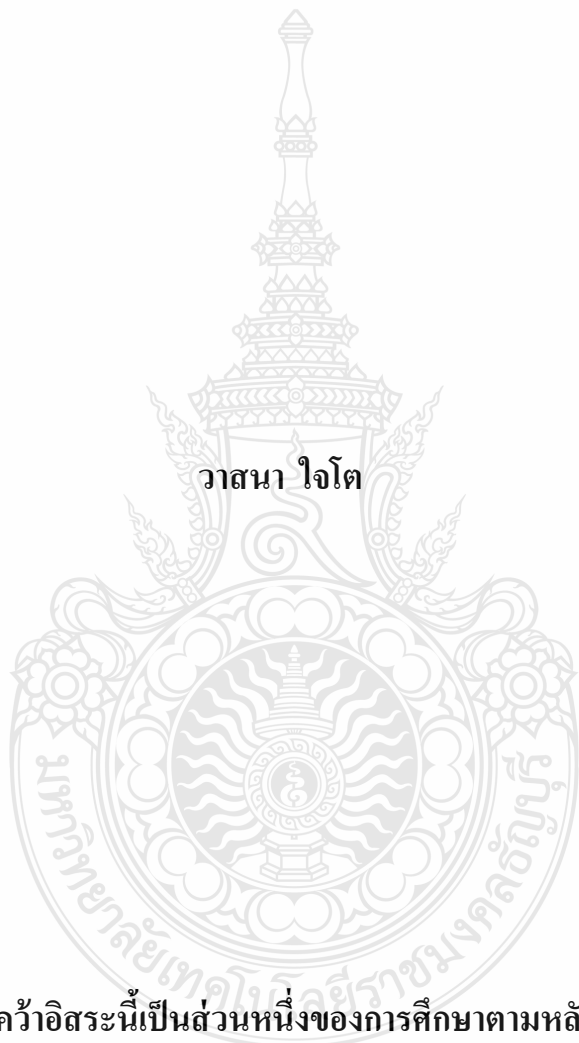


ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G

FACTORS AFFECTING THE CHOICE OF 3G MOBILE PHONES



วาสนา ใจโต

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการทั่วไป

คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ปีการศึกษา 2554

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G



การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการทั่วไป

คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ปีการศึกษา 2554

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G

Factors Affecting the Choice of 3G Mobile Phones

ชื่อ - นามสกุล

นางสาววาสนา ใจโต

วิชาเอก

การจัดการทั่วไป

อาจารย์ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์อภิรดา สุทธิสานนท์

ปีการศึกษา

2554

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ

..... ประธานกรรมการ

(ดร.ธีรวัฒน์ ไพบูลย์กุลกร)

..... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุภาพร ทินประภา)

..... กรรมการ

(รองศาสตราจารย์อภิรดา สุทธิสานนท์)

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี อนุมัติการค้นคว้าอิสระฉบับนี้
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

..... คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ชนงกรณ์ กุณฑลบุตร)

วันที่ 18 เดือน มีนาคม พ.ศ. 2555

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G
ชื่อ-นามสกุล	นางสาววาสนา ใจโต
วิชาเอก	การจัดการทั่วไป
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์อภิรดา สุทธิสานนท์
ปีการศึกษา	2554

บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร เขตชั้นใน เขตพญาไท เขตดุสิต เขตชั้นนอก เขตหลักสี่ เขตบางขุนเทียน ที่ใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลทางสถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแตกต่างกับกลุ่มตัวแปร 2 กลุ่ม ใช้ Independent Sample t-test การทดสอบความแปรปรวนทางเดียวกับกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม ใช้ ANOVA ในกรณีที่พบว่ามี ความแตกต่าง จะใช้การทดสอบรายคู่โดยวิธี Least Significant Difference (LSD)

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้เลือกใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 24-31 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีรายได้ 10,000 - 20,000 บาท ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ด้านที่อยู่ปัจจุบัน อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ที่มีความแตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G แตกต่างกัน และปัจจัยทางด้านการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี โทรศัพท์เคลื่อนที่ เครือข่าย เอไอเอส ดีแทค และทรูมูฟ ด้านการรับรู้ ด้านทดลอง และด้านการยอมรับที่มีความแตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

Independent Study Title	Factors Affecting the Choice of 3G Mobile Phones
Name-Surname	Miss Wassana Jaito
Major Subject	General Management
Independent Study Advisor	Associate Professor Apirada Suthisanonth
Academic Year	2011

ABSTRACT

The purpose of the study was to investigate the factors that affected the choice on 3G mobile phones. The sample of the study consisted of 400 Bangkok inhabitants who used 3G mobile phones in the inner districts of Bangkok, ie. Phayathai and Dusit, as well as the outer districts namely Laksi and Bang Khun Thian. The questionnaire were used as the data collection tool. The data were analyzed applying Percentage, Mean, Standard Deviation, Independent Sample t-test, One-Way ANOVA and Least Significant Difference (LSD).

The results of study indicated that the majority of the respondents were female, between 24-31 years old, graduated with Bachelor's degree, had a monthly income of 10,000-20,000 Baht. Different income caused differences on the choice of 3G mobile phones, and different factors in the aspects of innovation and technology acceptance of mobile phones of AIS, DTAC and True Moves networks, awareness, trial and recognition had differences on the choice of 3G mobile phones at 0.05 level of significance.

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี โดยได้รับความอนุเคราะห์และความกรุณาของ รองศาสตราจารย์อภิรดา สุทธิสถานนท์ อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุภาพร ทินประภากร กรรมการ ที่ได้กรุณาเสียสละเวลาเพื่อให้คำปรึกษาชี้แนะแนวทางและตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ และแสดงความห่วงใยมาโดยตลอดในการจัดทำ การค้นคว้าอิสระ จนการค้นคว้าอิสระเล่มนี้เสร็จสมบูรณ์ ผู้ศึกษาจึงขอกราบขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอขอบพระคุณ ดร.ธีรวัฒน์ ไพบูลย์กุลกร ประธานกรรมการที่ปรึกษา ซึ่งได้สละเวลาเป็นประธานในการสอบ พร้อมทั้งชี้แนะข้อบกพร่องในการทำวิจัยเป็นอย่างดี ให้ความความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอกราบขอขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ และทุกคนในครอบครัว ที่ช่วยสนับสนุนในการศึกษา ระดับปริญญาโท และเป็นกำลังใจ ตลอดให้ความห่วงใย ในการทำค้นคว้าอิสระครั้งนี้ ขอขอบคุณเพื่อน ๆ 49145 CNM เพื่อน ๆ MGY 53 น้องคณะวิศวกรรมศาสตร์ และผู้ที่เกี่ยวข้องทุกท่าน ที่เป็นส่วนหนึ่งให้การสนับสนุนช่วยเหลือและเป็นกำลังใจที่ดีเสมอมา ซึ่งบุคคลที่กล่าวมานี้ ทำให้ผู้ศึกษาสามารถทำวิจัยฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี

คุณประโยชน์และความดีจากงานค้นคว้าอิสระฉบับนี้ ผู้ศึกษาขอมอบน้อมบูชาคุณบิดามารดา ครูบาอาจารย์ทุกท่านที่ได้อบรมสั่งสอน ชี้แนะแนวทางที่ดีและมีคุณค่าตลอดมาจนสำเร็จการศึกษา

วาสนา ใจโต

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ฐ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย.....	2
1.3 สมมติฐานการวิจัย.....	2
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	3
1.5 คำจำกัดความในการวิจัย.....	3
1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	4
1.7 ประโยชน์คาดว่าจะได้รับ.....	5
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
2.1 เทคโนโลยี 3G.....	6
2.2 ข้อมูลของเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่.....	15
2.3 ทฤษฎีการยอมรับนวัตกรรม.....	21
2.4 ปัจจัยที่มีผลต่อความเร็วในการใช้การงาน Hi-speed Internet.....	24
2.5 แนวคิดส่วนประสมการตลาดของการให้บริการ.....	26
2.6 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องกับการให้บริการ.....	29
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	36
3 วิธีการดำเนินงานวิจัย.....	39
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	39
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	40

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3.3 การรวบรวมข้อมูล.....	42
3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล.....	42
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	44
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	44
5 สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	105
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	105
5.2 การอภิปรายผลการวิจัย.....	106
5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย.....	109
5.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอนาคต.....	109
บรรณานุกรม.....	110
ภาคผนวก.....	112
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม.....	113
ภาคผนวก ข ผลทางสถิติ.....	118
ประวัติผู้เขียน.....	207

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
4.1	แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์จำแนกตามเพศ.....	45
4.2	แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์จำแนกตามอายุ.....	45
4.3	แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์จำแนกตามระดับการศึกษา.....	46
4.4	แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์จำแนกตามรายได้..	46
4.5	แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ปัจจัยทางด้านการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่ เครื่องข่าย เอไอเอส ดีแทค และ ทรูมูฟ จำแนกตามการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเทคโนโลยี 3G	47
4.6	แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ปัจจัยทางด้านการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่ เครื่องข่าย เอไอเอส ดีแทค และ ทรูมูฟ จำแนกตามความสนใจที่จะหารายละเอียดเกี่ยวกับวิทยาการใหม่ข้อมูลเทคโนโลยี 3G.....	48
4.7	แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ปัจจัยทางด้านการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่ เครื่องข่าย เอไอเอส ดีแทค และ ทรูมูฟจำแนกตามเทคโนโลยี 3G ที่ให้ประโยชน์และคุ้มค่าแก่การใช้งานมากที่สุด.....	48
4.8	แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ปัจจัยทางด้านการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่ เครื่องข่าย เอไอเอส ดีแทค และ ทรูมูฟ จำแนกตามการมีโอกาสทดลองเลือกใช้เทคโนโลยี 3G.....	49
4.9	แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ปัจจัยทางด้านการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่ เครื่องข่าย เอไอเอส ดีแทค และ ทรูมูฟ จำแนกตามเทคโนโลยี 3G เครื่องข่ายใดได้รับการยอมรับมากที่สุด.....	49
4.10	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ เครื่องข่าย 3G ด้าน คุณค่าที่จะได้รับ.....	50
4.11	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ เครื่องข่าย 3G ด้าน ราคา.....	51

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.12	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ เครือข่าย 3G ด้านความสะดวก.....	52
4.13	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ เครือข่าย 3G ด้านการติดต่อสื่อสาร.....	53
4.14	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ เครือข่าย 3G ด้านการเอาใจใส่ดูแล.....	54
4.15	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ เครือข่าย 3G ด้านการตอบสนองความต้องการ.....	55
4.16	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ เครือข่าย 3G ด้านความสบาย.....	56
4.17	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ เครือข่าย 3G จำแนกตามเพศ.....	57
4.18	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ เครือข่าย 3G จำแนกตามที่อยู่ปัจจุบัน.....	58
4.19	แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ เครือข่าย 3G ด้านคุณค่าที่ได้รับ จำแนกตามที่อยู่ปัจจุบัน.....	60
4.20	แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ เครือข่าย 3G ด้านราคา จำแนกตามที่อยู่ปัจจุบัน.....	61
4.21	แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ เครือข่าย 3G ด้านความสะดวก จำแนกตามที่อยู่ปัจจุบัน.....	62
4.22	แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ เครือข่าย 3G ด้านการติดต่อสื่อสาร จำแนกตามที่อยู่ปัจจุบัน.....	63
4.23	แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ เครือข่าย 3G ด้านการเอาใจใส่ดูแล จำแนกตามที่อยู่ปัจจุบัน.....	64

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.24	แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ เครือข่าย 3G ด้านการตอบสนองความต้องการ จำแนกตามที่อยู่ปัจจุบัน.....	65
4.25	แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ เครือข่าย 3G ด้านความสบาย จำแนกตามที่อยู่ปัจจุบัน.....	66
4.26	แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ เครือข่าย 3G ด้านภาพรวม จำแนกตามที่อยู่ปัจจุบัน.....	67
4.27	แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ เครือข่าย 3G จำแนกตามอายุ.....	68
4.28	แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ เครือข่าย 3G ด้านราคา จำแนกตามอายุ.....	70
4.29	แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ เครือข่าย 3G ด้านความสะดวก จำแนกตามอายุ.....	71
4.30	แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ เครือข่าย 3G ด้านการติดต่อสื่อสาร จำแนกตามอายุ.....	72
4.31	แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ เครือข่าย 3G ด้านการเอาใจใส่ดูแล จำแนกตามอายุ.....	73
4.32	แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ เครือข่าย 3G ด้านการตอบสนองความต้องการ จำแนกตามอายุ.....	74
4.33	แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ เครือข่าย 3G ด้านการความสบาย จำแนกตามอายุ.....	75
4.34	แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ เครือข่าย 3G ด้านภาพรวม จำแนกตามอายุ.....	76
4.35	แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ เครือข่าย 3G จำแนกตามระดับการศึกษา.....	77

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.36	แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ เครือข่าย 3G ด้านคุณค่าที่ได้รับ จำแนกตามระดับการศึกษา.....	79
4.37	แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ เครือข่าย 3G ด้านการติดต่อสื่อสาร จำแนกตามระดับการศึกษา.....	80
4.38	แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ เครือข่าย 3G ด้านการเอาใจใส่ดูแล จำแนกตามระดับการศึกษา.....	81
4.39	แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ เครือข่าย 3G ด้านการตอบสนองความต้องการ จำแนกตามระดับการศึกษา.....	82
4.40	แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ เครือข่าย 3G ด้านภาพรวม จำแนกตามระดับการศึกษา.....	83
4.41	แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ เครือข่าย 3G จำแนกตามรายได้.....	84
4.42	แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ เครือข่าย 3G ด้านการเอาใจใส่ดูแล จำแนกตามรายได้.....	86
4.43	แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ เครือข่าย 3G ด้านความสบาย จำแนกตามรายได้.....	87
4.44	แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ เครือข่าย 3G จำแนกตามการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับเทคโนโลยี 3G.....	88
4.45	แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ เครือข่าย 3G ด้านความสะดวก จำแนกตามการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับเทคโนโลยี 3G..	90
4.46	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G จำแนกตามความสนใจเกี่ยวกับวิทยาการใหม่ๆ ข้อมูลเทคโนโลยี 3G.....	91
4.47	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G จำแนกตามเทคโนโลยี 3G เครือข่ายที่ให้ประโยชน์และคุ้มค่าแก่การใช้งาน.....	93

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.48	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G จำแนกตามโอกาสทดลองใช้เทคโนโลยี 3G.....	95
4.49	แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ เครือข่าย 3G ด้านการเอาใจใส่ดูแล จำแนกตามโอกาสทดลองใช้เทคโนโลยี 3G.....	97
4.50	แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ เครือข่าย 3G ด้านการตอบสนองความต้องการ จำแนกตามโอกาสทดลองใช้ เทคโนโลยี 3G.....	98
4.51	แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ เครือข่าย 3G จำแนกการยอมรับเทคโนโลยี 3G.....	99
4.52	แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ เครือข่าย 3G ด้านการติดต่อสื่อสาร จำแนกตามการยอมรับเทคโนโลยี 3G.....	101
4.53	แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ เครือข่าย 3G ด้านการเอาใจใส่ดูแล จำแนกตามการยอมรับเทคโนโลยี 3G.....	102
4.54	แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ เครือข่าย 3G ด้านความสบาย จำแนกตามการยอมรับเทคโนโลยี 3G.....	103
4.55	แสดงผลสรุปรวมสมมติฐานที่ 1	104
4.56	แสดงผลสรุปรวมสมมติฐานที่ 2.....	104

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	กรอบแนวคิดในการทำวิจัย.....	4



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เนื่องจากโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นเครื่องมือสื่อสารเทคโนโลยีสำคัญที่คนส่วนใหญ่ จะต้องมิได้ ในครอบครองเพราะจุดเด่นในเรื่องความสะดวกสบาย ในการติดต่อสื่อสาร ทำให้อุตสาหกรรม การสื่อสารโทรคมนาคมแบบไร้สาย มีอัตราการเติบโตอย่างรวดเร็ว ซึ่งแรงผลักดันในการตอบสนองต่อ ความต้องการของผู้บริโภค ก่อให้เกิดการพัฒนา และการให้บริการระบบสื่อสารไร้สายที่เรียกว่า โทรศัพท์เคลื่อนที่ยุคที่ 3 หรือ 3G ซึ่งเป็นเทคโนโลยีไร้สาย ที่ทำให้โทรศัพท์เคลื่อนที่ สามารถรับส่ง ข้อมูล แบบมัลติมีเดีย (Multimedia) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และช่วยให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงโลกแห่ง ข้อมูลได้ทุกที่ทุกเวลา ปัจจุบันมีผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 3 ราย ที่ครองส่วนแบ่ง การตลาด 3 อันดับแรกของประเทศไทย คือ เอไอเอส ดีแทค และ ทรูมูฟ

ส่วนแบ่งการตลาดของ เอไอเอส ดีแทค และ ทรูมูฟ เมื่อวันที่ 28 ก.ค. 2554 พ.อ.นที ศุกลรัตน์ กรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กทช.) ปฏิบัติหน้าที่ กรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) โพสต์ข้อความลงในเฟซบุ๊ก และทวิตเตอร์ส่วนตัว เปิดเผยตัวเลขดัชนีชี้วัดความก้าวหน้า ในกิจการโทรคมนาคมของประเทศไทย โดยสรุป ในปี 2553 ซึ่งสำนักงาน กสทช. รวบรวม โดยพบว่า ในปี 2553 มีผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนกว่า 70 ล้านเลขหมาย เพิ่มจากปี 2552 7.13%

ส่วนแบ่งการตลาด บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) หรือ เอไอเอส มีส่วนแบ่งเป็นอันดับหนึ่ง 43.73% บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) หรือ ดีแทค เป็นอันดับสอง 30.17% และบริษัท ทรูมูฟ จำกัด (มหาชน) อันดับสาม 23.53% หากแยกตามประเภทการใช้งาน ในส่วนของบริการพีริเพด เอไอเอส มีส่วนแบ่งตลาดสูงสุดที่ 44% ดีแทค 29.95% ทรูมูฟ อยู่ที่ 24.2%

จากการสำรวจด้านส่วนแบ่งการตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ ทำให้เกิดแรงกระตุ้นให้ผู้ให้บริการพยายามแข่งขันเพื่อรักษาลูกค้าตนเอง และพยายามเพิ่มลูกค้าโดยมี Promotion ต่าง ๆ ให้ลูกค้าได้เลือกใช้งาน

ผู้ให้บริการทั้ง 3 รายนี้ ได้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทย ตั้งแต่ยุคแรก หรือที่เรียกกันว่า 1G (First Generation) หลังจากนั้นได้พัฒนาต่อมาเป็นยุค 2G (Second Generation) ในยุค 2G นี้ เป็นยุคที่ธุรกิจเกี่ยวกับโทรคมนาคมเติบโตอย่างมาก ผู้ให้บริการแต่ละรายหวังที่จะทำกำไรให้ได้มากที่สุด ในยุค 2G นั้น ได้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง มีเทคโนโลยีใหม่ๆ เพิ่มเติมที่ละชั้น ได้กลายเป็นยุคของเทคโนโลยี 2.5G และ 2.75G ตามลำดับจนมาถึงปัจจุบัน เทคโนโลยีการสื่อสารในประเทศไทยได้มีการพัฒนาไปสู่ยุคที่ 3 หรือที่เรียกกันทั่วไปว่า 3G (Third Generation)

การเตรียมตัวเพื่อพัฒนา ไปสู่ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ยุค 3G อย่างสมบูรณ์แบบในประเทศไทย เป็นประเด็นสำคัญที่ผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ และผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ จะต้องให้ความสนใจ อย่างไรก็ตามความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ มิใช่เป็นแค่ปัจจัยหลักในด้านการตลาดของเทคโนโลยี 3G แต่เพียงอย่างเดียว ยังมีปัจจัยอื่น อีกหลายประการที่ต้องพิจารณา

ดังนั้น ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G จำเป็นที่จะต้องได้รับการศึกษาข้อมูลอย่างจริงจัง เพื่อให้ทราบถึงความต้องการ ที่ผู้ใช้บริการจะเลือกใช้และจะเปลี่ยนหรือไม่เปลี่ยน ผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ต่อไปในอนาคต และเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจอุตสาหกรรมและการบริการเทคโนโลยีสื่อสาร โทรคมนาคม เพื่อตอบสนองความต้องการ ของผู้ใช้บริการ สูงสุด

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อบีจัยทางการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย เอไอเอส ดีแทค และทรูมูฟ

2. เพื่อศึกษาปัจจัยทางการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย เอไอเอส ดีแทค และทรูมูฟ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G

1.3 สมมุติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ เพศ ที่อยู่ปัจจุบัน อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G แตกต่างกัน

2. ปัจจัยทางการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่ เครือข่าย เอไอเอส ดีแทค และทรูมูฟ ด้านการรับรู้ สนใจ ประเมินค่า ทดลอง ยอมรับ ที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G แตกต่างกัน

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้จะทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G

1.ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร เขตชั้นใน เขตพญาไท เขตคูสิต เขตชั้นนอก เขตหลักสี่ เขตลาดกระบัง ที่ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G

2.กลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากร จำนวนตัวอย่างจากสูตร (Taro Yamane, 1943: 125) ซึ่งคำนวณได้ 385 คน และสำรองเพื่อความคลาดเคลื่อนอีก 15 คน จะได้เท่ากับ 400 คน และเลือกกลุ่มตัวอย่างจากประชากรที่มีการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่ายต่างๆ

3.สถานที่

กรุงเทพมหานคร เขตชั้นใน เขตพญาไท เขตคูสิต เขตชั้นนอก เขตหลักสี่ เขตลาดกระบัง

4.ระยะเวลา

ตั้งแต่เดือน ธันวาคม 2554 – มกราคม 2555

1.5 คำจำกัดความในการวิจัย

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G หมายถึง พิจารณาด้านสาเหตุที่คาดว่าจะมีผลต่อ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ดังที่ได้กำหนดเป็นกรอบของการศึกษา

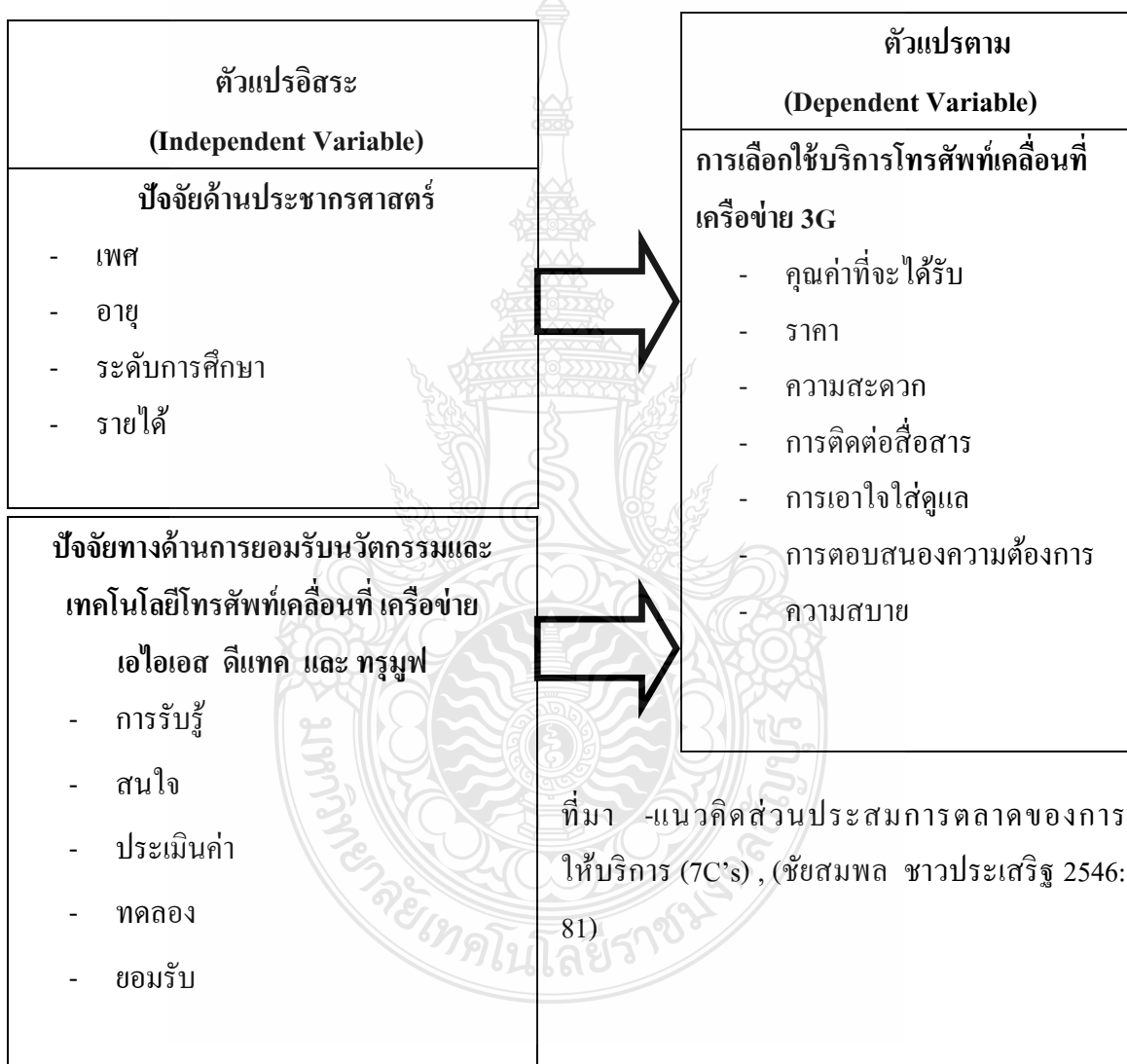
โทรศัพท์เคลื่อนที่ หมายถึง ระบบโทรศัพท์ที่ผู้ใช้งานสามารถเคลื่อนที่ในขณะที่ใช้โทรศัพท์ภายในพื้นที่บริการ (Coverage area) ของโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่มีอยู่หลายระบบด้วยกัน

3G (โทรศัพท์เคลื่อนที่ยุคที่สาม) หมายถึง เทคโนโลยีการสื่อสารในยุคที่ 3 (Third Generation Mobile Network) ซึ่งเป็นการผสมผสานอุปกรณ์การสื่อสารต่าง ๆ เข้าด้วยกัน เช่น PD โทรศัพท์มือถือ walkman กล้องถ่ายรูปและอินเทอร์เน็ต

การเลือกใช้บริการ หมายถึง ผู้ที่เลือกใช้หรือที่จะใช้หรือที่ใช้เทคโนโลยี 3G ในปัจจุบัน หรืออนาคต

1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย

การทำวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดกรอบความคิดการวิจัย ออกเป็น 2 ส่วน ส่วนของตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ซึ่งประกอบไปด้วย ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ และปัจจัยทางการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่ เครือข่าย เอไอเอส ดีแทค และทรูมูฟ ส่วนตัวแปรตาม (Dependent Variable) ประกอบด้วยปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ เครือข่าย 3G ที่แตกต่างกัน



ที่มา -ทฤษฎีการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี (Roger and Shoemaker, 1978, p. 76)

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลการวิจัยสามารถนำไปเป็นข้อมูลและแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด ของการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการ

2. ผลการวิจัยสามารถนำไปเป็นข้อมูลประกอบการวางแผนและพัฒนาบริการของโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G

3. ผลการวิจัยสามารถนำไปเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจของผู้ประกอบการธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่และผู้สนใจให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3 G ได้อาศัยแนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องต่างๆ ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

1. เทคโนโลยี 3G
2. ข้อมูลของเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่
3. ทฤษฎีการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี
4. ปัจจัยที่มีผลต่อความเร็วในการใช้งาน hi-speed Internet
5. แนวคิดส่วนประสมการตลาดของการให้บริการ
6. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการให้บริการ
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 เทคโนโลยี 3G

3G คือ โทรศัพท์เคลื่อนที่ยุคที่สาม หรือมาตรฐาน IMT-2000 นั้นนิยามสั้นๆ เพื่อให้เข้าใจตรงกันว่า ต้องมี แพลตฟอร์ม (Platform) สำหรับการหลอมรวมของบริการต่างๆ อาทิ กิจการประจำที่ (Fixed Service) กิจการเคลื่อนที่ (Mobile Service) บริการสื่อสารเสียง ข้อมูล อินเทอร์เน็ต และ พหุสื่อ (Multimedia) เป็นไปในทิศทางเดียวกัน คือ สามารถถ่ายทอด ส่งต่อข้อมูล ดิจิตอล ไปยังอุปกรณ์โทรคมนาคมประเภทต่างๆ ให้สามารถรับส่งข้อมูลได้ความสามารถในการใช้โครงข่ายทั่วโลก (Global Roaming) คือ ผู้บริโภคสามารถถืออุปกรณ์โทรศัพท์เคลื่อนที่ไปใช้ได้ทั่วโลก โดยไม่ต้องเปลี่ยนเครื่องบริการที่ไม่ขาดตอน (Seamless Delivery Service) คือ การใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยไม่รู้สึกรถึงการเปลี่ยน เซลล์ไซต์ (Cell Site) เขาใช้คำว่า Seam less นั้นแปลว่า ไร้รอยตะเข็บอัตราความเร็วในการส่งข้อมูล (Transmission Rate) ในมาตรฐาน IMT-2000 นั้นกำหนดไว้ว่าต้องมีอัตราความเร็วดังนี้

ในสถานะอยู่กับที่หรือขณะเดิน มีความเร็วอย่างน้อยที่สุด 2 เมกะบิต/วินาที

ในสถานะเคลื่อนที่โดยยานพาหนะ มีความเร็วอย่างน้อยที่สุด 384 กิโลบิต/วินาที

ทุกสถานะ มีความเร็วอย่างมากที่สุด 14.4 เมกะบิต/วินาที

จุดเริ่มต้นของเทคโนโลยี 3G

มาตรฐานโทรศัพท์เคลื่อนที่ยุคที่ 3 (Third Generation Mobile Network หรือ 3G) เป็นเทคโนโลยียุคถัดมาจากการเปิดให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ยุคที่ 2 หรือ 2G ซึ่งประสบความสำเร็จในการสร้างมูลค่าทางธุรกิจสื่อสารไร้สายอย่างมหาศาลนับ ตั้งแต่ พ.ศ. 2537 เป็นต้นมา ในยุคของโทรศัพท์เคลื่อนที่ 2G มีมาตรฐานที่สำคัญที่มีการนิยมใช้งานทั่วโลกอยู่ 2 มาตรฐาน กล่าวคือมาตรฐาน GSM (Global System for Mobile Communication) อันเป็นมาตรฐานของกลุ่มสหภาพยุโรป ปัจจุบันมีส่วนแบ่งทางการตลาดทั่วโลกสูงที่สุด และมาตรฐาน CDMA (Code Division Multiple Access) อันเป็นมาตรฐานจากสหรัฐอเมริกา มีส่วนแบ่งการตลาดเป็นอันดับที่สอง

จุดมุ่งหมายของการพัฒนามาตรฐานโทรศัพท์เคลื่อนที่ 2G ขึ้น ก็เพื่อตอบสนองความต้องการใช้งานระบบสื่อสารไร้สายส่วนบุคคล (Personal Communication) ในลักษณะไร้พรมแดน (Global Communication) โดยเปิดโอกาสให้ผู้ให้บริการสามารถนำเครื่องลูกข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ไปใช้งานในที่ใด ๆ ก็ได้ทั่วโลกที่มีการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ดังกล่าว และยังเป็นยุคของการนำมาตรฐานสื่อสารแบบดิจิทัลตลอดสมบูรณ์แบบมาใช้รักษาความปลอดภัย และเสริมประสิทธิภาพในการสื่อสารหลากหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นบริการส่งข้อความแบบสั้น (Short Message Service หรือ SMS) และการเริ่มต้นของยุคสื่อสารข้อมูลผ่านเครื่องลูกข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นครั้งแรก โดยมาตรฐาน GSM และ CDMA ตอบสนองความต้องการสื่อสารข้อมูลด้วยอัตราเร็วสูงสุด 9,600 บิตต่อวินาที ซึ่งถือว่าเพียงพอเมื่อเปรียบเทียบกับอัตราเร็วของการสื่อสารผ่านโมเด็มใน เครื่องข่ายโทรศัพท์พื้นฐานเมื่อทศวรรษก่อน

การตอบรับของกลุ่มผู้บริโภคบริการสื่อสารไร้สายทั่วโลก ทำให้มาตรฐานโทรศัพท์เคลื่อนที่ 2G สร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการทั่วโลกอย่างมหาศาล ก่อให้เกิดการเปิดสัมปทานและนำมาซึ่งการแข่งขันอย่างรุนแรงในแทบทุกประเทศ ซึ่งปัจจัยดังกล่าวนอกจากจะมีผลทำให้เกิดการเพิ่มจำนวนของผู้ใช้บริการอย่างก้าวกระโดดแล้ว ในขณะเดียวกันยังสร้างผลกระทบต่อรายได้โดยเฉลี่ยต่อเลขหมาย (Average Revenue per User หรือ ARPU) ของผู้ให้บริการเครือข่าย อันเนื่องมาจากการกลยุทธการแข่งขันด้านราคา ยิ่งเมื่อมีการเปิดตัวบริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่แบบพร้อมใช้ (Prepaid Subscriber) ตั้งแต่ พ.ศ. 2540 เป็นต้นมา ก็ทำให้เกิดการลดถอยของ ARPU ลงอย่างต่อเนื่อง พร้อม กับปัญหา ผู้ใช้บริการย้ายค่าย (Brand Switching) ที่รุนแรงขึ้น

เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นในตราสินค้าและยังเป็นการสร้างรายได้ เพิ่มเพื่อชดเชย ARPU ที่ลดต่ำลง เนื่องจากปรากฏการณ์อิ่มตัวของบริการสื่อสารด้วยเสียง (Voice Service) ผู้ประกอบการในธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั่วโลกจึงมีความเห็นตรงกันที่จะ สร้างบริการสื่อสารไร้สายรูปแบบใหม่ๆ ขึ้น

โดยพัฒนาเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 2G ที่เปิดใช้งานอยู่ให้มีศักยภาพเพิ่มเติมเพื่อรองรับบริการสื่อสารข้อมูลแบบที่มีเสียง (Non-Voice Communication) พร้อมกับการวางแผนธุรกิจ แผนปฏิบัติการทางวิศวกรรม การตลาด และแผนการลงทุน เพื่อสร้างกระแสความต้องการ (Demand Aggregation) ให้กับฐานลูกค้าผู้ใช้บริการที่มีอยู่เดิม เพื่อเพิ่ม ARPU ให้สูงขึ้น พร้อม ๆ กับผลักดันให้เกิดบริการรูปแบบใหม่ ๆ ไม่ว่าจะเป็นการรับส่งข้อมูลแบบ EMS (Enhanced Messaging Service) หรือ MMS (Multimedia Messaging Service) รวมถึงบริการท่องโลกอินเทอร์เน็ตไร้สายผ่านอุปกรณ์สื่อสารรุ่นใหม่ ๆ ซึ่งมีทั้งที่เป็นโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั่ว ๆ ไป อุปกรณ์ไร้สายประเภท PDA (Personal Digital Assistant) และโทรศัพท์เคลื่อนที่อัจฉริยะ (Smart Phone)

เพื่อเป็นการใช้ประโยชน์จากเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 2G ที่ได้มีการลงทุนไว้แล้วให้เกิดประโยชน์สูงสุด มาตรฐานเทคโนโลยีการสื่อสารข้อมูลในรูปแบบใหม่ ๆ จึงถูกกำหนดขึ้น ภายใต้แนวคิดในการพัฒนาเครือข่ายเดิม ไม่ว่าจะเป็นเทคโนโลยี HSCSD (High Speed Circuit Switching Data), GPRS (General Packet Radio Service) หรือ EDGE (Enhanced Data Rate for GPRS Evolution) ของค่าย GSM และเทคโนโลยี cdma20001xEV-DV หรือ cdma20001xEV-DO ของค่าย CDMA เทคโนโลยียุค 2.5G / 2.75G ซึ่งในช่วงเวลานี้เองที่ปรากฏมีมาตรฐานโทรศัพท์เคลื่อนที่ PDC (Packet Digital Cellular) เปิดให้บริการสื่อสารข้อมูลในลักษณะของเทคโนโลยี 2.5G ภายใต้ชื่อเครื่องหมายการค้า i-mode ซึ่งประสบความสำเร็จอย่างมากในการเปิดศักราชของการให้บริการสื่อสารข้อมูล แบบมัลติมีเดียไร้สายในประเทศญี่ปุ่น และได้กลายเป็นต้นแบบของการจัดทำธุรกิจ Non-Voice ให้กับผู้ประกอบการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ทั่วโลกในเวลาต่อมา

การเติบโตของธุรกิจ Non-Voice

ตั้งแต่ พ.ศ. 2543 เป็นต้นมาอันเป็นยุคเริ่มต้นของเทคโนโลยี 2.5G ผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั่วโลก รวมทั้งในประเทศไทย มีการผลักดันบริการสื่อสารข้อมูลรูปแบบใหม่ ๆ ในรูปแบบ Non-Voice เพื่อสร้างกระแสเงินในกลุ่มผู้บริโภคมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการใช้ประโยชน์จากเครือข่าย 2.5G อย่างเต็มรูปแบบ หรือเป็นการผลักดันให้เกิดการยอมรับในบริการที่มีอยู่แล้ว อันได้แก่บริการ SMS ซึ่งในปัจจุบันจะเห็นว่าบริการเหล่านี้ได้กลายเป็นช่องทางสำคัญที่เพิ่ม มูลค่าให้บริการ ARPU ของบรรดาผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่

สำหรับธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทยเอง นับตั้งแต่การเปิดให้บริการประเภท Non-Voice อย่างจริงจังเมื่อต้นปี พ.ศ. 2545 เป็นต้นมา บรรดาผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ก็สามารถสร้างรายได้เพื่อ เสริมทดแทนการลดทอนของค่า ARPU ภายในเครือข่ายของตน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมีการเปิดตัวบริการสื่อสารไร้สายมัลติมีเดียของ บริษัท ฮัทชิสัน ซีเอที ไรร์เลส มัลติมีเดีย

จำกัด (HUTCH) เมื่อเดือนกุมภาพันธ์ 2546 เป็นต้นมา สภาพการแข่งขันในธุรกิจสื่อสารไร้สายในประเทศไทยก็เริ่มมุ่งความสำคัญในการ สร้างบริการ Non-Voice ใหม่ ๆ ไม่ว่าจะเป็นการเปิดให้บริการ MMS อย่างเป็นทางการ การคิดโปร โมชันกระตุ้นการท่องอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือแม้กระทั่งการทดลองเปิดให้บริการชมภาพยนตร์ผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (TV on Mobile) ซึ่งความพยายามของผู้ให้บริการเครือข่ายแต่ละราย ทำให้เกิดกระแสความสนใจใช้บริการ Non-Voice เพิ่มมากขึ้น มีผลทำให้บรรดาผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่สามารถเพิ่มค่า ARPU ของตนให้มีแนวโน้มสูงขึ้น พร้อม ๆ กับการเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการภายในเครือข่ายของตน ซึ่งแตกต่างจากสภาพการณ์ในช่วงก่อนหน้าที่รายได้เฉลี่ยของคนตกลงเรื่อย ๆ สวนทางกับการเพิ่มจำนวนของกลุ่มผู้ใช้บริการ โดยเฉพาะเมื่อพิจารณาถึงกลุ่มผู้ใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่พร้อมใช้ ซึ่งถือเป็นกลุ่มผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ของประเทศ มีการเพิ่มค่า ARPU ขึ้นอย่างต่อเนื่อง แม้ส่วนหนึ่งจะมาจากนโยบายการตลาดของผู้ให้บริการที่มีการจำกัดเวลาในการ โทร ให้สัมพันธ์กับวงเงินก็ตาม แต่ก็ปฏิเสธไม่ได้เช่นกันว่า ความนิยมในบริการ Non-Voice ประเภท SMS และ EMS โดยเฉพาะที่อยู่ในรูปแบบของบริการดาวน์โหลดรูปภาพ (Logo/Animation) และเสียงเรียกเข้า (Ringtone) ในกลุ่มวัยรุ่นและนักศึกษา มีผลอย่างเป็นนัยสำคัญต่อการเพิ่มค่า ARPU

ข้อจำกัดของเครือข่าย 2.5G และ 2.75G

มาตรฐานโทรศัพท์เคลื่อนที่ 2.5G หรือ 2.75G แม้จะสามารถรองรับการสื่อสารประเภท Non-Voice ได้ แต่ก็ไม่สามารถสร้างบริการประเภท Killer Application ที่พลิกผันรูปแบบการให้บริการได้อย่างชัดเจน ดังจะเห็นได้ จากสถานการณ์การให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทย ที่แม้จะมีการเติบโตอย่างชัดเจนในตลาดประเภท Non-Voice แต่เมื่อศึกษาอย่างละเอียดก็จะพบว่าบริการที่ประสบความสำเร็จเกือบทั้งหมด ล้วนเป็นบริการประเภท SMS และ EMS ทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นการดาวน์โหลดรูปภาพหรือเสียงเรียกเข้า รวมถึงการเล่นเกมส์ ตอบปัญหาหรือส่งผลโหวตที่ปรากฏอยู่ตามสื่อชนิดต่าง ๆ ซึ่งบริการเหล่านี้ล้วนเป็นบริการพื้นฐานในเครือข่าย 2G

ข้อจำกัดของเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 2.5G และ 2.75G เกิดขึ้นมาจากความพยายามพัฒนาเครือข่าย 2G เดิม ไม่ว่าจะเป็นมาตรฐาน GSM หรือ CDMA ให้เกิดประโยชน์สูงสุด กลุ่มค่าการลงทุนทำให้ผู้ใช้บริการเครือข่ายไม่อาจบริหารจัดการทรัพยากรเครือข่ายโทรศัพท์ เคลื่อนที่ได้อย่างคล่องตัว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีของเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ GSM ไม่ว่าจะเป็นย่านความถี่ 900 เมกะเฮิรตซ์ 1800 เมกะเฮิรตซ์ หรือ 1900 เมกะเฮิรตซ์ เนื่องจากอุปกรณ์ที่มีการติดตั้งใช้งานมาตั้งแต่การเปิดให้บริการในยุค 2G ล้วนเป็นเทคโนโลยีเก่า มีการทำงานแบบ Time Division Multiple Access (TDMA) ซึ่งเป็นเทคโนโลยีเก่า ต้องจัดสรรวงจรให้กับผู้ใช้งานตายตัว ไม่สามารถนำทรัพยากร

เครือข่ายมาใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เทคโนโลยีดังกล่าวเหมาะสำหรับการสื่อสารข้อมูลแบบ Voice ซึ่งต้องการคุณภาพและความคมชัดในการสนทนา

แม้เมื่อมีการพัฒนาเทคโนโลยี GPRS และ EDGE ซึ่งถือเป็นการเสริมเทคโนโลยีสื่อสารข้อมูลแบบแพ็คเกจสวิตซิง (Packet Switching) ที่มีความยืดหยุ่นในการสื่อสารข้อมูลแบบ Non-Voice ในลักษณะเดียวกับที่พบในเครือข่ายอินเทอร์เน็ตก็ตาม แต่เทคโนโลยีทั้ง 2 ประเภทนี้ก็ถือว่าเป็นการต่อยอด บนเครือข่ายแบบเดิมที่มียุทธศาสตร์การทำงานแบบ TDMA ทำให้ผู้ให้บริการเครือข่ายต้องพะวงกับการจัดสรรทรัพยากรช่องสื่อสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับการจัดสรรวงจรสื่อสารผ่านคลื่นความถี่วิทยุจากสถานีฐาน ไปยังเครื่องลูกข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ทำให้ไม่สามารถเปิดให้บริการแบบ Non-Voice ได้อย่างเต็มรูปแบบ เนื่องจากจะทำให้เกิดผลกระทบ ต่อจำนวนวงจรสื่อสารแบบ Voice มากจนเกินไปด้วยเหตุนี้ จึงพบว่าไม่มีผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 2.5G หรือ 2.75G รายใดในโลก สามารถเปิดให้บริการเทคโนโลยี GPRS ด้วยอัตราเร็วสูงสุด 171 กิโลบิตต่อวินาที หรือ EDGE ด้วยอัตราเร็ว 384 กิโลบิตต่อวินาทีได้ เนื่องจากการทำเช่นนั้นจะทำให้สถานีฐาน (Base Station) ที่ทำหน้าที่รับส่งสัญญาณกับเครื่องลูกข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ไม่มีวงจรสื่อสารเหลือสำหรับให้บริการแบบ Voice อีกต่อไป ผลที่เกิดขึ้นในมุมมองของผู้ใช้บริการก็คือความเชื่อช้าในการสื่อสารข้อมูล ผ่านเครือข่าย 2.5G และ 2.75G ทำให้หมดความสนใจที่จะใช้บริการต่อไป โดยในขณะเดียวกันก็มีบริการสื่อสารอัตราเร็วสูงแบบ บรอดแบนด์ผ่านคู่สาย เช่น DSL (Digital Subscriber Line) เป็นทางเลือกสำหรับใช้บริการ ความสนใจที่จะใช้เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อรับส่งข้อมูลจึงมีอยู่ เฉพาะการเล่นเกมส์และส่ง SMS, MMS ซึ่งทำได้ง่าย และมีการประชาสัมพันธ์ดึงดูดใจมากมาย

มาตรฐานโทรศัพท์เคลื่อนที่ 3G

เพื่อเป็นการเพิ่มความคล่องตัวในการเปิดให้บริการ Non-Voice อย่างเต็มรูปแบบ พร้อมทั้งยังคงรักษาคุณภาพในการให้บริการ Voice ด้วยระดับคุณภาพที่ทัดเทียมหรือดีกว่าในยุค 2G องค์กรสากล 3GPP (Third Generation Program Partnership) และ 3GPP2 จึงได้กำหนดมาตรฐานโทรศัพท์เคลื่อนที่ 3G ขึ้น โดยมีมาตรฐานสำคัญอยู่ 2 ประเภท คือ

มาตรฐาน UMTS (Universal Mobile Telecommunications Services) เป็นมาตรฐานที่ออกแบบมาสำหรับผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้นำ ไปพัฒนาจากยุค 2G/2.5G/2.75G ไปสู่มาตรฐานยุค 3G อย่างเต็มตัว รับผิดชอบการพัฒนามาตรฐานโดยองค์กร 3GPP มีเทคโนโลยีหลักที่ปัจจุบันมีการยอมรับใช้งานทั่วโลกคือมาตรฐาน Wideband Code Division Multiple Access (W-CDMA) โดยในอนาคตจะมีการพัฒนาต่อเนื่องไปสู่มาตรฐาน HSDPA (High Speed Downlink Packet Access) ซึ่งรองรับการสื่อสารด้วยอัตราเร็วสูงถึง 14 เมกะบิตต่อวินาที หรือเร็วกว่าการสื่อสาร

แบบ 2.75G ถึง 3G เท่า มาตรฐาน W-CDMA นี้เองที่กิจการร่วมค้า ไทย - โคมบาย กำลังจะดำเนินการพัฒนาเพื่อเปิดให้บริการภายในต้นปี พ.ศ. 2548 นอกจากนี้จะเป็นเส้นทางในการพัฒนาสู่มาตรฐาน 3G ของบรรดาผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ GSM แล้ว มาตรฐาน W-CDMA ยังได้รับการยอมรับจากผู้ให้บริการรายใหญ่อย่างบริษัท NTT DoCoMo ผู้เปิดให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ I-mode ซึ่งใช้เทคโนโลยี PDC ให้เป็นมาตรฐาน 3G สำหรับใช้งานภายใต้เครื่องหมายการค้า “FOMA” โดยได้เปิดให้บริการในประเทศญี่ปุ่นตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2544 เป็นต้นมา และปัจจุบัน W-CDMA ได้กลายเป็นเครือข่าย 3G ที่ใหญ่ที่สุดในประเทศญี่ปุ่น มาตรฐาน cdma2000 เป็นการพัฒนาเครือข่าย CDMA ให้รองรับการสื่อสารในยุค 3G รับผิดชอบการพัฒนามาตรฐาน โดยองค์กร 3GPP2 มีเทคโนโลยีหลักคือ cdma2000-3xRTT ที่มีศักยภาพเทียบเท่ากับมาตรฐาน W-CDMA ของค่ายยุโรป แต่ปัจจุบันยังไม่มีกำหนดความพร้อมสำหรับให้บริการเชิงพาณิชย์ที่ชัดเจน สำหรับในประเทศไทย บริษัท ฮัทซันตัน ซีเอที ไวร์เลส มัลติมีเดีย จำกัด เปิดให้บริการเฉพาะเครือข่าย cdma20001xEV-DO ซึ่งยังมีขีดความสามารถเทียบเท่าเครือข่าย 2.75G เท่านั้น

มาตรฐานโทรศัพท์เคลื่อนที่ W-CDMA ได้รับการออกแบบมาเพื่อให้รองรับการสื่อสารแบบมัลติมีเดียสมบูรณ์แบบ โดยเปลี่ยนแปลงรูปแบบการสื่อสารชนิด TDMA ที่ปรากฏอยู่ในเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ยุค 2G/2.5G/2.75G ไปเป็นการสื่อสารแบบแพ็กเก็ตสวิตชิงเต็มรูปแบบ สามารถรองรับทั้งการสื่อสารทั้ง Voice และ Non-Voice โดยมีมาตรฐานการรองรับและควบคุมคุณภาพของข้อมูลที่สมบูรณ์แบบ อันเป็นผลต่อเนื่องมาจาก ความก้าวหน้าของเทคโนโลยี การเข้ารหัสข้อมูล (Information Coding) จึงทำให้ผู้ให้บริการเครือข่าย 3G ก้าวพ้นจากข้อจำกัดในการบริหารจัดการข้อมูลประเภท Voice และ Non-Voice ดังที่ปรากฏอยู่ในมาตรฐาน 2G/2.5G/2.75G ได้อย่างเด็ดขาด อย่างไรก็ตามเพื่อให้เครือข่าย W-CDMA สามารถรองรับการสื่อสารข้อมูลได้อย่างเต็มรูปแบบ และให้เกิดความคล่องตัวในการจัดสรรทรัพยากรความถี่วิทยุ จึงจำเป็นต้องมีการกำหนดย่านความถี่สำหรับใช้เปิดให้บริการ โดยเป็นไปตามแผนผังการจัดวางความถี่สากลทั่วโลก ด้วยเหตุดังกล่าวจึงทำให้กิจการร่วมค้าไทย - โคมบาย เป็นเพียงผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่รายเดียวในประเทศไทยที่สามารถเปิดให้บริการเครือข่าย 3G แบบ W-CDMA ได้ในทันที เนื่องจากมีสิทธิใช้คลื่นความถี่วิทยุในย่าน 1965-1980 เมกะเฮิรตซ์ และ 2155-2170 เมกะเฮิรตซ์ ขณะที่ผู้ให้บริการเครือข่ายรายอื่น ๆ จำเป็นต้องยื่นคำร้องผ่านกระบวนการจัดสรรคลื่นความถี่วิทยุโดยคณะกรรมการ กิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์แห่งชาติ (กสช.) ซึ่งคาดว่าจะต้องใช้เวลาอีกหลายปีเพื่อได้สิทธิ์ในการเปิดให้บริการ W-CDMA เป็นรายต่อไป

