

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

การศึกษา เรื่อง การเปิดรับสื่อและความพึงพอใจในการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามและทำการวิเคราะห์ข้อมูลซึ่งมี 5 ขั้นตอนคือ

ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการ ประกอบด้วย เพศ อายุ วุฒิการศึกษา อาชีพ รายได้

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในจังหวัดภูเก็ต

ตอนที่ 3 การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในจังหวัดภูเก็ต

ตอนที่ 4 ความพึงพอใจต่อการให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในจังหวัดภูเก็ต

ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์สมมติฐาน ประกอบด้วย ผลการศึกษาดังนี้

5.1. ลักษณะทางประชากร มีความสัมพันธ์ กับการเปิดรับสื่อในการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของผู้ให้บริการในจังหวัดภูเก็ต

5.2. ลักษณะทางประชากร มีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจในการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของผู้ให้บริการในจังหวัดภูเก็ต

5.3. การเปิดรับสื่อ มีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจด้านข้อมูลข่าวสารของการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของผู้ให้บริการในจังหวัดภูเก็ต

5.4. การเปิดรับสื่อ มีความสัมพันธ์ กับประเภทของข้อมูลข่าวสารของการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของผู้ให้บริการในจังหวัดภูเก็ต

ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

### ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 4.1 ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

| ข้อมูลส่วนบุคคล       | จำนวน(คน) | ร้อยละ |
|-----------------------|-----------|--------|
| <b>เพศ</b>            |           |        |
| ชาย                   | 200       | 50.00  |
| หญิง                  | 200       | 50.00  |
| รวม                   | 400       | 100.00 |
| <b>อายุ</b>           |           |        |
| ต่ำกว่า 21 ปี         | 10        | 2.50   |
| 21 - 30 ปี            | 134       | 33.50  |
| 31 - 40 ปี            | 117       | 29.25  |
| 41 - 50 ปี            | 98        | 24.50  |
| 50 ปีขึ้นไป           | 41        | 10.25  |
| รวม                   | 400       | 100.00 |
| <b>วุฒิการศึกษา</b>   |           |        |
| มัธยมต้นหรือเทียบเท่า | 9         | 2.25   |
| มัธยมปลายหรือปวช.     | 97        | 24.25  |
| อนุปริญญาหรือปวส.     | 43        | 10.75  |
| ปริญญาตรี             | 250       | 62.50  |
| สูงกว่าปริญญาตรี      | 1         | 0.25   |
| รวม                   | 400       | 100.00 |
| <b>อาชีพ</b>          |           |        |
| รับราชการ             | 119       | 29.75  |
| ธุรกิจส่วนตัว         | 150       | 37.50  |
| บริษัทเอกชน           | 39        | 9.75   |
| รับจ้าง               | 82        | 20.50  |
| นักเรียน / นักศึกษา   | 10        | 2.50   |
| รวม                   | 400       | 100.00 |

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

| ข้อมูลส่วนบุคคล   | จำนวน(คน) | ร้อยละ |
|-------------------|-----------|--------|
| รายได้            |           |        |
| ต่ำกว่า 5,001 บาท | 19        | 4.75   |
| 5,001-10,000 บาท  | 65        | 16.25  |
| 10,001-15,000 บาท | 104       | 26.00  |
| 15,001-20,000 บาท | 117       | 29.25  |
| 20,001-25,000 บาท | 68        | 17.00  |
| 25,001-30,000 บาท | 27        | 6.75   |
| รวม               | 400       | 100.00 |

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในจังหวัดภูเก็ต มีลักษณะทางประชากรดังนี้

เพศ กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายและเพศหญิงในจำนวนที่เท่ากัน โดยเป็นเพศชายจำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50 และเป็นเพศหญิง จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50

อายุ กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มี อายุระหว่าง 21-30 ปี มากที่สุด โดยมีจำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.50 รองลงมา คือ อายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.25 อายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.50 อายุ 50 ปีขึ้นไปจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.25 และน้อยที่สุด มีอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50

วุฒิการศึกษา กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 250 คน คิดเป็นร้อยละ 62.50 รองลงมา คือ มัธยมศึกษาหรือ ปวช. จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.25 อนุปริญญาหรือ ปวส. จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.75 มัธยมต้นหรือเทียบเท่า จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.25 และน้อยที่สุด ระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25

อาชีพ กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 รองลงมาคือ อาชีพรับราชการ จำนวน 119 คิดเป็นร้อยละ 29.75 อาชีพรับจ้าง จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.50 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 39 คิดเป็นร้อยละ 9.75 และน้อยที่สุดคือ นักเรียน / นักศึกษา จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50

รายได้ กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ระหว่าง 15,001-20,000 บาท จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.25 รองลงมา คือ รายได้อยู่ระหว่าง 10,001-15,000 บาท จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.00 รายได้อยู่ระหว่าง 20,001- 25,000 บาท จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 รายได้อยู่ระหว่าง 5,001- 10,000 บาท จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.25 รายได้อยู่ระหว่าง 25,000-30,000 บาท จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.75 น้อยที่สุดคือ รายได้ต่ำกว่า 5,001 บาท จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.75

## ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่

### ตารางที่ 4.2 การใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ให้บริการในจังหวัดภูเก็ต

| การให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ | จำนวน(คน) | ร้อยละ |
|-----------------------------------------|-----------|--------|
| เครือข่ายผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ |           |        |
| เอ ไอ เอส                               | 154       | 38.50  |
| ดีแทค                                   | 143       | 35.75  |
| ทรูมูฟ                                  | 103       | 25.75  |
| รวม                                     | 400       | 100.00 |

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการมีการใช้พฤติกรรมการใช้ดังนี้

เครือข่ายที่ใช้บริการ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการเครือข่าย เอ ไอ เอส มีจำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.50 รองลงมา ได้แก่ ผู้ใช้บริการเครือข่ายดีแทค มีจำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.75 และ ผู้ใช้บริการทรูมูฟ มีจำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.75

ตารางที่ 4.3 การใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในจังหวัดภูเก็ตจำแนกตามเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่

| การใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่    | เครือข่ายผู้ให้บริการ |        |       |        |        |        | รวม   |        |
|--------------------------------------------|-----------------------|--------|-------|--------|--------|--------|-------|--------|
|                                            | เอ ไอ เอส             |        | ดีแทค |        | ทรูมูฟ |        |       |        |
|                                            | จำนวน                 | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน  | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| เหตุผลในการเลือกใช้บริการ                  |                       |        |       |        |        |        |       |        |
| สัญญาณครอบคลุม                             | 89                    | 57.79  | 76    | 53.15  | 28     | 27.18  | 193   | 48.25  |
| มีระบบบริการเสริมที่หลากหลาย               | 1                     | 0.65   | 32    | 22.38  | 5      | 4.85   | 38    | 9.50   |
| ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ               | 64                    | 41.56  | 35    | 24.48  | 70     | 67.96  | 169   | 42.25  |
| รวม                                        | 154                   | 100.00 | 143   | 100.00 | 103    | 100.00 | 400   | 100.00 |
| ช่วงเวลาในการใช้บริการ                     |                       |        |       |        |        |        |       |        |
| 06.01-12.00 น.                             | 56                    | 36.36  | 30    | 20.98  | 11     | 10.68  | 97    | 24.25  |
| 12.01-18.00 น.                             | 68                    | 44.16  | 15    | 10.49  | 65     | 63.11  | 148   | 37.00  |
| 18.01-24.00 น.                             | 30                    | 19.48  | 98    | 68.53  | 27     | 26.21  | 155   | 38.75  |
| รวม                                        | 154                   | 100.00 | 143   | 100.00 | 103    | 100.00 | 400   | 100.00 |
| บริการเสริมที่ใช้                          |                       |        |       |        |        |        |       |        |
| บริการฝากข้อความเสียง                      | 0                     | 0.00   | 24    | 16.78  | 2      | 1.94   | 26    | 6.50   |
| บริการสอบถามข้อมูลอัตโนมัติ                | 96                    | 62.34  | 85    | 59.44  | 73     | 70.87  | 254   | 63.50  |
| บริการฝากข้อความอักษรSMS                   | 50                    | 32.47  | 9     | 6.29   | 22     | 21.36  | 81    | 20.25  |
| บริการส่งข้อมูลข่าวสาร ข้อมูลต่างๆผ่าน MMS | 8                     | 5.19   | 25    | 17.48  | 6      | 5.83   | 39    | 9.75   |
| รวม                                        | 154                   | 100.00 | 143   | 100.00 | 103    | 100.00 | 400   | 100.00 |

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการมีการใช้พฤติกรรมการใช้จำแนกตามเครือข่ายดังนี้

เหตุผลในการเลือกใช้บริการโดยรวม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกใช้เพราะ สัญญาณครอบคลุม จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 48.25 รองลงมาคือความเหมาะสมของ อัตราค่าบริการ จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 42.25 และมีระบบบริการเสริมที่หลากหลาย จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50

ทั้งนี้เมื่อจำแนกตามเครือข่ายพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการเครือข่ายเอไอเอส ให้เหตุผลด้านสัญญาณครอบคลุมมากที่สุด จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 57.79 เช่นเดียวกับ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการเครือข่ายดีแทค ส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เพราะสัญญาณ ครอบคลุม จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 53.15 ขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ระบบทรูมูฟ ส่วนใหญ่ใช้บริการเพราะ ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการมากที่สุด จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 67.96

ช่วงเวลาในการใช้บริการโดยรวม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จะใช้บริการในช่วงเวลา 18.01-24.00 น. จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.75 รองลงมาใช้ในช่วงเวลา 12.01-18.00 น. จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37.00 และใช้ในช่วงเวลา 06.01-12.00 น. จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.25

ทั้งนี้เมื่อจำแนกตามเครือข่ายพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการเครือข่ายเอไอเอส ส่วนใหญ่ใช้บริการในช่วงเวลา 12.01-18.00 น. จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 44.16 เช่นเดียวกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการเครือข่ายดีแทค ใช้บริการในช่วงเวลา 18.01-24.00 น. มากที่สุด จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 68.53 เช่นเดียวกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการเครือข่ายทรูมูฟ ส่วนใหญ่ใช้บริการในช่วงเวลา 12.01-18.00 น. จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 63.11

บริการเสริมที่ใช้โดยรวม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการเสริมประเภทสอบถาม ข้อมูลอัตโนมัติ จำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 63.50 รองลงมาใช้บริการเสริมประเภทบริการ ฝากข้อความอักษรSMS จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.25 บริการส่งข้อมูลข่าวสาร ข้อมูล ต่างๆ ผ่าน MMS จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.75 และบริการฝากข้อความเสียง จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50

ทั้งนี้เมื่อจำแนกตามเครือข่ายพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการทุกเครือข่ายใช้ บริการเสริมประเภทสอบถามข้อมูลอัตโนมัติมากที่สุด โดย เครือข่ายเอไอเอส ใช้บริการเสริม ประเภทสอบถามข้อมูลอัตโนมัติ มากที่สุด จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 62.34 ส่วนกลุ่ม ตัวอย่างที่ใช้บริการดีแทค ส่วนใหญ่ใช้บริการเสริมประเภทสอบถามข้อมูลอัตโนมัติ จำนวน

85 คน คิดเป็นร้อยละ 59.44 และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการเครือข่ายทฤษฎี ใช้บริการเสริมประเภทสอบถามข้อมูลอัตโนมัติ มากที่สุด จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 70.87

### ตอนที่ 3 การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในจังหวัดภูเก็ต

ตารางที่ 4.4 จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในช่วงระยะเวลา 1 เดือน

| สื่อ             | ระดับความบ่อยครั้ง |         |         |         |            |         | $\bar{X}$ | S.D. | การแปร<br>ผล |
|------------------|--------------------|---------|---------|---------|------------|---------|-----------|------|--------------|
|                  | มากที่สุด          | มาก     | ปานกลาง | น้อย    | น้อยที่สุด |         |           |      |              |
| สื่อมวลชน        |                    |         |         |         |            |         |           |      |              |
| โทรทัศน์         | จำนวน              | 302     | 28      | 69      | 0          | 1       | 4.58      | 0.79 | มากที่สุด    |
|                  | ร้อยละ             | (75.50) | (7.00)  | (17.25) | (0.00)     | (0.25)  |           |      |              |
| วิทยุ            | จำนวน              | 165     | 29      | 34      | 58         | 114     | 3.18      | 1.73 | ปานกลาง      |
|                  | ร้อยละ             | (41.25) | (7.25)  | (8.50)  | (14.50)    | (28.50) |           |      |              |
| หนังสือพิมพ์     | จำนวน              | 226     | 92      | 82      | 0          | 0       | 4.36      | 0.80 | มาก          |
|                  | ร้อยละ             | (56.50) | (23.00) | (20.50) | (0.00)     | (0.00)  |           |      |              |
| นิตยสาร / วารสาร | จำนวน              | 153     | 61      | 28      | 80         | 78      | 3.33      | 1.60 | ปานกลาง      |
|                  | ร้อยละ             | (38.25) | (15.25) | (7.00)  | (20.00)    | (19.50) |           |      |              |
| อินเทอร์เน็ต     | จำนวน              | 115     | 52      | 39      | 64         | 130     | 2.90      | 1.65 | ปานกลาง      |
|                  | ร้อยละ             | (28.75) | (13.00) | (9.75)  | (16.00)    | (32.50) |           |      |              |
| สื่อมวลชนโดยรวม  |                    |         |         |         |            |         | 3.67      | 1.02 | มาก          |

