



รายงาน

การอบรมหลักสูตร

“Regulation Communications Networks and Services
in a Convergent Environment”

วันที่ ๑๘-๒๒ ธันวาคม ๒๕๕๙ ณ จังหวัดเชียงใหม่

Convergence คืออะไร ?

Convergence (การหลอมรวมเข้าด้วยกัน) มีความหมายหลากหลาย ในที่นี้เราจะใช้แง่มุมทางเทคโนโลยี และทางเศรษฐศาสตร์เพื่อมอง “การหลอมรวมเข้าด้วยกัน” โดยเราอาจแบ่งได้เป็นหลายประเด็นดังนี้

1) การหลอมรวมของโครงข่าย(Network Convergence)

การหลอมรวมของโครงข่ายต่างๆเข้าด้วยกันนั้นเกิดขึ้นเนื่องด้วย โครงข่ายที่ใช้การสื่อสารแบบ IP (IP-based broadband networks) จึงทำให้เกิดการหลอมรวมของสื่อสามแบบ ได้แก่ โทรศัพท์ โทรทัศน์เคลื่อนที่ และคอมพิวเตอร์เข้าด้วยกัน นอกจากนี้ ในปัจจุบันซอฟต์แวร์มีความสำคัญค่อนข้างสูงกว่าฮาร์ดแวร์ไปแล้ว ซึ่งหมายความว่า ลักษณะซอฟต์แวร์นั้นกำลังเป็นตัวกำหนดการใช้งานในเครือข่ายต่างๆ เช่น ซอฟต์แวร์ทำให้การให้บริการของเครือข่ายเดียวสามารถให้บริการได้หลากหลายอาทิบริการด้านข้อมูล (Data) ซึ่งบางบริการต้องอาศัยเทคโนโลยีขั้นสูง เช่นการควบคุมรถที่ไร้คนขับ หรือการรับชมโทรทัศน์ระบบความคมชัดสูง (HD TV) กับเทคโนโลยีที่เป็นเทคโนโลยีทั่วไปเช่นการบันทึกข้อมูลการใช้งานแก๊สหรือพลังงานในบ้านเพื่อสื่อสารกับบริษัทผู้ให้บริการ จะเห็นได้ว่าในหนึ่งการให้บริการทางข้อมูลนั้นก็มึระดับของความจำเป็น ความเร่งรีบของการส่งข้อมูล ความละเอียดและซับซ้อนของเทคโนโลยี ทำให้ในหนึ่งเครือข่ายจำเป็นต้องมีความหลากหลายทางศักยภาพการให้บริการ ตั้งแต่การให้บริการงานด้านอินเทอร์เน็ตทั่วไป (Internet of things) ที่เป็นการให้บริการด้านข้อมูลธรรมดา ไปจนถึงการให้บริการที่ซับซ้อนยิ่งขึ้น กล่าวโดยสรุปการให้บริการด้านเครือข่ายที่ครอบคลุม (Network Convergence) นี้ จะให้บริการได้หลากหลายรูปแบบตามความจำเป็นและความต้องการแก่ผู้บริโภคมากขึ้น ซึ่งจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในแง่การให้บริการที่ดีขึ้น จากที่เคยเป็นเพียงการให้บริการในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง กลายเป็นในเครือข่ายเดียวนั้นเองแต่ให้บริการที่แตกต่างหลากหลาย สอดคล้องกับความต้องการที่เพิ่มขึ้นในโลกปัจจุบัน

2) การหลอมรวมของตลาด (Market Convergence)

คำถามที่น่าสนใจในขณะนี้คือความสัมพันธ์ระหว่าง โครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Network) กับเครือข่ายแบบมีสาย (Fixed Network) ว่าส่งเสริมกันและกัน หรือทดแทนกันและกันได้ขนาดไหน กล่าวคือถึงจุดที่โครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่นั้นแทนที่ลักษณะการใช้งานของโทรศัพท์แบบมีสายได้หรือไม่ ซึ่งมีจุดสังเกตที่น่าสนใจเช่น เมื่อใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ส่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตระหว่างกันนั้นก็สามารทำได้ แต่เมื่ออยู่ในสถานที่ที่มีบริการอินเทอร์เน็ตไร้สาย (Wifi) การส่งข้อมูลจากโทรศัพท์เคลื่อนที่นั้นอาจจะส่งผ่านข้อมูลระหว่างกันด้วยระบบอินเทอร์เน็ตไร้สาย (Wi-fi) ซึ่งเป็นระบบเครือข่ายแบบมีสายแทนที่จะเป็นการส่งผ่านด้วยเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ เมื่อเราใช้บริการไวไฟนั้นการส่งผ่านข้อมูลของโทรศัพท์เคลื่อนที่นั้นแทบจะสมบูรณ์ เว้นแต่จุดสัมผัสสุดท้ายที่ยังต้องอาศัย คลื่นความถี่ในการส่งข้อมูลของโทรศัพท์เคลื่อนที่ให้ส่งถึงกัน ซึ่งแปลว่า โดยนัยยะหนึ่ง

เครือข่ายแบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ และ แบบมีสายนั้นทั้งแข่งขันกันและส่งเสริมกัน และแทนที่กันและกันได้ในช่วงระยะด้วย

ตัวอย่างที่น่าสนใจต่อไปคือ การใช้คอมพิวเตอร์แลปที่อุปแทนการใช้คอมพิวเตอร์ติดตั้งประจำโต๊ะอีกต่อไป การทดแทนการรับชมโทรทัศน์เคเบิลทีวี กับ ทีวีระบบสัญญาณดาวเทียม ช่องทีวีที่ต้องจ่ายเงินเพื่อรับชมกับช่องทีวีที่รับชมโดยไม่เสียเงิน (Pay TV & Free TV) ในคู่เทียบแต่ละคู่ที่กล่าวมานั้น สามารถแทนกันและกันได้หรือไม่ในตลาดที่สินค้าหรือผลิตภัณฑ์เหล่านั้นพยายามแย่งส่วนแบ่งการตลาดหรือกลุ่มผู้บริโภคอยู่ เช่นผู้บริโภคยอมจ่ายเงินเพื่อดูบอลพรีเมียร์ลีก แต่อาจจะยินดีแค่เพียงดูละครหลังข่าวฟรี (ที่ได้รับสปอนเซอร์จากบริษัทต่างๆ เป็นค่าโฆษณาในการผลิต) ดังนั้นจึงเป็นคำถามอีกข้อที่ต้องตรวจสอบว่า พฤติกรรมผู้บริโภคในการเสฟสื่อใดๆ นั้นเป็นการ “ทดแทน” สินค้าที่เป็นคู่เทียบกันในระดับเท่าใด จึงจะสามารถมองไปที่ “การหลอมรวมทางการตลาดของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์” อยู่ในระดับใดและเป็นไปในทิศทางใด

3) การหลอมรวมด้านพฤติกรรมผู้บริโภค หรือ การบริโภคแบบเหมารวม (Buyer Behavior Convergence or bundling)

พฤติกรรมผู้บริโภคที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ในลักษณะแพ็คเกจ เช่นติดตั้งโทรศัพท์บ้าน โทรศัพท์เคลื่อนที่เคเบิลทีวี จากบริษัทเดียวกัน ในประเทศอังกฤษนั้น ประชากรเกินกว่า ร้อยละ 25 มักจะซื้อบริการทางเทคโนโลยีหลากหลายประเภทจากผู้ให้บริการเดียว แต่จากการพูดคุยกับผู้เข้าอบรม ประเทศไทยดูเหมือนจะไม่ได้มีลักษณะพฤติกรรมซื้อเป็นแพ็คเกจที่สูงมากนัก อย่างไรก็ตาม การที่ผู้ให้บริการเสนอบริการแบบแพ็คเกจนั้นทำให้ผู้เลือกใช้บริการนั้นเมื่อตัดสินใจเลือกซื้อบริการเป็นแพ็คเกจเปลี่ยนใจยากขึ้นเมื่อเกิดความไม่เป็นธรรมเช่นผู้ให้บริการขึ้นราคาค่าบริการสูงเกินไป หรือบริการด้อยคุณภาพ แม้เมื่อผู้ใช้บริการต้องการเปลี่ยนบริษัท ก็อาจมีบริษัทคู่แข่งเพียงหนึ่งหรือสองรายที่สามารถให้บริการชนิดเป็นแพ็คเกจ จึงทำให้ผู้มีหน้าที่กำกับดูแลทำการกำกับดูแลได้ยากขึ้นเนื่องจากสภาพตลาดที่ควรมีการแข่งขันสมบูรณ์ด้วยหลากหลายผู้ให้บริการนั้นเสื่อมสภาพลง (คือเหลือผู้ให้บริการเพียงไม่กี่รายทำให้ผู้รับบริการมีสิทธิในการเลือกน้อยลงกว่าสภาพตลาดที่มีผู้ให้บริการในตลาดหลายๆราย)

4) การหลอมรวม ด้านกฎหมาย ด้านการกำกับดูแลและการจัดตั้งสถาบันต่างๆ (Legislative, institutional and regulatory Convergence)

เมื่อเรามองดูที่ผลิตภัณฑ์หรือบริการที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร เทคโนโลยี ในโลกยุคดิจิทัลนั้นมีจำนวนมากกว่าในยุค อนาล็อก (Analog) มากนัก ผู้บริโภคในยุคปัจจุบันมีพฤติกรรมที่เปลี่ยนไป กล่าวคือสามารถเลือกชมสิ่งที่ตนเองต้องการตามเวลาที่ตนต้องการ ไม่ใช่ผ่านการคัดเลือกจากเจ้าของสถานีเพียงทางเดียวเหมือนแต่ก่อน จึงทำให้ขอบเขตการรับชมที่เคยเป็นเพียงระดับชาติกลายเป็นขอบเขตระดับนานาชาติ ที่ทำให้การแพร่ภาพและเสียงได้ทั่วโลกเกิดขึ้นได้ง่าย และผู้ชมเลือกรับชมสิ่งต่างๆในเวลาใดก็ได้ที่ผู้บริโภคเลือก นอกจากนี้ประเด็นทาง

โลกดิจิทัลและเทคโนโลยีต่างมีความเชื่อมโยงทับซ้อนกันแทบจะเป็น โครงข่ายแบบใยแมงมุม (Spider Web) ซึ่งมีลักษณะแบบ Poly centric หมายความว่า มีประเด็นหรือใจความหลักหลากหลายและเมื่อแต่ละข้อหรือเปลี่ยนแปลงเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ภาพใหญ่ของสถานการณ์ก็จะถูกดึงให้บิดไป ความเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้มีผลกับผู้กำกับดูแลอย่างชัดเจน เพราะทำให้ต้องมองเห็นความเชื่อมโยงเหล่านี้ให้ออก เนื่องด้วยผู้กำกับดูแลมีหน้าที่โดยตรงต่อ โครงสร้างพื้นฐานของอุตสาหกรรมนี้ (Conduit and Infrastructure) การปกป้องสิทธิของผู้ให้บริการ และผู้บริโภค การกำกับดูแลคุณภาพของการให้บริการ ความปลอดภัยของการให้บริการ รูปแบบและระบบการแข่งขันที่เป็นธรรมของผู้ให้บริการ การเชื่อมโยงระหว่างกันของการให้บริการต่างๆ ความเข้าถึงบริการที่เท่าเทียมกันของผู้รับบริการไม่ว่าจะอยู่ที่ใด

กลวิธีในการกำกับดูแลของผู้มีหน้าที่ (ในที่นี้คือ กสทช.) นั้นสามารถทำได้หลายทางอาทิ

- การออกใบอนุญาตหรือการยึดใบอนุญาตเทคโนโลยีประเภทต่างๆอย่างเจาะจง
- การออกใบอนุญาตธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการต่างๆ
- การออกใบอนุญาตด้านเทคโนโลยีที่ครอบคลุมประเภทบริการบางประเภท
- การออกใบอนุญาตด้านเทคโนโลยีที่ครอบคลุมหลากหลายประเภทบริการ
- การยึดใบอนุญาต การแจ้งเตือนการทำความผิด การสร้างเกณฑ์มาตรฐานในการตรวจสอบ (แบบกึ่งเสรี)
- แบบเสรี (คือให้กิจการหรือกลุ่มอุตสาหกรรม กำกับดูแลตนเอง)
- การออกใบอนุญาตบางชนิดให้ และการบังคับใช้กฎหมาย

ความท้าทายที่ผู้มีหน้าที่กำกับดูแลต้องเผชิญ ได้แก่

- ความหลากหลายของชนิดของสื่อ ซึ่ง กสทช. กำลังเผชิญ เนื่องจากแต่ละผู้ให้บริการอาจมีภูมิหลังที่แตกต่างกัน ทรัพยากรไม่เหมือนกัน แต่ให้บริการหรือผลิตภัณฑ์ที่ใกล้เคียงกัน ทำให้เกิดความยากในการออกกฎเพื่อควบคุมการบริการ หรือผู้ให้บริการเหล่านั้น
- ความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา เช่นความเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี ความเปลี่ยนแปลงของตลาด ความต้องการของผู้บริโภค
- ความสม่ำเสมอและควมมีมาตรฐานเดียวกันในทุกๆ ชนิดสื่อและคุณภาพขององค์กรที่ควบคุมสื่อ กสทช. จะต้องสามารถกำกับดูแลได้อย่างเป็นธรรม มีมาตรฐานในทุกๆ สื่อ
- มุมมองที่หลากหลายต่อจุดประสงค์ของสื่อและเทคโนโลยีต่างๆ ในแต่ละภาคส่วนหรือ ผู้ให้บริการจากต่างอุตสาหกรรมมักจะมีมุมมองที่แตกต่างกันในเรื่องจุดประสงค์แห่งการใช้สื่อ ขอบเขตบทบาทของสื่อต่อสังคม ความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้บริการ ความมั่นคงของประเทศ และเรื่องสื่อกับประเด็นอื่นๆ
- การกำกับดูแลการแข่งขันกันเองของสื่อต่างๆ

บทบาทของการกำกับดูแลในโลกแห่งการหลอมรวมกันทางเทคโนโลยีและการสื่อสาร
 ผู้มีหน้าที่กำกับดูแลนั้นต้องทำหน้าที่หลากหลายดังตารางด้านล่าง

1.	DETECTION	INFORMATION – GATHERING: DIFFICULT IN COMPLEX MOVING ENVIRONMENT
2.	RESPONSE	POLICIES – NEED FOR CONSISTENCY ACROSS MEDIA
3.	ENFORCEMENT	DIFFICULT IN INTERNET AGE – SEE BELOW
4.	ASSESSMENT	PERFORMANCE ASSESSMENT IS A COMPLEX CHALLENGE
5.	MODIFICATION	CHANGING STRATEGY TO COPE WITH A COMPLEX AND SHIFTING WORLD

กล่าวคือ ต้องทำหน้าที่

- Detection หมายถึง ค้นหาและรวบรวมข้อมูลต่างๆ
- Response หมายถึง ตอบสนองต่อสถานการณ์ ชนิดของสื่อต่างๆด้วยการกำหนดนโยบายที่มีความสม่ำเสมอในทุกๆ สื่อ ซึ่งถือเป็นเรื่องท้าทาย
- Enforcement หมายถึง การบังคับใช้กฎหมายหรือข้อบังคับ
- Assessment หมายถึง การประเมินตัวผู้กำกับดูแลเอง (กสทช.) ได้กำกับดูแลอย่างมีประสิทธิภาพและเป็นธรรมหรือไม่
- Modification หมายถึง ความสามารถที่จะปรับเปลี่ยนยุทธศาสตร์ นโยบาย เพื่อรับมือกับโลกที่เปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลาได้หรือไม่

ประเด็นหนึ่งที่สำคัญมากคือ ผู้กำกับดูแล (กสทช.) สามารถที่จะกำกับดูแลโลกอินเทอร์เน็ตได้เพียงไหน ? โดยเฉพาะเมื่อกล่าวถึงประเด็น “ความเหมาะสม และ ความมีธรรมาภิบาล” มีทฤษฎีมากมายถึงประเด็นดังกล่าว ดังจะยกตัวอย่างเช่น ทฤษฎีต่อไปนี้

Libertarians (กลุ่มเสรี) เชื่อว่าไม่สามารถควบคุมได้ จึงควรปล่อยให้เป็นไปโดยเสรีและให้ผู้บริโภค รวมทั้งกลไกตลาดตัดสินใจเอง

Paternalists เชื่อว่าสามารถควบคุมระเบียบการได้ เช่น ทฤษฎีของ Lessig ที่เชื่อว่าการควบคุมมาตรการต่างๆ ก็จะสามารถที่จะควบคุมเนื้อหา และความเหมาะสมต่างๆได้

Symbiotics เชื่อว่า ผู้ควบคุมจะต้องออกระเบียบต่างๆ และปรับตัวให้เข้ากับลักษณะที่เปลี่ยนแปลงไปของตลาด หรือผู้ให้บริการ เพื่อให้สอดคล้องกับความตั้งใจในการกำกับดูแลและเรื่องที่เป็นที่น่ากังวลของโลกอินเทอร์เน็ต

กลยุทธ์ในการกำกับดูแลแบ่งได้สองลักษณะคือ

การกำกับดูแลโดยภาครัฐ :

- ออกคำสั่ง ข้อปฏิบัติภาคบังคับ คือการควบคุมกำกับดูแลโดยตรง
- มาตรการทางภาษี หากผู้ให้บริการไม่สามารถปฏิบัติตามข้อกำหนด
- กลไกทางตลาดที่ปล่อยให้แข่งขันกันเอง และเชื่อว่าตลาดจะตัดสินใจเองว่าผู้ให้บริการรายใดมีคุณภาพ หรือไม่มี
- การให้ข้อมูลแก่ผู้ให้บริการและผู้รับบริการ
- ให้บริการโดยภาครัฐเอง
- ให้สิทธิแก่ผู้บริโภคมีสิทธิในการเรียกร้องสิทธิและตัดสินใจฟ้องร้องผู้ให้บริการด้วยตนเอง

การกำกับดูแลด้วยตนเองของภาคธุรกิจ :

มีข้อดีและข้อเสียที่น่าสนใจดังนี้

- มีประสิทธิภาพมาก แต่อาจมีข้อกังขาในเรื่องความน่าเชื่อถือ
- ความคล่องตัวและยืดหยุ่น แต่อาจมีปัญหาความร่วมมือระหว่างกัน
- การปฏิบัติตัวเชื่อฟังได้ดี เนื่องจากทำเพื่อให้ธุรกิจของตนดำเนินไปได้อย่างไร้ปัญหา แต่มีปัญหาในแง่ความไม่แน่นอนด้วยอาจมีความไม่โปร่งใสของกิจการเกิดขึ้น
- มีความชำนาญเฉพาะทางสูงมาก แต่อาจมีปัญหาด้านมาตรฐานที่เหมาะสมและการบังคับใช้กฎหมายหากมีปัญหา
- ประหยัดกว่าเพราะผู้ให้บริการย่อมมีความรู้ที่จะบริหารให้การกำกับดูแลเป็นไปได้ในต้นทุนต่ำที่สุด
- มีความเสรี แต่อาจมีปัญหาเมื่อการกำกับดูแลเป็นไปได้ไม่เหมาะสมทำให้การแทรกแซงของรัฐหากมีปัญหาก็ทำได้ยาก

หาก กสทช. ปล่อยให้การกำกับดูแลตนเองของภาคธุรกิจเกิดขึ้นโดยสมบูรณ์ นับเป็นความเสี่ยงสำหรับภาครัฐและประเทศ เพราะบริษัทต่างๆ ย่อมให้ความสำคัญกับการหาประโยชน์ให้บริษัทตนเอง และอาจมีการสมยอมกันระหว่างผู้ให้บริการจนเกิดข้อเสียเปรียบแก่ผู้บริโภค และภาคประชาชนโดยรวม จึงทำให้ กสทช. .

