

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ช่องทางการเติมเงินของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินเพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้ช่องทางการเติมเงินของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินและศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการผ่านช่องทางการเติมเงินของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินวิธีการเก็บข้อมูลใช้แบบสอบถามและนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องมือ Personal Computer โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS Version 11.5 for Windows ซึ่งแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็นดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ใช้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน เป็นการวิเคราะห์คุณลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง โดยตัวแปรที่นำมาอธิบายในส่วนนี้ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้รวมต่อเดือน และอาชีพ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมใช้บริการการเติมเงินของระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ระดับความมีอิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดต่อการเลือกใช้ช่องทางการเติมเงินของระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน ซึ่งแบ่งระดับความมีอิทธิพลออกเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน ตัวแปรอิสระและตัวแปรตามของกลุ่มตัวอย่าง โดยตัวแปรอิสระได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้รวมต่อเดือน และอาชีพ ตัวแปรตาม ได้แก่ พฤติกรรมการใช้บริการเติมเงิน คือ ระบบเครือข่าย ระยะเวลาที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ ความถี่ในการเติมเงิน จำนวนเงินที่เติม จำนวนเงินคงเหลือ ผู้เติมเงิน ช่วงเวลาในการเติม ช่องทางการเติมเงิน และส่วนประสมทางการตลาด คือ ผลิตภัณฑ์ ราคา การส่งเสริมทางการตลาด ช่องทางการจัดจำหน่าย โดยใช้สถิติ T-test และ One-way ANOVA โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 หรือมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.1 คุณลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 4.1

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ชาย	188	47.0
หญิง	212	53.0
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.1 จากกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน พบว่าเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยเพศชาย 188 คน คิดเป็นร้อยละ 47 เพศหญิง 53 คน คิดเป็นร้อยละ 53

ตารางที่ 4.2

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ(ปี)	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20	24	6.0
20-29	211	52.8
30-39	71	17.8
40-49	46	11.5
50-59	29	7.3
60 ปีขึ้นไป	19	4.8
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.2 จากกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน พบว่าเป็นกลุ่มอายุ 20-29 ปี มากที่สุด โดยมีจำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 52.8 รองลงมาเป็นกลุ่มอายุ 30-39 ปี จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.8 ปี กลุ่มอายุ 40-49 ปี จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 กลุ่มอายุ 50-59 ปี จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 กลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 กลุ่มอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8

ตารางที่ 4.3

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน(คน)	ร้อยละ
มัธยมศึกษา/ปวช.	71	17.8
อนุปริญญา/ปวส.	47	11.8
ปริญญาตรี	232	58.0
สูงกว่าปริญญาตรี	50	12.5
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.3 จากกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน พบว่าเป็นระดับการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุดจำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 58 รองลงมาเป็นการศึกษาระดับมัธยมศึกษา/ปวช. จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.8 การศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 ระดับการศึกษานุปริญญา/ปวส. จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.8

ตารางที่ 4.4

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้รวมต่อเดือน

รายได้(บาท)	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000	92	23.0
10,000-20,000	123	30.8
20,001-30,000	85	21.3
30,001-40,000	44	11.0
40,001-50,000	41	10.3
50,001 ขึ้นไป	15	3.8
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.4 จากกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน พบว่ารายได้รวมต่อเดือน 10,000-20,000 บาทมีมากที่สุด จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.8 รองลงมารายได้รวมต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 รายได้รวมต่อเดือน 20,001-30,000 บาท

จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3 รายได้รวมต่อเดือน 30,001-40,000 บาท จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3 รายได้รวมต่อเดือน 50,001 บาทขึ้นไป จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8

ตารางที่ 4.5

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	59	14.8
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	115	28.8
พนักงานบริษัทเอกชน	131	32.8
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	52	13.0
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	16	4.0
อื่นๆ(ลูกจ้างชั่วคราว)	27	6.8
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.5 จากกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน พบว่าอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมีมากที่สุด จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.8 รองลงมาเป็นอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.8 นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8 ประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 แม่บ้าน/พ่อบ้าน จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8

4.2 พฤติกรรมใช้บริการการเติมเงินของระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน

ตารางที่ 4.6

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน

เครือข่าย	จำนวน(คน)	ร้อยละ
วัน-ทู-คอล(AIS)	131	32.8
Happy(DTAC)	169	42.3
ทรูมูฟระบบเติมเงิน(True Move)	86	21.5
อื่นๆ(Hutch)	14	3.5
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.6 จากกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน พบว่าผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินแฮปปี้(DTAC) มีมากที่สุด จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 42.3 รองลงมาเป็นระบบวัน-ทู-คอล(AIS) จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.8 ระบบทรูมูฟระบบเติมเงิน(True Move) จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5 ระบบHutch จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5

ตารางที่ 4.7

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่

ระยะเวลา(ปี)	จำนวน(คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 1	65	16.3
1-2	120	30
3-4	108	27.0
5 ปีขึ้นไป	107	26.8
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.7 จากกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน พบว่าผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินที่ใช้งาน 1-2 ปี มีมากที่สุด จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30 รองลงมาใช้งาน 3-4 ปี จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 ใช้งาน 5 ปีขึ้นไป จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.8 ใช้งานน้อยกว่า 1 ปี จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.3

ตารางที่ 4.8

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ในการเติมเงินต่อเดือน

จำนวน(ครั้ง)	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1	202	50.5
2	120	30.0
3	46	11.5
4 ครั้งขึ้นไป	32	8.0
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.8 จากกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน พบว่าผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินเติมเงิน 201-300 บาทต่อครั้งมีมากที่สุด จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.8 รองลงมาเติมเงิน 101-200 บาท จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 เติมเงิน 0-100 บาท จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 เติมเงิน 301-400 บาท จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8 เติมเงิน 501 บาทขึ้นไป จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 เติมเงิน 401-500 บาท จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8

ตารางที่ 4.9

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนเงินเติม

จำนวน(บาท)	จำนวน(คน)	ร้อยละ
0-100	76	19.0
101-200	90	22.5
201-300	107	26.8
301-400	55	13.8
401-500	35	8.8
501 บาทขึ้นไป	37	9.3
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.10 จากกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน พบว่าผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน 201-300 บาทต่อครั้ง มีมากที่สุด จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.8 รองลงมาจำนวน

101-200 บาทต่อครั้ง จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 จำนวน 0-100 บาทต่อครั้ง จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 จำนวน 301-400 บาท จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8 จำนวน 501 บาทขึ้นไป จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 จำนวน 401-500 บาท จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8

ตารางที่ 4.10

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนเงินที่เหลือในระบบ

จำนวน(บาท)	จำนวน(คน)	ร้อยละ
0-100	248	62.0
101-200	63	15.8
201-300	28	7.0
301-400	11	2.8
401-500	17	4.3
501 บาทขึ้นไป	33	8.3
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.10 จากกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน พบว่าผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินเหลือเงินในระบบขณะทำการเติมเงิน 0-100 บาท มีมากที่สุด จำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 62.0 รองลงมาจำนวน 101-200 บาท จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 จำนวน 501 บาทขึ้นไป จำนวน 33 บาท คิดเป็นร้อยละ 8.3 จำนวน 201-300 บาท คิดเป็นร้อยละ 7.0 จำนวน 401-500 บาท จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3 จำนวน 301-400 บาท จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8

ตารางที่ 4.11

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามผู้เติมเงิน

ผู้เติมเงิน	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ตัวเอง	314	78.5
คนในครอบครัว	85	21.3
เพื่อน	1	0.3
อื่นๆ	0	0.0
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.11 จากกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน พบว่าตัวผู้ใช้บริการเป็นผู้เติมเงินมีมากที่สุด จำนวน 314 คน คิดเป็นร้อยละ 78.5 รองลงมาเป็นคนในครอบครัว จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3 เพื่อน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3

ตารางที่ 4.12

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามช่วงเวลาการเติมเงิน

ช่วงเวลา	จำนวน(คน)	ร้อยละ
00.00-06.00	7	1.8
06.01-12.00	61	15.3
12.01-18.00	132	33.0
18.01-23.59	200	50.0
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.12 จากกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน พบว่าผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินเติมเงินช่วงเวลา 18.01-23.59 น. มีมากที่สุด จำนวน 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาเติมเงินช่วงเวลา 12.01-18.00 น. จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.0 เติมเงินช่วงเวลา 06.01-12.00 น. จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.3 ช่วงเวลา 0.00-06.00 น. จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8

ตารางที่ 4.13

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามช่องทางการเติมเงิน

ช่องทางการเติมเงิน	จำนวน(คน)	ร้อยละ
บัตรเติมเงิน	250	62.5
ช่องทางธนาคาร	74	18.5
สำนักบริการ	34	8.5
ผ่านคนขาย	42	10.5
อื่นๆ	0	0.0
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.13 จากกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน พบว่าช่องทางการเติมเงินผ่านบัตรเติมเงินมีมากที่สุด จำนวน 250 บาท คิดเป็นร้อยละ 62.5 รองลงมาเป็นช่องทางธนาคาร จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 ผ่านช่องทางโทรศัพท์มือถือของคนขาย จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 ผ่านสำนักบริการ จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5

4.3 ระดับความมีอิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดต่อการเลือกใช้ช่องทางเพิ่มเติมเงินของระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน

ตารางที่ 4.14

ค่ามัชฌิมเลขคณิต ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความหมาย เกี่ยวกับระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยการให้บริการการเติมเงิน

ส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความคิดเห็น		
	Mean	S.D.	ความหมาย
1. ด้านผลิตภัณฑ์(ลักษณะการเติมเงิน)			
1.1 สามารถเติมเงินได้ตลอดเวลา	3.88	1.131	มาก
1.2 วิธีการเติมเงินปลอดภัยและมั่นใจในการเติมเงินได้	4.27	0.730	มากที่สุด
1.3 สามารถใช้บริการเพื่อเติมเงินได้รวดเร็ว ทันใจ	4.14	0.849	มาก
1.4 มีวิธีการเติมเงินที่ทันสมัย เช่น เติมผ่าน internet, เป็นต้น	3.16	1.357	ปานกลาง
1.5 วิธีการเติมเงินง่ายไม่ซับซ้อน	4.24	0.790	มากที่สุด
2. ด้านราคา			
2.1 สามารถเลือกจำนวนเงินตามที่ต้องการได้	3.95	1.162	มาก
2.2 ไม่มีการกำหนดจำนวนเงินขั้นต่ำในการเติมเงิน	3.63	1.143	มาก
2.3 มีราคาให้เลือกเติมเงินได้หลายระดับ	3.89	0.928	มาก
3. ด้านการจัดจำหน่าย			
3.1 สามารถเติมเงินได้ด้วยตัวเอง	3.81	1.261	มาก
3.2 สามารถหาที่เติมเงินได้ง่าย	4.19	0.872	มาก
3.3 มีเจ้าหน้าที่ให้บริการและคำแนะนำในการเติมเงิน	3.07	1.047	ปานกลาง
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด			
4.1 มีโปรโมชั่นจูงใจในการเติมเงิน เช่น เพิ่มจำนวนเงิน หรือ วัน	4.27	0.945	มากที่สุด
4.2 มีการจัดกิจกรรมเพื่อกระตุ้นและประชาสัมพันธ์ช่องทางการเติมเงินในแหล่งชุมชน	3.34	1.003	ปานกลาง

ส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความคิดเห็น		
	Mean	S.D.	ความหมาย
4.3 มีการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่างๆ เช่น E-mail, SMS	3.07	1.155	ปานกลาง
4.4 มีบริการแก้ไขปัญหาเมื่อเกิดปัญหาจากการเติมเงิน	3.69	0.947	มาก
4.5 มีของรางวัลหรือสิทธิประโยชน์เพิ่มเมื่อใช้บริการ	3.62	1.193	มาก

จากตาราง 4.14 แสดงว่าความคิดเห็นของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินมีผลต่อปัจจัยทางส่วนประสมทางการตลาดมากที่สุดในเรื่องวิธีการเติมเงินปลอดภัยและมั่นใจในการเติมเงินได้ วิธีการเติมเงินง่ายไม่ซับซ้อน และมีโปรโมชั่นจูงใจในการเติมเงิน เช่น เพิ่มจำนวนเงิน หรือวัน ส่วนความคิดเห็นของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินมีผลต่อปัจจัยทางส่วนประสมทางการตลาดมากในเรื่องสามารถเติมเงินได้ตลอดเวลา สามารถใช้บริการเพื่อเติมเงินได้รวดเร็ว ทันใจ สามารถเลือกจำนวนเงินตามที่ต้องการได้ ไม่มีการกำหนดจำนวนเงินขั้นต่ำในการเติมเงิน มีราคาให้เลือกเติมเงินได้หลายระดับ สามารถเติมเงินได้ด้วยตัวเอง สามารถหาที่เติมเงินได้ง่าย มีบริการแก้ไขปัญหาเมื่อเกิดปัญหาจากการเติมเงิน และมีของรางวัลหรือสิทธิประโยชน์เพิ่มเมื่อใช้บริการ

4.4 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ คือ เพศ อายุ การศึกษา รายได้ อาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการการเติมเงิน

สมมติฐานย่อย 1.1 ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน จะเลือกผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน จะเลือกผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน จะเลือกผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.15

จำนวนแยกตามเพศและผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน

		ผู้ให้บริการ				รวม
		วัน-ทู-คอล	Happy	ทรูมูฟ ระบบเติม เงิน	อื่นๆ (Hutch)	
เพศ	ชาย	61	80	40	7	188
	หญิง	70	89	46	7	212
รวม		131	169	86	14	400

จากตาราง 4.15 พบว่าค่า Significance ของสถิติทดสอบ Pearson Chi-square มีค่า 0.995 ซึ่งมากกว่า 0.05 ตามระดับนัยสำคัญที่กำหนด จึงสรุปว่ายอมรับสมมติฐานที่ว่าผู้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน จะเลือกผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อย 1.2 ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน จะเลือกผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน จะเลือกผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน จะเลือกผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.16

จำนวนแยกตามอายุและผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน

		ผู้ให้บริการ				รวม
		วัน-ทู-คอลล	Happy	ทรูมูฟ ระบบเติม เงิน	อื่นๆ (Hutch)	
อายุ	ต่ำกว่า 20	3	12	8	1	24
	20-29	80	90	37	4	211
	30-39	19	36	12	4	71
	40-49	17	13	14	2	46
	50-59	5	14	8	2	29
	60 ขึ้นไป	7	4	7	1	19
รวม		131	169	86	14	400

จากตาราง 4.16 พบว่าค่า Significance ของสถิติทดสอบ Pearson Chi-square มีค่า 0.041 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ตามระดับนัยสำคัญที่กำหนด จึงสรุปว่าปฏิเสธสมมติฐานที่ว่าผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน จะเลือกผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน ดังนั้นแสดงว่าอายุกับการเลือกผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินมีความสัมพันธ์กัน

