

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

กำพล อ่อนนุตรา. การทำนายเหตุการณ์โดยอาศัยกระบวนการปรับตัวด้วยวิธีการเชิงคณิตศาสตร์
กรุงเทพฯ : O.S. Printing House C., LTD. 2524.

เกริกเกียรติ พิพัฒนเสวีธรรม. รายงานวิจัยเรื่องวิเคราะห์ลักษณะการเป็นเจ้าของธุรกิจขนาด
ใหญ่ในประเทศไทย. กรุงเทพฯ : คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,
2524.

จรี ตาปานนท์. เศรษฐศาสตร์การจัดการ 2. กรุงเทพฯ : คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัย
รามคำแหง, 2523.

นราศรี ไววนิชกุล. ระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525.

บึงอร กัทิมทอง. "Concentration ของอุตสาหกรรมในประเทศไทย". วิทยานิพนธ์มหา
บัณฑิต ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525.

ผาสุก พงษ์ไพจิตร. ไพโรจน์ วงศ์วิภาณนท์. การกระจุกตัวของอุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ :
บริษัท สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด, 2518.

ผู้จัดการ. "ส่งพัสดุทางอากาศกิจการ 135,000 ล้านบาทของอเมริกาที่เอกชนเป็นผู้ริเริ่ม",
ฉบับเดือน มกราคม 2527.

รัชนิวารณ อุกัยศรี. องค์กรอุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ : คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 2525.

สมภพ เจริญกุล. การตัดสินใจทางการตลาดโดยอาศัยเทคนิค เชิงปริมาณ กรุงเทพฯ :
สำนักพิมพ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2527.

เสาวลักษณ์ เปี่ยมปิติ. คู่มือการออกแบบสอบถามและการเตรียมข้อมูลสำหรับใช้โปรแกรม
สำเร็จรูปในการตรวจแก้ข้อมูล และในการทำตารางสถิติ. กรุงเทพฯ : สถาบัน
ประชากรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2522.

อำนาจเนญ มนุสข. เศรษฐศาสตร์โครงสร้างและพฤติกรรมของอุตสาหกรรม กรุงเทพฯ : กิ่ง
จันทร์การพิมพ์ , 2527.

อำนวยการพิมพ์ ชูวงศ์. ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ : แพรวศึกษา, 2519.

ภาษาอังกฤษ

- Adelman, M.A. The Measurement of Industrial Concentration. "The Review of Economics and Statistics," Vol. XXXIII (1951)
- Goicoechea, Ambrvse, Hansen, Don R. and Duckstem Lucien. Multiobjective Decision Analysis with Engineering and Business Application. Canada : John wiley & Sons Inc., 1982.
- Eighth International Express Mail (EMS) Conference Berne, 25-26 October 1984. International Bareau of The Universal Postal Union, 1985.
- Kock , James V. Industrial Organization and Prices. New Jersey : Prentice-Hall , Inc., Engleweed Cliffs, 1974.
- Mushkin, Selma J. Public Prices For Public Products. Washington D.C. The Urban Institute, 1972.
- Needham , Douglas. The Economics of Industrial Structure Conduct and Performance. New York : St Martin's Press, 1978.
- Richard Kohls L., Uhl , Joseph N. Market of Agricultural Product New York : 5th Edition, MaMmillon Publishing Co.,Inc., 1972.
- Shepherd, W.G. The Economics of Industrial Organization. New Jersey : Prentice-Hall, Inc., Englewood Cliffs, 1978.
- UNION POSTAL. "THE EMS ON THE MOVIE". SWITZERLAND : LA PRESSE TECHNIQUE SA, 1986
- Utton, M.A. Industrial Concentration. Harmondsworth, England : Penguin Books, 1970.

ภาคผนวก ก

ลักษณะทั่วไปของผู้ไม่ใช้บริการ Courier

ตารางที่ ก.1 แสดงถึงสาเหตุที่หน่วยธุรกิจไม่ใช้บริการ Courier

สาเหตุ	ร้อยละ
ไม่ทราบว่ามีการบริการ Courier หรือ EMS	2.73
ไม่มีความจำเป็นต้องใช้เพราะส่วนใหญ่ดำเนินการภายในประเทศ	48.18
ไม่มีตัวแทนหน่วยงานที่ให้บริการมาแนะนำจึงไม่ทราบหลักเกณฑ์ของการบริการ	0.91
ไม่มั่นใจในหน่วยธุรกิจที่ให้บริการ	1.82
สามารถใช้บริการสื่อสารอื่น ๆ แทนได้	40.91
อื่น ๆ	5.45
รวม	100.00

ตารางที่ ก.2 แสดงถึงบริการที่หน่วยธุรกิจสามารถใช้แทนบริการ Courier

บริการที่ใช้ส่งสิ่งของหรือข่าวสาร	ร้อยละ
บริการไปรษณีย์	24.05
บริการโทรศัพท์	7.59
บริการเทเล็กซ์	40.51
บริการโทรสาร	20.25
ส่งคนไปเอง	3.80
อื่น ๆ	3.80
รวม	100.00

ตารางที่ ก.3 แสดงถึงโอกาสที่หน่วยธุรกิจจะใช้บริการ Courier ในอนาคต

ในอนาคตคาดว่า	ร้อยละ
ใช่	15.29
ไม่ใช่	56.47
ไม่แน่ใจ	27.06
ไม่ตอบ	1.18
รวม	100.00

ตารางที่ ก.4 แสดงถึงหน่วยงานที่คาดว่าจะใช้บริการ Courier

หน่วยงานที่คาดว่าจะใช้	ร้อยละ
EMS	35.00
DHL	20.00
TNT SKYPAK	5.00
O.C.S	5.00
WORLD EXPRESS	5.00
ไม่ระบุ	30.00
รวม	100.00

ภาคผนวก ๒

ลักษณะทั่วไปของผู้ใช้บริการ Courier

ตารางที่ ข.1 แสดงถึงสาเหตุที่ผู้ใช้บริการของผู้ใช้บริการ

เหตุผลที่ใช้บริการ	ร้อยละ
- ธุรกิจต้องการความรวดเร็วและนำจ่ายได้ตรงเวลาตามกำหนด	75.22
- สะดวกและประหยัดเวลา เนื่องจากผู้ให้บริการจะเป็นผู้ดำเนินการให้ตลอดตั้งแต่มีผู้ส่งจนถึงมือผู้รับ	14.35
- ต้องการความปลอดภัยในสิ่งของที่ต้องการส่ง	9.13
- อื่น ๆ	1.30
รวม	100.00

