

เศรษฐศาสตร์วิเคราะห์โครงสร้างตลาดบริการ
ไปรษณีย์ด่วนพิเศษระหว่างประเทศ

นางสาววิไล ลดาชาติ



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

ภาควิชาเศรษฐศาสตร์

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พ.ศ. 2531

ISBN 974-569-314-6

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

014090

117420376

AN ECONOMIC ANALYSIS OF THE MARKET STRUCTURE

OF INTERNATIONAL EXPRESS MAIL SERVICES

MISS WILAI LADACHAT

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master of Economics

Department of Economics

Graduate School

Chulalongkorn University

1987

ISBN 974-569-314-6


หัวข้อวิทยานิพนธ์ เศรษฐศาสตร์วิเคราะห์โครงสร้างตลาดบริการไปรษณีย์ด้วยวิธี
ระหว่างประเทศ

โดย นางสาววิไล ลดาชาติ

ภาควิชา เศรษฐศาสตร์

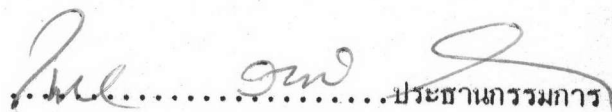
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร. ไกรยุทธ ชีวตยาคิรินทร์

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยนับเป็น ส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบัณฑิต

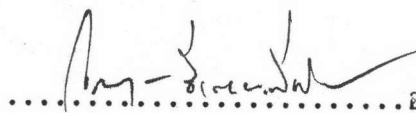

.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(ศาสตราจารย์ ดร.ถาวร วัชรภักย์)

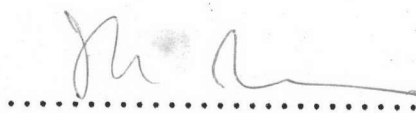
คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


.....ประธานกรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ไพโรจน์ วงศ์วิภาณนท์)


.....อาจารย์ที่ปรึกษา

(รองศาสตราจารย์ ดร. ไกรยุทธ ชีวตยาคิรินทร์)


.....กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชัญใจ สมิต)


.....กรรมการ

(อ.ดร. สมชาย วัฒนโกมุต)



พิมพ์ต้นฉบับบทคัดย่อวิทยานิพนธ์ภายในกรอบสี่เหลี่ยมนี้เพียงแผ่นเดียว

วิไล ลดาชาติ : เศรษฐศาสตร์วิเคราะห์โครงสร้างตลาดบริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษระหว่างประเทศ (AN ECONOMIC ANALYSIS OF THE MARKET STRUCTURE OF INTERNATIONAL EXPRESS MAIL SERVICES) อ.ที่ปรึกษา : รศ.ดร.ไกรยุทธ ธีรตยาสินนท์, 152 หน้า

การวิจัยนี้มุ่งศึกษา โครงสร้างของตลาดบริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษระหว่างประเทศ หรือ บริการ Courier ว่ามีลักษณะตลาดอย่างไร ใครเป็นผู้นำตลาดและมีพฤติกรรมการค้าดำเนินงานอย่างไร พร้อมทั้งวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของการดำเนินนโยบายการกำหนดราคาและคุณภาพของบริการของผู้ให้บริการแต่ละหน่วยงาน และการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดบริการในอนาคต

การศึกษาลักษณะตลาดบริการดังกล่าววัดจากค่าใช้จ่ายของผู้ใช้บริการ จำนวนผู้ใช้บริการ และปริมาณการใช้บริการ พบว่ามีการกระจุกตัวขนาดปานกลาง เป็นลักษณะตลาดผู้ขายน้อยราย ผู้นำส่วนแบ่งตลาด คือ บริษัท ดี เอช แอล (ไทยแลนด์) จำกัด รองลงมาคือ การสื่อสารแห่งประเทศไทย และเมื่อวิเคราะห์โดยแบ่งส่วนตลาดบริการตามประเภทธุรกิจที่ใช้บริการ ประเภทสิ่งของ และประเทศปลายทางที่ส่งแล้วปรากฏว่ามีผู้นำการให้บริการแตกต่างกันในแต่ละประเภท โดยมีการผูกขาดการให้บริการในธุรกิจประเภทสถาบันการเงิน และการส่งสิ่งของประเภทข้อมูลคอมพิวเตอร์ โดยบริษัท ดี เอช แอล (ไทยแลนด์) จำกัด และผูกขาดการส่งสิ่งของประเภทสิ่งพิมพ์ โดยบริษัท โอเวอร์ซีส์ คูเรียร์ เซอร์วิส จำกัด

