

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปตารางประกอบคำอธิบายแบ่งเป็น 6 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตอนที่ 4 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตอนที่ 5 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตอนที่ 6 การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยกำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

$\bar{X}$  แทน ค่าคะแนนเฉลี่ยระดับความคิดเห็น

$S.D.$  แทน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

$n$  แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

$t$  แทน ค่าสถิติทดสอบ t-test

$F$  แทน ค่าสถิติทดสอบ F-test

$\chi^2$  แทน การหาความสัมพันธ์

$V$  แทน Cramer's Vการวัดความเข้มข้นของความสัมพันธ์ทางสถิติ

$*$  แทน ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

#### 1. การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ผลการวิเคราะห์การวิเคราะห์การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าในจังหวัด  
พระนครศรีอยุธยาจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อ  
เดือน และที่อยู่อาศัย แสดงผลดังตาราง1

ตาราง1จำนวนและร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	384	100.0
1. เพศ		
ชาย	159	41.4
หญิง	225	58.6
2. อายุ		
ไม่เกิน 20 ปี	38	9.9
20 - 30 ปี	132	34.4
31 - 40 ปี	80	20.8
41 ปีขึ้นไป	134	34.9
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับระดับมัธยมศึกษา/ปวช.	134	34.9
อนุปริญญา/ปวส.	48	12.5
ปริญญาตรี	188	49.0
สูงกว่าปริญญาตรี	14	3.6
4. สถานภาพสมรส		
โสด	169	44.0
สมรส	192	50.0
หม้าย/หย่าร้าง	23	6.0
5. อาชีพ		
ข้าราชการ	151	39.3
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	21	5.4
พนักงานบริษัทเอกชน	67	17.4
ธุรกิจส่วนตัว	60	15.6
นักเรียน/นักศึกษา	42	10.9

ตาราง1(ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	384	100.0
5. (ต่อ)		
อื่นๆ ได้แก่ ลูกจ้างหน่วยงานราชการ เกษตรกร รับจ้างทั่วไป	43	11.2
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	125	32.6
10,000 - 20,000 บาท	129	33.6
20,001 - 30,000 บาท	67	17.4
30,001 บาทขึ้นไป	63	16.4
7. ที่อยู่		
เขตเมือง/ชุมชน	225	58.6
เขตนอกเมือง/นอกชุมชน (ห่างจากตลาดมากกว่า 3 กิโลเมตร)	159	41.4

จากตาราง 1 ผลการวิจัยพบว่าลูกค้าที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 58.6 อายุ 41 ปีขึ้นไป จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 34.9 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 49.0 สถานภาพสมรสแล้ว จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 อาชีพ ข้าราชการ จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 39.3 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 - 20,000 บาท จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 33.6 และมีที่อยู่ในเขตเมือง/ชุมชนจำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 58.6

## 2. การวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ผลการวิเคราะห์การวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ผู้ขอใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เครื่องที่ใช้เป็นประจำเหตุผลในการใช้โทรศัพท์มือถือ เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบัน ยี่ห้อของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบัน ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อเดือน และผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือ แสดงผลดังตาราง 2

ตาราง 2 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้าใน  
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

พฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของลูกค้า	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	384	100.0
1. ผู้ขอใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เครื่องที่ใช้ เป็นประจำ		
ขอใช้บริการด้วยตนเอง	346	90.1
สามี/ภรรยา/คู่รัก	38	9.9
2. เหตุผลในการใช้โทรศัพท์มือถือ		
เพื่อการติดต่อธุระ	198	51.6
เพื่อคุยกับเพื่อน	129	33.6
เป็นที่ยอมรับในสังคม	25	6.5
อื่น ๆ ได้แก่ เพื่อความสะดวกในการดำเนินชีวิต	32	8.3
3. เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบัน		
เอไอเอส แบบเติมเงิน	166	43.2
เอไอเอส แบบจ่ายรายเดือน	25	6.5
ดีแทค แบบเติมเงิน	76	19.8
ดีแทค แบบจ่ายรายเดือน	29	7.6
ทรู แบบเติมเงิน	74	19.3
ทรู แบบจ่ายรายเดือน	14	3.6
4. ยี่ห้อของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบัน		
โนเกีย	146	38.0
โมโตโรลา	3	0.8
โซนี่	20	5.2
ซัมซุง	102	26.6
ไอโฟน	73	19.0
แบล็คเบอร์รี่	35	9.1
อื่น ๆ ได้แก่ เอชทีซี ลีโนโว และไอ โมบาย	5	1.3

ตาราง 2(ต่อ)

พฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของลูกค้า	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	384	100.0
5. ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อเดือน		
น้อยกว่า 100 บาท	27	7.0
100 - 300 บาท	159	41.4
301 - 500 บาท	98	25.5
501 - 1,000 บาท	84	21.9
มากกว่า 1,001 บาท	16	4.2
6. ผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการเครือข่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่		
บิดา/มารดา/ญาติพี่น้อง	26	6.8
เพื่อน	23	6.0
สื่อโฆษณา	98	25.5
พนักงานขาย	13	3.4
ตัดสินใจด้วยตนเอง	176	45.8
สามี/ภรรยา/คู่รัก	45	11.7
อื่นๆ ได้แก่ ผู้ที่เคยใช้เครือข่ายต่าง ๆ มาก่อน	3	0.8

จากตาราง 2 ผลการวิจัยพบว่าพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ขอใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยตนเอง จำนวน 346 คน คิดเป็นร้อยละ 90.1 มีเหตุผลในการใช้โทรศัพท์มือถือเพื่อการติดต่อธุระ จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 51.6 เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบัน คือ เอไอเอส แบบเติมเงิน จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0 ยี่ห้อของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบัน คือ โนเกีย จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 26.3 ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อเดือน จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 41.4 และผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ คือ ตัดสินใจด้วยตนเอง จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 45.8

### 3. การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้ายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรที่ให้บริการด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ แสดงผลดังตาราง 3 - 10

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้ายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการตัดสินใจ
1. มีการบริการเสริมแบบใหม่มาให้ใช้อย่างต่อเนื่อง	3.40	0.84	ปานกลาง
2. ชื่อเสียงของตรายี่ห้อ	3.71	0.63	มาก
3. คุณภาพของสัญญาณเครือข่าย	4.23	0.78	มากที่สุด
4. ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์	3.70	0.81	มาก
5. เครือข่ายสัญญาณครอบคลุมทุกพื้นที่	4.34	0.67	มากที่สุด
6. ซิมการ์ดหาซื้อได้ง่าย	3.91	0.79	มาก
โดยรวม	3.88	0.44	มาก

จากตาราง 3 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้ายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวม ลูกค้ายมีการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.88, S.D. = 0.44$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือเครือข่ายสัญญาณครอบคลุมทุกพื้นที่ ( $\bar{X} = 4.34$ ) รองลงมา คุณภาพของสัญญาณเครือข่าย ( $\bar{X} = 4.23$ ) และน้อยที่สุดในข้อ มีการบริการเสริมแบบใหม่มาให้ใช้อย่างต่อเนื่อง ( $\bar{X} = 3.40$ )

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้ายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านราคา

ด้านราคา	$\bar{X}$	<i>S.D.</i>	ระดับ การตัดสินใจ
1. สามารถชำระค่าบริการผ่านอินเทอร์เน็ตออนไลน์ได้	3.43	0.89	มาก
2. สามารถกำหนดค่าใช้จ่ายในการใช้โทรศัพท์ตามโปรโมชั่นที่เหมาะสม	3.79	0.75	มาก
3. ค่าบริการมีความเหมาะสม	3.53	0.96	มาก
4. ราคาบริการถูกกว่าเครือข่ายอื่น	3.58	0.91	มาก
5. สามารถตรวจสอบค่าบริการได้ตลอดเวลา	3.72	0.93	มาก
โดยรวม	3.61	0.74	มาก

จากตาราง 4 โดยรวม และเป็นรายชื่อ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านราคา อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.61, S.D. = 0.74$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือสามารถกำหนดค่าใช้จ่ายในการใช้โทรศัพท์ตามโปรโมชั่นที่เหมาะสม ( $\bar{X} = 4.79$ ) รองลงมา สามารถตรวจสอบค่าบริการได้ตลอดเวลา ( $\bar{X} = 4.72$ ) และน้อยที่สุดในข้อ สามารถชำระค่าบริการผ่านอินเทอร์เน็ตออนไลน์ได้ ( $\bar{X} = 4.43$ )

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	$\bar{X}$	<i>S.D.</i>	ระดับ การตัดสินใจ
1. มีศูนย์บริการครอบคลุมทุกพื้นที่	3.83	0.86	มาก
2. ศูนย์บริการตั้งอยู่ในตำแหน่งที่หาง่าย	3.71	0.84	มาก
3. ศูนย์บริการมีสีสันทันที่เป็นเอกลักษณ์ของเครือข่าย	3.74	0.77	มาก
4. สามารถโทรติดต่อศูนย์บริการได้ตลอดเวลา	3.72	0.75	มาก
5. สามารถติดต่อศูนย์บริการได้ทุกที่	3.81	0.74	มาก
โดยรวม	3.76	0.64	มาก

จากตาราง 5 โดยรวม และเป็นรายชื่อ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.76, S.D. = 0.64$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือมีศูนย์บริการครอบคลุมทุกพื้นที่ ( $\bar{X} = 3.83$ ) รองลงมา สามารถติดต่อศูนย์บริการได้ทุกที่ ( $\bar{X} = 3.81$ ) และน้อยที่สุดในข้อศูนย์บริการตั้งอยู่ในตำแหน่งที่หาง่าย ( $\bar{X} = 3.71$ )

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาด้านการส่งเสริมการตลาด



ด้านการส่งเสริมการตลาด	$\bar{X}$	<i>S.D.</i>	ระดับ การตัดสินใจ
1. มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ	3.83	0.66	มาก
2. มีการลดราคา หรือแจกของขวัญ ในโอกาสพิเศษ	3.74	0.93	มาก
3. มีบริการเสริม เช่น การส่งข้อความ เสี่ยงรอสาย	3.93	0.86	มาก
4. มีการแถมเวลาในการใช้โทรศัพท์เมื่อใช้บริการครบตาม กำหนด	3.77	0.91	มาก
5. มีการแจกบัตรลดราคาซึ่งสามารถใช้กับร้านค้าที่เข้าร่วม โปรโมชั่น	3.77	1.04	มาก
โดยรวม	3.81	0.71	มาก

จากตาราง 6 โดยรวม และเป็นรายชื่อ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.81, S.D. = 0.71$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือมีบริการเสริม เช่น การส่งข้อความ เสี่ยงรอสาย ( $\bar{X} = 3.93$ ) รองลงมา มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ( $\bar{X} = 3.83$ ) และน้อยที่สุดในข้อ มีการลดราคา หรือแจกของขวัญ ในโอกาสพิเศษ ( $\bar{X} = 3.74$ )

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาด้านบุคลากร

ด้านบุคลากร	$\bar{X}$	<i>S.D.</i>	ระดับ การตัดสินใจ
1. พนักงานมีความชำนาญในการให้บริการ	3.64	0.97	มาก
2. พนักงานมีบุคลิกที่ดี แต่งกายเรียบร้อย	3.65	0.84	มาก
3. พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	3.82	0.85	มาก
4. พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	3.78	0.82	มาก
5. พนักงานให้บริการด้วยความรวดเร็ว	3.16	1.14	ปานกลาง
โดยรวม	3.61	0.68	มาก

