

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

(Executive Summary)

โครงการสำรวจและวิเคราะห์สภาพปัญหา
จากการใช้บริการโทรคมนาคมของผู้บริโภคในปี 2556



เสนอต่อ

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์
และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ

จัดทำโดย

สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

2557

Executive Summary

Project: Survey and Analysis of Consumers Problems in Telecommunication Services, 2013

The objectives of this study were 1) to survey and analyze problems in telecommunication services experienced by consumers in order to investigate guidelines to solve problems for consumers, as well as to analyze and compare rates of incremental increase in consumers' problems from the first to last survey –overall and by region; 2) to survey and analyze consumers' opinion on solution guidelines of telecommunication service problems and utilized to devise policy recommendations for consumer protection in telecommunication sector; 3) to compare changes of consumers' problems in telecommunication services; 4) to survey and analyze channels for complaints on telecommunication service problems known to consumers; and 5) to survey and analyze other issues related to consumer protection in telecommunication sector.



Figure 1 percent of consumers' problems and change

Data collections were performed via quantitative method by questionnaires and qualitative method by group discussion. The samples of this research were 15-60 years old users of one or more telecommunication services of: fixed line phone, mobile phone, public phone, and Internet –including via ADSL and mobile phone; and with residence in various areas of the 5 regions (based on provincial classification by fixed-line phone codes) of: North, South, Northeast, Central, and Bangkok Metropolitan; totaling more than 5,500 users from 5 regions. Findings were as followed:-

Overall, problems in telecommunication services as experienced by consumers in each problem aspect –substandard services, service fees, service providers’ breach of contract, and others— showed that problem of substandard services represented a higher average percentage of affected consumers than the other 3 aspects. The ratio of affected consumers was at the moderately low level in the first survey and increased to the moderately high level in the second survey (47.8% and 54.1%). On the whole, the average percentages of affected consumer in the second survey increased from the first survey in all problem aspects, with the following details:-

In the first survey, the substandard services aspect problem with the highest average percentage of affected consumer was signal disruption / loss –unable to use service (85%), followed by poor signal (81.9%), and signal quality not as good as advertised –e.g. actual speed slower than applied package (67.8%), respectively. In the second survey, the substandard services aspect problem with the highest average percentage of affected consumer was signal disruption / loss –unable to use service (72.7%), followed by poor signal (71.5%), and delay in problem remedy –e.g. repairing, lack of persons to collect coins when payphones are full (66.0%), respectively.

In the first survey, the 2 service fees aspect problem with the highest average percentages of affected consumer were the procedures to terminate unwanted services–e.g. daily fortune-telling SMS —are complicated or cannot be done until monthly cycle, and fees charged for unsubscribed services –e.g. receiving daily fortune-telling SMS or news SMS (54.0%), followed by unexpected service fees —e.g. late payment charges, new service subscriptions, premature cancelation of services (43.2%), and miscalculation of service fees due to malfunctioned telephone –e.g. rob coins or money from phone-cards (40.6%), respectively. In the second survey, the 2 service fees aspect problem with the highest average percentages of affected consumer were the procedures to terminate unwanted services–e.g. daily fortune-telling SMS —are complicated or cannot be done until monthly cycle, and fees charged for unsubscribed services –e.g. receiving daily fortune-telling SMS or news SMS (57.0%), followed by miscalculation of service fees due to malfunctioned telephone –e.g. rob coins or money from phone-cards (53.2%), and unexpected service fees —e.g. late payment charges, new service subscriptions, premature cancelation of services (49.3%), respectively.

In the first survey, on problems related to service providers’ breach of contract, the problem with the highest average percentage of affected consumer was that the system to check terms

and conditions of services was difficult to use or access (44.6%). In the second survey, on problems related to service providers' breach of contract, the problem with the highest average percentage of affected consumer was that consumers cannot cancel services by themselves from home (53.0%).

In the first survey, other problems with the highest average percentage of affected consumer was difficulty to terminate services (45.1%). In the second survey, other problems with the highest average percentage of affected consumer was difficulty to terminate services (56.2%).

Results of survey on channels for complaints on telecommunication service problems known to consumers were as followed: - The first survey showed that problems of substandard services had the highest average percentage of consumer complaints (47.3%), followed by service fees problems (42.0%), service providers' breach of contract (40.5%), and others (21.6%), respectively. In the second survey, problems of substandard services had the highest average percentage of consumer complaints (45.8%), followed by service fees problems (41.2%), service providers' breach of contract (40.0%), and others (23.9%), respectively.

In the first survey, the channels of complaints through service providers had the highest average percentage of consumer complaints (60.7%), followed by Office of NBTC (42.0%), online media (38.2%), mass media (26.3%), and consumer protection agencies (16.2%), respectively. In the second survey, the channels of complaints through service providers had the highest average percentage of consumer complaints (61.97%), followed by Office of NBTC (47.0%), online media (36.8%), mass media (26.8%), and consumer protection agencies (16.1%), respectively.

In the first survey, on problems with substandard services, the channels of complaints through service providers represented the highest average percentage of consumer complaints (72.6%), followed by Office of NBTC (60.4%), online media (50.4%), mass media (34.0%), and consumer protection agencies (18.9%), respectively. The second survey showed that the channels of complaints through service providers represented the highest average percentage of consumer complaints (72.3%), followed by Office of NBTC (57.7%), online media (46.5%), mass media (33.7%), and consumer protection agencies (18.9%), respectively.

In the first survey, on problems with service fees, the channels of complaints through service providers represented the highest average percentage of consumer complaints (73.1%), followed by Office of NBTC (51.4%), online media (42.5%), mass media (27.0%), and consumer

protection agencies (16.2%), respectively. The second survey showed that the channels of complaints through service providers represented the highest average percentage of consumer complaints (73.1%), followed by Office of NBTC (50.1%), online media (38.5%), mass media (27.8%), and consumer protection agencies (16.7%), respectively.

In the first survey, on problems related to service providers' breach of contract, the channels of complaints through service providers represented the highest average percentage of consumer complaints (66.9%), followed by Office of NBTC (52.1%), online media (39.3%), mass media (26.9%), and consumer protection agencies (17.2%), respectively. The second survey showed that the channels of complaints through service providers represented the highest average percentage of consumer complaints (65.8%), followed by Office of NBTC (50.1%), online media (38.9%), mass media (27.9%), and consumer protection agencies (17.1%), respectively.

