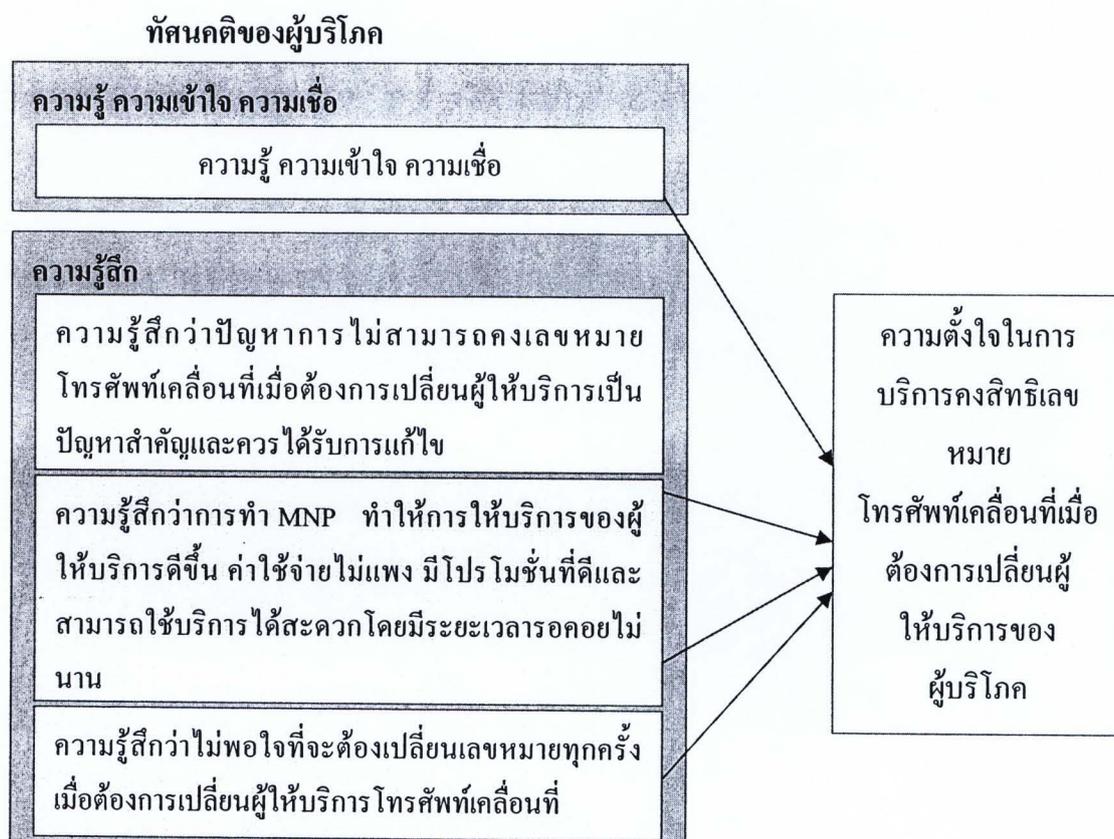


บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา

จากทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้แบ่งปัจจัยที่มีผลต่อทัศนคติของผู้บริโภคในประเทศไทยต่อระบบบริการคงเลขหมายของโทรศัพท์เคลื่อนที่ เมื่อต้องการเปลี่ยนผู้ให้บริการ ออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนของความรู้ ความเข้าใจ ความเชื่อ และ ส่วนของความรู้สึก ซึ่งประกอบด้วย 3 องค์ประกอบย่อย ได้แก่ ความรู้สึกว่าปัญหาการไม่สามารถคงเลขหมาย โทรศัพท์เคลื่อนที่เมื่อเปลี่ยนผู้ให้บริการเป็นปัญหาสำคัญและควรได้รับการแก้ไข ความรู้สึกที่ว่าค่าใช้จ่ายในการคงเลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่เมื่อต้องการเปลี่ยนผู้ให้บริการเป็นค่าใช้จ่ายที่ไม่แพง และความรู้สึกว่าการคงเลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่เมื่อต้องการเปลี่ยนผู้ให้บริการเป็นเรื่องที่สามารถทำได้สะดวก ดังแสดงในภาพที่ 5.1