จุดเด่นของมาตรฐานโทรศัพท์เคลื่อนที่ 3G แบบ W-CDMA

นอกจากมาตรฐานโทรศัพท์เคลื่อนที่ 3G จะมีการพัฒนาเทคโนโลยีสถานีฐาน (Base Station Subsystem) จากยุค 2G ซึ่งใช้เทคโนโลยี TDMA เป็นการรับส่งข้อมูลในรูปแบบแพ็คเกจเพื่อความคล่องตัวในการจัดสรรทรัพยากร ความถี่สำหรับให้บริการทั้งแบบ Voice และ Non-Voice อย่างเกิดประโยชน์สูงสุด อันจะช่วยสร้างความรู้สึกให้กับผู้ใช้บริการ (End User Perception) ถึงความรวดเร็วในการสื่อสารข้อมูล และยังคงรักษาคุณภาพของการสนทนาที่เหนือกว่ามาตรฐาน 2G/2.5G/2.75G แล้ว มาตรฐาน W-CDMA ยังมีความคล่องตัวในการเชื่อมต่อเข้ากับเครือข่ายข้อมูลที่อยู่ในโลกอินเทอร์เน็ต เนื่องจากมาตรฐานการเชื่อมต่อต่าง ๆ สอดคล้องกับมาตรฐานของอุตสาหกรรมอินเทอร์เน็ตทุกประการ ก่อให้เกิดการเปิดกว้างในรูปแบบของความร่วมมือกับพันธมิตรจำนวนมาก มีความคล่องตัวในการบันทึกจัดเก็บ และบริหารจัดการข้อมูลประเภทสื่อข้อมูล (Content) ต่างๆ เมื่อทำการเปรียบเทียบเฉพาะด้านของอัตราเร็วในการสื่อสารข้อมูลดังแสดงใน รูปที่ 6 จะเห็นว่ามาตรฐานโทรศัพท์เคลื่อนที่ 3G นอกจากจะรองรับการสื่อสารข้อมูลที่รวดเร็วกว่ามาตรฐาน 2G/2.5G/2.75G แล้ว ยังก่อให้เกิดการถือกำเนิดของบริการรูปแบบใหม่ ๆ ที่ไม่สามารถสร้างขึ้นบนเครือข่ายยุคในตระกูล 2G/2.5G/2.75G ได้ ที่เห็นได้ชัดเจนก็คือบริการ Video Telephony และ Video Conference ซึ่งเป็นการสื่อสารแบบเห็นหน้ากัน โดยเครือข่าย 3G จะทำการถ่ายทอดสดทั้งภาพและเสียงระหว่างคู่สนทนา โดยไม่เกิดความหน่วงหรือล่าช้าของข้อมูล บริการในลักษณะนี้จะกลายเป็น จุดขาย สำคัญประการหนึ่งของมาตรฐานการสื่อสารแบบ 3G ทั้งนี้เครื่องลูกข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 3G ที่มีจำหน่ายในปัจจุบัน ล้วนรองรับบริการ Video Telephony แล้วทั้งสิ้น จึงสามารถเปิดให้บริการดังกล่าวได้ในทันที

โดยสรุป ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้มาตรฐานเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 3G แบบ W-CDMA มีแนวโน้มของการประสบความสำเร็จทางธุรกิจที่รวดเร็วกว่ามาตรฐาน 2G จนถึง 2.75G นั้น สืบเนื่องมาจากการปฏิวัติรูปแบบของเทคโนโลยีเครือข่าย เพื่อตอบสนองรูปแบบการสร้างความร่วมมือทางธุรกิจให้ผลักดันบริการ Non-Voice อย่างเต็มรูปแบบ ทั้งนี้ UMTS Forum ได้กล่าวถึงจุดเด่นของมาตรฐาน W-CDMA ซึ่งจะนำความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจให้กับผู้ประกอบการดังนี้ (เอกสาร Why the world has chosen W-CDMA : 24 September 2003)

1. เครือข่าย W-CDMA รับประกันคุณภาพในการรองรับข้อมูลแบบ Voice และ Non-Voice ในแง่ของผู้ใช้บริการจะรับรู้ได้ว่าคุณภาพเสียงจากการใช้งานเครือข่าย 3G ชัดเจนกว่าหรืออย่างน้อยเทียบเท่าการสนทนาผ่านเครือข่าย 2G ส่วนการรับส่งข้อมูลแบบ Non-Voice จะรับรู้ถึงอัตราเร็วใน

การสื่อสารที่สูงกว่าการใช้งานผ่านเครือข่าย 2.5G และ 2.75G มาก อันเป็นผลมาจากการปรับเปลี่ยนเทคโนโลยีเครือข่าย และใช้ย่านความถี่ที่สูงขึ้น

2. W-CDMA เป็นมาตรฐานเปิด (Open Standard) ซึ่งได้รับการพัฒนาโดยกลุ่ม 3GPP ซึ่งเป็นกลุ่มเดียวกับผู้พัฒนามาตรฐาน GSM ทำให้ผู้ใช้ให้บริการ 3G สามารถเชื่อมต่อเครือข่าย 3G เข้าหากันได้ถึงขั้นอนุญาตให้มีการใช้งานข้ามเครือข่าย (Roaming) เช่นเดียวกับที่เป็นอยู่ในเครือข่ายยุค 2G นอกจากนี้ยังสามารถเชื่อมต่อเพื่อการใช้งานข้ามเครือข่ายกับมาตรฐาน 2G/2.5G/2.75G ได้ในทันที โดยผู้ใช้บริการเพียงมีอุปกรณ์สื่อสารแบบ Dual Mode เท่านั้น ทำให้เกิดคู่แข่งในการสร้างเครือข่าย W-CDMA เพื่อเปิดให้ผู้ประกอบการเครือข่ายรายอื่นได้ร่วมเข้าใช้บริการ ในลักษณะของ Mobile Virtual Network Operator (MVNO) เป็นรายได้ที่สำคัญนอกเหนือจากการให้บริการ 3G กับผู้ใช้บริการที่จดทะเบียนภายในเครือข่าย

3. มาตรฐาน W-CDMA เป็นมาตรฐานโลก ที่จะเข้ามาแทนที่เครือข่ายในตระกูล GSM เช่นเดียวกับเหตุการณ์ที่เครือข่าย GSM เข้ามาแทนที่เครือข่าย 1G เมื่อกว่า 10 ปีที่แล้ว จึงเป็นการรับประกันถึงพัฒนาการที่มีอย่างต่อเนื่องในด้านต่าง ๆ การเร่งเปิดให้บริการ 3G จึงเปรียบได้กับการเร่งเข้าสู่ตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ 2G ของผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ยักษ์ใหญ่ในปัจจุบันที่เกิดขึ้น ในอดีต

4. พิจารณาเฉพาะการให้บริการแบบ Voice จะเห็นว่าการลงทุนสร้างเครือข่าย W-CDMA มีต้นทุนที่ต่ำกว่าการสร้างเครือข่าย GSM ถึงกว่า 30 เปอร์เซ็นต์ เนื่องจากมาตรฐาน W-CDMA มีความยืดหยุ่นและคล่องตัวให้ผู้ประกอบสามารถปรับเปลี่ยนทรัพยากรความถี่ เพื่อรองรับ Voice และ Non-Voice ได้อย่างผสมผสาน ต่างจากการกำหนดทรัพยากรตายตัวในกรณีของเทคโนโลยี GSM

5. W-CDMA เป็นมาตรฐานสื่อสารไร้สายชนิดเดียวที่มีรูปแบบการทำงานแบบแถบความถี่กว้าง (Wideband) อันนำมาซึ่งประสิทธิภาพในการสร้างพื้นที่ให้บริการที่กว้างใหญ่ไปพร้อม ๆ กับความสะดวกในการเพิ่มขยายขีดความสามารถในการรองรับข้อมูลข่าวสาร ต่างจากเครือข่าย 2G โดยทั่วไปที่ปัจจุบัน เริ่มประสบกับปัญหาการจัดสรรความถี่ที่ไม่เพียงพอ ต่อการขยายเครือข่ายเนื่องจากเป็นระบบแบบแถบความถี่แคบ (Narrow Band)

6. กลไกการทำงานภายในเครือข่าย W-CDMA เป็นไปตามมาตรฐานสากล โดยเฉพาะมาตรฐาน IETF (Internet Engineering Task Force) ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเปิดโอกาสให้พันธมิตรทางธุรกิจซึ่งมีความเชี่ยวชาญ ในการพัฒนาโปรแกรมหรือบริการพิเศษต่าง ๆ บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ได้ทำการพัฒนาสร้างบริการผ่านอุปกรณ์สื่อสารไร้สาย โดยใช้ทักษะความสามารถและความชำนาญที่มีอยู่ เป็นการกระตุ้นให้เกิดบริการประเภท Non-Voice ได้สารพัดรูปแบบ

7. มีแนวทางในการพัฒนาขีดความสามารถในรองรับการสื่อสารข้อมูลที่มีอัตราเร็วสูง ขึ้นไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาสู่มาตรฐาน HSDPA ที่รองรับการสื่อสารข้อมูลด้วยอัตราเร็วที่สูงมากถึง 14 เมกะบิตต่อวินาที ในขณะที่มาตรฐานโทรศัพท์เคลื่อนที่ GSM ไม่สามารถพัฒนาให้รองรับการสื่อสารข้อมูลได้มากกว่าเทคโนโลยี EDGE ในปัจจุบัน ซึ่งรองรับข้อมูลได้ด้วยอัตราเร็ว 384 กิโลบิตต่อวินาที และในความเป็นจริงก็ไม่สามารถเปิดให้บริการด้วยอัตราเร็วถึงระดับดังกล่าว ได้ เนื่องจากจะทำให้สถานีไม่สามารถรองรับบริการ Voice ได้อีกต่อไป

8. ในอนาคตมาตรฐานโทรศัพท์เคลื่อนที่ 3G มีทิศทางการพัฒนาที่ชัดเจนในการรวมตัวกับมาตรฐานสื่อสารไร้สายชนิดอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นมาตรฐาน Wireless LAN (IEEE802.11b/g) หรือ WIMAX (IEEE802.16d/e/e+) ทำให้ผู้ใช้บริการเครือข่ายไร้สายสามารถเคลื่อนย้ายไปใช้งานในเครือข่ายใด ๆ ก็ได้ตามความเหมาะสมทางภูมิประเทศ โดยยังคงได้รับการดูแลโดยผู้ให้บริการเครือข่าย 3G

ความสำคัญต่าง ๆ เหล่านี้ที่เป็นแรงผลักดันให้ผู้ประกอบการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ GSM จำนวนมากทั่วโลกรวมนักลงทุนหน้าใหม่ ให้มีความสำคัญสำหรับการแสวงหาสิทธิ ในการเปิดให้บริการเครือข่าย 3G และมีแผนกำหนดเปิดให้บริการเทคโนโลยี W-CDMA

ในท้ายสุดความสมบูรณ์แบบในการรองรับธุรกิจ Non-Voice ของมาตรฐาน โทรศัพท์เคลื่อนที่ 3G แบบ W-CDMA จะช่วยผลักดันให้เกิดห่วงโซ่ธุรกิจที่สมบูรณ์แบบ แม้จะมีความพยายาม ในกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจโทรคมนาคม ภายในประเทศที่จะผลักดันให้เกิดการประสานผลประโยชน์อย่างลงตัวระหว่างผู้ให้บริการเครือข่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่ 2G/2.5G/2.75G กับผู้ประกอบการสื่อข้อมูลต่าง ๆ มาก่อนหน้านี้ แต่เนื่องจากข้อจำกัดของเครือข่ายในตระกูล GSM และ CDMA เองที่ไม่มีความยืดหยุ่นเพียงพอที่จะสร้างความประทับใจต่อผู้ใช้บริการ จึงทำให้เกิดการขาดช่วงของความสมดุล ในการประสานผลประโยชน์ เมื่อพิจารณาจากความสำเร็จของเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ FOMA ของบริษัท NTT DoCoMo ซึ่งเป็นผู้ให้บริการรายแรกที่เปิดให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ 3G แบบ W-CDMA และประสบความสำเร็จในการดึงศักยภาพของเครือข่าย W-CDMA ให้เกื้อหนุนต่อความลงตัวสำหรับการร่วมมือในธุรกิจ Non-Voice ในประเทศญี่ปุ่นอย่างงดงาม ต่อเนื่องด้วยความคืบหน้าในการสานต่อโครงสร้างธุรกิจ Non-Voice ในประเทศจีนและอีกหลาย ๆ ประเทศ สรุปได้ว่ามาตรฐาน โทรศัพท์เคลื่อนที่ 3G แบบ W-CDMA จะเป็นการเปิดประตูสู่ธุรกิจ Non-Voice ในประเทศไทยในอนาคตอันใกล้

2.2 ข้อมูลของเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่

AIS

บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) หรือ เอไอเอส เป็นบริษัทในเครือ อินทัช คอร์ปอเรชั่น (บริษัทเดิม : ชิน คอร์ปอเรชั่น : ชินคอร์ป) ทำธุรกิจเกี่ยวกับเครือข่ายและบริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทย มีผู้ใช้บริการประมาณ 31.2 ล้านราย มีส่วนแบ่งการตลาดประมาณ 53% มากเป็นอันดับ 1 ของประเทศ

ประวัติ

เริ่มแรกจดทะเบียนก่อตั้งเป็น บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด เมื่อวันที่ 24 เมษายน พ.ศ. 2529 [8] เปิดให้บริการครั้งแรกเมื่อเดือนตุลาคม พ.ศ. 2533 โดยเอไอเอสทำสัญญากับ องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย ให้ดำเนินการ โครงการบริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ 900 MHz เป็นระยะเวลา 20 ปี ถึง พ.ศ. 2553 เอไอเอสเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 13 พฤศจิกายน พ.ศ. 2534 และแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด หลังจากนั้นบริษัทขยายกิจการโดยการเข้าซื้อกิจการในเครือชินวัตร เช่น ชินวัตร ดาต้าคอม (ปัจจุบันคือ บริษัท แอดวานซ์ ดาต้าเน็ตเวิร์ค คอมมิวนิเคชั่นส์ จำกัด), ชินวัตร เพจจิง เป็นต้น บริษัทเปิดบริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ ในระบบจีเอสเอ็ม ในชื่อ Digital GSM ในเดือนตุลาคม พ.ศ. 2537 และได้ขยายเวลาร่วมสัญญาเป็น 25 ปี (หมดสัญญาปี พ.ศ. 2558) เมื่อ พ.ศ. 2539 ประธานคณะกรรมการอำนวยการคนปัจจุบันคือ นาย ไพบุลย์ ลิมปพยอม

บริษัทลูก

- Mobile From Advance (MFA) - นำเข้าและจัดจำหน่ายตัวเครื่องโทรศัพท์มือถือ
- บริษัท แอดวานซ์ ดาต้าเน็ตเวิร์ค คอมมิวนิเคชั่นส์ จำกัด (ADC) ผู้ให้บริการสื่อสารทางสายโทรศัพท์, Buddy Broadband
- บริษัท ดาต้า เน็ตเวิร์ค โซลูชั่นส์ จำกัด
- บริษัท ดิจิทัล โฟน จำกัด - เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 1800
- บริษัท แอดวานซ์ คอนแทค เซนเตอร์ จำกัด - คอลเซ็นเตอร์
- บริษัท ดาต้าลายไทย จำกัด - ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต
- บริษัท แอดวานซ์ เอ็มเปย์ จำกัด - การจ่ายเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ
- บริษัท แอดวานซ์ เมจิกการ์ด จำกัด - จัดจำหน่ายบัตรเติมเงิน

บริการ

- GSM Advance โทรศัพท์ระบบจ่ายรายเดือน
- 1-2-Call โทรศัพท์ระบบเติมเงิน
- สวีตดี
- GSM 1800 โทรศัพท์ระบบ 1800 MHz

ตัวอย่างรางวัลที่ได้รับ

พ.ศ. 2542

1. ได้รับการจัดอันดับจากนิตยสาร Asiamoney ให้เป็นบริษัทชั้นนำที่มีการบริหารจัดการองค์กรดีที่สุดในอันดับที่ 24 ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก (ซึ่งมีอยู่นับแสนนับล้านบริษัท)
2. เป็นบริษัทที่มีการวางกลยุทธ์ในการบริหารองค์กรยอดเยี่ยมเป็นที่ 2 ในไทยได้รับการจัดอันดับจากนิตยสาร Far Eastern Economic Review ให้เป็นบริษัทชั้นนำของเอเชีย บริษัทชั้นนำของไทย
3. ได้รับรางวัล GOLD AWARD ประเภทสินค้าบริการ จากสมาคมการจัดการธุรกิจแห่งประเทศไทย จากแผนการตลาดของ ดิจิตอล จีเอสเอ็ม 2 วัตต์

พ.ศ. 2543

1. ได้รับการจัดอันดับจากนิตยสาร Asiamoney ให้เป็นบริษัทที่มีการบริหารจัดการดีที่สุดในประเทศไทย
2. ได้รับการจัดอันดับจากนิตยสาร Far Eastern Economic Review ให้เป็นบริษัทชั้นนำของประเทศไทย
3. ได้รับรางวัล GOLD AWARD ประเภทสินค้าบริการ จากสมาคมการจัดการธุรกิจแห่งประเทศไทย จากแผนการตลาดของ วัน - นู - คอล

พ.ศ. 2544

1. ได้รับการจัดอันดับจากนิตยสาร FinanceAsia ให้เป็นบริษัทดีเด่นด้านการจัดการ (Best Managed Company)
2. ได้รับการจัดอันดับจากนิตยสาร Investor Relations เป็นบริษัทชั้นนำของเอเชีย
3. จากนิตยสาร Asiamoney เป็นบริษัทที่มีการบริหารจัดการดีที่สุดในประเทศไทย
4. จากนิตยสาร Far Eastern Economic Review เป็นบริษัทชั้นนำของเอเชีย
5. จากสมาคมการจัดการธุรกิจแห่งประเทศไทย ให้เป็นบริษัทที่มีความเป็นเลิศใน
 - ด้านการให้ความสำคัญต่อการสร้างนวัตกรรมและการสร้างสรรค์สิ่งใหม่

- ด้านการตลาด
- ด้านคุณภาพของสินค้าและบริการ
- ด้านวิสัยทัศน์ของผู้นำ

พ.ศ. 2545

1. จากนิตยสาร FinanceAsia ให้เป็นบริษัทที่มีความเป็นเลิศในด้าน การจัดการ การยึดถือหลักของบรรษัทภิบาล การมีผู้บริหารการเงินที่มีความสามารถมากที่สุด
2. จากนิตยสาร Asiamoney บริษัทที่มีการบริหารจัดการด้านการเงินดีที่สุดในเอเชีย
3. นิตยสาร Far Eastern Economic Review บริษัทชั้นนำแห่งปีของไทย บริษัทแบบอย่างในด้านแนวทางการบริหารงาน
3. นิตยสาร The Asset บริษัทที่มีการกำกับดูแลกิจการยอดเยี่ยมที่สุดในประเทศไทย
4. สถาบันกรรมการบริษัทไทย บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ที่มีการกำกับดูแลกิจการดีที่สุดในประเทศไทย
6. Thailand Corporate Excellence Awards
 - บริษัทที่มีความเป็นเลิศในการบริหารเงิน
 - บริษัทที่มีความเป็นเลิศในการให้ความสำคัญกับนวัตกรรมและการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ
 - บริษัทที่มีความเป็นเลิศในการตลาด
 - บริษัทที่มีความเป็นเลิศในด้านคุณภาพสินค้าและบริการ

พ.ศ. 2546

1. นิตยสาร Institutional Investor บริษัทที่มีการกำกับดูแลกิจการดีที่สุดในประเทศไทย บริษัทที่มีการกำกับดูแลกิจการดีที่สุดในเอเชีย
2. นิตยสาร Far Eastern Economic Review บริษัทชั้นนำอันดับ 2 แห่งปีของไทย
3. บริษัท ไทยเรตติ้ง แอนด์ อินฟอร์เมชัน เซอร์วิส จำกัด (ทริส) มอบเครดิตความน่าเชื่อถือขององค์กรในระดับ AA

พ.ศ. 2547

1. บริษัท ฟิทซ์ เรตติ้งส์ (ประเทศไทย) จำกัด มอบเครดิตความน่าเชื่อถือระยะยาวขององค์กรในระดับ AA
2. Thailand Corporate Excellence Awards 2004 รางวัลการให้ความสำคัญต่อนวัตกรรมและการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ รางวัลความเป็นเลิศในการตลาด

พ.ศ. 2548

SET Awards 2005 ร่วมกับ วารสารการเงินธนาคาร บริษัทที่มีการประกอบธุรกิจดีเด่น ในหมวดเทคโนโลยี บริษัทที่มีความโดดเด่นด้านนักลงทุนสัมพันธ์ (Best Investor) บริษัทที่เปิดเผยข้อมูลประกอบการดีเด่นตามหลักธรรมาภิบาล (Best Corporate Governance Awards) Thailand Corporate Excellence Award 2004 โดยสมาคมการจัดการธุรกิจแห่งประเทศไทยและสถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย รางวัลการให้ความสำคัญต่อการสร้างนวัตกรรมและสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ รางวัลความเป็นเลิศด้านการตลาด

พ.ศ. 2549

1. นิตยสาร Forbs บริษัทที่มีมูลค่าตามราคาหลักทรัพย์ลำดับที่ 1338 ของโลก ประจำปี 2549 ซึ่งเป็นบริษัทสื่อสารโทรคมนาคมของไทยรายเดียวที่ติดอันดับ 1 ใน 2000 บริษัทระดับโลก (Forbe Global 2000)

2. สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ภาพยนตร์โฆษณาชุด Always Smile ของเอไอเอส ได้รับรางวัลรองชนะเลิศอันดับ 2 ประเภทส่งเสริมสังคม ศิลปวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมในงานประกาศภาพยนตร์โฆษณาดีเด่นทางโทรทัศน์เพื่อผู้บริโภค

ผู้ถือหุ้นรายใหญ่

ลำดับที่	รายชื่อผู้ถือหุ้น	จำนวนหุ้นสามัญ	สัดส่วนการถือหุ้น
1	บริษัท ชิน คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)	1,263,712,000	42.52%
2	Singtel Strategic Investment PTE Limited	568,000,000	19.11%
3	บริษัท ไทยเอ็นวีดีอาร์ จำกัด	98,596,561	3.32%
4	BNY Mellon Nominees Limited	92,685,000	3.12%
5	State Street Bank and Trust Company for London	72,975,862	2.46%

DTAC

บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) (Total Access Communication Public Company Limited ตัวย่อ TAC หรือ DTAC) เป็นบริษัทที่ทำธุรกิจให้บริการโทรศัพท์มือถือรายหนึ่งในประเทศไทย เดิมเป็นบริษัทในเครือยูคอม ปัจจุบันถือหุ้นใหญ่โดยเทเลนอร์ จากประเทศนอร์เวย์ ปัจจุบัน ดีแทคเป็นผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ อันดับสองของประเทศ บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบความถี่ 800 เมกะเฮิร์ตซ์ และ 1800 เมกะเฮิร์ตซ์ ภายใต้สัญญาสัมปทานเป็นเวลา 27 ปีจากบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) (เดิมคือการสื่อสารแห่งประเทศไทย) มียอดผู้ใช้บริการ 12,225,498 คน (ข้อมูล พ.ศ. 2549) โดยแบ่งเป็นระบบสมาชิกรายเดือนประมาณ 2 ล้านคน และระบบเติมเงินประมาณ 10 ล้านคน จากการที่ DTAC เป็นเครือข่ายที่เปิดให้บริการข่าวทางโทรศัพท์มือถือทางระบบบริการข้อความสั้น (SMS) กับสถานีโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมเอเอสทีวี เป็นเครือข่ายแรก

ประวัติ

ก่อตั้ง พ.ศ. 2532 และได้สัมปทานโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบความถี่ 800 และ 1800 เมกะเฮิร์ตซ์ประเภท สร้าง - โอน - ดำเนินการ (Build-Transfer-Operate) จากการสื่อสารแห่งประเทศไทยในเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2533 และได้จดทะเบียนเข้าตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เมื่อเดือนตุลาคม พ.ศ. 2538 เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2539 ได้ยึดสัญญากับ กสท. ไปเป็น พ.ศ. 2561 หลังจากวิกฤตเศรษฐกิจ พ.ศ. 2540 ได้เริ่มต้นขายหุ้นบางส่วนให้กับเทเลนอร์ และเปลี่ยนชื่อทางการค้าจาก "แทค" เป็น "ดีแทค" ในเดือนมีนาคม พ.ศ. 2544 ตระกูลเบญจรงค์กุล ผู้ถือหุ้นใหญ่ในยูคอมซึ่งเป็นบริษัทแม่ของแทค ได้ขายหุ้นให้กับเทเลนอร์ในช่วงปลายปี พ.ศ. 2548 ทำให้ปัจจุบันผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของแทคคือเทเลนอร์

บริการ

- โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ระบบจ่ายรายเดือน เช่น feel free 20, feel free 40, feel free 60, zero
- โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ระบบเติมเงิน Happy

รางวัลที่ได้รับ

- เมษายน 2546 จากผลสำรวจ "Asia's Best Companies 2003 - Thailand" โดยนิตยสาร Financial Asia บริษัทได้รับรางวัลดังต่อไปนี้

1. บริษัทยอดเยี่ยมด้านการบริหารการเงิน (อันดับ 4)
2. บริษัทยอดเยี่ยมด้านการสร้างมูลค่าให้แก่ผู้ถือหุ้น (อันดับ 5)
3. บริษัทยอดเยี่ยมด้านนักลงทุนสัมพันธ์ (อันดับที่ 6)
4. บริษัทยอดเยี่ยมด้านการจัดการ (อันดับที่ 7)

5. บริษัทยอดเยี่ยมด้านบรรษัทภิบาล (อันดับที่ 8)

- ตุลาคม 2546 ได้รับรางวัล "Disclosure Report Award 2003" จากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์

- เมษายน 2547 จากผลสำรวจ "Asia's Best Companies 2004 - Thailand" โดยนิตยสาร Financial Asia บริษัทได้รับรางวัลดังต่อไปนี้

6. บริษัทยอดเยี่ยมด้านนักลงทุนสัมพันธ์ (อันดับที่ 4)

7. บริษัทยอดเยี่ยมด้านการจัดการ (อันดับที่ 6)

- ธันวาคม 2547 ได้รับรางวัล "Technology Fast 500 Asia Pacific 2004 Award" จากการจัดอันดับของ Deloitte

- มิถุนายน 2549 ได้รับรางวัล "Best Mobile Operator of the Year 2006" ของประเทศไทยในฐานะเป็นผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ยอดเยี่ยม จากนิตยสาร Asian MobileNews ซึ่งนับเป็นการได้รับรางวัลต่อเนื่องเป็นปีที่ 2

- สิงหาคม 2550 รางวัลพระราชทาน "Thailand Corporate Excellence" ประเภทความเป็นเลิศด้านการตลาด จัดโดยสมาคมการจัดการธุรกิจแห่งประเทศไทย และสถาบันบัณฑิตธุรกิจศึนทร์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

- พฤศจิกายน 2551 ATM SIM ได้รับรางวัล "Best Mobile Service" จาก Asia Mobile Award 2008 ซึ่งจัดขึ้นโดย GSMA's Mobile Congress

TURE MOVE

บริษัท ทรูมูฟ จำกัด (True Move Co., Ltd.) เดิม บริษัท ทีเอ ออเรนจ์ จำกัด (TA Orange Co., Ltd.) เป็นบริษัทที่ทำธุรกิจให้บริการโทรศัพท์มือถือรายหนึ่งในประเทศไทย เดิมเป็นบริษัทร่วมทุนระหว่างเทเลคอม เอเชีย กับกลุ่มออเรนจ์ จากประเทศฝรั่งเศส ในชื่อ ทีเอ ออเรนจ์ แต่ใน พ.ศ. 2547 กลุ่มออเรนจ์ได้ถอนทุนออกไปจากประเทศไทย ทางเทเลคอมเอเชียซึ่งเป็นบริษัทแม่จึงได้เปลี่ยนชื่อเป็นทรู คอร์ปอเรชั่น และเปลี่ยนชื่อ ทีเอ ออเรนจ์ เป็น ทรู มูฟ

ปัจจุบันทรูมูฟมีเครือข่ายของตนเองสองเครือข่าย คือทรูมูฟ และทรูมูฟ-เอช ที่เป็นของบริษัท ลูก โดยเครือข่ายทรูมูฟปัจจุบัน ไม่รับลูกค้าประเภทจดทะเบียนหรือรายเดือนเพิ่มแล้ว และอยู่ระหว่างการจัดการขายส่งเสริมการขายในการที่จะให้ลูกค้าทรูมูฟเก่า ย้ายไปเป็นลูกค้าของทรูมูฟ-เอชแทน โดยเมื่อทรูมูฟ-เอชเปิดให้บริการอย่างเป็นทางการ เครือข่ายทรูมูฟก็จะยกเลิกการทดลองให้บริการ 3G ลง และเปิดเครือข่ายไว้สำหรับการใช้งานข้ามเครือข่ายของทรูมูฟ-เอชเท่านั้น ทั้งนี้ก็เป็นเพราะว่า

สัญญาสัมปทานในการดำเนินงานกับกสท. โทรคมนาคมใกล้สิ้นสุดแล้ว และกลุ่มทรูเล็งเห็นว่า ลงทุนกับทรูมูฟ - เอช จะคุ้มค่ากว่าในระยะยาว

สมัยก่อนหน้า		ทรูมูฟ		สมัยถัดไป
ทีเอ ออเพนจ์ 2546-2547	<<	truemove ทรูมูฟ (2547-ปัจจุบัน)	>>	ทรูมูฟ เอช 2554-ปัจจุบัน

2.3 ทฤษฎีการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี

การยอมรับของผู้บริโภคที่มีต่อนวัตกรรมและเทคโนโลยี (adoption and innovation theory) เรียกว่า กระบวนการยอมรับซึ่งกล่าวถึงพฤติกรรมของบุคคลในสังคมที่แสดงออกถึงการยอมรับนำไปปฏิบัติ โดยแบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน (Roger and Shoemaker, 1978, p. 76)

ขั้นที่ 1 การรับรู้ (awareness stage) เป็นขั้นแรกที่จะนำไปสู่การยอมรับหรือปฏิเสธสิ่งใหม่ วิธีการใหม่ ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบอาชีพ หรือกิจกรรมของบุคคลนั้น ยังไม่มีความรู้สึกซึ่งเกี่ยวกับเนื้อหา หรือคุณประโยชน์ของนวัตกรรมนั้น ๆ ทำให้เกิดความอยากรู้นั้นต่อไป

ขั้นที่ 2 สนใจ (interest stage) เป็นขั้นที่เริ่มมีความสนใจ หารายละเอียดเกี่ยวกับวิทยาการใหม่ ๆ เพิ่มเติม จะทำให้ความรู้เกี่ยวกับวิธีการใหม่ ๆ หรือสิ่งใหม่ ๆ มากขึ้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับบุคลิกภาพ และค่านิยม ตลอดจนบรรทัดฐานทางสังคม หรือประสบการณ์เก่า ๆ ของบุคคลนั้น

ขั้นที่ 3 ประเมินค่า (evaluation stage) เป็นขั้นที่จะได้ไตร่ตรองถึงประโยชน์ในการลองใช้วิธีการหรือวิทยาการใหม่ ๆ ดีหรือไม่ เมื่อนำมาใช้แล้วจะเป็นประโยชน์ต่อตนเองหรือไม่ โดยบุคคลนั้นมักจะคิดว่าการใช้วิทยาการใหม่ ๆ เป็นการเสี่ยงทำให้ไม่แน่ใจถึงผลที่จะได้รับ ในขั้นนี้จึงเป็นการสร้างแรงเสริม (reinforcement) เพื่อให้เกิดความแน่ใจยิ่งขึ้นว่าสิ่งที่เขาตัดสินใจเพื่อเป็นการสร้างความรู้สึกที่ดีต่อกับนวัตกรรมมีคุณค่าและมีประโยชน์

ขั้นที่ 4 ทดลอง (trial stage) เป็นขั้นที่ใช้วิทยาการใหม่ ๆ นั้น กับสถานการณ์ตนเองเป็นการทดลองบางส่วนก่อนเพื่อจะได้รู้ว่าผลลัพธ์และประโยชน์ที่จะได้รับว่าดีจริงอย่างที่คิดไว้ในขั้นประเมิน ซึ่งผลการทดลองจะมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการตัดสินใจที่จะปฏิเสธหรือยอมรับต่อไป

ขั้นที่ 5 ยอมรับ (adoption stage) เป็นขั้นที่บุคคลรับวิทยาการใหม่ ๆ นั้น ไปใช้ในการปฏิบัติกิจกรรมของตนอย่างเต็มที่หลังจากได้ทดลองปฏิบัติดูและเห็นประโยชน์แล้วยอมรับนวัตกรรมเหล่านั้น

กลุ่มคนในสังคมซึ่งจะมีบทบาทสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมจากการเป็นผู้ยอมรับหรือปฏิเสธเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่จะเข้ามาภายในสังคมนั้น ซึ่งจะเป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญว่าสังคมใดบ้างที่จะเปลี่ยนแปลงไปได้อย่างรวดเร็ว หรือสังคมใดจะเปลี่ยนแปลงช้า ได้แบ่งกลุ่มผู้รับนวัตกรรมออกเป็น 5 กลุ่ม คือ (ปรเมศวร์ กุมารบุญ, 2552)

1. กลุ่มที่รับนวัตกรรมเป็นกลุ่มแรกในสังคม (innovators) เป็นกลุ่มที่มีบทบาทต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมมากที่สุด เพราะจะเป็นกลุ่มที่เป็นผู้สร้างหรือผู้นำนวัตกรรมต่าง ๆ เข้ามาในสังคม

2. กลุ่มรับนวัตกรรมเร็วส่วนแรก (early adopter) ซึ่งอาจรับจากสื่อเฉพาะต่าง ๆ เช่น วารสารหรือสื่อบุคคล เป็นกลุ่มที่เป็นพวกทันสมัย ชอบการเปลี่ยนแปลง ซึ่งจะทำให้สังคมมีแนวโน้มและมีบรรยากาศของการเปลี่ยนแปลงมากขึ้น

3. กลุ่มรับเร็วส่วนใหญ่ (early majority) เป็นคนกลุ่มที่จะผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมเกิดขึ้น

4. กลุ่มรับเร็วส่วนหลัง (late majority) เป็นกลุ่มคนที่ตัดสินใจในการยอมรับสิ่งใหม่ ๆ ก่อนข้างช้าและต้องการความมั่นใจในระดับหนึ่งก่อนที่จะยอมรับนวัตกรรม

5. กลุ่มล่าหลัง (laggards) เป็นกลุ่มที่ไม่ชอบการเปลี่ยนแปลง ซึ่งมักเป็นผู้ที่มีทัศนคติในเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างเหนียวแน่น ซึ่งหากในสังคมใดมีคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง จำนวนมาก ก็จะทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงทางสังคม ได้ง่ายหรืออยากแตกต่างกัน กล่าวคือหากในสังคมหรือประเทศใดต้องการที่จะเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาในด้านต่าง ๆ แต่คนในสังคมส่วนใหญ่เป็นพวกล่าหลัง การเปลี่ยนแปลงก็ย่อมเกิดขึ้นได้ยาก

ปัจจุบันนวัตกรรมเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสารที่สามารถโต้ตอบกันได้ระหว่างผู้ส่งสารหรือผู้รับสารในการติดต่อสื่อสาร (interactive communication technology) มีแนวโน้มที่จะแพร่กระจายอย่างมาก และเป็นที่ต้องการของบุคคลในสังคมค่อนข้างสูง ทำให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมดังกล่าวอย่างรวดเร็ว ซึ่งคุณลักษณะของเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่สามารถสนองต่อความต้องการของบุคคลมีลักษณะที่พบสรุปได้ ดังนี้

- (1) สื่อใหม่ มีความสามารถในการสนองตอบการสื่อสารทั้งในระดับเล็กและระดับใหญ่
- (2) คนส่วนใหญ่มักจะใช้สื่อนี้ได้กับการดำเนินงานในทุกประเภท
- (3) ทั้งคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีโทรคมนาคมต่างมีความสัมพันธ์ และมีความยืดหยุ่นต่อการปรับใช้กับเครื่องมือต่าง ๆ ได้ตามที่ต้องการในเรื่องต่าง ๆ อาทิ ใช้เป็นสื่อวิทยุ หรือสื่อโทรทัศน์ หรือหน่วยประมวลผล เป็นต้น

ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรม

ปัจจัยเกี่ยวกับลักษณะของนวัตกรรม

เนื่องจากนวัตกรรมเป็นสิ่งใหม่ที่เกิดมาจากงานวิจัย (Research) และการพัฒนา (Development) รวมทั้งมาจากประสบการณ์ของผู้ใช้นวัตกรรมนั่นเอง ดังนั้นนวัตกรรมแต่ละอย่างจึงมีลักษณะเฉพาะตัวซึ่งสามารถนำมาใช้แก้ไขปัญหา หรือเพิ่มประสิทธิภาพ ในการปฏิบัติงานได้ตามสถานการณ์และความต้องการของผู้ใช้นวัตกรรมนั้นๆ ซึ่งไม่จำเป็นที่นวัตกรรมซึ่งใช้ได้ผลดีในที่แห่งหนึ่ง จะได้ผลดีในที่อื่น ๆ ด้วยขึ้นอยู่กับว่านวัตกรรมนั้น ๆ มีความเหมาะสมกับสถานการณ์นั้น ๆ หรือไม่ ดังนั้นลักษณะของนวัตกรรมนั่นเองจึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการโน้มน้าวใจ (persuasion) ให้เกิดการยอมรับ โดยนำไปใช้เป็นข้อมูลในการประเมินนวัตกรรมของผู้รับสาร และตัดสินใจได้ว่า จะดำเนินการอย่างไรต่อไป

ลักษณะของนวัตกรรม 5 ประการ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับ ได้แก่

1. ผลประโยชน์ที่ได้รับจากนวัตกรรม (Relation advantage) คือ ระดับของการรับรู้หรือความเชื่อว่านวัตกรรมนั้นมีคุณสมบัติที่ดีกว่าความคิด หรือสิ่งที่มีอยู่เดิม ซึ่งถูกแทนที่ด้วยสิ่งใหม่ ถ้าหากนวัตกรรมนั้นมีข้อดี และให้ประโยชน์ต่อผู้ใช้นวัตกรรมนั้น มากเท่าใดก็จะมีโอกาสที่จะมีผลที่ยอมรับมากขึ้น
2. การเข้ากันได้ดีกับสิ่งที่มีอยู่เดิม (Compatibility) การเข้ากันได้ คือ ระดับของนวัตกรรมซึ่งมีความสอดคล้องกับคุณค่า ประสบการณ์และความต้องการที่มีอยู่แล้วในตัวผู้รับนวัตกรรมนั้นๆ ถ้าหากนวัตกรรมนั้นสามารถเข้ากันได้ดีกับสิ่งต่างๆ ที่กล่าวมาก็มีโอกาสได้รับการยอมรับได้ง่ายขึ้น
3. ความซับซ้อน (Complexity) ความซับซ้อนคือระดับของความเชื่อว่านวัตกรรมนั้น มีความยากต่อการเข้าใจ และการนำไปใช้นวัตกรรมบางอย่าง สามารถทำความเข้าใจ และนำมาใช้ได้ง่าย ในขณะที่บางอย่างมีความซับซ้อน และเข้าใจยากกว่า นวัตกรรมที่มีความซับซ้อนน้อยกว่ามีโอกาสที่จะได้รับการยอมรับมากกว่า
4. การทดลองได้ (Trainability) การทดลองได้ คือระดับของนวัตกรรมที่สามารถมองเห็นผลจากการทดลองปฏิบัติเพื่อให้เห็นผลได้จริง อย่างน้อยภายใต้สภาพที่จำกัด ความคิดเหล่านี้สามารถทดสอบหรือทดลองได้อย่างเป็นขั้นตอน หรือเป็นช่วง ๆ ไป ก็จะได้รับยอมรับอย่างรวดเร็ว นวัตกรรมไม่สามารถทดลองได้ก่อนมีโอกาสนี้จะได้รับยอมรับน้อยกว่า
5. การสังเกตได้ (Observability) การสังเกตได้ คือ ระดับของนวัตกรรมที่สามารถมองเห็นกระบวนการในการปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม สามารถสัมผัสและตรวจสอบได้จริงๆ การเสนอขายสินค้าที่เป็นแบบขายตรงที่ได้รับผลสำเร็จสูงถึงแม้ว่าราคาจะค่อนข้างแพงก็เนื่องมาจากของนวัตกรรม

ในข้อนี้ คือ สามารถนำมาให้ลูกค้าชมและสาธิตให้ดูว่าสินค้าชิ้นนี้มีข้อดีอย่างไร เป็นขั้น ๆ เมื่อดูแล้วลูกค้ามีความเห็นว่าดีจริงซื้อสินค้านั้น

ปัจจัยเกี่ยวกับผู้รับนวัตกรรม

การที่บุคคลจะยอมรับนวัตกรรมหรือไม่ ปัจจัยหนึ่งก็คือตัวของผู้รับนวัตกรรมนั่นเอง เพราะถึงแม้ว่านวัตกรรมและเทคโนโลยีจะมีลักษณะที่ดีและเหมาะสมเพียงใด แต่ผู้รับนวัตกรรมนั้นไม่มีความพร้อมที่จะยอมรับและปฏิบัติ นวัตกรรมนั้นก็ไร้ความหมายปัจจัยเกี่ยวกับผู้รับนวัตกรรม ได้แก่

1. สถานภาพทางเศรษฐกิจสังคมของบุคคล (socioeconomic status) เช่น ระดับการศึกษารายได้ ฐานะทางเศรษฐกิจ อาชีพ ตลอดจนการมีตำแหน่งเป็นผู้นำในสังคมล้วนเป็นปัจจัยที่สำคัญที่มีผลต่อการยอมรับ

2. คุณลักษณะของบุคลิกภาพ (personality) เป็นลักษณะเฉพาะตัวของบุคคลที่ได้รับการสั่งสมมาตั้งแต่เด็กจนโต จากการหล่อหลอมของครอบครัว ขนบธรรมเนียมประเพณี จนกระทั่งถึงสถาบันการศึกษา เป็นส่วนที่ทำให้เกิดบุคลิกภาพ เช่น อาจจะเป็นคนที่อ่อนโยน แข็งกระด้าง การยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่น การต่อต้านสังคม เป็นต้น ลักษณะทางบุคลิกภาพย่อมเป็นส่วนที่เกื้อหนุนหรือต่อต้านการยอมรับนวัตกรรมก็เป็นได้

2.4 ปัจจัยที่มีผลต่อความเร็วในการใช้งาน hi-speed Internet

ข้อมูลพื้นฐาน : ระยะความยาวคู่สายโทรศัพท์กับความเร็ว hi-speed Internet ที่สามารถใช้บริการได้โดยไม่คำนึงถึงปัจจัยอื่นที่มีผลทำให้ความเร็วในการใช้บริการลดลง

ระยะความยาวคู่สายโทรศัพท์จากชุมสาย ถึง บ้านที่ใช้บริการhi-speed Internet(กิโลเมตร)	ความเร็วเฉลี่ยที่ให้บริการได้
ระยะทาง 0 กม. ถึง 1.5 กม.	5120/512 Kbps
ระยะทาง 1.5 กม. ถึง 2.5 กม.	4096/512 Kbps
ระยะทาง 2.5 กม. ถึง 2.8 กม.	3072/512 Kbps
ระยะทาง 2.8 กม. ถึง 3.0 กม.	2560/512 Kbps
ระยะทาง 3.0 กม. ถึง 3.3 กม.	1024/512 Kbps
ระยะทาง 3.3 กม. ถึง 4.0 กม.	512/256 Kbps
ระยะทาง 4.0 กม. ถึง 4.2 กม.	256/128 Kbps

แต่ยังมีอีกหลายปัจจัย ที่มีผลทำให้ความเร็วในการใช้บริการ hi-speed Internet ไม่เป็นไปตามความเร็วเฉลี่ย ตามระยะความยาวคู่สายโทรศัพท์ จากชุมสายถึงบ้าน อาทิ เช่น

1. คุณภาพของคู่สายโทรศัพท์ภายในบ้าน

ถ้าภายในบ้านมีจุดต่อพ่วงโทรศัพท์มากกว่า 1 จุด และไม่ได้ใช้ตัวแยกสัญญาณ (splitter) จะมีผลให้สัญญาณ hi-speed Internet ถูกรบกวนและใช้ความเร็วสูงไม่ได้ ถ้าสายโทรศัพท์ภายในบ้านมีอายุการใช้งานนานหรือเป็นสายที่มีคุณภาพต่ำ จะมีผลให้ใช้ hi-speed Internet ความเร็วสูงไม่ได้เช่นกัน

2. สัญญาณรบกวนในคู่สายโทรศัพท์

Noise Margin คือค่าคุณภาพของสัญญาณ adsl ต่อสัญญาณรบกวนในสายโทรศัพท์ ซึ่งค่าที่สูงจะหมายถึงการเชื่อมต่อที่มีคุณภาพมากกว่าค่าต่ำ และค่าที่ยอมรับได้ไม่ควรต่ำกว่า 15 db Attenuation เป็นค่าที่แสดงว่าสัญญาณ ในคู่สายถูกลดทอนไปมากน้อยเพียงไร จากชุมสายถึงโมเด็มค่าความแตกต่างสูงจากชุมสายต้นทางถึงโมเด็มปลายทาง หมายถึงโอกาสน้อยลงในการใช้ hi-speed Internet ความเร็วที่สูงขึ้น ค่าที่ยอมรับได้โดยทั่วไปไม่ควรเกิน 65 db นอกจากนี้ยังต้องคำนึงถึงค่าความแตกต่างของการรับ-ส่งข้อมูล (upload-download) ที่ไม่ควรเกิน 20 db ด้วย Data Rate เป็นค่าที่แสดงให้เห็นว่าสัญญาณความเร็วปลายทางที่ได้รับตรงกับสัญญาณความเร็วที่ปล่อยจากชุมสายต้นทางหรือไม่ หากค่าความต่างสูงย่อมหมายถึงโอกาสที่สัญญาณขาดก็สูงขึ้นด้วย สัญญาณไฟฟ้าแทรกในคู่สายโทรศัพท์ ซึ่งสังเกตได้จากเสียงซ่า หรือเสียงแทรก (เช่นเสียงวิทยุความถี่ AM) ก็มีผลต่อความเร็วของ hi-speed Internet ที่สามารถใช้บริการได้

ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อความเร็วในการเชื่อมต่อ

โชคไม่ดีที่มีเหตุการณ์และเงื่อนไขบางประการ ที่อยู่นอกเหนือการควบคุม แม้แต่กับการเชื่อมต่อแบบเร็ว ปัจจัยภายนอก เช่น เว็บไซต์ที่ไม่ว่างหรือไวรัสคอมพิวเตอร์ที่แพร่กระจายอยู่สามารถทำให้เว็บทั้งหมดทำงานช้าได้ เว็บไซต์ที่ได้รับความนิยมอาจประสบปัญหาการมีผู้ใช้งาน ตัวอย่างเช่น เมื่อโฆษณาทางโทรทัศน์กล่าวถึงเว็บไซต์หนึ่ง คนจำนวนมากอาจพยายามที่จะเยี่ยมชมเว็บไซต์ดังกล่าวพร้อมกัน ถ้าไม่มีการเตรียมพร้อมเว็บไซต์เพื่อรับมือกับปริมาณการใช้งาน คุณอาจประสบปัญหาความล่าช้าได้ ในช่วงเวลาที่มีการแพร่กระจายของไวรัสคอมพิวเตอร์อย่างรุนแรง อินเทอร์เน็ตสามารถทำงานช้าลงได้เช่นกัน ไวรัสหลายชนิดแพร่กระจาย ด้วยการทำให้คอมพิวเตอร์ส่งสำเนาของไวรัสนั้นเป็นจำนวนร้อยหรือพันออกไป ซึ่งเป็นเหตุให้อินเทอร์เน็ตช้าลงตามจำนวนไวรัสที่เพิ่มขึ้นเต็มที่ คุณสามารถดูการแพร่กระจายของไวรัสที่สำคัญ ที่เกิดขึ้นในปัจจุบันได้ ด้วยการไปที่เว็บไซต์ของผู้จำหน่ายโปรแกรมป้องกันไวรัส หรือที่เว็บไซต์เกี่ยวกับ การรักษาความปลอดภัยของคอมพิวเตอร์ที่บ้าน การคับคั่งของการใช้อินเทอร์เน็ตเฉพาะที่ ทำให้เกิดความเร็วในการ

เชื่อมต่อที่ช้ากว่าปกติได้เช่นกัน การทำงานที่ช้าลงเหล่านี้จะเกิดขึ้นเมื่อมีคนจำนวนมากพยายามที่จะเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตในเวลาเดียวกัน และเกิดขึ้นบ่อยที่สุดในช่วงเวลาที่มียุทธศาสตร์สูงสุด เช่น หลังเลิกเรียน เมื่อนักเรียนกลับบ้านและเชื่อมต่อกับเว็บ ถ้าคุณอยู่บนเครือข่ายขององค์กร การใช้เครือข่ายทั่วไป และฟรีหรือซีเซิร์ฟเวอร์ มีผลต่อประสิทธิภาพอินเทอร์เน็ตของคุณได้ ผู้ดูแลระบบเครือข่ายส่วนใหญ่จะคอยตรวจสอบการใช้งานอินเทอร์เน็ต และพยายามที่จะป้องกันคนส่วนใหญ่ไม่ให้ทำสิ่งต่างๆ เช่น ดาวน์โหลดแฟ้มขนาดใหญ่ในชั่วโมงที่มีการใช้งานสูง ถ้าบางครั้งพบว่าการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตช้าลง อาจปรึกษาเรื่องนี้กับผู้ดูแลระบบเครือข่าย

2.5 แนวคิดส่วนประสมการตลาดของการให้บริการ (Marketing Mix)

ส่วนประสมทางการตลาดของตลาดบริการจะมีความแตกต่างจากส่วนประสมการตลาดของสินค้าทั่วไป กล่าวคือ จะต้องมีการเน้นถึงพนักงาน กระบวนการในการให้บริการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ซึ่งทั้งสามส่วนผสมเป็นปัจจัยหลักในการส่งมอบบริการ ดังนั้นส่วนประสมทางการตลาดของการบริการประกอบด้วย 7P's ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด พนักงาน กระบวนการให้บริการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Payne, 1993 อ้างถึงใน ชัยสมพล ชาวประเสริฐ, 2546: 63-73)

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) บริการเป็นผลิตภัณฑ์อย่างหนึ่ง แต่เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีตัวตนไม่สามารถจับต้องได้ มีลักษณะ เป็นอากาณนาม ไม่ว่าจะเป็นความสะดวก ความรวดเร็ว ความสบายตัว ความสบายใจ การให้ความเห็น การให้คำปรึกษา เป็นต้น

