

# การรับฟังความคิดเห็นเฉพาะกลุ่ม (Focus group)

ต่อประเด็นปัญหาและแนวทางการส่งเสริมการให้บริการ  
โทรศัพท์เคลื่อนที่แบบโครงข่ายเสมือน (MVNO)

สำนักงาน กสทช.

วันที่ 9 เมษายน 2568



Download เอกสารได้ที่

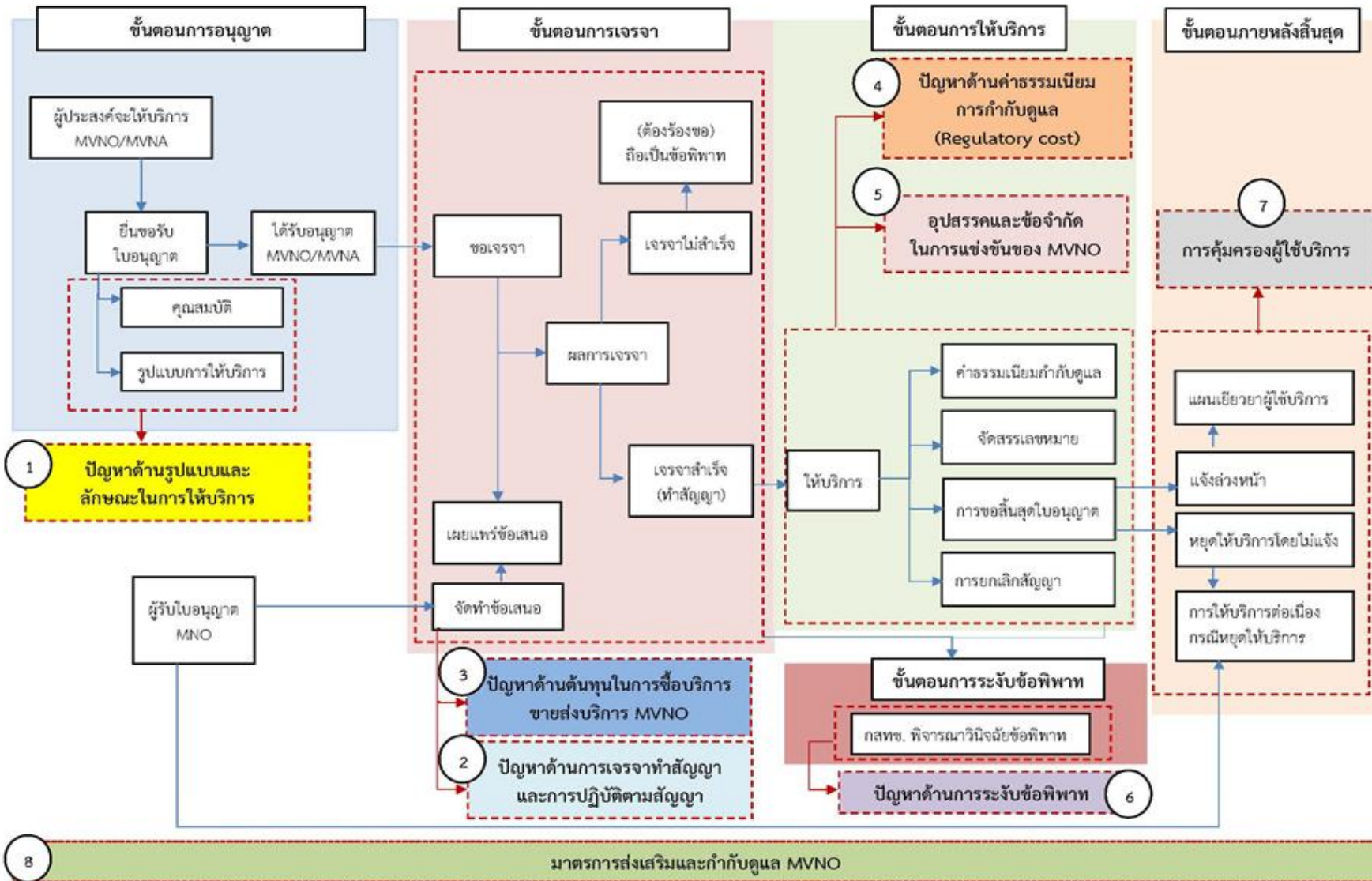


เวลา	รายละเอียด
13.00 – 13.30 น.	ลงทะเบียน
13.30 – 13.45 น.	เปิดประชุมรับฟังความคิดเห็นเฉพาะกลุ่ม (Focus Group)
13.45 – 14.15 น.	การชี้แจงวัตถุประสงค์เกี่ยวกับประเด็นปัญหาและแนวทางการส่งเสริม การให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบโครงข่ายเสมือน (MVNO)
14.15 – 14.30 น.	พักรับประทานอาหารว่าง
14.30 – 16.30 น.	รับฟังความคิดเห็นเฉพาะกลุ่ม (Focus group)

เพื่อเป็นการส่งเสริมให้เกิดผู้ประกอบการสำหรับการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบโครงข่ายเสมือน (Mobile Virtual Network Operator : MVNO) อันจะเป็นการเพิ่มทางเลือกในการเข้าถึงบริการของประชาชน รวมถึงเป็นการส่งเสริมผู้ประกอบการ MVNO รายเดิมให้สามารถให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยการส่งเสริมให้เกิดสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการ MVNO รายใหม่และเอื้อต่อการแข่งขันกันให้บริการของผู้ประกอบกิจการโทรคมนาคมที่มกรายขึ้น

# ปัญหาในการให้บริการ MVNO

## สรุปภาพรวมสภาพปัญหาการให้บริการ MVNO



### ปัญหาการให้บริการ MVNO

1. ด้านการขอรับใบอนุญาตและลักษณะในการให้บริการ
2. ด้านการเจรจา การทำสัญญา และการปฏิบัติตามสัญญา
3. ด้านต้นทุนในการซื้อบริการขายส่งบริการ MVNO
4. ด้านค่าธรรมเนียมการกำกับดูแล (Regulatory Cost)
5. อุปสรรคและข้อจำกัดในการแข่งขัน
6. ด้านการระงับข้อพิพาท
7. ด้านการคุ้มครองผู้ใช้บริการ
8. มาตรการส่งเสริมและกำกับดูแลการให้บริการ MVNO