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

| สื่อ                                                  | ระดับความบ่อยครั้ง |         |         |         |            |         | $\bar{X}$ | S.D. | การแปร<br>ผล |
|-------------------------------------------------------|--------------------|---------|---------|---------|------------|---------|-----------|------|--------------|
|                                                       | มากที่สุด          | มาก     | ปานกลาง | น้อย    | น้อยที่สุด |         |           |      |              |
| สื่อเฉพาะกิจ                                          |                    |         |         |         |            |         |           |      |              |
| แผ่นพับ /<br>ใบปลิว /<br>โปสเตอร์                     | จำนวน              | 80      | 86      | 161     | 27         | 46      | 3.32      | 1.20 | ปาน<br>กลาง  |
|                                                       | ร้อยละ             | (20.00) | (21.50) | (40.25) | (6.75)     | (11.50) |           |      |              |
| รถประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่                             | จำนวน              | 89      | 99      | 91      | 73         | 48      | 3.27      | 1.32 | ปาน<br>กลาง  |
|                                                       | ร้อยละ             | (22.25) | (24.75) | (22.75) | (18.25)    | (12.00) |           |      |              |
| กิจกรรมเคลื่อนที่ เช่น<br>การจัดชุมนุม<br>ตามงานต่างๆ | จำนวน              | 89      | 61      | 91      | 110        | 49      | 3.08      | 1.34 | ปาน<br>กลาง  |
|                                                       | ร้อยละ             | (22.25) | (15.25) | (22.75) | (27.50)    | (12.25) |           |      |              |
| สื่อเฉพาะกิจโดยรวม                                    |                    |         |         |         |            |         | 3.22      | 1.20 | ปานกลาง      |
| สื่อบุคคล                                             |                    |         |         |         |            |         |           |      |              |
| พนักงานบริษัทผู้ให้บริการ                             | จำนวน              | 68      | 82      | 26      | 91         | 133     | 2.65      | 1.53 | ปาน<br>กลาง  |
|                                                       | ร้อยละ             | (17.00) | (20.50) | (6.50)  | (22.75)    | (33.25) |           |      |              |
| เพื่อนหรือบุคคลที่รู้จัก                              | จำนวน              | 146     | 89      | 119     | 27         | 19      | 3.79      | 1.15 | มาก          |
|                                                       | ร้อยละ             | (36.50) | (22.25) | (29.75) | (6.75)     | (4.75)  |           |      |              |
| บุคคลในครอบครัว                                       | จำนวน              | 98      | 152     | 63      | 86         | 1       | 3.65      | 1.08 | มาก          |
|                                                       | ร้อยละ             | (24.50) | (38.00) | (15.75) | (21.50)    | (0.25)  |           |      |              |
| สื่อบุคคลโดยรวม                                       |                    |         |         |         |            |         | 3.36      | 1.06 | ปานกลาง      |

จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ  
ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในช่วง 1 เดือนที่ผ่านมา มีดังนี้

โดยรวมแล้วมีการเปิดรับในระดับมากจากสื่อมวลชนโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67  
รองลงมามีการเปิดรับในระดับปานกลางจากสื่อบุคคลโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36 และ สื่อเฉพาะ  
กิจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22 ตามลำดับ ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายสื่อมีดังนี้

สื่อมวลชน กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการโดยมีการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ในระดับมากที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 รองลงมาคือ มีการเปิดรับจากสื่อหนังสือพิมพ์ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 มีการเปิดรับสื่อนิตยสาร / วารสารในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 มีการเปิดรับจากสื่อวิทยุโดยในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18 และน้อยที่สุดคือ สื่ออินเทอร์เน็ต โดยมีการเปิดรับในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.90

สื่อเฉพาะกิจ กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการมีการเปิดรับในระดับปานกลาง ได้แก่มีการเปิดรับสื่อ แผ่นพับ / ใบปลิว / โปสเตอร์ เฉลี่ยเท่ากับ 3.32 รองลงมาคือ สื่อรถประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.27 และน้อยที่สุดคือ สื่อกิจกรรมเคลื่อนที่ เช่น การจัดชุมนุมตามงานต่างๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.08

ส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการมีการเปิดรับสื่อ จากเพื่อน / บุคคลที่เคารู้จัก ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 รองลงมา คือ บุคคลในครอบครัว มีการเปิดรับในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 น้อยที่สุด คือ พนักงานบริษัทผู้ให้บริการ มีการเปิดรับในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.65

ตารางที่ 4.5 จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของเหตุผลในการเปิดรับข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จากสื่อต่างๆ

| เหตุผล                           |        | ระดับความสำคัญ |         |         |         |            | $\bar{X}$ | S.D. | การแปลผล |
|----------------------------------|--------|----------------|---------|---------|---------|------------|-----------|------|----------|
|                                  |        | มากที่สุด      | มาก     | ปานกลาง | น้อย    | น้อยที่สุด |           |      |          |
| เพื่อช่วยในการตัดสินใจเลือกใช้   | จำนวน  | 115            | 176     | 89      | 2       | 18         | 3.92      | 0.96 | มาก      |
| บริการ                           | ร้อยละ | (28.75)        | (44.00) | (22.25) | (0.50)  | (4.50)     |           |      |          |
| เพื่อให้มีความรู้เกี่ยวกับลักษณะ | จำนวน  | 144            | 124     | 113     | 18      | 1          | 3.98      | 0.92 | มาก      |
| ของการให้บริการ                  | ร้อยละ | (36.00)        | (31.00) | (28.25) | (4.50)  | (0.25)     |           |      |          |
| เพื่อรับรู้ข่าวสารและความ        | จำนวน  | 40             | 175     | 136     | 0       | 49         | 3.39      | 1.08 | ปานกลาง  |
| เคลื่อนไหวของบริษัทผู้จำหน่าย    | ร้อยละ | (10.00)        | (43.75) | (34.00) | (0.00)  | (12.25)    |           |      |          |
| เพื่อหาข้อมูลในการแก้ปัญหาที่    | จำนวน  | 78             | 196     | 74      | 51      | 1          | 3.75      | 0.92 | มาก      |
| เกิดขึ้นกับโทรศัพท์มือถือหรือ    | ร้อยละ | (19.50)        | (49.00) | (18.50) | (12.75) | (0.25)     |           |      |          |
| การติดต่อสื่อสาร                 |        |                |         |         |         |            |           |      |          |
| เพื่อใช้ในการสนทนาและอ้างอิง     | จำนวน  | 50             | 118     | 116     | 98      | 18         | 3.21      | 1.09 | ปานกลาง  |
| กับบุคคลอื่นๆ                    | ร้อยละ | (12.50)        | (29.50) | (29.00) | (24.50) | (4.50)     |           |      |          |

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการมีเหตุผลในการเปิดรับข่าวสาร โดยแยกเป็นมีความสำคัญในระดับมาก ในส่วนของ เพื่อให้มีความรู้เกี่ยวกับลักษณะการให้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 รองลงมา คือเพื่อช่วยตัดสินใจในการใช้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 และเพื่อหาข้อมูลในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นกับโทรศัพท์มือถือ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75

มีความสำคัญในระดับปานกลางจากเหตุผล เพื่อรับรู้ข่าวสารและความเคลื่อนไหวของบริษัทผู้จำหน่าย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 และ เพื่อใช้ในการสนทนาและอ้างอิงกับบุคคลอื่นๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.21 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับข้อมูลข่าวสารด้านต่างๆ ของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่

| ข้อมูลข่าวสารที่เปิดรับ             | $\bar{X}$ | S.D. | การแปลผล |
|-------------------------------------|-----------|------|----------|
| ด้านข้อมูลคุณภาพเครือข่าย           | 3.84      | 0.94 | มาก      |
| ด้านอัตราราคาของค่าบริการ           | 3.71      | 0.93 | มาก      |
| ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย            | 3.34      | 1.08 | ปานกลาง  |
| ด้านรายการส่งเสริมการขาย            | 4.04      | 0.82 | มาก      |
| ด้านการส่งเสริมสังคม                | 3.38      | 1.10 | ปานกลาง  |
| ประเภทข้อมูลข่าวสารที่เปิดรับโดยรวม | 3.66      | 0.70 | มาก      |

จากตารางที่ 4.6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ มีการเปิดรับข่าวสารโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 โดยแยกเป็น มีการเปิดรับในระดับมาก ในข่าวสารด้านรายการส่งเสริมการขาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 รองลงมาคือด้านคุณภาพเครือข่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 และ ด้านอัตราราคาของค่าบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71

มีการเปิดรับข่าวสารในระดับปานกลางในด้านการส่งเสริมสังคม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34

ตารางที่ 4.7 จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร  
ด้านต่างๆ ของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่

| ด้านของข้อมูลข่าวสาร                                           |        | ระดับการเปิดรับ |         |         |         |            | $\bar{X}$ | S.D. | การแปลผล |
|----------------------------------------------------------------|--------|-----------------|---------|---------|---------|------------|-----------|------|----------|
|                                                                |        | มากที่สุด       | มาก     | ปานกลาง | น้อย    | น้อยที่สุด |           |      |          |
| ด้านข้อมูลคุณภาพเครือข่าย                                      |        |                 |         |         |         |            |           |      |          |
| จำนวนการติดตั้งสัญญาณในจุดต่างๆ ของพื้นที่                     | จำนวน  | 136             | 87      | 166     | 11      | 0          | 3.87      | 0.92 | มาก      |
|                                                                | ร้อยละ | (34.00)         | (21.75) | (41.50) | (2.75)  | (0.00)     |           |      |          |
| ความแรงหรือกำลังของสัญญาณในการรับ-ส่ง                          | จำนวน  | 135             | 72      | 182     | 11      | 0          | 3.83      | 0.94 | มาก      |
|                                                                | ร้อยละ | (33.75)         | (18.00) | (45.50) | (2.75)  | (0.00)     |           |      |          |
| จำนวนช่องส่งสัญญาณของเครือข่าย                                 | จำนวน  | 151             | 72      | 137     | 40      | 0          | 3.84      | 1.05 | มาก      |
|                                                                | ร้อยละ | (37.75)         | (18.00) | (34.25) | (10.00) | (0.00)     |           |      |          |
| ด้านข้อมูลตัวเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่และคุณภาพเครือข่ายโดยรวม |        |                 |         |         |         |            | 3.84      | 0.94 | มาก      |
| ด้านอัตราราคาของค่าบริการ                                      |        |                 |         |         |         |            |           |      |          |
| อัตราค่าโทรรายเดือนภายในประเทศ และต่างประเทศ                   | จำนวน  | 88              | 175     | 78      | 1       | 58         | 3.59      | 1.25 | มาก      |
|                                                                | ร้อยละ | (22.00)         | (43.75) | (19.50) | (0.25)  | (14.50)    |           |      |          |
| อัตราค่าบริการเสริม SMS, MMS และ GPRS.                         | จำนวน  | 105             | 105     | 160     | 12      | 18         | 3.67      | 1.04 | มาก      |
|                                                                | ร้อยละ | (26.25)         | (26.25) | (40.00) | (3.00)  | (4.50)     |           |      |          |
| อัตราค่าดาวน์โหลดข้อมูลผ่านเครือข่าย                           | จำนวน  | 132             | 128     | 119     | 3       | 18         | 3.88      | 1.03 | มาก      |
|                                                                | ร้อยละ | (33.00)         | (32.00) | (29.75) | (0.75)  | (4.50)     |           |      |          |
| ด้านอัตราราคาของค่าบริการโดยรวม                                |        |                 |         |         |         |            | 3.71      | 0.93 | มาก      |

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

| ด้านของข้อมูลข่าวสาร                                                                 |        | ระดับการเปิดรับ |         |         |         |            | $\bar{X}$ | S.D. | การแปรผล |
|--------------------------------------------------------------------------------------|--------|-----------------|---------|---------|---------|------------|-----------|------|----------|
|                                                                                      |        | มากที่สุด       | มาก     | ปานกลาง | น้อย    | น้อยที่สุด |           |      |          |
| ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย                                                             |        |                 |         |         |         |            |           |      |          |
| จำนวนศูนย์บริการหรือร้านค้าตัวแทนในแต่ละพื้นที่                                      | จำนวน  | 96              | 192     | 110     | 2       | 0          | 3.96      | 0.73 | มาก      |
|                                                                                      | ร้อยละ | (24.00)         | (48.00) | (27.50) | (0.50)  | (0.00)     |           |      |          |
| ใช้บริการเติมเงินผ่านตู้เอทีเอ็ม / อินเทอร์เน็ต                                      | จำนวน  | 68              | 99      | 61      | 106     | 66         | 2.99      | 1.36 | ปานกลาง  |
|                                                                                      | ร้อยละ | (17.00)         | (24.75) | (15.25) | (26.50) | (16.50)    |           |      |          |
| การโอนเข้าค่าโทรศัพท์ระหว่างหมายเลข                                                  | จำนวน  | 84              | 83      | 90      | 66      | 77         | 3.08      | 1.41 | ปานกลาง  |
|                                                                                      | ร้อยละ | (21.00)         | (20.75) | (22.50) | (16.50) | (19.25)    |           |      |          |
| ผ่านตัวแทนที่เป็นบุคคล (พนักงานขาย)                                                  | จำนวน  | 77              | 164     | 25      | 85      | 49         | 3.34      | 1.33 | ปานกลาง  |
|                                                                                      | ร้อยละ | (19.25)         | (41.00) | (6.25)  | (21.25) | (12.25)    |           |      |          |
| ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวม                                                       |        |                 |         |         |         |            | 3.34      | 1.08 | ปานกลาง  |
| ด้านรายการส่งเสริมการขาย                                                             |        |                 |         |         |         |            |           |      |          |
| การส่งเสริมการขายหลัก เช่น เหมจ่ายรายเดือน / แพ็กเกจสุดคุ้ม                          | จำนวน  | 127             | 173     | 99      | 0       | 1          | 4.06      | 0.76 | มาก      |
|                                                                                      | ร้อยละ | (31.75)         | (43.25) | (24.75) | (0.00)  | (0.25)     |           |      |          |
| การส่งเสริมการขายรอง เช่น บริการคืนเงิน / คิดราคาตามวินาทีที่ใช้จริง / แจกหมายเลขฟรี | จำนวน  | 161             | 112     | 97      | 30      | 0          | 4.01      | 0.97 | มาก      |
|                                                                                      | ร้อยละ | (40.25)         | (28.00) | (24.25) | (7.50)  | (0.00)     |           |      |          |
| ด้านรายการส่งเสริมการขายโดยรวม                                                       |        |                 |         |         |         |            | 4.04      | 0.82 | มาก      |

