตระหนักรู้และการรักษาสิทธิในการเข้าใช้บริการโทรคมนาคมและสร้างความเข้มแข็งให้กับประชาชนและพัฒนากลไกเครือข่าย ภาคประชาชนในการคุ้มครองผู้บริโภคให้เป็นไปอย่างต่อเนื่อง มีแนวทางการดำเนินงาน คือ ข้อที่ 1 สนับสนุน กสทช. ในการกำหนดนโยบายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคมของประเทศ ข้อที่ 2 ปรับปรุงกฎระเบียบเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคมให้สอดคล้องกับสภาวการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป ข้อที่ 3 จัดทำแผนด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม ข้อที่ 4 ส่งเสริมและพัฒนาเครือข่ายการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคมทั้งภาคประชาชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ข้อที่ 5 ส่งเสริมความตระหนักรู้เกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม และข้อที่ 6 เพิ่มขีดความสามารถในการบริหารจัดการเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคมให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้

สำหรับประเด็นสำคัญในการคุ้มครองผู้บริโภคในดำเนินการติดตาม ตรวจสอบ ประเมินผลการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ในด้านกิจการโทรคมนาคมคือการขาดการออกประกาศ มาตรการหรือแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภคที่เป็นการแก้ไขปัญหาเชิงระบบ ซึ่งเป็นการแก้ไขปัญหาจากเรื่องร้องเรียนเป็นรายกรณี ทั้งที่ปัญหาเหล่านั้นมีสถิติเรื่องร้องเรียนที่เกิดขึ้นเป็นประจำและต่อเนื่อง โดยผู้ประกอบการมักจะติดต่อประสานงานหรือติดต่อกับผู้ร้องเรียนโดยตรงเพื่อยุติเรื่องร้องเรียน ส่งผลให้เรื่องร้องเรียนดังกล่าวไม่ได้รับการแก้ไขเชิงระบบและยั่งยืน รวมทั้งเรื่องร้องเรียนที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคตามประกาศ กสทช. เรื่อง การกระทำที่น่าจะเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม โดยอาศัยการใช้เครือข่ายหรือการโฆษณาอันมีลักษณะเป็นการค้ากำไรเกินควรหรือก่อให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญ พ.ศ. 2558 หรือตามประกาศคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กทช.) เรื่อง มาตรฐานของคุณภาพการให้บริการโทรคมนาคม ประกาศ กสทช. เรื่อง มาตรการคุ้มครองสิทธิของผู้ใช้บริการโทรคมนาคมเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล สิทธิในความเป็นส่วนตัว และเสรีภาพในการสื่อสารถึงกันโดยทางโทรคมนาคม จากสถิติเรื่องร้องเรียน (นับตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม – 31 กรกฎาคม 2567 พบว่า มีเรื่องร้องเรียนทั้งหมดจำนวน 862 เรื่อง เป็นเรื่องร้องเรียนที่ยุติแล้วจำนวน 612 เรื่อง โดยเป็นเรื่องร้องเรียนที่ยุติเรื่องภายใน 30 วัน จำนวน 342 เรื่อง ยุติเรื่องระหว่าง 31 – 60 วัน จำนวน 184 เรื่อง ยุติเรื่องระหว่าง 61 - 90 วัน จำนวน 50 เรื่อง และยุติเรื่องมากกว่า 90 วัน จำนวน 36 เรื่อง และเป็นเรื่องร้องเรียนที่อยู่ระหว่างดำเนินการ จำนวน 250 เรื่อง) สามารถจำแนกตามประเด็นปัญหาของบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีการร้องเรียนมากที่สุด 5 อันดับแรก (www.nbtc.go.th) ได้แก่ 1) คุณภาพสัญญาณอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (QoS) ไม่ดี 2) คุณภาพสัญญาณโทรศัพท์เคลื่อนที่และอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (QoS/Voice & Data) ไม่ดี 3) ข้อความสั้น (SMS) คิดเงินโดยไม่ได้สมัคร 4) ถูกระงับ/ยกเลิกเลขหมายและต้องการเลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่คืน และ 5) ปริมาณอินเทอร์เน็ตที่สมัครใช้บริการลดลงโดยไม่พบสาเหตุ (ข้อมูล ณ วันที่ 17 กันยายน 2567) ส่วนเรื่องร้องเรียนจำแนกตามประเด็นปัญหาของ

บริการอินเทอร์เน็ตที่มีการร้องเรียนมากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ 1) การไม่สามารถยกเลิกบริการโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย 2) การไม่สามารถเปลี่ยนรายการส่งเสริมการขายได้ 3) ความเร็วที่ใช้งานต่ำกว่าที่ทำสัญญา 4) การไม่สามารถใช้งานอินเทอร์เน็ตได้ตามปกติ และ 5) การถูกคิดค่าบริการที่ไม่เป็นธรรม เป็นต้น ในด้านกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ คือ 1) การกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคตามประกาศ กสทช. เรื่อง การกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2555 ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค เช่น การออกอากาศรายการหรือการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ไม่ชอบด้วยกฎหมาย การออกอากาศรายการลักษณะเชิญชวนให้ผู้บริโภคส่งข้อความหรือเน้นย้ำในเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยไม่มีเหตุผลอันสมควร 2) แนวปฏิบัติเฉพาะด้านการออกอากาศรายการหรือโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างเคร่งครัด เช่น เนื้อหาโฆษณาไม่ตรงกับที่ได้รับอนุญาตโฆษณาทั้งเสียง ภาพ หรือข้อความ หากไม่ตรงถือว่าเป็นการโฆษณาที่ไม่ได้รับอนุญาตการแสดงสรรพคุณอันเป็นเท็จหรือเกินจริง ทำให้หลงเชื่อโดยไม่สมควร หรือทำให้เข้าใจผิดในสาระสำคัญ และ 3) การออกอากาศรายการหรือการโฆษณาที่เป็นการหลอกลวงหรือกระทำที่ให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับการบริการหรือสินค้า เช่น การทำให้ผู้บริโภคทั่วไปเข้าใจผิดในข้อเท็จจริง หรือคุณสมบัติ หรือคุณลักษณะสินค้าหรือบริการ และจากการเข้าใจผิดดังกล่าวส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค การใช้ข้อมูลที่เป็นเท็จหรือข้อมูลที่ถูกต้อง แต่มีการปกปิดข้อมูลที่สำคัญหรือให้ข้อมูลที่ไม่ชัดเจน มิอาจเข้าใจได้ กำกวม ไม่เหมาะสม จนเป็นเหตุให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดในบริการหรือสินค้านั้น รวมทั้งขาดมาตรการควบคุมโฆษณาแฝงทางโทรทัศน์ดิจิทัล โดยเฉพาะเรื่องร้องเรียนและการยุติเรื่องร้องเรียนในการกำกับดูแลโฆษณาที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคและการบังคับใช้อำนาจในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

ดังนั้น เพื่อให้สอดคล้องกับอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานแนวทางดำเนินการเพื่อติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผล การดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ซึ่งจะดำเนินการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผล เป็นรายด้านตามความเชี่ยวชาญของกรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานแต่ละด้านตามที่กำหนดไว้ในกฎหมาย ทั้งนี้ เพื่อให้การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล มีข้อมูลข้อเท็จจริงที่สามารถใช้ประกอบการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผล ได้อย่างครบถ้วนสมบูรณ์ รวมทั้งอยู่บนพื้นฐานของข้อเท็จจริงและข้อมูลต่าง ๆ และต้องมีการรับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียประกอบด้วย ที่สะท้อนให้เห็นถึงผลของการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ได้อย่างแท้จริง ดังนั้น ในการรวบรวมข้อมูล สถิติ ข้อมูลวิชาการ จึงต้องผ่านกระบวนการสังเคราะห์ วิเคราะห์ สรุปผล ความเห็นและข้อเสนอแนะตามหลักวิชาการของระเบียบวิธีวิจัยที่ถูกต้อง เหมาะสม ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น จึงมีความจำเป็นต้องจ้างสถาบันการศึกษาที่มีความเชี่ยวชาญเป็นที่ปรึกษาเพื่อดำเนินการติดตาม ตรวจสอบ ประเมินผลการดำเนินและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567 ต่อไป

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อจ้างที่ปรึกษาติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567

2.2 เพื่อรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ ประเมินผล สรุปผลการศึกษา ความเห็นและข้อเสนอแนะต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคและจัดทำรายงานประกอบการดำเนินงานของกรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

3. ระเบียบวิธีการศึกษาและขอบเขตการดำเนินงาน

3.1 ระเบียบวิธีการศึกษา

การติดตาม ตรวจสอบ ประเมินผลการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567 ดำเนินการประยุกต์ใช้กระบวนการติดตาม ตรวจสอบและประเมินผล โดยวิธีการวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mixed Methods Research) คือ การวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อรวบรวมข้อมูลทั้งปฐมภูมิและทุติยภูมิในรูปแบบของการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง การสำรวจด้วยแบบสอบถาม การสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม และการจัดประชุมเวทีรับฟังความคิดเห็นสาธารณะจากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยมีการกำหนดระเบียบวิธีการศึกษา ดังนี้

3.1.1 การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

ดำเนินการตามระเบียบวิธีวิจัยสำรวจ (Survey Research) โดยออกแบบจัดทำแบบสอบถามเพื่อสำรวจความคิดเห็น วิเคราะห์ข้อมูล สรุปผล และข้อเสนอแนะของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้ที่เกี่ยวข้องทุกภูมิภาค ภาคละไม่น้อยกว่า 500 ชุด จำนวนรวมไม่น้อยกว่า 2,500 ชุด ประกอบด้วย

1) กรุงเทพฯ หรือปริมณฑล จำนวนไม่น้อยกว่า 500 ชุด
2) ภาคเหนือ จำนวนไม่น้อยกว่า 500 ชุด
3) ภาคใต้ จำนวนไม่น้อยกว่า 500 ชุด
4) ภาคกลาง/ภาคตะวันออก จำนวนไม่น้อยกว่า 500 ชุด
5) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวนไม่น้อยกว่า 500 ชุด

โดยการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มุ่งเน้นหาความรู้เชิงประจักษ์ในด้านความรู้ ความคิดเห็น พฤติกรรมในประเด็นที่ศึกษา เพื่อนำผลการวิจัยไปสู่การสรุปอ้างอิงไปยังประชากร โดยมีขั้นตอนการดำเนินงาน ดังนี้

(1) การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำ โดยใช้ตารางสำเร็จรูปสูตรของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อน ±5% ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำเท่ากับ 2,500 คน และเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) โดยการสุ่มแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยมีเขตพื้นที่รับผิดชอบของสำนักงาน กสทช. เป็นชั้น (Strata) และมีผู้บริโภคเป็นหน่วยตัวอย่าง (Sampling Unit) จากการศึกษาจำนวนประชากรไทย เพื่อกำหนดสัดส่วนการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม จำนวนไม่น้อยกว่า 2,500 ชุด พบว่า จำนวนประชากรที่มีสัญชาติไทย ([1] ข้อมูล ณ เดือนเมษายน พ.ศ. 2567) มีจำนวนทั้งสิ้น 64,767,417 คน โดยมีสัดส่วนประชากรแบ่งตามช่วงอายุ ได้แก่ วัยเด็ก

และเยาวชน (อายุต่ำกว่า 23 ปี) จำนวน 16,113,948 คน คิดเป็นร้อยละ 24.88 วัยทำงาน (อายุ 23-59 ปี) จำนวน 35,475,139 คน คิดเป็นร้อยละ 54.77 และผู้สูงอายุ (อายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป) จำนวน 13,178,330 คน คิดเป็นร้อยละ 20.35 สำหรับข้อมูลประชากรกลุ่มเปราะบางที่มีความบกพร่องทางการมองเห็น บกพร่องทางการได้ยิน และพิการด้านการเคลื่อนไหว และผู้พิการด้านอื่น ๆ (เช่น ทางสติปัญญา ทางการเรียนรู้ ทางออทิสติก พิการมากกว่า 1 ประเภท และไม่ระบุ) สถิติคนพิการที่จดทะเบียนทั่วประเทศ มีจำนวนทั้งสิ้น 2,273,978 คน ([2] ข้อมูล ณ กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2567) แบ่งตามภูมิภาค ดังตาราง 1.1

ตาราง 1.1 สถิติจำนวนประชากรทางการทะเบียนราษฎร และสถิติคนพิการที่จดทะเบียนทั่วประเทศ

ภูมิภาค	ผู้บริโภคทั่วไป (คน)	ผู้บริโภคกลุ่มเปราะบาง (คน)					รวม
		บกพร่องทางการมองเห็น	บกพร่องทางการได้ยิน	พิการทางการเคลื่อนไหว	อื่น ๆ	รวมผู้บริโภคกลุ่มเปราะบาง	
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	**2,991,524**	5,062	22,727	46,796	34,269	**108,854**	**3,100,378**
ภาคกลางและภาคตะวันออก	**13,254,344**	28,524	83,883	254,871	115,014	**482,292**	**13,736,636**
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	**24,223,725**	100,649	161,926	442,765	176,100	**881,440**	**25,105,165**
ภาคใต้	**8,008,142**	17,489	54,755	146,712	72,440	**291,396**	**8,299,538**
ภาคเหนือ	**14,015,705**	32,564	98,769	287,004	91,659	**509,996**	**14,525,701**
รวม	**62,493,440**	**184,288**	**422,060**	**1,178,148**	**489,482**	**2,273,978**	**64,767,418**

หมายเหตุ : [1]สถิติประชากรทางการทะเบียนราษฎร ข้อมูล ณ เดือนเมษายน 2567 จาก กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย

[2]สถิติคนพิการที่จดทะเบียนทั่วประเทศ ข้อมูล ณ เดือนเมษายน 2567 จากระบบงานออกบัตรประจำตัวคนพิการ กรมสงเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์

จากจำนวนประชากรที่ศึกษา ที่ปรึกษาได้ดำเนินการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งการกำหนดขนาดตัวอย่างขั้นต่ำโดยใช้สูตรของ Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างไม่น้อยกว่า 2,500 ชุด จาก 5 ภูมิภาค ภูมิภาคละไม่น้อยกว่า 500 ชุด ประกอบด้วย 1) กรุงเทพฯ และปริมณฑล 2) ภาคกลางและภาคตะวันออก 3) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 4) ภาคใต้ และ 5) ภาคเหนือ ซึ่งครอบคลุมตัวอย่างผู้บริโภคที่มีความหลากหลายทางด้านคุณลักษณะ ด้านประชากร และภูมิหลัง เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ตลอดทั้งครอบคลุมกลุ่มเปราะบาง เช่น ผู้บกพร่องทางการได้ยิน บกพร่องทางด้านการมองเห็น ผู้พิการทางการเคลื่อนไหว โดยเลือกตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) โดยการสุ่มแบบแบ่งชั้น (stratified random sampling) ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ดังตาราง 1.2

ตาราง 1.2 ขนาดกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค

ภูมิภาค	ผู้บริโภคทั่วไป (คน)			ผู้บริโภคกลุ่มเปราะบาง (คน)			รวม
	เด็กและเยาวชน	วัยทำงาน	ผู้สูงอายุ	บกพร่องทางการมองเห็น	บกพร่องทางการได้ยิน	พิการทางการเคลื่อนไหว	
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	121	267	99	1	4	8	**500**
ภาคกลางและภาคตะวันออก	121	266	99	1	3	9	**500**
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	121	266	99	2	3	9	**500**
ภาคใต้	121	267	99	1	3	9	**500**
ภาคเหนือ	121	266	99	1	3	10	**500**
รวม	**605**	**1,332**	**495**	**6**	**16**	**45**	**2,500**

(2) ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง และสร้างแบบสอบถามโดยประเด็นการศึกษา ประกอบด้วยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และข้อคำถามที่ได้จากการศึกษากรอบแนวคิด ซึ่งออกแบบให้มีความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม

(3) นำแบบสอบถามที่ได้พิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) นำแบบสัมภาษณ์ที่ได้จากการศึกษาทฤษฎีไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและนำแบบสัมภาษณ์ไปปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญและนำแบบสัมภาษณ์ที่ปรับแก้แล้วไปเก็บข้อมูล พิจารณาโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน ได้แก่ 1) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ยุทธนา สุดเจริญ 2) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทัศนาวลัย อุฬารสกุล และ 3) อาจารย์ ดร.สมชาติ เกตุพันธ์ และนำข้อมูลที่ได้มาคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Index of Item-Objective Congruence: IOC) โดยข้อคำถามมีค่า IOC มากกว่า 0.50 ทุกข้อคำถาม ถือได้ว่า แบบสอบถามผ่านเกณฑ์การพิจารณาความเชื่อมั่น (Reliability) และแบบสอบถามได้รับการตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถามจาก กตป. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค เรียบร้อยแล้ว หลังจากนั้น นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มประชากรที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา คือ จังหวัดราชบุรี จำนวน 35 ตัวอย่าง และนำมาหาค่าความเชื่อมั่นโดยการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟ่า (Alpha – Coefficient) ด้วยวิธีการของครอนบัค (Cronbach) ของแบบสอบถามตอนที่ 2, 4, และ 5 เพื่อหาสัมประสิทธิ์ความเชื่อถือได้ของแต่ละรายการ โดยค่าแอลฟ่าของทุกข้อคำถามมีค่าแอลฟ่า ตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป จึงถือได้ว่า แบบสอบถามมีความเชื่อถือสูง โดยผลการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ มีรายละเอียด ดังนี้

(3.1) แบบสอบถามตอนที่ 2 ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. จำนวน 10 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.965 มีค่าอำนาจอยู่ระหว่าง 0.957 - 0.960

(3.2) แบบสอบถามตอนที่ 4 ความเชื่อมั่นในการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค จำนวน 19 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.975 มีค่าอำนาจอยู่ระหว่าง 0.956 - 0.975

(3.3) แบบสอบถามตอนที่ 5 ความคิดเห็นต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม จำนวน 34 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.991 มีค่าอำนาจอยู่ระหว่าง 0.989 – 0.991

(4) การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยผ่านการทำแบบสอบถามรูปแบบกระดาษและทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยที่ปรึกษาจัดระบบและควบคุมการตอบแบบสอบถามให้ถึงกลุ่มตัวอย่างตามคุณลักษณะที่กำหนด และตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลที่ได้กลับคืนมา คัดเลือกข้อมูลแบบสอบถามที่สมบูรณ์จนครบตามจำนวนที่กำหนด ดังตาราง 1.3

ตาราง 1.3 จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามตามคุณลักษณะที่กำหนด

ภาค	ประเภทผู้บริโภค						รวม
	เด็กและเยาวชน	วัยทำงาน	ผู้สูงอายุ	บกพร่องทางการได้ยิน	พิการทางการเคลื่อนไหว	บกพร่องทางการมองเห็น	
กรุงเทพฯ หรือปริมณฑล	53	417	36	7	1	2	516
ภาคกลาง/ภาคตะวันออก	139	277	46	27	14	4	507
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	57	315	69	24	10	32	507
ภาคใต้	74	395	25	4	1	10	509
ภาคเหนือ	70	423	41	9	3	1	547
รวม	**393**	**1,827**	**217**	**71**	**29**	**49**	**2,586**

(5) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และวิเคราะห์ทางสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ การทดสอบที (t-test) เพื่อใช้ทดสอบความแตกต่าง หรือเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลและการจัดทำรายงานผลการศึกษา

3.1.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

(1) การเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) โดยสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มีขั้นตอนการดำเนินงาน ดังนี้

(1.1) กำหนดผู้ให้ข้อมูลโดยใช้วิธีการคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) จากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้เกี่ยวข้อง เช่น กสทช. หรือเลขาธิการ กสทช. หรือผู้บริหารของสำนักงาน กสทช. หรือผู้แทนกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม หรือผู้แทนคณะกรรมาธิการของสภาผู้แทนราษฎรและวุฒิสภา หรือผู้แทนคณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ หรือผู้แทนคณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคด้านกิจการโทรคมนาคม หรือผู้แทนผู้ได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม หรือผู้แทนองค์กรวิชาชีพหรือนักวิชาการ หรือผู้แทนจากองค์กรผู้บริโภค หรือผู้ใช้บริการจากกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม หรือผู้แทนจากสภาเด็กและเยาวชน หรือผู้แทนจากสื่อสารมวลชน หรือผู้แทนจากกลุ่มคนพิการ/กลุ่มเปราะบาง และอื่น ๆ จำนวนไม่น้อยกว่า 30 ตัวอย่าง

(1.2) ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง และสร้างแบบสัมภาษณ์ปลายเปิด ประเด็นข้อคำถามสอดคล้องกับแบบสอบถามเชิงปริมาณ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกในประเด็นที่สำคัญมากขึ้น

(1.3) นำแบบสัมภาษณ์ที่ได้จากการศึกษาทฤษฎีไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและนำแบบสัมภาษณ์ไปปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญและนำแบบสัมภาษณ์ที่ปรับแก้แล้วไปเก็บข้อมูล

(1.4) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยผ่านการสัมภาษณ์โดยจดบันทึกขณะสัมภาษณ์ บันทึกเสียง และถ่ายภาพจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง และขออนุญาตบันทึกเสียงขณะสัมภาษณ์ จำนวนไม่น้อยกว่า 30 ตัวอย่าง

(1.5) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาถอดเทปและวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) สรุปคำสัมภาษณ์ตามประเด็น จัดเป็นหมวดหมู่ วิเคราะห์ สังเคราะห์ สร้างข้อสรุปด้วยการจำแนกชนิดข้อมูล และจัดทำรายงานผลการศึกษา

(2) การจัดประชุมระดมคลังสมอง (Think Tank)

เป็นการจัดประชุมเพื่อระดมสมองกับผู้เกี่ยวข้องกับการดูแลนโยบายและการติดตามตรวจสอบ และประเมินผลใน 3 กิจการที่เกี่ยวข้อง จำนวน 3 ครั้ง ครั้งละ 15 ตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยผู้บริหารหรือผู้แทน หรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับประเด็นที่ศึกษา ทั้งนี้ จะต้องได้รับความเห็นชอบจาก กตป. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อให้ได้ข้อมูลระดับการกำกับนโยบายและปฏิบัติการโดยจัดที่กรุงเทพฯ หรือปริมณฑล รายละเอียดการจัดประชุม ดังตาราง 1.4

ตาราง 1.4 รายละเอียดการจัดประชุมระดมคลังสมอง (Think Tank)

ครั้งที่	จังหวัด	สถานที่	วันเดือนปี ที่จัดการประชุม	จำนวนผู้เข้าร่วม (คน)
1	กรุงเทพมหานคร	โรงแรม ที.เค.พาเลซ แอนด์ คอนเวนชั่น เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร	10 กันยายน 2567	15
2			14 พฤศจิกายน 2567	18
3			28 พฤศจิกายน 2567	19
รวม				**52**

(3) การจัดสนทนากลุ่ม (Focus Group)

(3.1) กำหนดการสนทนากลุ่มเป็นการตั้งคำถามแบบเจาะประเด็นร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และผู้ที่เกี่ยวข้อง มีผู้เข้าร่วมประชุมครั้งละ 20 คน จำนวน 4 ครั้ง รวม 80 คน เพื่อรับทราบข้อมูลข้อเท็จจริง ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะที่เกี่ยวข้องที่ส่งผลต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค เช่น กสทช. หรือผู้บริหารของสำนักงาน กสทช. หรือผู้ได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม หรือผู้แทนสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค หรือผู้แทนสถานีวิทยุโทรทัศน์ หรือผู้แทนสมาคมคนพิการที่เกี่ยวข้อง หรือผู้แทนองค์กรวิชาชีพ หรือนักวิชาการ หรือนักสื่อสารมวลชน หรือผู้แทนสภาเด็กเยาวชน หรือผู้ร้องเรียนในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม หรือผู้แทนสมาคม/มูลนิธิ/องค์กรที่เกี่ยวข้องกับงานคุ้มครองผู้บริโภค โดยเปิดโอกาสให้มีการร่วมสนทนา โต้ตอบ ถกปัญหา อภิปรายร่วม และแลกเปลี่ยนความคิดเห็น หรือมุมมองต่าง ๆ อย่างเปิดกว้าง เพื่อรับฟังความคิดเห็นข้อเท็จจริงต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์ต่อการนำไปสู่ประเด็นในการติดตามและประเมินผล

(3.2) ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง และสร้างแบบแสดงความคิดเห็นปลายเปิด ประเด็นข้อคำถามสอดคล้องกับแบบสอบถามเชิงปริมาณ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกในประเด็นที่สำคัญมากขึ้น

(3.3) นำแนวทางการตั้งคำถาม โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน นำไปตั้งคำถามแบบเจาะประเด็นร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และผู้ที่เกี่ยวข้อง

(3.4) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยผ่านการจัดสนทนากลุ่ม พร้อมทั้งจดบันทึกขณะจัดสนทนากลุ่มบันทึกเสียง และถ่ายภาพ โดยมีผู้เข้าร่วมประชุมครั้งละ 20 คน จำนวน 4 ครั้ง รวม 80 คน ร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อรับทราบข้อมูลข้อเท็จจริง ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะ

ที่เกี่ยวข้องที่ส่งผลต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค โดยที่ปรึกษาเป็นผู้เชิญหน่วยงานและบุคคลที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อย ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล รายละเอียดดังตาราง 1.5

ตาราง 1.5 รายละเอียดการจัดสนทนากลุ่ม (Focus Group)

ลำดับ	การจัดประชุม	วันที่	สถานที่	จำนวนผู้เข้าร่วมประชุม (คน)
1	ครั้งที่ 1	วันอังคารที่ 1 ตุลาคม 2567	โรงแรมทีเค พาเลซ แอนด์ คอนเวนชั่น เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร	23
2	ครั้งที่ 2			23
3	ครั้งที่ 3	วันพุธที่ 2 ตุลาคม 2567		22
4	ครั้งที่ 4			21
รวม				**89**

(3.5) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยนำข้อมูลที่ได้จากการจัดสนทนากลุ่มมาถอดเทปและวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) สรุปคำสัมภาษณ์ตามประเด็น จัดเป็นหมวดหมู่ วิเคราะห์ สังเคราะห์ สร้างข้อสรุปด้วยการจำแนกชนิดข้อมูล และจัดทำรายงานผลการศึกษา

(4) การจัดการประชุมเวทีรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ (Public Hearing)

จัดการประชุมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 5 ภูมิภาค ภูมิภาคละ 1 ครั้ง ประกอบด้วย (1) กรุงเทพฯ หรือปริมณฑล (2) ภาคเหนือ (จังหวัดลำปาง) (3) ภาคใต้ (จังหวัดภูเก็ต) (4) ภาคตะวันออก (จันทบุรี) และ (5) ภาคตะวันออกเอียงเหนือ (จังหวัดนครพนม) โดยมีผู้เข้าร่วมประชุมฯ ภูมิภาคละไม่น้อยกว่า 100 คน ประกอบด้วย ผู้บริหาร หรือเจ้าหน้าที่สำนักงาน กสทช. หรือผู้ได้รับใบอนุญาตในกิจการโทรคมนาคม หรือผู้ใช้บริการโทรคมนาคมหรือผู้แทนองค์กรผู้บริโภค หรือผู้แทนกลุ่มคนพิการหรือกลุ่มเปราะบาง หรือผู้แทนสภาเด็กและเยาวชน หรือผู้แทนตัวแทนเครือข่ายผู้บริโภค หรือผู้แทนจากการใช้บริการโทรคมนาคม หรือนักสื่อสารมวลชน หรือผู้ที่เคยได้รับทุนสนับสนุนจากกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.) โดยที่ปรึกษาเป็นผู้เชิญหน่วยงานและผู้ที่เกี่ยวข้องจัดทำเอกสารประกอบ สรุปผล และการบริหารจัดการ รายละเอียดดังตาราง 1.6

ตาราง 1.6 รายละเอียดการจัดการประชุมเวทีรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ (Public Hearing)

ครั้งที่	ภาค	จังหวัด	สถานที่	วัน เดือน ปี ที่จัดการประชุม	จำนวนผู้เข้าร่วมประชุม (คน)
1	กรุงเทพฯ หรือปริมณฑล	กรุงเทพฯ	โรงแรม ที เค พาเลซ	4 ตุลาคม 2567	109
2	เหนือ	ลำปาง	โรงแรมทรีธารา	9 ตุลาคม 2567	113
3	ใต้	ภูเก็ต	โรงแรมบูกิตตา บูทีค	16 ตุลาคม 2567	102
4	ตะวันออกเฉียงเหนือ	นครพนม	โรงแรมเวลาดี นครพนม	29 ตุลาคม 2567	103
5	กลาง/ตะวันออก	จันทบุรี	โรงแรมเจ้าหลาวทอแสงบีช	1 พฤศจิกายน 2567	104
รวม					**531**

วิธีการรวบรวมข้อมูลจากการประชุมเวทีรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ (Public Hearing) มี 2 วิธีการ คือ

(4.1) แบบสอบถาม ได้แก่ ข้อมูลส่วนบุคคล (เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด ประเภทผู้เข้าร่วมประชุม ภูมิลำเนา เป็นต้น) และความคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567

(4.2) การตั้งประเด็นหัวข้อเพื่อให้ผู้เข้าร่วมประชุมได้แสดงความคิดเห็น ประกอบด้วยประเด็นต่าง ๆ จากการดำเนินการตามแผนแม่บทที่เกี่ยวข้องกับ กสทช. แผนยุทธศาสตร์ แผนปฏิบัติการประจำปี แผนงาน โครงการกิจกรรม และผลการดำเนินงานต่าง ๆ ของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช.

3.2 ขอบเขตการดำเนินงาน

ที่ปรึกษากำหนดขอบเขตการดำเนินงานเป็น 3 ระยะ ดังภาพ 1.1



ภาพ 1.1 ขอบเขตการดำเนินงาน

4. กรอบแนวคิดการศึกษา

4.1 แนวคิดการประเมินผล

การประเมินผลการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567 ที่ปรึกษาได้ดำเนินการใช้แนวคิดรูปแบบการประเมินผลซิปป์ของสตัฟเฟิลบีม (Srufflebeam's CIPP Model) ในปี ค.ศ. 1971 สตัฟเฟิลบีม และคณะ ได้เขียนหนังสือทางการประเมินออกมาหนึ่งเล่ม ชื่อ "Educational Evaluation and decision Making" หนังสือเล่มนี้เป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวาง จนเป็นที่ยอมรับกันทั่วไปในปัจจุบัน เรียกว่า "CIPP Mode"

รูปแบบการประเมินแบบซิปป์ (CIPPI Model)

เป็นการประเมินภาพรวมของโครงการ ตั้งแต่บริบท ปัจจัยป้อน กระบวนการ และผลผลิต (Context, Input, Process, Product and Impact) โดยจะใช้วิธีการสร้างเกณฑ์และประสิทธิภาพของโครงการ ทั้งภาพรวมหรือรายปัจจัยเป็นสำคัญ ดังนี้

(1) การประเมินด้านบริบท หรือประเมินเนื้อความ (Context Evaluation: C) เป็นการศึกษาปัจจัยพื้นฐานที่นำไปสู่การพัฒนาเป้าหมายของโครงการ ได้แก่ บริบทของสภาพแวดล้อม นโยบาย วิสัยทัศน์

ปัญหา แหล่งทุน สภาพความผันผวนทางด้านสังคม เศรษฐกิจ และการเมือง ตลอดจนแนวโน้มการก่อตัวของปัญหาที่อาจจะเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินโครงการ เป็นต้น

(2) การประเมินปัจจัยป้อน (Input Evaluation: I) เพื่อค้นหาประสิทธิภาพขององค์ประกอบที่นำมาเป็นปัจจัยป้อน อาจจะจำแนกเป็นบุคคล ศักยภาพ การบริหารงาน แต่ละปัจจัยยังจำแนกย่อยออกไป เช่น บุคคล อาจพิจารณาเป็น เพศ อายุ มีสถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ ความพึงพอใจ ความคาดหวัง ทัศนคติ ศักยภาพ ความสามารถ ประสบการณ์ ความรู้ คุณวุฒิทางการศึกษา ถิ่นที่อยู่ เป็นต้น

(3) การประเมินกระบวนการ (Process Evaluation: P) เป็นการศึกษาต่อจากการประเมินบริบทและปัจจัยป้อนว่า กระบวนการเป็นไปตามแผนที่วางไว้ เป็นการศึกษาค้นหาข้อบกพร่อง จุดอ่อน หรือจุดแข็งของกระบวนการบริหารจัดการการดำเนินงานที่จะนำเป้าหมายของหน่วยงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้ว่ามีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใด

(4) การประเมินผลิตผล (Product Evaluation: P) เป็นการตรวจสอบประสิทธิผลของหน่วยงาน โดยเฉพาะความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับผลลัพธ์ที่ได้แล้วนำเกณฑ์ที่กำหนดไว้ไปตัดสิน เกณฑ์มาตรฐานนั้นอาจจะกำหนดขึ้นเองหรืออาศัยเกณฑ์ที่บุคคลหรือหน่วยงานอื่นกำหนดไว้ก็ได้

(5) การประเมินผลกระทบ (Impact: I) เป็นการตรวจสอบประเมินผลกระทบของการดำเนินงานของหน่วยงานว่าหน่วยงานสามารถสร้างผลประโยชน์หรือผลกระทบต่อประชาชนและผู้มีส่วนได้เสียอย่างไร

การศึกษาครั้งนี้ มีการเพิ่มเติมองค์ประกอบด้านผลกระทบ (Impact) เรียกว่ารูปแบบการประเมิน CIPPI Model โดยเป็นส่วนปรับขยายของการประเมินรูปแบบ CIPP เพื่อนำผลจากการประเมินด้านผลกระทบเพื่อให้มีการประเมินครบถ้วนและถ้าเป็นไปได้สิ่งที่เกี่ยวพันอันเกิดขึ้นที่หลังจากสิ้นสุดการดำเนินหรือการบริหารงานไปแล้วระยะหนึ่ง เนื่องจากจะเกิดผลกระทบที่มีทั้งผลบวกและผลลบ นอกจากนี้ยังช่วยประหยัดเวลาและงบประมาณ

นอกจากนี้ ประเภทการตัดสินใจที่สอดคล้องกับประเด็นที่ประเมิน มีดังนี้

(1) การตัดสินใจเพื่อการวางแผน (Planning Decisions) เป็นการตัดสินใจที่ใช้ข้อมูลจากการประเมินสภาพแวดล้อมที่ได้นำไปใช้ในการกำหนดจุดประสงค์ของโครงการให้สอดคล้องกับแผนการดำเนินงาน

(2) การตัดสินใจเพื่อกำหนดโครงสร้าง (Structuring Decisions) เป็นการตัดสินใจที่ใช้ข้อมูลจากปัจจัยนำเข้าที่ได้นำไปใช้ในการกำหนดโครงสร้างของแผนงาน และขั้นตอนของการดำเนินการของหน่วยงาน

(3) การตัดสินใจเพื่อนำข้อมูลไปปฏิบัติ (Implementation Decisions) เป็นการตัดสินใจที่ใช้ข้อมูลจากการประเมินกระบวนการเพื่อพิจารณาควบคุมการดำเนินการให้เป็นไปตามแผนและปรับปรุงแก้ไข การดำเนินการให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด

(4) การตัดสินใจเพื่อทบทวนเนื้อหา (Recycling Decisions) เช่น การตัดสินใจเพื่อใช้ข้อมูลจากการประเมินผลผลิต (Output) ที่เกิดขึ้น เพื่อพิจารณาการยุติ/ล้มเลิก หรือขยายแผนงานที่จะนำไปใช้ในโอกาสต่อไป

4.2 แนวคิดธรรมาภิบาล (Good Governance)

ธรรมาภิบาล (Good Governance) คือ การปกครอง การบริหาร การจัดการ การควบคุมดูแลกิจการต่าง ๆ ให้เป็นไปในครรลองธรรม นอกจากนี้ยังหมายถึงการบริหารจัดการที่ดี ซึ่งสามารถนำไปใช้ได้ทั้งภาครัฐและเอกชน ธรรมที่ใช้ในการบริหารงานนี้ มีความหมายอย่างกว้าง กล่าวคือ หาได้มีความหมายเพียงหลักธรรมทางศาสนาเท่านั้น แต่รวมถึง ศีลธรรม คุณธรรม จริยธรรม และความถูกต้องชอบธรรมทั้งปวง ซึ่งวิญญูชนพึงมี

และพึงประพฤติปฏิบัติ อาทิ ความโปร่งใส ตรวจสอบได้ การปราศจากการแทรกแซงจากองค์กรภายนอก เป็นต้น

ธรรมาภิบาล เป็นหลักการที่นำมาใช้บริหารงาน ช่วยสร้างสรรค์และส่งเสริมองค์กรให้มีศักยภาพและประสิทธิภาพ อาทิ พนักงานต่างทำงานอย่างซื่อสัตย์สุจริตและขยันหมั่นเพียร

นอกจากนี้ แล้วยังทำให้บุคคลภายนอกที่เกี่ยวข้อง ศรัทธาและเชื่อมั่นในองค์กรนั้น ๆ อันจะทำให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เช่น องค์กรที่โปร่งใส ย่อมได้รับความไว้วางใจ

หลักธรรมาภิบาลการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี ประกอบด้วย 4 หลักการสำคัญ และ 10 หลักการย่อย ดังนี้

1) การบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ (New Public Management) ประกอบด้วย

1.1) ประสิทธิภาพ (Efficiency) หมายถึง การปฏิบัติงานต้องใช้ทรัพยากรอย่างประหยัด เกิดผลิตภาพที่คุ้มค่าต่อการลงทุนและบังเกิดประโยชน์สูงสุดต่อส่วนรวม ทั้งนี้ ต้องมีการลดขั้นตอนและระยะเวลาในการปฏิบัติงานเพื่ออำนวยความสะดวก และลดภาระค่าใช้จ่าย ตลอดจนยกเลิกภารกิจที่ล้าสมัยและไม่มีความจำเป็น

1.2) ประสิทธิผล (Effectiveness) หมายถึง ในการปฏิบัติงานต้องมีวิสัยทัศน์ เชิงยุทธศาสตร์ เพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย ปฏิบัติหน้าที่ตามพันธกิจให้บรรลุวัตถุประสงค์ของหน่วยงาน มีการวางเป้าหมายการปฏิบัติงานที่ชัดเจนและอยู่ในระดับที่ตอบสนองต่อความคาดหวังของประชาชน สร้างกระบวนการปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบและมีมาตรฐาน มีการจัดการความเสี่ยงและมุ่งเน้นผลการปฏิบัติงานเป็นเลิศ รวมถึงมีการติดตาม ประเมินผล และพัฒนาปรับปรุงการปฏิบัติงานให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง

1.3) การตอบสนอง (Responsiveness) หมายถึง ในการปฏิบัติงานต้องสามารถให้บริการได้อย่างมีคุณภาพ สามารถดำเนินการแล้วเสร็จภายในระยะเวลาที่กำหนด สร้างความเชื่อมั่นไว้วางใจ รวมถึงตอบสนองตามความคาดหวัง/ความต้องการของประชาชนผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีความหลากหลาย และมีความแตกต่างกันได้อย่างเหมาะสม

2) ค่านิยมประชาธิปไตย (Democratic Value) ประกอบด้วย

2.1) ภาระรับผิดชอบ/สามารถตรวจสอบได้ (Accountability) หมายถึง ในการปฏิบัติงานต้องสามารถตอบคำถามและชี้แจงได้เมื่อมีข้อสงสัย รวมทั้งต้องมีการจัดวางระบบการรายงานความก้าวหน้าและผลสัมฤทธิ์ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ต่อสาธารณะเพื่อประโยชน์ในการตรวจสอบและการให้คุณ ให้โทษ ตลอดจนมีการจัดเตรียมระบบการแก้ไขหรือบรรเทาปัญหาและผลกระทบใด ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้น

2.2) เปิดเผย/โปร่งใส (Transparency) หมายถึง ในการปฏิบัติงานต้องปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ตรงไปตรงมา รวมทั้งต้องมีการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นและเชื่อถือได้ให้ประชาชนได้รับทราบอย่างสม่ำเสมอ ตลอดจนวางระบบให้การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารดังกล่าวเป็นไปโดยง่าย

2.3) หลักนิติธรรม (Rule of Law) หมายถึง ในการปฏิบัติงานต้องใช้อำนาจของกฎหมาย กฎระเบียบ ข้อบังคับในการปฏิบัติงานอย่างเคร่งครัดด้วยความเป็นธรรม ไม่เลือกปฏิบัติ และคำนึงถึงสิทธิเสรีภาพของประชาชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียฝ่ายต่าง ๆ

2.4) ความเสมอภาค (Equity) หมายถึง ในการปฏิบัติราชการต้องให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน ไม่มีการแบ่งแยกด้านชายหญิง ถิ่นกำเนิด เชื้อชาติ ภาษา เพศ อายุ สภาพทางกายหรือสุขภาพ สถานะของบุคคล ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม ความเชื่อทางศาสนา การศึกษาอบรม และอื่น ๆ อีกทั้งยังต้องคำนึงถึงโอกาสความเท่าเทียมกันของการเข้าถึงบริการสาธารณะของกลุ่มบุคคลผู้ด้อยโอกาสในสังคมด้วย

3) ประชารัฐ (Participatory State) ประกอบด้วย

3.1) การมีส่วนร่วม/การพยายามแสวงหาฉันทามติ (Participation/Consensus Oriented) หมายถึง ในการปฏิบัติงานต้องรับฟังความคิดเห็นของประชาชน รวมทั้งเปิดให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการรับรู้ เรียนรู้ ทำความเข้าใจ ร่วมแสดงทัศนะ ร่วมเสนอปัญหา/ประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องร่วมคิดแก้ไขปัญหา ร่วมในกระบวนการตัดสินใจและการดำเนินงานและร่วมตรวจสอบผลการปฏิบัติงาน ทั้งนี้ต้องมีความพยายามในการแสวงหาฉันทามติหรือข้อตกลงร่วมกันระหว่างกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะกลุ่มที่ได้รับผลกระทบโดยตรงจะต้องไม่มีข้อคัดค้านที่หาข้อยุติไม่ได้ในประเด็นที่สำคัญ

3.2) การกระจายอำนาจ (Decentralization) หมายถึง ในการปฏิบัติงานควรมีการมอบอำนาจ และกระจายความรับผิดชอบในการตัดสินใจและการดำเนินการให้แก่ผู้ปฏิบัติงานในระดับต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม รวมทั้งมีการโอนถ่ายบทบาทและภารกิจให้แก่ภาคส่วนอื่น ๆ ในสังคม

4) ความรับผิดชอบทางการบริหาร (Administrative Responsibility) ประกอบด้วย

4.1) คุณธรรม/จริยธรรม (Morality/Ethics) หมายถึง ในการปฏิบัติงานต้องมีจิตสำนึกความรับผิดชอบในการปฏิบัติหน้าที่ให้เป็นไปอย่างมีศีลธรรม คุณธรรม และตรงตามความคาดหวังของสังคม รวมทั้งยึดมั่นในค่านิยมหลักของมาตรฐานจริยธรรมตลอดจนคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของระบบราชการไทย 8 ประการ (I AM READY) ได้แก่ I - Integrity (ซื่อสัตย์และกล้ายืนหยัดในสิ่งที่ถูกต้อง) A - Activeness (ทำงานเชิงรุก คิดเชิงบวกและมีจิตบริการ) M – Morality (มีศีลธรรม คุณธรรม และจริยธรรม) R - Responsiveness (คำนึงถึงประโยชน์สุขของประชาชนเป็นที่ตั้ง) E – Efficiency (มุ่งเน้นประสิทธิภาพ) A – Accountability (ตรวจสอบได้) D – Democracy (ยึดมั่นในหลักประชาธิปไตย) และ Y - Yield (มุ่งผลสัมฤทธิ์)

หลักของธรรมาภิบาล

1. ยึดมั่นในหลักของวัตถุประสงค์ในการให้บริการแก่ประชาชนหรือผู้ที่มาใช้บริการ (Clear statement-high service quality) “องค์กรจะต้องมีการประกาศ (statement) พันธกิจ และวัตถุประสงค์ขององค์กรที่ชัดเจน และใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการปฏิบัติงานขององค์กรนั้น ๆ”

2. ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพในหน้าที่และบทบาทของตนว่าจะทำหน้าที่อย่างไรโดยวิธีอะไรที่จะบรรลุเป้าหมาย “ผู้บริหารควรแจ้งให้ประชาชนได้ทราบในการประกาศสาธารณะ ถึงหน้าที่และความรับผิดชอบของตน โดยระบุให้ทราบถึงการปฏิบัติงานที่พอเหมาะกับขนาดและความซับซ้อนขององค์กร”

3. ส่งเสริมค่านิยมขององค์กรและแสดงให้เห็นถึงคุณค่าของธรรมาภิบาล โดยการปฏิบัติหรือพฤติกรรม “ผู้บริหารเป็นตัวอย่างในการให้บริการแก่ประชาชนทุกชนชั้นอย่างเสมอภาคและเท่าเทียมกัน”

4. มีการสื่อสารที่ดี การตัดสินใจอย่างโปร่งใส และมีการบริหารความเสี่ยงที่รัดกุม “ต้องมีระบบตรวจสอบการทำงานทุกอย่าง เพื่อให้แน่ใจว่าทุกอย่างดำเนินไปตามแผนการทำงาน มีการตรวจสอบความถูกต้องของรายงาน รวมทั้งข้อมูลต่าง ๆ ที่ผลิตโดยองค์กร”

5. พัฒนาศักยภาพและความสามารถของส่วนบริหารจัดการอย่างต่อเนื่องและให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น “ผู้บริหารจัดการ จะต้องมีความรับผิดชอบในผลงาน โดยการประเมินผลงานเป็นระยะ ๆ รวมทั้ง การประเมินความต้องการในการฝึกอบรม หรือการพัฒนาทักษะที่ต้องการใช้ในการปฏิบัติหน้าที่”

6. การเข้าถึงประชาชนและต้องรับผิดชอบต่อการทำงานและผลงานอย่างจริงจัง

4.3 หลักการกำกับดูแลองค์กรที่ดี (Good Governance)

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 หมวด 4 หน้าที่ของชนชาวไทยมาตรา 74 กำหนดให้ “บุคคลผู้เป็นข้าราชการ พนักงาน ลูกจ้างของหน่วยราชการ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือเจ้าหน้าที่อื่นของรัฐ มีหน้าที่ดำเนินการให้เป็นไปตามกฎหมายเพื่อรักษาประโยชน์ส่วนรวมอำนวยความ

สะดวก และให้บริการแก่ประชาชนตามหลักธรรมาภิบาลของการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี ในการปฏิบัติหน้าที่และในการอื่นที่เกี่ยวข้องกับประชาชน บุคคลตามวรรคหนึ่งต้องวางตนเป็นกลางทางการเมือง ...” และมาตรา 78 (4) และ (5) รัฐต้องดำเนินการตามแนวนโยบายด้านการบริหารราชการแผ่นดิน ดังต่อไปนี้

(4) พัฒนาระบบงานภาครัฐ โดยมุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพ คุณธรรมและจริยธรรมของเจ้าหน้าที่ของรัฐ ควบคู่ไปกับการปรับปรุงรูปแบบและวิธีการทำงาน เพื่อให้การบริหารราชการแผ่นดินเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และส่งเสริมให้หน่วยงานของรัฐใช้หลักการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีเป็นแนวทางในการปฏิบัติราชการ

(5) จัดระบบงานราชการและงานของรัฐอย่างอื่น เพื่อให้การจัดทำและการให้บริการสาธารณะเป็นไปอย่างรวดเร็ว มีประสิทธิภาพ โปร่งใส และตรวจสอบได้ โดยคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของประชาชน

การกำหนดให้มีการจัดทำนโยบายกำกับดูแลองค์กรที่ดีนี้ ถือเป็นส่วนหนึ่งของการนำหลักการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีหรือธรรมาภิบาลเข้ามาประยุกต์ใช้ในการเปลี่ยนแปลงระบบการบริหารราชการแผ่นดินของไทย อันเป็นไปตามเจตนารมณ์ที่ปรากฏอย่างชัดเจนในมาตรา 3/1 แห่งพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน (ฉบับที่ 5) พ.ศ. 2545 มุ่งเน้นให้ส่วนราชการนำวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีมาเป็นแนวทางในการปฏิบัติราชการ กล่าวคือ “การบริหารราชการเพื่อประโยชน์สุขของประชาชน เกิดผลสัมฤทธิ์ต่อภารกิจของรัฐ ความมีประสิทธิภาพ ความคุ้มค่าในเชิงภารกิจแห่งรัฐการลดขั้นตอนการปฏิบัติงาน การลดภารกิจและยุบเลิกหน่วยงานที่จำเป็น การกระจายภารกิจและทรัพยากรให้แก่ท้องถิ่น การกระจายอำนาจตัดสินใจ อำนวยความสะดวก และการตอบสนองความต้องการของประชาชน ทั้งนี้ โดยมีผู้รับผิดชอบต่อผลงาน การจัดสรรงบประมาณ และการบรรจุแต่งตั้งบุคคลเข้าดำรงตำแหน่ง หรือปฏิบัติหน้าที่ต้องคำนึงหลักการตามวรรคหนึ่ง ในการปฏิบัติหน้าที่ของส่วนราชการต้องใช้วิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ให้คำนึงถึงความรับผิดชอบของผู้ปฏิบัติงาน การมีส่วนร่วมของประชาชน การเปิดเผยข้อมูล การติดตาม ตรวจสอบและประเมินผลการปฏิบัติงาน ทั้งนี้ ตามความเหมาะสมของภารกิจเพื่อประโยชน์ในการดำเนินการให้เป็นไปตามมาตรานี้ จะตราพระราชกฤษฎีกากำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการในการปฏิบัติราชการและการสั่งการให้ส่วนราชการและข้าราชการปฏิบัติก็ได้” และคำแถลงนโยบายรัฐบาลของคณะรัฐมนตรีต่อรัฐสภาเมื่อวันที่ 29 ธันวาคม 2551 เรื่อง นโยบายการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี มุ่งเน้นการสร้างมาตรฐานด้านคุณธรรม จริยธรรม และธรรมาภิบาลให้แก่ข้าราชการและเจ้าหน้าที่ของรัฐพร้อมทั้งพัฒนาความโปร่งใสในการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐ พัฒนากระบวนการยุติธรรมให้มีระบบการอำนวยความยุติธรรมที่มีประสิทธิภาพ โปร่งใส และเป็นธรรมต่อทุกกลุ่ม ส่งเสริมให้ประชาชนมีโอกาสได้รับรู้ และเข้าถึงข้อมูลข่าวสารสาธารณะจากทางราชการ และสื่อสาธารณะอื่นได้อย่างกว้างขวาง เป็นธรรมและรวดเร็ว รวมทั้งการปรับเงินเดือน ค่าจ้าง ค่าตอบแทน และสิทธิประโยชน์ของข้าราชการและเจ้าหน้าที่ของรัฐให้เหมาะสม

4.4 การประเมินแบบสมดุล (Balanced Scorecard)

พจนานุกรมศัพท์ศึกษาศาสตร์ฉบับราชบัณฑิตยสถาน ให้ความหมายการประเมินแบบสมดุล (Balanced Scorecard) ไว้ว่า “เทคนิคการประเมินที่คำนึงถึงความสมดุล 4 มิติ คือ มิติผู้รับบริการ มิติการเงิน มิติการบริหารจัดการ และมิตินวัตกรรมการเรียนรู้ โดยพัฒนาตัวบ่งชี้ของความสำเร็จในแต่ละมิติเพื่อใช้ในการสื่อสาร การปฏิบัติงาน และการประเมินคุณภาพของหน่วยงาน” (ราชบัณฑิตยสถาน, 2551, น.38)

จากการสำรวจศึกษาของ Chief Financial Officer Magazine (CFO Magazine) พบว่า บริษัทในประเทศของสหรัฐอเมริกา โดยเฉพาะในช่วงปี พ.ศ. 2535 มีเพียงร้อยละ 10 ที่ประสบความสำเร็จ

ในด้านการวางแผนกลยุทธ์เชิงธุรกิจ นอกจากนั้น ต่างประสบอุปสรรคด้านต่าง ๆ ซึ่งกล่าวโดยสรุปได้ 4 ด้าน คือ 1) อุปสรรคด้านวิสัยทัศน์ 2) อุปสรรคด้านบุคลากร 3) อุปสรรคด้าน และ 4) อุปสรรคด้านการจัดการ

การประเมินแบบสมดุลมีมุมมองเพื่อการพิจารณาโดยสรุป 4 ด้าน คือ

(1) มุมมองด้านการเงิน (Financial Perspective) เป็นเรื่องการพิจารณาเน้นด้านการเงิน

(2) มุมมองด้านลูกค้า (Customer Perspective) เป็นการพิจารณาเรื่องที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า ความพึงพอใจของลูกค้า ความเชื่อมั่นของลูกค้าในคุณภาพสินค้าหรือบริการที่เสนอ การให้บริการหลังการขาย ภาพลักษณ์ของหน่วยงาน การทำสำรวจวิจัยการตลาด การทำเครือข่ายลูกค้าสัมพันธ์ เป็นต้น

(3) มุมมองด้านกระบวนการธุรกิจภายใน (Internal Business Perspective) เป็นการมองด้านกระบวนการทำงาน หรือการบริหารภายในหน่วยงานเอง รวมทั้งการจัดโครงสร้างหน่วยงานที่มีประสิทธิภาพ มีขั้นตอนสั้นไม่ยุ่งยาก การประสานงานและการสื่อสารภายในชัดเจนใช้เวลาไม่มาก ใช้ระบบเทคโนโลยีทันสมัย การปฏิบัติงานมีคุณภาพ โปร่งใส และตรวจสอบได้ทุกขั้นตอน

(4) มุมมองด้านการเรียนรู้และการพัฒนา (Learning and Growth Perspective) เป็นเรื่องของการให้ความรู้ในเรื่องขอการพัฒนาส่วนที่เกี่ยวข้อง งานวิจัย การฝึกอบรม การฝึกทักษะที่เกี่ยวข้องและจำเป็น การรับฟังข้อเสนอแนะ และการจัดหาระบบสารสนเทศที่ทันสมัยเพื่อการสื่อสารภายในและมีการเชื่อมโยงเครือข่ายกับแหล่งความรู้ต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนศักยภาพผู้ปฏิบัติของหน่วยงาน

โดยมุมมองทั้ง 4 ด้าน มีองค์ประกอบย่อย 4 เรื่อง ดังนี้

1) วัตถุประสงค์ (Objectives) เป็นสิ่งที่หน่วยงานต้องการดำเนินการให้ประสบความสำเร็จ

2) ตัวชี้วัดหรือเครื่องชี้บ่งความสำเร็จ (Measures หรือ KPIs – Key Performance Indicators) เป็นเครื่องมือเพื่อบ่งบอกว่าหน่วยงานดำเนินการบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้หรือไม่

3) เป้าหมาย (Targets) ส่วนใหญ่ควรจะระบุเป็นตัวเลขหรือเป็นจำนวนเชิงปริมาณที่สามารถวัดได้ ประเมินได้

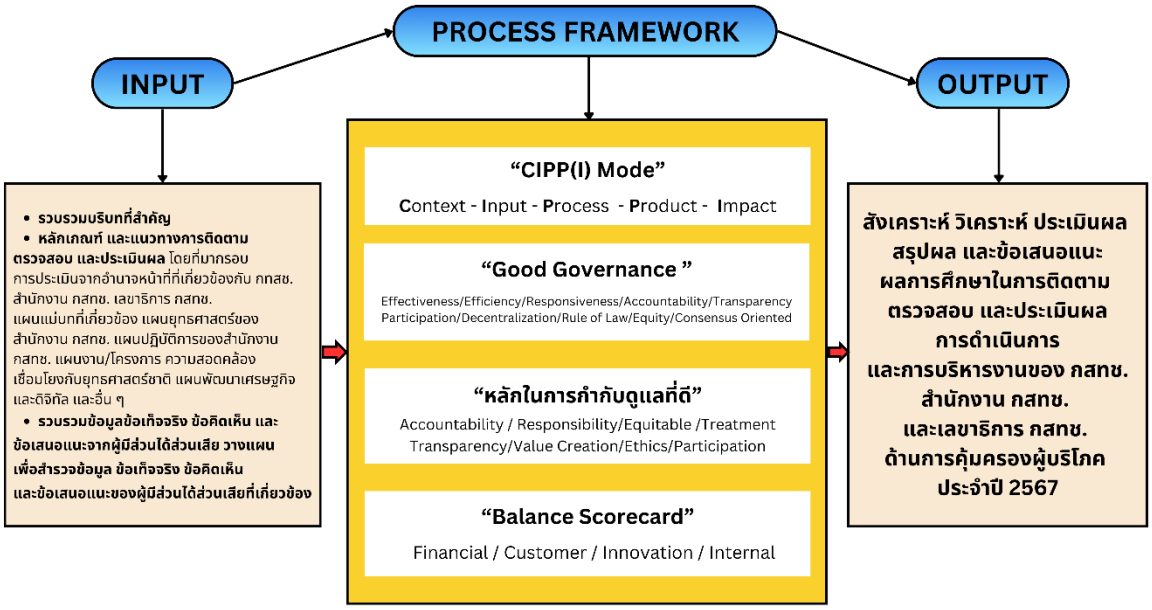
4) แผนงานโครงการแนวคิดใหม่ (Initiatives) หรือกิจกรรมที่จัดทำขึ้นหรือจะจัดทำขึ้นตามกรอบของมุมมองแต่ละด้าน

มุมมองทั้ง 4 ด้าน ต่างก็มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน รวมทั้งเป็นไปตามวิสัยทัศน์และกลยุทธ์ของหน่วยงานที่เป็นกรอบก่อนดำเนินงานในภาพรวม

ในประเทศไทย นอกจากมีการนำแนวความคิดและกระบวนการดังกล่าว มาประยุกต์ใช้ในหน่วยงาน บริษัทเอกชน ส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ จำนวนหนึ่งแล้ว ยังมีสถานศึกษาของไทยหลายแห่งได้นำแนวความคิดการประเมินแบบสมดุลมาประยุกต์ใช้เช่นเดียวกัน และพบว่าเป็นประโยชน์ในช่วงการวางแผนกลยุทธ์ การดำเนินการ การจัดการงบประมาณ และการประเมินผล

การประเมินแบบสมดุลเป็นแนวความคิดการบริหารจัดการโดยใช้เครื่องมือการติดตามประเมินผล ที่คำนึงถึงความสมดุล 4 มิติ คือ มิติผู้รับบริการ มิติการเงิน มิติการบริหารจัดการ และมิตินวัตกรรมการเรียนรู้ เป็นเรื่องหลักในการดำเนินการทั้งกระบวนการ ซึ่งเชื่อว่าน่าจะดีกว่าการมีมุมมองการประเมินด้านหนึ่งด้านเดียว นับว่าเป็นแนวความคิดที่มีหน่วยงานทั้งของเอกชนและรัฐ นำไปประยุกต์ใช้และพบว่า ช่วยให้รับทราบจุดแข็งและจุดที่ควรแก้ไขเพิ่มเติมของหน่วยงานได้ชัดเจนมากขึ้น อย่างไรก็ตาม วัฒนธรรมหน่วยงานของแต่ละสังคมและภาระหน้าที่ที่แต่ละหน่วยงาน ทั้งของเอกชนหรือรัฐมีอยู่ต่างก็แตกต่างกันออกไป ดังนั้น การนำแนวคิดเรื่องนี้ไปประยุกต์ใช้คงต้องนำเรื่องรายละเอียดอื่น ๆ ที่เป็นลักษณะเฉพาะหรือลักษณะพิเศษของแต่ละหน่วยงาน ซึ่งมีวิสัยทัศน์ พันธกิจ วัตถุประสงค์ ผู้รับบริการหรือผู้มีส่วนได้เสีย ลักษณะผลิตภัณฑ์ ผลผลิต กระบวนการให้บริการ งานวิจัยประเมินผล ฯลฯ ที่ไม่เหมือนกัน

มาร่วมพิจารณาประกอบด้วย เพื่อที่จะช่วยให้แนวความคิดนี้ เกิดประโยชน์มากที่สุดในการนำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานของหน่วยงานแต่ละแห่ง



ภาพ 1.2 กรอบแนวคิดของการศึกษา

5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

5.1 รัฐสภาได้รับทราบผลการประเมิน การดำเนินการ และการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567

5.2 สำนักงาน กสทช. ได้รับทราบผลการประเมิน การดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567

5.3 กสทช. สำนักงาน กสทช. และ เลขาธิการ กสทช. สามารถนำข้อมูลที่ได้รับจากผลการประเมินไปใช้ในการปรับปรุงการดำเนินการในปีงบประมาณถัดไป

5.4 ประชาชนได้รับทราบผลการปฏิบัติงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

บทที่ 2
แผนยุทธศาสตร์ แผนแม่บท แผนปฏิบัติการของสำนักงาน กสทช. กฎหมาย เอกสาร และหน่วยงานที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค

การดำเนินการรวบรวมบริบทที่สำคัญที่เกี่ยวข้องในการดำเนินการตามการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567 ที่ปรึกษาได้ศึกษาและรวบรวมเอกสารสำคัญ ซึ่งได้วางกรอบหลักเกณฑ์และแนวทางการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลโดยพิจารณากรอบการประเมินจากอำนาจหน้าที่ของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ที่เกี่ยวข้องตามพระราชบัญญัติการประกอบกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2544 พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และที่แก้ไขเพิ่มเติม แผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2567 – 2571) แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2563 – 2568) แผนยุทธศาสตร์สำนักงาน กสทช. ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2565-2570) แผนปฏิบัติการของสำนักงาน กสทช. แผนงาน/โครงการ ความสอดคล้องเชื่อมโยงกับแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2566-2580) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570) นโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมและประกาศ กสทช. ที่เกี่ยวข้อง นโยบายและแผนการดำเนินงานที่สำคัญของ กสทช. และสำนักงาน กสทช. ประจำปี 2567 รวมทั้งกรอบการดำเนินการตามอำนาจหน้าที่ กสทช. ที่สอดคล้องกับนโยบายที่คณะรัฐมนตรีแถลงไว้ต่อรัฐสภา รวมทั้ง ประกาศ กสทช. อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับด้านการคุ้มครองผู้บริโภค มติที่ประชุม กสทช. หรือคณะอนุกรรมการที่เกี่ยวข้อง และการรวบรวม ศึกษา และทบทวนผลการศึกษาที่มีประเด็นเกี่ยวข้อง ซึ่งสำนักงาน กสทช. ได้ดำเนินการศึกษามาแล้ว รวมทั้ง รายงานการติดตามและประเมินผลโครงการแหล่งอื่นที่เกี่ยวข้อง มีรายละเอียดดังนี้

1. ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561-2580)

ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) เป็นยุทธศาสตร์ชาติฉบับแรกของประเทศไทยตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย มาตรา 65 กำหนดให้รัฐพึงจัดให้มียุทธศาสตร์ชาติเป็นเป้าหมายการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน ตามหลักธรรมาภิบาลเพื่อใช้เป็นกรอบในการจัดทำแผนต่าง ๆ ให้สอดคล้องและบูรณาการกันเพื่อให้เกิดเป็นพลังผลักดันร่วมกันไปสู่เป้าหมาย โดยมีวิสัยทัศน์ เป้าหมาย และยุทธศาสตร์ดังต่อไปนี้ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2561)

วิสัยทัศน์

“ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง”

เป้าหมาย

“ประเทศชาติมั่นคง ประชาชนมีความสุข เศรษฐกิจพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สังคมเป็นธรรมฐานทรัพยากรธรรมชาติยั่งยืน”

โดยยกระดับศักยภาพของประเทศในหลากหลายมิติ พัฒนาคนในทุกมิติและในทุกช่วงวัยให้เป็นคนดี เก่ง และมีคุณภาพ สร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม สร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตร

กับสิ่งแวดล้อม และมีภาครัฐของประชาชนเพื่อประชาชนและประโยชน์ส่วนรวม โดยการประเมินผลการพัฒนาตามยุทธศาสตร์ชาติ ประกอบด้วย

1) ความอยู่ดีมีสุขของคนไทยและสังคมไทย

2) ขีดความสามารถในการแข่งขัน การพัฒนาเศรษฐกิจ และการกระจายรายได้

3) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของประเทศ

4) ความเท่าเทียมและความเสมอภาคของสังคม

5) ความหลากหลายทางชีวภาพ คุณภาพสิ่งแวดล้อม และความยั่งยืนของทรัพยากรธรรมชาติ

6) ประสิทธิภาพการบริหารจัดการและการเข้าถึงการให้บริการของภาครัฐ

ยุทธศาสตร์ชาติ ประกอบด้วย 6 ยุทธศาสตร์ ได้แก่

(1) ยุทธศาสตร์ชาติด้านความมั่นคง มีเป้าหมายการพัฒนาที่สำคัญคือ ประเทศชาติมั่นคง ประชาชนมีความสุข เน้นการบริหารจัดการสภาวะแวดล้อมของประเทศให้มีความมั่นคง ปลอดภัย เอกราชอธิปไตย และมีความสงบเรียบร้อยในทุกระดับ ตั้งแต่ระดับชาติ สังคม ชุมชน มุ่งเน้นการพัฒนาคน เครื่องมือเทคโนโลยี และระบบฐานข้อมูลขนาดใหญ่ให้มีความพร้อมสามารถรับมือกับภัยคุกคามและภัยพิบัติได้ทุกรูปแบบ และทุกระดับความรุนแรง ควบคู่ไปกับการป้องกันและแก้ไขปัญหาด้านความมั่นคงที่มีอยู่ในปัจจุบัน และที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต ใช้กลไกการแก้ไขปัญหาแบบบูรณาการทั้งกับส่วนราชการ ภาคเอกชน ประชาสังคม และองค์กรที่ไม่ใช่รัฐ รวมถึงประเทศเพื่อนบ้านและมิตรประเทศทั่วโลกบนพื้นฐานของหลักธรรมาภิบาล เพื่อเอื้ออำนวยประโยชน์ต่อการดำเนินการของยุทธศาสตร์ชาติด้านอื่น ๆ ให้สามารถขับเคลื่อนไปได้ตามทิศทางและเป้าหมายที่กำหนด

(2) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน มีเป้าหมายการพัฒนาที่มุ่งเน้นการยกระดับศักยภาพของประเทศในหลากหลายมิติ บนพื้นฐานแนวคิด 3 ประการ ได้แก่ (1) “ต่อยอดอดีต” โดยมองกลับไปที่รากเหง้าทางเศรษฐกิจ อัตลักษณ์ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต และจุดเด่นทางทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลาย รวมทั้งความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบของประเทศในด้านอื่น ๆ นำมาประยุกต์ผสมผสานกับเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อให้สอดรับกับบริบทของเศรษฐกิจและสังคมโลกสมัยใหม่ (2) “ปรับปัจจุบัน” เพื่อปูทางสู่อนาคต ผ่านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศในมิติต่าง ๆ ทั้งโครงข่ายระบบคมนาคมและขนส่ง โครงสร้างพื้นฐานวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และดิจิทัล และการปรับสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมและบริการอนาคต และ (3) “สร้างคุณค่าใหม่ในอนาคต” ด้วยการเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการ พัฒนาคนรุ่นใหม่ รวมถึงปรับรูปแบบธุรกิจ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาดผสมผสานกับยุทธศาสตร์ที่รองรับอนาคต บนพื้นฐานของการต่อยอดอดีตและปรับปัจจุบัน พร้อมทั้งการส่งเสริมและสนับสนุนจากภาครัฐให้ประเทศไทยสามารถ สร้างฐานรายได้และการจ้างงานใหม่ ขยายโอกาสทางการค้าและการลงทุนในเวทีโลก ควบคู่ไปกับ การยกระดับรายได้และการกินดีอยู่ดี รวมถึงการเพิ่มขึ้นของคนชั้นกลาง และลดความเหลื่อมล้ำของ คนในประเทศได้ในคราวเดียวกัน

(3) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ มีเป้าหมายการพัฒนาที่สำคัญเพื่อพัฒนาคนในทุกมิติและในทุกช่วงวัยให้เป็นคนดี เก่ง และมีคุณภาพ โดยคนไทยมีความพร้อมทั้งกาย ใจ สติปัญญา มีพัฒนาการที่ดีรอบด้านและมีสุขภาวะที่ดีในทุกช่วงวัย มีจิตสาธารณะรับผิดชอบต่อสังคมและผู้อื่น มัธยัสถ์ อดออม โอบอ้อมอารี มีวินัย รักษาศีลธรรม และเป็นพลเมืองดีของชาติ มีหลักคิดที่ถูกต้อง มีทักษะที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21 มีทักษะสื่อสารภาษาอังกฤษและภาษาที่สาม และอนุรักษ์ภาษาท้องถิ่น มีนิสัยรักการเรียนรู้และการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต สู่การเป็นคนไทยที่มีทักษะสูง เป็นนวัตกร นักคิดผู้ประกอบการ เกษตรกรยุคใหม่และอื่น ๆ โดยมีสัมมาชีพตามความถนัดของตนเอง

(4) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม มีเป้าหมายการพัฒนาที่ให้ความสำคัญกับการดึงเอาพลังของภาคส่วนต่าง ๆ ทั้งภาคเอกชน ประชาสังคม ชุมชนท้องถิ่นมาร่วมขับเคลื่อน โดยการสนับสนุนการรวมตัวของประชาชนในการร่วมคิดร่วมทำเพื่อส่วนรวม การกระจายอำนาจและความรับผิดชอบไปสู่กลไกบริหารราชการแผ่นดินในระดับท้องถิ่น การเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนในการจัดการตนเอง และการเตรียมความพร้อมของประชากรไทยทั้งในมิติสุขภาพ เศรษฐกิจ สังคม และสภาพแวดล้อมให้เป็นประชากรที่มีคุณภาพ สามารถพึ่งตนเองและทำประโยชน์แก่ครอบครัว ชุมชน และสังคมให้นานที่สุด โดยรัฐให้หลักประกันการเข้าถึงบริการและสวัสดิการที่มีคุณภาพ อย่างเป็นธรรมและทั่วถึง

(5) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีเป้าหมายการพัฒนาที่สำคัญเพื่อนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนในทุกมิติ ทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม ธรรมาภิบาล และความเป็นหุ้นส่วนความร่วมมือระหว่างกันทั้งภายในและภายนอกประเทศอย่างบูรณาการ ใช้พื้นที่เป็นตัวตั้งในการกำหนดกลยุทธ์และแผนงาน และการให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องได้เข้ามามีส่วนร่วมในแบบทางตรงให้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ โดยเป็นการดำเนินการ บนพื้นฐานการเติบโตร่วมกัน ไม่ว่าจะเป็นทางเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และคุณภาพชีวิต โดยให้ความสำคัญกับการสร้างสมดุลทั้ง 3 ด้าน อันจะนำไปสู่ความยั่งยืนเพื่อคนรุ่นต่อไปอย่างแท้จริง

(6) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ มีเป้าหมายการพัฒนาที่สำคัญเพื่อปรับเปลี่ยนภาครัฐที่ยึดหลัก “ภาครัฐของประชาชนเพื่อประชาชนและประโยชน์ส่วนรวม” โดยภาครัฐต้องมีขนาดที่เหมาะสมกับบทบาทภารกิจ แยกแยะบทบาทหน่วยงานของรัฐที่ทำหน้าที่ในการกำกับ หรือในการให้บริการในระบบเศรษฐกิจที่มีการแข่งขัน มีสมรรถนะสูง ยึดหลักธรรมาภิบาล ปรับวัฒนธรรมการทำงานให้มุ่งผลสัมฤทธิ์ และผลประโยชน์ส่วนรวม มีความทันสมัย และพร้อมที่จะปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกอยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะอย่างยิ่งการนำนวัตกรรมเทคโนโลยีข้อมูลขนาดใหญ่ ระบบการทำงานที่เป็นดิจิทัลเข้ามาประยุกต์ใช้อย่างคุ้มค่า และปฏิบัติงานเทียบได้กับมาตรฐานสากล รวมทั้งมีลักษณะเปิดกว้าง เชื่อมโยงถึงกันและเปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และโปร่งใส โดยทุกภาคส่วนในสังคมต้องร่วมกันปลูกฝังค่านิยม ความซื่อสัตย์ สุจริต ความมัธยัสถ์ และสร้างจิตสำนึกในการปฏิเสธ ไม่ยอมรับการทุจริตประพฤติมิชอบอย่างสิ้นเชิง นอกจากนั้น กฎหมายต้องมีความชัดเจน มีเพียงเท่าที่จำเป็น มีความทันสมัย มีความเป็นสากล มีประสิทธิภาพ และนำไปสู่การลดความเหลื่อมล้ำและเอื้อต่อการพัฒนา โดยกระบวนการยุติธรรมมีการบริหารที่มีประสิทธิภาพ เป็นธรรม ไม่เลือกปฏิบัติ และการอำนวยความยุติธรรมตามหลักนิติธรรม

2. แผนการปฏิรูปประเทศ (ฉบับปรับปรุง)

การปรับปรุงแผนการปฏิรูปประเทศเพื่อให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติและแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ โดยให้ความสำคัญกับกิจกรรมปฏิรูปประเทศที่จะส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อประชาชนอย่างมีนัยสำคัญ (Big Rock) ซึ่งเป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญเร่งด่วนและดำเนินการร่วมกันหลายหน่วยงาน สามารถดำเนินการและวัดผลได้อย่างเป็นรูปธรรม สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้กำหนดแผนการปฏิรูปประเทศ ทั้ง 13 ด้าน สรุปได้ดังนี้ (ราชกิจจานุเบกษา, 2564)

(1) แผนการปฏิรูปประเทศด้านการเมือง มีเป้าประสงค์เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชนเกี่ยวกับการปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข ส่งเสริมให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองและกระบวนการนโยบายสาธารณะ การเมืองมีเสถียรภาพและความมั่นคง และเกิดความสามัคคีปรองดองสมานฉันท์ของคนในชาติ ตลอดจนเพื่อให้พรรคการเมืองและนักการเมืองยึดมั่น

ในประโยชน์ของประเทศชาติและประชาชนเป็นหลัก โดยกำหนดกิจกรรมปฏิรูปประเทศที่จะส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อประชาชนอย่างมีนัยสำคัญ จำนวน 5 กิจกรรม ประกอบด้วย 1) การส่งเสริมความรู้ทางการเมืองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข 2) การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในกระบวนการนโยบายสาธารณะทุกระดับ 3) การสร้างความสามัคคี ปรองดอง สมานฉันท์ของคนในชาติ 4) การส่งเสริมการพัฒนาพรรคการเมือง และ 5) การปรับปรุงโครงสร้างและเนื้อหาของรัฐธรรมนูญเพื่อการปฏิรูป

(2) แผนการปฏิรูปประเทศด้านการบริหารราชการแผ่นดิน มีเป้าประสงค์เพื่อให้ความสำคัญในการเตรียมความพร้อมเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงในทุกมิติและรองรับผลกระทบของสถานการณ์ชีวิต วิถีใหม่และทิศทางที่กำหนดไว้ตามยุทธศาสตร์ชาติ โดยกำหนดกิจกรรมปฏิรูปประเทศที่จะส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อประชาชนอย่างมีนัยสำคัญ จำนวน 5 กิจกรรม ประกอบด้วย 1) ปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริหารงานและการบริการภาครัฐไปสู่ระบบดิจิทัล 2) จัดโครงสร้างองค์กร และระบบงานภาครัฐให้มีความยืดหยุ่น คล่องตัว และเปลี่ยนแปลงได้ตามสถานการณ์ 3) ปรับเปลี่ยนการบริหารทรัพยากรบุคคลภาครัฐสู่ระบบเปิด เพื่อให้ได้มาและรักษาไว้ซึ่งคนเก่ง ดี และมีความสามารถอย่างคล่องตัวตามหลักคุณธรรม 4) สร้างความเข้มแข็งในการบริหารราชการในระดับพื้นที่ โดยการมีส่วนร่วมของประชาชน และ 5) ขจัดอุปสรรคในการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ และการเบิกจ่ายเงินเพื่อให้เกิดความรวดเร็ว คุ้มค่า โปร่งใส ปราศจากการทุจริต

(3) แผนการปฏิรูปประเทศด้านกฎหมาย มีเป้าประสงค์เพื่อให้เกิดผลอันพึงประสงค์ในการมีกฎหมายที่ดีและมีเพียงเท่าที่จำเป็นตามหลักการของมาตรา 258 ค. ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย โดยกำหนดกิจกรรมปฏิรูปประเทศที่จะส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อประชาชนอย่างมีนัยสำคัญ จำนวน 5 กิจกรรม ได้แก่ 1) มีกลไกยกเลิกหรือแก้ไขปรับปรุงกฎหมายที่สร้างภาระหรือเป็นอุปสรรคต่อการดำรงชีวิตหรือการประกอบอาชีพของประชาชน เพื่อขับเคลื่อนให้เกิดผลอย่างมีประสิทธิภาพและเป็นรูปธรรม 2) จัดให้มีกลไกทางกฎหมายเพื่อให้มีการพิจารณาปรับเปลี่ยนโทษทางอาญาที่ไม่ใช่ความผิดร้ายแรงให้เป็นโทษปรับเป็นพินัย เพื่อลดผลกระทบต่อสิทธิและเสรีภาพของประชาชน 3) จัดให้มีกลไกกำหนดให้ส่วนราชการหรือหน่วยงานของรัฐซึ่งมีหน้าที่ควบคุม กำกับดูแล และบังคับการให้เป็นไปตามกฎหมาย นำเทคโนโลยีมาใช้ในการดำเนินการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ในการบังคับใช้กฎหมาย 4) จัดให้มีกลไกช่วยเหลือประชาชนในการจัดทำและเสนอร่างกฎหมาย และ 5) จัดทำประมวลกฎหมายเพื่อรวบรวมกฎหมายเรื่องเดียวกันไว้ด้วยกัน เพื่อความสะดวกในการใช้งาน

(4) แผนการปฏิรูปประเทศด้านกระบวนการยุติธรรม มีเป้าประสงค์เพื่ออำนวยความยุติธรรมในแต่ละขั้นตอนให้เป็นไปอย่างโปร่งใสแล้วเสร็จตามระยะเวลาที่กำหนด ประชาชนสามารถเข้าถึงกระบวนการยุติธรรมได้โดยง่าย สร้างความเสมอภาค ลดความเหลื่อมล้ำ พัฒนาระบบการบริหารงานยุติธรรมให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ไม่เลือกปฏิบัติและเป็นธรรม โดยกำหนดกิจกรรมปฏิรูปประเทศที่จะส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อประชาชนอย่างมีนัยสำคัญ จำนวน 5 กิจกรรม ประกอบด้วย 1) การให้ประชาชนสามารถติดตามความคืบหน้า ขั้นตอนการดำเนินงานต่าง ๆ ในกระบวนการยุติธรรม 2) การรับแจ้งความร้องทุกข์ต่างท้องที่ 3) การจัดหาทนายความอาสาประจำสถานีตำรวจให้ครบทุกสถานีทั่วประเทศ 4) ปฏิรูประบบการปล่อยชั่วคราว และ 5) การบันทึกภาพและเสียงในการตรวจค้น จับกุม และการสอบปากคำในการสอบสวน

(5) แผนการปฏิรูปประเทศด้านเศรษฐกิจ มีเป้าประสงค์เพื่อยกระดับศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ กระจายความเจริญและความเข้มแข็งของภาคสังคม และปรับบทบาท โครงสร้าง และกลไก

สถาบัน บริหารจัดการเศรษฐกิจของประเทศตามหลักแนวคิดการบริหารงานคุณภาพที่มีบทบาทสำคัญต่อการขับเคลื่อนประเด็นปฏิรูปเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจ และลดความเหลื่อมล้ำ ให้เกิดผลสัมฤทธิ์ โดยกำหนดกิจกรรมปฏิรูปประเทศที่จะส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อประชาชนอย่างมีนัยสำคัญ จำนวน 5 กิจกรรม ประกอบด้วย 1) การสร้างเกษตรมูลค่าสูง 2) การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวคุณภาพสูง 3) การเพิ่มโอกาสของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กในอุตสาหกรรมและบริการเป้าหมาย 4) การเป็นศูนย์กลางด้านการค้าและการลงทุนของไทยในภูมิภาค และ 5) การพัฒนาศักยภาพคนเพื่อเป็นพลังในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ

(6) แผนการปฏิรูปประเทศด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีเป้าประสงค์เพื่อให้ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมได้รับการดูแล รักษา และฟื้นฟูอย่างเป็นระบบ มีประสิทธิภาพ และมีความสมบูรณ์ยั่งยืนเป็นฐานการพัฒนาประเทศทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งเกิดความสมดุลระหว่างการอนุรักษ์และการใช้ประโยชน์ ลดความขัดแย้งของการพัฒนาที่ใช้ฐานทรัพยากรธรรมชาติ บรรเทาผลกระทบสิ่งแวดล้อมและลดภัยพิบัติทางธรรมชาติ และมีระบบบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่มีประสิทธิภาพบนพื้นฐานการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนตามแนวทางประชารัฐ โดยกำหนดกิจกรรมปฏิรูปประเทศที่จะส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อประชาชนอย่างมีนัยสำคัญ จำนวน 4 กิจกรรม ประกอบด้วย 1) เพิ่มและพัฒนาพื้นที่ป่าไม้ให้ได้ตามเป้าหมาย 2) การบริหารจัดการเขตทางทะเลและชายฝั่งรายจังหวัด 3) การบริหารจัดการน้ำเพื่อสร้างเศรษฐกิจชุมชนในพื้นที่นอกเขตชลประทาน และ 4) ปฏิรูประบบการบริหารจัดการเขตควบคุมมลพิษกรณีเขตควบคุมมลพิษมาบตาพุด

(7) แผนการปฏิรูปประเทศด้านสาธารณสุข มีเป้าประสงค์เพื่อให้ผู้ป่วย ผู้เสี่ยงโรค และผู้สูงอายุได้รับบริการที่มีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล และทันสมัย มีความรอบรู้ด้านสุขภาพเพิ่มขึ้น สามารถป้องกันและลดโรคที่สามารถป้องกันได้ พร้อมทั้งผู้สูงอายุสามารถดูแลสุขภาพตนเองและได้รับการบริบาลและรักษาพยาบาลที่มีคุณภาพที่บ้านและในชุมชน โดยกำหนดกิจกรรมปฏิรูปประเทศที่จะส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อประชาชนอย่างมีนัยสำคัญ จำนวน 5 กิจกรรม ประกอบด้วย 1) การปฏิรูปการจัดการภาวะฉุกเฉินด้านสาธารณสุขรวมถึงโรคระบาดระดับชาติและโรคอุบัติใหม่เพื่อความมั่นคงแห่งชาติด้านสุขภาพ 2) การปฏิรูปเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการสร้างเสริมสุขภาพ ความรอบรู้ด้านสุขภาพ การป้องกันและดูแลรักษาโรคไม่ติดต่อสำหรับประชาชนและผู้ป่วย 3) การปฏิรูประบบบริการสุขภาพผู้สูงอายุด้านการบริบาลการรักษาพยาบาลที่บ้าน/ชุมชน และการดูแลสุขภาพตนเอง ในระบบสุขภาพปฐมภูมิเชิงนวัตกรรม 4) การปฏิรูประบบหลักประกันสุขภาพและกองทุนที่เกี่ยวข้องให้มีความเป็นเอกภาพ บูรณาการเป็นธรรมทั่วถึง เพียงพอและยั่งยืนด้านการเงินการคลัง และ 5) การปฏิรูปเขตสุขภาพให้มีระบบบริหารจัดการแบบบูรณาการ คล่องตัว และการร่วมรับผิดชอบ ด้านสุขภาพระหว่างหน่วยงานและท้องถิ่น

(8) แผนการปฏิรูปประเทศด้านสื่อสารมวลชน เทคโนโลยีสารสนเทศ มีเป้าประสงค์เพื่อมุ่งเน้นการสร้างดุลยภาพระหว่างเสรีภาพในการทำหน้าที่ของสื่อบนความรับผิดชอบกับการกำกับที่มีความชอบธรรมและการใช้พื้นที่ดิจิทัลเพื่อการสื่อสารอย่างมีจรรยาบรรณ ดำรงรักษาเสรีภาพของการแสดงออกการรับรู้ของประชาชนด้วยความเชื่อว่าเสรีภาพของการสื่อสาร คือเสรีภาพของประชาชนตามแนวทางของประชาธิปไตย และมุ่งเน้นให้สื่อเป็นโรงเรียนของสังคมในการให้ความรู้แก่ประชาชน ปลูกฝังวัฒนธรรมของชาติ และปลูกฝังทัศนคติที่ดีโดยกำหนดกิจกรรมปฏิรูปประเทศที่จะส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อประชาชนอย่างมีนัยสำคัญ จำนวน 3 กิจกรรม ได้แก่ 1) การพัฒนาระบบคลังข้อมูลข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์เชิงรุกและการจัดการ 2) การกำกับดูแลสื่อออนไลน์ และ 3) การยกระดับการรู้เท่าทันสื่อ

(9) แผนการปฏิรูปประเทศด้านสังคม มีเป้าประสงค์เพื่อแก้ไขปัญหาความยากจนและความเหลื่อมล้ำในสังคม การคุ้มครองกลุ่มเปราะบางในสังคม ตลอดจนการสร้างความเป็นธรรมในการเข้าถึงทรัพยากรและแหล่งทุนของประชาชน โดยกำหนดกิจกรรมปฏิรูปประเทศที่จะส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อประชาชนอย่างมีนัยสำคัญ จำนวน 5 กิจกรรม ประกอบด้วย 1) การมีระบบการออม เพื่อสร้างหลักประกันรายได้หลังวัยเกษียณที่เพียงพอและครอบคลุมในกลุ่มแรงงานทั้งในและนอกระบบ 2) ผลักดันให้มีฐานข้อมูลทางสังคมและคลังความรู้ในระดับพื้นที่ เพื่อให้สามารถจัดสวัสดิการและสร้างโอกาสในการประกอบอาชีพที่ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย 3) การปฏิรูปการขึ้นทะเบียนคนพิการ เพื่อให้คนพิการได้รับสิทธิสวัสดิการและความช่วยเหลือได้อย่างครอบคลุมและทั่วถึง 4) การสร้างกลไกที่เอื้อให้เกิดชุมชนเมืองจัดการตนเอง และ 5) การสร้างมูลค่าให้กับที่ดินที่รัฐจัดให้กับประชาชน

(10) แผนการปฏิรูปประเทศด้านพลังงาน มีเป้าประสงค์เพื่อให้กิจการพลังงานมีการแข่งขันอย่างเป็นธรรมมากขึ้น ภายใต้กลไกตลาดที่เหมาะสม หน่วยงานภาครัฐมีการใช้พลังงานอย่างรับผิดชอบประหยัดคุ้มค่า และมีประสิทธิภาพ ตลอดจนมีการใช้พลังงานสะอาดที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รวมทั้งมีการเผยแพร่สื่อสารข้อมูลการวิเคราะห์ด้านพลังงาน เพื่อสนับสนุนการวางแผนและเตรียมความพร้อมระบบโครงสร้างพื้นฐานของประเทศ และสนับสนุนการเติบโตของพลังงานทางเลือก และสร้างความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องแก่ประชาชนอย่างต่อเนื่อง โดยกำหนดกิจกรรมปฏิรูปประเทศที่จะส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อประชาชนอย่างมีนัยสำคัญ จำนวน 5 กิจกรรม ประกอบด้วย 1) ศูนย์อนุมัติ อนุญาตเบ็ดเสร็จด้านกิจการไฟฟ้าที่แท้จริง 2) การพัฒนาศูนย์สารสนเทศพลังงานแห่งชาติ 3) การใช้มาตรการบริษัทจัดการพลังงานสำหรับหน่วยงานภาครัฐ 4) การพัฒนาปิโตรเคมี ระยะที่ 4 เพื่อการเปลี่ยนผ่านสู่ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนและสร้างฐานทางเศรษฐกิจใหม่ และ 5) ปรับโครงสร้างกิจการไฟฟ้าและธุรกิจก๊าซธรรมชาติเพื่อเพิ่มการแข่งขัน

(11) แผนการปฏิรูปประเทศด้านการป้องกันและปราบปรามการทุจริตและประพฤติมิชอบ มีเป้าประสงค์เพื่อแก้ปัญหาการทุจริตและประพฤติมิชอบ ให้มีการส่งเสริมสนับสนุน และให้ความรู้แก่ประชาชนเกี่ยวกับการทุจริตประพฤติมิชอบ และให้มีมาตรการควบคุม กำกับ ติดตาม การบริหารจัดการของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน โดยเฉพาะการปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์สุจริตของบุคลากรใช้ดุลยพินิจโดยสุจริต ภายใต้กรอบธรรมาภิบาลและการกำกับกิจการที่ดีอย่างแท้จริง รวมถึงการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารภาครัฐให้ประชาชนสามารถเข้าถึงและตรวจสอบได้และสนับสนุนแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนในการต่อต้านการทุจริตเพื่อขจัดปัญหาการทุจริตที่เกี่ยวข้องกับการติดต่อกับหน่วยงานภาครัฐ โดยกำหนดกิจกรรมปฏิรูปประเทศที่จะส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อประชาชนอย่างมีนัยสำคัญ จำนวน 5 กิจกรรม ประกอบด้วย 1) ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนในการต่อต้านการทุจริต 2) พัฒนาระบบคุ้มครองผู้แจ้งเบาะแสการทุจริตที่มีประสิทธิภาพ 3) พัฒนากระบวนการยุติธรรมที่รวดเร็ว โปร่งใส ไม่เลือกปฏิบัติในการดำเนินคดีทุจริตทั้งภาครัฐและภาคเอกชน 4) พัฒนาระบบราชการไทย ให้โปร่งใส ไร้ผลประโยชน์ และ 5) พัฒนามาตรการสกัดกั้นการทุจริตเชิงนโยบายในการดำเนินโครงการขนาดใหญ่

(12) แผนการปฏิรูปประเทศด้านการศึกษา มีเป้าประสงค์เพื่อยกระดับคุณภาพของการจัด การศึกษา ลดความเหลื่อมล้ำทางการศึกษา มุ่งความเป็นเลิศและสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ และปรับปรุงระบบการศึกษาให้มีประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากร เพิ่มความคล่องตัวใน การรองรับความหลากหลายของการจัดการศึกษา และสร้างเสริมธรรมภิบาล ซึ่งการศึกษาที่จะได้รับ การปฏิรูปจะครอบคลุมถึงการเรียนรู้ตลอดชีวิต มิได้จำกัดเฉพาะการจัดการศึกษาเพื่อคุณวุฒิตามระดับเท่านั้น โดยกำหนดกิจกรรมปฏิรูปประเทศที่จะส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อประชาชนอย่างมีนัยสำคัญ จำนวน 5 กิจกรรม ประกอบด้วย 1) การสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางการศึกษาตั้งแต่ระดับปฐมวัย 2) การพัฒนา

การจัดการเรียนการสอนสู่การเรียนรู้ฐานสมรรถนะ เพื่อตอบสนองการเปลี่ยนแปลง ในศตวรรษที่ 21 3) การสร้างระบบการผลิตและพัฒนาครูและบุคลากรทางการศึกษาที่มีคุณภาพ 4) การจัดอาชีวศึกษาระบบทวิภาคีและระบบอื่น ๆ ที่เน้นการฝึกปฏิบัติอย่างเต็มรูปแบบนำไปสู่การจ้างงานและการสร้างงาน และ 5) การปฏิรูปบทบาทการวิจัยและระบบธรรมาภิบาลของสถาบันอุดมศึกษาเพื่อ สนับสนุนการพัฒนาประเทศไทยออกจากกับดักรายได้ปานกลางอย่างยั่งยืน

(13) แผนการปฏิรูปประเทศด้านวัฒนธรรม กีฬา แรงงาน และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มีเป้าประสงค์เพื่อให้ประชาชนมีคุณธรรมจริยธรรม เพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจฐานวัฒนธรรม ประชาชนออกกำลังกายและเล่นกีฬาอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงมีความรอบรู้ด้านสุขภาพเพื่อพัฒนาสุขภาพให้แข็งแรง และเป็นฐานในการพัฒนากีฬาชาติ และกำลังคนของประเทศมีทักษะที่เอื้อต่อการสร้างผลิตภาพแรงงาน และคุณภาพชีวิตที่ดี โดยกำหนดกิจกรรมปฏิรูปประเทศที่จะส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อประชาชนอย่างมีนัยสำคัญ จำนวน 5 กิจกรรม ประกอบด้วย 1) การส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมในทุกช่วงวัยผ่านการปฏิรูปอุตสาหกรรมบันเทิงและการใช้กลไกร่วมระหว่างภาครัฐและ เอกชนในการขับเคลื่อน 2) การพัฒนาการเรียนรู้และเศรษฐกิจชุมชนบนฐานวัฒนธรรมแบบบูรณาการ 3) การส่งเสริมประชาชนเป็นศูนย์กลางในการสร้างวิถีชีวิตทางการกีฬาและการออกกำลังกายอย่างทั่วถึงและเท่าเทียม และการสร้างโอกาสทางการกีฬาและการพัฒนานักกีฬาอาชีพ 4) การพัฒนาระบบการบริหารจัดการกำลังคนของประเทศแบบบูรณาการ และ 5) การบริหารจัดการศักยภาพบุคลากรของประเทศ

3. ยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2579)

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ได้กำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ ยุทธศาสตร์ และกลยุทธ์เพื่อเป็นแนวทางในการคุ้มครองผู้บริโภค แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579) ฉบับนี้มุ่งเน้นการส่งเสริมให้ผู้บริโภคมีความเข้มแข็ง อยู่อย่างพอเพียง และได้รับการคุ้มครองอย่างทั่วถึงและยั่งยืน เพื่อขับเคลื่อนภารกิจของหน่วยงานให้มีประสิทธิภาพสูงสุด (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค, 2560)

ยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579) ประกอบด้วย 4 ยุทธศาสตร์ ได้แก่

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนากลไกป้องกันและคุ้มครองผู้บริโภค

เป้าหมาย

ในการเป็นกลไกการป้องกันและคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคได้รับการพัฒนาโดยใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม ตัวชี้วัด ร้อยละของผู้บริโภคที่ได้รับการชดเชย เยียวยา

กลยุทธ์ 1 การพัฒนากลไกการตรวจสอบเฝ้าระวังและเตือนภัยสินค้าบริการที่อาจไม่ปลอดภัย

ตัวชี้วัด จำนวนกลไกการตรวจสอบ เฝ้าระวังและเตือนภัยสินค้า บริการที่อาจมาปลอดภัย

กลยุทธ์ที่ 2 มีกลไกในการไขปัญหาและเยียวยาผู้บริโภค โดยใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม

ตัวชี้วัด จำนวนกลไกในการไขปัญหาและเยียวยาผู้บริโภค โดยใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม

ยุทธศาสตรที่ 2 พัฒนากฎหมายให้ทันสมัยต่อสภาพปัญหา

เป้าหมาย กฎหมายที่สอดคล้องกับสภาพปัญหา

ตัวชี้วัด จำนวนกฎหมายที่ได้รับการพัฒนา (ฉบับ)

กลยุทธ์ที่ 1 มีแผนพัฒนากฎหมาย (4 ปี) และรายปี

ตัวชี้วัด ระดับความสำเร็จในการจัดทำแผนพัฒนากฎหมาย 5 ระดับ

กลยุทธ์ที่ 2 มีฐานข้อมูลด้านกฎหมาย

ตัวชี้วัด จำนวนฐานข้อมูลด้านกฎหมาย (ด้าน)

ตัวชี้วัด ร้อยละของการพัฒนาความเชื่อมโยงฐานข้อมูล 12 ด้าน

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคและเครือข่ายด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

เป้าหมาย

1) เพื่อขับเคลื่อนความร่วมมือด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรมระหว่าง สคบ. กับเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค โดยมุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพในการดำเนินงานของเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคให้มีความเข้มแข็ง

2) เพื่อให้การรับรู้สิทธิและหน้าที่ของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

ตัวชี้วัด ร้อยละความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภคของประชาชน

กลยุทธ์ที่ 1 ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค

ตัวชี้วัด ร้อยละของผลสำรวจความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภค

กลยุทธ์ที่ 2 ขับเคลื่อนการดำเนินงานของเครือข่ายด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

ตัวชี้วัด ร้อยละของเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคที่ทำกิจกรรมคุ้มครองผู้บริโภค

ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาการบริหารจัดการองค์กรและเพิ่มศักยภาพบุคลากรให้มีประสิทธิภาพ

เป้าหมาย

1) องค์กรมีระบบบริหารจัดการองค์กรที่สามารถตอบสนองภารกิจขององค์กรได้อย่างประสิทธิภาพ

2) บุคลากรมีศักยภาพและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานและมีจิตบริการ

ตัวชี้วัด ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานตามพันธกิจ

ตัวชี้วัด ร้อยละความพึงพอใจของผู้รับบริการ

กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาศักยภาพบุคลากรให้มีประสิทธิภาพ

กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนาระบบการบริหารจัดการองค์กรให้ตอบสนองต่อพันธกิจ

ตัวชี้วัด ร้อยละความสำเร็จของตัวชี้วัดประสิทธิภาพการดำเนินงานตามคำรับรองการปฏิบัติราชการ หรือมาตรา 44

4. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570)

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570) มีสถานะเป็นแผนระดับที่ 2 ซึ่งเป็นกลไกที่สำคัญในการแปลงยุทธศาสตร์ชาติไปสู่การปฏิบัติ และใช้เป็นกรอบสำหรับการจัดทำแผนระดับที่ 3 เพื่อให้การดำเนินงานของภาคีการพัฒนาที่เกี่ยวข้องสามารถสนับสนุนการบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติ ตามกรอบระยะเวลาที่คาดหวังไว้ได้ โดยพระราชบัญญัติสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ พ.ศ. 2561 บัญญัติให้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 มีผลบังคับใช้ถึงวันที่ 30 กันยายน 2565 ส่งผลให้กรอบระยะเวลา 5 ปีของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 เริ่มต้น ณ วันที่ 1 ตุลาคม 2565 ครอบคลุมปีงบประมาณ พ.ศ. 2566-2570 ซึ่งเป็นระยะ 5 ปีที่สองของยุทธศาสตร์ชาติยุทธศาสตร์ที่ 1 พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลประสิทธิภาพสูงให้ครอบคลุมทั่วประเทศ

ทั้งนี้ การจัดทำแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 13 อยู่บนความตั้งใจที่จะให้แผนมีจุดเน้นและเป้าหมายของการพัฒนาที่เป็นรูปธรรม สามารถบ่งบอกทิศทางการพัฒนาที่ชัดเจนที่ประเทศควรมุ่งไปในระยะ 5 ปีถัดไป

โดยเป็นผลที่เกิดจากกระบวนการสังเคราะห์ข้อมูลอย่างรอบด้าน ทั้งสถานะของทุนในมิติต่าง ๆ บทเรียนของการพัฒนาที่ผ่านมา ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยและเงื่อนไขที่จะมีอิทธิพลต่อองคาพยพต่าง ๆ ของประเทศ รวมถึงการสนับสนุนให้ภาคีการพัฒนาทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นอย่างกว้างขวางตั้งแต่ในขั้นตอนการกำหนดกรอบทิศทางของแผนไปจนถึงการยกร่างแผน

นอกจากนี้ การจัดทำแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 13 ยังอยู่ในช่วงเวลาที่ทั่วโลกรวมถึงประเทศไทยต้องเผชิญกับข้อจำกัดหลากหลายประการที่เป็นผลสืบเนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ซึ่งไม่เพียงแต่ก่อให้เกิดการเจ็บป่วยและเสียชีวิตของประชากร แต่ยังส่งผลให้เกิดเงื่อนไขทางเศรษฐกิจและการดำเนินชีวิตของประชาชนทุกกลุ่ม นอกจากนี้ ในระยะของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 13 ยังเป็นช่วงเวลาที่มีแนวโน้มของการพัฒนาของเทคโนโลยีอย่างก้าวกระโดด การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่มีความรุนแรงเพิ่มขึ้น การเป็นสังคมสูงวัยของประเทศไทยและหลายประเทศทั่วโลก ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงด้านภูมิรัฐศาสตร์ระหว่างประเทศ ดังนั้น การขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศท่ามกลางกระแสแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจึงต้องให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างความเข้มแข็งจากภายในให้สามารถเติบโตต่อไปได้อย่างมั่นคงท่ามกลางความผันแปรที่เกิดขึ้นรอบด้าน และคำนึงถึงผลประโยชน์ของประเทศทั้งทางเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

ในการกำหนดทิศทางของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 13 ให้ประเทศสามารถก้าวข้ามความท้าทายต่าง ๆ เพื่อให้ **“ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง”** ตามเจตนารมณ์ของยุทธศาสตร์ชาติ ได้อาศัยหลักการและแนวคิด 4 ประการ ดังนี้

1) หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง โดยสืบสาน รักษา ต่อยอดการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ผ่านการกำหนดทิศทางการพัฒนาประเทศอย่าง**มีเหตุผล ความพอประมาณ ภูมิคุ้มกันบนฐานของความรู้ คุณธรรม และความเพียร** โดยคำนึงถึงความสอดคล้องกับสถานการณ์และเงื่อนไขระดับประเทศและระดับโลกทั้งในปัจจุบันและอนาคตอันใกล้ และศักยภาพของทุนทางเศรษฐกิจ ทุนทางสังคม และทุนทางทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของประเทศ ให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างความสมดุลในมิติต่าง ๆ ทั้งความสมดุลระหว่างการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันกับต่างประเทศกับความสามารถในการพึ่งตนเองได้อย่างมั่นคง ความสมดุลของการกระจายโอกาสเพื่อลดความเหลื่อมล้ำระหว่างกลุ่มคนและพื้นที่ และความสมดุลทางธรรมชาติเพื่อให้คนอยู่ร่วมกับทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมได้อย่างยั่งยืน รวมถึงการบริหารจัดการองคาพยพต่าง ๆ ของประเทศให้พร้อมรับกับความเสี่ยงที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงทั้งภายนอกและภายในประเทศ นอกจากนี้ ในการวางแผนและการขับเคลื่อนแผนไปสู่การปฏิบัติต้องอาศัยองค์ความรู้ทางวิชาการที่รอบด้านและพิจารณาด้วยความรอบคอบ ควบคู่กับการยึดถือผลประโยชน์ของประชาชนส่วนรวมเป็นที่ตั้ง และมุ่งมั่นผลักดันให้การพัฒนาบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้

2) การสร้างความสามารถในการ “ล้มแล้ว ลุกไว” โดยมุ่งเน้นการพัฒนาใน 3 ระดับ ประกอบด้วย (1) การพร้อมรับ หรือ ระดับ “อยู่รอด” ในการแก้ไขข้อจำกัดหรือจุดอ่อนที่มีอยู่ ซึ่งเป็นผลให้ประชาชนประสบความยากลำบากในการดำรงชีวิต หรือทำให้ประเทศมีความเปราะบางต่อการเปลี่ยนแปลงจากภายนอกและภายใน รวมถึงการสร้างความพร้อมในทุกระดับในการรับมือกับสภาวะวิกฤติที่อาจเกิดขึ้นให้สามารถฟื้นคืนสู่ภาวะปกติได้อย่างรวดเร็ว **(2) การปรับตัว หรือ ระดับ “พอเพียง”** ในการปรับเปลี่ยนปัจจัยที่จำเป็นเพื่อเสริมสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ตั้งแต่ในระดับครอบครัว ชุมชน พื้นที่ และประเทศ รวมถึงปรับทิศทาง รูปแบบ และแนวทางการพัฒนาให้สอดรับกับกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลกยุคใหม่ และ **(3) การเปลี่ยนแปลงเพื่อพร้อมเติบโตอย่างยั่งยืน หรือ ระดับ “ยั่งยืน”** ในการผลักดันให้

เกิดการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างในมิติต่าง ๆ เพื่อเสริมสร้างความสามารถของบุคคลและสังคมในการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งเพื่อสนับสนุนให้ประเทศสามารถเติบโตได้อย่างมีคุณภาพและยั่งยืน

3) เป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนของสหประชาชาติ โดยกำหนดทิศทางการพัฒนาที่อยู่บนพื้นฐานของแนวคิด **"ไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง"** มุ่งเสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับประชาชนทุกกลุ่ม ทั้งในมิติของการมีปัจจัยที่จำเป็นสำหรับการดำรงชีวิตขั้นพื้นฐานที่เพียงพอ การมีสภาพแวดล้อมที่ดี การมีปัจจัยสนับสนุนให้มีสุขภาพที่สมบูรณ์ทั้งทางร่างกายและจิตใจ การมีโอกาสที่จะใช้ศักยภาพของตนในการสร้างความเป็นอยู่ที่ดี และการมุ่งส่งต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่ดีไปยังคนรุ่นต่อไป

4) การพัฒนาเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน เศรษฐกิจสีเขียว โดยให้ความสำคัญกับการประยุกต์ใช้องค์ความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีสมัยใหม่ และความคิดสร้างสรรค์ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ควบคู่กับการรักษาความสมดุลระหว่างการอนุรักษ์และการใช้ประโยชน์จากฐานทรัพยากรธรรมชาติและความหลากหลายทางชีวภาพ รวมถึงการปรับเปลี่ยนรูปแบบการผลิต การให้บริการและการบริโภคเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม การดำเนินงานเพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศก่อนที่จะมีการประกาศใช้ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561 – 2580) ได้อาศัยแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติเป็นแผนหลักเพื่อเป็นกรอบในการวางแผนปฏิบัติราชการและแผนในระดับปฏิบัติต่าง ๆ รวมถึงการจัดทำคำของบประมาณรายจ่ายประจำปีให้มีความสอดคล้องเชื่อมโยงกัน แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ผ่านมาจึงกำหนดประเด็นการพัฒนาประเทศในภาพกว้างที่ต้องครอบคลุมทุกมิติ เพื่อให้หน่วยงานภาครัฐทุกระดับสามารถเชื่อมโยงภารกิจและจัดทำแผนปฏิบัติราชการและคำของบประมาณให้อยู่ภายใต้กรอบการสนับสนุนเป้าหมายของแผนพัฒนาฯ ดังนั้น จุดเน้นของแต่ละยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศภายใต้แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ผ่านมา จึงมุ่งเน้นการบรรลุเป้าหมายการพัฒนาแต่ละด้านเป็นหลัก เพื่อมุ่งหมายให้ผลสัมฤทธิ์ที่เกิดขึ้นจากการขับเคลื่อนการพัฒนาของแต่ละมิตินำไปสู่การบูรณาการผลรวมที่สนับสนุนการดำเนินงานซึ่งกันและกัน และส่งผลให้ประเทศบรรลุเป้าหมายในภาพใหญ่ที่กำหนดขึ้นภายใต้แผนพัฒนาฯ ตามลำดับ รูปแบบการจัดทำแผนเพื่อวางกรอบทิศทางการพัฒนาประเทศได้มีการปรับเปลี่ยนไปอย่างมีนัยสำคัญ โดยมาตรา 65 ภายใต้หมวดแนวนโยบายแห่งรัฐ ได้กำหนดให้ รัฐพึงจัดให้มียุทธศาสตร์ชาติเป็นเป้าหมายการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืนตามหลักธรรมาภิบาลเพื่อใช้เป็นกรอบในการจัดทำแผนต่าง ๆ และกรอบงบประมาณรายจ่ายประจำปีให้สอดคล้องและบูรณาการกัน เพื่อให้เกิดเป็นพลังผลักดันร่วมกันไปสู่เป้าหมายการพัฒนาประเทศที่กำหนดไว้ในยุทธศาสตร์ชาติ

5. นโยบายและแผนพัฒนาระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมและที่แก้ไขเพิ่มเติม

พระราชบัญญัติการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม พ.ศ. 2560 ได้กำหนดว่า "เพื่อให้การพัฒนาดิจิทัลเกิดประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคมของประเทศเป็นส่วนรวม ให้คณะรัฐมนตรีจัดให้มีนโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมขึ้นตามข้อเสนอของคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ การประกาศใช้และการแก้ไขปรับปรุงนโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ให้ทำเป็นประกาศพระบรมราชโองการและประกาศในราชกิจจานุเบกษา" นโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม จะเป็นแผนแม่บทหลักในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัลของประเทศ ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) ที่กำหนดทิศทางการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศที่ยั่งยืนโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งมีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติและแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ โดยมีการกำหนดกรอบยุทธศาสตร์การพัฒนาไว้ จำนวน 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 ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม มีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ที่ 3 สร้างสังคมคุณภาพที่ทั่วถึงเท่าเทียมด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างเด่นชัด รายละเอียดยุทธศาสตร์ที่ 3 มีสาระสำคัญดังต่อไปนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 3 สร้างสังคมคุณภาพที่ทั่วถึงเท่าเทียมด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล

การสร้างสังคมคุณภาพด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล หมายถึง การพัฒนาประเทศไทยที่ประชาชนทุกกลุ่ม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กลุ่มเกษตรกร ผู้ที่อยู่ในชุมชนห่างไกล ผู้สูงอายุ ผู้ด้อยโอกาส และคนพิการ สามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากบริการต่าง ๆ ของภาครัฐผ่านเทคโนโลยีดิจิทัล มีการรวบรวมและแปลงข้อมูลองค์ความรู้ของประเทศทั้งระดับประเทศและระดับท้องถิ่นให้อยู่ในรูปแบบดิจิทัลที่ประชาชนสามารถเข้าถึงและนำไปใช้ประโยชน์ได้โดยง่ายและสะดวก โดยประชาชนมีความรู้เท่าทันข้อมูลข่าวสาร และมีทักษะในการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม

สำหรับยุทธศาสตร์ที่ 3 นี้ เป็นการสร้างสังคมดิจิทัลที่มีคุณภาพ (Digital Society) มุ่งหวังที่จะลดความเหลื่อมล้ำทางโอกาสของประชาชนที่เกิดจากการเข้าไม่ถึงโครงสร้างพื้นฐาน การขาดความรู้ ความเข้าใจในเรื่องเทคโนโลยีดิจิทัล หรือการไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารผ่านเทคโนโลยีดิจิทัลที่ยังมีราคาแพงเกินไป และให้ความสำคัญกับการพัฒนาพลเมืองที่ฉลาด รู้เท่าทันข้อมูล และมีความรับผิดชอบ เพื่อให้เกิดการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างสร้างสรรค์ โดยสุดท้าย เมื่อโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลและพลเมืองดิจิทัลพร้อมแล้ว เทคโนโลยีดิจิทัลจะเป็นเครื่องมือในการยกระดับคุณภาพชีวิตของคนทุกกลุ่มผ่านบริการดิจิทัลต่าง ๆ

เป้าหมายยุทธศาสตร์

1. ประชาชนทุกกลุ่มโดยเฉพาะกลุ่มผู้อาศัยในพื้นที่ห่างไกล ผู้สูงอายุ และคนพิการสามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัล

1.1 ศูนย์ดิจิทัลชุมชนมีบริการอุปกรณ์เชื่อมต่อ และ Free Wi-Fi ครอบคลุมทุกตำบลทั่วประเทศ

1.2 สัดส่วนของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่อายุเกิน 50 ปี เพิ่มขึ้น ไม่น้อยกว่าร้อยละ 25

1.3 ประชาชนทุกกลุ่ม (โดยเฉพาะผู้ด้อยโอกาส ทั้งด้านพื้นที่และข้อจำกัดด้านร่างกาย) สามารถใช้บริการภาครัฐได้โดยไม่มีข้อจำกัดด้านพื้นที่ ด้านเวลา และด้านภาษา

2. ประชาชนทุกคนมีความตระหนัก ความรู้ ความเข้าใจ ทักษะในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลให้เกิดประโยชน์และสร้างสรรค์ (Digital Literacy)

3. ประชาชนสามารถเข้าถึงการศึกษา สาธารณสุข และบริการสาธารณะผ่านระบบดิจิทัล

3.1 ประชาชนทุกวัยทั่วประเทศ สามารถเข้าถึงบริการการเรียนรู้ระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ได้ตามความต้องการ

3.2 ประชาชนทุกพื้นที่สามารถเข้าถึงบริการด้านการให้คำแนะนำด้านสุขภาพ และวินิจฉัยโรคเบื้องต้น

3.3 ประชาชนทุกพื้นที่สามารถเขาถึงบริการจุดบริการแบบเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) ที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน ตลอดทุกช่วงอายุตั้งแต่เกิดจนตายผ่านเทคโนโลยีดิจิทัล

แผนงาน

1. สร้างโอกาสและความเท่าเทียมในการเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับประชาชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มผู้พิการ กลุ่มผู้ที่อยู่อาศัยในพื้นที่ห่างไกล

1.1 สนับสนุนเทคโนโลยีดิจิทัลหรือเทคโนโลยีสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่คนพิการ และกำหนดให้สื่อดิจิทัล การพัฒนาเว็บไซต์ แอปพลิเคชัน และบริการดิจิทัลของภาครัฐต้องพัฒนาตามหลักการออกแบบที่เป็นสากล

1.2 ขยายผลศูนย์สารสนเทศชุมชนไปสู่ทุกตำบลให้เป็นศูนย์บริการของชุมชนที่บูรณาการการทำงานร่วมกับหน่วยงานภาครัฐทั้งส่วนกลางและท้องถิ่น สามารถให้บริการประชาชนแบบเบ็ดเสร็จเป็นจุดรับบริการภาครัฐ ให้ความรู้ด้านการทำธุรกิจและประกอบอาชีพผ่านระบบออนไลน์ของชุมชน และพื้นที่ของชุมชนในการทำกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคมโดยเน้นบริการด้านการศึกษา การเกษตรการดูแลสุขภาพ การค้าขาย การบริการท่องเที่ยว สิทธิ และสวัสดิการสังคม

2. พัฒนาศักยภาพของประชาชนในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลให้เกิดประโยชน์และสร้างสรรค์ รวมถึงความสามารถในการคิดวิเคราะห์ และแบ่งแยกข้อมูลข่าวสารในสังคมดิจิทัลที่เปิดกว้างและเสรี

2.1 เพิ่มศักยภาพและทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลให้เกิดประโยชน์และสร้างสรรค์ของประชาชน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กลุ่มผู้สูงอายุ คนพิการ และผู้ด้อยโอกาส ผ่านการอบรมโดยศูนย์ดิจิทัลชุมชนร่วมกับหน่วยงานพันธมิตร และจัดให้มีการกำหนดมาตรฐานการเรียนรู้เทคโนโลยีดิจิทัลขั้นพื้นฐานสำหรับคนกลุ่มต่าง ๆ

2.2 ส่งเสริมแนวปฏิบัติที่ดีในโลกดิจิทัล โดยบรรจุเรื่องการรู้เท่าทันสื่อที่เป็นมาตรฐานในหลักสูตรการศึกษาทุกระดับ ดำเนินการวัดระดับการรู้เท่าทันสื่อตามเกณฑ์ที่กำหนดให้ชัดเจน รณรงค์ให้เกิดความรู้ด้านการรู้เท่าทันสื่อในวงกว้าง โดยมุ่งเน้นในเรื่องความสามารถในการแบ่งแยก วิเคราะห์สื่อและข้อมูลข่าวสาร การใช้เทคโนโลยีอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม และการไม่ละเมิดสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา

2.3 สร้างกลไกติดตามข้อมูลข่าวสารออนไลน์ สำหรับเฝ้าระวังข้อมูลที่เป็นอันตรายต่อสังคมแบบทันสถานการณ์ (Real Time) เช่น ความเชื่อที่ผิดในเรื่องอาหารและยา สื่อลามกอนาจารเด็ก ข้อมูลเท็จ และกระแสข่าวที่ทำให้สังคมตื่นตระหนก ฯลฯ เพื่อส่งต่อไปให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้ข้อมูลที่ถูกต้องแก่สังคม

3. สร้างสื่อ คลังสื่อ และแหล่งเรียนรู้ดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิตที่ประชาชนเข้าถึงได้อย่างสะดวกผ่านทั้งระบบโทรคมนาคม ระบบแพร่ภาพกระจายเสียงและสื่อหลอมรวม

3.1 กำหนดให้หน่วยงานเจ้าของข้อมูลต่าง ๆ เช่น เอกสารสำคัญของราชการ ข้อมูล สถิติ ความรู้เชิงอาชีพ มรดกทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น และสาระบันเทิงต่าง ๆ เป็นต้น เร่งผลิตหรือแปลงข้อมูลข่าวสาร องค์ความรู้ของหน่วยงานให้อยู่ในรูปแบบดิจิทัลและเปิดให้ประชาชนเข้าถึงสืบค้นได้ รวมทั้งจัดให้มีกลไกที่อนุญาตให้ประชาชนหรือธุรกิจสามารถนำข้อมูลไปต่อยอดใช้ประโยชน์

3.2 สร้างและส่งเสริมให้เกิดแหล่งความรู้ดิจิทัลทั้งในระดับประเทศและระดับท้องถิ่น เพื่อเป็นแหล่งความรู้ที่น่าเชื่อถือของสังคมไทย โดยมีมาตรการ เช่น สร้างเครือข่ายผู้พัฒนาแหล่งความรู้ให้ทุนสนับสนุนการดำเนินการจัดหาแพลตฟอร์ม รับรองความน่าเชื่อถือของข้อมูลและองค์ความรู้ บูรณาการแหล่งความรู้เพื่อให้ประชาชนเข้าถึงข้อมูลและความรู้ได้ง่าย เป็นต้น

3.3 ส่งเสริมให้ภาคเอกชนและภาคประชาชน ผลิตสื่อดิจิทัลที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ เช่น การผลิตสื่อผ่านกิจกรรมที่รับผิดชอบต่อสังคมโดยหน่วยงานเอกชน หรือการผลิตสื่อภูมิปัญญาท้องถิ่นโดย

ประชาชนและชุมชน ทั้งนี้ สื่อที่ผลิตขึ้นใหม่จะต้องรองรับความหลากหลายในสังคม ทั้งด้านภาษาวัฒนธรรม สภาพร่างกาย พื้นที่ทางภูมิศาสตร์ ฐานะทางเศรษฐกิจ การเป็นประชาคมอาเซียนและประชาคมโลก

3.4 พัฒนาแพลตฟอร์มสำหรับรวบรวมข้อมูล องค์ความรู้ ความสามารถของบุคคล โดยเฉพาะบุคลากรวัยเกษียณ ปราชญ์ชุมชน นักวิชาการ และผู้มีจิตอาสา ให้เป็นเวทีแลกเปลี่ยนประสบการณ์ เรียนรู้ร่วมกัน และถ่ายทอดองค์ความรู้และประสบการณ์จากรุ่นสู่รุ่น จากชุมชนสู่ชุมชน นำไปสู่เศรษฐกิจและสังคมแห่งการแบ่งปัน

4. เพิ่มโอกาสในการเรียนรู้ และได้รับบริการการศึกษาที่มีมาตรฐานของนักเรียนและประชาชนแบบทุกวัย ทุกที่ ทุกเวลา ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล

4.1 บูรณาการการนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้าสู่โรงเรียนในพื้นที่ห่างไกลชายขอบ เช่น โรงเรียนในพื้นที่ห่างไกลและเดินทางลำบาก โรงเรียนในพื้นที่ชายแดน หรือพื้นที่ที่มีความขัดแย้งสูง โดยการบูรณาการจะรวมถึงเทคโนโลยีพลังงานแสงอาทิตย์ เทคโนโลยีสื่อสารโทรคมนาคมและแพร่ภาพกระจายเสียง และเทคโนโลยีการศึกษาผ่านระบบอินเทอร์เน็ตที่เอื้อต่อการศึกษาและเรียนรู้ของนักเรียนประชาชนและชุมชน

4.2 พัฒนาและส่งเสริมบริการการเรียนรู้ผ่านระบบเปิดสำหรับมหาชน (Massive Open Online Course: MOOC) ที่ครอบคลุมถึงหลักสูตรเสริมการศึกษาในระบบโรงเรียนประถมและมัธยมหลักสูตรด้านอาชีวศึกษา หลักสูตรในระดับมหาวิทยาลัยที่ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ข้ามสถาบันการศึกษาได้ หลักสูตรสำหรับอาเซียน ไปจนถึงหลักสูตรเพื่อประชาชนทั่วไปที่ต้องการเรียนรู้เพิ่มเติมตลอดชีวิตตามความสนใจ และการสร้างกลไกความร่วมมือหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนให้เกิดการขับเคลื่อนงานด้านนี้ในระดับชาติ

4.3 ผลิตสื่อและคลังสื่อสาระออนไลน์ เพื่อการศึกษาเรียนรู้ที่มีลิขสิทธิ์ถูกต้อง หรือใช้ระบบลิขสิทธิ์แบบเปิด รวมถึงการอบรมให้ครูและผู้สนใจมีทักษะด้านการผลิตสื่อออนไลน์ เพื่อให้เกิดการต่อยอดการผลิตสื่อการเรียนรู้ทั้งในระบบและนอกระบบการศึกษา

4.4 ส่งเสริมการพัฒนาและบูรณาการระบบทะเบียนประวัติการศึกษาอิเล็กทรอนิกส์ที่เชื่อมต่อกันทั่วประเทศ ที่ประชาชนสามารถเข้าถึงภายใต้เงื่อนไขและหลักเกณฑ์ที่กำหนด เพื่อใช้ประโยชน์ในการประกอบอาชีพ การพัฒนาตลอดชีวิต รวมทั้งเป็นข้อมูลทรัพยากรมนุษย์ของประเทศ

5. เพิ่มโอกาสการได้รับบริการทางการแพทย์และสุขภาพที่ทันสมัย ทั่วถึง และเท่าเทียม รองรับการเข้าสู่สังคมสูงวัยด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล

5.1 บูรณาการระบบประวัติสุขภาพผู้ป่วยอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งเชื่อมต่อกันทั่วประเทศที่ประชาชนสามารถเข้าถึงและบริหารจัดการข้อมูลสุขภาพของตนได้ เพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้ารับการรักษาและเป็นข้อมูลสำคัญประกอบการรักษากรณีฉุกเฉิน

5.2 บูรณาการและส่งเสริมให้เกิดการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่เหมาะสม ที่ครอบคลุมถึงระบบการให้บริการแพทย์ทางไกล (Telemedicine) การสร้างพื้นที่ปรึกษาปัญหาและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การเฝ้าระวัง และสื่อสารเตือนภัยด้านสุขภาพและอนามัย รวมไปถึงการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อสุขภาพในรูปแบบใหม่เพื่อสนับสนุนการมีสุขภาพ สุขภาวะที่ดี หรือลดปัญหาสุขภาพของประชาชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งประชาชนในพื้นที่ห่างไกล กลุ่มแม่และเด็ก กลุ่มผู้สูงอายุ และผู้พิการ

5.3 เร่งจัดทำนโยบายและแผนการดำเนินงานการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่สังคมสูงวัย โดยบูรณาการร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทางด้านการแพทย์เทคโนโลยีดิจิทัล วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และการพัฒนาสังคม

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

แผนแม่บทการบริหารคลื่นความถี่ได้จัดทำให้สอดคล้องกับนโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม รวมทั้งยุทธศาสตร์ชาติและแผนปฏิรูปประเทศ ตลอดจนข้อบังคับวิทยุของสหภาพโทรคมนาคมระหว่างประเทศ เพื่อประโยชน์ในการบริหารคลื่นความถี่ให้มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป โดยคำนึงถึงการใช้งานด้านความมั่นคงของรัฐตามความจำเป็น โดยมีวิสัยทัศน์ เป้าประสงค์ พันธกิจ ยุทธศาสตร์ และกลยุทธ์ ดังต่อไปนี้ (สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, 2562) สามารถเชื่อมโยงกับการคุ้มครองผู้บริโภค มีรายละเอียดดังนี้

1) ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประเด็นแรก คือ การกำกับดูแลคุณภาพบริการ โดยการตรวจสอบประสิทธิภาพการใช้บริการ มีการติดตามการใช้งานโครงสร้างพื้นฐาน และการประเมินผลกระทบต่อผู้ใช้บริการ ประเด็นที่สอง คือ การรักษาประโยชน์สาธารณะ อาทิ การดูแลให้เกิดการแข่งขันที่เป็นธรรม การป้องกันการผูกขาดบริการ และการส่งเสริมการเข้าถึงบริการอย่างทั่วถึง เป็นต้น

2) ด้านการสนับสนุนและส่งเสริม เริ่มจากการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เช่น การสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาด้านคลื่นความถี่ การส่งเสริมนวัตกรรมด้านโทรคมนาคม และพัฒนาระบบการบริหารคลื่นความถี่ที่ทันสมัย เป็นต้น นอกจากนี้ เน้นการพัฒนาบุคลากร โดยเพิ่มศักยภาพบุคลากรด้านการบริหารคลื่นความถี่ พัฒนาความรู้และประสบการณ์ระดับสากล และสร้างมาตรฐานการปฏิบัติงาน

นอกจากนี้ แผนแม่บทการบริหารคลื่นความถี่ (พ.ศ. 2562) และฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2564) ยังชี้แนวทางการบูรณาการโดยการประสานความร่วมมือจากการสร้างความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การแลกเปลี่ยนข้อมูลและประสบการณ์เพื่อพัฒนาแนวทางการกำกับดูแลร่วมกัน รวมทั้งการพัฒนาระบบงานด้วยการปรับปรุงกระบวนการทำงานที่มีประสิทธิภาพ การพัฒนาระบบฐานข้อมูลที่ทันสมัย และเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ

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

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 27 (1) และมาตรา 49 แห่งพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2562 กสทช. จัดให้มีแผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2563-2568) โดยแผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ฉบับนี้ มุ่งเน้นและให้ความสำคัญกับการพัฒนากิจการวิทยุกระจายเสียง เพื่อยกระดับมาตรฐานกิจการกระจายเสียง และเพิ่มทางเลือกให้กับประชาชนในการรับบริการและเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นพื้นฐานได้อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังมุ่งเน้นให้เกิดการพัฒนากิจการโทรทัศน์ของประเทศให้เหมาะสมกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อให้สามารถกำกับดูแลได้สอดคล้องกับระบบนิเวศของอุตสาหกรรมที่เปลี่ยนแปลงไป โดยคำนึงถึงการใช้ทรัพยากรในกิจการโทรทัศน์ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด รวมทั้งให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลด้านเนื้อหาให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสังคมและเทคโนโลยี มุ่งเน้นไปสู่การพัฒนาและสร้างกลไกในการกำกับดูแลด้านเนื้อหาให้มีประสิทธิภาพ ตลอดจนมีการส่งเสริมสนับสนุนเนื้อหาที่มีคุณภาพสร้างสรรค์ หลากหลาย และเป็นประโยชน์ต่อสาธารณะให้มากยิ่งขึ้น การคุ้มครองผู้บริโภค มิให้ถูกเอาเปรียบและได้รับบริการอย่างเป็นธรรม ส่งเสริมสิทธิเสรีภาพของประชาชนให้สามารถเข้าถึง และใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารที่หลากหลายได้อย่างเท่าเทียม ตลอดจนการให้บริการและการกำกับ ดูแลที่มุ่งสู่ความเป็นดิจิทัลโดยนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการให้บริการและการกำกับดูแลให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์นี้ มีวิสัยทัศน์ เป้าประสงค์ และพันธกิจ ยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ ดังต่อไปนี้ (สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, 2562)

