

ลิขสิทธิ์ : สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม
แห่งชาติ

ปี : 2563

ชื่อเรื่อง : จ้างที่ปรึกษาเพื่อติดตามและประเมินผลการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช.
สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2563

เมือง : กรุงเทพฯ

ภาษา : ไทย

สถานที่พิมพ์ : สำนักงานศูนย์วิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

นักวิจัย : รองศาสตราจารย์ ดร. วีรชัย อโณทัยไพบูลย์

บทสรุปผู้บริหาร :

๑. ความเป็นมาของโครงการ

พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. ๒๕๕๓ และที่แก้ไขเพิ่มเติม กำหนดให้มีคณะกรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานคณะหนึ่ง เพื่อให้มีอำนาจหน้าที่ ติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการดำเนินการและบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. รวมทั้งกำหนดให้คณะกรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน รายงานข้อเท็จจริง หรือข้อสังเกตจากการปฏิบัติหน้าที่ของ กสทช. ตลอดจนให้ความเห็น และข้อเสนอแนะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติหน้าที่อย่างมีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล

ภารกิจของ กสทช. พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. ๒๕๕๓ และที่แก้ไขเพิ่มเติม กำหนดให้ กสทช. มีอำนาจหน้าที่ในการกำกับดูแลกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สูงสุดของประชาชน ความมั่นคงของรัฐ และประโยชน์สาธารณะ รวมตลอดทั้งการให้ประชาชนมีส่วนร่วมได้ใช้ประโยชน์จากคลื่นความถี่ ต้องจัดให้มีมาตรการป้องกันมิให้มีการแสวงหาประโยชน์จากผู้บริโภคโดยไม่เป็นธรรม หรือสร้างภาระแก่ผู้บริโภคเกินความจำเป็น ป้องกันมิให้คลื่นความถี่รบกวน การป้องกันมิให้บุคคล หรือกลุ่มบุคคลใดได้ใช้ประโยชน์จากคลื่นความถี่โดยไม่คำนึงถึงสิทธิของประชาชนทั่วไป รวมถึงป้องกันผลกระทบต่อสุขภาพของประชาชนที่อาจเกิดจากการใช้คลื่นความถี่ ตลอดทั้งการกำหนดสัดส่วนขั้นต่ำที่ผู้ใช้ประโยชน์จากคลื่นความถี่จะต้องดำเนินการเพื่อประโยชน์สาธารณะ

ดังนั้นการติดตามและการประเมินผลการปฏิบัติงานของ กสทช. ในประเด็นสำคัญต่างๆ ตามอำนาจหน้าที่ของ กสทช. จึงมีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะการสนับสนุนการปฏิบัติงานของคณะกรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน ตามมาตรา ๗๒ ในการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการดำเนินงานของ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี ๒๕๖๓

๒. วัตถุประสงค์ของโครงการ

เพื่อศึกษา และจัดทำรายงานข้อเท็จจริง หรือข้อสังเกตจากการปฏิบัติงานของ กสทช. ในช่วงปี ๒๕๖๓ ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ภายใต้กรอบอำนาจหน้าที่ตามพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และ

กิจการโทรคมนาคม พ.ศ. ๒๕๕๓ และที่แก้ไขเพิ่มเติม โดยคณะที่ปรึกษาได้เก็บรวบรวมข้อมูลทั้งที่เป็นข้อเท็จจริง และความคิดเห็นต่าง ๆ เกี่ยวกับประเด็นเฉพาะ ๔ ประเด็นหลัก ที่ครอบคลุมถึง ยุทธศาสตร์ และแผนงาน หรือโครงการ ภารกิจของหน่วยงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของ กสทช. ประเด็นที่ผู้บริโภคให้ความสนใจ และมีผลกระทบต่อสาธารณะ เพื่อประเมินความมีประสิทธิภาพ และประสิทธิภาพของการดำเนินงาน ตลอดจนผลกระทบต่าง ๆ และปัญหาอุปสรรคที่พบจากการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี ๒๕๖๓ ของ กสทช. รวมทั้งข้อเสนอแนวทางการเสริมศักยภาพในการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ของ กสทช.

ประเด็นที่ ๑ ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับผลการดำเนินการตามแผนงาน หรือโครงการในปี ๒๕๖๓

ประเด็นที่ ๒ ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการรับเรื่องร้องเรียน

ประเด็นที่ ๓ ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการเพิ่มประสิทธิภาพการคุ้มครองผู้บริโภค

ประเด็นที่ ๔ ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความตระหนักรู้ และการมีส่วนร่วมของประชาชน และภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

๓. กรอบแนวคิด

และวิธีการติดตามและประเมินผลของ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค การติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี ๒๕๖๓ ของคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) แบ่งการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน และกรอบแนวคิดที่นำมาประยุกต์ใช้ และเครื่องมือในการติดตาม โดยใช้กรอบรอบคิด Impact Value Chain หรือ “ห่วงโซ่ผลลัพธ์” ใช้แจกแจงส่วนต่าง ๆ ของ “แบบจำลองตรรกะ” และ “ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลง” โดยให้ระบุอย่างชัดเจนตั้งแต่ปัจจัยนำเข้า (Input) กิจกรรม หรือโครงการ (Activities), ผลผลิต (Output), ผลลัพธ์ (Outcome) และในบางกรณีอาจเขียนไปถึง ผลกระทบระยะยาว (Impact) ทั้งนี้ ได้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ๖ วิธี คือ ๑) การรวบรวมข้อมูลการปฏิบัติงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของ กสทช. จากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ เช่น เว็บไซต์ การแถลงข่าว ผลการประชุมสัมมนาที่จัดขึ้นโดย กสทช. และทุติยภูมิ ๒) การศึกษาทบทวนวรรณกรรมจากเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่ยึดโยงระหว่างกัน เช่น แผนยุทธศาสตร์สำนักงาน กสทช. ยุทธศาสตร์ของนโยบาย และแผนระดับชาติ รายงานการปฏิบัติงาน กสทช. ๓) การประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) ๔) การรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ (Public Hearing) ๕) ภูมิภาค ๕) การสัมภาษณ์เชิงลึก ๖) การสำรวจข้อมูลที่เป็นข้อคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และผู้เกี่ยวข้อง

ทั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลาย และมากเพียงพอ ที่ครอบคลุม ถึงการดำเนินการตามยุทธศาสตร์ และแผนงานโครงการ การบริการประชาชนตามพันธกิจ การดำเนินงานโดยทั่วไปของสำนักงาน กสทช. ซึ่งจะ เป็นประโยชน์ต่อการติดตาม และประเมินผลการปฏิบัติงาน

๔. การติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานของ กสทช. แผนการคุ้มครองผู้บริโภค

ประเด็นที่ ๑ ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับผลการดำเนินการตามแผนงาน หรือโครงการในปี ๒๕๖๓

จากการศึกษาแผนงาน และรายงานความก้าวหน้าผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการของสำนักงาน กสทช. ได้รายงานสิ้นสุด ณ เดือน กันยายน พ.ศ. ๒๕๖๓ รวมระยะเวลา ๙ เดือน พบว่าการดำเนินการตามแผนยุทธศาสตร์สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๔) รวม ๕ ยุทธศาสตร์ ซึ่งจะมีภารกิจที่

เกี่ยวข้องกับโครงการด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่เชื่อมโยงยุทธศาสตร์ประกอบด้วย ๒ ยุทธศาสตร์ ๕ โครงการ ได้แก่ **ยุทธศาสตร์ที่ ๒** : ผลักดันการขับเคลื่อนแผนแม่บทที่เกี่ยวข้องให้เกิดผลสัมฤทธิ์ในทิศทางที่สอดคล้องกับการพัฒนาประเทศ “โครงการประเมินคุณภาพบริการล่ามภาษามือ” **ยุทธศาสตร์ที่ ๓** : เสริมสร้างความเข้มแข็ง ด้านดิจิทัลเพื่อการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน “โครงการอาชีวศึกษา เรื่องนโยบายการส่งเสริมและคุ้มครอง ผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ในยุคหลอมรวม” “โครงการพัฒนาความเข้าใจ และ ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของเครือข่ายผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์” “โครงการพัฒนา เครื่องมือการพัฒนาทักษะการเรียนรู้ของประชาชนเกี่ยวกับกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ เพื่อการใช้ประโยชน์อย่างรู้เท่าทัน” “โครงการศึกษาประเด็นเรื่องร้องเรียน และจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคและกำกับดูแลกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์” มีการดำเนินโครงการครบทุกโครงการตามแผนยุทธศาสตร์สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการ โทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ฉบับที่ ๒ (พ.ศ.๒๕๖๑ - ๒๕๖๔) แต่ทุกโครงการยังมีความคืบหน้า การดำเนินการที่น้อยมากกว่าที่ควรจะเป็น

นอกจากนี้ยังพบว่า สำนักงาน กสทช. มีการดำเนินโครงการที่ไม่ได้อยู่ในแผนยุทธศาสตร์สำนักงาน คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๔) แต่สามารถเชื่อมโยง และเป็นประโยชน์ต่อการบรรลุเป้าหมายของแผนยุทธศาสตร์ ได้แก่

โครงการที่ไม่ปรากฏตามแผนยุทธศาสตร์แต่มีการพัฒนาโครงการที่เชื่อมโยงกับ “ยุทธศาสตร์ที่ ๒ ผลักดันการขับเคลื่อนแผนแม่บทที่เกี่ยวข้องให้เกิดผลสัมฤทธิ์ในทิศทางที่สอดคล้องกับการพัฒนาประเทศ”

