

บทที่ 5

ผลการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน โดยการสอบถามผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวนทั้งสิ้น 400 คน และนำมาวิเคราะห์ทางสถิติ ซึ่งมีสาระสำคัญดังต่อไปนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ย (Mean)
SD	แทน	ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
t	แทน	ค่าสถิติทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
F	แทน	ค่าสถิติทดสอบความแปรปรวนของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
df	แทน	ชั้นของความอิสระ (Degree of Freedom)
α	แทน	นัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม

คุณสมบัติของผู้ตอบแบบสอบถาม ในการวิจัยครั้งนี้ต้องเป็นบุคคลที่ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบเติมเงิน โดยมีที่พักอาศัยในปัจจุบัน อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล โดยการศึกษาในครั้งนี้ ได้จำแนกกลุ่มตัวอย่างเพื่อการศึกษา ออกเป็น 2 กลุ่มหลักๆ คือ

- กลุ่มตัวอย่างที่มีเฉพาะผู้ที่เคยเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการมาแล้วเท่านั้น
- กลุ่มตัวอย่างที่มีเฉพาะผู้ที่ยังไม่เคยเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการเลย

ดังนั้นจึงขอแสดงผลการศึกษาออกเป็น 2 กลุ่ม โดยมีรายละเอียดของผลการศึกษา ดังนี้

5.1 ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งผู้ที่เคยเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการและผู้ที่ไม่เคยเปลี่ยนผู้ให้บริการเลย

5.1.1 ลักษณะประชากร

ตารางที่ 5.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะประชากร

(หน่วย: คน)

ลักษณะประชากร		ผู้ที่เคยเปลี่ยน		ผู้ที่ไม่เคยเปลี่ยน		ยอดรวม	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	75	18.75%	99	24.75%	174	43.50%
	หญิง	95	23.75%	131	32.75%	226	56.50%
	รวม	170	42.50%	230	57.50%	400	100%
อายุ	น้อยกว่า 20 ปี	14	3.50%	29	7.25%	43	10.80%
	20-25 ปี	70	17.50%	82	20.50%	152	38%
	26-30 ปี	36	9%	43	10.75%	79	19.80%
	31-35 ปี	25	6.25%	42	10.50%	67	16.80%
	36-40 ปี	9	2.25%	16	4%	25	6.30%
	40 ปีขึ้นไป	16	4%	18	4.50%	34	8.50%
	รวม	170	42.50%	230	57.50%	400	100%
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	9	2.25%	18	4.50%	27	6.80%
	มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	22	5.50%	46	11.50%	68	17%
	อนุปริญญา / ปวส.	32	8%	48	12%	80	20%
	ปริญญาตรี	96	24%	110	27.50%	206	51.50%
	ปริญญาโท	11	2.75%	8	2%	19	4.80%
	ปริญญาเอก	0	0%	0	0%	0	0%
	รวม	170	42.50%	230	57.50%	400	100%
อาชีพ	นักเรียน / นักศึกษา	48	12%	71	17.75%	119	29.80%
	ลูกจ้าง / พนักงานบริษัทเอกชน	77	19.25%	112	28%	189	47.30%
	ธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ	10	2.50%	12	3%	22	5.50%
	รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ / องค์กรของรัฐ	33	8.25%	27	6.75%	60	15%
	ไม่ได้ทำงาน	2	0.50%	5	1.25%	7	1.80%
	อื่น ๆ	0	0%	3	0.75%	3	0.80%
	รวม	170	42.50%	230	57.50%	400	100%
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ต่ำกว่า 5,000 บาท	34	8.50%	56	14%	90	22.50%
	5,000-10,000 บาท	70	17.50%	86	21.50%	156	39%
	10,001-15,000 บาท	35	8.75%	49	12.25%	84	21%
	15,001-20,000 บาท	12	3%	14	3.50%	26	6.50%
	20,001-25,000 บาท	7	1.75%	7	1.75%	14	3.50%
	25,001 บาทขึ้นไป	12	3%	18	4.50%	30	7.50%
	รวม	170	42.50%	230	57.50%	400	100%

จากตารางที่ 5.1 อธิบายตามลักษณะประชากรได้ว่า

1. เพศ กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายจำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.5 และเป็นเพศหญิงจำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 56.5
2. อายุ ผู้ตอบแบบสอบถาม มีช่วงอายุ 20-25 ปีมากที่สุด เป็นจำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0 รองลงมาคือช่วงอายุ 26-30 ปี เป็นจำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.8 และช่วงอายุ 31-35 ปี มีจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.8 ตามมาด้วยช่วงอายุที่น้อยกว่า 20 ปี มีจำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.8 และช่วงอายุ 40 ปีขึ้นไป มีจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 และช่วงอายุที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือช่วงอายุ 36-40 ปี มีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3
3. ระดับการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรี มากที่สุดจำนวน 206 คน คิดเป็น ร้อยละ 51.5 รองลงมาระดับอนุปริญญา/ปวส. มีจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20 และระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. มีจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 ระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย มีจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 ระดับปริญญาโทเป็นระดับที่มีจำนวนน้อยที่สุด 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 และไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามที่จบการศึกษาระดับปริญญาเอก
4. อาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพลูกจ้าง / พนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.3 รองลงมาคืออาชีพนักเรียน / นักศึกษา มีจำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.8 อาชีพรับราชการ / รัฐวิสาหกิจ / องค์กรของรัฐ มีจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 อาชีพธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ มีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ได้ทำงานมีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 และอาชีพอื่นๆ อีก 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้อยู่ในช่วง 5,000 – 10,000 บาท มากที่สุดจำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39.0 รองลงมาคือรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท มีจำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 ช่วงรายได้ 10,001-15,000 บาท มีจำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 25,001 บาท ขึ้นไป มีจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 ช่วงรายได้ 15,001-20,000 บาท มีจำนวน 26 คิดเป็นร้อยละ 6.5 ช่วงรายได้ 20,001 – 25,000 บาท มีจำนวนน้อยที่สุด 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5

5.1.2 ข้อมูลการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน

ตารางที่ 5.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการและผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน

(หน่วย: คน)

ลักษณะการใช้งาน		ผู้ที่เคยเปลี่ยน		ผู้ที่ไม่เคยเปลี่ยน		ยอดรวม	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ผู้ให้บริการ	AIS	109	27.25%	40	10%	149	37.25%
	DTAC	75	18.75%	49	12.25%	124	31%
	Orange	42	10.5%	71	17.75%	113	28.25%
	Hutch	4	1%	10	2.5%	14	3.5%
	รวม	230	57.5%	170	42.5%	400	100%
ระยะเวลา	น้อยกว่า 6 เดือน	19	4.75%	33	8.25%	52	13%
	6-12 เดือน	31	7.75%	39	9.75%	70	17.5%
	1 ปี - 2 ปี	68	17%	36	9%	104	26%
	2 ปี ขึ้นไป	112	28%	62	15.5%	174	43.5%
	รวม	230	57.5%	170	42.5%	400	100%
ค่าใช้บริการ	น้อยกว่า 100 บาท	8	2%	3	0.75%	11	2.75%
	100-300 บาท	104	26%	62	15.5%	166	41.5%
	301-500 บาท	76	19%	59	14.75%	135	33.75%
	501-800 บาท	22	5.5%	26	6.5%	48	12%
	801-1,000 บาท	9	2.25%	10	2.5%	19	4.75%
	มากกว่า 1,000 บาท	11	2.75%	10	2.5%	21	5.25%
	รวม	230	57.5%	170	42.5%	400	100%
เวลาเฉลี่ย	น้อยกว่า 1 นาที	13	3.25%	11	2.75%	24	6%
	1-5 นาที	120	30%	83	20.75%	203	50.75%
	6-10 นาที	44	11%	30	7.5%	74	18.5%
	11-20 นาที	24	6%	17	4.25%	41	10.25%
	21-30 นาที	15	3.75%	17	4.25%	32	8%
	มากกว่า 30 นาที	14	3.5%	12	3%	26	6.5%
	รวม	230	57.5%	170	42.5%	400	100%
ช่วงเวลา	6.00 น. - 12.00 น.	21	5.25%	9	2.25%	30	7.5%
	12.00 น. - 18.00 น.	113	28.25%	68	17%	181	45.25%
	18.00 น. - 24.00 น.	92	23%	91	22.75%	183	45.75%
	24.00 น. - 6.00 น.	4	1%	2	0.5%	6	1.5%
	รวม	230	57.5%	170	42.5%	400	100%
ระดับความจำเป็น	น้อย	1	0.25%	1	0.25%	2	0.5%
	ค่อนข้างน้อย	0	0%	0	0%	0	0%
	ปานกลาง	45	11.25%	31	7.75%	76	19%
	ค่อนข้างมาก	99	24.75%	64	16%	163	40.75%
	มาก	85	21.25%	74	18.5%	159	39.75%
	รวม	230	57.5%	170	42.5%	400	100%

จากตารางที่ 5.2 อธิบายตามพฤติกรรมการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเดิมได้ว่า

1. ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเดิมเงินของผู้ให้บริการ AIS มากที่สุดถึง 149 คน คิดเป็นร้อยละ 37.3 รองลงมาคือ DTAC จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.0 ใช้บริการของ Orange จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.3 และ Hutch มีจำนวนผู้ใช้บริการน้อยที่สุดจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบเดิมเงินมานานมากกว่า 2 ปีขึ้นไปมีจำนวนมากที่สุดถึง 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.5 รองลงมา มีการใช้งานอยู่ในช่วง 1 ปี – 2 ปี มีจำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0 ช่วงระยะเวลา 6-12 เดือน มีจำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 และ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้งานน้อยกว่า 6 เดือนมีจำนวนน้อยที่สุด 52 คน คิดเป็น 13.0
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าใช้บริการอยู่ในช่วง 100 – 300 บาท/เดือน มากที่สุด จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.5 รองลงมา อยู่ในช่วง 301-500 บาท/เดือน มีจำนวน 135 คน คิดเป็น 33.8 ช่วง 501-800 บาท/เดือน มีจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าใช้บริการ มากกว่า 1,000 บาท มีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 ค่าใช้บริการช่วง 801-1,000 บาท มีจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 และมีผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ค่าบริการน้อยกว่า 100 บาท มีจำนวนน้อยที่สุด จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8
4. ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเฉลี่ยต่อการโทรออกแต่ละครั้งอยู่ใน ช่วง 1-5 นาที มากที่สุดจำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 50.8 รองลงมาอยู่ในช่วง 6-10 นาที มีจำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 ช่วงเวลาเฉลี่ย 11-20 นาที มีจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3 ช่วงเวลาเฉลี่ย 21-30 นาที มีจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 ช่วงเวลาเฉลี่ยที่ใช้ต่อการโทรออกแต่ละครั้งมากกว่า 30 นาที มีจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 และ ผู้ตอบแบบสอบถามที่โทรออกใช้เวลาเฉลี่ยน้อยกว่า 1 นาที ต่อการโทรออกแต่ละครั้งมีจำนวนน้อยที่สุด จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0
5. ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมโทรออกในช่วงเวลา 18.00 น. – 24.00 น. มากที่สุดจำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 45.8 รองลงมานิยมโทรออกในช่วง 12.00 น. – 18.00 น. มีจำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 45.3 และ ช่วงเวลา 6.00 น. – 12.00 น. มีจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 ผู้ตอบแบบสอบถามที่นิยมโทรออกในช่วง 24.00 น. – 6.00 น. มีจำนวนน้อยที่สุด 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5
6. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในชีวิตประจำวันอยู่ในระดับค่อนข้างมาก มีจำนวนมากที่สุด 163 คน คิดเป็นร้อยละ 40.8 รองลงมา อยู่ใน

ระดับมาก มีจำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.8 และ ระดับปานกลาง 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 ผู้ตอบแบบสอบถามที่เห็นว่ามีค่าจำเป็นในระดับน้อย มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5

7. เหตุผลที่ท่านเลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบเดิมเงิน

ตารางที่ 5.3 จำนวนและร้อยละจำแนกตามเหตุผลในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเดิมเงิน

(หน่วย: คน)

เหตุผล	ผู้ที่ไม่เคยเปลี่ยน		ผู้ที่เคยเปลี่ยน		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต้องการควบคุมค่าใช้จ่าย	72	18%	45	11.25%	117	29.25%
ไม่ต้องการจดทะเบียนผู้ใช้	195	48.75%	142	35.50%	337	84.25%
ไม่ต้องเสียค่าบริการรายเดือน	95	23.75%	66	16.50%	161	40.25%
ไม่มีการตัดรอบค่าใช้จ่ายบริการ	186	46.50%	126	31.50%	312	78%
โปรโมชั่นน่าสนใจ	137	34.25%	93	23.25%	230	57.50%
โทรมากจ่ายมาก โทรน้อยจ่ายน้อย	126	31.50%	92	23%	218	54.50%
ต้องการรับสายเพียงอย่างเดียว	202	50.50%	159	39.75%	361	90.25%
เปิดให้บริการง่าย สะดวก รวดเร็ว	140	35%	100	25%	240	60%
สามารถเปลี่ยนเจ้าของได้ง่าย	207	51.75%	149	37.25%	356	89%
ราคาถูก	174	43.50%	142	35.50%	316	79%
ใช้ตามเพื่อน ๆ หรือ โฆษณา	220	55%	166	41.50%	386	96.50%
อื่นๆ	229	57.25%	170	42.50%	399	99.75%

จากตารางที่ 5.3 อธิบายได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามเลือกเหตุผลที่ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเดิมมากที่สุดคือ ต้องการควบคุมค่าใช้จ่าย มีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกเหตุผลนี้ 283 คน คิดเป็นร้อยละ 70.75 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด รองลงมาคือเหตุผล ไม่ต้องเสียค่าบริการรายเดือน มีจำนวน 239 คน คิดเป็นร้อยละ 59.75 เหตุผล โทรมากจ่ายมาก โทรน้อยจ่ายน้อย มีจำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 เหตุผล โปรโมชั่นน่าสนใจ มีจำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 42.5 เหตุผลเปิดให้บริการง่าย สะดวก รวดเร็ว มีจำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40 เหตุผลไม่มีการตัดรอบค่าใช้จ่ายบริการ มีจำนวน 88 คนคิดเป็นร้อยละ 22 เหตุผลราคาถูก มีจำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21 เหตุผล ไม่ต้องการจดทะเบียนผู้ใช้ มีจำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.75 เหตุผล สามารถเปลี่ยนเจ้าของได้ง่าย มีจำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11 เหตุผล ต้องการรับสายเพียงอย่างเดียว มีจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.75 เหตุผลใช้ตามเพื่อน ๆ หรือ โฆษณา มีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 และเหตุผลอื่น ๆ มี 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25

5.1.3 การเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่

5.1.3.1 ประวัติการเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่

ตารางที่ 5.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประวัติการเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่

(หน่วย: คน)

สถานะ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เคยเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการ	230	57.5
เคยเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการ	170	42.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 5.4 อธิบายได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 400 คน เป็นผู้ที่เคยเปลี่ยนผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แล้วจำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 42.5 และผู้ที่ยังไม่เคยเปลี่ยนผู้ให้บริการเลยจำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 57.5

5.1.3.2 จำนวนการเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่

ตารางที่ 5.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนของการเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่

(หน่วย: คน)

จำนวนครั้งที่เปลี่ยน	จำนวน	ร้อยละ
0	230	57.5
1	97	24.3
2	46	11.5
3	20	5.0
4	6	1.5
5	1	0.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 5.5 อธิบายได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการเลยมีจำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 57.5 และ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเปลี่ยนผู้ให้บริการมาแล้ว 1 ครั้ง มีจำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.3 ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเปลี่ยนผู้ให้บริการมาแล้ว 2 ครั้ง มี

จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเปลี่ยนผู้ให้บริการมาแล้ว 3 ครั้ง มีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเปลี่ยนผู้ให้บริการมาแล้ว 4 ครั้ง มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 และผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเปลี่ยนผู้ให้บริการมาแล้ว 5 ครั้ง มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3

1. การเปลี่ยนแปลงครั้งที่ 1

ตารางที่ 5.6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามบริษัทผู้ให้บริการที่ถูกค่าเปลี่ยนไปใช้บริการของบริษัทผู้ให้บริการรายอื่น ในการเปลี่ยนครั้งที่ 1

(หน่วย: คน)

ผู้ให้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
AIS	70	47.95
DTAC	46	31.51
Orange	25	17.12
Hutch	5	3.42
รวม	146	100.00

ที่มา: แบบสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบเดมเงิน

ตารางที่ 5.7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามบริษัทผู้ให้บริการที่ถูกค่าเปลี่ยนมาใช้บริการจากผู้ให้บริการรายอื่น ในการเปลี่ยนครั้งที่ 1

(หน่วย: คน)

ผู้ให้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
AIS	28	19.18
DTAC	46	31.51
Orange	57	39.04
Hutch	15	10.27
รวม	146	100.00

จากตารางที่ 5.6 อธิบายได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการมาแล้วอย่างน้อย 1 ครั้ง ในครั้งแรกเปลี่ยนจากผู้ให้บริการเครือข่าย AIS มากที่สุดจำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 47.95 รองลงมา เปลี่ยนจากผู้ให้บริการเครือข่าย DTAC จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 31.51

เครือข่าย Orange จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 17.12 และเครือข่าย Hutch มีจำนวนน้อยที่สุด จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.42

จากตารางที่ 5.7 อธิบายได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการมาแล้ว ในครั้งแรก มีการเปลี่ยนมาใช้บริการของเครือข่าย Orange มากที่สุดจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 39.04 รองลงมาคือเครือข่าย DTAC จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 31.51 เครือข่าย AIS จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 19.18 และ Hutch มีจำนวนน้อยที่สุด 15 คน คิดเป็นร้อยละ 10.27

2. การเปลี่ยนแปลงครั้งที่ 2

ตารางที่ 5.8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามบริษัทผู้ให้บริการที่ถูกค้าเปลี่ยนไปใช้บริการของบริษัทผู้ให้บริการรายอื่น ในการเปลี่ยนครั้งที่ 2

(หน่วย: คน)

ผู้ให้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
AIS	10	16.95
DTAC	21	35.59
Orange	16	27.12
Hutch	12	20.34
รวม	59	100.00