วิสัยทัศน์

กิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์พัฒนาก้าวไกล สร้างสรรค์สังคม เอื้อประโยชน์ทุกภาคส่วน

เป้าประสงค์

1. ประชาชนได้รับประโยชน์จากการอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่และประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่างมีประสิทธิภาพ ทั่วถึง และเป็นธรรม

2. ประชาชนได้รับการคุ้มครองมิให้ถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

3. ประชาชนมีสิทธิเสรีภาพในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารอย่างเท่าเทียม

4. ผู้ประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์สามารถแข่งขันอย่างเสรี เป็นธรรม เนื้อหามีคุณภาพ หลากหลาย เชื่อถือได้ และเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายกิจการ

5. ผู้รับใบอนุญาต ผู้ผลิตรายการ และผู้ประกอบวิชาชีพในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ได้รับการส่งเสริมพัฒนาคุณภาพ มีมาตรฐานทางจริยธรรม

6. กิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ได้รับการพัฒนาไปสู่ความทันสมัย ใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า

พันธกิจ

1. จัดสรรทรัพยากรการสื่อสารอย่างโปร่งใส เป็นธรรม ครอบคลุมในทุกมิติ

2. กำกับดูแลให้มีประสิทธิภาพบนพื้นฐานการแข่งขันเสรีเป็นธรรม เพื่อความมั่นคงและประโยชน์สาธารณะ

3. คุ้มครองประชาชนให้ได้รับบริการที่มีคุณภาพ

4. ส่งเสริมสิทธิเสรีภาพของประชาชนในการสื่อสารและเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่หลากหลายและมีคุณภาพอย่างเท่าเทียม

แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2563-2568) ประกอบไปด้วย 4 ยุทธศาสตร์ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนากิจการวิทยุกระจายเสียงในประเทศไทย การพัฒนากิจการวิทยุกระจายเสียง เพื่อยกระดับมาตรฐานกิจการกระจายเสียงให้เป็นที่ยอมรับ ลดการรบกวนการใช้คลื่นความถี่เพิ่มทางเลือกให้กับประชาชนในการรับบริการ รวมถึงให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นพื้นฐานได้อย่างต่อเนื่อง

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนากิจการโทรทัศน์ของประเทศให้เหมาะสมกับบริบทใหม่ การพัฒนากิจการโทรทัศน์ของประเทศให้เหมาะสมกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อให้สามารถกำกับดูแลได้สอดคล้องกับระบบนิเวศของอุตสาหกรรม โดยคำนึงถึงการใช้ทรัพยากรในกิจการโทรทัศน์อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุดและยกระดับมาตรฐานกิจการโทรทัศน์ให้เป็นที่ยอมรับ

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การกำกับดูแลด้านเนื้อหาการคุ้มครองผู้บริโภค และการส่งเสริมสิทธิเสรีภาพของประชาชน การกำกับดูแลด้านเนื้อหาให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสังคมและเทคโนโลยี มุ่งเน้นไปสู่การพัฒนา และสร้างกลไกในการกำกับดูแลด้านเนื้อหาให้มีประสิทธิภาพ ตลอดจนมีการส่งเสริม สนับสนุนเนื้อหาที่มีคุณภาพ สร้างสรรค์ หลากหลาย และเป็นประโยชน์ต่อสาธารณะให้มากยิ่งขึ้น มีการคุ้มครองผู้บริโภคมิให้ถูกเอาเปรียบ และได้รับบริการอย่างเป็นธรรมมีการบริหารจัดการเรื่องร้องเรียนที่มีประสิทธิภาพ

ส่งเสริมสิทธิเสรีภาพของประชาชนให้สามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารที่หลากหลายได้อย่างเท่าเทียม รวมทั้งผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนสามารถทำหน้าที่ตามจริยธรรมแห่งวิชาชีพของตนได้อย่างเต็มที่

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การให้บริการและการกำกับดูแลที่มุ่งสู่ความเป็นดิจิทัล การให้บริการและการกำกับดูแลที่มุ่งสู่ความเป็นดิจิทัล มีการใช้ระบบการอนุญาตบนพื้นฐานของการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการกำกับดูแลให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

8. แผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2562 – 2566)

ทิศทางของแผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม ฉบับที่ 2 นี้ มุ่งเน้นการจัดสรรทรัพยากรโทรคมนาคมให้เพียงพอต่อความต้องการใช้งาน สนับสนุนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานโทรคมนาคมที่ครอบคลุม ส่งเสริมความมีประสิทธิภาพของกลไกตลาด และการวางรากฐานการกำกับดูแลที่เชื่อมโยงกับข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ รวมทั้งมุ่งเสริมสร้างกลไกการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับสถานการณ์ที่เป็นปัจจุบันมากขึ้น ในขณะเดียวกันก็เพิ่มบทบาทของกลไกความร่วมมือในการขับเคลื่อนการพัฒนาที่เชื่อมโยงกับภาคส่วนต่าง ๆ โดยมีเป้าหมายการพัฒนาที่เชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ตลอดจนนโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม แผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2562 – 2566 นี้ มีวิสัยทัศน์ เป้าประสงค์ และพันธกิจ ยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ ดังต่อไปนี้ (สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, 2562)

วิสัยทัศน์

มุ่งพัฒนากิจการโทรคมนาคม ยกระดับความครอบคลุมของโครงสร้างพื้นฐานและการเข้าถึงบริการโทรคมนาคม สร้างความเข้มแข็งให้กับผู้บริโภค สู่สังคมดิจิทัลเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนากิจการโทรคมนาคมและส่งเสริมการแข่งขันโดยเสรีอย่างเป็นธรรม

มุ่งเน้นการพัฒนาสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนการพัฒนาโครงข่ายบรอดแบนด์ความเร็วสูงที่ครอบคลุมทั่วถึงและส่งเสริมนวัตกรรม ส่งเสริมการเข้าถึงบริการและการใช้โครงสร้างพื้นฐานโทรคมนาคมให้เกิดประโยชน์สูงสุด ประชาชนสามารถเข้าถึงบริการบรอดแบนด์ความเร็วสูงในราคาที่เหมาะสม เพื่อให้มีโครงสร้างพื้นฐานโทรคมนาคมประสิทธิภาพสูงรองรับการเข้าถึงการพัฒนาระบบเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การอนุญาตและกำกับดูแลกิจการโทรคมนาคม และกิจการวิทยุคมนาคม

มุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพในการอนุญาตและกำกับดูแลการประกอบกิจการ การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาสนับสนุนการดำเนินงานเพื่ออำนวยความสะดวก เพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ สร้างความโปร่งใส ในการดำเนินงาน และการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการและการติดตามตรวจสอบ การปฏิบัติตามเงื่อนไข การอนุญาตและการบังคับใช้กฎหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การบริหารทรัพยากรโทรคมนาคมอย่างมีประสิทธิภาพ

มุ่งเน้นการจัดสรรและการบริหารทรัพยากรโทรคมนาคมคลื่นความถี่และเลขหมายโทรคมนาคมอย่างมีประสิทธิภาพ โปร่งใส และเป็นธรรม ส่งเสริมให้มีการใช้คลื่นความถี่ในกิจการโทรคมนาคมและกิจการวิทยุคมนาคมเพื่อการประกอบการเชิงพาณิชย์ เพื่อประโยชน์สาธารณะ เพื่อความมั่นคง และการติดต่อสื่อสารกรณีเกิดภัยพิบัติและเหตุฉุกเฉิน โดยคำนึงถึงประโยชน์สูงสุด ความเพียงพอในการใช้งาน และรองรับการพัฒนาของเทคโนโลยีดิจิทัล

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การบริการโทรคมนาคมพื้นฐานโดยทั่วถึงและบริการเพื่อสังคม

ส่งเสริมการจัดให้มีบริการโทรคมนาคมพื้นฐานโดยทั่วถึงให้ครอบคลุมทั้งมิติเชิงพื้นที่และเชิงสังคม มุ่งเน้นการพัฒนาโครงข่ายบรอดแบนด์และบริการโทรคมนาคมสาธารณะในพื้นที่ชนบทหรือพื้นที่

ที่มีผลตอบแทนการลงทุนต่ำ เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงบริการโทรคมนาคมเพื่อสนับสนุนการเข้าถึงการศึกษา สาธารณสุข บริการสาธารณะ และข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนส่งเสริมการใช้ประโยชน์เทคโนโลยีดิจิทัลในการยกระดับคุณภาพชีวิต ลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจและสังคม อันจะนำไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศในที่สุด

ยุทธศาสตร์ที่ 5 การคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม และการให้บริการเพื่อประโยชน์สังคม และสาธารณะ

มุ่งเน้นการสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม ส่งเสริมการสร้างความตระหนักถึงการใช้ประโยชน์จากบริการโทรคมนาคม เพื่อให้ประชาชนสามารถรู้และเท่าทันการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพและมีความรับผิดชอบต่อสังคม พัฒนากลไกการคุ้มครองผู้บริโภคและคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค กำหนดเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพการให้บริการโทรคมนาคม และกำกับให้มีบริการโทรคมนาคมที่มีคุณภาพในราคาที่เป็นธรรม ส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการให้บริการอย่างมีจริยธรรมและสนับสนุนการดำเนินการเพื่อปกป้องสิทธิของผู้บริโภคเพื่อสังคมและประโยชน์สาธารณะ

ยุทธศาสตร์ที่ 6 สนับสนุนการขับเคลื่อนการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

มุ่งเน้นการส่งเสริมความร่วมมือเพื่อการขับเคลื่อนนโยบายการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม สนับสนุนการวิจัยและพัฒนาที่สร้างคุณค่าให้แก่อุตสาหกรรมโทรคมนาคม เพื่อส่งเสริมให้มีการนำเทคโนโลยีมาใช้สนับสนุนการพัฒนานวัตกรรมเพื่อการเสริมสร้างระบบนิเวศดิจิทัล รวมทั้งการสร้างความเชื่อมั่นและคุ้มครองความปลอดภัยให้กับประชาชนในการใช้บริการโทรคมนาคม

9. แผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2567-2571)

พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม (ฉบับที่ 3) พ.ศ.2562มาตรา 27(1) และมาตรา 49 กำหนดให้คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) จัดให้มีแผนแม่บทกิจการโทรคมนาคมเพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินการระยะ 5 ปี โดยในแผนดังกล่าวต้องสอดคล้องกับนโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม รวมทั้งสอดคล้องกับแผนแม่บทการบริหารคลื่นความถี่ และอย่างน้อยต้องมีแนวทางการพัฒนาและการส่งเสริมการแข่งขัน โดยเสรีอย่างเป็นธรรมระหว่างผู้ประกอบกิจการแนวทางการอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่และการอนุญาตให้ประกอบกิจการ โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสุขภาพของประชาชนและมลภาวะสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการใช้คลื่นความถี่

แผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2567-2571) เป็นแผนที่คำนึงถึงการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมระบบนิเวศดิจิทัลซึ่งส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมโทรคมนาคมและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวเนื่อง โดยมีความสอดคล้องกับกฎหมายและนโยบายและแผนระดับชาติที่เกี่ยวข้อง อาทิ ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และนโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม และเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับแผนแม่บทการบริหารคลื่นความถี่เพื่อเป็นกรอบแนวทางในการกำกับดูแลกิจการโทรคมนาคมภายใต้สภาพแวดล้อมที่เป็นพลวัต ทั้งนี้ ทิศทางของแผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2567-2571) นี้ มุ่งเน้นการตอบสนองต่อบริบทที่มีการเปลี่ยนแปลงไปทั้งในด้านการสนับสนุนให้มีผู้ประกอบการรายใหม่เข้าสู่ตลาดโทรคมนาคม การเพิ่มโอกาสการเข้าถึงและใช้บริการโทรคมนาคมของประชาชนกลุ่มด้อยโอกาส เช่น ในชุมชนในพื้นที่ห่างไกลหรือกลุ่มคนพิการ คนสูงอายุ เป็นต้น

การส่งเสริมให้เกิดการประยุกต์ใช้งานเทคโนโลยี โทรคมนาคมของภาคอุตสาหกรรมต่าง ๆ การบริหารจัดการภัยคุกคามทางไซเบอร์ที่อาศัยช่องทางโทรคมนาคม ให้เกิดผลสัมฤทธิ์เพื่อลดการสูญเสียทางเศรษฐกิจการบริหารทรัพยากรโทรคมนาคมให้เป็นไปอย่างคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพ โดยคำนึงถึงการสร้างสมดุลระหว่างความต้องการใช้งานทรัพยากรกับทรัพยากรที่มีอยู่ทั้งหลายทั้งปวงเหล่านี้ เพื่อผลักดันให้กิจการโทรคมนาคมเกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน มีบรรยากาศของการแข่งขันในตลาดโทรคมนาคมโดยเสรีอย่างเป็นธรรมประชาชนทุกกลุ่มสามารถเข้าถึงและใช้บริการโทรคมนาคมที่มีคุณภาพในราคาที่เหมาะสมเป็นธรรมและปลอดภัยจากภัยคุกคามและภาคอุตสาหกรรม นำเทคโนโลยีโทรคมนาคมไปใช้ประโยชน์อย่างแพร่หลายเพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล

แผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2567 - 2571) ฉบับนี้ ได้ให้ความสำคัญกับ 1) การส่งเสริมการแข่งขันในตลาดโทรคมนาคมที่มีการรวมธุรกิจของผู้ประกอบการ เช่น การส่งเสริมการเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการรายใหม่ เป็นต้น 2) การผลักดันการขยายโครงข่ายและบริการโทรคมนาคมให้ครอบคลุม ซึ่งจะสร้างโอกาสให้ประชาชนทุกกลุ่มเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากบริการโทรคมนาคมพร้อมทั้งส่งเสริมให้ภาคอุตสาหกรรมใช้ 5G ร่วมกับเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อยกระดับกระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น 3) การบริหารคลื่นความถี่ที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุดโดยพิจารณาถึงทรัพยากรคลื่นความถี่ที่มีอยู่และความต้องการใช้งาน 4) การยกระดับการอนุญาตและการกำกับดูแลกิจการโทรคมนาคมและกิจการวิทยุคมนาคม โดยการพัฒนากฎระเบียบและระบบให้เหมาะสมกับบริบทของการหลอมรวมของเทคโนโลยีและเอื้อต่อการประกอบธุรกิจตลอดจนทำงานร่วมกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่แต่ละฝ่ายมีหน้าที่ตามกฎหมายที่แตกต่างกัน แต่จำเป็นต้องร่วมมือกันทำงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการกำกับดูแลในประเด็นที่เกี่ยวข้องเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคให้ได้รับความปลอดภัยจากภัยคุกคามผ่านช่องทางโทรคมนาคม และสนับสนุนการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัลของประเทศ และ 5) การสร้างความตระหนักรู้เรื่องสิทธิผู้บริโภคและภัยคุกคามผ่านช่องทางโทรคมนาคมเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถปกป้องสิทธิของตนเองและทราบวิธีการป้องกันและปกป้องตนเองจากภัยคุกคามเพื่อขับเคลื่อนนโยบายที่สำคัญ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่สนับสนุนการแก้ไขปัญหาในกิจการโทรคมนาคม ดังนี้

(1) นโยบายด้านการส่งเสริมการเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการรายใหม่และการให้ผู้ประกอบการเปิดโครงข่ายให้ผู้ประกอบการรายอื่นเช่าใช้โครงข่ายของตนเอง

ที่ผ่านมา กสทช. ได้ส่งเสริมการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมโดยการจัดทำประกาศที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมหลายฉบับเพื่อส่งเสริมการเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการรายใหม่ ซึ่งอาจจะนำไปสู่การเพิ่มทางเลือกและขยายโอกาสในการเข้าถึงบริการโทรคมนาคมในราคาที่เหมาะสมของประชาชน รวมทั้งเพื่อให้ผู้รับใบอนุญาตเปิดโครงข่ายตนเองให้ผู้รับใบอนุญาตรายอื่นเข้ามาใช้โครงข่ายดังกล่าว (Open Access) ซึ่งจะทำให้ผู้รับใบอนุญาตที่เช่าใช้โครงข่ายสามารถลดต้นทุนในการวางโครงข่ายและเพิ่มความครอบคลุมในการให้บริการอันเป็นการส่งเสริมการแข่งขันในตลาดมากขึ้น

ในส่วนของตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ ผู้ให้บริการ MVNO (Mobile Virtual Network Operator) มีแนวโน้มลดลงและผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีโครงข่ายเป็นของตนเองมีการรวมธุรกิจ ซึ่งอาจทำให้เกิดผลกระทบต่อผู้ใช้บริการ สำหรับตลาดบริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ประจำที่ผู้ประกอบการไม่ได้ใช้โครงสร้างพื้นฐานร่วมกันมากเท่าที่ควรโดยเฉพาะโครงข่ายสายปลายทาง (Last Mile) ในพื้นที่เฉพาะหรือพื้นที่ส่วนบุคคล เช่น คอนโดมิเนียม อาคารสำนักงาน หมู่บ้านจัดสรร และนิคมอุตสาหกรรม เป็นต้น ทำให้ในบางพื้นที่มีผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ประจำที่ที่มีโครงข่ายเพียงรายเดียวเป็นผลให้ผู้ใช้บริการไม่มีทางเลือกในการใช้บริการ เพื่อส่งเสริมการเพิ่มขึ้นของระดับการแข่งขัน กสทช. มีนโยบาย

ส่งเสริมการเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการรายใหม่ในตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยทบทวนปรับปรุงข้อกฎหมายหรือกฎกติกาที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคม และจัดทำมาตรการเพื่อสร้างแรงจูงใจในการเข้าสู่ตลาดและมีนโยบายส่งเสริมการเข้าถึงโครงข่าย Last Mile โดยไม่มีการเลือกปฏิบัติทั้งในด้านราคาและคุณภาพการให้บริการ

(2) นโยบายด้านการส่งเสริมการเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากบริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ของประชาชนกลุ่มที่มีข้อจำกัด (จำกัดโดยพื้นที่ โดยรายได้ โดยเงื่อนไขของร่างกาย)

ความครอบคลุมของโครงข่ายและอัตราค่าบริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการเข้าถึงและใช้บริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ของประชาชนที่ผ่านมา กสทช. จึงได้ส่งเสริมการเข้าถึงและใช้บริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ โดย 1) สนับสนุนการขยายโครงข่ายอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์โดยกำหนดเงื่อนไขการจัดให้มีโครงข่ายอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์เคลื่อนที่ของผู้รับใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่และดำเนินโครงการจัดให้มีสัญญาณโทรศัพท์เคลื่อนที่และบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในพื้นที่ชายขอบและโครงการจัดให้มีบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในพื้นที่ห่างไกลซึ่งทำให้มีบริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ประจำที่เข้าถึงหมู่บ้านที่ขาดแคลนบริการดังกล่าว จำนวน 19,162 หมู่บ้าน 2) กำกับอัตราค่าบริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์เคลื่อนที่ตามประกาศ กสทช. เรื่อง การกำหนดและกำกับดูแลโครงสร้างอัตราค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ภายในประเทศ ซึ่งทำให้อัตราค่าบริการเฉลี่ยของบริการบรอดแบนด์เคลื่อนที่มีอัตราต่ำกว่าอัตราอ้างอิงของประกาศข้างต้น

แม้ว่าประชาชนไทยจะสามารถเชื่อมต่อและใช้บริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ได้เพิ่มขึ้น แต่ยังคงมีประชาชนบางส่วนที่ไม่สามารถเชื่อมต่อและใช้บริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ เนื่องจากหลายเหตุผล อาทิ ไม่มีบริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ในพื้นที่ ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์สูงเกินไป ไม่มีความจำเป็น ไม่มีความสนใจ ใช้งานไม่เป็น ไม่มีความรู้หรือทักษะในการใช้ เป็นต้น เมื่อพิจารณาผู้ที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ในแต่ละกลุ่มประชากร พบว่า ผู้ที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มเด็ก ผู้สูงอายุ ผู้พิการ และผู้ป่วย

ในการเพิ่มอัตราการเชื่อมต่อและการใช้บริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ของประชากรได้มีนโยบายส่งเสริมการพัฒนาโครงข่ายอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ให้ครอบคลุม การจัดให้มีรายการส่งเสริมการขายที่มีอัตราค่าบริการซึ่งส่งเสริมความสามารถในการเข้าถึงบริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์เคลื่อนที่ การจัดให้มีบริการโทรคมนาคมพื้นฐานโดยทั่วถึงและบริการเพื่อสังคม แก่กลุ่มเป้าหมาย อาทิ เด็ก ผู้สูงอายุ ผู้พิการ ผู้มีรายได้น้อย ผู้ด้อยโอกาสในสังคม ตลอดจนพื้นที่ที่ขาดแคลนบริการ ทั้งนี้ เพื่อให้ประชาชนทุกกลุ่มสามารถเชื่อมต่อและใช้บริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ที่มีคุณภาพ ได้ทุกที่ ทุกเวลา เพื่อเข้าถึงข้อมูล และบริการต่าง ๆ (เช่น บริการภาครัฐ บริการด้านการศึกษา ด้านสาธารณสุข ด้านการเงิน เป็นต้น) ติดต่อสื่อสาร หรือใช้เป็นช่องทางการประกอบอาชีพ โดยเฉพาะการทำธุรกิจค้าขายออนไลน์ ซึ่งจะช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน

(3) นโยบายด้านการบริหารคลื่นความถี่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

การบริหารคลื่นความถี่อันเป็นสมบัติของชาติให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยการจัดสรรคลื่นความถี่ให้สอดคล้องกับความต้องการใช้งานคลื่นความถี่ของภาคส่วนต่าง ๆ และเพียงพอต่อการให้บริการโทรคมนาคมในอนาคตอย่างมีคุณภาพ ให้ทันกาล และสอดคล้องกับสากล เป็นหนึ่งในประเด็นท้าทายที่สำคัญในกิจการโทรคมนาคมเคลื่อนที่สากล ปัจจุบันประเทศไทยมีการจัดสรรคลื่นความถี่รวมทั้งสิ้น 3,220 เมกะเฮิรตซ์ และมีคลื่นความถี่ที่ยังไม่ได้มีการจัดสรร จำนวน 3 ย่านความถี่ ได้แก่ คลื่นความถี่ย่าน 1,800 เมกะเฮิรตซ์ 3,500 เมกะเฮิรตซ์ และ 28 กิกะเฮิรตซ์ และในปี 2568 จะมีคลื่นความถี่ที่สิ้นสุด การอนุญาตให้ใช้งาน จำนวน

4 คลื่นความถี่ ได้แก่ คลื่นความถี่ย่าน 850 เมกะเฮิรตซ์ 1,500 เมกะเฮิรตซ์ 2,100 เมกะเฮิรตซ์ และ 2,300 เมกะเฮิรตซ์ ซึ่งจะทำให้ กสทช. มีอุปทานของคลื่นความถี่เพิ่มขึ้น

เพื่อให้การจัดการคลื่นความถี่สำหรับกิจการโทรคมนาคมเคลื่อนที่สากลในอนาคตเพียงพอและทันต่อความต้องการ และสอดคล้องกับสากล ได้มีนโยบายศึกษาปริมาณคลื่นความถี่ที่สามารถนำมาจัดสรร (Supply) ศึกษาความต้องการใช้งานคลื่นความถี่ในปัจจุบันและอนาคตที่สอดคล้องกับมาตรฐานสากล และคำนึงถึงความเหมาะสมกับสภาพตลาดของประเทศไทย (Demand) และจัดทำแผนการจัดสรรคลื่นความถี่สำหรับกิจการโทรคมนาคมเคลื่อนที่สากลของประเทศไทย (Spectrum Roadmap) ที่คำนึงถึง Supply และ Demand ดังกล่าว เพื่อนำไปใช้ในการปฏิบัติต่อไป

(4) นโยบายด้านการอนุญาตให้รองรับบริบทการหลอมรวมของเทคโนโลยี

ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่มีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว และเข้ามามีอิทธิพลต่อการให้บริการด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม โดยมีการหลอมรวมการให้บริการข้ามกิจการเข้าด้วยกัน แต่กฎหมายแม่บทในการอนุญาตประกอบกิจการ ยังแยกไปตามประเภทกิจการ ทั้งกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ในยุคของการหลอมรวมของเทคโนโลยีที่กิจการต่าง ๆ ไม่สามารถแบ่งแยกกันได้อย่างชัดเจน ทำให้ปัจจุบันกฎหมายลำดับมีหลักการเกี่ยวกับการอนุญาต การกำกับดูแล และการกำหนดโทษที่แตกต่างกันออกไประหว่างกิจการ ซึ่งอาจไม่สอดคล้องกับการกำกับดูแลที่ส่งเสริมให้เกิดการแข่งขันโดยเสรีโดยเสร็จอย่างเป็นธรรม และก่อให้เกิดความไม่สะดวกต่อผู้ประกอบการ

กสทช. มีนโยบายส่งเสริมให้เกิดการอนุญาตที่รองรับบริบทการหลอมรวมของเทคโนโลยีอย่างสมบูรณ์ โดยการพัฒนาการอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อลดความซ้ำซ้อน และเกิดความชัดเจน สามารถรองรับรูปแบบการประกอบกิจการที่มีการเปลี่ยนแปลงไปตามการพัฒนาของเทคโนโลยี

(5) นโยบายด้านการคุ้มครองให้ผู้บริโภคได้รับความปลอดภัยในการใช้บริการโทรคมนาคม

ประชาชนเผชิญกับภัยคุกคามผ่านช่องทางโทรคมนาคม ในหลากหลายรูปแบบ อาทิ การที่มิจฉาชีพโทรศัพท์ในรูปแบบแก๊งโทรศัพท์ (Call Center) ส่งข้อความสั้น (SMS) หรือใช้ช่องทางออนไลน์อื่น ๆ ในการกระทำความผิด เพื่อหลอกลวงประชาชนเพื่อให้ได้ไปซึ่งข้อมูลส่วนตัวและทรัพย์สิน

กสทช. ได้กำหนดมาตรการเพื่อลดช่องทางและโอกาสในการประกอบอาชญากรรมของกลุ่มมิจฉาชีพ ตลอดจนร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนากรอบการทำงานร่วมกัน (Collaborative Regulation) เพื่อแก้ไขและป้องกันปัญหาที่เกิดจากภัยคุกคามผ่านช่องทางโทรคมนาคม รวมทั้งได้เผยแพร่ความรู้ความเข้าใจและแจ้งเตือนให้ประชาชนรู้เท่าทันภัยคุกคามดังกล่าว ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง

อย่างไรก็ตาม มิจฉาชีพได้มีการปรับเปลี่ยนช่องทาง และรูปแบบที่ใช้ในการหลอกลวงตลอดเวลา และประชาชนยังคงประสบกับปัญหาจากภัยคุกคามผ่านช่องทางโทรคมนาคม จึงมีนโยบายการพัฒนาแนวทางและมาตรการเพื่อลดช่องทางและโอกาสในการประกอบอาชญกรรมผ่านช่องทางโทรคมนาคมที่ทันต่อสถานการณ์ และร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อบูรณาการการทำงานเพื่อแก้ไขปัญหาภัยคุกคามดังกล่าว และสร้างความตระหนักรู้เรื่องภัยคุกคาม ผ่านช่องทางการสื่อที่เหมาะสมกับบริบทในแต่ละพื้นที่และกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้ผู้บริโภครู้เท่าทัน และรับรู้ขั้นตอนการป้องกันและแก้ไขปัญหาเมื่อประสบภัยคุกคามสอดคล้องกับนโยบายและแผนระดับชาติแม่บทกิจการโทรคมนาคม ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2567 - 2571) ในภาพรวมมีความเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ยุทธศาสตร์ชาติด้าน

การสร้างความสามารถในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเทคโนโลยีสมัยใหม่ โดยเสริมสร้างความรู้และโอกาส โครงข่ายบรอดแบนด์หลากรูปแบบตามความเหมาะสมของพื้นที่ โดยมีรูปแบบการเชื่อมโยงด้านดิจิทัลที่เป็นมาตรฐานเดียวกันในระดับสากลทั้งภาครัฐและเอกชน รวมถึงการวางกรอบในการจัดการทรัพยากรคลื่นความถี่ให้เพียงพอรองรับบริการที่มีคุณภาพในราคาที่ประชาชนทั่วไปเข้าถึงได้ และสร้างความมั่นคงในการเชื่อมโยงเครือข่ายดิจิทัลเชื่อมต่อกับโลก

นอกจากนี้ แผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2567 - 2571) ยังสนับสนุนขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ ซึ่งได้ให้ความสำคัญกับการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ในการให้บริการสาธารณะ การปรับรูปแบบและวิธีการดำเนินการของภาครัฐให้มีลักษณะเบ็ดเสร็จ ครบวงจร และหลากหลายรูปแบบตามความต้องการของผู้รับบริการ และภาครัฐจัดให้มีกฎหมายที่สอดคล้องและเหมาะสมกับบริบทต่าง ๆ ที่เปลี่ยนแปลง มีกฎหมายเท่าที่จำเป็น รวมทั้งสนับสนุนยุทธศาสตร์ชาติด้านความมั่นคง ซึ่งได้ให้ความสำคัญกับการสร้างความมั่นคงปลอดภัยของประเทศผ่านการพัฒนาระบบเตรียมความพร้อมระดับชาติและการบริหารจัดการภัยคุกคามให้มีประสิทธิภาพ เพื่อให้มีความพร้อมเผชิญกับสถานะไม่ปกติ ภัยคุกคาม ภัยพิบัติในทุกมิติ ทุกรูปแบบ และทุกระดับ

นอกจากจากยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2567 - 2571) มีความเชื่อมโยงกับแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และนโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

สำหรับแผนดังกล่าวประกอบด้วยยุทธศาสตร์ในการพัฒนา 5 ด้าน ได้แก่

ยุทธศาสตร์ที่ 1

การพัฒนาสภาพแวดล้อมที่เอื้อให้เกิดการแข่งขันเพิ่มขึ้น และการเข้าสู่ตลาดโทรคมนาคมของผู้ประกอบการรายใหม่ โดยเป็นการปรับปรุงแก้ไขกฎระเบียบ สนับสนุนเครือข่ายเคลื่อนที่ให้เกิดผู้ประกอบการโครงข่ายเสมือน และโครงข่ายบรอดแบนด์เร่งให้เกิดการใช้งานโครงข่ายสายปลายทาง (Last Mile) และทบทวนกติกาแข่งขันลดการผูกขาด

ยุทธศาสตร์ที่ 2

การลดความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัล และส่งเสริมการเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากบริการโทรคมนาคมที่หลากหลาย พัฒนาสภาพแวดล้อมเอื้อการลงทุนขยายโครงข่ายโทรคมนาคม จัดสรรคลื่นความถี่เพิ่มเติม สนับสนุนการพัฒนาโครงข่ายอินเทอร์เน็ตในพื้นที่ที่ขาดแคลนบริการ จัดให้มีบริการโทรคมนาคมพื้นฐานให้ครอบคลุมทั้งมิติเชิงพื้นที่และมิติเชิงสังคม

ยุทธศาสตร์ที่ 3

การบริหารทรัพยากรโทรคมนาคมอย่างมีประสิทธิภาพ เกิดความคุ้มค่า และเพียงพอต่อความต้องการใช้งาน จัดสรรคลื่นความถี่มีประสิทธิภาพเพียงพอต่อความต้องการ โดยจะทำแผนการจัดสรรคลื่นความถี่ (Spectrum Roadmap) สำหรับกิจการต่าง ๆ เช่น กิจการ MIT และกิจการอื่น ๆ รวมถึงการบริหารจัดการเลขหมายให้มีความคุ้มค่า มีประสิทธิภาพศึกษาและพัฒนาหลักเกณฑ์การอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ภาคประชาชน และคลื่นความถี่ที่อนุญาตให้มีการใช้งานเป็นการทั่วไป เพื่อให้สามารถจัดสรรคลื่นความถี่ได้สอดคล้องกับความต้องการและเกิดความคุ้มค่าในการใช้งาน ทบทวนแนวทางการจัดสรรและใช้ประโยชน์จากคลื่นความถี่สำหรับกิจการวิทยุคมนาคม เพื่อนำไปสู่การใช้คลื่นความถี่อย่างมีประสิทธิภาพและคุ้มค่า ส่งเสริมการใช้คลื่นความถี่เพื่อสนับสนุนภารกิจป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ในกรณีที่เกิดเหตุฉุกเฉินและภัยพิบัติ เช่น ส่งเสริมการใช้คลื่นความถี่ย่าน HF โดยเพิ่มจำนวนพนักงานวิทยุสมัครเล่นขั้นกลาง

ยุทธศาสตร์ที่ 4

การอนุญาตและกำกับดูแลกิจการโทรคมนาคมและวิทยุคมนาคมให้เหมาะสมกับนิเวศอุตสาหกรรมดิจิทัล จากบริบทการพัฒนาและการหลอมรวมของเทคโนโลยี และมีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้งานด้านการอนุญาต เพื่ออำนวยความสะดวกในการประกอบธุรกิจ และยกระดับการให้บริการ รวมถึงการกำกับดูแลประกอบกิจการให้เป็นไปตามกฎหมาย และพัฒนาฐานข้อมูลให้สามารถเชื่อมโยงและบูรณาการกันภายในหน่วยงาน และกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งประสานความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการกำกับดูแล เพื่อประโยชน์ในการป้องกันและปราบปรามการละเมิดกฎหมายที่อาจส่งผลกระทบต่อประชาชนและสาธารณะ

ยุทธศาสตร์ที่ 5

การยกระดับการคุ้มครองและเสริมความเข้มแข็งแก่ผู้บริโภคในยุคดิจิทัล มุ่งเน้นให้ผู้บริโภคมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องสิทธิผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม และภัยคุกคามผ่านช่องทางโทรคมนาคม เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้บริโภค ให้สามารถปกป้องสิทธิของตนเองและสามารถรับมือและป้องกันตนเองจากภัยคุกคาม ตลอดจนคุ้มครองผู้บริโภคให้ได้รับความเป็นธรรมในการใช้บริการ และปลอดภัยจากภัยคุกคาม

10. แผนยุทธศาสตร์สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2565-2570)

ในปัจจุบันเทคโนโลยีดิจิทัลได้เข้ามามีบทบาทในการดำรงชีวิตของมนุษย์มากยิ่งขึ้น กลไกสังคมทุกส่วนถูกผลักดันให้เติบโตภายใต้การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีในทุกด้านจนเกิดเป็นสังคมดิจิทัล (Digital Society) ที่ยกระดับคุณภาพชีวิตของคนด้วยเทคโนโลยีเกิดเป็นเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) ส่งผลให้เศรษฐกิจของโลกเกิดการเติบโตที่สูงอีกครั้ง ประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศที่มีการเติบโตทางเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) อย่างรวดเร็วในช่วงหลายปีที่ผ่านมาเช่นกัน โดยรัฐบาลได้ให้ความสำคัญในการวางแผนส่งเสริมการเติบโตของเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างครอบคลุมในทุกองค์ประกอบ

สำนักงาน กสทช. เป็นหน่วยงานของรัฐที่จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และที่แก้ไขเพิ่มเติม และมีอำนาจหน้าที่ในฐานะเป็นหน่วยงานธุรการของคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติในการบริหารจัดการคลื่นความถี่ การบริหารสิทธิ์ในการเข้าใช้วงโคจรดาวเทียม การกำกับดูแลและส่งเสริมการประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม เพื่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรคลื่นความถี่อย่างมีประสิทธิภาพ เกิดการแข่งขันในการประกอบกิจการอย่างเสรีและเป็นธรรม รวมถึงการคุ้มครองผู้บริโภคในการเข้าถึงและการใช้ประโยชน์จากการติดต่อสื่อสารและสารสนเทศอย่างทั่วถึงและเป็นธรรมโดยที่ผ่านมาสำนักงาน กสทช. มีแผนยุทธศาสตร์สำนักงาน กสทช. ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2561-2564) ใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานระยะ 4 ปี เพื่อการขับเคลื่อนนโยบาย กสทช. และสำนักงาน กสทช. รวมทั้งแผนแม่บทการบริหารคลื่นความถี่

ยุทธศาสตร์ที่ 1 : ยกระดับการพัฒนาธรรมาภิบาล และเป็นองค์กรที่มีสมรรถนะสูงในยุคดิจิทัล ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ ได้แก่

1) ส่งเสริมและพัฒนาธรรมาภิบาลของสำนักงาน กสทช. สู่ความยั่งยืน 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 : พัฒนาขีดความสามารถการบริหารคลื่นความถี่และกิจการดาวเทียมเพื่อประโยชน์สูงสุดของประเทศชาติและประชาชน และยกระดับศักยภาพของสำนักงาน กสทช. ส่วนภูมิภาค เพื่อการกำกับดูแลและการบริการประชาชน ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ ได้แก่

1) ยกระดับการบริหารจัดการคลื่นความถี่ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงระบบนิเวศของอุตสาหกรรม

2) เสริมสร้างและเพิ่มขีดความสามารถในการใช้ประโยชน์จากกิจการดาวเทียม

3) พัฒนาสำนักงาน กสทช. ส่วนภูมิภาค และเพิ่มประสิทธิภาพการตรวจสอบ และกำกับ

4) พัฒนาประสิทธิภาพการตรวจสอบและกำกับดูแลคลื่นความความถี่

ยุทธศาสตร์ที่ 4 : พัฒนาศักยภาพในการกำกับดูแลและส่งเสริมกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม ให้เหมาะสมกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ ได้แก่

1) เสริมสร้างศักยภาพในการกำกับดูแลกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ของประเทศ

2) เสริมสร้างศักยภาพในการกำกับดูแลกิจการโทรคมนาคมของประเทศ

3) พัฒนากลไกในการกำกับดูแลด้านเนื้อหา ส่งเสริมสิทธิเสรีภาพของประชาชน และคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง และโทรทัศน์

4) เสริมสร้างความเข้มแข็งและกลไกการคุ้มครองผู้ประกอบกิจการโทรคมนาคม

ทั้งนี้ ยุทธศาสตร์ที่ 4 มีความเกี่ยวข้องกับขอบเขตงานการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม โดยมีการกำหนดตัวชี้วัด ดังนี้

11. แผนปฏิบัติการสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ประจำปี 2567

เพื่อแปลงแผนยุทธศาสตร์สำนักงาน กสทช. ฉบับที่3 (พ.ศ. 2565-2570) ไปสู่การปฏิบัติเพื่อให้สามารถขับเคลื่อนแผนอย่างเป็นรูปธรรม กสทช. ได้จัดทำแผนปฏิบัติการสำนักงาน กสทช. ประจำปี 2567 ขึ้น ซึ่งมีรายละเอียดแผนงานและโครงการต่าง ๆ จำนวน 40 โครงการ โดยการจัดทำแผนปฏิบัติการดังกล่าวยึดตามหลักยุทธศาสตร์ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยกระดับการพัฒนาธรรมาภิบาลและเป็นองค์กรที่มีสมรรถนะสูงในยุคดิจิทัล

เป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

1. ยกระดับธรรมาภิบาลของสำนักงาน กสทช. อย่างยั่งยืน

2. สำนักงาน กสทช. เป็นองค์กรที่มีสมรรถนะสูงและก้าวสู่การเป็นองค์กรดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบ สามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนและภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งสามารถปรับตัวและรับมือกับการเปลี่ยนแปลงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ยุทธศาสตร์ที่ 2 : พัฒนาบุคลากรให้มีความเป็นเลิศในด้านการกำกับดูแลให้พร้อมเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล

เป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

1. บุคลากรของสำนักงาน กสทช. ทุกระดับมีขีดสมรรถนะสูง เพื่อรองรับนโยบายของ กสทช. ภารกิจตามอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบและแผนยุทธศาสตร์สำนักงาน กสทช. ได้อย่างมีประสิทธิภาพและพร้อมเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล

2. ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาบุคลากรในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจโทรคมนาคม รวมทั้งประชาชนให้มีองค์ความรู้ในด้านที่เกี่ยวข้องให้พร้อมเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล

ยุทธศาสตร์ที่ 3 : พัฒนาขีดความสามารถการบริหารคลื่นความถี่และกิจการดาวเทียมเพื่อประโยชน์สูงสุดของประเทศชาติและประชาชน และยกระดับศักยภาพของสำนักงาน กสทช. ส่วนภูมิภาคเพื่อการกำกับดูแลและการบริการประชาชน

เป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

1. เพื่อเพิ่มขีดความสามารถการบริหารคลื่นความถี่และกิจการดาวเทียมของประเทศให้มีประสิทธิภาพสอดคล้องกับนโยบายและแผนระดับชาติที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการมีคลื่นความถี่ที่เพียงพอต่อความต้องการใช้งาน การบริหาร และใช้ประโยชน์จากสิทธิในการเข้าใช้วงโคจรดาวเทียม เปิดโอกาสให้ใช้ช่องสัญญาณดาวเทียมต่างชาติ โดยสอดคล้องกับข้อบังคับวิทยุของสหภาพโทรคมนาคมระหว่างประเทศ และพันธกรณีระหว่างประเทศรวมถึงความร่วมมือกับองค์กรระหว่างประเทศอื่น รัฐบาล และหน่วยงานต่างประเทศ ตามที่อยู่ในหน้าที่และอำนาจของ กสทช. หรือตามที่รัฐบาลมอบหมาย

2. สำนักงาน กสทช. ส่วนภูมิภาค มีศักยภาพในการดำเนินงานตามภารกิจของสำนักงาน กสทช. และพัฒนากระบวนการปฏิบัติงานของสำนักงาน กสทช. ส่วนภูมิภาคให้มีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับพื้นที่เพื่อการบริการประชาชนอย่างทั่วถึงและรวดเร็ว

3. มีการจัดตั้งศูนย์ตรวจสอบคลื่นความถี่แห่งชาติ เพื่อบริหารและตรวจสอบคลื่นทั้งในสถานการณ์ปกติและสถานการณ์ฉุกเฉิน

ยุทธศาสตร์ที่ 4 : พัฒนาศักยภาพในการกำกับดูแลและส่งเสริมกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ให้เหมาะสมกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป

เป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

เพื่อพัฒนาศักยภาพในการกำกับดูแลและส่งเสริมกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมของประเทศ ในการพัฒนาและปรับปรุงกฎหมายให้สามารถกำกับดูแลการประกอบกิจการที่เท่าทันระบบนิเวศที่เปลี่ยนแปลงไป สามารถรองรับการเปลี่ยนผ่านไปสู่ยุคเศรษฐกิจดิจิทัล เกิดการแข่งขันโดยเสรีอย่างเป็นธรรม ขยายโครงข่ายและโครงสร้างพื้นฐานด้านการสื่อสารการโทรคมนาคมที่ครอบคลุม ประชาชนมีสิทธิเสรีภาพและสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารอย่างทั่วถึง เท่าเทียมและรู้เท่าทัน กำกับดูแลและส่งเสริมการพัฒนาเนื้อหาและคุณภาพของสื่อที่เผยแพร่ผ่านช่องทางการติดต่อสื่อสารที่หลากหลาย ส่งเสริมมาตรฐานจริยธรรมของผู้ประกอบวิชาชีพในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ รวมถึงคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

12. กรอบการดำเนินการตามอำนาจหน้าที่ของ กสทช. ที่สอดคล้องกับนโยบายที่คณะรัฐมนตรีแถลงไว้ต่อรัฐสภา

ที่ปรึกษาดำเนินการศึกษานโยบายที่คณะรัฐมนตรีแถลงไว้ต่อรัฐสภา โดยนางสาวแพทองธาร ชินวัตร นายกรัฐมนตรี เมื่อวันพฤหัสบดีที่ 12 กันยายน พ.ศ. 2567 ที่ปรากฏในนโยบายเร่งด่วน และมีสาระสำคัญหลายประเด็นที่สอดคล้องกับกรอบการดำเนินการตามอำนาจหน้าที่ กสทช. ดังนี้

“**นโยบายที่เก้า** รัฐบาลจะเร่งแก้ปัญหาอาชญากรรม อาชญากรรมออนไลน์/มิจฉาชีพ และอาชญากรรมข้ามชาติเพื่อปกป้องผลประโยชน์ของประชาชน โดยการเพิ่มศักยภาพ และประสิทธิภาพในการป้องกันและปราบปรามแก๊งคอลเซ็นเตอร์และรับมือกับอาชญากรรมออนไลน์อย่างรวดเร็ว ช่วยเหลือเหยื่อของมิจฉาชีพอย่างทันท่วงทีโดยผนึกกำลังกับประเทศเพื่อนบ้าน และสร้างกลไกการร่วมรับผิดชอบของบริษัทผู้ประกอบกิจการโทรคมนาคมและธนาคารพาณิชย์”

“**นโยบายที่สิบ** รัฐบาลจะส่งเสริมพัฒนาศักยภาพและจัดสวัสดิการสังคมให้สอดคล้องกับสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป สร้างความเท่าเทียมทางโอกาสและเศรษฐกิจ โดยเฉพาะกลุ่มเปราะบางที่สำคัญ ได้แก่ คนพิการ ผู้สูงอายุ กลุ่มชาติพันธุ์ บุคคลไร้รัฐไร้สัญชาติ เพื่อให้สามารถเข้าถึงสิทธิและสวัสดิการของรัฐได้โดยสะดวกตามที่กฎหมายบัญญัติ”

และเพื่อให้การพัฒนาประเทศเป็นไปอย่างต่อเนื่องในระยะกลางและระยะยาวนั้น รัฐบาลจะดำเนินการต่อยอดการพัฒนาของภาคการผลิตและการบริการ เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน เพื่อวางรากฐานสู่การพัฒนาประเทศในอนาคต ในประเด็นสำคัญ ดังนี้

“รัฐบาลจะพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อขยายโอกาส ด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีดิจิทัล โดยกำกับดูแลให้เกิดการจัดสรรคลื่นความถี่และสิทธิในวงโคจรดาวเทียมให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการพัฒนาประเทศและการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางดิจิทัลที่มีคุณภาพ มั่นคง ปลอดภัย ครอบคลุม เพียงพอและเข้าถึงได้ทั้งในด้านพื้นที่และราคา เพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าถึงโอกาสทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม ตลอดจนสร้างระบบนิเวศเพื่อดึงดูดให้ผู้ประกอบการด้านเทคโนโลยีขนาดใหญ่ของโลกลงทุนในอุตสาหกรรมที่จะเอื้อให้เกิดประโยชน์ต่อผู้ประกอบการไทยในอุตสาหกรรมดิจิทัลตลอดห่วงโซ่อุปทาน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ”

และรัฐบาลจำเป็นจะต้องพลิกฟื้นความเชื่อมั่นของทั้งคนไทยและต่างชาติ ด้วยการพัฒนาการเมืองในระบอบประชาธิปไตยให้เข้มแข็ง มีเสถียรภาพ มีนิติธรรม และความโปร่งใส ในประเด็นสำคัญ ดังนี้

“รัฐบาลจะยกระดับการบริการภาครัฐให้ตอบสนองความต้องการของประชาชนมากยิ่งขึ้น ปรับบทบาทภาครัฐเป็นการส่งเสริมสนับสนุน (Enable) การอำนวยความสะดวก (Facilitate) และการกำกับกฎกติกา (Regulate) เพื่อให้ประชาชนและเอกชนได้รับบริการที่สะดวก รวดเร็ว พร้อมทั้งจะลดกฎหมายและขั้นตอนที่ไม่จำเป็น (Ease of Doing Business) เพื่อไม่ให้ภาครัฐเป็นอุปสรรคของภาคธุรกิจหรือขัดขวางการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ”

โดยที่ปรึกษาดำเนินการวิเคราะห์ความเชื่อมโยงสอดคล้องนโยบายที่คณะรัฐมนตรีแถลงไว้ต่อรัฐสภา โดยนางสาวแพทองธาร ชินวัตร นายกรัฐมนตรี ที่สอดคล้องกรอบการดำเนินการตามอำนาจหน้าที่ กสทช. และนำประเด็นยุทธศาสตร์ของสำนักงาน กสทช. และกับนโยบายรัฐบาล ยุทธศาสตร์ชาติ และแผนระดับชาติ มีรายละเอียดโดยสรุป ดังนี้

นโยบายรัฐบาล (ตามกรอบความเร่งด่วน)

1. กรอบระยะสั้น

1) การแก้ปัญหาอาชญากรรม อาชญากรรมออนไลน์/มิจฉาชีพ และอาชญากรรมข้ามชาติ

2) การส่งเสริมพัฒนาศักยภาพและจัดสวัสดิการสังคมให้สอดคล้องกับสภาพสังคม

2. กรอบระยะกลาง และระยะยาว

1) แผนระดับ 1 ยุทธศาสตร์ชาติ

- การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อขยายโอกาส
- การพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์
- การสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม
- การพัฒนาการเมืองในระบอบประชาธิปไตยให้เข้มแข็ง มีเสถียรภาพ มีนิติธรรม และความโปร่งใส
- การปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ

2) แผนระดับ 2

- แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ
- แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
- นโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยความมั่นคงแห่งชาติ

3) นโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

- พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลประสิทธิภาพสูงให้ครอบคลุมทั่วประเทศ
- สร้างสังคมคุณภาพที่ทั่วถึงเท่าเทียมด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล
- ขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล
- พัฒนากำลังคนให้พร้อมเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล
- สร้างความเชื่อมั่นในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล
- ปรับเปลี่ยนภาครัฐสู่การเป็นรัฐบาลดิจิทัล

4) แผนระดับหน่วยงาน (นโยบาย กสทช. และสำนักงาน กสทช.)

- แผนแม่บทการบริหารคลื่นความถี่
- แผนการบริหารสิทธิในการเข้าใช้วงโคจรดาวเทียม
- แผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม
- แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

5) แผนยุทธศาสตร์ สำนักงาน กสทช. ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2565 – 2570)

- ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยกระดับการพัฒนาธรรมาภิบาลและเป็นองค์กรที่มีสมรรถนะสูงในยุคดิจิทัล
- ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาบุคลากรให้มีความเป็นเลิศในด้านการกำกับดูแลให้พร้อมเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล
- ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาขีดความสามารถการบริหารคลื่นความถี่และกิจการดาวเทียมเพื่อประโยชน์สูงสุดของประเทศชาติและประชาชนและยกระดับศักยภาพของสำนักงาน กสทช. ส่วนภูมิภาคเพื่อการกำกับดูแลและการบริการประชาชน
- ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาศักยภาพในการกำกับดูแลและส่งเสริมกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมให้เหมาะสมกับบริบทที่เปลี่ยนแปลง

13. นโยบายของรัฐบาล ปี 2567

นโยบายรัฐบาลของนายเศรษฐา ทวีสิน ที่ได้แถลงไว้ต่อรัฐสภา โดยมีนโยบายที่เร่งด่วน ดังนี้

1. Digital Wallet 10,000 บาท ระยะเวลา 6 เดือน ให้เกิดการกระตุ้นเศรษฐกิจในช่วงระยะสั้น ครั้งใหญ่

2. แก้ปัญหาหนี้สินประชาชน พักนี้เกษตรกร ประคองหนี้สินและต้นทุการเงินสำหรับประชาชน และSME ที่ได้รับผลกระทบจากโควิด-19

3. ลดภาระค่าใช้จ่ายด้านพลังงาน ค่าไฟฟ้า ค่าก๊าซหุงต้ม ค่าน้ำมัน ให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม

4. สร้างรายได้จากการท่องเที่ยว ปรับปรุงขั้นตอนการขอวีซ่า ซึ่งจะกระตุ้นเศรษฐกิจได้อย่างรวดเร็ว เพื่อนำเงินเข้ามาในประเทศ

5. แนวทางทำประชามติ แก้ปัญหาความเห็นต่างของรัฐธรรมนูญ มีส่วนร่วมฟื้นฟูหลักนิติธรรมที่เข้มแข็ง มีประสิทธิภาพ โปร่งใส น่าเชื่อถือ

จากนโยบายเร่งด่วนที่รัฐบาลของนายเศรษฐา ทวีสิน ได้แถลงไว้ที่มีส่วนที่เกี่ยวข้องกับกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม คือ นโยบายเติมเงิน 10,000 บาท ผ่าน Digital Wallet จะทำหน้าที่เป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจประเทศ โดยนำเงินเข้าระบบเศรษฐกิจอย่างทั่วถึง และกระจายไปยังทุกพื้นที่ให้หมุนเวียนอยู่ในระบบเศรษฐกิจให้ถึงฐานราก เกิดการจับจ่ายใช้สอยยกระดับคุณภาพชีวิต และสร้างโอกาสในการประกอบอาชีพของประชาชน และภาคธุรกิจที่จะขยายการลงทุน ขยายกิจการ เกิดการผลิตสินค้าที่มากขึ้น นำไปสู่การจ้างงาน สร้างอาชีพและเกิดการหมุนเวียนของกิจกรรมทางเศรษฐกิจ โดยรัฐบาลเองจะได้รับผลตอบแทนคืนมาในรูปแบบของภาษี และรัฐบาลจะส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจใหม่อาทิ การพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัล อุตสาหกรรมเทคโนโลยีขั้นสูง อุตสาหกรรมสีเขียว และอุตสาหกรรมความมั่นคงของประเทศ รวมทั้งการวิจัยพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมในประเทศในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและยกระดับศักยภาพการแข่งขันของประเทศ รวมไปถึงการพัฒนาต่อยอดเขตเศรษฐกิจพิเศษและระเบียงเศรษฐกิจทั้ง 4 ภาค ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ตลอดจนการพัฒนาพื้นที่และเมืองให้เป็นไปตามผังเมืองที่สอดคล้องกับความต้องการของประชาชน เพื่อให้เกิดการกระจายความเจริญและกิจกรรมทางเศรษฐกิจไปสู่ภูมิภาค

นโยบายรัฐบาลของนางสาวแพทองธาร ชินวัตร ที่ได้แถลงไว้ต่อรัฐสภา ที่เกี่ยวข้องกับกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม มีดังนี้

นโยบายที่ห้า รัฐบาลจะเร่งกระตุ้นเศรษฐกิจ สร้างความเชื่อมั่นและกระตุ้นให้เกิดการจับจ่ายใช้สอย ควบคู่กับการบรรเทาภาระค่าใช้จ่ายและเพิ่มโอกาสในการประกอบอาชีพโดยให้ความสำคัญกับกลุ่มเปราะบางเป็นลำดับแรก และผลักดันโครงการดิจิทัลวอลเล็ต (Digital Wallet) ซึ่งจะเป็นการวางรากฐานเศรษฐกิจดิจิทัล และพัฒนาศูนย์ข้อมูลภาครัฐที่มุ่งการพัฒนานโยบายที่ตอบสนองความต้องการของประชาชน พร้อมเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงแหล่งทุนเพื่อการพัฒนาหมู่บ้านและชุมชน และการประกอบอาชีพ

นโยบายที่เก้า รัฐบาลจะเร่งแก้ปัญหาอาชญากรรม อาชญากรรมออนไลน์/มิจฉาชีพ และอาชญากรรมข้ามชาติเพื่อปกป้องผลประโยชน์ของประชาชน โดยการเพิ่มศักยภาพและประสิทธิภาพในการป้องกันและปราบปรามแก๊งคอลเซ็นเตอร์ และรับมือกับอาชญากรรมออนไลน์อย่างรวดเร็ว ช่วยเหลือ

เหยื่อของมิจฉาชีพอย่างทันท่วงที โดยผนึกกำลังกับประเทศเพื่อนบ้าน และสร้างกลไกการร่วมรับผิดชอบของบริษัทผู้ประกอบกิจการโทรคมนาคมและธนาคารพาณิชย์

นโยบายที่สิบ รัฐบาลจะส่งเสริมพัฒนาศักยภาพ และจัดสวัสดิการสังคมให้สอดคล้องกับสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป สร้างความเท่าเทียมทางโอกาสและเศรษฐกิจ โดยเฉพาะกลุ่มเปราะบางที่สำคัญ ได้แก่ คนพิการ ผู้สูงอายุ กลุ่มชาติพันธุ์ บุคคลไร้รัฐไร้สัญชาติ เพื่อให้สามารถเข้าถึงสิทธิและสวัสดิการของรัฐได้โดยสะดวกตามที่กฎหมายบัญญัติ

14. พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และที่แก้ไขเพิ่มเติม

1) พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 ได้กำหนดว่า

“มาตรา 31 เพื่อประโยชน์ในการคุ้มครองผู้บริโภคมิให้ถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ให้ กสทช. มีหน้าที่ตรวจสอบการดำเนินการของผู้ประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม มิให้มีการดำเนินการใด ๆ ในประการที่น่าจะเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค ทั้งนี้ โดยให้ กสทช. แต่งตั้งคณะอนุกรรมการขึ้นสองคณะ ประกอบด้วยผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์อันเป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติหน้าที่ของ กสทช. ในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ และในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านกิจการโทรคมนาคมโดยให้มีอำนาจหน้าที่ในการพิจารณาและเสนอความเห็นเกี่ยวกับเรื่องร้องและปฏิบัติหน้าที่อื่นทั้งนี้ ตามที่ กสทช. กำหนด” ในกรณีที่ผู้ประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ หรือกิจการโทรคมนาคม ดำเนินการใด ๆ ในประการที่น่าจะเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค โดยอาศัยการใช้เครือข่ายหรือการโฆษณาอันมีลักษณะเป็นการค้ากำไรเกินควร หรือก่อให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญ ไม่ว่าด้วยวิธีการใดตามหลักเกณฑ์ที่ กสทช. กำหนดให้ กสทช. มีอำนาจสั่งระงับการดำเนินการดังกล่าว (สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, 2553)

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

พระราชบัญญัตินี้มีบทบัญญัติบางประการเกี่ยวกับการจำกัดสิทธิและเสรีภาพของบุคคล ซึ่งมาตรา 26 ประกอบกับมาตรา 32 มาตรา 60 และมาตรา 274 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย บัญญัติให้กระทำได้โดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมาย เหตุผลและความจำเป็นในการจำกัดสิทธิและเสรีภาพของบุคคลตามพระราชบัญญัตินี้ เพื่อให้การใช้ประโยชน์จากคลื่นความถี่ ไม่ว่าจะใช้เพื่อส่งวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และโทรคมนาคม หรือเพื่อประโยชน์อื่นใด ต้องเป็นไปเพื่อประโยชน์สุดของประชาชน ความมั่นคงของรัฐ และประโยชน์สาธารณะ ซึ่งการตราพระราชบัญญัตินี้สอดคล้องกับเงื่อนไขที่บัญญัติไว้ในมาตรา 26 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยแล้ว

มาตรา 12 ให้เพิ่มความต่อไปนี้เป็นวรรคห้าและวรรคหกของมาตรา 27 แห่งพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553

ในการดำเนินการตามวรรคหนึ่ง กสทช. ต้องดำเนินการเพื่อประโยชน์สูงสุดของประชาชน ความมั่นคงของรัฐและประโยชน์สาธารณะ รวมตลอดทั้งการให้ประชาชนมีส่วนได้ใช้ประโยชน์จากคลื่นความถี่

ทั้งต้องจัดให้มีมาตรการป้องกันมิให้มีการแสวงหาประโยชน์จากผู้บริโภคโดยไม่เป็นธรรม หรือสร้างภาระแก่ผู้บริโภคเกินความจำเป็น ป้องกันมิให้คลื่นความถี่รบกวนกัน รวมตลอดทั้งป้องกันการกระทำที่มีผลเป็นการขัดขวางเสรีภาพในการรับรู้หรือปิดกั้นการรับรู้ข้อมูลหรือข่าวสารที่ถูกต้อง ตามความเป็นจริงของประชาชน และป้องกันมิให้บุคคลหรือกลุ่มบุคคลใดใช้ประโยชน์จากคลื่นความถี่โดยไม่คำนึงถึงสิทธิของประชาชนทั่วไป รวมถึงป้องกันผลกระทบต่อสุขภาพของประชาชนที่อาจเกิดขึ้น จากการใช้คลื่นความถี่ ตลอดทั้ง การกำหนดสัดส่วนขั้นต่ำที่ผู้ใช้ประโยชน์จากคลื่นความถี่จะต้องดำเนินการเพื่อประโยชน์สาธารณะ การดำเนินการตามวรรคหนึ่งและวรรคห้า มิให้ถือว่าเป็นการให้เอกชนร่วมลงทุนในกิจการของรัฐตามกฎหมายว่าด้วยการให้เอกชนร่วมลงทุนในกิจการของรัฐ

15. พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และที่แก้ไขเพิ่มเติม พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2556 และพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2562

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และที่แก้ไขเพิ่มเติม พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2556 และพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2562 ได้บัญญัติสิทธิของผู้บริโภคที่จะได้รับความคุ้มครองตามกฎหมาย 5 ประการ ตามมาตรา 4 ดังนี้ (สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา, 2522; สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา, 2541; สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา, 2556; ราชกิจจานุเบกษา, 2562)

มาตรา 4 ผู้บริโภคมีสิทธิได้รับความคุ้มครองดังต่อไปนี้

(1) สิทธิที่จะได้รับข่าวสาร รวมทั้งคำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ

(2) สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้าหรือบริการ

(3) สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ

(3 ทวิ) สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา

(4) สิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย

ทั้งนี้ ตามที่กฎหมายว่าด้วยการนั้น ๆ หรือพระราชบัญญัตินี้บัญญัติไว้

ส่วนที่ 1 การคุ้มครองผู้บริโภคในด้านการโฆษณา

การคุ้มครองผู้บริโภคในด้านการโฆษณานั้น ได้บัญญัติไว้ในมาตรา 22 ดังนี้

มาตรา 22 การโฆษณาจะต้องไม่ใช้ข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค หรือใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม ทั้งนี้ ไม่ว่าข้อความดังกล่าวนั้น จะเป็นข้อความที่เกี่ยวกับแหล่งกำเนิด สภาพ คุณภาพ หรือลักษณะของสินค้า หรือบริการ ตลอดจนการส่งมอบการจัดหา หรือการใช้สินค้า หรือบริการ

มาตรา 23 การโฆษณาจะต้องไม่กระทำด้วยวิธีการอันอาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพ ร่างกาย หรือจิตใจ หรืออันอาจก่อให้เกิดความรำคาญแก่ผู้บริโภค ทั้งนี้ ตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

ทั้งนี้ หากคณะกรรมการด้านการโฆษณาเห็นว่าการโฆษณาใดฝ่าฝืนกฎหมายตามที่ระบุไว้ข้างต้นคณะกรรมการก็มีอำนาจสั่งให้แก้ไขข้อความบางอย่างที่ปรากฏในการโฆษณา ห้ามการใช้ข้อความห้ามการโฆษณาหรือให้โฆษณา เพื่อแก้ไขความเข้าใจผิดของผู้บริโภคอย่างใดอย่างหนึ่งตามที่กำหนดไว้ในมาตรา 27

ส่วนที่ 2 ทวิ การคุ้มครองผู้บริโภคในด้านสัญญา

ในอดีตการประกอบธุรกิจที่มีสัญญา เช่น การซื้อขาย เช่าซื้อ (Leasing) กู้ยืมเงิน หรือการให้บริการนั้น ในสัญญาจะมีข้อความที่เอารัดเอาเปรียบผู้บริโภคซึ่งผู้บริโภคไม่สามารถท้วงติงได้ และต้องลงนามในสัญญาอย่างเดียว จึงเป็นการเสียเปรียบผู้ประกอบธุรกิจอย่างยิ่ง ภายหลังจึงได้มีการแก้ไขกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคโดยเพิ่มในส่วนนี้ ซึ่งการแก้ไขนี้มีวัตถุประสงค์คือให้คณะกรรมการมีอำนาจในการควบคุมสัญญาบางประเภทได้ ตามมาตรา 35 ทวิ ดังนี้

มาตรา 35 ทวิ ในการประกอบธุรกิจขายสินค้าหรือให้บริการใด ถ้าสัญญาซื้อขายหรือสัญญาให้บริการนั้นมีกฎหมายกำหนดให้ต้องทำเป็นหนังสือ หรือที่ตามปกติประเพณีทำเป็นหนังสือคณะกรรมการว่าด้วยสัญญามีอำนาจกำหนดให้การประกอบธุรกิจขายสินค้าหรือให้บริการนั้นเป็นธุรกิจที่ควบคุมสัญญาได้

มาตรา 41 ในการดำเนินคดีที่เกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค ให้สมาคมหรือมูลนิธิที่คณะกรรมการรับรองตามมาตรา 40 มีสิทธิฟ้องคดีแพ่ง คดีอาญา และดำเนินกระบวนพิจารณาใด ๆ ในคดีเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคที่เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคโดยส่วนรวมตามลักษณะหรือประเภทคดีที่คณะกรรมการประกาศกำหนดได้ และให้มีอำนาจฟ้องเรียกทรัพย์สินและค่าเสียหายแทนผู้บริโภคได้ถ้ามีหนังสือมอบหมายให้เรียกทรัพย์สินและค่าเสียหายแทนจากผู้บริโภคดังกล่าว

ในการดำเนินคดีในศาล มิให้สมาคมและมูลนิธิถอนฟ้อง เว้นแต่ศาลจะอนุญาตเมื่อศาลเห็นว่าการถอนฟ้องนั้นไม่เป็นผลเสียต่อการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นส่วนรวม สำหรับคดีแพ่งเกี่ยวกับการเรียกทรัพย์สินหรือค่าเสียหายแทนผู้บริโภค การถอนฟ้องหรือการพิพากษาในกรณีที่คู่ความตกลงหรือประนีประนอมยอมความกัน จะต้องมีหนังสือแสดงความยินยอมของผู้บริโภคผู้มอบหมายให้เรียกทรัพย์สินหรือค่าเสียหายแทน แล้วแต่กรณี มาแสดงต่อศาลด้วย

สรุปว่า เมื่อผู้บริโภคถูกละเมิดสิทธิหรือไม่ได้รับความเป็นธรรมจากผู้ประกอบธุรกิจ เนื่องจากการใช้สินค้าหรือบริการ ผู้บริโภคย่อมได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายโดยผู้บริโภคสามารถร้องเรียนได้ที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค คณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัด หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเมื่อสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้รับแจ้งเรื่องร้องเรียนแล้วจะเรียกให้คู่กรณีมาเจรจาไกล่เกลี่ย เพื่อระงับข้อพิพาทและชดใช้ค่าเสียหาย ซึ่งหากไม่สามารถเจรจาไกล่เกลี่ยตกลงกันได้คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคก็มี อำนาจในการดำเนินคดีแทนผู้บริโภค ซึ่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 เป็นกฎหมายฉบับเดียวที่มีอำนาจในการดำเนินคดีแทนผู้บริโภคเพื่อฟ้องเรียกทรัพย์สินหรือค่าเสียหายให้แก่ผู้บริโภคที่ถูกละเมิดสิทธิจากการใช้สินค้าและการรับบริการโดยผู้บริโภคไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใด ๆ ในการดำเนินคดีแต่อย่างใด

16. ประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการรวบรวมข้อเท็จจริงเกี่ยวกับการกระทำความผิดในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรคมนาคมที่มีโทษทางปกครอง พ.ศ. 2556

โดยมาตรา 62 แห่งพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 บัญญัติให้สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติมีหน้าที่ในการรวบรวมข้อเท็จจริงเกี่ยวกับการกระทำความผิดที่มีโทษทางปกครองเพื่อเสนอต่อคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติพิจารณาสั่งลงโทษทางปกครองตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติประกาศกำหนด ดังนั้น เพื่อให้กระบวนการในการพิจารณาลงโทษทางปกครองเป็นไปด้วยความเรียบร้อย รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ มีขั้นตอนและกรอบการดำเนินงานที่ชัดเจน

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 27 (6) (24) และมาตรา 37 แห่งพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 อันเป็นกฎหมายที่มีบทบัญญัติบางประการเกี่ยวกับการจำกัดสิทธิและเสรีภาพของบุคคล ซึ่งมาตรา 29 ประกอบกับมาตรา 35 มาตรา 36 มาตรา 41 มาตรา 43 มาตรา 45 มาตรา 46 มาตรา 47 มาตรา 61 และมาตรา 64 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย บัญญัติให้กระทำได้โดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมาย ประกอบกับมาตรา 5 และมาตรา 62 แห่งพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 อันเป็นกฎหมายที่มีบทบัญญัติบางประการเกี่ยวกับการจำกัดสิทธิและเสรีภาพของบุคคล ซึ่งมาตรา 29 ประกอบกับมาตรา 32 มาตรา 33 มาตรา 35 มาตรา 36 มาตรา 41 มาตรา 43 มาตรา 45 มาตรา 46 และมาตรา 47 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย บัญญัติให้กระทำได้โดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมาย คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติจึงประกาศหลักเกณฑ์การรวบรวมข้อเท็จจริงเกี่ยวกับการกระทำความผิดที่มีโทษทางปกครองและการพิจารณาโทษทางปกครองไว้

17. พระราชบัญญัติการประกอบกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2544

พระราชบัญญัตินี้มีบทบัญญัติบางประการเกี่ยวกับการจำกัดสิทธิและเสรีภาพของบุคคล มาตรา 29 ประกอบกับมาตรา 34 มาตรา 37 มาตรา 39 มาตรา 48 และมาตรา 50 ของแห่งราชอาณาจักรไทย บัญญัติให้กระทำได้โดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมาย

หมวด 1 การอนุญาตประกอบกิจการ

มาตรา 11 ผู้รับใบอนุญาตต้องชำระค่าธรรมเนียมการใช้คลื่นความถี่ ค่าธรรมเนียมเลขหมายโทรคมนาคม และค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบกิจการตามอัตราหลักเกณฑ์และวิธีการที่คณะกรรมการกำหนด

ทั้งนี้ จะต้องไม่เป็นภาระแก่ผู้ประกอบการหรือผู้ใช้บริการโดยไม่สมเหตุผล การกำหนดอัตราและหลักเกณฑ์ของค่าธรรมเนียมการใช้คลื่นความถี่ และค่าธรรมเนียมเลขหมายโทรคมนาคมให้คณะกรรมการคำนึงถึงประโยชน์สาธารณะ ความคุ้มค่า ความขาดแคลน และวิธีการจัดสรรทรัพยากรดังกล่าว

การกำหนดอัตราและหลักเกณฑ์ของค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคมให้คณะกรรมการคำนึงถึงแบบของใบอนุญาต รายจ่ายในการกำกับดูแลการประกอบกิจการโทรคมนาคมอันเกิดขึ้นจากการปฏิบัติหน้าที่ตามพระราชบัญญัตินี้

มาตรา 12 ในการออกใบอนุญาตสำหรับกิจการโทรคมนาคมที่ต้องใช้เลขหมายโทรคมนาคมตามที่กำหนดในแผนเลขหมายโทรคมนาคม ให้คณะกรรมการกำหนดเลขหมายโทรคมนาคมสำหรับใช้ในการให้บริการหรือพื้นที่การให้บริการสำหรับการประกอบกิจการโทรคมนาคมของผู้รับใบอนุญาตด้วย

ผู้รับใบอนุญาตจะนำเลขหมายโทรคมนาคมออกให้บริการแก่บุคคลทั่วไปได้เฉพาะเลขหมายโทรคมนาคมที่ได้รับอนุญาตจากคณะกรรมการ

ในกรณีที่ปรากฏว่าผู้รับใบอนุญาตมิได้นำเลขหมายโทรคมนาคมตามที่ได้รับอนุญาตออกให้บริการโดยไม่มีเหตุผลอันสมควร หรือนำเลขหมายโทรคมนาคมที่ไม่ได้รับอนุญาตออกให้บริการให้คณะกรรมการมีอำนาจสั่งให้ผู้รับใบอนุญาตดำเนินการให้เป็นไปตามที่ได้รับอนุญาตหรือระงับการใช้เลขหมายโทรคมนาคมนั้นได้ โดยผู้รับใบอนุญาตจะเรียกร้องค่าเสียหายใด ๆ ไม่ได้

ในกรณีเพื่อคุ้มครองผลประโยชน์ของผู้ใช้บริการ และเมื่อมีความพร้อมทางเทคนิค ให้คณะกรรมการกำหนดแนวทางและหลักเกณฑ์ให้ผู้ใช้บริการมีสิทธิใช้เลขหมายโทรคมนาคมเดิม เมื่อผู้ใช้บริการต้องการเปลี่ยน

ผู้ให้บริการ สถานที่ หรือประเภทของบริการ ทั้งนี้ ให้คณะกรรมการจัดให้มีการรับฟังความคิดเห็นของผู้รับใบอนุญาตที่เกี่ยวข้องด้วย

ภายใต้บังคับของมาตรการที่คณะกรรมการกำหนดตามมาตรา 50 วรรคหนึ่ง ให้ผู้รับใบอนุญาตมีหน้าที่ให้ข้อมูลผู้ใช้เลขหมายโทรคมนาคมแก่บุคคลที่ขอนำไปจัดทำรายนามผู้ใช้บริการ โดยคิดค่าใช้จ่ายได้เฉพาะค่าใช้จ่ายในการจัดข้อมูลให้เท่านั้น

มาตรา 21 การประกอบกิจการโทรคมนาคม นอกจากต้องอยู่ในบังคับของกฎหมายว่าด้วยการแข่งขันทางการค้าแล้ว ให้คณะกรรมการกำหนดมาตรการเฉพาะตามลักษณะการประกอบกิจการโทรคมนาคมมิให้รับใบอนุญาตกระทำการอย่างใดอันเป็นการผูกขาด หรือลด หรือจำกัดการแข่งขัน ในการให้บริการกิจการโทรคมนาคม ในเรื่องดังต่อไปนี้

(1) การอุดหนุนการบริการ

(2) การถือครองธุรกิจในบริการประเภทเดียวกัน

(3) การใช้อำนาจทางการตลาดที่ไม่เป็นธรรม

(4) พฤติกรรมกีดกันการแข่งขัน

(5) การคุ้มครองผู้ประกอบการรายย่อย

หมวด 5 สิทธิของผู้ใช้บริการ

มาตรา 45 ผู้ใดได้รับความเดือดร้อนเสียหายอันเนื่องมาแต่การให้บริการโทรคมนาคมของผู้รับใบอนุญาต ผู้นั้นมีสิทธิร้องเรียนต่อคณะกรรมการได้ โดยทำเป็นหนังสือยื่นต่อสำนักงาน

หนังสือร้องเรียนตามวรรคหนึ่งต้องระบุข้อเท็จจริงที่แจ้งชัด และถ้ามีเอกสารหลักฐานที่เกี่ยวข้องกับกรณีดังกล่าวก็ให้ส่งไปพร้อมหนังสือนั้นด้วย

ในระหว่างการพิจารณาคำร้องเรียนของคณะกรรมการ ถ้าผู้ร้องเรียนร้องขอให้คณะกรรมการมีอำนาจพิจารณากำหนดให้ผู้รับใบอนุญาตดำเนินการใดเพื่อแก้ไขเยียวยาความเสียหายให้แก่ผู้ร้องเรียนเป็นการชั่วคราวได้

มาตรา 46 ให้คณะกรรมการพิจารณาเรื่องร้องเรียนให้แล้วเสร็จภายใน 30 วัน นับแต่วันที่ได้รับหนังสือร้องเรียน โดยต้องให้คู่กรณีมีโอกาสได้ชี้แจงข้อเท็จจริงและแสดงพยานหลักฐานของตน ในกรณีที่คณะกรรมการเห็นว่าผู้รับใบอนุญาตกระทำการโดยฝ่าฝืนกฎหมาย เงื่อนไขการอนุญาต สัญญาการให้บริการหรือไม่เป็นไปตามมาตรฐานการให้บริการที่ดี ให้คณะกรรมการมีอำนาจสั่งให้ผู้รับใบอนุญาตดำเนินการแก้ไขให้ถูกต้องภายในเวลาที่กำหนด

มาตรา 47 ในกรณีที่ผู้ใช้บริการเห็นว่าผู้รับใบอนุญาตเรียกเก็บค่าธรรมเนียมหรือค่าบริการสูงกว่าอัตราขั้นสูงที่คณะกรรมการกำหนดตามมาตรา 55 หรือสูงกว่าที่เรียกเก็บจากผู้ใช้บริการรายอื่นที่ใช้บริการโทรคมนาคมในลักษณะหรือประเภทเดียวกัน หรือเห็นว่าผู้รับใบอนุญาตเรียกเก็บค่าธรรมเนียมหรือค่าบริการโดยไม่ถูกต้อง ผู้ใช้บริการมีสิทธิขอทราบข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการของตนจากผู้รับใบอนุญาตได้

ผู้รับใบอนุญาตต้องแจ้งข้อมูลตามวรรคหนึ่งให้ผู้ใช้บริการทราบภายในเวลาอันสมควร แต่ทั้งนี้ไม่เกิน 30 วัน นับแต่วันร้องขอ และในกรณีที่ผู้ใช้บริการร้องขอ ผู้รับใบอนุญาตต้องจัดทำเอกสารรับรองข้อมูลที่ถูกต้องให้แก่ผู้ใช้บริการด้วย โดยจะคิดค่าตอบแทนเพื่อการนั้น จากผู้ใช้บริการก็ได้แต่ค่าตอบแทนจะต้องไม่สูงกว่าความเป็นจริง ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการกำหนด

มาตรา 48 ในกรณีมีเหตุอันควรสงสัยว่าผู้รับใบอนุญาตเรียกเก็บค่าธรรมเนียมหรือค่าบริการที่ในลักษณะอย่างหนึ่งอย่างใดตามมาตรา 47 วรรคหนึ่ง ผู้ใช้บริการมีสิทธิร้องเรียนต่อคณะกรรมการได้ และให้นำความในมาตรา 45 และมาตรา 46 มาใช้บังคับแก่กรณีนี้โดยอนุโลม

มาตรา 49 ผู้ใช้บริการมีสิทธินำเครื่องโทรคมนาคมของตนมาใช้ในการรับบริการจากผู้รับใบอนุญาตได้ การเรียกเก็บค่าธรรมเนียมในการนำเครื่องโทรคมนาคมของผู้ใช้บริการมาใช้กับระบบบการให้บริการของผู้รับใบอนุญาต ให้เป็นไปตามอัตราและหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการกำหนด

ในการให้บริการโทรคมนาคมผู้รับใบอนุญาตจะกำหนดเงื่อนไขการให้บริการโดยบังคับ ให้ใช้บริการต้องใช้เครื่องโทรคมนาคมของผู้รับใบอนุญาตหรือตามที่ผู้รับใบอนุญาตกำหนดมิได้ เว้นแต่การให้บริการโทรคมนาคมในประเภทใดที่มีความจำเป็นทางเทคนิคต้องใช้เครื่องโทรคมนาคมที่ผู้รับใบอนุญาตกำหนด ทั้งนี้ ผู้รับใบอนุญาตจะกำหนดเงื่อนไขเช่นว่านั้นได้ เมื่อคณะกรรมการได้ให้ความเห็นชอบแล้วแต่การกำหนดประเภทเครื่องโทรคมนาคมเช่นว่านี้ไม่เป็นการตัดสิทธิผู้ใช้บริการที่สามารถจัดหาเครื่องโทรคมนาคมตามประเภทที่กำหนดมาใช้ในการรับบริการได้เอง ในการนี้ ผู้รับใบอนุญาตจะปฏิเสธการให้บริการหรือการเชื่อมกับระบบการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการมิได้

มาตรา 50 ให้คณะกรรมการกำหนดมาตรการเพื่อคุ้มครองผู้ใช้บริการเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลสิทธิในความเป็นส่วนตัว และเสรีภาพในการสื่อสารถึงกันโดยทางโทรคมนาคม

ให้ผู้รับใบอนุญาตมีหน้าที่ปฏิบัติตามมาตรการที่คณะกรรมการกำหนดตามวรรคหนึ่ง เมื่อพบว่ามีบุคคลใดกระทำการละเมิดสิทธิของผู้ใช้บริการตามวรรคหนึ่ง ให้ผู้รับใบอนุญาตหรือคณะกรรมการดำเนินการเพื่อระงับการกระทำดังกล่าว และแจ้งให้ผู้ใช้บริการทราบโดยเร็ว

18. พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540

“สัญญาสำเร็จรูป” ตามพระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540 ตามมาตรา 3 หมายความว่า สัญญาที่ทำเป็นลายลักษณ์อักษรโดยมีการกำหนดข้อสัญญาที่เป็นสาระสำคัญไว้ล่วงหน้าไม่ว่าจะทำในรูปแบบใด ซึ่งคู่สัญญาฝ่าฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดนำมาใช้ในการประกอบกิจการของตน ในมาตรา 4 โดยข้อตกลงในสัญญาระหว่างผู้บริโภคกับผู้ประกอบธุรกิจการค้า หรือวิชาชีพ หรือในสัญญาสำเร็จรูปหรือในสัญญาขายฝากที่ทำให้ผู้ประกอบธุรกิจการค้า หรือวิชาชีพหรือผู้กำหนดสัญญาสำเร็จรูป หรือผู้ซื้อฝากได้เปรียบคู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งเกินสมควร เป็นข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม และให้มีผลบังคับได้เพียงเท่าที่เป็นธรรมและพอสมควรแก่กรณีเท่านั้น ในกรณีที่มีข้อสงสัย ให้ตีความสัญญาสำเร็จรูปไปในทางที่เป็นคุณแก่ฝาย ซึ่งมิได้เป็นผู้กำหนดสัญญาสำเร็จรูปนั้น ซึ่งข้อตกลงที่มีลักษณะหรือมีผลให้คู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งปฏิบัติหรือรับภาระเกินกว่าที่วิญญูชนจะพึงคาดหมายได้ตามปกติ เป็นข้อตกลงที่อาจถือได้ว่าทำให้ได้เปรียบคู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่ง

โดยเหตุผลในการประกาศใช้พระราชบัญญัติฉบับนี้ เนื่องจากหลักกฎหมายเกี่ยวกับนิติกรรมหรือสัญญาที่ใช้บังคับอยู่มีพื้นฐานมาจากเสรีภาพของบุคคล ตามหลักของความศักดิ์สิทธิ์ของการแสดงเจตนา รัฐจะไม่เข้าแทรกแซง แม้ว่าคู่สัญญาฝ่ายหนึ่งได้เปรียบคู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่ง เว้นแต่จะเป็นการต้องห้ามชัดแจ้งโดยกฎหมายหรือขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน แต่ในปัจจุบันสภาพสังคมเปลี่ยนแปลงไป ทำให้ผู้ซึ่งมีอำนาจต่อรองทางเศรษฐกิจเหนือกว่าถือโอกาสอาศัยหลักดังกล่าวเอาเปรียบคู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งซึ่งมีอำนาจต่อรองทางเศรษฐกิจด้อยกว่าอย่างมาก ซึ่งทำให้เกิดความไม่เป็นธรรมและไม่สงบสุขในสังคม สมควรที่รัฐจะกำหนดกรอบของการใช้หลักความศักดิ์สิทธิ์ของการแสดงเจตนาและเสรีภาพของบุคคล เพื่อแก้ไขความไม่เป็นธรรมและความไม่สงบสุขในสังคมดังกล่าวโดยกำหนดแนวทาง

ให้แก่ศาลเพื่อใช้ในการพิจารณาว่าข้อสัญญาหรือข้อตกลงใดที่ไม่เป็นธรรม และให้อำนาจแก่ศาลที่จะสั่งให้ข้อสัญญาหรือข้อตกลงที่ไม่เป็นธรรมนั้นมีผล

อย่างไรก็ดี โดยหลักทั่วไปของการบังคับใช้กฎหมายคือ เมื่อมีกฎหมายฉบับใดให้อำนาจในการคุ้มครองผู้บริโภคไว้เป็นการเฉพาะแล้วก็ต้องบังคับตามกฎหมายฉบับนั้น ตัวอย่างเช่น กรณีที่ผู้บริโภคถูกละเมิดสิทธิเกี่ยวกับเรื่องอาหาร ผู้บริโภคสามารถไปร้องเรียนที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ซึ่งเป็นหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่ตามพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 ซึ่งเป็นกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคเฉพาะเรื่องสินค้าอาหารเท่านั้น แต่ถ้ากรณีไม่มีกฎหมายใด หรือหน่วยงานใดให้ความคุ้มครองผู้บริโภคเป็นการเฉพาะแล้วก็ต้องใช้พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ซึ่งให้ความคุ้มครองในผู้บริโภคด้านสินค้าและบริการทั่วไป (ราชกิจจานุเบกษา, 2540)

19. ประกาศคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง มาตรฐานของสัญญาให้บริการโทรคมนาคม พ.ศ. 2549

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 51 (10) แห่งพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับกิจการวิทยุกระจายเสียง 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 แห่งพระราชบัญญัติการประกอบกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2544 อันเป็นพระราชบัญญัติที่มีบทบัญญัติบางประการเกี่ยวกับการจำกัดสิทธิและเสรีภาพของบุคคล ซึ่งมาตรา 29 ประกอบกับมาตรา 34 มาตรา 337 มาตรา 39) มาตรา 48 และมาตรา 50 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย บัญญัติให้กระทำได้โดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมายดณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ จึงกำหนดมาตรฐานของสัญญาให้บริการโทรคมนาคมไว้ดังต่อไปนี้ (ราชกิจจานุเบกษา, 2540)

ข้อ 4 สัญญาจะมีผลผูกพันและใช้บังคับได้ ต้องเป็นไปตามแบบสัญญาที่คณะกรรมการได้ให้ความเห็นชอบแล้วหรือที่คณะกรรมการประกาศกำหนดแบบของสัญญาไว้เป็นการเฉพาะ เว้นแต่คณะกรรมการจะประกาศกำหนดให้สัญญาลักษณะหรือประเภทใด ได้รับยกเว้นไม่ต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการ

แบบสัญญาที่คณะกรรมการจะให้ความเห็นชอบต้องทำเป็นลายลักษณ์อักษร มีรูปแบบและสาระสำคัญไม่ขัดต่อกฎหมายว่าด้วยการประกอบกิจการโทรคมนาคม และเป็นไปตามที่กำหนดไว้ในประกาศนี้

ในกรณีที่คณะกรรมการเห็นว่ารูปแบบหรือสาระสำคัญของแบบสัญญาไม่เป็นไปตามที่กำหนดในวรรคสอง คณะกรรมการมีอำนาจสั่งให้ดำเนินการแก้ไขภายในระยะเวลาที่กำหนด

ข้อ 5 ก่อนนำแบบสัญญาไปใช้ในการประกอบกิจการ ผู้ให้บริการต้องจัดส่งแบบสัญญาให้คณะกรรมการพิจารณาล่วงหน้าไม่น้อยกว่าหกสิบวัน ในกรณีที่คณะกรรมการต้องการข้อมูลหรือรายละเอียดเพิ่มเติมเพื่อประกอบการพิจารณา ผู้ให้บริการจะต้องส่งข้อมูลและรายละเอียดเพิ่มเติมตามที่คณะกรรมการกำหนด

แบบสัญญาใดที่คณะกรรมการได้ให้ความเห็นชอบแล้ว หากต่อมาผู้ให้บริการประสงค์จะแก้ไขเปลี่ยนแปลงข้อกำหนด หรือเงื่อนไขเกี่ยวกับการให้บริการ อันอาจมีผลกระทบต่อสิทธิหน้าที่หรือประโยชน์อันพึงได้รับของผู้ใช้บริการ ผู้ให้บริการต้องเสนอให้คณะกรรมการพิจารณาให้ความเห็นชอบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 30 วัน เว้นแต่เป็นข้อกำหนดหรือเงื่อนไขเกี่ยวกับการให้บริการที่คณะกรรมการประกาศยกเว้นให้

ดำเนินการได้โดยไม่ต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการ ในกรณีดังกล่าวให้ผู้ให้บริการแจ้งให้คณะกรรมการทราบอย่างช้าไม่เกิน 30 วันหลังจากที่ได้ดำเนินการแล้ว

การเปลี่ยนแปลงในสาระสำคัญของระบบ เทคโนโลยี หรืออุปกรณ์ใด ๆ อันส่งผลกระทบทำให้ประสิทธิภาพในการให้บริการต่ำลง หรือกระทบต่อสิทธิ หน้าที่ หรือประโยชน์อันพึงได้รับของผู้ใช้บริการตามสัญญา ให้ถือว่ามีผลเป็นการแก้ไขเปลี่ยนแปลงข้อกำหนดหรือเงื่อนไขในการให้บริการและต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการก่อน โดยให้ดำเนินการเช่นเดียวกับกรณีตามวรรคหนึ่ง

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

โดยที่เห็นเป็นการสมควรปรับปรุงประกาศคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่องกระบวนการรับเรื่องร้องเรียนและพิจารณาเรื่องร้องเรียนของผู้ใช้บริการ เพื่อประโยชน์ในการคุ้มครองสิทธิ และเสรีภาพของประชาชนมีให้ถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบกิจการ และคุ้มครองสิทธิของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล สิทธิในความเป็นส่วนตัวและเสรีภาพของบุคคลในการสื่อสารถึงกัน โดยทางโทรคมนาคม 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. 2544 คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (ราชกิจจานุเบกษา, 2559)

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

โดยที่คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ มีอำนาจหน้าที่ตรวจสอบการดำเนินการของผู้ประกอบกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ มิให้มีการดำเนินการใด ๆ ในประการที่น่าจะเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค โดยอาศัยการใช้เครือข่ายหรือการโฆษณาอันมีลักษณะเป็นการค้ากำไรเกินควร หรือก่อให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญ ดังนั้น เพื่อให้การคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพของผู้บริโภคมีให้ถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและเป็นธรรม จึงสมควรกำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ขึ้น

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 27 (6) และ (24) และมาตรา 31 วรรคสอง แห่งพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 อันเป็นกฎหมายที่มีบทบัญญัติบางประการเกี่ยวกับการจำกัดสิทธิและเสรีภาพของบุคคล ซึ่งมาตรา 29 ประกอบกับมาตรา 35 มาตรา 36 มาตรา 41 มาตรา 43 มาตรา 45 มาตรา 47 มาตรา 61 และมาตรา 64 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยบัญญัติ โดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่ง

กฎหมาย คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ จึงออกประกาศกำหนดการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

22. ประกาศสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง การกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2555 และฉบับเพิ่มเติม

ฉบับที่ 1 ลงวันที่ 5 มิถุนายน 2556 จะกำหนดถึงการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคไว้ว่า คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ ซึ่งมีอำนาจหน้าที่ปฏิบัติการแทน คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ตามมาตรา 37 แห่งพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 ได้มีมติในการประชุมครั้งที่ 19/2556 เมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม 2556 กำหนดให้ การกระทำของผู้รับใบอนุญาตซึ่งให้บริการโทรทัศน์โดยดำเนินการให้ปรากฏภาพประกอบบนแถบ แสดงข้อมูลขณะเปลี่ยนช่องรายการโทรทัศน์ ในลักษณะเป็นการบังคับให้ผู้ชม ต้องรับข้อมูลที่นำเสนอ โดยมิอาจหลีกเลี่ยงได้ และภาพประกอบดังกล่าวได้บดบังพื้นที่หน้าจอโทรทัศน์บางส่วน อันเป็นการขัดขวางการรับชมรายการอย่างปกติทั่วไปที่ผู้บริโภคจะคาดหมายได้จากการให้บริการของผู้ประกอบกิจการโดยทั่วไปพึงกระทำ ในการให้บริการโดยไม่มีเหตุผลอันสมควรเป็นการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคโดยการก่อให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญตามข้อ 5(12) ของประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง การกระทำที่เป็นการเอาเปรียบ ผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2555

ฉบับที่ 2 ลงวันที่ 17 ธันวาคม 2554 กำหนดถึงการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคไว้ว่า ดังนี้

ข้อ 1 “การโฆษณาที่ผู้ให้บริการให้สิทธิการใช้บริการต่าง ๆ เป็นพิเศษแก่ผู้สมัครใช้บริการเพื่อเป็นการส่งเสริมการขายในห้วงเวลาใด โดยผู้ให้บริการคงสิทธิการใช้บริการเป็นพิเศษตามที่โฆษณานั้นไว้น้อยกว่า 30 วัน นับตั้งแต่วันที่โฆษณา” และ

ข้อ 2 “การโฆษณาด้วยข้อมูลที่เป็นเท็จ หรือปกปิดข้อมูลที่สำคัญ หรือให้ข้อมูลที่ไม่ชัดเจนไม่อาจเข้าใจได้ กำกวม หรือละเว้นการนำเสนอข้อมูลที่จำเป็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ หรือปกปิดข้อความจริงที่ควรบอกให้แจ้งที่ทำให้ผู้ใช้บริการเข้าใจผิดในข้อเท็จจริง คุณสมบัติ หรือคุณลักษณะของบริการ ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการ”

ฉบับที่ 3 ลงวันที่ 17 ธันวาคม 2558 กำหนดถึงการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคไว้ คือ คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ซึ่งมีอำนาจหน้าที่ปฏิบัติการแทนคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ตามมาตรา 37 แห่งพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 ได้มีมติในการประชุม ครั้งที่ 38/2558 เมื่อวันที่ 16 พฤศจิกายน 2558 กำหนดให้การกระทำของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ที่ดำเนินการออกอากาศรายการหรือโฆษณาที่มีเนื้อหาสาระในลักษณะเป็นการเชิญชวนหรือจูงใจให้ผู้บริโภคเลือกใช้บริการหรือสินค้าที่ผิดกฎหมายหรือที่เป็นการหลอกลวง โดยอาศัยความเชื่ออย่างงมงายหรือความศรัทธาของบุคคลซึ่งไม่สามารถพิสูจน์ได้ด้วยหลักเหตุผล หรือกระบวนการพิสูจน์ที่เป็นที่ยอมรับเป็นการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคโดยอาศัยการใช้เครือข่ายหรือการโฆษณาอันมีลักษณะที่เป็นการก่อให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญตามข้อ 5(12) ของประกาศคณะกรรมการกิจการ

กระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง การกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2555 (ราชกิจจานุเบกษา, 2559)

ฉบับที่ 4 ลงวันที่ 2 พฤศจิกายน 2561 กำหนดถึงลักษณะการกระทำที่ถือเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ โดยอาศัยการใช้เครือข่ายหรือการโฆษณาอันมีลักษณะเป็นการค้ากำไรเกินควรหรือก่อให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญ ซึ่งในกรณีที่เห็นสมควรคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ อาจพิจารณา กำหนดลักษณะการกระทำที่ถือเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคได้ ตามข้อ 5 (12) ของประกาศดังกล่าว คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคนาดนาคมแห่งชาติ ได้มีมติในการประชุม ครั้งที่ 13/2561 เมื่อวันที่ 25 กรกฎาคม 2561 กำหนดให้การดำเนินการของผู้รับใบอนุญาต ประกอบกิจการโทรทัศน์ เพื่อให้บริการโครงข่ายโทรทัศน์ที่ไม่ใช้คลื่นความถี่ เป็นการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ ในกรณีที่มีการให้บริการโดยใช้วิธีการทางเทคนิค หรือการกระทำในลักษณะพิเศษ เพื่อให้ผู้บริโภคต้องรับสัญญาณช่องรายการใดรายการหนึ่ง เป็นการเฉพาะทุกครั้งที่มีการเปิดเครื่องรับสัญญาณโทรทัศน์ หรืออุปกรณ์รับสัญญาณดังกล่าว อันมีลักษณะเป็นการบังคับให้ผู้บริโภคต้องรับบริการตามที่ผู้รับใบอนุญาตกำหนดโดยไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ และไม่มีเหตุผลอันสมควรซึ่งก่อให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญและจำกัดสิทธิผู้บริโภคในการเลือกรับสัญญาณ ช่องรายการโทรทัศน์อย่างเสรีภาพ (ราชกิจจานุเบกษา, 2561)

23. ประกาศสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง แนวทางพิจารณาเกี่ยวกับการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค ตามข้อ 5(10) ของประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง การกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ พ.ศ. 2555

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

ประกาศฉบับนี้ บัญญัติถึงการออกอากาศโดยวิธีการใช้เสียงดังเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคซึ่งจะมีผลกระทบต่อผู้บริโภคในลักษณะเป็นการบังคับให้ผู้บริโภครับข้อมูลข่าวสาร หรือโฆษณา ที่เป็นมลพิษทางเสียงโดยในข้อ 3 ของประกาศฉบับนี้ ให้คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ใช้แนวทางในประกาศฉบับนี้เป็นเกณฑ์ในการวินิจฉัยเกี่ยวกับการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค ตามรายละเอียดของความดังเสียงในประกาศ มีดังนี้

ข้อ 1 การออกอากาศรายการหรือการโฆษณาในกิจการโทรทัศน์ ต้องมีระดับความดังไม่เกินกว่าระดับความดังมาตรฐานตามข้อเสนอแนะของสหภาพการกระจายเสียงและแพร่ภาพแห่งยุโรป (European Broadcasting Union) EBU R 128 “Loudness normalization and permitted maximum level of audio signals” ดังนี้

1) ระดับความดังเฉลี่ย (Program Loudness Level) มีค่าอยู่ที่ -23 LUFS (Loudness Units, Referenced to Full Scale) ค่าคลาดเคลื่อนไม่เกิน ±0.5 LU (Loudness Unit) เว้นแต่รายการที่ไม่สามารถรักษาระดับความดังเฉลี่ยให้มีค่าคลาดเคลื่อนไม่เกิน ±0.5 LU หรือรายการที่ผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์มิได้

เป็นผู้กำหนดระดับความดังในการออกอากาศด้วยตนเองอาจอนุโลมให้มีค่าคลาดเคลื่อนไม่เกิน ±1 LU และ

2) ระดับความดังสูงสุด (Maximum Permitted True Peak Level) มีค่าไม่เกิน -1 dBTP (dB True Peak)

ทั้งนี้ การวัดระดับความดังดังกล่าวให้เป็นไปตามเอกสารของสหภาพการกระจายเสียงและแพร่ภาพแห่งยุโรป (European Broadcasting Union) EBU Tech 3341 “Loudness Metering: EBU Mode' metering to supplement loudness normalization in accordance with EBU R 128” หรือตามข้อเสนอแนะของสหภาพโทรคมนาคมระหว่างประเทศ (International Telecommunications Union) ITU-R BS.1770 "Algorithms to measure audio program loudness and true-peak audio level"

ข้อ 2 ผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ที่ออกอากาศรายการหรือการโฆษณาเกินกว่าระดับความดังมาตรฐานตามข้อ 1 ให้ถือเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการโทรทัศน์ตามข้อ 5 (10) ของประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง การกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2555

ข้อ 3 คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติจะใช้แนวทางนี้เป็นเกณฑ์ในการวินิจฉัยเกี่ยวกับการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคตาม ข้อ 5 (10) ของประกาศดังกล่าวเมื่อพ้นกำหนดเก้าสิบวันนับแต่วันที่ประกาศในราชกิจจานุเบกษา (ราชกิจจานุเบกษา, 2558)

24. ประกาศสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง การกระทำที่น่าจะเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม โดยอาศัยเครือข่ายหรือการโฆษณาอันมีลักษณะเป็นการค้ากำไรเกินควร 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) การกระทำโดยไม่แจ้งให้ผู้บริโภคทราบรายละเอียดของบริการโทรคมนาคมในแต่ละบริการอย่างชัดเจนและครบถ้วนเพื่อให้ผู้บริโภคทราบและใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจใจในการเข้าทำสัญญาและเลือกใช้บริการได้อย่างถูกต้อง

(2) การกำหนดเงื่อนไขในลักษณะที่เป็นการบังคับโดยทางตรงหรือทางอ้อมให้ผู้บริโภคต้องใช้บริการโทรคมนาคมโดยผู้บริโภคไม่ประสงค์จะใช้บริการนั้นหรือเป็นเหตุให้ผู้บริโภคต้องรับภาระค่าบริการที่เพิ่มขึ้นหรือการกระทำที่มีลักษณะเป็นการจำกัดโอกาสในการเลือกซื้อหรือเลือกใช้บริการโทรคมนาคมของผู้บริโภคในการใช้บริการนั้น

(3) การโฆษณาในลักษณะเกินจริงหรือก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับบริการทั้งโดยตรงหรือโดยอ้อม

(4) การกำหนดเงื่อนไขในการคิดค่าบริการที่ไม่เป็นธรรมหรือมีลักษณะเป็นการค้ากำไรเกินควรเป็นผลให้ผู้บริโภคเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น

(5) การกระทำโดยการโทรศัพท์หรือส่งข้อความการโฆษณามายังเครื่องโทรคมนาคมหรืออุปกรณ์ของผู้บริโภคจนก่อให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญแก่ผู้บริโภคหรือโดยมิได้รับอนุญาตหรือความยินยอมจากผู้บริโภคเว้นแต่เป็นการแจ้งเงื่อนไขการให้บริการหรือข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการของผู้บริโภค หรือแจ้งเหตุเพื่อป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย หรือกรณีเกิดเหตุฉุกเฉินและภัยพิบัติรวมถึงเพื่อประโยชน์สาธารณะ

(6) กรณีอื่นใดตามที่คณะกรรมการเห็นสมควร

การดำเนินการที่ถือเป็นการกระทำที่น่าจะเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคตามวรรคสองมีตัวอย่างปรากฏตามภาคผนวกแบบท้ายประกาศนี้

ข้อ 6 กรณีที่ผู้ประกอบกิจการโทรคมนาคมรายหนึ่งรายใดดำเนินการในประการที่น่าจะเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคตามประกาศนี้ ผู้บริโภคที่ได้รับความเดือดร้อนหรือเสียหายมีสิทธิร้องเรียนต่อคณะกรรมการตามประกาศที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการรับเรื่องร้องเรียนและพิจารณาเรื่องร้องเรียนของผู้ใช้บริการ

ในกรณีที่มีเหตุอันควรสงสัยว่าผู้ประกอบกิจการโทรคมนาคมรายใดดำเนินการในประการที่น่าจะเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคตามประกาศนี้ ให้สำนักงานดำเนินการตรวจสอบข้อเท็จจริง ดังต่อไปนี้

(1) แจ้งผู้ประกอบกิจการโทรคมนาคมเพื่อให้ชี้แจงข้อเท็จจริง พร้อมแสดงพยานหลักฐานที่เกี่ยวข้องต่อสำนักงานภายในสิบห้าวัน นับแต่วันที่ได้รับหนังสือแจ้ง เมื่อสำนักงานได้รับข้อมูลและพยานหลักฐานครบถ้วนแล้ว ให้สำนักงานดำเนินการวิเคราะห์ และเสนอความเห็นต่อคณะกรรมการ

(2) หากผู้ประกอบกิจการโทรคมนาคมไม่ดำเนินการชี้แจง หรือไม่แสดงพยานหลักฐานภายในเวลาที่กำหนดตาม

(3) ให้สำนักงานพิจารณาตามเอกสารหลักฐานและข้อเท็จจริงที่ปรากฏและเสนอความเห็นต่อคณะกรรมการ

ข้อ 7 กรณีที่คณะกรรมการเห็นว่า ผู้ประกอบกิจการโทรคมนาคมดำเนินการใด ๆ ในประการที่น่าจะเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค ให้มีคำสั่งให้ผู้ประกอบกิจการโทรคมนาคมนั้นระงับการดำเนินการดังกล่าวโดยทันที

ข้อ 8 กรณีผู้ประกอบกิจการโทรคมนาคมฝ่าฝืนไม่ปฏิบัติตามคำสั่งคณะกรรมการตามข้อ 7 ให้คณะกรรมการปรับทางปกครองไม่เกินห้าล้านบาท และในกรณีที่ผู้ประกอบกิจการโทรคมนาคมยังคงฝ่าฝืนไม่ปฏิบัติตามคำสั่งคณะกรรมการต่อไป ให้คณะกรรมการปรับทางปกครองอีกวันละไม่เกินหนึ่งแสนบาทตลอดเวลาที่ยังมิได้ปฏิบัติตามคำสั่งนั้น ตามมาตรา 77 แห่งพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553

25. ประกาศสิทธิผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ เพื่อประโยชน์ในการคุ้มครองประชาชน

สำนักงาน กสทช. ประกาศสิทธิผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อให้ประชาชนผู้ใช้บริการได้ตระหนักในสิทธิของตนเกี่ยวกับการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้งระบบเติมเงิน การใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบรายเดือน การเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ การย้ายค่ายโดยใช้เบอร์เดิม การยกเลิกบริการ SMS กวนใจ และการปิดบริการอินเทอร์เน็ตข้ามแดนระหว่างประเทศ (Roaming) การร้องเรียนปัญหาที่เกิดขึ้นจากการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยสิทธิเฉพาะผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่มีดังนี้ (สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, 2559)

1. การใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน

1.1 ผู้ใช้บริการสามารถรักษาสิทธิ รักษาเบอร์ รักษาเงิน และยืนยันความเป็นเจ้าของเลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้วยการลงทะเบียนผู้ใช้บริการ ซึ่งปัจจุบันผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่สามารถลงทะเบียนซิมการ์ดได้ ณ ศูนย์บริการทุกแห่ง หรือจุดให้บริการที่มีสัญลักษณ์ “2 แชะ” โดยแสดงบัตรประจำตัวประชาชน หรือหนังสือเดินทาง หรือเอกสารประกอบตัวอื่นที่ออกโดยราชการที่ใช้งานได้

1.2 การเติมเงินแต่ละครั้งจะได้รับวันใช้งานไม่น้อยกว่า 30 วัน โดยสะสมวันใช้งานสูงสุดได้ไม่น้อยกว่า 365 วัน โดยผู้ให้บริการอาจกำหนดมากกว่าได้ โดยไม่บังคับการจดทะเบียนฝากกำหนดมากกว่าได้

1.3 เมื่อเลิกสัญญา จะได้รับคืนเงินคงเหลือในระบบภายใน 30 วัน หรืออาจโอนเงินนั้นไปยังเลขหมายอื่นที่ไม่เกี่ยวข้องกับประวัติของผู้ใช้บริการ

2. การใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบรายเดือน

2.1 ผู้ใช้บริการสามารถเลิกสัญญาเวลาใดก็ได้ ด้วยการมีหนังสือแจ้งผู้ให้บริการทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 3 วันทำการ โดยจะต้องชำระค่าบริการจนถึงวันสิ้นสุดสัญญา

2.2 ต้องชำระค่าบริการในเดือนถัดต่อไป อาจถูกรับหรือยกเลิกการให้บริการได้

3. การเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่

3.1 ศึกษาเงื่อนไขการให้บริการ รวมถึงอัตราค่าบริการก่อนตัดสินใจเลือกใช้รายการส่งเสริมการขาย

3.2 สามารถเลือกรายการส่งเสริมการขายและ/หรือเปลี่ยนไปใช้รายการส่งเสริมการขายที่เหมาะสมกับพฤติกรรมการใช้งานของตนได้ตลอดเวลา

4. การย้ายค่ายโดยใช้เบอร์เดิม

4.1 เมื่อลงทะเบียนแล้ว สามารถย้ายค่ายโดยใช้เบอร์เดิม ด้วยการแจ้ง ณ ศูนย์บริการที่ให้บริการ โดยมีค่าธรรมเนียม 29 บาท/เลขหมาย ใช้เวลาดำเนินการ 3 วันทำการ

4.2 ย้ายค่ายโดยใช้เบอร์เดิมสามารถทำให้ทันที โดยไม่มีเงื่อนไขเกี่ยวกับระยะเวลาขั้นต่ำในการให้บริการ

5. การยกเลิกรับบริการ SMS กวนใจ และการปิดบริการอินเทอร์เน็ตข้ามแดนระหว่างประเทศ (Roaming)

5.1 ผู้ใช้บริการสามารถยกเลิกการรับบริการข้อความสั้น (SMS) กวนใจได้ฟรีโดยกด *137 แล้วโทรออก

5.2 ปิดบริการอินเทอร์เน็ตระหว่างประเทศ (International Data Roaming) ฟรี โดยกด *106# แล้วโทรออก

6. การร้องเรียนปัญหาที่เกิดขึ้นจากการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ เมื่อมีปัญหาที่เกิดขึ้นจากการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ สามารถร้องเรียนมาที่สำนักงาน กสทช. ด้วยช่องทางต่อไปนี้

6.1 ร้องเรียนด้วยตนเองได้ที่สำนักรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม สำนักงาน กสทช. เลขที่ 404 อาคารพหลโยธินเซ็นเตอร์ ชั้น 6 ถนนพหลโยธิน แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400 ในเวลาทำการ เวลา 8.30 - 16.30 น. หรือส่งจดหมายมายังสถานที่ข้างต้น

6.2 ร้องเรียนต่อสำนักรับเรื่องร้องเรียนฯ ผ่านทาง : Call Center 1200

6.3 ร้องเรียนต่อสำนักรับเรื่องร้องเรียนฯ ผ่านทางอีเมล์ : 1200@nbtc.go.th

6.4 ร้องเรียนต่อผู้ให้บริการของท่านได้

26. ประกาศสิทธิผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต

1. การสมัครและเลือกใช้บริการ

1) มีสิทธิได้รับข้อมูลประกอบการตัดสินใจก่อนเข้าทำสัญญาการใช้บริการ เกี่ยวกับเงื่อนไขการสมัครใช้บริการ มาตรฐานและคุณภาพ ข้อจำกัดในการให้บริการ รวมถึงข้อตกลงต่าง ๆ อย่างชัดเจนและครบถ้วน

2) มีสิทธิเลือกใช้บริการได้ตามความต้องการ และหากตกลงชำระค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าติดตั้งอุปกรณ์ในวันที่สมัครใช้บริการตามที่ผู้ให้บริการกำหนด จะไม่มีข้อผูกพันระยะเวลาการใช้บริการ แต่หากตกลง รับสิทธิยกเว้นไม่ชำระค่าใช้จ่ายดังกล่าวอาจมีข้อผูกพันต้องใช้บริการตามระยะเวลาที่กำหนด

2. มาตรฐานและคุณภาพการให้บริการ

1) มีสิทธิที่จะได้รับบริการตามมาตรฐานและคุณภาพการให้บริการตามที่ได้โฆษณาหรือแจ้งไว้

2) มีสิทธิได้รับความเร็วในการใช้บริการตามเงื่อนไข ลักษณะและประเภทของบริการที่เลือกใช้งานตามเงื่อนไขที่ตกลงกันไว้ในสัญญาหรือที่ได้โฆษณาหรือแจ้งไว้ ทั้งนี้ ความเร็วในการใช้งานอินเทอร์เน็ตโดยทั่วไปขึ้นอยู่กับจำนวนผู้ใช้งานในขณะนั้นและปัจจัยอื่น ๆ ที่ไม่ได้อยู่ในการควบคุมดูแลของผู้ให้บริการ ยกเว้นการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบสายเช่า (Leased Line) จะได้รับบริการในความเร็วที่คงที่

3) มีสิทธิให้ผู้ให้บริการพิสูจน์ข้อเท็จจริงกรณีมีข้อโต้แย้งว่าการให้บริการไม่เป็นไปตามมาตรฐานและคุณภาพที่โฆษณาหรือแจ้งไว้ และให้ดำเนินการเพื่อแก้ไขเยียวยาความเสียหายที่เกิดขึ้นแก่ผู้ใช้บริการอย่างเป็นธรรม และในกรณีการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมและค่าบริการไม่ถูกต้อง ผู้ให้บริการต้องพิสูจน์ข้อเท็จจริงภายใน 60 วัน มิฉะนั้นให้ถือว่าผู้ให้บริการสิ้นสิทธิในการเรียกเก็บค่าบริการที่มีข้อโต้แย้งนั้น

4) มีสิทธิไม่ชำระค่าบริการในช่วงที่เกิดเหตุขัดข้องกับการใช้บริการและผู้ให้บริการจะต้องเร่งแก้ไขเพื่อให้สามารถใช้บริการได้โดยเร็ว เว้นแต่จะพิสูจน์ได้ว่าเหตุขัดข้องนั้นเกิดขึ้นจากการกระทำของผู้ใช้บริการเอง

3. การเลิกสัญญา

1) มีสิทธิเลิกสัญญาเวลาใดก็ได้ ด้วยการมีหนังสือแจ้งผู้ให้บริการทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 5 วันทำการ และจะต้องชำระค่าบริการจนถึงวันที่เลิกสัญญา โดยการขอเลิกสัญญาก่อนครบกำหนดระยะเวลาที่ได้ตกลงไว้อาจถูกเรียกเก็บค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าติดตั้งอุปกรณ์ในอัตราที่หักลดตามสัดส่วนที่ได้ใช้บริการตามที่กำหนดไว้ในสัญญา

2) มีสิทธิขอเลิกสัญญาก่อนครบกำหนดระยะเวลาตามที่ได้ตกลงไว้ โดยไม่ต้องชำระค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าติดตั้งอุปกรณ์ หากการให้บริการไม่เป็นไปตามมาตรฐานและคุณภาพที่ได้โฆษณาหรือแจ้งไว้

3) มีสิทธิได้รับการแจ้งเตือนก่อนถูกยกเลิกสัญญาการให้บริการ ด้วยเหตุค้างชำระค่าบริการ 2 คราวติดต่อกัน

4. การร้องเรียนปัญหาการใช้บริการ

1) ร้องเรียนต่อผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตของท่านฟรี ได้ที่หมายเลข (เบอร์ของผู้ให้บริการแต่ละราย)

2) ร้องเรียนต่อสำนักงาน กสทช. ได้ดังนี้

(1) ร้องเรียนด้วยตนเอง หรือส่งจดหมายมาที่สำนักรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม สำนักงาน กสทช. เลขที่ 400 อาคารพหลโยธินเซ็นเตอร์ (ชั้น 2) ถนนพหลโยธิน แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400 ในเวลาทำการ เวลา 8.30 - 16.30 น.

(2) โทรศัพท์ติดต่อสำนักรับเรื่องร้องเรียนฯ: Call Center 1200 ฟรี

(3) ร้องเรียนผ่านทาง อีเมล์: tcp.service@nbtc.go.th

27. หน่วยงานที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม

ณ วันที่ 27 มกราคม 2555 กสทช. ได้ออกระเบียบ กสทช. ว่าด้วยการแบ่งส่วนงานภายในของสำนักงาน กสทช. พ.ศ. 2555 ซึ่งมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 28 มกราคม 2555 เป็นต้นมา และมีผลทำให้กลุ่มภารกิจด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคมถูกยกเลิกไป โดยได้จัดตั้งกลุ่มงานรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม ซึ่งเป็นหน่วยงานภายใต้สำนักงาน กสทช. มีอำนาจหน้าที่รับผิดชอบการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดมาตรการคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพของประชาชนมิให้ถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบการ มาตรการส่งเสริมสิทธิเสร์ภาพและความเสมอภาคของประชาชนในการเข้าถึงการใช้ประโยชน์คลื่นความถี่และบริการในกิจการโทรคมนาคม กำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการและดำเนินการเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค กระบวนการรับและพิจารณา เรื่องร้องเรียน ยุติข้อขัดแย้งระหว่างผู้ประกอบการและผู้บริโภค รวมทั้งอำนวยการงานด้านเลขานุการ คณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคด้านกิจการโทรคมนาคม อย่างไรก็ตาม แม้ว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงในด้านโครงสร้างการบริหารงานของสำนักงาน กสทช. แต่การดำเนินงานของกลุ่มงานรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคมยังคงเป็นการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม และสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม ภายได้แผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2555-2559) ที่มุ่งเน้นความสำคัญของการคุ้มครองผู้บริโภคมิให้ถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบกิจการและการคุ้มครองสิทธิในความเป็นส่วนตัว และเสรีภาพของบุคคลในการสื่อสารถึงกันโดยทางโทรคมนาคม รวมทั้ง การสร้างความตระหนักรู้เพิ่มขึ้น เกี่ยวกับสิทธิขั้นพื้นฐานของผู้บริโภค ประโยชน์ของการใช้งานโทรคมนาคมประเภทต่าง ๆ การรู้เท่าทัน ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีโทรคมนาคมเพื่อให้สามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนสร้าง มาตรการเพื่อเพิ่มบทบาทของผู้ประกอบกิจการในการให้บริการอย่างมีจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคและสังคม

งานคุ้มครองผู้บริโภคสื่อวิทยุ-โทรทัศน์ ของสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กสทช.) ดำเนินการโดยสำนักรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ หรือ บส. เพื่อทำหน้าที่คุ้มครองประชาชนผู้บริโภคสื่อวิทยุ-โทรทัศน์ ทั้งในเรื่องของการถูกละเมิดละเลยในสิทธิและเสรีภาพ และการถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบกิจการวิทยุ-โทรทัศน์ โดยมีกระบวนการทำงานในการสร้างความเข้มแข็งการรวมกลุ่ม และการสร้างเครือข่าย ตลอดจนการดำเนินการเกี่ยวกับการยุติขัดขัดแย้งที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคสื่อวิทยุ-โทรทัศน์ รวมถึงการทำงานด้านการรู้เท่าทันสื่อ และการส่งเสริมให้คนพิการ ผู้สูงอายุ และผู้ด้อยโอกาสในการเข้าถึงข้อมูล

ข่าวสารด้วย ในด้านคุ้มครองผู้บริโภคด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ โดย กสทช. ได้แต่งตั้งคณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ซึ่งมาจากผู้เชี่ยวชาญจากหลายภาคส่วน โดยเข้ามาช่วย กสทช. ดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคสื่อวิทยุ-โทรทัศน์ คณะอนุกรรมการฯ เปรียบเสมือน "คนกลาง" ที่เชื่อมโยงระหว่าง กสทช. กับผู้บริโภคสื่อ โดยมีอำนาจหน้าที่ในการพิจารณาและให้ความเห็นเกี่ยวกับเรื่องร้องเรียน และข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการคุ้มครองผู้บริโภคสื่อวิทยุ-โทรทัศน์ และจัดทำข้อเสนอที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคสื่อวิทยุ-โทรทัศน์ ต่อ กสทช. ทั้งนี้ สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ได้แบ่งส่วนงานภายในของสำนักงาน กสทช. ออกเป็น 6 สายงาน ได้แก่ สายงานบริหารองค์กร (ปบ.) สายงานยุทธศาสตร์และกิจการองค์กร (ยย.) สายงานกิจการภูมิภาค (กภ.) สายงานกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ (วส.) สายงานกิจการโทรคมนาคม (วท.) และสายงานวิชาการ (ปว.) ในแต่ละสายงานจะมีสำนักที่มีบทบาทหน้าที่แตกต่างกันไป ซึ่งคณะอนุกรรมการหรือสำนักงานหรือหน่วยงานที่มีบทบาทหน้าที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคและการดำเนินการรับและพิจารณาตัดสินเรื่องร้องเรียน ได้แก่ (สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, 2565)

1) คณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์และคณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคด้านกิจการโทรคมนาคม

กสทช. ได้แต่งตั้งคณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์และคณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคด้านกิจการโทรคมนาคม ตามพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และที่แก้ไขเพิ่มเติม มาตรา 31 ที่กล่าวว่า เพื่อประโยชน์ในการคุ้มครองผู้บริโภคมิให้ถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ให้ กสทช. มีหน้าที่ตรวจสอบการดำเนินการของผู้ประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม มิให้มีการดำเนินการใด ๆ ในประการที่น่าจะเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค ทั้งนี้ โดยให้ กสทช. แต่งตั้งคณะอนุกรรมการขึ้น 2 คณะ ประกอบด้วย ผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ อันเป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติหน้าที่ของ กสทช. ในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ และในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านกิจการโทรคมนาคมโดยให้มีอำนาจหน้าที่ในการพิจารณาและเสนอความเห็นเกี่ยวกับเรื่องเรียนและปฏิบัติหน้าที่อื่น ทั้งนี้ ตามที่ กสทช. กำหนด

2) สำนักรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ (บส.)

สำนักรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ (บส.) มีหน้าที่รับผิดชอบการปฏิบัติงานที่เกี่ยวกับการกำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ และมาตรการเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคและสิทธิของผู้บริโภคมิให้ถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบการพัฒนาและเพิ่มความสามารถของผู้บริโภค ส่งเสริมสิทธิเสรีภาพ และความเสมอภาคของคนพิการ ผู้สูงอายุ และผู้ด้อยโอกาสในการเข้าถึง และใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ กระบวนการรับและพิจารณาเรื่องร้องเรียนและยุติข้อขัดแย้งที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค รวมทั้งสนับสนุนการปฏิบัติงาน และเป็นฝ่ายเลขานุการคณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ตลอดจนปฏิบัติงานอื่น ๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย

3) สำนักรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม (รท.)

สำนักรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม (รท.) มีหน้าที่รับผิดชอบการปฏิบัติงานที่เกี่ยวกับการกำหนดมาตรการคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพของประชาชนมิให้ถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบกิจการ มาตรการส่งเสริมสิทธิเสรีภาพและความเสมอภาคของประชาชนในการเข้าถึงการใช้ประโยชน์คลื่นความถี่และบริการในกิจการโทรคมนาคม กำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ และดำเนินการเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค กระบวนการรับและพิจารณาเรื่องร้องเรียน ยุติข้อขัดแย้งระหว่างผู้ประกอบการและผู้บริโภค รวมทั้งอำนวยการงานด้านเลขานุการคณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคด้านกิจการโทรคมนาคม ตลอดจนปฏิบัติงานอื่น ๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย

4) สำนักงาน กสทช. ภาค 1 - สำนักงาน กสทช. ภาค 4

สำนักงาน กสทช. ภาค 1 - สำนักงาน กสทช. ภาค 4 มีขอบเขตหน้าที่เกี่ยวกับการอำนวยการและรับผิดชอบการปฏิบัติงานของสำนักงาน กสทช. เขต ที่อยู่ในความรับผิดชอบ ตรวจสอบการใช้คลื่นความถี่ในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ กิจการวิทยุคมนาคม และกิจการโทรคมนาคม ออกใบอนุญาต กำกับดูแลการประกอบกิจการ บังคับใช้กฎหมายตรวจสอบและหรือตรวจค้นจับกุมผู้กระทำผิดกฎหมาย รวมทั้งส่งเสริมสิทธิและรับเรื่องร้องเรียนของประชาชน ผู้บริโภคและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการเกี่ยวกับการบริการทั่วถึงและบริการเพื่อสังคม ตามที่ได้รับมอบหมาย โดยประสานงานกับส่วนงานภายในที่เกี่ยวข้องเพื่อดำเนินการดังกล่าวให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน ตลอดจนปฏิบัติงานอื่น ๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย หน้าที่รับผิดชอบการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับส่วนผู้บริโภคและประโยชน์สาธารณะ มีดังนี้

(1) ปฏิบัติงานเกี่ยวกับกิจกรรมส่งเสริมสิทธิ กิจกรรมเพื่อประโยชน์สาธาธารณะ กิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค การรับและประมวลเรื่องร้องเรียน

(2) ประสานงานเชิงรุกเพื่อเร่งรัดการดำเนินงานการเพื่อประโยชน์แก่ผู้บริโภคและสาธารณะ

(3) ร่วมส่งเสริมการให้บริการโทรคมนาคมอย่างทั่วถึง จัดกิจกรรม โครงการ นิทรรศการ การอบรมในพื้นที่ความรับผิดชอบ ทั้งด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ กิจการวิทยุคมนาคม และกิจการโทรคมนาคม

(4) ปฏิบัติงานอื่น ๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย

5) ศูนย์ Call Center 1200

สำนักงาน กสทช. ได้มีการเพิ่มช่องทางในการรับเรื่องร้องเรียนในทุกปัญหาที่เกี่ยวกับกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ที่ กสทช. กำกับดูแลผ่านช่องทาง SMS 1200 โดยไม่มีค่าใช้จ่าย ตั้งแต่วันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2556 ที่ผ่านมา โดยผู้บริโภคสามารถร้องเรียนกับ กสทช. ได้ที่สายด่วน หมายเลข 1200, SMS: 1200 Mobile Application: NBTC 1200, อีเมล์: 1200@nbtc.go.th, Facebook: NBTC 1200 และ LINE: @NBTC1200 ในเรื่องต่าง ๆ ดังนี้

(1) การตรวจสอบคุณสมบัติและประกอบกิจการของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์

(2) การใช้คลื่นความถี่เพื่อกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์

(3) การรบกวนการรับส่งหรือแพร่สัญญาณเสียง หรือภาพของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

(4) การใช้และเชื่อมต่อโครงข่ายในการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

(5) การกระทำการอันเป็นการผูกขาดการประกอบกิจการสื่อมวลชนหลายประเภทในกิจการเดียวกันหรือครองสิทธิข้ามสื่อ

(6) การโฆษณาหารายได้ของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

(7) เนื้อหารายการและผังรายการในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

(8) การใช้เครือข่ายหรือการโฆษณาอันมีลักษณะเป็นการค้ากำไรเกินควร หรือก่อให้เกิดความเดือดร้อนในประการที่น่าจะเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค

(9) การตรวจสอบคุณสมบัติและการประกอบกิจการของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

28. บทบาทและหน้าที่ของ กสทช. สำนักงาน กสทช. เลขาธิการ กสทช. และคณะกรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน (กตป.)

