

ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่ายในกรุงเทพมหานคร

สารนิพนธ์

ของ

ณัฐพงษ์ ธีรวิศิษฐ์

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ

พฤษภาคม 2552

ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่ายในกรุงเทพมหานคร

สารนิพนธ์

ของ

ณัฐพงษ์ อีรวิศิษฐ์

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ

พฤษภาคม 2552

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่ายในกรุงเทพมหานคร

บทคัดย่อ

ของ

ณัฐพงษ์ อธิวิศิษฐ์

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ

พฤษภาคม 2552

ณัฐพงษ์ ธีรวิศิษฐ์.(2552). ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่ายใน

กรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์การจัดการ).กรุงเทพฯ :

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

รองศาสตราจารย์ ดร. อ้อทิพย์ ราชวรนิยม.

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่าย โดยสอบถามจากผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่ายในกรุงเทพมหานคร เครือข่ายละ 100 คน รวมจำนวน 400 คน เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวม, ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออก และ ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการอื่นๆ ของเครือข่าย AIS DTAC TRUEMOVE และ HUTCH โดยใช้วิธีวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการศึกษาพบว่าผู้ใช้บริการแต่ละเครือข่ายส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีอายุ 20-30 ปี สถานภาพโสด จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพนักเรียน / นักศึกษา พนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ และประกอบธุรกิจส่วนตัว มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนจำนวน 10,000-29,999 บาท และมีค่าใช้จ่ายต่อเดือนจำนวน 10,000-19,999 บาท ผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS DTAC TRUEMOVE ส่วนใหญ่เลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบเติมเงินมากที่สุด ซึ่งแตกต่างกับผู้ใช้บริการเครือข่าย HUTCH ที่ส่วนใหญ่เลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบจดทะเบียน สำหรับด้านวัตถุประสงค์ในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ พบว่า ผู้ใช้บริการโทรศัพท์แต่ละเครือข่ายส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ เพื่อติดต่อเรื่องส่วนตัวมากที่สุดและให้ความสำคัญในการติดต่อเป็นอันดับแรก และมีระดับค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวม 301-500 บาท ส่วนการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่ายนั้น พบว่าปัจจัยรายได้เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวม และค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อโทรออกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับนัยสำคัญ 0.01 และ 0.05 และการวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เพื่อใช้บริการอื่นๆ พบว่าปัจจัยด้าน เพศ ของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ มีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการอื่นๆ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับนัยสำคัญ 0.01 และ 0.05 ส่วนปัจจัยอื่นๆ เช่น อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพและค่าใช้จ่ายต่อเดือน เป็นปัจจัยที่ไม่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่ายของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ส่วนปัจจัยทางด้านการดำเนินการทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่าย พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการของแต่ละเครือข่ายให้ความสำคัญ

คิดเห็นในแต่ละปัจจัยไม่แตกต่างกัน โดยผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย AIS DTAC และ TRUEMOVE ให้ความสำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของแต่ละเครือข่ายด้านชื่อเสียงของบริษัท ให้ความสำคัญในระดับเห็นด้วยมาก ส่วนผู้ให้บริการเครือข่าย HUTCH ให้ความสำคัญในระดับเห็นด้วยปานกลาง สำหรับปัจจัยด้านสัญญาณเครือข่าย ด้านราคา ด้านการบริการ และด้านการส่งเสริมการขาย ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ทุกเครือข่ายให้ความคิดเห็นเหมือนกันคืออยู่ในระดับเห็นด้วยมาก

FACTORS AFFECTING EXPENSE OF MOBILE PHONE EACH NETWORK
OPERATOR IN BANGKOK

AN ABSTRACT
BY
NUTTHAPHONG TEERAVISIT

Presented in partial fulfillment of the requirements For the
Master of Economics degree in Managerial Economics
at Srinakharinwirot University
May 2009

Nutthaphong Teeravisit.(2009) . *Factors Affecting Expense of Mobile Phone Each Network Operator in Bangkok*. Master's Project , M.Econ.(Managerial Economics).

Bangkok:Graduate School, Srinakharinwirot University.

Project Advisor : Assoc.Prof.Dr.Aotip Ratniyom.

The purpose of this study is to find out factors affecting expense of mobile phone each network operator by interviewing 400 mobile phone users in Bangkok, 100 users in each mobile network operator: AIS, DTAC, TRUEMOVE and HUTCH by using Multiple Regression Analysis.

Information obtained from the interview shows that most mobile phone users are single female between 20-30 years old with bachelor's degree. Some of them are students, some work in private companies and government sectors, and some run their own businesses. Their average monthly income is between 10,000 to 29,999 baht with average expense per month of 10,000-19,999 baht of which 301-500 baht is for the mobile phone service.

The data also illustrates that HUTCH mobile phone users choose postpaid as their preferred choice while most of AIS, DTAC and TRUEMOVE users select to use prepaid services. Regardless of their difference, the main purpose of using a mobile phone service is for personal use.

In addition, the study shows that income has an effect on voice call expenses, and gender affects the user's non-voice service expenses, both of which in the same direction, with significant level of 0.01 and 0.05. Other factors like marriage status, education, occupation and monthly expenses do not have any effect on the mobile phone expenses.

The study also shows that marketing direction have influence the way mobile phone users choose their preferred network operators. AIS, DTAC and TRUEMOVE users agree that company reputation has an major effect on the users decisions, while HUTCH users agree to it at a fair level. However, all mobile phone users strongly agree that Network quality, cost, service, and promotion factors are very important.

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์นี้สำเร็จได้ด้วยดีเป็นเพราะผู้วิจัยได้รับความเมตตากรุณาอย่างยิ่งจาก รองศาสตราจารย์ ดร.อรรถิพย์ ราชภรณ์นิยม อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ และประธานกรรมการควบคุม สารนิพนธ์ เป็นอย่างสูง ที่สละเวลาอันมีค่าให้คำปรึกษา แนะนำในการจัดทำงานวิจัยนี้ทุกขั้นตอน และ ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.ชมพูนุท โกสลากร เพิ่มพูนวิวัฒน์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รวิพรรณ สาลีผล และอาจารย์ประพาฬ เพื่องฟูสกุล กรรมการสอบสารนิพนธ์ ที่กรุณาให้คำแนะนำใน การศึกษาค้นคว้าและแนวทางแก้ไขปรับปรุงงานวิจัยในครั้งนี้ อีกทั้งอาจารย์ทุกท่านยังเป็นแม่พิมพ์ แห่งความสำเร็จที่ทุ่มเทให้กับศิษย์และส่งเสริมงานทางด้านวิชาการอย่างต่อเนื่อง ผู้วิจัยขอกราบ ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

นอกจากนี้ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านที่ให้ความรู้แก่ผู้วิจัยในการศึกษาตาม หลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต ซึ่งทำให้ผู้วิจัยรู้ว่าการศึกษาระดับปริญญาโทของผู้วิจัยนั้นมีได้ สิ้นสุดลงเพียงการทำสารนิพนธ์ฉบับนี้ให้สำเร็จลงได้ หากผู้วิจัยได้ซึมซับเอากระบวนการเรียนรู้ที่ถูกต้อง ปรกาศขึ้นในระยะเวลา 2 ปีที่ผ่านมาให้กลายเป็นการเรียนรู้ที่ต้องสืบเนื่องต่อไปอย่างไม่สิ้นสุด และจะต้องนำเอาความรู้นั้นไปใช้ประโยชน์ให้แก่ผู้อื่นต่อไปอีกด้วย ตามเจตนารมณ์ของ เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิตอย่างสมบูรณ์

ท้ายสุดผู้วิจัยขอขอบพระคุณบิดา มารดา เพื่อนๆทุกคน และ ผู้อันเป็นที่รัก ที่ให้ทั้งกำลังใจ กำลังใจที่ดีเยี่ยม และความปรารถนาดีเสมอมาตลอดระยะเวลาที่ศึกษาและทำงานวิจัย

ณัฐพงษ์ ธีรวิศิษฐ์

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	5
ความสำคัญของการวิจัย.....	5
ขอบเขตของการวิจัย.....	6
ประชากรที่ใช้ในการวิจัย.....	6
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	6
ตัวแปรของการวิจัย.....	7
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	7
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	10
สมมติฐานในการวิจัย.....	11
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	13
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	13
ทฤษฎีการบริโภค.....	13
ทฤษฎีอุปสงค์.....	15
ทฤษฎีความพึงพอใจ.....	18
ทฤษฎีรายได้ถาวรของผู้บริโภค.....	19
ทฤษฎีรายได้สัมบูรณ์.....	20
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	22
3 วิธีการดำเนินการวิจัย.....	29
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	29
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	31
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	32
การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	33
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	33

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	41
การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	42
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	44
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	105
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	105
วิธีการดำเนินการวิจัย.....	105
การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	106
การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	108
สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	108
อภิปรายผล.....	128
ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย.....	129
ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป.....	130
บรรณานุกรม.....	132
ภาคผนวก.....	136
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....	147

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงข้อมูลจำนวนเลขหมายของลูกค้าแบบเติมเงินและแบบรายเดือน ปี พ.ศ. 2551	4
2 แสดงอาชีพที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง.....	29
3 คุณลักษณะและข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย..... AIS DTAC TRUEMOVE และ HUTCH ในกรุงเทพมหานคร.....	45
4 แสดงจำนวนและร้อยละปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือน รายได้เฉลี่ย รายได้ต่ำสุด รายได้สูงสุดของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย AIS DTAC TRUEMOVE และ HUTCH จำแนกตามประเภทที่มาของรายได้.....	48
5 แสดงจำนวนและร้อยละปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายและค่าใช้จ่ายต่อเดือนเฉลี่ย ค่าใช้จ่ายต่ำสุด ค่าใช้จ่ายสูงสุด ของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย AIS DTAC TRUEMOVE และ HUTCH จำแนกตามประเภทที่มาของค่าใช้จ่ายต่อเดือน.....	51
6 จำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการจำแนกตามรูปแบบการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของแต่ละ เครือข่ายผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่.....	55
7 แสดงจำนวนและร้อยละรูปแบบการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการ แต่ละเครือข่าย จำแนกตามคุณลักษณะทางประชากร เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษาและอาชีพ.....	57
8 แสดงจำนวนและร้อยละของรูปแบบการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ จำแนกตาม ปัจจัยทางเศรษฐกิจ รายได้ และค่าใช้จ่ายต่อเดือน ของผู้ใช้บริการโทรศัพท์ เคลื่อนที่แต่ละเครือข่าย.....	61
9 แสดงจำนวนและร้อยละตามวัตถุประสงค์การใช้โทรศัพท์ของผู้ใช้บริการโทรศัพท์ เคลื่อนที่เครือข่าย AIS DTAC TRUEMOVE และ HUTCH ในกรุงเทพมหานครจำแนก ตามเรื่องที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในการติดต่อสื่อสารและตามลำดับความสำคัญ.....	63
10 แสดงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวม ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อโทรออก และ ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการอื่นๆ ของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย AIS DTAC TRUEMOVE และ HUTCH.....	65
11 ผลวิเคราะห์การถดถอยแบบขั้นตอน ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวม ของผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS ในกรุงเทพมหานคร.....	67

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
12 วิเคราะห์ความถดถอยแบบขั้นตอน ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวมของผู้ใช้บริการเครือข่าย DTAC ในกรุงเทพมหานคร.....	69
13 วิเคราะห์ความถดถอยแบบขั้นตอน ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวมของผู้ใช้บริการเครือข่าย TRUEMOVE ในกรุงเทพมหานคร.....	71
14 วิเคราะห์ความถดถอยแบบขั้นตอน ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวมของผู้ใช้บริการเครือข่าย HUTCH ในกรุงเทพมหานคร.....	73
15 วิเคราะห์ความถดถอยแบบขั้นตอน ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออกของผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS ในกรุงเทพมหานคร.....	75
16 วิเคราะห์ความถดถอยแบบขั้นตอน ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออกของผู้ใช้บริการเครือข่าย DTAC ในกรุงเทพมหานคร.....	77
17 วิเคราะห์ความถดถอยแบบขั้นตอน ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออกของผู้ใช้บริการเครือข่าย TRUEMOVE ในกรุงเทพมหานคร.....	79
18 วิเคราะห์ความถดถอยแบบขั้นตอน ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออกของผู้ใช้บริการเครือข่าย HUTCH ในกรุงเทพมหานคร.....	81
19 วิเคราะห์ความถดถอยแบบขั้นตอน ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการอื่นๆของผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS ในกรุงเทพมหานคร.....	83
20 วิเคราะห์ความถดถอยแบบขั้นตอน ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออกของผู้ใช้บริการเครือข่าย DTAC ในกรุงเทพมหานคร.....	85
21 วิเคราะห์ความถดถอยแบบขั้นตอน ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออกของผู้ใช้บริการเครือข่าย TRUEMOVE ในกรุงเทพมหานคร.....	87
22 วิเคราะห์ความถดถอยแบบขั้นตอน ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออกของผู้ใช้บริการเครือข่าย HUTCH ในกรุงเทพมหานคร.....	89
23 ระดับความคิดเห็นเรื่องปัจจัยทางด้านการดำเนินกิจการทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS.....	92

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
24 ระดับความคิดเห็นเรื่องปัจจัยทางด้านการดำเนินกิจการทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการเครือข่าย DTAC.....	95
25 ระดับความคิดเห็นเรื่องปัจจัยทางด้านการดำเนินกิจการทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการเครือข่าย TRUEMOVE.....	98
26 ระดับความคิดเห็นเรื่องปัจจัยทางด้านการดำเนินกิจการทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการเครือข่าย HUTCH.....	101
27 สรุปผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย AIS DTAC TRUEMOVE และ HUTCH ในกรุงเทพมหานคร.....	110
28 สรุปผลการศึกษารูปแบบการใช้โทรศัพท์ของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย AIS DTAC TRUEMOVE และ HUTCH จำแนกตามคุณลักษณะทางประชากรและสังคมและปัจจัยทางเศรษฐกิจ.....	116
29 สรุปผลการศึกษาวัตถุประสงค์ที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ติดต่อสื่อสารของผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS DTAC TRUEMOVE และ HUTCH จำแนกตามเรื่องที่ติดต่อและตามลำดับความสำคัญ.....	119
30 สรุปผลการศึกษาระดับค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวม ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออก และค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการอื่นๆของผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS DTAC TRUEMOVE และ HUTCH.....	121
31 สรุปผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่ายของประชาชนในกรุงเทพมหานครแบ่งเป็นค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวม ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออกและค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการอื่นๆ....	124
32 สรุปผลระดับความคิดเห็นปัจจัยทางด้านการดำเนินกิจการทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS DTAC TRUEMOVE และ HUTCH.....	127

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 แสดงส่วนแบ่งการตลาดเป็นร้อยละของผู้ให้บริการหมายเลขโทรศัพท์เคลื่อนที่ แต่ละเครือข่าย ปี พ.ศ.2550.....	2
2 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย.....	10
3 เส้นการบริโภคในระยะสั้นของเคนส์.....	21

บทที่ 1

บทนำ

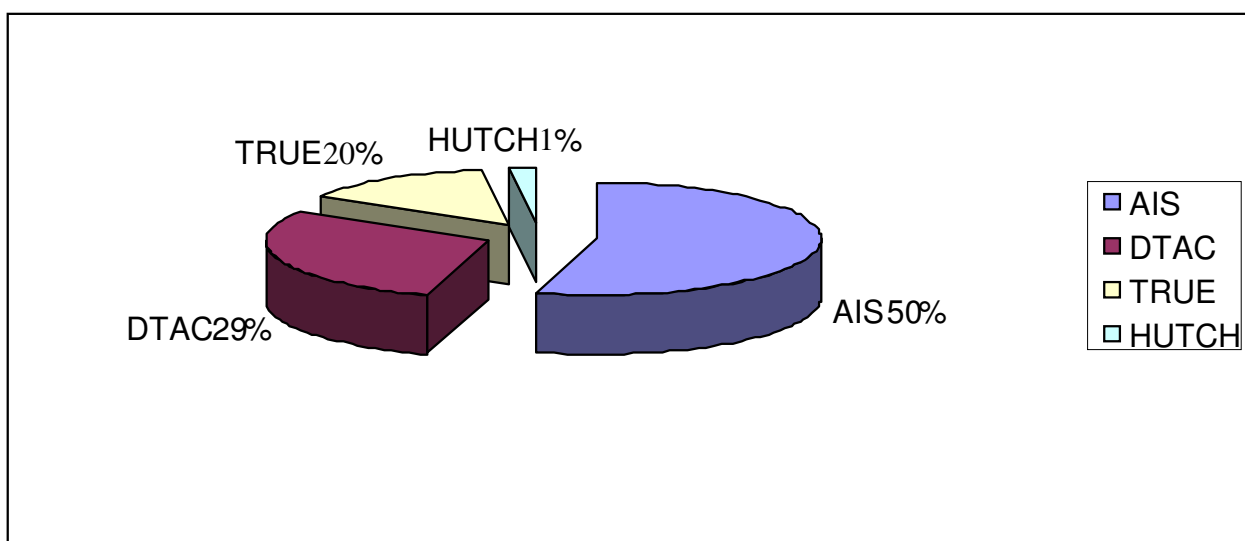
ภูมิหลัง

โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นเทคโนโลยีการสื่อสารไร้สายรูปแบบหนึ่งที่ได้รับการพัฒนาขึ้นและมีความสำคัญซึ่งกล่าวได้ว่าเป็นปัจจัยหนึ่งในการดำรงชีวิตประจำวันของบุคคลในสังคมปัจจุบัน เนื่องจากโทรศัพท์เคลื่อนที่มีคุณสมบัติเด่นที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการได้ดีกว่าโทรศัพท์บ้านหรือโทรศัพท์พื้นฐานเพราะความสามารถในการติดต่อสื่อสารและมีขนาดกะทัดรัดน้ำหนักเบา สะดวกต่อการพกพาและเคลื่อนที่ ทำให้ลดข้อจำกัดในเรื่องของเวลาและสถานที่ในการติดต่อสื่อสารได้อย่างแท้จริง จากความสำคัญดังกล่าวนี้ ส่งผลให้โทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นเครื่องมือสื่อสารที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ในปัจจุบันฐานผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ขยายกว้างมากขึ้น จากเดิมระยะแรกๆ นิยมใช้ในกลุ่มนักธุรกิจ และเริ่มเปลี่ยนไปเป็นการใช้บริการกันอย่างกว้างขวางในกลุ่มคนทั่วไป ทั้งนี้มีสาเหตุมาจากหลายปัจจัย ได้แก่ ราคาที่ถูกลง ความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร และความจำเป็นในการดำเนินชีวิตประจำวัน โทรศัพท์เคลื่อนที่จึงเป็นเสมือนโทรศัพท์สาธารณะและโทรศัพท์ที่ใช้ตามบ้าน

ปัจจุบันปี พ.ศ.2551 ประเทศไทยมีผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่อยู่ 5 ราย ได้แก่

1. บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) หรือ AIS
2. บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) หรือ DTAC
3. บริษัท ทูมูฟ จำกัด หรือ TRUE MOVE (เดิมคือ ORANGE)
4. บริษัท ฮัทชิสัน ซีเอที ไร้เลส มัลติมีเดีย จำกัด หรือ HUTCH
5. บริษัทเอซีที โมบาย จำกัด หรือ T-Mobile

โดยผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รายใหญ่ที่มีสัดส่วนในการถือครองตลาดเป็นหลัก มีจำนวน 4 ราย ดังแสดงในตัวอย่างภาพประกอบ 1



ภาพประกอบ 1 แสดงส่วนแบ่งการตลาดเป็นร้อยละของผู้ให้บริการหมายเลขโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่าย ปี พ.ศ.2551

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ 2551

จากภาพประกอบ 1 แสดงส่วนแบ่งการตลาดของผู้ใช้หมายเลขโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่ายในปี พ.ศ. 2551 พบว่าเครือข่าย AIS มีส่วนแบ่งการตลาดมีผู้ใช้เลขหมายโทรศัพท์มากเป็นอันดับที่ 1 คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 50 ของตลาดผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้งหมด เครือข่าย DTAC มีส่วนแบ่งการตลาดมีผู้ใช้เลขหมายโทรศัพท์มากเป็นอันดับ 2 คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 29 เครือข่าย TRUE MOVE มีส่วนแบ่งการตลาดมีผู้ใช้เลขหมายโทรศัพท์มากเป็นอันดับที่ 3 คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 20 และเครือข่าย HUTCH ซึ่งเป็นผู้ให้บริการรายใหม่ที่มีส่วนแบ่งการตลาดมีผู้ใช้เลขหมายโทรศัพท์อยู่ในอันดับที่ 4 คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 1 โดยจะเห็นได้ว่าส่วนแบ่งทางการตลาดของผู้ใช้เลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ให้บริการเครือข่ายแต่ละรายยังมีความเหลื่อมล้ำและแตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัดด้วยเหตุนี้จึงก่อให้เกิดการแข่งขันทางการตลาดของผู้ให้บริการเครือข่ายตลอดเวลาเพื่อเพิ่มจำนวนเลขหมายผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ให้กับเครือข่ายของตนมากที่สุด

รูปแบบการให้บริการของโทรศัพท์เคลื่อนที่มีทั้งหมด 2 รูปแบบ โดยแบ่งเป็น

1.แบบจดทะเบียนรายเดือน (Post-Paid) เป็นการเรียกเก็บค่าบริการภายหลังจากผู้ใช้บริการได้ใช้บริการไปเป็นที่เรียบร้อยแล้วโดยจะเรียกเก็บเงินในเดือนถัดไป ค่าบริการที่เรียกเก็บประกอบด้วย ค่าบริการเหมาจ่ายรายเดือน ค่าบริการต่อนาที ค่าบริการเสริม ซึ่งการคิดค่าบริการเหล่านี้ผู้ให้บริการแต่ละรายจะมีรายการส่งเสริมการขายที่ใกล้เคียงกันและไม่แตกต่างกันมาก

2.การให้บริการแบบบัตรเติมเงิน (Pre-Paid) เป็นการให้บริการที่ผู้ใช้บริการต้องจ่ายค่าใช้บริการก่อนการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่โดยการซื้อ พรีเพดซิมการ์ด (Pre-Paid SIM Card) พร้อมบัตรเติมเงิน ซึ่งสามารถใช้บริการได้ทันที ในปัจจุบันปี 2551 มีผู้ให้บริการ คือ One-2-Call ของ AIS, Dprompt ของ DTAC , True Move เติมเงิน ของ TRUE MOVE และ HUTCH Prepay ของ HUTCH บริการแบบบัตรเติมเงินมีคุณสมบัติเด่นต่างจากบริการเหมาจ่ายรายเดือน คือ (1) ไม่ต้องใช้เอกสารในการจดทะเบียน (2) ไม่มีใบแจ้งค่าใช้บริการเรียกเก็บ (3) ไม่มีรายละเอียดการโทรหรือการใช้งานแสดง (4) ตรวจสอบยอดเงินคงเหลือหลังใช้งานได้ทันที

ผู้ใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่แบบบัตรเติมเงิน ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่คิดว่าใช้งานน้อยครั้ง หรือมีไว้เพื่อใช้รับสายเข้าเพียงอย่างเดียว และสามารถกำหนดค่าใช้จ่ายต่อเดือนได้ด้วยตนเองจากจำนวนเงินที่เติมผ่านบัตรเติมเงินต่อเดือน แต่ถ้ามีความจำเป็นต้องการโทรออกผู้ใช้บริการก็จะซื้อบัตรเติมเงินเพิ่มเติม ส่วนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบเหมาจ่ายรายเดือน ในการใช้โทรศัพท์จะไม่ได้กำหนดวงเงินในการโทรออก สามารถใช้บริการได้ตลอดเวลาและมาชำระค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในภายหลังตามรอบบัญชีที่เรียกเก็บของทุกๆเดือน

ในแต่ละปีที่ผ่านมาผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ให้ความสนใจกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบบัตรเติมเงินมากขึ้น มีการทำการตลาด ประชาสัมพันธ์ และจัดรายการส่งเสริมการตลาดอย่างมากในปี พ.ศ. 2549 ได้มีการปรับปรุงและเสนอบริการรูปแบบใหม่ๆ อย่าง เช่น AIS นำเสนอ 1-2-Call สวิสดี และFreedom, DTAC นำเสนอ Happy Dprompt , TRUE MOVE นำเสนอเป็น TRUE MOVE เติมเงิน และ HUTCH นำเสนอเป็น HUTCH Prepay ส่วน T- Mobile ไม่ได้ทำตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่การใช้งานแบบบัตรเติมเงิน ในตลาดระบบการใช้งานแบบบัตรเติมเงินนั้นนับวันจะมีแต่การแข่งขันเพิ่มมากขึ้น ทำให้ฐานลูกค้าเพิ่มขึ้นในระบบแบบบัตรเติมเงินมากกว่าแบบเหมาจ่ายรายเดือนอย่างเห็นได้ชัด

ตาราง 1 แสดงข้อมูลจำนวนเลขหมายของลูกค้าแบบเติมเงินและแบบรายเดือน

หน่วย: ล้านเลขหมาย

ปี พ.ศ.	AIS			DTAC			TRUE MOVE			HUTCH			T-Mobile	
	ราย เดือน	เติม เงิน	ส่วน แบ่ง การ ตลาด	ราย เดือน	เติมเงิน	ส่วน แบ่ง การ ตลาด	ราย เดือน	เติมเงิน	ส่วน แบ่ง การ ตลาด	ราย เดือน	เติมเงิน	ส่วน แบ่ง การ ตลาด	ราย เดือน	ส่วน แบ่ง การ ตลาด
			(%)			(%)			(%)			(%)		(%)
2542	1.2	0.023	57%	0.9	0.025	43%	-	-	-	-	-	-	-	-
2543	1.6	0.35	60%	1.2	0.1	40%	-	-	-	-	-	-	-	-
2544	2.5	2.2	64%	1.8	0.8	36%	0.012	-	-	-	-	-	-	-
2545	2.5	8.1	61%	1.2	4.2	31%	0.45	0.87	8%	-	-	-	-	-
2546	2.1	11.1	61%	1.1	5.3	30%	0.45	1.5	9%	-	-	-	-	-
2547	2.1	13	58%	1.2	6.5	29%	0.45	2.9	13%	-	-	-	-	-
2548	1.9	14.4	55%	1.3	6.6	27%	0.44	4	15%	0.39	0.29	2%	0.069	1%
2549	2.2	17.2	49%	2	10.1	30%	0.54	7	19%	0.38	0.28	1%	0.042	1%
2550	2.2	21.8	50%	2	13.6	29%	0.71	11.3	20%	0.43	0.31	1%	N/A	N/A

หมายเหตุ: ข้อมูล ณ เดือน มกราคม พ.ศ. 2551

N/A: ไม่ทราบข้อมูล

ที่มา: www.investorrelations.ais.co.th

จากตาราง 1 จะพบว่าตั้งแต่เริ่มเปิดให้บริการแบบบัตรเติมเงินในปี 2542 ผู้ใช้บริการโทรศัพท์แบบบัตรเติมเงินยังมีสัดส่วนที่น้อยแต่หลังจากปี 2544 เป็นต้นไป ตลาดผู้ให้บริการของโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบบัตรเติมเงินมีสัดส่วนที่เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง เมื่อเทียบกับโทรศัพท์แบบจดทะเบียนรายเดือน ดังนั้นผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละรายจึงพยายามรักษฐานลูกค้าเดิมทั้งแบบเหมาจ่ายรายเดือนและแบบเติมเงินรวมทั้งยังต้องแสวงหากลุ่มลูกค้ารุ่นใหม่ที่ชอบเทคโนโลยีและมุ่งกิจกรรมการตลาดที่สามารถตอบสนองต่อรูปแบบการใช้ชีวิตในยุคสื่อสารไร้สายของลูกค้าเป้าหมายหาช่องทาง การจัดจำหน่ายใหม่ เพื่อสนับสนุนการทำตลาดอย่างเต็มรูปแบบมากขึ้นนอกจากนั้นผู้ให้บริการแต่ละเครือข่ายต่างมีความพยายามในการใช้กลยุทธ์ต่างๆ เพื่อที่จะดึงดูดลูกค้าของผู้ให้บริการเครือข่ายอื่นๆ มาใช้บริการในเครือข่ายของตนเอง

การศึกษาค้างนี้จึงมุ่งเน้นศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่ายใน กรุงเทพมหานคร โดยปัจจัยที่ทำการศึกษาได้แก่ปัจจัยทางด้านคุณลักษณะทางประชากร และปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจและสังคมที่มีผลต่อการวางแผนค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่นอกจากนั้นยังศึกษาปัจจัยทางด้านการดำเนินกิจการทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่าย และการศึกษาในครั้งนี้ได้แยกกลุ่มผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ให้บริการแต่ละเครือข่ายประกอบด้วย ผู้ให้บริการเครือข่าย AIS DTAC TRUE MOVE และ HUTCH ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อบริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่สามารถนำผลการศึกษาที่ได้ไปปรับปรุงคุณภาพของสินค้าและบริการให้ตรงตามความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภค พร้อมทั้งเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ และวางแผนในการดำเนินธุรกิจ เพื่อรองรับการแข่งขันที่จะทวีความรุนแรงและเด่นชัดมากขึ้นในอนาคต นอกจากนี้ยังเป็นประโยชน์ต่อการนำมาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานของผู้ที่จะศึกษา บุคคลทั่วไป หรือองค์กรต่างๆ ที่สนใจเรื่องนี้

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยทางคุณลักษณะทางประชากร และปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่ายของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ในด้านค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวม ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออก และค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการอื่นๆ
3. เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านการดำเนินกิจการทางการตลาดของผู้ให้บริการเครือข่ายที่มีผลต่อการเลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่

ความสำคัญของการวิจัย

1. เพื่อทราบถึงปัจจัยทางคุณลักษณะทางประชากรและปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของประชาชนที่เลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ให้บริการเครือข่าย AIS DTAC TRUEMOVE และ HUTCH ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อให้ผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่สามารถนำข้อมูลจากการศึกษาที่ได้นำไปเป็นแนวทางในการวางแผนการดำเนินธุรกิจให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด

ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้จะศึกษาปัจจัยทางด้านคุณลักษณะประชากร ปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่าย รวมทั้งปัจจัยทางด้านการดำเนินการทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร โดยกลุ่มตัวอย่างจะครอบคลุมเฉพาะประชากรที่ประกอบอาชีพ ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ, พนักงานบริษัทเอกชน, ผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัว และนักเรียน / นักศึกษา และเป็นผู้ที่ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของ AIS, DTAC, TRUE MOVE และ HUTCH เนื่องจากกลุ่มอาชีพดังกล่าวมีกำลังในการซื้อและความสามารถในการใช้จ่ายเงินที่ได้มาจากรายได้ของตนเองหรือ ต้องพึ่งพาค่าใช้จ่ายจากผู้ปกครอง ซึ่งเป็นผู้ดูแลค่าใช้จ่ายให้กับอาชีพนักเรียนและนักศึกษาทั้งนี้เพื่อให้ข้อมูลมีความสมบูรณ์และน่าเชื่อถือมากที่สุด

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ได้แก่ ผู้บริโภคที่ประกอบอาชีพข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ, พนักงานบริษัทเอกชน, ผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัว และนักเรียน / นักศึกษา และเป็นผู้ที่ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของ AIS, DTAC, TRUE MOVE และ HUTCH ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยเลือกวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญหรือเลือกสุ่มตามสะดวก (Convenience sampling) ทำการแจกแบบสอบถาม (Questionnaire) และสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นผู้ที่ประกอบอาชีพ ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ, พนักงานบริษัทเอกชน, ผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัว, นักเรียน / นักศึกษา และเป็นผู้ที่ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของ AIS, DTAC, TRUE MOVE และ HUTCH จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ 400 คน โดยจำนวนกลุ่มตัวอย่างจะแบ่งตามผู้ให้บริการเครือข่าย AIS, DTAC, TRUE MOVE, และ HUTCH แบ่งเป็นเครือข่ายละ 100 คน และกำหนดสัดส่วนจำนวนกลุ่มตัวอย่างตามอาชีพให้แต่ละอาชีพมีจำนวนเท่ากัน

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variable)

1.1 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะของประชากรและสังคม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ

สมรส ระดับการศึกษา อาชีพ

1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางเศรษฐกิจ ได้แก่ รายได้ต่อเดือน และ ค่าใช้จ่ายต่อเดือน

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวม ค่าใช้จ่าย

โทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออก และค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการอื่นๆของ

เครือข่าย AIS DTAC TRUE MOVE และ HUTCH

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. **โทรศัพท์เคลื่อนที่** หมายถึง โทรศัพท์ที่สามารถพกพาได้ โดยหมายเลขโทรศัพท์ที่ไม่ได้เป็นหมายเลขเดียวกับโทรศัพท์บ้าน และเป็นโทรศัพท์ที่ให้บริการในประเทศไทย

2. **โทรศัพท์เคลื่อนที่แบบจดทะเบียนรายเดือน (Post Paid)** หมายถึง บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ผู้ให้บริการต้องจดทะเบียน มีใบแจ้งค่าใช้บริการเรียกเก็บเงินทุกเดือน

3. **โทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภทบัตรเติมเงิน (Pre-Paid)** หมายถึง บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่ผู้ให้บริการไม่ต้องจดทะเบียน ไม่มีใบแจ้งค่าใช้บริการเรียกเก็บเงิน สามารถควบคุมค่าใช้จ่ายด้วยตนเอง โดยวิธีเติมเงินลงในระบบก็สามารถใช้งานได้ภายใน 1 นาที

4. **ผู้ให้บริการ** หมายถึง ผู้ที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้งประเภทจดทะเบียนเลขหมายแบบเหมาจ่ายรายเดือนและแบบบัตรเติมเงิน

5. **ผู้บริโภค (Consumer)** หมายถึง ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือ อาจหมายถึง ผู้ที่ซื้อสินค้าไปใช้เพื่อส่วนตัวและครอบครัว หรือการใช้ขั้นสุดท้ายสำหรับตลาดสินค้าอุปโภคบริโภค

6. **ปัจจัยทางด้านคุณลักษณะทางประชากรและสังคม** หมายถึง เพศ สถานภาพสมรส อายุ อาชีพ และการศึกษา ของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

7. **ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ** หมายถึง รายได้และรายจ่ายของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

8. **ปัจจัยทางการดำเนินการทางตลาด** หมายถึง ชื่อเสียงของบริษัทผู้ประกอบการกิจการด้านเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ สัญญาณเครือข่าย ราคา การบริการและการส่งเสริมการขาย

9. **เพศ** หมายถึง เพศหญิง และ เพศชาย ของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย AIS DTAC TRUEMOVE และ HUTCH

10. **อายุ** หมายถึง อายุของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย AIS DTAC TRUEMOVE และ HUTCH

11. **สถานภาพสมรส** หมายถึง สถานภาพของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย AIS DTAC TRUEMOVE และ HUTCH แบ่งเป็น สถานภาพโสด สถานภาพสมรส และ สถานภาพหม้าย หรือ หย่าร้าง

12. **ระดับการศึกษา** หมายถึง ระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย AIS DTAC TRUEMOVE และ HUTCH ตั้งแต่ระดับประถมศึกษา, มัธยมศึกษาต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. อนุปริญญา / ปวส. ปริญญาตรี ปริญญาโท และสูงกว่าปริญญาโท

13. **อาชีพ** หมายถึง การทำกิจกรรม การทำงาน และการประกอบการ ที่มีรายได้เป็นผลตอบแทนและรวมถึงผู้ที่มีรายได้มาจากผู้ปกครองโดยในงานวิจัยนี้ได้แก่อาชีพ ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน ผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัว และนักเรียน นักศึกษา

14. **รายได้ต่อเดือน** หมายถึง รายได้ที่ผู้บริโภคได้รับจากเงินเดือน และรายได้อื่นๆ โดยเฉลี่ยต่อเดือน

15. **ค่าใช้จ่ายต่อเดือน** หมายถึง ค่าใช้จ่ายต่อเดือน หมายถึงค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าและบริการ ที่ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่จ่ายเพื่อการบริโภค อุปโภค ซึ่งไม่รวมค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับค่าโทรศัพท์เคลื่อนที่

16. **ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวม** หมายถึง ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่ผู้บริโภคจ่ายให้กับผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ เพื่อเป็นค่าบริการ ทั้งในเรื่องค่าใช้จ่ายเพื่อการโทรออก ค่าใช้จ่ายเพื่อการใช้บริการอื่นๆ

17. **ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออก** หมายถึง ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อเดือน ที่ผู้บริโภคใช้สำหรับการโทรออกเท่านั้น

18. **ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการอื่นๆ** หมายถึง ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ผู้บริโภคจ่ายให้กับผู้ให้บริการเกี่ยวกับการใช้บริการอื่นๆนอกเหนือจากการใช้โทรศัพท์เพื่อการโทรออก และบริการอื่นๆที่ผู้ใช้บริการเลือกใช้สำหรับการวิจัยครั้งนี้ได้แก่

18.1 ค่าใช้จ่ายในการส่งข้อความ หมายถึง ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อเดือนที่ใช้ในการส่งข้อความแบบตัวอักษรหรือข้อความ SMS

18.2 ค่าใช้จ่ายในการส่งข้อความภาพมัลติมีเดีย หมายถึง ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อเดือนที่ใช้ในการส่งข้อความภาพหรือบริการ MMS

18.3 ค่าใช้จ่ายในการใช้ GPRS หมายถึง ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อเดือนที่ใช้ GPRS เชื่อมต่อผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อเล่นอินเทอร์เน็ต

18.4 ค่าใช้จ่ายในการโหลดเพลงรอสายเรียกเข้า หมายถึง ค่าใช้จ่าย

โทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อเดือนเพื่อใช้บริการโหลดเพลงรอสายเรียกเข้าผ่านผู้ให้บริการ หรือโหลดด้วยตนเอง

19. **ผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่** หมายถึง ผู้ให้บริการเครือข่ายหรือระบบ โทรศัพท์เคลื่อนที่แบ่งเป็นผู้ให้บริการเครือข่าย AIS ,DTAC ,TRUE MOVE และ HUTCH

20. **ชื่อเสียงของบริษัท** หมายถึง ผู้ประกอบกิจการด้านเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งเป็นที่รู้จักและยอมรับเป็นอย่างดีจากสถาบันต่างๆ ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ

21. **สัญญาณเครือข่าย** หมายถึง สัญญาณโทรศัพท์ที่มีคุณภาพเสียงชัดเจนและมี สัญญาณครอบคลุมทั่วทุกพื้นที่สามารถใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่รับสัญญาณโทรออก และรับสายได้

22. **ราคา** หมายถึง อัตราค่าบริการในการโทรที่ผู้ให้บริการจัดสรรออกมาเป็นรูปแบบหรือ โปรโมชันค่าโทรศัพท์ในการใช้งานแต่ละครั้ง หรือ แต่ละเดือน

23. **การบริการ** หมายถึง การให้บริการของพนักงาน หมายถึง บริการให้คำปรึกษาด้าน ข้อมูล หรือเป็นศูนย์กลางในการช่วยเหลือและให้ข้อมูลต่างๆที่ผู้บริโภคสามารถโทรเข้ามาขอใช้บริการ ได้หรือเรียกว่า Call Center

