บทที่ 4

วิเคราะห์พฤติกรรมธุรกิจที่ยังไม่ได้ติดตั้งเครื่องเทเล็กซ์

4.1 พฤติกรรมในการใช้บริการสื่อสารทั่วไป

4.1.1 ร้อยละของธุรกิจจำแนกตามประเภทบริการสื่อสารที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน

ประเภทบริการ	ผู้ตอบ	จำนวนผู้ใช้บริการ	
		จำนวน	ร้อยละ
จดหมาย	157	141	89.81
โทรเลข	157	96	61.15
โทรศัพท์	157	157	100.00
เทเล็กซ์ใช้กับบริษัทอื่น	157	73	46.50
เทเล็กซ์สาธารณะ	157	18	11.46

ธุรกิจที่ยังไม่ได้ติดตั้งเครื่องเทเล็กซ์ร้อยละ 100 ใช้บริการโทรศัพท์ และร้อยละ 89.81 ใช้บริการจดหมาย และมีเพียงร้อยละ 11.46 เท่านั้นที่ใช้บริการเทเล็กซ์สาธารณะ

มีสิ่งที่น่าสังเกตคือ ธุรกิจที่ยังไม่ได้เช่าเครื่องเทเล็กซ์ส่วนหนึ่งจะเป็นผู้ที่ยื่นความจำนงขอใช้บริการแล้ว และอยู่ระหว่างการรอใช้บริการ ซึ่งนิยมไปใช้บริการเทเล็กซ์ร่วมกับบริษัทอื่นมากกว่าที่จะมาใช้บริการเทเล็กซ์ที่การสื่อสารแห่งประเทศไทยดังจะเห็นได้จากตัวเลขในตารางที่ 4.1.1 ธุรกิจใช้เทเล็กซ์ร่วมกับบริษัทอื่นร้อยละ 46.50 ในขณะที่ใช้บริการเทเล็กซ์สาธารณะร้อยละ 11.46 ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่า ธุรกิจเอกชนเป็นคู่แข่งขันที่สำคัญสำหรับบริการเทเล็กซ์สาธารณะ ทั้งนี้อาจสืบเนื่องมาจากปัจจัยหลายๆประการ เช่น ทำเลที่ตั้ง ความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจ ความสะดวกรวดเร็วต่างๆ ซึ่งควรจะได้มีการศึกษาต่อไป

ตารางที่ 4.1.2 : ร้อยละของธุรกิจจำแนกตามความถี่ในการติดต่อปลายทางในเขตกรุงเทพมหานคร

ความถี่	จำนวน	ร้อยละ
บ่อยมาก	111	70.70
ปานกลาง	26	16.56
นาน ๆ ครั้ง	17	10.83
ไม่เคย	1	0.64
ไม่ตอบ	2	1.27
รวม	157	100.00

ธุรกิจที่ยังไม่ได้ติดตั้งเครื่องเทเล็กซ์ ร้อยละ 70.70 ติดต่อปลายทางในเขตกทม.บ่อยมาก และมีร้อยละไม่ถึง .64 ที่ไม่เคยติดต่อปลายทางในเขตกรุงเทพมหานครเลย

ตารางที่ 4.1.3 : ร้อยละของธุรกิจ จำแนกตามความถี่ในการติดต่อปลายทางต่างจังหวัด

ความถี่	จำนวน	ร้อยละ
บ่อยมาก	27	17.20
ปานกลาง	44	28.03
นาน ๆ ครั้ง	64	40.76
ไม่เคย	18	11.46
ไม่ตอบ	4	2.55
รวม	157	100.00

ธุรกิจที่ยังไม่ได้ติดตั้งเครื่องเทเล็กซ์ โดยส่วนมาก ร้อยละ 40.76 ติดต่อไปยังต่างจังหวัดเพียงนาน ๆ ครั้งเท่านั้น และมีอยู่ร้อยละ 17.20 มีความถี่ในการติดต่อไปยังปลายทางต่างจังหวัดบ่อยมาก

ตารางที่ 4.1.4 ร้อยละของธุรกิจ จำแนกตามความถี่ในการติดต่อปลายทางต่างประเทศ

ความถี่	จำนวน	ร้อยละ
บ่อยมาก	37	23.57
ปานกลาง	46	29.30
นาน ๆ ครั้ง	38	24.20
ไม่เคย	32	20.38
ไม่ตอบ	4	2.55
รวม	157	100.00

ธุรกิจที่ยังไม่ได้ติดตั้งเครื่องเทเล็กซ์ มีสัดส่วนของความถี่ในการเรียกปลายทางต่างประเทศบ่อยมากร้อยละ 23.57 ปานกลางร้อยละ 29.30 นานๆครั้งร้อยละ 24.20 และมีร้อยละ 20.38 ที่ไม่เคยเรียกติดต่อกับปลายทางต่างประเทศ

ตารางที่ 4.1.5 ร้อยละของธุรกิจจำแนกตามมูลเหตุจูงใจการใช้บริการจดหมาย

มูลเหตุจูงใจ	ผู้ตอบแบบสอบถาม* ทั้งหมด	ผู้ตอบมูลเหตุจูงใจด้านต่างๆ	
		จำนวน	ร้อยละ
ความรวดเร็ว	133	60	45.11
หลักฐาน	133	104	78.19
สะดวก	133	72	54.14
ได้ยินเสียง	133	-	-
ประหยัด	133	69	51.88

ธุรกิจที่ยังไม่ได้เช่าเครื่องเทเล็กซ์ มีมูลเหตุจูงใจที่สำคัญในการเลือกใช้บริการเทเล็กซ์ คือ มูลเหตุจูงใจในด้านหลักฐาน โดยมีผู้ตอบร้อยละ 78.19 รองลงมาก็คือ ด้านความสะดวก ร้อยละ 54.14 และมีมูลเหตุจูงใจด้านความประหยัด ร้อยละ 51.88

ตารางที่ 4.1.6 ร้อยละของธุรกิจจำแนกตามมูลเหตุจูงใจในการใช้บริการโทรเลข

มูลเหตุจูงใจ	จำนวนผู้ตอบ	ผู้ตอบมูลเหตุจูงใจด้านต่างๆ	
		จำนวน	ร้อยละ
ความรวดเร็ว	87	82	94.25
หลักฐาน	87	51	58.62
สะดวก	87	46	52.87
ได้ยินเสียง	87	-	-
ประหยัด	87	12	13.79

ธุรกิจที่เลือกใช้บริการโทรเลข มีมูลเหตุจูงใจในด้านความรวดเร็วเป็นสำคัญในการเลือกใช้บริการโทรเลข โดยมีผู้ตอบร้อยละ 94.25 รองลงมาก็คือ มูลเหตุจูงใจในด้านหลักฐานและด้านความสะดวก ซึ่งมีผู้ตอบร้อยละ 58.62 และ 52.87 ตามลำดับ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.1.7 ร้อยละของธุรกิจจำแนกตามมูลเหตุจูงใจในการใช้บริการโทรศัพท์