ตารางที่ 5.9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามบริษัทผู้ให้บริการที่ถูกค้าเปลี่ยนมาใช้บริการจากผู้ให้บริการรายอื่น ในการเปลี่ยนครั้งที่ 2

(หน่วย: คน)

ผู้ให้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
AIS	14	23.73
DTAC	17	28.81
Orange	25	42.37
Hutch	3	5.08
รวม	59	100.00

จากตารางที่ 5.8 อธิบายได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการมาแล้ว อย่างน้อย 1 ครั้ง ในครั้งที่ 2 มีการเปลี่ยนจากผู้ให้บริการเครือข่าย DTAC มากที่สุดจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 35.59 รองลงมา เปลี่ยนจากผู้ให้บริการเครือข่าย Orange จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ

ละ 27.12 เครือข่าย Hutch จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 20.34 และเครือข่าย AIS มีจำนวนน้อยที่สุด จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 16.95

จากตารางที่ 5.9 อธิบายได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการมาแล้ว ในครั้งที่ 2 มีการเปลี่ยนมาใช้บริการของเครือข่าย Orange มากที่สุดจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 42.37 รองลงมาคือเครือข่าย DTAC จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 28.81 เครือข่าย AIS จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 23.73 และเครือข่าย Hutch น้อยที่สุดจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 5.08

3. การเปลี่ยนแปลงครั้งที่ 3

ตารางที่ 5.10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามบริษัทผู้ให้บริการที่ถูกค้าเปลี่ยนไปใช้บริการของบริษัทผู้ให้บริการรายอื่น ในการเปลี่ยนครั้งที่ 3

(หน่วย: คน)

ผู้ให้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
AIS	5	21.74
DTAC	5	21.74
Orange	10	43.48
Hutch	3	13.04
รวม	23	100.00

ตารางที่ 5.11 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามบริษัทผู้ให้บริการที่ถูกค้าเปลี่ยนมาใช้บริการจากผู้ให้บริการรายอื่น ในการเปลี่ยนครั้งที่ 3

(หน่วย: คน)

ผู้ให้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
AIS	4	17.39
DTAC	9	39.13
Orange	6	26.09
Hutch	4	17.39
รวม	23	100.00

จากตารางที่ 5.10 อธิบายได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการมาแล้วอย่างน้อย 1 ครั้ง ในครั้งที่ 3 มีการเปลี่ยนจากผู้ให้บริการเครือข่าย Orange มากที่สุดจำนวน

10 คน คิดเป็นร้อยละ 43.48 รองลงมา เปลี่ยนจากผู้ให้บริการเครือข่าย AIS และ DTAC มีจำนวนเท่ากันคือผู้ให้บริการ ละ 5 คน คิดเป็นร้อยละ 21.74 และเครือข่าย Hutch มีจำนวนน้อยที่สุด จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 13.04

จากตารางที่ 5.11 อธิบายได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการมาแล้วในครั้งที่ 3 มีการเปลี่ยนมาใช้บริการของเครือข่าย DTAC มากที่สุดจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 39.13 รองลงมาคือเครือข่าย Orange จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 26.09 เครือข่าย AIS และ Hutch มีจำนวนเท่ากันคือผู้ให้บริการละ 4 คน คิดเป็นร้อยละ 17.39

4. การเปลี่ยนแปลงครั้งที่ 4

ตารางที่ 5.12 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามบริษัทผู้ให้บริการที่ถูกค้าเปลี่ยนไปใช้บริการของบริษัทผู้ให้บริการรายอื่น ในการเปลี่ยนครั้งที่ 4

(หน่วย: คน)

ผู้ให้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
AIS	2	28.57
DTAC	5	71.43
รวม	7	100.00

ตารางที่ 5.13 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามบริษัทผู้ให้บริการที่ถูกค้าเปลี่ยนมาใช้บริการจากผู้ให้บริการรายอื่น ในการเปลี่ยนครั้งที่ 4

(หน่วย: คน)

ผู้ให้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
AIS	2	28.57
DTAC	1	14.29
Orange	3	42.86
Hutch	1	14.29
รวม	7	100.00

จากตารางที่ 5.12 อธิบายได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการมาแล้วอย่างน้อย 1 ครั้ง ในครั้งที่ 4 มีการเปลี่ยนจากผู้ให้บริการเครือข่าย DTAC มากที่สุดจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 71.43 รองลงมา เปลี่ยนจากผู้ให้บริการเครือข่าย AIS ซึ่งมีจำนวนน้อยที่สุด จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 28.57

จากตารางที่ 5.13 อธิบายได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการมาแล้วในครั้งที่ 4 มีการเปลี่ยนมาใช้บริการของเครือข่าย Orange มากที่สุดจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 42.86 รองลงมาคือเครือข่าย AIS จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 28.57 เครือข่าย DTAC และ Hutch มีจำนวนเท่ากันคือผู้ให้บริการละ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 14.29

5.1.4 ข้อมูลปัจจัยการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเปลี่ยนผู้ให้บริการ

ตารางที่ 5.14 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของแต่ละปัจจัย

(หน่วย: คะแนน)

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเปลี่ยนผู้ให้บริการ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ค่าเฉลี่ย	เกณฑ์
1. อัตราค่าโทร/โปรโมชัน							
1.1 ให้จำนวนวันในการใช้บริการนานขึ้น	109	143	121	24	3	3.83	สูง
1.2 ให้ค่าโทรต่อนาทีต่ำ	169	119	95	14	3	4.09	สูง
1.3 โฆษณา / ความนิยม ของสินค้าหรือองค์กร	37	106	199	42	16	3.27	ปานกลาง
รวม	315	368	415	80	22	3.73	สูง
2. ศูนย์บริการ,ตัวแทนจำหน่าย และ Call Center							
2.1 บริการของศูนย์บริการและตัวแทนจำหน่าย ดีกว่า	50	138	184	23	5	3.51	สูง
2.2 จำนวนศูนย์บริการและตัวแทนจำหน่ายมากกว่า	47	140	179	29	5	3.49	ปานกลาง
2.3 มี Call Center ให้บริการเป็นอย่างดี	66	141	164	23	6	3.6	สูง
รวม	163	419	527	75	16	3.53	สูง
3. หมายเลขโทรศัพท์							
3.1 ความสวยของเลขหมาย	54	88	186	59	13	3.28	ปานกลาง
3.2 ความผูกพันกับเลขหมายเดิม และ ความสะดวกในการเปลี่ยนหมายเลขใหม่	93	126	149	26	6	3.69	สูง
3.3 หลีกเลี่ยงจากบุคคลที่รู้จักเลขหมายเดิม	33	65	161	99	42	2.87	ปานกลาง
รวม	180	279	496	184	61	3.28	ปานกลาง
4. พื้นที่ให้บริการ และ คุณภาพสัญญาณ							
4.1 พื้นที่ให้บริการครอบคลุมจุดที่ต้องการใช้งาน	175	132	74	15	4	4.15	สูง
4.2 รับสายหรือโทรออกติดง่ายและสายไม่หลุด	191	119	72	14	4	4.2	สูง
4.3 รับ/ส่งข้อมูลอื่น นอกจากเสียงได้รวดเร็ว	131	138	109	17	5	3.93	สูง
รวม	497	389	255	46	13	4.09	สูง
5. บริการเสริมและเทคโนโลยีการสื่อสาร							
5.1 มีบริการเสริมรูปแบบใหม่ๆ ตลอดเวลา	72	168	133	17	10	3.69	สูง
5.2 มีบริการเสริมหลากหลายรูปแบบให้เลือก	81	161	125	23	10	3.7	สูง
5.3 ใช้เทคโนโลยีด้านการสื่อสารใหม่ๆ	84	146	143	17	10	3.69	สูง
รวม	237	475	401	57	30	3.69	สูง

จากตารางที่ 5.14 อธิบายได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยด้านพื้นที่ให้บริการ และ คุณภาพสัญญาณ มีผลต่อการตัดสินใจเปลี่ยนผู้ให้บริการมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย อยู่ในเกณฑ์สูง คือ 4.09 รองลงมาคือปัจจัยด้านอัตราค่าโทร/โปร โมชั่น มีค่าเฉลี่ยอยู่ในเกณฑ์สูง คือ 3.73 ปัจจัยด้าน บริการเสริมและเทคโนโลยีการสื่อสาร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในเกณฑ์สูง คือ 3.69 ปัจจัยด้าน ศูนย์บริการ,ตัวแทนจำหน่าย และ Call Center มีค่าเฉลี่ยอยู่ในเกณฑ์สูง คือ 3.53 และปัจจัยด้าน หมายเลขโทรศัพท์ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด อยู่ในเกณฑ์ปานกลาง คือ ที่สุด 3.28

ตารางที่ 5.15 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการตลาดเปรียบเทียบระหว่างผู้ใช้บริการทั้ง 2 กลุ่ม

(หน่วย: คะแนน)

ปัจจัยทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย		ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	
	ผู้ที่ไม่เคยเปลี่ยน	ผู้ที่เคยเปลี่ยน	ผู้ที่ไม่เคยเปลี่ยน	ผู้ที่เคยเปลี่ยน
โปรโมชันค่าโทร	3.96	4.19	0.71	0.77
การบริการ/ตัวแทนจำหน่าย	3.53	3.51	0.73	0.87
เลขหมายโทรศัพท์	3.50	3.45	0.77	0.81
คุณภาพสัญญาณ/พื้นที่ให้บริการ	4.13	4.23	0.78	0.89
บริการเสริม	3.68	3.42	0.83	0.86

จากตารางที่ 5.15 อธิบายได้ว่า ผู้ที่เคยเปลี่ยนผู้ให้บริการมาแล้วให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านโปรโมชันค่าโทร ถึง 4.19 ซึ่งสูงกว่า ผู้ที่ไม่เคยเปลี่ยนผู้ให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ย 3.96 เนื่องจากปัจจัยด้านโปรโมชันค่าโทร เป็นปัจจัยที่สะท้อนถึงราคาค่าใช้จ่าย สำหรับการใช้บริการ ดังนั้น หากราคาย่อมเยาส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการ ส่วนปัจจัยด้านการบริการ/ตัวแทนจำหน่าย ทั้งผู้ที่เคยเปลี่ยนผู้ให้บริการมาแล้วและผู้ที่ไม่เคยเปลี่ยนผู้ให้บริการ ให้ความสำคัญใกล้เคียงกันคือ 3.51 และ 3.53 ตามลำดับ และ ปัจจัยด้านเลขหมายโทรศัพท์ ผู้ที่เคยเปลี่ยนผู้ให้บริการมาแล้วให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ย 3.45 และผู้ที่ไม่เคยเปลี่ยน ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ย 3.50 สำหรับปัจจัยด้านคุณภาพสัญญาณ / พื้นที่ให้บริการผู้ที่เคยเปลี่ยนผู้ให้บริการมาแล้วให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ย 4.23 และผู้ที่ไม่เคยเปลี่ยน ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ย 4.13 ซึ่งถือว่าอยู่ในเกณฑ์สูงทั้ง 2 กลุ่ม เนื่องจากปัจจัยด้านคุณภาพสัญญาณ / พื้นที่ให้บริการนั้นถือได้ว่าเป็นปัจจัยพื้นฐานของการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ดังนั้นผู้ใช้บริการจึงให้ความสำคัญเป็นอันมาก สุดท้ายปัจจัยด้านบริการเสริมผู้ที่เคยเปลี่ยนผู้ให้บริการมาแล้วให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ย 3.42 และผู้ที่ไม่เคยเปลี่ยน ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ย 3.68

ตารางที่ 5.16 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของปัจจัยด้านประชากรและด้านการตลาดระหว่างกลุ่มผู้ที่เคยเปลี่ยนและไม่เคยเปลี่ยน

ปัจจัย	ค่า F	Sig.	ค่า t	df	Sig. (2-tailed)	ผลทดสอบ
ปัจจัยลักษณะประชากร						
เพศ	0.177	0.674	0.214	398	0.831	ไม่แตกต่าง
อายุ	0.428	0.513	-0.077	398	0.939	ไม่แตกต่าง
ระดับการศึกษา	2.638	0.105	-2.594	398	0.010	แตกต่างกัน
อาชีพ	1.398	0.238	-0.936	398	0.350	ไม่แตกต่าง
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	0.065	0.799	-0.406	398	0.685	ไม่แตกต่าง
ปัจจัยด้านการตลาด						
โปรโมชั่นค่าโทร	3.904	0.049	-2.975	344.762	0.003	แตกต่างกัน
การบริการ/ตัวแทนจำหน่าย	5.400	0.021	0.570	335.232	0.569	ไม่แตกต่าง
เลขหมายโทรศัพท์	0.601	0.439	0.543	398	0.587	ไม่แตกต่าง
คุณภาพ/พื้นที่สัญญาณ	0.918	0.339	-1.165	398	0.245	ไม่แตกต่าง
บริการเสริม/เทคโนโลยี	2.645	0.105	3.606	398	0.000	แตกต่างกัน

จากตารางที่ 5.16 อธิบายผลการทดสอบค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านลักษณะประชากร และปัจจัยด้านการตลาดระหว่างกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มคือกลุ่มที่เคยเปลี่ยนผู้ให้บริการมาแล้ว และ กลุ่มที่ยังไม่เคยเปลี่ยนผู้ให้บริการ โดยพบว่า ปัจจัยด้านเพศ, อายุ, อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่มีความแตกต่างกันระหว่างทั้งสองกลุ่ม ส่วนปัจจัยด้านระดับการศึกษาพบมีความแตกต่างระหว่างทั้งสองกลุ่ม ซึ่งส่วนใหญ่แล้วผู้ที่เคยเปลี่ยนส่วนใหญ่จะมีระดับการศึกษาไม่ต่ำจนนัก ซึ่งแตกต่างจากผู้ที่ไม่เคยเปลี่ยนผู้ให้บริการที่มีการศึกษาในระดับสูง ทั้งนี้เป็นไปได้ว่าการศึกษาระดับสูงจะสะท้อนถึงรสนิยม และ พฤติกรรมในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แตกต่างกัน

สำหรับปัจจัยด้านการตลาดพบว่าปัจจัยการบริการ/ตัวแทนจำหน่าย, เลขหมายโทรศัพท์ และ คุณภาพสัญญาณ/พื้นที่ครอบคลุมสัญญาณ ไม่มีความแตกต่างระหว่างทั้ง 2 กลุ่ม ยกเว้นปัจจัยด้านโปรโมชั่นค่าโทรและบริการเสริม/เทคโนโลยี ที่มีความแตกต่างกัน เนื่องจากส่วนใหญ่แล้วผู้ที่เคยเปลี่ยนผู้ให้บริการจะให้ความสำคัญกับเรื่องของโปรโมชั่นค่าโทร เพราะสะท้อนถึงราคาของสินค้าและบริการ ซึ่งถือว่าเป็น ปัจจัยหลักที่ผลักดันให้เกิดอุปสงค์ในการใช้บริการจากผู้ให้บริการที่ลดราคาได้ต่ำจนพอใจ ส่วนผู้ใช้บริการที่ไม่เคยเปลี่ยนผู้ให้บริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบริการเสริม/เทคโนโลยีค่อนข้างสูง เพราะเป็นปัจจัยที่สร้างความประทับใจให้ผู้ใช้บริการ ดังนั้นจึงทำให้อยากอยู่ใช้บริการต่อไปนานๆ ไม่เปลี่ยนไปใช้ของผู้อื่น

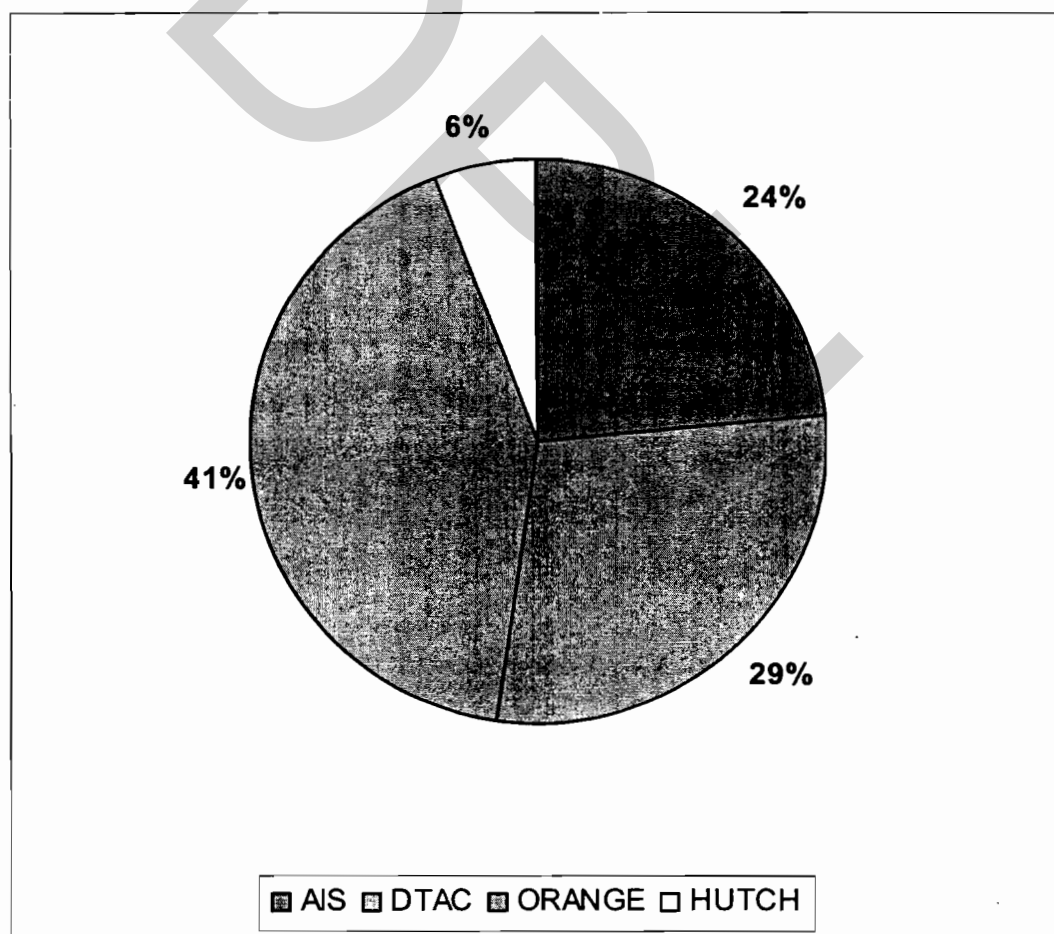
5.2 ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีเฉพาะผู้ที่เคยเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการมาแล้ว