# ประเด็นปัญหาและแนวทางการส่งเสริมการให้บริการ MVNO

สำนักงาน กสทช. พิจารณาสภาพปัญหาและมาตรการส่งเสริม โดยพิจารณาจากกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ MVNO ในปัจจุบัน ว่ามีความเหมาะสมและครอบคลุมปัญหาหรือมาตรการดังกล่าวหรือไม่ ซึ่งได้มีแนวทางในการดำเนินการต่อสภาพปัญหาและมาตรการส่งเสริม ดังนี้

## 1. ปัญหาสำคัญที่ต้องแก้ไข

เป็นปัญหาที่จะช่วยส่งเสริมการให้บริการ MVNO และเป็นการแก้ไขโดยเปลี่ยนแปลงแนวทางการกำกับดูแลเดิม เช่น การพิจารณารูปแบบการให้บริการ Full MVNO การกำหนดความชัดเจนในหนังสือแสดงเจตจำนงสำหรับใช้เจรจาทำสัญญา การลดอัตราค่าธรรมเนียมเลขหมาย และการพิจารณาความเป็นไปได้ในการกำหนดมาตรการส่งเสริม

## 2. ปัญหาที่แก้ไขเล็กน้อย

เป็นปัญหาที่การแก้ไขในรายละเอียดเพียงเล็กน้อยในประกาศ MVNO จะส่งผลให้การส่งเสริมและกำกับดูแลการให้บริการ MVNO มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น เช่น การเพิ่มข้อกำหนดให้การเจรจาและการทำสัญญาจะต้องเป็นธรรม สมเหตุสมผล และไม่เลือกปฏิบัติ เพื่อให้ครอบคลุมกรณีที่สัญญาหรือการเจรจาอาจเกิดความไม่เป็นธรรมในทุกกรณี หรือการกำหนดรายละเอียดของข้อมูลจากผู้ให้บริการ MNO และผู้ให้บริการ MVNO ต้องแจ้งให้กับ กสทช. สำหรับกรณีการยกเลิกประกาศ MVNO ให้ชัดเจน

## 3. ปัญหาที่กฎหมายที่เกี่ยวข้องมีความเหมาะสมและครอบคลุมอยู่แล้ว

เป็นปัญหาที่กฎหมายที่เกี่ยวข้องในปัจจุบันมีความเหมาะสมและครอบคลุมอยู่แล้ว เช่น ปัญหาที่ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องแจ้งว่า ไม่ควรกำหนดหน้าที่ของผู้ให้บริการ MVNA ให้เหมือนกับผู้ให้บริการ MNO เนื่องจากเป็นผู้ให้บริการที่ไม่มีโครงข่ายเป็นของตนเอง ซึ่งประกาศ MVNO กำหนดให้ผู้ให้บริการ MVNA มีหน้าที่แตกต่างกับผู้ให้บริการ MNO อยู่แล้ว หรือปัญหาผู้ให้บริการ MNO ไม่สนับสนุนด้านเทคนิคในการให้บริการตามสัญญา ซึ่งประกาศ MVNO ได้กำหนดหน้าที่ให้ผู้ให้บริการ MNO ต้องสนับสนุนทางเทคนิคที่จำเป็นเพื่อให้การขายส่งมีประสิทธิภาพ

## ประเด็นปัญหาสำคัญที่ต้องแก้ไข (ประเด็นรับฟังความคิดเห็น)

1. ปัญหาด้านการขอรับใบอนุญาตและลักษณะในการให้บริการ (Full MVNO)
2. ปัญหาด้านการเจรจา การทำสัญญา และการปฏิบัติตามสัญญา
3. ปัญหาด้านต้นทุนในการซื้อบริการขายส่งบริการ MVNO
4. ปัญหาด้านค่าธรรมเนียมการกำกับดูแล (Regulatory Cost)
5. มาตรการส่งเสริมและกำกับดูแลการให้บริการ MVNO
6. ประเด็นอื่น ๆ



# ปัญหาด้านการขอรับใบอนุญาตและลักษณะในการให้บริการ (Full MVNO)

1

ปัญหา	ข้อวิเคราะห์ประเด็นทางกฎหมาย
การอนุญาตให้ MVNO ดำเนินธุรกิจในรูปแบบ Full MVNO โดยกำหนดนิยามหรือเงื่อนไขที่ชัดเจนสำหรับรูปแบบการให้บริการ Full MVNO โดยเฉพาะในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการคลื่นความถี่	ลักษณะการให้บริการ MVNO ระดับ Full เป็นกรณีที่ผู้ให้บริการ MVNO มีโครงข่ายหลัก (Core Network) ของตนเอง เพื่อการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ส่งผลให้ผู้ให้บริการ MVNO สามารถบริหารจัดการ Traffic ในการให้บริการได้ ซึ่งการบริหารจัดการ Traffic ไม่ใช่เป็นการบริหารจัดการคลื่นความถี่ในการประกอบกิจการโทรคมนาคม เนื่องจากการบริหารจัดการส่วนดังกล่าว ไม่เกี่ยวข้องกับโครงข่ายการเข้าถึงผ่านการรับส่งทางคลื่นวิทยุ (Radio Access Network) จึงไม่เข้าข่ายเป็นการมอบการบริหารจัดการทั้งหมดหรือบางส่วนหรือยินยอมให้บุคคลอื่นเป็นผู้มีอำนาจประกอบกิจการที่ใช้คลื่นความถี่แทน ตามมาตรา 44/1 แห่ง พ.ร.บ. องค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 แก้ไขเพิ่มเติม (พ.ร.บ. องค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ฯ) แต่อย่างใด

## แนวทางการดำเนินการ

- การกำหนดนิยามหรือเงื่อนไขที่ชัดเจนสำหรับรูปแบบการให้บริการ Full MVNO โดยเฉพาะในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการคลื่นความถี่ ทั้งนี้ ควรระบุให้แน่ชัดว่าการให้บริการในรูปแบบ Full MVNO นั้นจะต้องไม่รวมถึงการบริหารจัดการคลื่นความถี่ ไม่ว่าจะทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน
- การพิจารณาแนวทางการกำกับดูแลการให้บริการในรูปแบบ Full MVNO ว่าควรมีการกำหนดกรอบการกำกับดูแลที่แตกต่างจากการให้บริการในรูปแบบ Thin MVNO หรือ Medium MVNO หรือไม่ และหากมีความจำเป็นต้องมีการกำกับดูแลที่แตกต่างกัน ควรกำหนดแนวทางและมาตรการที่เหมาะสมอย่างไร เพื่อให้เกิดความชัดเจนและเป็นธรรมต่อผู้ประกอบการทุกฝ่าย ตลอดจนส่งเสริมการแข่งขันอย่างมีประสิทธิภาพในตลาดโทรคมนาคม