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 กำหนดให้การใช้คลื่นความถี่ต้องเป็นไปเพื่อประโยชน์สูงสุดต่อประชาชน ความมั่นคงของรัฐ รวมตลอดทั้งการให้ประชาชนมีส่วนได้ใช้ประโยชน์จากคลื่นความถี่ด้วย พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และที่แก้ไขเพิ่มเติม กำหนดให้คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ หรือ กสทช. มีอำนาจหน้าที่ในการกำกับดูแลกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สูงสุดของประชาชน ความมั่นคงของรัฐ และประโยชน์สาธารณะ รวมตลอดทั้งการให้ประชาชนมีส่วนได้ใช้ประโยชน์จากคลื่นความถี่ ต้องจัดให้มีมาตรการป้องกันมิให้มีการแสวงหาประโยชน์จากผู้บริโภคโดยไม่เป็นธรรม หรือสร้างภาระแก่ผู้บริโภคเกินความจำเป็น ป้องกันมิให้คลื่นความถี่รบกวนกัน ป้องกันการกระทำที่มีผลเป็นการขัดขวางเสรีภาพในการรับรู้หรือปิดกั้นการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องตามความเป็นจริงของประชาชนและป้องกันมิให้บุคคลหรือกลุ่มบุคคลใด ใช้ประโยชน์จากคลื่นความถี่โดยไม่คำนึงถึงสิทธิของประชาชนทั่วไป รวมถึงป้องกันผลกระทบต่อสุขภาพของประชาชนที่อาจเกิดจากการใช้คลื่นความถี่ ตลอดทั้งการกำหนดสัดส่วนขั้นต่ำที่ผู้ใช้ประโยชน์จากคลื่นความถี่จะต้องดำเนินการเพื่อประโยชน์สาธารณะ (สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, 2553)

1) บทบาทและหน้าที่ของ กสทช. มีดังต่อไปนี้

(1) จัดทำแผนแม่บทการบริหารคลื่นความถี่ ตารางกำหนดคลื่นความถี่แห่งชาติ แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ แผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม แผนความถี่วิทยุ แผนการบริหารสิทธิในการเข้าใช้วงโคจรดาวเทียม และแผนเลขหมายโทรคมนาคม และดำเนินการให้เป็นไปตามแผนดังกล่าว แต่แผนดังกล่าวต้องสอดคล้องกับนโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

(2) กำหนดการจัดสรรคลื่นความถี่ระหว่างคลื่นความถี่ที่ใช้ในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ กิจการวิทยุคมนาคม และกิจการโทรคมนาคม

(3) กำหนดลักษณะและประเภทของกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

(4) พิจารณาอนุญาตและกำกับดูแลการใช้คลื่นความถี่และเครื่องวิทยุคมนาคมในการประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม หรือในกิจการวิทยุคมนาคม และกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการเกี่ยวกับการอนุญาต เงื่อนไข หรือค่าธรรมเนียมการอนุญาตดังกล่าว ในการนี้ กสทช. จะมอบหมายให้สำนักงาน กสทช. เป็นผู้อนุญาตแทน กสทช. เฉพาะการอนุญาตในส่วนที่เกี่ยวกับเครื่องวิทยุคมนาคมตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่ กสทช. กำหนดก็ได้

(5) กำหนดหลักเกณฑ์การใช้คลื่นความถี่ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและปราศจากการรบกวนซึ่งกันและกัน ทั้งในกิจการประเภทเดียวกันและระหว่างกิจการแต่ละประเภท

(6) พิจารณาอนุญาตและกำกับดูแลการประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้รับบริการที่มีคุณภาพ ประสิทธิภาพ รวดเร็ว ถูกต้อง และเป็นธรรม และกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการเกี่ยวกับการอนุญาต เงื่อนไข หรือค่าธรรมเนียมการอนุญาตดังกล่าว

(7) พิจารณาอนุญาตและกำกับดูแลการใช้เลขหมายโทรคมนาคม และกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการเกี่ยวกับการอนุญาต เงื่อนไข หรือค่าธรรมเนียมการอนุญาตดังกล่าว

(8) กำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการในการใช้หรือเชื่อมต่อ และหลักเกณฑ์และวิธีการในการกำหนดอัตราค่าใช้หรือค่าเชื่อมต่อโครงข่ายในการประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ทั้งในกิจการประเภทเดียวกัน และระหว่างกิจการแต่ละประเภท ให้เป็นธรรมต่อผู้ใช้บริการ ผู้ให้บริการและผู้ลงทุน หรือระหว่างผู้ให้บริการโทรคมนาคม โดยคำนึงถึงประโยชน์สาธารณะเป็นสำคัญ

(9) กำหนดโครงสร้างอัตราค่าธรรมเนียมและโครงสร้างอัตราค่าบริการในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ให้เป็นธรรมต่อผู้ใช้บริการและผู้ให้บริการโดยคำนึงถึงประโยชน์สาธารณะเป็นสำคัญ

(10) กำหนดมาตรฐานและลักษณะพึงประสงค์ทางด้านเทคนิคในการประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ กิจการโทรคมนาคม และในกิจการวิทยุคมนาคม

(11) กำหนดมาตรการเพื่อป้องกันมิให้มีการกระทำอันเป็นการผูกขาดหรือก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรมในการแข่งขันในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

(12) กำหนดมาตรการให้มีการกระจายบริการด้านโทรคมนาคมให้ทั่วถึงและเท่าเทียมกันตามมาตรา 50

(12/1) เรียกคืนคลื่นความถี่ที่ไม่ได้ใช้ประโยชน์ หรือใช้ประโยชน์ไม่คุ้มค่าหรือนำมาใช้ประโยชน์ให้คุ้มค่ายิ่งขึ้น ตามที่กำหนดไว้ในแผนซึ่งจัดทำขึ้นตาม (1) จากผู้ที่ได้รับอนุญาตเพื่อนำมาจัดสรรใหม่ ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่ กสทช. กำหนด โดยเงื่อนไขดังกล่าวต้องกำหนดวิธีการทดแทนชดใช้ หรือจ่ายค่าตอบแทนสำหรับผู้ที่ถูกเรียกคืนคลื่นความถี่โดยให้คำนึงถึงสิทธิของผู้ที่ได้รับผลกระทบจากการถูกเรียกคืนคลื่นความถี่ในแต่ละกรณีด้วย

(13) คุ้มครองสิทธิและเสรีภาพของประชาชนมิให้ถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบกิจการและคุ้มครองสิทธิในความเป็นส่วนตัวและเสรีภาพของบุคคลในการสื่อสารถึงกันโดยทางโทรคมนาคม และส่งเสริมสิทธิเสรีภาพและความเสมอภาคของประชาชนในการเข้าถึงและใช้ประโยชน์คลื่นความถี่ที่ใช้ในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

(14) ประสานงานเกี่ยวกับการบริหารคลื่นความถี่ทั้งในประเทศและระหว่างประเทศโดยเป็นหน่วยงานอำนวยการของรัฐในกิจการสื่อสารระหว่างประเทศกับองค์การระหว่างประเทศ รัฐบาล และหน่วยงานต่างประเทศด้านการบริหารคลื่นความถี่ รวมทั้งสนับสนุนกิจการของรัฐเพื่อให้มีดาวเทียมหรือให้ได้มาซึ่งสิทธิในการเข้าใช้วงโคจรดาวเทียม ทั้งนี้เพื่อให้เป็นไปตามแผนซึ่งจัดทำตาม (1) และนโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

(15) วินิจฉัยและแก้ไขปัญหาการใช้คลื่นความถี่ที่มีการรบกวนซึ่งกันและกัน

(16) ติดตาม ตรวจสอบ และให้คำปรึกษาแนะนำการประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

(17) กำหนดลักษณะการควบรวม การครองสิทธิข้ามสื่อ หรือการครอบงำกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ที่ใช้คลื่นความถี่ระหว่างสื่อมวลชนด้วยกันเองหรือโดยบุคคลอื่นใด ซึ่งจะมีผลเป็นการขัดขวางเสรีภาพในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารหรือปิดกั้นการได้รับข้อมูลข่าวสารที่หลากหลายของประชาชน

(18) ส่งเสริมการรวมกลุ่มของผู้รับใบอนุญาต ผู้ผลิตรายการ และผู้ประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชนที่เกี่ยวกับกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์เป็นองค์กรในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อทำหน้าที่จัดทำมาตรฐานทางจริยธรรมของการประกอบอาชีพหรือวิชาชีพและการควบคุมการประกอบอาชีพหรือวิชาชีพกันเองภายใต้มาตรฐานทางจริยธรรม

(19) ออกระเบียบหรือประกาศตามมาตรา 58

(20) อนุมัติงบประมาณรายจ่ายของสำนักงาน กสทช. รวมทั้งเงินที่จะจัดสรรเข้ากองทุนตามมาตรา 52

(21) พิจารณาและให้ความเห็นชอบเกี่ยวกับการจัดสรรเงินกองทุนตามที่คณะกรรมการบริหารกองทุนเสนอตามมาตรา 55

(22) ให้ข้อมูลและร่วมดำเนินการในการเจรจาหรือทำความตกลงระหว่างรัฐบาลแห่งราชอาณาจักรไทยกับรัฐบาลต่างประเทศหรือองค์การระหว่างประเทศ ในเรื่องที่เกี่ยวกับการบริหารคลื่นความถี่ กิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ กิจการโทรคมนาคม หรือกิจการอื่นที่เกี่ยวข้อง

(22/1) ให้ข้อมูลที่เกี่ยวกับการดำเนินการของ กสทช. และผู้ประกอบการที่ได้รับอนุญาตจาก กสทช. ทั้งนี้ ในส่วนที่เกี่ยวกับดิจิทัลตามที่สำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติร้องขอเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์และจัดทำนโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

(23) เสนอแนะต่อคณะรัฐมนตรีเพื่อให้มีกฎหมายหรือแก้ไขปรับปรุงหรือยกเลิกกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจัดสรรคลื่นความถี่และการดำเนินการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับคลื่นความถี่ กิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

(24) ออกระเบียบ ประกาศ หรือคำสั่งอันเกี่ยวกับอำนาจหน้าที่ของ กสทช.

(25) ปฏิบัติการอื่นใดตามที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัตินี้หรือกฎหมายอื่น

การกำหนดลักษณะการควบรวม การครองสิทธิข้ามสื่อหรือการครอบงำตาม (17) ให้กสทช. รับฟังความคิดเห็นจากประชาชนและผู้เกี่ยวข้องประกอบด้วย

การใช้อำนาจหน้าที่ตามวรรคหนึ่งต้องไม่ขัดหรือแย้งกับกฎหมายว่าด้วยการประกอบกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์กฎหมายว่าด้วยการประกอบกิจการโทรคมนาคม และกฎหมายว่าด้วยวิทยุคมนาคม

บรรดาระเบียบ ประกาศ หรือคำสั่งใด ๆ ที่ใช้บังคับเป็นการทั่วไปเมื่อได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษาแล้วให้ใช้บังคับได้

ในการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. ในด้านที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค จากอำนาจหน้าที่ กสทช. ตามมาตรา 27 กำหนดให้ กสทช. มีอำนาจหน้าที่ดังนี้ (1) จัดทำแผนแม่บทการบริหารคลื่นความถี่ ตารางกำหนดคลื่นความถี่แห่งชาติ แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ แผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม แผนความถี่วิทยุและแผนเลขหมายโทรคมนาคม และดำเนินการให้เป็นไปตามแผนดังกล่าว ทั้งนี้ แผนดังกล่าวต้องสอดคล้องกับนโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (6) พิจารณาอนุญาตและกำกับดูแลการประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้รับบริการที่มีคุณภาพ ประสิทธิภาพ รวดเร็ว ถูกต้อง และเป็นธรรม และกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการเกี่ยวกับการอนุญาต เงื่อนไข

หรือค่าธรรมเนียมการอนุญาตดังกล่าว (9) กำหนดโครงสร้างอัตราค่าธรรมเนียมและโครงสร้างอัตราค่าบริการในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ให้เป็นธรรมต่อผู้ใช้บริการและผู้ให้บริการ โดยคำนึงถึงประโยชน์สาธารณะเป็นสำคัญ (13) คุ้มครองสิทธิและเสรีภาพของประชาชน มิให้ถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบกิจการและคุ้มครองสิทธิในความเป็นส่วนตัว และเสรีภาพของบุคคลในการสื่อสารถึงกันโดยทางโทรคมนาคม และส่งเสริมสิทธิเสรีภาพและความเสมอภาคของประชาชนในการเข้าถึงและใช้ประโยชน์คลื่นความถี่ที่ใช้ในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม (16) ติดตาม ตรวจสอบ และให้คำปรึกษาแนะนำการประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม (17) กำหนดลักษณะการควบรวม การครองสิทธิข้ามสื่อ หรือการครอบงำกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ ที่ใช้คลื่นความถี่ระหว่างสื่อมวลชนด้วยกันเองหรือโดยบุคคลอื่นใด ซึ่งจะมีผลเป็นการขัดขวางเสรีภาพในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารหรือปิดกั้นการได้รับข้อมูลข่าวสารที่หลากหลายของประชาชน (23) เสนอแนะต่อคณะรัฐมนตรีเพื่อให้มีกฎหมายหรือแก้ไขปรับปรุงหรือยกเลิกกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจัดสรรคลื่นความถี่และการดำเนินการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับคลื่นความถี่ กิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม (24) ออกระเบียบ ประกาศ หรือคำสั่งอันเกี่ยวกับอำนาจหน้าที่ของ กสทช. (25) ปฏิบัติการอื่นใดตามที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัตินี้หรือกฎหมายอื่น การกำหนดลักษณะการควบรวม การครองสิทธิข้ามสื่อหรือการครอบงำตาม (17) ให้ กสทช. รับฟังความคิดเห็นจากประชาชนและผู้เกี่ยวข้องประกอบด้วย และมาตรา 74 ในการดำเนินการตามอำนาจหน้าที่ กสทช. ต้องดำเนินการให้สอดคล้องกับนโยบายที่คณะรัฐมนตรีแถลงไว้ต่อรัฐสภา

2) บทบาทและหน้าที่ของสำนักงาน กสทช. มีดังต่อไปนี้

(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 การประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อตรวจสอบและแก้ไขปัญหาหรือเสนอความเห็นต่อ กสทช. เพื่อพิจารณาตามหลักเกณฑ์ที่ กสทช. กำหนด

(5) ศึกษารวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคลื่นความถี่ การใช้คลื่นความถี่ การประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

(6) รับผิดชอบงานธุรการของ กสทช. กสท. กทค. และคณะกรรมการบริหารกองทุน

(7) ปฏิบัติการอื่นตามที่ กสทช. กสท. และ กทค. มอบหมาย

3) บทบาทและหน้าที่ของเลขาธิการ กสทช. มีดังต่อไปนี้

พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 กำหนดให้ เลขาธิการ กสทช. มีอำนาจในการบริหารสูงสุดในสำนักงาน กสทช. ซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบภารกิจและการปฏิบัติงานของสำนักงาน กสทช. และต้องรายงานขึ้น

ตรงต่อ กสทช. โดยตำแหน่งเลขาธิการ กสทช. มาจากการจัดสรรหา และมีวาระการดำรงตำแหน่ง ซึ่งมีวาระการดำรงตำแหน่ง วาระละ 5 ปี ภายใต้เลขาธิการ กสทช. กำหนดให้มีรองเลขาธิการ กสทช. ทำหน้าที่สนับสนุนการปฏิบัติงานตามสายงานที่ถูกกำหนดทั้งสิ้น 5 ตำแหน่ง ดังนี้

(1) รองเลขาธิการ กสทช. สายงานยุทธศาสตร์และกิจการองค์กร

(2) รองเลขาธิการ กสทช. สายงานกิจการภูมิภาค

(3) รองเลขาธิการ กสทช. สายงานกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์

(4) รองเลขาธิการ กสทช. สายงานกิจการโทรคมนาคม

(5) รองเลขาธิการ กสทช. สายงานวิชาการ

ตามมาตรา 60 แห่งพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และที่แก้ไขเพิ่มเติม กำหนดให้สำนักงาน กสทช. มีเลขาธิการ กสทช. คนหนึ่งรับผิดชอบการปฏิบัติงานของสำนักงาน กสทช. ขึ้นตรงต่อประธานกรรมการ และเป็นผู้บังคับบัญชาพนักงานและลูกจ้างของสำนักงาน กสทช. ในกิจการของสำนักงาน กสทช. ที่เกี่ยวกับบุคคลภายนอก ให้เลขาธิการ กสทช. เป็นผู้แทนของสำนักงาน กสทช. เพื่อการนี้เลขาธิการ กสทช. จะมอบอำนาจให้บุคคลใดปฏิบัติงานเฉพาะอย่างแทนก็ได้ ทั้งนี้ ตามระเบียบที่ กสทช. กำหนด โดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา ระเบียบดังกล่าวจะกำหนดในลักษณะบังคับให้เลขาธิการ กสทช. ต้องมอบอำนาจให้บุคคลใดมิได้ ตามมาตรา 61 แห่งพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และที่แก้ไขเพิ่มเติม กำหนดให้ประธานกรรมการ โดยความเห็นชอบของ กสทช. เป็นผู้แต่งตั้งและถอดถอนเลขาธิการ กสทช. ทั้งนี้ เลขาธิการ กสทช. ต้องมีอายุไม่ต่ำกว่า 35 ปีบริบูรณ์ ในวันแต่งตั้งและต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้าม ตามมาตรา 7 รวมทั้งคุณสมบัติอื่นตามที่ กสทช. กำหนดมาตรา 62 แห่งพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และที่แก้ไขเพิ่มเติม กำหนดให้ เลขาธิการ กสทช. มีวาระการดำรงตำแหน่งคราวละ 5 ปี นับแต่วันที่ได้รับแต่งตั้งและอาจได้รับแต่งตั้งอีกได้ แต่จะดำรงตำแหน่งติดต่อกันเกินสองวาระไม่ได้ มาตรา 63 แห่งพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และที่แก้ไขเพิ่มเติม กำหนดให้นอกจากการพ้นจากตำแหน่ง ตามวาระตามมาตรา 62 เลขาธิการ กสทช. พ้นจากตำแหน่งเมื่อ

1) ตาย

2) มีอายุครบหกสิบปีบริบูรณ์

3) ลาออก

4) เป็นบุคคลล้มละลาย

5) ได้รับโทษจำคุกโดยคำพิพากษาถึงที่สุดให้จำคุก

6) ขาดคุณสมบัติหรือมีลักษณะต้องห้ามตามมาตรา 61 วรรคสอง

7) กสทช. มีมติด้วยคะแนนเสียงไม่น้อยกว่าสองในสามของจำนวนกรรมการทั้งหมดให้ออกจากตำแหน่ง เพราะบกพร่องต่อหน้าที่มีความประพฤติเสื่อมเสีย หย่อนความสามารถ หรือไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้

มาตรา 64 แห่งพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และที่แก้ไขเพิ่มเติม กำหนดให้เลขาธิการ กสทช. และพนักงานของสำนักงาน กสทช. เป็นเจ้าหน้าที่ของรัฐตามกฎหมายประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วย การป้องกันและปราบปรามการทุจริตพนักงานของสำนักงาน กสทช. ต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้าม

ตามระเบียบที่ กสทช. กำหนด และต้องไม่เป็นกรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ที่ปรึกษา พนักงาน ผู้ถือหุ้น หรือ หุ้นส่วนในบริษัทหรือห้างหุ้นส่วน หรือนิติบุคคลอื่นใดบรรดาที่ประกอบธุรกิจด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ หรือกิจการโทรคมนาคม ให้เลขาธิการ กสทช. เป็นผู้ดำรงตำแหน่งระดับสูงตามกฎหมายประกอบ รัฐธรรมนูญว่าด้วยการป้องกันและปราบปรามการทุจริตในการปฏิบัติหน้าที่ตามพระราชบัญญัตินี้ให้เลขาธิการ กสทช. และพนักงานเจ้าหน้าที่เป็นเจ้าพนักงานตามประมวลกฎหมายอาญาบทบาทและหน้าที่ของเลขาธิการ กสทช. ที่เกี่ยวข้องกับด้านการคุ้มครองผู้บริโภค เนื่องด้วยเลขาธิการ กสทช. มีอำนาจในการบริหารสูงสุดในสำนักงาน กสทช. ซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบภารกิจและการปฏิบัติงาน ของสำนักงาน กสทช. ดังนั้น บทบาทและหน้าที่ของเลขาธิการ กสทช. ที่เกี่ยวข้องกับด้านการคุ้มครองผู้บริโภค จึงเหมือนกับบทบาทและหน้าที่ของสำนักงาน กสทช. ที่เกี่ยวข้องกับด้านการคุ้มครองผู้บริโภค คือ การพิจารณาเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการใช้คลื่นความถี่ การประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อตรวจสอบและแก้ไขปัญหาหรือเสนอความเห็นต่อ กสทช. เพื่อพิจารณาตามหลักเกณฑ์ที่ กสทช. กำหนด ดังที่ปรากฏในประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง กระบวนการรับและพิจารณาเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการประกอบกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2559 ในหมวด 2 การพิจารณาและตรวจสอบเพื่อแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียน ดังนี้

ข้อ 17 กรณีเรื่องร้องเรียนใดเป็นเรื่องร้องเรียนที่คณะกรรมการหรือคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมได้มอบให้เลขาธิการพิจารณาวินิจฉัยสั่งการ และมีหนังสือแจ้งผลการพิจารณา พร้อมเหตุผลภายใน 30 วัน นับแต่วันที่สำนักงานได้รับเรื่องร้องเรียน

ข้อ 18 กรณีเป็นเรื่องร้องเรียนอื่นนอกจากเรื่องร้องเรียนตามข้อ 17 ให้เลขาธิการเสนอต่อคณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคด้านกิจการโทรคมนาคมภายใน 15 วัน นับแต่วันที่สำนักงานได้รับเรื่องร้องเรียนเพื่อพิจารณาและเสนอความเห็นเกี่ยวกับเรื่องร้องเรียนต่อคณะกรรมการ เว้นแต่กรณีผู้รับใบอนุญาตขอขยายระยะเวลาตามข้อ 15 เลขาธิการอาจเสนอต่อคณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคด้านกิจการโทรคมนาคมเมื่อล่วงพ้นระยะเวลาดังกล่าวได้ ทั้งนี้ ไม่เกินระยะเวลาที่ผู้รับใบอนุญาตขอขยาย

ข้อ 19 เรื่องร้องเรียนดังต่อไปนี้ ให้เลขาธิการเป็นผู้วินิจฉัยสั่งไม่รับไว้พิจารณา

(1) เรื่องที่อยู่ระหว่างการดำเนินการของผู้รับใบอนุญาตตามกรอบระยะเวลาตามข้อ 11

(2) เรื่องที่สำนักงานพบว่า ผู้รับใบอนุญาตได้แก้ไขปัญหาที่ร้องเรียนทั้งหมด หรือผู้ร้องเรียนมีความพึงพอใจในการดำเนินการหรือการเยียวยาของผู้รับใบอนุญาตแล้ว

(3) เรื่องที่สำนักงานหรือคณะกรรมการได้วินิจฉัยหรือระงับข้อพิพาทในเรื่องนั้น ๆ เสร็จสิ้นแล้ว หรืออยู่ระหว่างการพิจารณาอุทธรณ์ของคณะกรรมการ

(4) เรื่องที่สำนักงานพบว่า อยู่ระหว่างการพิจารณาคดีในศาล หรือศาลมีคำพิพากษาเสร็จเด็ดขาดในเรื่องที่ร้องเรียน

ข้อ 20 ให้เลขาธิการรายงานผลการตรวจสอบและแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียนตามข้อ 17 ข้อ 19 ต่อคณะกรรมการเป็นประจำทุกเดือน

4) บทบาทและหน้าที่ของคณะกรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน (กตป.)

ตามพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และที่แก้ไขเพิ่มเติม มาตรา 70 กำหนดให้มีคณะกรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานขึ้นคณะหนึ่ง มีอำนาจหน้าที่ตามมาตรา 72 กล่าวคือ ติดตาม ตรวจสอบและประเมินผลการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. แล้วแจ้งผลให้ กสทช. ทราบภายใน 90 วัน นับแต่วันสิ้นปีบัญชี และให้ กสทช. นำรายงานดังกล่าวเสนอต่อรัฐสภา

พร้อมรายงานผลการปฏิบัติงานประจำปี ของ กสทช. ตามมาตรา 76 และเปิดเผยรายงานดังกล่าวให้ประชาชนทราบทางระบบเครือข่ายสารสนเทศของสำนักงาน กสทช. หรือวิธีการอื่นที่เห็นสมควร โดยการประเมินดังกล่าวต้องอยู่บนพื้นฐานข้อเท็จจริงและข้อมูลต่าง ๆ และต้องมีการรับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียประกอบด้วย ซึ่งคณะกรรมการอาจมอบหมายให้หน่วยงาน หรือองค์กรที่มีความเชี่ยวชาญเป็นผู้รวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ และประเมินผล เพื่อประโยชน์ในการจัดทำรายงาน ประกอบกับ มาตรา 73 กำหนดให้รายงานตามมาตรา 72 อย่างน้อยจะต้องมีเนื้อหาดังต่อไปนี้

(1) ผลการปฏิบัติงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช.

(2) รายงานข้อเท็จจริงหรือข้อสังเกตจากการปฏิบัติตาม อำนาจหน้าที่ของ กสทช. ในส่วนที่เกี่ยวกับการปฏิบัติหน้าที่อย่างมีประสิทธิภาพและความสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล พร้อมทั้งความเห็นและข้อเสนอแนะ

(3) ความเห็นเกี่ยวกับรายงานประจำปีที่ กสทช. ได้จัดทำขึ้นตามมาตรา

(4) เรื่องอื่น ๆ ที่เห็นสมควรรายงานให้ กสทช. รัฐสภา หรือประชาชนทราบ

ตามมาตรา 70 แห่งพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และผู้ได้รับการคัดเลือกได้มีหนังสือแจ้งให้สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา ปฏิบัติหน้าที่สำนักงานเลขาธิการสภานิติบัญญัติแห่งชาติทราบว่า ได้ดำเนินการให้เป็นไปตามมาตรา 71 วรรคสอง แห่งพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และระเบียบวุฒิสภาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการดำเนินการคัดเลือกบุคคลผู้สมควรได้รับการเสนอชื่อเป็น กรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน ตามพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 ข้อ 18 เป็นที่เรียบร้อยแล้ว โดยมีรายชื่อคณะกรรมการ ประกอบด้วย

1. พล.ร.อ.ประสาน สุขเกษตร	ด้านการส่งเสริมสิทธิและเสรีภาพของประชาชน
2. ดร.จินตนันท์ ชญาต์ร ศุภมิตร	ด้านกิจการโทรทัศน์
3. ผศ.สุทิศา รัตนวิชา	ด้านกิจการโทรคมนาคม
4. รศ. (คลินิก) พล.อ.นพ.สายัณห์ สวัสดิ์ศรี	ด้านกิจการกระจายเสียง
5. นางสาวอารีวรรณ จตุทอง	ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

3) บทบาทของการดำเนินงานของ กตป.

การดำเนินการตามอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน แบ่งภารกิจเป็น 5 ด้าน ตามมาตรา 70 กำหนดคุณสมบัติดังนี้ เป็นผู้ที่มีผลงานหรือความรู้ และมีความเชี่ยวชาญหรือประสบการณ์เฉพาะด้าน ตามที่ได้รับการคัดเลือกมาจากสภานิติบัญญัติแห่งชาติ ได้แก่

(1) ด้านกิจการกระจายเสียง

(2) ด้านกิจการโทรทัศน์

(3) ด้านกิจการโทรคมนาคม

(4) ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

(5) ด้านการส่งเสริมสิทธิและเสรีภาพของประชาชน

โดยคณะกรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน (กตป.) ได้ทำการติดตาม ตรวจสอบและประเมินผลจากการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. จากแหล่งข้อมูลที่เป็นเอกสาร กฎหมาย ระเบียบ หลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้อง แผนแม่บทการบริหารคลื่นความถี่

แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ แผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม แผนยุทธศาสตร์สำนักงาน กสทช. แผนปฏิบัติการประจำปี กิจกรรม/โครงการ และผลการดำเนินงานต่าง ๆ ของสำนักงาน กสทช. รวมถึงรายงานผลการปฏิบัติงานประจำปีของ กสทช. ประกอบกับการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลตามหลักวิชาการ ระเบียบวิธีวิจัย การจัดรับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั่วทุกภูมิภาค และทำการประเมินผลและหลักธรรมาภิบาล (Good Governance) เพื่อให้การจัดทำรายงานติดตาม ตรวจสอบและประเมินผลการปฏิบัติงาน กสทช. อยู่บนพื้นฐานข้อเท็จจริง และข้อมูลต่าง ๆ เพื่อความถูกต้องและสมบูรณ์ ก่อนนำส่งให้ กสทช. และ กสทช. นำรายงานดังกล่าวเสนอต่อรัฐสภาต่อไป

เป้าประสงค์ในการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการปฏิบัติงาน

คณะกรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานได้กำหนดเป้าประสงค์ในการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. เพื่อประโยชน์ในการปรับปรุง พัฒนาการปฏิบัติงานของ กสทช. ให้เกิดประสิทธิภาพ ประสิทธิผลอย่างสูงสุด และเกิดประโยชน์ต่อประเทศชาติและประชาชนอย่างแท้จริง รายละเอียดดังนี้

1. เพื่อให้เกิดกระบวนการและกลไกในการกำกับดูแลกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม ที่โปร่งใสและมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับนโยบายการพัฒนา
2. เพื่อมุ่งหวังให้เกิดการปรับปรุง พัฒนาความสามารถในการปฏิบัติงานของสำนักงาน กสทช. ให้เกิดความมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ได้มาตรฐานในการกำกับดูแลกิจการสื่อสาร
3. เพื่อเป็นช่องทางการสื่อสารการดำเนินงานระหว่าง กสทช. สำนักงาน กสทช. ผู้ประกอบการและประชาชนผู้บริโภค
4. เพื่อสร้างโอกาสในพัฒนากลไกการติดตามและประเมินผล สะท้อนความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภค
5. เพื่อให้เกิดการผลักดันของทุกภาคส่วนในการกำหนดทิศทางและแนวทางการพัฒนาในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

29. นโยบายและแผนการดำเนินงานที่สำคัญของ กสทช. และสำนักงาน กสทช. ประจำปี 2567

ปี 2567 กสทช. และสำนักงาน กสทช. ได้กำหนดนโยบายและแผน การดำเนินงานที่สำคัญเพื่อขับเคลื่อนภารกิจการกำกับดูแลกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ กิจการโทรคมนาคม และกิจการดาวเทียมที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค ดังนี้

นโยบายที่ 5 ส่งเสริมความโปร่งใสในกระบวนการทำงานของสำนักงาน รวมถึงส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์มและการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ได้แก่ การประยุกต์ใช้ระบบทราฟฟี่ฟองดูว์ (Traffy Fondue) ในการให้บริการของสำนักงาน กสทช. และเหตุด่วนเหตุร้ายทางไซเบอร์

นโยบายที่ 9 การส่งเสริมการผลิตรายการในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ รวมทั้งออกอากาศเนื้อหารายการเพื่อสร้างสรรค์สังคมและเป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ ตลอดจนกำกับดูแลเนื้อหาออกอากาศให้ครอบคลุมทั้งเชิงพื้นที่และเวลา

นโยบายที่ 13 การขับเคลื่อนสายงานวิชาการ เพื่อให้สำนักงาน กสทช. เป็นองค์กรกำกับดูแลที่อยู่บนพื้นฐานของหลักฐานเชิงประจักษ์ (Evidence-based Regulator) ที่มีขีดความสามารถทางวิชาการในระดับสูง และมีการประเมินผลกระทบของนโยบายและมาตรการที่เกิดขึ้นต่าง ๆ รวมทั้งยกระดับสำนักงาน

กสทช. ไปสู่มาตรฐานสากล เพื่อรองรับการเป็นองค์กรชั้นนำในการกำกับดูแลการแข่งขันซึ่งเป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ และมีส่วนร่วมในเวทีระหว่างประเทศข

นโยบายที่ 17 การส่งเสริมการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคม และกำกับดูแลภายใต้มาตรการหลังการรวมธุรกิจ โดยปรับปรุงหลักเกณฑ์และกำหนดมาตรการเพื่อสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเข้าสู่ตลาดและการแข่งขันของผู้ประกอบกิจการในกิจการโทรคมนาคม รวมทั้งกำกับดูแลการให้บริการโครงข่ายสายปลายทาง (Last Mile) และอัตราค่าบริการอินเทอร์เน็ตเคลื่อนที่ ตลอดจนส่งเสริมการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบประโยชน์สาธารณะโครงข่ายเสมือน (MVNO)

นโยบายที่ 21 การยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมให้เท่าทันปัญหาในสังคมยุคดิจิทัล และพัฒนากลไกการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียนให้ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ

นโยบายที่ 22 การรักษามาตรฐานการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของสำนักงาน กสทช. ที่คะแนนเฉลี่ยรวมไม่น้อยกว่าร้อยละ 95 และพัฒนาให้ยั่งยืนต่อไป

30. การวิเคราะห์ความเชื่อมโยงของแผนปฏิบัติการสำนักงาน กสทช. ประจำปี 2567 กับยุทธศาสตร์ชาติ แผนการปฏิรูปประเทศ และแผนแม่บทเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค

การวิเคราะห์ความเชื่อมโยงเพื่อดูความสอดคล้องระหว่างแผนปฏิบัติการสำนักงาน กสทช. ประจำปี 2567 กับยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561-2580) แผนการปฏิรูปประเทศ (ฉบับปรับปรุง) ยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579) แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ 1 ฉบับปรับปรุง (พ.ศ. 2563-2565) แผนแม่บทการบริหารคลื่นความถี่ (พ.ศ. 2562) แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2563-2568) แผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2562-2566) แผนยุทธศาสตร์สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ.2565-2570) แผนยุทธศาสตร์สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2565-2570)

แผนปฏิบัติการสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ประจำปี 2567 มีดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยกระดับการพัฒนาธรรมาภิบาลเป็นองค์กรที่มีสมรรถนะสูงในยุคดิจิทัล ประกอบด้วยแผน/โครงการ/งาน รวม 10 โครงการ

เป้าประสงค์ในเชิงยุทธศาสตร์

1. ยกระดับธรรมาภิบาลของสำนักงาน กสทช. อย่างยั่งยืน

2. สำนักงาน กสทช. เป็นองค์กรที่มีสมรรถนะสูงและก้าวสู่องค์กรดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบสามารถตอบสนองความต้องการของประชาชน และภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งสามารถปรับตัวและรับมือกับการเปลี่ยนแปลงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาบุคลากรให้มีความเป็นเลิศในด้านการกำกับดูแลให้พร้อมเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล ประกอบด้วยแผนงาน/โครงการ/งาน รวม 9 โครงการ

เป้าประสงค์ในเชิงยุทธศาสตร์

1. บุคลากรของสำนักงาน กสทช. ทุกระดับ มีขีดสมรรถนะสูง เพื่อรองรับนโยบายของ กสทช. ภารกิจตามอำนาจหน้าที่ ความรับผิดชอบและแผนยุทธศาสตร์สำนักงาน กสทช. ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และพร้อมเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล

2. ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาบุคลากรในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม รวมทั้งประชาชนให้มีองค์ความรู้ในด้านที่เกี่ยวข้องให้พร้อมเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล

ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาขีดความสามารถในการบริหารคลื่นความถี่ และกิจการดาวเทียม เพื่อประโยชน์สูงสุดของประเทศชาติและประชาชน และยกระดับศักยภาพของสำนักงาน กสทช. ส่วนภูมิภาค เพื่อการกำกับดูแลและการบริการประชาชน ประกอบด้วย แผนงาน/โครงการ/งาน รวม 10 โครงการ

เป้าประสงค์ในเชิงยุทธศาสตร์

1. เพื่อเพิ่มขีดความสามารถการบริหารคลื่นความถี่ และกิจการดาวเทียมของประเทศ ให้มีประสิทธิภาพสอดคล้องกับนโยบายและแผนระดับชาติที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการมีคลื่นความถี่ที่เพียงพอต่อความต้องการใช้งาน การบริหาร และใช้ประโยชน์จากสิทธิในการเข้าใช้งานวงโคจรดาวเทียม เปิดโอกาสให้ใช้ช่องสัญญาณดาวเทียมต่างชาติ โดยสอดคล้องกับข้อบังคับวิทยุของรายการโทรคมนาคมระหว่างประเทศ และพันธกรณีระหว่างประเทศ รวมถึงความร่วมมือกับองค์กรระหว่างประเทศอื่น รัฐบาล และหน่วยงานต่างประเทศ ตามที่อยู่ในอำนาจหน้าที่ของ กสทช. หรือตามที่รัฐบาลมอบหมาย

2. สำนักงาน กสทช. ส่วนภูมิภาค มีศักยภาพในการดำเนินงานตามภารกิจของสำนักงาน กสทช. และพัฒนากระบวนการปฏิบัติงานของสำนักงาน กสทช. ส่วนภูมิภาคให้มีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับพื้นที่ เพื่อการบริการประชาชนอย่างทั่วถึงและรวดเร็ว

3. มีการจัดตั้งศูนย์ตรวจสอบคลื่นความถี่แห่งชาติ เพื่อบริหารและตรวจสอบคลื่นความถี่ทั้งในสถานการณ์ปกติและสถานการณ์ฉุกเฉิน

ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาศักยภาพในการกำกับดูแลและส่งเสริมกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม ให้เหมาะสมกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป ประกอบด้วยแผนงาน/โครงการ/งาน รวม 11 โครงการ

เป้าประสงค์ในเชิงยุทธศาสตร์

เพื่อพัฒนาศักยภาพในการกำกับดูแล และส่งเสริมกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมของประเทศในการพัฒนาและปรับปรุงกฎหมายให้สามารถกำกับดูแลการประกอบกิจการที่เท่าทันระบบนิเวศที่เปลี่ยนแปลงไป สามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงผ่านไปสู่ยุคเศรษฐกิจดิจิทัล เกิดการแข่งขันโดยเสรีอย่างเป็นธรรม ขยายโครงข่ายและโครงสร้างพื้นฐาน การโทรคมนาคมที่ครอบคลุมประชาชน มีสิทธิเสรีภาพ และสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารอย่างทั่วถึง เท่าเทียม และรู้เท่าทัน กำกับดูแลและส่งเสริมการพัฒนาเนื้อหา และคุณภาพของสื่อที่เผยแพร่ผ่านช่องทางการติดต่อสื่อสารที่หลากหลาย ส่งเสริมมาตรฐานและจริยธรรมของผู้ประกอบวิชาชีพในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม รวมถึงคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

การวิเคราะห์ความเชื่อมโยงของแผนปฏิบัติการของสำนักงาน กสทช. ประจำปี 2567 กับแผนยุทธศาสตร์ แผนการปฏิรูปประเทศ และแผนแม่บทที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค มีดังต่อไปนี้

1) ความเชื่อมโยงกับแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560-2564)

แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560-2564)	แผนปฏิบัติการสำนักงาน กสทช. พ.ศ. 2567
ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนากลไกป้องกันและคุ้มครองผู้บริโภค โดยมีกลไกการตรวจสอบเฝ้าระวังและเตือนภัยสินค้าและบริการที่อาจไม่ปลอดภัยในประเทศและระหว่างประเทศที่มีประสิทธิภาพ มีการตรวจสอบผู้ประกอบธุรกิจอย่างสม่ำเสมอ และมีมาตรการในการลงโทษผู้ประกอบการที่กระทำผิดกฎหมายอย่างเคร่งครัด	**ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาบุคลากรให้มีความเป็นเลิศในด้านการกำกับดูแลให้พร้อมเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล** เพื่อขับเคลื่อนแผนงานการพัฒนาบุคลากรให้มีความเป็นเลิศในด้านการกำกับดูแลให้พร้อมเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล และสร้างองค์ความรู้ของบุคลากรให้มีขีดความสามารถทางวิชาการ
ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคและเครือข่ายด้านการคุ้มครองผู้บริโภค โดยศึกษาวิจัย เพื่อสร้างองค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค เผยแพร่ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคผ่านช่องทางต่าง ๆ สู่ประชาชน เสริมสร้างความแข้มแข็งให้กับเครือข่ายภาคประชาสังคมและชมรมคุ้มครองผู้บริโภคต่าง ๆ รวมทั้งขับเคลื่อนความร่วมมือด้านการคุ้มครองผู้บริโภคระหว่างประเทศให้เกิดเป็นรูปธรรม	**ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาขีดความสามารถในการบริหารคลื่นความถี่และกิจการดาวเทียม เพื่อประโยชน์ของประเทศชาติและประชาชน และยกระดับศักยภาพของสำนักงาน กสทช. ส่วนภูมิภาค เพื่อการกำกับดูแลและบริการประชาชน** สำนักงาน กสทช. ส่วนภูมิภาค มีศักยภาพในการดำเนินงานตามภารกิจของสำนักงาน กสทช. ให้มีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับพื้นที่ เพื่อการบริการประชาชนอย่างทั่วถึงและรวดเร็ว
ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาการบริหารจัดการองค์กรและเพิ่มศักยภาพให้บุคลากรมีประสิทธิภาพ โดยมีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศช่วยในการบริหารงาน และการตัดสินใจ ส่งเสริมการพัฒนาสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ และมีส่วนร่วม การสร้างมาตรฐานในการปฏิบัติงาน ส่งเสริมให้บุคลากรมีจิตสำนึกในการบริการที่ดี	**ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยกระดับการพัฒนาธรรมาภิบาลและเป็นองค์กรที่มีสมรรถนะสูงในยุคดิจิทัล** สำนักงาน กสทช. เป็นองค์กรที่มีสมรรถนะสูง และก้าวสู่องค์กรดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบ สามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนและภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งสามารถปรับตัวและรับมือกับการเปลี่ยนแปลงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2) ความเชื่อมโยงกับแผนการปฏิรูปประเทศ (ฉบับปรับปรุง)

แผนการปฏิรูปประเทศ (ฉบับปรับปรุง)	แผนปฏิบัติการสำนักงาน กสทช. พ.ศ. 2567
ด้านการบริหารราชการแผ่นดิน คือ 1) ปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริหารงานและการบริการภาครัฐไปสู่ระบบดิจิทัล 2) สร้างความเข้มแข็งในการบริหารราชการในระดับพื้นที่ โดยการมีส่วนร่วมของประชาชน และ 5) ขจัดอุปสรรคในการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐและการเบิกจ่ายเงินเพื่อให้เกิดความรวดเร็ว คุ้มค่า โปร่งใส ปราศจากการทุจริต	**ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยกระดับการพัฒนาธรรมาภิบาล และเป็นองค์กรที่มีสมรรถนะสูงในยุคดิจิทัล** ยกระดับธรรมาภิบาลของสำนักงาน กสทช. อย่างยั่งยืน **ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาบุคลากรให้มีความเป็นเลิศในด้านการกำกับดูแลให้พร้อมเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล**
ด้านกระบวนการยุติธรรม มีเป้าประสงค์เพื่ออำนวยความยุติธรรมในแต่ละขั้นตอนให้เป็นไปอย่างโปร่งใส แล้วเสร็จตามระยะเวลาที่กำหนด ประชาชนสามารถเข้าถึงกระบวนการยุติธรรมได้โดยง่าย สร้างความเสมอภาค ลดความเหลื่อมล้ำ พัฒนาระบบการบริหารงานยุติธรรมให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ไม่เลือกปฏิบัติและเป็นธรรม	**ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยกระดับการพัฒนาธรรมาภิบาลและเป็นองค์กรที่มีสมรรถนะสูงยุคดิจิทัล** ยกระดับธรรมาภิบาลของสำนักงาน กสทช. อย่างยั่งยืน **ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาบุคลากรให้มีความเป็นเลิศในด้านการกำกับดูแลให้พร้อมเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล**

แผนการปฏิรูปประเทศ (ฉบับปรับปรุง)	แผนปฏิบัติการสำนักงาน กสทช. พ.ศ. 2567
ด้านการสื่อสารมวลชน เทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อมุ่งเน้นให้สื่อเป็นโรงเรียนของสังคมในการให้ความรู้แก่ประชาชน ได้แก่ 1) การพัฒนาระบบคลังข้อมูลข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์เชิงรุกและการจัดการ 2) การกำกับดูแลสื่อออนไลน์ และ 3) การยกระดับรู้เท่าทันสื่อ	**ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาขีดความสามารถในการบริหารคลื่นความถี่ และกิจการดาวเทียมเพื่อประโยชน์สูงสุดของประเทศชาติและประชาชน และยกระดับศักยภาพของสำนักงาน กสทช. ส่วนภูมิภาค เพื่อการกำกับดูแลและบริการประชาชน** เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการบริหารคลื่นความถี่และกิจการดาวเทียมของประเทศให้มีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับนโยบายและของระดับชาติที่เกี่ยวข้อง
ด้านสังคม เพื่อแก้ไขปัญหาความเหลื่อมล้ำในสังคมการคุ้มครองกลุ่มเปราะบางในสังคม ตลอดจนสร้างความเป็นธรรมในการเข้าถึงทรัพยากรและแหล่งทุนของประชาชน โดยผลักดันให้มีฐานข้อมูลและคลังความรู้ในระดับพื้นที่ เพื่อให้สามารถจัดสวัสดิการที่ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และให้คนพิการได้รับสิทธิ สวัสดิการ และความช่วยเหลือได้อย่างครอบคลุมและทั่วถึง	**ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาศักยภาพในการกำกับดูแลและส่งเสริมกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมให้เหมาะสมกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป** เกิดการแข่งขันโดยเสรีอย่างเป็นธรรม ขยายโครงข่ายและโครงสร้างพื้นฐานประชาชนมีสิทธิเสรีภาพและสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารอย่างทั่วถึง เท่าเทียมและรู้เท่าทัน

3) ความเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579)

ยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคระยะ 20 ปี (พ.ศ.260-2579)	แผนปฏิบัติการสำนักงาน กสทช. พ.ศ. 2567
ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนากลไกและการคุ้มครองผู้บริโภค โดยมีกลไกการตรวจสอบ เฝ้าระวังและเตือนภัยสินค้า และบริการที่อาจไม่ปลอดภัยในประเทศและระหว่างประเทศที่มีประสิทธิภาพ มีการตรวจสอบผู้ประกอบธุรกิจอย่างสม่ำเสมอและมีมาตรการในการลงโทษผู้ประกอบธุรกิจที่กระทำผิดกฎหมายอย่างเคร่งครัด มีคุณธรรมจริยธรรม พัฒนาระบบการร้องเรียนและระบบไกล่เกลี่ยเพื่อสนับสนุนให้การดำเนินการแก้ไขปัญหา เรื่องราวร้องทุกข์เกิดผลสัมฤทธิ์ได้รวดเร็ว	**ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาศักยภาพในการกำกับดูแลและส่งเสริมกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมให้เหมาะสมกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป** ส่งเสริมมาตรฐานและจริยธรรมของผู้ประกอบการวิชาชีพ รวมถึงการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม
ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนากฎหมายให้ทันสมัยต่อสภาพปัญหา โดยมีการปรับปรุงและพัฒนานโยบายกฎหมาย มาตรฐาน มาตรการ ระเบียบ ข้อบังคับต่าง ๆ ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่เกิดประโยชน์กับผู้บริโภค ตลอดจนมีฐานข้อมูลด้านกฎหมายที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคและเผยแพร่ฐานข้อมูลด้านกฎหมายให้ผู้บริโภคทราบ	**ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยกระดับการพัฒนาธรรมาภิบาลและเป็นองค์กรที่มีสมรรถนะสูงในยุคดิจิทัล** สามารถตอบสนองความต้องการของประชาชน และภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งสามารถปรับตัว และรับมือกับการเปลี่ยนแปลงได้อย่างมีประสิทธิภาพ
ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคและเครือข่ายการคุ้มครองผู้บริโภค โดยศึกษาวิจัยเพื่อสร้างองค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค เผยแพร่ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคผ่านช่องทางต่าง ๆ สู่ประชาชน เสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับเครือข่ายภาคประชาสังคมและชมรมคุ้มครองผู้บริโภคต่าง ๆ รวมทั้งขับเคลื่อนความร่วมมือ	**ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาศักยภาพในการกำกับดูแลส่งเสริมกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมให้เหมาะสมกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป** ส่งเสริมมาตรฐานและจริยธรรมของผู้ประกอบวิชาชีพในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม รวมถึงคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

ยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคระยะ 20 ปี (พ.ศ.260-2579)	แผนปฏิบัติการสำนักงาน กสทช. พ.ศ. 2567
องค์การคุ้มครองผู้บริโภคระหว่างประเทศให้เกิดเป็นรูปธรรม	
ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาการบริหารจัดการองค์กร และเพิ่มศักยภาพบุคลากรให้มีประสิทธิภาพ โดยมีระบบเทคโนโลยีช่วยในการบริหารงาน และการตัดสินใจส่งเสริมการพัฒนาสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ และมีส่วนร่วม การสร้างมาตรฐานในการปฏิบัติงาน ส่งเสริมให้บุคลากรมีจิตสำนึกในการบริการที่ดี	**ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาขีดความสามารถในการบริหารคลื่นความถี่และกิจการดาวเทียม เพื่อประโยชน์สูงสุดของประเทศชาติและประชาชน และยกระดับศักยภาพของสำนักงาน กสทช. ส่วนภูมิภาค เพื่อการกำกับดูแลและการบริการประชาชน** เพื่อเพิ่มขีดความสามารถการบริหารคลื่นความถี่ รวมทั้งการบริการประชาชนอย่างทั่วถึงและรวดเร็ว

4) ความเชื่อมโยงกับแผนแม่บทการบริหารคลื่นความถี่ (พ.ศ.2562 และ พ.ศ. 2564)

แผนแม่บทการบริหารคลื่นความถี่ (พ.ศ.2562 และ พ.ศ. 2564)	แผนปฏิบัติการสำนักงาน กสทช. พ.ศ. 2567
ยุทธศาสตร์ที่ 2 การบริหารคลื่นความถี่อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้เกิดความคุ้มค่า และเกิดประโยชน์อย่างทั่วถึง โดยมีเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ คือ บริหารจัดการคลื่นความถี่ให้มีประสิทธิภาพอย่างคุ้มค่า และคำนึงการใช้ประโยชน์สูงสุด เพื่อประชาชน ความมั่นคงของรัฐ และประโยชน์สาธารณะตามเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญ	**ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาศักยภาพในการกำกับดูแลส่งเสริมกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมให้เหมาะสมกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป** เพื่อพัฒนาศักยภาพในการกำกับดูแลและส่งเสริมกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมของประเทศในการพัฒนาและปรับปรุงกฎหมายให้สามารถดูแลประกอบกิจการที่เท่าทันระบบนิเวศน์ที่เปลี่ยนแปลงไป เกิดการแข่งขันโดยเสรีอย่างเป็นธรรม ประชาชนมีสิทธิเสรีภาพและสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารอย่างทั่วถึง ส่งเสริมมาตรฐานและจริยธรรมของผู้ประกอบวิชาชีพในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม รวมถึงการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม
ยุทธศาสตร์ที่ 3 การเพิ่มศักยภาพในการบริหารคลื่นความถี่ เป้าประสงค์เพื่อการบริหารคลื่นความถี่ ที่ทันสมัย สามารถให้บริการได้อย่างสะดวกรวดเร็ว โดยมีการกำหนดแผนพัฒนาบุคลากรด้านการบริหารคลื่นความถี่ให้มีความสามารถ และประสบการณ์ในระดับมาตรฐานสากล มีการสร้างระบบบริหารคลื่นความถี่ที่บูรณาการให้ได้มาตรฐานสากลและมีประสิทธิภาพ	**ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยกระดับการพัฒนาธรรมาภิบาล และเป็นองค์กรที่มีสมรรถนะสูงในยุคดิจิทัล** ยกระดับธรรมาภิบาลของสำนักงาน กสทช. อย่างยั่งยืน **ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาบุคลากรให้มีความเป็นเลิศในด้านการกำกับดูแลให้พร้อมเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล**

5) ความเชื่อมโยงกับแผนแม่บทกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2563-2568)

แผนแม่บทกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2563-2568)	แผนปฏิบัติการสำนักงาน กสทช. พ.ศ. 2567
ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนากิจการวิทยุกระจายเสียงในประเทศไทย การพัฒนากิจการวิทยุกระจายเสียงเพื่อยกระดับมาตรฐานกิจการกระจายเสียงให้เป็นที่ยอมรับ ลดการรบกวนการใช้คลื่นความถี่ เพิ่มทางเลือกให้กับประชาชนในการรับบริการ รวมถึงให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นพื้นฐานได้อย่างต่อเนื่อง **ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนากิจการโทรทัศน์ของประเทศให้เหมาะสมกับบริบทใหม่** การพัฒนากิจการโทรทัศน์ของประเทศให้เหมาะสมกับบริบทใหม่ที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อให้สามารถกำกับดูแลได้สอดคล้องกับระบบนิเวศของอุตสาหกรรม โดยคำนึงถึงการใช้ทรัพยากรในกิจการโทรทัศน์อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด และยกระดับมาตรฐาน กิจการโทรทัศน์ให้เป็นที่ยอมรับ	**ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาศักยภาพในการกำกับดูแลและส่งเสริมกิจการโทรคมนาคมให้เหมาะสมกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป** เพื่อพัฒนาศักยภาพในการกำกับดูแลและส่งเสริมกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ของประเทศในการพัฒนาและปรับปรุงกฎหมายให้สามารถกำกับดูแลการประกอบกิจการที่เท่าทันกับระบบนิเวศน์ที่เปลี่ยนแปลงไป สามารถรองรับการเปลี่ยนผ่านไปสู่ยุคเศรษฐกิจดิจิทัล เกิดการแข่งขันโดยเสรีอย่างเป็นธรรม ขยายโครงข่ายและโครงสร้างพื้นฐานด้านการสื่อสารโทรคมนาคมที่ครอบคลุม ประชาชนมีสิทธิเสรีภาพและสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารอย่างทั่วถึง เท่าเทียม และรู้เท่าทัน กำกับดูแลและส่งเสริมการพัฒนาเนื้อหาและคุณภาพของสื่อที่เผยแพร่ผ่านช่องทาง การติดต่อสื่อสารที่หลากหลาย ส่งเสริมมาตรฐานจริยธรรมของผู้ประกอบวิชาชีพในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ รวมถึงคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

6) ความเชื่อมโยงกับแผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2562-2566 และฉบับที่ 3 พ.ศ. 2567-2571

แผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2562-2566	แผนปฏิบัติการสำนักงาน กสทช. 2567
ยุทธศาสตร์ที่ 3 การบริหารทรัพยากรโทรคมนาคมอย่างมีประสิทธิภาพ มุ่งเน้นการจัดสรรและการบริหารทรัพยากรโทรคมนาคม คลื่นความถี่และเลขหมายโทรคมนาคมอย่างมีประสิทธิภาพ โปร่งใส และเป็นธรรม ส่งเสริมให้มีการใช้คลื่นความถี่ในกิจการโทรคมนาคม และกิจการวิทยุคมนาคมเพื่อการประกอบการเชิงพาณิชย์ เพื่อประโยชน์สาธารณะ เพื่อความมั่นคง และการติดต่อสื่อสาร กรณีเกิดภัยพิบัติและฉุกเฉิน โดยคำนึงถึงประโยชน์สูงสุด ความเพียงพอในการใช้งานและรองรับการพัฒนาของเทคโนโลยีดิจิทัล	**ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาขีดความสามารถการบริหารคลื่นความถี่และกิจการดาวเทียม เพื่อประโยชน์สูงสุดของประเทศชาติและประชาชน และยกระดับศักยภาพของสำนักงาน กสทช. ส่วนภูมิภาค เพื่อการกำกับดูแลและการบริการประชาชน** ทำให้สำนักงาน กสทช. ส่วนภูมิภาคมีศักยภาพในการดำเนินงาน ตามภารกิจของสำนักงาน กสทช. และพัฒนากระบวนการปฏิบัติงานของสำนักงาน กสทช. ส่วนภูมิภาคให้มีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับพื้นที่ เพื่อการบริการประชาชนอย่างทั่วถึงและรวดเร็ว มีการจัดตั้งศูนย์ตรวจสอบคลื่นความถี่แห่งชาติ เพื่อบริหารและตรวจสอบคลื่นความถี่ ทั้งในสถานการณ์ปกติและสถานการณ์ฉุกเฉิน
ยุทธศาสตร์ที่ 4 การบริการโทรคมนาคมพื้นฐานโดยทั่วถึงและบริการเพื่อสังคม ส่งเสริมการจัดให้มีบริการโทรคมนาคมพื้นฐานโดยทั่วถึง ให้ครอบคลุมทั้งมิติเชิงพื้นที่และเชิงสังคม มุ่งเน้นการพัฒนาโครงข่ายบรอดแบนด์และ	**ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาศักยภาพในการกำกับดูแลและส่งเสริมกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ให้เหมาะสมกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป** เพื่อพัฒนาศักยภาพในการกำกับดูแลและส่งเสริมกิจการ

แผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2562-2566	แผนปฏิบัติการสำนักงาน กสทช. 2567
บริการโทรคมนาคมสาธารณะในพื้นที่ชนบทหรือพื้นที่ที่มีผลตอบแทนการลงทุนต่ำ เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงบริการโทรคมนาคมเพื่อสนับสนุนการเข้าถึงการศึกษา สาธารณสุข บริการสาธารณะ และข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนส่งเสริมการใช้ประโยชน์เทคโนโลยีดิจิทัลในการยกระดับคุณภาพชีวิต ลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจและสังคม อันจะนำไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศในที่สุด	กระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมของประเทศในการพัฒนาและปรับปรุงกฎหมาย ให้สามารถกำกับดูแลและประกอบกิจการที่เท่าทันระบบนิเวศน์ที่เปลี่ยนแปลงไป สามารถรองรับการเปลี่ยนผ่านสู่ยุคเศรษฐกิจดิจิทัล เกิดการแข่งขันโดยเสรีอย่างเป็นธรรม ขยายโครงข่ายและโครงสร้างพื้นฐานด้านการสื่อสารโทรคมนาคมที่ครอบคลุมประชาชน มีสิทธิเสรีภาพและสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารอย่างทั่วถึง เท่าเทียมและรู้เท่าทัน กำกับดูแลและส่งเสริมการพัฒนาเนื้อหาและคุณภาพของสื่อที่เผยแพร่ผ่านช่องทางการติดต่อสื่อสารของผู้ประกอบวิชาชีพในกิจการกระจายเสียง และโทรทัศน์ รวมถึงคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม
แผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม ฉบับที่ 3 พ.ศ. 2567-2571	**แผนปฏิบัติการสำนักงาน กสทช. 2567**
ยุทธศาสตร์ที่ 5 การยกระดับการคุ้มครองและเสริมความเข้มแข็งแก่ผู้บริโภคในยุคดิจิทัล มุ่งเน้นให้ผู้บริโภคมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องสิทธิผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม และภัยคุกคามผ่านช่องทางโทรคมนาคม เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้บริโภค ให้สามารถปกป้องสิทธิของตนเองและสามารถรับมือและป้องกันตนเองจากภัยคุกคาม ตลอดจนคุ้มครองผู้บริโภคให้ได้รับความเป็นธรรมในการใช้บริการ และปลอดภัยจากภัยคุกคาม	**ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาศักยภาพในการกำกับดูแลและส่งเสริมกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมให้เหมาะสมกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป** เพื่อพัฒนาศักยภาพในการกำกับดูแลและส่งเสริมกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมของประเทศในการพัฒนาและปรับปรุงกฎหมาย ให้สามารถกำกับดูแลและประกอบกิจการที่เท่าทันระบบนิเวศน์ที่เปลี่ยนแปลงไป สามารถรองรับการเปลี่ยนผ่านสู่ยุคเศรษฐกิจดิจิทัล เกิดการแข่งขันโดยเสรีอย่างเป็นธรรม ขยายโครงข่ายและโครงสร้างพื้นฐานด้านการสื่อสารโทรคมนาคมที่ครอบคลุมประชาชน มีสิทธิเสรีภาพและสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารอย่างทั่วถึง เท่าเทียมและรู้เท่าทัน กำกับดูแลและส่งเสริมการพัฒนาเนื้อหาและคุณภาพของสื่อที่เผยแพร่ผ่านช่องทางการติดต่อสื่อสารของผู้ประกอบวิชาชีพในกิจการกระจายเสียง และโทรทัศน์ รวมถึงคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

7) ความเชื่อมโยงกับแผนยุทธศาสตร์สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2565-2570)

แผนยุทธศาสตร์สำนักงาน กสทช. ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2565-2570)	แผนปฏิบัติการสำนักงาน กสทช. ประจำปี 2567
ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยกระดับการพัฒนาธรรมาภิบาลและเป็นองค์กรที่มีสมรรถนะสูงในยุคดิจิทัล ได้แก่ 1) ส่งเสริมและพัฒนาธรรมาภิบาลของสำนักงาน กสทช. สู่ความยั่งยืนและป้องกันการทุจริต 2) ยกระดับองค์กรให้เป็นดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบ และมีมาตรฐานสากล 3) ปรับโครงสร้างองค์กร และยกระดับการบริหารงานบุคคลให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัล และ 4) สร้างเสริมความเชื่อมั่นสาธารณะที่มีต่อสำนักงาน กสทช.	**ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยกระดับการพัฒนาธรรมาภิบาลและเป็นองค์กรที่มีสมรรถนะสูงในยุคดิจิทัล** ได้แก่ 1) ยกระดับธรรมาภิบาลของสำนักงาน กสทช. อย่างยั่งยืน 2) สำนักงาน กสทช. เป็นองค์กรที่สมรรถนะสูงและก้าวสู่การเป็นองค์กรดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบ สามารถตอบสนองความต้องการของประชาชน และภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งสามารถปรับตัวและรับมือกับการเปลี่ยนแปลงได้อย่างมีประสิทธิภาพ
ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาขีดความสามารถบริหารคลื่นความถี่และกิจการดาวเทียม เพื่อประโยชน์สูงสุดของประเทศชาติและประชาชน และยกระดับศักยภาพของสำนักงาน กสทช. ส่วนภูมิภาค เพื่อกำกับดูแลและการบริการประชาชน ได้แก่ 1) ยกระดับการบริหารจัดการคลื่นความถี่ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงระบบนิเวศของอุตสาหกรรม 2) เสริมสร้างและเพิ่มขีดความสามารถในการใช้ประโยชน์จากกิจการดาวเทียม 3) พัฒนาสำนักงาน กสทช. ส่วนภูมิภาคและเพิ่มประสิทธิภาพการตรวจสอบและกำกับดูแลคลื่นความถี่ 4) พัฒนาประสิทธิภาพการตรวจสอบและกำกับดูแลคลื่นความถี่	**ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาขีดความสามารถการบริหารคลื่นความถี่ และกิจการดาวเทียม เพื่อประโยชน์สูงสุดของประเทศชาติและประชาชน และยกระดับศักยภาพของสำนักงาน กสทช. ส่วนภูมิภาค เพื่อกำกับดูแลและบริการประชาชน** ได้แก่ 1) เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการบริหารคลื่นความถี่และกิจการดาวเทียมของประเทศให้มีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับนโยบาย และแผนระดับชาติที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการมีคลื่นความถี่ที่เพียงพอต่อความต้องการใช้งาน การบริหารและใช้ประโยชน์จากสิทธิในการเข้าใช้วงโคจรดาวเทียม เปิดโอกาสให้ใช้ช่องสัญญาณดาวเทียมต่างชาติ 2) สำนักงาน กสทช. ส่วนภูมิภาคมีศักยภาพในการดำเนินงานตามภารกิจของสำนักงาน กสทช. และพัฒนากระบวนการปฏิบัติงานของสำนักงาน กสทช. ส่วนภูมิภาคให้มีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับพื้นที่เพื่อการบริการประชาชนอย่างทั่วถึงและรวดเร็ว และ 3) มีการจัดตั้งศูนย์ตรวจคลื่นความถี่ทั้งในสถานการณ์ปกติและสถานการณ์ฉุกเฉิน
ยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาศักยภาพในการกำกับดูแลและส่งเสริมกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมให้เหมาะสมกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป ได้แก่ 1) เสริมสร้างศักยภาพในการกำกับดูแลกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ของประเทศ 2) เสริมสร้างศักยภาพในการกำกับดูแลกิจการโทรคมนาคมของประเทศ 3) พัฒนากลไกในการกำกับดูแลเนื้อหา ส่งเสริมสิทธิเสรีภาพของประชาชนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ 4) เสริมสร้างความเข้มแข็งและกลไกการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม	**ยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาศักยภาพในการกำกับดูแลและส่งเสริมกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมให้เหมาะสมกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป** เพื่อพัฒนาศักยภาพในการกำกับดูแลส่งเสริมกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ในการพัฒนาและปรับปรุงกฎหมาย ให้สามารถดูแลการประกอบกิจการที่เท่าทันระบบนิเวศที่เปลี่ยนแปลงไปสามารถรองรับการเปลี่ยนผ่านไปสู่ยุคเศรษฐกิจดิจิทัล เกิดการแข่งขันโดยเสรีอย่างเป็นธรรม ขยายโครงข่ายและโครงสร้างพื้นฐานด้านการสื่อสารโทรคมนาคมที่ครอบคลุมประชาชน มีสิทธิเสรีภาพและสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารอย่างทั่วถึง เท่าเทียมและรู้เท่าทัน กำกับดูแลส่งเสริมการพัฒนาเนื้อหาและคุณภาพของสื่อที่เผยแพร่ผ่านช่องทางการติดต่อสื่อสารที่

แผนยุทธศาสตร์สำนักงาน กสทช. ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2565-2570)	แผนปฏิบัติการสำนักงาน กสทช. ประจำปี 2567
	หลากหลาย ส่งเสริมมาตรฐานจริยธรรมของผู้ประกอบวิชาชีพในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ รวมถึงคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

แผนปฏิบัติการสำนักงาน กสทช. พ.ศ. 2567 ใช้แผนยุทธศาสตร์สำนักงาน กสทช. ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2565-2570) เป็นกรอบการดำเนินงานของ กสทช. โดยแผนยุทธศาสตร์สำนักงาน กสทช. ฉบับที่ 3 (พ.ศ.2565-2570) และแผนปฏิบัติการสำนักงาน กสทช. พ.ศ. 2567 มีความเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561-2580) แผนการปฏิรูปประเทศ (ฉบับปรับปรุง) ยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579) แผนแม่บทการบริหารคลื่นความถี่ (พ.ศ. 2562) แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2563-2568) แผนแม่บทกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2562-2566) และฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2567-2571) และแผนยุทธศาสตร์ สำนักงาน กสทช. ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2565-2570)

ความเชื่อมโยงของยุทธศาสตร์ชาติ แผนปฏิรูปประเทศ และยุทธศาสตร์ต่าง ๆ ที่สำคัญกับแผนยุทธศาสตร์ของสำนักงาน กสทช. ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2565 – 2570) และแผนปฏิบัติการ สำนักงาน กสทช. พ.ศ. 2567 ตามตาราง 2.1

ตาราง 2.1 ความเชื่อมโยงของยุทธศาสตร์ชาติ แผนปฏิรูปประเทศ และยุทธศาสตร์ต่าง ๆ ที่สำคัญกับแผนยุทธศาสตร์ของสำนักงาน กสทช. ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2565 – 2570) และแผนปฏิบัติการสำนักงาน กสทช. พ.ศ. 2567

ความเชื่อมโยง		แผนยุทธศาสตร์สำนักงาน กสทช. ฉบับที่ 3 (พ.ศ.2565-2570) และแผนปฏิบัติการสำนักงาน กสทช. พ.ศ. 2567			
		ยุทธศาสตร์ที่			
		1	2	3	4
แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560-2564)	ยุทธศาสตร์ที่ 1		✓		
	ยุทธศาสตร์ที่ 3			✓	
	ยุทธศาสตร์ที่ 4	✓			
	ยุทธศาสตร์ที่ 6				
แผนการปฏิรูปประเทศ (ฉบับปรับปรุง)	ด้านการบริหารราชการแผ่นดิน	✓	✓		
	ด้านกระบวนการยุติธรรม	✓			
	ด้านสื่อสารมวลชนและเทคโนโลยีสารสนเทศ			✓	
	ด้านสังคม				✓

ความเชื่อมโยง		แผนยุทธศาสตร์สำนักงาน กสทช. ฉบับที่ 3 (พ.ศ.2565-2570) และแผนปฏิบัติการสำนักงาน กสทช. พ.ศ. 2567			
		ยุทธศาสตร์ที่			
		1	2	3	4
ยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะ 20 ปี (พ.ศ.2560-2579)	ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนากลไกป้องกันและคุ้มครองผู้บริโภค				✓
	ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนากฎหมายให้ทันสมัยต่อสภาพปัญหา				
	ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมและพัฒนาผู้บริโภคและเครือข่าย				✓
	ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาการบริหารจัดการองค์กร			✓	
แผนแม่บทการบริหารคลื่นความถี่ (พ.ศ.2562)	ยุทธศาสตร์ที่ 2 การบริหารคลื่นความถี่อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้เกิดความคุ้มค่าและเกิดประโยชน์อย่างทั่วถึง				✓
แผนแม่บทการบริหารคลื่นความถี่ (พ.ศ.2564)	ยุทธศาสตร์ที่ 3 การเพิ่มศักยภาพในการบริหารคลื่นความถี่	✓	✓		
แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2563-2568)	ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนากิจการวิทยุกระจายเสียงในประเทศไทย				✓
	ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนากิจการโทรทัศน์ของประเทศให้เหมาะสมกับบริบทใหม่				✓
แผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2562-2566)	ยุทธศาสตร์ 3 การบริหารทรัพยากรโทรคมนาคมอย่างมีประสิทธิภาพ			✓	
	ยุทธศาสตร์ที่ 4 การบริหารโทรคมนาคมพื้นฐานโดยทั่วถึงและบริการเพื่อสังคม				✓
แผนยุทธศาสตร์สำนักงาน กสทช. ฉบับที่ 3 (พ.ศ.2565-2570)	ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยกระดับการพัฒนาธรรมาภิบาลฯ	✓			
	ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาบุคลากรให้มีความเป็นเลิศ		✓		
	ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาขีดความสามารถในการบริหารคลื่นความถี่ฯ			✓	
	ยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาศักยภาพในการกำกับดูแลฯ				✓

หมายเหตุ แผนแม่บทของสำนักงาน กสทช. ฉบับที่ 3 (พ.ศ.2565-2570) และแผนปฏิบัติการสำนักงาน กสทช. พ.ศ. 2567 ประกอบด้วย

ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยกระดับการพัฒนาธรรมาภิบาล และเป็นองค์กรที่มีสมรรถนะสูงในยุคดิจิทัล

ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาบุคลากรให้มีความเป็นเลิศในด้านการกำกับดูแลให้พร้อมเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล

ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาขีดความสามารถในการบริหารคลื่นความถี่ และกิจการดาวเทียมเพื่อประโยชน์สูงสุดของประเทศชาติและประชาชน และยกระดับศักยภาพของสำนักงาน กสทช. ส่วนภูมิภาคเพื่อการกำกับดูแล และการบริการประชาชน

ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาศักยภาพในการกำกับดูแล และส่งเสริมกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมให้เหมาะสมกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป

31. มติที่ประชุม กสทช. คณะอนุกรรมการและคณะทำงานที่เกี่ยวข้อง

ที่ปรึกษาได้ศึกษามติที่ประชุม กสทช. คณะอนุกรรมการและคณะทำงานที่เกี่ยวข้อง จากรายงานการประชุม กสทช. สรุปมติที่ประชุม กสทช. ปี 2567 ที่เผยแพร่ตามกฎหมายที่ www.nbtc.go.th จากการประชุม จำนวน 24 ครั้ง ในปี 2567 โดยที่ปรึกษาได้สรุปสาระสำคัญหรือมติที่ประชุม กสทช. ที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับด้านการคุ้มครองผู้บริโภค 3 กิจการ โดยมีผลการดำเนินการและบริหารงานของ กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม ประจำปี พ.ศ. 2567 (ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม – 30 พฤศจิกายน 2567) โดยสำนักงาน กสทช. รับและดำเนินการตามประกาศ กสทช. เรื่อง กระบวนการรับและพิจารณาเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการประกอบกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2559 (ประกาศฯ) มีรายละเอียด ดังนี้

1. จำแนกตามระยะเวลาการดำเนินการ จำนวน 364 เรื่อง
2. จำแนกตามประเภทบริการ สูงสุดอันดับแรก คือ โทรศัพท์เคลื่อนที่ จำนวน 1,019 เรื่อง
3. จำแนกตามผู้ให้บริการ สูงสุดอันดับแรก คือ บริษัท ทรู มูฟ เอช ยูนิเวอร์แซล คอมมิวนิเคชั่น จำกัด จำนวน 372 เรื่อง
4. จำแนกตามกลุ่มลักษณะปัญหา สูงสุดอันดับแรก คือ คุณภาพสัญญาณ QoS จำนวน 525 เรื่อง
5. จำแนกตามประเด็นปัญหา สะสมสูงสุด 5 ลำดับแรก คือ (1) คุณภาพสัญญาณอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่ดี (QoS Data) (2) คุณภาพสัญญาณโทรศัพท์และอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่ดี (QoS Voice & Data) (3) ถูกระงับ/ยกเลิกเลขหมายและต้องการเลขหมายคืน (4) SMS คิดเงินโดยไม่ได้สมัคร และ (5) คิดค่าบริการผิดพลาด

เรื่องร้องเรียนที่ดำเนินการตามประกาศฯ ของสำนักงาน กสทช. จำแนกตามประเด็นปัญหาของบริการอินเทอร์เน็ตประจำที่สะสมสูงสุด 5 อันดับแรก คือ (1) ไม่สามารถยกเลิกบริการโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย (2) ไม่สามารถใช้งานอินเทอร์เน็ตได้ตามปกติ (3) ไม่สามารถเปลี่ยนโปรโมชันได้ (4) ความเร็วที่ใช้งานได้ต่ำกว่าที่ทำสัญญาไว้ และ (5) ถูกคิดค่าบริการไม่เป็นธรรม ตามลำดับ และจำแนกตามประเด็นปัญหาของบริการโทรศัพท์ประจำที่ คือ (1) คิดค่าบริการผิดพลาด (2) ไม่สามารถใช้งานโทรศัพท์พื้นฐานได้ตามปกติ และ (3) ต้องการยกเลิกบริการ และการตั้งสถานีวิทยุคมนาคม/เสาสัญญาณโทรศัพท์มือถือของสำนักงาน กสทช. จำนวน 13 เรื่อง (สำนักรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม (รท.), 2567)

เรื่องร้องเรียนที่เกี่ยวข้องกับการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม ถึง 30 พฤศจิกายน 2567) แยกตามประเภทเรื่องร้องเรียน จำนวน 73 เรื่อง ได้แก่

(1) การใช้เครือข่ายหรือการโฆษณาอันมีลักษณะเป็นการค้ากำไรเกินควรหรือก่อให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญในประการที่น่าจะเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค จำนวน 34 เรื่อง

(2) เนื้อหารายการ และผังรายการในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์และเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการออกอากาศที่เป็นเท็จ จำนวน 15 เรื่อง

(3) การใช้คลื่นความถี่เพื่อกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ จำนวน 7 เรื่อง

(4) การรบกวนการรับส่งหรือแพร่สัญญาณเสียง หรือภาพของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ และเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการใช้และเชื่อมต่อโครงข่ายในการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ จำนวน 4 เรื่อง

(5) การตรวจสอบคุณสมบัติและการประกอบกิจการของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ และการโฆษณาหารายได้ของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ จำนวน 1 เรื่อง

(6) การกระทำการอันเป็นการผูกขาดการประกอบกิจการสื่อมวลชนหลายประเภทในกิจการเดียวกัน หรือครองสิทธิข้ามสื่อและเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการออกอากาศที่ละเมิดสิทธิ เสรีภาพ เกียรติยศชื่อเสียง สิทธิในครอบครัว หรือความเป็นอยู่ส่วนตัวของบุคคลที่ได้รับความเสียหาย จำนวน 12 เรื่อง

การกำกับดูแลการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ปี 2567 จำแนกตามประเภทกิจการ จำนวนทั้งหมด 4,237 เรื่อง โดยแบ่งประเภทกิจการ ได้แก่

(1) ประเภทกิจการดิจิทัลทีวี จำนวน 25 เรื่อง (เฝ้าระวัง 25 เรื่อง)

(2) ประเภทกิจการทีวีดาวเทียม จำนวน 464 เรื่อง (เฝ้าระวัง 310 เรื่อง และพบการกระทำความผิดและมีคำสั่งระงับการโฆษณาเป็นการชั่วคราว จำนวน 20 เรื่อง)

(3) ประเภทกิจการกระจายเสียง จำนวน 3,738 เรื่อง (เฝ้าระวัง 3,584 เรื่อง พบการกระทำความผิดและมีคำสั่งระงับการโฆษณาเป็นการชั่วคราว จำนวน 67 เรื่อง และคำสั่งให้ระงับการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบฯ จำนวน 5 ราย)

ผลการดำเนินการกำกับดูแลการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ปี 2567 มีจำนวน 136 คำสั่ง ได้แก่ ประเภทวิทยุกระจายเสียงมีคำสั่งให้ระงับการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคฯ จำนวน 134 คำสั่ง และมีคำสั่งปรับตาม มาตรา 31 จำนวน 71 คำสั่ง และเฝ้าระวังหลังจากออกคำสั่งเอาเปรียบ (พบการฝ่าฝืน) จำนวน 86 คำสั่ง และประเภทโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล มีคำสั่งให้ระงับการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคฯ จำนวน 2 คำสั่ง และมีคำสั่งปรับตามมาตรา 31 จำนวน 71 คำสั่ง (สำนักรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ (บส.), 2567)

32. รวบรวม ศึกษา และทบทวนผลการศึกษาที่มีประเด็นเกี่ยวข้อง ซึ่งสำนักงาน กสทช. ได้ดำเนินการศึกษามาแล้ว

1) รายงานฉบับสมบูรณ์การจ้างที่ปรึกษาเพื่อติดตามและประเมินผลการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2565

โดยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒในฐานะที่ปรึกษาติดตามและประเมินผลการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2565 ได้ให้ข้อเสนอแนะ โดยสรุปดังนี้

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายต่อ กสทช.

1) การนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ในกระบวนงาน เพื่อยกระดับการให้บริการด้านคุ้มครองผู้บริโภคที่มีประสิทธิภาพ โดยการพัฒนา “ระบบฐานข้อมูลกลางในการคุ้มครองผู้บริโภค”

2) การยกระดับการกำกับดูแล ด้วยการพัฒนากลไกการตรวจสอบเฝ้าระวังคุ้มครองผู้บริโภคด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมที่มีประสิทธิภาพ รวมทั้งการพัฒนาระบบการป้องกันอันตรายจากสินค้าและบริการที่ไม่ปลอดภัย

3) การบูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภคเชิงรุก โดยการประสานความร่วมมือ และสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมในทุกระดับจากภาคีเครือข่ายทุกภาคส่วนที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการคุ้มครองผู้บริโภคสร้างความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาให้ครอบคลุมทั้งระบบการคุ้มครองผู้บริโภค

4) ทบทวนสถานการณ์ และเฝ้าระวังปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคในระดับท้องถิ่น ระดับประเทศ และระหว่างประเทศในประเด็นด้านกฎหมาย มาตรการ และข้อบังคับต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบหรืออาจส่งผลกระทบต่อผู้บริโภค และปรับปรุงและพัฒนานโยบายกฎหมาย มาตรฐาน มาตรการ ระเบียบ ข้อบังคับต่าง ๆ ที่เกิดประโยชน์กับผู้บริโภค

5) ส่งเสริมการจัดให้มีบริการโทรคมนาคมพื้นฐานโดยทั่วถึงให้ครอบคลุมทั้งมิติเชิงพื้นที่และเชิงสังคม ให้ประชาชนสามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์บริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ความเร็วสูงในราคาที่เหมาะสม

6) การสร้างความเชื่อมั่นในการคุ้มครองความปลอดภัยให้กับประชาชนเพื่อให้ กสทช. สำนักงาน กสทช. ได้รับความเชื่อถือไว้วางใจจากสาธารณะ (Public Trust) และมีความพึงพอใจต่อภาพลักษณ์ของ กสทช. และสำนักงาน กสทช.

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติต่อสำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช.

1) พัฒนาระบบรับและพิจารณาเรื่องร้องเรียนออนไลน์ให้สามารถเข้าถึงข้อมูลได้สะดวก รวดเร็ว มีประสิทธิภาพสูง สามารถใช้ได้กับผู้พิการทุกประเภท

2) ปรับปรุงกระบวนงานหรือวิธีการรับและพิจารณาเรื่องร้องเรียน โดยการลดขั้นตอน ลดระยะเวลาเพื่อให้เกิดความรวดเร็ว และทบทวนมาตรฐานกระบวนการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียนอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้เกิดความเหมาะสมต่อการใช้งานจริง

3) การยกระดับมาตรการจัดการปัญหาร้องเรียนที่เป็นปัญหาสำคัญ เช่น ปัญหาการได้รับข้อความสั้น (SMS) สำนักงาน กสทช. ควรดำเนินการกวดขันให้ผู้ประกอบการโทรศัพท์เคลื่อนที่ทุกรายปฏิบัติตามประกาศ กสทช.

4) บูรณาการความร่วมมือกับภาคส่วนต่าง ๆ และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการในการพัฒนากลไกการคุ้มครองสิทธิของผู้ใช้บริการ เพื่อสร้างกลไกการทำงานร่วมกันในการคุ้มครองสิทธิความเป็นส่วนตัว

5) การยกระดับคุณภาพบริการด้วยการพัฒนามาตรฐานคุณภาพการให้บริการ (Quality of Service Standard) ที่สอดรับกับการพัฒนาเทคโนโลยี กำกับดูแลให้ผู้ประกอบการจัดให้มีคุณภาพการให้บริการตามมาตรฐานคุณภาพการให้บริการที่ได้โฆษณาไว้ รวมทั้งพัฒนากลไกการตรวจสอบคุณภาพการให้บริการเพื่อคุ้มครองให้ผู้ใช้บริการได้รับบริการที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน

6) การเข้าถึงการบริการและการคุ้มครองสิทธิสำหรับประชาชนทุกกลุ่ม โดยผลักดันให้หน่วยงานต่าง ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการคุ้มครองผู้บริโภค ทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับจังหวัด ระดับภาค ระดับประเทศ ภาคีเครือข่ายทุกภาคส่วน มีส่วนร่วมในการเผยแพร่องค์ความรู้ข้อมูลข่าวสาร

2) รายงานฉบับสมบูรณ์ การจ้างที่ปรึกษาเพื่อติดตามและประเมินผลการดำเนินการ และการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2566

โดยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒในฐานะที่ปรึกษาดำเนินการติดตามและประเมินผลการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2566 ให้ข้อเสนอแนะโดยสรุป ดังนี้

ข้อเสนอแนะต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

1. ข้อเสนอแนะต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

1) การสร้างการรับรู้ การดำเนินโครงการของ กสทช. และสำนักงาน กสทช. คณะกรรมการ กสทช. ควรพิจารณาการกำหนดนโยบายที่ชัดเจน คือ "การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ"

2) การบูรณาการการทำงานระหว่างหน่วยงานทุกภาคส่วนในทุกระยะของการดำเนินงานอย่างไร้รอยต่อ

3) สร้างมาตรฐานใหม่ในการคุ้มครองผู้บริโภคด้วยการใช้เทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์และมีประสิทธิภาพผลักดันให้ สำนักงาน กสทช. เป็นองค์กรที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพ และโปร่งใส

4) การสนับสนุนการดำเนินงานแบบการหลอมรวมขององค์กร

5) เพิ่มตำแหน่งรองเลขาธิการ กสทช. สายงานบริหารองค์กร

6) เพิ่มสายงานคุ้มครองผู้บริโภคในโครงสร้างสำนักงาน กสทช. เสนอแนะต่อ กสทช. พิจารณาเพิ่มสายงานการคุ้มครองผู้บริโภคและจัดให้มีรองเลขาธิการ กสทช. สายงานการคุ้มครองผู้บริโภค

7) พิจารณาแต่งตั้งเลขาธิการ กสทช. เพื่อให้เกิดเสถียรภาพในสำนักงาน กสทช.

8) สร้างเสถียรภาพในการบริหารและกำกับนโยบาย

2. ข้อเสนอแนะต่อการดำเนินการและการบริหารงานของสำนักงาน กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

1) มิติการดำเนินการและการบริหารงานแผนงาน โครงการตามแผนยุทธศาสตร์ กสทช.

(1) สำนักผู้รับผิดชอบแผนงาน โครงการในแต่ละยุทธศาสตร์ควรศึกษาและพิจารณาเกี่ยวกับการขอรับการจัดสรรงบประมาณ

(2) สำนักผู้รับผิดชอบแผนงาน โครงการในแต่ละยุทธศาสตร์ควรให้ความสำคัญกับการกำกับติดตาม และบริหารงาน/โครงการให้เป็นไปตามแผนงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณ และแผนการจัดซื้อจัดจ้างที่กำหนด

(3) สำนักผู้รับผิดชอบแผนงาน โครงการในแต่ละยุทธศาสตร์ควรบริหารงบประมาณให้มีประสิทธิภาพ โดยดำเนินการขับเคลื่อนโครงการ/งาน ตามยุทธศาสตร์และเบิกจ่ายงบประมาณได้ตามแผนการใช้จ่ายงบประมาณประจำปี

(4) หน้าที่และอำนาจของสำนักงาน กสทช. ภูมิภาค ตามภารกิจตามกฎหมายมีจำนวนมาก จึงเห็นควรให้มีการเพิ่มอัตรากำลังของเจ้าหน้าที่ให้เหมาะสมกับภารกิจในแต่ภูมิภาค เขต และให้มีความครอบคลุมในพื้นที่ โดยควรพิจารณาให้มีการจัดตั้งสำนักงาน กสทช. ภูมิภาค ประจำจังหวัดในจังหวัด ที่ไม่มีสำนักงาน กสทช. ภูมิภาค และเขตในพื้นที่ โดยประจำที่ศาลากลางหรือส่วนราชการในแต่ละจังหวัดเพื่อรับเรื่องร้องเรียน การประชุมร่วมกันระหว่างหน่วยงาน และการประสานความร่วมมือต่าง ๆ ให้มีความรวดเร็ว

2) มิติการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

(1) การอบรมและสอบใบอนุญาตผู้ผลิตโฆษณาที่ไม่เอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

(2) การจัดทำฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์รวบรวมข้อมูลกฎหมาย กฎระเบียบเกี่ยวกับการโฆษณาและคำวินิจฉัยด้านการโฆษณาในลักษณะที่สะดวกและง่ายต่อการสืบค้น

(3) การส่งเสริมการจัดทำหลักจริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพสำหรับวิชาชีพโฆษณาโดยส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มของผู้ประกอบกิจการและผู้ประกอบวิชาชีพรายสาขา

(4) ควรมีการพัฒนาองค์ความรู้ในการคิดวิเคราะห์เนื้อหาโฆษณาตั้งแต่เด็กเยาวชนผ่านการเรียนการสอนความตระหนักรู้เท่าทันสื่อในโรงเรียน และสถาบันการศึกษาทุกระดับ

3) มิติการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม

(1) ควรจัดให้มีการสำรวจความพึงพอใจด้านบริการรับเรื่องร้องเรียน

(2) การคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคมจำเป็นต้องมีการปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงและความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีการสื่อสารและดิจิทัล

(3) การคุ้มครองผู้บริโภคจากแก๊งคอลเซ็นเตอร์ การถือครองซิมการ์ด (Sim-Card) เพื่อใช้หลอกลวงผู้บริโภค การแก้ไขปัญหาการโทรศัพท์หลอกลวงจากแก๊งคอลเซ็นเตอร์ สำนักงาน กสทช. ควรมีแผนแม่บทในการป้องกันที่ครอบคลุมการดูแลประชาชนทุกกลุ่มอย่างทั่งถึงและเท่าเทียม

(4) การคุ้มครองผู้บริโภคจากกรณีที่มีการส่งข้อความหลอกลวงด้วยการแอบอ้างชื่อผู้ส่งที่น่าเชื่อถือ (Sender's Name) กสทช. จำเป็นต้องเพิ่มความเข้มข้นในการสร้างความรู้ ความเข้าใจและความตระหนักแก่ประชาชนโดยใช้ช่องทางสื่อสารหลากหลาย

4) มิติด้านการสร้างภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นต่อการคุ้มครองผู้บริโภค

(1) การประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงประชาชนทุกกลุ่ม

(2) การให้ความคุ้มครองผู้บริโภคอย่างทั่วถึงและมีประสิทธิภาพ

(3) การทำงานอย่างโปร่งใสและตรวจสอบได้

5) มิติการคุ้มครองผู้บริโภคกลุ่มเปราะบางในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

(1) ควรให้ความสำคัญกับการกำหนดเวลาออกอากาศของสื่อสำหรับกลุ่มเปราะบางอย่างเหมาะสม โดยให้สามารถเลือกบริโภคสื่อได้ในระยะเวลาที่หลากหลายตามที่ต้องการ ดังเช่นคนทั่วไปอย่างเท่าเทียม

(2) ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนารายการสื่อสำหรับกลุ่มเปราะบางให้มีสื่อที่หลากหลาย

(3) ควรมีการพัฒนาแอปพลิเคชันและเว็บไซต์ที่เข้ากันได้กับเทคโนโลยีช่วยเหลือ โดยมุ่งเน้นการออกแบบและพัฒนาแอปพลิเคชันและเว็บไซต์ที่เข้ากันได้กับเครื่องมืออ่านหน้าจอและเทคโนโลยีช่วยเหลืออื่น ๆ สำหรับผู้ที่มีความบกพร่องทางการเห็น

(4) พัฒนาหรือออกแบบช่องทางการร้องเรียนให้กลุ่มผู้เปราะบางสามารถเข้าถึงได้ง่าย โดยเฉพาะสำหรับผู้พิการทางการได้ยินและผู้พิการทางการมองเห็น อาทิ เว็บไซต์ให้ความรู้เกี่ยวกับกระบวนการร้องเรียนควรพัฒนาให้รองรับภาษามือหรือมีคำบรรยายเสียงในการให้บริการเพื่อเป็นทางเลือก

(5) เพิ่มบุคลากรที่สามารถสื่อสารได้หลากหลายภาษาหรือภาษาของชาติพันธุ์เพื่อให้ครอบคลุมและตอบสนองความต้องการของกลุ่มชาติพันธุ์ที่อาจไม่สามารถใช้หรือไม่ถนัดในการใช้ภาษากลาง

3. ข้อเสนอแนะต่อการดำเนินการและการบริหารงานของเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

1) กำกับติดตามการดำเนินงานของหน่วยงานอย่างใกล้ชิด จากอำนาจหน้าที่ของเลขาธิการ กสทช. ให้มีการจัดทำสรุปผลการดำเนินงาน ปัญหา อุปสรรค และประโยชน์ที่ได้ภายหลังการดำเนินงาน/โครงการ โดยมีการถอดบทเรียนเพื่อนำไปแก้ไขปรับปรุงการดำเนินการและการบริหารงานต่อไปในทุกไตรมาสและเมื่อสิ้นสุดแผนปฏิบัติการในแต่ละปีอย่างต่อเนื่อง

2) ผลักดัน สนับสนุน การจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายที่จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

บทที่ 3
ผลการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567

ผลการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567 มีดังนี้

1. ผลการดำเนินการและบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม ประจำปี 2567

1.1 ผลการดำเนินการและบริหารงานของ กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม ประจำปี 2567

(1) กสทช. มีคำสั่งที่ 8/2567 ลงวันที่ 9 กุมภาพันธ์ 2567 แต่งตั้งคณะอนุกรรมการศึกษาและพัฒนาขั้นตอนการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียนของผู้ใช้บริการในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม (คณะอนุกรรมการฯ) ซึ่งมีสำนักรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม (รท.) และสำนักรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ (บส.) เป็นฝ่ายเลขานุการ ในการจัดทำข้อเสนอแนะในการแก้ไขปรับปรุงระเบียบ ประกาศ และหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการรับและพิจารณาเรื่องร้องเรียน ต่อ กสทช. เพื่อปรับปรุงให้กระบวนการรับและพิจารณาเรื่องร้องเรียนของกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมมีความสอดคล้องเป็นไปในแนวทางเดียวกัน



ภาพ 3.1 การประชุมแต่งตั้งคณะอนุกรรมการศึกษาและพัฒนาขั้นตอนการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียนของผู้ใช้บริการในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

(2) สำนักงาน กสทช. (รท.) ได้จัดการประชุมเพื่อการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียนในส่วนของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคม เมื่อวันที่ 2 กรกฎาคม 2567 เพื่อร่วมหารือแนวทางการแก้ไขปัญหาให้กับผู้ร้องเรียน และการดำเนินการเชิงนโยบาย





ภาพ 3.2 การจัดการประชุมเพื่อการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียนในส่วนของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคม

(3) การจัดทำสื่อให้ความรู้และเตือนภัยเกี่ยวกับกลลวงของมิจฉาชีพ (Scam Alert) โดยเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ http://nbtc.go.th และ เฟซบุ๊ก “โทรคมนาคมไทย ก้าวไปด้วยกัน” ของ รท. ดังนี้

(3.1) อินโฟกราฟิกประเภทรูปภาพและวิดีทัศน์ ได้แก่

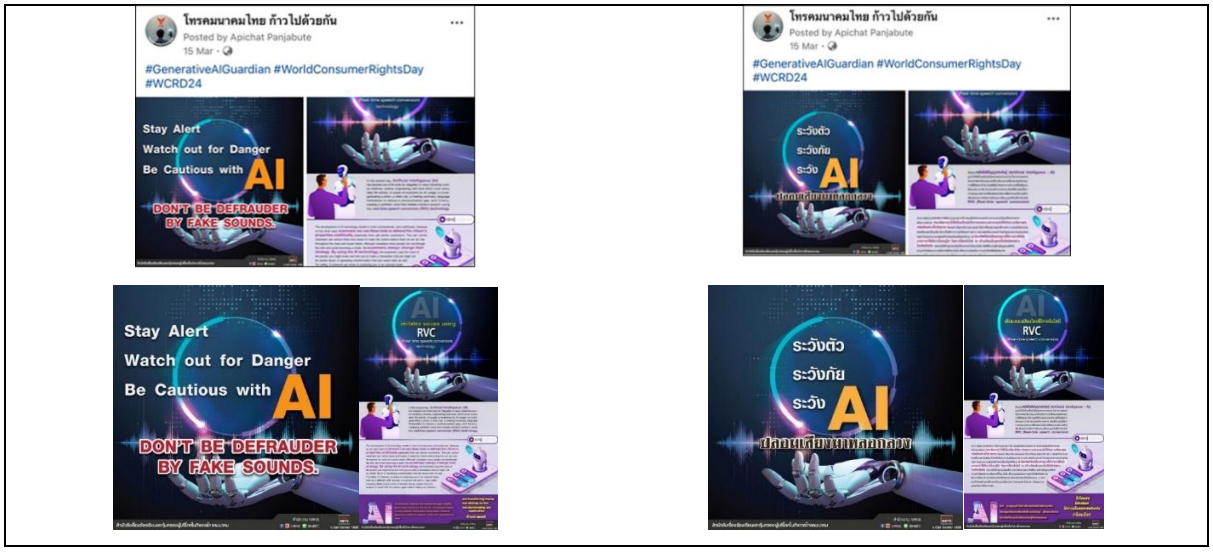
- อินโฟกราฟิกภาพ เรื่อง “ระวังหมายเลขเดียวกับคอลเซ็นเตอร์ธนาคาร”





ภาพ 3.3 อินโฟกราฟิกภาพ เรื่อง “ระวังหมายเลขเดียวกับคอลเซ็นเตอร์ธนาคาร”

- อินโฟกราฟิกภาพ เรื่อง “ระวังตัว ระวังภัย ระวัง AI ปลอมเสียงมาหลอกลวง” ในรูปแบบภาษาไทยและภาษาอังกฤษ



ภาพ 3.4 อินโฟกราฟิกภาพ เรื่อง “ระวังตัว ระวังภัย ระวัง AI ปลอมเสียงมาหลอกลวง” ในรูปแบบภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

- อินโฟกราฟิกภาพ เรื่อง “วันตระหนักรู้ในการเข้าถึงอย่างเท่าเทียม”



ภาพ 3.5 อินโฟกราฟิกภาพ เรื่อง “วันตระหนักรู้ในการเข้าถึงอย่างเท่าเทียม”

- อินโฟกราฟิกภาพ เรื่อง “วันคุ้มครองผู้บริโภคไทย”



ภาพ 3.6 อินโฟกราฟิกภาพ เรื่อง “วันคุ้มครองผู้บริโภคไทย”

- อินโฟกราฟิกภาพ เรื่อง “การตรวจสอบหมายเลขโทรศัพท์มือถือว่าตรงกับชื่อบัญชีธนาคารโมบายแบงก์กิ้งที่ใช้บริการหรือไม่”



ภาพ 3.7 อินโฟกราฟิกภาพ เรื่อง “การตรวจสอบหมายเลขโทรศัพท์มือถือว่าตรงกับชื่อบัญชีธนาคารโมบายแบงก์กิ้งที่ใช้บริการหรือไม่”

- อินโฟกราฟิกภาพ เรื่อง “ตอบข้อสงสัย เมื่อกด *179*บัตรประจำตัวประชาชน# โทรออก” แล้วเลขบัตรประจำตัวประชาชนไม่ตรงกับเบอร์โทรศัพท์มือถือ ต้องทำอย่างไร”



ภาพ 3.8 อินโฟกราฟิกภาพ เรื่อง “ตอบข้อสงสัย เมื่อกด *179*บัตรประจำตัวประชาชน# โทรออก” แล้วเลขบัตรประจำตัวประชาชนไม่ตรงกับเบอร์โทรศัพท์มือถือ ต้องทำอย่างไร”

- อินโฟกราฟิกประเภทวิดีทัศน์ เรื่อง “ยืนยันตัวตนซิมการ์ด เพื่อป้องกันการถูกระงับบริการ”



ภาพ 3.9 อินโฟกราฟิกประเภทวีดิทัศน์ เรื่อง “ยืนยันตัวตนซิมการ์ด เพื่อป้องกันการถูกระงับบริการ”

(3.2) รายการ “สายลมที่หวังดี” ตอนพิเศษ สัมภาษณ์ผู้บริหารของสำนักงาน กสทช. ในประเด็นสำคัญ ๆ ที่เกิดขึ้นตามสถานการณ์ปัจจุบัน

- สัมภาษณ์ประธาน กสทช. เรื่อง Traffy Fondue
- สัมภาษณ์ กสทช. พล.ต.อ.ดร. ณัฐธร เพราะสุนทร เรื่อง “การยืนยันตัวตนผู้ถือครองเลขหมายตั้งแต่ 6 – 100 เลขหมาย”
- สัมภาษณ์รองเลขาธิการ รักษาการแทนเลขาธิการ กสทช. นายไตรรัตน์ วิริยะศิริกุล เรื่อง “สำนักงาน กสทช. กับการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม”



ภาพ 3.10 รายการ “สายลมที่หวังดี” ตอนพิเศษ สัมภาษณ์ผู้บริหารสำนักงาน กสทช.

(4) การรับแจ้งปัญหาจากประชาชนจากการใช้บริการด้านกิจการโทรคมนาคม และกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ผ่านแพลตฟอร์มบริหารจัดการปัญหาเมือง (Traffy Fondue)

สำนักงาน กสทช. ได้จัดแถลงข่าวเปิดตัวช่องทางการแจ้งปัญหาจากการใช้บริการกิจการโทรคมนาคมและกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ผ่านแพลตฟอร์มบริหารจัดการปัญหาเมือง (Traffy Fondue) เมื่อวันที่ 5 สิงหาคม 2567 ซึ่งเปิดใช้ช่องทางอย่างเป็นทางการ เมื่อวันที่ 12 สิงหาคม 2567 โดยได้รับเกียรติจาก ศาสตราจารย์คลินิก นพ.สรณ บุญใบชัยพฤกษ์ ประธาน กสทช. นายไตรรัตน์ วิริยะศิริกุล รสทช. รก. ลสทช. และ ดร.วสันต์ ภัทรอธิคม ผู้ช่วยผู้อำนวยการสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) เข้าร่วมการแถลงข่าวครั้งนี้ การรับแจ้งปัญหาผ่าน Traffy Fondue จะเป็นช่องทางเพิ่มเติมสำหรับรับแจ้งปัญหาจากการใช้บริการด้านกิจการโทรคมนาคม กิจการกระจายเสียง และโทรทัศน์ และปัญหาสายสื่อสารจากประชาชน เพื่ออำนวยความสะดวก เพิ่มประสิทธิภาพและความรวดเร็วในการรับและแก้ไขปัญหาได้อย่างทันท่วงที ทั้งนี้ ในช่วงแรกของการนำ Traffy Fondue มาใช้ในการรับแจ้งปัญหา ประชาชนสามารถรับแจ้งปัญหาเกี่ยวกับการใช้บริการได้ ดังนี้

1) ปัญหาด้านกิจการโทรคมนาคม ได้แก่

(1) การได้รับข้อความสั้น (SMS) ต้องการให้ปิดกั้น SMS รบกวน และ SMS คิดเงินโดยไม่ได้สมัครใช้บริการ

(2) การคิดค่าบริการผิดพลาด ถูกเรียกเก็บค่าบริการที่ชำระแล้ว หลังจากยกเลิกบริการแล้ว

(3) บริการคงสิทธิเลขหมาย (MNP)

2) ปัญหาด้านกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ได้แก่

(1) ตรวจสอบเหตุขัดข้องที่เกิดจากบริการโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิก

(2) ตรวจสอบการเรียกเก็บค่าบริการ

3) ปัญหาสายสื่อสาร

ทั้งนี้ หากประชาชนได้รับความเดือดร้อนจากการใช้บริการ และไม่ได้รับการแก้ไขปัญหาเมื่อแจ้งมา Traffy Fondue แล้ว ประชาชนสามารถร้องเรียนตามกระบวนการปกติได้ที่ผู้ให้บริการโดยตรง หรือสำนักงาน กสทช. โทรฟรี 1200



ภาพ 3.11 การแถลงข่าวเปิดตัวช่องทางการแจ้งปัญหาจากการใช้บริการกิจการโทรคมนาคม และกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ผ่านแพลตฟอร์มบริหารจัดการปัญหาเมือง (Traffy Fondue)

1.2 ผลการดำเนินการและบริหารงานของ กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม ประจำปี 2567

สถิติเรื่องร้องเรียนสะสมนับตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม – 30 พฤศจิกายน 2567 มีดังนี้

(1) สถิติเรื่องร้องเรียนสะสม จำแนกตามระยะเวลาการดำเนินการ

สำนักงาน กสทช. รับและดำเนินการตามประกาศ กสทช. เรื่อง กระบวนการรับและพิจารณาเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการประกอบกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2559 (ประกาศฯ) ระหว่างวันที่ 1 มกราคม ถึง 30 พฤศจิกายน 2567 โดยจำแนกตามระยะเวลาการดำเนินการ ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 3.1 สถิติเรื่องร้องเรียนสะสมของสำนักงาน กสทช. จำแนกตามระยะเวลาการดำเนินการ

เรื่องร้องเรียนทั้งหมด (เรื่อง)	ระยะเวลาการดำเนินการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียน (เรื่องที่ดำเนินการแล้วเสร็จ)						เรื่องอยู่ระหว่างดำเนินการ	
	ภายใน 30 วัน (เรื่อง)	ภายใน 31-60 วัน (เรื่อง)	ภายใน 61-90 วัน (เรื่อง)	มากกว่า 90 วัน (เรื่อง)	รวม (เรื่อง)	ร้อยละ	จำนวน (เรื่อง)	ร้อยละ
1,374	528	300	84	98	1,010	73.51	364	26.49

(2) สถิติเรื่องร้องเรียนสะสม จำแนกตามประเภทบริการ

ตาราง 3.2 สถิติเรื่องร้องเรียนสะสมของสำนักงาน กสทช. จำแนกตามประเภทบริการ

บริการ	ดำเนินการแล้วเสร็จ (เรื่อง)	ระหว่างดำเนินการ (เรื่อง)	ทั้งหมด (เรื่อง)
- โทรศัพท์เคลื่อนที่	704	315	1,019
- อินเทอร์เน็ต	303	36	339
- การตั้งสถานีวิทยุคมนาคม/เสาสัญญาณ	1	12	13
- โทรศัพท์ประจำที่	2	1	3
รวม	**1,010**	**364**	**1,374**

(3) สถิติเรื่องร้องเรียนสะสม จำแนกตามผู้ให้บริการ

ตาราง 3.3 สถิติเรื่องร้องเรียนสะสมของสำนักงาน กสทช. จำแนกตามผู้ให้บริการ

ลำดับ	ผู้ให้บริการ	ดำเนินการแล้วเสร็จ (เรื่อง)	ระหว่างดำเนินการ (เรื่อง)	รวม (เรื่อง)
1	บริษัท ทรู มูฟ เอช ยูนิเวอร์แซล คอมมิวนิเคชั่น จำกัด	246	126	372
2	บริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวอร์ค จำกัด	277	90	367
3	บริษัท ดีแทค ไตรเน็ต จำกัด	180	106	286
4	บริษัท ทริปเปิลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน)	167	11	178
5	บริษัท โทรคมนาคมแห่งชาติ จำกัด (มหาชน)	77	16	93
6	บริษัท ทรู อินเทอร์เน็ต คอร์ปอเรชั่น จำกัด	57	11	68
7	ผู้ให้บริการรายอื่น ๆ	6	2	8
8	ไม่ทราบผู้ให้บริการ/ไม่ระบุ	0	2	2
ทั้งหมด		**1,010**	**364**	**1,374**

* บริษัท ดีแทค ไตรเน็ต จำกัด เปลี่ยนเป็น บริษัท ทรู มูฟ เอช ยูนิเวอร์แซล คอมมิวนิเคชั่น จำกัด (True – Dtac) มีผลตั้งแต่วันที่ 4 สิงหาคม 2566

(4) สถิติเรื่องร้องเรียนสะสม จำแนกตามกลุ่มลักษณะปัญหา

ตาราง 3.4 สถิติเรื่องร้องเรียนสะสมของสำนักงาน กสทช. จำแนกตามกลุ่มลักษณะปัญหา

ลำดับ	กลุ่มลักษณะปัญหา	ดำเนินการแล้วเสร็จ (เรื่อง)	ระหว่างดำเนินการ (เรื่อง)	รวม (เรื่อง)
1	คุณภาพสัญญาณ QoS	322	203	525
2	ปัญหาเกี่ยวกับการให้บริการ	280	68	348
3	การยกเลิกบริการ	218	31	249
4	การคิดค่าบริการผิดพลาด	116	28	144

ลำดับ	กลุ่มลักษณะปัญหา	ดำเนินการแล้วเสร็จ (เรื่อง)	ระหว่างดำเนินการ (เรื่อง)	รวม (เรื่อง)
5	ปัญหาเกี่ยวกับการได้รับข้อความสั้น SMS	61	16	77
6	สิทธิความเป็นส่วนตัวและข้อมูลส่วนบุคคล	9	6	15
7	การตั้งสถานีวิทยุคมนาคม/เสาสัญญาณ	1	12	13
8	การให้ข้อมูลไม่ถูกต้อง ไม่ครบถ้วน	3	0	3
ทั้งหมด		**1,010**	**364**	**1,374**

(5) สถิติเรื่องร้องเรียนสะสม จำแนกตามประเด็นปัญหาสูงสุด 5 อันดับแรกของแต่ละประเภทบริการ

(5.1) บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่สะสม

ตาราง 3.5 สถิติเรื่องร้องเรียนที่ดำเนินการตามประกาศฯ สะสมสูงสุด 5 ลำดับแรก เกี่ยวกับบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของสำนักงาน กสทช. จำแนกตามประเด็นปัญหา

ลำดับ	ประเด็นปัญหา	ดำเนินการแล้วเสร็จ (เรื่อง)	ระหว่างดำเนินการ (เรื่อง)	รวม (เรื่อง)
1	คุณภาพสัญญาณอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่ดี (QoS Data)	209	118	327
2	คุณภาพสัญญาณโทรศัพท์และอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่ดี (QoS Voice & Data)	81	74	155
3	ถูกระงับ/ยกเลิกเลขหมายและต้องการเลขหมายคืน	58	14	72
4	SMS คิดเงินโดยไม่ได้สมัคร	54	11	65
5	คิดค่าบริการผิดพลาด	38	13	51

(5.2) บริการอินเทอร์เน็ตประจำที่สะสม

ตาราง 3.6 สถิติเรื่องร้องเรียนที่ดำเนินการตามประกาศฯ สะสมสูงสุด 5 อันดับแรก เกี่ยวกับบริการอินเทอร์เน็ตประจำที่ของสำนักงาน กสทช. จำแนกตามประเด็นปัญหา

ลำดับ	ประเด็นปัญหา	ดำเนินการแล้วเสร็จ (เรื่อง)	ระหว่างดำเนินการ (เรื่อง)	รวม (เรื่อง)
1	ไม่สามารถยกเลิกบริการโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย	182	18	200
2	ไม่สามารถใช้งานอินเทอร์เน็ตได้ตามปกติ	20	4	24
3	ไม่สามารถเปลี่ยนโปรโมชันได้	17	4	21
4	ความเร็วที่ใช้งานได้ต่ำกว่าที่ทำสัญญาไว้	15	2	17
5	ถูกคิดค่าบริการไม่เป็นธรรม	12	0	12

(5.3) บริการโทรศัพท์ประจำที่สะสม

ตาราง 3.7 สถิติเรื่องร้องเรียนที่ดำเนินการตามประกาศฯ สะสมเกี่ยวกับบริการโทรศัพท์ประจำที่ของสำนักงาน กสทช. จำแนกตามประเด็นปัญหา

ลำดับ	ประเด็นปัญหา	ดำเนินการแล้วเสร็จ (เรื่อง)	ระหว่างดำเนินการ (เรื่อง)	รวม (เรื่อง)
1	คิดค่าบริการผิดพลาด	1	0	1
2	ไม่สามารถใช้งานโทรศัพท์พื้นฐานได้ตามปกติ	1	0	1
3	ต้องการยกเลิกบริการ	0	1	1

(5.4) การตั้งสถานีวิทยุคมนาคม/เสาสัญญาณโทรทัศน์มือถือสะสม

ตาราง 3.8 สถิติเรื่องร้องเรียนที่ดำเนินการตามประกาศฯ สะสมเกี่ยวกับการตั้งสถานีวิทยุคมนาคม/เสาสัญญาณโทรทัศน์มือถือของสำนักงาน กสทช. จำแนกตามประเด็นปัญหา

ประเด็นปัญหา	ดำเนินการแล้วเสร็จ (เรื่อง)	ระหว่างดำเนินการ (เรื่อง)	รวม (เรื่อง)
การตั้งสถานีวิทยุคมนาคม/เสาสัญญาณ	1	12	13

(6) สถิติเรื่องร้องเรียนสะสม จำแนกตามช่องทางการรับเรื่องร้องเรียน

ตาราง 3.9 สถิติเรื่องร้องเรียนสะสมของสำนักงาน กสทช. จำแนกตามช่องทางการรับเรื่องร้องเรียน

ลำดับ	ช่องทางการแจ้งเรื่องร้องเรียน	จำนวน (เรื่อง)	ร้อยละ
1	ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์	823	59.90
2	Call Center 1200	392	28.53
3	หน่วยงานของรัฐ	100	7.28
4	เดินทางมาด้วยตนเอง	28	2.04
5	เว็บไซต์	20	1.46
6	จดหมาย	8	0.58
7	ช่องทางอื่น	2	0.15
8	โซเชียลมีเดีย	1	0.07
ทั้งหมด		**1,374**	**100**

1.3 มาตรการและการกำกับดูแล การกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค ของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม ประจำปี 2567

สำนักงาน กสทช. (รท.) ได้กำหนดมาตรการกำกับดูแลทางปกครองแก่ผู้ให้บริการที่มีการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคตามประกาศ กสทช. เรื่อง การกระทำที่น่าจะเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม โดยอาศัยการใช้เครือข่ายหรือการโฆษณาอันมีลักษณะเป็นการค้ากำไรเกินควรหรือก่อให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญ พ.ศ. 2558 (ประกาศการกระทำที่น่าจะเป็นการเอาเปรียบฯ) โดยที่ผ่านมาสำนักงาน กสทช. ได้บังคับทางปกครองโดยการออกคำสั่งให้ผู้ให้บริการระงับการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคโดยทันที และมีคำสั่งทางปกครองให้ผู้ให้บริการชำระค่าปรับทางปกครองตามที่เกณฑ์กำหนด ในกรณีที่ผู้ให้บริการฝ่าฝืน หรือไม่ปฏิบัติตามคำสั่งดังกล่าว เพื่อให้เป็นไปตามบทบัญญัติของกฎหมายและเป็นการคุ้มครองผู้บริโภค

1.4 บันทึก สถิติ การบังคับใช้กฎหมาย ประกาศต่าง ๆ ของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม ประจำปี 2567

กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ได้มีการพิจารณาเรื่องร้องเรียนและบังคับใช้กฎหมายและที่กำหนดในประกาศ ต่าง ๆ ของสำนักงาน กสทช. เช่น ประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์การจัดสรรและบริหารเลขหมายโทรคมนาคม พ.ศ. 2563 และประกาศ กทช. เรื่อง มาตรฐานสัญญาให้บริการโทรคมนาคม พ.ศ. 2549 เป็นต้น โดยมีสถิติเรื่องร้องเรียนตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม ถึงวันที่ 30 พฤศจิกายน 2567 จำนวนทั้งสิ้น 1,374 เรื่อง โดยมีเรื่องร้องเรียนที่ผู้ใช้บริการได้รับการแก้ไขปัญหาจากผู้รับใบอนุญาตจนได้รับความพึงพอใจและประสงค์ที่จะยุติเรื่องร้องเรียนแล้ว จำนวน 1,010 เรื่อง ซึ่งมีเรื่องร้องเรียนที่อยู่ระหว่างดำเนินการ จำนวน 364 เรื่อง และเรื่องร้องเรียนที่พิจารณาโดย กสทช. หรือ เลขาธิการ กสทช. จำนวน 27 เรื่อง

1.5 ผลการดำเนินงานเกี่ยวกับกลุ่มเปราะบาง ของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม ประจำปี 2567

1) มาตรการการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม “การผลักดันแพ็กเกจโทรศัพท์เคลื่อนที่สำหรับคนพิการ เพิ่มโอกาสในการเข้าถึงบริการโทรคมนาคมอย่างเท่าเทียม”

ได้สอดคล้องกับอำนาจหน้าที่ตามมาตรา 17 ของ พ.ร.บ. การประกอบกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2544 ที่กำหนดให้ กสทช. มีหน้าที่จัดให้มีการบริการโทรคมนาคมพื้นฐานโดยทั่วถึง และให้มีอำนาจกำหนดให้ผู้รับใบอนุญาตต้องจัดให้มีบริการอำนวยความสะดวกในการใช้บริการโทรคมนาคมสาธารณะสำหรับคนพิการ เด็ก คนชรา และผู้ด้อยโอกาสในสังคม สำนักงาน กสทช. โดย รท. จึงมีการประชุมหารือร่วมกับผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคมเพื่อกำหนดแนวทางการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ บริการอินเทอร์เน็ต และรายการส่งเสริมการขายสำหรับคนพิการ ให้สามารถเข้าถึงบริการโทรคมนาคมได้อย่างเหมาะสม

เมื่อวันที่ 27 เมษายน 2567 สำนักงาน กสทช. โดย กสทช. ต่อพงศ์ เสลานนท์ และนายสุทธิศักดิ์ ตันตะโยธิน รสทช. สายงานกิจการโทรคมนาคม พร้อมกับผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ จำนวน 3 ราย ประกอบด้วย บริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวอร์ค จำกัด หรือ AWN บริษัท โทรคมนาคมแห่งชาติ จำกัด (มหาชน) หรือ NT และบริษัท ทรู มูฟ เอช ยูนิเวอร์แซล คอมมิวนิเคชั่น จำกัด หรือ True Move H ได้ร่วมกันแถลงข่าวเกี่ยวกับแพ็กเกจโทรศัพท์เคลื่อนที่และส่วนลดราคาสำหรับคนพิการ เพื่อเป็นการผลักดันและส่งเสริมให้ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่จัดทำแพ็กเกจเสริมและส่วนลดค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้งระบบเติมเงิน

และรายเดือนในหลายรูปแบบ รวมทั้งเป็นการสนับสนุนประชาชนกลุ่มคนพิการทุกประเภท รวมถึงผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ ให้สามารถเข้าถึงบริการโทรคมนาคมได้ในราคาประหยัด โดยแพ็กเกจของผู้ให้บริการทั้ง 3 ราย มีรายละเอียดดังนี้

(1) AWN ได้ออกแพ็กเกจเสริมสำหรับคนพิการทุกประเภท แบ่งออกเป็น แพ็กเกจอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงสุด 1 GB ราคาเดือนละ 66 บาท และแพ็กเกจใช้อินเทอร์เน็ตและโทร ความเร็วสูงสุด 8 GB โทร 100 นาที ราคาเดือนละ 66 บาท เริ่มจำหน่ายตั้งแต่วันที่ 27 เมษายน 2567 เป็นต้นไป

(2) True Move H ได้ออกแพ็กเกจเสริมสำหรับคนพิการทุกประเภท และผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ แบ่งออกเป็น แพ็กเกจอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงสุด 10 GB ราคาเดือนละ 66 บาท และแพ็กเกจใช้อินเทอร์เน็ตและโทร ความเร็วสูงสุด 8 GB โทร 100 นาที ราคาเดือนละ 66 บาท เริ่มจำหน่ายตั้งแต่วันที่ 27 เมษายน 2567 เป็นต้นไป

(3) NT ได้ออกแพ็กเกจเสริม แบบเติมเงิน สำหรับผู้พิการทุกประเภทสามารถใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็ว 4 Mbps จำนวน 50 GB FUP 384 Kbps พร้อมสิทธิ์โทรในเครือข่าย NT ได้ฟรีไม่จำกัด ทั้ง mobile และ Fixed Line ค่าบริการเดือนละ 100 บาท โดยเริ่มจำหน่ายตั้งแต่วันที่ 27 เมษายน 2567 เป็นต้นไป

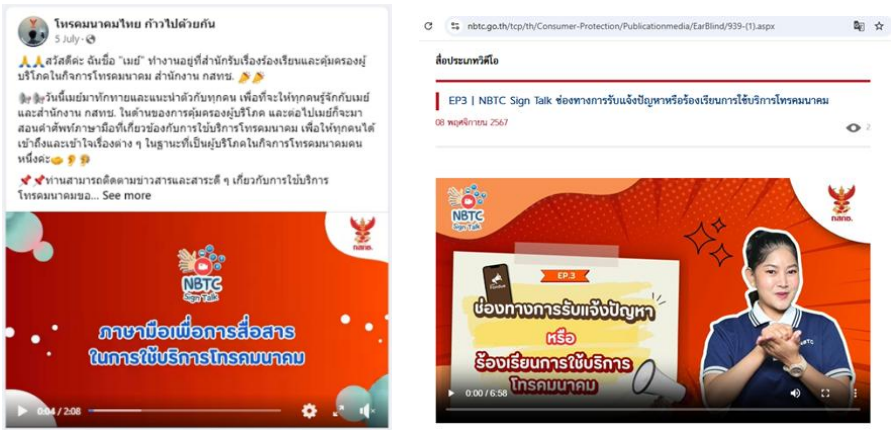


ภาพ 3.12 อินโฟกราฟิกผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่จัดทำแพ็กเกจเสริมและส่วนลดค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้งระบบเติมเงินและรายเดือนในหลายรูปแบบ

2) จัดทำสื่อให้ความรู้เพื่อเตือนภัยและสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม มีรายละเอียดดังนี้

(2.1) รายการ NBTC Sign Talk : ภาษามือเพื่อการสื่อสารในการใช้บริการโทรคมนาคม เป็นรายการที่ให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่และอินเทอร์เน็ตอย่างเท่าทัน และสิทธิพื้นฐานของผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคมในยุคดิจิทัล รวมถึงการอัปเดตข่าวสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ดำเนินรายการโดยคนหูหนวก รายการ NBTC Sign Talk ดำเนินการผลิตและเผยแพร่คลิปผ่านเว็บไซต์ http://nbtc.go.th และเฟซบุ๊ก “โทรคมนาคมไทย ก้าวไปด้วยกัน” ปัจจุบันรายการ NBTC Sign Talk ได้เผยแพร่แล้ว จำนวน 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 สำนักงาน กสทช. กับงานคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม
ตอนที่ 2 บริการโทรคมนาคมคืออะไร
ตอนที่ 3 ช่องทางการรับแจ้งปัญหาหรือร้องเรียนการใช้บริการโทรคมนาคม



ภาพ 3.13 สื่อให้ความรู้เพื่อเตือนภัยและสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค ในกิจการโทรคมนาคม

(2.2) รายการ “สายลมที่หวังดี” : เป็นรายการพอดแคสต์ (Podcasts) ที่นำเสนอความรู้และข่าวสารเกี่ยวกับการใช้บริการโทรคมนาคมในยุคดิจิทัลและการเตือนภัยมิจฉาชีพในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งผู้ดำเนินรายการเป็นคนพิการทางสายตา นอกจากนี้ รายการยังได้ผลิตตอนพิเศษสัมภาษณ์ผู้บริหารของสำนักงาน กสทช. ในประเด็นสำคัญ ๆ ที่เกิดขึ้นตามสถานการณ์ปัจจุบันด้วย โดยดำเนินการผลิตและเผยแพร่คลิปผ่านเว็บไซต์ http://nbtc.go.th และเฟซบุ๊ก “โทรคมนาคมไทย ก้าวไปด้วยกัน” ปัจจุบันรายการ “สายลมที่หวังดี” ได้เผยแพร่แล้ว จำนวน 7 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เรื่อง การยืนยันตัวตนซิมโทรศัพท์มือถือ
ตอนที่ 2 เรื่อง ระวังตัว ระวังภัย ระวัง AI ปลอมเสียงมาหลอกลวง
ตอนที่ 3 เรื่อง โปรโมชันเสริมราคาดี ได้ทั้งเน็ตและโทรฟรี เพื่อคนพิการ
ตอนที่ 4 เรื่อง SMS กวนใจ คิดเงินได้ไง ยังไม่ได้สมัคร
ตอนที่ 5 เรื่อง เสริมสร้างเกราะป้องกัน รู้เท่าทันภัยไซเบอร์
ตอนที่ 6 เรื่อง Traffy Fondue ช่องทางรับแจ้งปัญหาจากการใช้บริการโทรคมนาคม
ตอนพิเศษ เรื่อง วันตระหนักรู้ในการเข้าถึงอย่างเท่าเทียม หรือ Global Accessibility Awareness Day สัมภาษณ์ กสทช. ต่อพงศ์ เสลานนท์



ภาพ 3.14 รายการพอดแคสต์ (Podcasts) นำเสนอความรู้และข่าวสารเกี่ยวกับการใช้บริการโทรคมนาคม

(2.3) สื่ออินโฟกราฟิกต่าง ๆ

- อินโฟกราฟิก เรื่อง “Romance Scam : หลอกให้รัก หลอกให้โอน ภัยหลอกลวงผู้สูงอายุ”
- อินโฟกราฟิก เรื่อง ช่องทางร้องเรียนปัญหาต่อผู้ให้บริการโทรคมนาคม
- อินโฟกราฟิก เรื่อง 5 วิธีป้องกันไม่แพ้มิจฉาชีพ



ภาพ 3.15 สื่ออินโฟกราฟิกต่าง ๆ ให้ความรู้เพื่อเตือนภัยและสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม

- สถานที่ตั้งทำการสำนักงาน กสทช. ภาค และสำนักงาน กสทช. เขต

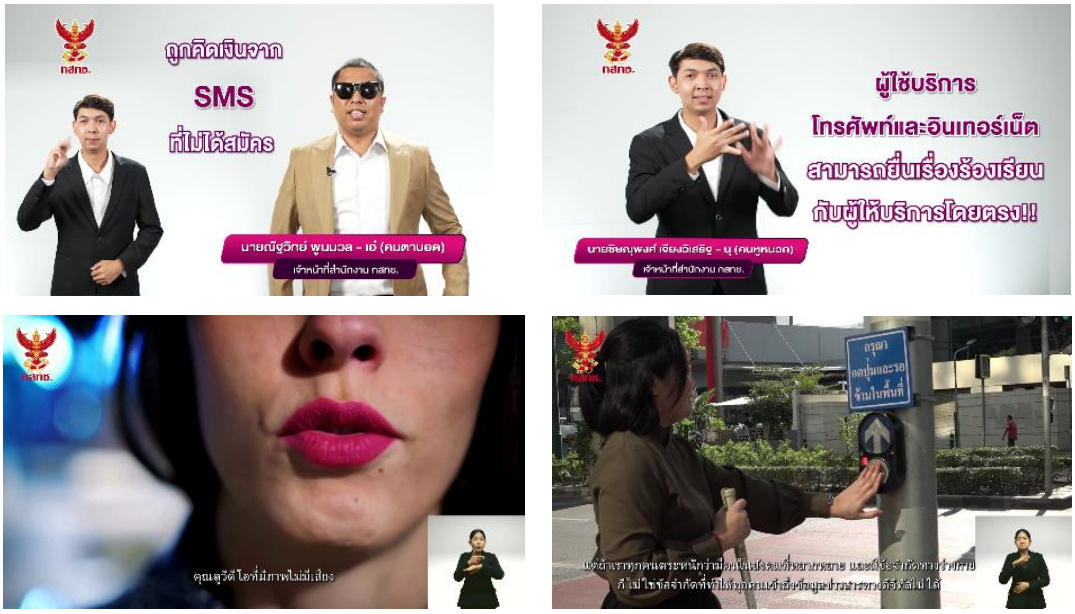


ภาพ 3.16 สื่ออินโฟกราฟิกต่าง ๆ สถานที่ตั้งทำการสำนักงาน กสทช. ภาค และสำนักงาน กสทช. เขต

- ตำราผู้นำเครือข่ายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม



ภาพ 3.17 ภาพหน้าปกตำราผู้นำเครือข่ายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม



ภาพ 3.18 ภาพเคลื่อนไหวของการประชาสัมพันธ์ให้กับกลุ่มคนพิการอย่างเท่าเทียม

(3) จัดการอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อสร้างกลุ่มเครือข่ายผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคมในกลุ่มคนพิการ

มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจในเรื่องสิทธิผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม และเรื่องที่เกี่ยวข้องให้กับกลุ่มคนพิการเพื่อนำองค์ความรู้ที่ได้รับไปถ่ายทอดต่อในชุมชนของตนเอง และเพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของคนพิการ และรับฟังแลกเปลี่ยนความคิดเห็น รวมถึงข้อเสนอแนะในการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม สำหรับมาปรับใช้กับแผนการดำเนินงานในอนาคตต่อไป ซึ่งกำหนดจัดการอบรมฯ ทั้งสิ้น 2 ครั้ง มีจำนวนผู้เข้าร่วมอบรมครั้งละ 78 คน ประกอบด้วย กสทช. และผู้ปฏิบัติงานประจำ กสทช. 3 คน ผู้แทนจาก รท. 10 คน วิทยากรภายนอก 5 คน และคนพิการ 60 คน ทั้งนี้ รท. ได้จัดการอบรมฯ ครบทั้ง 2 ครั้ง ดังนี้

ครั้งที่ 1 คนพิการทางการได้ยิน : วันที่ 27 เมษายน 2567 ณ กรุงเทพมหานคร

ครั้งที่ 2 คนพิการทางการเห็น : วันที่ 18 พฤษภาคม 2567 ณ กรุงเทพมหานคร



ภาพ 3.19 จัดการอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อสร้างกลุ่มเครือข่ายผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคมในกลุ่มคนพิการ

(4) จัดการอบรมเชิงปฏิบัติการล่ามภาษามือเพื่อการถ่ายทอด เรื่อง สิทธิของผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม แก่คนพิการด้านการได้ยินหรือสื่อความหมาย

มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม สำหรับการถ่ายทอดคนพิการด้านการได้ยินหรือสื่อความหมาย และสร้างความร่วมมือในการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งกำหนดจัดการอบรมฯ เมื่อวันที่ 16 – 17 พฤศจิกายน 2567 ณ กรุงเทพมหานคร มีจำนวนผู้เข้าร่วมอบรมครั้งละ 68 คน ประกอบด้วย วิทยากร ล่ามภาษามือ ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ของสำนักงาน กสทช.