ตารางที่ ข.2 แสดงถึงสัดส่วนของผู้ใช้บริการจำแนกตามค่าใช้บริการเฉลี่ยบาท/เดือน

ค่าใช้บริการ	ร้อยละ
1 - 1,000	30.38
1,001 - 3,000	34.18
3,001 - 5,000	16.03
มากกว่า 5,000	19.41
รวม	100.00

ตารางที่ ข.3 แสดงถึงสัดส่วนของประเภทธุรกิจที่ใช้บริการ

ประเภทธุรกิจ	ร้อยละ
กิจการผลิตและจำหน่าย	11.30
การนำเข้า	13.91
การส่งออก	15.65
การนำเข้า - การส่งออก	18.70
สถาบันการเงิน	3.48
ธุรกิจบริการ	28.70
ค้าปลีกหรือค้าส่ง	2.61
อื่น ๆ	5.65
รวม	100.00

ตารางที่ ข.4 แสดงถึงประเภทธุรกิจและระยะเวลาที่ใช้บริการ

(หน่วย : ร้อยละ)

ประเภทธุรกิจ	ต่ำกว่า 1 ปี	1-2 ปี	3-5 ปี	มากกว่า 5 ปี	รวม
กิจการผลิตและจำหน่าย	11.54	15.38	30.77	42.31	100.00
การนำเข้า	9.38	18.75	34.38	37.50	100.00
การส่งออก	8.33	41.67	30.56	19.44	100.00
การนำเข้า-การส่งออก	6.97	23.26	37.21	32.56	100.00
สถาบันการเงิน	-	12.50	37.50	50.00	100.00
ธุรกิจบริการ	10.61	18.18	27.27	43.94	100.00
ค้าปลีกหรือค้าส่ง	16.67	33.33	33.33	16.67	100.00
อื่น ๆ	15.38	30.77	23.08	30.77	100.00
รวมสัดส่วนระยะเวลา ที่ใช้บริการ	9.57	23.45	31.30	35.65	100.00

ตารางที่ ข.5 แสดงถึงประเภทธุรกิจที่ใช้บริการและขนาดของธุรกิจแต่ละประเภท (หน่วย : ร้อยละ)

ประเภทธุรกิจ \ ทุนจดทะเบียน	น้อยกว่า 2 ล้านบาท	2.5 ล้านบาท	มากกว่า 5 ล้านบาท	ไม่ตอบ	รวม
กิจการผลิตและจำหน่าย	15.38	23.08	61.54	-	100.00
การนำเข้า	43.75	25.00	31.25	-	100.00
การส่งออก	41.67	36.11	16.67	5.56	100.00
การนำเข้า-การส่งออก	23.26	18.60	46.51	11.63	100.00
สถาบันการเงิน	-	12.5	75.00	12.5	100.00
ธุรกิจบริการ	31.82	28.79	24.24	15.15	100.00
ค้าปลีกหรือค้าส่ง	50.00	33.33	16.67	-	100.00
อื่น ๆ	38.46	15.38	23.08	23.08	100.00
รวมสัดส่วนทุนจดทะเบียน	33.33	25.65	33.91	9.13	100.00

ตารางที่ ข.6 แสดงถึงฐานะของธุรกิจของผู้ใช้บริการ

ฐานะของธุรกิจ	ร้อยละ
ธุรกิจเดี่ยว	37.83
สาขาของธุรกิจ	48.70
หน่วยงานในเครือของธุรกิจ	6.52
ธุรกิจที่มีสาขา	5.65
อื่น ๆ	1.30
รวม	100.00

ตารางที่ ข.7 แสดงถึงสัดส่วนประเทศที่อยู่ของบริษัทแม่ หรือสำนักงานของผู้ให้บริการ

ประเทศที่อยู่ของบริษัทแม่หรือสำนักงานใหญ่	ร้อยละ
ฮ่องกง	12.4
สวิสเซอร์แลนด์	2.6
สิงคโปร์	3.5
ญี่ปุ่น	32.7
ไทย	1.8
ออสเตรเลีย	1.8
อเมริกา	24.8
อังกฤษ	4.4
ฝรั่งเศส	1.8
เยอรมันตะวันตก	5.3
เกาหลีใต้	1.8
อื่น ๆ	7.1
รวม	100.00

ตารางที่ ข.8 แสดงถึงจำนวนหน่วยธุรกิจที่ผู้ใช้เลือกใช้บริการ

จำนวน (แห่ง)	ร้อยละ
1	53.48
2	31.30
3	10.00
4	3.91
5	0.87
6	0.43
รวม	100.00

ตารางที่ ข.9 แสดงถึงประเภทธุรกิจและผู้มีอำนาจในการพิจารณาตัดสินใจเลือกแหล่งบริการ (หน่วย : ร้อยละ)

ประเภทธุรกิจ / ผู้มีอำนาจ	บริษัทแม่ หรือบริษัท สำนักงาน ใหญ่	ผู้บริหาร ระดับสูง ของ บริษัท	เจ้าหน้าที่ รับผิดชอบ	ผู้รับใน ประเทศ ปลายทาง	อื่น ๆ	รวม
กิจการผลิตและ จำหน่าย	10.34	24.14	58.62	7.90	-	100.00
การนำเข้า	6.06	39.40	51.51	3.03	-	100.00
การส่งออก	8.11	27.03	54.05	8.11	2.70	100.00
การนำเข้า-ส่งออก	11.11	40.00	46.67	2.22	-	100.00
สถาบันการเงิน	-	75.00	25	-	-	100.00
ธุรกิจบริการ	9.72	38.89	43.05	5.56	2.78	100.00
ค้าส่งหรือค้าปลีก	12.5	25.00	50.00	12.5	-	100.00
อื่น ๆ	-	46.15	46.15	-	7.69	100.00
รวมสัดส่วนของผู้มี อำนาจตัดสินใจ	8.57	36.74	48.16	4.90	11.63	100.00

ตารางที่ ข.10 แสดงถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้แหล่งบริการของผู้ใช้บริการแต่ละราย