ในขณะที่เดียวกันจากการศึกษาพฤติกรรมการค้าดำเนินงาน พบว่านโยบายการกำหนดราคาและนโยบายคุณภาพบริการมีส่วนกำหนดโครงสร้างตลาด และผู้ให้บริการส่วนใหญ่จะกำหนดราคาไม่สัมพันธ์กันกับคุณภาพการให้บริการ ยกเว้นบริษัท ดี เอช แอล (ไทยแลนด์) จำกัด และบริษัท โอเวอร์ซีส์ คูเรียร์ เซอร์วิส จำกัด ซึ่งกำหนดราคาสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการ

การวิเคราะห์ การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดบริการในอนาคต พบว่าลักษณะตลาดจะมีระดับการกระจุกตัวต่ำลง หรือมีการแข่งขันกันมากขึ้น โดยการสื่อสารแห่งประเทศไทย จะมีส่วนแบ่งตลาดสูงสุด

ผลการศึกษานี้สามารถนำไปเป็นแนวทางในการวางแผนการขยายบริการของผู้ให้บริการทั้งในปัจจุบันและอนาคตให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการและผู้ให้บริการอื่น ๆ

ภาควิชา เศรษฐศาสตร์
สาขาวิชา
ปีการศึกษา 2530

ลายมือชื่อนิสิต
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา

พิมพ์ต้นฉบับบทคัดย่อวิทยานิพนธ์ภายในกรอบสี่เหลี่ยมนี้เพียงแผ่นเดียว

WILAI LADACHAT : AN ECONOMIC ANALYSIS OF THE MARKET STRUCTURE OF INTERNATIONAL EXPRESS MAIL SERVICES. THESIS ADVISOR : ASSO. PROF. DR. KRAIYUDHT DHIRATAYAKENANT PHD (ECON.), 152 PP.

The objective of the thesis is to study the market structure of the international express mail services of courier service in order to identify the dominant market force and the market conduct and to analyze the prevailing relationship between price setting and quality of service as well as the general development trend of this market structure.

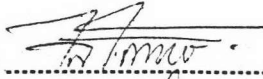
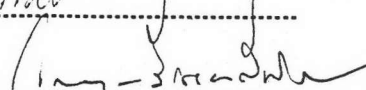
Among the indicators used are the expenditure, number and the quantity of usage of users. It was found the market is dominated by a few distributor with the largest market shares by DHL (THAILAND) CO., LTD., followed by the Communications Authority of Thailand. The market is thus oligopolistic. The study of the market share based on the nature of services provided, ie. type of service business, type of goods and country destinations, found that DHL (THAILAND) CO., LTD. monopolize in areas of courier service related to financial institutions and computer data whereas Overseas Courier Service Co., Ltd. monopolize in areas of newspaper business.

In terms of conduct and performance, price determination and the quality of the services provided determine the market structure. With the exception of DHL (THAILAND) CO., LTD. and Overseas Courier Service Co., Ltd. no discernible relationship could be found between price determination on the one hand and the quality of service provided on the other.

With respect to the future development in this service market, degree of the concentration is expected to reduce. There will be greater competition although the share of the Communications Authority of Thailand will be become more dominant.

It is hoped that the findings of this research will be of some value of the planning process for the expansion of courier services in order to ensures consistency and compalibility between those who provide the services and their potential clients.

ภาควิชา ECONOMICS
สาขาวิชา -
ปีการศึกษา 2530

ลายมือชื่อนิสิต 
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา 

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาและความอนุเคราะห์ช่วยเหลืออย่างยิ่งจาก รองศาสตราจารย์ ดร. ไกรยุทธ ชีรตยาดีนันท์ ที่กรุณาได้รับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ตลอดจนสละเวลาในการให้คำแนะนำ ตรวจสอบ และแก้ไขวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังได้รับความกรุณาจาก รองศาสตราจารย์ ดร. ไพโรจน์ วงศ์วิภาณก์ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ดร. สมชาย รัตนโกมุท และ รองศาสตราจารย์ ดร. ชวิญใจ สมิธ กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่ได้กรุณาตรวจต้นฉบับและให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ต่อวิทยานิพนธ์นี้เป็นอย่างมาก ผู้เขียนจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้เขียนขอขอบพระคุณการสื่อสารแห่งประเทศไทยที่กรุณาอนุญาตให้ผู้เขียนได้มีโอกาสศึกษาวิจัยการดำเนินงาน ของการสื่อสารแห่งประเทศไทย ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่การสื่อสารแห่งประเทศไทย และพนักงานของหน่วยธุรกิจผู้ให้บริการภาคเอกชนทุกท่านที่ได้ให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อการวิจัย