จากตาราง 7 โดยรวม และเป็นรายชื่อ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านบุคลากร อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.61, S.D.=0.68$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ( $\bar{X} = 3.82$ ) รองลงมา พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ( $\bar{X} = 3.78$ ) และน้อยที่สุดในข้อ พนักงานให้บริการด้วยความรวดเร็ว ( $\bar{X} = 3.16$ )

ตาราง 8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านลักษณะทางกายภาพ

ด้านลักษณะทางกายภาพ	$\bar{X}$	<i>S.D.</i>	ระดับ การตัดสินใจ
1. มีที่นั่งรอสั่งอย่างเพียงพอ	3.76	0.78	มาก
2. สถานที่มีบรรยากาศที่ดี	3.70	0.84	มาก
3. มีสิ่งอำนวยความสะดวกเมื่อต้องรอ เช่น หนังสือ โทรทัศน์	3.65	0.83	มาก
4. เครื่องมือ/อุปกรณ์ในการให้บริการทันสมัย	3.88	0.87	มาก
5. สถานที่สะอาดเรียบร้อย	4.01	0.69	มาก
โดยรวม	3.80	0.71	มาก

จากตาราง 8 โดยรวม และเป็นรายชื่อ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.80, S.D. = 0.71$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อพบว่าชื่อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือสถานที่สะอาดเรียบร้อย ( $\bar{X} = 4.01$ ) รองลงมา เครื่องมือ/อุปกรณ์ในการให้บริการทันสมัย ( $\bar{X} = 3.88$ ) และน้อยที่สุดในชื่อ มีสิ่งอำนวยความสะดวกเมื่อต้องรอ เช่น หนังสือ โทรทัศน์ ( $\bar{X} = 3.65$ )

ตาราง 9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านกระบวนการในการให้บริการ

ด้านกระบวนการในการให้บริการ	$\bar{X}$	<i>S.D.</i>	ระดับ การตัดสินใจ
1. มีการให้บริการอย่างเสมอภาค เท่าเทียมกัน	3.74	0.78	มาก
2. ขั้นตอนการให้บริการสะดวก	3.83	0.85	มาก
3. การให้บริการในขั้นตอนต่าง ๆ มีความถูกต้อง	3.97	0.85	มาก
4. มีการให้บริการอย่างรวดเร็ว	3.84	0.93	มาก
5. มีจุดบริการที่เสร็จในจุดเดียว	3.66	0.85	มาก
โดยรวม	3.81	0.66	มาก

จากตาราง 9 โดยรวม และเป็นรายชื่อ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านกระบวนการในการให้บริการอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.81, S.D. = 0.66$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือการให้บริการในขั้นตอนต่าง ๆ มีความถูกต้อง ( $\bar{X} = 3.97$ ) รองลงมา มีการให้บริการอย่างรวดเร็ว ( $\bar{X} = 3.84$ ) และน้อยที่สุดในข้อ มีจุดบริการที่เสร็จในจุดเดียว ( $\bar{X} = 3.66$ )

ตาราง 10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวม

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ การตัดสินใจ
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.88	0.44	มาก
2. ด้านราคา	3.61	0.74	มาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.76	0.64	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.81	0.71	มาก
5. ด้านบุคลากรที่ให้บริการ	3.61	0.68	มาก
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.80	0.71	มาก
7. ด้านกระบวนการให้บริการ	3.81	0.66	มาก
โดยรวม	3.75	0.30	มาก

จากตาราง 10 โดยรวม และเป็นรายด้าน พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.75, S.D. = 0.30$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือด้านผลิตภัณฑ์ ( $\bar{X} = 3.88$ ) รองลงมา ด้านการส่งเสริมการตลาด ( $\bar{X} = 3.81$ ) และด้านกระบวนการให้บริการ ( $\bar{X} = 3.81$ ) และน้อยที่สุดในด้านราคา ( $\bar{X} = 3.61$ ) และ ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ( $\bar{X} = 3.61$ )

#### 4. การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ จำแนกตาม ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ ซึ่งมีสมมติฐานทางการวิจัย และผลการเปรียบเทียบ แสดงผลดังตาราง 11-30 ดังนี้

$H_0$ : ลูกค้าที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ลูกค้าที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่แตกต่างกัน

ตาราง 11 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่	เพศ				t	Sig.
	ชาย N = 159		หญิง n = 225			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.93	0.33	3.85	0.50	1.778	.076
2. ด้านราคา	3.63	0.73	3.59	0.74	.522	.602
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.70	0.66	3.80	0.62	-1.534	.126
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.82	0.61	3.80	0.77	.293	.770
5. ด้านบุคลากรที่ให้บริการ	3.61	0.71	3.61	0.66	.011	.991
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.87	0.55	3.75	0.81	1.579	.115
7. ด้านกระบวนการให้บริการ	3.79	0.68	3.82	0.65	-3.13	.754
โดยรวม	3.76	0.28	3.74	0.32	.621	.535

จากตาราง 11 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ จำแนกตามเพศด้วยค่าสถิติ Independent sample t-test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 พบว่าโดยรวมค่า Sig. ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่  $\alpha = .05$  และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านทั้ง 7 ด้านพบว่าค่า Sig. ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่า ลูกค้า ที่มีเพศต่างกัน ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 12 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่		SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	1.01	3	0.34	1.73	0.16
	ภายในกลุ่ม	74.00	380	0.19		
	รวม	75.01	383			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	0.46	3	0.15	0.28	0.84
	ภายในกลุ่ม	207.02	380	0.54		
	รวม	207.49	383			
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	0.96	3	0.32	0.78	0.51
	ภายในกลุ่ม	156.31	380	0.41		
	รวม	157.27	383			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	11.89	3	3.96	8.34	0.00*
	ภายในกลุ่ม	180.58	380	0.48		
	รวม	192.47	383			
5. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	0.20	3	0.07	0.14	0.93
	ภายในกลุ่ม	178.89	380	0.47		
	รวม	179.09	383			
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	5.13	3	1.71	3.42	0.02*
	ภายในกลุ่ม	189.79	380	0.50		
	รวม	194.92	383			
7. ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.11	3	0.37	0.85	0.47
	ภายในกลุ่ม	164.96	380	0.43		
	รวม	166.07	383			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	1.02	3	0.34	3.78	0.01*
	ภายในกลุ่ม	34.26	380	0.09		
	รวม	35.29	383			

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ.05

จากตาราง 12 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำแนกตามอายุด้วยค่าสถิติ One -Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

พบว่าโดยรวมค่า Sig. ที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ 0.01 ซึ่งน้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่  $\alpha = .05$  และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านมี 5 ด้าน ที่ค่า Sig. มีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากรและด้านกระบวนการให้บริการ แสดงว่า ลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากรและด้านกระบวนการให้บริการ ไม่แตกต่างกัน แต่มี 2 ด้านมีค่า Sig. ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านลักษณะทางกายภาพ แสดงว่า ลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านลักษณะทางกายภาพ แตกต่างกัน เพื่อให้ทราบว่า มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านลักษณะทางกายภาพคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน ดังนั้น จึงทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Fisher 's LSD procedure ได้ผลแสดงดังตาราง 13 - 14

ตาราง 13 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD

อายุ	ไม่เกิน 20 ปี	20 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 ปีขึ้นไป
1. ไม่เกิน 20 ปี				
2. 20 - 30 ปี				.4164*
3. 31 - 40 ปี				.2819*
4. 41 ปีขึ้นไป				

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ.05

จากตาราง 13 ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD พบว่า มีคู่ที่แตกต่างกัน ได้แก่ 1) ลูกค้าที่อายุ 20 - 30 ปี มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านการส่งเสริมการตลาด มากกว่าลูกค้าที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป (.4164) และ 2) ลูกค้าที่อายุ 31 - 40 ปี มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านการส่งเสริมการตลาด มากกว่าลูกค้าที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป (.2819)



ตาราง 14 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่าย  
โทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอายุเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD

อายุ	ไม่เกิน 20 ปี	20 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 ปีขึ้นไป
1. ไม่เกิน 20 ปี				
2. 20 - 30 ปี				.2143*
3. 31 - 40 ปี				.2717*
4. 41 ปีขึ้นไป				

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ.05

จากตาราง 14 ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอายุเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD พบว่ามีคู่ที่แตกต่างกันได้แก่ 1) ลูกค้ายี่อายุ 20 - 30 ปี มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านลักษณะทางกายภาพ มากกว่าลูกค้ายี่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป (.2143) และ 2) ลูกค้ายี่อายุ 31 - 40 ปี มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านลักษณะทางกายภาพ มากกว่าลูกค้ายี่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป (.2717)

ตาราง 15 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่		SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	7.37	3	2.46	13.79	0.00*
	ภายในกลุ่ม	67.65	380	0.18		
	รวม	75.01	383			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	0.78	3	0.26	0.48	0.70
	ภายในกลุ่ม	206.71	380	0.54		
	รวม	207.49	383			
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	1.79	3	0.60	1.46	0.23
	ภายในกลุ่ม	155.48	380	0.41		
	รวม	157.27	383			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	46.86	3	15.62	40.77	0.00*
	ภายในกลุ่ม	145.60	380	0.38		
	รวม	192.47	383			
5. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	1.89	3	0.63	1.35	0.26
	ภายในกลุ่ม	177.20	380	0.47		
	รวม	179.09	383			
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	42.88	3	14.29	35.73	0.00*
	ภายในกลุ่ม	152.04	380	0.40		
	รวม	194.92	383			
7. ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2.52	3	0.84	1.95	0.12
	ภายในกลุ่ม	163.54	380	0.43		
	รวม	166.07	383			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	4.53	3	1.51	18.64	0.00*
	ภายในกลุ่ม	30.76	380	0.08		
	รวม	35.29	383			

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 15 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ จำแนกตามระดับการศึกษา ด้วยค่าสถิติ One -Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญ

ทางสถิติ .05 พบว่า โดยรวมค่า Sig. ที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่  $\alpha = .05$  และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านมี 4 ด้าน ที่ค่า Sig. มีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการให้บริการ แสดงว่า ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการให้บริการ ไม่แตกต่างกัน แต่มี 3 ด้านมีค่า Sig. ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านลักษณะทางกายภาพ แสดงว่า ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านลักษณะทางกายภาพ แตกต่างกันไป เพื่อให้ทราบว่า มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านลักษณะทางกายภาพ คู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน ดังนั้น จึงทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Fisher's LSD procedure ได้ผลแสดงดังตาราง 16- 18

ตาราง 16 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD

ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ		สูงกว่า	
	ระดับมัธยมศึกษา/ปวช.	อนุปริญญา/ปวส.	ปริญญาตรี	ปริญญาตรี
1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับระดับมัธยมศึกษา/ปวช.				.2870*
2. อนุปริญญา/ปวส.	.1481*			.4350*
3. ปริญญาตรี	.2488*			.5357*
4. สูงกว่าปริญญาตรี				

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ.05

จากตาราง 16 ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD พบว่า มีคู่ที่แตกต่างกันได้แก่ 1) ลูกค้าที่มีระดับการศึกษา ต่ำกว่าหรือเท่ากับระดับ

มัธยมศึกษา/ปวช. มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านผลิตภัณ์ท์มากกว่าลูกค้าที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี (.2870) 2)ลูกค้าที่มีระดับการศึกษา อนุปริญญา/ปวส. มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านผลิตภัณ์ท์มากกว่าลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเท่ากับระดับมัธยมศึกษา/ปวช. (.1481) และสูงกว่าปริญญาตรี(.4350) และ3)ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านผลิตภัณ์ท์มากกว่าลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเท่ากับระดับมัธยมศึกษา/ปวช. (.2488) และสูงกว่าปริญญาตรี (.5357)

ตาราง 17การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD

ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ		สูงกว่า	
	ระดับมัธยมศึกษา/ปวช.	อนุปริญญา/ปวส.	ปริญญาตรี	ปริญญาตรี
1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับระดับมัธยมศึกษา/ปวช.				.7407*
2. อนุปริญญา/ปวส.	.7831*		.2688*	1.5238*
3. ปริญญาตรี	.5143*			1.2550*
4. สูงกว่าปริญญาตรี				

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ.05

จากตาราง 17ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSDพบว่า มีคู่ที่แตกต่างกัน ได้แก่ 1) ลูกค้าที่มีระดับการศึกษา ต่ำกว่าหรือเท่ากับระดับมัธยมศึกษา/ปวช. มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด มากกว่าลูกค้าที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี (.7407) 2)ลูกค้าที่มีระดับการศึกษา อนุปริญญา/ปวส. มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด มากกว่าลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเท่ากับระดับมัธยมศึกษา/ปวช.