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้	ร้อยละ
อัตราค่าบริการ	26.09
คุณภาพบริการที่จะได้รับ	32.02
ชื่อเสียงของผู้ให้บริการ	9.21
นโยบายของบริษัทสำนักงานใหญ่ หรือบริษัทในเครือเดียวกัน	5.70
การแนะนำโดยหนังสือหรือพนักงานขาย	8.55
การแนะนำของหน่วยธุรกิจอื่น	1.10
ประเทศปลายทางที่ผู้ให้บริการเปิดให้บริการ	5.92
ผู้รับในประเทศปลายทางระบุให้ใช้บริการของหน่วยงานดังกล่าว	7.46
อื่น ๆ	3.95
รวม	100.00

ตารางที่ ข. 11 แสดงถึงลักษณะการรับ-ส่ง แยกตามประเภทสิ่งของที่ฝากส่ง

(หน่วย : ร้อยละ)

ประเภทสิ่งของ ลักษณะ การรับ-ส่ง	สินค้า	ตัวอย่าง สินค้า	ข้อมูล คอมพิวเตอร์	เอกสาร การเงิน	เอกสาร ธุรกิจ	จดหมาย	อื่น ๆ	รวม	รวม ลักษณะ การ รับ-ส่ง
ส่งมากกว่ารับ	1.10	29.67	1.10	4.39	51.65	12.08	-	100.00	23.39
รับมากกว่าส่ง	-	15.18	-	6.25	56.25	19.64	2.68	100.00	28.79
ทั้งรับและส่ง มีปริมาณพอ ๆ กัน	2.15	18.28	1.61	11.29	51.07	15.05	0.53	100.00	47.82
รวมสัดส่วนประเภท สิ่งของที่ฝากส่ง	2.08	19.53	0.78	7.29	52.61	16.93	0.78	100.00	100.00

ตารางที่ ข. 12 แสดงถึงสัดส่วนของปริมาณที่ฝากส่งในแต่ละประเภทสิ่งของที่ฝากส่ง

(หน่วย : ร้อยละ)

ประเภทสิ่งของ	ปริมาณที่ฝากส่ง (เฉลี่ย : ชั้น/เดือน)						รวม
	1	2-5	6-10	11-15	16-20	มากกว่า 20	
สินค้า	-	62.50	37.50	-	-	-	100.00
ตัวอย่างสินค้า	25.00	45.83	19.44	2.78	-	6.94	100.00
ข้อมูลด้านคอมพิวเตอร์	66.67	16.67	16.67	-	-	-	100.00
เอกสารทางการเงิน	46.87	31.25	9.38	3.13	-	9.38	100.00
เอกสารทางธุรกิจ	17.41	47.76	20.89	1.99	3.98	7.96	100.00
จดหมาย	21.82	52.73	9.09	1.82	1.82	12.72	100.00
อื่น ๆ	33.33	66.67	-	-	-	-	100.00
รวมสัดส่วน ปริมาณที่ฝากส่ง	22.55	46.68	18.04	2.12	2.39	8.22	100.00

ตารางที่ข. 13 แสดงถึงสัดส่วนของปริมาณน้ำหนัที่ฝากส่ง ในแต่ละประเภทสิ่งของที่ฝากส่ง

(หน่วย : ร้อยละ)

ประเภทสิ่งของ	ปริมาณน้ำหนัที่ฝากส่ง (เฉลี่ย กรัม/ชิ้น)					รวม
	≤ 250	251-500	501-1000	1001-2000	มากกว่า 2000	
สินค้า	-	11.11	44.44	22.22	22.22	100.00
ตัวอย่างสินค้า	-	30.00	38.00	6.00	26.00	100.00
ข้อมูลด้านคอมพิวเตอร์	-	25.00	50.00	-	25.00	100.00
เอกสารทางการเงิน	11.54	46.15	26.92	3.85	11.54	100.00
เอกสารธุรกิจ	4.22	67.47	22.29	-	6.02	100.00
จดหมาย	9.30	67.44	18.60	-	4.65	100.00
อื่น ๆ	66.67	33.33	-	-	-	100.00
รวมสัดส่วน ปริมาณน้ำหนัที่ฝากส่ง	4.65	57.14	25.92	1.99	10.30	100.00

ตารางที่ 14 แสดงถึงประเทศปลายทางที่ติดต่อด้วยบริการ Courier

ประเทศ	ร้อยละ
อเมริกา	16.30
สิงคโปร์	15.80
ญี่ปุ่น	14.70
ฮ่องกง	13.00
อังกฤษ	6.10
เยอรมันตะวันตก	4.50
มาเลเซีย	4.10
ออสเตรเลีย	2.40
ฟิลิปปินส์	1.90
ฝรั่งเศส	1.90
ตะวันออกกลาง	2.60
อื่น ๆ เขตเอเชีย	5.90
เขตอเมริกา	1.10
เขตยุโรป	9.20
เขตแอฟริกา	0.50
รวม	100.00

ตารางที่ ข. 15 แสดงถึงสัดส่วนของประเภทสิ่งของที่ฝากส่งในแต่ละประเภทธุรกิจ

(หน่วย : ร้อยละ)

ประเภทธุรกิจ	ประเภทสิ่งของที่ฝากส่ง		ข้อมูลคอมพิวเตอร์	เอกสารการเงิน	เอกสารธุรกิจ	จดหมาย	อื่น ๆ	รวม
	สินค้า	ตัวอย่างสินค้า						
กิจการผลิตและจำหน่าย	-	19.05	-	2.38	54.76	23.81	-	100.00
การนำเข้า	5.77	15.38	1.92	7.69	51.92	17.31	-	100.00
การส่งออก	-	41.79	-	4.48	46.27	7.46	-	100.00
การนำเข้า-การส่งออก	2.59	27.27	-	3.89	51.95	14.29	-	100.00
สถาบันการเงิน	-	-	-	25.00	50.00	25.00	-	100.00
ธุรกิจบริการ	-	5.21	2.08	11.46	59.38	19.79	2.08	100.00
ค้าปลีกหรือค้าส่ง	25.00	8.33	-	-	41.67	16.67	8.33	100.00
อื่น ๆ	-	18.18	-	9.09	50.00	22.73	-	100.00
รวมสัดส่วนของสิ่งของที่ฝากรับ-ส่ง	2.08	19.53	0.78	7.29	52.61	16.93	0.78	100.00

ตารางที่ ข. 16 แสดงถึงสัดส่วนของปริมาณที่ฝากส่งในแต่ละประเภทธุรกิจ

(หน่วย : ร้อยละ)