## ปัญหาด้านการเจรจา การทำสัญญา และการปฏิบัติตามสัญญา

ปัญหา	ข้อวิเคราะห์ประเด็นทางกฎหมาย
<p>การเจรจาทำสัญญาการขายส่งบริการ MVNO ไม่สามารถดำเนินการแล้วเสร็จภายในระยะเวลาที่กำหนด เนื่องจากผู้ให้บริการ MNO ไม่มีกรอบการคัดเลือกผู้ให้บริการ MVNO ที่จะเป็นผู้สัญญาที่ชัดเจน และไม่สามารถจัดหาระบบสนับสนุนการให้บริการ (MVNE) ได้ ส่วนผู้ให้บริการ MNO ได้ให้ข้อมูลว่า ผู้ให้บริการ MVNO หลายรายไม่มีความพร้อมทางด้านเทคนิคในการให้บริการ</p>	<p>สภาพปัญหาที่เกิดขึ้น คู่กรณีแต่ละฝ่ายต่างกล่าวอ้างถึงความไม่พร้อมในการขายส่งบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือความไม่พร้อมในการเข้าซื้อบริการขายส่งบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของคู่กรณี ดังนั้น หากคู่กรณีทั้งสองฝ่ายมีความพร้อมในการทำ ความตกลงกัน ทั้งในเชิงเทคนิคและเชิงพาณิชย์จะส่งผลให้การเจรจาเกิดความรวดเร็วยิ่งขึ้น จึงเห็นควรให้มีการสอบถามข้อมูลในเรื่องของความพร้อมเบื้องต้นที่คู่สัญญาจำเป็นต้องมีในการเจรจาทำความตกลง</p>

### แนวทางการดำเนินการ

การรวบรวมข้อมูลในเรื่องของความพร้อมเบื้องต้นที่คู่สัญญาจำเป็นต้องมีในการเจรจาทำความตกลงจากผู้ให้บริการ MNO MVNO และ MVNA เพื่อนำมาพิจารณากำหนดไว้ในหนังสือแสดงเจตจำนงที่ผู้ให้บริการ MVNO หรือผู้ให้บริการ MVNA ขอซื้อบริการขายส่งบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่จากผู้ให้บริการ MNO ให้ชัดเจนเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว

## ปัญหาด้านต้นทุนในการซื้อบริการขายส่งบริการ MVNO

ปัญหา	ข้อมูลประกอบการพิจารณา
<p>- ประเด็นผู้ให้บริการ MNO เสนอราคาขายส่งที่ไม่เป็นธรรม โดยผู้ให้บริการ MNO ทำราคาค้าปลีกต่ำกว่าราคาค้าส่งที่เสนอขายแก่ผู้ให้บริการ MVNO ส่งผลให้ไม่สามารถแข่งขันได้</p> <p>- ประเด็นควรปรับปรุงวิธีการกำหนดค่าตอบแทนการขายส่งบริการ</p>	<p>หลักการกำหนดค่าตอบแทนการขายส่งตามผลการศึกษาในต่างประเทศ ปรากฏแนวทางหลัก 5 แนวทาง ได้แก่</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Retail Minus</b> : การอ้างอิงอัตราค่าปลีกโดยหักต้นทุนที่เกิดขึ้นจากการขายและการจัดจำหน่าย</li> <li>2. <b>Cost plus</b> [Cost standard : FDC, LRIC, LRAIC, LRAIC+, Pure LRIC, Benchmarking] / [Model approach : Top-down , bottom-up]</li> <li>3. <b>Price per unit pricing</b> : การชำระค่าบริการตามอัตราค่าตอบแทนการขายส่งตามปริมาณการใช้งานจริง</li> <li>4. <b>Revenue or gross margin sharing</b> : การแบ่งรายได้ตามการเพิ่มขึ้นของผู้ใช้บริการ ยอดขาย หรืออื่น ๆ</li> <li>5. <b>Capacity based pricing</b> : การเรียกเก็บเงินตามความจุ โดย MVNO ทำสัญญาเพื่อขอใช้ความจุของโครงข่ายของ MNO</li> </ol> <p>ทั้งนี้ รูปแบบที่ 1. และ 2. มีหน่วยงานกำกับดูแลมีการใช้วิธีการดังกล่าวในการกำกับดูแลอัตราค่าตอบแทนการขายส่ง ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) ประเทศมาซิโดเนียเหนือ และประเทศญี่ปุ่น กำหนดวิธีการคำนวณด้วยวิธี Cost plus</li> <li>2) ประเทศโอมาน กำหนดวิธีการคำนวณของ MVNO ระดับ Full ด้วยวิธี Cost plus และ MVNO ระดับ Light ด้วยวิธี Retail Minus</li> <li>3) ประเทศที่เคยใช้วิธี Retail Minus ได้แก่ ประเทศชิลี ปี 2557 เจนีวาประมาณ 700 MHz และประเทศเกาหลีได้ข้อกำหนดสำหรับ SMP*</li> <li>4) ประเทศที่เคยใช้วิธี Cost Plus ได้แก่ ประเทศ ฝรั่งเศส ปี 2552 ประมาณ 3G ผู้ชนะต้องขายส่ง MVNO ด้วยวิธี cost oriented*</li> </ol> <p>*ปัจจุบัน 3) และ 4) ไม่มีการบังคับใช้แล้ว</p>

## แนวทางการ ดำเนินการ

**ทางเลือกที่ 1** กำหนดค่าตอบแทนการขายส่งบริการตามประกาศ MVNO ปี 2563 โดยเป็นอัตราขั้นสูงที่กำหนดจากหลักการ Retail Minus ร้อยละ 30

**ทางเลือกที่ 2** ให้ผู้ให้บริการ MNO และผู้ให้บริการ MVNO เปรียบเทียบค่าตอบแทนการขายส่งบริการ MVNO กันเองหรือกำหนดอัตราค่าตอบแทนการขายส่งบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ วิธี Retail Minus ร้อยละ 30

**ทางเลือกที่ 3** ให้ผู้ให้บริการ MNO และผู้ให้บริการ MVNO เปรียบเทียบค่าตอบแทนการขายส่งบริการ MVNO กันเอง ซึ่งหากเกิดข้อพิพาทเกี่ยวกับค่าตอบแทนการขายส่งบริการ MVNO ระหว่างกัน จะนำหลักการคำนวณจากต้นทุนที่เกิดขึ้นในการให้บริการมาคำนวณ โดยจะมีการกำหนดอัตราดังกล่าวไว้ในประกาศให้ชัดเจน