มูลเหตุจูงใจ	จำนวนผู้ตอบ	ผู้ตอบมูลเหตุจูงใจด้านต่างๆ	
		จำนวน	ร้อยละ
ความรวดเร็ว	155	135	87.10
หลักฐาน	155	-	-
สะดวก	155	124	80.00
ได้ยินเสียง	155	92	59.35
ประหยัด	155	22	14.19

มูลเหตุจูงใจที่สำคัญในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์ คือ มูลเหตุจูงใจในด้านความรวดเร็ว คือมีผู้ตอบร้อยละ 87.10 รองลงมาก็คือ มูลเหตุจูงใจในด้านความสะดวก และได้ยินเสียงของผู้ตอบ คือ ร้อยละ 80.00 และ 59.35 ตามลำดับ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.1.8 ร้อยละของธุรกิจจำแนกตามมูลเหตุจูงใจในการใช้บริการเทเล็กซ์

มูลเหตุจูงใจ	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด	ผู้ตอบมูลเหตุจูงใจด้านต่างๆ	
		จำนวน	ร้อยละ
ความรวดเร็ว	90	79	87.78
หลักฐาน	90	66	73.33
สะดวก	90	56	62.22
ได้ยินเสียง	90	-	-
ประหยัด	90	5	5.56

มูลเหตุจูงใจที่สำคัญในการเลือกใช้บริการเทเล็กซ์ของธุรกิจที่ยังไม่ได้ติดตั้งเครื่องเทเล็กซ์ คือ ด้านความรวดเร็ว โดยมีผู้ตอบร้อยละ 87.78 รองลงมาก็คือ มูลเหตุจูงใจด้านหลักฐานและด้านความสะดวก ซึ่งมีผู้ตอบร้อยละ 73.33 และ 62.22 ตามลำดับ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.1.9 : ร้อยละของธุรกิจ จำแนกตามค่าใช้จ่ายด้านสื่อสาร

ค่าใช้จ่ายด้านสื่อสาร	ผู้ยังไม่เช่าเครื่องเทเล็กซ์	
	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1,000 บาท	34	21.66
1,001-3,000 บาท	31	19.75
3,001-5,000 บาท	27	17.20
5,001-7,000 บาท	11	7.01
7,001-9,000 บาท	5	3.18
9,001 บาทขึ้นไป	49	31.21
รวม	157	100.00

ธุรกิจที่ยังไม่เช่าใช้บริการเทเล็กซ์ จะมีระดับค่าใช้จ่ายดังนี้คือ ระดับค่าใช้จ่าย 9,000 บาทขึ้นไป อยู่ในสัดส่วนมากที่สุด คือ ร้อยละ 31.21 และมีระดับค่าใช้จ่ายต่ำกว่า 1,000 บาท รองลงมา จะมีประมาณร้อยละ21.66และระดับค่าใช้จ่าย 1,001-3,000 บาท มีประมาณร้อยละ 19.75

4.2 <u>วิเคราะห์ลักษณะปัจจัยที่สำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าเครื่องเทเล็กซ์</u>

ตาราง 4.2.1 : ร้อยละของธุรกิจ จำแนกจำนวนความรู้เรื่องเทเล็กซ์

	จำนวน	ร้อยละ
เคยทราบ	140	89.17
ไม่เคยทราบ	17	10.83
รวม	157	100.00

จากการสัมภาษณ์ธุรกิจที่ยังไม่เช่าเครื่องเทเล็กซ์ พบว่า ส่วนมาก ร้อยละ 89.17 เคยรับรู้ คำว่า "บริการเทเล็กซ์" มาแล้วทั้งนั้น

ตารางที่ 4.2.2 : ร้อยละของธุรกิจ จำแนกตามแหล่งความรู้เรื่องเทเล็กซ์

แหล่งที่มาของความรู้	จำนวน	ร้อยละ*
เอกสารเผยแพร่	38	27.14
เจ้าหน้าที่การสื่อสาร	15	10.71
เพื่อน	60	42.86
ต่างประเทศ	25	17.86
หนังสือพิมพ์	31	22.14
อื่น ๆ **	13	9.29

* ผู้เคยรู้เรื่องเทเล็กซ์ 140 ราย
** อื่นๆ ได้แก่ นิตยสาร,ญาติพี่น้อง

แหล่งข่าวที่ธุรกิจทราบมากที่สุดคือ จากเพื่อน ซึ่งมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 43 รองลงมาจากเอกสารเผยแพร่ ประมาณร้อยละ 27 และแหล่งข่าวที่ธุรกิจทราบน้อยที่สุด คือ แหล่งข่าวอื่น ๆ

อย่างไรก็ตาม แหล่งข่าวที่เป็นเพื่อนนักธุรกิจ และเจ้าหน้าที่การสื่อสารแห่งประเทศไทย ซึ่งถือเป็นแหล่งข่าวประเภทบุคคลนั้น เมื่อเฉลี่ยค่าสัดส่วนแล้ว มีร้อยละ 26.79 ซึ่งนับว่าเป็นแหล่งข่าวประเภทบุคคล มีความสำคัญมากกว่าแหล่งข่าวอื่นใด โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในวงการธุรกิจด้วยกันแล้ว บริการเทเล็กซ์เป็นที่รู้จักกันดี ทั้งนี้ อาจจะเนื่องจากนักธุรกิจมักจะมีพฤติกรรมที่ชอบแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน อาจจะมีการพูดคุยกันถึงเรื่องเครื่องมือเทคโนโลยีต่าง ๆ ตลอดจนบริการเทเล็กซ์ด้วย

เมื่อพิจารณาจากแหล่งข่าวที่มาจากการสื่อสารแห่งประเทศไทยโดยตรง เช่น จากเอกสารเผยแพร่ และเจ้าหน้าที่การสื่อสารแล้ว ปรากฏว่า ธุรกิจรู้จักบริการเทเล็กซ์จากเอกสารเผยแพร่มากกว่าจากเจ้าหน้าที่ของการสื่อสาร

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.2.3 : ร้อยละของธุรกิจ จำแนกตามรายละเอียดของความรู้ด้านต่างๆ

รายละเอียดของความรู้	ถูก		ผิด		ไม่แน่ใจ		ไม่ตอบ	
	จำนวน	ร้อยละ*	จำนวน	ร้อยละ*	จำนวน	ร้อยละ*	จำนวน	ร้อยละ*
ส่งข่าวสารเป็นตัวอักษร	123	87.86	3	2.14	7	5.00	7	5.00
ข้อความปรากฏปลายทาง	113	80.71	4	2.86	15	10.71	8	5.71
เรียกติดต่อกับผู้อื่นได้โดยอัตโนมัติ	102	72.86	24	17.14	7	5.00	7	5.00
ลักษณะคล้ายพิมพ์ดีด	121	86.43	2	1.43	5	3.57	12	8.57

* ร้อยละของผู้ตอบคำถามในข้อนี้มี 140 ราย

ประเด็นที่ธุรกิจมีความรู้เรื่องบริการเทเล็กซ์คลาดเคลื่อนมากที่สุดก็คือ เรื่องที่บริการเทเล็กซ์สามารถเรียกติดต่อกับผู้อื่นได้โดยอัตโนมัติ ทั้งนี้ สามารถพิจารณาได้จากสัดส่วนที่มีผู้ตอบคำถามในข้อนี้ผิด เป็นสัดส่วนมากที่สุด คือ ร้อยละ 17.14 ในขณะที่ธุรกิจตอบคำถามในข้ออื่นผิดพลาดในสัดส่วนที่น้อยกว่า