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

| ด้านของข้อมูลข่าวสาร                   |        | ระดับการเปิดรับ |         |         |         |            | $\bar{X}$ | S.D. | การแปรผล |
|----------------------------------------|--------|-----------------|---------|---------|---------|------------|-----------|------|----------|
|                                        |        | มากที่สุด       | มาก     | ปานกลาง | น้อย    | น้อยที่สุด |           |      |          |
| ด้านการส่งเสริมสังคม                   |        |                 |         |         |         |            |           |      |          |
| การพัฒนาคุณภาพชีวิตแก่ เด็กและเยาวชน   | จำนวน  | 96              | 109     | 102     | 37      | 56         | 3.38      | 1.32 | ปานกลาง  |
|                                        | ร้อยละ | (24.00)         | (27.25) | (25.50) | (9.25)  | (14.00)    |           |      |          |
| การสนับสนุนด้านการ กีฬา                | จำนวน  | 80              | 76      | 150     | 75      | 19         | 3.31      | 1.13 | ปานกลาง  |
|                                        | ร้อยละ | (20.00)         | (19.00) | (37.50) | (18.75) | (4.75)     |           |      |          |
| การรณรงค์เพื่อความ ปลอดภัยด้านการจราจร | จำนวน  | 80              | 85      | 188     | 28      | 19         | 3.45      | 1.04 | ปานกลาง  |
|                                        | ร้อยละ | (20.00)         | (21.25) | (47.00) | (7.00)  | (4.75)     |           |      |          |
| ด้านการส่งเสริมสังคมโดยรวม             |        |                 |         |         |         |            | 3.38      | 1.10 | ปานกลาง  |

จากตารางที่ 4.7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ใน จังหวัดภูเก็ต มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารด้านต่างๆ โดยมีภาพรวมดังนี้

**ด้านข้อมูลคุณภาพเครือข่าย** กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ด้านจำนวนการติดตั้งสัญญาณในจุดต่างๆ ของพื้นที่ โดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 โดยแยกเป็นการเปิดรับในระดับมากในทุกด้าน คือจำนวนการติดตั้งสัญญาณในจุดต่างๆ ของพื้นที่โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.87 และจำนวนช่องส่งสัญญาณของเครือข่าย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 และน้อยที่สุด คือ ความแรงหรือกำลังของสัญญาณรับส่ง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 ตามลำดับ

**ด้านอัตราค่าบริการ** กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ด้านอัตราค่าบริการ โดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 โดยเปิดรับในระดับมาก ในทุกด้าน คือ อัตราการดาวน์โหลดข้อมูลผ่านเครือข่าย เช่น ริงโทน เสียงเพลงรอสาย ฯลฯ โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.88 รองลงมาคือ อัตราค่าบริการเสริม SMS, MMS และ GPRS โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 และน้อยที่สุด คือ อัตราค่าโทรรายเดือนภายในประเทศ และต่างประเทศ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 ตามลำดับ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34 โดยแยกเป็นมีเปิดรับในระดับมากในด้านจำนวนศูนย์บริการหรือ ร้านค้าตัวแทนในแต่ละพื้นที่ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 และมีการเปิดรับในระดับปานกลาง คือ การจัดจำหน่ายโดยตัวแทนที่เป็นบุคคล (พนักงานขาย) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34 และ การโอนย้ายค้าระหว่างหมายเลข โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.08 และใช้บริการผ่านตู้เอทีเอ็ม / อินเทอร์เน็ต โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.99 ตามลำดับ

ด้านรายการส่งเสริมการขาย กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารด้านรายการส่งเสริมการขาย โดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 โดยมีการเปิดรับในระดับมากในทุกด้าน คือ การส่งเสริมการขายหลัก เช่น เหม่าจายรายเดือน / แพคเกจสุดคุ้ม โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.06 รองลงมา คือ การส่งเสริมการขายรอง เช่น บริการคืนเงิน / คัดเวลาตามวินาทีที่ใช้จริง / แจกหมายเลขฟรี / โหลดข้อมูลฟรี / บัณฑิตส่วนลดร่วมกับรายการอื่นๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมสังคม กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารด้านการส่งเสริมสังคม โดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 โดยมีการเปิดรับในระดับปานกลางในทุกด้าน คือ การรณรงค์เพื่อความปลอดภัยด้านการจราจร เช่น การติดตั้งป้ายสัญญาณจราจรตามถนนสายหลัก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.45 รองลงมาคือการพัฒนาคุณภาพชีวิตแก่เด็กและเยาวชน เช่น การมอบทุนการศึกษา การสร้างศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 และน้อยที่สุดคือ การสนับสนุนงานด้านกีฬา เช่น สร้างสนามบาสเกตบอลขนาดมาตรฐาน และฟุตซอล โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.31 ตามลำดับ

**ตอนที่ 4 ความพึงพอใจต่อการให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในจังหวัด  
ภูเก็ต**

**ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจจากกลุ่มตัวอย่างต่อการ  
ให้บริการของผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่**

| ความพึงพอใจต่อการให้บริการเครือข่าย<br>โทรศัพท์เคลื่อนที่ | $\bar{X}$ | S.D. | การแปลผล |
|-----------------------------------------------------------|-----------|------|----------|
| ด้านการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร                                | 3.93      | 0.66 | มาก      |
| ด้านราคา                                                  | 3.76      | 0.75 | มาก      |
| ด้านรายการส่งเสริมการขาย                                  | 3.66      | 0.92 | มาก      |
| ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย                                  | 3.30      | 0.88 | ปานกลาง  |
| ด้านคุณภาพของสัญญาณเครือข่าย                              | 3.97      | 0.88 | มาก      |
| ด้านบริการเสริมและเทคโนโลยี                               | 3.56      | 0.76 | มาก      |
| ด้านบุคลากร                                               | 3.71      | 1.10 | มาก      |
| ความพึงพอใจโดยรวม                                         | 3.70      | 0.76 | มาก      |

จากตารางที่ 4.8 พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการ มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 โดยแยกเป็น มีความพึงพอใจในระดับมาก ในด้านคุณภาพของสัญญาณเครือข่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 รองลงมาคือด้านข้อมูลข่าวสาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 ด้านรายการส่งเสริมการขาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 ด้านบริการเสริมและเทคโนโลยี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56

และมีความพึงพอใจในระดับปานกลางในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30

ตารางที่ 4.9 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจจากกลุ่มตัวอย่างต่อการให้บริการของผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่

| ด้าน                                      | ระดับความพึงพอใจ |         |         |         |            | $\bar{X}$ | S.D. | การแปรผล |     |
|-------------------------------------------|------------------|---------|---------|---------|------------|-----------|------|----------|-----|
|                                           | มากที่สุด        | มาก     | ปานกลาง | น้อย    | น้อยที่สุด |           |      |          |     |
| ด้านการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร                |                  |         |         |         |            |           |      |          |     |
| การนำเสนอข้อมูลที่ทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์ | จำนวน            | 76      | 231     | 93      | 0          | 0         | 3.96 | 0.65     | มาก |
|                                           | ร้อยละ           | (19.00) | (57.75) | (23.25) | (0.00)     | (0.00)    |      |          |     |
| ประโยชน์และความเพียงพอของข้อมูล           | จำนวน            | 107     | 161     | 130     | 2          | 0         | 3.93 | 0.78     | มาก |
|                                           | ร้อยละ           | (26.75) | (40.25) | (32.50) | (0.50)     | (0.00)    |      |          |     |
| ความชัดเจนของเนื้อหาข้อมูลข่าวสาร         | จำนวน            | 107     | 151     | 140     | 2          | 0         | 3.91 | 0.79     | มาก |
|                                           | ร้อยละ           | (26.75) | (37.75) | (35.00) | (0.50)     | (0.00)    |      |          |     |
| ด้านข้อมูลข่าวสารโดยรวม                   |                  |         |         |         |            |           | 3.93 | 0.66     | มาก |
| ด้านราคา                                  |                  |         |         |         |            |           |      |          |     |
| ความเหมาะสมของอัตราค่าโทรปกติ             | จำนวน            | 97      | 162     | 141     | 0          | 0         | 3.89 | 0.76     | มาก |
|                                           | ร้อยละ           | (24.25) | (40.50) | (35.25) | (0.00)     | (0.00)    |      |          |     |
| ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการเสริม         | จำนวน            | 96      | 108     | 140     | 38         | 18        | 3.57 | 1.09     | มาก |
|                                           | ร้อยละ           | (24.00) | (27.00) | (35.00) | (9.50)     | (4.50)    |      |          |     |
| ราคาค่าโทรถูกกว่าเครือข่ายอื่น            | จำนวน            | 114     | 98      | 188     | 0          | 0         | 3.82 | 0.85     | มาก |
|                                           | ร้อยละ           | (28.50) | (24.50) | (47.00) | (0.00)     | (0.00)    |      |          |     |
| ด้านราคาโดยรวม                            |                  |         |         |         |            |           | 3.76 | 0.75     | มาก |

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

| ด้าน                           | ระดับความพึงพอใจ |         |         |         |            | $\bar{X}$ | S.D. | การแปรผล |         |
|--------------------------------|------------------|---------|---------|---------|------------|-----------|------|----------|---------|
|                                | มากที่สุด        | มาก     | ปานกลาง | น้อย    | น้อยที่สุด |           |      |          |         |
| ด้านรายการส่งเสริมการขาย       |                  |         |         |         |            |           |      |          |         |
| บริการคืนเงิน                  | จำนวน            | 98      | 106     | 128     | 68         | 0         | 3.59 | 1.04     | มาก     |
|                                | ร้อยละ           | (24.50) | (26.50) | (32.00) | (17.00)    | (0.00)    |      |          |         |
| คิดราคาตามวินาทีที่ใช้จริง     | จำนวน            | 155     | 68      | 148     | 27         | 2         | 3.87 | 1.03     | มาก     |
|                                | ร้อยละ           | (38.75) | (17.00) | (37.00) | (6.75)     | (0.50)    |      |          |         |
| แจกหมายเลขฟรี                  | จำนวน            | 143     | 113     | 48      | 76         | 20        | 3.71 | 1.27     | มาก     |
|                                | ร้อยละ           | (35.75) | (28.25) | (12.00) | (19.00)    | (5.00)    |      |          |         |
| โหลดข้อมูลฟรี (ภาพเสียง)       | จำนวน            | 105     | 79      | 130     | 68         | 18        | 3.46 | 1.18     | ปานกลาง |
|                                | ร้อยละ           | (26.25) | (19.75) | (32.50) | (17.00)    | (4.50)    |      |          |         |
| ด้านรายการส่งเสริมการขายโดยรวม |                  |         |         |         |            |           | 3.66 | 0.92     | มาก     |
| ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย       |                  |         |         |         |            |           |      |          |         |
| ศูนย์บริการเครือข่าย           | จำนวน            | 68      | 168     | 126     | 38         | 0         | 3.67 | 0.87     | มาก     |
|                                | ร้อยละ           | (17.00) | (42.00) | (31.50) | (9.50)     | (0.00)    |      |          |         |
| ผ่านเคาร์เตอร์เซอร์วิส         | จำนวน            | 104     | 136     | 95      | 65         | 0         | 3.70 | 1.03     | มาก     |
|                                | ร้อยละ           | (26.00) | (34.00) | (23.75) | (16.25)    | (0.00)    |      |          |         |
| ผ่านธนาคาร หรือตู้เอทีเอ็ม     | จำนวน            | 84      | 73      | 133     | 92         | 18        | 3.28 | 1.16     | ปานกลาง |
|                                | ร้อยละ           | (21.00) | (18.25) | (33.25) | (23.00)    | (4.50)    |      |          |         |
| ผ่านทางเว็บไซต์                | จำนวน            | 65      | 42      | 61      | 138        | 94        | 2.62 | 1.38     | ปานกลาง |
|                                | ร้อยละ           | (16.25) | (10.50) | (15.25) | (34.50)    | (23.50)   |      |          |         |
| ผ่านทางตัวแทน หรือบุคคล        | จำนวน            | 59      | 189     | 0       | 101        | 51        | 3.26 | 1.33     | ปานกลาง |
|                                | ร้อยละ           | (14.75) | (47.25) | (0.00)  | (25.25)    | (12.75)   |      |          |         |
| ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวม |                  |         |         |         |            |           | 3.30 | 0.88     | ปานกลาง |

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

| ด้าน                               | ระดับความพึงพอใจ |         |         |         |            | $\bar{X}$ | S.D. | การ<br>แปลผล |         |
|------------------------------------|------------------|---------|---------|---------|------------|-----------|------|--------------|---------|
|                                    | มากที่สุด        | มาก     | ปานกลาง | น้อย    | น้อยที่สุด |           |      |              |         |
| ด้านคุณภาพของสัญญาณเครือข่าย       |                  |         |         |         |            |           |      |              |         |
| ความชัดเจนของคุณภาพเสียง           | จำนวน            | 140     | 176     | 46      | 38         | 0         | 4.05 | 0.92         | มาก     |
|                                    | ร้อยละ           | (35.00) | (44.00) | (11.50) | (9.50)     | (0.00)    |      |              |         |
| ความครอบคลุมทุกพื้นที่บริการ       | จำนวน            | 141     | 159     | 62      | 38         | 0         | 4.01 | 0.94         | มาก     |
|                                    | ร้อยละ           | (35.25) | (39.75) | (15.50) | (9.50)     | (0.00)    |      |              |         |
| โทรติดง่าย สายไม่หลุด              | จำนวน            | 159     | 90      | 113     | 38         | 0         | 3.93 | 1.03         | มาก     |
|                                    | ร้อยละ           | (39.75) | (22.50) | (28.25) | (9.50)     | (0.00)    |      |              |         |
| ไม่มีสัญญาณ ทับซ้อน                | จำนวน            | 102     | 194     | 63      | 41         | 0         | 3.89 | 0.90         | มาก     |
|                                    | ร้อยละ           | (25.50) | (48.50) | (15.75) | (10.25)    | (0.00)    |      |              |         |
| ด้านคุณภาพของสัญญาณเครือข่ายโดยรวม |                  |         |         |         |            |           | 3.97 | 0.88         | มาก     |
| ด้านบริการเสริมและเทคโนโลยี        |                  |         |         |         |            |           |      |              |         |
| บริการรับฝากข้อความ                | จำนวน            | 183     | 98      | 101     | 0          | 18        | 4.07 | 1.05         | มาก     |
|                                    | ร้อยละ           | (45.75) | (24.50) | (25.25) | (0.00)     | (4.50)    |      |              |         |
| บริการโอนสายอัตโนมัติ              | จำนวน            | 146     | 153     | 99      | 2          | 0         | 4.11 | 0.79         | มาก     |
|                                    | ร้อยละ           | (36.50) | (38.25) | (24.75) | (0.50)     | (0.00)    |      |              |         |
| บริการส่งข้อมูลภาพและเสียง MMS     | จำนวน            | 75      | 216     | 91      | 0          | 18        | 3.83 | 0.89         | มาก     |
|                                    | ร้อยละ           | (18.75) | (54.00) | (22.75) | (0.00)     | (4.50)    |      |              |         |
| บริการประชุมทางโทรศัพท์            | จำนวน            | 67      | 96      | 151     | 68         | 18        | 3.32 | 1.08         | ปานกลาง |
|                                    | ร้อยละ           | (16.75) | (24.00) | (37.75) | (17.00)    | (4.50)    |      |              |         |
| บริการรับส่งข้อความอัตโนมัติ SMS   | จำนวน            | 206     | 102     | 92      | 0          | 0         | 4.29 | 0.82         | มาก     |
|                                    | ร้อยละ           | (51.50) | (25.50) | (23.00) | (0.00)     | (0.00)    |      |              |         |