มีความจำเป็นต้องเข้ามากำกับดูแลในบทบาทที่เป็น “ผู้นำ” ในการกำกับดูแล ให้โลกแห่งการหลอมรวมกันของการสื่อสารเป็นไปในทิศทางที่เป็นประโยชน์กับสังคมและภาคประชาชน เช่น การกำหนดแผนงานระยะห้าปีที่ไม่ใช่เพียงตอบสนองต่อด้านธุรกิจ แต่ตอบสนองความต้องการของภาคสังคม และครอบคลุมเพื่อประโยชน์แก่ประชาชนด้วย

สิ่งที่ต้องคำนึงถึงเป็นหลักสำคัญคือ “ระดับและลักษณะของการเข้ากำกับดูแล” ที่ กสทช. ควรจะพิจารณาใช้นั้นควรเป็นไปแบบใด เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพที่ดีที่สุด

ทฤษฎีหนึ่งที่ควรศึกษาคือ ทฤษฎี Lessig ดังตารางต่อไปนี้

LESSIG	Smoking	Car speed	Converged communications / broadcasting
LAW	Legal age restriction for smoking	Legal speed limit.	Rules on content
MARKET	Pricing	Pricing of electric cars.	Pricing
ARCHITECTURE	Filters on cigarettes	Physical speed restrictors in engines.	Controls over code
NORMS	Convention re restaurants	Social pressure near schools.	Conventions on social media

เมื่อดูตามทฤษฎี Lessig นั้น กสทช. สามารถวางเป้าหมายการควบคุมโลกแห่งการหลอมรวมของการสื่อสาร (ตารางด้านขวามือสุด) ได้ เช่น กลไกทางกฎหมาย การบังคับใช้กฎหมายในการควบคุมเนื้อหาที่น่าเสนอในอินเทอร์เน็ต ด้านการตลาดคือกลไกราคาที่กำหนดโดยตลาด ด้านสถาปัตยกรรมที่กำหนดโดยการเขียนรหัสต่างๆ ของข้อมูล และชนบสังคม คือลักษณะชนบต่างๆ ที่เป็นไปบนโลกโซเซียลมีเดีย

อย่างไรก็ดี มีทฤษฎีของนักวิชาการชาวออสเตรเลียที่น่าสนใจที่น่าเสนอในหนังสือ เรื่อง Smart Regulatory กล่าวไว้ว่า บริษัทต่างๆ ไม่ได้คำนึงถึงกฎเกณฑ์ที่รัฐกำหนดเป็นอย่างแรก แต่จะคิดถึงกฎเกณฑ์ที่บริษัทกำหนดไว้เพื่อให้บริษัทได้รับผลประโยชน์ที่ดีที่สุด ดังนั้น รัฐไม่เพียงต้องคิดถึงการออกแบบการกำกับดูแล

โดยรัฐที่มีประสิทธิภาพ แต่ต้องคำนึงถึงวิธีที่จะทำให้บริษัทต่างๆ กำกับดูแลตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับเป้าหมายของกิจการมากที่สุดเช่นกัน เพื่อเป็นนโยบายด้านการกำกับดูแลที่จะได้ผลดีที่สุด

อย่างไรก็ดี เพื่อให้กลไกการกำกับดูแลมีผลดีที่สุด อีกทางเลือกที่ กสทช. อาจพิจารณาในการนำมาใช้คือ การนำทฤษฎี lessig และ Smart Regulation มารวมกัน โดยพิจารณาที่จุดประสงค์ของการกำกับดูแลเป็นหลักก่อน เพื่อออกแบบลักษณะและวิธีการในการกำกับดูแลให้สอดคล้องกับจุดประสงค์ที่ต้องการ อาทิ ความต้องการกำกับดูแลการออกแบบเทคโนโลยี ก็จะมีมุ่งไปที่ลักษณะการออกแบบและการใช้งานของเทคโนโลยีที่เป็นไปตามความต้องการของ กสทช. มากที่สุด หรือความต้องการควบคุมพฤติกรรมที่ต้องการ จึงพุ่งความสนใจไปที่รูปแบบของบริการ และลักษณะการให้บริการที่ควรเป็นของบริษัทต่างๆ หรือ กสทช. มีความประสงค์จะควบคุมผลงานที่ออกมา ก็จะเน้นที่กิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นในแวดวงเทคโนโลยีนั้น ตอบสนองต่อสิ่งที่ กสทช. ต้องการหรือไม่ ซึ่ง กสทช. ต้องพิจารณาว่าเป้าหมายใดควรเป็นเป้าหมายที่เหมาะสมในแต่ละภาคส่วนและจังหวัดต่างๆ

แลกเปลี่ยนความเห็นระหว่างผู้เข้าอบรม :

วิทยากรขอให้ผู้เข้าอบรมพูดคุยแลกเปลี่ยนคำถามเกี่ยวกับความถี่และระยะเวลาในการใช้งานข้อมูล มือถือ ความแตกต่างของผู้คนยุคปัจจุบันกับผู้คนในยุคก่อน เวลาที่ใช้ในการสื่อสารบนสื่อออนไลน์ที่เป็นลักษณะมัลติทาสก์ (ทำอะไรหลายอย่างพร้อมกัน) ในกลุ่มอายุน้อยกว่า 50 ปี และกลุ่มอายุที่มากกว่า 50 ปี และมีกลุ่มคนใดที่มีความรู้สึก “อยากดีที่ออกซ์ทางเทคโนโลยี” คือเลิกการใช้งานเทคโนโลยีเป็นช่วงเวลาหนึ่ง

คำตอบของผู้เข้าอบรม :

การใช้เวลากับโลกออนไลน์นั้นประมาณ 2-8 ชั่วโมงต่อวัน (เพื่อความบันเทิงและใช้งานแบบทำหลายอย่างพร้อมกัน) ในขณะที่การใช้ข้อมูลมือถือในการแชท ส่งข้อความหากันนั้นมีจำนวนมากกว่าการใช้โทรศัพท์เพื่อโทรคุยกัน โดยนิยมการส่งข้อความทางแอปพลิเคชันก่อนหากไม่มีความเร่งด่วน และการเล่นเกมส์ก็มีบ้างแต่ไม่มาก อาทิ ไปเกมออนไลน์ และมีการชมข่าวสารหรือช่องทีวีผ่านทางทีวีออนไลน์ อาทิ เน็ตฟลิกซ์ ไลน์ทีวี

ส่วนพฤติกรรมของผู้คนในปัจจุบันแตกต่างจากผู้คนในสมัยก่อนมาก กล่าวคือ คนสมัยก่อนน่าจะใช้ทีวีและโทรศัพท์เพื่อการสื่อสารมากกว่าผู้คนสมัยปัจจุบันมาก ในขณะที่ผู้คนในช่วงอายุวัยทำงาน (20 ต้นๆ ถึงก่อน 50) ก็จะใช้บริการข้อมูลมือถือมากกว่าการใช้ทีวีแบบยูคอนาล็อคหรือโทรศัพท์บ้านมาก

พฤติกรรมแบบมัลติทาสก์ (ทำอะไรหลายอย่างพร้อมกัน) นั้นมีมากขึ้น ทำให้เห็นได้ว่าการเสพสื่อพร้อมทำหลายๆ กิจกรรมพร้อมกันนั้น ทำให้เกิดการแบ่งแยกความสนใจ แต่ในขณะเดียวกันก็ทำให้เกิดการย่นเวลาขึ้นได้ เช่น จากที่ต้องใช้เวลาในการดูสื่อหลายชนิดสิบชั่วโมง ก็ย่นเหลือเพียงเจ็ดชั่วโมงเมื่อใช้เวลาในการเสพสื่อด้วยลักษณะแบบมัลติทาสก์

จากประเด็นความเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ทำให้ กสทช. ในฐานะผู้กำกับดูแลกิจการโทรคมนาคม และ เครือข่ายการสื่อสาร ต้องตระหนักถึงความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากโลกยุคออนไลน์มาเป็นโลกยุคดิจิทัล ที่มี สินค้าและบริการที่เปลี่ยนรูปแบบไป กสทช. ต้องระมัดระวังในการดูแลกลไกทางการตลาดให้มีการแข่งขันที่เป็นธรรม การควบคุมเชิงสังคม เช่น การควบคุมเนื้อหา ซึ่งปัจจุบันพฤติกรรมผู้บริโภคที่ต่างไปจากเดิม จากการแสวงหาสิ่งที่ผลิตและป้อนให้โดยสถานี กลับกลายเป็นการเลือกตามใจในเวลาที่ต้องการ จึงต้องพิจารณาว่า กสทช. จะใช้ มาตรการการควบคุมอย่างไร ประเด็นปัญหาเรื่องความปลอดภัย ความเป็นส่วนตัวของปัจเจกบุคคลและความ มั่นคงของสังคมโดยรวม ซึ่งเป็นประเด็นของการหลอมรวมกันของสื่อในโลกการสื่อสารและโทรคมนาคม

การกำกับดูแลภายใต้โครงสร้างเดียว เช่น กสทช. นั้นมีผลลัพธ์เช่นไร

กสทช. ทำหน้าที่กำกับดูแลสองส่วนสำคัญ คือกำกับดูแลทั้งในส่วนกิจการการกระจายเสียงและโทรทัศน์ (Broadcasting) และกิจการโทรคมนาคม (Telecommunications) ซึ่งเมื่อนำมารวมกันนั้น ทำให้ กสทช. จะประสบกับความท้าทายว่า จะวางบทบาทและกำกับดูแลกิจการในทั้งสองส่วนให้มีประสิทธิผลได้ดียังอย่างไร เพราะหน่วยงานที่แยกย่อยที่เคยต่างกำกับดูแลส่วนงานของตนเองแยกจากกันนั้นได้รวมอยู่ในสำนักงานเดียว คือ กสทช. แล้ว

สิ่งที่เป็นผลดีของการกำกับดูแลโดย กสทช. เพียงหน่วยงานเดียวคือ

- 1) กสทช. ควรจะจัดหาผู้เชี่ยวชาญ สังเกตการณ์ความรู้ และมีบทบาทในฐานะ “ผู้นำ” ของอุตสาหกรรมที่ กสทช. กำกับดูแลอยู่ ทำให้อุตสาหกรรมโทรคมนาคมและสื่อต่างๆ พัฒนาไปในทางที่ดีที่สุด
- 2) ทำให้เกิด Economy of Scale (การบริหารด้วยต้นทุนที่เท่ากัน เพื่อผลิตผลที่มีปริมาณที่คุ้มค่ามากที่สุด) และบรรดาผู้อยู่ในธุรกิจ (บริษัท) ได้คำตอบที่ชัดเจนจากหน่วยงานเดียวที่มีอำนาจโดยตรง
- 3) มีความร่วมมือและความสม่ำเสมอในการบริหารจัดการกิจกรรมต่างๆ ภายใต้นโยบาย ยุทธศาสตร์ที่มา จากหน่วยงานกลางเพียงหน่วยเดียว (กสทช.) ทำให้สามารถทำให้การบริหารและกำกับดูแลการแข่งขัน ในตลาดเป็นธรรมและมีประโยชน์สูงสุดกับภาคสังคมได้มากขึ้น
- 4) ทำให้อุตสาหกรรมมีความมั่นคงมากขึ้น เนื่องจากเพิ่มความมั่นใจให้บริษัทในตลาดรู้สึกว่าจะสามารถลงทุน และพัฒนาระบบของสินค้าและบริการในตลาด และอุตสาหกรรมยิ่งดีขึ้น
- 5) เมื่อบริษัทในอุตสาหกรรมที่ กสทช. กำกับดูแลอยู่ต้องการเล่นเกมสั้นนั้นทำไม่ได้ เนื่องจากมี กสทช. เพียง หน่วยงานเดียวซึ่งเข้มแข็งพอที่จะทำให้กระบวนการเล่นเกมสั้น อ่างกฎเกณฑ์ที่เอื้อประโยชน์แก่บริษัท จาก คณะผู้กำกับดูแลหน่วยย่อยใดหน่วยย่อยหนึ่งแล้วนำมาอ้างอิง แต่เมื่อมี กสทช. เพียงหน่วยงาน เดียวก็จะทำให้มีความเข้มแข็งและสม่ำเสมอเท่าเทียมกันหมดกับทุกบริษัท ซึ่ง กสทช. จะต้องให้ความ เป็นธรรม ความทัดเทียมกัน และความเสมอต้นเสมอปลายในการจัดการและใช้การกำกับดูแลที่เท่า

เทียมกัน โดยที่ทุกคนในองค์กรจะต้องมองเห็นปัญหาในทิศทางเดียวกันด้วยความเข้าใจที่เป็นไปในกรอบเดียวกัน ซึ่งวิธีที่จะสามารถได้การทำงานในทิศทางเดียวกันนั้นจะต้องมี “การประสานงานในองค์กรที่มีประสิทธิภาพ “

กสทช. จะ สร้าง “การประสานงานในองค์กรที่มีประสิทธิภาพ” ขึ้นมาได้อย่างไร ?

วิธีการที่ นักวิชาการบางท่านนำเสนอไว้มีทั้งสิ้น 4 แบบ เช่น

- ระบบการสั่งงานแบบค้ำคินา (ระบบคำสั่งบนลงล่าง) ที่ระบุกฎเกณฑ์ชัดเจนจากผู้บริหารด้านบนสู่ผู้ปฏิบัติงานลำดับล่างลงมา แต่ระบบนี้ก็ยังคงมีปัญหาเนื่องจากหากพนักงานต่างมาจากภูมิหลังหรือความถนัดทางวิชาชีพที่ต่างกันเช่น วิศวกร ทนาย นักบัญชี ก็จะอ่านความหมาย “กฎเดียวกัน ในความหมายที่แตกต่างกัน” จึงเกิดปัญหาอยู่ดี รวมทั้งหากพนักงานหวังว่าจะมีการถกในเรื่องกฎเกณฑ์ก่อนที่กฎจะออกมา ทำให้พนักงานยังไม่พอใจที่จะถูกบังคับ อีกทั้งเมื่อออกไปถึงระดับปฏิบัติการ กฎเกณฑ์หรือขั้นตอนการปฏิบัติงานยิ่งหลุดไปจากกรอบการปฏิบัติที่ควรเป็น
- การบริหารจัดการแบบเครือข่าย กล่าวคือ สร้างลักษณะการประสานงานที่ระดับผู้จัดการสื่อสารกับพนักงานระดับปฏิบัติการได้อย่างเข้าใจ ซึ่งหัวใจหลักคือ “ความสามารถในการบริหารจัดการ” ของผู้บริหารที่จะรวบรวมความคิดเห็น ขั้นตอนกระบวนการปฏิบัติงาน แต่ปัญหาที่อาจเกิดขึ้นคือความร่วมมือที่น้อยเกินไป ความขัดแย้งของผลประโยชน์ระหว่างหน่วยงาน หน่วยงานบางหน่วยไร้ประสิทธิภาพที่จะทำงาน หรือ จุดประสงค์และวัฒนธรรมองค์กรแตกต่างกัน ระบบการจัดการข้อมูลที่ไม่เท่าเทียมกัน และในระดับพนักงานปฏิบัติการในท้องถิ่นก็ยังคงยากที่จะควบคุมได้
- การบริหารโดยการแลกเปลี่ยนและกลไกตลาด กล่าวคือ ให้นำหน่วยงานภายใต้การบริหารของแต่ละผู้บริหารไปประสานงานและทำงานเพื่อแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นด้วยตนเอง ทว่าวิธีการนี้ก็อาจมีปัญหาคือความไร้สามารถของทีม หรือการประสานงานระหว่างกันอาจเกิดข้อขัดแย้งเพราะต่างคิดว่าไม่ใช่หน้าที่ของตน หรือปัญหาการสื่อสารของพนักงานที่มาจากคนละสายวิชาชีพจึงพูดคนละภาษา
- การบริหารแบบใช้โครงสร้างความร่วมมือ (Structural routes to collaboration) คือมีการรวมหน่วยงานที่จำเป็นเข้าด้วยกัน และตัดหน่วยงานที่ไม่จำเป็นออกไป แล้วจึงสร้างองค์กรที่มีประสิทธิภาพในการจัดการขึ้นมาแทน เฉกเช่นแบบที่ กสทช. ยุบบางหน่วยงานและนำหน่วยงานบางหน่วยมารวมกันจนก่อตั้งเป็น กสทช.

ประเด็นที่สำคัญที่สุดในรูปแบบการบริหารงานคือ จะต้องมีความชัดเจนในเรื่อง เป้าหมาย และ ความสม่ำเสมอในการบริหารจัดการตลอดทั้งองค์กร หน้าที่ที่สำคัญของผู้บริหารคือต้องให้ทีมงานทุกคนได้เข้าใจเป้าหมายขององค์กรโดยทั่วกัน

บทวิเคราะห์ด้านเศรษฐศาสตร์เรื่องการให้บริการภาพเคลื่อนไหว (Video Services) ทางด้านการตลาดและความล้มเหลวของตลาด

Video Services : หมายถึง ภาพเคลื่อนไหวทั้งหลายที่ให้บริการไม่ว่าจะอยู่ในสื่อใดก็ตาม เนื้อหาอาจเป็นการผลิตโดยผู้ชมที่บ้าน หรือผลิตโดยผู้ผลิตมืออาชีพ (ไม่ว่าจะมีหรือไม่มีเสียงก็ตาม)

การให้บริการภาพเคลื่อนไหวนั้นสามารถทำได้หลายช่องทาง โดยช่องทางดั้งเดิมคือ ช่องทางการ ”แพร่ภาพและกระจายเสียง” ซึ่งแต่เดิมคือ ทางสถานีได้รับการสนับสนุน (เงิน) จากบริษัทเจ้าของสินค้า ทำให้สถานีสามารถมีเงินกระจายภาพและเสียงไปสู่บรรดาผู้ชมที่บ้าน (ดังนั้น การกระจายเสียงและภาพ จึงเป็นเสมือน Platform (พื้นที่) แบบหนึ่ง ที่จะส่งภาพและเสียงที่เจ้าของสินค้าต้องการไปสู่ผู้ชม และผู้ชมก็ได้ชมรายการฟรีจากฟรีทีวี (ที่ได้รับการสนับสนุนเงินด้านการผลิตจากเจ้าของสินค้า)

เพื่อการอธิบายที่ชัดเจน ตาราง The broadcasting Value chain มีดังนี้

Broadcasting Value Chain

Content generation
Wholesale programming
Channel packaging
Transmission
Advertising sales
Pay TV
Conditional access

เมื่อมองจากด้านบนของตารางลงมาที่ด้านล่าง (Content Generation -> Conditional Access) ในแต่ละขั้นตอนของ ห่วงโซ่คุณค่าของการกระจายภาพและเสียงนั้น แต่ดั้งเดิม ก็เป็นไปตามปกติ ได้แก่ การผลิตเนื้อหา การขายโปรแกรมเพื่อรับชมแบบเหมา (สิทธิ์ในการจัดจำหน่ายรายการหรือเนื้อหาที่บริษัทเป็นเจ้าของ

อาทิ สิทธิในการจัดจำหน่ายรายการพรีเมียร์ลีก) การเลือกรายการต่างๆ เพื่อลงในช่อง (เหมือนร้านสะดวกซื้อที่ให้เลือกรายการทีวีต่างๆ เข้าด้วยกันในหนึ่งแพคเกจ) แต่ในปัจจุบันในโลกดิจิตอลนั้น ขั้นตอน Transmission (การส่งสัญญาณภาพ) ได้แตกต่างออกไป เนื่องจากมีหลายช่องทางมากขึ้น ตั้งแต่ดิจิตอลทีวีที่มีมากขึ้น การถ่ายทอดผ่านระบบที่ต่างกัน ทำให้อำนาจในการต่อรองได้ไหลจากเจ้าของสถานี หรือผู้แพร่ภาพ กลับไปอยู่ที่ “ผู้ผลิตเนื้อหา” อาทิ ผู้ผลิตภาพยนตร์ชื่อดังกลายเป็นผู้มีอำนาจต่อรองมากกว่าเมื่อหลายสิบปีก่อน อย่างไรก็ตาม “การส่งสัญญาณภาพ” นั้นก็ยังคงมีพลังและคงความสำคัญอยู่ เพราะเป็นระบบที่ต้องใช้เงินลงทุนสูง แต่ว่าปัจจุบันมีผู้ให้บริการมากขึ้นหลากหลายช่องทางขึ้น