ก. โครงการจัดทำแนวปฏิบัติในการกำกับโฆษณาแฝงในรายการโทรทัศน์

ข. โครงการสำรวจพฤติกรรม ความคิดเห็น และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ และผู้ให้บริการ คือ รายการส่งเสริมการขายที่คิดค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ตามการใช้จริง (ดำเนินการแล้วเสร็จ)

ค. โครงการศึกษาเพื่อพัฒนาระบบ ดูแลการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตเพื่อครอบครัว ระยะที่ ๒ (ยังไม่ได้ดำเนินการ)

ง. โครงการศึกษาพฤติกรรม และความต้องการของประชาชนในการใช้บริการโทรทัศน์ ในยุคภูมิทัศน์ สื่อใหม่ (ยังไม่มีดำเนินการ)

จ. โครงการเผยแพร่ผังรายการ (TV Guide) และเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ ในการรับชมโทรทัศน์ดิจิทัล ของประชาชน (ยังไม่มีดำเนินการ)

ฉ. โครงการเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมาย และหลักเกณฑ์ การกำกับดูแล การประกอบกิจการกระจายเสียงสำหรับผู้ประกอบกิจการ หน่วยงานของรัฐและประชาชนทั่วไป

เมื่อพิจารณาผลลัพธ์ (Outcome) กับโครงการที่มีการดำเนินการจากการรับฟังความคิดเห็น สาธารณะ (Public Hearing) การสำรวจข้อมูลที่เป็นข้อคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้เกี่ยวข้อง พบว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้เกี่ยวข้อง มีความพึงพอใจเป็นอย่างมากในด้านของการบริการล่ามภาษามือ/ คำบรรยายแทนเสียง / เสียงบรรยายภาพ ให้แก่ผู้มีข้อจำกัดในการรับสารสำหรับรายการข่าวสาร หรือรายการ ที่ให้สาระประโยชน์ต่อสาธารณะ

ในด้านกลับกันนอกจากนี้สิ่งที่พบจากการสำรวจความเห็นพบว่า ปัญหาด้านโฆษณาแฝง ได้แก่ รูปแบบของการวางผลิตภัณฑ์ให้เป็นจุดเด่น หรือนานกว่าปกติ การใช้รูปแบบที่มีการใช้ผลิตภัณฑ์ของนักแสดง หรือผู้ดำเนินรายการมีพฤติกรรมในการหยิบจับใช้รูปแบบที่กล่าวถึงผลิตภัณฑ์ บริการ หรือสินค้า โดยการสนทนาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ บริการ หรือสินค้าโดยการกล่าวชื่อ หรือสรรพคุณ หรือประโยชน์ ซึ่งหากการดำเนินการโครงการจัดทำแนวปฏิบัติในการกำกับโฆษณาแฝงในรายการโทรทัศน์ให้แล้วเสร็จ ก็น่าจะลดปัญหาด้านโฆษณาแฝงลงได้อย่างมาก

โครงการที่ไม่ปรากฏตามแผนยุทธศาสตร์ แต่มีการพัฒนาโครงการที่เชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ที่ ๓ เสริมสร้างความเข้มแข็งด้านดิจิทัลเพื่อการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน

ก. โครงการสร้างการเรียนรู้ และความเข้าใจของสาธารณะในภารกิจด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ คืบหน้า ร้อยละ ๗๗.๘๑ (๙ เดือน)

ข. โครงการสนับสนุนภารกิจทำให้มีบริการโทรคมนาคมขั้นพื้นฐานโดยทั่วถึง และบริการเพื่อสังคม เพื่อลดช่องว่างความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึง และการใช้ประโยชน์จากดิจิทัล

ค. โครงการสร้างเครือข่ายภาคประชาชน (ผู้ชมและผู้ฟัง) ในกิจการกระจายเสียงและ กิจการโทรทัศน์ (ยกเลิกดำเนินการ)

ประเด็นที่ ๒ ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการรับเรื่องร้องเรียน

จากการติดตามผลการดำเนินงานจากรายงานการประชุมคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ พบว่า สำนักรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ และสำนักรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม ได้นำประเด็นข้อร้องเรียนมาตรการเยียวยา รายงานผลข้อใกล้เคียงพิพาท และรายงานผลการแก้ไขปัญหาข้อร้องเรียนเสนอต่อที่ประชุมประจำเดือนอย่างต่อเนื่อง แสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นดำเนินการภารกิจบทบาทหน้าที่ของหน่วยงานในการรับพิจารณา รวมถึงคุ้มครองสิทธิ และเสรีภาพของประชาชนมิให้ถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบกิจการ ทั้งนี้อาจเป็นผลให้สถิติข้อร้องเรียน ตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๓ (ข้อมูล ณ ๑ ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๖๓) มีจำนวนข้อร้องเรียนลดน้อยลงอย่างต่อเนื่องตลอดระยะเวลา ๔ ปี

อย่างไรก็ตามการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) และการรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ (Public Hearing) มีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการจัดการรับเรื่องร้องเรียน โดยผู้เกี่ยวข้องได้เสนอประเด็นหลักที่น่าสนใจว่า กสทช. ควรที่จะเพิ่มช่องทางที่หลากหลายเพื่อรับเรื่องร้องเรียนปัญหาของผู้บริโภค เนื่องจากปัจจุบันช่องทางการสื่อสารมีหลากหลายช่องทาง ซึ่งผู้บริโภคแต่ละกลุ่มก็มีความสะดวกในการสื่อสารเพื่อร้องเรียนต่อ กสทช. ในช่องทางที่แตกต่างกัน หาก กสทช. มีการเพิ่มช่องทางการสื่อสารที่สามารถเข้าถึงได้ทุกกลุ่ม ก็จะทำให้ผู้บริโภคที่ได้รับความเดือดร้อนนั้น สามารถเข้าถึง กสทช. ได้สะดวก และรวดเร็วมากขึ้น เพื่อให้ กสทช. ได้สามารถแก้ไขปัญหาให้ผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว และทันเวลา รวมถึงควรมีการชี้แจงระยะเวลาในการรับเรื่องพิจารณา และแก้ไขปัญหาการร้องเรียนของผู้บริโภค ข้อเสนอแนะดังกล่าวน่าจะเป็นประโยชน์ต่อการดำเนิน “โครงการศึกษาประเด็นเรื่องร้องเรียน และจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค และกำกับดูแลกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์” ซึ่งอยู่ในแผนดำเนินการของ สำนักงาน กสทช. อยู่แล้ว

ประเด็นที่ ๓ ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการเพิ่มประสิทธิภาพการคุ้มครองผู้บริโภค

จากการติดตามการปฏิบัติงาน พบว่า สำนักงาน กสทช. มีการสนับสนุนการพัฒนาบริการกระจายเสียง บริการโทรทัศน์ และบริการโทรคมนาคมให้เกิดความยั่งยืนด้วยการยกระดับขีดความสามารถด้านการวิจัย และพัฒนาบริการกระจายเสียง บริการโทรทัศน์ และบริการโทรคมนาคมเพื่อ ประโยชน์สาธารณะ รวมถึงกิจกรรมที่ช่วยลดช่องว่างในการเข้าถึง และใช้ประโยชน์จากดิจิทัล การสร้างความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ให้กับประชาชน ตลอดจนการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ และการใช้ประโยชน์จากเครือข่ายความร่วมมือในการคุ้มครองผลประโยชน์ของประชาชน อาทิเช่น จัดทำแผนปฏิบัติการกองทุนวิจัยและพัฒนา ระยะ ๔ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๓-๒๕๖๖) แล้วเสร็จ และอยู่ระหว่างดำเนินการติดตามผลของการนำผลงานการให้ทุนไปใช้ประโยชน์เชิงนโยบาย วิชาการ เชิงการพัฒนาสังคม / ชุมชน และเชิงเศรษฐกิจ / พาณิชยกรรม ตลอดจนการสนับสนุนบริการการให้บริการโทรคมนาคมขั้นพื้นฐานโดยทั่วถึง และบริการเพื่อสังคม เพื่อลดช่องว่างความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึง และใช้ประโยชน์จากดิจิทัล

แต่อย่างไรก็ตาม พบว่าโครงการที่จะเพิ่มประสิทธิภาพการคุ้มครองผู้บริโภค เช่น โครงการศึกษาพฤติกรรม และความต้องการของประชาชนในการใช้บริการโทรทัศน์ในยุคภูมิทัศน์สื่อใหม่นั้น ยังไม่มีการดำเนินการโครงการสนับสนุนการให้บริการโทรคมนาคมขั้นพื้นฐานโดยทั่วถึง และบริการเพื่อสังคม เพื่อลดช่องว่างความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงและการใช้ประโยชน์จากดิจิทัล มีความคืบหน้าค่อนข้างน้อย

นอกจากนี้ การรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ (Public Hearing) มีข้อเสนอแนะว่า ปัจจุบันสังคมไทยให้การยอมรับกลุ่มพิเศษทุกกลุ่มที่จะให้สามารถอยู่ร่วมกันโดยปราศจากความแตกต่าง ไม่ว่าจะเป็นผู้สูงอายุ ผู้พิการ ผู้ด้อยโอกาส กลุ่มเพศทางเลือก (LGBT) ดังนั้น กสทช. ควรเพิ่มประสิทธิภาพการคุ้มครองผู้บริโภคกลุ่มพิเศษ โดยการสร้างสื่อสำหรับกลุ่มพิเศษเป็นเรื่องที่ กสทช. ควรให้ความสำคัญไม่ว่าจะเป็นสื่อกระแสหลัก สื่อออนไลน์ ควรมีการส่งเสริม และสนับสนุนการสร้างสื่อเสริมสร้างองค์ความรู้ให้กับผู้บริโภคกลุ่มพิเศษอย่างทั่วถึง ควรมีรูปแบบการสื่อสารเพื่อให้สังคมเกิดการเรียนรู้ และมีช่องทางเพื่อให้ประชากรกลุ่มพิเศษได้มีโอกาสในการนำเสนอ แลกเปลี่ยน และเข้าถึงสื่ออย่างทัดเทียม ควรส่งเสริมการผลิตรายการสำหรับเพศทางเลือก อาทิ รายการประกวดความสามารถต่าง ๆ หรือรายการภาษาของกลุ่มเพศทางเลือก (LGBT) เพื่อเปิดโอกาสให้เพศทางเลือกได้มีพื้นที่ในการแสดงศักยภาพ และเปิดโอกาสให้ประชาชนได้เข้าใจ และรู้จักเพศทางเลือกมากขึ้น เปิดโอกาสให้มีการสร้างความเข้าใจในการอยู่ร่วมกัน