24. **การส่งเสริมการขาย** หมายถึง เป็นกิจกรรมทางการตลาดที่จัดขึ้นเพื่อจูงใจให้ ผู้บริโภคมาใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่หรือซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ ยังรวมถึงการให้สิทธิพิเศษ ส่วนลด และ การให้ข้อมูลข่าวสารทางด้านการตลาดของโทรศัพท์เคลื่อนที่ผ่านทางสื่อวิทยุ โทรทัศน์ แผ่นพับ และ ใบปลิวต่างๆ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดจะประกอบด้วยตัวแปรที่ทำการวิจัย คือ ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) และตัวแปรตาม (Dependent Variables) ซึ่งมีดังนี้

ตัวแปรอิสระ

ปัจจัยด้านคุณลักษณะของประชากรและสังคม

- เพศ
- อายุ
- สถานภาพสมรส
- ระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ

- รายได้ต่อเดือน
- ค่าใช้จ่ายต่อเดือน

ตัวแปรตาม

ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ (บาท)

(เครือข่าย AIS DTAC TRUE MOVE และ HTUCH)

- ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวม
- ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออก
- ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการอื่นๆ

ภาพประกอบ 2 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานในการวิจัย

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทำให้สามารถใช้เป็นแนวทางในการตั้งข้อสมมติฐาน ของ ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่ายของประชาชนในกรุงเทพมหานครมีดังนี้

1. **เพศ** มีความสัมพันธ์ต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวม ค่าใช้จ่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออก และค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการอื่นๆในเชิงบวก กล่าวคือ ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ เครือข่าย AIS DTAC TRUEMOVE และ HUTCH ที่เป็นเพศหญิง มีแนวโน้มในการใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่มากกว่าเพศชาย ในขณะที่ปัจจัยอื่นๆคงที่

2. **อายุ** มีความสัมพันธ์ต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวม ค่าใช้จ่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออก และค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการอื่นๆ ในเชิงบวก ในขณะที่ปัจจัยอื่นๆ คงที่

3. **สถานภาพสมรส** มีความสัมพันธ์ต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวม ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออก และค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการอื่นๆ ในเชิงบวก กล่าวคือ ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย AIS DTAC TRUEMOVE และ HUTCH ที่มีสถานภาพโสด มีแนวโน้มในการใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่มากกว่าผู้ที่มีสถานภาพสมรส/ หม้าย หย่าร้าง ในขณะที่ปัจจัยอื่นๆคงที่

4. **การศึกษา** มีความสัมพันธ์ต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวม ค่าใช้จ่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออก และค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการอื่นๆ ในเชิงบวก กล่าวคือ ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย AIS DTAC TRUEMOVE และ HUTCH ที่มีการศึกษา อยู่ในระดับสูง มีแนวโน้มในการใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่มากกว่าผู้ให้บริการที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่า ในขณะที่ปัจจัยอื่นๆคงที่

5. **อาชีพ** มีความสัมพันธ์ต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวม ค่าใช้จ่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออก และค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการอื่นๆ ในเชิงบวก กล่าวคือ ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย AIS DTAC TRUEMOVE และ HUTCH ที่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน/ผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัว มีแนวโน้มในการใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่มากกว่า ผู้ให้บริการที่ประกอบอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ, นักเรียน/นักศึกษา

6. รายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์ต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวม ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออก และค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการอื่นๆ ในเชิงบวก กล่าวคือ ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย AIS DTAC TRUEMOVE และ HUTCH มีรายได้ต่อเดือนเพิ่มขึ้น จะส่งผลให้ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มขึ้น ในขณะที่ปัจจัยอื่นๆคงที่

7. ค่าใช้จ่ายต่อเดือน มีความสัมพันธ์ต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวม ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออก และค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการอื่นๆ ในเชิงลบ กล่าวคือ ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย AIS DTAC TRUEMOVE และ HUTCH มีค่าใช้จ่ายต่อเดือนลดลง จะส่งผลให้ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มขึ้น ในขณะที่ปัจจัยอื่นๆคงที่

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่ายในกรุงเทพมหานคร โดยมีรายละเอียดดังนี้

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

1. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริโภค
2. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับอุปสงค์
3. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพอใจ
4. แนวคิดและทฤษฎีรายได้ถาวรของการบริโภค
5. แนวคิดและทฤษฎีรายได้สัมบูรณ์

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

1. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริโภค

การบริโภค หมายถึง รายจ่ายของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าอุปโภค บริโภคต่างๆ ในรอบปีหนึ่ง การบริโภคนั้นอาจรวมถึงการตัดสินใจที่จะบริโภคสินค้าที่บ้านหรือที่ทำงาน การบริโภครวมถึงการบริโภคสินค้าและบริการ โดยมีเงินเป็นสื่อกลางในการใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าและบริการ (รัตนา สายคณิต.2543 : 217) ค่าใช้จ่ายนี้เรียกว่า ค่าใช้จ่ายเพื่อการบริโภค (Consumption Expenditure)

การบริโภค หมายถึง การใช้เศรษฐกิจเพื่อตอบสนองความต้องการของมนุษย์ อาจจะเป็นการบริโภคทางตรง คือการที่ผู้บริโภคได้รับอรรถประโยชน์ในขณะที่บริโภค หรืออาจจะเป็นการบริโภคทางอ้อม คือการบริโภคที่ให้อรรถประโยชน์แก่ผู้บริโภคทางอ้อม ซึ่งอาจจะเกิดขึ้นในขณะที่บริโภคในเวลาต่อไป (พงศ์จิรา สิ้นพยัคฆ์.2527:11)

ทฤษฎีการบริโภค เป็นเรื่องเกี่ยวกับการจัดสรรงบประมาณเพื่อใช้จ่ายสำหรับบริโภคสินค้าหรือบริการชนิดต่างๆ ผู้บริโภคมีเหตุผล (Rational consumer) จะมีพฤติกรรมในการเลือกบริโภคเพื่อให้ตนเองได้รับความพอใจสูงสุด และการบริโภคนั้นทำได้ภายในงบประมาณหรือรายได้ที่มีอยู่ ข้อจำกัดของงบประมาณสามารถแสดงในรูปสมการคณิตศาสตร์ได้ ในกรณีที่ผู้บริโภคใช้งบประมาณไม่หมด สมการงบประมาณดังกล่าวจะไม่เป็นเส้นตรง ในการศึกษาแบบแผนการบริโภคเพื่อให้ง่ายสำหรับการวิเคราะห์มากขึ้น จึงมีการตั้งข้อสมมติให้กับผู้บริโภคใช้งบประมาณเพื่อการบริโภคจนหมด ซึ่งทำให้สมการงบประมาณเป็นเส้นตรง สามารถเรียกงบประมาณทั้งหมดที่มีว่าเป็นค่าใช้จ่ายเพื่อการบริโภคทั้งหมดได้ ดังนั้นสมการข้อจำกัดงบประมาณเส้นตรง (Linear budget constraint) ซึ่งจากหลักการของ (Deaton และ Muellbauer, 1980 : 312-326) สามารถแสดงสมการได้ดังนี้

$$x = \sum_{i=1}^n P_i q_i + u$$

กำหนดให้ x คือ ค่าใช้จ่ายเพื่อการบริโภคทั้งหมด
 P_i คือ ราคาสินค้าชนิด i
 q_i คือ ปริมาณการบริโภคสินค้าชนิด i
 u คือ ค่าความคลาดเคลื่อน

สมการอุปสงค์

จากข้อจำกัดของงบประมาณจะส่งผลต่อ การตัดสินใจสำหรับบริโภคสินค้าแต่ละชนิดว่าจะมีปริมาณเท่าใด โดยผู้บริโภคต้องคำนึงถึงราคาของสินค้าและค่าใช้จ่ายเพื่อการบริโภคทั้งหมด ซึ่งสามารถแสดงความสัมพันธ์เป็นรูปสมการอุปสงค์ได้ดังนี้

$$q_i = g_i(x, p)$$

สมการนี้เป็นรูปแบบของสมการอุปสงค์แบบธรรมดาทั่วไป (Ordinary demand function) หรือบางครั้งเรียกว่า “สมการอุปสงค์ของมาร์แชล (Marshallian demand function)” ซึ่งแสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรปริมาณสินค้าที่ขึ้นอยู่กับตัวแปรราคาและค่าใช้จ่ายทั้งหมด นอกจากรูปดังกล่าวแล้ว สมการอุปสงค์ยังสามารถแสดงได้ในอีกรูปแบบหนึ่งซึ่งเรียกว่า “สมการอุปสงค์ชดเชย (Compensated demand function)” หรือเรียกอีกอย่างว่า สมการอุปสงค์แบบฮิกซ์ (Hicksian demand function) ซึ่งจะแสดงให้เห็นว่าการตัดสินใจเปลี่ยนแปลงการบริโภคสินค้าแต่ละชนิดในปริมาณเท่าใดนั้น นอกจากจะคำนึงถึงราคาสินค้าแล้ว ยังคำนึงถึงอรรถประโยชน์ที่ได้รับจากการบริโภคด้วย แสดงเป็นสมการได้ดังนี้

$$q_i = h_i(u, p)$$

โดยที่ u = อรรถประโยชน์ที่ได้รับจากการบริโภค

เศรษฐศาสตร์จุลภาคได้พยายามอธิบายพฤติกรรมกรรมการบริโภคสินค้าและบริการของผู้บริโภคไว้ โดยอธิบายว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ในการบริโภคสินค้าและบริการ คือ ระดับราคาและรายได้ ซึ่งคนส่วนใหญ่มักจะจำกัดการใช้จ่ายไว้เพียงแค่อายุดีที่มีอยู่ นอกจากนี้มีความจำเป็นที่ต้องมีการกู้หนี้ยืมสิน นั่นคือคนส่วนใหญ่จะมีพฤติกรรมการใช้เงินเพื่อการบริโภคอย่างมีเหตุผล เป็นไปในทางใช้จ่ายไม่เกินตัว แต่ก็มีบางคนที่ยังคงมีการใช้จ่ายอย่างฟุ่มเฟือย ใช้จ่ายเพื่อการใช้จ่ายสินค้าและบริการในช่วงเวลาหนึ่งๆ ได้ถูกจัดให้เป็นตัววัดค่าของระดับการบริโภคที่สำคัญ ทั้งนี้ในเชิงมหภาครายจ่ายนี้ถือเป็นรายจ่ายขนาดใหญ่ที่สุดในบรรดารายจ่ายอื่นที่รวมกันเป็นรายจ่ายรวมทั้งประเทศ (Aggregate Expenditure) ดังนั้น การเปลี่ยนแปลงจึงมักกระทบต่อระบบเศรษฐกิจมวลรวมอย่างมาก จึงเป็นสิ่งสำคัญที่นักเศรษฐศาสตร์มหภาคไม่อาจมองข้ามได้

ผู้บริโภคใช้จ่ายในการอุปโภคบริโภคจากรายได้ที่ตนได้รับ ไม่ว่าจะเป็นรายได้ที่ได้รับเป็นรายวัน หรือรายเดือน รายได้ส่วนนี้เมื่อได้หักภาษีแล้ว มูลค่าภาษีที่มาจากรายได้ส่วนบุคคลที่จะต้องจ่ายให้แก่รัฐบาล เรียกว่ารายได้อันพึงภาระภาษี (Disposable Income) ซึ่งผู้บริโภคสามารถนำมาจับจ่ายใช้สอยเพื่อให้ตนเอง และสมาชิกในครอบครัวได้รับความพอใจสูงสุด (ประพันธ์ เศรษฐนันท์. 2543: 88)

2 แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับอุปสงค์

อุปสงค์ (demand) คือความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณอุปสงค์ และราคา ของสินค้าชนิดหนึ่ง เมื่อปัจจัยอื่นมีผลต่อแผนการซื้อจะไม่เปลี่ยนแปลง โดยปริมาณอุปสงค์จะแสดงเป็นจำนวน ณ ระดับราคาหนึ่ง นอกจากนั้นอุปสงค์ยังหมายถึง รายการของปริมาณอุปสงค์ ณ ระดับราคาต่างๆกัน

การศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้ซื้อในตลาดที่มีการแข่งขัน ปริมาณอุปสงค์ (Quantity demanded) ของสินค้า บริการหรือทรัพยากรใดๆคือจำนวนสินค้า บริการ หรือทรัพยากรชนิดนั้น ซึ่งผู้บริโภคมีความเต็มใจที่จะซื้อและมีความสามารถที่จะซื้อได้ภายในช่วงเวลาหนึ่ง ณ ระดับราคาสินค้าระดับหนึ่ง ดังเช่น เมื่อน้ำแร่ราคาขวดละ 1 ดอลลาร์ ผู้บริโภคตั้งใจที่จะซื้อวันละ 2 ขวด ปริมาณ 2 ขวดต่อวันนี้จะเป็ปริมาณอุปสงค์ของน้ำแร่ของผู้บริโภค

ปริมาณอุปสงค์ถูกวัดเป็นจำนวนต่อหน่วยของเวลา (Per unite of time) ตัวอย่างเช่น ปริมาณอุปสงค์ของน้ำเป็น 2 ขวดต่อวัน สามารถแสดงปริมาณนี้เป็น 14 ขวดต่อสัปดาห์ หรือเป็นจำนวนอื่นๆ ต่อเดือนหรือต่อปีได้ แต่หากไม่มีหน่วยของเวลามากำหนด ตัวเลขที่แสดงปริมาณอุปสงค์ของสินค้านั้นจะไม่มีความหมายอะไร (Bade;& Parkin.2008:50)

กฎของอุปสงค์

กฎของอุปสงค์ (Law of demand) แสดงดังนี้

เมื่อปัจจัยอื่นๆคงที่ หากราคาของสินค้าชนิดหนึ่งเพิ่มขึ้น ปริมาณอุปสงค์ของสินค้านั้นจะลดลง และหากราคาของสินค้าชนิดหนึ่งลดลง ปริมาณอุปสงค์ของสินค้านั้นจะเพิ่มขึ้น

จากกฎของอุปสงค์ข้างต้น หากราคาเครื่องคอมพิวเตอร์แบบพกพา (Palm) ลดลง เมื่อปัจจัยอื่นๆคงที่ ผู้บริโภคย่อมซื้อสินค้านี้มาใช้มากขึ้น และหากราคาตัวหมกการแข่งขันฟุตบอลเพิ่มขึ้น ขณะที่ปัจจัยอื่นๆคงที่ ผู้บริโภคย่อมซื้อตัวลดลง แล้วเหตุใดปริมาณอุปสงค์ของสินค้าเหล่านี้ถึงเพิ่มขึ้นเมื่อราคาของสินค้าเหล่านี้ลดลง ขณะที่ปัจจัยอื่นๆคงที่ คำตอบคือเนื่องจากผู้บริโภคมีงบประมาณที่จำกัด ดังนั้น ผู้บริโภคจะตัดสินใจเลือกสิ่งที่ดีที่สุดที่เขาเลือกได้หากราคาของสินค้านั้นลดลง เมื่อราคาของสินค้านั้นไม่เปลี่ยนแปลง สินค้าที่มีราคาต่ำกว่าจะน่าสนใจมากขึ้น ดังนั้นผู้บริโภคจะซื้อสินค้านั้นมากขึ้น เช่น สมมติว่าราคาของน้ำขวดลดลง จากขวดละ 1 ดอลลาร์ เป็น 25 เซนต์ ขณะที่ราคาเครื่องดื่มบำรุงกำลังยังเป็น 1 ดอลลาร์เท่าเดิม ผู้บริโภคย่อมเปลี่ยนจากการดื่มเครื่องดื่มบำรุงกำลังเป็นน้ำขวด เพราะทำให้ประหยัดเงินได้ถึง 75 เซนต์ต่อขวด ซึ่งผู้ซื้อสามารถนำไปใช้จ่ายซื้อสินค้าอื่นได้ทั้งหมดที่เมื่อก่อนทำไม่ได้

ปัจจัยที่มีผลต่อแผนการซื้อซึ่งทำให้ระดับอุปสงค์เปลี่ยนแปลงมีดังนี้

- ราคาของสินค้าที่เกี่ยวข้อง (Price of related goods)
- รายได้ (income)
- การคาดการณ์ (expectation)
- จำนวนผู้ซื้อ (number of buyer)
- ความชอบ (Preferences)

ราคาของสินค้าที่เกี่ยวข้อง

การเปลี่ยนแปลงในราคาของสินค้าชนิดหนึ่ง ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงระดับอุปสงค์ของสินค้าอื่นที่มีความเกี่ยวข้องกัน สินค้าที่มีความเกี่ยวข้องกันอาจเกี่ยวข้องโดยเป็นสินค้าที่ใช้ทดแทนสินค้านั้นได้หรือเป็นสินค้าที่ใช้ประกอบกันสินค้านั้น การใช้ทดแทนกันได้ (Substitute) ของสินค้าหมายถึงสามารถบริโภคสินค้าชนิดหนึ่งแทนสินค้าอีกชนิดหนึ่งได้ เช่น การบริโภคเค้กช็อกโกแลตแทนเค้กเนย การเดินทางโดยแท็กซี่แทนการเดินทางโดยรถไฟ การบริโภคน้ำขวดแทนเครื่องดื่มบำรุงกำลัง

การใช้สินค้าประกอบกัน (Complement) ของสินค้า หมายถึง การบริโภคสินค้าชนิดหนึ่ง ร่วมกับสินค้าอีกชนิดหนึ่ง อาทิเช่น การบริโภคกาแฟกับครีมและน้ำตาล การใช้บริการสระผมผม ร่วมกับบริการเปลี่ยนสีผม และการบริโภคน้ำชาวดร่วมกับการใช้บริการจากศูนย์ฟิตเนส

การเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้าทดแทนกัน (a change in the price of a substitute) อุปสงค์ของสินค้าชนิดหนึ่งจะเพิ่มขึ้น หากราคาของสินค้าที่ใช้ทดแทนกันได้เพิ่มขึ้น และอุปสงค์ของสินค้าชนิดหนึ่งจะลดลง เมื่อราคาของสินค้าที่ใช้ทดแทนกันได้ชนิดหนึ่งได้ลดลง ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่า อุปสงค์ของสินค้าชนิดหนึ่งและราคาของสินค้าที่ใช้ทดแทนกันกับสินค้าชนิดนั้นมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน (same direction) เช่นเค้กเนยและเค้กช็อกโกแลตเป็นสินค้าทดแทนกัน ซึ่งอุปสงค์ของเค้กเนยจะเพิ่มขึ้นเมื่อราคาของเค้กช็อกโกแลตเพิ่มขึ้น

การเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้าที่ใช้ประกอบกัน (a change in the price of a complement) อุปสงค์ของสินค้าชนิดหนึ่งจะลดลง เมื่อราคาของสินค้าอีกชนิดที่ใช้ประกอบกันเพิ่มขึ้น และอุปสงค์ของสินค้าชนิดหนึ่งจะเพิ่มขึ้น เมื่อราคาของสินค้าอีกชนิดที่ใช้ประกอบกันลดลง ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าอุปสงค์ของสินค้าชนิดหนึ่งและราคาของสินค้าอีกชนิดหนึ่งที่ใช้ประกอบกันมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกัน (opposite direction) ตัวอย่างของสินค้าที่ใช้ประกอบกันเช่นกาแฟและครีมเทียม ซึ่งเห็นได้ว่าอุปสงค์ของครีมเทียมจะลดลงเมื่อราคาของกาแฟเพิ่มขึ้น

รายได้

สินค้าชนิดหนึ่งจะเรียกได้ว่าเป็นสินค้าปกติ (normal goods) หากการเพิ่มขึ้นของรายได้ทำให้อุปสงค์ของสินค้านั้นเพิ่มขึ้น และการลดลงของรายได้ทำให้อุปสงค์ของสินค้านั้นลดลง ตัวอย่างเช่น หากซื้อน้ำชาวดมากขึ้นเมื่อรายได้เพิ่มขึ้น น้ำชาวดจะเป็นสินค้าปกติ ซึ่งสินค้าส่วนใหญ่ที่พบจะเป็นสินค้าปกติ ส่วนสินค้าอีกชนิดหนึ่งเรียกว่าสินค้าด้อย (inferior goods) สำหรับสินค้าด้อยนั้นการเพิ่มขึ้นของรายได้จะทำให้อุปสงค์ของสินค้าลดลง และการลดลงของรายได้จะทำให้อุปสงค์ของสินค้าเพิ่มขึ้น เช่น เมื่อรายได้เพิ่มขึ้น การซื้อถังพลาสติกใส่ของลดลงและซื้อถังสำหรับวางหนังสือมากขึ้น ถังพลาสติกใส่ของจะเป็นสินค้าด้อย

การคาดการณ์

การคาดการณ์เกี่ยวกับรายได้และราคาสินค้าในอนาคตจะมีผลกระทบต่ออุปสงค์ หากคาดว่าจ้างงานที่มีรายได้ดีในช่วงปีต่อม ก็จะไปเที่ยวต่างจังหวัด อุปสงค์ของการเดินทางช่วงวันหยุดจะเพิ่มขึ้น หรือหากคาดว่าราคาของเบะหมี่ราเมน จะแพงขึ้นในสัปดาห์หน้าผู้บริโภคย่อมจะซื้อเบะหมี่ชนิดนี้จำนวนมากเพื่อเก็บไว้ ดังนั้นอุปสงค์ของเบะหมี่ราเมนในเวลานี้จะเพิ่มขึ้น

จำนวนผู้ซื้อ

หากในตลาดยังมีผู้ซื้อมาก อุปสงค์จะยิ่งมีมาก เช่นในเขตเมืองใหญ่ๆ ที่มีผู้คนจำนวนมาก อุปสงค์ของที่จอดรถ อุปสงค์ของภาพยนตร์ อุปสงค์ของน้ำขวดย่อมมีมากกว่าในเมืองเล็กๆ

ความชอบ

รสนิยม (tastes) หรือที่นักเศรษฐศาสตร์เรียกว่าความชอบ (preferences) เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์สินค้า เมื่อความชอบในสินค้าชนิดหนึ่งเปลี่ยนแปลงไป อุปสงค์ของสินค้านั้นจะเพิ่มขึ้นและอุปสงค์ของสินค้าอื่นที่ใช้แทนกันได้จะลดลง เช่นเมื่อคนได้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับอันตรายต่อสุขภาพจากยาสูบ ความชอบหรือรสนิยมจะเปลี่ยนแปลงไป การเปลี่ยนแปลงในความชอบทำให้อุปสงค์ของบุหรี่ลดลงและทำให้อุปสงค์ของแผ่นนิโคติน ซึ่งใช้เพื่อลดการสูบบุหรี่เพิ่มขึ้น

3. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพอใจ

ทฤษฎีว่าด้วยความพอใจเท่ากัน (Indifference Curve Theory) เป็นทฤษฎีที่อธิบายถึงแนวทางการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้าเมื่อเกิดพฤติกรรมผู้บริโภค เป็นต้นเหตุที่ทำให้เกิดทฤษฎีอุปสงค์ขึ้นมา โดยเป็นแนวคิดเปลี่ยนแปลงในปัจจัยที่กำหนด โดยเฉพาะปัจจัยเรื่องราคา ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนซื้อกับราคาสินค้า อันเกิดจากของนักเศรษฐศาสตร์ชื่อ John R.Hicks. สิ่งสำคัญที่เกี่ยวข้องและมีความสำคัญต่อพฤติกรรมในการบริโภคของผู้บริโภค 2 ประการคือ ความพอใจของผู้บริโภค แสดงให้เห็นได้ด้วยเส้นความพอใจเท่ากัน และ งบประมาณรายจ่ายของผู้บริโภค ซึ่งแสดงโดยเส้นงบประมาณ

1. เส้นความพอใจเท่ากัน (Indifference Curve) คือ เส้นที่แสดงถึงปริมาณผสม ของสินค้าหลายชนิด ซึ่งผู้บริโภคทำการบริโภคแล้วจะได้รับความพอใจเท่ากันในทุกส่วนผสม แม้ผู้บริโภคจะเปลี่ยนแปลงปริมาณผสมระหว่างสินค้าหลายชนิดเพื่อทำการบริโภค แต่ก็ยังได้รับความพอใจเท่าเดิม แสดงว่าสินค้าเหล่านั้นสามารถสร้างความพอใจเท่ากันได้
2. เส้นงบประมาณหรือเส้นความเป็นไปได้ในการบริโภค เส้นงบประมาณ (Budget Line) คือ เส้นที่แสดงว่า ณ งบประมาณรายจ่ายที่มีอยู่ ผู้บริโภคจะสามารถบริโภคสินค้าได้เท่าไร ภายใต้ราคาสินค้าที่กำหนด เส้นงบประมาณจึงเป็นเส้นที่กำหนดความสามารถในการบริโภคของผู้บริโภคว่าจะสามารถทำการบริโภคจนถึงความพอใจในระดับที่ผู้บริโภคต้องการ

ดังนั้นในการศึกษาเรื่องทฤษฎีความพอใจถือได้ว่ามีบทบาทสำคัญ เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่แสดงความพอใจสูงสุดต่อสินค้านั้น ๆ จะมีอยู่ภายใต้งบประมาณที่เป็นไปได้ หรือ โดยการเลือกของผู้บริโภค ทำให้ง่ายต่อการวิเคราะห์ถึงความพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้านั้น ๆ และหน่วยธุรกิจก็สามารถทราบถึงความพอใจของผู้บริโภคและนำมากำหนดกลยุทธ์การแข่งขันทางธุรกิจได้ (วันรักษ์ มิ่งมณีนา คิน. 2547: 114-120)

4. แนวคิดและทฤษฎีรายได้ถาวรของผู้บริโภค

มิลตัน ฟรีดแมน (Milton Friedman) เป็นผู้เสนอทฤษฎีรายได้ถาวรของการบริโภคในปี 1957 สาระสำคัญของทฤษฎีคล้ายคลึงกับทฤษฎีวงจรชีวิตที่ว่าผู้บริโภคไม่ได้ขึ้นอยู่กับรายได้ปัจจุบันเท่านั้นแต่ขึ้นกับประมาณการของรายได้ในระยะยาว

สมการแสดงความสัมพันธ์ระหว่างการบริโภคและรายได้ถาวร มีรูปแบบดังนี้

$$C = cYP \quad \text{โดยที่ } YP \text{ คือรายได้ถาวรที่ใช้จ่ายได้} \quad (1)$$

รายได้ถาวรพิจารณาได้จากทั้งรายได้และความมั่นคงในปัจจุบัน และที่จะมีในอนาคต เพื่อนำมาใช้ในการบริโภคอย่างสม่ำเสมอของบุคคลในระดับที่เขาสามารถดำรงอยู่ได้ตลอดชีวิต ในกรณีที่รายได้ในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไป ต้องพิจารณาว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงชั่วคราวหรือถาวร ทั้งนี้เพราะทฤษฎีนี้เชื่อว่ารายได้ชั่วคราวจะไม่มีอิทธิพลต่อแบบแผนการบริโภคของบุคคล

ในกรณีที่รายได้มีการเปลี่ยนแปลงไป และอยากทราบว่าจะมีผลต่อรายได้ถาวรอย่างไร สามารถแสดงเป็นสูตรของรายได้ถาวรแบบง่าย ๆ โดยกำหนดให้รายได้ถาวรเท่ากับรายได้ปีที่แล้ว บวกกับส่วนหนึ่งของการเพิ่มขึ้นของรายได้จากปีที่แล้วมาเป็นปัจจุบัน โดยเขียนได้ดังนี้

$$\begin{aligned} YP &= Y_{-1} + \theta (Y - Y_{-1}) ; 0 < \theta < 1 \\ &= \theta Y + (1 - \theta) Y_{-1} \end{aligned} \quad (2)$$

โดยที่ Y_{-1} คือรายได้ปีก่อน

Y คือรายได้ปีปัจจุบัน

θ คือสัดส่วนที่มีค่า ระหว่าง 0 และ 1

จากสมการ (1) และ (2) สามารถเขียนสมการการบริโภคใหม่ดังนี้

$$\begin{aligned} C &= cYP \\ &= c\theta Y + c(1 - \theta) Y_{-1} \end{aligned}$$

จะเห็น MPC ของรายได้ปัจจุบัน จะเท่ากับ $c\theta$ ซึ่งน้อยกว่า ความโน้มเอียงเฉลี่ยในการบริโภค (APC) ระยะยาวซึ่งเท่ากับ c นั่นคือ ทฤษฎีรายได้ถาวรชี้ให้เห็นว่า MPC ระยะสั้น แตกต่างจาก MPC ระยะยาว ที่มีค่าเท่ากับ APC เหตุผลที่ MPC ระยะสั้นมีค่าต่ำเนื่องจากว่าเมื่อรายได้ปัจจุบันเพิ่มขึ้น บุคคลจะยังไม่อาจแน่ใจได้ว่า รายได้ที่เพิ่มนั้นเป็นการเพิ่มแบบถาวร ดังนั้น การใช้จ่ายเพื่อการบริโภคจึงเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อย แต่ถ้าวการเพิ่มขึ้นของรายได้เป็นแบบถาวรในกรณีตัวอย่างที่กล่าวแล้วก็คือ การที่รายได้ของช่วงหรือปีถัดไป เท่ากับรายได้ของปีปัจจุบัน (หลังจากที่รายได้ปีปัจจุบันได้เพิ่มขึ้นมาแล้ว) ในกรณีนี้ผู้บริโภคคนนี้ก็ปรับการบริโภคปีหน้าขึ้นตามระดับของรายได้ที่เพิ่มขึ้น (วิทยา ปิ่นทอง.2542:180-181)

5. แนวคิดและทฤษฎีรายได้สมบูรณ์

ในทฤษฎีของเคนส์ปริมาณการใช้จ่ายในการบริโภคที่ตั้งใจไว้จะถูกกำหนดโดยรายได้ที่บุคคลสามารถจับจ่ายใช้สอยได้จริงในขณะนั้น (Current disposable income) โดยที่การเปลี่ยนแปลงในปริมาณการใช้จ่ายในการบริโภคที่ตั้งใจไว้ จะน้อยกว่าการเปลี่ยนแปลงของรายได้ที่บุคคลสามารถจับจ่ายใช้สอยได้ หรือ MPC จะมีค่าน้อยกว่า 1 เขียนในรูปของสมการได้เป็น

$$C = C_a + cY_d ; 0 < c < 1$$

C = ปริมาณการใช้จ่ายในการบริโภคที่ตั้งใจไว้

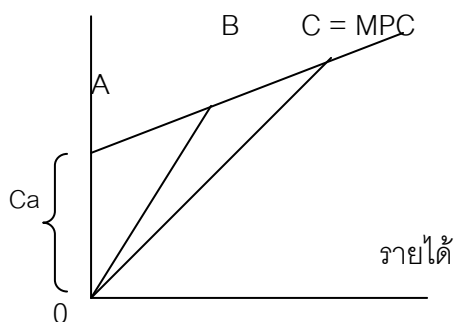
C_a = ปริมาณการใช้จ่ายในการบริโภคเมื่อระดับรายได้ที่บุคคลสามารถจับจ่ายใช้สอยได้มีค่าเท่ากับศูนย์ C_a จะถูกกำหนดโดยปัจจัยอื่นๆที่ไม่ใช่รายได้

c = ค่าความโน้มเอียงหน่วยสุดท้ายในการบริโภคหรือ MPC

Y_d = รายได้ที่บุคคลสามารถจับจ่ายใช้สอยได้หรือ $Y_d = Y - t(Y)$ โดยที่ $t(Y)$ ก็คือ ฟังก์ชันของภาษี (Tax function)

เนื่องจากค่าของ MPC ในสมการข้างต้นมีค่าเป็นบวกและมีค่าน้อยกว่าหนึ่ง แสดงว่าเมื่อรายได้ที่บุคคลสามารถจับจ่ายใช้สอยได้เพิ่มขึ้น ปริมาณการใช้จ่ายในการบริโภคก็จะเพิ่มขึ้น โดยที่การเพิ่มขึ้นของปริมาณการใช้จ่ายในการบริโภคจะเพิ่มในสัดส่วนที่น้อยกว่าการเพิ่มขึ้นของรายได้ ในทางตรงกันข้าม เมื่อรายได้ที่บุคคลสามารถจับจ่ายใช้สอยได้ลดลง ปริมาณการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคก็จะลดลงด้วย โดยที่การลดลงของปริมาณการใช้จ่ายในการบริโภคจะลดลงในสัดส่วนที่น้อยกว่าการลดลงของรายได้ (อมรทิพย์ แท้เพียงธรรม.2544:99-101)

ค่าใช้จ่ายในการบริโภค



ภาพประกอบ 3 เส้นการบริโภคในระยะสั้นของเคนส์

เส้น C ในภาพประกอบ 3 คือเส้นการบริโภคในระยะสั้นของเคนส์ ความชัน ของเส้นตรงที่ลากจากจุดกำเนิดไปยังจุดต่างๆ บนเส้น C จะบอกให้ทราบถึงค่าของความโน้มเอียงเฉลี่ยในการบริโภค หรือ APC หรืออัตราส่วนระหว่างปริมาณการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคกับรายได้ ณ จุดนั้นๆ ค่าของความชันของเส้นการบริโภคโดยตัวของมันเองจะมีค่าความโน้มเอียงหน่วยสุดท้ายในการบริโภค หรือ MPC ถ้าพิจารณาจากรูปจะพบว่า

1. MPC จะมีค่าน้อยกว่า APC ณ ทุกระดับรายได้
2. APC จะมีค่าลดลงเมื่อระดับรายได้เพิ่มขึ้น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากงานวิจัยที่ได้ค้นคว้ามีผู้วิจัยทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของประชาชนในกรุงเทพมหานครซึ่งเป็นการศึกษาถึงค่าใช้จ่ายของผู้บริโภคและปัจจัยทางด้านคุณลักษณะของประชากรและสังคมและปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีอิทธิพลต่อการใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่นั้นซึ่งงานวิจัยที่พบทวนยังมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องน้อย ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทบทวนงานวิจัยที่ใกล้เคียงกับเรื่องที่ศึกษา เพื่อนำมาเป็นแนวคิดในการทำการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

ลดาวัลย์ มหาลาภบุตร.(2541) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร กล่าวว่า จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่สำรวจเป็นเพศหญิง ร้อยละ 52.1 และอยู่ในวัยหนุ่มสาว ซึ่งมีอายุเฉลี่ยระหว่าง 26-30 ปี จบการศึกษาโดยเฉลี่ย ระดับปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ยประมาณ 19,283 บาทต่อเดือน มีระยะเวลาเฉลี่ยที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เท่ากับ 2.14 ปี สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สำคัญมากที่สุดร้อยละ 73.3 คือสถานะเครือข่ายระบบของโทรศัพท์เคลื่อนที่ ร้อยละ 60.1 ค่าใช้จ่าย และค่าบริการรายเดือน ร้อยละ 50.8 นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจจากการใช้สินค้าและบริการ อยู่ในขั้นพอใจ สำหรับทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างพบว่าทัศนคติในระดับความเห็นด้วยเกินร้อยละ 50 ได้แก่ ทัศนคติเรื่องการเปรียบเทียบกับเครื่องมือสื่อสารอื่น โดย โทรศัพท์เคลื่อนที่จำเป็นอย่างยิ่งสำหรับนักธุรกิจ และคนทำงานนอกบ้าน โทรศัพท์เคลื่อนที่จำเป็นอย่างยิ่งในการติดต่อสื่อสารปัจจุบัน ส่วนผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคพบว่าตัวแปรรายได้ และตัวแปรจำนวนปีที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ มีผลต่อการใช้จ่ายในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และมีทิศทางไปในทางบวก

โชติณี ชุมคง.(2548) การศึกษาเรื่องการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเงินผ่อน : กรณีศึกษาประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้ใช้ข้อมูลจากการสำรวจผู้ใช้บัตรเครดิตเงินผ่อนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจำนวน 400 ตัวอย่าง โดยแบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกเป็นการวิเคราะห์แบบจำลองการบริโภคผ่านบัตรเครดิตเงินผ่อน และความยืดหยุ่นอุปสงค์ต่อรายได้ ส่วนที่สองเป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายเงินผ่อนสินค้าทั้งหมดต่อเดือนกับปัจจัยทางด้านประชากร และสังคม จำแนกตามกลุ่มระดับรายได้ ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายเงินผ่อนสินค้าทั้งหมดต่อเดือน พบว่าตัวแปรรายได้ส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับค่าใช้จ่ายเงินผ่อนสินค้าทั้งหมดต่อเดือน และมีค่าความยืดหยุ่นอุปสงค์ต่อรายได้น้อยกว่า 1 แสดงว่าสินค้านี้เป็นสินค้าจำเป็นในสายตาของผู้ใช้บัตรเครดิตเงินผ่อน ผลการวิเคราะห์ในแต่ละกลุ่มระดับรายได้ (1) กลุ่มรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท พบว่า ตัวแปรอายุ สถานภาพ

สมรส อาชีพ การศึกษา และจำนวนสมาชิกในครอบครัว มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายเงินผ่อนสินค้าทั้งหมดต่อเดือน (2) กลุ่มรายได้ระหว่าง 10,000-15,000 บาท พบว่าตัวแปรอายุ และอาชีพ มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายเงินผ่อนสินค้าทั้งหมดต่อเดือน (3) กลุ่มรายได้ระหว่าง 15,001-20,000 บาท พบว่าตัวแปรสถานภาพสมรส และจำนวนสมาชิกในครอบครัว มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายเงินผ่อนสินค้าทั้งหมดต่อเดือน (4) กลุ่มรายได้ตั้งแต่ 20,000 บาทขึ้นไป พบว่าตัวแปรสถานภาพสมรส อาชีพและมีจำนวนสมาชิกในครอบครัว มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายผ่อนสินค้าทั้งหมดต่อเดือน

จุไรรัตน์ วงศ์เรือง. (2551) ศึกษาเรื่องปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมที่มีผลต่อการใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครผลการศึกษพบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ร้อยละ 74.50 มีอายุ 20-30 ปี สถานภาพโสด จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนจำนวน 10,000-29,999 บาท และมีค่าใช้จ่ายต่อเดือนจำนวน 5,000-9,999 บาท เลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภทเติมเงินมากที่สุด ส่วนการวิเคราะห์ปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมที่มีความสัมพันธ์ต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่นั้น พบว่าปัจจัยรายได้เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวมที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 การวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออก พบว่าปัจจัยรายได้เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออกที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 และ ปัจจัยด้านอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออกที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 การวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เพื่อการให้บริการอื่นๆ พบว่าปัจจัยรายได้ เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการให้บริการอื่นๆที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และปัจจัยด้านอาชีพนักเรียน/นักศึกษาเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เพื่อการให้บริการอื่นๆที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 ส่วนปัจจัยอื่นๆ เป็นปัจจัยที่ไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ศิริเพ็ญ อนันตโท. (2546) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ Orange ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ส่วนใหญ่ เพศหญิง มีอายุระหว่าง 24-29 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีสถานภาพสมรส โสด มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทและมีรายได้ 10,000-20,000 บาท มีพฤติกรรมการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ สาเหตุที่สำคัญที่สุดคือ มีค่าบริการถูกกว่าโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบอื่นๆ ช่วงเวลาที่ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ส่วนใหญ่คือ เวลา 19.01-23.00 น. วัตถุประสงค์การให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ส่วนใหญ่คือ เพื่อติดต่อธุระส่วนตัว ค่าเฉลี่ยของระยะเวลาในการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่เท่ากับ 7.24 เดือน ค่าเฉลี่ยของยอดค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อเดือนเท่ากับ 669.94 บาท ค่าเฉลี่ยของความถี่ในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อครั้งเท่ากับ 5.46 ครั้ง และค่าเฉลี่ยของเวลาในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อครั้งเท่ากับ 6.27 นาที ปัจจัยทางลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้าน เพศ และสถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่แตกต่างกัน สำหรับด้านอายุ การศึกษา อาชีพและรายได้แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แตกต่างกัน

