

บทที่ 1

บทนำ



ในปัจจุบันความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีก้าวรุดไปไกลมาก จนปรากฏว่าในปัจจุบันมีระบบโทรคมนาคมใหม่ๆ เช่น ระบบดาวเทียม ระบบเคเบิลใต้น้ำ ซึ่งช่วยให้การติดต่อสื่อสารเป็นไปได้ อย่างมีประสิทธิภาพและรวดเร็ว แม้แต่จะอยู่กันต่างทวีปก็สามารถติดต่อกันได้ทันต่อเหตุการณ์เสมือนหนึ่งว่าอยู่ในประเทศเดียวกันโดยไม่มีเส้นพรมแดนของประเทศเป็นอุปสรรคขวางกั้น ระบบโทรคมนาคมนับว่าเป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งต่อการสื่อสารในปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศที่มีระบบเศรษฐกิจแบบเปิด ย่อมจะต้องพึ่งพิงระบบโทรคมนาคมเป็นอย่างมาก เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีประสิทธิภาพสามารถใช้ตัดสินใจได้อย่างถูกต้องทันต่อเหตุการณ์

บริการเทเล็กซ์ เป็นบริการโทรคมนาคมประเภทหนึ่งที่มีศักยภาพในการให้บริการส่งข่าวสารได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ โดยในปี 2505 การสื่อสารแห่งประเทศไทยได้ เริ่มจัดให้มีบริการเทเล็กซ์ขึ้น เฉพาะในเขตกรุงเทพมหานครก่อน ซึ่งได้ทำการติดตั้งเป็นชุมสายเทเล็กซ์ขนาด 50 หมายเลขระบบกึ่งอัตโนมัติขึ้น เรียกว่า "ชุมสายเทเล็กซ์ต่างประเทศ" โดยผู้เช่าเครื่องเทเล็กซ์ จะเรียกติดต่อรับส่งข่าวสารได้เฉพาะกับผู้เช่าในต่างประเทศเท่านั้น ยังไม่สามารถเรียกติดต่อกันภายในประเทศได้ วิธีการส่งข่าวสารผู้เช่าที่อยู่ในกรุงเทพฯ จะต้องเรียกติดต่อไปยังพนักงานชุมสายเทเล็กซ์ให้เป็นผู้ต่อสายไปยังผู้เช่าปลายทางต่างประเทศ ส่วนผู้เช่าต่างประเทศสามารถเรียกติดต่อมายังผู้เช่าในกรุงเทพฯ ได้โดยตรง

ในปีแรกที่เปิดให้บริการเทเล็กซ์ มีผู้เช่า 6 ราย และขนาดตลาดได้ขยายใหญ่ขึ้นมาเป็นลำดับ จนปัจจุบันมีลูกค้าอยู่ทั้งหมด 3,947 ราย และยังมีผู้รอใช้บริการอยู่บางส่วนซึ่งการสื่อสารแห่งประเทศไทยยังไม่สามารถให้บริการได้ ทั้งนี้สืบเนื่องมาจากปัญหาการขาดแคลนคู่สายขององค์การโทรศัพท์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเขตกรุงเทพมหานคร

ดังนั้นด้วยเหตุที่การสื่อสารแห่งประเทศไทย เป็นฝ่ายรับผิดชอบบริการเทเล็กซ์โดยตรงต่อประชาชน จึงได้พยายามหาหนทางจัดปัญหาดังกล่าวด้วยการนำเอาระบบโทรคมนาคมอย่างอื่นมาทดแทนระบบคู่สาย เช่น ระบบวิทยุ และสร้างคู่สายเพิ่มเติมในเขตที่องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทยไม่สามารถให้คู่สายได้ ซึ่งวิธีการดังกล่าวก็ต้องอาศัยเงินลงทุนเป็นปัจจัยสำคัญ ดังนั้น จึงจำเป็นต้องศึกษาค้นหาหนทางขยายตลาดบริการเทเล็กซ์ให้กว้างขวางขึ้น เพื่อยุติการลงทุนขยายบริการเทเล็กซ์ต่อไปในอนาคตได้