ภาพที่ 5.1 แสดงองค์ประกอบของทัศนคติที่มีผลต่อการคงเลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่เมื่อต้องการเปลี่ยนผู้ให้บริการ

งานวิจัยนี้เป็นการวิเคราะห์ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีผลต่อความตั้งใจในระบบบริการกงสิทธิเลขหมายของโทรศัพท์เคลื่อนที่ เมื่อต้องการเปลี่ยนผู้ให้บริการ มีความจำเป็นต้องเข้าใจความหมายของพฤติกรรมเปลี่ยนผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นรายใหม่ ในงานวิจัยนี้มุ่งศึกษาในการเปลี่ยนผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นรายใหม่ โดยยังคงเลขหมายเดิม ดังนั้นจึงมีความจำเป็นต้องเข้าใจความหมายของพฤติกรรมเปลี่ยนผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นรายใหม่ เพื่อให้สามารถเข้าใจถึงขอบเขตของงานวิจัยนี้ได้ดียิ่งขึ้น

พฤติกรรมเปลี่ยนผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นรายใหม่ แบ่งเป็น 2 แบบ

(1) เปลี่ยนผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นรายใหม่ โดยเปลี่ยนเลขหมายใหม่ หมายถึง การที่ผู้บริโภคซึ่งต้องการเปลี่ยนระบบการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่จากผู้ให้บริการรายเก่าไปใช้งานระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่จากผู้ให้บริการรายใหม่ โดยจะเปลี่ยนหมายเลขโทรศัพท์เคลื่อนที่ใหม่ด้วย

(2) เปลี่ยนผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นรายใหม่ โดยยังคงเลขหมายเดิม หมายถึง การที่ผู้บริโภคซึ่งต้องการเปลี่ยนระบบการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่จากผู้ให้บริการรายเก่าไปใช้งานระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่จากผู้ให้บริการรายใหม่ โดยยังสามารถคงเลขหมายเดิมที่เคยใช้ได้อยู่ได้

การคงเลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่เมื่อต้องการเปลี่ยนผู้ให้บริการจัดว่ายังเป็นเรื่องใหม่ อยู่มากสำหรับประเทศไทย ดังนั้นการศึกษาถึงองค์ประกอบของทัศนคติทั้งส่วนของ ความรู้ ความเข้าใจ และความเชื่อ และส่วนของความรู้สึก จะสามารถสะท้อนถึงความโน้มเอียงที่จะก่อให้เกิดความตั้งใจที่จะแสดงพฤติกรรมนั้นๆ เช่น ถ้ามนุษย์เชื่อและรู้สึกว่าการคงเลขหมายเป็นสิ่งที่ดี และมีประโยชน์ก็จะมี ความตั้งใจในการจะแสดงพฤติกรรมนั้น แต่ในทางกลับกัน ถ้ามนุษย์เชื่อและรู้สึกว่าการคงเลขหมายเป็นสิ่งที่ไม่ดี และไม่สามารถก่อให้เกิดประโยชน์ใด ๆ ต่อตนเองเลยก็จะมี ความตั้งใจที่จะไม่แสดงพฤติกรรมนั้นออกมา

สมมติฐานที่เกี่ยวกับความรู้ ความเข้าใจและความเชื่อมีผลกระทบต่อความตั้งใจในการคงเลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่เมื่อต้องการเปลี่ยนผู้ให้บริการ

จากเหตุผลที่กล่าวมาสามารถสรุปได้ว่า ถ้าผู้บริโภคมีความรู้ ความเข้าใจ และความเชื่อต่อระบบการคงเลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่เมื่อต้องการเปลี่ยนผู้ให้บริการที่ถูกต้องแล้ว จะเห็นประโยชน์ของการคงเลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่ เมื่อต้องการเปลี่ยนผู้ให้บริการจึงน่าจะมี ความตั้งใจในการคงเลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่เมื่อต้องการเปลี่ยนผู้ให้บริการมากกว่าผู้บริโภคมีความรู้ ความเข้าใจ และความเชื่อที่ไม่ถูกต้อง