2. ราคา (Price) ราคาเป็นสิ่งที่กำหนดรายได้ของกิจการ กล่าวคือ การตั้งราคาสูงก็จะทำให้ธุรกิจมีรายได้สูงขึ้น การตั้งราคาต่ำก็จะทำให้รายได้ของธุรกิจนั้นต่ำ ซึ่งอาจจะนำไปสู่ภาวะขาดทุนได้ อย่างไรก็ตามก็มีได้หมายความว่าธุรกิจหนึ่งจะตั้งราคาได้ตามใจชอบธุรกิจ จะต้องอยู่ในสภาวะของการมีคู่แข่ง หากตั้งราคาสูงกว่าคู่แข่งมาก แต่บริการของธุรกิจนั้น ไม่ได้มีคุณภาพสูงกว่าคู่แข่งมากเท่ากับราคาที่เพิ่ม ย่อมทำให้ลูกค้าไม่มาใช้บริการกับธุรกิจนั้นต่อไป หากธุรกิจตั้งราคาต่ำก็จะนำมาสู่สงครามราคา เนื่องจากคู่แข่งรายอื่นสามารถลดราคาตามได้ในเวลาอันรวดเร็ว

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ในการให้บริการนั้น สามารถให้บริการผ่านช่องทางจัดจำหน่ายได้ 4 วิธีคือ (Zeithaml & Bitner, 1996 อ้างถึงใน ชัยสมพล ชาวประเสริฐ, 2546: 70)

3.1 การให้บริการผ่านร้าน (Outlet) การให้บริการแบบนี้เป็นแบบที่ทำกันมานาน เช่น ร้านตัดผม ร้านซักรีด ร้านให้บริการอินเทอร์เน็ต ให้บริการด้วยการเปิดร้านค้าตามตึกแถว ในชุมชน หรือในห้างสรรพสินค้า แล้วขยายสาขาออกไปเพื่อให้บริการลูกค้าได้สูงสุด โดยร้านประเภทนี้มี

วัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้รับบริการและผู้ให้บริการมาพบกัน ณ สถานที่แห่งหนึ่ง โดยการเปิดร้านค้าขึ้นมา

3.2 การให้บริการถึงที่บ้านลูกค้าหรือสถานที่ที่ลูกค้าต้องการ การให้บริการแบบนี้เป็นการส่งพนักงานไปให้บริการถึงที่บ้านลูกค้าหรือสถานที่อื่นตามความสะดวกของลูกค้า เช่นการบริการจัดส่งอาหารตามสั่ง

3.3 การให้บริการผ่านตัวแทน การให้บริการแบบนี้เป็นการขยายธุรกิจด้วยการขายแฟรนไชส์ หรือการจัดตั้งตัวแทนในการให้บริการ เช่น แมคโดนัลด์หรือเคเอฟซีที่ขยายธุรกิจไปทั่วโลก บริษัทการบินไทยขายตั๋วเครื่องบินผ่านบริษัทท่องเที่ยว

3.4 การให้บริการผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ การให้บริการแบบนี้เป็นบริการที่ค่อนข้างใหม่โดยอาศัยเทคโนโลยีมาช่วยลดต้นทุนจากการจ้างพนักงาน เพื่อให้การบริการ เป็นไปได้อย่างสะดวกและทุกวันตลอด 24 ชั่วโมง

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การส่งเสริมการตลาดของธุรกิจบริการจะมีความคล้ายกับธุรกิจขายสินค้า กล่าวคือ การส่งเสริมการตลาดของธุรกิจบริการทำได้ ในทุกรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็น การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การใช้ข่าว การลดแลกแจกแถม การตลาดทางตรงผ่านสื่อต่าง ๆ ซึ่งการบริการที่ต้องการเจาะลูกค้าระดับกลางและระดับล่าง ซึ่งเน้นราคาค่อนข้างต่ำ ต้องอาศัยการลดแลกแจกแถม เป็นต้น

5. พนักงาน (People) พนักงานจะประกอบด้วยบุคคลทั้งหมดในองค์กรที่ให้บริการนั้นซึ่งจะรวมถึงตั้งแต่เจ้าของ ผู้บริหาร พนักงานในทุกระดับ ซึ่งบุคคลดังกล่าวทั้งหมดมีผลต่อคุณภาพ ของการให้บริการ

6. กระบวนการให้บริการ (Process) กระบวนการให้บริการเป็นส่วนผสมทางการตลาดที่มีความสำคัญมาก ต้องอาศัยพนักงานที่มีประสิทธิภาพหรือเครื่องมือทันสมัยในการทำให้เกิดกระบวนการที่สามารถส่งมอบบริการที่มีคุณภาพได้ เนื่องจากการให้บริการโดยทั่วไปมักจะประกอบด้วยหลายขั้นตอน ได้แก่ การต้อนรับ การสอบถามข้อมูลเบื้องต้น การให้บริการ ตามความต้องการ การชำระเงิน เป็นต้น ซึ่งในแต่ละขั้นตอนต้องประสานเชื่อมโยงกันให้ดี หากมีขั้นตอนใดไม่ดีแม้แต่ขั้นตอนเดียวจะทำให้การบริการไม่เป็นที่ประทับใจแก่ลูกค้า

7. สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ได้แก่ อาคารของธุรกิจบริการ เครื่องมือ และอุปกรณ์ เช่นเครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่องเอทีเอ็ม เคาน์เตอร์ ให้บริการ การตกแต่งสถานที่ ล็อบบี้ ลานจอดรถ สวน ห้องน้ำ การตกแต่ง ป้ายประชาสัมพันธ์ แบบฟอร์มต่าง ๆ สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้เป็นสิ่งที่ลูกค้าใช้เป็นเครื่องหมายแทนคุณภาพของการให้บริการ กล่าวคือ ลูกค้าจะ

อาศัยสิ่งแวดล้อมทางกายภาพเป็นปัจจัยหนึ่งในการเลือกใช้บริการ ดังนั้น สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ
 ยี่ห้อยี่ห้อและสวยงามเพียงใด บริการน่าจะมีคุณภาพตามด้วย

ส่วนผสมทางการตลาดในมุมมองลูกค้า (7C's)

การทำธุรกิจจะต้องตอบสนองความต้องการลูกค้า ส่วนประกอบทางการตลาดทั้ง 7 ตัว ที่
 กล่าวมาเป็นมุมมองของธุรกิจที่ให้บริการ การที่จะบริการการตลาดของธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ
 นั้น จะต้องพิจารณาถึงส่วนผสมการตลาดในมุมมองของลูกค้าด้วย (ชัยสมพล ชาวประเสริฐ, 2546: 81)
 ดังต่อไปนี้

1. คุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ (Customer Value) ลูกค้าจะเลือกใช้บริการ อะไรหรือกับใคร สิ่ง
 ที่ลูกค้าใช้พิจารณาเป็นหลักคือ คุณค่า หรือคุณประโยชน์ต่าง ๆ ที่จะได้รับเมื่อเทียบกับเงินที่จ่าย ดังนั้น
 ธุรกิจต้องเสนอเฉพาะบริการ ที่ตอบสนองความต้องการลูกค้าได้อย่างแท้จริง

2. ต้นทุน (Cost to Customer) ต้นทุนหรือเงินที่ลูกค้ายินดี ที่จะจ่ายสำหรับบริการนั้นต้อง
 คู่กับค่าบริการที่จะได้ หากลูกค้ายินดีจ่ายในราคาสูง แสดงว่าความคาดหวังในบริการนั้นย่อมสูง
 ด้วย ดังนั้นการตั้งราคา ค่าบริการธุรกิจจะต้องหาราคาที่ลูกค้ายินดีที่จะจ่ายให้ได้ เพื่อนำราคานั้นไป
 ใช้ในการลดค่าใช้จ่าย ต่าง ๆ ทำให้สามารถเสนอบริการในราคาที่ลูกค้ายอมรับได้

3. ความสะดวก (Convenience) ลูกค้าจะใช้บริการกับธุรกิจใด ธุรกิจนั้นจะต้องสร้างความ
 สะดวกให้ลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อสอบถามข้อมูล และการไปใช้บริการ หากลูกค้าไปติดต่อใช้
 บริการ ได้ไม่สะดวก ธุรกิจจะต้องทำหน้าที่สร้างความสะดวกด้วยการให้บริการถึงที่บ้านหรือที่
 ทำงานลูกค้า

4. การติดต่อสื่อสาร (Communication) ลูกค้าย่อมต้องการได้รับข่าวสารอันเป็นประโยชน์
 จากธุรกิจ ในขณะที่ลูกค้า ต้องการติดต่อธุรกิจเพื่อให้ข้อมูล ความเห็น หรือข้อร้องเรียน ธุรกิจ
 จะต้องจัดหาสื่อที่เหมาะสม กับลูกค้าเป้าหมาย เพื่อการให้และรับข้อมูลความเห็นจากลูกค้า ดังนั้น
 การส่งเสริมการตลาดทั้งหลายจะไม่ประสบความสำเร็จเลยหากการสื่อสารล้มเหลว

5. การดูแลเอาใจใส่ (Caring) ลูกค้าที่มาใช้บริการ ไม่ว่าจะเป็นบริการที่จำเป็นหรือบริการที่
 ฟุ่มเฟือย เช่น ด้านความงาม ลูกค้าต้องการการเอาใจใส่ดูแลเป็นอย่างดีจากผู้ให้บริการ เริ่มตั้งแต่
 ก้าวเท้าแรก เข้ามาจนถึงก้าวออกจากร้านนั้น ไม่ว่าจะเป็นครั้งแรกหรือครั้งใดของการใช้บริการก็
 ตาม หรือไม่ว่าจะเป็นพนักงานผู้ใดที่ให้บริการก็ตาม

6. ความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ (Completion) ลูกค้ามุ่งหวังให้ได้รับการ
 ตอบสนองความต้องการอย่างสมบูรณ์แบบ ไม่ว่าจะเป็น การบริการตัดผม ผมที่ออกมาจะต้องมีความ
 เรียบร้อย ตรงกับความต้องการลูกค้า หรือการ เข้ารักษาอาการป่วย ไม่ว่าจะในโรงพยาบาลใดอาการป่วย

จะต้องหาย ในแต่ละธุรกิจบริการ แม้ขั้นตอนการให้บริการจะมีความซับซ้อนเพียงใด ต้องจัดพนักงานจำนวนมากมายืนเพียงใดลูกค้าไม่มีส่วนมารับรู้ รู้อย่างเดียวว่ากระบวนการให้บริการต้องตอบสนองความต้องการ อย่างครบถ้วนไม่ขาดตกบกพร่อง

7. ความสบาย (Comfort) สิ่งแวดล้อมของการให้บริการ ไม่ว่าจะเป็นอาคาร เคนเตอร์ บริการ ห้องน้ำ ทางเดิน ร้านอาหาร ป้ายประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ จะต้องสร้างความสบายตาและสบายใจให้ลูกค้า

2.6 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการให้บริการ

การให้บริการเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับความพอใจ ความสะดวก และปลอดภัย ของลูกค้าซึ่งมีผู้ที่ศึกษา และสรุปเป็นสาระอันประกอบด้วย ความหมาย องค์ประกอบ แนวคิดเกี่ยวกับ การให้บริการ คุณภาพการให้บริการ และแนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการ ดังต่อไปนี้

ความหมายของการบริการ

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน 2542 (ราชบัณฑิตยสถาน, 2542: 607) ให้ความหมายของคำว่า บริการ หมายถึง การปฏิบัติรับใช้ การให้ความสะดวกต่าง ๆ

จิราภรณ์ กนิษฐรัตน์ (2535: 9) กล่าวว่า “บริการ” หมายถึง สิ่งที่มีจำหน่ายในลักษณะของกิจกรรมต่าง ๆ อาทิ การอำนวยความสะดวก การให้ความช่วยเหลือ โดยมักไม่เห็นเป็นตัวตนหากแต่จะมีสิ่งของมาประกอบการให้บริการดังกล่าว เพื่อให้เห็นเป็นรูปธรรมยิ่งขึ้น

คอตเลอร์ (Kotler, 1997: 467) กล่าวว่า การบริการ เป็นกิจกรรมที่ผู้เสนอสามารถเสนอสิ่งที่สำคัญที่มองไม่เห็นเป็นตัวตนและไม่มีผลในการเป็นเจ้าของ ผลผลิตของบริการอาจเป็นหรือไม่เป็นผลิตภัณฑ์ก็ได้

วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2542: 6-7) กล่าวว่า การบริการหมายถึง พฤติกรรมการกระทำ หรือกิจกรรม ที่บุคคลหนึ่งกระทำให้หรือส่งมอบต่ออีกบุคคลหนึ่ง โดยมีเป้าหมายและมีความตั้งใจในการส่งมอบบริการนั้น อีกทั้งบริการเป็นสิ่งที่จับสัมผัส และต้องได้ยาก และเป็นสิ่งที่เสื่อมสูญสลายไปได้โดยง่าย บริการจะได้รับการผลิตขึ้นและส่งมอบสู่ผู้รับบริการเพื่อใช้งานได้โดยทันทีหรือเกือบจะในทันทีทันใดที่มีการให้บริการเกิดขึ้น

มัตลีชิตะ (ม.ป.ป. อ้างถึงใน คัมภีร์พันธุ ขำภิบาล, 2544: 13) กล่าวถึงความสำคัญของการบริการว่า สินค้า การขาย และบริการ คือ สามเสาหลักที่มีอาจแยกออกจากกันได้ ธุรกิจที่ดีจำเป็นต้องเอื้ออาทรต่อลูกค้า และความเอื้ออาทรนั้นแสดงออกตรงที่ การให้บริการ ธุรกิจที่ดีต้องมีสินค้าที่ดี และเหนืออื่นใดต้องมีบริการที่ดีด้วย เพราะด้วยบริการที่ดีธุรกิจสามารถพัฒนาให้มีศักยภาพถึงจุดสูงสุดได้

ความสำคัญของการบริการ

ไพรัช วิริยะลัพพะ (2544: 9) กล่าวว่า งานบริการเป็นงานสร้างความพึงพอใจ และประทับใจให้กับลูกค้าที่มาติดต่อ การบริการที่ดีย่อมมีผลดีต่อ การปฏิบัติงาน ความล้มเหลวในการบริการจะเป็นผลเสียอย่างร้ายแรงหากไม่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น ดังนั้น ผู้รับผิดชอบในการให้บริการและการต้อนรับต้องตระหนัก และระลึกอยู่เสมอว่า “การบริการที่ดีต้องมีความรับผิดชอบ” การให้บริการที่ดี และมีคุณภาพจากตัวบุคคลซึ่งต้องอาศัยเทคนิค กลยุทธ์ ทักษะ และความแนบเนียนต่าง ๆ ที่จะทำให้นักพอใจลูกค้าที่ติดต่อหรือบุคคลทั่วไปที่มาใช้บริการ จึงถือได้ว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งในปัจจุบันนี้

การบริการอย่างมีคุณภาพ (Total Quality Service)

ไพรัช วิริยะลัพพะ (2544: 20-21) กล่าวว่า การบริการที่มีคุณภาพเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับธุรกิจ การบริการที่ดีเป็นที่พึงพอใจของลูกค้าจะต้องมาจาก 2 ส่วนด้วยกัน คือ ต้องเริ่มจากมีจิตสำนึกในการให้บริการ (Sense of Service) ผสมผสานกับการแสดงออกด้วยท่าทางบุคลิกที่ดีอ่อนน้อม สุภาพ ซึ่งเรียกว่า มาตรฐานการบริการ (Standard of Service) การบริการอย่างมีคุณภาพหมายถึง การบริการที่พนักงาน ผู้ให้บริการมีความพร้อมทางด้านจิตใจ ที่จะให้บริการและแสดงออกมาด้วยกิริยามารยาทที่ควรปฏิบัติ ซึ่งทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจอย่างยิ่ง การบริการ การบริการแบ่งออกเป็น 4 ลักษณะดังนี้

1. การให้การต้อนรับ การช่วยเหลือ หมายถึง การให้การต้อนรับช่วยเหลือด้วยความเต็มใจ ใจจดใจจ่อ จะเป็นการสร้างความประทับใจกับบุคคลที่มาติดต่อ

2. เพื่อแสดงออกซึ่งความเอื้อเฟื้อ เอาใจใส่ ทำให้อยากกลับมาติดต่ออีก
3. เพื่อช่วยเหลือ คือ พยายามให้ความช่วยเหลือให้ความสะดวก
4. เพื่อรับใช้ เพื่อช่วยทำทุก ๆ สิ่ง ทุก ๆ อย่าง เท่าที่จะทำได้เต็มความสามารถ

กฎเกณฑ์สำหรับการให้บริการ

1. การเข้าใจในความต้องการของผู้ใช้บริการ
2. การรู้จักวิธีติดต่อสื่อสารที่ดี ทั้งภาษาที่พูด สำเนียง กิริยาท่าทาง หรืออวัจนภาษา
 - 2.1 ใช้คำสุภาพ
 - 2.2 หลีกเลี่ยงในการพูดเรื่องส่วนตัวต่อหน้าผู้ให้บริการ
 - 2.3 หลีกเลี่ยงที่จะพูดภาษาเฉพาะ
 - 2.4 หลีกเลี่ยงการบ่นต่อหน้าผู้ให้บริการ
 - 2.5 หน้าทีการบริการที่ดีควรฟังมากกว่าพูด
 - 2.6 อย่าตอบห้วน ๆ กับผู้ให้บริการ

- 2.7 อย่าทะเลาะกับผู้ใช้บริการ
- 2.8 อย่าหัวเราะเยาะผู้ใช้บริการ
- 2.9 มองหน้าผู้ใช้บริการเมื่อพูดกับเขาเสมอ
3. ความมีมารยาท คือ การที่ผู้ให้บริการมีการแสดงออกที่ดีต่อหน้าผู้มาใช้บริการ
 - 3.1 มีความสุภาพอ่อนน้อม รู้จักไปลามาไหว้
 - 3.2 ควรรู้จักเก็บ และรักษาอารมณ์
 - 3.3 ควรสำรวมกิริยาท่าทาง
 - 3.4 รู้จักอดทน อดกลั้น งานบริการเป็นงานที่ต้องอาศัยความอดทน
 - 3.5 ยอมรับคำตำหนิตติชม จงถือคติว่า การตำหนินั้นเป็นการกระทำหรือการติเพื่อก่อมิใช่เพื่อทำลาย เพื่อเราจะได้พัฒนาปรับปรุง หรือแก้ไขให้ดีขึ้น
 - 3.6 ควรตั้งใจฟังผู้ใช้บริการ
 - 3.7 ควรกล่าวคำขออภัยเมื่อมีการชี้แจงเหตุผลด้วยเสมอ
 - 3.8 ควรขอบคุณผู้ที่มาใช้บริการในโอกาสอันควร
4. การมีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมายเป็นอย่างดี
5. ความมีความสามารถรอบรู้ในการให้บริการ เพราะจะทำให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อการให้บริการ
6. การมีความน่าเชื่อถือ
- การบริการที่ประทับใจ**

ไพรัช วิริยะลัพพะ (2544: 22-23) กล่าวว่า ในปัจจุบันธุรกิจเกือบทุกประเภทและทุกขนาดมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงและจริงจังในรูปแบบต่าง ๆ กัน เพื่อที่จะรักษาสถานภาพหรือเพื่อโอกาสก้าวหน้าในธุรกิจของตนเอง ในการแข่งขันที่มีการกระทำกันอย่างทุ่มเท จริงจังไม่หยุดยั้งเลย คือ การพัฒนาทางด้านวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีเพื่อให้เกิดสิ่งใหม่ ๆ ที่ก้าวล้ำนำหน้าคู่แข่งเสมอ อย่างไรก็ตามการพัฒนาทางด้านนี้ แม้จะมีความก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพก็ตาม ก็ยังไม่อาจเอาชนะหรือสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่งได้อย่างแท้จริง เพราะความสามารถทางด้านนี้มีโอกาสที่จะก้าวตามให้ทันกันอยู่เสมอ และอาจมีโอกาask้าวล้ำนำหน้าไปด้วย

ปัจจุบันการแข่งขันที่จำเป็นอีกอย่างหนึ่ง คือ การบริการ (Service) และการพัฒนาทางด้านทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development) ซึ่งจัดได้ว่าเป็นทรัพยากรหลักของการดำเนินธุรกิจ ทุกชนิดผู้บริการจะต้องตระหนัก และเข้าใจถึงความต้องการ และความคาดหวังของลูกค้าที่หวังจะได้รับ คือ สินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพสูงสุดสิ่งที่ทำให้เกิดความประทับใจ

1. ความประทับใจในครั้งแรก
 - 1.1 การจัดสถานที่ทำงาน
 - 1.2 สภาพของผู้ปฏิบัติงาน
2. การให้ความสนใจอย่างจริงจัง
 - 2.1 การสนทนา
 - 2.2 การมีท่าที - สีหน้า
 - 2.3 ความรวดเร็ว และเต็มใจในการทำงาน
3. การให้เกียรติ ยกย่อง
 - 3.1 การให้ความสนใจ
 - 3.2 การสนทนา มีท่าทีสีหน้า
 - 3.3 ความเท่าเทียม

กฤษณ ชนาพงศธร (2522 อ้างถึงใน ไพรัช วิริยะลัทปะ, 2544: 21) ได้ชี้ให้เห็นถึงหลักการให้บริการที่สำคัญมี 5 ประการ คือ

1. หลักความสอดคล้องกับความต้องการของบุคคลเป็นส่วนใหญ่ กล่าวคือ ประโยชน์และบริการที่องค์การจัดให้ นั้น จะต้องตอบสนองความต้องการของบุคลากรส่วนใหญ่ หรือทั้งหมดมิใช่เป็นการจัดให้แก่บุคคลกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง โดยเฉพาะ มิฉะนั้นแล้ว นอกจากจะไม่เกิดประโยชน์สูงสุดในการเอื้ออำนวยประโยชน์ และบริการแล้ว ยังไม่คุ้มกับการดำเนินงานนั้น ๆ ด้วย
2. หลักความสม่ำเสมอ กล่าวคือ การให้บริการนั้น ๆ ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ มิใช่ทำ ๆ หยุด ๆ ตามความพอใจของผู้บริหาร หรือผู้ปฏิบัติการ
3. หลักความเสมอภาค บริการที่จัดนั้นต้องให้แก่ผู้มาใช้บริการทุกคนอย่างสม่ำเสมอและเท่าเทียมกัน ไม่มีการใช้สิทธิพิเศษแก่บุคคล หรือกลุ่มบุคคลใดบุคคลหนึ่งในลักษณะต่างจากกลุ่มคนอื่น ๆ อย่างเห็นได้ชัด
4. หลักความประหยัด ค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ในการบริการจะต้องไม่มากจนเกินกว่าผลที่จะได้รับ
5. หลักความสะดวก บริการที่จัดให้แก่ผู้รับบริการจะต้องเป็น ไปในลักษณะปฏิบัติได้ง่าย สะดวก สบาย สิ้นเปลืองทรัพยากรไม่มากนัก ทั้งยังไม่เป็นการสร้างภาระยุ่งยากใจให้แก่ผู้ให้บริการ หรือผู้ให้บริการมากจนเกินไป

สมชาติ กิจยรรยง (2540 อ้างถึงใน ไพรัช วิริยะลัทปะ, 2544: 28) กล่าวว่า การทำธุรกิจนั้น จะต้องพยายามทำทุกวิถีทางที่ทำให้ลูกค้ามารับบริการ และพร้อมที่จะให้บริการกับลูกค้าอย่างมี

คุณภาพด้วย ซึ่งจะเอาคำว่า “บริการ” มาแปลเป็นภาษาอังกฤษว่า “Service” แล้วแยกอักษรแต่ละตัวมาแปรรูปเป็นความหมายต่าง ๆ ของการให้บริการซึ่งจะได้ผลออกมาดังนี้

S คือ แนวความคิดรวบยอดในการบริการ (Service Concept) และการสร้างความพึงพอใจ (Satisfaction) ให้กับลูกค้าผู้มาติดต่อ หรือมาขอใช้บริการ และรับบริการ ก่อนอื่นเราจะต้องมี Concept คือ แนวความคิดรวบยอด การให้บริการที่ดีต่อลูกค้า นั้นเป็นหน้าที่โดยตรง และต้องพยายามทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจให้มากที่สุด

E คือ ความกระตือรือร้น (Enthusiasm) หมายความว่า พนักงานทุกคนจะต้องมีความกระตือรือร้น ไม่ว่าจะเป็นพนักงานต้อนรับ พนักงานให้บริการ ฯลฯ ซึ่งถ้าเห็นลูกค้าเข้ามา ก็ต้องรีบเข้าไปแสดงการต้อนรับ และกล่าวทักทายปราศรัยด้วยใบหน้ายิ้มแย้มแจ่มใส และต้องพร้อมที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าตลอดเวลา และคอยสังเกตลูกค้าตลอดเวลาว่าลูกค้าต้องการอะไรบ้าง หรือต้องการให้ช่วยเหลืออะไรบ้าง แล้วรีบบริการทันที

R คือ ความพร้อม (Readiness) และความรวดเร็ว (Rapidness) หมายถึง ความพร้อมอยู่ตลอดเวลา และความรวดเร็วฉับพลันทันใจทันเวลา

V คือ ความมีคุณค่า (Values) หมายถึง ไม่ว่าจะให้บริการประเภทใด ท่านจะต้องทำทุกวิถีทางทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกเสมอว่า เมื่อเขามารับบริการจากท่าน เขารู้สึกไม่ผิดหวัง และเห็นว่าการบริการของท่านนั้นมีคุณค่าสำหรับเขา

I คือ ความสนใจ (Interesting) และความประทับใจ (Impressive) หมายถึง การให้ความสนใจอย่างจริงจังต่อลูกค้า และการสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าทุกระดับ และทุกคนโดยไม่เลือกที่รักมักที่ชัง หรือแบ่งชั้นวรรณะ เพราะลูกค้าไม่ว่าจะเป็นใครก็ตามเข้าต้องการที่จะได้รับบริการที่ดีด้วยกันทั้งนั้น และเราก็จะต้องให้ความสนใจต่อลูกค้าทุกคนโดยเสมอภาคกัน

C คือ ความสะอาด (Cleanliness) ความถูกต้อง (Creativeness) และความมีไมตรีจิต (Courtesy) สิ่งเหล่านี้เป็นองค์ประกอบสำคัญในการขายบริการ นั่นคือ ไม่ว่าจะท่านจะทำธุรกิจในด้านใด สถานที่ของท่านจะต้องสะอาด และมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย คือ มีการดูแลที่ดีเพราะใคร ๆ ก็ชื่นชอบความสะอาด และมีความเป็นระเบียบเรียบร้อยในเรื่องของความถูกต้อง

E คือ ความอดทนอดกลั้น (Endurance) และการรู้จักควบคุมอารมณ์ (Emotional Control) ผู้ให้บริการ หรือการบริการที่ดีนั้นจะต้องมีคุณสมบัติที่พิเศษอย่างหนึ่ง นั่นคือ ความอดทนอดกลั้นและการรู้จักควบคุมอารมณ์ ทั้งนี้เพราะว่า ลูกค้าทั้งหลายนั้นก็คือ มนุษย์ธรรมดา ซึ่งมีความแตกต่างกันมากมาย ไม่ว่าจะเป็นด้านของนิสัยใจคอ ความรู้สึกนึกคิด ความสามารถ ความเข้าใจความต้องการ

ฯลฯ เหมือนกับคำสอนของศาสนาที่ว่า “นานาจิตตัง” คือ ต่างคนต่างจิตนั่นเอง ดังนั้นจึงเป็นเรื่องที่ยากพอสมควรในการที่ท่านจะบริการให้ลูกค้าทุกคนได้

S คือ ความจริงใจ (Sincerity) และการรู้จักยิ้มแย้มแจ่มใส (Smiling) ในการให้บริการลูกค้า นั้น ท่านจะต้องรู้จักยิ้ม และมีความรู้สึกในทางบวกเกิดขึ้น โดยจะต้องแสดงให้ลูกค้าเห็นทั้งโดยวาจา ท่าทาง ตลอดจนสีหน้า และแววตา ว่าท่านมีความจริงใจและเต็มใจที่จะให้บริการแก่ลูกค้าก็จะทำให้ลูกค้ารู้สึกติดใจกับการให้บริการของท่าน

ลักษณะของการให้บริการ

Kotler (1997: 428) ได้กล่าวว่า การบริการมีลักษณะเป็นกิจกรรมหรือการปฏิบัติที่ผู้ประกอบการกระทำเพื่อตอบสนอง ความต้องการของลูกค้า ซึ่งลักษณะของกิจกรรมไม่สามารถจับต้องได้ และได้จัดแบ่งธุรกิจที่มีส่วนผสมการบริการ (Service Mix) ได้เป็น 5 ประเภทดังนี้

1. ขายแต่สินค้าโดยไม่มีการบริการ เช่น สบู่ แปรงสีฟัน
2. ขายสินค้าที่มีการให้บริการหลังการขาย เช่น รถยนต์ คอมพิวเตอร์
3. ขายสินค้าควบการบริการ เช่น ร้านอาหาร
4. ขายการบริการเป็นหลัก เสริมสินค้าอื่น ๆ หรือมีบริการเพิ่มเติม เช่น สายการบินที่ให้บริการขนส่ง แต่เสริมด้วยอาหารและเครื่องดื่ม
5. ขายการบริการแต่เพียงอย่างเดียว โดยไม่มีสินค้า เช่น สถานรับเลี้ยงเด็กซึ่งในการค้าปลีกน้ำมันผ่านช่องทางสถานีบริการน้ำมันจัด เป็นบริการที่มีสินค้าควบมาด้วย ในลักษณะเช่นเดียวกับธุรกิจร้านอาหาร ซึ่งมีทั้งการจำหน่ายสินค้า และการให้บริการ

จรรยาพร กุลอำนวยชัย (2538: 44) ได้กล่าวว่า ลักษณะของงานบริการไว้ดังนี้

1. งานบริการเป็นงานที่มีการผลิตและการบริโภคขึ้นพร้อมกันคือ ไม่อาจกำหนดความต้องการที่แน่นอนได้ ขึ้นอยู่กับว่าผู้ใช้บริการนั้น ต้องการอะไรและเมื่อใด
2. งานบริการเป็นงานที่ไม่อาจกำหนดปริมาณงานล่วงหน้าได้ การมาใช้หรือไม่ใช้ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขของผู้ใช้บริการ การกำหนดบริการล่วงหน้าจึงไม่อาจทำได้ นอกจากคาดคะเนความน่าจะเป็นเท่านั้น
3. งานบริการเป็นงานที่ไม่มีตัวสินค้า ไม่มีผลผลิต สิ่งที่ใช้บริการจะได้ คือ ความพึงพอใจ ความรู้สึกคุ้มค่าที่ได้มาใช้บริการ ดังนั้นคุณภาพของงานจึงเป็นสิ่งที่สำคัญมาก
4. งานบริการเป็นงานที่ต้องตอบสนองในทันที ผู้ใช้บริการต้องการให้ลงมือปฏิบัติในทันที ดังนั้นผู้ให้บริการจะต้องพร้อมที่จะตอบสนองตลอดเวลา และเมื่อนัดหมาย วัน เวลาใดก็จะต้องปฏิบัติได้ตรงตามนัดหมายและข้อสัญญา

กุลธน ธนาพงศธร (2528 อ้างถึงใน เกศสิณี กลั่นบุศย์, 2540: 18) ตีความว่าหลักการให้บริการไว้ดังนี้

1. หลักความสอดคล้อง กับความต้องการของบุคคลส่วนใหญ่ กล่าวคือ บริการและประโยชน์ที่องค์กรจัดให้นั้นจะต้องตอบสนองความต้องการ ของบุคคลเป็นส่วนใหญ่ทั้งหมด มิใช่เป็นการจัดให้แก่บุคคลกลุ่มหนึ่งกลุ่มใดโดยเฉพาะ

2. หลักความสม่ำเสมอ กล่าวคือ การให้บริการนั้นๆ ต้องดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง และสม่ำเสมอ มิใช่ทำ ๆ หยุด ๆ ตามความพอใจของผู้บริการหรือผู้ปฏิบัติงาน

3. หลักความเสมอภาค กล่าวคือ บริการที่จัดนั้นต้องให้แก่ผู้มาใช้บริการทุกคนอย่างเสมอหน้าและเท่าเทียมกันไม่มีการให้สิทธิพิเศษแก่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลใดในลักษณะแตกต่างจากคนอื่น ๆ อย่างเห็นได้ชัด

4. หลักความประหยัด กล่าวคือ ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการบริการต้องไม่มากจนเกินกว่าผลที่จะได้รับ

5. หลักความสะดวกบริการ ที่จัดให้แก่ผู้รับบริการ จะต้องเป็นไปในลักษณะที่ ปฏิบัติได้ง่าย สะดวกสบาย สั้นเปลืองทรัพยากรไม่มากนัก ทั้งยังต้องไม่เป็นการสร้างภาวะยุ่งยากใจให้แก่ผู้ให้บริการมากจนเกินไป

เกศสิณี กลั่นบุศย์ (2540: 18) ได้ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของงานให้บริการว่าต้องประกอบด้วยปัจจัยสำคัญ 3 ประการ คือ

1. คุณภาพของทรัพยากร ต้องเลือกสรรแล้วว่าสอดคล้อง กับความต้องการของผู้ใช้ และมีคุณภาพดี

2. คุณภาพของบุคลากรผู้ให้บริการ ผู้ให้บริการจะต้องมีทักษะในงานบริการนั้นเป็นอย่างดี

3. การติดต่อสื่อสาร เช่น การสื่อสารระหว่างผู้ให้บริการ การใช้ภาษาสัญลักษณ์สามารถสื่อสารให้เข้าใจกันได้เป็นอย่างดี

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุดศดา รัตนวงค์ (2548) ได้ศึกษาเรื่อง โทรศัพท์เคลื่อนที่ ถือได้ว่าเป็นข่ายการสื่อสารอย่างหนึ่งซึ่งถือว่ามีความสำคัญยิ่งในภาวะเศรษฐกิจปัจจุบัน โทรศัพท์เคลื่อนที่เริ่มเข้ามามีบทบาทในสังคมไทย ทุกวันนี้โทรศัพท์เคลื่อนที่กลายเป็นสิ่งที่จำเป็นในชีวิตประจำวันไปแล้วประโยชน์ของโทรศัพท์เคลื่อนที่ คือ สามารถใช้ในการติดต่อสื่อสารกัน ให้ความสะดวกสบาย เพราะสามารถพกติดตัวไปไหนมาไหนได้ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีการพัฒนาความก้าวหน้าอย่างต่อเนื่องนับจากอดีตถึงปัจจุบัน ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ในอดีตจะเป็นระบบอนาล็อกโดยที่มีระบบที่สำคัญอยู่ 3 ระบบ คือ ระบบ AMPS 800 ในประเทศสหรัฐอเมริกา ระบบ TACS 900 ในประเทศอังกฤษ และระบบ NMT 450/NMT 900 ในกลุ่มประเทศแถบสแกนดิเนเวีย ระบบอนาล็อกนี้จัดอยู่ในประเภทโมบายล์ โทรคมนาคมยุคที่ 1 ซึ่งยังมีข้อจำกัดในการใช้งาน หลายอย่างด้วยกัน ทำให้มีการพัฒนาระบบโทรศัพท์แบบดิจิทัล ขึ้นมาซึ่งเพิ่มความสามารถของ ระบบและบริการในหลาย ๆ เรื่องด้วยกัน โทรศัพท์ถือเริ่มเข้ามามีบทบาทในสังคมไทยเมื่อ 4-5 ปี ที่ผ่านมา ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับอดีตจนถึงปัจจุบันแล้วแตกต่างกันมาก โดยปกติแล้ว โทรศัพท์เคลื่อนที่จะมีใช้แก่นักธุรกิจเท่านั้น คนธรรมดา น้อยมากที่จะมีโทรศัพท์เคลื่อนที่ใช้ เพราะมีราคาแพง แต่ทุกวันนี้สังคมไทยมีการเปลี่ยนแปลงรวดเร็วมาก ภายในระยะเวลาไม่กี่ปี คนไทยแทบทุกคน ต้องมีโทรศัพท์เคลื่อนที่แม้กระทั่งเด็กอนุบาลยังต้องใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่มากถึง 50%

ฉันทนา ใต้ถม (2548) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบ GSM เปรียบเทียบกับคู่แข่งในเขตบางนา” พบว่าในการศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ GSM เปรียบเทียบกับคู่แข่งในเขตบางนา และนำผลที่ได้จากการวิจัยนี้ไปปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ ให้ดียิ่งขึ้น ความพึงพอใจโดยภาพรวมของลูกค้าที่มีต่อกลยุทธ์การให้บริการของ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ GSM 2 WATTS ของบริษัท AIS ในระดับ “เฉยๆ ” ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 โดยกลยุทธ์การตลาดด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นกลยุทธ์ที่ทำให้ลูกค้าที่ใช้บริการเกิดความ พึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 ในขณะที่กลยุทธ์การตลาดด้านราคา (Price) เป็นกลยุทธ์ที่ทำให้ลูกค้าใช้บริการเกิดความพึงพอใจน้อยที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34 ความพึงพอใจโดย ภาพรวมของลูกค้าที่มีต่อกลยุทธ์การให้บริการของ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 1800 MHz ในระดับ “เฉยๆ ” ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.07 โดยกลยุทธ์การตลาดด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทาง กายภาพ (Physical) เป็นกลยุทธ์ที่ทำให้ลูกค้าที่ใช้บริการเกิดความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.26 ในขณะที่กลยุทธ์การตลาดด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นกลยุทธ์ที่ทำให้ลูกค้าที่ใช้บริการเกิดความ พึงพอใจน้อยที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.85 ความพึงพอใจโดย

ภาพรวมของลูกค้ำที่มีต่อกลยุทธ์การ ให้บริการของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 1800 MHz ของบริษัท Orange ในระดับ “เฉยๆ ” ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.03 โดยกลยุทธ์การตลาดด้านการสร้างและการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ (Physical) เป็นกลยุทธ์ที่ทำให้ลูกค้ำที่ใช้บริการเกิดความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.19 ในขณะที่กลยุทธ์ การตลาดด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นกลยุทธ์ที่ทำให้ลูกค้ำที่ใช้ บริการเกิดความพึงพอใจน้อย ที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.91

สุนิสาน บุญพึ้ง (2548) ได้ศึกษาเรื่องการใช้ปัจจัยทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของผู้บริโภคในเขตตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษา การใช้ปัจจัย ทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในเขตตลาดพร้าวกรุงเทพมหานครใน 4 ด้าน คือ ด้านสินค้า ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดและเพื่อ เปรียบเทียบการใช้ปัจจัยทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของผู้บริโภคในเขต ตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้สุทธิ ต่อเดือน อาชีพ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นผู้บริโภคโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่พักอาศัยอยู่ใน เขตตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ชุด สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ การแจกแจงความถี่ เปอร์เซ็นต์ ค่าเฉลี่ยค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทาง เดียว F-test หากพบความแตกต่างอย่างมี นัยสำคัญทางสถิติจึงทดสอบรายคู่โดยวิธี LSD (Least significant difference) ผลของการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างในเขตพื้นที่ที่ศึกษาให้ความสำคัญกับ ปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์ ในเรื่องคุณภาพของโทรศัพท์เคลื่อนที่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายในเรื่อง การลด ค่าบริการ และปัจจัยด้านราคาในเรื่องมูลค่าของโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระดับมากในการตัดสินใจ ซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยจากการเปรียบเทียบการใช้ปัจจัยทางการตลาด 4 ด้านพบว่า กลุ่มตัวอย่าง เพศชาย ให้ความสำคัญด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก เพศหญิงให้ความสำคัญด้าน ผลิตภัณฑ์ในระดับมาก ผู้บริโภคที่มีอายุต่างกัน ใช้ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และใช้ปัจจัยด้านราคากับด้านช่องทางการจัดจำหน่ายแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ใช้ปัจจัยด้านช่องทางการ จัดจำหน่ายแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และใช้ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้าน การส่งเสริมการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผู้บริโภคที่มีสถานภาพโสด ให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้บริโภคที่สมรส แล้วให้ความสำคัญด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้บริโภคที่มี รายได้สุทธิต่อเดือนต่างกัน ใช้ปัจจัยทางการตลาดโดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ผู้บริโภคที่มีอาชีพต่างกัน ใช้ปัจจัยด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน อย่างมี

นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และใช้ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

มนตรี มากสิริกุล (2548) ได้ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์การพัฒนาเทคโนโลยีสื่อสารไร้สายในยุคที่ 3 เมื่อโลกของเทคโนโลยีการติดต่อสื่อสารมีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว และมีการเปลี่ยนแปลงจากระบบการสื่อสารแบบเดิม มาเป็นการใช้ระบบมาตรฐานเทคโนโลยีในยุคที่ 3 กันบ้างแล้วสำหรับประเทศไทยเองเรื่องของระบบโครงข่าย 3G เป็นสิ่งที่มีการพูดถึงมาเป็นเวลานานพอสมควร ในการที่จะนำเทคโนโลยี และบริการของระบบ 3G มาใช้แต่แนวโน้มและทิศทางของการพัฒนาที่แน่นอนในการดำเนินการพัฒนาระบบโครงข่าย 3G ก็ยังคงมีความไม่ชัดเจน และยังไม่สามารถเปิดให้ใช้บริการภายในประเทศได้ สาเหตุของปัญหามาจากในหลายๆ ด้าน เช่น การดำเนินงานและการพัฒนา การออกใบอนุญาตกิจการโทรศัพท์เคลื่อนที่ มาตรฐานระบบโครงข่าย 3G และแนวโน้มทิศทางของในการพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสารในยุคที่ 3 ด้วยเหตุผลดังกล่าวทำให้เราจำเป็นต้องมีการศึกษา ทำความเข้าใจ และหาสาเหตุของปัญหาที่เกิดขึ้นจากปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อการดำเนินงานในการพัฒนาเทคโนโลยีสื่อสารไร้สายในยุคที่ 3 ทั้งทางตรงและทางอ้อม จากข้อมูลจากแหล่งที่มาต่างๆ ทั้งหนังสือ บทความ เอกสารประกอบ และทำแบบสำรวจ โดยอาศัยวิธีการศึกษาด้วยการวิเคราะห์และเปรียบเทียบในหลายปัจจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ทราบถึงสาเหตุ และหาวิธีการในการแก้ไขปัญหาและข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้น พร้อมทั้งนำเสนอแนวความคิดในการกำหนดทิศทางในการพัฒนาเทคโนโลยีสื่อสารไร้สายในอนาคต

วรรัตน์ สันติสิวกุล และ ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว (2551) ได้ศึกษาเรื่อง การรับรู้ของผู้บริโภคต่อเกณฑ์การตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์มือถือหน้าจอสัมผัสและ การแบ่งส่วนตลาดตามการรับรู้ วิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้ของผู้บริโภคต่อเกณฑ์การตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือหน้าจอสัมผัส และเพื่อกำหนดส่วนตลาด โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ ในการเก็บข้อมูลจากผู้บริโภค ที่เคยซื้อโทรศัพท์มือถือหน้าจอสัมผัสจำนวน 400 คนในเขตกรุงเทพมหานคร สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจด้วยวิธีตัวประกอบหลักและหมุนแกนแบบมุมฉากด้วยวิธีเวรีแมกซ์ และการวิเคราะห์กลุ่มโดยใช้ K-Mean Cluster Analysis จากการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจพบว่า เกณฑ์การตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์มือถือหน้าจอสัมผัสประกอบด้วยปัจจัย 7 ด้าน คือ ตัวแทนจำหน่าย ประสิทธิภาพการทำงานของสินค้า เงื่อนไขของการชำระเงิน พนักงานขาย ราคาและการส่งเสริมการขาย รูปลักษณ์และชื่อเสียง และการสื่อสาร ส่วนการวิเคราะห์แบบ K-Mean Cluster Analysis พบว่า ผู้บริโภคสามารถแบ่งได้เป็น 5 กลุ่ม คือ กลุ่มความเกี่ยวพัน กลุ่มที่เน้นความคุ้มค่า กลุ่มเน้นประสิทธิภาพการทำงานของสินค้า กลุ่มที่เน้นข้อมูล และกลุ่มอ่อนไหวต่อราคา

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G” มุ่งศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G เพื่อนำผลที่ได้จากการวิจัย ซึ่งในบทนี้ จะกล่าวถึง วิธีดำเนินงานวิจัย โดยมีหัวข้อในการศึกษา ดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร เขตชั้นใน เขตพญาไท เขตดุสิต เขตชั้นนอก เขตหลักสี่ เขตลาดกระบัง ที่ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G

กลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร เขตชั้นใน เขตพญาไท เขตดุสิต เขตชั้นนอก เขตหลักสี่ เขตลาดกระบัง โดยกลุ่มตัวอย่างจะทำการเลือกจากประชากรกลุ่มดังกล่าวที่มีการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่ายต่าง ๆ ตัวอย่างไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability) โดยคำนวณได้จากสูตร (Taro Yamane, 1943: 125) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นของกลุ่มตัวอย่างมีค่าเท่ากับร้อยละ 95 ซึ่งหมายความว่ายอมรับให้มีความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 5

สูตรที่ใช้

$$n = \frac{Z^2}{4e^2}$$

n = ขนาดตัวอย่าง

Z = ค่ามาตรฐานของระดับความเชื่อมั่น (95% เท่ากับ 1.96)

e = ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้น

$$n = \frac{(1.96)^2}{4(0.05)^2}$$

$$n = 384.16$$

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ 384.16 หรือประมาณ 385 ตัวอย่างและ
สำรองค่าความคลาดเคลื่อนจึงสำรองไว้ 15 ตัวอย่าง ดังนี้

$$n = 385 + 15$$

$$n = 400$$

เพราะฉะนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ได้ประมาณ 400 ตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่าง

1. สุ่มเลือกเขตที่จะเก็บข้อมูล กรุงเทพมหานครชั้นใน 2 เขต กรุงเทพมหานครชั้นนอก 2 เขต โดยการจับสลาก
2. เมื่อได้เขตแล้วใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยสุ่มจาก กรุงเทพมหานครเขตชั้นใน เขตพญาไทสุ่ม 100 ตัวอย่าง เขตดุสิตสุ่ม 100 ตัวอย่าง กรุงเทพมหานครชั้นนอก เขตหลักสี่ สุ่ม 100 ตัวอย่าง เขตลาดกระบัง สุ่ม 100 ตัวอย่าง

3.2 เครื่องมือวิจัยที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ คำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check -List) สรุปผลเป็นร้อยละ (percentage)

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยทางการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี โทรศัพท์เคลื่อนที่ เครื่องข่าย เอไอเอส ดีแทค และ ทรูมูฟ เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check -List) สรุปผลเป็นร้อยละ (percentage)

ส่วนที่ 3 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G คุณค่าที่จะได้รับ ราคา ความสะดวก การติดต่อสื่อสาร การเอาใจใส่ดูแล การตอบสนองความต้องการ ความสบาย โดยคำตอบใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ

เกณฑ์การวัดระดับและแปลความหมายของคะแนน

เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale) ลักษณะของเครื่องมือเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อย

ที่สุด ตามลำดับ ของ Likert Scale (อ้างอิงในธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2553: 75) โดยกำหนดค่าคะแนน แต่ละระดับดังนี้

ระดับคะแนน	ระดับความคิดเห็น
5	มากที่สุด
4	มาก
3	ปานกลาง
2	น้อย
1	น้อยที่สุด

ในการแปลความหมายของคะแนนที่ใช้ในการตีความหมายของคะแนนเฉลี่ย ที่ใช้วิเคราะห์ ซึ่งคะแนนที่ได้มีความหมายดังต่อไปนี้ (อ้างอิงในธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2553: 75) โดยใช้เกณฑ์ การแปลความหมายจากช่วงคะแนนเฉลี่ยดังต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00	หมายถึง	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.50 - 4.49	หมายถึง	มาก
ค่าเฉลี่ย 2.50 - 3.49	หมายถึง	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.50 - 2.49	หมายถึง	น้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.49	หมายถึง	น้อยมาก

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความถูกต้องแล้วมาทดสอบ (Try - Out) กับกลุ่มตัวอย่างประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร เขตชั้นใน เขตพญาไท เขตดุสิต เขตชั้นนอก เขตหลักสี่ เขตลาดกระบัง โดยกลุ่มตัวอย่างจะทำการเลือกจากประชากรกลุ่มดังกล่าวที่มีการใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่ายต่าง ๆ จำนวน 30 คน พร้อมทั้งตรวจสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของ Cronbach alpha Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม 0.8986 แสดงว่ามีค่าความเชื่อมั่นสูง

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ได้ดำเนินการเก็บข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมาย 400 คน ในเขตกรุงเทพมหานคร เขตชั้นใน เขตพญาไท เขตดุสิต เขตชั้นนอก เขตหลักสี่ เขตลาดกระบังโดยนำ แบบสอบถามไปดำเนินการสอบถามกับกลุ่มเป้าหมาย แล้วนำแบบสอบถามมาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากข้อมูลที่มีผู้รวบรวมไว้ คือ หนังสือพิมพ์ วารสาร สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต หนังสือทางวิชาการ บทความ สารนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ และรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 : การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ ที่อยู่ปัจจุบัน อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ โดยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ

ส่วนที่ 2 : การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี โทรศัพท์เคลื่อนที่ เครื่องข่าย เอไอเอส ดีแทค และ ทรูมูฟ โดยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ

ส่วนที่ 3 : การวิเคราะห์ข้อมูลการเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3 G คุณค่าที่จะได้รับ ราคา ความสะดวก การติดต่อสื่อสาร การเอาใจใส่ดูแล การตอบสนองความต้องการ ความสบายใจวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ สถิติค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษานี้ใช้สถิติเพื่อวิเคราะห์ข้อมูล โดยแบ่งออกเป็น 2 ประเภท

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistic)

เป็นสถิติที่ใช้อธิบายลักษณะทั่วไปของข้อมูล เช่น การแจกแจงความถี่(Frequency) และร้อยละ (Percentage) การหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D) โดยใช้ค่าโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิเคราะห์ทางสถิติ

2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังนี้

สมมุติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ เพศ ที่อยู่ปัจจุบัน อายุ ระดับ การศึกษา รายได้ ที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G แตกต่างกัน ทดสอบ โดยใช้สถิติ (t-test) (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2550: 179) ในกรณีความแปรปรวนของประชากรทั้ง 3 กลุ่ม ใช้สถิติ One way ANOVA และทดสอบความแตกต่างโดยใช้ LSD ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมุติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยทางการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่ เครือข่าย เอไอเอส ดีแทค และ ทรูมูฟ ที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G แตกต่างกัน ทดสอบ โดยใช้สถิติ One way ANOVA และทดสอบความแตกต่างโดยใช้ LSD ที่ระดับ นัยสำคัญ 0.0



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G” มุ่งศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G เพื่อนำผลที่ได้จากการวิจัย ซึ่งในบทนี้ จะกล่าวถึงการวิเคราะห์ข้อมูลและแปลผลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูล กำหนดสัญลักษณ์ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

n	แทน	จำนวนในกลุ่มตัวอย่าง
\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ย (Mean)
S.D.	แทน	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
t	แทน	สถิติทดสอบที่ใช้พิจารณาใน (t-Distribution)
Sig	แทน	ค่านัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบที่โปรแกรมคำนวณได้ใช้ในการสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Squares)
df	แทน	ชั้นความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
MS	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ยของผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Squares)
F	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา (F-Distribution)
LSD	แทน	ค่าผลต่างนัยสำคัญที่คำนวณสำหรับการทดสอบความแตกต่าง (Least Significant Difference)
*	แทน	ค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.1 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์คำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