5.2.1 ลักษณะทางประชากรของผู้ใช้บริการที่เคยเปลี่ยนผู้ให้บริการแล้วแยกตามผู้ให้บริการ

ตารางที่ 5.17 จำนวนผู้ที่เคยเปลี่ยนผู้ให้บริการมาแล้วแยกตามผู้ให้บริการที่ใช้บริการในปัจจุบัน

(หน่วย: คน)

ผู้ให้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
AIS	40	23.53
DTAC	49	28.82
ORANGE	71	41.76
HUTCH	10	5.88
รวม	170	100.00



ภาพที่ 5.1 แสดงสัดส่วนของผู้ที่เคยเปลี่ยนผู้ให้บริการแยกตามผู้ให้บริการที่ใช้บริการในปัจจุบัน

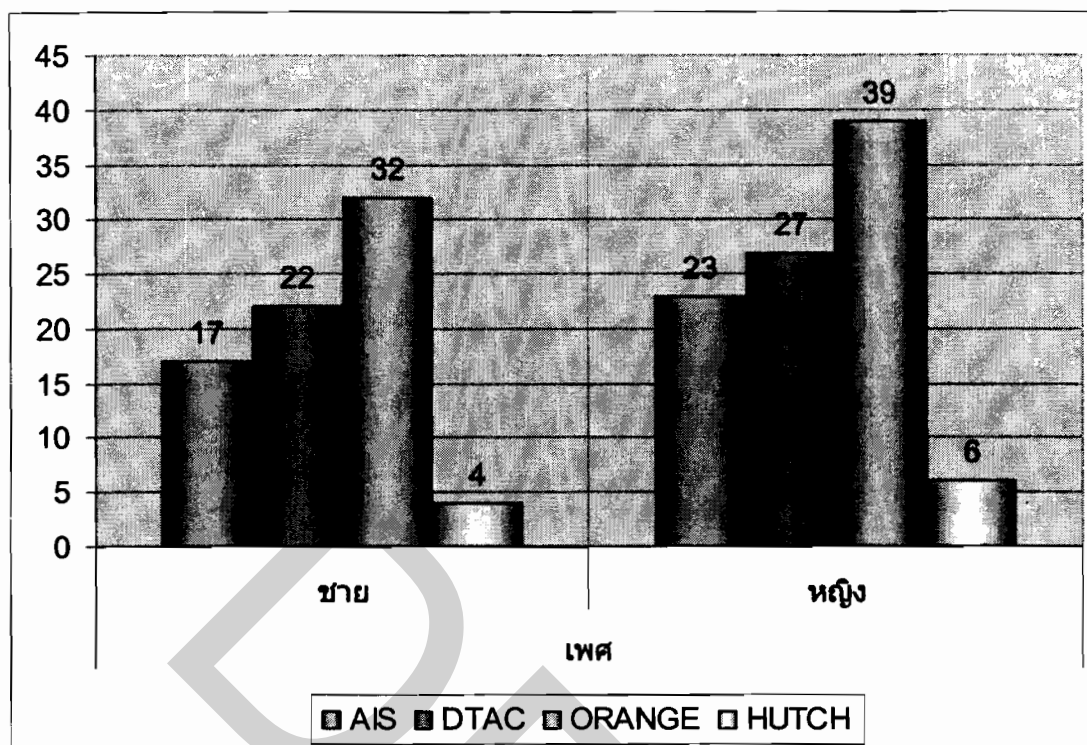
จากตารางที่ 5.17 และ ภาพที่ 5.1 แสดงว่าในกลุ่มของผู้ที่เคยเปลี่ยนผู้ให้บริการมาแล้ว ปัจจุบันใช้บริการของ ORANGE มากที่สุดจำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 41 รองลงมาคือผู้ใช้ DTAC มีจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 29 ผู้ที่ใช้ AIS มีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 24 และ ผู้ที่ใช้ HUTCH มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 6 ตามลำดับ

เมื่อศึกษารายละเอียดทางด้านลักษณะประชากรของกลุ่มผู้ใช้บริการที่เคยเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการมาแล้ว พบรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 5.18 แสดงจำนวนผู้ที่เคยเปลี่ยนผู้ให้บริการ แยกตามลักษณะประชากร และ ผู้ให้บริการ

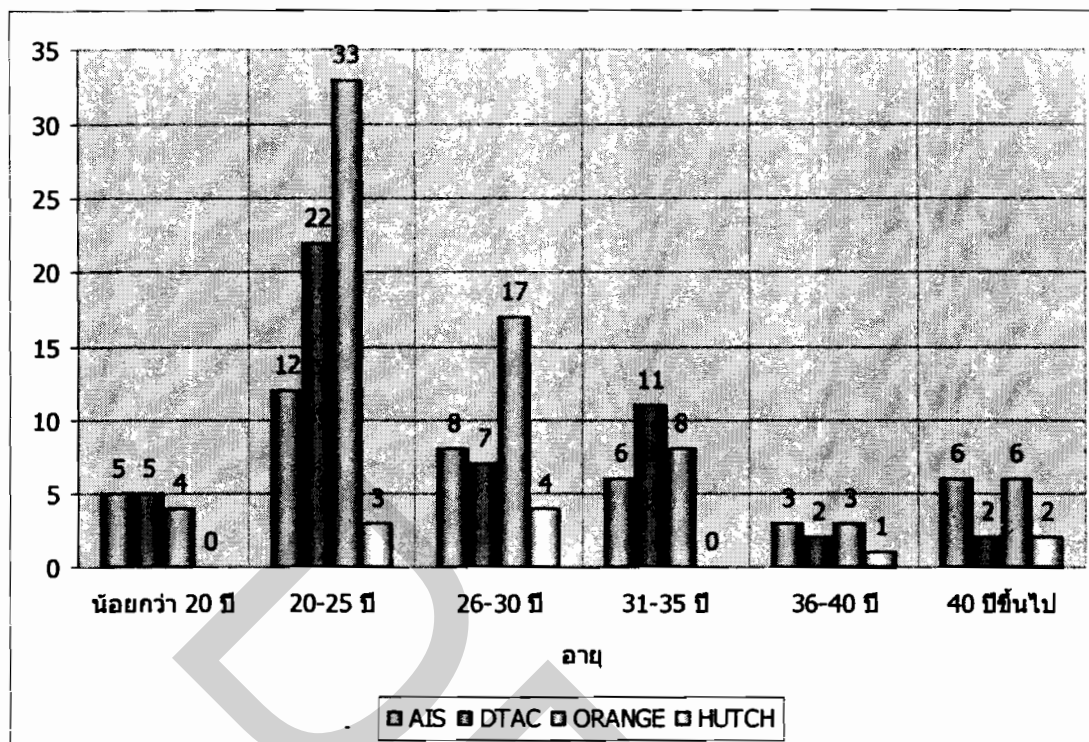
(หน่วย: คน)

ลักษณะประชากร		AIS	DTAC	ORANGE	HUTCH	รวม
เพศ	ชาย	17	22	32	4	75
	หญิง	23	27	39	6	95
อายุ	น้อยกว่า 20 ปี	5	5	4	0	14
	20-25 ปี	12	22	33	3	70
	26-30 ปี	8	7	17	4	36
	31-35 ปี	6	11	8	0	25
	36-40 ปี	3	2	3	1	9
	40 ปีขึ้นไป	6	2	6	2	16
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	3	0	4	2	9
	มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	8	7	6	1	22
	อนุปริญญา / ปวส.	7	9	14	2	32
	ปริญญาตรี	22	29	40	5	96
	ปริญญาโท	0	4	7	0	11
	ปริญญาเอก	0	0	0	0	0
อาชีพ	นักเรียน / นักศึกษา	12	13	22	1	48
	ลูกจ้าง / พนักงานบริษัทเอกชน	13	23	37	4	77
	ธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ	5	0	3	2	10
	รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ / องค์กรของรัฐ	10	13	9	1	33
	ไม่ได้ทำงาน	0	0	0	2	2
	อื่น ๆ	0	0	0	0	0
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ต่ำกว่า 5,000 บาท	10	7	14	3	34
	5,000-10,000 บาท	18	22	28	2	70
	10,001-15,000 บาท	6	10	16	3	35
	15,001-20,000 บาท	1	6	4	1	12
	20,001-25,000 บาท	0	2	4	1	7
	25,001 บาทขึ้นไป	5	2	5	0	12



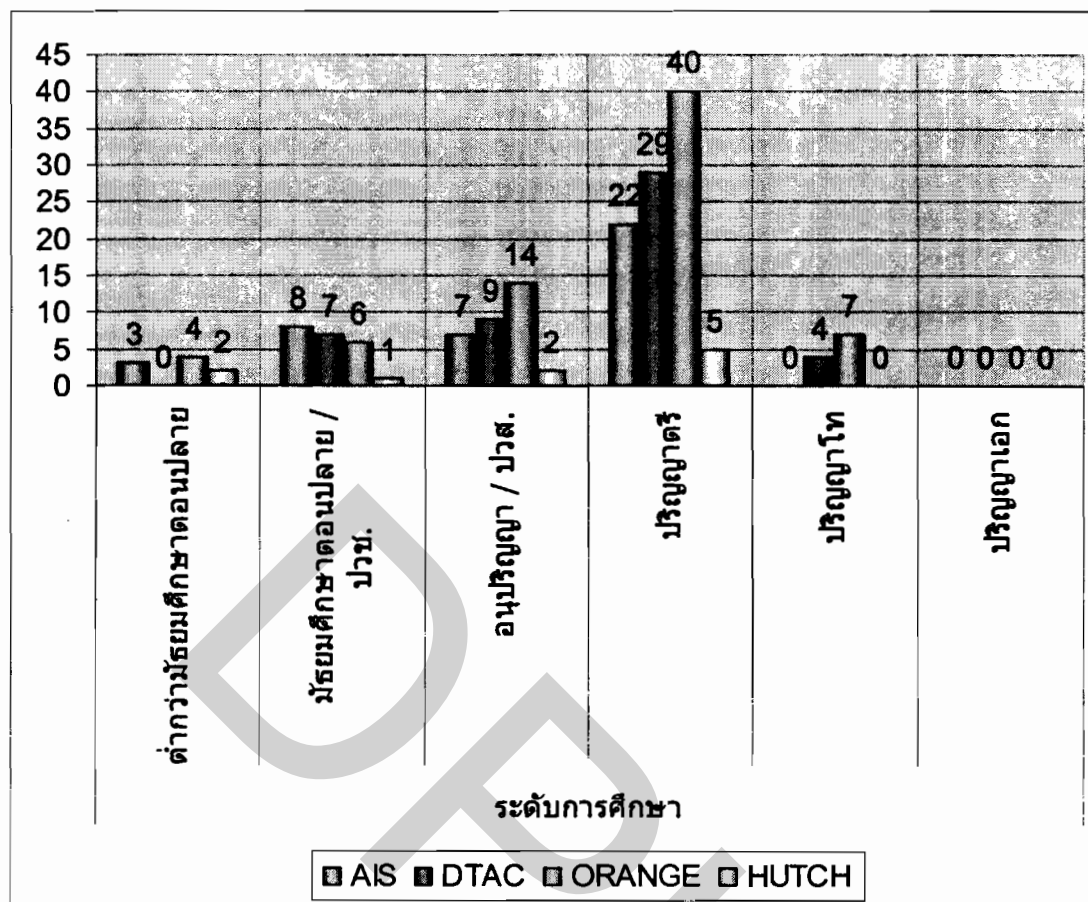
ภาพที่ 5.2 จำนวนผู้ที่เคยเปลี่ยนผู้ให้บริการ แยกตามเพศและผู้ให้บริการที่ใช้บริการในปัจจุบัน

จากตารางที่ 5.18 และภาพที่ 5.2 แสดงว่า ผู้ที่เคยเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการมาแล้วมี สัดส่วนของเพศหญิงสูงกว่าเพศชาย ในทุกๆผู้ให้บริการ โดยในส่วนของเพศชาย มีการใช้บริการ ของ ORANGE มากที่สุดมีจำนวน 32 คน รองลงมาคือ DTAC จำนวน 22 คน และ ในส่วนของเพศ หญิง มีการใช้บริการของ ORANGE มากที่สุดมีจำนวน 39 คน รองลงมาคือ DTAC จำนวน 27 คน



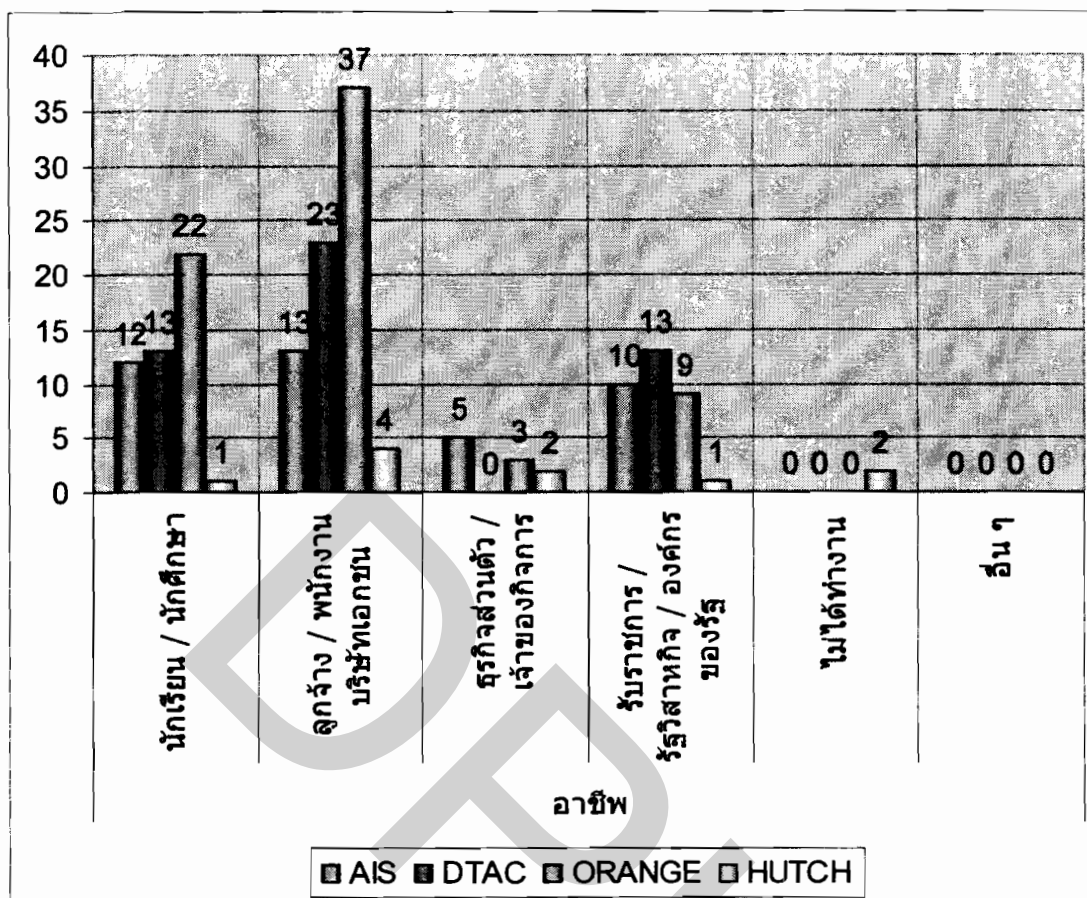
ภาพที่ 5.3 แสดงจำนวนผู้ที่เคยเปลี่ยนผู้ให้บริการแยกตามอายุและผู้ให้บริการที่ใช้บริการในปัจจุบัน

จากตารางที่ 5.18 และภาพที่ 5.3 แสดงว่าผู้ที่เคยเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการมาแล้วมีช่วงอายุ 20-25 ปี มากที่สุด จำนวน 70 คน โดยเมื่อพิจารณาในแต่ละช่วงอายุ พบว่าในช่วงอายุ น้อยกว่า 20 ปี ใช้บริการของ AIS และ DTAC มากที่สุด เป็นจำนวนรายละเอียด 5 คน รองลงมาคือ ORANGE มีจำนวน 4 คน รวมทั้งสิ้น 14 คน ช่วงอายุ 20-25 ปี ใช้บริการของ ORANGE มากที่สุด จำนวน 33 คน รองลงมาคือ DTAC จำนวน 22 คน และอื่นๆ รวมทั้งสิ้น 70 คน ช่วงอายุ 26-30 ปี ใช้บริการของ ORANGE มากที่สุดจำนวน 17 คน รองลงมาคือ AIS จำนวน 8 คน และอื่นๆ รวมทั้งสิ้น 36 คน ช่วงอายุ 31-35 ปี ใช้บริการของ DTAC มากที่สุดจำนวน 11 คน รองลงมาคือ ORANGE จำนวน 8 คน และอื่นๆ รวมทั้งสิ้น 25 คน ช่วงอายุ 36-40 ปี ใช้บริการของ AIS และ ORANGE มากที่สุดจำนวน 3 คน รองลงมาคือ DTAC จำนวน 2 คน และอื่นๆ รวมทั้งสิ้น 9 คน ช่วงอายุ 40 ปีขึ้นไป ใช้บริการของ AIS และ ORANGE มากที่สุดจำนวน 6 คน รองลงมาคือ DTAC และ ORANGE เป็นจำนวนรายละเอียด 2 คน รวมทั้งสิ้น 16 คน