วีรชัย พุฒิสกุลวงศ์. (2543) ทำการศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบเวิลด์โฟน 1800 ดิจิตอล ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิเคราะห์พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศชาย แต่งงานแล้ว อายุระหว่าง 26-35 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้สูงกว่า 50,000 บาท ต่อเดือน กิจกรรมสันทนาการที่นิยมปฏิบัติยามว่างมากที่สุด คือดูหนังฟังเพลง และส่วนใหญ่ใช้บริการมาเป็นเวลาประมาณ 1.5-3 ปี มีค่าบริการรายเดือนอยู่ระหว่าง 1,001-2,000 บาทต่อเดือน ส่วนใหญ่รับผิดชอบค่าใช้จ่ายเอง และจะชำระค่าบริการเป็นเงินสดที่ร้านเวิลด์มีเดีย และจะโทรในเขตพื้นที่กรุงเทพและปริมณฑล และมักจะโทรในช่วงเวลา 17.00-19.00 น. โดยใช้เวลาในการโทรคุยต่อครั้งไม่ถึง 5 นาที และจะใช้โทรออกประมาณ 3 ครั้งต่อวัน ในช่วงวันทำงานส่วนใหญ่จะใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ยี่ห้อโนเกีย และมีการเปิดให้บริการเสริมพิเศษประเภทแสดงหมายเลขเรียกเข้ามามากที่สุด อุปกรณ์เสริมพิเศษมีใช้มากที่สุดคือ เครื่องชาร์จ แบตเตอรี่แบบเดินทาง ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในระดับที่สูงในด้านคุณภาพในการให้บริการหลังการขาย ความสะดวกในการชำระค่าบริการ และบริการที่มีความพอใจในระดับต่ำ คือระบบเรียกเก็บค่าบริการ และความต่อเนื่องของสัญญาณขณะสนทนา การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้บริการพบว่า 1) เพศและอายุมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการใช้ 2) เพศมีความสัมพันธ์กับปริมาณค่าบริการ 3) อาชีพมีความสัมพันธ์กับผู้ที่รับผิดชอบค่าบริการ 4) อายุ อาชีพและระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับวิธีการชำระค่าบริการ 5)

เพศและอายุมีความสัมพันธ์กับจำนวนเวลาในการสนทนาแต่ละครั้ง 6) เพศ อายุ และอาชีพมีความสัมพันธ์กับวันในการใช้โทรศัพท์ 8) อายุและระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการเสริม 9) อาชีพและสถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับความคิดจะยกเลิกการใช้บริการ

เกียรติยศ ณ นคร. (2544) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในกรุงเทพมหานคร และเป็นข้อมูลปฐมภูมิจากการแจกแบบสอบถามกับประชากรในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 400 ตัวอย่าง โดยทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ใช้สถิติไคสแควร์ เพื่อดูตัวแปร 2 ตัว คือ ปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภค และ ปัจจัยส่วนบุคคลด้านความคิดเห็นต่อกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ เพื่อศึกษาว่าตัวแปร 2 ตัวที่ทำการทดสอบมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติหรือไม่ จากการศึกษาพบปัจจัยส่วนบุคคลที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคมี 5 ปัจจัย ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ และ รายได้ โดยเพศมีความสัมพันธ์กับค่าใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปลี่ยนเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ และระยะเวลาในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ สถานภาพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปลี่ยนเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ การเปลี่ยนระบบและระยะเวลาการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ อาชีพมีความสัมพันธ์กับค่าใช้บริการและระยะเวลาการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ ส่วนปัจจัยด้านรายได้มีความสัมพันธ์กับค่าใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ และระยะเวลาที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่

สุธิดา วัฒนสินยาง. (2549) ได้ศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของพนักงาน Call Center บริษัท แอดวานซ์ คอนแทค เซ็นเตอร์ จำกัด ผลการศึกษาพบว่า อายุมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่และวิธีการชำระเงินค่าซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์ต่อทัศนคติที่มีต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของพนักงาน Call Center บริษัท แอดวานซ์ คอนแทค เซ็นเตอร์ จำกัด มีทัศนคติเห็นด้วยอย่างยิ่งว่าโทรศัพท์สามารถต่อคอมพิวเตอร์ได้ เครื่องโทรศัพท์มีรูปแบบทันสมัย สวยงามและใช้งานง่าย การทำธุรกรรมต่าง ๆ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์ต่อทัศนคติที่มีต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของพนักงาน Call Center บริษัท แอดวานซ์ คอนแทค เซ็นเตอร์ จำกัด เกือบทุกด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พนักงานเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เพราะต้องการติดต่อสื่อสารและความสะดวกสบาย ยี่ห้อที่นิยมใช้ คือ Nokia มากกว่ายี่ห้ออื่น ๆ ราคาประมาณ 5,000 - 10,000 บาท เพราะขนาดน้ำหนักและรูปแบบทันสมัยในการใช้งาน ในการตัดสินใจเปลี่ยนโทรศัพท์เคลื่อนที่

จะศึกษาข้อมูลคุณสมบัติผ่านอินเทอร์เน็ต และเลือกยี่ห้อ Nokia ราคาประมาณ 10,001 - 15,000 บาท โดยจ่ายเงินซื้อแบบเงินสด

เอกชัย สุตะวิริยะวัฒน์. (2546) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ยี่ห้อโนเกียของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ บริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมการตลาด กับการเลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ยี่ห้อโนเกียของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่ามีส่วนประสมทางการตลาดเพียง 3 ด้านที่มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ยี่ห้อโนเกีย คือ ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาดไม่มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ยี่ห้อโนเกีย

เกศกนก อิศระชัยพิสิฐ. (2549) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ และความพึงพอใจต่อบริการเสริมด้านความบันเทิง ประเภทเสียงบนโทรศัพท์มือถือของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยในส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการเสริมด้านความบันเทิงประเภทเสียง ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านสังคมและปัจจัยด้านการตลาด พบว่า ด้านปัจจัยส่วนบุคคลกลุ่มตัวอย่างเลือกปัจจัยเรื่องความต้องการความสนุกสนาน คลายเครียดว่ามีอิทธิพลมากที่สุด ส่วนปัจจัยด้านสังคมกลุ่มตัวอย่างเลือกปัจจัยเรื่องข้อมูลทันสมัย และเป็นที่นิยมมากที่สุด และปัจจัยด้านการตลาด กลุ่มตัวอย่างเลือกปัจจัยเรื่องมีข้อความแจ้งราคาค่าบริการก่อนใช้งานมากที่สุด

ฮิโตชิ มิโตโมะ. (Hitoshi Mitomo.2550) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเอเชียตะวันออก: ผลการเปรียบเทียบ สํารวจจาก Asian Metropolitan Mobile ผลงานนี้แสดงถึงความคล้ายคลึงและความแตกต่างของจำนวนการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่จากผู้ให้บริการในเมืองสำคัญในเอเชียตะวันออก ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีได้รับการสนับสนุนอย่างกว้างขวางจากผู้บริโภคทั่วทั้งภาคนี้ ส่วนใหญ่จะรู้จักกับรูปแบบของโทรศัพท์ที่สามารถใช้งานอินเทอร์เน็ต , อีเมล , video conference , การทำธุรกรรมทางโทรศัพท์ และ บริการอื่นๆของโทรศัพท์ที่มีผลต่อปัจจัยสำคัญๆในการดำรงชีวิตประจำวันของผู้บริโภคในเอเชียตะวันออก ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเมืองจะได้รับผลประโยชน์ที่สุด และตรงจุดมากกว่า จากบริการหรือเทคโนโลยีใหม่ๆ ยุคคนรุ่นหลังจะได้รับการสนับสนุนจากบริการของโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้เร็วกว่ายุคคนรุ่นก่อนๆ จากผลงานวิจัยแสดงถึงความใกล้เคียงและความแตกต่าง ระหว่างพฤติกรรมการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ของวัยรุ่น , ผู้ใช้งานในเมือง ของภูมิภาคนี้ พฤติกรรมการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษามหาวิทยาลัยใน 5

เมืองสำคัญ เช่น ปักกิ่ง, ฮองกง, ไช่, ไทเป และ โตเกียว. จะพบว่าผลการสำรวจจากเมืองเหล่านี้ การพึ่งพิงการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของประชากรในกลุ่มวัยรุ่นจะมีปัจจัยเฉพาะด้านที่มีอิทธิพลต่อการใช้งานและเทคโนโลยีการสื่อสาร โดยลักษณะการใช้งานจะแตกต่างกันตามแต่ละกลุ่มอาชีพ อายุ และระดับการศึกษา

บัลการี กาบา คอฟฟี เอ็นดา และ วิคเตอร์ มาบาริกา. (Bangaly Kaba , Koffi N'Da and Victor Mbarika .2551) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความเข้าใจของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและการใช้งานด้านเทคโนโลยีของโทรศัพท์ในประเทศกำลังพัฒนา : ประเทศ Guinea การวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาถึงอิทธิพลทางสังคมและลักษณะของกลุ่มประชากรที่มีความเคลื่อนย้ายตลอดเวลา เท่าๆกับทัศนคติของผู้ใช้งานในเรื่องของความสะดวกสบายในการใช้งานโทรศัพท์ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นคนใช้งานโทรศัพท์ในประเทศGuinea จำนวน 463 คน ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระ เฉพาะปัจจัยทางด้านคุณลักษณะของประชากร ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส และปัจจัยทางสังคม ได้แก่ ระดับการศึกษา และอาชีพ มีอิทธิพลส่งผลกระทบต่อทัศนคติของผู้ใช้งานโทรศัพท์ และผลสำรวจยังแสดงให้เห็นว่าเงื่อนไขการสมัครบริการไม่มีผลกระทบต่อทัศนคติของผู้สนับสนุนการใช้โทรศัพท์ ผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์จะคำนึงถึงจำนวนค่าเฉลี่ยของการโทรออกในแต่ละวัน ที่ส่งผลกับค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่

งานวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาเพิ่มเติมจากงานวิจัยของคุณจุไรรัตน์ วงศ์เรือง ศึกษาเรื่อง ปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมที่มีผลต่อการใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร โดยไม่ได้แบ่งแยกเครือข่าย ดังนั้นการวิจัยในครั้งนี้จึงมีความแตกต่างจากเดิมคือผู้วิจัยศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่ายในกรุงเทพมหานครโดยแบ่งแยกเป็นแต่ละเครือข่ายรวมทั้งหมด 4 เครือข่ายคือ AIS DTAC TRUEMOVE และ HUTCH และกลุ่มตัวอย่างจะเลือกแบบเจาะจงกลุ่มอาชีพตามที่ผู้วิจัยได้กำหนด รวมทั้งยังศึกษาปัจจัยทางด้านการดำเนินกิจการทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่ายด้วย ซึ่งงานวิจัยในครั้งนี้จะทำให้มีความสมบูรณ์และเป็นประโยชน์เพิ่มมากขึ้น

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. การกำหนดประชากรและเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่ายในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาจากประชากรที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่และอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครโดยแบ่งตามผู้ให้บริการเครือข่ายซึ่งประกอบไปด้วย AIS, DTAC, TRUE MOVE และ HUTCH นอกจากนี้ยังเลือกประชากรเฉพาะเจาะจงตามกลุ่มอาชีพที่ผู้วิจัยกำหนด ได้แก่ อาชีพข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ, พนักงานบริษัทเอกชน, ผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัว และนักเรียน / นักศึกษา

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยจากประชากรที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครและเป็นผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย AIS, DTAC, TRUE MOVE และ HUTCH โดยเลือกเฉพาะผู้ประกอบอาชีพ ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ, พนักงานบริษัทเอกชน, ผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัว และนักเรียน / นักศึกษา และเลือกวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญหรือเลือกสุ่มตามสะดวก (Convenience sampling) ทำการแจกแบบสอบถาม (Questionnaire) และสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างแบ่งเป็นเครือข่ายละ 100 ตัวอย่าง รวมทั้งหมด 400 ตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นประชากรที่เป็นตัวแทนเฉพาะผู้ที่ประกอบอาชีพข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน ผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัว นักเรียน / นักศึกษา และเป็นผู้ที่ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของผู้ให้บริการเครือข่าย AIS DTAC TRUE MOVE และ HUTCH ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเป็นการสุ่มแบบบังเอิญกับประชากรตามสถานที่ทำงานข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ , บริษัทเอกชน ประชากรที่มีสถานที่ประกอบกิจการ และสถานศึกษา ทั่วๆไปที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ 400 คน โดยแบ่งจำนวนกลุ่มตัวอย่างตามผู้ให้บริการเครือข่าย AIS DTAC TRUE MOVE, และ HUTCH แบ่งเป็นเครือข่ายละ 100 คน และกำหนดสัดส่วนจำนวนกลุ่มตัวอย่างตามอาชีพให้มีจำนวนเท่ากันดังตาราง 2

ตาราง 2 แสดงอาชีพที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

หน่วย: คน					
อาชีพ	AIS	DTAC	TRUEMOVE	HUTCH	จำนวนรวม
1.ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	25	25	25	25	100
2.พนักงานบริษัทเอกชน	25	25	25	25	100
3. ผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัว	25	25	25	25	100
4. นักเรียน / นักศึกษา	25	25	25	25	100
รวม	100	100	100	100	400

แหล่งข้อมูล

ข้อมูลที่นำมาใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมจากแหล่งข้อมูล ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มประชากรตัวอย่างตามแบบสอบถามที่กำหนด โดยรายละเอียดข้อมูลที่ได้จากการสอบถามประกอบด้วย ข้อมูลด้านคุณลักษณะของประชากรและสังคม ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่ายของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และปัจจัยทางด้านการดำเนินกิจการทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่ายของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร และ สารสนเทศจาก เว็บไซต์ของสำนักงานคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ หน่วยงานราชการ และจากข้อมูลออนไลน์ของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ศึกษาทฤษฎีและแนวคิดจากเอกสารและหนังสือ รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดแนวความคิดในการวิจัย และทำการสร้างแบบสอบถาม พร้อมกับตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. กำหนดประเด็นเนื้อหา และ โครงสร้างของแบบสอบถาม
2. กำหนดคำถาม โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป และ ปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ และ ค่าใช้จ่ายอื่นๆ

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยสอบถามในเรื่องค่าใช้จ่ายในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่รวมต่อเดือน ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออก และค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการอื่นๆ

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านการดำเนินการทางการตลาดของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่าย โดยใช้คำถามเพื่อวัดระดับความคิดเห็นของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของแต่ละเครือข่ายประกอบไปด้วย ชื่อเสียงของบริษัท สัญญาณเครือข่าย ราคา บริการ และการส่งเสริมการขาย ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยแบ่งเป็น 5 ระดับ ได้แก่

- | | |
|-----------|--|
| 5 หมายถึง | ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ให้ระดับเห็นด้วยมากที่สุด |
| 4 หมายถึง | ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ให้ระดับเห็นด้วยมาก |
| 3 หมายถึง | ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ให้ระดับเห็นด้วยปานกลาง |
| 2 หมายถึง | ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ให้ระดับเห็นด้วยน้อย |
| 1 หมายถึง | ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ให้ระดับเห็นด้วยน้อยที่สุด |

3. สร้างแบบสอบถาม แล้วนำเสนอต่อคณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์และผู้เชี่ยวชาญ เพื่อพิจารณาความถูกต้องเพียงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม ตลอดจนจำนวนที่ใช้ในแบบสอบถาม
4. นำร่างแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่อคณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์เพื่อขอข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เพื่อให้ได้ข้อคำถามที่ตรงตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย
5. ปรับปรุงแบบสอบถามที่จัดทำขึ้นตามคำแนะนำของคณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์ และ ผู้เชี่ยวชาญ แล้วนำแบบสอบถามที่ได้รับการตรวจสอบแก้ไขทางด้านเนื้อหา และ จำนวน ภาษาไทย ไปทดลองใช้กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 20 ชุด
6. นำแบบสอบถามที่ทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างมาปรับปรุงแก้ไขเนื้อหาจำนวนภาษาและการใช้คำถามต่างๆ ให้ถูกต้องและเหมาะสม เสนอต่อคณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์ และ ผู้เชี่ยวชาญเพื่อพิจารณาตรวจสอบแบบสอบถามอีกครั้ง แล้วจึงจัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครโดยแบ่งเป็นผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ เครือข่าย AIS จำนวน 100 ตัวอย่าง เครือข่าย DTAC จำนวน 100 ตัวอย่าง เครือข่าย TRUE MOVE จำนวน 100 ตัวอย่าง และ เครือข่าย HUTCH จำนวน 100 ตัวอย่าง และกำหนดสัดส่วนตามอาชีพให้มีจำนวนเท่ากันทุกอาชีพของผู้ใช้บริการแต่ละเครือข่าย โดยกำหนดเป็นอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 25 ตัวอย่าง อาชีพพนักงานบริษัท จำนวน 25 ตัวอย่าง อาชีพผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัว จำนวน 25 ตัวอย่าง และอาชีพนักเรียน / นักศึกษา จำนวน 25 ตัวอย่าง รวม 100 ตัวอย่าง ทั้งหมด 4 เครือข่ายๆละ 100 ตัวอย่างเป็นจำนวนประชากรรวมทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ หรือเลือกสุ่มตามสะดวกกับประชาชนตามสถานที่ทำงานของข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ ,บริษัทเอกชน ประชากรที่มีสถานที่ประกอบกิจการ และสถานศึกษา ทั่วๆไปที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล ตั้งแต่ 27 ตุลาคม ถึง 5 พฤศจิกายน พ.ศ. 2551 และนำข้อมูลทั้งหมดมาตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลก่อนนำมาวิเคราะห์ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ(Multiple Regression Analysis)

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้รับข้อมูลจากแบบสอบถามที่จะใช้ในการวิจัยแล้ว ขั้นตอนต่อไปคือการจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งมีขั้นตอนดังนี้

1. นำแบบสอบถามที่เก็บข้อมูลแล้วมาตรวจสอบความถูกต้อง แล้วนำมาลงรหัส (Coding) ตามแบบที่กำหนดไว้

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาค่าทางสถิติให้เป็นไปตามจุดมุ่งหมายของการงานวิจัยโดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อบอกว่า ตัวแปรอิสระแต่ละตัวมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามมากน้อยเพียงใด เมื่อให้ตัวแปรอิสระตัวอื่นคงที่ และจะบอกว่า มีความสัมพันธ์ในเชิงบวก(+) หรือเชิงลบ (-) ซึ่งดูได้จากเครื่องหมายหน้าค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยบางส่วน ถ้าตัวแปรอิสระตัวใดมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามเชิงบวกจะหมายความว่า เมื่อค่าตัวแปรอิสระตัวนั้นเพิ่มขึ้น ค่าของตัวแปรตามจะเพิ่มขึ้นด้วย แต่ถ้าเป็นเชิงลบ ผลจะกลับกันคือ เมื่อค่าของตัวแปรอิสระตัวนั้นเพิ่มขึ้น ค่าของตัวแปรตามจะลดลง (บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์.2543: 368)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับงานวิจัยครั้งนี้ ได้แก่

1. การใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่อเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลด้านคุณลักษณะทั่วไปของผู้ใช้บริการ และ ผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร

2. การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การเปรียบเทียบค่าร้อยละ (Percentile Rank) และแบบไขว้ (Cross tab) ค่าเฉลี่ย (Mean $\bar{X}$) ค่าต่ำสุด (Min.) และค่าสูงสุด (Max.) โดยมีหลักเกณฑ์ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด. 2545: 104-105)

การคิดคำนวณค่าร้อยละ ใช้สูตร

$$P = \frac{f \times 100}{N}$$

เมื่อ	P	คือ	ค่าร้อยละ
	f	คือ	ความถี่ที่ต้องการแปลงให้เป็นร้อยละ
	N	คือ	จำนวนความถี่ทั้งหมด

การคิดคำนวณค่าเฉลี่ย (Mean $\bar{X}$) ใช้สูตร

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{N}$$

เมื่อ $\bar{X}$ คือ ค่าเฉลี่ยของระดับคะแนน

X คือ ค่าคะแนน

N คือ จำนวนข้อมูล

อันตรภาคชั้นในการแปลความหมายของค่าเฉลี่ย

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ค่าสูงสุด} - \text{ค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \text{ คะแนน} \end{aligned}$$

เกณฑ์ค่าเฉลี่ยในการแปลความหมาย (มัลลิกา บุญนาค, 2540:85)

ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่มีระดับความเห็นด้วยมากที่สุด	หมายถึง 4.21 – 5.00 คะแนน
ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่มีระดับความเห็นด้วยมาก	หมายถึง 3.41 – 4.20 คะแนน
ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่มีระดับความเห็นด้วยปานกลาง	หมายถึง 2.61 – 3.40 คะแนน
ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่มีระดับความเห็นด้วยน้อย	หมายถึง 1.81 – 2.60 คะแนน
ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่มีระดับความเห็นด้วยน้อยที่สุด	หมายถึง 1.00 – 1.80 คะแนน

ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้แปลความหมายของข้อมูลซึ่งเป็นการวัดการกระจายและทราบถึงความแตกต่างกันหรือการแปรผันของคะแนน เพื่อให้ทราบถึงค่าเบี่ยงเบนจากค่าเฉลี่ย (บุญชม ศรีสะอาด. 2545: 106-107)

การคิดคำนวณค่าเบี่ยงเบน ใช้สูตร

$$SD = \sqrt{\frac{\sum (x - \bar{X})^2}{N-1}}$$

เมื่อ S.D.	แทน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
X	แทน คะแนนแต่ละตัว
$\bar{X}$	แทน ค่าเฉลี่ย
N	แทน จำนวนคะแนนในกลุ่ม
Σ	แทน ผลรวม

คำร้อยละ สำหรับอธิบายลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส อาชีพ รายได้ และ รายจ่ายอื่นๆ ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าต่ำสุด (Min.) ค่าสูงสุด (Max.) ใช้อธิบาย อายุ รายได้ ค่าใช้จ่ายอื่นๆ รวมถึง การอธิบายค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวม ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออก และค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการอื่นๆ และการหาเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ในส่วนของระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่ายที่เลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่

2. สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน เพื่อเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

2.1 ค่าสัมประสิทธิ์แห่งการกำหนดเชิงพหุคูณ (R-Square: R^2) เป็นค่าที่บอกให้ทราบว่าตัวแปรอิสระทั้งหมดที่กำหนดในสมการถดถอยเชิงพหุคูณนั้น จะสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตามได้มากน้อยเพียงใด ซึ่งค่า R^2 จะอยู่ระหว่าง 0 ถึง 1 โดยค่า R^2 ที่มีค่าเข้าใกล้ 1 มากเท่าใด หมายความว่า ตัวแปรอิสระทั้งหมดสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตามได้มากเท่านั้น โดยใช้สูตร (McGuigan; Moyer & Harris. 2005:146-149)

$$R^2 = \frac{SSR}{SST}$$

$$SST = SSR + SSE$$

หรือ $\sum (Y_i - \bar{Y})^2 = \sum (Y_i - \bar{Y})^2 + \sum e_i^2$

โดยที่ $SST = \sum (Y_i - \bar{Y})^2$ คือ ผลรวมกำลังสองของส่วนเบี่ยงเบนทั้งหมดของ Y
(Total sum of squares)

$SSR = \sum (Y_i - \bar{Y})^2$ คือ ผลรวมกำลังสองของส่วนเบี่ยงเบนของค่า Y
ในส่วนที่อธิบายได้ด้วยสมการถดถอย
(Residual sum of squares)

$SSE = \sum e_i^2$ คือ ผลรวมกำลังสองของค่า Y ในส่วนที่อธิบายได้ด้วย
สมการถดถอยไม่ได้ (Error sum of squares)

$\bar{R}^2$ คือ ค่า Adjust R^2

2.2 ค่าสถิติ F เป็นค่าที่ใช้ทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรตามกับตัวแปรอิสระทุกตัวพร้อมกัน โดยถ้าค่า F ที่ได้จากสมการถดถอยที่สร้างขึ้นมีค่ามากกว่าค่า F ที่ได้จากตาราง แสดงว่าสมการที่สร้างขึ้นนั้นประกอบด้วยตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตาม อย่างน้อย 1 ตัวแปรอิสระ โดยใช้สูตร

$$F_{k, n-k-1} = \frac{SSR / k}{SSE / n-k-1}$$

2.3 ค่าสถิติ t เป็นค่าที่ใช้ทดสอบนัยสำคัญทางสถิติของค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยแต่ละตัว เพื่อตรวจสอบว่า ตัวแปรอิสระตัวใดบ้างที่สามารถใช้อธิบายการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตามได้ดี โดยนำค่า t ที่ได้จากการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบกับค่า t ที่ได้จากตาราง ถ้ามีค่ามากกว่าค่า t ที่ได้จากตาราง แสดงว่าตัวแปรอิสระตัวนั้นมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตามได้ดี โดยใช้สูตร (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2548: 178)

$$t = \frac{b_i}{SE(b_i)}$$

โดยที่ $SE(b_i)$ คือ ค่าคลาดเคลื่อนมาตรฐานของ b_i

2.4 สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เป็นการทำนายตัวแปรตามกับตัวแปรอิสระ โดยมีแบบจำลองสมการดังนี้

$$Y = \beta_0 + \beta_1(X_1) + \beta_2(X_2) + \beta_3(X_3) + \dots + e$$

การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุจะมีข้อสมมติฐานดังนี้

1. สมการตัวแบบถดถอยพหุคูณ จะต้องมัลักษณะเชิงเส้นตรง หรือเชิงเส้นในตัวสัมพันธ์ ซึ่งสามารถเขียนได้ตามสมการข้างต้น
2. ตัวแปรอิสระจะต้องเป็นตัวแปรที่แน่นอน
3. ตัวแปรอิสระจะต้องเป็นอิสระซึ่งกันและกันคือจะไม่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันในรูปแบบเชิงเส้น (ไม่เกิดปัญหา Multicollinearity)
4. ตัวแปรค่าความคลาดเคลื่อน (e) จะต้องมีค่าเฉลี่ยเป็นศูนย์และต้องไม่มีความสัมพันธ์กัน (Auto Correlation)

2.5 การวัดค่าตัวแปรเพื่อทำการทดสอบสมมติฐานในการวิเคราะห์ได้กำหนดรายละเอียดเพื่อทำการวัดค่าของตัวแปร ในการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่ายของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ดังนี้

ตัวแปรอิสระ

ปัจจัยด้านคุณลักษณะของประชากรและสังคม

- เพศ (สัญลักษณ์ = SEX) ได้แก่ เพศชายและเพศหญิง โดยระดับการวัดข้อมูลเป็นประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) กำหนดดังนี้

- เพศหญิง = 1

- เพศชาย = 0

- อายุ (สัญลักษณ์ = AGE) ได้แก่อายุในปี พ.ศ.2551 นับเป็นจำนวนปี

- สถานภาพการสมรส (สัญลักษณ์ = STATUS) ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) สถานภาพโสด หม้าย/หย่าร้าง และสถานภาพสมรส เป็นตัวแปรเชิงคุณภาพ จึงต้องกำหนดให้อยู่ในรูปตัวแปรเทียม (Dummy or indicator variable) เพื่อทำการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

- สถานภาพโสด = 1

- สถานภาพสมรส, หม้าย/หย่าร้าง = 0

- ระดับการศึกษา (สัญลักษณ์ = EDUCATION) เป็นตัวแปรเชิงคุณภาพ จึงกำหนดให้เป็นตัวแปรเชิงปริมาณโดยวัดจากจำนวนปีเต็มตั้งแต่เริ่มศึกษาจนกระทั่งจบการศึกษา มีหน่วยเป็นจำนวนปีดังนี้

- ประถมศึกษาตอนต้น ระยะเวลาการศึกษา 6 ปี
- มัธยมศึกษาตอนต้น ระยะเวลาการศึกษา 9 ปี
- มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. ระยะเวลาการศึกษา 12 ปี
- อนุปริญญา/ปวส. ระยะเวลาการศึกษา 14 ปี
- ปริญญาตรี ระยะเวลาการศึกษา 16 ปี
- ปริญญาโท ระยะเวลาการศึกษา 18 ปี

- อาชีพ (สัญลักษณ์ = OCCUPATION) เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) จึงต้องกำหนดในรูปตัวแปรเทียมเพื่อทำการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

- ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ / พนักงานเอกชน = 1
- ประกอบธุรกิจส่วนตัว / นักเรียน / นักศึกษา = 0

ปัจจัยทางเศรษฐกิจ

- รายได้ (สัญลักษณ์ = INCOME) เป็นรายได้เฉลี่ยทั้งเดือน จำนวนเงิน มีหน่วยเป็นบาท
- ค่าใช้จ่าย (สัญลักษณ์ = EXPENSE) เป็นค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าและบริการ ที่ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่จ่ายไปในการอุปโภค บริโภคต่อเดือน จำนวนเงิน หน่วยเป็นบาท

ตัวแปรตาม

- ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวม จำนวนเงิน หน่วยเป็นบาท
- ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออก จำนวนเงิน หน่วยเป็นบาท
- ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการอื่นๆ จำนวนเงิน หน่วยเป็นบาท

แบบจำลองสมการของค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่

$$1. Y_{AIS} = \beta_0 + \beta_1 \text{SEX} + \beta_2 \text{AGE} + \beta_3 \text{STA} + \beta_4 \text{ED} + \beta_5 \text{OCC} + \beta_6 \text{IN} + \beta_7 \text{EX} + e$$

$$Y1_{AIS} = \beta_0 + \beta_1 \text{SEX} + \beta_2 \text{AGE} + \beta_3 \text{STA} + \beta_4 \text{ED} + \beta_5 \text{OCC} + \beta_6 \text{IN} + \beta_7 \text{EX} + e$$

$$Y2_{AIS} = \beta_0 + \beta_1 \text{SEX} + \beta_2 \text{AGE} + \beta_3 \text{STA} + \beta_4 \text{ED} + \beta_5 \text{OCC} + \beta_6 \text{IN} + \beta_7 \text{EX} + e$$

โดยที่	Y AIS	แทน	ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวมของผู้ใช้เครือข่าย AIS
	Y1 AIS	แทน	ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อโทรออกของผู้ใช้เครือข่าย AIS
	Y2 AIS	แทน	ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการอื่นๆของผู้ใช้เครือข่าย AIS
	SEX	แทน	เพศ
	AGE	แทน	อายุ
	STA	แทน	สถานภาพสมรส
	ED	แทน	การศึกษา
	OCC	แทน	อาชีพ
	IN	แทน	รายได้ต่อเดือน
	EX	แทน	ค่าใช้จ่ายต่อเดือน
	β_0	แทน	ค่าคงที่
	β_{1-7}	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรแต่ละตัว
	e	แทน	ค่าเฉลี่ยของความผิดพลาด (μ)

$$2. Y_{DTAC} = \beta_0 + \beta_1 \text{SEX} + \beta_2 \text{AGE} + \beta_3 \text{STA} + \beta_4 \text{ED} + \beta_5 \text{OCC} + \beta_6 \text{IN} + \beta_7 \text{EX} + e$$

$$Y1_{DTAC} = \beta_0 + \beta_1 \text{SEX} + \beta_2 \text{AGE} + \beta_3 \text{STA} + \beta_4 \text{ED} + \beta_5 \text{OCC} + \beta_6 \text{IN} + \beta_7 \text{EX} + e$$

$$Y3_{DTAC} = \beta_0 + \beta_1 \text{SEX} + \beta_2 \text{AGE} + \beta_3 \text{STA} + \beta_4 \text{ED} + \beta_5 \text{OCC} + \beta_6 \text{IN} + \beta_7 \text{EX} + e$$

โดยที่	Y DATC	แทน	ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ผู้ใช้เครือข่าย DTAC
	Y1DTAC	แทน	ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อโทรออกของผู้ใช้เครือข่ายDTAC
	Y2 DTAC	แทน	ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการอื่นๆของผู้ใช้เครือข่าย DTAC
	SEX	แทน	เพศ
	AGE	แทน	อายุ

STA	แทน	สถานภาพสมรส
ED	แทน	การศึกษา
OCC	แทน	อาชีพ
IN	แทน	รายได้ต่อเดือน
EX	แทน	ค่าใช้จ่ายต่อเดือน
β_0	แทน	ค่าคงที่
β_{1-7}	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรแต่ละตัว
e	แทน	ค่าเฉลี่ยของความผิดพลาด (μ)

$$\begin{aligned}
 3. \ Y \text{ TRUE} &= \beta_0 + \beta_1 \text{ SEX} + \beta_2 \text{ AGE} + \beta_3 \text{ STA} + \beta_4 \text{ ED} + \beta_5 \text{ OCC} + \beta_6 \text{ IN} + \beta_7 \text{ EX} + e \\
 Y1 \text{ TRUE} &= \beta_0 + \beta_1 \text{ SEX} + \beta_2 \text{ AGE} + \beta_3 \text{ STA} + \beta_4 \text{ ED} + \beta_5 \text{ OCC} + \beta_6 \text{ IN} + \beta_7 \text{ EX} + e \\
 Y2 \text{ TRUE} &= \beta_0 + \beta_1 \text{ SEX} + \beta_2 \text{ AGE} + \beta_3 \text{ STA} + \beta_4 \text{ ED} + \beta_5 \text{ OCC} + \beta_6 \text{ IN} + \beta_7 \text{ EX} + e
 \end{aligned}$$

โดยที่	Y TRUE	แทน	ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ผู้ใช้เครือข่าย TRUE MOVE
	Y1 TRUE	แทน	ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อโทรออกของผู้ใช้เครือข่าย TRUE MOVE
	Y2 TRUE	แทน	ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการอื่นๆของผู้ใช้เครือข่าย TRUE MOVE
	SEX	แทน	เพศ
	AGE	แทน	อายุ
	STA	แทน	สถานภาพสมรส
	ED	แทน	การศึกษา
	OCC	แทน	อาชีพ
	IN	แทน	รายได้ต่อเดือน
	EX	แทน	ค่าใช้จ่ายต่อเดือน
	β_0	แทน	ค่าคงที่
	β_{1-7}	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรแต่ละตัว
	e	แทน	ค่าเฉลี่ยของความผิดพลาด (μ)

$$\begin{aligned}
4. \text{ Y HUTCH} &= \beta_0 + \beta_1 \text{ SEX} + \beta_2 \text{ AGE} + \beta_3 \text{ STA} + \beta_4 \text{ ED} + \beta_5 \text{ OCC} + \beta_6 \text{ IN} + \beta_7 \text{ EX} + e \\
\text{Y1HUTCH} &= \beta_0 + \beta_1 \text{ SEX} + \beta_2 \text{ AGE} + \beta_3 \text{ STA} + \beta_4 \text{ ED} + \beta_5 \text{ OCC} + \beta_6 \text{ IN} + \beta_7 \text{ EX} + e \\
\text{Y2HUTCH} &= \beta_0 + \beta_1 \text{ SEX} + \beta_2 \text{ AGE} + \beta_3 \text{ STA} + \beta_4 \text{ ED} + \beta_5 \text{ OCC} + \beta_6 \text{ IN} + \beta_7 \text{ EX} + e
\end{aligned}$$

โดยที่	Y HUTCH	แทน	ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ผู้ใช้เครือข่าย HUTCH
	Y1HUTCH	แทน	ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อโทรออกของผู้ใช้เครือข่าย HUTCH
	Y2 HUTCH	แทน	ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการอื่นๆของผู้ใช้เครือข่าย HUTCH
	SEX	แทน	เพศ
	AGE	แทน	อายุ
	STA	แทน	สถานภาพสมรส
	ED	แทน	การศึกษา
	OCC	แทน	อาชีพ
	IN	แทน	รายได้ต่อเดือน
	EX	แทน	ค่าใช้จ่ายต่อเดือน
	β_0	แทน	ค่าคงที่
	β_{1-7}	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรแต่ละตัว
	e	แทน	ค่าเฉลี่ยของความผิดพลาด (μ)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่ายในกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเฉพาะผู้ที่ประกอบอาชีพข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน ผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัว นักเรียน / นักศึกษา และเป็นผู้ที่ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ให้บริการเครือข่าย AIS DTAC TRUE MOVE และ HUTCH ตามสถานที่ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ บริษัทเอกชน ประชากรที่มีสถานที่ประกอบกิจการ และสถานศึกษา ทั่วๆไปที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร แบ่งเป็นผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่ายๆละ 100 คน จำนวนรวม 400 คน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลความหมายของการวิเคราะห์ข้อมูลได้กำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อของตัวแปรที่ศึกษา ดังต่อไปนี้

1. สัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ใช้สัญลักษณ์ต่างๆ ประกอบการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลซึ่งแทนค่าดังนี้

Min	แทน	ค่าต่ำสุดของกลุ่มตัวอย่าง
Max	แทน	ค่าสูงสุดของกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
S.D.	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
b	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระ
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์การแจกแจงแบบที (t-distribution)
R	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
R^2	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ของการตัดสินใจ
$\bar{R}^2$	แทน	ค่า Adjust R^2
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์การแจกแจงแบบเอฟ (F-distribution)
**	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05
***	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01

2. การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่ายของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ โดยแบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน ซึ่งในแต่ละส่วนมีรายละเอียดของการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 วิเคราะห์คุณลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่ายโดยแบ่งเป็น 4 เครือข่าย คือ AIS, DTAC, TRUE MOVE และ HUTCH ในเขตกรุงเทพมหานคร

1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ และลักษณะการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ตามเรื่องที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร

1.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่าย จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา และ อาชีพ

1.1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางเศรษฐกิจของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่าย แสดงผลรายได้เฉลี่ยต่อเดือน รายได้เฉลี่ย รายได้ต่ำสุด รายได้สูงสุดและจำแนกตามประเภทและที่มาของรายได้

1.1.3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางเศรษฐกิจของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่าย แสดงผลตามค่าใช้จ่ายต่อเดือน และ ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย ค่าใช้จ่ายต่ำสุด ค่าใช้จ่ายสูงสุด และจำแนกตามประเภทที่มาของค่าใช้จ่าย

1.2 ข้อมูลรูปแบบของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของแต่ละเครือข่าย และจำแนกตามลักษณะทางประชากรและสังคม และ ปัจจัยทางเศรษฐกิจ

1.2.1 รูปแบบของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของแต่ละเครือข่าย

1.2.2 รูปแบบของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของแต่ละเครือข่าย จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพการสมรส การศึกษา และ อาชีพ

1.2.3 รูปแบบของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่าย จำแนกตามปัจจัยทางเศรษฐกิจ ด้านรายได้ และ ค่าใช้จ่าย