ประเด็นที่ ๔ ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความตระหนักรู้ และการมีส่วนร่วมของประชาชน และภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

จากการติดตามการปฏิบัติงาน พบว่ามีการสร้างความตระหนักรู้ให้แก่เยาวชนเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้เกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม ระดับมัธยมและอุดมศึกษา พัฒนาศักยภาพผู้นำเครือข่ายภาคประชาชนด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม ๗๗ จังหวัด เพื่อนำความรู้ไปเผยแพร่ให้กับสมาชิกในพื้นที่และชุมชน แต่เมื่อพิจารณาจากจำนวนผู้เข้าร่วม ยังพบว่า มีจำนวนน้อย และยังขาดความต่อเนื่อง ตลอดจนการกำหนดเป้าหมาย และกลยุทธ์ของเนื้อหาที่มุ่งเน้นในแต่ละปียังคงมีบางส่วนที่ไม่ร้อยเรียงและสอดคล้องประสานกัน

นอกจากนี้ การรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ (Public Hearing) มีข้อเสนอแนะ ผู้บริโภคต้องการการกำกับดูแล และควบคุมโฆษณาเกินจริง การหลอกลวงผู้บริโภค และบิดเบือนข้อเท็จจริง ผู้บริโภค

มีความต้องการให้ กสทช. มีการตรวจสอบ และควบคุมการโฆษณาบนสื่อต่าง ๆ ที่มีการบิดเบือนข้อเท็จจริง ซึ่งก่อให้เกิดความเข้าใจผิด ได้แก่ โฆษณาที่มีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่หือหวา หรือเน้นการดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภค ในขณะที่สินค้าหรือบริการนั้นไม่สามารถกระทำตามได้จริงตามข้อเสนอที่ได้โฆษณาไว้ ซึ่งมีใช่เพียงแต่การโฆษณาชวนเชื่อเท่านั้น แต่การสื่อสารในปัจจุบัน การนำเสนอข่าวลวงข่าวที่บิดเบือน มีหลายรูปแบบ รวมถึงผู้นำเสนอข่าว อาทิ ผู้ประกาศข่าว และผู้สื่อข่าว ไม่ควรให้มีการนำเสนอข้อมูลที่บิดเบือน หรือมุ่งเน้นการสร้างอารมณ์ความรู้สึก รวมถึงควรมีการกำกับดูแล และปกป้องความเป็นส่วนตัวของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น เนื่องจากมีประชาชนจำนวนมากตกเป็นเหยื่อของข้อความทางโทรศัพท์ที่ถูกส่งมาจากแหล่งที่มาที่ไม่ได้รับอนุญาต หรือไม่ทราบแหล่งที่มาที่ชัดเจน

ผู้บริโภคยังมีความเห็นว่า กสทช. ควรที่จะเข้ามาศึกษาปัญหาที่เกิดขึ้นกับกลุ่มผู้ด้อยโอกาส ควรมีการจัดเวทีลงไปยังพื้นที่ในชุมชนต่าง ๆ ให้ทั่วถึง โดยอาจจะเป็นการจัดเวทีประชุมรับฟังข้อคิดเห็นสาธารณะ (Public Hearing) การจัดงานสัมมนาเพื่อพัฒนาองค์ความรู้ และศักยภาพให้กับประชาชนในพื้นที่ ชุมชนต่าง ๆ หรือควรมีให้มีผู้ที่เข้ามาช่วยดูแลผู้บริโภคอีกทาง เช่น สื่อมวลชน อาสาสมัคร รวมถึงควรมีการพัฒนาศักยภาพการรู้เท่าทันสื่อต่าง ๆ อาทิ สถานีวิทยุกระจายเสียง สถานีโทรทัศน์ หรือสื่อออนไลน์ ให้กับประชาชน เพื่อเสริมสร้างภูมิคุ้มกันให้กับประชาชนไม่ให้หลงเชื่อข้อมูลข่าวสารที่มีการบิดเบือนหรือไม่เป็นข้อเท็จจริง รวมไปถึงการพัฒนาศักยภาพของสื่อมวลชนแบบมืออาชีพ เพื่อแก้ไขปัญหาการนำเสนอหรือ รายงานข่าวที่ขัดต่อจริยธรรมสื่อของสื่อมวลชน

๕. บทสรุป และข้อเสนอแนะ

การติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานของ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี ๒๕๖๓ นำมาสู่ข้อสรุปในการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ในภาพรวมตามประเด็น ดังต่อไปนี้

ก. ผลการดำเนินการตามแผนงาน หรือโครงการในปี ๒๕๖๓

พบจุดเด่น คือ การกำหนดแผนงาน หรือโครงการตามแผนยุทธศาสตร์สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๔) นอกจากนี้ยังพบว่า มีการจัดทำแผนงาน โครงการ และกิจกรรม เพิ่มเติมหลายแผนงาน โครงการ และกิจกรรม ที่มีความเชื่อมโยงกับแผนยุทธศาสตร์ฯ

แต่จากรายงานความก้าวหน้าผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการของ สำนักงาน กสทช. ได้ รายงานสิ้นสุด ณ เดือน กันยายน พ.ศ. ๒๕๖๓ รวมระยะเวลา ๙ เดือน พบว่า โครงการที่ดำเนินการเสร็จสิ้นตามกำหนดการ มีหลายแผนงาน โครงการ และกิจกรรม ถูกยกเลิกการดำเนินการ ประกอบกับหลายแผนงาน โครงการ และกิจกรรมมีความคืบหน้า ที่น้อยกว่า ร้อยละ ๓๐

แนวทางในการพัฒนาเพื่อให้แผนงาน โครงการ และกิจกรรมดำเนินการบรรลุเป้าหมาย คือ การจัดลำดับของโครงการตามความสำคัญและเร่งด่วน

ข. ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการรับเรื่องร้องเรียน

พบจุดเด่น ในการดำเนินงาน ได้แก่ การมีช่องทางรับข้อร้องเรียนที่หลากหลาย ในการรองรับการส่งเรื่องร้องเรียนของผู้บริโภคที่หลากหลายตามการใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ สำนักรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ และสำนักงานรับเรื่องร้องเรียน และคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการ

โทรคมนาคมนำประเด็นข้อร้องเรียน มาตรการเยียวยา รายงานผลข้อไต่ถามเกี่ยวกับพิพาทและรายงานผลการแก้ไขปัญหาข้อร้องเรียนเสนอต่อที่ประชุมประจำเดือนอย่างต่อเนื่อง

แต่มีข้อสังเกตจากการสำรวจข้อมูลที่เป็นข้อคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้เกี่ยวข้อง ในการรับรู้ช่องทางการร้องเรียน พบว่า มีจำนวนถึง ร้อยละ ๕๒.๗ ไม่ทราบถึงช่องทางการร้องเรียน และมีผู้ที่ไม่เคยร้องเรียนการให้บริการด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมของ กสทช. จำนวน ๒,๑๔๐ คน หรือคิดเป็น ร้อยละ ๘๑.๒

แนวทางในการพัฒนาการดำเนินการรับเรื่องร้องเรียนตามผุ้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่

- การสื่อสารการให้ความรู้ด้านการคุ้มครองบริโภคประชาชนกับเหล่า Youtuber เป็นการ กระจายให้ความรู้ไปในตัวด้วย เพราะ Youtuber เหล่านี้ มีผู้คนติดตามมาก ไม่ว่าจะเป็นเด็ก วัยรุ่น และผู้ใหญ่ อาจจะได้รับความรู้ได้มากขึ้น

- ควรให้มีการประชาสัมพันธ์มากขึ้น
- เพิ่มข้อมูลการแนะนำ และบุคลากรให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการร้องเรียน
- แนวทางการต่อสู้อกรณีไม่ได้รับความเป็นธรรม

นอกจากนี้ควรเพิ่มช่องทางที่หลากหลายเพื่อรับร้องเรียนปัญหาของผู้บริโภคให้สอดคล้องกับช่วงวัย และสถานที่พักอาศัยของประชาชนทุกกลุ่ม โดยควรเพิ่มช่องทางอินสตาแกรม (Instagram) และไลน์ (Line) ให้กับกลุ่มนักเรียน นักศึกษา และกลุ่มบุคคลเจนเอเรชั่นเอกซ์ อันเป็นกลุ่มที่มีความถนัดในการใช้เทคโนโลยีในการสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ขณะเดียวกันก็ควรเพิ่มช่องทางการลงพื้นที่สำรวจปัญหาของประชาชน กลุ่มด้อยโอกาส หรือกลุ่มบุคคลที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ชุมชนชนบท ทั้งนี้ นักวิชาชีพสื่อสารมวลชนได้ให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมว่า ควรให้สื่อมวลชนสามารถรับเรื่องร้องเรียนปัญหาต่าง ๆ ร่วมมือกับสำนักงาน กสทช. ได้โดยให้สำนักงาน กสทช. รับผิดชอบเป็นพี่เลี้ยงที่คอยสอดส่องดูแลแทน เนื่องจากสื่อมวลชนสามารถนำเสนอเรื่องร้องเรียนต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว และครอบคลุมมากกว่า และมีฐานแฟนคลับจำนวนมากคอยติดตามอยู่แล้ว