(.7831) ปริญญาตรี (.2688) และสูงกว่าปริญญาตรี (1.5238) และ 3) ลูกค้ำที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด มากกว่าลูกค้ำที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเท่ากับระดับมัธยมศึกษา/ปวช. (.5143) และสูงกว่าปริญญาตรี (1.2550)

ตาราง 18 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD

ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ ระดับมัธยมศึกษา/ ปวช.	อนุปริญญา/ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับระดับ มัธยมศึกษา/ปวช.				.9058*
2. อนุปริญญา/ปวส.	.7073*		.2810*	1.6131*
3. ปริญญาตรี	.4263*			1.3321*
4. สูงกว่าปริญญาตรี				

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ.05

จากตาราง 18 ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD พบว่า มีคู่ที่แตกต่างกัน ได้แก่ 1) ลูกค้ำที่มีระดับการศึกษา ต่ำกว่าหรือเท่ากับระดับมัธยมศึกษา/ปวช. มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านลักษณะทางกายภาพ มากกว่าลูกค้ำที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี (.9058) 2) ลูกค้ำที่มีระดับการศึกษาอนุปริญญา/ปวส. มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านลักษณะทางกายภาพ มากกว่าลูกค้ำที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเท่ากับระดับมัธยมศึกษา/ปวช. (.7073) ปริญญาตรี (.2810) และสูงกว่าปริญญาตรี (1.6131) และ 3) ลูกค้ำที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านลักษณะทางกายภาพ มากกว่า

ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเท่ากับระดับมัธยมศึกษา/ปวช. (.4263) และสูงกว่าปริญญาตรี (1.3321)

ตาราง 19 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำแนกตาม  
สถานภาพสมรส

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่		SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	10.06	2	5.03	29.50	0.00*
	ภายในกลุ่ม	64.96	381	0.17		
	รวม	75.01	383			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	0.14	2	0.07	0.12	0.88
	ภายในกลุ่ม	207.35	381	0.54		
	รวม	207.49	383			
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	0.62	2	0.31	0.75	0.47
	ภายในกลุ่ม	156.65	381	0.41		
	รวม	157.27	383			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	24.74	2	12.37	28.10	0.00*
	ภายในกลุ่ม	167.72	381	0.44		
	รวม	192.47	383			
5. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	0.89	2	0.44	0.95	0.39
	ภายในกลุ่ม	178.21	381	0.47		
	รวม	179.09	383			
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	0.94	2	0.47	0.92	0.40
	ภายในกลุ่ม	193.98	381	0.51		
	รวม	194.92	383			
7. ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.01	2	0.00	0.01	0.99
	ภายในกลุ่ม	166.06	381	0.44		
	รวม	166.07	383			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	1.19	2	0.60	6.65	0.00*
	ภายในกลุ่ม	34.09	381	0.09		
	รวม	35.29	383			

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 19 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำแนกตามสถานภาพสมรสด้วยค่าสถิติ One -Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญ

ทางสถิติ .05 พบว่า โดยรวมค่า Sig. ที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่  $\alpha = .05$  และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านมี 5 ด้าน ที่ค่า Sig. มีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ แสดงว่า ลูกค้ำที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ ไม่แตกต่างกัน แต่มี 2 ด้านมีค่า Sig. ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาด แสดงว่า ลูกค้ำที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกัน เพื่อให้ทราบว่า มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาด คู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน ดังนั้น จึงทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Fisher's LSD procedure ได้ผลแสดงดังตาราง 20- 21

ตาราง 20 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามสถานภาพสมรสเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD

สถานภาพสมรส	โสด	สมรส	หม้าย/หย่าร้าง
1. โสด		.3287*	
2. สมรส			
3. หม้าย/หย่าร้าง		.2804*	

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ.05

จากตาราง 20 ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามสถานภาพสมรสเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD พบว่ามีคู่ที่แตกต่างกัน ได้แก่ 1) ลูกค้ำที่มีสถานภาพโสด มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านผลิตภัณฑ์ มากกว่าลูกค้ำที่มีสถานภาพสมรสแล้ว (.3287) และ 2) ลูกค้ำที่มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านผลิตภัณฑ์ มากกว่าลูกค้ำที่มีสถานภาพสมรสแล้ว (.2804)



ตาราง 21 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่าย  
โทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามสถานภาพสมรสเป็นรายคู่ด้วยวิธี  
Fisher's LSD

สถานภาพสมรส	โสด	สมรส	หม้าย/หย่าร้าง
1. โสด		.3419*	.9932*
2. สมรส			.6513*
3. หม้าย/หย่าร้าง			

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ.05

จากตาราง 21 ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามสถานภาพสมรสเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD พบว่ามีคู่ที่แตกต่างกันได้แก่ 1) ลูกค้ำที่มีสถานภาพโสด มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านการส่งเสริมการตลาด มากกว่าลูกค้ำที่มีสถานภาพสมรสแล้ว (.3419) และหม้าย/หย่าร้าง (.9932) และ 2) ลูกค้ำที่มีสถานภาพสมรสแล้ว มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านการส่งเสริมการตลาด มากกว่าลูกค้ำที่มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง (.6513)

ตาราง 22 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่		SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	10.72	5	2.14	12.60	0.00*
	ภายในกลุ่ม	64.30	378	0.17		
	รวม	75.01	383			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	2.26	5	0.45	0.83	0.53
	ภายในกลุ่ม	205.23	378	0.54		
	รวม	207.49	383			
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	1.70	5	0.34	0.83	0.53
	ภายในกลุ่ม	155.57	378	0.41		
	รวม	157.27	383			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	11.38	5	2.28	4.75	0.00*
	ภายในกลุ่ม	181.08	378	0.48		
	รวม	192.47	383			
5. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	2.67	5	0.53	1.14	0.34
	ภายในกลุ่ม	176.42	378	0.47		
	รวม	179.09	383			
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	10.04	5	2.01	4.11	0.00*
	ภายในกลุ่ม	184.88	378	0.49		
	รวม	194.92	383			
7. ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	4.81	5	0.96	2.25	0.05*
	ภายในกลุ่ม	161.26	378	0.43		
	รวม	166.07	383			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	2.15	5	0.43	4.90	0.00*
	ภายในกลุ่ม	33.14	378	0.09		
	รวม	35.29	383			

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 22 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำแนกตามอาชีพด้วยค่าสถิติ One -Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 พบว่า โดยรวมค่า Sig. ที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่

$\alpha = .05$  และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านมี 3 ด้าน ที่ค่า Sig. มีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านบุคลากร แสดงว่า ลูกค้ำที่มีอาชีพต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านบุคลากร ไม่แตกต่างกัน แต่มี 4 ด้านมีค่า Sig. ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ แสดงว่า ลูกค้ำที่มีอาชีพต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการแตกต่างกัน เพื่อให้ทราบว่า มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน ดังนั้น จึงทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Fisher's LSD procedure ได้ผลแสดงดังตาราง 23- 26

ตาราง 23 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD

อาชีพ	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	นักเรียน / นักศึกษา	อื่น ๆ
1. ข้าราชการ						.2912*
2. พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	.5581*		.3643*	.4924*	.4646*	.8493*
3. พนักงาน บริษัทเอกชน	.1938*					.4850*
4. ธุรกิจส่วนตัว						.3569*
5. นักเรียน/ นักศึกษา						.3847*
6. อื่น ๆ						

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 23 ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD พบว่า มีคู่ที่แตกต่างกัน ได้แก่ 1) ลูกค้ำที่มีอาชีพเป็นข้าราชการ มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านผลิตภัณฑ์มากกว่า ลูกค้ำที่มีอาชีพอื่น ๆ (.2912) 2) ลูกค้ำที่มีอาชีพเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านผลิตภัณฑ์มากกว่า ลูกค้ำที่มีอาชีพ ข้าราชการ(.5581) พนักงานบริษัทเอกชน(.3643) ธุรกิจส่วนตัว (.4924) นักเรียน / นักศึกษา(.4646) และ อาชีพอื่น ๆ (.8493) 3) ลูกค้ำที่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านผลิตภัณฑ์มากกว่า ลูกค้ำที่มีอาชีพ อื่น ๆ (.3569) และ 4) ลูกค้ำที่มีอาชีพเป็นนักเรียน / นักศึกษา มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านผลิตภัณฑ์มากกว่า ลูกค้ำที่มีอาชีพ อื่น ๆ (.3847)

ตาราง 24 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD

อาชีพ	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	นักเรียน / นักศึกษา	อื่น ๆ
1. ข้าราชการ						.3758*
2. พนักงาน รัฐวิสาหกิจ						.7448*
3. พนักงาน บริษัทเอกชน						.5035*
4. ธุรกิจส่วนตัว						.4845*
5. นักเรียน/ นักศึกษา						.5002*
6. อื่น ๆ						

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 24 ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD พบว่ามีคู่ที่แตกต่างกัน ได้แก่ 1) ลูกค้ำที่มีอาชีพเป็นข้าราชการ มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านส่งเสริมการตลาด มากกว่า ลูกค้ำที่มีอาชีพอื่น ๆ (.3758) 2) ลูกค้ำที่มีอาชีพเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านส่งเสริมการตลาด มากกว่า ลูกค้ำที่มีอาชีพอื่น ๆ (.7448) 3) ลูกค้ำที่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านส่งเสริมการตลาด มากกว่า ลูกค้ำที่มีอาชีพ อื่น ๆ (.5035) 4) ลูกค้ำที่มีอาชีพเป็นธุรกิจส่วนตัวมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านส่งเสริมการตลาด มากกว่า ลูกค้ำที่มีอาชีพ อื่น ๆ (.4845) และ 5) ลูกค้ำที่มีอาชีพเป็นนักเรียน / นักศึกษา มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านส่งเสริมการตลาด มากกว่า ลูกค้ำที่มีอาชีพ อื่น ๆ (.5002)

ตาราง 25 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD

อาชีพ	ข้าราชการ	พนักงาน	พนักงาน	ธุรกิจ	นักเรียน /	อื่น ๆ
-------	-----------	---------	---------	--------	------------	--------

	รัฐวิสาหกิจ	บริษัทเอกชน	ส่วนตัว	นักศึกษา
1. ข้าราชการ			.2275*	.2666*
2. พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	.6531*	.7213*	.8806*	.7463*
3. พนักงาน บริษัทเอกชน				.9197*
4. ธุรกิจส่วนตัว				
5. นักเรียน/ นักศึกษา				
6. อื่น ๆ				

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 25 ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอาชีพเป็นรายกลุ่มด้วยวิธี Fisher's LSD พบว่ามีคู่ที่แตกต่างกันได้แก่ 1) ลูกค้ำที่มีอาชีพเป็นข้าราชการ มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านลักษณะทางกายภาพ มากกว่า ลูกค้ำที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว (.2275) และ อื่น ๆ (.2666) และ 2) ลูกค้ำที่มีอาชีพเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านลักษณะทางกายภาพ มากกว่า ลูกค้ำที่มีข้าราชการ (.6531) พนักงานบริษัทเอกชน (.7213) ธุรกิจส่วนตัว (.8806) นักเรียน / นักศึกษา (.7463) และ อื่น ๆ (.9197)