4.2 ผลการวิเคราะห์

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

การวิเคราะห์ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ประกอบด้วย เพศ ที่อยู่ปัจจุบัน อายุ ระดับการศึกษา รายได้

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ชาย	137	34.30
หญิง	263	65.80
รวม	400	100.00

ผลจากตารางที่ 4.1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 263 คน คิดเป็นร้อยละ 65.80 และ เพศชาย จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.30

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
15 ปีหรือต่ำกว่า	10	2.50
16-23 ปี	139	34.80
24-31 ปี	167	41.80
32-39 ปี	73	18.30
40 ปีขึ้นไป	11	2.80
รวม	400	100.00

ผลจากตารางที่ 4.2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 24-31 ปี จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.80 และ อายุ 16-23 ปี จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.80

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์จำแนกตาม ระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษา	17	4.30
ปวส/ปวศ	20	5.00
ปริญญาตรี	283	70.80
ปริญญาโท	78	19.50
ปริญญาเอก	2	0.50
รวม	400	100.00

ผลจากตารางที่ 4.3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 283 คน คิดเป็นร้อยละ 70.80 และ ปริญญาโท จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.50

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์จำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 10,000 บาท	108	27.0
10,000 - 20,000 บาท	182	45.50
20,001 - 30,000 บาท	75	18.80
มากกว่า 30,000 บาท	35	8.80
รวม	400	100.00

ผลจากตารางที่ 4.4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ 10,000 - 20,000 บาท จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 45.50 และ รายได้น้อยกว่า 10,000 บาท จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์คำถามเกี่ยวกับปัจจัยทางการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่ เครื่องข่าย เอไอเอส ดีแทค และ ทรูมูฟ
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ปัจจัยทางการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่ เครื่องข่าย เอไอเอส ดีแทค และ ทรูมูฟ จำแนกตามการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเทคโนโลยี 3G

การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเทคโนโลยี 3G	จำนวน	ร้อยละ
เครือข่ายเอไอเอส	138	34.50
เครือข่ายดีแทค	95	23.80
เครือข่ายทรูมูฟ	165	41.30
อื่นๆไปรกระบุ....	2	0.50
รวม	400	100.00

ผลจากตารางที่ 4.5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับเทคโนโลยี 3G จากเครือข่ายทรูมูฟ จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.30 และ เครือข่ายเอไอเอส จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.50

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ปัจจัยทางด้านการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี โทรศัพท์เคลื่อนที่ เครื่องข่าย เอไอเอส ดีแทค และ ทรูมูฟ จำแนกตามความ สนใจที่จะหารายละเอียดเกี่ยวกับวิทยาการใหม่ข้อมูลเทคโนโลยี 3G

ความสนใจที่จะหารายละเอียดเกี่ยวกับวิทยาการใหม่ข้อมูลเทคโนโลยี 3G	จำนวน	ร้อยละ
เครื่องข่ายเอไอเอส	140	35.50
เครื่องข่ายดีแทค	93	23.30
เครื่องข่ายทรูมูฟ	164	41.00
อื่นๆโปรดระบุ....	3	0.80
รวม	400	100.00

ผลจากตารางที่ 4.6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความสนใจที่จะหารายละเอียดเกี่ยวกับวิทยาการใหม่ข้อมูลเทคโนโลยี 3G จากเครื่องข่ายทรูมูฟ จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.00 และ เครื่องข่ายเอไอเอส จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.50

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ปัจจัยทางด้านการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี โทรศัพท์เคลื่อนที่ เครื่องข่าย เอไอเอส ดีแทค และ ทรูมูฟ จำแนกตามเทคโนโลยี 3G ที่ให้ประโยชน์และคุ้มค่าแก่การใช้งานมากที่สุด

เทคโนโลยี 3G ที่ให้ประโยชน์และคุ้มค่าแก่การใช้งานมากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
เครื่องข่ายเอไอเอส	138	34.50
เครื่องข่ายดีแทค	80	20.00
เครื่องข่ายทรูมูฟ	179	44.80
อื่นๆโปรดระบุ....	3	0.80
รวม	400	100.00

ผลจากตารางที่ 4.7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่าเทคโนโลยี 3G ที่ให้ประโยชน์และคุ้มค่าแก่การใช้งานมากที่สุด คือเครื่องข่ายทรูมูฟ จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.80 และ เครื่องข่ายเอไอเอส จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.50

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ปัจจัยทางการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี โทรศัพท์เคลื่อนที่ เครื่องข่าย เอไอเอส ดีแทค และ ทรูมูฟ จำแนกตามการมีโอกาสทดลองเลือกใช้เทคโนโลยี 3G

การมีโอกาสทดลองเลือกใช้เทคโนโลยี 3G	จำนวน	ร้อยละ
เครือข่ายเอไอเอส	156	39.00
เครือข่ายดีแทค	79	19.80
เครือข่ายทรูมูฟ	165	41.30
อื่นๆไปรกระบุ....	0	0.00
รวม	400	100.00

ผลจากตารางที่ 4.8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ถ้ามีโอกาสทดลองเลือกใช้เทคโนโลยี 3G จะเลือกใช้ เครือข่ายทรูมูฟ จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.30 และ เครือข่ายเอไอเอส จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39.00

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ปัจจัยทางการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี โทรศัพท์เคลื่อนที่ เครื่องข่าย เอไอเอส ดีแทค และ ทรูมูฟ จำแนกตาม เทคโนโลยี 3G เครื่องข่ายใดได้รับการยอมรับมากที่สุด

เทคโนโลยี 3G เครื่องข่ายใดได้รับการยอมรับมากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
เครือข่ายเอไอเอส	143	35.80
เครือข่ายดีแทค	55	13.80
เครือข่ายทรูมูฟ	197	49.30
อื่นๆไปรกระบุ....	5	1.30
รวม	400	100.00

ผลจากตารางที่ 4.9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้การยอมรับเทคโนโลยี 3G จาก เครือข่ายทรูมูฟ จำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 49.30 และ เครือข่ายเอไอเอส จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.80

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ประกอบไปด้วย คุณค่าที่จะได้รับ ราคา ความสะดวก การติดต่อสื่อสาร การเอาใจใส่ดูแล การตอบสนอง ความต้องการ ความสบาย

ตารางที่ 4.10 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้าน คุณค่าที่จะได้รับ

คุณค่าที่ได้รับ	ระดับความสำคัญ					\bar{X}	S.D.	ระดับความสำคัญ	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
-ความชัดเจนของสัญญาณภาพและเสียง	79 (19.8)	216 (54.0)	97 (24.3)	8 (2.0)	-	3.97	0.717	มาก	(1)
-คุณภาพการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต	86 (21.5)	209 (52.3)	90 (22.5)	14 (13.5)	1 (0.3)	3.91	0.772	มาก	(2)
-คุณภาพการ Download ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต เช่น เพลง คลิปวีดีโอ หรือ Applications ต่างๆ	83 (21.3)	168 (42.0)	125 (31.3)	20 (5.0)	2 (0.5)	3.79	0.852	มาก	(3)
คุณค่าที่ได้รับในภาพรวม						3.89	0.780	มาก	

ผลจากตารางที่ 4.10 แสดงให้เห็นถึงผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านคุณค่าที่จะได้รับ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.89 (S.D. = 0.780) เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อ พบว่าความชัดเจนของสัญญาณภาพและเสียงอยู่ในระดับมาก เป็นอันดับ 1 โดยมีค่าเฉลี่ย 3.97 (S.D. = 0.717) รองลงมาคือ คุณภาพการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต โดยมีค่าเฉลี่ย 3.91 (S.D. = 0.772)

ตารางที่ 4.11 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับการเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้าน ราคา

ราคา	ระดับความสำคัญ					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความสำคัญ	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
แบบรายเดือน									
-การคิดค่าบริการแบบ เหมาจ่ายรายเดือน	41 (10.3)	185 (46.3)	156 (39.0)	14 (3.5)	4 (1.0)	3.61	0.757	มาก	(1)
- การคิดค่าบริการแบบ จ่ายตามขนาดของ ข้อมูลที่ Download จริง	44 (11.0)	160 (40.0)	160 (40.0)	25 (6.3)	11 (2.8)	3.50	0.873	มาก	(2)
แบบเติมเงิน									
-การคิดค่าบริการแบบ จ่ายก่อนแล้วค่อยเปิดใช้ บริการได้(Prepaid)	38 (9.5)	144 (36.0)	143 (35.8)	49 (12.3)	26 (6.5)	3.30	1.018	ปานกลาง	(3)
คุณค่าที่ได้รับในภาพรวม						3.47	0.883	ปานกลาง	

ผลจากตารางที่ 4.11 แสดงให้เห็นถึงผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านราคาโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.47 (S.D. = 0.883) เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อ พบว่าแบบรายเดือน การคิดค่าบริการแบบเหมาจ่ายรายเดือน อยู่ในระดับมาก เป็นอันดับ 1 โดยมีค่าเฉลี่ย 3.61 (S.D. = 0.757) รองลงมาคือ การคิดค่าบริการแบบจ่ายตาม ขนาดของข้อมูลที่ Download จริง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.50 (S.D. = 0.873)

ตารางที่ 4.12 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านความสะดวก

ความสะดวก	ระดับความสำคัญ					\bar{X}	S.D.	ระดับความสำคัญ	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
-สามารถลงทะเบียนการใช้งานและชำระค่าบริการผ่านทางอินเทอร์เน็ต	59 (14.8)	225 (56.3)	100 (25.0)	14 (3.5)	2 (0.5)	3.81	0.741	มาก	(1)
-สามารถลงทะเบียนการใช้งานและชำระค่าบริการผ่านทาง Shop ของผู้ให้บริการได้	74 (18.5)	183 (45.8)	124 (31.0)	18 (4.5)	1 (0.3)	3.78	0.806	มาก	(2)
3.3 สามารถลงทะเบียนการใช้งานและชำระค่าบริการผ่านทาง 7 Eleven ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์สโตร์ เช่น บิ๊กซี โลตัส หรือ กาฟูร์	80 (20.0)	175 (43.8)	96 (24.0)	30 (7.5)	19 (4.8)	3.67	1.029	มาก	(3)
คุณค่าที่ได้รับในภาพรวม						3.75	0.707	มาก	

ผลจากตารางที่ 4.12 แสดงให้เห็นถึงผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านความสะดวก โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.75 (S.D. = 0.707) เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อ พบว่า ความสามารถลงทะเบียนการใช้งานและชำระค่าบริการผ่านทางอินเทอร์เน็ต อยู่ในระดับมาก เป็นอันดับ 1 โดยมีค่าเฉลี่ย 3.80 (S.D. = 0.741) รองลงมาคือ สามารถลงทะเบียนการใช้งานและชำระค่าบริการผ่านทาง Shop ของผู้ให้บริการได้ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.78 (S.D. = 0.806)

ตารางที่ 4.13 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับการเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านการติดต่อสื่อสาร

การติดต่อสื่อสาร	ระดับความสำคัญ					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความสำคัญ	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
- การให้บริการแจ้ง ข่าวสาร ข้อมูล ประชาสัมพันธ์ การ โฆษณา จากผู้ ให้บริการ ผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่	70 (17.5)	227 (56.8)	89 (22.3)	11 (2.8)	3 (0.8)	3.88	0.749	มาก	(1)
-ผู้ให้บริการจัดทำ 3G Club เพื่อเป็นที่ รวบรวมข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับเทคโนโลยี 3G	43 (10.8)	163 (40.8)	167 (41.8)	20 (5.0)	6 (1.5)	3.64	2.132	มาก	(2)
-มีการแจ้งเตือน เกี่ยวกับโปรโมชั่น ใหม่ๆ	66 (16.5)	151 (37.8)	128 (32.0)	10 (10.0)	14 (3.5)	3.54	0.996	ปานกลาง	(3)
คุณค่าที่ได้รับในภาพรวม						3.68	0.958	มาก	

ผลจากตารางที่ 4.13 แสดงให้เห็นถึงผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านการติดต่อสื่อสาร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.68 (S.D. = 0.958) เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อ พบว่า การให้บริการแจ้งข่าวสาร ข้อมูลประชาสัมพันธ์ การโฆษณา จากผู้ให้บริการ ผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่ อยู่ในระดับมาก เป็นอันดับ 1 โดยมีค่าเฉลี่ย 3.88 (S.D. = 0.749) รองลงมาคือผู้ให้บริการจัดทำ 3G Club เพื่อเป็นที่รวบรวมข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเทคโนโลยี 3G โดยมีค่าเฉลี่ย 3.64 (S.D. = 2.132)

ตารางที่ 4.14 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับการเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านการเอาใจใส่ดูแล

การเอาใจใส่ดูแล	ระดับความสำคัญ					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความสำคัญ	อัน ดับ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
-เจ้าหน้าที่ Call Center บริการด้วยความเต็มใจ สุภาพ เป็นมิตร	118 (29.5)	175 (43.8)	86 (21.5)	16 (4.0)	5 (1.3)	3.96	0.885	มาก	(1)
-เจ้าหน้าที่ Shop บริการ ด้วยความเต็มใจ สุภาพ เป็นมิตร	105 (26.3)	178 (44.5)	95 (23.8)	20 (5.0)	2 (0.5)	3.91	0.860	มาก	(2)
-เจ้าหน้าที่ Call Center มีความรู้ ความสามารถ ในการตอบคำถามและ ให้ข้อมูล	113 (28.3)	163 (40.8)	95 (23.8)	22 (5.5)	7 (1.8)	3.88	0.941	มาก	(3)
คุณค่าที่ได้รับในภาพรวม						3.92	0.804	มาก	

ผลจากตารางที่ 4.14 แสดงให้เห็นถึงผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านการเอาใจใส่ดูแล โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.92(S.D. = 0.804) เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อ พบว่า เจ้าหน้าที่ Call Center บริการด้วยความเต็มใจ สุภาพ เป็นมิตร อยู่ในระดับมาก เป็นอันดับ 1 โดยมีค่าเฉลี่ย 3.96 (S.D. = 0.885) รองลงมาคือ เจ้าหน้าที่ Shop บริการด้วยความเต็มใจ สุภาพ เป็นมิตร โดยมีค่าเฉลี่ย 3.91 (S.D. = 0.860)

ตารางที่ 4.15 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับการเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านการตอบสนองความต้องการ

การตอบสนองความต้องการ	ระดับความสำคัญ					\bar{X}	S.D.	ระดับความสำคัญ	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
- การให้บริการแจ้งเดือนชำระค่าบริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่	71 (17.8)	210 (52.5)	100 (25.0)	17 (4.3)	2 (0.5)	3.83	0.784	มาก	(1)
- การให้บริการรับเรื่องร้องเรียนหรือแจ้งปัญหาผ่าน Call Center ตลอด 24 ชั่วโมง	95 (23.8)	160 (40.0)	119 (29.8)	20 (5.0)	6 (1.5)	3.80	0.911	มาก	(2)
- การให้บริการรับชำระค่าบริการผ่านตู้ ATM / หักผ่านบัญชี	74 (18.5)	162 (40.5)	129 (32.3)	20 (5.0)	15 (3.8)	3.65	0.962	มาก	(3)
คุณค่าที่ได้รับในภาพรวม						3.76	0.715	มาก	

ผลจากตารางที่ 4.15 แสดงให้เห็นถึงผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านการตอบสนองความต้องการโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.76 (S.D. = 0.715) เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อ พบว่า การให้บริการแจ้งเดือนชำระค่าบริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ อยู่ในระดับมาก เป็นอันดับ 1 โดยมีค่าเฉลี่ย 3.83 (S.D. = 0.784) รองลงมาคือ การให้บริการรับเรื่องร้องเรียนหรือแจ้งปัญหาผ่าน Call Center ตลอด 24 ชั่วโมง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.80 (S.D. = 0.911)

ตารางที่ 4.16 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับการเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านความสบาย

ด้านความสบาย	ระดับความสำคัญ					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความสำคัญ	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
- ศูนย์บริการหรือ Shop ให้บริการเป็นกันเอง	111 (27.8)	188 (47.0)	91 (22.8)	9 (2.3)	1 (0.3)	4.0	0.787	มาก	(2)
- ภาพลักษณ์ขององค์กร ของผู้ให้บริการ น่าเชื่อถือ	118 (29.5)	181 (45.3)	90 (22.5)	8 (2.0)	3 (0.8)	4.01	0.818	มาก	(1)
- เลือกผู้ให้บริการแล้ว ทำให้เกิดความรู้สึก มั่นใจ	109 (27.3)	181 (45.3)	96 (24.0)	13 (3.3)	1 (0.3)	3.96	0.816	มาก	(3)
คุณค่าที่ได้รับในภาพรวม						3.99	0.725	มาก	

ผลจากตารางที่ 4.16 แสดงให้เห็นถึงผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านด้านความสบาย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.99 (S.D. = 0.725) เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อ พบว่า ภาพลักษณ์ขององค์กร ของผู้ให้บริการ น่าเชื่อถือ อยู่ในระดับมาก เป็นอันดับ 1 โดยมีค่าเฉลี่ย 4.01 (S.D. = 0.818) รองลงมาคือ ศูนย์บริการหรือ Shop ให้บริการเป็นกันเอง โดยมีค่าเฉลี่ย 4.0 (S.D. = 0.780)

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ เพศ ที่อยู่ปัจจุบัน อายุ ระดับ การศึกษา รายได้ ที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G แตกต่างกัน

โดยสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1.1 เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G แตกต่างกัน

H_0 : เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.17 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G จำแนกตามเพศ

การเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G	เพศ	t-test for Equality of Means				
		\bar{X}	S.D.	t	df.	Sig.
คุณค่าที่จะได้รับ	ชาย	3.91	0.659	0.717	398	0.474
	หญิง	3.85	0.706			
ราคา	ชาย	3.43	0.800	-0.803	398	0.422
	หญิง	3.49	0.678			
ความสะดวก	ชาย	3.67	0.746	-1.706	398	0.089
	หญิง	3.80	0.684			
การติดต่อสื่อสาร	ชาย	3.64	0.660	-0.316	398	0.752
	หญิง	3.66	0.701			
การเอาใจใส่ดูแล	ชาย	3.99	0.835	1.292	398	0.197
	หญิง	3.88	0.786			
การตอบสนองความต้องการ	ชาย	3.78	0.711	0.475	398	0.635
	หญิง	3.75	0.717			
ความสบาย	ชาย	4.07	0.741	1.640	398	0.102
	หญิง	3.95	0.715			
ด้านภาพรวม	ชาย	3.78	0.479	0.317	398	0.751
	หญิง	3.77	0.476			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตารางที่ 4.17 แสดงให้เห็นถึงผลแสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติ Independent Samples t-test เมื่อพิจารณาแล้วพบว่าด้านภาพรวมและด้านอื่น ๆ พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.751 , 0.474 , 0.422 , 0.089 , 0.752 , 0.197 , 0.635 และ 0.102 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 และปฏิเสธสมมติฐานรอง H_1 หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.2 ที่อยู่ปัจจุบันที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่
เครือข่าย 3G แตกต่างกัน

H_0 : ที่อยู่ปัจจุบันที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย
3G ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ที่อยู่ปัจจุบันที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย
3G แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.18 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย
3G จำแนกตามที่อยู่ปัจจุบัน

การเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
คุณค่าที่จะได้รับ	ระหว่างกลุ่ม	9.907	3	3.302	7.267	0.000*
	ภายในกลุ่ม	179.974	396	0.454		
	รวม	189.882	399			
ราคา	ระหว่างกลุ่ม	25.216	3	8.405	18.222	0.000*
	ภายในกลุ่ม	182.666	396	0.461		
	รวม	207.882	399			
ความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	21.474	3	7.158	15.913	0.000*
	ภายในกลุ่ม	178.134	396	0.450		
	รวม	199.609	399			
การติดต่อสื่อสาร	ระหว่างกลุ่ม	15.670	3	5.223	12.000	0.000*
	ภายในกลุ่ม	172.361	396	0.435		
	รวม	188.031	399			
การเอาใจใส่ดูแล	ระหว่างกลุ่ม	22.743	3	7.581	12.761	0.000*
	ภายในกลุ่ม	235.256	396	0.594		
	รวม	257.999	399			

ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

การเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
การตอบสนองความต้องการ	ระหว่างกลุ่ม	23.299	3	7.766	17.048	0.000*
	ภายในกลุ่ม	180.401	396	0.456		
	รวม	203.700	399			
ความสบาย	ระหว่างกลุ่ม	10.757	3	3.586	7.128	0.000*
	ภายในกลุ่ม	199.189	396	0.503		
	รวม	209.946	399			
ด้านภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	10.158	3	3.386	16.657	0.000*
	ภายในกลุ่ม	80.494	396	0.203		
	รวม	90.652	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตารางที่ 4.18 แสดงให้เห็นถึงผลแสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G จำแนกตามที่อยู่ปัจจุบัน โดยใช้สถิติ One way ANOVA เมื่อพิจารณาแล้วพบว่าด้านภาพรวมและด้านอื่น ๆ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ทุกค่า ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 และยอมรับรอง H_1 หมายความว่า ที่อยู่ปัจจุบันที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านภาพรวมและด้านอื่นๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.19 แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่
เครือข่าย 3G ด้านคุณค่าที่ได้รับ จำแนกตามที่อยู่ปัจจุบัน

LSD

ที่อยู่อาศัย	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)				
	Mean	กลุ่ม J			
		เขตพญาไท	เขตดุสิต	เขตหลักสี่	เขตลาดกระบัง
กลุ่ม I	Mean	3.77	4.02	4.02	3.66
เขตพญาไท	3.77	-	-0.25 (0.009*)	-0.25 (0.009*)	0.11 (0.249)
เขตดุสิต	4.02	-	-	0.00 (1.000)	0.36 (0.000*)
เขตหลักสี่	4.02	-	-	-	0.36 (0.000*)
เขตลาดกระบัง	3.66	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตารางที่ 4.19 แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านคุณค่าที่ได้รับ จำแนกตามที่อยู่ปัจจุบันพบว่า ค่าเฉลี่ยของผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตพญาไท มีการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านคุณค่าที่ได้รับ น้อยกว่า ผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตดุสิต และเขตหลักสี่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.009 และ 0.009 มีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.25 และ 0.25 โดยค่าเฉลี่ยผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตลาดกระบัง มีการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านคุณค่าที่ได้รับ น้อยกว่า ผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตดุสิต และเขตหลักสี่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 และ 0.000 มีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.36 และ 0.36

ตารางที่ 4.20 แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่
เครือข่าย 3G ด้านราคา จำแนกตามที่อยู่ปัจจุบัน

LSD

ที่อยู่อาศัย	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)				
	Mean	กลุ่ม J			
		เขตพญาไท	เขตดุสิต	เขตหลักสี่	เขตลาดกระบัง
กลุ่ม I	Mean	3.75	3.08	3.60	3.45
เขตพญาไท	3.75	-	0.68 (0.096)	0.15 (0.111)	0.30 (0.002*)
เขตดุสิต	3.08	-	-	-0.52 (0.000*)	-0.38 (0.000*)
เขตหลักสี่	3.60	-	-	-	0.15 (0.128)
เขตลาดกระบัง	3.45	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตารางที่ 4.20 แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านราคา จำแนกตามที่อยู่ปัจจุบันพบว่า ค่าเฉลี่ยของผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตพญาไท มีการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านราคา มากกว่า ผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตลาดกระบัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.002 ผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.30 และค่าเฉลี่ยของผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตดุสิต มีการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านราคา น้อยกว่า ผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตหลักสี่ เขตลาดกระบัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 และ 0.000 ผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.52 และ 0.38

ตารางที่ 4.21 แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่
เครือข่าย 3G ด้านความสะดวก จำแนกตามที่อยู่ปัจจุบัน

LSD

ที่อยู่อาศัย	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)				
	Mean	กลุ่ม J			
		เขตพญาไท	เขตดุสิต	เขตหลักสี่	เขตลาดกระบัง
กลุ่ม I	Mean	4.05	3.43	3.86	3.66
เขตพญาไท	4.05	-	0.62 (0.000*)	0.19 (0.046*)	0.39 (0.000*)
เขตดุสิต	3.43	-	-	-0.43 (0.000*)	-0.23 (0.014*)
เขตหลักสี่	3.86	-	-	-	0.20 (0.036*)
เขตลาดกระบัง	3.66	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตารางที่ 4.21 แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านความสะดวก จำแนกตามที่อยู่ปัจจุบันพบว่า ค่าเฉลี่ยของผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตพญาไท มีการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านความสะดวก มากกว่า ผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตดุสิต เขตหลักสี่ และเขตลาดกระบัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 , 0.046 และ 0.000 ผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.62 , 0.19 และ 0.39 โดยค่าเฉลี่ยของผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตดุสิต มีการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านความสะดวก น้อยกว่า ผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตหลักสี่ และเขตลาดกระบัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 และ 0.014 ผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.43 และ 0.23 และค่าเฉลี่ยของผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตหลักสี่ มีการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านความสะดวก มากกว่า ผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตลาดกระบัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.036 ผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.20

ตารางที่ 4.22 แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่
เครือข่าย 3G ด้านการติดต่อสื่อสาร จำแนกตามที่อยู่ปัจจุบัน

LSD

ที่อยู่อาศัย	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)				
	Mean	กลุ่ม J			
		เขตพญาไท	เขตดุสิต	เขตหลักสี่	เขตลาดกระบัง
กลุ่ม I	Mean	3.89	3.37	3.77	3.58
เขตพญาไท	3.89	-	0.52 (0.000*)	0.12 (0.199)	0.31 (0.001*)
เขตดุสิต	3.37	-	-	-0.40 (0.000*)	-0.22 (0.021*)
เขตหลักสี่	3.77	-	-	-	0.19 (0.046*)
เขตลาดกระบัง	3.58	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตารางที่ 4.22 แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านการติดต่อสื่อสาร จำแนกตามที่อยู่ปัจจุบันพบว่า ค่าเฉลี่ยของผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตพญาไท มีการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านการติดต่อสื่อสารมากกว่า ผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตดุสิต และเขตลาดกระบัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 และ 0.001 ผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.52 และ 0.31 โดยค่าเฉลี่ยของผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตดุสิต มีการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านการติดต่อสื่อสาร น้อยกว่า ผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตหลักสี่ และเขตลาดกระบัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 และ 0.021 ผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.40 และ 0.22 และค่าเฉลี่ยของผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตหลักสี่ มีการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านการติดต่อสื่อสาร มากกว่า ผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตลาดกระบัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.046 ผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.19

ตารางที่ 4.23 แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่
เครือข่าย 3G ด้านการเอาใจใส่ดูแล จำแนกตามที่อยู่ปัจจุบัน

LSD

ที่อยู่อาศัย	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)				
	Mean	กลุ่ม J			
		เขตพญาไท	เขตดุสิต	เขตหลักสี่	เขตลาดกระบัง
กลุ่ม I	Mean	4.29	3.84	3.92	3.63
เขตพญาไท	4.29	-	0.45 (0.000*)	0.36 (0.109)	0.66 (0.000*)
เขตดุสิต	3.84	-	-	-0.09 (0.427)	0.23 (0.055)
เขตหลักสี่	3.92	-	-	-	0.30 (0.007*)
เขตลาดกระบัง	3.63	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตารางที่ 4.23 แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านการเอาใจใส่ดูแล จำแนกตามที่อยู่ปัจจุบันพบว่า ค่าเฉลี่ยของผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตพญาไท มีการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านการเอาใจใส่ดูแลน้อยกว่า ผู้อาศัยอยู่ในเขตดุสิต และเขตลาดกระบัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 และ 0.000 ผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.45 และ 0.66 และค่าเฉลี่ยของผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตหลักสี่ มีการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านการเอาใจใส่ดูแลมากกว่า ผู้อาศัยอยู่ในเขตลาดกระบัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.007 ผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.30

ตารางที่ 4.24 แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่
เครือข่าย 3G ด้านการตอบสนองความต้องการ จำแนกตามที่อยู่ปัจจุบัน

LSD

ที่อยู่อาศัย	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)				
	Mean	กลุ่ม J			
		เขตพญาไท	เขตดุสิต	เขตหลักสี่	เขตลาดกระบัง
กลุ่ม I	Mean	4.10	3.45	3.84	3.64
เขตพญาไท	4.10	-	0.65 (0.000*)	0.27 (0.005*)	0.47 (0.000*)
เขตดุสิต	3.45	-	-	-0.38 (0.000*)	-0.18 (0.055)
เขตหลักสี่	3.84	-	-	-	0.20 (0.037*)
เขตลาดกระบัง	3.64	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตารางที่ 4.24 แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านการตอบสนองความต้องการ จำแนกตามที่อยู่ปัจจุบันพบว่า ค่าเฉลี่ยของผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตพญาไท มีการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านการตอบสนองความต้องการ มากกว่า ผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตดุสิต เขตหลักสี่ และเขตลาดกระบัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 , 0.005 และ 0.000 ผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.65, 0.27 และ 0.47 โดยค่าเฉลี่ยของผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตดุสิต มีการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านการตอบสนองความต้องการ น้อยกว่า ผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตหลักสี่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.38 และค่าเฉลี่ยของผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตหลักสี่ มีการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านการตอบสนองความต้องการ มากกว่า ผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตลาดกระบัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.037 ผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.20

ตารางที่ 4.25 แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่
เครือข่าย 3G ด้านความสบาย จำแนกตามที่อยู่ปัจจุบัน

LSD

ที่อยู่อาศัย	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)				
	Mean	กลุ่ม J			
		เขตพญาไท	เขตดุสิต	เขตหลักสี่	เขตลาดกระบัง
กลุ่ม I	Mean	4.14	4.15	3.90	3.76
เขตพญาไท	4.14	-	-0.01 (0.921)	0.24 (0.017*)	0.38 (0.000*)
เขตดุสิต	4.15	-	-	0.25 (0.013*)	0.39 (0.000*)
เขตหลักสี่	3.90	-	-	-	0.14 (0.174)
เขตลาดกระบัง	3.76	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตารางที่ 4.25 แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านความสบาย จำแนกตามที่อยู่ปัจจุบันพบว่า ค่าเฉลี่ยของผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตพญาไท มีการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านความสบาย มากกว่า ผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตหลักสี่ และเขตลาดกระบัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.017 และ 0.000 ผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.24 และ 0.38 และค่าเฉลี่ยผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตดุสิต มีการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านความสบาย มากกว่า ผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตหลักสี่ และเขตลาดกระบัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.013 และ 0.000 ผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.25 และ 0.39

ตารางที่ 4.26 แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่
เครือข่าย 3G ด้านภาพรวม จำแนกตามที่อยู่ปัจจุบัน

LSD

ที่อยู่อาศัย	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)				
	Mean	กลุ่ม J			
		เขตพญาไท	เขตดุสิต	เขตหลักสี่	เขตลาดกระบัง
กลุ่ม I	Mean	4.00	3.62	3.85	3.63
เขตพญาไท	4.00	-	0.38 (0.000*)	0.15 (0.016*)	0.37 (0.000*)
เขตดุสิต	3.62	-	-	-0.23 (0.000*)	-0.01 (0.905)
เขตหลักสี่	3.85	-	-	-	0.22 (0.001*)
เขตลาดกระบัง	3.63	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตารางที่ 4.26 แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านภาพรวม จำแนกตามที่อยู่ปัจจุบันพบว่า ค่าเฉลี่ยของผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตพญาไท มีการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านภาพรวม มากกว่า ผู้อาศัยอยู่ในเขตดุสิต เขตหลักสี่ และเขตลาดกระบัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 , 0.016 และ 0.000 ผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.38 , 0.15 และ 0.37 โดยค่าเฉลี่ยของผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตดุสิต มีการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านภาพรวมน้อยกว่า ผู้อาศัยอยู่ในเขตหลักสี่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.23 และค่าเฉลี่ยของผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตหลักสี่ มีการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านภาพรวมมากกว่า ผู้อาศัยอยู่ในเขตลาดกระบัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.22

สมมติฐานที่ 1.3 อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G
แตกต่างกัน

H_0 : อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ไม่
แตกต่างกัน

H_1 : อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G
แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.27 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย
3G จำแนกตามอายุ

การเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
คุณค่าที่จะได้รับ	ระหว่างกลุ่ม	3.451	4	.863	1.828	0.123
	ภายในกลุ่ม	186.431	395	0.472		
	รวม	189.882	399			
ราคา	ระหว่างกลุ่ม	5.707	4	1.427	2.787	0.026*
	ภายในกลุ่ม	202.175	395	0.512		
	รวม	207.882	399			
ความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	8.796	4	2.199	4.552	0.001*
	ภายในกลุ่ม	190.813	395	0.483		
	รวม	199.609	399			
การติดต่อสื่อสาร	ระหว่างกลุ่ม	9.389	4	2.347	5.190	0.000*
	ภายในกลุ่ม	178.642	395	0.452		
	รวม	188.031	399			
การเอาใจใส่ดูแล	ระหว่างกลุ่ม	7.739	4	1.935	3.054	0.017*
	ภายในกลุ่ม	250.260	395	0.634		
	รวม	257.999	399			

ตารางที่ 4.27 (ต่อ)

การเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
การตอบสนองความต้องการ	ระหว่างกลุ่ม	6.107	4	1.527	3.052	0.017*
	ภายในกลุ่ม	197.593	395	0.500		
	รวม	203.700	399			
ความสบาย	ระหว่างกลุ่ม	5.561	4	1.390	2.687	0.031*
	ภายในกลุ่ม	204.385	395	.517		
	รวม	209.946	399			
ด้านภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	2.796	4	0.699	3.142	0.015*
	ภายในกลุ่ม	87.856	395	0.222		
	รวม	90.652	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตารางที่ 4.27 แสดงให้เห็นถึงผลแสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติ One way ANOVA เมื่อพิจารณาแล้วพบว่าด้านภาพรวม ราคา ความสะดวก การติดต่อสื่อสาร การเอาใจใส่ดูแล การตอบสนองความต้องการ ความสบาย มีค่า Sig. เท่ากับ 0.015 , 0.026 , 0.001 , 0.000 , 0.017 , 0.017 , 0.031 และ 0.015 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 และยอมรับรอง H_1 หมายความว่า อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านภาพรวม ราคา ความสะดวก การติดต่อสื่อสาร การเอาใจใส่ดูแล การตอบสนองความต้องการ ความสบาย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.28 แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่
เครือข่าย 3G ด้านราคา จำแนกตามอายุ

LSD

อายุ	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)					
	Mean	กลุ่ม J				
		15ปีหรือต่ำกว่า	16-23ปี	24-31ปี	32-39ปี	40ปีขึ้นไป
กลุ่ม I	Mean	3.57	3.31	3.52	3.62	3.47
15ปีหรือต่ำกว่า	3.57	-	0.25 (0.282)	0.04 (0.851)	-0.50 (0.837)	-0.04 (0.900)
16-23ปี	3.31	-	-	-0.21 (0.011*)	-0.30 (0.004*)	-0.29 (0.193)
24-31ปี	3.52	-	-	-	-0.093 (0.352)	-0.083 (0.709)
32-39ปี	3.62	-	-	-	-	0.01 (0.964)
40ปีขึ้นไป	3.47	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตารางที่ 4.28 แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านราคา จำแนกตามอายุพบว่า ค่าเฉลี่ยของผู้ที่มีอายุ 16-23 ปี มีการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านราคา น้อยกว่า ผู้มีอายุ 24-31 ปี และ 32-39 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.011 และ 0.004 ผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.21 และ 0.30

ตารางที่ 4.29 แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่
เครือข่าย 3G ด้านความสะดวก จำแนกตามอายุ

LSD

อายุ	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)					
	Mean	กลุ่ม J				
		15ปีหรือต่ำกว่า	16-23ปี	24-31ปี	32-39ปี	40ปีขึ้นไป
กลุ่ม I						
15ปีหรือต่ำกว่า	3.37	-	-0.25 (0.278)	-0.42 (0.067)	-0.57 (0.016*)	-0.82 (0.008*)
16-23ปี	3.61	-	-	-0.17 (0.035*)	-0.32 (0.001*)	-0.57 (0.009*)
24-31ปี	3.78	-	-	-	-0.15 (0.116)	-0.40 0.066
32-39ปี	3.94	-	-	-	-	-0.25 (0.275)
40ปีขึ้นไป	4.18	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตารางที่ 4.29 แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านความสะดวก จำแนกตามอายุพบว่า ค่าเฉลี่ยของผู้ที่มีอายุ 15 ปีหรือต่ำกว่า มีการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านความสะดวก น้อยกว่า ผู้มีอายุ 32-39ปี และ 40ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.011 และ 0.008 ผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.57 และ 0.82 และค่าเฉลี่ยของผู้ที่มีอายุ 16-23 ปี มีการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านความสะดวก น้อยกว่า ผู้มีอายุ 24-31 ปี 32-39 ปี และ 40 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.035 , 0.001 และ 0.009 ผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.17, 0.32 และ 0.57

ตารางที่ 4.30 แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่
เครือข่าย 3G ด้านการติดต่อสื่อสาร จำแนกตามอายุ

LSD

อายุ	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)					
	Mean	กลุ่ม J				
		15ปีหรือต่ำกว่า กว่า	16-23ปี	24-31ปี	32-39ปี	40ปีขึ้นไป
กลุ่ม I						
15ปีหรือต่ำกว่า	2.80	-	-0.83 (0.000*)	-0.56 (0.000*)	-0.93 (0.000*)	-1.23 (0.000*)
16-23ปี	3.63	-	-	-0.04 (0.638)	-0.10 (0.293)	-0.40 (0.057)
24-31ปี	3.66	-	-	-	-0.07 (0.485)	-0.37 (0.081)
32-39ปี	3.73	-	-	-	-	-0.30 (0.169)
40ปีขึ้นไป	4.03	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตารางที่ 4.30 แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านการติดต่อสื่อสาร จำแนกตามอายุพบว่า ค่าเฉลี่ยของผู้ที่มีอายุ 15 ปีหรือต่ำกว่า มีการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านการติดต่อสื่อสาร น้อยกว่า ผู้มีอายุ 16-23 ปี 24-31 ปี 32-39 ปี และ 40 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 , 0.000 , 0.000 และ 0.000 ผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.83 , 0.56 , 0.93 และ 1.23

ตารางที่ 4.31 แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่
เครือข่าย 3G ด้านการเอาใจใส่ดูแล จำแนกตามอายุ

LSD

อายุ	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)					
	Mean	กลุ่ม J				
		15ปีหรือต่ำกว่า กว่า	16-23ปี	24-31ปี	32-39ปี	40ปีขึ้นไป
กลุ่ม I						
15ปีหรือต่ำกว่า	3.10	-	-0.84 (0.001*)	-0.87 (0.001*)	-0.76 (0.005*)	-0.99 (0.005*)
16-23ปี	3.94	-	-	-0.03 (0.720)	0.08 (0.505)	-0.16 (0.533)
24-31ปี	3.97	-	-	-	0.11 (0.327)	-0.12 0.620
32-39ปี	3.86	-	-	-	-	-0.23 (0.367)
40ปีขึ้นไป	4.09	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตารางที่ 4.31 แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านการเอาใจใส่ดูแล จำแนกตามอายุพบว่า ค่าเฉลี่ยของผู้ที่มีอายุ 15 ปีหรือต่ำกว่า มีการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านการเอาใจใส่ดูแล น้อยกว่า ผู้มีอายุ 16-23 ปี 24-31 ปี 32-39 ปี และ 40 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 , 0.001 , 0.005 และ 0.005 ผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.84 , 0.87 , 0.76 และ 0.99

ตารางที่ 4.32 แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่
เครือข่าย 3G ด้านการตอบสนองความต้องการ จำแนกตามอายุ

LSD

อายุ	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)					
	Mean	กลุ่ม J				
		15ปีหรือต่ำกว่า	16-23ปี	24-31ปี	32-39ปี	40ปีขึ้นไป
กลุ่ม I	Mean	3.67	3.59	3.86	3.83	3.94
15ปีหรือต่ำกว่า	3.67	-	0.07 (0.756)	-0.19 (0.411)	-0.16 (0.503)	-0.27 (0.378)
16-23ปี	3.59	-	-	-0.26 (0.001*)	-0.23 (0.024*)	-0.34 (0.121)
24-31ปี	3.86	-	-	-	0.03 (0.764)	-0.08 (0.706)
32-39ปี	3.83	-	-	-	-	-0.11 (0.622)
40ปีขึ้นไป	3.94	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตารางที่ 4.32 แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านการตอบสนองความต้องการ จำแนกตามอายุพบว่า ค่าเฉลี่ยของผู้ที่มีอายุ 16-23ปี มีการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านการตอบสนองความต้องการน้อยกว่า ผู้มีอายุ 24-31 ปี และ 32-39 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 และ 0.024 ผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.26 และ 0.23

ตารางที่ 4.33 แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่
เครือข่าย 3G ด้านการความสบาย จำแนกตามอายุ

LSD

อายุ	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)					
	Mean	กลุ่ม J				
		15ปีหรือต่ำกว่า กว่า	16-23ปี	24-31ปี	32-39ปี	40ปีขึ้นไป
กลุ่ม I						
15ปีหรือต่ำกว่า	3.47	-	-0.63 (0.007*)	-0.51 (0.030*)	-0.40 (0.099)	-0.53 (0.091)
16-23ปี	4.10	-	-	0.12 (0.138)	0.23 (0.025*)	0.10 (0.655)
24-31ปี	3.98	-	-	-	0.11 (0.274)	-0.02 (0.922)
32-39ปี	3.87	-	-	-	-	-0.13 (0.570)
40ปีขึ้นไป	4.00	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตารางที่ 4.33 แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านการความสบาย จำแนกตามอายุพบว่า ค่าเฉลี่ยของผู้ที่มีอายุ 15 ปีหรือต่ำกว่า มีการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านความสบาย น้อยกว่า ผู้มีอายุ 16-23 ปี และ 24-31 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.007 และ 0.030 ผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.63 และ 0.51 และค่าเฉลี่ยของผู้ที่มีอายุ 16 - 23 ปี มีการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านความสบาย มากกว่า ผู้มีอายุ 32-39 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.025 ผลต่างของค่าเฉลี่ย 0.23

ตารางที่ 4.34 แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่
เครือข่าย 3G ด้านภาพรวม จำแนกตามอายุ

LSD

อายุ	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)					
	กลุ่ม I	กลุ่ม J				
		15ปีหรือต่ำกว่า กว่า	16-23ปี	24-31ปี	32-39ปี	40ปีขึ้นไป
กลุ่ม I	Mean	3.35	3.73	3.80	3.81	4.00
15ปีหรือต่ำกว่า	3.35	-	-0.38 (0.014*)	-0.45 (0.004*)	-0.46 (0.004*)	-0.65 (0.002*)
16-23ปี	3.73	-	-	-0.07 (0.226)	-0.08 (0.230)	-0.27 (0.071)
24-31ปี	3.80	-	-	-	-0.02 (0.805)	-0.20 (0.170)
32-39ปี	3.81	-	-	-	-	-0.19 (0.225)
40ปีขึ้นไป	4.00	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตารางที่ 4.34 แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านภาพรวม จำแนกตามอายุพบว่า ค่าเฉลี่ยของผู้ที่มีอายุ 15 ปีหรือต่ำกว่า มีการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านภาพรวม น้อยกว่า ผู้มีอายุ 16-23 ปี 24-31ปี 32-39 ปี และ 40 ปีขึ้นไป มีการเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านภาพรวม มากกว่า ผู้มีอายุ 15ปีหรือต่ำกว่า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.014 , 0.004 , 0.004 และ 0.002 ผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.38 , 0.45 , 0.46 และ 0.65

สมมติฐานที่ 1.4 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่
เครือข่าย 3G แตกต่างกัน

H_0 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่
เครือข่าย 3G ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่
เครือข่าย 3G แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.35 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย
3G จำแนกตามระดับการศึกษา

การเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
คุณค่าที่จะได้รับ	ระหว่างกลุ่ม	8.466	4	2.116	4.608	0.001*
	ภายในกลุ่ม	181.416	395	0.459		
	รวม	189.882	399			
ราคา	ระหว่างกลุ่ม	2.479	4	0.620	1.192	0.314
	ภายในกลุ่ม	205.403	395	0.520		
	รวม	207.882	399			
ความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	2.347	4	0.587	1.175	0.321
	ภายในกลุ่ม	197.262	395	0.499		
	รวม	199.609	399			
การติดต่อสื่อสาร	ระหว่างกลุ่ม	7.525	4	1.881	4.116	0.003*
	ภายในกลุ่ม	180.506	395	0.457		
	รวม	188.031	399			
การเอาใจใส่ดูแล	ระหว่างกลุ่ม	16.188	4	4.047	6.611	0.000*
	ภายในกลุ่ม	241.811	395	0.612		
	รวม	257.999	399			

ตารางที่ 4.35 (ต่อ)

การเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
การตอบสนองความต้องการ	ระหว่างกลุ่ม	7.960	4	1.990	4.016	0.003*
	ภายในกลุ่ม	195.740	395	0.496		
	รวม	203.700	399			
ความสบาย	ระหว่างกลุ่ม	3.757	4	0.939	1.799	0.128
	ภายในกลุ่ม	206.188	395	0.522		
	รวม	209.946	399			
ด้านภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	2.948	4	0.737	3.319	0.011*
	ภายในกลุ่ม	87.704	395	0.222		
	รวม	90.652	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตารางที่ 4.35 แสดงให้เห็นถึงผลแสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G จำแนกตามระดับการศึกษาโดยใช้สถิติ One way ANOVA เมื่อพิจารณาแล้วพบว่าด้านภาพรวม คุณค่าที่ได้รับ การติดต่อสื่อสาร การเอาใจใส่ดูแล การตอบสนองความต้องการ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.011, 0.001, 0.003, 0.000 และ 0.003 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 และยอมรับรอง H_1 หมายความว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านภาพรวม คุณค่าที่ได้รับ การติดต่อสื่อสาร การเอาใจใส่ดูแล การตอบสนองความต้องการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.36 แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่
เครือข่าย 3G ด้านคุณค่าที่ได้รับ จำแนกตามระดับการศึกษา

LSD

ระดับ การศึกษา	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)					
	Mean	กลุ่ม J				
		มัธยมศึกษา	ปวช/ปวส	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	ปริญญาเอก
กลุ่ม I	Mean	3.53	3.63	3.96	3.68	3.83
มัธยมศึกษา	3.53	-	-0.10 (0.642)	-0.43 (0.011*)	-0.15 (0.422)	-0.30 (0.549)
ปวช/ปวส	3.63	-	-	-0.33 (0.037*)	-0.04 (0.805)	-0.20 (0.691)
ปริญญาตรี	3.96	-	-	-	0.29 (0.001*)	0.13 (0.789)
ปริญญาโท	3.68	-	-	-	-	0.16 (0.745)
ปริญญาเอก	3.83	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตารางที่ 4.36 แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านคุณค่าที่ได้รับ จำแนกตามระดับการศึกษาพบว่า ค่าเฉลี่ยของผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านคุณค่าที่ได้รับมากกว่า ผู้มีระดับการศึกษา มัธยมศึกษา และ ปวช/ปวส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.011 และ 0.037 ผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.43 และ 0.33 และค่าเฉลี่ยของผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านคุณค่าที่ได้รับมากกว่า ปริญญาโท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.29

ตารางที่ 4.37 แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่
เครือข่าย 3G ด้านการติดต่อสื่อสาร จำแนกตามระดับการศึกษา

LSD

ระดับ การศึกษา	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)					
	Mean	กลุ่ม J				
		มัธยมศึกษา	ปวช/ปวส	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	ปริญญาเอก
กลุ่ม I	Mean	3.02	3.62	3.67	3.72	4.00
มัธยมศึกษา	3.02	-	-0.60 (0.008*)	-0.65 (0.000*)	-0.70 (0.000*)	-0.98 (0.053)
ปวช/ปวส	3.62	-	-	-0.06 (0.721)	-0.10 (0.550)	-0.38 (0.445)
ปริญญาตรี	3.67	-	-	-	-0.05 (0.600)	-0.33 (0.495)
ปริญญาโท	3.72	-	-	-	-	-0.28 (0.560)
ปริญญาเอก	4.00	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตารางที่ 4.37 แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านการติดต่อสื่อสาร จำแนกตามระดับการศึกษาพบว่า ค่าเฉลี่ยของผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา มีการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านการติดต่อสื่อสาร น้อยกว่า ผู้มีระดับการศึกษา ปวช/ปวส ปริญญาตรี และปริญญาโท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.008 , 0.000 และ 0.000 ผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.60 , 0.65 และ 0.70

ตารางที่ 4.38 แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่
เครือข่าย 3G ด้านการเอาใจใส่ดูแล จำแนกตามระดับการศึกษา

LSD

ระดับ การศึกษา	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)					
	Mean	กลุ่ม J				
		มัธยมศึกษา	ปวช/ปวส	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	ปริญญาเอก
กลุ่ม I	Mean	3.00	3.77	3.96	4.02	2
มัธยมศึกษา	3.00	-	-0.77 (0.003*)	-0.96 (0.000*)	-1.02 (0.000*)	-0.67 (0.255)
ปวช/ปวส	3.77	-	-	-0.19 (0.292)	-0.25 (0.195)	0.10 (0.863)
ปริญญาตรี	3.96	-	-	-	-0.06 (0.524)	0.29 (0.601)
ปริญญาโท	4.02	-	-	-	-	0.35 (0.527)
ปริญญาเอก	2	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตารางที่ 4.38 แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านการเอาใจใส่ดูแล จำแนกตามระดับการศึกษาพบว่า ค่าเฉลี่ยของผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา มีการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านการเอาใจใส่ดูแล น้อยกว่า ผู้มีระดับการศึกษา ปวช/ปวส ปริญญาตรี และปริญญาโท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.003 , 0.000 และ 0.000 ผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.77 , 0.96 และ 1.02

ตารางที่ 4.39 แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่
เครือข่าย 3G ด้านการตอบสนองความต้องการ จำแนกตามระดับการศึกษา

LSD

ระดับ การศึกษา	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)					
	Mean	กลุ่ม J				
		มัธยมศึกษา	ปวช/ปวส	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	ปริญญาเอก
กลุ่ม I	Mean	3.49	3.68	3.70	4.03	3.83
มัธยมศึกษา	3.49	-	-0.19 (0.406)	-0.21 (0.226)	-0.54 (0.004*)	-0.34 (0.515)
ปวช/ปวส	3.68	-	-	-0.02 (0.903)	-0.35 (0.050)	-0.15 (0.774)
ปริญญาตรี	3.70	-	-	-	-0.33 (0.000*)	-0.13 (0.795)
ปริญญาโท	4.03	-	-	-	-	0.20 (0.697)
ปริญญาเอก	3.83	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตารางที่ 4.39 แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านการตอบสนองความต้องการ จำแนกตามระดับการศึกษาพบว่า ค่าเฉลี่ยของผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาโท มีการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านการตอบสนองความต้องการ มากกว่า ผู้มีระดับการศึกษา มัธยมศึกษา และ ปวช/ปวส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.004 และ 0.327 ผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.54 และ 0.33