1.3 วัตถุประสงค์การใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในการติดต่อสื่อสารของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่าย

1.4 ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละประเภทของผู้ใช้บริการแต่ละเครือข่ายใน กรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 2 วิเคราะห์ปัจจัยทางคุณลักษณะทางด้านประชากรและสังคมและปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่ายในกรุงเทพมหานครโดยใช้วิธีการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทำการตรวจสอบสมมติฐานในการวิจัย พร้อมทั้งวิเคราะห์หาสมการปัจจัยทางด้านคุณลักษณะทางด้านประชากรและสังคมและปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS DTAC TRUEMOVE และ HUTCH

ส่วนที่ 3 วิเคราะห์ปัจจัยทางด้านการดำเนินกิจการทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่ายในกรุงเทพมหานคร ข้อมูลระดับความคิดเห็นเรื่องปัจจัยทางด้านการดำเนินกิจการทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่ายในกรุงเทพมหานคร แบ่งเป็น 4 เครือข่าย คือ AIS DTAC TRUE MOVE และ HUTCH

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 คุณลักษณะและข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่าย

1.1 คุณลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ และลักษณะการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ตามเรื่องที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยใช้วิธีการสำรวจข้อมูลของประชากรกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ที่ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของผู้ให้บริการเครือข่าย AIS DTAC TRUE MOVE และ HUTCH ตามสถานที่ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ บริษัทเอกชน สถานที่ประกอบกิจการส่วนตัว และสถานศึกษา ทั่วไปที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจำนวน 400 ชุด

1.1.1 คุณลักษณะ และข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ สมรส การศึกษา และ อาชีพ ซึ่งได้ผลสรุปตามตาราง 3

ตาราง 3 คุณลักษณะและข้อมูลทั่วไป ของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย AIS DTAC TRUEMOVE และ HUTCH ในกรุงเทพมหานคร

หน่วย: คน

ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ		AIS	DTAC	TRUEMOVE	HUTCH
เพศ	ชาย	29 (29.00)	32 (32.00)	40 (40.00)	22 (22.00)
	หญิง	71 (71.00)	68 (68.00)	60 (60.00)	78 (78.00)
	รวม	100(100.0)	100(100.0)	100(100.0)	100(100.0)
อายุ	น้อยกว่า 20 ปี	20 (20.00)	13 (13.00)	18 (18.00)	22 (22.00)
	20-30 ปี	50 (50.00)	43 (43.00)	47 (47.00)	53 (53.00)
	31-40 ปี	24 (24.00)	31 (31.00)	31 (31.00)	24 (24.00)
	41-50 ปี	5 (5.00)	12 (12.00)	3 (3.00)	0 (0.00)
	51 ปีขึ้นไป	1 (1.00)	1 (1.00)	1 (1.00)	1 (1.00)
	รวม	100(100.0)	100(100.0)	100(100.0)	100(100.0)
		อายุเฉลี่ย= 27 ปี	อายุเฉลี่ย= 30 ปี	อายุเฉลี่ย = 28 ปี	อายุเฉลี่ย= 27 ปี
สถานภาพ		อายุต่ำสุด=13 ปี	อายุต่ำสุด= 13 ปี	อายุต่ำสุด = 13 ปี	อายุต่ำสุด = 14 ปี
		อายุสูงสุด= 55ปี	อายุสูงสุด= 52 ปี	อายุสูงสุด= 55 ปี	อายุสูงสุด= 55 ปี
	รวม	100(100.0)	100(100.0)	100(100.0)	100(100.0)
สมรส	โสด	88 (88.00)	70 (70.00)	79 (79.00)	84 (84.00)
	สมรส	11 (11.00)	29 (29.00)	19 (19.00)	14 (14.00)
	หม้าย/หย่าร้าง	1 (1.00)	1 (1.00)	2 (2.00)	2 (2.00)
	รวม	100(100.0)	100(100.0)	100(100.0)	100(100.0)

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บหมายถึงร้อยละของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่ตอบแบบสอบถาม

ตาราง 3 (ต่อ)

		หน่วย:คน			
ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ		AIS	DTAC	TRUEMOVE	HUTCH
ระดับ					
การศึกษา	ประถมศึกษา	0 (0.00)	2 (2.00)	1 (1.00)	0 (0.00)
	มัธยมศึกษาตอนต้น	10 (10.00)	5 (5.00)	9 (9.00)	5 (5.00)
	มัธยมศึกษาตอนปลาย /				
	ปวช.	1 (1.00)	9 (9.00)	2 (2.00)	10 (10.00)
	อนุปริญญา/ปวส.	4 (4.00)	9 (9.00)	15 (15.00)	6 (6.00)
	ปริญญาตรี	80 (80.00)	65 (65.00)	69 (69.00)	72 (72.00)
	ปริญญาโท	5 (5.00)	9 (9.00)	4 (4.00)	6 (6.00)
	สูงกว่าปริญญาโท	0 (0.00)	1 (1.00)	0 (0.00)	1 (1.00)
รวม		100(100.0)	100(100.0)	100(100.0)	100(100.0)
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	25 (25.00)	25 (25.00)	25 (25.00)	25 (25.00)
	พนักงานบริษัทฯ	25 (25.00)	25 (25.00)	25 (25.00)	25 (25.00)
	ข้าราชการ/				
	รัฐวิสาหกิจ	25 (25.00)	25 (25.00)	25 (25.00)	25 (25.00)
	ผู้ประกอบการธุรกิจ				
	ส่วนตัว	25 (25.00)	25 (25.00)	25 (25.00)	25 (25.00)
รวม		100 (100.00)	100 (100.00)	100 (100.00)	100 (100.00)

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บหมายถึงร้อยละของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่ตอบแบบสอบถาม

จากตาราง 3 คุณลักษณะและข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย AIS DTAC TRUEMOVE และ HUTCH ในกรุงเทพมหานคร โดยแสดงผลข้อมูลเป็นจำนวนความถี่ และ ร้อยละ จำแนกตามคุณลักษณะข้อมูลทั่วไป ในเรื่อง เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และ อาชีพ ได้ผลสรุปดังนี้

เพศ พบว่า ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่าย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง โดยคิดเป็น ผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS ร้อยละ 71.0 เครือข่ายDTAC ร้อยละ 68.0 เครือข่ายTRUEMOVE ร้อยละ 60.0 และ ผู้ใช้บริการเครือข่าย HUTCH คิดเป็นร้อยละ 78.0

อายุ พบว่า ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย AIS DTAC TRUEMOVE มีอายุน้อยที่สุดคือ 13 ปี ส่วน ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย HUTCH มีอายุน้อยที่สุด 14 ปี ซึ่งแตกต่างกันไม่มาก เมื่อพิจารณาช่วงอายุของผู้ใช้บริการแต่ละเครือข่ายส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี โดยคิดเป็น ผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS ร้อยละ 50.0 เครือข่าย DTAC ร้อยละ 43.0 เครือข่าย TRUEMOVE ร้อยละ 47.0 และ ผู้ใช้บริการเครือข่าย HUTCH คิดเป็นร้อยละ 53.0 ส่วนลำดับรองลงมาของผู้ใช้บริการแต่ละเครือข่ายเป็นผู้ที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี

สถานภาพสมรส พบว่า ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่าย ส่วนใหญ่มีสถานภาพ โสด โดยคิดเป็นผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS ร้อยละ 88.0 เครือข่าย DTAC ร้อยละ 70.0 เครือข่าย TRUEMOVE คิดเป็นร้อยละ 79.0 และผู้ใช้บริการเครือข่าย HUTCH คิดเป็นร้อยละ 84.0

ระดับการศึกษา พบว่า ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่าย ส่วนใหญ่สำเร็จ การศึกษาระดับปริญญาตรี โดยคิดเป็นผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS ร้อยละ 80.0 เครือข่าย DTAC ร้อย ละ 65.0 เครือข่าย TRUEMOVE ร้อยละ 69.0 และผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย HUTCH คิดเป็นร้อยละ 72.0

อาชีพ เนื่องจากผู้วิจัยได้กำหนดสัดส่วนอาชีพของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละ เครือข่าย ให้มีจำนวนและสัดส่วนเท่ากันทุกอาชีพ โดยคิดเป็น อาชีพนักเรียน / นักศึกษา ร้อยละ25.0 พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ25.0 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจร้อยละ25.0 และอาชีพประกอบ ธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 25.0

1.1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางเศรษฐกิจของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย AIS DTAC TRUEMOVE และ HUTCH แสดงผลรายได้เฉลี่ยต่อเดือน รายได้เฉลี่ย รายได้ต่ำสุด รายได้สูงสุดและจำแนกตาม ประเภทและที่มาของรายได้ สรุปผลได้ตามตาราง ดังนี้

ตาราง 4 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือน รายได้เฉลี่ย รายได้ต่ำสุด รายได้สูงสุด ของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย AIS DTAC TRUEMOVE และ HUTCH จำแนกตามประเภทที่มาของรายได้

หน่วย: คน

		AIS	DTAC	TRUEMOVE	HUTCH
ระดับรายได้					
รายได้ต่อเดือน	น้อยกว่า 3,000 บาท	6 (6.00)	3 (3.00)	10 (10.00)	9 (9.00)
	3,000 - 9,999 บาท	13 (13.00)	19 (19.00)	8 (8.00)	17 (17.00)
	10,000 - 29,999 บาท	59 (59.00)	60 (60.00)	63 (63.00)	50 (50.00)
	30,000 - 49,999 บาท	20 (20.00)	14 (14.00)	18 (18.00)	24 (24.00)
	ตั้งแต่ 50,000 บาทขึ้นไป	2 (2.00)	4 (4.00)	1 (1.00)	0 (0.00)
	รวม	100 (100.00)	100 (100.00)	100 (100.00)	100 (100.00)
		รายได้เฉลี่ย	รายได้เฉลี่ย	รายได้เฉลี่ย	รายได้เฉลี่ย
		= 20,778 บาท	= 20,779 บาท	= 19,248 บาท	= 18,668 บาท
		รายได้ต่ำสุด	รายได้ต่ำสุด	รายได้ต่ำสุด	รายได้ต่ำสุด
		= 1,800 บาท	= 1,801 บาท	= 2,000 บาท	= 1,500 บาท
		รายได้สูงสุด	รายได้สูงสุด	รายได้สูงสุด	รายได้สูงสุด
		= 54,000 บาท	= 54,001 บาท	= 50,000 บาท	= 45,000 บาท

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บหมายถึงร้อยละของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่ตอบแบบสอบถาม

ตาราง 4 (ต่อ)

หน่วย: คน

ประเภท ของรายได้	ระดับรายได้	AIS	DTAC	TRUEMOVE	HUTCH
เงินเดือน ค่าจ้าง	น้อยกว่า 3,000 บาท	7 (7.00)	3 (3.00)	12 (12.00)	9 (9.00)
	3,000 - 9,999 บาท	14 (14.00)	21 (21.00)	9 (9.00)	21 (21.00)
	10,000 - 29,999 บาท	58 (58.00)	63 (63.00)	61 (61.00)	48 (48.00)
	30,000 - 49,999 บาท	19 (19.00)	8 (8.00)	17 (17.00)	22 (22.00)
	ตั้งแต่ 50,000 บาทขึ้นไป	2 (2.00)	4 (4.00)	1 (1.00)	0 (0.00)
รวม		100 (100.00)	100 (100.00)	100 (100.00)	100 (100.00)
รายได้พิเศษ	น้อยกว่า 2,000 บาท	7 (7.00)	2 (2.00)	6 (6.00)	9 (9.00)
	2,000 - 4,000 บาท	10 (10.00)	2 (2.00)	5 (5.00)	9 (9.00)
	4,001 - 5,999 บาท	5 (5.00)	2 (2.00)	0 (0.00)	1 (1.00)
	ตั้งแต่ 6,000 บาทขึ้นไป	8 (8.00)	3 (3.00)	0 (0.00)	5 (5.00)
รวม		30 (30.00)	9 (9.00)	11 (11.00)	24 (24.00)
รายได้จาก การ ทำงาน ล่วงเวลา	น้อยกว่า 1,000 บาท	3 (3.00)	8 (8.00)	0 (0.00)	11 (11.00)
	1,000 - 2,000 บาท	3 (3.00)	8 (8.00)	0 (0.00)	10 (2.00)
	2,001 - 2,999 บาท	0 (0.00)	2 (2.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
	ตั้งแต่ 3,000 บาทขึ้นไป	4 (4.00)	3 (3.00)	0 (0.00)	2 (2.00)
รวม		10 (10.00)	21 (21.00)	0 (0.00)	23 (23.00)
รายได้อื่นๆ	น้อยกว่า 3,000 บาท	7 (7.00)	2 (2.00)	5 (5.00)	13 (13.00)
	3,000 - 5,000 บาท	3 (3.00)	2 (2.00)	0 (0.00)	1 (1.00)
	5,001 - 6,999 บาท	3 (3.00)	0 (0.00)	1 (1.00)	1 (1.00)
	ตั้งแต่ 7,000 บาทขึ้นไป	5 (5.00)	2 (2.00)	0 (0.00)	1 (1.00)
รวม		18 (18.00)	6 (6.00)	6 (6.00)	16 (16.00)

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บหมายถึงร้อยละของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่ตอบแบบสอบถาม

รายได้ต่อเดือน จากตาราง 4 พบว่าผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่าย ส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการมีรายได้ต่อเดือน จำนวนระหว่าง 10,000 – 29,999 บาท มีจำนวนมากที่สุด โดยคิดเป็นผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS ร้อยละ 59.0 เครือข่าย DTAC ร้อยละ 60.0 เครือข่าย TRUEMOVE ร้อยละ 63.0 และ ผู้ใช้บริการเครือข่าย HUTCH คิดเป็นร้อยละ 50.0 ส่วนรายได้เฉลี่ยของผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS และ DTAC มีรายได้เฉลี่ยไม่แตกต่างกัน โดยผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS มีรายได้เฉลี่ย 20,778 บาท และเครือข่าย DATC มีรายได้เฉลี่ย 20,779 บาท ส่วนผู้ใช้บริการเครือข่าย TRUEMOVE และ HUTCH มีรายได้เฉลี่ยใกล้เคียงกัน คือ มีรายได้เฉลี่ย 19,248 บาท และ 18,668 บาท ซึ่งรายได้เฉลี่ยของผู้ใช้บริการเครือข่าย TRUEMOVE และ HUTCH จะแตกต่างจาก 2 เครือข่ายแรกตามที่กล่าวข้างต้น

เงินเดือนและค่าจ้าง พบว่าผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่าย ส่วนใหญ่มีระดับเงินเดือนและค่าจ้าง ระหว่าง 10,000-29,999 บาท โดยคิดเป็นผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS ร้อยละ 58.0 เครือข่าย DTAC ร้อยละ 63.0 เครือข่ายTRUEMOVE ร้อยละ 61.0 และ ผู้ใช้บริการ HUTCH คิดเป็นร้อยละ 48.0 ส่วนเงินเดือนและค่าจ้างที่มีจำนวนลำดับรองลงมาของผู้ใช้บริการแต่ละเครือข่ายจะแตกต่างกัน คือ ผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS และ TRUEMOVE มีระดับเงินเดือนระหว่าง 30,000 – 49,999 บาท และผู้ใช้บริการเครือข่าย DTAC และ HUTCH มีระดับเงินเดือนระหว่าง 3,000-9,999 บาท

รายได้พิเศษ พบว่า ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย AIS และ HUTCH ส่วนใหญ่มีระดับรายได้พิเศษ ระหว่าง 2,000 – 4,000 บาท โดยคิดเป็นผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS ร้อยละ 10.0 และเครือข่าย HUTCH คิดเป็นร้อยละ 9.0 สำหรับผู้ใช้บริการเครือข่าย TRUEMOVE ส่วนใหญ่มีระดับรายได้พิเศษ น้อยกว่า 2,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 6.0 และผู้ใช้บริการเครือข่าย DTAC ส่วนใหญ่มีระดับรายได้พิเศษ ตั้งแต่ 6,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 3.0

รายได้จากการทำงานล่วงเวลา พบว่าผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่าย ส่วนใหญ่มีระดับรายได้การทำงานล่วงเวลาน้อยกว่า 1,000 บาท โดยคิดเป็นผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS ร้อยละ 3.0 เครือข่าย DTAC ร้อยละ 8.0 และผู้ใช้บริการเครือข่าย HUTCH คิดเป็นร้อยละ 11.0 ส่วนเครือข่าย TRUEMOVE พบว่าผู้ใช้บริการไม่มีรายได้มาจากการทำงานล่วงเวลา

รายได้อื่นๆ พบว่าผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่ายส่วนใหญ่มีระดับรายได้อื่นๆ น้อยกว่า 3,000 บาท โดยคิดเป็นผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS ร้อยละ 7.0 เครือข่าย DTAC ร้อยละ 2.0 เครือข่าย TRUEMOVE ร้อยละ 5.0 และผู้ใช้บริการเครือข่าย HUTCH คิดเป็นร้อยละ 13.0

ตาราง 5 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละปัจจัยด้านค่าใช้จ่าย และ ค่าใช้จ่ายต่อเดือนเฉลี่ย ค่าใช้จ่ายต่ำสุด ค่าใช้จ่ายสูงสุด ของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย AIS DTAC TRUEMOVE และ HUTCH จำแนกตาม ประเภทที่มาของค่าใช้จ่ายต่อเดือน

หน่วย: คน

ระดับค่าใช้จ่าย		AIS	DTAC	TRUEMOVE	HUTCH
ค่าใช้จ่าย	น้อยกว่า 2,000 บาท	6 (6.00)	3 (3.00)	15 (15.00)	13 (13.00)
	2,000 – 5,999 บาท	19 (19.00)	20 (20.00)	24 (24.00)	16 (16.00)
ต่อเดือน	6,000 – 9,999 บาท	22 (22.00)	23 (23.00)	41 (41.00)	29 (29.00)
	10,000-19,999บาท	46 (46.00)	36 (36.00)	19 (19.00)	40 (40.00)
	ตั้งแต่ 20,000 บาทขึ้นไป	7 (7.00)	18 (18.00)	1 (1.00)	2 (2.00)
	รวม	100 (100.00)	100 (100.00)	100 (100.00)	100 (100.00)
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย		ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย
= 10,330 บาท		= 12,804 บาท	= 6,796 บาท	= 8,904 บาท	
ค่าใช้จ่ายต่ำสุด		ค่าใช้จ่ายต่ำสุด	ค่าใช้จ่ายต่ำสุด	ค่าใช้จ่ายต่ำสุด	ค่าใช้จ่ายต่ำสุด
= 1,200บาท		= 1,600 บาท	= 800 บาท	= 900 บาท	
ค่าใช้จ่ายสูงสุด		ค่าใช้จ่ายสูงสุด	ค่าใช้จ่ายสูงสุด	ค่าใช้จ่ายสูงสุด	ค่าใช้จ่ายสูงสุด
= 29,000 บาท		= 50,000 บาท	= 20,500 บาท	= 21,000 บาท	

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บหมายถึงร้อยละของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่ตอบแบบสอบถาม

ตาราง 5 (ต่อ)

หน่วย: คน

ประเภทของ ค่าใช้จ่าย ต่อเดือน	ระดับค่าใช้จ่าย	AIS	DTAC	TRUEMOVE	HUTCH
ค่าอาหารและ เครื่องดื่ม	น้อยกว่า 2,000 บาท	20 (20.00)	13 (13.00)	34 (34.00)	31 (31.00)
	2,000 – 4,000 บาท	45 (45.00)	9 (9.00)	59 (59.00)	43 (43.00)
	4,001 – 5,999 บาท	18 (18.00)	47 (47.00)	5 (5.00)	16 (16.00)
	ตั้งแต่ 6000 บาท ขึ้นไป	16 (16.00)	22 (22.00)	2 (2.00)	9 (9.00)
	รวม	100 (100.00)	91 (91.00)	100 (100.00)	99 (99.00)
ค่าที่พักอาศัย	น้อยกว่า 1,500 บาท	8 (8.00)	4 (4.00)	11 (11.00)	9 (9.00)
	1,500 – 2,999 บาท	6 (6.00)	12 (12.00)	13 (13.00)	16 (16.00)
	3,000 – 5,999 บาท	25 (25.00)	20 (20.00)	20 (20.00)	27 (27.00)
	ตั้งแต่ 6,000 บาท ขึ้นไป	3 (3.00)	11 (11.00)	3 (3.00)	7 (7.00)
	รวม	42 (42.00)	47 (47.00)	47 (47.00)	59 (59.00)
ค่าใช้จ่าย ด้าน การศึกษา	น้อยกว่า 5,00 บาท	10 (10.00)	6 (6.00)	7 (7.00)	8 (8.00)
	500 – 1,000 บาท	5 (5.00)	1 (1.00)	0 (0.00)	1 (1.00)
	1,001 - 1,999 บาท	1 (1.00)	4 (4.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
	ตั้งแต่ 2,000 บาท ขึ้นไป	3 (3.00)	8 (8.00)	0 (0.00)	2 (2.00)
	รวม	19 (19.00)	19 (19.00)	7 (7.00)	11 (11.00)

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บหมายถึง ร้อยละของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่ตอบแบบสอบถาม

ตาราง 5 (ต่อ)

หน่วย:คน

ประเภทของ ค่าใช้จ่าย	ระดับรายได้	AIS	DTAC	TRUEMOVE	HUTCH
ค่ายานพาหนะ	น้อยกว่า 1,000 บาท	20 (20.00)	22 (22.00)	28 (28.00)	33 (33.00)
ค่าเดินทาง	1,000 – 5,000 บาท	45 (45.00)	45 (45.00)	39 (39.00)	30 (30.00)
	5,001 – 9,999 บาท	5 (5.00)	6 (6.00)	6 (6.00)	10 (10.00)
	ตั้งแต่ 10,000 บาท ขึ้นไป	5 (5.00)	2 (2.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
	รวม	75 (75.00)	75 (75.00)	73 (73.00)	59 (59.00)
ค่าเสื้อผ้า	น้อยกว่า 5,00 บาท	14 (14.00)	15 (15.00)	22 (22.00)	21 (21.00)
	500 – 999 บาท	5 (5.00)	1 (1.00)	9 (9.00)	10 (10.00)
	1,001 - 1,999 บาท	36 (36.00)	25 (25.00)	12 (12.00)	27 (27.00)
	ตั้งแต่ 2,000 บาท ขึ้นไป	23 (23.00)	24 (24.00)	2 (2.00)	11 (11.00)
	รวม	78 (78.00)	65 (65.00)	45 (45.00)	69 (69.00)
ค่าใช้จ่าย	น้อยกว่า 500 บาท	17 (17.00)	10 (10.00)	26 (26.00)	18 (18.00)
เบ็ดเตล็ด	500 – 1,000 บาท	21 (21.00)	19 (19.00)	26 (26.00)	24 (24.00)
	1,001 – 4,999 บาท	31 (31.00)	39 (39.00)	15 (15.00)	15 (15.00)
	ตั้งแต่ 5,000 บาท ขึ้นไป	5 (5.00)	17 (17.00)	1 (1.00)	7 (7.00)
	รวม	74 (74.00)	85 (85.00)	68 (68.00)	64 (64.00)

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บหมายถึง ร้อยละของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่ตอบแบบสอบถาม

ค่าใช้จ่ายต่อเดือน จากตาราง 5 พบว่าผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย AIS และ DTAC มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยใกล้เคียงกัน โดยผู้ให้บริการเครือข่าย AIS มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 10,330 บาท และผู้ให้บริการเครือข่าย DTAC มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 12,804 บาท ส่วนผู้ให้บริการเครือข่าย TRUEMOVE และ HUTCH จะแตกต่างจากสองเครือข่ายดังกล่าวข้างต้น โดยผู้ให้บริการเครือข่าย TRUEMOVE มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 6,796 บาท และผู้ให้บริการเครือข่าย HUTCH มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 8,904 บาท ถ้าพิจารณาค่าใช้จ่ายต่อเดือนพบว่าผู้ให้บริการโทรศัพท์แต่ละเครือข่ายส่วนใหญ่มีระดับค่าใช้จ่ายต่อเดือน ระหว่าง 10,000-19,999 บาท โดยคิดเป็นผู้ให้บริการเครือข่าย AIS ร้อยละ 46.0 เครือข่าย DTAC ร้อยละ 36.0 และผู้ให้บริการเครือข่าย HUTCH คิดเป็นร้อยละ 40.0 สำหรับผู้ให้บริการเครือข่าย TRUEMOVE ส่วนใหญ่มีระดับค่าใช้จ่ายต่อเดือน จำนวน 6,000 – 9,999 บาท คิดเป็นร้อยละ 41.0

ค่าใช้จ่ายอาหารและเครื่องดื่ม พบว่าผู้ให้บริการแต่ละเครือข่ายส่วนใหญ่มีระดับค่าใช้จ่ายอาหารและเครื่องดื่ม ระหว่าง 2,000 -4,000 บาท โดยคิดเป็นผู้ให้บริการเครือข่าย AIS ร้อยละ 45.0 เครือข่าย TRUEMOVE ร้อยละ 59.0 และผู้ให้บริการเครือข่าย HUTCH คิดเป็นร้อยละ 43.0 สำหรับผู้ให้บริการเครือข่าย DTAC ส่วนใหญ่มีระดับค่าใช้จ่ายอาหารและเครื่องดื่ม ระหว่าง 4,001-5,999 บาท คิดเป็นร้อยละ 47.0

ค่าใช้จ่ายด้านการศึกษา เมื่อพิจารณาผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่ายพบว่าส่วนใหญ่มีระดับค่าใช้จ่ายด้านการศึกษา น้อยกว่า 500 บาท โดยคิดเป็นผู้ให้บริการเครือข่าย AIS ร้อยละ 10.0 เครือข่าย DTAC ร้อยละ 6.0 ผู้ให้บริการเครือข่าย TRUEMOVE ร้อยละ 7.0 และผู้ให้บริการเครือข่าย HUTCH คิดเป็นร้อยละ 8.0

ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับค่ายานพาหนะ ค่าเดินทาง พบว่าผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่าย ส่วนใหญ่มีระดับค่าใช้จ่ายค่ายานพาหนะ ค่าเดินทางอยู่ระหว่าง 1,000 -5,000 บาท โดยคิดเป็นผู้ให้บริการเครือข่าย AIS ร้อยละ 45.0 เครือข่าย DTAC ร้อยละ 45.0 และผู้ให้บริการเครือข่าย TRUEMOVE คิดเป็นร้อยละ 39.0 สำหรับผู้ให้บริการเครือข่าย HUTCH ส่วนใหญ่มีระดับค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับค่ายานพาหนะ ค่าเดินทาง น้อยกว่า 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.0

ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับเสื้อผ้า พบว่าผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย AIS DTAC และ HUTCH ส่วนใหญ่มีระดับค่าใช้จ่ายเสื้อผ้าระหว่าง 1,001-1,999 บาท ส่วนผู้ให้บริการเครือข่าย TRUEMOVE ส่วนใหญ่มีระดับค่าใช้จ่ายเสื้อผ้าน้อยกว่า 500 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.0

ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด เมื่อพิจารณาค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดพบว่าผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย AIS และ DTAC ส่วนใหญ่มีระดับค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดระหว่าง 1,001- 4,999 บาท คิดเป็นร้อยละ 31.0 และ 39.0 สำหรับผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย TRUEMOVE และ HUTCH ส่วนใหญ่มีระดับค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดจำนวนระหว่าง 500-1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.0 และ 24.0

1.2 ข้อมูลรูปแบบของการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการแต่ละเครือข่าย และจำแนกตามลักษณะทางประชากรและสังคม และ ปัจจัยทางเศรษฐกิจ

1.2.1 รูปแบบการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการโทรศัพท์แต่ละเครือข่าย ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการแต่ละเครือข่ายแบ่งเป็นเครือข่าย AIS DTAC TRUEMOVE และ HUTCH จากการสำรวจข้อมูลในกรุงเทพมหานคร แบ่งเป็นเครือข่ายละ 100 คน รวมจำนวนทั้งหมด 400 คน ได้ผลสรุปตามตาราง ดังนี้

ตาราง 6 จำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการจำแนกตามรูปแบบการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของแต่ละเครือข่ายผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่

หน่วย: คน

รูปแบบการใช้ โทรศัพท์เคลื่อนที่	AIS	DTAC	TRUEMOVE	HUTCH
แบบบัตรเติมเงิน	54 (54.00)	59 (59.00)	57 (57.00)	21 (21.00)
แบบจดทะเบียน(รายเดือน)	46 (46.00)	41 (41.00)	43 (43.00)	79 (79.00)
รวม	100 (100.00)	100 (100.00)	100 (100.00)	100 (100.00)

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บหมายถึง ร้อยละของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่ตอบแบบสอบถาม

จากตาราง 6 เมื่อพิจารณารูปแบบการใช้โทรศัพท์ของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่ายพบว่า ส่วนใหญ่มีรูปแบบการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นแบบบัตรเติมเงินมากที่สุด โดยคิดเป็นผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS ร้อยละ 54.0 เครือข่าย DATC ร้อยละ 59.0 และผู้ใช้บริการเครือข่าย TRUEMOVE คิดเป็นร้อยละ 57.0 ตามลำดับ แต่ถ้าพิจารณาผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย HUTCH จะแตกต่างจาก 3 เครือข่ายดังกล่าวข้างต้น คือผู้ใช้บริการเครือข่าย HUTCH ส่วนใหญ่มีรูปแบบการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นแบบจดทะเบียน คิดเป็นร้อยละ 79.0 ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลจำนวนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่ายตามตารางที่ 1 กล่าวคือจำนวนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของเครือข่าย HUTCH ส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการจะใช้โทรศัพท์แบบจดทะเบียนมากกว่าแบบบัตรเติม เนื่องจาก

ผู้ให้บริการเครือข่าย HUTCH มีรูปแบบโปรโมชั่นของโทรศัพท์แบบจดทะเบียน อัตราค่าโทรถูกกว่ารูปแบบบัตรเติมเงิน ทำให้ส่วนใหญ่จำนวนผู้ใช้โทรศัพท์เลือกใช้บริการแบบจดทะเบียนมากกว่าแบบบัตรเติมเงิน

1.2.2 รูปแบบการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการโทรศัพท์แต่ละเครือข่าย

จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพการสมรส การศึกษา และ อาชีพ

รูปแบบการใช้โทรศัพท์ของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย AIS DTAC TRUEMOVE และ HUTCH จากการสำรวจข้อมูลของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในกรุงเทพมหานคร เครือข่ายละ 100 คน รวมจำนวน 400 คน จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา และ อาชีพ ได้ผลสรุปตามตาราง ดังนี้

ตาราง 7 ตารางแสดง จำนวนของรูปแบบการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการแต่ละเครือข่าย จำแนกตามคุณลักษณะทางประชากร เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษาและอาชีพ

หน่วย:คน

ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ		รูปแบบการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่											
		AIS			DTAC			TRUEMOVE			HUTCH		
		เติมเงิน	จดทะเบียน	รวม (n)	เติมเงิน	จดทะเบียน	รวม (n)	เติมเงิน	จดทะเบียน	รวม (n)	เติมเงิน	จดทะเบียน	รวม (n)
เพศ	หญิง	45 (45.0)	26 (26.0)	71(71.0)	45 (45.0)	23 (23.0)	68(68.0)	39 (39.0)	21(21.00)	60(60.0)	15 (15.0)	63 (63.0)	78(78.0)
	ชาย	9 (9.00)	20 (20.0)	29(29.0)	14 (14.0)	18 (18.0)	32(32.0)	18 (18.0)	22(22.00)	40(40.0)	6 (6.0)	16 (16.0)	22 (22.0)
	รวม	54(54.0)	46(46.0)	100(100.0)	59(59.0)	41(41)	100(100.0)	57(57.0)	43(43.0)	100(100.0)	21(21.0)	79(79.0)	100(100.0)
อายุ	น้อยกว่า 20 ปี	15 (15.0)	5 (5.0)	20(20.0)	11 (11.0)	2 (2.0)	13(13.0)	16 (16.0)	2(2.00)	18(18.0)	10 (10.0)	12 (12.0)	22(22.0)
	อายุ 20-30 ปี	24 (24.0)	26 (26.0)	50(50.0)	28 (28.0)	15 (15.0)	43(43.0)	27 (27.0)	20(20.00)	47(47.0)	8 (8.0)	45 (45.0)	54(54.0)
	อายุ 31-40 ปี	13 (13.0)	11 (11.0)	24(24.0)	13 (13.0)	18 (18.0)	31(31.0)	13 (13.0)	18(18.00)	31(31.0)	3 (3.0)	21 (21.0)	24(24.0)
	อายุ 41-50 ปี	1 (1.0)	4 (4.0)	5 (5.0)	7 (7.0)	5 (5.0)	12(12.0)	0 (0.0)	3 (3.00)	3 (3.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
	อายุ 51 ปีขึ้นไป	1 (1.0)	0 (0.0)	1 (1.0)	0 (0.0)	1 (1.0)	1 (1.0)	1 (1.0)	0(0.00)	1 (1.0)	0 (0.0)	1 (1.0)	1 (1.0)
	รวม	54(54.0)	46(46.0)	100(100.0)	59(59.0)	41(41.0)	100(100.0)	57(57.0)	43(43.0)	100(100.0)	21(21.0)	79(79.0)	100(100.0)
สถานภาพสมรส	โสด	51 (51.0)	37 (37.0)	88(88.0)	44 (44.0)	26 (26.0)	70(70.0)	45 (45.0)	34 (34.0)	79(79.0)	18 (18.0)	66 (66.0)	84(84.0)
	สมรส	3 (3.0)	8 (8.0)	11(11.0)	14 (14.0)	15 (15.0)	29(29.0)	11 (11.0)	8 (8.0)	19(19.0)	2 (2.0)	12 (12.0)	14(14.0)
	หม้าย / หย่าร้าง	0 (0.0)	1(1.00)	1(1.0)	1 (1.0)	0 (0.0)	1 (1.0)	1 (1.0)	1 (1.0)	2 (2.0)	1 (1.0)	1 (1.0)	2 (2.0)
	รวม	54(54.0)	46(46.0)	100(100.0)	59(59.0)	41(41.0)	100(100.0)	57(57.0)	43(43.0)	100(100.0)	21(21.0)	79(79.0)	100(100.0)

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บหมายถึง ร้อยละของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่ตอบแบบสอบถาม

ตาราง 7 (ต่อ)

หน่วย:คน													
ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ		รูปแบบการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่											
		AIS			DTAC			TRUEMOVE			HUTCH		
		เติมเงิน	จดทะเบียน	รวม (n)	เติมเงิน	จดทะเบียน	รวม (n)	เติมเงิน	จดทะเบียน	รวม (n)	เติมเงิน	จดทะเบียน	รวม (n)
ระดับการศึกษา	ประถมศึกษา	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (2.0)	0 (0.0)	2 (2.0)	1 (1.0)	0(0.0)	1 (1.0)	0(0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
	มัธยมศึกษาต้น	9 (9.0)	1 (1.0)	10(10.0)	4 (4.0)	1 (1.0)	5 (5.0)	8 (8.0)	1 (1.00)	9 (9.0)	3 (3.0)	2 (2.0)	5 (5.0)
	มัธยมศึกษาปลาย / ปวช.	0 (0.0)	1 (1.0)	1 (1.0)	5 (5.0)	4 (4.0)	9 (9.0)	3 (3.0)	1 (1.00)	4 (4.0)	3 (3.0)	7 (7.0)	10 (10.0)
	อนุปริญญา / ปวส.	1 (1.0)	3 (3.0)	4 (4.0)	4 (4.0)	5 (5.0)	9 (9.0)	5 (5.0)	10(10.0)	15(15.0)	2 (2.0)	4 (4.0)	6 (6.0)
	ปริญญาตรี	44(44.0)	36(36.0)	80(80.0)	39(39.0)	26 (26.0)	65 (65.0)	39(39.0)	30(30.0)	69(69.0)	13 (13.0)	59(59.0)	72(72.0)
	ปริญญาโท	0 (0.0)	5 (5.0)	5 (5.0)	5 (5.0)	4 (4.0)	9 (9.0)	1 (1.0)	1 (1.0)	2 (2.0)	0(0.0)	6 (6.0)	6 (6.0)
	สูงกว่าปริญญาโท	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (1.0)	1 (1.0)	0(0.0)	0(0.0)	0 (0.0)	0(0.0)	1 (1.0)	1 (1.0)
	รวม	54(54.0)	46(46.0)	100(100.0)	59(59.0)	41(41.0)	100(100.0)	57(57.0)	43(43.0)	100(100.0)	21(21.0)	79(79.0)	100(100.0)
อาชีพ	นักเรียน/ นักศึกษา	18(18.0)	7 (7.0)	25(25.0)	22(22.0)	3 (3.0)	25(25.0)	21 (21.0)	4 (4.0)	25(25.0)	10(10.0)	15 (15.0)	25(25.0)
	พนักงานเอกชน	9 (9.0)	16(16.0)	25(25.0)	11 (11.0)	14 (14.0)	25(25.0)	10(10.0)	15(15.0)	25(25.0)	7 (7.0)	18(18.0)	25(25.0)
	ข้าราชการ	12(12.0)	13(13.00)	25(25.0)	13(13.0)	12 (12.0)	25(25.0)	11(11.0)	14(14.0)	25(25.0)	1 (1.0)	24(24.0)	25(25.0)
	ธุรกิจส่วนตัว	15(15.0)	10(10.0)	25(25.0)	13(13.0)	12(12.0)	25(25.0)	15(15.0)	10(10.0)	25(25.0)	3 (3.0)	22(22.0)	25(25.0)
	รวม	54(54.0)	46(46.0)	100(100.0)	59(59.0)	41(41.0)	100(100.0)	57(57.0)	43(43.0)	100(100.0)	21(21.0)	79(79.0)	100(100.0)

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บหมายถึง ร้อยละของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่ตอบแบบสอบถาม

จากตาราง 7 สามารถวิเคราะห์ผลรูปแบบการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS DTAC TRUEMOVE และ HUTCH จำแนกตามคุณลักษณะทางประชากร ดังนี้

เพศ พบว่าผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่ายส่วนใหญ่เพศหญิงเลือกรูปแบบการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แบบบัตรเติมเงินมากกว่าแบบกดหะเบียน โดยคิดเป็นผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS ร้อยละ 45.0 เครือข่าย DATC ร้อยละ 45.0 และ ผู้ใช้บริการเครือข่าย TRUEMOVE คิดเป็นร้อยละ 39.0 เมื่อพิจารณาผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย AIS DTAC และ TRUEMOVE พบว่าผู้ใช้บริการเพศชาย และเพศหญิงเลือกรูปแบบการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แตกต่างกัน โดยผู้ใช้บริการเพศชายใช้โทรศัพท์แบบกดหะเบียนมากกว่าเพศหญิง ส่วนผู้ใช้บริการเครือข่าย HUTCH ทั้งเพศหญิงและเพศชายส่วนใหญ่เลือกรูปแบบการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นแบบกดหะเบียนมากกว่าแบบบัตรเติมเงิน โดยเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 63.0 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 16.0