ตาราง 26 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านกระบวนการในการให้บริการ จำแนกตามอาชีพเป็นรายกลุ่มด้วยวิธี Fisher's LSD

อาชีพ	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	นักเรียน / นักศึกษา	อื่น ๆ
1. ข้าราชการ				.2918*		
2. พนักงาน รัฐวิสาหกิจ						
3. พนักงาน บริษัทเอกชน						
4. ธุรกิจส่วนตัว						
5. นักเรียน/ นักศึกษา						
6. อื่น ๆ						

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 26 ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านกระบวนการในการให้บริการ จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD พบว่ามีคู่ที่แตกต่างกันได้แก่ ลูกค้ำที่มีอาชีพเป็นข้าราชการ มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านกระบวนการในการให้บริการ มากกว่า ลูกค้ำที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว (.2918)

ตาราง 27 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่		SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	2.33	3	0.78	4.06	0.01*
	ภายในกลุ่ม	72.68	380	0.19		
	รวม	75.01	383			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	1.46	3	0.49	0.89	0.44
	ภายในกลุ่ม	206.03	380	0.54		
	รวม	207.49	383			
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	0.66	3	0.22	0.53	0.66
	ภายในกลุ่ม	156.61	380	0.41		
	รวม	157.27	383			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	3.57	3	1.19	2.39	0.07
	ภายในกลุ่ม	188.90	380	0.50		
	รวม	192.47	383			
5. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	1.05	3	0.35	0.75	0.52
	ภายในกลุ่ม	178.04	380	0.47		
	รวม	179.09	383			
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	10.70	3	3.57	7.36	0.00*
	ภายในกลุ่ม	184.22	380	0.48		
	รวม	194.92	383			
7. ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.87	3	0.62	1.45	0.23
	ภายในกลุ่ม	164.19	380	0.43		
	รวม	166.07	383			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	1.09	3	0.36	4.05	0.01*
	ภายในกลุ่ม	34.19	380	0.09		
	รวม	35.29	383			

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 27 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนด้วยค่าสถิติ One -Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 พบว่า โดยรวมค่า Sig. ที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ 0.01 ซึ่งน้อยกว่าค่านัยสำคัญ



ทางสถิติที่กำหนดไว้ที่  $\alpha = .05$  และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านมี 5 ด้าน ที่ค่า Sig. มีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรที่ให้บริการ และ ด้านกระบวนการให้บริการแสดงว่า ลูกค้ำที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรที่ให้บริการ และ ด้านกระบวนการให้บริการไม่แตกต่างกัน แต่มี 2 ด้านมีค่า Sig. ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านลักษณะทางกายภาพ แสดงว่า ลูกค้ำที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านลักษณะทางกายภาพ แตกต่างกัน เพื่อให้ทราบว่ามีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านลักษณะทางกายภาพ คู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน ดังนั้น จึงทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Fisher's LSD procedure ได้ผลแสดงดังตาราง 28- 29

ตาราง 28การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,000 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	30,001 บาทขึ้นไป
1. ต่ำกว่า 10,000 บาท				
2. 10,000 - 20,000 บาท				
3. 20,001 - 30,000 บาท	.1716*	.2270*		.1772*
4. 30,001 บาทขึ้นไป				

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 28ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD พบว่ามีคู่ที่แตกต่างกัน ได้แก่ ลูกค้ำที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านผลิตภัณฑ์ มากกว่า ลูกค้ำที่มี

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท (.1716) 10,000 - 20,000 บาท (.2270) และ 30,001 บาท  
ขึ้นไป (.1772)

ตาราง 29 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่าย  
โทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่ด้วยวิธี  
Fisher's LSD

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,000 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	30,001 บาท ขึ้นไป
1. ต่ำกว่า 10,000 บาท				
2. 10,000 - 20,000 บาท				
3. 20,001 - 30,000 บาท	.3360*	.3921*		
4. 30,001 บาทขึ้นไป	.3039*	.3600*		

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 29 ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD พบว่ามีคู่ที่แตกต่างกันได้แก่ 1) ลูกค้ำที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านลักษณะทางกายภาพ มากกว่า ลูกค้ำที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท (.3360) และ 10,000 - 20,000 บาท (.3921) และ 2) ลูกค้ำที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านลักษณะทางกายภาพ มากกว่า ลูกค้ำที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท (.3039) และ 10,000 - 20,000 บาท (.3600)

ตาราง 30 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำแนกตามที่อยู่อาศัย

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่	ที่อยู่อาศัย				t	Sig.
	เขตเมือง/ชุมชน N = 225		เขตนอกเมือง/ นอกชุมชน n = 159			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.94	0.41	3.80	0.48	2.978	.003*
2. ด้านราคา	3.61	0.74	3.61	0.73	.097	.923
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.79	0.66	3.72	0.62	.949	.343
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.87	0.64	3.72	0.79	2.054	.041*
5. ด้านบุคลากรที่ให้บริการ	3.60	0.69	3.62	0.68	-.163	.871
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.86	0.63	3.71	0.81	1.975	.049*
7. ด้านกระบวนการให้บริการ	3.81	0.63	3.80	0.69	.125	.901
โดยรวม	3.78	0.27	3.71	0.34	2.276	.023*

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 30 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ จำแนกตามที่อยู่อาศัยด้วยค่าสถิติ Independent sample t-test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 พบว่า โดยรวมค่า Sig. ที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ .023 ซึ่งมากกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่  $\alpha = .05$  และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านมี 4 ด้านที่ค่า Sig. ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากรที่ให้บริการ และด้านกระบวนการให้บริการ แสดงว่า ลูกค้าที่มีที่อยู่อาศัยต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากรที่ให้บริการ และด้านกระบวนการให้บริการ ไม่แตกต่างกันแต่มี 3 ด้านที่ค่า Sig. ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านลักษณะทางกายภาพ

##### 5. การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ จำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่  
 จำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้าในจังหวัด  
 พระนครศรีอยุธยา ประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการ  
 ส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ  
 ให้บริการซึ่งมีสมมติฐานทางการวิจัย และผลการเปรียบเทียบ แสดงผลดังตาราง 31-52 ดังนี้

$H_0$ : ลูกค้าที่มีพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อ  
 การตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ลูกค้าที่มีพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อ  
 การตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่แตกต่างกัน

ตาราง 31 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำแนก  
 ตามผู้ขอใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เครื่องที่ใช้เป็นประจำ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่	ผู้ขอใช้บริการเครือข่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่เครื่องที่ใช้เป็น ประจำ				t	Sig.
	ขอใช้บริการ ด้วยตนเอง N = 225		สามี/ภรรยา/ คู่รัก n = 159			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
	1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.90	0.44	3.72		
2. ด้านราคา	3.60	0.74	3.70	0.70	-.799	.425
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.77	0.65	3.73	0.59	.356	.722
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.79	0.74	3.97	0.32	-1.537	.125
5. ด้านบุคลากรที่ให้บริการ	3.61	0.68	3.61	0.76	.029	.977
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.78	0.74	4.00	0.37	-1.841	.066
7. ด้านกระบวนการให้บริการ	3.81	0.67	3.82	0.53	-.094	.925
โดยรวม	3.75	0.31	3.79	0.26	-.822	.411

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 31 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ จำแนกตามผู้ขอใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เครื่องที่ใช้เป็นประจำด้วยค่าสถิติ Independent sample t-test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 พบว่าโดยรวมค่า Sig. ที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ .411 ซึ่งมากกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่  $\alpha = .05$  และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านมี 6 ด้านที่ค่า Sig. ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติได้แก่ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ แสดงว่า ลูกค้าที่มีผู้ขอใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เครื่องที่ใช้เป็นประจำต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ ไม่แตกต่างกันแต่มี 1 ด้านที่ค่า Sig. ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าค่า

นัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ลูกค้าที่มีผู้ใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เครื่องที่  
ใช้เป็นประจำต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ แตกต่างกัน

ตาราง 32การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำแนก  
ตามเหตุผลในการใช้โทรศัพท์มือถือ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่		SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	2.04	3	0.68	3.54	0.01*
	ภายในกลุ่ม	72.97	380	0.19		
	รวม	75.01	383			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	0.37	3	0.12	0.22	0.88
	ภายในกลุ่ม	207.12	380	0.55		
	รวม	207.49	383			
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	1.35	3	0.45	1.10	0.35
	ภายในกลุ่ม	155.92	380	0.41		
	รวม	157.27	383			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	14.79	3	4.93	10.54	0.00*
	ภายในกลุ่ม	177.68	380	0.47		
	รวม	192.47	383			
5. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	3.14	3	1.05	2.26	0.08
	ภายในกลุ่ม	175.96	380	0.46		
	รวม	179.09	383			
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	6.15	3	2.05	4.13	0.01*
	ภายในกลุ่ม	188.77	380	0.50		
	รวม	194.92	383			
7. ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	3.70	3	1.23	2.88	0.04*
	ภายในกลุ่ม	162.37	380	0.43		
	รวม	166.07	383			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	2.38	3	0.79	9.15	0.00*
	ภายในกลุ่ม	32.91	380	0.09		
	รวม	35.29	383			

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 32 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำแนกตามเหตุผลในการใช้โทรศัพท์มือถือ ด้วยค่าสถิติ One -Way ANOVA ที่

ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 พบว่า โดยรวมค่า Sig. ที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่  $\alpha = .05$  และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านมี 3 ด้าน ที่ค่า Sig. มีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านบุคลากรที่ให้บริการแสดงว่า ลูกค้าที่มีเหตุผลในการใช้โทรศัพท์มือถือ ต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านบุคลากรไม่แตกต่างกัน แต่มี 4 ด้านที่ค่า Sig. มีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ แสดงว่า ลูกค้าที่มีเหตุผลในการใช้โทรศัพท์มือถือ ต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ แตกต่างกัน เพื่อให้ทราบว่า มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน ดังนั้น จึงทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Fisher's LSD procedure ได้ผลแสดงดังตาราง 33- 36

ตาราง 33 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเหตุผลในการใช้โทรศัพท์มือถือ เป็นรายคู่ด้วยวิธี



## Fisher's LSD

เหตุผลในการใช้ โทรศัพท์มือถือ	เพื่อการติดต่อ ธุระ	เพื่อคุยกับ เพื่อน	เป็นที่ยอมรับ ในสังคม	บุคคลภายใน ครอบครัวให้ใช้	อื่น ๆ
1. เพื่อการติดต่อธุระ					.2387*
2. เพื่อคุยกับเพื่อน					.2792*
3. เป็นที่ยอมรับใน สังคม					
4. บุคคลภายใน ครอบครัวให้ใช้					
5. อื่น ๆ					

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 33ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเหตุผลในการใช้โทรศัพท์มือถือ เป็นรายคู่ด้วยวิธีFisher's LSD พบว่ามีคู่ที่แตกต่างกัน ได้แก่ 1) ลูกค้ำที่มีเหตุผลในการใช้โทรศัพท์มือถือเพื่อการติดต่อธุระ มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านผลิตภัณฑ์มากกว่าลูกค้ำที่มีเหตุผลในการใช้โทรศัพท์มือถือในด้านอื่น ๆ (.2387) และ 2) ลูกค้ำที่มีเหตุผลในการใช้โทรศัพท์มือถือเพื่อคุยกับเพื่อน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านผลิตภัณฑ์มากกว่าลูกค้ำที่มีเหตุผลในการใช้โทรศัพท์มือถือในด้านอื่น ๆ (.2792)