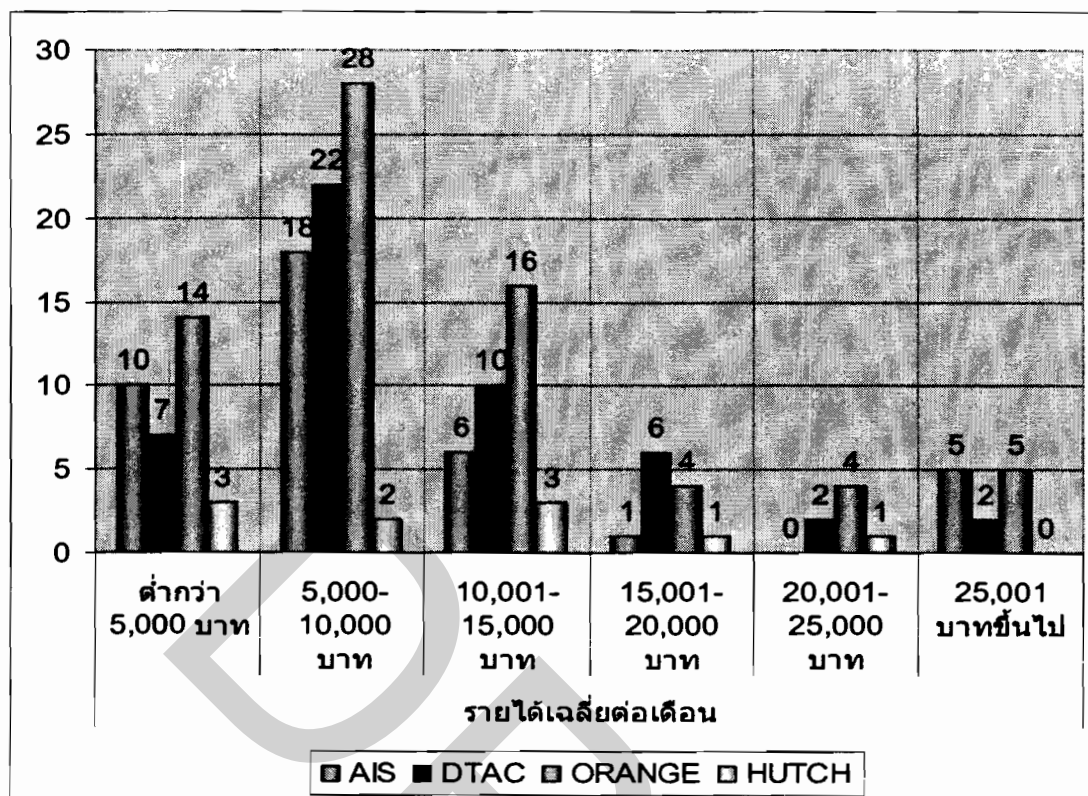
ภาพที่ 5.4 แสดงจำนวนผู้ที่เคยเปลี่ยนผู้ให้บริการมาแล้วแยกตามระดับการศึกษาและผู้ให้บริการที่ใช้บริการในปัจจุบัน

จากตารางที่ 5.18 และภาพที่ 5.4 แสดงว่าผู้ที่เคยเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการมาแล้วมีระดับการศึกษาปริญญาตรี มากที่สุด จำนวน 96 คน โดยเมื่อพิจารณาในแต่ละระดับพบว่า ในระดับต่ำกว่า มัธยมศึกษาตอนปลาย ใช้บริการของ ORANGE มากที่สุด จำนวน 4 คน รองลงมาคือ AIS จำนวน 3 คน และ อื่นๆ รวมทั้งสิ้น 9 คน ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ใช้บริการของ AIS มากที่สุด มีจำนวน 8 คน รองลงมาคือ DTAC มีจำนวน 7 คน และอื่นๆ รวมทั้งสิ้น 22 คน ระดับอนุปริญญา/ปวส. ใช้บริการของ ORANGE มากที่สุด มีจำนวน 14 คน รองลงมาคือ DTAC มีจำนวน 9 คน และอื่นๆ รวมทั้งสิ้น 32 คน ระดับปริญญาตรีใช้บริการของ ORANGE มากที่สุด มีจำนวน 40 คน รองลงมาคือ DTAC มีจำนวน 29 คน และอื่นๆ รวมทั้งสิ้น 96 คน ระดับปริญญาโทใช้บริการของ ORANGE มากที่สุด มีจำนวน 7 คน รองลงมาคือ DTAC มีจำนวน 4 คน รวมทั้งสิ้น 11 คน ระดับปริญญาเอกไม่มีผู้ให้บริการ



ภาพที่ 5.5 แสดงจำนวนผู้ที่เคยเปลี่ยนผู้ให้บริการมาแล้วแยกตามกลุ่มอาชีพและผู้ให้บริการที่ใช้บริการในปัจจุบัน

จากตารางที่ 5.48 และภาพที่ 5.5 แสดงว่าผู้ที่เคยเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการมาแล้วมีอาชีพ ลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน มากที่สุด จำนวน 77 คน โดยเมื่อพิจารณาในแต่ละกลุ่มอาชีพพบว่า อาชีพนักเรียน/นักศึกษา ใช้บริการของ ORANGE มากที่สุด จำนวน 22 คน รองลงมาคือ DTAC จำนวน 13 คน และอื่นๆรวมทั้งสิ้น 48 คน กลุ่มอาชีพ ลูกจ้าง / พนักงานบริษัทเอกชน ใช้บริการของ ORANGE มากที่สุด จำนวน 37 คน รองลงมาคือ DTAC จำนวน 23 คน และอื่นๆรวมทั้งสิ้น 77 คน กลุ่มอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ ใช้บริการของ AIS มากที่สุด จำนวน 5 คน รองลงมาคือ ORANGE จำนวน 3 คน และอื่นๆรวมทั้งสิ้น 10 คน กลุ่มอาชีพ รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ / องค์กรของรัฐใช้บริการของ DTAC มากที่สุด จำนวน 13 คน รองลงมาคือ AIS จำนวน 10 คน และอื่นๆรวมทั้งสิ้น 33 คน กลุ่มผู้ที่ยัง ไม่ได้ทำงาน ใช้บริการของ HUTCH จำนวน 2 คน รวมทั้งสิ้น 2 คน



ภาพที่ 5.6 แสดงจำนวนผู้ที่เคยเปลี่ยนผู้ให้บริการมาแล้วแยกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนและ ผู้ให้บริการที่ใช้ บริการในปัจจุบัน

จากตารางที่ 5.18 และภาพที่ 5.6 แสดงว่าผู้ที่เคยเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการมาแล้วมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระดับ 5,000-10,000 บาท มากที่สุด จำนวน 70 คน โดยเมื่อพิจารณาในแต่ละระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนพบว่า ระดับรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ใช้บริการของ ORANGE มากที่สุด จำนวน 14 คน รองลงมาคือ AIS จำนวน 10 คน และอื่นๆ รวมทั้งสิ้น 34 คน ระดับรายได้ 5,000-10,000 บาท ใช้บริการของ ORANGE มากที่สุด จำนวน 28 คน รองลงมาคือ DTAC จำนวน 22 คน และอื่นๆรวมทั้งสิ้น 70 คน ระดับรายได้ 10,001-15,000 บาท ใช้บริการของ ORANGE มากที่สุด จำนวน 16 คน รองลงมาคือ DTAC จำนวน 10 คน และอื่นๆรวมทั้งสิ้น 35 คน ระดับรายได้ 15,001-20,000 บาท ใช้บริการของ DTAC มากที่สุด จำนวน 6 คน รองลงมาคือ ORANGE จำนวน 4 คน และอื่นๆรวมทั้งสิ้น 12 คน ระดับรายได้ 20,001-25,000 บาท ใช้บริการของ ORANGE มากที่สุด จำนวน 4 คน รองลงมาคือ DTAC จำนวน 2 คน และอื่นๆรวมทั้งสิ้น 7 คน ระดับรายได้ 25,001 บาทขึ้นไป ใช้บริการของ AIS และ ORANGE มากที่สุด รายละ 5 คน รองลงมาคือ DTAC จำนวน 2 คน และอื่นๆรวมทั้งสิ้น 12 คน

5.2.2 เปรียบเทียบความสำคัญของลักษณะประชากรกับปริมาณการเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการ

ตารางที่ 5.19 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนครั้งของการเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการกับปัจจัยด้านประชากรของผู้ใช้บริการที่มีการเปลี่ยนผู้ให้บริการแล้วเรียงลำดับตามความสัมพันธ์กับปริมาณของการเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการจากมากไปน้อย

วิเคราะห์จำแนกหมู่				ลำดับความสำคัญของแต่ละช่วง	ลำดับความสำคัญ
ตัวแปรตาม	ปัจจัยด้านลักษณะประชากร		ส่วนเบี่ยงเบนจากผลหลัก		
จำนวนครั้งที่เปลี่ยน	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (Beta=0.30)	(4) 15,001-20,000 บาท	2.13	1	1
		(6) 25,001 บาทขึ้นไป	1.92	2	
		(3) 10,001-15,000 บาท	1.75	3	
		(2) 5,000-10,000 บาท	1.66	4	
		(5) 20,001-25,000 บาท	1.51	5	
		(1) ต่ำกว่า 5,000 บาท	1.19	6	
	ระดับการศึกษา (Beta=0.23)	(1) ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	2.24	1	2
		(2) มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	1.87	2	
		(5) ปริญญาโท	1.72	3	
		(3) อนุปริญญา / ปวส.	1.66	4	
		(4) ปริญญาตรี	1.5	5	
	อายุ (Beta=0.22)	(1) น้อยกว่า 20 ปี	1.79	1	3
		(5) 36-40 ปี	1.76	2	
		(3) 26-30 ปี	1.72	3	
		(2) 20-25 ปี	1.72	4	
		(4) 31-35 ปี	1.4	5	
		(6) 40 ปีขึ้นไป	1.19	6	
	อาชีพ (Beta=0.19)	(5) ไม่ได้ทำงาน	2.58	1	4
		(1) นักเรียน / นักศึกษา	1.8	2	
		(4) รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ / องค์กรของรัฐ	1.62	3	
		(2) ลูกจ้าง / พนักงานบริษัทเอกชน	1.52	4	
		(3) ธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ	1.47	5	
	เพศ (Beta=0.10)	(1) ชาย	1.72	1	5
		(2) หญิง	1.56	2	

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กำลังสอง (R^2) = 0.107

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) = 0.327

ค่าเฉลี่ยรวม (Grand Mean) = 1.63

จากตารางที่ 5.19 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์จำแนกเพศ เมื่อมีการควบคุมตัวแปรอิสระตัวอื่นๆ แล้ว พบว่า สัดส่วนความแปรปรวนของปริมาณการเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการ สามารถอธิบายได้ด้วยตัวแปรอิสระแต่ละตัว เรียงตามลำดับความสำคัญ จากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน, ระดับการศึกษา, อายุ, อาชีพ และ เพศ โดยมีค่า Beta เท่ากับ 0.30, 0.23, 0.22, 0.19 และ 0.10 ตามลำดับ
2. ตัวแปรอิสระทั้งหมดสามารถอธิบายความแปรปรวนของปริมาณการเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการ ได้ร้อยละ 10.7 (Multiple $R^2 = 0.107$) มีค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.327 ($R = 0.327$) มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 1.63

3. ผลการวิเคราะห์จำแนกเพศ เมื่อพิจารณาค่าเบี่ยงเบนจากผลหลักปรากฏผลดังต่อไปนี้

1. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

เมื่อมีการควบคุมตัวแปรอิสระตัวอื่นๆ พบว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ใช้บริการที่เคยเปลี่ยนผู้ให้บริการมาแล้ว มีความสัมพันธ์กับปริมาณการเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการ มากที่สุด คือช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท โดยมีค่าเบี่ยงเบนจากผลหลักเป็นค่าบวก ($0.50 + 1.63 = 2.13$) รองลงมาคือ ช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 บาทขึ้นไป มีค่าเบี่ยงเบนจากผลหลักเป็นค่าบวก ($0.29 + 1.63 = 1.92$) ช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท มีค่าเบี่ยงเบนจากผลหลักเป็นค่าบวก ($0.12 + 1.63 = 1.75$) ช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาท มีค่าเบี่ยงเบนจากผลหลักเป็นค่าบวก ($0.03 + 1.63 = 1.66$) ช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-25,000 บาท มีค่าเบี่ยงเบนจากผลหลักเป็นค่าลบ ($-0.12 + 1.63 = 1.51$) และ ช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท มีค่าเบี่ยงเบนจากผลหลักเป็นค่าลบ ($-0.44 + 1.63 = 1.19$) ตามลำดับ สรุปได้ว่า ช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท มีการเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการบ่อยที่สุด รองลงมาคือ ช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 บาทขึ้นไป ระดับ 10,001-15,000 บาท ระดับ 5,000-10,000 บาท ระดับ 20,001-25,000 บาท และ ระดับต่ำกว่า 5,000 บาท ตามลำดับ

2. ระดับการศึกษา

เมื่อมีการควบคุมตัวแปรอิสระตัวอื่นๆ พบว่าระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการที่เคยเปลี่ยนผู้ให้บริการมาแล้ว มีความสัมพันธ์กับปริมาณการเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการ มากที่สุด คือระดับการศึกษา ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย โดยมีค่าเบี่ยงเบนจากผลหลักเป็นค่าบวก ($0.61 + 1.63 = 2.24$) รองลงมาคือ การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. มีค่าเบี่ยงเบนจากผลหลักเป็นค่าบวก ($0.24 + 1.63 = 1.87$) การศึกษาระดับปริญญาโท มีค่าเบี่ยงเบนจากผลหลักเป็นค่าบวก ($0.09 + 1.63 = 1.72$) การศึกษาระดับอนุปริญญา / ปวส. มี

ค่าเบี่ยงเบนจากผลหลักเป็นค่าบวก ($0.03 + 1.63 = 1.66$) และ การศึกษาระดับปริญญาตรี มีค่าเบี่ยงเบนจากผลหลักเป็นค่าลบ ($-0.13 + 1.63 = 1.5$) ตามลำดับ สรุปได้ว่า การศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย มีความสัมพันธ์กับปริมาณการเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการมากที่สุด รองลงมาคือ การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. ระดับปริญญาโท ระดับอนุปริญญา / ปวส. และ ระดับปริญญาตรีตามลำดับ

3. อายุ

เมื่อมีการควบคุมตัวแปรอิสระตัวอื่นๆ พบว่า ช่วงอายุของผู้ใช้บริการ ที่เคยเปลี่ยนผู้ให้บริการมาแล้ว มีความสัมพันธ์กับปริมาณการเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการ มากที่สุด คือช่วงอายุน้อยกว่า 20 ปี โดยมีค่าเบี่ยงเบนจากผลหลักเป็นค่าบวก ($0.16 + 1.63 = 1.79$) รองลงมาคือ ช่วงอายุ 36-40 ปี มีค่าเบี่ยงเบนจากผลหลักเป็นค่าบวก ($0.13 + 1.63 = 1.76$) ช่วงอายุ 26-30 ปี มีค่าเบี่ยงเบนจากผลหลักเป็นค่าบวก ($0.09 + 1.63 = 1.72$) ช่วงอายุ 20-25 ปี มีค่าเบี่ยงเบนจากผลหลักเป็นค่าบวก ($0.09 + 1.63 = 1.72$) ช่วงอายุ 31-35 ปี มีค่าเบี่ยงเบนจากผลหลักเป็นค่าลบ ($-0.23 + 1.63 = 1.4$) และ ช่วงอายุ 40 ปีขึ้นไป มีค่าเบี่ยงเบนจากผลหลักเป็นค่าลบ ($-0.44 + 1.63 = 1.19$) ตามลำดับ สรุปได้ว่า ช่วงอายุน้อยกว่า 20 ปี มีความสัมพันธ์กับปริมาณการเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการ มากที่สุด รองลงมาคือ ผู้ใช้บริการที่มีช่วงอายุ 36-40 ปี, ช่วงอายุ 26-30 ปี, ช่วงอายุ 20-25 ปี, ช่วงอายุ 31-35 ปี และ ช่วงอายุ 40 ปีขึ้นไป ตามลำดับ

4. อาชีพ

เมื่อมีการควบคุมตัวแปรอิสระตัวอื่นๆ พบว่าอาชีพของผู้ใช้บริการที่เคยเปลี่ยนผู้ให้บริการมาแล้ว มีความสัมพันธ์กับปริมาณการเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการ มากที่สุด คือกลุ่มที่ยังไม่ได้ทำงาน โดยมีค่าเบี่ยงเบนจากผลหลักเป็นค่าบวก ($0.95 + 1.63 = 2.58$) รองลงมาคือ อาชีพ นักเรียน / นักศึกษา มีค่าเบี่ยงเบนจากผลหลักเป็นค่าบวก ($0.17 + 1.63 = 1.8$) อาชีพ รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ / องค์การของรัฐ มีค่าเบี่ยงเบนจากผลหลักเป็นค่าลบ ($-0.01 + 1.63 = 1.62$) อาชีพ ลูกจ้าง / พนักงานบริษัทเอกชน มีค่าเบี่ยงเบนจากผลหลักเป็นค่าลบ ($-0.11 + 1.63 = 1.52$) และ อาชีพ ธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ มีค่าเบี่ยงเบนจากผลหลักเป็นค่าลบ ($-0.16 + 1.63 = 1.47$) สรุปได้ว่า กลุ่มที่ยังไม่ได้ทำงาน มีความสัมพันธ์กับปริมาณการเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการ มากที่สุด รองลงมาคือ อาชีพนักเรียน / นักศึกษา, อาชีพรับราชการ / รัฐวิสาหกิจ / องค์การของรัฐ, อาชีพลูกจ้าง / พนักงานบริษัทเอกชน และ อาชีพธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ ตามลำดับ

5. เพศ

เมื่อมีการควบคุมตัวแปรอิสระตัวอื่นๆ พบว่าเพศของผู้ใช้บริการที่เคยเปลี่ยนผู้ให้บริการมาแล้ว มีความสัมพันธ์กับปริมาณการเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการ มากที่สุด คือเพศชาย โดยมีค่าเบี่ยงเบนจากผลหลักเป็นค่าบวก $0.09 + 1.63 = 1.72$) รองลงมาคือ เพศหญิง มีค่าเบี่ยงเบนจากผลหลักเป็นค่าลบ $(-0.07 + 1.63 = 1.56)$ สรุปได้ว่าเพศชายมีความสัมพันธ์กับปริมาณการเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการ มากกว่า เพศหญิง

5.2.3 เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยปริมาณการเปลี่ยนผู้ให้บริการ กับ ปัจจัยด้านการตลาด

ตารางที่ 5.20 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระหว่างจำนวนครั้งของการเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการ กับ ปัจจัยด้านการตลาด เรียงลำดับ ตามความสัมพันธ์กับจำนวนครั้ง ของการเปลี่ยนแปลง ผู้ให้บริการจากมากไปน้อย

ผลการวิเคราะห์จำแนกหมู่			ลำดับความสำคัญ
ตัวแปรตาม	ปัจจัยด้านการตลาด	Beta	
จำนวนครั้งที่เปลี่ยน	สัญญาณ	0.29	1
	โปรโมชั่น	0.21	2
	บริการเสริม	0.19	3
	การบริการ	0.12	4
	เลขหมายโทรศัพท์	0.1	5