ในส่วนของ การขายโฆษณา นั้นเป็นสิ่งที่ทีวีในยุคอนาล็อกต้องให้ความสำคัญเนื่องจากเป็นส่วนที่ทำเงินให้แก่สถานี แต่เมื่อมีระบบ เพย์ทีวี (จ่ายเงินค่าเคเบิลเพื่อดูทีวี) ทำให้การขายโฆษณาอาจไม่ใช่ความสำคัญที่สุดอีกต่อไป

กลวิธีทำเงินของเจ้าของสถานีแพร่ภาพและกระจายเสียง

- ระบบฟรีทีวีและการขายโฆษณา (เจ้าของสินค้าชำระค่าโฆษณา และผู้ชมดูทีวีฟรี)

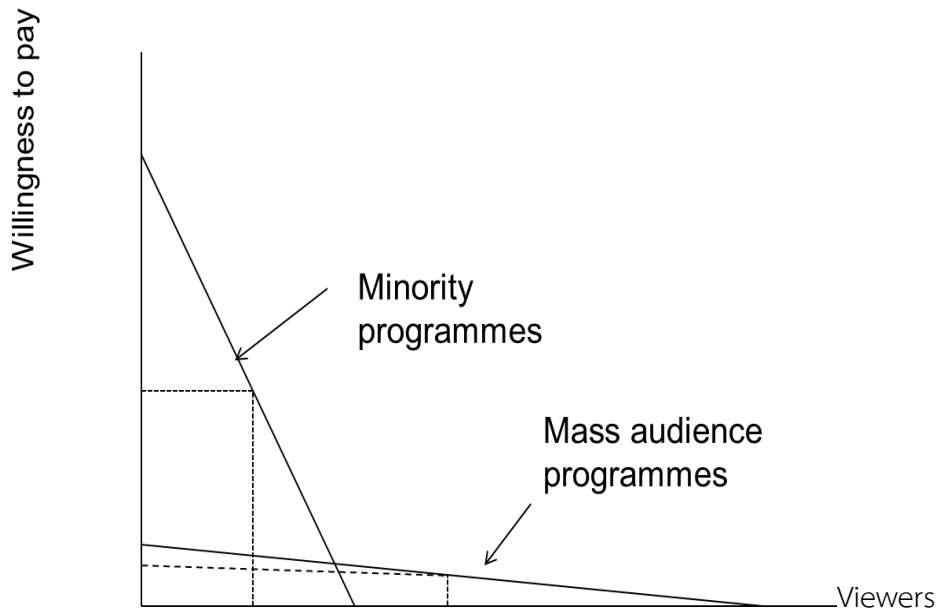
ข้อควรระวังคือ หากสถานีแพร่ภาพและกระจายเสียงของประเทศใดประเทศหนึ่งมีเพียงสถานีเดียว หรือมีความเข้มแข็งมากจนเป็นผู้เล่นเพียงรายเดียว ก็อาจจะขึ้นราคาค่าโฆษณาทีวีได้จนทำให้ลูกค้าผู้เกี่ยวข้อง เช่น บริษัทโฆษณา หรือผู้บริโภคที่ได้รับผลจากต้นทุนสินค้าที่มากขึ้นในτονท้าย

- ระบบเพย์ทีวี (เคเบิล)

ระบบที่ต้องชำระเงินจึงจะสามารถชมทีวีได้ โดยใช้เทคโนโลยีควบคุมการรับชมผ่านไฟเบอร์ หรือระบบคลื่นความถี่ โดยอนุญาตให้ผู้ชมที่ชำระเงินเท่านั้นจึงจะรับชมได้

กลไกการสนับสนุนด้านการผลิตรายการโดยเจ้าของสินค้า และ ระบบเพย์ทีวี

Advertiser Support VS Pay TV



จากภาพดังกล่าวเราจะเห็นได้ว่า รายการที่ผลิตเพื่อกลุ่มคนจำนวนน้อยดู (Minority Programs) อาจมีความต้องการของคนจำนวนน้อย แต่ยินดีที่จะจ่าย ในขณะที่ฝ่ายผู้ชมกลุ่มใหญ่มีความต้องการดูแต่ไม่เต็มใจจะจ่ายเงินจำนวนมากเพื่อรับชม ดังนั้น รายการที่ผู้ชมจำนวนน้อยแต่ยินดีจ่ายเงินเพื่อรับชมจึงเหมาะที่จะถูกผลิตและจำหน่ายผ่านช่องเพย์ทีวี ในขณะที่รายการทั่วไปที่คนส่วนมากอยากชมฟรี (หรือจ่ายเงินเล็กน้อย) จึงเหมาะแก่การผลิตโดยสถานีที่ได้รับเงินสนับสนุนจากเจ้าของสินค้าผ่านค่าโฆษณา

วิธีการในการค้นหาผู้มีอำนาจในตลาดในแต่ละจุดของห่วงโซ่คุณค่าของการกระจายเสียงและภาพ คือ กสทช. มีหน้าที่ต้องเข้าไปดูว่า ในแต่ละตลาดนั้นมีผู้ให้บริการมากน้อยเพียงใด และมีใครบ้างที่ถือเป็นผู้เล่นที่ถือเสนอขายสินค้าและบริการที่ประชาชนจัดว่าเป็นสินค้าที่ทดแทนกันและกันได้ (สินค้าชนิดเดียวกัน) จากนั้น จึงไปหาว่ามีบริษัทใดใหม่ที่มี “อำนาจทางการตลาด” อย่างมีนัยยะสำคัญในตลาดที่ตนเองอยู่ ซึ่งวิธีที่จะบ่งชี้ได้ว่าบริษัทเหล่านั้นมีอำนาจได้แก่ ส่วนแบ่งการตลาดที่สูง อิทธิพลในการกำหนดราคาของสินค้าหรือบริการอย่างเห็นได้ชัด ซึ่งหากเมื่อพบว่าบริษัทที่มีอำนาจทางการตลาดใช้อำนาจในทางมิชอบ ก็เป็นความจำเป็นที่ กสทช. จะต้องเข้ากำกับดูแล

กรณีศึกษาที่เกิดปัญหาในห่วงโซ่คุณค่าด้านการกระจายเสียงและภาพ

จุด Wholesale packaging สิ่งที่สำคัญคือ กรณีการจำหน่ายลิขสิทธิ์การถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอล ที่กลายเป็นการที่เจ้าของลิขสิทธิ์จำหน่ายลิขสิทธิ์ให้แก่บริษัทของตนในการแพร่ภาพและเสียงรายการแข่งขันฟุตบอล ทำให้เพย์ทีวีช่องอื่นๆ ไม่สามารถซื้อโปรแกรมฟุตบอลมาได้ ในกรณีนี้ผู้กำกับดูแลจำเป็นต้องออกมาตรการบังคับให้เจ้าของสิทธิ์แบ่งการจำหน่ายแพคเกจการถ่ายทอดออกเป็นหลายคู่ และไม่อนุญาตให้บริษัทใดสามารถซื้อรายการทั้งหมดได้ (จำกัดไม่เกินสามแพคเกจในการถ่ายทอดรายการฟุตบอล) นี่คือนโยบายการกำกับดูแลที่ประเทศอังกฤษเข้าแทรกแซงเพื่อไม่ให้เกิดการผูกขาดทางการตลาดและทำให้การแข่งขันหมดไปจนผู้บริโภคไม่มีสิทธิเลือก

กล่าวโดยสรุปในระบบการตลาดที่มีการแข่งขันที่มีคุณภาพ ผู้กำกับดูแลจะไม่มีควมจำเป็นต้องดูแลหรือกำกับผู้เล่นในตลาดมากนัก เนื่องจากตลาดกำกับดูแลด้วยกลไกของตนเองอยู่แล้ว เช่น ในระดับผู้ผลิตเนื้อหาก็จะต้องผลิตเนื้อหาที่ตลาด (ผู้บริโภค) ต้องการไม่ใช่เพียงที่เจ้าของสินค้าหรือสถานี่ต้องการ ทว่าไม่ใช่ทุกตลาดจะสามารถมีกลไกการตลาดที่ดีพอ ดังนั้น ในฐานะที่ กสทช. ต้องเป็นผู้กำกับดูแลกิจการการแพร่ภาพและกระจายเสียงสิ่งที่สำคัญคือ จะต้องคิดให้ได้ว่าส่วนไหนในห่วงโซ่คุณค่านี้ที่ กสทช. จะต้องเฝ้าระวังและควบคุมดูแลเพื่อให้เห็นผู้มีอำนาจในตลาดมีทำการผูกขาดทางการตลาด หรือใช้อำนาจในทางมิชอบ ทำให้เกิดการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรมหรือไม่ หน้าที่ของ กสทช. คือ ต้องส่งเสริมให้เกิดการแข่งขันที่เหมาะสมและเป็นธรรมในตลาด ทำให้เกิดผลดีแก่ผู้บริโภค

การค้นหาและบริหารจัดการกลไกตลาดให้มีประสิทธิภาพในระบบเครือข่ายแบบมีสาย และระบบเครือข่ายแบบไร้สาย

ในโลกยุคดิจิทัลนี้มีความหลากหลายของสินค้าและบริการที่ “หลอมรวมเข้าด้วยกัน” ในระบบเครือข่ายแบบมีสายและเครือข่ายไร้สายนั้น ประเด็นที่ผู้กำกับดูแลต้องสนใจคือ ต้องเฝ้าระวังความเสี่ยงที่ห่วงโซ่แห่งคุณค่า นั้นจะมีจุดใดบ้างใหม่ที่จะเกิดปัญหาการผูกขาดทางการตลาด หรือการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรมขึ้นได้ ในโลกแห่ง “การหลอมรวมเข้าด้วยกัน” ของสื่อต่างๆ นั้น การแพร่ภาพหรือเสียงมีความทับซ้อนกันในหลายลักษณะ จึงทำให้การออกกฎเพื่อควบคุมหรือกำกับดูแลนั้นเป็นไปได้ยาก เนื่องจากสินค้าหรือบริการบางตัวสามารถทดแทนกันได้อย่างสิ้นเชิง หรือ ทดแทนกันได้แค่เพียงบางส่วน แม้จะทำหน้าที่แบบเดียวกันแต่อาจจะมาจากกลไกพื้นฐานที่แตกต่างกัน จึงทำให้การควบคุมควรใช้กฎเกณฑ์ที่แตกต่างกัน

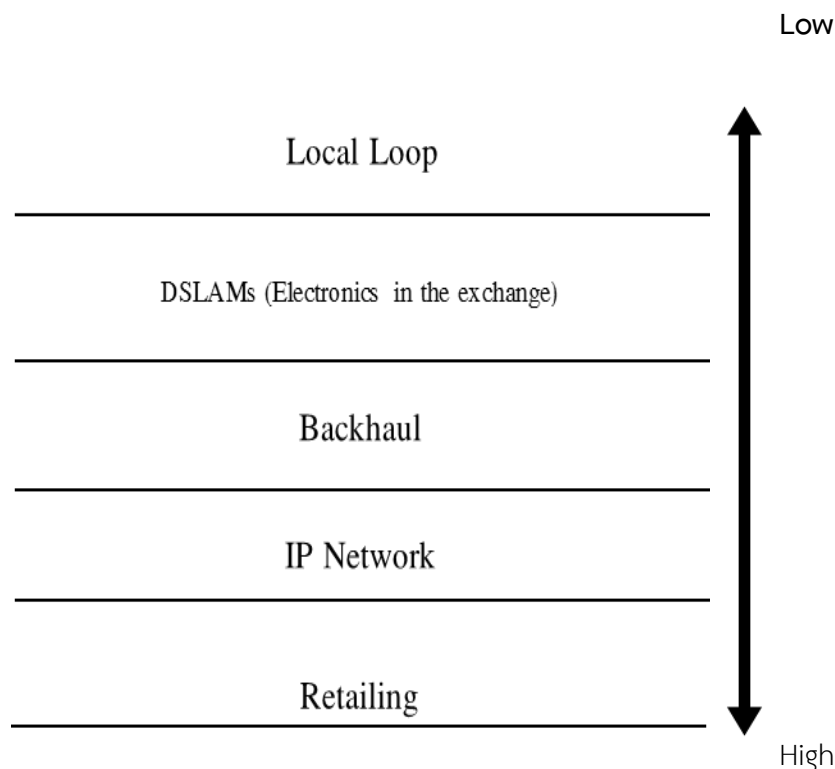
ประเทศไทยนั้นการใช้โครงข่ายโทรคมนาคม (Telecom) ครอบคลุมมากกว่าเครือข่ายแบบมีสาย (Fixed Network) ดังจะเห็นได้จากความครอบคลุมของเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ครอบคลุมพื้นที่ต่างๆ อย่างทั่วถึงกว่าแบบเครือข่ายแบบมีสายมาก ทว่าจากงานการสำรวจที่ผ่านมาผู้บริโภคจะได้ประโยชน์มากกว่าหากผู้บริโภค

สามารถเลือกได้ทั้งแบบเครือข่ายแบบโทรคมนาคม (Telecom) หรือแบบมีสาย (cable) แต่หากไม่สามารถมีโครงข่ายทั้งสองพร้อมให้ประชาชนเลือกได้ ผู้กำกับดูแลก็จำเป็นต้องดูแลตามเครือข่ายที่มี หมายถึงหากมีโครงข่ายแบบเดียวให้ผู้บริโภคเลือก กสทช. ก็ยังคงต้องกำหนดและส่งเสริมให้มีการแข่งขันระหว่างกันของผู้ให้บริการต่างๆ

ในตลาดการวางโครงข่ายแบบมีสายนั้นผู้เล่นเพียงไม่กี่ราย ทำให้ กสทช. ควรให้โอกาสในเรื่อง Access Based Competition (การกำกับกรเข้าถึงข้อมูล แม้ว่าจะเป็นการแบ่งกันใช้ของระบบโครงข่ายมีสายเดียวกันระหว่างผู้ให้บริการต่างบริษัทกัน) ซึ่งอาจไม่ใช่การแข่งขันที่สมบูรณ์เหมือนการแข่งขันระหว่างเครือข่ายแบบมีสายและแบบโครงข่ายโทรคมนาคม ในแง่ของการให้บริการแก่ผู้บริโภคตามบ้านเรือนนั้น แบบมีสายถือว่ามีประสิทธิภาพมากกว่า ในขณะที่ทางโทรคมนาคมนั้นดูจะมีประโยชน์กว่าสำหรับระดับองค์กร

กิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นในห่วงโซ่คุณค่าของ “ระบบเทคโนโลยีการสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง” (Broadband)

Different activities in the broadband value chain have different degrees of replicability



ในกระบวนการห่วงโซ่คุณค่าตามภาพนั้น เรียงลำดับความง่ายมากในการเข้าเลียนแบบของผู้เล่นในตลาดหน้าใหม่ ที่เลียนแบบได้น้อย (ด้านบนของตาราง) มาจนถึงด้านล่างของตารางที่เลียนแบบได้สูงตามลำดับ (Local Loop-
→ Retailing)

- Retailing หมายถึง การเป็นผู้ค้าปลีกในโครงข่ายแบบบรอดแบนด์ นั้นสามารถทำซ้ำได้ง่าย กล่าวคือ สามารถมีผู้ให้บริการหน้าใหม่ในตลาดได้โดยง่าย
- IP Network หมายถึง ผู้ให้บริการด้านไอพี (ถ่ายโอนข้อมูลต่างๆผ่านระบบระหว่างกัน)
- Backhaul หมายถึง สายใยแก้วต่างๆที่เชื่อมต่อข้อมูลเล็กๆ และข้อมูลใหญ่ๆ ที่ส่งไประหว่างกันของบริษัท ต่อบริษัท
- DSLAMs หมายถึง การส่งสัญญาณและระบบที่ทำให้การแลกเปลี่ยนข้อมูลต่างๆ เกิดขึ้นได้
- Local loop หมายถึง การที่โครงข่ายไฟเบอร์ที่เชื่อมผู้บริโภคตามบ้านไปยังผู้ให้บริการประจำท้องถิ่นซึ่งเป็นสิ่งที่ยากมากและลงทุนสูงในการที่ผู้เล่นหน้าใหม่จะเข้าสู่ตลาดในตำแหน่งนี้

ดังนั้น จึงส่งผลให้ กสทช. ต้องพยายามจัดสภาพแวดล้อมให้ผู้เล่นหน้าใหม่ที่เข้ามาในตลาดต้องสามารถเข้าสู่ตลาดการให้บริการได้อย่างไม่ถูกปิดกั้น และคิดกลไกที่จะส่งเสริมผู้เล่นหน้าใหม่ให้เข้าสู่ตำแหน่งอื่นๆ ของห่วงโซ่ได้ด้วย มิเช่นนั้นในตลาดจะเต็มไปด้วยผู้เล่นหน้าใหม่ที่อยู่ในตำแหน่งค้าปลีก โดยไม่มีโอกาสอยู่ในตำแหน่งอื่นของห่วงโซ่

ผู้กำกับดูแลหลายประเทศได้ส่งเสริมการเข้ามาสู่ตลาดของโครงข่ายแบบมีสาย ด้วยการออกข้อกำหนดให้ผู้เล่นใหม่สามารถเข้ามาในฐานะผู้ค้าปลีกและพัฒนาตัวในที่สุดจนเป็นผู้เล่นหน้าใหม่ที่มีความแข็งแกร่งพอที่จะสามารถเป็นผู้ลงทุนในลำดับต่อไปของห่วงโซ่คุณค่าได้ หลายประเทศในศตวรรษที่ผ่านมาได้มีการอนุญาตให้ผู้เล่นในตลาดหน้าใหม่แบ่งใช้ทรัพยากรในโครงข่ายแบบมีสาย (ที่เป็นสายทองแดง) ของผู้เล่นรายเดิมที่อยู่ในตลาดอยู่แล้ว แต่เมื่อเปลี่ยนการวางสายเป็นแบบใยแก้วที่ต้องอาศัยการลงทุนสูง ทำให้ผู้ลงทุน (ผู้เล่นรายเก่า) ไม่ต้องการลงทุนเพราะไม่ต้องการแบ่งโครงข่ายใยแก้วให้แก่ผู้ให้บริการรายอื่น (ผู้เล่นรายใหม่) หรือแม้จะลงทุนไปก็ไม่ต้องการแบ่งโครงข่ายใยแก้วที่ตนเป็นเจ้าของแก่ใคร และอาจจะกลายเป็นปัญหาในเรื่องการคำนวณราคาที่เหมาะสมที่จะคิดค่าใช้โครงข่ายใยแก้วของผู้ให้บริการรายอื่น ซึ่งกลายมาเป็นปัญหาของผู้มีหน้าที่กำกับดูแลที่จะหาราคาที่เหมาะสมให้ได้ในที่สุด

ตัวอย่างของกรณีศึกษาในการที่จะตั้งราคาที่เหมาะสมให้ผู้ให้บริการหน้าใหม่เข้าสู่ตลาดได้นั้น จำเป็นต้องถูกบริหารจัดการโดย กสทช. เนื่องจากผู้ให้บริการหน้าเก่า (ที่เป็นเจ้าของโครงข่าย) ย่อมไม่มีความต้องการจะให้ผู้ให้บริการคนใหม่เข้าสู่ตลาด การหาราคาที่เหมาะสมจึงต้องผ่านกระบวนการที่ กสทช. ช่วยกำกับและหาจุดราคาตั้งที่เหมาะสมและเป็นธรรมกับทั้งฝ่ายเจ้าของโครงข่ายใยแก้วและผู้ให้บริการรายใหม่ ประเด็นที่น่าต้องคำนึงถึง