In the first survey, on other problem issues, the channels of complaints through service providers represented the highest average percentage of consumer complaints (30.1%), followed by Office of NBTC (27.0%), online media (20.7%), mass media (17.5%), and consumer protection agencies (12.5%), respectively. The second survey showed that the channels of complaints through service providers represented the highest average percentage of consumer complaints (36.3%), followed by Office of NBTC (30.3%), online media (23.4%), mass media (17.8%), and consumer protection agencies (11.9%), respectively.

Results of qualitative analysis through Group discussions: substandard services aspect showed that group discussions participants in both student groups and working-age groups characterized service problems as consisting of: quality of service, quality of telecommunication signal, access to telecommunication services, confidentiality and privacy of consumers, and freedom of choice to purchase goods. Details were: 1) Group discussions participants in both student groups and working-age groups reflected on the issue of service quality that most had experienced slow services by service center / call center personnel; or some had encountered problems of call center personnel discriminating against consumers, or unable to resolve problem issues. While some groups indicated that quality of telecommunication services in mobile phones, mobile internet and home internet were not consistent with what service-providers claimed; or that the quality of basic telecommunication service of public telephone was inferior. 2) On quality of telecommunication signal, participants in both student groups and working-age groups reflected on the substandard service quality problems by specifying that

most concern problems with mobile phone, mobile internet, and home internet telecommunication signal disruption, loss, and disconnect, or intervention / interferences from radio frequencies, thus unable to use services. 3) On access to telecommunication services, participants in both student groups and working-age groups indicated that most experienced problems to access basic telecommunication services of public telephone, especially in remote countryside, inadequate consumers' access to basic telecommunication services, limited basic telecommunication service coverage or overly time consuming to install telephone lines. 4) On disclosure of personal information, participants in both student groups and working-age groups indicated that most experienced problems concerning secrecy of confidential and personal information, lack of privacy –resulting in a sense of insecurity in life and liberty, due to disturbance by unsolicited calls; while the working-age groups added that service providers request more personal information than necessary. 4) On and freedom of choice to purchase goods, participants in both student groups and working-age groups revealed that most were unable to make own decision to purchase phones or choose desired promotions freely, because they were required to choose according to service providers' promotional plans.

Results of qualitative analysis through Group discussions: service fees aspect showed that group discussions participants in both student groups and working-age groups reflected service fee problems similarly, which can be grouped as: failure to receive invoices, service details information in invoices, and erroneous service fees or unfair fees. Details were: 1) Failure to receive invoices: some participants in student groups experienced problems that they did not receive invoices – causing their accounts to remain listed as outstanding in the computer system, or some accounts were past dues –resulting in termination of signal. 2) Detailed information in invoices: participants in both student groups and working-age groups reflected the problem in the same direction that most received erroneous details of service usage, as well as ambiguous information on statement –using language or symbols that are difficult to understand for consumers. 3) Erroneous service fees or unfair fees: participants in both student groups and working-age groups reflected the problem in the same direction, that is, incorrect service fees –e.g. fees for supplemental services such as daily news or fortunetelling SMS that were not subscribed to, or over-calculation of service fees higher frequency or quantity than actual usage. Problems on unfair fees included invoicing for service fees during periods of disruption in telecommunication signal, invoicing for service fees through suspension of service, charges for late payment, activation to new services, or fees for information inquiry.

Results of qualitative analysis through Group discussions: service providers' breach of contract terms and conditions or change of service contract showed that group discussions participants in both student groups and working-age groups reflected the problems similarly, i.e. service providers did not comply with contract stipulation or change of service contract without prior notification to consumers –changes that affect consumers, e.g. changes of terms & conditions of current service plans, changes of terms & conditions before completion of contract term wherein consumers incurred unanticipated fees or charges. These problems were reported by student groups on mobile phone and home internet telecommunication services, while working-age groups specified mobile phone and mobile internet telecommunication services.

Recommendations concerning problems from telecommunication services

1) From survey results, it is found that consumers have more problems from mobile phone services than other types of service. Therefore, there should be coordination with service providers on problem solving and monitor the solution results to inform consumers in specified time; by which each problem aspect may be separated into various issues, e.g. the problem aspect of substandard service may comprise ease of use, provision of information, etc. The immediate solution is to solve problems that consumers encounter; while long-term solution involves public relations, modification of service providers' stipulations to ensure maximum benefits to consumers.

2) Some problems were found more than groups' averages, requiring solution in particular groups. Termination of service for unknown causes are prevalent in the Northeast, the South, and among students unwarranted. A delay in problem solving was found more in the South. Frequent internet disconnects often occurred in Bangkok Metropolitan. Problem of non-verification of number's owner was found infrequent in the South. Call center's inability to advise & solve problems was reported more in the South. Lack of freedom to choose desired telephones was observed less in civil service, independent professionals, the South and the Northeast. And problem of annoyance by SMS advertisings often occurred in Bangkok Metropolitan, Central, and the South. By this, problem solution may be performed by causal analysis of region or group, and arrange activities or PR directed to target groups.

Recommendations concerning problems from telecommunication services

From survey results on channels of complaints on service problems, recommendations regarding channels of complaints in telecommunications services are as followed:-

1) From survey results that call centers and consumer complaints & protection groups are the two main channels of the Office of NBTC through which more than half of consumers choose to express complaints. For this reason, these two channels should be focused on and prioritized to improve and develop to enhance efficiency, allowing consumers to convey grievances expediently and promptly.

2) From survey results which revealed that the channel of complaints through the Office of NBTC by e-mails are used on average by consumers at less than 20%, which is considered very low compared with consumers who use the channels of call centers and consumer complaints & protection groups. Although those two channels may be more convenient from point of communicating by telephone conversation –without need to type, but complaints through e-mails represent an advantage in that they can be used as testimonial documents in writing, and other necessary documents can be sent as attachments simultaneously –which should be quicker than complaints through telephone and mailing in documents via post. Perhaps there is an explanation that the low number arises from the need to access and use internet to send e-mails, which may be a hindrance for some groups of consumers. But when the number of complaints through this channel of consumers in Bangkok and Metropolitan –who have convenient access and ability to use internet—is considered, this number is still quite low. The reasons that consumers choose to use this channel less than call centers and consumer complaints & protection groups are conceivably due to lack of feedbacks or communication to assure consumers that their sent e-mails have reached designated persons responsible, in contrast with telephone wherein immediate answers are assured. Therefore, the Office of NBTC should develop this channel for promptness, convenience, and effectiveness to increase users of this channel.