ค. ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการเพิ่มประสิทธิภาพการคุ้มครองผู้บริโภค

การจัดทำแผนปฏิบัติการกองทุนวิจัยและพัฒนา ระยะ ๔ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๖) แล้วเสร็จ และอยู่ระหว่างดำเนินการติดตามผลของการนำผลงานการให้ทุนไปใช้ประโยชน์เชิงนโยบาย วิชาการ เชิงการพัฒนาสังคม / ชุมชน และเชิงเศรษฐกิจ / พาณิชยต์ตลอดจนการสนับสนุนภารกิจให้มีบริการโทรคมนาคมขั้นพื้นฐานโดยทั่วถึง และบริการเพื่อสังคมเพื่อลดช่องว่างความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึง และใช้ประโยชน์จากดิจิทัลถือเป็นจุดเด่นที่จะเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างสมบูรณ์ และมีความสอดคล้องในระยะยาว

แนวทางในการพัฒนาการเพิ่มประสิทธิภาพการคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงาน กสทช. ควรสร้างช่องทางให้ประชาชนเข้าถึงกองทุนวิจัย และพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมเพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.) ที่ง่าย และรวดเร็ว โดยเฉพาะในกิจการกระจายเสียงภายในชุมชนที่มีประชาชนภายในท้องถิ่นรับฟังจำนวนมาก ทั้งนี้ยังมีอิทธิพลต่อประชาชนภายในท้องถิ่นมากด้วยเช่นเดียวกัน แต่ยังคงขาดการเข้าถึงกองทุนฯ เพื่อของบประมาณเงินสนับสนุนให้เกิดการพัฒนา ซึ่งในตอนนี้ประชาชนภายในท้องถิ่นต่าง ๆ ต้องการให้เกิดการพัฒนา อีกทั้งควรมีมาตรการส่งเสริมการนำเสนอเนื้อหาสาระ

ที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มเพศทางเลือก (LGBT) ที่เหมาะสม และแสดงถึงความเท่าเทียมกันทางสิทธิ และเสรีภาพ โดยกลุ่มเพศทางเลือก (LGBT) ได้รายงานไว้ในปัจจุบันสื่อต่าง ๆ ได้มีการใช้ถ้อยคำกล่าวถึงกลุ่มเพศทางเลือก (LGBT) ในเชิงตัวตลก ใส่อาารมณ์ ความรู้สึกเกินจริง หรือไม่ให้เกียรติ และในการผลิตละครที่แสดงถึงกลุ่มเพศทางเลือก (LGBT) มักได้รับบทบาทที่ต้องเป็นตัวตลก มีจุดจบที่ไม่ประสบความสำเร็จ หรือต้องแสดงบทบาทสมมติที่เกินจริงผิดไปจากธรรมชาติของบุคลิกภาพของกลุ่มเพศทางเลือก (LGBT) นอกจากนี้ควรส่งเสริม และสนับสนุนการจัดทำแอปพลิเคชัน (Application) สำหรับผู้บริโภคกลุ่มพิเศษ อันได้แก่ ผู้พิการ ผู้ด้อยโอกาส ผู้สูงอายุ และเยาวชน เพื่อการรับข่าวสารข้อมูลที่ถูกต้อง ฟรี และรวดเร็ว อันจะช่วยพัฒนาศักยภาพได้ และควรมอบสิทธิพิเศษทางการสื่อสารต่าง ๆ อาทิ การให้สิทธิในการใช้โทรศัพท์ และอินเทอร์เน็ตฟรี หรือการได้รับโปรโมชั่นค่าบริการโทรศัพท์ และอินเทอร์เน็ตพิเศษที่แตกต่างกับกลุ่มประชาชนทั่วไป อันเป็นกลุ่มที่มีรายได้ รวมถึงการมีบริการสอนการใช้คอมพิวเตอร์ให้กับผู้บริโภคกลุ่มพิเศษในชุมชนด้วย

ง. ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความตระหนักรู้ และการมีส่วนร่วมของประชาชน และภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

พบจุดเด่นในการสร้างความตระหนักรู้ให้แก่เยาวชนเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้เกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภค ในกิจการโทรคมนาคมระดับมัธยม และอุดมศึกษา พัฒนาศักยภาพผู้นำเครือข่ายภาคประชาชนด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม ๗๗ จังหวัด

แนวทางในการพัฒนาการเพิ่มประสิทธิภาพการคุ้มครองผู้บริโภค ควรมีการสร้างเครือข่ายภาคประชาชนให้มากขึ้น โดยอาจจะสร้างเครือข่ายระดับจังหวัด ให้เครือข่ายจังหวัดสามารถเข้ามาสอดส่องดูแลตรวจสอบการเอาเปรียบผู้บริโภคต่าง ๆ เนื่องจากเครือข่ายจังหวัดมีความใกล้ชิดกับประชาชนมากกว่า ทำให้ผลสัมฤทธิ์การป้องกันการเอาเปรียบผู้บริโภคอาจก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีกว่า และควรมีการสร้างเครือข่ายระหว่างองค์กรต่าง ๆ อาทิ กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงยุติธรรมเพื่อให้สามารถคุ้มครองดูแลผู้บริโภคกลุ่มต่าง ๆ ให้ได้ผลสัมฤทธิ์ที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ควรจัดประชุมเพื่อรับฟังความคิดเห็นสาธารณะเป็นประจำอย่างต่อเนื่องในทุกจังหวัด เนื่องจากในปัจจุบันยังมีน้อย ซึ่งประชาชนมองว่ากิจกรรมนี้เป็นกิจกรรมที่ดีในการสร้างการมีส่วนร่วมเพื่อร่วมกันสร้างสังคมให้กลายเป็นสังคมที่ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพตรงจุด และรวดเร็ว

จ. ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

๑. บทบาทของ กสทช. กับ การใช้ชีวิตประจำวันของประชาชน และนักเรียน นักศึกษา ในสถานการณ์โควิด - ๑๙ แบบวิถีใหม่

วิกฤตโควิด - ๑๙ ครั้งนี้อาจกล่าวได้ว่าเป็น “วิกฤตที่ไม่เหมือนวิกฤตใดในอดีต (This time is really different)” โดยมีรูปแบบของการเกิดที่ต่างจากวิกฤตอื่นในอดีต เริ่มต้นจากการแพร่ระบาดของอย่างรวดเร็วของเชื้อโรคไวรัสโควิด - ๑๙ กลายเป็นวิกฤตทาง สาธารณสุขโลก ภาครัฐในหลายประเทศ ใช้มาตรการล็อกดาวน์ครั้งใหญ่ (Great Lockdown) เพื่อจำกัดการแพร่ระบาด ส่งผลกระทบต่อการใช้ชีวิตของผู้คนและทำให้อิจกรรมทางเศรษฐกิจของประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกหยุดชะงักพร้อมกัน (Global Simultaneous Shocks) กิจกรรมการผลิตที่หยุดชะงักพร้อมกับรายได้และกำลังซื้อที่ลดลง รุนแรงทำให้ลูกกลามเป็นวิกฤตทางเศรษฐกิจทั่วโลก

WHO ให้ความเห็นว่า โควิด - ๑๙ อาจกลายเป็นโรคประจำถิ่น (Endemic) ที่จะอยู่กับเราไปตลอด เช่นเดียวกับไข้เลือดออก และประชาคมโลกต้องเรียนรู้ที่จะอยู่กับโรคนี้ โดยรูปแบบการใช้ชีวิตประจำวัน บางอย่างจะเปลี่ยนไป เพราะมาตรการเว้นระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) ทำให้เกิดฐานวิถีชีวิตใหม่ อาทิ การสาธารณสุขจะเป็นวาระสำคัญของโลก โดยเฉพาะความร่วมมือระหว่างประเทศด้านการแพทย์ การจัดระเบียบโลกใหม่ที่จะมีการพึ่งพาภายในภูมิภาคมากขึ้น (Regionalization) และบทบาทของเศรษฐกิจ ดิจิทัลที่จะมาเร็วขึ้นพร้อมกับวิถีชีวิตที่ยืดหยุ่นมากขึ้น

สถานการณ์แพร่ระบาดของเชื้อเชื้อไวรัสโควิด - ๑๙ ส่งผลให้การใช้ชีวิตของประชาชนการดำเนิน ธุรกิจ การดูแลและรักษาสุขภาพมีความยากลำบากขึ้น แต่การเปลี่ยนแปลงของโลกอันเกิดจากความก้าวหน้า ด้านเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Disruption) ทำให้เกิดรูปแบบวิถีชีวิตใหม่ ซึ่งประกอบด้วยวิถีคิด วิธีเรียนรู้ วิธีสื่อสาร วิธีปฏิบัติและการ จัดการการใช้ชีวิตแบบใหม่เกิดขึ้นหลังจากเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างใหญ่หลวง และรุนแรง อย่างใดอย่างหนึ่ง ทำให้มนุษย์ต้องปรับตัวเพื่อรับมือกับสถานการณ์ปัจจุบันมากกว่าจะดำรง รักษาวิถีดั้งเดิมหรือวนเวียนอดีตด้วยเหตุนี้จึงเกิดวิถีปฏิบัติใหม่ หรือ New Normal

รศ.มาลี บุญศิริพันธ์ คณะกรรมการบัญญัติศัพท์นิเทศศาสตร์ราชบัณฑิตยสภา ได้อธิบายว่า New Normal แปลว่า ความปกติใหม่, ฐานวิถีชีวิตใหม่ หมายถึงรูปแบบการ ดำเนินชีวิตอย่างใหม่ที่แตกต่างจาก อดีต อันเนื่องมาจากมีบางสิ่งมากระทบ จนแบบแผนและแนวทางปฏิบัติที่คนในสังคมคุ้นเคยอย่างเป็นปกติและ เคยคาดหมายล่วงหน้าได้ ต้องเปลี่ยนแปลงไปสู่วิถีใหม่ภายใต้หลักมาตรฐานใหม่ที่ไมคุ้นเคยที่เกิดขึ้นในสังคม ในช่วงนี้ อาทิเช่น