เช่น ความคุ้มทุนในมูลค่าที่เจ้าของโครงข่ายลงทุนไป โครงสร้างของราคาปลีกของสินค้าและบริการนั้นถูกทำลายหรือไม่

ในทางปฏิบัติแล้ว กสทช. ย่อมต้องพยายามตั้งราคาการใช้โครงข่ายจากต้นทุนที่ใช้จริง แต่วิธีการคำนวณต้นทุนการลงทุนนั้นมีหลากหลาย ทำให้ได้ราคาต้นทุนที่แตกต่างกัน ดังนั้น วิธีการที่ใช้กันโดยทั่วไปคือการคำนวณต้นทุนแบบ Long run incremental Cost คือ ราคาต้นทุนในการดำเนินธุรกิจในระยะยาว

สิ่งที่ กสทช. ต้องตระหนักคือ ต้องส่งเสริมให้เกิดการแข่งขันในทุกจุดของห่วงโซ่มูลค่า โดยไม่ให้เกิดการผูกขาดตลาด และให้มีการแข่งขันที่เป็นธรรม ในกรณีศึกษาข้างต้นเรื่องการตั้งราคา ทาง กสทช. ต้องมั่นใจว่าเจ้าของโครงข่ายไม่ต้องรับภาระเงินต้นทุนในการลงทุนแทนบรรดาผู้ให้บริการหน้าใหม่ โครงสร้างของราคาปลีกของสินค้าและบริการไม่ถูกรบกวน และเจ้าของโครงข่ายได้ให้บริการด้านโครงข่ายที่มีประสิทธิภาพ พร้อมกันกับผู้ให้บริการหน้าใหม่ก็ต้องนำเสนอบริการหรือสินค้าที่มีคุณภาพดีแก่ผู้บริโภคเช่นกัน

ประเด็นปัญหาที่อาจเกิดขึ้นแก่ผู้ให้บริการหน้าใหม่ เมื่อต้องการให้บริการของบริษัทจากผู้ให้บริการหน้าเก่า ในฐานะเจ้าของโครงข่าย ได้แก่ภาวะ Sabotage คือการก่อวินาศภัยต่อธุรกิจของคู่แข่ง (บริษัทผู้ให้บริการหน้าใหม่) โดยไม่ให้บริการซ่อมแซมหรือช่วยเหลือเมื่อเกิดปัญหาของโครงข่ายจากฝั่งผู้ให้บริการหน้าเก่า จนก่อให้เกิดปัญหากับผู้บริโภค และผู้บริโภคจะไม่เลือกใช้บริการกับผู้ให้บริการหน้าใหม่

ดังนั้น ผู้กำกับดูแลจึงต้องออกมาตรการที่จะปกป้องธุรกิจของผู้ให้บริการหน้าใหม่ให้ได้รับความเป็นธรรม โดยกำหนดบทลงโทษหากเจ้าของโครงข่ายไม่ให้บริการซ่อมแซมหรือให้ความช่วยเหลือที่จำเป็นต่อผู้ให้บริการหน้าใหม่ที่มาอาศัยโครงข่ายของตน และผู้กำกับดูแลอาจต้องออกเป็นข้อกำหนดให้เจ้าของโครงข่ายแยกบริษัทออกเป็นบริษัทย่อย โดยที่บริษัทย่อยที่ให้บริการเช่าโครงข่ายแยกออกจากการเป็นผู้ให้บริการหน้าเก่า จึงทำให้เกิดการแยกที่ชัดเจนและทำให้ไม่เกิดการ “ก่อวินาศภัย” กับบริษัทคู่แข่ง นอกจากนี้วิธีในการแยก “ความเป็นเจ้าของ” คือ แต่ละบริษัททั้งผู้ให้เช่าและเจ้าของโครงข่ายมีผู้ถือหุ้นคนละกลุ่มกัน การแยกในทางกฎหมาย การแยกทางบัญชี การแยกทางหน้าที่ปฏิบัติงาน และการแยกแบบเสมือนจริง

การแข่งขันของเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่

ในประเทศไทย การแข่งขันของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความเข้มข้นและหลากหลายผู้เล่นกว่าตลาดโครงข่ายแบบมีสายมาก ในการเข้าแข่งขันในตลาดโทรศัพท์แบบเคลื่อนที่นั้นต้นทุนต่ำกว่าเพราะการขยายความครอบคลุมของโครงข่ายมือถือ สามารถค่อยๆ ทำไปได้ โดยการติดตั้งศูนย์กระจายสัญญาณไปเรื่อยๆ และให้บริการอย่างเป็นอิสระจากกันของแต่ละค่ายโทรศัพท์ ซึ่งแตกต่างจากเงินลงทุนที่ต้องจ่ายไปก่อนเป็นมูลค่าสูงของผู้ให้บริการโครงข่ายแบบมีสายที่ต้องสร้างโครงข่ายขึ้นมาก่อนจึงให้บริการได้

อย่างไรก็ดี สิ่งที่เป็นประเด็นที่ผู้กำกับดูแล (กสทช.) ต้องกังวลคือ อาจมีผู้เล่นหลักที่สำคัญเพียงไม่กี่ราย หรือเมื่อมีการ “ฮั้ว” การกำหนดราคาเกิดขึ้นในตลาดของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งอาจเกิดได้ผ่านการตกลงกันจริงๆ ของแต่ละบริษัท ซึ่ง กสทช. อาจติดตามและยับยั้งการ “ฮั้วราคา” ได้ เมื่อทราบข่าวและเข้าไปยับยั้งบริษัทผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่างๆ ที่จะฮั้วกัน หรือการ “ฮั้วราคา” แบบไม่ต้องการพูดคุยกัน คือแต่ละบริษัทออกราคามาใกล้เคียงกันและจะลดราคาต่อเมื่ออีกฝ่ายหนึ่งเริ่มลดราคา ซึ่งทำให้ผู้บริโภคไม่มีทางเลือกหากไม่มีการเริ่มลดราคาจากบริษัทใดเลย ทำให้ผู้บริโภคจะต้องอยู่ในภาวะไม่มีทางเลือกแม้ว่าราคาค่าบริการจะสูงแค่ไหน

จากภาวะดังกล่าว จึงจำเป็นที่ กสทช. จะต้องส่งเสริมให้เกิดการแข่งขันที่มากขึ้นในตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ในตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่นั้น กสทช. มีวิธีที่จะให้ใบอนุญาตมากขึ้น หากคลื่นความถี่เพื่อการประมูลมากขึ้น และอาจมีการเสนอให้เจ้าของคลื่นความถี่เดิมแบ่งให้ผู้บริการหน้าใหม่มาแบ่งใช้ความถี่ คือ Mobile virtual network operators (MVNOs) คือ กลุ่มผู้ให้บริการเสมือนจริงในโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ สถานการณ์ ตัวอย่างเช่น เจ้าของคลื่นโทรศัพท์เคลื่อนที่ a อาจเน้นกลุ่มลูกค้าธุรกิจ แต่ยังมีพื้นที่ให้บริการเหลืออยู่จึงยินดีที่จะให้บริษัท แบบ MVNOs ที่จับกลุ่มผู้ใช้บริการครัวเรือนเข้ามาใช้พื้นที่ของคลื่นได้ ดังนั้น กสทช. อาจส่งเสริมให้มีการเข้าสู่ตลาดของบริษัทแบบ MVNOs มากขึ้นเพื่อให้เกิดการแข่งขันที่เข้มข้นขึ้น นอกจากนี้มีบริการบางประเภทที่เจ้าของเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เองไม่ได้ทำ แต่บริษัทแบบ MVNOs ทำ เช่น การให้บริการหลังการขาย การเก็บเงินต่างๆ เป็นต้น

นอกจากนี้สิ่งที่ต้องคำนึงถึงอย่างยิ่งคือ ผู้มีหน้าที่กำกับดูแล (กสทช.) มองประเด็นการ “ควบรวม” บริษัทผู้ให้บริการด้านโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่างๆ เข้าด้วยกันเพื่อให้มีเงินลงทุนที่พอเพียงในการพัฒนาระบบ ซึ่งปัจจุบันเรากำลังไปที่ระดับ 5G ซึ่งต้องใช้เงินลงทุนที่สูงมาก แต่การ “ควบรวม” ก็จะมีผลกระทบต่อผู้บริโภคที่อาจโดนกระบวนการ “ฮั้ว” ของผู้ให้บริการที่ทำให้ราคาของบริการสูงอย่างไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค จากข้อจำกัดดังกล่าว กสทช. ต้องทบทวนการให้ หรือ ไม่ให้อินุญาตการ “ควบรวม” ของบริษัทต่างๆ เกิดขึ้น และ กสทช. ควรให้ความสำคัญกับการเฝ้าระวังให้ตลาดโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีการแข่งขันที่มากขึ้น เพื่อให้พัฒนาไปคู่ขนานกับโครงข่ายแบบมีสาย

คุณสมบัติใดที่ กสทช. ต้องมีเพื่อเป็นผู้กำกับดูแลที่มีคุณภาพ?

กสทช. จำเป็นต้องได้รับการยอมรับว่าเป็นผู้กำกับดูแลที่มีคุณภาพเนื่องจากเพื่อให้ยังคงได้รับงบประมาณสนับสนุนต่อไป และทำให้ กสทช. สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพเพราะหากคนเชื่อว่า กสทช. ทำงานได้ดี คนก็จะเชื่อฟังและปฏิบัติตามการกำกับดูแลของ กสทช. ได้ง่ายขึ้น

หลักการสำคัญที่จะแสดงให้เห็นว่า กสทช. เป็นผู้กำกับดูแลที่มีคุณภาพ ได้แก่

- กสทช. ปฏิบัติตาม “พันธกิจ” (Mission) ที่ กสทช. กำหนดไว้ อย่างไรก็ตาม ผู้คนจากแต่ละสาขาวิชาต่างมีการตีความพันธกิจแตกต่างกันได้ ดังนั้น กสทช. จำเป็นต้องอธิบายถึง “พันธกิจ” ขององค์กรให้บุคคลทั้งหลายได้เข้าใจ ซึ่ง “พันธกิจ” นั้นต้องมีความกว้างพอที่ กสทช. สามารถปรับเปลี่ยนได้เมื่อเกิดความเปลี่ยนแปลงเนื่องจาก กสทช. ปฏิบัติงานในโลกแห่งการหลอมรวมที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา แต่ด้วยความกว้างของหมายแห่ง “พันธกิจ” ทำให้ผู้คนอาจตีความ พันธกิจต่างกันไปและสงสัยว่า กสทช. ปฏิบัติงานตามพันธกิจจริงหรือไม่ ดังนั้น วิธีแก้ไข คือ กสทช. (และผู้กำกับดูแลในประเทศอื่น) จะออกแบบแผนงานระยะยาว เช่น ระยะ 5 ปี
- “ความชำนาญการ” (Expertise) คือ กสทช. อ้างได้ว่า กสทช. ปฏิบัติงานด้วย “ความชำนาญการ” ในสาขาวิชาชีพที่ กสทช. กำกับดูแล แต่ปัจจุบันผู้คนมีความกังขาต่อการปฏิบัติงานขององค์กรและต้องการหาข้อมูลเหตุผลของการปฏิบัติงานขององค์กรแม้จะเป็นการปฏิบัติงานด้วย “ความชำนาญการ” ก็ตาม
- “มีความน่าเชื่อถือและรับผิดชอบ” ซึ่ง กสทช. จะต้องมีความน่าเชื่อถือและรับผิดชอบไม่ใช่เพียงต่อองค์กรใดองค์กรหนึ่ง กลุ่มคนใดกลุ่มคนหนึ่ง อาทิ กลุ่มนักธุรกิจ ผู้บริโภค หรือภาคส่วนใดภาคส่วนหนึ่ง แต่ กสทช. ต้องมีความสามารถในการแสดง หรืออธิบาย “ความน่าเชื่อถือ และ รับผิดชอบ” ของตนเองต่อแต่ละกลุ่มด้วยวิธีการสื่อสารที่แตกต่างกัน ซึ่งการใช้ต้นทุนของเวลาและทรัพยากรในการอธิบายตัวเองว่า “น่าเชื่อถือและรับผิดชอบ” นั้นไม่ควรใช้เวลามากเกินไป เพราะสังคมจะตั้งคำถามว่าทำไมแล้วแต่อธิบายตนเองแทนที่จะทำงาน
- “ความเป็นธรรม” กล่าวคือ กสทช. ต้องปฏิบัติต่อแต่ละวงการสื่อ ภาคส่วน หรือกลุ่มคนด้วยความเป็นธรรมเสมอกัน โดยอาจจัดให้มีการทำประชาพิจารณ์ในปริมาณที่เหมาะสม
- “ความมีประสิทธิภาพ” กล่าวคือ กสทช. ต้องทำงานให้มีประสิทธิภาพในงานที่ตนเองต้องรับผิดชอบ

ทั้งห้าข้อที่กล่าวมานี้เป็นหลักการที่ กสทช. สามารถใช้อ้างเพื่อแสดงให้เห็นว่า “กสทช.” ได้ปฏิบัติงานในฐานะผู้กำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพ แต่อย่างไรก็ดีสังคมอาจยังคงตั้งคำถามในมุมมองที่แตกต่างกันถึงคำจำกัดความและขอบข่ายของหลักการทั้งห้าข้อ

อีกทฤษฎีที่น่าสนใจที่ กสทช. อาจนำมาใช้อ้างอิงเพื่อแสดงถึงการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ คือทฤษฎีของ Lucidity ที่ผู้กำกับดูแลจะต้องมีคุณสมบัติเหล่านี้คือ

- Attuned คือ สามารถปรับตัวให้กลมกลืนกับสิ่งแวดล้อม มองเห็นทางเลือกต่างๆและปัญหาที่อาจเกิดขึ้นได้แม้ในโลกแห่ง “การหลอมรวมกัน” ที่เปลี่ยนแปลงได้เร็ว
- Intelligent คือ มี “ระบบเก็บข้อมูลที่ฉลาดพอ” ที่จะทราบสถานะของวงการที่ กสทช. กำกับดูแล เป็นเช่นไร ข้อมูลสามารถนำมาใช้ในการวางแผนงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ด้วยการใช้กลยุทธ์ที่เหมาะสมที่อาจจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนเมื่อมีความจำเป็นเกิดขึ้น รวมทั้งระบบเก็บข้อมูลนี้ต้องสามารถตอบสนองต่อสังคมได้ว่าเหตุใด กสทช. จึงต้องตัดสินใจทำหรือไม่ทำอะไรด้วย
- Dynamic คือ มีพลังพลวัตที่สามารถปรับตัวตามความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นได้โดยไม่หยุดนิ่ง

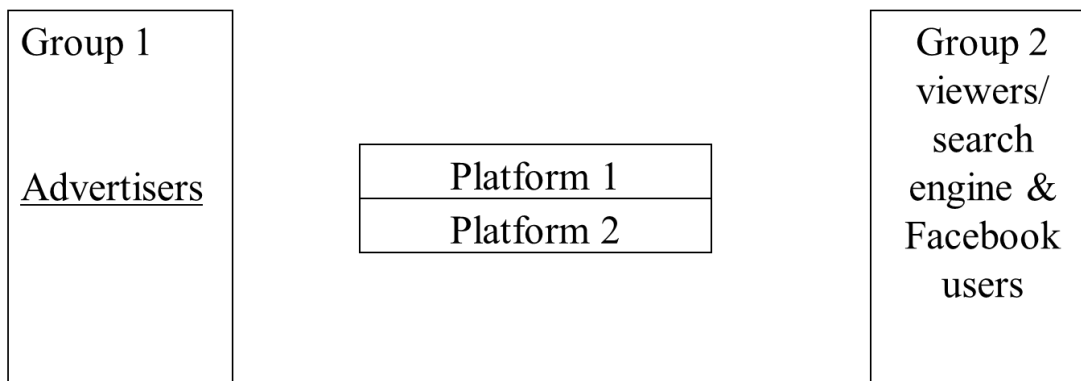
กล่าวโดยสรุป กสทช. จะต้องทราบความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ไม่ว่าจะมียุทธกิจที่เกี่ยวข้องเกิดขึ้นมากน้อยแค่ไหน หรือมีตัวแทนผู้ให้บริการใหม่ๆ เพิ่มเข้ามาในกระบวนการทำงานหรือไม่ อย่างไรก็ดี ความต้องการที่จะเป็นผู้กำกับดูแลที่ดี จะต้องมีความ “เป็นธรรม” โดย กสทช. ต้องตระหนักว่า ความเป็นธรรมของแต่ละกลุ่มบุคคลหรือแต่ละฝ่ายอาจมีความแตกต่างกันและ กสทช. จะต้องหาสมดุลภาพในการจัดการให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อสังคมและวงอุตสาหกรรมสื่อที่จะพัฒนาไปได้อย่างยั่งยืน

หลักการทางเศรษฐศาสตร์ของตลาดสองฝั่ง (Two -sided markets) และแพลตฟอร์มทางดิจิทัล (Digital platform)

Two-sided markets คือ พื้นที่ที่อนุญาตให้ผู้มีความต้องการซื้อและผู้มีความต้องการขาย (หรือให้บริการ) ได้มาพบกันและทำกิจกรรมการซื้อขายด้วยการใช้ประโยชน์จากลักษณะทางเครือข่ายของผู้ซื้อและผู้ขาย ซึ่งมีทั้งในรูปแบบอนาล็อกในยุคก่อน เช่น บริษัทจัดหาตั๋วไปที่นำชายหญิงมาเจอกัน จากนั้นในโลกยุค ดิจิทัลปัจจุบัน ก็ได้เกิดลักษณะของแพลตฟอร์มทางดิจิทัลที่เป็นพื้นที่แบบตลาดสองฝั่งขึ้น อาทิ แอปพลิเคชัน UBER , เว็บไซต์หาคู่ เว็บไซต์ Airbnb เป็นต้น

รูปด้านล่างแสดงลักษณะของแพลตฟอร์มแบบดิจิทัล ;

Two-sided markets: free-to-air broadcasters /search engines/Facebook



กล่าวโดยย่อ แพลตฟอร์มคือ พื้นที่ที่อนุญาตและอำนวยความสะดวกให้ผู้มีความต้องการตรงกันมาพบกันและเกิดการซื้อขายขึ้น โดยทั่วไปแพลตฟอร์มก่อให้เกิดประโยชน์แก่ทั้งสองฝ่ายเนื่องจากต่างมีพื้นที่ที่เข้าถึงกลุ่มตรงข้ามที่มีผู้ต้องการเดียวกัน โดยคุณค่าที่ผู้บริโภคมองว่าแพลตฟอร์มมีคุณค่ามากน้อยแค่ไหน ขึ้นอยู่กับว่าแพลตฟอร์มนั้นทำให้ผู้บริโภคได้รับประโยชน์ที่มุ่งหวังมากน้อยเพียงใด อย่างไรก็ตามสถานการณ์ที่ผู้กำกับดูแลต้องระมัดระวังคือสถานการณ์ที่เรียกกันว่า “รายใหญ่กินรวบ” กล่าวคือ ผู้ให้บริการรายใหญ่ที่สุดกวาดเอาผู้บริโภคไปหมดทำให้เกิดการ “ผูกขาดตลาด” ทำให้ผู้กำกับดูแลจะต้องคิดถึงหรือเพิ่มมาตรการที่ให้เกิดการแข่งขันที่เสรี และเป็นธรรมไม่ใช่เพียงผู้ให้บริการรายใดรายหนึ่งได้ประโยชน์

ประเด็นสำคัญอีกประเด็นคือ กสทช. จะให้หน่วยงานใดเป็นผู้กำกับดูแลเหล่าดิจิทัลแพลตฟอร์มเหล่านี้ เพราะอาจจะต้องคำนึงถึงปัจจัยอื่นๆ เช่น ผู้มีอำนาจร่วมในการควบคุมดูแลเช่น แอป uber ที่เกี่ยวเนื่องกับ พ.ร.บ. จราจรทางบก ก็อาจต้องการผู้มีความรู้และอำนาจในการควบคุมเรื่องกฎหมายจราจรมาร่วมด้วยกับ กสทช. ในการกำกับดูแล