3) From survey results that call centers and counter services are the two main channels of complaints on various problems through service providers; only the aspect of service fee problems is the use of SMS chosen more by consumers, probably because consumers can cancel supplemental services by sending SMS by themselves. Thus, telecommunication service providers should focus and emphasize on these two channels to improve and develop to enable consumers to communicate problems efficiently and conveniently.

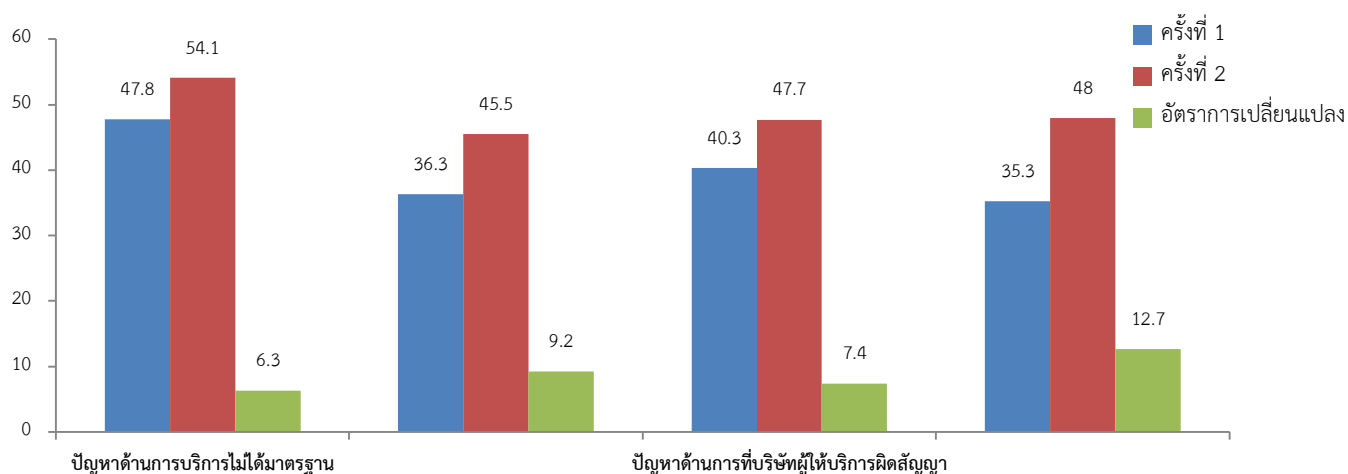
4) From survey results which revealed that for all problem aspects, more than 80% of consumers who made complaints through consumer-related agencies chose to make complaints through the OCPB (Office of the Consumer Protection Board); likely because the OCPB is prominent and well-known among consumers, consequently for any consumer related problems, consumers think of this agency first. In fact, there are other agencies through which consumers can express complaints, but maybe not known as widespread as the OCPB. Accordingly, for other consumer-related agencies that also concern telecommunication problems besides the OCPB, there should be wide-ranging public relations to increase consumer awareness and knowledge of all channels.

บทสรุป

โครงการสำรวจและวิเคราะห์สภาพปัญหาจากการใช้บริการโทรคมนาคมของผู้บริโภค ปี 2556

โครงการสำรวจและวิเคราะห์สภาพปัญหาจากการใช้บริการโทรคมนาคมของผู้บริโภค ปี 2556 มีวัตถุประสงค์ในการทำวิจัย 5 ข้อ ดังนี้ 1) เพื่อสำรวจและวิเคราะห์สภาพปัญหาจากบริการโทรคมนาคมที่ผู้บริโภคได้รับมาทำการศึกษาเพื่อหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาให้แก่ผู้บริโภคพร้อมทั้งวิเคราะห์และเปรียบเทียบอัตราการเพิ่มขึ้นของสภาพปัญหาของผู้บริโภคในแต่ละครั้ง จากการสำรวจและวิเคราะห์ในครั้งแรกกับครั้งสุดท้าย ในภาพรวมและจำแนกตามภูมิภาคต่างๆ 2) เพื่อสำรวจและวิเคราะห์ความเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อแนวทางแก้ไขปัญหาที่เกิดจากบริการโทรคมนาคมและนำมาใช้ประกอบการจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม 3) เพื่อเปรียบเทียบสภาพปัญหาอันเนื่องมาจากบริการโทรคมนาคมที่ผู้บริโภคได้รับมีการเปลี่ยนแปลงอย่างไรบ้าง 4) เพื่อสำรวจและวิเคราะห์ช่องทางในการร้องเรียนปัญหาที่เกิดจากการใช้บริการโทรคมนาคมที่ผู้บริโภคได้รับทราบ 5) เพื่อสำรวจและวิเคราะห์ประเด็นอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม

การรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการเชิงปริมาณจากการใช้แบบสอบถาม และวิธีการเชิงคุณภาพจากการสนทนากลุ่ม การวิจัยครั้งนี้ มีกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มผู้ใช้บริการโทรคมนาคมประเภทใดประเภทหนึ่ง หรือหลายๆ ประเภทในบริการ โทรศัพท์ประจำที่ โทรศัพท์เคลื่อนที่ โทรศัพท์สาธารณะ และอินเทอร์เน็ตซึ่งหมายรวมถึงผู้ใช้อินเทอร์เน็ตผ่านระบบ ADSL และผู้ใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ มีระดับอายุตั้งแต่ 15-60 ปี และมีภูมิลำเนาอยู่ในพื้นที่ต่างๆ 5 ภูมิภาค (จากการแบ่งกลุ่มจังหวัดตามรหัสโทรศัพท์ประจำที่) ประกอบด้วย ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง และกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีจำนวนมากกว่า 5,500 คน จาก 5 ภูมิภาค ผลจากการสำรวจมีดังนี้



ภาพ 1 แสดงอัตราส่วนร้อยละของปัญหาจากการใช้บริการโทรคมนาคม และอัตราการเปลี่ยนแปลง

ภาพรวมของปัญหาจากการใช้บริการโทรคมนาคมที่ผู้บริโภคพบตามปัญหาแต่ละด้าน ประกอบด้วย ด้านการบริการไม่ได้มาตรฐาน ด้านค่าบริการ ด้านบริษัทผู้ให้บริการผิดสัญญา และด้านอื่นๆ แสดงให้เห็นว่า ปัญหาเกี่ยวกับการบริการไม่ได้มาตรฐาน มีค่าเฉลี่ยร้อยละผู้บริโภคที่พบปัญหาสูงกว่าปัญหาอื่น 3 ด้าน โดยที่อัตราส่วนของผู้บริโภคที่พบปัญหาในระดับค่อนข้างน้อยในการสำรวจครั้งแรก และเพิ่มเป็นค่อนข้างมากในการสำรวจครั้งที่ 2 (ร้อยละ 47.8 และ 54.1) ทั้งนี้ในภาพรวมพบว่า ค่าเฉลี่ยร้อยละผู้บริโภคที่พบปัญหาจากการสำรวจในครั้งที่ 2 เพิ่มขึ้นการสำรวจในครั้งที่ 1 สำหรับปัญหาทุกด้าน รายละเอียดของปัญหาที่พบแต่ละด้านมีดังนี้