ประเภทธุรกิจ	ปริมาณที่ฝากส่ง (เฉลี่ย . ขึ้น/เดือน)						รวม
	1	2-5	6-10	11-15	16-20	มากกว่า 20	
กิจการผลิตและจำหน่าย	29.27	58.54	7.32	-	-	4.88	100.00
การนำเข้า	26.53	51.02	14.29	2.04	2.04	4.08	100.00
การส่งออก	11.67	41.67	20.00	5.00	3.33	18.33	100.00
การนำเข้า-การส่งออก	25.97	48.05	18.18	2.59	2.51	2.59	100.00
สถาบันการเงิน	-	14.28	35.71	-	-	50.00	100.00
ธุรกิจบริการ	24.49	41.84	26.53	-	3.06	4.08	100.00
ค้าปลีกหรือค้าส่ง	33.33	66.67	-	-	-	-	100.00
อื่น ๆ	4.55	68.18	22.73	-	-	4.55	100.00

ตารางที่ ข. 17 แสดงถึงสัดส่วนของปริมาณน้ำหนักที่ฝากส่งในแต่ละประเภทธุรกิจ

(หน่วย : ร้อยละ)

ประเภทธุรกิจ	ปริมาณน้ำหนักที่ฝากส่ง (เฉลี่ย กรัม/ชิ้น)					รวม
	≤ 250	251-500	501-1000	1001-2000	มากกว่า 2000	
กิจการผลิตและจำหน่าย	30.30	54.55	15.15	-	-	100.00
การนำเข้า	15.55	51.11	22.22	8.89	2.22	100.00
การส่งออก	7.69	42.31	26.92	11.54	11.54	100.00
การนำเข้า-การส่งออก	5.56	43.05	19.44	8.33	23.61	100.00
สถาบันการเงิน	26.67	53.33	6.67	13.33	-	100.00
ธุรกิจบริการ	28.23	45.88	22.35	3.53	-	100.00
ค้าปลีกหรือค้าส่ง	13.79	51.72	10.34	-	24.14	100.00
อื่น ๆ	21.05	42.11	31.58	-	5.26	100.00

ตารางที่ ข. 18 แสดงถึงสัดส่วนของค่าใช้จ่ายบริการในแต่ละประเภทธุรกิจ

(หน่วย : ร้อยละ)

ประเภทธุรกิจ	ค่าใช้จ่ายบริการ				รวม
	1-1000	1001-3000	3001-5000	มากกว่า 5000	
กิจการผลิตและจำหน่าย	55.55	25.93	3.70	14.81	100.00
การนำเข้า	37.14	42.86	8.57	11.43	100.00
การส่งออก	16.67	44.44	13.89	25.00	100.00
การนำเข้า-การส่งออก	22.73	34.09	22.73	20.45	100.00
สถาบันการเงิน	30.00	10.00	30.00	30.00	100.00
ธุรกิจบริการ	28.21	33.33	20.51	17.95	100.00
ค้าปลีกค้าส่ง	33.33	16.67	-	50.00	100.00

ภาคผนวก ค

ตารางที่ ก.1 แสดงถึงสัดส่วนการไหลส่วนลดหรือเครดิตจำแนกตามค่าใช้จ่ายของผู้ให้บริการของ DHL

(หน่วย : ร้อยละ)

ค่าใช้บริการ เฉลี่ยบาท/ เดือน	ผู้ซื้อที่ไม่ได้ ส่วนลดหรือเครดิต	ผู้ซื้อที่ได้ ส่วนลดหรือเครดิต	รวม	ส่วนลด			เครดิต			รวม
				5%	10%	20%	7 วัน	15 วัน	30 วัน	
1-1,000	50.00	50.00	100.00	11.54	11.54	-	11.54	3.85	61.54	100.00
1,001-3,000	37.21	62.79	100.00	6.90	17.24	3.45	3.45	6.90	62.07	100.00
3,001-5,000	27.27	72.73	100.00	25.00	16.67	-	-	-	58.33	100.00
มากกว่า 5,000	25.00	75.00	100.00	-	50.00	-	-	-	50.00	100.00
รวม	40.00	60.00	100.00	10.13	20.25	1.27	5.06	3.80	59.49	100.00

ตารางที่ ก.2 แสดงถึงสาเหตุที่ไหลส่วนลดหรือเครดิตของ DHL

เหตุผล	ร้อยละ
-จ่ายเงินสด	3.88
-ใช้บริการเป็นปริมาณมาก	32.04
-การเจรจาต่อรอง	30.10
-ผู้ให้บริการยื่นข้อเสนอให้เพื่อต้องการให้เป็นลูกค้า	33.98
รวม	100.00

ตารางที่ ก.3 แสดงถึงสัดส่วนการให้ส่วนลดหรือเครดิต จำแนกตามค่าใช้บริการของผู้ใช้บริการของ

TNT SKYPAK

(หน่วย : ร้อยละ)

ค่าใช้บริการ เฉลี่ยบาท/ เดือน	ไม่ได้ส่วนลด หรือเครดิต	ได้ส่วนลด หรือเครดิต	รวม	ส่วนลด			เครดิต 30 วัน	รวม
				5%	10%	12-15%		
1-1,000	46.20	53.80	100.00	50.00	12.50	12.50	25.00	100.00
1,001-3,000	54.50	45.50	100.00	33.33	16.67	50.00	50.00	100.00
3,001-5,000	-	100.00	100.00	-	33.33	-	66.66	100.00
มากกว่า5,000	50.00	50.00	100.00	-	50.00	-	50.00	100.00
รวม	45.16	54.84	100.00	27.27	22.73	9.09	40.91	100.00

ตารางที่ ก.4 แสดงถึงสาเหตุที่ให้ส่วนลดหรือเครดิตของ TNT SKYPAK

เหตุผล	ร้อยละ
-จ่ายเงินสด	8.82
-ใช้บริการเป็นปริมาณมาก	38.24
-การเจรจาต่อรอง	23.53
-ผู้ให้บริการยื่นข้อเสนอให้เพื่อต้องการให้เป็นลูกค้า	29.41
รวม	100.00

ตารางที่ ค.5 แสดงถึงสัดส่วนของการให้ส่วนลดหรือเครดิต จำแนกตามค่าใช้บริการของผู้ใช้บริการของ FEDERAL EXPRESS

(หน่วย : ร้อยละ)