และในมุมมองด้านการตลาดและโฆษณาที่น่าสนใจคือ “การเปลี่ยนแปลงด้านการจำหน่ายโฆษณาของผู้ให้บริการ” กล่าวคือ การจับคู่ฐานข้อมูลของผู้บริโภค (ที่น่าจะเป็นตัวเลขที่เหล่าซีรจ์เอนจิน หรือ เฟซบุ๊ก) สามารถเก็บเงินค่าโฆษณาผ่านการ “คลิก” ที่แท้จริงของผู้ใช้สื่อออนไลน์ และเจ้าของสินค้าสามารถเลือกที่จะให้เว็บไซต์ของสินค้าตนสามารถขึ้นมาเป็นหน้าแรกๆ เมื่อมีคนสนใจในการหาข้อมูล ซึ่งรูปแบบการขายโฆษณาดังกล่าวนี้นี้แตกต่างจากสมัยก่อนที่ขายจำนวน “รวมสุทธิ” ของกลุ่มผู้ชม ไม่ใช่การขายแบบ “จำนวนจริง” ของผู้เข้าไปชมสินค้าหรือโฆษณา ในขณะที่การโฆษณาสามารถทำได้เจาะจงมากขึ้น ก็แสดงให้เห็นว่า “ข้อมูลส่วนบุคคล” ถูกถ่ายทอดไปยังดิจิทัลแพลตฟอร์มที่เราเข้าไปใช้บริการอาทิ การค้นหาข้อมูลท่องเที่ยวของเรา

แพลตฟอร์มนั้นก็จะจดจำว่าเรามีความต้องการอะไร ทำให้เกิด "การคุกคามในการดึงข้อมูลส่วนบุคคล" ไปใช้ในการจัดเก็บข้อมูลเพื่อนำเสนอโฆษณาให้แก่ผู้ใช้

การระบุ "ปัญหาสำคัญ" และ หาวิธีแก้ไข

หน้าที่สำคัญของผู้กำกับดูแล (กสทช.) คือ ต้องสามารถระบุได้ว่าสิ่งใดคือ "ปัญหา" และ "ความเสี่ยง" ที่สำคัญ

- ความเสี่ยง หมายถึง สิ่งที่อาจคุกคามให้เกิดปัญหาในอนาคตได้
- ปัญหา หมายถึง สิ่งที่เกิดขึ้นแล้วและเป็นภัยคุกคามอยู่

แต่ประเด็นที่เป็นเรื่องท้าทายสำหรับ กสทช. คือ จะระบุว่า "สิ่งใดเป็นปัญหาได้อย่างไร และ สิ่งใดที่ควรได้รับการแก้ก่อนกัน"

ตามทฤษฎี ที่ Malcom Sparrow กล่าวไว้ เรื่องการแก้ปัญหา คือ " Pick important problems and fix them " The regulatory Craft (Harvard, 2000) แปลว่า "หาปัญหาที่สำคัญ และแก้ไขปัญหาเหล่า นั้นก่อน" ซึ่งในฐานะผู้กำกับดูแล (กสทช.) การตระหนักถึงปัญหาก่อนที่จะแก้ไขด้วยการกำกับดูแล นั้นแตกต่างโดยสิ้นเชิงกับ การเพียงแค่ว่า "บังคับใช้อำนาจ" โดยไม่ตระหนักถึงปัญหา ดังนั้นหาก กสทช. ตระหนักว่าปัญหาคืออะไร แล้ว กสทช. ค่อยใช้การกำกับดูแลที่เป็นไปเพื่อแก้ไขหรือลดปัญหานั้นๆ

มุมมองต่างๆ ในการระบุว่าสิ่งใด คือ "ปัญหา"

- ด้านกฎหมาย หากเรามองโดยใช้มุมมองด้านกฎหมายเป็นหลัก หมายความว่า หากสิ่งใดที่ขัดแย้งหรือฝ่าฝืนจากข้อกำหนดของกฎหมายก็ถือเป็น "ปัญหา" เช่น การทำงานของบางโรงงานที่ขัดแย้งกับกฎหมายสิ่งแวดล้อม สิ่งนั้นก็ถือเป็นปัญหาทันที
- ด้านการจัดการ ขั้นตอนการปฏิบัติงาน หรือระเบียบราชการต่างๆ กล่าวคือ เมื่อผู้ปฏิบัติงานมาจากคนละสายงานก็จะมองสิ่งที่เป็นปัญหาจากคนละลักษณะ หรือ บางสิ่งที่เป็นปัญหาของหน่วยงานหนึ่งอาจไม่ใช่ปัญหาสำหรับอีกหน่วยงานหนึ่ง โดยเฉพาะผู้บริหารกับผู้ปฏิบัติการภาคสนามก็จะมองปัญหาแตกต่างกัน หรือกระทั่งระบุว่าสิ่งใดเป็นปัญหาต่างกัน ตัวอย่างที่สำคัญอาทิ เหตุการณ์ที่จรวดของนาซา ชื่อชาเลนเจอร์ ถูกยิงขึ้นท้องฟ้าแล้วระเบิดกลางอากาศภายในเวลาครู่เดียว เมื่อสอบสวนแล้วพบว่า ปัญหาที่ทำให้ระเบิดมาจาก "ยางครอบเครื่องยนต์" นั้นไม่เรี่ยร้อย ซึ่งคนในทีมที่รับผิดชอบเรื่องนี้นั้นทราบแต่ไม่ได้ใส่ใจแก้ปัญหายางครอบนี้ เนื่องจากในวัฒนธรรมองค์กรนาซาสนใจเฉพาะปัญหาเชิงเทคนิคต่างๆ หรือปัญหาหาเงินทุนมาสนับสนุน คนในทีมจึงไม่ได้ใส่ใจใน

- การแก้ปัญหาทางกรอบเครื่องยนต์ ที่เป็นปัญหาเชิงวิศวกรรมพื้นๆ จึงอาจสรุปได้ว่า ความล้มเหลวของโครงการนี้และทำให้มีคนตายเกิดขึ้นเพราะวัฒนธรรมนาซาที่ใส่ใจปัญหาใหญ่ไม่ใช่ปัญหาพื้นๆ
- ด้านการเก็บข้อมูล กล่าวคือ ถ้าฐานข้อมูลถูกตั้งมาให้เก็บข้อมูลใด ก็จะมีเฉพาะสิ่งที่ถูกโปรแกรมมาเท่านั้น แต่ข้อมูลอื่นๆที่อาจเป็นปัญหาที่อาจถูกละทิ้งหรือไม่ได้เก็บไว้เป็นฐานข้อมูล เหมือนกับเครื่องคัดเลือกละเอียดที่ จะถูกโปรแกรมให้เก็บเฉพาะลูกที่ถูกตั้งขนาดมาแล้ว ส่วนลูกอื่นก็จะถูกละเลยไปแม้ว่าจะมีอยู่
 - โครงสร้างแต่ละหน่วยงานต้องรับผิดชอบ กล่าวคือแต่ละหน่วยงานถูกกำหนดให้รายงานด้านปัญหาหรือ ความเสี่ยงเฉพาะด้านใดด้านหนึ่งต่อผู้กำกับดูแล ทำให้แต่ละหน่วยงานให้ความสำคัญกับการดูแลปัญหาที่ได้รับคำสั่งมาให้ดูแล ดังนั้นปัญหาอื่นๆที่หน่วยงานพบเจอก็อาจไม่ได้รับความสนใจหรือนำเสนอต่อไป
 - ความสนใจพิเศษจากสังคม จากกลุ่มการเมือง หมายถึง บางประเด็นปัญหาเป็นสิ่งที่คนในสังคมให้ความสำคัญจึงกลายเป็นประเด็นที่ ผู้กำกับดูแลให้ความสำคัญและระมัดระวังที่จะพิจารณาว่าประเด็นเหล่านั้นมีปัญหาหรือไม่

สิ่งที่สำคัญมากในองค์กรขนาดใหญ่เช่น กสทช. คือต้องให้ทุกคนในองค์กรมองเห็นปัญหาหรือความเสี่ยงด้วยสายตาเดียวกัน และทำงานอย่างประสานกันอย่างดีเพื่อแก้ปัญหา

“ต้นทุน” ในการบริหารจัดการความเสี่ยง

เนื่องจาก ความเสี่ยงมีหลากหลายรูปแบบและต้นทุนในการบริหารจัดการความเสี่ยงแต่ละแบบย่อมต่างกันไป ดังนั้น ผู้กำกับดูแลเช่น กสทช. ต้องเรียนรู้ที่จะประเมินผลของความเสี่ยง และ ต้นทุนที่ใช้ในการจัดการความเสี่ยงนั้น

ตัวอย่างกรณีศึกษา

ในฐานะผู้กำกับดูแลด้านสิ่งแวดล้อม จะต้องรับผิดชอบที่จะดูแลปริมาณก๊าซสกรกที่บริษัทต่างๆปล่อยออกมา เมื่อเปรียบเทียบสองบริษัท บริษัท ก. และ บริษัท ข. ซึ่งต่างก็ปล่อยก๊าซทั้งคู่ แต่เมื่อเราใช้กำลังคนประมาณ 100 ชม. ในการกำกับดูแลถ้าดูแลบริษัท ก. (ที่เชื่อฟังผู้กำกับดูแล) ก็จะสามารถลดความสกปรกจาก 60 เหลือ 20 (เท่ากับลดได้ 40 หน่วย) กับอีกบริษัทคือบริษัท ข. (ที่ไม่เชื่อฟังผู้กำกับดูแล) ถ้าใช้กำลังคนประมาณ 100 ชม. เท่ากัน จะลดความสกปรกจาก 80 –เหลือ 60 หน่วย (เท่ากับลดได้ 20 หน่วย) จากการเปรียบเทียบดังกล่าว เราจะเห็นได้ว่าหากเราใช้เวลาไปกับบริษัท ก. จะได้ผลงานในการลดก๊าซสกปรก ลงมากกว่าการใช้เวลาไปกับบริษัท ข. ซึ่งคือผลลัพธ์สุทธิที่ดี แต่เท่ากับที่ผู้กำกับดูแลกำลังบอกกับสังคมว่าหากคุณไม่ปฏิบัติตาม

ระเบียบ ผู้กำกับดูแลก็ไม่ได้ใส่ใจจะไปตามบังคับใช้กฎระเบียบ และหากมีเหตุการณ์ที่บริษัท ข. ทำให้มีปัญหาใหญ่ในแง่สิ่งแวดล้อม ในฐานะผู้ดูแลด้านสิ่งแวดล้อมก็จะตอบสนองไม่ได้ว่าเหตุใดจึงไม่เคยบริหาร ความเสี่ยงที่บริษัท ข. สร้างขึ้นเลยทั้งที่บริษัท ข. สร้างความเสี่ยงมากมาย

จากกรณีศึกษาดังกล่าว สรุปได้ว่าเรื่องจำเป็นที่ผู้กำกับดูแลจะต้องหาจุดสมดุลที่จะบริหารจัดการกา “ความเสี่ยง” ให้ได้ผลลัพธ์ที่มุ่งหวัง ในขณะที่ไม่ละเลย บริษัทหรือ ผู้ก่อความเสี่ยงที่แม้ว่าผู้กำกับดูแลเข้าจัดการบริหาร ความเสี่ยงแต่อาจไม่ได้ผลลัพธ์สูงสุดในการบริหารความเสี่ยงแต่ก็ยังคงต้องทำการกำกับดูแลบริษัทเหล่านั้น ผู้กำกับดูแลต้องพิจารณาปัจจัยด้านการเมือง ผลกระทบระยะสั้นและระยะยาว สิ่งที่เราบริหารจัดการความเสี่ยงนั้น ส่งสัญญาณได้ไปกับกลุ่มอุตสาหกรรมนั้น

ความท้าทายที่เป็นสิ่งที่สำคัญมากคือ องค์กรเช่น กสทช. จะต้องสามารถทำให้คนในองค์กร มีความเข้าใจ เรื่องปัญหา ทั้งในแง่ความสำคัญ รูปแบบ และประเด็นต่างๆ ไปใน “ทิศทางเดียวกัน” โดยวิธีที่จะทำให้คนใน องค์กรเข้าใจในทิศทางเดียวกันคือต้องมี เป้าหมายองค์กรที่ชัดเจน และการบริหารจัดการภายในองค์กรที่มี ประสิทธิภาพ

เราจะบริหารจัดการขั้นตอนการกำกับดูแลภายใต้ยุคแห่ง “การหลอมรวมกัน” ด้วยต้นทุนที่ต่ำลงได้อย่างไร
ความท้าทายสำคัญได้แก่

- ใช้วิธีการกำกับดูแลที่ประหยัดที่สุด
- ความหลากหลายของความหมายว่า “ความเสี่ยงต่ำ” กล่าวคือไม่ใช่ปัญหาหรือความเสี่ยงต่ำๆ ทั้งหลายเป็นปัญหาหรือความเสี่ยงต่ำที่เป็นรูปแบบเดียวกัน
- มูลค่าเงินลงทุนในการประเมินความเสี่ยง และทรัพยากรที่มีเพื่อบริหารความเสี่ยง
- ความเสี่ยงมีการเปลี่ยนแปลงไปได้ตลอดเวลา

กลยุทธ์การบริหารจัดการความเสี่ยงด้วยต้นทุนตั้งแต่ระดับต่ำจนถึงสูง

- Ultra low intervention ผู้กำกับดูแลเข้าแทรกแซงน้อยมาก ซึ่งประหยัดที่สุด ได้แก่ การปล่อย เสรีให้ผู้ประกอบการทำไปโดยไม่จำเป็นต้องจดทะเบียน การปล่อยให้ทำเสรีโดยต้องจดทะเบียน การจดทะเบียนภายใต้เงื่อนไขบางประการ การบังคับใช้กฎโดยทั่วไป การให้ข้อมูลหรือคำแนะนำ การให้บริษัทกำกับดูแลตนเอง
- Inspection/ Monitoring ส่งคนเข้าไปตรวจสอบบริษัท หรือกลุ่มกิจการ ซึ่งมีค่าใช้จ่ายสูง ได้แก่ การเข้าตรวจที่บริษัท ว่าปฏิบัติตามข้อบังคับหรือไม่ หากไม่ทำตามก็มีบทลงโทษ (ใช้ค่าใช้จ่ายสูง) การตรวจสอบการควบคุมบริษัท (ใช้ค่าใช้จ่ายปานกลาง) การประชุมตรวจเป็นครั้งคราวหรือตามระยะ

(ค่าใช้จ่ายปานกลาง) การเข้าเยี่ยมและให้คำแนะนำในที่ทำงาน (ค่าใช้จ่ายสูง) การเข้าสอบสวนเมื่อมีเหตุควรสงสัยหรือมีการร้องเรียน(ค่าใช้จ่ายระดับกลาง) การติดตั้งกล้องภายในองค์กร(ค่าใช้จ่ายสูง)

- Engineering and design คือออกแบบระบบหรือกระบวนการในการบริหารจัดการความเสี่ยง ได้แก่ การพูดคุยกับผู้ประกอบการอยู่ในอุตสาหกรรมนั้นๆเช่นการออกแบบทางเทคนิคเพื่อให้การส่งสัญญาณดีขึ้น (ค่าใช้จ่ายปานกลาง) ออกแบบวิธีและระบบ(ค่าใช้จ่ายปานกลาง) และกลยุทธ์การให้คอมมิชชั่น (ค่าใช้จ่ายสูง)

รูปแบบการกำกับดูแลด้วยการแทรกแซงที่ดี (Grid)

เราจะเลือกใช้เครื่องมือที่ใช้ในการแทรกแซงเช่นไรขึ้นอยู่กับ

- 1) ชนิดของความเสี่ยง
- 2) ชนิดของบริษัทที่จะถูกกำกับดูแล

ตัวอย่างของการใช้รูปแบบการกำกับดูแล (Grid) โดยแยกแยะตามชนิดความเสี่ยงและบริษัทที่จะถูกกำกับดูแล ในที่นี้สมมติว่าผู้กำกับดูแลคือ หน่วยงานดูแลคุณภาพของน้ำ

ชนิดของความเสี่ยงได้แก่

- มีความเสี่ยงต่ำโดยธรรมชาติ และมีความคงที่ เช่น ถ่านหินเลน (ถั่วถ่านหินเลนไม่มีความอันตรายต่อแหล่งน้ำแม้เกิดการรั่วซึมลงน้ำ)
- มีความเสี่ยงต่ำในภาพรวม และมีความคงที่ เช่น สารเคมีที่อยู่ในแท่งเหล็กที่คังทอนและได้มาตรฐาน (เนื่องจากแท่งนี้มีคุณภาพสูงมาก และมีการควบคุมดูแลที่ดีจนลดความเสี่ยงให้เหลือต่ำมาก) แม้จะเป็นภัยคุกคามต่อแหล่งน้ำแต่ด้วยการดูแลที่ดีจึงมีความเสี่ยงต่ำในภาพรวม
- มีความเสี่ยงต่ำโดยธรรมชาติ แต่ไม่มีความคงที่ เช่น ฟาร์มเลี้ยงแพะที่ใช้น้ำยาฆ่าหมัดทำ ความสะอาดแพะ ซึ่งตัวน้ำยาอาจมีการรั่วซึมได้แม้มีอันตรายต่อแหล่งน้ำในระดับต่ำ แต่ก็มีความไม่คงที่เนื่องจากอาจเปลี่ยนชนิดน้ำยาเป็นแบบที่อันตรายมากต่อแหล่งน้ำได้ หรือการดูแลระบบอาจไม่มีประสิทธิภาพจนเกิดการรั่วซึมของน้ำยาสู่แหล่งน้ำได้ (วันนี้ ความเสี่ยงต่ำ แต่ในอนาคตอาจมีความเสี่ยงสูงได้)
- ความเสี่ยงต่ำในภาพรวม แต่ไม่มีความคงที่ เช่น การฉีดพ่นยาฆ่าแมลงที่อาศัยความชำนาญของผู้ฉีดพ่น ซึ่งหมายความว่าหากเปลี่ยนผู้ฉีดพ่นที่ไม่ชำนาญหรือไม่ระวังในเรื่องการคำนวณทิศทางลมก็อาจทำให้เกิดการปนเปื้อนได้ง่าย

ซึ่งในฐานะผู้กำกับดูแลอุตสาหกรรมสื่อสารเช่น กสทช. ก็สามารปรับใช้เพื่อประเมินความเสี่ยงที่ กสทช. ต้องทำการบริหารจัดการเช่นกัน

ประเภทขององค์กรที่ต้องกำกับดูแล ได้แก่

WELL-INTENTIONED	HIGH CAPACITY
WELL-INTENTIONED	LOW CAPACITY
ILL-INTENTIONED	HIGH CAPACITY
ILL-INTENTIONED	LOW CAPACITY

- บริษัทที่มีเจตนาดีและมีประสิทธิภาพ คือ มีความตั้งใจดีและสามารถปฏิบัติตามสิ่งที่ กสทช. ร้องขอ
- บริษัทที่มีเจตนาดี และไม่มีประสิทธิภาพ คือ มีความตั้งใจดี แต่ไม่สามารถทำตามที่ กสทช. ร้องขอได้เพราะไม่มีความสามารถพอ
- บริษัทที่มีเจตนาดีมีชอบ แต่มีประสิทธิภาพดี คือ มีเจตนาดีมีชอบแต่มีความสามารถในการปฏิบัติงานหรือปฏิบัติตามที่ กสทช. ร้องขอได้
- บริษัทที่มีเจตนาดีมีชอบ และไร้ประสิทธิภาพ คือ มีเจตนาดีมีชอบและไม่มีความสามารถในการปฏิบัติงานหรือปฏิบัติตามที่ กสทช. ร้องขอได้