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

| ด้าน                                       | ระดับความพึงพอใจ |         |         |         |            | $\bar{X}$ | S.D. | การแปรผล |
|--------------------------------------------|------------------|---------|---------|---------|------------|-----------|------|----------|
|                                            | มากที่สุด        | มาก     | ปานกลาง | น้อย    | น้อยที่สุด |           |      |          |
| บริการเข้าสู่ระบบ                          | จำนวน 66         | 154     | 141     | 39      | 0          | 3.62      | 0.87 | มาก      |
| อินเทอร์เน็ต เซ็คธิเมล์                    | ร้อยละ (16.50)   | (38.50) | (35.25) | (9.75)  | (0.00)     |           |      |          |
| ฯลฯ                                        |                  |         |         |         |            |           |      |          |
| บริการระงับการใช้เครื่อง                   | จำนวน 58         | 66      | 237     | 39      | 0          | 3.36      | 0.85 | ปานกลาง  |
|                                            | ร้อยละ (14.50)   | (16.50) | (59.25) | (9.75)  | (0.00)     |           |      |          |
| บริการสอบถามข้อมูล                         | จำนวน 76         | 115     | 170     | 1       | 38         | 3.48      | 1.10 | ปานกลาง  |
| อัตโนมัติ เช่น ตอบข้อสงสัย                 | ร้อยละ (19.00)   | (28.75) | (42.50) | (0.25)  | (9.50)     |           |      |          |
| บริการใช้สายระหว่างประเทศ                  | จำนวน 49         | 77      | 126     | 91      | 57         | 2.93      | 1.22 | ปานกลาง  |
|                                            | ร้อยละ (12.25)   | (19.25) | (31.50) | (22.75) | (14.25)    |           |      |          |
| บริการผ่านเครือข่าย เช่น การสั่งซื้อสินค้า | จำนวน 67         | 73      | 63      | 140     | 57         | 2.88      | 1.33 | ปานกลาง  |
|                                            | ร้อยละ (16.75)   | (18.25) | (15.75) | (35.00) | (14.25)    |           |      |          |
| บริการประเภทสารบบเชิงและความรู้            | จำนวน 64         | 87      | 142     | 49      | 58         | 3.13      | 1.24 | ปานกลาง  |
|                                            | ร้อยละ (16.00)   | (21.75) | (35.50) | (12.25) | (14.50)    |           |      |          |
| บริการสอบถามยอดค่าบริการ และโปรโมชั่น      | จำนวน 126        | 140     | 95      | 1       | 38         | 3.79      | 1.17 | มาก      |
|                                            | ร้อยละ (31.50)   | (35.00) | (23.75) | (0.25)  | (9.50)     |           |      |          |
| ด้านบริการเสริมและเทคโนโลยีโดยรวม          |                  |         |         |         |            | 3.56      | 0.76 | มาก      |

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

| ด้าน                                                                  | ระดับความพึงพอใจ |         |         |         |            | $\bar{X}$ | S.D. | การแปรผล |     |
|-----------------------------------------------------------------------|------------------|---------|---------|---------|------------|-----------|------|----------|-----|
|                                                                       | มากที่สุด        | มาก     | ปานกลาง | น้อย    | น้อยที่สุด |           |      |          |     |
| ด้านบุคลากร                                                           |                  |         |         |         |            |           |      |          |     |
| มีความรู้ความสามารถในการตอบปัญหา หรือให้ข้อมูลแก่ลูกค้าได้อย่างชัดเจน | จำนวน            | 113     | 76      | 173     | 0          | 38        | 3.57 | 1.18     | มาก |
|                                                                       | ร้อยละ           | (28.25) | (19.00) | (43.25) | (0.00)     | (9.50)    |      |          |     |
| มีความใส่ใจในเรื่องที่นำเสนอ                                          | จำนวน            | 132     | 155     | 74      | 1          | 38        | 3.86 | 1.17     | มาก |
|                                                                       | ร้อยละ           | (33.00) | (38.75) | (18.50) | (0.25)     | (9.50)    |      |          |     |
| มีความสุภาพเรียบร้อย                                                  | จำนวน            | 124     | 117     | 102     | 57         | 0         | 3.77 | 1.04     | มาก |
|                                                                       | ร้อยละ           | (31.00) | (29.25) | (25.50) | (14.25)    | (0.00)    |      |          |     |
| ความมีอัธยาศัย มนุษย์สัมพันธ์ดี                                       | จำนวน            | 133     | 118     | 63      | 48         | 38        | 3.65 | 1.31     | มาก |
|                                                                       | ร้อยละ           | (33.25) | (29.50) | (15.75) | (12.00)    | (9.50)    |      |          |     |
| ด้านบุคลากรโดยรวม                                                     |                  |         |         |         |            | 3.71      | 1.10 | มาก      |     |

จากตารางที่ 4.9 พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจดังนี้

ด้านการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจด้านข้อมูลข่าวสารโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก ในทุกด้าน คือ ข่าวสารด้านการนำเสนอข้อมูลที่ทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.96 รองลงมาคือด้านประโยชน์และความเพียงพอของข้อมูล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 และความชัดเจนของเนื้อหาข้อมูลข่าวสาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 ตามลำดับ

ด้านราคา พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในด้านราคาโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 โดยแยกเป็นมีความพึงพอใจในระดับมาก ในทุกด้าน คือ ความเหมาะสมของอัตราค่าโทรปกติ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.89 รองลงมาคืออัตราค่าโทรถูกกว่าเครือข่ายอื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 และความเหมาะสมของอัตราค่าบริการเสริม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 ตามลำดับ

ด้านรายการส่งเสริมการขาย พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในด้านรายการส่งเสริมการขายโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก ในทุกด้าน คือ คิคราคาตามวินาทีที่ใช้จริง มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.87 รองลงมาคือ แจกหมายเลขฟรี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 บริการคืนเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 และมีความพึงพอใจในระดับปานกลางในด้านการให้ โหลดข้อมูลฟรี (ภาพ, เสียง) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 ตามลำดับ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30 โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก ในทุกด้าน คือ ผ่านเคาร์เตอร์เซอร์วิส มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.70 รองลงมาคือ ศูนย์บริการเครือข่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 และมีความพึงพอใจในระดับปานกลางในส่วนของการผ่านธนาคาร หรือตู้เอทีเอ็ม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28 ผ่านทางตัวแทน หรือบุคคล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26 ผ่านทางเว็บไซต์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.62 ตามลำดับ

ด้านคุณภาพของสัญญาณเครือข่าย พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในด้านคุณภาพของสัญญาณเครือข่าย โดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก ในทุกด้าน คือ ความชัดเจนของคุณภาพเสียง มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.05 รองลงมาคือความครอบคลุมทุกพื้นที่บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 โทรติดง่าย สายไม่หลุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 และไม่มีสัญญาณทับซ้อน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 ตามลำดับ

ด้านบริการเสริมและเทคโนโลยี พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในด้านบริการเสริมและเทคโนโลยี โดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก ในทุกด้าน คือ บริการรับส่งข้อความอัตโนมัติ SMS มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.29 รองลงมาคือบริการโอนสายอัตโนมัติ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 บริการรับฝากข้อความ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 บริการส่งข้อมูลภาพและเสียง MMS มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 บริการสอบถามยอดค่าบริการ และโปรโมชั่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 บริการเข้าสู่ระบบอินเทอร์เน็ต เช็คอีเมล ฯลฯ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 และมีความพึงพอใจในระดับปานกลางในส่วนของการบริการสอบถามข้อมูลอัตโนมัติ เช่น ตอบข้อสงสัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 บริการระงับการใช้เครื่อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36 บริการประชุมทางโทรศัพท์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32 บริการประเภทสาระบันเทิงและความรู้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.13 บริการใช้สายระหว่างประเทศ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.93 และบริการผ่านเครือข่าย เช่น การสั่งซื้อสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.88 ตามลำดับ

ด้านบุคลากร พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการมีความพึงพอใจในด้านบุคลากร โดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก ในทุกด้าน คือ มีความใส่ใจในเรื่องที่น่าเสนอ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.86 รองลงมาคือมีความสุภาพเรียบร้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 ความมีอัธยาศัย มนุษย์สัมพันธ์ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 และมีความรู้ความสามารถในการตอบปัญหา หรือให้ข้อมูลแก่ลูกค้าได้อย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 ตามลำดับ

## ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์สมมติฐาน

**สมมติฐานที่ 1** ลักษณะทางประชากร ที่แตกต่างกันมีการเปิดรับสื่อในการใช้บริการ  
เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.10 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับการเปิดรับสื่อ ในการใช้บริการเครือข่าย  
โทรศัพท์เคลื่อนที่

| สื่อที่เปิดรับ | Chisquare | df | Sig.  |
|----------------|-----------|----|-------|
| สื่อมวลชน      | 6.583*    | 2  | 0.037 |
| สื่อเฉพาะกิจ   | 6.567*    | 2  | 0.037 |
| สื่อบุคคล      | 11.124*   | 2  | 0.004 |

จากตารางที่ 4.10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการที่เป็นเพศต่างกัน มีการเปิดรับ  
สื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่อบุคคล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05  
โดยมีรายละเอียด ดังตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11 จำนวนและร้อยละของเพศและการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่อบุคคล

| เพศ  | สื่อมวลชน       |                |               |               | สื่อเฉพาะกิจ  |               |               |               | สื่อบุคคล     |  |
|------|-----------------|----------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|--|
|      | มาก             | ปานกลาง        | น้อย          | มาก           | ปานกลาง       | น้อย          | มาก           | ปานกลาง       | น้อย          |  |
| ชาย  | จำนวน<br>ร้อยละ | 102<br>(51.00) | 16<br>(8.00)  | 82<br>(41.00) | 51<br>(25.50) | 67<br>(33.50) | 89<br>(44.50) | 82<br>(41.00) | 29<br>(14.50) |  |
| หญิง | จำนวน<br>ร้อยละ | 84<br>(42.00)  | 31<br>(15.50) | 68<br>(34.00) | 40<br>(20.00) | 92<br>(46.00) | 71<br>(35.50) | 73<br>(36.50) | 56<br>(28.00) |  |

จากตารางที่ 4.11 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับสื่อดังนี้

กลุ่มตัวอย่างเพศชายส่วนใหญ่มักเปิดรับสื่อมวลชนในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 51.00 ส่วนเพศหญิงส่วนใหญ่มักเปิดรับสื่อมวลชนในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 42.50

กลุ่มตัวอย่างเพศชายส่วนใหญ่มักเปิดรับสื่อเฉพาะกิจในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 41.00 ส่วนเพศหญิงส่วนใหญ่มักเปิดรับสื่อเฉพาะกิจในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 46.00

กลุ่มตัวอย่างเพศชายส่วนใหญ่มักเปิดรับสื่อบุคคลในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 44.50 ส่วนเพศหญิงส่วนใหญ่มักเปิดรับสื่อบุคคลในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 36.50

ตารางที่ 4.12 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับการเปิดรับสื่อ ในการใช้บริการเครือข่าย  
โทรศัพท์เคลื่อนที่

| สื่อที่เปิดรับ | Chisquare | df | Sig.  |
|----------------|-----------|----|-------|
| สื่อมวลชน      | 481.830*  | 6  | 0.000 |
| สื่อเฉพาะกิจ   | 176.551*  | 6  | 0.000 |
| สื่อบุคคล      | 296.667*  | 6  | 0.000 |

จากตารางที่ 4.12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการที่มีอายุที่แตกต่างกันมีการเปิดรับสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่อบุคคล แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีรายละเอียด ดังตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.13 จำนวนและร้อยละของอายุและการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่อบุคคล

| อายุ        | สื่อมวลชน      |         |          | สื่อเฉพาะกิจ |         |         | สื่อบุคคล |         |          |
|-------------|----------------|---------|----------|--------------|---------|---------|-----------|---------|----------|
|             | มาก            | ปานกลาง | น้อย     | มาก          | ปานกลาง | น้อย    | มาก       | ปานกลาง | น้อย     |
| 20 - 30 ปี  | จำนวน 106      | 27      | 1        | 89           | 17      | 28      | 90        | 43      | 1        |
|             | ร้อยละ (79.10) | (20.15) | (0.75)   | (66.42)      | (12.69) | (20.90) | (67.16)   | (32.09) | (0.75)   |
| 31 - 40 ปี  | จำนวน 7        | 105     | 5        | 7            | 48      | 62      | 16        | 92      | 9        |
|             | ร้อยละ (5.98)  | (89.74) | (4.27)   | (5.98)       | (41.03) | (52.99) | (13.68)   | (78.63) | (7.69)   |
| 41 - 50 ปี  | จำนวน 44       | 54      | 0        | 44           | 0       | 54      | 44        | 20      | 34       |
|             | ร้อยละ (44.90) | (55.10) | (0.00)   | (44.90)      | (0.00)  | (55.10) | (44.90)   | (20.41) | (34.69)  |
| 50 ปีขึ้นไป | จำนวน 0        | 0       | 41       | 0            | 26      | 15      | 0         | 0       | 41       |
|             | ร้อยละ (0.00)  | (0.00)  | (100.00) | (0.00)       | (63.41) | (36.59) | (0.00)    | (0.00)  | (100.00) |

#### จากตารางที่ 4.13 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับสื่อดังนี้

**สื่อมวลชน** กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการมีการเปิดรับในระดับมาก ส่วนใหญ่มีอายุ 20 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 79.10 เปิดรับในระดับปานกลาง ได้แก่ ผู้ที่มีอายุ 31- 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 89.74 และผู้ที่มีอายุ 41 - 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 55.10 และเปิดรับในระดับน้อย ได้แก่ ผู้ที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไปคิดเป็นร้อยละ 100