ตาราง 34การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเหตุผลในการใช้โทรศัพท์มือถือ เป็น

รายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD

เหตุผลในการใช้ โทรศัพท์มือถือ	เพื่อการติดต่อ ธุระ	เพื่อคุยกับ เพื่อน	เป็นที่ยอมรับ ในสังคม	บุคคลภายใน ครอบครัวให้ใช้	อื่น ๆ
1. เพื่อการติดต่อธุระ				.5518*	.5360*
2. เพื่อคุยกับเพื่อน				.5728*	.5570*
3. เป็นที่ยอมรับใน สังคม					
4. บุคคลภายใน ครอบครัวให้ใช้					
5. อื่น ๆ					

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 34 ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเหตุผลในการใช้โทรศัพท์มือถือ เป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD พบว่ามีคู่ที่แตกต่างกัน ได้แก่ 1) ลูกค้ำที่มีเหตุผลในการใช้โทรศัพท์มือถือเพื่อการติดต่อธุระ มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด มากกว่าลูกค้ำที่มีเหตุผลในการใช้โทรศัพท์มือถือ คือ บุคคลภายในครอบครัวให้ใช้ (.5518) และในด้านอื่น ๆ (.5360) และ 2) ลูกค้ำที่มีเหตุผลในการใช้โทรศัพท์มือถือเพื่อคุยกับเพื่อนมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด มากกว่าลูกค้ำที่มีเหตุผลในการใช้โทรศัพท์มือถือ คือ บุคคลภายในครอบครัวให้ใช้ (.5728) และในด้านอื่น ๆ (.5570)

ตาราง 35 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่าย

โทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามเหตุผลในการใช้โทรศัพท์มือถือ เป็น

รายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD

เหตุผลในการใช้ โทรศัพท์มือถือ	เพื่อการติดต่อ ธุระ	เพื่อคุยกับ เพื่อน	เป็นที่ยอมรับ ในสังคม	บุคคลภายใน ครอบครัวให้ใช้	อื่น ๆ
1. เพื่อการติดต่อธุระ				.3564*	.3239*
2. เพื่อคุยกับเพื่อน				.3929*	.3604*
3. เป็นที่ยอมรับใน สังคม					
4. บุคคลภายใน ครอบครัวให้ใช้					
5. อื่น ๆ					

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 35 ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามเหตุผลในการใช้โทรศัพท์มือถือ เป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD พบว่ามีคู่ที่แตกต่างกัน ได้แก่ 1) ลูกค้ำที่มีเหตุผลในการใช้โทรศัพท์มือถือเพื่อการติดต่อธุระ มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านลักษณะทางกายภาพ มากกว่าลูกค้ำที่มีเหตุผลในการใช้โทรศัพท์มือถือ คือ บุคคลภายในครอบครัวให้ใช้ (.3564) และในด้านอื่น ๆ (.3239) และ 2) ลูกค้ำที่มีเหตุผลในการใช้โทรศัพท์มือถือเพื่อคุยกับเพื่อนมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านลักษณะทางกายภาพ มากกว่าลูกค้ำที่มีเหตุผลในการใช้โทรศัพท์มือถือ คือ บุคคลภายในครอบครัวให้ใช้ (.3929) และในด้านอื่น ๆ (.3604)

ตาราง 36 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านกระบวนการในการให้บริการ จำแนกตามเหตุผลในการใช้

โทรศัพท์มือถือ เป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD

เหตุผลในการใช้ โทรศัพท์มือถือ	เพื่อการติดต่อ ธุระ	เพื่อคุยกับ เพื่อน	เป็นที่ยอมรับ ในสังคม	บุคคลภายใน ครอบครัวให้ใช้	อื่น ๆ
1. เพื่อการติดต่อธุระ				.3724*	
2. เพื่อคุยกับเพื่อน				.3699*	
3. เป็นที่ยอมรับใน สังคม					
4. บุคคลภายใน ครอบครัวให้ใช้					
5. อื่น ๆ					

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 36 ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านกระบวนการในการให้บริการ จำแนกตามเหตุผลในการใช้โทรศัพท์มือถือ เป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD พบว่ามีคู่ที่แตกต่างกัน ได้แก่ 1) ลูกค้ำที่มีเหตุผลในการใช้โทรศัพท์มือถือเพื่อการติดต่อธุระ มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านกระบวนการในการให้บริการ มากกว่าลูกค้ำที่มีเหตุผลในการใช้โทรศัพท์มือถือ คือ บุคคลภายในครอบครัวให้ใช้ (.3724) และ 2) ลูกค้ำที่มีเหตุผลในการใช้โทรศัพท์มือถือเพื่อคุยกับเพื่อนมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านกระบวนการในการให้บริการ มากกว่าลูกค้ำที่มีเหตุผลในการใช้โทรศัพท์มือถือ คือ บุคคลภายในครอบครัวให้ใช้ (.3699)

ตาราง 37 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำแนกตามเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบัน

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่		SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	7.49	5	1.50	8.38	0.00*
	ภายในกลุ่ม	67.52	378	0.18		
	รวม	75.01	383			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	1.89	5	0.38	0.69	0.63
	ภายในกลุ่ม	205.60	378	0.54		
	รวม	207.49	383			
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	3.01	5	0.60	1.47	0.20
	ภายในกลุ่ม	154.26	378	0.41		
	รวม	157.27	383			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	17.06	5	3.41	7.35	0.00*
	ภายในกลุ่ม	175.40	378	0.46		
	รวม	192.47	383			
5. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	5.18	5	1.04	2.25	0.05*
	ภายในกลุ่ม	173.91	378	0.46		
	รวม	179.09	383			
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	8.46	5	1.69	3.43	0.00*
	ภายในกลุ่ม	186.46	378	0.49		
	รวม	194.92	383			
7. ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	3.74	5	0.75	1.74	0.12
	ภายในกลุ่ม	162.32	378	0.43		
	รวม	166.07	383			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	2.54	5	0.51	5.87	0.00*
	ภายในกลุ่ม	32.74	378	0.09		
	รวม	35.29	383			

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 37ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำแนกตามเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบัน ด้วยค่าสถิติ One -

Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 พบว่า โดยรวมค่า Sig. ที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่  $\alpha = .05$  และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านมี 3 ด้าน ที่ค่า Sig. มีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการให้บริการ แสดงว่า ลูกค้าที่มีเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบัน ต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านกระบวนการให้บริการไม่แตกต่างกัน แต่มี 4 ด้านที่ค่า Sig. มีค่าน้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ แสดงว่า ลูกค้าที่มีเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบัน ต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพแตกต่างกัน เพื่อให้ทราบว่ามีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน ดังนั้น จึงทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Fisher's LSD procedure ได้ผลแสดงดังตาราง 38- 41

ตาราง 38 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักใน

## ปัจจุบัน เป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD

เครื่องข่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ ใช้เป็นหลักใน ปัจจุบัน	เอไอเอส แบบเติมเงิน	เอไอเอส แบบจ่ายราย เดือน	ดีแทค แบบ เติมเงิน	ดีแทค แบบจ่าย รายเดือน	ทรู แบบ เติมเงิน	ทรู แบบจ่าย รายเดือน
1. เอไอเอส แบบ เติมเงิน					.1340*	.2843*
2. เอไอเอส แบบ จ่ายรายเดือน						.3128*
3. ดีแทค แบบ เติมเงิน						
4. ดีแทค แบบ จ่ายรายเดือน						
5. ทรู แบบเติมเงิน						
6. ทรู แบบจ่าย รายเดือน						

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตาราง 38 ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครื่องข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเครื่องข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบัน เป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD พบว่ามีคู่ที่แตกต่างกัน ได้แก่ 1) ลูกค้ำที่มีเครื่องข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบัน เป็นเอไอเอส แบบเติมเงิน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครื่องข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านผลิตภัณฑ์ มากกว่า ลูกค้ำที่มีเครื่องข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบัน เป็นทรู แบบเติมเงิน (.1340) และทรู แบบจ่ายรายเดือน (.2843) และ 2) ลูกค้ำที่มีเครื่องข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบัน เป็นเอไอเอส แบบจ่ายรายเดือน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครื่องข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านผลิตภัณฑ์ มากกว่า ลูกค้ำที่มีเครื่องข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบัน เป็นทรู แบบจ่ายรายเดือน (.3128)

ตาราง 39 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครื่องข่าย

โทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเครื่องข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็น

## หลักในปัจจุบัน เป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD

เครือข่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ ใช้เป็นหลักใน ปัจจุบัน	เอไอเอส แบบเติมเงิน	เอไอเอส แบบจ่ายราย เดือน	ดีแทค แบบ เติมเงิน	ดีแทค แบบจ่าย รายเดือน	ทรู แบบ เติมเงิน	ทรู แบบจ่าย รายเดือน
1. เอไอเอส แบบ เติมเงิน						
2. เอไอเอส แบบ จ่ายรายเดือน						
3. ดีแทค แบบ เติมเงิน	.4327*	.4577*		.4254*		.4594*
4. ดีแทค แบบ จ่ายรายเดือน						
5. ทรู แบบเติมเงิน						
6. ทรู แบบจ่าย รายเดือน						

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 39ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบัน เป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSDพบว่า มีคู่ที่ต่างกัน ได้แก่ ลูกค้าเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบันเป็นดีแทค แบบเติมเงิน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านการส่งเสริมการตลาด มากกว่าลูกค้าที่มีเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบันเป็น เอไอเอส แบบเติมเงิน (.4327) เอไอเอส แบบจ่ายรายเดือน (.4577) ดีแทค แบบจ่ายรายเดือน (.4254) และ ทรู แบบจ่ายรายเดือน (.4594)

ตาราง 40การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านบุคลากร จำแนกตามเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบัน



## เป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD

เครือข่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ ใช้เป็นหลักใน ปัจจุบัน	เอไอเอส แบบเติมเงิน	เอไอเอส แบบจ่ายราย เดือน	ดีแทค แบบ เติมเงิน	ดีแทค แบบจ่าย รายเดือน	ทรู แบบ เติมเงิน	ทรู แบบจ่าย รายเดือน
1. เอไอเอส แบบ เติมเงิน						
2. เอไอเอส แบบ จ่ายรายเดือน						
3. ดีแทค แบบ เติมเงิน					.3487*	
4. ดีแทค แบบ จ่ายรายเดือน						
5. ทรู แบบเติมเงิน						
6. ทรู แบบจ่าย รายเดือน						

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 40ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านบุคลากร จำแนกตามเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบัน เป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSDพบว่า มีคู่ที่ต่างกัน ได้แก่ ลูกค้ำที่มีเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบันเป็นดีแทค แบบเติมเงิน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านบุคลากร มากกว่าลูกค้ำที่มีเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบันเป็น ทรู แบบเติมเงิน (.3487)

ตาราง 41การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็น

## หลักในปัจจุบัน เป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD

เครื่องข่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ ใช้เป็นหลักใน ปัจจุบัน	เอไอเอส แบบเติมเงิน	เอไอเอส แบบจ่ายราย เดือน	ดีแทค แบบ เติมเงิน	ดีแทค แบบจ่าย รายเดือน	ทรู แบบ เติมเงิน	ทรู แบบจ่าย รายเดือน
1. เอไอเอส แบบ เติมเงิน						
2. เอไอเอส แบบ จ่ายรายเดือน	.3022*					
3. ดีแทค แบบ เติมเงิน	.3580*					.4158*
4. ดีแทค แบบ จ่ายรายเดือน						
5. ทรู แบบเติมเงิน	.2124*					
6. ทรู แบบจ่าย รายเดือน						

