

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ข้อมูลได้มาจากการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยใช้แบบสอบถามผู้บริโภคที่ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (simple random sampling) ซึ่งแบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบจดทะเบียน จำนวน 200 ราย และกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบเติมเงิน จำนวน 200 ราย ผลการศึกษาประกอบด้วยหัวข้อต่างๆ ดังต่อไปนี้ คือ

4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

การศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผลการศึกษามีดังต่อไปนี้

4.1.1 เพศ จากตารางที่ 4.1 ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง 400 ราย พบว่า เป็นเพศชาย จำนวน 128 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.0 เป็นเพศหญิงจำนวน 272 ราย คิดเป็นร้อยละ 68.0

ผู้ใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบจดทะเบียน พบว่า เป็นเพศชาย 77 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.5 เป็นเพศหญิง 123 ราย คิดเป็นร้อยละ 61.5

ผู้ใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบเติมเงิน พบว่า เป็นเพศชาย 51 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.5 เป็นเพศหญิง 149 ราย คิดเป็นร้อยละ 74.5

สรุปได้ว่า ทั้งกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบจดทะเบียนและเติมเงิน เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย

ตารางที่ 4.1 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จดทะเบียน		เติมเงิน		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	77	38.5	51	25.5	128	32.0
หญิง	123	61.5	149	74.5	272	68.0
รวม	200	100.0	200	100.0	400	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

4.1.2 อายุ จากตารางที่ 4.2 พบว่าผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ส่วนใหญ่ มีช่วงอายุระหว่าง 21-30 ปี มากที่สุด มีจำนวน 235 ราย คิดเป็นร้อยละ 58.8 รองลงมาคือช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี มีจำนวน 93 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.2 ขณะที่อายุไม่เกิน 20 ปี มีจำนวน 43 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.8 ช่วงอายุระหว่าง 41-50 ปี มีจำนวน 29 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.2

ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบจดทะเบียน พบว่า ส่วนใหญ่มีช่วงอายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 131 ราย คิดเป็นร้อยละ 65.5 รองลงมาคือช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 46 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.0 ขณะที่อายุระหว่าง 41-50 ปี มีจำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.5 ช่วงอายุไม่เกิน 20 ปี มีจำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.0

ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบเติมเงิน พบว่า ส่วนใหญ่มีช่วงอายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 104 ราย คิดเป็นร้อยละ 52.0 รองลงมาคือช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 47 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.5 ขณะที่ช่วงอายุไม่เกิน 20 ปี มีจำนวน 33 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.5 ช่วงอายุระหว่าง 41-50 ปี มีจำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.0

สรุปได้ว่า จากกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา พบว่าผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบจดทะเบียน และระบบเติมเงิน มีช่วงอายุระหว่าง 21-30 ปี มากที่สุด

ตารางที่ 4.2 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จดทะเบียน		เต็มเงิน		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อายุไม่เกิน 20 ปี	10	5.0	33	16.5	43	10.8
อายุระหว่าง 21-30 ปี	131	65.5	104	52.0	235	58.8
อายุระหว่าง 31-40 ปี	46	23.0	47	23.5	93	23.2
อายุระหว่าง 41-50 ปี	13	6.5	16	8.0	29	7.2
รวม	200	100.0	200	100	400	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

4.1.3 อาชีพ จากตารางที่ 4.3 พบว่าผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ส่วนใหญ่ มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มากที่สุด มีจำนวน 130 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.5 รองลงมาคืออาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีจำนวน 120 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.0 ขณะที่อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีจำนวน 108 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.0 อาชีพอื่นๆ เช่น รับจ้างทั่วไป อาจารย์สอนพิเศษ กิจการส่วนตัว มีจำนวน 42 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.5

ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบจดทะเบียน พบว่าส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 91 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.5 รองลงมาคืออาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 53 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.5 ขณะที่อาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีจำนวน 37 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.5 อาชีพอื่นๆ มีจำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.5

ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบเต็มเงิน พบว่าส่วนใหญ่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 83 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.5 รองลงมาคืออาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 55 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.5 ขณะที่อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีจำนวน 39 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.5 อาชีพอื่นๆ มีจำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.5

สรุปได้ว่า จากกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา พบว่าผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบจดทะเบียนมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มากที่สุด และผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบเต็มเงิน มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มากที่สุด

ตารางที่ 4.3 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จดทะเบียน		เต็มเงิน		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	37	18.5	83	41.5	120	30.0
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	53	26.5	55	27.5	108	27.0
พนักงานบริษัทเอกชน	91	45.5	39	19.5	130	32.5
อื่นๆ	19	9.5	23	11.5	42	10.5
รวม	200	100.0	200	100	400	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

4.1.4 ระดับการศึกษา จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 285 ราย คิดเป็นร้อยละ 71.3 รองลงมา การศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 74 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.5 การศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. จำนวน 27 ราย คิดเป็น 6.7 ระดับการศึกษามัธยมศึกษา จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.5

ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบจดทะเบียน พบว่ามีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.5 มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.0 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 128 ราย คิดเป็นร้อยละ 64.0 และมีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 51 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.5

ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบเต็มเงิน พบว่ามีการศึกษาระดับมัธยมต้น จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.5 มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.5 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 157 ราย คิดเป็นร้อยละ 78.5 และมีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.5

สรุปได้ว่า จากกลุ่มตัวอย่างที่ทำการสำรวจ มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด และกลุ่มตัวอย่างที่ทำการสำรวจ มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาน้อยที่สุด

ตารางที่ 4.4 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จดทะเบียน		เติมเงิน		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มัธยมศึกษา	7	3.5	7	3.5	14	3.5
อนุปริญญา/ปวส.	14	7.0	13	6.5	27	6.7
ปริญญาตรี	128	64.0	157	78.5	285	71.3
สูงกว่าปริญญาตรี	51	25.5	23	11.5	74	18.5
รวม	200	100.0	200	100	400	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

4.1.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จากตารางที่ 4.5 พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่มีระดับรายได้อยู่ในช่วง 5,001-10,000 บาท มากที่สุด จำนวน 126 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.5 รองลงมามีรายได้ระหว่าง 10,001-15,000 บาท จำนวน 107 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.8 รายได้ไม่เกิน 5,000 บาท จำนวน 83 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.7 และรายได้ระหว่าง 15,001-20,000 บาท จำนวน 46 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.5 และระดับรายได้มากกว่า 20,000 บาท จำนวน 38 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.5

ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบจดทะเบียน พบว่าส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ในช่วงระหว่าง 5,001-10,000 บาท จำนวน 68 ราย คิดเป็นร้อยละ 34.0 รองลงมามีรายได้ในช่วงระหว่าง 10,001-15,000 บาท จำนวน 62 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.0 มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท จำนวน 31 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.5 มีรายได้ในช่วงระหว่าง 15,001-20,000 บาท มีจำนวน 27 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.5 และรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.0

ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบเติมเงิน พบว่าส่วนใหญ่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท จำนวน 71 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.5 รองลงมามีรายได้ในช่วงระหว่าง 5,001-10,000 บาท จำนวน 58 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.0 มีรายได้ในช่วงระหว่าง 10,001-15,000 บาท จำนวน 45 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.5 มีรายได้ในช่วงระหว่าง 15,001-20,000 บาท มีจำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.5 มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.5

ตารางที่ 4.5 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้	จดทะเบียน		เติมเงิน		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 5,000 บาท	12	6.0	71	35.5	83	20.7
5,001 - 10,000 บาท	68	34.0	58	29.0	126	31.5
10,001 - 15,000 บาท	62	31.0	45	22.5	107	26.8
15,001 – 20,000 บาท	27	13.5	9	9.5	46	11.5
มากกว่า 20,000 บาท	31	15.5	7	3.5	38	9.5
รวม	200	100.0	200	100	400	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

สรุปได้ว่า กลุ่มผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบจดทะเบียนเป็นกลุ่มที่มีรายได้สูงกว่ากลุ่มผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบเติมเงิน

4.2 พฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ในหัวข้อนี้เป็นการศึกษาเพื่อต้องการทราบพฤติกรรมของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบจดทะเบียนและระบบเติมเงิน ผลการศึกษามีดังต่อไปนี้

4.2.1 บริษัทที่ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ จากตารางที่ 4.6 ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง 400 ราย พบว่า ลูกค้าใช้บริการของบริษัทแคว้นอินโฟเอร์วิสจำกัด (มหาชน) หรือ AIS จำนวน 180 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.0 บริษัทโทเทิลแอนด์คอมมูนิเคชั่นจำกัด (มหาชน) หรือ DTAC จำนวน 116 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.0 และบริษัทที่เออเรนจ์จำกัด หรือ Orange จำนวน 104 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.0

ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบจดทะเบียน พบว่าใช้บริการของบริษัทแคว้นอินโฟเอร์วิสจำกัด (มหาชน) หรือ AIS 87 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.5 บริษัทโทเทิลแอนด์คอมมูนิเคชั่นจำกัด (มหาชน) หรือ DTAC 72 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.0 และ บริษัทที่เออเรนจ์จำกัด หรือ Orange 41 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.5

ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบเติมเงิน พบว่าใช้บริการของบริษัทแคว้นอินโฟเอร์วิสจำกัด (มหาชน) หรือ AIS 93 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.5 บริษัทโทเทิลแอนด์คอมมูนิเคชั่นจำกัด (มหาชน) หรือ DTAC 72 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.0 และ บริษัทที่เออเรนจ์จำกัด หรือ Orange 41 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.5

คอมมูนิเคชั่นจำกัด (มหาชน) หรือ DTAC 44 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.0 และ บริษัททีเอออเรนจ์ จำกัด หรือ Orange 63 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.5

สรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบจดทะเบียน ใช้บริการของบริษัทแควานซ์อินโฟรเซอร์วิสเซส จำกัด (มหาชน) หรือ AIS มากที่สุด และใช้บริการของบริษัททีเอออเรนจ์ จำกัด หรือ Orange น้อยที่สุด กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบเติมเงิน ใช้บริการของบริษัทแควานซ์อินโฟรเซอร์วิสเซส จำกัด (มหาชน) หรือ AIS มากที่สุด และใช้บริการของบริษัท โทเทิลแอนด์เคสคอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) หรือ DTAC น้อยที่สุด

ตารางที่ 4.6 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามบริษัทที่ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบจดทะเบียน และระบบเติมเงิน

บริษัทที่ให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่	จดทะเบียน		เติมเงิน		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
AIS	87	43.5	93	46.5	180	45.0
DTAC	72	36.0	44	22.0	116	29.0
Orange	41	20.5	63	31.5	104	26.0
รวม	200	100.0	200	100.0	400	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

4.2.2 ยี่ห้อโทรศัพท์มือถือที่ใช้บริการ ปัจจุบันมียี่ห้อเครื่องโทรศัพท์จำหน่ายเป็นจำนวนมาก และมีคุณสมบัติสามารถรับ-ส่ง E-mail ใช้ GPRS หรือการใช้ Internet ผ่านมือถือ สามารถส่ง MMS หรือส่งภาพพร้อมเสียง สามารถใช้เป็น MP3 หรือฟังวิทยุจากเครื่องโทรศัพท์ได้ ดังนั้นผู้บริโภคสามารถเลือกยี่ห้อโทรศัพท์และใช้ประโยชน์จากเครื่องโทรศัพท์ได้มากขึ้น จากตารางที่ 4.7 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง 400 ราย ที่ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบจดทะเบียนและระบบเติมเงิน เมื่อนำมาเรียงลำดับของยี่ห้อโทรศัพท์มือถือที่ใช้บริการ จากมากไปน้อย พบว่า ลำดับแรก จำนวน 199 ราย คิดเป็นร้อยละ 49.8 ใช้โทรศัพท์ยี่ห้อ Nokia ลำดับที่สอง จำนวน 71 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.7 ใช้โทรศัพท์ยี่ห้ออื่นๆ เช่น i-mobile, siemen, BenQ ลำดับที่สาม จำนวน 60 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.0 ใช้โทรศัพท์ยี่ห้อ Samsung ลำดับที่สี่ จำนวน 35 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.8 ใช้

โทรศัพท์มือถือ Sony Ericsson ลำดับที่ห้า จำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.5 ใช้โทรศัพท์มือถือ Motorola ลำดับที่ห้า จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.2 ใช้โทรศัพท์มือถือ Panasonic

ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบจดทะเบียน พบว่าส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์มือถือ Nokia จำนวน 91 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.5 รองลงมาคือ โทรศัพท์มือถือ Samsung จำนวน 43 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.5 ในขณะที่โทรศัพท์มือถืออื่นๆ เช่น i-mobile, siemen, BenQ จำนวน 27 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.5 โทรศัพท์มือถือ Sony Ericsson จำนวน 25 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.5 โทรศัพท์มือถือ Motorola จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.0 โทรศัพท์มือถือ Panasonic จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.0

ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบเติมเงิน พบว่าส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์มือถือ Nokia จำนวน 108 ราย คิดเป็นร้อยละ 54.0 รองลงมาคือ โทรศัพท์มือถืออื่นๆ เช่น i-mobile, siemen, BenQ จำนวน 44 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.0 ในขณะที่โทรศัพท์มือถือ Samsung จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.5 และโทรศัพท์มือถือ Motorola จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.0 โทรศัพท์มือถือ Sony Ericsson จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.0 และโทรศัพท์มือถือ Panasonic จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.5

สรุปได้ว่า ทั้งผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบจดทะเบียนและระบบเติมเงิน เลือกใช้โทรศัพท์มือถือ Nokia มากที่สุด เนื่องจากชอบรูปแบบ สี สัน และคุณสมบัติพิเศษต่างๆ เช่น รองรับ GPRS และ MMS

ตารางที่ 4.7 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามยี่ห้อโทรศัพท์มือถือที่ให้บริการ

ยี่ห้อของเครื่องโทรศัพท์	จดทะเบียน		เติมเงิน		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
Nokia	91	45.5	108	54.0	199	49.8
Samsung	43	21.5	17	8.5	60	15.0
Sony Ericsson	25	12.5	10	5.0	35	8.8
Motorola	10	5.0	16	8.0	26	6.5
Panasonic	4	2.0	5	2.5	9	2.2
อื่นๆ (i-mobile, siemen, BenQ)	27	13.5	44	22.0	71	17.7
รวม	200	100.0	200	100	400	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

4.2.3 ค่าใช้จ่ายต่อเดือนในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบจดทะเบียนมีรายได้สูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบเติมเงิน จากตารางที่ 4.8 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง 400 ราย ที่ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบจดทะเบียนและระบบเติมเงิน เมื่อนำมาเรียงลำดับค่าใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่จากมากไปน้อย พบว่า ลำดับแรก จำนวน 140 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.0 มีค่าใช้จ่ายต่อเดือนในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในช่วง 501-1,000 บาท ลำดับที่สอง จำนวน 128 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.0 มีค่าใช้จ่ายต่อเดือนในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่เกิน 300 บาท ลำดับที่สาม จำนวน 80 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.0 มีค่าใช้จ่ายต่อเดือนในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในช่วง 301-500 บาท ลำดับที่สี่ จำนวน 43 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.7 มีค่าใช้จ่ายต่อเดือนในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในช่วง 1,001-1,500 บาท ลำดับที่ห้า จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.3 มีค่าใช้จ่ายต่อเดือนในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในช่วงมากกว่า 1,500 บาท

ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบจดทะเบียน พบว่า ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อเดือนในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในช่วง 501-1,000 บาท จำนวน 98 ราย คิดเป็นร้อยละ 49.0 รองลงมาคือ ค่าใช้จ่ายต่อเดือนในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในช่วง 1,001-1,500 บาท จำนวน 41 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.5 ในขณะที่ค่าใช้จ่ายต่อเดือนในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในช่วง 301-500 บาท จำนวน 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.0 ค่าใช้จ่ายต่อเดือนในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่เกิน 300 บาท จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.5 ค่าใช้จ่ายต่อเดือนในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในช่วงมากกว่า 1,500 บาท จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.0

ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบเติมเงิน พบว่า ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อเดือนในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่เกิน 300 บาท จำนวน 115 ราย คิดเป็นร้อยละ 57.5 รองลงมาคือค่าใช้จ่ายต่อเดือนในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในช่วง 501-1,000 บาท จำนวน 42 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.0 ในขณะที่ค่าใช้จ่ายต่อเดือนในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในช่วง 301-500 บาท จำนวน 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.0 ค่าใช้จ่ายต่อเดือนในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในช่วง 1,001-1,500 บาท จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.0 ค่าใช้จ่ายต่อเดือนในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในช่วงมากกว่า 1,500 บาท จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.5

สรุปได้ว่า ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบจดทะเบียน มีค่าใช้จ่ายต่อเดือนในการใช้โทรศัพท์สูงกว่าผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบเติมเงิน

ตารางที่ 4.8 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามค่าใช้จ่ายต่อเดือนในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่

ค่าใช้จ่ายต่อเดือนในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่	จดทะเบียน		เติมเงิน		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 300 บาท	13	6.5	115	57.5	128	32.0
301-500 บาท	40	20.0	40	20.0	80	20.0
501-1,000 บาท	98	49.0	42	21.0	140	35.0
1,001-1,500 บาท	41	20.5	2	1.0	43	10.7
มากกว่า 1,500 บาท	8	4.0	1	0.5	9	2.3
รวม	200	100.0	200	100	400	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

4.2.4 วิธีการชำระค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ สำหรับผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบจดทะเบียน สามารถชำระค่าบริการผ่านทางสำนักงานบริการหรือร้านตัวแทนจำหน่าย ธนาคาร/ATM ไปรษณีย์ หักบัญชีธนาคารหรือหักบัญชีบัตรเครดิต ผู้ที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบเติมเงิน สามารถเติมเงินผ่านสำนักงานบริการหรือร้านตัวแทนจำหน่าย บัตรเติมเงิน ATM ซึ่งวิธีการชำระค่าบริการหรือการเติมเงินมีหลายวิธีเพื่อเพิ่มความสะดวกให้กับลูกค้า จากตารางที่ 4.4 พบว่า

ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบจดทะเบียน ส่วนใหญ่ชำระค่าบริการผ่านสำนักงานบริการลูกค้า จำนวน 143 ราย คิดเป็นร้อยละ 71.5 รองลงมาคือ ชำระค่าบริการผ่านธนาคาร/ATM จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.5 ชำระค่าบริการโดยการหักผ่านบัญชีธนาคาร/บัตรเครดิต จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.5 ชำระค่าบริการผ่านไปรษณีย์ จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.0 และชำระค่าบริการผ่านวิธีอื่นๆ (เช่น บริษัทที่ทำงานเป็นผู้ชำระค่าบริการแทน) จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.5

ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบเติมเงิน ส่วนใหญ่เติมเงินผ่านบัตรเติมเงินจะเห็นได้ว่า จำนวน 185 ราย คิดเป็นร้อยละ 92.5 รองลงมาคือ เติมเงินผ่าน ATM จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.0 และเติมเงินผ่านสำนักงานบริการลูกค้า จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.5

สรุปได้ว่า ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบจดทะเบียน ชำระค่าบริการผ่านสำนักงานบริการลูกค้ามากที่สุด และผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบเติมเงิน เติมเงินผ่านบัตรเติมเงิน มากที่สุด

ตารางที่ 4.9 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามวิธีการชำระค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่

วิธีการชำระค่าบริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่	จดทะเบียน		เติมเงิน		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สำนักงานบริการลูกค้า	143	71.5	7	3.5	150	37.5
ธนาคาร/ATM	23	11.5	8	4.0	31	7.8
ไปรษณีย์	14	7.0	0	0	14	3.5
หักผ่านบัญชีธนาคาร หรือ หักผ่านบัตรเครดิต	15	7.5	0	0	15	3.7
บัตรเติมเงิน	0	0	185	92.5	185	46.3
อื่นๆ (เช่น บริษัทชำระแทน)	5	2.5	0	0	5	1.2
รวม	200	100.0	200	100	400	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

4.2.5 วัตถุประสงค์ในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ ผู้บริโภคมีวัตถุประสงค์ในการใช้โทรศัพท์แตกต่างกัน จากตารางที่ 4.10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบจดทะเบียนและระบบเติมเงิน เมื่อนำมาเรียงลำดับตามวัตถุประสงค์ในการใช้โทรศัพท์จากมากไปน้อย พบว่า ลำดับแรก จำนวน 291 คิดเป็นร้อยละ 72.7 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด มีวัตถุประสงค์ในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในการสนทนาเรื่องทั่วไป รองลงมาคือ จำนวน 109 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.3 ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่สนทนาในเรื่องงาน

ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบจดทะเบียน ส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่สนทนาเรื่องทั่วไป จำนวน 143 ราย คิดเป็นร้อยละ 71.5 รองลงมาสนทนาเรื่องงาน จำนวน 57 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.5

ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบเติมเงิน ส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่สนทนาเรื่องทั่วไป จำนวน 148 ราย คิดเป็นร้อยละ 74.0 รองลงมาสนทนาเรื่องงาน จำนวน 52 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.0

สรุปได้ว่า ทั้งผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบจดทะเบียนและระบบเติมเงิน มีวัตถุประสงค์ในการใช้โทรศัพท์เพื่อการสนทนาเรื่องทั่วไป

ตารางที่ 4.10 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่

วัตถุประสงค์ในการใช้ โทรศัพท์เคลื่อนที่	จดทะเบียน		เติมเงิน		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
งาน	57	28.5	52	26.0	109	27.3
เรื่องทั่วไป	143	71.5	148	74.0	291	72.7
รวม	200	100.0	200	100	400	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

4.2.6 ช่วงเวลาในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ ผู้บริโภคสามารถใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ทุกที่ทุกเวลา เพราะสามารถพกพาได้สะดวก และมีสัญญาณครอบคลุมทั่วทุกพื้นที่ ซึ่งผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์เพื่อสนทนาเรื่องทั่วไป ดังนั้นบริษัทที่ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่จึงใช้กลยุทธ์ทางการตลาดโดยใช้ช่วงเวลาคำสั่งซื้อค่าบริการ เช่น โทรหลัง 4 ทุ่มค่าโทรนาทีละ 25 สตางค์ ถึง 6 โมงเช้า จากตารางที่ 4.11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบจดทะเบียนและระบบเติมเงิน เมื่อนำมาเรียงลำดับตามช่วงเวลาการใช้โทรศัพท์จากมากไปน้อย พบว่า ลำดับแรก จำนวน 161 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.2 ใช้โทรศัพท์ช่วงเวลา 18.01-22.00 น. ลำดับที่สอง จำนวน 104 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.0 ใช้โทรศัพท์ช่วงเวลา 10.01-14.00 น. ลำดับที่สาม จำนวน 63 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.7 ใช้โทรศัพท์ช่วงเวลา 14.01-18.00 น. ลำดับที่สี่ จำนวน 55 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.8 ใช้โทรศัพท์ช่วงเวลา 22.01-02.00 น. และลำดับที่ห้า จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.3 ใช้โทรศัพท์ช่วงเวลา 6.01-10.00 น.

ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบจดทะเบียน ส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์ช่วงเวลา 18.01-22.00 น. จำนวน 87 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.5 รองลงมาใช้โทรศัพท์ช่วงเวลา 10.01-14.00 น. จำนวน 62 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.0 ใช้โทรศัพท์ช่วงเวลา 14.01-18.00 น. จำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.0 ใช้โทรศัพท์ช่วงเวลา 22.01-02.00 น. จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.0 และใช้โทรศัพท์ช่วงเวลา 06.01-10.00 น. จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.5

ผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบเติมเงิน ส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์ช่วงเวลา 18.01-22.00 น. จำนวน 74 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.0 รองลงมาใช้โทรศัพท์ช่วงเวลา 10.01-14.00 น. จำนวน 42 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.0 ใช้โทรศัพท์ช่วงเวลา 14.01-18.00 น. จำนวน 39 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.5 ใช้

โทรศัพท์ช่วงเวลา 22.01-02.00 น. จำนวน 35 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.5 และใช้โทรศัพท์ช่วงเวลา 6.01-10.00 น. จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.0

สรุปได้ว่า ทั้งผู้ใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบจดทะเบียนและระบบเติมเงิน ใช้โทรศัพท์ในช่วงเวลา 18.01-22.00 น. เหมือนกัน

ตารางที่ 4.11 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามช่วงเวลาการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่

ช่วงเวลาการใช้ โทรศัพท์เคลื่อนที่	จดทะเบียน		เติมเงิน		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
6.01 - 10.00 น.	7	3.5	10	5.0	17	4.3
10.01-14.00 น.	62	31.0	42	21.0	104	26.0
14.01-18.00 น.	24	12.0	39	19.5	63	15.7
18.01-22.00 น.	87	43.5	74	37.0	161	40.2
22.01-02.00 น.	20	10.0	35	17.5	55	13.8
รวม	200	100.0	200	100	400	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

4.2.7 อายุการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ สำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบจดทะเบียน ผู้บริโภคต้องแสดงเอกสารกับบริษัทและรอการอนุมัติจากบริษัทถึงจะสามารถใช้บริการได้ และถ้าหากจะยกเลิกหมายเลขต้องแจ้งกับบริษัท ส่วนโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบเติมเงินผู้บริโภคสามารถเปิดใช้บริการได้ทันทีและถ้าหากจะยกเลิกหมายเลขก็สามารถทำได้ง่าย เพียงแต่ไม่เติมเงินและรอให้เวลาสิ้นสุดไปหมายเลขจะยกเลิกไปโดยอัตโนมัติ ดังนั้นผู้ใช้โทรศัพท์ในระบบเติมเงินจึงสามารถเปลี่ยนเบอร์ได้ง่ายกว่าผู้ใช้โทรศัพท์ในระบบจดทะเบียน จากตารางที่ 4.12 พบว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย ที่ใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบจดทะเบียนและระบบเติมเงินเมื่อนำมาเรียงลำดับอายุการใช้งาน โทรศัพท์เคลื่อนที่จากมากไปน้อย พบว่า ลำดับแรก จำนวน 218 ราย คิดเป็นร้อยละ 54.5 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด อายุการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่เกิน 6 เดือน ลำดับที่สอง จำนวน 73 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.2 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด อายุการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่มากกว่า 36 เดือน ลำดับที่สาม จำนวน 44 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด อายุการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ระหว่าง 13-24 เดือน ลำดับที่สี่ จำนวน 41 ราย

คิดเป็นร้อยละ 10.3 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด อายุการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ระหว่าง 25-36 เดือน ลำดับที่ห้า จำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด อายุการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ระหว่าง 7-12 เดือน

ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบจดทะเบียน ส่วนใหญ่ใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่มากกว่า 36 เดือน จำนวน 73 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.5 รองลงมาใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ระหว่าง 13-24 เดือน จำนวน 43 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.5 ในขณะที่ใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ระหว่าง 25-36 เดือน จำนวน 41 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.5 ใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่เกิน 6 เดือน จำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.0 และใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ระหว่าง 7-12 เดือน จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.5

ตารางที่ 4.12 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามอายุการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่

อายุการใช้งาน โทรศัพท์เคลื่อนที่	จดทะเบียน		เติมเงิน		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 6 เดือน	26	13.0	192	96.0	218	54.5
7-12 เดือน	17	8.5	7	3.5	24	6.0
13-24 เดือน	43	21.5	1	0.5	44	11.0
25-36 เดือน	41	20.5	0	0	41	10.3
มากกว่า 36 เดือน	73	36.5	0	0	73	18.2
รวม	200	100.0	200	100	400	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบเติมเงิน ส่วนใหญ่ใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่เกิน 6 เดือน จำนวน 192 ราย คิดเป็นร้อยละ 96.0 รองลงมาใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ระหว่าง 7-12 เดือน จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.5 ในขณะที่ใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ระหว่าง 13-24 เดือน จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.5

สรุปได้ว่า ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบจดทะเบียนมีการใช้งานโทรศัพท์นานกว่าผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบเติมเงิน

4.2.8 การใช้บริการเสริมผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ บริษัทผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ นอกจากเปิดให้บริการโทรออก รับสาย ยังเปิดบริการเสริมด้านต่างๆ ให้ผู้บริโภคสามารถใช้บริการได้ เช่น การส่ง SMS ส่ง MMS โหลดโลโก้ โหลดริงโทน จากตารางที่ 4.12 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง 400 ราย จำนวน 318 ราย คิดเป็นร้อยละ 79.5 เคยใช้บริการเสริมผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ และจำนวน 82 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.5 ไม่เคยใช้บริการเสริมผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบจดทะเบียน เคยใช้บริการเสริมผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ จำนวน 169 ราย คิดเป็นร้อยละ 84.5 และไม่เคยใช้บริการเสริมผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ จำนวน 31 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.5

ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบเติมเงิน เคยใช้บริการเสริมผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ จำนวน 149 ราย คิดเป็นร้อยละ 74.5 และไม่เคยใช้บริการเสริมผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ จำนวน 51 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.5

สรุปได้ว่า ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบจดทะเบียนและระบบเติมเงิน เคยใช้บริการเสริมผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ มากที่สุด

ตารางที่ 4.13 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามการใช้บริการเสริมผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

การใช้บริการเสริมผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่	จดทะเบียน		เติมเงิน		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เคยใช้	169	84.5	149	74.5	318	79.5
ไม่เคยใช้	31	15.5	51	25.5	82	20.5
รวม	200	100.0	200	100	400	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

4.2.9 ประเภทของบริการเสริมผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของกลุ่มตัวอย่าง บริษัทผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ได้มีการพัฒนา ปรับปรุงประสิทธิภาพโทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มมากขึ้น จากเดิมโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สามารถโทรออก รับสาย แสดงหมายเลขปลายทาง แต่ปัจจุบันได้พัฒนาให้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สามารถส่ง SMS หรือข้อความผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ สามารถส่ง MMS หรือส่งข้อความ รูปภาพ พร้อมเสียง สามารถใช้ GPRS หรือ Internet ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ สามารถโหลดเพลงฟัง MP3 โหลด JAVA Game โหลดโลโก้ โหลดริงโทน จากตารางที่ 4.13 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง 318 ราย ที่ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบจดทะเบียนและระบบเติมเงิน ที่มีการใช้

บริการเสริมต่างๆผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ เมื่อจำแนกประเภทของบริการเสริมและนำมาเรียงลำดับการใช้บริการจากมากไปน้อย พบว่าลำดับแรก จำนวน 169 ราย คิดเป็นร้อยละ 53.0 ใช้บริการเสริมประเภท SMS ลำดับที่สอง จำนวน 79 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.0 ใช้บริการเสริมประเภท Logo/Ringtone/Game/การทำธุรกรรมผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ลำดับที่สาม จำนวน 48 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.0 ใช้บริการเสริมประเภท WAP/GPRS ลำดับที่สี่ จำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.0 ใช้บริการเสริมประเภท MMS

ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบจดทะเบียน ส่วนใหญ่ใช้บริการเสริมประเภท SMS จำนวน 81 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.9 รองลงมาคือ บริการเสริมประเภท Logo/Ringtone/Game/การทำธุรกรรมผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ จำนวน 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.7 บริการเสริมประเภท WAP/GPRS จำนวน 37 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.9 บริการเสริมประเภท MMS จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.5

ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบเติมเงิน ส่วนใหญ่ใช้บริการเสริมประเภท SMS จำนวน 88 ราย คิดเป็นร้อยละ 59.0 รองลงมาคือ บริการเสริมประเภท Logo/Ringtone/Game/การทำธุรกรรมผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ จำนวน 39 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.2 บริการเสริมประเภท MMS จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.4 บริการเสริมประเภท WAP/GPRS จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.4

สรุปได้ว่า ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบจดทะเบียนและระบบเติมเงิน ใช้บริการเสริมประเภท SMS มากที่สุด

ตารางที่ 4.14 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามประเภทของบริการเสริมผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

ประเภทของบริการเสริม	จดทะเบียน		เติมเงิน		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
SMS	81	47.9	88	59.0	169	53.0
MMS	11	6.5	11	7.4	22	7.0
WAP/GPRS	37	21.9	11	7.4	48	15.0
Logo/ Ringtone /Game/ ธุรกรรมผ่านมือถือ	40	23.7	39	26.2	79	25.0
รวม	169	100.0	149	100	318	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

4.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ในหัวข้อนี้เป็นการศึกษาเพื่อต้องการทราบ ปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบจดทะเบียนและระบบเติมเงินของกลุ่มตัวอย่าง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้ค่าไคว์สแควร์ (χ^2) ในการทดสอบ

โดยผู้วิจัยได้ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง อายุ อาชีพ และรายได้ กับปัจจัยด้านต่างๆ ดังนี้

ปัจจัยด้านอัตราค่าบริการ แบ่งเป็น ความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่ถูกกว่าระบบอื่น, ความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่คิดเป็นวินาที, ความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่คิดในราคาเดียวกันทั่วประเทศ และความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่คิดตามการใช้งานจริงพร้อมส่วนลด

ปัจจัยด้านสื่อโฆษณา แบ่งเป็น ความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านโทรทัศน์, ความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านวิทยุ, ความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านหนังสือพิมพ์, ความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านป้ายผ้าโฆษณา, ความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านInternet และความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านเพื่อน

ปัจจัยด้านความสะดวกในการใช้บริการ แบ่งเป็น ความคิดเห็นเกี่ยวกับสามารถโทรก่อนจ่ายทีหลัง, ความคิดเห็นเกี่ยวกับมีใบแจ้งรายละเอียดการใช้บริการประจำเดือน และความคิดเห็นเกี่ยวกับสามารถกำหนดหรือควบคุมค่าใช้จ่ายบริการเองได้

ปัจจัยด้านรายการส่งเสริมการขาย แบ่งเป็น โปรโมชั่นโทรฟรีไม่จำกัดจำนวนตามช่วงเวลาที่กำหนด, โปรโมชั่นค่าบริการนาทีละ 25 สตางค์ และโปรโมชั่นเหมาจ่าย ส่วนเกินคิดราคาเดียวกันทั่วประเทศ

บริการหลังการขาย แบ่งเป็น มีบัตรส่วนลดร้านค้าต่างๆ และมีการจัดกิจกรรมให้ร่วมสนุกเพื่อรับของรางวัล

4.3.1 ปัจจัยด้านอัตราค่าบริการ

1) ความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่ถูกกว่าระบบอื่น

1.1) จำแนกตามกลุ่มอายุ

จากตารางที่ 4.15 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่ถูกกว่าระบบอื่นของกลุ่มตัวอย่างในระบบจดทะเบียน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 4.255 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า ค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 แสดงว่าอายุไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่ถูกกว่าระบบอื่น

ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่ถูกกว่าระบบอื่นของกลุ่มตัวอย่างในระบบเติมเงิน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 3.760 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า ค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 แสดงว่าอายุไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่ถูกกว่าระบบอื่น

สรุปได้ว่า อายุกับความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่ถูกกว่าระบบอื่นไม่มีความสัมพันธ์กัน ทั้งกลุ่มตัวอย่างของระบบจดทะเบียนและระบบเติมเงิน

ตารางที่ 4.15 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่ถูกกว่าระบบอื่น

โทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ	อายุ	ค่าบริการถูกกว่าระบบอื่น		รวม	$\chi^2_{df=3}$ (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
จดทะเบียน	อายุไม่เกิน 20 ปี	10 (100.0)	0	10 (100.0)	4.255 (0.235)
	อายุระหว่าง 21-30 ปี	95 (72.5)	36 (27.5)	131(100.0)	
	อายุระหว่าง 31-40 ปี	36 (78.3)	10 (21.7)	46 (100.0)	
	อายุระหว่าง 41-50 ปี	9 (69.2)	4 (30.8)	13 (100.0)	
	รวม	150 (75.0)	50 (25.0)	200(100.0)	
เติมเงิน	อายุไม่เกิน 20 ปี	25 (75.8)	8 (24.2)	33 (100.0)	3.760 (0.289)
	อายุระหว่าง 21-30 ปี	84 (80.8)	20 (19.2)	104(100.0)	
	อายุระหว่าง 31-40 ปี	33 (70.2)	14 (29.8)	47 (100.0)	
	อายุมากกว่า 40 ปี	10 (62.5)	6 (37.5)	16 (100.0)	
	รวม	152 (76.0)	48 (24.0)	200(100.0)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ : ค่า $\chi^2_{(0.05,3)} = 7.8$ และ $\chi^2_{(0.1,3)} = 6.3$

1.2) จำแนกตามกลุ่มอาชีพ

จากตารางที่ 4.16 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่ถูกกว่าระบบอื่นของกลุ่มตัวอย่างในระบบจดทะเบียน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 10.488 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าอาชีพมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่ถูกกว่าระบบอื่น โดยมีผลต่อกลุ่มอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 89.2

ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่ถูกกว่าระบบอื่นของกลุ่มตัวอย่างในระบบเดิมเงิน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 6.210 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 แสดงว่าอาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่ถูกกว่าระบบอื่น

สรุปได้ว่า อาชีพกับความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่ถูกกว่าระบบอื่นมีความสัมพันธ์กัน ในกลุ่มตัวอย่างของระบบจดทะเบียน แต่อาชีพกับความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่ถูกกว่าระบบอื่นไม่มีความสัมพันธ์กัน ในกลุ่มตัวอย่างของระบบเดิมเงิน

ตารางที่ 4.16 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่ถูกกว่าระบบอื่น

โทรศัพท์เคลื่อนที่ ในระบบ	อาชีพ	ค่าบริการราคาถูกกว่า ระบบอื่น		รวม	$\chi^2_{df=3}$ (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
จดทะเบียน	นักเรียน/นักศึกษา	33 (89.2)	4 (10.8)	37 (100.0)	10.488 (0.033)
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	38 (71.7)	15 (28.3)	53 (100.0)	
	พนักงานบริษัทเอกชน	64 (70.3)	27 (29.7)	91 (100.0)	
	อื่นๆ	15 (78.9)	4 (21.1)	19 (100.0)	
	รวม	150 (75.0)	50 (25.0)	200(100.0)	
เดิมเงิน	นักเรียน/นักศึกษา	64 (77.1)	19 (22.9)	83 (100.0)	6.210 (0.184)
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	40 (72.7)	15 (27.3)	55 (100.0)	
	พนักงานบริษัทเอกชน	34 (87.2)	5 (12.8)	39 (100.0)	
	อื่นๆ	14 (60.9)	9 (39.1)	23 (100.0)	
	รวม	152 (76.0)	48 (24.0)	200(100.0)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ : ค่า $\chi^2_{(0.05,3)} = 7.8$ และ $\chi^2_{(0.1,3)} = 6.3$

1.3) จำแนกตามรายได้

จากตารางที่ 4.17 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่ถูกกว่าระบบอื่นของกลุ่มตัวอย่างในระบบจดทะเบียน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 12.172 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตารางที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า

รายได้มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่ถูกกว่าระบบอื่น โดยมีผลต่อกลุ่มรายได้น้อยกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 83.3

ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่ถูกกว่าระบบอื่นของกลุ่มตัวอย่างในระบบเติมเงิน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 2.229 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 แสดงว่ารายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่ถูกกว่าระบบอื่น

สรุปได้ว่า รายได้กับความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่ถูกกว่าระบบอื่นมีความสัมพันธ์กัน ในกลุ่มตัวอย่างของระบบจดทะเบียน แต่รายได้กับความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่ถูกกว่าระบบอื่นไม่มีความสัมพันธ์กัน ในกลุ่มตัวอย่างของระบบเติมเงิน

ตารางที่ 4.17 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่ถูกกว่าระบบอื่น

โทรศัพท์เคลื่อนที่ ในระบบ	รายได้	ค่าบริการราคาถูกกว่า ระบบอื่น		รวม	$\chi^2_{df=4}$ (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
จดทะเบียน	ไม่เกิน 5,000 บาท	10 (83.3)	2 (16.7)	12 (100.0)	12.172 (0.013)
	5,001 - 10,000 บาท	54 (79.4)	14 (20.6)	68 (100.0)	
	10,001 - 15,000 บาท	47 (75.8)	15 (24.2)	62 (100.0)	
	15,001 - 20,000 บาท	17 (63.0)	10 (37.0)	27 (100.0)	
	มากกว่า 20,000 บาท	22 (71.0)	9 (29.0)	31 (100.0)	
	รวม	150 (75.0)	50 (25.0)	200(100.0)	
เติมเงิน	ไม่เกิน 5,000 บาท	54 (76.1)	17 (23.9)	71 (100.0)	2.229 (0.946)
	5,001 - 10,000 บาท	44 (75.9)	14 (24.1)	58 (100.0)	
	10,001 - 15,000 บาท	33 (73.3)	12 (26.7)	45 (100.0)	
	15,001 - 20,000 บาท	16 (84.2)	3 (15.8)	19 (100.0)	
	มากกว่า 20,000 บาท	5 (71.4)	2 (28.6)	7 (100.0)	
	รวม	152 (76.0)	48 (24.0)	200(100.0)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ : ค่า $\chi^2_{(0.05,4)} = 9.5$ และ $\chi^2_{(0.1,4)} = 7.8$