สมมติฐานย่อย 1.3 ผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาแตกต่างกัน จะเลือกผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาแตกต่างกัน จะเลือกผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาแตกต่างกัน จะเลือกผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.17

จำนวนแยกตามการศึกษาและผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน

		ผู้ให้บริการ				รวม
		วัน-ทู-คอล	Happy	ทรูมูฟ ระบบเติม เงิน	อื่นๆ (Hutch)	
การศึกษา	มัธยมศึกษา/ปวช.	14	40	15	2	71
	อนุปริญญา/ปวส.	11	28	7	1	47
	ปริญญาตรี	92	88	43	9	232
	สูงกว่าปริญญาตรี	14	13	21	2	50
รวม		131	169	86	14	400

จากตาราง 4.17 พบว่าค่า Significance ของสถิติทดสอบ Pearson Chi-square มีค่า 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ตามระดับนัยสำคัญที่กำหนด จึงสรุปว่าปฏิเสธสมมติฐานที่ว่าผู้ให้บริการที่มีการศึกษาแตกต่างกัน จะเลือกผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน ดังนั้น แสดงว่า การศึกษากับการเลือกผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินมีความสัมพันธ์กัน

สมมติฐานย่อย 1.4 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน จะเลือกผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน จะเลือกผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน จะเลือกผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.18

จำนวนแยกตามรายได้และผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน

		ผู้ให้บริการ				รวม
		วัน-ทู-คอล	Happy	ทรูมูฟ ระบบเติม เงิน	อื่นๆ (Hutch)	
รายได้	ต่ำกว่า 10,000	16	47	27	2	92
	10000-20000	47	49	21	6	123
	20001-30000	30	40	9	6	85
	30001-40000	22	14	8	0	44
	40001-50000	12	14	15	0	41
	60000ขึ้นไป	4	5	6	0	15
รวม		131	169	86	14	400

จากตาราง 4.18 พบว่าค่า Significance ของสถิติทดสอบ Pearson Chi-square มีค่า 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ตามระดับนัยสำคัญที่กำหนด จึงสรุปว่าปฏิเสธสมมติฐานที่ว่าผู้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน จะเลือกผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน ดังนั้นแสดงว่า รายได้กับการเลือกผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินมีความสัมพันธ์กัน

สมมติฐานย่อย 1.5 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะเลือกผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะเลือกผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะเลือกผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.19

จำนวนแยกตามอาชีพและผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน

		ผู้ให้บริการ				รวม
		วัน-ทู-คอล	Happy	ทรูมูฟ ระบบเติม เงิน	อื่นๆ (Hutch)	
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	14	33	11	1	59
	ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	35	49	29	2	115
	พนักงานบริษัทเอกชน	55	40	29	7	131
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	17	27	7	1	52
	แม่บ้าน/พ่อบ้าน	4	5	6	1	16
	อื่นๆ(ลูกจ้างชั่วคราว)	6	15	4	2	27
	รวม	131	169	86	14	400

จากตาราง 4.19 พบว่าค่า Significance ของสถิติทดสอบ Pearson Chi-square มีค่า 0.042 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ตามระดับนัยสำคัญที่กำหนด จึงสรุปว่าปฏิเสธสมมติฐานที่ว่าผู้ใช้บริการที่มีการอาชีพแตกต่างกัน จะเลือกผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน ดังนั้นแสดงว่า อาชีพกับการเลือกผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินมีความสัมพันธ์กัน

สมมติฐานย่อย 1.6 ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีระยะเวลาในการใช้โทรศัพท์ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีระยะเวลาในการใช้โทรศัพท์ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีระยะเวลาในการใช้โทรศัพท์ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.20

จำนวนแยกตามเพศและระยะเวลาในการใช้โทรศัพท์ระบบเติมเงิน

		ระยะเวลาการใช้งาน				รวม
		น้อยกว่า 1 ปี	1-2 ปี	3-4 ปี	5 ปีขึ้นไป	
เพศ	ชาย	35	60	46	47	188
	หญิง	30	60	62	60	212
รวม		65	120	108	107	400

จากตาราง 4.20 พบว่าค่า Significance ของสถิติทดสอบ Pearson Chi-square มีค่า 0.407 ซึ่งมากกว่า 0.05 ตามระดับนัยสำคัญที่กำหนด จึงสรุปว่ายอมรับสมมติฐานที่ว่าผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีระยะเวลาในการใช้โทรศัพท์ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อย 1.7 ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีระยะเวลาในการใช้โทรศัพท์ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีระยะเวลาในการใช้โทรศัพท์ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีระยะเวลาในการใช้โทรศัพท์ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.21

จำนวนแยกตามอายุและระยะเวลาในการใช้โทรศัพท์ระบบเติมเงิน

		ระยะเวลาการใช้งาน				รวม
		น้อยกว่า 1 ปี	1-2 ปี	3-4 ปี	5 ปีขึ้นไป	
อายุ	ต่ำกว่า 20	8	8	6	2	24
	20-29	34	57	63	57	211
	30-39	11	16	17	27	71
	40-49	4	18	10	14	46
	50-59	3	11	8	7	29
	60 ขึ้นไป	5	10	4	0	19
รวม		65	120	108	107	400

จากตาราง 4.21 พบว่าค่า Significance ของสถิติทดสอบ Pearson Chi-square มีค่า 0.019 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ตามระดับนัยสำคัญที่กำหนด จึงสรุปว่าปฏิเสธสมมติฐานที่ว่าผู้บริการที่มีการอายุแตกต่างกัน จะมีระยะเวลาในการใช้โทรศัพท์ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน ดังนั้นแสดงว่าอายุกับระยะเวลาในการใช้โทรศัพท์ระบบเติมเงินมีความสัมพันธ์กัน

สมมติฐานย่อย 1.8 ผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาแตกต่างกัน จะมีระยะเวลาในการใช้โทรศัพท์ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาแตกต่างกัน จะมีระยะเวลาในการใช้โทรศัพท์ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาแตกต่างกัน จะมีระยะเวลาในการใช้โทรศัพท์ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.22

จำนวนแยกตามการศึกษาและระยะเวลาในการใช้โทรศัพท์ระบบเติมเงิน

		ระยะเวลาการใช้งาน				รวม
		น้อยกว่า 1 ปี	1-2 ปี	3-4 ปี	5 ปีขึ้นไป	
การศึกษา	มัธยมศึกษา/ ปวช.	18	22	15	16	71
	อนุปริญญา/ ปวส.	9	20	13	5	47
	ปริญญาตรี	34	60	69	69	232
	สูงกว่า ปริญญาตรี	4	18	11	17	50
รวม		65	120	108	107	400

จากตาราง 4.22 พบว่าค่า Significance ของสถิติทดสอบ Pearson Chi-square มีค่า 0.021 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ตามระดับนัยสำคัญที่กำหนด จึงสรุปว่าปฏิเสธสมมติฐานที่ว่าผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาแตกต่างกัน จะมีระยะเวลาในการใช้โทรศัพท์ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน ดังนั้นแสดงว่า การศึกษากับระยะเวลาในการใช้โทรศัพท์ระบบเติมเงินมีความสัมพันธ์กัน

สมมติฐานย่อย 1.9 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน จะมีระยะเวลาในการใช้โทรศัพท์ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน จะมีระยะเวลาในการใช้โทรศัพท์ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน จะมีระยะเวลาในการใช้โทรศัพท์ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.23

จำนวนแยกตามรายได้และระยะเวลาในการใช้โทรศัพท์ระบบเติมเงิน

		ระยะเวลาการใช้งาน				รวม
		น้อยกว่า 1 ปี	1-2 ปี	3-4 ปี	5 ปีขึ้นไป	
รายได้	ต่ำกว่า 10,000	16	25	28	23	92
	10000-20000	19	32	36	36	123
	20001-30000	20	22	23	20	85
	30001-40000	4	20	7	13	44
	40001-50000	5	19	11	6	41
	60000ขึ้นไป	1	2	3	9	15
รวม		65	120	108	107	400

จากตาราง 4.23 พบว่าค่า Significance ของสถิติทดสอบ Pearson Chi-square มีค่า 0.024 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ตามระดับนัยสำคัญที่กำหนด จึงสรุปว่าปฏิเสธสมมติฐานที่ว่าผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน จะมีระยะเวลาในการใช้โทรศัพท์ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน ดังนั้นแสดงว่ารายได้กับระยะเวลาในการใช้โทรศัพท์ระบบเติมเงินมีความสัมพันธ์กัน

สมมติฐานย่อย 1.10 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีระยะเวลาในการใช้โทรศัพท์ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีระยะเวลาในการใช้โทรศัพท์ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีระยะเวลาในการใช้โทรศัพท์ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.24

จำนวนแยกตามอาชีพและระยะเวลาในการใช้โทรศัพท์ระบบเติมเงิน

		ระยะเวลาการใช้งาน				รวม
		น้อยกว่า 1 ปี	1-2 ปี	3-4 ปี	5 ปีขึ้นไป	
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	12	17	19	11	59
	ข้าราชการ/พนักงาน	13	21	43	38	115
	รัฐวิสาหกิจ	18	42	31	40	131
	พนักงานบริษัทเอกชน	15	26	4	7	52
	แม่บ้าน/พ่อบ้าน	4	6	2	4	16
	อื่นๆ(ลูกจ้างชั่วคราว)	3	8	9	7	27
	รวม	65	120	108	107	400

จากตาราง 4.24 พบว่าค่า Significance ของสถิติทดสอบ Pearson Chi-square มีค่า 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ตามระดับนัยสำคัญที่กำหนด จึงสรุปว่าปฏิเสธสมมติฐานที่ว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีระยะเวลาในการใช้โทรศัพท์ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน ดังนั้นแสดงว่าอาชีพกับระยะเวลาในการใช้โทรศัพท์ระบบเติมเงินมีความสัมพันธ์กัน

สมมติฐานย่อย 1.11 ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีความถี่ในการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีความถี่ในการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีความถี่ในการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.25

จำนวนแยกตามเพศและความถี่ในการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงิน

		ความถี่ในการเติมเงิน				รวม
		1 ครั้ง	2 ครั้ง	3 ครั้ง	4 ครั้งขึ้นไป	
เพศ	ชาย	91	57	24	16	188
	หญิง	111	63	22	16	212
รวม		202	120	46	32	400

จากตาราง 4.25 พบว่าค่า Significance ของสถิติทดสอบ Pearson Chi-square มีค่า 0.818 ซึ่งมากกว่า 0.05 ตามระดับนัยสำคัญที่กำหนด จึงสรุปว่ายอมรับสมมติฐานที่ว่าผู้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีความถี่ในการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อย 1.12 ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีความถี่ในการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีความถี่ในการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีความถี่ในการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.26

จำนวนแยกตามอายุและความถี่ในการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงิน

		ความถี่ในการเติมเงิน				รวม
		1 ครั้ง	2 ครั้ง	3 ครั้ง	4 ครั้งขึ้นไป	
อายุ	ต่ำกว่า 20	10	4	6	4	24
	20-29	112	68	19	12	211
	30-39	32	23	8	8	71
	40-49	26	9	7	4	46
	50-59	13	12	3	1	29
	60 ขึ้นไป	9	4	3	3	19
รวม		202	120	46	32	400

จากตาราง 4.26 พบว่าค่า Significance ของสถิติทดสอบ Pearson Chi-square มีค่า 0.187 ซึ่งมากกว่า 0.05 ตามระดับนัยสำคัญที่กำหนด จึงสรุปว่ายอมรับสมมติฐานที่ว่าผู้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีความถี่ในการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อย 1.13 ผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาแตกต่างกัน จะมีความถี่ในการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาแตกต่างกัน จะมีความถี่ในการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาแตกต่างกัน จะมีความถี่ในการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.27

จำนวนแยกตามการศึกษาและความถี่ในการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงิน

		ความถี่ในการเติมเงิน				รวม
		1 ครั้ง	2 ครั้ง	3 ครั้ง	4 ครั้งขึ้นไป	
การศึกษา	มัธยมศึกษา/ ปวช.	30	18	15	8	71
	อนุปริญญา/ ปวส.	19	17	8	3	47
	ปริญญาตรี	123	72	21	16	232
	สูงกว่า ปริญญาตรี	30	13	2	5	50
รวม		202	120	46	32	400

จากตาราง 4.27 พบว่าค่า Significance ของสถิติทดสอบ Pearson Chi-square มีค่า 0.051 ซึ่งมากกว่า 0.05 ตามระดับนัยสำคัญที่กำหนด จึงสรุปว่ายอมรับสมมติฐานที่ว่าผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาแตกต่างกัน จะมีความถี่ในการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อย 1.14 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน จะมีความถี่ในการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน จะมีความถี่ในการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน จะมีความถี่ในการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.28

จำนวนแยกตามรายได้และความถี่ในการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงิน

		ความถี่ในการเติมเงิน				รวม
		1 ครั้ง	2 ครั้ง	3 ครั้ง	4 ครั้งขึ้นไป	
รายได้	ต่ำกว่า 10,000	36	30	16	10	92
	10000-20000	64	29	18	12	123
	20001-30000	44	30	5	6	85
	30001-40000	21	18	4	1	44
	40001-50000	30	9	1	1	41
	60000ขึ้นไป	7	4	2	2	15
รวม		202	120	46	32	400

จากตาราง 4.28 พบว่าค่า Significance ของสถิติทดสอบ Pearson Chi-square มีค่า 0.030 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ตามระดับนัยสำคัญที่กำหนด จึงสรุปว่าปฏิเสธสมมติฐานที่ว่าผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน จะมีความถี่ในการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน ดังนั้น แสดงว่า รายได้กับความถี่ในการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงินมีความสัมพันธ์กัน

สมมติฐานย่อย 1.15 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีความถี่ในการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีความถี่ในการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีความถี่ในการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.29

จำนวนแยกตามอาชีพและความถี่ในการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงิน

		ความถี่ในการเติมเงิน				รวม
		1 ครั้ง	2 ครั้ง	3 ครั้ง	4 ครั้งขึ้นไป	
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	37	10	7	5	59
	ข้าราชการ/พนักงาน	60	35	12	8	115
	รัฐวิสาหกิจ	63	45	14	9	131
	พนักงานบริษัทเอกชน	27	8	8	9	52
	แม่บ้าน/พ่อบ้าน	3	12	1	0	16
	อื่นๆ(ลูกจ้างชั่วคราว)	12	10	4	1	27
	รวม	202	120	46	32	400

จากตาราง 4.29 พบว่าค่า Significance ของสถิติทดสอบ Pearson Chi-square มีค่า 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ตามระดับนัยสำคัญที่กำหนด จึงสรุปว่าปฏิเสธสมมติฐานที่ว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีความถี่ในการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน ดังนั้น แสดงว่า อาชีพกับความถี่ในการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงินมีความสัมพันธ์กัน