ตารางที่ 4.40 แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่
เครือข่าย 3G ด้านภาพรวม จำแนกตามระดับการศึกษา

LSD

ระดับ การศึกษา	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)					
	Mean	กลุ่ม J				
		มัธยมศึกษา	ปวช/ปวส	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	ปริญญาเอก
กลุ่ม I	Mean	3.41	3.65	3.78	3.84	3.69
มัธยมศึกษา	3.41	-	-0.24 (0.119)	-0.37 (0.002*)	-0.43 (0.001*)	-0.28 (0.429)
ปวช/ปวส	3.65	-	-	-0.13 (0.237)	-0.19 (0.108)	-0.04 (0.919)
ปริญญาตรี	3.78	-	-	-	-0.06 (0.311)	0.09 (0.780)
ปริญญาโท	3.84	-	-	-	-	0.15 (0.647)
ปริญญาเอก	3.69	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตารางที่ 4.40 แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านภาพรวม จำแนกตามระดับการศึกษาพบว่า ค่าเฉลี่ยของผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา มีการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G น้อยกว่า ผู้มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และ ปริญญาโท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.002 และ 0.001 ผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.37 และ 0.43

สมมติฐานที่ 1.5 รายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G แตกต่างกัน

H_0 : รายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.41 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G จำแนกตามรายได้

การเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3 G	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
คุณค่าที่จะได้รับ	ระหว่างกลุ่ม	0.642	3	0.214	0.448	0.719
	ภายในกลุ่ม	189.240	396	0.478		
	รวม	189.882	399			
ราคา	ระหว่างกลุ่ม	0.159	3	0.053	0.101	0.959
	ภายในกลุ่ม	207.723	396	0.525		
	รวม	207.882	399			
ความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	0.706	3	0.235	0.469	0.704
	ภายในกลุ่ม	198.902	396	0.502		
	รวม	199.609	399			
การติดต่อสื่อสาร	ระหว่างกลุ่ม	0.201	3	0.067	0.142	0.935
	ภายในกลุ่ม	187.829	396	0.474		
	รวม	188.031	399			
การเอาใจใส่ดูแล	ระหว่างกลุ่ม	12.338	3	4.113	6.630	0.000*
	ภายในกลุ่ม	245.661	396	0.620		
	รวม	257.999	399			

ตารางที่ 4.41 (ต่อ)

การเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
การตอบสนองความต้องการ	ระหว่างกลุ่ม	0.763	3	0.254	0.497	0.685
	ภายในกลุ่ม	202.936	396	0.512		
	รวม	203.700	399			
ความสบาย	ระหว่างกลุ่ม	4.827	3	1.609	3.107	0.026*
	ภายในกลุ่ม	205.118	396	0.518		
	รวม	209.946	399			
ด้านภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.483	3	0.161	0.707	0.548
	ภายในกลุ่ม	90.169	396	0.228		
	รวม	90.652	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตารางที่ 4.41 แสดงให้เห็นถึงผลแสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G จำแนกตามรายได้ โดยใช้สถิติ One way ANOVA เมื่อพิจารณาแล้วพบว่าด้านภาพรวม คุณค่าที่จะได้รับ ราคา ความสะดวก การติดต่อสื่อสาร การตอบสนองความต้องการ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.548 , 0.719 , 0.959 , 0.704 , 0.093 , 0.685 , 0.548 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 และปฏิเสธ H_1 หมายความว่า รายได้ที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านภาพรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้าน การเอาใจใส่ดูแล ความสบาย มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 และ 0.026 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 และยอมรับสมมติฐานรอง H_1 หมายความว่า รายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G การตอบสนองความต้องการ ความสบาย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำให้มีการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.42 แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่
เครือข่าย 3G ด้านการเอาใจใส่ดูแล จำแนกตามรายได้

LSD

รายได้	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)				
	กลุ่ม J	กลุ่ม J			
		น้อยกว่า 10,000บาท	10,000- 20,000บาท	20,001- 30,000บาท	มากกว่า30,000 บาท
กลุ่ม I	Mean	3.81	4.05	3.97	3.45
น้อยกว่า10,000บาท	3.81	-	-0.24 (0.013*)	-0.16 (0.173)	-0.36 (0.018*)
10,000-20,000บาท	4.05	-	-	0.08 (0.482)	0.60 (0.000*)
20,001-30,000บาท	3.97	-	-	-	0.53 (0.001*)
มากกว่า30,000บาท	3.45	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตารางที่ 4.42 แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านการเอาใจใส่ดูแล จำแนกตามรายได้ พบว่า ค่าเฉลี่ยของผู้ที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท มีการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านการเอาใจใส่ดูแล น้อยกว่า มีรายได้ 10,000 - 20,000 บาท และ มากกว่า 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.013 และ 0.018 ผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.24 และ 0.36 โดยค่าเฉลี่ยของผู้ที่มีรายได้ มากกว่า 30,000 บาท มีการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านการเอาใจใส่ดูแล น้อยกว่า ผู้มีรายได้ 10,000 - 20,000 บาท และ 20,001-30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 และ 0.001 ผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.60 และ 0.53

ตารางที่ 4.43 แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่
เครือข่าย 3G ด้านความสบาย จำแนกตามรายได้

LSD

รายได้	Mean	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)			
		กลุ่ม J			
		น้อยกว่า10,000 บาท	10,000-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	มากกว่า30,000 บาท
กลุ่ม I					
น้อยกว่า10,000บาท	3.99	-	-0.07 (0.454)	0.00 (0.975)	0.34 (0.016*)
10,000-20,000บาท	4.05	-	-	0.06 (0.530)	0.41 (0.002*)
20,001-30,000บาท	3.99	-	-	-	0.34 (0.020*)
มากกว่า30,000บาท	3.65	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตารางที่ 4.43 แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านความสบาย จำแนกตามรายได้ พบว่าค่าเฉลี่ยของผู้ที่มีรายได้น้อยกว่า 30,000 บาท มีการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านความสบาย น้อยกว่า ผู้ที่มีรายได้ น้อยกว่า 10,000 บาท 10,000 - 20,000 บาท และ 20,001 - 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.016 , 0.002 และ 0.020 ผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.34 , 0.41 และ 0.34

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยทางการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่
เครือข่าย เอไอเอส ดีแทค และ ทรูมูฟ ด้านการรับรู้ สนใจ ประเมินค่า ทดลอง ยอมรับ ที่แตกต่างกัน
มีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G แตกต่างกัน โดยสามารถเขียนสมมติฐาน
ทางสถิติได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 2.1 การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับเทคโนโลยี 3G ที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้
บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G แตกต่างกัน

H_0 : การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับเทคโนโลยี 3G ที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการ
โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ไม่แตกต่างกัน

H_1 : การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับเทคโนโลยี 3G ที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการ
โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.44 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย
3G จำแนกตามการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับเทคโนโลยี 3G

การเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
คุณค่าที่จะได้รับ	ระหว่างกลุ่ม	0.440	3	0.147	0.307	0.820
	ภายในกลุ่ม	189.442	396	.478		
	รวม	189.882	399			
ราคา	ระหว่างกลุ่ม	2.253	3	0.751	1.446	0.229
	ภายในกลุ่ม	205.629	396	0.519		
	รวม	207.882	399			
ความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	4.460	3	1.487	3.017	0.030*
	ภายในกลุ่ม	195.149	396	0.493		
	รวม	199.609	399			
การติดต่อสื่อสาร	ระหว่างกลุ่ม	1.614	3	.538	1.143	0.331
	ภายในกลุ่ม	186.417	396	0.471		
	รวม	188.031	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.44 (ต่อ)

การเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
การเอาใจใส่ดูแล	ระหว่างกลุ่ม	0.325	3	0.108	0.166	0.919
	ภายในกลุ่ม	257.674	396	0.651		
	รวม	257.999	399			
การตอบสนองความต้องการ	ระหว่างกลุ่ม	1.806	3	0.602	1.181	0.317
	ภายในกลุ่ม	201.894	396	0.510		
	รวม	203.700	399			
ความสบาย	ระหว่างกลุ่ม	.085	3	0.028	0.054	0.984
	ภายในกลุ่ม	209.860	396	0.530		
	รวม	209.946	399			
ด้านภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.506	3	0.169	0.741	0.528
	ภายในกลุ่ม	90.146	396	0.228		
	รวม	90.652	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตารางที่ 4.44 แสดงให้เห็นถึงผลแสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G จำแนกตามการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับเทคโนโลยี 3G โดยใช้สถิติ One way ANOVA เมื่อพิจารณาแล้วพบว่าด้านภาพรวม คุณค่าที่ได้รับ ราคา การติดต่อสื่อสาร การเอาใจใส่ดูแล การตอบสนองความต้องการ ความสบาย มีค่า Sig. เท่ากับ 0.528 , 0.820 , 0.229 , 0.331 , 0.919, 0.317 , 0.984 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 และปฏิเสธสมมติฐานรอง H_1 หมายความว่า การรับรู้ที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านภาพรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้าน ความสะดวก มีค่า Sig. เท่ากับ 0.030 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 และยอมรับสมมติฐานรอง H_1 หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับเทคโนโลยี 3G ที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G การติดต่อสื่อสาร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำให้มีการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.45 แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่
เครือข่าย 3G ด้านความสะดวก จำแนกตามการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับเทคโนโลยี 3G

LSD

		ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)			
		กลุ่ม J			
การรับรู้ข่าวสาร เกี่ยวกับ เทคโนโลยี 3G		เอ ไอเอส	ดีแทค	ทรูมูฟ	อื่นๆ..โปรด ระนุ
		กลุ่ม I	Mean	3.67	3.76
เอ ไอเอส	3.67	-	-0.10	-0.13	-1.33
			(0.306)	(0.107)	(0.008*)
ดีแทค	3.76	-	-	-0.04	-1.24
				(0.698)	(0.014*)
ทรูมูฟ	3.80	-	-	-	-1.20
					(0.017*)
อื่นๆ..โปรดระนุ	5.00	-	-	-	-
					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตารางที่ 4.45 แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านความสะดวก จำแนกตามการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับเทคโนโลยี 3G พบว่าค่าเฉลี่ยการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับเทคโนโลยี 3G จากเครือข่ายอื่นๆ มีการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านความสะดวก มากกว่าผู้ใช้เครือข่ายเอไอเอส ดีแทค และทรูมูฟ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.008 , 0.014 และ 0.017 ผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.33 , 1.24 และ 1.20

สมมติฐานที่ 2.2 ความสนใจเกี่ยวกับวิทยาการใหม่ๆ ข้อมูลเทคโนโลยี 3G ที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G แตกต่างกัน

H_0 : ความสนใจเกี่ยวกับวิทยาการใหม่ๆ ข้อมูลเทคโนโลยี 3G ที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสนใจเกี่ยวกับวิทยาการใหม่ๆ ข้อมูลเทคโนโลยี 3G ที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.46 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G จำแนกตามความสนใจเกี่ยวกับวิทยาการใหม่ๆ ข้อมูลเทคโนโลยี 3G

การเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
คุณค่าที่จะได้รับ	ระหว่างกลุ่ม	0.731	3	0.244	0.510	0.676
	ภายในกลุ่ม	189.151	396	0.478		
	รวม	189.882	399			
ราคา	ระหว่างกลุ่ม	1.364	3	0.455	0.872	0.456
	ภายในกลุ่ม	206.518	396	0.522		
	รวม	207.882	399			
ความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	1.674	3	0.558	1.116	0.342
	ภายในกลุ่ม	197.935	396	0.500		
	รวม	199.609	399			
การติดต่อสื่อสาร	ระหว่างกลุ่ม	0.905	3	0.302	0.639	0.591
	ภายในกลุ่ม	187.126	396	0.473		
	รวม	188.031	399			
การเอาใจใส่ดูแล	ระหว่างกลุ่ม	1.645	3	0.548	0.847	0.469
	ภายในกลุ่ม	256.353	396	0.647		
	รวม	257.999	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.46 (ต่อ)

การเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
การตอบสนองความต้องการ	ระหว่างกลุ่ม	1.635	3	0.545	1.068	0.362
	ภายในกลุ่ม	202.064	396	0.510		
	รวม	203.700	399			
ความสบาย	ระหว่างกลุ่ม	0.731	3	0.244	0.461	0.709
	ภายในกลุ่ม	209.214	396	.528		
	รวม	209.946	399			
ด้านภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.127	3	0.042	0.185	0.906
	ภายในกลุ่ม	90.525	396	0.229		
	รวม	90.652	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตารางที่ 4.46 แสดงให้เห็นถึงผลแสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G จำแนกตามความสนใจเกี่ยวกับวิทยาการใหม่ๆ ข้อมูลเทคโนโลยี 3G โดยใช้สถิติ One way ANOVA เมื่อพิจารณาแล้วพบว่าด้านภาพรวมและด้านอื่นๆ พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.906, 0.676, 0.456, 0.342, 0.591, 0.469, 0.362, 0.709, 0.906 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 และปฏิเสธสมมติฐานรอง H_1 หมายความว่า ความสนใจเกี่ยวกับวิทยาการใหม่ๆ ข้อมูลเทคโนโลยี 3G ที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านภาพรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2.3 เทคโนโลยี 3G เครือข่ายที่ให้ประโยชน์และคุ้มค่าแก่การใช้งาน ที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G แตกต่างกัน

H_0 : เทคโนโลยี 3G เครือข่ายที่ให้ประโยชน์และคุ้มค่าแก่การใช้งาน ที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เทคโนโลยี 3G เครือข่ายที่ให้ประโยชน์และคุ้มค่าแก่การใช้งาน ที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.47 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G จำแนกตามเทคโนโลยี 3G เครือข่ายที่ให้ประโยชน์และคุ้มค่าแก่การใช้งาน

การเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
คุณค่าที่จะได้รับ	ระหว่างกลุ่ม	1.905	3	0.635	1.337	0.262
	ภายในกลุ่ม	187.977	396	0.475		
	รวม	189.882	399			
ราคา	ระหว่างกลุ่ม	0.789	3	0.263	0.503	0.681
	ภายในกลุ่ม	207.093	396	0.523		
	รวม	207.882	399			
ความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	0.859	3	0.286	0.570	0.635
	ภายในกลุ่ม	198.750	396	0.502		
	รวม	199.609	399			
การติดต่อสื่อสาร	ระหว่างกลุ่ม	0.585	3	0.195	0.412	0.745
	ภายในกลุ่ม	187.446	396	0.473		
	รวม	188.031	399			
การเอาใจใส่ดูแล	ระหว่างกลุ่ม	3.942	3	1.314	2.048	0.107
	ภายในกลุ่ม	254.057	396	0.642		
	รวม	257.999	399			
การตอบสนองความต้องการ	ระหว่างกลุ่ม	0.326	3	0.109	0.212	0.888
	ภายในกลุ่ม	203.373	396	0.514		
	รวม	203.700	399			
ความสบาย	ระหว่างกลุ่ม	3.842	3	1.281	2.461	0.062
	ภายในกลุ่ม	206.104	396	0.520		
	รวม	209.946	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.47 (ต่อ)

การเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.220	3	0.073	.322	0.810
	ภายในกลุ่ม	90.431	396	0.228		
	รวม	90.652	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตารางที่ 4.47 แสดงให้เห็นถึงผลแสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G จำแนกตามเทคโนโลยี 3G เครือข่ายที่ให้ประโยชน์และคุ้มค่าแก่การใช้งาน โดยใช้สถิติ One way ANOVA เมื่อพิจารณาแล้วพบว่าด้านภาพรวมและด้านอื่น ๆ พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.810, 0.262, 0.681, 0.635, 0.745, 0.107, 0.888, 0.062 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 และปฏิเสธสมมติฐานรอง H_1 หมายความว่าเทคโนโลยี 3G เครือข่ายที่ให้ประโยชน์และคุ้มค่าแก่การใช้งาน ที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านภาพรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2.4 โอกาสทดลองใช้เทคโนโลยี 3G ที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G แตกต่างกัน

H_0 : โอกาสทดลองใช้เทคโนโลยี 3G ที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ไม่แตกต่างกัน

H_1 : โอกาสทดลองใช้เทคโนโลยี 3G ที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.48 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G จำแนกตามโอกาสทดลองใช้เทคโนโลยี 3G

การเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
คุณค่าที่จะได้รับ	ระหว่างกลุ่ม	0.549	2	0.275	0.576	0.563
	ภายในกลุ่ม	189.333	397	0.477		
	รวม	189.882	399			
ราคา	ระหว่างกลุ่ม	1.486	2	0.743	1.429	0.241
	ภายในกลุ่ม	206.396	397	0.520		
	รวม	207.882	399			
ความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	0.155	2	0.078	0.155	0.857
	ภายในกลุ่ม	199.453	397	0.502		
	รวม	199.609	399			
การติดต่อสื่อสาร	ระหว่างกลุ่ม	1.306	2	0.653	1.388	0.251
	ภายในกลุ่ม	186.725	397	0.470		
	รวม	188.031	399			
การเอาใจใส่ดูแล	ระหว่างกลุ่ม	6.766	2	3.383	5.346	0.005*
	ภายในกลุ่ม	251.233	397	0.633		
	รวม	257.999	399			
การตอบสนองความต้องการ	ระหว่างกลุ่ม	3.174	2	1.587	3.142	0.044*
	ภายในกลุ่ม	200.526	397	0.505		
	รวม	203.700	399			
ความสบาย	ระหว่างกลุ่ม	2.821	2	1.410	2.703	0.068
	ภายในกลุ่ม	207.125	397	0.522		
	รวม	209.946	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.48 (ต่อ)

การเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.813	2	0.406	1.796	0.167
	ภายในกลุ่ม	89.839	397	0.226		
	รวม	90.652	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตารางที่ 4.48 แสดงให้เห็นถึงผลแสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G จำแนกตามโอกาสทดลองใช้เทคโนโลยี 3G โดยใช้สถิติ One way ANOVA เมื่อพิจารณาแล้วพบว่าด้านภาพรวม คุณค่าที่ได้รับ ราคา ความสะดวก การติดต่อสื่อสาร ความสบาย มีค่า Sig. เท่ากับ 0.167, 0.563, 0.241, 0.857, 0.251, 0.068 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 และปฏิเสธสมมติฐานรอง H_1 หมายความว่า โอกาสการทดลองใช้เทคโนโลยี 3G ที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านภาพรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้าน การเอาใจใส่ดูแล การตอบสนองความต้องการ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.005 และ 0.044 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 และยอมรับสมมติฐานรอง H_1 หมายความว่า โอกาสการทดลองใช้เทคโนโลยี 3G ที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้าน การเอาใจใส่ดูแล การตอบสนองความต้องการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำให้มีการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.49 แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่
เครือข่าย 3G ด้านการเอาใจใส่ดูแล จำแนกตามโอกาสทดลองใช้เทคโนโลยี 3G

LSD

โอกาสทดลองใช้ เทคโนโลยี 3G		ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)		
		กลุ่ม J		
		เอ ไอเอส	ดีแทค	ทรูมูฟ
กลุ่ม I	Mean	4.02	4.05	3.76
เอ ไอเอส	4.02	-	-0.03 (0.790)	0.25 (0.005*)
ดีแทค	4.05	-	-	0.28 (0.010*)
ทรูมูฟ	3.76	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตารางที่ 4.49 แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการ
โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านการเอาใจใส่ดูแล จำแนกตามโอกาสทดลองใช้เทคโนโลยี 3G
พบว่าค่าเฉลี่ยของผู้ที่มีโอกาสทดลองใช้เทคโนโลยี 3G จากเครือข่าย ทรูมูฟ มีการเลือกใช้บริการ
โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านการเอาใจใส่ดูแล น้อยกว่า ผู้ที่มีโอกาสทดลองใช้เทคโนโลยี 3G
จากเครือข่าย เอไอเอส และ ดีแทค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.005
และ 0.010 ผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.25 และ 0.28

ตารางที่ 4.50 แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่
เครือข่าย 3G ด้านการตอบสนองความต้องการจำเป็นตามโอกาสทดลองใช้เทคโนโลยี
3G

LSD

โอกาสทดลองใช้ เทคโนโลยี 3G		ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)		
		กลุ่ม J		
		เอไอเอส	ดีแทค	ทรูมูฟ
กลุ่ม I	Mean	3.87	3.71	3.67
เอไอเอส	3.87	-	0.15	0.19
			(0.116)	(0.016*)
ดีแทค	3.71	-	-	0.04
				(0.694)
ทรูมูฟ	3.67	-	-	-
				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตารางที่ 4.50 แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการ
โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านการตอบสนองความต้องการ จำแนกตามโอกาสทดลองใช้เทคโนโลยี
3G พบว่า ค่าเฉลี่ยของผู้ที่มีโอกาสทดลองใช้เทคโนโลยี 3G จากเครือข่าย เอไอเอส มีการเลือกใ้
บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านการตอบสนองความต้องการ มากกว่า ผู้ที่มีโอกาสทดลอง
ใช้เทคโนโลยี 3G จากเครือข่าย ทรูมูฟ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ
0016 ผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.19

สมมติฐานที่ 2.5 การยอมรับเทคโนโลยี 3G ที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการ
โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G แตกต่างกัน

H_0 : การยอมรับเทคโนโลยี 3G ที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการ
โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3 G ไม่แตกต่างกัน

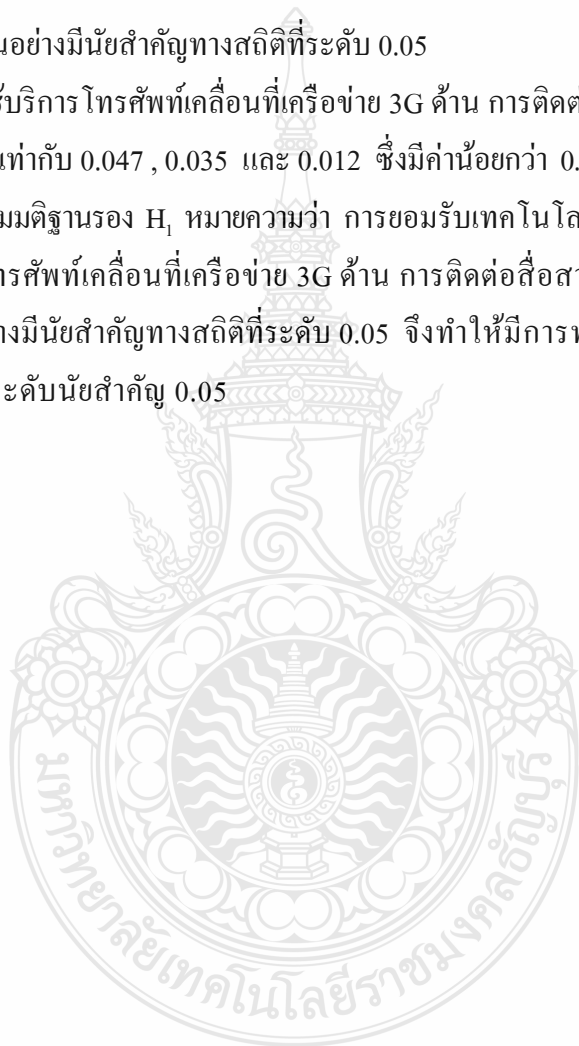
H_1 : การยอมรับเทคโนโลยี 3G ที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการ
โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.51 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G จำแนกการยอมรับเทคโนโลยี 3G

การเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
คุณค่าที่จะได้รับ	ระหว่างกลุ่ม	0.658	3	0.219	0.459	0.711
	ภายในกลุ่ม	189.224	396	0.478		
	รวม	189.882	399			
ราคา	ระหว่างกลุ่ม	2.793	3	0.931	1.797	0.147
	ภายในกลุ่ม	205.089	396	0.518		
	รวม	207.882	399			
ความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	2.497	3	0.832	1.672	0.172
	ภายในกลุ่ม	197.112	396	0.498		
	รวม	199.609	399			
การติดต่อสื่อสาร	ระหว่างกลุ่ม	3.727	3	1.242	2.670	0.047*
	ภายในกลุ่ม	184.304	396	0.465		
	รวม	188.031	399			
การเอาใจใส่ดูแล	ระหว่างกลุ่ม	5.535	3	1.845	2.894	0.035*
	ภายในกลุ่ม	252.464	396	0.638		
	รวม	257.999	399			
การตอบสนองความต้องการ	ระหว่างกลุ่ม	1.092	3	0.364	0.712	0.545
	ภายในกลุ่ม	202.607	396	0.512		
	รวม	203.700	399			
ความสบาย	ระหว่างกลุ่ม	5.699	3	1.900	3.683	0.012*
	ภายในกลุ่ม	204.247	396	0.516		
	รวม	209.946	399			
ด้านภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.523	3	0.174	0.766	0.514
	ภายในกลุ่ม	90.129	396	0.228		
	รวม	90.652	399			

ผลจากตารางที่ 4.51 แสดงให้เห็นถึงผลแสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G จำแนกตามการยอมรับเทคโนโลยี 3G โดยใช้สถิติ One way ANOVA เมื่อพิจารณาแล้วพบว่าด้านภาพรวม คุณค่าที่จะได้รับ ราคา ความสะดวก การตอบสนองความต้องการ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.514 , 0.711 , 0.147 , 0.172 , 0.545 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 และปฏิเสธสมมติฐานรอง H_1 หมายความว่า การยอมรับเทคโนโลยี 3G ที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านภาพรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้าน การติดต่อสื่อสาร การเอาใจใส่ดูแล ความสบาย มีค่า Sig. เท่ากับ 0.047 , 0.035 และ 0.012 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 และยอมรับสมมติฐานรอง H_1 หมายความว่า การยอมรับเทคโนโลยี 3G ที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้าน การติดต่อสื่อสาร การเอาใจใส่ดูแล ความสบาย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำให้มีการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05



ตารางที่ 4.52 แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่
เครือข่าย 3G ด้านการติดต่อสื่อสาร จำแนกตามการยอมรับเทคโนโลยี 3G

LSD

การยอมรับ เทคโนโลยี 3G		ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)			
		กลุ่ม J			
		เอไอเอส	ดีแทค	ทรูมูฟ	อื่นๆ..โปรด ระนู
กลุ่ม I	Mean	3.72	3.42	3.67	3.67
เอไอเอส	3.72	-	0.30	0.05	0.05
			(0.006*)	(0.489)	(0.863)
ดีแทค	3.42	-	-	-0.25	-0.25
				(0.017*)	(0.436)
ทรูมูฟ	3.67	-	-	-	0.00
					(0.996)
อื่นๆ..โปรดระนู	3.67	-	-	-	-
					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตารางที่ 4.52 แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านการติดต่อสื่อสาร จำแนกตามการยอมรับเทคโนโลยี 3G พบว่า ค่าเฉลี่ยการยอมรับเทคโนโลยี 3G จากเครือข่ายเอไอเอส มีการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านการติดต่อสื่อสาร มากกว่าเครือข่ายดีแทค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.006 ผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.30 ค่าเฉลี่ยการยอมรับเทคโนโลยี 3G จากเครือข่ายดีแทค มีการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านการติดต่อสื่อสาร น้อยกว่าเครือข่ายทรูมูฟ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.017 ผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.25

ตารางที่ 4.53 แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่
เครือข่าย 3G ด้านการเอาใจใส่ดูแล จำแนกตามการยอมรับเทคโนโลยี 3G

LSD

การยอมรับ เทคโนโลยี 3G		ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)			
		กลุ่ม J			
		เอไอเอส	ดีแทค	ทรูมูฟ	อื่นๆ..โปรด ระนู
กลุ่ม I	Mean	4.03	4.02	3.80	4.27
เอไอเอส	4.03	-	0.00	0.22	-0.24
			(0.991)	(0.011*)	(0.507)
ดีแทค	4.02	-	-	0.22	-0.24
				(0.069)	(0.516)
ทรูมูฟ	3.80	-	-	-	-0.46
					(0.200)
อื่นๆ..โปรดระนู	4.27	-	-	-	-
					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตารางที่ 4.53 แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านการเอาใจใส่ดูแล จำแนกตามการยอมรับเทคโนโลยี 3G พบว่าค่าเฉลี่ยของการยอมรับเทคโนโลยี 3G จากเครือข่ายเอไอเอส มีการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านการติดต่อสื่อสาร มากกว่า เครือข่าย ทรูมูฟ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.011 ผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.22

ตารางที่ 4.54 แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่
เครือข่าย 3G ด้านความสบาย จำแนกตามการยอมรับเทคโนโลยี 3G

LSD

การยอมรับ เทคโนโลยี 3G		ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)			
		กลุ่ม J			
		เอไอเอส	ดีแทค	ทรูมูฟ	อื่นๆ..โปรด ระนู
กลุ่ม I	Mean	4.09	4.15	3.87	3.87
เอไอเอส	4.09	-	-0.05	0.22	0.23
			(0.647)	(0.005*)	(0.488)
ดีแทค	4.15	-	-	0.27	0.28
				(0.013*)	(0.406)
ทรูมูฟ	3.87	-	-	-	0.00
					(0.988)
อื่นๆ..โปรดระนู	3.87	-	-	-	-
					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตารางที่ 4.54 แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านความสบาย จำแนกตามการยอมรับเทคโนโลยี 3G พบว่าค่าเฉลี่ยการยอมรับเทคโนโลยี 3G จากเครือข่ายทรูมูฟ มีการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านการติดต่อสื่อสาร น้อยกว่า เครือข่าย เอไอเอส และ ดีแทค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.005 และ 0.013 ผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.22 และ 0.27

ตารางที่ 4.55 แสดงผลสรุปรวมของสมมติฐานที่ 1

ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์	เพศ	ที่อยู่ ปัจจุบัน	อายุ	ระดับ การศึกษา	รายได้
คุณค่าที่ได้รับ	-	✓	-	✓	✓
ราคา	-	✓	✓	-	-
ความสะดวก	-	✓	✓	-	-
การติดต่อสื่อสาร	-	✓	✓	✓	-
การเอาใจใส่ดูแล	-	✓	✓	✓	✓
การตอบสนองความต้องการ	-	✓	✓	✓	-
ความสบาย	-	✓	✓	-	✓
ภาพรวม	-	✓	✓	✓	-

ตารางที่ 4.56 แสดงผลสรุปรวมของสมมติฐานที่ 2

ปัจจัยทางการยอมรับนวัตกรรม และเทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่ เครื่องใช้ เอไอเอส ดีแทค และ ทรูมูฟ	การรับรู้	การสนใจ	การ ประเมิน ค่า	การ ทดลอง	การยอมรับ
คุณค่าที่ได้รับ	-	-	-	-	-
ราคา	-	-	-	-	-
ความสะดวก	✓	-	-	-	-
การติดต่อสื่อสาร	-	-	-	-	✓
การเอาใจใส่ดูแล	-	-	-	✓	✓
การตอบสนองความต้องการ	-	-	-	✓	-
ความสบาย	-	-	-	-	✓
ภาพรวม	-	-	-	-	-

✓ มีความแตกต่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

- ไม่มีความแตกต่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

การค้นคว้าอิสระเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G” มีวัตถุประสงค์ โดยสรุปผลการศึกษาดังนี้เป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์คำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 24 - 31 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีรายได้ 10,000 - 20,000 บาท

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์คำถามเกี่ยวกับปัจจัยทางการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่ เครือข่าย เอไอเอส ดีแทค และ ทรูมูฟ

ด้านการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับเทคโนโลยี 3G จากเครือข่ายทรูมูฟ ให้ความสนใจ ที่จะหารายละเอียดเกี่ยวกับวิทยาการใหม่ข้อมูลเทคโนโลยี 3G จากเครือข่ายทรูมูฟ โดยคิดว่าเทคโนโลยี 3G ที่ให้ประโยชน์และคุ้มค่าแก่การใช้งานมากที่สุด คือเครือข่ายทรูมูฟ และถ้ามีโอกาสทดลองเลือกใช้เทคโนโลยี 3G จะเลือกใช้ เครือข่ายทรูมูฟ และให้การยอมรับเทคโนโลยี 3G จาก เครือข่ายทรูมูฟ

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G

สรุปผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ในภาพรวมพบว่า ด้านคุณค่าที่จะได้รับ ด้านความสะดวก ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านการเอาใจใส่ดูแล ด้านการตอบสนองความต้องการ และ ด้านความสบาย อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านราคา อยู่ในระดับปานกลาง

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

1. สรุปผลได้ว่า ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ด้าน ที่อยู่ปัจจุบัน อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G แตกต่างกัน ส่วนด้านเพศ ที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ไม่แตกต่างกัน

2.สรุปผลได้ว่า ปัจจัยทางการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่ เครือข่าย เอไอเอส ดีแทค และ ทรูมูฟ ด้านการรับรู้ ด้านทดลอง และด้านการยอมรับ สรุปผลได้ว่า มีว่าความแตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G แตกต่างกัน และใน

ปัจจัยย่อยในส่วนของ ด้านการสนใจ และ ด้านการประเมินค่า ที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ไม่แตกต่างกัน

5.2 การอภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G มีประเด็นสำคัญที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้คือ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง มีอายุ 24-31 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีรายได้ 10,000 - 20,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ คุณากร พันธุ์โกชน (2554) ได้ศึกษาเรื่อง ความต้องการใช้บริการ 3G ของผู้ใช้บริการข้อมูล GPRS/EDGE ในโทรศัพท์เคลื่อนที่ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ผู้ใช้บริการข้อมูล GPRS/EDGE ส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี ระดับการศึกษาส่วนใหญ่ ระดับปริญญาตรี สถานภาพ โสด อาชีพ รับราชการ รายได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 10,000-15,000 บาท ปัจจัยทางด้านการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านการรับรู้ ด้านการสนใจ ด้านการประเมินค่า ด้านการทดลองใช้ และด้านการยอมรับ เกี่ยวกับเทคโนโลยี 3G ล้วนมาจากเครือข่ายทรูมูฟ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นายโยธิน เลือดทหาร (2548) จากการศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อการเลือกใช้อุปกรณ์โทรศัพท์มือถือ ผลจากการศึกษาพบว่า เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีผู้ใช้มากที่สุดคือเครือข่าย AIS

ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ พบว่า ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ที่มีความแตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G แตกต่างกันโดยแบ่งปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ย่อย ออกเป็น ที่อยู่ปัจจุบัน อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ที่มีความแตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G แตกต่างกันซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรสิทธิ์ วิมลประภาพร และ กมลทิพย์ ชีวะวิชาวาลกุล (2554) ได้กล่าวไว้ว่า อายุ ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติและการยอมรับนวัตกรรม 3G เคลื่อนที่ที่แตกต่างกัน และปัจจัยด้านประชากรในส่วน เพศ ที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ไม่แตกต่างกัน

ปัจจัยทางด้านการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่ เครือข่าย เอไอเอส ดีแทค และ ทรูมูฟ ที่มีความแตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G แตกต่างกัน โดยแบ่งปัจจัยการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่ย่อยออกเป็น ด้านการรับรู้ ด้านทดลอง และด้านการยอมรับ ที่มีความแตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G แตกต่างกัน เพราะในปัจจุบันทุกคนล้วนมีโทรศัพท์เคลื่อนที่ติดตัว อยู่

ที่ว่าจะรับรู้ ทดลอง และยอมรับเทคโนโลยี 3G เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตหรือไม่ และในปัจจุบันอยู่ในส่วนของ ด้านการสนใจ และ ด้านการประเมินค่า ที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ไม่แตกต่างกัน

การเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G

ด้านคุณค่าที่จะได้รับ พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านคุณค่าที่ได้รับในภาพรวม ในระดับมาก โดยอันดับแรกให้ความสำคัญในเรื่อง ความชัดเจนสัญญาณภาพและเสียง รองลงมาคือคุณภาพการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต และคุณภาพการ Download ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต เช่น เพลง คลิปวิดีโอ หรือ Applications ต่างๆ ตามลำดับ เพราะการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G เราจะต้องคำนึงถึงคุณค่าที่จะได้รับเป็นเรื่องสำคัญ เนื่องจากราคาของค่าบริการสูง ถ้าคุณค่าที่ได้รับต่ำราย่อมเกิดความไม่พึงพอใจต่อการบริการนั้นๆ

ด้านราคา พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านราคาในภาพรวม ในระดับปานกลาง โดยแบบรายเดือน การคิดค่าบริการแบบเหมาจ่ายรายเดือน และ การคิดค่าบริการแบบจ่ายตาม ขนาดของข้อมูลที่ Download จริง ให้ความสำคัญในระดับมาก เพราะคนส่วนใหญ่ก็ไม่ชอบที่จะต้องจ่ายค่าบริการจำนวนมาก ดังนั้นจึงคำนึงถึงเรื่องนี้เป็นสำคัญ แบบเติมเงิน การคิดค่าบริการแบบจ่ายก่อนแล้วค่อยเปิดใช้บริการได้ (Prepaid) ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง เพราะการคิดค่าบริการแบบเติมเงินเราสามารถควบคุมค่าใช้จ่ายได้ด้วยตนเอง อยู่ที่ว่าจะเติมเงินหรือไม่เติมเงิน ซึ่งเราจะเห็นว่ากลุ่มตัวอย่าง ให้ความสำคัญด้านราคาแบบรายเดือนมากกว่าแบบเติมเงิน

ด้านความสะดวก พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านความสะดวกในภาพรวม ในระดับมาก โดยอันดับแรกให้ความสำคัญในเรื่อง สามารถลงทะเบียนการใช้งานและชำระค่าบริการผ่านทางอินเทอร์เน็ต รองลงมาคือสามารถลงทะเบียนการใช้งานและชำระค่าบริการผ่านทาง Shop ของผู้ให้บริการได้ และสามารถลงทะเบียนการใช้งานและชำระค่าบริการผ่านทาง 7 Eleven ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์สโตร์ เช่น บิ๊กซี โลตัส หรือ คาฟูร์ ตามลำดับ เพราะคนส่วนใหญ่ชอบความสะดวกสบาย และการดำเนินชีวิตในปัจจุบันก็ดำเนินไปด้วยความรีบร้อน จึงให้ความสำคัญในเรื่องความสะดวกในระดับมาก สะดวกตรงไหนก็สามารถชำระค่าบริการได้ที่นั่นเลย

ด้านการติดต่อสื่อสาร พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านการติดต่อสื่อสารในภาพรวม ในระดับมาก โดยอันดับแรกให้ความสำคัญในเรื่อง การให้บริการแจ้งข่าวสาร ข้อมูลประชาสัมพันธ์ การโฆษณา จากผู้ให้บริการ ผ่าน

โทรศัพท์เคลื่อนที่ รองลงมาคือผู้ให้บริการจัดทำ 3G Club เพื่อเป็นที่รวบรวมข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเทคโนโลยี 3G เพราะการที่เราเลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G เราต้องคิดแล้วว่า บริการนี้ต้องดีเยี่ยม ในเรื่องการติดต่อสื่อสาร เพราะจากสื่อโฆษณาที่ว่า เทคโนโลยี 3G เป็นเทคโนโลยีที่ดีทำให้เราไม่พลาดทุกการติดต่อสื่อสาร และมีการแจ้งเตือนเกี่ยวกับโปรโมชั่นใหม่ๆ ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง เพราะก่อนที่เราจะบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G เราต้องมีการศึกษาเกี่ยวกับโปรโมชั่นมาเป็นอย่างดี เพื่อให้เหมาะสมกับปริมาณการใช้บริการของเรา

ด้านการเอาใจใส่ดูแล พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านการเอาใจใส่ดูแลในภาพรวม ในระดับมาก โดยอันดับแรกเจ้าหน้าที่ Call Center บริการด้วยความเต็มใจ สุภาพ เป็นมิตร รองลงมาคือเจ้าหน้าที่ Shop บริการด้วยความเต็มใจ สุภาพ เป็นมิตร และ เจ้าหน้าที่ Call Center มีความรู้ ความสามารถในการตอบคำถามและให้ข้อมูล ตามลำดับ เพราะถ้าเราเกิดปัญหาในการใช้บริการเราติดต่อเจ้าหน้าที่ไป เราขอมหวังให้การบริการเราด้วยความเต็มใจ สุภาพ เป็นมิตร เราขอมรู้สึกดีและพอใจกับการดูแลเอาใจใสนั้นๆ

ด้านการตอบสนองความต้องการ พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านการตอบสนองความต้องการในภาพรวม ในระดับมาก โดยอันดับแรก การให้บริการแจ้งเตือนชำระค่าบริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ รองลงมาคือการให้บริการรับเรื่องร้องเรียนหรือแจ้งปัญหาผ่าน Call Center ตลอด 24 ชั่วโมง และการให้บริการรับชำระค่าบริการผ่านตู้ ATM / หักผ่านบัญชี ตามลำดับ เพราะการตอบสนองความต้องการ การแจ้งเตือนชำระค่าบริการ การให้บริการแจ้งปัญหาผ่าน Call Center ตลอด 24 ชั่วโมง และการชำระค่าบริการผ่านตู้ ATM ย่อมให้ความสำคัญในระดับมาก บางที่เราอาจลืมก็มีการแจ้งเตือนเข้ามาเราก็สามารถไปจ่ายได้ที่ตู้ ATM ได้ทันที ซึ่งทำให้เราสะดวกยิ่งขึ้น

ด้านความสบาย พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านความสบายในภาพรวม ในระดับมาก โดยอันดับแรกคือ ศูนย์บริการหรือ Shop ให้บริการเป็นกันเอง รองลงมาคือภาพลักษณ์ขององค์กร ของผู้ให้บริการ น่าเชื่อถือ และภาพลักษณ์ขององค์กร ของผู้ให้บริการ น่าเชื่อถือ ตามลำดับ เพราะการดำเนินชีวิตปัจจุบันที่เป็นไปด้วยความเร่งรีบ เราจึงเน้นเรื่องความสบาย ที่ทำให้เราสะดวกรวดเร็วมากที่สุดและพอใจกับการได้รับการบริการ

5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. มีกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง มีอายุ 24-31 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ซึ่งกำลังศึกษาระดับปริญญาตรีหรือจบการศึกษาระดับปริญญาตรีแล้ว ดังนั้นผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ควรเน้นความต้องการของผู้ใช้บริการให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด เช่น สื่อโฆษณาเกี่ยวกับโปรโมชันต่างๆ ควรเป็นฟรีเซนต์ที่กลุ่มเป้าหมายให้ความสำคัญมากที่สุด

2. ทางด้านการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้การยอมรับจากเครือข่ายทรูมูฟเป็นอันดับหนึ่งนั้นแสดงถึง การเป็นผู้นำทางด้านเทคโนโลยี 3G ของประเทศไทยที่สามารถครอบคลุมทุกพื้นที่ได้มากที่สุด นั้นหมายถึงเครือข่ายอื่นควรรับเร่งพัฒนาเรื่องของการเข้าทุกพื้นที่และสามารถใช้ 3G ได้จริง

3. เทคโนโลยี 3G เป็นเทคโนโลยีใหม่ ที่ยังมีกลุ่มคนบางส่วนยังมีความรู้ความเข้าใจไม่ถ่องแท้ เช่น กลุ่มคนในต่างจังหวัด เราควรให้เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่าย มีการให้ความรู้แก่ลูกค้าของตนเองมากยิ่งขึ้น

4. เครือข่ายเอไอเอส และเครือข่ายดีแทคควรปรับปรุง คุณภาพการบริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G ด้านคุณค่าที่ได้รับ ด้านราคา ด้านความสะดวก ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านการเอาใจใส่ดูแล ด้านการตอบสนองความต้องการ และด้านความสบาย ให้เท่าและทัดเทียมกับเครือข่ายทรูมูฟ ที่ได้รับการยอมรับให้เป็นผู้นำทางด้านเทคโนโลยี 3G เป็นอันดับหนึ่งของประเทศไทย เพื่อผู้เลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G จะได้มีทางเลือกในการเลือกใช้บริการมากยิ่งขึ้น

5.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอนาคต

1. ทำการวิจัยเพิ่มเติม โดยเน้นด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยี 3G กับคนต่างจังหวัดให้มากยิ่งขึ้น

2. ทำการวิจัยเพิ่มเติม โดยการขยายพื้นที่การศึกษาให้มากยิ่งขึ้น เช่นออกไปศึกษาตามเขตต่างจังหวัดที่มีการให้บริการเทคโนโลยี 3G

3. ควรศึกษาปัจจัยด้านอื่น ๆ เพิ่มเติม เช่น ปัจจัยด้านรูปแบบการใช้ชีวิต (Lifestyle) เนื่องจากเป็นปัจจัยที่เชื่อว่ามีผลต่อการใช้เทคโนโลยี 3G ซึ่งจะช่วยให้ทราบถึงพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยี 3G ตลอดจนค่านิยมและความทันสมัยของเทคโนโลยีการสื่อสารภายในประเทศมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา. 2542. การวิเคราะห์สถิติ: สถิติเพื่อการตัดสินใจ. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชีจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กุลธนา ธนาพงศธร. 2522. **บรรณาธิการนโยบายของรัฐ: อะไร ทำไม และอย่างไร.** กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กสทช. 2554. “การสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต,” [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.maticchon.co.th>, [สืบค้นเมื่อ 29 ธันวาคม 2554]
- จิราภรณ์ กนิษฐรัต. 2535. การบริการสารสนเทศผ่านโฆษณาโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์. สื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฉันทนา ไต้ถ้ม. 2548. **ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบ GSM เปรียบเทียบกับคู่แข่งในเขตบางนา.** วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. 2547. **การตลาดบริการ (Services Marketing).** กรุงเทพมหานคร: บริษัท ส.เอเซีย. เพรส.
- ไพโรจน์ ไวกานิชกิจ. 2543. **คัมภีร์เทคโนโลยีโทรศัพท์มือถือ ยุค 3G.** ซีไอเคยูเคชั่น. (ม.ป.พ.). 2539. **คุณภาพในงานบริการ. พิมพ์ครั้งที่ 2.** กรุงเทพฯ: บริษัท ประชาชน จำกัด.
- ราชบัณฑิตยสถาน. 2542. **พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525.** กรุงเทพมหานคร. อักษรเจริญทัศน์. ห้างหุ้นส่วน จำกัด พิมพ์อักษร.
- วรารัตน์ สันติสิวกุล และ ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว. 2551. **ได้ศึกษาเรื่อง การรับรู้ของผู้บริโภคต่อเกณฑ์การตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์มือถือหน้าจอสัมผัสและ การแบ่งส่วนตลาดตามการรับรู้.** วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์. 2538. **คุณภาพในงานบริการ.** กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).
- ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวง.
“การสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต,” [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.moe.go.th>, [สืบค้นเมื่อ 14 มกราคม 2555]
- สมชาติ กิจยรรยง. 2536. **สร้างบริการสร้างความประทับใจ.** กรุงเทพฯ: เดชเอนกการพิมพ์.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- สุดสดา รัตนวงค์. 2548. ได้ศึกษาเรื่อง โทรศัพท์เคลื่อนที่ ถือได้ว่าเป็นขายการสื่อสารอย่างหนึ่ง ซึ่งถือว่า มีความสำคัญยิ่งในภาวะเศรษฐกิจปัจจุบัน. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัย สาขาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- สุนิสา บุญพั่ง. 2548. ได้ศึกษาเรื่องการใช้ปัจจัยทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในเขตตลาดพร้าวกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยนอร์กรุงเทพ.
- อจิมมี เวลส์. 2555. “การสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต,” [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก:
<http://th.wikipedia.org>, [สืบค้นเมื่อ 2 มกราคม 2555]
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. 2543. หลักการตลาด. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Kolter, Phillip. 1997. **Marketing Management**. New Jersey: Prentice Hall International, Inc.
- Kolter, Phillip. 2000. **Marketing Management**. The Millennium Edition. New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- True Corporation. “การสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต,” [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก:
<http://support.trueinternet.co.th>, [สืบค้นเมื่อ 21 ธันวาคม 2554]



ภาคผนวก



ภาคผนวก ก.

แบบสอบถาม

เรื่อง...ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G

คำชี้แจง

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่ เครือข่าย เอไอเอส ดีแทค และ ทรูมูฟ โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

ส่วนที่ 3 การเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3 G โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

คำถามตรวจสอบข้อมูล

ปัจจุบันท่านใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3 G หรือไม่

1.ใช่

2. ไม่ใช่.. (จบการเก็บข้อมูล)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.เพศ

1.ชาย

2. หญิง

2.ที่อยู่ปัจจุบัน

1. เขตพญาไท

2. เขตคูสิต

3. เขตหลักสี่

4. เขตลาดกระบัง

3.อายุ

1. 15หรือต่ำกว่า

2. 16-23 ปี

3. 24-31 ปี

4. 32-39 ปี

5. 40 ปี ขึ้นไป

4.ระดับการศึกษา

1. มัธยมศึกษา

2. ปวช/ปวส

3.ปริญญาตรี

4. ปริญญาโท

5. ปริญญาเอก

5.รายได้

1.น้อยกว่า 10,000 บาท

2. 10,000 - 20,000 บาท

3. 20,001 - 30,000 บาท

4. มากกว่า 30,000 บาท

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่ เครื่องข่าย

เอไอเอส ดีแทค และ ทรูมูฟ

1. ท่านรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเทคโนโลยี 3G จากเครือข่ายใดมากที่สุด

<input type="checkbox"/> 1. เอไอเอส	<input type="checkbox"/> 2. ดีแทค
<input type="checkbox"/> 3. ทรูมูฟ	<input type="checkbox"/> 4. อื่นๆ โปรดระบุ.....

2. ท่านให้ความสนใจที่จะหารายละเอียดเกี่ยวกับวิทยากรใหม่ๆ ข้อมูลเทคโนโลยี 3G จากเครือข่ายใดมากที่สุด

<input type="checkbox"/> 1. เอไอเอส	<input type="checkbox"/> 2. ดีแทค
<input type="checkbox"/> 3. ทรูมูฟ	<input type="checkbox"/> 4. อื่นๆ โปรดระบุ.....

3. ท่านคิดว่าเทคโนโลยี 3G ของเครือข่ายใด จะให้ประโยชน์และคุ้มค่าแก่การใช้งานมากที่สุด

<input type="checkbox"/> 1. เอไอเอส	<input checked="" type="checkbox"/> 2. ดีแทค
<input type="checkbox"/> 3. ทรูมูฟ	<input type="checkbox"/> 4. อื่นๆ โปรดระบุ.....

4. ท่านคิดว่าถ้ามีโอกาสทดลองเลือกใช้เทคโนโลยี 3G ท่านจะทดลองเลือกใช้จากเครือข่ายใด

<input type="checkbox"/> 1. เอไอเอส	<input type="checkbox"/> 2. ดีแทค
<input type="checkbox"/> 3. ทรูมูฟ	<input type="checkbox"/> 4. อื่นๆ โปรดระบุ.....

5. ปัจจุบันท่านคิดว่าเทคโนโลยี 3G เครือข่ายใดที่ได้รับการยอมรับมากที่สุด

<input type="checkbox"/> 1. เอไอเอส	<input type="checkbox"/> 2. ดีแทค
<input type="checkbox"/> 3. ทรูมูฟ	<input type="checkbox"/> 4. อื่นๆ โปรดระบุ.....

ส่วนที่3. การเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3 G

การบริการ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
1.คุณค่าที่จะได้รับ					
1.1 ความชัดเจนของสัญญาณภาพและเสียง					
1.2 คุณภาพการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต					
1.3 คุณภาพการ Download ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต เช่น เพลง คลิป วิดีโอ หรือ Applications ต่างๆ					
2. ราคา	5	4	3	2	1
แบบรายเดือน					
2.1 การคิดค่าบริการแบบเหมาจ่ายรายเดือน					
2.2 การคิดค่าบริการแบบจ่ายตาม ขนาดของข้อมูลที่ Download จริง					
แบบเติมเงิน					
2.3 การคิดค่าบริการแบบจ่ายก่อนแล้วค่อยเปิดใช้บริการได้ (Prepaid)					
3. ความสะดวก	5	4	3	2	1
3.1สามารถลงทะเบียนการใช้งานและชำระค่าบริการผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้					
3.2 สามารถลงทะเบียนการใช้งานและชำระค่าบริการผ่านทาง Shop ของผู้ให้บริการได้					
3.3 สามารถลงทะเบียนการใช้งานและชำระค่าบริการผ่านทาง 7 Eleven ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์สโตร์ เช่น บิ๊กซี โลตัส หรือ คาฟูร์					

การบริการ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
4. การติดต่อสื่อสาร					
4.1 การให้บริการแจ้งข่าวสาร ข้อมูลประชาสัมพันธ์ การโฆษณา จากผู้ให้บริการ ผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่					
4.2 ผู้ให้บริการจัดทำ 3G Club เพื่อเป็นที่รวบรวมข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับเทคโนโลยี 3G					
4.3 มีการแจ้งเตือนเกี่ยวกับโปรโมชั่นใหม่ๆ					
5. การเอาใจใส่ดูแล	5	4	3	2	1
5.1 เจ้าหน้าที่ Call Center บริการด้วยความเต็มใจ สุภาพ เป็นมิตร					
5.2 เจ้าหน้าที่ Shop บริการด้วยความเต็มใจ สุภาพ เป็นมิตร					
5.3 เจ้าหน้าที่ Call Center มีความรู้ ความสามารถในการตอบคำถามและให้ข้อมูล					
6. การตอบสนองความต้องการ	5	4	3	2	1
6.1 การให้บริการแจ้งเตือนชำระค่าบริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่					
6.2 การให้บริการรับเรื่องร้องเรียนหรือแจ้งปัญหาผ่าน Call Center ตลอด 24 ชั่วโมง					
6.3 การให้บริการรับชำระค่าบริการผ่านตู้ ATM / หักผ่านบัญชีธนาคาร					
7. ความสบาย	5	4	3	2	1
7.1 ศูนย์บริการหรือ Shop ให้บริการเป็นกันเอง					
7.2 ภาพลักษณ์ขององค์กร ของผู้ให้บริการ น่าเชื่อถือ					
7.3 เลือกผู้ให้บริการแล้วทำให้เกิดความรู้สึกมั่นใจ					



ภาคผนวก ข.

ผลทางสถิติ

ค่าความเชื่อมั่น

Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	V11.1	4.3000	.5350	30.0
2.	V11.2	4.2667	.5833	30.0
3.	V11.3	4.2333	.6789	30.0
4.	V12.1	4.1333	.6288	30.0
5.	V12.2	4.0667	.5833	30.0
6.	V12.3	4.1667	.6989	30.0
7.	V13.1	4.2333	.5040	30.0
8.	V13.2	4.1333	.7303	30.0
9.	V13.3	4.2667	.5833	30.0
10.	V14.1	4.5000	.5085	30.0
11.	V14.2	4.2333	.5683	30.0
12.	V14.3	4.2333	.6261	30.0
13.	V15.1	4.5000	.5724	30.0
14.	V15.2	4.4000	.5632	30.0
15.	V15.3	4.4667	.6288	30.0
16.	V16.1	4.2667	.5833	30.0
17.	V16.2	4.3667	.6149	30.0
18.	V16.3	4.2000	.6644	30.0
19.	V17.1	4.4667	.6288	30.0
20.	V17.2	4.4667	.5713	30.0
21.	V17.3	4.4000	.6215	30.0

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
V11.1	86.0000	50.4138	.3722	.8974
V11.2	86.0333	50.0333	.3822	.8974
V11.3	86.0667	48.8230	.4473	.8961
V12.1	86.1667	46.6954	.7490	.8875
V12.2	86.2333	47.4264	.7171	.8888
V12.3	86.1333	46.0506	.7367	.8873
V13.1	86.0667	51.1678	.2920	.8990
V13.2	86.1667	48.9713	.3936	.8981
V13.3	86.0333	48.9989	.5129	.8941
V14.1	85.8000	49.7517	.4903	.8948
V14.2	86.0667	49.0989	.5155	.8940
V14.3	86.0667	47.9264	.6009	.8917
V15.1	85.8000	49.5448	.4536	.8956

V15.2	85.9000	48.5759	.5903	.8922
V15.3	85.8333	48.2126	.5634	.8927
V16.1	86.0333	49.9644	.3909	.8971
V16.2	85.9333	49.3057	.4451	.8959
V16.3	86.1000	47.4034	.6212	.8910
V17.1	85.8333	50.8333	.2564	.9009
V17.2	85.8333	48.4195	.6014	.8919
V17.3	85.9000	47.1276	.7048	.8888

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 21

Alpha = .8986

เพศ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ชาย	137	34.3	34.3	34.3
	หญิง	263	65.8	65.8	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

อายุ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	15หรือต่ำกว่า	10	2.5	2.5	2.5
	กว่า				
	16-23ปี	139	34.8	34.8	37.3
	34-31ปี	167	41.8	41.8	79.0
	32-39ปี	73	18.3	18.3	97.3
	40ปีขึ้นไป	11	2.8	2.8	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

การศึกษา

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	มัธยมศึกษา	17	4.3	4.3	4.3
	พาช/พาส	20	5.0	5.0	9.3
	ปริญญาตรี	283	70.8	70.8	80.0
	ปริญญาโท	78	19.5	19.5	99.5
	ปริญญาเอก	2	.5	.5	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

รายได้

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยกว่า10,000 บาท	108	27.0	27.0	27.0
	10,000-20,000 บาท	182	45.5	45.5	72.5
	20,001-30,000 บาท	75	18.8	18.8	91.3
	มากกว่า30,000 บาท	35	8.8	8.8	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

การรับรู้

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	เครือข่ายเอ ไอเอส	138	34.5	34.5	34.5
	เครือข่าย ดีแทค	95	23.8	23.8	58.3
	เครือข่าย ทรูมูฟ	165	41.3	41.3	99.5
	อื่นๆ โปรด ระบุ...	2	.5	.5	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

ความสนใจ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	เครือข่ายเอ ไอเอส	140	35.0	35.0	35.0
	เครือข่าย ดีแทค	93	23.3	23.3	58.3
	เครือข่าย ทรูมูฟ	164	41.0	41.0	99.3
	อื่นๆ โปรด ระบุ...	3	.8	.8	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

ประโยชน์

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	เครือข่ายเอ ไอเอส	138	34.5	34.5	34.5
	เครือข่าย ดีแทค	80	20.0	20.0	54.5
	เครือข่าย ทรูมูฟ	179	44.8	44.8	99.3
	อื่นๆ โปรด ระบุ...	3	.8	.8	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

โอกาส

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	เครือข่ายเอ ไอเอส	156	39.0	39.0	39.0
	เครือข่าย ดีแทค	79	19.8	19.8	58.8
	เครือข่าย ทรูมูฟ	165	41.3	41.3	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

ยอมรับ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	เครือข่ายเอ ไอเอส	143	35.8	35.8	35.8
	เครือข่าย ดีแทค	55	13.8	13.8	49.5
	เครือข่าย	197	49.3	49.3	98.8

ทรูมูฟ อื่นๆ โปรด ระบุ...	5	1.3	1.3	100.0
Total	400	100.0	100.0	

Frequency Table ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ความชัดเจนของสัญญาณภาพและเสียง

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อย	8	2.0	2.0	2.0
	ปาน	97	24.3	24.3	26.3
	กลาง	216	54.0	54.0	80.3
	มากที่สุด	79	19.8	19.8	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

คุณภาพการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อย ที่สุด	1	.3	.3	.3
	น้อย	14	3.5	3.5	3.8
	ปาน	90	22.5	22.5	26.3
	กลาง	209	52.3	52.3	78.5
	มาก	86	21.5	21.5	100.0
	มากที่สุด				
	Total	400	100.0	100.0	

คุณภาพการ Download ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต เช่น เพลง คลิปวิดีโอ หรือ Applications ต่างๆ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	2	.5	.5	.5
	น้อย	20	5.0	5.0	5.5
	ปานกลาง	125	31.3	31.3	36.8
	มาก	168	42.0	42.0	78.8
	มากที่สุด	85	21.3	21.3	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

คุณค่าที่ได้รับในภาพรวม

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	.3	.3	.3
	น้อย	6	1.5	1.5	1.8
	2	3	.8	.8	2.5
	3	12	3.0	3.0	5.5
	ปานกลาง	39	9.8	9.8	15.3
	3	47	11.8	11.8	27.0
	4	81	20.3	20.3	47.3
	มาก	102	25.5	25.5	72.8
	4	28	7.0	7.0	79.8
	5	28	7.0	7.0	86.8
	มากที่สุด	53	13.3	13.3	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

การคิดค่าบริการแบบเหมาจ่ายรายเดือน

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	4	1.0	1.0	1.0
	น้อย	14	3.5	3.5	4.5
	ปานกลาง	156	39.0	39.0	43.5
	มาก	185	46.3	46.3	89.8
	มากที่สุด	41	10.3	10.3	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

การคิดค่าบริการแบบจ่ายตาม ขนาดของข้อมูลที่ Download จริง

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	11	2.8	2.8	2.8
	น้อย	25	6.3	6.3	9.0
	ปานกลาง	160	40.0	40.0	49.0
	มาก	160	40.0	40.0	89.0
	มากที่สุด	44	11.0	11.0	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

การคิดค่าบริการแบบจ่ายก่อนแล้วค่อยเปิดใช้บริการได้

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	26	6.5	6.5	6.5
	น้อย	49	12.3	12.3	18.8
	ปานกลาง	143	35.8	35.8	54.5
	มาก	144	36.0	36.0	90.5
	มากที่สุด	38	9.5	9.5	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

ราคาในภาพรวม

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	4	1.0	1.0	1.0
	น้อย	12	3.0	3.0	4.0
	2	20	5.0	5.0	9.0
	3	24	6.0	6.0	15.0
	ปานกลาง	83	20.8	20.8	35.8
	3	54	13.5	13.5	49.3
	4	72	18.0	18.0	67.3
	มาก	75	18.8	18.8	86.0
	4	25	6.3	6.3	92.3
	5	20	5.0	5.0	97.3
	มากที่สุด	11	2.8	2.8	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

สามารถลงทะเบียนการใช้งานและชำระค่าบริการผ่านทาง

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยที่สุด	2	.5	.5	.5
น้อย	14	3.5	3.5	4.0
ปานกลาง	100	25.0	25.0	29.0
มาก	225	56.3	56.3	85.3
มากที่สุด	59	14.8	14.8	100.0
Total	400	100.0	100.0	

สามารถลงทะเบียนการใช้งานและชำระค่าบริการผ่านทาง Shop ของผู้ให้บริการได้

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยที่สุด	1	.3	.3	.3
น้อย	18	4.5	4.5	4.8
ปานกลาง	124	31.0	31.0	35.8
มาก	183	45.8	45.8	81.5
มากที่สุด	74	18.5	18.5	100.0
Total	400	100.0	100.0	

สามารถลงทะเบียนการใช้งานและชำระค่าบริการผ่านทาง 7 Eleven ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์สโตร์
เช่น บิ๊กซี โลตัส หรือคาร์ฟูร์

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อย ที่สุด	19	4.8	4.8	4.8
	น้อย	30	7.5	7.5	12.3
	ปาน กลาง	96	24.0	24.0	36.3
	มาก	175	43.8	43.8	80.0
	มากที่สุด	80	20.0	20.0	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

ความสะดวกในภาพรวม

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อย ที่สุด	1	.3	.3	.3
	น้อย	6	1.5	1.5	1.8
	2	8	2.0	2.0	3.8
	3	19	4.8	4.8	8.5
	ปาน กลาง	56	14.0	14.0	22.5
	3	50	12.5	12.5	35.0
	4	57	14.3	14.3	49.3
	มาก	111	27.8	27.8	77.0
	4	31	7.8	7.8	84.8

5	25	6.3	6.3	91.0
มากที่สุด	36	9.0	9.0	100.0
Total	400	100.0	100.0	

การให้บริการแจ้งข่าวสาร ข้อมูลประชาสัมพันธ์ การโฆษณา จากผู้ให้บริการ ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยที่สุด	3	.8	.8	.8
น้อย	11	2.8	2.8	3.5
ปานกลาง	89	22.3	22.3	25.8
มาก	227	56.8	56.8	82.5
มากที่สุด	70	17.5	17.5	100.0
Total	400	100.0	100.0	

ผู้ให้บริการจัดทำ 3G Club เพื่อเป็นที่รวบรวมข้อมูลข่าวสาร

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยที่สุด	6	1.5	1.5	1.5
น้อย	20	5.0	5.0	6.5
ปานกลาง	167	41.8	41.8	48.3
มาก	163	40.8	40.8	89.0
มากที่สุด	43	10.8	10.8	99.8
43	1	.3	.3	100.0

Total	400	100.0	100.0
-------	-----	-------	-------

มีการแข่งขันเกี่ยวกับโปรโมชั่นใหม่ๆ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	14	3.5	3.5	3.5
	น้อย	40	10.0	10.0	13.5
	ปานกลาง	128	32.0	32.1	45.6
	มาก	151	37.8	37.8	83.5
	มากที่สุด	66	16.5	16.5	100.0
	Total	399	99.8	100.0	
	Missing	System	1	.3	
Total		400	100.0		

การติดต่อสื่อสารในภาพรวม

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	2	.5	.5	.5
	1	1	.3	.3	.8
	2	2	.5	.5	1.3
	น้อย	4	1.0	1.0	2.3
	2	7	1.8	1.8	4.0
	3	17	4.3	4.3	8.3
	ปานกลาง	57	14.3	14.3	22.6
	3	75	18.8	18.8	41.4
	4	77	19.3	19.3	60.7
	มาก	73	18.3	18.3	78.9

	4	39	9.8	9.8	88.7
	5	23	5.8	5.8	94.5
	มากที่สุด	21	5.3	5.3	99.7
	17	1	.3	.3	100.0
	Total	399	99.8	100.0	
Missing	System	1	.3		
Total		400	100.0		

เจ้าหน้าที่ Call Center บริการด้วยความเต็มใจ สุภาพ เป็นมิตร

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	5	1.3	1.3	1.3
	น้อย	16	4.0	4.0	5.3
	ปานกลาง	86	21.5	21.5	26.8
	มาก	175	43.8	43.8	70.5
	มากที่สุด	118	29.5	29.5	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

เจ้าหน้าที่ Shop บริการด้วยความเต็มใจ สุภาพ เป็นมิตร

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	2	.5	.5	.5
	น้อย	20	5.0	5.0	5.5
	ปานกลาง	95	23.8	23.8	29.3
	มาก	178	44.5	44.5	73.8
	มากที่สุด	105	26.3	26.3	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

เจ้าหน้าที่ Call Center มีความรู้ความสามารถในการตอบคำถามและให้ข้อมูล

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	7	1.8	1.8	1.8
	น้อย	22	5.5	5.5	7.3
	ปานกลาง	95	23.8	23.8	31.0
	มาก	163	40.8	40.8	71.8
	มากที่สุด	113	28.3	28.3	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

การเอาใจใส่ดูแลในภาพรวม

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	1	.3	.3	.3
	1	1	.3	.3	.5
	2	3	.8	.8	1.3
	น้อย	9	2.3	2.3	3.5
	2	4	1.0	1.0	4.5
	3	12	3.0	3.0	7.5
	ปานกลาง	45	11.3	11.3	18.8
	3	36	9.0	9.0	27.8
	4	51	12.8	12.8	40.5
	มาก	102	25.5	25.5	66.0
	4	27	6.8	6.8	72.8
	5	34	8.5	8.5	81.3
	มากที่สุด	75	18.8	18.8	100.0

Total	400	100.0	100.0
-------	-----	-------	-------

การให้บริการเชิงเดือนชำระค่าบริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยที่สุด	2	.5	.5	.5
น้อย	17	4.3	4.3	4.8
ปานกลาง	100	25.0	25.0	29.8
มาก	210	52.5	52.5	82.3
มากที่สุด	71	17.8	17.8	100.0
Total	400	100.0	100.0	

การให้บริการรับเรื่องร้องเรียนหรือแจ้งปัญหาผ่าน Call Center ตลอด 24 ชั่วโมง

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยที่สุด	6	1.5	1.5	1.5
น้อย	20	5.0	5.0	6.5
ปานกลาง	119	29.8	29.8	36.3
มาก	160	40.0	40.0	76.3
มากที่สุด	95	23.8	23.8	100.0
Total	400	100.0	100.0	

การให้บริการรับชำระค่าบริการผ่านตู้ ATM / หักผ่านบัญชีธนาคาร

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยที่สุด	15	3.8	3.8	3.8
น้อย	20	5.0	5.0	8.8
ปานกลาง	129	32.3	32.3	41.0
มาก	162	40.5	40.5	81.5

มากที่สุด	74	18.5	18.5	100.0
Total	400	100.0	100.0	

การตอบสนองความต้องการในภาพรวม

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	.3	.3	.3
2	2	.5	.5	.8
น้อย	4	1.0	1.0	1.8
2	10	2.5	2.5	4.3
3	12	3.0	3.0	7.3
ปานกลาง	64	16.0	16.0	23.3
3	43	10.8	10.8	34.0
4	72	18.0	18.0	52.0
มาก	90	22.5	22.5	74.5
4	37	9.3	9.3	83.8
5	29	7.3	7.3	91.0
มากที่สุด	36	9.0	9.0	100.0
Total	400	100.0	100.0	

ศูนย์บริการหรือ Shop ให้บริการเป็นกันเอง

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยที่สุด	1	.3	.3	.3
d น้อย	9	2.3	2.3	2.5
ปานกลาง	91	22.8	22.8	25.3
มาก	188	47.0	47.0	72.3
มากที่สุด	111	27.8	27.8	100.0
Total	400	100.0	100.0	

ภาพลักษณ์ขององค์กร ของผู้ให้บริการ นำเชื่อถือ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยที่สุด	3	.8	.8	.8
น้อย	8	2.0	2.0	2.8
ปานกลาง	90	22.5	22.5	25.3
มาก	181	45.3	45.3	70.5
มากที่สุด	118	29.5	29.5	100.0
Total	400	100.0	100.0	

เลือกผู้ให้บริการแล้วทำให้เกิดความรู้สึกมั่นใจ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยที่สุด	1	.3	.3	.3
น้อย	13	3.3	3.3	3.5
ปานกลาง	96	24.0	24.0	27.5
มาก	181	45.3	45.3	72.8
มากที่สุด	109	27.3	27.3	100.0
Total	400	100.0	100.0	

ความสบายในภาพรวม

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	2	.5	.5	.5
น้อย	3	.8	.8	1.3
2	3	.8	.8	2.0
3	9	2.3	2.3	4.3
ปานกลาง	51	12.8	12.8	17.0
3	29	7.3	7.3	24.3
4	47	11.8	11.8	36.0
มาก	113	28.3	28.3	64.3

4	33	8.3	8.3	72.5
5	36	9.0	9.0	81.5
มากที่สุด	74	18.5	18.5	100.0
Total	400	100.0	100.0	

T-Test เพศ

Group Statistics

	เพศ	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
คุณค่าที่ได้รับ	ชาย	137	3.91	.659	.056
	หญิง	263	3.85	.706	.044
ราคา	ชาย	137	3.43	.800	.068
	หญิง	263	3.49	.678	.042
ความสะดวก	ชาย	137	3.67	.746	.064
	หญิง	263	3.80	.684	.042
การติดต่อสื่อสาร	ชาย	137	3.64	.660	.056
	หญิง	263	3.66	.701	.043
ในภาพรวม	ชาย	137	3.99	.835	.071
	หญิง	263	3.88	.786	.048
การเอาใจใส่ดูแล	ชาย	137	3.78	.711	.061
	หญิง	263	3.75	.717	.044
ความต้องการ	ชาย	137	4.07	.741	.063
	หญิง	263	3.95	.715	.044
ความสบาย	ชาย	137	3.78	.479	.041
	หญิง	263	3.77	.476	.029

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
คุณค่าที่ได้รับ	Equal variances assumed	2.220	.137	.717	398	.474	.05	.073	-.091	.195
	Equal variances not assumed			.732	292.756	.465	.05	.071	-.088	.192
ราคา	Equal variances assumed	2.172	.141	-.803	398	.422	-.06	.076	-.211	.088
	Equal variances not assumed			-.762	239.259	.447	-.06	.080	-.219	.097
ความสะดวก	Equal variances assumed	.842	.359	-1.706	398	.089	-.13	.074	-.273	.019
	Equal variances not assumed			-1.660	255.692	.098	-.13	.076	-.277	.024
การติดต่อสื่อสารในภาพรวม	Equal variances assumed	.003	.956	-.316	398	.752	-.02	.072	-.165	.119
	Equal variances not assumed			-.322	290.769	.748	-.02	.071	-.163	.117
การเอาใจใส่ดูแล	Equal variances assumed	1.247	.265	1.292	398	.197	.11	.085	-.057	.276
	Equal variances not assumed			1.268	261.656	.206	.11	.086	-.060	.279

การ	Equal variances									
ตอบสนอง	assumed	.573	.449	.475	398	.635	.04	.075	-.112	.184
ความ										
ต้องการ	Equal variances			.476	277.883	.634	.04	.075	-.112	.184
	not assumed									
ความสบาย	Equal variances	2.166	.142	1.640	398	.102	.13	.076	-.025	.275
	assumed									
	Equal variances			1.621	266.995	.106	.13	.077	-.027	.277
	not assumed									
ด้าน	Equal variances	.007	.933	.317	398	.751	.02	.050	-.083	.115
ภาพรวม	assumed									
	Equal variances			.316	274.590	.752	.02	.050	-.083	.115
	not assumed									

Oneway ที่อยู่ปัจจุบัน

Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
						Lower Bound	Upper Bound		
คุณค่าที่ได้รับ	เขตพญาไท	100	3.77	.532	.053	3.67	3.88	3	5
	เขตดุสิต	100	4.02	.746	.075	3.88	4.17	2	5
	เขตหลักสี่	100	4.02	.736	.074	3.88	4.17	2	5
	เขตลาดกระบัง	100	3.66	.661	.066	3.53	3.79	2	5
	Total	400	3.87	.690	.034	3.80	3.94	2	5
ราคา	เขตพญาไท	100	3.75	.805	.080	3.59	3.91	1	5
	เขตดุสิต	100	3.08	.599	.060	2.96	3.20	2	5
	เขตหลักสี่	100	3.60	.695	.069	3.46	3.74	2	5
	เขตลาดกระบัง	100	3.45	.597	.060	3.33	3.57	2	5
	Total	400	3.47	.722	.036	3.40	3.54	1	5
ความสะดวก	เขตพญาไท	100	4.05	.606	.061	3.93	4.17	3	5

	เขตดุสิต	100	3.43	.702	.070	3.29	3.57	2	5
	เขตหลักสี่	100	3.86	.736	.074	3.72	4.01	2	5
	เขต ลาดกระบัง	100	3.66	.631	.063	3.54	3.79	1	5
	Total	400	3.75	.707	.035	3.68	3.82	1	5
การ ติดต่อสื่อสาร ในภาพรวม	เขตพญาไท	100	3.89	.584	.058	3.77	4.01	2	5
	เขตดุสิต	100	3.37	.611	.061	3.25	3.49	2	5
	เขตหลักสี่	100	3.77	.781	.078	3.62	3.92	1	5
	เขต ลาดกระบัง	100	3.58	.645	.065	3.46	3.71	1	5
	Total	400	3.65	.686	.034	3.59	3.72	1	5
การเอาใจใส่ ดูแล	เขตพญาไท	100	4.29	.739	.074	4.14	4.43	2	5
	เขตดุสิต	100	3.84	.925	.093	3.65	4.02	1	5
	เขตหลักสี่	100	3.92	.699	.070	3.78	4.06	2	5
	เขต ลาดกระบัง	100	3.63	.697	.070	3.49	3.76	1	5
	Total	400	3.92	.804	.040	3.84	4.00	1	5
การ ตอบสนอง ความ ต้องการ	เขตพญาไท	100	4.10	.624	.062	3.98	4.23	2	5
	เขตดุสิต	100	3.45	.700	.070	3.31	3.59	2	5
	เขตหลักสี่	100	3.84	.707	.071	3.70	3.98	2	5
	เขต ลาดกระบัง	100	3.64	.665	.067	3.50	3.77	1	5
	Total	400	3.76	.715	.036	3.69	3.83	1	5
ความสบาย	เขตพญาไท	100	4.14	.631	.063	4.01	4.27	2	5
	เขตดุสิต	100	4.15	.824	.082	3.99	4.31	2	5
	เขตหลักสี่	100	3.90	.661	.066	3.77	4.03	2	5
	เขต ลาดกระบัง	100	3.76	.706	.071	3.62	3.90	2	5
	Total	400	3.99	.725	.036	3.92	4.06	2	5
ด้านภาพรวม	เขตพญาไท	100	4.00	.426	.043	3.92	4.08	3	5
	เขตดุสิต	100	3.62	.396	.040	3.54	3.70	3	5
	เขตหลักสี่	100	3.85	.541	.054	3.74	3.95	2	5
	เขต ลาดกระบัง	100	3.63	.428	.043	3.54	3.71	2	4

Total	400	3.77	.477	.024	3.73	3.82	2	5
-------	-----	------	------	------	------	------	---	---

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
คุณค่าที่ได้รับ	Between Groups	9.907	3	3.302	7.267	.000
	Within Groups	179.974	396	.454		
	Total	189.882	399			
ราคา	Between Groups	25.216	3	8.405	18.222	.000
	Within Groups	182.666	396	.461		
	Total	207.882	399			
ความสะดวก	Between Groups	21.474	3	7.158	15.913	.000
	Within Groups	178.134	396	.450		
	Total	199.609	399			
การติดต่อสื่อสารในภาพรวม	Between Groups	15.670	3	5.223	12.000	.000
	Within Groups	172.361	396	.435		
	Total	188.031	399			
การเอาใจใส่ดูแล	Between Groups	22.743	3	7.581	12.761	.000
	Within Groups	235.256	396	.594		
	Total	257.999	399			
การตอบสนองความต้องการ	Between Groups	23.299	3	7.766	17.048	.000
	Within Groups	180.401	396	.456		
	Total	203.700	399			
ความสบาย	Between Groups	10.757	3	3.586	7.128	.000
	Within Groups	199.189	396	.503		
	Total	209.946	399			
ด้านภาพรวม	Between Groups	10.158	3	3.386	16.657	.000
	Within Groups	80.494	396	.203		
	Total	90.652	399			

Post Hoc Tests

Multiple Comparisons

LSD

Dependent Variable	(I) ที่อยู่	(J) ที่อยู่	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval			
						Lower Bound	Upper Bound		
คุณค่าที่ได้รับ	เขตพญาไท	เขตดุสิต	-.25(*)	.095	.009	-.44	-.06		
		เขตหลักสี่	-.25(*)	.095	.009	-.44	-.06		
		เขตลาดกระบัง	.11	.095	.249	-.08	.30		
		เขตดุสิต	เขตพญาไท	.25(*)	.095	.009	.06	.44	
			เขตหลักสี่	.00	.095	1.000	-.19	.19	
		เขตหลักสี่	เขตพญาไท	.25(*)	.095	.009	.06	.44	
	เขตดุสิต		.00	.095	1.000	-.19	.19		
	เขตลาดกระบัง	เขตพญาไท	เขตดุสิต	.36(*)	.095	.000	.17	.55	
			เขตหลักสี่	.25(*)	.095	.009	.06	.44	
		เขตดุสิต	เขตพญาไท	.36(*)	.095	.000	.17	.55	
			เขตหลักสี่	.36(*)	.095	.000	.17	.55	
		เขตพญาไท	เขตดุสิต	-.11	.095	.249	-.30	.08	
			เขตหลักสี่	-.36(*)	.095	.000	-.55	-.17	
	ราคา	เขตพญาไท	เขตดุสิต	.68(*)	.096	.000	.49	.87	
			เขตหลักสี่	.15	.096	.111	-.04	.34	
			เขตลาดกระบัง	.30(*)	.096	.002	.11	.49	
			เขตดุสิต	เขตพญาไท	-.68(*)	.096	.000	-.87	-.49
				เขตหลักสี่	-.52(*)	.096	.000	-.71	-.33
เขตหลักสี่			เขตพญาไท	-.38(*)	.096	.000	-.57	-.19	
		เขตดุสิต	-.15	.096	.111	-.34	.04		
เขตลาดกระบัง		เขตพญาไท	เขตดุสิต	.52(*)	.096	.000	.33	.71	
			เขตหลักสี่	.15	.096	.128	-.04	.34	
		เขตพญาไท	เขตดุสิต	-.30(*)	.096	.002	-.49	-.11	
			เขตหลักสี่	.38(*)	.096	.000	.19	.57	
		เขตดุสิต	เขตพญาไท	-.15	.096	.128	-.34	.04	
			เขตหลักสี่	-.15	.096	.128	-.34	.04	

ความสะอาด	เขตพญาไท	เขตดุสิต	.62(*)	.095	.000	.44	.81	
		เขตหลักสี่	.19(*)	.095	.046	.00	.38	
		เขตลาดกระบัง	.39(*)	.095	.000	.20	.58	
	เขตดุสิต	เขตพญาไท	เขตดุสิต	-.62(*)	.095	.000	-.81	-.44
		เขตหลักสี่	เขตพญาไท	-.43(*)	.095	.000	-.62	-.25
		เขตลาดกระบัง	เขตพญาไท	-.23(*)	.095	.014	-.42	-.05
	เขตหลักสี่	เขตพญาไท	เขตหลักสี่	-.19(*)	.095	.046	-.38	.00
		เขตดุสิต	เขตพญาไท	.43(*)	.095	.000	.25	.62
		เขตลาดกระบัง	เขตพญาไท	.20(*)	.095	.036	.01	.39
	เขตลาดกระบัง	เขตพญาไท	เขตดุสิต	-.39(*)	.095	.000	-.58	-.20
		เขตดุสิต	เขตพญาไท	.23(*)	.095	.014	.05	.42
		เขตหลักสี่	เขตพญาไท	-.20(*)	.095	.036	-.39	-.01
	การติดต่อสื่อสารในภาพรวม	เขตพญาไท	เขตดุสิต	.52(*)	.093	.000	.34	.71
			เขตหลักสี่	.12	.093	.199	-.06	.30
			เขตลาดกระบัง	.31(*)	.093	.001	.12	.49
เขตดุสิต		เขตพญาไท	เขตดุสิต	-.52(*)	.093	.000	-.71	-.34
		เขตหลักสี่	เขตพญาไท	-.40(*)	.093	.000	-.59	-.22
		เขตลาดกระบัง	เขตพญาไท	-.22(*)	.093	.021	-.40	-.03
เขตหลักสี่		เขตพญาไท	เขตหลักสี่	-.12	.093	.199	-.30	.06
		เขตดุสิต	เขตพญาไท	.40(*)	.093	.000	.22	.59
		เขตลาดกระบัง	เขตพญาไท	.19(*)	.093	.046	.00	.37
เขตลาดกระบัง		เขตพญาไท	เขตดุสิต	-.31(*)	.093	.001	-.49	-.12
		เขตดุสิต	เขตพญาไท	.22(*)	.093	.021	.03	.40
		เขตหลักสี่	เขตพญาไท	-.19(*)	.093	.046	-.37	.00
การเอาใจใส่ดูแล		เขตพญาไท	เขตดุสิต	.45(*)	.109	.000	.24	.66
			เขตหลักสี่	.36(*)	.109	.001	.15	.58
			เขตลาดกระบัง	.66(*)	.109	.000	.45	.87
	เขตดุสิต	เขตพญาไท	เขตพญาไท	-.45(*)	.109	.000	-.66	-.24
		เขตหลักสี่	เขตพญาไท	-.09	.109	.427	-.30	.13
		เขตลาดกระบัง	เขตพญาไท	.21	.109	.055	.00	.42

การตอบสนอง ความต้องการ	เขตหลักสี่	เขตพญาไท	-.36(*)	.109	.001	-.58	-.15	
		เขตดุสิต	.09	.109	.427	-.13	.30	
		เขต ลาดกระบัง	.30(*)	.109	.007	.08	.51	
	เขต ลาดกระบัง	เขตพญาไท	-.66(*)	.109	.000	-.87	-.45	
		เขตดุสิต	-.21	.109	.055	-.42	.00	
		เขตหลักสี่	-.30(*)	.109	.007	-.51	-.08	
	ความสบาย	เขตพญาไท	เขตดุสิต	.65(*)	.095	.000	.46	.84
			เขตหลักสี่	.27(*)	.095	.005	.08	.45
			เขต ลาดกระบัง	.47(*)	.095	.000	.28	.65
		เขตดุสิต	เขตพญาไท	-.65(*)	.095	.000	-.84	-.46
			เขตหลักสี่	-.38(*)	.095	.000	-.57	-.20
			เขต ลาดกระบัง	-.18	.095	.055	-.37	.00
เขตหลักสี่		เขตพญาไท	-.27(*)	.095	.005	-.45	-.08	
		เขตดุสิต	.38(*)	.095	.000	.20	.57	
		เขต ลาดกระบัง	.20(*)	.095	.037	.01	.39	
เขต ลาดกระบัง		เขตพญาไท	-.47(*)	.095	.000	-.65	-.28	
		เขตดุสิต	.18	.095	.055	.00	.37	
		เขตหลักสี่	-.20(*)	.095	.037	-.39	-.01	
ด้านภาพรวม	เขตพญาไท	เขตดุสิต	-.01	.100	.921	-.21	.19	
		เขตหลักสี่	.24(*)	.100	.017	.04	.44	
		เขต ลาดกระบัง	.38(*)	.100	.000	.18	.57	
	เขตดุสิต	เขตพญาไท	.01	.100	.921	-.19	.21	
		เขตหลักสี่	.25(*)	.100	.013	.05	.45	
		เขต ลาดกระบัง	.39(*)	.100	.000	.19	.58	
	เขตหลักสี่	เขตพญาไท	-.24(*)	.100	.017	-.44	-.04	
		เขตดุสิต	-.25(*)	.100	.013	-.45	-.05	
		เขต ลาดกระบัง	.14	.100	.174	-.06	.33	
	เขต ลาดกระบัง	เขตพญาไท	-.38(*)	.100	.000	-.57	-.18	
		เขตดุสิต	-.39(*)	.100	.000	-.58	-.19	
		เขตหลักสี่	-.14	.100	.174	-.33	.06	
ด้านภาพรวม	เขตพญาไท	เขตดุสิต	.38(*)	.064	.000	.26	.51	

	เขตหลักสี่	.15(*)	.064	.016	.03	.28
	เขต ลาดกระบัง	.37(*)	.064	.000	.25	.50
เขตดุสิต	เขตพญาไท	-.38(*)	.064	.000	-.51	-.26
	เขตหลักสี่	-.23(*)	.064	.000	-.35	-.10
	เขต ลาดกระบัง	-.01	.064	.905	-.13	.12
เขตหลักสี่	เขตพญาไท	-.15(*)	.064	.016	-.28	-.03
	เขตดุสิต	.23(*)	.064	.000	.10	.35
	เขต ลาดกระบัง	.22(*)	.064	.001	.09	.34
เขต ลาดกระบัง	เขตพญาไท	-.37(*)	.064	.000	-.50	-.25
	เขตดุสิต	.01	.064	.905	-.12	.13
	เขตหลักสี่	-.22(*)	.064	.001	-.34	-.09

* The mean difference is significant at the .05 level.

Onewayอายุ

Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
						Lower Bound	Upper Bound		
คุณค่าที่ ได้รับ	15หรือต่ำกว่า	10	3.50	.878	.278	2.87	4.13	2	5
	16-23ปี	139	3.94	.753	.064	3.82	4.07	2	5
	34-31ปี	167	3.82	.637	.049	3.72	3.91	2	5
	32-39ปี	73	3.87	.673	.079	3.71	4.02	2	5
	40ปีขึ้นไป	11	4.15	.376	.113	3.90	4.40	4	5
	Total	400	3.87	.690	.034	3.80	3.94	2	5
	ราคา	15หรือต่ำกว่า	10	3.57	.786	.249	3.00	4.13	2
	16-23ปี	139	3.31	.789	.067	3.18	3.45	1	5
	34-31ปี	167	3.52	.649	.050	3.42	3.62	2	5
	32-39ปี	73	3.62	.700	.082	3.45	3.78	2	5
	40ปีขึ้นไป	11	3.61	.743	.224	3.11	4.10	2	5
	Total	400	3.47	.722	.036	3.40	3.54	1	5
ความ สะดวก	15หรือต่ำกว่า	10	3.37	.508	.161	3.00	3.73	3	4

	16-23ปี	139	3.61	.735	.062	3.49	3.74	1	5
	34-31ปี	167	3.78	.683	.053	3.68	3.89	2	5
	32-39ปี	73	3.94	.664	.078	3.78	4.09	3	5
	40ปีขึ้นไป	11	4.18	.689	.208	3.72	4.64	3	5
	Total	400	3.75	.707	.035	3.68	3.82	1	5
การติดต่อสื่อสารในภาพรวม	15หรือต่ำกว่า	10	2.80	.804	.254	2.22	3.38	1	4
	16-23ปี	139	3.63	.670	.057	3.52	3.74	2	5
	34-31ปี	167	3.66	.685	.053	3.56	3.77	1	5
	32-39ปี	73	3.73	.635	.074	3.58	3.88	2	5
	40ปีขึ้นไป	11	4.03	.623	.188	3.61	4.45	3	5
การเอาใจใส่ดูแล	Total	400	3.65	.686	.034	3.59	3.72	1	5
	15หรือต่ำกว่า	10	3.10	.903	.286	2.45	3.75	2	5
	16-23ปี	139	3.94	.800	.068	3.80	4.07	1	5
	34-31ปี	167	3.97	.789	.061	3.85	4.09	1	5
	32-39ปี	73	3.86	.799	.094	3.67	4.04	2	5
การตอบสนองความต้องการ	40ปีขึ้นไป	11	4.09	.716	.216	3.61	4.57	3	5
	Total	400	3.92	.804	.040	3.84	4.00	1	5
	15หรือต่ำกว่า	10	3.67	.875	.277	3.04	4.29	2	5
	16-23ปี	139	3.59	.682	.058	3.48	3.71	2	5
	34-31ปี	167	3.86	.729	.056	3.74	3.97	1	5
ความสบาย	32-39ปี	73	3.83	.692	.081	3.67	3.99	2	5
	40ปีขึ้นไป	11	3.94	.629	.190	3.52	4.36	3	5
	Total	400	3.76	.715	.036	3.69	3.83	1	5
	15หรือต่ำกว่า	10	3.47	1.157	.366	2.64	4.29	2	5
	16-23ปี	139	4.10	.759	.064	3.97	4.23	2	5
	34-31ปี	167	3.98	.668	.052	3.88	4.08	2	5
	32-39ปี	73	3.87	.698	.082	3.70	4.03	3	5
	40ปีขึ้นไป	11	4.00	.615	.185	3.59	4.41	3	5

ด้าน ภาพรวม	Total	400	3.99	.725	.036	3.92	4.06	2	5
	15หรือต่ำกว่า	10	3.35	.613	.194	2.91	3.79	2	4
	16-23ปี	139	3.73	.434	.037	3.66	3.81	2	5
	34-31ปี	167	3.80	.479	.037	3.73	3.87	2	5
	32-39ปี	73	3.81	.511	.060	3.70	3.93	3	5
	40ปีขึ้นไป	11	4.00	.399	.120	3.73	4.27	3	5
	Total	400	3.77	.477	.024	3.73	3.82	2	5

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
คุณค่าที่ได้รับ	Between Groups	3.451	4	.863	1.828	.123
	Within Groups	186.431	395	.472		
	Total	189.882	399			
ราคา	Between Groups	5.707	4	1.427	2.787	.026
	Within Groups	202.175	395	.512		
	Total	207.882	399			
ความสะดวก	Between Groups	8.796	4	2.199	4.552	.001
	Within Groups	190.813	395	.483		
	Total	199.609	399			
การติดต่อสื่อสารในภาพรวม	Between Groups	9.389	4	2.347	5.190	.000
	Within Groups	178.642	395	.452		
	Total	188.031	399			
การเอาใจใส่ดูแล	Between Groups	7.739	4	1.935	3.054	.017
	Within Groups	250.260	395	.634		
	Total	257.999	399			
การตอบสนองความต้องการ	Between Groups	6.107	4	1.527	3.052	.017
	Within Groups	197.593	395	.500		

ความสบาย	Total	203.700	399			
	Between Groups	5.561	4	1.390	2.687	.031
	Within Groups	204.385	395	.517		
ด้านภาพรวม	Total	209.946	399			
	Between Groups	2.796	4	.699	3.142	.015
	Within Groups	87.856	395	.222		
	Total	90.652	399			

Post Hoc Tests

Multiple Comparisons

LSD

Dependent Variable	(I) อายุ	(J) อายุ	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
คุณค่าที่ได้รับ	15หรือต่ำกว่า	16-23ปี	-.44(*)	.225	.050	-.88	.00
		34-31ปี	-.32	.224	.158	-.76	.12
		32-39ปี	-.37	.232	.113	-.82	.09
		40ปีขึ้นไป	-.65(*)	.300	.031	-1.24	-.06
	16-23ปี	15หรือต่ำกว่า	.44(*)	.225	.050	.00	.88
		34-31ปี	.13	.079	.111	-.03	.28
		32-39ปี	.07	.099	.451	-.12	.27
		40ปีขึ้นไป	-.21	.215	.332	-.63	.21
	34-31ปี	15หรือต่ำกว่า	-.32	.224	.158	-.12	.76
		16-23ปี	-.13	.079	.111	-.28	.03
		32-39ปี	-.05	.096	.596	-.24	.14
		40ปีขึ้นไป	-.34	.214	.118	-.76	.09
	32-39ปี	15หรือต่ำกว่า	.37	.232	.113	-.09	.82
		16-23ปี	-.07	.099	.451	-.27	.12
		34-31ปี	.05	.096	.596	-.14	.24

		40ปีขึ้นไป						
	40ปีขึ้นไป	15หรือต่ำกว่า						
		16-23ปี	.65(*)	.300	.031	.06		1.24
		34-31ปี	.21	.215	.332	-.21		.63
		32-39ปี	.34	.214	.118	-.09		.76
ราคา	15หรือต่ำกว่า	16-23ปี	.28	.222	.202	-.15		.72
		34-31ปี	.25	.234	.282	-.21		.71
		32-39ปี	.04	.233	.851	-.41		.50
		40ปีขึ้นไป	-.05	.241	.837	-.52		.42
	16-23ปี	15หรือต่ำกว่า	-.04	.313	.900	-.65		.58
		34-31ปี	-.25	.234	.282	-.71		.21
		32-39ปี	-.21(*)	.082	.011	-.37		-.05
		40ปีขึ้นไป	-.30(*)	.103	.004	-.51		-.10
	34-31ปี	15หรือต่ำกว่า	-.29	.224	.193	-.73		.15
		16-23ปี	-.04	.233	.851	-.50		.41
		32-39ปี	.21(*)	.082	.011	.05		.37
		40ปีขึ้นไป	-.09	.100	.352	-.29		.10
	32-39ปี	15หรือต่ำกว่า	-.08	.223	.709	-.52		.35
		16-23ปี	.05	.241	.837	-.42		.52
		34-31ปี	.30(*)	.103	.004	.10		.51
		40ปีขึ้นไป	.09	.100	.352	-.10		.29
	40ปีขึ้นไป	15หรือต่ำกว่า	.01	.231	.964	-.44		.47
		16-23ปี	.04	.313	.900	-.58		.65
		34-31ปี	.29	.224	.193	-.15		.73
		32-39ปี	.08	.223	.709	-.35		.52
ความสะดวก	15หรือต่ำกว่า	16-23ปี	-.01	.231	.964	-.47		.44
		34-31ปี	-.25	.228	.278	-.69		.20
		32-39ปี	-.42	.226	.067	-.86		.03
		40ปีขึ้นไป	-.57(*)	.234	.016	-1.03		-.11
	16-23ปี	15หรือต่ำกว่า	-.82(*)	.304	.008	-1.41		-.22
		34-31ปี	.25	.228	.278	-.20		.69
		32-39ปี	-.17(*)	.080	.035	-.33		-.01
		40ปีขึ้นไป	-.32(*)	.100	.001	-.52		-.12

		40ปีขึ้นไป	-.57(*)	.218	.009	-1.00	-.14
	34-31ปี	15หรือต่ำกว่า	.42	.226	.067	-.03	.86
		16-23ปี	.17(*)	.080	.035	.01	.33
		32-39ปี	-.15	.098	.116	-.35	.04
		40ปีขึ้นไป	-.40	.216	.066	-.82	.03
	32-39ปี	15หรือต่ำกว่า	.57(*)	.234	.016	.11	1.03
		16-23ปี	.32(*)	.100	.001	.12	.52
		34-31ปี	.15	.098	.116	-.04	.35
		40ปีขึ้นไป	-.25	.225	.275	-.69	.20
	40ปีขึ้นไป	15หรือต่ำกว่า	.82(*)	.304	.008	.22	1.41
		16-23ปี	.57(*)	.218	.009	.14	1.00
		34-31ปี	.40	.216	.066	-.03	.82
		32-39ปี	.25	.225	.275	-.20	.69
การ	15หรือต่ำกว่า	16-23ปี					
ติดต่อสื่อสาร			-.83(*)	.220	.000	-1.26	-.40
ในภาพรวม		34-31ปี	-.86(*)	.219	.000	-1.30	-.43
		32-39ปี	-.93(*)	.227	.000	-1.38	-.48
		40ปีขึ้นไป	-1.23(*)	.294	.000	-1.81	-.65
	16-23ปี	15หรือต่ำกว่า	.83(*)	.220	.000	.40	1.26
		34-31ปี	-.04	.077	.638	-.19	.12
		32-39ปี	-.10	.097	.293	-.29	.09
		40ปีขึ้นไป	-.40	.211	.057	-.82	.01
	34-31ปี	15หรือต่ำกว่า	.86(*)	.219	.000	.43	1.30
		16-23ปี	.04	.077	.638	-.12	.19
		32-39ปี	-.07	.094	.485	-.25	.12
		40ปีขึ้นไป	-.37	.209	.081	-.78	.05
	32-39ปี	15หรือต่ำกว่า	.93(*)	.227	.000	.48	1.38
		16-23ปี	.10	.097	.293	-.09	.29
		34-31ปี	.07	.094	.485	-.12	.25
		40ปีขึ้นไป	-.30	.218	.169	-.73	.13
	40ปีขึ้นไป	15หรือต่ำกว่า	1.23(*)	.294	.000	.65	1.81
		16-23ปี	.40	.211	.057	-.01	.82

		34-31ปี	.37	.209	.081	-.05	.78
		32-39ปี	.30	.218	.169	-.13	.73
การเอาใจใส่ ดูแล	15หรือต่ำกว่า	16-23ปี	-.84(*)	.261	.001	-1.35	-.32
		34-31ปี	-.87(*)	.259	.001	-1.38	-.36
		32-39ปี	-.76(*)	.268	.005	-1.29	-.23
		40ปีขึ้นไป	-.99(*)	.348	.005	-1.67	-.31
	16-23ปี	15หรือต่ำกว่า	.84(*)	.261	.001	.32	1.35
		34-31ปี	-.03	.091	.720	-.21	.15
		32-39ปี	.08	.115	.505	-.15	.30
		40ปีขึ้นไป	-.16	.249	.533	-.65	.33
	34-31ปี	15หรือต่ำกว่า	.87(*)	.259	.001	.36	1.38
		16-23ปี	.03	.091	.720	-.15	.21
		32-39ปี	.11	.112	.327	-.11	.33
		40ปีขึ้นไป	-.12	.248	.620	-.61	.36
	32-39ปี	15หรือต่ำกว่า	.76(*)	.268	.005	.23	1.29
		16-23ปี	-.08	.115	.505	-.30	.15
		34-31ปี	-.11	.112	.327	-.33	.11
		40ปีขึ้นไป	-.23	.257	.367	-.74	.27
	40ปีขึ้นไป	15หรือต่ำกว่า	.99(*)	.348	.005	.31	1.67
		16-23ปี	.16	.249	.533	-.33	.65
		34-31ปี	.12	.248	.620	-.36	.61
		32-39ปี	.23	.257	.367	-.27	.74
การ ตอบสนอง ความ ต้องการ	15หรือต่ำกว่า	16-23ปี	-.07	.232	.756	-.38	.53
		34-31ปี	-.19	.230	.411	-.64	.26
		32-39ปี	-.16	.238	.503	-.63	.31
		40ปีขึ้นไป	-.27	.309	.378	-.88	.33
	16-23ปี	15หรือต่ำกว่า	-.07	.232	.756	-.53	.38
		34-31ปี	-.26(*)	.081	.001	-.42	-.10
		32-39ปี	-.23(*)	.102	.024	-.43	-.03
		40ปีขึ้นไป	-.34	.222	.121	-.78	.09
	34-31ปี	15หรือต่ำกว่า	.19	.230	.411	-.26	.64

		16-23ปี	.26(*)	.081	.001	.10	.42
		32-39ปี	.03	.099	.764	-.17	.22
		40ปีขึ้นไป	-.08	.220	.706	-.52	.35
	32-39ปี	15หรือต่ำกว่า	.16	.238	.503	-.31	.63
		16-23ปี	.23(*)	.102	.024	.03	.43
		34-31ปี	-.03	.099	.764	-.22	.17
		40ปีขึ้นไป	-.11	.229	.622	-.56	.34
	40ปีขึ้นไป	15หรือต่ำกว่า	.27	.309	.378	-.33	.88
		16-23ปี	.34	.222	.121	-.09	.78
		34-31ปี	.08	.220	.706	-.35	.52
		32-39ปี	.11	.229	.622	-.34	.56
ความสบาย	15หรือต่ำกว่า	16-23ปี	-.63(*)	.236	.007	-1.10	-.17
		34-31ปี	-.51(*)	.234	.030	-.97	-.05
		32-39ปี	-.40	.243	.099	-.88	.08
		40ปีขึ้นไป	-.53	.314	.091	-1.15	.08
	16-23ปี	15หรือต่ำกว่า	.63(*)	.236	.007	.17	1.10
		34-31ปี	.12	.083	.138	-.04	.29
		32-39ปี	.23(*)	.104	.025	.03	.44
		40ปีขึ้นไป	.10	.225	.655	-.34	.54
	34-31ปี	15หรือต่ำกว่า	.51(*)	.234	.030	.05	.97
		16-23ปี	-.12	.083	.138	-.29	.04
		32-39ปี	.11	.101	.274	-.09	.31
		40ปีขึ้นไป	-.02	.224	.922	-.46	.42
	32-39ปี	15หรือต่ำกว่า	.40	.243	.099	-.08	.88
		16-23ปี	-.23(*)	.104	.025	-.44	-.03
		34-31ปี	-.11	.101	.274	-.31	.09
		40ปีขึ้นไป	-.13	.233	.570	-.59	.32
	40ปีขึ้นไป	15หรือต่ำกว่า	.53	.314	.091	-.08	1.15
		16-23ปี	-.10	.225	.655	-.54	.34
		34-31ปี	.02	.224	.922	-.42	.46
		32-39ปี	.13	.233	.570	-.32	.59
ด้านภาพรวม	15หรือต่ำกว่า	16-23ปี	-.38(*)	.154	.014	-.68	-.08

	34-31ปี	-.45(*)	.154	.004	-.75	-.14
	32-39ปี	-.46(*)	.159	.004	-.78	-.15
16-23ปี	40ปีขึ้นไป	-.65(*)	.206	.002	-1.05	-.24
	15หรือต่ำกว่า	.38(*)	.154	.014	.08	.68
	34-31ปี	-.07	.054	.226	-.17	.04
	32-39ปี	-.08	.068	.230	-.22	.05
	40ปีขึ้นไป	-.27	.148	.071	-.56	.02
34-31ปี	15หรือต่ำกว่า	.45(*)	.154	.004	.14	.75
	16-23ปี	.07	.054	.226	-.04	.17
	32-39ปี	-.02	.066	.805	-.15	.11
	40ปีขึ้นไป	-.20	.147	.170	-.49	.09
32-39ปี	15หรือต่ำกว่า	.46(*)	.159	.004	.15	.78
	16-23ปี	.08	.068	.230	-.05	.22
	34-31ปี	.02	.066	.805	-.11	.15
	40ปีขึ้นไป	-.19	.153	.225	-.49	.11
40ปีขึ้นไป	15หรือต่ำกว่า	.65(*)	.206	.002	.24	1.05
	16-23ปี	.27	.148	.071	-.02	.56
	34-31ปี	.20	.147	.170	-.09	.49
	32-39ปี	.19	.153	.225	-.11	.49

* The mean difference is significant at the .05 level.

