ขอบเขตของงาน
จ้างที่ปรึกษาเพื่อติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลตามนโยบาย กสทช. ที่สำคัญในด้านการคุ้มครองผู้บริโภค
ประจำปี ๒๕๖๖

---

๑. หลักการและเหตุผล

พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. ๒๕๕๓ และที่แก้ไขเพิ่มเติม กำหนดให้คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) มีอำนาจหน้าที่ในการกำกับดูแลกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สูงสุดของประชาชน ความมั่นคงของรัฐ และประโยชน์สาธารณะ รวมตลอดทั้งการให้ประชาชนมีส่วนได้ใช้ประโยชน์จากคลื่นความถี่ ต้องจัดให้มีมาตรการป้องกันมิให้มีการแสวงหาประโยชน์จากผู้บริโภคโดยไม่เป็นธรรม หรือสร้างภาระแก่ผู้บริโภคเกินความจำเป็น ป้องกันมิให้คลื่นความถี่รบกวนกัน ป้องกันการกระทำที่มีผลเป็นการขัดขวางเสรีภาพในการรับรู้หรือปิดกั้นการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องตามความเป็นจริงของประชาชนและป้องกันมิให้บุคคลหรือกลุ่มบุคคลใดใช้ประโยชน์จากคลื่นความถี่โดยไม่คำนึงถึงสิทธิของประชาชนทั่วไป รวมถึงป้องกันผลกระทบต่อสุขภาพของประชาชนที่อาจเกิดจากการใช้คลื่นความถี่ ตลอดทั้งการกำหนดสัดส่วนขั้นต่ำที่ผู้ใช้ประโยชน์จากคลื่นความถี่จะต้องดำเนินการเพื่อประโยชน์สาธารณะ ตลอดจนมิให้มีการดำเนินการใดๆ ในประการที่น่าจะเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค โดยอาศัยการใช้เครือข่ายหรือการโฆษณาอันมีลักษณะเป็นการค้ากำไรเกินควร หรือก่อให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญ สรุปความได้ว่า กฎหมายกำหนดให้ “การคุ้มครองผู้บริโภค” เป็นหลักการสำคัญในการกำกับดูแลกิจการสื่อสารโทรคมนาคม กิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ ตามภารกิจของ กสทช. ดังนั้น การดำเนินการของ กสทช. ต้องพิจารณาถึงประโยชน์หรือผลกระทบต่อประชาชนผู้บริโภคผู้ใช้บริการเป็นสำคัญ

โดยที่การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการดำเนินงานของ กสทช. พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ฯ ฉบับดังกล่าว กำหนดให้มีคณะกรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานขึ้นมาคณะหนึ่ง ประกอบด้วยกรรมการ ๕ ด้าน ตามความเชี่ยวชาญที่กฎหมายกำหนด ได้แก่ ๑) ด้านกิจการกระจายเสียง ๒) ด้านกิจการโทรทัศน์ ๓) ด้านกิจการโทรคมนาคม ๔) ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และ ๕) ด้านการส่งเสริมสิทธิและเสรีภาพของประชาชน ให้คณะกรรมการมีอำนาจหน้าที่ในการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการดำเนินการและการบริหารงานของสำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. เป็นประจำทุกปี ทั้งนี้ การดำเนินการเพื่อติดตาม ตรวจสอบ กสทช. และประเมินผลการปฏิบัติงานของ กสทช. นั้น คณะกรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน มีแนวทางดำเนินการเพื่อติดตามและประเมินผลตามนโยบาย กสทช. เป็นรายด้านมุ่งเน้นดำเนินการเชิงรุก เพื่อให้ได้ผลการศึกษาติดตามประเมินผลที่ทันต่อสถานการณ์ นำไปใช้ประโยชน์ทางวิชาการสามารถนำข้อมูล ข้อเสนอแนะไปสู่การปรับปรุงพัฒนาได้อย่างเป็นรูปธรรม โดยในปี ๒๕๖๖ กรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค มีประเด็นที่สำคัญในด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่ต้องการติดตามตรวจสอบ และประเมินผล ๔ เรื่อง ได้แก่ (๑) การแก้ไขปัญหาแก๊งโทรศัพท์ (Call Center) และข้อความสั้น (SMS) หลอกลวงประชาชน (๒) การคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ต (OTT) (๓) เงื่อนไข/มาตรการเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ภายหลังการรวมธุรกิจระหว่าง บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (TUC) และบริษัท โทเทิ่ล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) (DTN) และ (๔) การกำกับดูแลการโฆษณาแอบแฝงในกิจการโทรทัศน์เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ดังนี้

เรื่องที่ ๑ การแก้ไขปัญหาแก๊งโทรศัพท์ (Call Center) และข้อความสั้น (SMS) หลอกลวงประชาชน

มิจฉาชีพได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบไปตามเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลง เนื่องจากข้อความสั้น หรือ SMS หลอกลวง ได้ก่อความเดือดร้อนรำคาญต่อประชาชน ผลการสำรวจมิจฉาชีพแก๊งคอลเซ็นเตอร์เป็นภัยสังคมของสวนดุสิตโพล มหาวิทยาลัยสวนดุสิต (๒๕๖๕) จากกลุ่มตัวอย่างพบว่า แก๊งคอลเซ็นเตอร์เป็นภัยต่อสังคม คิดเป็นร้อยละ ๘๖.๙๐ สาเหตุที่ระบาดหนักและแก้ไขยากคือ การมีวิธีการหลอกลวงที่ทันสมัย ไม่ต้องแสดงตัวตน คิดเป็นร้อยละ ๗๖.๐๙ รองลงมาคือ มีเครือข่ายรายใหญ่เข้ามาใช้เป็นช่องทาง คิดเป็นร้อยละ ๖๙.๐๔ กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องคือ สำนักงานตำรวจแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม และสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ตามลำดับ ควรเข้ามาแก้ไขปัญหานี้โดยเร่งด่วน มิจฉาชีพแก๊งโทรศัพท์หลอกลวงหรือ Call Center ยิ่งระบาดหนักมากขึ้น มีอุบายกลโกงหลอกให้ผู้บริโภคตกเป็นเหยื่อหลงเชื่อในรูปแบบต่างๆ เช่น กลุ่มมิจฉาชีพจะโทรศัพท์เข้ามาแจ้งว่า ๑) ทวงหนี้นอกระบบ (๒) หลอกว่าเป็นบริษัทประกัน (๓) หลอกว่าผู้เสียหายเกี่ยวข้องกับคดีต่างๆ มีใบสั่งค้างชำระค่าปรับจราจร ต้องทำการโอนเงินไปชำระ หรือแจ้งว่าส่งพัสดุที่ผิดกฎหมาย ต้องโอนเงินไปตรวจสอบ หรือ แจ้งให้รับพัสดุที่ตกค้างนำส่งมาจากต่างประเทศหลอกลวงว่ามีสินค้าแบรนด์เนม ต้องโอนเงินไปชำระก่อนจึงจะได้รับสินค้า หรือแจ้งว่าเลขหมายโทรศัพท์จะถูกระงับสัญญาณ ผู้เสียหายหลงเชื่อจึงโอนไปให้มิจฉาชีพ รวมทั้งการแจ้งว่าเป็นหน่วยงานของรัฐ เป็นต้น กสทช. ได้ดำเนินการแก้ไขปัญหา แก๊งโทรศัพท์ (Call Center) และข้อความสั้น (SMS) หลอกลวงมาอย่างต่อเนื่อง โดย กสทช. ดำเนินการในขั้นตอนที่เกี่ยวข้องตามอำนาจหน้าที่ รวมถึงบูรณาการความร่วมมือกับทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ และเอกชน แต่ยังคงพบการระบาดของกลุ่มมิจฉาชีพอย่างต่อเนื่องและเพิ่มมากขึ้น โดยใช้กลยุทธ์ที่หลากหลาย จึงเป็นเรื่องที่จำเป็นเร่งด่วนที่ต้องติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลตามนโยบายการแก้ไขปัญหาดังกล่าว

เรื่องที่ ๒ การคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายอินเตอร์เน็ต (OTT)

ผู้บริโภคจะติดตามและรับรู้ข้อมูลข่าวสาร รวมถึงเสพสื่อรายการบันเทิงต่างๆ ผ่านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ เมื่อสภาพสังคมเปลี่ยนแปลงไป เทคโนโลยีสารสนเทศต่างๆ เข้ามามีบทบาทในสังคมไทยและมีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค การพัฒนาระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงที่แพร่หลายในประเทศต่างๆ ทั่วโลก จนก่อให้เกิดบริการแพร่ภาพ และเนื้อหารายการต่างๆ ในรูปแบบใหม่ที่มีชื่อว่า “Over-The-Top”(OTT) หรือการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายอื่นในระบบอินเทอร์เน็ตหรือกิจการโทรคมนาคม ได้มีอิทธิพลสำคัญอย่างมีนัยสำคัญต่อประเทศไทยในช่วงเวลาไม่กี่ปี ที่ผ่านมา

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (ETDA) (๒๕๖๕) ได้สำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ๒๕๖๕ หรือThailand Internet User Behavior (IUB) ๒๐๒๒ เมื่อเดือนเมษายนถึงเดือนกรกฎาคม ๒๕๖๕ จากจำนวนกลุ่มตัวอย่าง ๔๖,๓๔๘ ราย ทั่วประเทศ พบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยที่มีช่วงอายุ ๒๒-๔๑ ปี ใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด ๘ ชั่วโมง ๕๕ นาที และผู้ที่อายุน้อยกว่า ๒๒ ปี ใช้อินเทอร์เน็ตอยู่ที่ ๘ ชั่วโมง ๒๔ นาที ตามด้วยช่วงอายุ ๔๒-๕๗ ปี อยู่ที่ ๕ ชั่วโมง ๕๒ นาที และช่วงอายุ ๕๘ ปีขึ้นไป อยู่ที่ ๓ ชั่วโมง ๒๑ นาที ในภาพรวมคนไทยใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ย ๗ ชั่วโมง ๔ นาที โดยมีจำนวนผู้ชมที่ใช้บริการ OTT มากขึ้น ส่งผลให้จำนวนผู้ชมรายการโทรทัศน์ในรูปแบบเดิมลดลง ทั้งฟรีทีวี เคเบิลทีวีและทีวีดาวเทียม เพราะการชมโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ตสามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคยุคดิจิทัลได้มากกว่าช่องทางอื่นๆ

รายงานของ Statista Advertising and Media Outlook (Statista,๒๐๒๑) ได้ประมาณการว่าตลาด OTT ของประเทศไทยจะยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง จากรายได้รวม ๔๐๑ ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี พ.ศ. ๒๕๖๓ จะเพิ่มขึ้นถึงประมาณ ๘๗๗ ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี พ.ศ ๒๕๖๘ ซึ่งรายได้หลักมาจากการโฆษณา AVoD (Ad-supported Video on Demand) นอกจากนั้นจำนวนผู้ใช้บริการ OTT ในประเทศไทยมีแนวโน้มเพิ่มสูงอย่างต่อเนื่อง จากยอดผู้ใช้บริการ OTT ๑.๓ ล้านราย ในปี พ.ศ. ๒๕๖๒ เพิ่มขึ้นเป็น ๒.๑ ล้านรายในปี พ.ศ. ๒๕๖๖

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่า ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการบริโภคสื่อเปลี่ยนแปลงไป ในขณะที่กฎหมายในการกำกับผู้ประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ตยังไม่มีความชัดเจนหรือขาดหน่วยงานผู้รับผิดชอบที่เป็นรูปธรรม ในขณะที่การให้บริการ OTT มีประเด็นปัญหาที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภคโดยตรงหลายประการ ยกตัวอย่าง เช่น ปัญหาเรื่องความเหมาะสมของเนื้อหาที่ไม่ถูกตรวจสอบก่อนเผยแพร่ ปัญหาเรื่องโฆษณาที่ไม่ถูกควบคุมเนื้อหาและระยะเวลา เป็นต้น จึงเป็นโจทย์สำคัญและจำเป็นเร่งด่วนที่ กสทช. ต้องมีมาตรการเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ตที่จะต้องพิจารณาและดำเนินการที่เกี่ยวข้องต่อไป

เรื่องที่ ๓ เงื่อนไข/มาตรการเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ภายหลังการรวมธุรกิจระหว่างบริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (TUC) และบริษัท โทเทิ่ล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด(มหาชน) (DTN)

การรวมธุรกิจเป็นการถือครองธุรกิจบริการในประเภทเดียวกันตาม ข้อ ๘ ของประกาศ กทช. เรื่อง มาตรการเพื่อป้องกันมิให้มีการกระทำอันเป็นการผูกขาดหรือก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรมในการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. ๒๕๔๙ โดยนัยของผลตามข้อ ๙ ของประกาศ กสทช. เรื่อง มาตรการกำกับดูแลการรวมธุรกิจในกิจการโทรคมนาคม เรื่อง มาตรการกำกับดูแลการรวมธุรกิจในกิจการโทรคมนาคม ทั้งนี้ มติที่ประชุม กสทช. นัดพิเศษ ครั้งที่ ๕/๒๕๖๕ เมื่อวันที่ ๒๐ ตุลาคม ๒๕๖๕ ได้พิจารณาข้อกังวล (Point of concern) และได้กำหนดเงื่อนไขหรือมาตรการประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค อันเนื่องมาจากเงื่อนไขหรือมาตรการเฉพาะดังกล่าวในด้านต่างๆ ได้ส่งผลต่อการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม ดังนี้

๑. **ข้อกังวลเรื่องอัตราค่าบริการและสัญญาการให้บริการ มีเงื่อนไขหรือมาตรการเฉพาะ ดังนี้**
การกำหนดเพดานราคาของอัตราค่าบริการเฉลี่ย
   ก. อัตราค่าบริการเฉลี่ยลดลงร้อยละ ๑๒ โดยใช้วิธีการเฉลี่ยราคาใหม่ ด้วยการถ่วงน้ำหนักตามจำนวนผู้ใช้บริการในแต่ละรายการส่งเสริมการขาย (WEIGHTED AVERAGE) ภายใน ๙๐ วันหลังจากมีการควบรวม
   ข. มีทางเลือกของราคาที่แยกรายบริการเพื่อให้เป็นทางเลือก