ดังนั้น ในโอกาสต่อไป ควรจะให้ความรู้แก่ประชาชนในเรื่องบริการเทเล็กซ์สามารถเรียกติดต่อปลายทางได้โดยอัตโนมัติ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.2.4 : ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้กับประเภทธุรกิจ

ประเภทอุตสาหกรรม / ระดับความรู้	การผลิต		บริการ		ค้าส่ง-ค้าปลีก		ทั่วไป		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
รู้ต่ำกว่ามาตรฐาน	19	33.93	10	31.25	3	5.66	4	25	36	22.93
รู้เกินมาตรฐาน	37	66.07	22	68.75	50	94.34	12	75	121	77.07
รวม	56	100.00	32	100.00	53	100.00	16	100	157	100.00

$\chi^2 = 14.07$, df = 4 , P-value = 0.0028

จากการหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างระดับความรู้เรื่องบริการเทเล็กซ์ กับประเภทธุรกิจ พบว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (P-value = 0.00287) และเมื่อทำการทดสอบโดยวิเคราะห์ความแปรปรวน พบว่าระดับความรู้เฉลี่ยของธุรกิจแต่ละกลุ่ม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (P-value น้อยกว่า 0.05) ด้วย โดยประเภท ธุรกิจทุกกลุ่มมีสัดส่วนของระดับความรู้สูงเกินกว่ามาตรฐาน ในอัตราส่วนที่สูงกว่าระดับความรู้ต่ำกว่ามาตรฐาน แต่เป็นที่น่าสังเกตว่า ประเภทธุรกิจค้าส่ง-ค้าปลีก จะมีสัดส่วนระดับความรู้สูงกว่ามาตรฐาน : ระดับความรู้ต่ำกว่ามาตรฐาน ในอัตราส่วนที่แตกต่างกันมากคือ 94:6 ซึ่งก็หมายความว่าธุรกิจประเภทค้าส่ง-ค้าปลีก 100 ราย จะมีเพียง 6 ราย เท่านั้น ที่มีระดับความรู้ต่ำกว่ามาตรฐาน สำหรับกลุ่มธุรกิจประเภทบริการ การผลิต และธุรกิจทั่วไป จะมีอัตราส่วนระดับความรู้ที่สูงกว่ามาตรฐาน : ระดับความรู้ที่ต่ำกว่ามาตรฐานในอัตราส่วนประมาณ69:31 ,66:34 และ 75:25 ตามลำดับ

ดังนั้น จึงอาจกล่าวสรุปได้ว่า การสื่อสารแห่งประเทศไทยควรจะเลือกให้ความรู้กับธุรกิจประเภทต่างๆ ตามลำดับดังนี้คือ

อันดับ 1 กลุ่มอุตสาหกรรมค้าส่ง-ค้าปลีก

อันดับ 2 กลุ่มอุตสาหกรรมบริการ

อันดับ 3 กลุ่มอุตสาหกรรมการผลิต

อันดับ 4 กลุ่มอุตสาหกรรมทั่วไป

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.2.5 : ร้อยละของคำตอบ จำแนกตามประโยชน์ที่ต้องการ

ความต้องการประโยชน์จากบริการเทเล็กซ์ / รายละเอียด	มาก		ปานกลาง		น้อย		ไม่ต้องการ		ไม่ตอบ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ส่งข่าวสารที่เป็นหลักฐานป้องกันข้อผิดพลาดทางธุรกิจ	65	41.40	40	25.48	12	7.64	40	25.48			157	100
2. การติดต่อกับผู้อื่นได้ทันทีที่ต้องการ	86	54.78	24	15.29	13	8.28	33	21.02	1	0.64	157	100
3. ด้านความสะดวกในการมีเครื่องเทเล็กซ์ไว้ใช้ในสำนักงาน	68	43.31	16	10.19	12	7.64	61	38.85			157	100
4. ด้านการใช้บริการรับ-ส่ง โทรเลขผ่านเครื่องเทเล็กซ์	37	23.57	17	10.83	24	15.29	78	49.68	1	0.64	157	100
5. ด้านการยอมรับการติดต่อธุรกิจต่างประเทศ	69	43.95	21	13.38	17	10.83	49	31.21	1	0.64	157	100
6. ความทัดเทียมกับธุรกิจอื่นในด้านมีเครื่องมือสื่อสารในการส่งข่าวสาร	54	34.39	29	18.47	15	9.55	59	37.58			157	100

เมื่อพิจารณาถึงรายละเอียดของคำตอบที่ลูกค้าแสดงความต้องการมากที่สุด พบว่า ลูกค้าต้องการประโยชน์ในเรื่องการติดต่อกับผู้อื่นได้ทันทีมากที่สุด สำหรับประโยชน์ที่ต้องการรอง ๆ ลงมา โดยมีสัดส่วนใกล้เคียงกัน ก็คือ ด้านการยอมรับการติดต่อธุรกิจต่างประเทศ ความสะดวกในการมีเครื่องเทเล็กซ์ไว้ใช้ในสำนักงาน และการส่งข่าวสารที่เป็นหลักฐาน

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.2.6 : ร้อยละของธุรกิจ จำแนกตามความต้องการประโยชน์จากบริการเทเล็กซ์

ระดับความต้องการ	จำนวน	ร้อยละ
0 คะแนน (ไม่มีความต้องการ)	25	15.92
1-9 คะแนน (ความต้องการค่อนข้างน้อย)	43	27.39
10-17 คะแนน (ความต้องการค่อนข้างมาก)	72	45.86
18 คะแนนเต็ม (ความต้องการมากที่สุด)	17	10.83
รวม	157	100.00

ความต้องการประโยชน์จากบริการเทเล็กซ์ อยู่ในระดับ ความต้องการค่อนข้างมาก ในสัดส่วนที่มากที่สุด คือ ร้อยละ 45.86 และอยู่ในระดับ ความต้องการมากที่สุด ในสัดส่วนที่น้อยที่สุด คือ ร้อยละ 10.83

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.2.7 : จำนวนและร้อยละของคำตอบ จำแนกตามรายละเอียดความคิดเห็นด้านราคา

ความคิดเห็นด้านราคา	แพง		เหมาะสม		ถูก		ไม่ตอบ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1.ค่าประกัน	70	44.6	74	47.1	-	-	13	8.3	157	100
2.ค่าใช้จ่ายครั้งแรก	88	56.1	49	31.2	6	3.8	14	8.9	157	100
3.ค่าเช่าต่อเดือน										
- 5 ยูนิต	94	59.9	42	26.8	5	3.2	16	10.2	157	100
- 6 ยูนิต	82	52.2	44	28.0	5	3.2	26	16.6	157	100
4.อัตราค่าบริการ										
อัตราในประเทศ										
-จังหวัดเดียวกัน	21	13.4	78	49.7	42	26.8	16	10.2	157	100
-ต่างจังหวัด	61	38.9	57	36.8	22	14.0	17	10.8	157	100
-ต่างจังหวัดต่างภาค	76	48.4	49	31.2	14	8.9	18	11.5	157	100
อัตราระหว่างประเทศ										
-เอเชีย	61	38.9	76	48.8	6	3.8	14	8.9	157	100
-ยุโรปและออสเตรเลีย	60	38.3	75	47.8	7	4.5	15	9.6	157	100
-อเมริกาและอาฟริกา	58	30.9	75	49.0	6	3.9	16	10.2	157	100