การสำรวจในครั้งที่ 1 ปัญหาด้านการบริการไม่ได้มาตรฐานที่มีค่าเฉลี่ยร้อยละผู้บริโภคพบปัญหามากที่สุด คือ สัญญาณขัดข้อง/ล่มทำให้ไม่สามารถใช้บริการได้ (ร้อยละ 85.0) รองลงมาคือ สัญญาณจากผู้ให้บริการไม่ดี ติดๆดับๆ (ร้อยละ 81.9) และ คุณภาพไม่ตรงตามโฆษณาเช่น ความเร็วที่ได้รับจริงน้อยกว่าที่สมัครตามแพ็คเกจ (ร้อยละ 67.8) ตามลำดับ **การสำรวจในครั้งที่ 2** ปัญหาด้านการบริการไม่ได้มาตรฐานที่มีค่าเฉลี่ยร้อยละผู้บริโภคพบปัญหามากที่สุด คือ สัญญาณขัดข้อง/ล่มทำให้ไม่สามารถใช้บริการได้ (ร้อยละ 72.7) รองลงมาคือ สัญญาณจากผู้ให้บริการไม่ดี ติดๆดับๆ (ร้อยละ 71.5) และ มีความล่าช้าในการดำเนินแก้ไข เช่น การซ่อมเมื่อเครื่องเสีย ไม่มีเจ้าหน้าที่เก็บเหรียญเมื่อเหรียญเต็ม(ร้อยละ 65) ตามลำดับ

การสำรวจครั้งที่ 1 ปัญหาเกี่ยวกับค่าบริการที่มีค่าเฉลี่ยร้อยละผู้บริโภคพบปัญหามากที่สุด 2 ข้อ คือ ขั้นตอนการยกเลิกค่าบริการที่ไม่ต้องการ เช่น SMS ดูดวงรายวัน นั้นยุ่งยากซับซ้อน หรือไม่สามารถยกเลิกได้ต้องรอให้ครบเดือน และการคิดค่าบริการจากการบริการที่ไม่ได้สมัครใช้ เช่น ได้รับ SMS ดูดวงรายวัน หรือ SMS ข่าว โดยที่ไม่ได้สมัคร เป็นต้น ร้อยละ)54.0 รองลงมาคือ (การเรียกเก็บค่าธรรมเนียมที่ผู้บริโภคไม่คาดคิดมาก่อน เช่น ค่าปรับจากการจ่ายค่าบริการล่าช้า ค่าเชื่อมต่อบริการใหม่ๆ ค่าธรรมเนียมยกเลิกบริการก่อนกำหนดร้อยละ)43.2 (และการคิดค่าบริการผิดพลาดเนื่องจากเครื่องโทรศัพท์เช่น โทรศัพท์กินเหรียญ หรือกินเงินในบัตรโทรศัพท์ ร้อย) ละ40.6ตามลำดับ (**และจากการสำรวจในครั้งที่ 2** ว่า ปัญหาเกี่ยวกับค่าบริการที่มีค่าเฉลี่ยร้อยละผู้บริโภคพบปัญหามากที่สุด 2 ข้อ คือ ขั้นตอนการยกเลิกค่าบริการที่ไม่ต้องการ เช่น SMS ดูดวงรายวัน นั้นยุ่งยากซับซ้อน หรือไม่สามารถยกเลิกได้ต้องรอให้ครบเดือน และการคิดค่าบริการจากการบริการที่ไม่ได้สมัครใช้ เช่น ได้รับ SMS ดูดวงรายวัน หรือ SMS ข่าว โดยที่ไม่ได้สมัคร เป็นต้น ร้อยละ)57.0 รองลงมาคือ (การคิดค่าบริการผิดพลาดเนื่องจากเครื่องโทรศัพท์เช่น โทรศัพท์กินเหรียญ หรือกินเงินในบัตรโทรศัพท์ 53ร้อยละ). (2และ การเรียกเก็บ ค่าธรรมเนียมที่ผู้บริโภคไม่คาดคิดมาก่อน เช่น ค่าปรับจากการจ่ายค่าบริการล่าช้า ค่าเชื่อมต่อบริการใหม่ๆ ค่าธรรมเนียมยกเลิกบริการก่อนกำหนดร้อยละ) 49.ตามลำดับ (3ดับ

การสำรวจครั้งที่ 1 ปัญหาเกี่ยวกับการที่บริษัทผู้ให้บริการผิดสัญญาที่มีค่าเฉลี่ยร้อยละผู้บริโภคพบปัญหามากที่สุด คือ ระบบการตรวจสอบเงื่อนไขการให้บริการต่างๆ ใช้งานได้ยากหรือเข้าถึงได้ยาก(ร้อยละ 44.6)

จากการสำรวจในครั้งที่ 2 พบว่า ปัญหาเกี่ยวกับการที่บริษัทผู้ให้บริการผิดสัญญาที่มีค่าเฉลี่ยร้อยละผู้บริโภคมพบปัญหามากที่สุด คือ ไม่สามารถยกเลิกการใช้บริการได้ด้วยตนเองจากที่บ้าน (ร้อยละ 53.0)

การสำรวจครั้งที่ 1 ปัญหาอื่น ๆ ที่มีค่าเฉลี่ยร้อยละผู้บริโภคมพบปัญหามากที่สุด คือ ความยุ่งยากในการขอระงับการใช้บริการ (ร้อยละ 45.1) จากการสำรวจในครั้งที่ 2 ว่า ปัญหาอื่น ๆ ที่มีค่าเฉลี่ยร้อยละผู้บริโภคมพบปัญหามากที่สุด คือ ความยุ่งยากในการขอระงับการใช้บริการ (ร้อยละ 56.2)