ภาพ 3.20 ภาพการจัดการอบรมเชิงปฏิบัติการล่ามภาษามือเพื่อการถ่ายทอด

2. ผลการดำเนินการและบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ประจำปี 2567

2.1 การพัฒนาความเข้มแข็งของผู้บริโภคและการพัฒนาและเพิ่มความสามารถของประชาชนในการรู้เท่าทันสื่อ

ในปี 2567 ได้ดำเนินการพัฒนาความเข้มแข็งของผู้บริโภค การส่งเสริมการรวมกลุ่ม รวมถึงการสร้างความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ และการส่งเสริมให้ผู้บริโภคมีความเข้มแข็งและสามารถปกป้องคุ้มครองสิทธิของตนเองได้ ซึ่งสอดคล้องกับแผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2563 – 2568) ที่ได้กำหนดยุทธศาสตร์ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคมิให้ถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ตลอดจนการส่งเสริมสิทธิเสรีภาพของประชาชนในการรับรู้ เข้าถึง และใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารในโลกดิจิทัลอย่างเท่าเทียม โดยมีเป้าหมายให้มีการส่งเสริมการรวมกลุ่มและการมีส่วนร่วมของประชาชนในการเป็นเครือข่ายผู้บริโภคผู้ชม – ผู้ฟัง ที่เข้มแข็งอย่างเป็นระบบ รวมทั้งมีการพัฒนากลไกความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐในการส่งเสริมและคุ้มครองผู้บริโภคอย่างเป็นระบบ ซึ่ง กสทช. และสำนักงาน กสทช. ได้ดำเนินการ ดังนี้

(1) การจัดอบรมเชิงปฏิบัติการเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจเครือข่ายเฝ้าระวังทางวัฒนธรรมและคุ้มครองผู้บริโภคสื่อ

เพื่อให้เครือข่ายเกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ มีความตื่นตัว เข้มแข็ง รู้จักปกป้องตนเองจากผลกระทบของสื่อ รวมถึงสามารถเข้าถึง เข้าใจ และใช้สื่ออย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนมีทักษะการรู้ทันสื่อ มีความฉลาดทางดิจิทัลครอบคลุมทั้งความรู้ ทักษะ ทัศนคติ และค่านิยมที่จำเป็นต่อการใช้ชีวิตในฐานะสมาชิกของโลกออนไลน์ และนำไปใช้ได้จริงใน

บริบทและสถานการณ์การสื่อสารในยุคใหม่ และเข้ามามีส่วนร่วมในการติดตามการนำเสนอของสื่อ การจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยน สะท้อนความคิดเห็น หรือการรณรงค์ทางสังคมได้อย่างเหมาะสมในพื้นที่ของตนเอง โดยพัฒนากลไกความร่วมมือกับกระทรวงวัฒนธรรมซึ่งเป็นหน่วยงานภาครัฐในการส่งเสริมและคุ้มครองผู้บริโภคสื่ออย่างเป็นระบบ ถือเป็นกลไกที่สำคัญในการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนอย่างแท้จริง ซึ่งการอบรมเชิงปฏิบัติการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจให้เครือข่ายเฝ้าระวังทางวัฒนธรรมและคุ้มครองผู้บริโภคสื่อครอบคลุม 77 จังหวัด จังหวัดละ 10 คน รวมเป็นจำนวนทั้งสิ้น 770 คน ทั้งนี้ การจัดอบรมเชิงปฏิบัติการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเครือข่ายเฝ้าระวังทางวัฒนธรรมและคุ้มครองผู้บริโภคสื่อ ส่งผลให้เครือข่ายผู้บริโภคเกิดความรู้ ความเข้าใจ ความตระหนักรู้ในสิทธิของผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (วิทยุและโทรทัศน์) เพื่อให้สามารถติดตามการทำงานของผู้ให้บริการวิทยุและโทรทัศน์ และสามารถแจ้งเบาะแสหรือร้องเรียนต่อ กสทช. และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ รวมทั้งมีแนวโน้มที่จะขยายผลความรู้ไปยังครอบครัว ชุมชน และสังคมต่อไป โดยสำนักงาน กสทช. ได้ดำเนินการดังต่อไปนี้

(1.1) การจัดสัมมนาเพื่อสร้างความเข้าใจให้กับผู้ประสานงานเครือข่ายเฝ้าระวังทางวัฒนธรรมและคุ้มครองผู้บริโภคสื่อ ระหว่างวันที่ 2 - 3 กันยายน 2567 ณ จังหวัดนนทบุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างองค์ความรู้ให้กับแกนนำเครือข่ายเฝ้าระวังทางวัฒนธรรม และเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคสื่อ เกิดความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม และสามารถถ่ายทอดส่งต่อองค์ความรู้ให้ประชาชนสามารถเข้าถึง เข้าใจ และใช้สื่ออย่างมีประสิทธิภาพ



ภาพ 3.21 การสัมมนาเพื่อสร้างความเข้าใจให้กับผู้ประสานงานเครือข่ายเฝ้าระวังทางวัฒนธรรมและคุ้มครองผู้บริโภคสื่อ

(1.2) การจัดอบรมเชิงปฏิบัติการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่เครือข่ายเฝ้าระวังทางวัฒนธรรมและคุ้มครองผู้บริโภคสื่อ มีวัตถุประสงค์เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ มีความตื่นตัว เข้มแข็ง รู้จักปกป้องตนเองจากผลกระทบของสื่อ รวมถึงสามารถเข้าถึง เข้าใจ และใช้สื่ออย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนมีทักษะการรู้ทันสื่อ มีความฉลาดทางดิจิทัลครอบคลุมทั้งความรู้ ทักษะ ทัศนคติ และค่านิยมที่จำเป็นต่อการใช้ชีวิตในฐานะสมาชิกของโลกออนไลน์ และนำไปใช้ได้จริงในบริบทและสถานการณ์การสื่อสารในยุคใหม่ และเข้ามามีส่วนร่วมในการติดตามการนำเสนอของสื่อ การจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยน สะท้อนความคิดเห็น หรือการรณรงค์ทางสังคมได้อย่างเหมาะสมในพื้นที่ของตนเอง โดยจัดอบรม จำนวน 11 ครั้ง ดังนี้

ครั้งที่	ภูมิภาค	วันที่	สถานที่
1	ภาคกลางตะวันตก	5-6 กันยายน 2567	โรงแรมวิสม่า จ.ราชบุรี
2	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง	13-14 กันยายน 2567	โรงแรมริมปาว จ.กาฬสินธุ์
3	ภาคกลางตะวันออก	19-20 กันยายน 2567	เฮลท์แลนด์ รีสอร์ท แอนด์ สปา จ.ชลบุรี
4	ภาคกลางตอนบน	26-27 กันยายน 2567	โรงแรมสองพันบุรี จ.สุพรรณบุรี
5	ภาคกลางตอนล่าง	3-4 ตุลาคม 2567	โรงแรมทวาราวดี รีสอร์ท จ.ปราจีนบุรี
6	ภาคใต้ตอนบน	10-11 ตุลาคม 2567	โรงแรมเดอะ ลีฟ ออน เดอะ แซนด์ จ.พังงา

ครั้งที่	ภูมิภาค	วันที่	สถานที่
7	ภาคใต้ตอนล่าง	17-18 ตุลาคม 2567	โรงแรมสินเกียรติบุรี จ.สตูล
8	ภาคเหนือตอนบน	24-25 ตุลาคม 2567	โรงแรมแสน เชียงราย จ.เชียงราย
9	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน	7-8 พฤศจิกายน 2567	โรงแรมอมันตา จ.หนองคาย
10	ภาคเหนือตอนล่าง	21-22 พฤศจิกายน 2567	โรงแรมสุโขทัยเทรเซอร์ จ.สุโขทัย
11	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง	28 - 29 พฤศจิกายน 2567	โรงแรมอุบลบุรี จ.อุบลราชธานี



ภาพ 3.22 การจัดอบรมเชิงปฏิบัติการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเครือข่ายเฝ้าระวังทางวัฒนธรรม และคุ้มครองผู้บริโภคสื่อ

(2) สำนักงาน กสทช. ลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือกับ 21 หน่วยงาน หนุนพลังภาคีด้านการส่งเสริมให้ประชาชนเข้าถึงและใช้ประโยชน์ทางดิจิทัลได้อย่างหลากหลาย เท่าเทียม และรู้เท่าทัน

สำนักงาน กสทช. โดยสำนักรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ได้จัดพิธีลงนามบันทึกข้อตกลง “ความร่วมมือด้านการส่งเสริมให้ประชาชนเข้าถึงและใช้ประโยชน์ทางดิจิทัลได้อย่างหลากหลาย เท่าเทียม และรู้ทัน” เมื่อวันที่ 1 ตุลาคม 2567 ณ โรงแรมอัศวิน แกรนด์คอนเวนชัน กรุงเทพมหานคร ร่วมกับสถานศึกษา หน่วยงานภาคประชาสังคม จำนวน 21 หน่วยงาน ประกอบด้วย มหาวิทยาลัยศิลปากร มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาวิทยาลัยศรีปทุม มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา มหาวิทยาลัยสวนดุสิต มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่น มหาวิทยาลัยนครพนม มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี มหาวิทยาลัยทักษิณ มูลนิธิอินเทอร์เน็ตร่วมพัฒนาไทย มูลนิธิเครือข่ายเพื่อนกะเทยเพื่อสิทธิมนุษยชน มูลนิธิภูมิปัญญาชาติพันธุ์ และสมาคมเพื่อสันติภาพชายแดนใต้ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อบูรณาการความร่วมมือด้านการส่งเสริมให้เกิดองค์ความรู้ในการสอนเรื่องสื่อ การรู้เท่าทันสื่อ และขับเคลื่อนให้ประชาชนสามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์ทางดิจิทัลได้อย่างหลากหลาย เท่าเทียม

และรู้เท่าทัน ตลอดจนเพื่อส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมในการเผยแพร่องค์ความรู้ในการรู้เท่าทันสื่อร่วมกัน และสามารถนำไปขยายผลได้อย่างมีประสิทธิภาพ





ภาพ 3.23 การจัดพิธีลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือกับ 21 หน่วยงาน

ทั้งนี้ สำนักงาน กสทช. ได้จัดการประชุมระดมความคิดเห็นเพื่อกำหนดแนวทางและจัดทำแผนการขับเคลื่อนการดำเนินงานภายใต้บันทึกข้อตกลงความร่วมมือด้านการส่งเสริมให้ประชาชนสามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์ทางดิจิทัลได้อย่างหลากหลาย เท่าเทียม และรู้เท่าทัน (พ.ศ.2567 – 2572) ระหว่างวันที่ 18 - 19 ธันวาคม 2567 เพื่อกำหนดแนวทางและจัดทำแผนการดำเนินการขับเคลื่อนงานด้านการส่งเสริมให้ประชาชนสามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์ทางดิจิทัลได้อย่างหลากหลาย เท่าเทียม และรู้เท่าทัน ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันและเป็นรูปธรรมชัดเจนมากยิ่งขึ้น โดยมีผู้แทนหน่วยงานทั้ง 21 แห่ง ในการระดมความคิดเห็น และพิจารณากำหนดแนวทางและจัดทำแผนการขับเคลื่อนการดำเนินงานภายใต้บันทึกข้อตกลงความร่วมมือด้านการส่งเสริมให้ประชาชนสามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์ทางดิจิทัลได้อย่างหลากหลาย เท่าเทียมและรู้เท่าทัน (พ.ศ.2567 – 2572) เพื่อให้ทุกหน่วยงานสามารถบูรณาการแผนงาน/โครงการ/กิจกรรม และงบประมาณได้อย่างมีประสิทธิภาพ นำไปสู่การปฏิบัติและการติดตามและประเมินผลได้อย่างเป็นรูปธรรม โดยมีกรอบแนวทางการขับเคลื่อน 3 ประเด็น ได้แก่ ประเด็นที่ 1 การบูรณาการความร่วมมือด้านการส่งเสริม ให้เกิดองค์ความรู้ในการสอนเรื่องสื่อ การรู้เท่าทันสื่อ ประเด็นที่ 2 การขับเคลื่อนให้ประชาชนสามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์ทางดิจิทัลได้อย่างหลากหลาย เท่าเทียม และรู้เท่าทัน ประเด็นที่ 3 การเผยแพร่องค์ความรู้ ในการรู้เท่าทันสื่อ โดยมีผู้เข้าร่วมประชุมจำนวน 48 คน โดยเข้าร่วมผ่านช่องทางออนไลน์ระบบ Cisco Webex จำนวน 20 คน และเข้าร่วมประชุม ณ โรงแรมสวิสโซเทล กรุงเทพ รัชดา จำนวน 28 คน

(3) การจัดอบรมสร้างองค์ความรู้ให้แก่กลุ่มความหลากหลายทางเพศและหลากหลายทางสังคม

สำนักงาน กสทช. โดยสำนักรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ได้มีจัดอบรมการรู้จักสื่อรู้จักสิทธิให้กับเครือข่ายผู้บริโภค กลุ่มความหลากหลายทางเพศและหลากหลายทางสังคม (ระดับภูมิภาค) จำนวน 4 ครั้ง ดังนี้

- ครั้งที่ 1 ภาคเหนือ วันที่ 6-7 มกราคม 2567 ณ จังหวัดเชียงใหม่
- ครั้งที่ 2 ภาคใต้ วันที่ 20-21 มกราคม 2567 ณ จังหวัดปัตตานี
- ครั้งที่ 3 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ วันที่ 27 - 28 มกราคม 2567 ณ จังหวัดขอนแก่น
- ครั้งที่ 4 ภาคกลาง วันที่ 3 - 4 กุมภาพันธ์ 2566 ณ กรุงเทพมหานคร

การจัดอบรมดังกล่าวอยู่ภายใต้โครงการส่งเสริมความเข้มแข็งเครือข่ายผู้บริโภคสื่อกลุ่มความหลากหลายทางเพศและหลากหลายทางสังคม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความตระหนักรู้ มีความสามารถในการเลือกรับและใช้ประโยชน์ของข้อมูลข่าวสารด้วยกระบวนการคิดวิเคราะห์และการใช้เหตุผล เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของตนให้รู้เท่าทันสื่อ ตลอดจนสามารถมีส่วนร่วมในการติดตามเฝ้าระวัง แลกเปลี่ยนเรียนรู้

การสะท้อนความคิดเห็นและมีส่วนร่วมในสังคม รวมถึงสามารถผลิตสื่อสำหรับใช้ในการสื่อสารและรณรงค์สร้างความเข้าใจกับสังคมเกี่ยวกับประเด็นความหลากหลายทางเพศและหลากหลายทางสังคมได้อย่างสร้างสรรค์และเหมาะสมภายใต้บริบทของแต่ละพื้นที่ โดยมีกลุ่มเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการส่งเสริมความเข้มแข็งเครือข่ายผู้บริโภค โดยมีกลุ่มความหลากหลายทางเพศและกลุ่มความหลากหลายทางสังคมใน 4 ภูมิภาค ได้แก่ 1) เครือข่ายเด็กและเยาวชนต้นกล้าชนเผ่าพื้นเมือง ภาคเหนือ 2) เครือข่าย Look South Peace ภาคใต้ 3) เครือข่ายเยาวชน SEED Thailand ภาคกลาง และ 4) เครือข่ายสภาเด็กและเยาวชน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภูมิภาคละ 40 คน รวมทั้งสิ้น 160 คน



ภาพ 3.24 การจัดอบรมการรู้จักสื่อรู้จักสิทธิให้กับเครือข่ายผู้บริโภค กลุ่มความหลากหลายทางเพศและหลากหลายทางสังคม (ระดับภูมิภาค)

(4) การจัดเวทีเพื่อการเรียนรู้และประเมินสถานการณ์ความร่วมมือระหว่างเครือข่ายผู้บริโภคกลุ่มความหลากหลายทางเพศและหลากหลายทางสังคม

สำนักงาน กสทช. โดยสำนักรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ได้มีจัดเวทีเพื่อการเรียนรู้และประเมินสถานการณ์ความร่วมมือระหว่างเครือข่ายผู้บริโภคกลุ่มความหลากหลายทางเพศ และหลากหลายทางสังคม เมื่อวันที่ 14 พฤษภาคม 2567 ณ โรงแรมพูลแมน คิงเพาเวอร์ กรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อติดตามผลการดำเนินงานและแลกเปลี่ยนประสบการณ์การทำงานระดับพื้นที่ รวมทั้งแนวทางการปรับปรุงและประเมินผลการดำเนินงานเพื่อต่อยอดความสำเร็จที่เกิดขึ้น และสร้างกลไกการมีส่วนร่วมที่สำคัญของโครงการ ซึ่งการจัดกิจกรรมสร้างสรรค์ และถอดบทเรียนการมีส่วนร่วมในการถ่ายทอดองค์ความรู้แก่เด็กและเยาวชนในระดับพื้นที่ โดยมีแกนนำเครือข่ายเด็กและเยาวชน ได้แก่ 1) เครือข่ายเด็กและเยาวชนต้นกล้าชนเผ่าพื้นเมือง ภาคเหนือ 2) เครือข่ายเยาวชน SEED Thailand ภาคกลาง 3) เครือข่ายสภาเด็กและเยาวชน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และ 4) เครือข่าย Look South Peace ภาคใต้ เข้าร่วมภูมิภาคละ 4 คน ณ กรุงเทพมหานคร และมีสมาชิกเครือข่ายเข้าร่วมเวทีในรูปแบบออนไลน์ ภูมิภาคละ 40 คน รวมจำนวนทั้งสิ้น 180 คน



ภาพ 3.25 การจัดเวทีเพื่อการเรียนรู้และประเมินสถานการณ์ความร่วมมือระหว่างเครือข่ายผู้บริโภคกลุ่มความหลากหลายทางเพศและหลากหลายทางสังคม

(5) การจัดเวทีเพื่อการเรียนรู้และประเมินสถานการณ์ความร่วมมือเครือข่ายผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ภายใต้โครงการพัฒนาความร่วมมือเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์

สำนักงาน กสทช. โดยสำนักรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ได้จัดเวทีเพื่อการเรียนรู้และประเมินสถานการณ์ความร่วมมือเครือข่ายผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ภายใต้โครงการพัฒนาความร่วมมือเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ เมื่อวันที่ 4 เมษายน 2567 ณ โรงแรมเบสเวสเทิร์น พลัสแวนดาแกรนด์ กรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการเรียนรู้และประเมินสถานการณ์ความร่วมมือเครือข่ายผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ภายใต้โครงการพัฒนาความร่วมมือเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ในรูปแบบผสมผสาน (Hybrid) ระหว่าง Onsite โดยมีแกนนำเครือข่ายผู้บริโภคสื่อวิทยุ - โทรทัศน์ จำนวน 13 จังหวัด ประกอบด้วย จังหวัดปทุมธานี เชียงใหม่ ชัยนาท ลำปาง สงขลา ปัตตานี กาญจนบุรี เลย กำแพงเพชร กรุงเทพมหานคร นครพนม พิษณุโลก และร้อยเอ็ด ผู้เชี่ยวชาญประจำโครงการและเจ้าหน้าที่สำนักงาน กสทช. ที่เกี่ยวข้องรวมจำนวนทั้งสิ้น 40 คน พร้อมรายงานผลการดำเนินภารกิจ 3 กิจกรรมผ่านการประชุมทางไกล Zoom Meeting





ภาพ 3.26 การจัดเวทีเพื่อการเรียนรู้และประเมินสถานการณ์ความร่วมมือเครือข่ายผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์

(6) การจัดเวทีการเรียนรู้เพื่อการรณรงค์และเผยแพร่ผ่านสื่อสร้างสรรค์ และจัดประกวดผลงานโครงการรู้ Kid รู้ทันสื่อ ภายใต้ชื่องาน “มหกรรมคนมีฤทธิ์ รู้ Kid รู้ทันสื่อ”

สำนักงาน กสทช. โดยสำนักรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ได้จัดเวทีการเรียนรู้เพื่อการรณรงค์และเผยแพร่ผ่านสื่อสร้างสรรค์ และจัดประกวดผลงานโครงการรู้ Kid รู้ทันสื่อ ระหว่างวันที่ 11 – 12 พฤษภาคม 2567 ณ โรงแรมเซ็นทารา ไลฟ์ ศูนย์ราชการและคอนเวนชัน เซ็นเตอร์ แจ้งวัฒนะ จังหวัดนนทบุรี เพื่อเป็นการรวมพลังภาคีเครือข่ายขับเคลื่อนงานรู้เท่าทันสื่อและการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ในการจัดการเรียนการสอนหรือการเรียนรู้ และการจัดกิจกรรมรณรงค์ รวมทั้งการเผยแพร่องค์ความรู้ผ่านสื่อสร้างสรรค์ เพื่อให้เกิดกระบวนการรู้เท่าทันสื่อของประชาชนในยุคดิจิทัลที่ผสมผสานศิลปะหรือวัฒนธรรมในแต่พื้นที่ท้องถิ่นมาให้เกิดการสร้างการรับรู้ ประกอบด้วย สถาบันการศึกษา และองค์กรต่าง ๆ ครอบคลุมทุกภูมิภาค รวม 5 ภูมิภาค (ภาคเหนือ ภาคใต้ ภาคกลาง ภาคตะวันออก และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ) จำนวน 50 แห่ง โดยมีตัวแทนสถาบันการศึกษาและองค์กรต่าง ๆ เข้าร่วมรวมทั้งสิ้นกว่า 200 คน





ภาพ 3.27 การจัดเวทีการเรียนรู้เพื่อการรณรงค์และเผยแพร่ผ่านสื่อสร้างสรรค์และจัดประกวดผลงานโครงการรู้ Kid รู้ทันสื่อ

2.2 การดำเนินการเกี่ยวกับเรื่องร้องเรียนของผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์

(1) การรับและพิจารณาเรื่องร้องเรียนของผู้ใช้บริการตามกระบวนการภายใต้ประกาศ กสทช.

สำนักงาน กสทช. โดย สำนักรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ และสำนักที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย สำนักกำกับผัง เนื้อหารายการและพัฒนาผู้ประกาศในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ สำนักกำกับการใช้คลื่นความถี่ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ สำนักการอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ สำนักการอนุญาตประกอบกิจการโครงข่าย สิ่งอำนวยความสะดวกและเครื่องวิทยุคมนาคม สำนักรับรองมาตรฐานวิศวกรรมในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ และสำนักส่งเสริมการแข่งขันและกำกับดูแลกันเอง ได้ดำเนินการรับและพิจารณาเรื่องร้องเรียนของผู้ใช้บริการตามกระบวนการภายใต้ประกาศ กสทช. เรื่อง การกำหนดขั้นตอนและระยะเวลาแล้วเสร็จในการพิจารณาคำขอหรือคำร้องเรียนด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ และกระบวนการรวบรวมข้อเท็จจริงตามประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการรวบรวมข้อเท็จจริงเกี่ยวกับการกระทำความผิดในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ที่มีโทษทางปกครอง พ.ศ. 2556 และจัดทำข้อวิเคราะห์และข้อเสนอต่อ กสทช. เพื่อพิจารณาตามประกาศ กสทช. เรื่อง การกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2555 และประกาศ กสทช. เรื่อง มาตรฐานของสัญญาการให้บริการโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิก พ.ศ. 2556

ผู้ใช้บริการสามารถยื่นเรื่องร้องเรียนมายังสำนักงาน กสทช. ได้ผ่านช่องทางการรับเรื่องร้องเรียนที่หลากหลายและสามารถเข้าถึงได้ เช่น จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ 1200@nbtc.go.th โทรศัพท์ Call Center 1200 (โทรฟรี) Application จดหมายหรือร้องเรียนด้วยตนเอง หรือช่องทางการรับแจ้งปัญหาเรื่องร้องเรียนในกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมและปัญหาสายสื่อสาร (Traffy Fondue) เว็บไซต์ https://1200.nbtc.go.th/contact/ Facebook : NBTC1200/ LINE : @NBTC1200 และ Mobile application ทั้งนี้ คนพิการ (คนหูหนวก/คนตาบอด) สามารถเลือกใช้บริการที่เข้าถึงช่องทางการร้องเรียนได้อย่างสะดวกโดยในภาพรวมสำนักงาน กสทช. ได้พิจารณาเรื่องร้องเรียนเป็นไปตามกรอบระยะเวลาหรือเร็วกว่าที่ได้กำหนด โดยตามกระบวนการและขั้นตอน สรุปได้ดังนี้

1) การมอบหมายผู้รับผิดชอบที่ชัดเจน เพื่อการดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพ

2) การแจ้งการรับเรื่องร้องเรียนไปยังผู้ร้องเรียน รวมทั้งสืบค้นข้อเท็จจริงจากผู้รับใบอนุญาตผู้ให้บริการ และจากแหล่งอื่น ๆ และประสานความร่วมมือกับหน่วยงานรัฐและหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องในกรณีที่มีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยง เช่น สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) และสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.)

3) การพิจารณาตามกระบวนการขั้นตอนโดยคณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ประกอบด้วย ผู้เชี่ยวชาญด้านการคุ้มครองผู้บริโภคและด้านที่เกี่ยวข้อง เพื่อจัดทำข้อเสนอต่อ กสทช. ในการพิจารณาต่อไป

4) การดำเนินการตามมติที่ประชุม กสทช. เช่น การมีคำสั่งทางปกครองต่อผู้รับใบอนุญาตที่มีการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค การยุติเรื่องร้องเรียน หรือการประสานแจ้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

5) การแจ้งผลการพิจารณา การดำเนินการ และแจ้งสิทธิของผู้บริโภคฯ ให้ผู้ร้องเรียนทราบ

6) การมีเงื่อนไขให้ผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลจัดทำกลไกการรับเรื่องร้องเรียนเป็นการเฉพาะ และให้รายงานผลการแก้ไขปัญหาต่อ กสทช. ทุก 6 เดือน

ประชาชนและผู้ร้องเรียนสามารถติดตามการดำเนินการของเรื่องร้องเรียนและผลการดำเนินการทางเว็บไซต์สำนักงาน กสทช. และช่องทางของสำนักงาน กสทช. ที่ได้จัดทำขึ้น เช่น ระบบฐานข้อมูลรับเรื่องร้องเรียน ระบบฐานข้อมูลในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ซึ่งเป็นระบบที่ให้ความสะดวกกับประชาชนในการติดตามและตรวจสอบการดำเนินการเรื่องร้องเรียนได้ กรณีประชาชนประสบปัญหาการโฆษณายา อาหาร และผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผิดกฎหมาย ประชาชนสามารถร้องเรียนมายังสำนักงาน กสทช. ได้ทั้งในส่วนกลางและในส่วนภูมิภาคหรือร้องเรียนผ่านทาง Call Center 1200 หรือ E-mail : 1200@nbtc.go.th

นอกจากนี้ สำนักงาน กสทช. ได้นำระบบ Traffy Fondue มาใช้ในการรับแจ้งปัญหาของผู้ใช้บริการหรือผู้ที่ได้รับความเดือดร้อนเสียหายจากการใช้บริการในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ โดยตั้งแต่วันที่ 12 สิงหาคม 2567 ถึงวันที่ 3 ตุลาคม 2567 มีเรื่องที่ได้รับแจ้งจำนวนทั้งสิ้น 1 เรื่อง ได้แก่ เรื่องสัญญาณการรับชมโทรทัศน์ จากการตรวจสอบพบว่า ผู้ร้องเรียนซื้อกล่องรับสัญญาณเถื่อนจาก Shopee ที่ไม่ผ่านการรับรองมาตรฐานฯ จากสำนักงาน กสทช. จึงไม่สามารถดำเนินการแก้ไขได้

สำหรับสถิติการรับและจัดการเรื่องร้องเรียนของผู้ใช้บริการหรือผู้ที่ได้รับความเดือดร้อนเสียหายจากการใช้บริการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ 1200@nbtc.go.th โทรศัพท์ Call Center 1200 (โทรฟรี) ระหว่างวันที่ 1 มกราคม ถึง 15 กันยายน 2567 มีจำนวนทั้งสิ้น 73 เรื่อง จำแนกได้ดังนี้

(1.1) เรื่องร้องเรียนที่อยู่ในความรับผิดชอบของสำนักรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ตามประกาศฯ จำนวนทั้งสิ้น 34 เรื่อง

(1.2) เรื่องร้องเรียนที่อยู่ในความรับผิดชอบของสำนักอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องในสายงานกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ จำนวนทั้งสิ้น 39 เรื่อง โดยสามารถจำแนกตามประเภทเรื่องร้องเรียนดังปรากฏในตาราง

ตาราง 3.10 สถิติเรื่องร้องเรียนที่เกี่ยวข้องกับการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์แยกตามประเภทเรื่องร้องเรียน

ลำดับที่	ประเภทเรื่องร้องเรียน	ปี 2567 (เรื่อง)
1	เรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการใช้เครือข่ายหรือการโฆษณาอันมีลักษณะเป็นการค้ากำไรเกินควรหรือก่อให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญในประการที่น่าจะเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค	34
2	เรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับเนื้อหารายการ และผังรายการในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ และเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการออกอากาศที่เป็นเท็จ	15
3	เรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการใช้คลื่นความถี่เพื่อกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์	7
4	เรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการรบกวนการรับส่งหรือแพร่สัญญาณเสียง หรือภาพของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ และเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการใช้และเชื่อมต่อโครงข่ายในการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์	4
5	เรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการตรวจสอบคุณสมบัติและการประกอบกิจการของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ และเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการโฆษณาหารายได้ของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์	1
6	เรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการกระทำการอันเป็นการผูกขาดการประกอบกิจการสื่อมวลชนหลายประเภทในกิจการเดียวกัน หรือครองสิทธิข้ามสื่อและเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการออกอากาศที่ละเมิดสิทธิ เสรีภาพ เกียรติยศชื่อเสียง สิทธิในครอบครัว หรือความเป็นอยู่ส่วนตัวของบุคคลที่ได้รับความเสียหาย	12
7	เรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับมาตรฐานของเครื่องวิทยุคมนาคมและอุปกรณ์ในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์	-
รวมทั้งสิ้น		**73**

***หมายเหตุ** ภารกิจในการดำเนินการเรื่องร้องเรียนในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ แบ่งได้ดังนี้

1) สำนักรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ มีภารกิจในการดำเนินการเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการใช้เครือข่ายหรือการโฆษณาอันมีลักษณะเป็นการค้ากำไรเกินควรหรือก่อให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญในประการที่น่าจะเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค

2) สำนักกำกับผัง เนื้อหารายการและพัฒนาผู้ประกาศในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ มีภารกิจในการดำเนินการเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับเนื้อหารายการ และผังรายการในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ และเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการออกอากาศที่เป็นเท็จ

3) สำนักกำกับการใช้คลื่นความถี่ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ มีภารกิจในการดำเนินการเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการใช้คลื่นความถี่เพื่อกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์

4) สำนักการอนุญาตประกอบกิจการโครงข่าย สิ่งอำนวยความสะดวก และเครื่องวิทยุคมนาคม มีภารกิจในการดำเนินการเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการรบกวนการรับส่งหรือแพร่สัญญาณเสียงหรือภาพของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ และเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการใช้และเชื่อมต่อโครงข่ายในการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

5) สำนักการอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ มีภารกิจในการดำเนินการเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการตรวจสอบคุณสมบัติและการประกอบกิจการของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ และเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการโฆษณาหารายได้ของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์

6) สำนักรับรองมาตรฐานวิศวกรรมในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ มีภารกิจในการดำเนินการเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับมาตรฐานของเครื่องวิทยุคมนาคมและอุปกรณ์ในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

7) สำนักส่งเสริมการแข่งขันและกำกับดูแลกันเอง มีภารกิจในการดำเนินการเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการกระทำการอันเป็นการผูกขาดการประกอบกิจการสื่อมวลชนหลายประเภทในกิจการเดียวกันหรือครองสิทธิข้ามสื่อและเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการออกอากาศที่ละเมิดสิทธิ เสรีภาพ เกียรติยศชื่อเสียง สิทธิในครอบครัว หรือความเป็นอยู่ส่วนตัวของบุคคลที่ได้รับความเสียหาย

(2) โครงการจัดจ้างที่ปรึกษาศึกษารูปแบบแนวทาง และสถิติข้อมูลการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียนของต่างประเทศ (Benchmark) เพื่อนำมาไว้ใช้เทียบเคียงกับกรณีของประเทศไทย

สำนักงาน กสทช. สำนักรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ได้ดำเนินโครงการการจัดจ้างที่ปรึกษาเพื่อศึกษารูปแบบแนวทาง และสถิติข้อมูลการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียนของต่างประเทศ (Benchmark) เพื่อนำมาไว้ใช้เทียบเคียงกับกรณีของประเทศไทย โดยมีการศึกษาข้อมูล เนื้อหากฎหมาย มาตรการต่าง ๆ ที่ใช้ในการพิจารณาเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ในต่างประเทศ โดยมุ่งเน้นศึกษาความหลากหลายในการรับและจัดการเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการให้บริการด้านการสื่อสาร ด้านกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ (Broadcasting) ด้านการให้บริการแบบหลอมรวม (Convergence) ด้านการให้บริการแบบควบรวม (Bundle service) ด้านการให้บริการเนื้อหาผ่านอินเทอร์เน็ต (Over the top) ฯลฯ ของหน่วยงานการกำกับดูแลในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และหน่วยงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องในต่างประเทศ จำนวน 6 ประเทศ ครอบคลุมในประเด็นต่าง ๆ เช่น ช่องทางการรับเรื่องร้องเรียน ขั้นตอนการรับเรื่องร้องเรียน ผู้รับผิดชอบในการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียน ระยะเวลาในการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียน การเปิดเผยข้อมูลเรื่องร้องเรียน ผลของการพิจารณาเรื่องร้องเรียน และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น เพื่อนำมาไว้ใช้เทียบเคียงกับกรณีของประเทศไทยและผลการศึกษาจากเปรียบเทียบ (Benchmarking) แนวปฏิบัติที่ดีในการจัดการข้อร้องเรียนในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ นอกจากนี้ที่ปรึกษาฯ ได้จัดสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อรับฟังความคิดเห็นจากผู้บริโภคและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ครอบคลุมทุกภูมิภาครวม 4 ภูมิภาค (ภาคเหนือ ภาคใต้ ภาคกลาง และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ) จำนวน 4 แห่ง โดยมีผู้เข้าร่วมประชุมทั้งในส่วนของประชาชน หน่วยงาน และผู้ให้บริการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ จำนวน 41 คน



ภาพ 3.28 การจัดสนทนากลุ่ม (Focus Group) ศึกษารูปแบบแนวทางและสถิติข้อมูลการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียนของต่างประเทศ (Benchmark) เพื่อนำมาใช้เทียบเคียงกับกรณีของประเทศไทย

(3) การศึกษาและพัฒนาขั้นตอนการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียนของผู้ใช้บริการในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

กสทช. มีคำสั่ง ที่ 8/2567 ลงวันที่ 9 กุมภาพันธ์ 2567 แต่งตั้งคณะอนุกรรมการศึกษาการศึกษาและพัฒนาขั้นตอนการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียนของผู้ใช้บริการในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม (อนุกรรมการฯ) โดยให้มีอำนาจหน้าที่ในการศึกษา รวบรวมปัญหาและข้อขัดข้องในการรับและพิจารณาเรื่องร้องเรียนและจัดทำข้อเสนอแนะในการแก้ไขปรับปรุงระเบียบประกาศและหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานตามอำนาจหน้าที่ของ กสทช. ตามที่ได้รับมอบหมายและนำเสนอที่ประชุม กสทช. เพื่อพิจารณาต่อไป โดยให้มีระยะเวลาการปฏิบัติหน้าที่ 6 เดือน ซึ่งครบกำหนดเมื่อวันที่ 19 กรกฎาคม 2567

คณะอนุกรรมการฯ ได้ศึกษา รวบรวม ปัญหาและข้อขัดข้องในการรับและพิจารณาเรื่องร้องเรียนในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ตลอดจนจัดทำร่างระเบียบ กสทช. ว่าด้วยหลักเกณฑ์การรับและพิจารณาเรื่องร้องเรียนด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. ... เพื่อพัฒนาระบบ กลไก รวมถึงแนวคิด กระบวนการในการรับและพิจารณาเรื่องร้องเรียนในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อให้การปฏิบัติงานของสำนักงาน กสทช. ที่เกี่ยวข้องเป็นไปอย่างรอบคอบ มีประสิทธิภาพ และเกิดความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหาให้กับผู้ใช้บริการภายใต้เงื่อนไข วิธีการปฏิบัติให้สอดคล้องเท่าทันกับการพัฒนาของเทคโนโลยี ปัจจุบันอยู่ระหว่างนำเสนอร่างดังกล่าวต่อที่ประชุม กสทช. เพื่อพิจารณาต่อไป

2.3 มาตรการและการกำกับดูแลการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์

(1) ในปี 2567 ได้ดำเนินการเฝ้าระวังการออกอากาศรายการหรือการโฆษณา เช่น การโฆษณาอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ เนื่องจากมีผลกระทบต่อการได้รับข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพที่ไม่ถูกต้อง เสียทรัพย์สิน ตลอดจนทำให้ขาดโอกาสทางการรักษา และเป็นอันตรายต่อสุขภาพและชีวิต มีการโฆษณาสินค้าความเชื่อที่ยังไม่สามารถพิสูจน์ได้ด้วยหลักเหตุผลหรือวิทยาศาสตร์ (เครื่องรางของขลัง) เป็นต้น ในการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (ผู้รับใบอนุญาตฯ)/ผู้ทดลองประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง (ผู้ทดลองฯ) ตามประกาศ กสทช. เรื่อง การกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2555 ซึ่งมีการดำเนินการกำกับดูแลกรณีโฆษณาอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผิดกฎหมาย หรือการดำเนินการในลักษณะเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ โดยปรากฏผลการดำเนินการในปี 2567 ดังตาราง 3.11

ตาราง 3.11 การกำกับดูแลการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ปี 2567

การกำกับดูแลการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ปี 2567					
ประเภทกิจการ	จำนวนทั้งหมด	จำนวนที่เฝ้าระวัง	พบการกระทำความผิดและมีคำสั่งระงับการโฆษณาเป็นการชั่วคราว	คำสั่งให้ระงับการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบฯ (ราย)	คำสั่งปรับทางปกครอง (ราย)
ดิจิทัลทีวี	25	25	-	-	-
ทีวีดาวเทียม	464	310	20	-	-
กระจายเสียง	3,738	3,584	67	5	-

(2) สำนักงาน กสทช. ได้นำเสนอประเด็นปัญหาจากการดำเนินงานตามข้อ (1) ตามกระบวนการรวบรวมข้อมูล ข้อเท็จจริง การกำหนดมาตรการบังคับทางปกครองและโทษทางปกครองต่อคณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ในการประชุมฯ ครั้งที่ 9/2567 ระหว่างวันที่ 23 - 24 มิถุนายน 2567 โดยที่ประชุมคณะอนุกรรมการฯ ได้พิจารณาหลักการและขั้นตอนการกำหนดมาตรการบังคับทางปกครองและโทษทางปกครองต่อผู้ประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ที่มีการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ตามประกาศ กสทช. เรื่อง การกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2555 และมีมติให้สำนักงาน กสทช. พิจารณาปรับปรุงแนวทางการดำเนินงานเพื่อให้กระบวนการกำหนดมาตรการบังคับทางปกครองและโทษทางปกครองเป็นไปโดยถูกต้อง ครบถ้วน สำนักงาน กสทช. จึงได้จัดการประชุมเชิงปฏิบัติการระหว่างสายงานกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์และสายงานกิจการภูมิภาค เพื่อจัดทำข้อเสนอในการปรับปรุงมาตรการทางปกครองต่อผู้ประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ที่มีการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผิดกฎหมายและพิจารณาแนวทางการนับระยะเวลาการโฆษณาของผู้รับใบอนุญาตฯ/ผู้ทดลองฯ ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ปัจจุบันอยู่ระหว่างการนำเสนอเลขาธิการ กสทช. เพื่อพิจารณาก่อนนำเสนอคณะอนุกรรมการฯ และ กสทช. พิจารณาต่อไป

(3) นอกจากการปรับปรุงกระบวนการรวบรวมข้อมูล ข้อเท็จจริง การกำหนดมาตรการบังคับทางปกครองและโทษทางปกครองให้เกิดความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นแล้ว สำนักงาน กสทช. โดย บส. อยู่ระหว่างการจัดพิธีลงนามบันทึกข้อตกลงความเข้าใจ เรื่อง ความร่วมมือในการกำกับดูแลการโฆษณาสินค้าและบริการ การโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพหรือการดำเนินการในลักษณะเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจำนวน 11 หน่วยงาน ได้แก่ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (ดศ.) กระทรวงพาณิชย์ (พณ.) โดยกรมการค้าภายใน (กน.) กรมพัฒนาธุรกิจการค้า (พค.) กระทรวงสาธารณสุข (สธ.) โดย กรมควบคุมโรค (คร.) กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ (สบส.) กรมอนามัย (กรม อ.) สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) กระทรวงอุตสาหกรรม (อก.) โดยสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) และสำนักงานตำรวจแห่งชาติ (สตช.) โดยกองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค (บก.ปคบ.) เพื่อให้การปฏิบัติงานและการบังคับใช้กฎหมายระหว่างหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยการจัดพิธีลงนามดังกล่าวเป็นไปตามมติที่ประชุม กสทช. ครั้งที่ 22/2566 เมื่อวันที่ 23 พฤศจิกายน 2566 ซึ่งมีมติเห็นชอบบันทึกข้อตกลงความเข้าใจและให้สำนักงาน กสทช. ดำเนินการประสานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องลงนามในบันทึกข้อตกลงความเข้าใจ ทั้งนี้ พิธีลงนามบันทึกข้อตกลงความเข้าใจดังกล่าว ได้จัดในวันที่ 3 ธันวาคม 2567 ณ กรุงเทพมหานคร โดยมี

ศาสตราจารย์คลินิก นพ.สรณ บุญใบชัยพฤกษ์ ประธาน กสทช. และ กสทช. นายต่อพงศ์ เสลานนท์ และผู้บริหารของสำนักงาน กสทช. และผู้บริหารของหน่วยงานทั้ง 11 แห่ง จำนวน 130 คน เข้าร่วมพิธีลงนามดังกล่าว

(4) จากการตรวจสอบเฝ้าระวังและกำกับดูแลการประกอบกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ปรากฏข้อเท็จจริงว่า ผู้รับใบอนุญาตฯ/ผู้ทดลองฯ ยังคงมีการออกอากาศรายการหรือการโฆษณาที่มีลักษณะเป็นการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการโฆษณาอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผิดกฎหมาย การโฆษณาสินค้าหรือบริการที่มีลักษณะโอ้อวดหลอกลวงเกินจริงและทำให้เข้าใจผิดในสาระสำคัญของบริการหรือสินค้านั้น ทั้งนี้ โฆษณาเหล่านี้นอกจากจะก่อความเดือดร้อนรำคาญแล้ว หากผู้บริโภคหลงเชื่อการโฆษณาอาจจะนำไปสู่การเสียทรัพย์ สูญเสียโอกาสในการรักษาที่ถูกต้อง เสียสุขภาพ หรืออาจจะร้ายแรงถึงขั้นพิการหรือเสียชีวิตได้ สำนักงาน กสทช. จึงได้จัดทำหนังสือคู่มือการโฆษณาอย่างไรไม่ให้มีลักษณะเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์” เพื่อเป็นคู่มือแนวทางในการออกอากาศรายการหรือการโฆษณาแก่ผู้ประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ให้ปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง ไม่มีการโฆษณาที่มีลักษณะเป็นการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคฯ อันจะเป็นผลดีต่อการกำกับดูแลการประกอบกิจการ และการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ต่อไป ซึ่งอยู่ระหว่างตรวจสอบเนื้อหาคู่มือ โดยคาดว่าจะแล้วเสร็จภายในปี 2567

(5) สำนักงาน กสทช. บังคับใช้กฎหมายตามมาตรา 31 แห่งพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และประกาศ กสทช. เรื่อง การกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ พ.ศ. 2555 โดยได้ดำเนินการตามหลักการและขั้นตอนการกำหนดมาตรการบังคับทางปกครองตามมติที่ประชุม กสท. ปฏิบัติหน้าที่แทน กสทช. ครั้งที่ 8/2559 เมื่อวันที่ 29 กุมภาพันธ์ 2559 ประกอบกับมติที่ประชุม กสท. ปฏิบัติหน้าที่แทน กสทช. ครั้งที่ 18/2558 เมื่อวันที่ 6 มิถุนายน 2559 และมติที่ประชุม กสทช. ครั้งที่ 21/2565 เมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2565 ในการกำกับดูแลการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์มาอย่างต่อเนื่อง และในปี 2567 สำนักงาน กสทช. โดยสำนักรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ สำนักการอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ สำนักกฎหมายกระจายเสียงและโทรทัศน์ สำนักการอนุญาตประกอบกิจการโครงข่ายสิ่งอำนวยความสะดวกและเครื่องวิทยุคมนาคม สำนักงาน กสทช. ภาค 1 ถึง ภาค 4 และสำนักกิจการภูมิภาค ได้มีการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการเกี่ยวกับมาตรการทางปกครองต่อผู้ประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ที่มีการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผิดกฎหมายและการพิจารณาแนวทางการนับระยะเวลาการโฆษณา ระหว่างวันที่ 6 – 8 กรกฎาคม 2567 ณ จังหวัดเพชรบุรี เพื่อร่วมกันพิจารณาปรับปรุงแก้ไขกระบวนการรวบรวมข้อมูล ข้อเท็จจริงและการกำหนดมาตรการบังคับทางปกครองกรณีผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์มีการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลดขั้นตอนและระยะเวลาในการดำเนินงานในแต่ละกระบวนการให้เป็นไปโดยรวดเร็วมากยิ่งขึ้น ซึ่งที่ประชุมฯ ได้เห็นชอบหลักการและขั้นตอนการกำหนดมาตรการบังคับทางปกครองและโทษทางปกครองต่อผู้รับใบอนุญาตที่มีการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ รวมทั้งได้จัดทำข้อเสนอแนวทางและขั้นตอนในการปฏิบัติงานเพื่อให้สำนักที่เกี่ยวข้องสามารถปฏิบัติได้อย่างถูกต้องและเป็นไปในทางเดียวกัน ในการนี้ รสทช. รก. ลสทช. ได้มีบันทึก ลงวันที่ 19 พฤศจิกายน 2567 ท้ายบันทึก บส. ที่ สทช 2312/1419 ลงวันที่ 5 พฤศจิกายน 2567 รับทราบรายงานผลการประชุมเชิงปฏิบัติการเกี่ยวกับ

มาตรการทางปกครองต่อผู้ประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ที่มีการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผิดกฎหมายและการพิจารณาแนวทางการนับระยะเวลาการโฆษณาและเห็นชอบหลักการและขั้นตอนการกำหนดมาตรการบังคับทางปกครองและลงโทษทางปกครองต่อผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ที่มีการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

(5.1) ผลการดำเนินการกำกับดูแลการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ปี 2567

ตาราง 3.12 ผลการดำเนินการกำกับดูแลการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ปี 2567

ประเภทกิจการ	คำสั่งให้ระงับการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคฯ	คำสั่งปรับตาม ม.31	คำสั่งปรับตาม ม.37	เฝ้าระวังหลังจากออกคำสั่งเอาเปรียบ(พบการฝ่าฝืน)
โทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล	2	2 คำสั่ง	-	-
โทรทัศน์ดาวเทียม	-	-	-	-
วิทยุกระจายเสียง	134 คำสั่ง	71 คำสั่ง	-	86

*หมายเหตุ ข้อมูล ณ วันที่ 16 ธันวาคม 2567

(5.2) การจัดพิธีลงนามบันทึกข้อตกลงความเข้าใจ เรื่อง ความร่วมมือในการกำกับดูแลการโฆษณาสินค้าและบริการ การโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพหรือดำเนินการในลักษณะเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม

สำนักงาน กสทช. จัดพิธีลงนามบันทึกข้อตกลงความเข้าใจ เรื่อง ความร่วมมือในการกำกับดูแล การโฆษณาสินค้าและบริการการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพหรือดำเนินการในลักษณะเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ระหว่างสำนักงาน กสทช. และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จำนวน 11 หน่วยงาน ได้แก่ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงสาธารณสุข สำนักงานตำรวจแห่งชาติ กรมการค้าภายใน กรมควบคุมโรค กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กรมอนามัย สำนักงานคณะกรรมการอาหาร สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค และสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ในวันที่ 3 ธันวาคม 2567 ณ โรงแรม เดอะ เบอร์เคลีย์ ประตูน้ำ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดการบูรณาการงานคุ้มครองผู้บริโภคเกี่ยวกับการโฆษณาสินค้าและบริการการโฆษณา



ภาพ 3.29 การจัดพิธีลงนามบันทึกข้อตกลงความเข้าใจ เรื่อง ความร่วมมือในการกำกับดูแล การโฆษณาสินค้าและบริการการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพหรือดำเนินการในลักษณะเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค ในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

2.4 บันทึก สถิติ การบังคับใช้กฎหมาย ประกาศต่าง ๆ ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์

(1) ผลการจัดให้มีบริการโทรทัศน์ที่มีบริการล่ามภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง และเสียงบรรยายภาพ ในรอบครึ่งปีแรก ประจำปี 2567 ของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ที่ใช้คลื่นความถี่

ในการจัดให้มีบริการโทรทัศน์ที่มีบริการล่ามภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง และเสียงบรรยายภาพ ในรอบครึ่งปีแรก ประจำปี 2567 ของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ที่ใช้คลื่นความถี่นั้นผู้รับใบอนุญาตฯ จำนวน 25 ราย ได้ดำเนินการครบถ้วนตามหลักเกณฑ์และระยะเวลาที่กำหนดในข้อ 23 ของประกาศ กสทช. เรื่อง การส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนพิการให้เข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการโทรทัศน์ (ประกาศการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนพิการฯ (ฉบับที่ 4) โดยกำหนดให้ผู้รับในอนุญาตจัดทำบริการ ดังนี้

(1.1) กิจการบริการสาธารณะ บริการล่ามภาษามืออย่างน้อยวันละ 60 นาที บริการคำบรรยายแทนเสียงอย่างน้อยวันละ 120 นาที และบริการเสียงบรรยายภาพอย่างน้อยวันละ 60 นาที

(1.2) กิจการทางธุรกิจ บริการล่ามภาษามืออย่างน้อยวันละ 60 นาที บริการคำบรรยายแทนเสียงอย่างน้อยวันละ 60 นาที และบริการเสียงบรรยายภาพอย่างน้อยวันละ 60 นาที โดยได้จัดให้มีบริการโทรทัศน์ที่มีบริการล่ามภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง และเสียงบรรยายภาพ

โดยในครึ่งปีแรก (ระหว่างวันที่ 1 มกราคม – 30 มิถุนายน 2567) ประจำปี 2567 ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ที่ใช้คลื่นความถี่นั้นผู้รับใบอนุญาตฯ จำนวน 25 ราย ได้ดำเนินการดังตาราง 3.13

ตาราง 3.13 ผลการจัดให้มีบริการโทรทัศน์ที่มีบริการล่ามภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง และเสียงบรรยายภาพในรอบครึ่งปีแรก ปี 2567

ชื่อนิติบุคคล และชื่อช่องรายการ		ผลการจัดให้มีบริการโทรทัศน์ที่มีบริการล่ามภาษามือ คำบรรยายแทนเสียงและเสียงบรรยายภาพในรอบครึ่งปีแรก ปี 2567		
		ล่ามภาษามือ (รวมนาทีต่อวัน)	คำบรรยายแทนเสียง (รวมนาทีต่อวัน)	เสียงบรรยายภาพ (รวมนาทีต่อวัน)
1.	บริษัท บีอีซี-มัลติมีเดีย จำกัด (ช่อง 3 HD)	70 - 120 นาที	60 - 65 นาที	60 - 65 นาที
2.	บริษัท เจเคเอ็น เบสท์ ไลฟ์ จำกัด (ช่อง เจเคเอ็น18 (JKN18))	60 นาที	60 นาที	60 นาที
3.	บริษัท เอ็นบีซี เน็กซ์ วิชั่น จำกัด (ช่อง Nation TV)	60 - 100 นาที	90 - 285 นาที	90 - 285 นาที
4.	บริษัท ไทย บรอดคาสติ้ง จำกัด (ช่อง เวิร์คพอยท์ ทีวี)	60 นาที	60 นาที	60 นาที
5.	บริษัท ทรูโฟร์ยู สเตชั่น จำกัด (ช่อง True 4 U)	120 นาที	60 นาที	60 นาที
6.	บริษัท จีเอ็มเอ็ม แชนแนล จำกัด (ช่อง GMM 25)	60 นาที	60 นาที	60 นาที
7.	บริษัท อาร์.เอส.เทเลวิชั่น จำกัด (ช่อง 8)	60 นาที	60 นาที	60 นาที

ชื่อนิติบุคคล และชื่อช่องรายการ		ผลการจัดให้มีบริการโทรทัศน์ที่มีบริการล่ามภาษามือ คำบรรยายแทนเสียงและเสียงบรรยายภาพในรอบครึ่งปีแรก ปี 2567		
		ล่ามภาษามือ (รวมนาทีต่อวัน)	คำบรรยายแทนเสียง (รวมนาทีต่อวัน)	เสียงบรรยายภาพ (รวมนาทีต่อวัน)
8.	บริษัท โมโน บรอดคาซท์ จำกัด (ช่อง Mono 29)	60 - 105 นาที	60 นาที	60 นาที
9.	บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) (ช่อง 9 MCOT HD)	60 นาที	60 - 80 นาที	60 - 80 นาที
10	บริษัท วัน สามสิบเอ็ด จำกัด (ช่อง One)	60 นาที	120 นาที	60 นาที
11	บริษัท ทริปเปิล วี บรอดคาสท์ จำกัด (ช่อง ไทยรัฐทีวี)	60 นาที	60 นาที	60 นาที
12	บริษัท ไทย นิวส์ เน็ตเวิร์ค (ทีเอ็นเอ็น) จำกัด (ช่อง TNN24)	60 นาที	60 นาที	60 นาที
13	บริษัท อมรินทร์ เทเลวิชั่น จำกัด (ช่อง Amarin TV HD)	60 – 150 นาที	60 นาที	60 นาที
14	บริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด (ช่อง 7 HD)	70 - 325 นาที	60 นาที	60 นาที
15	บริษัท บางกอก มีเดีย แอนด์ บรอดคาสติ้ง จำกัด (ช่อง PPTV)	70 - 130 นาที	60 นาที	60 นาที
16	สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก (ช่อง 5)	60 นาที	120 - 320 นาที	60 นาที
17	กรมประชาสัมพันธ์ (ช่อง NBT)	60 – 679 นาที	70 – 245 นาที	70 - 215 นาที
18	สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส	60 - 90 นาที	190 - 220 นาที	60 นาที
19	สถานีวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา	60 - 520 นาที	175 - 401 นาที	115 - 180 นาที
20	สถานีโทรทัศน์ T SPORTS 7	60 นาที	120 นาที	60 นาที
21	กรมประชาสัมพันธ์ (ช่องรายการสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ภาคกลาง)	60 - 119 นาที	150 นาที	60 นาที
22	กรมประชาสัมพันธ์ (ช่องรายการสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ภาคใต้)	60 นาที	120 นาที	60 นาที
23	กรมประชาสัมพันธ์ (ช่องรายการสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)	149 - 179 นาที	180 นาที	90 นาที
24	กรมประชาสัมพันธ์ (ช่องรายการสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ภาคเหนือ)	119 นาที	120 นาที	60 นาที
25	สถานีโทรทัศน์ ALTV	60 - 120 นาที	120 - 150 นาที	60 – 90 นาที

(2) การแก้ไขเพิ่มเติมประกาศ กสทช. เรื่อง การส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนพิการให้เข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการโทรทัศน์ (ฉบับที่ 4)

สำนักงาน กสทช. ได้ดำเนินการแก้ไขเพิ่มเติมประกาศ กสทช. เรื่อง การส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนพิการให้เข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการโทรทัศน์ (ฉบับที่ 4) ซึ่งเป็นการแก้ไขเพิ่มเติม ข้อ 4, 5, 6, 23 และ 28 โดยได้ประกาศลงในราชกิจจานุเบกษา เล่ม 141 ตอนพิเศษ 147 ง เมื่อวันที่ 28 พฤษภาคม 2567 เรียบร้อยแล้ว และมีผลใช้บังคับเมื่อวันที่ 29 พฤษภาคม 2567

2.5 ผลการดำเนินงานเกี่ยวกับกลุ่มเปราะบางด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์

ในปี 2567 สำนักงาน กสทช. โดยสำนักรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ได้ดำเนินการเพื่อส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนพิการและคนด้อยโอกาสในการเข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการโทรทัศน์ได้อย่างเสมอภาคกับบุคคลทั่วไป ที่สำคัญ ดังนี้

(1) การจัดกิจกรรมให้ความรู้ การสร้างความตระหนักรู้ในสิทธิทางการสื่อสารแก่ผู้ปกครองและคนพิการทางสติปัญญาในการเข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์

สำนักงาน กสทช. โดยสำนักรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ จัดกิจกรรมให้ความรู้แก่กลุ่มผู้ปกครอง ระหว่างวันที่ 31 ตุลาคม – 2 พฤศจิกายน 2567 ณ โรงแรม ซี แซนด์ ซัน หัวหิน จังหวัดเพชรบุรี โดยมีผู้เข้าร่วมเป็นผู้ปกครองคนพิการทางสติปัญญา จำนวน 58 คน ผู้พิการทางสติปัญญา จำนวน 30 คน วิทยากร จำนวน 7 คน และผู้บริหาร พนักงานสำนักงาน กสทช. จำนวน 17 คน รวมทั้งสิ้น 112 คน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างองค์ความรู้ในเรื่องสิทธิของการเป็นผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ และการรู้เท่าทันสื่อผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ทั้ง 4 ฐาน ได้แก่ ฐานที่ 1 กิจกรรมการรู้จักสื่อ การวิวัฒนาการและประเภทของสื่อ บทบาทของผู้ใช้สื่อ นิเวศสื่อ และสภาพปัญหาในระบบนิเวศสื่อ ฐานที่ 2 รู้เท่าทันสื่อ ความหมายความสำคัญ องค์ประกอบของทักษะการรู้เท่าทันสื่อ การรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล (Media Information and Digital Literacy-MIDL) และความฉลาดทางดิจิทัล (Digital Intelligence Quotient-DQ) ฐานที่ 3 กฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคสื่อยุคดิจิทัล เป็นความรู้ในเรื่องกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลเนื้อหารายการเพื่อส่งเสริมความเข้มแข็งของผู้บริโภคสื่อ สิทธิของผู้บริโภคสื่อและการมีส่วนร่วมของพลเมืองกับสื่อ รวมถึงการเป็นผู้ผลิตและสร้างสรรค์สื่อบนความรับผิดชอบตามมาตรฐานทางจริยธรรม และฐานที่ 4 การมีส่วนร่วมและการเฝ้าระวังสื่อ โดยมีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่อการนำเสนอของสื่อบนหลักการและแนวทางที่สร้างสรรค์ สามารถสร้างเนื้อหาในการรณรงค์สร้างการเปลี่ยนแปลงผ่านสื่อและสามารถร้องเรียนปัญหาการประกอบกิจการของสื่อผ่านช่องทางการร้องเรียนของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้





ภาพ 3.30 การจัดกิจกรรมให้ความรู้ในการอบรมการสร้างความตระหนักรู้ในสิทธิทางการสื่อสารแก่ผู้ปกครองและคนพิการทางสติปัญญาในการเข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์

(2) การส่งเสริมสิทธิของคนพิการหรือคนด้อยโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร

สำนักงาน กสทช. โดยสำนักรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์จัดพิธีมอบรางวัลสำหรับกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ที่ส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนพิการในการเข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสาร เมื่อวันที่ 30 สิงหาคม 2567 ณ สำนักงาน กสทช. กรุงเทพมหานคร การมอบรางวัลดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการสร้างความตระหนักและส่งเสริมให้ผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ผู้ผลิตรายการวิทยุและผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ให้มีการจัดทำเนื้อหารายการที่ส่งเสริมสิทธิของคนพิการ คนด้อยโอกาส และเพื่อให้เกิดการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนพิการให้เข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการโทรทัศน์ในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้อย่างเสมอภาคและเท่าเทียม โดยมีสถานีโทรทัศน์และรายการโทรทัศน์ที่ได้รับรางวัลตามประเภทต่าง ๆ ดังนี้

(1) ประเภทรางวัลสถานีโทรทัศน์ที่ส่งเสริมการเข้าถึงบริการสำหรับคนพิการ (โทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล) รางวัลชมเชย ได้แก่ สถานีโทรทัศน์ ThaiPBS (องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย)

(2) ประเภทรางวัลรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหารายการส่งเสริมสิทธิของคนพิการและสร้างความรู้ ความเข้าใจให้กับสังคมเกี่ยวกับคนพิการ ได้แก่

(2.1) รางวัลดีเด่น รายการเพื่อนกันคนพันธุ์ D (ผู้ผลิต คือ บริษัท คิดซน พลัส จำกัด) ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ ONE 31

(2.2) รางวัลดีเด่น รายการเคียงบ่าเคียงไหล่ (ผู้ผลิต คือ มูลนิธิพระมหาไถ่เพื่อการพัฒนาคนพิการ) ออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย NBT

(2.3) รางวัลชมเชย รายการเป็นกันเอง (ผู้ผลิต คือ สภาศูนย์การดำรงชีวิตอิสระคนพิการแห่งประเทศไทย) ออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย NBT



ภาพ 3.31 การจัดพิธีมอบรางวัลสำหรับกิจการโทรทัศน์ที่ส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนพิการในการเข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสาร

(3) การสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิทธิในการรับรู้และใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารของคนพิการ

(3.1) สำนักงาน กสทช. ร่วมกับสมาคมคนหูหนวกแห่งประเทศไทยได้จัดการอบรมการสร้างความตระหนักรู้ในสิทธิทางการสื่อสารของคนพิการด้านการได้ยินในการเข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์ ระหว่างวันที่ 27 –29 มีนาคม 2567 ณ กรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนพิการด้านการได้ยินให้มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับสิทธิของตนเองในการเข้าถึง

หรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการโทรทัศน์ พร้อมทักษะการรู้เท่าทันสื่อและมีความเข้าใจเกี่ยวกับการรับชมรายการที่มีบริการคำบรรยายแทนเสียงและบริการล่ามภาษามือ



ภาพ 3.32 การอบรมการสร้างความตระหนักรู้ในสิทธิทางการสื่อสารของคนพิการด้านการได้ยิน ในการเข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์

(3.2) สำนักงาน กสทช. ร่วมกับสมาคมล่ามภาษามือแห่งประเทศไทย จัดการอบรมหลักสูตรการเป็นล่ามภาษามือสำหรับการให้บริการโทรทัศน์ (Training for Television Sign Language Interpreter) จำนวน 72 ชั่วโมง ประจำปี 2567 ช่วงที่ 1 อบรม Online ในวันที่ 29 มิถุนายน 2567 และอบรม Onsite ระหว่างวันที่ 1 – 4 กรกฎาคม 2567 และช่วงที่ 2 อบรม Onsite ระหว่างวันที่ 5–9 สิงหาคม 2567 ณ กรุงเทพมหานคร โดยมีล่ามภาษามือจำนวน 32 คน ที่ผ่านการฝึกอบรมภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ จำนวน 72 ชั่วโมง โดยเน้นการฝึกทักษะการถ่ายทอดภาษามือในสถานการณ์ต่าง ๆ ผ่านกิจกรรมในรูปแบบที่หลากหลาย เพื่อนำไปใช้ในการแปลภาษามือในรายการโทรทัศน์ได้จริง



ภาพ 3.33 การอบรมหลักสูตรการเป็นล่ามภาษามือสำหรับการให้บริการโทรทัศน์ (Training for Television Sign Language Interpreter) จำนวน 72 ชั่วโมง ประจำปี 2567

(3.3) สำนักงาน กสทช. ร่วมกับสมาคมคนหูหนวกแห่งประเทศไทย จัดการอบรมภาษามือสำหรับบุคลากรของสำนักงาน กสทช. ที่ปฏิบัติงานด้านการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนพิการ ระหว่างวันที่ 12 - 14 มิถุนายน 2567 ณ สำนักงาน กสทช. กรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้เข้าอบรมได้เรียนรู้และเข้าใจทักษะภาษามือไทยในชีวิตประจำวันที่ใช้สำหรับการสื่อสาร รวมถึงวัฒนธรรมของคนหูหนวก ความแตกต่างระหว่างสังคมคนหูหนวกและคนหูดี เพื่อการทำงานขับเคลื่อนร่วมกันในการส่งเสริมสิทธิของคนพิการในการเข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการกิจการโทรทัศน์





ภาพ 3.34 การอบรมภาษามือสำหรับบุคลากรของสำนักงาน กสทช. ที่ปฏิบัติงานด้านการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนพิการ

(3.4) การประเมินคุณภาพบริการล่ามภาษามือทางโทรทัศน์ โดย สำนักงาน กสทช. ร่วมกับสมาคมล่ามภาษามือแห่งประเทศไทย การประเมินคุณภาพบริการคำบรรยายแทนเสียง โดย สำนักงาน กสทช. ร่วมกับสมาคมคนหูหนวกแห่งประเทศไทย การประเมินคุณภาพบริการเสียงบรรยายภาพ โดย สำนักงาน กสทช. ร่วมกับสมาคมคนตาบอดแห่งประเทศไทย เพื่อส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาบริการสำหรับคนพิการให้เข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการโทรทัศน์ได้อย่างเสมอภาคกับบุคคลทั่วไป

(4) การจัดงานสัมมนาการส่งเสริมเสรีภาพของประชาชนในการเข้าถึงดิจิทัลผ่านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม

สำนักงาน กสทช. ได้ดำเนินการจัดงานสัมมนาการส่งเสริมเสรีภาพของประชาชนในการเข้าถึงดิจิทัลผ่านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม และการส่งเสริมความเข้มแข็งชุมชนผู้ใช้งาน จำนวน 2 ครั้ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความเข้าใจและแลกเปลี่ยนความรู้ของสังคมและโดยเฉพาะผู้ใช้งานเกี่ยวกับการส่งเสริมสิทธิเสรีภาพของประชาชนในการเข้าถึงดิจิทัลผ่านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมให้เกิดการพัฒนาให้คนทุกคนสามารถเข้าถึงกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมได้อย่างเท่าเทียมกัน (Digital Inclusion) ครั้งที่ 1 ระหว่างวันที่ 10 – 11 พฤษภาคม 2567 ณ โรงแรมสวิสโซเทล กรุงเทพ รัชดา และครั้งที่ 2 ระหว่างวันที่ 22 – 23 กันยายน 2567 ณ โรงแรมอมารี หัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้เข้าร่วมสัมมนาฯ ประกอบด้วย คนพิการ ผู้สูงอายุ นักวิชาการ เครือข่ายผู้บริโภค นักศึกษา เจ้าหน้าที่สำนักงาน กสทช. และผู้ที่เกี่ยวข้อง

บทที่ 4
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ข้อเท็จจริง ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะ จากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ผลการรวบรวมข้อมูล ข้อเท็จจริง ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการติดตามและประเมินผลการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567 จากการดำเนินการตามระเบียบวิธีวิจัย ดังนี้

1. ผลการรวบรวมข้อมูล ข้อเท็จจริง ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะจากแบบสอบถาม

ที่ปรึกษาได้ดำเนินการตามระเบียบวิธีวิจัยสำรวจ (Survey Research) โดยออกแบบแบบสอบถามเพื่อสำรวจความคิดเห็น วิเคราะห์ข้อมูล สรุปผล และข้อเสนอแนะของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้ที่เกี่ยวข้องทุกภูมิภาค ภาคละไม่น้อยกว่า 500 ชุด จำนวนรวมไม่น้อยกว่า 2,500 ชุด ประกอบด้วย (1) กรุงเทพฯ หรือปริมณฑล (2) ภาคเหนือ (3) ภาคใต้ (4) ภาคกลาง/ภาคตะวันออก และ (5) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้เพียงพอและเป็นไปตามระเบียบวิธีวิจัยแล้วนั้น โดยที่ปรึกษาได้ดำเนินการเก็บและรวบรวมข้อมูลมากกว่าจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ จำนวน 2,586 ชุด ซึ่งช่วยให้สามารถวิเคราะห์ข้อมูลได้อย่างละเอียดโดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างดังตาราง 4.1

ตาราง 4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม

ภาค	ประเภทผู้บริโภค						รวม
	เด็กและเยาวชน	วัยทำงาน	ผู้สูงอายุ	ผู้บกพร่องทางการได้ยิน	ผู้บกพร่องทางการเคลื่อนไหว	ผู้บกพร่องทางการมองเห็น	
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	57 (11.24)	315 (62.13)	69 (13.61)	24 (4.73)	10 (1.97)	32 (6.31)	507 (19.61)
ภาคกลาง/ภาคตะวันออก	139 (27.42)	277 (54.64)	46 (9.07)	27 (5.33)	14 (2.76)	4 (0.79)	507 (19.61)
ภาคใต้	74 (14.54)	395 (77.60)	25 (4.91)	4 (0.79)	1 (0.20)	10 (1.96)	509 (19.68)
ภาคเหนือ	70 (12.80)	423 (77.33)	41 (7.50)	9 (1.65)	3 (0.55)	1 (0.18)	547 (21.15)
กรุงเทพฯ หรือปริมณฑล	53 (10.27)	417 (80.81)	36 (6.98)	7 (1.36)	1 (0.19)	2 (0.39)	516 (19.95)
รวม	**393 (15.20)**	**1,827 (70.65)**	**217 (8.39)**	**71 (2.75)**	**29 (1.12)**	**49 (1.89)**	**2,586 (100.00)**

หลังจากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย การวิเคราะห์ทางสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ การทดสอบที (t-test) เพื่อใช้ทดสอบความแตกต่างหรือเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม เช่น เพศ และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way

ANOVA) เพื่อใช้ทดสอบความแตกต่างหรือเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป เช่น อายุ รายได้ ระดับการศึกษา และอื่น ๆ

โดยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกมาเป็น 6 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการดำเนินการ และการบริหารงาน ของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช.

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ตอนที่ 4 ความเชื่อมั่นในการดำเนินการและการบริหารงาน ของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

ตอนที่ 5 ความคิดเห็นต่อการดำเนินการและการบริหารงาน ของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

ตอนที่ 6 การรับรู้ต่อการดำเนินงานของสำนักงาน กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้แทนค่าสถิติ และความหมายต่าง ๆ ดังนี้

$\bar{x}$	หมายถึง	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต
S.D.	หมายถึง	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
df	หมายถึง	ค่าองศาอิสระ (degree of freedom)
t	หมายถึง	ค่าสถิติ t
F	หมายถึง	ค่าสถิติ F
P	หมายถึง	ระดับนัยสำคัญทางสถิติ
*	หมายถึง	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เกณฑ์ในการแปลความหมาย

ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ	แปลผล
4.50 – 5.00	80.00 – 100.00	ความคิดเห็น / รับรู้ อยู่ในระดับมากที่สุด
3.50 – 4.49	60.00 – 79.99	ความคิดเห็น / รับรู้ อยู่ในระดับมาก
2.50 – 3.49	40.00 – 59.99	ความคิดเห็น / รับรู้ อยู่ในระดับปานกลาง
1.50 – 2.49	20.00 – 39.99	ความคิดเห็น / รับรู้ อยู่ในระดับน้อย
1.00 - 1.49	0.00 – 19.99	ความคิดเห็น / รับรู้ อยู่ในระดับน้อยที่สุด

1.1 ผลการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานผู้ตอบแบบสอบถาม

ตาราง 4.2 ข้อมูลพื้นฐานผู้ตอบแบบสอบถาม

ลำดับ	ข้อมูลพื้นฐาน	จำนวน	ร้อยละ
1	**เพศ**		
	- หญิง	1,401	54.30
	- ชาย	1,085	42.00
	- ไม่ประสงค์ระบุ	100	3.90
2	**อายุเฉลี่ย**		
	- ต่ำกว่า 20 ปี	340	13.10
	- 21 – 30 ปี	757	29.30
	- 31 – 40 ปี	602	23.30
	- 41 – 50 ปี	410	15.90
	- 51 – 60 ปี	272	10.50
	- 60 ปีขึ้นไป	205	7.90
3	**อาชีพ**		
	- นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	433	16.70
	- พนักงานบริษัทเอกชน	424	16.40
	- กิจการส่วนตัว/ค้าขาย	381	14.70
	- รับราชการ/พนักงานรัฐ/วิสาหกิจ	530	20.5
	- เกษตรกร/ปศุสัตว์/ประมง	127	4.90
	- ข้าราชการบำนาญ/เกษียณอายุ	70	2.70
	- รับจ้างทั่วไป	418	16.20
	- แม่บ้าน/พ่อบ้าน/ไม่ได้ประกอบอาชีพ	203	7.80
4	**ระดับรายได้ส่วนตัว (บาท/เดือน)**		
	- น้อยกว่า 10,000 บาท	409	15.80
	- 10,000 – 19,999 บาท	826	31.90
	- 20,000 - 29,999 บาท	612	23.70
	- 30,000 - 39,999 บาท	263	10.20
	- 40,000 - 49,999 บาท	97	3.80
	- 50,000 - 59,999 บาท	52	2.00
	- 60,000 - 69,999 บาท	17	0.70
	- 70,000 - 79,999 บาท	12	0.50
	- 80,000 - 89,999 บาท	12	0.50
	- 90,000 - 99,999 บาท	2	0.10
	- 100,000 บาทขึ้นไป	20	0.80
	- ไม่มีรายได้	264	10.20
5	**ระดับการศึกษาสูงสุด**		
	- ประถมศึกษา	157	6.10
	- มัธยมศึกษาตอนต้น	179	6.90
	- มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	406	15.70
	- อนุปริญญา/ปวส.	233	9.00

ลำดับ	ข้อมูลพื้นฐาน	จำนวน	ร้อยละ
	- ปริญญาตรี	1,354	52.40
	- ปริญญาโท	232	9.00
	- ปริญญาเอก	13	0.50
	- อื่น ๆ (ไม่ได้เรียน ไม่ได้ระบุ)	12	0.50
6	**ภาค**		
	- ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	507	19.60
	- ภาคกลาง/ภาคตะวันออก	507	19.60
	- ภาคใต้	509	19.70
	- ภาคเหนือ	547	21.20
	- กรุงเทพฯ หรือปริมณฑล	516	20.00
7	**พื้นที่ที่อยู่อาศัย**		
	- อยู่ในกรุงเทพฯ/ปริมณฑล	519	20.10
	- อยู่ในอำเภอเมือง	1,221	47.20
	- ไม่ได้อยู่ในอำเภอเมือง	846	32.70
8	**กิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมที่ใช้บริการ**		
	- ใช้โทรศัพท์มือถือแบบเติมเงิน	834	32.25
	- ใช้งานโทรศัพท์บ้าน	398	15.39
	- ใช้อินเทอร์เน็ตบ้านแบบรายเดือน	1,120	43.31
	- รับฟังวิทยุกระจายเสียง	506	19.57
	- ใช้โทรศัพท์มือถือแบบรายเดือน	1,939	74.98
	- ใช้งานโทรศัพท์สาธารณะ	421	16.28
	- รับชมรายการโทรทัศน์ดิจิทัล (Digital TV)	1,014	39.21
	- รับชมรายการโทรทัศน์จากกล่องสัญญาณแบบเสียค่าใช้จ่าย	564	21.81
9	**เคยมีประสบการณ์การใช้บริการหรือติดต่อกับสำนักงาน กสทช.**		
	- เคย	1,562	60.40
	- ไม่เคย	1,024	39.60
10	**ระดับการรับรู้และเข้าใจถึงบทบาทและหน้าที่ของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช.**		
	- มากที่สุด	152	5.90
	- มาก	392	15.20
	- ปานกลาง	1,054	40.80
	- น้อย	681	26.30
	- น้อยที่สุด	307	11.90

จากตาราง 4.2 ข้อมูลพื้นฐานผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า

1) เพศของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 54.20 รองลงมาคือ เพศชาย ร้อยละ 42.00 และไม่ประสงค์ระบุเพศ ร้อยละ 3.90 ตามลำดับ

2) อายุของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ช่วงอายุระหว่าง 21-30 ปี ร้อยละ 29.30 รองลงมาคือ ช่วงอายุ 31-40 ปี ร้อยละ 23.30 ช่วงอายุ 41-50 ปี ร้อยละ 15.90 ช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ 13.10 ช่วงอายุ 51-60 ปี ร้อยละ 10.50 และช่วงอายุ 60 ปีขึ้นไป ร้อยละ 7.90 ตามลำดับ

3) อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐ/วิสาหกิจ ร้อยละ 20.50 รองลงมาคือ นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา ร้อยละ 16.70 พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 16.40

รับจ้างทั่วไป ร้อยละ 16.20 กิจการส่วนตัว/ค้าขาย ร้อยละ 14.70 แม่บ้าน/พ่อบ้าน/ไม่ได้ประกอบอาชีพ ร้อยละ 7.80 เกษตรกร/ปศุสัตว์/ประมง ร้อยละ 4.90 และข้าราชการบำนาญ/เกษียณอายุ ร้อยละ 2.70 ตามลำดับ

4) ระดับรายได้ส่วนตัวต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีรายได้ 10,000 – 19,999 บาท ร้อยละ 31.90 รองลงมาคือ ระดับรายได้ 20,000 - 29,999 บาท ร้อยละ 23.70 ระดับรายได้น้อยกว่า 10,0000 บาท ร้อยละ 15.80 ไม่มีรายได้ ร้อยละ 10.20 ระดับรายได้ 30,000 – 39,999 บาท ร้อยละ 10.20 ระดับรายได้ 40,000 – 49,999 บาท ร้อยละ 3.80 ระดับรายได้ 50,000 – 59,999 บาท ร้อยละ 2.00 ระดับรายได้ 100,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 0.80 และระดับรายได้ 90,000 – 99,999 บาท ร้อยละ 0.80 ตามลำดับ

5) ระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 52.40 รองลงมาคือ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ร้อยละ 15.70 ระดับอนุปริญญา/ปวส. ร้อยละ 9.00 ระดับปริญญาโท ร้อยละ 9.00 ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ร้อยละ 6.90 ระดับปริญญาเอก ร้อยละ 0.50 และอื่น ๆ (เช่น ไม่ได้เรียน หรือไม่ได้ระบุ) ร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

6) ภาคที่อาศัยอยู่ในปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่อาศัยอยู่ภาคเหนือ ร้อยละ 21.20 รองลงมาคือ กรุงเทพฯหรือปริมณฑล ร้อยละ 20.00 ภาคใต้ ร้อยละ 19.70 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ร้อยละ 19.60 ภาคกลาง/ภาคตะวันออก ร้อยละ 19.60 ตามลำดับ

7) พื้นที่ที่อยู่อาศัยของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในอำเภอเมือง ร้อยละ 47.20 รองลงมาคือ ไม่ได้อาศัยอยู่ในอำเภอเมือง ร้อยละ 32.70 และอาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ/ปริมณฑล ร้อยละ 20.10 ตามลำดับ

8) กิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมที่ใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์มือถือแบบรายเดือน ร้อยละ 74.98 รองลงมาคือ ใช้อินเทอร์เน็ตบ้านแบบรายเดือน ร้อยละ 43.31 รับชมรายการโทรทัศน์ดิจิทัล (Digital TV) ร้อยละ 39.21 ใช้โทรศัพท์มือถือแบบเติมเงิน ร้อยละ 32.35 รับชมรายการโทรทัศน์จากกล่องสัญญาณแบบเสียค่าใช้จ่าย ร้อยละ 21.81 รับฟังวิทยุกระจายเสียง ร้อยละ 19.57 ใช้งานโทรศัพท์สาธารณะ ร้อยละ 16.28 และใช้งานโทรศัพท์บ้าน ร้อยละ 15.39 ตามลำดับ

9) ประสบการณ์การใช้บริการหรือติดต่อกับสำนักงาน กสทช. ของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เคยมี ประสบการณ์การใช้บริการหรือติดต่อกับสำนักงาน กสทช. ร้อยละ 60.40 และไม่เคยมีประสบการณ์การใช้บริการหรือติดต่อกับสำนักงาน กสทช. ร้อยละ 39.60

10) ระดับการรับรู้และเข้าใจถึงบทบาทและหน้าที่ของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการรับรู้และความเข้าใจอยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 40.80 รองลงมาคือ ระดับการรับรู้และความเข้าใจอยู่ในระดับน้อย ร้อยละ 26.30 ระดับการรับรู้และความเข้าใจอยู่ในระดับมาก ร้อยละ 15.20 ระดับการรับรู้และความเข้าใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด ร้อยละ 11.90 และระดับการรับรู้และความเข้าใจอยู่ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 5.90 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช.

ตาราง 4.3 ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช.

ข้อ	ข้อคำถาม	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1	กสทช. ดำเนินการให้บริการต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ซึ่งช่วยลดค่าใช้จ่ายหรือเวลาของประชาชน	531 (20.50)	971 (37.50)	790 (30.50)	241 (9.30)	53 (2.00)	3.65	0.973	มาก
2	กสทช. กำกับดูแลให้ประชาชนได้รับบริการที่มีคุณภาพและเป็นธรรม	552 (21.30)	964 (37.30)	793 (30.70)	240 (9.30)	37 (1.40)	3.67	0.957	มาก
3	การให้บริการของ กสทช. มีคุณภาพ ตอบสนองความคาดหวังหรือความต้องการของประชาชน	520 (20.10)	966 (37.40)	824 (31.90)	227 (8.80)	49 (1.90)	3.65	0.958	มาก
4	กสทช. มีการรับผิดชอบ แก้ไข หรือบรรเทาปัญหาและผลกระทบที่เกิดขึ้นการดำเนินงาน	530 (20.50)	952 (36.80)	789 (30.50)	265 (10.20)	50 (1.90)	3.63	0.981	มาก
5	กสทช. เปิดเผยข้อมูลที่จำเป็นและมีความน่าเชื่อถือ ผ่านช่องทางที่เข้าถึงง่ายและเป็นปัจจุบันอย่างสม่ำเสมอ	617 (23.90)	903 (34.90)	740 (28.60)	272 (10.50)	54 (2.10)	3.68	1.015	มาก
6	กสทช. ใช้อำนาจที่มีตามกฎหมาย หรือกฎระเบียบอย่างเคร่งครัดด้วยความเป็นธรรมและไม่เลือกปฏิบัติ	614 (23.70)	918 (35.50)	728 (28.20)	275 (10.60)	51 (2.00)	3.68	1.011	มาก
7	กสทช. ให้บริการอย่างเท่าเทียมโดยไม่แบ่งแยก (อาทิ ถิ่นกำเนิด เชื้อชาติ ภาษา เพศ อายุ สุขภาพ สถานะ หรือฐานะทางเศรษฐกิจ)	730 (28.20)	820 (31.70)	742 (28.70)	252 (9.70)	42 (1.60)	3.75	1.021	มาก
8	กสทช. เปิดโอกาสให้ประชาชนร่วมรับรู้ แสดงความคิดเห็น แก้ปัญหา หรือตรวจสอบการทำงานของ กสทช.	681 (26.30)	831 (32.10)	798 (30.90)	232 (9.00)	44 (1.70)	3.72	1.004	มาก
9	สำนักงาน กสทช. มีอำนาจในการกำกับ ดูแล หรือการแก้ไขปัญหาของประชาชนในพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ	641 (24.80)	854 (33.00)	777 (30.00)	262 (10.10)	52 (2.00)	3.68	1.017	มาก
10	กสทช. ดำเนินงานด้วยหลักคุณธรรมและจริยธรรม โดยมีความโปร่งใส ปฏิบัติต่อทุกฝ่ายด้วยความยุติธรรม	657 (25.40)	893 (34.50)	747 (28.90)	239 (9.20)	50 (1.90)	3.72	1.004	มาก
ค่าเฉลี่ยรวมตอนที่ 2							**3.68**	**0.888**	**มาก**

จากตาราง 4.3 ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อตามลำดับ พบว่า (1) กสทช. ให้บริการอย่างเท่าเทียมโดยไม่แบ่งแยก (อาทิ ถิ่นกำเนิด เชื้อชาติ ภาษา เพศ อายุ สุขภาพ สถานะ หรือฐานะทางเศรษฐกิจ) มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.75) (2) กสทช. เปิดโอกาสให้ประชาชนร่วมรับรู้ แสดงความคิดเห็น แก้ปัญหา หรือตรวจสอบการทำงานของ กสทช. มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.72) (3) กสทช. ดำเนินงานด้วยหลักคุณธรรมและจริยธรรม โดยมีความโปร่งใส ปฏิบัติต่อทุกฝ่ายด้วยความยุติธรรม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.72) (4) กสทช. เปิดเผยข้อมูลที่จำเป็นและมีความน่าเชื่อถือ ผ่านช่องทางที่เข้าถึงง่ายและเป็นปัจจุบันอย่างสม่ำเสมอ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.68) (5) กสทช. ใช้อำนาจที่มีตามกฎหมาย หรือกฎระเบียบอย่างเคร่งครัดด้วยความเป็นธรรมและไม่เลือกปฏิบัติ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.68) (6) สำนักงาน กสทช. มีอำนาจในการกำกับดูแล หรือการแก้ไขปัญหาของประชาชนในพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.68) (7) กสทช. กำกับดูแลให้ประชาชนได้รับบริการที่มีคุณภาพและเป็นธรรม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.67) (8) กสทช. ดำเนินการให้บริการต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ซึ่งช่วยลดค่าใช้จ่ายหรือเวลาของประชาชน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.65) (9) การให้บริการของ

กสทช. มีคุณภาพ ตอบสนองความคาดหวังหรือความต้องการของประชาชน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.65) และ (10) กสทช. มีการรับผิดชอบ แก้ไข หรือบรรเทาปัญหาและผลกระทบที่เกิดขึ้นการดำเนินงาน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.63)

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ได้แสดงความคิดเห็นหรือให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ตอนที่ 4 ความเชื่อมั่นในการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

ตาราง 4.4 ประเภทผู้บริโภค

ประเภทผู้บริโภค	จำนวน	ร้อยละ
- วัยทำงาน	1,827	70.60
- เด็กและเยาวชน	393	15.20
- ผู้สูงอายุ	217	8.40
- ผู้บกพร่องทางการได้ยิน	71	2.70
- ผู้บกพร่องทางการมองเห็น	49	1.90
- ผู้บกพร่องทางการเคลื่อนไหว	29	1.20
รวม	**2,586**	**100.00**

จากตาราง 4.4 ประเภทผู้บริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นวัยทำงาน ร้อยละ 70.60 รองลงมาคือ เด็กและเยาวชน ร้อยละ 15.20 ผู้สูงอายุ ร้อยละ 8.40 ผู้บกพร่องทางการมองเห็น ร้อยละ 2.70 ผู้บกพร่องทางการมองเห็น ร้อยละ 1.90 และผู้บกพร่องทางการเคลื่อนไหว ร้อยละ 1.20 ตามลำดับ

ตาราง 4.5 การดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

การดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค	ไม่ทราบข้อมูล	ระดับความเชื่อมั่น					ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ด้านลูกค้า (การให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย)							**3.58**	**0.943**	**มาก**
1. กสทช. ให้การบริการที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ	201 (7.80)	780 (30.20)	748 (28.90)	670 (25.90)	139 (5.40)	48 (1.90)	3.56	0.923	มาก
2. กสทช. ให้ข้อมูลที่ถูกต้องและครบถ้วน	195 (7.50)	757 (29.30)	860 (33.30)	603 (23.30)	130 (5.00)	41 (1.60)	3.61	0.961	มาก
3. มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของ กสทช.	186 (7.20)	689 (26.60)	872 (33.70)	652 (25.20)	150 (5.80)	37 (1.4)	3.56	0.933	มาก
4. กสทช. จัดการข้อร้องเรียนได้ดี	215 (8.30)	738 (28.50)	767 (29.70)	687 (26.60)	143 (5.50)	36 (1.40)	3.53	0.951	มาก
5. กสทช. สร้างความสัมพันธ์ที่ดี	196 (7.60)	825 (31.90)	802 (31.00)	573 (22.20)	149 (5.80)	41 (1.60)	3.63	0.921	มาก
ด้านการเงิน (ประสิทธิผลและความคุ้มค่าด้านการเงิน)							**3.50**	**0.981**	**มาก**
1. กสทช. ลดต้นทุนโดยไม่ลดคุณภาพของบริการ	249 (9.60)	687 (26.60)	777 (30.00)	675 (26.10)	154 (6.00)	44 (1.70)	3.45	0.948	ปานกลาง

การดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค	ไม่ทราบข้อมูล	ระดับความเชื่อมั่น					ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
2. กสทช. เพิ่มผลิตภาพผ่านการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม	217 (8.40)	722 (27.90)	874 (33.80)	585 (22.60)	161 (6.20)	27 (1.00)	3.56	0.945	มาก
3. กสทช. ประเมินผลลัพธ์อย่างต่อเนื่อง	220 (8.50)	714 (27.60)	811 (31.40)	658 (25.40)	153 (5.90)	30 (1.20)	3.52	0.912	มาก
4. กสทช. ใช้ทรัพยากรด้านการเงินให้เกิดประโยชน์สูงสุด	250 (9.70)	685 (26.50)	850 (32.90)	625 (24.20)	143 (5.50)	33 (1.30)	3.49	0.911	มาก
ด้านการเรียนรู้และพัฒนา (การปรับปรุงและพัฒนากระบวนการทำงาน)							**3.58**	**1.004**	**มาก**
1. กสทช. มีการนำกลยุทธ์ใหม่ๆ มาปรับใช้	209 (8.10)	793 (30.70)	749 (29.00)	654 (25.30)	144 (5.60)	37 (1.40)	3.59	1.033	มาก
2. กสทช. มีความคิดริเริ่ม	200 (7.70)	769 (29.70)	871 (33.70)	546 (21.10)	162 (6.30)	38 (1.50)	3.61	1.044	มาก
3. กสทช. มีการทำงานอย่างมีกลยุทธ์เพื่อปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม	201 (7.80)	752 (29.10)	938 (36.30)	520 (20.10)	138 (5.30)	37 (1.40)	3.63	1.051	มาก
4. กสทช. มีการพัฒนาบุคลากร	241 (9.30)	679 (26.30)	953 (36.90)	549 (21.20)	135 (5.20)	29 (1.10)	3.53	0.934	มาก
5. กสทช. มีการสร้างวัฒนธรรมองค์กร	225 (8.70)	664 (25.70)	905 (35.00)	631 (24.40)	131 (5.10)	30 (1.20)	3.52	0.114	มาก
ด้านกระบวนการสร้างวัฒนธรรม							**3.56**	**0.918**	**มาก**
1. กสทช. มีกระบวนการทำงานที่ชัดเจนและมีประสิทธิภาพ	214 (8.30)	733 (28.30)	873 (33.80)	574 (22.20)	153 (5.90)	39 (1.50)	3.57	0.912	มาก
2. กสทช. มีโครงสร้างองค์กรที่เอื้อต่อการทำงานและการตัดสินใจ	219 (8.50)	733 (28.30)	886 (34.30)	573 (22.20)	144 (5.60)	31 (1.20)	3.58	0.913	มาก
3. กสทช. มีการบริหารจัดการทรัพยากรอย่างเหมาะสม	223 (8.60)	713 (27.60)	859 (33.20)	625 (24.20)	133 (5.10)	33 (1.30)	3.55	0.981	มาก
4. กสทช. ใช้เทคโนโลยีในการเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการทำงาน	213 (8.20)	731 (28.30)	909 (35.20)	568 (22.00)	132 (5.10)	33 (1.30)	3.59	0.913	มาก
5. กสทช. ให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของประชาชน	210 (8.10)	716 (27.70)	888 (34.30)	572 (22.10)	157 (6.10)	43 (1.70)	3.56	0.934	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม							**3.56**	**0.988**	**มาก**

จากตาราง 4.5 การดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค พบว่า ระดับความคิดเห็นในการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ภาพรวมทุกด้านมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.56) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

1) ด้านลูกค้า (การให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.58) เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่า ทุกประเด็นมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยอันดับแรก คือ กสทช. สร้างความสัมพันธ์ที่ดี ($\bar{X}$ = 3.63) รองลงมาคือ กสทช. ให้ข้อมูลที่ถูกต้องและครบถ้วน ($\bar{X}$ = 3.61) กสทช. ให้การบริการที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ($\bar{X}$ = 3.56) มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของ กสทช. ($\bar{X}$ = 3.56) และกสทช. จัดการข้อร้องเรียนได้ดี ($\bar{X}$ = 3.53) ตามลำดับ

2) ด้านการเงิน (ประสิทธิผลและความคุ้มค่าด้านการเงิน) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.50) เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่า ประเด็นที่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ได้แก่ อันดับแรก คือ กสทช. เพิ่มผลิตภาพผ่านการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม ($\bar{X}$ = 3.56) กสทช. ประเมินผลลัพธ์อย่าง

ต่อเนื่อง ($\bar{X}$ = 3.52) และ กสทช. ใช้ทรัพยากรด้านการเงินให้เกิดประโยชน์สูงสุด ($\bar{X}$ = 3.49) ตามลำดับ และประเด็นที่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง คือ กสทช. ลดต้นทุนโดยไม่ลดคุณภาพของบริการ ($\bar{X}$ = 3.45)

3) ด้านการเรียนรู้และพัฒนา (การปรับปรุงและพัฒนากระบวนการทำงาน) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.58) เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่า ทุกประเด็นมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยอันดับแรก คือ กสทช. มีการทำงานอย่างมีกลยุทธ์เพื่อปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม ($\bar{X}$ = 3.63) รองลงมาคือ กสทช. มีความคิดริเริ่ม ($\bar{X}$ = 3.61) กสทช. มีการนำกลยุทธ์ใหม่ๆ มาปรับใช้ ($\bar{X}$ = 3.59) กสทช. มีการพัฒนาบุคลากร ($\bar{X}$ = 3.53) และ กสทช. มีการสร้างวัฒนธรรมองค์กร ($\bar{X}$ = 3.52) ตามลำดับ

4) ด้านกระบวนการสร้างวัฒนธรรม มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.56) เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่า ทุกประเด็นมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยอันดับแรก คือ กสทช. ใช้เทคโนโลยีในการเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการทำงาน ($\bar{X}$ = 3.59) รองลงมาคือ กสทช. มีโครงสร้างองค์กรที่เอื้อต่อการทำงานและการตัดสินใจ ($\bar{X}$ = 3.58) กสทช. มีกระบวนการทำงานที่ชัดเจนและมีประสิทธิภาพ ($\bar{X}$ = 3.57) กสทช. ให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของประชาชน ($\bar{X}$ = 3.56) และ กสทช. มีการบริหารจัดการทรัพยากรอย่างเหมาะสม ($\bar{X}$ = 3.55) ตามลำดับ

ตอนที่ 5 ความคิดเห็นต่อการดำเนินงานและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

ตาราง 4.6 ความคิดเห็นต่อการดำเนินงานและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

การดำเนินการเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค	ไม่ทราบข้อมูล	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ด้านความเท่าเทียมและเสมอภาค							**3.58**	**0.952**	**มาก**
1. กสทช. กำกับดูแลให้เกิดการแข่งขันในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม	209 (8.10)	767 (29.70)	868 (33.60)	530 (20.50)	138 (5.30)	74 (2.90)	3.57	0.983	มาก
2. กสทช. กำกับดูแลให้เกิดการแข่งขันอย่างเท่าเทียมในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม	202 (7.80)	671 (25.90)	930 (36.00)	593 (22.90)	157 (6.10)	33 (1.30)	3.56	0.910	มาก
3. กสทช. กำกับดูแลกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมอย่างเป็นธรรม	204 (7.90)	723 (28.00)	851 (32.90)	637 (24.60)	139 (5.40)	32 (1.20)	3.57	0.934	มาก
4. กสทช. กำหนดนโยบายที่สนับสนุนสิทธิของผู้บริโภค	203 (7.80)	725 (28.00)	869 (33.60)	631 (24.40)	125 (4.80)	33 (1.30)	3.58	0.963	มาก
5. กสทช. ช่วยให้ผู้บริโภคทุกกลุ่ม รวมทั้งกลุ่มผู้พิการผู้ด้อยโอกาส ผู้สูงอายุ รวมทั้งประชาชนในท้องถิ่นที่เข้าถึงยาก ได้รับบริการด้านการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมอย่างเพียงพอและเสมอภาค	191 (7.40)	805 (31.10)	780 (30.20)	632 (24.40)	137 (5.30)	41 (1.60)	3.61	0.981	มาก

การดำเนินการเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค	ไม่ทราบข้อมูล	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ด้านกระบวนการรับและจัดการเรื่องร้องเรียน							**3.55**	**0.918**	**มาก**
1. กสทช. มีนโยบายที่เหมาะสมสำหรับการรับเรื่องร้องเรียนด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม	239 (9.20)	710 (27.50)	840 (32.50)	633 (24.50)	125 (4.80)	39 (1.50)	3.52	0.913	มาก
2. กระบวนการร้องเรียนตามประกาศของ กสทช. มีความสะดวกและเข้าใจง่าย	242 (9.40)	735 (28.40)	839 (32.40)	582 (22.50)	156 (6.00)	32 (1.20)	3.52	0.941	มาก
3. กสทช. จัดให้มีความปลอดภัยในการคุ้มครองข้อมูลการร้องเรียน	203 (7.80)	707 (27.30)	829 (32.10)	672 (26.00)	144 (5.60)	31 (1.20)	3.55	0.957	มาก
4. นโยบายการรับเรื่องร้องเรียนของ กสทช. ช่วยให้ผู้บริโภคมั่นใจว่าไม่ถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบการ	214 (8.30)	747 (28.90)	776 (30.00)	679 (26.30)	141 (5.50)	29 (1.10)	3.55	0.975	มาก
5. นโยบายการจัดการเรื่องร้องเรียนของ กสทช. ช่วยให้ผู้บริโภคมั่นใจว่าเรื่องร้องเรียนจะได้รับการแก้ไขตามระบบอย่างรวดเร็ว	205 (7.90)	677 (26.20)	897 (34.70)	609 (23.50)	169 (6.50)	29 (1.10)	3.54	0.913	มาก
6. กสทช. จัดให้มีช่องทางการร้องเรียนที่หลากหลาย	194 (7.50)	719 (27.80)	938 (36.30)	556 (21.50)	145 (5.60)	34 (1.30)	3.61	1.013	มาก
7. ช่องทางการร้องเรียนของ กสทช. สามารถเข้าถึงและเหมาะสมกับทุกกลุ่ม (เช่น ผู้สูงอายุ ผู้พิการ)	205 (7.90)	731 (28.30)	824 (31.90)	636 (24.60)	150 (5.80)	40 (1.50)	3.55	0.987	มาก
8. ขั้นตอนการรับเรื่องร้องเรียนของ กสทช. ทำได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก	197 (7.60)	722 (27.90)	894 (34.60)	573 (22.20)	167 (6.50)	33 (1.30)	3.58	0.968	มาก
9. กสทช. สามารถแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับผู้ร้องเรียนได้อย่างรวดเร็ว	220 (8.50)	698 (27.00)	824 (31.90)	634 (24.50)	179 (6.90)	31 (1.20)	3.51	1.011	มาก
10. กสทช. สามารถแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียนอย่างเป็นธรรม และตรวจสอบได้	205 (7.90)	742 (28.70)	820 (31.70)	647 (25.00)	137 (5.30)	35 (1.40)	3.57	0.986	มาก
11. กสทช. มีการพัฒนากระบวนการร้องเรียนที่ทำให้ผู้บริโภคได้รับความเป็นธรรม	215 (8.30)	684 (26.50)	907 (35.10)	600 (23.20)	145 (5.60)	35 (1.40)	3.54	0.895	มาก
ด้านการพัฒนาศักยภาพของผู้บริโภคและเครือข่ายผู้บริโภค							**3.62**	**0.983**	**มาก**
1. กสทช. ให้ความรู้ความเข้าใจเรื่องสิทธิผู้บริโภคและตระหนักถึงสิทธิที่ตนมีตามกฎหมาย	195 (7.50)	773 (29.90)	856 (33.10)	566 (21.90)	167 (6.50)	29 (1.10)	3.61	1.013	มาก
2. กสทช. เผยแพร่ความรู้เรื่องการรู้เท่าทันสื่อเท่าทันสถานการณ์ เพื่อให้มีภูมิคุ้มกันในการเลือกใช้สินค้าและบริการ	200 (7.70)	790 (30.50)	851 (32.90)	592 (22.90)	126 (4.90)	27 (1.00)	3.64	0.945	มาก
3. กสทช. เผยแพร่ความรู้ที่เหมาะสมและเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค	185 (7.20)	707 (27.30)	961 (37.20)	574 (22.20)	125 (4.80)	34 (1.30)	3.62	1.031	มาก
4. กสทช. ได้เผยแพร่ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคผ่านช่องทางและวิธีการที่หลากหลาย	172 (6.70)	728 (28.20)	881 (34.10)	613 (23.70)	152 (5.90)	40 (1.50)	3.61	0.981	มาก
5. กสทช. ได้กระตุ้นให้ประชาชนทุกกลุ่มร่วมรณรงค์ประชาสัมพันธ์เรื่องการคุ้มครองผู้บริโภค	186 (7.20)	733 (28.30)	859 (33.20)	638 (24.70)	133 (5.10)	37 (1.40)	3.60	1.011	มาก
ด้านการพัฒนาความเข้มแข็งของผู้บริโภคและเครือข่ายผู้บริโภค							**3.58**	**0.971**	**มาก**
1. กสทช. ได้ส่งเสริมและเสริมสร้างความเข้มแข็งของผู้บริโภคให้มีส่วนร่วมในการคุ้มครองสิทธิ	183 (7.10)	710 (27.50)	889 (34.40)	618 (23.90)	153 (5.90)	33 (1.30)	3.59	0.982	มาก
2. กสทช. ส่งเสริมและสนับสนุนการรวมกลุ่มจัดตั้งเครือข่ายบริโภคหรือองค์กรผู้บริโภคเพื่อดำเนินกิจกรรมการปกป้องคุ้มครองสิทธิบริโภค	189 (7.30)	698 (27.00)	862 (33.30)	657 (25.40)	151 (5.80)	29 (1.10)	3.57	0.945	มาก
3. กสทช. จัดกิจกรรมเพื่อให้ความรู้แก่เครือข่ายผู้บริโภค	180 (7.00)	695 (26.90)	883 (34.10)	629 (24.30)	169 (6.50)	30 (1.20)	3.58	0.931	มาก

การดำเนินการเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค	ไม่ทราบข้อมูล	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
4. กสทช. จัดทำฐานข้อมูลเครือข่ายผู้บริโภค	190 (7.30)	700 (27.00)	826 (31.90)	668 (25.80)	169 (6.50)	33 (1.30)	3.55	0.919	มาก
5. กสทช. จัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้และให้ความร่วมมือเครือข่ายผู้บริโภคทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค	186 (7.20)	719 (27.80)	904 (35.00)	592 (22.90)	156 (6.00)	29 (1.10)	3.60	0.891	มาก
6. กสทช. จัดทำหลักสูตรการคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกับสถาบัน การศึกษา และองค์กรต่าง ๆ เพื่อพัฒนาทักษะการเรียนรู้ของประชาชน	206 (8.00)	722 (27.90)	858 (33.20)	612 (23.70)	154 (6.00)	34 (1.30)	3.56	0.943	มาก
ด้านการพัฒนามาตรฐานคุณภาพการให้บริการ							**3.58**	**0.891**	**มาก**
1. กสทช. จัดการบริหารข้อมูลเพื่อให้บริการปรึกษาข้อมูลปัญหาหรือสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับการบริการโทรคมนาคม เช่น ระบบตอบกลับหรือการสนทนาแบบตัวอักษรอัตโนมัติ (Chat Bot)	244 (9.40)	715 (27.60)	812 (31.40)	637 (24.60)	120 (4.60)	58 (2.20)	3.49	0.913	ปานกลาง
2. กสทช. มีการกำกับให้ผู้ประกอบการให้บริการอย่างมีคุณภาพและปรับปรุงพัฒนาการให้บริการอย่างต่อเนื่อง	217 (8.40)	752 (29.10)	829 (32.10)	607 (23.50)	155 (6.00)	26 (1.00)	3.57	0.891	มาก
3. กสทช. มีการกำกับดูแลให้มีเนื้อหาที่เหมาะสมทั้งด้านความรุนแรงทางเพศและภาษา	208 (8.00)	775 (30.00)	826 (31.90)	593 (22.90)	151 (5.80)	33 (1.30)	3.59	0.932	มาก
4. กสทช. จัดให้มีการระบุระดับความเหมาะสมของเนื้อหารายการโทรทัศน์ก่อนการเริ่มรายการ	190 (7.30)	777 (30.00)	893 (34.50)	562 (21.70)	137 (5.30)	27 (1.00)	3.65	0.982	มาก
5. กสทช. จัดให้มีเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคด้วยความสุภาพและมีมนุษยสัมพันธ์	201 (7.80)	742 (28.70)	850 (32.90)	645 (24.90)	116 (4.50)	32 (1.20)	3.60	0.985	มาก
6. กสทช. ได้จัดให้มีช่องทางการติดต่อการใช้บริการที่สะดวกและเข้าถึงได้ง่าย	199 (7.70)	761 (29.40)	804 (31.10)	663 (25.60)	121 (4.70)	38 (1.50)	3.59	0.911	มาก
7. เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้บริการและตอบข้อซักถาม	206 (8.00)	728 (28.20)	876 (33.90)	618 (23.90)	125 (4.80)	33 (1.30)	3.59	0.983	มาก
ค่าเฉลี่ยรวมตอนที่ 5							**3.58**	**0.945**	**มาก**

จากตาราง 4.6 ความคิดเห็นต่อการดำเนินงานและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พบว่า ระดับความคิดเห็นในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.58) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

1) ด้านความเท่าเทียมและเสมอภาค มีระดับความคิดเห็นภาพรวมและทุกประเด็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.58) เมื่อพิจารณารายประเด็น พบว่า (1) กสทช. ช่วยให้ผู้บริโภคทุกกลุ่ม รวมทั้งกลุ่มผู้พิการ ผู้ด้อยโอกาส ผู้สูงอายุ รวมทั้งประชาชนในท้องถิ่นที่เข้าถึงยาก ได้รับบริการด้านการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมอย่างเพียงพอและเสมอภาค ($\bar{X}$ = 3.61) รองลงมาคือ (2) กสทช. กำหนดนโยบายที่สนับสนุนสิทธิของผู้บริโภค ($\bar{X}$ = 3.58) (3) กสทช. กำกับดูแลให้เกิดการแข่งขันในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ($\bar{X}$ = 3.57) และ (4) กสทช. กำกับดูแลกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมอย่างเป็นธรรม ($\bar{X}$ = 3.57) ตามลำดับ

2) ด้านกระบวนการรับและจัดการเรื่องร้องเรียน ระดับความคิดเห็นภาพรวมและทุกประเด็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.55) เมื่อพิจารณารายประเด็น พบว่า (1) กสทช. จัดให้มีช่องทางการร้องเรียน

ที่หลากหลาย ($\bar{X}$ = 3.61) รองลงมาคือ (2) ขั้นตอนการรับเรื่องร้องเรียนของ กสทช. ทำได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก ($\bar{X}$ = 3.58) (3) กสทช. สามารถแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียนอย่างเป็นธรรม และตรวจสอบได้ ($\bar{X}$ = 3.57) (4) ช่องทางการร้องเรียนของ กสทช. สามารถเข้าถึงและเหมาะสมกับทุกกลุ่ม (เช่น ผู้สูงอายุ ผู้พิการ) ($\bar{X}$ = 3.55) (5) กสทช. จัดให้มีความปลอดภัยในการคุ้มครองข้อมูลการร้องเรียน ($\bar{X}$ = 3.55) (6) นโยบายการรับเรื่องร้องเรียนของ กสทช. ช่วยให้ผู้บริโภคมั่นใจว่าไม่ถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบการ ($\bar{X}$ = 3.55) (7) นโยบายการจัดการเรื่องร้องเรียนของ กสทช. ช่วยให้ผู้บริโภคมั่นใจว่าเรื่องร้องเรียนจะได้รับการแก้ไขตามระบบอย่างรวดเร็ว ($\bar{X}$ = 3.54) (8) กสทช. มีการพัฒนากระบวนการร้องเรียนที่ทำให้ผู้บริโภคได้รับความเป็นธรรม ($\bar{X}$ = 3.54) (9) กสทช. มีนโยบายที่เหมาะสมสำหรับการรับเรื่องร้องเรียน ด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ($\bar{X}$ = 3.52) (10) กระบวนการร้องเรียนตามประกาศของ กสทช. มีความสะดวกและเข้าใจง่าย ($\bar{X}$ = 3.52) และ (11) กสทช. สามารถแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับผู้ร้องเรียนได้อย่างรวดเร็ว ($\bar{X}$ = 3.51) ตามลำดับ

3) ด้านการพัฒนาศักยภาพของผู้บริโภคและเครือข่ายผู้บริโภค ระดับความคิดเห็นภาพรวมและทุกประเด็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.62) เมื่อพิจารณารายประเด็น พบว่า (1) กสทช. เผยแพร่ความรู้เรื่องการรู้เท่าทันสื่อเท่าทันสถานการณ์ เพื่อให้มีภูมิคุ้มกันในการเลือกใช้สินค้าและบริการ ($\bar{X}$ = 3.64) รองลงมาคือ (2) กสทช. เผยแพร่ความรู้ที่เหมาะสมและเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค ($\bar{X}$ = 3.62) (3) กสทช. ให้ความรู้ความเข้าใจเรื่องสิทธิผู้บริโภคและตระหนักถึงสิทธิที่ตนมีตามกฎหมาย ($\bar{X}$ = 3.61) (4) กสทช. ได้เผยแพร่ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคผ่านช่องทางและวิธีการที่หลากหลาย ($\bar{X}$ = 3.61) และ (5) กสทช. ได้กระตุ้นให้ประชาชนทุกกลุ่มร่วมรณรงค์ประชาสัมพันธ์เรื่องการคุ้มครองผู้บริโภค ($\bar{X}$ = 3.60) ตามลำดับ

4) ด้านการพัฒนาความเข้มแข็งของผู้บริโภคและเครือข่ายผู้บริโภค ระดับความคิดเห็นภาพรวมและทุกประเด็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.58) เมื่อพิจารณารายประเด็น พบว่า (1) กสทช. จัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้และให้ความร่วมมือเครือข่ายผู้บริโภคทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ($\bar{X}$ = 3.60) รองลงมาคือ กสทช. (2) ได้ส่งเสริมและเสริมสร้างความเข้มแข็งของผู้บริโภคให้มีส่วนร่วมในการคุ้มครองสิทธิ ($\bar{X}$ = 3.59) (3) กสทช. จัดกิจกรรมเพื่อให้ความรู้แก่เครือข่ายผู้บริโภค ($\bar{X}$ = 3.58) (4) กสทช. ส่งเสริมและสนับสนุนการรวมกลุ่มจัดตั้งเครือข่ายบริโภคหรือองค์กรผู้บริโภคเพื่อดำเนินกิจกรรมการปกป้องคุ้มครองสิทธิบริโภค ($\bar{X}$ = 3.57) (5) กสทช. จัดทำหลักสูตรการคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกับสถาบัน การศึกษา และองค์กรต่าง ๆ เพื่อพัฒนาทักษะการเรียนรู้ของประชาชน ($\bar{X}$ = 3.56) และ (6) กสทช. จัดทำฐานข้อมูลเครือข่ายผู้บริโภค ($\bar{X}$ = 3.55) ตามลำดับ

5) ด้านการพัฒนามาตรฐานคุณภาพการให้บริการ ระดับความคิดเห็นภาพรวมและทุกประเด็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.58) เมื่อพิจารณารายประเด็น พบว่า (1) กสทช. จัดให้มีการระบุระดับความเหมาะสมของเนื้อหารายการโทรทัศน์ก่อนการเริ่มรายการ ($\bar{X}$ = 3.65) รองลงมาคือ (2) กสทช. จัดให้มีเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคด้วยความสุภาพและมีมนุษยสัมพันธ์ ($\bar{X}$ = 3.60) (3) กสทช. มีการกำกับดูแลให้มีเนื้อหาที่เหมาะสมทั้งด้านความรุนแรงทางเพศ และภาษา ($\bar{X}$ = 3.59) (4) กสทช. ได้จัดให้มีช่องทางการติดต่อการใช้บริการที่สะดวกและเข้าถึงได้ง่าย ($\bar{X}$ = 3.59) (5) เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้บริการและตอบข้อซักถาม ($\bar{X}$ = 3.59) (6) กสทช. มีการกำกับให้ผู้ประกอบการให้บริการอย่างมีคุณภาพและปรับปรุงพัฒนาการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ($\bar{X}$ = 3.57) และ (7) กสทช. จัดการบริหาร

ข้อมูลเพื่อให้บริการปรึกษาข้อมูลปัญหาหรือสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับการบริการโทรคมนาคม เช่น ระบบตอบกลับหรือการสนทนาแบบตัวอักษรอัตโนมัติ (Chat Bot) ($\bar{X}$ = 3.49) ตามลำดับ

ตอนที่ 6 การรับรู้ต่อการดำเนินงานของสำนักงาน กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

ตาราง 4.7 ความเชื่อมั่นและความพึงพอใจต่อสื่อเผยแพร่ กิจกรรม โครงการ ผลงานของสำนักงาน กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

ช่องทางการเผยแพร่สื่อ กิจกรรม โครงการ ผลงานของสำนักงาน กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค	ไม่ทราบข้อมูล/การใช้บริการ	ระดับความเชื่อมั่น/ความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. ท่านมีความเชื่อมั่นต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค	240 (9.30)	788 (30.50)	774 (29.90)	564 (21.80)	167 (6.50)	53 (2.00)	3.52	0.913	มาก
2. ท่านมีความพึงพอใจต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช.	239 (9.20)	712 (27.50)	892 (34.50)	544 (21.00)	155 (6.00)	44 (1.70)	3.52	0.898	มาก
3. ท่านทราบข้อมูลเว็บไซต์ http://tcp.nbtc.go.th เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและการร้องเรียน	356 (13.80)	621 (24.00)	749 (29.00)	618 (23.90)	187 (7.20)	55 (2.10)	3.24	0.981	ปานกลาง
4. ท่านทราบข้อมูล “รู้เท่าทันมิจฉาชีพ/SCAM Alert” บนเว็บไซต์ http://www.nbtc.go.th	363 (14.00)	612 (23.70)	809 (31.30)	535 (20.70)	216 (8.40)	51 (2.00)	3.24	1.012	ปานกลาง
 5.ท่านทราบข้อมูลแชทบอท (Chat Bot) ภายใต้ชื่อ **“น้องสายลม”** เพื่อการปรึกษาปัญหาหรือสอบถามข้อมูล	391 (15.10)	600 (23.20)	762 (29.50)	551 (21.30)	200 (7.70)	82 (3.20)	3.16	0.934	ปานกลาง
6. ท่านทราบข้อมูล **“มีฤทธิ์โปรเจค” (MeLit Project)**  แพลตฟอร์มอีเลิร์นนิ่งหลักสูตรเพื่อพัฒนาทักษะการเรียนรู้ของประชาชน	419 (16.20)	591 (22.90)	662 (25.60)	653 (25.30)	202 (7.80)	59 (2.30)	3.10	0.876	ปานกลาง
 7. ท่านทราบข้อมูล **“แอปพลิเคชัน 3 ชั้น”** ทำการ “ตรวจ” “แจ้ง” และ “ล็อก”	361 (14.00)	642 (24.80)	693 (26.80)	627 (24.20)	202 (7.80)	61 (2.40)	3.22	0.945	ปานกลาง
8. ท่านทราบข้อมูล**เน็ตแคร์ (Net care)**	368 (14.20)	635 (24.60)	673 (26.00)	626 (24.20)	210 (8.10)	74 (2.90)	3.18	0.913	ปานกลาง
9.ท่านทราบข้อมูล **“แอปพลิเคชัน Mobile NBTC1200 (โมบายเอ็นบีทีซีหนึ่งสอง ศูนย์ศูนย์)”**	344 (13.30)	625 (24.20)	720 (27.80)	649 (25.10)	180 (7.00)	68 (2.60)	3.24	0.934	ปานกลาง
10. ท่านทราบข้อมูล **“แอปพลิเคชัน NBTC e-Library (เอ็นบีทีซี อี-ไลบรารี่)”**	390 (15.10)	628 (24.30)	704 (27.20)	588 (22.70)	209 (8.10)	67 (2.60)	3.17	0.911	ปานกลาง
 11. ท่านทราบข้อมูลต่อการกด ***137 แล้วโทรออก เพื่อยกเลิกข้อความสั้น (SMS) กวนใจหรือไม่ตั้งใจสมัคร ลดปัญหาเสียค่าใช้จ่ายโดยไม่รู้ตัว**	353 (13.70)	718 (27.80)	743 (28.70)	509 (19.70)	204 (7.90)	59 (2.30)	3.30	1.011	ปานกลาง
12. ท่านทราบข้อมูลการใช้**โทรศัพท์คอลเซ็นเตอร์ 1200 (Call Center 1200)**	364 (14.10)	750 (29.00)	667 (25.80)	522 (20.20)	214 (8.30)	69 (2.70)	3.27	0.973	ปานกลาง
13. ท่านทราบข้อมูล**การส่งข้อความสั้น (SMS) เบอร์ 1200**	400 (15.50)	699 (27.00)	667 (25.80)	536 (20.70)	210 (8.10)	74 (2.90)	3.19	1.041	ปานกลาง
14. ท่านทราบข้อมูลการส่งอีเมล์ **(e-mail): 1200@nbtc.go.th**	442 (17.10)	671 (25.90)	602 (23.30)	586 (22.70)	204 (7.90)	81 (3.10)	3.09	0.984	ปานกลาง
15. ท่านทราบข้อมูลเฟซบุ๊ก **เอนบีทีซี1200 (Facebook NBTC 1200)**	395 (15.30)	661 (25.60)	640 (24.70)	595 (23.00)	225 (8.70)	70 (2.70)	3.16	0.933	ปานกลาง
16. ท่านทราบข้อมูลไลน์แอปพลิเคชัน (Line Application) **@NBTC1200**	406 (15.70)	697 (27.00)	635 (24.60)	566 (21.90)	212 (8.20)	70 (2.70)	3.17	0.916	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม							**3.23**	**0.934**	**ปานกลาง**

จากตาราง 4.7 ความเชื่อมั่นและความพึงพอใจต่อสื่อเผยแพร่ กิจกรรม โครงการ ผลงาน ของสำนักงาน กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค พบว่า การรับรู้ต่อการดำเนินงานของสำนักงาน กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคต่อความเชื่อมั่นและความพึงพอใจต่อสื่อเผยแพร่ กิจกรรม โครงการ ผลงาน ของสำนักงาน กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.23) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อตามลำดับ พบว่า

1) ความเชื่อมั่นต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค มีระดับการรับรู้อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.52)

2) ความพึงพอใจต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. มีระดับการรับรู้อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.52)

3) การทราบข้อมูลต่อการกด *137 แล้วโทรออก เพื่อยกเลิกข้อความสั้น (SMS) กวนใจหรือไม่ตั้งใจสมัคร ลดปัญหาเสียค่าใช้จ่ายโดยไม่รู้ตัว มีระดับการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.30)

4) การทราบข้อมูลการใช้โทรศัพท์คอลเซ็นเตอร์ 1200 (Call Center 1200) มีระดับการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.27)

5) การทราบข้อมูลเว็บไซต์ http://tcp.nbtc.go.th เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและการร้องเรียน มีระดับการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.24)

6) การทราบข้อมูล “รู้เท่าทันมิจฉาชีพ/SCAM Alert” บนเว็บไซต์ http://www.nbtc.go.th มีระดับการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.24)

7) การทราบข้อมูล “แอปพลิเคชัน Mobile NBTC1200 (โมบายเอ็นบีทีซีหนึ่งสอง ศูนย์ศูนย์)” มีระดับการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.24)

8) การทราบข้อมูล “แอปพลิเคชัน 3 ชั้น” ทำการ “ตรวจ” “แจ้ง” และ “ล็อก” มีระดับการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.22)

9) การทราบข้อมูลการส่งข้อความสั้น (SMS) เบอร์ 1200 มีระดับการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.19)

10) การทราบข้อมูลเน็ตแคร์ (Net care) มีระดับการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18)

11) การทราบข้อมูล “แอปพลิเคชัน NBTC e-Library (เอ็นบีทีซี อี-ไลบรารี่)” มีระดับการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.17)

12) การทราบข้อมูลไลน์แอปพลิเคชัน (Line Application) @NBTC1200 มีระดับการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.17)

13) การทราบข้อมูลแชทบอท (Chat Bot) ภายใต้ชื่อ “น้องสายลม” เพื่อการปรึกษาปัญหาหรือสอบถามข้อมูล มีระดับการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.16)

14) การทราบข้อมูลเฟซบุ๊ก เอนบีทีซี1200 (Facebook NBTC 1200) มีระดับการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.16)

15) การทราบข้อมูล “มีฤทธิ์โปรเจค” (MeLit Project) แพลตฟอร์มอีเลิร์นนิ่งหลักสูตรเพื่อพัฒนาทักษะการเรียนรู้ของประชาชน มีระดับการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.10)

16) การทราบข้อมูลการส่งอีเมล์ (e-mail): 1200@nbtc.go.th มีระดับการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.09)

ตาราง 4.8 การรับรู้สิทธิของผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

การรับรู้สิทธิของผู้บริโภค	จำนวน	ร้อยละ
การเคยได้รับข้อมูล ความรู้ หรือข่าวสาร ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคจาก กสทช.		
- ไม่เคย	731	28.30
- เคย (ผ่านช่องทาง)	1,855	71.70
การรับรู้สิทธิของผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม		
- เว็บไซต์ (Website)	976	37.74
- โซเชียลมีเดีย เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook), ยูทูป (You Tube), ไลน์ (Line), ติ๊กต๊อก (TikTok)	961	37.16
- สื่อโทรทัศน์	891	34.45
- สื่อวิทยุ	410	15.85
- แอปพลิเคชัน เช่น แชทบอทน้องสายลม (Chat Bot), เอ็นบีทีซี อี-ไลบรารี่ (NBTC e-Library)	406	15.70
- คอลเซ็นเตอร์ (Call center)	391	15.12
- การจัดโครงการ/กิจกรรม/นิทรรศการของ กสทช.	328	12.68
- สื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เช่น แผ่นพับ หนังสือ บทความ หนังสือพิมพ์	274	10.60
- การสื่อสารในสื่อชุมชน เช่น หอกระจายข่าว และเสียงตามสาย	129	4.99
- ป้ายบิลบอร์ด (Billboard)/ป้ายกลางแจ้งขนาดใหญ่	93	3.60
- เคาน์เตอร์เซอร์วิส ของผู้ประกอบการ	76	2.94
- อื่น ๆ (เช่น การจัดประชุมรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ)	3	0.12

จากตาราง 4.8 การเคยได้รับข้อมูล ความรู้ หรือข่าวสาร ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคจาก กสทช. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยได้รับข้อมูล ความรู้ หรือข่าวสาร ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคจาก กสทช. จำนวน 1,855 คน คิดเป็นร้อยละ 71.70 และไม่เคยได้รับข้อมูล ความรู้ หรือข่าวสาร ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคจาก กสทช. จำนวน 731 คน คิดเป็นร้อยละ 28.30 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้สิทธิของผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมผ่านทางช่องทางต่าง ๆ ตามลำดับดังนี้

(1) เว็บไซต์ (Website) ร้อยละ 37.74

(2) โซเชียลมีเดีย เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook), ยูทูป (You Tube), ไลน์ (Line), ติ๊กต๊อก (TikTok) ร้อยละ 37.16

(3) สื่อโทรทัศน์ ร้อยละ 34.45 สื่อวิทยุ ร้อยละ 15.85

(4) แอปพลิเคชัน เช่น แชทบอทน้องสายลม (Chat Bot), เอ็นบีทีซี อี-ไลบรารี่ (NBTC e-Library) ร้อยละ 15.70

(5) คอลเซ็นเตอร์ (Call center) ร้อยละ 15.12

(6) การจัดโครงการ/กิจกรรม/นิทรรศการของ กสทช. ร้อยละ 12.68

(7) สื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เช่น แผ่นพับ หนังสือ บทความ หนังสือพิมพ์ ร้อยละ 10.60

(8) การสื่อสารในสื่อชุมชน เช่น หอกระจายข่าว และเสียงตามสาย ร้อยละ 4.99

(9) ป้ายบิลบอร์ด (Billboard)/ป้ายกลางแจ้งขนาดใหญ่ ร้อยละ 3.60

(10) เคาน์เตอร์เซอร์วิสของผู้ประกอบการ ร้อยละ 2.94

(11) อื่น ๆ (เช่น การจัดประชุมรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ) ร้อยละ 0.12

ตาราง 4.9 การรับรู้สิทธิของผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

(จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 1,855 คน)