จากรายละเอียดของคำตอบ พบว่า ลูกค้ามีความคิดเห็นด้านราคาดังนี้ คือ

1. <u>ค่าประกันสัญญา</u> ไม่มีผู้ใดมีความคิดเห็นว่าอัตราค่าประกันสัญญาถูก ไม่เห็นว่าแพงไปก็เหมาะสม ซึ่งคำตอบ 2 ประเภทนี้ก็อยู่ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันมาก คือ ร้อยละ 44.6 และร้อยละ 47.1 ตามลำดับ

ดังนั้น ในเรื่องค่าประกันสัญญานั้น ความเห็นของธุรกิจใกล้เคียงกันจนไม่อาจจะกล่าวสรุปในประเด็นใดได้อย่างชัดเจน แต่อย่างไรก็ตาม ถ้าการสื่อสารแห่งประเทศไทยต้องการส่งเสริมบริการให้มากขึ้น ก็อาจลดค่าประกันสัญญาลงกว่านี้อีกได้ เพื่อที่ธุรกิจขนาดเล็กจะสามารถเช่าเครื่องเทเล็กซ์ได้

2. <u>ค่าใช้จ่ายครั้งแรก</u> ซึ่งประกอบด้วยค่าติดตั้งเครื่อง และค่าสร้างคู่สาย ลูกค้าส่วนใหญ่ก็มีความเห็นว่าเป็นอัตราที่แพง

3. <u>อัตราค่าเช่าต่อเดือน</u> ประกอบด้วยค่าเช่าเครื่องและค่าเช่าคู่สาย ซึ่งค่าเช่าคู่สายนี้ จะเป็นอัตราที่องค์การโทรศัพท์เรียกเก็บตามระยะทาง กล่าวคือ ลูกค้าจะจ่ายค่าเช่าตามระยะทางที่คู่สายลากผ่านชุมสาย โดยเสียชุมสายละ 1,000 บาท แต่ไม่เกิน 3,000 บาท

ดังนั้น ในการสอบถามความคิดเห็นข้อนี้ จะต้องปรับอัตราตามที่ควรจะเป็นโดยพิจารณาว่าลูกค้าตั้งอยู่เขตชุมสายใด ก็จะกำหนดอัตราออกตามชุมสายนั้น ซึ่งตามผลการสำรวจความคิดเห็นในข้อนี้ ปรากฏว่า ธุรกิจส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 50 เห็นว่า อัตราค่าบริการนี้อยู่ในอัตราที่แพง และมีเพียงประมาณร้อยละ 3 เท่านั้น ที่เห็นว่าอัตรานี้เป็นอัตราที่ถูก

4. <u>อัตราเรียกใช้บริการ</u> (Usage Charge)

4.1 <u>อัตราเรียกใช้บริการในเขตจังหวัดเดียวกัน</u> ลูกค้าส่วนใหญ่โดย ร้อยละ 49.7 เห็นว่าเป็นอัตราที่เหมาะสม

4.2 <u>อัตราค่าเรียกใช้บริการในต่างจังหวัด แต่ภาคเดียวกัน</u> ลูกค้ามีความคิดเห็นใกล้เคียงกันระหว่างแพงกับเหมาะสม กล่าวคือ มีผู้ตอบว่า อัตราแพง ร้อยละ 38.9ขณะเดียวกันมีผู้ตอบว่าเหมาะสม ร้อยละ 36.8

ดังนั้น จึงไม่อาจสรุปประเด็นได้ชัดเจนนัก เพราะความเห็นของลูกค้าค่อนข้างกระจัดกระจายออกไปทุกความเห็น

4.3 <u>อัตราค่าเรียกใช้บริการในต่างจังหวัด ต่างภาคกัน</u> ลูกค้ามีความคิดเห็นค่อนข้างชัดเจนว่า อัตราค่าบริการแพง โดยมีสัดส่วนของผู้ตอบ ร้อยละ 48.4 และเห็นว่าเหมาะสมเพียงร้อยละ 31.8และถูกเพียงร้อยละ 8.9

ดังนั้น การสื่อสารฯ จึงอาจจะต้องปรับปรุงอัตราค่าบริการในส่วนนี้ - เพราะความเห็นของลูกค้าเกือบร้อยละ 50 เห็นว่า แพง

4.4 <u>อัตราค่าเรียกใช้บริการไปต่างประเทศ</u> ไม่ว่าจะเรียก ติดต่อไปทวีปใด ลูกค้ามีความเห็นที่คล้ายคลึงกันมาก กล่าวคือ เห็นว่าเหมาะสม อยู่ในสัดส่วนเฉลี่ยประมาณร้อยละ 49 และมีความเห็นว่าแพง ในสัดส่วนเฉลี่ยประมาณร้อยละ38.03

ตารางที่ 4.2.8 : ความถี่ดัชนีอัตราค่าบริการคงที่

ระดับบริการ	จำนวน	ร้อยละ
แพง	23	14.6
เหมาะสม	101	64.3
ถูก	22	14.0
ไม่ตอบ	11	7.0
รวม	157	100.0

จะเห็นว่า ระดับคะแนน 5-8 คะแนน จะมีสัดส่วนมากที่สุด คือ ร้อยละ 64.3 สำหรับระดับคะแนน 1-4 และ 9-12 อยู่ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน คือ ประมาณร้อยละ 14.6

ดังนั้น จึงอาจกล่าวสรุปได้ว่า ในความเห็นของธุรกิจโดยส่วนใหญ่มีความเห็นว่า อัตราค่าบริการคงที่ (Fixed Charge) อยู่ในระดับเหมาะสมดีแล้ว

ตารางที่ 4.2.9 : ความถี่ดัชนีอัตราเรียกใช้บริการ

ระดับคะแนน	จำนวน	ร้อยละ
แพง	48	30.0
เหมาะสม	90	57.3
ถูก	7	4.5
ไม่ตอบ	12	7.0
รวม	157	100.0

จะเห็นว่า ระดับคะแนน 7-12 มีสัดส่วนมากที่สุด คือ ร้อยละ 57.3 สำหรับระดับคะแนน 1-6 มีสัดส่วนรองลงมา คือร้อยละ 30 และระดับคะแนน 13-18 มีสัดส่วนเพียงร้อยละ 4.5