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 41ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครื่องข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามเครื่องข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบัน เป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSDพบว่า มีคู่ที่ต่างกัน ได้แก่ 1) ลูกค้ำที่มีเครื่องข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบันเป็นเอไอเอส แบบจ่ายรายเดือนมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครื่องข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านลักษณะทางกายภาพ มากกว่าลูกค้ำที่มีเครื่องข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบันเป็น เอไอเอส แบบเติมเงิน (.3022) 2) ลูกค้ำที่มีเครื่องข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบันเป็นดีแทค แบบเติมเงิน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครื่องข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านลักษณะทางกายภาพ มากกว่าลูกค้ำที่มีเครื่องข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบันเป็น เอไอเอส แบบเติมเงิน (.3580) และทรู แบบจ่ายรายเดือน (.4158) และ 3) ลูกค้ำที่มีเครื่องข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบันเป็นทรู แบบเติมเงิน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครื่องข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านลักษณะทางกายภาพ

มากกว่าลูกค้าที่มีเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบันเป็น เอไอเอส แบบเติมเงิน (. 2124)

ตาราง 42การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำแนกตามยี่ห้อของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบัน

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่		SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	11.60	6	1.93	11.50	0.00*
	ภายในกลุ่ม	63.41	377	0.17		
	รวม	75.01	383			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	4.71	6	0.78	1.46	0.19
	ภายในกลุ่ม	202.78	377	0.54		
	รวม	207.49	383			
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	2.73	6	0.45	1.11	0.36
	ภายในกลุ่ม	154.54	377	0.41		
	รวม	157.27	383			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	32.22	6	5.37	12.63	0.00*
	ภายในกลุ่ม	160.25	377	0.43		
	รวม	192.47	383			
5. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	4.72	6	0.79	1.70	0.12
	ภายในกลุ่ม	174.38	377	0.46		
	รวม	179.09	383			
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	6.94	6	1.16	2.32	0.03*
	ภายในกลุ่ม	187.98	377	0.50		
	รวม	194.92	383			
7. ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2.24	6	0.37	0.86	0.53
	ภายในกลุ่ม	163.83	377	0.43		
	รวม	166.07	383			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	2.52	6	0.42	4.83	0.00*
	ภายในกลุ่ม	32.77	377	0.09		
	รวม	35.29	383			

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 42 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำแนกตามยี่ห้อของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบัน ด้วยค่าสถิติ One -

Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 พบว่า โดยรวมค่า Sig. ที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่  $\alpha = .05$  และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านมี 4 ด้าน ที่ค่า Sig. มีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายด้านบุคลากร และด้านกระบวนการให้บริการ แสดงว่า ลูกค้าที่มีชื่อเสียงของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบัน ต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายด้านบุคลากร และด้านกระบวนการให้บริการ ไม่แตกต่างกัน แต่มี 3 ด้านที่ค่า Sig. มีค่าน้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านลักษณะทางกายภาพ แสดงว่า ลูกค้าที่มีชื่อเสียงของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบัน ต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านลักษณะทางกายภาพ แตกต่างกัน เพื่อให้ทราบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านลักษณะทางกายภาพคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน ดังนั้น จึงทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Fisher's LSD procedure ได้ผลแสดงดังตาราง 43- 45

ตาราง 43 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามชื่อเสียงของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักใน

ปัจจุบัน เป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD

ยี่ห้อของโทรศัพท์เคลื่อนที่	โนเกีย	โมโตโรลา	โซนี่	ซัมซุง	ไอโฟน	แบล็คเบอร์รี่	อื่น ๆ
ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบัน							
1. โนเกีย							
2. โมโตโรลา							
3. โซนี่							
4. ซัมซุง	.1276*						
5. ไอโฟน	.4589*	.6826*	.2993*	.3313*			
6. แบล็คเบอร์รี่	.3096*	.5333*		.1820*			
7. อื่น ๆ							

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 43 ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามยี่ห้อของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบัน เป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD พบว่ามีคู่ที่แตกต่างกันได้แก่ 1) ลูกค้ายี่ห้อของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบัน เป็นซัมซุง มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านผลิตภัณฑ์ มากกว่าลูกค้ายี่ห้อของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบัน เป็นโนเกีย (.1276) 2) ลูกค้ายี่ห้อของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบัน เป็นไอโฟน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านผลิตภัณฑ์ มากกว่าลูกค้ายี่ห้อของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบัน เป็นโนเกีย (.4589) โมโตโรลา (.6826) โซนี่ (.2993) และ ซัมซุง (.3313) และ 3) ลูกค้ายี่ห้อของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบัน เป็นแบล็คเบอร์รี่ มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านผลิตภัณฑ์ มากกว่าลูกค้ายี่ห้อของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบัน เป็นโนเกีย (.3096) โมโตโรลา (.5333) และ ซัมซุง (.1820)

ตาราง 44 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามยี่ห้อของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็น

## หลักในปัจจุบัน เป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD

ยี่ห้อของโทรศัพท์เคลื่อนที่	โนเกีย	โมโตโรลา	โซนี่	ซัมซุง	ไอโฟน	แบล็คเบอร์รี่	อื่น ๆ
ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบัน							
1. โนเกีย							
2. โมโตโรลา							
3. โซนี่	.5238*			.3565*			
4. ซัมซุง	.1674*						
5. ไอโฟน	.7836*			.6162*		.5340*	
6. แบล็คเบอร์รี่	.2495*						
7. อื่น ๆ							

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 44 ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามยี่ห้อของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบัน เป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD พบว่ามีคู่ที่แตกต่างกันได้แก่ 1) ลูกค้ำที่มียี่ห้อของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบัน เป็นโซนี่ มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านการส่งเสริมการตลาด มากกว่าลูกค้ำที่มียี่ห้อของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบัน เป็นโนเกีย (.5238) และ ซัมซุง (.3565) 2) ลูกค้ำที่มียี่ห้อของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบัน เป็นซัมซุง มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านการส่งเสริมการตลาด มากกว่าลูกค้ำที่มียี่ห้อของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบัน เป็นโนเกีย (.1674) 3) ลูกค้ำที่มียี่ห้อของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบัน เป็นไอโฟน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านการส่งเสริมการตลาด มากกว่าลูกค้ำที่มียี่ห้อของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบัน เป็นโนเกีย (.7836) ซัมซุง (.6162) และ แบล็คเบอร์รี่ (.5340) และ 4) ลูกค้ำที่มียี่ห้อของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบัน เป็นแบล็คเบอร์รี่ มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านการส่งเสริมการตลาด มากกว่าลูกค้ำที่มียี่ห้อของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบัน เป็นโนเกีย (.2495)

ตาราง 45 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่าย  
โทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามยี่ห้อของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็น  
หลักในปัจจุบัน เป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD

ยี่ห้อของโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบัน	โนเกีย	โมโตโรลา	โซนี่	ซัมซุง	ไอโฟน	แบล็คเบอร์รี่	อื่น ๆ
1. โนเกีย							
2. โมโตโรลา							
3. โซนี่							
4. ซัมซุง							
5. ไอโฟน	.2164*						
6. แบล็คเบอร์รี่	.3642*			.3511*			
7. อื่น ๆ							

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 45 ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้  
บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามยี่ห้อของโทรศัพท์เคลื่อนที่  
ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบัน เป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD พบว่ามีคู่ที่แตกต่างกัน ได้แก่ 1) ลูกค้ำที่มี  
ยี่ห้อของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบัน เป็น ไอโฟน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้  
บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านการส่งเสริมการตลาด มากกว่าลูกค้ำที่มียี่ห้อของ  
โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบัน เป็น โนเกีย (.2164) และ 2) ลูกค้ำที่มียี่ห้อของ  
โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบัน เป็น แบล็คเบอร์รี่ มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ  
เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านการส่งเสริมการตลาด มากกว่าลูกค้ำที่มียี่ห้อของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่  
ใช้เป็นหลักในปัจจุบัน เป็น โนเกีย (.3642) และ ซัมซุง (.3511)

ตาราง 46 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำแนก  
ตามค่าใช้จ่ายในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อเดือน



ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่		SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	2.92	4	0.73	3.84	0.00*
	ภายในกลุ่ม	72.09	379	0.19		
	รวม	75.01	383			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	2.53	4	0.63	1.17	0.32
	ภายในกลุ่ม	204.95	379	0.54		
	รวม	207.49	383			
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	0.50	4	0.12	0.30	0.88
	ภายในกลุ่ม	156.77	379	0.41		
	รวม	157.27	383			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	9.56	4	2.39	4.95	0.00*
	ภายในกลุ่ม	182.90	379	0.48		
	รวม	192.47	383			
5. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	3.28	4	0.82	1.77	0.13
	ภายในกลุ่ม	175.81	379	0.46		
	รวม	179.09	383			
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	1.50	4	0.37	0.73	0.57
	ภายในกลุ่ม	193.42	379	0.51		
	รวม	194.92	383			
7. ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.61	4	0.15	0.35	0.85
	ภายในกลุ่ม	165.46	379	0.44		
	รวม	166.07	383			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.62	4	0.15	1.69	0.15
	ภายในกลุ่ม	34.67	379	0.09		
	รวม	35.29	383			

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 46 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อเดือนด้วยค่าสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 พบว่า โดยรวมค่า Sig. ที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ 0.15

ซึ่งมากกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่  $\alpha = .05$  และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านมี 5 ด้าน ที่ค่า Sig. มีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพ แสดงว่า ลูกค้าที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อเดือนต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่แตกต่างกัน แต่มี 2 ด้านที่ค่า Sig. ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาด แสดงว่า ลูกค้าที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อเดือนต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกัน เพื่อให้ทราบว่ามีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาดคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน ดังนั้น จึงทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Fisher's LSD procedure ได้ผลแสดงดังตาราง 47 - 48

ตาราง 47 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อเดือน เป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD

ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อเดือน	น้อยกว่า 100 บาท	100 - 300 บาท	301 - 500 บาท	501 - 1,000 บาท	มากกว่า 1,001 บาท
1. น้อยกว่า 100 บาท		.2604*	.2429*		.3260*
2. 100 - 300 บาท					
3. 301 - 500 บาท					
4. 501 - 1,000 บาท		.1601*	.1426*		
5. มากกว่า 1,001 บาท					

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 47 ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD พบว่ามีคู่ที่แตกต่างกันได้แก่ 1) ลูกค้าที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อเดือนน้อยกว่า 100 บาทมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านผลิตภัณฑ์ มากกว่าลูกค้าที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อเดือน 100 - 300 บาท (.2604) 301 - 500 บาท (.2429) และ มากกว่า 1,001 บาท (.3260) และ 2) ลูกค้าที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อเดือน 501 - 1,000 บาท มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านผลิตภัณฑ์ มากกว่า ลูกค้าที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อเดือน 100 - 300 บาท (.1601) และ 301 - 500 บาท (.1426)

ตาราง 48 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อเดือน เป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD

ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อเดือน	น้อยกว่า	100 - 300 บาท	301 - 500 บาท	501 - 1,000 บาท	มากกว่า 1,001 บาท
1. น้อยกว่า 100 บาท		.2985*			
2. 100 - 300 บาท					
3. 301 - 500 บาท					
4. 501 - 1,000 บาท		.3755*	.3282*		
5. มากกว่า 1,001 บาท					

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 48 ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเป็นรายกลุ่มด้วยวิธี Fisher's LSD พบว่ามีคู่ที่แตกต่างกันได้แก่ 1) ลูกค้าที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อเดือนน้อยกว่า 100 บาทมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านการส่งเสริมการตลาด มากกว่า ลูกค้าที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อเดือน 100 - 300 บาท (.2985) และ 2) ลูกค้าที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อเดือน 501 - 1,000 บาทมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านการส่งเสริมการตลาด มากกว่า ลูกค้าที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อเดือน 100 - 300 บาท (.3755) และ 301 - 500 บาท (.3282)