การรับรู้สิทธิพื้นฐานของผู้บริโภค	ทราบ	ไม่ทราบ
1. การรับรู้สิทธิพื้นฐานของผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์		
1) การได้รับข้อมูลข่าวสารครบถ้วนตามความเป็นจริงและพอเหมาะ	1,558 (84.00)	295 (16.00)
2) การได้รับข้อมูลข่าวสารด้านสิทธิผู้บริโภคเพียงพอต่อการตัดสินใจใช้บริการที่เป็นประโยชน์	1,560 (84.00)	294 (16.00)
3) การปกป้องผู้บริโภคจากการเผยแพร่สื่อที่ไม่เหมาะสม	1,497 (81.00)	357 (19.00)
4) การได้รับการเยียวยาจากการถูกเอาเปรียบจากการใช้บริการ	1,367 (74.00)	488 (26.00)
5) การเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากสื่อได้เท่าเทียมกัน	1,469 (79.00)	385 (21.00)
6) การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อความเป็นส่วนตัว	1,490 (80.00)	364 (20.00)
7) ผู้บริโภคมีสิทธิแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับประกาศ กสทช.	1,463 (79.00)	391 (21.00)
2. การรับรู้สิทธิพื้นฐานของผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม		
1) ผู้บริโภคมีสิทธิได้รับทราบการให้บริการอย่างถูกต้องครบถ้วน ผ่านสื่อที่เข้าถึงและเข้าใจง่าย	1,560 (84.00)	294 (16.00)
2) ผู้ประกอบการไม่มีสิทธิผูกมัดหรือยัดเยียดการบริการและการโฆษณาโปรโมชันต้องชัดเจน เพื่อไม่ให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญ	1,427 (77.00)	427 (23.00)
3) ผู้บริโภคไม่ได้รับการบริการที่มีคุณภาพตามสัญญาย่อมมีสิทธิบอกเลิกสัญญาได้ทันที	1,435 (77.00)	420 (23.00)
4) ผู้ประกอบการไม่สามารถเรียกเก็บค่าใช้จ่ายอื่นนอกจากที่กำหนดไว้ในสัญญา	1,351 (73.00)	504 (27.00)
5) ผู้บริโภคมีสิทธิขอทราบข้อมูลการใช้บริการของตนเองได้	1,481 (80.00)	374 (20.00)
6) ห้ามผู้ประกอบการเรียกเก็บเงินค่าบริการจากผู้บริโภคในช่วงที่เกิดเหตุขัดข้อง	1,355 (73.00)	499 (27.00)
7) ผู้บริโภคมีสิทธิแจ้งระงับการใช้บริการชั่วคราว โดยแจ้งให้ผู้ประกอบการทราบล่วงหน้า 3 วัน และผู้ประกอบการไม่มีสิทธิเรียกเก็บค่าใช้จ่ายในระหว่างการระงับการใช้บริการชั่วคราว	1,373 (74.00)	482 (26.00)
8) กรณีผู้บริโภคย้ายค่ายโทรศัพท์มือถือโดยยังคงใช้หมายเลขเดิม หากมีเงินคงเหลือในระบบ ผู้บริโภคมีสิทธิขอรับเงินคืนจากผู้ประกอบการรายเดิมได้	1,331 (72.00)	523 (28.00)
9) ผู้ประกอบการไม่มีสิทธิเปิดเผยข้อมูลการใช้บริการ รวมทั้งต้องรักษาความปลอดภัยข้อมูลส่วนบุคคลผู้บริโภค	1,458 (79.00)	396 (21.00)
10) ผู้บริโภคมีสิทธิยื่นร้องเรียนต่อผู้ประกอบการ หรือต่อสำนักงาน กสทช. หากได้รับความเดือดร้อน เสียหายจากการให้ บริการโทรคมนาคม (โทรศัพท์บ้าน โทรศัพท์มือถือ โทรศัพท์สาธารณะ และอินเทอร์เน็ต)	1,435 (77.00)	420 (23.00)
3. การเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการวิทยุ โทรทัศน์ และโทรคมนาคม		
1) การออกอากาศรายการหรือการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ไม่ถูกกฎหมาย	1,528 (82.00)	327 (18.00)
2) การออกอากาศรายการหรือการโฆษณาเกินความเป็นจริง	1,497 (81.00)	358 (19.00)
3) การกำหนดเงื่อนไขการให้บริการที่มีลักษณะเป็นข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม	1,496 (81.00)	358 (19.00)

การรับรู้สิทธิพื้นฐานของผู้บริโภค	ทราบ	ไม่ทราบ
4) การอาศัยอำนาจทางการตลาด เพื่อบังคับให้ผู้บริโภคเลือกใช้บริการอย่างไม่เป็นธรรม	1,408 (76.00)	446 (24.00)
5) การกีดกันไม่ให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงบริการที่มีคุณภาพได้ตามปกติ อันเป็นเหตุให้ผู้บริโภคต้องรับภาระเพิ่มขึ้นในการเข้าถึงบริการ	1,383 (75.00)	471 (25.00)
6) ผู้ประกอบการร่วมกันกำหนดเงื่อนไขที่บังคับให้ผู้บริโภคต้องเลือกหรือเป็นการสร้างภาระเกินสมควรในการเข้าถึงบริการ	1,390 (75.00)	465 (25.00)
7) การหยุดให้บริการโดยไม่แจ้งให้ผู้บริโภคทราบล่วงหน้าโดยไม่มีเหตุอันควร	1,380 (74.00)	474 (26.00)
8) การโฆษณาเกินกว่าระยะที่กฎหมายกำหนดหรือบ่อยครั้งจนชมรายการไม่ต่อเนื่อง	1,385 (75.00)	469 (25.00)
9) การมีข้อความหรือข้อมูลโฆษณาจำนวนมากที่ก่อให้เกิดการรบกวนระหว่างชมรายการ	1,474 (79.00)	380 (20.00)

จากตาราง 4.9 การรับรู้สิทธิของผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พบว่า

1. การทราบหรือไม่ว่า “ผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์มีสิทธิพื้นฐาน” ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามทราบว่า “ผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์มีสิทธิพื้นฐาน” แยกเป็นประเด็นดังนี้

(1) การได้รับข้อมูลข่าวสารครบถ้วนตามความเป็นจริงและพอเหมาะ ผู้ตอบแบบสอบถามทราบ ร้อยละ 84.00 และไม่ทราบ ร้อยละ 16.00

(2) การได้รับข้อมูลข่าวสารด้านสิทธิผู้บริโภคเพียงพอต่อการตัดสินใจใช้บริการที่เป็นประโยชน์ ผู้ตอบแบบสอบถามทราบ ร้อยละ 84.00 และไม่ทราบ ร้อยละ 16.00

(3) การปกป้องผู้บริโภคจากการเผยแพร่สื่อที่ไม่เหมาะสม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบ ร้อยละ 81.00 และไม่ทราบ ร้อยละ 19.00

(4) การได้รับการเยียวยาจากการถูกเอาเปรียบจากการใช้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบ ร้อยละ 74.00 และไม่ทราบ ร้อยละ 26.00

(5) การเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากสื่อได้เท่าเทียมกัน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบ ร้อยละ 79.00 และไม่ทราบ ร้อยละ 21.00

(6) การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อความเป็นส่วนตัว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบ ร้อยละ 80.00 และไม่ทราบ ร้อยละ 20.00

(7) ผู้บริโภคมีสิทธิแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับประกาศ กสทช. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบ ร้อยละ 79.00 และไม่ทราบ ร้อยละ 21.00

2. การทราบหรือไม่ว่า “ผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคมมีสิทธิพื้นฐาน” ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามทราบว่า “ผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคมมีสิทธิพื้นฐาน” แยกเป็นประเด็น ดังนี้

(1) ผู้บริโภคมีสิทธิได้รับทราบการให้บริการอย่างถูกต้องครบถ้วน ผ่านสื่อที่เข้าถึงและเข้าใจง่าย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบ ร้อยละ 84.00 และไม่ทราบ ร้อยละ 16.00

(2) ผู้ประกอบการไม่มีสิทธิผูกมัดหรือยัดเยียดการบริการและการโฆษณาโปรโมชันต้องชัดเจน เพื่อไม่ให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบ ร้อยละ 77.00 และไม่ทราบ ร้อยละ 23.00

(3) ผู้บริโภคไม่ได้รับการบริการที่มีคุณภาพตามสัญญาย่อมมีสิทธิบอกเลิกสัญญาได้ทันที ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบ ร้อยละ 77.00 และไม่ทราบ ร้อยละ 23.00

(4) ผู้ประกอบการไม่สามารถเรียกเก็บค่าใช้จ่ายอื่นนอกจากที่กำหนดไว้ในสัญญา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบ ร้อยละ 73.00 และไม่ทราบ ร้อยละ 27.00

(5) ผู้บริโภคมีสิทธิขอทราบข้อมูลการใช้บริการของตนเองได้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบ ร้อยละ 80.00 และไม่ทราบ ร้อยละ 20.00

(6) ห้ามผู้ประกอบการเรียกเก็บเงินค่าบริการจากผู้บริโภคในช่วงที่เกิดเหตุขัดข้อง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบ ร้อยละ 73.00 และไม่ทราบ ร้อยละ 27.00

(7) ผู้บริโภคมีสิทธิแจ้งระงับการใช้บริการชั่วคราว โดยแจ้งให้ผู้ประกอบการทราบล่วงหน้า 3 วัน และผู้ประกอบการไม่มีสิทธิเรียกเก็บค่าใช้จ่ายในระหว่างการระงับการใช้บริการชั่วคราว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบ ร้อยละ 74.00 และไม่ทราบ ร้อยละ 26.00

(8) กรณีผู้บริโภคย้ายค่ายโทรศัพท์มือถือโดยยังคงใช้หมายเลขเดิม หากมีเงินคงเหลือในระบบ ผู้บริโภคมีสิทธิขอรับเงินคืนจากผู้ประกอบการรายเดิมได้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบ ร้อยละ 72.00 และไม่ทราบ ร้อยละ 28.00

(9) ผู้ประกอบการไม่มีสิทธิเปิดเผยข้อมูลการใช้บริการ รวมทั้งต้องรักษาความปลอดภัยข้อมูลส่วนบุคคลผู้บริโภค ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบ ร้อยละ 79.00 และไม่ทราบ ร้อยละ 21.00

(10) ผู้บริโภคมีสิทธิยื่นร้องเรียนต่อผู้ประกอบการ หรือต่อสำนักงาน กสทช. หากได้รับความเดือดร้อน เสียหายจากการให้บริการโทรคมนาคม (โทรศัพท์บ้าน โทรศัพท์มือถือ โทรศัพท์สาธารณะ และอินเทอร์เน็ต) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบ ร้อยละ 77.00 และไม่ทราบ ร้อยละ 23.00

3. การเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการวิทยุ โทรทัศน์ และโทรคมนาคม ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามทราบว่า “การเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการวิทยุ โทรทัศน์ และโทรคมนาคม” แยกเป็นประเด็น ดังนี้

(1) การออกอากาศรายการหรือการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ไม่ถูกกฎหมาย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบ ร้อยละ 82.00 และไม่ทราบ ร้อยละ 18.00

(2) การออกอากาศรายการหรือการโฆษณาเกินความเป็นจริง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบ ร้อยละ 81.00 และไม่ทราบ ร้อยละ 19.00

(3) การกำหนดเงื่อนไขการให้บริการที่มีลักษณะเป็นข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบ ร้อยละ 81.00 และไม่ทราบ ร้อยละ 19.00

(4) การอาศัยอำนาจทางการตลาด เพื่อบังคับให้ผู้บริโภคเลือกใช้บริการอย่างไม่เป็นธรรม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบ ร้อยละ 76.00 และไม่ทราบ ร้อยละ 24.00

(5) การกีดกันไม่ให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงบริการที่มีคุณภาพได้ตามปกติ อันเป็นเหตุให้ผู้บริโภคต้องรับภาระเพิ่มขึ้นในการเข้าถึงบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบ ร้อยละ 75.00 และไม่ทราบ ร้อยละ 25.00

(6) ผู้ประกอบการร่วมกันกำหนดเงื่อนไขที่บังคับให้ผู้บริโภคต้องเลือกหรือเป็นการสร้างภาระเกินสมควรในการเข้าถึงบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบ ร้อยละ 75.00 และไม่ทราบ ร้อยละ 25.00

(7) การหยุดให้บริการโดยไม่แจ้งให้ผู้บริโภคทราบล่วงหน้าโดยไม่มีเหตุอันควร ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบ ร้อยละ 74.00 และไม่ทราบ ร้อยละ 26.00

(8) การโฆษณาเกินกว่าระยะที่กฎหมายกำหนดหรือบ่อยครั้งจนชมรายการไม่ต่อเนื่อง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบ ร้อยละ 75.00 และไม่ทราบ ร้อยละ 25.00

(9) การมีข้อความหรือข้อมูลโฆษณาจำนวนมากที่ก่อให้เกิดการรบกวนระหว่างชมรายการ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบ ร้อยละ 79.00 และไม่ทราบ ร้อยละ 20.00

1.2 ผลการวิเคราะห์ทางสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

1) ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. (ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567)

ตาราง 4.10 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. (ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567) จำแนกตามประเภทผู้บริโภค

ประเภทผู้บริโภค	จำนวน	$\bar{x}$	S.D.	ผลต่างคะแนนเฉลี่ย				
				ผู้บริโภคทั่วไป		ผู้บกพร่อง		
				เด็กและเยาวชน	ผู้สูงอายุ	การได้ยิน	การมองเห็น	การเคลื่อนไหว
วัยทำงาน	1,827	3.68	0.890	0.422	0.761	0.113	0.162	0.022*
เด็กและเยาวชน	393	3.72	0.848	-	0.431	0.067	0.103	0.047
ผู้สูงอายุ	217	3.66	0.856		-	0.214	0.254	0.023*
ผู้บกพร่องทางการได้ยิน	71	3.51	0.992			-	0.955	0.005*
ผู้บกพร่องทางการมองเห็น	49	3.50	1.045				-	0.007*
ผู้บกพร่องทางการเคลื่อนไหว	29	4.06	0.878					-
F = 2.163 และ P-Value = 0.056								

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.10 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. (ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567) จำแนกตามประเภทผู้บริโภค พบว่า F = 2.163 และ P-Value = 0.056 แสดงว่า ระดับความคิดเห็นจำแนกตามประเภทผู้บริโภคไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบรายคู่ว่าประเภทผู้บริโภคใดที่มีระดับความคิดเห็นต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. (ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567) แตกต่างกัน โดยใช้การเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) พบว่า

1) ระดับความคิดเห็นของวัยทำงานแตกต่างกับระดับความคิดเห็นของผู้บกพร่องทางการเคลื่อนไหวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (P-Value = 0.022)

2) ระดับความคิดเห็นของผู้สูงอายุแตกต่างกับระดับความคิดเห็นของผู้บกพร่องทางการเคลื่อนไหวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (P-Value = 0.023)

3) ระดับความคิดเห็นของผู้บกพร่องทางการได้ยินแตกต่างกับระดับความคิดเห็นของผู้บกพร่องทางการเคลื่อนไหวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (P-Value = 0.005)

4) ระดับความคิดเห็นของผู้บกพร่องทางการมองเห็นแตกต่างกับระดับความคิดเห็นของผู้บกพร่องทางการเคลื่อนไหวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (P-Value = 0.007)

ตาราง 4.11 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. (ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567) จำแนกตามภาค

ภาค	จำนวน	$\bar{X}$	S.D.	ผลต่างคะแนนเฉลี่ย			
				ภาคกลาง/ภาคตะวันออก	ภาคใต้	ภาคเหนือ	กรุงเทพฯ หรือปริมณฑล
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	507	3.63	0.909	0.089	0.003*	0.927	0.000*
ภาคกลาง/ภาคตะวันออก	507	3.72	0.899	-	0.000*	0.068	0.000*
ภาคใต้	509	3.47	0.866		-	0.004*	0.000*
ภาคเหนือ	547	3.62	0.872			-	0.000*
กรุงเทพฯ หรือปริมณฑล	516	3.96	0.822				-
F = 22.092 และ P-Value = 0.000*							

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.11 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. (ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567) จำแนกตามภาค พบว่า F = 22.092 และ P-Value = 0.000 แสดงว่า ระดับความคิดเห็นจำแนกตามภาคมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบรายคู่ว่าภาคใดที่มีระดับความคิดเห็นต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. (ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567) แตกต่างกัน โดยใช้การเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) พบว่า

1) ระดับความคิดเห็นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกับระดับความคิดเห็นของภาคใต้ (P-Value = 0.003) และกรุงเทพฯ หรือปริมณฑล (P-Value = 0.000) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2) ระดับความคิดเห็นของภาคกลาง/ตะวันออกแตกต่างกับระดับความคิดเห็นของภาคใต้ (P-Value = 0.000) และกรุงเทพฯ หรือปริมณฑล (P-Value = 0.000) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3) ระดับความคิดเห็นของภาคใต้แตกต่างกับระดับความคิดเห็นของภาคเหนือ (P-Value = 0.004) และกรุงเทพฯ หรือปริมณฑล (P-Value = 0.000) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4) ระดับความคิดเห็นของภาคเหนือแตกต่างกับระดับความคิดเห็นของกรุงเทพฯ หรือปริมณฑล (P-Value = 0.000) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 4.12 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. (ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567) จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	$\bar{X}$	S.D.	ผลต่างคะแนนเฉลี่ย	
				ชาย	ไม่ประสงค์ระบุ
หญิง	1,401	3.73	0.868	0.007*	0.027
ชาย	1,085	3.63	0.917	-	0.252
ไม่ประสงค์ระบุ	100	3.53	0.812		-
F = 5.194 และ P-Value = 0.006*					

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.12 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. (ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567) จำแนกตามเพศ พบว่า F = 5.194 และ P-Value = 0.006* แสดงว่า ระดับความคิดเห็นจำแนกตามเพศมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบรายคู่ว่าเพศใดที่มีระดับความคิดเห็นต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. (ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567) แตกต่างกัน โดยใช้การเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) พบว่า ระดับความคิดเห็นของเพศหญิงแตกต่างกับระดับความคิดเห็นของเพศชาย (P-Value = 0.007) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 4.13 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. (ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567) จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	$\bar{X}$	S.D.	ผลต่างคะแนนเฉลี่ย				
				21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	60 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 20 ปี	340	3.69	0.845	0.875	0.041	0.327	0.758	0.555
21-30 ปี	757	3.70	0.908	-	0.006*	0.315	0.835	0.595
31-40 ปี	602	3.57	0.920		-	0.001*	0.025*	0.018
41-50 ปี	410	3.76	0.871			-	0.549	0.817
51-60 ปี	272	3.71	0.886				-	0.769
60 ปีขึ้นไป	205	3.74	0.802					-
F = 2.835 และ P-Value = 0.015*								

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.13 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. (ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567) จำแนกตามอายุ พบว่า F = 2.835 และ P-Value = 0.015 แสดงว่า ระดับความคิดเห็นจำแนกตามอายุมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบรายคู่ว่าช่วงอายุใดที่มีระดับความคิดเห็นต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. (ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567) แตกต่างกัน โดยใช้การเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) พบว่า

1) ระดับความคิดเห็นของช่วงอายุ 21-30 ปี แตกต่างกับระดับความคิดเห็นของช่วงอายุ 31-40 ปี (P-Value = 0.006) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2) ระดับความคิดเห็นของช่วงอายุ 31-40 ปี แตกต่างกับระดับความคิดเห็นของช่วงอายุ 41-50 ปี (P-Value = 0.001) และช่วงอายุ 51-60 ปี (P-Value = 0.025) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 4.14 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. (ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567) จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	$\bar{x}$	S.D.	ผลต่างคะแนนเฉลี่ย						
				กิจการส่วนตัว/ค้าขาย	เกษตรกร/ปศุสัตว์/ประมง	รับจ้างทั่วไป	พนักงานบริษัทเอกชน	รับราชการ/พนักงานรัฐ/วิสาหกิจ	ข้าราชการบำนาญ/เกษียณอายุ	แม่บ้าน/พ่อบ้าน/ไม่ได้ประกอบอาชีพ
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	433	3.68	0.883	0.007*	0.807	0.654	0.466	0.146	0.504	0.787
กิจการส่วนตัว/ค้าขาย	381	3.85	0.887	-	0.037*	0.026*	0.001*	0.000*	0.034*	0.015*
เกษตรกร/ปศุสัตว์/ประมง	127	3.66	0.915		-	0.585	0.803	0.481	0.679	0.989
รับจ้างทั่วไป	418	3.71	0.945			-	0.242	0.056	0.365	0.530
พนักงานบริษัทเอกชน	424	3.64	0.875				-	0.495	0.778	0.753
รับราชการ/พนักงานรัฐ/วิสาหกิจ	530	3.60	0.863					-	0.949	0.388
ข้าราชการบำนาญ/เกษียณอายุ	70	3.61	0.594						-	0.648
แม่บ้าน/พ่อบ้าน/ไม่ได้ประกอบอาชีพ	203	3.66	0.911							-
F = 2.922 และ P-Value = 0.005*										

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.14 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. (ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567) จำแนกตามอาชีพ พบว่า F = 2.922 และ P-Value = 0.005 แสดงว่า ระดับความคิดเห็นจำแนกตามอาชีพมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบรายคู่ว่าอาชีพใดที่มีระดับความคิดเห็นต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. (ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567) แตกต่างกัน โดยใช้การเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) พบว่า

1) ระดับความคิดเห็นของอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษาแตกต่างกับระดับความคิดเห็นของอาชีพกิจการส่วนตัว/ค้าขาย (P-Value = 0.007) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2) ระดับความคิดเห็นของอาชีพกิจการส่วนตัว/ค้าขายแตกต่างกับระดับความคิดเห็นของอาชีพเกษตรกร/ปศุสัตว์/ประมง (P-Value = 0.037) รับจ้างทั่วไป (P-Value = 0.026) พนักงานบริษัทเอกชน (P-Value = 0.001) รับราชการ/พนักงานรัฐ/วิสาหกิจ (P-Value = 0.000) ข้าราชการบำนาญ/เกษียณอายุ (P-Value = 0.034) และแม่บ้าน/พ่อบ้าน/ไม่ได้ประกอบอาชีพ (P-Value = 0.015) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 4.15 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. (ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567) จำแนกตามระดับรายได้ส่วนตัว

ระดับรายได้ส่วนตัว	จำนวน	$\bar{x}$	S.D.	ผลต่างคะแนนเฉลี่ย										
				10,000 – 19,999 บาท	20,000 - 29,999 บาท	30,000 - 39,999 บาท	40,000 - 49,999 บาท	50,000 - 59,999 บาท	60,000 - 69,999 บาท	70,000 - 79,999 บาท	80,000 - 89,999 บาท	90,000 - 99,999 บาท	100,000 บาท ขึ้นไป	ไม่มีรายได้
น้อยกว่า 10,000 บาท	409	3.69	0.933	0.102	0.432	0.740	0.121	0.046*	0.048*	0.643	0.909	0.572	0.109	0.472
10,000 – 19,999 บาท	826	3.60	0.879	-	0.005*	0.077	0.011*	0.006*	0.016*	0.899	0.649	0.481	0.236	0.550
20,000 - 29,999 บาท	612	3.73	0.856		-	0.745	0.253	0.092	0.074	0.523	0.954	0.621	0.066	0.146
30,000 - 39,999 บาท	263	3.71	0.857			-	0.210	0.078	0.064	0.583	0.981	0.598	0.090	0.341
40,000 - 49,999 บาท	97	3.85	0.924				-	0.490	0.231	0.310	0.644	0.753	0.027*	0.051
50,000 - 59,999 บาท	52	3.95	0.842					-	0.483	0.180	0.416	0.883	0.012*	0.021*
60,000 - 69,999 บาท	17	4.12	0.791						-	0.097	0.226	0.905	0.009*	0.029*
70,000 - 79,999 บาท	12	3.57	0.744							-	0.678	0.483	0.526	0.789
80,000 - 89,999 บาท	12	3.72	0.935								-	0.631	0.273	0.760
90,000 - 99,999 บาท	2	4.05	0.070									-	0.301	0.520
100,000 บาท ขึ้นไป	20	3.37	1.151										-	0.181
ไม่มีรายได้	264	3.64	0.909											-
F = 2.291 และ P-Value = 0.009*														

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.15 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. (ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567) จำแนกตามระดับรายได้ส่วนตัว พบว่า F = 2.291 และ P-Value = 0.009 แสดงว่า ระดับความคิดเห็นจำแนกตามระดับรายได้ส่วนตัวมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบรายคู่ว่าระดับรายได้ส่วนตัวใดที่มีระดับความคิดเห็นต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. (ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567) แตกต่างกัน โดยใช้การเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) พบว่า

1) ระดับความคิดเห็นของระดับรายได้ส่วนตัวน้อยกว่า 10,000 บาท แตกต่างกับระดับความคิดเห็นของระดับรายได้ส่วนตัว 50,000 - 59,999 บาท (P-Value = 0.046) และระดับรายได้ส่วนตัว 60,000 - 69,999 บาท (P-Value = 0.048) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2) ระดับความคิดเห็นของระดับรายได้ส่วนตัว 10,000 – 19,999 บาท แตกต่างกับระดับความคิดเห็นของระดับรายได้ส่วนตัว 20,000 - 29,999 บาท (P-Value = 0.005) ระดับรายได้ส่วนตัว 40,000 - 49,999 บาท (P-Value = 0.011) ระดับรายได้ส่วนตัว 50,000 - 59,999 บาท (P-Value = 0.006) และระดับรายได้ส่วนตัว 60,000 - 69,999 บาท (P-Value = 0.016) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3) ระดับความคิดเห็นของระดับรายได้ส่วนตัว 40,000 - 49,999 บาท แตกต่างกับระดับความคิดเห็นของระดับรายได้ส่วนตัว 100,000 บาทขึ้นไป (P-Value = 0.027) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4) ระดับความคิดเห็นของระดับรายได้ส่วนตัว 50,000 - 59,999 บาท แตกต่างกับระดับความคิดเห็นของระดับรายได้ส่วนตัว 100,000 บาทขึ้นไป (P-Value = 0.012) และไม่มีรายได้ (P-Value = 0.021) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5) ระดับความคิดเห็นของระดับรายได้ส่วนตัว 60,000 - 69,999 บาท แตกต่างกับระดับความคิดเห็นของระดับรายได้ส่วนตัว 100,000 บาทขึ้นไป (P-Value = 0.009) และไม่มีรายได้ (P-Value = 0.029) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 4.16 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. (ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567) จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวน	$\bar{x}$	S.D.	ผลต่างคะแนนเฉลี่ย						
				มัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	อนุปริญญา/ปวส.	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	ปริญญาเอก	อื่น ๆ
ประถมศึกษา	157	3.64	0.996	0.587	0.758	0.594	0.743	0.013*	0.119	0.812
มัธยมศึกษาตอนต้น	179	3.59	0.950	-	0.325	0.250	0.274	0.001*	0.076	0.968
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	406	3.67	0.851		-	0.751	0.981	0.005*	0.135	0.732
อนุปริญญา/ปวส.	233	3.69	0.787			-	0.699	0.029*	0.165	0.670
ปริญญาตรี	1354	3.67	0.892				-	0.001*	0.129	0.733
ปริญญาโท	232	3.87	0.884					-	0.500	0.266
ปริญญาเอก	13	4.04	0.698						-	0.193
อื่น ๆ	12	3.58	1.002							-
F = 2.234 และ P-Value = 0.029*										

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.16 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. (ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567) จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด พบว่า F = 2.234 และ P-Value = 0.029 แสดงว่า ระดับความคิดเห็นจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุดมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบรายคู่ว่าระดับการศึกษาสูงสุดใดที่มีระดับความคิดเห็นต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. (ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567) แตกต่างกัน โดยใช้การเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) พบว่า ระดับความคิดเห็นของระดับปริญญาโทแตกต่างกับระดับความคิดเห็นของระดับประถมศึกษา (P-Value = 0.013) ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น (P-Value = 0.001) ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. (P-Value = 0.005) ระดับอนุปริญญา/ปวส. (P-Value = 0.029) และระดับปริญญาตรี (P-Value = 0.001) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 4.17 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. (ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567) จำแนกตามพื้นที่ที่อยู่อาศัย

พื้นที่ที่อยู่อาศัย	จำนวน	$\bar{x}$	S.D.	ผลต่างคะแนนเฉลี่ย	
				อยู่ในอำเภอเมือง	ไม่ได้อยู่ในอำเภอเมือง
อยู่ในกรุงเทพฯ/ปริมณฑล	519	3.96	0.824	0.000*	0.000*
อยู่ในอำเภอเมือง	1,221	3.66	0.900	-	0.004*
ไม่ได้อยู่ในอำเภอเมือง	846	3.55	0.872		-
F = 36.20 และ P-Value = 0.000*					

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.17 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. (ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567) จำแนกตามพื้นที่ที่อยู่อาศัย พบว่า F = 36.20 และ P-Value = 0.000 แสดงว่า ระดับความคิดเห็นจำแนกตามพื้นที่ที่อยู่อาศัยมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบรายคู่ว่าพื้นที่ที่อยู่อาศัยใดที่มีระดับความคิดเห็นต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. (ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567) แตกต่างกัน โดยใช้การเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) พบว่า

1) ระดับความคิดเห็นของพื้นที่ที่อยู่อาศัยในกรุงเทพฯ/ปริมณฑลแตกต่างกับระดับความคิดเห็นของพื้นที่ที่อยู่อาศัยในอำเภอเมือง (P-Value = 0.000) และไม่ได้อยู่ในอำเภอเมือง (P-Value = 0.000) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2) ระดับความคิดเห็นของพื้นที่ที่อยู่อาศัยในอำเภอเมืองแตกต่างกับระดับความคิดเห็นของพื้นที่ไม่ได้อยู่อาศัยในอำเภอเมือง (P-Value = 0.004) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2) ความเชื่อมั่นในการดำเนินการและการบริหารงาน ของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

ตาราง 4.18 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อความเชื่อมั่นในการดำเนินการและการบริหารงาน ของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค จำแนกตามประเภทผู้บริโภค

ประเภทผู้บริโภค	จำนวน	$\bar{X}$	S.D.	ผลต่างคะแนนเฉลี่ย				
				ผู้บริโภคทั่วไป		ผู้บกพร่อง		
				เด็กและเยาวชน	ผู้สูงอายุ	การได้ยิน	การมองเห็น	การเคลื่อนไหว
วัยทำงาน	1,824	3.56	1.241	0.875	0.679	0.601	0.685	0.101
เด็กและเยาวชน	391	3.57	1.267	-	0.804	0.577	0.656	0.101
ผู้สูงอายุ	217	3.60	1.052		-	0.496	0.576	0.088
ผู้บกพร่องทางการได้ยิน	71	3.48	1.235			-	0.980	0.268
ผู้บกพร่องทางการมองเห็น	49	3.49	1.524				-	0.289
ผู้บกพร่องทางการเคลื่อนไหว	29	3.18	1.520					-
F = 0.680 และ P-Value = 0.639								

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.18 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อความเชื่อมั่นในการดำเนินการและการบริหารงาน ของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค จำแนกตามประเภทผู้บริโภค พบว่า F = 0.680 และ P-Value = 0.639 แสดงว่า ระดับความคิดเห็นจำแนกตามประเภทผู้บริโภคไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบรายคู่ว่าประเภทผู้บริโภคใดที่มีระดับความคิดเห็นต่อระดับความคิดเห็นต่อความเชื่อมั่นในการดำเนินการและการบริหารงาน ของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคแตกต่างกัน โดยใช้การเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) พบว่า ไม่มีความแตกต่างกันทุกประเภทผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 4.19 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อความเชื่อมั่นในการดำเนินการและการบริหารงาน ของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค จำแนกตามภาค

ภาค	จำนวน	$\bar{X}$	S.D.	ผลต่างคะแนนเฉลี่ย			
				ภาคกลาง/ภาคตะวันออก	ภาคใต้	ภาคเหนือ	กรุงเทพฯ หรือปริมณฑล
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	507	3.57	1.307	0.097	0.000*	0.148	0.480
ภาคกลาง/ภาคตะวันออก	505	3.70	1.025	-	0.000*	0.805	0.018*
ภาคใต้	508	3.30	1.520		-	0.000*	0.005*
ภาคเหนือ	546	3.68	1.130			-	0.030*
กรุงเทพฯ หรือปริมณฑล	515	3.52	1.123				-
F = 8.764 และ P-Value = 0.000*							

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.19 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อความเชื่อมั่นในการดำเนินการและการบริหารงาน ของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค จำแนกตามภาค พบว่า F = 8.764 และ P-Value = 0.000 แสดงว่า ระดับความคิดเห็นจำแนกตามภาคมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบรายคู่ว่าภาคใดที่มีระดับความคิดเห็นต่อความเชื่อมั่นในการดำเนินการและการบริหารงาน ของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคแตกต่างกัน โดยใช้การเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) พบว่า

1) ระดับความคิดเห็นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกับระดับความคิดเห็นของภาคใต้ (P-Value = 0.000) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2) ระดับความคิดเห็นของภาคกลาง/ตะวันออกแตกต่างกับระดับความคิดเห็นของภาคใต้ (P-Value = 0.000) และกรุงเทพฯ หรือปริมณฑล (P-Value = 0.018) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3) ระดับความคิดเห็นของภาคใต้แตกต่างกับระดับความคิดเห็นของภาคเหนือ (P-Value = 0.000) และกรุงเทพฯ หรือปริมณฑล (P-Value = 0.005) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4) ระดับความคิดเห็นของภาคเหนือแตกต่างกับระดับความคิดเห็นของกรุงเทพฯ หรือปริมณฑล (P-Value = 0.030) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 4.20 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อความเชื่อมั่นในการดำเนินการและการบริหารงาน ของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	$\bar{x}$	S.D.	ผลต่างคะแนนเฉลี่ย	
				ชาย	ไม่ประสงค์ระบุ
หญิง	1,399	3.5542	1.24027	0.664	0.452
ชาย	1,082	3.5760	1.21917	-	0.361
ไม่ประสงค์ระบุ	100	3.4576	1.44796		-
F = 0.446 และ P-Value = 0.064					

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.20 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อความเชื่อมั่นในการดำเนินการและการบริหารงาน ของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค จำแนกตามเพศพบว่า F = 0.446 และ P-Value = 0.064* แสดงว่า ระดับความคิดเห็นจำแนกตามเพศไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบรายคู่ว่าเพศใดที่มีผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อความเชื่อมั่นในการดำเนินการและการบริหารงาน ของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค จำแนกตามเพศแตกต่างกัน โดยใช้การเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) พบว่า ระดับความคิดเห็นไม่มีความแตกต่างกันทุกเพศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 4.21 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อความเชื่อมั่นในการดำเนินการและการบริหารงาน ของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	$\bar{x}$	S.D.	ผลต่างคะแนนเฉลี่ย				
				21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	60 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 20 ปี	338	3.63	1.143	0.168	0.129	0.935	0.596	0.153
21-30 ปี	754	3.52	1.351	-	0.812	0.170	0.059	0.644
31-40 ปี	602	3.50	1.228		-	0.129	0.045*	0.773
41-50 ปี	410	3.62	1.156			-	0.529	0.158
51-60 ปี	272	3.68	1.202				-	0.66
60 ปีขึ้นไป	205	3.47	1.202					-
F = 1.604 และ P-Value = 0.156								

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.21 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อความเชื่อมั่นในการดำเนินการและการบริหารงาน ของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค จำแนกตามอายุ พบว่า F = 1.604 และ P-Value = 0.156 แสดงว่า ระดับความคิดเห็นจำแนกตามอายุไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบรายคู่ว่าช่วงอายุใดที่มีผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อความเชื่อมั่นในการดำเนินการและการบริหารงาน ของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค จำแนกตามอายุแตกต่างกัน โดยใช้การเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) พบว่า ระดับความคิดเห็นในช่วงอายุ 31-40 ปีแตกต่างกันกับช่วงอายุ 51 -60 ปี (P-Value = 0.156) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 4.22 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อความเชื่อมั่นในการดำเนินการ และการบริหารงาน ของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	$\bar{x}$	S.D.	ผลต่างคะแนนเฉลี่ย						
				กิจการส่วนตัว/ค้าขาย	เกษตรกร/ปศุสัตว์/ประมง	รับจ้างทั่วไป	พนักงานบริษัทเอกชน	รับราชการ/พนักงานรัฐ/วิสาหกิจ	ข้าราชการบำนาญ/เกษียณอายุ	แม่บ้าน/พ่อบ้าน/ไม่ได้ประกอบอาชีพ
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	431	3.56	1.265	0.702	0.235	0.244	0..492	0.176	0.600	0.888
กิจการส่วนตัว/ค้าขาย	381	3.53	1.275	-	0.152	0.454	0.777	0.088	0.754	0.864
เกษตรกร/ปศุสัตว์/ประมง	127	3.71	1.169		-	0.049*	0.099	0.745	0.208	0.244
รับจ้างทั่วไป	418	3.46	1.278			-	0.633	0.010*	0.924	0.427
พนักงานบริษัทเอกชน	423	3.51	1.290				-	0.039*	0.873	0.682
รับราชการ/พนักงานรัฐ/วิสาหกิจ	528	3.67	1.168					-	0.222	0.227
ข้าราชการบำนาญ/เกษียณอายุ	70	3.48	1.255						-	0.688
แม่บ้าน/พ่อบ้าน/ไม่ได้ประกอบอาชีพ	203	3.55	1.139							-
F = 1.443 และ P-Value = 0.184										

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.22 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อความเชื่อมั่นในการดำเนินการและการบริหารงาน ของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค จำแนกตามอาชีพ พบว่า F = 1.443 และ P-Value = 0.184 แสดงว่า ระดับความคิดเห็นจำแนกตามอาชีพไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบรายคู่ว่าอาชีพใดที่มีระดับผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อความเชื่อมั่นในการดำเนินการและการบริหารงาน ของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค จำแนกตามอาชีพแตกต่างกัน โดยใช้การเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) พบว่า

1) ระดับความคิดเห็นของอาชีพเกษตรกร/ปศุสัตว์/ประมงแตกต่างกับระดับความคิดเห็นของอาชีพรับจ้างทั่วไป (P-Value = 0.049) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2) ระดับความคิดเห็นของอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐ/วิสาหกิจแตกต่างกับอาชีพรับจ้างทั่วไป (P-Value = 0.010) และอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน (P-Value = 0.039) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.23 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อความเชื่อมั่นในการดำเนินการและการบริหารงาน ของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค จำแนกตามระดับรายได้ส่วนตัว พบว่า F = 1.583 และ P-Value = 0.097 แสดงว่า ระดับความคิดเห็นจำแนกตามระดับรายได้ส่วนตัวไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบรายคู่ว่าระดับรายได้ส่วนตัวใดที่มีระดับความคิดเห็นต่อความเชื่อมั่นในการดำเนินการและการบริหารงาน ของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคแตกต่างกัน โดยใช้การเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) พบว่า

1) ระดับความคิดเห็นของระดับรายได้ส่วนตัว 60,000 - 69,999 บาท แตกต่างกับระดับความคิดเห็นของระดับรายได้ส่วนตัวน้อยกว่า 10,000 บาท (P-Value = 0.036) ระดับรายได้ส่วนตัว 10,000 – 19,999 บาท (P-Value = 0.016) ระดับรายได้ส่วนตัว 20,000 – 29,999 บาท (P-Value = 0.038) ระดับรายได้ส่วนตัว 30,000 – 39,999 บาท (P-Value = 0.034) และระดับรายได้ส่วนตัว 40,000 – 49,999 บาท (P-Value = 0.027)

2) ระดับความคิดเห็นของระดับรายได้ส่วนตัว 70,000 - 79,999 บาท แตกต่างกับระดับความคิดเห็นของระดับรายได้ส่วนตัว 10,000 – 19,999 บาท (P-Value = 0.037) และระดับรายได้ส่วนตัว 40,000 – 49,999 บาท (P-Value = 0.050) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3) ระดับความคิดเห็นของระดับรายได้ส่วนตัว 100,000 บาทขึ้นไป แตกต่างกับระดับความคิดเห็นของระดับรายได้ส่วนตัว 60,000 - 69,999 บาท (P-Value = 0.022) และระดับรายได้ส่วนตัว 70,000 - 79,999 บาท (P-Value = 0.034) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4) ระดับความคิดเห็นของระดับรายได้ส่วนตัวไม่มีรายได้แตกต่างกับระดับความคิดเห็นของระดับรายได้ส่วนตัว 60,000 - 69,999 บาท (P-Value = 0.044) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 4.23 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อความเชื่อมั่นในการดำเนินการและการบริหารงาน ของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค จำแนกตามระดับรายได้ส่วนตัว

ระดับรายได้ส่วนตัว	จำนวน	$\bar{x}$	S.D.	ผลต่างคะแนนเฉลี่ย										
				10,000 – 19,999 บาท	20,000 - 29,999 บาท	30,000 - 39,999 บาท	40,000 - 49,999 บาท	50,000 - 59,999 บาท	60,000 - 69,999 บาท	70,000 - 79,999 บาท	80,000 - 89,999 บาท	90,000 - 99,999 บาท	100,000 บาท ขึ้นไป	ไม่มีรายได้
น้อยกว่า 10,000 บาท	408	3.54	1.260	0.243	0.885	0.885	0.565	0.411	0.036*	0.067	0.337	0.123	0.301	0.864
10,000 – 19,999 บาท	822	3.63	1.218	-	0.135	0.403	0.957	0.180	0.016*	0.037*	0.226	0.100	0.463	0.234
20,000 - 29,999 บาท	612	3.53	1.228		-	0.779	0.497	0.438	0.038*	0.071	0.350	0.126	0.279	0.954
30,000 - 39,999 บาท	263	3.56	1.240			-	0.652	0.382	0.034*	0.064	0.321	0.119	0.31	0.775
40,000 - 49,999 บาท	97	3.62	1.160				-	0.279	0.027*	0.050*	0.258	0.105	0.484	0.509
50,000 - 59,999 บาท	52	3.39	1.463					-	0.155	0.195	0.617	0.177	0.174	0.478
60,000 - 69,999 บาท	17	2.90	1.593						-	0.963	0.529	0.442	0.022*	0.044*
70,000 - 79,999 บาท	12	2.88	1.568							-	0.532	0.465	0.034*	0.077
80,000 - 89,999 บาท	12	3.19	1.594								-	0.287	0.156	0.364
90,000 - 99,999 บาท	2	2.19	3.094									-	0.073	0.128
100,000 บาท ขึ้นไป	20	3.84	1.217										-	0.281
ไม่มีรายได้	264	3.53	1.200											-
F = 1.583 และ P-Value = 0.097														

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการดำเนินงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ประจำปี 2567

ตาราง 4.24 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อความเชื่อมั่นในการดำเนินการและการบริหารงาน ของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวน	$\bar{X}$	S.D.	ผลต่างคะแนนเฉลี่ย						
				มัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	อนุปริญญา/ปวส.	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	ปริญญาเอก	อื่น ๆ
ประถมศึกษา	157	3.51	1.196	0.998	0.660	0.068	0.816	0.594	0.164	0.844
มัธยมศึกษาตอนต้น	179	3.51	1.219	-	0.643	0.058	0.803	0.578	0.162	0.844
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	404	3.56	1.248		-	0.074	0.701	0.867	0.201	0.732
อนุปริญญา/ปวส.	231	3.74	1.018			-	0.017*	0.150	0.455	0.403
ปริญญาตรี	1353	3.53	1.270				-	0.617	0.170	0.786
ปริญญาโท	232	3.58	1.300					-	0.224	0.700
ปริญญาเอก	13	4.01	1.374						-	0.250
อื่น ๆ	12	3.44	0.824							-
F = 1.157 และ P-Value = 0.324										

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 4.24 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อความเชื่อมั่นในการดำเนินการและการบริหารงาน ของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุดพบว่า F = 1.157 และ P-Value = 0.324 แสดงว่า ระดับความคิดเห็นจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุดไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบรายคู่ว่าระดับการศึกษาสูงสุดใดที่มีระดับความคิดเห็นต่อความเชื่อมั่นในการดำเนินการและการบริหารงาน ของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคแตกต่างกัน โดยใช้การเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) พบว่า ระดับความคิดเห็นของระดับอนุปริญญา/ปวส. แตกต่างกับระดับความคิดเห็นของระดับปริญญาตรี (P-Value = 0.017) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 4.25 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อความเชื่อมั่นในการดำเนินการและการบริหารงาน ของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค จำแนกตามพื้นที่ที่อยู่อาศัย

พื้นที่ที่อยู่อาศัย	จำนวน	$\bar{X}$	S.D.	ผลต่างคะแนนเฉลี่ย	
				อยู่ในอำเภอเมือง	ไม่ได้อยู่ในอำเภอเมือง
อยู่ในกรุงเทพฯ/ปริมณฑล	518	3.52	1.122	0.745	0.195
อยู่ในอำเภอเมือง	1,220	3.54	1.295	-	0.217
ไม่ได้อยู่ในอำเภอเมือง	843	3.56	1.225		-
F = 1.088 และ P-Value = 0.337					

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.25 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อความเชื่อมั่นในการดำเนินการและการบริหารงาน ของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค จำแนกตามพื้นที่ที่อยู่อาศัย พบว่า F = 1.088 และ P-Value = 0.37 แสดงว่า ระดับความคิดเห็นจำแนกตามพื้นที่ที่อยู่อาศัยไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบรายคู่ว่าพื้นที่ที่อยู่อาศัยใด

ที่มีระดับความคิดเห็นต่อความเชื่อมั่นในการดำเนินการและการบริหารงาน ของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค แตกต่างกัน โดยใช้การเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) พบว่า ไม่มีระดับความคิดเห็นของพื้นที่ที่อยู่อาศัยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3) ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการดำเนินการและการบริหารงาน ของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

ตาราง 4.26 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการดำเนินการและการบริหารงาน ของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม จำแนกตามประเภทผู้บริโภค

ประเภทผู้บริโภค	จำนวน	$\bar{x}$	S.D.	ผลต่างคะแนนเฉลี่ย				
				ผู้บริโภคทั่วไป		ผู้บกพร่อง		
				เด็กและเยาวชน	ผู้สูงอายุ	การได้ยิน	การมองเห็น	การเคลื่อนไหว
วัยทำงาน	1,815	3.58	1.212	0.764	0.929	0.298	0.755	0.329
เด็กและเยาวชน	388	3.61	1.261	-	0.785	0.269	0.851	0.300
ผู้สูงอายุ	212	3.58	1.073		-	0.382	0.744	0.373
ผู้บกพร่องทางการได้ยิน	69	3.43	1.453			-	0.354	0.804
ผู้บกพร่องทางการมองเห็น	49	3.64	1.388				-	0.330
ผู้บกพร่องทางการเคลื่อนไหว	29	3.36	1.384					-
F = 0.459 และ P-Value = 0.807								

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.26 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นต่อการดำเนินการและการบริหารงาน ของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม จำแนกตามประเภทผู้บริโภค พบว่า F = 0.459 และ P-Value = 0.807 แสดงว่า ระดับความคิดเห็นจำแนกตามประเภทผู้บริโภคไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบรายคู่ว่าประเภทผู้บริโภคใดที่มีระดับความคิดเห็นต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแตกต่างกัน โดยใช้การเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) พบว่า ระดับความคิดเห็นของประเภทผู้บริโภคไม่แตกต่างกันทุกประเภทผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 4.27 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการดำเนินการและการบริหารงาน ของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม จำแนกตามภาค

ภาค	จำนวน	$\bar{x}$	S.D.	ผลต่างคะแนนเฉลี่ย			
				ภาคกลาง/ภาคตะวันออก	ภาคใต้	ภาคเหนือ	กรุงเทพฯ หรือปริมณฑล
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	507	3.59	1.302	0.076	0.076	0.074	0.076
ภาคกลาง/ภาคตะวันออก	507	3.72	1.070	-	0.077	0.075	0.076
ภาคใต้	509	3.37	1.481		-	0.075	0.076
ภาคเหนือ	547	3.69	1.067			-	0.074
กรุงเทพฯ หรือปริมณฑล	516	3.50	1.113				-
F = 6.964 และ P-Value = 0.000*							

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.27 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม จำแนกตามภาค พบว่า F = 6.964 และ P-Value = 0.000* แสดงว่า ระดับความคิดเห็นจำแนกตามภาคมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบรายคู่ว่าภาคใดที่มีระดับความคิดเห็นต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแตกต่างกัน โดยใช้การเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) พบว่า ระดับความคิดเห็นของภาคไม่แตกต่างกันทุกภาคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 4.28 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการดำเนินการและการบริหารงาน ของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	$\bar{x}$	S.D.	ผลต่างคะแนนเฉลี่ย	
				ชาย	ไม่ประสงค์ระบุ
หญิง	1,401	3.56	1.214	0.366	0.323
ชาย	1,085	3.61	1.201	-	0.185
ไม่ประสงค์ระบุ	100	3.44	1.488		-
F = 1.079 และ P-Value = 0.340					

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.28 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมจำแนกตามเพศ พบว่า F = 1.079 และ P-Value = 0.340 แสดงว่า ระดับความคิดเห็นจำแนกตามเพศไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบรายคู่ว่าเพศใดที่มีระดับความคิดเห็นต่อการดำเนินการและการบริหารงาน ของ กสทช. สำนักงาน

กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแตกต่างกัน โดยใช้การเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) พบว่า ระดับความคิดเห็นจำแนกตามเพศไม่แตกต่างกันทุกเพศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 4.29 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	$\bar{x}$	S.D.	ผลต่างคะแนนเฉลี่ย				
				21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	60 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 20 ปี	340	3.58	1.227	0.970	0.339	0.277	0.309	0.523
21-30 ปี	757	3.58	1.309	-	0.218	0.208	0.256	0.454
31-40 ปี	602	3.50	1.215		-	0.024*	0.043*	0.918
41-50 ปี	410	3.67	1.092			-	0.970	0.111
51-60 ปี	272	3.68	1.182				-	0.132
60 ปีขึ้นไป	205	0.51	1.170					-
F = 1.529 และ P-Value = 0.177								

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.29 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมจำแนกตามอายุ พบว่า F = 1.529 และ P-Value = 0.177 แสดงว่าระดับความคิดเห็นจำแนกตามอายุไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบรายคู่ว่าช่วงอายุใดที่มีระดับความคิดเห็นต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแตกต่างกัน โดยใช้การเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) พบว่า

1) ระดับความคิดเห็นของช่วงอายุ 31-40 ปี แตกต่างกับระดับความคิดเห็นของช่วงอายุ 41-50 ปี (P-Value = 0.024) และช่วงอายุ 51-60 ปี (P-Value = 0.043) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 4.30 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการดำเนินการและการบริหารงาน ของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	$\bar{x}$	S.D.	ผลต่างคะแนนเฉลี่ย						
				กิจการส่วนตัว/ค้าขาย	เกษตรกร/ปศุสัตว์/ประมง	รับจ้างทั่วไป	พนักงานบริษัทเอกชน	รับราชการ/พนักงานรัฐ/วิสาหกิจ	ข้าราชการบำนาญ/เกษียณอายุ	แม่บ้าน/พ่อบ้าน/ไม่ได้ประกอบอาชีพ
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	433	3.57	1.272	0.086	0.124	0.084	0.083	0.079	0.157	0.103
กิจการส่วนตัว/ค้าขาย	381	3.50	1.323	-	0.125	0.086	0.086	0.082	0.158	0.106
เกษตรกร/ปศุสัตว์/ประมง	127	3.74	1.127		-	0.124	0.124	0.121	0.182	0.138
รับจ้างทั่วไป	418	3.52	1.204			-	0.084	0.080	0.157	0.104
พนักงานบริษัทเอกชน	424	3.51	1.289				-	0.079	0.157	0.104
รับราชการ/พนักงานรัฐ/วิสาหกิจ	530	3.71	1.121					-	0.155	0.100
ข้าราชการบำนาญ/เกษียณอายุ	70	3.47	1.270						-	0.169
แม่บ้าน/พ่อบ้าน/ไม่ได้ประกอบอาชีพ	203	3.57	1.048							-
F = 1.866 และ P-Value = 0.071										

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.30 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการดำเนินการและการบริหารงาน ของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม จำแนกตามอาชีพ พบว่า F = 1.866 และ P-Value = 0.071แสดงว่า ระดับความคิดเห็นจำแนกตามอาชีพไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบรายคู่ว่าอาชีพใดที่มีระดับความคิดเห็นต่อการดำเนินการและการบริหารงาน ของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแตกต่างกัน โดยใช้การเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) พบว่า ระดับความคิดเห็นของอาชีพไม่แตกต่างกันทุกอาชีพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 4.31 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการดำเนินการและการบริหารงาน ของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม จำแนกตามระดับรายได้ส่วนตัว

ระดับรายได้ส่วนตัว	จำนวน	$\bar{x}$	S.D.	ผลต่างคะแนนเฉลี่ย										
				10,000 – 19,999 บาท	20,000 - 29,999 บาท	30,000 - 39,999 บาท	40,000 - 49,999 บาท	50,000 - 59,999 บาท	60,000 - 69,999 บาท	70,000 - 79,999 บาท	80,000 - 89,999 บาท	90,000 - 99,999 บาท	100,000 บาท ขึ้นไป	ไม่มีรายได้
น้อยกว่า 10,000 บาท	409	**3.60**	**1.161**	0.478	0.317	0.823	0.438	0.371	0.012*	0.437	0.163	0.117	0.251	0.401
10,000 – 19,999 บาท	826	3.65	1.204	-	0.045*	0.394	0.678	0.223	0.007*	0.352	0.120	0.103	0.331	0.123
20,000 - 29,999 บาท	612	3.52	1.248		-	0.533	0.166	0.637	0.023*	0.575	0.237	0.139	0.150	0.972
30,000 - 39,999 บาท	263	**3.58**	**1.212**			-	0.376	0.453	0.016*	0.477	0.186	0.123	0.226	0.577
40,000 - 49,999 บาท	97	3.70	1.074				-	0.202	0.007*	0.303	0.105	0.093	0.476	0.195
50,000 - 59,999 บาท	52	3.44	1.479					-	0.081	0.768	0.390	0.174	0.133	0.665
60,000 - 69,999 บาท	17	**2.84**	**1.553**						-	0.295	0.657	0.247	0.179	0.586
70,000 - 79,999 บาท	12	3.32	1.341							-	0.657	0.247	0.179	0.586
80,000 - 89,999 บาท	12	3.10	1.528								-	0.357	0.066	0.247
90,000 - 99,999 บาท	2	2.24	3.174									-	0.064	0.141
100,000 บาท ขึ้นไป	20	3.92	1.154										-	0.155
ไม่มีรายได้	264	3.52	1.228											-
F = 1.762 และ P-Value = 0.055														

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการดำเนินการและการบริหารงาน ของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม จำแนกตามระดับรายได้ส่วนตัว ปี 2567

จากตาราง 4.31 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมจำแนกตามระดับรายได้ส่วนตัว พบว่า F = 1.762 และ P-Value = 0.055 แสดงว่า ระดับความคิดเห็นจำแนกตามระดับรายได้ส่วนตัวไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบรายคู่ว่าระดับรายได้ส่วนตัวใดที่มีระดับความคิดเห็นต่อการดำเนินการและการบริหารงาน ของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแตกต่างกัน โดยใช้การเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) พบว่า

1) ระดับความคิดเห็นของระดับรายได้ส่วนตัว 60,000 - 69,999 บาท แตกต่างกับระดับความคิดเห็นของระดับรายได้ส่วนตัวน้อยกว่า 10,000 บาท (P-Value = 0.012) ระดับรายได้ส่วนตัว 10,000 – 19,999 บาท (P-Value = 0.007) ระดับรายได้ส่วนตัว 20,000 - 29,999 บาท (P-Value = 0.023) ระดับรายได้ส่วนตัว 30,000 - 39,999 บาท (P-Value = 0.016) และระดับรายได้ส่วนตัว 40,000 - 49,999 บาท (P-Value = 0.007) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 4.32 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวน	$\bar{x}$	S.D.	ผลต่างคะแนนเฉลี่ย						
				มัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	อนุปริญญา/ปวส.	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	ปริญญาเอก	อื่น ๆ
ประถมศึกษา	157	3.59	1.162	0.855	0.927	0.427	0.741	0.734	0.061	0.829
มัธยมศึกษาตอนต้น	179	3.56	1.210	-	0.899	0.304	0.921	0.580	0.051	0.881
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	406	3.57	1.215		-	0.269	0.734	0.595	0.051	0.848
อนุปริญญา/ปวส.	233	3.68	1.063			-	0.121	0.614	0.108	0.619
ปริญญาตรี	1354	3.55	1.253				-	0.376	0.041*	0.899
ปริญญาโท	232	3.63	1.262					-	0.076	0.735
ปริญญาเอก	13	4.24	0.738						-	0.130
อื่น ๆ	12	3.50	0.965							-
F = 0.974 และ P-Value = 0.448										

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.32 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด พบว่า F = 0.974 และ P-Value = 0.448 แสดงว่า ระดับความคิดเห็นจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุดไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบรายคู่ว่าระดับการศึกษาสูงสุดใดที่มีระดับความคิดเห็นต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแตกต่างกัน โดยใช้การเปรียบเทียบ

เชิงซ้อน (Multiple Comparison) พบว่า ระดับความคิดเห็นของระดับปริญญาตรีแตกต่างกับระดับความคิดเห็นของระดับปริญญาเอก (P-Value = 0.041) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 4.33 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมจำแนกตามพื้นที่ที่อยู่อาศัย

พื้นที่ที่อยู่อาศัย	จำนวน	$\bar{X}$	S.D.	ผลต่างคะแนนเฉลี่ย	
				อยู่ในอำเภอเมือง	ไม่ได้อยู่ในอำเภอเมือง
อยู่ในกรุงเทพฯ/ปริมณฑล	519	3.51	1.112	0.260	0.072
อยู่ในอำเภอเมือง	1,221	3.58	1.260	-	0.357
ไม่ได้อยู่ในอำเภอเมือง	846	3.63	1.225		-
F = 1.618 และ P-Value = 0.198					

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.33 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม จำแนกตามพื้นที่ที่อยู่อาศัย พบว่า F = 1.618 และ P-Value = 0.198 แสดงว่า ระดับความคิดเห็นจำแนกตามพื้นที่ที่อยู่อาศัยไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบรายคู่ว่าพื้นที่ที่อยู่อาศัยใดที่มีระดับความคิดเห็นต่อการดำเนินการและการบริหารงาน ของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแตกต่างกัน โดยใช้การเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) พบว่า ระดับความคิดเห็นของพื้นที่ที่อยู่อาศัยไม่แตกต่างกับระดับความคิดเห็นของทุกพื้นที่ที่อยู่อาศัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4) ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการรับรู้ต่อการดำเนินงานของ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

ตาราง 4.34 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการรับรู้ต่อการดำเนินงานของ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค จำแนกตามประเภทผู้บริโภค

ประเภทผู้บริโภค	จำนวน	$\bar{X}$	S.D.	ผลต่างคะแนนเฉลี่ย				
				ผู้บริโภคทั่วไป		ผู้บกพร่อง		
				เด็กและเยาวชน	ผู้สูงอายุ	การได้ยิน	การมองเห็น	การเคลื่อนไหว
วัยทำงาน	1,815	3.24	1.443	0.923	0.370	0.586	0.722	0.292
เด็กและเยาวชน	388	3.23	1.435	-	0.482	0.580	0.708	0.318
ผู้สูงอายุ	212	3.15	1.309		-	0.338	0.460	0.508
ผู้บกพร่องทางการได้ยิน	69	3.34	1.533			-	0.938	0.232
ผู้บกพร่องทางการมองเห็น	49	3.32	1.439				-	0.288
ผู้บกพร่องทางการเคลื่อนไหว	29	2.96	1.633					-
F = 0.480 และ P-Value = 0.792								

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.34 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการรับรู้ต่อการดำเนินงานของ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค จำแนกตามประเภทผู้บริโภค พบว่า F = 0.480 และ P-Value = 0.792 แสดงว่า ระดับความคิดเห็นจำแนกตามประเภทผู้บริโภคไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบรายคู่ว่าประเภทผู้บริโภคใดที่มีระดับความคิดเห็นต่อการรับรู้ต่อการดำเนินงานของ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคแตกต่างกัน โดยใช้การเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) พบว่า ระดับความคิดเห็นของประเภทผู้บริโภคไม่แตกต่างกันทุกประเภทผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 4.35 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการรับรู้ต่อการดำเนินงานของ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค จำแนกตามภาค

ภาค	จำนวน	$\bar{X}$	S.D.	ผลต่างคะแนนเฉลี่ย			
				ภาคกลาง/ภาคตะวันออก	ภาคใต้	ภาคเหนือ	กรุงเทพฯ หรือปริมณฑล
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	507	3.26	1.406	0.082	0.000*	0.088	0.312
ภาคกลาง/ภาคตะวันออก	507	3.41	1.367	-	0.000*	0.944	0.006*
ภาคใต้	509	2.92	1.667		-	0.000*	0.007*
ภาคเหนือ	547	3.40	1.308			-	0.006*
กรุงเทพฯ หรือปริมณฑล	516	3.16	1.360				-
F = 10.310 และ P-Value = 0.000*							

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.35 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการรับรู้ต่อการดำเนินงานของ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค จำแนกตามภาค พบว่า F = 10.310 และ P-Value = 0.000* แสดงว่า ระดับความคิดเห็นจำแนกตามภาคมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบรายคู่ว่าภาคใดที่มีระดับความคิดเห็นต่อการรับรู้ต่อการดำเนินงานของ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคแตกต่างกัน โดยใช้การเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) พบว่า

1) ระดับความคิดเห็นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกับระดับความคิดเห็นของภาคใต้ (P-Value = 0.000) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2) ระดับความคิดเห็นของภาคกลาง/ตะวันออกแตกต่างกับระดับความคิดเห็นของภาคใต้ (P-Value = 0.000) และกรุงเทพฯ หรือปริมณฑล (P-Value = 0.006) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3) ระดับความคิดเห็นของภาคใต้แตกต่างกับระดับความคิดเห็นของภาคเหนือ (P-Value = 0.000) และกรุงเทพฯ หรือปริมณฑล (P-Value = 0.007) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4) ระดับความคิดเห็นของภาคเหนือแตกต่างกับระดับความคิดเห็นของกรุงเทพฯ หรือปริมณฑล (P-Value = 0.006) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 4.36 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการรับรู้ต่อการดำเนินงานของ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	$\bar{X}$	S.D.	ผลต่างคะแนนเฉลี่ย	
				ชาย	ไม่ประสงค์ระบุ
หญิง	1,401	3.23	1.437	0.899	0.857
ชาย	1,085	3.24	1.420	-	0.820
ไม่ประสงค์ระบุ	100	3.20	1.593		-
F = 0.029 และ P-Value = 0.971					

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.36 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการรับรู้ต่อการดำเนินงานของ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคจำแนกตามเพศ พบว่า F = 0.029 และ P-Value = 0.971 แสดงว่า ระดับความคิดเห็นจำแนกตามเพศไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบรายคู่ว่าเพศใดที่มีระดับความคิดเห็นต่อการรับรู้ต่อการดำเนินงานของ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคแตกต่างกัน โดยใช้การเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) พบว่า ระดับความคิดเห็นจำแนกตามเพศไม่แตกต่างกันทุกเพศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 4.37 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการรับรู้ต่อการดำเนินงานของ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	$\bar{X}$	S.D.	ผลต่างคะแนนเฉลี่ย				
				21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	60 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 20 ปี	340	3.24	1.399	0.880	0.583	0.533	0.933	0.852
21-30 ปี	757	3.23	1.495	-	0.615	0.365	0.814	0.931
31-40 ปี	602	3.19	1.415		-	0.195	0.548	0.801
41-50 ปี	410	3.31	1.360			-	0.621	0.469
51-60 ปี	272	3.25	1.470				-	0.801
60 ปีขึ้นไป	205	3.22	1.448					-
F = 0.355 และ P-Value = 0.880								

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.37 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการรับรู้ต่อการดำเนินงานของ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคจำแนกตามอายุ พบว่า F = 0.355 และ P-Value = 0.880 แสดงว่า ระดับความคิดเห็นจำแนกตามอายุไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบรายคู่ว่าช่วงอายุใดที่มีระดับความคิดเห็นต่อการรับรู้ต่อการดำเนินงานของ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคแตกต่างกัน โดยใช้การเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) พบว่า ระดับความคิดเห็นของช่วงอายุไม่แตกต่างกันทุกช่วงอายุอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 4.38 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการรับรู้ต่อการดำเนินงานของ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	$\bar{X}$	S.D.	ผลต่างคะแนนเฉลี่ย						
				กิจการส่วนตัว/ค้าขาย	เกษตรกร/ปศุสัตว์/ประมง	รับจ้างทั่วไป	พนักงานบริษัทเอกชน	รับราชการ/พนักงานรัฐ/วิสาหกิจ	ข้าราชการบำนาญ/เกษียณอายุ	แม่บ้าน/พ่อบ้าน/ไม่ได้ประกอบอาชีพ
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	433	3.21	1.429	0.687	0.663	0.947	0.663	0.128	0.925	0.774
กิจการส่วนตัว/ค้าขาย	381	3.17	1.526	-	0.481	0.643	0.984	0.059	0.762	0.544
เกษตรกร/ปศุสัตว์/ประมง	127	3.27	1.487		-	0.698	0.467	0.582	0.837	0.863
รับจ้างทั่วไป	418	3.22	1.420			-	0.619	0.152	0.953	0.816
พนักงานบริษัทเอกชน	424	3.17	1.451				-	0.049*	0.752	0.525
รับราชการ/พนักงานรัฐ/วิสาหกิจ	530	3.35	1.405					-	0.513	0.369
ข้าราชการบำนาญ/เกษียณอายุ	70	3.23	1.469						-	0.933
แม่บ้าน/พ่อบ้าน/ไม่ได้ประกอบอาชีพ	203	3.25	1.314							-
F = 0.790 และ P-Value = 0.596										

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.38 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการรับรู้ต่อการดำเนินงานของ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคจำแนกตามอาชีพ พบว่า F = 0.790 และ P-Value = 0.596 แสดงว่า ระดับความคิดเห็นจำแนกตามอาชีพไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบรายคู่ว่าอาชีพใดที่มีระดับความคิดเห็นต่อการรับรู้ต่อการดำเนินงานของ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคแตกต่างกัน โดยใช้การเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) พบว่า ระดับความคิดเห็นของอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนแตกต่างกับอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐ/วิสาหกิจ (P-Value = 0.049) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.39 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการรับรู้ต่อการดำเนินงานของ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคจำแนกตามระดับรายได้ส่วนตัว พบว่า F = 1.148 และ P-Value = 0.319 แสดงว่า ระดับความคิดเห็นจำแนกตามระดับรายได้ส่วนตัวไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบรายคู่ว่าระดับรายได้ส่วนตัวใดที่มีระดับความคิดเห็นต่อการรับรู้ต่อการดำเนินงานของ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคแตกต่างกัน โดยใช้การเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) พบว่า ระดับความคิดเห็นของระดับรายได้ส่วนตัว 50,000 - 59,999 บาท แตกต่างกับระดับความคิดเห็นของระดับรายได้ส่วนตัว 10,000 – 19,999 บาท (P-Value = 0.036) ระดับรายได้ส่วนตัว 40,000 - 49,999 บาท (P-Value = 0.024) และไม่มีรายได้ (P-Value = 0.049) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 4.39 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการรับรู้ต่อการดำเนินงานของ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค จำแนกตามระดับรายได้ส่วนตัว

ระดับรายได้ส่วนตัว	จำนวน	$\bar{X}$	S.D.	ผลต่างคะแนนเฉลี่ย										
				10,000 – 19,999 บาท	20,000 - 29,999 บาท	30,000 - 39,999 บาท	40,000 - 49,999 บาท	50,000 - 59,999 บาท	60,000 - 69,999 บาท	70,000 - 79,999 บาท	80,000 - 89,999 บาท	90,000 - 99,999 บาท	100,000 บาทขึ้นไป	ไม่มีรายได้
น้อยกว่า 10,000 บาท	409	**3.18**	**1.447**	0.205	0.834	0.374	0.149	0.128	0.324	0.949	0.551	0.377	0.258	0.342
10,000 – 19,999 บาท	826	3.29	.1447	-	0.090	0.928	0.421	0.036*	0.190	0.841	0.738	0.320	0.422	0.981
20,000 - 29,999 บาท	612	.316	1.433		-	0.256	0.106	0.145	0.349	0.912	0.518	0.387	0.231	0.229
30,000 - 39,999 บาท	263	**3.28**	**1.416**			-	0.434	0.053	0.209	0.860	0.725	0.326	0.418	0.957
40,000 - 49,999 บาท	97	3.41	1.289				-	0.024*	0.121	0.634	0.974	0.268	0.702	0.458
50,000 - 59,999 บาท	52	2.86	1.735					-	0.949	0.445	0.212	0.578	0.066	0.049*
60,000 - 69,999 บาท	17	**2.83**	**1.766**						-	0.486	0.267	0.609	0.127	0.202
70,000 - 79,999 บาท	12	3.20	1.804							-	0.702	0.398	0.511	0.847
80,000 - 89,999 บาท	12	3.43	1.615								-	0.294	0.818	0.737
90,000 - 99,999 บาท	2	3.22	0.812									-	0.232	0.322
100,000 บาท ขึ้นไป	20	3.55	1.477										-	0.430
ไม่มีรายได้	264	3.28	1.323											-
F = 1.148 และ P-Value = 0.319														

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ฉบับนี้เป็นกรรมสิทธิ์ของสำนักงานคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ห้ามมิให้ผู้ใดนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น ก่อนได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรจากสำนักงานคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ พ.ศ. 2567

ตาราง 4.40 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการรับรู้ต่อการดำเนินงานของ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวน	$\bar{x}$	S.D.	ผลต่างคะแนนเฉลี่ย						
				มัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	อนุปริญญา/ปวส.	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	ปริญญาเอก	อื่น ๆ
ประถมศึกษา	157	3.21	1.472	0.604	0.936	0.333	0.885	0.263	0.040*	0.792
มัธยมศึกษาตอนต้น	179	3.13	1.484	-	0.475	0.117	0.576	0.085	0.024*	0.653
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	406	3.22	1.402		-	0.260	0.727	0.189	0.038*	0.807
อนุปริญญา/ปวส.	233	3.36	1.338			-	0.114	0.863	0.085	0.952
ปริญญาตรี	1354	3.20	1.455				-	0.073	0.030*	0.755
ปริญญาโท	232	3.38	1.423					-	0.096	0.911
ปริญญาเอก	13	4.06	1.294						-	0.213
อื่น ๆ	12	3.33	1.103							-
F = 1.479 และ P-Value = 0.170										

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.40 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการรับรู้ต่อการดำเนินงานของ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด พบว่า F = 1.479 และ P-Value = 0.170 แสดงว่า ระดับความคิดเห็นจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุดไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบรายคู่ว่าระดับการศึกษาสูงสุดใดที่มีระดับความคิดเห็นต่อการรับรู้ต่อการดำเนินงานของ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคแตกต่างกัน โดยใช้การเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) พบว่า ระดับความคิดเห็นของระดับปริญญาเอกแตกต่างกับระดับความคิดเห็นของระดับประถมศึกษา (P-Value = 0.040) ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น (P-Value = 0.024) ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. (P-Value = 0.038) และระดับปริญญาตรี (P-Value = 0.030) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 4.41 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการรับรู้ต่อการดำเนินงานของ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค จำแนกตามพื้นที่ที่อยู่อาศัย

พื้นที่ที่อยู่อาศัย	จำนวน	$\bar{x}$	S.D.	ผลต่างคะแนนเฉลี่ย	
				อยู่ในอำเภอเมือง	ไม่ได้อยู่ในอำเภอเมือง
อยู่ในกรุงเทพฯ/ปริมณฑล	519	3.16	1.358	0.260	0.072
อยู่ในอำเภอเมือง	1,221	3.23	1.469	-	0.357
ไม่ได้อยู่ในอำเภอเมือง	846	3.27	1.434		-
F = 0.951 และ P-Value = 0.386					

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.41 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการรับรู้ต่อการดำเนินงานของ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค จำแนกตามพื้นที่ที่อยู่อาศัย พบว่า F = 0.951 และ P-Value = 0.386 แสดงว่า ระดับความคิดเห็นจำแนกตามพื้นที่ที่อยู่อาศัยไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบรายคู่ว่าพื้นที่ที่อยู่อาศัยใดที่มีระดับความคิดเห็นต่อการรับรู้ต่อการดำเนินงานของ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคแตกต่างกัน โดยใช้การเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) พบว่า ระดับความคิดเห็นของพื้นที่ที่อยู่อาศัยไม่แตกต่างกับระดับความคิดเห็นของทุกพื้นที่ที่อยู่อาศัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ผลการรวบรวมข้อมูล ข้อเท็จจริง ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะจากการประชุมระดมคลังสมอง (Think Tank)

จากการเก็บข้อมูล ข้อคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการประชุมระดมคลังสมอง (Think Tank) เพื่อระดมสมองกับผู้เกี่ยวข้องกับการดูแลนโยบายและการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผล จำนวน 3 ครั้ง ครั้งละไม่น้อยกว่า 15 ตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย ผู้บริหารหรือผู้แทนหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับประเด็นที่ศึกษา ซึ่งจะต้องได้รับความเห็นชอบจาก กตป. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อให้ได้ข้อมูลระดับการกำกับนโยบายและปฏิบัติการ นำเสนอผลการศึกษาแบ่งออกเป็นออก 7 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มผู้ให้ข้อมูล

ส่วนที่ 2 การดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคประจำปี 2567

ส่วนที่ 3 กลไกและกระบวนการเรื่องร้องเรียนของผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

ส่วนที่ 4 การส่งเสริมความร่วมมือและพัฒนาศักยภาพเครือข่ายการคุ้มครองผู้บริโภคของสำนักงาน กสทช.

ส่วนที่ 5 ทิศทางการบริหารและการดำเนินการคุ้มครองผู้บริโภค

ส่วนที่ 6 ปัจจัยเงื่อนไขที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จและอุปสรรคของการดำเนินการของ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

ส่วนที่ 7 ประเด็นข้อคำถามอื่น ๆ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลจากการจัดประชุมระดมคลังสมอง (Think Tank)

ครั้งที่	จังหวัด	สถานที่	วันเดือนปีที่จัดการประชุม	จำนวนผู้เข้าร่วม (คน)
1	กรุงเทพมหานคร	โรงแรม ที.เค.พาเลซ แอนด์ คอนเวนชั่น เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร	10 กันยายน 2567	15
2			14 พฤศจิกายน 2567	18
3			28 พฤศจิกายน 2567	19
รวม				**52**

ส่วนที่ 2 การดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567

2.1 การกำหนดนโยบาย การบริหารและการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่สำคัญในปี 2567 ควรมีรูปแบบหรือลักษณะแบบใด มีลักษณะเป็นจุดแข็งและจุดอ่อนอย่างไร

การกำหนดนโยบายผู้เข้าประชุมให้ความคิดเห็นว่าให้ประชาชนมองว่า กสทช. มีความโปร่งใส การได้รับข้อมูลข่าวสารที่ชัดเจนของทั้ง 3 บริการ ราคาที่กำหนดต้องเที่ยงธรรม รวมทั้งการกำหนดมาตรการต่าง ๆ ต้องให้ประชาชนรับรู้ การกำกับดูแล การกระทำผิดของผู้ประกอบการต้องเข้มงวด กสทช. มีบทบาทหน้าที่สำคัญคือ ต้องมีกลไกการตรวจสอบผู้ประกอบการอย่างเข้มงวด ผู้บริโภคต้องทราบถึงสิทธิของตนเอง สร้างความตระหนักให้ทราบถึงสิทธิของตนเอง บางทีผู้บริโภคไปร้องเรียนแบบไม่เข้าใจสิทธิของตนเอง การสร้างความตระหนักให้ผู้บริโภคทราบรอบด้านจะได้รับการเยียวยาอย่างไร ควรมีการป้องกันคือ มาตรการป้องกันการคัดกรองเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม รวมทั้งการป้องกันการคิดค่าบริการที่ไม่เป็นธรรม กสทช. ต้องนำเทคโนโลยีมาใช้ เช่น ปัญญาประดิษฐ์ (AI) หรือ Blockchain ป้องกันการละเมิดสิทธิและสำคัญที่สุดคือต้องให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมเป็นลักษณะ Engagement คือผู้บริโภคต้องมีส่วนร่วมในการออกแบบการดำเนินการด้วย

2.2 การบังคับใช้กฎหมายเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคอย่างจริงจัง

การบังคับใช้กฎหมายเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคอย่างจริงจัง กฎหมายจะต้องสะท้อนประเด็นในเรื่องการบังคับใช้กฎหมาย กรอบของกฎหมายมีอยู่แล้วใน พ.ร.บ. องค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ฯ พ.ศ. 2553 แนวทางการบริหารที่สำคัญคือ ควรมีคู่มือหรือแนวทางปฏิบัติให้ประชาชนได้รับทราบทำอย่างไรให้มีความคลุมเครือน้อยที่สุด ทำให้เป็นรูปธรรมสื่อสารและส่งต่อผู้เกี่ยวข้องเชื่อมกับผู้บริโภค ผู้ประกอบการเชื่อมกับตัวกลางที่จะเชื่อมต่อไปยังปัจเจกบุคคล เป็นแนวทางการดำเนินงานที่สำคัญต่อกฎหมาย ต้องมีหลักการบังคับให้ชัดเจน มีการปรับหรือการลงโทษให้ชัดลงไป Progression Enforcement เป็นแนวทางการบริหารอีกทางหนึ่งคือ การเสริมสร้างศักยภาพการกำกับดูแล เช่น ตั้งทีมตรวจสอบการกระทำผิด จะทำให้เกิดศักยภาพของหน่วยงาน เอาเทคโนโลยีมาช่วยจะทำให้แนวทางการบริหารงานชัดเจนมากขึ้นยังครอบคลุมไปถึงปัจจุบันและอนาคตต้องมีวิสัยทัศน์ซึ่งเป็นเรื่องที่สำคัญในการคาดการณ์อนาคตล่วงหน้าให้ได้ ทำให้เกิดการเตรียมพร้อมในการรับมือ วิสัยทัศน์ คาดการณ์ เหตุการณ์ บูรณาการ ลดการทำงานซ้ำซ้อน งานคุ้มครองผู้บริโภคมีการประสานงานรวมกันแบบนี้ เชื่อมโยงกิจการเข้าด้วยกัน อีกประการหนึ่งคือนโยบายที่สำคัญคือ ต้องมีบุคลากรทางด้านปริมาณและคุณภาพ อัตรากำลังต้องมีพอและมีคุณภาพคือมีความรู้ทางด้านกฎหมายรวมถึงความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร

2.3 การมีวิสัยทัศน์และนโยบายเพื่อประโยชน์ต่อผู้บริโภค

การมีวิสัยทัศน์เป็นเรื่องสำคัญที่จะนำมาคาดการณ์ในเหตุการณ์ล่วงหน้าที่จะเกิดขึ้นได้ การมีวิสัยทัศน์ที่ดีนำมากำหนดนโยบายที่จะทำให้เกิดประโยชน์ต่อผู้บริโภค ทำให้เกิดการเตรียมพร้อมในการรับมือ ซึ่ง กสทช. ได้ดำเนินการในส่วนหนึ่งแล้ว เช่น **นโยบายและแผนการดำเนินงานที่สำคัญประจำปี 2567 ในนโยบายที่ 5** ได้มีวิสัยทัศน์เกี่ยวกับเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภคคือ การส่งเสริมความโปร่งใสในกระบวนการทำงานของสำนักงาน กสทช. รวมถึงส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์มและการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ได้แก่ การประยุกต์ใช้ระบบทราฟฟี่ ฟองดูว์ (Traffy Fondue)

ในการให้บริการของสำนักงาน กสทช. และเหตุด่วนเหตุร้ายทางไซเบอร์ และ**นโยบายสำนักงาน กสทช. ประจำปี 2567 และนโยบายที่ 8** คือการเตรียมความพร้อมในการประยุกต์ใช้ AI ช่วยเสริมเจ้าหน้าที่ในการตรวจสอบเนื้อหาในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ เพื่อความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพในการกำกับดูแล และ**นโยบายที่ 9** กำหนดแนวทางการให้บริการด้วยเทคโนโลยีดาวเทียม ทั้งที่เป็นวงโคจรไม่ประจำที่ (NGSO) และวงโคจรประจำที่ (GSO) ที่เหมาะสมกับบริบทและสภาพแวดล้อมทางด้านโทรคมนาคมของไทย แสดงให้เห็นถึงการมีวิสัยทัศน์และนโยบายเพื่อประโยชน์ต่อผู้บริโภคของ กสทช. ที่ได้กำหนดไว้

ส่วนที่ 3 กลไกและกระบวนการเรื่องร้องเรียนของผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม

3.1 กลไกและกระบวนการเรื่องร้องเรียนของผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม

ปัญหาของผู้บริโภค/ประชาชนที่เกี่ยวข้องกับกิจการทั้ง 3 ประเภท และได้สะท้อนให้เห็นถึงสภาพของปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์ของ กสทช. ต่อผู้บริโภคผ่านช่องทางต่าง ๆ ยังไม่ทั่วถึง หน่วยงานของ กสทช. ได้ดำเนินการลงพื้นที่เพื่อพบประชาชนเพื่อให้ทราบถึงปัญหาในการใช้บริการ มีการอบรมให้ความรู้แก่ผู้นำชุมชน รวมทั้งประชาชนที่อยู่ในเขตพื้นที่อับสัญญาณที่การติดต่อสื่อสารค่อนข้างลำบาก การให้ความรู้และสนับสนุนผู้บริโภคในทุกกลุ่มโดยเฉพาะกลุ่มผู้ด้อยโอกาส กลุ่มชาติพันธุ์ กลุ่มชายขอบ ต้องดำเนินการในเรื่องนี้อย่างจริงจัง โดยทำเป็นแผนปฏิบัติการหลักที่ กสทช. ต้องมีนโยบายในเรื่องประชาสัมพันธ์ให้ทราบในทุกพื้นที่ นอกจากนั้น ยังต้องมีการร้องเรียนต้องอำนวยความสะดวกและกระบวนการของการดำเนินการเรื่องร้องเรียนต้องมีความรวดเร็ว ทั้งนี้ เพราะประชาชนมองว่า กสทช. มีกระบวนการรับเรื่องร้องเรียนที่ค่อนข้างยุ่งยาก และไม่ค่อยสะดวกเท่าที่ควร

3.2 การพัฒนากลไก ขั้นตอนกระบวนการจัดการเรื่องร้องเรียน

กสทช. ได้มีพัฒนาปรับปรุงกระบวนการรับเรื่องร้องเรียนให้ทันสมัยและมีความรวดเร็วมากยิ่งขึ้น ได้นำระบบส่งเสริมความโปร่งใสในกระบวนการทำงานของ กสทช. รวมถึงส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนผ่านดิจิทัล แพลตฟอร์มและการจัดกิจกรรมต่าง ๆ มีการนำระบบ Traffy Fondue ในการให้บริการของ กสทช. แต่ผู้บริโภคยังมองว่า กสทช. มีกระบวนการรับเรื่องร้องเรียนที่ค่อนข้างยุ่งยาก ไม่ค่อยสะดวกเท่าที่ควร เช่น การร้องเรียนผ่านสายโทรศัพท์ ซึ่งดำเนินการค่อนข้างช้า มีการรอสายที่ค่อนข้างนาน เนื่องจากประชาชนต้องการให้ กสทช. รับเรื่องที่แจ้งแล้ว ควรดำเนินการให้ความช่วยเหลือได้อย่างทันท่วงที ควรมีเจ้าหน้าที่ทั้งด้านปริมาณและคุณภาพคือ มีอัตรากำลังเพียงพอมีความรู้ในเรื่องกฎหมายและขั้นตอนในการร้องเรียนที่ดี กสทช. ควรขยายสำนักงาน กสทช. ให้ครอบคลุมในภาคประชาชนทุกจังหวัด เพื่อรับเรื่องร้องเรียนภายในจังหวัด ส่งคำร้องเรียนไปยัง กสทช. รวมทั้งพัฒนา Chat Bot “น้องสายลม” ให้สามารถสื่อสารได้ดีขึ้น ให้ข้อมูลมากขึ้น และสามารถตอบคำถามที่ซับซ้อนได้มากขึ้น รวมทั้งการนำเทคโนโลยีมาช่วยในการทำงาน เช่น AI

3.3 มาตรการกำกับดูแลการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคตามประกาศ กสทช. ที่เกี่ยวข้องกับ 3 กิจการและผลการบังคับใช้ประกาศ

มาตรการกำกับดูแลการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคตามประกาศ กสทช. ที่เกี่ยวข้องกับ 3 กิจการนั้น กสทช. มีมาตรการที่ดีอยู่แล้ว หากในอนาคตเกิดการหลอมรวมขึ้น เช่น การใช้วิทยุและโทรทัศน์โดยโทรศัพท์มือถือ แสดงว่าเป็นการบริโภคของทั้งสามกิจการเข้าด้วยกัน ปัญหาคือ เดิมมีกฎหมาย 3 ฉบับ คือ พ.ร.บ. การประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 พ.ร.บ. การประกอบกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2544 และ พ.ร.บ. วิทยุคมนาคม พ.ศ. 2498 จะต้องนำ พ.ร.บ. ทั้ง 3 ฉบับ มาปรับปรุงแก้ไขเข้าด้วยกันเพื่อไปรองรับเรื่องการหลอมรวม และเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่จะเกิดขึ้นให้มีความคล่องตัว มีความสะดวกมากขึ้น สามารถกำกับดูแลได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งการคุ้มครองผู้บริโภค ที่จะได้รับผลกระทบจากการให้บริการหรือจากการประกอบกิจการของผู้ได้รับใบอนุญาต จึงมีการปรับปรุงแก้ไขตัวกฎหมายฉบับนี้ ส่วน พ.ร.บ. องค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ พ.ศ. 2553 มาตรา 31 มีคณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการ จำนวน 2 ชุด คือ คณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคด้านกิจการโทรคมนาคม อีกคณะหนึ่งเป็นคณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคด้านกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ยังเป็นการทำงานที่คุ้มครองผู้บริโภคได้ดี จึงไม่ได้แก้ไขกฎหมายฉบับนี้ และผลจากการบังคับใช้ถือว่าเป็นมาตรการที่ดีแล้ว

3.4 แนวทางการพัฒนาศักยภาพเสริมสร้างความเข้มแข็งของผู้บริโภคและเครือข่ายผู้บริโภค

แนวทางการพัฒนาศักยภาพเสริมสร้างความเข้มแข็งของผู้บริโภค และเครือข่ายผู้บริโภค ผู้ให้ข้อมูลเห็นว่า กสทช. ดำเนินการได้มีประสิทธิภาพแต่ต้องพัฒนาให้ประชาชนทราบ เพราะปัจจุบันประชาชนไม่ทราบว่าสำนักงาน กสทช. มีการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค มีประสิทธิภาพเพียงพอหรือไม่ เนื่องจากไม่ทราบข้อมูลการพัฒนาศักยภาพและการเสริมสร้างความเข้มแข็งที่ กสทช. ดำเนินการและประชาชนไม่มีความมั่นใจสำหรับโปรแกรมต่าง ๆ ของ สำนักงาน กสทช. เพราะผู้บริโภคไม่รู้จัก เพราะขาดประชาสัมพันธ์ สำนักงาน กสทช. อาจประชาสัมพันธ์กับประชาชนโดยเพิ่มเติมจากช่องทางสื่อสารต่าง ๆ โดยการสร้างกลุ่มเครือข่ายให้ครอบคลุมทุกภูมิภาค เพื่อให้ประชาชนได้ทราบข้อมูลและรับรู้ว่า สำนักงาน กสทช. ได้ส่งเสริมความร่วมมือและพัฒนาศักยภาพเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่ง กสทช. ควรมีวิสัยทัศน์ แนวทางการพัฒนา เพิ่มความเข้าใจ และสามารถเข้าถึงประชาชนทุกระดับ โดยใช้ผู้มีความสามารถ ความรู้มาร่วมกันพัฒนาแนวทางสร้างความเข้มแข็งของผู้บริโภคและเครือข่ายผู้บริโภค

3.5 การพัฒนาแอปพลิเคชันหรือการเข้าถึงข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค

กสทช. มีวิสัยทัศน์และการพัฒนาแอปพลิเคชันหรือการเข้าถึงข้อมูลอยู่แล้ว เป็นการส่งเสริมความโปร่งใสในกระบวนการทำงานของ กสทช. รวมถึงส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์มและการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การประยุกต์ใช้ระบบ Traffy Fondue ในการให้บริการในด้านต่าง ๆ รวมทั้งแจ้งเหตุด่วนเหตุร้ายทางไซเบอร์ ผู้ให้ความคิดเห็นเห็นว่า ยังไม่เพียงพอ สำนักงาน กสทช. ควรมีการแจ้งหมายเลข Tracking ต่อประชาชนไม่ว่าจะเพิ่มช่องทางข้อความสั้น (SMS) ของเบอร์โทรศัพท์ที่ติดต่อหรือทางแอปพลิเคชันที่ได้มีการแจ้งเรื่องร้องเรียน เมื่อประชาชนหรือผู้บริโภคแจ้งเรื่องร้องเรียนแล้วจะต้องทำให้ประชาชนสามารถติดตามความก้าวหน้าเรื่องร้องเรียนว่ามีการดำเนินการและอยู่ในขั้นตอนใด ทำให้เกิดความโปร่งใสว่า กสทช. ได้แก้ไขและติดตามปัญหาของผู้บริโภค สำหรับแอปพลิเคชันที่ใช้ระบบ Traffy Fondue นั้นมีความสะดวกใช้งานง่ายโดยระบบจะประมวลส่งต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้าไปแก้ปัญหาได้ทันท่วงทีอย่าง

รวดเร็ว เป็นธรรม โปร่งใส และมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ ควรเพิ่มช่องทางการร้องเรียนผ่านแอปพลิเคชันอื่น ๆ ด้วย เช่น TikTok

ส่วนที่ 4 การส่งเสริมความร่วมมือและพัฒนาศักยภาพเครือข่ายการคุ้มครองผู้บริโภคของสำนักงาน กสทช.

4.1 การยกระดับการทำงานร่วมกับเครือข่ายผู้บริโภคและการประสานงานกับหน่วยงานในพื้นที่

กสทช. ควรส่งเสริมความร่วมมือกับส่วนราชการและภาคธุรกิจ โดยผลักดันให้หน่วยงานต่าง ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการคุ้มครองผู้บริโภคทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับจังหวัด ระดับภาค และระดับประเทศ ให้ภาคีเครือข่ายทุกภาคส่วนได้มีส่วนร่วมในการเผยแพร่องค์ความรู้ ข้อมูลข่าวสาร พัฒนารูปแบบการให้ความรู้ การรณรงค์ เผยแพร่ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคผ่านช่องทางที่หลากหลาย เหมาะสมกับบริบทพื้นที่และกลุ่มเป้าหมาย เช่น ในส่วนภูมิภาคท้องถิ่น โดยเฉพาะคนวัยทำงานหรือผู้สูงอายุ ควรเผยแพร่ด้วยการสื่อสารในสื่อหลัก เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง การสื่อสารในท้องถิ่น เช่น โทรทัศน์ท้องถิ่น หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น วิทยุกระจายเสียง การสื่อสารในชุมชน เช่น หอกระจายข่าว และเสียงตามสาย การสื่อสารโดยบุคคล เช่น เครือข่ายแกนนำที่ทำงานในระดับชุมชน เจ้าหน้าที่รัฐ แกนนำ อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) อาสาสมัครเครือข่ายผู้บริโภค เช่น ศูนย์ดำรงธรรมในทุกท้องที่ ทุกอำเภอและทุกจังหวัด หรือกำนัน ผู้ใหญ่บ้านมีการประชุมทุกเดือน จะได้นำข้อมูลข่าวสารแจ้งลูกบ้านต่อไป ตลอดจนสื่อสารโดยสื่อสิ่งพิมพ์อื่น ๆ เช่น หนังสือ เอกสารแผ่นพับ และป้ายประชาสัมพันธ์ สำหรับนักเรียน หรือกลุ่มวัยรุ่น ควรสื่อสารด้วยสื่ออิเล็กทรอนิกส์และสังคมออนไลน์ (Social Media) หรือการจัดโครงการหรือกิจกรรมร่วมกับโรงเรียนหรือองค์กรเอกชน รวมทั้งการจัดการอบรมให้ความรู้กับผู้บริโภค ทั้งในระยะสั้น ระยะกลาง ระยะยาว ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค โครงการสร้างแกนนำเครือข่าย โครงการแม่ไก่ลูกไก่ ซึ่ง กสทช. กำลังดำเนินการแต่ต้องเพิ่มประสิทธิภาพและการพัฒนาเพื่อยกระดับประสิทธิภาพการทำงานให้มากขึ้น

4.2 ทรัพยากรที่เอื้อต่อการพัฒนาศักยภาพและการทำงานของเครือข่ายการคุ้มครองผู้บริโภค

ทรัพยากรที่เอื้อต่อการพัฒนาศักยภาพและการทำงานของเครือข่ายการคุ้มครองผู้บริโภค คือ บุคลากร อุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ สถานที่ปฏิบัติการ สำหรับบุคลากร กสทช. มีบุคลากรเพียงพอและมีคุณภาพ มีความรู้ ความสามารถ สำหรับอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ กสทช. มีการพัฒนาเทคโนโลยีอยู่ตลอดเวลา รวมทั้งการมีนโยบายและแผนการดำเนินงานที่สำคัญในปี 2567 เช่น นำระบบ Traffy Fondue มาใช้ในการให้บริการของสำนักงาน กสทช. และเหตุร้ายทางไซเบอร์ การจัดให้มี Broad band Mapping ระบบ GIS เพื่อเป็นฐานข้อมูลสำหรับโครงสร้างพื้นฐานทางโทรคมนาคมของประเทศ เพื่อความมั่นคงและการพัฒนาประเทศอย่างมีประสิทธิภาพ การจัดให้มีระบบแจ้งเตือนภัยผ่านโทรศัพท์มือถือ (Mobile Alert System (MAS)) ตามนโยบายเร่งด่วนของรัฐในส่วนของผู้ประกอบการโทรคมนาคมไร้สาย เพื่อรองรับการสั่งการจากหน่วยงานที่รับผิดชอบของรัฐ เป็นต้น ในส่วนโครงสร้างของการปฏิบัติงานของ กสทช. นั้น ให้มีการกระจายงานไปยังส่วนภูมิภาค มีสำนักงาน กสทช. ภาค 1 - 4 มีการกระจายอำนาจด้านการกำกับดูแลไปยังระดับจังหวัด เพื่อให้การคุ้มครองผู้บริโภคเป็นไปอย่างรวดเร็ว มีนโยบายการตั้งสำนักงานหรือศูนย์ กสทช. ภาคประชาชน หรือผู้นำเครือข่ายผู้บริโภคในท้องถิ่นทุกจังหวัด มีการวางแผนทั้งในระยะสั้น ระยะกลาง ระยะยาว มีตัวเชื่อมประสานหรือทำงานร่วมมือกับผู้นำท้องถิ่นหรือแกนนำในพื้นที่นั้น ๆ เช่น ผู้ว่าราชการจังหวัด นายอำเภอ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน เพื่อจะได้เข้าถึงประชาชนทุกท้องถิ่นและทุกกลุ่มเป้าหมาย

ส่วนที่ 5 ทิศทางการบริหารและการดำเนินการคุ้มครองผู้บริโภค

5.1 กลไกและกระบวนการร้องเรียนของผู้บริโภคใน 3 กิจการ และการบังคับใช้กฎหมายบนพื้นฐานของสิทธิผู้บริโภค

กลไกและกระบวนการร้องเรียนของผู้บริโภคใน 3 กิจการ กสทช. ได้คำนึงถึงเรื่องนี้เป็นอย่างมาก ถือเป็นนโยบายที่สำคัญของ กสทช. ส่วนการบังคับใช้กฎหมายบนพื้นฐานของสิทธิผู้บริโภคมีความเห็นว่า กสทช. ควรมีกฎหมายหรือมาตรการเพื่อเอาผิดผู้กระทำความผิดหรืออีกกรณีหนึ่งคือ ผู้บริโภคส่วนหนึ่งไม่กล้าแจ้งความหรือร้องเรียน เนื่องจากกังวลเรื่องความปลอดภัย กสทช. ควรวางแผนสร้างมาตรการและมีกลไกกระบวนการร้องเรียนผู้บริโภคในการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคที่เข้ามาร้องเรียนและมีการจัดการเรื่องร้องเรียนอย่างมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นจากที่ดำเนินการอยู่ในปัจจุบัน

5.2 มาตรการกำกับดูแลการให้บริการสำหรับกลุ่มเปราะบาง ผู้ด้อยโอกาสในสังคมหรือกลุ่มคนชายขอบ

สำหรับมาตรการกำกับดูแลการให้บริการสำหรับกลุ่มเปราะบาง ผู้ด้อยโอกาสในสังคมหรือกลุ่มชายขอบ กสทช. ถือว่าเป็นนโยบายที่สำคัญอย่างมาก ซึ่งได้วางแผนพัฒนาเรื่องนี้อย่างต่อเนื่อง เช่น การมีแนวนโยบาย มาตรการ กำหนดให้ผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ดิจิทัล (Digital TV) จัดให้มีคำบรรยายแทนเสียง (Caption) บริการเสียงบรรยาย (Audio Description) และบริการล่ามภาษามือ (Sign Language) และมาตรการส่งเสริมและกำกับดูแลการดำเนินการอย่างเคร่งครัด ตามประกาศ กสทช. เรื่อง การส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิคนพิการให้เข้าถึง รับรู้ และใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการโทรทัศน์ รวมถึงสนับสนุนให้มีศูนย์ประสานงานของกลุ่มเปราะบาง ผู้ด้อยโอกาสในสังคม หรือกลุ่มคนชายขอบในระดับจังหวัดเพื่อให้เกิดการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง โทรทัศน์ และโทรคมนาคม ได้อย่างทั่วถึงโดยเฉพาะกลุ่มที่ไม่สามารถใช้หรือเข้าถึงสื่อเทคโนโลยีได้ รวมทั้งการสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับกลุ่มดังกล่าวได้เข้าถึง รับรู้ ใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมได้อย่างเสมอภาคเช่นเดียวกับบุคคลทั่วไป มีการเพิ่มทักษะความรู้ให้กับแกนนำของกลุ่มดังกล่าวและจะต้องเป็นผู้ที่รู้จริงด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง โทรทัศน์ และโทรคมนาคม เพื่อจะได้ให้ความช่วยเหลืออย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งจัดกิจกรรมเพื่อสร้างความเข้าใจในเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภค การประชุมสัมมนาเพื่อสร้างความเข้าใจให้กับกลุ่มคนดังกล่าว

ส่วนที่ 6 ปัจจัยหรือเงื่อนไขที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จและอุปสรรคการดำเนินการของ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

6.1 ปัจจัยหรือเงื่อนไขความสำเร็จของการดำเนินการของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ในด้านที่เกี่ยวข้องกับด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

1) ปัจจัยหรือเงื่อนไขความสำเร็จของการดำเนินการของ กสทช.

กสทช. ต้องดำเนินการตามแผนแม่บทที่ได้วางไว้และเผยแพร่ผลการดำเนินงานของ กสทช. ให้ภาคประชาสังคมได้ตรวจสอบ ยกระดับการให้บริการด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้เบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว (One Stop Service) มีการสร้างความเชื่อถือไว้วางใจจากสาธารณะ การสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชน การปรับปรุงพัฒนากฎหมาย การผลักดันสนับสนุนการหลอมรวมของเทคโนโลยี รวมทั้งการสร้างเสถียรภาพการบริหารและการกำกับนโยบาย

2) ปัจจัยหรือเงื่อนไขความสำเร็จของการดำเนินการของสำนักงาน กสทช.

สำนักงาน กสทช. ต้องดำเนินการภายใต้การบริหารงาน แผนงาน โครงการ ตามยุทธศาสตร์ของ กสทช. ทั้งในเรื่องงบประมาณและอัตรากำลังในด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ มีการพัฒนาองค์ความรู้ไม่ให้ผู้บริโภคมิให้ถูกเอาเปรียบโดยการโฆษณา ควรส่งเสริมการจัดตั้งเครือข่ายระวังโฆษณา พัฒนาระบบรับและพิจารณาเรื่องร้องเรียน ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการ การเผยแพร่องค์ความรู้ข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ สำหรับการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคมจะต้องพัฒนาเทคโนโลยีการป้องกันปัญหาอาชญากรรมออนไลน์ การแก้ปัญหาในเรื่อง SMS หลอกลวง เป็นต้น

3) ปัจจัยหรือเงื่อนไขความสำเร็จการดำเนินการของเลขาธิการ กสทช.

ต้องพิจารณาแต่งตั้งเลขาธิการ กสทช. และรองเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค มีการถอดบทเรียนเพื่อนำไปแก้ไขปรับปรุงการดำเนินการและบริหารงาน

6.2 ปัจจัยหรือเงื่อนไขที่เป็นอุปสรรคการดำเนินการของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ในด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

ปัจจัยที่เป็นอุปสรรค

1) การขาดความโปร่งใส (transparency)

2) การขาดการกำกับดูแลการบริหารงานที่ไม่เข้มงวดเอาจริงเอาจัง

3) ขาดการมีส่วนร่วมของประชาชน (Public Participation)

4) ไม่สนใจสิทธิของผู้บริโภค

5) ขาดการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการปฏิบัติงาน

6) การขาดการป้องกัน มาตรการคัดกรองเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม

7) ขาดข้อตกลงกับผู้บริโภค ต้องมีส่วนร่วมในการออกแบบ ต้องรับฟังความคิดเห็นของประชาชน

ส่วนที่ 7 ประเด็นอื่น ๆ

1) กสทช. ควรมีการพัฒนากลไกและกระบวนการจัดการเรื่องร้องเรียนให้เป็นไปอย่างรวดเร็ว เป็นธรรม โปร่งใส และมีประสิทธิภาพ

กสทช. ได้คำนึงในเรื่องนี้และได้พัฒนากลไกและกระบวนการจัดการเรื่องร้องเรียนให้เป็นไปอย่างรวดเร็ว เป็นธรรม โปร่งใส และมีประสิทธิภาพ โดยการรับเรื่องร้องเรียนของผู้บริโภคใน 3 กิจการ ปัจจุบันมีการรับเรื่องร้องเรียนได้หลายหน่วยงาน เช่น สำนักรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม (รท.) สำนักรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ (บส.) ผู้ประกอบการ มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) และศูนย์ดำรงธรรม เป็นต้น เนื่องจากหน่วยงานรับเรื่องร้องเรียนมีหลายหน่วยงาน อาจทำให้ผู้ร้องเรียนเกิดความสับสน ส่งผลให้การดำเนินการเป็นไปอย่างล่าช้าและการแก้ไขปัญหาอาจไม่ทันต่อสถานการณ์ จึงควรมีความร่วมมือกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคทุกหน่วยงาน เพื่อจะได้มีจุดเดียวและให้เบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว (One Stop Service) และควรพัฒนาระบบสารสนเทศสำหรับการร้องเรียนและการจัดการเรื่องร้องเรียนทั้ง 3 ด้าน การให้บริการเบ็ดเสร็จจุดเดียวควรใช้งานได้ง่ายที่ผู้สูงอายุสามารถทำได้ เช่น LAZADA และสามารถได้รับข้อมูลตอบกลับที่รวดเร็ว รวมทั้งควรมีการพัฒนากลไกการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียนในส่วน

ภูมิภาคให้มีประสิทธิภาพโดยการนำเทคโนโลยีมาใช้ในกระบวนการทำงาน เช่น สร้างระบบการแก้ปัญหาข้อร้องเรียนทางออนไลน์ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ร้องเรียนโดยเฉพาะผู้ร้องเรียนต่างจังหวัดที่ต้องเดินทางมายังสำนักงานที่อยู่ห่างไกล การดำเนินการดังกล่าวจะทำให้การจัดการเรื่องร้องเรียนเป็นไปอย่างรวดเร็ว เป็นธรรม โปร่งใส และมีประสิทธิภาพ

2) การมีหน่วยงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้รับเรื่องร้องเรียนเป็นจำนวนมาก ทำให้ผู้บริโภคเกิดความสับสน ควรมีความร่วมมือและมีการบูรณาการอย่างเป็นระบบของทุกภาคส่วนและเกิดการบริการเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว (One Stop Service)

ผู้เข้าร่วมประชุมเห็นด้วยและสนับสนุนให้ดำเนินการบริการเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว (One Stop Service) ควรมีกฎหมายหรือมาตรการที่ลงโทษผู้กระทำผิดอย่างจริงจังและควรหาวิธีการแก้ไขและป้องกันไม่ให้ข้อมูลส่วนบุคคลรั่วไหล ซึ่งเป็นปัญหาที่พบเป็นจำนวนมากในปัจจุบัน แม้ว่าจะเกิดขึ้นมานานแต่ยังไม่ได้รับการแก้ไขเท่าที่ควร รวมทั้งควรพัฒนาระบบฐานข้อมูลกลางและเชื่อมโยงฐานข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภคให้ครอบคลุมทุกภารกิจด้านการคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคที่ทันต่อเหตุการณ์และเผยแพร่ข้อมูลให้ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสามารถเข้าถึงข้อมูลตามสิทธิการเข้าถึงข้อมูล เพื่อสามารถนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ในการแก้ไขปัญหา การวางแผน กำหนดมาตรการป้องกัน การพัฒนาและปรับปรุงมาตรการ ระเบียบ ข้อบังคับต่าง ๆ ที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ทันท่วงที

3) กสทช. มีการพัฒนามาตรการและการกำกับดูแลผู้ให้บริการหรือผู้ประกอบการในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ที่เข้าข่ายการเอาเปรียบผู้บริโภค รวมทั้งการติดตามตรวจสอบ/เฝ้าระวังเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคมิให้ถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบการ

ผู้เข้าร่วมประชุมมีข้อเสนอว่า ควรมีกลไกตรวจสอบ กำกับ และติดตามพฤติกรรมของผู้ประกอบการอย่างสม่ำเสมอและครอบคลุมทุกพื้นที่มีการตรวจสอบตามเทศกาลควบคู่กันไปด้วย ควรมีมาตรการกำกับและมีบทลงโทษที่ครอบคลุมไปถึงกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสื่อ-รับจ้างผลิตสื่อ ที่นำเสนอเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม เอาเปรียบผู้บริโภค ละเมิดผู้บริโภค ควรมีมาตรการลงโทษผู้ประกอบธุรกิจที่กระทำผิดกฎหมายอย่างเคร่งครัด หากตรวจสอบและพบความผิดจริง ควรมีการดำเนินการอย่างชัดเจนและจริงจัง พร้อมทั้งดำเนินการทบทวนกลไกดังกล่าวอยู่เสมอ เพื่อให้มีความเหมาะสมกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน มีการกำหนดมาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคมผู้ โดยกำหนดให้ผู้ประกอบกิจการต้องรับผิดชอบต่อปัญหาที่เกิดขึ้นให้เป็นนโยบายหรือมาตรการที่ชัดเจนเพื่อเป็นมาตรฐานแนวทางปฏิบัติต่อผู้บริโภคให้ครอบคลุมทุกกรณี หากผู้ประกอบการสร้างคุณประโยชน์แก่ผู้บริโภค กสทช. ควรมอบประกาศเกียรติคุณหรือรางวัลยกย่องผู้ประกอบการ อาจให้ประชาชนผู้บริโภคเป็นผู้ลงให้คะแนนโหวต เพื่อเป็นแรงเสริมสร้างด้านบวกให้ผู้ประกอบการมีกำลังใจ ซึ่งผลประโยชน์ตกกับผู้บริโภค

4) กสทช. มีแนวทางการพัฒนาศักยภาพเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคให้ดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีความเข้มแข็งและมีแนวทางในการติดตาม ประเมินผลการดำเนินงานของเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคอย่างไร

ผู้ให้ความคิดเห็นมีมุมมองว่า ปัจจุบันสำนักงาน กสทช. มีปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์ให้กับผู้บริโภคผ่านช่องทางต่าง ๆ ยังไม่ทั่วถึง จึงควรมีการประชาสัมพันธ์เชิงรุกและกระจายความรู้ให้ทั่วถึงชุมชนให้ครอบคลุมในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค รวมถึงในทุกเขตเทศบาล เพิ่มช่องทางการรับเรื่องร้องเรียน

ในท้องถิ่นผ่านผู้นำชุมชน เจ้าหน้าที่เทศบาล อาสาสมัคร เจ้าหน้าที่สาธารณสุข หรือเจ้าหน้าที่รัฐในระดับท้องถิ่นกับชุมชน เสียงตามสาย วิทยุคมนาคม ศาลากลางบ้าน จะทำให้สามารถเข้าถึงคนทุกกลุ่มในพื้นที่หรือมีตัวแทนหน่วยงานในการรับเรื่องร้องเรียนในระดับชุมชน มีการลงพื้นที่เพื่อพบปะประชาชน เพื่อสอบถามถึงปัญหาการใช้บริการของคนในพื้นที่และพื้นที่ส่วนที่อยู่ในเขตอับสัญญาณ จึงทำให้การติดต่อสื่อสารค่อนข้างเป็นไปด้วยความยากลำบากหรือพื้นที่ที่เข้าถึงยาก รวมถึงการขยายเครือข่ายเพื่อเพิ่มจำนวนผู้รับรู้ในชุมชนให้มากยิ่งขึ้นหรืออาจร่วมมือกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อการประชาสัมพันธ์ให้กับประชาชนได้มากยิ่งขึ้น ควรมีการอบรมให้ความรู้แก่ผู้นำชุมชน ผู้ใหญ่บ้าน เพื่อจะได้นำความรู้ที่ได้ไปถ่ายทอดหรือกระจายต่อให้คนในชุมชนได้ทราบถึงช่องทางการร้องเรียน รวมถึงเพิ่มช่องทางการร้องเรียนที่สะดวกและง่ายขึ้นหรือจัด รับฟังความคิดเห็นสาธารณะในหลาย ๆ จังหวัดเพื่อให้เครือข่ายผู้บริโภคพัฒนา เข้าถึง และติดตามผลการดำเนินงานของ กสทช. ได้

อีกประการหนึ่งคือ สำนักงาน กสทช. ควรจัดหาบุคลากรผู้รับเรื่องร้องเรียนให้มีจำนวนมากเพียงพอต่อความต้องการเพื่อรองรับข้อร้องเรียนของประชาชนและควรพัฒนาเทคโนโลยีในการตรวจสอบเรื่องร้องเรียนว่าอยู่ในขั้นตอนใดของการดำเนินการ ช่องทางการร้องเรียนอาจจะทำผ่านแอปพลิเคชันพื้นฐานในอุปกรณ์สื่อสารทุกชนิด จะทำให้ประชาชนสามารถเข้าถึงและใช้งานได้สะดวก และควรมีเว็บไซต์รับเรื่องร้องเรียนที่เหมาะสมสำหรับคนพิการจะทำให้การดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคมีประสิทธิภาพและมีความเข้มแข็ง



ภาพ 4.1 บรรยากาศการจัดประชุมระดมคลังสมอง (Think Tank)

3. ผลการรวบรวมข้อมูล ข้อเท็จจริง ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview)

ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) จากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง เช่น กสทช. หรือเลขาธิการ กสทช. หรือผู้บริหารสำนักงาน กสทช. หรือผู้แทนกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม หรือผู้แทนคณะกรรมาธิการของสภาผู้แทนราษฎรและวุฒิสภา หรือผู้แทนคณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ หรือผู้แทนคณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคด้านกิจการโทรคมนาคม หรือผู้แทนผู้ได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม หรือผู้แทนองค์กรวิชาชีพ หรือนักวิชาการ หรือผู้แทนจากองค์กรผู้บริโภค หรือผู้ใช้บริการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม หรือผู้แทนจากสภาเด็กและเยาวชน หรือผู้แทนจากสื่อมวลชน หรือผู้แทนจากกลุ่มคนพิการ/กลุ่มเปราะบางและอื่น ๆ จำนวนไม่น้อยกว่า 30 ตัวอย่าง นำเสนอผลการศึกษา แบ่งออกเป็น 8 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มผู้ให้ข้อมูล

ส่วนที่ 2 การรับรู้และมุมมองต่อการคุ้มครองผู้บริโภคใน 3 กิจการ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยหรือเงื่อนไขที่มีความสำคัญสำหรับการบริหารและการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

ส่วนที่ 4 ผลผลิต/ผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรมต่อผู้บริโภคและสังคมจากการบริหารและดำเนินการของ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

ส่วนที่ 5 ผลกระทบต่อผู้บริโภคและสังคมจากการบริหารและการดำเนินการของ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

ส่วนที่ 6 การพัฒนาความร่วมมือและส่งเสริมศักยภาพเครือข่ายผู้บริโภค

ส่วนที่ 7 การรับเรื่องร้องเรียนและดำเนินการเรื่องร้องเรียนด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม

ส่วนที่ 8 ประเด็นอื่น ๆ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มผู้ให้ข้อมูล

ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มผู้ให้ข้อมูล

กลุ่มผู้ให้ข้อมูล	จำนวน (คน)
1. กลุ่ม กสทช. เลขาธิการ กสทช. ผู้บริหารระดับสูง และระดับกลางของสำนักงาน กสทช. และอดีต กสทช.	6
2. กลุ่มผู้ได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม	6
3. กลุ่มกระทรวง สมาคม มูลนิธิ องค์กรที่เกี่ยวข้องกับกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม	7
4. กลุ่มองค์กรวิชาชีพ นักวิชาการ สื่อมวลชน สภาเด็กและเยาวชน	10
5. กลุ่มผู้แทนจากกลุ่มคนพิการ/กลุ่มเปราะบาง	1
รวม	**30**

ส่วนที่ 2 การรับรู้และมุมมองต่อการคุ้มครองผู้บริโภคใน 3 กิจการ

2.1 การกำหนดนโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคทั้ง 3 กิจการ

1) แนวทางการวางแผนการดำเนินงานและมาตรการเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคใน 3 กิจการ

การคุ้มครองผู้บริโภคด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ฯ พ.ศ. 2553 ระบุในมาตรา 31 ว่าการคุ้มครองผู้บริโภคมีการจัดตั้งคณะอนุกรรมการขึ้นมา 2 ชุด คือ ด้านคุ้มครองผู้บริโภคด้านกิจการโทรคมนาคม อีกชุดหนึ่งคือ ด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ แต่ปัจจุบันมีลักษณะแบบหลอมรวมเกิดขึ้นด้วยความทันสมัยของเทคโนโลยี เช่น การทำสัญญาที่มีการระบุว่าซื้อบริการโทรศัพท์มือถือแต่มีการพ่วงเอาในเรื่องกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์เข้ามาด้วย โดยมีการสมัครสมาชิก สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้จะมีการคุ้มครองอย่างไร กรณีเกิดปัญหาขึ้นมาส่วนไหนที่เป็นผู้รับผิดชอบ จึงควรมีการแก้ไขกฎหมายที่เกี่ยวข้อง 3 ฉบับ คือ พ.ร.บ. การประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 และ พ.ร.บ. การประกอบกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2544 และ พ.ร.บ. วิทยุคมนาคม พ.ศ. 2548 มาปรับปรุงแก้ไข รวมเข้าด้วยกันเพื่อไปรองรับการหลอมรวมเรื่องเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่จะเกิดขึ้นให้มีความคล่องตัว สามารถกำกับดูแลได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งการคุ้มครองผู้บริโภคที่จะได้รับผลกระทบจากการให้บริการจากการประกอบกิจการของผู้ได้รับใบอนุญาต

2) การบังคับใช้กฎหมาย ประกาศ กสทช. การบังคับทางปกครอง และการปรับเงินอย่างเป็นรูปธรรม

กสทช. ควรทำหน้าที่เป็นเจ้าภาพในการผลักดันให้มีการปรับปรุงและพัฒนากฎหมาย มาตรฐาน มาตรการ ระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาด้านการคุ้มครองผู้บริโภค พร้อมทั้งให้เกิดประโยชน์กับผู้บริโภค เช่น การเสนอกฎหมายการร้องทุกข์ เนื่องจากกฎหมายฉ้อโกงมีอายุความสั้นต้องแจ้งภายในสามเดือน บางครั้งผู้เสียหายกว่าจะรู้ตัวการเก็บพยานหลักฐานค่อนข้างยาก ทั้งนี้ ควรเกิดกระบวนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนหรือเกิดจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของสังคมอย่างแท้จริง

3) นโยบายสำคัญของ กสทช. ปี 2567 และนำไปสู่การสร้างความรู้ ความเข้าใจแก่ประชาชนในเครือข่ายผู้บริโภคใน 3 กิจการ

นโยบายสำคัญของ กสทช. ปี 2567 ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคคือ **นโยบายที่ 9** ยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภคให้เท่าทันปัญหาในสังคมยุคดิจิทัล และพัฒนากลไกการแก้ปัญหาเรื่องร้องเรียนให้ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ โดยพัฒนาความเข้มแข็งของผู้บริโภคและเพิ่มความสามารถของประชาชนในการรู้เท่าทันสื่อและพัฒนาเครือข่ายประชาชนด้านการคุ้มครองผู้บริโภคหรือแก้ไขปัญหาแก๊งคอลเซ็นเตอร์ (Call Center) และข้อความสั้น (SMS) หลอกลวง การกำกับดูแลการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม จะต้องส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนพิการและคนด้อยโอกาสให้เข้าถึงหรือรับรู้ และใช้ประโยชน์จากการดำเนินงานของกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม รวมถึงการสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนและเครือข่ายด้วย

4) การทบทวนประกาศและมาตรการเพื่อให้มีความทันสมัยหรือทันต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป

ประกาศและมาตรการเดิมอาจไม่ทันต่อเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป กสทช. ควรแก้ไขกฎหมายใน 3 ฉบับ คือ พ.ร.บ. การประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 พ.ร.บ. การประกอบกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2544 และ พ.ร.บ. วิทยุคมนาคม พ.ศ. 2498 มาปรับแก้ไขรวมเข้าด้วยกัน เพื่อไปรองรับยุคการหลอมรวม เข้ากับเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้น ให้มีความคล่องตัวและมีความสะดวกยิ่งขึ้น รวมทั้งมีการทบทวนประกาศ กสทช. เรื่อง การกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการ

โทรทัศน์ พ.ศ. 2555 รวมถึงประกาศ กสทช. เรื่อง มาตรการของการให้บริการโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิก พ.ศ. 2556 เพื่อให้เกิดกระบวนการคุ้มครองผู้บริโภคมากขึ้น ทั้งนี้ อยู่ระหว่างดำเนินการพิจารณาเสนอแก้ไขประกาศในส่วนที่เกี่ยวข้องอีกหลายฉบับ

2.2 การบริหาร การวางแผนและแนวทางการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคใน 3 กิจการ

1) การมุ่งเน้นประสิทธิภาพ เพื่อความสะดวกและรวดเร็วสำหรับผู้บริโภค

การรับเรื่องร้องเรียนของผู้บริโภคทั้ง 3 กิจการ ปัจจุบันสามารถร้องเรียนได้หลายหน่วยงาน เช่น สำนักงาน กสทช. สำนักรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม (รท.) สำนักรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง (บส.) และโทรทัศน์ สำนักงาน กสทช. ภูมิภาค 1-4 ผู้ประกอบการ มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค และสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ซึ่งอาจทำให้ผู้ร้องเรียนเกิดความสับสน ส่งผลให้การดำเนินการแก้ไขปัญหาข้อร้องเรียนเป็นไปอย่างล่าช้า ทำให้การแก้ปัญหาไม่ทันต่อสถานการณ์ จึงควรมีการพัฒนาระบบสารสนเทศที่มุ่งเน้นความสะดวกและรวดเร็ว ให้บริการเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว (One Stop Service) ทั้งนี้ กสทช. ได้มุ่งเน้นพัฒนาให้คนพิการทางการได้ยินมาปฏิบัติงานเพื่อสามารถติดต่อสื่อสารรับเรื่องร้องเรียนที่เป็นภาษามือได้ รวมถึงมีกระบวนการแก้ไขปัญหาให้มีความรวดเร็ว

2) การพัฒนากลไกและลดกระบวนการขั้นตอนการพิจารณาเรื่องร้องเรียน

ควรพัฒนากลไกการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียนโดยการนำเอาเทคโนโลยีมาปรับใช้ในกระบวนการทำงาน เช่น การสร้างระบบการจัดการเรื่องร้องเรียนออนไลน์ โดยเฉพาะการแก้ไขปัญหาเรื่องการร้องเรียนในส่วนภูมิภาคให้มีประสิทธิภาพและอำนวยความสะดวกของผู้ร้องเรียน โดยเฉพาะผู้ร้องเรียนต่างจังหวัดจะได้ไม่ต้องเดินทางมายังสำนักงานในกรุงเทพฯ หรือภูมิภาค

3) การพัฒนาระบบฐานข้อมูลกลางและเชื่อมโยงฐานข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภค

กสทช. มีการทำงานร่วมกันอย่างมีระบบ มีการพัฒนาระบบฐานข้อมูลกลางและเชื่อมโยงฐานข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภคให้ครอบคลุมทุกภารกิจของด้านการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศที่ทันต่อเหตุการณ์และสามารถเผยแพร่ข้อมูลให้ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้สามารถเข้าถึงข้อมูลตามสิทธิการเข้าถึงข้อมูล และสามารถนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ในการแก้ไขปัญหา การวางแผน กำหนดมาตรการป้องกัน พัฒนา และปรับปรุงมาตรการหรือประกาศต่าง ๆ ที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างทันท่วงที

4) ผู้บริโภคเป็นศูนย์กลางและมีความสำคัญ

กสทช. เปิดโอกาสให้ผู้บริโภคเข้ามามีส่วนร่วมในระดับที่มากกว่าการได้รับข้อมูลข่าวสาร ได้สร้างกระบวนการในการพูดคุย หารือ แลกเปลี่ยน เรียนรู้ ขยายผลไปยังชุมชนและสังคม โดยเครือข่ายผู้บริโภค ได้รับการสนับสนุนจาก กสทช. มีการประสานงานและร่วมมือด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม มุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพในการดำเนินงานของเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคให้มีความเข้มแข็งและเป็นศูนย์กลางในการดำเนินการ

5) การสร้างความตระหนักรู้ การรู้เท่าทันสื่อ และสารสนเทศโดยการสร้างการมีส่วนร่วม

กสทช. ได้สร้างความตระหนักรู้ การรู้เท่าทันสื่อ และสารสนเทศโดยการสร้างการมีส่วนร่วมผ่านการสร้างหลักสูตรการเรียนรู้ทั้งระยะสั้น ระยะกลาง ระยะยาว ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค เช่น โครงการแม่ไก่ลูกไก่ การส่งเสริมการเรียนในห้องเรียนโดยทำงานร่วมกับภาคีเครือข่ายต่าง ๆ การส่งเสริมกิจกรรมต่าง ๆ การสื่อสารสาธารณะ การจัดกิจกรรมส่งเสริมและประชาสัมพันธ์โดยทำงานร่วมกับกองทุนวิจัย

และพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.) เพื่อสร้างการยอมรับจากองค์กรภาคีต่าง ๆ ในด้านการมีส่วนร่วม

6) การบังคับใช้กฎหมาย

การบังคับใช้กฎหมายหรือมาตรการยังขาดความเข้มงวด การบังคับใช้ยังไม่จริงจัง เช่น การโฆษณาที่ให้แพทย์เป็นผู้โฆษณาอาหารเสริม ทำให้ชาวบ้านหลงเชื่อ โฆษณาแฝงในรายการต่าง ๆ การมีโฆษณาเกินเวลา คือ 12 นาทีใน 1 ชั่วโมง ถือเป็นการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคเข้าข่ายผิดกฎหมายตาม พ.ร.บ. การประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 (มาตรา 23 และ 28) และประกาศ กสทช. เรื่อง การกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2555 (ข้อ 8) การกระทำในกรณีดังกล่าวยังพบการกระทำเช่นนี้อย่างต่อเนื่อง ดังนั้น กสทช. ต้องบังคับใช้กฎหมายอย่างเข้มงวดและจริงจัง

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการบริหารและการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

3.1 การมีบุคลากรที่มีคุณภาพในการทำงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกทราบว่า บุคลากรสำนักงาน กสทช. มีเพียงพอและมีคุณภาพในด้านต่าง ๆ มีศักยภาพในการทำงานและบริการ มีจิตใจมุ่งเน้นการคุ้มครองผู้บริโภค และสร้างกระบวนการมีส่วนร่วม รวมทั้งการมีวิสัยทัศน์และนโยบายร่วมกันในการคุ้มครองผู้บริโภค ที่นำไปสู่การวางแผนการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ มีการติดตามและประเมินผลเป็นขั้นตอนอย่างสม่ำเสมอ มีความเสียสละโดยคำนึงถึงผลประโยชน์ส่วนรวม แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และยอมรับฟังความคิดเห็นซึ่งกันและกัน

3.2 การขับเคลื่อนการดำเนินงานด้วยเทคโนโลยีและมีงบประมาณเพียงพอ

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกทราบว่า กสทช. ได้นำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการปฏิบัติงาน ทำให้งานมีคุณภาพและประสิทธิภาพ รวมถึงการขับเคลื่อนโดยมีเทคโนโลยีและระบบดิจิทัลต่าง ๆ จะทำให้ได้รับความสะดวก รวมทั้ง กสทช. มีงบประมาณเพียงพอในการสนับสนุนการขับเคลื่อนงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค เช่น มีมาตรการบังคับหรือกำหนดให้ผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล (Digital TV) นำเอาเทคโนโลยีมาปฏิบัติเพื่อส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิคนพิการให้เข้าถึงหรือรับรู้ และใช้ประโยชน์ เช่น จัดให้มีบริการคำบรรยายแทนเสียง (Caption) บริการเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) และบริการล่ามภาษามือ (Sign Language) ให้เพียงพอ รวมทั้งมาตรการส่งเสริมและกำกับดูแลการดำเนินการอย่างเคร่งครัดตามประกาศ กสทช.