สมมติฐานที่เกี่ยวกับความรู้สึกที่มีผลกระทบต่อความตั้งใจในการคงเลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่เมื่อต้องการเปลี่ยนผู้ให้บริการ

จากปัญหาความยุ่งยากทั้งด้านความไม่สะดวก ค่าใช้จ่ายหรือค่าเสียโอกาสที่เกิดขึ้นจากการสูญเสียการติดต่อสื่อสารในด้านต่างๆ ของผู้บริโภคที่ต้องการเปลี่ยนผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ไม่สามารถคงหมายเลขเดิมได้ ที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้บริโภคที่รับรู้หันมาสนใจกับปัญหานี้และเริ่มตระหนักว่าทุกคนควรจะร่วมมือกันในการแก้ปัญหา ดังนั้นความรู้สึกว่าปัญหาการไม่สามารถคงเลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่เมื่อต้องการเปลี่ยนผู้ให้บริการเป็นปัญหาสำคัญและควรได้รับการแก้ไขจึงน่าจะส่งผลให้ผู้บริโภคมีความตั้งใจในการคงเลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่เมื่อต้องการเปลี่ยนผู้ให้บริการ

เนื่องจากพฤติกรรมของคนไทยต่อปัจจัยราคาหรือค่าใช้จ่ายเป็นเรื่องที่สำคัญและละเอียดอ่อน เพราะค่าครองชีพของคนไทยส่วนใหญ่ของประเทศไทยยังไม่สูงนัก ดังนั้นปัจจัยด้านราคาจะเป็นหนึ่งในตัวกำหนดว่า หากมีการดำเนินการตั้งระบบการคงเลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่เมื่อต้องการเปลี่ยนผู้ให้บริการแล้วผู้บริโภคซึ่งเป็นคนไทย จะยังใช้บริการดังกล่าวอยู่หรือไม่ ดังนั้นความรู้สึกว่าค่าใช้จ่ายในการคงเลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่เมื่อต้องการเปลี่ยนผู้ให้บริการเป็นค่าใช้จ่ายที่ไม่แพงของผู้บริโภคจึงน่าจะส่งผลให้ผู้บริโภคมีความตั้งใจในระบบการคงเลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่เมื่อต้องการเปลี่ยนผู้ให้บริการ นอกจากนี้ปัจจัยด้านระยะเวลาการรอคอยก็มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ ซึ่งหากระยะเวลารอคอยการให้บริการ MNP นานเกินไปอาจทำให้ผู้บริโภคลดการใช้บริการลงได้ และเมื่อมีการเปิดบริการ MNP แล้วจะทำให้มีการแข่งขันสูงขึ้นในการให้บริการของผู้ให้บริการดังนั้นผู้บริโภคย่อมคาดหวังกับการให้บริการที่ดีขึ้น และ โปร โมชั่นต่างๆ ที่ดีขึ้นด้วย

เนื่องจากผู้บริโภคถูกกีดกันในการเปลี่ยนระบบการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่มานานหลายปีจากค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนผู้ให้บริการ (Switching cost) ซึ่งอยู่ในรูปค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นโดยตรงหรือจากค่าเสียโอกาสอันเกิดจากการขาดการติดต่อสื่อสารที่ต่อเนื่อง ทำให้หลายปีที่ผ่านมาผู้บริโภคที่ต้องการเปลี่ยนระบบการให้บริการจะต้องคิดถึงเหตุผลที่จำเป็นมากๆ ถึงจะยอมเปลี่ยนโดยต้องวิเคราะห์ว่าคุ้มกับค่าเสียโอกาสดังกล่าว ดังนั้นความไม่พอใจที่จะต้องเปลี่ยนเลขหมายทุกครั้งเมื่อต้องการเปลี่ยนผู้ให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่จึงน่าจะส่งผลให้ผู้บริโภคมีความตั้งใจในการคงเลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่เมื่อต้องการเปลี่ยนผู้ให้บริการ