สมมติฐานย่อย 1.16 ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีปริมาณการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีปริมาณการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีปริมาณการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.30

จำนวนแยกตามเพศและปริมาณการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงิน

		จำนวนเงิน						รวม
		0-100	101-200	201-300	301-400	401-500	501 ขึ้นไป	
เพศ	ชาย	42	40	43	28	21	14	188
	หญิง	34	50	64	27	14	23	212
รวม		76	90	107	55	35	37	400

จากตาราง 4.30 พบว่าค่า Significance ของสถิติทดสอบ Pearson Chi-square มีค่า 0.142 ซึ่งมากกว่า 0.05 ตามระดับนัยสำคัญที่กำหนด จึงสรุปว่ายอมรับสมมติฐานที่ว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีปริมาณการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อย 1.17 ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีปริมาณการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีปริมาณการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีปริมาณการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.31

จำนวนแยกตามอายุและปริมาณการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงิน

		จำนวนเงิน						รวม
		0-100	101-200	201-300	301-400	401-500	501 ขึ้นไป	
อายุ	ต่ำกว่า 20	12	8	3	1	0	0	24
	20-29	28	46	59	31	25	22	211
	30-39	12	16	22	11	6	4	71
	40-49	11	7	15	6	1	6	46
	50-59	6	7	8	2	3	3	29
	60 ขึ้นไป	7	6	0	4	0	2	19
รวม		76	90	107	55	35	37	400

จากตาราง 4.31 พบว่าค่า Significance ของสถิติทดสอบ Pearson Chi-square มีค่า 0.004 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ตามระดับนัยสำคัญที่กำหนด จึงสรุปว่าปฏิเสธสมมติฐานที่ว่าผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีปริมาณการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน ดังนั้นแสดงว่าอายุกับปริมาณการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงินมีความสัมพันธ์กัน

สมมติฐานย่อย 1.18 ผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาแตกต่างกัน จะมีปริมาณการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาแตกต่างกัน จะมีปริมาณการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาแตกต่างกัน จะมีปริมาณการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.32

จำนวนแยกตามการศึกษาและปริมาณการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงิน

		จำนวนเงิน						รวม
		0-100	101-200	201-300	301-400	401-500	501 ขึ้นไป	
การศึกษา	มัธยมศึกษา/ปวช.	23	27	6	9	2	4	71
	อนุปริญญา/ปวส.	6	23	6	6	3	3	47
	ปริญญาตรี	41	33	84	30	21	23	232
	สูงกว่าปริญญาตรี	6	7	11	10	9	7	50
รวม		76	90	107	55	35	37	400

จากตาราง 4.32 พบว่าค่า Significance ของสถิติทดสอบ Pearson Chi-square มีค่า 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ตามระดับนัยสำคัญที่กำหนด จึงสรุปว่าปฏิเสธสมมติฐานที่ว่าผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาแตกต่างกัน จะมีปริมาณการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน ดังนั้น แสดงว่า การศึกษากับปริมาณการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงินมีความสัมพันธ์กัน

สมมติฐานย่อย 1.19 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน จะมีปริมาณการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน จะมีปริมาณการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน จะมีปริมาณการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.33

จำนวนแยกตามรายได้และปริมาณการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงิน

		จำนวนเงิน						รวม
		0-100	101-200	201-300	301-400	401-500	501 ขึ้นไป	
รายได้	ต่ำกว่า	36	27	12	11	1	5	92
	10,000							
	10000-	10	36	43	13	7	14	123
	20000							
	20001-	19	18	23	10	9	6	85
	30000							
30001-	4	3	13	10	10	4	44	
	40000							
	40001-	5	6	10	10	5	5	41
50000								
60000 ขึ้น	2	0	6	1	3	3	15	
	ไป							
รวม		76	90	107	55	35	37	400

จากตาราง 4.33 พบว่าค่า Significance ของสถิติทดสอบ Pearson Chi-square มีค่า 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ตามระดับนัยสำคัญที่กำหนด จึงสรุปว่าปฏิเสธสมมติฐานที่ว่าผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน จะมีปริมาณการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน ดังนั้นแสดงว่า รายได้กับปริมาณการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงินมีความสัมพันธ์กัน

สมมติฐานย่อย 1.20 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีปริมาณการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีปริมาณการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีปริมาณการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.34

จำนวนแยกตามอาชีพและปริมาณการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงิน

		จำนวนเงิน						รวม
		0-100	101-200	201-300	301-400	401-500	501 ขึ้นไป	
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	12	21	13	3	2	8	59
	ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	22	19	47	11	7	9	115
	พนักงาน บริษัทเอกชน	18	17	41	25	18	12	131
	ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	9	23	1	5	7	7	52
	แม่บ้าน/พอบ้าน	8	3	2	2	1	0	16
	อื่นๆ(ลูกจ้าง ชั่วคราว)	7	7	3	9	0	1	27
	รวม	76	90	107	55	35	37	400

จากตาราง 4.34 พบว่าค่า Significance ของสถิติทดสอบ Pearson Chi-square มีค่า 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ตามระดับนัยสำคัญที่กำหนด จึงสรุปว่าปฏิเสธสมมติฐานที่ว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีปริมาณการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน ดังนั้นแสดงว่า อาชีพกับปริมาณการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงินมีความสัมพันธ์กัน

สมมติฐานย่อย 1.21 ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีจำนวนเงินในระบบก่อนการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีจำนวนเงินในระบบก่อนการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีจำนวนเงินในระบบก่อนการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.35

จำนวนแยกตามเพศและปริมาณเงินในระบบก่อนการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงิน

		จำนวนเงินที่เหลือ						รวม
		0-100	101-200	201-300	301-400	401-500	501 ขึ้นไป	
เพศ	ชาย	104	32	17	4	13	18	188
	หญิง	144	31	11	7	4	15	212
รวม		248	63	28	11	17	33	400

จากตาราง 4.35 พบว่าค่า Significance ของสถิติทดสอบ Pearson Chi-square มีค่า 0.032 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ตามระดับนัยสำคัญที่กำหนด จึงสรุปว่าปฏิเสธสมมติฐานที่ว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีปริมาณเงินในระบบก่อนการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน ดังนั้นแสดงว่า เพศกับปริมาณเงินในระบบก่อนการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงินมีความสัมพันธ์กัน

สมมติฐานย่อย 1.22 ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีจำนวนเงินในระบบก่อนการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีจำนวนเงินในระบบก่อนการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีจำนวนเงินในระบบก่อนการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.36

จำนวนแยกตามอายุและปริมาณเงินในระบบก่อนการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงิน

		จำนวนเงินที่เหลือ						รวม
		0-100	101-200	201-300	301-400	401-500	501 ขึ้นไป	
อายุ	ต่ำกว่า 20	18	2	3	1	0	0	24
	20-29	142	29	16	0	6	18	211
	30-39	40	15	1	5	5	5	71
	40-49	26	10	4	0	3	3	46
	50-59	14	4	2	3	1	5	29
	60 ขึ้นไป	8	3	2	2	2	2	19
รวม		248	63	28	11	17	33	400

จากตาราง 4.36 พบว่าค่า Significance ของสถิติทดสอบ Pearson Chi-square มีค่า 0.006 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ตามระดับนัยสำคัญที่กำหนด จึงสรุปว่าปฏิเสธสมมติฐานที่ว่าผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีปริมาณเงินในระบบก่อนการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน ดังนั้นแสดงว่า อายุกับปริมาณเงินในระบบก่อนการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงินมีความสัมพันธ์กัน

สมมติฐานย่อย 1.23 ผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาแตกต่างกัน จะมีจำนวนเงินในระบบก่อนการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาแตกต่างกัน จะมีจำนวนเงินในระบบก่อนการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาแตกต่างกัน จะมีจำนวนเงินในระบบก่อนการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.37

จำนวนแยกตามการศึกษาและปริมาณเงินในระบบก่อนการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงิน

		จำนวนเงินที่เหลือ						รวม
		0-100	101-200	201-300	301-400	401-500	501 ขึ้นไป	
การศึกษา	มัธยมศึกษา /ปวช.	48	8	6	2	2	5	71
	อนุปริญญา/ ปวส.	17	14	3	3	5	5	47
	ปริญญาตรี	156	29	15	3	9	20	232
	สูงกว่า ปริญญาตรี	27	12	4	3	1	3	50
รวม		248	63	28	11	17	33	400

จากตาราง 4.37 พบว่าค่า Significance ของสถิติทดสอบ Pearson Chi-square มีค่า 0.011 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ตามระดับนัยสำคัญที่กำหนด จึงสรุปว่าปฏิเสธสมมติฐานที่ว่าผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาแตกต่างกัน จะมีปริมาณเงินในระบบก่อนการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน ดังนั้นแสดงว่า การศึกษากับปริมาณเงินในระบบก่อนการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงินมีความสัมพันธ์กัน

สมมติฐานย่อย 1.24 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน จะมีจำนวนเงินในระบบก่อนการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน จะมีจำนวนเงินในระบบก่อนการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน จะมีจำนวนเงินในระบบก่อนการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.38

จำนวนแยกตามรายได้และปริมาณเงินในระบบก่อนการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงิน

		จำนวนเงินที่เหลือ						รวม
		0-100	101-200	201-300	301-400	401-500	501 ขึ้นไป	
รายได้	ต่ำกว่า 10,000	62	12	7	4	3	4	92
	10000-20000	72	23	11	3	3	11	123
	20001-30000	56	13	5	0	4	7	85
	30001-40000	28	2	3	1	4	6	44
	40001-50000	20	10	1	3	3	4	41
	60000 ขึ้นไป	10	3	1	0	0	1	15
	รวม	248	63	28	11	17	33	400

จากตาราง 4.38 พบว่าค่า Significance ของสถิติทดสอบ Pearson Chi-square มีค่า 0.388 ซึ่งมากกว่า 0.05 ตามระดับนัยสำคัญที่กำหนด จึงสรุปว่ายอมรับสมมติฐานที่ว่าผู้ให้บริการที่มี

รายได้แตกต่างกัน จะมีจำนวนเงินในระบบก่อนการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อย 1.25 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีจำนวนเงินในระบบก่อนการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีจำนวนเงินในระบบก่อนการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีจำนวนเงินในระบบก่อนการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.39

จำนวนแยกตามอาชีพและปริมาณเงินในระบบก่อนการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงิน

		จำนวนเงินที่เหลือ						รวม
		0-100	101-200	201-300	301-400	401-500	501 ขึ้นไป	
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	40	6	9	1	0	3	59
	ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	73	18	10	4	1	9	115
	พนักงาน บริษัทเอกชน	96	15	4	0	7	9	131
	ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	19	13	1	3	6	10	52
	แม่บ้าน/พอบ้าน	5	3	2	2	3	1	16
	อื่นๆ(ลูกจ้าง ชั่วคราว)	15	8	2	1	0	1	27
	รวม	248	63	28	11	17	33	400

จากตาราง 4.39 พบว่าค่า Significance ของสถิติทดสอบ Pearson Chi-square มีค่า 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ตามระดับนัยสำคัญที่กำหนด จึงสรุปว่าปฏิเสธสมมติฐานที่ว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีปริมาณเงินในระบบก่อนการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน ดังนั้นแสดงว่า อาชีพกับปริมาณเงินในระบบก่อนการเติมเงินของโทรศัพท์ระบบเติมเงินมีความสัมพันธ์กัน

สมมติฐานย่อย 1.26 ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีบุคคลที่เป็นคนเดิมเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีบุคคลที่เป็นคนเดิมเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีบุคคลที่เป็นคนเดิมเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.40

จำนวนแยกตามเพศและบุคคลที่เป็นคนเดิมเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน

		บุคคลเดิมเงิน				รวม
		ตัวเอง	คนในครอบครัว	เพื่อน	อื่นๆ	
เพศ	ชาย	149	39	0	0	188
	หญิง	165	46	1	0	212
รวม		314	85	1	0	400

จากตาราง 4.40 พบว่าค่า Significance ของสถิติทดสอบ Pearson Chi-square มีค่า 0.620 ซึ่งมากกว่า 0.05 ตามระดับนัยสำคัญที่กำหนด จึงสรุปว่ายอมรับสมมติฐานที่ว่าผู้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีบุคคลที่เป็นคนเดิมเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อย 1.27 ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีบุคคลที่เป็นคนเติมเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีบุคคลที่เป็นคนเติมเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีบุคคลที่เป็นคนเติมเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.41

จำนวนแยกตามอายุและบุคคลที่เป็นคนเติมเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน

		ใครเติมเงิน				รวม
		ตัวเอง	คนในครอบครัว	เพื่อน	อื่นๆ	
อายุ	ต่ำกว่า 20	10	14	0	0	24
	20-29	188	23	0	0	211
	30-39	56	14	1	0	71
	40-49	41	5	0	0	46
	50-59	14	15	0	0	29
	60 ขึ้นไป	5	14	0	0	19
รวม		314	85	1	1	400

จากตาราง 4.41 พบว่าค่า Significance ของสถิติทดสอบ Pearson Chi-square มีค่า 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ตามระดับนัยสำคัญที่กำหนด จึงสรุปว่าปฏิเสธสมมติฐานที่ว่าผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีบุคคลที่เป็นคนเติมเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน ดังนั้นแสดงว่า อายุกับบุคคลที่เป็นคนเติมเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินมีความสัมพันธ์กัน

สมมติฐานย่อย 1.28 ผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาแตกต่างกัน จะมีบุคคลที่เป็นคนเติมเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาแตกต่างกัน จะมีบุคคลที่เป็นคนเติมเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาแตกต่างกัน จะมีบุคคลที่เป็นคนเติมเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.42

จำนวนแยกตามการศึกษาและบุคคลที่เป็นคนเติมเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน

		ใครเติมเงิน				รวม
		ตัวเอง	คนในครอบครัว	เพื่อน	อื่นๆ	
การศึกษา	มัธยมศึกษา/ปวช.	44	27	0	0	71
	อนุปริญญา/ปวส.	29	18	0	0	47
	ปริญญาตรี	195	36	1	0	232
	สูงกว่าปริญญาตรี	46	4	0	0	50
รวม		314	85	1	0	400

จากตาราง 4.42 พบว่าค่า Significance ของสถิติทดสอบ Pearson Chi-square มีค่า 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ตามระดับนัยสำคัญที่กำหนด จึงสรุปว่าปฏิเสธสมมติฐานที่ว่าผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาแตกต่างกัน จะมีบุคคลที่เป็นคนเติมเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน ดังนั้นแสดงว่า การศึกษากับบุคคลที่เป็นคนเติมเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินมีความสัมพันธ์กัน