๒. **การกำหนดราคาค่าบริการ โดยใช้ราคาเฉลี่ยทางเศรษฐศาสตร์ (Average Cost Pricing)**
   ๒.๑ การกำหนดและแสดงอัตราค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แยกตามรายบริการ (Unbundle) เช่น บริการเสียง บริการข้อมูล บริการส่งข้อความ เป็นต้น หรือการส่งเสริมการขายแบบแยกรายบริการ (Unbundle Package) เพื่อให้ผู้ใช้บริการปลายทางได้รับทราบก่อน โดยให้กำหนดอัตราค่าบริการตามต้นทุนเฉลี่ยรายบริการ (Average Cost Pricing) โดยคิดราคาตามที่มีการใช้งานจริง โดยจะต้องไม่มีการกำหนดการซื้อบริการขั้นต่ำไว้ ทั้งนี้ การกำหนดอัตราตามต้นทุนเฉลี่ยรายบริการ (Average Cost Pricing) ให้นำไปใช้กับกรณีค่าบริการส่วนเกินที่เกิดขึ้นจากการใช้บริการรายการส่งเสริมการขายแบบแยกรายบริการ (Unbundle Package) และการส่งเสริมการขายแบบรวมรายบริการ (Bundle Package) ด้วย

๒.๒ จัดช่องทางการให้บริการที่สะดวก รวดเร็ว เข้าถึงง่าย ครอบคลุมและง่ายต่อการเลือกซื้อ เปลี่ยนแปลง (เพิ่ม ลด) การใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ตามความต้องการของผู้ใช้บริการปลายทาง โดยปราศจากข้อจำกัด ทั้งนี้ ต้องแสดงรายละเอียดของบริการ อัตราค่าบริการแยกตามรายบริการ หรืออัตราค่าบริการแบบส่งเสริมการขาย ตลอดจนวิธีการ เงื่อนไขการเลือกรับบริการไว้โดยชัดแจ้ง และเป็นปัจจุบัน

๓. **การคงทางเลือกของผู้บริโภค** การกำหนดให้บริษัท TUC และ บริษัท DTN ยังคงแบรนด์การให้บริการแยกจากกัน เป็นระยะเวลา ๓ ปี

๔. **สัญญาการให้บริการ** บริษัท TUC และบริษัท DTN จะต้องคงไว้ซึ่งเงื่อนไขของสัญญาและข้อตกลงระหว่างบริษัทและผู้ใช้บริการ รวมถึงผลประโยชน์ที่ได้รับตามที่ได้มีการทำสัญญาหรือข้อตกลงไว้ตามระยะเวลาที่กำหนดในสัญญา เว้นแต่เป็นการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขของสัญญาที่เป็นคุณหรือเป็นประโยชน์และได้รับการยินยอมจากผู้ใช้บริการแล้ว

๕. **การประชาสัมพันธ์การให้บริการเพื่อความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการ ภายหลังการรวมธุรกิจ** บริษัท TUC และบริษัท DTN จะต้องประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข้อมูลต่อสาธารณะ เพื่อให้ผู้ใช้บริการทราบถึงการคงไว้ซึ่งคุณภาพในการให้บริการและค่าบริการที่เป็นธรรม และจะต้องกำหนดแนวทางการปฏิบัติเพื่อรักษาคุณภาพของสินค้าและบริการหลังการรวมธุรกิจ โดยสำนักงาน กสทช. อาจกำหนดแนวทางและระยะเวลาการดำเนินการ รวมถึงเงื่อนไขในการปฏิบัติในเรื่องการประชาสัมพันธ์เพื่อให้บริษัท TUC และบริษัท DTN ดำเนินการต่อไป

๖. **ข้อกังวลคุณภาพการให้บริการ มีเงื่อนไขหรือมาตรการเฉพาะ ดังนี้**

บริษัท TUC และบริษัท DTN จะต้องคงคุณภาพในการให้บริการดังนี้

ก. คุณภาพของสัญญาณในการให้บริการบริษัท TUC และบริษัท DTN จะต้องไม่ลดคงจำนวนระบบสื่อสัญญาณ (cell sites) ของทั้งสองบริษัทลงจากเดิม เพื่อรักษาคุณภาพและมาตรฐานของบริการที่ให้ประชาชนได้รับให้ไม่ต่ำไปกว่าเดิม และจะต้องรักษาคุณภาพและมาตรฐานของบริการตามประกาศ กสทช. เรื่อง มาตรฐานของคุณภาพการให้บริการโทรคมนาคมอย่างเคร่งครัด

ข. คุณภาพในการให้บริการลูกค้า บริษัท TUC และบริษัท DTN จะต้องเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับจำนวนลูกค้าที่จะเพิ่มขึ้นจากการรวมธุรกิจเพื่อให้คุณภาพในการให้บริการต่อผู้ใช้บริการไม่ต่ำกว่าเดิม เช่น จำนวนเจ้าหน้าที่ที่เพียงพอ เพื่อรองรับการให้บริการทั้งในส่วนของศูนย์บริการ และพนักงานรับสาย (Call center) รวมถึงขนาดพื้นที่ของศูนย์บริการลูกค้าที่สามารถรองรับการเข้ามาติดต่อของผู้ใช้บริการ

๗. **ข้อกังวลการถือครองคลื่นความถี่/การใช้โครงสร้างพื้นฐานร่วมกัน มีเงื่อนไขหรือมาตรการเฉพาะ ดังนี้**

การจัดให้มีรายการส่งเสริมการขายในราคาต่ำเป็นพิเศษสำหรับผู้มีรายได้น้อยและผู้ด้อยโอกาสในสังคม โดยให้มีการประชาสัมพันธ์ให้กับกลุ่มเป้าหมายได้รับทราบอย่างทั่วถึง

๘. ที่ประชุม กสทช. เห็นชอบกำหนดกลไกในการติดตามและประเมินผลการรวมธุรกิจ

๘.๑ ภายหลังการรวมธุรกิจ หาก กสทช. พิจารณาหรือได้รับการร้องเรียนว่า มีการกระทำพฤติกรรม หรือเหตุอันเป็นการผูกขาด หรือลด หรือจำกัดการแข่งขันในการให้บริการกิจการโทรคมนาคมมีการเปลี่ยนแปลงในสาระสำคัญทำให้เงื่อนไขหรือมาตรการ เฉพาะไม่เหมาะสม หรือไม่มีประสิทธิภาพ กสทช. อาจระงับ ยกเลิก เพิ่มเติม หรือปรับปรุงเงื่อนไขหรือมาตรการ เฉพาะใหม่ก็ได้ตามความเหมาะสมและความจำเป็น

๘.๒ ให้สำนักงาน กสทช. และผู้แจ้งการรวมธุรกิจประกาศให้ผู้ใช้บริการรับทราบเงื่อนไขและมาตรการเฉพาะตามที่มีมติ เพื่อมีการตรวจสอบและบทลงโทษกรณีทำไม่ได้ เช่นปรับเป็นจำนวนร้อยละของรายได้ หรือปรับเป็นขั้นบันได และเพิกถอนใบอนุญาต

ดังนั้น จึงต้องมีการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผล ตามเงื่อนไข/มาตรการ เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในประเด็นดังกล่าว

เรื่องที่ ๔ การกำกับดูแลการโฆษณาแอบแฝงในกิจการโทรทัศน์เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

คำว่า “โฆษณา” ตามความหมาย ข้อ ๕ ของประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตในการให้บริการโทรทัศน์ เป็นการโฆษณาตามกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภค และการกระทำไม่ว่าด้วยวิธีการใดๆ ให้ประชาชนได้เห็นหรือรับทราบสรรพคุณ คุณประโยชน์ หรือคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เพื่อประโยชน์ในการแสวงหากำไรในทางธุรกิจ โดยให้หมายความรวมถึงโฆษณาตามหลักเกณฑ์ว่าด้วยการกำกับดูแลการโฆษณาตามที่คณะกรรมการประกาศกำหนด การโฆษณาแอบแฝง จึงรวมถึงการสอดแทรกเนื้อหาข้อความ เสียงที่ผิดไป จากความหมายของโฆษณาตามประกาศดังกล่าว ปัญหาเรื่องโฆษณาแอบแฝงในกิจการโทรทัศน์หากแต่ กสทช. ยังไม่ได้กำหนดมาตรการใดๆ ในเรื่องดังกล่าว ผู้ประกอบกิจการจัดส่งผังรายการที่มีการระบุการโฆษณาเพื่อให้สำนักงาน กสทช. ตรวจสอบ จึงทำให้ยากต่อการกำกับดูแล รวมทั้งปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงการโฆษณาที่สอดแทรกเข้าไปในตัวรายการ ทั้งที่เป็นเนื้อหาที่ผลิตขึ้นเอง หรือจัดหาจากผู้อื่นผลิตจนทำให้ผู้บริโภคได้มีการฟ้องร้องว่าการโฆษณาแอบแฝงจะต้องมีการดำเนินการให้ถูกต้อง และจะต้องครอบคลุมการกำกับดูแลให้เป็นระบบ ซึ่งความต้องการของผู้บริโภคนั้นได้มีความคิดที่แตกต่างกับผู้ประกอบการ จากความเห็นดังกล่าว เพื่อเป็นการคุ้มครองผู้บริโภค จึงต้องติดตาม ตรวจสอบ ทบทวนนโยบายการกำกับดูแลด้านโฆษณาแอบแฝงอย่างชัดเจน เนื่องจากผู้ประกอบการเห็นว่า โฆษณาแอบแฝงไม่ถือเป็นการโฆษณา เว้นแต่โฆษณาแอบแฝงผ่านสปอตสื่อ การเปรียบเทียบกับการกำกับโฆษณาแอบแฝงในต่างประเทศ จะทำให้เห็นภาพการกำกับที่ชัดเจนขึ้น ดังนั้น การคุ้มครองผู้บริโภคต้องมีการบังคับใช้กฎหมายของหน่วยงานกำกับ เพื่อเป็นการกำกับด้านเนื้อหา การมีแนวทางกำกับดูแลที่ชัดเจน การให้ผู้บริโภคมีความรู้เท่าทันด้านสื่อ รวมถึงการกำกับดูแลกันเองของผู้ประกอบการมีประเด็นที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภคโดยตรงหลายประการ ยกตัวอย่าง เช่น ปัญหาเรื่องความเหมาะสมของเนื้อหาที่ไม่ถูกตรวจสอบก่อนเผยแพร่ ปัญหาเรื่องโฆษณาที่ไม่ถูกควบคุมเนื้อหาและระยะเวลา เป็นต้น จึงเป็นโจทย์สำคัญและจำเป็นเร่งด่วนที่ กสทช. จะต้องมีมาตรการเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรทัศน์ ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาแอบแฝงที่จะต้องพิจารณาและดำเนินการที่เกี่ยวข้องต่อไป

จากสรุปสาระสำคัญข้างต้น กรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค จึงได้ตระหนักถึงความสำคัญที่จะต้องติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลตามนโยบาย กสทช. ที่สำคัญในด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ๔ เรื่อง ได้แก่ (๑) การแก้ไขปัญหาแก๊งโทรศัพท์ (Call Center) และข้อความสั้น (SMS) หลอกลวงประชาชน (๒) การคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ต (OTT) (๓) เงื่อนไข/มาตรการเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ภายหลังการรวมธุรกิจระหว่าง บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (TUC) และบริษัท โทเทิ่ล แอ็คเซ็ส คอมมู-นิเคชั่น จำกัด (มหาชน) (DTN) และ (๔) การกำกับดูแลการโฆษณาแอบแฝงในกิจการโทรทัศน์เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค โดยการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลเป็นไปอย่างมีระบบตามหลักวิชาการ มีการเก็บรวมรวมข้อมูลภาพรวม และเชิงลึก ทั้งด้านเทคนิคหรือเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้อง สภาพตลาดและการแข่งขันในอุตสาหกรรม ด้านเศรษฐศาสตร์ ผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคม รวมถึงกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้อง สรุป วิเคราะห์ผลกระทบ เพื่อให้เกิดข้อเสนอแนะทางวิชาการที่เป็นประโยชน์ในการปฏิบัติ ประกอบกับการศึกษาเปรียบเทียบตัวอย่างการดำเนินการในต่างประเทศ เทียบเคียงหน่วยงานกำกับดูแลที่ดีในต่างประเทศที่มีระบบนิเวศใกล้เคียงกับประเทศไทย ทั้งในออสเตรเลีย อังกฤษ หรือสิงคโปร์ เป็นต้น เป็นข้อมูลที่อยู่บนพื้นฐานของข้อเท็จจริงสามารถสะท้อนให้เห็นถึงผลของการดำเนินการที่เกี่ยวข้อง โดยต้องอาศัยองค์ความรู้จากผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน จึงเห็นควรจ้างหน่วยงานหรือองค์กรที่มีความเชี่ยวชาญดำเนินการเป็นที่ปรึกษาเพื่อติดตามและประเมินผลตามนโยบาย กสทช. ที่สำคัญในด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี ๒๕๖๖ เพื่อนำข้อมูลที่ได้รับมาใช้ในการปรับปรุงพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อจ้างที่ปรึกษาดำเนินการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลตามนโยบาย กสทช. ที่สำคัญในด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

๒.๒ เพื่อรวบรวมวิเคราะห์ สรุปผล และจัดทำรายงานการติดตามและประเมินผลตามนโยบาย กสทช. ที่สำคัญในด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ได้แก่ (๑) การแก้ไขปัญหาแก๊งโทรศัพท์ (Call Center) และข้อความสั้น (SMS) หลอกลวงประชาชน (๒) การคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ต (OTT) (๓) เงื่อนไข/มาตรการเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ภายหลังการรวมธุรกิจระหว่าง บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (TUC) และบริษัท โทเทิ่ล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) (DTN) และ (๔) การคุ้มครองผู้บริโภคในการกำกับดูแลการโฆษณาแอบแฝงในกิจการโทรทัศน์

๒.๓ เพื่อนำเสนอผลการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลตามนโยบาย กสทช. ที่สำคัญในด้านการคุ้มครองผู้บริโภคต่อ กสทช. และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อประโยชน์ทางวิชาการในการพัฒนางานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการวิทยุกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และโทรคมนาคม