อายุ เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบช่วงอายุของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่าย พบว่าผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS และ HUTCH ที่มีช่วงอายุระหว่าง 20-30 ปี ส่วนใหญ่เลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แบบกดหะเบียน คิดเป็นร้อยละ 26.0 และ 45.0 ส่วนผู้ใช้บริการเครือข่าย DTAC และ TRUEMOVE ส่วนใหญ่เลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แบบบัตรเติมเงิน คิดเป็นร้อยละ 28.0 และ 27.0 สำหรับผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี พบว่าผู้ใช้บริการแต่ละเครือข่ายส่วนใหญ่เลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นรูปแบบบัตรเติมเงินมากกว่าแบบกดหะเบียน เนื่องจากผู้ที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี ยังมีรายได้ไม่มากและรายได้มาจากผู้ปกครองจึงต้องเลือกใช้โทรศัพท์แบบบัตรเติมเงินเพราะสามารถจัดสรรงบประมาณดูแลค่าใช้จ่ายได้ง่ายกว่าแบบกดหะเบียน

สถานภาพสมรส พบว่าผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่ายส่วนใหญ่ผู้ที่มีสถานภาพโสดเลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แบบบัตรเติมเงินมากกว่าแบบกดหะเบียน โดยคิดเป็นผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS ร้อยละ 51.0 เครือข่าย DATC ร้อยละ 44.0 และ ผู้ใช้บริการเครือข่าย TRUEMOVE คิดเป็นร้อยละ 45.0 สำหรับผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย HUTCH ผู้ที่มีสถานภาพโสดส่วนใหญ่จะเลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แบบกดหะเบียน คิดเป็นร้อยละ 66.0 หากพิจารณาผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย AIS DTAC และ HUTCH พบว่าผู้ที่มีสถานภาพโสดและสถานภาพสมรส เลือกรูปแบบการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แตกต่างกันโดยผู้ที่มีสถานภาพสมรส เลือกใช้โทรศัพท์แบบกดหะเบียน มากกว่าผู้ที่มีสถานภาพโสด ส่วนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย TRUEMOVE ที่มีสถานภาพโสดและสถานภาพสมรส เลือกรูปแบบการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แบบบัตรเติมเงินมากกว่าแบบกดหะเบียน

ระดับการศึกษา พบว่าระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการแต่ละเครือข่าย ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและเลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แบบบัตรเติมเงินมากกว่าแบบกดหะเบียน โดยคิดเป็นผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS ร้อยละ 44.0 เครือข่าย DATC ร้อยละ 39.0 และ เครือข่าย TRUEMOVE ร้อยละ 39.0 ส่วนผู้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย HUTCH ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีส่วนใหญ่จะเลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แบบกดหะเบียน คิดเป็นร้อยละ 59.0

อาชีพ โดยจากการศึกษาพบผู้ที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ส่วนใหญ่เลือกรูปแบบการใช้โทรศัพท์แบบบัตรเติมเงิน และผู้บริการที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน หรือ ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่เลือกรูปแบบการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แบบกดหะเบียน และเมื่อพิจารณาอาชีพแต่ละอาชีพของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่าย พบว่าส่วนใหญ่ผู้ที่มีอาชีพเดียวกันจะมีรูปแบบการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เหมือนกัน

1.2.3 รูปแบบการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการแต่ละเครือข่าย จำแนกตามปัจจัยทางเศรษฐกิจ ด้านรายได้ และ ค่าใช้จ่าย

ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยใช้วิธีการสำรวจข้อมูลของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่ายในกรุงเทพมหานคร แบ่งเป็นเครือข่าย AIS DTAC TRUEMOVE และ HUTCH เครือข่ายละ 100 คน รวมจำนวนทั้งหมด 400 คน ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ด้านรายได้ และ ค่าใช้จ่าย ได้ผลสรุปตามตาราง

ตาราง 8 ตารางแสดง จำนวน และ ร้อยละ ของรูปแบบการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ จำแนกตามปัจจัยทางเศรษฐกิจ ด้านรายได้ และ ค่าใช้จ่ายต่อเดือน ของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่าย

		หน่วย:คน											
		รูปแบบการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่											
ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ		AIS			DTAC			TRUEMOVE			HUTCH		
		เต็มเงิน	จดทะเบียน	รวม (n)	เต็มเงิน	จดทะเบียน	รวม (n)	เต็มเงิน	จดทะเบียน	รวม (n)	เต็มเงิน	จดทะเบียน	รวม (n)
รายได้	น้อยกว่า 3,000 บาท	5 (5.0)	1 (1.0)	6 (6.0)	3 (3.0)	0 (0.0)	3(3.0)	9 (9.0)	1(1.0)	10(10.0)	5(5.0)	4 (4.0)	9 (9.0)
	3,000-9,999 บาท	11(11.0)	2 (2.0)	13 (13.0)	16 (16.0)	3 (3.0)	19(19.0)	7 (7.0)	1(1.0)	17(17.0)	6(6.0)	11(11.0)	17(17.0)
	10,000-29,999 บาท	26 (26.0)	33 (33.0)	59(59.0)	33 (33.0)	27 (27.0)	60(60.0)	34(34.0)	29(29.0)	63(63.0)	7(7.0)	43(43.0)	50(50.0)
	30,000-49,999 บาท	10 (10.0)	10 (10.0)	20(20.0)	3 (3.0)	11 (11.0)	14(14.0)	6(6.0)	12(12.0)	18(18.0)	13(13.0)	21(21.0)	34 (34.0)
	ตั้งแต่ 50,000 บาทขึ้นไป	2 (2.0)	0 (0.0)	2 (2.0)	4 (4.0)	0 (0.0)	4 (4.0)	1(1.0)	0(0.0)	1 (1.0)	0(0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
	รวม	54(54.0)	46(46.0)	100(100.0)	59(59.0)	41(41.0)	100(100.0)	57(57.0)	43(43.0)	100(100.0)	21(21.0)	79(79.0)	100(100.0)
ค่าใช้จ่าย	น้อยกว่า 2,000 บาท	5 (5.0)	1 (1.0)	6 (6.0)	3 (3.0)	0 (0.0)	3 (3.0)	14(14.0)	1(1.0)	15(15.0)	7(7.0)	6(6.0)	13(13.0)
	2,000-5,999 บาท	12 (12.0)	7 (7.0)	19(19.0)	13 (13.0)	7 (7.0)	20(20.0)	12(12.0)	12(12.0)	24(24.0)	5(5.0)	11(11.0)	16(16.0)
	6,000-9,999 บาท	14 (14.0)	8 (8.0)	22(22.0)	18 (18.0)	5 (5.0)	23(23.0)	21(21.0)	20(20.0)	41(41.0)	6(6.0)	23(23.0)	29 (29.0)
	10,000-19,999 บาท	19 (19.0)	27 (27.0)	46(46.0)	17 (17.0)	19 (19.0)	36(36.0)	9(9.0)	10(10.0)	19(19.0)	2(2.0)	38(38.0)	40(40.0)
	ตั้งแต่ 20,000 บาทขึ้นไป	4 (4.0)	3 (3.0)	7 (7.0)	8 (8.0)	10 (10.0)	18(18.0)	1(1.0)	0(0.0)	1 (1.0)	1(1.0)	1(1.0)	2 (2.0)
	รวม	54(54.0)	46(46.0)	100(100.0)	59(59.0)	41(41.0)	100(100.0)	57(57.0)	43(43.0)	100(100.0)	21(21.0)	79(79.0)	100(100.0)

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บหมายถึง ร้อยละของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่ตอบแบบสอบถาม

รายได้ต่อเดือน เมื่อพิจารณาผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่ายจากตาราง 8 ส่วนใหญ่มีระดับรายได้ 10,000-29,999 บาท และรูปแบบการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของแต่ละเครือข่ายมีความแตกต่างกัน โดยผู้ให้บริการเครือข่าย AIS และ HUTCH ส่วนใหญ่เลือกใช้โทรศัพท์แบบจตทะเบียน คิดเป็นร้อยละ 33.0 และร้อยละ 50.0 ส่วนผู้ให้บริการ DTAC และ TRUEMOVE ส่วนใหญ่เลือกใช้โทรศัพท์แบบบัตรเติมเงิน คิดเป็นร้อยละ 33.0 และ 34.0

ค่าใช้จ่ายต่อเดือน พบว่าผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่ายส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อเดือนในระดับ 10,000-19,999 บาท และใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แบบจตทะเบียนมากกว่าแบบบัตรเติมเงิน โดยคิดเป็นผู้ให้บริการเครือข่าย AIS ร้อยละ 27.0 เครือข่าย DTAC ร้อยละ 19.0 เครือข่าย TRUEMOVE ร้อยละ 10.0 และผู้ให้บริการเครือข่าย HUTCH คิดเป็นร้อยละ 38.0

1.3 วัตถุประสงค์การใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในการติดต่อสื่อสารของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่าย

วัตถุประสงค์ในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย AIS DTAC TRUEMOVE และ HUTCH จากการสำรวจข้อมูลของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในกรุงเทพมหานคร แบ่งเป็นเครือข่ายละ 100 คน รวมจำนวนทั้งหมด 400 คน ได้ผลสรุปตามตาราง

ตาราง 9 แสดงจำนวนและร้อยละตามวัตถุประสงค์การใช้โทรศัพท์ของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย AIS DTAC TRUEMOVE และ HUTCH ใน กรุงเทพมหานคร จำแนกตาม
เรื่องที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในการติดต่อสื่อสารและตามลำดับความสำคัญ

หน่วย:คน

วัตถุประสงค์ที่ใช้ โทรศัพท์เคลื่อนที่	ความสำคัญในการติดต่อลำดับที่ 1-3 (สำคัญมากไปน้อย)															
	AIS				DTAC				TRUEMOVE				HUTCH			
	สำคัญ อันดับ หนึ่ง	สำคัญ อันดับ สอง	สำคัญ อันดับ สาม	รวม	สำคัญ อันดับ หนึ่ง	สำคัญ อันดับ สอง	สำคัญ อันดับ สาม	รวม	สำคัญ อันดับ หนึ่ง	สำคัญ อันดับ สอง	สำคัญ อันดับ สาม	รวม	สำคัญ อันดับ หนึ่ง	สำคัญ อันดับ สอง	สำคัญ อันดับ สาม	รวม
	ติดต่อสื่อสาร															
ติดต่อเรื่องงาน	8 (8.0)	11(11.0)	54(54.0)	74(74.0)	19(19.0)	15(15.0)	41(41.0)	75(75.0)	26(26.0)	16(16.0)	33(33.0)	75(75.0)	21(21.0)	16(16.0)	37(37.0)	75(75.0)
ติดต่อเรื่อง ครอบครัว	31(31.0)	52(52.0)	16(16.0)	99(99.0)	35(35.0)	52(52.0)	12(12.0)	99(99.0)	31(31.0)	52(52.0)	17(17.0)	100(100.0)	32(32.0)	47(47.0)	21(21.0)	100(100.0)
ติดต่อเรื่อง ส่วนตัว	54(54.0)	32(32.0)	14(14.0)	100(100.0)	45(45.0)	29(29.0)	25(25.0)	99(99.0)	41(41.0)	29(29.0)	30(30.0)	100(100.0)	44(44.0)	34(34.0)	22(22.0)	100(100.0)
ติดต่อเรื่อง การศึกษา	5(5.0)	7(7.0)	15(15.0)	27(27.0)	1(1.0)	4(4.0)	22(22.0)	27(27.0)	2(2.0)	3(3.0)	20(20.0)	25(25.0)	2(2.0)	3(3.0)	20(22.0)	25(25.0)

จากตาราง 9 พบว่าผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย AIS DTAC TRUEMOVE และ HUTCH มีวัตถุประสงค์ที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในการติดต่อติดต่อสื่อสารไม่แตกต่างกัน โดยส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการมีวัตถุประสงค์ในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ ติดต่อเรื่องส่วนตัวมากที่สุดและให้ความสำคัญในการติดต่อเป็นอันดับแรก ส่วนลำดับรองลงมาคือติดต่อเรื่องครอบครัวโดยให้ความสำคัญในการติดต่อเป็นอันดับที่สอง และใช้โทรศัพท์ติดต่อเรื่องงาน โดยให้ความสำคัญในการติดต่อเป็นอันดับที่สาม

1.4 ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละประเภทของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่ายในกรุงเทพมหานคร

จากการสำรวจค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย AIS DTAC TRUEMOVE และ HUTCH ในกรุงเทพมหานคร เครือข่ายละ 100 คน โดยประเภทของค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้แบ่งออกเป็น ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวม ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อโทรออก และ ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการอื่นๆ ได้ผลสรุปตามตาราง 10

ตาราง 10 แสดงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวม ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อโทรออก และ ค่าใช้จ่าย
โทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการอื่นๆของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย AIS DTAC TRUEMOVE และ
HUTCH

หน่วย: คน

ประเภทค่าใช้จ่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่	ระดับค่าใช้จ่าย ค่าโทรศัพท์	ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่าย			
		AIS	DTAC	TRUE MOVE	HUTCH
ค่าใช้จ่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่	น้อยกว่า 200 บาท	17 (17.0)	20 (20.0)	14 (14.0)	26 (26.0)
รวม	200 - 300 บาท	29 (29.0)	28 (28.0)	28 (28.0)	34 (34.0)
	301 – 500 บาท	40 (40.0)	31 (31.0)	38 (38.0)	35 (35.0)
	501 - 1,000 บาท	13 (13.0)	18 (18.0)	14 (14.0)	2 (2.0)
	ตั้งแต่ 1,001 บาทขึ้นไป	1 (1.0)	3 (3.0)	6 (6.0)	3 (3.0)
	รวม	100 (100.00)	100 (100.00)	100 (100.00)	100 (100.00)
ค่าใช้จ่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่ เพื่อการโทรออก	น้อยกว่า 200 บาท	28 (28.0)	34 (34.0)	22 (22.0)	36 (36.0)
	200 – 300 บาท	37 (37.0)	28 (28.0)	35 (35.0)	41 (41.0)
	301 – 500 บาท	28 (28.0)	21 (21.0)	28 (28.0)	19 (19.0)
	501 - 1,000 บาท	6 (6.0)	16 (16.0)	11 (11.0)	2 (2.0)
	ตั้งแต่ 1,001 บาทขึ้นไป	1 (1.0)	1 (1.0)	4 (4.0)	2 (2.0)
	รวม	100 (100.00)	100 (100.00)	100 (100.00)	100 (100.00)
ค่าใช้จ่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่ เพื่อใช้บริการอื่นๆ	น้อยกว่า 50 บาท	26 (44.1)	17 (34.7)	33 (55.0)	31 (72.1)
	50 - 100 บาท	22 (37.3)	14 (28.6)	17 (28.3)	9 (20.9)
	101 – 200 บาท	9 (15.3)	12 (24.5)	7 (11.7)	2 (4.7)
	ตั้งแต่ 201 บาทขึ้นไป	2 (3.4)	6 (12.2)	3 (5.0)	1 (2.3)
	รวม	59 (100.00)	49 (100.00)	60 (100.00)	43 (100.00)

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บหมายถึง ร้อยละของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่ตอบแบบสอบถาม

ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวม จากตาราง 10 พบว่าผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่าย ส่วนใหญ่มีระดับค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวม 301-500 บาท จำนวนมากที่สุด โดยคิดเป็นผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS ร้อยละ 40.0 เครือข่าย DTAC ร้อยละ 31.0 เครือข่าย TRUEMOVE ร้อยละ 38.0 และผู้ใช้บริการเครือข่าย HUTCH คิดเป็นร้อยละ 35.0 ส่วนระดับค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวมลำดับรองลงมาของแต่ละเครือข่าย คือ 200-300 บาท และเมื่อพิจารณาระดับค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวมระหว่าง 501 -1,000 บาท พบว่า จำนวนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย HUTCH มีจำนวนน้อยกว่าเครือข่ายอื่นๆคิดเป็นร้อยละ 2.0 เมื่อเทียบกับจำนวนผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS คิดเป็นร้อยละ 13.0 เครือข่าย DATC ร้อยละ 18.0 และผู้ใช้บริการเครือข่าย TRUEMOVE คิดเป็นร้อยละ 14.0

ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออก พบว่าผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย แต่ละเครือข่าย ส่วนใหญ่มีระดับค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออก ระหว่าง 200-300 บาท จำนวนมากที่สุด โดยคิดเป็นผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS ร้อยละ 37.0 เครือข่าย TRUEMOVE ร้อยละ 35.0 และผู้ใช้บริการเครือข่าย HUTCH คิดเป็นร้อยละ 41.0 สำหรับผู้ใช้บริการเครือข่าย DTAC ส่วนใหญ่มีระดับค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออก น้อยกว่า 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.0 เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบระดับค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออกทั้งหมดของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่าย พบว่าส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการของทุกเครือข่าย มีระดับค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออก 200-300 บาท น้อยกว่า 200 บาท และ 301-500 บาท ตามลำดับ

ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการอื่นๆ พบว่าผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่าย ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการอื่นๆ น้อยกว่า 50 บาท มีจำนวนมากที่สุด โดยคิดเป็นผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS ร้อยละ 26.0 เครือข่าย DTAC ร้อยละ 17.0 เครือข่าย TRUEMOVE ร้อยละ 33.0 และผู้ใช้บริการเครือข่าย HUTCH คิดเป็นร้อยละ 31.0 เมื่อพิจารณาจำนวนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่ายที่ตอบแบบสอบถามเครือข่ายละ 100 คน พบว่าจำนวนผู้ใช้บริการของแต่ละเครือข่ายมีค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการอื่นๆจำนวนสัดส่วนไม่ถึง 100 คน และส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการแต่ละเครือข่ายมีระดับค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการอื่นๆไม่แตกต่างกัน

ส่วนที่ 2 วิเคราะห์ปัจจัยทางคุณลักษณะทางด้านประชากรและสังคมและปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่ายของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

การศึกษาในครั้งนี้ได้ทำการแบ่งผลการศึกษาออกเป็น 3 รูปแบบ คือ

1. การวิเคราะห์หาปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวมของประชาชนในกรุงเทพมหานคร โดยการสำรวจผู้ใช้บริการที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย AIS DTAC TRUEMOVE และ HUTCH ในกรุงเทพมหานคร แบ่งเป็น เครือข่ายละ 100 คน รวมจำนวน 400 คน จากผลการศึกษา สรุปผลได้ตามตารางดังนี้

ตาราง 11 ผลวิเคราะห์การถดถอยแบบขั้นตอน ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวม ของผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS ในกรุงเทพมหานคร

ค่าสถิติที่วิเคราะห์					
ตัวแปรอิสระ	B	Std Error	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่	265.849	35.707		7.445	.000***
รายได้ต่อเดือน	0.005	0.001	0.324	3.393	.001***

R = 0.324, R² = 0.105 , Adjust R² = 0.096 , Sig F. = .001***

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01

จากตาราง 11 แสดงผลการวิเคราะห์ด้วย Stepwise Regression Analysis ด้านปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวมของผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีตัวแปรอย่างน้อยหนึ่งตัวที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 แสดงผลการวิเคราะห์ ด้วยสมการ ดังนี้

	Y (AIS)	=	265.849 + 0.005 IN***
โดยที่	Y (AIS)	แทน	ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวมเครือข่าย AIS
	IN	แทน	รายได้ต่อเดือน

แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบขั้นตอน ผลการศึกษาพบว่าตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัว ที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวม โดยค่า Significance เท่ากับ 0.001 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ๓ ระดับนัยสำคัญ 0.01 สามารถอธิบายความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และ ค่าใช้จ่ายต่อเดือน กับ ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวม ดังนี้

1. **ตัวแปรเพศ (SEX) อายุ (AGE) สถานภาพสมรส (STATUS) การศึกษา (EDU) อาชีพ (OCC) และ ค่าใช้จ่ายต่อเดือน (EX)** เป็นปัจจัยที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวมของผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS และไม่มีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวม เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆคงที่ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2. **รายได้ต่อเดือน (IN)** เป็นปัจจัยที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวมของผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ค่าสัมประสิทธิ์มีค่าเป็นบวกเท่ากับ .005 หมายความว่า ถ้ารายได้ต่อเดือนเพิ่มขึ้น 1 บาท จะทำให้ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวมเพิ่มขึ้น 0.005 บาท เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆคงที่ โดยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจเชิงซ้อนที่ปรับปรุงแล้ว (Adjust R^2) มีค่าเท่ากับ 0.096 แสดงว่าการเปลี่ยนแปลงของรายได้ต่อเดือน ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวม คิดเป็นร้อยละ 9.60 ส่วนตัวแปร เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ และ ค่าใช้จ่ายต่อเดือน เป็นปัจจัยที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวมของผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS ในกรุงเทพมหานคร

สรุปผลการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยทางด้าน เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ และ ค่าใช้จ่ายต่อเดือนไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวมของผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS ในกรุงเทพมหานคร ส่วนปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือนเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ๓ ระดับนัยสำคัญ 0.01

ตารางที่ 12 วิเคราะห์การถดถอยแบบขั้นตอน ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวม ของ ผู้ใช้บริการเครือข่าย DTAC ในกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรอิสระ	ค่าสถิติที่วิเคราะห์				
	B	Std Error	Beta	T	Sig.
ค่าคงที่	337.644	57.519		5.870	.000***
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	0.005	0.002	0.207	2.093	.039**

R = 0.207, R² = 0.043 , Adjust R² = 0.033 , Sig F. = .039**

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01

จากตาราง 12 แสดงผลการวิเคราะห์ด้วย Stepwise Regression Analysis ด้านปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวมของผู้ใช้บริการเครือข่าย DTAC ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีตัวแปรอย่างน้อยหนึ่งตัวที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และระดับนัยสำคัญ 0.01 แสดงผลการวิเคราะห์ ด้วยสมการ ดังนี้

$$Y \text{ (DTAC)} = 337.644 + 0.005 \text{ IN}^{**}$$

โดยที่ Y (DTAC) แทน ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวมเครือข่าย DTAC

IN แทน รายได้ต่อเดือน

แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบขั้นตอน ผลการศึกษาพบว่า มีตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัว ที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวม โดยค่า Significance เท่ากับ 0.039 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับนัยสำคัญ 0.05 สามารถอธิบายความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และ ค่าใช้จ่ายต่อเดือน กับ ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวม ดังนี้

1. ตัวแปรเพศ (SEX) อายุ (AGE) สถานภาพสมรส (STATUS) การศึกษา (EDU) อาชีพ (OCC) และ ค่าใช้จ่ายต่อเดือน (EX) เป็นปัจจัยที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อการเปลี่ยนแปลง ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวมของผู้ใช้บริการเครือข่าย DTAC และไม่มีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวม เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆคงที่ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2. รายได้ต่อเดือน (IN) เป็นปัจจัยที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 ต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวมของผู้ใช้บริการเครือข่าย DTAC และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ค่าสัมประสิทธิ์มีค่าเป็นบวกเท่ากับ .005 หมายความว่า ถ้ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนเพิ่มขึ้น 1 บาท จะทำให้ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวมเพิ่มขึ้น 0.005 บาท เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆคงที่ โดยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจเชิงซ้อนที่ปรับปรุงแล้ว (Adjust R^2) มีค่าเท่ากับ 0.033 แสดงว่าการเปลี่ยนแปลงของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวม คิดเป็นร้อยละ 3.30 ส่วนตัวแปร เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ และ ค่าใช้จ่ายต่อเดือน เป็นปัจจัยที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวมของผู้ใช้บริการเครือข่าย DTAC ในกรุงเทพมหานคร

สรุปผลการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยทางด้าน เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ และ ค่าใช้จ่ายต่อเดือนไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงโทรศัพท์เคลื่อนที่รวมของผู้ใช้บริการเครือข่าย DTAC ใน กรุงเทพมหานคร ส่วนปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือนเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตาราง 13 วิเคราะห์การถดถอยแบบขั้นตอน ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวม ของ
ผู้ใช้บริการเครือข่าย TRUEMOVE ในกรุงเทพมหานคร

ค่าสถิติที่วิเคราะห์					
ตัวแปรอิสระ	B	Std Error	Beta	T	Sig.
ค่าคงที่	125.676	37.691		3.334	.001***
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	0.016	0.002	0.678	9.139	.000***

R = 0.678, R² = 0.460 , Adjust R² = 0.455 , Sig F. = .000***

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01

จากตาราง 13 แสดงผลการวิเคราะห์ด้วย Stepwise Regression Analysis ด้านปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวมของผู้ใช้บริการเครือข่าย TRUEMOVE ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีตัวแปรอย่างน้อยหนึ่งตัวที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 แสดงผลการวิเคราะห์ ด้วยสมการ ดังนี้

$$Y (\text{TRUE}) = 125.676 + 0.016 \text{ IN}^{***}$$

โดยที่ Y (TRUE) แทน ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวมเครือข่าย TRUEMOVE

IN แทน รายได้ต่อเดือน

แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบขั้นตอน ผลการศึกษาพบว่า มีตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัว ที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวม โดยค่า Significance เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ น ระดับนัยสำคัญ 0.01 สามารถอธิบายความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และ ค่าใช้จ่ายต่อเดือน กับ ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวม ดังนี้

1. ตัวแปรเพศ (SEX) อายุ (AGE) สถานภาพสมรส (STATUS) การศึกษา (EDU) อาชีพ (OCC) และ ค่าใช้จ่ายต่อเดือน (EX) เป็นปัจจัยที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อการเปลี่ยนแปลง ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวมของผู้ใช้บริการเครือข่าย TRUEMOVE และไม่มีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวม เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆคงที่ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2. รายได้ต่อเดือน (IN) เป็นปัจจัยที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ ณ ระดับนัยสำคัญ 0.01 ต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวมของผู้ใช้บริการเครือข่าย TRUEMOVE และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ค่าสัมประสิทธิ์มีค่าเป็นบวกเท่ากับ .016 หมายความว่า ถ้ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนเพิ่มขึ้น 1 บาท จะทำให้ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวมเพิ่มขึ้น 0.016 บาท เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆคงที่ โดยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจเชิงซ้อนที่ปรับปรุงแล้ว (Adjust R^2) มีค่าเท่ากับ 0.455 แสดงว่าการเปลี่ยนแปลงของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวม คิดเป็นร้อยละ 45.50 ส่วนตัวแปร เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ และ ค่าใช้จ่ายต่อเดือน เป็นปัจจัยที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวมของผู้ใช้บริการเครือข่าย TRUEMOVE ในกรุงเทพมหานคร

สรุปผลการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยทางด้าน เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ และ ค่าใช้จ่ายต่อเดือนไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงโทรศัพท์เคลื่อนที่รวมของผู้ใช้บริการเครือข่าย TRUEMOVE ในกรุงเทพมหานคร ส่วนปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือนเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ณ ระดับนัยสำคัญ 0.01

ตาราง 14 วิเคราะห์การถดถอยแบบขั้นตอน ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวม ของ
ผู้ใช้บริการเครือข่าย HUTCH ในกรุงเทพมหานคร

ค่าสถิติที่วิเคราะห์					
ตัวแปรอิสระ	B	Std Error	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่	153.894	27.606		5.575	.000***
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	0.008	0.001	0.561	6.709	.000***

R = 0.561, R² = 0.315 , Adjust R² = 0.308 , Sig F. = .000***

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01

จากตาราง 14 แสดงผลการวิเคราะห์ด้วย Stepwise Regression Analysis ด้านปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวมของผู้ใช้บริการเครือข่าย HUTCH ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีตัวแปรอย่างน้อยหนึ่งตัวที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 แสดงผลการวิเคราะห์ ด้วยสมการ ดังนี้

$$\begin{array}{llll}
 \text{โดยที่} & Y \text{ (HUTCH)} & = & 153.894 + 0.008 \text{ IN}^{***} \\
 & Y \text{ (HUTCH)} & \text{แทน} & \text{ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวมเครือข่าย HUTCH} \\
 & \text{IN} & \text{แทน} & \text{รายได้ต่อเดือน}
 \end{array}$$

แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบขั้นตอน ผลการศึกษาพบว่า มีตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัว ที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวม โดยค่า Significance เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ น ระดับนัยสำคัญ 0.01 สามารถอธิบายความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และ ค่าใช้จ่ายต่อเดือน กับ ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวม ดังนี้

1. ตัวแปรเพศ (SEX) อายุ (AGE) สถานภาพสมรส (STATUS) การศึกษา (EDU) อาชีพ (OCC) และ ค่าใช้จ่ายต่อเดือน (EX) เป็นปัจจัยที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อการเปลี่ยนแปลง ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวมของผู้ใช้บริการเครือข่าย HUTCH และไม่มีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวม เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆคงที่ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2. รายได้ต่อเดือน (IN) เป็นปัจจัยที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ ณ ระดับนัยสำคัญ 0.01 ต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวมของผู้ใช้บริการเครือข่าย HUTCH และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ค่าสัมประสิทธิ์มีค่าเป็นบวกเท่ากับ .008 หมายความว่า ถ้ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนเพิ่มขึ้น 1 บาท จะทำให้ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวมเพิ่มขึ้น 0.008 บาท เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆคงที่ โดยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจเชิงซ้อนที่ปรับปรุงแล้ว (Adjust R^2) มีค่าเท่ากับ 0.308 แสดงว่าการเปลี่ยนแปลงของรายได้ต่อเดือน ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวม คิดเป็นร้อยละ 30.80 ส่วนตัวแปร เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ และ ค่าใช้จ่ายต่อเดือน เป็นปัจจัยที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวมของผู้ใช้บริการเครือข่าย HUTCH ในกรุงเทพมหานคร

สรุปผลการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยทางด้าน เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ และ ค่าใช้จ่ายต่อเดือนไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงโทรศัพท์เคลื่อนที่รวมของผู้ใช้บริการเครือข่าย HUTCH ในกรุงเทพมหานคร ส่วนปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือนเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ณ ระดับนัยสำคัญ 0.01

2. การวิเคราะห์หาปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออก ของประชาชน ในกรุงเทพมหานคร โดยการสำรวจผู้ใช้บริการที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แบ่งเป็นเครือข่าย AIS DTAC TRUEMOVE และ HUTCH เครือข่ายละ 100 คน รวมจำนวน 400 คน ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ได้ผลการศึกษา สรุปตามตารางดังนี้

ตาราง 15 วิเคราะห์การถดถอยแบบขั้นตอน ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออก ของผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS ในกรุงเทพมหานคร

ค่าสถิติที่วิเคราะห์					
ตัวแปรอิสระ	B	Std Error	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่	225.249	31.364		7.182	.000***
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	0.005	0.001	0.335	3.524	.001***

R = 0.335 ,R² = 0.112 ,Adjust R² = 0.103 , Sig F. = .001***

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01

จากตาราง 15 แสดงผลการวิเคราะห์ด้วย Stepwise Regression Analysis ด้านปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออกของผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีตัวแปรอย่างน้อยหนึ่งตัวที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 แสดงผลการวิเคราะห์ ด้วยสมการ ดังนี้

$$Y_1 \text{ (AIS)} = 225.249 + 0.005 \text{ IN}^{***}$$

โดยที่ Y₁ (AIS) แทน ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออกเครือข่าย AIS

IN แทน รายได้ต่อเดือน

แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบขั้นตอน ผลการศึกษาพบว่า มีตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัว ที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออก โดยค่า Significance เท่ากับ 0.001 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ น ระดับนัยสำคัญ 0.01 สามารถอธิบายความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และ ค่าใช้จ่ายต่อเดือน กับ ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออก ดังนี้

1. ตัวแปรเพศ (SEX) อายุ (AGE) สถานภาพสมรส (STATUS) การศึกษา (EDU) อาชีพ (OCC) และ ค่าใช้จ่ายต่อเดือน (EX) เป็นปัจจัยที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อการเปลี่ยนแปลง ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออกของผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS และไม่มีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออก เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆคงที่ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2. รายได้ต่อเดือน (IN) เป็นปัจจัยที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ α ระดับนัยสำคัญ 0.01 ต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออกของผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ค่าสัมประสิทธิ์มีค่าเป็นบวกเท่ากับ .005 หมายความว่า ถ้ารายได้ต่อเดือนเพิ่มขึ้น 1 บาท จะทำให้ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออกเพิ่มขึ้น 0.005 บาท เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆคงที่ โดยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจเชิงซ้อนที่ปรับปรุงแล้ว ($Adjusted R^2$) มีค่าเท่ากับ 0.103 แสดงว่าการเปลี่ยนแปลงของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออก คิดเป็นร้อยละ 10.30 ส่วนตัวแปร เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ และ ค่าใช้จ่ายต่อเดือน เป็นปัจจัยที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อการเปลี่ยนแปลง ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออกของผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS ในกรุงเทพมหานคร

สรุปผลการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยทางด้าน เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ และ ค่าใช้จ่ายต่อเดือนไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออกของผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS ในกรุงเทพมหานคร ส่วนปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือนเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ α ระดับนัยสำคัญ 0.01

ตาราง 16 วิเคราะห์การถดถอยแบบขั้นตอน ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออก ของผู้ใช้บริการเครือข่าย DTAC ในกรุงเทพมหานคร

ค่าสถิติที่วิเคราะห์					
ตัวแปรอิสระ	B	Std Error	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่	274.162	50.678		5.410	.000***
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	0.005	0.002	0.232	2.366	.020**

R = 0.232 , R² = 0.054 , Adjust R² = 0.044 , Sig F. = .020**

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01

จากตาราง 16 แสดงผลการวิเคราะห์ด้วย Stepwise Regression Analysis ด้านปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออกของผู้ใช้บริการเครือข่าย DTAC ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีตัวแปรอย่างน้อยหนึ่งตัวที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และระดับนัยสำคัญ 0.01 แสดงผลการวิเคราะห์ ด้วยสมการ ดังนี้

$$Y_1 \text{ (DTAC)} = 274.162 + 0.005 \text{ IN}^{**}$$

โดยที่ $Y_1 \text{ (DTAC)}$ แทน ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออกเครือข่าย DTAC

IN แทน รายได้ต่อเดือน

แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบขั้นตอน ผลการศึกษาพบว่า มีตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัว ที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออก โดยค่า Significance เท่ากับ 0.020 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับนัยสำคัญ 0.05 สามารถอธิบายความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และ ค่าใช้จ่ายต่อเดือน กับ ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออก ดังนี้

1. ตัวแปรเพศ (SEX) อายุ (AGE) สถานภาพสมรส (STATUS) การศึกษา (EDU) อาชีพ (OCC) และ ค่าใช้จ่ายต่อเดือน (EX) เป็นปัจจัยที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออกของผู้ใช้บริการเครือข่าย DTAC และไม่มีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออก เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆคงที่ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2. รายได้ต่อเดือน (IN) เป็นปัจจัยที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 ต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออกของผู้ใช้บริการเครือข่าย DTAC และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ค่าสัมประสิทธิ์มีค่าเป็นบวกเท่ากับ .005 หมายความว่า ถ้ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนเพิ่มขึ้น 1 บาท จะทำให้ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออกเพิ่มขึ้น 0.005 บาท เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆคงที่ โดยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจเชิงซ้อนที่ปรับปรุงแล้ว (Adjust R^2) มีค่าเท่ากับ 0.044 แสดงว่าการเปลี่ยนแปลงของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออก คิดเป็นร้อยละ 4.40 ส่วนตัวแปร เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ และ ค่าใช้จ่ายต่อเดือน เป็นปัจจัยที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออกของผู้ใช้บริการเครือข่าย DTAC ในกรุงเทพมหานคร

สรุปผลการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยทางด้าน เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ และ ค่าใช้จ่ายต่อเดือนไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออกของผู้ใช้บริการเครือข่าย DTAC ในกรุงเทพมหานคร ส่วนปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือนเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตาราง 17 วิเคราะห์การถดถอยแบบขั้นตอน ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออก ของผู้ใช้บริการเครือข่าย TRUEMOVE ในกรุงเทพมหานคร

ค่าสถิติที่วิเคราะห์					
ตัวแปรอิสระ	B	Std Error	Beta	T	Sig.
ค่าคงที่	80.395	33.880		2.373	.020**
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	0.015	0.002	0.709	9.959	.000***

R = 0.709 , R² = 0.503 , Adjust R² = 0.498 , Sig F. = .000***

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01

จากตาราง 17 แสดงผลการวิเคราะห์ด้วย Stepwise Regression Analysis ด้านปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออกของผู้ใช้บริการเครือข่าย TRUEMOVE ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีตัวแปรอย่างน้อยหนึ่งตัวที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และ ระดับนัยสำคัญ 0.01 แสดงผลการวิเคราะห์ ด้วยสมการ ดังนี้

$$Y_1 (\text{TRUE}) = 80.395 + 0.015 \text{ IN}^{***}$$

โดยที่ $Y_1 (\text{TRUE})$ แทน ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อโทรออกเครือข่าย TRUEMOVE

IN แทน รายได้ต่อเดือน

แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบขั้นตอน ผลการศึกษาพบว่า มีตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัว ที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออก โดยค่า Significance เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับนัยสำคัญ 0.01 สามารถอธิบายความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และ ค่าใช้จ่ายต่อเดือน กับ ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออก ดังนี้

1. ตัวแปรเพศ (SEX) อายุ (AGE) สถานภาพสมรส (STATUS) การศึกษา (EDU) อาชีพ (OCC) และ ค่าใช้จ่ายต่อเดือน (EX) เป็นปัจจัยที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อการเปลี่ยนแปลง ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออกของผู้ใช้บริการเครือข่าย TRUEMOVE และไม่มี ความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออก เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (IN) เป็นปัจจัยที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ ณ ระดับนัยสำคัญ 0.01 ต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออกของผู้ใช้บริการเครือข่าย TRUEMOVE และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ค่าสัมประสิทธิ์มีค่าเป็นบวกเท่ากับ .015 หมายความว่า ถ้า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนเพิ่มขึ้น 1 บาท จะทำให้ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออกเพิ่มขึ้น 0.015 บาท เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆคงที่ โดยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจเชิงซ้อนที่ปรับปรุงแล้ว (Adjust R^2) มีค่าเท่ากับ 0.498 แสดงว่าการเปลี่ยนแปลงของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออก คิดเป็นร้อยละ 49.80 ส่วนตัวแปร เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ และ ค่าใช้จ่ายต่อเดือน เป็นปัจจัยที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อการเปลี่ยนแปลง ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออกของผู้ใช้บริการเครือข่าย TRUEMOVE ในกรุงเทพมหานคร

สรุปผลการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยทางด้าน เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ และ ค่าใช้จ่ายต่อเดือนไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออกของผู้ใช้บริการ เครือข่าย TRUEMOVE ในกรุงเทพมหานคร ส่วนปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือนเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ ในทิศทางเดียวกันกับการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับนัยสำคัญ 0.01

ตาราง 18 วิเคราะห์การถดถอยแบบขั้นตอน ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออก ของผู้ใช้บริการเครือข่าย HUTCH ในกรุงเทพมหานคร

ค่าสถิติที่วิเคราะห์					
ตัวแปรอิสระ	B	Std Error	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่	79.736	45.138		1.766	.080
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	0.007	0.001	0.477	5.370	.000***
สถานภาพโสด	81.450	37.556	0.203	2.169	.033**