- การ Work From Home การอยู่ในบ้าน พร้อมทำงาน ทำกิจกรรมต่าง ๆ ภายในที่อยู่อาศัยของตนเอง ส่งผลต่อความต้องการที่พักอาศัยที่เปลี่ยนไปจากเดิม ที่พักอาศัยในพื้นที่ที่มีขนาดเล็กอาจจะไม่เพียงพอ จำเป็นต้องการมีพื้นที่ที่สามารถทำอะไรได้หลากหลายมากยิ่งขึ้น
- การดำเนินการทางธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ Online Business ด้วยพฤติกรรมการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงจนส่งผลทำให้ระบบการสั่งซื้อสินค้าและบริการ ระบบการขนส่งระยะสั้นและการจัดส่งแบบ รวดเร็ว จะเป็นที่ต้องการและมีความสำคัญมากยิ่งขึ้น
- การเรียน Online Learning/Entertainment การเรียนรู้ผ่านตัวกลางที่เป็นสื่อเทคโนโลยีหรือ ออนไลน์ที่ช่วยลดข้อจำกัดด้านเวลาและสถานที่เรียน ผู้สอนสามารถนำเสนอไอเดียการเรียนรู้ได้หลากหลาย รูปแบบ และทางผู้เรียนสามารถเลือกเรียน ในเรื่องที่ตนเองต้องการ

หลังจากที่พบว่าสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโควิด - ๑๙ ทำให้เกิดผลกระทบและการ เปลี่ยนแปลง รวมถึงการปรับตัวหลายด้าน เช่น การเว้นระยะห่าง การกักตัว อยู่บ้าน และพบว่าเป็นปรากฏการณ์ที่ทำให้เกิด New Normal ด้านการศึกษา ที่ทำให้ภาคการศึกษาต้องทบทวนรูปแบบการ เรียนการสอน จากเดิมที่ต้องสอนภายในห้องเรียนสอนผ่านตัวบุคลากรทางการศึกษาเป็นรูปแบบการสอนด้วย ระบบออนไลน์ หรือการศึกษาผ่านเทคโนโลยี เพื่อช่วยยับยั้งการแพร่ระบาดของไวรัสอันตราย แต่การปรับ รูปแบบของการศึกษานั้นจำเป็นอย่างยิ่งต้องปรับเพื่อให้อุตสาหกรรมพร้อมสำหรับชีวิต อาชีพใหม่ ๆ ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตข้างหน้าด้วย

อย่างไรก็ตาม สถานการณ์แพร่ระบาดของเชื้อเชื้อไวรัสโควิด - ๑๙ ยังเป็นไปอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการแพร่ระบาดในระลอกสอง ปลายปี ๒๕๖๓ ต่อเนื่องมาจนถึงต้น ปี ๒๕๖๔ โดยยังไม่มีสัญญาณที่

ดี ที่การแพร่ระบาดจะสิ้นสุดโดยเร็ววัน ทำให้การทำงานจากที่บ้านและการที่สถานศึกษายังต้องมีการเรียนการสอนผ่านระบบออนไลน์ ตลอดจนการจับจ่ายใช้สอยผ่านระบบ E-commerce ใน Platform ต่าง ๆ การพักผ่อนโดยการพึ่งพา Social network อาทิ Facebook, Instagram และ YouTube ทั้งหลายเหล่านี้ ประชาชนวัยทำงาน นักเรียน นักศึกษา ผู้สูงอายุ หรือบุคคลกลุ่มพิเศษต่าง ๆ ล้วนแต่ต้องมีความต้องการสัญญาณอินเทอร์เน็ตที่มีความเสถียร ความเร็วของสัญญาณเป็นไปตามแพ็คเกจที่สมัครและมีราคาที่ยุติธรรม หรือได้รับบริการแบบไม่มีค่าใช้จ่าย

อย่างไรก็ตาม รัฐบาลพยายามดำเนินการโครงการอินเทอร์เน็ตหมู่บ้าน หรือเน็ตประชารัฐ จำนวน ๒๔,๗๐๐ หมู่บ้าน รวมถึงการติดตั้งโครงการเน็ตชายขอบในพื้นที่ทุรกันดาร เพื่อกลุ่มผู้มีรายได้น้อยหรือยากจน แต่ก็ยังเป็นปัญหาในด้านการครอบคลุม และไม่มีความเร็วของสัญญาณ และแม้ว่าสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ที่มีมติในการประชุม (กทปส.) เมื่อเดือนมีนาคม ๒๕๖๓ เห็นชอบให้ประชาชนสามารถใช้งานอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ เคลื่อนที่ (โมบายบรอดแบนด์) เพิ่มฟรี ๑๐ กิกะไบต์ (GB) ต่อคนต่อผู้ให้บริการโทรศัพท์มือถือ (โอเปอเรเตอร์) เป็นเวลา ๓๐ วัน นับจากวันที่ได้รับสิทธิ์ นอกจากนี้ยังเพิ่มความเร็วอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ (เน็ตบ้าน) อีก ๑๐๐ เมกะบิตต่อวินาที (Mbps) แต่ก็เพียงเป็นมาตรการช่วยเหลือในระยะสั้น

ปัญหาของการเข้าถึงสัญญาณอินเทอร์เน็ตของผู้มีรายได้น้อย กรณีตัวอย่างตามการ รายงานข่าวของเว็บไซต์หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ว่า มีนักเรียนรายหนึ่งพิมพ์ข้อความตอบ คุณครูว่า “วันนี้หนูเรียนได้ค่ะ แต่พรุ่งนี้ไม่ได้แล้วค่ะ เพราะเน็ตไม่พอ แต่ถ้ามีการบ้านอะไรหนูจะให้เพื่อนส่งไปให้ค่ะ” ผู้ใช้ Facebook รายหนึ่งได้เสนอแนะว่า “สามารถเป็นไปได้มัย ที่กระทรวงจะติดกับสัญญาณเครือข่ายโทรศัพท์ให้นักเรียนได้ใช้ Internet Unlimited ในช่วงนี้ มันน่าจะเป็นหน้าที่ความรับผิดชอบของกระทรวงที่ต้องออกมารับผิดชอบอนาคตของผู้เรียน”

อย่างไรก็ตาม สำนักงาน กสทช. ได้ข้อสรุปมาตรการช่วยเหลือประชาชนช่วงโควิด - ๑๙ ระบาดรอบใหม่เพื่อบรรเทาผลกระทบของประชาชน เริ่ม ๑๕ มกราคม ๒๕๖๔ ได้ข้อสรุปดังนี้

๑.๑ กรณีการใช้งานอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ประจำที่ (Fixed Broadband) หรือเน็ตบ้าน ผู้ประกอบการ สนับสนุนให้ผู้ให้บริการสามารถใช้งานอินเทอร์เน็ต บรอดแบนด์ประจำที่ (Fixed Broadband) โดยปรับเพิ่มความเร็วขึ้นไม่ต่ำกว่า ๑๐๐/๑๐๐ Mbps สำหรับผู้ให้บริการที่ใช้บริการในโครงข่ายไฟเบอร์ และเพิ่มความเร็วให้ เต็มขีดความสามารถของอุปกรณ์นั้น ๆ ในกรณีที่ไม่ได้ใช้บริการโครงข่ายไฟเบอร์ เช่น xDSL

๑.๒ กรณีการใช้งานอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Broadband) ปัจจุบัน ผู้ประกอบการได้มีการออกแพ็คเกจเสริมในการสนับสนุนการ เวิร์ค ฟอรัม โสม อยู่แล้ว แต่เพื่อเป็นการช่วยเหลือประชาชนเพิ่มเติม จึงมีความร่วมมือในการออกแพ็คเกจ เสริมพิเศษ ในราคา ๗๙ บาทต่อเดือน (ไม่รวม VAT) ใช้งานได้ ๒ เดือน ไม่จำกัดปริมาณการใช้งาน (Unlimited Data) ความเร็วสูงสุดไม่เกิน ๑๐ Mbps เพื่อรองรับ การใช้งานแอปพลิเคชัน เวิร์ค ฟอรัม โสม ต่าง ๆ เช่น Microsoft Teams ๓๖๕, ZOOM (ค่าบริการไม่รวมค่า License ในการใช้งานแอปพลิเคชัน) เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

การให้บริการสัญญาณอินเทอร์เน็ต ในกลุ่มประชาชนที่มีรายได้น้อยหรือยากจน ในภาวะการณ์ของการแพร่ระบาดเชื้อเชื้อไวรัสโคโรนา - ๑๙ และภาวะปกติของการใช้ชีวิตในวิถีใหม่ หรือ New Normal เป็น

สิ่งจำเป็นเร่งด่วน สมควรที่ภาครัฐที่เกี่ยวข้องที่จะต้องเร่งดำเนินการโครงการอินเทอร์เน็ตหมู่บ้าน หรือเน็ตประชารัฐ จำนวน ๒๔,๗๐๐ หมู่บ้าน รวมถึงการติดตั้งโครงการเน็ตชายขอบในพื้นที่ทุรกันดาร เพื่อกลุ่มผู้มีรายได้น้อย หรือยากจน ให้ดำเนินการสำเร็จและมีระดับความเร็วที่เสถียร และมีความเร็วที่สามารถใช้งานกับวิถีปฏิบัติประจำวันโดยเร็ว นอกจากนี้การให้การให้บริการสัญญาณอินเทอร์เน็ตแบบไม่มีค่าใช้จ่ายสำหรับนักเรียนนักศึกษา สมควรที่จะได้รับการพิจารณาดำเนินการ