ผลการสำรวจเรื่องช่องทางในการร้องเรียนปัญหาที่เกิดจากการใช้บริการโทรคมนาคมที่ผู้บริโภคมรับทราบมีดังนี้ **การสำรวจครั้งที่ 1** พบปัญหาเกี่ยวกับการบริการไม่ได้มาตรฐานมีค่าเฉลี่ยร้อยละผู้บริโภคมที่เลือกร้องเรียนมากที่สุด (ร้อยละ 47.3) รองลงมาคือ ปัญหาเกี่ยวกับค่าบริการ (ร้อยละ 42.0) ปัญหาเกี่ยวกับการที่บริษัทผู้ให้บริการผิดสัญญา (ร้อยละ 40.5) และปัญหาอื่นๆ (ร้อยละ 21.6) ตามลำดับ **การสำรวจครั้งที่ 2** ปัญหาเกี่ยวกับการบริการไม่ได้มาตรฐานมีค่าเฉลี่ยร้อยละผู้บริโภคมที่เลือกร้องเรียนมากที่สุด (ร้อยละ 45.8) รองลงมาคือ ปัญหาเกี่ยวกับค่าบริการ (ร้อยละ 41.2) ปัญหาเกี่ยวกับการที่บริษัทผู้ให้บริการผิดสัญญา (ร้อยละ 40.0) และปัญหาอื่นๆ (ร้อยละ 23.9) ตามลำดับ

การสำรวจครั้งที่ 1 ช่องทางการร้องเรียนผ่านผู้ให้บริการมีค่าเฉลี่ยร้อยละผู้บริโภคมที่เลือกร้องเรียนมากที่สุด (ร้อยละ 60.7) รองลงมา คือ สำนักงาน กสทช. (ร้อยละ 47.7) สื่อออนไลน์ (ร้อยละ 38.2) สื่อมวลชน (ร้อยละ 26.3) และหน่วยงานเกี่ยวกับผู้บริโภคม (ร้อยละ 16.2) ตามลำดับ จาก **การสำรวจครั้งที่ 2** ช่องทางการร้องเรียนผ่านผู้ให้บริการมีค่าเฉลี่ยร้อยละผู้บริโภคมที่เลือกร้องเรียนมากที่สุด (ร้อยละ 61.97) รองลงมา คือ สำนักงาน กสทช. (ร้อยละ 47.0) สื่อออนไลน์ (ร้อยละ 36.8) สื่อมวลชน (ร้อยละ 26.8) และหน่วยงานเกี่ยวกับผู้บริโภคม (ร้อยละ 16.1) ตามลำดับ

การสำรวจครั้งที่ 1 ด้านการบริการไม่ได้มาตรฐานมีช่องทางการร้องเรียนผ่านผู้ให้บริการมีค่าเฉลี่ยร้อยละผู้บริโภคมที่เลือกร้องเรียนมากที่สุด (ร้อยละ 72.6) รองลงมา คือสำนักงาน กสทช. (ร้อยละ 60.4) สื่อออนไลน์ (ร้อยละ 50.4) สื่อมวลชน (ร้อยละ 34.0) และหน่วยงานเกี่ยวกับผู้บริโภคม (ร้อยละ 18.9) ตามลำดับ **การสำรวจครั้งที่ 2** พบช่องทางการร้องเรียนผ่านผู้ให้บริการมีค่าเฉลี่ยร้อยละผู้บริโภคมที่เลือกร้องเรียนมากที่สุด (ร้อยละ 72.3) รองลงมา คือ สำนักงาน กสทช. (ร้อยละ 57.7) สื่อออนไลน์ (ร้อยละ 46.5) สื่อมวลชน (ร้อยละ 33.7) และหน่วยงานเกี่ยวกับผู้บริโภคม (ร้อยละ 18.9) ตามลำดับ

การสำรวจครั้งที่ 1 ด้านค่าบริการมีช่องทางการร้องเรียนผ่านผู้ให้บริการมีค่าเฉลี่ยร้อยละผู้บริโภคมที่เลือกร้องเรียนมากที่สุด (ร้อยละ 73.1) รองลงมา คือสำนักงาน กสทช. (ร้อยละ 51.4) สื่อออนไลน์ (ร้อยละ 42.5) สื่อมวลชน (ร้อยละ 27.0) และหน่วยงานเกี่ยวกับผู้บริโภคม (ร้อยละ 16.2) ตามลำดับ **การสำรวจครั้งที่ 2** พบปัญหาเกี่ยวกับค่าบริการมีช่องทางการร้องเรียนผ่านผู้ให้บริการมีค่าเฉลี่ยร้อยละผู้บริโภคมที่เลือกร้องเรียนมากที่สุด

(ร้อยละ 73.1) รองลงมา คือสำนักงาน กสทช. (ร้อยละ 50.1) สื่อออนไลน์ (ร้อยละ 38.5) สื่อมวลชน (ร้อยละ 27.8) และหน่วยงานเกี่ยวกับผู้บริโภค (ร้อยละ 16.7) ตามลำดับ

การสำรวจครั้งที่ 1 ด้านการที่บริษัทผู้ให้บริการผิดสัญญา มีช่องทางการร้องเรียนผ่านผู้ให้บริการมีค่าเฉลี่ยร้อยละผู้บริโภคที่เลือกร้องเรียนมากที่สุด (ร้อยละ 66.9) รองลงมา คือ สำนักงาน กสทช. (ร้อยละ 52.1) สื่อออนไลน์ (ร้อยละ 39.3) สื่อมวลชน (ร้อยละ 26.9) และหน่วยงานเกี่ยวกับผู้บริโภค (ร้อยละ 17.2) ตามลำดับ

การสำรวจครั้งที่ 2 มีช่องทางการร้องเรียนผ่านผู้ให้บริการมีค่าเฉลี่ยร้อยละผู้บริโภคที่เลือกร้องเรียนมากที่สุด (ร้อยละ 65.8) รองลงมา คือสำนักงาน กสทช. (ร้อยละ 50.1) สื่อออนไลน์ (ร้อยละ 38.9) สื่อมวลชน (ร้อยละ 27.9) และหน่วยงานเกี่ยวกับผู้บริโภค (ร้อยละ 17.1) ตามลำดับ