**สื่อเฉพาะกิจ** กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการเปิดรับในระดับมาก ได้แก่ ผู้ที่มีอายุ 20 - 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 66.42 เปิดรับในระดับปานกลาง ได้แก่ ผู้ที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 63.41 และเปิดรับในระดับน้อย ได้แก่ ผู้ที่มีอายุ 41 – 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 55.10 และผู้ที่มีอายุ 31 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 52.90

**สื่อบุคคล** กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการเปิดรับในระดับมาก ส่วนใหญ่มีอายุ 20 - 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 67.16 รองลงมามี อายุ 41 - 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 44.90 และเปิดรับในระดับปานกลาง ได้แก่ ผู้ที่มีอายุ 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 78.63 และเปิดรับในระดับน้อย ได้แก่ ผู้ที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไปคิดเป็นร้อยละ 100

#### ตารางที่ 4.14 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับการเปิดรับสื่อ ในการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่

| สื่อที่เปิดรับ | Chisquare | df | Sig.  |
|----------------|-----------|----|-------|
| สื่อมวลชน      | 179.113*  | 4  | 0.000 |
| สื่อเฉพาะกิจ   | 227.296*  | 4  | 0.000 |
| สื่อบุคคล      | 86.336*   | 4  | 0.000 |

จากตารางที่ 4.14 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่อบุคคล แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีรายละเอียด ดังตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.15 จำนวนและร้อยละของการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่อบุคคล

| ระดับการศึกษา         | สื่อมวลชน |         |         |         | สื่อเฉพาะกิจ |         |          |         | สื่อบุคคล |         |         |      |
|-----------------------|-----------|---------|---------|---------|--------------|---------|----------|---------|-----------|---------|---------|------|
|                       | มาก       | ปานกลาง | น้อย    | มาก     | ปานกลาง      | น้อย    | มาก      | ปานกลาง | น้อย      | มาก     | ปานกลาง | น้อย |
| มัธยมศึกษา            | จำนวน     | 10      | 95      | 1       | 10           | 9       | 87       | 19      | 48        | 39      |         |      |
|                       | ร้อยละ    | (9.43)  | (89.62) | (0.94)  | (9.43)       | (8.49)  | (82.08)  | (17.92) | (45.28)   | (36.79) |         |      |
| อนุปริญญาหรือ<br>ปวส. | จำนวน     | 0       | 25      | 18      | 0            | 0       | 43       | 0       | 25        | 18      |         |      |
|                       | ร้อยละ    | (0.00)  | (58.14) | (41.86) | (0.00)       | (0.00)  | (100.00) | (0.00)  | (58.14)   | (41.86) |         |      |
| ปริญญาตรี             | จำนวน     | 156     | 66      | 28      | 139          | 82      | 29       | 140     | 82        | 28      |         |      |
|                       | ร้อยละ    | (62.40) | (26.40) | (11.20) | (55.60)      | (32.80) | (11.60)  | (56.00) | (32.80)   | (11.20) |         |      |

#### จากตารางที่ 4.15 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับสื่อดังนี้

สื่อมวลชน กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการที่มีการเปิดรับในระดับมาก ได้แก่ ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 62.40 มีการเปิดรับในระดับปานกลาง ได้แก่ ผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 89.62 และระดับอนุปริญญาหรือปวส. คิดเป็นร้อยละ 58.14 ตามลำดับ

สื่อเฉพาะกิจ กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการที่มีการเปิดรับในระดับมาก ได้แก่ ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 55.60 มีการเปิดรับในระดับน้อย ได้แก่ ผู้ที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือปวส. คิดเป็นร้อยละ 100 และระดับมัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 82.08

สื่อบุคคล กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการที่มีการเปิดรับในระดับมาก ได้แก่ ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 56.00 มีการเปิดรับในระดับปานกลาง ได้แก่ ผู้ที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือปวส. คิดเป็นร้อยละ 58.14 และระดับการศึกษามัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 45.28

#### ตารางที่ 4.16 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับการเปิดรับสื่อในการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่

| สื่อที่เปิดรับ | Chisquare | df | Sig.  |
|----------------|-----------|----|-------|
| สื่อมวลชน      | 207.021*  | 8  | 0.000 |
| สื่อเฉพาะกิจ   | 272.628*  | 8  | 0.000 |
| สื่อบุคคล      | 266.665*  | 8  | 0.000 |

จากตารางที่ 4.16 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีการเปิดรับ สื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่อบุคคล แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีรายละเอียดดัง ตารางที่ 4.17

ตารางที่ 4.17 จำนวนและร้อยละของอาชีพและการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่อบุคคล

| อาชีพ         | สื่อมวลชน |          |          | สื่อเฉพาะกิจ |          |         | สื่อบุคคล |          |         |          |
|---------------|-----------|----------|----------|--------------|----------|---------|-----------|----------|---------|----------|
|               | มาก       | ปานกลาง  | น้อย     | มาก          | ปานกลาง  | น้อย    | มาก       | ปานกลาง  | น้อย    |          |
| รับราชการ     | จำนวน     | 78       | 25       | 16           | 66       | 12      | 41        | 67       | 35      | 17       |
|               | ร้อยละ    | (65.55)  | (21.01)  | (13.45)      | (55.46)  | (10.08) | (34.45)   | (56.30)  | (29.41) | (14.29)  |
| ธุรกิจส่วนตัว | จำนวน     | 79       | 41       | 30           | 74       | 70      | 6         | 74       | 47      | 29       |
|               | ร้อยละ    | (52.67)  | (27.33)  | (20.00)      | (49.33)  | (46.67) | (4.00)    | (49.33)  | (31.33) | (19.33)  |
| บริษัทเอกชน   | จำนวน     | 0        | 38       | 1            | 0        | 0       | 39        | 0        | 0       | 39       |
|               | ร้อยละ    | (0.00)   | (97.44)  | (2.56)       | (0.00)   | (0.00)  | (100.00)  | (0.00)   | (0.00)  | (100.00) |
| รับจ้าง       | จำนวน     | 0        | 82       | 0            | 0        | 9       | 73        | 9        | 73      | 0        |
|               | ร้อยละ    | (0.00)   | (100.00) | (0.00)       | (0.00)   | (10.98) | (89.02)   | (10.98)  | (89.02) | (0.00)   |
| นักเรียน/     | จำนวน     | 10       | 0        | 0            | 10       | 0       | 0         | 10       | 0       | 0        |
|               | ร้อยละ    | (100.00) | (0.00)   | (0.00)       | (100.00) | (0.00)  | (0.00)    | (100.00) | (0.00)  | (0.00)   |

#### จากตารางที่ 4.17 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับสื่อดังนี้

**สื่อมวลชน** กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการที่มีการเปิดรับในระดับมาก ได้แก่ ผู้ที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 100.00 รองลงมา ได้แก่ ผู้ที่มีอาชีพรับราชการ คิดเป็นร้อยละ 65.55 และผู้ที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 52.67 การเปิดรับในระดับปานกลาง ได้แก่ ผู้ที่มีอาชีพรับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 100.00 และอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 97.44

**สื่อเฉพาะกิจ** กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการที่มีการเปิดรับในระดับมาก ได้แก่ ผู้ที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 100.00 รองลงมา ได้แก่ ผู้ที่มีอาชีพรับราชการ คิดเป็นร้อยละ 55.46 และ ผู้ที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 49.33 และมีการเปิดรับในระดับน้อย ได้แก่ ผู้ที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 100.00 และอาชีพรับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 89.02

**สื่อบุคคล** กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการที่มีการเปิดรับในระดับมาก ได้แก่ ผู้ที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 100.00 รองลงมา ได้แก่ ผู้ที่มีอาชีพรับราชการ คิดเป็นร้อยละ 56.30 และผู้ที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 49.33 และมีการเปิดรับในระดับปานกลาง ได้แก่ ผู้ที่มีอาชีพรับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 89.02 และมีการเปิดรับในระดับน้อย ได้แก่ ผู้ที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 100.00

#### ตารางที่ 4.18 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับการเปิดรับสื่อ ในการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่

| สื่อที่เปิดรับ | Chisquare | df | Sig.  |
|----------------|-----------|----|-------|
| สื่อมวลชน      | 460.264*  | 10 | 0.000 |
| สื่อเฉพาะกิจ   | 407.912*  | 10 | 0.000 |
| สื่อบุคคล      | 489.786*  | 10 | 0.000 |

จากตารางที่ 4.18 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันมีการเปิดรับสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่อบุคคล แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีรายละเอียด ดังตารางที่ 4.19

ตารางที่ 4.19 จำนวนและร้อยละของรายได้และการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่อบุคคล

| รายได้            | สื่อมวลชน |         |         | สื่อเฉพาะกิจ |         |          | สื่อบุคคล |          |          |
|-------------------|-----------|---------|---------|--------------|---------|----------|-----------|----------|----------|
|                   | มาก       | ปานกลาง | น้อย    | มาก          | ปานกลาง | น้อย     | มาก       | ปานกลาง  | น้อย     |
| ต่ำกว่า 5,000 บาท | จำนวน     | 10      | 9       | 0            | 0       | 0        | 19        | 0        | 0        |
|                   | ร้อยละ    | (52.63) | (47.37) | (0.00)       | (0.00)  | (0.00)   | (100.00)  | (0.00)   | (0.00)   |
| 5,001-10,000 บาท  | จำนวน     | 0       | 64      | 1            | 0       | 0        | 0         | 25       | 40       |
|                   | ร้อยละ    | (0.00)  | (98.46) | (1.54)       | (0.00)  | (0.00)   | (0.00)    | (38.46)  | (61.54)  |
| 10,001-15,000 บาท | จำนวน     | 16      | 87      | 1            | 0       | 54       | 0         | 104      | 0        |
|                   | ร้อยละ    | (15.38) | (83.65) | (0.96)       | (0.00)  | (51.92)  | (0.00)    | (100.00) | (0.00)   |
| 15,001-20,000 บาท | จำนวน     | 91      | 26      | 0            | 90      | 1        | 91        | 26       | 0        |
|                   | ร้อยละ    | (77.78) | (22.22) | (0.00)       | (76.92) | (0.85)   | (77.78)   | (22.22)  | (0.00)   |
| 20,001-25,000 บาท | จำนวน     | 50      | 0       | 18           | 50      | 0        | 50        | 0        | 18       |
|                   | ร้อยละ    | (73.53) | (0.00)  | (26.47)      | (73.53) | (0.00)   | (73.53)   | (0.00)   | (26.47)  |
| 25,001-30,000 บาท | จำนวน     | 0       | 0       | 27           | 0       | 27       | 0         | 0        | 27       |
|                   | ร้อยละ    | (0.00)  | (0.00)  | (100.00)     | (0.00)  | (100.00) | (0.00)    | (0.00)   | (100.00) |

#### จากตารางที่ 4.19 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับสื่อดังนี้

สื่อมวลชน กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการมีการเปิดรับในระดับมาก ได้แก่ ผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 15,001-25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 77.78 รองลงมาได้แก่ ผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 20,001-25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 73.53 และผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 52.63 และมีการเปิดรับในระดับปานกลาง ได้แก่ ผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 5,001-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 98.46 และผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 10,001-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 83.65 และมีการเปิดรับในระดับน้อย ได้แก่ ผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 25,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 100

สื่อเฉพาะกิจ กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการมีการเปิดรับในระดับมาก ได้แก่ ผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 15,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 76.92 รองลงมาได้แก่ ผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 20,001-25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 73.53 และผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 52.63 และมีการเปิดรับในระดับปานกลาง ได้แก่ ผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 25,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 100 และผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 10,001-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 51.92 และมีการเปิดรับในระดับน้อย ได้แก่ ผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 100.00

สื่อบุคคล กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการมีการเปิดรับในระดับมาก ได้แก่ ผู้ที่มีรายได้ระหว่างต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 100.00 รองลงมาได้แก่ ผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 15,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 77.78 และผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 20,001-25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 73.53 และมีการเปิดรับสื่อในระดับปานกลาง ได้แก่ ผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 10,001-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 100.00 และมีการเปิดรับสื่อในระดับน้อย ได้แก่ ผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 25,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 100.00 และผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 61.54

**สมมติฐานที่ 2** ลักษณะทางประชากร ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.20 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจในการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่

| ความพึงพอใจ                  | Chisquare | df | Sig.  |
|------------------------------|-----------|----|-------|
| ด้านการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร   | 17.630*   | 2  | 0.000 |
| ด้านราคา                     | 9.890*    | 1  | 0.002 |
| ด้านรายการส่งเสริมการขาย     | 0.925     | 2  | 0.630 |
| ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย     | 11.786*   | 2  | 0.003 |
| ด้านคุณภาพของสัญญาณเครือข่าย | 52.165*   | 2  | 0.000 |
| ด้านบริการเสริมและเทคโนโลยี  | 28.210*   | 2  | 0.000 |
| ด้านบุคลากร                  | 31.097*   | 2  | 0.000 |
| ความพึงพอใจโดยรวม            | 28.316*   | 2  | 0.000 |

จากตารางที่ 4.20 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยรวม และรายด้านได้แก่ ด้านการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านคุณภาพของสัญญาณเครือข่าย ด้านบริการเสริมและเทคโนโลยี และด้านบุคลากร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ไม่มีความแตกต่างกันในด้านการส่งเสริมการขาย โดยมีรายละเอียด ดังตารางที่ 4.21

ตารางที่ 4.21 จำนวนและร้อยละของเพศและความพึงพอใจต่อการให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่

| เพศ  | ด้านการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร |         |        | ด้านราคา |         |        | ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย |         |         | ด้านคุณภาพของสัญญาณเครือข่าย |         |         |
|------|----------------------------|---------|--------|----------|---------|--------|--------------------------|---------|---------|------------------------------|---------|---------|
|      | มาก                        | ปานกลาง | น้อย   | มาก      | ปานกลาง | น้อย   | มาก                      | ปานกลาง | น้อย    | มาก                          | ปานกลาง | น้อย    |
| ชาย  | จำนวน 109                  | 90      | 1      | 115      | 85      | 0      | 73                       | 79      | 48      | 141                          | 26      | 33      |
|      | ร้อยละ (54.50)             | (45.00) | (0.50) | (57.50)  | (42.50) | (0.00) | (36.50)                  | (39.50) | (24.00) | (70.50)                      | (13.00) | (16.50) |
| หญิง | จำนวน 149                  | 50      | 1      | 145      | 55      | 0      | 84                       | 48      | 68      | 194                          | 1       | 5       |
|      | ร้อยละ (74.50)             | (25.00) | (0.50) | (72.50)  | (27.50) | (0.00) | (42.00)                  | (24.00) | (34.00) | (97.00)                      | (0.50)  | (2.50)  |