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กำลังสอง (R^2) = 0.147

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) = 0.383

ค่าเฉลี่ยรวม (Grand Mean) = 1.63

จากตารางที่ 5.20 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์จำแนกหมู่ เมื่อมีการควบคุมตัวแปรอิสระตัวอื่นๆ แล้วพบว่า สัดส่วนความแปรปรวนของปริมาณการเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการ สามารถอธิบายได้ด้วยตัวแปรอิสระแต่ละตัว เรียงตามลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ สัญญาณโทรศัพท์, โปรโมชั่น, บริการเสริม, การบริการ และ เลขหมายโทรศัพท์ โดยมีค่า Beta เท่ากับ 0.29, 0.21, 0.19, 0.12 และ 0.10 ตามลำดับ

2. ตัวแปรอิสระทั้งหมดสามารถอธิบายความแปรปรวนของปริมาณการเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการได้ร้อยละ 14.7 (Multiple $R^2 = 0.147$) มีค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.383 ($R = 0.383$) มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 1.63

5.2.4 ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการตลาด เปรียบเทียบระหว่างผู้

ให้บริการ AIS, DTAC, ORANGE และ HUTCH

ตารางที่ 5.21 ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยการตลาดระหว่างผู้ให้บริการ

ปัจจัยการตลาด	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F-Test	ค่า Sig รายกลุ่ม	คู่เปรียบเทียบ	ค่า Sig รายคู่	ผลการทดสอบ
โปรโมชัน	AIS	40	3.8	7.782	0.000	AIS และ DTAC	0.00	แตกต่าง
	DTAC	49	4.6			AIS และ ORANGE	0.01	แตกต่าง
	ORANGE	71	4.3			AIS และ HUTCH	0.76	ไม่แตกต่าง
การบริการ	AIS	40	3.6	0.442	0.723	AIS และ DTAC	1.00	ไม่แตกต่าง
	DTAC	49	3.6			AIS และ ORANGE	0.92	ไม่แตกต่าง
	ORANGE	71	3.5			AIS และ HUTCH	0.96	ไม่แตกต่าง
เลขหมายโทรศัพท์	AIS	40	3.7	0.841	0.473	AIS และ DTAC	1.00	ไม่แตกต่าง
	DTAC	49	3.7			AIS และ ORANGE	0.77	ไม่แตกต่าง
	ORANGE	71	3.5			AIS และ HUTCH	0.99	ไม่แตกต่าง
สัญญา	AIS	40	4.8	6.155	0.001	AIS และ DTAC	0.33	ไม่แตกต่าง
	DTAC	49	4.4			AIS และ ORANGE	0.00	แตกต่าง
	ORANGE	71	4.1			AIS และ HUTCH	0.04	แตกต่าง
บริการเสริม	AIS	40	3.9	0.467	0.706	AIS และ DTAC	1.00	ไม่แตกต่าง
	DTAC	49	3.9			AIS และ ORANGE	0.87	ไม่แตกต่าง
	ORANGE	71	3.7			AIS และ HUTCH	1.00	ไม่แตกต่าง

จากตารางที่ 5.21 สามารถอธิบายผลการวิเคราะห์ดังนี้

1. ปัจจัยด้านโปรโมชัน

ผู้ที่ใช้บริการของ DTAC ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านโปรโมชันมากที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ย 4.6 รองลงมาคือ ผู้ที่ให้บริการของ ORANGE มีค่าเฉลี่ย 4.3 และ AIS มีค่าเฉลี่ย 3.8 ตามลำดับ และค่าเฉลี่ยของปัจจัยโปรโมชันระหว่างผู้ให้บริการทั้ง 4 ราย แตกต่างกันอย่างน้อย 2 ราย ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายคู่พบว่า คู่ที่มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันได้แก่ AIS กับ DTAC และ AIS กับ ORANGE

2. ปัจจัยด้านการบริการ

ผู้ที่ใช้บริการของ AIS และ DTAC ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการบริการมากที่สุดโดยมีค่า

เฉลี่ยรายละเอียด 3.6 รองลงมาคือ ผู้ที่ใช้บริการของ ORANGE มีค่าเฉลี่ย 3.5 และ ค่าเฉลี่ยของปัจจัยการบริการระหว่างผู้ให้บริการทั้ง 4 ราย ไม่แตกต่างกัน อย่างน้อย 2 ราย ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

3. ปัจจัยด้านเลขหมายโทรศัพท์

ผู้ที่ใช้บริการของ AIS และ DTAC ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านเลขหมายโทรศัพท์มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยรายละเอียด 3.7 รองลงมาคือ ผู้ที่ใช้บริการของ ORANGE มีค่าเฉลี่ย 3.5 และ ค่าเฉลี่ยของปัจจัยเลขหมายโทรศัพท์ ระหว่างผู้ให้บริการทั้ง 4 ราย ไม่แตกต่างกัน อย่างน้อย 2 ราย ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

4. ปัจจัยด้านสัญญาณ

ผู้ที่ใช้บริการของ AIS ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสัญญาณมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.8 รองลงมาคือ ผู้ที่ใช้บริการของ DTAC มีค่าเฉลี่ย 4.4 และ ORANGE มีค่าเฉลี่ย 4.1 ตามลำดับ และ ค่าเฉลี่ยของปัจจัยสัญญาณระหว่างผู้ให้บริการทั้ง 4 ราย แตกต่างกัน อย่างน้อย 2 ราย ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายคู่พบว่า คู่ที่มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันได้แก่คู่ AIS กับ ORANGE และ AIS กับ HUTCH

5. ปัจจัยด้านบริการเสริม

ผู้ที่ใช้บริการของ AIS และ DTAC ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบริการเสริมมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยรายละเอียด 3.9 รองลงมาคือ ผู้ที่ใช้บริการของ ORANGE มีค่าเฉลี่ย 3.7 และ ค่าเฉลี่ยของปัจจัยบริการเสริม ระหว่างผู้ให้บริการทั้ง 4 ราย ไม่แตกต่างกัน อย่างน้อย 2 ราย ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

สรุปว่าผู้ให้บริการที่ใช้บริการของ DTAC จะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านโปรโมชั่น ส่วน ผู้ใช้ บริการที่ใช้บริการของ AIS จะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสัญญาณเป็นหลัก สำหรับปัจจัยด้านการให้บริการ ด้านหมายเลขโทรศัพท์ และ ด้านบริการเสริมนั้น ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญค่อนข้างใกล้เคียงกันในผู้ให้บริการแต่ละราย

5.2.5 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานของกลุ่มผู้ที่เคยเปลี่ยนผู้ให้บริการดังนี้

1. สมมติฐานข้อที่ 1

ปัจจัย รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งเป็นลักษณะทางประชากรของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน มีผลต่อปริมาณการเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการ มากกว่าปัจจัยทางประชากรด้านอื่นๆ เช่น การศึกษา, เพศ, อายุ และ อาชีพ เป็นต้น

2. สมมติฐานข้อที่ 2

2.1. ผู้ใช้บริการที่เคยเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการมาแล้ว ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านโปรโมชั่นค่าโทร และ ปัจจัยด้านคุณภาพสัญญาณ/พื้นที่ครอบคลุมสัญญาณของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินทั้ง AIS, DTAC, ORANGE และ HUTCH แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

2.2. ผู้ใช้บริการที่เคยเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการมาแล้ว ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านศูนย์บริการและตัวแทนจำหน่าย, ปัจจัยด้านเลขหมายโทรศัพท์ และ ปัจจัยด้านรูปแบบบริการเสริมต่างๆ/เทคโนโลยี ของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินทั้ง AIS, DTAC, ORANGE และ HUTCH ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

3. สมมติฐานข้อที่ 3

ปัจจัย ด้านสัญญาณและด้านโปรโมชั่นค่าโทร ซึ่งเป็นลักษณะทางการตลาดของผู้ใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน มีผลต่อปริมาณการเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการมากกว่าปัจจัยทางการตลาดด้านอื่นๆ เช่น การบริการ, หมายเลขโทรศัพท์ และ เทคโนโลยี/บริการเสริม เป็นต้น

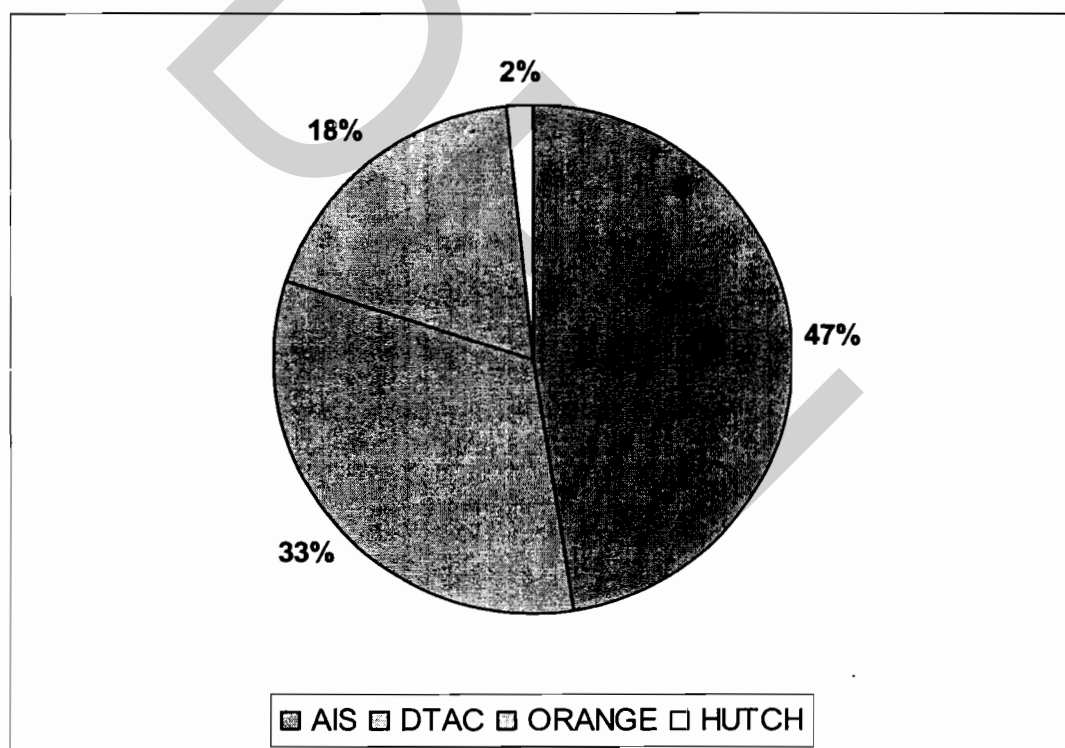
5.3 ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีเฉพาะผู้ที่ยังไม่เคยเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการเลย

5.3.1 ลักษณะทางประชากรของผู้ที่ยังไม่เคยเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการแยกตามผู้ให้บริการ

ตารางที่ 5.22 แสดงจำนวนผู้ที่ยังไม่เคยเปลี่ยนผู้ให้บริการแยกตามผู้ให้บริการที่ใช้บริการในปัจจุบัน

(หน่วย: คน)

ผู้ให้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
AIS	109	47.39
DTAC	75	32.61
ORANGE	42	18.26
HUTCH	4	1.74
รวม	230	100.00



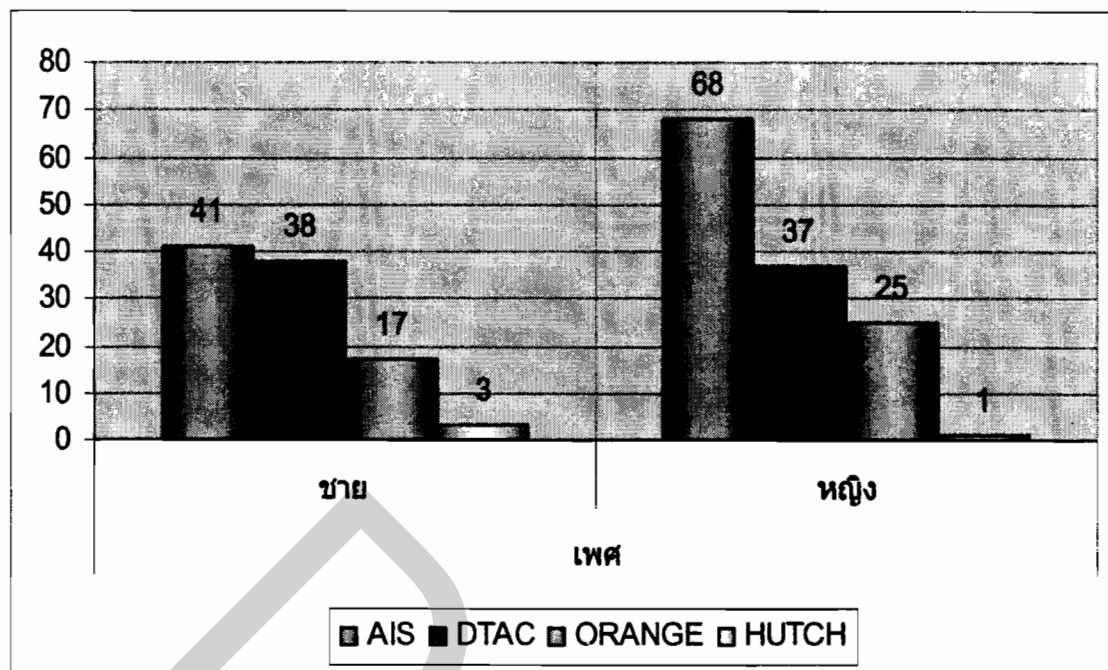
ภาพที่ 5.7 แสดงสัดส่วนของผู้ที่ยังไม่เคยเปลี่ยนผู้ให้บริการแยกตามผู้ให้บริการที่ใช้บริการในปัจจุบัน

จากตารางที่ 5.22 และ ภาพที่ 5.7 แสดงว่าในกลุ่มของผู้ที่ยังไม่เคยเปลี่ยนผู้ให้บริการ ปัจจุบันใช้บริการของ AIS มากที่สุดจำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 47 รองลงมาคือผู้ใช้ DTAC มีจำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 33 ผู้ที่ใช้ ORANGE มีจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 18 และ ผู้ที่ใช้ HUTCH มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2 ตามลำดับ

เมื่อศึกษารายละเอียดทางด้านลักษณะประชากรของกลุ่มผู้ใช้บริการที่ไม่เคย
เปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการ พบรายละเอียดดังนี้

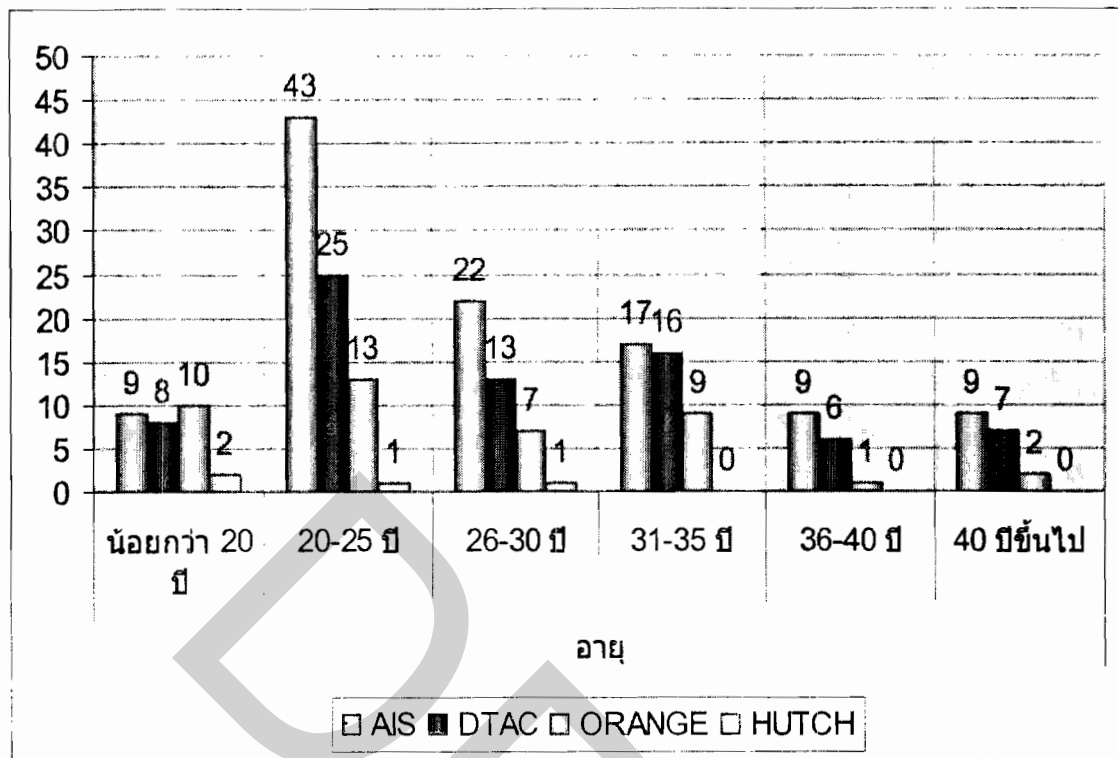
ตารางที่ 5.23 แสดงจำนวนผู้ที่ไม่เคยเปลี่ยนผู้ให้บริการแยกตามลักษณะประชากรและผู้ให้บริการ
(หน่วย: คน)

ลักษณะประชากร		AIS	DTAC	ORANGE	HUTCH	รวม
เพศ	ชาย	41	38	17	3	99
	หญิง	68	37	25	1	131
อายุ	น้อยกว่า 20 ปี	9	8	10	2	29
	20-25 ปี	43	25	13	1	82
	26-30 ปี	22	13	7	1	43
	31-35 ปี	17	16	9	0	42
	36-40 ปี	9	6	1	0	16
	40 ปีขึ้นไป	9	7	2	0	18
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	10	3	5	0	18
	มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	27	10	9	0	46
	อนุปริญญา / ปวส.	20	18	9	1	48
	ปริญญาตรี	47	44	16	3	110
	ปริญญาโท	5	0	3	0	8
	ปริญญาเอก	0	0	0	0	0
อาชีพ	นักเรียน / นักศึกษา	31	19	18	3	71
	ลูกจ้าง / พนักงานบริษัทเอกชน	54	40	18	0	112
	ธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ	7	3	1	1	12
	รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ / องค์กร ของรัฐ	16	8	3	0	27
	ไม่ได้ทำงาน	1	4	0	0	5
	อื่นๆ	0	1	2	0	3
รายได้เฉลี่ยต่อ เดือน	ต่ำกว่า 5,000 บาท	20	19	14	3	56
	5,000-10,000 บาท	49	20	17	0	86
	10,001-15,000 บาท	21	24	4	0	49
	15,001-20,000 บาท	8	4	2	0	14
	20,001-25,000 บาท	3	2	2	0	7
	25,001 บาทขึ้นไป	8	6	3	1	18