ดังนั้น จึงอาจกล่าวสรุปได้ว่า ในความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องอัตราค่าเรียกใช้บริการ (Usage Charge) ธุรกิจโดยส่วนใหญ่ร้อยละ 57.3 มีความเห็นว่าเหมาะสมแล้ว อีกร้อยละ 30 เห็นว่า เป็นราคาที่แพง และมีเพียงร้อยละ 4.5 เท่านั้น ที่มีความคิดเห็นว่า อัตราค่าเรียกใช้บริการถูก

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

4.3 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการเช่าเครื่องเทเล็กซ์กับปัจจัยต่างๆ

ตารางที่ 4.3.1 ความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการเช่าเครื่องเทเล็กซ์กับปลายทางมีเครื่องเทเล็กซ์

ความต้องการเช่าเครื่องเทเล็กซ์ \ มีเครื่องเทเล็กซ์		มี	ไม่มี	มีบ้างไม่มีบ้าง	รวม
เช่า	จำนวน	61	4	-	65
	ร้อยละ	93.85	6.15	-	100
ไม่เช่า	จำนวน	35	48	9	92
	ร้อยละ	38.04	52.18	9.78	100

$x^2 = 50.12$ P-value = .000

df = 2 $v^2 = .31$

ได้ทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการเช่าเครื่องเทเล็กซ์กับปลายทางมีเครื่องเทเล็กซ์ พบว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($x^2 = 50.12$, df = 2 , P-value = 0.00...) โดยผู้ต้องการเช่าเครื่องเทเล็กซ์ ร้อยละ 93.85 เป็นธุรกิจที่ปลายทางมีเครื่องเทเล็กซ์ และอีกร้อยละ 6.15 เป็นธุรกิจที่ปลายทางไม่มีเครื่องเทเล็กซ์ไว้ติดต่อด้วย

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.3.2 : ความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการเช่าเครื่องเทเล็กซ์กับระดับความรู้

ระดับความรู้ / ความต้องการ		ต่ำกว่ามาตรฐาน	สูงกว่ามาตรฐาน	รวม
เช่า	จำนวน	5	60	65
	ร้อยละ	7.69	92.30	100
ไม่เช่า	จำนวน	31	61	92
	ร้อยละ	33.69	66.30	100

χ^2 = 14.57 P-value = .000

df = 1 v^2 = .01

ได้ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เรื่องบริการเทเล็กซ์กับความต้องการเช่าเครื่องเทเล็กซ์ พบว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (χ^2 = 14.57 , df = 1 , P-value = .000..)

เมื่อพิจารณาระดับความรู้ของกลุ่มลูกค้าที่มีความต้องการเช่าเครื่องเทเล็กซ์กับกลุ่มที่ไม่เช่าเครื่องเทเล็กซ์ พบว่า กลุ่มที่ต้องการเช่าเครื่องจะมีระดับความรู้สูงกว่ามาตรฐาน ร้อยละ 92.30 ในขณะที่กลุ่มที่ไม่ต้องการเช่าเครื่องเทเล็กซ์มีระดับความรู้สูงกว่ามาตรฐานเพียง ร้อยละ 66.30 เท่านั้น

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.3.3 : ความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการเช่าเครื่องเทเล็กซ์กับประโยชน์บริการเทเล็กซ์

ความต้องการ \ ประโยชน์บริการเทเล็กซ์		ไม่ต้องการ	ค่อนข้างน้อย	ค่อนข้างมาก	มาก	รวม
เช่า	จำนวน	-	-	49	16	65
	ร้อยละ			75.38	24.61	100
ไม่เช่า	จำนวน	25	43	23	1	92
	ร้อยละ	27.17	46.73	25.00	1.08	100

x^2 = 88.6013 P-value = .000

df = 3 v^2 = .40

ได้ทดสอบความสัมพันธ์ประโยชน์จากบริการเทเล็กซ์กับความต้องการเช่าเครื่องเทเล็กซ์ พบว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (x^2 = 88.6013 , df = 3 , P-value = .000)

กลุ่มที่ต้องการเช่าเครื่องเทเล็กซ์มีความต้องการประโยชน์จากบริการเทเล็กซ์อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ร้อยละ 75.38 และต้องการระดับมาก ร้อยละ 24.61 และเมื่อพิจารณากลุ่มที่ยังไม่ต้องการเช่าเครื่องเทเล็กซ์ก็คงมีระดับความต้องการอรรถประโยชน์จากบริการเทเล็กซ์ค่อนข้างมาก ร้อยละ 25 และต้องการมากเพียงร้อยละ 1.08 เท่านั้น มีข้อน่าสังเกตเพื่อหาเหตุผลว่าทำไมกลุ่มธุรกิจที่ต้องการอรรถประโยชน์จากบริการเทเล็กซ์ในระดับค่อนข้างมาก จึงไม่มีความต้องการเช่าเครื่องเทเล็กซ์ ทั้งนี้อาจเนื่องจากธุรกิจดังกล่าวไม่มีกำลังเงินที่จะเช่าเครื่องเทเล็กซ์ หรืออาจจะเป็นเพราะว่าธุรกิจไม่จำเป็นต้องการเช่าเครื่องเทเล็กซ์ก็ได้

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.3.4 ความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการเช่าเครื่องเทเล็กซ์กับความคิดเห็นเรื่องราคาค่าบริการคงที่

ความต้องการ \ อัตราคงที่		แพง	เหมาะสม	ถูก	รวม
เช่า	จำนวน	20	43	2	65
	ร้อยละ	30.76	66.15	3.08	100
ไม่เช่า	จำนวน	14	53	15	82
	ร้อยละ	17.07	64.63	18.29	100

$x^2 = 1.832$ P-value = 0.20

df = 1 $v^2 = .01$

ได้มีการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการเช่าเครื่องเทเล็กซ์ กับความคิดเห็นด้านอัตราค่าเช่าใช้บริการคงที่ พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กันทางสถิติ

จะเห็นว่า กลุ่มที่ต้องการเช่าเครื่องเทเล็กซ์ โดย ร้อยละ 30.76 มีความเห็นว่าอัตราค่าบริการคงที่ไม่แพง ร้อยละ 69.23 (โดยมีความเห็นว่า อัตราค่าบริการคงที่ เหมาะสมร้อยละ 66.15 และ เป็นอัตราที่ถูก ร้อยละ 3.08)

สำหรับกลุ่มที่ไม่ต้องการเช่าใช้บริการเทเล็กซ์ ร้อยละ 17.07 มีความเห็นว่าราคาแพง และ ร้อยละ 82.99 เห็นว่า อัตราค่าบริการนี้ไม่แพง (โดยเห็นว่า เหมาะสม ร้อยละ 64.63 และ ถูก ร้อยละ 18.29) ดังนั้น จากตัวเลขดังกล่าวนี้ จะเห็นได้ว่า อัตราค่าใช้บริการเทเล็กซ์คงที่ไม่เป็นอุปสรรคต่อการตัดสินใจเช่าใช้บริการเทเล็กซ์สำหรับธุรกิจที่ยังไม่ได้เช่าใช้บริการเทเล็กซ์

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.3.5 ความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการเช่าเครื่องเทเล็กซ์กับความคิดเห็นเรื่องราคาค่าเรียกใช้บริการ