ขอขอบคุณเพื่อน ๆ รุ่นพี่ รุ่นน้อง และพี่ ๆ น้อง ๆ ทุกคนที่ได้ช่วยเหลือในด้านรวบรวมข้อมูล การคำนวณ การพิมพ์ ตลอดจนถึงกำลังใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งขอขอบคุณคุณวิรัช รักวงษ์ ที่ได้ให้ความช่วยเหลือ และสนับสนุนผู้เขียนในทุกวิถีทางที่จะทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้

สำหรับผู้ที่ เป็นกำลังใจ เกื้อหนุนต่อความสำเร็จทางด้านการศึกษาของผู้เขียนคือ คุณพ่อ คุณแม่ และ ดช. วรวัชร รักวงษ์

ตั้งนั้น คุณประโยชน์และส่วนดีของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้เขียนขอมอบให้แก่คุณพ่อ คุณแม่ และคณาจารย์ที่มีพระคุณทุกท่าน ส่วนข้อบกพร่องใด ๆ ที่ยังมีเป็นความรับผิดชอบของผู้เขียนแต่เพียงผู้เดียว

วิไล ลดาชาติ

พฤษภาคม 2530

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญรูป.....	ท
1. บทนำ.....	1
1.1 คำนำ.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	2
1.3 ขอบเขตของการวิจัย.....	2
1.4 แหล่งข้อมูล.....	3
1.5 วิธีการศึกษา.....	4
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	11
1.7 โครงสร้างการศึกษา.....	11
2. ประวัติความเป็นมาและโครงสร้างทั่วไปของตลาดบริการ Courier	13
3. ทฤษฎีและวิธีการคำนวณ.....	37
4. ผลการศึกษาและการวิเคราะห์.....	58
5. บทสรุป	109

สารบัญ

	หน้า
บรรณานุกรม.....	112
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก ลักษณะทั่วไปของผู้ไม่ใช้บริการ Courier.....	114
ภาคผนวก ข ลักษณะทั่วไปของผู้ใช้บริการ Courier.....	117
ภาคผนวก ค ลักษณะและสาเหตุการให้ส่วนลดหรือเครดิตของ ผู้ให้บริการแต่ละแห่ง.....	128
ภาคผนวก ง ความสัมพันธ์ระหว่างนโยบายราคาและคุณภาพ..	138
ภาคผนวก จ รายละเอียดของแบบสอบถาม.....	143
ประวัติผู้เขียน.....	152

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1.	การกำหนดขนาดตัวอย่าง.....	5
2.	จำนวนตัวอย่างที่ใช้เก็บข้อมูลแยกตามเขตไปรษณีย์.....	6
3.	แสดงถึงชื่อบริการและชนิดสิ่งของที่บริการรับส่งของ ประเทศต่าง ๆ.....	15
4.	แสดงถึงการเปิดบริการ EMS ระหว่างประเทศกับ ประเทศต่าง ๆ ของ การสื่อสารแห่งประเทศไทย.....	20
5.	แสดงถึงการเปิดบริการ EMS ระหว่างประเทศในเขตต่าง ๆ	22
6.	แสดงถึงสัดส่วนของการใช้เวลาในการขนส่งสิ่งของทางอากาศ	32
7.	แสดงถึงจุดทะเบียนและหุ้นส่วนของหน่วยงานผู้ให้บริการ Courier.....	36
8.	แสดงถึงส่วนแบ่งตลาด ปี 2530.....	59
9.	แสดงถึงค่าดัชนีการกระจุกตัว ปี 2530.....	60
10.	แสดงถึงสัดส่วนการให้บริการของผู้ให้บริการ แต่ละแห่งในประเภทธุรกิจผู้ให้บริการแต่ละประเภท.....	62
11.	แสดงถึงสัดส่วนการให้บริการรับส่งสิ่งของ ประเภทต่าง ๆ ของแต่ละหน่วยงาน.....	64
12.	แสดงถึงสัดส่วนการให้บริการประเทศปลายทางต่าง ๆ ของผู้ให้บริการ.....	66
13.	แสดงถึงการเปรียบเทียบอัตราค่าบริการต่อ ครั้งกิโลกรัมแรกของหน่วยงานต่าง ๆ จำแนก ตามประเทศปลายทาง ในปี 1985.....	68
14.	แสดงถึงการเปรียบเทียบระยะเวลาการรับส่งจาก ต้นทางกรุงเทพ-ถึงประเทศปลายทาง.....	83