R = 0.477 ,R² = 0.227 ,Adjust R² = 0.219 , Sig F. = .000***

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01

จากตาราง 18 แสดงผลการวิเคราะห์ด้วย Stepwise Regression Analysis ด้านปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออกของผู้ใช้บริการเครือข่าย HUTCH ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีตัวแปรอย่างน้อยหนึ่งตัวที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และระดับนัยสำคัญ 0.01 แสดงผลการวิเคราะห์ ด้วยสมการ ดังนี้

$$Y_1 (\text{HUTCH}) = 79.736 + 0.007 \text{ IN}^{***} + 81.450 \text{ STA}^{**}$$

โดยที่ $Y_1 (\text{HUTCH})$ แทน ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออกเครือข่าย HUTCH

IN แทน รายได้ต่อเดือน

STA แทน สถานภาพสมรส

แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบขั้นตอน ผลการศึกษาพบว่า มีตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัว ที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออก โดยค่า Significance เท่ากับ 0.000 และ 0.033 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ณ ระดับนัยสำคัญ 0.01 และระดับนัยสำคัญ 0.05 สามารถอธิบายความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และ ค่าใช้จ่ายต่อเดือน กับ ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออก ดังนี้

1. **ตัวแปรเพศ (SEX) อายุ (AGE) การศึกษา (EDU) อาชีพ (OCC) และ ค่าใช้จ่ายต่อเดือน (EX)** เป็นปัจจัยที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออกของผู้ใช้บริการเครือข่าย HUTCH และไม่มีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออก เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆคงที่ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2. **สถานภาพสมรส (STA)** เป็นปัจจัยที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ α ระดับนัยสำคัญ 0.05 ต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออกของผู้ใช้บริการเครือข่าย HUTCH และมีความสัมพันธ์ในเชิงบวก ค่าสัมประสิทธิ์มีค่าเป็นบวกเท่ากับ 81.450 หมายความว่า สถานภาพการสมรส เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออก กล่าวคือ ผู้ที่มีสถานภาพโสด มีค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออกมากกว่าผู้ที่มีสถานภาพสมรส หม้าย หรือหย่าร้าง

3. **รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (IN)** เป็นปัจจัยที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ α ระดับนัยสำคัญ 0.01 ต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออกของผู้ใช้บริการเครือข่าย HUTCH และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ค่าสัมประสิทธิ์มีค่าเป็นบวกเท่ากับ .007 หมายความว่า ถ้ารายได้ต่อเดือนเพิ่มขึ้น 1 บาท จะทำให้ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออกเพิ่มขึ้น 0.007 บาท เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆคงที่ โดยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจเชิงซ้อนที่ปรับปรุงแล้ว (Adjust R^2) มีค่าเท่ากับ 0.219 แสดงว่าการเปลี่ยนแปลงของรายได้ต่อเดือน และสถานภาพการสมรส ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออก คิดเป็นร้อยละ 21.90 ส่วนตัวแปร เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และ ค่าใช้จ่ายต่อเดือน เป็นปัจจัยที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออกของผู้ใช้บริการเครือข่าย HUTCH ในกรุงเทพมหานคร

สรุปผลการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยทางด้าน เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และค่าใช้จ่ายต่อเดือน ไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออกของผู้ใช้บริการเครือข่าย HUTCH ในกรุงเทพมหานคร ส่วนปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือน และ สถานภาพการสมรสเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ α ระดับนัยสำคัญ 0.01 และ α ระดับนัยสำคัญ 0.05

3. การวิเคราะห์หาปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการใช้บริการอื่นๆ ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร โดยการสำรวจผู้ใช้บริการที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย AIS DTAC TRUEMOVE และ HUTCH ในกรุงเทพมหานคร เครือข่ายละ 100 คน รวมจำนวน 400 คน ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ได้ผลการศึกษา สรุปตามตารางดังนี้

ตาราง 19 วิเคราะห์การถดถอยแบบขั้นตอน ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการใช้บริการอื่นๆ ของผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS ในกรุงเทพมหานคร

ค่าสถิติที่วิเคราะห์					
ตัวแปรอิสระ	B	Std Error	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่	114.368	17.038		6.713	.000***
เพศหญิง	- 44.168	20.693	- 0.272	- 2.135	.000***

R = 0.272 , R² = 0.074 , Adjust R² = 0.058 , Sig F. = .037**

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01

จากตาราง 19 แสดงผลการวิเคราะห์ด้วย Stepwise Regression Analysis ด้านปัจจัยลักษณะทางประชากรและสังคมที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการใช้บริการอื่นๆ ของผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีตัวแปรอย่างน้อยหนึ่งตัวที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 แสดงผลการวิเคราะห์ ด้วยสมการ ดังนี้

$$Y_2 \text{ (AIS)} = 114.368 - 44.168 \text{ SEX}^{***}$$

โดยที่ Y₂ (AIS) แทน ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการอื่นๆ เครือข่าย AIS
SEX แทน เพศหญิง

แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบขั้นตอน ผลการศึกษาพบว่า มีตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัว ที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการอื่นๆ โดยค่า Significance เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 สามารถอธิบายความสัมพันธ์ของ

ตัวแปรอิสระ เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และ ค่าใช้จ่ายต่อเดือน กับ ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการใช้บริการอื่นๆ ดังนี้

1. **ตัวแปรเพศ (SEX)** เป็นปัจจัยที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ ณ ระดับนัยสำคัญ 0.01 ต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการอื่นๆของผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS และมีความสัมพันธ์ในเชิงลบ ค่าสัมประสิทธิ์มีค่าเป็นลบ เท่ากับ - 44.168 หมายความว่า เพศหญิงของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย AIS เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการอื่นๆ และเพศหญิงมีค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการอื่นๆ น้อยกว่าเพศชาย

เมื่อพิจารณาค่าพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจเชิงซ้อนที่ปรับปรุงแล้ว (Adjust R^2) มีค่าเท่ากับ 0.058 แสดงว่าเพศหญิง ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 5.8 ส่วนตัวแปร อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และ ค่าใช้จ่ายต่อเดือน เป็นปัจจัยที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการอื่นๆของผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS ในกรุงเทพมหานคร

2. **อายุ (AGE) สถานภาพสมรส (STATUS) การศึกษา (EDU) อาชีพ (OCC) รายได้ (IN) และ ค่าใช้จ่ายต่อเดือน (EX)** เป็นปัจจัยที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการใช้บริการอื่นๆของผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS และไม่มีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการใช้บริการอื่นๆเมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆคงที่ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สรุปผลการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยทางด้าน อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือนและค่าใช้จ่ายต่อเดือนไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการอื่นๆของผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS ในกรุงเทพมหานคร ส่วนเพศหญิง เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการอื่นๆในทิศทางเชิงลบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ณ ระดับนัยสำคัญ 0.01

ตาราง 20 วิเคราะห์การถดถอยแบบขั้นตอน ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อให้บริการอื่นๆ ของผู้ใช้บริการเครือข่าย DTAC ในกรุงเทพมหานคร

ค่าสถิติที่วิเคราะห์					
ตัวแปรอิสระ	B	Std Error	Beta	T	Sig.
ค่าคงที่	188.667	29.586		6.377	.000***
เพศหญิง	- 83.902	35.517	- 0.326	- 2.362	.022**

R = 0.326 , $R^2 = 0.106$, Adjust $R^2 = 0.087$, Sig F. = .022**

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01

จากตาราง 20 แสดงผลการวิเคราะห์ด้วย Stepwise Regression Analysis ด้านปัจจัยลักษณะทางประชากรและสังคมที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการใช้บริการอื่นๆ ของผู้ใช้บริการเครือข่าย DTAC ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีตัวแปรอย่างน้อยหนึ่งตัวที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และระดับนัยสำคัญ 0.01 แสดงผลการวิเคราะห์ด้วยสมการ ดังนี้

$$Y_2 \text{ (DTAC)} = 188.667 - 83.902 \text{ SEX}^{**}$$

โดยที่ $Y_2 \text{ (DTAC)}$ แทน ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการอื่นๆ เครือข่าย DTAC
 SEX แทน เพศหญิง

แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบขั้นตอน ผลการศึกษาพบว่า มีตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัว ที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการใช้บริการอื่นๆ โดยค่า Significance เท่ากับ 0.022 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับนัยสำคัญ 0.05 สามารถอธิบายความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และ ค่าใช้จ่ายต่อเดือน กับ ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการอื่นๆ ดังนี้

1. **ตัวแปรเพศ (SEX)** เป็นปัจจัยที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ α ระดับนัยสำคัญ 0.05 ต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการให้บริการอื่นๆของผู้ใช้บริการเครือข่าย DTAC และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเชิงลบ ค่าสัมประสิทธิ์มีค่าเป็นลบเท่ากับ - 83.902 หมายความว่า เพศหญิงของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย DTAC มีค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการให้บริการอื่นๆน้อยกว่าเพศชาย

เมื่อพิจารณาค่าพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจเชิงซ้อนที่ปรับปรุงแล้ว ($\text{Adjust } R^2$) มีค่าเท่ากับ 0.087 แสดงว่าเพศหญิง ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 8.7 ส่วนตัวแปร อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และค่าใช้จ่ายต่อเดือน เป็นปัจจัยที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการอื่นๆของผู้ใช้บริการเครือข่าย DTAC ในกรุงเทพมหานคร

2. **อายุ (AGE) สถานภาพสมรส (STATUS) การศึกษา (EDU) อาชีพ (OCC) รายได้ (IN) และ ค่าใช้จ่ายต่อเดือน (EX)** เป็นปัจจัยที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการให้บริการอื่นๆของผู้ใช้บริการเครือข่าย DTAC และไม่มีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการให้บริการอื่นๆเมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆคงที่ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สรุปผลการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยทางด้าน อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือนและค่าใช้จ่ายต่อเดือนไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการอื่นๆของผู้ใช้บริการเครือข่าย DTAC ในกรุงเทพมหานคร ส่วนเพศหญิง เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ในกับการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการอื่นๆในทิศทางเชิงลบ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ α ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตาราง 21 วิเคราะห์การถดถอยแบบขั้นตอน ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการใช้บริการอื่นๆ ของผู้ใช้บริการเครือข่าย TRUEMOVE ในกรุงเทพมหานคร

ค่าสถิติที่วิเคราะห์					
ตัวแปรอิสระ	B	Std Error	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่	115.455	18.058		6.394	.000***
เพศหญิง	- 46.902	22.691	- 0.262	- 2.067	.043**

R = 0.262 , $R^2 = 0.069$, Adjust $R^2 = 0.053$, Sig F. = .043**

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01

จากตาราง 21 แสดงผลการวิเคราะห์ด้วย Stepwise Regression Analysis ด้านปัจจัยลักษณะทางประชากรและสังคมที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการใช้บริการอื่นๆ ของผู้ใช้บริการเครือข่าย TRUEMOVE ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีตัวแปรอย่างน้อยหนึ่งตัวที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และระดับนัยสำคัญ 0.01 แสดงผลการวิเคราะห์ ด้วยสมการ ดังนี้

$$Y_2 (\text{TRUE}) = 115.455 - 46.902 \text{ SEX}^{**}$$

โดยที่ $Y_2 (\text{TRUE})$ แทน ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการอื่นๆ เครือข่าย TRUE
SEX แทน เพศหญิง

แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบขั้นตอน ผลการศึกษาพบว่า มีตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัว ที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการใช้บริการอื่นๆ โดยค่า Significance เท่ากับ 0.043 ซึ่งที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ น ระดับนัยสำคัญ 0.05 สามารถอธิบายความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และ ค่าใช้จ่ายต่อเดือน กับ ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการใช้บริการอื่นๆ ดังนี้

1. **ตัวแปรเพศ (SEX)** เป็นปัจจัยที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 ต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการอื่นๆของผู้ใช้บริการเครือข่าย TRUEMOVE และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเชิงลบ ค่าสัมประสิทธิ์มีค่าเป็นลบเท่ากับ - 46.902 หมายความว่า เพศหญิงของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย TRUEMOVE มีค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการอื่นๆน้อยกว่าเพศชาย

เมื่อพิจารณาค่าพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจเชิงซ้อนที่ปรับปรุงแล้ว (Adjust R^2) มีค่าเท่ากับ 0.053 แสดงว่าเพศหญิง ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 5.3 ส่วนตัวแปร อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และ ค่าใช้จ่ายต่อเดือน เป็นปัจจัยที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการอื่นๆของผู้ใช้บริการเครือข่าย TRUEMOVE ในกรุงเทพมหานคร

2. **อายุ (AGE) สถานภาพสมรส (STATUS) การศึกษา (EDU) อาชีพ (OCC) รายได้ (IN) และ ค่าใช้จ่ายต่อเดือน (EX)** เป็นปัจจัยที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการใช้บริการอื่นๆของผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS และไม่มีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการใช้บริการอื่นๆเมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆคงที่ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สรุปผลการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยทางด้าน อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือนและค่าใช้จ่ายต่อเดือนไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการอื่นๆของผู้ใช้บริการเครือข่าย TRUEMOVE ในกรุงเทพมหานคร ส่วนเพศหญิง เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการอื่นๆในทิศทางเชิงลบ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตาราง 22 วิเคราะห์การถดถอยแบบขั้นตอน ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อให้บริการอื่นๆ ของผู้ใช้บริการเครือข่าย HUTCH ในกรุงเทพมหานคร

ค่าสถิติที่วิเคราะห์					
ตัวแปรอิสระ	B	Std Error	Beta	T	Sig.
ค่าคงที่	8.668	21.630		0.401	0.691
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	0.003	0.000	0.690	6.184	.000***

R = 0.690 , $R^2 = 0.477$, Adjust $R^2 = 0.464$, Sig F. = .000***

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01

จากตาราง 22 แสดงผลการวิเคราะห์ด้วย Stepwise Regression Analysis ด้านปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการใช้บริการอื่นๆ ของผู้ใช้บริการเครือข่าย HUTCH ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีตัวแปรอย่างน้อยหนึ่งตัวที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 แสดงผลการวิเคราะห์ ด้วยสมการ ดังนี้

$$Y_2 (\text{HUTCH}) = 8.668 + 0.003 \text{ IN}^{***}$$

โดยที่ $Y_2 (\text{HUTCH})$ แทน ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการอื่นๆ เครือข่าย HUTCH

IN แทน รายได้ต่อเดือน

แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบขั้นตอน ผลการศึกษาพบว่า มีตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัว ที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการใช้บริการอื่นๆ โดยค่า Significance เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 สามารถอธิบายความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และ ค่าใช้จ่ายต่อเดือน กับ ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการใช้บริการอื่นๆ ดังนี้

1. ตัวแปรเพศ (SEX) อายุ (AGE) สถานภาพสมรส (STATUS) การศึกษา (EDU) อาชีพ (OCC) และ ค่าใช้จ่ายต่อเดือน (EX) เป็นปัจจัยที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อการเปลี่ยนแปลง ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการใช้บริการอื่นๆของผู้ใช้บริการเครือข่าย HUTCH และไม่มี ความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการใช้บริการอื่นๆ เมื่อกำหนดให้ ปัจจัยอื่นๆคงที่ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2. รายได้ต่อเดือน (IN) เป็นปัจจัยที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 ใน ทิศทางเดียวกันกับการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการอื่นๆ เมื่อกำหนดให้ปัจจัย อื่นคงที่ ค่าสัมประสิทธิ์มีค่าเป็นบวกเท่ากับ .008 หมายความว่า ถ้ารายได้ต่อเดือนเพิ่มขึ้น 1 บาท จะ ทำให้ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการใช้บริการอื่นๆเพิ่มขึ้น 0.008 บาท เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆคงที่ โดยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจเชิงซ้อนที่ปรับปรุงแล้ว (Adjust R^2) มีค่าเท่ากับ 0.101 แสดงว่าการเปลี่ยนแปลงของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการใช้บริการอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 10.10 ส่วนตัวแปร เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และ ค่าใช้จ่ายต่อเดือน เป็นปัจจัยที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อการเปลี่ยนแปลง ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการใช้บริการอื่นๆของผู้ใช้บริการเครือข่าย HUTCH ในกรุงเทพมหานคร

สรุปผลการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยทางด้าน เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ และ ค่าใช้จ่ายต่อเดือนไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการอื่นๆของผู้ใช้บริการ เครือข่าย HUTCH ในกรุงเทพมหานคร ส่วนปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือน เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ใน ทิศทางเดียวกันกับการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการอื่นๆอย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติที่ ณ ระดับนัยสำคัญ 0.01

ส่วนที่3 วิเคราะห์ปัจจัยทางด้านการดำเนินการกิจการทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่ายในกรุงเทพมหานคร

ข้อมูลระดับความคิดเห็นเรื่องปัจจัยทางด้านการดำเนินการกิจการทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่ายของประชาชนในกรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีการสำรวจข้อมูลของประชากรกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ที่ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ให้บริการเครือข่าย AIS DTAC TRUEMOVE และ HUTCH แบ่งเป็นเครือข่ายละ 100 คน รวม 400 คน โดยผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ให้ข้อมูลระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการแต่ละเครือข่าย สรุปผลได้ตามตาราง

ตาราง 23 ระดับความคิดเห็นเรื่องปัจจัยทางด้านการดำเนินการทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS

หน่วย:คน

ปัจจัยด้านชื่อเสียงบริษัท	ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย AIS					$\bar{X}$	S.D.
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด		
1.บริษัทเป็นที่รู้จักและมีความน่าเชื่อถือสูง	30(30.0)	52(52.0)	17(17.0)	1 (1.0)	0 (0.0)	4.11	0.70
2.เป็นบริษัทที่ได้รับรางวัลต่างๆเช่นความน่าเชื่อถือทางการเงิน หรืออื่นๆ จากสถาบันในประเทศไทยและต่างประเทศ	21(21.0)	47(47.0)	27(47.0)	4 (4.0)	1 (1.0)	3.83	0.84
3.เจ้าของบริษัทเป็นบุคคลที่รู้จักและมีชื่อเสียงในสังคม	21(21.0)	33(33.0)	34(34.0)	10(10.0)	2 (2.0)	3.61	0.99
ค่าเฉลี่ย						3.85	0.84
ปัจจัยด้านสัญญาณเครือข่าย							
4.สัญญาณชัดเจน	68(68.0)	24(24.0)	8 (8.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.60	0.63
5.มีสัญญาณครอบคลุมทุกพื้นที่	66(66.0)	28(28.0)	5 (5.0)	1 (1.0)	0 (0.0)	4.59	0.63
6.โทรติดง่ายสายไม่หลุด	57(57.0)	33(33.0)	10(10.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.47	0.63
ค่าเฉลี่ย						4.55	0.64
ปัจจัยด้านราคา							
7.มีรูปแบบโปรโมชั่นโทรศัพท์ตามช่วงเวลาและหลายรูปแบบ	37(37.0)	35(35.0)	24(24.0)	2 (2.0)	2 (2.0)	4.03	0.93
8.มีโปรโมชั่นให้โทรศัพท์ในเครือข่ายเดียวกัน	43(43.0)	27(27.0)	21(21.0)	5 (5.0)	4 (4.0)	4.00	1.10
9.มีโปรโมชั่นให้โทรศัพท์สำหรับเบอร์ที่โทรประจำโทรได้ไม่จำกัด	38(38.0)	30(30.0)	25(25.0)	3 (3.0)	4 (4.0)	3.95	1.05
ค่าเฉลี่ย						3.99	1.03

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บหมายถึง ร้อยละของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่ตอบแบบสอบถาม

ตาราง 23 (ต่อ)

ปัจจัยด้านบริการ	หน่วย:คน						
	ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย AIS						S.D.
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด	$\bar{X}$	
10.ให้คำปรึกษาที่มีประโยชน์และได้รับความช่วยเหลือเป็นอย่างดีจากพนักงาน	34(34.0)	51(51.0)	10(10.0)	3 (3.0)	2 (2.0)	4.12	0.85
11.มารยาทที่ดีของพนักงาน	45(45.0)	41(41.0)	12(12.0)	0 (0.0)	2 (2.0)	4.27	0.82
12.การให้บริการของพนักงานเป็นมาตรฐานเดียวกัน ให้ข้อมูล ถูกต้องทุกครั้ง	40(40.0)	41(41.0)	17(17.0)	0 (0.0)	2 (2.0)	4.17	0.85
13.โทรติดต่อศูนย์บริการง่ายและรวดเร็ว	35(35.0)	30(30.0)	28(28.0)	0 (0.0)	7 (7.0)	3.93	0.95
ค่าเฉลี่ย						4.12	0.87
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย							
14.การโฆษณาตามสื่อต่างๆ หนังสือพิมพ์, โทรทัศน์,วิทยุ ฯลฯ	28(28.0)	48(48.0)	23(23.0)	1 (1.0)	0 (0.0)	4.03	0.74
15.มีสิทธิพิเศษและส่วนลดในการซื้อสินค้าในห้างสรรพสินค้าหรือสถานบันเทิง และร้านอาหาร ต่างๆ	26(26.0)	39(39.0)	30(30.0)	5 (5.0)	0 (0.0)	4.59	3.86
16.การให้ของรางวัลหรือส่วนลดค่าโทรในวันพิเศษ เช่นวันเกิด หรือวันปีใหม่	29(29.0)	38(38.0)	24(24.0)	7 (7.0)	2 (2.0)	3.85	0.98
17.การจัดกิจกรรมตามสถานที่ต่างๆเพื่อประชาสัมพันธ์	19(19.0)	46(46.0)	29 (29.0)	6 (6.0)	0 (0.0)	3.78	0.82
18.การแบ่งกลุ่มที่จะให้สิทธิพิเศษและการบริการที่แตกต่างกัน	20(20.0)	39(39.0)	30(30.0)	7(7.0)	4 (4.0)	3.64	1.01
ค่าเฉลี่ย						3.83	0.88

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บหมายถึง ร้อยละของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่ตอบแบบสอบถาม

จากตาราง 23 ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางการดำเนินกิจการทางการตลาดที่ผลต่อการเลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ให้บริการเครือข่าย AIS

1. ปัจจัยด้านชื่อเสียงบริษัท

เมื่อพิจารณาคะแนนเฉลี่ยในแต่ละรายการจะพบว่า ในทุกรายการจะได้คะแนนเฉลี่ยในระดับคะแนนเห็นด้วยมาก ทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็น บริษัทเป็นที่รู้จักและมีความน่าเชื่อถือสูง เป็นบริษัทที่ได้รับรางวัลต่างๆ และ เจ้าของบริษัทเป็นบุคคลที่รู้จักและมีชื่อเสียงในสังคม โดยคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยด้านชื่อเสียงบริษัทจะอยู่ในระดับที่คะแนน 3.85 ซึ่งอยู่ในระดับคะแนนเห็นด้วยมาก

2. ปัจจัยด้านสัญญาณเครือข่าย

พบว่าในทุกรายการ ไม่ว่าจะเป็น สัญญาชัดเจน มีสัญญาครอบคลุมทุกพื้นที่ และ โทรติดง่ายไม่หลุด อยู่ในระดับคะแนนเห็นด้วยมากที่สุด และถ้าพิจารณาคะแนนเฉลี่ยทั้งหมดมีคะแนนเท่ากับ 4.55 ซึ่งอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุดเช่นกัน

3. ปัจจัยด้านราคา

เมื่อพิจารณาคะแนนเฉลี่ยในแต่ละรายการจะพบว่า ในทุกรายการจะได้รับคะแนนเฉลี่ยในระดับคะแนนความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมาก ไม่ว่าจะเป็น มีรูปแบบโปรโมชั่นโทรศัพท์ตามช่วงเวลา และหลายรูปแบบ มีโปรโมชั่นให้โทรศัพท์ในเครือข่ายเดียวกัน มีโปรโมชั่นให้โทรศัพท์สำหรับเบอร์ที่โทรประจำได้ไม่จำกัด โดยคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยด้านราคา จะอยู่ที่คะแนน 3.99 ซึ่งอยู่ในระดับคะแนนเห็นด้วยมาก

4. ปัจจัยด้านบริการ

สำหรับปัจจัยด้านบริการ พบว่า มารยาทที่ดีของพนักงานจะได้คะแนนเฉลี่ยในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ส่วนการให้คำปรึกษาที่มีประโยชน์และได้รับความช่วยเหลือจากพนักงาน การให้บริการของพนักงานเป็นมาตรฐานเดียวกัน และ โทรติดต่อศูนย์บริการง่าย จะได้คะแนนอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก และถ้าพิจารณาคะแนนเฉลี่ยทั้งหมดมีคะแนนระดับความคิดเห็นเท่ากับ 4.12 ซึ่งอยู่ในระดับเกณฑ์เห็นด้วยมาก

5. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย พบว่า การมีสิทธิพิเศษและส่วนลดในการซื้อสินค้าในห้างสรรพสินค้าหรือสถานบันเทิงและร้านค้าต่างๆ ได้คะแนนเฉลี่ยในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ส่วนการโฆษณาตามสื่อต่างๆ การให้ของรางวัลหรือส่วนลดค่าโทรในวันพิเศษ การจัดกิจกรรมตามสถานที่ต่างๆ และการแบ่งกลุ่มที่จะให้สิทธิพิเศษ และการบริการ จะได้คะแนนอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก และถ้าพิจารณาคะแนนเฉลี่ยทั้งหมดมีคะแนนระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.83 ซึ่งอยู่ในระดับเกณฑ์เห็นด้วยมาก

ตาราง 24 ระดับความคิดเห็นเรื่องปัจจัยทางด้านการดำเนินกิจการทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการเครือข่าย DTAC

หน่วย:คน

ปัจจัยด้านชื่อเสียงบริษัท	ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย DTAC					$\bar{X}$	S.D.
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด		
1.บริษัทเป็นที่รู้จักและมีความน่าเชื่อถือสูง	16(16.0)	46(46.0)	34(34.0)	2 (2.0)	2 (2.0)	3.71	0.86
2.เป็นบริษัทที่ได้รับรางวัลต่างๆเช่นความน่าเชื่อถือทางการเงิน หรืออื่นๆ จากสถาบันในประเทศไทยและต่างประเทศ	15(15.0)	40(40.0)	36(36.0)	7 (7.0)	2 (2.0)	3.58	0.93
3.เจ้าของบริษัทเป็นบุคคลที่รู้จักและมีชื่อเสียงในสังคม	12(12.0)	34(34.0)	36(36.0)	14(14.0)	4 (4.0)	3.36	1.0
ค่าเฉลี่ย						3.55	0.93
ปัจจัยด้านสัญญาณเครือข่าย							
4.สัญญาณชัดเจน	46(46.0)	30(30.0)	22 (22.0)	1 (1.0)	1 (1.0)	4.19	0.88
5.มีสัญญาณครอบคลุมทุกพื้นที่	53(53.0)	30(30.0)	14(14.0)	1 (1.0)	2 (2.0)	4.31	0.89
6.โทรติดง่ายสายไม่หลุด	52(52.0)	28(28.0)	15(15.0)	4 (4.0)	1 (1.0)	4.26	0.92
ค่าเฉลี่ย						4.25	0.90
ปัจจัยด้านราคา							
7.มีรูปแบบโปรโมชั่นโทรศัพท์ตามช่วงเวลาและหลายรูปแบบ	34(34.0)	33(33.0)	27(27.0)	4 (4.0)	2 (2.0)	3.93	0.97
8.มีโปรโมชั่นให้โทรศัพท์ในเครือข่ายเดียวกัน	36(36.0)	31(31.0)	22(22.0)	6 (6.0)	5 (5.0)	3.87	1.12
9.มีโปรโมชั่นให้โทรศัพท์สำหรับเบอร์ที่โทรประจำโทรได้ไม่จำกัด	40(40.0)	27(27.0)	18(18.0)	10 (10.0)	5 (5.0)	3.86	1.22
ค่าเฉลี่ย						3.88	1.10

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บหมายถึง ร้อยละของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่ตอบแบบสอบถาม

ตาราง 24 (ต่อ)

ปัจจัยด้านบริการ	ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย DTAC						หน่วย:คน	
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด	$\bar{X}$	S.D.	
10.ให้คำปรึกษาที่มีประโยชน์และได้รับความช่วยเหลือเป็นอย่างดีจากพนักงาน	37(37.0)	28(28.0)	33(33.0)	1 (1.0)	1 (1.0)	3.98	0.95	
11.มารยาทที่ดีของพนักงาน	40(40.0)	33(33.0)	27(27.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.13	0.81	
12.การให้บริการของพนักงานเป็นมาตรฐานเดียวกัน ให้ข้อมูล ถูกต้องทุกครั้ง	45(45.0)	24(24.0)	29(29.0)	1 (1.0)	1 (1.0)	4.10	0.96	
13.โทรติดต่อศูนย์บริการง่ายและรวดเร็ว	41(41.0)	32(32.0)	20(20.0)	5 (5.0)	2 (2.0)	4.05	0.99	
ค่าเฉลี่ย						4.06	0.93	
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย								
14.การโฆษณาตามสื่อต่างๆ หนังสือพิมพ์, โทรทัศน์, วิทยุ ฯลฯ	30(30.0)	45(45.0)	21(21.0)	3 (3.0)	1 (1.0)	3.99	0.89	
15.มีสิทธิพิเศษและส่วนลดในการซื้อสินค้าในห้างสรรพสินค้าหรือสถานบันเทิง และร้านอาหาร ต่างๆ	24(24.0)	34(34.0)	32(32.0)	9 (9.0)	1 (1.0)	3.71	0.96	
16.การให้ของรางวัลหรือส่วนลดค่าโทรในวันพิเศษ เช่นวันเกิด หรือวันปีใหม่	35(35.0)	38(38.0)	19(19.0)	7 (7.0)	1 (1.0)	3.71	0.96	
17.การจัดกิจกรรมตามสถานที่ต่างๆ เพื่อประชาสัมพันธ์	27(27.0)	36(36.0)	30(30.0)	5 (5.0)	2 (2.0)	3.81	0.96	
18.การแบ่งกลุ่มที่จะให้สิทธิพิเศษและการบริการที่แตกต่างกัน	23(23.0)	34(34.0)	28(28.0)	10(10.0)	5 (5.0)	3.59	1.12	
ค่าเฉลี่ย						3.81	0.98	

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บหมายถึง ร้อยละของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่ตอบแบบสอบถาม

จากตาราง 24 ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางการดำเนินกิจการทางการตลาดที่ผลต่อการเลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ให้บริการเครือข่าย DTAC

1. ปัจจัยด้านชื่อเสียงบริษัท

เมื่อพิจารณาคะแนนเฉลี่ยในแต่ละรายการจะพบว่า ในทุกรายการจะได้คะแนนเฉลี่ยในระดับคะแนนความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมาก ทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็น บริษัทเป็นที่รู้จักและมีความน่าเชื่อถือสูง เป็นบริษัทที่ได้รับรางวัลต่างๆ และ เจ้าของบริษัทเป็นบุคคลที่รู้จักและมีชื่อเสียงในสังคม โดยคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยด้านชื่อเสียงบริษัทจะอยู่ในระดับความคิดเห็นที่คะแนน 3.55 ซึ่งอยู่ในระดับคะแนนเห็นด้วยมาก

2. ปัจจัยด้านสัญญาณเครือข่าย

พบว่าในรายการของ มีสัญญาณครอบคลุมทุกพื้นที่ และ โทรติดง่ายสายไม่หลุด อยู่ในระดับคะแนนเห็นด้วยมากที่สุด ส่วนปัจจัยด้านสัญญาณชัดเจนจะอยู่ในระดับคะแนนเห็นด้วยมาก และถ้าพิจารณาคะแนนเฉลี่ยทั้งหมดมีคะแนนเท่ากับ 4.25 ซึ่งอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด

3. ปัจจัยด้านราคา

เมื่อพิจารณาคะแนนเฉลี่ยในแต่ละรายการจะพบว่า ในทุกรายการจะได้รับคะแนนเฉลี่ยในระดับคะแนนความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมาก ไม่ว่าจะเป็น มีรูปแบบโปรโมชั่นโทรฟรีตามช่วงเวลา และหลายรูปแบบ มีโปรโมชั่นให้โทรฟรีในเครือข่ายเดียวกัน มีโปรโมชั่นให้โทรฟรีสำหรับเบอร์ที่โทรประจำได้ไม่จำกัด โดยคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยด้านราคา จะอยู่ที่คะแนน 3.88 ซึ่งอยู่ในระดับคะแนนเห็นด้วยมาก

4. ปัจจัยด้านบริการ

สำหรับปัจจัยด้านบริการ พบว่าทุกรายการจะได้คะแนนเฉลี่ยในระดับเห็นด้วยมาก ไม่ว่าจะเป็น การให้คำปรึกษาที่มีประโยชน์และได้รับความช่วยเหลือจากพนักงาน มารยาทที่ดีของพนักงาน การให้บริการของพนักงานเป็นมาตรฐานเดียวกัน และ โทรติดต่อศูนย์บริการง่าย และถ้าพิจารณาคะแนนเฉลี่ยทั้งหมดมีคะแนนระดับความคิดเห็นเท่ากับ 4.06 ซึ่งอยู่ในระดับเกณฑ์เห็นด้วยมากเช่นกัน

5. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย พบว่า การโฆษณาตามสื่อต่างๆ การมีสิทธิพิเศษและส่วนลดในการซื้อสินค้าในห้างสรรพสินค้าหรือสถานบันเทิงและร้านค้าต่างๆ การให้ของรางวัลหรือส่วนลดค่าโทรในวันพิเศษ การจัดกิจกรรมตามสถานที่ต่างๆ และการแบ่งกลุ่มที่จะให้สิทธิ

พิเศษ จะได้คะแนนอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก และถ้าพิจารณาคะแนนเฉลี่ยทั้งหมดมีคะแนนระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.81 ซึ่งอยู่ในระดับเกณฑ์เห็นด้วยมาก

ตาราง 25 ระดับความคิดเห็นเรื่องปัจจัยทางด้านการดำเนินกิจการทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการเครือข่าย TRUEMOVE

หน่วย:คน

ปัจจัยด้านชื่อเสียงบริษัท	ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย TRUEMOVE					$\bar{X}$	S.D.
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด		
1.บริษัทเป็นที่รู้จักและมีความน่าเชื่อถือสูง	16(16.0)	54(54.0)	28(28.0)	2 (2.0)	0 (0.0)	3.84	0.70
2.เป็นบริษัทที่ได้รับรางวัลต่างๆเช่นความน่าเชื่อถือทางการเงิน หรืออื่นๆ จากสถาบันในประเทศไทยและต่างประเทศ	10(10.0)	38(38.0)	46(46.0)	1 (1.0)	5 (5.0)	3.46	0.91
3.เจ้าของบริษัทเป็นบุคคลที่รู้จักและมีชื่อเสียงในสังคม	11(11.0)	35(35.0)	38(38.0)	9 (9.0)	7 (7.0)	3.31	1.10
ค่าเฉลี่ย						3.53	0.90
ปัจจัยด้านสัญญาณเครือข่าย							
4.สัญญาณชัดเจน	39(39.0)	29(29.0)	25 (25.0)	4 (4.0)	3 (3.0)	3.97	1.03
5.มีสัญญาณครอบคลุมทุกพื้นที่	39(39.0)	24(24.0)	24(24.0)	11 (11.0)	2 (2.0)	3.87	1.11
6.โทรติดง่ายสายไม่หลุด	41(41.0)	27(27.0)	22(22.0)	9 (9.0)	1 (1.0)	3.98	1.04
ค่าเฉลี่ย						3.94	1.06
ปัจจัยด้านราคา							
7.มีรูปแบบโปรโมชั่นโทรศัพท์ตามช่วงเวลาและหลายรูปแบบ	29(29.0)	43(43.0)	21(21.0)	6 (6.0)	1 (1.0)	3.93	0.91
8.มีโปรโมชั่นให้โทรศัพท์ในเครือข่ายเดียวกัน	36(36.0)	39(39.0)	17(17.0)	7 (7.0)	1 (1.0)	4.02	0.95
9.มีโปรโมชั่นให้โทรศัพท์สำหรับเบอร์ที่โทรประจำโทรได้ไม่จำกัด	36(36.0)	35(35.0)	18(18.0)	6 (6.0)	5 (5.0)	3.91	1.11
ค่าเฉลี่ย						3.95	0.99

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บหมายถึง ร้อยละของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่ตอบแบบสอบถาม

ตาราง 25 (ต่อ)

หน่วย:คน							
ปัจจัยด้านบริการ	ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย TRUEMOVE					$\bar{X}$	S.D.
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด		
10.ให้คำปรึกษาที่มีประโยชน์และได้รับความช่วยเหลือเป็นอย่างดีจากพนักงาน	32(32.0)	30(30.0)	30(30.0)	6 (6.0)	2 (2.0)	3.84	1.01
11.มารยาทที่ดีของพนักงาน	31(31.0)	38(38.0)	27(27.0)	3 (3.0)	1 (1.0)	3.95	0.89
12.การให้บริการของพนักงานเป็นมาตรฐานเดียวกัน ให้ข้อมูล ถูกต้องทุกครั้ง	35(35.0)	37(37.0)	24(24.0)	2 (2.0)	2 (2.0)	4.01	0.92
13.โทรติดต่อศูนย์บริการง่ายและรวดเร็ว	38(38.0)	27(27.0)	23(23.0)	8 (8.0)	4 (4.0)	3.86	1.16
ค่าเฉลี่ย						3.91	0.99
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย							
14.การโฆษณาตามสื่อต่างๆ หนังสือพิมพ์, โทรทัศน์,วิทยุ ฯลฯ	27(27.0)	37(37.0)	31(31.0)	4 (4.0)	1 (1.0)	3.85	0.90
15.มีสิทธิพิเศษและส่วนลดในการซื้อสินค้าในห้างสรรพสินค้าหรือสถานบันเทิง และร้านอาหาร ต่างๆ	22(22.0)	36(36.0)	27(27.0)	11(11.0)	4 (4.0)	3.60	1.10
16.การให้ของรางวัลหรือส่วนลดค่าโทรในวันพิเศษ เช่นวันเกิด หรือวันปีใหม่	28(28.0)	33(33.0)	24(24.0)	8 (8.0)	7 (7.0)	3.63	1.27
17.การจัดกิจกรรมตามสถานที่ต่างๆเพื่อประชาสัมพันธ์	24(24.0)	39(39.0)	24(24.0)	12(12.0)	1 (1.0)	3.73	0.99
18.การแบ่งกลุ่มที่จะให้สิทธิพิเศษและการบริการที่แตกต่างกัน	21(21.0)	30(30.0)	31(31.0)	14(14.0)	4 (4.0)	3.49	1.12
ค่าเฉลี่ย						3.66	1.07

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บหมายถึง ร้อยละของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่ตอบแบบสอบถาม

จากตาราง 25 ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางการดำเนินการทางการตลาดที่ผลต่อการเลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ให้บริการเครือข่าย TRUEMOVE โดยผลการวิเคราะห์พบว่า