ส่วนที่ 4 ผลผลิต/ผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรมต่อผู้บริโภคและสังคมจากการบริหารและการดำเนินการของ กสทช. ในด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

4.1 มาตรการบังคับการใช้กฎหมายอย่างจริงจัง

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกทราบว่า แม้ว่าผู้ประกอบการจะใช้กลยุทธ์เอาเปรียบผู้บริโภค เช่น การโฆษณาแฝง การโฆษณาเกินกว่าระยะเวลาที่กำหนด กสทช. ได้บังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจังเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค เช่น การโฆษณายาหรือผลิตภัณฑ์สุขภาพ ประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคได้ทราบถึงมาตรการและการลงโทษที่กระทำต่อผู้กระทำผิดอย่างจริงจัง และให้เป็นตัวอย่างเพื่อไม่ให้ผู้ประกอบการรายอื่นกระทำความผิดซ้ำ รวมทั้ง การจัดทำข้อมูลประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค เช่น การโฆษณาเกินจริง รวมถึง ความรู้เรื่องช่องทางการร้องเรียนและเน้นย้ำถึงช่องทางที่คนแต่ละกลุ่มสามารถ

เข้าถึงได้สะดวก และออกแบบเนื้อหาสาระให้เข้าใจง่ายเหมาะสำหรับกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย เช่น เด็กและเยาวชน กลุ่มชาติพันธุ์ และประชาชนทั่วไป เป็นต้น

4.2 การส่งเสริมผู้บริโภคได้รู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า กสทช. เป็นองค์กรที่พยายามพัฒนา ส่งเสริมให้ผู้บริโภคและประชาชนได้มีความรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศอย่างจริงจัง เพื่อเป็นการป้องกันการถูกเอาเปรียบ สามารถรู้เท่าทันการหลอกลวงจากมิจฉาชีพและมีการคัดกรองข้อมูลเบื้องต้น เช่น การให้ความรู้ด้านสิทธิของผู้บริโภคและความรู้ด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความตระหนักถึงสิทธิของตนในฐานะผู้บริโภคทำให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจในการร้องเรียนว่าสิ่งที่ร้องเรียนสามารถกระทำได้ตามกฎหมาย ด้วยการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อสารที่หลากหลายนอกเหนือจากโซเชียล มีเดีย เช่น เอกสารแจก แผ่นพับ ใบปลิว หรือหนังสือ มีข้อมูลชัดเจน เข้าใจง่าย และเป็นประโยชน์เพื่อการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ เท่าทันข้อมูลข่าวสาร และการโฆษณา

4.3 การบูรณาการทำงานร่วมกับหน่วยงานอื่น ๆ และการทำงานเชิงรุก

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า กสทช. ได้ทำงานร่วมกับองค์กรหรือหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม และผู้ประกอบการ เพื่อร่วมกันแก้ปัญหาด้านการป้องกันการถูกหลอกลวงจากมิจฉาชีพ การโฆษณาชวนเชื่อ รวมทั้งร่วมกับเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ทำให้เกิดการสื่อสารรู้เท่าทันสื่อประชาชนช่วยกันแจ้งปัญหาต่าง ๆ ในการเอาเปรียบผู้บริโภคเป็นการทำงานเชิงรุกทั้งการรับเรื่องร้องเรียน การเฝ้าระวังเพื่อการแก้ปัญหาการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคที่ส่งผลกระทบต่อภาพรวมและการป้องกันปัญหาที่จะเกิดขึ้นผ่านกระบวนการสร้างความรู้ความเข้าใจกับผู้ประกอบการ

การผลักดันให้หน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคทั้งระดับท้องถิ่น จังหวัด ภาค และประเทศ ภาคีเครือข่ายทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในการเผยแพร่องค์ความรู้ ข้อมูลข่าวสาร พัฒนารูปแบบการให้ความรู้ การรณรงค์ เผยแพร่ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคผ่านช่องทางที่หลากหลายเหมาะสมกับบริบทพื้นที่และกลุ่มเป้าหมาย เช่น ส่วนภูมิภาคหรือท้องถิ่นโดยเฉพาะคนทำงานหรือผู้สูงอายุ ได้เผยแพร่ด้วยการสื่อสารผ่านสื่อกระแสหลัก เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และการสื่อสารผ่านสื่อในท้องถิ่น เช่น โทรทัศน์ท้องถิ่น หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น วิทยุกระจายเสียง การสื่อสารในสื่อชุมชน เช่น หอกระจายข่าว เสียงตามสาย การสื่อสารโดยสื่อบุคคล เช่น เครือข่ายแกนนำที่ทำงานในระดับชุมชน เจ้าหน้าที่รัฐ แกนนำ อสม. และอาสาสมัครเครือข่ายผู้บริโภค

ส่วนที่ 5 ผลกระทบต่อผู้บริโภคและสังคมจากการบริหารและการดำเนินการในด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

5.1 การสร้างระบบติดตามสถานะเรื่องร้องเรียนและการพัฒนา

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า จากการบริหารและการดำเนินการของ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค สามารถลดขั้นตอนการพิจารณาเรื่องร้องเรียนและการเฝ้าระวังของ กสทช. ให้มีความรวดเร็ว มีประสิทธิภาพ ผู้บริโภคได้รับการแก้ปัญหาหรือทราบผลการพิจารณา รวมถึงมีการเฝ้าระวังการเอาเปรียบผู้บริโภคจากมาตรการต่าง ๆ ที่ กสทช. ได้ดำเนินการ

กสทช. ได้สร้างระบบติดตามสถานะเรื่องร้องเรียน และพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อสนับสนุนการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่และอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้บริการ นอกจากนี้ กสทช. ยังมีการติดตามและประเมินผลความพึงพอใจของผู้ร้องเรียนว่า มีความพึงพอใจในการจัดการแก้ไขปัญหาหรือไม่ อย่างไร สามารถ

ตอบสนองความต้องการของผู้ร้องเรียนได้ดีหรือไม่ เพื่อจะได้นำผลมาประเมินและนำข้อเสนอแนะของผู้ร้องเรียนไปพัฒนาและปรับปรุงระบบการร้องเรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

5.2 การสร้างกระบวนการรู้เท่าทันสื่อแก่ภาคประชาสังคมและกลุ่มเปราะบาง

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า กสทช. ได้สร้างกระบวนการรู้เท่าทันสื่อแก่ภาคประชาสังคมและกลุ่มเปราะบาง ทำให้เกิดการรู้เท่าทันสื่อและมีความรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคมีการส่งเสริมการเรียนในห้องเรียนโดยทำงานร่วมกับภาคีเครือข่ายต่าง ๆ ด้านการสื่อสารสาธารณะ ได้ขอรับงบประมาณสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เช่น กทปส. เพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนที่ตอบสนองต่อยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคในภาคประชาสังคม โดยเฉพาะกลุ่มเปราะบางและกลุ่มผู้ด้อยโอกาส ซึ่ง กสทช. ได้ให้ความสำคัญกับกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มคนพิการ ผู้สูงอายุ ผู้ด้อยโอกาส โดยที่ผ่านมาได้การส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิกลุ่มเปราะบางทั้งการกำกับดูแลตามประกาศ กสทช. เรื่อง การส่งเสริมสิทธิของคนพิการในการเข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์ ซึ่งมีมาตรการสองส่วนคือ มาตรการพื้นฐานที่กำหนดให้สถานีโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลต้องจัดให้มีบริการสำหรับคนพิการ ได้แก่ เสียงบรรยายภาพ คำบรรยายแทนเสียง และล่ามภาษามือ นอกจากนี้ มีมาตรการส่งเสริมเพื่อจะทำให้เกิดกระบวนการเรียนรู้และจัดทำบริการได้อย่างเหมาะสมมีคุณภาพ รวมทั้งได้ทำงานร่วมกับองค์กรและสมาชิกกลุ่มคนพิการ ผู้สูงอายุ และผู้ด้อยโอกาสกลุ่มต่าง ๆ เช่น กลุ่มชาติพันธุ์ และชนเผ่าพื้นเมือง กลุ่มแรงงานนอกระบบ กลุ่มความหลากหลายทางเพศ ทำให้เกิดการสร้างกระบวนการรับรู้ ความตระหนักรู้ในสิทธิการรู้เท่าทันสื่อให้กับภาคประชาสังคม และกลุ่มเปราะบาง

ส่วนที่ 6 การพัฒนาความร่วมมือและส่งเสริมศักยภาพเครือข่ายผู้บริโภค

6.1 การพัฒนาและขยายเครือข่ายผู้บริโภคในการทำงานกับหน่วยงานต่าง ๆ

จากการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า กสทช. ได้พัฒนาและขยายเครือข่ายผู้บริโภคในการทำงานร่วมกับหน่วยงานต่าง ๆ ได้สนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชน ผู้บริโภคใน 3 กิจการ ทำให้เกิดการขยายผลการทำงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในเชิงรุกโดยอาศัยเครือข่ายการทำงานในพื้นที่ อาศัยคนในพื้นที่เป็นผู้ขับเคลื่อนการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อให้สามารถเข้าถึงประชาชนได้มากขึ้นทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค เพื่อคุ้มครองสิทธิของตน ผลักดันให้มีการรวมตัวเป็นเครือข่าย เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการคุ้มครองผู้บริโภคของเครือข่ายผู้บริโภค ทำให้ได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง

กสทช. ได้กระจายอำนาจการกำกับดูแลไปยังสำนักงาน กสทช. ภาค 1-4 และเขต (จังหวัด) เพื่อให้การคุ้มครองผู้บริโภคใน 3 กิจการเป็นไปอย่างรวดเร็วและสามารถจัดการแก้ไขปัญหาได้อย่างทันท่วงที โดยตั้งหน่วยงานหรือศูนย์ กสทช. ภาคประชาชนในทุกจังหวัด มีการกำหนดบทบาทการทำงานของหน่วยงานหรือศูนย์ให้ชัดเจนมีเป้าหมาย การวางแผนทั้งในระยะสั้นและระยะยาว นอกจากนี้ยังมีการเชื่อมประสานหรือทำงานร่วมกับผู้นำท้องถิ่นหรือแกนนำในพื้นที่ ทั้งผู้ว่าราชการจังหวัด นายอำเภอ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน เป็นต้น อันเป็นการพัฒนาและขยายเครือข่ายผู้บริโภคในการทำงานร่วมกับหน่วยงานต่าง ๆ ในพื้นที่

6.2 การพัฒนาศักยภาพแกนนำและการทำงานของเครือข่ายผู้บริโภค

กสทช. ได้สนับสนุนทรัพยากรที่เอื้อต่อการพัฒนาศักยภาพแกนนำผู้บริโภค การทำงานของเครือข่ายผู้บริโภค ให้การสนับสนุนผ่าน กทปส. การสร้างความร่วมมือหรือการพัฒนาเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคหรือการมีทรัพยากรสนับสนุนการดำเนินงานจะทำให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างรวดเร็ว

มีประสิทธิภาพมากขึ้นทั้งในมิติของการขับเคลื่อนงาน การประสานเครือข่าย และการพัฒนาศักยภาพเครือข่าย

จากการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า เครือข่ายภาคประชาชนของ กสทช. มีความต้องการให้สนับสนุนการดำเนินการในฐานะเครือข่ายส่วนภูมิภาคอย่างเป็นทางการ ซึ่งเป็นกลไกภาคสังคมที่จะช่วยสร้างให้เกิดกระบวนการมีส่วนร่วมที่เอื้อต่อการพัฒนาศักยภาพ สร้างแกนนำผู้บริโภคและการทำงานของเครือข่ายผู้บริโภคอย่างแท้จริง ซึ่งจะเป็นการทำงานร่วมกันอย่างเป็นระบบและสนับสนุนการขับเคลื่อนนโยบายสาธารณะตามภารกิจของสำนักงาน กสทช. ในการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม โดยการมีส่วนร่วมอย่างเข้มแข็งทั้งการติดตาม เฝ้าระวัง การสื่อสารความรู้ที่จะช่วยให้ผู้บริโภคหรือประชาชนเกิดความตื่นตัว รับรู้ เข้าใจ และตระหนักถึงความสำคัญของสิทธิตนเองในฐานะผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

6.3 บูรณาการงานร่วมกับเครือข่ายเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

การสัมภาษณ์ผู้บริหารระดับสูงของ กสทช. ในเรื่องการบูรณาการงานร่วมกับเครือข่ายเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคพบว่า การทำงานเครือข่ายเป็นการทำงานที่เป็นลักษณะการรวบรวมทุกข์ของประชาชนผู้บริโภคส่งต่อไปยัง กสทช. คือการใช้สิทธิของผู้บริโภคในการร้องเรียน ในส่วนของ กสทช. เป็นหน่วยงานที่รับเรื่องร้องเรียนและกำกับโดยตรง เป็นช่องทางหลักในการรับเรื่องร้องเรียนที่ต้องช่วยกันเฝ้าระวังผลกระทบที่เกิดขึ้นกับผู้บริโภคในการดำเนินการด้านนโยบายและต้องช่วยกันการพัฒนากลไกเครือข่ายภาคประชาชนด้านการคุ้มครองผู้บริโภคทั้ง 3 กิจการ ให้มีความเข้มแข็ง รวมทั้งการสนับสนุนให้เกิดเครือข่ายอื่น ๆ เช่น กลุ่มเครือข่ายเยาวชน กลุ่มเครือข่ายคนพิการ เพื่อเป็นกำลังสำคัญในการขยายการถ่ายทอดความรู้เรื่องสิทธิผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคมไปสู่ชุมชนต่าง ๆ ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค

การสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า ควรจัดให้มีเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง วิทยุและโทรทัศน์ในระดับภูมิภาคหรือเครือข่ายภาคประชาชนของ กสทช. ที่เป็นความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับเครือข่ายผู้บริโภคของทุกหน่วยงานที่ร่วมกันเป็นหนึ่งเดียวที่มีอยู่ในพื้นที่เดิมอยู่แล้ว เช่น สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) มีการคัดเลือกผู้ที่จะมาเข้าร่วมที่มีความรู้ ความตั้งใจในการปฏิบัติงานในพื้นที่ให้มีการจัดทำแผนปฏิบัติการภายใต้ยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อให้เกิดความชัดเจนในการดำเนินงาน พร้อมทั้งมีการติดตามประเมินผลการดำเนินการตามแผนว่าได้บรรลุตามเป้าประสงค์หรือไม่ เพียงใด

ส่วนที่ 7 การรับเรื่องร้องเรียนและดำเนินการเรื่องร้องเรียนด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม

7.1 กระบวนการรับเรื่องร้องเรียน

กระบวนการรับเรื่องร้องเรียนตาม พ.ร.บ. องค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ฯ พ.ศ. 2553 มาตรา 31 ได้มีการคุ้มครองผู้บริโภคหรือประกาศ กสทช. ในด้านกระบวนการรับเรื่องร้องเรียนเป็นหน้าที่ของ 2 สำนัก คือ สำนักรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม (รท.) และสำนักงานรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ (บส.) สำหรับกระบวนการรับเรื่องร้องเรียนนับตั้งแต่รับเรื่องร้องเรียน การแสวงหาข้อเท็จจริงและส่งต่อเพื่อแก้ไขปัญหาตามลำดับ โดยทั้งสองสำนักทำหน้าที่เป็นเสมือนตัวกลางในการเชื่อมประสานการรับเรื่องร้องเรียน เป็นเสมือนตัวกลางในการจัดการข้อร้องเรียนระหว่างผู้ประกอบการกับผู้ร้องเรียน

1) ผู้บริโภคต้องรู้จักสิทธิของตนเอง

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกของผู้บริหารใน กสทช. ให้ความเห็นว่า ผู้บริโภคจะต้องคำนึงถึงสิทธิ 2 ประการ คือ ประการที่ 1 ผู้บริโภคจะต้องรู้จักสิทธิว่าตนเองมีสิทธิในการดำเนินการหรือร้องเรียนแค่ไหน ไม่ใช่ทุกเรื่องต้องร้องเรียนหรือประเด็นที่ร้องเรียนจะมีสิทธิให้ได้ตามที่ต้องการ และประการที่ 2 เมื่อรู้จักใช้สิทธิว่าจะทำอย่างไรและตัวบุคคลที่ร้องเรียนนั้นจะต้องมีความสุจริตด้วย สิ่งที่สำคัญ คือ ทั้งผู้ประกอบการและผู้ร้องเรียนต้องมีความสุจริตทั้งสองฝ่าย สิ่งสำคัญคือผู้บริโภคจะต้องรู้จักสิทธิของตนเองและต้องเป็นผู้ได้รับความเดือดร้อนอย่างแท้จริง

2) การดำเนินการเรื่องร้องเรียนเชิงตั้งรับ

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า กสทช. ไม่ได้มีแนวทางแก้ไขปัญหาเชิงระบบแต่มีการแก้ไขปัญหาเป็นรายกรณี ไม่เข้มงวดกับกฎหมายที่ทำผิดเท่าที่ควร ถ้ามีคนร้องเรียนก็แก้ปัญหาให้ หากไม่ร้องเรียนจะไม่จัดการ กล่าวคือ การทำงานยังเป็นการทำงานเชิงรับ ไม่เป็นการทำงานเชิงรุก เน้นการแก้ปัญหาหรือดำเนินการจากเรื่องร้องเรียนที่ผู้บริโภคส่งเข้ามา ไม่ยึดหลักการป้องกันดีกว่าการแก้ไข (Prevention better than Cure) จึงเป็นปัญหาที่เกิดกับผู้บริโภค เช่น ปัญหาในเรื่องแก๊ง Call Center หรือปัญหา SMS กสทช. ควรตรวจสอบหาต้นเหตุและจัดการปัญหาอย่างเร่งด่วน เนื่องจากปัญหาที่เกิดขึ้นมีอย่างต่อเนื่องและจำนวนเพิ่มขึ้น ควรหาวิธีการตัดสัญญาณโทรศัพท์ผู้กระทำผิดอย่างรวดเร็ว หรือมีโปรแกรมเฝ้าระวังหรือตรวจสอบหมายเลขที่มีมูลเหตุหรือความเสี่ยงในการหลอกลวงหรือก่อเหตุหรือตรวจสอบการลงทะเบียนอย่างเข้มงวด เช่น การยืนยันตัวบุคคลโดยใช้บัตรประชาชน นอกจากนี้ กสทช. ยังมีการประชาสัมพันธ์ถึงวิธีการรับมือกับ SMS ดังกล่าวและมีเลขหมายโทรศัพท์ยกเลิก SMS กวนใจ ซึ่ง กสทช. ควรมีการประชาสัมพันธ์และให้ความรู้แก่ประชาชนเกี่ยวกับวิธีการรับมือและการร้องเรียนอย่างทั่วถึงตลอดจนครอบคลุมประชาชนทุกกลุ่มโดยเฉพาะกลุ่มเด็ก ผู้สูงอายุ และกลุ่มผู้พิการที่มีความเสี่ยงในการถูกหลอกลวงมากที่สุด

3) การพิจารณาเรื่องร้องเรียนของสำนักงาน กสทช. คณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคทั้ง 3 กิจการ รวมทั้ง กสทช. เป็นผู้วินิจฉัยกระบวนการจัดการที่ควรพัฒนาหรือปรับปรุง

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า การรับเรื่องร้องเรียนของผู้บริโภคของทั้ง 3 กิจการ สามารถร้องเรียนได้หลากหลายช่องทาง แต่มีจำนวนผู้ไม่ทราบเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะประชาชนส่วนใหญ่ไม่ทราบว่า สำนักงาน กสทช. รับเรื่องร้องเรียนด้วย ดังนั้น ควรประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภครับรู้โดยผ่านช่องทางการร้องเรียนทุกช่องทางอย่างทั่วถึงในทุกกลุ่มเป้าหมาย โดยใช้สื่อประชาสัมพันธ์ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ โซเชียลมีเดีย Facebook YouTube Website เครือข่ายภาคประชาชน จัดทำสื่อให้น่าสนใจเพื่อให้ประชาชนเข้าใจ และควรมีการทำงานของเครือข่ายภาคประชาชนในการขับเคลื่อนงานร้องเรียนด้วย

4) การแก้ไขและปรับปรุงพระราชบัญญัติ

กสทช. กำลังดำเนินการแก้ไข พ.ร.บ. การประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 พ.ร.บ. การประกอบกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2554 และ พ.ร.บ. วิทยุคมนาคม พ.ศ. 2499 มาปรับปรุงแก้ไขและหลอมรวมกันเพื่อเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตให้มีความคล่องตัวและสามารถกำกับดูแลได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งการคุ้มครองผู้บริโภคที่จะได้รับผลกระทบจากการให้บริการหรือจากการประกอบกิจการของผู้ได้รับอนุญาต จึงมีการปรับปรุงแก้ไขกฎหมายฉบับนี้

7.2 ข้อเสนอแนะกระบวนการจัดการเรื่องร้องเรียน

1) การแก้ไขปัญหาเชิงระบบและการปรับปรุงการรับเรื่องร้องเรียนให้เป็น One Stop Service เพื่อความสะดวกรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ผู้ร้องเรียนและผู้ประกอบการสามารถดำเนินการติดตาม

การดำเนินการได้รวดเร็ว กสทช. ความปรับปรุงกระบวนการรับและดำเนินการเรื่องร้องเรียนให้เป็น One Stop Service เพราะการรับเรื่องร้องเรียนของผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม สามารถร้องเรียนได้หลายหน่วยงานและมีกระบวนการดำเนินงานอีกหลายขั้นตอนอาจทำให้ผู้ร้องเรียนเกิดความสับสน ส่งผลให้การดำเนินการเป็นไปอย่างล่าช้าและการแก้ไขปัญหาไม่ทันต่อสถานการณ์ ควรมีความร่วมมือกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคของทุกหน่วยงานและมีกระบวนการเรื่องร้องเรียนให้เบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว (One Stop Service)

2) การจัดการและแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียนให้มีความยั่งยืนโดยไม่ให้เกิดปัญหาแบบเดิม

การแก้ปัญหาเรื่องร้องเรียนไม่ให้เกิดปัญหาซ้ำซาก ผู้ให้ข้อมูลสะท้อนว่า กระบวนการรับและจัดการเรื่องร้องเรียนยังเป็นการทำงานเชิงรับ ควรมีการแก้ปัญหาในลักษณะเชิงรุก คือ ให้เน้นการส่งเสริมป้องกันมิให้เกิดปัญหาการเอาเปรียบผู้บริโภค รวมทั้งการแก้ปัญหาใช้เวลานาน เรื่องร้องเรียนไม่สามารถแก้ปัญหาได้ภายในครั้งเดียว เนื่องจากข้อเท็จจริงไม่เพียงพอ ไม่มีกระบวนการติดตามที่ดี เกิดการสะสมการแก้ปัญหาในกรณีที่เกิดการร้องเรียนที่ใช้เวลานาน ทำให้ผู้ร้องเรียนเกิดการเบื่อหน่าย การออกมาตรการต่าง ๆ ต้องมีความชัดเจน ไม่คลุมเครือ การตีความของสำนักรับเรื่องร้องเรียนฯ เอื้อต่อผู้บริโภค บางครั้งการร้องเรียนนั้นไม่สุจริต รวมถึงกระบวนการดำเนินการรับเรื่องร้องเรียนพบว่า หลักฐานการโต้แย้งต้องใช้หลักฐานมากเป็นกระดาษ เช่น การเก็บหลักฐานบริษัทจะเก็บเป็นไฟล์ดิจิทัล แต่ กสทช. ยังให้บริษัทใช้เอกสารที่เป็นกระดาษเพื่อส่งเป็นหลักฐานด้านเอกสารซึ่งสวนทางกับยุคดิจิทัล

3) การพัฒนากระบวนการจัดการเรื่องร้องเรียนเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล

ผู้ให้ข้อมูลมีความเห็นว่า การพัฒนากระบวนการจัดการเรื่องร้องเรียนให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล ควรมีการดำเนินการในเรื่องการแก้ปัญหาเชิงโครงสร้าง โดยมองปัญหาอย่างรอบด้านในทุกมิติ ไม่มองเพียงการแก้ปัญหารายกรณีตามที่ผู้ร้องเรียนส่งเข้ามา แต่ควรพิจารณาระดับโครงสร้างตั้งแต่กฎหมาย ข้อบังคับ ระบบกลไกการดำเนินงาน มาตรการกำกับดูแล การบังคับใช้กฎหมาย กฎระเบียบ รวมทั้งมีระบบตรวจสอบที่มีประสิทธิภาพ มีระบบติดตาม ตรวจสอบการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ ชอบธรรม โปร่งใส ควรมีการสื่อสารสองทาง และเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส รวมทั้งควรเปิดโอกาสให้ผู้เกี่ยวข้องได้รับทราบข้อมูลการพิจารณาเพื่อให้ผู้ร้องเรียนได้เห็นข้อมูลที่แท้จริง

ส่วนที่ 8 ประเด็นอื่น ๆ

8.1 มาตรการและการกำกับดูแลที่ไม่ให้ผู้บริโภคหรือประชาชนถูกเอาเปรียบ

1) การกระทำที่เป็นรูปธรรมของการเอาเปรียบผู้บริโภค 3 กิจการ ดังนี้

(1) การคลิกลิงก์จากข้อความ SMS หรือจากหมายเลขโทรศัพท์ที่ไม่คุ้นเคยแล้วเสียเงิน

(2) ลิงก์ปลอมหลอกแฮ็กข้อมูลโทรศัพท์ เป็นช่องว่างทำให้มิจฉาชีพเอาเงินจากบัญชีผู้บริโภค

(3) Call Center หลอกลวง

(4) แพทย์มาโฆษณาอาหารเสริมทำให้ผู้บริโภคหลงเชื่อ

(5) โฆษณาเกินเวลา (ห้ามเกิน 12 นาทีต่อ 1 ชั่วโมง)

2) มาตรการและการกำกับดูแลผู้ได้รับใบอนุญาต

การมีกลไกตรวจสอบ กำกับ ติดตามพฤติการณ์ของผู้ได้รับใบอนุญาตอย่างสม่ำเสมอและครอบคลุมทุกพื้นที่ ควรมีมาตรการกำกับและมีบทลงโทษที่ครอบคลุมไปถึงกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสื่อ-รับจ้างผลิตสื่อที่นำเสนอเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมหรือเป็นการละเมิดผู้บริโภคควรมีมาตรการลงโทษผู้ได้รับใบอนุญาตที่กระทำผิดกฎหมายอย่างเคร่งครัด หากตรวจสอบแล้วพบความผิดจริงควรมีการดำเนินการ

อย่างชัดเจนและจริงจัง พร้อมทั้งดำเนินการทบทวนกลไกดังกล่าวสม่ำเสมอ เพื่อให้มีความเหมาะสมกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน รวมทั้งมีการกำหนดมาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบธุรกิจนั้นเป็นผู้ผลิต จำหน่าย หรือ นำเข้าโดยกำหนดเป็นนโยบายหรือมาตรการอย่างชัดเจนเพื่อเป็นมาตรฐานแนวทางปฏิบัติต่อผู้บริโภคให้ครอบคลุมทุกกรณี รวมถึงการสร้างความตระหนักด้านจริยธรรมให้ผู้รับใบอนุญาตรับผิดชอบต่อการประกอบธุรกิจเพื่อผลประโยชน์ของประชาชนและไม่เอาเปรียบผู้บริโภคด้วยการอบรมจริยธรรม จรรยาบรรณของผู้ผลิตสื่อ ตลอดจนบทลงโทษตามกฎหมายเพื่อให้รับทราบความผิดหรือความถูกต้องของการนำเสนอ

8.2 การพัฒนาศักยภาพและสร้างความเข้มแข็งของผู้บริโภคและเครือข่ายผู้บริโภค

1) การพัฒนาศักยภาพและความเข้มแข็งของเครือข่ายผู้บริโภค

กสทช. ดำเนินการตามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือสร้างเครือข่ายกับองค์กรต่าง ๆ ได้แก่ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค เช่น สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ศูนย์ดำรงธรรม เพื่อให้ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และสร้างเครือข่ายทั้งภาครัฐและเอกชนให้ครอบคลุมทุกจังหวัด โดยให้มีเครือข่ายระดับจังหวัด พร้อมทั้งให้ความรู้แก่เครือข่ายและสร้างเครือข่ายในชุมชน เพื่อให้ชุมชนทุกกลุ่มจะได้มีส่วนรับผิดชอบในเรื่องสื่อด้วยเช่นกัน มีการประสานงานในรูปแบบที่เป็นทางการทาง เช่น ทำหนังสือขอความร่วมมือจัดทำลายลักษณ์อักษรเพื่อให้เกิดความร่วมมือในการทำงานด้านคุ้มครองผู้บริโภคและพัฒนาศักยภาพในด้านการดำเนินงานของเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคให้มีความเข้มแข็งโดยการให้ความรู้แกนนำและหน่วยงานระดับชุมชนที่จะสามารถช่วยกระจายข้อมูลข่าวสาร สาระสำคัญ ความรู้ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

2) การเข้าถึงการใช้บริการและการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค กลุ่มผู้พิการทุกประเภท ผู้ด้อยโอกาส และผู้สูงอายุ

(1) กลุ่มผู้พิการและผู้ด้อยโอกาส สร้างช่องทางในการสร้างความรู้ ความเข้าใจให้กับกลุ่มผู้พิการได้เข้าถึงหรือรับรู้ใช้ประโยชน์ได้อย่างเสมอภาคเช่นเดียวกับบุคคลทั่วไป สร้างความรู้ให้แกนนำของกลุ่มคนพิการให้เป็นผู้รู้จริงในด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และโทรคมนาคม จัดกิจกรรมเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจในเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภค เช่น จัดการประชุมสัมมนาเพื่อสร้างความเข้าใจให้กับกลุ่มคนพิการหรือผู้ดูแลคนพิการ เป็นต้น

การจัดให้มีศูนย์ประสานงานของกลุ่มคนพิการในระดับจังหวัดเพื่อให้เกิดการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และโทรคมนาคมได้อย่างทั่วถึง โดยเฉพาะกลุ่มคนพิการหรือผู้ด้อยโอกาสที่ไม่สามารถใช้หรือเข้าถึงสื่อเทคโนโลยีได้ รวมทั้งควรมีการลดราคาหรือค่าใช้จ่ายสำหรับค่าบริการโทรศัพท์มือถือแบบรายเดือน หรือค่าบริการอินเทอร์เน็ตให้แก่กลุ่มผู้พิการและผู้ด้อยโอกาส

(2) กลุ่มผู้สูงอายุ กสทช. ควรร่วมมือกับเครือข่ายหรือศูนย์ผู้สูงอายุในทุกภูมิภาคเพื่อจะได้ให้ความช่วยเหลือได้อย่างทันท่วงทีและมีประสิทธิภาพ รวมทั้งให้ความรู้เรื่องสิทธิผู้บริโภค การรู้เท่าทันเทคโนโลยีเพื่อไม่ให้มิจฉาชีพหลอกลวงได้ โดยทางฟรีทีวีหรือใช้การจัด Work Shop นอกจากจะได้ความรู้แล้วยังเป็นการให้ผู้สูงอายุได้มีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม สำหรับการพัฒนาระบบต่าง ๆ ควรทำให้เข้าใจง่ายที่สามารถทำให้ผู้สูงอายุเข้าถึงได้ง่ายและควรมีการลดราคา หรือค่าใช้จ่ายของค่าบริการรายเดือนของโทรศัพท์มือถือให้ผู้สูงอายุเช่นเดียวกับกลุ่มผู้พิการ หรือผู้ด้อยโอกาส

กสทช. ต้องมีมาตรการคุ้มครองสิทธิ การติดตาม ตรวจสอบ เฝ้าระวังเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคในผู้สูงอายุไม่ให้ถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบการและหากเกิดข้อร้องเรียนต้องมีการแก้ไขอย่างเร่งด่วน

4. ผลการรวบรวมข้อมูล ข้อเท็จจริง ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะจากการจัดสนทนากลุ่ม (Focus Group)

ผลการจัดสนทนากลุ่ม (Focus Group) มีผู้เข้าร่วม จำนวน 4 ครั้ง รวม 89 คน ร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อรับทราบข้อมูล ข้อเท็จจริง ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่เกี่ยวข้องที่ส่งผลต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค เช่น กสทช. หรือผู้บริหารของสำนักงาน กสทช. หรือผู้ได้รับใบอนุญาต ผู้ประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม หรือผู้แทนสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค หรือผู้แทนสถานีวิทยุโทรทัศน์ หรือผู้แทนสมาคมคนพิการที่เกี่ยวข้อง หรือผู้แทนองค์กรอาชีพ หรือผู้แทนองค์กรวิชาชีพ หรือนักวิชาการ หรือนักสื่อสารมวลชน หรือผู้แทนสภาเด็กและเยาวชน หรือผู้ร้องเรียนในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม หรือผู้แทนสมาคม/มูลนิธิ/องค์กรที่เกี่ยวข้องกับงานคุ้มครองผู้บริโภค ผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่ม

ส่วนที่ 2 การรับรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

ส่วนที่ 3 ทิศทางการบริหารและการดำเนินการคุ้มครองผู้บริโภค

ส่วนที่ 4 ประเด็นหลักการการกำกับดูแลที่ดีของ กสทช.

ส่วนที่ 5 ประเด็นหลักการภายใต้รูปแบบการประเมิน CIPPI (บริบท ตัวป้อนเข้า กระบวนการ ผลิต/ผลลัพธ์ และผลกระทบ)

ส่วนที่ 6 ประเด็นข้อคำถามอื่น ๆ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้เข้าร่วมในการจัดสนทนากลุ่ม

ลำดับ	การจัดสนทนากลุ่ม	วันที่	สถานที่	จำนวนผู้เข้าร่วมประชุม (คน)
1	ครั้งที่ 1	1 ตุลาคม 2567	โรงแรมทีเค พาเลซ แอนด์ คอนเวนชั่น เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร	23
2	ครั้งที่ 2			23
3	ครั้งที่ 3	2 ตุลาคม 2567		22
4	ครั้งที่ 4			21
รวม				**89**

ส่วนที่ 2 การรับรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

2.1 ความหมายการคุ้มครองผู้บริโภค

1) การรับรู้และการได้รับความคุ้มครองตามสิทธิที่ผู้บริโภคควรได้รับตามกฎหมาย หรือประกาศ กสทช.

การเปิดเผยข้อมูลโดยเฉพาะการประกาศ กฎ หรือมาตรการต่าง ๆ กสทช. ต้องประกาศให้ประชาชนได้รับรู้และการได้รับความคุ้มครองสิทธิที่ผู้บริโภคควรได้รับตามกฎหมายหรือประกาศ กสทช. เนื่องจาก กสทช. เป็นหน่วยงานที่กำกับดูแลวิทยุ โทรทัศน์ และโทรคมนาคม รวมถึงผู้ประกอบการ กสทช. ต้องประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนได้รับรู้อย่างโปร่งใส เพราะผู้บริโภคต้องรับรู้ถึงสิทธิที่หน่วยงานจะต้องประชาสัมพันธ์ว่าสิทธิของผู้บริโภคนั้น มีอะไรบ้างตามกฎหมายหรือตามประกาศ กสทช. ซึ่งการรับรู้นี้ถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของการได้รับการคุ้มครองของผู้บริโภค และได้รับการคุ้มครองตามกฎหมาย เมื่อถูกเอาเปรียบหรือประสบปัญหาในฐานะผู้ซื้อหรือผู้ใช้บริการ

2) การเปิดเผยกฎหมายหรือประกาศ กสทช. เพื่อคุ้มครองผู้บริโภค

ตัวแทนสภาองค์กรของผู้บริโภคได้แสดงความคิดเห็นว่า กสทช. ทำงานได้ดีระดับหนึ่ง แต่การบังคับใช้กฎหมายหรือประกาศ กสทช. เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคควรมีการปรับปรุง เช่น กสทช. ต้องเปิดเผยรายงานหรือข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภคหรือสาธารณชน เช่น การสนับสนุนงบประมาณจากกองทุน กทปส. สนับสนุนการถ่ายทอดสดฟุตบอลโลก หรือข้อมูลการควบรวมกิจการ TRUE-DTAC โดยนำข้อมูลไปเผยแพร่ในเว็บไซต์ หลังจากนั้นก่อนนำไปเผยแพร่ควรพิจารณาและตรวจสอบให้รอบคอบก่อนดำเนินการ ที่ผ่านมา กสทช. ขาดความรอบคอบ ทำให้ประชาชนค้นหาข้อมูลส่วนนั้นไม่พบ ไม่ว่าข้อมูลนั้นจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลเรื่องควบรวมกิจการหรือข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการตรวจสอบที่จะให้ประชาชนรับทราบ ทำให้คิดว่า กสทช. ไม่มีความโปร่งใส ควรเปิดเผยข้อมูลในเรื่องการบังคับใช้กฎหมาย และประกาศ กสทช. ต่าง ๆ ในเว็บไซต์ของ กสทช. ที่เข้าถึงและสืบค้นข้อมูลได้ง่าย เป็นการให้ผู้บริโภคเห็นว่าได้รับการคุ้มครองจากการบังคับใช้กฎหมายอย่างเป็นธรรม โดยผู้มีอำนาจทำหน้าที่ในการคุ้มครองดูแลสิทธิให้แก่ผู้บริโภคตามหน้าที่ของตนเองอย่างถูกต้องตามกฎหมาย การคุ้มครองอาจมีหลายรูปแบบซึ่งควรเป็นหลักเกณฑ์ กฎ กติกา หรือข้อกฎหมายที่กำหนดขึ้นมา เพื่อดูแลสิทธิและหน้าที่ของทุกฝ่าย

3) ผู้ที่ได้รับผลกระทบโดยตรงหรืออ้อมจากการใช้บริการใน 3 กิจการ

ผู้บริโภคต้องการร้องเรียนผู้ประกอบการ แต่ไม่ทราบแนวทางปฏิบัติว่าดำเนินการร้องเรียนเรื่องเหล่านี้อย่างไร ซึ่งเป็นปัญหาผู้ที่ได้รับผลกระทบโดยตรงหรืออ้อมจากการใช้บริการทั้ง 3 กิจการ เมื่อติดต่อหรือโทรศัพท์ไปสำนักงาน กสทช. และได้รับเรื่องไว้ บางครั้งปรากฏว่า ไม่ได้มีการจัดการเรื่องร้องเรียนแต่อย่างใด ทำให้ประชาชนไม่ทราบว่า ต้องดำเนินการอย่างไรต่อไป กสทช. จึงควรมีมาตรการจัดการเรื่องดังกล่าวอย่างเป็นระบบและรวดเร็ว ซึ่งควรได้รับความคุ้มครองจากการได้รับผลกระทบในฐานะผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมโดยตรง ส่วนผู้ที่ได้รับผลกระทบโดยอ้อม คือไม่ได้ซื้อหรือใช้บริการใน 3 กิจการนั้นโดยตรง แต่มีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น ฟังวิทยุ ดูโทรทัศน์ หรือฟรีทีวี อาจเป็นผู้ได้รับผลกระทบโดยอ้อม เมื่อพบข้อความหรือสิ่งที่กระทบต่อสังคมก็สามารถร้องเรียนต่อ กสทช. ได้เช่นกัน

4) การได้รับความคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ

การมีขั้นตอนการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลและการได้รับความคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ ควรกำหนดแนวทางการป้องกันและความคุ้มครอง หากเกิดปัญหาในอนาคต การดำเนินการต่าง ๆ ต้องคำนึงถึงผู้ใช้บริการที่หลากหลาย และควรเพิ่มมาตรการลงโทษอย่างจริงจัง

เพื่อป้องกันปัญหาที่อาจเกิดขึ้น รวมถึงการคุ้มครองด้านเนื้อหาที่ควรผ่านการคัดกรอง ตรวจสอบก่อนถึงผู้บริโภค โดยคำนึงถึงมาตรฐานต่าง ๆ ที่จะส่งผลกระทบไปยังผู้บริโภค

2.2 การรับรู้บทบาทของ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

2.2.1 ด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

1) กำหนดสิทธิหรือการให้บริการสำหรับผู้บริโภค

กสทช. ควรออกประกาศหรือให้ความรู้ที่กำหนดสิทธิหรือการให้บริการสำหรับผู้บริโภค การสื่อสารกับผู้บริโภคควรที่เข้าถึงได้ง่าย และใช้สื่อโซเชียลมีเดียที่สอดคล้องความต้องการของผู้บริโภค เช่น เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ แอปพลิเคชัน เพื่อเก็บเป็นฐานข้อมูล ควรจะประชาสัมพันธ์และรณรงค์อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ผู้ประกอบการนำไปใช้กับผู้บริโภค เพื่อให้สอดรับกับความต้องการทั้งด้านเนื้อหาและการบริการ

2) การออกมาตรการสำหรับการปฏิบัติของผู้ประกอบการสำหรับการคุ้มครองผู้บริโภค

กสทช. เป็นหน่วยงานที่มีอำนาจในการออกกฎ ประกาศ สำหรับการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการสำหรับคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับประโยชน์ ไม่ถูกเอารัดเอาเปรียบในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ โดยที่ กสทช. ควรมีช่องทางการให้ความรู้ แจ้งเตือน โดยประกาศหรือประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภครับทราบอย่างทั่วถึง โดยเฉพาะในรายการข่าวหรือรายการละคร หรือรายการที่ประชาชนติดตามเป็นจำนวนมาก โดยขอความร่วมมือจากผู้ประกอบการในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่างสารต่าง ๆ อันเป็นการคุ้มครองผู้บริโภค

3) การกำกับดูแลการให้บริการที่ครอบคลุมประชาชนทุกกลุ่ม

กสทช. ต้องกำกับดูแลการให้บริการที่ครอบคลุมประชาชนทุกกลุ่ม รวมถึงผู้พิการทุกประเภท ผู้ด้อยโอกาส และผู้สูงอายุ เช่น การจัดกิจกรรมเพื่อสร้างความเข้าใจ การให้บริการ และการคุ้มครองผู้บริโภค เช่น การจัดการประชุมหรือสัมมนาเพื่อสร้างความเข้าใจให้กับกลุ่มคนพิการ การลงพื้นที่ตามบ้านคนพิการหรือการกำกับดูแลการให้บริการ การติดตาม ตรวจสอบ เฝ้าระวังเกี่ยวกับการให้บริการหรือการคุ้มครองโดยเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุไม่ให้ถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบการ ลดราคาหรือค่าบริการรายเดือนสำหรับผู้สูงอายุ ผู้ด้อยโอกาส และผู้สูงอายุในอัตราพิเศษ

4) การควบคุมดูแลด้านเนื้อหาการโฆษณา

การควบคุมดูแลด้านเนื้อหาการโฆษณาต้องเป็นไปตามข้อกำหนดที่ กสทช. ได้ระบุไว้ทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ เช่น การโฆษณา 1 ชั่วโมง ไม่เกิน 12 นาที เนื้อหาต้องไม่ใช้ความรุนแรง ล่อแหลมผิดศีลธรรม ภาพลามกอนาจาร การโฆษณาแฝง การแต่งกายที่เหมาะสม กริยาท่าทาง คำพูดที่ใช้ในการโฆษณา และต้องมีความสุภาพเป็นไปตามประกาศที่ กสทช. กำหนด

2.2.2 กิจการโทรคมนาคม

1) กำหนดนโยบายการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการคุ้มครองผู้บริโภค

การเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วมากปัจจุบันเทคโนโลยีการสื่อสารก้าวไปไกล กสทช. จึงควรกำหนดนโยบายการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการคุ้มครองผู้บริโภค กล่าวคือ กฎหมายต้องตามให้ทันเทคโนโลยี การกำหนดนโยบายการบูรณาการระหว่างหน่วยงาน เช่น กสทช. กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม สตช. สคบ. อย. ควรบูรณาการวางแนวทางในการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการคุ้มครองผู้บริโภค กำหนดนโยบายด้านเทคโนโลยีในกิจการโทรคมนาคม กำหนดนโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคให้ได้รับการคุ้มครองอย่างเป็นธรรม โดยเฉพาะในเรื่องสัญญาณอินเทอร์เน็ต อินเทอร์เน็ตบ้าน และสัญญาณโทรศัพท์เคลื่อนที่

2) มาตรการคุ้มครองสิทธิผู้ใช้บริการโทรคมนาคมเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล สิทธิในความเป็นส่วนตัว และเสรีภาพในการสื่อสารกำกับโดยทางโทรคมนาคม

การสร้างเครือข่ายและความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และประชาสังคม เพื่อปกป้องคุ้มครองผลประโยชน์ของประชาชนควรพัฒนากลไกคุ้มครองสิทธิผู้ใช้บริการ ส่งเสริมความร่วมมือกับภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อสร้างกลไกการทำงานร่วมกันในการคุ้มครองสิทธิในความเป็นส่วนตัว การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล การยื่นเรื่องร้องเรียน การคงสิทธิเลขหมาย ส่งเสริมเสรีภาพในการเลือกใช้บริการและผู้ให้บริการ คุ้มครองข้อมูลไม่ให้ถูกนำไปเปิดเผยหรือนำไปใช้ในด้านอื่น ๆ ที่ผู้ใช้บริการไม่ได้ยินยอมหรือไม่รับรู้ รวมทั้งคุ้มครองการรับข้อมูลตามความต้องการของผู้บริโภค ทั้งด้านเนื้อหาและเวลา เช่น เนื้อหาข่าว การรับสื่อโฆษณา คัดกรองข้อมูลข่าวสาร และตรวจสอบผลกระทบต่าง ๆ ก่อนส่งถึงผู้บริโภค

3) การกำกับดูแลด้านสัญญาณอินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์มือถือ

การตรวจสอบสัญญาณอินเทอร์เน็ต หากพบปัญหาควรมีการตรวจสอบตัวสัญญาที่ได้ทำไว้ รวมทั้งโปรโมชันที่กำหนดไว้ รวมถึงโทรศัพท์มือถือว่าเป็นไปตามข้อสัญญาหรือข้อตกลงที่ได้กำหนดไว้หรือไม่ อย่างไร ดังนั้น กสทช. จึงต้องปฏิบัติตามประกาศ กสทช. เรื่อง มาตรฐานของสัญญาให้บริการโทรคมนาคม พ.ศ. 2549 อย่างเคร่งครัด

2.3 ปัจจัยหรือเงื่อนไขที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จและอุปสรรคการดำเนินการของ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

2.3.1 ปัจจัยหรือเงื่อนไขความสำเร็จการดำเนินการของ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

1) วิสัยทัศน์ของผู้บริหารและการดำเนินงานเชิงรุกในปี 2567

ผู้บริหารสำนักงาน กสทช. ควรมีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทั้งสังคมและเทคโนโลยี เพื่อนำไปสู่การกำหนดนโยบายและแนวทางการดำเนินกิจการของสำนักงาน กสทช. ในทุกด้านอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงความสามารถในการบริหารจัดการ วิสัยทัศน์ของผู้บริหารจะเป็นปัจจัยหรือเงื่อนไขสำคัญของความสำเร็จในการทำงานสำนักงาน กสทช. ได้ดำเนินงานเชิงรุกในปี 2567

2) การบังคับใช้ประกาศ กสทช. อย่างเข้มงวดและจริงจัง

กสทช. ต้องบังคับใช้กฎ ประกาศอย่างจริงจัง เพื่อให้ผู้ประกอบการได้ปฏิบัติตามข้อบังคับด้วยความเข้าใจเป็นประโยชน์ต่อประชาชน ไม่ใช่เป็นการบังคับใช้เพื่อเป็นเอาผิดผู้ประกอบการแต่เพียงอย่างเดียว ซึ่งผู้ทำงานในระดับนโยบายต้องสร้างความเข้าใจกับผู้ประกอบการ และการให้ความสำคัญด้านข้อมูลข่าวสารต่อผู้บริโภค ไม่ใช่รอรับเรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภคแต่เพียงอย่างเดียว การมีกฎ ประกาศควรผ่านการยอมรับจากทุกฝ่ายทั้ง กสทช. ผู้ประกอบการ และผู้บริโภค อันเป็นการหาจุดร่วมในการดำเนินการร่วมกันเพื่อเอื้อต่อการดำเนินงานและสอดคล้องกับความต้องการของผู้เกี่ยวข้องร่วมกัน

3) การรับฟังความคิดเห็นและการมีส่วนร่วมของประชาชน

ต้องจัดให้มีกระบวนการรับฟังความคิดเห็นสาธารณะและทำให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม ซึ่งเป็นการสร้างการรับรู้ ส่งเสริม และสนับสนุน องค์ความรู้ในด้านที่เกี่ยวข้องกับการพร้อมเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล ทั้งนี้ จะต้องกระจายงานจากส่วนกลางสู่ภูมิภาค และเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานตามภารกิจ และพัฒนากระบวนการปฏิบัติงานของสำนักงาน กสทช. ส่วนภูมิภาคให้มีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับพื้นที่เพื่อการบริการประชาชนอย่างทั่วถึงและรวดเร็ว

2.3.2 ปัจจัยหรือเงื่อนไขอุปสรรคการดำเนินงานของ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

1) การก้าวไม่ทันยุคหลอมรวม การเปลี่ยนแปลงบริบทสังคม และเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว

เทคโนโลยีมีความก้าวหน้าไปอย่างรวดเร็วแต่การปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่หรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องยังก้าวไม่ทันต่อเทคโนโลยีในยุคการหลอมรวม การเปลี่ยนแปลงของบริบทสังคม และเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป การบริหารงานหรือการดำเนินงานยังยึดแนวทางระเบียบเดิมที่ยังไม่มีการปรับเปลี่ยน ทำให้ กสทช. ไม่สามารถปรับเปลี่ยนหรือดำเนินการได้อย่างคล่องตัว เพราะยึดที่กฎหมายและระเบียบที่กำหนดไว้เดิม จึงต้องดำเนินการปรับเปลี่ยนหรือแก้ไขกฎหมายให้ทันต่อเทคโนโลยีที่ก้าวหน้า ในมุมมองผู้ประกอบการเห็นว่า ไม่มีหน่วยงานสนับสนุนหรือเป็นที่ปรึกษาให้กับผู้ประกอบการในการดำเนินกิจการ จึงเป็นอุปสรรคอย่างหนึ่งที่ทำให้การดำเนินงานของผู้ประกอบการขาดประสิทธิภาพที่เท่าทันต่อเหตุการณ์

2) การขาดการบังคับใช้กฎหมายอย่างเข้มงวด

การปล่อยปละละเลยหรือไม่ใช้กฎหมายอย่างเข้มงวดเป็นการละเลยต่อผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคถูกเอารัดเอาเปรียบ ถือเป็นอุปสรรคอย่างหนึ่งของ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพ ทำให้ กสทช. ต้องเสียภาพลักษณ์ที่ดี

3) การไม่ปรากฏงานศึกษาข้อมูลเชิงลึกเพื่อนำไปพัฒนาคุณภาพของงาน

การศึกษาวิจัยของ กสทช. ขาดความลึกและรายละเอียดมากพอ ทั้งงานศึกษาวิจัยในเชิงปริมาณและคุณภาพที่ยังไม่ละเอียดเท่าที่ควร รวมทั้งงานศึกษางานวิจัยจากต่างประเทศเพื่อนำมาพัฒนาคุณภาพของ กสทช. ซึ่งยังไม่ได้ทำอย่างจริงจัง ส่วนใหญ่เป็นการศึกษาด้านการประเมิน ติดตาม ตรวจสอบที่เป็นงานศึกษากรณีตัวอย่าง (Case Study) ขาดการนำข้อมูลไปพัฒนาคุณภาพงานอย่างแท้จริง ทำให้การดำเนินงานไม่ตอบโจทย์ผู้บริโภคอย่างถูกต้องแท้จริง ดังนั้น จึงควรศึกษาวิจัยงานให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเพื่อจะได้นำไปพัฒนาคุณภาพงานได้ดียิ่งขึ้น

4) ประชาชนขาดการเข้าถึงข้อมูล ช่องทางการร้องเรียน และการมีส่วนร่วมในด้านต่าง ๆ

จากการสนทนากลุ่มพบว่า กลุ่มผู้บริโภคที่ไม่ได้มีความเกี่ยวข้องหรือเป็นเครือข่ายการทำงานกับ กสทช. จะไม่ทราบบทบาทของ กสทช. ว่ามีบทบาทอย่างไร ได้ดำเนินกิจกรรมอะไร จึงนำไปสู่การไม่ทราบช่องทางการร้องเรียน เมื่อพบปัญหาหรือถูกเอาเปรียบในฐานะผู้บริโภคจะเข้าไม่ถึงช่องทางการร้องเรียน เช่น การถูกเอาเปรียบเรื่องโฆษณาเกินเวลา สัญญาณอินเทอร์เน็ต และถูกหลอกจากแก๊งคอลเซ็นเตอร์

5) การดำเนินงานไม่ได้รับความเป็นธรรม การใช้เวลานาน และการใช้เอกสารค่อนข้างมาก

ทำให้ผู้ร้องเรียนเกิดความเบื่อหน่ายท้อใจในการร้องเรียน การดำเนินการล่าช้าเกินไป คือ ความอยุติธรรม รวมทั้งกระบวนการค่อนข้างซับซ้อน ต้องใช้เอกสารมากเพื่อประกอบการร้องเรียน ไม่มีเวลาในการดำเนินการ หลายคนผ่านการถูกเอาเปรียบจากการให้บริการของกิจการต่าง ๆ ทำให้การดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของ กสทช. ไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการหรือแก้ปัญหาให้แก่ประชาชนได้อย่างทันท่วงที

ส่วนที่ 3 ทิศทางการบริหารและการดำเนินการคุ้มครองผู้บริโภค

3.1 กลไกและกระบวนการเรื่องร้องเรียนของผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

1) การเข้าถึงข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภค สิทธิผู้บริโภค และช่องทางการร้องเรียน

กสทช. ควรให้ข้อมูลข่าวสารที่สามารถเข้าถึงประชาชนได้อย่างทั่วถึง เมื่อได้รับเรื่องร้องเรียนแล้ว ควรจัดการแก้ปัญหาโดยเร็วที่สุดและมีการแจ้งข่าวสารให้ผู้ร้องเรียนได้รับทราบผลอย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ ควรมีบทลงโทษผู้กระทำผิดให้เป็นที่ประจักษ์ จัดทำสื่อการให้ความรู้ให้เหมาะสมกับกลุ่ม เช่น กลุ่มเด็กและเยาวชน อาจใช้ช่องทางออนไลน์และสื่อโซเชียลมีเดียในการเผยแพร่ข้อมูล กลุ่มวัยทำงานอาจใช้สื่อวิทยุโทรทัศน์ ผู้สูงอายุอาจผ่านช่องทางกลุ่มไลน์ (LINE Group) แผ่นโปสเตอร์ รวมทั้งการสร้างสื่อที่เหมาะสมแต่ละกลุ่ม เช่น กลุ่มผู้พิการทางการมองเห็น กลุ่มผู้พิการทางการได้ยิน รวมทั้งการร้องเรียนควรมีความโปร่งใสและสามารถตรวจสอบได้

2) การปรับกระบวนการร้องเรียนให้สามารถเข้าถึงได้ง่าย รวดเร็ว และมีขั้นตอนไม่ซับซ้อน

เพิ่มช่องทางการติดต่อสำนักงาน กสทช. หรือช่องทางรับเรื่องร้องเรียนให้เพิ่มมากขึ้น ควรมีช่องทางการเข้าถึงได้ง่ายหรือมีความสะดวก เหมาะสมกับทุกกลุ่ม และมีการจัดการเรื่องร้องเรียนให้รวดเร็ว มีระยะเวลาเหมาะสมการทำงานไม่ล่าช้า ขั้นตอนไม่ซับซ้อน ใช้เอกสารประกอบการร้องเรียนไม่มาก ลดขั้นตอนการปฏิบัติ มีพนักงานที่มีความสามารถช่วยเหลือผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี มีความเป็นมิตร และตั้งใจปฏิบัติหน้าที่เพื่อแก้ปัญหาให้ผู้ร้องเรียนอย่างรวดเร็ว

3) เพิ่มแพลตฟอร์มการร้องเรียนให้หลากหลาย

ทำเป็นแพลตฟอร์มที่มีความหลากหลายช่องทางที่ประชาชนเข้าถึงได้ง่าย สะดวก ไม่ซับซ้อน ช่องทางการร้องเรียนควรทำเป็นแอปพลิเคชันมีหัวข้อให้ร้องเรียน เช่น การรื้อสายไฟ-เสา สามารถอัปโหลดรูปภาพหรือคลิป (Clip) ได้ หรือร้องเรียนเรื่องต่าง ๆ ได้ ผู้ร้องเรียนเมื่อได้รับการแก้ไข ควรประกาศให้ประชาชนทราบได้รับการยกย่อง และประชาสัมพันธ์

4) สร้างภูมิคุ้มกันการดูแลสิทธิของผู้บริโภค

การสร้างความรู้ ความเข้าใจ สร้างการรับรู้เพื่อให้เกิดความตระหนักรู้และรู้เท่าทันการถูกเอาเปรียบ ประชาชนส่วนมากเข้าไม่ถึงระบบการร้องเรียนที่ กสทช. ดำเนินการ หรือไม่มีความรู้ที่จะเข้าถึงหน่วยงานได้ บางคนจึงไม่กล้าดำเนินการใด ๆ เนื่องจากเกรงกลัวและกังวลต่อผลกระทบด้านลบ จึงเลือกที่จะไม่ร้องเรียน

5) บูรณาการทำงานและกระบวนการร้องเรียนโดยเชื่อมโยงกับทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

สร้างเป็นเครือข่ายทั้ง กสทช. สำนักงาน กสทช. ส่วนกลาง และภูมิภาค สคบ. อย. สตช. และกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม การสื่อสารต่าง ๆ ในทุกช่องทาง เพื่อบูรณาการทำงานและกระบวนการร้องเรียนโดยเชื่อมโยงกับทุกอย่างที่เกี่ยวข้อง ในด้านการร้องเรียน ควรสนับสนุนให้ภาคประชาชนได้แต่งตั้งตัวแทนที่เป็นอาสาสมัครภาคประชาชนเข้ามาตรวจสอบและรับเรื่องร้องเรียนส่งต่อไปสำนักงาน กสทช.

3.2 มาตรการกำกับดูแลการกระทำผิดที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค

1) การดำเนินการที่รวดเร็ว เท่าเทียม เป็นธรรม และมีแนวปฏิบัติที่ชัดเจน

สำนักงาน กสทช. เป็นหน่วยงานกลางที่สอดส่อง ดูแล เฝ้าระวังการคุ้มครองผู้บริโภค ควรกำกับดูแลควบคุมและดำเนินงานที่เป็นไปตามมาตรฐาน และมีความเข้มงวดกับมาตรการกระทำผิดของสื่อต่าง ๆ ที่เอาเปรียบผู้บริโภคในการได้รับร้องเรียน ควรดำเนินการที่รวดเร็ว เท่าเทียม เป็นธรรม

และมีแนวปฏิบัติที่ชัดเจนสื่อต่าง ๆ ที่เอาเปรียบผู้บริโภคควรมีการเพิ่มโทษหรือระงับสื่อนั้น รวมทั้งควรมีแนวปฏิบัติที่เกี่ยวกับการร้องเรียนในแต่ละกิจการอย่างชัดเจน เข้าใจง่าย และสื่อสารแนวปฏิบัตินั้นสู่ประชาชนอย่างทั่วถึงในทุกกลุ่มเพื่อให้สามารถเข้าถึงการร้องเรียนได้เมื่อถูกเอาเปรียบหรือไม่ได้รับความเป็นธรรม

2) การมีมาตรการกำกับดูแลการให้บริการกลุ่มเปราะบางอย่างเป็นธรรม

กสทช. ควรมีมาตรการเกี่ยวกับกลุ่มเปราะบางในทุกประเภททั้งปริมาณและคุณภาพ รวมทั้งด้านเนื้อหาและเวลาออกอากาศ ปัจจุบันมีหลายช่องทางสำหรับสื่อกลุ่มเปราะบาง เช่น บริการเสียงการบรรยายภาพ คำบรรยายแทนเสียง ล่ามภาษามือ แต่ยังไม่ครอบคลุมทุกรายการ และครอบคลุมความต้องการในการรับชมของกลุ่มเปราะบาง เช่น การบริการในช่วงเวลาดึกหรือเช้าเกินไป เวลาการรับชมของกลุ่มเปราะบางที่กำหนดให้นั้นมีเพียง 1 ชั่วโมงต่อวัน นับว่าน้อยเกินไป

3.3 การพัฒนาศักยภาพและความเข้มแข็งของผู้บริโภคและเครือข่ายผู้บริโภค

1) สนับสนุนงานวิจัยที่สามารถนำไปใช้ในการปรับปรุง พัฒนา และคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง

ลักษณะงานวิจัยดังกล่าวเป็นการวิจัยแบบ In-depth Research คือ งานวิจัยเชิงลึกที่มีเป้าหมายและเป็นโจทย์วิจัยที่สามารถนำข้อมูลมาดำเนินงานปรับปรุง พัฒนา และคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง รวมทั้งการศึกษาวิจัยของต่างประเทศที่สามารถนำมาปรับใช้ในประเทศเพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาคุ้มครองผู้บริโภค

2) การให้ความสำคัญ พัฒนาเครือข่ายผู้บริโภคให้มีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน และสร้างกลไกเครือข่ายผู้บริโภคระดับประเทศให้มีคุณภาพ

ควรจัดตั้งหรือสร้างเครือข่ายภาคประชาชนของ กสทช. โดยร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ เช่น สำนักงานศึกษาธิการจังหวัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา สถานศึกษา องค์การบริหารส่วนจังหวัด (อบจ.) องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) และผู้ประกอบการสื่อสารมวลชนเพื่อให้เข้าถึงคนทุกกลุ่มทุกพื้นที่และอำนวยความสะดวกให้รวดเร็ว สร้างเครือข่ายผู้บริโภคให้เข้มแข็ง มีการพัฒนาศักยภาพอย่างต่อเนื่องเป็นการพัฒนาเครือข่ายผู้บริโภคให้มีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนและสร้างกลไกเครือข่ายผู้บริโภคระดับประเทศให้มีคุณภาพ

3) พัฒนาการสื่อสารสาธารณะในการให้ความรู้แก่ผู้บริโภคและเครือข่ายผู้บริโภค

กสทช. ควรเพิ่มช่องทางประชาสัมพันธ์แอปพลิเคชันต่าง ๆ ของ กสทช. ไปสู่ประชาชนระดับรากหญ้าหรือชุมชนในเขตเทศบาลหรือนอกเขตให้มากขึ้นโดยผ่านองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้นำชุมชน ผู้ใหญ่บ้าน กำนัน เป็นต้น เพื่อประชาสัมพันธ์ต่อชุมชนทางเสียงตามสาย ป้าย โปสเตอร์ ศาลากลางบ้าน เป็นต้น ส่วนนักเรียนและนักศึกษาผ่านทางโรงเรียนและมหาวิทยาลัย เป็นการพัฒนาการสื่อสารสาธารณะในการให้ความรู้แก่ผู้บริโภคและเครือข่ายผู้บริโภค

4) ให้ความรู้อบรมแก่ประชาชนในการป้องกันและรู้เท่าทันการถูกเอาเปรียบ

ให้ความรู้ข่าวสารผ่านผู้นำชุมชนเพื่อให้ประชาชนเข้าถึงหน่วยงานของ กสทช. ควรจัดตั้งอาสาสมัครระดับท้องถิ่น เช่น หมู่บ้าน ตำบล อำเภอ จังหวัด เพื่อให้ความรู้ประชาสัมพันธ์ รวมถึง การให้ความช่วยเหลือแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ให้ความรู้อบรมแก่ประชาชนในการป้องกันและรู้เท่าทันการถูกเอาเปรียบและควรมีค่าตอบแทนที่เหมาะสมเหมือนกับอาสาสมัครประจำหมู่บ้าน

5) การจัดทำคู่มือและสื่อให้คำแนะนำการรู้เท่าทันการถูกเอาเปรียบจากการใช้บริการ

การจัดทำคู่มือและสื่อให้คำแนะนำการรู้เท่าทันการถูกเอาเปรียบจากการใช้บริการ เผยแพร่สู่ผู้บริโภคและเครือข่ายผู้บริโภค สื่อที่สามารถเข้าถึงประชาชนและผู้บริโภคได้โดยเร็วที่สุดคือ สื่อวิทยุกระจายเสียง

เมื่อรับข่าวสารจะกรองข่าวและสามารถออกอากาศได้ทันที กสทช. ควรพิจารณาการสนับสนุนในการจัดทำคู่มือและสื่อ

6) การจัดเวทีรับฟังแลกเปลี่ยนความรู้ และความคิดเห็นทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค

การจัดเวทีรับฟังแลกเปลี่ยนความรู้ และความคิดเห็นทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาคทราบว่า กสทช. ได้ดำเนินการในเรื่องนี้พอสมควร แต่ควรเพิ่มการจัดเวทีรับฟังในระดับจังหวัด อำเภอ ตำบล รวมทั้งการจัดอบรมเพื่อสร้างการรับรู้ให้กับประชาชนทั้งในระยะยาว ระยะกลาง และระยะสั้น ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค เสริมสร้างแกนนำเพื่อถ่ายทอดความรู้สู่ชุมชน จัดเวทีรับฟังความคิดเห็นเป็นระยะ วางแผนกำหนดทั้งระยะเวลาและจำนวนครั้งที่จัด

ส่วนที่ 4 ประเด็นหลักการกำกับดูแลที่ดีของ กสทช.

4.1 นโยบายด้านรัฐ สังคม และสิ่งแวดล้อม

นโยบายหลักที่เกี่ยวข้องกับ กสทช. คือ การมุ่งเน้นให้ความสำคัญกับการวางตัวเป็นกลางและการบริหารงานเพื่อประโยชน์ของประเทศ สังคม และสาธารณะเป็นหลัก มุ่งมั่นให้เกิดดุลยภาพของการอนุญาตและกำกับดูแลระหว่างรัฐ ประชาชน และการประกอบกิจการ วางกลไกการกำกับดูแลให้เป็นไปตามเจตนารมณ์ของกฎหมายอย่างเคร่งครัด เป็นรูปธรรม พัฒนาระบบการอนุญาตและกำกับดูแลของสำนักงาน กสทช. ให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล เสริมสร้างความเป็นธรรม และลดความขัดแย้งระหว่างผู้ประกอบการและผู้บริโภค รวมทั้งนโยบายหลักที่เกี่ยวข้องกับสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยให้ความสำคัญกับการรักษาส่งเสริมสิ่งแวดล้อมที่อาจเป็นผลกระทบอันเกิดจากการดำเนินงานและสนับสนุนชุมชนและคุณภาพ มุ่งเน้นการสร้างความตระหนักรู้ด้านเทคโนโลยีให้กับสังคม ชุมชน และประชาชนตามมาตรฐานหรือข้อตกลงอย่างเป็นรูปธรรมและต่อเนื่อง

4.2 นโยบายด้านผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

นโยบายหลักที่เกี่ยวข้องกับผู้บริการมุ่งให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการโดยคำนึงถึงความถูกต้อง เป็นธรรม เสมอภาค โปร่งใส และตรวจสอบได้ พัฒนาขั้นตอนกระบวนการขอรับใบอนุญาตให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน โปร่งใส เป็นธรรม ลดขั้นตอนการให้บริการที่มีคุณภาพเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ รวมทั้งนโยบายหลักที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มุ่งเน้นส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อสร้างและรักษาดุลยภาพของผลประโยชน์ในส่วนที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งกลไกและระบบส่งเสริมการมีส่วนร่วมเพื่อนำไปประกอบการตัดสินใจและกำหนดนโยบาย

4.3 นโยบายด้านองค์กร

มุ่งเน้นกระบวนการทำงานภายในองค์กรให้มีความโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ เป็นไปตามกฎระเบียบขององค์กรและกฎหมายที่เกี่ยวข้องด้วยกำหนดแนวทางติดตามประเมินผลจัดให้มีระบบควบคุมภายในมาใช้อย่างเป็นรูปธรรม เพียงพอและเหมาะสมในทุกขั้นตอนของการปฏิบัติงาน จัดทำระบบบริหารความเสี่ยง พัฒนาระบบบริหารงานคุณภาพตามมาตรฐานสากล (ISO) ผู้ปฏิบัติงานทุกระดับปฏิบัติตามกฎระเบียบทั้งขององค์กรและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง จัดหาทรัพยากรและอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่มีคุณภาพสำหรับใช้ในการปฏิบัติงานอย่างครอบคลุม รวมทั้งนโยบายหลักที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันการทุจริตให้ความสำคัญต่อการป้องกันการทุจริตและการเกิดผลประโยชน์ทับซ้อน

4.4 นโยบายด้านผู้ปฏิบัติงาน

ให้ความสำคัญกับการยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้ปฏิบัติงานโดยจัดสวัสดิการขั้นพื้นฐานที่พึงมีทั้งตามที่กฎหมายกำหนดและตอบสนองความต้องการของผู้ปฏิบัติงานเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีของผู้ปฏิบัติงาน ดูแลจัดการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อมเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตใน

การทำงานที่ดีของผู้ปฏิบัติงานให้ผลตอบแทนและสวัสดิการที่เป็นธรรมแก่ผู้ปฏิบัติงานตามระเบียบ ศึกษาและวิเคราะห์เพื่อค้นหาปัจจัยที่จะส่งเสริมให้ผู้ปฏิบัติงานมีความสุข รวมทั้งนโยบายหลักที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานบุคคล มุ่งเสริมสร้างความเชื่อมั่นในกระบวนการบริหารงานบุคคลโดยปรับปรุงระบบบริหารทรัพยากรบุคคลให้มีความเป็นธรรมโปร่งใสและตรวจสอบได้

ส่วนที่ 5 ประเด็นหลักการภายใต้รูปแบบการประเมิน CIPPI (บริบท ตัวป้อนเข้า กระบวนการ ผลิต/ผลลัพธ์ และผลกระทบ)

5.1 ด้านกลไกและกระบวนการร้องเรียนในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

ผลการดำเนินงานด้านกลไกกระบวนการของทั้ง 3 กิจการ พบว่า ด้านบริบทหรือสภาวะแวดล้อม (Context : C) มีแผนแม่บท และพ.ร.บ.องค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ฯ ในการขับเคลื่อนการดำเนินงานที่ชัดเจน รวมถึงประกาศ หลักเกณฑ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง สำหรับใช้ดำเนินการรับเรื่องร้องเรียน มีข้อมูลสถานการณ์ปัญหาจากการใช้/รับบริการ มองเห็นความจำเป็น ความต้องการการจัดการปัญหาในปัจจุบันและอนาคต แต่ยังขาดความเข้าใจที่ตรงกันของทุกฝ่าย ทำให้เป็นอุปสรรคในการดำเนินการสำหรับตัวป้อนเข้า (Input : I) มีแผนงานโครงการ/กิจกรรมที่นำไปสู่การดำเนินงานตามแผนแม่บท มีงบประมาณสนับสนุนการดำเนินงาน มีบุคลากร/อัตรากำลังที่เพียงพอในการดำเนินงาน โดยมีกระบวนการ (process : P) ดำเนินการทั้งในมิติของการพัฒนากลไกการร้องเรียน ช่องทางการร้องเรียนที่หลากหลาย ตรวจสอบผลการร้องเรียนที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว ตามกระบวนการ PDCA แต่อาจมีปัญหาในเรื่องช่องทางการติดตามอยู่บ้าง แต่มีแผนด้านกลไกและกระบวนการเรื่องร้องเรียนของทั้ง 3 กิจการอย่างชัดเจน สำหรับผลผลิต/ผลลัพธ์ (Product : P) ซึ่งเป็นขั้นตอนการร้องเรียน เข้าถึงได้ง่าย สะดวก รวดเร็วขึ้น สถิติเรื่องร้องเรียนมีแนวโน้มลดลง สำนักงาน กสทช. และผู้ประกอบการมีการปรับปรุง พัฒนา แก้ไขปัญหาได้ดีขึ้น สำหรับผลกระทบ (Impact : I) สามารถจัดการเรื่องร้องเรียนได้ในระดับหนึ่งเป็นที่น่าพอใจ เกิดภาพลักษณ์ที่ดีและสร้างความเชื่อมั่นต่อองค์กร กรณีผู้บริโภคถูกหลอกในการซื้อสินค้าหรือโฆษณาเกินจริง เกิดความมั่นใจในการใช้บริการและการขอความช่วยเหลือเมื่อได้รับความเดือดร้อน

5.2 ด้านมาตรการและการกำกับดูแลการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

ผลการดำเนินงานด้านมาตรการและการกำกับดูแลการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค ทั้ง 3 กิจการ พบว่า ด้านบริบทหรือสภาวะแวดล้อม (Context : C) คือ มาตรการและการกำกับดูแลที่สอดคล้องกับสถานการณ์ของปัญหา คือ มีการกำหนดมาตรการกฎระเบียบที่ชัดเจน เข้มงวด มีมาตรการกำกับดูแลการดำเนินกิจการของผู้ประกอบการแต่ยังมีปัญหาอยู่บ้างในปัจจุบันเกี่ยวกับความเข้าใจที่ไม่ตรงกัน ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงานส่วนตัวป้อนเข้า (Input : I) มีแผนปฏิบัติการ งบประมาณ โครงการ รองรับการดำเนินการด้านมาตรการและการกำกับดูแลการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค รวมทั้งการมีเครือข่ายการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ เช่น สตช. สอท. ปปง. DSI ด้านกระบวนการ (Process: P) มีการดำเนินการตามกระบวนการ PDCA คือมีการวางแผนการดำเนินการตามแผนงาน โครงการ ในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ มีการออกคำสั่งในการควบคุมคุณภาพเนื้อหาสื่อที่จะส่งถึงผู้บริโภค บูรณาการการบังคับใช้กฎหมายร่วมกับตำรวจไซเบอร์สร้างความเข้าใจและอยู่ร่วมกันในพหุสังคมในกิจการโทรคมนาคม จัดทำประกาศ กสทช. เรื่องมาตรการคุ้มครองสิทธิของผู้ใช้บริการโทรคมนาคมเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลในความเป็นส่วนตัว เสรีภาพในการสื่อสาร แต่พบว่าขั้นตอนการดำเนินการยังมีปัญหาสื่อสารถึงผู้บริโภค

และยังไม่ครอบคลุมถึงปัญหาที่ผู้บริโภคได้รับ สำหรับผลิต/ผลลัพธ์ (Product : P) การดำเนินงานด้านมาตรการและการกำกับดูแลประชาชนทุกกลุ่มได้รับเนื้อหาที่สร้างสรรค์และมีคุณภาพระดับหนึ่ง ผู้ด้อยโอกาสและกลุ่มเปราะบางเข้ามามีส่วนร่วมในการใช้และการบริโภคได้ดีขึ้น ผู้บริโภคได้รับความปลอดภัยจากอาชญากรรมทางเทคโนโลยีมากขึ้น สำหรับผลกระทบ (Impact : I) ผู้บริโภคถูกเอาเปรียบน้อยลง ลดการสูญเสียทรัพย์สินจากการถูกหลอกลวงทางเทคโนโลยี อาชญากรรมเทคโนโลยีมีแนวโน้มลดลง ทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีและผู้บริโภคเชื่อมั่นต่อองค์กร

5.3 ด้านการพัฒนาทรัพยากรและความเข้มแข็งของผู้บริโภค และเครือข่ายผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

การดำเนินงาน พบว่า บริบทหรือสภาวะแวดล้อม (Context : C) มีสถานการณ์ปัญหาจากการใช้/รับบริการทั้ง 3 กิจการ กสทช. ได้เห็นถึงความจำเป็น ความต้องการในการจัดการปัญหาในปัจจุบันและอนาคต มีแผนแม่บทพัฒนาบุคลากรทั้ง 3 กิจการ รวมทั้งเทคโนโลยีสารสนเทศในระยะเวลา 5 ปี มีการสนับสนุนการศึกษาและวิจัยเชิงนโยบายในการแก้ไขปัญหา การคุ้มครองผู้บริโภคและเครือข่ายผู้บริโภคสร้างความก้าวหน้าให้กับภาคประชาชน กลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้มีข้อเสนอแนะแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภคในยุคดิจิทัลที่มีประสิทธิภาพ ด้านตัวป้อนเข้า (Input : I) มีงบประมาณสนับสนุนการพัฒนาผู้บริโภคและเครือข่ายผู้บริโภค เช่น โครงการพัฒนาบุคลากรใน 3 กิจการ ซึ่งประชาชนพร้อมเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจในสังคมดิจิทัล การพัฒนาเครือข่ายผู้บริโภค สร้างกลุ่มและเครือข่ายผู้บริโภค ด้านกระบวนการ (Process : P) มีการดำเนินการตาม PDCA คือร่างแผนการสร้างความเข้มแข็งของผู้บริโภคและเครือข่ายผู้บริโภค สร้างการรับรู้ความเข้าใจให้แก่ผู้บริโภคและเครือข่ายเกี่ยวกับการป้องกันสิทธิ และผลประโยชน์ของตนเองจากการใช้งานหรือการได้รับบริการที่ไม่เป็นธรรม การเตือนภัยจากแก๊งคอลเซ็นเตอร์ในรูปแบบต่าง ๆ การสร้างกลุ่มและเครือข่ายผู้บริโภคใหม่ในระดับชุมชน สำหรับด้านผลิต/ผลลัพธ์ (Product : P) สร้างเครือข่ายผู้บริโภคใน 77 จังหวัด มีการทำงานเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคที่เข้าถึงและช่วยเหลือประชาชนได้ใกล้ชิดมากขึ้น มีโครงการ/กิจกรรมเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้ผู้บริโภค ทำให้รู้เท่าทันผลกระทบหรือการถูกเอาเปรียบ ประชาชนมีความเข้าใจในกิจการทั้ง 3 กิจการมากขึ้น ด้านผลกระทบ (Impact : I) ทำให้ผู้บริโภคถูกเอาเปรียบน้อยลง เกิดภาพลักษณ์ที่ดีและสร้างความเชื่อมั่นต่อภาคประชาชนสามารถใช้ทักษะจากความเป็นพลเมืองดิจิทัลในการดูแลตนเองไม่ให้ถูกเอาเปรียบ เกิดความตระหนักและตื่นตัวในฐานะพลเมืองและผู้บริโภคสื่อเข้มแข็ง เครือข่ายผู้บริโภคสามารถใช้ทักษะความเป็นพลเมืองดิจิทัลในการดูแลตนเองช่วยเหลือให้คำแนะนำแก่บุคคลรอบข้างได้

ส่วนที่ 6 ประเด็นอื่น ๆ

6.1 กสทช. มีการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นและเชื่อมั่นให้แก่ประชาชนหรือสิ่งที่ผู้บริโภคควรมีการปรับปรุงแก้ไขหรือพัฒนา

ปัจจุบัน กสทช. มีการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นและเชื่อถือได้โดยเป็นการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารทางเว็บไซต์ของ กสทช. แต่การเข้าถึงข่าวสารยังไม่ครอบคลุมทุกกลุ่ม เพราะบางกลุ่มเข้าถึงข้อมูลออนไลน์ได้ ไม่สะดวก เช่น ผู้สูงอายุ ผู้พิการ ทำให้ข้อมูลข่าวสารของ กสทช. ต่อประชาชนเข้าถึงเฉพาะบางกลุ่มเท่านั้น ผู้เข้าร่วมประชุมมีความเห็นว่า ควรแก้ไขหรือพัฒนา โดยให้มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารดังกล่าวมากขึ้นในหลายช่องทาง รวมถึงภาคชุมชนที่เข้าถึงข้อมูลได้ยาก สร้างความเข้าใจและทั่วถึงมากขึ้นและต้องการให้ใส่ใจกับผู้สูงอายุเป็นพิเศษ เพราะบุคคลกลุ่มนี้มีความสามารถในการรับข่าวสารออนไลน์หรือโซเชียลมีเดียน้อยกว่ากลุ่มอื่น ๆ จากปัญหาความสามารถในการใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ และมักจะเลือกรับข่าวสารจากช่องทางที่ตนเองคุ้นเคย เช่น วิทยุ หรือโทรทัศน์ เป็นต้น กสทช. ไม่ควรละเลยกลุ่มดังกล่าวและ

ควรประชาสัมพันธ์และโฆษณาข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ในทุกช่องทางที่จะกระทำได้อย่างเต็มที่เพื่อให้เกิดการรับข่าวสารในวงกว้างที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้

6.2 กสทช. มีระบบที่ประชาชนเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้ง่ายและมีความสะดวกเพิ่มขึ้น

ควรมีการประสานงานกับผู้นำชุมชน เพื่อช่วยกระจายข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นเชื่อถือได้ให้แก่คนในชุมชน ควรมีการประชุมเพื่อรับฟังความคิดเห็นในทุก ๆ จังหวัด เพิ่มช่องทางการกระจายข่าวสารผ่านหนังสือพิมพ์ เพราะผู้สูงอายุได้ดูข่าวสารหรือข้อมูลประจำวันผ่านหนังสือพิมพ์เป็นส่วนมาก และยังขาดการเข้าถึงพื้นที่ชนบท ซึ่งไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลได้และเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ยาก จึงควรให้ความรู้ คำแนะนำประชาสัมพันธ์ต่อประชาชนให้ครบทุกช่องทางเท่าที่จะเป็นไปได้ไม่ว่าจะเป็นโทรทัศน์ แผ่นพับ วิทยุ เสียงตามสาย จัดให้มีการจัดประชุมแจ้งข้อมูลข่าวสารไปยังพื้นที่ต่าง ๆ ที่อินเทอร์เน็ตเข้าไม่ถึง การทำอินโฟกราฟฟิกหรือโปสเตอร์ หรือให้มีการประชุมแจ้งข้อมูลข่าวสารแจ้งไปยังพื้นที่ต่าง ๆ ที่อินเทอร์เน็ตเข้าไม่ถึงให้ประชาชนทุกคนสามารถรับรู้ได้อย่างทั่วถึง

6.3 กสทช. ควรมีแผนงานหรือโครงการเพื่อประโยชน์ต่อผู้บริโภคอย่างแท้จริง

กสทช. มีแผนงานหรือโครงการด้านการรับรู้ด้านกฎหมายเพื่อประโยชน์สำหรับผู้บริโภค เพราะประชาชนไม่สามารถเข้าถึงความรู้เรื่องกฎหมายป้องกันการเอาเปรียบผู้บริโภคเมื่อมีข่าวหรือเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการหลอกลวงผู้บริโภคข่าวดังกล่าว มักจะเงียบหายไปและไม่มีการชี้แจงความคืบหน้าจาก กสทช. โดยแนวทางแก้ไขควรมีการตั้งสำนักงาน กสทช. ประจำทุกจังหวัดเพื่อให้ความรู้และสื่อสารกับประชาชนตามชุมชนต่าง ๆ ให้สามารถเข้าถึงข่าวสารข้อมูล รวมไปถึงการรู้เท่าทันเพื่อป้องกันการตกเป็นเหยื่อจากมิจฉาชีพในโลกออนไลน์และสื่ออื่น ๆ ควรเปิดช่องทางการร้องเรียนที่รวดเร็ว ตอบสนองประชาชนได้ทันที เช่น แอปพลิเคชันที่ประชาชนสามารถส่งเรื่องร้องเรียนได้ทันทีและมีการระบุความคืบหน้าเรื่องร้องเรียนได้ ควรเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนตระหนักถึงสิทธิ์ของตนเองในฐานะผู้บริโภคให้ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายปกป้องผู้บริโภค เพื่อไม่ให้ตกเป็นเหยื่อของมิจฉาชีพ เนื่องจากผู้พิการ ผู้ด้อยโอกาสมักตกเป็นเหยื่อของมิจฉาชีพที่จะเข้ามาแสวงหาผลประโยชน์

6.4 ข้อเสนอแนะหรือความคิดเห็นใดต่อการดำเนินการและการบริหารของ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

1) ประชาชนมีความเห็นว่า กสทช. มีการติดตาม ตรวจสอบ เฝ้าระวังเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคไม่ให้ถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบการมีประสิทธิภาพเท่าที่ควร เช่น ปัญหาสินค้าที่ไม่มีการตรวจสอบในสื่อโทรทัศน์ ประชาชนไม่มีความมั่นใจเรื่องผลิตภัณฑ์อาหารและยาที่มีการโฆษณาผ่านโทรทัศน์ว่าจะได้มาตรฐานหรือไม่ กสทช. ควรมีการตรวจสอบและมีกฎเกณฑ์เงื่อนไขก่อนจะมีการโฆษณาสินค้าเพื่อป้องกันการเอารัดเอาเปรียบผู้บริโภคและเพื่อความปลอดภัยของผู้บริโภค

2) กสทช. ควรมีมาตรการและการกำกับดูแลในกรณีที่สัญญาณโทรศัพท์มือถือ หรืออินเทอร์เน็ตบกพร่องหรือไม่สามารถใช้งานได้และมักจะเกิดขึ้นประจำ กสทช. จึงควรมีกระบวนการกำกับดูแลไม่ว่าจะเป็นการปรับหรือผู้ให้บริการเครือข่ายสัญญาณอินเทอร์เน็ตหรือเครือข่ายโทรศัพท์ได้มีกระบวนการชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้บริโภคหรือแสดงความรับผิดชอบกับปัญหาที่เกิดขึ้น

3) การกำหนดระยะเวลาการออกอากาศของโฆษณาโทรทัศน์ ข่าว ละคร ไม่ให้เกินเวลา 12 นาที/ชั่วโมง เพราะเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคสร้างความรำคาญแก่ผู้บริโภคในการรับชมรายการและควรมีการควบคุมบุคคลที่มีชื่อเสียงในการโฆษณา มีความรับผิดชอบในการโฆษณาหรือสินค้าดังกล่าว แจ้งคำเตือนเกี่ยวกับสินค้าและบริการให้มีความชัดเจนเพื่อป้องกันผลกระทบที่เกิดกับผู้บริโภค

4) กสทช. ควรปรับปรุงมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคในเรื่องความปลอดภัยด้านข้อมูลของประชาชน ซึ่ง กสทช. ได้แก้ไขปัญหาที่ยังไม่เกิดผลลัพธ์ที่ดี ปัจจุบันนี้เกิดปัญหาในเรื่องของแก๊งคอลเซ็นเตอร์ (Call Center) เป็นจำนวนมาก และเพิ่มช่องทางการร้องเรียนให้มีการแจ้งให้ผู้บริโภคทราบถึงขั้นตอนการดำเนินการติดตามตรวจสอบผ่านช่องทางต่างๆ หรือบุคลากรและสื่อต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น ควรกระจายข่าวให้มากขึ้น เช่น การสอดแทรกเนื้อหาเข้าไปในสื่อการเรียนการสอน การจัดอบรมท้องถิ่น เช่น อสม. หรือการประชาสัมพันธ์กระจายข่าวที่คนทั่วไปสามารถเข้าถึงได้และเพิ่มการจัดการเฝ้าระวังให้มากขึ้น



ภาพ 4.2 บรรยากาศการจัดสนทนากลุ่ม (Focus Group)

5. ผลการรวบรวมข้อมูล ข้อเท็จจริง ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะจากการจัดประชุมเวทีรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ (Public Hearing)

กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 5 ภูมิภาค ๆ ละ 1 ครั้ง รวมทั้งสิ้น จำนวน 5 ครั้ง ประกอบด้วย 1) กรุงเทพฯ หรือปริมณฑล 2) ภาคเหนือ (ลำปาง) 3) ภาคใต้ (ภูเก็ต) 4) ภาคกลาง/ภาคตะวันออก (จันทบุรี) และ 5) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (นครพนม) โดยมีผู้เข้าร่วมประชุมภูมิภาคละไม่ต่ำกว่า 100 คน ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ตามคุณสมบัติและครอบคลุมทุกภาคส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม โดยเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนกลุ่มเปราะบาง เช่น ผู้บกพร่องทางการได้ยิน ผู้บกพร่องทางการมองเห็น และผู้พิการด้านการเคลื่อนไหว นำเสนอผลการศึกษาแบ่งเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้เข้าร่วมประชุมเวทีรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ

ส่วนที่ 2 กลไกและกระบวนการเรื่องร้องเรียนของผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพื่อการดำเนินการมาตรการ และการกำกับดูแลการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

ส่วนที่ 4 การพัฒนาศักยภาพและความเข้มแข็งของผู้บริโภคและเครือข่ายผู้บริโภค

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้เข้าร่วมการจัดประชุมเวทีรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ

ครั้งที่	ภาค	จังหวัด	สถานที่	วัน เดือน ปี ที่จัดการประชุม	จำนวนผู้เข้าร่วมประชุม (คน)
1	กรุงเทพฯ หรือปริมณฑล	กรุงเทพฯ	โรงแรม ที เค พาเลซ	4 ตุลาคม 2567	109
2	เหนือ	ลำปาง	โรงแรมทรีธารา	9 ตุลาคม 2567	113
3	ใต้	ภูเก็ต	โรงแรมบูกิตตา บูทีค	16 ตุลาคม 2567	102
4	ตะวันออกเฉียงเหนือ	นครพนม	โรงแรมเวลาดี นครพนม	29 ตุลาคม 2567	103
5	กลาง/ตะวันออก	จันทบุรี	โรงแรมเจ้าหลาวทอแสงบีช	1 พฤศจิกายน 2567	104
รวม					**531**

ส่วนที่ 2 กลไกและกระบวนการเรื่องร้องเรียนของผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

ผลการจัดประชุมเวทีรับฟังความคิดเห็นสาธารณะของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในประเด็นกลไกและกระบวนการเรื่องร้องเรียนของผู้บริโภคในด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พบว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสะท้อนประสบการณ์ที่เป็นผลกระทบจากการใช้บริการ ก่อนที่จะเข้าสู่กระบวนการร้องเรียน มีรายละเอียดดังนี้

2.1 ประสบการณ์การได้รับผลกระทบจากการใช้บริการในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม

ผลการแลกเปลี่ยนประสบการณ์การได้รับผลกระทบจากการรับฟังความคิดเห็นสาธารณะนำเสนอโดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ 1) กิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ และ 2) กิจการโทรคมนาคม มีรายละเอียด ดังนี้

2.1.1 กิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

1) ด้านปริมาณและคุณภาพของเนื้อหา พบว่า มีการโฆษณาเกินจริง มีการโน้มน้าวชักจูงให้ซื้อสินค้า ความเชื่อผิด ๆ กสทช. ควรกำกับดูแลควบคุมการออกอากาศของกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ ให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อยและเกิดประโยชน์ต่อผู้บริโภค

- โฆษณาเกินความเป็นจริง และโฆษณาชวนเชื่อ รวมทั้งมีโฆษณาแอบแฝงในรายการ เนื้อหารายการที่ไม่เหมาะสม ผู้จัดรายการหรือพิธีกรไม่มีความเป็นกลาง
- สัญญาณไม่ดี โดยเฉพาะช่วงฝนตก
- ละครมีเนื้อหาความรุนแรง ทำให้คนดูหรือเยาวชนลอกเลียนแบบ
- การเชื่อมต่อสัญญาณยาก ต้องจูนคลื่นสัญญาณใหม่ตลอด
- ละคร นักแสดงมีการแต่งกายไม่สุภาพ โป๊เกินไป
- ภาพและคำพูดบางรายการไม่เหมาะสม
- คุณภาพสัญญาณบางพื้นที่ไม่เสถียร
- ปล่อยให้มีการออกอากาศข้อมูลเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม
- ข่าวสารบางสถานีไม่มีความเป็นกลาง
- การนำเสนอข่าวไม่ครบถ้วน ครอบคลุม นำเสนอเพียงบางประเด็น บางมุมมองและบางครั้งกลายเป็นเครื่องมือทางการเมือง
- ด้านบันเทิง มีความบันเทิง มีความสนุกสนาน คลายเครียดได้ แต่หลงลืมประเด็นเกี่ยวกับวัฒนธรรม ประเพณี ส่วนใหญ่เน้นโฆษณาไปทางด้านเพศ
- มีเนื้อหาโฆษณาที่มากกว่าที่กำหนด คือ มากกว่า **12 นาที/ชั่วโมง** ที่มักอยู่ในรูปแบบโฆษณาแฝงรายการ
- เนื้อหาไม่เหมาะสมและให้ข้อมูลไม่ครบถ้วนทั้งภาพและเสียง เช่น เนื้อหาสื่อไปในทางการใช้ความรุนแรง ยาเสพติด โดยไม่มีการควบคุม ออกอากาศในช่วงเวลาที่ไม่เหมาะสม บางเนื้อหาให้ข้อมูลไม่ครบถ้วน ตัวอักษรมีขนาดเล็ก และใช้ภาษาทางวิชาการที่ประชาชนเข้าใจได้ยาก

2) การได้รับความคุ้มครองในการเข้าถึงสื่อที่ไม่เหมาะสม

- กสทช. ควรมีอำนาจในการคุ้มครองประชาชนทุกกรณีที่เกิดต่อประชาชนในทุกภาคส่วนเกี่ยวกับ กสทช.
- การร้องเรียนมีความยุ่งยากในการติดต่อเจ้าหน้าที่และปฏิเสธการช่วยเหลือ เช่น ตรวจสอบแล้วอ้างว่า บัตรประชาชนไม่ตรงกับเลขหมายโทรศัพท์ที่ร้องเรียน
- กระบวนการติดตาม ตรวจสอบ และติดตามผลในการให้บริการของ กสทช. เมื่อรับเรื่องร้องเรียนแล้ว ควรมีอำนาจสืบสวนลงโทษผู้กระทำผิดหรือดำเนินการที่เกี่ยวข้อง
- กสทช. ควรบูรณาการความร่วมมือกับหน่วยงานอื่น ๆ ของรัฐ โดยไม่ปฏิเสธความรับผิดชอบที่เกี่ยวข้องกับอำนาจของตนเอง

- กสทช. ควรปรับรูปแบบการสื่อสารกับประชาชนให้เข้าใจได้ง่ายและได้รับความคุ้มครองในการเข้าถึงสื่อที่ไม่เหมาะสม

- กสทช. ควรมีกำหนดมาตรฐานผู้ประกอบวิชาชีพสื่อ เช่น มีการจัดอบรมสอบใบประกอบวิชาชีพให้กับดารา นักแสดง และพิธีกร

3) การได้รับการเยียวยา กรณีได้รับความเสียหาย

ปัญหาที่เกิดขึ้นในพื้นที่ คือ เมื่อมีการร้องทุกข์ เจ้าหน้าที่ตำรวจไม่สามารถดำเนินการได้ เนื่องจากเจ้าทุกข์คือ กสทช. ไม่ใช่ผู้แจ้ง ผู้เข้ารับฟังมีความเห็นว่า พนักงานของสำนักงาน กสทช. ที่ประจำในส่วนภูมิภาค ควรมีความรู้ และควรจัดอบรมให้กับเจ้าหน้าที่ในส่วนภูมิภาค อาจเป็นปีละ 3-4 ครั้ง จะทำให้การได้รับการเยียวยาความเสียหายได้ทันท่วงที และสำนักงาน กสทช. ควรจัดหาผู้รับเรื่องร้องเรียนให้มีจำนวนมากเพียงพอต่อความต้องการ เพื่อรองรับคำร้องเรียนของผู้ร้องเรียน และควรพัฒนาเทคโนโลยีในการตรวจสอบเรื่องร้องเรียนว่าอยู่ในขั้นตอนใดของการจัดการ เพื่อสร้างความมั่นใจว่าเรื่องที่ร้องเรียนไปแล้วจะได้รับการจัดการโดยแท้จริง และจะได้รับการเยียวยาความเสียหายเมื่อได้รับความเสียหาย

4) การได้รับข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์และเป็นจริง

กระบวนการกระจายข่าว เผยแพร่ข่าวสาร และองค์ความรู้ต่าง ๆ ควรมีความรวดเร็ว เพื่อให้ประชาชนได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารอย่างทั่วถึง เป็นประโยชน์ เป็นจริงที่ไม่ให้เกิดความรำคาญ และรู้เท่าทันเหตุการณ์ โดยเฉพาะข่าวสารในชุมชน คือ การประชาสัมพันธ์ใช้เสียงตามสายหรือหอกระจายข่าว เพื่อช่วยในการรับรู้ข่าวสาร นอกจากนี้ การที่ผู้ประกอบการหยุดให้บริการโดยไม่แจ้งให้ทราบล่วงหน้า เช่น บริษัทวิทยุปิดตัวโดยไม่แจ้งล่วงหน้า ผลกระทบที่เกิดขึ้นคือ ส่งผลต่อธุรกิจของประชาชนที่ถูกเลิกจ้าง ทำให้ขาดรายได้ เพราะประชาชนไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์และเป็นจริง

5) ด้านการรับรู้เกี่ยวกับกฎหมาย ระเบียบ และข้อกำหนดของการใช้บริการ

ประชาชนไม่มีองค์ความรู้ หรือเข้าถึงการร้องเรียน รวมถึงระบบการร้องเรียนที่มีขั้นตอนยุ่งยากและซับซ้อนหลายขั้นตอน เกิดจากการที่ประชาชนไม่ทราบมาตรการ กฎระเบียบ กฎหมาย ข้อกำหนดของการบริการที่เกี่ยวข้อง ทำให้ถูกละเมิดสิทธิ หรือถูกเอารัดเอาเปรียบจากผู้ประกอบการ ไม่ทราบการจำกัดเวลาการโฆษณา โฆษณาเกินเวลาที่กำหนด รวมถึงไม่ทราบถึงช่องทางการที่จะร้องเรียนหรือถูกละเมิดสิทธิหรือเอาเปรียบในฐานะผู้บริโภค รวมทั้งการถูกเอาเปรียบจากสัญญาที่ไม่เป็นธรรมในรูปแบบของการเสียค่าบริการ เนื่องจากผู้บริโภคไม่มีประสบการณ์ ไม่รู้สิทธิที่ตัวเองได้รับในส่วนการขอยกเลิกสัญญา แต่ยังถูกเรียกเก็บค่าใช้บริการ ซึ่งผู้ประกอบการกำหนดเงื่อนไขให้ผู้บริโภคต้องเลือกใช้บริการ

กสทช. ควรมีการทำงานเชิงลึกให้กับชุมชน เพื่อประชาสัมพันธ์ช่องทางให้ประชาชนได้รับรู้เกี่ยวกับกฎหมาย ระเบียบ และข้อกำหนดต่าง ๆ อาจมีการจัดตั้งศูนย์เกี่ยวกับการสร้างการรับรู้ให้กับประชาชนในเรื่อง กสทช. ให้มากกว่านี้ โดยอาจทำงานผ่านเครือข่ายของเจ้าหน้าที่เทศบาล เจ้าหน้าที่สาธารณสุข หรือเจ้าหน้าที่รัฐที่มีความสัมพันธ์ที่ดีในระดับท้องถิ่นกับชุมชน การร้องเรียนเกี่ยวกับผู้ให้บริการเครือข่ายสัญญาณโทรศัพท์ ปัญหาการใช้อินเทอร์เน็ต สัญญาณวิทยุและโทรทัศน์

2.1.2 กิจการโทรคมนาคม

1) ผู้บริโภคไม่ทราบช่องทางการร้องเรียน : สำนักงาน กสทช. ควรจัดหาผู้รับเรื่องร้องเรียนให้มีจำนวนมากเพียงพอต่อความต้องการ เพื่อรองรับคำร้องเรียนของประชาชน ช่องทางการร้องเรียนอาจทำผ่านแอปพลิเคชันพื้นฐานในอุปกรณ์สื่อสารทุกชนิด จะทำให้ประชาชนสามารถเข้าถึงและใช้งานได้สะดวกมากขึ้น รวมทั้งควรเพิ่มช่องทางการร้องเรียน เช่น การส่งไปรษณีย์โดยไม่ต้องติดอากรแสตมป์ สำหรับช่องทางการร้องเรียน และกระบวนการจัดการเรื่องร้องเรียนสำหรับกลุ่มผู้พิการ ผู้ด้อยโอกาสผู้สูงอายุใน

ท้องถิ่นที่เข้าถึงได้ยาก ควรมีเว็บไซต์รับเรื่องร้องเรียนที่เหมาะสมสำหรับคนพิการ หรือควรประสานงานกับผู้นำชุมชน เช่น ผู้ใหญ่บ้าน กำนัน อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) และผู้นำศาสนาในท้องถิ่นเพื่อผู้นำชุมชนจะได้นำความรู้ไปถ่ายทอดหรือแจ้งข่าวสารแก่คนพิการผู้ด้อยโอกาส และผู้สูงอายุ

2) การถูกระงับ หรือยกเลิกเลขหมายโทรศัพท์ แต่ต้องการเลขหมายโทรศัพท์มือถือคืน

ประชาชนที่ถูกระงับ หรือยกเลิกเลขหมายโทรศัพท์มือถือ แต่ต้องการเลขหมายคืนได้ติดต่อไปกับผู้ประกอบการ กลับได้รับการเพิกเฉย จึงได้ร้องเรียนไปยังสำนักงาน กสทช. มีความเห็นว่าสำนักงาน กสทช. มีการจัดการแก้ไขปัญหาการร้องเรียนล่าช้า ใช้เวลาในการดำเนินการนานเกินควร ซึ่งควรมีมาตรการจัดการเรื่องร้องเรียนให้เป็นไปอย่างรวดเร็ว เป็นการทำให้ผู้ร้องเรียนไม่ได้รับความเป็นธรรม จากปัญหาดังกล่าว กสทช. ควรสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคว่า ได้ร้องเรียนแล้วมั่นใจว่าปัญหานั้นจะได้รับการแก้ไขอย่างแท้จริง

3) ข้อความสั้น (SMS) คิดเงินโดยไม่ได้สมัคร

กสทช. ควรมีมาตรการลงโทษขั้นเด็ดขาดและมีกระบวนการติดตามที่ดำเนินการอย่างจริงจังกับผู้ที่ละเมิดกฎหมายหรือหลอกลวงผู้บริโภค และลงโทษผู้กระทำความผิดอย่างรุนแรง ควบคู่ไปกับการติดตาม ตรวจสอบอย่างต่อเนื่อง ควรมีการสร้างระบบตรวจสอบหรือระบบใด ๆ ที่เป็นการนำข้อมูลของผู้บริโภคไปใช้ของมิจฉาชีพ ควรมีการตรวจสอบข้อความที่มีความสุ่มเสี่ยงจะนำไปสู่ปัญหาหรือการหลอกลวง เช่น ลิงก์ต่าง ๆ ซึ่งอาจถูกส่งไปยังระบบข้อความสั้น (SMS) รวมถึงการมีข้อความสั้น (SMS) คิดเงินโดยที่ผู้บริโภคไม่ได้สมัครใช้บริการใด ๆ นอกจากนั้นข้อมูลกลุ่มผู้สูงอายุมักจะตกเป็นเหยื่อมิจฉาชีพดังกล่าว จึงควรให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่มีความใกล้ชิดกลุ่มดังกล่าว ให้ความรู้เพิ่มเติม รวมถึงให้ความรู้กับกลุ่มอื่น ๆ และป้องกันไม่ให้ข้อมูลของผู้บริโภครั่วไหลไปกับมิจฉาชีพ ก็จะทำให้ข้อมูลที่กลุ่มดังกล่าวนำไปใช้ได้น้อยลง หรือสร้างปัญหาลดลง

ส่วนใหญ่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีประสบการณ์ได้รับข้อความรบกวน โทรศัพท์รบกวนหรือถูกหลอกลวง ในกรณีที่ข้อความรบกวนบางข้อความต้องเสียค่าบริการ หากยกเลิกไม่เป็นจะเสียค่าบริการไปตลอดการใช้งาน นอกจากนี้บางข้อความยกเลิกยาก หลายขั้นตอน เมื่อยกเลิกแล้วข้อความจะกลับมาใหม่ ทำให้ผู้บริโภคเกิดความรำคาญ และเสียค่าบริการโดยที่ตนเองไม่ต้องการหรือไม่ยินยอม โดยเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุอาจจะพบเป็นประจำ หากบุตรหลานไม่ได้ดูแลจะเสียเงินไม่รู้ตัว

4) คุณภาพสัญญาณอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือ (QoS: Voice/Data) ไม่ดี

สัญญาณโทรศัพท์และอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือไม่เสถียร และไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ ผลกระทบเรื่องสัญญาณโทรศัพท์และอินเทอร์เน็ต ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสะท้อนว่า บางพื้นที่ความเสถียรของสัญญาณลดลง สัญญาณไม่ครอบคลุมในหลายพื้นที่ โดยเฉพาะเขตนอกเมืองและชนบทที่ห่างไกล อินเทอร์เน็ตช้าและหลุดบ่อยทำให้การสื่อสารได้รับผลกระทบ เช่น การเรียน การประกอบอาชีพ การควบรวมกิจการ ทำให้เสถียรของสัญญาณโทรศัพท์ลดลง สัญญาณเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และอินเทอร์เน็ตไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ ความเร็วไม่ตรงตามที่โฆษณา เรื่องสัญญาณอินเทอร์เน็ตหลุดบ่อย บางครั้งมีการลดความเร็วจึงโทรไปที่ผู้ให้บริการว่าเกิดปัญหาอะไรขึ้น ผู้ให้บริการเสนอให้ซื้อแพ็กเกจอินเทอร์เน็ตที่เพิ่มคุณภาพของสัญญาณอินเทอร์เน็ตที่ใช้อยู่ โดยแท้จริงแล้วต้องการใช้อินเทอร์เน็ตให้ได้ตามโปรโมชัน สุดท้ายเมื่อใช้ไม่ได้ก็ต้องย้ายค่ายแล้วเปลี่ยนเลขหมายโทรศัพท์ ดังนั้น สำนักงาน กสทช. ควรดำเนินการในเรื่องนี้

5) ถูกคิดค่าบริการผิดพลาด

ผู้บริโภคได้รับผลกระทบจากการถูกคิดค่าบริการเกินจากที่เคยแจ้งไว้ หรือได้รับความเร็วอินเทอร์เน็ตไม่เป็นไปตามที่ระบุไว้ และมีการจูงใจให้ซื้อด้วยราคาที่ถูกกว่าปกติ แต่เมื่อใช้งานจริงกลับ

ไม่เป็นไปตามโฆษณาที่ระบุ เช่น คิดค่าบริการเพิ่มจากสัญญาที่แจ้งไว้ ไม่ได้ความเร็วของอินเทอร์เน็ตตามที่ระบุไว้ จูงใจให้ซื้อด้วยราคาที่ถูกกว่า เช่น ซิมที่ขายในออนไลน์ ราคาถูกกว่าที่ขายในเครือข่ายแต่ใช้งานไม่ได้ตามที่โฆษณาไว้ หรือมีค่าใช้จ่ายแอบแฝงโดยไม่แจ้งรายละเอียด ตอนตกลงใช้บริการ มียอดเรียกเก็บค่าใช้จ่ายคงค้าง หรือย้อนหลังไปหลายเดือน ตอนยกเลิกการใช้บริการ เปลี่ยนเครือข่าย ไม่คืนค่าใช้จ่ายที่เคยจ่ายเกิน หรือซื้อเครื่องเปล่ากับเครือข่ายและตกลงค่าบริการกับเครือข่าย เมื่อใช้จริงลองวัดความเร็วของอินเทอร์เน็ตพบว่า ได้รับไม่เต็มตามที่ตกลงกันไว้

6) การติดตั้งและยกเลิกอินเทอร์เน็ตที่ไม่เป็นธรรม

การขอยกเลิกอินเทอร์เน็ต หรือการขอย้ายค่าย ส่วนใหญ่บอกว่าไม่สามารถยกเลิกได้ โดยผู้ให้บริการอ้างว่าติดสัญญา หากยกเลิกจะต้องคิดค่าบริการและค่าปรับเพิ่มเติม ย้ายค่ายแล้วไม่ได้รับเงินคืน หรือติดโปรโมชัน ทำให้ย้ายค่ายไม่ได้ ยกเลิกสัญญาแล้วยังถูกเรียกเก็บค่าบริการ โดยผู้ให้บริการอ้างสัญญาเป็นการถูกเอาเปรียบจากการติดตั้งอินเทอร์เน็ตบ้าน หรือ Wi-Fi ห้ามยกเลิกสัญญาหรือย้ายค่ายก่อนกำหนดจะมีค่าปรับ และค่าบริการเพิ่ม

7) การถูกบังคับใช้แพ็กเกจที่มาพร้อมกับโทรศัพท์

กสทช. ควรมีกฎหมายที่ชัดเจนเกี่ยวกับการถูกบังคับการใช้แพ็กเกจที่มาพร้อมโทรศัพท์ เป็นการบังคับใช้บริการโดยมีการผูกมัดทางสัญญา มีการโฆษณาโปรโมชัน เสนอราคาขายเครื่องโทรศัพท์ที่มีราคาถูก แต่มีการกำหนดระยะเวลาการใช้ ทำให้ต้องเสียค่าปรับและค่าบริการเพิ่ม เช่น การซื้อเครื่องโทรศัพท์มือถือราคาถูก แล้วถูกผูกมัดให้ซื้อแพ็กเกจ โดยมีสัญญาขั้นต่ำ 1 ปี ถ้ายกเลิกสัญญาก่อนจะเสียค่าปรับโดยที่เครือข่ายมีการกำหนดโปรโมชันในการที่จะต้องใช้สัญญาณอินเทอร์เน็ต ราคาตามที่ผู้ขายกำหนดและระยะเวลาที่กำหนด โดยเป็นชุดของโปรโมชันที่ไม่สามารถเลือกเองได้ แต่ถูกบังคับให้เลือก ซึ่งควรจัดทำสัญญาแยกระหว่างการซื้อเครื่องโทรศัพท์กับแพ็กเกจออกจากกัน

8) การให้ข้อมูลที่ไม่ครบถ้วนทำให้ถูกเอาเปรียบ

ต้องการให้ กสทช. มีแอปพลิเคชันหรือช่องทางอื่น ๆ ที่สามารถให้ข้อมูลที่ครบถ้วนแก่ประชาชน จะได้ไม่ถูกเอาเปรียบ เมื่อพบปัญหาแล้วไม่ทราบว่าจะต้องทำอย่างไร และไม่ทราบช่องทางการร้องเรียน การประชาสัมพันธ์ช่องทางที่สามารถร้องเรียนเกี่ยวกับการยกเลิกการใช้งานอินเทอร์เน็ตหรือเรื่องต่าง ๆ ได้ กสทช. ควรมีช่องทางที่สามารถติดต่อสื่อสารได้ง่าย ให้ข้อมูลครบถ้วนแก่ประชาชนจะทำให้การถูกเอาเปรียบลดน้อยลง

2.2 กระบวนการร้องเรียนในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

2.2.1 กิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

1) กระบวนการเรื่องร้องเรียนมีความยุ่งยาก ซับซ้อน และไม่ได้รับความสะดวก

สำนักงาน กสทช. มีกระบวนการรับเรื่องร้องเรียนที่ค่อนข้างยุ่งยาก ไม่สะดวกเท่าที่ควร เป็นการร้องเรียนผ่านสายโทรศัพท์มีกระบวนการค่อนข้างช้า มีการรอสายที่ค่อนข้างนาน กรณีติดต่อทางโทรศัพท์ควรมีเจ้าหน้าที่รับโทรศัพท์อย่างรวดเร็ว ควรลดขั้นตอนการดำเนินการลง เช่น การร้องเรียนผ่าน Chat Bot “น้องสายลม” มีขั้นตอนมากเกินไป ควรพัฒนา Chat Bot “น้องสายลม” ให้สามารถสื่อสารได้ดีขึ้น ให้ข้อมูลที่มากขึ้น สามารถตอบคำถามที่ซับซ้อนได้ ควรพัฒนาช่องทางการติดต่อที่หลากหลายให้มากและรวดเร็วขึ้น “น้องสายลม” เป็นช่องทางการติดต่อระบบตอบกลับด้วยข้อความอัตโนมัติ ผู้เข้าร่วมรับฟังความคิดเห็น ต้องการสื่อสารให้กับเจ้าหน้าที่โดยตรงได้ หากต้องการพูดคุยกับเจ้าหน้าที่ เมื่อต้องการข้อมูลเพิ่มเติม ระบบ AI ตอบไม่ชัดเจนมีความยากในการสื่อสาร ทำให้ต้องเสียเวลาบางครั้งถูกคาดคั้นจากเจ้าหน้าที่เสมือนหนึ่งว่าเป็นคนผิด

2) กระบวนการติดตามเรื่องร้องเรียนกระทำได้ยาก

ผู้เข้าร่วมรับฟังความคิดเห็น แจ้งว่า เมื่อร้องเรียนไปแล้ว กระบวนการที่จะติดตามเรื่องร้องเรียนทำได้ยาก แจ้งแล้วก็ไม่ทราบว่าจะต้องไปถามใครว่าเรื่องไปถึงไหนแล้ว ควรมีการแจ้งกลับแต่ต้องติดตามเรื่องเอง เรื่องแจ้งไปแล้วก็เงียบหายไป จึงกลายเป็นเรื่องที่ปล่อยผ่านไปแล้วไม่ได้รับการแก้ไข และการดำเนินการเรื่องร้องเรียนมีความล่าช้า ช่องทางการร้องเรียนโดยผ่านน้องสายลมควรสามารถเปลี่ยนเป็นให้พูดคุยกับเจ้าหน้าที่ได้โดยตรงได้ ในกรณีที่ไม่สามารถตอบได้รู้เรื่อง ต้องการให้เพิ่มช่องทางการร้องเรียนโดยเน้นโฆษณาแพล็ตฟอร์มต่าง ๆ เพื่อประชาชนจะได้เข้าถึงหลากหลายมากยิ่งขึ้น ผู้ที่ไม่สะดวกติดต่อผ่านทางโทรศัพท์ได้ สามารถติดต่อได้ในช่องทางอื่นได้ เช่น เฟซบุ๊ก เสียงตามสาย โทรศัพท์ และควรมีการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนรับรู้อย่างทั่วถึง

3) ช่องทางการร้องเรียนและกระบวนการรับเรื่องร้องเรียนยังไม่เป็นที่รู้จักและประชาชนเข้าถึงได้ยาก

ผู้เข้าร่วมรับฟังความคิดเห็นส่วนมาก เห็นว่า ไม่เคยรู้จัก Chat Bot “น้องสายลม” หรือเบอร์โทรสายด่วน 1200 กสทช. ควรประชาสัมพันธ์ในหลากหลายช่องทาง และกลุ่มคนทุกกลุ่ม โดยเฉพาะผู้บริโภคในกลุ่มผู้สูงอายุ ผู้ด้อยโอกาส และผู้พิการ สำหรับกลุ่มเยาวชนควรประสานกับโรงเรียนในการจัดกิจกรรม ควรเพิ่มช่องทางประชาสัมพันธ์ทางโซเชียลมีเดีย เพราะเรื่องร้องเรียน ส่วนมากจะคิดถึง สคบ. หรือเจ้าหน้าที่ตำรวจ ในด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พบว่า ผู้บริโภคมักร้องเรียนกับผู้ประกอบการ หรือเครือข่ายที่ตนเองใช้งาน บางครั้งไม่ใช่เรื่องร้ายแรงมากนักมักจะละเลยหรือไม่ให้ความสำคัญ หรือยกเลิกการใช้งานและยอมเสียเงิน เพราะเหตุว่าไม่ทราบว่าจะไปร้องเรียนที่ไหน ปกติติดต่อกับค่ายโทรศัพท์มือถือโดยตรง หากยุ่งยากมากก็จะเปลี่ยนค่ายโทรศัพท์มือถือไปทันที

4) บุคลากรรับเรื่องร้องเรียนให้บริการไม่สุภาพ

ผู้เข้าร่วมรับฟังความคิดเห็น เห็นว่า สายด่วน 1200 ติดต่อได้ยาก เพราะเป็นระบบอัตโนมัติ กว่าจะติดต่อเข้าถึงพนักงานให้รับเรื่องร้องเรียนค่อนข้างใช้เวลานาน และเมื่อติดต่อได้บางครั้งพนักงานรับเรื่องร้องเรียนให้บริการไม่สุภาพ แสดงความรำคาญ ใช้คำพูดไม่เหมาะสมในการสื่อสารกับผู้ร้องเรียน ทำให้ผู้ร้องเรียนที่ประสบปัญหาเกิดความเบื่อหน่าย พอโทรไปพบคนรับสายก็ไม่ต้องการพูด ใช้คำพูดเหมือนผู้ร้องเรียนเป็นคนผิด การแก้ไขปัญหาในการติดต่อประสานงานอาจเป็นการส่งไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ จะทำให้ได้รับการตอบกลับที่รวดเร็วกว่า

5) เรื่องร้องเรียนส่วนใหญ่ไม่ค่อยได้รับการแก้ไข

ผู้เข้าร่วมรับฟังความคิดเห็นระบุว่า เมื่อร้องเรียนไปแล้วส่วนใหญ่ไม่มีความคืบหน้าผลการร้องเรียนไม่มีการเปลี่ยนแปลงหรือได้รับการแก้ไข และไม่แจ้งกลับให้ทราบ ต้องติดตามเรื่องด้วยตนเองอย่างต่อเนื่อง กว่าจะได้รับการเปลี่ยนแปลง จึงทำให้ผู้ร้องเรียนไม่ต้องการเสียเวลาร้องเรียนเพราะไม่เห็นผลเปลี่ยนแปลงหรือได้รับการแก้ไขและหายไปในที่สุด สุดท้ายก็ไม่มีอะไรเกิดขึ้น

2.2.2 กิจการโทรคมนาคม

1) กระบวนการเรื่องร้องเรียนค่อนข้างมีความยุ่งยาก

กสทช. ควรจัดหาผู้รับเรื่องร้องเรียนให้มีจำนวนมากเพียงพอต่อความต้องการเพื่อรองรับคำร้องเรียนของประชาชน การแก้ปัญหาในเรื่องกระบวนการร้องเรียนค่อนข้างมีความยุ่งยาก จึงควรพัฒนาเทคโนโลยีการตรวจสอบเรื่องร้องเรียนว่าอยู่ในขั้นขั้นตอนใดของการจัดการเพื่อสร้างความมั่นใจให้ประชาชนว่าเรื่องที่ร้องเรียนไปแล้วจะได้จัดการแก้ไขโดยแท้จริง ช่องทางการร้องเรียนอาจทำผ่านการกำหนดเป็นแอปพลิเคชันพื้นฐานในอุปกรณ์สื่อสารทุกชนิด จะทำให้ประชาชนเข้าถึงและใช้งานสะดวกมาก

ยิ่งขึ้น อาจเพิ่มช่องทางการร้องเรียน เช่น การส่งไปรษณีย์โดยไม่ต้องติดอากรแสตมป์ การร้องเรียนไม่ควรใช้เอกสารมากและไม่ควรใช้เวลานาน เช่น การยื่นเรื่องร้องเรียนปัญหาสัญญาณอินเทอร์เน็ตไปยังสำนักงาน กสทช. จะมีกระบวนการที่ยุ่งยากตั้งแต่การรับเรื่อง เอกสารประกอบการร้องเรียนที่ค่อนข้างมากและเมื่อร้องเรียนแล้วส่วนใหญ่กลับได้รับการช่วยเหลือที่ไม่ชัดเจน เมื่อเกิดปัญหาแล้วการร้องเรียนทำงานได้ช้ามาก ไม่สามารถจับผู้ส่ง SMS กวนใจได้ จึงควรแก้ปัญหาด้วยการเปลี่ยนซิมเพราะสะดวกดี

2) การนิ่งเฉยต่อการร้องเรียนของผู้บริโภค

ผู้เข้าร่วมแสดงความคิดเห็นระบุว่า เมื่อร้องเรียนไปแล้วพบว่า กสทช. มีความนิ่งเฉยต่อการร้องเรียนของผู้บริโภค สำนักงาน กสทช. จึงควรมีการเผยแพร่ข้อมูล สรุป และมีสถิติในการจัดการเรื่องร้องเรียนต่าง ๆ เพื่อแสดงให้เห็นถึงความเอาใจใส่และไม่ได้นิ่งเฉยต่อการร้องเรียนของผู้บริโภค โดยเผยแพร่และรับรู้เพื่อเป็นกรณีศึกษาที่ให้ผู้บริโภคได้ป้องกันตนเองและเป็นการรับทราบการดำเนินงานของ กสทช. มากขึ้น เพราะบางกรณีเมื่อมีการรับเรื่องร้องเรียนแล้วแต่ไม่สามารถติดตามการดำเนินการได้และไม่มีการแจ้งผลการร้องเรียนให้ทราบ ทำให้ประชาชนรู้สึกผิดหวังต่อการดำเนินงานของ กสทช. เช่น การควบรวมกิจการของบริษัทโทรศัพท์มือถือ เมื่อทำหนังสือขอคัดค้านไปถึง กสทช. กลับนิ่งเฉย ทำให้มองว่า กสทช. ไม่รับฟังเสียงของประชาชน

3) ประชาชนไม่เข้าใจกระบวนการร้องเรียน

เนื่องจากมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการรับเรื่องร้องเรียนเป็นจำนวนมาก จึงทำให้ไม่เข้าใจหรือเกิดความสับสนในกระบวนการร้องเรียนว่าต้องร้องเรียนต่อหน่วยงานไหน จึงจะสามารถแก้ปัญหานั้นได้โดยตรง ควรมีการจัดตั้งเครือข่ายภาคประชาชนกระจายตามพื้นที่ต่าง ๆ เพื่อที่จะได้รับการร้องเรียนจากภาคประชาชนโดยตรงหรือดูแลตรวจสอบในส่วนของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เพื่อให้เกิดความเข้าใจและเข้าถึงได้ง่าย ควรให้ กสทช. กำหนดเป็นนโยบายให้ชัดเจน การที่ประชาชนไม่เข้าใจในกระบวนการร้องเรียนทำให้บางคนเลือกที่จะนิ่งเฉยหรือยอมเสียเปรียบเพราะไม่ทราบว่าต้องร้องเรียนหรือดำเนินการต่อหน่วยไหนอย่างไร เช่น การขอยกเลิกสัญญา การใช้บริการโทรศัพท์มือถือ ส่วนมากจะดำเนินการด้วยตนเองกับเครือข่ายที่ใช้ ยอมเสียเงินค่าปรับและหากแก้ไขไม่ได้จะย้ายค่ายเอง บางคนไม่สามารถย้ายค่ายได้ เนื่องจากการอ้างเงื่อนไขสัญญาของผู้ให้บริการ จึงต้องยอมทนใช้งานจนหมดสัญญาตามระยะเวลาที่กำหนด เช่น ขอยกเลิกใช้งานอินเทอร์เน็ตบ้าน แต่บริษัทปฏิเสธโดยอ้างว่าใช้งานไม่ครบ 1 ปี ตามกำหนด จึงต้องทนใช้จนครบกำหนด 1 ปี แล้วจึงไปปิดการใช้บริการ

กสทช. ต้องสร้างภาพความเป็นองค์กรของ กสทช. ที่สามารถช่วยเหลือได้ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับบริการโทรคมนาคม

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะมาตรการและการกำกับดูแลการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

3.1 ข้อเสนอแนะด้านกระบวนการเรื่องร้องเรียนของผู้บริโภค รวมทั้งประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการพิจารณาเรื่องร้องเรียนผู้บริโภค

1) การพัฒนาระบบและกลไกการรับเรื่องร้องเรียน

กสทช. ควรพัฒนาระบบและกลไกและกระบวนการจัดการเรื่องร้องเรียนที่หลากหลาย ควรพัฒนาหรือสนับสนุนช่องทางการร้องเรียนให้มากยิ่งขึ้น เพื่อให้เหมาะสมกับวัยของผู้ใช้งาน เช่น ผู้สูงอายุนิยมใช้เฟซบุ๊ก ควรมีช่องทางการร้องเรียนผ่านทางเฟซบุ๊ก วัยรุ่นถึงวัยทำงานนิยมใช้อินสตาแกรม (Instagram) และ LINE ควรมีช่องทางการร้องเรียนผ่าน Instagram และ LINE หรือ TikTok ที่เป็นที่นิยมในขณะนี้ รวมถึง

การกระจายข่าวสารผ่านชุมชนต่าง ๆ ที่อินเทอร์เน็ตเข้าถึงได้ยาก อาจเพิ่มจุด Walk in ในการให้บริการหรือจุดบริการในชุมชน หรือควรกำหนดให้สถานีโทรทัศน์ทุกช่อง ประชาสัมพันธ์แจ้งช่องทางการร้องเรียนและการรับเรื่องร้องเรียนสำหรับประชาชน โดยอาจกำหนดเป็นกิจกรรมหลักที่ทุกสถานีต้องดำเนินการ คือ ต้องดำเนินการให้ประชาชนเข้าถึงได้ง่ายทางช่องทางและขั้นตอนวิธีการร้องเรียน ต้องดำเนินการให้อย่างรวดเร็ว และสามารถแก้ปัญหาได้อย่างทันท่วงทีไม่ให้กระทบต่อการดำเนินชีวิตประจำวัน เช่น การทำงานหรือการเรียน เนื่องจากอินเทอร์เน็ตใช้งานไม่ได้

2) สร้างระบบการทำงานแบบบูรณาการของทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการร้องเรียนหรือการจัดทำบริการ ณ จุดเดียว (One Stop Service)

ปรับกระบวนการทำงานแบบบูรณาการเพื่อให้เกิดการเข้าถึงของประชาชนทุกกลุ่ม โดยมีการจัดตั้งตัวแทน องค์กร หรือหน่วยงานในระดับหมู่บ้าน ตำบล อำเภอ และจังหวัด เพื่อให้ประชาชนในแต่ละพื้นที่เข้าถึงข้อมูลรวมถึงกระบวนการทำงาน อีกทั้งให้เพิ่มการประชาสัมพันธ์ การเข้าถึงการร้องเรียนให้มีความกระชับยิ่งขึ้น ไม่ให้เป็นภาระของผู้บริโภค หรือเปิดบริการแบบ One Stop service ในรูปแบบต่าง ๆ ให้เข้าถึงได้ง่าย พร้อมทั้งมีการปรับข้อมูลให้เป็นปัจจุบันได้รับทราบ โดยบูรณาการการทำงานด้วยการรับเรื่องร้องเรียนร่วมกันทั้ง กสทช. และผู้ประกอบการเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้บริโภคที่ดำเนินการร้องเรียน ลดกระบวนการและขั้นตอนการร้องเรียน

3) ระบบและกลไกการให้ข้อมูลย้อนกลับ (Feedback) ระหว่างผู้ร้องเรียนกับผู้ให้บริการ

กระบวนการจัดการร้องเรียนให้มีการให้ข้อมูลย้อนกลับ (Feedback) ระหว่างผู้ร้องเรียนกับผู้ให้บริการ ทำให้ผู้ร้องเรียนสามารถติดตามเรื่องได้จนถึงกระบวนการสรุปข้อร้องเรียนว่าผลเป็นอย่างไร ทำให้ทราบว่าการดำเนินการอยู่ในขั้นตอนใด หรือมีการดำเนินการจัดการกับเรื่องร้องเรียนหรือไม่ และควรมีกระบวนการในการดำเนินการและประชาสัมพันธ์ ผลลัพธ์การดำเนินการ เผยแพร่ข้อมูลต่อที่สาธารณะเพื่อให้เป็นประโยชน์ ประชาชนทั่วไปได้รับทราบ และเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคมีความรู้เท่าทัน

4) พัฒนาศักยภาพของบุคลากรที่ทำหน้าที่รับเรื่องร้องเรียน

พัฒนาบุคลากรที่ทำหน้าที่รับเรื่องร้องเรียนโดยทบทวนบทบาทหน้าที่ของผู้ทำหน้าที่รับเรื่องร้องเรียนให้มีความรู้ ความเข้าใจในการรับเรื่องร้องเรียน มีศักยภาพเพียงพอที่จะให้คำแนะนำเบื้องต้นแก่ผู้ร้องเรียนได้ และควรใช้งานให้ตรงกับความสามารถและความถนัดของบุคลากร มีจิตใจบริการ สามารถบริการได้อย่างเป็นมิตรและช่วยเหลือด้วยความจริงใจ

5) เพิ่มช่องทางการร้องเรียนให้ทุกกลุ่มเข้าถึงได้

ช่องทางการร้องเรียนสำหรับกลุ่มคนพิการ ผู้ด้อยโอกาส และผู้สูงอายุในท้องถิ่นยังขาดความเหมาะสม เข้าถึงได้ยาก จึงควรเพิ่มช่องทางการร้องเรียน มีเว็บไซต์รับเรื่องร้องเรียนที่เหมาะสมสำหรับคนพิการ และคนทุกกลุ่มเข้าถึงได้ เช่น การร้องเรียนผ่านช่องทางออนไลน์ ผ่านสายด่วนที่สามารถติดต่อได้ง่าย ผ่านตัวแทนเครือข่ายผู้บริโภค และแต่ละช่องทางควรมีรูปแบบที่กลุ่มเปราะบางสามารถใช้งานได้ เช่น สำหรับกลุ่มผู้พิการทางสายตา ผู้พิการทางการได้ยิน หรือผู้พิการด้านอื่น ๆ โดยครอบคลุมทั้งกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ควรมีศูนย์ร้องเรียนให้คำปรึกษาสำหรับพื้นที่ที่ไม่มีอินเทอร์เน็ต และเพิ่มการประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงเพื่อสร้างความเข้าใจ

6) พัฒนาระบบติดตามเรื่องร้องเรียนที่ทันสมัย รวดเร็ว และเข้าถึงได้ง่าย

ผู้เข้าร่วมแสดงความคิดเห็นมีความเห็นว่า กสทช. มีการจัดการแก้ไขปัญหาการร้องเรียนที่ล่าช้า ใช้เวลาดำเนินการเกินสมควร นอกจากนี้ยังมีผู้ที่ยังไม่ได้รับการแก้ไขปัญหาบางส่วน กสทช. จึงควรพัฒนาระบบติดตามเรื่องร้องเรียนให้ทันสมัย รวดเร็ว และเข้าถึงได้ง่าย อาจมีความร่วมมือและประสานงานกับ

หน่วยงานอื่นที่มีความเกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน ให้สามารถติดตามเรื่องร้องเรียนได้ทุกขั้นตอน มีการแจ้งกลับผลการดำเนินการแก่ผู้ร้องเรียนโดยไม่ต้องรอนานและเรื่องร้องเรียนอยู่ในขั้นตอน หรือกระบวนการใด

7) สร้างการมีความรู้ และความเข้าใจให้แก่ผู้บริโภค

ควรสร้างการรับรู้ ความรู้ และความเข้าใจให้แก่ผู้บริโภคเพื่อให้ทราบถึงบทบาทและหน้าที่ของ กสทช. ให้ประชาชนได้เรียนรู้และเข้าใจการร้องเรียนที่ประสบผลสำเร็จทำให้เกิดแรงบันดาลใจว่า กสทช. สามารถทำได้จริง ให้ความมั่นใจ ในการพิทักษ์สิทธิ์ของประชาชนหรือผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในฐานะผู้บริโภคในด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม กสทช. ต้องสร้างความมั่นใจให้กับผู้ร้องเรียนว่าปัญหาที่ร้องเรียนมานั้นได้รับการแก้ไขอย่างแท้จริง

8) สร้างกลไกการทำงานรับเรื่องร้องเรียนโดยอาศัยเครือข่ายความร่วมมือกับบุคคลหรือหน่วยงานในพื้นที่

การสร้างกลไกการทำงานรับเรื่องร้องเรียนในท้องถิ่น กสทช. ควรดำเนินงานผ่านผู้นำชุมชนท้องถิ่น มีกระบวนการคัดเลือกผู้เข้ามาทำงานที่เหมาะสม ทำให้ได้ผู้ปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพและมีเครือข่ายความร่วมมือกับบุคคลหน่วยงานในพื้นที่ อาจมีหน่วยงานกลางที่สร้างระบบการทำงานและกลไกในการรับเรื่องร้องเรียนและกระจายข้อมูลไปยังหน่วยงานในท้องถิ่น เพื่อนำเสนอข้อมูลเหล่านั้นให้ประชาชนรับทราบ ทำให้เข้าถึงได้ง่ายโดยอาศัยเครือข่ายในพื้นที่ส่งต่อความรู้ให้กับผู้บริโภคไม่ให้ถูกเอาเปรียบ รวมทั้งบุคคลให้ความรู้กับประชาชนในพื้นที่ตามช่องทางต่าง ๆ เช่น สื่อทีวี สื่ออินเทอร์เน็ต หอกระจายข่าวเสียงตามสายหมู่บ้าน ให้ประชาชนรู้เท่าทันไม่ตกเป็นเหยื่อหรือถูกเอาเปรียบ

3.2 ข้อเสนอแนะด้านมาตรการและการกำกับดูแลการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค

1) ด้านการกำกับดูแลทุกแพลตฟอร์ม/OTT

กสทช. ควรกำกับดูแลการให้บริการด้านโทรคมนาคมของผู้ประกอบการอย่างใกล้ชิด ไม่เอาเปรียบผู้บริโภค เช่น อัตราค่าบริการความเร็วของอินเทอร์เน็ต รวมถึงการป้องกันข้อมูลที่ผู้ประกอบการไม่แจ้งรายละเอียดต่าง ๆ ให้กับผู้บริโภคได้ทราบล่วงหน้า ผู้เข้าร่วมรับฟังเห็นสมควรให้ กสทช. มีการขยายขอบเขตอำนาจของ กสทช. ให้ควบคุมสื่อผ่านทางอินเทอร์เน็ต ซึ่ง กสทช. อาจต้องกำกับดูแลผู้ประกอบการผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อให้เท่าทันต่อสถานการณ์

เรื่องสำคัญที่ กสทช. ควรกำกับดูแลการดำเนินงานของผู้ผลิต ผู้ให้บริการทุกแพลตฟอร์มไม่ใช่เข้มงวดเพียงกลุ่มผู้ได้รับใบอนุญาต เช่น แพลตฟอร์มออนไลน์มีการโฆษณาหลอกลวงประชาชนมากยิ่งขึ้น ตลอดจนการตรวจสอบผู้ประกอบการที่จะจ้างอินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) ที่โฆษณาสินค้าเกินจริง รีวิวสินค้าไม่ตรงความจริง ปั่นกระแสนิยมสินค้า มีมาตรการดำเนินการที่ชัดเจนต่อผู้ประกอบการและอินฟลูเอนเซอร์ หากพบว่ามีการหลอกลวงผู้บริโภคและโฆษณาเกินจริง จึงควรสนับสนุนให้ กสทช. เร่งออกประกาศ กสทช. ในการกำกับดูแล OTT อย่างเร่งด่วน

2) ช่องทางให้ประชาชน/ผู้บริโภคได้เสนอแนะหรือการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของ กสทช.