ค่าใช้บริการ เฉลี่ยบาท/ เดือน	ไม่ได้ส่วนลด หรือเครดิต	ได้ส่วนลด หรือเครดิต	รวม	5%	ส่วนลด				เครดิต			รวม
					10%	15%	20%	25%	15 วัน	30 วัน	2 เดือน	
1-1,000	44.00	54.00	100.00	28.57	-	-	-	-	14.29	28.57	-	100.00
1,001-3,000	33.33	66.70	100.00	-	8.33	8.33	-	-	8.33	58.33	8.33	100.00
3,001-5,000	33.33	66.67	100.00	-	-	-	-	-	-	100.00	-	100.00
มากกว่า5,000	-	100.00	100.00	-	16.67	-	16.67	16.67	-	50.00	16.67	100.00
รวม	36.17	63.83	100.00	11.43	2.86	5.71	2.86	8.57	45.71	5.71	100.00	

ตารางที่ ค.6 แสดงถึงสาเหตุที่ให้ส่วนลดหรือเครดิตของ FEDERAL EXPRESS

เหตุผล	ร้อยละ
-จ่ายเงินสด	2.44
-ใช้บริการเป็นปริมาณมาก	12.19
-การเจรจาต่อรอง	36.59
-ผู้ให้บริการยื่นข้อเสนอให้เพื่อต้องการให้เป็นลูกค้า	48.78
รวม	100.00

ตารางที่ ค.7 แสดงถึงสัดส่วนการให้บริการส่วนลดหรือเครดิต จำแนกตามค่าใช้จ่ายบริการของผู้ใช้บริการ
ของ CITY LINK.

(หน่วย : ร้อยละ)

ค่าใช้จ่ายบริการ เฉลี่ยบาท/ เดือน	ไม่ได้ส่วนลด หรือเครดิต	ได้ส่วนลด หรือเครดิต	รวม	ส่วนลด		เครดิต 30 วัน	รวม
				5%	10%		
1-1,000	41.20	58.8	100.00	30.00	30.00	40.00	100.00
1,001-3,000	50.00	50.00	100.00	-	33.33	66.67	100.00
3,001-5,000	100.00	-	100.00	-	-	-	-
มากกว่า5,000	-	-	-	-	-	-	--
รวม	45.83	54.17	100.00	23.08	30.77	46.15	100.00

ตารางที่ ค.8 แสดงถึงสาเหตุที่ให้ส่วนลดหรือเครดิตของ CITY LINK

เหตุผล	ร้อยละ
-จ่ายเงินสด	-
-ใช้บริการเป็นปริมาณมาก	9.52
-การเจรจาต่อรอง	33.33
-ผู้ให้บริการยื่นข้อเสนอให้เพื่อต้องการให้เป็นลูกค้า	57.14
รวม	100.00

ตารางที่ ก.9 แสดงถึงสัดส่วนการให้ส่วนลดหรือเครดิต จำแนกตามค่าใช้บริการของผู้ใช้บริการ

ของ EMERY

(หน่วย : ร้อยละ)

ค่าใช้บริการ เฉลี่ยบาท/ เดือน	ไม่ได้ส่วนลด หรือเครดิต	ได้ส่วนลด หรือเครดิต	รวม	ส่วนลด		เครดิต		รวม
				10%	20%	15 วัน	30 วัน	
1-1,000	25.00	75.00	100.00	20.00	-	-	80.00	100.00
1,001-3,000	22.22	77.78	100.00	12.50	25.00	12.50	50.00	100.00
3,001-5,000	50.00	50.00	100.00	100.00	-	-		100.00
มากกว่า5,000	33.33	66.67	100.00	-	50.00	-	50.00	100.00
รวม	26.92	73.08	100.00	19.05	14.29	4.76	61.90	100.00

ตารางที่ ก.10 แสดงถึงสาเหตุที่ให้ส่วนลดหรือเครดิตของ EMERY

เหตุผล	ร้อยละ
-จ่ายเงินสด	4.35
-ใช้บริการเป็นปริมาณมาก	17.39
-การเจรจาต่อรอง	34.78
-ผู้ให้บริการยื่นข้อเสนอให้เพื่อต้องการให้เป็นลูกค้า	43.48
รวม	100.00

ตารางที่ 11 แสดงถึงสัดส่วนการให้ส่วนลดหรือเครดิต จำแนกตามค่าใช้จ่ายบริการของผู้ใช้บริการ

ของ -PUROLATOR

(หน่วย : ร้อยละ)

ค่าใช้จ่ายบริการ เฉลี่ยบาท/ เดือน	ไม่ได้ส่วนลด หรือเครดิต	ได้ส่วนลด หรือเครดิต	รวม	ส่วนลด		เครดิต 30 วัน	รวม
				5%	10%		
1-1,000	36.40	63.60	100.00	14.30	-	85.70	100.00
1,001-3,000	57.10	42.90	100.00	-	-	100.00	100.00
3,001-5,000	33.33	66.67	100.00	-	50.00	50.00	100.00
มากกว่า5,000	-	100.00	100.00	33.33	-	66.67	100.00
รวม	39.13	60.87	100.00	13.33	6.67	80.00	100.00

ตารางที่ 12 แสดงถึงสาเหตุที่ให้ส่วนลดหรือเครดิตของ PUROLATOR

เหตุผล	ร้อยละ
-จ่ายเงินสด	-
-ใช้บริการเป็นจำนวนมาก	10.53
-การเจรจาต่อรอง	47.37
-ผู้ให้บริการยื่นข้อเสนอให้เพื่อต้องการให้เป็นลูกค้า	42.10
รวม	100.00

ตารางที่ 13 แสดงถึงสัดส่วนการให้ส่วนลดหรือเครดิต จำแนกตามค่าใช้บริการของผู้ใช้บริการ

ของ WORLD EXPRESS

(หน่วย : ร้อยละ)

ค่าใช้บริการ เฉลี่ยบาท/ เดือน	ไม่ได้ส่วนลด หรือเครดิต	ได้ส่วนลด หรือเครดิต	รวม	ส่วนลด		เครดิต 30 วัน	รวม
				5%	10%		
1-1,000	16.70	83.33	100.00	33.33	16.67	50.00	100.00
1,001-3,000	100.00	-	100.00	-	-	-	-
3,001-5,000	-	100.00	100.00	-	-	100.00	100.00
มากกว่า5,000	33.33	66.67	100.00	-	66.67	33.33	100.00
รวม	30.77	69.23	100.00	18.18	27.27	54.55	100.00