ตาราง 49 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำแนกตามผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่		SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	7.59	6	1.27	7.07	0.00*
	ภายในกลุ่ม	67.42	377	0.18		
	รวม	75.01	383			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	0.67	6	0.11	0.20	0.98
	ภายในกลุ่ม	206.82	377	0.55		
	รวม	207.49	383			
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	1.51	6	0.25	0.61	0.72
	ภายในกลุ่ม	155.76	377	0.41		
	รวม	157.27	383			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	69.42	6	11.57	35.45	0.00*
	ภายในกลุ่ม	123.04	377	0.33		
	รวม	192.47	383			
5. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	8.80	6	1.47	3.25	0.00*
	ภายในกลุ่ม	170.30	377	0.45		
	รวม	179.09	383			
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	55.97	6	9.33	25.31	0.00*
	ภายในกลุ่ม	138.95	377	0.37		
	รวม	194.92	383			
7. ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	9.60	6	1.60	3.86	0.00*
	ภายในกลุ่ม	156.46	377	0.42		
	รวม	166.07	383			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	5.80	6	0.97	12.35	0.00*
	ภายในกลุ่ม	29.49	377	0.08		
	รวม	35.29	383			

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 49 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำแนกตามผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยค่าสถิติ One -Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 พบว่า โดยรวมค่า Sig. ที่คำนวณได้มีค่า

เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่  $\alpha = .05$  และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านมี 2 ด้าน ที่ค่า Sig. มีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แสดงว่า ลูกค้าที่มีผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ไม่แตกต่างกัน แต่มี 5 ด้านที่ค่า Sig. ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการบริการ แสดงว่า ลูกค้าที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อเดือนต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการบริการ แตกต่างกัน เพื่อให้ทราบว่ามีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการบริการ คู่ใดบ้างที่ แตกต่างกัน ดังนั้น จึงทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Fisher's LSD procedure ได้ผล แสดงดังตาราง 50 - 54

ตาราง 50 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD

ผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้ บริการเครือข่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่	บิดา/มารดา/ ญาติพี่น้อง	เพื่อน	สื่อ โฆษณา	พนักงาน ขาย	ตัดสินใจ ด้วยตนเอง	สามี/ภรรยา/ คู่รัก	อื่น ๆ
1. บิดา/มารดา/ญาติพี่น้อง					.2020*	.3415*	.6859*
2. เพื่อน							
3. สื่อโฆษณา		.2402*			.2491*	.3885*	.7330*
4. พนักงานขาย							
5. ตัดสินใจด้วยตนเอง							
6. สามี/ภรรยา/คู่รัก							
7. อื่น ๆ							

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 50 ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD พบว่ามีคู่ที่แตกต่างกันได้แก่ 1) ลูกค้ำที่มีผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นบิดา/มารดา/ญาติพี่น้อง มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านผลิตภัณฑ์ มากกว่าลูกค้ำที่มีผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นตัดสินใจด้วยตนเอง (.2020) สามี/ภรรยา/คู่รัก (.3415) และอื่น ๆ (.6859) 2) ลูกค้ำที่มีผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นสื่อโฆษณา มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านผลิตภัณฑ์ มากกว่าลูกค้ำที่มีผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นเพื่อน (.2402) ตัดสินใจด้วยตนเอง (.2491) สามี/ภรรยา/คู่รัก (.3885) และอื่น ๆ (.7330)

ตาราง 51 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD

ผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้ บริการเครือข่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่	บิดา/มารดา/ ญาติพี่น้อง	เพื่อน	สื่อ โฆษณา	พนักงาน ขาย	ตัดสินใจ ด้วยตนเอง	สามี/ภรรยา/ คู่อีก	อื่น ๆ
1. บิดา/มารดา/ญาติพี่น้อง							
2. เพื่อน	1.2890*			.6274*	.9566*	.8021*	2.3043*
3. สื่อโฆษณา	1.1356*			.4741*	.8033*	.6488*	2.1510*
4. พนักงานขาย	.6615*				.3292*		1.6769*
5. ตัดสินใจด้วยตนเอง	.3323*						1.3477*
6. สามี/ภรรยา/คู่อีก	.4868*						1.5022*
7. อื่น ๆ							

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 51 ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD พบว่ามีคู่ที่แตกต่างกันได้แก่ 1) ลูกค้ำที่มีผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นเพื่อนมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด มากกว่าลูกค้ำที่มีผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นบิดา/มารดา/ญาติพี่น้อง (1.2890) พนักงานขาย (.6274) ตัดสินใจด้วยตนเอง (.9566) สามี/ภรรยา/คู่อีก (.8021) และอื่น ๆ (2.3043) 2) ลูกค้ำที่มีผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นสื่อโฆษณา มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด มากกว่าลูกค้ำที่มีผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นบิดา/มารดา/ญาติพี่น้อง (1.1356) พนักงานขาย (.4741) ตัดสินใจด้วยตนเอง (.8033) สามี/ภรรยา/คู่อีก (.6488) และอื่น ๆ (2.1510) 3) ลูกค้ำที่มีผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นพนักงานขาย มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด มากกว่าลูกค้ำที่มีผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นบิดา/มารดา/ญาติพี่น้อง (.6615) ตัดสินใจด้วยตนเอง (.3292) และอื่น ๆ (1.6769) 4) ลูกค้ำที่มีผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ตัดสินใจด้วยตนเอง มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้



บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด มากกว่าลูกค้าที่มีผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นบิดา/มารดา/ญาติพี่น้อง (.3323) และอื่น ๆ (1.3477) และ 5) ลูกค้าที่มีผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ตัดสินใจเป็นสามี/ภรรยา/คู่รัก มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด มากกว่าลูกค้าที่มีผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นบิดา/มารดา/ญาติพี่น้อง (.4868) และอื่น ๆ (1.5022)

ตาราง 52 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านบุคลากร จำแนกตามผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD

ผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้ บริการเครือข่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่	บิดา/มารดา/ ญาติพี่น้อง	เพื่อน	สื่อ โฆษณา	พนักงาน ขาย	ตัดสินใจ ด้วยตนเอง	สามี/ภรรยา/ คู่รัก	อื่น ๆ
1. บิดา/มารดา/ญาติพี่น้อง							
		.4773*					.8744*
2. เพื่อน							
3. สื่อโฆษณา			.4512*				.8483*
4. พนักงานขาย							
5. ตัดสินใจด้วยตนเอง					.5537*		.9508*
6. สามี/ภรรยา/คู่รัก						.5185*	.9156*
7. อื่น ๆ							

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 52 ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านบุคลากร จำแนกตามผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD พบว่ามีคู่ที่แตกต่างกันได้แก่ 1) ลูกค้าที่มีผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นบิดา/มารดา/ญาติพี่น้อง มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านบุคลากร มากกว่าลูกค้าที่มีผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นเพื่อน (.4773) และอื่น ๆ (.8744) 2)

ลูกค้าที่มีผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นสื่อโฆษณา มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านบุคลากร มากกว่าลูกค้าที่มีผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นเพื่อน (.4512) และอื่น ๆ (.8483) 3) ลูกค้าที่มีผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ตัดสินใจด้วยตนเองมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านบุคลากร มากกว่าลูกค้าที่มีผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นเพื่อน (.5537) และอื่น ๆ (.9508) และ 4) ลูกค้าที่มีผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ตัดสินใจด้วยตนเอง มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านบุคลากร มากกว่าลูกค้าที่มีผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นเพื่อน (.5185) และอื่น ๆ (.9156)

ตาราง 53 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD

ผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้ บริการเครือข่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่	บิดา/มารดา/ ญาติพี่น้อง	เพื่อน	สื่อ โฆษณา	พนักงาน ขาย	ตัดสินใจ ด้วยตนเอง	สามี/ภรรยา/ คู่รัก	อื่น ๆ
1. บิดา/มารดา/ญาติพี่น้อง							.9077*
2. เพื่อน	.7880*			.4341*	.5320*	.3534*	1.6957
3. สื่อโฆษณา	1.0597*			.7058*	.8037*	.6251*	1.9673*
4. พนักงานขาย							1.2615*
5. ตัดสินใจด้วยตนเอง	.2559*						1.1636*
6. สามี/ภรรยา/คู่รัก	.4345*						1.3422*
7. อื่น ๆ							

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 53 ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD พบว่ามีคู่ที่แตกต่างกัน ได้แก่ 1)

ลูกค้าที่มีผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นเพื่อน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านลักษณะทางกายภาพ มากกว่าลูกค้าที่มีผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นบิดา/มารดา/ญาติพี่น้อง (.7880) พนักงานขาย (.4341) ตัดสินใจด้วยตนเอง(.5320) สามิ/ภรรยา/คู่รัก (.3534) และอื่น ๆ (1.6957) 2) ลูกค้าที่มีผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นสื่อโฆษณา มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านลักษณะทางกายภาพ มากกว่าลูกค้าที่มีผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นบิดา/มารดา/ญาติพี่น้อง (1.0597) พนักงานขาย (.7058) ตัดสินใจด้วยตนเอง(.8037) สามิ/ภรรยา/คู่รัก (.6251) และอื่น ๆ (1.9673) 3) ลูกค้าที่มีผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ตัดสินใจด้วยตนเอง มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านลักษณะทางกายภาพ มากกว่าลูกค้าที่มีผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นบิดา/มารดา/ญาติพี่น้อง (.2559) และอื่น ๆ (1.1636) และ 4) ลูกค้าที่มีผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นสามิ/ภรรยา/คู่รักมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านลักษณะทางกายภาพ มากกว่าลูกค้าที่มีผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นบิดา/มารดา/ญาติพี่น้อง (.4345) และอื่น ๆ (1.3422)

ตาราง 54การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD

ผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้ บริการเครือข่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่	บิดา/มารดา/ ญาติพี่น้อง	เพื่อน	สื่อ โฆษณา	พนักงาน ขาย	ตัดสินใจ ด้วยตนเอง	สามี/ภรรยา/ คู่อีก	อื่น ๆ
1. บิดา/มารดา/ญาติ พี่น้อง		.4201*					1.3795*
2. เพื่อน							.9594*
3. สื่อโฆษณา		.3698*					1.3293*
4. พนักงานขาย		.4508*					1.4103*
5. ตัดสินใจด้วยตนเอง		.4466*					1.4061*
6. สามี/ภรรยา/คู่อีก		.3828*					1.3422*
7. อื่น ๆ							

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 54 ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD พบว่ามีคู่ที่แตกต่างกันได้แก่ 1) ลูกค้ำที่มีผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นบิดา/มารดา/ญาติพี่น้อง มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านกระบวนการให้บริการมากกว่าลูกค้ำที่มีผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นเพื่อน (.4201) และอื่น ๆ (1.3795) 2) ลูกค้ำที่มีผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นสื่อโฆษณา มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านกระบวนการให้บริการมากกว่าลูกค้ำที่มีผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นเพื่อน (.3698) และอื่น ๆ (1.3293) 3) ลูกค้ำที่มีผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นพนักงานขาย มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านกระบวนการให้บริการมากกว่าลูกค้ำที่มีผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นเพื่อน (.4508) และอื่น ๆ (1.4103) 4) ลูกค้ำที่มีผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ตัดสินใจด้วยตนเองมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านกระบวนการให้บริการมากกว่าลูกค้ำที่มีผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นเพื่อน (.4466) และอื่น ๆ (1.4061) และ 5) ลูกค้ำ