Onewayการศึกษา

Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
						Lower Bound	Upper Bound		
คุณค่าที่ได้รับ	มัธยมศึกษา	17	3.53	.717	.174	3.16	3.90	2	5
	ปวช/ปวส	20	3.63	.571	.128	3.37	3.90	3	5
	ปริญญาตรี	283	3.96	.709	.042	3.88	4.05	2	5
	ปริญญาโท	78	3.68	.574	.065	3.55	3.80	2	5
	ปริญญาเอก	2	3.83	.236	.167	1.72	5.95	4	4
	Total	400	3.87	.690	.034	3.80	3.94	2	5

ราคา	มัธยมศึกษา	17	3.69	.721	.175	3.32	4.06	2	5
	ปวช/ปวส	20	3.35	.679	.152	3.03	3.67	2	5
	ปริญญาตรี	283	3.43	.751	.045	3.35	3.52	1	5
	ปริญญาโท	78	3.59	.615	.070	3.45	3.72	2	5
	ปริญญาเอก	2	3.50	.236	.167	1.38	5.62	3	4
	Total	400	3.47	.722	.036	3.40	3.54	1	5
ความ สะดวก	มัธยมศึกษา	17	3.55	.577	.140	3.25	3.85	3	5
	ปวช/ปวส	20	3.70	.725	.162	3.36	4.04	2	5
	ปริญญาตรี	283	3.73	.744	.044	3.65	3.82	1	5
	ปริญญาโท	78	3.88	.581	.066	3.75	4.02	3	5
	ปริญญาเอก	2	3.50	.236	.167	1.38	5.62	3	4
	Total	400	3.75	.707	.035	3.68	3.82	1	5
การ ติดต่อสื่อ สารใน ภาพรวม	มัธยมศึกษา	17	3.02	.795	.193	2.61	3.43	1	4
	ปวช/ปวส	20	3.62	.633	.142	3.32	3.91	2	5
	ปริญญาตรี	283	3.67	.696	.041	3.59	3.75	1	5
	ปริญญาโท	78	3.72	.581	.066	3.59	3.85	1	5
	ปริญญาเอก	2	4.00	.471	.333	-.24	8.24	4	4
	Total	400	3.65	.686	.034	3.59	3.72	1	5
การเอา ใจใส่ ดูแล	มัธยมศึกษา	17	3.00	.965	.234	2.50	3.50	1	5
	ปวช/ปวส	20	3.77	.641	.143	3.47	4.07	3	5
	ปริญญาตรี	283	3.96	.758	.045	3.87	4.05	2	5
	ปริญญาโท	78	4.02	.853	.097	3.83	4.21	1	5
	ปริญญาเอก	2	3.67	.943	.667	-4.80	12.14	3	4
	Total	400	3.92	.804	.040	3.84	4.00	1	5
การ ตอบสนอง องความ ต้องการ	มัธยมศึกษา	17	3.49	.851	.206	3.05	3.93	2	5
	ปวช/ปวส	20	3.68	.768	.172	3.32	4.04	2	5
	ปริญญาตรี	283	3.70	.691	.041	3.62	3.78	1	5

ความ สบาย	ปริญญาโท	78	4.03	.705	.080	3.87	4.19	2	5
	ปริญญาเอก	2	3.83	.236	.167	1.72	5.95	4	4
	Total	400	3.76	.715	.036	3.69	3.83	1	5
	มัธยมศึกษา	17	3.61	1.002	.243	3.09	4.12	2	5
	ปวช/ปวส	20	3.83	.721	.161	3.50	4.17	2	5
	ปริญญาตรี	283	4.02	.739	.044	3.94	4.11	2	5
	ปริญญาโท	78	4.00	.581	.066	3.87	4.13	2	5
	ปริญญาเอก	2	3.50	.236	.167	1.38	5.62	3	4
	Total	400	3.99	.725	.036	3.92	4.06	2	5
	ด้าน ภาพรวม	มัธยมศึกษา	17	3.41	.540	.131	3.13	3.69	2
ปวช/ปวส		20	3.65	.550	.123	3.40	3.91	2	5
ปริญญาตรี		283	3.78	.473	.028	3.73	3.84	2	5
ปริญญาโท		78	3.84	.429	.049	3.75	3.94	3	5
ปริญญาเอก		2	3.69	.236	.167	1.57	5.81	4	4
Total		400	3.77	.477	.024	3.73	3.82	2	5

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
คุณค่าที่ได้รับ	Between Groups	8.466	4	2.116	4.608	.001
	Within Groups	181.416	395	.459		
	Total	189.882	399			
ราคา	Between Groups	2.479	4	.620	1.192	.314
	Within Groups	205.403	395	.520		
	Total	207.882	399			
ความสะดวก	Between Groups	2.347	4	.587	1.175	.321
	Within Groups	197.262	395	.499		
	Total	199.609	399			

การติดต่อสื่อสารในภาพรวม	Between Groups	7.525	4	1.881	4.116	.003
	Within Groups	180.506	395	.457		
	Total	188.031	399			
การเอาใจใส่ดูแล	Between Groups	16.188	4	4.047	6.611	.000
	Within Groups	241.811	395	.612		
	Total	257.999	399			
การตอบสนองความต้องการ	Between Groups	7.960	4	1.990	4.016	.003
	Within Groups	195.740	395	.496		
	Total	203.700	399			
ความสบาย	Between Groups	3.757	4	.939	1.799	.128
	Within Groups	206.188	395	.522		
	Total	209.946	399			
ด้านภาพรวม	Between Groups	2.948	4	.737	3.319	.011
	Within Groups	87.704	395	.222		
	Total	90.652	399			

Post Hoc Tests

Multiple Comparisons

LSD

Dependent Variable	(I) ศึกษา	(J) ศึกษา	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
คุณค่าที่ได้รับ	มัธยมศึกษา	ปวช/ปวส	-.10	.224	.642	-.54	.34
		ปริญญาตรี	-.43(*)	.169	.011	-.77	-.10
		ปริญญาโท	-.15	.181	.422	-.50	.21
		ปริญญาเอก	-.30	.507	.549	-1.30	.69

ราคา	ปวช/ปวส	มัธยมศึกษา	.10	.224	.642	-.34	.54
		ปริญญาตรี	-.33(*)	.157	.037	-.64	-.02
		ปริญญาโท	-.04	.170	.805	-.38	.29
		ปริญญาเอก	-.20	.503	.691	-1.19	.79
	ปริญญาตรี	มัธยมศึกษา	.43(*)	.169	.011	.10	.77
		ปวช/ปวส	.33(*)	.157	.037	.02	.64
		ปริญญาโท	.29(*)	.087	.001	.12	.46
		ปริญญาเอก	.13	.481	.789	-.82	1.07
	ปริญญาโท	มัธยมศึกษา	.15	.181	.422	-.21	.50
		ปวช/ปวส	.04	.170	.805	-.29	.38
		ปริญญาตรี	-.29(*)	.087	.001	-.46	-.12
		ปริญญาเอก	-.16	.485	.745	-1.11	.80
	ปริญญาเอก	มัธยมศึกษา	.30	.507	.549	-.69	1.30
		ปวช/ปวส	.20	.503	.691	-.79	1.19
		ปริญญาตรี	-.13	.481	.789	-1.07	.82
		ปริญญาโท	.16	.485	.745	-.80	1.11
	มัธยมศึกษา	ปวช/ปวส	.34	.238	.158	-.13	.80
		ปริญญาตรี	.25	.180	.163	-.10	.61
		ปริญญาโท	.10	.193	.602	-.28	.48
		ปริญญาเอก	.19	.539	.730	-.87	1.25
	ปวช/ปวส	มัธยมศึกษา	-.34	.238	.158	-.80	.13
		ปริญญาตรี	-.08	.167	.612	-.41	.24
		ปริญญาโท	-.24	.181	.193	-.59	.12
		ปริญญาเอก	-.15	.535	.779	-1.20	.90
	ปริญญาตรี	มัธยมศึกษา	-.25	.180	.163	-.61	.10
		ปวช/ปวส	.08	.167	.612	-.24	.41
		ปริญญาโท	-.15	.092	.103	-.33	.03
		ปริญญาเอก	-.07	.512	.898	-1.07	.94
	ปริญญาโท	มัธยมศึกษา	-.10	.193	.602	-.48	.28
		ปวช/ปวส	.24	.181	.193	-.12	.59
		ปริญญาตรี	.15	.092	.103	-.03	.33
		ปริญญาเอก	.09	.516	.869	-.93	1.10
ปริญญาเอก	มัธยมศึกษา	-.19	.539	.730	-1.25	.87	
	ปวช/ปวส	.15	.535	.779	-.90	1.20	

		ปริญญาตรี	.07	.512	.898	-.94	1.07
		ปริญญาโท	-.09	.516	.869	-1.10	.93
ความสะดวก	มัธยมศึกษา	พาช/ปวส	-.15	.233	.518	-.61	.31
		ปริญญาตรี	-.18	.176	.296	-.53	.16
		ปริญญาโท	-.34	.189	.077	-.71	.04
	พาช/ปวส	ปริญญาเอก	.05	.528	.926	-.99	1.09
		มัธยมศึกษา	.15	.233	.518	-.31	.61
		ปริญญาตรี	-.03	.164	.836	-.36	.29
	ปริญญาโท	ปริญญาโท	-.18	.177	.298	-.53	.16
		ปริญญาเอก	.20	.524	.703	-.83	1.23
		ปริญญาตรี	.18	.176	.296	-.16	.53
	ปริญญาตรี	พาช/ปวส	.03	.164	.836	-.29	.36
		ปริญญาโท	-.15	.090	.096	-.33	.03
		ปริญญาเอก	.23	.501	.641	-.75	1.22
ปริญญาโท	มัธยมศึกษา	.34	.189	.077	-.04	.71	
	พาช/ปวส	.18	.177	.298	-.16	.53	
	ปริญญาตรี	.15	.090	.096	-.03	.33	
ปริญญาเอก	ปริญญาเอก	.38	.506	.448	-.61	1.38	
	มัธยมศึกษา	-.05	.528	.926	-1.09	.99	
	พาช/ปวส	-.20	.524	.703	-1.23	.83	
ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	-.23	.501	.641	-1.22	.75	
	ปริญญาโท	-.38	.506	.448	-1.38	.61	
	พาช/ปวส	-.60(*)	.223	.008	-1.04	-.16	
การติดต่อสื่อสารในภาพรวม	ปริญญาตรี	-.65(*)	.169	.000	-.98	-.32	
	ปริญญาโท	-.70(*)	.181	.000	-1.05	-.34	
	ปริญญาเอก	-.98	.505	.053	-1.97	.01	
พาช/ปวส	มัธยมศึกษา	.60(*)	.223	.008	.16	1.04	
	ปริญญาตรี	-.06	.156	.721	-.36	.25	
	ปริญญาโท	-.10	.169	.550	-.43	.23	
ปริญญาเอก	ปริญญาเอก	-.38	.501	.445	-1.37	.60	
	ปริญญาตรี	.65(*)	.169	.000	.32	.98	
	พาช/ปวส	.06	.156	.721	-.25	.36	

การเอาใจใส่ ดูแล	ปริญญาโท	ปริญญาโท	-.05	.086	.600	-.22	.12
		ปริญญาเอก	-.33	.480	.495	-1.27	.62
	ปริญญาโท	มัธยมศึกษา	.70(*)	.181	.000	.34	1.05
		ปวช/ปวส	.10	.169	.550	-.23	.43
	ปริญญาเอก	ปริญญาตรี	.05	.086	.600	-.12	.22
		ปริญญาเอก	-.28	.484	.560	-1.23	.67
		มัธยมศึกษา	.98	.505	.053	-.01	1.97
		ปวช/ปวส	.38	.501	.445	-.60	1.37
		ปริญญาตรี	.33	.480	.495	-.62	1.27
	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	.28	.484	.560	-.67	1.23
		มัธยมศึกษา	-.77(*)	.258	.003	-1.27	-.26
		ปริญญาตรี	-.96(*)	.195	.000	-1.34	-.57
		ปริญญาโท	-1.02(*)	.209	.000	-1.43	-.61
		ปริญญาเอก	-.67	.585	.255	-1.82	.48
		ปวช/ปวส	.77(*)	.258	.003	.26	1.27
		ปริญญาตรี	-.19	.181	.292	-.55	.16
		ปริญญาโท	-.25	.196	.195	-.64	.13
	ปริญญาตรี	ปริญญาเอก	.10	.580	.863	-1.04	1.24
		มัธยมศึกษา	.96(*)	.195	.000	.57	1.34
		ปวช/ปวส	.19	.181	.292	-.16	.55
		ปริญญาโท	-.06	.100	.524	-.26	.13
		ปริญญาเอก	.29	.555	.601	-.80	1.38
	ปริญญาโท	มัธยมศึกษา	1.02(*)	.209	.000	.61	1.43
		ปวช/ปวส	.25	.196	.195	-.13	.64
		ปริญญาตรี	.06	.100	.524	-.13	.26
		ปริญญาเอก	.35	.560	.527	-.75	1.46
	ปริญญาเอก	มัธยมศึกษา	.67	.585	.255	-.48	1.82
		ปวช/ปวส	-.10	.580	.863	-1.24	1.04
ปริญญาตรี		-.29	.555	.601	-1.38	.80	
ปริญญาโท		-.35	.560	.527	-1.46	.75	
การตอบสนอง ความต้องการ	มัธยมศึกษา	ปวช/ปวส	-.19	.232	.406	-.65	.26
		ปริญญาตรี	-.21	.176	.226	-.56	.13
	ปริญญาโท	ปริญญาตรี	-.54(*)	.188	.004	-.91	-.17

		ปริญญาเอก							
	ปวช/ปวส	มัธยมศึกษา							
		ปริญญาตรี							
		ปริญญาโท							
		ปริญญาเอก							
	ปริญญาตรี	มัธยมศึกษา							
		ปวช/ปวส							
		ปริญญาโท							
		ปริญญาเอก							
	ปริญญาโท	มัธยมศึกษา							
		ปวช/ปวส							
		ปริญญาตรี							
		ปริญญาเอก							
	ปริญญาเอก	มัธยมศึกษา							
		ปวช/ปวส							
		ปริญญาตรี							
		ปริญญาโท							
		ปริญญาเอก							
ความสบาย	มัธยมศึกษา	ปวช/ปวส							
		ปริญญาตรี							
		ปริญญาโท							
		ปริญญาเอก							
	ปวช/ปวส	มัธยมศึกษา							
		ปริญญาตรี							
		ปริญญาโท							
		ปริญญาเอก							
	ปริญญาตรี	มัธยมศึกษา							
		ปวช/ปวส							
		ปริญญาโท							
		ปริญญาเอก							
	ปริญญาโท	มัธยมศึกษา							
		ปวช/ปวส							
		ปริญญาตรี							
		ปริญญาเอก							

ด้านภาพรวม	ปริญญาเอก	มัธยมศึกษา	-.11	.540	.842	-1.17	.95
		พาช/ปวส	-.33	.536	.534	-1.39	.72
		ปริญญาตรี	-.52	.513	.309	-1.53	.49
		ปริญญาโท	-.50	.517	.334	-1.52	.52
	ปริญญาตรี	พาช/ปวส	-.24	.155	.119	-.55	.06
		ปริญญาตรี	-.37(*)	.118	.002	-.60	-.14
		ปริญญาโท	-.43(*)	.126	.001	-.68	-.19
		ปริญญาเอก	-.28	.352	.429	-.97	.41
	พาช/ปวส	มัธยมศึกษา	.24	.155	.119	-.06	.55
		ปริญญาตรี	-.13	.109	.237	-.34	.09
		ปริญญาโท	-.19	.118	.108	-.42	.04
		ปริญญาเอก	-.04	.349	.919	-.72	.65
	ปริญญาตรี	มัธยมศึกษา	.37(*)	.118	.002	.14	.60
		พาช/ปวส	.13	.109	.237	-.09	.34
		ปริญญาโท	-.06	.060	.311	-.18	.06
		ปริญญาเอก	.09	.334	.780	-.56	.75
	ปริญญาโท	มัธยมศึกษา	.43(*)	.126	.001	.19	.68
		พาช/ปวส	.19	.118	.108	-.04	.42
		ปริญญาตรี	.06	.060	.311	-.06	.18
		ปริญญาเอก	.15	.337	.647	-.51	.82
ปริญญาเอก	มัธยมศึกษา	.28	.352	.429	-.41	.97	
	พาช/ปวส	.04	.349	.919	-.65	.72	
	ปริญญาตรี	-.09	.334	.780	-.75	.56	
	ปริญญาโท	-.15	.337	.647	-.82	.51	

* The mean difference is significant at the .05 level

Oneway รายได้

Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
						Lower Bound	Upper Bound		
คุณค่าที่ได้รับ	น้อยกว่า 10,000 บาท	108	3.87	.725	.070	3.73	4.01	2	5
	10,000-20,000 บาท	182	3.85	.707	.052	3.74	3.95	2	5
	20,001-30,000 บาท	75	3.95	.668	.077	3.80	4.10	2	5
	มากกว่า 30,000 บาท	35	3.83	.526	.089	3.65	4.01	3	5
	Total	400	3.87	.690	.034	3.80	3.94	2	5
ราคา	น้อยกว่า 10,000 บาท	108	3.45	.821	.079	3.29	3.61	1	5
	10,000-20,000 บาท	182	3.49	.676	.050	3.39	3.58	2	5
	20,001-30,000 บาท	75	3.45	.730	.084	3.28	3.62	2	5
	มากกว่า 30,000 บาท	35	3.50	.628	.106	3.29	3.72	3	5
	Total	400	3.47	.722	.036	3.40	3.54	1	5
ความสะดวก	น้อยกว่า 10,000 บาท	108	3.78	.623	.060	3.66	3.90	2	5
	10,000-20,000 บาท	182	3.71	.752	.056	3.60	3.82	1	5
	20,001-30,000 บาท	75	3.76	.731	.084	3.60	3.93	2	5
	มากกว่า 30,000 บาท	35	3.85	.673	.114	3.62	4.08	3	5
	Total	400	3.75	.707	.035	3.68	3.82	1	5
การติดต่อสื่อสารในภาพรวม	น้อยกว่า 10,000 บาท	108	3.68	.726	.070	3.54	3.81	1	5
	10,000-20,000 บาท	182	3.63	.683	.051	3.53	3.73	1	5
	20,001-30,000 บาท	75	3.67	.678	.078	3.51	3.82	1	5
	มากกว่า 30,000 บาท	35	3.68	.618	.105	3.46	3.89	3	5
	Total	400	3.65	.686	.034	3.59	3.72	1	5
การเอาใจใส่ดูแล	น้อยกว่า 10,000 บาท	108	3.81	.888	.085	3.64	3.98	1	5

	10,000-20,000 บาท	182	4.05	.677	.050	3.95	4.15	2	5
	20,001-30,000 บาท	75	3.97	.871	.101	3.77	4.17	1	5
	มากกว่า 30,000บาท	35	3.45	.808	.137	3.17	3.73	2	5
	Total	400	3.92	.804	.040	3.84	4.00	1	5
	การตอบสนองความต้องการ	น้อยกว่า 10,000 บาท	108	3.71	.714	.069	3.57	3.84	2
	10,000-20,000 บาท	182	3.80	.723	.054	3.69	3.91	2	5
	20,001-30,000 บาท	75	3.72	.755	.087	3.54	3.89	1	5
	มากกว่า 30,000บาท	35	3.78	.583	.098	3.58	3.98	3	5
	Total	400	3.76	.715	.036	3.69	3.83	1	5
	ความสบาย	น้อยกว่า 10,000 บาท	108	3.99	.794	.076	3.84	4.14	2
	10,000-20,000 บาท	182	4.05	.639	.047	3.96	4.15	2	5
	20,001-30,000 บาท	75	3.99	.818	.094	3.80	4.18	2	5
	มากกว่า 30,000บาท	35	3.65	.646	.109	3.43	3.87	3	5
	Total	400	3.99	.725	.036	3.92	4.06	2	5
	ด้านภาพรวม	น้อยกว่า 10,000 บาท	108	3.75	.487	.047	3.66	3.85	2
	10,000-20,000 บาท	182	3.80	.452	.033	3.73	3.86	2	5
	20,001-30,000 บาท	75	3.79	.529	.061	3.67	3.91	3	5
	มากกว่า 30,000บาท	35	3.68	.459	.078	3.52	3.83	3	5
	Total	400	3.77	.477	.024	3.73	3.82	2	5

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
คุณค่าที่ได้รับ	Between Groups	.642	3	.214	.448	.719
	Within Groups	189.240	396	.478		
	Total	189.882	399			
ราคา	Between Groups	.159	3	.053	.101	.959

	Within Groups	207.723	396	.525		
	Total	207.882	399			
ความสะอาด	Between Groups	.706	3	.235	.469	.704
	Within Groups	198.902	396	.502		
	Total	199.609	399			
การติดต่อสื่อสารในภาพรวม	Between Groups	.201	3	.067	.142	.935
	Within Groups	187.829	396	.474		
	Total	188.031	399			
การเอาใจใส่ดูแล	Between Groups	12.338	3	4.113	6.630	.000
	Within Groups	245.661	396	.620		
	Total	257.999	399			
การตอบสนองความต้องการ	Between Groups	.763	3	.254	.497	.685
	Within Groups	202.936	396	.512		
	Total	203.700	399			
ความสบาย	Between Groups	4.827	3	1.609	3.107	.026
	Within Groups	205.118	396	.518		
	Total	209.946	399			
ด้านภาพรวม	Between Groups	.483	3	.161	.707	.548
	Within Groups	90.169	396	.228		
	Total	90.652	399			

Post Hoc Tests

Multiple Comparisons

LSD

Dependent Variable	(I) รายได้	(J) รายได้	Mean Difference (I-J)		Sig.	95% Confidence Interval	
				Std. Error		Lower Bound	Upper Bound
คุณค่าที่ได้รับ	น้อยกว่า 10,000 บาท	10,000-20,000 บาท	.02	.084	.818	-.15	.18
		20,001-30,000 บาท	-.08	.104	.420	-.29	.12
		มากกว่า 30,000 บาท	.04	.134	.774	-.23	.30

ราคา	10,000- 20,000 บาท	น้อยกว่า 10,000 บาท	-02	.084	.818	-.18	.15
		20,001- 30,000 บาท	-10	.095	.278	-.29	.08
		มากกว่า 30,000บาท	.02	.128	.879	-.23	.27
	20,001- 30,000 บาท	น้อยกว่า 10,000 บาท	.08	.104	.420	-.12	.29
		10,000- 20,000 บาท	.10	.095	.278	-.08	.29
		มากกว่า 30,000บาท	.12	.142	.387	-.16	.40
	มากกว่า 30,000บาท	น้อยกว่า 10,000 บาท	-.04	.134	.774	-.30	.23
		10,000- 20,000 บาท	-.02	.128	.879	-.27	.23
		20,001- 30,000 บาท	-.12	.142	.387	-.40	.16
	น้อยกว่า 10,000 บาท	10,000- 20,000 บาท	-.03	.088	.693	-.21	.14
		20,001- 30,000 บาท	.00	.109	.987	-.21	.22
		มากกว่า 30,000บาท	-.05	.141	.701	-.33	.22
	10,000- 20,000 บาท	น้อยกว่า 10,000 บาท	.03	.088	.693	-.14	.21
	20,001- 30,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	.04	.099	.714	-.16	.23
	มากกว่า 30,000บาท	มากกว่า 30,000บาท	-.02	.134	.885	-.28	.24
	20,001- 30,000 บาท	น้อยกว่า 10,000 บาท	.00	.109	.987	-.22	.21
	10,000- 20,000 บาท	10,000- 20,000 บาท	-.04	.099	.714	-.23	.16
	มากกว่า 30,000บาท	มากกว่า 30,000บาท	-.06	.148	.706	-.35	.24
	มากกว่า 30,000บาท	น้อยกว่า 10,000 บาท	.05	.141	.701	-.22	.33
	10,000- 20,000 บาท	10,000- 20,000 บาท	.02	.134	.885	-.24	.28
	20,001- 30,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	.06	.148	.706	-.24	.35
ความสะดวก	น้อยกว่า 10,000 บาท	10,000- 20,000 บาท	.07	.086	.427	-.10	.24
		20,001- 30,000 บาท	.02	.107	.878	-.19	.23
		มากกว่า 30,000บาท	-.07	.138	.628	-.34	.20
	10,000- 20,000 บาท	น้อยกว่า 10,000 บาท	-.07	.086	.427	-.24	.10
		20,001- 30,000 บาท	-.05	.097	.593	-.24	.14
		30,000 บาท					

		มากกว่า 30,000บาท	-.14	.131	.302	-.39	.12
	20,001- 30,000 บาท	น้อยกว่า 10,000 บาท	-.02	.107	.878	-.23	.19
		10,000- 20,000 บาท	.05	.097	.593	-.14	.24
		มากกว่า 30,000บาท	-.08	.145	.567	-.37	.20
	มากกว่า 30,000บาท	น้อยกว่า 10,000 บาท	.07	.138	.628	-.20	.34
		10,000- 20,000 บาท	.14	.131	.302	-.12	.39
		20,001- 30,000 บาท	.08	.145	.567	-.20	.37
การ ติดต่อสื่อสาร ในภาพรวม	น้อยกว่า 10,000 บาท	10,000- 20,000 บาท	.05	.084	.569	-.12	.21
		20,001- 30,000 บาท	.01	.104	.929	-.19	.21
		มากกว่า 30,000บาท	.00	.134	.998	-.26	.26
	10,000- 20,000 บาท	น้อยกว่า 10,000 บาท	-.05	.084	.569	-.21	.12
		20,001- 30,000 บาท	-.04	.095	.684	-.22	.15
		มากกว่า 30,000บาท	-.05	.127	.706	-.30	.20
	20,001- 30,000 บาท	น้อยกว่า 10,000 บาท	-.01	.104	.929	-.21	.19
		10,000- 20,000 บาท	.04	.095	.684	-.15	.22
		มากกว่า 30,000บาท	-.01	.141	.946	-.29	.27
	มากกว่า 30,000บาท	น้อยกว่า 10,000 บาท	.00	.134	.998	-.26	.26
		10,000- 20,000 บาท	.05	.127	.706	-.20	.30
		20,001- 30,000 บาท	.01	.141	.946	-.27	.29
การเอาใจใส่ ดูแล	น้อยกว่า 10,000 บาท	10,000- 20,000 บาท	-.24(*)	.096	.013	-.43	-.05
		20,001- 30,000 บาท	-.16	.118	.173	-.39	.07
		มากกว่า 30,000บาท	.36(*)	.153	.018	.06	.67
	10,000- 20,000 บาท	น้อยกว่า 10,000 บาท	.24(*)	.096	.013	.05	.43
		20,001- 30,000 บาท	.08	.108	.482	-.14	.29
		มากกว่า 30,000บาท	.60(*)	.145	.000	.32	.89
	20,001- 30,000 บาท	น้อยกว่า 10,000 บาท	.16	.118	.173	-.07	.39

		10,000- 20,000 บาท	-.08	.108	.482	-.29	.14
		มากกว่า 30,000บาท	.53(*)	.161	.001	.21	.84
	มากกว่า 30,000บาท	น้อยกว่า 10,000 บาท	-.36(*)	.153	.018	-.67	-.06
		10,000- 20,000 บาท	-.60(*)	.145	.000	-.89	-.32
		20,001- 30,000 บาท	-.53(*)	.161	.001	-.84	-.21
การ ตอบสนอง ความ ต้องการ	น้อยกว่า 10,000 บาท	10,000- 20,000 บาท	-.09	.087	.283	-.26	.08
		20,001- 30,000 บาท	-.01	.108	.935	-.22	.20
		มากกว่า 30,000บาท	-.07	.139	.595	-.35	.20
	10,000- 20,000 บาท	น้อยกว่า 10,000 บาท	.09	.087	.283	-.08	.26
		20,001- 30,000 บาท	.08	.098	.388	-.11	.28
		มากกว่า 30,000บาท	.02	.132	.883	-.24	.28
	20,001- 30,000 บาท	น้อยกว่า 10,000 บาท	.01	.108	.935	-.20	.22
		10,000- 20,000 บาท	-.08	.098	.388	-.28	.11
		มากกว่า 30,000บาท	-.07	.147	.656	-.35	.22
	มากกว่า 30,000บาท	น้อยกว่า 10,000 บาท	.07	.139	.595	-.20	.35
		10,000- 20,000 บาท	-.02	.132	.883	-.28	.24
		20,001- 30,000 บาท	.07	.147	.656	-.22	.35
ความสบาย	น้อยกว่า 10,000 บาท	10,000- 20,000 บาท	-.07	.087	.454	-.24	.11
		20,001- 30,000 บาท	.00	.108	.975	-.22	.21
		มากกว่า 30,000บาท	.34(*)	.140	.016	.06	.62
	10,000- 20,000 บาท	น้อยกว่า 10,000 บาท	.07	.087	.454	-.11	.24
		20,001- 30,000 บาท	.06	.099	.530	-.13	.26
		มากกว่า 30,000บาท	.41(*)	.133	.002	.14	.67
	20,001- 30,000 บาท	น้อยกว่า 10,000 บาท	.00	.108	.975	-.21	.22
		10,000- 20,000 บาท	-.06	.099	.530	-.26	.13
		มากกว่า	.34(*)	.147	.020	.05	.63

ด้านภาพรวม	มากกว่า 30,000บาท	30,000บาท น้อยกว่า 10,000 บาท	-.34(*)	.140	.016	-.62	-.06
		10,000- 20,000 บาท	-.41(*)	.133	.002	-.67	-.14
		20,001- 30,000 บาท	-.34(*)	.147	.020	-.63	-.05
	น้อยกว่า 10,000 บาท	10,000- 20,000 บาท	-.04	.058	.466	-.16	.07
		20,001- 30,000 บาท	-.03	.072	.647	-.17	.11
		มากกว่า 30,000บาท	.08	.093	.400	-.10	.26
	10,000- 20,000 บาท	น้อยกว่า 10,000 บาท	.04	.058	.466	-.07	.16
		20,001- 30,000 บาท	.01	.065	.886	-.12	.14
		มากกว่า 30,000บาท	.12	.088	.172	-.05	.29
	20,001- 30,000 บาท	น้อยกว่า 10,000 บาท	.03	.072	.647	-.11	.17
		10,000- 20,000 บาท	-.01	.065	.886	-.14	.12
		มากกว่า 30,000บาท	.11	.098	.256	-.08	.30
	มากกว่า 30,000บาท	น้อยกว่า 10,000 บาท	-.08	.093	.400	-.26	.10
		10,000- 20,000 บาท	-.12	.088	.172	-.29	.05
		20,001- 30,000 บาท	-.11	.098	.256	-.30	.08

* The mean difference is significant at the .05 level.

Onewayการรับรู้

Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
						Lower Bound	Upper Bound		
คุณค่าที่ได้รับ	เครือข่ายเอไอเอส	138	3.86	.642	.055	3.75	3.97	2	5
	เครือข่ายดีแทค	95	3.93	.699	.072	3.79	4.07	2	5
	เครือข่ายทรูมูฟ	165	3.85	.723	.056	3.74	3.96	2	5
	อื่นๆโปรดระบุ...	2	3.83	1.179	.833	-6.76	14.42	3	5
	Total	400	3.87	.690	.034	3.80	3.94	2	5
	ราคา	เครือข่ายเอไอเอส	138	3.40	.691	.059	3.29	3.52	1
	เครือข่ายดีแทค	95	3.41	.813	.083	3.25	3.58	1	5
	เครือข่ายทรูมูฟ	165	3.56	.674	.052	3.45	3.66	2	5
	อื่นๆโปรดระบุ...	2	3.67	1.886	1.333	-13.27	20.61	2	5
	Total	400	3.47	.722	.036	3.40	3.54	1	5
ความสะดวก	เครือข่ายเอไอเอส	138	3.67	.740	.063	3.54	3.79	1	5
	เครือข่ายดีแทค	95	3.76	.724	.074	3.62	3.91	2	5
	เครือข่ายทรูมูฟ	165	3.80	.657	.051	3.70	3.90	2	5
	อื่นๆโปรดระบุ...	2	5.00	.000	.000	5.00	5.00	5	5
	Total	400	3.75	.707	.035	3.68	3.82	1	5
	การติดต่อสื่อสารในภาพรวม	เครือข่ายเอไอเอส	138	3.63	.711	.060	3.51	3.75	1
เครือข่ายดีแทค		95	3.59	.713	.073	3.45	3.74	2	5
เครือข่ายทรูมูฟ		165	3.69	.646	.050	3.60	3.79	2	5
อื่นๆโปรดระบุ...		2	4.33	.943	.667	-4.14	12.80	4	5
Total		400	3.65	.686	.034	3.59	3.72	1	5
การเอาใจใส่ดูแล		เครือข่ายเอไอเอส	138	3.89	.797	.068	3.76	4.03	1

	เครือข่าย ดีแทค	95	3.96	.840	.086	3.79	4.14	1	5
	เครือข่าย ทรูมูฟ	165	3.91	.790	.062	3.79	4.03	2	5
	อื่นๆโปรด ระบุ...	2	4.00	1.414	1.000	-8.71	16.71	3	5
	Total	400	3.92	.804	.040	3.84	4.00	1	5
การ ตอบสนอง ความ ต้องการ	เครือข่าย เอไอเอส	138	3.73	.709	.060	3.61	3.85	1	5
	เครือข่าย ดีแทค	95	3.66	.690	.071	3.52	3.80	2	5
	เครือข่าย ทรูมูฟ	165	3.83	.722	.056	3.72	3.94	2	5
	อื่นๆโปรด ระบุ...	2	3.83	1.650	1.167	-10.99	18.66	3	5
	Total	400	3.76	.715	.036	3.69	3.83	1	5
ความ สบาย	เครือข่าย เอไอเอส	138	4.00	.753	.064	3.87	4.12	2	5
	เครือข่าย ดีแทค	95	4.01	.785	.081	3.85	4.17	2	5
	เครือข่าย ทรูมูฟ	165	3.97	.663	.052	3.87	4.07	2	5
	อื่นๆโปรด ระบุ...	2	4.00	1.414	1.000	-8.71	16.71	3	5
	Total	400	3.99	.725	.036	3.92	4.06	2	5
ด้าน ภาพรวม	เครือข่าย เอไอเอส	138	3.74	.459	.039	3.66	3.82	2	5
	เครือข่าย ดีแทค	95	3.76	.503	.052	3.66	3.86	2	5
	เครือข่าย ทรูมูฟ	165	3.80	.475	.037	3.73	3.88	3	5
	อื่นๆโปรด ระบุ...	2	4.10	.673	.476	-1.96	10.15	4	5
	Total	400	3.77	.477	.024	3.73	3.82	2	5

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
คุณค่าที่ได้รับ	Between Groups	.440	3	.147	.307	.820
	Within Groups	189.442	396	.478		
	Total	189.882	399			
ราคา	Between Groups	2.253	3	.751	1.446	.229
	Within Groups	205.629	396	.519		
	Total	207.882	399			
ความสะดวก	Between Groups	4.460	3	1.487	3.017	.030
	Within Groups	195.149	396	.493		
	Total	199.609	399			
การติดต่อสื่อสารในภาพรวม	Between Groups	1.614	3	.538	1.143	.331
	Within Groups	186.417	396	.471		
	Total	188.031	399			
การเอาใจใส่ดูแล	Between Groups	.325	3	.108	.166	.919
	Within Groups	257.674	396	.651		
	Total	257.999	399			
การตอบสนองความต้องการ	Between Groups	1.806	3	.602	1.181	.317
	Within Groups	201.894	396	.510		
	Total	203.700	399			
ความสบาย	Between Groups	.085	3	.028	.054	.984
	Within Groups	209.860	396	.530		
	Total	209.946	399			
ด้านภาพรวม	Between Groups	.506	3	.169	.741	.528
	Within Groups	90.146	396	.228		
	Total	90.652	399			

Post Hoc Tests

Multiple Comparisons

LSD

Dependent Variable	(I) การรับรู้	(J) การรับรู้	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval		
						Lower Bound	Upper Bound	
คุณค่าที่ได้รับ	เครือข่ายเอไอเอส	เครือข่ายดีแทค	-.07	.092	.433	-.25	.11	
		เครือข่ายทรูมูฟ	.01	.080	.910	-.15	.17	
		อื่นๆโปรดระบุ...	-.02	.493	.961	-.94	.99	
	เครือข่ายดีแทค	เครือข่ายเอไอเอส	.07	.092	.433	-.11	.25	
		เครือข่ายทรูมูฟ	.08	.089	.362	-.09	.26	
		อื่นๆโปรดระบุ...	.10	.494	.845	-.88	1.07	
	เครือข่ายทรูมูฟ	เครือข่ายเอไอเอส	-.01	.080	.910	-.17	.15	
		เครือข่ายดีแทค	-.08	.089	.362	-.26	.09	
		อื่นๆโปรดระบุ...	.02	.492	.975	-.95	.98	
	อื่นๆโปรดระบุ...	เครือข่ายเอไอเอส	-.02	.493	.961	-.99	.94	
		เครือข่ายดีแทค	-.10	.494	.845	-1.07	.88	
		เครือข่ายทรูมูฟ	-.02	.492	.975	-.98	.95	
	ราคา	เครือข่ายเอไอเอส	เครือข่ายดีแทค	-.01	.096	.912	-.20	.18
			เครือข่ายทรูมูฟ	-.15	.083	.064	-.32	.01
			อื่นๆโปรดระบุ...	-.26	.513	.608	-1.27	.75
		เครือข่ายดีแทค	เครือข่ายเอไอเอส	.01	.096	.912	-.18	.20
			เครือข่ายทรูมูฟ	-.14	.093	.123	-.33	.04
			อื่นๆโปรดระบุ...	-.25	.515	.624	-1.26	.76
เครือข่ายทรูมูฟ		เครือข่ายเอไอเอส	.15	.083	.064	-.01	.32	

		เครือข่าย ดีแทค	.14	.093	.123	-.04	.33
		อื่นๆโปรด ระบุ...	-.11	.513	.832	-1.12	.90
	อื่นๆโปรด ระบุ...	เครือข่ายเอ ไอเอส	.26	.513	.608	-.75	1.27
		เครือข่าย ดีแทค	.25	.515	.624	-.76	1.26
		เครือข่าย ทรูมูฟ	.11	.513	.832	-.90	1.12
ความสะดวก	เครือข่ายเอ ไอเอส	เครือข่าย ดีแทค	-.10	.094	.306	-.28	.09
		เครือข่าย ทรูมูฟ	-.13	.081	.107	-.29	.03
		อื่นๆโปรด ระบุ...	-1.33(*)	.500	.008	-2.31	-.35
	เครือข่าย ดีแทค	เครือข่ายเอ ไอเอส	.10	.094	.306	-.09	.28
		เครือข่าย ทรูมูฟ	-.04	.090	.698	-.21	.14
		อื่นๆโปรด ระบุ...	-1.24(*)	.502	.014	-2.22	-.25
	เครือข่าย ทรูมูฟ	เครือข่ายเอ ไอเอส	.13	.081	.107	-.03	.29
		เครือข่าย ดีแทค	.04	.090	.698	-.14	.21
		อื่นๆโปรด ระบุ...	-1.20(*)	.499	.017	-2.18	-.22
	อื่นๆโปรด ระบุ...	เครือข่ายเอ ไอเอส	1.33(*)	.500	.008	.35	2.31
		เครือข่าย ดีแทค	1.24(*)	.502	.014	.25	2.22
		เครือข่าย ทรูมูฟ	1.20(*)	.499	.017	.22	2.18
การ ติดต่อสื่อสาร ในภาพรวม	เครือข่ายเอ ไอเอส	เครือข่าย ดีแทค	.04	.091	.663	-.14	.22
		เครือข่าย ทรูมูฟ	-.06	.079	.433	-.22	.09
		อื่นๆโปรด ระบุ...	-.70	.489	.153	-1.66	.26
	เครือข่าย ดีแทค	เครือข่ายเอ ไอเอส	-.04	.091	.663	-.22	.14
		เครือข่าย ทรูมูฟ	-.10	.088	.249	-.28	.07
		อื่นๆโปรด ระบุ...	-.74	.490	.132	-1.70	.22
	เครือข่าย ทรูมูฟ	เครือข่ายเอ ไอเอส	.06	.079	.433	-.09	.22
		เครือข่าย ดีแทค	.10	.088	.249	-.07	.28
		อื่นๆโปรด ระบุ...	-.64	.488	.192	-1.60	.32

การเอาใจใส่ ดูแล	อื่นๆโปรด ระบุ...	เครือข่ายเอ ไอเอส	.70	.489	.153	-.26	1.66	
		เครือข่าย ดีแทค	.74	.490	.132	-.22	1.70	
		เครือข่าย ทรูมูฟ	.64	.488	.192	-.32	1.60	
	เครือข่ายเอ ไอเอส	เครือข่ายเอ ไอเอส	เครือข่าย ดีแทค	-.07	.108	.494	-.29	.14
		เครือข่าย ทรูมูฟ	เครือข่าย ดีแทค	-.02	.093	.815	-.20	.16
		อื่นๆโปรด ระบุ...	เครือข่ายเอ ไอเอส	-.11	.575	.850	-1.24	1.02
	เครือข่าย ดีแทค	เครือข่ายเอ ไอเอส	เครือข่ายเอ ไอเอส	.07	.108	.494	-.14	.29
		เครือข่าย ทรูมูฟ	เครือข่าย ทรูมูฟ	.05	.104	.618	-.15	.26
		อื่นๆโปรด ระบุ...	เครือข่ายเอ ไอเอส	-.04	.576	.951	-1.17	1.10
	เครือข่าย ทรูมูฟ	เครือข่ายเอ ไอเอส	เครือข่ายเอ ไอเอส	.02	.093	.815	-.16	.20
		เครือข่าย ดีแทค	เครือข่าย ดีแทค	-.05	.104	.618	-.26	.15
		อื่นๆโปรด ระบุ...	เครือข่ายเอ ไอเอส	-.09	.574	.880	-1.22	1.04
การตอบสนอง ความต้องการ	อื่นๆโปรด ระบุ...	เครือข่ายเอ ไอเอส	.11	.575	.850	-1.02	1.24	
		เครือข่าย ดีแทค	.04	.576	.951	-1.10	1.17	
		เครือข่าย ทรูมูฟ	.09	.574	.880	-1.04	1.22	
	เครือข่ายเอ ไอเอส	เครือข่ายเอ ไอเอส	เครือข่ายเอ ไอเอส	.07	.095	.455	-.12	.26
		เครือข่าย ทรูมูฟ	เครือข่ายเอ ไอเอส	-.10	.082	.244	-.26	.07
		อื่นๆโปรด ระบุ...	เครือข่ายเอ ไอเอส	-.10	.509	.846	-1.10	.90
	เครือข่าย ดีแทค	เครือข่ายเอ ไอเอส	เครือข่ายเอ ไอเอส	-.07	.095	.455	-.26	.12
		เครือข่าย ทรูมูฟ	เครือข่ายเอ ไอเอส	-.17	.092	.070	-.35	.01
		อื่นๆโปรด ระบุ...	เครือข่ายเอ ไอเอส	-.17	.510	.739	-1.17	.83
	เครือข่าย ทรูมูฟ	เครือข่ายเอ ไอเอส	เครือข่ายเอ ไอเอส	.10	.082	.244	-.07	.26
		เครือข่าย ดีแทค	เครือข่ายเอ ไอเอส	.17	.092	.070	-.01	.35
		อื่นๆโปรด ระบุ...	เครือข่ายเอ ไอเอส	.00	.508	.995	-1.00	1.00
อื่นๆโปรด ระบุ...	เครือข่ายเอ ไอเอส	เครือข่ายเอ ไอเอส	.10	.509	.846	-.90	1.10	
	เครือข่าย ดีแทค	เครือข่ายเอ ไอเอส	.17	.510	.739	-.83	1.17	

ความสบาย	เครื่องมือ ไอเอส	เครื่องมือ	.00	.508	.995	-1.00	1.00	
		เครื่องมือ	-0.01	.097	.903	-.20	.18	
		เครื่องมือ	.02	.084	.780	-.14	.19	
		อื่นๆโปรด ระบุ...	.00	.518	.993	-1.02	1.01	
		เครื่องมือ ดีแทค	.01	.097	.903	-.18	.20	
		เครื่องมือ	.04	.094	.707	-.15	.22	
	เครื่องมือ	เครื่องมือ ไอเอส	เครื่องมือ	.01	.520	.989	-1.02	1.03
			เครื่องมือ	-0.02	.084	.780	-.19	.14
			เครื่องมือ	-0.04	.094	.707	-.22	.15
		อื่นๆโปรด ระบุ...	เครื่องมือ	-0.03	.518	.956	-1.05	.99
			เครื่องมือ	.00	.518	.993	-1.01	1.02
			เครื่องมือ	-0.01	.520	.989	-1.03	1.02
ด้านภาพรวม	เครื่องมือ ไอเอส	เครื่องมือ	.03	.518	.956	-.99	1.05	
		เครื่องมือ	-0.02	.064	.731	-.15	.10	
		เครื่องมือ	-0.06	.055	.262	-.17	.05	
		อื่นๆโปรด ระบุ...	-0.35	.340	.297	-1.02	.31	
		เครื่องมือ ดีแทค	.02	.064	.731	-.10	.15	
		เครื่องมือ	-0.04	.061	.516	-.16	.08	
	เครื่องมือ	เครื่องมือ ไอเอส	เครื่องมือ	-0.33	.341	.330	-1.00	.34
			เครื่องมือ	.06	.055	.262	-.05	.17
			เครื่องมือ	.04	.061	.516	-.08	.16
		อื่นๆโปรด ระบุ...	เครื่องมือ	-0.29	.339	.389	-.96	.37
			เครื่องมือ	.35	.340	.297	-.31	1.02
			เครื่องมือ	.33	.341	.330	-.34	1.00
	เครื่องมือ	.29	.339	.389	-.37	.96		

* The mean difference is significant at the .05 level.