๓. คุณสมบัติของที่ปรึกษา

๓.๑ ต้องเป็นสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ โดยมีการจัดการเรียนการสอนสาขาวิชานิติศาสตร์ หรือสาขารัฐศาสตร์ หรือสาขาเศรษฐศาสตร์ หรือสาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ หรือสาขาสื่อสารมวลชน หรือสาขานวัตกรรม หรือสาขาวิศวกรรมศาสตร์ หรือสาขาวิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา หรือสาขาสังคมศาสตร์ หรือสาขาวิจัยและสถิติ หรือสาขาการวิจัยและประเมินผล ที่จัดให้มีการเรียนการสอนภายในมหาวิทยาลัย และขึ้นทะเบียนเป็นที่ปรึกษากับศูนย์ที่ปรึกษาไทย กระทรวงการคลัง

๓.๒ มีความสามารถตามกฎหมาย

๓.๓ ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

๓.๔ ไม่อยู่ในระหว่างการเลิกกิจการ

๓.๕ ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอ หรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราวเนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบ ที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนด ตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

๓.๖ ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทิ้งงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทิ้งงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทิ้งงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

๓.๗ มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

๓.๘ ไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรมในการเสนอราคาครั้งนี้

๓.๙ ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกันซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของที่ปรึกษาได้มีคำสั่งให้สละสิทธิ์ความคุ้มกันเช่นว่านั้น

๔. ขอบเขตของงานจ้างที่ปรึกษา

เพื่อให้การจ้างที่ปรึกษาติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลตามนโยบาย กสทช. ที่สำคัญในด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี ๒๕๖๖ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุวัตถุประสงค์ จึงได้กำหนดขอบเขตของการดำเนินงาน ดังนี้

๔.๑ การจัดทำรายงานผลการศึกษาขั้นต้น (Inception Report) ประกอบด้วยรายละเอียดดังนี้

๔.๑.๑ ผลสรุปการจัดประชุมเริ่มงาน

ที่ปรึกษาต้องจัดการประชุมเริ่มงาน (Kick Off Meeting) ระหว่างที่ปรึกษากับกรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค กรรมการดำเนินงานจ้างที่ปรึกษา กรรมการตรวจรับพัสดุในงานจ้างที่ปรึกษา และเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องเพื่อทำความเข้าใจในรายละเอียดขั้นต้น ก่อนการจัดทำแผนการดำเนินงาน (Project Plan) ตามขอบเขตของการดำเนินงาน ข้อ ๔.๑.๒ โดยมีผู้เข้าร่วมประชุมจำนวนไม่น้อยกว่า ๑๕ คน ทั้งนี้ ที่ปรึกษาเป็นผู้รับผิดชอบการจัดการประชุมและค่าใช้จ่ายในการจัดการประชุม อัตราค่าใช้จ่ายในการจัดประชุมเป็นไปตามระเบียบคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติว่าด้วยค่าตอบแทนและค่าใช้จ่ายอื่นในการปฏิบัติงานของคณะกรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานของสำนักงาน กสทช. พ.ศ. ๒๕๖๓

๔.๑.๒ แผนการดำเนินงาน (Project Plan)

ที่ปรึกษาต้องจัดทำแผนการดำเนินงาน (Project Plan) อย่างละเอียด ประกอบด้วย การจัดทำกรอบแนวคิดในการศึกษา (Conceptual Framework) ที่ได้จากการประชุมเริ่มงาน (Kick Off Meeting) การวางแผนการดำเนินการศึกษา (Planning) ระเบียบวิธีการศึกษา (Methodology) ขอบเขตของงาน (Scope of Work) รายละเอียดขั้นตอนการดำเนินงาน (Activity List) และระยะเวลาดำเนินงาน (Time frame) โครงสร้างบุคลากรของที่ปรึกษา (Project Team) แนวทาง/รูปแบบการจัดประชุมต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง กรอบระยะเวลา ผลงานที่จะส่งมอบ (Deliverables) ผลที่คาดว่าจะได้รับ เป็นต้น โดยแผนการดำเนินงานดังกล่าวจะต้องได้รับความเห็นชอบจากสำนักงาน กสทช. ก่อนดำเนินการต่อไป

๔.๒ การเตรียมการ และการจัดเก็บรวบรวมข้อมูล ข้อเท็จจริงต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วยรายละเอียดดังนี้

๔.๒.๑ การรวบรวมข้อมูล ข้อเท็จจริง และบริบทต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อที่ศึกษา

ที่ปรึกษาต้องรวบรวมข้อมูล ข้อเท็จจริง และศึกษาบริบทที่สำคัญต่อการดำเนินการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลตามนโยบายที่สำคัญของ กสทช. ในด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ๔ เรื่อง ดังนี้ (๑) การแก้ไขปัญหาแก๊งโทรศัพท์ (Call Center) และข้อความสั้น (SMS) หลอกลวงประชาชน (๒) การคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ต (OTT) (๓) เงื่อนไข/มาตรการเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ภายหลังการรวมธุรกิจระหว่าง บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (TUC) และบริษัท โทเทิ่ล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) (DTN) และ (๔) การกำกับดูแลการโฆษณาแอบแฝงในกิจการโทรทัศน์เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

ก. รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย ยุทธศาสตร์ชาติ นโยบายของรัฐ แผนปฏิรูปประเทศ นโยบายดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

ข พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. ๒๕๕๓ และที่แก้ไขเพิ่มเติม แผนแม่บทตามอำนาจหน้าที่ของ กสทช. ที่เกี่ยวข้อง เช่น แผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ แผนการจัดให้มีบริการโทรคมนาคมพื้นฐานโดยทั่วถึงและบริการเพื่อสังคม และประกาศ กสทช. ที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

ค. มติที่ประชุม กสทช. คณะอนุกรรมการ และคณะทำงานที่เกี่ยวข้อง

ง. รวบรวม ศึกษา และทบทวนรายงานผลการศึกษาวิจัยที่มีประเด็นเกี่ยวข้อง ซึ่งสำนักงาน กสทช. ได้ดำเนินการศึกษามาแล้ว ทั้งที่ได้นำมาปฏิบัติจนเกิดผลและไม่ได้นำมาปฏิบัติก็ตาม

จ. การจัดทำบันทึกความร่วมมือทางวิชาการ หรือ ความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน

ฉ. รายงานการติดตามและประเมินผลโครงการจากแหล่งอื่นที่เกี่ยวข้อง

ช. เอกสารจากแหล่งอื่นที่อ้างอิงได้ ที่สามารถนำมาใช้ประกอบในการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลดังกล่าว เช่น งานวิจัย บทความวิชาการ เป็นต้น

๔.๒.๒ การเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อประกอบการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลตามนโยบาย กสทช. ที่สำคัญในด้านคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี ๒๕๖๖

เรื่องที่ ๑ การแก้ไขปัญหาแก๊งโทรศัพท์ (Call Center) และข้อความสั้น (SMS) หลอกลวงประชาชน

(๑) วางแผนการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการต่างๆ เพื่อสำรวจข้อมูลข้อเท็จจริง ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะของผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องกับการแก้ไขปัญหาแก๊งโทรศัพท์ (Call Center) และข้อความสั้น (SMS) หลอกลวงประชาชน ตามหลักวิชาการและระเบียบวิธีวิจัยอย่างเหมาะสม ประกอบด้วย

ก. กำหนดกลุ่มตัวอย่าง

ข. ระบุประเด็นสำคัญของการศึกษาสำรวจข้อมูลข้อเท็จจริงฯ

ค. ระบุเครื่องมือการเก็บรวบรวมข้อมูล วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลและขั้นตอนการดำเนินงาน

ง. จัดทำร่างเอกสาร/แนวการสัมภาษณ์เชิงลึก /แนวสัมภาษณ์กลุ่มย่อย และแนวคำถามการจัดสนทนากลุ่ม

จ. กำหนดรูปแบบ/วิธีการจัดประชุมต่างๆ ให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียและผู้เกี่ยวข้องที่แตกต่างกัน เพื่อให้ได้รับข้อมูลข้อเท็จจริงครอบคลุมในทุกมิติ

(๒) ดำเนินการเก็บข้อมูลตามที่ได้วางแผนไว้ โดยวิธีการที่ใช้ในการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลฯ อย่างน้อยต้องประกอบด้วยดังนี้

ก. สังเกตการณ์ (Observer) ในการประชุมรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ (Public Hearing) หรือการประชุมรับฟังความคิดเห็นเฉพาะกลุ่ม (Focus Group) ที่สำนักงาน กสทช. จัดขึ้นเพื่อดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับการแก้ไขปัญหาแก๊งโทรศัพท์ (Call Center) และข้อความสั้น (SMS) หลอกลวง (ถ้ามี) โดยให้ที่ปรึกษาเข้าร่วมสังเกตการณ์การดำเนินการของ กสทช. และสำนักงาน กสทช. เพื่อเก็บข้อมูลในการติดตาม และประเมินผลการดำเนินงานดังกล่าว

ข. เก็บข้อมูลจากแบบสอบถามตามระเบียบวิธีวิจัยโดยการออกแบบแบบสอบถาม และสำรวจข้อมูลข้อคิดเห็นของผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องจำนวนไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐ ชุด ให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย

ค. สัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ครอบคลุมกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้ ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องของสำนักงาน กสทช. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น คณะทำงานพหุภาคีเพื่อแก้ไขปัญหาแก๊งโทรศัพท์ (Call Center) และข้อความสั้น (SMS) หลอกลวง กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม คณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ธนาคารแห่งประเทศไทย กองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับอาชญากรรมทางเทคโนโลยี (บช.สอท.) กองบัญชาการตำรวจสืบสวนอาชญากรรมทางเทคโนโลยี ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคม สมาคมโทรคมนาคมแห่งประเทศไทย องค์กรคุ้มครองผู้บริโภค นักวิชาการ นักเศรษฐศาสตร์ มูลนิธิที่เกี่ยวข้อง นักเรียน

นักศึกษา ประชาชนผู้ใช้บริการและได้รับความเดือดร้อนเสียหาย และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๒ ตัวอย่าง ในการกำหนดกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวนและสัดส่วนเป็นไปตามระเบียบวิธีวิจัยที่เหมาะสม โดยคำนึงถึงข้อมูลที่ครบถ้วนเพียงพอต่อการวิเคราะห์และสรุปผลการติดตามประเมินผลดังกล่าว

ง. สัมภาษณ์กลุ่มย่อย (Interview Group) จัดกลุ่มละไม่เกิน ๘ คนต่อการสัมภาษณ์หนึ่งครั้ง จัดการสัมภาษณ์ ๒ ครั้ง กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้แทนสำนักงาน กสทช. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น คณะทำงานพหุภาคีเพื่อแก้ไขปัญหาแก๊งโทรศัพท์ (Call Center) และข้อความสั้น (SMS) หลอกลวงประชาชน คณะกรรมาธิการที่เกี่ยวข้องของ สภาผู้แทนราษฎรและวุฒิสภา กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคม สมาคมโทรคมนาคมแห่งประเทศไทย องค์กรคุ้มครองผู้บริโภค นักวิชาการ นักเศรษฐศาสตร์ นักสังคมศาสตร์ มูลนิธิที่เกี่ยวข้อง นักเรียน นักศึกษา ประชาชนผู้ใช้บริการและได้รับผลกระทบจากการควบรวมกิจการ และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้ข้อมูลอย่างครบถ้วนเพียงพอต่อการวิเคราะห์และสรุปผลการติดตามประเมินผลการกำหนดกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวนและสัดส่วนเป็นไปตามระเบียบวิธีวิจัยที่เหมาะสม

จ. จัดการสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อติดตามประเมินผลการแก้ไขปัญหาแก๊งโทรศัพท์ (Call Center) และข้อความสั้น (SMS) หลอกลวงประชาชน จำนวน ๑ ครั้ง ณ สถานที่ภายในหรือภายนอกสำนักงาน กสทช. มีผู้เข้าประชุมไม่น้อยกว่า ๓๐ คน โดยที่ปรึกษานำเสนอกลุ่มผู้เข้าร่วมประชุม กำหนดวัน เวลาสถานที่ และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องให้สำนักงาน กสทช. พิจารณาก่อนดำเนินการ และเป็นผู้ประสานงานเชิญหน่วยงานหรือบุคคลเข้าร่วมการประชุม บริหารจัดการดูแลความเรียบร้อยตลอดจนเสร็จสิ้นการประชุม

ฉ. จัดการประชุมเพื่อรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ (Public Hearing) ของผู้มีส่วนได้เสีย จำนวน ๑ ครั้ง ณ กรุงเทพฯ มีผู้เข้าร่วมประชุมไม่น้อยกว่า ๑๐๐ คน โดยเป็นตัวแทนจากคณะทำงานพหุภาคีเพื่อแก้ไขปัญหาแก๊งโทรศัพท์ (Call Center) และข้อความสั้น (SMS) หลอกลวง กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม คณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ธนาคารแห่งประเทศไทย กองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับอาชญากรรมทางเทคโนโลยี (บช.สอท.) กองบัญชาการตำรวจสืบสวนอาชญากรรมทางเทคโนโลยี ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคม สมาคมโทรคมนาคมแห่งประเทศไทย องค์กรคุ้มครองผู้บริโภค นักวิชาการ นักเศรษฐศาสตร์ มูลนิธิที่เกี่ยวข้อง นักเรียน นักศึกษา ประชาชนผู้ใช้บริการและได้รับความเดือดร้อนเสียหาย และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องโดยให้ที่ปรึกษาเป็นผู้เชิญหน่วยงานและบุคคลที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมการประชุม รวมถึงจัดทำเอกสารประกอบการประชุม

เรื่องที่ ๒ การคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ต (OTT)

วางแผนการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการต่างๆ เพื่อสำรวจข้อมูลข้อเท็จจริงข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องกักการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ต (OTT) ตามหลักวิชาการและระเบียบวิธีวิจัยอย่างเหมาะสม ประกอบด้วย

ก. กำหนดกลุ่มตัวอย่าง

ข. ระบุประเด็นสำคัญของการสำรวจข้อมูลข้อเท็จจริงฯ

ค. ระบุเครื่องมือการเก็บรวบรวมข้อมูล วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลและขั้นตอนการดำเนินงาน

ง. จัดทำร่างแนวทางการสัมภาษณ์เชิงลึกและแนวคำถามการจัดสนทนากลุ่ม

จ. กำหนดรูปแบบ/วิธีการจัดประชุมต่างๆ ให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียและผู้เกี่ยวข้องที่แตกต่างกันเพื่อให้ได้รับข้อมูลข้อเท็จจริงครอบคลุมทุกมิติ