ผู้วิจัยได้ศึกษาวิเคราะห์จากเอกสารที่เกี่ยวข้อง ซึ่งยังมีข้อมูลสรุปในประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้

5.1 ด้านนโยบาย

5.1.1 การเริ่มดำเนินการใช้งานของระบบ MNP ในประเทศไทย

การเริ่มใช้งาน MNP ในประเทศไทย ผู้วิจัยมองว่า MNP ทำให้การบริหารจัดการเลขหมายซึ่งเป็นทรัพยากรของชาติที่มีอยู่อย่างจำกัดมีประสิทธิภาพมากขึ้น ดังนั้น สำนักงานคณะกรรมการกิจการ โทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กทช.) ซึ่งเป็นหน่วยงานกำกับดูแล ต้องกำหนดแผนระยะเวลาการดำเนินการให้ชัดเจน ควรเร่งดำเนินการในทันที เพราะอาจมีประเด็นของการเมืองมาเกี่ยวข้องกับการดำเนินการ MNP ในประเทศไทย

5.1.2 การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับ MNP

กทช. ควรทำการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับ MNP มากกว่านี้ โดยเฉพาะประเด็นของราคา (costing) ควรมีการกำหนดเพดานราคา เพื่อสามารถใช้เป็นกรอบในการกำหนดราคาไม่ให้สูงเกินไป เพราะอาจเกิดผลกระทบกับผู้ใช้บริการ และการเรียกเก็บค่าบริการระหว่างผู้ให้บริการด้วยกัน และระหว่างผู้ให้บริการกับผู้ให้บริการ เนื่องจากจะส่งผลกระทบต่อผู้บริโภค และเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญในการทำให้เกิด MNP

5.1.3 การประกาศหลักเกณฑ์ ข้อกำหนดหลักเกณฑ์ การนำไปใช้ในทางปฏิบัติและประเด็นเรื่องความสัมพันธ์ระหว่าง IC และ NP

และเมื่อมีการประกาศหลักเกณฑ์ดำเนินการแล้ว กทช. ต้องบังคับใช้กฎหมาย โดยให้ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัดจริงจัง และควรต้องกำหนดมาตรการในการตรวจสอบด้วย ในหลักเกณฑ์ต้องมีข้อกำหนดว่า ผู้ให้บริการรายเดิม (Donor) ต้องไม่สามารถปฏิเสธการพอร์ตเลขหมายของผู้ใช้บริการ มิฉะนั้นจะมีบทลงโทษ รวมถึงการให้ความสำคัญของการรักษาความลับของข้อมูลผู้ให้บริการเมื่อดำเนินการพอร์ตเลขหมายด้วย

โดยเนื้อหาในการออกหลักเกณฑ์ต้องกำกับดูแล ครอบคลุมในเวลาปัจจุบันและอนาคต ซึ่งหากมีการเปลี่ยนแปลงสถานการณ์ไป ก็ยังสามารถนำไปปรับประยุกต์ใช้กับเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตได้ อาทิเช่น หากในอนาคตเกิดการให้บริการแบบ Mobile Virtual Network Operator (MVNO) ด้วย ควรจะมีการกำกับดูแลอย่างไร ให้ยุติธรรมกับผู้ให้บริการทุกราย และการแข่งขันต้องอยู่บนพื้นฐานเดียวกัน กฎเกณฑ์เท่าเทียมกัน สิทธิหน้าที่เท่ากัน เนื่องจากในปัจจุบันตลาดโทรคมนาคมไม่สามารถแข่งขันโดยเท่าเทียมกัน เนื่องจากมีต้นทุนที่ต่างกัน ยกตัวอย่างเช่น ประเภทที่อยู่ภายใต้สัมปทานของ TOT 21% ของรายได้ ของ CAT 39-43% ของรายได้ ในขณะที่