**ทางเลือกที่ 4** ให้ผู้ให้บริการ MNO และผู้ให้บริการ MVNO เปรียบเทียบค่าตอบแทนการขายส่งบริการ MVNO กันเองก่อน โดยมีได้จำกัดในรูปแบบอัตราค่าบริการเฉลี่ยต่อหน่วย ซึ่งหากไม่สามารถตกลงกันได้ จะต้องมีการกำหนดค่าตอบแทนการขายส่งบริการ MVNO ในรูปแบบที่ไม่เกินกว่าอัตราขั้นสูงจากหลักการ Retail Minus ร้อยละ 30 แต่ถ้าหากเปรียบเทียบกันไม่ได้จนเกิดเป็นข้อพิพาทเกี่ยวกับค่าตอบแทนการขายส่งบริการ MVNO ระหว่างกัน จะนำหลักการคำนวณจากต้นทุนที่เกิดขึ้นในการให้บริการมาคำนวณมาใช้ ซึ่งจะมีการกำหนดอัตราอ้างอิงทั้งในกรณี Retail Minus ร้อยละ 30 และอัตราที่คำนวณจากต้นทุนในกรณีพิพาทให้ชัดเจนในประกาศ

# ปัญหาด้านค่าธรรมเนียมการกำกับดูแล (Regulatory Cost)

4

ปัญหา	แนวทางการแก้ปัญหา
<p>ขอให้มีการปรับลดค่าธรรมเนียมในการกำกับดูแล เพื่อลดภาระทางต้นทุนที่เกิดขึ้นจากการกำกับดูแล</p>	<p><b>ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคม</b></p> <p>เห็นควรให้มีการจัดเก็บค่าธรรมเนียมใบอนุญาตสำหรับผู้ให้บริการ MVNO เป็น 2 แนวทางดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) จัดเก็บค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคมตามอัตราเดิมเนื่องจากปัจจุบันมีการจัดเก็บค่าธรรมเนียมเป็นแบบขั้นบันได หรืออัตราก้าวหน้าตามระดับรายได้อยู่แล้ว หรือ</li> <li>2) เพื่อเป็นการส่งเสริมเพื่อให้ผู้ให้บริการ MVNO เข้าสู่ตลาดได้มากยิ่งขึ้น ควรจัดเก็บอัตราค่าธรรมเนียมกับผู้ให้บริการ MVNO โดยคงอัตราค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคม ร้อยละ 0.125 (อัตราค่าธรรมเนียมใบอนุญาตขั้นที่ 1 ตามประกาศ กสทช. เรื่อง ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคม และที่แก้ไขเพิ่มเติม) เป็นระยะเวลา 3 ปี และควรกำหนดเงื่อนไขบังคับใช้กับผู้ให้บริการ MVNO ที่ไม่มีความเกี่ยวข้องกันกับผู้ให้บริการ MNO และกำหนดระยะเวลาสำหรับการลดอัตราค่าธรรมเนียมดังกล่าว</li> </ol> <p><b>อัตราค่าธรรมเนียมเลขหมาย</b></p> <p>การลดอัตราค่าธรรมเนียมเลขหมายให้กับผู้ให้บริการ MVNO จะช่วยส่งเสริมผู้ให้บริการ MVNO ได้อย่างมีนัยสำคัญ และการคิดค่าธรรมเนียมเลขหมายที่จัดสรรให้ผู้ให้บริการ MVNO ในอัตราพิเศษ จะไม่ส่งผลกระทบต่อการจัดเก็บรายได้ของสำนักงาน กสทช. มากนัก เนื่องจาก ผู้ให้บริการ MVNO มีการใช้เลขหมายเพียงจำนวนเล็กน้อย ทั้งนี้ หากในระยะยาวผู้ให้บริการ MVNO สามารถแข่งขันและเพิ่มส่วนแบ่งตลาดได้มากขึ้น ก็ควรปรับอัตราค่าธรรมเนียมเลขหมายของผู้ให้บริการ MVNO ให้เท่ากับอัตราค่าธรรมเนียมเลขหมายปกติ เพื่อความเป็นธรรมต่อไป</p>

<p><b>แนวทางการดำเนินการ</b></p>	<p>4.1 คงอัตราค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคม ร้อยละ 0.125 (Flat Rate) เป็นเวลา 3 ปี</p> <p>4.2 ปรับลดค่าธรรมเนียมเลขหมาย จาก 1.50 เป็น 0.75 บาท/เลขหมาย/เดือน เป็นเวลา 3 ปี</p>
----------------------------------	--

## มาตรการส่งเสริมและกำกับดูแลการให้บริการ MVNO

การส่งเสริม	แนวทางการส่งเสริม
ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายจาก กสทช. ด้านมาตรการส่งเสริมให้เกิดผู้ประกอบการสำหรับการให้บริการ MVNO	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ความเป็นไปได้ในการนำมาตรการเฉพาะสำหรับการรวมธุรกิจ เพื่อส่งเสริมการให้บริการ MVNO ตามมติที่ประชุม กสทช. นัดพิเศษ ครั้งที่ 5/2565 ที่พิจารณาการรวมธุรกิจระหว่างบริษัท ทูริ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และบริษัท โทเทิล แอ็คเซส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) มาใช้ประกอบการปรับปรุงประกาศ MVNO เพื่อเป็นการส่งเสริมการให้บริการ MVNO</li> <li>2. ความเป็นไปได้ในการกำหนดกลุ่มผู้ใช้บริการ (Segment) เฉพาะ ให้แก่ผู้ให้บริการ MVNO</li> <li>3. ความเป็นไปได้ในการใช้แนวคิดการดำเนินธุรกิจรูปแบบ Thailand Independent Market Operator (TIMO)</li> </ol>

แนวทาง ดำเนินการ	<p>5.1 ความเป็นไปได้ในการเพิ่มข้อกำหนดให้ผู้ให้บริการ MNO ต้องจัดให้มีบริการ MVNO อย่างน้อยร้อยละ 20 ของโครงข่ายทั้งหมดให้กับผู้ให้บริการ MVNO และไม่สามารถปฏิเสธการให้บริการแก่ผู้ให้บริการ MVNO ด้วยเหตุความไม่เพียงพอของโครงข่ายได้</p> <p>5.2 ความเป็นไปได้ในการกำหนด Segment เฉพาะ ให้แก่ผู้ให้บริการ MVNO</p> <p>5.3 ความเป็นไปได้ในการใช้แนวคิดการดำเนินธุรกิจรูปแบบ Thailand Independent Market Operator (TIMO)</p>
---------------------	---