(๑) ดำเนินการเก็บข้อมูลตามที่ได้วางแผนไว้ โดยวิธีการที่ใช้ในการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลฯ อย่างน้อยต้องประกอบด้วย

ก. สังเกตการณ์ (Observer) ในการประชุมรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ (Public Hearing) หรือการประชุมรับฟังความคิดเห็นเฉพาะกลุ่ม (Focus Group) ที่สำนักงาน กสทช. จัดขึ้นเพื่อดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ต (ถ้ามี) โดยให้ที่ปรึกษาเข้าร่วมสังเกตการณ์การดำเนินการของ กสทช. และสำนักงาน กสทช. เพื่อเก็บข้อมูลในการติดตามประเมินผลการดำเนินงานดังกล่าว

ข. สัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ครอบคลุมกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้ ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องของสำนักงาน กสทช. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น ผู้ประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ตามใบอนุญาตฯ ของ กสทช. ผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ตที่อยู่ในประเทศไทย และผู้แทนของผู้ประกอบกิจการฯ ที่มีสำนักงานใหญ่อยู่ในต่างประเทศ ผู้ได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคม ผู้ประกอบการสื่อ สมาคมโทรคมนาคมแห่งประเทศไทย องค์กรคุ้มครองผู้บริโภค นักวิชาการ นักเศรษศาสตร์ มูลนิธิที่เกี่ยวข้อง นักเรียน นักศึกษา ประชาชนผู้ใช้บริการ และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๒ ตัวอย่าง ในการกำหนดกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวนและสัดส่วนเป็นไปตามระเบียบวิธีวิจัยที่เหมาะสมโดยคำนึงถึงข้อมูลที่ครบถ้วนเพียงพอต่อการวิเคราะห์และสรุปผลการติดตามประเมินผลดังกล่าว

ค. จัดการสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อติดตามประเมินผลการแก้ไขปัญหาเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ต จำนวน ๒ ครั้ง ณ สถานที่ภายใน

หรือภายนอกสำนักงาน กสทช. มีผู้เข้าประชุมไม่น้อยกว่า ๓๐ คน โดยที่ปรึกษานำเสนอกลุ่มผู้เข้าร่วมประชุม กำหนดวัน เวลาสถานที่ และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องให้สำนักงาน กสทช. พิจารณาก่อนดำเนินการ และเป็นผู้ประสานงานเชิญหน่วยงานหรือบุคคลเข้าร่วมการประชุม บริหารจัดการดูแลความเรียบร้อยตลอดจนเสร็จสิ้นการประชุม

ง. จัดการประชุมเพื่อรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ (Public Hearing) ของผู้มีส่วนได้เสีย จำนวน ๑ ครั้ง ณ กรุงเทพฯ มีผู้เข้าร่วมประชุมไม่น้อยกว่า ๑๐๐ คน โดยเป็นตัวแทนจากผู้ประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ตามใบอนุญาตฯ ของ กสทช. ผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ตที่อยู่ในประเทศไทย ผู้ได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคม ผู้ประกอบการสื่อ สมาคมโทรคมนาคมแห่งประเทศไทย องค์กรคุ้มครองผู้บริโภค นักวิชาการ นักเศรษฐศาสตร์ มูลนิธิที่เกี่ยวข้อง นักเรียน นักศึกษา ประชาชนผู้ใช้บริการ และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยให้ที่ปรึกษาเป็นผู้เชิญหน่วยงานและบุคคลที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมการประชุม รวมถึงจัดทำเอกสารประกอบการประชุม

เรื่องที่ ๓ เงื่อนไข/มาตรการเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ภายหลังการรวมธุรกิจระหว่าง บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (TUC) และบริษัท โทเทิ่ล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) (DTN)

(๑) วางแผนในการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการต่างๆ เพื่อสำรวจข้อมูลข้อเท็จจริง ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องกับเงื่อนไข/มาตรการเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ภายหลังการรวมธุรกิจระหว่าง บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (TUC) และบริษัท โทเทิ่ล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) (DTN) ประกอบด้วย

ก. กำหนดกลุ่มตัวอย่าง

ข. ระบุประเด็นสำคัญของการศึกษาสำรวจข้อมูลข้อเท็จจริงฯ

ค. ระบุเครื่องมือการเก็บรวบรวมข้อมูล วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล และขั้นตอนการดำเนินงาน

ง. จัดทำร่างเอกสาร/แบบสอบถาม แนวการสัมภาษณ์เชิงลึก แนวสัมภาษณ์กลุ่มย่อย และแนวคำถามการจัดสนทนากลุ่ม

จ. กำหนดรูปแบบ/วิธีการจัดประชุมต่างๆ ให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียและผู้เกี่ยวข้องที่แตกต่างกัน เพื่อให้ได้รับข้อมูลข้อเท็จจริงครอบคลุมในทุกมิติ

(๒) ดำเนินการเก็บข้อมูลตามที่ได้วางแผนไว้ โดยวิธีการที่ใช้ในการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลฯ อย่างน้อยต้องประกอบด้วยดังนี้

ก. สังเกตการณ์ (Observer) ในการประชุมรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ (Public Hearing) หรือการประชุมรับฟังความคิดเห็นเฉพาะกลุ่ม (Focus Group) ที่สำนักงาน กสทช. จัดขึ้นเพื่อดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับเงื่อนไข/มาตรการเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ภายหลังการรวม

ธุรกิจระหว่าง บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (TUC) และบริษัท โทเทิ่ล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) (DTN) โดยให้ที่ปรึกษาเข้าร่วมสังเกตการณ์การดำเนินการของ กสทช. และสำนักงาน กสทช. เพื่อเก็บข้อมูลในการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานดังกล่าว

ข. เก็บข้อมูลจากแบบสอบถามตามระเบียบวิธีวิจัยโดยการออกแบบแบบสอบถาม และสำรวจข้อมูลข้อคิดเห็นของผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องจำนวนไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐ ชุด ให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย

ค. สัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ครอบคลุมกลุ่มตัวอย่างดังนี้ ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องของสำนักงาน กสทช. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กสทช. ผู้บริหารและผู้แทนสำนักงาน กสทช. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น ผู้แทน TUC ผู้แทน DTN คณะกรรมาธิการที่เกี่ยวข้องกับสภาผู้แทนราษฎรและวุฒิสภา กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคม สมาคมโทรคมนาคมแห่งประเทศไทย องค์กรคุ้มครองผู้บริโภค ประชาชนผู้ใช้บริการและได้รับผลกระทบจากการรวมธุรกิจ เป็นต้น จำนวน ๑๒ ตัวอย่าง ในการกำหนดกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวนและสัดส่วนเป็นไปตามระเบียบวิธีวิจัยที่เหมาะสมโดยคำนึงถึงข้อมูลที่ครบถ้วนเพียงพอต่อการวิเคราะห์และสรุปผลการติดตามประเมินผลดังกล่าว

ง. สัมภาษณ์กลุ่มย่อย (Interview Group) จัดกลุ่มละไม่เกิน ๘ คนต่อการสัมภาษณ์หนึ่งครั้ง จัดการสัมภาษณ์ ๒ ครั้ง กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้แทนสำนักงาน กสทช. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (TUC) และบริษัท โทเทิ่ล แอ็คเซ็ส คอมมู-นิเคชั่น จำกัด (มหาชน) (DTN) คณะกรรมาธิการที่เกี่ยวข้องของสภาผู้แทนราษฎรและวุฒิสภา กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคม สมาคมโทรคมนาคมแห่งประเทศไทย องค์กรคุ้มครองผู้บริโภค นักวิชาการ สาขาที่เกี่ยวข้อง มูลนิธิที่เกี่ยวข้อง นักเรียน นักศึกษา ประชาชนผู้ใช้บริการและได้รับผลกระทบจากการรวมธุรกิจ และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้ข้อมูลอย่างครบถ้วนเพียงพอต่อการวิเคราะห์และสรุปผลการติดตามประเมินผลการกำหนดกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์จำนวนและสัดส่วนเป็นไปตามระเบียบวิธีวิจัยที่เหมาะสม

จ. จัดการสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อติดตามประเมินผลเงื่อนไข/มาตรการเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ภายหลังการรวมธุรกิจระหว่าง บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (TUC) และบริษัท โทเทิ่ล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) (DTN) จำนวน ๒ ครั้ง ณ สถานที่ภายในหรือภายนอกสำนักงาน กสทช. มีผู้เข้าประชุม

ไม่น้อยกว่า ๓๐ คน โดยที่ปรึกษานำเสนอกลุ่มผู้เข้าร่วมประชุม กำหนดวัน เวลาสถานที่ และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องให้สำนักงาน กสทช. พิจารณาก่อนดำเนินการ และเป็นผู้ประสานงานเชิญหน่วยงานหรือบุคคลเข้าร่วมการประชุม บริหารจัดการดูแลความเรียบร้อยตลอดจนเสร็จสิ้นการประชุม

ฉ. จัดการประชุมเพื่อรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ (Public Hearing) ของผู้มีส่วนได้เสีย จำนวน ๔ ครั้ง ณ ภาคเหนือ ภาคใต้ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคตะวันออก มีผู้เข้าร่วมประชุมไม่น้อยกว่า ๑๐๐ คน โดยเป็นตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน คณะกรรมาธิการ (ที่เกี่ยวข้อง) ของสภาผู้แทนราษฎรและวุฒิสภา สถาบันการศึกษา ผู้ประกอบกิจการ นักวิชาการ องค์กรคุ้มครองผู้บริโภค และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยให้ที่ปรึกษาเป็นผู้เชิญหน่วยงานและบุคคลที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมการประชุม รวมถึงจัดทำเอกสารประกอบการประชุม

เรื่องที่ ๔ การคุ้มครองผู้บริโภคในการกำกับดูแลการโฆษณาแอบแฝงในกิจการโทรทัศน์เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

(๑) วางแผนในการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการต่างๆ เพื่อสำรวจข้อมูล ข้อเท็จจริง ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคในการกำกับดูแลโฆษณาแอบแฝงในกิจการโทรทัศน์ ประกอบด้วย

ก. กำหนดกลุ่มตัวอย่าง

ข. ระบุประเด็นสำคัญของการศึกษาสำรวจข้อมูลข้อเท็จจริงฯ

ค. ระบุเครื่องมือการเก็บรวบรวมข้อมูล วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล และขั้นตอนการดำเนินงาน

ง. จัดทำร่างเอกสาร/แนวการสัมภาษณ์เชิงลึก/แนวคำถามการจัดสนทนากลุ่ม

จ. กำหนดรูปแบบ/วิธีการจัดประชุมต่างๆ ให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียและผู้เกี่ยวข้องที่แตกต่างกัน เพื่อให้ได้รับข้อมูลข้อเท็จจริงครอบคลุมในทุกมิติ

(๒) ดำเนินการเก็บข้อมูลตามที่ได้วางแผนไว้ โดยวิธีการที่ใช้ในการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลฯ อย่างน้อยต้องประกอบด้วยดังนี้

ก. สังเกตการณ์ (Observer) ในการประชุมรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ (Public Hearing) หรือการประชุมรับฟังความคิดเห็นเฉพาะกลุ่ม (Focus Group) ที่สำนักงาน กสทช. จัดขึ้นเพื่อดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคในการกำกับดูแลโฆษณาแอบแฝงในกิจการโทรทัศน์ โดยให้ที่ปรึกษาเข้าร่วมสังเกตการณ์การดำเนินการของ กสทช. และสำนักงาน กสทช. เพื่อเก็บข้อมูลในการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานดังกล่าว

ข. สัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ครอบคลุมกลุ่มตัวอย่าง เช่น ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องของสำนักงาน กสทช. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น ผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ตามใบอนุญาตของ กสทช. ผู้ประกอบกิจการผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ต ที่อยู่ในประเทศไทย สภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย สมาคมโฆษณาแห่งประเทศไทย สมาพันธ์สมาคมวิชาชีพวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์ องค์กรคุ้มครองผู้บริโภค นักวิชาการที่เกี่ยวข้อง มูลนิธิที่เกี่ยวข้อง จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๒ ตัวอย่าง ในการกำหนดกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวนและสัดส่วนเป็นไปตามระเบียบวิธีวิจัยที่เหมาะสมโดยคำนึงถึงข้อมูลที่ครบถ้วนเพียงพอต่อการวิเคราะห์และสรุปผลการติดตามประเมินผลดังกล่าว

ค. จัดการสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อติดตามประเมินผลการคุ้มครองผู้บริโภคในการกำกับดูแลโฆษณาแอบแฝงในกิจการโทรทัศน์เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค จำนวน ๑ ครั้ง ณ สถานที่ภายในหรือภายนอกสำนักงาน กสทช. มีผู้เข้าประชุมไม่น้อยกว่า ๓๐ คน โดยที่ปรึกษานำเสนอกลุ่มผู้เข้าร่วมประชุม กำหนดวัน เวลาสถานที่ และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องให้สำนักงาน กสทช. พิจารณาก่อนดำเนินการ และเป็นผู้ประสานงานเชิญหน่วยงานหรือบุคคลเข้าร่วมการประชุม บริหารจัดการดูแลความเรียบร้อยตลอดจนเสร็จสิ้นการประชุม

ง. จัดการประชุมเพื่อรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ (Public Hearing) ของผู้มีส่วนได้เสีย จำนวน ๑ ครั้ง ณ กรุงเทพฯ มีผู้เข้าร่วมประชุมไม่น้อยกว่า ๑๐๐ คน โดยเป็นตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน คณะกรรมาธิการ (ที่เกี่ยวข้อง) ของสภาผู้แทนราษฎรและวุฒิสภา สถาบันการศึกษา ผู้ประกอบกิจการ นักวิชาการ องค์กรคุ้มครองผู้บริโภค และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยให้ที่ปรึกษาเป็นผู้เชิญหน่วยงานและบุคคลที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมการประชุม รวมถึงจัดทำเอกสารประกอบการประชุม

๔.๓ การจัดทำรายงานผลการศึกษาขั้นกลาง (Interim Report)

๔.๓.๑ สรุปผลการเก็บรวบรวมข้อมูล ข้อเท็จจริง และบริบทต่างๆ

ที่ปรึกษาต้องสรุปผลการเก็บข้อมูลข้อเท็จจริง และบริบทต่างๆ ตามข้อ ๔.๒ อย่างน้อยต้องประกอบด้วยสาระสำคัญของข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ที่เกี่ยวข้องกับทั้ง ๔ หัวข้อ และข้อมูลบริบทแวดล้อมอื่นๆ ที่อาจเกี่ยวข้องกับข้อมูล หรือข้อเท็จจริงที่ได้มา

๔.๓.๒ การวิเคราะห์และสรุปผลการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลตามนโยบาย กสทช. ที่สำคัญในด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี ๒๕๖๖

เรื่องที่ ๑ การแก้ไขปัญหาแก๊งโทรศัพท์ (Call Center) และข้อความสั้น (SMS) หลอกลวงประชาชน

ที่ปรึกษาต้องดำเนินการวิเคราะห์ โดยใช้หลักเกณฑ์ที่ปรากฏในข้อ ๔.๒.๑ และสรุปผลการศึกษาเชิงลึก การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลตามนโยบาย กสทช. ที่สำคัญในด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในการแก้ไขปัญหาแก๊งโทรศัพท์ (Call Center) และข้อความสั้น (SMS) หลอกลวงประชาชน อย่างน้อยต้องครอบคลุมประเด็น ดังนี้

ก. สภาพปัญหา/กระบวนการและรูปแบบของแก๊งโทรศัพท์ (Call Center) และข้อความสั้น (SMS) หลอกลวงประชาชน ทั้งภายในและภายนอกประเทศ

ข. เทคโนโลยีที่กลุ่มมิจฉาชีพนำมาใช้หลอกลวง และเทคโนโลยีที่หน่วยงานสามารถใช้ตรวจจับได้ และยังไม่สามารถตรวจจับได้

ค. การสร้างกลไกที่แก้ไขปัญหาเชิงรุกในการตรวจสอบและการกระทำผิดของแก๊งมิจฉาชีพ ความต้องการและความคาดหวังที่มีต่อนโยบายดังกล่าวของ กสทช.