ความคิดเห็นเรื่องราคา / ความต้องการ		แพง	เหมาะสม	ถูก	รวม
เช่า	จำนวน	8	48	8	64
	ร้อยละ	12.5	75	12.5	100
ไม่เช่า	จำนวน	29	47	4	80
	ร้อยละ	36.25	58.75	5	100

$x^2 = 8.49$ P-value = 0.20

df = 2 $v^2 = .06$

ได้ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการเช่าเครื่องเทเล็กซ์กับความคิดเห็นด้านอัตราค่าเรียกใช้บริการ (Usage Charge) พบว่าไม่มีความสัมพันธ์ทางสถิติ

กลุ่มที่ต้องการเช่าเครื่องเทเล็กซ์ โดย ร้อยละ 12.5 มีความคิดเห็นว่าแพง และ ร้อยละ 87.25 มีความเห็นว่าอัตราไม่แพง (โดยเห็นว่าเหมาะสมร้อยละ 75 และถูก ร้อยละ 12.5)

สำหรับกลุ่มที่ไม่เช่าบริการเทเล็กซ์ โดย ร้อยละ 36.25 มีความเห็นว่าราคาแพง และ ร้อยละ 63.75 เห็นว่าราคาไม่แพง (โดยร้อยละ 58.75 เห็นว่าเหมาะสม และ ร้อยละ 5 เห็นว่าถูก) ดังนั้นจากตัวเลขดังกล่าวนี้ อัตราค่าเรียกใช้บริการมิได้เป็นอุปสรรคต่อการตัดสินใจของธุรกิจที่ยังไม่ได้เช่าเครื่องเทเล็กซ์

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

4.4 <u>ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการไม่ตัดสินใจเช่าเครื่องเทเล็กซ์</u>

ตารางที่ 4.4 : ร้อยละของธุรกิจจำแนกตามเหตุผลที่ไม่เช่าเครื่องเทเล็กซ์

เหตุผลที่ไม่เช่าเครื่องเทเล็กซ์	จำนวน	ร้อยละ
ราคาแพง	20	21.74
วิธีการใช้บริการเทเล็กซ์ยุ่งยาก	4	4.35
เบื่อหน่ายต่อการรอคอยการติดตั้ง	3	3.26
ไม่ทราบจะไปขอติดตั้งเครื่องได้ที่ใด	2	2.17
บริการยังอยู่ในวงจำกัด ติดต่อได้น้อยราย	1	1.09
ไม่จำเป็น	62	67.38
รวม	92	100.00

จากการสอบถามถึงสาเหตุที่ธุรกิจไม่ตัดสินใจเช่าเครื่องเทเล็กซ์ พบว่าสาเหตุที่สำคัญคือ ธุรกิจไม่มีความจำเป็นต้องใช้บริการเทเล็กซ์ โดยมีผู้ตอบเหตุผลข้อนี้ ร้อยละ 67.38 รองลงมาก็คือ ราคาแพง มีผู้ตอบ ร้อยละ 21.74

ดังนั้น จึงอาจกล่าวสรุป ราคาไม่ใช่ปัจจัยที่สำคัญที่สุดต่อการตัดสินใจไม่ใช้บริการเทเล็กซ์

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

4.5 แนวโน้มความต้องการ

4.5.1 ความต้องการของการขยายตลาดบริการเทเล็กซ์

ตารางที่ 4.5.1 แสดงร้อยละของธุรกิจที่สนใจติดตั้งเครื่องเทเล็กซ์หลังจากที่ปลายทางติดตั้งเครื่องเทเล็กซ์

ความต้องการ	จำนวน	ร้อยละ
เช่า	7	7.61
ไม่เช่า	84	91.30
ไม่ตอบ	1	1.09
รวม	92	100.00

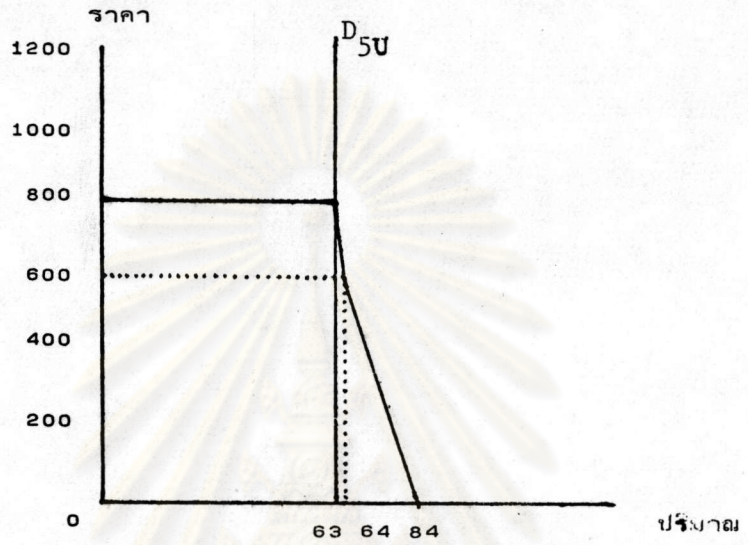
จากการสอบถามถึงความต้องการของลูกค้าว่า ประสงค์จะเช่าเครื่องเทเล็กซ์หรือไม่ ถ้าปลายทางที่เป็นบริษัทคู่ค้าติดตั้งเครื่องเทเล็กซ์ ปรากฏว่ามีผู้ตอบว่าเช่า ร้อยละ 7.61 ไม่เช่า ร้อยละ 91.30

4.5.2 แนวโน้มความต้องการหลังการปรับราคา

ในหัวข้อนี้ได้สอบถามความต้องการของกลุ่มตัวอย่างว่า มีความต้องการมากน้อยเพียงใด หากการสื่อสารแห่งประเทศไทยปรับอัตราค่าเช่าเครื่องเทเล็กซ์ในระดับอัตราต่าง ๆ กัน ทั้งนี้ได้จำแนกสอบถามออกเป็นความต้องการเช่าเครื่องเทเล็กซ์ภาษาอังกฤษ (5 ยูนิต) และภาษาไทยปนภาษาอังกฤษ (6 ยูนิต) ดังจะได้แสดงรายละเอียดต่อไป

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ก. ความต้องการเช่าเครื่องเทเล็กซ์ 5 ยูนิต หลังการปรับราคา



รูปที่ 4.1 แสดงความต้องการบริการเทเล็กซ์ 5 ยูนิต

จากลักษณะเส้นความต้องการเช่าเครื่องเทเล็กซ์ภาษาอังกฤษ (5 ยูนิต) พบว่า ในปัจจุบันอัตราค่าเช่าเครื่องเทเล็กซ์ 1,000 บาท ถ้าการสื่อสารแห่งประเทศไทยจะเพิ่มราคาจาก 1,000 บาท ไปเป็น 1,200 บาท ก็ยังไม่มีผลต่อการลดลงของปริมาณความต้องการผู้เช่าแต่อย่างใด หรือจะกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ ลักษณะความต้องการมีความยืดหยุ่นต่อราคาเป็นแบบ Inelasticity(Price elasticity of demand = 0)