๒. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการแก้ปัญหาของการสร้างความตระหนักรู้เท่าทันสื่อ ด้วยการสร้างกระบวนการควบคุมกำกับความปลอดภัยด้านโฆษณา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ

- พัฒนาระบบฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณา และอันตรายของผลิตภัณฑ์สุขภาพ ให้ประชาชนสามารถเข้าถึงง่าย รวมทั้งระบบแจ้งเตือนภัย กรณีที่พบผลิตภัณฑ์ หรือโฆษณาที่ผิดกฎหมาย หรือมีความเสี่ยงที่จะเกิดอันตรายต่อสุขภาพ และบูรณาการร่วมกันในการตรวจสอบเฝ้าระวัง ควบคุมการกำกับ สืบสวนสอบสวน และดำเนินคดีผู้กระทำผิดกฎหมายให้ถึงต้นตอ หรือแหล่งที่มา โดยการบูรณาการระหว่าง สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด กรมสอบสวนคดีพิเศษ สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ สำนักงานตำรวจแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจ และสังคม

- พัฒนาความรู้ และความร่วมมือสมาชิกในองค์กรให้เผยแพร่สื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์ สุขภาพที่ถูกกฎหมาย ถูกศีลธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพ โดยสมาคม องค์กร ชมรม สภาวิชาชีพ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับสื่อ และผู้ให้บริการสื่อ

- การสร้างเครือข่ายอาสาสมัครครอบคลุมทุกพื้นที่ เพื่อให้สามารถป้องกันการถูกเอารัดเอาเปรียบของผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะในระดับเยาวชน เนื่องจากเยาวชนเป็นอนาคตของชาติ และเป็นกลุ่มที่มีความเสี่ยงสูงในการถูกเอารัดเอาเปรียบผู้บริโภค โดยมีสาเหตุมาจากการขาดประสบการณ์หรือมีประสบการณ์เกี่ยวกับสิทธิการคุ้มครองผู้บริโภคน้อย การสร้างเครือข่ายดังกล่าว นอกจากจะช่วยคัดกรอง และป้องกันไม่ให้เยาวชนตกเป็นเหยื่อของการถูกเอารัดเอาเปรียบได้อย่างรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นแล้ว ยังช่วยปลูกฝังองค์ความรู้เรื่องสิทธิการคุ้มครองผู้บริโภคในทางอ้อมให้กับเยาวชน โดยเฉพาะบุคคลที่ทำหน้าที่เป็นอาสาสมัครในเครือข่ายระดับเยาวชนอีกด้วย

๓. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการสื่อสาร

- จากการศึกษาการจัตรูปองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคด้านกิจการวิทยุกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ในต่างประเทศเกี่ยวกับโครงสร้างและอำนาจหน้าที่ของหน่วยงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในองค์กรกำกับดูแลที่รวมอยู่ในองค์กรเดียว (Convergent Regulator) มีการจัดรูปแบบโครงสร้างองค์กรตามลักษณะงาน (Function) มากกว่าแบ่งตามภาคอุตสาหกรรม (Sector) ทำให้มีการรวมงานด้านผู้บริโภคทั้งด้านวิทยุ โทรทัศน์ และโทรคมนาคมไว้ในจุดเดียวกัน การจัดโครงสร้างองค์กรในลักษณะนี้ สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีการสื่อสารที่มีการหลอมรวมกันมากขึ้น ดังนั้น การคุ้มครองผู้บริโภคในยุคดิจิทัล อัจฉริยะ ด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ควรรวม “การคุ้มครองผู้บริโภค ในกิจการสื่อสาร” เนื่องจากธุรกิจปัจจุบันล้วนเป็นธุรกิจและบริการที่มาจากต่างประเทศ แทบทั้งสิ้น แนวทางการทำงานของ กสทช. ควรยึดแนวทางหรือต้นแบบองค์กร กำกับดูแลที่ได้รับการยอมรับ

- การพัฒนาของเทคโนโลยีทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างสิ้นเชิง อาทิ เช่น ผู้บริโภคมีการซื้อสินค้าผ่าน Platform ต่าง ๆ มีการทำธุรกรรมการเงินออนไลน์ มีการติดต่อสื่อสารกันอย่างกว้างขวาง กสทช. ต้องทำแผนดูแลความปลอดภัยและบูรณาการร่วมกันในทุกภาคส่วนและครอบคลุมในทุกมิติ เนื่องจากปัจจุบันมีการล่วงละเมิดสิทธิความเป็นส่วนตัวของข้อมูลส่วนบุคคลเป็นจำนวนมากจนสร้างความเดือดร้อนรำคาญหรือความเสียหายให้แก่เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีทำให้การเก็บ รวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูล ส่วนบุคคลอันเป็นการละเมิด ทำได้โดยง่าย สะดวก และรวดเร็ว ก่อให้เกิดความเสียหาย ต่อเศรษฐกิจโดยรวม กสทช. ควรมีการบูรณาการร่วมกันในทุกภาคส่วนในการสร้างระบบเพื่อเป็นกลไกและมาตรการในการรักษาความปลอดภัยทางข้อมูลของผู้บริโภค

- จากการศึกษางานคุ้มครองผู้บริโภคในต่างประเทศด้านโทรคมนาคมและการสื่อสาร ไม่ได้จำกัดอยู่เฉพาะการรับและจัดการเรื่องร้องเรียนเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการทำงาน ในมิติอื่น ๆ ด้วย เช่น การทำงานเชิงรุก เพื่อให้ข้อมูลและความรู้แก่ผู้บริโภค การเฝ้าติดตามภาคธุรกิจในการปฏิบัติตามกฎระเบียบและหลักปฏิบัติที่ดี การให้คำแนะนำในการพัฒนาและออกแบบนโยบาย การจัดเวทีรับฟังความคิดเห็นของ ประชาชนเพื่อนำข้อมูลไปพัฒนาและออกแบบนโยบายที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค การเสนอความเห็นในการปรับปรุงแก้ไขกฎหมาย ระเบียบหรือหลักปฏิบัติ และการสนับสนุนให้เกิดกลไกกำกับดูแลร่วมและกลไกในการดูแลกันเองในภาควิชาชีพ ดังนั้น กสทช. ควรขยายขอบข่ายการดำเนินงานด้านการให้ความรู้แก่ผู้บริโภคเชิงรุก โดยการเสริมสร้างและพัฒนาเครือข่ายผู้บริโภค อาทิเช่น การต่อยอดจากเครือข่ายเดิม ของ กสทช. และสร้างเครือข่ายใหม่ เรียกว่า เครือข่ายผู้บริโภคในกิจการสื่อสาร และ คุ้มครองตัวตนของเครือข่ายผู้บริโภคในพื้นที่ต่าง ๆ เช่น การออกบัตรรับรอง เมื่อมีการจัดการประชุมอะไรเกี่ยวกับ กสทช. ให้เชิญเครือข่ายผู้บริโภคในเขตพื้นที่นั้นๆ เข้ามาประชุมด้วยเพื่อเป็นการอัปเดตข้อมูล และเพื่อให้เครือข่ายผู้บริโภคได้รับความรู้ ใหม่ๆ ที่เป็นปัจจุบัน ทำให้เครือข่ายผู้บริโภคในกิจการสื่อสาร เป็นตัวแทนในการติดต่อ ประสานงานของ กสทช.

Copyright : Office of The National Broadcasting and Telecommunications Commission
Year : 2020
Title : Project to hire consultants to monitor and evaluate the operation and administration of the NBTC, Office of NBTC and Secretary-General of the NBTC on consumer protection year 2020
City : Bangkok
Language : Thai
Publisher : Thammasat University Research and Consultancy Institute
Researcher : Associate Professor Dr. Weerachai Anotaipaiboon

Executive Summary :

1. Background of the project

The Act on organization to assign radio frequency and to regulate the broadcasting and telecommunications services B.E.2 5 5 3 (2 0 1 0), and the amend act, requires “The Performance Management of NBTC Inspector and Evaluation Committee” to monitor, audit and evaluate the operations. The committee members hold authority and duties to monitor, audit and evaluate work performance and administration of NBTC, The office of NBTC and the secretary general of NBTC. Also, the law requires the committee members to report any fact or observation points of NBTC's work performance, along with any recommendation or opinion upon the work efficiency and compliance to the government's policies.

NBTC 's missions as per The Act on organization to assign radio frequency and to regulate the broadcasting and telecommunications services B.E.2 5 5 3 (2 0 1 0), and the amendment act are to regulate sound broadcasting, television broadcasting and telecommunication services to reach the maximum benefit for people of the nation, state security and public interest. NBTC is accountable for managing frequency to be accessible for public use and interest. NBTC is required by law to provide preventions for any consumer exploitation or unnecessary burden transferred onto consumers. NBTC has to prevent any disturbance in the frequencies, prevent any individuals or group of individuals to exploit the use of frequency with no respect to other civilian's rights. Also, NBTC is accountable to obviate any harmful side effects on health of the citizen that may be caused by the use of frequency. Last, but not least, NBTC must designate the minimum ratio of social contribution from those who earn benefit from the use of frequency.

In conclusion, the monitoring and evaluation of NBTC 's work performance based on its duties and authorities, is highly essential, especially for The Performance Management of NBTC Inspector and Evaluation Committee appointed under Section 72 on the topic of the consumer protection of the year 2020.

2. Objectives of the projects

To study and report the fact or observational remarks on work operations of NBTC in the year 2020 about the consumer protection as per duties and authorities indicated in The Act on organization to assign radio frequency and to regulate the broadcasting and telecommunications services B.E.2553 (2010), and the amendment act. The consultant team gather fact and opinions on 4 points including strategies, plans or projects, missions of the consumer protection department in NBTC, reflection on interest and public impact in consumers' view point to allow for evaluation of efficiency and effectiveness of the work performance. Also, the team gather several impacts and obstacles from consumer protection projects in the year 2020, as well as the recommendations for enhance capability on consumer protection of NBTC.