ง. การดำเนินการของ กสทช. ที่เกี่ยวข้องตามอำนาจหน้าที่ตาม พ.ร.บ. และประกาศที่เกี่ยวข้อง เช่น การลงทะเบียนซิมการ์ด การบังคับใช้กฎหมายอย่างเคร่งครัด เป็นต้น

จ. แนวทางการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการตามกฎหมาย

ฉ. การบูรณาการความร่วมมือกับหน่วยงานหรือองค์กรต่างๆ เพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว

ช. ข้อดี ข้อจำกัดหรือผลกระทบในการดำเนินนโยบาย หรือตามประกาศ กสทช. และมาตรการที่เกี่ยวข้อง

ซ. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย / แนวทางที่เหมาะสมในการแก้ไขปัญหาระยะยาว

ฌ. อื่นๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการจัดทำรายงานติดตามและประเมินผลดังกล่าว

เรื่องที่ ๒ การคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ต (OTT)

ที่ปรึกษาต้องดำเนินการวิเคราะห์ โดยใช้หลักเกณฑ์ที่ปรากฏในข้อ ๔.๒.๑ และสรุปผลการศึกษาเชิงลึก การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลตามนโยบาย กสทช. ที่สำคัญในด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ต (OTT) อย่างน้อยต้องครอบคลุมประเด็น ดังนี้

ก. สถานการณ์ปัจจุบัน รูปแบบของการให้บริการกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ต

ข. สภาพปัญหาของผู้บริโภคที่ได้รับผลกระทบเปรียบเทียบระหว่างการให้บริการกระจายเสียงหรือบริการโทรทัศน์แบบเดิมที่ กสทช.กำกับดูแลกับการให้บริการกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ต (OTT)

ค. การดำเนินการของ กสทช. ที่เกี่ยวข้องตามอำนาจหน้าที่ เช่น การออกประกาศกำหนดที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค เป็นต้น

ง. แนวทางการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีอยู่ในปัจจุบัน เปรียบเทียบการแก้ไขปัญหากับต่างประเทศ

จ. ผลที่เกิดขึ้นจากการบูรณาการความร่วมมือกับหน่วยงานหรือองค์กรต่างๆ เพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว

ฉ. ข้อดี ข้อจำกัดหรือผลกระทบในการดำเนินนโยบายหรือตามประกาศ กสทช. หรือมาตรการที่เกี่ยวข้อง

ช. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย หรือแนวทางที่เหมาะสมในการแก้ไขปัญหา

ซ. อื่นๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการจัดทำรายงานติดตามและประเมินผลดังกล่าว

เรื่องที่ ๓ เงื่อนไข/มาตรการเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ภายหลังการรวมธุรกิจระหว่าง บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (TUC) และบริษัท โทเทิ่ล แอ็คเซ็ส คอมมู-นิเคชั่น จำกัด (มหาชน) (DTN)

ที่ปรึกษาต้องดำเนินการวิเคราะห์ โดยใช้หลักเกณฑ์ที่ปรากฏในข้อ ๔.๒.๑ และสรุปผลการศึกษาเชิงลึก การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลตามนโยบาย กสทช. ที่สำคัญในด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ตามเงื่อนไข/มาตรการเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ภายหลังการรวมธุรกิจระหว่าง บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (TUC) และบริษัท โทเทิ่ล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) (DTN) อย่างน้อยต้องครอบคลุมประเด็น ดังนี้

ก. ความเป็นมา สภาพปัญหา/กระบวนการและรูปแบบภายหลังการรวมธุรกิจระหว่างบริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (TUC) และบริษัท โทเทิ่ล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) (DTN)

ข. ผลลัพธ์และผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการรวมธุรกิจตามเงื่อนไข/มาตรการเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ภายหลังการรวมธุรกิจระหว่าง บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (TUC) และบริษัท โทเทิ่ล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) (DTN)

ค. ติดตามและประเมินผลทั้งในด้านประสิทธิภาพลัประสิทธิผลตามเงื่อนไข/มาตรการเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ภายหลังการรวมธุรกิจระหว่าง บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (TUC) และบริษัท โทเทิ่ล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) (DTN

ง. ข้อดี ข้อจำกัดหรือผลกระทบในการดำเนินนโยบาย หรือตามประกาศ กสทช. และมาตรการที่เกี่ยวข้อง

จ. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย / แนวทางที่เหมาะสมในการแก้ไขปัญหา

ฉ. อื่นๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการจัดทำรายงานติดตามและประเมินผลดังกล่าว

เรื่องที่ ๔ การกำกับดูแลการโฆษณาแอบแฝงในกิจการโทรทัศน์เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

ที่ปรึกษาต้องดำเนินการวิเคราะห์ โดยใช้หลักเกณฑ์ที่ปรากฏในข้อ ๔.๒.๑ และสรุปผลการศึกษาเชิงลึกการติดตามตรวจสอบ และประเมินผลตามนโยบาย กสทช. ที่สำคัญในด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ในการกำกับดูแลการโฆษณาแอบแฝงในกิจการโทรทัศน์เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค อย่างน้อยต้องครอบคลุมประเด็น ดังนี้

ก. สถานการณ์ปัญหา รูปแบบโฆษณาแอบแฝงในกิจการโทรทัศน์และการกำกับดูแลของ กสทช. และสำนักงาน กสทช.

ข. สภาพปัญหาของผู้บริโภคที่ได้รับผลกระทบจากโฆษณาแอบแฝงในกิจการโทรทัศน์

ค. ความต้องการและความคาดหวังที่มีต่อนโยบายดังกล่าวของ กสทช. การดำเนินการของ กสทช. ที่เกี่ยวข้องตามอำนาจหน้าที่ เช่น การออกประกาศกำหนดที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค หรือมาตรการต่างๆ เป็นต้น

ง. แนวทางการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีอยู่ในปัจจุบัน เปรียบเทียบการแก้ไขปัญหากับต่างประเทศ

จ. การบูรณาการความร่วมมือกับหน่วยงานหรือองค์กรต่างๆ เพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว

ฉ. ข้อดี ข้อจำกัดหรือผลกระทบในการดำเนินนโยบาย หรือตามประกาศ กสทช. และมาตรการที่เกี่ยวข้อง

ช. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย / แนวทางที่เหมาะสมในการแก้ปัญหา

ซ. อื่นๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการจัดทำรายงานติดตามและประเมินผลดังกล่าว

๔.๔ สรุปผลการศึกษาและการทำรายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report)

๔.๔.๑ จัดทำ (ร่าง) รายงานฉบับสมบูรณ์ (Draft Final Report)

ที่ปรึกษาต้องจัดทำ (ร่าง) รายงานฉบับสมบูรณ์เสนอต่อคณะกรรมการตรวจรับพัสดุในงานจ้างที่ปรึกษา และดำเนินการปรับปรุงตามความเห็นของคณะกรรมการตรวจรับพัสดุในงานจ้างที่ปรึกษา และผู้ที่เกี่ยวข้อง เมื่อผ่านความเห็นชอบแล้วจึงจัดพิมพ์เป็นรายงานฉบับสมบูรณ์ต่อไป โดยเนื้อหา (ร่าง) รายงานฉบับสมบูรณ์ (Draft Final Report) ประกอบด้วย

(ร่าง) รายงานการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลตามนโยบาย กสทช. ที่สำคัญในด้านการคุ้มครองผู้บริโภค: การแก้ไขปัญหาแก๊งโทรศัพท์ (Call Center) และข้อความสั้น (SMS) หลอกลวงประชาชน ครอบคลุมรายละเอียดของการติดตาม ตรวจสอบและประเมินผล การคุ้มครองผู้บริโภคในการแก้ไขปัญหาแก๊งโทรศัพท์ (Call Center) และข้อความสั้น (SMS) หลอกลวงประชาชน ตามขอบเขตของงานทั้งหมด บทสรุปผู้บริหาร บทนำ วิธีการศึกษา ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ โดยจัดทำในรูปแบบเอกสารสิ่งพิมพ์จำนวน ๑๐ ชุด พร้อมอิเล็กทรอนิกส์ไฟล์ (.doc .pdf) บรรจุลงยูเอสบีแฟลชไดรฟ์ จำนวน ๑ ชุด

(ร่าง) รายงานการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลตามนโยบาย กสทช. ที่สำคัญในด้านการคุ้มครองผู้บริโภคซ การคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ต (OTT) ครอบคลุมรายละเอียดของการติดตาม ตรวจสอบและประเมินผล การคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ต (OTT) ตามขอบเขตของงานทั้งหมด บทสรุปผู้บริหาร บทนำ วิธีการศึกษา ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ โดยจัดทำในรูปแบบเอกสารสิ่งพิมพ์จำนวน ๑๐ ชุด พร้อมอิเล็กทรอนิกส์ไฟล์ (.doc .pdf) บรรจุลงยูเอสบีแฟลชไดรฟ์ จำนวน ๑ ชุด

(ร่าง) รายงานการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลตามนโยบาย กสทช. ที่สำคัญในด้านการคุ้มครองผู้บริโภค เงื่อนไข/มาตรการเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ภายหลังการรวมธุรกิจระหว่าง บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (TUC) และบริษัท โทเทิ่ล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) (DTN) ครอบคลุมรายละเอียดของการติดตาม ตรวจสอบและประเมินผลตามเงื่อนไข มาตรการตามที่ประชุม กสทช. นัดพิเศษ ครั้งที่ ๕/๒๕๖๕ เมื่อวันที่ ๒๐ ตุลาคม ๒๕๖๕ เฉพาะที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค ตามขอบเขตของงานทั้งหมด บทสรุปผู้บริหาร บทนำ วิธีการศึกษา ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ผลการศึกษา และข้อเสนอแนะทั้งในทางปฏิบัติละเชิงนโยบายกำกับดูแล โดยจัดทำในรูปแบบเอกสารสิ่งพิมพ์จำนวน ๑๐ ชุด พร้อมอิเล็กทรอนิกส์ไฟล์ (.doc .pdf) บรรจุลงยูเอสบีแฟลชไดรฟ์ จำนวน ๑ ชุด

(ร่าง) รายงานการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลตามนโยบาย กสทช. ที่สำคัญในด้านการคุ้มครองผู้บริโภค : การกำกับดูแลการโฆษณาแอบแฝงในกิจการโทรทัศน์ ครอบคลุมรายละเอียดของการติดตาม ตรวจสอบและประเมินผล การคุ้มครองผู้บริโภคในการกำกับดูแลโฆษณาแอบแฝงตามขอบเขตของงานทั้งหมด บทสรุปผู้บริหาร บทนำ วิธีการศึกษา ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ โดยจัดทำในรูปแบบเอกสารสิ่งพิมพ์จำนวน ๑๐ ชุด พร้อมอิเล็กทรอนิกส์ไฟล์ (.doc .pdf) บรรจุลงยูเอสบีแฟลชไดรฟ์ จำนวน ๑ ชุด

๔.๔.๒ จัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report)

ภายหลังจากที่คณะกรรมการตรวจรับพัสดุในงานจ้างที่ปรึกษาเห็นชอบ (ร่าง) รายงานฉบับสมบูรณ์ ตามข้อ ๔.๔.๑ แล้ว ให้ที่ปรึกษาจัดพิมพ์รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report) ดังนี้

รายงานการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลตามนโยบาย กสทช. ที่สำคัญในด้านการคุ้มครองผู้บริโภค: การแก้ไขปัญหาแก๊งโทรศัพท์ (Call Center) และข้อความสั้น (SMS) หลอกลวงประชาชน จัดทำในรูปแบบเอกสารสิ่งพิมพ์ จำนวน ๕๐ ชุด พร้อมอิเล็กทรอนิกส์ไฟล์ (.doc .pdf) บรรจุลงยูเอสบีแฟลชไดรฟ์ จำนวน ๖ ชุด

โดยที่ปรึกษาต้องดำเนินการออกแบบรูปเล่มพร้อมภาพประกอบให้สวยงาม และรายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report) ต้องมีคุณสมบัติอย่างน้อย ดังนี้ (๑) ปกใช้กระดาษอาร์ตพิมพ์สี เคลือบ PVC ขนาดไม่ต่ำกว่า ๑๙๐ แกรม (๒) เนื้อด้านในใช้กระดาษถนอมสายตา ขนาดไม่ต่ำกว่า ๗๕ แกรม พิมพ์สีสันสวยงาม และ (๓) การเข้าเล่มใช้วิธีไสกาว ทั้งนี้ ที่ปรึกษาต้องส่งมอบงานเป็นภาษาไทย และในกรณีที่แปลจากภาษาต่างประเทศให้ส่งมอบพร้อมต้นฉบับภาษาต่างประเทศด้วย

รายงานการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลตามนโยบาย กสทช. ที่สำคัญในด้านการคุ้มครองผู้บริโภค: การคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ต (OTT) จัดทำในรูปแบบเอกสารสิ่งพิมพ์ จำนวน ๕๐ ชุด พร้อมอิเล็กทรอนิกส์ไฟล์ (.doc .pdf) บรรจุลงยูเอสบีแฟลชไดรฟ์ จำนวน ๖ ชุด

โดยที่ปรึกษาต้องดำเนินการออกแบบรูปเล่มพร้อมภาพประกอบให้สวยงาม และรายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report) ต้องมีคุณสมบัติอย่างน้อย ดังนี้ (๑) ปกใช้กระดาษอาร์ตพิมพ์สี เคลือบ PVC ขนาดไม่ต่ำกว่า ๑๙๐ แกรม (๒) เนื้อด้านในใช้กระดาษถนอมสายตา ขนาดไม่ต่ำกว่า ๗๕ แกรม พิมพ์สีสันสวยงาม และ (๓) การเข้าเล่มใช้วิธีไสกาว ทั้งนี้ ที่ปรึกษาต้องส่งมอบงานเป็นภาษาไทย และในกรณีที่แปลจากภาษาต่างประเทศให้ส่งมอบพร้อมต้นฉบับภาษาต่างประเทศด้วย

รายงานการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลตามนโยบาย กสทช. ที่สำคัญในด้านการคุ้มครองผู้บริโภค: เงื่อนไข/มาตรการเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ภายหลังการรวมธุรกิจระหว่างบริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (TUC) และบริษัท โทเทิ่ล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) (DTN) จัดทำในรูปแบบเอกสารสิ่งพิมพ์ จำนวน ๕๐ ชุด พร้อมอิเล็กทรอนิกส์ไฟล์ (.doc .pdf) บรรจุลงยูเอสบีแฟลชไดรฟ์ จำนวน ๖ ชุด

โดยที่ปรึกษาต้องดำเนินการออกแบบรูปเล่มพร้อมภาพประกอบให้สวยงาม และรายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report) ต้องมีคุณสมบัติอย่างน้อย ดังนี้ (๑) ปกใช้กระดาษอาร์ตพิมพ์สีเคลือบ PVC ขนาดไม่ต่ำกว่า ๑๙๐ แกรม (๒) เนื้อด้านในใช้กระดาษถนอมสายตา ขนาดไม่ต่ำกว่า ๗๕ แกรม พิมพ์สีสันสวยงาม และ (๓) การเข้าเล่มใช้วิธีไสกาว ทั้งนี้ ที่ปรึกษาต้องส่งมอบงานเป็นภาษาไทย และในกรณีที่แปลจากภาษาต่างประเทศให้ส่งมอบพร้อมต้นฉบับภาษาต่างประเทศด้วย

รายงานการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลตามนโยบาย กสทช. ที่สำคัญในด้านการคุ้มครองผู้บริโภค : การกำกับดูแลการโฆษณาแฝงในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ จัดทำในรูปแบบเอกสารสิ่งพิมพ์ จำนวน ๕๐ ชุด พร้อมอิเล็กทรอนิกส์ไฟล์ (.doc .pdf) บรรจุลงยูเอสบีแฟลชไดรฟ์ จำนวน ๖ ชุด

โดยที่ปรึกษาต้องดำเนินการออกแบบรูปเล่มพร้อมภาพประกอบให้สวยงาม และรายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report) ต้องมีคุณสมบัติอย่างน้อย ดังนี้ (๑) ปกใช้กระดาษอาร์ตพิมพ์สี เคลือบ PVC ขนาดไม่ต่ำกว่า ๑๙๐ แกรม (๒) เนื้อด้านในใช้กระดาษถนอมสายตา ขนาดไม่ต่ำกว่า ๗๕ แกรม พิมพ์สีสันสวยงาม และ (๓) การเข้าเล่มใช้วิธีไสกาว ทั้งนี้ ที่ปรึกษาต้องส่งมอบงานเป็นภาษาไทย และในกรณีที่แปลจากภาษาต่างประเทศให้ส่งมอบพร้อมต้นฉบับภาษาต่างประเทศด้วย

๔.๔.๓ จัดทำ Infographic

สรุปผลการศึกษาให้เข้าใจง่ายและน่าสนใจในรูปแบบ Infographic โดยมีเนื้อหาตามเรื่องที่ได้ดำเนินการติดตามประเมินผลข้างต้น จำนวนเรื่องละ ๑ ชุด รวมทั้งสิ้น ๔ ชุด เพื่อใช้สำหรับเผยแพร่ทางระบบสารสนเทศ

๕. บุคลากรของที่ปรึกษา

ที่ปรึกษาต้องจัดให้มีบุคลากรที่มีความรู้ความชำนาญเพื่อดำเนินงานตามขอบเขตงาน โดยต้องเป็นบุคลากรที่มีคุณวุฒิ ประสบการณ์ จำนวนและระยะเวลาการทำงาน ดังนี้

๕.๑ บุคลากรหลัก ประกอบด้วย

(๑) หัวหน้าโครงการ จำนวน ๑ คน วุฒิการศึกษาระดับปริญญาเอก สาขานิติศาสตร์ สาขารัฐศาสตร์ สาขาสังคมศาสตร์ สาขาการจัดการนวัตกรรม สาขาการบริหารงานพัฒนา สาขานิเทศศาสตร์ สาขาสื่อสารมวลชน หรือสาขาที่เกี่ยวข้อง มีประสบการณ์ไม่น้อยกว่า ๑๐ ปี และมีระยะเวลาการทำงาน ๔ เดือน (man-month)

(๒) ผู้เชี่ยวชาญด้านเศรษฐศาสตร์ จำนวน ๑ คน วุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาโท สาขาเศรษฐศาสตร์หรือสาขาที่เกี่ยวข้อง มีประสบการณ์ไม่น้อยกว่า ๑๐ ปี และมีระยะเวลาการทำงาน ๖ เดือน (man-month)

(๓) ผู้เชี่ยวชาญด้านกฎหมาย จำนวน ๑ คน วุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาโท สาขานิติศาสตร์ สาขากฎหมายมหาชน หรือสาขาที่เกี่ยวข้อง มีประสบการณ์ไม่น้อยกว่า ๑๐ ปี และมีระยะเวลาการทำงาน ๖ เดือน (man-month)

(๔) ผู้เชี่ยวชาญด้านการคุ้มครองผู้บริโภค จำนวน ๑ คน วุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาโท สาขานิติศาสตร์ สาขาสังคมศาสตร์ สาขารัฐศาสตร์ สาขาบริหารและการพัฒนา สาขาสังคมวิทยาและมนุษยวิทยา สาขาการพัฒนาสังคม หรือสาขาที่เกี่ยวข้อง มีประสบการณ์ไม่น้อยกว่า ๑๐ ปี และมีระยะเวลาการทำงาน ๖ เดือน (man-month)

(๕) ผู้เชี่ยวชาญด้านวิศวกรรม วุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาโท สาขาวิศวกรรมศาสตร์ สาขาวิศวกรรมไฟฟ้าสื่อสาร สาขาวิศวกรรมคอมพิวเตอร์ สาขาวิศวกรรมโทรคมนาคม สาขาวิศวกรรมและเทคโนโลยี หรือสาขาที่เกี่ยวข้อง มีประสบการณ์ไม่น้อยกว่า ๑๐ ปี และมีระยะเวลาการทำงาน ๖ เดือน (man-month)

(๖) ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ จำนวน ๑ คน วุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาโท สาขาการเทคโนโลยีสารสนเทศ สาขาวิทยาการคอมพิวเตอร์ สาขาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา สาขาเทคโนโลยีดิจิทัล สาขาเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมการเรียนรู้ สาขานิเทศศาสตร์ สาขาการสื่อสารมวลชน สาขาวารสารศาสตร์ หรือสาขาที่เกี่ยวข้อง มีประสบการณ์ ไม่น้อยกว่า ๑๐ ปี และมีระยะเวลาการทำงาน ๖ เดือน (man-month)

(๗) ผู้เชี่ยวชาญด้านการติดตามและประเมินผล จำนวน ๑ คน วุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาโท สาขาการวิจัยและประเมินผล สาขาการวัดและประเมินผลการศึกษา สาขาสังคมศาสตร์ สาขาสถิติ สาขาศึกษาศาสตร์ สาขาครุศาสตร์ หรือสาขาที่เกี่ยวข้อง มีประสบการณ์ไม่น้อยกว่า ๑๐ ปี และมีระยะเวลาการทำงาน ๖ เดือน (man-month)

๕.๒ บุคลากรสนับสนุน ประกอบด้วย

(๑) ผู้ช่วยนักวิจัย จำนวน ๔ คน วุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี มีประสบการณ์ไม่น้อยกว่า ๕ ปี และมีระยะเวลาการทำงานคนละ ๗ เดือน (man-month)

(๒) เลขานุการโครงการ จำนวน ๑ คน วุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีระยะเวลาการทำงาน ๗ เดือน (man-month)

ทั้งนี้ หัวหน้าโครงการจะต้องเป็นบุคลากรของมหาวิทยาลัยและการดำเนินงานจะต้องดำเนินการโดยบุคลากรหลักของมหาวิทยาลัย ไม่น้อยกว่าร้อยละแปดสิบของจำนวนบุคลากรทั้งหมดในโครงการ

๖. ระยะเวลาการดำเนินงาน

ภายใน ๒๑๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา

๗. ระยะเวลาการส่งมอบงาน

งานงวดที่	วันที่ครบกำหนดส่งมอบงาน	ผลงานที่ต้องส่งมอบ
๑	ภายใน ๔๕ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา	**รายงานผลการศึกษาขั้นต้น (Inception Report)** ครอบคลุมเนื้อหาตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๑ จำนวน ๑๐ เล่ม พร้อมอิเล็กทรอนิกส์ไฟล์ (.doc .pdf) บรรจุลงยูเอสบีแฟลชไดรฟ์ จำนวน ๑ ชุด
๒	ภายใน ๑๕๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา	**รายงานผลการศึกษาขั้นกลาง (Interim Report)** ครอบคลุมเนื้อหาตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๒ - ๔.๔ จำนวน ๑๐ เล่ม พร้อมอิเล็กทรอนิกส์ไฟล์ (.doc .pdf) บรรจุลงยูเอสบีแฟลชไดรฟ์ จำนวน ๑ ชุด
๓	ภายใน ๑๘๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา	**(ร่าง)รายงานฉบับสมบูรณ์ (Draft Final Report)** ตามข้อ ๔.๑.๑ ประกอบด้วย ๑. (ร่าง) รายงานการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลตามนโยบาย กสทช. ที่สำคัญในด้านการคุ้มครองผู้บริโภค : การแก้ไขปัญหาแก๊งโทรศัพท์ (Call Center) และข้อความสั้น (SMS) หลอกลวงประชาชน จำนวน ๑๐ ชุด พร้อมอิเล็กทรอนิกส์ไฟล์ (.doc .pdf) บรรจุลงยูเอสบีแฟลชไดรฟ์ จำนวน ๑ ชุด ๒. (ร่าง) รายงานการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลตามนโยบาย กสทช. ที่สำคัญในด้านการคุ้มครองผู้บริโภค : การคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ต (OTT) จำนวน ๑๐ ชุด พร้อมอิเล็กทรอนิกส์ไฟล์ (.doc .pdf) บรรจุลงยูเอสบีแฟลชไดรฟ์ จำนวน ๑ ชุด ๓. (ร่าง) รายงานการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลตามนโยบาย กสทช. ที่สำคัญในด้านการคุ้มครองผู้บริโภค : เงื่อนไข/มาตรการเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ภายหลังการรวมธุรกิจระหว่าง บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (TUC) และบริษัท โทเทิ่ล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) (DTN) จำนวน ๑๐ ชุด พร้อมอิเล็กทรอนิกส์ไฟล์ (.doc .pdf) บรรจุลงยูเอสบีแฟลชไดรฟ์ จำนวน ๑ ชุด ๔. (ร่าง) รายงานการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลตามนโยบาย กสทช. ที่สำคัญในด้านการคุ้มครองผู้บริโภค : การคุ้มครองผู้บริโภคในการกำกับดูแลการโฆษณาแอบแฝงในกิจการโทรทัศน์เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค จำนวน ๑๐ ชุด พร้อมอิเล็กทรอนิกส์ไฟล์ (.doc .pdf) บรรจุลงยูเอสบีแฟลชไดรฟ์ จำนวน ๑ ชุด

งานงวดที่	วันที่ครบกำหนดส่งมอบงาน	ผลงานที่ต้องส่งมอบ
๔	ภายใน ๒๑๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา	**รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report)** ตามข้อ ๔.๔.๒ ประกอบด้วย ๑. รายงานการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลตามนโยบาย กสทช. ที่สำคัญในด้านการคุ้มครองผู้บริโภค : การแก้ไขปัญหาแก๊งโทรศัพท์ (Call Center) และข้อความสั้น (SMS) หลอกลวงประชาชน จำนวน ๕๐ เล่ม พร้อมอิเล็กทรอนิกส์ไฟล์ (.doc .pdf) บรรจุลงยูเอสบีแฟลชไดรฟ์ จำนวน ๖ ชุด ๒. รายงานการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลตามนโยบาย กสทช. ที่สำคัญในด้านการคุ้มครองผู้บริโภค : การคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ต (OTT) จำนวน ๕๐ เล่ม พร้อมอิเล็กทรอนิกส์ไฟล์ (.doc .pdf) บรรจุลงยูเอสบีแฟลชไดรฟ์ จำนวน ๖ ชุด ๓. รายงานการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลตามนโยบาย กสทช. ที่สำคัญในด้านการคุ้มครองผู้บริโภค : เงื่อนไข/มาตรการเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ภายหลังการรวมธุรกิจระหว่าง บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (TUC) และบริษัท โทเทิ่ล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) (DTN) จำนวน ๕๐ เล่ม พร้อมอิเล็กทรอนิกส์ไฟล์ (.doc .pdf) บรรจุลงยูเอสบีแฟลชไดรฟ์ จำนวน ๖ ชุด ๔. รายงานการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลตามนโยบาย กสทช. ที่สำคัญในด้านการคุ้มครองผู้บริโภค : การคุ้มครองผู้บริโภคในการกำกับดูแลการโฆษณาแอบแฝงในกิจการโทรทัศน์เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค จำนวน ๕๐ เล่ม พร้อมอิเล็กทรอนิกส์ไฟล์ (.doc .pdf) บรรจุลงยูเอสบีแฟลชไดรฟ์ จำนวน ๖ ชุด
		จัดทำ Infographic ตามข้อ ๔.๔.๓ จำนวนเรื่องละ ๑ ชุด รวมทั้งสิ้น ๔ ชุด