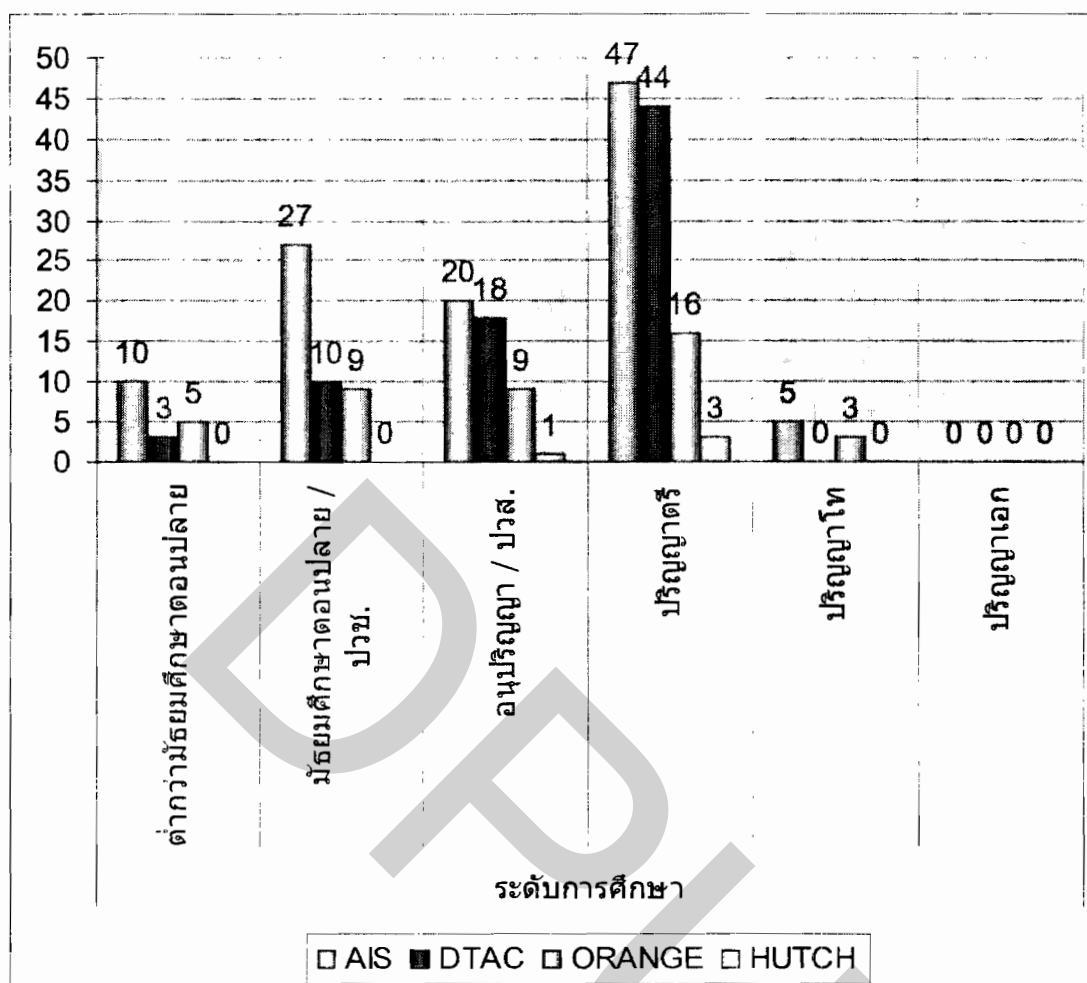
ภาพที่ 5.8 จำนวนผู้ที่ไม่เคยเปลี่ยนผู้ให้บริการแยกตามเพศและผู้ให้บริการที่ใช้บริการในปัจจุบัน

จากตารางที่ 5.23 และภาพที่ 5.8 แสดงว่า ผู้ที่ไม่เคยเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการ มีสัดส่วนของเพศหญิงจำนวน 131 คน ซึ่งสูงกว่าเพศชายที่มีจำนวน 99 คน โดยในส่วนของเพศชาย มีการใช้บริการของ AIS มากที่สุดมีจำนวน 41 คน รองลงมาคือ DTAC จำนวน 38 คน ORANGE จำนวน 17 คนและ HUTCH จำนวน 3 คน ตามลำดับ ในส่วนของเพศหญิง มีการใช้บริการของ AIS มากที่สุดมีจำนวน 68 คน รองลงมาคือ DTAC จำนวน 37 คน ORANGE จำนวน 25 คน และ HUTCH จำนวน 1 คน ตามลำดับ



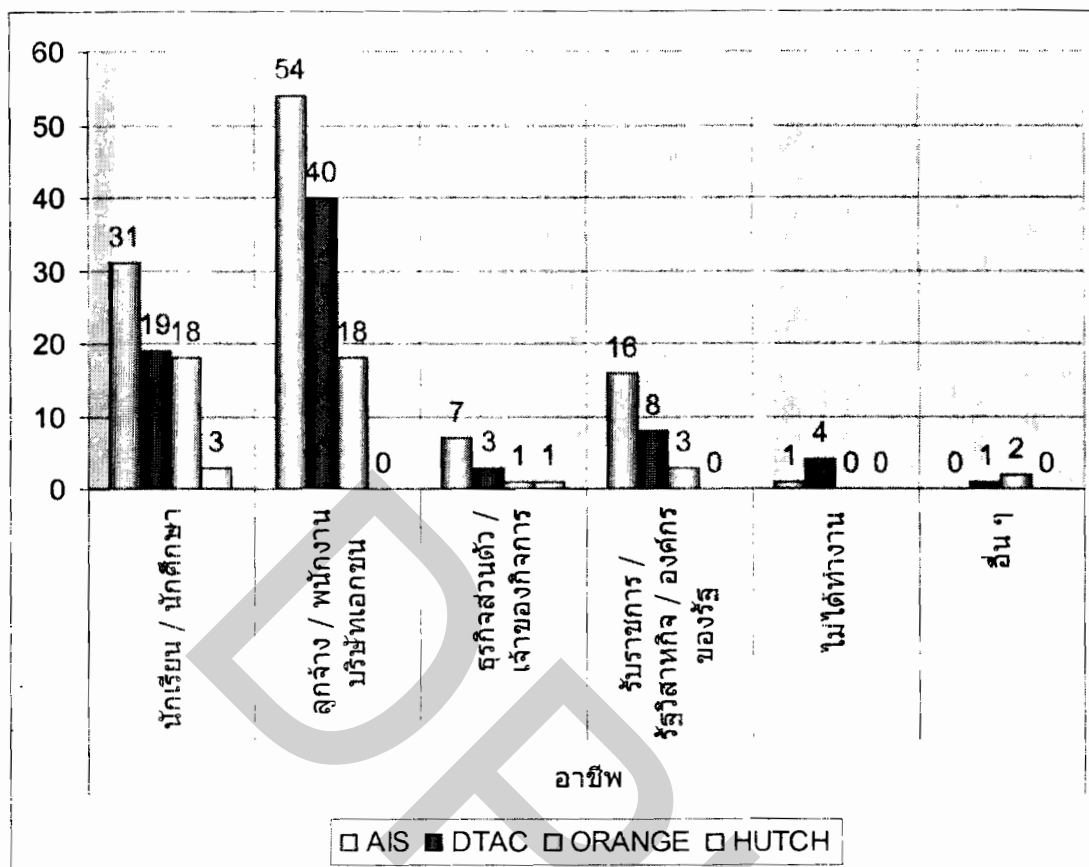
ภาพที่ 5.9 จำนวนผู้ที่ไม่เคยเปลี่ยนผู้ให้บริการแยกตามอายุและผู้ให้บริการที่ใช้บริการในปัจจุบัน

จากตารางที่ 5.23 และภาพที่ 5.9 แสดงว่าผู้ที่ไม่เคยเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการ มีช่วง 20-25 ปี มากที่สุด จำนวน 82 คน โดยเมื่อพิจารณาในแต่ละช่วงพบว่าในช่วงอายุ น้อยกว่า 20 ปี ใช้บริการของ ORANGE มากที่สุด จำนวน 10 คน รองลงคือ AIS มีจำนวน 9 คน และอื่นๆ รวมทั้งสิ้น 29 คน ช่วงอายุ 20-25 ปี ใช้บริการของ AIS มากที่สุด จำนวน 43 คน รองลงมาคือ DTAC จำนวน 25 คน และอื่นๆ รวมทั้งสิ้น 82 คน ช่วงอายุ 26-30 ปี ใช้บริการของ AIS มากที่สุดจำนวน 22 คน รองลงมาคือ DTAC จำนวน 13 คน และอื่นๆ รวมทั้งสิ้น 43 คน ช่วงอายุ 31-35 ปี ใช้บริการของ AIS มากที่สุดจำนวน 17 คน รองลงมาคือ DTAC จำนวน 16 คน และอื่นๆ รวมทั้งสิ้น 42 คน ช่วงอายุ 36-40 ปี ใช้บริการของ AIS มากที่สุด จำนวน 9 คน รองลงมาคือ DTAC จำนวน 6 คน และอื่นๆ รวมทั้งสิ้น 16 คน ช่วงอายุ 40 ปีขึ้นไป ใช้บริการของ AIS มากที่สุดจำนวน 9 คน รองลงมาคือ DTAC จำนวน 7 คน และอื่นๆ รวมทั้งสิ้น 18 คน



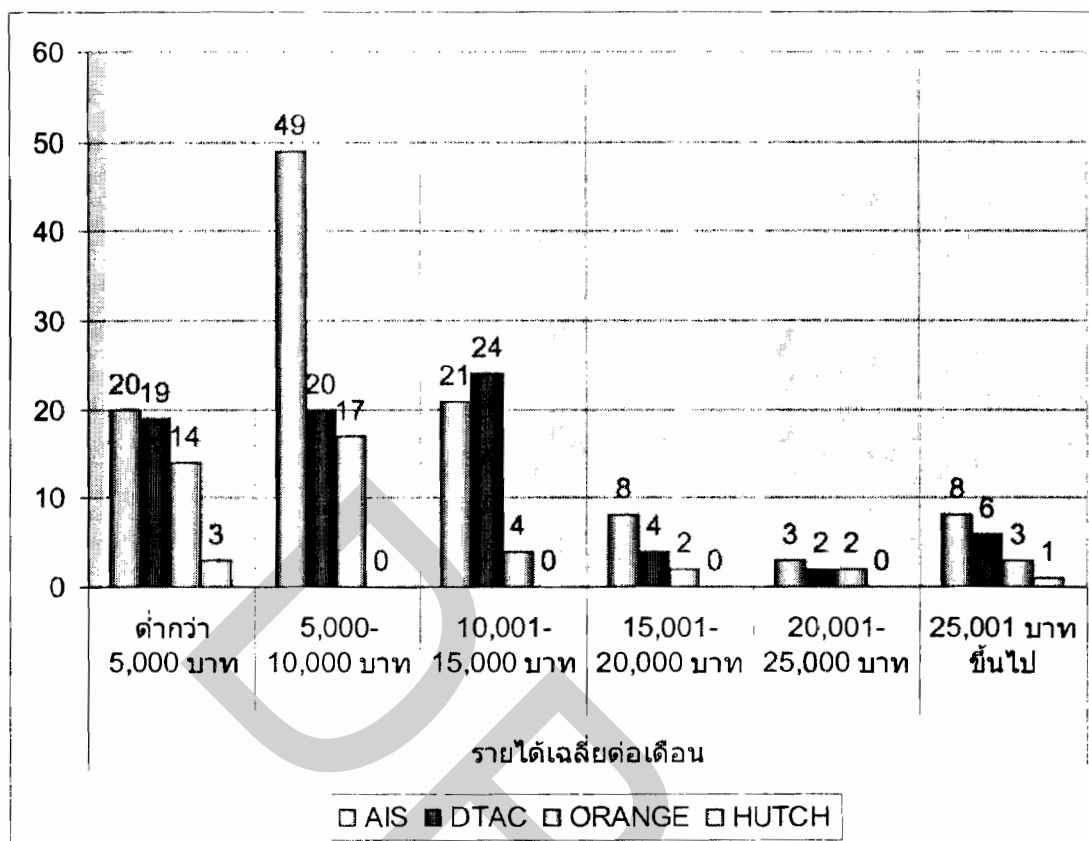
ภาพที่ 5.10 จำนวนผู้ที่ไม่เคยเปลี่ยนผู้ให้บริการแยกตามระดับการศึกษาและผู้ให้บริการในปัจจุบัน

จากตารางที่ 5.23 และ ภาพที่ 5.10 แสดงว่าผู้ที่ไม่เคยเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการ มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 110 คน โดยเมื่อพิจารณาในแต่ละระดับพบว่า ในระดับต่ำกว่า มัธยมศึกษาตอนปลาย ใช้บริการของ AIS มากที่สุด จำนวน 10 คน รองลงมาคือ ORANGE จำนวน 5 คน และ อื่นๆ รวมทั้งสิ้น 18 คน ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ใช้บริการของ AIS มากที่สุด มีจำนวน 27 คน รองลงมาคือ DTAC มีจำนวน 10 คน และอื่นๆ รวมทั้งสิ้น 46 คน ระดับอนุปริญญา/ปวส. ใช้บริการของ AIS มากที่สุด มีจำนวน 20 คน รองลงมาคือ DTAC มีจำนวน 18 คน และอื่นๆ รวมทั้งสิ้น 48 คน ระดับปริญญาตรีใช้บริการของ AIS มากที่สุด มีจำนวน 47 คน รองลงมาคือ DTAC มีจำนวน 44 คน และอื่นๆ รวมทั้งสิ้น 110 คน ระดับปริญญาโท ใช้บริการของ AIS มากที่สุด มีจำนวน 5 คน รองลงมาคือ DTAC มีจำนวน 3 คน รวมทั้งสิ้น 8 คน ระดับปริญญาเอกไม่มีผู้ให้บริการ



ภาพที่ 5.11 จำนวนผู้ที่ไม่เคยเปลี่ยนผู้ให้บริการแยกตามอาชีพและผู้ให้บริการที่ใช้

จากตารางที่ 5.23 และภาพที่ 5.11 แสดงว่าผู้ที่ไม่เคยเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการ มีอาชีพ ลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน มากที่สุด จำนวน 112 คน โดยเมื่อพิจารณาในแต่ละกลุ่มอาชีพพบว่า อาชีพนักเรียน/นักศึกษา ใช้บริการของ AIS มากที่สุด จำนวน 31 คน รองลงมาคือ DTAC จำนวน 19 คน และอื่นๆรวมทั้งสิ้น 71 คน กลุ่มอาชีพ ลูกจ้าง / พนักงานบริษัทเอกชน ใช้บริการของ AIS มากที่สุด จำนวน 54 คน รองลงมาคือ DTAC จำนวน 40 คน และอื่นๆรวมทั้งสิ้น 112 คน กลุ่มอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ ใช้บริการของ AIS มากที่สุด จำนวน 7 คน รองลงมาคือ DTAC จำนวน 3 คน และอื่นๆรวมทั้งสิ้น 12 คน กลุ่มอาชีพ รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ / องค์กรของรัฐ ใช้บริการของ AIS มากที่สุด จำนวน 16 คน รองลงมาคือ DTAC จำนวน 8 คน และอื่นๆ รวมทั้งสิ้น 27 คน กลุ่มอาชีพ ไม่ได้ทำงาน ใช้บริการของ DTAC มากที่สุด จำนวน 4 คน รองลงมาคือ AIS จำนวน 1 คน รวมทั้งสิ้น 5 คน และ อาชีพอื่นๆ รวม 3 คน



ภาพที่ 5.12 จำนวนผู้ที่ไม่เคยเปลี่ยนผู้ให้บริการแยกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนและผู้ให้บริการที่ใช้

จากตารางที่ 5.23 และภาพที่ 5.12 แสดงว่าผู้ที่เคยเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการมาแล้วมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระดับ 5,000-10,000 บาท มากที่สุด จำนวน 86 คน โดยเมื่อพิจารณาในแต่ละระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนพบว่า ระดับรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ใช้บริการของ AIS มากที่สุด จำนวน 20 คน รองลงมาคือ DTAC จำนวน 19 คน และอื่นๆรวมทั้งสิ้น 56 คน ระดับรายได้ 5,000-10,000 บาท ใช้บริการของ AIS มากที่สุด จำนวน 49 คน รองลงมาคือ DTAC จำนวน 20 คน และอื่นๆรวมทั้งสิ้น 86 คน ระดับรายได้ 10,001-15,000 บาท ใช้บริการของ DTAC มากที่สุด จำนวน 24 คน รองลงมาคือ AIS จำนวน 21 คน และอื่นๆรวมทั้งสิ้น 49 คน ระดับรายได้ 15,001-20,000 บาท ใช้บริการของ AIS มากที่สุด จำนวน 8 คน รองลงมาคือ DTAC จำนวน 4 คน และอื่นๆรวมทั้งสิ้น 14 คน ระดับรายได้ 20,001-25,000 บาท ใช้บริการของ AIS มากที่สุด จำนวน 3 คน รองลงมาคือ DTAC และ ORANGE รายละ 2 คน และอื่นๆรวมทั้งสิ้น 7 คน ระดับรายได้ 25,001 บาทขึ้นไป ใช้บริการของ AIS มากที่สุด จำนวน 8 คน รองลงมาคือ DTAC จำนวน 6 คน และอื่นๆรวมทั้งสิ้น 18 คน

5.3.2 เปรียบเทียบระดับความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านลักษณะประชากรกับอายุการให้บริการ

โทรศัพท์เคลื่อนที่หมายเลขปัจจุบัน

ตารางที่ 5.24 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระหว่างปัจจัยด้านอายุการให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่หมายเลขปัจจุบัน กับ ปัจจัยด้านลักษณะประชากรของผู้ใช้บริการที่ไม่เคยเปลี่ยนผู้ให้บริการเรียงลำดับตามความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านอายุการให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่หมายเลขปัจจุบัน จากมากไปน้อย