1st point : The work performance of work plans and projects in the year 2020

2nd point : The procedure on handling complaints

3rd point : The enhancement on efficiency of consumer protection

4th point : The awareness raising and participation of civilians and relevant parties

3. Conceptual framework, monitoring process and evaluation of NBTC on the consumer protection issue

Monitoring and evaluating of work performance about consumer protection of the year 2020 of NBTC committee contains of different parts. These parts are monitoring, evaluation process and application of conceptual frameworks. The framework being used is "Impact value chain" of the logical model and "Change Theory". The concept is to clearly indicate of "Input" of activities, output, outcome and in some cases even include of impact in the long term. The data are collected with 6 different methods as follows.

1) Work performance data on consumer protection of NBTC from primary sources such as websites, press conference and seminars organized by NBTC and some secondary sources.

2) Literature reviews on relevant documents that contain information about working operations of NBTC on consumer protection such as strategic plans of NBTC, Strategic policies, national master plans and NBTC work performance report.

3) Focus group

4) Public hearing

5) In-depth interview

6) Data collection from stakeholders and relevant parties

Those six different approaches are aiming to cover broad spectrum of information about missions and operations of NBTC as stated in strategic plans and work plan to provide

service for people. The well-rounded information gathered should be beneficial for monitoring and evaluation of work performance.

4. Monitoring and evaluating of work performance of NBTC on consumer protection

Objective 1: The result of work based on work plans or projects in the year 2020

The study of work plan and progress report of work plan of NBTC (reported on September 2020), a 9-month work report shows several points. Firstly, it indicates that the work plan of the 2nd strategic plans of NBTC (2019 - 2021) consists of 5 strategies. The missions in the plan related to consumer protection have 2 different strategies and offer 5 projects. The two strategies include driving of the relevant master plans and compliance with the national policy to succeed by having “The quality assessment of sign language interpretation project”. Secondly, the 3rd strategy to promote digital strength for sustainable nation development include following projects ; “The ASEAN study on policies to support consumer protection and promotion in sound and television broadcasting in convergent era”, "The project to enhance understanding and participation of consumer network in the television broadcasting services" , "The project to develop tools for skill improvement of civilians to make conscientious use of sound and television broadcasting services”, "The study of complaints and gather of recommendations on policies for consumer protection and regulating of sound and television broadcasting services ". The projects mentioned have been in process as indicated in the 2nd strategic plans of NBTC (2018 - 2021), however some projects are still falling behind schedules.

Also, several other projects have already been implemented. Although they are not included in the 2nd strategic plans of NBTC (2019 - 2021), they are relevant and of great contribution to the achievement of strategic plans as follows.

A) The project to draw guidelines for regulation of product placement (Tie-in advertisement) in T.V. shows

B) The project to survey behaviors, opinions and satisfaction levels of consumers and service providers about the marketing plan to charge only actual calling time on mobile phone (The project is completely done.)

C) The project to study for a system development to manage internet access for family members (second phase: still inactive)

D) The project to study behavior and demand of civilians on television services in the era of new medias (still inactive)

E) The project to announce TV programs guide and useful information for digital television audience (still inactive)

F) The project to promote knowledge and understanding about law and regulations of sound broadcasting for entrepreneurs, government agencies and civilians.

Upon collecting outcomes of the ongoing projects through public hearing, collection of data from stakeholders and relevant parties, it shows that the stakeholders are very satisfied with sign language interpretation, closed captions service, audio description on news and T.V. shows with good content and beneficial for the public.

On the contrary, the tie-in advertisement such as product placement on prominent spots, unusual close shot of products for too long or even the use of products by actors or moderators in the scene, as well as talking about the products quality or names in advertorial manners, are becoming problematic. Therefore, the guidelines on how to handle tie-in advertisement should be helpful to reduce such issues.

The non-inclusive projects as per strategic plans but relevant to the 3rd strategy to encourage digital strength for sustainable development of the nation.

A) The project to promote learning and understanding of the public about sound, television broadcasting and telecommunication for the public use is progressive at 77.81% in 9 months.

B) The project to support the fundamental structure for telecommunication services across the country and provide service for public to reduce the gap of the access to digital benefit.

C) The project to establish people network for both radio and television audience. (project being cancelled)

Objective 2: Protocols of complaints management

The work result in the report of the NBTC committee members shows that the office of the consumer protection of sound and television broadcasting and the telecommunications consumer protection bureau consistently report about key message of complaints, remedy procedures, dispute mediation reports and solutions of complaints report to the board meeting on monthly basis. The effortful consistency to follow its mission statement of handling complaints and rights and freedom protection of civilians from being exploited by service providers. The effort probably contributes to the reduced number of complaints for 4 years consecutively during 2017 - 2020.

However, there are few recommendations from the focus group and public hearing meetings about complaints management. The relevant parties advise NBTC to create more available channels for complaints handling as there are so many kinds of media channels at the present. Each group of consumers may have different preference on communication channels, so more choices of communication channels will result in faster and more

convenient solutions. Also, there should be guidelines on complaint management process (from receiving, gathering information and solving problems). The recommendations should become beneficial in operations in “The project to study complaints and organize recommendations on consumer protection policies and regulating of sound and television broadcasting services” which is part of the operation plans of NBTC.

Objective 3: Enhancement of efficiency in customer protection

NBTC has shown support for sound and television broadcasting services to sustainably grow by enhancing competency on research and development of sound and television broadcasting and telecommunication services for the public use. Moreover, NBTC encourage activities to reduce discrepancy of accessibility levels of Digital use among people, put cyber security and safety as priority for citizens and establish cooperation network to protect benefits of the people. Certain projects are set to fulfill those aims such as the completion of a 4-year project of research and development (2020 - 2023) action plan. At the moment, the ongoing process of turning scholarship result of the project to be tangible benefit on policy making, academic, economic and social aspects. Also, NBTC support the mission to provide fundamental telecommunication services across the country and social services to reduce discrepancy of accessibility of the use of Digital.

However, the projects to develop effectiveness on consumer protection are still not progressing much. Those projects include the study of behaviors and demand of citizens on television services in the new media landscape or those social service projects to decrease discrepancy on accessibility to digital use and benefit. Also, there is not yet the project to support missions to encourage fundamental telecommunications service across the country.

Moreover, Thai society nowadays welcome diversity and has so many groups of people such as senior citizens, impaired persons, disadvantaged people and LGBT group. There are recommendations from public hearing meetings about increasing competency on protection of such special category consumers. NBTC should create special media and support variety of tools for access to knowledge. There should be communication tools for society to learn and allow these special people to have space for expressing and exchanging their perspectives to society. NBTC may encourage for equal access to media air-time for LGBT such as production of Talent or skill competitions or Language of LGBT on T.V shows. As a result to that, the LGBT people has stages to express their potentials and helping people to understand more of LGBT sides of stories and create harmonic living in society.

Objective 4: Raise awareness and encourage participation of citizen and relevant parties.

There are programs to raise awareness about consumer rights on telecommunication for young citizens in the high school and university levels, improve competency of leaders in people network on consumer protection in telecommunication service across 77 provinces and later share knowledge among their community members. However, the number of participants in the programs are still limited and the consistency of programs are not achieved. The strategic content and goal setting of the programs are not well organized and correlated from previous years.

In the public hearing meetings, consumers propose NBTC to regulate the hype (exaggerating advertisement), misleading information for consumers and distorted fact. Consumers want NBTC to audit and regulate advertisement which offer misleading information causing misunderstanding to audience on different medias. Some advertisement display exaggerating message of product benefits or misleading information to attract customers, but those product or services could not give results they promise. Now there are many types of distorted information and news in today medias, not only from exaggerating advertisement. For TV news or shows, moderators and news anchors should be cautious in giving distorted news or presenting news in very emotional manners. NBTC also should regulate and take serious steps to protect consumer privacy as there are many consumers got affected by messages from unknown senders.

Consumers also propose that NBTC should pay attention to study problems of disadvantaged groups of people. There should be the open public hearing in local areas, seminars to enhance knowledge and competency for local communities. Moreover, those relevant parties such as journalists, volunteers should receive training for capability buildings on media literacy about radio and television broadcasting services or online media and share this knowledge among people in the community. The knowledge sharing should help citizens to have media literacy and distinguish fact and fake news. The journalists capability and professionalism should also be polished for their best potentials, so it would reduce unethical news report.

5. Conclusion and recommendations

The monitoring and evaluating of work performance of NBTC on consumer protection in the year 2020 draw conclusions on work results of NBTC, the office of NBTC, and the Secretary-General of NBTC as follows.

A) Work performance as per work plans and projects in the year 2021

The vivid strength is success in determining work plans or projects as per the second strategic plans of NBTC committee members (2018 - 2021), as well as creation of work plans and additional projects and activities relevant to the strategic plans.

However, the work progress report of NBTC, ended on September 2020 (a 9-month report) shows even many projects have been completed as per expectation, few projects and activities were being cancelled. Also, some projects and activities are having progress less than 30% of expected plans.

The method for work plan and project achievement is to prioritize the plans and projects based on their importance and urgency.

B) The complaint management process

The vivid strength is variety of complaint channels on different digital medias. The consumer protection for radio and television broadcasting of NBTC and the consumer protection of Telecommunications bureau consistently report key points from complaints received, remedy procedure, dispute mediation reports and work report on solutions to the board meeting on monthly basis. However, the collection of data shows that stake holders and relevant parties shows that over 52.7% are not aware about complaint channels and over 81.2% or 2,140 people have never complained on radio, television and telecommunication services of NBTC.