๘. วงเงินที่ใช้ในการจัดหา

ภายในวงเงินงบประมาณไม่เกิน ๗,๐๐๐,๐๐๐.๐๐ บาท (เจ็ดล้านบาทถ้วน) ซึ่งได้รวมภาษีมูลค่าเพิ่มและค่าใช้จ่ายทั้งปวงไว้ด้วยแล้ว โดยเบิกจ่ายจากงบประมาณรายจ่ายประจำปี ๒๕๖๖ ของคณะกรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน (กตป.) รายจ่ายอื่น ค่าใช้จ่ายในการติดตามและประเมินผล (รายการจ้างที่ปรึกษาเพื่อติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลตามนโยบาย กสทช. ที่สำคัญในด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี ๒๕๖๖)

๙. เงื่อนไขการชำระเงิน

สำนักงาน กสทช. จะจ่ายเงินค่าจ้างที่ปรึกษาตามผลงานที่ส่งมอบเป็นงวดงาน ดังนี้

๙.๑ งวดที่ ๑ ร้อยละ ๑๐ เมื่อที่ปรึกษาส่งผลงานงวดที่ ๑ และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุในงานจ้างที่ปรึกษาได้ตรวจรับเรียบร้อยแล้ว

๙.๒ งวดที่ ๒ ร้อยละ ๔๐ เมื่อที่ปรึกษาส่งผลงานงวดที่ ๒ และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุในงานจ้างที่ปรึกษาได้ตรวจรับเรียบร้อยแล้ว

๙.๓ งวดที่ ๓ ร้อยละ ๓๕ เมื่อที่ปรึกษาส่งผลงานงวดที่ ๓ และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุในงานจ้างที่ปรึกษาได้ตรวจรับเรียบร้อยแล้ว

๙.๔ งวดที่ ๔ ร้อยละ ๑๕ เมื่อที่ปรึกษาส่งผลงานงวดที่ ๔ และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุในงานจ้างที่ปรึกษาได้ตรวจรับเรียบร้อยแล้ว

การจ่ายเงินค่าจ้างที่ปรึกษาแต่ละงวด สำนักงาน กสทช. จะหักเงินประกันผลงานไว้ร้อยละ ๕ ของค่าจ้างแต่ละงวดงาน และเงินประกันผลงานดังกล่าวสำนักงาน กสทช. จะคืนให้ที่ปรึกษา โดยไม่มีค่าดอกเบี้ย ทั้งนี้ เฉพาะกรณีที่ปรึกษาเป็นหน่วยงานของภาครัฐ

ในกรณีที่ปรึกษาไม่สามารถดำเนินการตามขอบเขตการดำเนินงานตามที่กำหนดในข้อ ๔ ในกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งอันเกิดจากเหตุสุดวิสัย หรือเหตุการณ์ที่ไม่ใช่ความผิดของที่ปรึกษา ให้ปรับลดเงินที่ต้องจ่ายตามงวดงานลงตามส่วนที่ไม่สามารถดำเนินการได้ โดยไม่ต้องเปลี่ยนแปลงสัญญา

๑๐. การจัดทำข้อเสนอ

จะต้องทำข้อเสนอโครงการเป็นภาษาไทย ประกอบด้วยเอกสารและหลักฐานเกี่ยวกับผู้ยื่นข้อเสนอ ข้อเสนอด้านเทคนิค และข้อเสนอด้านราคา โดยมีรายละเอียดดังนี้

๑๐.๑ เอกสารและหลักฐานเกี่ยวกับผู้ยื่นข้อเสนอ ประกอบด้วย

๑๐.๑.๑ ให้ยื่นสำเนาหนังสือจัดตั้งหน่วยงาน รวมทั้งอำนาจหน้าที่ของหน่วยงาน หนังสือแต่งตั้งหัวหน้าส่วนราชการ และเอกสารเกี่ยวข้อง ซึ่งรับรองสำเนาถูกต้องโดยผู้มีอำนาจลงนามของหน่วยงาน หนังสือมอบอำนาจของหัวหน้าส่วนราชการ/สถาบันการศึกษา ที่ให้ผู้ใดเป็นผู้ดำเนินการ (กรณีผู้มีอำนาจมอบอำนาจ) รวมทั้งหลักฐานสำเนาบัตรประชาชน หรือสำเนาบัตรข้าราชการ สำเนาหนังสือการขึ้นทะเบียนที่ปรึกษาพร้อมรับรองสำเนาถูกต้อง

๑๐.๑.๒ กรณีการมอบอำนาจจะต้องมีหนังสือมอบอำนาจซึ่งปิดอากรแสตมป์ตามกฎหมายในกรณีผู้มีอำนาจมอบอำนาจให้บุคคลอื่นลงนามในเอกสารข้อเสนอแทน

๑๐.๒ ข้อเสนอด้านเทคนิค ประกอบด้วย

๑๐.๒.๑ ผลงานและประสบการณ์ของที่ปรึกษา

๑๐.๒.๒ วิธีการบริหารและวิธีการดำเนินงาน

๑๐.๒.๓ จำนวนบุคลากรที่ร่วมงาน

โดยต้องนำเสนอรายละเอียดประวัติ คุณวุฒิ และประสบการณ์การทำงานของที่ปรึกษาที่ผ่านมา ของบุคลากรที่ได้เสนอมาในโครงการ ซึ่งสอดคล้องตามข้อ ๕ บุคลากรของที่ปรึกษา

ซึ่งรับรองสำเนาถูกต้องโดยผู้มีอำนาจทำนิติกรรมแทนนิติบุคคล/ผู้มีอำนาจลงนามของหน่วยงาน พร้อมทั้งประทับตรา

๑๐.๓ ข้อเสนอด้านราคา ประกอบด้วย

๑๐.๓.๑ ราคาที่จะเสนอจะต้องรวมถึงค่าใช้จ่ายต่างๆ ซึ่งรวมถึงภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีเงินได้ ค่าอากรแสตมป์ ฯลฯ โดยจะต้องแสดงรายละเอียดค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่จะต้องใช้ในการดำเนินการตามขอบเขตของงานแต่ละรายการตามแผนปฏิบัติการ และเสนอสรุปเป็นราคาค่าบริการทั้งหมด

๑๐.๓.๒ รายละเอียดค่าจ้างบุคลากร โดยแสดงรายละเอียดจำนวนคน-เดือน และอัตราค่าจ้างเป็นรายบุคคล **และแนบหลักฐานด้านการเงิน ซึ่งจะต้องเป็นหลักฐานการยื่นชำระภาษีเงินได้ต่อกรมสรรพากร แบบ ภ.ง.ด. ๙๐ หรือ ภ.ง.ด. ๙๑ หรือสลิปเงินเดือน**

๑๐.๓.๓ รายละเอียดค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมต่างๆ เช่น ค่าใช้จ่ายในการจัดการประชุมรับฟังความคิดเห็น ค่าพาหนะเดินทาง ค่าวัสดุอุปกรณ์ ค่าจัดทำรายงาน ค่าถ่ายเอกสาร ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวเนื่อง เป็นต้น (ปรับเปลี่ยนตามค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมต่างๆ ตามรายละเอียดของแต่ละโครงการ)

ซึ่งรับรองสำเนาถูกต้องโดยผู้มีอำนาจทำนิติกรรมแทนนิติบุคคล/ผู้มีอำนาจลงนามของหน่วยงาน พร้อมทั้งประทับตรา

๑๐.๔ วิธีการยื่นข้อเสนอ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องแยกซองในการยื่นข้อเสนอเป็น ๓ ซอง และให้ยื่นพร้อมกันโดยถือปฏิบัติ ดังนี้

ซองที่ ๑ ให้บรรจุเอกสารและหลักฐานเกี่ยวกับผู้ยื่นข้อเสนอ จำนวน ๕ ชุด (ตัวจริง ๑ ชุด สำเนา ๔ ชุด)

ซองที่ ๒ ให้บรรจุข้อเสนอด้านเทคนิค จำนวน ๕ ชุด (ตัวจริง ๑ ชุด สำเนา ๔ ชุด)

ซองที่ ๓ ให้บรรจุข้อเสนอด้านราคา จำนวน ๑ ชุด

โดยเอกสารทั้ง ๓ ซอง จะต้องปิดผนึกให้เรียบร้อย และจ่าหน้าซองถึงประธานกรรมการดำเนินงานจ้างที่ปรึกษา สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ สำนักสนับสนุนการตรวจสอบภายใน ติดตามประเมินผล และต่อต้านการทุจริต (ตบ.) อาคารไอทาวเวอร์ ชั้น ๔ เลขที่ ๘๘๘ ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพฯ ๑๐๙๐๐ ภายในกำหนดตามหนังสือเชิญชวน

๑๑. เกณฑ์การพิจารณาคัดเลือก

โดยที่การจ้างที่ปรึกษาครั้งนี้ เป็นงานจ้างสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ เพื่อสนับสนุนและพัฒนาบุคลากรในงานด้านการวิจัยและประเมินผล โดยอาศัยความรู้ความสามารถทางวิชาการและประสบการณ์ของบุคลากรของสถาบันอุดมศึกษา สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ จะดำเนินการจัดจ้างโดยวิธีเฉพาะเจาะจง ตามพระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐ มาตรา ๗๐ (๓) (ช) และมาตรา ๗๕ ประกอบกฎกระทรวงกำหนดพัสดุและวิธีการจัดซื้อจัดจ้างพัสดุที่รัฐต้องการส่งเสริมหรือสนับสนุน พ.ศ. ๒๕๖๓ ข้อ ๒๙ (๑) (ก) โดยคณะกรรมการดำเนินงานจ้างที่ปรึกษา จะเชิญที่ปรึกษาที่มีคุณสมบัติตรงตามเงื่อนไขที่กำหนดรายใดรายหนึ่งให้เข้ายื่นข้อเสนอและเจรจาต่อรองราคาค่าจ้างที่ปรึกษา และจะพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอตามลำดับ ดังนี้

๑๑.๑ พิจารณาคัดเลือกข้อเสนอจะคำนึงถึงความคุ้มค่าและวัตถุประสงค์ของงานจ้างที่ปรึกษาเป็นสำคัญ โดยพิจารณาเกณฑ์ด้านคุณภาพ ดังนี้

(๑) ผลงานและประสบการณ์ของที่ปรึกษา	**ร้อยละ ๒๐**
ผลงานของที่ปรึกษา	๑๐๐ คะแนน (ร้อยละ ๑๐)
ประสบการณ์เฉพาะ	๑๐๐ คะแนน (ร้อยละ ๑๐)
(๒) วิธีการบริหารและวิธีปฏิบัติงาน	**ร้อยละ ๔๐**
วิธีการบริหารงาน	๑๐๐ คะแนน (ร้อยละ ๒๐)
วิธีปฏิบัติงานตามขอบเขตของงาน	๑๐๐ คะแนน (ร้อยละ ๒๐)
(๓) จำนวนบุคลากรที่ร่วมงาน	**ร้อยละ ๔๐**

ทั้งนี้ การประเมินคะแนนตามเกณฑ์ด้านคุณภาพแต่ละหัวข้อ มีรายละเอียดคะแนนหัวข้อย่อยและการให้คะแนนตามเอกสารแนบท้ายของขอบเขตของงาน ข้อเสนอของที่ปรึกษาที่ผ่านการพิจารณาด้านคุณภาพจะต้องได้คะแนนประเมินเมื่อถ่วงน้ำหนักแล้วรวมไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐

๑๑.๒ พิจารณาข้อเสนอด้านราคา รวมทั้งเจรจาต่อรองอัตราค่าจ้างที่ปรึกษาและอื่นๆ ตามความเหมาะสมและเป็นไปตามหลักเกณฑ์การคำนวณอัตราค่าจ้างที่ปรึกษาตามระเบียบและกฎหมายที่เกี่ยวข้องต่อไป

๑๒. เงื่อนไขอื่นๆ

๑๒.๑ ที่ปรึกษาต้องเก็บรักษาข้อมูลของสำนักงาน กสทช. ข้อมูลของผู้ประกอบการ และข้อมูลที่ได้รับจากการศึกษาโครงการไว้เป็นความลับ จะเปิดเผยให้ผู้ใดทราบมิได้ และไม่นำไปใช้ในวัตถุประสงค์อื่นนอกเหนือจากการดำเนินการในโครงการนี้

๑๒.๒ ลิขสิทธิ์ในผลงานและเอกสาร รวมถึงไฟล์ดิจิทัลที่ได้รับจากผลการศึกษาให้ตกเป็นของสำนักงาน กสทช. แต่เพียงผู้เดียว การเผยแพร่เอกสารหรือจัดทำสำเนาเพิ่มเติมจากที่จ้างเป็นสิทธิขอบธรรมของสำนักงาน กสทช.