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
15.	แสดงถึงสัดส่วนของความเสี่ยงของการเกิดปัญหา.....	92
16.	แสดงถึงสัดส่วนของปัญหาส่วนใหญ่เกิดจากการปฏิบัติงานส่วนไหน	93
17.	แสดงถึงบริการที่สามารถใช้ติดต่อธุรกิจระหว่างประเทศ แพคเกจ Courier.....	94
18.	แสดงถึงตำแหน่งของผู้ให้บริการแต่ละแห่ง.....	96
19.	แสดงถึงสัดส่วนประเภทลูกค้าของหน่วยงานต่าง ๆ.....	101
20.	แสดงถึงโอกาสของการเปลี่ยนแปลงการใช้บริการของ หน่วยงานหนึ่งไปอีกหน่วยงานหนึ่ง.....	102
21.	แสดงถึงแนวโน้มของส่วนแบ่งตลาดโดยวัดจากค่าใช้บริการ เฉลี่ยต่อเดือน.....	104
22.	แสดงถึงแนวโน้มของส่วนแบ่งตลาดโดยวัดจากจำนวนผู้ใช้บริการ	104
23.	แสดงถึงแนวโน้มของส่วนแบ่งตลาดโดยวัดจากปริมาณการใช้บริการ	104
24.	แสดงถึงการเปลี่ยนแปลงการกระจุกตัวของตลาด.....	105
25.	แสดงถึงแนวโน้มการใช้บริการในอนาคตของผู้ใช้บริการ.....	106

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
ก.1	แสดงถึงสาเหตุที่หน่วยธุรกิจไม่ใช้บริการ Courier	115
ก.2	แสดงถึงบริการที่หน่วยธุรกิจสามารถใช้แทนบริการ Courier	115
ก.3	แสดงถึงโอกาสที่หน่วยธุรกิจจะใช้บริการ Courier.....	116
ก.4	แสดงถึงหน่วยงานที่คาดว่าจะใช้บริการ Courier.....	116
ข.1	แสดงถึงสาเหตุที่ใช้บริการของผู้ใช้บริการ.....	118
ข.2	แสดงถึงสัดส่วนของผู้ใช้บริการจำแนกตามค่าใช้บริการ เฉลี่ยบาท/เดือน.....	118
ข.3	แสดงถึงสัดส่วนประเภทธุรกิจที่ใช้บริการ.....	119
ข.4	แสดงถึงประเภทธุรกิจและระยะเวลาที่ใช้บริการ.....	119
ข.5	แสดงถึงประเภทธุรกิจที่ใช้บริการและขนาดของธุรกิจแต่ละประเภท	120
ข.6	แสดงถึงฐานะของธุรกิจของผู้ใช้บริการ.....	120
ข.7	แสดงถึงสัดส่วนของธุรกิจของผู้ใช้บริการที่มีสาขาใน ประเทศต่าง ๆ.....	121
ข.8	แสดงถึงจำนวนหน่วยธุรกิจที่ผู้ใช้เลือกใช้บริการ.....	121
ข.9	แสดงถึงประเภทธุรกิจและผู้มีอำนาจในการพิจารณาตัดสินใจ เลือกแหล่งบริการ.....	122
ข.10	แสดงถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้แหล่งบริการ....	122
ข.11	แสดงถึงลักษณะการรับ-ส่ง แยกตามประเภทสิ่งของฝากส่ง...	123
ข.12	แสดงถึงสัดส่วนของปริมาณที่ฝากส่งในแต่ละประเภท สิ่งของที่ฝากส่ง.....	123
ข.13	แสดงถึงสัดส่วนของปริมาณน้ำหนักที่ฝากส่งในแต่ละ ประเภทสิ่งของที่ฝากส่ง.....	124