ตารางที่ 14 แสดงถึงสาเหตุที่ให้ส่วนลดหรือเครดิตของ WORLD EXPRESS

เหตุผล	ร้อยละ
-จ่ายเงินสด	-
-ใช้บริการเป็นปริมาณมาก	43.75
-การเจรจาต่อรอง	43.75
-ผู้ให้บริการยื่นข้อเสนอเพื่อต้องการให้เป็นลูกค้า	12.50
รวม	100.00

ตารางที่ ก. 15 แสดงถึงสัดส่วนการให้ส่วนลดหรือเครดิต จำแนกตามค่าใช้บริการของผู้ใช้บริการ

ของ PIONIER

(หน่วย : ร้อยละ)

ค่าใช้บริการ เฉลี่ยบาท/ เดือน	ไม่ได้ส่วนลด หรือเครดิต	ได้ส่วนลด หรือเครดิต	รวม	ส่วนลด		เครดิต 30 วัน	รวม
				5%	10%		
1-1,000	50.00	50.00	100.00	50.00	-	50.00	100.00
1,001-3,000	-	100.00	100.00	-	50.00	50.00	100.00
3,001-5,000	-	-	-	-	-	-	--
มากกว่า5,000	-	-	-	-	-	-	-
รวม	40.00	60.00	100.00	25.00	25.00	50.00	100.00

ตารางที่ ก. 16 แสดงถึงสาเหตุที่ผู้ได้ส่วนลดหรือเครดิตของ PIONIER

เหตุผล	ร้อยละ
-จ่ายเงินสด	-
-ใช้บริการเป็นปริมาณมาก	16.67
-การเจรจาต่อรอง	33.33
-ผู้ให้บริการยื่นข้อเสนอให้เพื่อต้องการให้เป็นลูกค้า	50.00
รวม	100.00

ตารางที่ ก. 17 แสดงถึงสัดส่วนการให้ส่วนลดหรือเครดิต จำแนกตามค่าใช้บริการของผู้ใช้บริการ
ของ OCS.

(หน่วย : ร้อยละ)

ค่าใช้บริการ เฉลี่ยบาท/ เดือน	ไม่ได้ส่วนลด หรือเครดิต	ได้ส่วนลด หรือเครดิต	รวม	ส่วนลด 10%	เครดิต 30 วัน	รวม
1-1,000	42.90	57.10	100.00	-	100.00	100.00
1,001-3,000	37.50	62.50	100.00	27.27	72.72	100.00
3,001-5,000	66.67	33.33	100.00	-	100.00	100.00
มากกว่า5,000	-	100.00	100.00	-	100.00	100.00
รวม	40.00	60.00	100.00	14.29	85.71	100.00

ตารางที่ ก. 18 แสดงถึงสาเหตุที่ให้ส่วนลดหรือเครดิตของ OCS

เหตุผล	ร้อยละ
-จ่ายเงินสด	-
-ใช้บริการเป็นจำนวนมาก	34.78
-การเจรจาต่อรอง	17.39
-ผู้ให้บริการยื่นเสนอให้เพื่อต้องการให้เป็นลูกค้า	47.83
รวม	100.00

ภาคผนวก ง

ความสัมพันธ์ระหว่างนโยบายราคาและคุณภาพ

ตารางที่ 1.1 แสดงถึงสัดส่วนระดับราคาและคุณภาพการให้บริการของ DHL

คุณภาพ ราคา	ดี	พอใช้	ต้องปรับปรุง	รวม
สูง	57.82	9.52	3.40	70.74
ปานกลาง	14.97	12.93	1.36	29.26
ต่ำ	-	-	-	-
รวม	72.79	22.45	4.76	100.00

$$\chi^2 = 16.70$$

$$\chi^2_{0.05, 4} = 9.49$$

ตารางที่ 1.2 แสดงถึงสัดส่วนระดับราคาและคุณภาพการให้บริการของ TNT SKYPAK

คุณภาพ ราคา	ดี	พอใช้	ต้องปรับปรุง	รวม
สูง	24.68	34.25	4.03	62.96
ปานกลาง	9.79	18.17	4.82	32.78
ต่ำ	4.26	-	-	4.26
รวม	38.73	52.42	8.85	100.00

$$\chi^2 = 5.72$$

$$\chi^2_{0.05, 4} = 9.49$$

ตารางที่ 3 แสดงถึงสัดส่วนระดับราคาและคุณภาพการให้บริการของ FEDERAL EXPRESS

คุณภาพ ราคา	ดี	พอใช้	ต้องปรับปรุง	รวม
สูง	10.00	2.00	2.00	14.00
ปานกลาง	46.00	22.00	-	68.00
ต่ำ	6.00	8.00	4.00	18.00
รวม	62.00	32.00	6.00	100.00

$$\chi^2 = 9.39$$

$$\chi^2_{0.05, 4} = 9.49$$

ตารางที่ 4 แสดงถึงสัดส่วนระดับราคาและคุณภาพการให้บริการของ CITY LINK

คุณภาพ ราคา	ดี	พอใช้	ต้องปรับปรุง	รวม
สูง	8.00	-	-	8.00
ปานกลาง	40.00	20.00	8.00	68.00
ต่ำ	4.00	20.00	-	24.00
รวม	52.00	40.00	8.00	100.00

$$\chi^2 = 7.52$$

$$\chi^2_{0.05, 4} = 9.49$$

ตารางที่ ง.5 แสดงถึงสัดส่วนระดับราคาและคุณภาพการให้บริการของ EMERY

คุณภาพ ราคา	ดี	พอใช้	ต้องปรับปรุง	รวม
สูง	7.41	-	-	7.41
ปานกลาง	25.92	29.63	-	55.55
ต่ำ	29.63	7.41	-	37.04
รวม	62.96	37.04	-	100.00

$$\chi^2 = 4.12$$

$$\chi^2_{0.05, 4} = 9.49$$

ตารางที่ ง.6 แสดงถึงสัดส่วนระดับราคาและคุณภาพการให้บริการของ PUROLATOR

คุณภาพ ราคา	ดี	พอใช้	ต้องปรับปรุง	รวม
สูง	-	4.17	-	4.17
ปานกลาง	20.83	37.50	-	58.33
ต่ำ	20.83	16.67	-	37.5
รวม	41.66	58.34	-	100.00