Guidelines to improve complaint management process as shown in questionnaires are

- Share of knowledge about consumer protection by collaboratively work with Youtubers to reach more audience because many of youtubers have high number of followers in all age group
- Promote more of information about consumer protection
- Add more information on recommendations and personnel to handle complaints
- Guidelines for management of unfair practice

Also, there should be more channels of communication for all generations to engage people in different ages such as Instagram or line application for students, university students and x-generation people who are accustomed to internet services. In addition to that, there should be field research to find out problems of disadvantaged groups or people living in suburb areas. The journalists also add that journalists should be granted chances to collaboratively work with NBTC to receive complaints, while NBTC could be a coach to assist and guide them. The journalists could perform such tasks well and of great coverage as they already have certain followers.

C) Enhance efficiency of consumer protection

The completion of 4-year operation plan for research and development funding (2020-2023) is achieved. At the moment, the ongoing process of turning results of the project funding to be tangible benefit on policy making, academic, economic and social aspects.

Also, NBTC support the mission to generate fundamental telecommunication services across the country and social services to reduce discrepancy of accessibility of the digital use. These work results are considered as the strong factors to increase effectiveness of consumer protection in creative and harmonic manners for the long term period.

The guidelines to improve capacity for consumer protection will lie in NBTC attempt to organize of more channels for civilians to access funding from the Broadcasting and Telecommunications research and development funds for public interest (BTFRP), especially for radio broadcasting of local community where local people always keen to listen and have high impact on them. On the contrary, local people lack of chances to access the funds to engage for development in the community. Moreover, there should be more appropriate content on LGBT people that display equality of rights and freedom across all genders. At the present, it seems that medias use discourse and name callings to turn LGBT people into funny characters or extremely emotional persons. Most of the time, T.V dramas give LGBT roles of jokers, sad-ending characters or surrealistic roles which distorted from actual LGBT personalities. Also, there should be applications for special groups of consumers such as impaired or disadvantaged people and young or senior citizens to receive free and fast information to develop their potentials. These special groups should be granted with special package on telecommunications services such as free phone calls or internet usage, or even particular special package cheaper than those earning income, as well as, the training of computer use for them in the community.

D) Raise awareness and encourage engagement of citizen and relevant parties

The success was shown through the projects to raise awareness on consumer protection on telecommunications services among young citizens in high school and university levels and to develop potentials for people network on consumer protection in 77 provinces.

The guidelines to increase efficiency on consumer protection is to establish more of people network for consumer protection. The network could be established on provincial level. The people network work on provincial level is close with people in the community and could work on consumer protection more effectively. Moreover, there should be network cooperation between organizations such as Ministry of public health and Ministry of Justice to deliver best result in consumer protection. The public hearing meetings in different provinces should be organized on regular basis. People see the positives sides of the public hearings as it will encourage community to have better quality of living effectively and rapidly.

E) Recommendations

1. NBTC 's roles on people and student "new normal" ways of life during COVID-19.

COVID-19 pandemic is really different from any crisis in the human history. The crisis started off with rapidly widespread infections of COVID-19 virus, that later become crisis of world public health. Then, it has forced governments of many countries to enforce "Great Lockdown" to limit the spread of virus, which in turn affect lives of many people and countries' economic activities. In other words, such Great Lockdowns cause global simultaneous shocks. Many of production activities are forced to be on hold, while income and consumer power are sharply decreased , which consequently cause global economic crisis.

WHO suggests that COVID-19 may later become "endemic disease" that stays with us, as if it was Dengue fever. The world must manage to live in "new normal" lifestyles such as social distancing to prevent the spread of COVID-19 virus. The public health will become the world 's priority, especially medical collaboration across countries. New world order will rely more on regionalization. Also, digital economy play significant roles faster than expected, along with people will have more flexible lifestyles.

The widespread of COVID-19 virus cause difficulties in people lifestyles, business operations and health management, however digital disruption creates new normal lifestyles including new thinking approaches, communications and management. "New normal" lifestyles usually occur when mankind has to adjust themselves for best suitable result after any severe impact, rather than holding onto the old ways of life. Associate professor Malee Boonsiripun, the committee member of Mass Communication, Office of The Royal Society defines "New Normal" as the new normality or new basis of life, meaning the new ways of lifestyles that are different from the past, and requires people to change their ways of life to comply with new and unfamiliar social norms. Examples of New Normal as follows;

- Work from Home: Stay at home for work or do other activities at their own residence. This encourages the needs to have larger space of residence for variety of activities.

- Electronic transactions and online business: The changing consumer behavior affect the purchasing system and services, short distance deliver and speedy logistics will be highly in demand.

- Online Learning and Entertainment: The online learning help reducing space and time constraints. The lectures can share multiple types of learning methods and learners can choose learning topics on demand.

After the widespread of COVID 19 occurs, several impacts and changes cause few adjustment for people in the society such as social-distancing and home quarantine. These new normal activities also result in educational process change. Education institutions are forced to change their traditional teaching plans of onsite lecture and allow for online learning or via other types on technology to prevent spread of the virus. However, this change could benefit new generation juveniles to prepare them for new possible occupations in this digital age.

The spread of Covid-19 virus still continues from the year 2020 and keep the work from home or study online and e-commerce activities or online entertainment such as facebook, Instagram or social network use as parts of people's daily life. This online lifestyle result in the needs of people of all ages and groups to have stable and fast internet connection service with fair price package or complimentary service from ISPs.

Even though, the government has implemented the village internet project, or Net Pracharat of 24,700 Village and suburb internet network installation for low income families, the stability and coverage of networks are still prominent obstacles. The NBTC board of committee agrees in March 2020 to allow for free mobile broadband service of 10GB per user for 30days period and give complimentary 100 mgbs of fixed broadband internet service, still it is considered as the short term remedial procedure.

An example of problem with access to internet service of the low income people could be found in different news. For instance, the student chat log said that she could not study the day after as she no longer had enough internet usage quota, but she promised to submit her homework with her friend's help. Some comments suggested that it should be the government sector's accountability to negotiate with the ISPs to get unlimited internet package for students to study. The Ministry should be in charge of taking care of students' future. NBTC has summarized the remedy procedures to ease the struggle as follows;

NBTC has summarized the remedy procedures to ease the struggle, effective on 15 January 2021 as follows;

1.1 ISPs will provide an upgrade of at least 100/100Mbps for fixed broadband users with fiber optical installation system and optimize the potential for those with nonfiber optical installation system such as xDSL system.

1.2 As of the present, several work from home package that allow for better internet access of mobile broadband usage are offered to users. However, the special package of 79 baht/ month (exclusive of VAT) valid for 2 months with unlimited data of maximum speed at 10 Mbps is released. The use of this special package could support the use of applications

suitable for work from home situations such as Microsoft Teams 365, Zoom (The service is not inclusive of application licensing fee).

Recommendations:

The service of internet for low income and poor people is vital and urgent during this Covid-19 pandemic situation and this new normal ways of life. The government sector should urgently manage the village internet project or Net Pracharat of 24,700 Village, and complete suburb internet network installation for low income families which will ensure the stability and coverage of networks for daily routine operations. Also, the complimentary of data usage for students should also be implemented.

2. Recommendations on solutions of raising awareness on media literacy by regulating of safety standard on advertisement and health products

- Develop data service system allowing access for people to check on information about any misleading advertisement or health concern of products details. Integrate the collaboration to monitor, audit, regulate, investigate and press charge for those manufacturers or producers who violating laws. This could be done by integrating of collaboration between Thailand FDA, DSI, NBTC, Royal Thai Police and Ministry of Digital Economy and society.

- Encourage for knowledge sharing and collaboration of networks from relevant parties producing medias (such as associations, clubs, federations) to make lawful, ethical and moral of health product advertisement

- Building up of volunteer network across the country for better prevention of consumer exploitation, especially among juveniles. As juveniles may have less of experience or information on consumer right protection, so they are at higher risk to be exploited. As well, juveniles are considered as the future of nation, so they should be well protected. The building of such networks not only decrease chances for juveniles to become victims of consumer exploitation but also indirectly give knowledge on consumer right protection for those young volunteers in the project.

3. Recommendation on enhancement of the consumer protection in telecommunication services.

- In other countries, the organizations, who manage consumer protection on television broadcasting services and telecommunication services under a concept of a convergent regulator, design its organizational structure, duties and authority on consumer protection based on its functions rather than sectors. Such organizational structure allow smooth operations on convergent eras of digital communication. In other words, the consumer protection should not be separated in form of radio, television broadcasting or

telecommunication services, but rather be called” The consumer protection in communication services”. To keep on track with the international services from around the globe, the methodology of operations of NBTC should also follow the worldly credential organizations or regulators.

- The development on technology completely transform the consumer behaviors such as purchasing via online platforms, e-transactions and wide range communications. NBTC needs to act on safety protection plan and integration of all sectors that provide coverage of all ranges. The threat of personal privacy and data violation is increasing in numbers and cause great damage to data subjects. The advancement of data collection and processing could easily cross to violation of data privacy on individuals’ level, which in return could cause damage to the economy. Hence, NBTC is required to collaboratively work with all relevant parties for the standardized mechanism and standard of consumer data protection.

- In other countries, consumer protection on telecommunication and communication services includes not only receiving complaints but also offerings proactive services. Those services may include giving information and knowledge to consumers, monitoring private sectors to ensure the rules and operating procedures are followed, organizing the free public hearing to welcome suggestions on law amendment and supporting mechanism of self regulation among professional institutions. Hence, NBTC should consider expansion of networks to provide knowledge for people by encouraging the stronger networks of consumers such as developing current networks to work closer together and establish new networks of consumers called “consumer networks for communication” and certify the identity of local networks. The local networks could be granted with certification cards for verification. When there will be any meeting of NBTC, the local networks could be invited for sharing knowledge and be channels of communications with NBTC.