การสำรวจครั้งที่ 1 ด้านปัญหาอื่น ๆ ที่มีช่องทางการร้องเรียนผ่านผู้ให้บริการมีค่าเฉลี่ยร้อยละผู้บริโภคที่เลือกร้องเรียนมากที่สุด (ร้อยละ 30.1) รองลงมา คือสำนักงาน กสทช. (ร้อยละ 27.0) สื่อออนไลน์ (ร้อยละ 20.7) สื่อมวลชน (ร้อยละ 17.5) และหน่วยงานเกี่ยวกับผู้บริโภค (ร้อยละ 12.5) ตามลำดับ **การสำรวจครั้งที่ 2** ช่องทางการร้องเรียนผ่านผู้ให้บริการมีค่าเฉลี่ยร้อยละผู้บริโภคที่เลือกร้องเรียนมากที่สุด (ร้อยละ 36.3) รองลงมา คือสำนักงาน กสทช. (ร้อยละ 30.3) สื่อออนไลน์ (ร้อยละ 23.4) สื่อมวลชน (ร้อยละ 17.8) และหน่วยงานเกี่ยวกับผู้บริโภค (ร้อยละ 11.9) ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสนทนากลุ่ม ด้านการบริการไม่ได้มาตรฐาน พบว่า ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มทั้งในกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา และกลุ่มวัยทำงาน ระบุลักษณะของปัญหาด้านการบริการไม่ได้มาตรฐาน แบ่งออกเป็น คุณภาพของการให้บริการ คุณภาพของสัญญาโทรคมนาคม การเข้าถึงบริการโทรคมนาคม การรักษาความลับและการปกปิดข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภค และความมีอิสระในการเลือกซื้อสินค้า ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้ 1) ด้านคุณภาพของการให้บริการ ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มทั้งกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา และกลุ่มวัยทำงาน ได้สะท้อนปัญหาด้านการบริการไม่ได้มาตรฐานในประเด็นคุณภาพของการให้บริการว่า ส่วนใหญ่ประสบปัญหาเกี่ยวกับการให้บริการที่ล่าช้าของพนักงานประจำศูนย์/พนักงาน Call center หรือบางส่วนพบปัญหาว่าพนักงาน Call center เลือกปฏิบัติกับผู้ใช้บริการ หรือบ้างก็ไม่สามารถแก้ไขปัญหาได้ ในขณะที่ผู้เข้าร่วมสนทนาบางกลุ่ม ชี้ให้เห็นว่าคุณภาพของบริการโทรคมนาคมประเภทโทรศัพท์มือถือ อินเทอร์เน็ตมือถือ และอินเทอร์เน็ตบ้านไม่สอดคล้องตามที่ผู้ให้บริการกล่าวอ้าง หรือบริการโทรคมนาคมขั้นพื้นฐานประเภทโทรศัพท์สาธารณะไม่มีคุณภาพ 2) ด้านคุณภาพของสัญญาโทรคมนาคม ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มทั้งกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา และกลุ่มวัยทำงาน สะท้อนปัญหาด้านการบริการไม่ได้มาตรฐานในประเด็นคุณภาพของสัญญาโทรคมนาคม โดยระบุว่าส่วนใหญ่เป็นปัญหาสัญญาโทรคมนาคมประเภทโทรศัพท์มือถือ อินเทอร์เน็ตมือถือ และอินเทอร์เน็ตบ้าน ขัดข้อง ล่ม หลุด หรือถูกรบกวน/แทรกแซงจากคลื่นวิทยุ ทำให้ไม่สามารถใช้บริการได้ 3) ด้านการเข้าถึงบริการโทรคมนาคมผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มทั้งกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา และกลุ่มวัยทำงาน สะท้อนปัญหาด้านการบริการ

ไม่ได้มาตรฐานในประเด็นการเข้าถึงบริการโทรคมนาคมว่า ส่วนใหญ่ประสบปัญหาความยากลำบากในการเข้าถึงบริการโทรคมนาคมขั้นพื้นฐานประเภทโทรศัพท์สาธารณะ โดยเฉพาะพื้นที่ชนบทห่างไกล ผู้บริโภคเข้าถึงบริการโทรคมนาคมขั้นพื้นฐานได้ค่อนข้างน้อย รวมทั้งมีบริการโทรคมนาคมขั้นพื้นฐานไม่ครอบคลุมในทุกพื้นที่ หรือหากมีบริการโทรคมนาคมก็ใช้ระยะเวลาสำหรับการติดตั้ง 4) ด้านการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มทั้งกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา และกลุ่มวัยทำงาน สะท้อนปัญหาด้านการบริการไม่ได้มาตรฐานในประเด็นการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลว่า ส่วนใหญ่ประสบปัญหาเกี่ยวกับการรักษาความลับและปกปิดข้อมูลส่วนบุคคล ไม่ได้รับสิทธิความเป็นส่วนตัว ซึ่งส่งผลต่อความรู้สึกไม่ปลอดภัยในชีวิตและเสรีภาพ เนื่องจากถูกรบกวนจากโทรศัพท์สายแปลกปลอม ในขณะที่กลุ่มวัยทำงาน ระบุเพิ่มเติมว่าผู้ให้บริการโทรคมนาคมเรียกเก็บข้อมูลส่วนบุคคลเกินความจำเป็น 4) ด้านความมีอิสระในการเลือกซื้อสินค้าผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มทั้งกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา และกลุ่มวัยทำงาน สะท้อนปัญหาด้านการบริการไม่ได้มาตรฐานในประเด็นความมีอิสระในการเลือกซื้อสินค้าในตนเอง เดียวกันว่า ส่วนใหญ่ไม่สามารถตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์หรือรายการส่งเสริมการขาย (โปรโมชั่น) ได้อย่างเสรี เนื่องจากถูกบังคับให้เลือกตามแผนการส่งเสริมการขายของบริษัทผู้ให้บริการ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสนทนากลุ่ม ด้านค่าบริการ พบว่า ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มทั้งในกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา และกลุ่มวัยทำงาน สะท้อนลักษณะของปัญหาด้านค่าบริการคล้ายคลึงกัน ซึ่งสามารถจัดกลุ่มลักษณะของปัญหาได้ดังนี้ การไม่ได้รับใบแจ้งค่าบริการ การแจ้งรายละเอียดการใช้บริการในใบแจ้งค่าบริการ และการเรียกเก็บค่าบริการผิดพลาด หรือเรียกเก็บค่าธรรมเนียมที่ไม่เป็นธรรม ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