## มาตรการส่งเสริมและกำกับดูแลการให้บริการ MVNO

<b>แนวทาง ดำเนินการ</b>	<p>5.1 ความเป็นไปได้ในการเพิ่มข้อกำหนดให้ผู้ให้บริการ MNO ต้องจัดให้มีบริการ MVNO อย่างน้อยร้อยละ 20 ของโครงข่ายทั้งหมดให้กับผู้ให้บริการ MVNO และไม่สามารถปฏิเสธการให้บริการแก่ผู้ให้บริการ MVNO ด้วยเหตุความไม่เพียงพอของโครงข่ายได้</p>
<b>เหตุผล</b>	<p>สำนักงาน กสทช. พิจารณาแล้วเห็นว่ามาตรการส่งเสริมและกำกับดูแลการให้บริการ MVNO ที่ต้องดำเนินการปรับปรุงประกาศ MVNO เห็นควรเพิ่มข้อกำหนดให้ผู้ให้บริการ MNO ต้องจัดให้มีบริการ MVNO อย่างน้อยร้อยละ 20 ของโครงข่ายทั้งหมดให้กับผู้ให้บริการ MVNO และไม่สามารถปฏิเสธการให้บริการแก่ผู้ให้บริการ MVNO ด้วยเหตุความไม่เพียงพอของโครงข่ายได้ จนกว่าจะจัดให้มีบริการ MVNO ครบตามเกณฑ์ขั้นต่ำที่กำหนด</p>

# มาตรการส่งเสริมและกำกับดูแลการให้บริการ MVNO

แนวทาง ดำเนินการ	5.2 ความเป็นไปได้ในการกำหนด Segment เฉพาะให้แก่ผู้ให้บริการ MVNO																																																											
เหตุผล	มาตรการส่งเสริมและกำกับดูแลการให้บริการ MVNO มีวัตถุประสงค์เพื่อผลักดันให้ MVNO สามารถเข้าสู่ตลาด เป็นกลไกในการแข่งขัน <u>และอยู่ร่วมกันได้กับ MNO</u> ดังนั้น จึงจำเป็นต้องมีการศึกษา MNO ให้เข้าใจในรายละเอียดการทำการตลาดและการจำแนกกลุ่มผู้ใช้ตามรายการส่งเสริมการขายก่อนนำไปสู่การเสนอแนะแนวทางที่อาจใช้เป็นส่วนหนึ่งในการส่งเสริม MVNO ให้เกิดขึ้นได้ต่อไป																																																											
ผลการศึกษา (All Segments)	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th rowspan="2" style="background-color: #c00000; color: white;">Cluster</th> <th rowspan="2" style="background-color: #00b0c0; color: white;">Segments 1 – 9</th> <th colspan="2" style="background-color: #e0e0e0;">Promotion</th> <th rowspan="2"></th> </tr> <tr> <th style="background-color: #e0e0e0;">Prepaid</th> <th style="background-color: #e0e0e0;">Postpaid</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="4" style="background-color: #e0e0e0; text-align: center;">Individual Characteristic</td> <td style="background-color: #e0e0e0;">C1 Demographic</td> <td style="text-align: center;">263</td> <td style="text-align: center;">43</td> <td></td> </tr> <tr> <td style="background-color: #00b0c0; color: white;">C2 Geographic</td> <td style="border: 2px solid red; text-align: center;">7</td> <td style="border: 2px solid red; text-align: center;">-</td> <td style="background-color: #ff0066; color: white;">Segment Prepaid ที่มี Promotion น้อยสุด</td> </tr> <tr> <td style="background-color: #00b0c0; color: white;">C4 Psychographic</td> <td style="border: 2px solid purple; text-align: center;">47</td> <td style="border: 2px solid purple; text-align: center;">2</td> <td style="background-color: #660066; color: white;">Segment Postpaid ที่มี Promotion น้อยสุด</td> </tr> <tr> <td style="background-color: #e0e0e0;">C6 Enterprise</td> <td style="text-align: center;">70</td> <td style="text-align: center;">60</td> <td></td> </tr> <tr> <td rowspan="2" style="background-color: #e0e0e0; text-align: center;">Usage Characteristic</td> <td style="background-color: #e0e0e0;">C7 Behavioral Voice</td> <td style="text-align: center;">894</td> <td style="text-align: center;">1,259</td> <td></td> </tr> <tr> <td style="background-color: #00b0c0; color: white;">C8 Behavioral Data</td> <td style="border: 2px solid green; text-align: center;">2,521</td> <td style="border: 2px solid green; text-align: center;">2,071</td> <td style="background-color: #008000; color: white;">Segment ที่มี Promotion มากสุด</td> </tr> <tr> <td rowspan="3" style="background-color: #e0e0e0; text-align: center;">Technology/Service Characteristic</td> <td style="background-color: #e0e0e0;">C3_1 Technology {OTT}</td> <td style="text-align: center;">437</td> <td style="text-align: center;">371</td> <td></td> </tr> <tr> <td style="background-color: #00b0c0; color: white;">C3_2 Technology {Features}</td> <td style="text-align: center;">195</td> <td style="text-align: center;">164</td> <td></td> </tr> <tr> <td style="background-color: #e0e0e0;">C5 Extra Service Non – Telecom Bundle</td> <td style="text-align: center;">63</td> <td style="text-align: center;">68</td> <td></td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="background-color: #e0e0e0; text-align: right;">Total</td> <td style="text-align: center;">4,497</td> <td style="text-align: center;">4,038</td> <td></td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="background-color: #e0e0e0; text-align: right;">Total (Unique)</td> <td style="text-align: center;">3,509</td> <td style="text-align: center;">2,432</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>				Cluster	Segments 1 – 9	Promotion			Prepaid	Postpaid	Individual Characteristic	C1 Demographic	263	43		C2 Geographic	7	-	Segment Prepaid ที่มี Promotion น้อยสุด	C4 Psychographic	47	2	Segment Postpaid ที่มี Promotion น้อยสุด	C6 Enterprise	70	60		Usage Characteristic	C7 Behavioral Voice	894	1,259		C8 Behavioral Data	2,521	2,071	Segment ที่มี Promotion มากสุด	Technology/Service Characteristic	C3_1 Technology {OTT}	437	371		C3_2 Technology {Features}	195	164		C5 Extra Service Non – Telecom Bundle	63	68		Total		4,497	4,038		Total (Unique)		3,509	2,432	
Cluster	Segments 1 – 9	Promotion																																																										
		Prepaid	Postpaid																																																									
Individual Characteristic	C1 Demographic	263	43																																																									
	C2 Geographic	7	-	Segment Prepaid ที่มี Promotion น้อยสุด																																																								
	C4 Psychographic	47	2	Segment Postpaid ที่มี Promotion น้อยสุด																																																								
	C6 Enterprise	70	60																																																									
Usage Characteristic	C7 Behavioral Voice	894	1,259																																																									
	C8 Behavioral Data	2,521	2,071	Segment ที่มี Promotion มากสุด																																																								
Technology/Service Characteristic	C3_1 Technology {OTT}	437	371																																																									
	C3_2 Technology {Features}	195	164																																																									
	C5 Extra Service Non – Telecom Bundle	63	68																																																									
Total		4,497	4,038																																																									
Total (Unique)		3,509	2,432																																																									