ผู้เข้าร่วมแสดงความคิดเห็นว่า การจัดประชุมรับฟังความคิดเห็นสาธารณะเป็นช่องทางหนึ่งให้ประชาชนได้เสนอแนะหรือการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของ กสทช. จึงต้องการให้มีการจัดประชุมเพื่อรับฟังความคิดเห็นเช่นนี้ในทุกจังหวัด เป็นการเพิ่มช่องทางการกระจายข่าวสารและสร้างการมีส่วนร่วมให้กับประชาชนเพิ่มช่องทางให้ประชาชนได้เข้าใจการดำเนินงานของ กสทช. ทำให้ประชาชนมีส่วน

ในการเสนอถึงความต้องการต่าง ๆ เพื่อพัฒนาบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของประชาชน รับทราบปัญหาอย่างแท้จริงและนำมาปรับปรุงพัฒนาการดำเนินงานให้ดีขึ้น

3) มาตรการกำกับดูแลและคุ้มครองผู้บริโภคในกลุ่มเปราะบาง

กลุ่มเปราะบางเป็นกลุ่มผู้ที่ต้องการการดูแลเป็นพิเศษยังไม่ได้รับการคุ้มครองสิทธิในการเข้าถึงข้อมูล ส่วนใหญ่รายการโทรทัศน์ไม่มีการใช้ล่ามภาษามือ ช่วยในการรับรู้หรือไม่มีคำบรรยายใต้ภาพหรือข้อความข่าวสารที่ตอบสนองความแตกต่างของแต่ละกลุ่มในทุกช่วงเวลา เช่น กลุ่มคนหูหนวกต้องการล่ามภาษามือและตัวอักษร กลุ่มคนตาบอดต้องการเสียงบรรยายซึ่งการที่ไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารเพียงพอ ทำให้ได้รับผลจากการถูกมิจฉาชีพหลอกลวง กลุ่มผู้เปราะบางเสนอให้สำนักงาน กสทช. ได้คำนึงถึงสิทธิ์ของกลุ่มเปราะบาง มีแอปพลิเคชันในการร้องเรียน และเข้าถึงได้ทั้งเพื่อผู้พิการและบุคคลทั่วไปและควรประชาสัมพันธ์ช่องทางการร้องเรียนหรือใส่เบอร์ร้องเรียน 1200 ไว้ตั้งแต่หน้าแรกของเว็บไซต์

4) มาตรการกำกับดูแลการไม่ปฏิบัติตามเงื่อนไขหรือประกาศ กสทช. ของผู้ได้รับใบอนุญาต

กสทช. ควรดำเนินการกับผู้ได้รับใบอนุญาตที่ไม่ปฏิบัติตามเงื่อนไขหรือประกาศ กสทช. อย่างจริงจังและประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนได้รับทราบทั่วกัน เช่น สัญญาณอินเทอร์เน็ตที่ไม่เป็นไปตามที่โฆษณา สัญญาณคุณภาพต่ำกว่าที่โฆษณา การเรียกเก็บค่าบริการส่วนต่างโดยไม่ให้ข้อมูลกับผู้บริโภค การจำหน่ายซิมการ์ดสัญญาณโทรศัพท์ (5G) ไม่คำนึงถึงอุปกรณ์ (โทรศัพท์มือถือ) ของผู้บริโภคว่าจะสามารถรับสัญญาณได้หรือไม่ ตลอดจนการระงับให้บริการโดยไม่แจ้งล่วงหน้า การตัดสัญญาณ หรือระงับการส่งสัญญาณโดยไม่แจ้งควรมีบทลงโทษอย่างเคร่งครัดและการชดเชยให้แก่ประชาชนที่ได้รับผลกระทบ

5) มาตรการกำกับดูแลโฆษณาที่กระทำผิดต่อประกาศ กสทช.

กสทช. ต้องมีมาตรการกำกับดูแลเนื้อหาโฆษณาที่ออกอากาศโดยเฉพาะโฆษณาที่แทรกระหว่างการดำเนินรายการที่อาจไม่ใช่การโฆษณาปกติ (โฆษณาแฝง) รวมไปถึงรายการที่ออกอากาศแล้วนำเสนอเนื้อหาไม่ตรงรายการที่นำเสนอ แต่เป็นการนำเสนอเนื้อหาอื่นซึ่งอาจมีการชี้นำ ชวนเชื่อ หลอกลวง หรือให้ข้อมูลที่เลื่อนลอย งมงาย และอาจไม่เป็นความจริงต่อผู้บริโภค ซึ่งเป็นการโฆษณาที่กระทำผิดต่อการประกาศของ กสทช. ต้องมีการลงโทษอย่างจริงจังและกำหนดมาตรการอย่างเคร่งครัด

6) การมีเครื่องมือการตรวจสอบความเร็วของอินเทอร์เน็ต (Speed test) ที่ได้รับการยอมรับของทุกฝ่าย

ควรมีเครื่องมือทดสอบความเร็วอินเทอร์เน็ตของประชาชนที่ใช้งานง่าย เข้าถึงได้ง่ายและยอมรับทุกฝ่ายทั้งผู้บริโภค ผู้รับใบอนุญาต และ กสทช. เพื่อตรวจสอบว่าอินเทอร์เน็ตของตนเองเป็นไปตามที่ผู้รับใบอนุญาตแจ้งสิทธิหรือไม่ เพื่อเป็นการป้องกันการเอารัดเอาเปรียบจากผู้ประกอบกิจการ

7) การบังคับใช้กฎหมาย/ประกาศ กสทช. ต่อผู้รับใบอนุญาตอย่างเข้มงวด

กสทช. ต้องดำเนินการบังคับใช้กฎหมาย ประกาศ กสทช. ต่อผู้รับใบอนุญาตอย่างเคร่งครัด เช่น การตรวจสอบเนื้อหาที่ออกอากาศที่ผิดกฎหมายที่ไม่เป็นความจริง การโฆษณาเกินเวลาที่กำหนดไว้ การโฆษณาแฝง รวมทั้งต้องมีการคัดกรองเนื้อหาที่เหมาะสมกับกลุ่มเยาวชน เช่น การใช้ความรุนแรง การใช้สารเสพติด

8) การนำประกาศ กสทช. เรื่อง การกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ไปบังคับใช้

กสทช. ควรกำกับ ติดตาม สร้างความมั่นใจให้กับประชาชน และรายงานให้ประชาชนทราบว่า กสทช. ได้ดำเนินการลงโทษผู้กระทำผิดอย่างจริงจังจนเสร็จสิ้นกระบวนการ มีบทลงโทษบังคับใช้แก่ผู้กระทำผิดให้ตรงตามเป้าหมายและเห็นผลชัดเจน โดยเฉพาะในกรณีโฆษณาเกินจริง เกินเวลา โฆษณาแฝงในรายการ

ต่าง ๆ ทางโทรทัศน์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ปัจจุบันเยาวชนสามารถเข้าถึงสื่ออบายมุข การพนันได้ง่ายมากจากช่องทาง SMS ที่มีการส่งลิงก์มาหลอกลวงด้วยกลวิธีต่าง ๆ ดังนั้น กสทช. ต้องตรวจสอบอย่างเข้มงวดโดยการนำประกาศ กสทช. เรื่องการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคทั้ง 3 ประเภทไปบังคับใช้และนำเอากรณีตัวอย่างที่มีปัญหาหรือข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์มาเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนได้รับทราบ

3.3 ข้อเสนอแนะการดำเนินการสำหรับกลุ่มเปราะบางและคนพิการประเภทต่าง ๆ

3.3.1 ข้อเสนอด้านเนื้อหาสื่อ

1) ความสำคัญกับช่วงเวลาออกอากาศที่เหมาะสมกับคนพิการและกลุ่มเปราะบาง

เครือข่ายผู้พิการและกลุ่มเปราะบางยังไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น ช่องทางการติดต่อสื่อสาร รวมถึงช่วงเวลาการออกอากาศ กสทช. ควรสนับสนุนอุปกรณ์สื่อสาร รวมถึงช่วงระยะเวลาการออกอากาศที่เหมาะสมกับคนพิการ/กลุ่มเปราะบาง รวมถึงการเพิ่มสัญญาณความเร็วของอินเทอร์เน็ตในซิมโทรศัพท์มือถือสำหรับคนพิการ และมีโปรโมชันในซิมที่รองรับต่อการใช้งานของผู้พิการ สนับสนุนการเข้าถึงองค์ความรู้ เช่น เว็บไซต์หรือช่องทางที่ผู้พิการเข้าถึงได้ในชุมชน ควรให้ความสำคัญกับการกำหนดเวลาออกอากาศสำหรับกลุ่มเปราะบางอย่างเหมาะสม โดยให้กลุ่มเปราะบางสามารถเลือกบริโภคสื่อได้ในระยะเวลาที่หลากหลายตามที่ต้องการ เช่น คนปกติทั่วไปและรายการโทรทัศน์เพื่อผู้พิการที่ตามกฎหมายที่กำหนดไว้วันละ 1 ชั่วโมง ปัจจุบันออกอากาศเวลาประมาณ 24.00-01.00 น. ควรเลือกรายการที่น่าสนใจและเนื้อหาควรแสดงถึงความเท่าเทียมกับคนปกติ

2) ความสำคัญกับการพัฒนารายการสื่อสำหรับกลุ่มเปราะบาง

สำนักงาน กสทช. สนับสนุนและความสำคัญกับการพัฒนารายการสื่อสำหรับกลุ่มเปราะบาง รวมถึงกลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มชมรมออทิสติก ผู้มีความบกพร่องทางการเคลื่อนไหว กลุ่มคนหูหนวก กลุ่มผู้บกพร่องทางด้านสติปัญญา กลุ่มคนตาบอด ให้มีรายการสื่อที่เหมาะสมในแต่ละกลุ่ม การสนับสนุนงบประมาณ องค์ความรู้ และการดูแลส่งเสริมสิทธิ ผลประโยชน์ และเข้ามาดูแลเป็นพิเศษ รวมทั้งไม่มีระบบที่เอื้อต่อการรับฟัง รับชมอย่างเหมาะสม เช่น ล่ามภาษามือ ระบบเสียงที่เหมาะสม อาจมีการพัฒนารายการเพื่อผู้พิการซึ่งอาจเป็นการสนับสนุนผู้ผลิตรายการหรือการช่วยเหลือให้บริการล่ามภาษามือออนไลน์ที่มีความเชี่ยวชาญเพื่อให้ผู้ผลิตรายการสามารถดำเนินการได้รวดเร็ว

3.3.2 ข้อเสนอแนะด้านการพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อคนพิการ

1) การใช้คำบรรยายแทนเสียงกับรายการที่ออกอากาศตามปกติ

คำบรรยายที่ออกอากาศพร้อมกับรายการปกติ อาจใช้ช่องทางศูนย์บริการถ่ายทอดการสื่อสารแห่งประเทศไทย (TTRS) เพื่อผลิตสื่อได้ทันทีของรายการผ่านการให้บริการผ่านออนไลน์

2) การมีการขยายช่องบรรยายภาษามือให้มีขนาดใหญ่ขึ้น

กลุ่มผู้พิการแสดงความคิดเห็นว่า ควรขยายจอสำหรับช่องภาษามือให้ใหญ่กว่าเดิม ซึ่งขณะนี้มีขนาดเล็ก มองไม่ค่อยเห็นหรืออาจทำเป็นจอภาษามือที่สามารถย่อขยายได้เพื่อให้ช่องบรรยายภาษามือที่มีขนาดเล็กเกินไปให้ใหญ่ขึ้น เพื่อช่วยเหลือการรับชมของกลุ่มเปราะบางโดยเฉพาะผู้บกพร่องทางการได้ยิน

ส่วนที่ 4 การพัฒนาศักยภาพและความเข้มแข็งของผู้บริโภคและเครือข่ายผู้บริโภค

4.1 พัฒนาศักยภาพและเสริมสร้างความเข้มแข็งของผู้บริโภคและเครือข่ายผู้บริโภค

การพัฒนาศักยภาพและความเข้มแข็งของผู้บริโภคและเครือข่ายผู้บริโภคในการช่วยเหลือประชาชนในพื้นที่ของตนเองเกี่ยวกับเรื่องร้องเรียน รวมถึงการให้ความรู้ สิทธิผู้บริโภค ซึ่งมีตัวแทนเครือข่ายผู้บริโภค 1 อำเภอ 1 คน ปัจจุบันยังขยายผลการทำงานยังไม่เต็มพื้นที่เนื่องจากมีบุคลากรน้อย งบประมาณ

การสนับสนุนการดำเนินงานมีน้อย จึงทำให้การรับรู้ประชาชนเกี่ยวกับการมีตัวแทนของเครือข่ายผู้บริโภคยังไม่ทั่วถึง ดังนั้น การพัฒนาศักยภาพและความเข้มแข็งของผู้บริโภคและเครือข่ายผู้บริโภคของ กสทช. ยังไม่ค่อยได้รับรู้ว่ามีกิจกรรมดังกล่าว จะทราบเพียงบางคนบางกลุ่มที่เกี่ยวข้องที่เคยเข้าร่วมกิจกรรม เช่น ตัวแทนเครือข่ายสำนักงาน กสทช. ภาค ตัวแทนกลุ่มเปราะบางที่เคยได้รับการอบรมเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาศักยภาพและความเข้มแข็งของผู้บริโภคแต่ยังมีจำนวนน้อย ดังนั้น เมื่อมีปัญหาหรือถูกเอาเปรียบจึงไม่ได้ขอความช่วยเหลือจากกลุ่มนี้ ด้วยเหตุผลดังกล่าว กสทช. จึงต้องพัฒนาศักยภาพเพื่อสร้างความเข้มแข็งของผู้บริโภคและเครือข่ายผู้บริโภค เช่น การสร้างการรับรู้ การสนับสนุนงบประมาณ การจัดการอบรมให้ความรู้เพื่อสร้างเครือข่ายให้เข้มแข็ง

4.2 แนวทางการพัฒนาศักยภาพและความเข้มแข็งของผู้บริโภคและเครือข่ายผู้บริโภค

1) พัฒนาด้านความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภคให้แก่ผู้บริโภคและเครือข่ายภาคประชาชนอย่างต่อเนื่องโดยวิทยากรหรือผู้แทนของ กสทช. ที่มีความรู้ ความเข้าใจ ไปอบรมให้ความรู้กับชุมชนถึงกระบวนการหรือในมาตรการร้องเรียนทั้งในส่วนกลางและภูมิภาค ระดับชุมชน อำเภอ ตำบล ท้องถิ่น ทำให้สามารถนำไปขยายผล และสร้างเครือข่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2) การจัดกิจกรรมโครงการรู้เท่าทันสื่อให้ผู้บริโภคทุกกลุ่ม โดยเฉพาะกลุ่มเปราะบางทั้งในส่วนกลางและภูมิภาค เป็นการอบรมเชิงปฏิบัติการโดยวิธีการที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มแต่ละกลุ่มและควรจัดอบรมให้ความรู้ อบรมให้แก่กลุ่มเปราะบางในระดับภูมิภาคให้มากขึ้น ปัจจุบันการจัดโครงการ เท่าทันสื่อจะจัดอบรมเฉพาะในส่วนกลาง ทำให้การสร้างเครือข่ายผู้บริโภคยังไม่ได้ทำทั่วทั้งประเทศ จึงเห็นว่าการกระจายตัวและการขยายผลยังไม่ทั่วถึง

3) การมีช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายและครอบคลุมผู้บริโภคทุกกลุ่ม โดย กสทช. สามารถแบ่งปันข้อมูลที่เป็นประโยชน์ให้กับผู้บริโภคที่สามารถเข้าถึง และใช้งานได้ง่าย เช่น จัดทำคลิปเสียงตามสายเกี่ยวกับความรู้การป้องกันตัวจากมิจฉาชีพ

4) การสื่อสารและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่ทันต่อสถานการณ์ เช่น สื่อสารความรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคโดยการบูรณาการเข้ากับหลักสูตรการศึกษาในโรงเรียน สถาบันการศึกษา มหาวิทยาลัยต่าง ๆ เพื่อเพิ่มช่องทางการศึกษาเข้าถึงกลุ่มคนได้หลากหลาย บูรณาการความรู้สู่ชุมชน เช่น โรงเรียน ผู้สูงอายุ องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) จัดให้มีหลักสูตรการให้มีความรู้เรื่องการป้องกัน การรู้เท่าทัน และการร้องเรียน

4.3 การเสริมสร้างความเข้มแข็งของเครือข่ายผู้บริโภค

1) สร้างกลไกเครือข่ายระดับภูมิภาค จังหวัด อำเภอ และชุมชน เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคที่เป็นประโยชน์สำหรับประชาชนให้สื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภค แนวทางและการร้องเรียน

2) สร้างแกนนำผู้บริโภคในการสื่อสารข้อมูลสิทธิผู้บริโภคและทำหน้าที่สร้างความรู้ ความเข้าใจกับกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ ในชุมชนและอื่น ๆ เช่น สร้างอาสาสมัครลงพื้นที่ชุมชนเพื่อส่งต่อความรู้และประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภคให้กับคนในชุมชน เช่น กลุ่ม อสม. สภาเด็กและเยาวชน เพิ่มจำนวนแกนนำที่มีความรู้เกี่ยวกับกระบวนการร้องเรียนให้มากขึ้นเพื่อช่วยเหลือประชาชนที่ถูกเอาเปรียบได้อย่างทันท่วงทีโดยเฉพาะเครือข่ายเด็กและเยาวชนอาจประสานงานผ่านสภาเด็กและเยาวชนระดับตำบล อำเภอ และจังหวัด เครือข่ายกลุ่มเปราะบางผ่านเครือข่ายผู้มีความบกพร่องทางด้านต่าง ๆ

3) การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ให้แก่กลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ โดยให้ความสำคัญกับการสื่อสารถึงกลุ่มต่าง ๆ เช่น กลุ่มเปราะบาง ผู้บกพร่องทางการได้ยิน ควรจัดให้มีสื่อทางภาษาในทุกสื่อประชาสัมพันธ์ ควรมีจอล่ามภาษามือและมีการอัพเดทอยู่เสมอ

4) ปัญหาอุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ต้องพยายามหาทางแก้ไขโดยการเประชุมพิจารณาผ่านกลุ่มต่าง ๆ เช่น กลุ่มเยาวชน ผู้สูงอายุ ผู้บกพร่องประเภทต่าง ๆ เพื่อหาแนวทางแก้ไขปัญหาอุปสรรคต่าง ๆ รวมทั้งประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคทราบถึงปัญหาอุปสรรคนั้น ๆ และหาแนวทางขอความช่วยเหลือจาก กสทช.

ส่วนที่ 5 ประเด็นอื่น ๆ

5.1 กลไกและกระบวนการเรื่องร้องเรียนของผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม

1) ประสบการณ์การไม่ได้รับความเป็นธรรมหรือการถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบการด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

ด้านกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ มีการโฆษณาที่เกินจริง มีการโน้มน้าวชักจูงให้ซื้อสินค้า ความเชื่อผิด ๆ เอาความเชื่อทางไสยศาสตร์ เวทมนตร์ คาถา การดูดวง ฮวงจุ้ย ให้ประชาชนหลงงมงาย กสทช. ควรกำกับดูแลการออกอากาศของกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่างเคร่งครัดและจริงจัง

ด้านกิจการโทรคมนาคม ในการคิดค่าบริการด้วยราคาที่ไม่สมเหตุสมผล สูงเกินกว่าการใช้งานตามความเป็นจริง คุณภาพอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ไม่เสถียร มีคุณภาพไม่ดีเกิดขึ้นค่อนข้างบ่อย มีการปิดสัญญาณอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการโดยไม่แจ้งล่วงหน้า เมื่อหมดโปรโมชันของเครือข่ายมีการคิดค่าบริการเกินความเป็นจริง มีการจูงใจให้เปลี่ยนใช้บริการจากระบบเติมเงินเป็นระบบรายเดือน มี SMS ประเภทข่าว ดูดวง ทายผลฟุตบอล เมื่อกดเข้าไปจะถูกเรียกเก็บค่าบริการโดยไม่รู้ตัว มีข้อความสั้น (SMS) และ Call Center ชักชวนเข้าร่วมการพนันออนไลน์ สายส่งสัญญาณสื่อสารอยู่บนเสารกรุงรังควรเอาลงดิน ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นเมื่อมีการร้องเรียน กสทช. จึงควรรีบดำเนินการให้มากขึ้น

2) กระบวนการรับและจัดการเรื่องร้องเรียนของ กสทช.

กสทช. มีปัญหาการประชาสัมพันธ์ให้กับผู้บริโภคในเรื่องกระบวนการรับและจัดการเรื่องร้องเรียนของ กสทช. ผ่านช่องทางต่าง ๆ ยังไม่ทั่วถึง สายด่วน 1200 ติดต่อได้ยากเพราะเป็นระบบอัตโนมัติ ส่วนขั้นตอนการร้องเรียนผ่านแอปพลิเคชัน Chat Bot “น้องสายลม” มีขั้นตอนที่มากเกินไป ประชาชนทั่วไปขาดความเข้าใจ ควรมีการประชาสัมพันธ์เชิงรุกและการกระจายความรู้ให้ทั่วถึงชุมชนโดยให้ครอบคลุมในทุกเขตเทศบาล เพิ่มช่องทางการรับเรื่องร้องเรียนในท้องถิ่นผ่านผู้นำชุมชน เสียงตามสาย วิทยุชุมชน ศาลากลางบ้าน จะทำให้สามารถเข้าถึงคนทุกกลุ่มในพื้นที่ รวมไปถึงการขยายเครือข่ายเพื่อเพิ่มจำนวนผู้รับรู้ในชุมชนให้มากยิ่งขึ้น การรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ (Public Hearing) เป็นโครงการที่ดีควรทำในหลายจังหวัดหรือทุกจังหวัดเป็นสิ่งที่ดี เพราะสามารถสร้างการรับรู้ให้กับประชาชนได้เป็นอย่างดี

3) ประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการพิจารณาเรื่องร้องเรียนของ 3 กิจการ

ประชาชนเห็นว่า การจัดการเรื่องร้องเรียนของสำนักงาน กสทช. ยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควรมีข้อเสนอว่า ควรมีการสร้างแอปพลิเคชันที่มีความสะดวกและใช้งานง่าย สร้างระบบที่จะประมวลผลทำให้ทราบถึงขั้นตอนการดำเนินงานว่าเรื่องร้องเรียนอยู่ในขั้นตอนใด ทำให้ประชาชนสามารถติดตามผลการร้องเรียน สรุปข้อร้องเรียนว่าผลเป็นอย่างไร ระบบจะส่งผลและส่งต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้าไปแก้ไข

ปัญหาได้ทันท่วงที อย่างรวดเร็ว เป็นธรรม โปร่งใส และมีประสิทธิภาพ และควรเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์การร้องเรียนผ่านช่องทางแอปพลิเคชันอื่น ๆ

5.2 มาตรการและการกำกับดูแลการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค

1) มาตรการคุ้มครองผู้บริโภค การติดตาม ตรวจสอบ และเฝ้าระวังของ กสทช. เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคมิให้ถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบการ

กสทช. ควรมีการตรวจสอบระยะเวลาการออกอากาศของโฆษณาให้มีความสมเหตุสมผล ไม่เอาเปรียบผู้บริโภค ควรมีการกำหนดระยะเวลาในการโฆษณาให้มีความชัดเจน เช่น ควบคุมโฆษณาในโทรทัศน์ ข่าว ละครที่การโฆษณาเกินเวลา 12 นาที/ชั่วโมง และสร้างความรำคาญให้กับผู้บริโภค

2) การกำกับดูแลด้านการกระทำความผิดในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ สำหรับเนื้อหาการออกอากาศหรือโฆษณาที่เกินจริงหลอกลวงผู้บริโภค

กสทช. ควรมีการตรวจสอบสินค้าหรือผลิตภัณฑ์อย่างเข้มงวดก่อนที่จะมีการนำมาโฆษณาหรือนำเสนอต่อประชาชน ควบคุมเนื้อหาการโฆษณาที่เกินจริง หลอกลวงผู้บริโภคโดยมีมาตรการที่ชัดเจน เด็ดขาด และเห็นผลจริง สำหรับสินค้าที่นำมาโฆษณา หากมีการเอารัดเอาเปรียบหรือการโฆษณาเกินจริง ไม่ควรได้รับการออกอากาศหรือสามารถระงับการเผยแพร่สัญญาณของสื่อโฆษณานั้นอย่างทันท่วงที ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคได้รับผลกระทบหรือได้รับผลกระทบน้อยลง การใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงในการโฆษณาทำให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อถือและคล้อยตามหรือการโฆษณาที่เกินจริง เพราะผู้สูงอายุหรือกลุ่มบกพร่อง ไม่มีความรู้เกี่ยวกับข้อมูลดังกล่าวมากเพียงพอ หรือประเด็นโฆษณาที่เกี่ยวกับเครื่องสำอางและการลงทุน ซึ่งสร้างผลกระทบและเกิดความเสียหายแก่ผู้บริโภคโดยตรง กสทช. ต้องมีการกำกับดูแลการกระทำความผิดในเรื่องดังกล่าวอย่างจริงจังและเป็นธรรม

3) การมีส่วนร่วมของภาคประชาชนในการเฝ้าระวัง

กสทช. ควรมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลต่าง ๆ และตามช่องทางต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องและสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชน (Public Participation) เช่น โครงการ Public Hearing การจัดอบรมประชาชนเกี่ยวกับงานของ กสทช. ในระดับต่าง ๆ จะทำให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม เฝ้าระวังและมีข้อเสนอแนะต่าง ๆ ได้มากขึ้น ทำให้ประชาชนทุกกลุ่มเข้าถึงข้อมูลและมีส่วนร่วม รวมทั้งมีการทำให้ข้อมูลต่าง ๆ มีความทันสมัยและเป็นปัจจุบันอยู่เสมอ อีกทั้งการให้ข้อมูลกับประชาชนอย่างเปิดเผยเพื่อให้เกิดเรียนรู้และเข้าใจกระบวนการร่วมกัน รวมทั้งสร้างเครือข่ายของการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนในแต่ละระดับทั้งระดับส่วนกลางและส่วนภูมิภาค เช่น จังหวัด อำเภอ ตำบล และชุมชน

4) การคุ้มครองและการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของผู้บริโภคและการสร้างความน่าเชื่อถือของ กสทช. ประชาชนหรือผู้บริโภค

ปัจจุบัน กสทช. มีการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นและเชื่อถือได้ เป็นการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารทางเว็บไซต์ของ กสทช. แต่การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารยังไม่ครอบคลุมทุกกลุ่ม เพราะมีประชาชนบางส่วนไม่สามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ต ผู้เข้าร่วมแสดงความคิดเห็นมีความต้องการให้มีการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้นในหลายช่องทาง เพื่อสร้างความเข้าใจให้ทั่วถึงมากขึ้น และควรใส่ใจกับกลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มผู้มีความบกพร่องเป็นพิเศษ เพราะกลุ่มเหล่านี้มีความสามารถในการรับข่าวสารทางช่องทางการรับสื่อต่าง ๆ หรือ Social Media น้อยกว่ากลุ่มอื่น ๆ นอกจากนี้ ควรมีการประสานงานกับกลุ่มผู้นำชุมชน เพื่อช่วยกระจายข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นและเชื่อถือได้แก่คนในชุมชน มีการทำอินโฟกราฟิกเพื่อส่งเสริมความรู้ภายในโรงเรียน มีการเพิ่มช่องทางการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารผ่านทาง TikTok, LINE, Facebook เป็นต้น ควรเพิ่มช่องทางการกระจาย

ข่าวสารและข้อมูลในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านหนังสือพิมพ์จะทำให้การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของผู้บริโภคเกิดความน่าเชื่อถือของ กสทช. ต่อประชาชนหรือผู้บริโภค

5) มาตรการกำกับดูแลของ กสทช. ต่อการควบรวมธุรกิจของบริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวอร์ค จำกัด (AWN) กับ บริษัท ทริปเปิลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) (3BB)

ผู้เข้าร่วมแสดงความคิดเห็นว่า ไม่ควรมีการควบรวมธุรกิจ เนื่องจากอาจนำไปสู่การผูกขาดโดยภาคเอกชน ไม่สามารถเข้าไปควบคุมได้ ส่งผลให้ไม่เกิดการแข่งขันในตลาดและส่งผลต่อค่าบริการที่อาจสูงขึ้นและคุณภาพการให้บริการอาจลดลง เพราะมีเรื่องทุนและกำไรเข้ามาเกี่ยวข้องจะส่งผลกระทบต่อประชาชน ควรรักษาความหลากหลายเพื่อให้เกิดการแข่งขันซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคในระยะยาว กสทช. ควรให้ความสำคัญกับการคุ้มครองผู้บริโภคมากกว่าการสนับสนุนผู้ประกอบการหรือควรให้ความสำคัญกับการทำงานให้กับประชาชนมากกว่าการทำงานเพื่อตอบโจทย์กลุ่มทุนในภาคธุรกิจและควรแสดงบทบาทการทำงานในภาคประชาชนให้เพิ่มมากขึ้นโดยในการควบรวมธุรกิจของ AWN กับ 3BB ควรมีภาครัฐหรือหน่วยงานต่าง ๆ เข้าไปมีส่วนร่วมเพื่อเป็นการรักษาผลประโยชน์ให้กับประชาชนและควรมีมาตรการที่มีความชัดเจนทั้งในเรื่องที่จะส่งผลต่อผู้บริโภคในด้านราคาและสัญญาณที่ดีมากกว่าเดิม ผู้เข้าร่วมแสดงความคิดเห็นว่า กลัวจะเป็นแบบการควบรวมของบริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) หรือ TRUE และ บริษัท โทเทิ่ล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) หรือ DTAC เมื่อควบรวมกันแล้วสัญญาณกลับลดคุณภาพลงแต่ราคากลับสูงขึ้น ทำให้ผู้บริโภคเสียประโยชน์ การควบรวมและมาตรการที่กำหนดมานั้นเป็นการส่งเสริมให้เกิดความเหลื่อมล้ำในการใช้งาน เป็นการเพิ่มภาระค่าใช้จ่ายและมีมุมมองเพิ่มเติมว่า แม้มาตรการจะดีเพียงไรก็ตาม หากไม่เกิดการควบรวมกิจการน่าจะเกิดการแข่งขันที่ดีกว่านี้ส่งผลดีต่อผู้บริโภคมากกว่า ดังนั้น กสทช. ควรมีมาตรการที่ชัดเจนรับฟังเสียงของประชาชนให้มากขึ้น ในเรื่องนี้เป็นเรื่องที่สำคัญและส่งผลกระทบต่อประชาชนเป็นอย่างมาก

5.3 การพัฒนาศักยภาพและความเข้มแข็งของผู้บริโภคและเครือข่ายผู้บริโภค

1) การสร้างความเข้มแข็งของผู้บริโภคและเครือข่ายผู้บริโภค 77 จังหวัด ในการพัฒนากลไกการสร้างความตระหนักรู้เชิงรุก

ผู้เข้าร่วมแสดงความคิดเห็นระบุว่า ประชาชนส่วนใหญ่ไม่ทราบถึงวิธีการดำเนินงาน การพัฒนากลไก การสร้างความตระหนักรู้เชิงรุก เช่น Scam Alert เพื่อแจ้งเตือนประชาชนเกี่ยวกับแก๊งคอลเซ็นเตอร์ (Call Center) ประชาชนบอกว่าได้รับการเตือนจากเพจเฟซบุ๊ก หรือสิ่งที่ไม่เกี่ยวข้องกับสำนักงาน กสทช. ผู้สูงอายุที่เข้าร่วมแสดงความคิดเห็นบอกว่า ได้รับการเตือนจากลูกหลานของตน ประชาชนบางส่วนไม่รู้จัก “น้องสายลม” ดังนั้น กสทช. ต้องให้ความรู้กับประชาชน/ผู้บริโภคในทุกช่องเท่าที่จะทำได้ไม่ว่าจะเป็นโทรทัศน์ วิทยุ โทรศัพท์ เสียงตามสาย ควรจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจ เข้าถึงง่าย หรือกิจกรรมภายในชุมชนที่ประชาชนจัดขึ้น ควรมีการประชาสัมพันธ์ให้มีความหลากหลายเข้าถึงทุกกลุ่มเพื่อให้รับรู้การทำงานของ กสทช. เป็นการสร้างความเข้มแข็งของผู้บริโภคและเครือข่ายผู้บริโภค 77 จังหวัด เป็นการพัฒนากลไกสร้างความตระหนักรู้เชิงรุก ปรับปรุง Chatbot “น้องสายลม” ให้ใช้งานง่าย มีการตอบโต้ที่มีประสิทธิภาพและเชื่อมโยงข้อมูล เพื่อให้ประชาชนสามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและควรคำนึงถึงบุคคลที่เข้าไม่ถึงทรัพยากรต่าง ๆ โดยผ่านการอบรมหรือให้ความรู้พื้นฐานไปยังระดับหมู่บ้านหรือท้องถิ่นเพื่อเป็นการให้ความรู้กับคนทุกกลุ่ม

2) การพัฒนาศักยภาพแกนนำและเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคใน 3 กิจการ

ประชาชนส่วนใหญ่ไม่ทราบข้อมูลการพัฒนาศักยภาพของแกนนำและเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคของทั้ง 3 กิจการ สำนักงาน กสทช. ควรสร้างแกนนำและสื่อสารให้เครือข่ายและประชาชนทั่วไปได้รับ

รู้ข่าวสารโดยจัดทำเป็นคู่มือสำหรับประชาชน ตลอดจนจัดทำในรูปแบบอินโฟกราฟิกส์ที่เข้าใจง่าย เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนได้รับทราบ ประสานงานกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อดำเนินการสร้างเครือข่ายทางภาครัฐและภาคประชาชนให้ครอบคลุมทุกภูมิภาค มีการให้ความรู้กับผู้นำชุมชนหรือกลุ่มแกนนำในชุมชนเพื่อขยายผลสู่กลุ่มเป้าหมายอื่น ๆ ในชุมชนให้สามารถเข้าถึง และถ่ายทอดความรู้เหล่านั้นไปยังชุมชนของตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3) การส่งเสริมและสนับสนุนจากสำนักงาน กสทช. ต่อการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

ผู้เข้าร่วมแสดงความคิดเห็นเสนอว่า กสทช. ควรส่งเสริมและสนับสนุนภาคประชาชนโดยเฉพาะงบประมาณ เนื่องจากไม่ได้รับงบประมาณสำหรับการดำเนินงาน สิ่งที่ภาคประชาชนต้องทำ คือ การประชาสัมพันธ์ความรู้ ข้อมูลข่าวสาร กสทช. ควรให้การสนับสนุนการพัฒนาเครือข่าย ศูนย์กระจายข่าวเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชน ให้การสนับสนุนการจัดรายการเสียงตามสายภายในหมู่บ้าน การจัดสรรงบประมาณเพื่อสร้างการรับรู้ให้กับประชาชนในพื้นที่ให้มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะผู้ที่มีความบกพร่องทางการได้ยิน มีความบกพร่องทางการมองเห็น ซึ่ง กสทช. ควรมีการสนับสนุนงบประมาณส่วนนี้ในการดำเนินการ

4) การเข้าถึงการบริการสำหรับประชาชนทุกกลุ่ม รวมถึงคนพิการทุกประเภท ผู้ด้อยโอกาส และผู้สูงอายุ

กลุ่มผู้พิการทางการได้ยินไม่ได้รับการคุ้มครองสิทธิในการเข้าถึงข้อมูลเท่าที่ควร กสทช. ควรเพิ่มเนื้อหาเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค เช่น การแจ้งเตือนภัย ความรู้ด้านกฎหมาย โดยเพิ่มจอล่ามภาษามือในรายการโทรทัศน์ให้มากขึ้น ซึ่งภาษามือส่วนมากมีแต่รายการข่าว ควรเพิ่มจอล่ามภาษามือในรายการความรู้ สารคดี วัฒนธรรม ข่าวท้องถิ่นต่าง ๆ หรือเพิ่มขนาดตัวอักษรคำบรรยายใต้ภาพให้ใหญ่ขึ้นเพื่อให้ผู้สูงอายุได้มองเห็นภาพชัดเจน ควรมีช่องทางการร้องเรียนสำหรับผู้พิการและด้อยโอกาส ชุมชนต้องการให้สำนักงาน กสทช. เร่งรัดให้รัฐบาลจัดทำนโยบาย Free-WiFi ช่วยส่งเสริมให้ภาคประชาชนและกลุ่มเปราะบางสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้ทุกพื้นที่ และพื้นที่สาธารณะควรมีบริการในส่วนนี้ให้เป็นการส่งเสริมให้ประชาชนทุกกลุ่ม รวมถึงคนพิการทุกประเภท ผู้ด้อยโอกาส และผู้สูงอายุให้เข้าถึงบริการได้มากยิ่งขึ้น

5) ข้อสังเกตประเด็นผู้ด้อยโอกาส

การเข้าถึงครอบครัวของผู้ด้อยโอกาสนั้นกระทำได้ยากมาก เนื่องจากครอบครัวผู้ด้อยโอกาสเหล่านี้ กลัวว่าจะถูกหลอกลวง ถูกใช้ประโยชน์จากความพิการของคนในครอบครัวของตน จึงมีการปิดกั้นการให้ความร่วมมือในการติดต่อหรือให้ข้อมูลข่าวสารกับหน่วยงานหรือองค์กรต่าง ๆ เป็นอย่างมาก ผู้ด้อยโอกาสจำนวนมากนิยมเลือกรับซื้อเฉพาะวิทยุหรือโทรทัศน์ โดยไม่เข้าถึงการใช้บริการของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ได้ ผู้เข้าร่วมรับฟังความคิดเห็นได้เสนอว่า กสทช. ต้องเล็งเห็นถึงความสำคัญของผู้ด้อยโอกาสให้ความช่วยเหลือกลุ่มคนดังกล่าวอย่างเต็มที่เพราะมีผู้ด้อยโอกาสจำนวนมากที่ต้องการความช่วยเหลือ

5.4 ประเด็นอื่น ๆ เกี่ยวกับการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

1) ความคิดเห็นต่อ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ต่อการดำเนินการเรื่องให้ความสำคัญกับผู้บริโภค เครือข่ายผู้บริโภค และประชาชนรวมถึงกลุ่มเปราะบาง และคนพิการ

กสทช. ควรให้ความสำคัญกับผู้บริโภคโดยมีมาตรการลงโทษเด็ดขาดต่อผู้กระทำผิดและดำเนินการอย่างจริงจังกับผู้ที่ละเมิดกฎหมาย หรือหลอกลวงผู้บริโภคและลงโทษผู้กระทำผิดอย่างรุนแรง รวมทั้งกำกับ ติดตาม ตรวจสอบอย่างต่อเนื่อง เมื่อมีผู้แจ้งเบาะแสการหลอกลวงผู้บริโภค กสทช.

ควรมีมาตรการดูแลเป็นพิเศษ สำหรับกลุ่มที่มีความเปราะบาง คนพิการ เพื่อมีมาตรการป้องกันการถูกหลอกลวง อีกทั้ง ควรให้ความรู้ที่หลากหลายช่องทางและใช้สิ่งที่เหมาะสมกับกลุ่มในแต่ละกลุ่มเพื่อการดูแลให้ปลอดภัยจากกลุ่มมิจฉาชีพไม่ให้เข้าถึงผู้ใช้บริการ ควรมีการตั้งสำนักงาน กสทช. ประจำในทุกจังหวัดเพื่อให้ความรู้และสื่อสารกับประชาชนกลุ่มตามชุมชนต่าง ๆ ให้สามารถเข้าถึงข่าวสาร ข้อมูล รวมไปถึง การรู้เท่าทันสื่อเป็นการให้ความสำคัญกับผู้บริโภค เครือข่ายผู้บริโภค และประชาชน รวมถึงกลุ่มเปราะบางคนพิการ

2) การปรับปรุงและพัฒนากระบวนการทำงานต่อการนำนวัตกรรมมาปรับใช้การทำงานเชิงกลยุทธ์หรือการนำพาองค์กรไปสู่ยุคเทคโนโลยีให้มีความก้าวหน้าอยู่ตลอดเวลา

กสทช. ควรปรับปรุงกฎหมายและกระบวนการทำงานต่อการนำนวัตกรรมมาปรับใช้เพื่อนำพาองค์กรไปสู่ยุคเทคโนโลยีให้มีความก้าวหน้าอยู่ตลอดเวลา มีกฎหมายหรือการรับรองเพื่อคุ้มครองป้องกันข้อมูลส่วนบุคคล เช่น การสแกนใบหน้า การสแกนลายนิ้วมือ ใส่รหัสเพื่อเข้าถึงข้อมูลส่วนตัว หากมีบุคคลมาใช้บริการโทรคมนาคม การทำธุรกิจออนไลน์ Mobile ID จะมีการแจ้งเตือนSMS มาที่โทรศัพท์ของตัวบุคคลเจ้าของข้อมูลให้สามารถระงับการใช้งานของข้อมูลได้ กรณีตัวอย่างดังกล่าวเป็นการนำเอานวัตกรรมมาปรับใช้ เป็นการนำพาองค์กรไปสู่ยุคเทคโนโลยีให้มีความก้าวหน้าอยู่ตลอดเวลา แต่มิจฉาชีพมีวิธีการที่นำเอาเทคโนโลยีที่ก้าวหน้ามาใช้ก่อนเสมอ จึงเป็นเรื่องที่สำคัญมากที่ต้องก้าวตามให้ทันมิจฉาชีพ

3) การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพในการกำหนดแนวทาง กระบวนการทำงาน การบริหารทรัพยากรบุคคล และการให้บริการที่เป็นประโยชน์หรือตอบสนองต่อประชาชน

กสทช. ควรสร้างภาพลักษณ์ให้มีความน่าเชื่อถือ ทำให้ประชาชนเกิดความเชื่อมั่น สำนักงาน กสทช. ภูมิภาค ควรลงพื้นที่ให้ทั่วถึง เพิ่มช่องทางการติดต่อให้มีความหลากหลาย เพิ่มการบริการในชุมชน เพิ่มขีดความสามารถและประสิทธิภาพในการทำงานเพื่อรับเรื่องร้องเรียนและกระบวนการทำงานที่เป็นไปอย่างรวดเร็วและควรมีการประชาสัมพันธ์การทำงานของ กสทช. ให้ประชาชนเข้าใจและเข้าถึงมากยิ่งขึ้นเพื่อการให้ความรู้กับประชาชนและป้องกันการเอาเปรียบหรือหลอกลวงที่จะส่งผลกระทบต่อผู้บริโภคทั้งในระยะสั้นและระยะยาว คำนึงถึงกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทั้งในด้านอายุ อาชีพ เพื่อการให้ข้อมูลเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ กสทช. ควรเป็นตัวแทนในการดำเนินงานจัดระบบและประสานงานมีการสร้างฐานข้อมูลที่ให้บริการกับประชาชนเพื่อที่จะอำนวยความสะดวก วางแผนกรอบทำงานของประเทศในส่วนของการทำงานแต่ละภูมิภาค สามารถขอความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนในการทำงานให้บริการที่เป็นประโยชน์และตอบสนองต่อประชาชน

4) ประสิทธิผลและความคุ้มค่าทางการเงินในการบริหารงบประมาณ ความโปร่งใสการลดต้นทุนหรือการใช้งบประมาณให้มีความคุ้มค่าสูงสุด

กสทช. ต้องคำนึงถึงประสิทธิผลและความคุ้มค่าทางการเงินในการบริหารงบประมาณ โดยคำนึงถึงผลกระทบและผลเสียที่เกิดขึ้นกับประชาชน อย่ามองแต่ผลกำไรที่เกิดขึ้น เช่น การควบรวมธุรกิจของ TRUE และ DTAC เกิดผลเสียกับประชาชนมากกว่าผลดี ตอนนี้มีการควบรวมธุรกิจของ AWN กับ 3BB กสทช. ต้องมีความโปร่งใสและใช้งบประมาณให้มีความคุ้มค่าสูงสุด



ภาพ 4.3 บรรยากาศการจัดประชุมเวทีรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ (Public Hearing)

6. การจัดประชุมรับฟังความคิดเห็นผลการศึกษา

การประชุมรับฟังความคิดเห็นจากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประกอบด้วย อาจารย์ระดับรองศาสตราจารย์จากมหาวิทยาลัย อดีต กตป. ด้านโทรคมนาคม และรองเลขาธิการสภาองค์กร ของผู้บริโภค รวมจำนวน 4 ท่าน ที่มีความคิดเห็นผลต่อการศึกษาเพื่อติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผล การดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567 ซึ่งจัดขึ้นเมื่อวันที่ 1 มีนาคม 2568 ณ โรงแรม ที เค พาเลซ แอนด์ คอนเวนชั่น กรุงเทพมหานคร มีประเด็นสำคัญดังนี้

ประเด็นที่ 1 การมีส่วนร่วมของภาคประชาชนในการจัดเวทีประชุมรับฟังความเห็น (People Public Participation) คือ ผู้วิพากษ์ผลการศึกษาให้ความเห็นถึงการสร้างการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน และการสร้างกระบวนการรู้เท่าทันสื่อแก่ภาคประชาสังคม รวมทั้งการนำนโยบายเทคโนโลยีสมัยใหม่มาช่วยในการปฏิบัติงาน เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญอย่างมากในการสร้างการมีส่วนร่วม ผู้ทรงคุณวุฒิเห็นด้วยกับผลการศึกษา ซึ่งให้จัดทำเป็นข้อเสนอแนะเป็นกรณีเร่งด่วนและควรกำหนดเป็นแผนปฏิบัติการ แผนงาน/โครงการ

ประเด็นที่ 2 การสร้างการประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคให้รู้เท่าทันและส่งเสริมการรวมกลุ่มกัน ผู้วิพากษ์ผลการศึกษาเป็นกังวลเรื่องของแผนปฏิบัติการการป้องกันอาชญากรรมออนไลน์ให้ทันต่อเหตุการณ์ และมีประสิทธิภาพในการแก้ไขปัญหาโทรศัพท์หลอกลวงที่ส่งผลกระทบต่อผู้บริโภค ซึ่ง กสทช. ต้องวางแผนการแก้ปัญหาในเรื่องนี้ โดยร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานตำรวจแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ธนาคารแห่งประเทศไทย และหน่วยงานอื่น ๆ

ประเด็นที่ 3 การพัฒนาเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ผู้วิพากษ์ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า ในอีกไม่กี่ปีข้างหน้า อาจจะมีการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านดาวเทียม สิ่งที่ตามมาคือ การหลอกลวง และอาชญากรรมทางออนไลน์จะเพิ่มมากขึ้นและทวีความรุนแรง ทั้งรูปแบบและวิธีการ กสทช. ต้องเป็นหน่วยงานหลักที่วางแผนรองรับในเรื่องดังกล่าว จึงต้องมีการเตรียมการป้องกัน แก้ไข และจัดการข้อมูลอย่างเป็นกระบวนการ รวมทั้งมีแผนรองรับอย่างชัดเจน

ประเด็นที่ 4 การปรับปรุงและพัฒนากฎหมายหรือประกาศ กสทช. ผู้วิพากษ์ผลการศึกษามีความเห็นตรงกันในเรื่องการพัฒนาและปรับปรุงกฎหมาย รายงานผลการศึกษานี้จะเป็นส่วนหนึ่งของการผลักดันให้รัฐสภาได้รับทราบ สิ่งสำคัญที่ต้องรีบดำเนินการคือ การเฝ้าระวังปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภค วางนโยบายให้เด่นชัดทั้งในระดับภายในประเทศและระหว่างประเทศ เพราะปัญหาในเรื่องอาชญากรรมออนไลน์เป็นปัญหาที่เกิดขึ้นแบบไร้พรมแดน จึงจำเป็นต้องใช้ความร่วมมือทั้งหน่วยงานในและนอกประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลของนางสาวแพทองธาร ชินวัตร นายกรัฐมนตรี ในการจัดการอาชญากรรมทางออนไลน์

ประเด็นที่ 5 การขับเคลื่อนนโยบายที่สำคัญของ กสทช. ในปี 2567 คณะผู้วิพากษ์ผลการศึกษาให้ความเห็นว่า นโยบายที่สำคัญของ กสทช. มีแผนแม่บทด้านโทรคมนาคม ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2567-2571) และได้กำหนดยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ในการดำเนินงานดังกล่าว เพื่อตอบสนองนโยบายของรัฐบาล เช่น อาชญากรรมออนไลน์ การยกระดับ USO Net และการมีกองทุน กทปส. เพื่อการยกระดับให้เป็นศูนย์บริการดิจิทัลภาครัฐเพื่อประชาชน ภายในปี 2569 ซึ่งจะช่วยให้ประชาชนสามารถเข้าถึงบริการของรัฐ

เช่น บริการ Telemedia การทำ Passport การติดต่อสำนักงานประกันสังคม การส่งเสริมให้เป็นศูนย์กลาง E-Commerce ชุมชน และศูนย์ช่วยเหลือคนพิการในการเข้าถึงบริการดิจิทัล เพื่อช่วยลดความเหลื่อมล้ำด้านอุปกรณ์ เป็นนโยบายที่ดีและขอให้ทำอย่างจริงจังและเป็นรูปธรรม



ภาพ 4.4 บรรยากาศการจัดประชุมรับฟังความคิดเห็นผลการศึกษา

7. การวิเคราะห์และประเมินผลการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567 ภายใต้หลักการของรูปแบบการประเมิน CIPPI ร่วมกับหลักธรรมาภิบาล หลักในการกำกับดูแลองค์กรที่ดี และ Balance Scorecard

7.1 การวิเคราะห์และประเมินผลการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567 ภายใต้หลักการของรูปแบบ CIPPI Evaluation Model

รูปแบบการประเมินของซิปป์ (CIPPI Evaluation Model) ของ Shuttle beam (1983, 2015) ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) การประเมินด้านบริบทหรือสภาวะแวดล้อม (Context Evaluation : C) 2) การประเมินปัจจัยเบื้องต้นหรือปัจจัยป้อน (Input Evaluation : I) 3) การประเมินกระบวนการ (Process Evaluation : P) 4) การประเมินผลผลิต (Product Evaluation : P) และ 5) การประเมินผลผลกระทบ (Impact Evaluation : I) นโยบายหรือแผนงานใช้สำหรับการวิเคราะห์ การติดตามและประมวลผลการดำเนินการและการของ กสทช. สำนักงานสำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567 ประกอบด้วย 3 ประเด็น คือ

1) กลไกและกระบวนการและการจัดการเรื่องร้องเรียน

2) มาตรการและการกำกับดูแลการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค

3) การพัฒนาศักยภาพและความเข้มแข็งของผู้บริโภคและเครือข่ายผู้บริโภค

มีรายละเอียดดังนี้

1) กลไกและกระบวนการและการจัดการเรื่องร้องเรียน

(1) การประเมินบริบทและสภาวะแวดล้อม (Context Evaluation)

การดำเนินงานด้านกลไกและกระบวนการเรื่องร้องเรียนในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พบว่า ด้านบริบทหรือสภาวะแวดล้อมมีแผนยุทธศาสตร์ แผนแม่บท และ พ.ร.บ. องค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ฯ พ.ศ. 2553 ในการขับเคลื่อนการดำเนินงานที่ชัดเจน รวมถึงประกาศหลักเกณฑ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคระยะที่ 1 ฉบับปรับปรุง (พ.ศ. 2563-2565) แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2563-2568) แผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2562-2566) และฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2567-2571) รวมถึงข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจัดการเรื่องร้องเรียน เช่น พ.ร.บ. คุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และที่แก้ไขเพิ่มเติม พ.ร.บ. องค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และที่แก้ไขเพิ่มเติม พ.ร.บ. ประกอบกิจการโทรคมคม พ.ศ. 2544 ประกาศคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง มาตรฐานของสัญญาให้บริการโทรคมนาคม พ.ศ. 2549 รวมทั้งการปรับปรุงแผนแม่บทการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2563-2568) และประกาศหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องที่ใช้กับกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมสำหรับใช้ในการดำเนินการกับเรื่องร้องเรียนในกิจการทั้ง 3 กิจการ มีข้อมูลสถานการณ์ปัญหาจากการรับบริการทั้ง 3 กิจการของ กสทช. มองเห็นความจำเป็น ความต้องการการจัดการปัญหาในปัจจุบันและอนาคต อย่างไรก็ตาม ในหลายสถานการณ์

ยังมีมุมมองที่เข้าใจแตกต่างกันของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ทำให้เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงานด้านกลไกและกระบวนการเรื่องร้องเรียนของทั้ง 3 กิจการ

(2) การประเมินปัจจัยเบื้องต้นหรือปัจจัยป้อน (Input Evaluation : I)

สำหรับปัจจัยในการป้อนเข้า มีแผนงานโครงการ กิจกรรมที่นำไปสู่การดำเนินงานตามแผนแม่บท มีงบประมาณสนับสนุนการดำเนินงาน มีบุคลากรอัตรากำลังที่เพียงพอในการดำเนินงาน ในปี 2567 กสทช. มีนโยบายและแผนการดำเนินงานที่สำคัญ เพื่อขับเคลื่อนภารกิจการกำกับดูแลกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ กิจการโทรคมนาคมและกิจการดาวเทียม จำนวน 22 นโยบาย มีแผนงบประมาณรายจ่ายในปี 2567 จำนวน 5,212.696 ล้านบาท โดยในยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาศักยภาพในการกำกับดูแลส่งเสริมกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมให้เหมาะสมกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงไปมีแผนงาน/โครงการจำนวน 9 โครงการงบประมาณรวม 1,114.334 ล้านบาท เพื่อสนับสนุนภารกิจในการขับเคลื่อนแผนงานบริหารกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ กิจการโทรคมนาคมอย่างเสรีและเป็นธรรม

สำหรับกิจการโทรคมนาคมมีงบประมาณสนับสนุนการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์เช่นกัน โดยยุทธศาสตร์ที่ 4 คือการพัฒนาศักยภาพในการกำกับดูแลและส่งเสริมกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรทัศน์คมนาคมให้เหมาะสมกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป มีแผนปฏิบัติการและงบประมาณรองรับ เช่น โครงการผลิตและเผยแพร่สื่อรายการโทรทัศน์ ภาพยนตร์โฆษณาภารกิจภายใต้แผนการจัดให้มีบริการโทรคมนาคมพื้นฐานโดยทั่วถึงและบริการเพื่อสังคม ประจำปี 2567 ผ่านสื่อออนไลน์ แผนงานบริหารกิจการโทรคมนาคมมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาศักยภาพในการกำกับดูแลกิจการโทรคมนาคม โครงการจัดทำระบบบริหารจัดการแก้ไขสายสื่อสารเพื่อความปลอดภัยของประชาชน (P-Safe) เพื่อให้สามารถรับส่งคำร้องของประชาชนไปยังผู้ประกอบกิจการได้โดยผ่านระบบบริหารจัดการด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์และตอบกลับแก้ไขผ่านระบบต่าง ๆ ให้ผู้ร้องเรียนรับทราบผลการดำเนินการโดยไม่ล่าช้า รองรับนโยบายการพัฒนาสำนักงาน กสทช. ให้เป็นสำนักงานดิจิทัล

(3) การประเมินกระบวนการทำงาน (Process Evaluation : P)

กสทช. มีระบบกลไกและมีการดำเนินการรับเรื่องร้องเรียนตามประกาศ กสทช. เรื่อง กระบวนการรับและพิจารณาเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการประกอบกิจการโทรคมนาคม สำนักรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม (รท.) ได้นำระบบจัดการฐานข้อมูล พ.ศ. 2559 เพื่อสนับสนุนการรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภค CRM (Customer Relationship Management) มาใช้แก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียนของผู้บริโภคมารองรับกระบวนการทำงานของเจ้าหน้าที่และบริการประชาชน ผู้ร้องเรียนที่มีปัญหาในกิจการโทรคมนาคมให้ได้รับความสะดวกและรวดเร็วมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง มีการพัฒนา “Mobile NBTC 1200” เพื่อรองรับการใช้งานในเรื่องการร้องเรียน

กสทช. ได้ดำเนินการทั้งในมิติของการพัฒนากลไกการร้องเรียน ช่องทางการร้องเรียนที่หลากหลายสามารถเข้าถึงประชาชนทุกกลุ่มโดยเฉพาะกลุ่มเปราะบางและผู้ด้อยโอกาส มีการกำกับดูแลให้กระบวนการร้องเรียนได้รับการจัดการอย่างโปร่งใสและเป็นธรรม รวมถึงมีช่องทางการติดตามตรวจสอบผลการร้องเรียนที่สามารถเข้าถึงได้สะดวกรวดเร็ว ตามกระบวนการ PDPA พบว่า มีแผนด้านกลไก กระบวนการเรื่องร้องเรียนของทั้ง 3 กิจการอย่างชัดเจน มีการดำเนินการตามแผนติดตามประเมินผลการดำเนินงาน

และปรับปรุงการดำเนินงาน การติดตามประเมินผลยังสามารถพัฒนาในเชิงรุกได้ ส่งผลการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

สำหรับกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ได้พัฒนาศักยภาพในการกำกับดูแลและส่งเสริมกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พัฒนากลไกการกำกับดูแลเนื้อหา ส่งเสริมเสรีภาพของประชาชนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ด้วยกระบวนการ PDCA ในส่วนของกิจการโทรคมนาคมได้พัฒนาปรับปรุงประสิทธิภาพศูนย์ Call Center 1200 โดยปรับปรุงและเพิ่มช่องทางการรับเรื่องร้องเรียนของประชาชนให้มีความครอบคลุม สะดวก และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และมีช่องทางสำหรับผู้พิการทางการมองเห็นหรือการได้ยินสามารถใช้บริการได้อย่างสะดวก การปรับปรุงระบบและจัดการเรื่องร้องเรียนให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เช่น โทรสายด่วน 1200 เว็บไซต์ serviceportal.nbtc.go.th, อีเมล์ : 1200@nbtc.go.th, FACEBOOK NBTC 1200, Line : @NBTC1200 (รับแจ้งปัญหาสายสื่อสารที่ไม่เป็นระเบียบ) ระบบฝากข้อความเสียง (Drop Call) (รับฝากข้อความเสียง 24 ชั่วโมง และเจ้าหน้าที่จะติดต่อกลับภายในวันทำการถัดไป) หรือติดต่อด้วยตนเอง ณ. สถานที่ตั้งศูนย์ Call Center 1200 และมีสำนักรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม (รท.) ที่ดำเนินการให้เป็นไปตามประกาศ กสทช. เรื่อง กระบวนการรับและพิจารณาเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการประกอบกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2559

การรับเรื่องร้องเรียนตามช่องทางการรับเรื่องร้องเรียนที่หลากหลาย แจ้งผู้ประกอบการให้รับทราบถึงเรื่องร้องเรียน โดยดำเนินการแก้ไขปัญหาเพื่อให้เป็นไปตามประกาศ กสทช. ดังกล่าว เช่น โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่คุณภาพสัญญาณไม่ดี ไม่ชัด หลุดบ่อย การโอนย้าย SMS คิดเงิน รวมทั้งคิดค่าบริการผิดพลาดด้านอินเทอร์เน็ต เช่น ยกเลิกบริการคิดค่าบริการผิดพลาด เป็นต้น

(4) การประเมินผลผลิต/ ผลลัพธ์ (Product Evaluation : P)

ในส่วนของขั้นตอนการร้องเรียนเข้าถึงได้ง่าย สะดวก และรวดเร็วยิ่งขึ้น สถิติเรื่องร้องเรียนในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์มีแนวโน้มลดลง ผู้ประกอบการมีการปรับปรุงพัฒนาคุณภาพเนื้อหาการผลิตและแนวโน้มในการจัดการเรื่องร้องเรียนทั้งตามประเภทบริการ ประเด็นปัญหาการร้องเรียนมีประสิทธิภาพมากขึ้น ระยะเวลาในการแก้ไขเรื่องร้องเรียนลดลงและสามารถติดตามผลการร้องเรียนได้รวดเร็วและเป็นระบบมากขึ้น รวมทั้งข้อร้องเรียนได้รับการแก้ไขอย่างทันท่วงที

(5) การประเมินผลกระทบ (Impact Evaluation : I)

สำหรับผลกระทบสามารถจัดการเรื่องร้องเรียนได้ เมื่อเกิดปัญหาผู้บริโภคมีความมั่นใจในการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคจาก กสทช. รวมถึงการได้รับเนื้อหาจากสื่ออย่างมีคุณภาพเชื่อถือได้มากขึ้น เกิดภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร สร้างความเชื่อมั่นต่อองค์กร ผู้บริโภคได้รับเนื้อหาจากสื่ออย่างมีคุณภาพ เชื่อถือได้มากขึ้นจากการปรับปรุงคุณภาพเนื้อหาผู้ประกอบการ เช่น รู้เท่าทันการถูกหลอกลวงจากแก๊งคอลเซ็นเตอร์มากขึ้น สามารถดูแลและป้องกันตนเองจากการถูกหลอกลวงได้ เกิดความมั่นใจในการใช้บริการและขอความช่วยเหลือเมื่อได้รับความเดือดร้อน เนื่องจากมีกลไกการคุ้มครองที่เป็นระบบและช่องทางที่หลากหลาย

ในด้านกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์สามารถจัดการร้องเรียนได้ ลดทุกข์ เพิ่มสุข ผู้บริโภคถูกเอาเปรียบในการซื้อสินค้าหรือบริการจากการโฆษณาเกินจริงน้อยลง ทำให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจในการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคจาก กสทช. และสามารถขอความช่วยเหลือได้อย่างมั่นใจเมื่อเกิดปัญหา ทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีและสร้างความเชื่อมั่นต่อองค์กร

สำหรับกิจการโทรคมนาคมผู้บริโภคไม่ถูกเอาเปรียบ รู้เท่าทันการถูกหลอกลวงจากแก๊งคอลเซ็นเตอร์ สามารถดูแลและป้องกันตนเองจากการถูกหลอกลวงได้ ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจในการใช้บริการและขอความช่วยเหลือเมื่อได้รับความเดือดร้อน เนื่องจากมีกลไกการคุ้มครองที่เป็นระบบและช่องทางที่หลากหลาย ลดช่องว่างความไม่ทั่วถึงของการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคมจากกลไกคุ้มครองที่มีการปรับปรับปรุงพัฒนาด้านการร้องเรียนและรับเรื่องร้องเรียน ผ่านช่องทางการติดต่อสื่อสาร

2) มาตรการและการกำกับดูแลการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค

(1) การประเมินบริบทหรือสภาวะแวดล้อม (Context Evaluation : C)

การประเมินบริบทหรือสภาวะแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567 มาตรการและการกำกับดูแลการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคโดยพิจารณาจากความสำคัญของนโยบายหรือแผนที่เกี่ยวข้องกับมาตรการและการกำกับดูแลการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคและข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับมาตรการและการกำกับดูแลการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค

สำหรับความสำคัญของนโยบายหรือแผนที่เกี่ยวข้องกับมาตรการและการกำกับดูแลในการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคคือ ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561-2580) ในยุทธศาสตร์ที่ 1 คือ ด้านความมั่นคง เพื่อให้ประชาชนมีความสุขและปลอดภัย ยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579) ในยุทธศาสตร์ที่ 1 คือการพัฒนากลไกป้องกันและคุ้มครองผู้บริโภคโดยมีกลไกการตรวจสอบเฝ้าระวังและเตือนภัยสินค้า แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคระยะที่ 1 ฉบับปรับปรุง (พ.ศ. 2563-2565) ในยุทธศาสตร์ที่ 1 การพิจารณาระบบและกลไกการคุ้มครองผู้บริโภค แผนแม่บทการบริหารคลื่นความถี่ (พ.ศ. 2562 และ พ.ศ. 2564) ในยุทธศาสตร์ที่ 2 การบริหารคลื่นความถี่อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์อย่างทั่วถึง แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2562-2566) ในยุทธศาสตร์ที่ 1 คือการพัฒนากิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์และส่งเสริมการแข่งขันโดยเสรีอย่างเป็นธรรม แผนยุทธศาสตร์สำนักคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2565-2570) ในยุทธศาสตร์ที่ 3 คือการพัฒนาขีดความสามารถการบริหารคลื่นความถี่และกิจการดาวเทียม เพื่อประโยชน์สูงสุดของประเทศชาติและประชาชนและยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาศักยภาพในการกำกับดูแลส่งเสริมกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม แผนยุทธศาสตร์สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2565 -2570) แผนปฏิบัติการคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ พ.ศ. 2565 ในยุทธศาสตร์ที่ 3 คือ เสริมสร้างความเข้มแข็งด้านดิจิทัลเพื่อการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน

สำหรับข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับมาตรการและการกำกับดูแลการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค ประกอบด้วย พ.ร.บ. คุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ในมาตรา 4 สิทธิของผู้บริโภค ที่จะได้รับการคุ้มครองและ พ.ร.บ. องค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงวิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมพ.ศ. 2553 ในมาตรา 31 ให้ กสทช. มีหน้าที่ตรวจสอบการดำเนินการของผู้ประกอบการทั้ง 3 กิจการ เพื่อประโยชน์ในการคุ้มครองผู้บริโภคมีให้ถูกเอา

เปรียบจากผู้ประกอบการ ทั้ง 3 กิจการ นอกจากนี้ยังมี พ.ร.บ. และประกาศที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคอีกหลายฉบับ

สำหรับผลการดำเนินงานด้านมาตรการและการกำกับดูแลการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ด้านบริบทหรือสภาวะแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง คือมาตรการและการกำกับดูแลของทั้ง 3 กิจการของ กสทช. สอดคล้องกับปัญหาสถานการณ์จากการใช้หรือรับบริการมีการกำหนดมาตรการ กฎระเบียบที่เข้มงวด มีมาตรการกำกับดูแล การดำเนินกิจการของผู้ประกอบการเห็นความจำเป็นความต้องการในการจัดการปัญหาในปัจจุบันและอนาคตแต่ยังคงมีช่องว่างความเข้าใจร่วมกันของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องที่ยังเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินการในด้านมาตรการและการกำกับดูแลการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคทั้ง 3 กิจการ

สำหรับกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์มีบริบทหรือสภาวะแวดล้อมที่เกี่ยวข้องคือ มีสถานการณ์ปัญหาจากการใช้และรับบริการ มีความจำเป็น ความต้องการในการจัดการปัญหาในปัจจุบันและอนาคต มีการกำกับดูแลที่เข้มงวด มีการออกกฎระเบียบหรือมาตรการควบคุมที่เข้มงวดมากขึ้น เช่น การกำหนดมาตรฐานเนื้อหาที่ต้องรับผิดชอบ การตรวจสอบก่อนออกอากาศหรือมีการแนะนำเกี่ยวกับประเภทของเนื้อหาที่เหมาะสมสำหรับผู้ชมหรือผู้ฟังในกลุ่มต่าง ๆ

สำหรับกิจการโทรคมนาคมมีบริบทหรือสภาวะแวดล้อมที่เกี่ยวข้องคือ มีสถานการณ์ปัญหาจากการใช้หรือรับบริการ มีความจำเป็นความต้องการในการจัดการปัญหาในปัจจุบันและอนาคต มีการกำหนดมาตรการให้ผู้ประกอบการจัดให้มีและให้ข้อมูลที่ถูกต้องและชัดเจนเพื่อให้ผู้บริโภค สามารถเข้าถึงข้อมูลบริการโทรคมนาคมเกี่ยวกับรายการที่ส่งเสริมการขาย อัตราค่าบริการ คุณภาพการให้บริการ รวมทั้งสิทธิและหน้าที่ของผู้ใช้บริการ การติดตามเรื่องร้องเรียนและการป้องกันอันตรายจากภัยคุกคาม ส่งเสริมการพัฒนามาตรฐานคุณภาพการให้บริการที่สอดรับกับการพัฒนาเทคโนโลยี กำกับดูแลให้ผู้ประกอบการดำเนินการให้มีคุณภาพการให้บริการโทรคมนาคมตามมาตรฐานคุณภาพการให้บริการที่ได้โฆษณาไว้

(2) การประเมินปัจจัยนำเข้า (Input Evaluation : I)

ตาม พ.ร.บ. องค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และที่แก้ไขเพิ่มเติม มาตรา 31 ระบุไว้ว่า ให้ กสทช. มีหน้าที่ตรวจสอบการดำเนินการของผู้ประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมเพื่อประโยชน์ในการคุ้มครองผู้บริโภคมิให้ถูกเอาเปรียบ ซึ่ง กสทช. ได้แต่งตั้งคณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค คือ ด้านกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ และคณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคด้านกิจการโทรคมนาคม นอกจากนี้ยังมีสำนักงานหรือหน่วยงานที่มีบทบาทหน้าที่เกี่ยวกับการกำกับดูแลการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค ทำหน้าที่รับผิดชอบการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการคุ้มครอง สิทธิผู้บริโภคมิให้ถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบการ ส่วนสำนักงาน กสทช. ภาค 1-4 มีขอบเขตหน้าที่เกี่ยวกับการอำนวยการและรับผิดชอบการปฏิบัติงานของสำนักงาน กสทช. เขต ตรวจสอบการใช้คลื่นความถี่ในกิจการทั้ง 3 กิจการ

จากการรวบรวมข้อคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการประชุมเพื่อรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ไม่ทราบว่า กสทช. สำนักงาน กสทช. และสำนักงาน กสทช. ส่วนภูมิภาค

มีบทบาทหน้าที่อย่างไร รวมทั้งไม่ทราบถึงการดำเนินการของ กสทช.ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค มีหน้าที่ในการกำกับดูแลการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค

อย่างไรก็ตาม การประเมินปัจจัยนำเข้า พบว่า กสทช. มีแผนปฏิบัติการงบประมาณและโครงการรองรับการดำเนินการด้านมาตรการและการกำกับการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค รวมถึงมีเครือข่ายหน่วยงานร่วมบูรณาการพันธกิจ เช่น ร่วมกับ สตช. สอท. ปปง. DSI รวมทั้งแผนปฏิบัติการยังสามารถปรับให้เป็นแผนเชิงรุกได้มากขึ้น เพื่อให้การดำเนินงานด้านมาตรการและการกำกับดูแลทั้ง 3 กิจการของ กสทช. ครอบคลุมความต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

สำหรับกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พบว่า มีแผนปฏิบัติการ งบประมาณและโครงการพัฒนาระบบบริหารจัดการตรวจมาตรฐานทางเทคนิคเครื่องส่งวิทยุกระจายเสียง

สำหรับกิจการโทรคมนาคม พบว่า มีแผนปฏิบัติการงบประมาณและโครงการรองรับการดำเนินการด้านมาตรการและการกำกับดูแล และระบบรายงานเชิงวิเคราะห์เพื่อการบริหารงานข้อมูลกิจการโทรคมนาคม โครงการจัดทำระบบบริหารจัดการแก้ไขสายสื่อสารเพื่อความปลอดภัยของประชาชน (p-safe) โครงการจ้างที่ปรึกษาเพื่อจัดทำแผนพัฒนาและปรับปรุงการกำกับดูแลบริการค้าส่งในกิจการโทรคมนาคม (Telecom Wholesale Roadmap) โครงการจ้างที่ปรึกษาเพื่อสนับสนุนการจัดให้มีบริการโทรคมนาคมพื้นฐานโดยทั่วถึงและบริการเพื่อสังคม และการดำเนินงานของ กสทช. มีเครือข่ายหน่วยงานร่วมบูรณาการพันธกิจ เช่น สตช. สอท. ปปง. และ DSI เป็นต้น

(3) การประเมินกระบวนการทำงาน (Process Evaluation: P)

กสทช. มีมาตรการและการกำกับดูแลการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค โดยพัฒนาหลักเกณฑ์และมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคและพัฒนากลไกการป้องกันและคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคให้ได้รับการพัฒนาด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม มีการดำเนินงานตามกระบวนการ PDCA คือ มีการวางแผนและดำเนินการตามแผนโครงการ เช่น ด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์มีการออกคำสั่งเพื่อให้กิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ควบคุมคุณภาพเนื้อหาสื่อที่จะส่งถึงผู้บริโภค กำกับติดตามการปฏิบัติอย่างเคร่งครัด หากมีการละเมิดหรือไม่ดำเนินการจะมีบทลงโทษ กำกับติดตามการปฏิบัติอย่างเคร่งครัด มีการพัฒนาเว็บไซต์สำหรับการคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อเป็นช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลองค์ความรู้ต่าง ๆ ให้แก่ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้ง่าย สะดวกรวดเร็ว ทั้งเว็บไซต์ของสำนักงานรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ (บส.) และสำนักรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม (รท.) รวมทั้งได้พัฒนาระบบตอบกลับการสนทนาแบบตัวอักษรอัตโนมัติ (Chatbot) ภายใต้ชื่อ “น้องสายลม” เพื่อให้บริการข้อมูลประชาชน เว็บไซต์ กสทช. มีการตอบคำถามและเป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์ รวมทั้งเฟซบุ๊ก แมสเซนเจอร์ในเพจ “โทรคมนาคมไทย ก้าวไปด้วยกัน” ช่องทางการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์ รวมถึง กสทช. ใช้กระบวนการการทำงานโดยร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับคุ้มครองผู้บริโภค เช่น อย. สคบ. สตช. ศปอส.ตร. เป็นต้น

กสทช. ใช้การทำงานร่วมกันแบบเชิงรุกในการบังคับใช้กฎหมายเพื่อปราบปรามจับกุมผู้กระทำผิดอย่างจริงจัง และมีผลอย่างเป็นรูปธรรมทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ระดมความร่วมมือในการแก้ไขปัญหาแก๊งคอลเซ็นเตอร์ (Call Center) และ SMS หลอกลวง ดังที่มีข่าวการจับกุมและการดำเนินคดีแก๊งดังกล่าวอยู่

เสมอ ได้มีการบูรณาการบังคับใช้กฎหมายร่วมกับตำรวจไซเบอร์ สร้างความเข้าใจและอยู่ร่วมกันในพหุสังคมภายใต้แนวคิดสื่อความหลากหลาย

สำหรับกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ได้ดำเนินการตามกระบวนการ PDCA ได้แก่ มีการวางแผนและกำหนดวิธีการดำเนินงานลงมือปฏิบัติตามแผนติดตาม ตรวจสอบ ออกคำสั่งเพื่อให้กิจการกระจายเสียงและกำกับติดตามการปฏิบัติอย่างเคร่งครัด หากมีการละเมิดหรือไม่ดำเนินการ จะมีบทลงโทษตามที่กำหนด สร้างความเข้าใจและอยู่ร่วมกันในพหุสังคมภายใต้แนวคิดสื่อความหลากหลาย ผลิตรายการสร้างสรรค์เพื่อเปิดโอกาสให้คนพิการทางการมองเห็น คนพิการทางการได้ยิน ภายใต้แนวคิดเข้าถึง เข้าใจ เข้าไปมีส่วนร่วมและใช้ประโยชน์จากสื่ออย่างรู้เท่าทัน รวมทั้งติดตามตรวจสอบโดยรับฟังมุมมองและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ต่อการกำกับดูแลกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์จากประชาชน

(4) การประเมินผลผลิต (Product Evaluation : P)

กสทช. มีการพัฒนามาตรการและการกำกับดูแลการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคให้ดีขึ้น โดยที่สำนักรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ (บส.) ได้ปรับปรุงกระบวนการพิจารณากำหนดโทษเตือนทางปกครองให้ระงับการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค โดย กสทช. มีมติกำหนดแนวทางและมอบอำนาจให้คณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคพิจารณาและให้พนักงาน คือ เลขาธิการ กสทช. มีคำสั่งระงับการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค ทำให้ขั้นตอนและระยะเวลาดำเนินการลดลง นอกจากนี้จากการดำเนินงานด้านมาตรการและการกำกับดูแล เช่น ประชาชนได้รับเนื้อหาที่สร้างสรรค์และมีคุณภาพ กลุ่มเปราะบาง ผู้ด้อยโอกาสเข้าถึงและมีส่วนร่วมในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์มากขึ้น ทำให้มีมาตรการและการกำกับดูแลสำหรับประชาชน มีผลิตภัณฑ์และการบริการของ กสทช. ที่เป็นมาตรการและการกำกับดูแลการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคของทั้ง 3 กิจการ ประชาชนมีพื้นที่ในการสื่อสารผลกระทบจากการถูกเอาเปรียบหรือปัญหาในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ผู้บริโภคได้รับความปลอดภัยจากอาชญากรรมทางเทคโนโลยีมากขึ้น จากการบูรณาการการทำงาน เอาผิดทางกฎหมาย และเทคโนโลยีสามารถปราบปรามผู้กระทำผิดเกี่ยวกับกิจการโทรคมนาคมมากขึ้น

สำหรับกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ พบว่า มีมาตรการกำกับดูแลสำหรับประชาชน มีผลิตภัณฑ์และบริการของ กสทช. ประชาชนได้รับเนื้อหาสร้างสรรค์และมีคุณภาพ กลุ่มเปราะบาง ผู้ด้อยโอกาส เข้าถึงและมีส่วนร่วมในการใช้ การบริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์มากขึ้น ประชาชนมีพื้นที่ในการสื่อสารผลกระทบจากการถูกเอารัดเอาเปรียบหรือปัญหาในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ทำให้ประชาชนได้รับความคุ้มครองจากการใช้หรือการบริโภค

สำหรับกิจการโทรคมนาคมพบว่า มีมาตรการและการกำกับดูแลสำหรับประชาชน มีผลิตภัณฑ์และบริการของ กสทช. มีช่องทางการร้องเรียนและติดตามผลได้รวดเร็วยิ่งขึ้น ผู้บริโภคได้รับความปลอดภัยจากอาชญากรรมทางเทคโนโลยี จากการบูรณาการทำงานและบังคับใช้กฎหมายเอาผิดทางเทคโนโลยี สามารถปราบปรามผู้กระทำผิดเกี่ยวกับกิจการโทรคมนาคมได้มากขึ้น ทำให้ผู้บริโภคมีความรู้และมีความตระหนักต่อเรื่องการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม

(5) การวิเคราะห์ผลกระทบ (Impact Analysis : I)

ผลกระทบที่ได้รับคือผู้บริโภคถูกเอาเปรียบลดลง เช่น ผู้บริโภคสามารถนำข้อมูลจากสื่อในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์จากการนำเสนอข้อมูลที่น่าเชื่อถือ กลุ่มเปราะบางและผู้ด้อยโอกาสได้เปิดโลกทัศน์ของตนเองมากขึ้น ลดการสูญเสียทรัพย์สินจากการถูกอาชญากรรมทางเทคโนโลยีที่มีแนวโน้มลดลง เนื่องจากการปราบปรามอย่างจริงจังและการทำงานบูรณาการร่วมกัน สตช. สอท. ปปง. และ DSI ทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีและผู้บริโภคเชื่อมั่นต่อองค์กร ซึ่งกำหนดบทลงโทษที่ชัดเจนและรุนแรงเพื่อแก้ไขปัญหาต่าง ๆ และเป็นการป้องปรามไม่ให้กระทำผิด โดยเฉพาะกรณีที่ผู้เสียหายมีจำนวนมากควรมีบทลงโทษที่รุนแรงมากขึ้น หรืองดการออกอากาศ ผลกระทบอีกประการหนึ่งคือ มีฐานข้อมูลด้านกฎหมายเพื่อรวบรวมกฎหมาย กฎ ระเบียบ ข้อบังคับ คำสั่ง ที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคและเผยแพร่ฐานข้อมูลและความรู้ด้านกฎหมายแบบเข้าใจง่าย ทำให้ผู้บริโภคและผู้ได้รับอนุญาตทราบอย่างทั่วถึง

สำหรับกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์มีผลกระทบคือ ผู้บริโภคไม่ถูกเอาเปรียบ เกิดภาพลักษณ์ที่ดีและสร้างความเชื่อมั่นให้องค์กร ผู้บริโภคสามารถนำข้อมูลจากสื่อในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ได้ จากการนำเสนอข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือและกลุ่มเปราะบางและผู้ด้อยโอกาสได้เปิดโลกทัศน์ของตนเองจากการให้ความสำคัญกับการผลิตสื่อเพื่อกลุ่มนี้

สำหรับกิจการโทรคมนาคมมีผลกระทบที่ได้รับคือ ผู้บริโภคไม่ถูกเอาเปรียบ เกิดภาพลักษณ์ที่ดีและสร้างความเชื่อมั่นให้กับองค์กร ประชาชนหรือผู้บริโภคได้รับบริการที่มีคุณภาพและเป็นธรรม ลดการสูญเสียทรัพย์สินจากการถูกหลอกลวงทางเทคโนโลยี อาชญากรรมมีแนวโน้มลดลงเนื่องจากการปราบปรามอย่างจริงจังและการทำงานบูรณาการ รวมทั้งพหุภาคีและการกำหนดบทลงโทษที่ชัดเจนและรุนแรงเป็นการป้องปรามไม่ให้กระทำผิดอีก รวมทั้งมีฐานข้อมูลด้านกฎหมายที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคและเผยแพร่ฐานข้อมูลและความรู้ด้านกฎหมายทำให้ผู้บริโภคและผู้รับใบอนุญาตทราบเป็นการลดปัญหาเรื่องการร้องเรียนเป็นอย่างมาก

3) การพัฒนาศักยภาพและความเข้มแข็งของผู้บริโภคและเครือข่ายผู้บริโภค

(1) การประเมินบริบทหรือสภาวะแวดล้อม (Context Evaluation : C)

การประเมินบริบทหรือสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567 ในประเด็นการพัฒนาศักยภาพการเสริมสร้างความเข้มแข็งของผู้บริโภคและเครือข่ายผู้บริโภคเป็นการให้ผู้บริโภคได้รับความรู้ตระหนักในสิทธิและหน้าที่มีภูมิคุ้มกันในการเลือกซื้อสินค้าและบริการเข้าถึงและรับมือสื่อได้อย่างสะดวกเท่าทันสถานการณ์ โดยใช้แผนการปฏิรูปประเทศ (ฉบับปรับปรุง) ในด้านสื่อสารมวลชนเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อมุ่งเน้นให้สื่อเป็นโรงเรียนของสังคมในการให้ความรู้แก่ประชาชน ยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579) ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนากฎหมายให้ทันต่อสภาพปัญหา แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคระยะที่ 1 ฉบับปรับปรุง (พ.ศ. 2563-2565) ในยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาองค์ความรู้และการสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2563-2568) ในยุทธศาสตร์ที่ 3 คือการส่งเสริมสิทธิเสรีภาพของประชาชน แผนแม่บทกิจการโทรคมนาคมฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2562-2566) และแผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2567-2571) ในยุทธศาสตร์ที่ 5 การคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคมและแผนปฏิบัติการสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์

และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2567 ยุทธศาสตร์ที่ 3 เสริมสร้างความเข้มแข็งด้านดิจิทัล เพื่อการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน เพื่อประโยชน์สาธารณะ เพื่อลดช่องว่างของความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงการใช้ประโยชน์จากดิจิทัล

จากผลการดำเนินงานด้านการพัฒนาศักยภาพและความเข้มแข็งของผู้บริโภคและเครือข่ายผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พบว่า ในบริบทหรือสภาวะแวดล้อมมีสถานการณ์ปัญหาจากการใช้หรือรับบริการของทั้ง 3 กิจการของ กสทช. ได้เห็นถึงความจำเป็นและความต้องการในการจัดการปัญหาในปัจจุบันและอนาคตมีแผนแม่บทและยุทธศาสตร์ในการพัฒนาบุคลากรด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม และเทคโนโลยีสารสนเทศระยะ 5 ปี มีการสนับสนุนการศึกษาและวิจัยเชิงนโยบายในการแก้ไขปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคและการสร้างความตระหนักรู้ให้กับประชาชนกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้มีข้อเสนอแนะแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภคในยุคดิจิทัลที่มีประสิทธิภาพ

สำหรับกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์มีสถานการณ์ปัญหาจากการใช้หรือรับบริการทั้ง 3 กิจการของ กสทช. มีความจำเป็น ความต้องการในการจัดการปัญหาในปัจจุบันและอนาคต มีแผนแม่บทการพัฒนาบุคลากรทางด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ กิจการโทรคมนาคมและเทคโนโลยีสารสนเทศในระยะ 5 ปี

สำหรับกิจการโทรคมนาคมมีสถานการณ์ปัญหาจากการใช้หรือรับบริการทั้ง 3 กิจการของ กสทช. เช่นกัน รวมทั้งมีความจำเป็นและความต้องการในการจัดการปัญหาในปัจจุบันและอนาคต มีการสนับสนุนการศึกษาและวิจัยเชิงนโยบายในการแก้ไขปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคและการสร้างความตระหนักรู้ให้กับประชาชนกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้มีข้อเสนอแนะแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภคในยุคดิจิทัลที่มีประสิทธิภาพ

(2) การประเมินปัจจัยนำเข้า (Input Evaluation : I)

ประเด็นการพัฒนาศักยภาพความเข้มแข็งของผู้บริโภคและเครือข่ายผู้บริโภคเป็นการพิจารณาถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงานการพัฒนาศักยภาพและความเข้มแข็งของผู้บริโภคและเครือข่ายผู้บริโภค คือสำนักรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (บส.) มีหน้าที่รับผิดชอบในการปฏิบัติงานที่เกี่ยวกับการเพิ่มความสามารถของผู้บริโภคซึ่งส่งเสริมสิทธิเสรีภาพและความเสมอภาคของคนพิการ ผู้สูงอายุ และผู้ด้อยโอกาสในการเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ รวมทั้งสำนักรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม (รท.) มีหน้าที่รับผิดชอบการปฏิบัติงานที่เกี่ยวกับการกำหนดมาตรการส่งเสริมสิทธิ เสรีภาพและความเสมอภาคของประชาชนในการเข้าถึงการใช้ประโยชน์คลื่นความถี่ และบริการในกิจการโทรคมนาคม สำนักงาน กสทช. ภาค 1-4 มีขอบเขตหน้าที่เกี่ยวกับการอำนวยการและรับผิดชอบการปฏิบัติงานของสำนักงาน กสทช. เขตที่อยู่ในความรับผิดชอบ จากการประชุมรับฟังความคิดเห็นสาธารณะพบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ไม่ทราบว่าสำนักงาน กสทช. รวมทั้งสำนักงาน กสทช. ภาค 1-4 มีบทบาทหน้าที่อย่างไร

กสทช. มีงบประมาณสนับสนุนการพัฒนาผู้บริโภคและเครือข่ายผู้บริโภคเพื่อดำเนินโครงการ เช่น โครงการพัฒนาบุคลากรในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และประชาชนให้พร้อมเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล หลักสูตรการพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อของประชาชนโครงการพัฒนาบุคลากรในกิจการ

โทรคมนาคมและประชาชนให้พร้อมเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล การพัฒนาเครือข่ายผู้บริโภคสร้างกลุ่มเครือข่ายผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม

สำหรับกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์พบว่า มีงบประมาณสนับสนุนการพัฒนาผู้บริโภคและเครือข่ายผู้บริโภคเพื่อการดำเนินการโครงการ เช่น โครงการพัฒนาบุคลากรในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และประชาชนให้พร้อมเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจดิจิทัล หลักสูตรการพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อของประชาชน

สำหรับกิจการโทรคมนาคมมีงบประมาณสนับสนุนการพัฒนาผู้บริโภคและเครือข่ายผู้บริโภคเพื่อดำเนินโครงการ เช่น โครงการพัฒนาบุคลากรในกิจการโทรคมนาคมและประชาชนให้พร้อมเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล การพัฒนาเครือข่ายผู้บริโภคสร้างกลุ่มเครือข่ายผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม

(3) การประเมินกระบวนการทำงาน (Process Evaluation : P)

การพัฒนาศักยภาพและความเข้มแข็งของผู้บริโภคมีการดำเนินการตามกระบวนการ PDCA คือ วางแผนการสร้างความเข้มแข็งของผู้บริโภคและเครือข่ายผู้บริโภค โดยจัดโครงการกิจกรรมตามแผน เช่น จัดโครงการพัฒนาศักยภาพและความเข้มแข็งของผู้บริโภคและเครือข่ายผู้บริโภค จัดกิจกรรมพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อให้แก่ประชาชน สร้างความรู้ ความเข้าใจให้แก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับการปกป้องสิทธิและประโยชน์ของตนเองจากการใช้งานหรือการได้รับบริการที่ไม่เป็นธรรม ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารและบทบาทหน้าที่ของ กสทช. และเตือนภัยจากแก๊งคอลเซ็นเตอร์ในรูปแบบต่าง ๆ ผ่านการจัดอบรมให้ความรู้เรื่องกฎหมายในชีวิตประจำวัน และกระบวนการไกล่เกลี่ยโดยเครือข่ายภาคประชาชน

สำหรับกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ การพัฒนาศักยภาพ และความเข้มแข็งของผู้บริโภค ได้แก่ การสร้างเครือข่ายของผู้บริโภค เช่น เครือข่ายเฝ้าระวังสื่อ เครือข่าย นักร้องเรียน เครือข่ายขับเคลื่อนกลุ่มกิจกรรมคุ้มครองผู้บริโภคสื่อ รวมทั้งส่งเสริมการรวมกลุ่มเครือข่ายผู้บริโภคกลุ่มต่าง ๆ เช่น กลุ่มเด็กและเยาวชน กลุ่มคนพิการ กลุ่มผู้นำชุมชน กลุ่มความหลากหลายทางเพศ กลุ่มทำงานด้านสุขภาพ กลุ่มครูอาจารย์ กลุ่มนักวิชาการ โครงการส่งเสริมความเข้มแข็งเครือข่ายผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ และการจัดกิจกรรมของเครือข่ายแต่ละจังหวัด

สำหรับกิจการโทรคมนาคมการพัฒนาศักยภาพและความเข้มแข็งของผู้บริโภค เช่น การส่งเสริมความเข้มแข็งของเครือข่ายผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม การจัดกิจกรรมเพื่อเพิ่มองค์ความรู้ให้แก่เครือข่าย เช่น กิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาความรู้ติดตามและประเมินผลผู้นำเครือข่ายภาคประชาชนด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคมระดับจังหวัด การจัดทำฐานข้อมูลเครือข่ายผู้บริโภคและกลุ่ม LINE สำหรับการสื่อสารกับเครือข่าย

(4) การประเมินผลผลิต (Product Evaluation : P)

จากการดำเนินงานด้านการพัฒนาศักยภาพและความเข้มแข็งของผู้บริโภคและเครือข่ายผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น เช่น เกิดเครือข่ายผู้บริโภคใน 77 จังหวัด ที่มีการทำงานเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคที่เข้าถึงและช่วยเหลือประชาชนได้อย่างใกล้ชิดมากขึ้น มีโครงการ กิจกรรม เพื่อการสร้างความเข้มแข็งให้ผู้บริโภค ผู้บริโภครู้เท่าทันผลกระทบหรือการถูกเอาเปรียบจากกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจใน 3 กิจการมากขึ้น

สำหรับกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์การประเมินผลผลิตพบว่า มีเครือข่ายผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้นใน 77 จังหวัด มีโครงการ กิจกรรม เพื่อสร้างความเข้มแข็งแก่ผู้บริโภค ผู้บริโภครู้เท่าทันผลกระทบหรือการถูกเอาเปรียบจากกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ทำให้ประชาชนมีความรู้ ความเข้าใจในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์มากขึ้น

สำหรับกิจการโทรคมนาคมการประเมินผลผลิตพบว่า มีเครือข่ายผู้บริโภคใน 77 จังหวัด มีโครงการ กิจกรรม สื่อ เพื่อการสร้างความเข้มแข็งให้ผู้บริโภคมีการบูรณาการการทำงานและพัฒนาองค์ความรู้ร่วมกันระหว่างสำนักงาน กสทช. และเครือข่ายผู้บริโภค และเพื่อสร้างเครือข่ายองค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม

(5) การประเมินผลกระทบ (Impact Evaluation : I)

ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการพัฒนาศักยภาพและความเข้มแข็งของผู้บริโภคและเครือข่ายผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม คือผู้บริโภคไม่ถูกเอาเปรียบ เกิดภาพลักษณ์ที่ดีและสร้างความเชื่อมั่นต่อองค์กร ประชาชนสามารถใช้ทักษะความเป็นพลเมืองดิจิทัลในการดูแลตนเองไม่ให้ถูกเอาเปรียบและช่วยเหลือให้คำแนะนำบุคคลรอบข้างได้ สามารถใช้ประโยชน์จากสื่ออย่างสร้างสรรค์ในการดำเนินชีวิตและประกอบอาชีพได้เกิดความตระหนัก และตื่นตัวในฐานะพลเมืองและผู้บริโภคสื่ออย่างเข้มแข็ง มีเครือข่ายผู้บริโภคสามารถขยายผลการดูแลช่วยเหลือและสื่อสารข้อมูลไปยังประชาชนได้อย่างถูกต้อง มีประสิทธิภาพและเข้มแข็ง เครือข่ายผู้บริโภคสามารถใช้ทักษะความเป็นพลเมืองดิจิทัล การดูแลตนเองไม่ให้ถูกเอาเปรียบ รวมทั้งช่วยเหลือให้คำแนะนำแก่บุคคลรอบข้างได้

สำหรับกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์การประเมินผลกระทบพบว่า ประชาชนสามารถใช้ทักษะความเป็นพลเมืองดิจิทัลในการดูแลตนเองไม่ให้ถูกเอาเปรียบและช่วยเหลือให้คำแนะนำบุคคลรอบข้าง รวมทั้งประชาชนสามารถใช้ประโยชน์จากสื่ออย่างสร้างสรรค์ในการดำเนินชีวิตและประกอบอาชีพได้ ประชาชนเกิดความตระหนักและตื่นตัวในฐานะพลเมืองและผู้บริโภคสื่ออย่างเข้มแข็ง มีเครือข่ายผู้บริโภคสามารถขยายผลการดูแลช่วยเหลือและสื่อสารข้อมูลไปยังประชาชนได้อย่างถูกต้อง มีประสิทธิภาพและเข้มแข็ง ทำให้ผู้บริโภคไม่ถูกเอาเปรียบเกิดภาพลักษณ์ที่ดีและสร้างความเชื่อมั่นต่อองค์กร

สำหรับกิจการโทรคมนาคมการประเมินผลกระทบพบว่า เครือข่ายผู้บริโภคสามารถใช้ทักษะในความเป็นพลเมืองดิจิทัลในการดูแลตนเองไม่ให้ถูกเอาเปรียบและช่วยเหลือให้คำแนะนำบุคคลรอบข้างได้ ทำให้เกิดเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคมที่เข้มแข็งและหลากหลายระดับตั้งแต่ระดับภูมิภาคถึงระดับชุมชน เกิดการตื่นตัวและตระหนักในการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม ผู้บริโภคสามารถใช้สิทธิขั้นพื้นฐานในการได้รับการดูแลคุ้มครองจากการถูกเอาเปรียบได้อย่างรู้เท่าทัน ทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีและสร้างความเชื่อมั่นต่อองค์กร

7.2 การวิเคราะห์และประเมินผลการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567 ภายใต้หลักการของหลักธรรมาภิบาล

กสทช. ได้ให้ความสำคัญกับการยกระดับการขับเคลื่อนองค์กรให้มีธรรมาภิบาลและมีสมรรถนะสูงอย่างยั่งยืน เพื่อรักษาระดับผลการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของ กสทช. ให้เป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กรและเป็นที่ประจักษ์ต่อสาธารณชน มีรายละเอียดของการดำเนินงานที่สำคัญดังนี้

1) ประสิทธิภาพ (Efficiency) เป็นการบริหารงานตามแนวทางการกำกับดูแลที่ดี มีกระบวนการปฏิบัติงานโดยมีเครื่องมือบริหารจัดการที่เหมาะสมเพื่อให้องค์กรสามารถใช้ทรัพยากรทั้งด้านต้นทุน แรงงาน และระยะเวลาอย่างประหยัด เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่คุ้มค่าต่อการลงทุนและบังเกิดประโยชน์สูงสุดต่อส่วนรวม สามารถวัดความมีประสิทธิภาพได้จากการดำเนินงานใน 3 ลักษณะ คือ 1) การลดขั้นตอนและระยะเวลาในการปฏิบัติงาน 2) การลดภาระค่าใช้จ่าย 3) การยกเลิกภารกิจที่ล้าสมัยและไม่มีความจำเป็น โดยปัจจัยที่ใช้ในการประเมิน เช่น การบริหารจัดการที่ได้ผลคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเป้าหมายและเวลาที่ใช้ไป การนำนวัตกรรมเทคโนโลยีและข้อมูลข่าวสารมาใช้ในการดำเนินงาน

การพัฒนาด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมดังที่สำนักรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม (รท.) ได้พัฒนา Application **“Mobile NBT 1200”** ที่รองรับการใช้งานในเรื่องร้องเรียนและสามารถสอบถามและหาคำตอบจากคำถาม-คำตอบที่พบบ่อย (FAQ) และพัฒนาระบบตอบกลับการสนทนาแบบตัวอักษรอัตโนมัติ **(Cha Bot)** ภายใต้ชื่อ **“น้องสายลม”** เพื่อให้บริการข้อมูลประชาชนบนเว็บไซต์ของ กสทช. ในการตอบคำถามและเป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์ ทำให้ช่วยประหยัดทรัพยากรบุคคลในเรื่องร้องเรียน การตอบคำถาม ลดขั้นตอนการติดต่อประสานงานที่ไม่จำเป็นทำให้ประหยัดเวลาได้

กสทช. ได้ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินการและให้บริการแก่ประชาชน โดยมีโครงการปรับปรุงระบบสารสนเทศสำหรับการให้บริการประชาชนแบบเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว (One-Stop Service) เพื่อสนับสนุนการปฏิบัติงาน ส่วนงานบริการจัดอบรมและสอบเพื่อรับประกาศนียบัตรทุกประเภทให้สามารถบริการข้อมูลแก่ประชาชนและบุคลากรภายในสำนักงาน กสทช. ได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

2) ประสิทธิผล (Effectiveness) เป็นการปฏิบัติงานที่บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนด ซึ่งในการปฏิบัติงานต้องมีทิศทาง วิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ และเป้าหมายที่ชัดเจน เพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย รวมถึงการปฏิบัติหน้าที่ตามพันธกิจให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร มีการวางเป้าหมายการปฏิบัติงานที่ชัดเจนและอยู่ในระดับที่ตอบสนองต่อความคาดหวังของประชาชน สร้างระบบการปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบและมีมาตรฐาน รวมถึงมีการติดตามผลและพัฒนาปรับปรุงการปฏิบัติงานให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีปัจจัยที่ใช้ในการประเมิน เช่น ผลการปฏิบัติงานที่บรรลุวัตถุประสงค์โครงการ และการติดตามประเมินผลและแนวทางในการพัฒนา เป็นต้น

นอกจากนี้ ได้พัฒนาแหล่งเรียนรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคและส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อในรูปแบบต่าง ๆ **เช่น แพลตฟอร์มอีเลิร์นนิ่ง MeLit Project** คู่มือ หนังสือ วารสาร รู้จักสื่อรู้จักสิทธิ Infographic สื่อวิดิทัศน์ สื่อแอนิเมชั่น เป็นต้น การพัฒนา**ระบบฐานข้อมูล SCAM Alert** ที่รวบรวมตัวอย่างการฉ้อโกง ช่องทางการแจ้งเบาะแส วิธีการแก้ไขเฉพาะหน้า และหน่วยงานที่ช่วยเหลือหรือร้องเรียน นวัตกรรมเหล่านี้ ทำให้ช่วยสร้างภูมิคุ้มกันและเสริมสร้างการรู้เท่าทันของมิจฉาชีพซึ่งเป็นไปตามกลยุทธ์ในการส่งเสริมพัฒนาศักยภาพของประชาชนให้มีความรู้ความเข้าใจดิจิทัลเพื่อการใช้ประโยชน์ของยุทธศาสตร์ที่ 3 กสทช. ตามแผนปฏิบัติการ ประจำปี 2567 เสริมสร้างความเข้มแข็งด้านดิจิทัลเพื่อการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืนรวมถึงการพัฒนา **Mobile ID** ระบบการพิสูจน์และยืนยันตัวตนด้วยรูปแบบบัตรประจำตัวประชาชนอิเล็กทรอนิกส์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่

กสทช. ได้มีพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อป้องกันและคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคเป็นจำนวนมาก แต่ประชาชนส่วนใหญ่ไม่รู้จักและไม่ได้นำมาใช้ประโยชน์เท่าที่ควร จึงทำให้ไม่บังเกิดผลอย่างคุ้มค่าและไม่บรรลุเป้าหมายของการพัฒนา แต่พบผลลัพธ์ด้านประสิทธิผลจากการปฏิบัติงานที่บรรลุเป้าหมายที่กำหนดในการพัฒนากลไกการป้องกันและคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค

3) การตอบสนอง (Responsiveness) สำนักงาน กสทช. ได้ให้ความสำคัญกับการดำเนินกิจการให้ตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงของโลกยุคปัจจุบัน เช่น งานขับเคลื่อนภารกิจการบริหารคลื่นความถี่ให้สอดคล้องกับนโยบายและแผนของชาติที่เกี่ยวข้องให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงในส่วนของการตอบสนองต่อประชาชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่หลากหลาย มีโครงการระบบบริหารแบบสื่อสารหลายช่องทาง การพัฒนาบุคลากรในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ กิจการโทรคมนาคม และประชาชนให้พร้อมเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล รวมทั้งการตอบสนองต่อความต้องการของบุคลากรให้ปฏิบัติงานได้สอดรับกับเทคโนโลยีและสังคมที่กำลังเปลี่ยนแปลง เช่น โครงการพัฒนาบุคลากรให้มีความเป็นเลิศในด้านการกำกับดูแลให้พร้อมเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล แผนงานสร้างองค์ความรู้ของบุคลากรให้มีขีดความสามารถทางวิชาการเพื่อรองรับการเป็นองค์กรชั้นนำในการกำกับดูแลที่มีความเป็นสากล อย่างไรก็ตาม ในประเด็นที่เกี่ยวกับการดำเนินการด้านสนับสนุนการทำวิจัยหรือโครงการเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ในปี 2565-2567 ยังไม่ปรากฏโครงการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค ส่งผลให้ผู้บริโภคขาดโอกาสที่ควรจะได้รับโอกาสในการพัฒนาหรือร่วมกิจกรรม

4) ภาระรับผิดชอบ/สามารถตรวจสอบได้ (Accountability) คือการปฏิบัติงานต้องสามารถตอบคำถามและชี้แจงได้เมื่อมีข้อสงสัย รวมถึงต้องมีการจัดวางระบบรายงานความก้าวหน้าและผลลัพธ์ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ต่อสาธารณะเพื่อประโยชน์ในการตรวจสอบ ตลอดจนมีการจัดเตรียมระบบการแก้ไขหรือบรรเทาปัญหาและผลกระทบใด ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นโดยมีปัจจัยที่ใช้ในการ

นอกจากนั้น กสทช. ยังมุ่งเน้นให้บริการแก่ประชาชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความรับผิดชอบต่อความบกพร่องในการดำเนินการของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. พร้อมที่จะปรับปรุงแก้ไขได้ทันทวงที ตัวอย่างจากการดำเนินการโครงการติดตามประเมินผลงานในเชิงมิติสังคม โดยใช้ซิปโมเดล (CIPPI Model) สำหรับสายงานกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ เป็นโครงการที่ศึกษาถึงบริบท ปัจจัยนำเข้า กระบวนการ และผลผลิต/ผลลัพธ์จากการดำเนินงานของสายงานดังกล่าว เพื่อเป็นข้อมูลในการปรับปรุงแก้ไขการดำเนินงานให้เหมาะสมตรงกับความต้องการของประชาชน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมทั้งการรายงานข้อเสนอแนะในการพัฒนาโครงการในมิติทางสังคมในภาพรวมที่สามารถใช้เสนอต่อระดับนโยบายและประกอบการพิจารณาตัดสินใจในการผลักดันงานมิติเชิงสังคมให้ก้าวหน้ามากขึ้น รวมถึงโครงการจัดทำระบบบริหารจัดการแก้ไขสายสื่อสารเพื่อความปลอดภัยของประชาชน (P-safe) ให้สามารถรับส่งคำร้องของประชาชนไปยังผู้ประกอบกิจการด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์และตอบกลับการแก้ไขผ่านระบบให้ผู้ร้องเรียนรับทราบผลการดำเนินการโดยไม่ล่าช้า

5) เปิดเผยโปร่งใส (Transparency) เป็นการปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต รวมถึงต้องมีการเปิดเผยข้อมูลที่จำเป็นและเชื่อถือได้ ให้ประชาชนได้รับทราบอย่างสม่ำเสมอ ตลอดจนวางระบบให้การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารดังกล่าวเป็นไปได้ง่าย โดยมีปัจจัยที่ใช้ในการประเมิน อาทิ กระบวนการทำงานที่เปิดเผยตรงไปตรงมา สามารถตรวจสอบได้และชี้แจงได้ เมื่อมีข้อสงสัย รวมถึงการที่ประชาชนสามารถเข้าถึง

ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องขององค์กรได้อย่างทั่วถึง จากยุทธศาสตร์ที่ 1 ของแผนปฏิบัติการ ประจำปี 2567 ของ กสทช. เป็นการยกระดับการพัฒนาธรรมาภิบาล และเป็นองค์กรที่มีสมรรถนะสูงในยุคดิจิทัล ได้มีการดำเนินการเพื่อยกระดับการขับเคลื่อนของ กสทช. ให้เป็นองค์กรที่มีธรรมาภิบาล และสมรรถนะสูงอย่างยั่งยืน และก้าวสู่การเป็นองค์กรดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบ ตลอดจนขับเคลื่อนแผนงาน การบริหาร องค์กร แผนงานการบริหารยุทธศาสตร์และกิจการองค์กร โดยมีการดำเนินงานที่สำคัญ คือการดำเนินการสนับสนุนการยกระดับธรรมาภิบาลของสำนักงาน กสทช. อย่างยั่งยืน เพื่อให้เกิดการยอมรับและเป็นที่ประจักษ์ต่อสาธารณะชน โดยที่ กสทช. มีการเปิดเผยข้อมูลที่สำคัญ ได้แก่ รายงานการประชุม กสทช. แผนแม่บท รายได้รายจ่าย อัตราค่าตอบแทน ผลการจัดซื้อจัดจ้าง ข้อมูลการจัดซื้อจัดจ้าง รายงานผลการปฏิบัติงานประจำปี ผลการรับฟังความคิดเห็น ผลการศึกษาวิจัย รายงานการติดตามตรวจสอบและประเมินผลการปฏิบัติงาน กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค โดยเผยแพร่ในเว็บไซต์ของ กสทช.

6) หลักนิติธรรม (Rule of Law) ในการปฏิบัติงานต้องใช้อำนาจของกฎหมาย กฎระเบียบข้อบังคับ ในการปฏิบัติงานอย่างเคร่งครัด ด้วยความเป็นธรรมไม่เลือกปฏิบัติ และคำนึงถึงสิทธิ เสรีภาพของประชาชน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่าง ๆ โดยมีปัจจัยที่ใช้ในการประเมิน เช่น การใช้อำนาจของผู้บริหารในการปฏิบัติงานอย่างเหมาะสม การบริหารงานด้วยความเป็นธรรมและไม่เลือกปฏิบัติ ซึ่งสำนักงาน กสทช. มีการปฏิบัติงานตามกฎระเบียบข้อบังคับ เช่น กระบวนการรับและพิจารณาเรื่องร้องเรียน สำนักรับเรื่องร้องเรียนคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม (รท.) มีการปฏิบัติงานตามประกาศ กสทช. เรื่อง กระบวนการรับและพิจารณาเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการประกอบกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2558

สำนักงาน กสทช. ได้ให้ความสำคัญกับการปฏิบัติงานตามกฎระเบียบข้อบังคับ โดยมีโครงการที่ส่งเสริมการใช้หลักนิติธรรม เช่น โครงการพัฒนาระบบตรวจค้นและจับกุมตามกฎหมาย เพื่อพัฒนาการบริหารจัดการในการตรวจค้นและจับกุมผู้กระทำผิดกฎหมายและพัฒนาระบบฐานข้อมูลการใช้ตรวจค้นและจับกุมตามประกาศ กสทช. เพื่อประกอบการพิจารณาของผู้บริหารสำนักงาน กสทช. โดยมีการเชื่อมโยงกับระบบต่าง ๆ ของสำนักงาน กสทช. ที่เกี่ยวข้องทั้งในระดับสายงานและในระดับสำนักงาน กสทช. ตรวจสอบการทำงานให้เป็นไปตามความเหมาะสม สอดคล้องกับแผนงานและสถานการณ์ปัจจุบัน สำหรับส่วนของกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พบว่า มีโครงการพัฒนาระบบวิเคราะห์และตรวจสอบเนื้อหาของรายการ ซึ่งเป็นการพัฒนาระบบวิเคราะห์และตรวจสอบเนื้อหารายการด้านการโฆษณาผลิตภัณฑ์อาหารและยาและเพื่อให้มีเครื่องมือติดตามและกำกับดูแลผู้รับใบอนุญาต หรือผู้รับอนุญาตที่ให้บริการเผยแพร่ภาพกระจายเสียงให้เป็นไปตามกฎหมาย ประกาศ หลักเกณฑ์ และเงื่อนไขการอนุญาตในด้านการโฆษณาผลิตภัณฑ์อาหารและยา

7) ความเสมอภาค (Equity) การปฏิบัติงานต้องมีการให้การบริการอย่างเท่าเทียมกัน ไม่มีการแบ่งแยกด้านสภาพทางกายหรือสุขภาพ สถานะของบุคคล ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม ความเชื่อทางศาสนา การศึกษาอบรม และอื่น ๆ อีกทั้งยังต้องคำนึงถึงโอกาสความเท่าเทียมกันของการเข้าถึงบริการสาธารณะของกลุ่มบุคคลผู้ด้อยโอกาสในสังคมด้วย โดยมีปัจจัยที่ใช้ในการประเมิน อาทิ การให้บริการแก่ประชาชนทั่วไป และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างทั่วถึงและเท่าเทียมกัน โดยที่สำนักงาน กสทช. ได้กำหนดเป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ เพื่อลดช่องว่างของความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงและการใช้ประโยชน์จากดิจิทัลในแผนปฏิบัติการ กสทช. ประจำปี 2567 และมีโครงการจัดให้มีบริการโทรคมนาคมพื้นฐานโดยทั่วถึงและ

บริการเพื่อสังคม มีการสำรวจและจัดเก็บข้อมูลตามพื้นที่ ที่ยากต่อการเข้าถึงสื่อสัญญาณโทรศัพท์ภาคพื้นดิน สำหรับการส่งเสริมบริการอย่างทั่วถึงและโครงการสร้างการรับรู้ และความเข้าใจของสาธารณะ ภารกิจด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ จากการสำรวจพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่ทราบข้อมูลและไม่ทราบถึงการดำเนินการของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ในการคุ้มครองผู้บริโภค นอกจากนี้ การสนับสนุนและช่วยเหลือก็ยังไม่พียงพอต่อความต้องการของกลุ่มเปราะบาง

ข้อคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการประชุมเพื่อรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ (Public Hearing) ที่มีต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการพัฒนาศักยภาพและความเข้มแข็งของผู้บริโภคและเครือข่ายผู้บริโภค พบประเด็นปัญหาสำคัญสำหรับกลุ่มเปราะบางและกลุ่มผู้ที่ต้องการดูแลพิเศษ พบว่า ยังไม่มีการใช้ล่ามภาษามือช่วยในการรับรู้หรือไม่มีคำบรรยายใต้ภาพหรือข้อความข่าวสารที่ตอบสนองความต้องการที่แตกต่างกันของแต่ละกลุ่ม เช่น กลุ่มผู้บกพร่องทางการได้ยิน ต้องการล่ามภาษามือและตัวอักษร กลุ่มผู้บกพร่องทางสายตา ต้องการเสียงบรรยาย ซึ่งการที่ไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารที่มากเพียงพอจึงได้รับผลกระทบจากการถูกมิจฉาชีพหลอกลวง กสทช. ได้ให้การสนับสนุนและช่วยเหลือที่ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการของกลุ่มเปราะบาง รวมถึงกลุ่มผู้สูงอายุ ชมรมออทิสติก กลุ่มผู้มีความบกพร่องทางการเคลื่อนไหว กลุ่มผู้บกพร่องทางการได้ยิน กลุ่มผู้บกพร่องทางด้านสติปัญญา กลุ่มผู้บกพร่องทางสายตา ทั้งการสนับสนุนด้านงบประมาณและองค์ความรู้ และไม่ครอบคลุมกับความต้องการที่แตกต่างกันแต่ละกลุ่ม นอกจากนี้จากการสนับสนุนด้านงบประมาณและองค์ความรู้กระจุกตัวอยู่ส่วนกลางมากกว่ากระจายไปในระดับท้องถิ่น

8) การกระจายอำนาจ (Decentralization) ในการปฏิบัติงานมีการมอบอำนาจและกระจายความรับผิดชอบในการตัดสินใจและการดำเนินการให้แก่ผู้ปฏิบัติงานในระดับต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสมและมีอิสระตามสมควร อันมุ่งเน้นการสร้างความพึงพอใจในการให้บริการต่อประชาชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การปรับปรุงกระบวนการและเพิ่มผลิตภาพเพื่อผลการดำเนินงานที่ดีขององค์กร โดยมีปัจจัยที่ใช้ในการประเมิน อาทิ การกำหนดภาระหน้าที่ และขอบเขตการดำเนินงานของหน่วยงานต่าง ๆ รวมถึงการถ่ายโอนอำนาจในการตัดสินใจ และการดำเนินภารกิจที่สำคัญโดยมีอิสระตามสมควร ซึ่งสำนักงาน กสทช. มีการกระจายอำนาจไปสู่ส่วนภูมิภาค คือ สำนักงาน กสทช. ภาค 1-4 มีขอบเขตหน้าที่เกี่ยวกับการอำนวยการและรับผิดชอบการปฏิบัติงานของสำนักงาน กสทช. เขต ที่อยู่ในความรับผิดชอบ ตรวจสอบการใช้คลื่นความถี่ในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ กิจการการโทรคมนาคม ออกใบอนุญาต กำกับดูแลการประกอบกิจการ บังคับใช้กฎหมายตรวจสอบ และหรือตรวจค้นจับกุมผู้กระทำผิดกฎหมาย รวมทั้งส่งเสริมสิทธิและรับเรื่องร้องเรียนของประชาชน ผู้บริโภคและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการเกี่ยวกับการบริการทั่วถึงและบริการเพื่อสังคม ตามที่ได้รับมอบหมาย โดยประสานงานกับส่วนงานภายในที่เกี่ยวข้องเพื่อดำเนินการดังกล่าวให้เป็นมาตรฐานเดียวกันตลอดจนปฏิบัติงานอื่น ๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย

9) การมีส่วนร่วม (Participation) ในการปฏิบัติงานต้องรับฟังความคิดเห็นของประชาชน รวมถึงเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการรับรู้ เรียนรู้ ทำความเข้าใจ ร่วมแสดงทักษะ ร่วมเสนอปัญหาหรือประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องร่วมคิดแก้ไขปัญหา ร่วมในกระบวนการติดสินใจและการดำเนินงานและร่วมตรวจสอบผลการปฏิบัติงาน ทั้งนี้ ต้องมีความพยายามในการแสวงหาฉันทามติหรือข้อตกลงร่วมกันระหว่าง

กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะกลุ่มที่ได้รับผลกระทบโดยตรง จะต้องไม่มีข้อคัดค้านที่หาข้อยุติไม่ได้ในประเด็นที่สำคัญ

สำนักงาน กสทช. ได้กำหนดเป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ คือ การสร้างเครือข่ายความร่วมมือและการใช้ประโยชน์จากเครือข่ายในการสนับสนุนการกำกับดูแล เพื่อปกป้องคุ้มครองผลประโยชน์ของประชาชน ในแผนปฏิบัติการ กสทช. ประจำปี 2567 ได้เปิดระบบให้ภาคส่วนอื่นเข้ามามีส่วนร่วม มีโครงการส่งเสริมความเข้มแข็งของเครือข่ายผู้บริโภค มีการเปิดรับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียก่อนที่จะมีการพิจารณาตัดสิน เช่น การรับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้เสียในกรณีการควบรวมธุรกิจระหว่าง TRUE และ DTAC นอกจากนี้ยังมีการดำเนินการสร้างการรับรู้และความเข้าใจของสาธารณะในภาระกิจด้านการบริหารคลื่นความถี่และกำกับดูแลกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ กิจการโทรคมนาคม และกิจการดาวเทียม และภารกิจอื่น ๆ แก่หน่วยงานภายในและภายนอกของ กสทช. ผ่านการสื่อสารประชาสัมพันธ์การปฏิบัติงานของ กสทช. เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

10) คุณธรรม/จริยธรรม (Morality/Ethics) ในการปฏิบัติงานต้องมีจิตสำนึก ความรับผิดชอบในการปฏิบัติหน้าที่ให้เป็นไปอย่างมีศีลธรรม คุณธรรม และตรงตามความคาดหวังของสังคม รวมทั้งยึดมั่นในค่านิยมหลักของมาตรฐานจริยธรรม ซึ่งสำนักงาน กสทช. ได้กำหนดยุทธศาสตร์พัฒนาองค์กรให้เป็นองค์กรที่มีธรรมาภิบาล และสมรรถนะสูงอย่างยั่งยืน มีการกำหนดมาตรการเสริมสร้างมาตรฐานทางจริยธรรม ประมวลจริยธรรม การขับเคลื่อนจริยธรรม การประเมินจริยธรรม โดยมีกลยุทธ์คือ การสร้างเสริมระบบการบริหารจัดการคนเก่งและคนดี เสริมสร้างวัฒนธรรม ธรรมาภิบาลองค์กร ที่นำไปสู่การเป็นองค์กรที่มีภาพลักษณ์ที่ดีขึ้น ในแผนปฏิบัติการสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ประจำปี 2567 และแผนยุทธศาสตร์สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมห่งชาติ ฉบับที่ 2 ได้จัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการยกระดับองค์กรสู่ความเป็นเลิศทางด้านธรรมาภิบาล คือ กิจกรรม The Best of NBTC เพื่อสนับสนุนให้บุคลากรปฏิบัติหน้าที่โดยยึดคุณธรรมและจริยธรรมเป็นหลัก การจัดทำร่างประกาศ กสทช. เรื่อง ประมวลจริยธรรมของสำนักงาน กสทช. เพื่อให้ธรรมาภิบาลเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กร และบุคลากรได้รับการยอมรับในด้านคุณธรรม จริยธรรม รวมถึงการส่งเสริมการพัฒนางานให้เป็นที่ประจักษ์ในวงกว้าง

7.3 การวิเคราะห์และประเมินผลการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567 ภายใต้หลักการกำกับดูแลองค์กรที่ดี

การบริหารงานของ กสทช. มีการนำหลักนโยบายการกำกับดูแลองค์กรที่ดีมาปฏิบัติ โดยสำนักงาน กสทช. ได้กำหนดนโยบายการกำกับดูแลองค์กรที่ดีประกอบด้วยนโยบายหลักและแนวทางปฏิบัติภายใต้กรอบนโยบาย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านรัฐ สังคม และสิ่งแวดล้อม ด้านผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ด้านองค์กร และด้านผู้ปฏิบัติงาน ดังนี้

นโยบายและแผนการดำเนินงานที่สำคัญปี 2567 ซึ่ง กสทช. และสำนักงาน กสทช. ได้กำหนดนโยบายและแผนการดำเนินงานที่สำคัญเพื่อขับเคลื่อนภารกิจการกำกับดูแลกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม และกิจการดาวเทียมดังนี้

(1) การจัดให้มี Broadband Mapping ในระบบ GIS เพื่อเป็นฐานข้อมูลสำหรับโครงสร้างพื้นฐานทางโทรคมนาคมของประเทศ เพื่อความมั่นคงและการพัฒนาประเทศอย่างมีประสิทธิภาพ

(2) การจัดให้มีระบบแจ้งเตือนภัยผ่านโทรศัพท์มือถือ Call Broadcasting System/Mobile Alert System ตามนโยบายเร่งด่วนของรัฐในส่วนของผู้ประกอบการโทรคมนาคมไร้สายเพื่อรองรับการสั่งการจากหน่วยงานที่รับผิดชอบของรัฐ

(3) ผลักดันให้สำนักงาน กสทช. เป็นสำนักงานดิจิทัลเต็มรูปแบบโดยลดการใช้เอกสารตั้งแต่ระดับส่วนงานลงไปรวมถึงการประชุมคณะกรรมการกองทุน กทปส. รวมทั้งบูรณาการข้อมูลของสำนักงาน กสทช. เชื่อมต่อกับฐานข้อมูลเพื่อระบบ MIS และ broadband mapping ซึ่งนำไปสู่ระบบ Single Window Information ของสำนักงาน กสทช. และปรับปรุงเว็บไซต์ของสำนักงาน กสทช. และช่องทางให้บูรณาการข้อมูลและง่ายต่อการเข้าถึงบริการของประชาชน

(4) ผลักดันนโยบายเพื่อมุ่งสู่เป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน อาทิ การคำนวณคาร์บอนฟุตปริ้นต์ รถขยะพลาสติก และการใช้พลังงานของสำนักงาน กสทช.