ข้อสังเกตคือ หากบริษัทที่มีเจตนาดีมีชอบแต่มีประสิทธิภาพสูง กสทช. สามารถออกมาตรการทางกฎหมาย เช่น ค่าปรับ หรือ ยึดใบอนุญาตเพื่อให้บริษัทประเภทนี้ปฏิบัติตามที่ กสทช. ต้องการ ในขณะที่บริษัทประเภทสุดท้ายนั้นยิ่งน่ากังวลกว่าเพราะนอกจากจะมีเจตนาดีมีชอบแล้ว ยังไร้ประสิทธิภาพจนทำงานไม่ได้หรือปฏิบัติตามกฎไม่ได้อีกด้วย

ตารางด้านล่างแสดงถึงระดับความเข้มข้นและชนิดของเครื่องมือในการกำกับดูแลบริษัท
 แต่ละประเภท

	TYPE OF RISK				INTERVENTION
	INHERENT LOWER RISK STABLE	NET LOWER RISK STABLE	INHERENT LOWER RISK UNSTABLE	NET LOWER RISK UNSTABLE	
WELL INTENTIONED LOW CAPACITY	All	All	All	All	Ultra low
	8, 9	8, 9	8, 9	8, 9	Inspection
	13, 14	13, 14	13, 14	13, 14	Engineering/Design
	Low	Low	Low	Low	Intensity
WELL INTENTIONED LOW CAPACITY	All	All	All	All	Ultra Low
	8, 9	7, 8, 10,	6-8, 10,	7, 8-10,	Inspection
	13, 14	12	12	12	Engineering/Design
	Low	Low	Low	Low	Intensity
ILL INTENTIONED HIGH CAPACITY	4	All	All	All	Ultra Low
	5, 6, 10	7, 8, 10, 13,	6-8, 10, 13	6-13, 15,	Inspection
	14, 15	14, 15	14, 15	14, 15	Engineering/Design
	Medium	Medium	Medium	High	Intensity
ILL INTENTIONED LOW CAPACITY	4	4	4	4	Ultra Low
	5, 9	6-13, 15	6-13	6-13	Inspection
	14	14	14	14	Engineering/Design
	Medium	Medium	High	High	Intensity

ตารางแสดงระดับความเข้มข้นที่เราใช้ในการตรวจสอบแต่ละบริษัทนั้นแสดงให้เห็นว่า กสทช. มองว่าบริษัทนั้นๆ เป็นองค์กรที่มี “ความเสี่ยง” มากน้อยเพียงใด ซึ่งตารางด้านบนนี้สามารถนำมาปรับใช้ได้หลายแวดวงรวมทั้งแวดวงการควบคุมสื่อเช่น กสทช. เช่นกัน

การกำกับดูแล OTTs (ผู้ให้บริการด้านการแพร่ภาพเนื้อหาผ่านอินเทอร์เน็ตโดยไม่ลงทุนด้านเครือข่ายเอง) และแพลตฟอร์ม (Platform) รวมทั้งประเด็นปัญหาความสัมพันธ์ระหว่าง ISP กับผู้บริโภค และผู้ผลิตเนื้อหาและแอปพลิเคชันต่างๆ

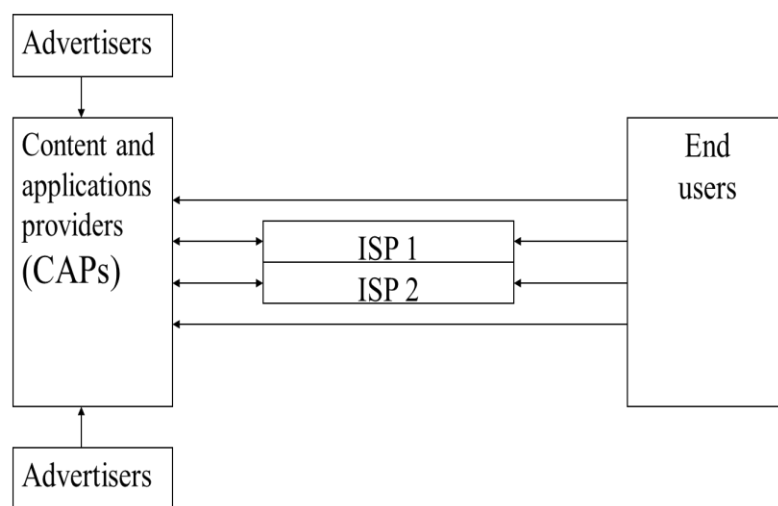
พัฒนาการที่เปลี่ยนแปลงไปของห่วงโซ่คุณค่าของการเผยแพร่เนื้อหารายการนั้นได้เปลี่ยนไปจากเมื่อปี 2006 ในลักษณะที่ผู้ผลิตเนื้อหาสาระของวิดีโอที่มีผู้ผลิตที่เป็นมืออาชีพมากขึ้น และการเข้าถึงวิดีโอเหล่านั้นไม่ใช่แค่ระดับท้องถิ่นแต่เป็นการเข้าถึงด้วยอินเทอร์เน็ต หรือผ่านเครื่องมือสื่อสารหลายประเภท ในปี 2016

The new extended value chain of Home telecoms

2006	2016
(mostly home made) content	Content Producers
	Content & service providers
core network	Core Network
local access	ISP (Devices)
retail	Retail

ลำดับถัดมาคือบทบาทการแลกเปลี่ยนในตลาดแบบสองทาง (Two-sided market) ระหว่างผู้ให้บริการกับผู้ผลิตเนื้อหาหรือแอปพลิเคชัน และบริษัทโฆษณา

A simplified view of service and payment flows in the 2-sided market



หมายเหตุ : (ตำแหน่งที่หัวลูกศร วิ่งไปหานั้นคือการที่จ่ายเงินจากผู้บริโภค)

จากภาพดังกล่าวคือผู้บริโภครายหนึ่งให้แก่ ISP และ ผู้ผลิตเนื้อหาหรือแอปพลิเคชันนั้น และผู้ผลิตเนื้อหา ในขณะที่คำถามคือผู้ผลิตเนื้อหาหรือแอปพลิเคชันควรหรือไม่ที่จะต้องจ่ายเงินให้แก่ ISP (ผู้ประกอบการอินเทอร์เน็ต) เพื่อให้การนำเสนอเนื้อหาได้อย่างมีประสิทธิภาพหรือไม่ ซึ่งคือประเด็นการถกเถียงกันที่เรียกว่า “Net Neutrality” ข้อโต้แย้งที่สำคัญที่ทำให้ ผู้ผลิตเนื้อหาสาระ “ไม่ควร” จะต้องจ่ายเงินคือหากผู้ผลิตเนื้อหาขนาดเล็กต้องจ่ายเงินแก่ ISP จะทำให้ผู้ผลิตรายเล็กไม่สามารถจ่ายไหวจนทำให้ในที่สุด จะมีเนื้อหาบางประเภท และจากผู้ผลิตบางคนเท่านั้นที่สามารถจ่ายค่าส่งข้อมูลเนื้อหาให้แก่ ISP ได้ทำให้เกิดข้อจำกัดทางเนื้อหาและลดคุณค่าของอินเทอร์เน็ตในเชิงสังคมลง จากที่เคยเป็นเครื่องมือฟรี พื้นที่ฟรีที่แสดงความคิดเห็นของผู้คนในสังคมได้อย่างทัดเทียมและเป็นประชาธิปไตย อินเทอร์เน็ตก็จะกลับกลายเป็นพื้นที่นำเสนอเนื้อหาที่บางกลุ่มคนผลิตเท่านั้น เพราะกลุ่มคนที่เหลือไม่สามารถจ่ายเงินเพื่อนำเสนอเนื้อหาต่อผู้บริโภคได้

แล้วจะกำกับดูแล การใช้งานอินเทอร์เน็ตอย่างไรให้มีความคุ้มค่าทางเศรษฐศาสตร์ (โดยเจาะจงไปที่ การกำกับดูแล ISP ที่อาจมีอำนาจทางการตลาดสูงจนสร้างปัญหาแก่ผู้มีส่วนร่วมในตลาดอินเทอร์เน็ตอื่นๆ) ?

ปัญหาที่ ISP หรือ เจ้าช่องโคมข่ายจะกลายเป็นผู้มีอำนาจในด้านการตลาดจะเกิดขึ้นเมื่อมีผู้เสนอบริการจำนวนน้อย เช่นในโครงข่ายแบบมีสาย (Fixed network) ซึ่งผู้ให้บริการแบบมีสายอาจสร้างความเดือดร้อนแก่ผู้บริโภคหากปฏิบัติไม่ชอบ เช่น โทกเรื่องความเร็วในการให้บริการ ดังนั้น จึงเป็นหน้าที่ของ กสทช. ต้องทำให้ผู้ให้บริการเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใสต่อผู้บริโภค หากเจ้าของเครือข่ายเป็นเจ้าของการผลิตเนื้อหาบางรายการ ก็อาจเลือกปฏิบัติที่จะส่งสัญญาณที่ดีกว่าเพื่อให้เนื้อหารายการตัวเองไปถึงผู้บริโภคและขัดขวางการส่งข้อมูลของรายการบริษัทคู่แข่งเช่น กรณีศึกษาของบริษัทเครือข่ายแบบมีสาย “คอมแคส” ที่จงใจบล็อกสัญญาณของเน็ตพลิกส์และปล่อยให้สัญญาณของรายการของตนเองเข้าได้อย่างสบาย หรือจงใจทำให้เส้นทางการส่งข้อมูลเนื้อหานั้นติดขัด จนกว่าผู้ผลิตเนื้อหาจะชำระเงินจึงจะทำให้การส่งข้อมูลเป็นไปอย่างสะดวกรวดเร็ว หากเกิดเหตุการณ์ดังกล่าวขึ้นก็จะกระทบผู้ใช้เน็ตโดยทั่วไปเพราะคุณภาพของอินเทอร์เน็ตในภาพรวมจะต่ำลงอย่างมาก

ในทางกลับกัน หากเจ้าของเครือข่ายไม่ได้มีอำนาจมาก หรือ มีการผูกขาดทางอำนาจในตลาด ISP (หรือเจ้าของเครือข่าย) การอนุญาตให้มีการเก็บเงินค่าส่งผ่านข้อมูลเนื้อหาของผู้ผลิตเนื้อหาบางประเภท ก็อาจจะเป็นการดีเนื่องจากทำให้เกิด “ความแตกต่างของสินค้า” ชนิดใหม่ไป เพราะอาจมีเนื้อหาบางประเภทที่ผู้ผลิตเนื้อหาต้องการส่งเนื้อหาเหล่านั้นด้วยคุณภาพระดับสูง เช่น วิดีโอเกมส์ที่ต้องการความคมชัดระดับสูง และการแข่งขันระดับโลกของผู้เล่นวิดีโอเกมส์ ปัจจุบันนี้ส่วนใหญ่ ISP ไม่ได้รับอนุญาตให้เก็บเงินจากผู้ผลิตเนื้อหาหรือแอปพลิเคชัน ยกเว้นบางประเทศเช่น ประเทศอเมริกา ที่มีการอนุญาตให้เก็บเงินผู้ผลิต เนื้อหาได้ โดยเก็บด้วยวิธี ZERO Rating หมายถึง ผู้ผลิตเนื้อหาหรือแอปพลิเคชันชำระเงินจำนวนน้อยกับเจ้าของเครือข่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยมีข้อตกลงว่า เมื่อผู้ใช้บริการดาวน์โหลดเนื้อหา หรือใช้แอปพลิเคชันของตนก็จะได้ไม่ถูกหักจากแพ็คเกจข้อมูลมือถือที่ซื้อไว้กับเจ้าของโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น เฟซบุ๊ก จ่ายเงินให้เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่

แต่ ผู้บริโภคไม่ต้องโดนหักโควตาการใช้แพ็คเกจข้อมูลมือถือ (เท่ากับผู้บริโภคไม่ได้เสียอะไรจึงเรียกว่าเป็น “Zero Rating”) และฝ่ายเจ้าของเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เองก็ยินดีให้เกิดการใช้ Zero rating เพราะแม้จะได้เงินจำนวนน้อยกว่าเจ้าของแอปหรือเนื้อหา แต่ทำให้มีลูกค้าที่อยากใช้โทรศัพท์มากขึ้นเพราะแอปเหล่านั้นเป็นแอปชื่อดังหรือเนื้อหายอดนิยม(เช่น เฟสบุ๊ก เป็นต้น)

OTT นั้นให้ประโยชน์กับหลายฝ่าย แต่อย่างไรก็ดี บาง OTT ที่มีผู้ใช้มาก เช่น เฟสบุ๊กหรือกู๊กเกิ้ลอาจกลายเป็นผู้เล่นเกือบผูกขาดในตลาดได้ ในทางกลับกัน OTT ก็ไม่ใช่เพียงผู้ให้บริการอย่างเดียว แต่เป็นตัวผู้รับบริการด้วย (คือเป็นทั้ง แพลตฟอร์ม ให้คนอื่นมาใช้บริการในฐานะตลาด และ เป็นผู้ใช้บริการในตลาดของคนอื่นด้วย อาทิ กู๊กเกิ้ลที่ขายโฆษณาในพื้นที่เว็บตนเอง และไปซื้อหรือใช้บริการแพลตฟอร์มคนอื่นเช่นกัน)

ซึ่งไม่ว่าในกรณีใดก็ตาม กสทช. มีหน้าที่หาความรู้และตระหนักถึงสถานการณ์ในปัจจุบันของทุกๆ ตลาด ไม่ให้ผู้เล่นใดก็ตามกลายเป็นผู้ควบคุมตลาด หรือผูกขาดตลาด ทั้งในตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ ตลาดโครงข่ายแบบมีสาย หรือตลาดแพลตฟอร์มออนไลน์ กลายเป็นผู้ควบคุมตลาดหรือผูกขาดตลาด โดย กสทช. จำเป็นจะต้องเห็นภาพรวมของตลาดที่มีลักษณะของการ “หลอมรวมกันในปัจจุบัน”

กระบวนการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการพิจารณาประเด็นทางกฎหมายในการกำกับดูแลกิจการ

ประเด็นสำคัญคือศาลต้องเกี่ยวข้องหรือแทรกแซงองค์กรที่ทำหน้าที่กำกับดูแล เช่น กสทช. มากน้อยเพียงใดหากศาลเห็นว่า กสทช. ปฏิบัติงานโดยผิดไปจากจุดประสงค์หรือวิธีการที่ควรเป็น โดยสามารถแบ่งระดับการแทรกแซงได้ดังนี้

Degrees of intervention in regulatory decisions :

ระดับความเชื่อในการกำกับดูแลของ กสทช. (ไล่จากระดับความเชื่อสูง High Deference ไปจนถึงระดับความเชื่อฟังกต่ำ Low deference)

High Deference	1	Submission: what the regulator says goes
	2	Defer if there is an evidence base
	3	Defer if the decision is capable of being reasonable
	4	Constitutional: deference based on need for accountability/legislative allocation of a function
	5	Spatial approach: Defer if the area is of peculiar institutional competence
	6	Presumption: assume that the regulator is correct unless a good reason
	7	Respect: Review merits give some weight to regulators view
Low Deference	8	New look at the merits

กล่าวคือ

- 1) ศาลเคารพสิ่งที่ กสทช. กำกับดูแล
- 2) ศาลเคารพสิ่งที่ กสทช. กำกับดูแลหากมีหลักฐานเพียงพอ
- 3) ศาลเคารพสิ่งที่ กสทช. กำกับดูแลหากการตัดสินใจนั้นมีเหตุผลเพียงพอ
- 4) ศาลเคารพเนื่องจากอำนาจที่ กสทช. มีคืออำนาจตามรัฐธรรมนูญหรือตามกฎหมาย ซึ่ง กสทช.เป็นผู้มีอำนาจเต็ม
- 5) ศาลเคารพเนื่องจาก ศาลเชื่อว่า กสทช. มีความชำนาญเฉพาะทางในเรื่องที่ตนกำกับดูแลอยู่
- 6) ศาลเคารพเนื่องจากเชื่อว่า กสทช. เป็นผู้ที่ตัดสินใจถูกต้อง นอกจากมีเหตุอื่นจำเป็นอันควรสงสัย
- 7) ศาลเข้ามาทบทวนประเด็นปัญหา แต่ยังคงให้น้ำหนักกับความคิดเห็นของ กสทช. อยู่
- 8) ศาลเข้ามาแทรกแซงประเด็นปัญหา (เกิดการพิจารณาอุทธรณ์ในสิ่งที่เป็นปัญหาจากการกำกับดูแลของ กสทช.)

ประเด็นที่เป็นข้อกังวลหากกระบวนการยุติธรรม (ศาล) เข้ามาเกี่ยวข้องกับ การกำกับดูแลของ กสทช.

เหตุผลที่ทำให้การเข้าแทรกแซงของศาลในการกำกับดูแลของ กสทช.เป็นปัญหาคือ

- Polycentric Issues เพราะความเกี่ยวข้องของเรื่องต่างๆในโลกแห่ง ”การสื่อสารที่หลอมรวมกัน” นั้น เป็นลักษณะโครงข่ายใยแมงมุม ที่แต่ละเรื่องต่างมีศูนย์กลาง(หรือประเด็นสำคัญ)

ของเรื่องเป็นของตัวเองแต่มีความเชื่อมโยงกันในภาพรวม ทำให้เมื่อใดก็ตามที่ศาลเข้าแทรกแซงในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ก็จะกระทบกับภาพรวมของเรื่องซึ่งเป็นเรื่องละเอียดอ่อนและซับซ้อน

- Sporadic interventions คือหากศาลเข้ามาตัดสินแทน กสทช. หรือแทรกแซงตามที่ศาลเห็นควร จะก่อให้เกิดปัญหาในการพัฒนานโยบายหรือกลยุทธ์ในการกำกับดูแลของเรา และทำให้ผู้อยู่ในแวดวงอุตสาหกรรมสื่อเองไม่มั่นใจว่าทิศทางที่อุตสาหกรรมจะเป็นไปเช่นไร และในบางกรณี ก็จะกลายเป็นคำตัดสินแทรกแซงของศาลนั้นกลายเป็นการตัดสินที่ทำให้นโยบายล้ำหลังกว่าภาวการณ์จริงที่เป็นอยู่
- Limited expertise, experience คือ ศาลไม่มีความรู้พอเพียงในเรื่องโลกแห่งสื่อที่หลอมรวมกัน
- Representation only given to parties involved in the case คือ เมื่อผ่านกระบวนการศาลแล้ว การพิจารณาจะฟังเพียงสองฝ่าย แต่ความจริงกิจการที่ กสทช. กำกับดูแลนั้นมีผู้เกี่ยวข้องหลายฝ่ายกว่านั้นมาก
- Lawyers and the US judicialisation horror คือ ลักษณะกระบวนการที่การทำงานของผู้กำกับดูแลของสหรัฐต้องระมัดระวังตัวมากเพราะเกรงว่าจะถูกฟ้องร้องโดยบริษัทที่เกี่ยวข้องจนทำให้เกิดความล่าช้าและประสิทธิภาพต่ำ
- Bias towards less reviewable process คือ ความกังวลที่เกิดจากการโดนตรวจสอบโดยศาลอย่างใกล้ชิดยิ่งทำให้การทำงานของผู้กำกับดูแลต่างเกิดขึ้นทางโทรศัพท์เท่านั้นและไม่ได้มีการบันทึกข้อมูลเพียงพอ
เหตุที่จะทำให้เกิดการแทรกแซงทางกฎหมายกับผู้กำกับดูแล
- ความไม่ถูกกฎหมายเช่น กสทช. มีงบประมาณเพื่องานสื่อสารโทรคมนาคมแต่กลับใช้งบประมาณกับงานเกษตรกรรม สิ่งนี้คือไม่ถูกต้องตามอำนาจตามกฎหมาย
- ความไม่สมเหตุสมผล เช่นคดี เลเกอร์แอร์เวย์ที่มีปัญหาด้านการได้รับใบอนุญาตการบิน แต่รัฐบาลไม่ต้องการให้ เลเกอร์แอร์เวย์ได้สิทธิในการบินเข้าน่านฟ้าของประเทศอเมริกา (ซึ่งเลเกอร์ต้องได้รับการระบุชื่อในสนธิสัญญาการบินฉบับนี้ด้วย) ทำให้รัฐบาลไม่ระบุชื่อของเลเกอร์แอร์เวย์เข้าไปในสนธิสัญญาบินระหว่างประเทศทำให้เลเกอร์ไม่สามารถบินเข้าอเมริกาได้ ทำให้ศาลต้องเข้ามาแทรกแซงและพิจารณาว่า รัฐบาลไม่มีสิทธิใช้อำนาจในการระบุชื่อในสนธิสัญญาบินระหว่างประเทศ ทำให้คุณค่าใน “ใบอนุญาตการบิน” ที่ออกโดยกองบังคับการบินพลเรือนออกให้แก่ เลเกอร์แอร์เวย์ หมดคุณค่าไปได้ เพราะ กรมการบินพลเรือนคือ ผู้มีอำนาจในการกำกับ