๑๒.๓ ที่ปรึกษามีหน้าที่จะต้องตรวจสอบบุคลากรที่เสนอเข้ามาในโครงการว่ามีบุคลากรที่ยังคงดำเนินการเป็นที่ปรึกษาให้กับสำนักงาน กสทช. อยู่ในโครงการใดหรือไม่ กรณีอยู่ในโครงการจะต้องตรวจสอบรับรองระยะเวลาดำเนินงาน เพื่อมิให้เป็นการใช้ทรัพยากรซ้ำซ้อน ซึ่งจะส่งผลต่อความคุ้มค่าของการใช้เงินงบประมาณ **ทั้งนี้ บุคลากรหลักของที่ปรึกษาต้องมีระยะเวลาปฏิบัติงานตามสัญญานี้ไม่ซ้ำซ้อนกับงานในโครงการอื่นๆ ของที่ปรึกษาที่ดำเนินการในช่วงเวลาเดียวกัน หากผู้ว่าจ้างพบว่าบุคลากรหลักไม่ว่าคนหนึ่งคนใดหรือหลายคนปฏิบัติงานซ้ำซ้อนกับงานในโครงการอื่นๆ ไม่ว่าจะพบในระหว่างปฏิบัติงานตามสัญญาหรือในภายหลัง ผู้ว่าจ้างมีสิทธิบอกเลิกสัญญา และ/หรือเรียกค่าเสียหายจากที่ปรึกษาหรือปรับลดค่าจ้างได้**

๑๒.๔ ในกรณีที่ที่ปรึกษาฯ มีเหตุจำเป็นต้องเปลี่ยนตัวบุคลากรดำเนินงานในโครงการนี้ ที่ปรึกษาฯ ต้องเสนอขอความเห็นชอบจากสำนักงาน กสทช. ก่อน โดยบุคลากรใหม่ต้องมีคุณสมบัติเทียบเท่าหรือดีกว่าบุคลากรเดิม ทั้งนี้ สำนักงาน กสทช. สงวนสิทธิ์ในการพิจารณาปรับลดอัตราค่าจ้างบุคลากรที่ปรึกษาได้ตามความเหมาะสม

๑๒.๕ สำนักงาน กสทช. สงวนสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลงรายละเอียดการดำเนินงานได้ตามความเหมาะสมและเท่าที่จำเป็น เพื่อให้การดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์และหากการเปลี่ยนแปลงนั้นมีผลกระทบต่อค่าจ้างให้ถือเอาอัตราค่าจ้างตามรายละเอียดที่ตกลงไว้ในการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นหรือลดลง ที่ปรึกษาจะเรียกร้องค่าเสียหายจากสำนักงาน กสทช. ไม่ได้

๑๒.๖ หากที่ปรึกษาไม่สามารถทำงานให้แล้วเสร็จตามเวลาที่กำหนดไว้ในสัญญา และผู้ว่าจ้างยังมิได้บอกเลิกสัญญา ที่ปรึกษาจะต้องชำระค่าปรับให้แก่ผู้ว่าจ้างในอัตรา ร้อยละ ๐.๑ ของวงเงินค่าจ้างตามสัญญา นับถัดจากวันที่กำหนดแล้วเสร็จตามสัญญา หรือวันที่ผู้ว่าจ้างได้ขยายระยะเวลาตามสัญญาจนถึงวันที่ทำงานแล้วเสร็จจริงนอกจากนี้ที่ปรึกษายอมให้ผู้ว่าจ้างเรียกค่าเสียหายอันเกิดจากการที่ที่ปรึกษาทำงานล่าช้าเฉพาะส่วนที่เกินกว่าจำนวนค่าปรับ และค่าใช้จ่ายดังกล่าวได้อีกด้วย

๑๒.๗ ที่ปรึกษาที่ได้รับการคัดเลือกจะต้องทำสัญญากับสำนักงาน กสทช. ตามแบบสัญญาจ้างที่ปรึกษาที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดตามที่ประกาศในราชกิจจานุเบกษา และวางหลักประกันสัญญาเป็นอย่างใดอย่างหนึ่งที่กำหนด มูลค่าร้อยละ ๕ ของค่าจ้างที่ปรึกษา เว้นแต่กรณีที่ปรึกษาที่ได้รับการคัดเลือกเป็นหน่วยงานของรัฐไม่ต้องวางหลักประกันสัญญา

เอกสารแนบท้ายขอบเขตของงาน

เกณฑ์การพิจารณาคัดเลือก
จ้างที่ปรึกษาเพื่อติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลตามนโยบาย กสทช. ที่สำคัญในด้านการคุ้มครองผู้บริโภค
ประจำปี ๒๕๖๖

๑. ผลงานและประสบการณ์ของที่ปรึกษา **ร้อยละ ๒๐**

ที่ปรึกษาจะต้องแสดงรายละเอียดผลงานและประสบการณ์ พร้อมเอกสารหลักฐานอ้างอิง เช่น หนังสือรับรองผลงาน สำเนาสัญญาของโครงการที่ได้ดำเนินการแล้วเสร็จตามสัญญา

(๑) ผลงานของที่ปรึกษา : ที่ปรึกษามีผลงานการจ้างที่ปรึกษาประเภทเดียวกันและเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับหน่วยงานของรัฐ หรือหน่วยงานเอกชนที่เชื่อถือได้ ๑๐๐ คะแนน (ร้อยละ ๑๐)

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน
(๑.๑) ผลงานของที่ปรึกษา ในวงเงินตั้งแต่ ๑๐,๐๐๐,๐๐๐ บาท ขึ้นไป	๑๐๐
(๑.๒) ผลงานของที่ปรึกษา ในวงเงินตั้งแต่ ๕,๐๐๐,๐๐๐ บาท ถึง ๑๐,๐๐๐,๐๐๐ บาท	๘๐
(๑.๓) ผลงานของที่ปรึกษา ในวงเงินไม่น้อยกว่า ๓,๐๐๐,๐๐๐ บาท	๖๐

(๒) ประสบการณ์เฉพาะ : จำนวนผลงานย้อนหลังไม่น้อยกว่า ๕ ปี ซึ่งเป็นผลงานประเภทเดียวกันกับขอบเขตของงานจ้างที่ปรึกษา ๑๐๐ คะแนน (ร้อยละ ๑๐)

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน
(๒.๑) ผลงานของที่ปรึกษา จำนวน ๑๕ งาน ขึ้นไป	๑๐๐
(๒.๒) ผลงานของที่ปรึกษา จำนวน ๑๑ - ๑๕ งาน	๘๐
(๒.๓) ผลงานของที่ปรึกษา จำนวน ๑๐ งาน	๖๐

๒. วิธีการบริหารและวิธีการปฏิบัติงาน **ร้อยละ ๔๐**

(๑) วิธีการบริหารงาน : นำเสนอแนวทางในการบริหารงานของที่ปรึกษา โดยให้ผู้ยื่นข้อเสนอนำเสนอรายการ ๑๐๐ คะแนน (ร้อยละ ๒๐) ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน
(๑.๑) การแบ่งการดำเนินงานเป็นกลุ่มงานอย่างมีประสิทธิภาพ	๓๐	ผู้ประเมินจะพิจารณาจากเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอยื่นมา โดยจัดทำเป็นรูปแบบเอกสารขนาดกระดาษ A4 และผู้ประเมินจะให้คะแนนตามรายการที่ผู้ยื่นข้อเสนอนำเอกสารยื่นมา เช่น ผู้ยื่นข้อเสนอนำเอกสารตามข้อ (๑.๑) (๑.๒) (๑.๓) และ (๑.๔) มายื่นให้กับหน่วยงานของรัฐ กรณีนี้ ผู้ยื่นข้อเสนอจะได้คะแนน ๙๐ คะแนน
(๑.๒) โครงสร้างองค์กรของบุคลากรของที่ปรึกษา	๒๐	
(๑.๓) หน้าที่รับผิดชอบของบุคลากรหลัก	๒๐	
(๑.๔) รายละเอียดการทำงานของบุคลากรหลัก	๒๐	
(๑.๕) รายละเอียดการทำงานของบุคลากรสนับสนุน	๑๐	
รวม	๑๐๐	

(๒) วิธีปฏิบัติงานตามขอบเขตของงาน : โดยนำเสนอแนวคิด แผนงาน และวิธีการปฏิบัติที่สอดคล้องกับขอบเขตของงานจ้างที่ปรึกษา พร้อมกำหนดระยะเวลาที่เหมาะสม ๑๐๐ คะแนน (ร้อยละ ๒๐)

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน
(๒.๑) แสดงรายละเอียดแนวคิด แผนงาน และวิธีการปฏิบัติสอดคล้องกับขอบเขตของงานจ้างที่ปรึกษาตรงประเด็นได้อย่างชัดเจนและครบถ้วน	๑๐๐	ผู้ประเมินจะพิจารณาจากเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอยื่นมา โดยอาจจัดทำเป็นแผนการดำเนินงาน เช่น Flowchart การดำเนินงานหลักการแนวคิดในการดำเนินงานตามขอบเขตของงานจ้างที่ปรึกษา โดยจัดทำเป็นรูปแบบเอกสารขนาดกระดาษ A4
(๒.๒) แสดงรายละเอียดแนวคิด แผนงาน และวิธีการปฏิบัติสอดคล้องกับขอบเขตของงานจ้างที่ปรึกษาตรงประเด็น	๘๐	
(๒.๓) แสดงรายละเอียดแนวคิด แผนงาน และวิธีการปฏิบัติสอดคล้องกับขอบเขตของงานจ้างที่ปรึกษาตรงประเด็นเพียงบางส่วน	๕๐	
(๒.๔) แสดงรายละเอียดแนวคิด แผนงาน และวิธีการปฏิบัติไม่สอดคล้องกับขอบเขตของงานจ้างที่ปรึกษาหรือไม่มีข้อมูล	๐	

๓. จำนวนบุคลากรที่ร่วมงาน ๑๐๐ คะแนน ร้อยละ ๔๐

โดยที่ปรึกษาจะต้องแสดงรายละเอียดคุณวุฒิการศึกษา ความเชี่ยวชาญหรือประสบการณ์ของบุคลากรหลักและบุคลากรสนับสนุน (ถ้ามี) แต่ละคนที่รับผิดชอบโครงการ พร้อมเอกสารหลักฐานอ้างอิง โดยมีคะแนนรวมทั้งสิ้น ๑๐๐ คะแนน ซึ่งผู้ประเมินจะให้คะแนนแก่ผู้ยื่นข้อเสนอ โดยแบ่งออกเป็น ๒ ส่วน ดังนี้

(๑) ด้านประสบการณ์ของที่ปรึกษา คะแนนรวมทั้งสิ้น ๖๐ คะแนน

(๒) ด้านวุฒิการศึกษาซึ่งเป็นสาขาวิชาเดียวกันกับที่ สำนักงาน กสทช. กำหนด คะแนนรวมทั้งสิ้น ๔๐ คะแนน

โดยพิจารณาให้คะแนนที่ปรึกษา ดังนี้

ลำดับ	คุณสมบัติบุคลากรหลักของที่ปรึกษาตามข้อกำหนด				เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน					
	รายการ	ประสบการณ์ (ปี)	วุฒิการศึกษา	สาขาวิชา	ด้านประสบการณ์ คะแนนเต็ม ๖๐ คะแนน				ด้านวุฒิการศึกษา คะแนนเต็ม ๔๐ คะแนน	
					คะแนนเต็ม ๒๘ คะแนน					
					มากกว่า ๒๐ ปี	มากกว่า ๑๕ ปี	มากกว่า ๑๐ ปี	๑๐ ปี	ปริญญาเอก	ปริญญาโท
๑.	หัวหน้าโครงการ	๑๐	ปริญญาเอก	นิติศาสตร์/รัฐศาสตร์/สังคมศาสตร์/การจัดการนวัตกรรม/การบริหารงานพัฒนา/นิเทศศาสตร์/สื่อสารมวลชน/สาขาที่เกี่ยวข้อง	๑๘ คะแนน	๑๖.๘ คะแนน	๑๕.๖ คะแนน	๑๔.๔ คะแนน	๑๐ คะแนน	๐ คะแนน
					คะแนนเต็มคนละ ๑๒ คะแนน					
					มากกว่า ๒๐ ปี	มากกว่า ๑๕ ปี	มากกว่า ๑๐ ปี	๑๐ ปี	ปริญญาเอก	ปริญญาโท
๒.	ผู้เชี่ยวชาญด้านเศรษฐศาสตร์	๑๐	ปริญญาโท	เศรษฐศาสตร์/สาขาที่เกี่ยวข้อง	๗ คะแนน	๖.๕ คะแนน	๖.๑ คะแนน	๕.๖ คะแนน	๕ คะแนน	๔ คะแนน
๓.	ผู้เชี่ยวชาญด้านกฎหมาย	๑๐	ปริญญาโท	นิติศาสตร์/กฎหมายมหาชน/สาขาที่เกี่ยวข้อง	๗ คะแนน	๖.๕ คะแนน	๖.๑ คะแนน	๕.๖ คะแนน	๕ คะแนน	๔ คะแนน
๔.	ผู้เชี่ยวชาญด้านการคุ้มครองผู้บริโภค	๑๐	ปริญญาโท	นิติศาสตร์/สังคมศาสตร์ /รัฐศาสตร์/ บริหารและการพัฒนา/สังคมวิทยาและมนุษยวิทยา/การพัฒนาสังคม/สาขาที่เกี่ยวข้อง	๗ คะแนน	๖.๕ คะแนน	๖.๑ คะแนน	๕.๖ คะแนน	๕ คะแนน	๔ คะแนน
๕.	ผู้เชี่ยวชาญด้านวิศวกรรม	๑๐	ปริญญาโท	วิศวกรรมศาสตร์/วิศวกรรมไฟฟ้าสื่อสาร/วิศวกรรมคอมพิวเตอร์/วิศวกรรมโทรคมนาคม/วิศวกรรมและเทคโนโลยี/สาขาที่เกี่ยวข้อง	๗ คะแนน	๖.๕ คะแนน	๖.๑ คะแนน	๕.๖ คะแนน	๕ คะแนน	๔ คะแนน
๖.	ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	๑๐	ปริญญาโท	การเทคโนโลยีสารสนเทศ/วิทยาการคอมพิวเตอร์/เทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา/เทคโนโลยีดิจิทัล/เทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมการเรียนรู้/นิเทศศาสตร์/การสื่อสารมวลชน/วารสารศาสตร์/สาขาที่เกี่ยวข้อง	๗ คะแนน	๖.๕ คะแนน	๖.๑ คะแนน	๕.๖ คะแนน	๕ คะแนน	๔ คะแนน
๗.	ผู้เชี่ยวชาญด้านการติดตามและประเมินผล	๑๐	ปริญญาโท	การวิจัยและประเมินผล/การวัดและประเมินผลการศึกษา/สังคมศาสตร์/สถิติ/ศึกษาศาสตร์/ครุศาสตร์/สาขาที่เกี่ยวข้อง	๗ คะแนน	๖.๕ คะแนน	๖.๑ คะแนน	๕.๖ คะแนน	๕ คะแนน	๔ คะแนน