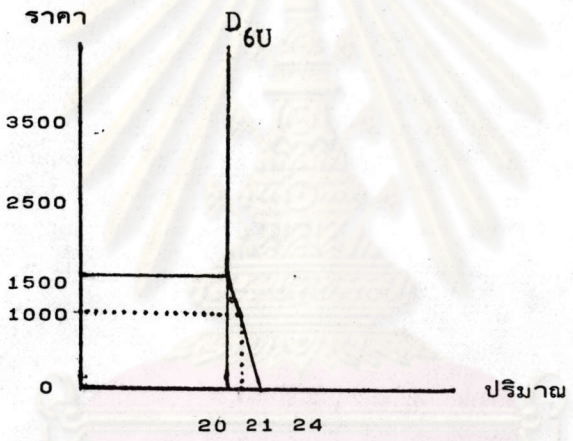
แต่ถ้าการสื่อสารแห่งประเทศไทย ต้องการจำนวนผู้เช่าใช้บริการเทเล็กซ์เพิ่มขึ้น โดยลดราคาค่าเช่าเครื่องเทเล็กซ์ให้ต่ำลง การสื่อสารแห่งประเทศไทย จะต้องลดราคาต่ำกว่า 800 บาท จึงจะมีผลให้ปริมาณความต้องการเพิ่มขึ้น แต่ไม่มากนัก หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ ลักษณะความต้องการมีความยืดหยุ่นต่อราคาค่อนข้างน้อย (Price elasticity of demand less than 1) โดยมีรายละเอียดของการเปลี่ยนแปลงความต้องการ ณ ระดับราคาต่าง ๆ ดังนี้คือ

1. ถ้าหากการสื่อสารแห่งประเทศไทย ลดราคาจาก 800 บาทเป็น 600 บาท จะมีผลให้ปริมาณความต้องการเพิ่มขึ้นจากจำนวน 63 เครื่องเป็น 64 เครื่อง หรือเมื่อคำนวณหาค่าความยืดหยุ่นของราคาที่มีต่อปริมาณ จะได้ = -.05 นั่นย่อมหมายความว่า ถ้าการสื่อสารแห่งประ

เทศไทยลดราคาร้อยละ 1 จะมีผลทำให้ปริมาณความต้องการเช่าเครื่องเทเล็กซ์ เพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ .05 (ดูสูตรการคำนวณความยืดหยุ่นในหน้า 119)

2. ถ้าหากการสื่อสารแห่งประเทศไทย ลดราคาจาก 600 บาท โดยไม่เรียกเก็บค่าเช่าเครื่องเทเล็กซ์ (ราคาค่าเช่าเครื่อง=0) จะมีผลให้ปริมาณความต้องการเพิ่มขึ้นเป็น 84 เครื่อง หรือเมื่อคำนวณค่าความยืดหยุ่นแล้ว จะได้ค่า =-.13 นั่นย่อมหมายความว่าถ้าการสื่อสารแห่งประเทศไทยลดราคาลงร้อยละ 1 จะมีผลทำให้ปริมาณความต้องการเช่าเครื่องเทเล็กซ์เพิ่มขึ้นร้อยละ .13

ความต้องการเช่าเครื่องเทเล็กซ์ 6 ยูนิต หลังจากการปรับราคา



รูปที่ 4.2 แสดงความต้องการบริการเทเล็กซ์ 6 ยูนิต

จากลักษณะของเส้นความต้องการของเครื่องเทเล็กซ์ 6 ยูนิต จะเห็นว่าถ้าการสื่อสารแห่งประเทศไทย ต้องการจะเปลี่ยนค่าเช่าเครื่องเทเล็กซ์ 6 ยูนิต จากราคาปัจจุบัน 2,500 บาท เพิ่มขึ้นไปเป็น 3,500 บาท ก็ยังไม่มีผลต่อการลดลงของปริมาณความต้องการใช้บริการเทเล็กซ์แต่อย่างใด หรือจะกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ ลักษณะความต้องการมีความยืดหยุ่นต่อราคาเป็นแบบ Inelasticity (Price elasticity of demand = 0)

แต่ถ้าหากการสื่อสารแห่งประเทศไทย ต้องการจำนวนผู้ใช้บริการเทเล็กซ์เพิ่มขึ้น โดยการลดราคาลงแล้ว การสื่อสารแห่งประเทศไทย จะต้องลดราคาให้ต่ำลงจะถึง 1,000 บาท จึงจะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงปริมาณในทางที่เพิ่มขึ้น แต่ไม่มากนัก หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ ลักษณะความต้องการมีความยืดหยุ่นต่อราคาค่อนข้างน้อย (Price elasticity of demand less than 1)โดยมีรายละเอียดของการเปลี่ยนแปลงปริมาณ ณ ระดับราคาต่างๆกัน ดังนี้คือ

1. ถ้าหากการสื่อสารแห่งประเทศไทย ลดราคาจาก 1,500 บาท เป็น 1,000 บาท จะมีผลให้ปริมาณความต้องการเพิ่มขึ้น จากจำนวน 20 เครื่อง เป็น 21 เครื่อง ซึ่งเมื่อคำนวณค่าความยืดหยุ่นต่อราคาแล้ว = -.12 นั่นย่อมหมายความว่า ถ้าการสื่อสารแห่งประเทศไทยลดราคาลงร้อยละ 1 จะมีความต้องการเช่าเครื่องเทเล็กซ์เพิ่มขึ้นร้อยละ .12

2. ถ้าหากการสื่อสารแห่งประเทศไทย ลดราคาโดยไม่เรียกเก็บค่าเช่าเครื่องเลย (เรียกเก็บเฉพาะค่าเช่าคู่สาย) จะมีความต้องการเพิ่มขึ้นอีก 4 เครื่อง ซึ่งเมื่อคำนวณค่าความยืดหยุ่นแล้วจะได้ = -.06 นั่นย่อมหมายความว่า ถ้าการสื่อสารแห่งประเทศไทย ลดราคาร้อยละ 1 จะมีผลให้ปริมาณความต้องการเช่าเครื่องเทเล็กซ์เพิ่มขึ้นร้อยละ .06

4.5.3 <u>แนวโน้มการขยายตลาดบริการเทเล็กซ์ไปยังเขตแนวพื้นที่ต่างๆ</u>

การขยายตลาดบริการเทเล็กซ์ในเขตกรุงเทพมหานครจะเป็นไปตามรูปแบบของการขยายตัวของการตั้งถิ่นฐานในเขตกรุงเทพมหานคร ตามรูปที่ 4.3 หน้า 66 กล่าวคือ จะขยายความเจริญจากเขตภายในเมือง กระจายออกไปตามทิศตะวันออกเฉียงเหนือ ทิศตะวันออกเฉียงใต้ ทิศตะวันตก และทิศตะวันตกเฉียงใต้ ทั้งนี้เนื่องจากมี Infrastructure ต่างๆ ไว้รองรับความเจริญดังนี้ คือ

ทิศตะวันออกเฉียงเหนือ มี ระบบซุปเปอร์ไฮเวย์ ทางรถไฟและถนนวงแหวนขนาน เป็นแหล่งที่ตั้งของนิคมอุตสาหกรรม