ดูแล และ การทำเช่นนั้น (ไม่ใช่ชื่อบริษัทเลเกอร์แอร์เวย์) นั้นผิดต่ออำนาจตามกฎหมาย และ รัฐธรรมนูญ

- การใช้กระบวนการไม่ถูกต้อง กล่าวคือการพิจารณาออกใบอนุญาต หรือ งบประมาณบริษัทต่างๆ ของ กสทช. หากทำไปโดยไม่พิจารณาให้เหมาะสมหรือรอบคอบก็ถือเป็นสิ่งไม่ถูกต้อง ใช้ งบประมาณอย่างไม่เหมาะสมต่อการพิจารณาสิ่งต่างๆ
- ความคาดหวังเชิงกฎหมาย กล่าวคือ หากกฎหมายหรือระเบียบได้แจ้งไว้ก่อนแล้วว่ามีอะไรบ้าง เจ้าหน้าที่หรือผู้มีอำนาจไม่สามารถเพิ่มเติมข้อกำหนดหรือระเบียบเพิ่มได้ภายหลัง หากผู้มีส่วน เกี่ยวข้องปฏิบัติตามข้อกำหนดที่ประกาศไว้ก่อนจนครบแล้ว หากมีความจำเป็นต้องเพิ่มเติม ข้อบังคับใดๆภายหลัง กสทช. (หรือผู้กำกับดูแล) จะต้องแจ้งให้ผู้เกี่ยวข้องในธุรกิจหรือผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียทราบข้อที่เพิ่มมาเสียก่อน

โดยปกติแล้ว ศาลมักจะไม่เข้ามาเกี่ยวกับการหาข้อมูลของฝ่ายกำกับดูแล เนื่องจากเชื่อว่าผู้กำกับดูแลเป็น ผู้ชำนาญการในเรื่องที่ตนกำกับดูแลอยู่ อาทิ คดี ฮัทซัน (ประเทศอังกฤษ) แต่ศาลก็ยังคงมีเหตุจำเป็นในการ แทรกแซงได้แก่

- เพราะศาลต้องควบคุมให้ผู้กำกับดูแลปฏิบัติตามกรอบกฎหมายอย่างถูกต้อง
- เพราะศาลต้องมั่นใจว่าผู้กำกับดูแลตัดสินใจในเรื่องต่างๆด้วยเหตุผลที่สมเหตุสมผลและชอบธรรม
- เพราะศาลต้องการให้ผู้กำกับดูแลตัดสินใจสิ่งต่างๆโดยมีหลักฐานและข้อมูลที่ชัดเจน
- เพราะศาลต้องปกป้องสิทธิของบริษัทผู้ประกอบการในธุรกิจนั้นๆ

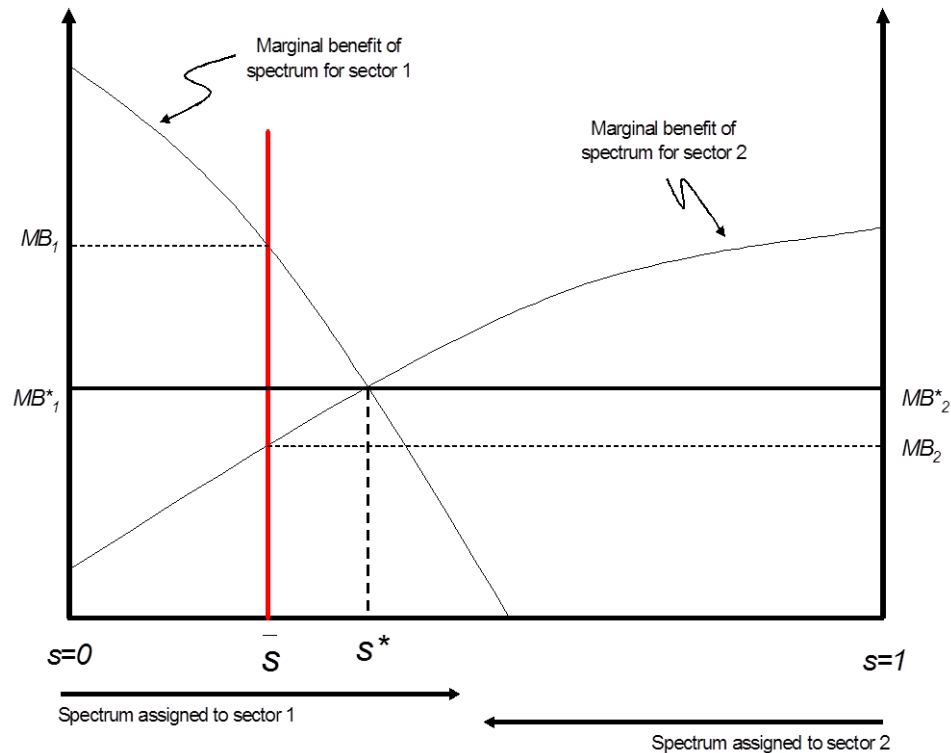
เมื่อใดก็ตามที่ศาลเข้ามาเกี่ยวข้องกับกิจการของผู้กำกับดูแล ก็จะทำให้เกิดสถานะที่กฎเกณฑ์ต่างๆ มีสองระดับ เพราะมีทั้งส่วนที่ กสทช. (ผู้กำกับดูแล) ออกกฎ และอีกชุดที่ศาลออกกฎ ทำให้ตลาดนั้นชะงักงัน เพราะ ผู้ประกอบการกังวลว่าคำสั่งหรือกฎยังไม่สิ้นสุด เนื่องจากเกรงความเปลี่ยนแปลง นอกจากนี้ ยังทำให้ขั้นตอนการ กำกับดูแล ในเชิงนโยบาย กลายเป็น กระบวนการพิจารณาความทางกฎหมาย จึงไม่เหมาะสมกับการกำกับดูแล ประเด็นต่างๆ ในโลกที่ทุกประเด็นต่างมีความสำคัญในตัวเอง (Polycentric issues)

การอนุญาตใช้งานคลื่นความถี่ในโลกแห่งการหลอมรวมกันของสื่อ

วิธีการที่จะค้นหาจุดที่เหมาะสมในการแบ่งการใช้งานคลื่นความถี่ระหว่างระบบเครือข่ายการกระจายภาพ และเสียง กับความถี่ในเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ สามารถอ้างอิงโดยใช้ทฤษฎีตามแผนภาพด้านล่าง

ภาพด้านล่างแสดงถึงการกำหนดแบ่งใช้งานคลื่นความถี่ ระหว่างสองกลุ่มเครือข่าย

Efficient spectrum allocation



กล่าวคือ คลื่นความถี่ 1 วิ่งจนสุดทางจากฝั่ง ซ้ายไปขวา ($s=0$) และ ฝั่งขวาไปซ้าย ($S=1$) โดยที่เราไม่รู้ว่าจะจุดสิ้นสุดของการใช้คลื่นความถี่ของแต่ละฝั่ง (1 และ 2) อยู่ที่ตรงไหน ดังนั้น กสทช. จึงจำเป็นต้องหาจุดที่สมดุลย์แก่ทั้งสองฝั่ง เพื่อให้เกิดประโยชน์ที่สูงสุดแก่ทั้งสองฝั่ง (คือ จุด s^* ซึ่งเป็นจุดตัดของ จุดกำไรของทั้งสองคลื่นของสองกลุ่มธุรกิจ (คือจุดตัดของเส้นโค้งที่เรียกว่า Marginal benefit of spectrum for sector 1 และ sector 2)

อย่างไรก็ดีในทางปฏิบัติแล้ว เป็นเรื่องยากมากที่ กสทช. จะสามารถระบุได้ว่า จุดตัดนี้อยู่ที่ตรงไหนในการปล่อยคลื่นความถี่มาใช้งาน) รวมทั้ง ตารางดังกล่าวแสดงเพียงผู้ใช้งานสองกลุ่มธุรกิจในหนึ่งคลื่นความถี่ แต่ในความจริงเรามีคลื่นความถี่และผู้เล่นนับร้อย ดังนั้นจึงเกิดกระบวนการ “ประมูล” เพื่อให้เห็นว่าจุดใดที่เป็นจุดเหมาะสมของการแบ่งคลื่นความถี่ (จุดที่เกิดคุณค่าสูงสุดกับทุกคลื่นความถี่)

กรณีตัวอย่างในโลกความจริง

คลื่นความถี่ในช่วง 500Mhz-3.5gigagahz – สามารถใช้ได้ทั้งกับคลื่นโทรศัพท์เคลื่อนที่ ไปถึงคลื่นการแพร่ภาพและกระจายเสียง สิ่งที กสทช. หรือ ผู้กำกับดูแลด้านคลื่นความถี่ทำคือ จะต้องค้นหาคุณค่าที่แท้จริงของคลื่นนั้นที่จะให้แก่ผู้บริโภค (Actual Value) ซึ่งคิดจากมูลค่าที่ลงทุนและต้นทุนในการส่งสัญญาณสู่ผู้บริโภคแล้วจึงคิดเป็นมูลค่าอย่างน้อยเพียงใดต่อผู้บริโภคที่แท้จริงเท่าไร

ผู้กำกับดูแลด้านคลื่นความถี่ (กสทช.) ต้องคำนวณเสมอ และค้นพบว่าโดยส่วนมากมูลค่าที่แท้จริงต่อผู้บริโภคมีค่ามากกว่าเมื่อให้คลื่นแก่ฝ่ายเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ แต่ในขณะนี้เทคโนโลยีใหม่ที่ทำให้ในคลื่นเดี่ยวนั้นสามารถแพร่ภาพและเสียงได้พร้อมกันหลายช่องภาพเทคโนโลยี Digital Transmission Territory

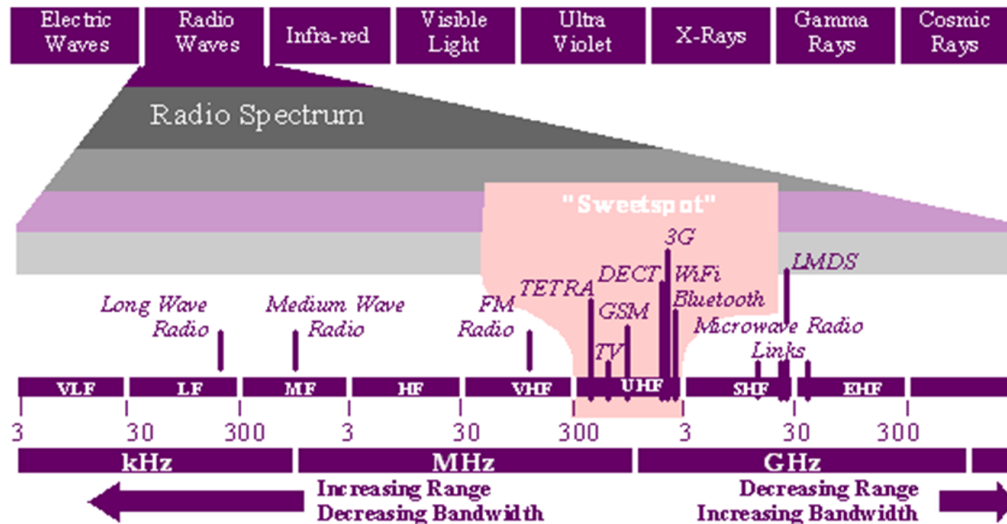
วิธีการในการแบ่งใช้คลื่นความถี่แก่ผู้ให้บริการคนละโครงข่าย

- Command and control คือ ผู้กำกับดูแล (กสทช.) เป็นผู้ตัดสินใจการอนุญาตและควบคุมการใช้งานคลื่นความถี่
- Market Forces Zone คือบริษัทซื้อคลื่นความถี่เมื่อมีความต้องการใช้ตามกลไกความต้องการของผู้ใช้บริการ
- License-Exempt Zone คือ เป็นคลื่นความถี่ที่อนุญาตให้ใครก็ได้ แต่ต้องไม่มีการเบียดเบียนผู้ใช้คลื่นความถี่คนอื่นๆ

ในทางปฏิบัติแล้ว กสทช. ต้องพยายามหาให้พบว่าคลื่นความถี่ไหนเหมาะแก่โครงข่ายใดใช้ (Command and control) แล้วจึงจัดให้มีการประมูลโดยผู้ให้บริการเพื่อนำไปใช้จริงในตลาด (Market Forces Zone)

ตัวอย่างคลื่นความถี่ในฐานะที่เป็นสินค้าประเภทต่างๆ

Spectrum as a heterogeneous good



คลื่นความถี่ที่แสดงในภาพมีจุด “ประโยชน์สูง sweetspot” ที่ 300mhz-3Ghz ซึ่งสามารถใช้งานได้หลายกิจกรรมทั้งโทรศัพท์เคลื่อนที่ วิทยุ บลูทูธและอื่นๆ จึงเป็นจุดที่ผู้ให้บริการต่างๆ สนใจจะได้ไปในการประมูล

กลวิธีทางการตลาดในการแบ่งใช้คลื่นความถี่

- การประมูล คลื่นความถี่

แต่อาจมีปัญหาคือมีการ “ฮั้ว” ประมูล ให้การประมูลไปด้วยราคาต่ำมาก จึงทำให้ กสทช. ต้องตั้ง “ราคาเริ่มต้นประมูล” ซึ่งทำให้ผู้เข้าประมูลต้องประมูลด้วยราคาที่เป็นราคาต่ำสุดที่รัฐบาลรับได้ และไม่ควรถึงสูงจนกลายเป็นไม่มีใครสนใจประมูล นอกจากนี้รัฐบาลอาจจะไม่ยอมเปิดให้ประมูลคลื่นความถี่เพราะหวังว่าจะทำให้ราคาคลื่นความถี่มีราคาสูงขึ้นไป แต่ความจริงคือทำให้ประเทศเสียหายได้จากภาษี และมูลค่าคลื่นความถี่จากประมูลที่ผู้ได้รับคลื่นต้องจ่ายแก่รัฐบาล ทว่าหากในตลาดนั้นมีบริษัทใหญ่ๆ เพียงไม่กี่บริษัท ก็อาจเกิดภาวะที่บริษัทเล็กๆ ไม่สามารถเข้าสู่ราคาประมูลได้ และบริษัทใหญ่ๆ เหล่านั้นก็จะซื้อ “คลื่นเกินความจำเป็น” ทำให้ไม่เหลือคลื่นให้กับบริษัทเล็กๆ ซื้อคลื่นได้อีก ดังนั้น ผู้กำกับดูแล (กสทช.) ต้องกำหนดจำนวนคลื่นความถี่ที่แต่ละบริษัทสามารถซื้อได้ กล่าวโดยสรุปการประมูลคลื่นความถี่คือ กลไกในการควบคุมตลาดให้มีการแข่งขันที่เป็นธรรมเพื่อให้มีผู้ให้บริการหลากหลายและเกิดผู้ให้บริการหน้าใหม่ๆ ได้ เพื่อส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมโดยผู้บริโภคได้รับความเป็นธรรม รวมทั้งการประมูลยังให้ประโยชน์แก่ภาคสังคมได้ อาทิ รัฐบาลสามารถใช้กลไกการ

ประมุขที่ระบุให้ผู้ให้บริการที่ประมุขได้ต้องสร้างโครงสร้างพื้นฐานให้พื้นที่ห่างไกลสามารถใช้คลื่นความถี่ได้ (คลื่นโทรศัพท์เคลื่อนที่) ทำให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมโดยรวม (แต่รัฐบาลอาจได้เงินจากการประมุขน้อยลง)

- การขายต่อใบอนุญาต

บางประเทศอนุญาตให้ผู้ที่มีสิทธิในคลื่นความถี่ขายต่อใบอนุญาตของตนเองให้แก่ผู้ประกอบการอื่นที่สนใจ หว่าอาจเกิดปัญหาในกรณีที่คลื่นความถี่ทับซ้อนกันจึงเกิดปัญหาเมื่อใช้งานจริง วิธีนี้จึงเกิดขึ้นน้อยโลกความจริง

ปัจจุบันนี้คลื่นความถี่ถือเป็นของหายาก (เนื่องจากจำนวนที่มีจำกัด) กสทช. จึงต้องหาวิธีที่ดีที่สุดในการแบ่งการใช้คลื่นความถี่ให้เหมาะสมแก่ผู้เกี่ยวข้องทั้งฝ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ฝ่ายแพรรภาพและกระจายเสียง หรือฝ่ายไวไฟ เมื่อพิจารณาผู้ครอบครองคลื่นความถี่ที่ไม่ได้ถูกใช้อย่างเต็มที่ อาทิ รัฐบาลเป็นผู้ครอบครองเกือบครึ่งของคลื่นความถี่ทั้งหมด แต่ไม่ได้ใช้อย่างสมประโยชน์สูงสุดของคลื่น หรือ ภาคเอกชนบางบริษัทก็ครอบครองคลื่นมากมายแต่ไม่ใช้ประโยชน์ กสทช. จึงควรพิจารณาการบริหารจัดการคลื่นความถี่ให้มีประโยชน์สูงสุดได้อย่างไร

กรณีศึกษา คลื่นความถี่ 600 MHz ในอเมริกา

เจ้าของสิทธิ์ คลื่น 600 MHz ที่ใช้เพื่อการแพรรภาพและกระจายเสียงในประเทศสหรัฐอเมริกา นั้นใช้ประโยชน์จากคลื่นน้อยมาก ในขณะที่ตัวคลื่นเองเป็นที่ต้องการของผู้ประกอบการคลื่นโทรศัพท์เคลื่อนที่มาก กสทช. ของสหรัฐอเมริกาจึงใช้วิธี “สมัครใจขายคลื่น” จากฝั่งแพรรภาพและกระจายเสียง โดยมี กสทช. ของสหรัฐอเมริกาเป็นผู้ควบคุมการประมูล โดยให้ทั้งฝ่ายคือ เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ และ ผู้ประกอบการกระจายเสียงและแพรรภาพมาคุยกันว่า “ราคาที่พอใจทั้งสองฝ่าย” คือจุดไหน แต่หลังจากได้คลื่นมาแล้ว กสทช. ต้องช่วยเหลือในการจัดระเบียบเพื่อให้ผู้ใช้คลื่นความถี่ประเภทเดียวกัน (แพรรภาพและกระจายเสียง) อยู่ในฝั่งเดียวกัน และแยกโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่อยู่อีกฝั่งเดียวกัน เพื่อไม่ให้เกิดการตีกันของคลื่นความถี่