ตารางที่ 4.21 (ต่อ)

| เพศ  | ด้านบริการเสริมและเทคโนโลยี |         |         | ด้านบุคลากร |         |         | ความพึงพอใจโดยรวม |         |      |
|------|-----------------------------|---------|---------|-------------|---------|---------|-------------------|---------|------|
|      | มาก                         | ปานกลาง | น้อย    | มาก         | ปานกลาง | น้อย    | มาก               | ปานกลาง | น้อย |
| ชาย  | จำนวน 91                    | 76      | 33      | 128         | 39      | 115     | 52                | 33      |      |
|      | ร้อยละ (45.50)              | (38.00) | (16.50) | (64.00)     | (19.50) | (57.50) | (26.00)           | (16.50) |      |
| หญิง | จำนวน 133                   | 61      | 6       | 122         | 73      | 106     | 88                | 6       |      |
|      | ร้อยละ (66.50)              | (30.50) | (3.00)  | (61.00)     | (36.50) | (53.00) | (44.00)           | (3.00)  |      |

#### จากตารางที่ 4.21 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจดังนี้

กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการเพศชายส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยรวมในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 57.50 ซึ่งสูงกว่าความพึงพอใจโดยรวมของเพศหญิงเล็กน้อย โดยเพศหญิงมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 53.00

กลุ่มตัวอย่างเพศชาย ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจ ด้านการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 54.00 แต่น้อยกว่าเพศหญิงที่ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 74.50

กลุ่มตัวอย่างเพศชาย ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจ ด้านราคา ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 57.50 แต่น้อยกว่าเพศหญิงที่ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 72.50

กลุ่มตัวอย่างเพศชาย ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 39.50 แต่น้อยกว่าเพศหญิงที่ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 42.00

กลุ่มตัวอย่างเพศชาย ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจ ด้านคุณภาพสัญญาณเครือข่าย ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 70.50 แต่น้อยกว่าเพศหญิงที่ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมากร้อยละ 97.00

กลุ่มตัวอย่างเพศชายส่วนใหญ่มีความพึงพอใจ ด้านบริการเสริมและเทคโนโลยี ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 45.50 แต่น้อยกว่าเพศหญิงที่ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมากร้อยละ 66.50

กลุ่มตัวอย่างเพศชายส่วนใหญ่มีความพึงพอใจ ด้านบุคลากร ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 64.00 ใกล้เคียงกับเพศหญิงที่ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 61.50

ตารางที่ 4.22 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจในการใช้บริการเครือข่าย  
โทรศัพท์เคลื่อนที่

| ความพึงพอใจ                  | Chisquare | df | Sig.  |
|------------------------------|-----------|----|-------|
| ด้านข้อมูลข่าวสาร            | 110.247*  | 6  | 0.000 |
| ด้านราคา                     | 33.492*   | 3  | 0.000 |
| ด้านรายการส่งเสริมการขาย     | 413.643*  | 6  | 0.000 |
| ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย     | 292.187*  | 6  | 0.000 |
| ด้านคุณภาพของสัญญาณเครือข่าย | 143.368*  | 6  | 0.000 |
| ด้านบริการเสริมและเทคโนโลยี  | 215.459*  | 6  | 0.000 |
| ด้านบุคลากร                  | 263.586*  | 6  | 0.000 |
| ความพึงพอใจโดยรวม            | 248.077*  | 6  | 0.000 |

จากตารางที่ 4.22 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยรวม และรายด้านได้แก่ ด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านราคา ด้านรายการส่งเสริมการขาย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านคุณภาพของสัญญาณเครือข่าย ด้านบริการเสริมและเทคโนโลยี และด้านบุคลากร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีรายละเอียดดัง ตารางที่ 4.23

ตารางที่ 4.23 จำนวนและร้อยละของอายุและความพึงพอใจต่อการให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่

| อายุ        | ด้านการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร |         |        |  | ด้านราคา |         |        |  | ด้านรายการส่งเสริมการขาย |         |         |  | ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย |         |         |  |
|-------------|----------------------------|---------|--------|--|----------|---------|--------|--|--------------------------|---------|---------|--|--------------------------|---------|---------|--|
|             | มาก                        | ปานกลาง | น้อย   |  | มาก      | ปานกลาง | น้อย   |  | มาก                      | ปานกลาง | น้อย    |  | มาก                      | ปานกลาง | น้อย    |  |
| 20 - 30 ปี  | จำนวน 132                  | 2       | 0      |  | 107      | 27      | 0      |  | 133                      | 0       | 1       |  | 106                      | 27      | 1       |  |
|             | ร้อยละ (98.51)             | (1.49)  | (0.00) |  | (79.85)  | (20.15) | (0.00) |  | (99.25)                  | (0.00)  | (0.75)  |  | (79.10)                  | (20.15) | (0.75)  |  |
| 31 - 40 ปี  | จำนวน 57                   | 59      | 1      |  | 63       | 54      | 0      |  | 21                       | 94      | 2       |  | 7                        | 22      | 88      |  |
|             | ร้อยละ (48.72)             | (50.43) | (0.85) |  | (53.85)  | (46.15) | (0.00) |  | (17.95)                  | (80.34) | (1.71)  |  | (5.98)                   | (18.80) | (75.21) |  |
| 41 - 50 ปี  | จำนวน 44                   | 53      | 1      |  | 65       | 33      | 0      |  | 77                       | 20      | 1       |  | 44                       | 53      | 1       |  |
|             | ร้อยละ (44.90)             | (54.08) | (1.02) |  | (66.33)  | (33.67) | (0.00) |  | (78.57)                  | (20.41) | (1.02)  |  | (44.90)                  | (54.08) | (1.02)  |  |
| 50 ปีขึ้นไป | จำนวน 15                   | 26      | 0      |  | 15       | 26      | 0      |  | 0                        | 15      | 26      |  | 0                        | 15      | 26      |  |
|             | ร้อยละ (36.59)             | (63.41) | (0.00) |  | (36.59)  | (63.41) | (0.00) |  | (0.00)                   | (36.59) | (63.41) |  | (0.00)                   | (36.59) | (63.41) |  |

ตารางที่ 4.23 (ต่อ)

| อายุ        | ด้านคุณภาพของสัญญาณเครือข่าย |         |         |  | ด้านบริการเสริมและเทคโนโลยี |          |         |  | ด้านบุคลากร |         |         |  | ความพึงพอใจโดยรวม |         |         |  |
|-------------|------------------------------|---------|---------|--|-----------------------------|----------|---------|--|-------------|---------|---------|--|-------------------|---------|---------|--|
|             | มาก                          | ปานกลาง | น้อย    |  | มาก                         | ปานกลาง  | น้อย    |  | มาก         | ปานกลาง | น้อย    |  | มาก               | ปานกลาง | น้อย    |  |
| 20 - 30 ปี  | จำนวน 134                    | 0       | 0       |  | 106                         | 28       | 0       |  | 134         | 0       | 0       |  | 133               | 1       | 0       |  |
|             | ร้อยละ (100.00)              | (0.00)  | (0.00)  |  | (79.10)                     | (20.90)  | (0.00)  |  | (100.00)    | (0.00)  | (0.00)  |  | (99.25)           | (0.75)  | (0.00)  |  |
| 31 - 40 ปี  | จำนวน 73                     | 6       | 38      |  | 64                          | 14       | 39      |  | 20          | 59      | 38      |  | 19                | 59      | 39      |  |
|             | ร้อยละ (62.39)               | (5.13)  | (32.48) |  | (54.70)                     | (11.97)  | (33.33) |  | (17.09)     | (50.43) | (32.48) |  | (16.24)           | (50.43) | (33.33) |  |
| 41 - 50 ปี  | จำนวน 77                     | 21      | 0       |  | 44                          | 54       | 0       |  | 45          | 53      | 0       |  | 44                | 54      | 0       |  |
|             | ร้อยละ (78.57)               | (21.43) | (0.00)  |  | (44.90)                     | (55.10)  | (0.00)  |  | (45.92)     | (54.08) | (0.00)  |  | (44.90)           | (55.10) | (0.00)  |  |
| 50 ปีขึ้นไป | จำนวน 41                     | 0       | 0       |  | 0                           | 41       | 0       |  | 41          | 0       | 0       |  | 15                | 26      | 0       |  |
|             | ร้อยละ (100.00)              | (0.00)  | (0.00)  |  | (0.00)                      | (100.00) | (0.00)  |  | (100.00)    | (0.00)  | (0.00)  |  | (36.59)           | (63.41) | (0.00)  |  |

#### จากตารางที่ 4.23 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจดังนี้

ความพึงพอใจต่อการให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยรวม ของกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ส่วนใหญ่มีอายุ 20 - 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 99.25 มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง ได้แก่ ผู้ที่มีอายุ 31 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 50.43 ผู้ที่มีอายุ 41 - 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 55.10 และผู้ที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 63.41

ด้านการนำเสนอข่าวสาร กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ส่วนใหญ่มีอายุ 20 - 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 98.51 และผู้ที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ผู้ที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 63.41 และผู้ที่มีอายุ 41 - 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 54.08 และผู้ที่มีอายุ 31 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 50.43 ตามลำดับ

ด้านราคา กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ส่วนใหญ่มีอายุ 20 - 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 79.85 รองลงมาได้แก่ ผู้ที่มีอายุ 41 - 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 66.33 และผู้ที่มีอายุ 31 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 53.85 และผู้ที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือผู้ที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 63.41

ด้านรายการส่งเสริมการขาย กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ส่วนใหญ่มีอายุ 20 - 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 99.25 รองลงมาได้แก่ ผู้ที่มีอายุ 41 - 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 78.57 และผู้ที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลางได้แก่ ผู้ที่มีอายุ 31 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 80.34 และผู้ที่มีความพึงพอใจในระดับน้อย ได้แก่ ผู้ที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 63.41

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ส่วนใหญ่มีอายุ 20 - 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 79.10 และผู้ที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ผู้ที่มีอายุ 41 - 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 54.08 และผู้ที่มีความพึงพอใจในระดับน้อย ได้แก่ ผู้ที่มีอายุ 31 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 75.21 รองลงมาได้แก่ ผู้ที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 63.41

ด้านคุณภาพของสัญญาณเครือข่าย กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ส่วนใหญ่มีอายุ 20 - 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 100.00 รองลงมาได้แก่ ผู้ที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 100.00 และผู้ที่มีอายุ 41 - 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 78.57 ผู้ที่มีอายุ 31 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 62.39

ด้านบริการเสริมและเทคโนโลยี กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ส่วนใหญ่มีอายุ 20 - 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 79.10 รองลงมาได้แก่ ผู้ที่มีอายุ 31 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 54.70 และผู้ที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ผู้ที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 100.00 และผู้ที่มีอายุ 41 - 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 55.10

ด้านบุคลากร กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ส่วนใหญ่มีอายุ 20 - 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 100.00 รองลงมาได้แก่ ผู้ที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 100.00 และผู้ที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ผู้ที่มีอายุ 41 - 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 54.08 และผู้ที่มีอายุ 31 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 50.43

ตารางที่ 4.24 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจในการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่

| ความพึงพอใจ                  | Chisquare | df | Sig.  |
|------------------------------|-----------|----|-------|
| ด้านข้อมูลข่าวสาร            | 23.962*   | 4  | 0.000 |
| ด้านราคา                     | 27.717*   | 2  | 0.000 |
| ด้านรายการส่งเสริมการขาย     | 145.513*  | 4  | 0.000 |
| ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย     | 230.203*  | 4  | 0.000 |
| ด้านคุณภาพของสัญญาณเครือข่าย | 223.037*  | 4  | 0.000 |
| ด้านบริการเสริมและเทคโนโลยี  | 115.452*  | 4  | 0.000 |
| ด้านบุคลากร                  | 265.495*  | 4  | 0.000 |
| ความพึงพอใจโดยรวม            | 179.902*  | 4  | 0.000 |

จากตารางที่ 4.24 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยรวม และรายด้านได้แก่ ด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านราคา ด้านรายการส่งเสริมการขาย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านคุณภาพของสัญญาณเครือข่าย ด้านบริการเสริมและเทคโนโลยี และด้านบุคลากร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีรายละเอียด ดังตารางที่ 4.25

ตารางที่ 4.25 จำนวนและร้อยละของระดับการศึกษาและความพึงพอใจต่อการให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่

| ระดับการศึกษา | ด้านการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร |         |         | ด้านราคา |          |         | ด้านรายการส่งเสริมการขาย |         |          | ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย |         |         |
|---------------|----------------------------|---------|---------|----------|----------|---------|--------------------------|---------|----------|--------------------------|---------|---------|
|               | มาก                        | ปานกลาง | น้อย    | มาก      | ปานกลาง  | น้อย    | มาก                      | ปานกลาง | น้อย     | มาก                      | ปานกลาง | น้อย    |
| มัธยมศึกษา    | จำนวน                      | 58      | 48      | 0        | 59       | 47      | 0                        | 47      | 58       | 1                        | 0       | 49      |
|               | ร้อยละ                     | (54.72) | (45.28) | (0.00)   | (55.66)  | (44.34) | (0.00)                   | (44.34) | (54.72)  | (0.94)                   | (0.00)  | (46.23) |
| อนุปริญญา     | จำนวน                      | 18      | 25      | 0        | 43       | 0       | 0                        | 0       | 43       | 0                        | 0       | 0       |
| หรือปวส.      | ร้อยละ                     | (41.86) | (58.14) | (0.00)   | (100.00) | (0.00)  | (0.00)                   | (0.00)  | (100.00) | (0.00)                   | (0.00)  | (0.00)  |
| ปริญญาตรี     | จำนวน                      | 182     | 66      | 2        | 157      | 93      | 0                        | 183     | 38       | 29                       | 156     | 67      |
|               | ร้อยละ                     | (72.80) | (26.40) | (0.80)   | (62.80)  | (37.20) | (0.00)                   | (73.20) | (15.20)  | (11.60)                  | (62.40) | (26.80) |