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
ข. 14	แสดงถึงประเทศปลายทางที่ติดต่อด้วยบริการ Courier	125
ข. 15	แสดงถึงสัดส่วนของประเภทสิ่งของที่ฝากส่งในแต่ละประเภทธุรกิจ	126
ข. 16	แสดงถึงสัดส่วนของปริมาณที่ฝากส่งในแต่ละประเภทธุรกิจ.....	126
ข. 17	แสดงถึงสัดส่วนของปริมาณน้ำหนักที่ฝากส่งในแต่ละประเภทธุรกิจ	127
ข. 18	แสดงถึงสัดส่วนของค่าใช้จ่ายบริการในแต่ละประเภทธุรกิจ.....	127
ค. 1	แสดงถึงสัดส่วนการให้ส่วนลดหรือเครดิตจำแนกตาม ค่าใช้จ่ายบริการของผู้ใช้บริการของ DHL.....	129
ค. 2	แสดงถึงสาเหตุที่ให้ส่วนลดหรือเครดิตของ DHL.....	129
ค. 3	แสดงถึงสัดส่วนการให้ส่วนลดหรือเครดิตจำแนกตาม ค่าใช้จ่ายบริการของผู้ใช้บริการของ TNT SKYPAX.....	130
ค. 4	แสดงถึงสาเหตุที่ให้ส่วนลดหรือเครดิตของ TNT SKYPAX.....	130
ค. 5	แสดงถึงสัดส่วนของการให้ส่วนลดหรือเครดิตจำแนกตาม ค่าใช้จ่ายบริการของผู้ใช้บริการของ FEDERAL EXPRESS.....	131
ค. 6	แสดงถึงสาเหตุที่ให้ส่วนลดหรือเครดิตของ FEDERAL EXPRESS	131
ค. 7	แสดงถึงสัดส่วนของการให้ส่วนลดหรือเครดิตจำแนกตาม ค่าใช้จ่ายบริการของผู้ใช้บริการของ CITY LINK.....	132
ค. 8	แสดงถึงสาเหตุที่ให้ส่วนลดหรือเครดิตของ CITY LINK.....	132
ค. 9	แสดงถึงสัดส่วนของการให้ส่วนลดหรือเครดิตจำแนกตาม ค่าใช้จ่ายบริการของผู้ใช้บริการของ EMERY.....	133
ค. 10	แสดงถึงสาเหตุที่ให้ส่วนลดหรือเครดิตของ EMERY.....	133
ค. 11	แสดงถึงสัดส่วนของการให้บริการส่วนลดหรือเครดิตจำแนกตาม ค่าใช้จ่ายบริการของผู้ใช้บริการของ PUROLATOR.....	134
ค. 12	แสดงถึงสาเหตุที่ให้ส่วนลดหรือเครดิตของ PUROLATOR.....	134

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
ค. 13	แสดงถึงสัดส่วนของการให้บริการส่วนลดหรือ เครดิตจำแนกตามค่าใช้บริการของผู้ใช้บริการของ WORLD EXPRESS	135
ค. 14	แสดงถึงสาเหตุที่ให้ส่วนลดหรือเครดิตของ WORLD EXPRESS..	135
ค. 15	แสดงถึงสัดส่วนของการให้บริการส่วนลดหรือ เครดิตจำแนกตามค่าใช้บริการของผู้ใช้บริการของ PIONIER.	136
ค. 16	แสดงถึงสาเหตุที่ให้ส่วนลดหรือเครดิตของ PIONIER.....	136
ค. 17	แสดงถึงสัดส่วนของการให้บริการส่วนลดหรือ เครดิตจำแนกตามค่าใช้บริการของผู้ใช้บริการของ OCS.....	137
ค. 18	แสดงถึงสาเหตุที่ให้ส่วนลดหรือเครดิตของ OCS.....	137
ง. 1	แสดงถึงสัดส่วนระดับราคาและคุณภาพการให้บริการของ DHL	139
ง. 2	แสดงถึงสัดส่วนระดับราคาและคุณภาพการให้บริการของ TNT SKYPAK.....	139
ง. 3	แสดงถึงสัดส่วนระดับราคาและคุณภาพการให้บริการของ FEDERAL EXPRESS.....	140
ง. 4	แสดงถึงสัดส่วนระดับราคาและคุณภาพการให้บริการของ CITY LINK.....	140
ง. 5	แสดงถึงสัดส่วนระดับราคา และคุณภาพการให้บริการของ EMERY	141
ง. 6	แสดงถึงสัดส่วนระดับราคาและคุณภาพการให้บริการของ PUROLATOR.....	141
ง. 7	แสดงถึงสัดส่วนระดับราคาและคุณภาพการให้บริการของ WORLD EXPRESS.....	142
ง. 8	แสดงถึงสัดส่วนระดับราคาและคุณภาพการให้บริการของ OCS.	142
ง. 9	แสดงถึงสัดส่วนระดับราคาและคุณภาพการให้บริการของ EMS.	143

สารบัญรูป

รูปที่		หน้า
1.	ระบบงานบริการ Courier ของหน่วยงานเอกชน.....	28
2.	ระบบงานบริการ ไปรษณีย์ด่วนพิเศษระหว่างประเทศ (EMS) ของ การสื่อสารแห่งประเทศไทย.....	29
3.	การหาการกระจุกตัวโดยใช้เส้นลอเรนซ์.....	45
4.	รูปแบบความสัมพันธ์ของโครงสร้าง พฤติกรรม และผลการดำเนินงานของตลาด.....	57
5.	ปฏิกริยาการแข่งขันทางด้านราคา.....	79
6.	ตำแหน่งการให้บริการของหน่วยงานต่าง ๆ.....	92