Onewayสถิติ

Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
						Lower Bound	Upper Bound		
คุณค่าที่ได้รับ	เครือข่าย เอไอเอส	140	3.86	.646	.055	3.75	3.97	2	5
	เครือข่าย ดีแทค	93	3.94	.627	.065	3.81	4.07	2	5
	เครือข่าย ทรูมูฟ	164	3.84	.760	.059	3.72	3.95	2	5
	อื่นๆโปรดระบุ...	3	4.00	.667	.385	2.34	5.66	3	5
	Total	400	3.87	.690	.034	3.80	3.94	2	5
	ราคา	เครือข่าย เอไอเอส	140	3.41	.689	.058	3.29	3.52	1
	เครือข่าย ดีแทค	93	3.50	.740	.077	3.35	3.65	2	5
	เครือข่าย ทรูมูฟ	164	3.52	.721	.056	3.41	3.63	1	5
	อื่นๆโปรดระบุ...	3	3.11	1.644	.949	-.97	7.20	2	5
	Total	400	3.47	.722	.036	3.40	3.54	1	5
ความสะดวก	เครือข่าย เอไอเอส	140	3.70	.735	.062	3.57	3.82	1	5
	เครือข่าย ดีแทค	93	3.75	.715	.074	3.60	3.90	2	5
	เครือข่าย ทรูมูฟ	164	3.79	.679	.053	3.69	3.90	2	5
	อื่นๆโปรดระบุ...	3	4.33	.577	.333	2.90	5.77	4	5
	Total	400	3.75	.707	.035	3.68	3.82	1	5
	การติดต่อสื่อสารในภาพรวม	เครือข่าย เอไอเอส	140	3.66	.677	.057	3.55	3.78	1
เครือข่าย ดีแทค		93	3.58	.750	.078	3.43	3.74	1	5
เครือข่าย ทรูมูฟ		164	3.68	.654	.051	3.58	3.78	2	5
อื่นๆโปรดระบุ...		3	4.00	1.000	.577	1.52	6.48	3	5
Total		400	3.65	.686	.034	3.59	3.72	1	5
การเอาใจใส่ดูแล		เครือข่าย เอไอเอส	140	3.96	.788	.067	3.83	4.09	1

	เครือข่าย ดีแทค	93	3.98	.784	.081	3.82	4.14	1	5
	เครือข่าย ทรูมูฟ	164	3.84	.823	.064	3.72	3.97	2	5
	อื่นๆโปรด ระบุ...	3	4.11	1.262	.729	.98	7.25	3	5
	Total	400	3.92	.804	.040	3.84	4.00	1	5
การ ตอบสนอง ถึงความ ต้องการ	เครือข่าย เอไอเอส	140	3.73	.694	.059	3.62	3.85	1	5
	เครือข่าย ดีแทค	93	3.68	.740	.077	3.53	3.83	2	5
	เครือข่าย ทรูมูฟ	164	3.82	.715	.056	3.71	3.93	2	5
	อื่นๆโปรด ระบุ...	3	4.11	.839	.484	2.03	6.19	3	5
	Total	400	3.76	.715	.036	3.69	3.83	1	5
ความ สบาย	เครือข่าย เอไอเอส	140	4.03	.731	.062	3.91	4.15	2	5
	เครือข่าย ดีแทค	93	4.01	.805	.083	3.84	4.17	2	5
	เครือข่าย ทรูมูฟ	164	3.94	.671	.052	3.84	4.04	2	5
	อื่นๆโปรด ระบุ...	3	4.11	1.018	.588	1.58	6.64	3	5
	Total	400	3.99	.725	.036	3.92	4.06	2	5
ด้าน ภาพรวม	เครือข่าย เอไอเอส	140	3.76	.460	.039	3.69	3.84	2	5
	เครือข่าย ดีแทค	93	3.78	.476	.049	3.68	3.88	2	5
	เครือข่าย ทรูมูฟ	164	3.77	.489	.038	3.70	3.85	3	5
	อื่นๆโปรด ระบุ...	3	3.97	.810	.468	1.96	5.98	3	5
	Total	400	3.77	.477	.024	3.73	3.82	2	5

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
คุณค่าที่ได้รับ	Between Groups	.731	3	.244	.510	.676
	Within Groups	189.151	396	.478		
	Total	189.882	399			

ราคา	Between Groups	1.364	3	.455	.872	.456
	Within Groups	206.518	396	.522		
	Total	207.882	399			
ความสะอาด	Between Groups	1.674	3	.558	1.116	.342
	Within Groups	197.935	396	.500		
	Total	199.609	399			
การติดต่อสื่อสารในภาพรวม	Between Groups	.905	3	.302	.639	.591
	Within Groups	187.126	396	.473		
	Total	188.031	399			
การเอาใจใส่ดูแล	Between Groups	1.645	3	.548	.847	.469
	Within Groups	256.353	396	.647		
	Total	257.999	399			
การตอบสนองความต้องการ	Between Groups	1.635	3	.545	1.068	.362
	Within Groups	202.064	396	.510		
	Total	203.700	399			
ความสบาย	Between Groups	.731	3	.244	.461	.709
	Within Groups	209.214	396	.528		
	Total	209.946	399			
ด้านภาพรวม	Between Groups	.127	3	.042	.185	.906
	Within Groups	90.525	396	.229		
	Total	90.652	399			

Post Hoc Tests

Multiple Comparisons

LSD

Dependent Variable	(I) ความสนใจ	(J) ความสนใจ	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound

คุณค่าที่ได้รับ	เครือข่ายเอไอเอส	เครือข่ายดีแทค	-08	.092	.369	-26	.10
		เครือข่ายทรูมูฟ	.02	.080	.781	-13	.18
		อื่นๆโปรดระบุ...	-14	.403	.728	-93	.65
	เครือข่ายดีแทค	เครือข่ายเอไอเอส	.08	.092	.369	-10	.26
		เครือข่ายทรูมูฟ	.11	.090	.241	-07	.28
		อื่นๆโปรดระบุ...	-06	.405	.888	-85	.74
	เครือข่ายทรูมูฟ	เครือข่ายเอไอเอส	-02	.080	.781	-18	.13
		เครือข่ายดีแทค	-11	.090	.241	-28	.07
		อื่นๆโปรดระบุ...	-16	.403	.687	-95	.63
	อื่นๆโปรดระบุ...	เครือข่ายเอไอเอส	.14	.403	.728	-65	.93
		เครือข่ายดีแทค	.06	.405	.888	-74	.85
		เครือข่ายทรูมูฟ	.16	.403	.687	-63	.95
ราคา	เครือข่ายเอไอเอส	เครือข่ายดีแทค	-09	.097	.346	-28	.10
		เครือข่ายทรูมูฟ	-11	.083	.190	-27	.05
		อื่นๆโปรดระบุ...	.30	.421	.483	-53	1.12
	เครือข่ายดีแทค	เครือข่ายเอไอเอส	.09	.097	.346	-10	.28
		เครือข่ายทรูมูฟ	-02	.094	.847	-20	.17
		อื่นๆโปรดระบุ...	.39	.424	.361	-45	1.22
	เครือข่ายทรูมูฟ	เครือข่ายเอไอเอส	.11	.083	.190	-05	.27
		เครือข่ายดีแทค	.02	.094	.847	-17	.20
		อื่นๆโปรดระบุ...	.41	.421	.336	-42	1.23
	อื่นๆโปรดระบุ...	เครือข่ายเอไอเอส	-30	.421	.483	-1.12	.53
		เครือข่ายดีแทค	-39	.424	.361	-1.22	.45
		เครือข่ายทรูมูฟ	-41	.421	.336	-1.23	.42
ความสะดวก	เครือข่ายเอไอเอส	เครือข่ายดีแทค	-05	.095	.586	-24	.13
		เครือข่ายทรูมูฟ	-09	.081	.253	-25	.07
		อื่นๆโปรด	-64	.413	.124	-1.45	.18

	เครื่องข่าย ดีแทค	ระบุ... เครื่องข่ายเอ ไอเอส	.05	.095	.586	-.13	.24
		เครื่องข่าย ทรูมูฟ	-.04	.092	.651	-.22	.14
		อื่นๆโปรด ระบุ...	-.58	.415	.160	-1.40	.23
	เครื่องข่าย ทรูมูฟ	เครื่องข่ายเอ ไอเอส	.09	.081	.253	-.07	.25
		เครื่องข่าย ดีแทค	.04	.092	.651	-.14	.22
		อื่นๆโปรด ระบุ...	-.54	.412	.188	-1.35	.27
	อื่นๆโปรด ระบุ...	เครื่องข่ายเอ ไอเอส	.64	.413	.124	-.18	1.45
		เครื่องข่าย ดีแทค	.58	.415	.160	-.23	1.40
		เครื่องข่าย ทรูมูฟ	.54	.412	.188	-.27	1.35
การ ติดต่อสื่อสาร ในภาพรวม	เครื่องข่ายเอ ไอเอส	เครื่องข่าย ดีแทค	.08	.092	.399	-.10	.26
		เครื่องข่าย ทรูมูฟ	-.01	.079	.850	-.17	.14
		อื่นๆโปรด ระบุ...	-.34	.401	.400	-1.13	.45
	เครื่องข่าย ดีแทค	เครื่องข่ายเอ ไอเอส	-.08	.092	.399	-.26	.10
		เครื่องข่าย ทรูมูฟ	-.09	.089	.300	-.27	.08
		อื่นๆโปรด ระบุ...	-.42	.403	.303	-1.21	.38
	เครื่องข่าย ทรูมูฟ	เครื่องข่ายเอ ไอเอส	.01	.079	.850	-.14	.17
		เครื่องข่าย ดีแทค	.09	.089	.300	-.08	.27
		อื่นๆโปรด ระบุ...	-.32	.400	.420	-1.11	.46
	อื่นๆโปรด ระบุ...	เครื่องข่ายเอ ไอเอส	.34	.401	.400	-.45	1.13
		เครื่องข่าย ดีแทค	.42	.403	.303	-.38	1.21
		เครื่องข่าย ทรูมูฟ	.32	.400	.420	-.46	1.11
การเอาใจใส่ ดูแล	เครื่องข่ายเอ ไอเอส	เครื่องข่าย ดีแทค	-.02	.108	.834	-.23	.19
		เครื่องข่าย ทรูมูฟ	.12	.093	.211	-.07	.30
		อื่นๆโปรด ระบุ...	-.15	.469	.747	-1.07	.77
	เครื่องข่าย ดีแทค	เครื่องข่ายเอ ไอเอส	.02	.108	.834	-.19	.23

		เครือข่าย ทรมูฟ	.14	.104	.185	-.07	.34
		อื่นๆโปรด ระบุ...	-.13	.472	.785	-1.06	.80
	เครือข่าย ทรมูฟ	เครือข่ายเอ ไอเอส	-.12	.093	.211	-.30	.07
		เครือข่าย ดีแทค	-.14	.104	.185	-.34	.07
		อื่นๆโปรด ระบุ...	-.27	.469	.568	-1.19	.65
	อื่นๆโปรด ระบุ...	เครือข่ายเอ ไอเอส	.15	.469	.747	-.77	1.07
		เครือข่าย ดีแทค	.13	.472	.785	-.80	1.06
		เครือข่าย ทรมูฟ	.27	.469	.568	-.65	1.19
การตอบสนอง ความต้องการ	เครือข่ายเอ ไอเอส	เครือข่าย ดีแทค	.06	.096	.559	-.13	.24
		เครือข่าย ทรมูฟ	-.08	.082	.309	-.25	.08
		อื่นๆโปรด ระบุ...	-.38	.417	.365	-1.20	.44
	เครือข่าย ดีแทค	เครือข่ายเอ ไอเอส	-.06	.096	.559	-.24	.13
		เครือข่าย ทรมูฟ	-.14	.093	.133	-.32	.04
		อื่นๆโปรด ระบุ...	-.43	.419	.301	-1.26	.39
	เครือข่าย ทรมูฟ	เครือข่ายเอ ไอเอส	.08	.082	.309	-.08	.25
		เครือข่าย ดีแทค	.14	.093	.133	-.04	.32
		อื่นๆโปรด ระบุ...	-.29	.416	.480	-1.11	.52
	อื่นๆโปรด ระบุ...	เครือข่ายเอ ไอเอส	.38	.417	.365	-.44	1.20
		เครือข่าย ดีแทค	.43	.419	.301	-.39	1.26
		เครือข่าย ทรมูฟ	.29	.416	.480	-.52	1.11
ความสบาย	เครือข่ายเอ ไอเอส	เครือข่าย ดีแทค	.02	.097	.807	-.17	.21
		เครือข่าย ทรมูฟ	.09	.084	.272	-.07	.26
		อื่นๆโปรด ระบุ...	-.08	.424	.850	-.91	.75
	เครือข่าย ดีแทค	เครือข่ายเอ ไอเอส	-.02	.097	.807	-.21	.17
		เครือข่าย ทรมูฟ	.07	.094	.471	-.12	.25
		อื่นๆโปรด ระบุ...	-.10	.426	.808	-.94	.73

ด้านภาพรวม	เครือข่าย ทรูมูฟ	เครือข่ายเอ ไอเอส	-.09	.084	.272	-.26	.07
		เครือข่าย ดีแทค	-.07	.094	.471	-.25	.12
		อื่นๆโปรด ระบุ...	-.17	.423	.685	-1.00	.66
	อื่นๆโปรด ระบุ...	เครือข่ายเอ ไอเอส	.08	.424	.850	-.75	.91
		เครือข่าย ดีแทค	.10	.426	.808	-.73	.94
		เครือข่าย ทรูมูฟ	.17	.423	.685	-.66	1.00
	เครือข่ายเอ ไอเอส	เครือข่าย ดีแทค	-.01	.064	.839	-.14	.11
		เครือข่าย ทรูมูฟ	-.01	.055	.854	-.12	.10
		อื่นๆโปรด ระบุ...	-.20	.279	.465	-.75	.34
	เครือข่าย ดีแทค	เครือข่ายเอ ไอเอส	.01	.064	.839	-.11	.14
		เครือข่าย ทรูมูฟ	.00	.062	.963	-.12	.12
		อื่นๆโปรด ระบุ...	-.19	.280	.496	-.74	.36
	เครือข่าย ทรูมูฟ	เครือข่ายเอ ไอเอส	.01	.055	.854	-.10	.12
		เครือข่าย ดีแทค	.00	.062	.963	-.12	.12
		อื่นๆโปรด ระบุ...	-.19	.279	.487	-.74	.35
	อื่นๆโปรด ระบุ...	เครือข่ายเอ ไอเอส	.20	.279	.465	-.34	.75
		เครือข่าย ดีแทค	.19	.280	.496	-.36	.74
		เครือข่าย ทรูมูฟ	.19	.279	.487	-.35	.74

Onewayประโยชน์

Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
						Lower Bound	Upper Bound		
คุณค่าที่ได้รับ	เครือข่าย เอไอ เอส	138	3.89	.656	.056	3.78	4.00	2	5
	เครือข่าย ดีแทค	80	3.99	.637	.071	3.85	4.13	3	5

ราคา	เครื่องข่า	179	3.81	.737	.055	3.70	3.92	2	5
	ยทรมูฟ								
	อื่นๆ	3	3.78	.385	.222	2.82	4.73	3	4
	โปรด								
	ระบุ...								
	Total	400	3.87	.690	.034	3.80	3.94	2	5
ความสะอาด	เครื่องข่า	138	3.46	.674	.057	3.35	3.57	1	5
	ยเอไอ								
	เอส	80	3.46	.775	.087	3.29	3.63	1	5
	เครื่องข่า	179	3.49	.734	.055	3.39	3.60	1	5
	ยทรมูฟ								
	อื่นๆ	3	3.00	.882	.509	.81	5.19	2	4
	โปรด								
	ระบุ...								
	Total	400	3.47	.722	.036	3.40	3.54	1	5
การติดต่อสื่อสาร ในภาพรวม	เครื่องข่า	138	3.75	.749	.064	3.62	3.87	1	5
	ยเอไอ								
	เอส	80	3.71	.686	.077	3.56	3.86	2	5
	เครื่องข่า	179	3.77	.686	.051	3.67	3.87	2	5
	ยทรมูฟ								
	อื่นๆ	3	4.22	.694	.401	2.50	5.95	4	5
	โปรด								
	ระบุ...								
	Total	400	3.75	.707	.035	3.68	3.82	1	5
การเอาใจใส่ ดูแล	เครื่องข่า	138	3.66	.616	.052	3.55	3.76	2	5
	ยเอไอ								
	เอส	80	3.58	.761	.085	3.41	3.75	1	5
	เครื่องข่า	179	3.68	.707	.053	3.58	3.79	1	5
	ยทรมูฟ								
	อื่นๆ	3	3.67	.667	.385	2.01	5.32	3	4
	โปรด								
	ระบุ...								
	Total	400	3.65	.686	.034	3.59	3.72	1	5
	เครื่องข่า	138	3.91	.827	.070	3.77	4.05	1	5
	ยเอไอ								
	เอส	80	4.10	.703	.079	3.95	4.26	2	5
	เครื่องข่า	179	3.84	.816	.061	3.72	3.96	1	5
	ยทรมูฟ								
	อื่นๆ	3	4.00	1.202	.694	1.01	6.99	3	5
	โปรด								
	ระบุ...								

การ ตอบสนอง ความต้องการ	Total	400	3.92	.804	.040	3.84	4.00	1	5
	เครือข่าย ยเอไอ	138	3.77	.654	.056	3.66	3.88	2	5
	เครือข่าย ยดีแทค	80	3.70	.715	.080	3.54	3.86	2	5
	เครือข่าย ยทรูมฟ	179	3.78	.765	.057	3.66	3.89	1	5
	อื่นๆ โปรด ระบุ...	3	3.67	.333	.192	2.84	4.49	3	4
	Total	400	3.76	.715	.036	3.69	3.83	1	5
ความสบาย	เครือข่าย ยเอไอ	138	4.02	.672	.057	3.91	4.13	2	5
	เครือข่าย ยดีแทค	80	4.15	.761	.085	3.98	4.32	2	5
	เครือข่าย ยทรูมฟ	179	3.90	.740	.055	3.79	4.01	2	5
	อื่นๆ โปรด ระบุ...	3	3.67	.667	.385	2.01	5.32	3	4
	Total	400	3.99	.725	.036	3.92	4.06	2	5
	ด้านภาพรวม	เครือข่าย ยเอไอ	138	3.78	.456	.039	3.70	3.86	2
เครือข่าย ยดีแทค		80	3.81	.443	.049	3.71	3.91	3	5
เครือข่าย ยทรูมฟ		179	3.75	.507	.038	3.68	3.83	2	5
อื่นๆ โปรด ระบุ...		3	3.71	.608	.351	2.20	5.22	3	4
Total		400	3.77	.477	.024	3.73	3.82	2	5

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
คุณค่าที่ ได้รับ	Between Groups	1.905	3	.635	1.337	.262
	Within Groups	187.977	396	.475		
	Total	189.882	399			
ราคา	Between Groups	.789	3	.263	.503	.681
	Within Groups	207.093	396	.523		

	Total	207.882	399			
ความสะอาด	Between Groups	.859	3	.286	.570	.635
	Within Groups	198.750	396	.502		
	Total	199.609	399			
การติดต่อสื่อสารในภาพรวม	Between Groups	.585	3	.195	.412	.745
	Within Groups	187.446	396	.473		
	Total	188.031	399			
การเอาใจใส่ดูแล	Between Groups	3.942	3	1.314	2.048	.107
	Within Groups	254.057	396	.642		
	Total	257.999	399			
การตอบสนองความต้องการ	Between Groups	.326	3	.109	.212	.888
	Within Groups	203.373	396	.514		
	Total	203.700	399			
ความสบาย	Between Groups	3.842	3	1.281	2.461	.062
	Within Groups	206.104	396	.520		
	Total	209.946	399			
ด้านภาพรวม	Between Groups	.220	3	.073	.322	.810
	Within Groups	90.431	396	.228		
	Total	90.652	399			

Post Hoc Tests

Multiple Comparisons

LSD

Dependent Variable	(I) ประโยชน์	(J) ประโยชน์	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
คุณค่าที่ได้รับ	เครือข่ายเอไอเอส	เครือข่ายดีแทค	-.10	.097	.309	-.29	.09
		เครือข่ายทรูมูฟ	.08	.078	.291	-.07	.24
		อื่นๆโปรดระบุ...	.11	.402	.782	-.68	.90
	เครือข่ายดีแทค	เครือข่ายเอไอเอส	.10	.097	.309	-.09	.29
		เครือข่ายทรูมูฟ	.18	.093	.051	.00	.36
		อื่นๆโปรดระบุ...	.21	.405	.605	-.59	1.01
	เครือข่ายทรูมูฟ	เครือข่ายเอไอเอส	-.08	.078	.291	-.24	.07
		เครือข่ายดีแทค	-.18	.093	.051	-.36	.00
		อื่นๆโปรดระบุ...	.03	.401	.943	-.76	.82
	อื่นๆโปรดระบุ...	เครือข่ายเอไอเอส	-.11	.402	.782	-.90	.68
		เครือข่ายดีแทค	-.21	.405	.605	-1.01	.59
		เครือข่ายทรูมูฟ	-.03	.401	.943	-.82	.76
ราคา	เครือข่ายเอไอเอส	เครือข่ายดีแทค	.00	.102	.995	-.20	.20
		เครือข่ายทรูมูฟ	-.03	.082	.673	-.20	.13
		อื่นๆโปรดระบุ...	.46	.422	.278	-.37	1.29
	เครือข่ายดีแทค	เครือข่ายเอไอเอส	.00	.102	.995	-.20	.20
		เครือข่ายทรูมูฟ	-.04	.097	.718	-.23	.16
		อื่นๆโปรดระบุ...	.46	.425	.282	-.38	1.29
	เครือข่ายทรูมูฟ	เครือข่ายเอไอเอส	.03	.082	.673	-.13	.20
		เครือข่ายดีแทค	.04	.097	.718	-.16	.23
		อื่นๆโปรด	.49	.421	.242	-.33	1.32

		ระบบ...					
	อื่นๆโปรด ระบุ...	เครือข่ายเอ ไอเอส	-0.46	.422	.278	-1.29	.37
		เครือข่าย ดีแทค	-0.46	.425	.282	-1.29	.38
		เครือข่าย ทรูมูฟ	-0.49	.421	.242	-1.32	.33
ความสะดวก	เครือข่ายเอ ไอเอส	เครือข่าย ดีแทค	.04	.100	.685	-.16	.24
		เครือข่าย ทรูมูฟ	-0.02	.080	.818	-.18	.14
	อื่นๆโปรด ระบุ...	อื่นๆโปรด ระบุ...	-0.47	.413	.253	-1.29	.34
	เครือข่าย ดีแทค	เครือข่ายเอ ไอเอส	-0.04	.100	.685	-.24	.16
		เครือข่าย ทรูมูฟ	-0.06	.095	.537	-.25	.13
	อื่นๆโปรด ระบุ...	อื่นๆโปรด ระบุ...	-0.51	.417	.218	-1.33	.31
	เครือข่าย ทรูมูฟ	เครือข่ายเอ ไอเอส	.02	.080	.818	-.14	.18
		เครือข่าย ดีแทค	.06	.095	.537	-.13	.25
	อื่นๆโปรด ระบุ...	อื่นๆโปรด ระบุ...	-0.45	.412	.271	-1.27	.36
	อื่นๆโปรด ระบุ...	เครือข่ายเอ ไอเอส	.47	.413	.253	-.34	1.29
		เครือข่าย ดีแทค	.51	.417	.218	-.31	1.33
		เครือข่าย ทรูมูฟ	.45	.412	.271	-.36	1.27
การ ติดต่อสื่อสาร ในภาพรวม	เครือข่ายเอ ไอเอส	เครือข่าย ดีแทค	.08	.097	.421	-.11	.27
		เครือข่าย ทรูมูฟ	-0.02	.078	.753	-.18	.13
	อื่นๆโปรด ระบุ...	อื่นๆโปรด ระบุ...	-0.01	.402	.981	-.80	.78
	เครือข่าย ดีแทค	เครือข่ายเอ ไอเอส	-0.08	.097	.421	-.27	.11
		เครือข่าย ทรูมูฟ	-0.10	.093	.269	-.28	.08
	อื่นๆโปรด ระบุ...	อื่นๆโปรด ระบุ...	-0.09	.405	.829	-.88	.71
	เครือข่าย ทรูมูฟ	เครือข่ายเอ ไอเอส	.02	.078	.753	-.13	.18
		เครือข่าย ดีแทค	.10	.093	.269	-.08	.28
	อื่นๆโปรด ระบุ...	อื่นๆโปรด ระบุ...	.01	.401	.970	-.77	.80
	อื่นๆโปรด ระบุ...	เครือข่ายเอ ไอเอส	.01	.402	.981	-.78	.80

การเอาใจใส่ ดูแล	เครื่องขายเอ ไอเอส	เครื่องขาย ดีแทค	.09	.405	.829	-.71	.88	
		เครื่องขาย ทรูมูฟ	-.01	.401	.970	-.80	.77	
		เครื่องขาย ดีแทค	-.19	.113	.090	-.41	.03	
	เครื่องขาย ดีแทค	เครื่องขายเอ ไอเอส	เครื่องขาย ทรูมูฟ	.08	.091	.409	-.10	.25
			อื่นๆโปรด ระบุ...	-.09	.467	.853	-1.01	.83
			เครื่องขายเอ ไอเอส	.19	.113	.090	-.03	.41
	เครื่องขาย ทรูมูฟ	เครื่องขายเอ ไอเอส	เครื่องขาย ทรูมูฟ	.27(*)	.108	.014	.05	.48
			อื่นๆโปรด ระบุ...	.10	.471	.825	-.82	1.03
			เครื่องขายเอ ไอเอส	-.08	.091	.409	-.25	.10
	อื่นๆโปรด ระบุ...	เครื่องขายเอ ไอเอส	เครื่องขาย ดีแทค	-.27(*)	.108	.014	-.48	-.05
			อื่นๆโปรด ระบุ...	-.16	.466	.728	-1.08	.75
			เครื่องขายเอ ไอเอส	.09	.467	.853	-.83	1.01
การ ตอบสนอง ความ ต้องการ	เครื่องขายเอ ไอเอส	เครื่องขาย ดีแทค	-.10	.471	.825	-1.03	.82	
		เครื่องขาย ทรูมูฟ	.16	.466	.728	-.75	1.08	
		เครื่องขายเอ ไอเอส	.06	.101	.542	-.14	.26	
	เครื่องขาย ดีแทค	เครื่องขายเอ ไอเอส	เครื่องขาย ทรูมูฟ	-.01	.081	.894	-.17	.15
			อื่นๆโปรด ระบุ...	.10	.418	.813	-.72	.92
			เครื่องขายเอ ไอเอส	-.06	.101	.542	-.26	.14
	เครื่องขาย ทรูมูฟ	เครื่องขายเอ ไอเอส	เครื่องขาย ทรูมูฟ	-.07	.096	.453	-.26	.12
			อื่นๆโปรด ระบุ...	-.04	.421	.929	-.79	.87
			เครื่องขายเอ ไอเอส	.01	.081	.894	-.15	.17
	อื่นๆโปรด ระบุ...	เครื่องขายเอ ไอเอส	เครื่องขาย ดีแทค	.07	.096	.453	-.12	.26
			อื่นๆโปรด ระบุ...	.11	.417	.792	-.71	.93
			เครื่องขายเอ ไอเอส	-.10	.418	.813	-.92	.72
		เครื่องขาย ดีแทค	-.04	.421	.929	-.87	.79	

ความสบาย	เครื่องขายไอเอส	เครื่องขาย ทรูมูฟ	-.11	.417	.792	-.93	.71
		เครื่องขาย ดีแทค	-.13	.101	.213	-.33	.07
		เครื่องขาย ทรูมูฟ อื่นๆโปรด ระบุ...	.12	.082	.143	-.04	.28
	เครื่องขายดีแทค	เครื่องขายไอเอส	.35	.421	.403	-.48	1.18
		เครื่องขายทรูมูฟ	.13	.101	.213	-.07	.33
		เครื่องขายอื่นๆโปรด ระบุ...	.25(*)	.097	.011	.06	.44
	เครื่องขายทรูมูฟ	เครื่องขายไอเอส	.48	.424	.259	-.35	1.31
		เครื่องขายดีแทค	-.12	.082	.143	-.28	.04
		เครื่องขายอื่นๆโปรด ระบุ...	-.25(*)	.097	.011	-.44	-.06
	อื่นๆโปรด ระบุ...	เครื่องขายไอเอส	.23	.420	.580	-.59	1.06
		เครื่องขายดีแทค	-.35	.421	.403	-1.18	.48
		เครื่องขายทรูมูฟ	-.48	.424	.259	-1.31	.35
ด้านภาพรวม	เครื่องขายไอเอส	เครื่องขายทรูมูฟ	-.23	.420	.580	-1.06	.59
		เครื่องขายดีแทค	-.03	.067	.616	-.17	.10
		เครื่องขายทรูมูฟ อื่นๆโปรด ระบุ...	.03	.054	.618	-.08	.13
	เครื่องขายดีแทค	เครื่องขายไอเอส	.06	.279	.817	-.48	.61
		เครื่องขายทรูมูฟ	-.03	.067	.616	-.10	.17
		เครื่องขายอื่นๆโปรด ระบุ...	.06	.064	.345	-.07	.19
	เครื่องขายทรูมูฟ	เครื่องขายไอเอส	-.10	.281	.727	-.45	.65
		เครื่องขายดีแทค	-.03	.054	.618	-.13	.08
		เครื่องขายอื่นๆโปรด ระบุ...	-.06	.064	.345	-.19	.07
	อื่นๆโปรด ระบุ...	เครื่องขายไอเอส	.04	.278	.893	-.51	.58
		เครื่องขายดีแทค	-.06	.279	.817	-.61	.48
		เครื่องขายทรูมูฟ	-.10	.281	.727	-.65	.45
		เครื่องขายทรูมูฟ	-.04	.278	.893	-.58	.51

* The mean difference is significant at the .05 level.

Onewayโอกาส

Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
						Lower Bound	Upper Bound		
คุณค่าที่ได้รับ	เครือข่ายเอไอเอส	156	3.85	.651	.052	3.75	3.95	2	5
	เครือข่ายดีแทค	79	3.95	.614	.069	3.81	4.08	3	5
	เครือข่ายทรูมูฟ	165	3.86	.758	.059	3.74	3.97	2	5
	Total	400	3.87	.690	.034	3.80	3.94	2	5
ราคา	เครือข่ายเอไอเอส	156	3.54	.643	.051	3.44	3.64	2	5
	เครือข่ายดีแทค	79	3.38	.703	.079	3.22	3.53	2	5
	เครือข่ายทรูมูฟ	165	3.45	.795	.062	3.33	3.57	1	5
	Total	400	3.47	.722	.036	3.40	3.54	1	5
ความสะดวก	เครือข่ายเอไอเอส	156	3.76	.687	.055	3.66	3.87	1	5
	เครือข่ายดีแทค	79	3.71	.685	.077	3.56	3.87	2	5
	เครือข่ายทรูมูฟ	165	3.76	.740	.058	3.65	3.87	2	5
	Total	400	3.75	.707	.035	3.68	3.82	1	5
การติดต่อสื่อสารในภาพรวม	เครือข่ายเอไอเอส	156	3.69	.626	.050	3.60	3.79	2	5
	เครือข่ายดีแทค	79	3.54	.752	.085	3.37	3.71	1	5
	เครือข่ายทรูมูฟ	165	3.67	.707	.055	3.56	3.78	1	5
	Total	400	3.65	.686	.034	3.59	3.72	1	5
การเอาใจใส่ดูแล	เครือข่ายเอไอเอส	156	4.02	.737	.059	3.90	4.13	1	5
	เครือข่ายดีแทค	79	4.05	.714	.080	3.89	4.21	2	5
	เครือข่ายทรูมูฟ	165	3.76	.881	.069	3.63	3.90	1	5
	Total	400	3.92	.804	.040	3.84	4.00	1	5
การตอบสนองความต้องการ	เครือข่ายเอไอเอส	156	3.87	.663	.053	3.76	3.97	2	5

ความ สบาย	เครือข่าย ดีแทค	79	3.71	.672	.076	3.56	3.86	2	5
	เครือข่าย ทรูมูฟ	165	3.67	.769	.060	3.56	3.79	1	5
	Total	400	3.76	.715	.036	3.69	3.83	1	5
	เครือข่าย เอไอเอส	156	4.04	.636	.051	3.94	4.14	2	5
	เครือข่าย ดีแทค	79	4.09	.734	.083	3.93	4.26	2	5
ด้าน ภาพรวม	เครือข่าย ทรูมูฟ Total	165	3.89	.790	.062	3.77	4.01	2	5
	Total	400	3.99	.725	.036	3.92	4.06	2	5
	เครือข่าย เอไอเอส	156	3.82	.422	.034	3.76	3.89	3	5
	เครือข่าย ดีแทค	79	3.78	.435	.049	3.68	3.87	3	5
	เครือข่าย ทรูมูฟ Total	165	3.72	.538	.042	3.64	3.81	2	5
Total	400	3.77	.477	.024	3.73	3.82	2	5	

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
คุณค่าที่ได้รับ	Between Groups	.549	2	.275	.576	.563
	Within Groups	189.333	397	.477		
	Total	189.882	399			
ราคา	Between Groups	1.486	2	.743	1.429	.241
	Within Groups	206.396	397	.520		
	Total	207.882	399			
ความสะดวก	Between Groups	.155	2	.078	.155	.857
	Within Groups	199.453	397	.502		
	Total	199.609	399			
การ ติดต่อสื่อสาร ในภาพรวม	Between Groups	1.306	2	.653	1.388	.251
	Within Groups	186.725	397	.470		
	Total	188.031	399			

การเอาใจใส่ ดูแล	Between Groups	6.766	2	3.383	5.346	.005
	Within Groups	251.233	397	.633		
	Total	257.999	399			
การตอบสนอง ความต้องการ	Between Groups	3.174	2	1.587	3.142	.044
	Within Groups	200.526	397	.505		
	Total	203.700	399			
ความสบาย	Between Groups	2.821	2	1.410	2.703	.068
	Within Groups	207.125	397	.522		
	Total	209.946	399			
ด้านภาพรวม	Between Groups	.813	2	.406	1.796	.167
	Within Groups	89.839	397	.226		
	Total	90.652	399			

Post Hoc Tests

Multiple Comparisons

LSD

Dependent Variable	(I) โอกาส	(J) โอกาส	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
คุณค่าที่ได้รับ	เครือข่ายเอไอเอส	เครือข่ายดีแทค	-.10	.095	.310	-.28	.09
		เครือข่ายทรูมูฟ	-.01	.077	.915	-.16	.14
		เครือข่ายเอไอเอส	-.10	.095	.310	-.09	.28
	เครือข่ายดีแทค	เครือข่ายทรูมูฟ	.09	.094	.349	-.10	.27
		เครือข่ายเอไอเอส	.01	.077	.915	-.14	.16
		เครือข่ายดีแทค	-.09	.094	.349	-.27	.10
ราคา	เครือข่ายเอไอเอส	เครือข่ายดีแทค	.16	.100	.103	-.03	.36
		เครือข่ายทรูมูฟ	.09	.081	.286	-.07	.24
		เครือข่ายเอไอเอส	-.16	.100	.103	-.36	.03

	ดีแทค	เอส เครือข่าย ทรูมูฟ	-08	.099	.436	-27	.12
	เครือข่าย ทรูมูฟ	เครือข่ายเอไอ เอส	-09	.081	.286	-24	.07
		เครือข่าย ดีแทค	.08	.099	.436	-12	.27
ความสะดวก	เครือข่ายเอ ไอเอส	เครือข่าย ดีแทค	.05	.098	.596	-14	.24
		เครือข่าย ทรูมูฟ	.01	.079	.946	-15	.16
	เครือข่าย ดีแทค	เครือข่ายเอไอ เอส	-05	.098	.596	-24	.14
		เครือข่าย ทรูมูฟ	-05	.097	.632	-24	.14
	เครือข่าย ทรูมูฟ	เครือข่ายเอไอ เอส	-01	.079	.946	-16	.15
		เครือข่าย ดีแทค	.05	.097	.632	-14	.24
การ ติดต่อสื่อสาร ในภาพรวม	เครือข่ายเอ ไอเอส	เครือข่าย ดีแทค	.15	.095	.104	-03	.34
		เครือข่าย ทรูมูฟ	.03	.077	.717	-12	.18
	เครือข่าย ดีแทค	เครือข่ายเอไอ เอส	-15	.095	.104	-34	.03
		เครือข่าย ทรูมูฟ	-13	.094	.178	-31	.06
	เครือข่าย ทรูมูฟ	เครือข่ายเอไอ เอส	-03	.077	.717	-18	.12
		เครือข่าย ดีแทค	.13	.094	.178	-06	.31
การเอาใจใส่ ดูแล	เครือข่ายเอ ไอเอส	เครือข่าย ดีแทค	-03	.110	.790	-25	.19
		เครือข่าย ทรูมูฟ	.25(*)	.089	.005	.08	.43
	เครือข่าย ดีแทค	เครือข่ายเอไอ เอส	.03	.110	.790	-19	.25
		เครือข่าย ทรูมูฟ	.28(*)	.109	.010	.07	.50
	เครือข่าย ทรูมูฟ	เครือข่ายเอไอ เอส	-.25(*)	.089	.005	-.43	-.08
		เครือข่าย ดีแทค	-.28(*)	.109	.010	-.50	-.07
การ ตอบสนอง ความ ต้องการ	เครือข่ายเอ ไอเอส	เครือข่าย ดีแทค	.15	.098	.116	-.04	.35
		เครือข่าย ทรูมูฟ	.19(*)	.079	.016	.04	.35
	เครือข่าย ดีแทค	เครือข่ายเอไอ เอส	-15	.098	.116	-.35	.04

		เครือข่าย ทรูมูฟ	.04	.097	.694	-.15	.23
	เครือข่าย ทรูมูฟ	เครือข่ายเอไอ เอส	-.19(*)	.079	.016	-.35	-.04
		เครือข่าย ดีแทค	-.04	.097	.694	-.23	.15
ความสบาย	เครือข่ายเอ ไอเอส	เครือข่าย ดีแทค	-.05	.100	.586	-.25	.14
		เครือข่าย ทรูมูฟ	.15	.081	.068	-.01	.31
	เครือข่าย ดีแทค	เครือข่ายเอไอ เอส	.05	.100	.586	-.14	.25
		เครือข่าย ทรูมูฟ	.20(*)	.099	.042	.01	.40
	เครือข่าย ทรูมูฟ	เครือข่ายเอไอ เอส	-.15	.081	.068	-.31	.01
		เครือข่าย ดีแทค	-.20(*)	.099	.042	-.40	-.01
ด้านภาพรวม	เครือข่ายเอ ไอเอส	เครือข่าย ดีแทค	.05	.066	.456	-.08	.18
		เครือข่าย ทรูมูฟ	.10	.053	.059	.00	.21
	เครือข่าย ดีแทค	เครือข่ายเอไอ เอส	-.05	.066	.456	-.18	.08
		เครือข่าย ทรูมูฟ	.05	.065	.428	-.08	.18
	เครือข่าย ทรูมูฟ	เครือข่ายเอไอ เอส	-.10	.053	.059	-.21	.00
		เครือข่าย ดีแทค	-.05	.065	.428	-.18	.08

* The mean difference is significant at the .05 level.

Oneway ยอมรับ

Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
						Lower Bound	Upper Bound		
คุณค่าที่ ได้รับ	เครือข่าย เอไอ เอส	143	3.88	.688	.058	3.77	4.00	2	5
	เครือข่าย ดีแทค	55	3.96	.651	.088	3.78	4.13	3	5
	เครือข่าย ทรูมูฟ	197	3.84	.703	.050	3.74	3.94	2	5
	อื่นๆ โปรด ระบุ...	5	3.80	.767	.343	2.85	4.75	3	5

	Total	400	3.87	.690	.034	3.80	3.94	2	5
ราคา	เครื่องข่า ยเอไอ เอส	143	3.43	.705	.059	3.31	3.55	1	5
	เครื่องข่า ยดีแทค	55	3.32	.748	.101	3.12	3.52	2	5
	เครื่องข่า ยทรูมูฟ อื่นๆ	197	3.55	.727	.052	3.44	3.65	1	5
	โปรด ระบุ...	5	3.27	.435	.194	2.73	3.81	3	4
	Total	400	3.47	.722	.036	3.40	3.54	1	5
ความ สะดวก	เครื่องข่า ยเอไอ เอส	143	3.78	.706	.059	3.66	3.90	1	5
	เครื่องข่า ยดีแทค	55	3.56	.712	.096	3.37	3.75	2	5
	เครื่องข่า ยทรูมูฟ อื่นๆ	197	3.79	.697	.050	3.69	3.89	2	5
	โปรด ระบุ...	5	3.67	.972	.435	2.46	4.87	3	5
	Total	400	3.75	.707	.035	3.68	3.82	1	5
การ ติดต่อสื่อสา รใน ภาพรวม	เครื่องข่า ยเอไอ เอส	143	3.72	.624	.052	3.62	3.82	1	5
	เครื่องข่า ยดีแทค	55	3.42	.768	.104	3.21	3.63	1	5
	เครื่องข่า ยทรูมูฟ อื่นๆ	197	3.67	.702	.050	3.57	3.77	1	5
	โปรด ระบุ...	5	3.67	.408	.183	3.16	4.17	3	4
	Total	400	3.65	.686	.034	3.59	3.72	1	5
การเอาใจ ใส่ดูแล	เครื่องข่า ยเอไอ เอส	143	4.03	.763	.064	3.90	4.15	1	5
	เครื่องข่า ยดีแทค	55	4.02	.796	.107	3.81	4.24	2	5
	เครื่องข่า ยทรูมูฟ อื่นๆ	197	3.80	.827	.059	3.69	3.92	1	5
	โปรด ระบุ...	5	4.27	.596	.267	3.53	5.01	4	5
	Total	400	3.92	.804	.040	3.84	4.00	1	5
การ ตอบสนอง ความ	เครื่องข่า ยเอไอ เอส	143	3.80	.609	.051	3.70	3.90	2	5

ต้องการ									
	เครือข่าย ยดีแทค	55	3.64	.752	.101	3.43	3.84	2	5
	เครือข่าย ทรูมูฟ อื่นๆ	197	3.76	.777	.055	3.65	3.87	1	5
	โปรด ระบุ...	5	3.73	.548	.245	3.05	4.41	3	4
	Total	400	3.76	.715	.036	3.69	3.83	1	5
ความสบาย									
	เครือข่าย เอไอ เอส	143	4.09	.644	.054	3.99	4.20	2	5
	เครือข่าย ยดีแทค	55	4.15	.808	.109	3.93	4.36	2	5
	เครือข่าย ทรูมูฟ อื่นๆ	197	3.87	.740	.053	3.77	3.98	2	5
	โปรด ระบุ...	5	3.87	.803	.359	2.87	4.86	3	5
	Total	400	3.99	.725	.036	3.92	4.06	2	5
ด้าน ภาพรวม									
	เครือข่าย เอไอ เอส	143	3.82	.436	.036	3.75	3.89	3	5
	เครือข่าย ยดีแทค	55	3.72	.466	.063	3.60	3.85	3	5
	เครือข่าย ทรูมูฟ อื่นๆ	197	3.75	.508	.036	3.68	3.83	2	5
	โปรด ระบุ...	5	3.75	.467	.209	3.17	4.33	3	4
	Total	400	3.77	.477	.024	3.73	3.82	2	5

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
คุณค่าที่ได้รับ	Between Groups	.658	3	.219	.459	.711
	Within Groups	189.224	396	.478		
	Total	189.882	399			
ราคา	Between Groups	2.793	3	.931	1.797	.147
	Within Groups	205.089	396	.518		

	Total	207.882	399			
ความสะอาด	Between Groups	2.497	3	.832	1.672	.172
	Within Groups	197.112	396	.498		
	Total	199.609	399			
การติดต่อสื่อสารในภาพรวม	Between Groups	3.727	3	1.242	2.670	.047
	Within Groups	184.304	396	.465		
	Total	188.031	399			
การเอาใจใส่ดูแล	Between Groups	5.535	3	1.845	2.894	.035
	Within Groups	252.464	396	.638		
	Total	257.999	399			
การตอบสนองความต้องการ	Between Groups	1.092	3	.364	.712	.545
	Within Groups	202.607	396	.512		
	Total	203.700	399			
ความสบาย	Between Groups	5.699	3	1.900	3.683	.012
	Within Groups	204.247	396	.516		
	Total	209.946	399			
ด้านภาพรวม	Between Groups	.523	3	.174	.766	.514
	Within Groups	90.129	396	.228		
	Total	90.652	399			

Post Hoc Tests

Multiple Comparisons

LSD

Dependent Variable	(I) ยอมรับ	(J) ยอมรับ	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
คุณค่าที่ได้รับ	เครือข่ายเอไอเอส	เครือข่ายดีแทค	-.07	.110	.500	-.29	.14

		เครือข่าย ทรมูฟ	.04	.076	.561	-.11	.19
		อื่นๆโปรด ระบุ...	.08	.314	.791	-.53	.70
	เครือข่าย ดีแทค	เครือข่ายเอ ไอเอส	.07	.110	.500	-.14	.29
		เครือข่าย ทรมูฟ	.12	.105	.262	-.09	.33
		อื่นๆโปรด ระบุ...	.16	.323	.626	-.48	.79
	เครือข่าย ทรมูฟ	เครือข่ายเอ ไอเอส	-.04	.076	.561	-.19	.11
		เครือข่าย ดีแทค	-.12	.105	.262	-.33	.09
		อื่นๆโปรด ระบุ...	.04	.313	.900	-.58	.65
	อื่นๆโปรด ระบุ...	เครือข่ายเอ ไอเอส	-.08	.314	.791	-.70	.53
		เครือข่าย ดีแทค	-.16	.323	.626	-.79	.48
		เครือข่าย ทรมูฟ	-.04	.313	.900	-.65	.58
ราคา	เครือข่ายเอ ไอเอส	เครือข่าย ดีแทค	.11	.114	.336	-.11	.33
		เครือข่าย ทรมูฟ	-.12	.079	.146	-.27	.04
		อื่นๆโปรด ระบุ...	.16	.327	.616	-.48	.81
	เครือข่าย ดีแทค	เครือข่ายเอ ไอเอส	-.11	.114	.336	-.33	.11
		เครือข่าย ทรมูฟ	-.23(*)	.110	.041	-.44	-.01
		อื่นๆโปรด ระบุ...	.05	.336	.871	-.61	.72
	เครือข่าย ทรมูฟ	เครือข่ายเอ ไอเอส	.12	.079	.146	-.04	.27
		เครือข่าย ดีแทค	.23(*)	.110	.041	.01	.44
		อื่นๆโปรด ระบุ...	.28	.326	.391	-.36	.92
	อื่นๆโปรด ระบุ...	เครือข่ายเอ ไอเอส	-.16	.327	.616	-.81	.48
		เครือข่าย ดีแทค	-.05	.336	.871	-.72	.61
		เครือข่าย ทรมูฟ	-.28	.326	.391	-.92	.36
ความสะดวก	เครือข่ายเอ ไอเอส	เครือข่าย ดีแทค	.22(*)	.112	.047	.00	.44
		เครือข่าย ทรมูฟ	-.01	.078	.922	-.16	.14
		อื่นๆโปรด ระบุ...	.11	.321	.722	-.52	.75

	เครือข่าย ดีแทค	เครือข่ายเอ ไอเอส	-.22(*)	.112	.047	-.44	.00
		เครือข่าย ทรูมูฟ	-.23(*)	.108	.032	-.44	-.02
		อื่นๆโปรด ระบุ...	-.11	.330	.741	-.76	.54
	เครือข่าย ทรูมูฟ	เครือข่ายเอ ไอเอส	.01	.078	.922	-.14	.16
		เครือข่าย ดีแทค	.23(*)	.108	.032	.02	.44
		อื่นๆโปรด ระบุ...	.12	.319	.703	-.51	.75
	อื่นๆโปรด ระบุ...	เครือข่ายเอ ไอเอส	-.11	.321	.722	-.75	.52
		เครือข่าย ดีแทค	.11	.330	.741	-.54	.76
		เครือข่าย ทรูมูฟ	-.12	.319	.703	-.75	.51
การ ติดต่อสื่อสาร ในภาพรวม	เครือข่ายเอ ไอเอส	เครือข่าย ดีแทค	.30(*)	.108	.006	.09	.51
		เครือข่าย ทรูมูฟ	.05	.075	.489	-.10	.20
		อื่นๆโปรด ระบุ...	.05	.310	.863	-.56	.66
	เครือข่าย ดีแทค	เครือข่ายเอ ไอเอส	-.30(*)	.108	.006	-.51	-.09
		เครือข่าย ทรูมูฟ	-.25(*)	.104	.017	-.45	-.05
		อื่นๆโปรด ระบุ...	-.25	.319	.436	-.87	.38
	เครือข่าย ทรูมูฟ	เครือข่ายเอ ไอเอส	-.05	.075	.489	-.20	.10
		เครือข่าย ดีแทค	.25(*)	.104	.017	.05	.45
		อื่นๆโปรด ระบุ...	.00	.309	.996	-.61	.61
	อื่นๆโปรด ระบุ...	เครือข่ายเอ ไอเอส	-.05	.310	.863	-.66	.56
		เครือข่าย ดีแทค	.25	.319	.436	-.38	.87
		เครือข่าย ทรูมูฟ	.00	.309	.996	-.61	.61
การเอาใจใส่ ดูแล	เครือข่ายเอ ไอเอส	เครือข่าย ดีแทค	.00	.127	.991	-.25	.25
		เครือข่าย ทรูมูฟ	.22(*)	.088	.011	.05	.40
		อื่นๆโปรด ระบุ...	-.24	.363	.507	-.96	.47
	เครือข่าย ดีแทค	เครือข่ายเอ ไอเอส	.00	.127	.991	-.25	.25
		เครือข่าย ทรูมูฟ	.22	.122	.069	-.02	.46

		อื่นๆโปรด ระบุ...	-0.24	.373	.516	-0.98	.49
	เครือข่าย ทรมูฟ	เครือข่ายเอ ไอเอส	-0.22(*)	.088	.011	-0.40	-0.05
		เครือข่าย ดีแทค	-0.22	.122	.069	-0.46	.02
		อื่นๆโปรด ระบุ...	-0.46	.362	.200	-1.18	.25
	อื่นๆโปรด ระบุ...	เครือข่ายเอ ไอเอส	.24	.363	.507	-0.47	.96
		เครือข่าย ดีแทค	.24	.373	.516	-0.49	.98
		เครือข่าย ทรมูฟ	.46	.362	.200	-0.25	1.18
การตอบสนอง ความต้องการ	เครือข่ายเอ ไอเอส	เครือข่าย ดีแทค	.17	.113	.146	-0.06	.39
		เครือข่าย ทรมูฟ	.04	.079	.592	-0.11	.20
		อื่นๆโปรด ระบุ...	.07	.325	.833	-0.57	.71
	เครือข่าย ดีแทค	เครือข่ายเอ ไอเอส	-0.17	.113	.146	-0.39	.06
		เครือข่าย ทรมูฟ	-0.12	.109	.259	-0.34	.09
		อื่นๆโปรด ระบุ...	-0.10	.334	.772	-0.75	.56
	เครือข่าย ทรมูฟ	เครือข่ายเอ ไอเอส	-0.04	.079	.592	-0.20	.11
		เครือข่าย ดีแทค	.12	.109	.259	-0.09	.34
		อื่นๆโปรด ระบุ...	.03	.324	.935	-0.61	.66
	อื่นๆโปรด ระบุ...	เครือข่ายเอ ไอเอส	-0.07	.325	.833	-0.71	.57
		เครือข่าย ดีแทค	.10	.334	.772	-0.56	.75
		เครือข่าย ทรมูฟ	-0.03	.324	.935	-0.66	.61
ความสบาย	เครือข่ายเอ ไอเอส	เครือข่าย ดีแทค	-0.05	.114	.647	-0.28	.17
		เครือข่าย ทรมูฟ	0.22(*)	.079	.005	.07	.38
		อื่นๆโปรด ระบุ...	.23	.327	.488	-0.42	.87
	เครือข่าย ดีแทค	เครือข่ายเอ ไอเอส	.05	.114	.647	-0.17	.28
		เครือข่าย ทรมูฟ	0.27(*)	.110	.013	.06	.49
		อื่นๆโปรด ระบุ...	.28	.335	.406	-0.38	.94
	เครือข่าย ทรมูฟ	เครือข่ายเอ ไอเอส	-0.22(*)	.079	.005	-0.38	-0.07
		เครือข่าย	-0.27(*)	.110	.013	-0.49	-0.06

ด้านภาพรวม	อื่นๆโปรด ระบุ...	ดีแทค	.00	.325	.988	-.63	.64
		อื่นๆโปรด ระบุ...	เครือข่ายเอ ไอเอส	-.23	.327	.488	-.87
	เครือข่ายเอ ไอเอส	เครือข่าย ดีแทค	-.28	.335	.406	-.94	.38
		เครือข่าย ทรูมูฟ	.00	.325	.988	-.64	.63
	เครือข่ายเอ ไอเอส	เครือข่าย ดีแทค	.10	.076	.203	-.05	.25
		เครือข่าย ทรูมูฟ	.07	.052	.210	-.04	.17
	เครือข่าย ดีแทค	อื่นๆโปรด ระบุ...	.07	.217	.757	-.36	.49
		เครือข่ายเอ ไอเอส	-.10	.076	.203	-.25	.05
	เครือข่าย ทรูมูฟ	เครือข่าย ทรูมูฟ	-.03	.073	.673	-.17	.11
		อื่นๆโปรด ระบุ...	-.03	.223	.895	-.47	.41
	เครือข่าย ทรูมูฟ	เครือข่ายเอ ไอเอส	-.07	.052	.210	-.17	.04
		เครือข่าย ดีแทค	.03	.073	.673	-.11	.17
	อื่นๆโปรด ระบุ...	อื่นๆโปรด ระบุ...	.00	.216	.995	-.42	.43
		เครือข่ายเอ ไอเอส	-.07	.217	.757	-.49	.36
	เครือข่าย ทรูมูฟ	เครือข่าย ดีแทค	.03	.223	.895	-.41	.47
		เครือข่าย ทรูมูฟ	.00	.216	.995	-.43	.42

* The mean difference is significant at the .05 level.

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล นางสาววาสนา ใจโต
ที่อยู่ 18 หมู่ 6 ต.ทุ่งคอก อ.สองพี่น้อง จ.สุพรรณบุรี 72190
การศึกษา สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี
วิศวกรรมเคมีสิงทอ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี พ.ศ.2553
เบอร์โทรศัพท์ 086-5255622
อีเมล Doraemon_1310_@hotmail.com