- 1) การไม่ได้รับใบแจ้งค่าบริการ ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มเฉพาะในกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา บางคนประสบปัญหาด้านค่าบริการในเรื่องการไม่ได้รับใบแจ้งค่าบริการ ทำให้มีข้อค้างชำระอยู่ในระบบคอมพิวเตอร์ หรือบางรายไม่ได้รับใบแจ้งค่าบริการทำให้ค้างชำระ จึงถูกตัดสัญญาณ 2) การแจ้งรายละเอียดการใช้บริการในใบแจ้งค่าบริการ ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มทั้งกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา และกลุ่มวัยทำงาน สะท้อนปัญหาด้านค่าบริการในประเด็นการแจ้งรายละเอียดการใช้บริการในใบแจ้งค่าบริการในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ส่วนใหญ่ประสบปัญหาได้รับข้อมูลที่มีรายละเอียดการใช้บริการไม่ถูกต้องในใบแจ้งค่าบริการ รวมทั้งข้อมูลในใบแจ้งค่าบริการคลุมเครือ ใช้ภาษาหรือสัญลักษณ์ที่ผู้บริโภคเข้าใจยาก 3) การเรียกเก็บค่าบริการผิดพลาด และการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมที่ไม่เป็นธรรม ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มทั้งกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา และกลุ่มวัยทำงาน สะท้อนปัญหาด้านค่าบริการในประเด็นการเรียกเก็บค่าบริการผิดพลาด และการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมที่ไม่เป็นธรรมในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ปัญหาจากการคิดค่าบริการที่ผิดพลาด เช่น คิดค่าบริการเสริม SMS ค่าดูดวงรายวัน ที่ไม่ได้สมัครใช้ หรือการคิดค่าบริการเกินกว่าจำนวนครั้งหรือปริมาณที่ผู้บริโภคใช้จริง ส่วนปัญหาจากการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมที่ไม่เป็นธรรม เช่น การเรียกเก็บค่าบริการในช่วงสัญญาณโทรคมนาคมขัดข้อง การเรียกเก็บค่าบริการระหว่างระงับบริการ การเรียกเก็บปรับจากการจ่ายค่าบริการล่าช้า ค่าเชื่อมต่อบริการใหม่ๆ หรือค่าธรรมเนียมจากการสอบถามข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสนทนากลุ่ม ด้านการที่บริษัทผู้ให้บริการทำผิดเงื่อนไขหรือเปลี่ยนแปลงสัญญาการให้บริการ พบว่า ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มทั้งในกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา และกลุ่มวัยทำงาน สะท้อนลักษณะของปัญหาด้านการที่ผู้ให้บริการทำผิดเงื่อนไขหรือเปลี่ยนแปลงสัญญาการให้บริการในทำนองเดียวกัน กล่าวคือ บริษัทผู้ให้บริการไม่ทำตามที่ระบุไว้ในสัญญา หรือมีการเปลี่ยนแปลงสัญญาการให้บริการโดยไม่แจ้งผู้บริโภคล่วงหน้า ซึ่งส่งผลให้ผู้บริโภคได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว เช่น การเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขการให้บริการเดิม การเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขการให้บริการก่อนครบสัญญา จนทำให้ผู้บริโภคต้องเสียค่าบริการหรือค่าธรรมเนียมที่ไม่ได้คาดคิดมาก่อน ปัญหาที่เกิดขึ้นดังกล่าวกลุ่มนักเรียน/นักศึกษาระบุว่าเกิดขึ้นกับบริการโทรคมนาคมประเภทโทรศัพท์มือถือ และอินเทอร์เน็ตบ้าน ส่วนกลุ่มวัยทำงานระบุว่าเกิดขึ้นกับบริการโทรคมนาคมประเภทโทรศัพท์มือถือ และอินเทอร์เน็ตมือถือ

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัญหาจากการใช้บริการโทรคมนาคม

1) จากผลการสำรวจพบว่าผู้บริโภคมักมีปัญหาการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่สูงกว่าการใช้บริการประเภทอื่นๆ ดังนั้นควรมีการประสานกับผู้ให้บริการเพื่อการแก้ไขปัญหา และติดตามผลการแก้ไขเพื่อแจ้งให้ผู้บริโภคทราบเรื่องในเวลาที่กำหนด โดยผู้รับผิดชอบอาจจำแนกปัญหาในแต่ละประเภทเป็นด้านย่อยๆ เช่น ปัญหาด้านบริการไม่ได้มาตรฐาน แบ่งเป็น ความง่ายต่อการใช้ การให้ข้อมูลข่าวสาร เป็นต้น การแก้ไขในระยะสั้นที่ทันใดก็คือการแก้ไขปัญหาของผู้บริโภค ส่วนการแก้ไขปัญหาระยะยาว คือการประชาสัมพันธ์ การปรับข้อกำหนดของผู้ให้บริการ เพื่อให้ผู้บริโภคได้ประโยชน์สูงสุด

2) ปัญหาบางประการพบมากกว่าค่าเฉลี่ยของกลุ่ม เป็นปัญหาที่ควรดำเนินการแก้ไขเฉพาะกลุ่ม ได้แก่ ปัญหาการถูกระงับบริการโดยไม่ทราบสาเหตุ มีปัญหาค่อนข้างมาก ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคใต้ และในกลุ่มนักเรียนหรือนักศึกษา ปัญหาความล่าช้าในการดำเนินการแก้ไข พบค่อนข้างมากในภาคใต้ ปัญหาอินเทอร์เน็ตหลุดบ่อย พบมากในเขตกรุงเทพฯ ฯ และปริมณฑล ปัญหาการไม่ตรวจสอบความเป็นเจ้าของหมายเลข พบค่อนข้างน้อย ในภาคใต้ ปัญหา call center แนะนำแก้ปัญหาไม่ได้ พบค่อนข้างมาก ในภาคใต้ ปัญหาการไม่มีอิสระในการเลือกใช้โทรศัพท์ตามที่ชอบ มีค่อนข้างน้อยในกลุ่มอาชีพข้าราชการ อาชีพอิสระ กลุ่มภาคใต้และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และปัญหาการราคาสูงจาก SMS โฆษณาต่าง ๆ พบมากในเขตกรุงเทพฯ ฯ และปริมณฑล ภาคกลางและภาคใต้ ทั้งนี้การแก้ไขอาจทำได้โดยการจัดทำวิเคราะห์สาเหตุของท้องที่ หรือกลุ่มและจัดกิจกรรม หรือ ประชาสัมพันธ์ตรงไปยังกลุ่มเป้าหมาย

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับช่องทางในการร้องเรียนปัญหาจากการใช้บริการโทรคมนาคมของผู้บริโภค