$$\chi^2 = 1.64$$

$$\chi^2_{0.05, 4} = 9.49$$

ตารางที่ ง.7 แสดงถึงสัดส่วนราคาและคุณภาพการให้บริการของ WORLD EXPRESS

คุณภาพ ราคา	ดี	พอใช้	ต้องปรับปรุง	รวม
สูง	14.29	7.14	-	21.43
ปานกลาง	21.43	28.57	-	50.00
ต่ำ	14.28	14.29	-	28.57
รวม	50.00	50.00		100.00

$$\chi^2 = 0.48$$

$$\chi^2_{0.05, 4} = 9.49$$

ตารางที่ ง.8 แสดงถึงสัดส่วนราคาและคุณภาพการให้บริการของ OCS

คุณภาพ ราคา	ดี	พอใช้	ต้องปรับปรุง	รวม
สูง	11.43	-	2.86	14.29
ปานกลาง	37.14	34.29	-	71.43
ต่ำ	2.85	11.43	-	14.28
รวม	51.42	45.72	2.86	100.00

$$\chi^2 = 11.49$$

$$\chi^2_{0.05, 4} = 9.49$$

ตารางที่ ง.9 แสดงถึงสัดส่วนระดับราคาและคุณภาพการให้บริการของ EMS

คุณภาพ ราคา	ดี	พอใช้	ต้องปรับปรุง	รวม
สูง	2.08	8.33	-	10.41
ปานกลาง	20.83	29.17	2.08	52.08
ต่ำ	12.50	14.58	10.42	37.50
รวม	35.41	52.08	12.50	100.00

$$\chi^2 = 7.37$$

$$\chi^2_{0.05, 4} = 9.49$$

ภาคผนวก จ

รายละเอียดของแบบสอบถาม

ชื่อผู้ตอบแบบสอบถาม.....

ชื่อสำนักงาน..... โทรศัพท์.....

1. ประเภทธุรกิจของท่าน (ระบุประเภทของสินค้าหรือบริการไว้ข้างท้าย)

1. กิจการผลิตและจำหน่าย	5. สถาบันการเงิน
2. การนำเข้า	6. ธุรกิจบริการ
3. การส่งออก	7. ค้าปลีกหรือค้าส่ง
4. การนำเข้า-การส่งออก	8. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

2. ธุรกิจของท่านอยู่ในฐานะเป็น
 1. ธุรกิจเดี่ยว (ไม่มีสาขา)
 2. สาขาของธุรกิจ (มีสำนักงานใหญ่อยู่ที่.....)
 3. หน่วยงานในเครือของธุรกิจ
 4. ธุรกิจที่มีสาขา (มีสาขา.....แห่ง)
 5. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

3. ทุนจดทะเบียนของกิจการ
 1. น้อยกว่า 2 ล้านบาท
 2. 2-5 ล้านบาท
 3. มากกว่า 5 ล้านบาท

4. ปัจจุบันท่านใช้บริการ Courier หรือ EMS ในการติดต่อรับส่งสิ่งของระหว่างประเทศหรือไม่
 1. ใช่
 2. ไม่ใช่ (กรุณาข้ามไปตอบข้อ 21)

5. ท่านใช้บริการนี้มาเป็นเวลา
 1. ต่ำกว่า 1 ปี
 2. 1-2 ปี
 3. 3-5 ปี
 4. มากกว่า 5 ปี

6. เหตุผลที่สำคัญมากที่สุดในการใช้บริการของท่านส่วนใหญ่ คือ
1. ธุรกิจต้องการความรวดเร็วและนำจ่ายได้ตรงเวลาตามที่กำหนด
 2. สะดวกและประหยัดเวลา เนื่องจากผู้ให้บริการจะเป็นผู้ดำเนินการให้ตลอดตั้งแต่มีผู้ส่งจนถึงมือผู้รับ
 3. ต้องการความปลอดภัยในสิ่งของที่ต้องการส่ง
 4. อื่น ๆ โปรดระบุ.....
7. ผู้มีอำนาจในการพิจารณาตัดสินใจว่าจะใช้บริการของผู้ให้บริการใด คือ
1. บริษัทแม่ หรือบริษัทสำนักงานใหญ่
 2. ผู้บริหารระดับสูงของบริษัท
 3. เจ้าหน้าที่รับผิดชอบในด้านนี้ หรือเลขานุการ
 4. ผู้รับในประเทศปลายทางเป็นผู้กำหนด
 5. อื่น ๆ โปรดระบุ.....
8. ปัจจุบันท่านใช้บริการของผู้ให้บริการใด และเสียค่าใช้จ่ายทั้งสิ้นเฉลี่ยต่อเดือนให้ผู้บริการแต่ละแห่งเป็นจำนวนเงินเท่าไร? (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ชื่อหน่วยงานที่ให้บริการ	ค่าใช้จ่ายทั้งสิ้น เฉลี่ย/เดือน
1. DHL (THAILAND) LTD.
2. T.N.T.SKYPAK INTERNATIONAL (THAILAND) CO; LTD.
4. FEDERAL EXPRESS (THAILAND)
6. CITY LINK EXPRESS (THAI)
8. EMERY (BEST AIR EXPRESS)
10. ASIAN COURIER SYSTEM (THAILAND) CO;LTD. (PUROLATOR)
12. WORLD EXPRESS LTD.
14. PIORIER AIR FREIGHT
16. OVERSEA COURIER SERVICE THAILAND CO; LTD.
18. EMS (การสื่อสารแห่งประเทศไทย)
20. อื่น ๆ โปรดระบุ

11. สิ่งของที่ท่านส่ง เป็นประเภทอะไรบ้าง และ ในแต่ละประเภทมีปริมาณ น้ำหนักเฉลี่ยเท่าใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ประเภทสิ่งของ	ปริมาณการส่งเฉลี่ย (ชิ้น/เดือน)	น้ำหนักเฉลี่ย (กก./ชิ้น)
1. สินค้า
2. ตัวอย่างสินค้า
3. ข้อมูลด้านคอมพิวเตอร์
4. เอกสารทางการเงิน
5. เอกสารทางธุรกิจ
6. จดหมาย
7. อื่น ๆ โปรดระบุ

12. โปรดเรียงลำดับประเทศปลายทางที่ท่านติดต่อบ่อยที่สุดในการใช้บริการนี้ แต่ระบุชื่อหน่วยธุรกิจที่ท่านใช้บริการเป็นส่วนใหญ่ในแต่ละประเทศ พร้อมทั้งหลักในการเลือกใช้

ประเทศปลายทาง	ชื่อหน่วยธุรกิจที่ใช้เป็นส่วนใหญ่
1.
2.
3.
4.
5.