(5) ส่งเสริมความโปร่งใสในกระบวนการทำงานของสำนักงาน รวมถึงการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์มและการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ได้แก่ การประยุกต์ใช้ระบบทราฟฟี่ ฟองดูว์ (Traffy Fondue) ในการให้บริการของสำนักงาน กสทช. และเหตุด่วนเหตุร้ายทางไซเบอร์

(6) การดำเนินการเพื่อป้องกันภัยไซเบอร์และสร้างต้นแบบความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมทางเทคโนโลยีทุกรูปแบบพร้อมตอบโต้ปรับเปลี่ยนให้เท่าทันและส่งเสริมการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้สร้างความเชื่อมั่นและคุ้มครองความปลอดภัยการใช้บริการโทรคมนาคมของประเทศ รวมทั้งสนับสนุนให้มีเครื่องมือในการตรวจจับเฝ้าระวังและป้องกันภัยทางไซเบอร์ในส่วนโครงสร้างพื้นฐานโทรคมนาคมร่วมกับผู้ประกอบการเพื่อป้องกันการถูกโจรกรรมข้อมูลและการใช้ระบบโทรคมนาคมเพื่อก่ออาชญากรรมทางเทคโนโลยี

(7) การเปลี่ยนผ่านสถานีวิทยุทดลองออกอากาศในระบบ เอฟเอ็ม ไปสู่ระบบใบอนุญาตอย่างสมบูรณ์ตามกฎหมาย

(8) การจัดให้มีการอนุญาตวิทยุกระจายเสียงในระบบดิจิทัลอย่างเป็นรูปธรรมเพื่อยกระดับการออกอากาศให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป

(9) การส่งเสริมการผลิตรายการในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ รวมทั้งการออกอากาศเนื้อหารายการเพื่อสร้างสรรค์และเป็นประโยชน์ต่อสาธารณะตลอดจนกำกับดูแลเนื้อหาออกอากาศให้ครอบคลุมทั้งเชิงพื้นที่และเวลา

(10) การเตรียมการเพื่อวางฉากทัศน์ ในอนาคตของอุตสาหกรรมโทรทัศน์เพื่อเตรียมนโยบายที่เกี่ยวข้องหลังรับอนุญาต Digital Terrestrial Television (DTT) หมดอายุในปี พ.ศ. 2572

(11) การดำเนินมาตรการตามแผน USO ในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม

(12) การเตรียมการเพื่อให้ผู้ให้บริการในลักษณะ Service Provider บริการ Streaming Service (ด้าน Video on Demand Service) เข้าสู่ระบบกำกับดูแลของ กสทช.

(13) การขับเคลื่อนสายงานวิชาการเพื่อให้สำนักงาน กสทช. เป็นองค์กรกำกับดูแลที่อยู่บนพื้นฐานของหลักฐานเชิงประจักษ์ (Evidence-based Regulator) ที่มีขีดความสามารถทางวิชาการในระดับสูงและมีการประเมินผลกระทบของนโยบายและมาตรการที่เกิดขึ้นต่าง ๆ รวมทั้งยกระดับสำนักงาน กสทช. ไปสู่

มาตรฐานสากล เพื่อรองรับการเป็นองค์กรชั้นนำในการกำกับดูแลการแข่งขันซึ่งเป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติและมีส่วนร่วมในเวทีระหว่างประเทศ

(14) การพัฒนากฎหมายและหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ของทิศทางและบริบทยุคดิจิทัล

(15) การสนับสนุนงานวิจัยและพัฒนาในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี 5G อย่างต่อเนื่อง รวมถึง 5G Use Case และ 5G Private Network ด้วยกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมเพื่อประโยชน์สาธารณะ

(16) การบริหารคลื่นความถี่ 3500 เมกะเฮิรตซ์ อย่างมีประสิทธิภาพและการจัดทำแผนการจัดสรรคลื่นความถี่ IMT ที่รองรับการบริหารจัดการทรัพยากรโทรคมนาคม

(17) การส่งเสริมการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมและกำกับดูแลภายใต้มาตรฐานหลังการรวมธุรกิจโดยปรับปรุงหลักเกณฑ์และกำหนดมาตรการ เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเข้าสู่ตลาดและการแข่งขันผู้ประกอบการในกิจการโทรคมนาคมรวมทั้งกำกับดูแลการให้บริการโครงข่ายสายปลายทาง (Last Mile) และอัตราค่าบริการอินเทอร์เน็ตเคลื่อนที่ตลอดจนส่งเสริมการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบโครงข่ายเสมือน (MVNO)

(18) การเร่งรัดการจัดระเบียบสายสื่อสารและนำสายสื่อสารลงดิน

(19) การกำกับการใช้วิทยุสื่อสารเพื่อการติดตามเรือและอุปกรณ์ช่วยการเดินเรือ

(20) การจัดการอนุญาตให้ใช้สิทธิในการเข้าใช้วงโคจรดาวเทียม ณ ตำแหน่งวงโคจร 50.551 และ 142 องศาตะวันออกในลักษณะจัดชุด (Package)

(21) การยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมให้เท่าทันปัญหาในสังคมยุคดิจิทัล และพัฒนากลไกการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียนให้ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ

(22) การรักษามาตรฐานการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของสำนักงาน กสทช. ที่คะแนนเฉลี่ยไม่น้อยกว่าร้อยละ 95 และพัฒนาให้ยั่งยืนต่อไป

นโยบายและแผนการดำเนินงานที่สำคัญประจำปี 2567 ที่ได้กล่าวมาแล้วรวม 22 นโยบาย สำนักงาน กสทช. ได้กำหนดแนวทางปฏิบัติภายใต้กรอบนโยบาย 4 ด้าน ดังต่อไปนี้

1) นโยบายด้านรัฐ สังคม และสิ่งแวดล้อม

มุ่งเน้นส่งเสริมความเป็นธรรมและลดความขัดแย้งระหว่างผู้ประกอบการกับผู้บริโภค รวมทั้งนโยบายหลักที่เกี่ยวข้องกับสังคมและสิ่งแวดล้อม ให้ความสำคัญกับการรักษาส่งเสริมสิ่งแวดล้อมที่อาจเป็นผลกระทบอันเกิดจากการดำเนินงานสนับสนุนชุมชนและคุณภาพ มุ่งเน้นการสร้างความตระหนักรู้ด้านเทคโนโลยีให้กับสังคม ชุมชน รวมทั้งมุ่งเน้นให้ความสำคัญกับการวางตัวเป็นกลางและการบริหารงานเพื่อประโยชน์ของประเทศชาติ สังคม และสาธารณะเป็นหลัก มุ่งมั่นให้เกิดดุลยภาพของการอนุญาตและกำกับดูแลระหว่างรัฐ ประชาชน และประกอบกิจการ สร้างกลไก การกำกับดูแลให้เป็นไปตามเจตนารมณ์ของกฎหมายอย่างเคร่งครัดเป็นรูปธรรม พัฒนาระบบการอนุญาตและการกำกับดูแลสำนักงาน กสทช. ให้เป็นมาตรฐานสากล

2) นโยบายด้านผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

สำหรับนโยบายด้านผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมุ่งเน้นสิ่งส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อรักษาดุลยภาพของผลประโยชน์ที่เกี่ยวข้อง จัดทำกลไกและระบบส่งเสริมการมีส่วนร่วมเพื่อนำไปประกอบการตัดสินใจและกำหนดนโยบายเพื่อลดผลกระทบและรักษาผลประโยชน์ของทุกภาคส่วนอย่างเป็นธรรม จัดทำแนวทางปฏิบัติเพื่อคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคเปิดเผยข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์อย่างถูกต้อง ครบถ้วน รวดเร็ว และสะดวกต่อการเข้าถึง มุ่งบริการผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างมีประสิทธิภาพตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการโดยคำนึงถึง ความถูกต้อง เป็นธรรม เสมอภาค โปร่งใส และตรวจสอบได้ พัฒนาขั้นตอนกระบวนการขอรับใบอนุญาตให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน ลดขั้นตอนการให้บริการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพตอบสนองและอำนวยความสะดวกแก่ผู้รับบริการอย่างสูงสุด ผลิตและส่งมอบบริการที่มีคุณภาพ ด้วยความสุภาพ และด้วยจิตบริการอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน

สำหรับนโยบายด้านผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสอดคล้องกับนโยบายและแผนการดำเนินงานที่สำคัญประจำปี 2567 ของสำนักงาน กสทช. คือนโยบายที่ 2 การจัดให้มีระบบแจ้งเตือนภัยผ่านโทรศัพท์มือถือตามนโยบายเร่งด่วนของรัฐในส่วนของผู้ประกอบการโทรคมนาคมไร้สาย เพื่อรองรับการสั่งการจากหน่วยงานที่รับผิดชอบของรัฐ นโยบายที่ 5 คือ ส่งเสริมความโปร่งใสในกระบวนการทำงานของสำนักงาน รวมถึงส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์ม และการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ได้แก่ การประยุกต์ใช้ระบบ Traffy Fondue การให้บริการของสำนักงาน กสทช. และเหตุด่วนเหตุร้ายทางไซเบอร์ นโยบายที่ 6 ดำเนินการเพื่อป้องกันภัยไซเบอร์และสร้างต้นแบบความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมทางเทคโนโลยีในทุกรูปแบบพร้อมตอบโต้ปรับเปลี่ยนให้เท่าทันและส่งเสริมการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้สร้างความเชื่อมั่นและคุ้มครองความปลอดภัยการใช้บริการโทรคมนาคมของประเทศรวมทั้งสนับสนุนให้มีเครื่องมือในการตรวจจับ เฝ้าระวัง และป้องกันภัยทางไซเบอร์ ในส่วนโครงสร้างพื้นฐานโทรคมนาคมร่วมกับผู้ประกอบการเพื่อป้องกันการถูกโจรกรรมข้อมูลและการใช้วิทยุกระจายเสียงในระบบดิจิทัลอย่างเป็นรูปธรรม นโยบายที่ 9 การส่งเสริมผลิตรายการในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์รวมทั้งออกอากาศเนื้อหารายการเพื่อสร้างสรรค์สังคมและเป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ ตลอดจนกำกับดูแลเนื้อหาออกอากาศให้ครอบคลุมทั้งเชิงพื้นที่และเวลา นโยบายที่ 18 การเร่งรัดการจัดระเบียบสายสื่อสารและนำสายสื่อสารลงใต้ดิน และนโยบายที่ 21 คือการยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมให้เท่าทันปัญหาในสังคมยุคดิจิทัลและพัฒนากลไกการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียนให้ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ

แผนปฏิบัติการสำนักงาน กสทช. ปี 2567 ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาศักยภาพในการกำกับดูแลและส่งเสริมกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมให้เหมาะสมกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป มีเป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ เพื่อพัฒนาศักยภาพในการกำกับดูแลส่งเสริมกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมของประเทศ ในการพัฒนาและปรับปรุงกฎหมายให้สามารถกำกับดูแลการประกอบกิจการที่เท่าทันระบบนิเวศที่เปลี่ยนแปลงไป สามารถรองรับการเปลี่ยนผ่านไปสู่ยุคเศรษฐกิจดิจิทัล เกิดการแข่งขันโดยเสรีอย่างเป็นธรรม ขยายโครงข่ายและโครงสร้างพื้นฐานด้านการสื่อสารโทรคมนาคมที่ครอบคลุม ประชาชนมีสิทธิเสรีภาพและสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารอย่างทั่วถึง เท่าเทียม และรู้เท่าทัน กำกับดูแลและส่งเสริมพัฒนาเนื้อหาและคุณภาพของสื่อที่เผยแพร่ผ่านช่องทางการติดต่อสื่อสารที่หลากหลาย

ส่งเสริมมาตรฐานจริยธรรมของผู้ประกอบวิชาชีพในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ และลักษณะ รวมถึงการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม มีแผนงานและโครงการคือ แผนงานบริหารกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ แผนงานบริหารกิจการโทรคมนาคม แผนงานสนับสนุนภารกิจการกำกับดูแลกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ กิจการโทรคมนาคม และกิจการดาวเทียมสื่อสาร งานสนับสนุนการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมสนับสนุนการดำเนินงานของ กสทช. และสำนักงาน กสทช. เพื่อดำเนินการเกี่ยวเนื่องทางด้านวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ โทรคมนาคมที่จัดขึ้น เพื่อประโยชน์สาธารณะหรือสาธารณะกุศล โครงการพัฒนาระบบวิเคราะห์และตรวจสอบเนื้อหารายการ โครงการร่วมมือผลิตข่าวในพระราชสำนักและการถ่ายทอดสดงานพระราชพิธีและรัฐพิธี สำหรับการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ โครงการการสำรวจและจัดเก็บข้อมูลสายสื่อสารในพื้นที่กรุงเทพมหานคร โครงการจัดทำระบบบริหารจัดการแก้ไขสายสื่อสารเพื่อความปลอดภัยของประชาชน (P-Safe) โครงการจ้างที่ปรึกษาเพื่อจัดทำแผนพัฒนาปรับปรุงการกำกับดูแลบริการลูกค้าในกิจการโทรคมนาคม โครงการจ้างที่ปรึกษาเพื่อสนับสนุนการจัดให้มีบริการโทรคมนาคมพื้นฐานโดยทั่วถึงและบริการเพื่อสังคม โครงการปรับปรุงฐานข้อมูลแผนที่ดิจิทัลมาตรฐานและความหนาแน่น (การกระจุก หรือการกระจายตัว) ของประชาชน โครงการจ้างพัฒนาและบริหารระบบการประมูลเลขหมายสวยในรูปแบบออนไลน์ของสำนักงาน กสทช.

สำหรับการดำเนินการการบริหารงานได้ดำเนินการสนับสนุนงานด้านวิชาการ การศึกษาและวิเคราะห์เศรษฐกิจ เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ผลกระทบของนโยบายต่อระบบเศรษฐกิจ เผยแพร่แก่ประชาชนและภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการนำไปใช้ประโยชน์ต่อไป ซึ่งได้ดำเนินการศึกษาจัดทำแบบจำลองดุลยภาพทั่วไปสำหรับการประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจในวงกว้างและสำรวจพฤติกรรมในการเข้าถึงสื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์และโทรคมนาคม พร้อมทั้งพัฒนาเว็บไซต์ศูนย์พัฒนาทางวิชาการ กสทช. (NBTC Research Hub) สำหรับเป็นศูนย์กลางในการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ระหว่างนักวิจัย รวมทั้งเผยแพร่ข้อมูลด้านวิชาการเพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงข้อมูลที่จำเป็นต่อการศึกษาเชิงวิชาการจากแหล่งข้อมูลภายในและภายนอกสำนักงาน กสทช. และกสทช. ได้พัฒนาระบบฐานข้อมูลสำหรับสายงานวิชาการ (Strategic Database System : SDS) เพื่อพัฒนาระบบฐานข้อมูลสำหรับสายงานวิชาการให้เป็นเครื่องมือในการบริหารจัดการข้อมูลด้านวิชาการที่จำเป็น สามารถเข้าถึงข้อมูลวิชาการได้อย่างถูกต้องรวดเร็ว

3) นโยบายด้านองค์กร

พัฒนาระบบบริหารงานองค์กรให้มีคุณภาพมุ่งสู่มาตรฐานสากล (ISO) ผู้ปฏิบัติงานทุกระดับปฏิบัติตนตามกฎระเบียบทั้งขององค์กรและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง จัดหาทรัพยากรและอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่มีคุณภาพสำหรับใช้ในการปฏิบัติงานอย่างครอบคลุม รวมทั้งนโยบายหลักที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันการทุจริตให้ความสำคัญต่อการป้องกันการทุจริตและการเกิดผลประโยชน์ทับซ้อน ปฏิบัติตนด้วยความซื่อสัตย์ยึดมั่นในความถูกต้องตามหลักคุณธรรมจริยธรรม เป็นแบบอย่างที่ดีแก่ผู้ใต้บังคับบัญชา การนำเครื่องมือการวัดและประเมินคุณธรรม ความโปร่งใสมาประยุกต์ใช้ในองค์กรอย่างเป็นรูปธรรม ผู้ปฏิบัติงานของสำนักงาน กสทช. ทุกระดับต้องยึดมั่นและปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านทุจริตและรักษาจรรยาบรรณทั้งตามที่กฎหมายและองค์กรกำหนด ไม่แสวงหาผลประโยชน์อันมิชอบจากหน้าที่ ความรับผิดชอบทั้งทางตรงและทางอ้อม มุ่งเน้นกระบวนการทำงานภายในองค์กรที่มีความโปร่งใสตรวจสอบได้และเป็นไปตามกฎระเบียบขององค์กรและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง โดยกำหนดแนวทางติดตามประเมินผลการเบิกจ่ายงบประมาณให้เกิดประสิทธิภาพ

นำระบบประเมินความคุ้มค่าและประเมินผลการปฏิบัติงานมาใช้เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและผลสัมฤทธิ์ในการดำเนินงาน จัดให้มีระบบควบคุมภายในมาใช้อย่างเป็นรูปธรรม เพียงพอ และเหมาะสมในทุกขั้นตอนของการปฏิบัติงาน จัดทำระบบบริหารความเสี่ยงเพื่อมั่นใจว่าการบริหารจัดการองค์กรบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้

สำหรับนโยบายด้านองค์กรสอดคล้องกับนโยบายและแผนการดำเนินงานที่สำคัญประจำปี 2567 ของสำนักงาน กสทช. คือ นโยบายที่ 3 ผลักดันสำนักงาน กสทช. ให้เป็นสำนักงานดิจิทัลเต็มรูปแบบโดยลดการใช้เอกสารตั้งแต่ระดับส่วนงานลงไป รวมถึงการประชุมคณะกรรมการกองทุน กทปส. รวมทั้งบูรณาการข้อมูลของสำนักงาน กสทช. เชื่อมต่อข้อมูลเพื่อระบบ SMS และ broadband mapping ซึ่งนำไปสู่ single Window Information ของสำนักงาน กสทช. และช่องทางให้บูรณาการข้อมูลและง่ายต่อการเข้าถึงบริการของประชาชน นโยบายที่ 10 การเตรียมการเพื่อวางฉากทัศน์ในอนาคตของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ เพื่อเตรียมนโยบายที่เกี่ยวข้องหลังใบอนุญาต Digital Terrestrial Television (DTT) หมดอายุในปี 2572 นโยบายที่ 11 คือ การดำเนินมาตรการตามแผน USO ในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม นโยบายที่ 13 การขับเคลื่อนสายงานวิชาการ เพื่อให้สำนักงาน กสทช. เป็นองค์กรกำกับดูแลที่อยู่บนพื้นฐานของหลักฐานเชิงประจักษ์ (Evidence-based Regulator) ที่มีขีดความสามารถทางวิชาการในระดับสูง และมีการประเมินผลกระทบของนโยบายและมาตรการที่เกิดขึ้นต่าง ๆ รวมทั้งยกระดับสำนักงาน กสทช. ไปสู่มาตรฐานสากล เพื่อรองรับการเป็นองค์กรชั้นนำในการกำกับดูแลการแข่งขันซึ่งเป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติและมีส่วนร่วมในเวทีระหว่างประเทศ รวมทั้งนโยบายที่ 22 คือ การรักษามาตรฐานการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของสำนักงาน กสทช. ที่คะแนนเฉลี่ยไม่น้อยกว่าร้อยละ 95 และพัฒนาให้ยั่งยืนต่อไป

นโยบายด้านองค์กรของสำนักงาน กสทช. สอดคล้องกับแผนปฏิบัติการ ประจำปี 2567 ของสำนักงาน กสทช. ในยุทธศาสตร์ที่ 1 คือการยกระดับการพัฒนาธรรมาภิบาลและเป็นองค์กรที่มีสมรรถนะสูงในยุคดิจิทัล มีเป้าประสงค์ในเชิงยุทธศาสตร์คือการยกระดับธรรมาภิบาลของสำนักงาน กสทช. อย่างยั่งยืนและสำนักงาน กสทช. เป็นองค์กรที่มีสมรรถนะสูงและก้าวไปสู่องค์กรดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบสามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนและภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งสามารถปรับตัวและรับมือกับการเปลี่ยนแปลงได้อย่างมีประสิทธิภาพมีแผนงานโครงการที่สำคัญคือสร้างการรับรู้และความเข้าใจของสาธารณะในการบริหารคลื่นความถี่และกำกับดูแลกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ กิจการโทรคมนาคม กิจการดาวเทียม งานสนับสนุนการยกระดับธรรมาภิบาลของสำนักงาน กสทช. อย่างยั่งยืน งานสนับสนุนภารกิจคณะกรรมการบริหารกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรคมนาคมเพื่อประโยชน์สาธารณะ โครงการสายใยสายลม (เกษียณก่อนกำหนด) ประจำปี พ.ศ. 2567

4) นโยบายด้านผู้ปฏิบัติงาน

เป็นนโยบายหลักที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานบุคคล มุ่งเสริมสร้างความเชื่อมั่นในกระบวนการบริหารงานบุคคลโดยปรับปรุงระบบบริหารทรัพยากรบุคคลให้มีความเป็นธรรม โปร่งใสและตรวจสอบได้ สื่อสารให้ผู้ปฏิบัติงานรับรู้และเข้าใจ เกี่ยวกับกฎระเบียบสิทธิประโยชน์ด้านทรัพยากรบุคคลและองค์กรอย่างชัดเจนและถูกต้อง ให้ความสำคัญกับความก้าวหน้าในวิชาชีพของผู้ปฏิบัติงานอย่างเสมอภาคและเป็นธรรม โดยจัดทำเส้นทางความก้าวหน้าในสายอาชีพ (Career Path) และประกาศให้ทราบโดยทั่วกัน วางระบบการพัฒนาผู้ปฏิบัติงานตามแนวทางสมรรถนะและความก้าวหน้าในสายอาชีพ ให้ความสำคัญกับ

การยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้ปฏิบัติงาน ดูแลและจัดการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ดีของผู้ปฏิบัติงานให้ผลตอบแทนและสวัสดิการที่เป็นธรรมแก่ผู้ปฏิบัติงาน รวมทั้งส่งเสริมให้ผู้ปฏิบัติงานมีความสุข

สำหรับนโยบายด้านผู้ปฏิบัติงานสอดคล้องกับนโยบายและแผนการดำเนินงานที่สำคัญประจำปี 2567 ของสำนักงาน กสทช. คือ นโยบายที่ 22 การรักษามาตรฐานคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของสำนักงาน กสทช. ที่คะแนนเฉลี่ยรวมไม่น้อยกว่าร้อยละ 95 และพัฒนาให้ยั่งยืนต่อไป รวมทั้งยุทธศาสตร์ที่ 2 ในแผนปฏิบัติการ ประจำปี 2567 ของ กสทช. ที่ระบุไว้ว่า พัฒนาบุคลากรให้มีความเป็นเลิศในด้านการกำกับดูแลให้พร้อมเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล ซึ่งมีเป้าประสงค์ในเชิงยุทธศาสตร์ให้บุคลากรของสำนักงาน กสทช. ทุกระดับมีสมรรถนะสูง เพื่อรองรับนโยบายของ กสทช. ภารกิจตามอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบและแผนยุทธศาสตร์สำนักงาน กสทช. ได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งส่งเสริมสนับสนุนการพัฒนาบุคลากรในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม รวมทั้งประชาชนให้มีองค์ความรู้ในหน้าที่ที่เกี่ยวข้องให้พร้อมเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล มีแผนงานและโครงการที่สำคัญ ได้แก่ แผนงานสนับสนุนภารกิจด้านวิชาการและพัฒนาบุคลากรเพื่อรองรับการเป็นองค์กรชั้นนำในการกำกับดูแลที่มีมาตรฐานสากล แผนงานพัฒนาบุคลากรให้มีความเป็นเลิศในด้านการกำกับดูแลให้พร้อมเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล แผนงานพัฒนาบุคลากรในกิจการโทรคมนาคมและประชาชนให้พร้อมเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล เป็นการพัฒนาบุคลากรในกิจการโทรคมนาคมและประชาชนให้มีความรู้ความเชี่ยวชาญและศักยภาพเพื่อเตรียมพร้อมเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล งานพัฒนาบุคลากรในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และประชาชนให้พร้อมเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัลเป็นการส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ รวมทั้งประชาชนให้มีองค์ความรู้ในด้านที่เกี่ยวข้องให้พร้อมเข้าสู่ยุคสังคมเศรษฐกิจดิจิทัล โครงการศึกษาต่อในระดับปริญญาโทในต่างประเทศสำหรับพนักงานประจำปี 2567 เพื่อพัฒนาบุคลากรสำนักงาน กสทช. ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โครงการเพิ่มประสิทธิภาพระบบห้องสมุดอิเล็กทรอนิกส์และศูนย์ข้อมูลข่าวสารสำนักงาน กสทช. ระยะที่ 1 เพื่อเป็นศูนย์กลางทางวิชาการในการเชื่อมโยงฐานข้อมูลกับหน่วยงานภายนอกในการแลกเปลี่ยนข้อมูลทรัพยากรสารสนเทศสำหรับผู้ใช้บริการทุกกลุ่มเป้าหมายรวมถึงกลุ่มผู้พิการสามารถเข้าถึงข้อมูลห้องสมุดอิเล็กทรอนิกส์และศูนย์ข้อมูลข่าวสารได้ตรงตามความต้องการมากยิ่งขึ้น โครงการอบรมหลักสูตร Economic Regulation โดยสถาบัน Public Utility Research (PURC) แห่งมหาวิทยาลัยฟลอริด้า (University of Florida) ประเทศสหรัฐอเมริกา

จากผลการวิเคราะห์และผลการประเมินภายใต้หลักในการกำกับดูแลองค์กรที่ดีของ กสทช. เลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567 นำมาสรุปการดำเนินการและการบริหารงาน กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคดังนี้

การดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567

1) การดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

(1) ด้านกลไกและกระบวนการร้องเรียน มีอำนาจหน้าที่ตามมาตรา 27(6) (13) มาตรา 31 และมาตรา 57(4) พ.ร.บ. องค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ฯ พ.ศ. 2553 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ฉบับที่ 3 พ.ศ. 2562

โดยกำหนดนโยบายหลักเกณฑ์และวิธีการเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมให้สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. นำไปปฏิบัติ

(2) ด้านมาตรการและการกำกับดูแลการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค มีอำนาจหน้าที่ตามมาตรา 27(4)(6)(24) และมาตรา 52 แห่ง พ.ร.บ. องค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ฯ พ.ศ. 2553 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ฉบับที่ 3 พ.ศ. 2562 โดยกำหนดนโยบายหลักเกณฑ์และวิธีการเกี่ยวกับการอนุญาต เงื่อนไข หรือค่าธรรมเนียมการอนุญาตการจัดสรรคลื่นความถี่พิจารณาอนุญาตและกำกับดูแลการใช้คลื่นความถี่ให้สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. นำไปปฏิบัติ รวมทั้งมีอำนาจหน้าที่ตามมาตรา 27(13) แห่ง พ.ร.บ. องค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ฯ พ.ศ. 2553 ในการคุ้มครองสิทธิเสรีภาพของประชาชน โดยกำหนดนโยบาย หลักเกณฑ์ มาตรการให้สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. นำไปปฏิบัติเพื่อส่งเสริมสิทธิเสรีภาพและความเสมอภาคของประชาชนในการเข้าถึงและใช้ประโยชน์คลื่นความถี่ที่ใช้ในกิจการโทรคมนาคมตามประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง การส่งเสริมคุ้มครองสิทธิของคนพิการให้เข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการโทรทัศน์ ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง การส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนพิการให้เข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการโทรทัศน์ (ฉบับที่ 3) ลงวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2563 และมีอำนาจหน้าที่ตามมาตรา 27(6) มาตรา 29 และมาตรา 31 แห่ง พ.ร.บ. องค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ฯ พ.ศ. 2553 ในการพิจารณาอนุญาตและกำกับดูแลการประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้รับบริการที่มีคุณภาพ ประสิทธิภาพ รวดเร็ว ถูกต้อง และเป็นธรรม และกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการเกี่ยวกับการอนุญาต เงื่อนไข หรือค่าธรรมเนียมการอนุญาตดังกล่าว

(3) ด้านการพัฒนาศักยภาพและความเข้มแข็งของผู้บริโภคและเครือข่ายผู้บริโภค มีอำนาจหน้าที่ตามมาตรา 27(8)(9)(11) และ (12) ประกอบมาตรา 50 แห่ง พ.ร.บ. องค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ฯ พ.ศ. 2553 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ฉบับที่ 3 พ.ศ. 2562 โดยกำหนดนโยบายหลักเกณฑ์และวิธีการเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมให้สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. นำไปปฏิบัติ

2) การดำเนินงานและการบริหารงานของสำนักงาน กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

(1) ด้านกลไกและกระบวนการร้องเรียน ทำหน้าที่และพิจารณาเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการใช้คลื่นความถี่ฯ การประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมเพื่อตรวจสอบและแก้ไขปัญหาหรือเสนอความเห็นต่อ กสทช. เพื่อพิจารณาตามหลักเกณฑ์ที่ กสทช. กำหนด ตามมาตรา 57(4) แห่ง พ.ร.บ. องค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ฯ พ.ศ. 2553 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ฉบับที่ 3 พ.ศ. 2562 และดำเนินการตามประกาศ กสทช. เรื่อง กระบวนการรับและพิจารณาเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการประกอบกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2559 ข้อ 7 และข้อ 8 ต่อมาได้มีการจัดตั้งองค์กรในการดำเนินงานตามข้อ 1(4) สายกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ข้อ (4.12) สำนักรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ (บส.) และข้อ 1(5) สายกิจการโทรคมนาคม (5.13) สำนักรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม (รท.) ตามประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการ

โทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง โครงสร้างองค์กร อำนาจหน้าที่และสถานที่ติดต่อเพื่อขอรับข้อมูลข่าวสาร (ประกาศ ณ วันที่ 16 กรกฎาคม 2563)

การพัฒนาระบบการบริหารจัดการความสัมพันธ์กับผู้รับบริการเพื่อเป็นช่องทางเพิ่มเติมสำหรับผู้ให้บริการโทรคมนาคม สามารถมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียนเพื่อความสะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น นอกเหนือจากช่องทางร้องเรียนอื่น ๆ เช่น หมายเลข 1200 Website ช่องทาง Social Media และการร้องเรียนด้วยตนเองที่สำนักงาน กสทช. รวมถึงพัฒนา Chat bot ภายใต้ชื่อ **"น้องสายลม"** เพื่อให้บริการข้อมูลประชาชนบนเว็บไซต์ของสำนักงาน กสทช. โดยจัดทำระบบ Chat bot Platform ให้บริการบนหน้าเว็บไซต์ http://tcp.nbtc.go.th รวมทั้งเฟซบุ๊ค เมสเซนเจอร์ ในเพจ **"โทรคมนาคม ก้าวไปด้วยกัน"** โดยเริ่มใช้งานเมื่อเดือน พฤษภาคม 2564 จนถึงปัจจุบัน

การจัดกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาองค์ความรู้ติดตามและประเมินผลผู้นำเครือข่ายภาคประชาชนด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคมระดับจังหวัด 77 จังหวัด รวมทั้งส่งเสริม การรู้เท่าทันสื่อโดยการพัฒนาหลักสูตรการเรียนรู้เท่าทันสื่อร่วมกับภาคีเครือข่ายนักวิชาการทั้งในระบบการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิตในรูปแบบต่าง ๆ เช่น Infographic สื่อวีดิทัศน์ สื่อแอนิเมชั่น ฯลฯ และการจัดให้มีช่องทางเผยแพร่ที่หลากหลาย

(2) ด้านมาตรการและการกำกับดูแลการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค

มีการดำเนินการตามประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง การกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคมโดยอาศัยการใช้เครือข่ายอันมีลักษณะการค้ากำไรเกินควรหรือก่อให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญ พ.ศ. 2558 (วันที่ 31 สิงหาคม 2558) ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง การกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2555 (วันที่ 30 พฤศจิกายน 2555) ฉบับที่ 2 (วันที่ 1 ธันวาคม 2564) ประกาศสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง แนวทางการพิจารณาเกี่ยวกับการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคตามข้อ 5(10) ของประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง การกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง การกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ตามข้อ 5(12) ของประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง การกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2555 (วันที่ 5 มิถุนายน 2556), ฉบับที่ 2 (วันที่ 17 ธันวาคม 2558) ฉบับที่ 3 (วันที่ 17 ธันวาคม 2558) และฉบับที่ 4 (วันที่ 2 พฤศจิกายน พ.ศ. 2561)

ได้จัดทำโครงการพัฒนาระบบ/กระบวนการเพื่อรองรับการปฏิบัติตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 (Personal Data Protection Act: PDPA Compliance) ส่งผลให้ปัจจุบันสำนักงาน กสทช. มีระบบบริหารจัดการแจ้งและการขอความยินยอมข้อมูลส่วนบุคคล รวมทั้งสร้างการรับรู้ให้แก่ประชาชนเพื่อป้องกันตัวเองในการตกเป็นเหยื่อโดยที่สำนักงาน กสทช. ได้มีการดำเนินการประชาสัมพันธ์ผ่านในหลายช่องทาง นอกจากนี้ได้มีการกำหนดให้บุคคลที่ต้องการลงทะเบียนโทรศัพท์มากกว่า 5 หมายเลข ต้องไปดำเนินการที่จุดบริการของบริษัทผู้ให้บริการ

พัฒนาระบบตรวจสอบพิสูจน์และยืนยันตัวตนด้วยรูปแบบบัตรประจำตัวประชาชนอิเล็กทรอนิกส์บนโทรศัพท์ เคลื่อนที่ตามนโยบายส่งเสริมการกำหนดมาตรฐานและกระบวนการในการพิสูจน์และยืนยันตัวบุคคลด้วยระบบดิจิทัล รวมทั้งตั้งคณะอนุกรรมการจัดให้มีบริการกระจายเสียงโทรทัศน์และโทรคมนาคมพื้นฐานโดยทั่วถึงและเสมอภาคสำหรับคนพิการผู้มีความต้องการที่หลากหลายและผู้ด้อยโอกาสทางสังคม เพื่อสร้างกลไก การแก้ปัญหาได้โดยตรงลดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงโครงข่ายโทรคมนาคมและ ICT

นอกจากนั้น ยังให้ความสำคัญกับกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มคนพิการผู้สูงอายุและผู้ด้อยโอกาส โดยที่ผ่านมามีการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของกลุ่มคนพิการทั้งการกำกับดูแลตามประกาศ กสทช. เรื่อง การส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนพิการในการเข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์ ซึ่งมีมาตรการ 2 ส่วนคือ มาตรการพื้นฐานที่กำหนดให้สถานีโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลต้องจัดให้มีบริการสำหรับคนพิการ ได้แก่ เสียงบรรยายภาพ คำบรรยายแทนเสียง และล่ามภาษามือ นอกจากนี้ยังมีมาตรการส่งเสริมเพื่อจะทำให้เกิดกระบวนการเรียนรู้และจัดทำบริการได้อย่างเหมาะสมมีคุณภาพ รวมทั้งได้ทำงานร่วมกับองค์กรและสมาชิกกลุ่มคนพิการ ผู้สูงอายุ และผู้ด้อยโอกาสกลุ่มต่าง ๆ เช่น กลุ่มชาติพันธุ์และชนเผ่าพื้นเมือง กลุ่มแรงงานนอกระบบ กลุ่มความหลากหลายทางเพศ เป็นต้น ในการสร้างการตระหนักรู้ในสิทธิและการรู้เท่าทันสื่อสารสนเทศและดิจิทัลเพื่อให้เกิดการเข้าถึงและรับรู้ใช้ประโยชน์ได้อย่างแท้จริง

การสนับสนุนการการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลแพลตฟอร์มยกระดับสิทธิและความเท่าเทียมของคนพิการโดยให้ความสำคัญในการสนับสนุนสิทธิ รวมถึงการส่งเสริมความร่วมมือกับภาคส่วนต่าง ๆ ทั้งองค์กรระหว่างประเทศ หน่วยงานข้ามชาติ ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม เพื่อส่งเสริมคนพิการให้เข้าถึงเช่นเดียวกับคนกลุ่มอื่น ๆ

(3) ด้านการพัฒนาศักยภาพและความเข้มแข็งของผู้บริโภคและเครือข่ายผู้บริโภค

มีหน้าที่นำงบประมาณตาม พ.ร.บ. องค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ฯ พ.ศ. 2553 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ฉบับที่ 3 พ.ศ. 2562 มาตรา 57(2) ไปจัดทำโครงการสร้างการรับรู้และความเข้าใจของสาธารณะในภารกิจด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมเพื่อประโยชน์สาธารณะ การดำเนินกิจกรรมประชาสัมพันธ์สื่อสารการเผยแพร่ข้อมูลการปฏิบัติงานของ กสทช. และสำนักงาน กสทช. รวมทั้งเสริมสร้างความเข้าใจอันดีและถูกต้องทั้งภายในและภายนอกสำนักงาน กสทช. รวมทั้งส่งเสริมสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมในการคุ้มครองสิทธิของตนผลักดันให้มีการรวมตัวเป็นเครือข่ายให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการคุ้มครองผู้บริโภคของเครือข่ายผู้บริโภค การได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องจากสำนักงาน กสทช. เพื่อให้เกิดการตระหนักรู้ในสิทธิของตนในฐานะประชาชนผู้บริโภคให้สามารถที่จะปกป้องคุ้มครองตนเองในเบื้องต้นได้ รวมทั้งการสร้างความรู้เท่าทันสื่อต่าง ๆ เพื่อที่จะรู้จัก เข้าถึง และใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารได้อย่างเหมาะสม

การพัฒนากลไกเครือข่ายภาคประชาชนด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาคทั่วประเทศให้มีความเข้มแข็งและสร้างเครือข่ายใหม่ใหม่ขึ้นมา เช่น กลุ่มเยาวชน กลุ่มคนพิการ เป็นต้น เพื่อเป็นกำลังสำคัญในการขยายผลถ่ายทอดความรู้เรื่องสิทธิผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคมไปสู่ชุมชนต่าง ๆ ทั่วประเทศ รวมทั้งการสร้างความ

ตระหนักรู้เกี่ยวกับสิทธิพื้นฐานของผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม และเผยแพร่ความรู้อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัลต่าง ๆ เพื่อให้ประชาชนเกิดความรู้เท่าทัน และมีการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลได้อย่างถูกต้อง เหมาะสม และมีประสิทธิภาพ สร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการโทรคมนาคมและอัตราค่าบริการโทรคมนาคมให้แก่ประชาชนในทุกกลุ่ม สร้างการอบรมเชิงปฏิบัติการสำหรับผู้นำเครือข่ายภาคประชาชนด้านการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคมในการสนับสนุนองค์ความรู้และต่อยอดการทำงานเชิงระบบในชุมชน รวมทั้งสนับสนุนการผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ให้กับเครือข่ายประชาชนในพื้นที่ เช่น Roll up แผ่นพับ ใบปลิว สื่ออินโฟกราฟิก และคลิปสั้น เป็นต้น

3) การดำเนินงานและการบริหารงานของเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

ประกอบด้วย 1) ด้านกลไกและกระบวนการร้องเรียน 2) ด้านมาตรการและการกำกับดูแลการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค และ 3) ด้านการพัฒนาศักยภาพและเสริมสร้างความเข้มแข็งของผู้บริโภคและเครือข่ายผู้บริโภค ได้กำหนดให้เลขาธิการ กสทช. เป็นเลขานุการ กสทช. ตามมาตรา 6 วรรค 2 แห่ง พ.ร.บ. องค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ฯ พ.ศ. 2553 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ฉบับที่ 3 พ.ศ. 2562 โดยมีหน้าที่กำกับดูแลการปฏิบัติงานของหน่วยต่าง ๆ ในสำนักงาน กสทช. ให้เป็นไปตามนโยบายของคณะกรรมการ กสทช. และเป็นไปตามอำนาจหน้าที่ของสำนักงาน กสทช. และเป็นผู้บังคับบัญชาของพนักงานและลูกจ้างของสำนักงาน กสทช. ตามมาตรา 57 และมาตรา 60 แห่ง พ.ร.บ. องค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ฯ พ.ศ. 2553 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ฉบับที่ 3 พ.ศ. 2562

(2) ด้านมาตรการและการกำกับดูแลการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค กำหนดให้เลขาธิการ กสทช. เป็นเลขาธิการ กสทช. ตามมาตรา 6 วรรคสองแห่ง พ.ร.บ. องค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ พ.ศ. 2553 และที่แก้ไขเพิ่มเติมฉบับที่ 3 พ.ศ. 2562 โดยมีหน้าที่กำกับดูแลการปฏิบัติงานของหน่วยงานต่าง ๆ ในสำนักงาน กสทช. ให้เป็นไปตามนโยบายของคณะกรรมการ กสทช. และเป็นไปตามอำนาจหน้าที่ของสำนักงาน กสทช.และเป็นผู้บังคับบัญชาของพนักงานและลูกจ้างของสำนักงาน กสทช.ตามมาตรา 57 และมาตรา 60 แห่ง พ.ร.บ. องค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ฯ พ.ศ. 2553 และที่แก้ไขเพิ่มเติมฉบับที่ 3 พ.ศ. 2562

7.4 การวิเคราะห์และประเมินผลการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567 ภายใต้หลักการประเมินแบบสมดุล (Balanced Scorecard)

การประเมินที่คำนึงถึงความสมดุล 4 มิติ คือ มิติการเงิน มิติผู้รับบริการ มิติการบริหารจัดการ และมิตินวัตกรรมเรียนรู้ โดยพัฒนาตัวบ่งชี้ของความสำเร็จในแต่ละมิติเพื่อใช้ในการสื่อสาร การปฏิบัติและการประเมินคุณภาพของหน่วยงานนั้น การประเมินแบบสมดุลมีมุมมองเพื่อการพิจารณาโดยสรุป 4 ด้าน คือ

1) มุมมองด้านการเงิน (Financial Perspective) เป็นเรื่องของการพัฒนาเน้นด้านการเงิน กสทช. เป็นหน่วยงานภาครัฐมีความมั่นคงและมีความเชื่อถือด้านการเงินและดำเนินกิจการ สำหรับแผนงบประมาณรายจ่ายของสำนักงาน กสทช. ประจำปี 2567 กสทช. มีมติในการประชุม ครั้งที่ 23/2566 เมื่อวันที่ 25 ธันวาคม 2566 (ต่อเนื่อง) และวันที่ 26 ธันวาคม 2566 (ต่อเนื่อง) อนุมัติงบประมาณรายจ่ายของสำนักงาน กสทช. ประจำปี 2567 ของสำนักงาน กสทช. จำนวน 5,212.696 ล้านบาท โดยพิจารณาถึงความจำเป็น เหมาะสมในการดำเนินการตามภารกิจหลักของหน่วยงานและสอดคล้องแผนยุทธศาสตร์ชาติ

นโยบาย และแผนระดับชาติว่าด้วยการพิจารณาเศรษฐกิจและสังคมและแผนระดับต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ แผนแม่บทของหน่วยงาน แผนยุทธศาสตร์สำนักงาน กสทช. รวมทั้งการดำเนินภารกิจสำคัญเร่งด่วนในการขับเคลื่อนนโยบายรัฐบาลและนโยบายของ กสทช. ซึ่งคำนึงถึงผลสัมฤทธิ์และประโยชน์ที่จะได้รับเป็นสำคัญ รายละเอียดปรากฏ ดังตาราง 4.42

ตาราง 4.42 แผนงบประมาณรายจ่ายของสำนักงาน กสทช. ประจำปี 2567

ที่	รายการ	จำนวน (ล้านบาท)
1	**งบประมาณรายจ่ายของสำนักงาน กสทช.**	**4,702.696**
1.1	รายจ่ายสำหรับการดำเนินงานของ กสทช. และสำนักงาน กสทช.	4,145.101
	รายจ่ายเกี่ยวกับบุคลากร	2,343.800
	รายจ่ายเกี่ยวกับการจัดการและบริหารองค์กร	1,342.134
	รายจ่ายเกี่ยวกับครุภัณฑ์ที่ดินและสิ่งก่อสร้าง	94.950
	รายจ่ายอื่น	364.217
1.2	รายจ่ายโครงการ	280.029
1.3	งบกลาง	180.000
1.4	รายจ่ายสำหรับการดำเนินงานของคณะกรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน	97.566
2	**เงินจัดสรรเข้ากองทุน**	**510.000**
2.1	กองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมเพื่อประโยชน์สาธารณะ	500.000
2.2	กองทุนพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อการศึกษา	70.000
รวมทั้งสิ้น (ข้อ 1-2)		**5,212.690**

ที่มา : สำนักยุทธศาสตร์และการงบประมาณ สำนักงาน กสทช. ปี 2567

2) มุมมองด้านลูกค้า (Customer Perspective) เป็นการพิจารณาเรื่องที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า ได้แก่ ผู้บริโภค ความพึงพอใจของผู้บริโภค ความเชื่อมั่นในคุณภาพสินค้าหรือบริการที่เสนอ การให้บริการหลังการขาย ภาพลักษณ์ของหน่วยงาน การสำรวจวิจัยตลาด และการทำเครือข่ายลูกค้าสัมพันธ์

ในปี 2567 กสทช. และสำนักงาน กสทช. ได้กำหนดนโยบายและแผนการดำเนินงานที่สำคัญเพื่อขับเคลื่อนภารกิจการกำกับดูแลกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคของผู้ใช้บริการ เช่น นโยบายในการส่งเสริมความโปร่งใสในกระบวนการทำงานของสำนักงาน รวมถึงส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์ม และการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ได้แก่ การประยุกต์ใช้ระบบ Traffy Fondue ในการให้บริการของสำนักงาน กสทช. และเหตุด่วนเหตุร้ายทางไซเบอร์ นโยบายที่เกี่ยวกับการดำเนินการเพื่อป้องกันภัยไซเบอร์และสร้างต้นแบบความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมทางเทคโนโลยีในทุกรูปแบบพร้อมตอบโต้ ปรับเปลี่ยนให้เท่าทันและส่งเสริมการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้สร้างความเชื่อมั่นและคุ้มครองความปลอดภัย การใช้บริการโทรคมนาคมของประเทศ รวมทั้งสนับสนุนให้มีเครื่องมือในการตรวจจับ เฝ้าระวัง และป้องกันภัยทางไซเบอร์ในส่วนโครงสร้างพื้นฐานโทรคมนาคม ร่วมกับผู้ประกอบการ เพื่อป้องกันการถูกโจรกรรมข้อมูลและการใช้ระบบโทรคมนาคม เพื่อก่ออาชญากรรมทางเทคโนโลยี นโยบายในการจัดให้มีการอนุญาตวิทยุกระจายเสียงในระบบดิจิทัลอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อยกระดับการออกอากาศให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไป นโยบาย

การส่งเสริมการผลิตรายการในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ รวมทั้งการออกกาศเนื้อหารายการเพื่อสร้างสรรค์สังคมและเป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ ตลอดจนกำกับดูแลเนื้อหาออกอากาศให้ครอบคลุมทั้งเชิงพื้นที่และเวลา รวมทั้งนโยบายการยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม ให้เท่าทันปัญหาในสมัยยุคดิจิทัล และพัฒนากลไกการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียนให้ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ

แผนปฏิบัติการของสำนักงาน กสทช. ประจำปี 2567 ในยุทธศาสตร์ที่ 3 คือ การพัฒนาขีดความสามารถการบริหารคลื่นความถี่และกิจการดาวเทียมเพื่อประโยชน์สูงสุดของประเทศชาติและประชาชน และยกระดับศักยภาพของสำนักงาน กสทช. ส่วนภูมิภาค เพื่อการกำกับดูแลและการบริการประชาชน เพื่อขับเคลื่อนภารกิจการบริหารคลื่นความถี่ สอดคล้องกับมุมมองในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า คือผู้บริโภค ความพึงพอใจของลูกค้า ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในคุณภาพสินค้าหรือบริการที่เสนอ ซึ่งยุทธศาสตร์ที่ 3 เป็นการพัฒนาขีดความสามารถในการบริหารคลื่นความถี่เพื่อประโยชน์ของประเทศชาติและประชาชน

3) มุมมองด้านกระบวนการธุรกิจภายใน (Internal Business Perspective) เป็นมุมมองด้านกระบวนการทำงาน หรือการบริหารงานภายในหน่วยงานเอง รวมทั้งการจัดโครงสร้างหน่วยงานที่มีประสิทธิภาพ มีขั้นตอนสั้นไม่ยุ่งยาก การประสานงานและการสื่อสารภายในชัดเจนใช้เวลาไม่มาก ใช้ระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัย การปฏิบัติงานมีคุณภาพโปร่งใส ตรวจสอบได้ทุกขั้นตอน

แผนปฏิบัติการของสำนักงาน กสทช. ประจำปี 2567 ยุทธศาสตร์ที่ 1 ได้กำหนดให้มีการยกระดับการพัฒนาธรรมาภิบาลและเป็นองค์กรที่มีสมรรถนะสูงในยุคดิจิทัล มีเป้าประสงค์ในการยกระดับธรรมาภิบาลของสำนักงาน กสทช. อย่างยั่งยืนและให้สำนักงาน กสทช. เป็นองค์กรที่มีสมรรถนะสูง และก้าวสู่การเป็นองค์กรดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบ สามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนและภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งสามารถปรับตัวและรับมือกับการเปลี่ยนแปลงได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสำนักงาน กสทช. ได้กำหนดยุทธศาสตร์พัฒนาองค์กรที่มีธรรมาภิบาลและสมรรถนะสูงอย่างยั่งยืน โดยมีกลยุทธ์คือ สร้างเสริมระบบการบริหารจัดการคนเก่งและคนดี เสริมสร้างวัฒนธรรม ธรรมาภิบาลองค์กร ที่นำไปสู่องค์กรที่มีภาพลักษณ์ที่ดี มีการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการยกระดับองค์กรสู่ความเป็นเลิศทางด้านธรรมาภิบาล เพื่อสนับสนุนให้บุคลากรปฏิบัติหน้าที่โดยยึดคุณธรรมและจริยธรรม ประกาศ กสทช. เรื่อง ประมวลจริยธรรมของสำนักงาน กสทช. รวมทั้งได้กำหนดเป้าประสงค์ เชิงยุทธศาสตร์คือการสร้างเครือข่ายความร่วมมือและการใช้ประโยชน์จากเครือข่าย ความร่วมมือต่าง ๆ ในการกำกับดูแล เพื่อปกป้องคุ้มครองผลประโยชน์ของประชาชน รวมทั้งการเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการภาครัฐ การพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ และเปิดระบบการให้ภาคส่วนอื่นเข้ามามีส่วนร่วม มีโครงการส่งเสริมความเข้มแข็งของเครือข่ายผู้บริโภค มีการเปิดรับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียก่อนที่จะมีการพิจารณาตัดสิน

สำนักงาน กสทช. มีการกระจายอำนาจไปสู่ภูมิภาค คือ สำนักงาน กสทช. ภาค 1- 4 ซึ่งมีขอบเขตหน้าที่เกี่ยวกับการอำนวยการและรับผิดชอบการปฏิบัติงานของสำนักงาน กสทช. เขตที่อยู่ในความรับผิดชอบตรวจสอบการใช้คลื่นความถี่ในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ กิจการวิทยุคมนาคม และกิจการโทรคมนาคม ออกใบอนุญาตกำกับดูแลการประกอบกิจการ บังคับใช้กฎหมาย การตรวจสอบ และตรวจค้นจับกุมผู้กระทำผิดกฎหมาย รวมทั้งส่งเสริมสิทธิและรับเรื่องร้องเรียนของประชาชนผู้บริโภคและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการเกี่ยวกับการบริการทั่วถึง และบริการเพื่อสังคมตามที่ได้รับมอบหมาย โดยประสานงาน

กับส่วนงานภายในที่เกี่ยวข้องเพื่อดำเนินการดังกล่าวให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน ตลอดจนปฏิบัติงานอื่น ๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย

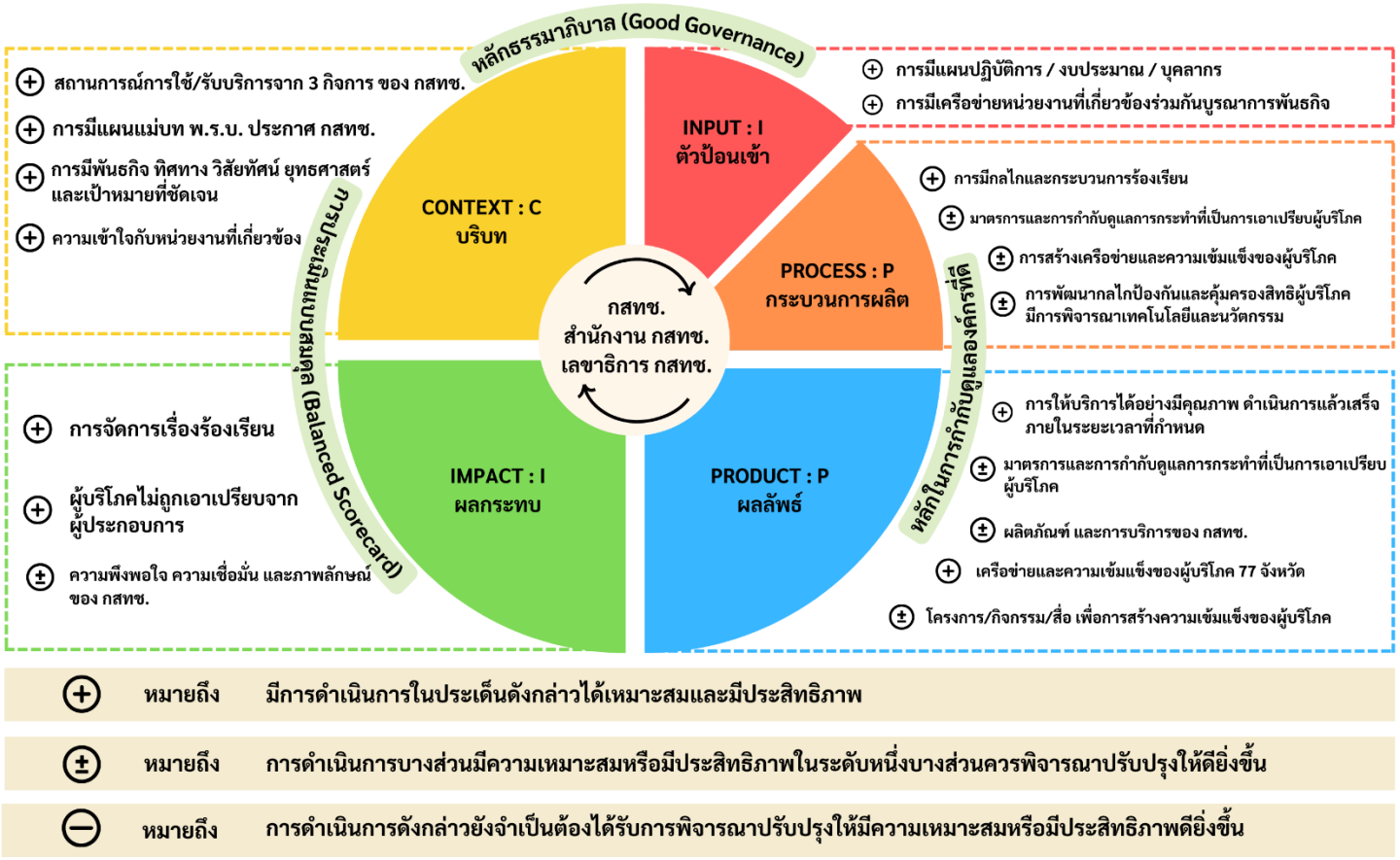
4) มุมมองด้านการเรียนรู้และการพัฒนา (Learning and Growth Perspective) เป็นเรื่องของการให้ความรู้ในเรื่องการพัฒนาส่วนที่เกี่ยวข้อง งานวิจัย การฝึกอบรม การฝึกทักษะที่เกี่ยวข้องและจำเป็น การรับฟังข้อเสนอแนะ และการจัดหาระบบสารสนเทศที่ทันสมัยเพื่อการสื่อสารภายในและมีการเชื่อมโยงเครือข่ายกับแหล่งข้อมูลต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนศักยภาพผู้ปฏิบัติของหน่วยงาน

แผนปฏิบัติการของสำนักงาน กสทช. ประจำปี 2567 ในยุทธศาสตร์ที่ 4 คือการพัฒนาศักยภาพในการกำกับดูแลและส่งเสริมกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ให้เหมาะสมกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป มีเป้าประสงค์ในเชิงยุทธศาสตร์ เพื่อพัฒนาศักยภาพในการกำกับดูแลและส่งเสริมกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมของประเทศในการพัฒนาและปรับปรุงกฎหมายให้สามารถกำกับดูแลการประกอบกิจการที่เท่าทันกับระบบนิเวศที่เปลี่ยนแปลงไป สามารถรองรับการเปลี่ยนผ่านไปสู่ยุคเศรษฐกิจดิจิทัล เกิดการแข่งขันโดยเสรีอย่างเป็นธรรม ขยายโครงข่ายและโครงสร้างพื้นฐานด้านการสื่อสาร โทรคมนาคมที่ครอบคลุม ประชาชนมีสิทธิเสรีภาพและสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารอย่างทั่วถึง เท่าเทียมและรู้เท่าทัน กำกับดูแลและส่งเสริมการพัฒนาเนื้อหาและคุณภาพของสื่อที่เผยแพร่ผ่านช่องทางการติดต่อสื่อสารที่หลากหลาย ส่งเสริมมาตรฐานจริยธรรมของผู้ประกอบวิชาชีพในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ รวมถึงคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม

สำนักงาน กสทช. ได้มีโครงการให้บริการโทรคมนาคมพื้นฐานโดยทั่วถึงและบริการเพื่อสังคม มีการจ้างที่ปรึกษาสำรวจและจัดเก็บข้อมูลตามพื้นที่ที่ยากต่อการเข้าถึง คลื่นสัญญาณโทรทัศน์ภาคพื้นดินสำหรับการส่งเสริมบริการอย่างทั่วถึงและการสร้างการรับรู้และความเข้าใจของสาธารณะ ภารกิจด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ เพื่อประโยชน์สาธารณะ จากการสำรวจพบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ไม่ทราบข้อมูลและไม่ทราบถึงการดำเนินการของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ในการคุ้มครองผู้บริโภค การสนับสนุนและช่วยเหลือยังไม่เพียงพอต่อความต้องการของกลุ่มเปราะบาง รวมถึงกลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่ม/ชมรมผู้พิการ นอกจากนี้การสนับสนุนงบประมาณและองค์ความรู้ มีมากในส่วนกลาง แต่ก็กระจายออกส่วนท้องถิ่น เช่น โครงการอบรมแม่ไก่ลูกไก่ การอบรมในระยะสั้น ระยะกลาง ระยะยาว การสร้างเครือข่าย การสร้างผู้นำ เป็นต้น

สำนักงาน กสทช. ได้พัฒนากลไกป้องกันและคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคมีการพิจารณาเทคโนโลยีและนวัตกรรมเช่น การพัฒนา Application ต่าง ๆ เช่น SCAM Alert, Mobile ID เพื่อมุ่งสู่การเป็นสำนักดิจิทัลตามเป้าประสงค์ของแผนปฏิบัติการสำนักงาน กสทช. จากการสำรวจข้อมูลพบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ยังมีการรับรู้น้อยและใช้งานเทคโนโลยีที่พัฒนาขึ้นมีน้อย มีการพบการรั่วไหลของข้อมูลส่วนบุคคล นำไปสู่การรบกวนจากแก๊ง Call Center หรือ SMS ที่เป็นปัญหาใหญ่ที่ยังแก้ไขไม่ได้

จากการวิเคราะห์และประเมินผลการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567 ภายใต้หลักการของรูปแบบการประเมิน CIPPI ร่วมกับหลักธรรมาภิบาล หลักในการกำกับดูแลองค์กรที่ดี และ Balance Scorecard สามารถสรุปได้ดังภาพประกอบ ดังนี้



ภาพ 4.5 การวิเคราะห์และประเมินผลการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567 ภายใต้หลักการของรูปแบบการประเมิน CIPPI ร่วมกับหลักธรรมาภิบาล หลักในการกำกับดูแลองค์กรที่ดี และ Balance Scorecard

8. ความเห็นของ กตป. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคเกี่ยวกับ (ร่าง) รายงานผลการปฏิบัติงาน กสทช. ประจำปี 2567

8.1 ประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการพิจารณาเรื่องร้องเรียนของผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

ประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการดำเนินการเรื่องร้องเรียนของผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ประกอบด้วย การแก้ไขเรื่องร้องเรียนในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ การแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียนในกิจการโทรคมนาคม สถิติเรื่องร้องเรียนใน 3 กิจการ และการดำเนินการแก้ไขปัญหาดังกล่าว

8.1.1 ความคิดเห็นต่อการดำเนินการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียนในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ มีดังนี้

เนื่องจากมีเรื่องร้องเรียนที่เป็นการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ ในปี 2567 กล่าวคือ เป็นเรื่องร้องเรียนในกิจการกระจายเสียง รวมทั้งสิ้น 78 เรื่อง และด้านโทรทัศน์ในด้านผังรายการและเนื้อหารายการ จำนวน 44 เรื่อง หากมีการปรับทางปกครองตามประกาศ กสทช. ขอให้ระบุประเภทร้องเรียน และการสั่งปรับทางปกครองลงในรายงานด้วย เพื่อจะได้ให้ผู้รับใบอนุญาตรายอื่นได้เห็นเป็นแนวทางปฏิบัติตามประกาศ กสทช. อย่างเคร่งครัด

8.1.2 ความคิดเห็นต่อการดำเนินการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียนในกิจการโทรคมนาคม มีดังนี้

1) ประเภทเรื่องร้องเรียนในปี 2567 5 อันดับแรก คือ

1.1) ปัญหาเกี่ยวกับการให้บริการ (521 เรื่อง)

1.2) การยกเลิกบริการ (366 เรื่อง)

1.3) คุณภาพสัญญาณ (QoS) (266 เรื่อง)

1.4) การคิดค่าบริการผิดพลาด (152 เรื่อง) และ

1.5) ปัญหาเกี่ยวกับการได้รับข้อความสั้น (SMS) (79 เรื่อง)

พบว่า ยังคงเป็นปัญหาเรื่องร้องเรียนที่เกิดขึ้นอย่างสม่ำเสมอทั้งในปี 2566-2567 และไม่ได้รับการแก้ไขเชิงระบบแต่ประการใด ดังนั้น จึงควรมีมาตรการหรือแนวทางการจัดการปัญหาดังกล่าวอย่างถาวรและยั่งยืน โดยการบังคับใช้ประกาศอย่างเข้มงวด รวมทั้ง ควรระบุระยะเวลาในการแก้ไขปัญหาเหล่านี้เพื่อผู้ร้องเรียนจะได้รับการแก้ไขปัญหาได้ทันท่วงที

2) ในรายงานหัวข้อดังกล่าว ควรสะท้อนให้เห็นภาพความมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลของการดำเนินการให้มีความชัดเจน เพื่อจะได้สะท้อนถึงการทำงานที่ให้เสร็จทันเวลาที่กำหนดไว้ ในมาตรา 46 แห่ง พ.ร.บ. การประกอบกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2549 ให้คณะกรรมการพิจารณาเรื่องร้องเรียนให้แล้วเสร็จภายในสามสิบวัน นับแต่วันที่ได้รับเรื่องร้องเรียนนั้น

3) ในรายงานควรระบุจำนวนเรื่องร้องเรียนที่เสนอเป็นวาระเพื่อพิจารณาต่อคณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคด้านกิจการโทรคมนาคมว่า มีจำนวนเท่าไร และอยู่ในช่วงเวลาการนำเสนอต่อที่ประชุม กสทช. ใช้ระยะเวลาเท่าไร เพื่อจะได้พิจารณาในส่วนของประสิทธิผลทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพในการจัดการเรื่องร้องเรียนได้อย่างเห็นผลการดำเนินงานอย่างชัดเจน เนื่องจากความล่าช้าเป็นส่วนหนึ่งของความอยุติธรรมของผู้ร้องเรียนที่ต้องการแก้ไขปัญหาอย่างรวดเร็ว

8.2 ประสิทธิภาพและประสิทธิผลของกองทุน กทปส. ตามมาตรา 52

การบริหารกองทุน กทปส. ประกอบด้วย ผลการดำเนินงานที่สำคัญ การประเมินประสิทธิภาพและประสิทธิผล และกรอบแนวทางการปฏิบัติงานประจำปี 2567 กตป. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค มีความคิดเห็น ดังนี้

กองทุน กทปส. ควรมีระบบการติดตามและประเมินผลที่มีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในการประเมินผลกระทบของโครงการที่มีต่อผู้บริโภคและสาธารณะ เพื่อจะได้ประเมินความคุ้มค่าและผลกระทบโดยรวมของโครงการที่ได้รับทุน และจะได้ชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นในการพัฒนากลไกการติดตามที่เข้มแข็งขึ้น เพื่อสร้างความรับผิดชอบและวัดผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจริง

ระบบการติดตามและประเมินผลจะเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนและพัฒนาการดำเนินงานของ กองทุน กทปส. ให้มีประสิทธิภาพและตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ของกองทุน ดังนี้

1) องค์ประกอบของระบบการติดตามและประเมินผลที่มีประสิทธิภาพควรประกอบด้วยสามส่วนที่ต้องทำงานประสานกัน ส่วนแรกคือการกำหนดตัวชี้วัด (KPIs) ที่สะท้อนผลการดำเนินงานทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ เช่น จำนวนผู้ได้รับประโยชน์จากโครงการ ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ หรือผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมที่เกิดขึ้น เป็นต้น ส่วนที่สองคือ กระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูล ต้องออกแบบให้สามารถได้ข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วน และทันต่อการใช้งาน และส่วนที่สามคือการวิเคราะห์และรายงานผลที่สามารถนำเสนอข้อมูลในรูปแบบที่เข้าใจง่ายและเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจ

2) การพัฒนากรอบการประเมินผล การประเมินผลการดำเนินงานของกองทุน กทปส. จำเป็นต้องมีกรอบการประเมินที่ครอบคลุมหลายมิติ เริ่มจากการประเมินความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และนโยบาย (Policy Alignment) ว่าโครงการหรือกิจกรรมต่างๆ ตอบสนองต่อเป้าหมายของกองทุนอย่างไร ต่อมาคือการประเมินประสิทธิภาพ (Efficiency) ในการใช้ทรัพยากร ทั้งด้านงบประมาณ บุคลากร และเวลา จากนั้นคือการประเมินประสิทธิผล (Effectiveness) ว่าสามารถบรรลุผลลัพธ์ตามที่ตั้งไว้หรือไม่ และสุดท้ายคือการประเมินผลกระทบ (Impact) ที่เกิดขึ้นต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและสังคมโดยรวม

3) การนำผลการประเมินไปใช้ประโยชน์ การติดตามและประเมินผลจะมีความหมาย เมื่อมีการนำผลการประเมินไปใช้ประโยชน์อย่างเป็นรูปธรรม ทั้งในการปรับปรุงการดำเนินงาน การพัฒนานโยบาย และการวางแผนในอนาคต กองทุน กทปส. ควรพัฒนาระบบการจัดการความรู้ (Knowledge Management System) ที่ช่วยรวบรวม วิเคราะห์ และเผยแพร่บทเรียนที่ได้จากการประเมินผล รวมถึงสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการเรียนรู้และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

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

5) ตาม พ.ร.บ. องค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และที่แก้ไขเพิ่มเติม วรรค 4 ว่าด้วยกองทุน กทปส. พบว่านับตั้งแต่ปี 2561 เป็นต้นมา กองทุน กทปส. ไม่ได้เปิดรับข้อเสนอโครงการตามวัตถุประสงค์ ข้อ 4 เพื่อสนับสนุนส่งเสริมและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม แต่อย่างใด ซึ่งทำให้กลุ่มองค์กรผู้บริโภคสูญเสียโอกาสในการเข้าถึงและโอกาสในการพัฒนาผู้บริโภค

และเครือข่ายผู้บริโภค จึงควรผลักดันให้เปิดรับข้อเสนอโครงการด้านการคุ้มครองผู้บริโภคด้วย เพื่อความมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

8.3 แผนงาน โครงการ และแผนงบประมาณสำหรับปีถัดไป

ในรายงานผลการปฏิบัติงาน กสทช. ประจำปี 2567 หัวข้อ แผนงบประมาณของ สำนักงาน กสทช. ประจำปี 2567 ระบุว่า กสทช. มีมติในการประชุม ครั้งที่ 4/2568 เมื่อวันที่ 20 มกราคม 2568 อนุมัติงบประมาณรายจ่าย ประจำปี 2568 ของสำนักงาน กสทช. นั้น มีความล่าช้าได้ส่งผลกระทบต่อการปฏิบัติงานของ กตป. โดยสืบเนื่องมาจากการที่สำนักงาน กสทช. ได้เสนอวาระเพื่อพิจารณาเรื่องปฏิทินงบประมาณรายจ่าย ประจำปี 2568 เพื่อเสนอต่อที่ประชุม กสทช. โดยมีกระบวนการขั้นตอนและกิจกรรม เพื่อให้สอดคล้องกับ พ.ร.บ. องค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ฯ พ.ศ. 2553 และที่แก้ไขเพิ่มเติม และมีแนวทางและหลักเกณฑ์การพิจารณางบประมาณรายจ่ายประจำปี 2568 ที่มีประสิทธิภาพคุ้มค่าและสอดคล้องกับเป้าหมายตามแผนยุทธศาสตร์และนโยบายแผนการดำเนินงานที่สำคัญของ กสทช. ซึ่งที่ประชุมได้มีมติเห็นชอบให้เลื่อนการพิจารณาเรื่องนี้ของสำนักงาน กสทช. ออกไป เพื่อให้ กสทช. ได้ศึกษารายละเอียดข้อประเด็นทางกฎหมาย ทั้งนี้ ในการประชุม กสทช. ครั้งที่ 13/2567 เมื่อวันที่ 14 มิถุนายน 2567 และวันที่ 19 มิถุนายน 2567 (ต่อเนื่อง) ที่ประชุมได้เลื่อนการพิจารณาวาระนี้ออกไป โดยที่ประชุม กสทช. ให้กลับไปพิจารณาทบทวนอีกครั้ง และกรรมการ กสทช. บางท่าน เห็นว่า การเสนอร่างแผนงบประมาณฯ ให้ที่ประชุม กสทช. ได้เห็นชอบก่อนนำเสนอต่อคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ตามมาตรา 57 แห่ง พ.ร.บ. องค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ฯ พ.ศ. 2553 และข้อ 11 ตามระเบียบ กสทช. ว่าด้วยกระบวนการของสำนักงาน กสทช. พ.ศ. 2560 ต่อมาคณะกรรมการดิจิทัลฯ ได้เชิญสำนักงาน กสทช. ไปชี้แจงร่างแผนงบประมาณรายจ่ายประจำปี 2568 พร้อมทั้งมีข้อเสนอแนะต่อการจัดสรรงบประมาณ

ทั้งนี้ วาระเพื่อพิจารณาดังกล่าว ได้ถูกเลื่อนการพิจารณามาหลายครั้ง จนกระทั่งการประชุม กสทช. ครั้งที่ 13/2567 เมื่อวันที่ 14 มิถุนายน 2567 กสทช. ก็ยังไม่พิจารณาเรื่องนี้ จนกระทั่งการประชุม กสทช. ครั้งที่ 4/2568 เมื่อวันที่ 30 มกราคม 2568 จึงมีมติอนุมัติงบประมาณ ประจำปี 2568 ทั้งนี้ ได้ส่งผลกระทบต่อการปฏิบัติงานของ กตป. เช่น การไม่สามารถจัดจ้างผู้ปฏิบัติงานประจำ กตป. 5 ด้าน เพื่อมาช่วยสนับสนุนการทำงานได้ ซึ่งอยู่ในช่วงระหว่างการให้ข้อคิดเห็นต่องานจ้างที่ปรึกษาเพื่อติดตาม ตรวจสอบและประเมินผลการดำเนินการ และการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ประจำปี 2567 และงานจ้างที่ปรึกษาเพื่อติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลตามนโยบายที่สำคัญในด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567 จนไม่สามารถดำเนินการจัดจ้างลูกจ้างชั่วคราวที่สนับสนุนการดำเนินงานของ กตป. ได้ เป็นต้น

ดังนั้น จึงควรให้กรรมการ กสทช. ได้ดำเนินการพิจารณาในเรื่องนี้ด้วยความรอบคอบ เล็งเห็นถึงการปฏิบัติตามปฏิทินรายจ่ายงบประมาณ ประจำปี 2568 อย่างเคร่งครัด เพื่อป้องกันมิให้การดำเนินการได้รับผลกระทบต่อการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลในทุกปีงบประมาณ

บทที่ 5
ข้อเสนอแนะผลการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567

ข้อเสนอแนะผลการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567 ได้วิเคราะห์ผลจากการรวบรวมข้อมูลและข้อคิดเห็นจากแบบสอบถามผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 5 ภูมิภาค การจัดประชุมระดมคลังสมอง การสัมภาษณ์เชิงลึก การจัดสนทนากลุ่ม และการจัดเวทีรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ ซึ่งที่ปรึกษาได้วิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในประเด็นต่าง ๆ รวมถึงผลจากการปฏิบัติหน้าที่ตามอำนาจหน้าที่ของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค จึงได้สรุปประเด็นเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อนำไปปรับปรุงพัฒนาการดำเนินการและการบริหารงานให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล มีดังนี้

1. ข้อเสนอแนะต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

1) ความเป็นธรรมและมาตรฐานทางจริยธรรม

บทบาทและหน้าที่ของ กสทช. ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค ได้แก่ การพิจารณาอนุญาตและกำกับดูแลการประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม กำหนดมาตรการเพื่อป้องกันมิให้มีการกระทำความผิดอันเป็นการผูกขาด หรือก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรมในการแข่งขัน การกำหนดโครงสร้างอัตราค่าธรรมเนียม และโครงสร้างอัตราค่าบริการเพื่อให้ผู้ใช้บริการได้รับบริการที่มีคุณภาพ ประสิทธิภาพ รวดเร็ว ถูกต้อง และเป็นธรรมต่อผู้ใช้บริการ ผู้ให้บริการหรือผู้ลงทุนโดยคำนึงถึงประโยชน์สาธารณะเป็นสำคัญ ทำหน้าที่จัดทำมาตรฐานทางจริยธรรมการประกอบอาชีพ หรือวิชาชีพและการควบคุมการประกอบอาชีพหรือวิชาชีพภายใต้มาตรฐานทางจริยธรรม

2) คุ้มครองประชาชนผู้บริโภคมิให้ถูกเอาเปรียบ

เร่งรัดการรับการพิจารณาเรื่องร้องเรียนที่เกี่ยวข้องกับการประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เกี่ยวกับด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ตามหลักเกณฑ์ที่ กสทช. กำหนด เพื่อป้องกันไม่ให้ผู้บริโภคถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบการ

3) ยกระดับการให้บริการด้านการคุ้มครองผู้บริโภคแบบเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว (One Stop Service)

การนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ในการทำงานเพื่อสอดรับกับแผนพัฒนาระบบดิจิทัลของประเทศ สามารถเป็นระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ช่วยในการบริหารงานและการตัดสินใจในระดับนโยบาย มีกระบวนการทำงานที่สะดวก รวดเร็ว เช่น การพัฒนา **“ระบบฐานข้อมูลกลางในการคุ้มครองผู้บริโภค”** ที่มีการเชื่อมโยงฐานข้อมูลด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่ครอบคลุมทุกภารกิจ เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศ **เกิดการบริการเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว (One Stop Service)** สร้างมาตรฐานใหม่ในการคุ้มครองผู้บริโภคด้วยการใช้เทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์และมีประสิทธิภาพ เผยแพร่ข้อมูลให้ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องนำไปใช้ประโยชน์ในการแก้ปัญหาได้อย่างทันท่วงที เป็นการพัฒนาศักยภาพและความเข้มแข็งของผู้บริโภคและเครือข่ายผู้บริโภค การรับและพิจารณาเรื่องร้องเรียน รวมถึงปรับปรุงมาตรการ ระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ เป็นการสร้างความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน เป็นการยกระดับการให้บริการด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ทำให้มีประสิทธิภาพในการทำงานมากขึ้น ทำให้การบริการมีความสะดวกรวดเร็ว ลดระยะเวลา สามารถเพิ่มความพึงพอใจของผู้รับบริการได้

กสทช. จึงควรเน้นย้ำและให้ความสำคัญกับระบบเทคโนโลยีที่ช่วยในการติดตามความคืบหน้าในการแก้ไขปัญหา และประเมินผลการแก้ไข เพื่อให้แน่ใจว่าปัญหานั้นได้รับการจัดการอย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ รวมทั้งการสื่อสารกลับไปยังผู้บริโภคหรือผู้ร้องเรียนเกี่ยวกับสถานะของการร้องเรียนได้อย่างชัดเจนและทันท่วงที เป็นการสร้างมาตรฐานใหม่ในการคุ้มครองผู้บริโภคด้วยการใช้เทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์และมีประสิทธิภาพ ผลักดันให้ กสทช. เป็นองค์กรที่ทันสมัยและมีความโปร่งใส ด้วยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีอย่างเต็มศักยภาพ

4) สร้างระบบการกำกับดูแลร่วมกัน (Co-Regulation)

ปัจจุบันเป็นยุคเทคโนโลยีมีความก้าวหน้ามาก กฎหมายตามไม่ทันเทคโนโลยี รวมถึงการที่เทคโนโลยีมีการหลอมรวมบริการต่าง ๆ เข้าด้วยกันจนยากที่ผู้บริโภคจะแบ่งแยกออกจากกันได้อย่างชัดเจน เช่น กรณีรับชมรายการโทรทัศน์ที่ออกอากาศในระบบทีวีดิจิทัล แต่ผู้บริโภครับชมรายการดังกล่าวผ่านโทรศัพท์มือถือระบบออนไลน์ ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ทำให้เห็นว่าเมื่อมีการบริโภคข้ามสื่อและเป็นการหลอมรวมกัน กสทช. จะต้องสร้างระบบในการกำกับดูแลให้มีความชัดเจน

อีกประการหนึ่งคือ กสทช. ควรให้ความสำคัญในการบูรณาการ การทำงานใช้ระบบฐานข้อมูลทั้งหมดให้เป็นระบบเดียวกัน มุ่งเน้นการพัฒนากลไกการจัดการปัญหา การกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคอย่างเข้มแข็ง โดยเฉพาะการบูรณาการทำงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

กสทช. จึงต้องมีแนวทางการทำงานกับหน่วยงานทั้งภายในและบูรณาการการทำงานกับหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้องในระดับที่แบ่งปันข้อมูลและการบังคับใช้กฎหมาย เป็นการสร้าง**ระบบการกำกับดูแลร่วมกัน (Co-Regulation)** กสทช. รวมทั้งปรับปรุงพัฒนากฎหมายการกำกับดูแลให้ความยืดหยุ่นสามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงของสภาพเศรษฐกิจ การแข่งขันทางธุรกิจ และการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีได้อย่างเหมาะสม

5) การทำให้ กสทช.ได้รับความเชื่อถือไว้วางใจจากสาธารณะ (Public Trust)

การสร้างความเชื่อมั่นในการคุ้มครองแก่ผู้บริโภค จะทำให้ กสทช. ได้รับความเชื่อถือและความไว้วางใจจากสาธารณะ (Public Trust) และมีความพึงพอใจต่อภาพลักษณ์ของ กสทช. สำนักงาน กสทช. เช่น ควรมีการชี้แจงและสร้างความเชื่อมั่นให้ประชาชนได้รับรู้และเข้าใจ เช่น กรณีควบรวมธุรกิจ TRUE-DTAC ในมาตรการกำกับดูแลของ กสทช. โดยเฉพาะประเด็นที่เป็นข้อกังวลของประชาชน เช่น การควบรวมที่อยู่ภายใต้เงื่อนไข หรือมาตรการเฉพาะหรือเงื่อนไขทั้งมาตรการเชิงโครงสร้างและมาตรการเชิงพฤติกรรม กสทช. ควรมีมาตรการกำกับดูแลเพื่อสร้างความเชื่อมั่นว่า การควบรวมธุรกิจจะเกิดประโยชน์ต่อผู้บริโภค มีการควบรวมของ AWN และ 3BB จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจว่า การควบรวมธุรกิจจะนำมาสู่การแข่งขันที่เหมาะสม เกิดผลดีทั้งเรื่องราคาค่าบริการ สัญญาณคลื่น และคุณภาพการให้บริการ รวมถึงสัญญาณครอบคลุมพื้นที่ที่เปิดให้บริการ บริษัทที่ควบรวมจะผลักดันเศรษฐกิจให้ก้าวหน้า ยังเพิ่มมูลค่าโดยจะยึดมั่นประโยชน์ของผู้บริโภค หลังจากการควบแล้ว ได้พบปัญหาทั้งด้านราคาและสัญญาณที่ได้รับ ดังนั้น การเปิดเผยข้อมูลข่าวสารของ กสทช. บางเรื่องยังไม่ชัดเจนพอและไม่น่าเชื่อถือ จึงทำให้ขาดความเชื่อมั่นจากประชาชน

6) การสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชน (Public Participation)

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ คือ การจัดประชุมเวทีรับฟังความคิดเห็นสาธารณะของประชาชน การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่มเกี่ยวกับการดำเนินงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. พบว่า กสทช. ขาดการประชาสัมพันธ์ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง และขาดสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชน (Public Participation) จากการสำรวจข้อมูลเชิงปริมาณในปี 2567 พบว่า ประสบการณ์การใช้บริการหรือติดต่อกับสำนักงาน กสทช. ของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เคยมีประสบการณ์การใช้บริการหรือติดต่อกับสำนักงาน

กสทช. ร้อยละ 60.40 และไม่เคยมีประสบการณ์การใช้บริการหรือติดต่อกับสำนักงาน กสทช. ร้อยละ 39.60 ประชาชนส่วนใหญ่ไม่ทราบว่า กสทช. มีอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบ รวมถึงไม่ทราบถึงกิจกรรมหรือโครงการต่าง ๆ ที่สำนักงาน กสทช. เป็นผู้รับผิดชอบ ดังนั้น กสทช. จึงต้องสื่อสารและประชาสัมพันธ์ รวมทั้งการสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนให้ชัดเจน คือ การสร้างและปรับปรุงช่องทางการสื่อสารให้สามารถเข้าถึงและสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย โดยส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาและเพิ่มช่องทางประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารขององค์กร ผ่านช่องทางการสื่อสารของสื่อที่หลากหลายอย่างต่อเนื่อง สม่ำเสมอ รวมทั้งการสร้างการมีส่วนร่วมโดยการจัดเวทีเสวนา จะทำให้ประชาชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทราบข้อมูลต่าง ๆ ของ กสทช. ผ่านสื่อโทรทัศน์ วิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อสังคมออนไลน์ แอปพลิเคชัน เป็นต้น

7) การปรับปรุงและพัฒนากฎหมาน (Law Development)

เทคโนโลยีมีความเจริญก้าวหน้าไปอย่างไม่หยุดยั้ง ทำให้กฎหมายตามไม่ทันเทคโนโลยี กฎหมายที่ใช้อยู่มีความล้าหลัง ไม่ทันสมัย และเท่าทันกับสภาวะการณ์ปัจจุบัน จึงเห็นสมควรให้ กสทช. การปรับปรุงและพัฒนากฎหมาย รวมทั้งทบทวนสถานการณ์และเฝ้าระวังปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคในระดับท้องถิ่น ระดับประเทศ และระหว่างประเทศในประเด็นด้านกฎหมาย มาตรการ และข้อบังคับต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อผู้บริโภค ทำให้การปรับปรุงและพัฒนานโยบาย กฎหมาย มาตรฐาน มาตรการ และระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ที่เกิดประโยชน์กับผู้บริโภค เช่น มาตรการกำกับการควบรวม TRUE และ DTAC ให้ผู้ประกอบการปฏิบัติตามเงื่อนไขหรือมาตรการเฉพาะ หากไม่ปฏิบัติ ควรมีบทลงโทษปรับสูงสุด หรือการกำหนดโทษสถานหนัก

8) การพัฒนากลไกการตรวจสอบ เฝ้าระวังการคุ้มครองผู้บริโภค

การพัฒนากลไกการตรวจสอบ เฝ้าระวังการคุ้มครองผู้บริโภคทั้ง 3 กิจการ ให้มีประสิทธิภาพ ถือเป็นการยกระดับการกำกับดูแล การนำโปรแกรม GDB (The GNU Debugger) มาใช้ในการแก้ปัญหาเรื่องคอลเซ็นเตอร์ และข้อความสั้น หลอกลวงประชาชน การสร้างแอปพลิเคชันในการเฝ้าระวัง รวมทั้งมาตรการลงโทษผู้ประกอบกิจการที่กระทำผิดกฎหมายอย่างเคร่งครัด และมีบทกำหนดโทษ กรณีที่มีการนำข้อมูลส่วนบุคคลไปใช้โดยไม่ได้รับอนุญาต เพื่อเป็นมาตรฐานและเป็นกลไกตรวจสอบเฝ้าระวังคุ้มครองผู้บริโภคให้ได้รับประโยชน์มากที่สุด

9) การสร้างเสถียรภาพในการบริหารและกำกับนโยบาย

สาเหตุหลักสำคัญประการหนึ่งของการขาดเสถียรภาพในการบริหารและการกำกับของ กสทช. เกิดจากปัญหาความขัดแย้งภายในรูปแบบขององค์กรการขาดเสถียรภาพในเชิงนโยบายอาจส่งผลกระทบต่อประเด็นการสนับสนุนการทำวิจัย หรือโครงการเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคขาดโอกาสในการร่วมกิจกรรมและการพัฒนาศักยภาพ ซึ่งการขาดเสถียรภาพของกรรมการ กสทช. ดังกล่าว ทำให้สาธารณชนที่รับรู้เกิดผลกระทบเชิงลบต่อภาพลักษณ์ของหน่วยงาน ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ซึ่ง กสทช. ควรกำหนดแนวทางการทำงานร่วมกันอย่างชัดเจนและโปร่งใส โดยเปิดโอกาสให้ภาคประชาชน และภาคประชาสังคมเข้าไปมีส่วนร่วมในการกำกับดูแลการทำงาน กสทช. มากขึ้น

10) การเพิ่มตำแหน่งรองเลขาธิการ กสทช. สายงานการคุ้มครองผู้บริโภค

การเพิ่มตำแหน่งรองเลขาธิการ กสทช. สายงานการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อให้มีภารกิจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค โดยมุ่งเน้นที่การตัดสินใจระดับนโยบายและกลยุทธ์เพื่อผลักดันนโยบายที่เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคสามารถเสริมสร้างการสื่อสารและการทำงานร่วมกันในองค์กร ซึ่งจะมีส่วนสำคัญที่ช่วยให้สำนักงาน กสทช. สามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค

11) การพิจารณาการแต่งตั้ง เลขาธิการ กสทช.

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ยังไม่มีการแต่งตั้งเลขาธิการ กสทช. คนใหม่ อย่างเป็นทางการ เนื่องจากอดีตเลขาธิการ กสทช. ได้ลาออกตั้งแต่ต้นเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2563 จนถึงปัจจุบันยังไม่ได้มีการแต่งตั้งเลขาธิการ กสทช. ส่งผลให้ตำแหน่งเลขาธิการว่างลง มีเพียงการแต่งตั้งรักษาการแทนเลขาธิการ กสทช. แม้ว่ารักษาการแทนเลขาธิการ กสทช. จะสามารถบริหารงานสำนักงาน กสทช. ได้ ตามปกติก็ตาม แต่เป็นการทำงานที่ไม่ต่อเนื่องส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของสำนักงาน กสทช. ทำให้มีปัญหาในเรื่องความเชื่อมั่นจากสังคมและภาคประชาชน ความชัดเจนในการบริหาร ความต่อเนื่องในการบริหารงาน รวมทั้งประสิทธิผลในการดำเนินงานของสำนักงาน กสทช. จึงควรเร่งให้เกิดกระบวนการสรรหาและพิจารณาแต่งตั้งผู้มาดำรงตำแหน่งเลขาธิการ กสทช. ให้เสร็จสิ้นโดยเร็ว จะทำให้การบริหารงานของสำนักงาน กสทช. มีความต่อเนื่องและเป็นที่เชื่อมั่นจากภาคธุรกิจและภาคประชาสังคม ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวจะส่งผลต่อภาพลักษณ์อันดีต่อ กสทช. และสำนักงาน กสทช.

2. ข้อเสนอแนะต่อการดำเนินการและการบริหารงานของเลาธิการ กสทช. ที่เกี่ยวข้องกับด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

2.1 ด้านการบริหารงานแผนงาน โครงการตามยุทธศาสตร์ของ กสทช.

1) การใช้จ่ายงบประมาณ

ในแต่ละยุทธศาสตร์จะมีเลขาธิการ กสทช. มอบนโยบายกำกับ ควบคุม และดำเนินการแต่ละสำนักต้องดำเนินการบริหารงานให้มีประสิทธิภาพทั้งด้านการดำเนินการตามแผนงาน โครงการให้เป็นไปตามแผนงาน และแผนการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายที่ได้รับการจัดสรรไว้ไปใช้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ รวมทั้งมีการสรุปผลการดำเนินงาน ปัญหา อุปสรรค และประโยชน์ที่ได้ภายหลังการดำเนินงาน โดยมีการถอดบทเรียนเพื่อนำไปแก้ไข ปรับปรุงการดำเนินการต่อไป รวมทั้งมีการติดตามความก้าวหน้าระหว่างการดำเนินการโครงการอย่างสม่ำเสมอ ทั้งนี้จะต้องมีการติดตามความก้าวหน้าทั้งก่อน ระหว่าง และหลังดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ

2) อัตรากำลังพนักงานหรือเจ้าหน้าที่

หน้าที่และอำนาจของสำนักงาน กสทช. ตามภูมิภาค เพื่อให้การให้บริการประชาชนสามารถดำเนินการได้อย่างเต็มที่และทันต่อสถานการณ์ต่าง ๆ จึงเห็นควรให้มีการเพิ่มอัตรากำลังพนักงานให้เหมาะสมกับภารกิจในแต่ละภาคและเขต ให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ ควรพิจารณาให้มีการจัดตั้งสำนักงาน กสทช. ในทุกจังหวัดให้ครอบคลุมพื้นที่ แม้ว่าเทคโนโลยีเข้ามาแทนที่หรือช่วยดำเนินการต่าง ๆ ได้ แต่ยังจำเป็นต้องอาศัยอัตรากำลังเจ้าหน้าที่ เพื่อแก้ไขปัญหาและบริการประชาชนอย่างทั่วถึง

2.2 ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

1) การอบรมและสอบใบอนุญาต

การจัดทำรูปแบบการอบรมและสอบใบอนุญาตควรส่งเสริมหลักจริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพสำหรับวิชาชีพโฆษณา โดยส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มของผู้ประกอบกิจการ และผู้ประกอบวิชาชีพรายสาขา

2) การพัฒนาองค์ความรู้มิให้ถูกเอาเปรียบโดยการโฆษณา

ควรพัฒนาองค์ความรู้ การเท่าทันสื่อในกลุ่มผู้บริโภค ครอบคลุมประชาชนกลุ่มต่าง ๆ ที่เป็นกลุ่มเสี่ยงต่อการถูกหลอกลวงจากการโฆษณาที่เอาเปรียบผู้บริโภค เช่น เด็ก เยาวชน ผ่านการเรียนการสอน การตระหนักรู้เท่าทันสื่อในโรงเรียน และสถาบันการศึกษาทุกระดับ มีการจัดทำสื่อการเรียนรู้

ทั้งทางวิทยุ โทรทัศน์ และสื่อออนไลน์ มีการจัดการอบรมเชิงปฏิบัติการในการให้ความรู้แก่เด็ก เยาวชน และประชาชนที่เป็นกลุ่มเสี่ยงต่อการถูกเอาเปรียบโดยการโฆษณา เช่น กลุ่มผู้มีรายได้น้อย กลุ่มผู้สูงอายุ เป็นต้น

3) การส่งเสริมการจัดตั้งเครือข่ายเฝ้าระวังโฆษณา

ควรดำเนินการส่งเสริมกลไกในการเฝ้าระวังสื่อในระดับชุมชนและระดับท้องถิ่นให้ครอบคลุมทุกภูมิภาค โดยการส่งเสริมการมีส่วนร่วมจากเครือข่ายภาคประชาชนต่าง ๆ ในชุมชน ครูอาจารย์และนักเรียนในโรงเรียน นิสิตนักศึกษาในมหาวิทยาลัย โดยเฉพาะมหาวิทยาลัยในพื้นที่ชุมชนท้องถิ่น ภาคประชาสังคม เช่น องค์กร ตัวแทนผู้บริโภคต่าง ๆ โดยอาจมีการสร้างแรงจูงใจในการมีส่วนร่วมระยะยาว โดยการจัดตั้งเป็นชมรม เครือข่ายอาสาสมัครในการแจ้งเรื่องร้องเรียน

4) การพัฒนาระบบรับและพิจารณาเรื่องร้องเรียน

ควรดำเนินการในเรื่องดังกล่าวให้สามารถเข้าถึงข้อมูลได้สะดวก รวดเร็ว มีประสิทธิภาพสูง สามารถใช้ได้กับผู้พิการทุกประเภท แก้ไขปัญหาทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค และเป็นระบบสองภาษา เพื่อรองรับผู้บริโภค หรือผู้ประกอบธุรกิจชาวต่างชาติ หรือที่อยู่ในต่างประเทศ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการลงทุนกับนักลงทุนต่างชาติ พร้อมทั้งพัฒนาระบบติดตามสถานะเรื่องร้องเรียนให้อยู่ในระบบเดียวกัน เพื่อประหยัดต้นทุน ทรัพยากรบุคคล และอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้บริโภคที่ใช้บริการ

5) การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการ

บูรณาการความร่วมมือกับภาคส่วนต่าง ๆ และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการในการพัฒนากลไกการคุ้มครองสิทธิของผู้ใช้บริการ เพื่อสร้างกลไกการทำงานร่วมกันในการคุ้มครองสิทธิความเป็นส่วนตัว การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล การปฏิเสธไม่รับบริการที่ไม่พึงประสงค์ การยื่นเรื่องร้องเรียน รวมทั้งคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค

6) การเผยแพร่องค์ความรู้ข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์

ผลักดันให้หน่วยงานต่าง ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการคุ้มครองผู้บริโภค ทั้งระดับท้องถิ่น ระดับจังหวัด ระดับภาค ระดับประเทศ ทั้งภาคีเครือข่ายทุกภาคส่วน มีส่วนร่วมในการเผยแพร่องค์ความรู้ข้อมูลข่าวสาร รวมทั้งร่วมรณรงค์ ประชาสัมพันธ์ ตลอดจนร่วมมือกับภาคธุรกิจ และเผยแพร่ข้อมูลสินค้าและบริการที่ถูกต้องตามความเป็นจริง ควรมีการประชาสัมพันธ์ สื่อสาร เผยแพร่ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคผ่านช่องทางและวิธีการที่หลากหลาย เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่และกลุ่มเป้าหมาย เช่น กลุ่มเยาวชนควรสื่อสารด้วยสังคมออนไลน์ หรือร่วมมือกับสถาบันการศึกษาในการจัดโครงการหรือกิจกรรม กลุ่มผู้สูงอายุหรือคนท้องถิ่นควรเผยแพร่ด้วยการสื่อสารในสื่อกระแสหลัก เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และวิทยุ การสื่อสารในสื่อท้องถิ่น เช่น โทรทัศน์ท้องถิ่น หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น วิทยุชุมชน การสื่อสารในสื่อชุมชน เช่น หอกระจายข่าว เสียงตามสาย การสื่อสารโดยสื่อบุคคล เช่น เครือข่ายแกนนำที่ทำงานในระดับชุมชน เจ้าหน้าที่รัฐ แกนนำอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) และอาสาสมัครของเครือข่ายผู้บริโภค เช่น สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) หรือ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ที่จะมีการประชุมทุกเดือน จะได้นำข้อมูลข่าวสารจากลูกบ้าน หรือควรจัดให้มีศูนย์ประสานงานของกลุ่มผู้พิการในระดับจังหวัด เพื่อให้เกิดการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ได้อย่างทั่วถึง โดยเฉพาะกลุ่มผู้พิการหรือกลุ่มผู้ด้อยโอกาสที่ไม่สามารถใช้หรือเข้าถึงสื่อเทคโนโลยีได้ ควรจัดให้มีศูนย์ประสานงานของกลุ่มคนพิการในระดับจังหวัด เพื่อให้เกิดการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างทั่วถึง

2.3 ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม

1) การพัฒนามาตรฐานคุณภาพการให้บริการที่สอดรับกับการพัฒนาเทคโนโลยี

การยกระดับคุณภาพบริการด้วยการพัฒนามาตรฐานคุณภาพโดยกำกับดูแลให้ผู้ประกอบการจัดให้มีคุณภาพการให้บริการตามมาตรฐานคุณภาพการให้บริการความที่ได้โฆษณา ให้ผู้ใช้บริการได้รับบริการที่มีคุณภาพมีมาตรฐาน และได้รับความเป็นธรรมในการใช้บริการ มีการกำหนดให้ผู้ประกอบการต้องรับผิดชอบต่อปัญหาที่เกิดจากการใช้บริการ โดยกำหนดให้เป็นนโยบายหรือมาตรการอย่างชัดเจนเพื่อเป็นมาตรฐาน แนวทางปฏิบัติต่อผู้บริโภคให้ครอบคลุมทุกกรณี พัฒนากลไกในการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการมีคุณธรรม จริยธรรม และรับผิดชอบต่อการประกอบธุรกิจ เช่น ผู้ประกอบธุรกิจมีการให้ข้อมูลครบถ้วน ชัดเจน ไม่บิดเบือน การดูแลข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการให้มีความปลอดภัยและคำนึงถึงความเป็นส่วนตัว

2) การแก้ปัญหาอาชญากรรมออนไลน์

จากสถานการณ์ปัจจุบันปัญหาอาชญากรรมออนไลน์ยังเกิดขึ้นและสร้างความเสียหายต่อประชาชนอย่างต่อเนื่อง พบว่า คนไทยกว่า 75% เคยถูกกลุ่มมิจฉาชีพหรือแก๊งคอลเซ็นเตอร์โทรศัพท์หา และยิ่งจะสร้างปัญหาต่อประชาชนและทวีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้น จากการรวบรวมข้อมูล ของสำนักงาน กสทช. มีการพัฒนาแอปพลิเคชัน 3 ชั้น ช่วยป้องกันการถูกสวมสิทธิทะเบียนเปิดเบอร์โทรศัพท์มือถือโดยให้ประชาชนได้ตรวจสอบว่าเลขบัตรประชาชนของตนมีใครแอบอ้างไปใช้เปิดเบอร์หรือไม่ ตรวจสอบการลงทะเบียนซิมการ์ดหากพบว่า มีการแอบอ้างและสามารถล็อคหมายเลขบัตรประชาชนไม่ให้เปิดเบอร์ใหม่ได้ นอกจากนี้ สำนักงาน กสทช. ได้ออกประกาศเพื่อบังคับให้ผู้ครอบครองหมายเลขโทรศัพท์มือถือหรือซิมการ์ดตั้งแต่ 5 หมายเลขขึ้นไป ต้องลงทะเบียนแจ้งการครอบครองผู้ให้บริการเพื่อแก้ปัญหาในเรื่องการนำซิมการ์ดไปใช้ในการหลอกลวงออนไลน์หรือโอนเงินออกจากบัญชี ซึ่งประกาศดังกล่าวมีผลใช้บังคับตั้งแต่ 16 มกราคม 2567 เป็นต้นไป กสทช. ต้องผลักดันให้มีมาตรการจำกัดครอบครองซิมการ์ดอาจไม่ได้ผลเพราะปัจจุบันมีระบบการสื่อสารทางเสียงผ่านระบบอินเทอร์เน็ตทำให้มิจฉาชีพสามารถสร้างหมายเลขหลอกลวงเพื่อใช้ในการติดต่อไปยังผู้บริโภคได้โดยไม่ต้องใช้ซิมการ์ด ประกาศ กสทช. เรื่อง การยืนยันตัวตนและข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่มีลักษณะเป็นประกาศที่บังคับกับผู้ใช้บริการที่มีหน้าที่ต้องมายืนยันตัวตน กรณีไม่มายืนยันตัวตนจะทำให้ผู้ให้บริการสามารถระงับให้บริการทุกหมายเลขไปก่อนได้จนกว่าจะมาลงทะเบียน แต่หากผู้ใช้งานร้องเรียนจะทำอย่างไรไม่มีข้อกำหนดในเรื่องนี้

จากปัญหาดังกล่าว เพื่อประโยชน์ต่อการคุ้มครองผู้บริโภคจึงเสนอให้เลขาธิการ กสทช. พิจารณากำหนดหรือเพิ่มมาตรการลงโทษต่อผู้ให้บริการหรือผู้ที่ได้รับประโยชน์จากการกระทำเหล่านั้นอย่างจริงจัง

3) แผนแม่บทการป้องกันอาชญากรรมออนไลน์

จากกรณีการแก้ปัญหาโทรศัพท์หลอกลวงจากแก๊งคอลเซ็นเตอร์ เลขาธิการ กสทช. ควรวางแผนในเรื่องแผนแม่บทในการป้องกันอาชญากรรมออนไลน์ให้ครอบคลุม ดูแลประชาชนทุกกลุ่มอย่างทั่วถึง และเท่าเทียมกัน โดยเฉพาะกลุ่มที่มีความเสี่ยงสูง เช่น เด็ก เยาวชน ผู้สูงอายุ และกลุ่มเปราะบาง เพื่อป้องกันปัญหาแก๊งคอลเซ็นเตอร์ เลขาธิการ กสทช. ควรดำเนินการอย่างจริงจัง เช่น

(1) กำหนดให้มีการออกข้อบังคับในด้านบริการเครือข่ายต้องมีการตรวจสอบการโทรและการส่ง SMS รวมทั้งมีแผนปฏิบัติการป้องกันการโทรจากแก๊งคอลเซ็นเตอร์หรือมิจฉาชีพที่มีตัวชี้วัดผลการดำเนินการของแผนดังกล่าวและรายงานให้ กสทช. รับทราบ

(2) เลขาธิการ กสทช. ควรนำเทคโนโลยีมาใช้ในการตรวจสอบยืนยันข้อมูลผู้โทรเพื่อป้องกันและระบุโทรศัพท์หลอกลวงเป็นเทคโนโลยีที่ช่วยให้สามารถตรวจสอบว่าข้อมูลของผู้โทรถูกต้องและไม่ปลอมแปลง

(3) เลขาธิการ กสทช. ควรใช้อำนาจที่มีในการบังคับหรือเป็นตัวกลางในการดำเนินการให้ผู้ให้บริการเครือข่ายเปิดเผยข้อมูลการโทรและส่ง SMS ให้ส่วนงานเครือข่าย เช่น สำนักงานตำรวจแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ดำเนินการได้อย่างรวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์มีประสิทธิภาพในการแก้ไขปัญหาการโทรศัพท์หลอกลวงที่ส่งผลกระทบต่อผู้บริโภค

4) การแก้ปัญหาเรื่องข้อความสั้น (SMS) หลอกลวง

การส่งข้อความหลอกลวงด้วยการแอบอ้างชื่อผู้ส่งที่น่าเชื่อถือ ที่แอบอ้างว่าเป็นหน่วยงานของธนาคาร ไปรษณีย์ กรมที่ดิน สำนักงานตำรวจแห่งชาติ หรือข้อความจากบริษัทที่ให้บริการ แต่ผู้สะท้อนความคิดเห็นแจ้งว่า รู้เท่าทันก็ยังได้รับข้อความดังกล่าว และไม่ได้ร้องเรียนใด ๆ ปัจจุบันสำนักงาน กสทช. ได้ดำเนินการบูรณาการทำงานร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ธนาคาร กรมสอบสวนคดีพิเศษ (DSI) สำนักงานป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน (ปปง.) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม โดยมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน ส่งผลให้สามารถนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ประโยชน์ในการจัดการกับอาชญากรรมทางเทคโนโลยีได้ทันท่วงทีและทำให้เกิดการบังคับใช้พระราชกำหนดมาตรการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมทางเทคโนโลยี พ.ศ. 2566 มีโทษหนักทั้งปรับและจำคุก หากรับเปิดบัญชีม้า ซิมม้า ซึ่ง กสทช. ได้ยกระดับและเสริมสร้างมาตรการในการจัดการกับ SMS หลอกลวงอย่างต่อเนื่องและจริงจัง จากข้อมูลที่ได้รับจากเวทีรับฟังความคิดเห็นและการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า ไม่สามารถจัดการแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้หมดไป ทั้งนี้ เป็นเพราะการแก้ไขปัญหาเป็นเรื่องท้าทาย เกิดจากมิจฉาชีพที่ไม่หยุดยั้งในการคิดค้นและพัฒนาวิธีการใหม่ ๆ หรือหลีกเลี่ยงการถูกตรวจจับจากมาตรการป้องกันที่มีอยู่ นอกจากนี้การที่มิจฉาชีพเหล่านี้เลือกที่จะดำเนินกิจกรรมภายในประเทศเพื่อนบ้าน ยังเพิ่มความซับซ้อนในการสืบสวนและจับกุมเนื่องจากมีข้อจำกัดในตัวกฎหมายข้ามชาติและความต้องการความร่วมมือทางการทูตระหว่างประเทศ ทำให้การบังคับใช้กฎหมายและการดำเนินการตามขั้นตอนของกฎหมายต้องอาศัยความร่วมมือในทุกภาคส่วนทั้งในและนอกประเทศ

เลขาธิการ กสทช. ต้องสนับสนุนในการสร้างความรู้ ความเข้าใจ และความตระหนักรู้แก่ประชาชนผ่านช่องทางสื่อสารที่หลากหลาย เช่น โซเชียลมีเดีย โทรทัศน์ วิทยุ และสื่อสิ่งพิมพ์ สร้างเนื้อหาที่น่าสนใจและเข้าถึงได้ง่าย เช่น วีดิทัศน์ อินโฟกราฟฟิก และบทความใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายและตรงกับบริบทของกลุ่มเป้าหมาย ครอบคลุมกลุ่มเปราะบางทุกประเภทที่มีความต้องการสื่อสารที่แตกต่างจากคนปกติ เนื่องจากกลุ่มเปราะบางไม่ใช่กลุ่มเป้าหมายของภาคเอกชนที่จะสามารถสร้างรายได้หรือสร้างผลตอบแทนได้ ดังเช่นกลุ่มคนปกติทั่วไป จึงสะท้อนความจำเป็นในการที่ให้สำนักที่เกี่ยวข้องต้องเร่งดำเนินการปรับปรุงกลยุทธ์การสื่อสารและการเข้าถึงผู้บริโภค อาจร่วมมือกับอินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) หรือบุคคลที่มีอิทธิพลทางความคิดในกลุ่มต่าง ๆ การจัดกิจกรรมหรือรณรงค์พิเศษ การสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานหรือองค์กรอื่น ๆ เพื่อช่วยขยายการเข้าถึงและเพิ่มการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคจะช่วยให้สำนักงาน กสทช. สามารถตอบสนองความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.4 การคุ้มครองผู้บริโภคกลุ่มเปราะบางในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

1) การให้ความสำคัญกับการกำหนดเวลาการออกอากาศของสื่อสำหรับกลุ่มเปราะบางอย่างเหมาะสม สามารถเลือกบริโภคสื่อได้ในระยะเวลาที่หลากหลาย ขยายเวลาและตู้สำหรับกลุ่มเปราะบางได้อย่างเพียงพอ

2) การพัฒนารายการสื่อสำหรับกลุ่มเปราะบางอย่างหลากหลาย สามารถเลือกชมได้ตามที่ต้องการ โดยเฉพาะรายการบันเทิง และระบบที่เอื้อต่อการรับฟัง/รับชมของกลุ่มเปราะบางอย่างเหมาะสม เช่น ล่ามแปลภาษามือ ระบบเสียงที่เหมาะสม ประกาศหรือกฎระเบียบใด ๆ ที่มีการบังคับใช้กับประชาชนควรจัดให้มีการสื่อสารสำหรับกลุ่มเปราะบางได้อย่างทั่วถึง ควรสนับสนุนงบประมาณให้ศูนย์บริการถ่ายทอดการศึกษาแห่งประเทศไทย (TTRS) ให้บริการปีละไม่น้อยกว่า 400,000 ครั้ง แสดงให้เห็นถึงการให้ความสำคัญกับสิทธิการสื่อสารขั้นพื้นฐานของคนพิการทั้งทางการได้ยินและคนพิการทางการพูด เลขาธิการ กสทช. ควรพิจารณาสนับสนุนงบประมาณให้กับ TTRS อย่างต่อเนื่อง ทำให้คนพิการสามารถรับรู้ข่าวสารและทำกิจกรรมร่วมกับคนอื่น ๆ ได้

3) การพัฒนาแอปพลิเคชันและเว็บไซต์ที่เข้ากันได้กับเทคโนโลยี มุ่งเน้นการออกแบบและพัฒนาแอปพลิเคชัน รวมทั้งเว็บไซต์ที่เข้ากันได้กับเครื่องมือผ่านหน้าจอและเทคโนโลยีช่วยเหลืออื่น ๆ สำหรับผู้ที่มีความบกพร่องทางการมองเห็น ให้มีคำบรรยายแทนเสียง (Audio Description) ในรายการโทรทัศน์และภาพยนตร์ ซึ่งจะช่วยทำให้ผู้พิการทางสายตาสามารถติดตามเนื้อหาและเข้าใจบริบทของภาพที่แสดงบนหน้าจอสำหรับผู้บกพร่องทางการได้ยิน การจัดให้มีบริการภาษามือและคำบรรยายในรายการโทรทัศน์และวีดิทัศน์เพื่อช่วยให้ผู้หูหนวกติดตามเนื้อหาได้

4) การพัฒนาหรือนำปัญญาประดิษฐ์ (AI) มาประยุกต์ใช้ในการให้บริการ ปัจจุบันเทคโนโลยีมีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว อาจพิจารณาการพัฒนาหรือนำปัญญาประดิษฐ์ (AI) มาประยุกต์ใช้ในการให้บริการ คำบรรยายเสียงหรือการให้บริการภาษามือและคำบรรยายโดยปัญญาประดิษฐ์ จะทำงานได้อย่างรวดเร็ว ช่วยให้กลุ่มเปราะบางที่ต้องการข้อมูลเหล่านี้ได้รับประสบการณ์ที่ต่อเนื่องและไม่ถูกตัดขาดจากเนื้อหา นอกจากนี้ยังสามารถปรับแต่งเพื่อตอบสนองความต้องการเฉพาะผู้พิการลักษณะต่าง ๆ ได้ เช่น การปรับความเร็ว (Speed) ของคำบรรยายแทนเสียง

5) การพัฒนาช่องทางการร้องเรียนให้กลุ่มเปราะบางเข้าถึงได้ง่าย โดยเฉพาะผู้พิการทางการได้ยินและผู้พิการทางสายตา เช่น เว็บไซต์การให้ความรู้เกี่ยวกับกระบวนการร้องเรียน ควรพัฒนาให้สามารถรองรับภาษามือโดยมีคำบรรยายเสียงในการให้บริการเพื่อเป็นทางเลือกแก่กลุ่มเปราะบาง ซึ่งจะทำให้กลุ่มเปราะบางที่ประสบปัญหาสามารถรับหรือส่งข้อความร้องเรียนไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ เช่น เว็บไซต์ที่ออกแบบสามารถเข้าถึงง่ายสำหรับผู้ใช้ทุกคน รวมถึงผู้พิการ มาตรฐานนี้มุ่งเน้นไปที่การทำให้เนื้อหาเว็บเป็นที่เข้าถึงได้และสามารถทำงานร่วมกับเทคโนโลยีช่วยเหลือ และเครื่องมืออื่น ๆ ที่ใช้โดยผู้พิการที่เหมาะสมกับความต้องการ ซึ่งควรพัฒนาหรือออกแบบช่องทางการร้องเรียนให้รองรับกลุ่มเปราะบางต่าง ๆ

(1) ด้านการมองเห็น มีการปรับแสงช่วยเหลือผู้มีปัญหาด้านการมองเห็น เช่น การเพิ่มความคมชัดของตัวอักษร และความแตกต่างของสี

(2) ด้านการได้ยิน ให้มีการใช้คำบรรยายหรือสื่อทางเสียงเพื่อช่วยเหลือผู้ที่มีปัญหาด้านการได้ยิน

(3) ด้านการทำความเข้าใจ จัดโครงสร้างเนื้อหาที่ชัดเจนและง่ายต่อการเข้าใจ

(4) ด้านการนำทางและควบคุม มีวิธีการนำทางที่เข้าถึงได้ง่ายและผู้ใช้สามารถควบคุมเนื้อหาได้

(5) การดำเนินการที่แสดงถึงความสำคัญของการออกแบบระบบการร้องเรียนที่ครอบคลุม และพิจารณาถึงความต้องการและความสามารถของผู้พิการเพื่อให้เกิดโอกาสเท่าเทียมกันในการได้รับการคุ้มครองในฐานะเป็นผู้บริโภคคนหนึ่งทางสังคม เป็นการนำเอาเทคโนโลยีมาใช้อย่างสร้างสรรค์และมีประสิทธิภาพ

(6) การเพิ่มบุคลากรที่สามารถสื่อสารได้หลากหลายภาษา โดยเฉพาะภาษาของชนเผ่าเพื่อให้ตอบสนองและครอบคลุมถึงความต้องการของกลุ่มชาติพันธุ์ เป็นการแสดงถึงความเคารพและการยอมรับความหลากหลายทางวัฒนธรรมของคนในสังคม

2.5 การสร้างภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นต่อการคุ้มครองผู้บริโภค

พบว่า ประชาชนหรือผู้บริโภคส่วนใหญ่มากกว่าครึ่งไม่ทราบถึงการดำเนินงานของ กสทช. ทำให้เกิดการขาดความไว้วางใจและการมีส่วนร่วมจากประชาชน ตลอดจนการตรวจสอบจากสังคม เมื่อผู้บริโภคไม่เข้าใจหรือไม่รู้จักสำนักงาน กสทช. การตรวจสอบ สอดส่อง เฝ้าระวัง การกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคจะลดลงตามไปด้วย ทำให้ภาคธุรกิจสามารถเข้ามาแสวงหาผลประโยชน์ การสร้างภาพลักษณ์ของสำนักงาน กสทช. เพื่อให้ประชาชนเกิดความเชื่อมั่น เป็นสิ่งที่ควรยกระดับการทำงาน

1) เลขาธิการ กสทช. ต้องตรวจสอบการประกอบกิจการของผู้ประกอบการอย่างเข้มงวด ยึดมั่นในหลักการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างเป็นธรรม ทั่วถึง และมีประสิทธิภาพ เกิดประโยชน์สูงสุดต่อประชาชนเป็นหลัก ไม่ให้เกิดการเอาเปรียบต่อประชาชน

2) เลขาธิการ กสทช. ต้องทำงานอย่างโปร่งใสและตรวจสอบได้ มีการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารเพื่อให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการกำกับดูแลการดำเนินงานของสำนักงาน กสทช. ข้อมูลต่าง ๆ ต้องมีการเผยแพร่ต่อประชาชนและสังคมอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งต้องพิจารณาปรับปรุงเว็บไซต์ของสำนักงาน กสทช. ให้ทันสมัยและมีมาตรฐาน

3) การประชาสัมพันธ์ การดำเนินการตามข้อ 1) และข้อ 2) ต้องประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนทั่วไปรับทราบอย่างทั่วถึงโดยเฉพาะผู้ที่อยู่ห่างไกล รวมถึงผู้ด้อยโอกาส เลขาธิการ กสทช. ต้องกำหนดทิศทางและเป้าหมายการประชาสัมพันธ์อย่างชัดเจน จะทำให้ภาพลักษณ์ของสำนักงาน กสทช. ในการสร้างความเชื่อมั่นต่อการคุ้มครองผู้บริโภคดีขึ้น และใช้ช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย เช่น สื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ สื่อวิทยุชุมชน เพื่อให้การประชาสัมพันธ์สามารถสะท้อนถึงจุดยืน ภาพลักษณ์ และอัตลักษณ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. ข้อเสนอแนะต่อการดำเนินการและการบริหารงานของสำนักงาน กสทช. ในด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

1) การถอดบทเรียนเพื่อนำไปแก้ไขปรับปรุงการดำเนินการและการบริหารงานเป็นการดำเนินการของสำนักงาน กสทช. เพื่อสร้างความตระหนักรู้เรื่องสิทธิผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคมและภัยคุกคามผ่านช่องทางโทรคมนาคม เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งแก่ผู้บริโภคให้สามารถปกป้องตนเอง สนับสนุนมิให้ถูกเอารัดเอาเปรียบจากผู้ประกอบการและปลอดภัยจากภัยคุกคามโดยต้องดำเนินการในการจัดกิจกรรมเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ เรื่องสิทธิผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม รวมทั้งเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวผ่านภาคส่วนต่าง ๆ ทั้งผู้ประกอบการ ภาครัฐ ภาคเอกชน สถานศึกษา องค์กรคนพิการ องค์กรการคุ้มครองผู้บริโภค และเครือข่ายภาคประชาชน และช่องทางที่หลากหลายที่เหมาะสมกับบริบทในแต่ละพื้นที่ของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งเป็นการดำเนินการตามแผนปฏิบัติการภายใต้แผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2567-2571) ยุทธศาสตร์ที่ 5 การยกระดับการคุ้มครองและเสริมสร้างความเข้มแข็งแก่ผู้บริโภคในยุคดิจิทัล

2) การปรับปรุงกฎหมายให้สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจและสังคมในปัจจุบัน เช่น ดำเนินการทบทวนประกาศ กสทช. เรื่อง กระบวนการรับและพิจารณาเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการประกอบกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2559 ให้ทันต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปและเพื่อประโยชน์ในการคุ้มครองประชาชน มิให้ถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบกิจการ สิทธิของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล สิทธิในความเป็นส่วนตัว กสทช. ได้มีคำสั่งที่ 8/2567 ลงวันที่ 9 กุมภาพันธ์ 2567 แต่งตั้งคณะอนุกรรมการศึกษาและพัฒนาขั้นตอนการแก้ไขปัญหาร้องเรียนของผู้ใช้บริการในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ซึ่งคณะอนุกรรมการศึกษากระบวนการและแนวทางในการรับและพิจารณาเรื่องร้องเรียนของหน่วยงานกำกับดูแลในประเทศไทยต้องติดตามเรื่องดังกล่าว เพื่อดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้องต่อไป รวมทั้งการปรับปรุงประกาศคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง มาตรฐานของสัญญาให้บริการโทรคมนาคม พ.ศ. 2549 ให้เท่าทันกับยุคสมัยที่เปลี่ยนไป

3) การส่งเสริมนวัตกรรมด้านเทคโนโลยี ซึ่งเลขาธิการ กสทช. ต้องติดตามเรื่องต่าง ๆ ตามนโยบายของ กสทช. อย่างเข้มงวด การสนับสนุนให้ประชาชนเข้าถึงบริการดิจิทัลของรัฐ โดยดำเนินการให้สามารถเข้าถึงได้ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ส่วนบุคคลฟรีโดยไม่เสียค่าบริการ อาทิ ใบขับขี่ หมอพร้อม Digital Wallet และ Mobile ID การส่งเสริมให้มีระบบการแจ้งเตือนภัยผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่เชื่อมกับระบบการสั่งการของรัฐบาล การพัฒนาระบบ Traffy Fondue แจ้งบริการของสำนักงาน กสทช. เพื่อการบริการให้ประชาชนได้รับความสะดวกสบายในการแจ้งเหตุด่วน เหตุร้ายทางไซเบอร์ ซึ่งเลขาธิการ กสทช. ต้องตอบสนองนโยบายของรัฐบาล และ กสทช. ในการส่งเสริมนวัตกรรมด้านเทคโนโลยีอย่างจริงจัง

บรรณานุกรม

ราชกิจจานุเบกษา. (2564). การประกาศแผนการปฏิรูปประเทศ (ฉบับปรับปรุง). เล่ม 138 ตอนพิเศษ 44 ง. หน้า 1.

ราชกิจจานุเบกษา. (2555). ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง การกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2555. เล่ม 129 ตอนที่ 195 ง. หน้า 25-28.

ราชกิจจานุเบกษา. (2559). ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง กระบวนการรับและพิจารณาเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการประกอบกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2559. เล่ม 133 ตอนพิเศษ 178 ง. หน้า 47-55.

ราชกิจจานุเบกษา. (2549). ประกาศคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง มาตรฐานของสัญญาให้บริการโทรคมนาคม พ.ศ. 2549. เล่ม 123 ตอนที่ 49 ง. หน้า 19-31.

ราชกิจจานุเบกษา. (2558). ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง การกระทำที่น่าจะเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคมโดยอาศัยการใช้เครือข่ายหรือการโฆษณาอันมีลักษณะเป็นการค้ากำไรเกินควรหรือก่อให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญ พ.ศ. 2558. เล่ม 132 ตอนพิเศษ 212 ง. หน้า 10-12.

ราชกิจจานุเบกษา. (2561). ประกาศสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง การกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ตามข้อ 5 (12) ของประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง การกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2555 (ฉบับที่ 4). เล่ม 129 ตอนพิเศษ 195 ง. หน้า 25-28.

ราชกิจจานุเบกษา. (2563). ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง แผนการบริหารสิทธิในการเข้าใช้วงโคจรดาวเทียม (พ.ศ. 2563). เล่ม 137 ตอนพิเศษ 37 ง. หน้า 38.

ราชกิจจานุเบกษา. (2562). ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง แผนแม่บทการบริหารคลื่นความถี่ (พ.ศ. 2562). เล่ม 136 ตอนพิเศษ 227 ง. หน้า 28-29.

ราชกิจจานุเบกษา. (2563). ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2563-2568). เล่ม 137 ตอนพิเศษ 189 ง. หน้า 22.

ราชกิจจานุเบกษา. (2561). ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง แผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2562 - 2566). เล่ม 135 ตอนพิเศษ 284 ง. หน้า 15.

ราชกิจจานุเบกษา. (2567). ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง แผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2567 - 2571).

ราชกิจจานุเบกษา. (2562). ประกาศ เรื่อง นโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม นโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (พ.ศ. 2561 – 2580). เล่ม 136 ตอนที่ 47 ก. หน้า 1.

ราชกิจจานุเบกษา. (2558). ประกาศสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง แนวทางการพิจารณาเกี่ยวกับการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค ตามข้อ 5 (10) ของประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง การกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2555. เล่ม 132 ตอนพิเศษ 2 ง. หน้า 5-6.

ราชกิจจานุเบกษา. (2565). ประกาศสำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา เรื่อง คณะกรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานตามมาตรา 70 แห่งพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง 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). พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540. เล่ม 114 ตอนที่ 72 ก. หน้า 32-36.

ราชกิจจานุเบกษา. (2553). พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553. เล่ม 127 ตอนที่ 78 ก. หน้า 11-56.

ราชกิจจานุเบกษา. (2562). พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2562. เล่ม 136 ตอนที่ 50 ก. หน้า 38-56.

ราชกิจจานุเบกษา. (2565). ระเบียบคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ว่าด้วยการแบ่งส่วนงานภายในของสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2565. เล่ม 136 ตอนพิเศษ 250ง. หน้า 1-13.

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (2567). แผนปฏิบัติการสำนักงาน กสทช. ประจำปี 2567. สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ.

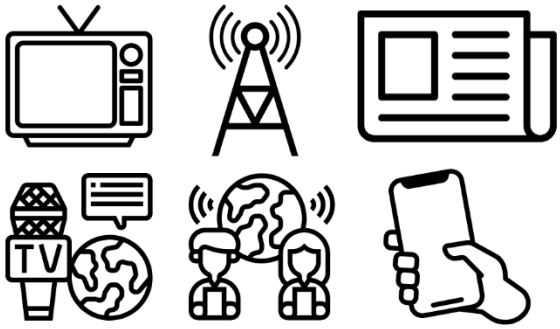
สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (2567). แผนยุทธศาสตร์สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2565 - 2570).

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (2566). (ร่าง) ประกาศ กสทช. เรื่อง กำหนดระยะเวลาการพิจารณาคำขอหรือคำร้องเรียนในกิจการโทรคมนาคม. จาก https://www.nbtc.go.th/News/publichearing/60452.aspx?lang=th-TH

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (2566). เว็บไซต์เปิดเผยเรื่องร้องเรียนของ กสทช. จาก https://crm.nbtc.go.th/nbtc_complaint/

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2561). ยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580). พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : สำนักงานเลขานุการของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล. (2560). แผนแม่บทการส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัลของประเทศ ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561 – 2580). สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล. จาก https://www.depa.or.th/storage/app/media/file/depa-Promotion-Plan-Book61-65.pdf


TV







การจ้างที่ปรึกษาเพื่อติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผล การดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2567