จากผลวิเคราะห์การสำรวจช่องทางในการร้องเรียนปัญหาจากการใช้บริการ นำมาสู่ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับช่องทางในการร้องเรียนปัญหาการใช้บริการโทรคมนาคมดังนี้

1) จากผลการสำรวจที่พบว่า ศูนย์บริการข้อมูลลูกค้า (คอลเซ็นเตอร์) และกลุ่มรับงานร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภค เป็นสองช่องทางหลักของสำนักงาน กสทช. ที่ผู้บริโภคกว่าครึ่งเลือกที่จะร้องเรียนผ่านช่องทางนี้ ดังนั้นจึงควรเน้นและให้ความสำคัญในการปรับปรุงและพัฒนาสองช่องทางนี้ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ทำให้เป็นช่องทางที่ผู้บริโภคสามารถร้องเรียนได้อย่างสะดวกและรวดเร็วมากขึ้น

2) จากผลการสำรวจที่พบว่า ช่องทางการร้องเรียนผ่านทางสำนักงาน กสทช. ด้วยอีเมล มีผู้ใช้ช่องทางนี้โดยเฉลี่ยแล้วไม่ถึงร้อยละ 20 ซึ่งถือว่ายังเป็นจำนวนที่น้อยมากเมื่อเทียบกับจำนวนผู้ใช้ช่องทางศูนย์บริการข้อมูลลูกค้า และกลุ่มรับงานร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภค แม้ว่าสองช่องทางนี้อาจจะสะดวกกว่าในแง่ของการใช้โทรศัพท์ในการติดต่อด้วยการพูดคุยด้วยวาจา ไม่ต้องพิมพ์เป็นตัวอักษร แต่การร้องเรียนผ่านทางอีเมลก็มีข้อได้เปรียบในแง่ของการสามารถใช้เป็นหลักฐานการร้องเรียนที่เป็นเอกสารมีลายลักษณ์อักษร และสามารถแนบเอกสารหรือหลักฐานอื่นไปทางอีเมลได้พร้อมกันซึ่งน่าจะรวดเร็วกว่าการร้องเรียนผ่านทางโทรศัพท์ที่ต้องส่งเอกสารทางไปรษณีย์ตามหลัง แม้ว่าอาจจะมีข้ออธิบายได้ว่าตัวเลขที่น้อยนี้อาจจะมาจากความจำเป็นที่จะต้องเข้าถึงและสามารถใช้อินเทอร์เน็ตในการส่งอีเมล ซึ่งอาจเป็นอุปสรรคสำหรับผู้ใช้บางกลุ่ม แต่เมื่อพิจารณาถึงตัวเลขผู้ร้องเรียนช่องทางนี้ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลก็เห็นได้ชัดเจนว่ายังเป็นตัวเลขที่น้อยอยู่เหมือนกัน ทั้งที่ผู้ใช้บริโภคในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลเป็นกลุ่มผู้ใช้ที่ น่าจะสามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตและสามารถใช้อีเมลเพื่อติดต่อสื่อสารได้สะดวก สาเหตุที่ผู้ใช้เลือกช่องทางนี้น้อยกว่าการใช้ช่องทางโทรศัพท์เข้าศูนย์บริการและกลุ่มรับงานร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคก็อาจจะเป็นการขาดการติดต่อกลับหรือการสื่อสารที่แสดงให้ผู้ใช้บริโภคทราบว่าอีเมลที่ส่งไปนั้นไปถึงมือผู้ที่มีหน้าที่รับเรื่องร้องเรียนแตกต่างจากการโทรศัพท์ที่ต้องมีผู้รับโทรศัพท์คอยรับเรื่องเดี๋ยวนั้น ดังนั้นทางสำนักงาน กสทช. จึงควรพัฒนาช่องทางนี้ให้เป็นช่องทางที่รวดเร็ว สะดวก ได้ผลในการร้องเรียน เพื่อให้มีผู้มาใช้ช่องทางนี้มากขึ้น

3) จากผลการสำรวจที่พบว่าศูนย์บริการข้อมูลลูกค้า (คอลเซ็นเตอร์) และจุดบริการ (เคาน์เตอร์เซอร์วิส) เป็นสองช่องทางหลักในการร้องเรียนปัญหาต่างๆ ผ่านผู้ให้บริการโทรคมนาคม มีเพียงปัญหาเกี่ยวกับค่าบริการเพียงด้านเดียวเท่านั้นที่ช่องทางร้องเรียนผ่านการส่งข้อความทางโทรศัพท์เป็นช่องทางที่มีผู้ใช้เลือกใช้มากกว่าจุดบริการ ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะปัญหาค่าบริการเสริมต่างๆ ที่ผู้ใช้สามารถยกเลิกได้ด้วยตนเองด้วยการส่งข้อความทางโทรศัพท์ อย่างไรก็ตามผลการสำรวจก็บ่งบอกว่าสองช่องทางนี้เป็นสองช่องทางหลักที่ผู้ใช้เลือกที่จะใช้ร้องเรียน ดังนั้นผู้ให้บริการโทรคมนาคมจึงควรให้ความสำคัญและพัฒนาสองช่องทางนี้ให้ผู้ใช้สามารถร้องเรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพและสะดวกมากขึ้น

4) จากผลการสำรวจที่พบว่า ในทุกๆ ปัญหา กว่าร้อยละ 80 ของผู้ใช้ที่ร้องเรียนผ่านหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับผู้ใช้เลือกที่จะร้องเรียนผ่านสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ซึ่งก็อาจเป็นเพราะสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นหน่วยงานที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับในหมู่ผู้ใช้ทุกคน

ดังนั้นเมื่อมีปัญหาเกี่ยวกับผู้บริโภคไม่ว่าจะเรื่องใดๆ ผู้บริโภคจึงมักนึกถึงหน่วยงานนี้เป็นลำดับแรก ทั้งที่ในความจริงแล้วอาจจะยังมีหน่วยงานอื่นที่ผู้บริโภคสามารถร้องเรียนได้ แต่อาจจะยังไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลายในวงกว้างเท่ากับสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ดังนั้นถ้ามีหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวกับผู้บริโภคใดที่สามารถร้องเรียนปัญหาเกี่ยวกับโทรคมนาคมได้นอกเหนือจากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ควรจะมีการประชาสัมพันธ์ในวงกว้างเพื่อให้ผู้บริโภคได้ตระหนักและรับรู้มากกว่านี้ว่ายังมีหน่วยงานอื่นที่สามารถร้องเรียนปัญหาจากการใช้บริการโทรคมนาคมได้