สมมติฐานย่อย 1.29 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน จะมีบุคคลที่เป็นคนเต็มเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน จะมีบุคคลที่เป็นคนเต็มเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน จะมีบุคคลที่เป็นคนเต็มเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.43

จำนวนแยกตามรายได้และบุคคลที่เป็นคนเต็มเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน

		ใครเต็มเงิน				รวม
		ตัวเอง	คนในครอบครัว	เพื่อน	อื่นๆ	
รายได้	ต่ำกว่า 10,000	61	31	0	0	92
	10000-20000	108	15	0	0	123
	20001-30000	67	18	0	0	85
	30001-40000	36	8	0	0	44
	40001-50000	28	12	1	0	41
	60000zzขึ้นไป	14	1	0	0	15
รวม		314	85	1	0	400

จากตาราง 4.43 พบว่าค่า Significance ของสถิติทดสอบ Pearson Chi-square มีค่า 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ตามระดับนัยสำคัญที่กำหนด จึงสรุปว่าปฏิเสธสมมติฐานที่ว่าผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน จะมีบุคคลที่เป็นคนเต็มเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน ดังนั้นแสดงว่า รายได้กับบุคคลที่เป็นคนเต็มเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินมีความสัมพันธ์กัน

สมมติฐานย่อย 1.30 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีบุคคลที่เป็นคนเต็มเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีการอาชีพแตกต่างกัน จะมีบุคคลที่เป็นคนเต็มเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีบุคคลที่เป็นคนเต็มเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.44

จำนวนแยกตามอาชีพและบุคคลที่เป็นคนเต็มเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน

		ใครเต็มเงิน				รวม
		ตัวเอง	คนในครอบครัว	เพื่อน	อื่นๆ	
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	39	20	0	0	59
	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	95	19	1	0	115
	พนักงานบริษัทเอกชน	120	11	0	0	131
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	28	24	0	0	52
	แม่บ้าน/พ่อบ้าน	9	7	0	0	16
	อื่นๆ(ลูกจ้างชั่วคราว)	23	4	0	0	27
รวม		314	85	1	0	400

จากตาราง 4.44 พบว่าค่า Significance ของสถิติทดสอบ Pearson Chi-square มีค่า 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ตามระดับนัยสำคัญที่กำหนด จึงสรุปว่าปฏิเสธสมมติฐานที่ว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีบุคคลที่เป็นคนเต็มเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน ดังนั้นแสดงว่า อาชีพกับบุคคลที่เป็นคนเต็มเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินมีความสัมพันธ์กัน

สมมติฐานย่อย 1.31 ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน ช่วงเวลาในการเติมเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน ช่วงเวลาในการเติมเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน ช่วงเวลาในการเติมเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.45

จำนวนแยกตามเพศและช่วงเวลาในการเติมเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน

		ช่วงเวลา				รวม
		00.00-06.00	06.01-12.00	12.01-18.00	18.01-23.59	
เพศ	ชาย	3	30	53	102	188
	หญิง	4	31	79	98	212
รวม		7	61	132	200	400

จากตาราง 4.45 พบว่าค่า Significance ของสถิติทดสอบ Pearson Chi-square มีค่า 0.269 ซึ่งมากกว่า 0.05 ตามระดับนัยสำคัญที่กำหนด จึงสรุปว่ายอมรับสมมติฐานที่ว่าผู้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีช่วงเวลาในการเติมเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อย 1.32 ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน ช่วงเวลาในการเติมเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน ช่วงเวลาในการเติมเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน ช่วงเวลาในการเติมเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.46

จำนวนแยกตามอายุและช่วงเวลาในการเติมเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน

		ช่วงเวลา				รวม
		00.00-06.00	06.01-12.00	12.01-18.00	18.01-23.59	
อายุ	ต่ำกว่า 20	0	2	8	14	24
	20-29	4	21	66	120	211
	30-39	2	12	31	26	71
	40-49	1	7	16	22	46
	50-59	0	11	9	9	29
	60 ขึ้นไป	0	8	2	9	19
รวม		7	61	132	200	400

จากตาราง 4.46 พบว่าค่า Significance ของสถิติทดสอบ Pearson Chi-square มีค่า 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ตามระดับนัยสำคัญที่กำหนด จึงสรุปว่าปฏิเสธสมมติฐานที่ว่าผู้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีช่วงเวลาในการเติมเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน ดังนั้นแสดงว่า อายุกับช่วงเวลาในการเติมเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินมีความสัมพันธ์กัน

สมมติฐานย่อย 1.33 ผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาแตกต่างกัน ช่วงเวลาในการเติมเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาแตกต่างกัน ช่วงเวลาในการเติมเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาแตกต่างกัน ช่วงเวลาในการเติมเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.47

จำนวนแยกตามการศึกษาและช่วงเวลาในการเติมเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน

		ช่วงเวลา				รวม
		00.00-06.00	06.01-12.00	12.01-18.00	18.01-23.59	
การศึกษา	มัธยมศึกษา /ปวช.	0	16	20	35	71
	อนุปริญญา/ ปวส.	0	9	13	25	47
	ปริญญาตรี สูงกว่า	6	31	88	107	232
	ปริญญาตรี	1	5	11	33	50
รวม		7	61	132	200	400

จากตาราง 4.47 พบว่าค่า Significance ของสถิติทดสอบ Pearson Chi-square มีค่า 0.085 ซึ่งมากกว่า 0.05 ตามระดับนัยสำคัญที่กำหนด จึงสรุปว่ายอมรับสมมติฐานที่ว่าผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาแตกต่างกัน จะมีช่วงเวลาในการเติมเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อย 1.34 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน ช่วงเวลาในการเติมเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน ช่วงเวลาในการเติมเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน ช่วงเวลาในการเติมเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.48

จำนวนแยกรายได้ตามและช่วงเวลาในการเติมเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน

		ช่วงเวลา				รวม
		00.00-06.00	06.01-12.00	12.01-18.00	18.01-23.59	
รายได้	ต่ำกว่า 10,000	0	20	31	41	92
	10000-20000	1	20	41	61	123
	20001-30000	0	12	30	43	85
	30001-40000	4	5	9	26	44
	40001-50000	1	2	15	23	41
	60000ขึ้นไป	1	2	6	6	15
รวม		7	61	132	200	400

จากตาราง 4.48 พบว่าค่า Significance ของสถิติทดสอบ Pearson Chi-square มีค่า 0.017 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ตามระดับนัยสำคัญที่กำหนด จึงสรุปว่าปฏิเสธสมมติฐานที่ว่าผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน จะมีช่วงเวลาในการเติมเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน

ดังนั้นแสดงว่า รายได้กับช่วงเวลาในการเติมเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินมี
ความสัมพันธ์กัน

สมมติฐานย่อย 1.35 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน ช่วงเวลาในการเติมเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน ช่วงเวลาในการเติมเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน ช่วงเวลาในการเติมเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.49

จำนวนแยกตามอาชีพและช่วงเวลาในการเติมเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน

		ช่วงเวลา				รวม
		00.00-06.00	06.01-12.00	12.01-18.00	18.01-23.59	
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	0	7	19	33	59
	ข้าราชการ/พนักงาน	2	17	62	34	115
	รัฐวิสาหกิจ	4	16	27	84	131
	พนักงานบริษัทเอกชน	1	5	11	35	52
	แม่บ้าน/พ่อบ้าน	0	9	2	5	16
	อื่นๆ(ลูกจ้างชั่วคราว)	0	7	11	9	27
	รวม	7	61	132	200	400

จากตาราง 4.49 พบว่าค่า Significance ของสถิติทดสอบ Pearson Chi-square มีค่า 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ตามระดับนัยสำคัญที่กำหนด จึงสรุปว่าปฏิเสธสมมติฐานที่ว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีช่วงเวลาในการเติมเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน ดังนั้นแสดงว่า อาชีพกับช่วงเวลาในการเติมเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินมีความสัมพันธ์กัน

สมมติฐานย่อย 1.36 ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน จะเลือกวิธีการเติมเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน จะเลือกวิธีการเติมเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน จะเลือกวิธีการเติมเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.50

จำนวนแยกตามเพศและวิธีการเติมเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน

		ช่องทาง				รวม
		บัตรเติมเงิน	ช่องทางธนาคาร	สำนักบริการ	ผ่านคนขาย	
เพศ	ชาย	123	30	19	16	188
	หญิง	127	44	15	26	212
รวม		250	74	34	42	400

จากตาราง 4.50 พบว่าค่า Significance ของสถิติทดสอบ Pearson Chi-square มีค่า 0.247 ซึ่งมากกว่า 0.05 ตามระดับนัยสำคัญที่กำหนด จึงสรุปว่ายอมรับสมมติฐานที่ว่าผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีวิธีการเติมเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อย 1.37 ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน จะเลือกวิธีการเติมเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน จะเลือกวิธีการเติมเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน จะเลือกวิธีการเติมเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.51

จำนวนแยกตามอายุและวิธีการเติมเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน

		ช่องทาง				รวม
		บัตรเติมเงิน	ช่องทางธนาคาร	สำนักบริการ	ผ่านคนขาย	
อายุ	ต่ำกว่า 20	16	3	3	2	24
	20-29	134	44	13	20	211
	30-39	51	11	3	6	71
	40-49	26	8	3	9	46
	50-59	16	5	7	1	29
	60 ขึ้นไป	7	3	5	4	19
รวม		250	74	34	42	400

จากตาราง 4.51 พบว่าค่า Significance ของสถิติทดสอบ Pearson Chi-square มีค่า 0.007 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ตามระดับนัยสำคัญที่กำหนด จึงสรุปว่าปฏิเสธสมมติฐานที่ว่าผู้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน จะเลือกวิธีการเติมเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน ดังนั้น แสดงว่า อายุกับวิธีการเติมเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินมีความสัมพันธ์กัน

สมมติฐานย่อย 1.38 ผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาแตกต่างกัน จะเลือกวิธีการเติมเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาแตกต่างกัน จะเลือกวิธีการเติมเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาแตกต่างกัน จะเลือกวิธีการเติมเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.52

จำนวนแยกตามการศึกษาและวิธีการเติมเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน

		ช่องทาง				รวม
		บัตรเติมเงิน	ช่องทางธนาคาร	สำนักบริการ	ผ่านคนขาย	
การศึกษา	มัธยมศึกษา/ปวช.	45	9	9	8	71
	อนุปริญญา/ปวส.	25	13	4	5	47
	ปริญญาตรี	147	43	15	27	232
	สูงกว่าปริญญาตรี	33	9	6	2	50
รวม		250	74	34	42	400

จากตาราง 4.52 พบว่าค่า Significance ของสถิติทดสอบ Pearson Chi-square มีค่า 0.361 ซึ่งมากกว่า 0.05 ตามระดับนัยสำคัญที่กำหนด จึงสรุปว่ายอมรับสมมติฐานที่ว่าผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาแตกต่างกัน จะมีวิธีการเติมเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อย 1.39 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน จะเลือกวิธีการเติมเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน จะเลือกวิธีการเติมเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน จะเลือกวิธีการเติมเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.53

จำนวนแยกตามรายได้และวิธีการเติมเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน

		ช่องทาง				รวม
		บัตรเติมเงิน	ช่องทางธนาคาร	สำนักบริการ	ผ่านคนขาย	
รายได้	ต่ำกว่า 10,000	58	10	10	14	92
	10000-20000	72	31	12	8	123
	20001-30000	53	16	1	15	85
	30001-40000	29	9	5	1	44
	40001-50000	26	6	6	3	41
	60000ขึ้นไป	12	2	0	1	15
รวม		250	74	34	42	400

จากตาราง 4.53 พบว่าค่า Significance ของสถิติทดสอบ Pearson Chi-square มีค่า 0.017 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ตามระดับนัยสำคัญที่กำหนด จึงสรุปว่าปฏิเสธสมมติฐานที่ว่าผู้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน จะเลือกวิธีการเติมเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน ดังนั้นแสดงว่า รายได้กับวิธีการเติมเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินมีความสัมพันธ์กัน

สมมติฐานย่อย 1.40 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะเลือกวิธีการเติมเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะเลือกวิธีการเติมเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะเลือกวิธีการเติมเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.54

จำนวนแยกตามอาชีพและวิธีการเติมเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน

	ช่องทาง				รวม
	บัตรเติมเงิน	ช่องทางธนาคาร	สำนักบริการ	ผ่านคนขาย	
อาชีพ					
นักเรียน/นักศึกษา	32	14	7	6	59
ข้าราชการ/พนักงาน	71	19	7	18	115
รัฐวิสาหกิจ					
พนักงานบริษัทเอกชน	92	22	9	8	131
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	29	13	5	5	52
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	8	2	3	3	16
อื่นๆ(ลูกจ้างชั่วคราว)	18	4	3	2	27
รวม	250	74	34	42	400

จากตาราง 4.54 พบว่าค่า Significance ของสถิติทดสอบ Pearson Chi-square มีค่า 0.339 ซึ่งมากกว่า 0.05 ตามระดับนัยสำคัญที่กำหนด จึงสรุปว่ายอมรับสมมติฐานที่ว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีวิธีการเติมเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.55

ตารางสรุปการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ คือ เพศ อายุ การศึกษา รายได้ อาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมเงิน

พฤติกรรมการเติมเงิน	ปัจจัยส่วนบุคคล				
	เพศ	อายุ	การศึกษา	รายได้	อาชีพ
ระบบเครือข่าย	ไม่สัมพันธ์	สัมพันธ์	สัมพันธ์	สัมพันธ์	สัมพันธ์
ระยะเวลาที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่	ไม่สัมพันธ์	สัมพันธ์	สัมพันธ์	สัมพันธ์	สัมพันธ์
ความถี่ในการเติมเงิน	ไม่สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์	สัมพันธ์	สัมพันธ์
จำนวนเงินที่เติม	ไม่สัมพันธ์	สัมพันธ์	สัมพันธ์	สัมพันธ์	สัมพันธ์
จำนวนเงินคงเหลือ	สัมพันธ์	สัมพันธ์	สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์	สัมพันธ์
ผู้เติมเงิน	ไม่สัมพันธ์	สัมพันธ์	สัมพันธ์	สัมพันธ์	สัมพันธ์
ช่วงเวลาในการเติม	ไม่สัมพันธ์	สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์	สัมพันธ์	สัมพันธ์
ช่องทางการเติมเงิน	ไม่สัมพันธ์	สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์	สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ มีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางการตลาด (4Ps) ของการใช้บริการทางการเงินที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.1 เพศมีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ของการใช้บริการทางการเงินที่แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ของการใช้บริการทางการเงินไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ของการใช้บริการทางการเงินแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.56

จำนวนแยกตามเพศและการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ของการใช้บริการทางการเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน

ปัจจัย	เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	t	Sig.
สามารถเติมเงินได้ตลอดเวลา	ชาย	188	3.85	1.183	-4.79	0.632
	หญิง	212	3.91	1.084		
วิธีการเติมเงินปลอดภัยและมั่นใจในการเติมเงินได้	ชาย	188	4.28	0.709	0.373	0.709
	หญิง	212	4.25	0.749		
สามารถใช้บริการเพื่อเติมเงินได้รวดเร็ว ทันใจ	ชาย	188	4.07	0.898	-1.557	0.120
	หญิง	212	4.21	0.799		
มีวิธีการเติมเงินที่ทันสมัย	ชาย	188	3.11	1.395	-6.72	0.502
	หญิง	212	3.20	1.324		
วิธีการเติมเงินง่ายไม่ซับซ้อน	ชาย	188	4.18	0.807	-1.408	0.160
	หญิง	212	4.29	0.772		

จากตาราง 4.56 พบว่าค่า Significance ของสถิติทดสอบ T-test ของปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่ามากกว่า 0.05 ตามระดับนัยสำคัญในทุกปัจจัย จึงสรุปว่ายอมรับสมมติฐานที่ว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ของการใช้บริการทางการเงินไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.3 อายุมีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ของการใช้บริการทางการเงินที่แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ของการใช้บริการทางการเงินไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ของการใช้บริการทางการเงินแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.57

จำนวนแยกตามอายุและการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ของการใช้บริการทางการเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน

ปัจจัย	อายุ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	F	Sig.
สามารถเติมเงินได้ตลอดเวลา	ต่ำกว่า 20	24	3.79	1.414	3.690	0.003
	20-29	211	4.02	0.976		
	30-39	71	3.73	1.264		
	40-49	46	3.96	1.074		
	50-59	29	3.79	1.236		
	60 ขึ้นไป	19	3.88	1.393		
วิธีการเติมเงินปลอดภัยและมั่นใจในการเติมเงินได้	ต่ำกว่า 20	24	4.25	0.794	1.054	0.385
	20-29	211	4.24	0.732		
	30-39	71	4.24	0.746		
	40-49	46	4.30	0.695		
	50-59	29	4.24	0.739		
	60 ขึ้นไป	19	4.63	0.597		
สามารถใช้บริการเพื่อเติมเงินได้รวดเร็ว ทันใจ	ต่ำกว่า 20	24	4.25	0.676	2.178	0.056
	20-29	211	4.23	0.792		
	30-39	71	3.93	0.961		
	40-49	46	4.20	0.859		
	50-59	29	4.10	0.817		
	60 ขึ้นไป	19	3.79	1.084		

ตารางที่ 4.57(ต่อ)

จำนวนแยกตามอายุและการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ของการใช้บริการทางการเงิน
 เติมนเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมนเงิน

ปัจจัย	อายุ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	F	Sig.
มีวิธีการเติมนเงินที่ทันสมัย	ต่ำกว่า20	24	2.88	1.569	5.052	0.000
	20-29	211	3.42	1.253		
	30-39	71	3.13	1.341		
	40-49	46	2.83	1.305		
	50-59	29	2.55	1.454		
	60 ขึ้นไป	19	2.37	1.535		
วิธีการเติมนเงินง่ายไม่ซับซ้อน	ต่ำกว่า20	24	4.08	0.776	1.333	0.249
	20-29	211	4.30	0.758		
	30-39	71	4.17	0.862		
	40-49	46	4.28	0.779		
	50-59	29	4.24	0.786		
	60 ขึ้นไป	19	3.89	0.875		

จากตาราง 4.57 พบว่าค่า Significance ของสถิติทดสอบ One-way ANOVA ของปัจจัยสามารถเติมนเงินได้ตลอดเวลา และมีวิธีการเติมนเงินที่ทันสมัย มีค่าน้อยกว่า 0.05 ตามระดับนัยสำคัญที่กำหนด จึงสรุปว่าปฏิเสธสมมติฐานที่ว่าผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ของการใช้บริการทางการเงินไม่แตกต่างกัน ดังนั้น แสดงว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกันจะให้ความสำคัญกับปัจจัยในเรื่องสามารถเติมนเงินได้ตลอดเวลา และมีวิธีการเติมนเงินที่ทันสมัยแตกต่างกัน

และพบว่าค่า Significance ของสถิติทดสอบ One-way ANOVA ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในด้านอื่นๆ มีค่ามากกว่า 0.05 ตามระดับนัยสำคัญ จึงสรุปได้ว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกันจะให้ความสำคัญกับปัจจัยในด้านอื่นๆนอกจาก 2 ปัจจัยข้างต้นในด้านผลิตภัณฑ์ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.4 การศึกษามีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ของการใช้บริการทางการเงินที่แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาแตกต่างกัน จะมีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ของการใช้บริการทางการเงินไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาแตกต่างกัน มีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ของการใช้บริการทางการเงินแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.58

จำนวนแยกตามการศึกษาและการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ของการใช้บริการทางการเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน

ปัจจัย	การศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	F	Sig.
สามารถเติมเงินได้ตลอดเวลา	มัธยมศึกษา/ปวช.	71	3.42	1.359	6.746	0.000
	อนุปริญญา/ปวส.	47	3.70	1.232		
	ปริญญาตรี	232	4.07	0.973		
	สูงกว่าปริญญาตรี	50	3.82	1.173		
วิธีการเติมเงินปลอดภัยและมั่นใจในการเติมเงินได้	มัธยมศึกษา/ปวช.	71	4.32	0.713	0.311	0.817
	อนุปริญญา/ปวส.	47	4.32	0.726		
	ปริญญาตรี	232	4.25	0.718		
	สูงกว่าปริญญาตรี	50	4.24	0.822		
สามารถใช้บริการเพื่อเติมเงินได้รวดเร็วทันใจ	มัธยมศึกษา/ปวช.	71	4.04	0.917	2.709	0.045
	อนุปริญญา/ปวส.	47	3.91	0.929		
	ปริญญาตรี	232	4.18	0.794		
	สูงกว่าปริญญาตรี	50	4.36	0.875		
มีวิธีการเติมเงินที่ทันสมัย	มัธยมศึกษา/ปวช.	71	2.72	1.649	4.403	0.005
	อนุปริญญา/ปวส.	47	2.89	1.463		
	ปริญญาตรี	232	3.29	1.224		
	สูงกว่าปริญญาตรี	50	3.38	1.244		

ตารางที่4.58(ต่อ)

จำนวนแยกตามการศึกษาและการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ของการใช้บริการ
ทางการเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน

ปัจจัย	การศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	F	Sig.
วิธีการเติมเงินง่ายไม่ ซับซ้อน	มัธยมศึกษา/ปวช.	71	4.08	0.806	3.666	0.012
	อนุปริญญา/ปวส.	47	4.04	0.833		
	ปริญญาตรี	232	4.28	0.757		
	สูงกว่าปริญญาตรี	50	4.48	0.814		

จากตาราง4.58 พบว่าค่า Significance ของสถิติทดสอบ One-way ANOVA ของปัจจัยสามารถเติมเงินได้ตลอดเวลา สามารถใช้บริการเพื่อเติมเงินได้รวดเร็ว ทันใจ มีวิธีการเติมเงินที่ทันสมัย และวิธีการเติมเงินง่ายไม่ซับซ้อน มีค่าน้อยกว่า 0.05 ตามระดับนัยสำคัญที่กำหนด จึงสรุปว่าปฏิเสธสมมติฐานที่ว่าผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาแตกต่างกัน จะมีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ของการใช้บริการทางการเงินไม่แตกต่างกัน ดังนั้นแสดงว่าผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกันจะให้ความสำคัญกับปัจจัยในเรื่องปัจจัยสามารถเติมเงินได้ตลอดเวลา สามารถใช้บริการเพื่อเติมเงินได้รวดเร็ว ทันใจ มีวิธีการเติมเงินที่ทันสมัย และวิธีการเติมเงินง่ายไม่ซับซ้อน แตกต่างกัน

และพบว่าค่า Significance ของสถิติทดสอบ One-way ANOVA ของปัจจัยวิธีการเติมเงินปลอดภัยและมั่นใจในการเติมเงินได้ มีค่ามากกว่า 0.05 ตามระดับนัยสำคัญ จึงสรุปได้ว่าผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาต่างกันจะให้ความสำคัญกับปัจจัยในด้านวิธีการเติมเงินปลอดภัยและมั่นใจในการเติมเงินได้ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.5 รายได้มีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ของการใช้บริการทางการเงินที่แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน จะมีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ของการใช้บริการทางการเงินไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน มีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ของการใช้บริการทางการเงินแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.59

จำนวนแยกตามรายได้และการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ของการใช้บริการทางการเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน

ปัจจัย	รายได้	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	F	Sig.
สามารถเติมเงินได้ตลอดเวลา	ต่ำกว่า 10,000	92	3.55	1.304	2.348	0.40
	10000-20000	123	3.99	1.083		
	20001-30000	85	4.07	1.021		
	30001-40000	44	3.91	0.984		
	40001-50000	41	3.90	1.114		
	60000ขึ้นไป	15	3.73	1.163		
วิธีการเติมเงินปลอดภัยและมั่นใจในการเติมเงินได้	ต่ำกว่า 10,000	92	4.37	0.707	4.024	0.001
	10000-20000	123	4.34	0.651		
	20001-30000	85	4.35	0.702		
	30001-40000	44	3.89	0.841		
	40001-50000	41	4.15	0.760		
	60000ขึ้นไป	15	4.00	0.845		
สามารถใช้บริการเพื่อเติมเงินได้รวดเร็ว ทันใจ	ต่ำกว่า 10,000	92	4.11	0.870	1.192	0.312
	10000-20000	123	4.09	0.887		
	20001-30000	85	4.26	0.742		
	30001-40000	44	4.14	0.878		
	40001-50000	41	4.29	0.901		
	60000ขึ้นไป	15	3.80	0.676		

ตารางที่ 4.59(ต่อ)

จำนวนแยกตามรายได้และการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ของการใช้บริการ
ทางการเติมเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน

ปัจจัย	รายได้	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	F	Sig.
มีวิธีการเติมเงินที่ทันสมัย	ต่ำกว่า 10,000	92	3.00	1.468	0.423	0.833
	10000-20000	123	3.24	1.362		
	20001-30000	85	3.21	1.415		
	30001-40000	44	3.23	1.198		
	40001-50000	41	3.12	1.288		
	60000ขึ้นไป	15	3.00	0.926		
วิธีการเติมเงินง่ายไม่ซับซ้อน	ต่ำกว่า 10,000	92	4.13	0.759	0.883	0.492
	10000-20000	123	4.21	0.812		
	20001-30000	85	4.32	0.790		
	30001-40000	44	4.34	0.713		
	40001-50000	41	4.34	0.883		
	60000ขึ้นไป	15	4.13	0.743		

จากตาราง 4.59 พบว่าค่า Significance ของสถิติทดสอบ One-way ANOVA ของปัจจัยวิธีการเติมเงินปลอดภัยและมั่นใจในการเติมเงินได้ มีค่าน้อยกว่า 0.05 ตามระดับนัยสำคัญที่กำหนด จึงสรุปว่าปฏิเสธสมมติฐานที่ว่าผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน จะมีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ของการใช้บริการทางการเติมเงินไม่แตกต่างกัน ดังนั้น แสดงว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่างกันจะให้ความสำคัญกับปัจจัยในเรื่องวิธีการเติมเงินปลอดภัยและมั่นใจในการเติมเงินได้แตกต่างกัน

และพบว่าค่า Significance ของสถิติทดสอบ One-way ANOVA ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในด้านอื่นๆ มีค่ามากกว่า 0.05 ตามระดับนัยสำคัญ จึงสรุปได้ว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่างกันจะให้ความสำคัญกับปัจจัยในด้านอื่นๆนอกจาก ปัจจัยวิธีการเติมเงินปลอดภัยและมั่นใจในการเติมเงินได้ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.6 อาชีพมีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ของการใช้บริการทางการเงินที่แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ของการใช้บริการทางการเงินไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ของการใช้บริการทางการเงินแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.60

จำนวนแยกตามอาชีพและการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ของการใช้บริการทางการเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน

ปัจจัย	อาชีพ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	F	Sig.
สามารถเติมเงินได้ ตลอดเวลา	นักเรียน/นักศึกษา	59	4.17	1.147	4.793	0.000
	ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	115	4.04	1.095		
	พนักงานบริษัทเอกชน	131	3.82	1.041		
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	52	3.90	1.176		
	แม่บ้าน/พ่อบ้าน	16	3.13	1.088		
	อื่นๆ(ลูกจ้างชั่วคราว)	27	3.22	1.219		
	วิธีการเติมเงิน ปลอดภัยและมั่นใจ ในการเติมเงินได้	นักเรียน/นักศึกษา	59	4.47		
ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		115	4.32	0.732		
พนักงานบริษัทเอกชน		131	4.02	0.723		
ประกอบธุรกิจส่วนตัว		52	4.48	0.641		
แม่บ้าน/พ่อบ้าน		16	4.38	0.619		
อื่นๆ(ลูกจ้างชั่วคราว)		27	4.33	0.784		

ตารางที่ 4.60(ต่อ)

จำนวนแยกตามอาชีพและการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ของการใช้บริการ
ทางการเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน

ปัจจัย	อาชีพ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	F	Sig.			
สามารถใช้บริการเพื่อเติมเงินได้รวดเร็ว ทันใจ	นักเรียน/นักศึกษา	59	4.27	0.611	1.917	0.091			
	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	115	4.15	0.840					
	พนักงานบริษัทเอกชน	131	4.24	0.860					
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	52	3.94	0.850					
	แม่บ้าน/พ่อบ้าน	16	3.88	1.025					
	อื่นๆ(ลูกจ้างชั่วคราว)	27	3.93	1.072					
	มีวิธีการเติมเงินที่ทันสมัย	นักเรียน/นักศึกษา	59	2.92			1.318	5.688	0.000
		ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	115	3.20			1.326		
พนักงานบริษัทเอกชน		131	3.56	1.068					
ประกอบธุรกิจส่วนตัว		52	2.54	1.602					
แม่บ้าน/พ่อบ้าน		16	2.75	1.693					
อื่นๆ(ลูกจ้างชั่วคราว)		27	2.93	1.412					
วิธีการเติมเงินง่ายไม่ซับซ้อน		นักเรียน/นักศึกษา	59	4.08	0.794	3.831	0.002		
		ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	115	4.30	0.749				
	พนักงานบริษัทเอกชน	131	4.43	0.724					
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	52	3.98	0.918					
	แม่บ้าน/พ่อบ้าน	16	4.00	0.816					
	อื่นๆ(ลูกจ้างชั่วคราว)	27	4.07	0.781					