<b>แนวทาง ดำเนินการ</b>	<b>5.2 ความเป็นไปได้ในการกำหนด Segment เฉพาะให้แก่ผู้ให้บริการ MVNO</b>
<b>ทางเลือก</b>	<p><b>แนวทางที่ 1</b> การส่งเสริมผู้ให้บริการ MVNO เข้าสู่ตลาดในกลุ่ม Segments ที่ผู้ให้บริการ MNO ให้บริการ โดยผลการศึกษาพบว่า อาจสามารถพิจารณาได้จากประเด็นขนาดของแต่ละกลุ่ม Segments เช่น รายได้ต่อเดือน จำนวนผู้ใช้บริการ และจำนวนรายการส่งเสริมการขาย (Prepaid) ที่ต่ำที่สุด ได้แก่ กลุ่มภูมิศาสตร์ (C2_Geographic) โดยอาจให้บริการพ่วงสิทธิพิเศษสำหรับใช้งานในพื้นที่นั้นๆ หรือรายได้ต่อเดือน จำนวนผู้ใช้บริการ และจำนวนรายการส่งเสริมการขาย ที่สูงที่สุด ได้แก่ กลุ่มพฤติกรรมการใช้งานข้อมูล (C8_Behavioral Data) เป็นต้น</p> <p><b>แนวทางที่ 2</b> การส่งเสริมผู้ให้บริการ MVNO ให้บริการในรูปแบบใหม่ที่นอกเหนือจากบริการของผู้ให้บริการ MNO ในปัจจุบัน เช่น การค้นหากลุ่มตลาดที่สอดคล้องกับนโยบายพัฒนาระดับชาติ โดยพิจารณาแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 เช่น กลุ่มเกษตรอัจฉริยะ (Smart Farming) รถยนต์ไฟฟ้าไร้คนขับ (Autonomous Car หรือ Self-driving Car) อื่น ๆ เช่น Smart hospital ฯลฯ</p>

<p>แนวทาง ดำเนินการ</p>	<p>5.3 ความเป็นไปได้ในการใช้แนวคิดการดำเนินธุรกิจรูปแบบ Thailand Independent Market Operator (TIMO)</p>
<p>เหตุผล</p>	<p>TIMO คือการเป็น "ตัวกลาง" บริหารธุรกรรมการซื้อขายระหว่าง MVNO และ MNO โดยดำเนินการแบบตลาดซื้อขายสินทรัพย์ในระดับค้าส่ง (Wholesale) มีรายได้จากค่าธรรมเนียม (Commission Fees) เปรียบได้กับ Clearing House ของตลาดหลักทรัพย์ฯ เกิดขึ้นเพื่อรองรับเงื่อนไขการประมูลที่ผู้ชนะต้องกันความจุโครงข่าย (Capacity) อย่างน้อยร้อยละ 15 ให้ผู้ให้บริการรายอื่นได้เข้าใช้ด้วย ซึ่ง TIMO จะเข้ามาช่วยส่งเสริมขีดความสามารถในการแข่งขันของกลุ่ม MVNO ในธุรกิจโทรคมนาคมมากขึ้น</p> <p>วัตถุประสงค์ของการก่อตั้ง TIMO</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) ส่งเสริมการแข่งขันและนวัตกรรมด้านการสื่อสารเคลื่อนที่ผ่านการค้าความจุโครงข่าย (Capacity) ของคลื่นความถี่ระดับค้าส่งที่มีประสิทธิภาพและโปร่งใส</li> <li>2) พัฒนาตลาดที่มีประสิทธิภาพและโปร่งใส ด้วยการกำหนดค่าบริการที่ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับสังคม</li> <li>3) แก้ปัญหาความล้มเหลวของตลาดที่อาจเกิดขึ้น เช่น ตลาดไม่สมบูรณ์ การมีข้อมูลไม่ครบถ้วนเพียงพอ อำนาจตลาด การกีดกันการเข้าสู่ตลาดและความเสี่ยงเชิงระบบ</li> </ol>

## ประเด็นรับฟังความคิดเห็นเฉพาะกลุ่ม

1. การอนุญาตเพื่อให้บริการ Full MVNO
2. การทบทวนกระบวนการเจรจา
3. การทบทวนหลักการกำหนดอัตราค่าตอบแทนการขายส่ง
4. มาตรการส่งเสริมการลดค่าธรรมเนียมในการกำกับดูแล ได้แก่
  - ❖ คงอัตราค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคม ร้อยละ 0.125 (Flat Rate) เป็นเวลา 3 ปี
  - ❖ ปรับลดค่าธรรมเนียมเลขหมาย จาก 1.50 เป็น 0.75 บาท/เลขหมาย/เดือน เป็นเวลา 3 ปี
5. มาตรการส่งเสริมและกำกับดูแลการให้บริการ MVNO
  - ❖ ความเป็นไปได้ในการเพิ่มข้อกำหนดให้ผู้ให้บริการ MNO ต้องจัดให้มีบริการ MVNO อย่างน้อยร้อยละ 20 ของโครงข่ายทั้งหมดให้กับผู้ให้บริการ MVNO และไม่สามารถปฏิเสธการให้บริการแก่ผู้ให้บริการ MVNO ด้วยเหตุความไม่เพียงพอของโครงข่ายได้
  - ❖ ความเป็นไปได้ในการกำหนด Segment เฉพาะให้แก่ผู้ให้บริการ MVNO
  - ❖ ความเป็นไปได้ในการใช้แนวคิดการดำเนินธุรกิจรูปแบบ Thailand Independent Market Operator (TIMO)
6. ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