ที่มีผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ตัดสินใจด้วยตนเองมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านกระบวนการให้บริการ มากกว่าลูกค้าที่มีผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นเพื่อน (.3828) และอื่น ๆ (1.3422)

#### 6. การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาซึ่งมีสมมติฐานทางการวิจัย และผลการเปรียบเทียบ แสดงดังตาราง 55-61

$H_0$ : ปัจจัยส่วนบุคคล ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

$H_1$ : ปัจจัยส่วนบุคคล มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 55การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

พฤติกรรมการใช้บริการเครือข่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่	$\chi^2$	Sig.	Cramer's V	ระดับความสัมพันธ์
1. ผู้ขอใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ เครื่องที่ใช้เป็นประจำ	29.803	.000*	.279	ต่ำ
2. เหตุผลในการใช้โทรศัพท์มือถือ	11.589	.009*	.174	ต่ำ
3. เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลัก ในปัจจุบัน	16.364	.001*	.206	ต่ำ
4. ยี่ห้อของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลัก ในปัจจุบัน	36.441	.000*	.308	ต่ำ
5. ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการโทรศัพท์ เคลื่อนที่ต่อเดือน	44.168	.000*	.339	ปานกลาง
6. ผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการ เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่	69.088	.000*	.424	ปานกลาง

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ.05

จากตาราง 55 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาด้วยค่า  $\chi^2$  และค่าความเข้มของความสัมพันธ์ Cramer's V ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาทุกข้อมีค่า Sig. ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่า เพศของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับ ผู้ขอใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เครื่องที่ใช้เป็นประจำ (Cramer's V= 0.279) เหตุผลในการใช้โทรศัพท์มือถือ (Cramer's V= 0.174) เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบัน (Cramer's V= 0.206) และยี่ห้อของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบัน (Cramer's V= 0.308) อยู่ในระดับต่ำ และมีความสัมพันธ์กับ ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อเดือน (Cramer's V= 0.339) และผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Cramer's V= 0.424) อยู่ในระดับปานกลาง

ตาราง 56 การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

พฤติกรรมการใช้บริการเครือข่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่	$\chi^2$	Sig.	Cramer's V	ระดับความสัมพันธ์
1. ผู้ขอใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ เครื่องที่ใช้เป็นประจำ	10.063	.018*	.162	ต่ำ
2. เหตุผลในการใช้โทรศัพท์มือถือ	154.888	.000*	.367	ปานกลาง
3. เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลัก ในปัจจุบัน	80.006	.000*	.264	ต่ำ
4. ยี่ห้อของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลัก ในปัจจุบัน	230.662	.000*	.447	ปานกลาง
5. ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการโทรศัพท์ เคลื่อนที่ต่อเดือน	59.304	.000*	.227	ต่ำ
6. ผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการ เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่	137.257	.000*	.343	ปานกลาง

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ.05

จากตาราง 56 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาด้วยค่า  $\chi^2$  และค่าความเข้มของความสัมพันธ์ Cramer's V ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาทุกข้อมีค่า Sig. ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่า อายุของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับ ผู้ขอใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เครื่องที่ใช้เป็นประจำ (Cramer's V= 0.162) เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบัน (Cramer's V= 0.264) และค่าใช้จ่ายในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อเดือน (Cramer's V= 0.227) ในระดับต่ำ และมีความสัมพันธ์กับเหตุผลในการใช้โทรศัพท์มือถือ (Cramer's V= 0.367) ยี่ห้อของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบัน (Cramer's V= 0.447) และผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Cramer's V= 0.343) อยู่ในระดับปานกลาง

ตาราง 57 การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

พฤติกรรมการใช้บริการเครือข่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่	$\chi^2$	Sig.	Cramer's V	ระดับ ความสัมพันธ์
1. ผู้ขอใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ เครื่องที่ใช้เป็นประจำ	21.769	.000*	.238	ต่ำ
2. เหตุผลในการใช้โทรศัพท์มือถือ	17.445	.008*	.157	ต่ำ
3. เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลัก ในปัจจุบัน	35.150	.000*	.175	ต่ำ
4. ยี่ห้อของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลัก ในปัจจุบัน	65.374	.000*	.238	ต่ำ
5. ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการโทรศัพท์ เคลื่อนที่ต่อเดือน	62.462	.000*	.233	ต่ำ
6. ผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการ เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่	60.107	.000*	.228	ต่ำ

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ.05

จากตาราง 57 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาด้วยค่า  $\chi^2$  และค่าความเข้มของความสัมพันธ์ Cramer's V ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาทุกข้อมีค่า Sig. ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่า ระดับการศึกษาของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับ ผู้ขอใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เครื่องที่ใช้เป็นประจำ (Cramer's V= 0.238) เหตุผลในการใช้โทรศัพท์มือถือ (Cramer's V= 0.157) เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบัน (Cramer's V= 0.175) ยี่ห้อของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบัน (Cramer's V= 0.238) ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อเดือน (Cramer's V= 0.238) และผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Cramer's V= 0.118) อยู่ในระดับต่ำ

ตาราง 58 การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรส กับพฤติกรรมใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา



พฤติกรรมการใช้บริการเครือข่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่	$\chi^2$	Sig.	Cramer's V	ระดับ ความสัมพันธ์
1. ผู้ขอใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ เครื่องที่ใช้เป็นประจำ	29.978	.000*	.279	ต่ำ
2. เหตุผลในการใช้โทรศัพท์มือถือ	107.602	.000*	.374	ปานกลาง
3. เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลัก ในปัจจุบัน	45.493	.000*	.243	ต่ำ
4. ยี่ห้อของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลัก ในปัจจุบัน	141.636	.000*	.429	ปานกลาง
5. ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการโทรศัพท์ เคลื่อนที่ต่อเดือน	27.959	.000*	.191	ต่ำ
6. ผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการ เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่	77.013	.000*	.317	ปานกลาง

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ.05

จากตาราง 58 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรส กับพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาด้วยค่า  $\chi^2$  และค่าความเข้มของความสัมพันธ์ Cramer's V ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาทุกข้อมีค่า Sig. ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่า สถานภาพสมรสของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับ ผู้ขอใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เครื่องที่ใช้เป็นประจำ (Cramer's V= 0.279) เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบัน (Cramer's V= 0.243) และค่าใช้จ่ายในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อเดือน (Cramer's V= 0.191) ในระดับต่ำ และมีความสัมพันธ์กับเหตุผลในการใช้โทรศัพท์มือถือ (Cramer's V= 0.374) ยี่ห้อของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบัน (Cramer's V= 0.429) และผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Cramer's V= 0.317) อยู่ในระดับปานกลาง

ตาราง 59 การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ กับพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

พฤติกรรมการใช้บริการเครือข่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่	$\chi^2$	Sig.	Cramer's V	ระดับ ความสัมพันธ์
1. ผู้ขอใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ เครื่องที่ใช้เป็นประจำ	9.321	.087	.156	ไม่มีความสัมพันธ์
2. เหตุผลในการใช้โทรศัพท์มือถือ	176.793	.000*	.501	ปานกลาง
3. เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลัก ในปัจจุบัน	117.350	.000*	.319	ปานกลาง
4. ยี่ห้อของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลัก ในปัจจุบัน	210.964	.000*	.371	ปานกลาง
5. ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการโทรศัพท์ เคลื่อนที่ต่อเดือน	109.499	.000*	.534	ปานกลาง
6. ผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการ เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่	129.587	.000*	.335	ปานกลาง

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ.05

จากตาราง 59 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาด้วยค่า  $\chi^2$  และค่าความเข้มของความสัมพันธ์ Cramer's V ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 พบว่า มี 1 ข้อที่มีค่า Sig. ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ผู้ขอใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เครื่องที่ใช้เป็นประจำ แสดงว่า อาชีพของลูกค้าไม่มีความสัมพันธ์กับผู้ขอใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เครื่องที่ใช้เป็นประจำ แต่มี 5 ข้อที่มีค่า Sig. ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่า อาชีพของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับ เหตุผลในการใช้โทรศัพท์มือถือ (Cramer's V= 0.501) เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบัน (Cramer's V= 0.319) ยี่ห้อของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบัน (Cramer's V= 0.371) ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อเดือน (Cramer's V= 0.534) และผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Cramer's V= 0.335) อยู่ในระดับปานกลาง

ตาราง 60 การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

พฤติกรรมการใช้บริการเครือข่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่	$\chi^2$	Sig.	Cramer's V	ระดับความสัมพันธ์
1. ผู้ขอใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ เครื่องที่ใช้เป็นประจำ	34.858	.000*	.301	ต่ำ
2. เหตุผลในการใช้โทรศัพท์มือถือ	39.100	.000*	.278	ต่ำ
3. เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลัก ในปัจจุบัน	49.019	.000*	.206	ต่ำ
4. ยี่ห้อของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลัก ในปัจจุบัน	106.552	.000*	.304	ต่ำ
5. ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการโทรศัพท์ เคลื่อนที่ต่อเดือน	169.835	.000*	.384	ปานกลาง
6. ผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการ เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่	89.256	.000*	.278	ต่ำ

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ.05

จากตาราง 60 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาด้วยค่า  $\chi^2$  และค่าความเข้มของความสัมพันธ์ Cramer's V ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาทุกข้อมีค่า Sig. ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับ ผู้ขอใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เครื่องที่ใช้เป็นประจำ (Cramer's V= 0.301) เหตุผลในการใช้โทรศัพท์มือถือ (Cramer's V= 0.278) เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบัน (Cramer's V= 0.206) ยี่ห้อของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบัน (Cramer's V= 0.304) และผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Cramer's V= 0.278) อยู่ในระดับต่ำ และมีความสัมพันธ์กับค่า ใช้จ่ายในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อเดือน (Cramer's V= 0.384) ในระดับปานกลาง

ตาราง 61 การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างที่อยู่อาศัยกับพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

พฤติกรรมการใช้บริการเครือข่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่	$\chi^2$	Sig.	Cramer's V	ระดับความสัมพันธ์
1. ผู้ขอใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ เครื่องที่ใช้เป็นประจำ	11.407	.000*	.172	น้อย
2. เหตุผลในการใช้โทรศัพท์มือถือ	5.024	.170	.114	ไม่มีความสัมพันธ์
3. เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลัก ในปัจจุบัน	12.975	.024*	.184	น้อย
4. ยี่ห้อของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลัก ในปัจจุบัน	27.573	.000*	.268	น้อย
5. ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการโทรศัพท์ เคลื่อนที่ต่อเดือน	14.941	.005*	.197	น้อย
6. ผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการ เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่	28.288	.000*	.271	น้อย

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ.05

จากตาราง 61 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างที่อยู่อาศัยกับพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาด้วยค่า  $\chi^2$  และค่าความเข้มของความสัมพันธ์ Cramer's V ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 พบว่า มี 1 ข้อที่มีค่า Sig. ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ เหตุผลในการใช้โทรศัพท์มือถือ แสดงว่า ที่อยู่อาศัยไม่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลในการใช้โทรศัพท์มือถือ แต่มี 5 ข้อที่มีค่า Sig. ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่า อาชีพของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับ ผู้ขอใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เครื่องที่ใช้เป็นประจำ (Cramer's V= 0.172) เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบัน (Cramer's V= 0.184) ยี่ห้อของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบัน (Cramer's V= 0.268) ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อเดือน (Cramer's V= 0.197) และผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Cramer's V= 0.276) อยู่ในระดับน้อย