ตารางที่ 4.25 (ต่อ)

| ระดับการศึกษา | ด้านคุณภาพของสัญญาณเครือข่าย |          |         |         |         |         | ด้านบริการเสริมและเทคโนโลยี |          | ด้านบุคลากร |         | ความพึงพอใจโดยรวม |         |
|---------------|------------------------------|----------|---------|---------|---------|---------|-----------------------------|----------|-------------|---------|-------------------|---------|
|               | มาก                          | ปานกลาง  | น้อย    | มาก     | ปานกลาง | น้อย    | มาก                         | ปานกลาง  | น้อย        | มาก     | ปานกลาง           | น้อย    |
| มัธยมศึกษา    | จำนวน                        | 106      | 0       | 0       | 0       | 0       | 67                          | 39       | 0           | 20      | 86                | 0       |
|               | ร้อยละ                       | (100.00) | (0.00)  | (0.00)  | (0.00)  | (0.00)  | (63.21)                     | (36.79)  | (0.00)      | (18.87) | (81.13)           | (0.00)  |
| อนุปริญญา     | จำนวน                        | 18       | 25      | 0       | 0       | 0       | 0                           | 43       | 0           | 18      | 25                | 0       |
|               | ร้อยละ                       | (41.86)  | (58.14) | (0.00)  | (0.00)  | (0.00)  | (0.00)                      | (100.00) | (0.00)      | (41.86) | (58.14)           | (0.00)  |
| หรือปวศ.      | จำนวน                        | 210      | 2       | 38      | 156     | 55      | 211                         | 1        | 38          | 183     | 28                | 39      |
|               | ร้อยละ                       | (84.00)  | (0.80)  | (15.20) | (62.40) | (22.00) | (84.40)                     | (0.40)   | (15.20)     | (73.20) | (11.20)           | (15.60) |

#### จากตารางที่ 4.25 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจดังนี้

ความพึงพอใจต่อการให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยรวมของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการในระดับมาก ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 73.20 และผู้ที่มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง ได้แก่ ผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 82.08 และ ผู้ที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือปวส. คิดเป็นร้อยละ 58.14 ตามลำดับ

ด้านการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 72.80 รองลงมาได้แก่ ผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 54.72 และผู้ที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ผู้ที่มีการศึกษาในระดับอนุปริญญาหรือปวส. คิดเป็นร้อยละ 58.14

ด้านราคา กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือ ปวส. ทั้งหมด ร้อยละ 100.00 รองลงมาได้แก่ ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 62.80 และผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 55.66

ด้านรายการส่งเสริมการขาย กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 73.20 และผู้ที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ผู้ที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือปวส. คิดเป็นร้อยละ 100.00 และผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ร้อยละ 54.72

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 62.40 และผู้ที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ผู้ที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือ ปวส. คิดเป็นร้อยละ 100.00 และผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 53.77

ด้านคุณภาพของสัญญาณเครือข่าย กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 100.00 รองลงมาได้แก่ ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 84.00 และผู้ที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ผู้ที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือ ปวส. คิดเป็นร้อยละ 58.14

ด้านบริการเสริมและเทคโนโลยี กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 63.21 รองลงมาได้แก่ ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 62.40 และผู้ที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ผู้ที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือปวส. คิดเป็นร้อยละ 100.00

ด้านบุคลากร กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 84.40 และผู้ที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 81.13 รองลงมาได้แก่ผู้ที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือปวส. ร้อยละ 58.14

ตารางที่ 4.26 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจในการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่

| ความพึงพอใจ                  | Chisquare | df | Sig.  |
|------------------------------|-----------|----|-------|
| ด้านข้อมูลข่าวสาร            | 139.083*  | 6  | 0.000 |
| ด้านราคา                     | 105.763*  | 3  | 0.000 |
| ด้านรายการส่งเสริมการขาย     | 201.082*  | 6  | 0.000 |
| ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย     | 248.354*  | 6  | 0.000 |
| ด้านคุณภาพของสัญญาณเครือข่าย | 152.437*  | 6  | 0.000 |
| ด้านบริการเสริมและเทคโนโลยี  | 144.973*  | 6  | 0.000 |
| ด้านบุคลากร                  | 392.548*  | 6  | 0.000 |
| ความพึงพอใจโดยรวม            | 319.686*  | 6  | 0.000 |

จากตารางที่ 4.26 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการที่อาชีพแตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยรวม และรายด้านได้แก่ ด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านราคา ด้านรายการส่งเสริมการขาย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านคุณภาพของสัญญาณเครือข่าย ด้านบริการเสริมและเทคโนโลยี และด้านบุคลากรแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 4.27



ตารางที่ 4.27 (ต่อ)

| อาชีพ         | ด้านคุณภาพของสัญญาซื้อขาย |         |         |         |          |         | ด้านบุคลากร |         |         | ความพึงพอใจโดยรวม |          |         |
|---------------|---------------------------|---------|---------|---------|----------|---------|-------------|---------|---------|-------------------|----------|---------|
|               | มาก                       | ปานกลาง | น้อย    | มาก     | ปานกลาง  | น้อย    | มาก         | ปานกลาง | น้อย    | มาก               | ปานกลาง  | น้อย    |
| รับราชการ     | จำนวน 118                 | 1       | 0       | 78      | 41       | 0       | 119         | 0       | 0       | 118               | 1        | 0       |
|               | ร้อยละ (99.16)            | (0.84)  | (0.00)  | (65.55) | (34.45)  | (0.00)  | (100.00)    | (0.00)  | (0.00)  | (99.16)           | (0.84)   | (0.00)  |
| ธุรกิจส่วนตัว | จำนวน 111                 | 1       | 38      | 79      | 32       | 39      | 111         | 1       | 38      | 84                | 27       | 39      |
|               | ร้อยละ (74.00)            | (0.67)  | (25.33) | (52.67) | (21.33)  | (26.00) | (74.00)     | (0.67)  | (25.33) | (56.00)           | (18.00)  | (26.00) |
| บริษัทเอกชน   | จำนวน 39                  | 0       | 0       | 0       | 39       | 0       | 1           | 38      | 0       | 0                 | 39       | 0       |
|               | ร้อยละ (100.00)           | (0.00)  | (0.00)  | (0.00)  | (100.00) | (0.00)  | (2.56)      | (97.44) | (0.00)  | (0.00)            | (100.00) | (0.00)  |
| รับจ้าง       | จำนวน 57                  | 25      | 0       | 57      | 25       | 0       | 9           | 73      | 0       | 9                 | 73       | 0       |
|               | ร้อยละ (69.51)            | (30.49) | (0.00)  | (69.51) | (30.49)  | (0.00)  | (10.98)     | (89.02) | (0.00)  | (10.98)           | (89.02)  | (0.00)  |

#### จากตารางที่ 4.27 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจดังนี้

ความพึงพอใจต่อการให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยรวมของกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการในระดับมาก ส่วนใหญ่มีอาชีพรับราชการ คิดเป็นร้อยละ 99.16 รองลงมา ได้แก่ ผู้ที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 56.00 และผู้ที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ผู้ที่มีอาชีพบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 100.00 และผู้ที่มีอาชีพรับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 89.02

ด้านการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ส่วนใหญ่มีอาชีพรับราชการ คิดเป็นร้อยละ 98.32 รองลงมา ได้แก่ ผู้ที่มีอาชีพรับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 58.54 และผู้ที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 55.33 และผู้ที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ผู้ที่มีอาชีพบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 100.00

ด้านราคา กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ส่วนใหญ่มีอาชีพรับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 89.02 รองลงมา ได้แก่ ผู้ที่มีอาชีพรับราชการ คิดเป็นร้อยละ 79.83 และผู้ที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 54.00 และผู้ที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ผู้ที่มีอาชีพบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 97.44

ด้านรายการส่งเสริมการขาย กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 97.44 รองลงมา ได้แก่ ผู้ที่มีอาชีพรับราชการ คิดเป็นร้อยละ 85.71 และผู้ที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 54.67 และผู้ที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ผู้ที่มีอาชีพรับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 89.02

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ส่วนใหญ่มีอาชีพรับราชการ คิดเป็นร้อยละ 65.55 รองลงมา ได้แก่ ผู้ที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 52.67 และผู้ที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ผู้ที่มีอาชีพบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 97.44 และผู้ที่มีความพึงพอใจในระดับน้อย ได้แก่ ผู้ที่มีอาชีพรับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 58.54

ด้านคุณภาพของสัญญาณเครือข่าย กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 100.00 รองลงมา ได้แก่ ผู้ที่มีอาชีพรับราชการ คิดเป็นร้อยละ 99.16 และผู้ที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 74.00 และอาชีพรับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 69.51

ด้านบริการเสริมและเทคโนโลยี กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ส่วนใหญ่มีอาชีพรับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 69.51 รองลงมาได้แก่ ผู้ที่มีอาชีพรับราชการ คิดเป็น ร้อยละ 65.55 และผู้ที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 52.67 และผู้ที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ผู้ที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 100.00

ด้านบุคลากร กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ส่วนใหญ่มีอาชีพรับราชการ คิดเป็นร้อยละ 100.00 รองลงมาได้แก่ ผู้ที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 74.00 และผู้ที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ผู้ที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็น ร้อยละ 97.44 และผู้ที่มีอาชีพรับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 89.02

ตารางที่ 4.28 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจในการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่

| ความพึงพอใจ                  | Chisquare | df | Sig.  |
|------------------------------|-----------|----|-------|
| ด้านข้อมูลข่าวสาร            | 265.953*  | 10 | 0.000 |
| ด้านราคา                     | 112.707*  | 5  | 0.000 |
| ด้านรายการส่งเสริมการขาย     | 539.046*  | 10 | 0.000 |
| ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย     | 509.939*  | 10 | 0.000 |
| ด้านคุณภาพของสัญญาณเครือข่าย | 252.639*  | 10 | 0.000 |
| ด้านบริการเสริมและเทคโนโลยี  | 345.721*  | 10 | 0.000 |
| ด้านบุคลากร                  | 420.827*  | 10 | 0.000 |
| ความพึงพอใจโดยรวม            | 450.414*  | 10 | 0.000 |

จากตารางที่ 4.28 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการที่รายได้แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยรวม และรายด้านได้แก่ ด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านราคา ด้านรายการส่งเสริมการขาย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านคุณภาพของสัญญาณเครือข่าย ด้านบริการเสริมและเทคโนโลยี และด้านบุคลากรแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 4.29

ตารางที่ 4.29 จำนวนและร้อยละของรายได้และความพึงพอใจต่อการให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยรวม

| รายได้            | ด้านการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร |          |          |        | ด้านราคา |          |        |          | ด้านรายการส่งเสริมการขาย |          |         |          | ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย |         |          |          |
|-------------------|----------------------------|----------|----------|--------|----------|----------|--------|----------|--------------------------|----------|---------|----------|--------------------------|---------|----------|----------|
|                   | ปานกลาง                    |          | น้อย     |        | ปานกลาง  |          | น้อย   |          | ปานกลาง                  |          | น้อย    |          | ปานกลาง                  |         | น้อย     |          |
|                   | มาก                        | ปานกลาง  | น้อย     | มาก    | ปานกลาง  | น้อย     | มาก    | ปานกลาง  | น้อย                     | มาก      | ปานกลาง | น้อย     | มาก                      | ปานกลาง | น้อย     | มาก      |
| ต่ำกว่า 5,000 บาท | จำนวน                      | 10       | 9        | 0      | 10       | 9        | 0      | 9        | 10                       | 0        | 0       | 19       | 0                        | 0       | 0        | 0        |
|                   | ร้อยละ                     | (52.63)  | (47.37)  | (0.00) | (52.63)  | (47.37)  | (0.00) | (47.37)  | (52.63)                  | (0.00)   | (0.00)  | (100.00) | (0.00)                   | (0.00)  | (0.00)   | (0.00)   |
| 5,001-10,000 บาท  | จำนวน                      | 0        | 64       | 1      | 27       | 38       | 0      | 38       | 25                       | 2        | 0       | 63       | 2                        | 0       | 2        | 0        |
|                   | ร้อยละ                     | (0.00)   | (98.46)  | (1.54) | (41.54)  | (58.46)  | (0.00) | (58.46)  | (38.46)                  | (3.08)   | (0.00)  | (96.92)  | (3.08)                   | (0.00)  | (3.08)   | (0.00)   |
| 10,001-15,000 บาท | จำนวน                      | 65       | 38       | 1      | 64       | 40       | 0      | 17       | 86                       | 1        | 16      | 1        | 87                       | 1       | 87       | 95       |
|                   | ร้อยละ                     | (62.50)  | (36.54)  | (0.96) | (61.54)  | (38.46)  | (0.00) | (16.35)  | (82.69)                  | (0.96)   | (15.38) | (0.96)   | (83.65)                  | (0.96)  | (83.65)  | (83.65)  |
| 15,001-20,000บาท  | จำนวน                      | 115      | 2        | 0      | 91       | 26       | 0      | 117      | 0                        | 0        | 91      | 26       | 0                        | 0       | 0        | 0        |
|                   | ร้อยละ                     | (98.29)  | (1.71)   | (0.00) | (77.78)  | (22.22)  | (0.00) | (100.00) | (0.00)                   | (0.00)   | (77.78) | (22.22)  | (0.00)                   | (0.00)  | (0.00)   | (0.00)   |
| 20,001-25,000บาท  | จำนวน                      | 68       | 0        | 0      | 68       | 0        | 0      | 50       | 18                       | 0        | 50      | 18       | 0                        | 0       | 0        | 0        |
|                   | ร้อยละ                     | (100.00) | (0.00)   | (0.00) | (100.00) | (0.00)   | (0.00) | (73.53)  | (26.47)                  | (0.00)   | (73.53) | (26.47)  | (0.00)                   | (0.00)  | (0.00)   | (0.00)   |
| 25,001-30,000บาท  | จำนวน                      | 0        | 27       | 0      | 0        | 27       | 0      | 0        | 0                        | 27       | 0       | 0        | 27                       | 0       | 27       | 27       |
|                   | ร้อยละ                     | (0.00)   | (100.00) | (0.00) | (0.00)   | (100.00) | (0.00) | (0.00)   | (0.00)                   | (100.00) | (0.00)  | (0.00)   | (100.00)                 | (0.00)  | (100.00) | (100.00) |