1. ปัจจัยด้านชื่อเสียงบริษัท

เมื่อพิจารณาคะแนนเฉลี่ยในแต่ละรายการจะพบว่า รายการของปัจจัยด้านบริษัทเป็นที่รู้จักและมีความน่าเชื่อถือสูง และ เป็นบริษัทที่ได้รับรางวัลต่างๆ อยู่ในระดับคะแนนเห็นด้วยมาก ส่วนด้านเจ้าของบริษัทเป็นบุคคลที่รู้จักและมีชื่อเสียงในสังคม จะได้คะแนนระดับเห็นด้วยปานกลาง และถ้าพิจารณาคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยด้านชื่อเสียงบริษัททั้งหมดจะได้คะแนนระดับความคิดเห็นที่คะแนน 3.53 ซึ่งอยู่ในระดับคะแนนเห็นด้วยมาก

2. ปัจจัยด้านสัญญาณเครือข่าย

พบว่าทุกรายการของปัจจัยด้านสัญญาณเครือข่าย สัญญาชัดเจน มีสัญญาครอบคลุมทุกพื้นที่ และ โทรติดง่ายสายไม่หลุด อยู่ในระดับคะแนนเห็นด้วยมาก โดยพิจารณาคะแนนเฉลี่ยทั้งหมดมีคะแนนเท่ากับ 3.94 ซึ่งอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก

3. ปัจจัยด้านราคา

เมื่อพิจารณาคะแนนเฉลี่ยในแต่ละรายการจะพบว่า ในทุกรายการจะได้รับคะแนนเฉลี่ยในระดับคะแนนความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมาก ไม่ว่าจะเป็น มีรูปแบบโปรโมชั่นโทรฟรีตามช่วงเวลา และหลายรูปแบบ มีโปรโมชั่นให้โทรฟรีในเครือข่ายเดียวกัน มีโปรโมชั่นให้โทรฟรีสำหรับเบอร์ที่โทรประจำได้ไม่จำกัด โดยคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยด้านราคา จะอยู่ในที่คะแนน 3.95 ซึ่งอยู่ในระดับคะแนนเห็นด้วยมาก

4. ปัจจัยด้านบริการ

สำหรับปัจจัยด้านบริการ พบว่าทุกรายการจะได้คะแนนเฉลี่ยในระดับเห็นด้วยมาก ไม่ว่าจะเป็น การให้คำปรึกษาที่มีประโยชน์และได้รับความช่วยเหลือจากพนักงาน มารยาทที่ดีของพนักงาน การให้บริการของพนักงานเป็นมาตรฐานเดียวกัน และ โทรติดต่อศูนย์บริการง่าย และถ้าพิจารณาคะแนนเฉลี่ยทั้งหมดมีคะแนนระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.91 ซึ่งอยู่ในระดับเกณฑ์เห็นด้วยมากเช่นกัน

5. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย พบว่า การโฆษณาตามสื่อต่างๆ การมีสิทธิพิเศษและส่วนลดในการซื้อสินค้าในห้างสรรพสินค้าหรือสถานบันเทิงและร้านค้าต่างๆ การให้ของรางวัลหรือส่วนลดค่าโทรในวันพิเศษ การจัดกิจกรรมตามสถานที่ต่างๆ และการแบ่งกลุ่มที่จะให้สิทธิ

พิเศษ จะได้คะแนนอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก และถ้าพิจารณาคะแนนเฉลี่ยทั้งหมดมีคะแนนระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.66 ซึ่งอยู่ในระดับเกณฑ์เห็นด้วยมาก

ตาราง 26 ระดับความคิดเห็นเรื่องปัจจัยทางด้านการดำเนินกิจการทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการเครือข่าย HUTCH

หน่วย:คน

ปัจจัยด้านชื่อเสียงบริษัท	ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย HUTCH					$\bar{X}$	S.D.
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด		
1.บริษัทเป็นที่รู้จักและมีความน่าเชื่อถือสูง	13(13.0)	45(45.0)	31(31.0)	9 (9.0)	2 (2.0)	3.58	0.90
2.เป็นบริษัทที่ได้รับรางวัลต่างๆเช่นความน่าเชื่อถือทางการเงิน หรืออื่นๆ จากสถาบันในประเทศไทยและต่างประเทศ	9 (9.0)	28(28.0)	42(42.0)	16(16.0)	5 (5.0)	3.18	1.03
3.เจ้าของบริษัทเป็นบุคคลที่รู้จักและมีชื่อเสียงในสังคม	11(11.0)	28(28.0)	34(34.0)	13(13.0)	14(14.0)	3.05	1.03
ค่าเฉลี่ย						3.27	1.07
ปัจจัยด้านสัญญาณเครือข่าย							
4.สัญญาชัดเจน	44(44.0)	31(31.0)	16(16.0)	7 (7.0)	2 (2.0)	4.08	1.03
5.มีสัญญาครอบคลุมทุกพื้นที่	42(42.0)	26(26.0)	22(22.0)	9 (9.0)	1 (1.0)	3.99	1.04
6.โทรติดง่ายสายไม่หลุด	45(45.0)	29(29.0)	15(15.0)	6 (6.0)	5 (5.0)	4.03	1.14
ค่าเฉลี่ย						4.03	1.07
ปัจจัยด้านราคา							
7.มีรูปแบบโปรโมชั่นโทรศัพท์ตามช่วงเวลาและหลายรูปแบบ	52(52.0)	29(29.0)	16(16.0)	3 (3.0)	0 (0.0)	4.30	0.84
8.มีโปรโมชั่นให้โทรศัพท์ในเครือข่ายเดียวกัน	44(44.0)	28(28.0)	20(20.0)	6 (6.0)	2 (2.0)	4.06	1.03
9.มีโปรโมชั่นให้โทรศัพท์สำหรับเบอร์ที่โทรประจำโทรได้ไม่จำกัด	43(43.0)	29(29.0)	16(16.0)	6 (6.0)	6 (6.0)	3.97	1.17
ค่าเฉลี่ย						4.11	1.01

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บหมายถึง ร้อยละของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่ตอบแบบสอบถาม

ตาราง 26 (ต่อ)

ปัจจัยด้านบริการ	ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย HUTCH						หน่วย:คน	
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด	$\bar{X}$	S.D.	
10.ให้คำปรึกษาที่มีประโยชน์และได้รับความช่วยเหลือเป็นอย่างดีจากพนักงาน	36(36.0)	36(36.0)	24(24.0)	2 (2.0)	2 (2.0)	4.02	0.93	
11.มารยาทที่ดีของพนักงาน	36(36.0)	44(44.0)	17(17.0)	2 (2.0)	1 (1.0)	4.12	0.83	
12.การให้บริการของพนักงานเป็นมาตรฐานเดียวกัน ให้ข้อมูล ถูกต้องทุกครั้ง	39(39.0)	30(30.0)	29(29.0)	2 (2.0)	0 (0.0)	4.06	0.87	
13.โทรศัพท์ต่อศูนย์บริการง่ายและรวดเร็ว	43(43.0)	35(35.0)	17(17.0)	4 (4.0)	1 (1.0)	4.15	0.91	
ค่าเฉลี่ย						4.08	0.88	
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย								
14.การโฆษณาตามสื่อต่างๆ หนังสือพิมพ์, โทรทัศน์,วิทยุ ฯลฯ	17(17.0)	39(39.0)	33(33.0)	7 (7.0)	4 (4.0)	3.58	0.98	
15.มีสิทธิพิเศษและส่วนลดในการซื้อสินค้าในห้างสรรพสินค้าหรือสถานบันเทิง และร้านอาหาร ต่างๆ	20(20.0)	33(33.0)	29(29.0)	9 (9.0)	9 (9.0)	3.46	1.17	
16.การให้ของรางวัลหรือส่วนลดค่าโทรในวันพิเศษ เช่นวันเกิด หรือวันปีใหม่	35(35.0)	23(23.0)	25(25.0)	8 (8.0)	9 (9.0)	3.66	1.30	
17.การจัดกิจกรรมตามสถานที่ต่างๆ เพื่อประชาสัมพันธ์	21(21.0)	28(28.0)	38(38.0)	9(9.0)	4 (4.0)	3.53	1.04	
18.การแบ่งกลุ่มที่จะให้สิทธิพิเศษและการบริการที่แตกต่างกัน	18(18.0)	17(17.0)	43(43.0)	12(12.0)	10(10.0)	3.20	1.19	
ค่าเฉลี่ย						3.48	1.14	

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บหมายถึง ร้อยละของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่ตอบแบบสอบถาม

จากตาราง 26 ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางการดำเนินการทางการตลาดที่ผลต่อการเลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ให้บริการเครือข่าย HUTCH โดยผลการวิเคราะห์พบว่า

1. ปัจจัยด้านชื่อเสียงบริษัท

เมื่อพิจารณาคะแนนเฉลี่ยในแต่ละรายการจะพบว่า รายการของปัจจัยด้านบริษัทเป็นที่รู้จักและมีความน่าเชื่อถือสูง อยู่ในระดับคะแนนเห็นด้วยมาก ส่วนด้านเป็นบริษัทที่ได้รับรางวัลต่างๆ และเจ้าของบริษัทเป็นบุคคลที่รู้จักและมีชื่อเสียงในสังคม จะได้คะแนนระดับเห็นด้วยปานกลาง และถ้าพิจารณาคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยด้านชื่อเสียงบริษัททั้งหมดจะได้คะแนนระดับความคิดเห็นที่คะแนน 3.27 ซึ่งอยู่ในระดับคะแนนเห็นด้วยปานกลาง

2. ปัจจัยด้านสัญญาณเครือข่าย

พบว่าทุกรายการของปัจจัยด้านสัญญาณเครือข่าย สัญญาณชัดเจน มีสัญญาณครอบคลุมทุกพื้นที่ และ โทรติดง่ายสายไม่หลุด อยู่ในระดับคะแนนเห็นด้วยมาก โดยพิจารณาคะแนนเฉลี่ยทั้งหมดมีคะแนนเท่ากับ 4.03 ซึ่งอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก

3. ปัจจัยด้านราคา

เมื่อพิจารณาคะแนนเฉลี่ยในแต่ละรายการพบว่าปัจจัยด้านการมีรูปแบบโปรโมชั่นโทรศัพท์ตามช่วงเวลาและหลายรูปแบบ อยู่ในระดับคะแนนเห็นด้วยมากที่สุด ส่วนการมีโปรโมชั่นให้โทรศัพท์ในเครือข่ายเดียวกัน และมีโปรโมชั่นให้โทรศัพท์สำหรับเบอร์ที่โทรประจำได้ไม่จำกัด จะอยู่ในระดับคะแนนเห็นด้วยมาก และถ้าพิจารณาคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยด้านราคาทั้งหมดจะอยู่ที่คะแนน 4.11 ซึ่งอยู่ในระดับคะแนนเห็นด้วยมาก

4. ปัจจัยด้านบริการ

สำหรับปัจจัยด้านบริการ พบว่าทุกรายการจะได้คะแนนเฉลี่ยในระดับเห็นด้วยมาก ไม่ว่าจะเป็น การให้คำปรึกษาที่มีประโยชน์และได้รับความช่วยเหลือจากพนักงาน มารยาทที่ดีของพนักงาน การให้บริการของพนักงานเป็นมาตรฐานเดียวกัน และ โทรติดต่อศูนย์บริการง่าย และถ้าพิจารณาคะแนนเฉลี่ยทั้งหมดมีคะแนนระดับความคิดเห็นเท่ากับ 4.08 ซึ่งอยู่ในระดับเกณฑ์เห็นด้วยมาก

5. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย พบว่า การโฆษณาตามสื่อต่างๆ การมีสิทธิพิเศษและส่วนลดในการซื้อสินค้าในห้างสรรพสินค้าหรือสถานบันเทิงและร้านค้าต่างๆ การให้ของรางวัลหรือส่วนลดค่าโทรในวันพิเศษ และการจัดกิจกรรมตามสถานที่ต่างๆ จะได้คะแนนอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ส่วนการแบ่งกลุ่มที่จะให้สิทธิพิเศษและการบริการที่แตกต่าง จะอยู่ในระดับ

เห็นด้วยปานกลาง และถ้าพิจารณาคะแนนเฉลี่ยทั้งหมดมีคะแนนระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.48 ซึ่งอยู่ในระดับเกณฑ์เห็นด้วยมาก

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษานี้มุ่งศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่ายในกรุงเทพมหานคร ซึ่งข้อมูลที่ได้จะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สามารถนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปเป็นแนวทางในการวางแผนการใช้จ่ายและกำหนดนโยบายที่สอดคล้องกับผู้บริโภคที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้งในด้านคุณลักษณะทางประชากร และสังคม และ ด้านเศรษฐกิจ ต่อไป

ความมุ่งหมายของงานวิจัย

ในการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่ายในกรุงเทพมหานคร มีความมุ่งหมายดังนี้

1. เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยทางคุณลักษณะทางประชากร และปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่ายของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ในด้านค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวม ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออก และค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการอื่นๆ
3. เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านการดำเนินการทางการตลาดของผู้ให้บริการเครือข่ายที่มีผลต่อการเลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่

วิธีการดำเนินการวิจัย

ข้อมูลที่ใช้ในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) และ ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมจากแหล่งข้อมูล ดังนี้

1. การศึกษาข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

เป็นการรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจากประชาชนในกรุงเทพมหานคร โดยเป็นผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย AIS, DTAC, TRUE และประกอบอาชีพ ข้าราชการ /

รัฐวิสาหกิจ, พนักงานบริษัทเอกชน, ผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัว, นักเรียน / นักศึกษา เพื่อนำมาวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

เป็นการรวบรวมข้อมูลสารสนเทศจากเว็บไซต์ของหน่วยงานบริษัทเอกชน หน่วยงานราชการ และรัฐวิสาหกิจ

การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่ายของประชาชนในกรุงเทพมหานครผู้วิจัยได้ทำการศึกษาจากประชากรที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในกรุงเทพมหานครโดยแบ่งตามผู้ให้บริการเครือข่ายซึ่งประกอบไปด้วย AIS, DTAC, TRUE MOVE และ HUTCH นอกจากนี้ได้เลือกประชากรเฉพาะเจาะจงตามกลุ่มอาชีพที่ผู้วิจัยกำหนด ได้แก่ อาชีพข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ, พนักงานบริษัทเอกชน, ผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัว และนักเรียน / นักศึกษา

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยจากประชากรที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครและเป็นผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย AIS, DTAC, TRUE MOVE และ HUTCH โดยเลือกเจาะจงเฉพาะผู้ประกอบอาชีพ ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ, พนักงานบริษัทเอกชน, ผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัว และนักเรียน / นักศึกษา และเลือกวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญหรือเลือกสุ่มตามสะดวก (Convenience sampling) ทำการแจกแบบสอบถาม (Questionnaire) และสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างแบ่งเป็นเครือข่ายละ 100 ตัวอย่าง รวมทั้งหมด 400 ตัวอย่าง

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ได้แก่ ปัจจัยทางด้านคุณลักษณะทางประชากรและสังคม และปัจจัยทางเศรษฐกิจ

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวม ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออก และค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการอื่นๆของผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS DTAC TRUE MOVE และ HUTCH

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้เป็น แบบสอบถามเกี่ยวกับ “ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่ายของประชาชนในกรุงเทพมหานคร เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้น โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลจากตำรา เอกสาร บทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดขอบเขตของการวิจัย และสร้างเครื่องมือในการวิจัยให้ครอบคลุมตามความมุ่งหมายของการวิจัย
2. สร้างแบบสอบถามแล้วนำเสนอต่อคณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์และผู้เชี่ยวชาญพิจารณาความถูกต้องเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม ตลอดจนสำนวนที่ใช้ในแบบสอบถาม
3. นำร่างแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่อคณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์ และ ผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้ได้ข้อคำถามที่ตรงตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย
4. ปรับปรุงแบบสอบถามที่จัดทำขึ้นตามคำแนะนำของคณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์และผู้เชี่ยวชาญแล้วนำแบบสอบถามที่ได้รับการตรวจสอบแก้ไขทางด้านเนื้อหา และ สำนวนภาษาไทย ไปทดลองใช้กับประชากรกลุ่มตัวอย่างจำนวน 20 ชุด
5. นำแบบสอบถามที่ทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างไปปรับปรุงแก้ไขเนื้อหาสำนวนภาษาและ การใช้คำถามต่างๆให้ถูกต้องและเหมาะสมเสนอต่อคณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์และผู้เชี่ยวชาญเพื่อพิจารณาตรวจสอบอีกครั้ง แล้วจึงจัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการทำการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีการดังนี้

1. ผู้วิจัยได้ทำการติดต่อไปยังหน่วยงานของบริษัทเอกชน หน่วยงานราชการ สถานศึกษา และห้างสรรพสินค้าต่างๆในกรุงเทพมหานคร เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม
2. ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามการเก็บรวบรวมข้อมูลเฉพาะผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย AIS DTAC TRUEMOVE และ HUTCH ที่มีอาชีพ นักเรียน / นักศึกษา พนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ และผู้ที่ประกอบอาชีพอิสระส่วนตัวในกรุงเทพมหานคร โดยเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่าง 27 ตุลาคม 2551 - 5 พฤศจิกายน พ.ศ. 2551

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดกระทำข้อมูล

1. นำแบบสอบถามที่เก็บข้อมูลได้มาตรวจสอบความถูกต้อง แล้วนำมาลงรหัส (Coding) ตามแบบที่กำหนดไว้
2. ประมวลผลข้อมูล โดยนำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วมาบันทึกในโปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลบนเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อหาค่าทางสถิติต่างๆประกอบไปด้วย การแจกแจงความถี่ คำนวณค่าร้อยละและการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามทางด้านปัจจัยทางคุณลักษณะทางประชากรและสังคม ปัจจัยทางเศรษฐกิจ และ ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละประเภท โดยใช้สถิติวิเคราะห์ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย
2. ข้อมูลปัจจัยทางด้านการดำเนินการกิจการทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่าย โดยวัดระดับความคิดเห็นเป็นค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
3. วิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่ายในของประชาชนในกรุงเทพมหานคร โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่ายของประชาชนในกรุงเทพมหานคร สรุปได้ดังนี้

1. คุณลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่ายในกรุงเทพมหานคร แบ่งเป็นผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย AIS DTAC TRUEMOVE และ HUTCH

เพศ พบว่าผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่ายส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง โดยคิดเป็นเครือข่าย AIS ร้อยละ 71.0 เครือข่าย DTAC ร้อยละ 68.0 เครือข่าย TRUEMOVE ร้อยละ 60.0 และผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย HUTCH คิดเป็นร้อยละ 78.0

อายุ ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย AIS DTAC TRUEMOVE มีอายุต่ำสุดคือ 13 ปี ส่วน ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย HUTCH มีอายุต่ำสุด 14 ปี เมื่อพิจารณาช่วงอายุของผู้ใช้บริการแต่ละเครือข่ายส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี โดยคิดเป็นผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS ร้อยละ 50.0 เครือข่าย DTAC ร้อยละ 43.0 เครือข่าย TRUEMOVE ร้อยละ 47.0 และ ผู้ใช้บริการเครือข่าย HUTCH คิดเป็นร้อยละ 53.0 ส่วนลำดับรองลงมาผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของแต่ละเครือข่ายเป็นผู้ที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี และน้อยกว่า 20 ปี ตามลำดับ

สถานภาพสมรส ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่าย ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด โดยคิดเป็นผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS ร้อยละ 88.0 เครือข่าย DTAC คิดเป็นร้อยละ 70.0 ผู้ใช้บริการเครือข่าย TRUEMOVE คิดเป็นร้อยละ 79.0 และผู้ใช้บริการเครือข่าย HUTCH คิดเป็นร้อยละ 84.0

ระดับการศึกษา พบว่า ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่าย ส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี โดยคิดเป็นผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS ร้อยละ 80.0 เครือข่าย DTAC ร้อยละ 65.0 เครือข่าย TRUEMOVE ร้อยละ 69.0 และผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย HUTCH คิดเป็นร้อยละ 72.0

อาชีพ เนื่องจากผู้วิจัยได้กำหนดสัดส่วนอาชีพของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่าย มีจำนวนและสัดส่วนเท่ากันทุกอาชีพ คิดเป็นอาชีพนักเรียน / นักศึกษา ร้อยละ 25.0 พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 25.0 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 25.0 และอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 25.0

รายได้ต่อเดือน พบว่าผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่าย ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน จำนวนระหว่าง 10,000 – 29,999 บาท โดยคิดเป็นผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS ร้อยละ 59.0 เครือข่าย DTAC ร้อยละ 60.0 เครือข่าย TRUEMOVE ร้อยละ 63.0 และ ผู้ใช้บริการเครือข่าย HUTCH คิดเป็นร้อยละ 50.0 เมื่อพิจารณารายได้เฉลี่ยของผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS และ DTAC พบว่ามีรายได้เฉลี่ยใกล้เคียงกัน โดยผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS มีรายได้เฉลี่ย 20,778 บาท และผู้ใช้บริการเครือข่าย DATC มีรายได้เฉลี่ย 20,779 บาท ส่วนผู้ใช้บริการเครือข่าย TRUEMOVE และ HUTCH มีรายได้เฉลี่ยแตกต่างจากผู้ให้บริการเครือข่าย AIS และ DTAC โดยผู้ใช้บริการ TRUEMOVE มีรายได้เฉลี่ย 19,248 บาท และ ผู้ใช้บริการ HUTCH มีรายได้เฉลี่ย 18,668 บาท

ค่าใช้จ่ายต่อเดือน พบว่าผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย AIS และ DTAC มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยใกล้เคียงกัน โดยผู้ให้บริการเครือข่าย AIS มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 10,330 บาท และผู้ให้บริการเครือข่าย DTAC มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 12,804 บาท ส่วนผู้ให้บริการเครือข่าย TRUEMOVE และ HUTCH จะมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยแตกต่างจากสองเครือข่ายดังกล่าวข้างต้น โดยผู้ให้บริการเครือข่าย TRUEMOVE มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 6,796 บาท และผู้ให้บริการเครือข่าย HUTCH มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 8,904 บาท ถ้าพิจารณาค่าใช้จ่ายต่อเดือนพบว่าผู้ให้บริการโทรศัพท์แต่ละเครือข่ายส่วนใหญ่มีระดับค่าใช้จ่ายต่อเดือน ระหว่าง 10,000-19,999 บาท โดยคิดเป็นผู้ให้บริการเครือข่าย AIS ร้อยละ 46.0 เครือข่าย DTAC ร้อยละ 36.0 และผู้ให้บริการเครือข่าย HUTCH คิดเป็นร้อยละ 40.0 ส่วนผู้ให้บริการเครือข่าย TRUEMOVE ส่วนใหญ่มีระดับค่าใช้จ่ายต่อเดือน จำนวน 6,000 – 9,999 บาท คิดเป็นร้อยละ 41.0

ตาราง 27 สรุปผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย AIS DTAC TRUEMOVE และ HUTCH ในกรุงเทพมหานคร

ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ	AIS	DTAC	TRUEMOVE	HUTCH
1. เพศ	หญิง (71%)	หญิง (68%)	หญิง (60%)	หญิง (78%)
2. อายุ	20-30 ปี (50%)	20-30 ปี (43%)	20-30 ปี (47%)	20-30 ปี (53%)
3. สถานภาพสมรส	โสด (88%)	โสด (70%)	โสด (79%)	โสด (84%)
4. ระดับการศึกษา	ปริญญาตรี (80%)	ปริญญาตรี (65%)	ปริญญาตรี (69%)	ปริญญาตรี (72%)
5. อาชีพ	นักเรียน / นักศึกษา (25%)	นักเรียน / นักศึกษา (25%)	นักเรียน / นักศึกษา (25%)	นักเรียน / นักศึกษา (25%)
	พนักงานบริษัท (25%)	พนักงานบริษัท (25%)	พนักงานบริษัท (25%)	พนักงานบริษัท (25%)
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ (25%)	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ (25%)	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ (25%)	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ (25%)
	ผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัว (25%)	ผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัว (25%)	ผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัว (25%)	ผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัว (25%)

หมายเหตุ สัดส่วนของแต่ละอาชีพมีจำนวนเท่ากันเพราะผู้วิจัยกำหนดสัดส่วนให้แต่ละอาชีพมีจำนวนเท่ากัน

ตาราง 27 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้บริการ	AIS	DTAC	TRUEMOVE	HUTCH
6.รายได้ต่อเดือน	10,000-29,999 บาท (59%)	10,000-29,999 บาท (60%)	10,000-29,999 บาท (63%)	10,000-29,999 บาท (50%)
7.รายได้เฉลี่ย	20,778 บาท (100%)	20,779 บาท (100%)	19,248 บาท (100%)	18,668 บาท (100%)
8.ค่าใช้จ่ายต่อเดือน	10,000-19,999 บาท (46%)	10,000-19,999 บาท (36%)	6,000-9,999 บาท (41%)	10,000-19,999 บาท (40%)
9.ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย	10,330 บาท (100%)	12,804 (100%)	6,796 (100%)	8,904 (100%)

รูปแบบการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ พบว่าผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่าย ส่วนใหญ่มีรูปแบบการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นแบบบัตรเติมเงินมากที่สุด โดยผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS คิดเป็นร้อยละ 54.0 ผู้ใช้บริการเครือข่าย DTAC คิดเป็นร้อยละ 59.0 และผู้ใช้บริการเครือข่าย TRUEMOVE คิดเป็นร้อยละ 57.0 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย HUTCH จะแตกต่างจาก 3 เครือข่ายดังที่กล่าวข้างต้น คือผู้ใช้บริการเครือข่าย HUTCH ส่วนใหญ่มีรูปแบบการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นแบบกดหะเบียน คิดเป็นร้อยละ 79.0 ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลจำนวนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่ายตามตาราง 1 กล่าวคือจำนวนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของเครือข่าย HUTCH ส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการใช้โทรศัพท์แบบกดหะเบียนมากกว่าแบบบัตรเติมเงิน เนื่องจากผู้ใช้บริการเครือข่าย HUTCH มีการจัดโปรโมชั่นแบบกดหะเบียนในอัตราค่าโทร ถูกกว่าแบบบัตรเติมเงิน ทำให้ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย HUTCH ส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์แบบกดหะเบียนมากกว่าแบบบัตรเติมเงิน

เมื่อพิจารณารูปแบบการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS DTAC TRUEMOVE และ HUTCH สามารถจำแนกตามคุณลักษณะทางประชากรและสังคม และปัจจัยทางเศรษฐกิจ โดยสรุปผลจากข้อมูลตามตาราง 28 ดังนี้

เพศ พบว่าผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่ายส่วนใหญ่เพศหญิงเลือกรูปแบบการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แบบบัตรเติมเงินมากกว่าเพศชาย และเพศหญิงใช้แบบบัตรเติมเงินมากกว่าแบบกดหะเบียน โดยคิดเป็นผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS ร้อยละ 45.0 เครือข่าย DTAC ร้อยละ 45.0 และผู้ใช้บริการเครือข่าย TRUEMOVE คิดเป็นร้อยละ 39.0 สาเหตุที่เพศหญิงเลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แบบบัตรเติมเงินเป็นส่วนมากเพราะโทรศัพท์แบบบัตรเติมเงินสามารถช่วยเรื่องการประหยัด และจัดสรรงบประมาณการใช้จ่ายต่อเดือนได้ง่ายกว่าแบบกดหะเบียน สำหรับผู้ใช้บริการเครือข่าย HUTCH ส่วนใหญ่เพศหญิงเลือกรูปแบบการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นแบบกดหะเบียน โดยคิดเป็นร้อยละ 63.0 ซึ่งแตกต่างจากผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS DTAC และ TRUEMOVE ดังที่กล่าวข้างต้น เพราะเครือข่าย HUTCH มีการจัดรูปแบบโปรโมชั่นอัตราค่าโทรถูกกว่าแบบบัตรเติมเงิน

อายุ เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบช่วงอายุของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่าย พบว่าผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS และ HUTCH ส่วนใหญ่มีช่วงอายุระหว่าง 20-30 ปี และเลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แบบกดหะเบียนมากกว่าบัตรเติมเงิน โดยคิดเป็นร้อยละ 26.0 และ 45.0 ตามลำดับ ส่วนผู้ใช้บริการเครือข่าย DTAC และ TRUEMOVE ส่วนใหญ่มีช่วงอายุ 20-30 ปี เช่นกันแต่ผู้ใช้บริการเลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นแบบบัตรเติมเงินมากกว่าแบบกดหะเบียน โดยคิดเป็นร้อยละ 28.0 และ 27.0 ตามลำดับ

สถานภาพสมรส พบว่าผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่ายผู้ใช้ที่มีสถานภาพโสดส่วนใหญ่เลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แบบบัตรเติมเงินมากกว่ารูปแบบจดทะเบียน โดยคิดเป็นผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS ร้อยละ 51.0 เครือข่าย DATC ร้อยละ 44.0 และ ผู้ใช้บริการเครือข่าย TRUEMOVE คิดเป็นร้อยละ 45.0 เนื่องจากผู้ใช้ที่มีสถานภาพโสดเลือกใช้แบบบัตรเติมเงินเพราะสะดวกมากกว่าแบบจดทะเบียน ไม่มีใบแจ้งค่าใช้บริการเรียกเก็บในแต่ละเดือนรวมทั้งสามารถที่จะจัดสรรงบประมาณการใช้จ่ายในแต่ละเดือนได้ดีกว่าแบบจดทะเบียน ส่วนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย HUTCH ผู้ที่มีสถานภาพโสดส่วนใหญ่จะเลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แบบจดทะเบียน คิดเป็นร้อยละ 66.0 เพราะโปรโมชั่นอัตราค่าโทรถูกกว่าแบบเติมเงิน

ระดับการศึกษา พบว่าระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการแต่ละเครือข่าย ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและเลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แบบบัตรเติมเงินมากกว่าแบบจดทะเบียนโดยคิดเป็นผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS ร้อยละ 44.0 เครือข่าย DATC ร้อยละ 39.0 และ ผู้ใช้บริการเครือข่าย TRUEMOVE คิดเป็นร้อยละ 39.0 สำหรับผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย HUTCH ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีส่วนใหญ่จะเลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แบบจดทะเบียน คิดเป็นร้อยละ 59.0

อาชีพ พบว่าอาชีพของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่าย พบว่าส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพเดียวกันจะมีรูปแบบการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เหมือนกัน โดยพิจารณาจากข้อมูลตามตาราง 28 พบว่าผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย AIS DTAC TRUEMOVE และ HUTCH ที่มีอาชีพนักเรียน / นักศึกษาส่วนใหญ่เลือกรูปแบบการใช้โทรศัพท์แบบบัตรเติมเงิน เพราะกลุ่มอาชีพนี้มีรายได้น้อยและรายได้ส่วนใหญ่มาจากผู้ปกครองให้เป็นรายเดือน ดังนั้นโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบบัตรเติมเงินจะช่วยให้ประหยัดค่าใช้จ่ายได้ง่ายสำหรับผู้ปกครองและนักเรียน/นักศึกษา รวมทั้งสามารถจัดสรรงบประมาณดูแลการใช้จ่ายได้มากกว่าโทรศัพท์แบบจดทะเบียน หรือ ผู้ใช้บริการโทรศัพท์ที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่เลือกรูปแบบการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แบบจดทะเบียนมากกว่าแบบบัตรเติมเงินเพราะเป็นกลุ่มวัยทำงานมีรายได้มาจากรายได้เงินเดือน/ค่าจ้างเป็นส่วนใหญ่มีรายได้มากพอที่จะใช้จ่ายได้และการใช้งานแบบจดทะเบียนสะดวกกว่าโดยไม่ต้องเติมเงินก่อนใช้งาน

รายได้ต่อเดือน เมื่อพิจารณาผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่ายส่วนใหญ่มีระดับรายได้ 10,000-29,999 บาท และเลือกรูปแบบการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แตกต่างกันในแต่ละเครือข่าย โดยผู้ให้บริการเครือข่าย AIS และ HUTCH คิดเป็นร้อยละ 33.0 และ ร้อยละ 50.0 ส่วนใหญ่เลือกใช้โทรศัพท์แบบกดหะเบียน สำหรับผู้ให้บริการ DTAC และ TRUEMOVE ส่วนใหญ่เลือกใช้โทรศัพท์แบบบัตรเติมเงิน คิดเป็นร้อยละ 33.0 และ 34.0 สามารถสรุปได้ว่ารูปแบบโปรโมชั่นและอัตราค่าโทรเป็นส่วนหนึ่งในการตัดสินใจเลือกรูปแบบของโทรศัพท์เคลื่อนที่เพราะผู้ให้บริการแต่ละเครือข่ายที่มีระดับรายได้ดังกล่าวข้างต้นมีการเลือกรูปแบบการใช้งานต่างกัน

ค่าใช้จ่ายต่อเดือน พบว่าผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่ายส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อเดือนในระดับ 10,000-19,999 บาท และใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แบบกดหะเบียนมากกว่าแบบบัตรเติมเงิน โดยคิดเป็นผู้ให้บริการเครือข่าย AIS ร้อยละ 27.0 เครือข่าย DTAC คิดเป็นร้อยละ 19.0 เครือข่าย TRUEMOVE คิดเป็นร้อยละ 10.0 และผู้ให้บริการเครือข่าย HUTCH คิดเป็นร้อยละ 38.0

ตาราง 28 สรุปผลการศึกษารูปแบบการใช้โทรศัพท์ของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย AIS DTAC TRUEMOVE และ HUTCH จำแนกตามคุณลักษณะทางประชากรและสังคม และปัจจัยทางเศรษฐกิจ

ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ	AIS	DTAC	TRUEMOVE	HUTCH
1. เพศ	หญิง ใช้แบบบัตรเติมเงิน (45%)	หญิง ใช้แบบบัตรเติมเงิน (45%)	หญิง ใช้แบบบัตรเติมเงิน (39%)	หญิง ใช้แบบกดหะเบียน (63%)
2. อายุ	20-30 ปี ใช้แบบกดหะเบียน (26%)	20-30 ปี ใช้แบบบัตรเติมเงิน (28%)	20-30 ปี ใช้แบบบัตรเติมเงิน (27%)	20-30 ปี ใช้แบบกดหะเบียน (45%)
3. สถานภาพสมรส	โสด ใช้แบบบัตรเติมเงิน (51%)	โสด ใช้แบบบัตรเติมเงิน (44%)	โสด ใช้แบบบัตรเติมเงิน (45%)	โสด ใช้แบบกดหะเบียน (66%)
4. ระดับการศึกษา	ปริญญาตรี ใช้แบบบัตรเติมเงิน (44%)	ปริญญาตรี ใช้แบบบัตรเติมเงิน (39%)	ปริญญาตรี ใช้แบบบัตรเติมเงิน (39%)	ปริญญาตรี ใช้แบบกดหะเบียน (59%)

ตาราง 28 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ	AIS	DTAC	TRUEMOVE	HUTCH
5. อาชีพ				
นักเรียน / นักศึกษา	นักเรียน / นักศึกษา	นักเรียน / นักศึกษา	นักเรียน / นักศึกษา	นักเรียน / นักศึกษา
ใช้แบบบัตรเติมเงิน (18%)	ใช้แบบบัตรเติมเงิน (22%)	ใช้แบบบัตรเติมเงิน (21%)	ใช้แบบบัตรเครดิต (15%)	
พนักงานบริษัทเอกชน	พนักงานบริษัทเอกชน	พนักงานบริษัทเอกชน	พนักงานบริษัทเอกชน	พนักงานบริษัทเอกชน
ใช้แบบบัตรเครดิต (16%)	ใช้แบบบัตรเครดิต (14%)	ใช้แบบบัตรเครดิต (15%)	ใช้แบบบัตรเครดิต (18%)	
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ
ใช้แบบบัตรเครดิต (13%)	ใช้แบบเติมเงิน (13%)	ใช้แบบบัตรเครดิต (14%)	ใช้แบบบัตรเครดิต (24%)	
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	ประกอบธุรกิจส่วนตัว
ใช้แบบเติมเงิน (15%)	ใช้แบบเติมเงิน (13%)	ใช้แบบเติมเงิน (15%)	ใช้แบบเติมเงิน (22%)	
6. รายได้ต่อเดือน				
10,000-29,999 บาท	10,000-29,999 บาท	10,000-29,999 บาท	10,000-29,999 บาท	10,000-29,999 บาท
ใช้แบบบัตรเครดิต (33%)	ใช้แบบเติมเงิน (33%)	ใช้แบบบัตรเติมเงิน (34%)	ใช้แบบบัตรเครดิต (43%)	
7. ค่าใช้จ่ายต่อเดือน				
10,000-29,999 บาท	10,000-29,999 บาท	6,000-9,000 บาท	10,000-29,999 บาท	
ใช้แบบบัตรเครดิต (27%)	ใช้แบบบัตรเครดิต (19%)	ใช้แบบเติมเงิน (21%)	ใช้แบบบัตรเครดิต (38%)	

วัตถุประสงค์ในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ จากการศึกษาข้อมูลตามตาราง 29 พบว่า ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย AIS DTAC TRUEMOVE และ HUTCH ส่วนใหญ่มี วัตถุประสงค์ที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในการติดต่อ และให้อันดับความสำคัญในการติดต่อไม่แตกต่างกัน กล่าวคือผู้ให้บริการโทรศัพท์แต่ละเครือข่ายส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ ติดต่อ เรื่องส่วนตัวมากที่สุดและให้ความสำคัญในการติดต่อเป็นอันดับแรก โดยผู้ให้บริการโทรศัพท์เครือข่าย AIS ใช้โทรศัพท์ติดต่อเรื่องส่วนตัวและให้ความสำคัญเป็นอันดับที่หนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 54.0 ผู้ให้บริการเครือข่าย DTAC คิดเป็นร้อยละ 45.0 ผู้ให้บริการเครือข่าย TRUEMOVE คิดเป็นร้อยละ 41.0 และ ผู้ให้บริการเครือข่าย HUTCH คิดเป็นร้อยละ 44.0 ส่วนลำดับรองลงมาคือใช้โทรศัพท์ติดต่อเรื่อง ครอบครัวโดยให้ความสำคัญในการติดต่อเป็นอันดับที่สอง และใช้โทรศัพท์ติดต่อเรื่องงาน โดยให้ความสำคัญในการติดต่อเป็นอันดับที่สาม จะเห็นได้ว่าผู้บริการทุกเครือข่ายมีวัตถุประสงค์ในการใช้ โทรศัพท์เคลื่อนที่เหมือนกัน

ตาราง 29 สรุปผลการศึกษาวัดอุปสงค์ที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ติดต่อสื่อสารของผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS DATC TRUEMOVE และ HUTCH
จำแนกตามเรื่องที่ติดต่อและตามลำดับความสำคัญ

วัตถุประสงค์ที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ ติดต่อสื่อสาร	AIS	DTAC	TRUEMOVE	HUTCH
1.ติดต่อเรื่องส่วนตัว	สำคัญอันดับหนึ่ง (59%)	สำคัญอันดับหนึ่ง (45%)	สำคัญอันดับหนึ่ง (41%)	สำคัญอันดับหนึ่ง (44%)
2. ติดต่อเรื่องครอบครัว	สำคัญอันดับสอง (52%)	สำคัญอันดับสอง (52%)	สำคัญอันดับสอง (52%)	สำคัญอันดับสอง (47%)
3.ติดต่อเรื่องงาน	สำคัญอันดับสาม (54%)	สำคัญอันดับสาม (41%)	สำคัญอันดับสาม (33%)	สำคัญอันดับสาม (37%)

2. ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละประเภทของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่ายใน กรุงเทพมหานครแบ่งเป็นผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS DTAC TRUEMOVE และ HUTCH

ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวม จากข้อมูลตาราง 30 พบว่าผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่าย ส่วนใหญ่มีระดับค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวม 301-500 บาท จำนวนมากที่สุด โดยคิดเป็นผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS ร้อยละ 40.0 เครือข่าย DTAC ร้อยละ 31.0 เครือข่าย TRUEMOVE ร้อยละ 38.0 และผู้ใช้บริการเครือข่าย HUTCH ร้อยละ 35.0 และเมื่อพิจารณาระดับค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวมของผู้ใช้บริการโทรศัพท์แต่ละเครือข่ายจะเห็นได้ระดับค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวมที่อยู่ในระดับดังกล่าวข้างต้นเป็นระดับค่าใช้จ่ายที่ผู้ใช้บริการพึงพอใจสามารถที่จะใช้จ่ายต่อเดือนได้

ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออก จากการศึกษาพบว่าผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่ายแต่ละเครือข่าย ส่วนใหญ่มีระดับค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออก ระหว่าง 200-300 บาท จำนวนมากที่สุด โดยคิดเป็นผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS ร้อยละ 37.0 เครือข่าย TRUEMOVE ร้อยละ 35.0 และผู้ใช้บริการเครือข่าย HUTCH คิดเป็นร้อยละ 41.0 ส่วนผู้ใช้บริการเครือข่าย DTAC ส่วนใหญ่มีระดับค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออก น้อยกว่า 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.0 เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบในแต่ละระดับค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออก ทั้งหมดของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่ายส่วนใหญ่ระดับค่าใช้จ่ายใกล้เคียงกันเนื่องจากรายการโปรโมชั่นอัตราค่าโทรของผู้ให้บริการแต่ละเครือข่ายไม่แตกต่างกันและเป็นค่าใช้จ่ายที่ผู้ใช้บริการสามารถใช้จ่ายได้ในแต่ละเดือน

ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการอื่นๆ พบว่าผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่าย ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการอื่นๆ น้อยกว่า 50 บาท มีจำนวนมากที่สุด โดยคิดเป็นผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS ร้อยละ 26.0 เครือข่าย DTAC ร้อยละ 17.0 เครือข่าย TRUEMOVE ร้อยละ 33.0 และผู้ใช้บริการเครือข่าย HUTCH คิดเป็นร้อยละ 31.0 เมื่อพิจารณาจำนวนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่ายที่ตอบแบบสอบถามเครือข่ายละ 100 คน พบว่าจำนวนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของทุกเครือข่าย มีค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการอื่นๆมีจำนวนสัดส่วนไม่ถึง 100 คน เนื่องจากลักษณะบริการอื่นๆของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ยังไม่สามารถตอบสนองได้ตรงกับตามความต้องการของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่าย ทำให้มีระดับค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการอื่นๆไม่สูงมากและใช้จ่ายน้อยคน

ตาราง 30 สรุปผลการศึกษาระดับค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวม ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออก และค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ให้บริการอื่นๆ ของ ผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS DTAC TRUEMOVE และ HUTCH

ประเภทค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่	AIS	DTAC	TRUEMOVE	HUTCH
1. ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวม	301-500 บาท (40%)	301-500 บาท (31%)	301-500 บาท (38%)	301-500 บาท (35%)
2. ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ เพื่อการโทรออก	200-300 บาท (37%)	น้อยกว่า 200 บาท (34%)	200-300 บาท (35%)	200-300 บาท (41%)
3. ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ เพื่อให้บริการอื่นๆ	น้อยกว่า 50 บาท (44%)	น้อยกว่า 50 บาท (34.7%)	น้อยกว่า 50 บาท (55.0%)	น้อยกว่า 50 บาท (72.1%)

2. ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่ายในกรุงเทพมหานคร

จากการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวม ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออก และ ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการอื่นๆ ของผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS DTAC TRUEMOVE และ HUTCH จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือนและค่าใช้จ่ายต่อเดือน

การทดสอบสมมติฐานที่ 1 จากการศึกษาพบว่ารายได้ต่อเดือนของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่าย มีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวมในทิศทางเดียวกัน โดยรายได้ของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย AIS TRUEMOVE และ HUTCH มีความสัมพันธ์ต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวมที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับนัยสำคัญ 0.01 ส่วนรายได้ของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย DTAC มีความสัมพันธ์ต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวม ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือรายได้ต่อเดือนเพิ่มขึ้นจะส่งผลให้มีการใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวมเพิ่มขึ้น เมื่อพิจารณาข้อมูลจากตาราง 31 แบบจำลองสมการค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวมของผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS และ DTAC มีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากัน คือ 0.005 เนื่องจากรายได้เฉลี่ยของผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS และ DTAC มีระดับใกล้เคียงกันและแตกต่างกันไม่มาก สำหรับปัจจัยอื่นๆ เช่น เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และค่าใช้จ่ายต่อเดือน เป็นปัจจัยที่ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวมแต่ละเครือข่ายในกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

การทดสอบสมมติฐานที่ 2 จากการศึกษาพบว่าสถานภาพการสมรส เฉพาะผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย HUTCH เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออกในทิศทางเชิงบวก และจากข้อมูลตาราง 31 ยังพบว่า รายได้ของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย AIS TRUEMOVE และ HUTCH มีความสัมพันธ์ต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับนัยสำคัญ 0.01 ส่วนรายได้ของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย DTAC มีความสัมพันธ์ต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งปัจจัยดังที่กล่าวข้างต้นเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย HUTCH ที่มีสถานภาพโสด มีค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อโทรออก มากกว่าผู้ที่มีสถานภาพสมรส หรือ หม้าย / หย่าร้าง ส่วนรายได้ต่อเดือนของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ทุกเครือข่าย คือ เมื่อผู้ใช้บริการมีรายได้ต่อเดือนเพิ่มขึ้นจะส่งผลให้มีการใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออกเพิ่มขึ้น

สามารถสรุปได้ว่าผู้ใช้บริการมีค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออก เพราะมีความจำเป็นในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อติดต่อสื่อสารเรื่องส่วนตัว เรื่องครอบครัว และเรื่องงานในชีวิตประจำวัน โดยสอดคล้องตามทฤษฎีรายได้ถาวรของผู้บริโภคตามที่ Milton Friedman ได้เสนอไว้ รายได้ถาวรพิจารณาได้จากทั้งรายได้และความมั่นคงในปัจจุบันและที่จะมีในอนาคต เพื่อนำมาใช้ในการบริโภคที่สามารถดำรงอยู่ได้และรายได้ที่เพิ่มขึ้น การใช้จ่ายเพื่อการบริโภคจะเพิ่มขึ้นด้วย ส่วนปัจจัยอื่นๆ เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และค่าใช้จ่ายต่อเดือน เป็นปัจจัยที่ไม่มีความสัมพันธ์ต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออกแต่ละเครือข่ายในกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

การทดสอบสมมติฐานที่ 3 จากการศึกษาพบว่าเพศของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่ายเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการอื่นๆ ในทิศทางเชิงลบ โดยเพศหญิงของผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS มีความสัมพันธ์ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับนัยสำคัญ 0.01 ส่วน เพศหญิงของผู้ใช้บริการเครือข่าย DTAC และ TRUEMOVE มีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการอื่นๆ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 กล่าวคือผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ เพศหญิง มีค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการอื่นๆ น้อยกว่า เพศชาย ส่วนผลการวิเคราะห์ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย HUTCH มีความแตกต่างจาก เครือข่าย AIS DTAC และ TRUEMOVE โดยพบว่ารายได้ต่อเดือนของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย HUTCH เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการอื่นๆ ในทิศทางเดียวกัน ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และจากผลสรุปการวิเคราะห์ดังกล่าวข้างต้นซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสอดคล้องตามทฤษฎีการบริโภคที่เกี่ยวกับการจัดสรรงบประมาณเพื่อใช้จ่ายในการบริโภคสินค้าหรือบริการต่างๆ อย่างมีเหตุผล ผู้บริโภคจะมีพฤติกรรมในการเลือกบริโภคเพื่อให้ได้รับความพอใจสูงสุด และ การบริโภคนั้นทำได้ภายในงบประมาณหรือรายได้ที่มีอยู่อย่างจำกัด ส่วนปัจจัยอื่นๆ เช่น อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพและค่าใช้จ่าย เป็นปัจจัยที่ไม่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการอื่นๆ แต่ละเครือข่ายของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณาข้อมูลจากตาราง 31 จะพบว่าส่วนใหญ่รายได้ (IN) เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่มากกว่าปัจจัยอื่นๆ เนื่องจากรายได้เป็นตัวกำหนดงบประมาณการใช้จ่ายต่อเดือนซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีรายได้สมบูรณ์ ในทฤษฎีของเคนส์กล่าวว่าปริมาณการใช้จ่ายในการบริโภคที่ตั้งใจไว้จะถูกกำหนดโดยรายได้ และรายได้ที่บุคคลสามารถจับจ่ายใช้สอยได้เพิ่มขึ้น ปริมาณการใช้จ่ายในการบริโภคก็จะเพิ่มขึ้นโดยที่การเพิ่มขึ้นของปริมาณการใช้จ่ายจะเพิ่มในสัดส่วนที่น้อยกว่าการเพิ่มขึ้นของรายได้

ตาราง 31 สรุปผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่ายของประชาชนในกรุงเทพมหานครแบ่งเป็นค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวม ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออก และค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการอื่นๆ

แบบจำลองสมการ	AIS	DTAC	TRUEMOVE	HUTCH
ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวม	265.849 + 0.005 IN***	337.644 + 0.005 IN**	125.676 + 0.016 IN***	153.894 + 0.008 IN***
ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อโทรออก	225.249 + 0.005 IN***	274.162 + 0.005 IN**	80.395 + 0.015 IN***	79.736 + 0.007 IN*** + 81.450 STA**
ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการอื่นๆ	114.368 – 44.168 SEX***	188.667 – 83.902 SEX**	115.455 – 46.902 SEX**	8.668 + 0.003 IN***

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01

IN แทน รายได้ต่อเดือน

STA แทน สถานภาพโสด

SEX แทน เพศหญิง

3. ศึกษาปัจจัยทางด้านการดำเนินกิจการทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่ายในกรุงเทพมหานคร

จากการศึกษาปัจจัยทางด้านการดำเนินกิจการทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่ายเป็นการวัดระดับความคิดเห็นของของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย AIS DTAC TRUEMOVE และ HUTCH

1. ปัจจัยด้านชื่อเสียงบริษัท

เมื่อพิจารณาคะแนนเฉลี่ยในแต่ละรายการ พบว่า ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย AIS และ DTAC ให้ความคิดเห็นเหมือนกันทุกรายการ โดยได้คะแนนเฉลี่ยในระดับเห็นด้วยมาก ไม่ว่าจะเป็น บริษัทเป็นที่รู้จักและมีความน่าเชื่อถือสูง เป็นบริษัทที่ได้รับรางวัลต่างๆ และ เจ้าของบริษัทเป็นบุคคลที่รู้จักและมีชื่อเสียงในสังคม ส่วนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย TRUEMOVE และ HUTCH ให้ความคิดเห็นแตกต่างจากผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS และ DTAC โดยได้คะแนนเฉลี่ยระดับเห็นด้วยปานกลาง และเห็นด้วยมาก ในบางรายการเท่านั้น ถ้าพิจารณาคะแนนเฉลี่ยทั้งหมดของปัจจัยด้านชื่อเสียง เครือข่าย AIS DTAC และ TRUEMOVE ได้คะแนนเฉลี่ยระดับเห็นด้วยมาก ส่วนเครือข่าย HUTCH ได้คะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับคะแนน เห็นด้วยปานกลาง

2. ปัจจัยด้านสัญญาณเครือข่าย

จากการศึกษาพบว่าในทุกรายการ ไม่ว่าจะเป็น สัญญาณชัดเจน มีสัญญาณครอบคลุมทุกพื้นที่ และ โทรติดง่ายสายไม่หลุด ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย AIS และ DTAC ให้ความคิดเห็นเหมือนกัน โดยคะแนนเฉลี่ยทั้งหมดของเครือข่าย AIS ได้คะแนนเท่ากับ 4.55 และ เครือข่าย DTAC ได้คะแนนเท่ากับ 4.25 ซึ่งอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ส่วนผู้ใช้บริการเครือข่าย TRUEMOVE ได้คะแนนเฉลี่ยทั้งหมดเท่ากับ 3.94 และเครือข่าย HUTCH ได้คะแนนเท่ากับ 4.03 ซึ่งอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก

3. ปัจจัยด้านราคา

เมื่อพิจารณาคะแนนเฉลี่ยทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็น มีรูปแบบโปรโมชั่นโทรฟรีตามช่วงเวลาและหลายรูปแบบ มีโปรโมชั่นให้โทรฟรีในเครือข่ายเดียวกัน มีโปรโมชั่นให้โทรฟรีสำหรับเบอร์ที่โทรประจำได้ไม่จำกัด พบว่าผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ทุกเครือข่ายให้ความคิดเห็นเหมือนกัน โดยเครือข่าย AIS ได้คะแนนเท่ากับ 3.99 เครือข่าย DTAC ได้คะแนนเท่ากับ 3.88 เครือข่าย TRUEMOVE ได้คะแนนเท่ากับ 3.95 และเครือข่าย HUTCH ได้คะแนนเท่ากับ 4.11 ซึ่งอยู่ในระดับคะแนนเห็นด้วยมาก

4. ปัจจัยด้านบริการ

พบว่าคะแนนเฉลี่ยทั้งหมดของปัจจัยด้านบริการ ไม่ว่าจะเป็น มารยาทที่ดีของพนักงาน การให้คำปรึกษาที่มีประโยชน์และได้รับความช่วยเหลือจากพนักงาน การให้บริการของพนักงานเป็นมาตรฐานเดียวกัน และ โทรติดต่อศูนย์บริการง่าย ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ทุกเครือข่ายมีความคิดเห็นเหมือนกัน โดยคะแนนเฉลี่ยทั้งหมดของเครือข่าย AIS ได้คะแนนเท่ากับ 4.12 เครือข่าย DTAC ได้คะแนนเท่ากับ 4.06 เครือข่าย TRUEMOVE ได้คะแนนเท่ากับ 3.91 และเครือข่าย HUTCH ได้คะแนนเท่ากับ 4.08 ซึ่งอยู่ในระดับเกณฑ์เห็นด้วยมาก

5. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย พบว่าผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย HUTCH มีความคิดเห็นแตกต่างจากผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS DTAC และ TRUEMOVE เฉพาะรายการ มีการแบ่งกลุ่มที่จะให้สิทธิพิเศษ และการบริการที่แตกต่างกัน โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 ซึ่งอยู่ในระดับเกณฑ์เห็นด้วยปานกลาง ส่วนเครือข่าย AIS DTAC และ TRUEMOVE จะอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ถ้าพิจารณาคะแนนเฉลี่ยทั้งหมดของปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ไม่ว่าจะเป็น การมีสิทธิพิเศษและส่วนลดในการซื้อสินค้าในห้างสรรพสินค้าหรือสถานบันเทิงและร้านค้าต่างๆ การโฆษณาตามสื่อต่างๆ การให้ของรางวัลหรือส่วนลดค่าโทรในวันพิเศษ การจัดกิจกรรมตามสถานที่ต่างๆ พบว่าผู้ใช้บริการโทรศัพท์ให้ความคิดเห็นเหมือนกัน โดยเครือข่าย AIS ได้คะแนนเท่ากับ 3.83 เครือข่าย DTAC ได้คะแนนเท่ากับ 3.81 เครือข่าย TRUEMOVE ได้คะแนนเท่ากับ 3.66 และเครือข่าย HUTCH ได้คะแนนเท่ากับ 3.48 ซึ่งอยู่ในระดับเกณฑ์เห็นด้วยมาก

จากข้อมูลตามตาราง 32 สามารถสรุปได้ว่าส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการของแต่ละเครือข่ายให้ความสำคัญและมีความสำคัญในแต่ละปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ไม่แตกต่างกัน โดยผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย AIS DTAC และ TRUEMOVE ให้ความสำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของแต่ละเครือข่ายในด้านชื่อเสียงของบริษัท ให้ความสำคัญในระดับเห็นด้วยมาก ส่วนผู้ใช้บริการเครือข่าย HUTCH ให้ความสำคัญในระดับเห็นด้วยปานกลาง ส่วนปัจจัยด้านสัญญาณเครือข่าย ด้านราคา ด้านการบริการ และด้านการส่งเสริมการขาย ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ทุกเครือข่ายให้ความสำคัญและมีความคิดเห็นเหมือนกันคืออยู่ในระดับเห็นด้วยมาก

ตาราง 32 สรุปผลระดับความคิดเห็นปัจจัยทางด้านการดำเนินการทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS DTAC TRUEMOVE และ HUTCH

ปัจจัยด้านการดำเนินการ ทางการตลาด	AIS	DTAC	TRUEMOVE	HUTCH
1.ปัจจัยด้านชื่อเสียงบริษัท	เห็นด้วยมาก (ค่าเฉลี่ย 3.85)	เห็นด้วยมาก (ค่าเฉลี่ย 3.55)	เห็นด้วยมาก (ค่าเฉลี่ย 3.53)	เห็นด้วยปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.27)
2.ปัจจัยด้านสัญญาณเครือข่าย	เห็นด้วยมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.55)	เห็นด้วยมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.25)	เห็นด้วยมาก (ค่าเฉลี่ย 3.94)	เห็นด้วยมาก (ค่าเฉลี่ย 4.03)
3.ปัจจัยด้านราคา	เห็นด้วยมาก (ค่าเฉลี่ย 3.99)	เห็นด้วยมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88)	เห็นด้วยมาก (ค่าเฉลี่ย 3.95)	เห็นด้วยมาก (ค่าเฉลี่ย 4.11)
4.ปัจจัยด้านบริการ	เห็นด้วยมาก (ค่าเฉลี่ย 4.12)	เห็นด้วยมาก (ค่าเฉลี่ย 4.06)	เห็นด้วยมาก (ค่าเฉลี่ย 3.91)	เห็นด้วยมาก (ค่าเฉลี่ย 4.08)
5.ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย	เห็นด้วยมาก (ค่าเฉลี่ย 3.83)	เห็นด้วยมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81)	เห็นด้วยมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66)	เห็นด้วยมาก (ค่าเฉลี่ย 3.48)

อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่ายของประชาชนในกรุงเทพมหานครในครั้งนี้ สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1.เพศ จากผลการศึกษาพบว่า เพศของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย HUTCH ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ส่วนเพศของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย AIS DTAC และTRUEMOVE มีความสัมพันธ์ต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการอื่นๆ และ เพศหญิงมีค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการอื่นๆน้อยกว่าเพศชาย โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ เกียรติยศ ณ นคร (2544) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในกรุงเทพมหานครซึ่ง จากการศึกษาพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคมี 5 ปัจจัย ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ และ รายได้ โดยเพศมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วีรชัย พุฒิสกุลวงศ์ (2543) ทำการศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบเว็ลด์โฟน 1800 ดิจิตอล ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า เพศและอายุมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการใช้โทรศัพท์ และ เพศ มีความสัมพันธ์กับปริมาณค่าใช้จ่ายโทรศัพท์

2.สถานภาพการสมรส จากผลการศึกษาพบว่าสถานภาพสมรสของผู้ใช้บริการผู้ใช้บริการเครือข่าย HUTCH มีความสัมพันธ์ต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออก โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ โชติณี ชุมคง (2548) ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเงินผ่อน : กรณีศึกษาประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จากการศึกษาพบว่ากลุ่มระดับรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท พบว่าตัวแปรอายุ สถานภาพสมรส อาชีพ การศึกษา และจำนวนสมาชิกในครอบครัว มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายเงินผ่อนสินค้าทั้งหมดต่อเดือน

3.รายได้ต่อเดือน จากผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือนของผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS DTAC TRUEMOVE และ HUTCH เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวม และค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออก เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีรายได้สูงขึ้นจะมีแนวโน้มการใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ ลดาวัลย์ มหาลาภบุตร (2541) ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่ารายได้และจำนวนปีที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ มีผลต่อการใช้จ่ายในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และมีทิศทางไปในทางบวก และเกียรติยศ ณ นคร (2544)

ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในกรุงเทพมหานครจากการศึกษาพบปัจจัยส่วนบุคคลที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคมี 5 ปัจจัย ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ และ รายได้ โดยเพศมีความสัมพันธ์กับค่าใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ อาชีพมีความสัมพันธ์กับค่าใช้บริการและระยะเวลาการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ ส่วนปัจจัยด้านรายได้มีความสัมพันธ์กับค่าใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่และระยะเวลาที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ และสอดคล้องกับงานวิจัยของจุไรรัตน์ วงศ์เรือง ศึกษาเรื่องปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมที่มีผลต่อการใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจัยด้านรายได้ เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวม ค่าโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อโทรออก และ ค่าโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการอื่นๆ ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 และระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

จากการศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยทำการศึกษาเพิ่มเติมจากงานวิจัยของ จุไรรัตน์ วงศ์เรือง ศึกษาเรื่องปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมที่มีผลต่อการใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผลการวิเคราะห์ของผู้วิจัยที่ได้มีความแตกต่างและเพิ่มเติมจากผลวิเคราะห์ของ จุไรรัตน์ วงศ์เรือง บางประการ กล่าวคือ นอกเหนือจากรายได้ต่อเดือนของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์ต่อการเปลี่ยนค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ แต่พบว่า เพศ ของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่ายมีความสัมพันธ์ต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

จากผลการศึกษาครั้งนี้ได้แบ่งข้อเสนอแนะออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

1. ข้อเสนอแนะจากผลงานวิจัย

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่ายในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. จากผลการศึกษาพบว่าเพศของผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS DTAC TRUEMOVE และ HUTCH เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการอื่นๆ กล่าวคือผู้ใช้บริการที่เป็นเพศหญิงมีค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เพื่อใช้บริการอื่นๆ น้อยกว่าเพศชาย ดังนั้นผู้ประกอบการควรมุ่งเน้นในการทำการตลาดโดยเจาะกลุ่มเป้าหมายผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เพศชายเป็นหลักเพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายค่าโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการอื่นๆ ส่วนกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเพศ

หญิงผู้ประกอบการควรวิเคราะห์ความสนใจในบริการอื่นๆของเพศหญิงเพื่อนำเสนอบริการให้ตรงกับความต้องการของเพศหญิงมากขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการหรือผู้ให้บริการเครือข่ายมีรายได้เพิ่มมากขึ้น

2. สถานภาพการสมรส พบว่าสถานภาพสมรสของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย HUTCH มีความสัมพันธ์ต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออก กล่าวคือ ผู้ที่มีสถานภาพโสด มีค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออกมากกว่าผู้ที่มีสถานภาพสมรส หมายถึง / หย่าร้าง ดังนั้นผู้ประกอบการหรือผู้ให้บริการเครือข่ายสามารถจัดรูปแบบโปรโมชั่นการโทรออกสำหรับ ผู้ที่มีสถานภาพโสดโดยเฉพาะ เพื่อเป็นการเพิ่มฐานลูกค้าและรายได้ให้กับผู้ประกอบการ รวมทั้ง ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพโสดมีจำนวนมากกว่าผู้ที่มีสถานภาพสมรส หรือ หย่าร้าง / หย่าร้าง

3. จากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านรายได้ ของผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS DTAC TRUEMOVE และ HUTCH เป็นปัจจัยสำคัญที่มีความสัมพันธ์ต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ เพราะ เมื่อผู้ใช้บริการมีรายได้เพิ่มขึ้นจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มขึ้นด้วย ดังนั้นผู้ประกอบการควรศึกษากลุ่มเป้าหมายที่มีระดับรายได้ต่างกัน เช่นกลุ่มผู้มีรายได้น้อย ควรศึกษาถึงความต้องการในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ และรูปแบบโปรโมชั่นค่าโทรที่เหมาะสมกับกลุ่มรายได้น้อย สามารถที่จะจ่ายได้ตามงบประมาณ รวมทั้งเป็นการส่งเสริมการใช้งานและเพิ่มรายได้จากค่าโทรศัพท์เคลื่อนที่ให้เพิ่มขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย AIS DTAC TRUEMOVE และ HUTCH ในกรุงเทพมหานคร เฉพาะผู้ที่ ประกอบอาชีพ นักเรียน / นักศึกษา พนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการ และผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัว เท่านั้น ข้อมูลที่ได้จะถูกจำกัดเฉพาะในกลุ่มอาชีพที่ศึกษาเท่านั้น และผลการวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ตัวแปรรายได้มีความสัมพันธ์กับตัวแปรค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่กันน้อย ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไป ขอเสนอแนะให้เพิ่มกลุ่มอาชีพอื่นๆ เช่น แม่บ้าน ทหาร ตำรวจ หรือแพทย์ มาเป็นตัวแทนกลุ่มตัวอย่างด้วยเพราะเป็นกลุ่มอาชีพที่มีรายได้ ค่าใช้จ่ายต่างกัน มีกำลังซื้อ การใช้จ่ายต่างกัน ซึ่งจะทำให้ผลที่ได้มีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

2. ควรศึกษาตัวแปรปัจจัยทางเศรษฐกิจด้านอื่นๆเพิ่มเติม เช่น เงินออม จำนวนสมาชิกของครัวเรือน หรือ จำนวนเงินกู้ (หนี้สิน) เพื่อที่จะทราบข้อมูลในด้านอื่นๆเป็นประโยชน์มากขึ้น และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ที่มีความสนใจศึกษาต่อสามารถที่จะเลือกใช้สถิติวิเคราะห์เป็นแบบอื่นๆได้

3. สามารถขยายขอบเขตที่ทำการศึกษออกไปให้ครอบคลุมมากขึ้นโดยศึกษา ทั้งในเขต กรุงเทพฯ ปริมณฑล และต่างจังหวัด เพื่อจะได้ทราบค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่และค่าใช้จ่ายอื่นๆ ของกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ต่างพื้นที่ และสามารถนำมาเปรียบเทียบได้ชัดเจนมากขึ้น

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2545). *การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เกศกนก อิศระชัยพิสิฐ. (2549). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ และความพึงพอใจต่อบริการเสริมด้านความบันเทิง ประเภทเสียงบนโทรศัพท์มือถือของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ ว.ม. (สื่อสารมวลชน). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- เกียรติยศ ณ นคร. (2544). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในกรุงเทพมหานคร โดยศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- กรมการปกครอง. (2550). *สำนักบริหารการทะเบียนประชากรของประเทศไทย*. กระทรวงมหาดไทย.
- ชาญชัย พิจิตรวิเศษ. (2536). *ศึกษาเรื่องพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อโฆษณาสินค้าโทรศัพท์มือถือ*. กรุงเทพฯ: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- จุไรรัตน์ วงศ์เรือง. (2551). *ปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมที่มีผลต่อการใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- โชติณี ชุมคง. (2548). *การวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเงินผ่อน*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. ถ่ายเอกสาร.
- ดวงพร วรสกุลเจริญ. (2543). *ปัจจัยการสื่อสารการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่กรณีศึกษา โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิตอล 1800 MHz*. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. ถ่ายเอกสาร.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). *การวิจัยเบื้องต้น*. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. (2543). *ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์*. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์. มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ประพันธ์ เสวตนันท์. (2543). *ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์มหภาค*. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มัลลิกา บุญนาค. (2540). *สถิติเพื่อการตัดสินใจ*. กรุงเทพฯ: คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พงศ์จิรา สันพยัคฆ์. (2527). *เศรษฐกิจในชีวิตประจำวัน*. กรุงเทพฯ: พัทธอักษร.
- วิทยา ปิ่นทอง. (2542). *เศรษฐศาสตร์มหภาค*. สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

- รัตนา สายคณิต. (2543). *เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วันรักษ์ มิ่งมณีนาคน. (2547). *หลักเศรษฐศาสตร์จุลภาค*. พิมพ์ครั้งที่ 18. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วีรชัย พุฒิสกุลวงศ์. (2543). *พฤติกรรมและความพึงพอใจต่อการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ เวิลด์โฟน 1800 ดิจิตอล ในเขตกรุงเทพมหานคร*. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ศิริเพ็ญ อนันตโท. (2546). *ปัจจัยที่มีผลพฤติกรรมการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ Orange ในเขต กรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ บธม. (การจัดการ) กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร
- สำนักงานคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (2551). *ส่วนแบ่งการตลาดและจำนวน ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทย*. กรุงเทพฯ.
- สุธิดา วัฒนยืนยง. (2549). *ทัศนคติและพฤติกรรมในการเลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของพนักงาน Call Center บริษัท แอดวานซ์ คอนแท็ค เซ็นเตอร์ จำกัด*. กรุงเทพฯ: บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง. ถ่ายเอกสาร.
- ลดาวัลย์ มหาลาภบุตร. (2541). *พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร* กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร
- เอกชัย สุตะวิริยะวัฒน์. (2546). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ยี่ห้อโนเกียของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร*. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- อมรทิพย์ แท้เที่ยงธรรม. *เศรษฐศาสตร์มหภาค* (2544). .พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- แอดวานอินโฟรเซอร์วิส. (2551). *ข้อมูลฐานลูกค้าแบบบัตรเติมเงินและแบบเหมาจ่ายรายเดือน*. สืบค้นเมื่อวันที่ 30 มกราคม 2551. จาก <http://www.investorrelation.ais.co.th>
- Bangaly Kaba, Koffi N'Da, Victor Mbarika. (2008). *Understanding the Factors Influencing the Attitude Toward and the Use of Mobile Technology in Developing*. Southern University E. Retrieved June 18, 2008, from <http://csdl2.computer.org/comp/proceedings/hicss/2008/3075/00/30750127.pdf>
- Deaton A. and J. Muellbauer, (1980). *An Almost Ideal Demand System*. The American Economics Review.

Hitoshi Mitomo. (2007). *Factors Influencing the Usage of Mobile Phones in East Asia: A Comparative Study Based on the Asian Metropolitan Mobile Survey*. (Studies in Regional Science; No. 2)

McGuigan, James R; Moyer, R Charles. & Harris, de B.H. Frederick. (2005). *Managerial Economics: Application, Strategy, and Tactics*. 10th ed. South-Western: Thomson.

Robin Bade, Michael Parkin. (2008). *Foundations of Microeconomics*. Pearson: Education, Inc.

Zikmund, William G. (2000). *Business Research Methods*. Fort Worth: Dryden Press.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

ภาคผนวก ก
รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

อาจารย์ ประพาฬ เฟื่องฟูสกุล

อาจารย์ประจำภาควิชา

เศรษฐศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ภาคผนวก ข
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

แบบสอบถามเพื่อทำการวิจัย

เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่าย

ในกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้มีความประสงค์จะศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้จ่ายเคลื่อนที่แต่ละเครือข่ายในกรุงเทพมหานคร

โดยแบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อการใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่
- ส่วนที่ 3 ปัจจัยทางด้านการดำเนินกิจการทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่

ทั้งนี้ ผู้จัดทำขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือมาไว้ ณ โอกาสนี้

ณัฐพงษ์ ธีรวิศิษฐ์

เศรษฐศาสตร์การจัดการ

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่ายในกรุงเทพมหานคร

แบบสอบถามชุดนี้ ประกอบด้วยคำถาม 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ที่มีผลต่อการใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่

ส่วนที่ 3 ปัจจัยทางด้านการดำเนินการกิจการทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่าย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงหรือความคิดเห็นของท่านมากที่สุด ในแบบสอบถามฉบับนี้

1. ปัจจุบันท่านใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ให้บริการเครือข่ายใด (กรณีใช้บริการมากกว่า 1 เครือข่าย ให้เลือกเครือข่ายที่ใช้งานเป็นประจำมากที่สุด)

☐ AIS

☐ DTAC

☐ TRUE MOVE

☐ HUTCH

2. เพศ

☐ ชาย

☐ หญิง

3. อายุ.....ปี (นับถึงปีพ.ศ.2551)

4. สถานภาพ

☐ โสด

☐ สมรส

☐ หม้าย / หย่าร้าง

☐ อื่นๆ ระบุ.....

5. ระดับการศึกษา

- ☐ ประถมศึกษาตอนต้น ☐ มัธยมศึกษาตอนต้น ☐ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.
☐ อนุปริญญา / ปวส. ☐ ระดับปริญญาตรี หรือเทียบเท่า
☐ ปริญญาโท ☐ สูงกว่าปริญญาโท

6. อาชีพ

- ☐ นักเรียน , นักศึกษา ☐ พนักงานบริษัทเอกชน
☐ ข้าราชการ หรือ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ☐ ผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัว

ส่วนที่ 2. : ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางเศรษฐกิจ ที่มีผลต่อการใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่

7. รายได้รวมต่อเดือนที่ท่านได้รับ..... บาท/เดือน

แบ่งออกเป็นประเภทของรายได้ที่มาจาก

- 7.1 เงินเดือน, ค่าจ้าง,.....บาท/เดือน
 7.2 รายได้พิเศษนอกเหนือจากเงินเดือนประจำ.....บาท/เดือน
 7.3 รายได้ค่าทำงานล่วงเวลา.....บาท/เดือน
 7.4 รายได้อื่นๆ (ระบุ).....บาท/เดือน

8. ใน 1 เดือนที่ผ่านมา ท่านมีค่าใช้จ่ายต่อเดือน.....บาท/เดือน

แบ่งเป็นค่าใช้จ่ายของ (ไม่นับรวมค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่)

- 8.1 ค่าอาหารและเครื่องดื่ม.....บาทต่อเดือน
 8.2 ค่าที่พักอาศัย.....บาทต่อเดือน
 8.3 ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการศึกษา เช่น ลงทะเบียน อุปกรณ์การเรียน.....บาทต่อเดือน
 8.4 ค่ายานพาหนะในการเดินทาง เช่น ค่าน้ำมันรถ, ค่าผ่อนรถ.....บาทต่อเดือน
 8.5 ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย.....บาทต่อเดือน
 8.6 ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด.....บาทต่อเดือน

9. โทรศัพท์ที่ท่านใช้เสียค่าบริการต่อเดือนเป็นประเภทใด

☐ แบบบัตรเติมเงิน

☐ แบบจ่ายรายเดือน (จดทะเบียน)

10. ใน 1 เดือนที่ผ่านมา ท่านมีค่าโทรศัพท์เคลื่อนที่รวมที่ต้องชำระต่อเดือนจำนวน.....บาท/เดือน โดยจำแนกเป็นรายการต่างๆ คือ (กรอกจำนวนเงินเมื่อรวมแล้วต้องได้เท่ากับค่าโทรศัพท์เคลื่อนที่รวมที่ต้องชำระต่อเดือน)

10.1 ค่าโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการโทรออกประมาณ.....บาท/เดือน

10.2 ค่าโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้บริการอื่นๆ

- ค่าใช้บริการส่งข้อความ SMS ประมาณ..... บาท/เดือน

- ค่าใช้บริการส่งข้อความภาพ MMS ประมาณ..... บาท/เดือน

- ค่าใช้บริการ GPRS ประมาณ.....บาท/เดือน

- ค่าใช้บริการโหลดเพลงรอสายเรียกเข้า.....บาท/เดือน

- อื่นๆโปรดระบุ.....บาท/เดือน

11. ลักษณะการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อติดต่อสื่อสารในเรื่องใด (โปรดเรียงลำดับ 3 อันดับแรก เป็น 1, 2, 3)

☐ เรื่องธุรกิจการงาน ☐ เรื่องครอบครัว ☐ เรื่องส่วนตัว(เพื่อน)

☐ เรื่องการศึกษา ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ.....)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยทางด้านการดำเนินกิจการทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่าย

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย✓ ลงในช่องที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่าน

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่าย	ระดับความคิดเห็น					
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด	ไม่ทราบข้อมูล
<u>ด้านชื่อเสียงของบริษัท</u>						
1.บริษัทเป็นที่รู้จักและมีความน่าเชื่อถือสูง						
2.เป็นบริษัทที่ได้รับรางวัลเช่นความน่าเชื่อถือทางการเงิน หรือการบริหารจัดการต้นทุน หรืออื่นๆเป็นต้นจากสถาบันในประเทศไทยและต่างประเทศ						
3.เจ้าของบริษัทเป็นบุคคลที่รู้จักและมีชื่อเสียงในสังคม						
<u>ด้านสัญญาณเครือข่าย</u>						
4.สัญญาณชัดเจน						
5.มีสัญญาณครอบคลุมทุกพื้นที่						
6.โทรติดง่าย สายไม่หลุด						
<u>ด้านราคา</u>						
7.มีรูปแบบโปรโมชั่นโทรศัพท์ตามช่วงเวลาและหลากหลายรูปแบบ						
8.มีโปรโมชั่นให้โทรศัพท์ในเครือข่ายเดียวกัน						
9.มีโปรโมชั่นให้โทรศัพท์สำหรับเบอร์ที่โทรออกเป็นประจำได้ไม่จำกัด						

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละเครือข่าย	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด	ไม่ทราบข้อมูล
<u>ด้านการบริการ</u>						
10.ได้คำปรึกษาที่มีประโยชน์และได้รับความช่วยเหลือเป็นอย่างดีจากพนักงาน						
11.มารยาทที่ดีของพนักงาน						
12.การให้บริการของพนักงานเป็นมาตรฐานเดียวกัน ให้ข้อมูลถูกต้องทุกครั้ง						
13.โทรติดต่อศูนย์บริการง่ายและรวดเร็ว						
<u>ด้านการส่งเสริมการขาย</u>						
14.การโฆษณาตามสื่อต่างๆ (หนังสือพิมพ์, โทรศัพท์, วิทยุ, แผ่นพับ, โบปลิว)						
15. มีสิทธิพิเศษและส่วนลดในการซื้อสินค้าและการใช้บริการต่างๆในห้างสรรพสินค้าหรือ สถานบันเทิง เป็นต้น						
16.การให้ของรางวัลหรือส่วนลดค่าโทรในวันพิเศษเช่นวันเกิด หรือวันปีใหม่ เป็นต้น						
17.มีการจัดกิจกรรมตามสถานที่ต่างๆเพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการ						
18.มีการแบ่งกลุ่มลูกค้าที่จะให้สิทธิพิเศษและให้การบริการที่แตกต่างกัน						

19.ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล	นายณัฐพงษ์ อีริวิศิษฐ์
วัน เดือน ปี เกิด	09 เมษายน 2519
สถานที่เกิด	จังหวัดกรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	18/58 หมู่บ้านชนันธร2 ถนนเพชรเกษม แขวงหนองแขม เขตหนองแขม จังหวัดกรุงเทพ 10160
ตำแหน่งหน้าที่การงานปัจจุบัน	New Technology Contact Center Manager
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	อาคารพลโยธินเพลส บริษัทแอดวานซ์คอนแทค เซ็นเตอร์
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2535	มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนหอวัง จังหวัดกรุงเทพ
พ.ศ. 2540	คุรุศาสตรบัณฑิต สาขา ภาษาอังกฤษ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
พ.ศ. 2552	เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์การจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