จากตาราง 4.60 พบว่าค่า Significance ของสถิติทดสอบ One-way ANOVA ของปัจจัยสามารถเติมเงินได้ตลอดเวลา วิธีการเติมเงินปลอดภัยและมั่นใจในการเติมเงินได้ มีวิธีการเติมเงินที่ทันสมัย และวิธีการเติมเงินง่ายไม่ซับซ้อน มีค่าน้อยกว่า 0.05 ตามระดับนัยสำคัญที่กำหนด จึงสรุปว่าปฏิเสณสมมติฐานที่ว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ของการใช้บริการทางการเงินไม่แตกต่างกัน ดังนั้นแสดงว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างกันจะให้ความสำคัญกับปัจจัยในเรื่องสามารถเติมเงินได้ตลอดเวลา วิธีการเติมเงินปลอดภัยและมั่นใจในการเติมเงิน มีวิธีการเติมเงินที่ทันสมัย มีวิธีการเติมเงินง่ายไม่ซับซ้อนแตกต่างกัน

และพบว่าค่า Significance ของสถิติทดสอบ One-way ANOVA ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในด้านสามารถใช้บริการเพื่อเติมเงินได้รวดเร็ว ทันใจ มีค่ามากกว่า 0.05 ตามระดับนัยสำคัญ จึงสรุปได้ว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างกันจะให้ความสำคัญกับปัจจัยในด้านสามารถใช้บริการเพื่อเติมเงินได้รวดเร็ว ทันใจนอกจากปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์อื่นๆ ตามข้างต้นไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.7 เพศมีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านราคาของการใช้บริการทางการเงินที่แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านราคาของการใช้บริการทางการเงินไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านราคาของการใช้บริการทางการเงินแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.61

จำนวนแยกตามเพศและการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านราคาของการใช้บริการทางการเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน

ปัจจัย	เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	t	Sig.
สามารถเลือกจำนวนเงินตามที่ต้องการได้	ชาย	188	3.89	1.221	-.913	0.362
	หญิง	212	4.00	1.108		
ไม่มีการกำหนดจำนวนเงินขั้นต่ำในการเติมเงิน	ชาย	188	3.57	1.152	-.960	0.337
	หญิง	212	3.68	1.136		
มีราคาให้เลือกเติมเงินได้หลายระดับ	ชาย	188	3.85	0.944	-.845	0.399
	หญิง	212	3.92	0.915		

จากตาราง 4.61 พบว่าค่า Significance ของสถิติทดสอบ T-test ของปัจจัยทางด้านราคามีค่ามากกว่า 0.05 ตามระดับนัยสำคัญในทุกปัจจัย จึงสรุปว่ายอมรับสมมติฐานที่ว่าผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านราคาของการใช้บริการทางการเงินไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.8 อายุมีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านผลิตรายการของการใช้บริการทางการเงินที่แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านราคาของการใช้บริการทางการเงินไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านราคาของการใช้บริการทางการเงินแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.62

จำนวนแยกตามอายุและการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านราคาของการใช้บริการทางการเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน

ปัจจัย	อายุ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	F	Sig.
สามารถเลือกจำนวนเงินตามที่ต้องการได้	ต่ำกว่า 20	24	3.79	1.250	3.403	0.005
	20-29	211	4.09	1.020		
	30-39	71	3.93	1.199		
	40-49	46	3.96	1.228		
	50-59	29	3.66	1.289		
	60 ขึ้นไป	19	3.05	1.615		
ไม่มีการกำหนดจำนวนเงินขั้นต่ำในการเติมเงิน	ต่ำกว่า 20	24	3.42	1.381	0.517	0.764
	20-29	211	3.61	1.104		
	30-39	71	3.61	1.115		
	40-49	46	3.65	1.140		
	50-59	29	3.72	1.222		
	60 ขึ้นไป	19	3.95	1.311		
มีราคาให้เลือกเติมเงินได้หลายระดับ	ต่ำกว่า 20	24	3.92	0.881	0.710	0.616
	20-29	211	3.85	0.896		
	30-39	71	3.90	0.943		
	40-49	46	3.89	0.994		
	50-59	29	4.17	0.848		
	60 ขึ้นไป	19	3.74	1.240		

จากตาราง 4.62 พบว่าค่า Significance ของสถิติทดสอบ One-way ANOVA ของปัจจัยสามารถเลือกจำนวนเงินตามที่ต้องการได้ มีค่าน้อยกว่า 0.05 ตามระดับนัยสำคัญที่กำหนด จึงสรุปว่าปฏิเสธสมมติฐานที่ว่าผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านราคาของการใช้บริการทางการเงินไม่แตกต่างกัน ดังนั้นแสดงว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกันจะให้ความสำคัญกับปัจจัยในเรื่องสามารถเลือกจำนวนเงินตามที่ต้องการได้แตกต่างกัน

และพบว่าค่า Significance ของสถิติทดสอบ One-way ANOVA ของปัจจัยด้านราคาในด้านอื่นๆ ที่นอกเหนือจากปัจจัยสามารถเลือกจำนวนเงินตามที่ต้องการได้ มีค่ามากกว่า 0.05 ตามระดับนัยสำคัญ จึงสรุปได้ว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกันจะให้ความสำคัญกับปัจจัยในด้านอื่นๆ นอกจากปัจจัยสามารถเลือกจำนวนเงินตามที่ต้องการได้ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.9 การศึกษามีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านราคาของการใช้บริการทางการเงินที่แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาแตกต่างกัน จะมีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านราคาของการใช้บริการทางการเงินไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาแตกต่างกัน มีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านราคาของการใช้บริการทางการเงินแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.63

จำนวนแยกตามการศึกษาและการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านราคาของการใช้บริการทางการเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน

ปัจจัย	การศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	F	Sig.
สามารถเลือกจำนวนเงินตามที่ต้องการได้	มัธยมศึกษา/ปวช.	71	3.35	1.385	9.823	0.000
	อนุปริญญา/ปวส.	47	3.74	1.359		
	ปริญญาตรี	232	4.10	0.991		
	สูงกว่าปริญญาตรี	50	4.26	1.065		
ไม่มีการกำหนดจำนวนเงินขั้นต่ำในการเติมเงิน	มัธยมศึกษา/ปวช.	71	3.62	1.269	0.093	0.964
	อนุปริญญา/ปวส.	47	3.68	1.287		
	ปริญญาตรี	232	3.61	1.107		
	สูงกว่าปริญญาตรี	50	3.68	0.999		
มีราคาให้เลือกเติมเงินได้หลายระดับ	มัธยมศึกษา/ปวช.	71	3.90	1.058	0.546	0.651
	อนุปริญญา/ปวส.	47	4.04	0.833		
	ปริญญาตรี	232	3.85	0.924		
	สูงกว่าปริญญาตรี	50	3.88	0.849		

จากตาราง 4.63 พบว่าค่า Significance ของสถิติทดสอบ One-way ANOVA ของปัจจัยสามารถเลือกจำนวนเงินตามที่ต้องการได้ มีค่าน้อยกว่า 0.05 ตามระดับนัยสำคัญที่กำหนด จึงสรุปว่าปฏิเสธสมมติฐานที่ว่าผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาแตกต่างกัน จะมีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านราคาของการใช้บริการทางการเงินไม่แตกต่างกัน ดังนั้นแสดงว่า

ผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาต่างกันจะให้ความสำคัญกับปัจจัยในเรื่องสามารถเลือกจำนวนเงินตามที่ต้องการได้แตกต่างกัน

และพบว่าค่า Significance ของสถิติทดสอบ One-way ANOVA ของปัจจัยด้านราคาในด้านอื่นๆ ที่นอกเหนือจากปัจจัยสามารถเลือกจำนวนเงินตามที่ต้องการได้ มีค่ามากกว่า 0.05 ตามระดับนัยสำคัญ จึงสรุปได้ว่า ผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาต่างกันจะให้ความสำคัญกับปัจจัยในด้านอื่นๆ นอกจากปัจจัยสามารถเลือกจำนวนเงินตามที่ต้องการได้ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.10 รายได้มีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านราคาของการใช้บริการทางการเงินที่แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน จะมีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านราคาของการใช้บริการทางการเงินไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน มีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านราคาของการใช้บริการทางการเงินแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.64

จำนวนแยกตามรายได้และการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านราคาของการใช้บริการทางการเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน

ปัจจัย	รายได้	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	F	Sig.
สามารถเลือกจำนวนเงินตามที่ต้องการได้	ต่ำกว่า 10,000	92	3.71	1.322	2.225	0.051
	10000-20000	123	4.03	1.008		
	20001-30000	85	3.80	1.280		
	30001-40000	44	4.09	1.007		
	40001-50000	41	4.32	1.128		
	60000ขึ้นไป	15	4.07	0.799		
ไม่มีการกำหนดจำนวนเงินขั้นต่ำในการเติมเงิน	ต่ำกว่า 10,000	92	3.70	1.174	2.384	0.038
	10000-20000	123	3.39	1.199		
	20001-30000	85	3.93	1.142		
	30001-40000	44	3.61	0.895		
	40001-50000	41	3.56	1.097		
	60000ขึ้นไป	15	3.67	0.976		
มีราคาให้เลือกเติมเงินได้หลายระดับ	ต่ำกว่า 10,000	92	3.89	0.966	0.885	0.511
	10000-20000	123	3.93	0.885		
	20001-30000	85	3.95	1.068		
	30001-40000	44	3.68	0.708		
	40001-50000	41	3.76	0.916		
	60000ขึ้นไป	15	4.07	0.799		

จากตาราง 4.64 พบว่าค่า Significance ของสถิติทดสอบ One-way ANOVA ของปัจจัยไม่มีการกำหนดจำนวนเงินขั้นต่ำในการเติมเงิน มีค่าน้อยกว่า 0.05 ตามระดับนัยสำคัญที่กำหนด จึงสรุปว่าปฏิเสธสมมติฐานที่ว่าผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน จะมีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านราคาของการใช้บริการทางการเติมเงินไม่แตกต่างกัน ดังนั้นแสดงว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่างกันจะให้ความสำคัญกับปัจจัยในเรื่องไม่มีการกำหนดจำนวนเงินขั้นต่ำในการเติมเงินแตกต่างกัน

และพบว่าค่า Significance ของสถิติทดสอบ One-way ANOVA ของปัจจัยด้านราคาในด้านอื่นๆ ที่นอกเหนือจากปัจจัยไม่มีการกำหนดจำนวนเงินขั้นต่ำในการเติมเงิน มีค่ามากกว่า 0.05 ตามระดับนัยสำคัญ จึงสรุปได้ว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่างกันจะให้ความสำคัญกับปัจจัยในด้านอื่นๆ นอกจากปัจจัยไม่มีการกำหนดจำนวนเงินขั้นต่ำในการเติมเงินไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.11 อาชีพมีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านราคาของการใช้บริการทางการเงินที่แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านราคาของการใช้บริการทางการเงินไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านราคาของการใช้บริการทางการเงินแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.65

จำนวนแยกตามอาชีพและการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านราคาของการใช้บริการทางการเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน

ปัจจัย	อาชีพ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	F	Sig.
สามารถเลือกจำนวนเงินตามที่ต้องการได้	นักเรียน/นักศึกษา	59	3.98	1.152	6.652	0.000
	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	115	3.99	1.104		
	พนักงานบริษัทเอกชน	131	4.26	0.933		
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	52	3.31	1.365		
	แม่บ้าน/พ่อบ้าน	16	3.74	1.493		
	อื่นๆ(ลูกจ้างชั่วคราว)	27	3.95	1.228		
	ไม่มีการกำหนดจำนวนเงินขั้นต่ำในการเติมเงิน	นักเรียน/นักศึกษา	59	3.73		
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ		115	3.62	1.121		
พนักงานบริษัทเอกชน		131	3.45	1.061		
ประกอบธุรกิจส่วนตัว		52	4.04	1.137		
แม่บ้าน/พ่อบ้าน		16	3.81	1.223		
อื่นๆ(ลูกจ้างชั่วคราว)		27	3.41	1.366		

ตารางที่ 4.65 (ต่อ)

จำนวนแยกตามอาชีพและการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ของการใช้บริการ
ทางการเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน

ปัจจัย	อาชีพ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	F	Sig.
มีราคาให้เลือกเติมเงินได้ หลายระดับ	นักเรียน/นักศึกษา	59	3.92	1.022	2.292	0.045
	ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	115	4.01	0.903		
	พนักงาน บริษัทเอกชน	131	3.73	0.833		
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	52	4.12	0.983		
	แม่บ้าน/พ่อบ้าน	16	3.94	0.998		
	อื่นๆ(ลูกจ้างชั่วคราว)	27	3.63	1.006		

จากตาราง 4.65 พบว่าค่า Significance ของสถิติทดสอบ One-way ANOVA ของปัจจัยทางด้านราคา มีค่าน้อยกว่า 0.05 ตามระดับนัยสำคัญที่กำหนด จึงสรุปว่าปฏิเสธสมมติฐานที่ว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านราคาของการใช้บริการทางการเงินไม่แตกต่างกัน ดังนั้นแสดงว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่างกันจะให้ความสำคัญกับปัจจัยในเรื่องราคาแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.12 เพศมีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านการจัดจำหน่ายของการใช้บริการทางการเงินที่แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านการจัดจำหน่ายของการใช้บริการทางการเงินไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านการจัดจำหน่ายของการใช้บริการทางการเงินแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.66

จำนวนแยกตามเพศและการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านการจัดจำหน่ายของการใช้บริการทางการเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน

ปัจจัย	เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	t	Sig.
สามารถเติมเงินได้ด้วยตัวเอง	ชาย	188	3.79	1.239	-0.298	0.766
	หญิง	212	3.83	1.284		
สามารถหาที่เติมเงินได้ง่าย	ชาย	188	4.17	0.867	-0.427	0.669
	หญิง	212	4.21	0.879		
มีเจ้าหน้าที่ให้บริการและคำแนะนำในการเติมเงิน	ชาย	188	3.00	1.050	-1.215	0.225
	หญิง	212	3.13	1.043		

จากตาราง 4.66 พบว่าค่า Significance ของสถิติทดสอบ T-test ของปัจจัยทางด้านการจัดจำหน่ายมีค่ามากกว่า 0.05 ตามระดับนัยสำคัญในทุกปัจจัย จึงสรุปว่ายอมรับสมมติฐานที่ว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านการจัดจำหน่ายของการใช้บริการทางการเงินไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.13 อายุมีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านการจัดจำหน่ายของการใช้บริการทางการเงินที่แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านการจัดจำหน่ายของการใช้บริการทางการเงินไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านการจัดจำหน่ายของการใช้บริการทางการเงินแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.67

จำนวนแยกตามอายุและการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านการจัดจำหน่ายของการใช้บริการทางการเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน

ปัจจัย	อายุ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	F	Sig.
สามารถเติมเงินได้ด้วยตัวเอง	ต่ำกว่า 20	24	3.17	1.633	9.270	0.000
	20-29	211	4.07	1.078		
	30-39	71	3.72	1.221		
	40-49	46	3.93	1.124		
	50-59	29	3.51	1.524		
	60 ขึ้นไป	19	2.42	1.427		
สามารถหาที่เติมเงินได้ง่าย	ต่ำกว่า 20	24	4.00	1.103	6.864	0.000
	20-29	211	4.38	0.756		
	30-39	71	3.92	1.011		
	40-49	46	4.20	0.749		
	50-59	29	4.07	0.884		
	60 ขึ้นไป	19	3.47	0.841		
มีเจ้าหน้าที่ให้บริการและคำแนะนำในการเติมเงิน	ต่ำกว่า 20	24	2.79	1.021	1.041	0.409
	20-29	211	3.11	1.029		
	30-39	71	3.17	1.055		
	40-49	46	3.09	1.170		
	50-59	29	2.93	0.842		
	60 ขึ้นไป	19	2.74	1.195		

จากตาราง 4.67 พบว่าค่า Significance ของสถิติทดสอบ One-way ANOVA ของปัจจัยสามารถเติมเงินได้ด้วยตัวเอง และสามารถหาที่เติมเงินได้ง่าย มีค่าน้อยกว่า 0.05 ตามระดับนัยสำคัญที่กำหนด จึงสรุปว่าปฏิเสธสมมติฐานที่ว่าผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านการจัดจำหน่ายของการใช้บริการทางการเงินไม่แตกต่างกัน ดังนั้นแสดงว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกันจะให้ความสำคัญกับปัจจัยในเรื่องสามารถเติมเงินได้ด้วยตัวเอง และสามารถหาที่เติมเงินได้ง่าย แตกต่างกัน

และพบว่าค่า Significance ของสถิติทดสอบ One-way ANOVA ของปัจจัยด้านราคาในด้านมีเจ้าหน้าที่ให้บริการและคำแนะนำในการเติมเงิน มีค่ามากกว่า 0.05 ตามระดับนัยสำคัญ จึงสรุปได้ว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกันจะให้ความสำคัญกับปัจจัยมีเจ้าหน้าที่ให้บริการและคำแนะนำในการเติมเงินไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.14 การศึกษามีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านการจัดจำหน่ายของการใช้บริการทางการเงินที่แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาแตกต่างกัน จะมีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านการจัดจำหน่ายของการใช้บริการทางการเงินไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาแตกต่างกัน มีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านการจัดจำหน่ายของการใช้บริการทางการเงินแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.68

จำนวนแยกตามการศึกษาและการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านการจัดจำหน่ายของการใช้บริการทางการเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน

ปัจจัย	การศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	F	Sig.
สามารถเติมเงินได้ด้วยตัวเอง	มัธยมศึกษา/ปวช.	71	3.14	1.561	15.393	0.000
	อนุปริญญา/ปวส.	47	3.26	1.510		
	ปริญญาตรี	232	4.09	1.030		
	สูงกว่าปริญญาตรี	50	4.00	0.990		
สามารถหาที่เติมเงินได้ง่าย	มัธยมศึกษา/ปวช.	71	3.89	0.979	6.903	0.000
	อนุปริญญา/ปวส.	47	3.96	0.932		
	ปริญญาตรี	232	4.26	0.803		
	สูงกว่าปริญญาตรี	50	4.50	0.814		
มีเจ้าหน้าที่ให้บริการและคำแนะนำในการเติมเงิน	มัธยมศึกษา/ปวช.	71	2.72	1.098	4.078	0.007
	อนุปริญญา/ปวส.	47	3.13	0.875		
	ปริญญาตรี	232	3.19	1.040		
	สูงกว่าปริญญาตรี	50	2.94	1.058		

จากตาราง 4.68 พบว่าค่า Significance ของสถิติทดสอบ One-way ANOVA ของปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีค่าน้อยกว่า 0.05 ตามระดับนัยสำคัญที่กำหนด จึงสรุปว่าปฏิเสธสมมติฐานที่ว่าผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาแตกต่างกัน จะมีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านการจัดจำหน่ายของการใช้บริการทางการเงินไม่แตกต่างกัน ดังนั้นแสดงว่า ผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาต่างกันจะให้ความสำคัญกับปัจจัยในเรื่องการจัดจำหน่ายแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.15 รายได้มีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านการจัดจำหน่ายของการใช้บริการทางการเงินที่แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน จะมีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านการจัดจำหน่ายของการใช้บริการทางการเงินไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน มีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านการจัดจำหน่ายของการใช้บริการทางการเงินแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.69

จำนวนแยกตามรายได้และการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านการจัดจำหน่ายของการใช้บริการทางการเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน

ปัจจัย	รายได้	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	F	Sig.
สามารถเติมเงินได้ด้วยตัวเอง	ต่ำกว่า 10,000	92	3.42	1.484	3.397	0.005
	10000-20000	123	3.94	1.104		
	20001-30000	85	3.98	1.336		
	30001-40000	44	3.89	1.125		
	40001-50000	41	3.63	1.135		
	60000ขึ้นไป	15	4.47	0.516		
สามารถหาที่เติมเงินได้ง่าย	ต่ำกว่า 10,000	92	4.09	0.945	1.428	0.213
	10000-20000	123	4.11	0.904		
	20001-30000	85	4.24	0.797		
	30001-40000	44	4.41	0.844		
	40001-50000	41	4.24	0.860		
	60000ขึ้นไป	15	4.47	0.516		
มีเจ้าหน้าที่ให้บริการและคำแนะนำในการเติมเงิน	ต่ำกว่า 10,000	92	2.95	1.133	2.291	0.045
	10000-20000	123	3.09	1.056		
	20001-30000	85	3.29	1.078		
	30001-40000	44	2.77	0.859		
	40001-50000	41	2.98	0.790		
	60000ขึ้นไป	15	3.47	1.125		

จากตาราง 4.69 พบว่าค่า Significance ของสถิติทดสอบ One-way ANOVA ของปัจจัยสามารถเติมเงินได้ด้วยตัวเองและมีเจ้าหน้าที่ให้บริการคำแนะนำในการเติมเงิน และมีค่าน้อยกว่า 0.05 ตามระดับนัยสำคัญที่กำหนด จึงสรุปว่าปฏิเสธสมมติฐานที่ว่าผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน จะมีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านการจัดจำหน่ายของการใช้บริการทางการเงินไม่แตกต่างกัน ดังนั้นแสดงว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่างกันจะให้ความสำคัญกับปัจจัยในเรื่องสามารถเติมเงินได้ด้วยตัวเองและมีเจ้าหน้าที่ให้บริการคำแนะนำในการเติมเงิน แตกต่างกัน

และพบว่าค่า Significance ของสถิติทดสอบ One-way ANOVA ของปัจจัยสามารถหาที่เติมเงินได้ง่าย มีค่ามากกว่า 0.05 ตามระดับนัยสำคัญ จึงสรุปได้ว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่างกันจะให้ความสำคัญกับปัจจัยสามารถหาที่เติมเงินได้ง่ายไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.16 อาชีพมีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านการจัดจำหน่ายของการใช้บริการทางการเงินที่แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านการจัดจำหน่ายของการใช้บริการทางการเงินไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านการจัดจำหน่ายของการใช้บริการทางการเงินแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.70

จำนวนแยกตามอาชีพและการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านการจัดจำหน่ายของการใช้บริการทางการเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน

ปัจจัย	อาชีพ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	F	Sig.
สามารถเติมเงินได้ด้วยตัวเอง	นักเรียน/นักศึกษา	59	3.63	1.473	10.886	0.000
	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	115	3.92	1.085		
	พนักงานบริษัทเอกชน	131	4.21	0.841		
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	52	2.94	1.650		
	แม่บ้าน/พ่อบ้าน	16	2.94	1.526		
	อื่นๆ(ลูกจ้างชั่วคราว)	27	4.00	1.109		
	สามารถหาที่เติมเงินได้ง่าย	นักเรียน/นักศึกษา	59	4.29		
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ		115	4.15	0.861		
พนักงานบริษัทเอกชน		131	4.47	0.694		
ประกอบธุรกิจส่วนตัว		52	3.65	0.926		
แม่บ้าน/พ่อบ้าน		16	4.00	0.894		
อื่นๆ(ลูกจ้างชั่วคราว)		27	3.96	1.018		

ตารางที่ 4.70(ต่อ)

จำนวนแยกตามอาชีพและการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านการจัดจำหน่ายของการใช้บริการ
ทางการเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน

ปัจจัย	อาชีพ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	F	Sig.
มีเจ้าหน้าที่ให้บริการและ คำแนะนำในการเติมเงิน	นักเรียน/นักศึกษา	59	2.83	1.117	4.979	0.000
	ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	115	3.26	1.077		
	พนักงาน บริษัทเอกชน	131	3.20	0.872		
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	52	2.62	1.032		
	แม่บ้าน/พ่อบ้าน	16	2.56	0.814		
	อื่นๆ(ลูกจ้างชั่วคราว)	27	3.30	1.295		

จากตาราง 4.70 พบว่าค่า Significance ของสถิติทดสอบ One-way ANOVA ของปัจจัยทางด้านการจัดจำหน่าย มีค่าน้อยกว่า 0.05 ตามระดับนัยสำคัญที่กำหนด จึงสรุปว่าปฏิเสธสมมติฐานที่ว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านการจัดจำหน่ายของการใช้บริการทางการเงินไม่แตกต่างกัน ดังนั้นแสดงว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่างกันจะให้ความสำคัญกับปัจจัยในเรื่องการจัดจำหน่ายแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.17 เพศมีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาดของการใช้บริการทางการเงินที่แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาดของการใช้บริการทางการเงินไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาดของการใช้บริการทางการเงินแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.71

จำนวนแยกตามเพศและการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาดของการใช้บริการทางการเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน

ปัจจัย	เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	t	Sig.
มีโปรโมชั่นจูงใจในการเติมเงิน	ชาย	188	4.18	0.975	-1.724	0.085
	หญิง	212	4.34	0.913		
มีการจัดกิจกรรมเพื่อกระตุ้นและประชาสัมพันธ์ช่องทางเติมเงินในแหล่งชุมชน	ชาย	188	3.29	0.982	-0.946	0.345
	หญิง	212	3.38	1.021		
มีการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่างๆ	ชาย	188	2.98	1.156	-1.408	0.160
	หญิง	212	3.14	1.151		
มีบริการแก้ไขปัญหาเมื่อเกิดปัญหาจากการเติมเงิน	ชาย	188	3.61	0.966	-1.557	0.120
	หญิง	212	3.76	0.925		
มีของรางวัลหรือสิทธิประโยชน์เพิ่มเมื่อใช้บริการ	ชาย	188	3.50	1.204	-1.897	0.059
	หญิง	212	3.73	1.177		

จากตาราง 4.71 พบว่าค่า Significance ของสถิติทดสอบ T-test ของปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาดมีค่ามากกว่า 0.05 ตามระดับนัยสำคัญในทุกปัจจัย จึงสรุปว่ายอมรับสมมติฐานที่ว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาดของการใช้บริการทางการเงินไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.18 อายุมีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาดของการใช้บริการทางการเงินที่แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาดของการใช้บริการทางการเงินไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาดของการใช้บริการทางการเงินแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.72

จำนวนแยกตามอายุและการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาดของการใช้บริการทางการเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน

ปัจจัย	อายุ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	F	Sig.
มีโปรแกรมชั้นสูงใจในการเติมเงิน	ต่ำกว่า 20	24	4.38	0.875	0.549	0.739
	20-29	211	4.32	0.894		
	30-39	71	4.14	1.046		
	40-49	46	4.20	0.957		
	50-59	29	4.31	1.072		
	60 ขึ้นไป	19	4.16	1.015		
มีการจัดกิจกรรมเพื่อกระตุ้นและประชาสัมพันธ์ช่องทางเติมเงินในแหล่งชุมชน	ต่ำกว่า 20	24	3.75	1.073	3.703	0.003
	20-29	211	3.30	0.891		
	30-39	71	3.44	1.079		
	40-49	46	3.43	1.205		
	50-59	29	3.38	0.979		
	60 ขึ้นไป	19	3.53	0.964		
มีการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่างๆ	ต่ำกว่า 20	24	2.92	1.442	0.943	0.453
	20-29	211	3.07	1.078		
	30-39	71	3.23	1.173		
	40-49	46	3.15	1.173		
	50-59	29	2.79	1.048		
	60 ขึ้นไป	19	3.07	1.584		

ตารางที่ 4.72(ต่อ)

จำนวนแยกตามอายุและการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาดของการใช้
บริการทางการเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน

ปัจจัย	อายุ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	F	Sig.
มีบริการแก้ไขปัญหาเมื่อเกิด ปัญหาจากการเติมเงิน	ต่ำกว่า20	24	2.92	1.442	1.328	0.251
	20-29	211	3.07	1.078		
	30-39	71	3.23	1.173		
	40-49	46	3.15	1.173		
	50-59	29	2.79	1.048		
	60 ขึ้นไป	19	2.79	1.584		
มีของรางวัลหรือสิทธิประโยชน์ เพิ่มเมื่อใช้บริการ	ต่ำกว่า20	24	3.33	1.090	4.498	0.001
	20-29	211	3.72	1.119		
	30-39	71	3.69	1.154		
	40-49	46	3.37	1.323		
	50-59	29	4.03	1.322		
	60 ขึ้นไป	19	2.62	1.212		

จากตาราง 4.72 พบว่าค่า Significance ของสถิติทดสอบ One-way ANOVA ของปัจจัยมีการจัดกิจกรรมเพื่อกระตุ้นและประชาสัมพันธ์ช่องทางทางการเงินในแหล่งชุมชน และมีของรางวัลหรือสิทธิประโยชน์เพิ่มเมื่อใช้บริการ มีค่าน้อยกว่า 0.05 ตามระดับนัยสำคัญที่กำหนด จึงสรุปว่า ปฏิเสธสมมติฐานที่ว่าผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาดของการใช้บริการทางการเงินไม่แตกต่างกัน ดังนั้นแสดงว่าผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกันจะให้ความสำคัญกับปัจจัยในเรื่องมีการจัดกิจกรรมเพื่อกระตุ้นและประชาสัมพันธ์ช่องทางทางการเงินในแหล่งชุมชน และมีของรางวัลหรือสิทธิประโยชน์เพิ่มเมื่อใช้บริการแตกต่างกัน

และพบว่าค่า Significance ของสถิติทดสอบ One-way ANOVA ของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในด้านอื่นๆนอกเหนือจากปัจจัยข้างต้น มีค่ามากกว่า 0.05 ตามระดับนัยสำคัญ จึงสรุปได้ว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกันจะให้ความสำคัญกับปัจจัยในด้านอื่นๆนอกจาก 2 ปัจจัยข้างต้นในด้านการส่งเสริมการตลาดไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.19 การศึกษามีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาดของการใช้บริการทางการเงินที่แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาแตกต่างกัน จะมีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาดของการใช้บริการทางการเงินไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาแตกต่างกัน มีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาดของการใช้บริการทางการเงินแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.73

จำนวนแยกตามการศึกษาและการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านผลการส่งเสริมการตลาดของการใช้บริการทางการเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน

ปัจจัย	การศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	F	Sig.
มีโปรแกรมชั้นสูงใจในการเติมเงิน	มัธยมศึกษา/ปวช.	71	4.46	0.808	1.797	0.147
	อนุปริญญา/ปวส.	47	4.06	1.051		
	ปริญญาตรี	232	4.25	0.915		
	สูงกว่าปริญญาตรี	50	4.26	1.121		
มีการจัดกิจกรรมเพื่อกระตุ้นและประชาสัมพันธ์ช่องทางเติมเงินในแหล่งชุมชน	มัธยมศึกษา/ปวช.	71	3.42	1.203	0.595	0.618
	อนุปริญญา/ปวส.	47	3.23	1.146		
	ปริญญาตรี	232	3.36	0.934		
	สูงกว่าปริญญาตรี	50	3.22	0.864		
มีการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่างๆ	มัธยมศึกษา/ปวช.	71	2.93	1.457	3.332	0.020
	อนุปริญญา/ปวส.	47	2.72	1.246		
	ปริญญาตรี	232	3.21	1.058		
	สูงกว่าปริญญาตรี	50	2.90	0.909		
มีบริการแก้ไขปัญหาเมื่อเกิดปัญหาจากการเติมเงิน	มัธยมศึกษา/ปวช.	71	3.65	1.030	0.698	0.553
	อนุปริญญา/ปวส.	47	3.57	0.927		
	ปริญญาตรี	232	3.69	0.915		
	สูงกว่าปริญญาตรี	50	3.84	0.997		

ตารางที่4.73(ต่อ)

จำนวนแยกตามการศึกษาและการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาดของการ
ใช้บริการทางการเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน

ปัจจัย	การศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	F	Sig.
มีของรางวัลหรือสิทธิประโยชน์เพิ่มเมื่อใช้บริการ	มัธยมศึกษา/ปวช.	71	3.31	1.237	4.100	0.007
	อนุปริญญา/ปวส.	47	3.32	1.181		
	ปริญญาตรี	232	3.72	1.164		
	สูงกว่าปริญญาตรี	50	3.90	1.165		

จากตาราง4.73 พบว่าค่า Significance ของสถิติทดสอบ One-way ANOVA ของปัจจัยมีการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่างๆ และมีของรางวัลหรือสิทธิประโยชน์เพิ่มเมื่อใช้บริการ มีค่าน้อยกว่า 0.05 ตามระดับนัยสำคัญที่กำหนด จึงสรุปว่าปฏิเสธสมมติฐานที่ว่าผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาแตกต่างกัน จะมีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาดของการใช้บริการทางการเงินไม่แตกต่างกัน ดังนั้นแสดงว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกันจะให้ความสำคัญปัจจัยเรื่องมีการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่างๆ และมีของรางวัลหรือสิทธิประโยชน์เพิ่มเมื่อใช้บริการแตกต่างกัน

และพบว่าค่า Significance ของสถิติทดสอบ One-way ANOVA ของปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาดอื่นๆ นอกเหนือจากปัจจัยข้างต้น มีค่ามากกว่า 0.05 ตามระดับนัยสำคัญ จึงสรุปได้ว่า ผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาต่างกันจะให้ความสำคัญกับปัจจัยในทางการส่งเสริมการตลาดอื่นๆ นอกเหนือจากปัจจัยข้างต้นไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.20 รายได้มีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาดของการใช้บริการทางการเงินที่แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน จะมีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาดของการใช้บริการทางการเงินไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน มีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาดของการใช้บริการทางการเงินแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.74

จำนวนแยกตามรายได้และการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาดของการใช้บริการทางการเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน

ปัจจัย	รายได้	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	F	Sig.
มีโปรแกรมชั้นสูงใจในการเติมเงิน มีการจัดกิจกรรมเพื่อกระตุ้นและประชาสัมพันธ์ช่องทางเติมเงินในแหล่งชุมชน	ต่ำกว่า 10,000	92	4.28	0.856	2.031	0.073
	10000-20000	123	4.26	1.023		
	20001-30000	85	4.07	1.044		
	30001-40000	44	4.41	0.871		
	40001-50000	41	4.59	0.706		
	60000ขึ้นไป	15	4.07	0.799		
มีการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่างๆ	ต่ำกว่า 10,000	92	3.36	1.135	0.670	0.646
	10000-20000	123	3.33	0.954		
	20001-30000	85	3.39	1.036		
	30001-40000	44	3.16	0.888		
	40001-50000	41	3.29	0.955		
	60000ขึ้นไป	15	3.67	0.816		
มีโปรแกรมชั้นสูงใจในการเติมเงิน	ต่ำกว่า 10,000	92	3.05	1.270	0.406	0.845
	10000-20000	123	3.04	1.104		
	20001-30000	85	3.08	1.227		
	30001-40000	44	3.00	1.078		
	40001-50000	41	3.05	1.094		
	60000ขึ้นไป	15	3.47	0.834		

ตารางที่ 4.74(ต่อ)

จำนวนแยกตามรายได้และการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาดของการใช้
บริการทางการเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน

ปัจจัย	รายได้	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	F	Sig.
มีบริการแก้ไขปัญหาเมื่อเกิด ปัญหาจากการเติมเงิน	ต่ำกว่า 10,000	92	3.75	0.968	1.495	0.190
	10000-20000	123	3.64	0.916		
	20001-30000	85	3.54	1.007		
	30001-40000	44	3.66	0.861		
	40001-50000	41	4.00	0.949		
	60000ขึ้นไป	15	3.80	0.862		
มีของรางวัลหรือสิทธิประโยชน์ เพิ่มเมื่อใช้บริการ	ต่ำกว่า 10,000	92	3.43	1.216	1.342	0.246
	10000-20000	123	3.60	1.114		
	20001-30000	85	3.59	1.321		
	30001-40000	44	3.82	1.187		
	40001-50000	41	3.95	1.117		
	60000ขึ้นไป	15	3.60	1.056		

จากตาราง 4.74 และพบว่าค่า Significance ของสถิติทดสอบ One-way ANOVA ของปัจจัย
ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่ามากกว่า 0.05 ตามระดับนัยสำคัญ จึงสรุปได้ว่า ผู้ใช้บริการที่มี
รายได้ต่างกันจะให้ความสำคัญกับปัจจัยในการส่งเสริมการตลาดไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.21 อาชีพมีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาดของการใช้บริการทางการเงินที่แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาดของการใช้บริการทางการเงินไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาดของการใช้บริการทางการเงินแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.75

จำนวนแยกตามอาชีพและการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาดของการใช้บริการทางการเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน

ปัจจัย	อาชีพ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	F	Sig.
มีโปรแกรมชั้นงูใจในการเติมเงิน	นักเรียน/นักศึกษา	59	4.39	0.722	0.331	0.894
	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	115	4.22	0.962		
	พนักงานบริษัทเอกชน	131	4.26	1.020		
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	52	4.21	0.997		
	แม่บ้าน/พ่อบ้าน	16	4.31	1.014		
	อื่นๆ(ลูกจ้างชั่วคราว)	27	4.33	0.734		
	มีการจัดกิจกรรมเพื่อกระตุ้นและประชาสัมพันธ์ช่องทางการเติมเงินในแหล่งชุมชน	นักเรียน/นักศึกษา	59	3.27		
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ		115	3.55	0.993		
พนักงานบริษัทเอกชน		131	3.34	0.884		
ประกอบธุรกิจส่วนตัว		52	2.96	1.028		
แม่บ้าน/พ่อบ้าน		16	3.25	1.238		
อื่นๆ(ลูกจ้างชั่วคราว)		27	3.33	1.177		

ตารางที่ 4.75(ต่อ)

จำนวนแยกตามอาชีพและการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางด้านการส่งเสริมการตลาดของการใช้

บริการทางการเติมเงินของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน

ปัจจัย	อาชีพ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	F	Sig.			
มีโปรแกรมชั้นงูใจในการเติมเงิน	นักเรียน/นักศึกษา	59	2.58	1.133	8.951	0.000			
	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	115	3.41	1.067					
	พนักงานบริษัทเอกชน	131	3.15	0.904					
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	52	2.44	1.392					
	แม่บ้าน/พ่อบ้าน	16	3.00	1.414					
	อื่นๆ(ลูกจ้างชั่วคราว)	27	3.52	1.221					
	มีบริการแก้ไขปัญหาเมื่อเกิดปัญหาจากการเติมเงิน	นักเรียน/นักศึกษา	59	3.81			0.776	2.565	0.027
		ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	115	3.89			0.934		
พนักงานบริษัทเอกชน		131	3.58	1.000					
ประกอบธุรกิจส่วนตัว		52	3.40	0.846					
แม่บ้าน/พ่อบ้าน		16	3.63	1.088					
อื่นๆ(ลูกจ้างชั่วคราว)		27	3.70	1.031					
มีของรางวัลหรือสิทธิประโยชน์เพิ่มเมื่อใช้บริการ		นักเรียน/นักศึกษา	59	3.61	1.200	5.647	0.000		
		ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	115	3.76	1.097				
	พนักงานบริษัทเอกชน	131	3.84	1.162					
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	52	3.17	1.279					
	แม่บ้าน/พ่อบ้าน	16	2.56	1.209					
	อื่นๆ(ลูกจ้างชั่วคราว)	27	3.41	1.047					

จากตาราง 4.75 พบว่าค่า Significance ของสถิติทดสอบ One-way ANOVA ของปัจจัยมีการจัดกิจกรรมเพื่อกระตุ้นและประชาสัมพันธ์ช่องทางการเติมเงินในแหล่งชุมชน มีโปรโมชันจูงใจในการเติมเงิน มีบริการแก้ไขปัญหาเมื่อเกิดปัญหาจากการเติมเงิน และมีของรางวัลหรือสิทธิประโยชน์เพิ่มเมื่อใช้บริการ มีค่าน้อยกว่า 0.05 ตามระดับนัยสำคัญที่กำหนด จึงสรุปว่าปฏิเสธสมมติฐานที่ว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีผลต่อการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาดของการใช้บริการทางการเงินไม่แตกต่างกัน ดังนั้นแสดงว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างกันจะให้ความสำคัญกับปัจจัยในเรื่องมีการจัดกิจกรรมเพื่อกระตุ้นและประชาสัมพันธ์ช่องทางการเติมเงินในแหล่งชุมชน มีโปรโมชันจูงใจในการเติมเงิน มีบริการแก้ไขปัญหาเมื่อเกิดปัญหาจากการเติมเงิน และมีของรางวัลหรือสิทธิประโยชน์เพิ่มเมื่อใช้บริการแตกต่างกัน

และพบว่าค่า Significance ของสถิติทดสอบ One-way ANOVA ของปัจจัยมีโปรโมชันจูงใจในการเติมเงิน มีค่ามากกว่า 0.05 ตามระดับนัยสำคัญ จึงสรุปได้ว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างกัน จะให้ความสำคัญกับปัจจัยในด้านมีโปรโมชันจูงใจในการเติมเงินไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.76

ตารางสรุปการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ มีผลต่อการให้ความสำคัญ
แก่ปัจจัยทางการตลาด (4Ps) ของช่องทางการเติมเงินที่แตกต่างกัน

ส่วนผสมทางการตลาด	ปัจจัยส่วนบุคคล				
	เพศ	อายุ	การศึกษา	รายได้	อาชีพ
1. ด้านผลิตภัณฑ์(ลักษณะการเติมเงิน)					
1.1 สามารถเติมเงินได้ตลอดเวลา	ไม่สัมพันธ์	สัมพันธ์	สัมพันธ์	สัมพันธ์	สัมพันธ์
1.2 วิธีการเติมเงินปลอดภัยและมั่นใจในการเติมเงินได้	ไม่สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์	สัมพันธ์	สัมพันธ์
1.3 สามารถใช้บริการเพื่อเติมเงินได้รวดเร็ว ทันใจ	ไม่สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์	สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์
1.4 มีวิธีการเติมเงินที่ทันสมัย เช่นเติมผ่าน internet, เป็นต้น	ไม่สัมพันธ์	สัมพันธ์	สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์
1.5 วิธีการเติมเงินง่ายไม่ซับซ้อน	ไม่สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์	สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์
2. ด้านราคา					
2.1 สามารถเลือกจำนวนเงินตามที่ต้องการได้	ไม่สัมพันธ์	สัมพันธ์	สัมพันธ์	สัมพันธ์	สัมพันธ์
2.2 ไม่มีการกำหนดจำนวนเงินขั้นต่ำในการเติมเงิน	ไม่สัมพันธ์	สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์	สัมพันธ์	สัมพันธ์
2.3 มีราคาให้เลือกเติมเงินได้หลายระดับ	ไม่สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์	สัมพันธ์
3. ด้านการจัดจำหน่าย					
3.1 สามารถเติมเงินได้ด้วยตัวเอง	ไม่สัมพันธ์	สัมพันธ์	สัมพันธ์	สัมพันธ์	สัมพันธ์
3.2 สามารถหาที่เติมเงินได้ง่าย	ไม่สัมพันธ์	สัมพันธ์	สัมพันธ์	สัมพันธ์	สัมพันธ์
3.3 มีเจ้าหน้าที่ให้บริการและคำแนะนำในการเติมเงิน	ไม่สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์	สัมพันธ์	สัมพันธ์	สัมพันธ์
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด					

ส่วนผสมทางการตลาด	ปัจจัยส่วนบุคคล				
	เพศ	อายุ	การศึกษา	รายได้	อาชีพ
4.1 มีโปรโมชั่นจูงใจในการเติมเงิน เช่น เพิ่มจำนวนเงิน หรือวัน	ไม่สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์
4.2 มีการจัดกิจกรรมเพื่อกระตุ้นและประชาสัมพันธ์ช่องทางการเติมเงินในแหล่งชุมชน	ไม่สัมพันธ์	สัมพันธ์	สัมพันธ์	สัมพันธ์	สัมพันธ์
4.3 มีการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่างๆ เช่น E-mail, SMS	ไม่สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์	สัมพันธ์	
4.4 มีบริการแก้ไขปัญหาเมื่อเกิดปัญหาจากการเติมเงิน	ไม่สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์	สัมพันธ์	สัมพันธ์
4.5 มีของรางวัลหรือสิทธิประโยชน์เพิ่มเมื่อใช้บริการ	ไม่สัมพันธ์	สัมพันธ์	สัมพันธ์	สัมพันธ์	สัมพันธ์