ตารางที่ 4.29 (ต่อ)

| รายได้            | ด้านคุณภาพของสัญญาณเครือข่าย |          |         |         |          |          | ด้านบุคลากร |         |         | ความพึงพอใจโดยรวม |          |         |
|-------------------|------------------------------|----------|---------|---------|----------|----------|-------------|---------|---------|-------------------|----------|---------|
|                   | มาก                          | ปานกลาง  | น้อย    | มาก     | ปานกลาง  | น้อย     | มาก         | ปานกลาง | น้อย    | มาก               | ปานกลาง  | น้อย    |
| ต่ำกว่า 5,000 บาท | จำนวน                        | 19       | 0       | 0       | 19       | 0        | 19          | 0       | 0       | 19                | 0        | 0       |
|                   | ร้อยละ                       | (100.00) | (0.00)  | (0.00)  | (100.00) | (0.00)   | (100.00)    | (0.00)  | (0.00)  | (100.00)          | (0.00)   | (0.00)  |
| 5,001-10,000 บาท  | จำนวน                        | 39       | 26      | 0       | 0        | 65       | 2           | 63      | 0       | 0                 | 65       | 0       |
|                   | ร้อยละ                       | (60.00)  | (40.00) | (0.00)  | (0.00)   | (100.00) | (3.08)      | (96.92) | (0.00)  | (0.00)            | (100.00) | (0.00)  |
| 10,001-15,000 บาท | จำนวน                        | 65       | 1       | 38      | 64       | 1        | 17          | 49      | 38      | 17                | 48       | 39      |
|                   | ร้อยละ                       | (62.50)  | (0.96)  | (36.54) | (61.54)  | (0.96)   | (16.35)     | (47.12) | (36.54) | (16.35)           | (46.15)  | (37.50) |
| 15,001-20,000 บาท | จำนวน                        | 117      | 0       | 0       | 91       | 26       | 117         | 0       | 0       | 117               | 0        | 0       |
|                   | ร้อยละ                       | (100.00) | (0.00)  | (0.00)  | (77.78)  | (22.22)  | (100.00)    | (0.00)  | (0.00)  | (100.00)          | (0.00)   | (0.00)  |
| 20,001-25,000 บาท | จำนวน                        | 68       | 0       | 0       | 50       | 18       | 68          | 0       | 0       | 68                | 0        | 0       |
|                   | ร้อยละ                       | (100.00) | (0.00)  | (0.00)  | (73.53)  | (26.47)  | (100.00)    | (0.00)  | (0.00)  | (100.00)          | (0.00)   | (0.00)  |
| 25,001-30,000 บาท | จำนวน                        | 27       | 0       | 0       | 0        | 27       | 27          | 0       | 0       | 0                 | 27       | 0       |
|                   | ร้อยละ                       | (100.00) | (0.00)  | (0.00)  | (0.00)   | (100.00) | (100.00)    | (0.00)  | (0.00)  | (0.00)            | (100.00) | (0.00)  |

#### จากตารางที่ 4.29 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจดังนี้

ความพึงพอใจต่อการให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยรวมของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการในระดับมาก ส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 100.00 รองลงมาได้แก่ ผู้ที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 100.00 และผู้ที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 100.00 และผู้ที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ผู้ที่มีรายได้ 5,001-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 100.00 ผู้ที่มีรายได้ 25,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 100.00 และผู้ที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 46.15

ด้านการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ส่วนใหญ่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 100.00 รองลงมาได้แก่ ผู้ที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 98.29 และผู้ที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 62.50 และผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 52.63 และผู้ที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ผู้ที่มีรายได้ 25,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 100.00 และผู้ที่มีรายได้ 5,001-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 98.46

ด้านราคา กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ส่วนใหญ่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 100.00 รองลงมาได้แก่ ผู้ที่มีรายได้ 25,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 100.00 และผู้ที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 77.78 และผู้ที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 61.54 และผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 52.63 ส่วน และผู้ที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ผู้ที่มีรายได้ 25,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 100.00 และผู้ที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 58.46

ด้านรายการส่งเสริมการขาย กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ส่วนใหญ่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 100.00 รองลงมาได้แก่ ผู้ที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 58.46 และผู้ที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ผู้ที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 100.00 และผู้ที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 82.69 และผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 52.63 และผู้ที่มีความพึงพอใจในระดับน้อย ได้แก่ ผู้ที่มีรายได้ 25,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 100.00

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ส่วนใหญ่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 77.78 รองลงมาได้แก่ ผู้ที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 73.53 และผู้ที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 100.00 และผู้ที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท คิดเป็น

ร้อยละ 96.92 และผู้ที่มีความพึงพอใจในระดับน้อย ได้แก่ ผู้ที่มีรายได้ 25,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 100.00 และผู้ที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 83.65

ด้านคุณภาพของสัญญาณเครือข่าย กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท และผู้ที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท และผู้ที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท และ ผู้ที่มีรายได้ 25,001-30,000 บาท เท่ากันคิดเป็นร้อยละ 100.00 รองลงมาได้แก่ ผู้ที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 62.50 และผู้ที่มีรายได้ 5,001-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 60.00

ด้านบริการเสริมและเทคโนโลยี กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 100.00 รองลงมาได้แก่ ผู้ที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 77.78 และผู้ที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 73.53 และผู้ที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 61.54 และผู้ที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ผู้ที่มีรายได้ 25,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 100.00 และผู้ที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 100.00

ด้านบุคลากร กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท และผู้ที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท และผู้ที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท และผู้ที่มีรายได้ 25,001-30,000 บาท เท่ากันคิดเป็นร้อยละ 100.00 และผู้ที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ผู้ที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 96.92 และผู้ที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 47.12

**สมมติฐานที่ 3** การเปิดรับสื่อ มีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจในด้านข้อมูลข่าวสารของการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในจังหวัดภูเก็ต

ตารางที่ 4.30 ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารจากสื่อกับความพึงพอใจในด้านข้อมูลข่าวสารของการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในจังหวัดภูเก็ต

| ความพึงพอใจด้านการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร     |                     | การเปิดรับสื่อ |              |           |
|-------------------------------------------|---------------------|----------------|--------------|-----------|
|                                           |                     | สื่อมวลชน      | สื่อเฉพาะกิจ | สื่อบุคคล |
| การนำเสนอข้อมูลที่ทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์ | Pearson Correlation | 0.114*         | -0.078       | 0.105*    |
| ประโยชน์และความเพียงพอของข้อมูล           | Pearson Correlation | 0.547*         | 0.464*       | 0.637*    |
| ความชัดเจนของเนื้อหาข้อมูลข่าวสาร         | Pearson Correlation | 0.652*         | 0.525*       | 0.643*    |
| ด้านการนำเสนอข้อมูลข่าวสารโดยรวม          | Pearson Correlation | 0.517*         | 0.369*       | 0.546*    |

\* ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.30 พบว่า

ด้านการนำเสนอข้อมูลข่าวสารโดยรวม การเปิดรับจากสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่อบุคคล ของกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยอธิบายได้ว่าการเปิดรับจากสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่อบุคคล มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับความพึงพอใจต่อการให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านข้อมูลข่าวสาร คือเมื่อมีการเปิดรับจากสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่อบุคคล มากขึ้นก็จะมีความพึงพอใจด้านข้อมูลข่าวสารมากขึ้น ซึ่งการเปิดรับจากสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านข้อมูลข่าวสารมากที่สุด ( $r = 0.546$ ) รองลงมาคือสื่อมวลชน ( $r = 0.517$ ) และสื่อเฉพาะกิจ ( $r = 0.369$ ) ตามลำดับ

ความพึงพอใจด้านการนำเสนอข้อมูลที่ทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์ มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อมวลชน และสื่อบุคคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับจากสื่อเฉพาะกิจ โดยอธิบายได้ว่าการเปิดรับจากสื่อมวลชน และสื่อบุคคล มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับความพึงพอใจต่อประเด็นการนำเสนอข้อมูลที่ทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์ โดยการเปิดรับจากสื่อมวลชนมีความสัมพันธ์ต่อประเด็นการนำเสนอข้อมูลที่ทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์ มากที่สุด ( $r = 0.114$ ) รองลงมาคือสื่อบุคคล ( $r = 0.105$ ) ตามลำดับ

ความพึงพอใจด้านการใช้ประโยชน์และความเพียงพอของข้อมูล มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่อบุคคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยอธิบายได้ว่าการเปิดรับจากสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่อบุคคล มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับความพึงพอใจต่อประเด็นประโยชน์และความเพียงพอของข้อมูล คือเมื่อมีการเปิดรับจากสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่อบุคคล มากขึ้นก็จะมีความพึงพอใจต่อประเด็นประโยชน์และความเพียงพอของข้อมูลมากขึ้น ซึ่งการเปิดรับจากสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อประเด็นประโยชน์และความเพียงพอของข้อมูล มากที่สุด ( $r = 0.637$ ) รองลงมาคือสื่อมวลชน ( $r = 0.547$ ) และสื่อเฉพาะกิจ ( $r = 0.464$ ) ตามลำดับ

ความพึงพอใจด้านความชัดเจนของเนื้อหาข้อมูลข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่อบุคคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยอธิบายได้ว่าการเปิดรับจากสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่อบุคคล มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับความพึงพอใจต่อประเด็นความชัดเจนของเนื้อหาข้อมูลข่าวสาร คือเมื่อมีการเปิดรับจากสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่อบุคคล มากขึ้นก็จะมีความพึงพอใจต่อประเด็นความชัดเจนของเนื้อหาข้อมูลข่าวสารมากขึ้น ซึ่งการเปิดรับจากสื่อมวลชนมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อประเด็นความชัดเจนของเนื้อหาข้อมูลข่าวสาร มากที่สุด ( $r = .652$ ) รองลงมาคือสื่อบุคคล ( $r = 0.643$ ) และสื่อเฉพาะกิจ ( $r = 0.525$ ) ตามลำดับ

**สมมติฐานที่ 4** การเปิดรับสื่อ มีความสัมพันธ์ กับประเภทของข้อมูลข่าวสารของการใช้  
บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในจังหวัดภูเก็ต

**ตารางที่ 4.31** ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารจากสื่อ กับประเภทของข้อมูลข่าวสาร  
ของการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่

| ข้อมูลข่าวสาร                     |                        | การเปิดรับสื่อ |              |           |
|-----------------------------------|------------------------|----------------|--------------|-----------|
|                                   |                        | สื่อมวลชน      | สื่อเฉพาะกิจ | สื่อบุคคล |
| ด้านข้อมูล<br>คุณภาพเครือข่าย     | Pearson<br>Correlation | 0.577*         | 0.672*       | 0.479*    |
| ด้านอัตราราคาของ<br>ค่าบริการ     | Pearson<br>Correlation | 0.491*         | 0.502*       | 0.410*    |
| ด้านช่องทางการจัด<br>จำหน่าย      | Pearson<br>Correlation | 0.881*         | 0.781*       | 0.831*    |
| ด้านรายการส่งเสริมการ<br>ขาย      | Pearson<br>Correlation | 0.269*         | 0.268*       | 0.330*    |
| ด้านการส่งเสริมสังคม              | Pearson<br>Correlation | 0.815*         | 0.811*       | 0.740*    |
| ข้อมูลข่าวสารที่เปิดรับ<br>โดยรวม | Pearson<br>Correlation | 0.875*         | 0.871*       | 0.802*    |

\* ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.31 พบว่า

การเปิดรับสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับประเภทของข้อมูลข่าวสารที่เปิดรับโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การเปิดรับจากสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับประเภทของข้อมูลข่าวสารที่เปิดรับด้านข้อมูลคุณภาพเครือข่าย ด้านอัตราราคาของค่าบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านรายการส่งเสริมการขาย และด้านการส่งเสริมสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยอธิบายได้ว่าการเปิดรับจากสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่อบุคคล มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับประเภทของข้อมูลข่าวสารที่เปิดรับโดยรวม และรายด้าน คือเมื่อมีการเปิดรับจากสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่อบุคคล มากขึ้นก็จะมีการเปิดรับจากประเภทของข้อมูลข่าวสาร มากขึ้นเช่นกัน

และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่า

ประเภทของข้อมูลข่าวสารโดยรวม สื่อมวลชนมีความสัมพันธ์กับประเภทของข้อมูลข่าวสารโดยรวม มากที่สุด ( $r = 0.875$ ) รองลงมาคือสื่อเฉพาะกิจ ( $r = 0.871$ ) และสื่อบุคคล ( $r = 0.802$ ) ตามลำดับ

ด้านข้อมูลคุณภาพเครือข่าย พบว่าสื่อเฉพาะกิจ มีความสัมพันธ์กับด้านข้อมูลและคุณภาพเครือข่าย ( $r = 0.672$ ) มากที่สุด รองลงมาคือสื่อมวลชน ( $r = 0.577$ ) และสื่อบุคคล ( $r = 0.479$ ) ตามลำดับ

ด้านอัตราราคาของค่าบริการ พบว่าสื่อเฉพาะกิจ มีความสัมพันธ์กับด้านอัตราราคาของค่าบริการ ( $r = 0.502$ ) มากที่สุด รองลงมาคือสื่อมวลชน ( $r = 0.491$ ) และสื่อบุคคล ( $r = 0.410$ ) ตามลำดับ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าสื่อมวลชนมีความสัมพันธ์กับด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ( $r = 0.881$ ) มากที่สุดรองลงมาคือสื่อบุคคล ( $r = 0.831$ ) และสื่อเฉพาะกิจ ( $r = 0.781$ ) ตามลำดับ

ด้านรายการส่งเสริมการขาย พบว่าสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์กับด้านรายการส่งเสริมการขาย ( $r = 0.330$ ) มากที่สุดรองลงมาคือสื่อมวลชน ( $r = 0.269$ ) และสื่อเฉพาะกิจ ( $r = 0.268$ ) ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมสังคม พบว่าสื่อมวลชนมีความสัมพันธ์กับด้านการส่งเสริมสังคม ( $r = 0.815$ ) มากที่สุดรองลงมาคือสื่อเฉพาะกิจ ( $r = 0.811$ ) และสื่อบุคคล ( $r = 0.740$ ) ตามลำดับ