กสทช. จะส่งเสริมเศรษฐกิจไทยด้วยการใช้ประโยชน์จากโลกยุคดิจิทัลได้อย่างไร

สิ่งที่เป็นความจริงและโต้เถียงไม่ได้คือ “เทคโนโลยีและสื่อดิจิทัล” ถือเป็นสิ่งที่มีผลกับทุกคนในสังคมไม่ใช่แค่ในระดับปัจเจก แต่ยังมีผลกระทบต่อระบบของสังคมทั้งด้านสื่อสาร การเดินทาง การศึกษา การแพทย์หรืออื่นๆ เมื่อมองไปที่โครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ สถิติของกว่าพันล้านคนทั่วโลกเชื่อมต่อกันได้ด้วยการวางโครงข่ายสื่อสารของโทรศัพท์เคลื่อนที่ แสดงให้เห็นความครอบคลุมของโครงข่ายสื่อสารทางโทรศัพท์เคลื่อนที่อย่างมาก

กรณีศึกษาเรื่อง E-Commerce ในประเทศไทย

กว่า 35 ล้านคนของประชากรในไทยเกือบ 70 ล้านคน มีโทรศัพท์เคลื่อนที่และเข้าถึงอินเทอร์เน็ต และมีการซื้อหรือขายของออนไลน์ 1.4 ล้านคน แสดงว่าการเติบโตของธุรกิจออนไลน์กำลังเติบโตในประเทศ ซึ่งสิ่งที่ธุรกิจออนไลน์เผชิญปัญหาคือ ความครอบคลุมของโครงข่ายในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตนั้นไม่พอเพียง สินค้าเป็นสินค้าพื้นถิ่นและหาซื้อยากเกินไป ความมั่นใจและความปลอดภัยคือ ผู้ซื้อเกรงว่าจะโดนหลอกเรื่องการชำระเงินหรือไม่ได้ของ ระบบการชำระเงินออนไลน์ที่ไม่สมบูรณ์ การขนส่งและระบบค้าขายและภาษี เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นในอาเซียนแล้วขณะนี้ประเทศไทยมีมูลค่าการซื้อขายปลีกออนไลน์เท่ากับมาเลเซียที่ 1.3% แต่ไม่เท่าสิงคโปร์ที่ 4.1%

สิ่งที่น่าสนใจคือ ผู้พัฒนาแอปพลิเคชันสัญชาติไทยที่สามารถขายใน Ap Store ต่างๆ มีรายได้ไม่สูงนักคือ 1-2% เมื่อเทียบกับรายได้ของการจัดจำหน่ายแอปพลิเคชันทั่วโลก ภาครัฐและ กสทช. จึงควรให้ความสนใจกับการพัฒนาผู้พัฒนาแอปพลิเคชันต่างๆ ให้สามารถทำรายได้มากขึ้น ควบคู่ไปกับพัฒนาองค์ประกอบต่างๆ ให้ธุรกิจออนไลน์พัฒนาตัวไปได้ เพราะรายได้จากการพัฒนาเศรษฐกิจในระบบดิจิทัลนั้นถือเป็นตัวเลขที่มีนัยยะสำคัญในระดับ GDP รวมของชาติ

กสทช. จะกำกับดูแลให้ได้ประสิทธิผล และรวดเร็วทันที่ในโลกลงการหลอมรวมของสื่อได้รวดเร็วพอเพียงได้อย่างไร?

“ผู้ให้บริการในกลุ่มอุตสาหกรรมต้องการความแน่นอนไม่เปลี่ยนแปลง ในอุตสาหกรรม ในขณะที่เมื่อมีสิ่งใดที่คิดว่าเป็นการกำกับดูแลที่ไม่ดี ผู้ให้บริการเหล่านั้นก็ต้องการให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทันที” ดังนั้น กสทช. จึงต้องมีวิธีที่จะจัดการกับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น หรือ กำลังจะสร้างให้เกิดขึ้น

ผลกระทบจากความเปลี่ยนแปลง

ในทางปฏิบัติ เมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงในกฎหรือข้อบังคับใดๆ ที่ กสทช. ออกคำสั่ง ก็จะทำให้เกิดผลกระทบ อาทิเช่น ต้นทุนเพิ่มหรือ ผลกำไรลด เช่น การสั่งให้ส่งรายงานจากทุก 12 เดือน เป็น 6 เดือนก็จะกลายเป็นเพิ่มภาระค่าใช้จ่ายให้แก่บริษัทที่ต้องส่งรายงานบ่อยขึ้น บางทีแผนงานของบริษัทก็ต้องเปลี่ยนแปลงไป เกิดความล่าช้าในการออกผลิตภัณฑ์ของบริษัท ผู้ให้บริการหน้าใหม่ถึงเลที่จะเข้าสู่ตลาดหรือชะลอการเข้าสู่ตลาดของผู้เล่นหน้าใหม่ เกิดการแทรกแซงจาก กสทช. ทำให้ผู้ประกอบการเป็นกังวล

กลยุทธ์การจัดการ”ความเปลี่ยนแปลง” ในการกำกับดูแล

กสทช. ต้องมี “กลยุทธ์” ในการจัดการความเปลี่ยนแปลง หมายถึง กสทช. ต้องมีวิธีสร้างความเปลี่ยนแปลงหรือบริหารจัดการความเปลี่ยนแปลงให้ได้ประโยชน์สูงสุดกว่าผลกระทบที่เกิดจากความเปลี่ยนแปลงนั้นๆ โดยวิธีต่างๆ ได้แก่

- Term Assurance (การรับรองในระยะหนึ่งถึงการที่จะ “ไม่เปลี่ยนแปลง” มาตรการใดๆ) โดย กสทช. จะต้องรับรองในระยะสั้นๆ ว่าไม่มีการเปลี่ยนแปลงในแง่นโยบายหรือมาตรการ เพื่อให้เกิดสภาพที่มั่นคงและทำให้ผู้ประกอบการลงทุนในอุตสาหกรรมที่ตนประกอบการอยู่ แต่ก็มีปัญหาเกี่ยวกับวิธีการดังกล่าวเนื่องจากทำให้ กสทช. เองเป็นเป้าของการโดนฟ้องร้องทางกฎหมาย และเมื่ออยู่ในโลกปัจจุบันที่การเปลี่ยนแปลงเป็นเรื่องปกติทำให้กฎเกณฑ์ที่ไม่เปลี่ยนแปลงเลยอาจจะไม่เหมาะสม และต้นทุนการกำกับดูแลยิ่งแพงขึ้น
- Notice and Information คือ แจ้งให้ทราบก่อนที่จะเกิดการเปลี่ยนแปลงจริงๆ เพื่อหลีกเลี่ยงความตระหนกของผู้คนในกลุ่มอุตสาหกรรมและทำให้องค์กรปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลงนั้นได้ดีขึ้น
- Negotiations and compliance discussion คือการให้คนในกลุ่มอุตสาหกรรมมาคุยกันเพื่อหารูปแบบหรือวิธีการในการเปลี่ยนแปลงให้ได้เป็นประโยชน์และเกิดผลกระทบเชิงลบน้อยที่สุด ซึ่งทำให้องค์กรสามารถปรับตัวตามได้ดี
- Transition Programs, Time scales and Reviews คือ ระบุช่วงเวลาที่การเปลี่ยนแปลงจะต้องเกิดขึ้นโดยอาจกำหนดเป็นลักษณะของการสร้าง “โปรแกรมการเปลี่ยนผ่าน กำหนดตารางเวลาและทบทวนกระบวนการทำงานการเปลี่ยนแปลงนั้น”
- Oversight Systems คือ การจัดตั้งกระบวนการที่จะป้องกันไม่ให้ผู้เข้ามากำกับดูแลจัดตั้งมาตรการโดยไม่มีที่มาที่ไป ซึ่งทำให้ต้องมีระบบของศาลเข้าเฝ้ามองการทำงานของผู้กำกับดูแล จึงทำให้ผู้อยู่ในธุรกิจมั่นใจขึ้นว่าจะไม่เกิดการเปลี่ยนแปลงแบบกะทันหัน จึงเกิด “ความน่าเชื่อถือของผู้กำกับดูแลขึ้น”
- Flexibilities, Parallel Concessions and Compensation คือ องค์กรรับผิดชอบในการช่วยจ่ายเงินค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงจำนวนหนึ่ง และให้เวลาเพิ่มเป็นพิเศษหรือมาตรฐานที่ไม่เข้มมากสำหรับการเปลี่ยนแปลงที่บริษัทจะต้องทำให้สำเร็จ (Leeway)
- Advice, Guidance and Assurance คือ ให้คำแนะนำเมื่อมีกระบวนการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น หรือ กำลังเกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้น

กล่าวโดยสรุป ในเรื่องของการเปลี่ยนแปลงทางการกำกับดูแลคือ

- ความเปลี่ยนแปลงในการกำกับดูแลนั้นอาจก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงทั้งทางดีและลบ
- ตัวความเปลี่ยนแปลงด้านการกำกับดูแลไม่ใช่ปัญหา แต่ที่เป็นปัญหาคือเมื่อการเปลี่ยนแปลงใดก็ตามเป็นการเปลี่ยนแปลงที่ปรับตามได้ยาก
- ผลดีและผลเสียที่เกี่ยวข้องกับความเปลี่ยนแปลงทางการกำกับดูแลต้องประเมินได้
- กลไกในการเปลี่ยนแปลงด้านการกำกับดูแลนับเป็นปัจจัยสำคัญในการบริหาร ความเปลี่ยนแปลง
- ผู้กำกับดูแลส่วนมากมีความรู้เรื่องการบริหารจัดการความเปลี่ยนแปลง แต่ทว่า ไม่สามารถจัดการได้อย่างมีระบบ
- ต้องหากลยุทธ์และกลไกการบริหารความเปลี่ยนแปลงให้ได้ผลดีที่สุด
- ผู้กำกับดูแล ต้องไม่สร้างความเปลี่ยนแปลงโดยไม่มีวามตระหนักถึงกลยุทธ์หรือกลไก กระบวนการในการเปลี่ยนแปลง

แบบฝึกหัด สำหรับผู้เข้าอบรม

สิ่งใดคือ ความท้าทายสำคัญในการทำงานในองค์กรกำกับดูแลเช่น กสทช. และจะแก้ไขได้อย่างไร

- 1) หน่วยงานภายใน กสทช. ทั้งสองฝ่าย (ฝ่ายโทรคมนาคม และ ฝ่ายกิจการกระจายเสียงและแพร่ภาพ) ไม่สามารถทำงานอย่างสอดคล้องกันได้ เนื่องจากมาจากคนละฝั่งการทำงานที่มีพื้นฐานการทำงานที่แตกต่างกัน อาทิการออกใบอนุญาตด้านโทรคมนาคมกับด้านกิจการกระจายเสียง นั้นย่อมแตกต่างกัน ดังนั้นวิธีแก้ไขในระยะสั้นคือ จำเป็นต้องให้หน่วยงานต่างๆ มีความเข้าใจลักษณะการทำงานของแต่ละหน่วยเพื่อการประสานงานที่ดีขึ้น นอกจากนี้ในระยะยาวต้องให้มีการทบทวนกฎหมายที่จะทำให้การบริหารจัดการสื่อในโลกยุคสื่อสารที่หลอมรวมกันนี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด
- 2) การควบคุมดูแลเนื้อหาที่สื่อต่างๆ นำเสนอนั้นไม่ใช่เนื้อหาเดียวกันในแพลตฟอร์มที่ต่างกัน (เช่น ทวีแอฟพลิเคชั่น) เช่นเนื้อหาของละครเรื่องเดียวกันนำเสนอคนละชุดเนื้อหาในทีวี เมื่อเทียบกับที่นำเสนอในแอฟพลิเคชั่นอาจมีความล่อแหลมและไม่เหมาะสม ดังนั้น กสทช. จำเป็นต้องเรียกกลุ่มผู้ผลิตเนื้อหารายการหรือละครต่างๆ เพื่อทำข้อตกลงให้นำเสนอเนื้อหาที่ฉายออนไลน์ที่เหมาะสมตามข้อแนะนำการผลิตรายการ/ ละคร ตามที่ กสทช. ร้องขอแบบที่ฉายทางทีวี
- 3) ความครอบคลุม ของการเข้าถึง Digital TV ของประชาชนทั่วไป ซึ่งตั้งเป้าหมายไว้ที่ 95 % ใน อีก 5 ปีนับจาก พ.ศ.2557 แต่ความจริงแล้ว ประชาชนทั้งหมดควรสามารถเข้าถึงดิจิทัลทีวีได้ โดยวิธีการแก้ไขระยะสั้นได้แก่ กลยุทธ์ Must Carry คือ ส่งสัญญาณผ่านดาวเทียมและระบบเคเบิลไปถึงผู้ชม

- ทางบ้าน จากนั้นระยะกลางเสนอแนะให้รัฐบาลสร้างโครงสร้างพื้นฐานเพื่อการเข้าถึงสัญญาณ และ กสทช. จะเป็นผู้ลงทุนโดยใช้เงินจากกองทุนด้านเทคโนโลยีเพื่อสร้างสถานีในการสะท้อนสัญญาณ สุดท้ายคือการใช้ระบบการหลอมรวมเทคโนโลยีเพื่อใช้อินเตอร์เน็ตให้ผู้คนได้เข้าถึงดิจิทัลทีวีผ่าน อินเทอร์เน็ต
- 4) ความร่วมมือของหน่วยงานใน กสทช. เมื่อรวมกันเป็นหน่วยงานเดียว กล่าวคือ เมื่อ กสทช. ได้ รวมกันเป็นหนึ่งเดียว (จากที่เคยแบ่งเป็นสองส่วน) ก็อาจมีปัญหาในเรื่องการแบ่งงานและความเข้าใจ องค์กร ดังนั้นวิธีแก้ไขระยะสั้นคือจะต้องระบุว่าแต่ละหน่วยงานมีภารกิจอะไร และต้องเลือกคนให้ถูก งาน จากนั้นมีการประชุมพิเศษเรื่องคุณค่าองค์กร พันธกิจและวัฒนธรรมองค์กรให้เข้าใจตรงกัน และ เลือกผู้มีความรู้มาแบ่งปันความรู้จัดทำเป็น Knowledge Management System เพื่อให้องค์กร ความรู้สามารถถูกถ่ายทอดต่อไปได้ เมื่อถึงระยะกลางก็ให้ใช้วิธีการสร้างความชำนาญเฉพาะกับผู้มีความรับผิดชอบในแต่ละหน่วยงาน และใช้วิธีวัดผลทาง KPI เพื่อทราบว่าผู้ปฏิบัติงานทำงานได้ ประสิทธิภาพหรือไม่ และทำการเช็คแผนการด้วยการใช้ Swot analysis
 - 5) ความร่วมมือของหน่วยงานใน กสทช. กล่าวคือ แต่ละหน่วยงานต่างทำงานตนเองโดยที่อาจไม่ได้มี ความเข้าใจ หรือประสานงานกันดี ก็ทำให้ผู้ปฏิบัติงานไม่สามารถทำได้ตามที่ควรจะเป็น ด้าน นโยบายจากผู้บริหารระดับสูงเองก็ยังมี ความแตกต่างกันและแต่ละสำนักหน่วยงานก็ยังทำตามที่ ตนเองต้องถูกวัดผลแต่ไม่ได้เกิดผลลัพธ์รวมตามที่คาดหวัง และบางปัญหาบางประการยังไม่มี ผู้รับผิดชอบที่แท้จริง ดังนั้นวิธีแก้ปัญหาระยะสั้น คือเมื่อต้องร่างแผนแม่บทประจำปี จึงเป็นโอกาสที่ดีที่ แผนแม่บทฯ จะถูกร่างด้วยความเข้าใจถึงปัญหาร่วมกันจากทั้งระดับปฏิบัติการและระดับบริหารจาก ผู้คนในหน่วยงานว่าต้องไปในทิศทางใดและงานที่ยังไม่มีผู้รับผิดชอบควรรหาผู้รับผิดชอบให้ได้ ส่วน แผนระยะยาวคือควรมีแผนรองรับกับยุคแห่ง “การหลอมรวมกันของสื่อ” และส่งเสริมให้เกิดการ สื่อสารที่มีประสิทธิภาพดี
 - 6) การได้รับความร่วมมือจากภาคธุรกิจ (กรณี promptpay) กล่าวคือ เมื่อมี การทำธุรกรรมทางการเงิน ออนไลน์มากขึ้น และเมื่อรัฐบาลกำหนดให้มีการลงทะเบียนทางออนไลน์ เพื่อขอคืนภาษี และ ผลประโยชน์ต่างๆ ที่รัฐจะจ่ายให้ผ่านระบบ Promptpay แต่เมื่อเกิดปัญหาที่มาจาก การลงทะเบียน Promptpay ในกรณีที่มีการใช้หลักฐานลงทะเบียน (เลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่ และ เลขบัตร ประชาชน) โดยไม่ได้แสดงตัวตนจริงที่ธนาคาร วิธีแก้ในระยะสั้นที่ กสทช. เข้าแก้ไขคือ กสทช. จึงร้อง ขอให้ธนาคารทำขั้นตอนการยืนยันด้วยความระมัดระวังอย่างยิ่ง อาทิต้องให้บุคคลต้องยืนยันตัวตน จริงกับธนาคารก่อนจะลงทะเบียนได้ เพื่อเป็นการปกป้องผลประโยชน์ให้กับประชาชน เพราะ ระบบ promptpay เป็นผลงานของรัฐบาลหากมีอะไรผิดพลาดก็จะยากในการหาผู้รับผิดชอบ

รายชื่อผู้ร่วมการอบรม

ที่	ชื่อ-สกุล	หน่วยงาน
๑	นายกนิษฐ์ สัญชาตวิรุฬห์	ประธาน กสท.
๒	นายอดิเทพ ศรีรัตนไพฑูรย์	กสท.พลโท ดร.พีระพงษ์
๓	นางสาวสุวิษา สินุรก	กสท.ผศ.ดร.รัชชัย
๔	นางสาวโสภิตา วีรกุลเทวัญ	กสทช.นางสาวสุกัญญา
๕	นางสาวสมพร อมรชัยนพคุณ	มส.
๖	นายทनुพงศ์ ชันติกุล	คส.
๗	นางสาวกรรพี โรจนบุญถึง	บส.
๘	นางสาวเนติมา คงแคล้ว	ปส.๑
๙	นายดนตรี มาลัยมัลย์	ปส.๒
๑๐	นางสาววงศ์วิภา กาญจนอุดม	ปส.๓
๑๑	นางสาวคัคณางค์ จามะริก	วส.
๑๒	นายสุรชัย ลิ้มป์แสงรุจี	รส.
๑๓	นางสาวนพรัตน์ ป้อมสุข	ทส.
๑๔	นายนิธินันท์ สมบูรณ์	ผส.
๑๕	นางสาวอัญเชิญ เรืองชัย	ผส.
๑๖	นางสาวสรญา วิเศษรัตน์	นส.
๑๗	นายธนิศ สงกรานต์	นส.
๑๘	นางสาวธฤชวรรณ โชติพานิช	นส.
๑๙	นางสาวศิริเพ็ญ สุขสารัญ	ชส.

Workshop: Regulating Communications Networks and Services in a Convergent Environment

19th -22nd December 2016

Professor Robert Baldwin & Professor Martin Cave

ที่	ชื่อ-สกุล	หน่วยงาน
๒๐	นางสาวชวันภัทร์ ศรีกัลยารัตน์	สส.
๒๑	นางสาวปนัดดา สร้อยศรี	สส.
๒๒	นายภาณุ วีระชาลี	สส.
๒๓	นางสาวจงสุภา ปินตาดวง	กส.
๒๔	นายภณดิพงษ์ สุภารัตน์สิทธิ์	อส.
๒๕	นางสาวสบายใจ วงศางาม	อส.
๒๖	นางสาวอิงพร ศิริกุลบดี	กสท.ผศ.ดร.ธวัชชัย
๒๗	นายศักดิ์สิทธิ์ มณีกรณ์	กสท.ผศ.ดร.ธวัชชัย
๒๘	นายกิติคุณ ท่อหุ้ม	กสท.ผศ.ดร.ธวัชชัย