วิเคราะห์จำแนกหมู่			ลำดับ ความสำคัญ ของแต่ละช่วง	ลำดับ ความสำคัญ ของปัจจัย			
ตัวแปรตาม	ปัจจัยด้านลักษณะประชากร				ค่าเบี่ยงเบนจาก ผลหลัก		
อายุการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ หมายเลขปัจจุบัน	ระดับการศึกษา (Beta=0.264)	ปริญญาตรี	3.41	1	1		
		มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	3.20	2			
		ปริญญาโท	3.13	3			
		อนุปริญญา / ปวส.	2.83	4			
		ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	2.78	5			
	อาชีพ (Beta=0.229)	ธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ	4.03	1	2		
		ลูกจ้าง / พนักงานบริษัทเอกชน	3.18	2			
		ไม่ได้ทำงาน	3.16	3			
		นักเรียน / นักศึกษา	3.13	4			
		รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ / องค์กรของรัฐ	3.13	5			
	อื่นๆ	อื่นๆ	2.30	6			
		รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (Beta=0.182)	20,001-25,000 บาท	3.49		1	3
			5,000-10,000 บาท	3.37		2	
			25,001 บาทขึ้นไป	3.26		3	
			10,001-15,000 บาท	3.10		4	
	ต่ำกว่า 5,000 บาท		3.01	5			
	15,001-20,000 บาท		2.89	6			
	อายุ (Beta=0.115)	40 ปีขึ้นไป	3.36	1	4		
		26-30 ปี	3.26	2			
		20-25 ปี	3.25	3			
		36-40 ปี	3.12	4			
		31-35 ปี	3.10	5			
		น้อยกว่า 20 ปี	2.98	6			
	เพศ (Beta=0.054)	ชาย	3.25	1	5		
		หญิง	3.15	2			

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กำลังสอง (R^2) = 0.145

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) = 0.381

ค่าเฉลี่ยรวม (Grand Mean) = 3.19

จากตารางที่ 5.24 สามารถอธิบายผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์จำแนกเพศ เมื่อมีการควบคุมตัวแปรอิสระตัวอื่นๆ แล้วพบว่า สัดส่วนความแปรปรวนของอายุการใช้งานบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่หมายเลขปัจจุบัน ของผู้ใช้บริการที่ยังไม่เคยเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการ สามารถอธิบายได้ด้วยตัวแปรอิสระแต่ละตัว เรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อายุ และ เพศ โดยมีค่า Beta เท่ากับ 0.264, 0.229, 0.182, 0.115 และ 0.054 ตามลำดับ
2. ตัวแปรอิสระทั้งหมดสามารถอธิบายความแปรปรวนของอายุการใช้งานบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่หมายเลขปัจจุบันของผู้ใช้บริการที่ยังไม่เคยเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการได้ร้อยละ 14.5 (Multiple $R^2 = 0.145$) มีค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.381 ($R = 0.381$) มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.19
3. ผลการวิเคราะห์จำแนกเพศ เมื่อพิจารณาค่าเบี่ยงเบนจากผลหลักปรากฏผลดังต่อไปนี้

1.1. ระดับการศึกษา

เมื่อมีการควบคุมตัวแปรอิสระตัวอื่นๆ พบว่าระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการที่ยังไม่เคยเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการ ที่มีความสัมพันธ์กับ อายุการใช้งานบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่หมายเลขปัจจุบัน มากที่สุด คือระดับการศึกษา ปริญญาตรี โดยมีค่าเบี่ยงเบนจากผลหลักเป็นค่าบวก ($0.22 + 3.19 = 3.41$) รองลงมาคือ การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. มีค่าเบี่ยงเบนจากผลหลักเป็นค่าบวก ($0.01 + 3.19 = 3.2$) การศึกษาระดับปริญญาโท มีค่าเบี่ยงเบนจากผลหลักเป็นค่าลบ ($-0.06 + 3.19 = 3.13$) การศึกษาระดับอนุปริญญา / ปวส. มีค่าเบี่ยงเบนจากผลหลักเป็นค่าลบ ($-0.36 + 3.19 = 2.83$) และ การศึกษาด้านต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย มีค่าเบี่ยงเบนจากผลหลักเป็นค่าลบ ($-0.41 + 3.19 = 2.78$) ตามลำดับ สรุปได้ว่า การศึกษาระดับ ปริญญาตรี มีความสัมพันธ์กับ อายุการใช้งานบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่หมายเลขปัจจุบันมากที่สุด รองลงมาคือ การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. ระดับปริญญาโท ระดับอนุปริญญา / ปวส. และ ระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย ตามลำดับ

1.2. อาชีพ

เมื่อมีการควบคุมตัวแปรอิสระตัวอื่นๆ พบว่าอาชีพของผู้ใช้บริการที่ยังไม่เคยเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการ ที่มีความสัมพันธ์ กับอายุการใช้งานบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่หมายเลขปัจจุบัน มากที่สุด คืออาชีพทำธุรกิจส่วนตัวหรือเจ้าของกิจการ โดยมีค่าเบี่ยงเบนจากผลหลักเป็นค่าบวก ($0.84 + 3.19 = 4.03$) รองลงมาคือ อาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัท เอกชน มีค่าเบี่ยงเบนจากผลหลักเป็นค่าลบ ($-0.01 + 3.19 = 3.18$) กลุ่มที่ไม่ได้ทำงาน มีค่าเบี่ยงเบนจากผลหลักเป็นค่าลบ ($-0.03 + 3.19 = 3.16$) อาชีพ รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ / องค์กรของรัฐ มีค่า

เบี่ยงเบนจากผลหลักเป็นค่าลบ ($-0.06 + 3.19 = 3.13$) และ อาชีพ นักเรียน / นักศึกษา มีค่าเบี่ยงเบนจากผลหลักเป็นค่าลบ ($-0.06 + 3.19 = 3.13$) และ อาชีพ อื่นๆ มีค่าเบี่ยงเบนจากผลหลักเป็นค่าลบ ($-0.89 + 3.19 = 2.3$) สรุปได้ว่าอาชีพ ทำธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ มีความสัมพันธ์กับอายุการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ มากที่สุด รองลงมาคือ อาชีพ ลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน, กลุ่มที่ไม่ได้ทำงาน, อาชีพรับราชการ / รัฐวิสาหกิจ / องค์กรของรัฐ, นักเรียน / นักศึกษา และ อาชีพ อื่นๆ ตามลำดับ

1.3. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

เมื่อมีการควบคุมตัวแปรอิสระตัวอื่นๆ พบว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ใช้บริการที่ยังไม่เคยเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการ ที่มีความสัมพันธ์ กับอายุการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ หมายเลขปัจจุบันมากที่สุด คือรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-25,000 บาท โดยมีค่าเบี่ยงเบนจากผลหลักเป็นค่าบวก ($0.3 + 3.19 = 3.49$) รองลงมาคือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาท มีค่าเบี่ยงเบนจากผลหลักเป็นค่าบวก ($0.18 + 3.19 = 3.37$) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 บาทขึ้นไป มีค่าเบี่ยงเบนจากผลหลักเป็นค่าบวก ($0.07 + 3.19 = 3.26$) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท มีค่าเบี่ยงเบนจากผลหลักเป็นค่าลบ ($-0.09 + 3.19 = 3.1$) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท มีค่าเบี่ยงเบนจากผลหลักเป็นค่าลบ ($-0.18 + 3.19 = 3.01$) และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท มีค่าเบี่ยงเบนจากผลหลักเป็นค่าลบ ($-0.3 + 3.19 = 2.89$) ตามลำดับ สรุปได้ว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-25,000 บาท มีความสัมพันธ์กับอายุการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ มากที่สุด รองลงมาคือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาท, ระดับ 25,001 บาทขึ้นไป, ระดับ 10,001-15,000 บาท, ระดับ ต่ำกว่า 5,000 บาท และ 15,001-20,000 บาท ตามลำดับ

1.4. อายุ

เมื่อมีการควบคุมตัวแปรอิสระตัวอื่นๆ พบว่าอายุของผู้ใช้บริการที่ยังไม่เคยเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการ ที่มีความสัมพันธ์ กับอายุการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ หมายเลขปัจจุบันมากที่สุด คือ อายุ 40 ปีขึ้นไป โดยมีค่าเบี่ยงเบนจากผลหลักเป็นค่าบวก ($0.17 + 3.19 = 3.36$) รองลงมาคือ อายุ 26-30 ปี มีค่าเบี่ยงเบนจากผลหลักเป็นค่าบวก ($0.07 + 3.19 = 3.26$) อายุ 20-25 ปี มีค่าเบี่ยงเบนจากผลหลักเป็นค่าบวก ($0.06 + 3.19 = 3.25$) อายุ 36-40 ปี มีค่าเบี่ยงเบนจากผลหลักเป็นค่าลบ ($-0.07 + 3.19 = 3.12$) อายุ 31-35 ปี มีค่าเบี่ยงเบนจากผลหลักเป็นค่าลบ ($-0.09 + 3.19 = 3.1$) และ อายุ น้อยกว่า 20 ปี มีค่าเบี่ยงเบนจากผลหลักเป็นค่าลบ ($-0.21 + 3.19 = 2.98$) ตามลำดับ สรุปได้ว่า ช่วงอายุของผู้ใช้บริการที่ยังไม่เคยเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการ ในช่วง อายุ 40 ปีขึ้นไป มีความสัมพันธ์กับอายุการใช้บริการ

โทรศัพท์เคลื่อนที่ มากที่สุด รองลงมาคือ ช่วงอายุ 26-30 ปี, อายุ 20-25 ปี, อายุ 36-40 ปี, อายุ 31-35 ปี, และ น้อยกว่า 20 ปี ตามลำดับ

1.5. เพศ

เมื่อมีการควบคุมตัวแปรอิสระตัวอื่นๆ พบว่าเพศของผู้ใช้บริการที่ยังไม่เคยเปลี่ยนแปลง ผู้ให้บริการ ที่มีความสัมพันธ์ กับอายุการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่หมายเลขปัจจุบัน มากที่สุด คือเพศชาย โดยมีค่าเบี่ยงเบนจากผลหลักเป็นค่าบวก ($0.06 + 3.19 = 3.25$) รองลงมาคือ เพศหญิง มีค่าเบี่ยงเบนจากผลหลักเป็นค่าลบ ($-0.04 + 3.19 = 3.15$) สรุปได้ว่าเพศของผู้ใช้บริการที่ยังไม่เคยเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการ เพศชาย มีความสัมพันธ์กับอายุ การใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ มากกว่าเพศหญิง

5.3.3 เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านอายุการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ หมายเลขปัจจุบัน กับ ปัจจัยด้านการตลาด

ตารางที่ 5.25 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระหว่างอายุการใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ หมายเลขปัจจุบัน กับ ปัจจัยด้านการตลาด เรียงลำดับ ตามความสัมพันธ์กับอายุการใช้ บริการโทรศัพท์ เคลื่อนที่หมายเลขปัจจุบันจากมากไปน้อย

ผลการวิเคราะห์จำแนกหมู่			ลำดับความสำคัญ
ตัวแปรตาม	ปัจจัยด้านการตลาด	Beta	
อายุการใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่หมายเลข ปัจจุบัน	การบริการ	0.266	1
	บริการเสริม	0.199	2
	สัญญา	0.193	3
	โปรโมชัน	0.132	4
	เลขหมายโทรศัพท์	0.073	5

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กำลังสอง (R^2) = 0.132

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) = 0.363

ค่าเฉลี่ยรวม (Grand Mean) = 3.19

จากตารางที่ 5.25 สามารถอธิบายผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์จำแนกหมู่ เมื่อมีการควบคุมตัวแปรอิสระตัวอื่นๆ แล้วพบว่า สัดส่วนความแปรปรวนของอายุการใช้งานบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่หมายเลขปัจจุบัน สามารถอธิบายได้ด้วยตัวแปรอิสระแต่ละตัว เรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ การบริการของตัวแทนจำหน่าย และ Call Center, บริการเสริมและเทคโนโลยี, สัญญาณโทรศัพท์, โปรโมชั่น และ เลขหมายโทรศัพท์ โดยมีค่า Beta เท่ากับ 0.266, 0.199, 0.193, 0.132 และ 0.073 ตามลำดับ
2. ตัวแปรอิสระทั้งหมดสามารถอธิบายความแปรปรวนของ ปัจจัยด้านอายุการใช้งานบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่หมายเลขปัจจุบันได้ร้อยละ 13.2 ($\text{Multiple } R^2 = 0.132$) มีค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.363 ($R=0.363$) มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.19

5.3.4 เปรียบเทียบระดับค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการตลาดจำแนกตามผู้ให้บริการ

ตามตารางที่ 5.26 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของปัจจัยการตลาดระหว่างเปรียบเทียบระหว่างผู้ให้บริการ AIS, DTAC, ORANGE และ HUTCH

ปัจจัยการตลาด	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F-Test	ค่า Sig รายกลุ่ม	คู่เปรียบเทียบ	ค่า Sig รายคู่	ผล
โปรโมชั่น	AIS	4.06	0.75	1.213	0.306	AIS และ DTAC	0.331	ไม่แตกต่าง
	DTAC	4.27	0.7			AIS และ ORANGE	0.982	ไม่แตกต่าง
	ORANGE	4.12	0.74			AIS และ HUTCH	0.999	ไม่แตกต่าง
การบริการ	AIS	3.67	0.84	0.324	0.808	AIS และ DTAC	0.992	ไม่แตกต่าง
	DTAC	3.71	0.69			AIS และ ORANGE	0.925	ไม่แตกต่าง
	ORANGE	3.57	0.83			AIS และ HUTCH	0.981	ไม่แตกต่าง
เลขหมายโทรศัพท์	AIS	3.71	0.77	0.740	0.529	AIS และ DTAC	0.962	ไม่แตกต่าง
	DTAC	3.64	0.88			AIS และ ORANGE	0.995	ไม่แตกต่าง
	ORANGE	3.67	0.85			AIS และ HUTCH	0.639	ไม่แตกต่าง
สัญญาณ	AIS	4.35	0.71	2.108	0.100	AIS และ DTAC	0.875	ไม่แตกต่าง
	DTAC	4.25	0.74			AIS และ ORANGE	0.100	ไม่แตกต่าง
	ORANGE	4	0.91			AIS และ HUTCH	0.996	ไม่แตกต่าง
บริการเสริม	AIS	3.91	0.87	2.209	0.088	AIS และ DTAC	0.937	ไม่แตกต่าง
	DTAC	3.83	0.81			AIS และ ORANGE	0.188	ไม่แตกต่าง
	ORANGE	3.57	0.83			AIS และ HUTCH	0.505	ไม่แตกต่าง

จากตารางที่ 5.26 แสดงผลการวิเคราะห์ดังนี้

1. ปัจจัยด้านโปรโมชั่น

ผู้ที่ใช้บริการของ DTAC ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านโปรโมชั่นมากที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ย 4.27 รองลงมาคือ ผู้ที่ให้บริการของ ORANGE มีค่าเฉลี่ย 4.12 และ AIS มีค่าเฉลี่ย 4.06 ตามลำดับ และ ค่าเฉลี่ยของปัจจัยโปรโมชั่นระหว่างผู้ให้บริการทั้ง 4 ราย ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

2. ปัจจัยด้านการบริการ

ผู้ที่ใช้บริการของ DTAC ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการบริการมากที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ย 3.71 รองลงมาคือ ผู้ที่ให้บริการของ AIS มีค่าเฉลี่ย 3.67 และ ORANGE มีค่าเฉลี่ย 3.57 ตามลำดับ และ ค่าเฉลี่ยของปัจจัยการบริการระหว่างผู้ให้บริการทั้ง 4 ราย ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

3. ปัจจัยด้านเลขหมายโทรศัพท์

ผู้ที่ใช้บริการของ AIS ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านเลขหมายโทรศัพท์มากที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ย 3.71 รองลงมาคือ ผู้ที่ให้บริการของ ORANGE มีค่าเฉลี่ย 3.67 และ DTAC มีค่าเฉลี่ย 3.64 ตามลำดับ และ ค่าเฉลี่ยของปัจจัยเลขหมายโทรศัพท์ระหว่างผู้ให้บริการทั้ง 4 ราย ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

4. ปัจจัยด้านสัญญาณ

ผู้ที่ใช้บริการของ AIS ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสัญญาณโทรศัพท์มากที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ย 4.35 รองลงมาคือ ผู้ที่ให้บริการของ DTAC มีค่าเฉลี่ย 4.25 และ ORANGE มีค่าเฉลี่ย 4.00 ตามลำดับ และ ค่าเฉลี่ยของปัจจัยสัญญาณระหว่างผู้ให้บริการทั้ง 4 ราย ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

5. ปัจจัยด้านบริการเสริม

ผู้ที่ใช้บริการของ AIS ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบริการเสริมมากที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ย 3.91 รองลงมาคือ ผู้ที่ให้บริการของ DTAC มีค่าเฉลี่ย 3.83 และ ORANGE มีค่าเฉลี่ย 3.57 ตามลำดับ และ ค่าเฉลี่ยของปัจจัยบริการเสริมระหว่างผู้ให้บริการทั้ง 4 ราย ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

สรุปว่าผู้ที่ใช้บริการที่ให้บริการของ DTAC จะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านโปรโมชั่น และการบริการ เป็นหลัก ส่วนผู้ที่ใช้บริการที่ให้บริการของ AIS จะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านเลขหมายโทรศัพท์, สัญญาณโทรศัพท์เคลื่อนที่ และ บริการเสริม เป็นหลัก

5.3.5 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานของกลุ่มผู้ที่ไม่เคยเปลี่ยนผู้ให้บริการดังนี้

1. สมมติฐานข้อที่ 1

ปัจจัย การศึกษา ซึ่งเป็นลักษณะทางประชากรของผู้ใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน มีผลต่อ อายุการใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่หมายเลขปัจจุบันมากกว่าปัจจัยทางประชากร ด้านอื่นๆ เช่น อาชีพ, เพศ, อายุ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นต้น

2. สมมติฐานข้อที่ 2

ผู้ให้บริการที่ยังไม่เคยเปลี่ยนผู้ให้บริการเลย ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการตลาด (โปรโมชั่นค่าโทร, ศูนย์บริการและตัวแทนจำหน่าย, เลขหมายโทรศัพท์, คุณภาพสัญญาณและพื้นที่ครอบคลุมสัญญาณ, รูปแบบบริการเสริม) ของผู้ให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินทั้ง AIS, DTAC, ORANGE และ HUTCH ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