### วัตถุประสงค์ในการศึกษา

ในการจัดทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

- เพื่อศึกษาโอกาสในการขยายตลาดบริการ เทเล็กซ์ตามเขตพื้นที่ต่างๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร
- เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลการใช้บริการสื่อสารประเภทต่างๆ ของธุรกิจ
- เพื่อค้นหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ เข้า และไม่เข้า เครื่องเทเล็กซ์
- เพื่อค้นหากลยุทธ์ด้านราคาที่เหมาะสมในการขยายตลาดบริการ เทเล็กซ์ไปสู่ธุรกิจที่ยังไม่ได้เข้า เครื่องเทเล็กซ์
- เพื่อศึกษาแนวโน้มความต้องการ เข้า เครื่องเทเล็กซ์

### แนวเหตุผลหรือสมมติฐานในการวิจัย

- ราคา เป็นอุปสรรคที่สำคัญต่อการตัดสินใจ เข้า เครื่อง เทเล็กซ์ของธุรกิจที่ยังไม่ได้ เข้า เครื่อง เทเล็กซ์
- การปรับราคาจะทำให้ธุรกิจที่ยังไม่ได้ เข้า เครื่อง เทเล็กซ์มีความต้องการ เข้า เครื่อง เทเล็กซ์มากขึ้น

### ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

การศึกษาวินิจฉัยเรื่อง "การขยายตลาดบริการ เทเล็กซ์ในเขตกรุงเทพมหานคร" ย่อมทำให้ทราบถึง พฤติกรรมในการใช้บริการสื่อสารประเภทต่างๆ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ เทเล็กซ์ ตลอดจนแนวโน้มความต้องการ เข้า เครื่อง เทเล็กซ์ ซึ่งจะ เป็นประโยชน์ต่อฝ่ายบริหารในการวางแผนกลยุทธ์ด้านการตลาดได้อย่างเหมาะสมสอดคล้องกับความต้องการของประชาชนมากที่สุด

นอกจากนี้ ยังเป็นประโยชน์ในการใช้เป็นแนวทางในการศึกษาตลาดบริการสื่อสารประเภทอื่นๆ ต่อไปในอนาคตอีกด้วย

### ขอบเขตการศึกษา

ด้วยเหตุที่ตลาดบริการ เทเล็กซ์กระจายอยู่อย่างกว้างขวางทั่วประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีลูกค้าอยู่ครอบคลุมทุกเขตพื้นที่ ดังนั้น เพื่อความเหมาะสมในการศึกษา ผู้ทำการวิจัยจึงได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยในเขตกรุงเทพมหานคร เฉพาะ เขตที่มีธุรกิจหนาแน่นเท่านั้น คือ ปทุมวัน บางรัก ยานนาวา ทั้งนี้ โดยมีเหตุผลในการเลือกเขตตัวอย่าง ดังนี้ คือ

เขตปทุมวัน - เป็นเขตที่มีการรวมตัวกันอย่างหนาแน่นของธุรกิจขนาดย่อมในประ



เขตบางรัก - เป็น เขตที่มีการรวมตัวกันอย่างหนาแน่นของธุรกิจขนาดใหญ่และธุรกิจ  
การค้าระหว่างประเทศ

เขตยานนาวา - เป็น เขตที่มีการรวมตัวกันอย่างหนาแน่นของธุรกิจประเภทโรงงาน  
อุตสาหกรรม

ซึ่งจะเห็นว่า การเลือกเขตตัวอย่างทั้ง 3 เขตนี้ สามารถครอบคลุมประเภทธุรกิจต่างๆ  
ได้เพียงพอ สามารถจะนำมาใช้เป็นตัวแทนในการศึกษาต่อไปได้

#### การวางแผนและเตรียมการวิจัย

ในการศึกษาริวิจัยเรื่องนี้ ได้ศึกษาข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ดังนี้คือ

ก. ข้อมูลปฐมภูมิ ได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ธุรกิจด้วยการใช้แบบสอบถามประกอบ  
การสัมภาษณ์ โดยได้เตรียมการออกแบบสอบถามดังนี้คือ

-กำหนดปัจจัยต่างๆที่ประเมินได้ว่ามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการเท-  
เล็กซ์ ซึ่งมีหัวข้อดังต่อไปนี้คือ

- พฤติกรรมการใช้สื่อสาร
- ความรู้เรื่องบริการเทเล็กซ์
- ประโยชน์ของบริการเทเล็กซ์
- ราคา
- ปัจจัยอื่นๆ

-จากการกำหนดปัจจัยต่างๆ ดังกล่าว ได้นำมาร่างเป็นแบบสอบถาม และ  
ได้ดำเนินการดัดแปลงแบบสอบถามให้เป็นไปตามระเบียบวิธีการวิจัยที่ดี ซึ่งได้รวมถึงการจัดหมวด  
หมู่ และการจัดลำดับคำถาม ทั้งนี้ ได้ออกแบบสอบถามเป็น 2 ชุด เพื่อสะดวกในการออกสัมภาษณ์  
คือ

ชุดที่ 1 เป็นแบบสอบถามที่ใช้สัมภาษณ์ธุรกิจที่ติดตั้งเครื่องเทเล็กซ์แล้ว (ดังได้แนบไว้ใน  
ภาคผนวก ก หน้า 7๐)

ชุดที่ 2 เป็นแบบสอบถามที่ใช้สัมภาษณ์ธุรกิจที่ยังไม่ได้ติดตั้งเครื่องเทเล็กซ์ (ดังได้แนบไว้  
ในภาคผนวก ข หน้า ๘4)

๑ ข. ข้อมูลทุติยภูมิ เพื่อใช้เป็นกรอบตัวอย่างของการวิจัย โดยดำเนินการดังนี้ คือ  
ศึกษาวิธีการจัดแบ่งขนาดธุรกิจในประเทศไทยและประเทศต่างๆ ใกล้เคียง พบว่า โดยทั่วไปที่ใช้ในทางปฏิบัติจะถือเอาขนาดการจ้างงานและสินทรัพย์ หรือทุนจดทะเบียนเป็นเกณฑ์ และในบางกรณีก็คำนึงถึงประเภทของกิจการด้วย เพื่อประโยชน์ในการกำหนด

ขนาดธุรกิจจะได้นำค่าจำกัดความของอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมที่ใช้เป็นทางการหรือไม่ เป็นทางการในประเทศต่างๆ ในเอเชียมาแสดงไว้ในภาคผนวก ค หน้า ๑๓

ค. ศึกษาข้อมูลโครงสร้างและขนาดของธุรกิจในประเทศไทย จากกรมแรงงานและกระทรวงพาณิชย์ เพื่อใช้เป็นกรอบตัวอย่าง พบว่าข้อมูลกรมแรงงานค่อนข้างสมบูรณ์และสอดคล้องกับโครงการวิจัยมากกว่าข้อมูลกระทรวงพาณิชย์ กล่าวคือ

-กรมแรงงานได้สำรวจ จำนวนธุรกิจจำแนกตามเขตพื้นที่ต่างๆ ในเขตกรุงเทพมหานครตามมาตรฐานอุตสาหกรรม (Standard Industrial Classification:SIC)

-ข้อมูลของกรมแรงงาน เป็นข้อมูลที่สำรวจเมื่อต้นปี 2526 นี้เองซึ่งนับว่าเป็นข้อมูลใหม่ล่าสุดที่จะอำนวยความสะดวกในการปฏิบัติงานในภาคสนามต่อไปได้เป็นอย่างดี

ดังนั้น ในการวิจัยครั้งนี้ จึงใช้ข้อมูลจากกรมแรงงานในการกำหนดกรอบตัวอย่าง ซึ่งเป็นแนวทางกำหนดขนาดธุรกิจจากขนาดการจ้างงาน

ง. ศึกษาจากแหล่งอื่นๆ เช่น ข้อมูลรายได้จากกรมสรรพากร โครงการขยายชุมชนสายโทรศัพท์ปีพ.ศ.2525-2530 จากองค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย แผนที่แสดงผังเมืองกรุงเทพมหานคร และเอกสารทางวิชาการอื่นๆ

#### การสุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบ Multistage Sampling โดยใช้วิธีการแบบ Systematic Sampling กล่าวคือ เลือกเขตตัวอย่าง 3 เขตจากทั้งหมด 24 เขตแล้วจึงจำแนกประเภทของธุรกิจออกเป็น 4 หมวดใหญ่ๆ คือ

หมวดที่ 1 ธุรกิจประเภทการผลิต ได้แก่ การผลิตสิ่งทอ การผลิตกระดาษและการพิมพ์ การผลิตเคมี อุตสาหกรรมเหล็ก อุตสาหกรรมอื่นๆ

หมวดที่ 2 ธุรกิจประเภทบริการ ได้แก่ โรงแรม การเงิน ประกันภัย บริการส่วนบุคคล

หมวดที่ 3 ธุรกิจค้าส่งและค้าปลีก

หมวดที่ 4 ธุรกิจทั่วไป ได้แก่ เกษตรกรรม การทำเหมืองแร่ ก่อสร้าง

โดยแต่ละหมวดจำแนกออกมาเป็นขนาดแรงงาน 5 ขนาดคือ

ขนาดแรงงาน 5-9 คน

ขนาดแรงงาน 10-49 คน

ขนาดแรงงาน 50-99 คน

ขนาดแรงงาน 100-299 คน



ขนาดแรงงาน 300 คนขึ้นไป

ทั้งนี้ วิธีการดังกล่าวข้างต้น ได้แยกดำเนินการเป็นเขต เพื่อให้ได้ขนาดตัวอย่างที่สอดคล้องกับขนาดประชากรในแต่ละเขต ซึ่งเมื่อออกสำรวจแล้ว ปรากฏว่ามีแบบสอบถามบางตัวอย่างไม่สมบูรณ์ จึงได้คัดแยกออกเหลือเพียงแบบสอบถามที่ใช้การได้ จำนวน 229 ราย ดังแสดงจำนวนในตารางที่ 1



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ตารางที่ 1 : ร้อยละของธุรกิจที่ล้มตัวอย่างจำแนกตามประเภท

ขนาดแรงงาน (คน)	1-9		10-49		50-99		100-299		300 ขึ้นไป		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
การผลิต	20	25.0	24	36.36	14	38.88	7	3.5	13	48.14	78	34.06
การบริการ	18	22.5	13	19.69	10	27.77	3	15.0	9	33.33	53	23.14
ค้าส่ง-ค้าปลีก	31	38.75	21	31.81	9	25.0	7	35.0	5	18.51	73	31.87
ทั่ว ๆ ไป	11	13.75	8	12.12	3	8.33	3	15.0	-	-	25	10.91
รวม	80	100.00	66	100.00	36	100.00	20	100.00	27	100.00	229	100.00

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



### การปฏิบัติงานสนาม

การปฏิบัติงานสนามได้เริ่มในเขตพื้นที่ทั้ง 3 เขตพร้อมๆกัน โดยแบ่งผู้ออกสัมภาษณ์ไปตามเขตต่างๆ และการออกสำรวจทั้ง 3 เขต คือเขตบางรัก ปทุมวัน และยานนาวา พบว่า เขตยานนาวาเป็นเขตพื้นที่ค่อนข้างมีปัญหาในการออกสำรวจมากกว่าเขตพื้นที่อื่นๆ เนื่องจากขนาดของพื้นที่ในเขตยานนาวาค่อนข้างกว้าง ธุรกิจมีการกระจายตัวอยู่ห่างกันมาก ประกอบกับเขตนี้กำลังประสบปัญหาหน้าท่วม จึงทำให้การออกสัมภาษณ์มีความยากลำบากมากยิ่งขึ้น เป็นทวีคูณ