2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่คิดเป็นวินาที

2.1) จำแนกตามอายุ

จากตารางที่ 4.18 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่คิดเป็นวินาทีของกลุ่มตัวอย่างในระบบจดทะเบียน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 5.617 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า ค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 แสดงว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่คิดเป็นวินาที

ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่คิดเป็นวินาทีของกลุ่มตัวอย่างในระบบเติมเงิน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 6.163 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า ค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 แสดงว่าอายุไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่คิดเป็นวินาที

สรุปได้ว่า อายุกับความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่คิดเป็นวินาทีไม่มีความสัมพันธ์กัน ทั้งกลุ่มตัวอย่างของระบบจดทะเบียนและระบบเติมเงิน

ตารางที่ 4.18 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่คิดเป็นวินาที

โทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ	อายุ	ค่าบริการเป็นวินาที		รวม	$\chi^2_{df=3}$ (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
จดทะเบียน	อายุไม่เกิน 20 ปี	9 (90.0)	1 (10.0)	10 (100.0)	5.617 (0.132)
	อายุระหว่าง 21-30 ปี	81 (61.8)	50 (38.2)	131(100.0)	
	อายุระหว่าง 31-40 ปี	32 (69.6)	14 (30.4)	46 (100.0)	
	อายุระหว่าง 41-50 ปี	6 (46.2)	7 (53.8)	13 (100.0)	
	รวม	128 (64.0)	72 (36.0)	200(100.0)	
เติมเงิน	อายุไม่เกิน 20 ปี	21 (63.6)	12 (36.4)	33 (100.0)	6.163 (0.104)
	อายุระหว่าง 21-30 ปี	77 (74.0)	27 (26.0)	104(100.0)	
	อายุระหว่าง 31-40 ปี	37 (78.7)	10 (21.3)	47 (100.0)	
	อายุมากกว่า 40 ปี	8 (50.0)	8 (50.0)	16 (100.0)	
	รวม	143 (71.5)	57 (28.5)	200(100.0)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ : ค่า $\chi^2_{(0.05,3)}=7.8$ และ $\chi^2_{(0.1,3)}=6.3$

2.2) จำแนกตามอาชีพ

จากตารางที่ 4.19 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่คิดเป็นวินาทีของกลุ่มตัวอย่างในระบบจดทะเบียน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 3.803 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 แสดงว่าอาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่คิดเป็นวินาที

ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่คิดเป็นวินาทีของกลุ่มตัวอย่างในระบบเติมเงิน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 2.401 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 แสดงว่าอาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่คิดเป็นวินาที

สรุปได้ว่า อาชีพกับความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่คิดเป็นวินาทีไม่มีความสัมพันธ์กัน ทั้งกลุ่มตัวอย่างของระบบจดทะเบียนและระบบเติมเงิน

ตารางที่ 4.19 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่คิดเป็นวินาที

โทรศัพท์เคลื่อนที่ ในระบบ	อาชีพ	ค่าบริการเป็นวินาที		รวม	$\chi^2_{df=3}$ (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
จดทะเบียน	นักเรียน/นักศึกษา	28 (75.7)	9 (24.3)	37 (100.0)	3.803 (0.433)
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	32 (60.4)	21 (39.6)	53 (100.0)	
	พนักงานบริษัทเอกชน	55 (60.4)	36 (39.6)	91 (100.0)	
	อื่นๆ	13 (68.4)	6 (31.6)	19 (100.0)	
	รวม	128 (64.0)	72 (36.0)	200(100.0)	
เติมเงิน	นักเรียน/นักศึกษา	58 (69.9)	25 (30.1)	83 (100.0)	2.401 (0.663)
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	41 (74.5)	14 (25.5)	55 (100.0)	
	พนักงานบริษัทเอกชน	30 (76.9)	9 (23.1)	39 (100.0)	
	อื่นๆ	14 (60.9)	9 (39.1)	23 (100.0)	
	รวม	143 (71.5)	57 (28.5)	200(100.0)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ : ค่า $\chi^2_{(0.05,3)} = 7.8$ และ $\chi^2_{(0.1,3)} = 6.3$

2.3) จำแนกตามรายได้

จากตารางที่ 4.20 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่คิดเป็นวินาทีของกลุ่มตัวอย่างในระบบจดทะเบียน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 16.311 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่ารายได้อิมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่คิดเป็นวินาที โดยมีผลต่อกลุ่มรายได้น้อยกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 83.3 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่คิดเป็นวินาทีของกลุ่มตัวอย่างในระบบเติมเงิน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 10.674 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่ารายได้อิมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่คิดเป็นวินาที โดยมีผลต่อกลุ่มรายได้ระหว่าง 15,001-20,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 78.9

สรุปได้ว่า รายได้กับความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่คิดเป็นวินาทีมีความสัมพันธ์กัน ทั้งในกลุ่มตัวอย่างของระบบจดทะเบียนและระบบเติมเงิน ตารางที่ 4.20 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่คิดเป็นวินาที

โทรศัพท์เคลื่อนที่ ในระบบ	รายได้	ค่าบริการราคาถูกกว่า ระบบอื่น		รวม	$\chi^2_{df=4}$ (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
จดทะเบียน	ไม่เกิน 5,000 บาท	10 (83.3)	2 (16.7)	12 (100.0)	16.311 (0.009)
	5,001 - 10,000 บาท	53 (77.9)	15 (22.1)	68 (100.0)	
	10,001 - 15,000 บาท	35 (56.5)	27 (43.5)	62 (100.0)	
	15,001 - 20,000 บาท	15 (55.6)	12 (44.4)	27 (100.0)	
	มากกว่า 20,000 บาท	15 (48.4)	16 (51.6)	31 (100.0)	
	รวม	128 (64.0)	72 (36.0)	200(100.0)	
เติมเงิน	ไม่เกิน 5,000 บาท	46 (64.8)	25 (35.2)	71 (100.0)	10.674 (0.017)
	5,001 - 10,000 บาท	45 (77.6)	13 (22.4)	58 (100.0)	
	10,001 - 15,000 บาท	35 (77.8)	10 (22.2)	45 (100.0)	
	15,001 - 20,000 บาท	15 (78.9)	4 (21.1)	19 (100.0)	
	มากกว่า 20,000 บาท	2 (28.6)	5 (71.4)	7 (100.0)	
	รวม	143 (71.5)	57 (28.5)	200(100.0)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ : ค่า $\chi^2_{(0.05,4)} = 9.5$ และ $\chi^2_{(0.1,4)} = 7.8$

3) ความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่คิดในราคาเดียวกันทั่วประเทศ

3.1) จำแนกตามอายุ

จากตารางที่ 4.21 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่คิดในราคาเดียวกันทั่วประเทศของกลุ่มตัวอย่างในระบบจดทะเบียน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 2.896 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า ค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 แสดงว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่คิดในราคาเดียวกันทั่วประเทศ

ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่คิดในราคาเดียวกันทั่วประเทศของกลุ่มตัวอย่างในระบบเติมเงิน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 1.470 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า ค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 แสดงว่าอายุไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่คิดในราคาเดียวกันทั่วประเทศ

สรุปได้ว่า อายุกับความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่คิดในราคาเดียวกันทั่วประเทศไม่มีความสัมพันธ์กัน ทั้งกลุ่มตัวอย่างของระบบจดทะเบียนและระบบเติมเงิน ตารางที่ 4.21 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่คิดในราคาเดียวกันทั่วประเทศ

โทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ	อายุ	ค่าบริการในราคาเดียวกันทั่วประเทศ		รวม	$\chi^2_{df=3}$ (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
จดทะเบียน	อายุไม่เกิน 20 ปี	9 (90.0)	1 (10.0)	10 (100.0)	2.896 (0.408)
	อายุระหว่าง 21-30 ปี	113 (86.3)	18 (13.7)	131(100.0)	
	อายุระหว่าง 31-40 ปี	39 (84.8)	7 (15.2)	46 (100.0)	
	อายุระหว่าง 41-50 ปี	9 (69.2)	4 (30.8)	13 (100.0)	
	รวม	170 (85.0)	30 (15.0)	200(100.0)	
เติมเงิน	อายุไม่เกิน 20 ปี	25 (75.8)	8 (24.2)	33 (100.0)	1.470 (0.689)
	อายุระหว่าง 21-30 ปี	84 (80.8)	20 (19.2)	104(100.0)	
	อายุระหว่าง 31-40 ปี	34 (72.3)	13 (27.7)	47 (100.0)	
	อายุมากกว่า 40 ปี	12 (75.0)	4 (25.0)	16 (100.0)	
	รวม	155 (77.5)	45 (22.5)	200(100.0)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ : ค่า $\chi^2_{(0.05,3)}=7.8$ และ $\chi^2_{(0.1,3)}=6.3$

3.2) จำแนกตามอาชีพ

จากตารางที่ 4.22 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่คิดในราคาเดียวกันทั่วประเทศของกลุ่มตัวอย่างในระบบจดทะเบียน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 3.872 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 แสดงว่า อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่คิดค่าบริการในราคาเดียวกันทั่วประเทศ ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่คิดในราคาเดียวกันทั่วประเทศของกลุ่มตัวอย่างในระบบเติมเงิน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 8.192 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าอาชีพมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่คิดในราคาเดียวกันทั่วประเทศ โดยมีผลต่อกลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 84.6

สรุปได้ว่า อาชีพกับความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่คิดในราคาเดียวกันทั่วประเทศไม่มีความสัมพันธ์กัน ในกลุ่มตัวอย่างของระบบจดทะเบียน แต่อาชีพกับความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่คิดในราคาเดียวกันทั่วประเทศมีความสัมพันธ์กัน ในกลุ่มตัวอย่างของระบบเติมเงิน

ตารางที่ 4.22 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่คิดในราคาเดียวกันทั่วประเทศ

โทรศัพท์เคลื่อนที่ ในระบบ	อาชีพ	ค่าบริการในราคา เดียวกันทั่วประเทศ		รวม	$\chi^2_{df=3}$ (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
จดทะเบียน	นักเรียน/นักศึกษา	31 (83.8)	6 (16.2)	37 (100.0)	3.872 (0.424)
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	45 (84.9)	8 (15.1)	53 (100.0)	
	พนักงานบริษัทเอกชน	75 (82.4)	16 (17.6)	91 (100.0)	
	อื่นๆ	19 (100.0)	0	19 (100.0)	
	รวม	170 (85.0)	30 (15.0)	200(100.0)	
เติมเงิน	นักเรียน/นักศึกษา	63 (75.9)	20 (24.1)	83 (100.0)	8.192 (0.033)
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	44 (80.0)	11 (20.0)	55 (100.0)	
	พนักงานบริษัทเอกชน	33 (84.6)	6 (15.4)	39 (100.0)	
	อื่นๆ	15 (65.2)	8 (34.8)	23 (100.0)	
	รวม	155 (77.5)	45 (22.5)	200(100.0)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ : ค่า $\chi^2_{(0.05,3)} = 7.8$ และ $\chi^2_{(0.1,3)} = 6.3$

3.3) จำแนกตามรายได้

จากตารางที่ 4.23 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่คิดในราคาเดียวกันทั่วประเทศของกลุ่มตัวอย่างในระบบจดทะเบียน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 8.463 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 แสดงว่า รายได้มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่คิดในราคาเดียวกันทั่วประเทศ โดยมีผลต่อกลุ่มรายได้ระหว่าง 10,001-15,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 90.3

ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่คิดในราคาเดียวกันทั่วประเทศของกลุ่มตัวอย่างในระบบเดบิต พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 3.791 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 แสดงว่ารายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่คิดในราคาเดียวกันทั่วประเทศ

สรุปได้ว่ารายได้กับความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่คิดในราคาเดียวกันทั่วประเทศมีความสัมพันธ์กัน ในกลุ่มตัวอย่างของระบบจดทะเบียน แต่รายได้กับความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่คิดในราคาเดียวกันทั่วประเทศไม่มีความสัมพันธ์กัน ในระบบเดบิต

ตารางที่ 4.23 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่คิดใน
ราคาเดียวกันทั่วประเทศ

โทรศัพท์เคลื่อนที่ ในระบบ	รายได้	ค่าบริการในราคา เดียวกันทั่วประเทศ		รวม	$\chi^2_{df=4}$ (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
จดทะเบียน	ไม่เกิน 5,000 บาท	11 (91.7)	1 (8.3)	12 (100.0)	8.463 (0.067)
	5,001 - 10,000 บาท	59 (86.8)	9 (13.2)	68 (100.0)	
	10,001 - 15,000 บาท	56 (90.3)	6 (9.7)	62 (100.0)	
	15,001 - 20,000 บาท	22 (81.5)	5 (18.5)	27 (100.0)	
	มากกว่า 20,000 บาท	22 (71.0)	9 (29.0)	31 (100.0)	
	รวม	170 (85.0)	30 (15.0)	200(100.0)	
เติมเงิน	ไม่เกิน 5,000 บาท	54 (76.1)	17 (23.9)	71 (100.0)	3.791 (0.804)
	5,001 - 10,000 บาท	45 (77.6)	13 (22.4)	58 (100.0)	
	10,001 - 15,000 บาท	34 (75.6)	11 (24.4)	45 (100.0)	
	15,001 - 20,000 บาท	16 (84.2)	3 (15.8)	19 (100.0)	
	มากกว่า 20,000 บาท	6 (85.7)	1 (14.3)	7 (100.0)	
	รวม	155 (77.5)	45 (22.5)	200(100.0)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ : ค่า $\chi^2_{(0.05,4)} = 9.5$ และ $\chi^2_{(0.1,4)} = 7.8$

4) ความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่คิดค่าบริการตามการใช้งานจริง พร้อม ส่วนลด

4.1) จำแนกตามอายุ

จากตารางที่ 4.24 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่คิดค่าบริการตามการใช้งานจริง พร้อมส่วนลดของกลุ่มตัวอย่างในระบบจดทะเบียน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 1.299 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า ค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 แสดงว่าอายุไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่คิดค่าบริการตามการใช้งานจริง พร้อมส่วนลด

ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่คิดค่าบริการตามการใช้งานจริงพร้อมส่วนลดของกลุ่มตัวอย่างในระบบเดิมเงิน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 6.464 ซึ่งมีค่ามากกว่า ค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 แสดงว่าอายุมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่คิดค่าบริการตามการใช้งานจริง พร้อมส่วนลด โดยมีผลต่อกลุ่มอายุระหว่าง 31-40 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 76.6

สรุปได้ ว่าอายุกับความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่คิดค่าบริการตามการใช้งานจริง พร้อมส่วนลด ไม่มีความสัมพันธ์กัน ในกลุ่มตัวอย่างของระบบจดทะเบียน แต่อายุกับความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่คิดค่าบริการตามการใช้งานจริง พร้อมส่วนลด มีความสัมพันธ์กันในกลุ่มตัวอย่างของระบบเดิมเงิน

ตารางที่ 4.24 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่คิด
ค่าบริการตามการใช้งานจริง พร้อมส่วนลด

โทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ	อายุ	การคิดค่าบริการตามการใช้ งานจริง พร้อมส่วนลด		รวม	$\chi^2_{df=3}$ (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
จดทะเบียน	อายุไม่เกิน 20 ปี	6 (60.0)	4 (40.0)	10 (100.0)	1.299 (0.729)
	อายุระหว่าง 21-30 ปี	93 (71.0)	38 (29.0)	131(100.0)	
	อายุระหว่าง 31-40 ปี	30 (65.2)	16 (34.8)	46 (100.0)	
	อายุระหว่าง 41-50 ปี	10 (76.9)	3 (23.1)	13 (100.0)	
	รวม	139 (69.5)	61 (30.5)	200(100.0)	
เติมเงิน	อายุไม่เกิน 20 ปี	21 (63.6)	12 (36.4)	33 (100.0)	6.464 (0.091)
	อายุระหว่าง 21-30 ปี	59 (56.7)	45 (43.3)	104(100.0)	
	อายุระหว่าง 31-40 ปี	36 (76.6)	11 (23.4)	47 (100.0)	
	อายุมากกว่า 40 ปี	12 (75.0)	4 (25.0)	16 (100.0)	
	รวม	128 (64.0)	72 (36.0)	200(100.0)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ : ค่า $\chi^2_{(0.05,3)}=7.8$ และ $\chi^2_{(0.1,3)}=6.3$

4.2) จำแนกตามอาชีพ

จากตารางที่ 4.25 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่คิดค่าบริการตามการใช้งานจริง พร้อมส่วนลคของกลุ่มตัวอย่างในระบบจดทะเบียน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 16.648 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าอาชีพมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่คิดค่าบริการตามการใช้งานจริง พร้อมส่วนลค โดยมีผลต่อกลุ่มอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 77.4

ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่คิดค่าบริการตามการใช้งานจริง พร้อมส่วนลคของกลุ่มตัวอย่างในระบบเติมเงิน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 4.816 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 แสดงว่า อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่คิดค่าบริการตามการใช้งานจริง พร้อมส่วนลค

สรุปได้ว่า อาชีพกับความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่คิดค่าบริการตามการใช้งานจริงพร้อมส่วนลค มีความสัมพันธ์กันในกลุ่มตัวอย่างของระบบจดทะเบียน แต่อาชีพกับความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่คิดค่าบริการตามการใช้งานจริงพร้อมส่วนลค ไม่มีความสัมพันธ์กันในกลุ่มตัวอย่างของระบบเติมเงิน

ตารางที่ 4.25 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่คิด
ค่าบริการตามการใช้งานจริง พร้อมส่วนลด

โทรศัพท์เคลื่อนที่ ในระบบ	อาชีพ	การคิดค่าบริการตามการ ใช้งานจริงพร้อมส่วนลด		รวม	$\chi^2_{df=3}$ (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
จดทะเบียน	นักเรียน/นักศึกษา	27 (73.0)	10 (27.0)	37 (100.0)	16.648 (0.002)
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	41 (77.4)	12 (22.6)	53 (100.0)	
	พนักงานบริษัทเอกชน	52 (57.1)	39 (42.9)	91 (100.0)	
	อื่นๆ	19 (100.0)	0	19 (100.0)	
	รวม	139 (69.5)	61 (30.5)	200(100.0)	
เติมเงิน	นักเรียน/นักศึกษา	48 (57.8)	35 (42.2)	83 (100.0)	4.816 (0.307)
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	41 (74.5)	14 (25.5)	55 (100.0)	
	พนักงานบริษัทเอกชน	23 (59.0)	16 (41.0)	39 (100.0)	
	อื่นๆ	16 (69.6)	7 (30.4)	23 (100.0)	
	รวม	128 (64.0)	72 (36.0)	200(100.0)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ : ค่า $\chi^2_{(0.05,3)} = 7.8$ และ $\chi^2_{(0.1,3)} = 6.3$

4.3) จำแนกตามรายได้

จากตารางที่ 4.26 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับอัตราค่าบริการที่คิดค่าบริการตามการใช้งานจริง พร้อมส่วนลดของกลุ่มตัวอย่างในระบบจดทะเบียน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 12.409 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า รายได้มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่คิดค่าบริการตามการใช้งานจริง พร้อมส่วนลด โดยมีผลต่อกลุ่มรายได้ระหว่าง 5,001-10,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 76.5

ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่คิดค่าบริการตามการใช้งานจริง พร้อมส่วนลดของกลุ่มตัวอย่างในระบบเติมเงิน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 11.927 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า รายได้มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่คิดค่าบริการตามการใช้งานจริง พร้อมส่วนลด โดยมีผลต่อกลุ่มรายได้มากกว่า 20,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 85.7

สรุปได้ว่า รายได้กับความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่คิดค่าบริการตามการใช้งานจริงพร้อมส่วนลด มีความสัมพันธ์กันในกลุ่มตัวอย่างของระบบจดทะเบียนและระบบเติมเงิน

ตารางที่ 4.26 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่คิด
ค่าบริการตามการใช้งานจริง พร้อมส่วนลด

โทรศัพท์เคลื่อนที่ ในระบบ	รายได้	การคิดค่าบริการตามการ ใช้งานจริง พร้อมส่วนลด		รวม	$\chi^2_{df=4}$ (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
จดทะเบียน	ไม่เกิน 5,000 บาท	8 (66.7)	4 (33.3)	12 (100.0)	12.409 (0.028)
	5,001 - 10,000 บาท	52 (76.5)	16 (23.5)	68 (100.0)	
	10,001 - 15,000 บาท	45 (72.6)	17 (27.4)	62 (100.0)	
	15,001 - 20,000 บาท	16 (59.3)	11 (40.7)	27 (100.0)	
	มากกว่า 20,000 บาท	18 (58.1)	13 (41.9)	31 (100.0)	
	รวม	139 (69.5)	61 (30.5)	200(100.0)	
เติมเงิน	ไม่เกิน 5,000 บาท	45 (63.4)	26 (36.6)	71 (100.0)	11.927 (0.039)
	5,001 - 10,000 บาท	31 (53.4)	27 (46.6)	58 (100.0)	
	10,001 - 15,000 บาท	30 (66.7)	15 (33.3)	45 (100.0)	
	15,001 - 20,000 บาท	16 (84.2)	3 (15.8)	19 (100.0)	
	มากกว่า 20,000 บาท	6 (85.7)	1 (14.3)	7 (100.0)	
	รวม	128 (64.0)	72 (36.0)	200(100.0)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ : ค่า $\chi^2_{(0.05,4)} = 9.5$ และ $\chi^2_{(0.1,4)} = 7.8$

4.3.2 ปัจจัยด้านสื่อโฆษณา

1) ความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านโทรทัศน์

1.1) จำแนกตามอายุ

จากตารางที่ 4.27 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่างในระบบจดทะเบียน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 7.317 ซึ่งมีค่ามากกว่า ค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 แสดงว่าอายุมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านโทรทัศน์ โดยมีผลต่อกลุ่มอายุระหว่าง 21-30 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 80.9

ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่างในระบบเติมเงิน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 1.999 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า ค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 แสดงว่าอายุไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านโทรทัศน์

สรุปได้ว่า อายุกับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กันในกลุ่มตัวอย่างของระบบจดทะเบียน แต่อายุกับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านโทรทัศน์ไม่มีความสัมพันธ์กันในกลุ่มตัวอย่างของระบบเติมเงิน

ตารางที่ 4.27 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านโทรทัศน์

โทรทัศน์เคลื่อนที่ในระบบ	อายุ	โทรทัศน์		รวม	$\chi^2_{df=3}$ (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
จดทะเบียน	อายุไม่เกิน 20 ปี	5 (50.0)	5 (50.0)	10 (100.0)	7.317 (0.062)
	อายุระหว่าง 21-30 ปี	106 (80.9)	25 (19.1)	131(100.0)	
	อายุระหว่าง 31-40 ปี	31 (67.4)	15 (32.6)	46 (100.0)	
	อายุระหว่าง 41-50 ปี	10 (76.9)	3 (23.1)	13 (100.0)	
	รวม	152 (76.0)	48 (24.0)	200(100.0)	
เติมเงิน	อายุไม่เกิน 20 ปี	26 (78.8)	7 (21.2)	33 (100.0)	1.999 (0.573)
	อายุระหว่าง 21-30 ปี	85 (81.7)	19 (18.3)	104(100.0)	
	อายุระหว่าง 31-40 ปี	35 (74.5)	12 (25.5)	47 (100.0)	
	อายุมากกว่า 40 ปี	11 (68.8)	5 (31.2)	16 (100.0)	
	รวม	157 (78.5)	43 (21.5)	200(100.0)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ : ค่า $\chi^2_{(0.05,3)}=7.8$ และ $\chi^2_{(0.1,3)}=6.3$

1.2) จำแนกตามอาชีพ

จากตารางที่ 4.28 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่างในระบบจดทะเบียน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 11.968 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าอาชีพมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านโทรทัศน์ โดยมีผลต่อกลุ่มอาชีพอื่นๆ เช่น อาจารย์สอนพิเศษ กิจการส่วนตัว และรับจ้างทั่วไป มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 94.7

ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่างในระบบเติมเงิน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 10.203 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าอาชีพมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านโทรทัศน์ โดยมีผลต่อกลุ่มอาชีพอื่นๆ เช่น อาจารย์สอนพิเศษ กิจการส่วนตัว และรับจ้างทั่วไป มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 87.0

สรุปได้ว่า อาชีพกับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กัน ทั้งในกลุ่มตัวอย่างของระบบจดทะเบียนและระบบเติมเงิน

ตารางที่ 4.28 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านโทรทัศน์

โทรทัศน์เคลื่อนที่ ในระบบ	อาชีพ	โทรทัศน์		รวม	$\chi^2_{df=3}$ (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
จดทะเบียน	นักเรียน/นักศึกษา	21 (56.8)	16 (43.2)	37 (100.0)	11.968 (0.018)
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	41 (77.4)	12 (22.6)	53 (100.0)	
	พนักงานบริษัทเอกชน	72 (79.1)	19 (20.9)	91 (100.0)	
	อื่นๆ	18 (94.7)	1 (5.3)	19 (100.0)	
	รวม	152 (76.0)	48 (24.0)	200(100.0)	
เติมเงิน	นักเรียน/นักศึกษา	71 (85.5)	12 (14.5)	83 (100.0)	10.203 (0.037)
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	41 (74.5)	14 (25.5)	55 (100.0)	
	พนักงานบริษัทเอกชน	25 (64.1)	14 (35.9)	39 (100.0)	
	อื่นๆ	20 (87.0)	3 (13.0)	23 (100.0)	
	รวม	157 (78.5)	43 (21.5)	200(100.0)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ : ค่า $\chi^2_{(0.05,3)} = 7.8$ และ $\chi^2_{(0.1,3)} = 6.3$

1.3) จำแนกตามรายได้

จากตารางที่ 4.29 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่างในระบบจดทะเบียน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 7.714 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 แสดงว่ารายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านโทรทัศน์

ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่างในระบบเติมเงิน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 9.843 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่ารายได้มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านโทรทัศน์ โดยมีผลต่อกลุ่มรายได้ระหว่าง 5,001-10,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 84.5

สรุปได้ว่า รายได้กับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านโทรทัศน์ไม่มีความสัมพันธ์กัน ในกลุ่มตัวอย่างของระบบจดทะเบียน แต่รายได้กับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กัน ในกลุ่มตัวอย่างของระบบเติมเงิน

ตารางที่ 4.29 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านโทรทัศน์

โทรทัศน์เคลื่อนที่ ในระบบ	รายได้	โทรทัศน์		รวม	$\chi^2_{df=4}$ (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
จดทะเบียน	ไม่เกิน 5,000 บาท	7 (58.3)	5 (41.7)	12 (100.0)	7.714 (0.319)
	5,001 - 10,000 บาท	53 (77.9)	15 (22.1)	68 (100.0)	
	10,001 - 15,000 บาท	48 (77.4)	14 (22.6)	62 (100.0)	
	15,001 - 20,000 บาท	18 (66.7)	9 (33.3)	27 (100.0)	
	มากกว่า 20,000 บาท	26 (83.9)	5 (16.1)	31 (100.0)	
	รวม	152 (76.0)	48 (24.0)	200(100.0)	
เติมเงิน	ไม่เกิน 5,000 บาท	57 (80.3)	14 (19.7)	71 (100.0)	9.843 (0.019)
	5,001 - 10,000 บาท	49 (84.5)	9 (15.5)	58 (100.0)	
	10,001 - 15,000 บาท	35 (77.8)	10 (22.2)	45 (100.0)	
	15,001 - 20,000 บาท	11 (57.9)	8 (42.1)	19 (100.0)	
	มากกว่า 20,000 บาท	5 (71.4)	2 (28.6)	7 (100.0)	
	รวม	157 (78.5)	43 (21.5)	200(100.0)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ : ค่า $\chi^2_{(0.05,4)} = 9.5$ และ $\chi^2_{(0.1,4)} = 7.8$

2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านวิทยุ

2.1) จำแนกตามอายุ

จากตารางที่ 4.30 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านวิทยุของกลุ่มตัวอย่างในระบบจดทะเบียน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 4.325 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า ค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 แสดงว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านวิทยุ

ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านวิทยุของกลุ่มตัวอย่างในระบบเติมเงิน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 4.066 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า ค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 แสดงว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านวิทยุ

สรุปได้ว่า อายุกับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านวิทยุไม่มีความสัมพันธ์กันทั้งในกลุ่มตัวอย่างของระบบจดทะเบียนและระบบเติมเงิน

ตารางที่ 4.30 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านวิทยุ

โทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ	อายุ	วิทยุ		รวม	$\chi^2_{df=3}$ (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
จดทะเบียน	อายุไม่เกิน 20 ปี	1 (10.0)	9 (90.0)	10 (100.0)	4.325 (0.228)
	อายุระหว่าง 21-30 ปี	44 (33.6)	87 (66.4)	131(100.0)	
	อายุระหว่าง 31-40 ปี	12 (26.1)	34 (73.9)	46 (100.0)	
	อายุระหว่าง 41-50 ปี	6 (46.2)	7 (53.8)	13 (100.0)	
	รวม	63 (31.5)	137 (68.5)	200(100.0)	
เติมเงิน	อายุไม่เกิน 20 ปี	9 (27.3)	24 (72.7)	33 (100.0)	4.066 (0.254)
	อายุระหว่าง 21-30 ปี	41 (39.4)	63 (60.6)	104(100.0)	
	อายุระหว่าง 31-40 ปี	14 (29.8)	33 (70.2)	47 (100.0)	
	อายุมากกว่า 40 ปี	3 (18.8)	13 (81.3)	16 (100.0)	
	รวม	68 (33.5)	133 (66.5)	200(100.0)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ : ค่า $\chi^2_{(0.05,3)}=7.8$ และ $\chi^2_{(0.1,3)}=6.3$

2.2) จำแนกตามอาชีพ

จากตารางที่ 4.31 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านวิทยุของกลุ่มตัวอย่างในระบบจดทะเบียน ปรากฏว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 2.989 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 แสดงว่าอาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านวิทยุ

ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านวิทยุของกลุ่มตัวอย่างในระบบเดิมเงิน ปรากฏว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 1.761 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 แสดงว่าอาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านวิทยุ

สรุปได้ว่า อาชีพกับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านวิทยุไม่มีความสัมพันธ์กันทั้งในกลุ่มตัวอย่างของระบบจดทะเบียนและระบบเดิมเงิน

ตารางที่ 4.31 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านวิทยุ

โทรศัพท์เคลื่อนที่ ในระบบ	อาชีพ	วิทยุ		รวม	$\chi^2_{df=3}$ (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
จดทะเบียน	นักเรียน/นักศึกษา	12 (32.4)	25 (67.5)	37 (100.0)	2.989 (0.560)
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	16 (30.2)	37 (69.5)	53 (100.0)	
	พนักงานบริษัทเอกชน	30 (33.0)	61 (67.0)	91 (100.0)	
	อื่นๆ	5 (26.3)	14 (73.7)	19 (100.0)	
	รวม	63 (31.5)	137(68.5)	200(100.0)	
เดิมเงิน	นักเรียน/นักศึกษา	32 (38.6)	51 (61.4)	83 (100.0)	1.761 (0.780)
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	17 (30.9)	38 (69.1)	55 (100.0)	
	พนักงานบริษัทเอกชน	11 (28.2)	28 (71.8)	39 (100.0)	
	อื่นๆ	7 (30.4)	16 (69.6)	23 (100.0)	
	รวม	67 (33.5)	133(66.5)	200(100.0)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ : ค่า $\chi^2_{(0.05,3)} = 7.8$ และ $\chi^2_{(0.1,3)} = 6.3$

2.3) จำแนกตามรายได้

จากตารางที่ 4.32 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านวิทยุของกลุ่มตัวอย่างในระบบจดทะเบียน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 2.698 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 แสดงว่า รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านวิทยุ ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านวิทยุของกลุ่มตัวอย่างในระบบเติมเงิน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 4.668 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 แสดงว่า รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านวิทยุ

สรุปได้ว่า รายได้กับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านวิทยุไม่มีความสัมพันธ์กัน ทั้งในกลุ่มตัวอย่างของระบบจดทะเบียนและระบบเติมเงิน

ตารางที่ 4.32 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านวิทยุ

โทรศัพท์เคลื่อนที่ ในระบบ	รายได้	วิทยุ		รวม	$\chi^2_{df=4}$ (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
จดทะเบียน	ไม่เกิน 5,000 บาท	5 (41.7)	7 (58.3)	12 (100.0)	2.698 (0.911)
	5,001 - 10,000 บาท	20 (29.4)	48 (70.6)	68 (100.0)	
	10,001 - 15,000 บาท	19 (30.6)	43 (69.4)	62 (100.0)	
	15,001 - 20,000 บาท	9 (33.3)	18 (66.7)	27 (100.0)	
	มากกว่า 20,000 บาท	10 (32.3)	21 (67.6)	31 (100.0)	
	รวม	63 (31.5)	137 (68.5)	200(100.0)	
เติมเงิน	ไม่เกิน 5,000 บาท	24 (33.8)	47 (66.2)	71 (100.0)	4.668 (0.700)
	5,001 - 10,000 บาท	23 (39.7)	35 (60.3)	58 (100.0)	
	10,001 - 15,000 บาท	12 (26.7)	33 (73.3)	45 (100.0)	
	15,001 - 20,000 บาท	7 (36.8)	12 (63.2)	19 (100.0)	
	มากกว่า 20,000 บาท	1 (14.3)	6 (85.7)	7 (100.0)	
	รวม	67 (33.5)	133 (66.5)	200(100.0)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ : ค่า $\chi^2_{(0.05,4)} = 9.5$ และ $\chi^2_{(0.1,4)} = 7.8$

3) ความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านหนังสือพิมพ์

3.1) จำแนกตามอายุ

จากตารางที่ 4.33 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านหนังสือพิมพ์ของกลุ่มตัวอย่างในระบบจดทะเบียน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 3.041 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 แสดงว่าอายุไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านหนังสือพิมพ์

ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านหนังสือพิมพ์ของกลุ่มตัวอย่างในระบบเติมเงิน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 1.877 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 แสดงว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านหนังสือพิมพ์

สรุปได้ว่า อายุกับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านหนังสือพิมพ์ไม่มีความสัมพันธ์กัน ทั้งในกลุ่มตัวอย่างของระบบจดทะเบียนและระบบเติมเงิน

ตารางที่ 4.33 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านหนังสือพิมพ์

โทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ	อายุ	หนังสือพิมพ์		รวม	$\chi^2_{df=3}$ (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
จดทะเบียน	อายุไม่เกิน 20 ปี	7 (70.0)	3 (30.0)	10 (100.0)	3.041 (0.385)
	อายุระหว่าง 21-30 ปี	72 (55.0)	59 (45.0)	131(100.0)	
	อายุระหว่าง 31-40 ปี	20 (43.5)	26 (56.5)	46 (100.0)	
	อายุระหว่าง 41-50 ปี	7 (53.8)	6 (46.2)	13 (100.0)	
	รวม	106 (53.0)	94 (47.0)	200(100.0)	
เติมเงิน	อายุไม่เกิน 20 ปี	17 (51.5)	16 (48.5)	33 (100.0)	1.877 (0.598)
	อายุระหว่าง 21-30 ปี	64 (61.5)	40 (38.5)	104(100.0)	
	อายุระหว่าง 31-40 ปี	25 (53.2)	22 (46.8)	47 (100.0)	
	อายุมากกว่า 40 ปี	8 (50.0)	8 (50.0)	16 (100.0)	
	รวม	114 (57.0)	86 (43.0)	200(100.0)	

ที่มา: จากการสำรวจและการคำนวณ : ค่า $\chi^2_{(0.05,3)}=7.8$ และ $\chi^2_{(0.1,3)}=6.3$

3.2) จำแนกตามอาชีพ

จากตารางที่ 4.34 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านหนังสือพิมพ์ของกลุ่มตัวอย่างในระบบจดทะเบียน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 7.433 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 แสดงว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านหนังสือพิมพ์ โดยมีผลต่อกลุ่มอาชีพอื่นๆ เช่น อาจารย์สอนพิเศษ กิจการส่วนตัว และรับจ้างทั่วไป มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.2

ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านหนังสือพิมพ์ของกลุ่มตัวอย่างในระบบเติมเงิน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 1.518 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 แสดงว่า อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านหนังสือพิมพ์

สรุปได้ว่า อาชีพกับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านหนังสือพิมพ์มีความสัมพันธ์กัน ในกลุ่มตัวอย่างของระบบจดทะเบียน แต่อาชีพกับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านหนังสือพิมพ์ไม่มีความสัมพันธ์กัน ในกลุ่มตัวอย่างของระบบเติมเงิน

ตารางที่ 4.34 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านหนังสือพิมพ์

โทรศัพท์เคลื่อนที่ ในระบบ	อาชีพ	หนังสือพิมพ์		รวม	$\chi^2_{df=3}$ (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
จดทะเบียน	นักเรียน/นักศึกษา	20 (54.1)	17 (45.9)	37 (100.0)	7.433 (0.087)
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	29 (54.7)	24 (45.3)	53 (100.0)	
	พนักงานบริษัทเอกชน	45 (49.5)	46 (50.5)	91 (100.0)	
	อื่นๆ	12 (63.2)	7 (36.8)	19 (100.0)	
	รวม	106 (53.0)	94 (47.0)	200(100.0)	
เติมเงิน	นักเรียน/นักศึกษา	46 (55.4)	37 (44.6)	83 (100.0)	1.518 (0.823)
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	35 (63.6)	20 (36.4)	55 (100.0)	
	พนักงานบริษัทเอกชน	21 (53.8)	18 (46.2)	39 (100.0)	
	อื่นๆ	12 (52.2)	11 (47.8)	23 (100.0)	
	รวม	114 (57.0)	86 (43.0)	200(100.0)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ : ค่า $\chi^2_{(0.05,3)} = 7.8$ และ $\chi^2_{(0.1,3)} = 6.3$

3.3) จำแนกตามรายได้

จากตารางที่ 4.35 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านหนังสือพิมพ์ของกลุ่มตัวอย่างในระบบจดทะเบียน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 13.238 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่ารายได้มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านหนังสือพิมพ์ โดยมีผลต่อกลุ่มรายได้ระหว่าง 5,001-10,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 64.7 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านหนังสือพิมพ์ของกลุ่มตัวอย่างในระบบเดมเงิน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 13.848 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า รายได้มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านหนังสือพิมพ์ โดยมีผลต่อกลุ่มรายได้ระหว่าง 5,001-10,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 74.1

สรุปได้ว่า รายได้กับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านหนังสือพิมพ์มีความสัมพันธ์กัน ทั้งในกลุ่มตัวอย่างของระบบจดทะเบียนและระบบเดมเงิน ตารางที่ 4.35 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านหนังสือพิมพ์

โทรศัพท์เคลื่อนที่ ในระบบ	รายได้	หนังสือพิมพ์		รวม	$\chi^2_{df=4}$ (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
จดทะเบียน	ไม่เกิน 5,000 บาท	5 (41.7)	7 (58.3)	12 (100.0)	13.238 (0.017)
	5,001 - 10,000 บาท	44 (64.7)	24 (35.3)	68 (100.0)	
	10,001 - 15,000 บาท	27 (43.5)	35 (56.5)	62 (100.0)	
	15,001 - 20,000 บาท	11 (40.7)	16 (59.3)	27 (100.0)	
	มากกว่า 20,000 บาท	19 (61.3)	12 (38.7)	31 (100.0)	
	รวม	106 (53.0)	94 (47.0)	200(100.0)	
เดมเงิน	ไม่เกิน 5,000 บาท	38 (53.5)	33 (46.5)	71 (100.0)	13.848 (0.011)
	5,001 - 10,000 บาท	43 (74.1)	15 (25.9)	58 (100.0)	
	10,001 - 15,000 บาท	21 (46.7)	24 (53.3)	45 (100.0)	
	15,001 - 20,000 บาท	8 (42.1)	11 (57.9)	19 (100.0)	
	มากกว่า 20,000 บาท	4 (57.1)	3 (42.9)	7 (100.0)	
	รวม	114 (57.0)	86 (43.0)	200(100.0)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ : ค่า $\chi^2_{(0.05,4)} = 9.5$ และ $\chi^2_{(0.1,4)} = 7.8$

4) ความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านปายผ้าโฆษณา

4.1) จำแนกตามอายุ

จากตารางที่ 4.36 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านปายผ้าโฆษณาของกลุ่มตัวอย่างในระบบจดทะเบียน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 9.945 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าอายุมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านปายผ้าโฆษณา โดยมีผลต่อกลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 70.0

ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านปายผ้าโฆษณาของกลุ่มตัวอย่างในระบบเติมเงิน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 1.402 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 แสดงว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านปายผ้าโฆษณา

สรุปได้ว่า อายุกับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านปายผ้าโฆษณา มีความสัมพันธ์กัน ในกลุ่มตัวอย่างของระบบจดทะเบียน แต่อายุกับสื่อทางด้านปายผ้าโฆษณา ไม่มีความสัมพันธ์กัน ในกลุ่มตัวอย่างของระบบเติมเงิน

ตารางที่ 4.36 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านปายผ้าโฆษณา

โทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ	อายุ	ปายผ้าโฆษณา		รวม	$\chi^2_{df=3}$ (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
จดทะเบียน	อายุไม่เกิน 20 ปี	7 (70.0)	3 (30.0)	10 (100.0)	9.945 (0.019)
	อายุระหว่าง 21-30 ปี	51 (38.9)	80 (61.1)	131(100.0)	
	อายุระหว่าง 31-40 ปี	10 (21.7)	36 (78.3)	46 (100.0)	
	อายุระหว่าง 41-50 ปี	6 (46.2)	7 (53.8)	13 (100.0)	
	รวม	74 (37.0)	126 (63.0)	200(100.0)	
เติมเงิน	อายุไม่เกิน 20 ปี	12 (36.4)	21 (63.6)	33 (100.0)	1.402 (0.705)
	อายุระหว่าง 21-30 ปี	48 (46.2)	56 (53.8)	104(100.0)	
	อายุระหว่าง 31-40 ปี	22 (46.8)	25 (53.2)	47 (100.0)	
	อายุมากกว่า 40 ปี	6 (37.5)	10 (62.5)	16 (100.0)	
	รวม	88 (44.0)	112 (56.0)	200(100.0)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ : ค่า $\chi^2_{(0.05,3)}=7.8$ และ $\chi^2_{(0.1,3)}=6.3$

4.2) จำแนกตามอาชีพ

จากตารางที่ 4.37 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านป้ายผ้าโฆษณาของกลุ่มตัวอย่างในระบบจดทะเบียน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 3.124 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 แสดงว่า อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านป้ายผ้าโฆษณา ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านป้ายผ้าโฆษณาของกลุ่มตัวอย่างในระบบเติมเงิน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 6.910 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 แสดงว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านป้ายผ้าโฆษณา โดยมีผลต่อกลุ่มอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.7

สรุปได้ว่า อาชีพกับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านป้ายผ้าโฆษณาไม่มีความสัมพันธ์กัน ในกลุ่มตัวอย่างของระบบจดทะเบียน แต่อาชีพกับสื่อทางด้านป้ายผ้าโฆษณามีความสัมพันธ์กัน ในกลุ่มตัวอย่างของระบบเติมเงิน

ตารางที่ 4.37 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านป้ายผ้าโฆษณา

โทรศัพท์เคลื่อนที่ ในระบบ	อาชีพ	ป้ายผ้าโฆษณา		รวม	$\chi^2_{df=3}$ (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
จดทะเบียน	นักเรียน/นักศึกษา	18 (48.6)	19 (51.4)	37 (100.0)	3.124 (0.537)
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	18 (34.0)	35 (66.0)	53 (100.0)	
	พนักงานบริษัทเอกชน	31 (34.1)	60 (65.9)	91 (100.0)	
	อื่นๆ	7 (36.8)	12(63.2)	19 (100.0)	
	รวม	74 (37.0)	126(63.0)	200(100.0)	
เติมเงิน	นักเรียน/นักศึกษา	32 (38.6)	51 (61.4)	83 (100.0)	6.910 (0.085)
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	29 (52.7)	26 (47.3)	55 (100.0)	
	พนักงานบริษัทเอกชน	16 (41.0)	23 (59.0)	39 (100.0)	
	อื่นๆ	11 (47.8)	12 (52.2)	23 (100.0)	
	รวม	88 (44.0)	112(56.0)	200(100.0)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ : ค่า $\chi^2_{(0.05,3)} = 7.8$ และ $\chi^2_{(0.1,3)} = 6.3$

4.3) จำแนกตามรายได้

จากตารางที่ 4.38 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านป้ายผ้าโฆษณาของกลุ่มตัวอย่างในระบบจดทะเบียน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 18.061 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า รายได้มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านป้ายผ้าโฆษณา โดยมีผลต่อกลุ่มรายได้ระหว่าง 5,001-10,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.9 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านป้ายผ้าโฆษณาของกลุ่มตัวอย่างในระบบเดมเงิน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 9.390 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 แสดงว่า รายได้มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านป้ายผ้าโฆษณา โดยมีผลต่อกลุ่มรายได้ระหว่าง 10,001-15,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.4

สรุปได้ว่า รายได้กับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านป้ายผ้าโฆษณา มีความสัมพันธ์กัน ในกลุ่มตัวอย่างของระบบจดทะเบียนและระบบเดมเงิน ตารางที่ 4.38 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านป้ายผ้าโฆษณา

โทรศัพท์เคลื่อนที่ ในระบบ	รายได้	ป้ายผ้าโฆษณา		รวม	$\chi^2_{df=4}$ (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
จดทะเบียน	ไม่เกิน 5,000 บาท	4 (33.3)	8 (66.7)	12 (100.0)	18.061 (0.008)
	5,001 - 10,000 บาท	36 (52.9)	32 (47.1)	68 (100.0)	
	10,001 - 15,000 บาท	14 (22.6)	48 (77.4)	62 (100.0)	
	15,001 - 20,000 บาท	6 (22.2)	21 (77.8)	27 (100.0)	
	มากกว่า 20,000 บาท	14 (45.2)	17 (54.8)	31 (100.0)	
	รวม	74 (37.0)	126 (63.0)	200(100.0)	
เดมเงิน	ไม่เกิน 5,000 บาท	31 (43.7)	40 (56.3)	71 (100.0)	9.390 (0.059)
	5,001 - 10,000 บาท	27 (46.6)	31 (53.4)	58 (100.0)	
	10,001 - 15,000 บาท	19 (42.2)	26 (57.8)	45 (100.0)	
	15,001 - 20,000 บาท	9 (47.4)	10 (52.6)	19 (100.0)	
	มากกว่า 20,000 บาท	2 (28.6)	5 (71.4)	7 (100.0)	
	รวม	88 (44.0)	112 (56.0)	200(100.0)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ : ค่า $\chi^2_{(0.05,4)} = 9.5$ และ $\chi^2_{(0.1,4)} = 7.8$

5) ความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้าน Internet

5.1) จำแนกตามอายุ

จากตารางที่ 4.39 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้าน Internet ของกลุ่มตัวอย่างในระบบจดทะเบียน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 7.479 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 แสดงว่า แสดงว่าอายุมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้าน Internet โดยมีผลต่อกลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 70.0

ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้าน Internet ของกลุ่มตัวอย่างในระบบเติมเงิน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 12.855 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า อายุมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้าน Internet โดยมีผลต่อกลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.5

สรุปได้ว่า อายุกับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้าน Internet มีความสัมพันธ์กัน ทั้งในกลุ่มตัวอย่างของระบบจดทะเบียนและระบบเติมเงิน

ตารางที่ 4.39 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้าน Internet

โทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ	อายุ	Internet		รวม	$\chi^2_{df=3}$ (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
จดทะเบียน	อายุไม่เกิน 20 ปี	7 (70.0)	3 (30.0)	10 (100.0)	7.479 (0.058)
	อายุระหว่าง 21-30 ปี	64 (48.9)	67 (51.1)	131(100.0)	
	อายุระหว่าง 31-40 ปี	14 (30.4)	32 (69.6)	46 (100.0)	
	อายุระหว่าง 41-50 ปี	5 (38.5)	8 (61.5)	13 (100.0)	
	รวม	90 (45.0)	110 (55.0)	200(100.0)	
เติมเงิน	อายุไม่เกิน 20 ปี	18 (54.5)	15 (45.5)	33 (100.0)	12.855 (0.005)
	อายุระหว่าง 21-30 ปี	46 (44.2)	58 (55.8)	104(100.0)	
	อายุระหว่าง 31-40 ปี	12 (25.5)	35 (74.5)	47 (100.0)	
	อายุมากกว่า 40 ปี	2 (12.5)	14 (87.5)	16 (100.0)	
	รวม	78 (39.0)	122 (61.0)	200(100.0)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ : ค่า $\chi^2_{(0.05,3)}=7.8$ และ $\chi^2_{(0.1,3)}=6.3$

5.2) จำแนกตามอาชีพ

จากตารางที่ 4.40 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้าน Internet ของกลุ่มตัวอย่างในระบบจดทะเบียน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 5.399 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 แสดงว่าอาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้าน Internet

ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้าน Internet ของกลุ่มตัวอย่างในระบบเติมเงิน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 10.297 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้าน Internet โดยมีผลต่อกลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.3

สรุปได้ว่า อาชีพกับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้าน Internet ไม่มีความสัมพันธ์กัน ในกลุ่มตัวอย่างของระบบจดทะเบียน แต่อาชีพกับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้าน Internet มีความสัมพันธ์กัน ในกลุ่มตัวอย่างของระบบเติมเงิน ตารางที่ 4.40 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้าน Internet

โทรศัพท์เคลื่อนที่ ในระบบ	อาชีพ	Internet		รวม	$\chi^2_{df=3}$ (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
จดทะเบียน	นักเรียน/นักศึกษา	19 (51.4)	18 (48.6)	37 (100.0)	5.399 (0.249)
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	21 (39.6)	32 (60.4)	53 (100.0)	
	พนักงานบริษัทเอกชน	39 (42.9)	52 (57.1)	91 (100.0)	
	อื่นๆ	11 (57.9)	8 (42.1)	19 (100.0)	
	รวม	90 (45.0)	110(55.0)	200(100.0)	
เติมเงิน	นักเรียน/นักศึกษา	38 (45.8)	45 (54.2)	83 (100.0)	10.297 (0.036)
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	13 (23.6)	42 (76.4)	55 (100.0)	
	พนักงานบริษัทเอกชน	20 (51.3)	19 (48.7)	39 (100.0)	
	อื่นๆ	7 (30.4)	16 (69.7)	23 (100.0)	
	รวม	78 (39.0)	122(61.0)	200(100.0)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ : ค่า $\chi^2_{(0.05,3)} = 7.8$ และ $\chi^2_{(0.1,3)} = 6.3$

5.3) จำแนกตามรายได้

จากตารางที่ 4.41 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้าน Internet ของกลุ่มตัวอย่างในระบบจดทะเบียน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 15.611 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่ารายได้มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้าน Internet โดยมีผลต่อกลุ่มรายได้น้อยกว่า 5,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.3

ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้าน Internet ของกลุ่มตัวอย่างในระบบเติมเงิน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 8.718 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 แสดงว่า รายได้มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้าน Internet โดยมีผลต่อกลุ่มรายได้น้อยกว่า 5,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.3

สรุปได้ว่า รายได้มีความสัมพันธ์เกี่ยวกับสื่อทางด้าน Internet มีความสัมพันธ์กัน ในกลุ่มตัวอย่างของระบบจดทะเบียนและระบบเติมเงิน

ตารางที่ 4.41 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้าน Internet

โทรศัพท์เคลื่อนที่ ในระบบ	รายได้	Internet		รวม	$\chi^2_{df=4}$ (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
จดทะเบียน	ไม่เกิน 5,000 บาท	7 (58.3)	5 (41.7)	12 (100.0)	15.611 (0.007)
	5,001 - 10,000 บาท	37 (54.4)	31 (45.6)	68 (100.0)	
	10,001 - 15,000 บาท	22 (35.5)	40 (64.5)	62 (100.0)	
	15,001 - 20,000 บาท	8 (29.6)	19 (70.4)	27 (100.0)	
	มากกว่า 20,000 บาท	16 (51.6)	15 (48.4)	31 (100.0)	
	รวม	90 (45.0)	110 (55.0)	200(100.0)	
เติมเงิน	ไม่เกิน 5,000 บาท	35 (49.3)	36 (50.7)	71 (100.0)	8.718 (0.074)
	5,001 - 10,000 บาท	22 (37.9)	36 (62.1)	58 (100.0)	
	10,001 - 15,000 บาท	13 (28.9)	30 (71.1)	45 (100.0)	
	15,001 - 20,000 บาท	7 (36.8)	12 (63.2)	19 (100.0)	
	มากกว่า 20,000 บาท	1 (14.3)	6 (85.7)	7 (100.0)	
	รวม	78 (39.0)	122 (61.0)	200(100.0)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ : ค่า $\chi^2_{(0.05,4)} = 9.5$ และ $\chi^2_{(0.1,4)} = 7.8$

6) ความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านเพื่อน

6.1) จำแนกตามอายุ

จากตารางที่ 4.42 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านเพื่อนของกลุ่มตัวอย่างในระบบจดทะเบียน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 4.501 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 แสดงว่าอายุไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านเพื่อน

ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านเพื่อนของกลุ่มตัวอย่างในระบบเติมเงิน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 3.299 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 แสดงว่าอายุไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านเพื่อน

สรุปได้ว่า อายุกับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านเพื่อนไม่มีความสัมพันธ์กันทั้งในกลุ่มตัวอย่างของระบบจดทะเบียนและระบบเติมเงิน

ตารางที่ 4.42 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านเพื่อน

โทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ	อายุ	เพื่อน		รวม	$\chi^2_{df=3}$ (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
จดทะเบียน	อายุไม่เกิน 20 ปี	5 (50.0)	5 (50.0)	10 (100.0)	4.501 (0.212)
	อายุระหว่าง 21-30 ปี	90 (68.7)	41 (31.3)	131(100.0)	
	อายุระหว่าง 31-40 ปี	25 (54.3)	21 (45.7)	46 (100.0)	
	อายุระหว่าง 41-50 ปี	7 (53.8)	6 (46.2)	13 (100.0)	
	รวม	127 (63.5)	73 (36.5)	200(100.0)	
เติมเงิน	อายุไม่เกิน 20 ปี	25 (75.8)	8 (24.2)	33 (100.0)	3.299 (0.348)
	อายุระหว่าง 21-30 ปี	71 (68.3)	33 (31.7)	104(100.0)	
	อายุระหว่าง 31-40 ปี	32 (68.1)	15 (31.9)	47 (100.0)	
	อายุมากกว่า 40 ปี	8 (50.0)	8 (50.0)	16 (100.0)	
	รวม	136 (68.0)	64 (32.0)	200(100.0)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ : ค่า $\chi^2_{(0.05,3)} = 7.8$ และ $\chi^2_{(0.1,3)} = 6.3$

6.2) จำแนกตามอาชีพ

จากตารางที่ 4.43 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านเพื่อนของกลุ่มตัวอย่างในระบบจดทะเบียน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 8.654 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า จากตารางแสดงว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านเพื่อน โดยมีผลต่อกลุ่มอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 75.5

ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านเพื่อนของกลุ่มตัวอย่างในระบบเติมเงิน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 5.275 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 แสดงว่า อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านเพื่อน

สรุปได้ว่า อายุกับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านเพื่อนมีความสัมพันธ์กัน ในกลุ่มตัวอย่างของระบบจดทะเบียน แต่อายุกับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านเพื่อนไม่มีความสัมพันธ์กัน ในกลุ่มตัวอย่างของระบบเติมเงิน

ตารางที่ 4.43 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านเพื่อน

โทรศัพท์เคลื่อนที่ ในระบบ	อาชีพ	เพื่อน		รวม	$\chi^2_{df=3}$ (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
จดทะเบียน	นักเรียน/นักศึกษา	22 (59.5)	15 (40.5)	37 (100.0)	8.654 (0.038)
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	40 (75.5)	13 (24.5)	53 (100.0)	
	พนักงานบริษัทเอกชน	57 (62.6)	34 (37.4)	91 (100.0)	
	อื่นๆ	8 (42.1)	11 (57.9)	19 (100.0)	
	รวม	127 (63.5)	73 (36.5)	200(100.0)	
เติมเงิน	นักเรียน/นักศึกษา	59 (71.1)	24 (28.9)	83 (100.0)	5.275 (0.260)
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	40 (72.7)	15 (27.3)	55 (100.0)	
	พนักงานบริษัทเอกชน	25 (64.1)	14 (35.9)	39 (100.0)	
	อื่นๆ	12 (52.2)	11 (47.8)	23 (100.0)	
	รวม	136 (68.0)	64 (32.0)	200(100.0)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ : ค่า $\chi^2_{(0.05,3)} = 7.8$ และ $\chi^2_{(0.1,3)} = 6.3$

6.3) จำแนกตามรายได้

จากตารางที่ 4.44 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านเพื่อนของกลุ่มตัวอย่างในระบบจดทะเบียน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 12.839 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า รายได้มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านเพื่อน โดยมีผลต่อกลุ่มรายได้ระหว่าง 5,001-10,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 75.0 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านเพื่อนของกลุ่มตัวอย่างในระบบเดบิตเงิน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 18.183 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า รายได้มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านเพื่อน โดยมีผลต่อกลุ่มรายได้ระหว่าง 15,001-20,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 89.5

สรุปได้ว่า รายได้กับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านเพื่อนมีความสัมพันธ์กันทั้งในกลุ่มตัวอย่างของระบบจดทะเบียนและระบบเดบิตเงิน ตารางที่ 4.44 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทางด้านเพื่อน

โทรศัพท์เคลื่อนที่ ในระบบ	รายได้	เพื่อน		รวม	$\chi^2_{df=4}$ (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
จดทะเบียน	ไม่เกิน 5,000 บาท	7 (58.3)	5 (41.7)	12 (100.0)	12.839 (0.016)
	5,001 - 10,000 บาท	51 (75.0)	17 (25.0)	68 (100.0)	
	10,001 - 15,000 บาท	37 (59.7)	25 (40.3)	62 (100.0)	
	15,001 - 20,000 บาท	12 (44.4)	15 (55.6)	27 (100.0)	
	มากกว่า 20,000 บาท	20 (64.5)	11 (35.5)	31 (100.0)	
	รวม	127 (63.5)	73 (36.5)	200(100.0)	
เดบิตเงิน	ไม่เกิน 5,000 บาท	48 (67.6)	23 (32.4)	71 (100.0)	18.183 (0.007)
	5,001 - 10,000 บาท	43 (74.1)	15 (25.9)	58 (100.0)	
	10,001 - 15,000 บาท	27 (60.0)	18 (40.0)	45 (100.0)	
	15,001 - 20,000 บาท	17 (89.5)	2 (10.5)	19 (100.0)	
	มากกว่า 20,000 บาท	1 (14.3)	6 (85.7)	7 (100.0)	
	รวม	136 (68.0)	64 (32.0)	200(100.0)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ : ค่า $\chi^2_{(0.05,4)} = 9.5$ และ $\chi^2_{(0.1,4)} = 7.8$

4.3.3 ปัจจัยด้านความสะดวกในการใช้บริการ

1) ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสะดวกในการใช้บริการที่สามารถโทรก่อนจ่ายที่

หลัง

1.1) จำแนกตามอายุ

จากตารางที่ 4.45 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสะดวกในการใช้บริการที่สามารถโทรก่อนจ่ายที่หลังของกลุ่มตัวอย่างในระบบจดทะเบียน ปรากฏว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 5.331 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 แสดงว่าอายุไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสะดวกในการใช้บริการที่สามารถโทรก่อนจ่ายที่หลัง

เนื่องจากไม่สามารถคำนวณค่า χ^2 ของกลุ่มตัวอย่างในระบบเดิมเงินได้ เพราะความคิดเห็นเกี่ยวกับความสะดวกในการใช้บริการที่สามารถโทรก่อนจ่ายที่หลัง ใช้ทดสอบเฉพาะกลุ่มตัวอย่างจดทะเบียน

ตารางที่ 4.45 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสะดวกในการใช้บริการที่สามารถโทรก่อนจ่ายที่หลัง

โทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ	อายุ	สามารถโทรก่อนจ่ายที่หลัง		รวม	$\chi^2_{df=3}$ (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
จดทะเบียน	อายุไม่เกิน 20 ปี	9 (90.0)	1 (10.0)	10 (100.0)	5.331 (0.149)
	อายุระหว่าง 21-30 ปี	51 (38.9)	80 (61.1)	131(100.0)	
	อายุระหว่าง 31-40 ปี	34 (73.9)	12 (26.1)	46 (100.0)	
	อายุระหว่าง 41-50 ปี	9 (69.2)	4 (30.8)	13 (100.0)	
	รวม	103 (51.5)	97 (48.5)	200(100.0)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ : ค่า $\chi^2_{(0.05,3)}=7.8$ และ $\chi^2_{(0.1,3)}=6.3$

All rights reserved

1.2) จำแนกตามอาชีพ

จากตารางที่ 4.46 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสะดวกในการใช้บริการที่สามารถโทรก่อนจ่ายที่หลังของกลุ่มตัวอย่างในระบบจดทะเบียน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 14.043 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสะดวกในการใช้บริการที่สามารถโทรก่อนจ่ายที่หลัง โดยมีผลต่อกลุ่มอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 81.1

เนื่องจากไม่สามารถคำนวณค่า χ^2 ของกลุ่มตัวอย่างในระบบเติมเงินได้ เพราะความคิดเห็นเกี่ยวกับความสะดวกในการใช้บริการที่สามารถโทรก่อนจ่ายที่หลัง ใช้ทดสอบเฉพาะกลุ่มตัวอย่างจดทะเบียน

ตารางที่ 4.46 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสะดวกในการใช้บริการที่สามารถโทรก่อนจ่ายที่หลัง

โทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ	อาชีพ	สามารถโทรก่อนจ่ายที่หลัง		รวม	$\chi^2_{df=3}$ (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
จดทะเบียน	นักเรียน/นักศึกษา	26 (70.3)	11 (29.7)	37 (100.0)	14.043 (0.007)
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	43 (81.1)	10 (18.9)	53 (100.0)	
	พนักงานบริษัทเอกชน	52 (57.1)	39 (42.9)	91 (100.0)	
	อื่นๆ	11 (57.9)	8 (42.1)	19 (100.0)	
	รวม	132 (66.0)	68 (34.0)	200(100.0)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ : ค่า $\chi^2_{(0.05,3)} = 7.8$ และ $\chi^2_{(0.1,3)} = 6.3$

1.3) จำแนกตามรายได้

จากตารางที่ 4.47 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสะดวกในการใช้บริการที่สามารถโทรก่อนจ่ายทีหลังของกลุ่มตัวอย่างในระบบจดทะเบียน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 26.208 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า รายได้มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสะดวกในการใช้บริการที่สามารถโทรก่อนจ่ายทีหลัง โดยมีผลต่อกลุ่มรายได้ระหว่าง 5,001-10,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 79.4

เนื่องจากไม่สามารถคำนวณค่า χ^2 ของกลุ่มตัวอย่างในระบบเติมเงินได้ เพราะความคิดเห็นเกี่ยวกับความสะดวกในการใช้บริการที่สามารถโทรก่อนจ่ายทีหลัง ใช้ทดสอบเฉพาะกลุ่มตัวอย่างจดทะเบียน

ตารางที่ 4.47 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสะดวกในการใช้บริการที่สามารถโทรก่อนจ่ายทีหลัง

โทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ	รายได้	สามารถโทรก่อนจ่ายทีหลัง		รวม	$\chi^2_{df=4}$ (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
จดทะเบียน	ไม่เกิน 5,000 บาท	8 (66.7)	4 (33.3)	12 (100.0)	26.208 (0.000)
	5,001 - 10,000 บาท	54 (79.4)	14 (20.6)	68 (100.0)	
	10,001 - 15,000 บาท	37 (59.7)	25 (40.3)	62 (100.0)	
	15,001 - 20,000 บาท	18 (66.7)	9 (33.3)	27 (100.0)	
	มากกว่า 20,000 บาท	15 (48.4)	16 (51.6)	31 (100.0)	
	รวม	132 (66.0)	68 (34.0)	200(100.0)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ : ค่า $\chi^2_{(0.05,4)} = 9.5$ และ $\chi^2_{(0.1,4)} = 7.8$

2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสะดวกในการใช้บริการที่มีใบแจ้งรายละเอียดการ
ใช้บริการประจำเดือน

2.1) จำแนกตามอายุ

จากตารางที่ 4.48 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสะดวกในการใช้บริการที่มีใบแจ้งรายละเอียดการให้บริการประจำเดือนของกลุ่มตัวอย่างในระบบจดทะเบียน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.778 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตารางที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 แสดงว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสะดวกในการใช้บริการที่มีใบแจ้งรายละเอียดการให้บริการประจำเดือน

เนื่องจากไม่สามารถคำนวณค่า χ^2 ของกลุ่มตัวอย่างในระบบเติมเงินได้ เพราะความคิดเห็นเกี่ยวกับความสะดวกในการใช้บริการที่มีใบแจ้งรายละเอียดการให้บริการประจำเดือน ใช้ทดสอบเฉพาะกลุ่มตัวอย่างจดทะเบียน

ตารางที่ 4.48 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสะดวกในการใช้
บริการที่มีใบแจ้งรายละเอียดการให้บริการประจำเดือน

โทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ	อายุ	มีใบแจ้งรายละเอียดการใช้บริการประจำเดือน		รวม	$\chi^2_{df=3}$ (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
จดทะเบียน	อายุไม่เกิน 20 ปี	8 (80.0)	2 (20.0)	10 (100.0)	0.778 (0.855)
	อายุระหว่าง 21-30 ปี	103 (78.6)	28 (21.4)	131(100.0)	
	อายุระหว่าง 31-40 ปี	37 (80.4)	9 (19.6)	46 (100.0)	
	อายุระหว่าง 41-50 ปี	9 (69.2)	4 (30.8)	13 (100.0)	
	รวม	157 (78.5)	43 (21.5)	200(100.0)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ : ค่า $\chi^2_{(0.05,3)}=7.8$ และ $\chi^2_{(0.1,3)}=6.3$

2.2) จำแนกตามอาชีพ

จากตารางที่ 4.49 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสะดวกในการใช้บริการที่มีใบแจ้งรายละเอียดการให้บริการประจำเดือนของกลุ่มตัวอย่างในระบบจดทะเบียน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 6.521 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 แสดงว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสะดวกในการใช้บริการที่มีใบแจ้งรายละเอียดการให้บริการประจำเดือน โดยมีผลต่อกลุ่มอาชีพอื่นๆ เช่น อาจารย์สอนพิเศษ กิจการส่วนตัว และรับจ้างทั่วไป มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 89.5

เนื่องจากไม่สามารถคำนวณค่า χ^2 ของกลุ่มตัวอย่างในระบบเติมเงินได้ เพราะความคิดเห็นเกี่ยวกับความสะดวกในการใช้บริการที่มีใบแจ้งรายละเอียดการให้บริการประจำเดือน ใช้ทดสอบเฉพาะกลุ่มตัวอย่างจดทะเบียน

ตารางที่ 4.49 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสะดวกในการใช้บริการที่มีใบแจ้งรายละเอียดการให้บริการประจำเดือน

โทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ	อาชีพ	มีใบแจ้งรายละเอียดการให้บริการประจำเดือน		รวม	$\chi^2_{df=3}$ (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
จดทะเบียน	นักเรียน/นักศึกษา	25 (67.6)	12 (32.4)	37 (100.0)	6.521 (0.093)
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	45 (84.9)	8 (15.1)	53 (100.0)	
	พนักงานบริษัทเอกชน	70 (76.9)	21 (23.1)	91 (100.0)	
	อื่นๆ	17 (89.5)	2 (10.5)	19 (100.0)	
	รวม	157 (78.5)	43 (21.5)	200(100.0)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ : ค่า $\chi^2_{(0.05,3)} = 7.8$ และ $\chi^2_{(0.1,3)}$

2.3) จำแนกตามรายได้

จากตารางที่ 4.50 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสะดวกในการใช้บริการที่มีใบแจ้งรายละเอียดการให้บริการประจำเดือนของกลุ่มตัวอย่างในระบบจดทะเบียน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 24.719 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตารางที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่ารายได้มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสะดวกในการใช้บริการที่มีใบแจ้งรายละเอียดการให้บริการประจำเดือน โดยมีผลต่อกลุ่มรายได้ระหว่าง 5,001-10,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 86.8

เนื่องจากไม่สามารถคำนวณค่า χ^2 ของกลุ่มตัวอย่างในระบบเติมเงินได้ เพราะความคิดเห็นเกี่ยวกับความสะดวกในการใช้บริการที่มีใบแจ้งรายละเอียดการให้บริการประจำเดือน ใช้ทดสอบเฉพาะกลุ่มตัวอย่างจดทะเบียน

ตารางที่ 4.50 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสะดวกในการใช้บริการที่มีใบแจ้งรายละเอียดการให้บริการประจำเดือน

โทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ	รายได้	มีใบแจ้งรายละเอียดการให้บริการประจำเดือน		รวม	$\chi^2_{df=4}$ (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
จดทะเบียน	ไม่เกิน 5,000 บาท	7 (58.3)	5 (41.7)	12 (100.0)	24.719 (0.001)
	5,001 - 10,000 บาท	59 (86.8)	9 (13.2)	68 (100.0)	
	10,001 - 15,000 บาท	53 (85.5)	9 (14.5)	62 (100.0)	
	15,001 - 20,000 บาท	17 (63.0)	10 (37.0)	27 (100.0)	
	มากกว่า 20,000 บาท	21 (67.7)	10 (32.3)	31 (100.0)	
	รวม	157 (78.5)	43 (21.5)	200(100.0)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ : ค่า $\chi^2_{(0.05,4)} = 9.5$ และ $\chi^2_{(0.1,4)} = 7.8$

3) ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสะดวกในการใช้บริการที่สามารถกำหนดหรือควบคุมค่าใช้จ่ายบริการเองได้

3.1) จำแนกตามอายุ

จากตารางที่ 4.51 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสะดวกในการใช้บริการที่สามารถกำหนดหรือควบคุมค่าใช้จ่ายบริการเองได้ของกลุ่มตัวอย่างในระบบจดทะเบียน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 1.663 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 แสดงว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสะดวกในการใช้บริการที่สามารถกำหนดหรือควบคุมค่าใช้จ่ายบริการเองได้

ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสะดวกในการใช้บริการที่สามารถกำหนดหรือควบคุมค่าใช้จ่ายบริการเองได้ของกลุ่มตัวอย่างในระบบเติมเงิน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 3.834 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 แสดงว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสะดวกในการใช้บริการที่สามารถควบคุมค่าใช้จ่ายบริการเองได้

สรุปได้ว่า อายุกับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสะดวกในการใช้บริการในด้าน สามารถกำหนดหรือควบคุมค่าใช้จ่ายบริการเองได้ไม่มีความสัมพันธ์กัน ทั้งในกลุ่มตัวอย่างของระบบจดทะเบียนและระบบเติมเงิน

ตารางที่ 4.51 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสะดวกในการใช้
บริการที่สามารถกำหนดหรือควบคุมค่าใช้จ่ายบริการเองได้

โทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ	อายุ	สามารถกำหนดหรือควบคุมค่าใช้จ่ายบริการเองได้		รวม	$\chi^2_{df=3}$ (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
จดทะเบียน	อายุไม่เกิน 20 ปี	6 (60.0)	4 (40.0)	10 (100.0)	1.663 (0.645)
	อายุระหว่าง 21-30 ปี	88 (67.2)	43 (32.8)	131(100.0)	
	อายุระหว่าง 31-40 ปี	35 (76.1)	11 (23.9)	46 (100.0)	
	อายุระหว่าง 41-50 ปี	9 (69.2)	4 (30.8)	13 (100.0)	
	รวม	138 (69.0)	62 (31.0)	200(100.0)	
เติมเงิน	อายุไม่เกิน 20 ปี	19 (57.6)	14 (42.4)	33 (100.0)	3.834 (0.280)
	อายุระหว่าง 21-30 ปี	74 (71.2)	30 (28.8)	104(100.0)	
	อายุระหว่าง 31-40 ปี	36 (76.6)	11 (23.4)	47 (100.0)	
	อายุมากกว่า 40 ปี	10 (62.5)	6 (37.5)	16 (100.0)	
	รวม	139 (69.5)	61 (30.5)	200(100.0)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ : ค่า $\chi^2_{(0.05,3)}=7.8$ และ $\chi^2_{(0.1,3)}=6.3$

3.2) จำแนกตามอาชีพ

จากตารางที่ 4.52 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสะดวกในการใช้บริการที่สามารถกำหนดหรือควบคุมค่าใช้จ่ายบริการเองได้ของกลุ่มตัวอย่างในระบบจดทะเบียน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 3.379 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 แสดงว่า อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสะดวกในการใช้บริการที่สามารถกำหนดหรือควบคุมค่าใช้จ่ายบริการเองได้

ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสะดวกในการใช้บริการที่สามารถกำหนดหรือควบคุมค่าใช้จ่ายบริการเองได้ของกลุ่มตัวอย่างในระบบเดิมเงิน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 15.295 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสะดวกในการใช้บริการที่สามารถควบคุมค่าใช้จ่ายบริการเองได้ โดยมีผลต่อกลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 84.6

สรุปได้ว่า อาชีพกับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสะดวกในการใช้บริการที่สามารถกำหนดหรือควบคุมค่าใช้จ่ายบริการเองได้ไม่มีความสัมพันธ์กัน ในกลุ่มตัวอย่างของระบบจดทะเบียน แต่อาชีพกับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสะดวกในการใช้บริการที่สามารถกำหนดหรือควบคุมค่าใช้จ่ายบริการเองได้มีความสัมพันธ์กัน ในกลุ่มตัวอย่างของระบบเดิมเงิน

ตารางที่ 4.52 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสะดวกในการใช้
บริการที่สามารถกำหนดหรือควบคุมค่าใช้จ่ายบริการเองได้

โทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่อยู่ในระบบ	อาชีพ	สามารถกำหนดหรือ ควบคุมค่าใช้จ่ายบริการเองได้		รวม	$\chi^2_{df=3}$ (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
จดทะเบียน	นักเรียน/นักศึกษา	25 (67.6)	12 (32.4)	37 (100.0)	3.379 (0.497)
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	39 (73.6)	14 (26.4)	53 (100.0)	
	พนักงานบริษัทเอกชน	59 (64.8)	32 (35.2)	91 (100.0)	
	อื่นๆ	15 (78.9)	4 (21.1)	19 (100.0)	
	รวม	138 (69.0)	62 (31.0)	200(100.0)	
เติมเงิน	นักเรียน/นักศึกษา	46 (55.4)	37 (44.6)	83 (100.0)	15.295 (0.004)
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	44 (80.0)	11 (20.0)	55 (100.0)	
	พนักงานบริษัทเอกชน	33 (84.6)	6 (15.4)	39 (100.0)	
	อื่นๆ	16 (69.6)	7 (30.4)	23 (100.0)	
	รวม	139 (69.5)	61 (30.5)	200(100.0)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ : ค่า $\chi^2_{(0.05,3)} = 7.8$ และ $\chi^2_{(0.1,3)} = 6.3$

3.3) จำแนกตามรายได้

จากตารางที่ 4.53 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสะดวกในการใช้บริการที่สามารถกำหนดหรือควบคุมค่าใช้จ่ายบริการเองได้ของกลุ่มตัวอย่างในระบบจดทะเบียน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 18.838 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่ารายได้มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสะดวกในการใช้บริการที่สามารถกำหนดหรือควบคุมค่าใช้จ่ายบริการเองได้ โดยมีผลต่อกลุ่มรายได้น้อยกว่า 5,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 75.0

ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสะดวกในการใช้บริการที่สามารถกำหนดหรือควบคุมค่าใช้จ่ายบริการเองได้ของกลุ่มตัวอย่างในระบบเติมเงิน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 12.581 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่ารายได้มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสะดวกในการใช้บริการที่สามารถควบคุมค่าใช้จ่ายบริการเองได้ โดยมีผลต่อกลุ่มรายได้ระหว่าง 15,001-20,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 84.2

สรุปได้ว่า รายได้กับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสะดวกในการใช้บริการที่สามารถกำหนดหรือควบคุมค่าใช้จ่ายบริการเองได้มีความสัมพันธ์กัน ทั้งในกลุ่มตัวอย่างของระบบจดทะเบียนและระบบเติมเงิน

ตารางที่ 4.53 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสะดวกในการใช้
บริการที่สามารถกำหนดหรือควบคุมค่าใช้จ่ายบริการเองได้

โทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่อยู่ในระบบ	รายได้	สามารถกำหนดหรือ ควบคุมค่าใช้จ่ายบริการเองได้		รวม	$\chi^2_{df=4}$ (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
จดทะเบียน	ไม่เกิน 5,000 บาท	9 (75.0)	3 (25.0)	12 (100.0)	18.838 (0.009)
	5,001 - 10,000 บาท	49 (72.1)	19 (27.9)	68 (100.0)	
	10,001 - 15,000 บาท	43 (69.4)	19 (30.6)	62 (100.0)	
	15,001 - 20,000 บาท	19 (70.4)	8 (29.6)	27 (100.0)	
	มากกว่า 20,000 บาท	18 (58.1)	13 (41.9)	31 (100.0)	
	รวม	138 (69.0)	62 (31.0)	200(100.0)	
เติมเงิน	ไม่เกิน 5,000 บาท	42 (59.2)	29 (40.8)	71 (100.0)	12.581 (0.021)
	5,001 - 10,000 บาท	45 (77.6)	13 (22.4)	58 (100.0)	
	10,001 - 15,000 บาท	31 (68.9)	14 (31.1)	45 (100.0)	
	15,001 - 20,000 บาท	16 (84.2)	3 (15.8)	19 (100.0)	
	มากกว่า 20,000 บาท	5 (71.4)	2 (28.6)	7 (100.0)	
	รวม	139 (69.5)	61 (30.5)	200(100.0)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ : ค่า $\chi^2_{(0.05,4)} = 9.5$ และ $\chi^2_{(0.1,4)} = 7.8$

4.3.4 ปัจจัยด้านโปรโมชัน

1) โปรโมชันโทรฟรีไม่จำกัดจำนวนตามช่วงเวลาที่กำหนด

1.1) จำแนกตามอายุ

จากตารางที่ 4.54 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับโปรโมชันโทรฟรีไม่จำกัดจำนวนตามช่วงเวลาที่กำหนดของกลุ่มตัวอย่างในระบบจดทะเบียน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 1.019 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 แสดงว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์กับ โปรโมชันโทรฟรีไม่จำกัดจำนวนตามช่วงเวลาที่กำหนด ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับโปรโมชันโทรฟรีไม่จำกัดจำนวนตามช่วงเวลาที่กำหนดของกลุ่มตัวอย่างในระบบเติมเงิน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 2.168 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 แสดงว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์กับ โปรโมชันโทรฟรีไม่จำกัดจำนวนตามช่วงเวลาที่กำหนด สรุปได้ว่า อายุกับโปรโมชันโทรฟรีไม่จำกัดจำนวนตามช่วงเวลาที่กำหนดไม่มีความสัมพันธ์กัน ทั้งในกลุ่มตัวอย่างของระบบจดทะเบียนและระบบเติมเงิน ตารางที่ 4.54 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับโปรโมชันโทรฟรีไม่จำกัดจำนวนตามช่วงเวลาที่กำหนด

โทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ	อายุ	โปรโมชันโทรฟรีไม่จำกัดจำนวนตามช่วงเวลาที่กำหนด		รวม	$\chi^2_{df=3}$ (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
จดทะเบียน	อายุไม่เกิน 20 ปี	8 (80.0)	2 (20.0)	10 (100.0)	1.019 (0.797)
	อายุระหว่าง 21-30 ปี	85 (64.9)	46 (35.1)	131(100.0)	
	อายุระหว่าง 31-40 ปี	30 (65.2)	16 (34.8)	46 (100.0)	
	อายุระหว่าง 41-50 ปี	9 (69.2)	4 (30.8)	13 (100.0)	
	รวม	132 (66.0)	68 (34.0)	200(100.0)	
เติมเงิน	อายุไม่เกิน 20 ปี	19 (57.6)	14 (42.4)	33 (100.0)	2.168 (0.538)
	อายุระหว่าง 21-30 ปี	72 (69.2)	32 (30.8)	104(100.0)	
	อายุระหว่าง 31-40 ปี	31 (66.0)	16 (34.0)	47 (100.0)	
	อายุมากกว่า 40 ปี	9 (56.3)	7 (43.8)	16 (100.0)	
	รวม	131 (65.5)	69 (34.5)	200(100.0)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ : ค่า $\chi^2_{(0.05,3)}=7.8$ และ $\chi^2_{(0.1,3)}=6.3$

1.2) จำแนกตามอาชีพ

จากตารางที่ 4.55 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับโปรโมชันโทรฟรีไม่จำกัดจำนวนตามช่วงเวลาที่กำหนดของกลุ่มตัวอย่างในระบบจดทะเบียน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 7.550 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 แสดงว่าอาชีพมีความสัมพันธ์กับโปรโมชันโทรฟรีไม่จำกัดจำนวนตามช่วงเวลาที่กำหนด โดยมีผลต่อกลุ่มอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 75.7 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับโปรโมชันโทรฟรีไม่จำกัดจำนวนตามช่วงเวลาที่กำหนดของกลุ่มตัวอย่างในระบบเติมเงิน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 3.887 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 แสดงว่า อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับโปรโมชันโทรฟรีไม่จำกัดจำนวนตามช่วงเวลาที่กำหนด สรุปได้ว่า อายุกับโปรโมชันโทรฟรีไม่จำกัดจำนวนตามช่วงเวลาที่กำหนดมีความสัมพันธ์กัน ในกลุ่มตัวอย่างของระบบจดทะเบียน แต่อายุกับโปรโมชันโทรฟรีไม่จำกัดจำนวนตามช่วงเวลาที่กำหนดไม่มีความสัมพันธ์กัน ในกลุ่มตัวอย่างของระบบเติมเงิน ตารางที่ 4.55 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับโปรโมชันโทรฟรีไม่จำกัดจำนวนตามช่วงเวลาที่กำหนด

โทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ	อาชีพ	โปรโมชันโทรฟรีไม่จำกัดจำนวนตามช่วงเวลาที่กำหนด		รวม	$\chi^2_{df=3}$ (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
จดทะเบียน	นักเรียน/นักศึกษา	28 (75.7)	9 (24.3)	37 (100.0)	7.550 (0.064)
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	39 (73.6)	14 (26.4)	53 (100.0)	
	พนักงานบริษัทเอกชน	51 (56.0)	40 (44.0)	91 (100.0)	
	อื่นๆ	14 (73.7)	5 (26.3)	19 (100.0)	
	รวม	132 (66.0)	68 (34.0)	200(100.0)	
เติมเงิน	นักเรียน/นักศึกษา	55 (66.3)	28 (33.7)	83 (100.0)	3.887 (0.421)
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	36 (65.5)	19 (34.5)	55 (100.0)	
	พนักงานบริษัทเอกชน	28 (71.8)	11 (28.2)	39 (100.0)	
	อื่นๆ	12 (52.8)	11 (47.8)	23 (100.0)	
	รวม	131 (65.5)	69 (34.5)	200(100.0)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ : ค่า $\chi^2_{(0.05,3)} = 7.8$ และ $\chi^2_{(0.1,3)} = 6.3$

1.3) จำแนกตามรายได้

จากตารางที่ 4.56 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับโปรโมชันโทรฟรีไม่จำกัดจำนวนตามช่วงเวลาที่กำหนดของกลุ่มตัวอย่างในระบบจดทะเบียน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 22.324 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่ารายได้มีความสัมพันธ์กับโปรโมชันโทรฟรีไม่จำกัดจำนวนตามช่วงเวลาที่กำหนด โดยมีผลต่อกลุ่มรายได้ระหว่าง 5,001-10,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 77.9

ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับโปรโมชันโทรฟรีไม่จำกัดจำนวนตามช่วงเวลาที่กำหนดของกลุ่มตัวอย่างในระบบเติมเงิน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 7.200 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 แสดงว่ารายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับโปรโมชันโทรฟรีไม่จำกัดจำนวนตามช่วงเวลาที่กำหนด

สรุปได้ว่า รายได้กับโปรโมชันโทรฟรีไม่จำกัดจำนวนตามช่วงเวลาที่กำหนดมีความสัมพันธ์กัน ในกลุ่มตัวอย่างของระบบจดทะเบียน แต่รายได้กับโปรโมชันโทรฟรีไม่จำกัดจำนวนตามช่วงเวลาที่กำหนดไม่มีความสัมพันธ์กัน ในกลุ่มตัวอย่างของระบบเติมเงิน

ตารางที่ 4.56 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับโปรโมชั่นโทรฟรีไม่จำกัดจำนวนตาม
ช่วงเวลาที่กำหนด

โทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่อยู่ในระบบ	รายได้	โปรโมชั่นโทรฟรีไม่จำกัด จำนวนตามช่วงเวลาที่ กำหนด		รวม	$\chi^2_{df=4}$ (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
จดทะเบียน	ไม่เกิน 5,000 บาท	7 (58.3)	5 (41.7)	12 (100.0)	22.324 (0.002)
	5,001 - 10,000 บาท	53 (77.9)	15 (22.1)	68 (100.0)	
	10,001 - 15,000 บาท	41 (66.1)	21 (33.9)	62 (100.0)	
	15,001 - 20,000 บาท	16 (59.3)	11 (40.7)	27 (100.0)	
	มากกว่า 20,000 บาท	15 (48.4)	16 (51.6)	31 (100.0)	
	รวม	132 (66.0)	68 (34.0)	200(100.0)	
เติมเงิน	ไม่เกิน 5,000 บาท	49 (69.0)	22 (31.0)	71 (100.0)	7.200 (0.408)
	5,001 - 10,000 บาท	37 (63.8)	21 (36.2)	58 (100.0)	
	10,001 - 15,000 บาท	28 (62.2)	17 (37.8)	45 (100.0)	
	15,001 - 20,000 บาท	13 (68.4)	6 (31.6)	19 (100.0)	
	มากกว่า 20,000 บาท	4 (57.1)	3 (42.9)	7 (100.0)	
	รวม	131 (65.5)	69 (34.5)	200(100.0)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ : ค่า $\chi^2_{(0.05,4)} = 9.5$ และ $\chi^2_{(0.1,4)} = 7.8$

2) โพรโมชันค่าบริการนาทีละ 25 สตางค์

2.1) จำแนกตามอายุ

จากตารางที่ 4.57 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับ โพรโมชันค่าบริการนาทีละ 25 สตางค์ของกลุ่มตัวอย่างในระบบจดทะเบียน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 4.951 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 แสดงว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์กับ โพรโมชันค่าบริการนาทีละ 25 สตางค์

ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับ โพรโมชันค่าบริการนาทีละ 25 สตางค์ของกลุ่มตัวอย่างในระบบเติมเงิน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 7.504 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 แสดงว่า อายุมีความสัมพันธ์กับ โพรโมชันค่าบริการนาทีละ 25 สตางค์ โดยมีผลต่อกลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 93.9

สรุปได้ว่า อายุกับ โพรโมชันค่าบริการนาทีละ 25 สตางค์ ไม่มีความสัมพันธ์กัน ในกลุ่มตัวอย่างของระบบจดทะเบียน แต่อายุกับรายการส่งเสริมการขายในด้าน โพรโมชันค่าบริการนาทีละ 25 สตางค์มีความสัมพันธ์กัน ในกลุ่มตัวอย่างของระบบเติมเงิน

ตารางที่ 4.57 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับ โพรโมชันค่าบริการนาทีละ 25 สตางค์

โทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ	อายุ	โพรโมชันค่าบริการนาทีละ 25 สตางค์		รวม	$\chi^2_{df=3}$ (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
จดทะเบียน	อายุไม่เกิน 20 ปี	10 (100.0)	0	10 (100.0)	4.951 (0.175)
	อายุระหว่าง 21-30 ปี	102 (77.9)	29 (22.1)	131(100.0)	
	อายุระหว่าง 31-40 ปี	32 (69.6)	14 (30.4)	46 (100.0)	
	อายุระหว่าง 41-50 ปี	11 (84.6)	2 (15.4)	13 (100.0)	
	รวม	155 (77.5)	45 (22.5)	200(100.0)	
เติมเงิน	อายุไม่เกิน 20 ปี	31 (93.9)	2 (6.1)	33 (100.0)	7.504 (0.057)
	อายุระหว่าง 21-30 ปี	92 (88.5)	12 (11.5)	104(100.0)	
	อายุระหว่าง 31-40 ปี	43 (91.5)	4 (8.5)	47 (100.0)	
	อายุมากกว่า 40 ปี	11 (68.8)	5 (31.2)	16 (100.0)	
	รวม	177 (88.5)	23 (11.5)	200(100.0)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ : ค่า $\chi^2_{(0.05,3)}=7.8$ และ $\chi^2_{(0.1,3)}=6.3$

2.2) จำแนกตามอาชีพ

จากตารางที่ 4.58 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับโปรโมชันค่าบริการนาที่ละ 25 สตางค์ของกลุ่มตัวอย่างในระบบจดทะเบียน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 7.852 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 อาชีพมีความสัมพันธ์กับโปรโมชันค่าบริการนาที่ละ 25 สตางค์ โดยมีผลต่อกลุ่มอาชีพอื่นๆ เช่น อาจารย์สอนพิเศษ กิจการส่วนตัว และรับจ้างทั่วไป มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 89.5

ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับโปรโมชันค่าบริการนาที่ละ 25 สตางค์ของกลุ่มตัวอย่างในระบบเติมเงิน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 3.266 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 แสดงว่า อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับโปรโมชันค่าบริการนาที่ละ 25 สตางค์

สรุปได้ว่า อาชีพกับโปรโมชันค่าบริการนาที่ละ 25 สตางค์มีความสัมพันธ์กันในกลุ่มตัวอย่างของระบบจดทะเบียน แต่อาชีพกับโปรโมชันค่าบริการนาที่ละ 25 สตางค์ไม่มีความสัมพันธ์กันในกลุ่มตัวอย่างของระบบเติมเงิน

ตารางที่ 4.58 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับโปรโมชันค่าบริการนาที่ละ 25 สตางค์

โทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ	อาชีพ	โปรโมชันค่าบริการนาที่ละ 25 สตางค์		รวม	$\chi^2_{df=3}$ (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
จดทะเบียน	นักเรียน/นักศึกษา	33 (89.2)	4 (10.8)	37 (100.0)	7.852 (0.047)
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	40 (75.5)	13 (24.5)	53 (100.0)	
	พนักงานบริษัทเอกชน	65 (71.4)	26 (28.6)	91 (100.0)	
	อื่นๆ	17 (89.5)	2 (10.5)	19 (100.0)	
	รวม	155 (77.5)	45 (22.5)	200(100.0)	
เติมเงิน	นักเรียน/นักศึกษา	73 (88.0)	10 (12.0)	83 (100.0)	3.266 (0.514)
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	50 (90.9)	5 (9.1)	55 (100.0)	
	พนักงานบริษัทเอกชน	36 (92.3)	3 (7.7)	39 (100.0)	
	อื่นๆ	18 (78.3)	5 (21.7)	23 (100.0)	
	รวม	177 (88.5)	23 (11.5)	200(100.0)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ : ค่า $\chi^2_{(0.05,3)} = 7.8$ และ $\chi^2_{(0.1,3)} = 6.3$

2.3) จำแนกตามรายได้

จากตารางที่ 4.59 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับโปรโมชั่นค่าบริการนาที่ละ 25 สตางค์ของกลุ่มตัวอย่างในระบบจดทะเบียน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 19.194 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า รายได้มีความสัมพันธ์กับโปรโมชั่นค่าบริการนาที่ละ 25 สตางค์ โดยมีผลต่อกลุ่มรายได้ ระหว่าง 5,001-10,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 85.3 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับโปรโมชั่นค่าบริการนาที่ละ 25 สตางค์ของกลุ่มตัวอย่างในระบบเติมเงิน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 8.247 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 แสดงว่า รายได้มีความสัมพันธ์กับโปรโมชั่นค่าบริการนาที่ละ 25 สตางค์ โดยมีผลต่อกลุ่มรายได้ระหว่าง 10,001-15,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 93.3

สรุปได้ว่า รายได้กับโปรโมชั่นค่าบริการนาที่ละ 25 สตางค์มีความสัมพันธ์กันในกลุ่มตัวอย่างของระบบจดทะเบียนและระบบเติมเงิน
 ตารางที่ 4.59 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับโปรโมชั่นค่าบริการนาที่ละ 25 สตางค์

โทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ	รายได้	โปรโมชั่นค่าบริการนาที่ละ 25 สตางค์		รวม	$\chi^2_{df=4}$ (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
จดทะเบียน	ไม่เกิน 5,000 บาท	10 (83.3)	2 (16.7)	12 (100.0)	19.194 (0.008)
	5,001 - 10,000 บาท	58 (85.3)	10 (14.7)	68 (100.0)	
	10,001 - 15,000 บาท	52 (83.9)	10 (16.1)	62 (100.0)	
	15,001 - 20,000 บาท	15 (55.6)	12 (44.4)	27 (100.0)	
	มากกว่า 20,000 บาท	20 (64.5)	11 (35.5)	31 (100.0)	
	รวม	155 (77.5)	45 (22.5)	200(100.0)	
เติมเงิน	ไม่เกิน 5,000 บาท	62 (87.3)	9 (12.7)	71 (100.0)	8.247 (0.071)
	5,001 - 10,000 บาท	51 (87.9)	7 (12.1)	58 (100.0)	
	10,001 - 15,000 บาท	42 (93.3)	3 (6.7)	45 (100.0)	
	15,001 - 20,000 บาท	17 (89.5)	2 (10.5)	19 (100.0)	
	มากกว่า 20,000 บาท	5 (71.4)	2 (28.6)	7 (100.0)	
	รวม	177 (88.5)	23 (11.5)	200(100.0)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ : ค่า $\chi^2_{(0.05,4)} = 9.5$ และ $\chi^2_{(0.1,4)} = 7.8$

3) โพรโมชันหมาจ่าย ส่วนเกินคิดราคาเดียวกันทั่วประเทศ

3.1) จำแนกตามอายุ

จากตารางที่ 4.60 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับโปรโมชันหมาจ่าย ส่วนเกินคิดราคาเดียวกันทั่วประเทศของกลุ่มตัวอย่างในระบบจดทะเบียน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 4.218 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 แสดงว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์กับโปรโมชันหมาจ่าย ส่วนเกินคิดราคาเดียวกันทั่วประเทศ ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับโปรโมชันหมาจ่าย ส่วนเกินคิดราคาเดียวกันทั่วประเทศของกลุ่มตัวอย่างในระบบเดิมเงิน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 4.559 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 แสดงว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์กับโปรโมชันหมาจ่าย ส่วนเกินคิดราคาเดียวกันทั่วประเทศ สรุปได้ว่า อายุกับรายการส่งเสริมการขายในด้านโปรโมชันหมาจ่าย ส่วนเกินคิดราคาเดียวกันทั่วประเทศไม่มีความสัมพันธ์กัน ทั้งในกลุ่มตัวอย่างของระบบจดทะเบียนและระบบเดิมเงิน

ตารางที่ 4.60 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับโปรโมชันหมาจ่าย ส่วนเกินคิดราคาเดียวกันทั่วประเทศ

โทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ	อายุ	โปรโมชันหมาจ่าย ส่วนเกินคิดราคาเดียวกันทั่วประเทศ		รวม	$\chi^2_{df=3}$ (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
จดทะเบียน	อายุไม่เกิน 20 ปี	10 (100.0)	0	10 (100.0)	4.218 (0.239)
	อายุระหว่าง 21-30 ปี	96 (73.3)	35 (26.7)	131(100.0)	
	อายุระหว่าง 31-40 ปี	35 (76.1)	11 (23.9)	46 (100.0)	
	อายุระหว่าง 41-50 ปี	11 (84.6)	2 (15.4)	13 (100.0)	
	รวม	152 (76.0)	48 (24.0)	200(100.0)	
เดิมเงิน	อายุไม่เกิน 20 ปี	13 (39.4)	20 (60.6)	33 (100.0)	4.559 (0.207)
	อายุระหว่าง 21-30 ปี	62 (59.6)	42 (40.4)	104(100.0)	
	อายุระหว่าง 31-40 ปี	27 (57.4)	20 (42.6)	47 (100.0)	
	อายุมากกว่า 40 ปี	10 (62.5)	6 (37.5)	16 (100.0)	
	รวม	112 (56.0)	88 (44.0)	200(100.0)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ : ค่า $\chi^2_{(0.05,3)}=7.8$ และ $\chi^2_{(0.1,3)}=6.3$

3.2) จำแนกตามอาชีพ

จากตารางที่ 4.61 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับโปรโมชันหมาง่าย ส่วนเกินคิดราคาเดียวกันทั่วประเทศของกลุ่มตัวอย่างในระบบจดทะเบียน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 9.361 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าอาชีพมีความสัมพันธ์กับโปรโมชันหมาง่าย ส่วนเกินคิดราคาเดียวกันทั่วประเทศ โดยมีผลต่อกลุ่มอาชีพอื่นๆ เช่น อาจารย์สอนพิเศษ กิจการส่วนตัว และรับจ้างทั่วไป มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 89.5 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับโปรโมชันหมาง่าย ส่วนเกินคิดราคาเดียวกันทั่วประเทศของกลุ่มตัวอย่างในระบบเติมเงิน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 6.047 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 แสดงว่า อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับโปรโมชันหมาง่าย ส่วนเกินคิดราคาเดียวกันทั่วประเทศ

สรุปได้ว่า อาชีพกับโปรโมชันหมาง่าย ส่วนเกินคิดราคาเดียวกันทั่วประเทศมีความสัมพันธ์กัน ในกลุ่มตัวอย่างของระบบจดทะเบียน แต่อาชีพกับโปรโมชันหมาง่าย ส่วนเกินคิดราคาเดียวกันทั่วประเทศไม่มีความสัมพันธ์กัน ในกลุ่มตัวอย่างของระบบเติมเงิน

ตารางที่ 4.61 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับโปรโมชันหมาง่าย ส่วนเกินคิดราคาเดียวกันทั่วประเทศ

โทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ	อาชีพ	โปรโมชันหมาง่าย ส่วนเกินคิดราคาเดียวกันทั่วประเทศ		รวม	$\chi^2_{df=3}$ (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
จดทะเบียน	นักเรียน/นักศึกษา	29 (78.4)	8 (21.6)	37 (100.0)	9.361 (0.032)
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	45 (84.9)	8 (15.1)	53 (100.0)	
	พนักงานบริษัทเอกชน	61 (67.0)	30 (33.0)	91 (100.0)	
	อื่นๆ	17 (89.5)	2 (10.5)	19 (100.0)	
	รวม	152 (76.0)	48 (24.0)	200(100.0)	
เติมเงิน	นักเรียน/นักศึกษา	41 (49.4)	42 (50.6)	83 (100.0)	6.047 (0.196)
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	29 (52.7)	26 (47.3)	55 (100.0)	
	พนักงานบริษัทเอกชน	28 (71.8)	11 (28.2)	39 (100.0)	
	อื่นๆ	14 (60.9)	9 (39.1)	23 (100.0)	
	รวม	112 (56.0)	88 (44.0)	200(100.0)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ : ค่า $\chi^2_{(0.05,3)} = 7.8$ และ $\chi^2_{(0.1,3)} = 6.3$

3.3) จำแนกตามรายได้

จากตารางที่ 4.62 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับโปรโมชันเหมาะสม ส่วนเกินคิดราคาเดียวกันทั่วประเทศของกลุ่มตัวอย่างในระบบจดทะเบียน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 38.635 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า รายได้มีความสัมพันธ์กับโปรโมชันเหมาะสม ส่วนเกินคิดราคาเดียวกันทั่วประเทศ โดยมีผลต่อกลุ่มรายได้ระหว่าง 5,001-10,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 89.7

ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับโปรโมชันเหมาะสม ส่วนเกินคิดราคาเดียวกันทั่วประเทศของกลุ่มตัวอย่างในระบบเดบิตเงิน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 5.759 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 แสดงว่า รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับโปรโมชันเหมาะสม ส่วนเกินคิดราคาเดียวกันทั่วประเทศ

สรุปได้ว่ารายได้กับโปรโมชันเหมาะสมส่วนเกินคิดราคาเดียวกันทั่วประเทศมีความสัมพันธ์กัน ในกลุ่มตัวอย่างของระบบจดทะเบียน แต่รายได้กับโปรโมชันเหมาะสมส่วนเกินคิดราคาเดียวกันทั่วประเทศไม่มีความสัมพันธ์กัน ในกลุ่มตัวอย่างของระบบเดบิตเงิน

ตารางที่ 4.62 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับโปรโมชั่นที่เหมาะสม ส่วนเกินคิดราคาเดียวกันทั่วประเทศ

โทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ	รายได้	โปรโมชั่นที่เหมาะสม		รวม	$\chi^2_{df=4}$ (Sig.)
		ส่วนเกินคิดราคาเดียวกันทั่วประเทศ			
		มีผล	ไม่มีผล		
จดทะเบียน	ไม่เกิน 5,000 บาท	10 (83.3)	2 (16.7)	12 (100.0)	38.635 (0.000)
	5,001 - 10,000 บาท	61 (89.7)	7 (10.3)	68 (100.0)	
	10,001 - 15,000 บาท	53 (85.5)	9 (14.5)	62 (100.0)	
	15,001 - 20,000 บาท	16 (59.3)	11 (40.7)	27 (100.0)	
	มากกว่า 20,000 บาท	12 (38.7)	19 (61.3)	31 (100.0)	
	รวม	152 (76.0)	48 (24.0)	200(100.0)	
เติมเงิน	ไม่เกิน 5,000 บาท	35 (49.3)	36 (50.7)	71 (100.0)	5.759 (0.568)
	5,001 - 10,000 บาท	35 (60.3)	23 (39.7)	58 (100.0)	
	10,001 - 15,000 บาท	24 (53.3)	21 (46.7)	45 (100.0)	
	15,001 - 20,000 บาท	14 (73.7)	5 (26.3)	19 (100.0)	
	มากกว่า 20,000 บาท	4 (57.1)	3 (42.9)	7 (100.0)	
	รวม	112 (56.0)	88 (44.0)	200(100.0)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ : ค่า $\chi^2_{(0.05,4)} = 9.5$ และ $\chi^2_{(0.1,4)} = 7.8$

4.3.5 ปัจจัยด้านบริการหลังการขาย

1) บริการหลังการขายที่มีบัตรส่วนลดร้านค้าต่างๆ

1.1) จำแนกตามกลุ่มอายุ

จากตารางที่ 4.63 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับบริการหลังการขายที่มีบัตรส่วนลดร้านค้าต่างๆของกลุ่มตัวอย่างในระบบจดทะเบียน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 3.470 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 แสดงว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์กับบริการหลังการขายที่มีบัตรส่วนลดร้านค้าต่างๆ

เนื่องจากไม่สามารถคำนวณค่า χ^2 ของกลุ่มตัวอย่างในระบบเดิมเงินได้ เพราะบริการหลังการขายที่มีบัตรส่วนลดร้านค้าต่างๆ ใช้ทดสอบเฉพาะกลุ่มตัวอย่างจดทะเบียน

ตารางที่ 4.63 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับบริการหลังการขายที่มีบัตรส่วนลดร้านค้าต่างๆ

โทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ	อายุ	บัตรส่วนลดร้านค้าต่างๆ		รวม	$\chi^2_{df=3}$ (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
จดทะเบียน	อายุไม่เกิน 20 ปี	3 (30.0)	7 (70.0)	10 (100.0)	3.470 (0.325)
	อายุระหว่าง 21-30 ปี	75 (57.3)	56 (42.7)	131(100.0)	
	อายุระหว่าง 31-40 ปี	23 (50.0)	23 (50.0)	46 (100.0)	
	อายุระหว่าง 41-50 ปี	6 (46.2)	7 (53.8)	13 (100.0)	
	รวม	107 (53.5)	93 (46.5)	200(100.0)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ : ค่า $\chi^2_{(0.05,3)}=7.8$ และ $\chi^2_{(0.1,3)}=6.3$

1.2) จำแนกตามอาชีพ

จากตารางที่ 4.64 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับบริการหลังการขายที่มีบัตรส่วนลดร้านค้าต่างๆของกลุ่มตัวอย่างในระบบจดทะเบียน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 4.070 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 แสดงว่า อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับบริการหลังการขายที่มีบัตรส่วนลดร้านค้าต่างๆ

เนื่องจากไม่สามารถคำนวณค่า χ^2 ของกลุ่มตัวอย่างในระบบเติมเงินได้ เพราะบริการหลังการขายที่มีบัตรส่วนลดร้านค้าต่างๆ ใช้ทดสอบเฉพาะกลุ่มตัวอย่างจดทะเบียน

ตารางที่ 4.64 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับบริการหลังการขายที่มีบัตรส่วนลดร้านค้าต่างๆ

โทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ	อาชีพ	บัตรส่วนลดร้านค้าต่างๆ		รวม	$\chi^2_{df=3}$ (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
จดทะเบียน	นักเรียน/นักศึกษา	15 (40.5)	22 (59.5)	37 (100.0)	4.070 (0.397)
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	27 (50.9)	26 (49.1)	53 (100.0)	
	พนักงานบริษัทเอกชน	54 (59.3)	37 (40.7)	91 (100.0)	
	อื่นๆ	11 (57.9)	8 (42.1)	19 (100.0)	
	รวม	107 (53.5)	93 (46.5)	200(100.0)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ : ค่า $\chi^2_{(0.05,3)} = 7.8$ และ $\chi^2_{(0.1,3)} = 6.3$

1.3) จำแนกตามรายได้

จากตารางที่ 4.65 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับบริการหลังการขายที่มีบัตรส่วนลดร้านค้าต่างๆของกลุ่มตัวอย่างในระบบจดทะเบียน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 19.110 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า รายได้มีความสัมพันธ์กับบริการหลังการขายที่มีบัตรส่วนลดร้านค้าต่าง ๆ โดยมีผลต่อกลุ่มรายได้ระหว่าง 10,001-15,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 64.5

เนื่องจากไม่สามารถคำนวณค่า χ^2 ของกลุ่มตัวอย่างในระบบเติมเงินได้ เพราะบริการหลังการขายที่มีบัตรส่วนลดร้านค้าต่างๆ ใช้ทดสอบเฉพาะกลุ่มตัวอย่างจดทะเบียน

ตารางที่ 4.65 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับบริการหลังการขายที่มีบัตรส่วนลดร้านค้าต่างๆ

โทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ	รายได้	บัตรส่วนลดร้านค้าต่างๆ		รวม	$\chi^2_{df=4}$ (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
จดทะเบียน	ไม่เกิน 5,000 บาท	4 (33.3)	8 (66.7)	12 (100.0)	19.110 (0.008)
	5,001 - 10,000 บาท	30 (44.1)	38 (55.9)	68 (100.0)	
	10,001 - 15,000 บาท	40 (64.5)	22 (35.5)	62 (100.0)	
	15,001 - 20,000 บาท	16 (59.3)	11 (40.7)	27 (100.0)	
	มากกว่า 20,000 บาท	17 (54.8)	14 (45.2)	31 (100.0)	
	รวม	107 (53.5)	93 (46.5)	200(100.0)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ : ค่า $\chi^2_{(0.05,4)} = 9.5$ และ $\chi^2_{(0.1,4)} = 7.8$

2) บริการหลังการขายที่มีการจัดกิจกรรมให้ร่วมสนุกเพื่อรับของรางวัล

2.1) จำแนกตามอายุ

จากตารางที่ 4.66 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับบริการหลังการขายในด้านจัดกิจกรรมให้ร่วมสนุกของกลุ่มตัวอย่างในระบบจดทะเบียน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 4.940 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 แสดงว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์กับบริการหลังการขายที่มีการจัดกิจกรรมให้ร่วมสนุกเพื่อรับของรางวัล

ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับบริการหลังการขายที่มีการจัดกิจกรรมให้ร่วมสนุกของกลุ่มตัวอย่างในระบบเติมเงิน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 7.043 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 แสดงว่า อายุมีความสัมพันธ์กับบริการหลังการขายที่มีการจัดกิจกรรมให้ร่วมสนุกเพื่อรับของรางวัล โดยมีผลต่อกลุ่มอายุระหว่าง 21-30 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.4

สรุปได้ว่า อายุกับบริการหลังการขายที่มีการจัดกิจกรรมให้ร่วมสนุกเพื่อรับของรางวัลไม่มีความสัมพันธ์กัน ในกลุ่มตัวอย่างของระบบจดทะเบียน แต่อายุกับบริการหลังการขายที่มีการจัดกิจกรรมให้ร่วมสนุกเพื่อรับของรางวัลมีความสัมพันธ์กัน ในกลุ่มตัวอย่างของระบบเติมเงิน

ตารางที่ 4.66 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับบริการหลังการขายที่มีการจัดกิจกรรมให้ร่วม
สนุกเพื่อรับของรางวัล

โทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่ในระบบ	อายุ	จัดกิจกรรมให้ร่วมสนุกรับ ของรางวัล		รวม	$\chi^2_{df=3}$ (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
จดทะเบียน	อายุไม่เกิน 20 ปี	5 (50.0)	5 (50.0)	10 (100.0)	4.940 (0.176)
	อายุระหว่าง 21-30 ปี	69 (52.7)	62 (47.3)	131(100.0)	
	อายุระหว่าง 31-40 ปี	17 (37.0)	29 (63.0)	46 (100.0)	
	อายุระหว่าง 41-50 ปี	4 (30.8)	29 (69.2)	13 (100.0)	
	รวม	95 (47.5)	105 (52.5)	200(100.0)	
เติมเงิน	อายุไม่เกิน 20 ปี	13 (39.4)	20 (60.6)	33 (100.0)	7.043 (0.071)
	อายุระหว่าง 21-30 ปี	42 (40.4)	62 (59.6)	104(100.0)	
	อายุระหว่าง 31-40 ปี	12 (25.5)	35 (74.5)	47 (100.0)	
	อายุมากกว่า 40 ปี	2 (12.5)	14 (87.5)	16 (100.0)	
	รวม	69 (34.5)	131 (65.5)	200(100.0)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ : ค่า $\chi^2_{(0.05,3)}=7.8$ และ $\chi^2_{(0.1,3)}=6.3$

2.2) จำแนกตามอาชีพ

จากตารางที่ 4.67 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับบริการหลังการขายที่มีการจัดกิจกรรมให้ร่วมสนุกเพื่อรับของรางวัลของรางวัลของกลุ่มตัวอย่างในระบบจดทะเบียน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 1.536 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 แสดงว่า อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับบริการหลังการขายที่มีการจัดกิจกรรมให้ร่วมสนุกเพื่อรับของรางวัล

ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับบริการหลังการขายที่มีการจัดกิจกรรมให้ร่วมสนุกเพื่อรับของรางวัลของกลุ่มตัวอย่างในระบบเติมเงิน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 4.325 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 แสดงว่า อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับบริการหลังการขายที่มีการจัดกิจกรรมให้ร่วมสนุกเพื่อรับของรางวัล

สรุปได้ว่า อาชีพกับบริการหลังการขายที่มีการจัดกิจกรรมให้ร่วมสนุกเพื่อรับของรางวัล ไม่มีความสัมพันธ์กัน ทั้งในกลุ่มตัวอย่างของระบบจดทะเบียนและระบบเติมเงิน

ตารางที่ 4.67 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับบริการหลังการขายที่มีการจัดกิจกรรมให้ร่วมสนุกเพื่อรับของรางวัล

โทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ	อาชีพ	จัดกิจกรรมให้ร่วมสนุกรับของรางวัล		รวม	$\chi^2_{df=3}$ (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
จดทะเบียน	นักเรียน/นักศึกษา	18 (48.6)	19 (51.4)	37 (100.0)	1.536 (0.820)
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	27 (50.9)	26 (49.1)	53 (100.0)	
	พนักงานบริษัทเอกชน	43 (47.3)	48 (52.7)	91 (100.0)	
	อื่นๆ	7 (36.8)	12 (63.2)	19 (100.0)	
	รวม	95 (47.5)	105(52.5)	200(100.0)	
เติมเงิน	นักเรียน/นักศึกษา	31 (37.3)	52 (62.7)	83 (100.0)	4.325 (0.364)
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	14 (25.5)	41 (74.5)	55 (100.0)	
	พนักงานบริษัทเอกชน	17 (43.6)	22 (56.4)	39 (100.0)	
	อื่นๆ	7 (30.4)	16 (69.6)	23 (100.0)	
	รวม	69 (34.5)	131(65.5)	200(100.0)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ : ค่า $\chi^2_{(0.05,3)} = 7.8$ และ $\chi^2_{(0.1,3)} = 6.3$

2.3) จำแนกตามรายได้

จากตารางที่ 4.68 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับบริการหลังการขายที่มีการจัดกิจกรรมให้ร่วมสนุกเพื่อรับของรางวัลของกลุ่มตัวอย่างในระบบจดทะเบียน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 13.412 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า รายได้มีความสัมพันธ์กับบริการหลังการขายที่มีการจัดกิจกรรมให้ร่วมสนุกเพื่อรับของรางวัล โดยมีผลต่อกลุ่มรายได้มากกว่า 20,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 61.3

ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับบริการหลังการขายที่มีการจัดกิจกรรมให้ร่วมสนุกเพื่อรับของรางวัลของกลุ่มตัวอย่างในระบบเติมเงิน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 7.007 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 แสดงว่า รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับบริการหลังการขายที่มีการจัดกิจกรรมให้ร่วมสนุกเพื่อรับของรางวัล

สรุปได้ว่า รายได้กับบริการหลังการขายที่มีการจัดกิจกรรมให้ร่วมสนุกเพื่อรับของรางวัลมีความสัมพันธ์กัน ในกลุ่มตัวอย่างของระบบจดทะเบียน แต่รายได้กับบริการหลังการขายที่มีการจัดกิจกรรมให้ร่วมสนุกเพื่อรับของรางวัลไม่มีความสัมพันธ์กัน ในกลุ่มตัวอย่างของระบบเติมเงิน

4.3.6 สรุปปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่

จากตารางที่ 4.69 สรุปผลการศึกษารวมความสัมพันธ์ระหว่าง อายุ อาชีพ รายได้ และปัจจัยด้านอัตราค่าบริการ ปัจจัยด้านสื่อโฆษณา ปัจจัยด้านความสะดวกในการใช้บริการ ปัจจัยด้านโปรโมชั่น และปัจจัยด้านบริการหลังการขาย ที่มีผลต่อกลุ่มตัวอย่างในระบบจดทะเบียนและระบบเติมเงิน

ตารางที่ 4.68 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับบริการหลังการขายที่มีการจัดกิจกรรมให้ร่วม
สนุกเพื่อรับของรางวัล

โทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่อยู่ในระบบ	รายได้	จัดกิจกรรมให้ร่วมสนุกรับ ของรางวัล		รวม	$\chi^2_{df=4}$ (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล		
จดทะเบียน	ไม่เกิน 5,000 บาท	2 (16.7)	10 (83.3)	12 (100.0)	13.412 (0.025)
	5,001 - 10,000 บาท	28 (41.2)	40 (58.8)	68 (100.0)	
	10,001 - 15,000 บาท	36 (58.1)	26 (41.9)	62 (100.0)	
	15,001 - 20,000 บาท	10 (37.0)	17 (63.0)	27 (100.0)	
	มากกว่า 20,000 บาท	19 (61.3)	12 (38.7)	31 (100.0)	
	รวม	95 (47.5)	105 (52.5)	200(100.0)	
เติมเงิน	ไม่เกิน 5,000 บาท	25 (35.2)	46 (64.8)	71 (100.0)	7.007 (0.428)
	5,001 - 10,000 บาท	24 (41.4)	34 (58.6)	58 (100.0)	
	10,001 - 15,000 บาท	15 (33.3)	30 (66.7)	45 (100.0)	
	15,001 - 20,000 บาท	5 (26.3)	17 (73.7)	19 (100.0)	
	มากกว่า 20,000 บาท	0	7 (100.0)	7 (100.0)	
	รวม	69 (34.5)	131 (65.5)	200(100.0)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ : ค่า $\chi^2_{(0.05,4)} = 9.5$ และ $\chi^2_{(0.1,4)} = 7.8$

ตารางที่ 4.69 สรุปผลการศึกษาด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการในแต่ละระบบ

ปัจจัยด้านต่างๆ	อายุ		อาชีพ		รายได้	
	จุด ทะเบียน	เติมเงิน	จุด ทะเบียน	เติมเงิน	จุด ทะเบียน	เติมเงิน
1.อัตราค่าบริการ						
1.1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตรา ค่าบริการที่ถูกกว่าระบบอื่น	ไม่มีผล	ไม่มีผล	มีผล	ไม่มีผล	มีผล	ไม่มีผล
1.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตรา ค่าบริการที่คิดเป็นวินาที	ไม่มีผล	ไม่มีผล	ไม่มีผล	ไม่มีผล	มีผล	มีผล
1.3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตรา ค่าบริการในราคาเดียวกัน	ไม่มีผล	ไม่มีผล	ไม่มีผล	มีผล	มีผล	ไม่มีผล
1.4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตรา ค่าบริการที่คิดตามจริง พร้อม ส่วนลด	ไม่มีผล	มีผล	มีผล	ไม่มีผล	มีผล	มีผล
2.สื่อโฆษณา						
2.1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อ ทางด้านโทรทัศน์	มีผล	ไม่มีผล	มีผล	มีผล	ไม่มีผล	มีผล
2.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อ ทางด้านวิทยุ	ไม่มีผล	ไม่มีผล	ไม่มีผล	ไม่มีผล	ไม่มีผล	ไม่มีผล
2.3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อ ทางด้านหนังสือพิมพ์	ไม่มีผล	ไม่มีผล	มีผล	ไม่มีผล	มีผล	มีผล
2.4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อ ทางด้านป้ายผ้าโฆษณา	มีผล	ไม่มีผล	ไม่มีผล	มีผล	มีผล	มีผล
2.5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อ ทางด้าน Internet	มีผล	มีผล	ไม่มีผล	มีผล	มีผล	มีผล
2.6 ความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อ ทางด้านเพื่อน	ไม่มีผล	ไม่มีผล	มีผล	ไม่มีผล	มีผล	มีผล

ปัจจัยด้านต่างๆ	อายุ		อาชีพ		รายได้	
	จด ทะเบียน	เติมเงิน	จด ทะเบียน	เติมเงิน	จด ทะเบียน	เติมเงิน
3.ความสะดวกในการใช้บริการ						
3.1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสะดวกที่สามารถโทรก่อนจ่ายที่หลัง	ไม่มีผล	ไม่มีผล	มีผล	ไม่มีผล	มีผล	ไม่มีผล
3.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสะดวกที่มีใบแจ้งรายละเอียดการใช้บริการประจำเดือน	ไม่มีผล	ไม่มีผล	มีผล	ไม่มีผล	มีผล	ไม่มีผล
3.3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสะดวกที่สามารถกำหนดหรือควบคุมค่าใช้จ่ายบริการเองได้	ไม่มีผล	ไม่มีผล	ไม่มีผล	มีผล	มีผล	มีผล
4.โปรโมชั่น						
4.1 โปรโมชั่นโทรศัพท์ไม่จำกัดจำนวนตามเวลาที่กำหนด	ไม่มีผล	ไม่มีผล	มีผล	ไม่มีผล	มีผล	ไม่มีผล
4.2 โปรโมชั่นค่าบริการนาทีละ 25 สตางค์	ไม่มีผล	มีผล	มีผล	ไม่มีผล	มีผล	มีผล
4.3 โปรโมชั่นเหมาจ่าย ส่วนเกินคิดราคาเดียวกันทั่วประเทศ	ไม่มีผล	ไม่มีผล	มีผล	ไม่มีผล	มีผล	ไม่มีผล
5.บริการหลังการขาย						
5.1 มีบัตรส่วนลดร้านค้าต่างๆ	ไม่มีผล	ไม่มีผล	ไม่มีผล	ไม่มีผล	มีผล	ไม่มีผล
5.2 มีการจัดกิจกรรมให้ร่วมสนุกเพื่อรับของรางวัล	ไม่มีผล	มีผล	ไม่มีผล	ไม่มีผล	มีผล	ไม่มีผล

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

All rights reserved