ทิศตะวันออกเฉียงใต้ มีถนนซุปเปอร์ไฮเวย์ ทางด่วน สถานีขนส่งสินค้า รถไฟ เป็นแหล่งที่ตั้งของโรงงานอุตสาหกรรม

ทิศตะวันตก มีสถานีขนส่งสินค้า ถนนวงแหวนรอบนอกผ่าน และทางรถไฟ เป็นแหล่งที่ตั้งของโรงงานอุตสาหกรรม

ทิศตะวันตกเฉียงใต้ มีถนนซุปเปอร์ไฮเวย์ มีถนนวงแหวนรอบนอกผ่านทางรถไฟ เป็นแหล่งที่ตั้งของโรงงานอุตสาหกรรม

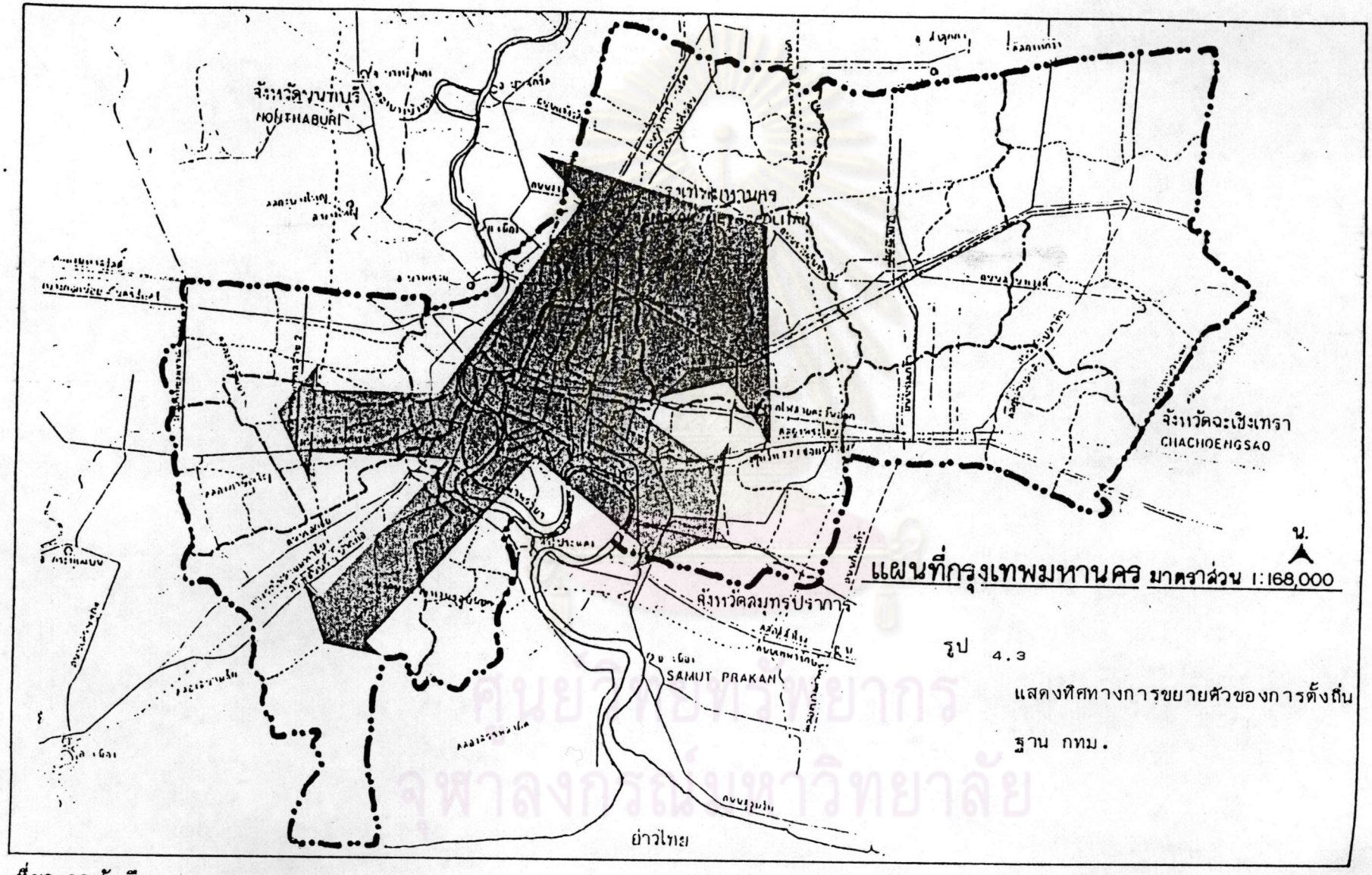
สำหรับรูปแบบของการขยายตัวในเมือง เช่น ปทุมวัน บางรัก จะมีการ redevelopment ใหม่ ทั้งนี้เนื่องจากเป็นศูนย์กลางธุรกิจการค้า (Central Business District) จึงทำให้ที่ดินมีราคาสูง แนวโน้มการใช้ประโยชน์จากที่ดินจึงมีมากขึ้นด้วยการเพิ่มพื้นที่อาคารหรือFloor Area Ratio (F.A.R.)[1]ให้สูงขึ้น เพื่อให้คุ้มกับราคาที่ดินซึ่งค่อนข้างสูง โดยจะเห็นได้จากเขตปทุมวันและบางรัก จะมีศูนย์การค้า และอาคารใหญ่ๆ ซึ่งมีบริษัทหลายๆ แห่งอยู่รวมกันโดยเฉพาะอย่างยิ่ง

[1]มานพ พงศ์ทัต และคณะ "รูปแบบการใช้ที่ดิน ระบบและโครงสร้างการสัญจร" เอกสารประกอบการประชุมวิชาการ เรื่อง กรุงเทพฯ 2545 , จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 5-7 กรกฎาคม2526

ในเขตปทุมวัน มีโครงการต่างๆที่กำลังจะเกิดขึ้นได้แก่ ศูนย์การค้านานาชาติ(World Trade Center) หรือวังเพชรบูรณ์ ศูนย์การค้ามาบุญครองและอัมรินทร์พลาซ่า เป็นต้น

จากลักษณะการขยายตัวของธุรกิจดังกล่าวข้างต้น ทำให้มองเห็นแนวโน้มของตลาดบริการเทเล็กซ์เป็น 2 แนวทางคือ การขยายตลาดในแนวสูง และการขยายตลาดในแนวราบ ซึ่งการขยายตัวของธุรกิจในแนวสูง การสื่อสารแห่งประเทศไทยสามารถนำอุปกรณ์พิเศษมาให้บริการแก่ลูกค้าที่อยู่ในตึกเดียวกันได้ ซึ่งมีความแตกต่างกับการขยายตัวในแนวราบที่จะต้องสร้างคู่สายในการให้บริการกับลูกค้าทุกราย

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



แผนที่กรุงเทพมหานคร มาตราส่วน 1:168,000

รูป 4.3

แสดงทิศทางการขยายตัวของการตั้งถิ่นฐาน กทม.

ที่มา: กองผังเมือง กรุงเทพมหานคร

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย