

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและนนทบุรี โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 400 คน โดยเริ่มจากการกำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

- n แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
- \bar{X} แทน คะแนนเฉลี่ย (Mean)
- SD แทน ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)
- t แทน ค่าสถิติแจกแจง t
- F แทน ค่าสถิติแจกแจง F
- * แทน ความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ซึ่งผู้วิจัยจะขอเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 3 ตอนดังนี้

- ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล
- ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G
- ตอนที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

จากการวิจัย ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและนนทบุรี ผู้วิจัยวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยการหารค่าร้อยละ ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถจำแนกได้ดังตารางที่

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล		จำนวน (n=400)	ร้อยละ
เพศ	ชาย	190	47.5
	หญิง	210	52.5
อายุ	15 - 20 ปี	43	10.8
	21 - 30 ปี	111	27.8
	31 - 40 ปี	72	18.0
	41 - 50 ปี	127	31.8
	ตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไป	47	11.8
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าหรือเท่ากับมัธยมศึกษาตอนปลาย	97	24.3
	อนุปริญญา (ปวส.)	97	24.3
	ปริญญาตรี	187	46.8
	สูงกว่าปริญญาตรี	19	4.8
สถานภาพ	โสด	183	45.8
	สมรส	200	50.0
	หย่าร้างหรือหม้าย	17	4.3
อาชีพ	ธุรกิจส่วนตัว	8	2.0
	รับราชการ/ลูกจ้าง	124	31.0
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	188	47.0
	พนักงานเอกชน	40	10.0
	นักเรียน/นักศึกษา	40	10.0
รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า 5,000 บาท	37	9.3
	5,001 - 10,000 บาท	108	27.0
	10,001 - 15,000 บาท	28	7.0
	15,001 - 20,000 บาท	14	3.5
	20,001 - 25,000 บาท	9	2.3
	25,001 - 30,000 บาท	70	17.5
	ตั้งแต่ 30,001 บาทขึ้นไป	134	33.5
รวม		400	100.0



จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 52.5 มีอายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.8 ระดับการศึกษา ส่วนใหญ่ระดับปริญญาตรี จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.8 สถานภาพ สมรส จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 อาชีพ พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 47.00 รายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 30,001 บาทขึ้นไป จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถจำแนกได้ดังตารางที่

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) การตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G ด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	\bar{X}	S.D	ระดับ
1. มีภาพลักษณ์ที่ดี	3.79	0.899	มาก
2. เป็นที่รู้จักของประชาชนทั่วไป	3.64	0.996	มาก
3. ประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์	3.33	1.000	ปานกลาง
4. มีสัญญาณครอบคลุมเพียงพอ	3.11	1.029	ปานกลาง
5. รูปแบบการใช้งานของผลิตภัณฑ์	3.41	1.007	ปานกลาง
6. ความรวดเร็วในการรับส่งข้อมูล	3.57	1.006	มาก
7. บริการเสริมตรงตามความต้องการ	3.55	1.022	มาก
8. เป็นเทคโนโลยีที่ใหม่ที่ใช้เป็นรายแรก	3.72	1.024	มาก
รวม	3.56	0.808	มาก

จากตารางที่ 4.2 พบว่า การตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและนนทบุรี ด้านผลิตภัณฑ์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.56$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีภาพลักษณ์ที่ดี ($\bar{X} = 3.79$) รองลงมาคือ เป็นเทคโนโลยีที่ใหม่ที่ใช้เป็นรายแรก ($\bar{X} = 3.72$) เป็นที่

รู้จักของประชาชนทั่วไป ($\bar{X} = 3.64$) ความรวดเร็วในการรับส่งข้อมูล ($\bar{X} = 3.57$) และบริการเสริมตรงตามความต้องการ ($\bar{X} = 3.55$)

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) การตัดสินใจใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G ด้านราคา

ด้านราคา	\bar{X}	S.D	ระดับ
1. ค่าบริการเป็นไปอย่างยุติธรรม	3.29	0.813	ปานกลาง
2. การใช้งาน Internet คิดตามข้อมูลจริง	3.60	0.867	มาก
3. มีราคาที่เหมาะสมกับคุณสมบัติ	3.34	0.683	ปานกลาง
4. มีการคิดป้ายบอกราคาที่ชัดเจน	3.34	0.754	ปานกลาง
รวม	3.47	0.682	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.3 พบว่า การตัดสินใจใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและนนทบุรี ด้านราคาในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.47$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าการใช้งาน Internet คิดตามข้อมูลจริง อยู่ในระดับมาก มีราคาที่เหมาะสมกับคุณสมบัติและมีการคิดป้ายบอกราคาที่ชัดเจน ($\bar{X} = 3.34$)

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) การตัดสินใจใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ด้านช่องทางการจำหน่าย	\bar{X}	S.D	ระดับ
1. มีศูนย์บริการทั่วถึง	3.57	0.853	มาก
2. สถานที่จัดจำหน่ายสะดวกหาซื้อง่าย	3.36	1.003	ปานกลาง
3. ความสะดวกจากการใช้บริการภายในศูนย์บริการ	3.27	0.847	ปานกลาง
4. มีพื้นที่อำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า	3.42	0.935	ปานกลาง
5. สถานที่จำหน่ายมีมาตรฐานเชื่อถือได้	3.45	0.954	ปานกลาง
รวม	3.40	0.791	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.4 พบว่า การตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและนนทบุรี ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.40$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีศูนย์บริการทั่วถึง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.57$) รองลงมาคือ สถานที่จัดจำหน่ายมีมาตรฐานเชื่อถือได้ ($\bar{X} = 3.45$) มีพื้นที่อำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า ($\bar{X} = 3.42$) สถานที่จัดจำหน่ายสะดวก หาซื้อง่าย ($\bar{X} = 3.36$) และความสะดวกจากการใช้บริการภายในศูนย์บริการ ($\bar{X} = 3.27$)

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) การตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G ด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	\bar{X}	S.D	ระดับ
1. การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ	3.55	0.925	มาก
2. ความบ่อยครั้งในการโฆษณา	3.33	0.953	ปานกลาง
3. มีราคาที่เหมาะสมกับคุณสมบัติ	3.30	0.978	ปานกลาง
4. มีการติดป้ายบอกราคาที่ชัดเจน	3.30	0.955	ปานกลาง
5. เนื้อหาการโฆษณาเข้าใจง่าย	3.34	1.006	ปานกลาง
รวม	3.38	0.929	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.5 พบว่า การตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและนนทบุรี ด้านการส่งเสริมการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.38$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.55$) รองลงมาคือ เนื้อหาการโฆษณาเข้าใจง่าย ($\bar{X} = 3.34$) ความบ่อยครั้งในการโฆษณา ($\bar{X} = 3.33$) มีการติดป้ายบอกราคาที่ชัดเจน ($\bar{X} = 3.30$) และมีราคาที่เหมาะสมกับคุณสมบัติ ($\bar{X} = 3.30$)

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) การตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G ภาพรวม

ปัจจัยด้านการตัดสินใจใช้บริการ	\bar{X}	S.D	ระดับ
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.56	0.808	มาก
2. ด้านราคา	3.47	0.682	ปานกลาง
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.40	0.791	ปานกลาง
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.38	0.929	ปานกลาง
รวม	3.45	0.611	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.6 พบว่า การตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและนนทบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.45$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.56$) รองลงมาคือ ด้านราคา ($\bar{X} = 3.47$) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 3.40$) และด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 3.38$)

ตอนที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานไว้เพื่อวิเคราะห์ตัวแปรต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G ของผู้ใช้บริการเขตกรุงเทพมหานครและนนทบุรี โดยผู้วิจัยได้ใช้สถิติ t-test และ F-test (One way ANOVA) สำหรับการทดสอบค่าเฉลี่ยตัวแปรมากกว่า 2 กลุ่ม ซึ่งผลการทดสอบสมมติฐานเป็นดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและนนทบุรี ที่มีเพศต่างกันมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.7 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล (เพศ) กับการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G

การตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G	เพศ				t	Sig.
	ชาย (n = 190)		หญิง (n = 210)			
	\bar{X}	S.D	\bar{X}	S.D		
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.58	0.804	3.54	0.813	0.446	0.196
2. ด้านราคา	3.53	0.680	3.42	0.682	1.574	0.063
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.46	0.760	3.27	0.827	2.399	0.221
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.36	0.854	3.25	0.958	1.216	1.173
รวม	3.49	0.570	3.36	0.636	2.104	1.144

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.7 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศที่ต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจที่ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 ผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและนนทบุรี ที่มีอายุต่างกันมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.8 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล (อายุ) กับการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G

การตัดสินใจใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G	แหล่งความแปรปรวน	SS	DF	MS	F	Sig
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	9.786	4	2.447	3.854*	0.004
	ภายในกลุ่ม	250.774	395	0.635		
	รวม	260.560	399			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	5.611	4	1.403	3.078*	0.016
	ภายในกลุ่ม	180.029	395	0.456		
	รวม	185.640	399			
3. ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	8.248	4	2.062	3.372*	0.010
	ภายในกลุ่ม	241.550	395	0.612		
	รวม	249.798	399			
4. ด้านการส่งเสริม การตลาด	ระหว่างกลุ่ม	5.527	4	1.382	1.610	0.171
	ภายในกลุ่ม	338.950	395	0.858		
	รวม	344.477	399			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	3.901	4	0.975	2.659*	0.033
	ภายในกลุ่ม	144.889	395	0.367		
	รวม	148.790	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.8 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุที่ต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G ที่แตกต่างกันด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.9 เปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G ด้านผลิตภัณฑ์ เป็นรายคู่โดยวิธีของ LSD จำแนกตามอายุ

อายุ	\bar{X}	อายุ				
		15 - 20 ปี	21 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	51 ปีขึ้นไป
15 - 20 ปี	3.72				0.027*	0.045*
21 - 30 ปี	3.76				0.001*	0.007*
31 - 40 ปี	3.54					
41 - 50 ปี	3.41					
51 ปีขึ้นไป	3.38					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.9 พบว่า การตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G ด้านผลิตภัณฑ์ สามารถแสดงได้เป็นรายคู่ได้ดังนี้

คู่ที่ 1 ผู้ใช้บริการที่มีอายุตั้งแต่ 15 – 20 ปี มีการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G ที่แตกต่างกับผู้ใช้บริการที่มีอายุตั้งแต่ 41 - 50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คู่ที่ 2 ผู้ใช้บริการที่มีอายุตั้งแต่ 15 – 20 ปี มีการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G ที่แตกต่างกับผู้ใช้บริการที่มีอายุตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คู่ที่ 3 ผู้ใช้บริการที่มีอายุตั้งแต่ 21 - 30 ปี มีการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G ที่แตกต่างกับผู้ใช้บริการที่มีอายุตั้งแต่ 41 - 50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คู่ที่ 4 ผู้ใช้บริการที่มีอายุตั้งแต่ 21 - 30 ปี มีการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G ที่แตกต่างกับผู้ใช้บริการที่มีอายุตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.10 เปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G ด้านราคา เป็นรายคู่โดยวิธีของ LSD จำแนกตามอายุ

อายุ	\bar{X}	อายุ				
		15 - 20 ปี	21 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	51 ปีขึ้นไป
15 - 20 ปี	3.44					
21 - 30 ปี	3.64			0.041*	0.001*	
31 - 40 ปี	3.43					
41 - 50 ปี	3.34					
51 ปีขึ้นไป	3.51					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.10 พบว่า การตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G ด้านราคา สามารถแสดงได้เป็นรายคู่ได้ดังนี้

คู่ที่ 1 ผู้ใช้บริการที่มีอายุตั้งแต่ 21 - 30 ปี มีการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G ที่แตกต่างกับผู้ใช้บริการที่มีอายุตั้งแต่ 31 - 40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คู่ที่ 2 ผู้ใช้บริการที่มีอายุตั้งแต่ 21 - 30 ปี มีการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G ที่แตกต่างกับผู้ใช้บริการที่มีอายุตั้งแต่ 41 - 50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4. 11 เปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นรายคู่โดยวิธีของ LSD จำแนกตามอายุ

อายุ	\bar{X}	อายุ				
		15 - 20 ปี	21 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	51 ปีขึ้นไป
15 - 20 ปี	3.53					0.038*
21 - 30 ปี	3.59			0.013*	0.010*	0.004*
31 - 40 ปี	3.29					
41 - 50 ปี	3.32					
51 ปีขึ้นไป	3.19					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.11 พบว่า การตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย สามารถแสดงได้เป็นรายคู่ได้ดังนี้

คู่ที่ 1 ผู้ใช้บริการที่มีอายุตั้งแต่ 15 – 20 ปี มีการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G ที่แตกต่างกับผู้ใช้บริการที่มีอายุตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คู่ที่ 2 ผู้ใช้บริการที่มีอายุตั้งแต่ 21 - 30 ปี มีการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G ที่แตกต่างกับผู้ใช้บริการที่มีอายุตั้งแต่ 31 – 40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คู่ที่ 3 ผู้ใช้บริการที่มีอายุตั้งแต่ 21 - 30 ปี มีการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G ที่แตกต่างกับผู้ใช้บริการที่มีอายุตั้งแต่ 41 - 50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คู่ที่ 4 ผู้ใช้บริการที่มีอายุตั้งแต่ 21 - 30 ปี มีการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G ที่แตกต่างกับผู้ใช้บริการที่มีอายุตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



สมมติฐานที่ 3 ผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและนนทบุรี ที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.12 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล (ระดับการศึกษา) กับการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G

การตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G	แหล่งความแปรปรวน	SS	DF	MS	F	Sig
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	1.862	3	0.621	0.950	0.416
	ภายในกลุ่ม	258.698	396	0.653		
	รวม	260.560	399			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	0.338	3	0.113	0.241	0.868
	ภายในกลุ่ม	185.302	396	0.468		
	รวม	185.640	399			
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	1.472	3	0.491	0.783	0.504
	ภายในกลุ่ม	248.325	396	0.627		
	รวม	249.797	399			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	4.340	3	1.447	1.684	0.170
	ภายในกลุ่ม	340.137	396	0.859		
	รวม	344.477	399			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.408	3	0.136	0.363	0.780
	ภายในกลุ่ม	148.382	396	0.375		
	รวม	148.790	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.12 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G ที่ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 4 ผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและนนทบุรี ที่มีสถานภาพต่างกันมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.13 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล (สถานภาพ) กับการตัดสินใจใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G

การตัดสินใจใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G	แหล่งความแปรปรวน	SS	DF	MS	F	Sig
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	1.774	2	0.887	1.361	0.258
	ภายในกลุ่ม	258.786	397	0.652		
	รวม	260.560	399			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	5.565	2	2.782	6.134*	0.002
	ภายในกลุ่ม	180.075	397	0.454		
	รวม	185.640	399			
3. ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	6.448	2	3.224	5.260*	0.006
	ภายในกลุ่ม	243.349	397	0.613		
	รวม	249.798	399			
4. ด้านการส่งเสริม การตลาด	ระหว่างกลุ่ม	1.539	2	0.769	0.891	0.411
	ภายในกลุ่ม	342.939	397	0.864		
	รวม	344.477	399			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.825	2	0.412	1.106	0.332
	ภายในกลุ่ม	147.965	397	0.373		
	รวม	148.790	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.13 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพที่ต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G ที่แตกต่างกันด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ไม่แตกต่างกันแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.14 เปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G ด้านราคา เป็นรายคู่โดยวิธีของ LSD จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	\bar{X}	สถานภาพ		
		โสด	สมรส	หย่าร้าง/หม้าย
โสด	3.57		0.018*	0.003*
สมรส	3.41			0.004*
หย่าร้าง/หม้าย	3.06			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.14 พบว่า การตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G ด้านราคา สามารถแสดงได้เป็นรายคู่ได้ดังนี้

คู่ที่ 1 ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพโสด มีการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G ที่แตกต่างกับผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คู่ที่ 2 ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพโสด มีการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G ที่แตกต่างกับผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพหย่าร้าง/หม้าย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คู่ที่ 3 ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรส มีการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G ที่แตกต่างกับผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพหย่าร้าง/หม้าย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.15 เปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นรายคู่โดยวิธีของ LSD จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	\bar{X}	สถานภาพ		
		โสด	สมรส	หย่าร้าง/หม้าย
โสด	3.53		0.004*	0.038*
สมรส	3.30			
หย่าร้าง/หม้าย	3.12			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.15 พบว่า การตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย สามารถแสดงได้เป็นรายคู่ได้ดังนี้

คู่ที่ 1 ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพโสด มีการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G ที่แตกต่างกับผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คู่ที่ 2 ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพโสด มีการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G ที่แตกต่างกับผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพหย่าร้าง/หม้าย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 5 ผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและนนทบุรี ที่มีอาชีพต่างกันมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.16 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล (อาชีพ) กับการตัดสินใจใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G

การตัดสินใจใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G	แหล่งความแปรปรวน	SS	DF	MS	F	Sig
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	9.675	4	2.419	3.808*	0.005
	ภายในกลุ่ม	250.885	395	0.635		
	รวม	260.560	399			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	1.794	4	0.449	0.964	0.427
	ภายในกลุ่ม	183.846	395	0.465		
	รวม	185.640	399			
3. ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	6.707	4	1.677	2.725*	0.029
	ภายในกลุ่ม	243.090	395	0.615		
	รวม	249.797	399			
4. ด้านการส่งเสริม การตลาด	ระหว่างกลุ่ม	4.388	4	1.097	1.274	0.279
	ภายในกลุ่ม	340.089	395	0.861		
	รวม	344.478	399			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	2.733	4	0.683	1.84	0.119
	ภายในกลุ่ม	146.057	395	0.370		
	รวม	148.790	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.16 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพที่ต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G ที่แตกต่างกันด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ไม่แตกต่างกันแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.17 เปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G ด้านผลิตภัณฑ์ เป็นรายคู่โดยวิธีของ LSD จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	\bar{X}	อาชีพ				
		ธุรกิจส่วนตัว	รับราชการ/ลูกจ้าง	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานเอกชน	นักเรียน/นักศึกษา
ธุรกิจส่วนตัว	3.75					
รับราชการ/ลูกจ้าง	3.73			0.001*	0.039*	
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.43	-	-	-		0.012*
พนักงานเอกชน	3.43					
นักเรียน/นักศึกษา	3.78					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.17 พบว่า การตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G ด้านผลิตภัณฑ์ สามารถแสดงได้เป็นรายคู่ได้ดังนี้

คู่ที่ 1 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพรับราชการ มีการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G ที่แตกต่างกับผู้ใช้บริการที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คู่ที่ 2 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพรับราชการ มีการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G ที่แตกต่างกับผู้ใช้บริการที่มีอาชีพพนักงานเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คู่ที่ 3 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G ที่แตกต่างกับผู้ใช้บริการที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4. 18 เปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นรายคู่โดยวิธีของ LSD จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	\bar{X}	อาชีพ				
		ธุรกิจส่วนตัว	รับราชการ/ลูกจ้าง	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานเอกชน	นักเรียน/นักศึกษา
ธุรกิจส่วนตัว	3.00					
รับราชการ/ลูกจ้าง	3.52				0.011*	
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.36	-				0.012*
พนักงานเอกชน	3.15					
นักเรียน/นักศึกษา	3.55					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.18 พบว่า การตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G ด้านผลิตภัณฑ์ สามารถแสดงได้เป็นรายคู่ได้ดังนี้

คู่ที่ 1 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพรับราชการ/ลูกจ้าง มีการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G ที่แตกต่างกับผู้ใช้บริการที่มีอาชีพพนักงานเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คู่ที่ 2 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G ที่แตกต่างกับผู้ใช้บริการที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 6 ผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและนนทบุรี ที่มีรายได้ต่างกันมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.19 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล (รายได้ต่อเดือน) กับการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G

การตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G	แหล่งความแปรปรวน	SS	DF	MS	F	Sig
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	10.339	6	1.723	2.707*	0.014
	ภายในกลุ่ม	250.221	393	0.637		
	รวม	260.560	399			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	2.415	6	0.403	0.863	0.522
	ภายในกลุ่ม	183.225	393	0.466		
	รวม	185.640	399			
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	8.461	6	1.410	2.296*	0.034
	ภายในกลุ่ม	241.337	393	0.614		
	รวม	249.797	399			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	10.945	6	1.824	2.149*	0.047
	ภายในกลุ่ม	333.532	393	0.849		
	รวม	344.478	399			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	4.750	6	0.792	2.160*	0.046
	ภายในกลุ่ม	144.040	393	0.367		
	รวม	148.790	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.19 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้อ่อนที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G ที่แตกต่างกันด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และด้านราคา ที่ไม่แตกต่างกันแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.20 เปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G ด้านผลิตภัณฑ์ เป็นรายคู่โดยวิธีของ LSD จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	\bar{X}	รายได้ต่อเดือน						
		ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,001 – 10,000 บาท	10,001 – 15,000 บาท	15,001 – 20,000 บาท	20,001 – 25,000 บาท	25,001 – 30,000 บาท	ตั้งแต่ 30,001 บาทขึ้นไป
ต่ำกว่า 5,000 บาท	3.76							0.020*
5,001 – 10,000 บาท	3.77						0.008*	0.001*
10,001 – 15,000 บาท	3.50	-	-	-				
15,001 – 20,000 บาท	3.50							
20,001 – 25,000 บาท	3.67							
25,001 – 30,000 บาท	3.44							
ตั้งแต่ 30,001 บาทขึ้นไป	3.41							

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.20 พบว่า การตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G ด้านผลิตภัณฑ์ สามารถแสดงได้เป็นรายคู่ได้ดังนี้

คู่ที่ 1 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้อต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือน มีการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G ที่แตกต่างกับผู้ใช้บริการที่มีรายได้อต่อเดือนตั้งแต่ 30,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คู่ที่ 2 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้อต่อเดือนตั้งแต่ 5,001 – 10,000 บาทต่อเดือน มีการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G ที่แตกต่างกับผู้ใช้บริการที่มีรายได้อต่อเดือนตั้งแต่ 25,000 – 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คู่ที่ 3 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้อต่อเดือนตั้งแต่ 5,001 – 10,000 บาทต่อเดือน มีการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G ที่แตกต่างกับผู้ใช้บริการที่มีรายได้อต่อเดือนตั้งแต่ 30,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.21 เปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นรายคู่โดยวิธีของ LSD จำแนกตาม รายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	\bar{X}	รายได้ต่อเดือน						
		ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,001 – 10,000 บาท	10,001 – 15,000 บาท	15,001 – 20,000 บาท	20,001 – 25,000 บาท	25,001 – 30,000 บาท	ตั้งแต่ 30,001 บาทขึ้นไป
ต่ำกว่า 5,000 บาท	3.62			0.025*				0.018*
5,001 – 10,000 บาท	3.55			0.027*				0.008*
10,001 – 15,000 บาท	3.18	-	-	-				
15,001 – 20,000 บาท	3.50							
20,001 – 25,000 บาท	3.11							
25,001 – 30,000 บาท	3.39							
ตั้งแต่ 30,001 บาทขึ้นไป	3.28							

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



จากตารางที่ 4.21 พบว่า การตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย สามารถแสดงได้เป็นรายคู่ได้ดังนี้

คู่ที่ 1 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือน มีการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G ที่แตกต่างกับผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,001 – 15,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คู่ที่ 2 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือน มีการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G ที่แตกต่างกับผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 30,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คู่ที่ 3 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 5,001 – 10,000 บาทต่อเดือน มีการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G ที่แตกต่างกับผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,001 – 15,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คู่ที่ 4 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 5,001 – 10,000 บาทต่อเดือน มีการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G ที่แตกต่างกับผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 30,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.22 เปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G ด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นรายคู่โดยวิธีของ LSD จำแนกตาม รายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	\bar{X}	รายได้ต่อเดือน							
		ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,001 – 10,000 บาท	10,001 – 15,000 บาท	15,001 – 20,000 บาท	20,001 – 25,000 บาท	25,001 – 30,000 บาท	ตั้งแต่ 30,001 บาทขึ้นไป	
ต่ำกว่า 5,000 บาท	3.62								0.021*
5,001 – 10,000 บาท	3.53								0.011*
10,001 – 15,000 บาท	3.18	-	-	-					
15,001 – 20,000 บาท	3.71								
20,001 – 25,000 บาท	3.56								
25,001 – 30,000 บาท	3.33								
ตั้งแต่ 30,001 บาทขึ้นไป	3.22								

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.22 พบว่า การตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G ด้านการส่งเสริมการตลาด สามารถแสดงได้เป็นรายคู่ได้ดังนี้

คู่ที่ 1 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท มีการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G ที่แตกต่างกับผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 30,001 บาท ขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คู่ที่ 2 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 5,001 – 10,000 บาท มีการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ TOT 3G ที่แตกต่างกับผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 30,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05