## 1. การอนุญาตเพื่อให้บริการ Full MVNO

แนวทางการ  
ดำเนินการ

- การกำหนดนิยามหรือเงื่อนไขที่ชัดเจนสำหรับรูปแบบการให้บริการ Full MVNO โดยเฉพาะในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการคลื่นความถี่ ทั้งนี้ ควรระบุให้แน่ชัดว่าการให้บริการในรูปแบบ Full MVNO นั้นจะต้องไม่รวมถึงการบริหารจัดการคลื่นความถี่ ไม่ว่าจะป็นทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน
- การพิจารณาแนวทางการกำกับดูแลการให้บริการในรูปแบบ Full MVNO ว่าควรมีการกำหนดกรอบการกำกับดูแลที่แตกต่างจากการให้บริการในรูปแบบ Thin MVNO หรือ Medium MVNO หรือไม่ และหากมีความจำเป็นต้องมีการกำกับดูแลที่แตกต่างกัน ควรกำหนดแนวทางและมาตรการที่เหมาะสมอย่างไร เพื่อให้เกิดความชัดเจนและเป็นธรรมต่อผู้ประกอบการทุกฝ่าย ตลอดจนส่งเสริมการแข่งขันอย่างมีประสิทธิภาพในตลาดโทรคมนาคม



ท่านมีข้อคิดเห็นต่อแนวทางการดำเนินการดังกล่าวหรือไม่ อย่างไร

## 2. การทบทวนกระบวนการเจรจา

### แนวทางการ ดำเนินการ

การรวบรวมข้อมูลในเรื่องของความพร้อมเบื้องต้นที่คู่สัญญาจำเป็นต้องมีในการเจรจาทำความเข้าใจจากผู้ให้บริการ MNO MVNO และ MVNA เพื่อนำมาพิจารณากำหนดไว้ในหนังสือแสดงเจตจำนงที่ผู้ให้บริการ MVNO หรือผู้ให้บริการ MVNA ขอซื้อบริการขายส่งบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่จากผู้ให้บริการ MNO ให้ชัดเจนเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว



ท่านมีข้อคิดเห็นต่อแนวทางการดำเนินการดังกล่าวหรือไม่ อย่างไร

### 3. การทบทวนหลักการกำหนดอัตราค่าตอบแทนการขายส่ง

#### แนวทางการ ดำเนินการ

**ทางเลือกที่ 1** กำหนดค่าตอบแทนการขายส่งบริการตามประกาศ MVNO ปี 2563 โดยเป็นอัตราขั้นสูงที่กำหนดจากหลักการ Retail Minus ร้อยละ 30

**ทางเลือกที่ 2** ให้ผู้ให้บริการ MNO และผู้ให้บริการ MVNO เปรียบเทียบค่าตอบแทนการขายส่งบริการ MVNO กันเองหรือกำหนดอัตราค่าตอบแทนการขายส่งบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ วิธี Retail Minus ร้อยละ 30

**ทางเลือกที่ 3** ให้ผู้ให้บริการ MNO และผู้ให้บริการ MVNO เปรียบเทียบค่าตอบแทนการขายส่งบริการ MVNO กันเอง ซึ่งหากเกิดข้อพิพาทเกี่ยวกับค่าตอบแทนการขายส่งบริการ MVNO ระหว่างกัน จะนำหลักการคำนวณจากต้นทุนที่เกิดขึ้นในการให้บริการมาคำนวณ โดยจะมีการกำหนดอัตราดังกล่าวไว้ในประกาศให้ชัดเจน

**ทางเลือกที่ 4** ให้ผู้ให้บริการ MNO และผู้ให้บริการ MVNO เปรียบเทียบค่าตอบแทนการขายส่งบริการ MVNO กันเองก่อน โดยมีได้จำกัดในรูปแบบอัตราค่าบริการเฉลี่ยต่อหน่วย ซึ่งหากไม่สามารถตกลงกันได้ จะต้องมีการกำหนดค่าตอบแทนการขายส่งบริการ MVNO ในรูปแบบที่ไม่เกินกว่าอัตราขั้นสูงจากหลักการ Retail Minus ร้อยละ 30 แต่ถ้าหากเปรียบเทียบกันไม่ได้จนเกิดเป็นข้อพิพาทเกี่ยวกับค่าตอบแทนการขายส่งบริการ MVNO ระหว่างกัน จะนำหลักการคำนวณจากต้นทุนที่เกิดขึ้นในการให้บริการมาคำนวณมาใช้ ซึ่งจะมีการกำหนดอัตราอ้างอิงทั้งในกรณี Retail Minus ร้อยละ 30 และอัตราที่คำนวณจากต้นทุนในกรณีพิพาทให้ชัดเจนในประกาศ



ท่านมีข้อคิดเห็นต่อแนวทางการดำเนินการดังกล่าวหรือไม่ อย่างไร

#### 4. มาตรการส่งเสริมการลดค่าธรรมเนียมในการกำกับดูแล ได้แก่

แนวทางการ  
ดำเนินการ

4.1 คงอัตราค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคม ร้อยละ 0.125 (Flat Rate) เป็นเวลา 3 ปี

4.2 ปรับลดค่าธรรมเนียมเลขหมาย จาก 1.50 เป็น 0.75 บาท/เลขหมาย/เดือน เป็นเวลา 3 ปี



ท่านมีข้อคิดเห็นต่อแนวทางการดำเนินการดังกล่าวหรือไม่ อย่างไร



## 5. มาตรการส่งเสริมและกำกับดูแลการให้บริการ MVNO

แนวทาง  
ดำเนินการ

- 5.1 ความเป็นไปได้ในการเพิ่มข้อกำหนดให้ผู้ให้บริการ MNO ต้องจัดให้มีบริการ MVNO อย่างน้อยร้อยละ 20 ของโครงข่ายทั้งหมดให้กับผู้ให้บริการ MVNO และไม่สามารถปฏิเสธการให้บริการแก่ผู้ให้บริการ MVNO ด้วยเหตุความไม่เพียงพอของโครงข่ายได้
- 5.2 ความเป็นไปได้ในการกำหนด Segment เฉพาะให้แก่ผู้ให้บริการ MVNO
- 5.3 ความเป็นไปได้ในการใช้แนวคิดการดำเนินธุรกิจรูปแบบ Thailand Independent Market Operator (TIMO)



ท่านมีข้อคิดเห็นต่อแนวทางการดำเนินการดังกล่าวหรือไม่ อย่างไร

## 6. ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

## ช่องทางจัดส่งแบบแสดงความคิดเห็นเฉพาะกลุ่ม



Email [tel\\_license2@nbt.go.th](mailto:tel_license2@nbt.go.th)



**ไปรษณีย์ลงทะเบียน หรือ นำส่งด้วยตนเอง**

ที่ สำนักงาน กสทช. (สำนักการอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคม 2)