ในช่วงระยะเวลาที่ออกปฏิบัติงานสนาม จะสำรวจข้อมูลที่ได้รับจากผู้สัมภาษณ์ทุกวัน หากข้อมูลใดที่ผู้สัมภาษณ์ยังมีปัญหาอยู่ ก็จะทำการจัดการแก้ไข โดยการโทรศัพท์กลับไปสัมภาษณ์ผู้ตอบแบบสอบถามเพิ่มเติมอีกครั้งหนึ่ง ซึ่งปรากฏว่าได้ผลเป็นที่น่าพอใจ

### ระยะเวลาในการสำรวจ

การปฏิบัติงานสนามในเขตพื้นที่ต่างๆ ได้ดำเนินการในช่วงเดือนพฤศจิกายน-ธันวาคม 2526

### การประมวลผลข้อมูล

ในการประมวลผลข้อมูล การทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้ ได้ขออนุมัติใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ จากสถาบันคอมพิวเตอร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Sciences)

### สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้ใช้สถิติดังต่อไปนี้

1. ไคว์-สแควร์ (Chi-Square Test)
2. Cramer's V
3. การวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance: ANOVA)

### แนวความคิดในการวัดตัวแปรที่สำคัญ

การวัดความรู้เรื่องบริการแท็กซี่ ได้สอบถามรายละเอียดผู้ที่ยังไม่ได้ติดตั้งเครื่อง แท็กซี่ใน 4 หัวข้อที่ลูกค้าควรจะทราบก่อนการตัดสินใจเช่าเครื่อง แท็กซี่ (ดูรายละเอียดในภาคผนวก ข หน้า 86 ข้อ 8)

จากการสอบถามรายละเอียดใน 4 หัวข้อข้างต้น ได้กำหนดค่าคะแนนแต่ละข้อเพื่อวัดระดับความรู้ดังนี้คือ ตอบถูก = 2 ตอบผิด = 1 ไม่ทราบ, ไม่แน่ใจ = 0 แล้วคำนวณคะแนนรวมทั้ง 4 หัวข้อออกมาเป็นดัชนี เพื่อใช้วัดระดับความรู้ของผู้ตอบ ซึ่งกำหนดออกมาเป็นมาตรฐานดังนี้คือ



คะแนน	ระดับความรู้
1-4	ต่ำกว่ามาตรฐาน
5-8	สูงกว่ามาตรฐาน

การวัดความต้องการประโยชน์จากบริการโทรศัพท์ เนื่องจากประโยชน์ของบริการโทรศัพท์มีอยู่หลายด้าน จึงได้สอบถามความต้องการของลูกค้าในรายละเอียด (ดูรายละเอียดในภาคผนวก ข - หน้า 87 ข้อ 9) โดยได้กำหนดค่าคะแนนของแต่ละหัวข้อดังนี้คือ มาก = 3, ปานกลาง = 2, น้อย = 1, ไม่ต้องการ = 0 ซึ่งเมื่อกำหนดออกมาแล้ว จะได้ดัชนีตัวเลขที่มีค่าอยู่ระหว่าง 0-18 คะแนนและได้จัดระดับความต้องการให้เป็นมาตรฐานดังนี้คือ

ระดับคะแนน 0 จัดเป็นกลุ่มที่ไม่มีแนวโน้มความต้องการ (Non-Potential Demand)

ระดับคะแนน 1-9 จัดเป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มความต้องการค่อนข้างน้อย (Low-Potential Demand)

ระดับคะแนน 10-17 จัดเป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มความต้องการค่อนข้างมาก (High Potential Demand)

ระดับคะแนนเต็ม 18 จัดเป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มความต้องการมากที่สุด (Very High Potential Demand)

การวัดดัชนีอัตราค่าใช้บริการ ลักษณะโครงสร้างด้านอัตราค่าบริการโทรศัพท์มีส่วนประกอบที่เป็นรายละเอียดค่อนข้างซับซ้อน ดังนั้น เพื่อความเข้าใจจึงได้จัดกลุ่มออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ๆ คือ

1. อัตราค่าบริการคงที่ (Fixed Charge) หมายถึง อัตราค่าบริการที่ลูกค้าจะจ่ายเป็นอัตราคงที่แน่นอนตายตัว ซึ่งมีส่วนประกอบดังนี้คือ

- เรียกเก็บครั้งเดียว (One-time Charge) ได้แก่ ค่าประกันสัญญา และค่าติดตั้ง

- เรียกเก็บประจำเดือน (Monthly Charge) ได้แก่ ค่าเช่าคู่สายและค่าเช่าเครื่อง

2. อัตราค่าเรียกใช้บริการ (Usage Charge) หมายถึง อัตราค่าบริการที่จะผันแปรไปตามจำนวนนาที่ที่ลูกค้าเรียกติดต่อกับปลายทางซึ่งมีส่วนประกอบรายละเอียดดังนี้ คือ

- อัตราเรียกติดต่อในประเทศ แบ่งออกเป็น 3 อัตราคือ

เรียกติดต่อภายในจังหวัดเดียวกัน

เรียกติดต่อต่างจังหวัด ในภาคเดียวกัน

เรียกติดต่อต่างจังหวัด และต่างภาค



-อัตราเรียกติดต่อดังประเทศ แบ่งออกเป็น 3 อัตราคือ

เรียกติดต่อกับทวีปเอเชีย

เรียกติดต่อกับทวีปยุโรปและออสเตรเลีย

เรียกติดต่อกับทวีปอเมริกาและทวีปแอฟริกา

ในการศึกษาตัวแปรด้านอัตราในที่นี้ ได้ใช้วิธีการสอบถามความเห็นของกลุ่มตัวอย่างว่า ในรายละเอียดของอัตราค่าบริการซึ่งมีอยู่ 10 หัวข้อ (ดูรายละเอียดภาคผนวก ข หน้า 86 ข้อ 10) ผู้ตอบมีความคิดเห็นอย่างไรใน 3 ความเห็นดังนี้คือ แพง เหมาะสม ถูก โดยกำหนดคะแนนแต่ละความเห็นดังนี้คือ แพง = 1, เหมาะสม = 2, ถูก = 3 แล้วรวมคะแนนทั้ง 10 หัวข้อ ออกมาเป็นดัชนีตัวเลข 2 ตัวคือ

-ดัชนีอัตราค่าบริการคงที่ (Fixed Charge) ซึ่งจะประกอบด้วยคะแนนของคำตอบ 4 ข้อของคำถามตามรายละเอียดดังได้กล่าวไว้แล้วในตอนต้น ดังนั้น ดัชนีอัตราจะมีช่วงคะแนนระหว่าง 1-12 คะแนน

-ดัชนีอัตราค่าเรียกใช้บริการ (Usage Charge) ซึ่งจะประกอบด้วย คะแนนของคำตอบ 6 ข้อของคำถามตามรายละเอียดดังได้กล่าวไว้แล้วในตอนต้น ดังนั้น ดัชนีอัตราจะมีช่วงคะแนนระหว่าง 1-18 คะแนน

อย่างไรก็ตาม การวิเคราะห์ในส่วนนี้จะไม่นำเสนอรายละเอียด เนื่องจากการเสนอรายละเอียดจะไม่สามารถแสดงให้เห็นข้อแตกต่างความคิดเห็นด้านราคาของลูกค้าได้อย่างชัดเจน ดังนั้น ในที่นี้ ได้กำหนดมาตรฐานดัชนีอัตราที่คำนวณมาจากคำตอบของคำถามต่างๆ 10 ข้อ ให้เป็นตัวเลขมาตรฐานที่จะใช้ในการตีความอย่างชัดเจน โดยกำหนดระดับคะแนนมาตรฐานไว้ดังนี้ คือ

-ระดับคะแนนอัตราค่าบริการคงที่ (Fixed Charge) ที่อยู่ในช่วง 1-4 =  
แพง, 5-8 = เหมาะสม, 9-12 = ถูก

-ระดับคะแนนอัตราค่าเรียกใช้บริการ (Usage Charge) ที่อยู่ในช่วง 1-6  
= แพง, 7-12 = เหมาะสม, 13-18 = ถูก