3. สมมติฐานข้อที่ 3

ปัจจัย ด้านการบริการ และ ด้านเทคโนโลยี/บริการเสริม ซึ่งเป็นลักษณะทางการตลาดของผู้ใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน มีผล ต่ออายุการใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่หมายเลขปัจจุบันมากกว่าปัจจัยทางการตลาดด้านอื่นๆ เช่น ด้านสัญญาณ, โปรโมชั่นค่าโทร, หมายเลขโทรศัพท์ และ เป็นต้น

5.4 สรุปความสำคัญของปัจจัยลักษณะประชากรและปัจจัยการตลาดเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มผู้ให้บริการที่เคยเปลี่ยนผู้ให้บริการ กับ ผู้ที่ไม่เคยเปลี่ยนผู้ให้บริการ

5.4.1 สรุปลำดับความสำคัญของปัจจัยด้านลักษณะประชากรเปรียบเทียบระหว่าง 2 กลุ่ม ตารางที่ 5.27 แสดงลำดับความสำคัญของปัจจัยลักษณะประชากรเปรียบเทียบระหว่าง 2 กลุ่ม

ปัจจัยด้านประชากร	ลำดับความสำคัญ	
	ผู้ที่เคยเปลี่ยน	ผู้ที่ไม่เคยเปลี่ยน
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	1	3
(1) ต่ำกว่า 5,000 บาท	6	5
(2) 5,000-10,000 บาท	4	2
(3) 10,001-15,000 บาท	3	4
(4) 15,001-20,000 บาท	1	6
(5) 20,001-25,000 บาท	5	1
(6) 25,001 บาทขึ้นไป	2	3
ระดับการศึกษา	2	1
(1) ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	1	5
(2) มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	2	2
(3) อนุปริญญา / ปวส.	4	4
(4) ปริญญาตรี	5	1
(5) ปริญญาโท	3	3
อายุ	3	4
(1) น้อยกว่า 20 ปี	1	6
(2) 20-25 ปี	4	3
(3) 26-30 ปี	3	2
(4) 31-35 ปี	5	5
(5) 36-40 ปี	2	4
(6) 40 ปีขึ้นไป	6	1
อาชีพ	4	2
(1) นักเรียน / นักศึกษา	2	4
(2) ลูกจ้าง / พนักงานบริษัทเอกชน	4	2
(3) ธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ	5	1
(4) รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ / องค์กรของรัฐ	3	5
(5) ไม่ได้ทำงาน	1	3
เพศ	5	5
(1) ชาย	1	1
(2) หญิง	2	2

จากตารางที่ 5.27 สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านลักษณะประชากรของผู้ที่เคยเปลี่ยนผู้ให้บริการ เรียงตามลำดับความสัมพันธ์กับปริมาณการเปลี่ยนผู้ให้บริการดังนี้ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน, ระดับการศึกษา, อายุ, อาชีพ และ เพศ ในขณะที่เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านลักษณะประชากรของผู้ที่ไม่เคยเปลี่ยนผู้ให้บริการ เรียงตามลำดับความสัมพันธ์กับอายุการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่หมายเลข ปัจจุบันเป็นดังนี้ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อายุ และ เพศ โดยเมื่อศึกษาข้อมูลของแต่ละปัจจัยโดยละเอียดพบว่า

1. จากการศึกษาปัจจัยด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับผู้ที่เคยเปลี่ยนผู้ให้บริการมาแล้ว พบว่าผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท มีโอกาสเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการบ่อยที่สุด และผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-25,000 บาท มีโอกาสเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการน้อย ในขณะที่ เมื่อศึกษาปัจจัยด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับ ผู้ที่ไม่เคยเปลี่ยนผู้ให้บริการ พบว่าผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-25,000 บาท มีแนวโน้มที่มีอายุการใช้บริการนานที่สุด แต่ ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท มีแนวโน้มมีอายุการใช้บริการน้อยที่สุด จากข้อมูลจะเห็นได้ว่า ผลการศึกษามีความสอดคล้องกัน โดยผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท มีโอกาสเปลี่ยนผู้ให้บริการบ่อยที่สุด และเมื่อพิจารณาด้านอายุการใช้บริการ พบว่าผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท มีแนวโน้มที่มีอายุการใช้บริการกับผู้ให้บริการสั้นที่สุดด้วยเช่นกัน และในทางกลับกัน ช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-25,000 บาท เป็นช่วงรายได้ที่มีโอกาสเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการน้อย และ มีแนวโน้ม มีอายุการใช้บริการนานที่สุด จึงสรุปได้ว่าผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท มีโอกาสที่จะเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการได้ง่าย ดังนั้น การเลือกทำการตลาดของผู้ให้บริการจึงควรเน้นผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-25,000 บาท และ ควรหลีกเลี่ยงผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท เนื่องจากมีโอกาที่จะเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการได้สูง
2. จากการศึกษาปัจจัยด้านเพศ ทั้งจากกลุ่มที่เคยเปลี่ยนผู้ให้บริการแล้ว และ กลุ่มที่ยังไม่เคยเปลี่ยนผู้ให้บริการ พบว่าปัจจัยด้านเพศเป็นปัจจัยด้านลักษณะประชากร ที่ไม่ค่อยมีผลต่อปริมาณการเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการ และ อายุการใช้บริการน้อยที่สุด ดังนั้นผู้ให้บริการจึงไม่จำเป็นต้องเอาปัจจัยด้านเพศมาพิจารณาในการทำกิจกรรมตลาดมากนัก
3. จากการศึกษาปัจจัยด้านระดับการศึกษา กับผู้ที่เคยเปลี่ยนผู้ให้บริการมาแล้ว พบว่าผู้ที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย มีโอกาสเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการบ่อยที่สุด และผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีโอกาสเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการน้อยที่สุด ในขณะที่ เมื่อศึกษาปัจจัยด้านระดับการศึกษากับผู้ที่ไม่เคยเปลี่ยนผู้ให้บริการ พบว่าระดับการศึกษาปริญญาตรี มีแนวโน้มที่มีอายุการใช้บริการนานที่สุด แต่ ระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย มีแนวโน้มมีอายุการใช้บริการน้อยที่สุด จากข้อมูลจะเห็นได้ว่า ผลการศึกษามีความสอดคล้องกัน โดยผู้ที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย มีโอกาสเปลี่ยนผู้ให้บริการบ่อยที่สุด และเมื่อพิจารณาด้านอายุการใช้บริการ พบว่าเป็นระดับการศึกษาที่มีแนวโน้มที่มีอายุการใช้บริการกับผู้ให้บริการสั้นที่สุดด้วยเช่นกัน และในทางกลับกัน ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีโอกาสเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการน้อยที่สุด และ มีแนวโน้ม มีอายุการใช้บริการนานที่สุด จึงสรุปได้ว่า ผู้ที่ระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย มีโอกาสที่จะเปลี่ยนแปลงผู้

ให้บริการได้ง่าย ดังนั้น การเลือกทำการตลาดของผู้ให้บริการจึงควรเน้นผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และ ควรหลีกเลี่ยงผู้ที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย เนื่องจากมีโอกาสที่จะเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการได้สูง

4. จากการศึกษาปัจจัยด้านอาชีพ กับผู้ที่เคยเปลี่ยนผู้ให้บริการมาแล้ว พบว่าผู้ที่มีอาชีพ นักเรียน / นักศึกษา มีโอกาสเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการบ่อยมาก และผู้ที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ มีโอกาสเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการน้อยที่สุด ในขณะที่ เมื่อศึกษาปัจจัยด้านอาชีพ กับ ผู้ที่ไม่เคยเปลี่ยนผู้ให้บริการ พบว่าผู้ที่มีอาชีพ ทำธุรกิจส่วนตัวหรือเจ้าของกิจการ มีแนวโน้มที่มีอายุการใช้บริการนานที่สุด แต่ ผู้ที่มีอาชีพ นักเรียน / นักศึกษา มีแนวโน้มมีอายุการใช้บริการน้อยมาก จากข้อมูลจะเห็นได้ว่า ผลการศึกษามีความสอดคล้องกัน โดยผู้ที่มีอาชีพ นักเรียน / นักศึกษา มีโอกาสเปลี่ยนผู้ให้บริการบ่อยที่สุด และเมื่อพิจารณาด้านอายุการใช้บริการ พบว่าเป็นอาชีพ ที่มีแนวโน้มที่มีอายุการใช้บริการกับผู้ให้บริการสั้นที่สุดด้วยเช่นกัน และในทางกลับกัน ผู้ที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ เป็นผู้ที่มีโอกาสเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการน้อยที่สุด และมีแนวโน้ม มีอายุการใช้บริการนานที่สุด จึงสรุปได้ว่าผู้ที่มีอาชีพ นักเรียน / นักศึกษา มีโอกาสที่จะเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการได้ง่าย ดังนั้น การเลือกทำการตลาดของผู้ให้บริการจึงควรเน้นผู้ที่มีอาชีพ ทำธุรกิจส่วนตัวหรือเจ้าของกิจการ และควรหลีกเลี่ยงผู้ที่มีอาชีพนักเรียน / นักศึกษา เนื่องจากมีโอกาสที่จะเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการได้สูง
5. จากการศึกษาปัจจัยด้านอายุ กับผู้ที่เคยเปลี่ยนผู้ให้บริการมาแล้ว พบว่าผู้ที่มีช่วงอายุ น้อยกว่า 20 ปี มีโอกาสเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการบ่อยที่สุด และผู้ที่มีช่วงอายุ 40 ปีขึ้นไป มีโอกาสเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการน้อยที่สุด ในขณะที่ เมื่อศึกษาปัจจัยด้านอายุ กับ ผู้ที่ไม่เคยเปลี่ยนผู้ให้บริการ พบว่าช่วงอายุ 40 ปีขึ้นไป มีแนวโน้มที่มีอายุการใช้บริการนานที่สุด แต่ ช่วงอายุน้อยกว่า 20 ปี มีแนวโน้มมีอายุการใช้บริการน้อยที่สุด จากข้อมูลจะเห็นได้ว่า ผลการศึกษามีความสอดคล้องกัน โดยผู้ที่มีช่วงอายุน้อยกว่า 20 ปี มีโอกาสเปลี่ยนผู้ให้บริการบ่อยที่สุด และเมื่อพิจารณาด้านอายุการใช้บริการ พบว่าเป็นช่วงอายุที่มีแนวโน้มที่มีอายุการใช้บริการกับผู้ให้บริการสั้นที่สุดด้วยเช่นกัน และในทางกลับกัน ช่วงอายุ 40 ปีขึ้นไป เป็นช่วงอายุที่มีโอกาสเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการน้อยที่สุด และมีแนวโน้ม มีอายุการใช้บริการนานที่สุด จึงสรุปได้ว่าผู้ที่มีช่วงอายุน้อยกว่า 20 ปี มีโอกาสที่จะเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการได้ง่าย ดังนั้น การเลือกทำการตลาดของผู้ให้บริการจึงควรเน้นผู้ที่มีช่วงอายุ 40 ปี ขึ้นไป และ ควรหลีกเลี่ยงผู้ที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี เนื่องจากมีโอกาสที่จะเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการได้สูง

5.4.2 สรุปลำดับความสำคัญของปัจจัยด้านลักษณะประชากรโดยเปรียบเทียบระหว่างกลุ่ม
ผู้ใช้บริการที่เคยเปลี่ยนผู้ให้บริการ กับ ผู้ที่ไม่เคยเปลี่ยนผู้ให้บริการ

ตารางที่ 5.28 แสดงลำดับความสำคัญของปัจจัยการตลาดเปรียบเทียบระหว่าง 2 กลุ่ม

ปัจจัยการตลาด	ลำดับความสำคัญ	
	ผู้ที่เคยเปลี่ยน	ผู้ที่ไม่เคยเปลี่ยน
โปรโมชั่น	2	4
การบริการ	4	1
เลขหมายโทรศัพท์	5	5
สัญญาณ	1	3
บริการเสริม	3	2

จากตารางที่ 5.28 สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านการตลาดของผู้ที่เคยเปลี่ยนผู้ให้บริการ เรียงตามลำดับความสัมพันธ์กับปริมาณการเปลี่ยนผู้ให้บริการดังนี้ สัญญาณโทรศัพท์, โปรโมชั่น, บริการเสริม, การบริการของตัวแทนจำหน่าย และ เลขหมายโทรศัพท์ ที่เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านลักษณะประชากรของผู้ที่ไม่เคยเปลี่ยนผู้ให้บริการ เรียงตามลำดับความสัมพันธ์กับอายุการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่หมายเลขปัจจุบันเป็นดังนี้ การบริการของตัวแทนจำหน่าย, บริการเสริม และเทคโนโลยี, สัญญาณโทรศัพท์, โปรโมชั่น และ เลขหมายโทรศัพท์ โดยเมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกันจะสังเกตได้ว่า

1. กลุ่มผู้ที่เคยเปลี่ยนผู้ให้บริการมาแล้วพบว่า มีความคิดเห็นด้านปัจจัยโปรโมชั่นค่าโทร และ ปัจจัยด้านสัญญาณโทรศัพท์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดยเมื่อพิจารณาผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างผู้ที่ใช้บริการในแต่ละผู้ให้บริการ พบว่า ผู้ที่ใช้บริการของ AIS มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านโปรโมชั่น แตกต่าง กับผู้ใช้ DTAC และ ORANGE ในขณะที่เมื่อพิจารณาผลการทดสอบความแตกต่างของปัจจัยด้านสัญญาณ พบว่า ผู้ที่ใช้บริการของ AIS มีความคิดเห็นแตกต่างกับผู้ใช้ ORANGE และ HUTCH จึงสรุปได้ว่า ผู้ใช้บริการที่มีการเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการ สาเหตุมาจากปัจจัย ด้านโปรโมชั่นและปัจจัยด้านสัญญาณ เป็นหลัก โดยผลการทดสอบพบว่า ผู้ใช้บริการที่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านโปรโมชั่น อาจมีการเปลี่ยนจาก AIS ไปใช้ DTAC และ ORANGE เนื่องจากมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ในขณะที่เดียวกัน ผู้ใช้บริการที่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสัญญาณ อาจมีการเปลี่ยนจาก ORANGE และ HUTCH ไปใช้ AIS เนื่องจากมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

2. จากผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านสัญญา และ โปรโมชันเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้ใช้บริการเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการได้ง่าย ในขณะที่ปัจจัยด้านการให้บริการ หรือการมีบริการเสริมต่างๆ กลับเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้ใช้บริการอยู่ใช้บริการกับผู้ให้บริการเป็นระยะเวลานาน ดังนั้นการเลือกทำการตลาดของผู้ให้บริการ จึงควรเน้นทำการตลาดพิจารณาว่าหากต้องการให้มีผู้ใช้บริการรายใหม่สมัครใช้บริการมากขึ้น ก็ควรเน้นการตลาด ในปัจจัยด้านสัญญาโทรศัพท์ และ ด้านโปรโมชันค่าโทร แต่หากต้องการรักษาลูกค้าที่ใช้บริการอยู่เดิม ให้ใช้บริการของตนไปนานๆ ก็ควรเน้นทำการตลาดในปัจจัยด้านการให้บริการที่ดี มีตัวแทนจำหน่ายทั่วถึง และ การมีบริการเสริมที่หลากหลายและทันสมัย
3. จากผลการศึกษาพบว่าผู้ให้บริการจึงไม่ควรเน้นทำการตลาดกับลูกค้า โดยใช้ปัจจัยทางด้านหมายเลขโทรศัพท์ เพราะ ถึงแม้จะให้หมายเลขที่สวยก็ไม่สามารถทำให้ลูกค้าเปลี่ยนมาใช้บริการของตัวเอง หรือ ลูกค้าพร้อมที่จะเปลี่ยนไปใช้บริการของผู้ให้บริการรายอื่นได้ หากผู้ให้บริการรายอื่นยังทำการตลาดด้วยปัจจัยด้าน โปรโมชัน และ ปัจจัยด้านสัญญาโทรศัพท์
4. จากการสังเกตกลุ่มผู้ที่เคยเปลี่ยนแปลงเพราะราคา จะสามารถเปลี่ยนผู้ให้บริการได้เรื่อยๆ ตามแต่ผู้ให้บริการรายใดจะลดราคาค่าบริการได้มากกว่านั่นเอง ดังนั้นการใช้กลยุทธ์ลดราคาเป็นเพียงกลยุทธ์ที่ใช้เพิ่มลูกค้าในช่วงแรกเท่านั้น แต่ในระยะยาวลูกค้าก็จะยกเลิกและเปลี่ยนไปใช้บริการจากผู้ให้บริการรายอื่นที่ลดอัตราค่าโทรได้มากกว่าอยู่ดี แต่ทั้งนี้จะมีผู้ใช้บริการบางกลุ่ม ที่ไม่เคยเปลี่ยนเลย ถึงแม้จะมีการลดราคา เนื่องจากปัจจัยด้านอื่นๆ เช่น ปัจจัยด้านการบริการ/ตัวแทนจำหน่าย และ ปัจจัยด้านบริการเสริม/เทคโนโลยี
5. ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับผู้ให้บริการ แตกต่างกันในแต่ละของปัจจัยด้าน โปรโมชัน และ สัญญาโทรศัพท์ โดยผู้ใช้บริการที่ใช้บริการของ DTAC จะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านโปรโมชัน ส่วนที่ ผู้ใช้บริการที่ใช้บริการของ AIS จะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสัญญาเป็นหลัก
6. จากผลการทดสอบต่างๆ จะเห็นว่า การให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเดิมเงิน ถือว่าเป็นสินค้าและบริการ ที่ไม่ใช่ Homogeneous Product กล่าวคือถึงแม้ผู้ให้บริการจะทำการลดราคา ค่าโทรลงอย่างมาก เพื่อเทียบกับผู้ให้บริการรายอื่น แต่ก็ยังมีผู้ใช้บริการบางส่วนที่ไม่เปลี่ยนไปใช้บริการเนื่องจากเห็นว่ายังมีอีกหลายปัจจัยที่ไม่สามารถทดแทนกันได้เช่น ปัจจัยด้านคุณภาพสัญญา/พื้นที่ครอบคลุมสัญญา ปัจจัยด้านการบริการของตัวแทนจำหน่าย/ศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ หรือ ปัจจัยด้านบริการเสริม/เทคโนโลยีเป็นต้น