เลขที่ 87 ถนนพหลโยธิน ซอย 8 (สายลม) แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร 10400

นำส่งแบบแสดงความคิดเห็นได้ตั้งแต่วันนี้ จนถึง **วันที่ 25 เมษายน 2568**

# ขอขอบคุณค่ะ



# ข้อดี ข้อจำกัดและข้อเสีย ของวิธีการกำหนดต้นทุนในการซื้อบริการขายส่งบริการ MVNO

วิธีการ	ข้อดี	ข้อจำกัด/ข้อเสีย
Retail Minus	<ul style="list-style-type: none"> <li>การเพิ่มระดับการแข่งขันในตลาดปลายทาง (ผู้ใช้บริการปลายทาง) โดยคำนึงถึงต้นทุนที่เกิดขึ้นจริงจากการค้าปลีก เพื่อคำนวณอัตราค่าส่งที่ทำให้ได้รับกำไรที่ไม่แตกต่างจากการให้บริการค้าปลีกด้วยตนเอง</li> <li>การป้องกันระดับส่วนต่างของอัตราค่าตอบแทนระหว่างผู้ให้บริการค้าส่ง และผู้ใช้บริการค้าส่งให้มีความเหมาะสม และอยู่ในระดับที่สามารถแข่งขันในตลาดได้</li> <li>วิธีการคำนวณไม่ซับซ้อน โปร่งใส และตรงไปตรงมามากกว่าวิธีสะท้อนต้นทุน ซึ่งต้องพัฒนาแบบจำลองต้นทุน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การกำหนดอัตราร้อยละต้นทุนการขายปลีกอาจไม่สะท้อนต้นทุนที่แท้จริงของผู้ให้บริการขายส่ง รวมถึงไม่ได้คำนึงถึงกำไรที่เหมาะสมของผู้ให้บริการขายส่ง</li> <li>อัตราค่าปลีกที่นำมาใช้ในการคำนวณอาจมีการผันผวนที่สูงตามการแข่งขัน ที่จะส่งผลต่อการกำหนดอัตราค่าส่งได้ และยากต่อการกำหนดต้นทุนในระยะยาว</li> </ul>
Cost plus	<ul style="list-style-type: none"> <li>อัตราค่าตอบแทนสะท้อนต้นทุนการลงทุน การดำเนินงาน และการให้บริการ อย่างมีประสิทธิภาพ</li> <li>สามารถพิจารณาระดับต้นทุนและอัตรากำไรที่เหมาะสมของผู้ให้บริการค้าส่ง เพื่อไม่ให้เกิดอัตรากำไรที่สูงเกินควรในการให้บริการค้าส่งในตลาดที่มีแนวโน้มของการผูกขาดบริการ</li> <li>มีความยืดหยุ่นในการพิจารณาข้อมูลขาเข้า และตัวแปรในการคำนวณ เพื่อสะท้อนสถานการณ์ของตลาด และการแข่งขันที่เปลี่ยนแปลงไป</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>วิธีการคำนวณมีความซับซ้อน ต้องกำหนดแบบจำลองต้นทุน ข้อมูลขาเข้า และสมมติฐานในการคำนวณเพื่อคาดการณ์ปริมาณการใช้งาน และคำนวณต้นทุนในการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ</li> <li>ความเสี่ยงในการครอบคลุมต้นทุน ในการให้บริการ และการลดแรงจูงใจ ในการลงทุนและให้บริการ หากผลการคำนวณมีอัตราที่ต่ำกว่าต้นทุนอย่างมีนัยสำคัญ</li> </ul>

# ข้อดี ข้อจำกัดและข้อเสีย ของวิธีการกำหนดต้นทุนในการซื้อบริการขายส่งบริการ MVNO

วิธีการ	ข้อดี	ข้อจำกัด/ข้อเสีย
Revenue or gross margin sharing	<ul style="list-style-type: none"> <li>มีความยืดหยุ่นสูงเนื่องจากรายได้ขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่น ๆ ที่ไม่ใช่ราคา เช่น จำนวนผู้ใช้บริการ หรือปริมาณการใช้งาน เป็นต้น</li> <li>กรณีที่มีการกำหนดค่าตอบแทนในลักษณะขั้นบันไดจะสร้างแรงจูงใจแก่ผู้ให้บริการ MVNO ในการจัดหาผู้ใช้บริการ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ผู้ให้บริการ MVNO อาจมีพฤติกรรมการตั้งราคาที่ต่ำเกินไป เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของเงื่อนไขการแบ่งปันรายได้</li> <li>ผู้ให้บริการขายส่ง ต้องรับความเสี่ยงในการบริหารจัดการโครงข่าย ที่อาจไม่สามารถคาดการณ์การเพิ่มขึ้นของผู้ใช้บริการได้</li> </ul>
Capacity based pricing	<ul style="list-style-type: none"> <li>ผู้ให้บริการ MVNO มีความยืดหยุ่นในการกำหนดราคาที่สูงกว่าวิธีการอื่น ๆ</li> <li>ผู้ให้บริการ MVNO มีความเป็นอิสระต่อผู้ให้บริการขายส่งมากกว่าวิธีการอื่น ๆ</li> <li>รูปแบบดังกล่าวเพิ่มแรงจูงใจในการเข้าสู่ตลาด ในระดับผู้ให้บริการ MNO</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>วิธีการดังกล่าวผู้ให้บริการ MVNO จะมีต้นทุนสูงเมื่อเปรียบเทียบกับวิธีการอื่น ๆ</li> <li>ผู้ให้บริการ MVNO มีความเสี่ยงที่สูงกรณีที่มีผู้ใช้บริการต่ำกว่าเป้าหมายที่กำหนด</li> </ul>
Price per unit pricing	<ul style="list-style-type: none"> <li>วิธีดังกล่าวจะมีประสิทธิภาพสูงเมื่อผู้ให้บริการ MVNO ได้รับอัตราการขายส่งต่อหน่วยในอัตราที่ต่ำ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ผู้ให้บริการ MVNO ไม่สามารถแข่งขันใน Premium Segment ได้ เนื่องจาก Segment ดังกล่าวมีรูปแบบการเสนอขายในลักษณะไม่จำกัดปริมาณการใช้งาน</li> <li>ขาดความยืดหยุ่นต่อการเปลี่ยนแปลงของอัตราค่าบริการในตลาดค้าปลีก</li> <li>เกิดข้อจำกัดในการออกแบบรายการส่งเสริมการขาย</li> </ul>