13. ลักษณะการติดต่อรับส่งข่าวระหว่างประเทศของท่าน

1. ส่งมากกว่ารับ
2. รับมากกว่าส่ง
3. ทั้งรับและส่งมีปริมาณพอ ๆ กัน

14. บริการพิเศษที่ท่านได้รับจากผู้ให้บริการ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. บริการหีบห่อหรือให้วัสดุในการหีบห่อฟรี
2. บริการรับส่งของถึงบริษัทฟรี
3. พนักงานชายมาเยี่ยมเยียนบ่อย ๆ
4. มีความกระตือรือร้นในการเอาใจใส่ในการบริการดี
5. อื่น ๆ โปรดระบุ

15. ท่านได้เครดิตหรือส่วนลดค่าบริการหรือไม่ อย่างไร

1. ได้ เพราะ
 1. จ่ายเงินสด
 2. ใช้บริการเป็นปริมาณมาก
 3. การเจรจาต่อรอง
 4. ผู้ให้บริการยื่นข้อเสนอให้เพื่อต้องการให้ท่านเป็นลูกค้า
2. ไม่ได้

16. ปัญหาที่เกิดจากการบริการรับส่งสิ่งของ (ใส่ชื่อบริษัทในช่องว่าง)

ปัญหา	ความถี่ของการเกิดปัญหา		
	บ่อยครั้ง (1)	นาน ๆ ครั้ง (2)	ไม่เคย (3)
1. สิ่งของชำรุด
2. สิ่งของสูญหาย
3. ค่าต่ำกว่ากำหนด
4. มีการเปลี่ยนแปลงอัตราค่าบริการเพิ่มขึ้น
5. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

17. ปัญหาดังกล่าวในข้อ 16 ที่เกิดขึ้นบ่อยที่สุด ส่วนใหญ่สาเหตุเกิดจาก

1. ผู้ให้บริการ
2. ผู้ให้บริการในประเทศต้นทาง
3. สายการบิน

4. ผู้ให้บริการในประเทศปลายทาง
5. คู่กลาง
6. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

18. ท่านเคยคิดจะเปลี่ยนไปใช้บริการของผู้ให้บริการอื่นหรือไม่ เพราะเหตุใด

1. เคยคิดจะเปลี่ยนจาก.....ไปใช้.....เพราะ

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. หน่วยธุรกิจใหม่มั่นคงและเชื่อถือได้มากกว่า
2. ผู้ให้บริการรายใหม่เสนอบริการในราคาที่ต่ำกว่า
3. คุณภาพบริการของผู้ให้บริการที่ใช้อยู่ตกต่ำลง
4. อยากทดลองใช้บริการของผู้ให้บริการรายใหม่
5. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

2. ไม่เคยคิดจะเปลี่ยน เพราะ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ไม่ทราบว่า จะเปลี่ยนไปใช้บริการของผู้ให้บริการรายใด
2. ผู้ให้บริการปัจจุบันดีและเชื่อถือได้อยู่แล้ว
3. ผู้รับในประเทศปลายทางระบุไว้ไม่สามารถเปลี่ยนไปใช้บริการรายอื่น
4. เป็นนโยบายของบริษัทแม่หรือสำนักงานใหญ่
5. ไม่ทราบข้อมูลของผู้ให้บริการรายอื่น
6. อื่น ๆ โปรดระบุ

19. ท่านคาดว่าในอนาคตจะใช้บริการนี้

1. เพิ่มขึ้น เพราะ.....
2. เท่าเดิม เพราะ.....
3. ลดลง เพราะ.....
4. เลิกใช้ เพราะ.....
5. ไม่แน่นอน เพราะ.....

20. นอกจากบริการนี้แล้ว ท่านจะติดต่อธุรกิจระหว่างประเทศเพื่อรับส่งสิ่งของในลักษณะเดียวกัน
ได้ทางใดบ้างในแต่ละประเภทสิ่งของที่ส่ง

บริการที่ใช้ทดแทนได้	ระบุประเภทสิ่งของที่ส่ง
1. บริการไปรษณีย์ด่วน หรือการขนส่งของเอกชน
2. โทรศัพท์
3. โทรเลข
4. เทเล็กซ์
5. โทรสาร (Telefax)
6. ส่งคนไปรับส่งถึงปลายทาง
7. ไม่มีบริการใดทดแทน
8. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

(ข้อ 21-23 สำหรับหน่วยงานที่ไม่เคยใช้บริการ)

21. สาเหตุที่ท่านไม่เคยใช้บริการนี้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ไม่ทราบว่ามีการบริการดังกล่าว
2. ไม่มีความจำเป็นต้องใช้เพราะส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจภายในประเทศ
3. ไม่มีตัวแทนหน่วยงานที่ให้บริการมาแนะนำจึงไม่ทราบหลักเกณฑ์ของการให้บริการ
4. ไม่มั่นใจในหน่วยธุรกิจที่ให้บริการ
5. สามารถใช้บริการสื่อสารอื่น ๆ แทนได้ (โปรดระบุบริการอื่น ๆ.....)
6. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

22. ในอนาคตท่านคิดว่าจะใช้บริการนี้หรือไม่ เพราะอะไร

1. ใช่ เพราะ.....
2. ไม่ใช่ เพราะ.....
3. ไม่แน่ใจ เพราะ.....

23. ถ้าท่านคิดจะใช้บริการนี้ท่านจะเลือกใช้บริการของหน่วยธุรกิจใด เพราะเหตุใด

ระบุชื่อหน่วยธุรกิจที่ให้บริการ.....

เพราะ.....

.....

ประวัติผู้เขียน

นางสาววิไล ลดาชาติ เกิดเมื่อวันที่ 22 มีนาคม 2502 สำเร็จการศึกษาปริญญา
เศรษฐศาสตร์บัณฑิต จากคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ในปีการศึกษา 2524
และเข้ารับการศึกษาระดับปริญญาโท ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ ที่บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย เมื่อปีการศึกษา 2526 (เลขประจำตัว B660222)

ปัจจุบันทำงานในตำแหน่ง หัวหน้างานวิจัยบริการโทรคมนาคม แผนกวิชาการและ
วางแผน กองพาณิชย์ การสื่อสารแห่งประเทศไทย