ต้นทุนที่อยู่ในใบอนุญาตของ กทช. 7% นอกจากนี้ ค่าเชื่อมต่อโครงข่าย (Interconnection Charge : IC) และค่าเชื่อมโยงโครงข่าย (Access Charge : AC) ก็ควรบังคับใช้ให้เป็นไปในลักษณะเดียวกัน ส่วนประเด็นเรื่องความสัมพันธ์ระหว่าง IC และ NP นั้นผู้ให้บริการมีความเห็นที่แตกต่างกัน ผู้ให้บริการบางรายมีความเห็นว่า ไม่เกี่ยวข้องกัน ในขณะที่บางรายเห็นว่า IC จำเป็นต้องเกิดขึ้นถึงจะมี MNP ได้ อย่างไรก็ตาม ในประเด็นเปิดเสรีโทรคมนาคม ผู้ให้บริการเห็นควรอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ให้บริการของไทยก่อนนักลงทุนต่างชาติ

5.1.4 การลงทุนด้าน MNP

ในประเด็นของการลงทุน ผู้ให้บริการบางรายเห็นว่า กทช. ควรลงทุนเองทั้งหมด และบางรายเห็นว่า สามารถให้ผู้ให้บริการร่วมกันลงทุน เหมือนกันที่เคยปฏิบัติมาแล้วในการเปลี่ยนเลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็น 10 หลัก โดยในการร่วมกันลงทุน บางรายเห็นว่า ควรลงทุนเท่ากันทุกราย แต่มีบางรายเห็นว่า ควรลงทุนตามสัดส่วนของจำนวนผู้ใช้บริการของผู้ให้บริการแต่ละราย (Market share)

5.2 ด้านตลาดและอุตสาหกรรม

5.2.1 ผลกระทบต่อตลาดและอุตสาหกรรมโทรคมนาคมในประเทศไทย

MNP ก่อให้เกิดประโยชน์แก่องค์กรธุรกิจต่างๆ โดยจะทำให้การติดต่อสื่อสารระหว่างธุรกิจเป็นไปอย่างราบรื่น เนื่องจากไม่จำเป็นต้องเปลี่ยนเลขหมายเมื่อเปลี่ยนผู้ให้บริการ นอกจากนี้ยังให้ประโยชน์กับประชาชนทั่วไป โดยส่งเสริมให้เกิดการแข่งขัน และลดการผูกขาดในกิจการโทรคมนาคม เป็นการเปิดเสรีอย่างแท้จริง ทำให้ผู้ให้บริการต้องแข่งขันด้านบริการมากขึ้น ทำให้ต้นทุนการติดต่อสื่อสารของผู้บริโภคลดลง และจะทำให้ผู้ให้บริการต้องคำนึงถึงการรักษานักลูกค้า (Customer retention) ของตนเองมากขึ้น ทำให้ธุรกิจโทรคมนาคมต้องเน้นไปที่การทำตลาด (Marketing) ความคิดสร้างสรรค์ของบริการ (Innovative services) และบริการหลังการขาย มากกว่าการบริหารจัดการโครงข่าย และนอกจากนี้ อาจทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมภาพรวม รวมถึงส่วนแบ่งการตลาดด้วย ซึ่งผู้ให้บริการรายเล็ก อาจจะสามารถดึงลูกค้าจากรายใหญ่ได้

5.2.2 กลุ่มผู้ให้บริการเป้าหมายในการทำ MNP

ผู้ให้บริการบางรายเห็นว่ากลุ่มลูกค้าที่สนใจในการทำ MNP น่าจะเป็นกลุ่มลูกค้า postpaid โดยคาดว่า 5-15% ของผู้ใช้บริการในตลาดทั้งหมดจะทำ MNP โดยพฤติกรรมในการทำ MNP จะมากในช่วงแรกและจะลดลงเมื่อเวลาผ่านไประยะหนึ่ง สิ่งที่จะต้องคำนึงถึงเมื่อมีการทำ MNP คือ การทุ่มตลาดของผู้ให้บริการ ในลักษณะของการลดราคาอย่างต่ำมาก ทำให้คู่แข่งไม่

สามารถสู้ราคาได้และจำเป็นต้องออกจากตลาดไปในที่สุด ซึ่งประเด็นนี้อาจเกิดขึ้นได้หรือไม่ เพราะในขณะนี้ต้นทุนการให้บริการบางรายต่ำกว่า

5.2.3 ปัจจัยในการเลือกใช้บริการ ก่อนและหลังการทำ MNP ในประเทศไทย

ด้านปัจจัยในการเลือกใช้บริการ ถึงแม้จะยังไม่มี MNP คุณภาพและความหลากหลายของบริการ รวมถึงบริการหลังการขายเป็นปัจจัยหลักที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ไม่ใช่ราคา ในขณะที่มีความคิดที่มีความแตกต่างกันว่า ทั้งก่อนและหลังการเกิด MNP ราคาจะยังคงเป็นปัจจัยหลักที่มีผลต่อการเลือกของผู้ใช้บริการ แต่มีการเปลี่ยนแปลงในลำดับของปัจจัย ดังนี้ 1) ราคา 2) คุณภาพสัญญาณเครือข่ายและพื้นที่การให้บริการต่อประชากรทั้งหมด (Coverage Area) และ 3) คุณภาพและความหลากหลายของบริการ และหลังจากเกิด MNP แล้วจะเปลี่ยนเป็น 1)ราคา 2)คุณภาพและความหลากหลายของบริการ และ 3) คุณภาพสัญญาณเครือข่ายและพื้นที่การให้บริการต่อประชากรทั้งหมด (Coverage Area)

5.3 ด้านการบริหารจัดการ

5.3.1 การบริหารจัดการโดย กทช.

เมื่อมีการเริ่มดำเนินการทำ MNP นั้นควรมีการประชาสัมพันธ์ และให้ความรู้กับประชาชนอย่างเพียงพอ เพื่อเป็นข้อมูลให้กับผู้ใช้บริการในการตัดสินใจทำ MNP เนื่องจากเป็นปัจจัยสำคัญอีกปัจจัยหนึ่งที่จะทำให้ MNP ในประเทศไทยประสบความสำเร็จได้หรือไม่ สำหรับการกำหนดผู้บริหารจัดการระบบ MNP อาจสามารถทำได้ 2 ลักษณะ ดังนี้ 1) โดยองค์กรกลาง (Third party) ที่จัดจ้างโดย กทช. หรือ 2) โดยหน่วยงานที่ร่วมกันจัดตั้งขึ้นโดยผู้ให้บริการทุกรายในลักษณะ Consortium หรือการบริหารจัดการในระยะแรกให้ทำในลักษณะทวิภาคี (Bilateral) เพื่อความรวดเร็วในการดำเนินการจัดทำ MNP แล้วจึงจัดตั้งองค์กรกลางขึ้นในภายหลัง

5.3.2 การบริหารจัดการโดยผู้ให้บริการ

กระบวนการเปลี่ยนผู้ให้บริการให้กับผู้ใช้บริการ ควรจะต้องทำให้แล้วเสร็จไม่เกิน 1 วันหลังจากที่ได้รับคำร้องขอจากผู้ใช้บริการ ประเด็นที่ต้องคำนึงถึง คือ หากผู้ใช้บริการเปลี่ยนผู้ให้บริการไปแล้ว หากผู้ให้บริการรายใหม่ไม่สามารถให้บริการได้ตามที่สัญญา ใครจะเป็นผู้ดูแลผู้ใช้บริการ และในกรณีที่เกิดปัญหา ผู้ใช้บริการไม่พอใจจะสามารถย้ายกลับมายังผู้ให้บริการรายเดิมได้อย่างไร กระบวนการในการบริหารจัดการนี้ ผู้ให้บริการต้องทำให้เป็นรูปธรรมชัดเจนจริงจังและต่อเนื่อง และค่าบริการในการดำเนินการทำ MNP ผู้ให้บริการไม่ควรเรียกเก็บในราคาที่แพง นอกจากนี้ การดำเนินการต้องสะดวก รวดเร็ว และง่ายในการทำ

5.4 ด้านเทคนิค

5.4.1 อุปกรณ์โครงข่าย และรูปแบบที่เหมาะสมในการทำ MNP

การทำ MNP ต้องปรับปรุงอุปกรณ์โครงข่ายที่ใช้งานอยู่ในปัจจุบันทั้งในด้านฮาร์ดแวร์ และซอฟต์แวร์ โดยส่วนใหญ่เห็นว่า รูปแบบทางเทคนิคของการทำ MNP ที่เหมาะสม คือ All Call Query

5.4.2 ระบบการจัดการฐานข้อมูลเลขหมาย

สำหรับระบบการจัดการฐานข้อมูลเลขหมาย ผู้ให้บริการบางรายเห็นว่า ควรเป็นลักษณะรวมศูนย์ (Centralized Database) นั่นคือมีฐานข้อมูลกลางเพียงที่เดียว ข้อมูลของผู้ให้บริการทุกรายจะถูกอัปเดตที่นี้แห่งเดียวเท่านั้น ในขณะที่บางรายเห็นว่า ควรเป็นลักษณะกระจาย (Decentralized Database) โดยการอัปเดตข้อมูลต้องถูกกระทำที่ฐานข้อมูลที่กระจายกันอยู่ของผู้ให้บริการทุกราย โดยให้เหตุผลว่า มีข้อดีคือ ผู้ให้บริการแต่ละรายไม่ต้องเตรียมการมาก สามารถทำให้ MNP เกิดขึ้นในประเทศไทยได้ในระยะเวลาสั้น ทั้งนี้ ในภายหลังเมื่อทุกฝ่ายพร้อมก็สามารถเปลี่ยนไปใช้งานในลักษณะระบบฐานข้อมูลกลางได้ นอกจากนี้ ผู้ให้บริการยังเห็นว่า การจัดการฐานข้อมูลควรทำแบบอัตโนมัติ เพื่อให้กระบวนการพอร์ตเลขหมายให้กับผู้ใช้บริการไปยังผู้ให้บริการรายอื่นเร็วขึ้น

5.4.3 ระบบการเรียกเก็บเงิน (Billing System)

สิ่งที่ต้องคำนึงในการทำให้พอร์ตเลขหมาย คือ ระบบการเรียกเก็บเงิน (Billing System) รวมถึงการจัดการกับยอดค้างชำระและการชำระเงิน ทั้งระหว่างผู้ใช้บริการกับผู้ให้บริการ และผู้ให้บริการกับผู้ให้บริการด้วยกันต้องมีแนวทางปฏิบัติที่เป็นมาตรฐาน ทั้งนี้ควรต้องคำนึงถึง การรักษาความปลอดภัยของการแลกเปลี่ยนข้อมูลของผู้ใช้บริการระหว่างกันด้วย

นอกจากนี้ เทคโนโลยีในการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่แตกต่างกันของระบบจีเอสเอ็ม และระบบซีดีเอ็มเอ อาจจะทำให้เกิดปัญหาในการดำเนินการทำ MNP เมื่อพิจารณาโครงข่ายโทรศัพท์ในปัจจุบัน พบว่า การทำ NP แบบ Fixed to Fixed และ Mobile to Mobile สามารถทำได้ แต่แบบ Fixed to Mobile และ Mobile to Fixed อาจไม่สามารถทำได้ เนื่องจากมีข้อจำกัดทางด้านเทคนิค และโดยทั่วไปในต่างประเทศ NP แบบ Mobile to Mobile มักจะเกิดขึ้นก่อนแบบ Fixed to Fixed